

방통융합정책연구 KCC-2023-26

# 편성규제의 영향 분석 및 규제 합리화 방안 연구

Studying the Effects of Programming Regulations and  
Strategies for Regulatory Enhancement

황현정/노은정/송민선

2023. 12

연구기관 : 정보통신정책연구원



방송통신위원회

Korea Communications Commission



이 보고서는 2023년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신 융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.



# 제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『편성규제의 영향 분석 및 규제 합리화 방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2023년 12월

연구기관 : 정보통신정책연구원

총괄책임자 : 황현정 부연구위원

참여연구원 : 노은정 전문연구원

송민선 전문연구원



# 목 차

요 약 문 .....	ix
<b>제 1 장 서 론</b> .....	<b>1</b>
제 1 절 연구의 배경 및 필요성 .....	1
제 2 절 연구의 목적 및 내용 .....	4
제 3 절 보고서의 구성 .....	4
<b>제 2 장 현행 편성규제 현황</b> .....	<b>6</b>
제 1 절 편성규제의 원리 .....	6
제 2 절 오락 프로그램 편성 비율 규제 .....	8
1. 법령 및 고시 현황 .....	8
2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성 현황 .....	10
3. 해외 유사 편성규제 .....	15
제 3 절 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제 .....	17
1. 법령 및 고시현황 .....	17
2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성 현황 .....	21
3. 해외 유사 편성규제 .....	25
제 4 절 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제 .....	27
1. 법령 및 고시현황 .....	27
2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성현황 .....	29
3. 해외 유사 편성규제 .....	34
제 5 절 지역방송 수증계 비율 규제 .....	34
1. 법령 및 고시현황 .....	34
2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성현황 .....	37
제 6 절 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제 .....	40

1. 법령 및 고시현황 .....	40
2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성현황 .....	44
<b>제 3 장 현행 편성규제 문제점 .....</b>	<b>48</b>
제 1 절 오락 프로그램 편성 비율 규제 .....	48
1. 이해관계자 및 전문가 의견 .....	48
2. 편성 규제에 대한 문제점 .....	50
제 2 절 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제 .....	52
1. 이해관계자 및 전문가 의견 .....	52
2. 편성 규제에 대한 문제점 .....	54
제 3 절 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제 .....	61
1. 이해관계자 및 전문가 의견 .....	61
2. 편성 규제에 대한 문제점 .....	62
제 4 절 지역방송 수중계 비율 규제 .....	64
1. 이해관계자 및 전문가 의견 .....	64
2. 편성 규제에 대한 문제점 .....	64
제 5 절 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제 .....	66
1. 이해관계자 및 전문가 의견 .....	66
2. 편성 규제에 대한 문제점 .....	66
<b>제 4 장 편성 규제 개선 방안 .....</b>	<b>69</b>
제 1 절 오락 프로그램 편성 비율 규제 .....	69
1. 규제 개선 방안 .....	69
제 2 절 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제 .....	71
1. 규제 개선 방안 .....	71
제 3 절 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제 .....	76
1. 규제 개선 방안 .....	76
제 4 절 지역 방송 수중계 비율 규제 .....	77
1. 규제 개선 방안 .....	77

제 5 절 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제 .....	78
1. 규제 개선 방안 .....	78
<b>제 5 장 결론</b> .....	<b>80</b>
<b>참고문헌</b> .....	<b>82</b>
<b>부 록</b> .....	<b>85</b>

# 표 목 차

<표 2-1> 오락 프로그램 편성 비율 규제 관련 법령 .....	9
<표 2-2> 보도·교양·오락 편성 비율 변경 내역 .....	11
<표 2-3> 연평균 중앙 지상파 TV 분야별 편성 현황 .....	12
<표 2-4> 연평균 종편PP 분야별 편성 현황 .....	14
<표 2-5> 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제 관련 법령 .....	18
<표 2-6> 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 현황 .....	19
<표 2-7> 순수 외주제작 의무 편성 비율 산정 기준치 .....	20
<표 2-8> 순수외주제작 프로그램 의무 편성 비율 변경 내역 .....	22
<표 2-9> 중앙 지상파 TV 및 종편PP의 순수 외주제작 프로그램 편성 현황 .....	23
<표 2-10> 중앙 지상파 TV 및 종편PP의 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램 편성 현황 .....	25
<표 2-11> 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제 관련 법령 .....	28
<표 2-12> 1개국 수입 프로그램 편성 비율 변경 내역 .....	29
<표 2-13> 중앙 지상파 TV 수입 영화 1개국 제작물 편성 비율 변화 .....	31
<표 2-14> 중앙 지상파 TV 수입 애니메이션 1개국 제작물 편성 비율 변화 .....	33
<표 2-15> 지역방송 수중계 비율 규제 관련 법령 .....	35
<표 2-16> 지역방송 수중계 비율 규제 관련 법령 - 시행령 및 고시 .....	36
<표 2-17> 2022년 이전 지역 민방의 허가차수에 따른 수중계 제한 비율 .....	38
<표 2-18> 2022년 적용 매출 기준 수중계 제한 비율 .....	39
<표 2-19> 연평균 지역민방의 수중계 프로그램 편성 현황 .....	40
<표 2-20> 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율 .....	42
<표 2-21> 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제 관련 법령 .....	42
<표 2-22> 국내제작 애니메이션 신규 편성 규제 변화 내역 .....	44
<표 2-23> 중앙 지상파 TV 및 종편PP 국내 제작 애니메이션 신규 편성현황 .....	45

<표 2-24> 애니메이션 전문PP 국내 제작 애니메이션 신규 편성현황 .....	46
<표 2-25> 2022년 국내 제작 애니메이션 신규 편성 현황 - 지상파, 종편PP, 애니메이션 전문PP .....	47
<표 3-1> 방송영상독립제작사 산업 총괄 현황 .....	55
<표 3-2> 방송영상독립제작사 사업체 규모별 매출액 .....	58
<표 3-3> 주요 지상파 방송사 순수 외주제작비 현황 .....	60
<표 3-4> 2022년 지역민방의 수증계 및 자체편성 현황 .....	65
<표 4-1> 방송영상독립제작사 장르별 프로그램 제작 현황 .....	74

# 그림 목 차

[그림 1-1] 지상파 및 주요 유료방송 채널의 연평균 합계 시청률 추이 .....	2
[그림 1-2] 주요 지상파 사업자 광고·협찬매출액 비중 추이 .....	3
[그림 2-1] 연평균 중앙 지상파 TV 오락 프로그램 편성 비율 추이 .....	13
[그림 2-2] 연평균 종편PP 오락 프로그램 편성 비율 추이 .....	15
[그림 2-3] 중앙 지상파 TV 순수 외주제작 프로그램 편성 비율 추이 .....	24
[그림 2-4] 종편PP 순수 외주제작 프로그램 편성 비율 추이 .....	24
[그림 3-1] 방송영상독립제작사 산업 규모 추이 .....	56
[그림 3-2] 방송영상독립제작사 사업체 규모별 매출액 추이 .....	59
[그림 3-3] 2017 - 2021년 방송영상독립제작사 사업체 규모별 매출액 비중 비교 .....	59
[그림 3-4] 애니메이션 시청 경로 비중(극장 이용 제외) .....	68
[그림 4-1] 방송영상독립제작사 장르별 프로그램 제작 건수 추이 .....	74

# 요 약 문

## 1. 제 목

편성규제의 영향 분석 및 규제 합리화 방안 연구

## 2. 연구 목적 및 필요성

인터넷 기반의 영상 공유 플랫폼, OTT 서비스 등 다양한 영상 콘텐츠 유통 채널이 등장하고, 시청자들의 시청 패턴이 다양해지면서 방송 프로그램 편성의 의미와 역할에도 변동이 생기고 있다. 편성 규제가 도입되던 시기와 방송을 둘러싼 모든 것이 변한 시점에서 편성 규제가 설정한 목표를 효과적으로 달성하고 있는지에 대한 검토가 필요하다. 오랜 기간 유지되어 온 편성규제가 방송의 공익성 추구하고 양질의 프로그램의 다양한 공급이라는 목적에 부합하면서도 방송사업자의 경쟁력을 제고하는 역할을 충실히 수행하고 있는지 확인할 필요가 있다. 방송 미디어 생태계의 지형 변화와 시청자의 미디어 이용행태가 변화한 현재, 편성 규제의 존재 정당성과 실효성에 대해 심층적으로 살펴보아야 한다. 현재 시점에서 편성 규제의 적절성을 재검토하고, 방송의 공익성을 유지하며 경쟁력을 강화하기 위한 방안을 모색해야 한다. 이 연구는 1) 편성 규제의 현황을 살펴보고, 2) 그 영향력을 파악하고, 3) 세부 규제의 정당성과 실효성을 검토하는 것을 그 목적으로 한다. 이를 통해, 편성 규제가 앞으로 나아갈 방향에 대해 제시하고자 한다.

## 3. 연구의 구성 및 범위

이 연구는 오락 프로그램 편성 비율 규제, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제, 1개국 수입물 편성 규제, 지역 방송 수중계 프로그램 편성 규제, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제 등 다양한 규제에 대한 분석을 진행했다. 각 규제에 대한 현재 법령 현황,

변화 연혁, 주요 사업자들의 편성 현황을 종합하여 현재 각 규제가 직면하고 있는 문제점을 도출했다. 또한, 이해관계자와 전문가들의 의견 수렴과 분과회의를 통해 규제의 적정성과 실효성을 검증하였다.

## 4. 연구 내용 및 결과

연구 결과, 현재의 편성 규제가 변화하는 미디어 환경에서 그 목적인 바를 달성하는 데 일부 적합하지 않을 수 있다는 점을 확인했다. 편성 규제가 정당성을 확보하기 위해서는 방송사업자의 편성 자유를 제한하는 것에 상응하는 또는 그 이상의 공익성과 산업에의 기여가 있어야 하지만, 현행 규제가 그렇지 못하다는 사실을 확인했다. 따라서, 방송사업자의 경쟁력 강화와 산업의 건강한 성장을 위해 규제의 완화나 폐지 등의 개선안이 필요하다는 결론을 도출했다. 특히 오락 프로그램 편성 비율 규제의 완화, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제의 장기적 폐지, 1개국 수입물 편성 규제의 폐지, 지역 방송의 수중계 편성 규제의 자체제작 규제로의 전환, 국내 애니메이션 신규 편성 규제의 순차적 폐지 등이 필요하다고 제안하였다. 이와 더불어 완화 및 폐지가 방송 및 영상 콘텐츠 제작 산업 전반에 미칠 파급 효과를 파악하고 부정적 효과를 최소화할 수 있는 제반적 정책들이 뒤따라야 함을 주장했다.

## 5. 정책적 활용 내용

본 연구에서 도출된 결과와 제시된 규제 개선안은 정책적인 활용을 통해 방송 및 영상 콘텐츠 산업의 지속적인 발전과 현대적인 규제 체계의 구축에 기여할 수 있다. 먼저, 정부 및 방송통신위원회 등 규제 기관은 연구에서 제안된 규제의 완화나 폐지에 대한 적극적인 검토를 진행하여 시장 경쟁력을 강화하고 산업의 성장을 지원해야 한다. 특히, 오락 프로그램 편성 비율 규제의 완화와 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제의 장기적 폐지 등은 방송사업자들에게 창의적인 콘텐츠 제작과 편성의 유연성을 부여하며, 이는 다양한 프로그램의 생산을 촉진할 것으로 예측된다.

또한, 정부는 이러한 변화에 대응하기 위한 지원책을 마련해야 한다. 방송사업자들의 새

로운 아이디어와 콘텐츠에 대한 투자를 유도하는 정책 및 재정 지원을 제공함으로써, 창의성과 혁신을 촉진할 수 있다. 또한, 현대적인 규제 체계를 구축하기 위해 이해관계자들과의 적극적인 소통과 협력이 필요하다. 산업의 다양한 이해관계자들과 함께하는 정책 협의 및 실무적인 지원은 규제 체계의 효과적인 운용을 도모할 것이다.

## 6. 기대효과

연구에서 제시한 규제 개선안이 법령의 개정에 반영된다면, 방송사업자들은 더 많은 창의성과 다양성을 갖춘 프로그램을 제작할 수 있을 것이며, 이는 시청자들에게 풍부한 콘텐츠 경험을 제공할 것으로 예상된다. 또한, 규제의 현대적인 재조정은 방송과 영상 콘텐츠 산업이 글로벌 시장에서 경쟁력을 갖추어 나가는 데 기여할 것으로 기대된다.

# SUMMARY

## 1. Title

Studying the Effects of Programming Regulations and Strategies for Regulatory Enhancement

## 2. Objective and Importance of Research

Internet-based video sharing platforms and OTT services have emerged, leading to a diversification of viewers' watching patterns. As the significance and role of television program scheduling undergo changes in this evolving landscape, it becomes crucial to assess whether programming regulation effectively achieves its established goals after all this changes. The long-standing programming regulations, while aligning with the objectives of pursuing the public interest in broadcasting and ensuring diverse program offerings, need a careful examination to verify whether they adequately enhance the competitiveness of broadcasting companies. Given the current shifts in the media ecosystem and viewers' media consumption behaviors, a profound investigation into the legitimacy and effectiveness of programming regulation is necessary. At this juncture, a reassessment of the appropriateness of programming regulation is essential, and strategies to maintain broadcasting's public interest and strengthen competitiveness should be explored. This study aims to 1) examine the current status of programming regulation, 2) understand its impact, and 3) evaluate the legitimacy and effectiveness of specific regulations. Through this, the study intends to provide recommendations regarding the direction programming regulation should take in the future.

### 3. Contents and Scope of the Research

This study conducted an analysis of current programming regulations, including the regulation on the ratio of entertainment programs, the quotas for purely outsourced programs, the quotas for programs imported from a single country, the regulation on re-broadcasting of regional broadcasting, and the quotas for new domestic animations. By consolidating information on the current legal status, historical changes, and the programming scheduling status of major broadcasting companies for each regulation, the study identified the current issues faced by each regulation. Furthermore, through gathering opinions from stakeholders and experts, the appropriateness and effectiveness of these regulations were verified.

### 4. Research Results

The research findings confirm that the current programming regulations may not be entirely suitable for achieving their intended purposes in the evolving media environment. To legitimize, programming regulations create utilities corresponding or exceeding values of broadcasters' programming freedom which is restricted by the regulations and contribute to public interest and industry. However, it was observed that the current regulations fall short in this regard. Therefore, the study concludes that improvements such as the relaxation or abolition of regulations are necessary for enhancing broadcasters' competitiveness and fostering the healthy growth of the industry. Specifically, it suggests the relaxation of the regulation on the ratio of entertainment programs, long-term abolition of the quotas for purely outsourced programs, abolition of the quotas for programs imported from a single country, transition from re-broadcasting regulations for regional broadcasting to regulations promoting in-house production, and sequential abolition of the quotas for new domestic animations. Additionally, it emphasizes the need for comprehensive policies that can understand the ripple effects of relaxation

and abolition on the entire broadcasting and video content production industry while minimizing negative impacts.

## 5. Policy Suggestions for Practical Use

The results of this study and the proposed regulatory enhancements can contribute to the continuous development of the broadcasting and video content industry and the establishment of a modern regulatory framework through policy implementation. Firstly, regulatory agencies such as the government and the Korea Communications Commission should actively review the proposed relaxation or abolition of regulations to enhance market competitiveness and support industry growth. In particular, the relaxation of the regulation on the ratio of entertainment programs and the long-term abolition of the quotas for purely outsourced programs can provide broadcasters with the flexibility for creative content production and programming, thereby promoting the production of diverse programs.

Furthermore, the government should establish supportive measures to respond to these changes. Policies and financial support that encourage investment in new ideas and content by broadcasters can foster creativity and innovation. Additionally, active communication and collaboration with stakeholders are essential to build a modern regulatory framework. Policy discussions and practical support involving various industry stakeholders will contribute to the effective operation of the regulatory system.

## 6. Expectations

If the regulatory enhancements proposed in the study are reflected in legal amendments, broadcasters would be able to produce programs with greater creativity and diversity. This is expected to provide viewers with a rich content experience.

Furthermore, the modern readjustment of regulations is anticipated to contribute to the competitiveness of the broadcasting and video content industry in the global market.



# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경 및 필요성

인터넷 기반의 영상 공유 플랫폼, OTT 서비스 등 다양한 영상 콘텐츠 유통 채널이 등장하고, 시청자들의 시청 패턴이 다양해지면서 방송 프로그램 편성의 의미와 역할에도 변동이 생기고 있다. 방송사업자는 경영 목표 달성과 수익의 극대화를 위해 프로그램을 묶어서 배치하는 편성 전략을 수립하고 그에 맞춰 방송 프로그램을 제공한다. 자칫 방송사들이 이익 추구를 위해 간과할 수 있는 시청자의 이익을 지키고, 방송의 공익성을 보존하기 위해 편성 규제가 등장했다. 방송이 시청각 콘텐츠의 유일한 공급 창구이었던 때에 방송이 가지는 거대한 영향력에 대해 일종의 사회적 책무를 부여한 것이다. 또 공공의 재산인 전파를 사용한다는 점도 공익성에 대한 책무를 부여하는 데 중요한 한 이유였다.

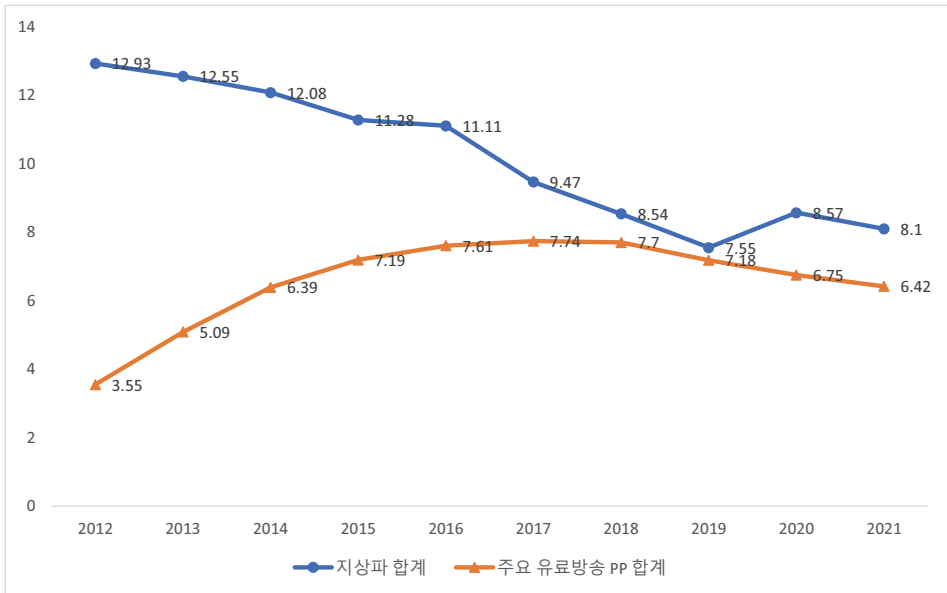
그러나 더 이상 시청자들은 방송사가 제시하는 편성표에 의존하는 시청을 하지 않고, 방송사 외에도 영상 콘텐츠를 소비할 수 있는 수많은 대안 미디어가 등장했다. 지상파 방송의 시청점유율은 날이 갈수록 하락의 일로를 걷고 있고(그림 1 - 1)), 더불어 광고 수익도 급감했다(그림 1 - 2)). 대신 OTT나 유튜브 등의 인터넷 기반의 플랫폼을 통해 시청각 콘텐츠를 시청하는 사람들이 늘어났다. 이는 두 가지를 의미한다. 방송 외에도 시청자들이 다양한 콘텐츠를 접할 수 있는 창구가 많으므로 방송에게만 다양성 추구의 책무를 줄 수 없다는 것과 방송사들이 택하는 행위들이 실제로 시청자와 산업에 미치는 영향력이 미비하다는 것이다.

이러한 상황에서 편성과 편성 규제가 과거와 동일한 방식으로 작동되리라 기대하기는 어렵다. 편성 규제의 정당성과 실효성 모두에 대한 문제 제기가 가능하다. 오랜 기간 유지되어 온 편성규제가 방송의 공익성 추구하고 양질의 프로그램의 다양한 공급이라는 목적에 부합하면서도 방송사업자의 경쟁력을 제고하는 역할을 충실히 수행하고 있는지 확인할 필요가 있다. 방송 미디어 생태계의 지형 변화와 시청자의 미디어 이용행태가 변화한 현재, 편성 규제의 존재 정당성과 실효성에 대해 심층적으로 살펴보아야 한다. 지상파 방송이

대다수 국민의 가장 주된 시청각 콘텐츠 시청 방식이었던 때와 다양한 선택지가 주어지고 지상파 방송을 비롯한 전통적 방송 서비스가 우선적 선택지가 아닌 때의 편성규제는 다르게 작동할 수 있다. 전통적 방송 시스템에 근거해 만들어진 편성규제에 대해서 재검토가 필요한 시점이다.

[그림 1-1] 지상파 및 주요 유료방송 채널의 연평균 합계 시청률 추이

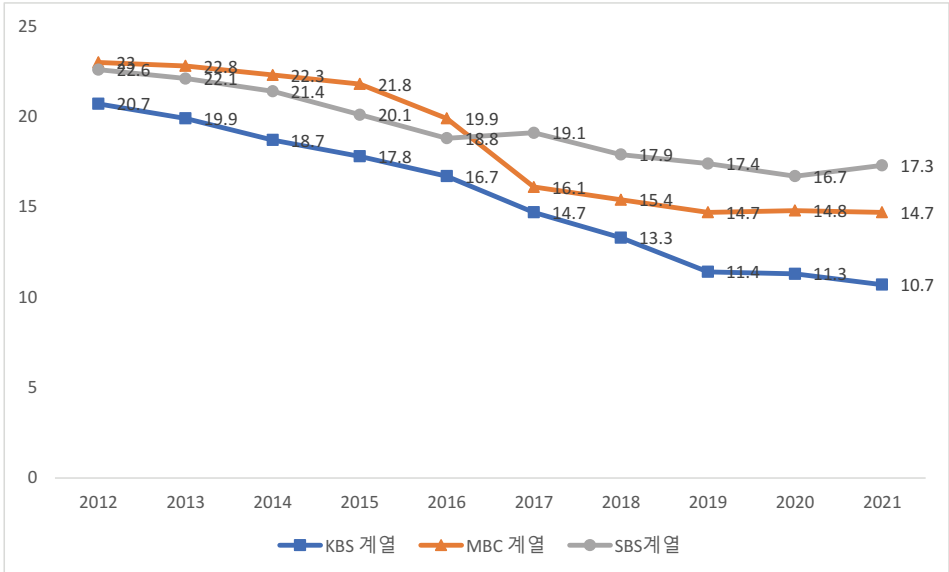
(단위: %)



자료: <2022 방송시장경쟁상황 평가>

[그림 1-2] 주요 지상파 사업자 광고·협찬매출액 비중 추이

(단위: %)



자료: <2022 방송시장경쟁상황 평가> 재구성

편성 규제는 시간을 거쳐 오며, 방송 시장의 구도 변경과 이해관계자들의 요청 등에 따라 지속적으로 변화해왔다. 그러나 그 변화들이 방송사업자 및 이해관계자의 의사결정에 어떻게 영향을 미치고, 나아가 산업 전반에 어떠한 변화를 가져왔는지에 대한 고찰은 충분히 이루어지지 못했다. 이 연구는 이러한 문제의식을 바탕으로 그간의 변화가 규제 적용 대상자들과 산업 전반에 가져온 영향을 파악하고자 했다. 편성규제 정책의 변화가 불러온 방송사업자 및 산업의 변화를 역사적으로 검토함으로써 미래의 편성 정책 방향에 대한 힌트를 얻을 수 있다고 보았다. 이해관계자들을 만족시키면서 방송 산업의 건강한 생태계를 유지하기 위한 편성 정책 개선을 위해서는 규제 정책이 가지는 영향력에 대한 심층적인 검토가 필요하기 때문이다. 따라서 이 연구는 편성 규제의 변화와 그에 대한 영향력을 중심으로 현행 규제의 효과를 평가하고, 개선안을 제시하고자 했다.

## 제 2 절 연구의 목적 및 내용

이 연구는 현재 다변화된 미디어 환경에 적절하게 대응하고, 방송 미디어 산업의 발전에 기여할 수 있도록 편성규제를 합리화 할 수 있는 방향을 모색하고자 했다. 방송법 및 관계 법령에 존재하는 규제들이 산업과 이해관계자의 행위에 미치는 영향력을 분석하고, 이를 토대로 합리적인 편성 규제 개선안을 제안하는 것이 이 연구의 목표이다.

구체적으로 이 연구는 첫째, 방송시장 환경의 변화와 더불어 변화해온 방송 편성 규제 정책의 현황을 시계열적으로 추적하고, 둘째, 규제 변화의 영향에 대한 분석 실시하고, 셋째, 현행 편성 규제에 대해 이해관계자의 의견수렴과 전문가와의 논의를 통해 편성 규제의 적정성 평가하고자 했다. 마지막으로, 이를 바탕으로 방송 시장 내의 자율과 경쟁을 촉진하여 양질의 콘텐츠를 공급할 수 있는 정책의 방향을 제시하고자 했다.

이를 위해 이 연구는 오락 프로그램 편성 비율 규제, 순수외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제, 1개국 수입 프로그램 편성 규제, 지역방송 수중계 프로그램 편성 규제, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제와 관련한 이해관계자 및 전문가가 함께한 분과회의를 개최해 의견을 수렴하고, 개선 방향에 대해 논의했다. 분과회의에서 수렴된 의견 및 주요 방송사업자들의 편성 실적 데이터를 바탕으로 연구반을 운영했다. 연구반에서는 전문가와의 논의를 통해 규제의 적정성에 대해 평가하고, 편성규제가 나아갈 방향에 대해 논의했다.

이 연구 보고서는 선행연구와 관련 데이터의 분석, 분과회의 및 연구반에서 논의된 내용을 종합해 현행 편성규제의 개선방안을 도출한 결과를 담고 있다.

## 제 3 절 보고서의 구성

보고서는 크게 4장으로 구성된다. 제 1 장에서는 연구의 배경 및 필요성, 연구 목적을 밝히고 연구의 개략적인 내용을 제시했다. 제 2 장에서는 먼저 편성 규제 일반의 원리에 대해 논한 후, 오락 프로그램 편성 비율 규제, 순수외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제, 1개국 수입 프로그램 편성 규제, 지역방송 수중계 프로그램 편성 규제, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제에 대해 각각 법령의 현황과 규제의 연혁, 그리고 주요 사업자들의

편성 현황을 종합했다. 또, 해외의 유사한 규제가 있을 경우 이에 대한 설명도 함께 제시했다. 제 3 장에서는 각 규제들의 문제점을 이해관계자 및 전문가의 의견 수렴, 관련 데이터를 종합하여 논했다. 다음으로 제 4 장에서는 3장에서 논한 문제점에 대한 해결 방안을 검토해, 현행 규제의 개선 방안을 제시했다. 마지막 제 5 장은 이 연구의 결론으로서, 연구 결과를 종합하고, 편성 규제의 개선안 및 기대효과 등을 포함하고 있다.

## 제 2 장 현행 편성규제 현황

이 장에서는 오락 프로그램 편성 비율 규제, 순수 외주제작 프로그램의 의무 편성 비율 규제, 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제, 지역방송 수중계 프로그램 비율 규제, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제의 규정한 법령들의 구조를 살펴보고 규제가 변화해온 연혁을 추적했다. 이후, 주요 사업자들의 해당 규제와 관련한 편성 실적을 살펴봄으로서 규제의 영향력에 대해 분석하고자 했다. 편성 실적은 매년 발간된 방송사업자의 편성현황조사를 바탕으로 구성해 제시했다.

### 제 1 절 편성규제의 원리

편성은 콘텐츠를 묶어서 제시하는 행위를 일컫는다. 방송에서는 프로그램을 기획하고 선택해 시간대에 따라 배치하는 전반적인 과정을 편성이라고 정의한다(김유정, 2014). 홍원식(2020)은 편성을 시청자의 확보를 위해 프로그램을 기획하고 선택해 이를 시간대에 따라 배치하는 것이라 정의하며, 프로그램별 시간의 결정인 스케줄링이 편성의 핵심이라고 보았다. 넓은 의미에서 보면 프로그램의 명칭을 정하고 설계하며 분량과 배치 등의 요소를 결정하는 등, 프로그램의 기획 단계부터 프로그램을 제작하는 과정까지 모두 포함하기도 하지만 좁은 의미의 편성은 프로그램의 내용, 형식, 시간을 결정하는 행위라고 할 수 있다(한진만, 2013). 현재 방송법에서는 방송 편성을 “방송되는 사항의 종류·규제·내용·분량·시간·배열을 정하는 것”으로 정의하고 있다(방송법 제2조).

최근에는 방송의 범위가 확대되고, 콘텐츠의 시청이 다양한 미디어에서 가능하며, 플랫폼 중심의 융합이 이루어지면서 편성의 정의도 확대되어야 한다는 주장도 등장했다. 김남두(2022)는 미디어 환경이 다변화함에 따라 프로그램을 기획하고 선택해 배열하는 행위 전체를 편성으로 볼 수 있다고 보며, 종합적인 프로그램 노출 유도 행위 전반을 편성이라고 보아야 한다고 주장했다. 이러한 확대 정의에 따라 OTT 등으로 확대되어 가는 영상 미

디어에 적용할 새로운 편성 규제의 틀이 마련되어야 한다고 제안하기도 했다(김남두, 2022).

방송사는 광고주와 시청자 규모를 극대화해 수익을 창출하기 위해 편성전략을 수립한다(Eastman & Feguson, 2002). 방송사들은 광고매출과 시청률을 높여 시장 내에서 경쟁력을 확보하기 위해 전략적 프로그램 배치를 기획한다(정지영·유세영, 2015). 모든 방송사들은 목표에 따라 자신들의 편성 전략을 세울 수 있고, 이를 추구하는 자유를 가진다. 편성권은 방송사가 가지는 자유이다.

방송 제도는 방송의 독립, 표현의 자유를 수호하는 것을 원칙으로 한다. 방송법 제4조에 서 방송편성의 자유와 독립을 명시하고 보장하고 있다. 따라서, 근본적으로 각 방송사업자는 방송 편성의 자유를 가지며, 어떤 간섭도 받지 않고 자유롭게 편성할 권리가 있다. 방송의 자유는 일종의 기본적 권리로서(고민수, 2011; 황성기, 2011), 방송사업자는 국가의 간섭 없이 프로그램을 제작, 구성, 편성해서 전송할 권리를 가지고 있으며, 이 권리는 표현의 자유에서 파생된 기본권이다(고민수, 2011; 황성기, 2011). 이러한 원리에 따르면, 편성규제는 방송사업자의 기본권 제한 행위라고 할 수 있다(고민수, 2011; 황성기, 2011). 편성 관련 규정은 재허가 심사 등을 통해 사실상 방송사업자의 행태를 제한하므로 기본권 제한이다(황성기, 2011).

그러나 편성규제는 방송사업자의 자유를 제한하지만, 방송의 공익성을 위해 이루어진다는 점에서 정당화될 수 있다. 이 때, 방송의 공익이라는 것은 구체적으로 다양성의 확보에서 찾을 수 있다(김남두, 2022; 황성기, 2011). 방송 프로그램 편성 규제는 '방송의 다양성 확보를 통한 수용자의 선택권 보장'이라는 공공 이익의 실현을 위해 구성되었으며, 이를 위해 방송사업자의 편성 자유를 일부 제한한다(고민수, 2011; 안정민, 2010; 홍원식, 2020). 편성규제는 내용의 다양성(content diversity)을 추구하기 위한 내용 규제에 해당한다고 볼 수 있다(김남두, 2022).

편성규제는 부가적으로 다양성 외에도 산업정책적 목적을 띠고 있기도 하다(황성기, 2011; 안정민, 2010). 산업정책적 목적은 국가의 영상 산업을 보호하고(안정민, 2010), 방송 영상산업시장의 균형 발전을 통해 콘텐츠 경쟁력 확보를 하고자 하는 목적을 가진다(배진아, 2020). 안정민(2010)의 연구에서는 국내 제작 프로그램의 편성비율 규제, 수입물 관련 편성비율 규제 등의 국내제작 쿼터제 규제들과 국내 제작 애니메이션 신규편성규제, 외주

제작 프로그램 의무 편성 규제 등이 자국 영상산업 보호를 위한 목적을 가지고 있다고 분류했다. 황성기(2011)의 연구에서도 국내 제작 프로그램의 편성 비율 규제, 국내 제작 영화·애니메이션·대중음악의 편성 비율 규제, 국내 제작 애니메이션 신규편성규제, 외주제작 프로그램 의무 편성 규제 등이 산업정책적 목적을 가진 규제들이며, 이들은 국내 영상 산업의 활성화와 독립제작사의 육성 등을 목표로 하고 있다고 설명한다.

논의를 종합하면, 방송사업자는 국가 및 외부 세력의 간섭을 받지 않고 프로그램을 위해서 배치할 편성의 자유를 가지지만, 이는 방송의 공익성, 특히 다양성의 가치를 추구하기 위해 제한될 수 있다. 편성규제는 시청자에게 다양한 선택지를 보장해 줌으로써 공공 이익을 제고하기 위해 방송사업자의 자유를 제한하는 규제라 하겠다. 그렇다면, 편성규제의 정당성을 입증하기 위해서는 그 목적의 정당성과 함께 현재 규제의 내용과 구성, 규제의 운영 방식이 규제의 목적에 부합하는지, 그 목표를 충실히 달성하고 있는지를 확인해야 한다. 특히, 다양한 영상 플랫폼의 등장과 미디어의 융복합이 빠르게 이루어지고 있는 현실에서 해당 규제들이 여전히 실효성을 가지고 있는지에 대해 검토할 필요가 있다. 급속하게 변화하는 미디어 환경 속에서 방송의 공익성을 제고하고, 시청자의 복지를 위해, 또 영상산업의 경쟁력 확보를 위해 기능하고 있는지 진단할 필요가 있다.

## 제 2 절 오락 프로그램 편성 비율 규제

### 1. 법령 및 고시 현황

방송법에서는 ‘종합편성’ 방송사업자와 ‘전문편성’ 방송사업자를 구분하고, 종합편성을 하는 방송사업자에 대해서 ‘보도·교양·오락 등 다양한 방송 분야 상호 간의 조화를 이루도록 방송프로그램을 편성’하는 것을 요구하고 있다(방송법 제69조 제3항). 종합편성을 행하는 사업자의 경우 대통령이 정하는 기준에 따라 보도·교양·오락에 관한 프로그램을 조화롭게 편성해야 한다. 방송법 시행령 제50조 제2항에서는 보도·교양·오락 프로그램을 각각 정의해 이들이 균형을 이룰 수 있도록 할 것을 규정하고 있다. 시행령 제50조 제2항에 따르면, ‘보도에 관한 방송 프로그램’을 국내외 정치·경제·사회·문화 등의 전반에 관한 시사적인

취재보도, 논평 또는 해설 등의 방송프로그램으로, ‘교양에 관한 프로그램’은 국민의 교양 향상 및 교육 또는 어린이와 청소년의 교육을 목적으로 하는 방송프로그램이라고 정의한다. ‘오락에 관한 프로그램’은 국민정서의 함양과 여가생활의 다양화를 목적으로 하는 방송 프로그램이라고 정의한다.

조화로운 편성을 위해서 방송법에서는 종합편성 방송사업자가 오락 프로그램을 편성하는 비율을 제한하고 있다. 2023년 현재 종합편성 방송사업자는 오락 프로그램을 ‘매반기’ 60% 이하 편성해야 한다(방송법 시행령 제50조 제1항). 오락 프로그램 외에 보도와 교양 프로그램에 대한 별도의 제한은 존재하지 않는다. 이 조항은 종합편성을 행하는 텔레비전 방송 프로그램 및 라디오 방송 프로그램에 적용되며, 지상파이동멀티미디어(DMB) 방송사업자의 경우 60%이상을 편성할 수 있다.

〈표 2-1〉 오락 프로그램 편성 비율 규제 관련 법령

<p>방송법 제69조</p>	<p>② 종합편성을 행하는 방송사업자는 정치·경제·사회·문화 등 각 분야의 사항이 균형 있게 표현될 수 있도록 하여야 한다.</p> <p>③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 방송프로그램의 편성에 있어서 대통령령이 정하는 기준에 따라 보도·교양 및 오락에 관한 방송프로그램을 포함하여야 하고, 그 방송프로그램 상호간에 조화를 이루도록 편성하여야 한다. 이 경우 대통령령이 정하는 주시청시간대(이하 “주시청시간대”라 한다)에는 특정 방송분야의 방송프로그램이 편중되어서는 아니 된다.</p>
<p>방송법 시행령 제50조</p>	<p>① 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제3항 전단에 따라 보도에 관한 방송프로그램, 교양에 관한 방송프로그램 및 오락에 관한 방송프로그램이 상호간에 조화를 이루도록 편성하되, 그 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다.</p> <p>1. 텔레비전방송프로그램 및 라디오방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 60 이하로 편성할 것. 다만, 지상파이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60 이상으로 편성할 수 있다.</p> <p>2. 데이터방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 해당 채널의 매반기 전체 방송내용물의 100분의 60 이하로 편성할 것</p>

## 2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성 현황

### 가. 규제의 변화 연혁

종합편성을 행하는 방송사업자에 대해 보도·교양·오락 세 분야에 관한 방송 프로그램을 조화롭게 편성할 것을 규정하는 것은 방송법의 제정과 그 역사를 같이 한다. 1963년 방송법에서는 “보도, 교육·교양, 오락, 광고 및 기타” 분야의 프로그램을 균형있게 편성하는 의무를 적시하고 있다. 이때, 각각 전체 방송시간에 대해 보도 10%이상, 교양 10% 이상, 오락을 20%이상을 편성할 것을 규정했다. 초기의 분야별 프로그램 편성 규제는 상한 비율의 규제가 아닌, 하한 비율의 규정이었다.

1973년 개정된 방송법에 따라 교양과 오락의 편성 비중이 증가한다. 각각 교양은 전체 방송시간의 30%이상, 오락은 20% 이상으로 편성 비율을 확대하고, 보도는 동일하게 10% 이상을 편성할 것으로 규정했다. 이후 한 차례 더 개정을 통해 1988년 교양 프로그램의 편성 비율을 40%이상으로 확대 시켰다.

2000년대에 들어서 통합방송법 시행령이 마련되며, 방송의 공익성을 강조하게 되는데, 이 기조는 오락 프로그램의 편성 비율 제한으로 이어진다. 이때부터 오락 프로그램에 대해서는 하한 비율이 아닌, 상한 비율로서 제한 규제가 생겨나게 됐다. 2000년 시행된 법령에 따르면, 보도는 10%이상, 교양은 30%이상의 편성 비율을 유지하되, 오락 프로그램은 전체 방송시간의 50%를 넘지 않아야 한다. 2001년에는 보도의 편성 비율이 삭제됐고, 2004년에는 교양의 편성 비율이 삭제 돼, 2004년부터는 종합편성을 행하는 방송 사업자는 오락 프로그램을 일정 비율 넘지 않는 분야별 편성 비율 규제만을 적용 받아왔다. 오락 프로그램의 전체 방송시간의 50% 이하 편성 규제는 2021년까지 동일하게 유지되다가, 규제의 실효성에 대한 문제제기와 함께 2021년 시행령 개정을 통해 60%이하로 완화 됐다. 해당 규제는 매월을 기준으로 각 분야의 방송 프로그램 편성 비율을 산정해왔는데, 이때, 규제 완화의 취지로 산정의 기준을 ‘매반기’로 변경했다. 이에 따라 2023년 현재 종합편성을 행하는 텔레비전 및 라디오 방송사는 오락 프로그램을 매반기 전체 방송시간의 60%이하로 편성해야 한다.

〈표 2-2〉 보도·교양·오락 편성 비율 변경 내역

구분	1964년	1973년	1988년	2000년	2001년	2004년	2021년 ~
보도	10% 이상	10% 이상	10% 이상	10% 이상	-	-	-
교양	20% 이상	30% 이상	40% 이상	30% 이상	30% 이상	-	-
오락	20% 이상	20% 이상	20% 이상	50% 이하	50% 이하	50% 이하	60% 이하

나. 주요 사업자 편성현황

오락 프로그램의 편성 비율 규제가 규제의 목적에 맞게 잘 기능하고 있는지 살펴보기 위해 규제의 적용을 받는 주요 종합편성 방송사업자의 분야별 편성 현황을 살펴보았다. 아래 <표 2-3>은 2013년부터 2022년까지 지상파 TV 방송사와 종합편성채널 PP(이하 종편 PP)의 보도·교양·오락 프로그램의 편성 비율을 보여준다.

표를 보면 알 수 있듯이, 종합편성을 하는 방송사업자들은 연 평균 오락 프로그램을 50% 이하로 편성하고 있다. 오락 프로그램을 가장 많이 하는 KBS2 TV가 2022년 전체 방송시간의 55.5%를 오락 프로그램 편성에 할애했으나, 이 수치도 현재 규제인 60%의 한도 안에 있다. 2021년부터 오락 프로그램의 편성 비율이 한도가 50%에서 60%으로 상향되었으나, KBS2 TV를 제외하고, 규제의 완화에 맞추어 오락 프로그램의 편성 비율을 늘린 사업자는 관찰되지 않았다.

먼저 지상파 4사를 먼저 비교하면, 시간에 흐름에 따른 오락 프로그램 편성 비율의 증감이나 일정한 변화의 패턴은 확인하기 어려웠다 ((그림 2-1)). 2022년에 관찰된 KBS2 TV의 오락 프로그램 편성의 증가가 규제 완화의 효과인지는 선불리 판단할 수는 없다. 여러 가지 방송 시장 내외의 환경변화 및 시청자의 양태 변화 등이 복합적으로 영향을 미쳤을 수 있기 때문이다. 또한 현재 2021년 규제 완화 이후 2개년의 편성 실적만을 관찰했으므로, 규제 완화에 따른 사업자의 편성 양태 변화를 살펴보기 위해서는 더 많은 데이터가 축적되어야 한다.

이 외, 지상파 4개 방송국의 10년간 분야별 편성 현황 데이터에서 시간의 흐름에 따른

분야별 편성 비율의 변화를 확인하기는 어려웠다. 방송사별 차이도 크지 않았다. KBS1 TV는 보도 교양 중심의 편성을 하고, 상대적으로 KBS2 TV에서 오락 프로그램 위주의 편성을 하고 있음을 확인할 수 있었으나, 이는 공영방송으로서 KBS의 알려진 편성 전략을 데이터에서 다시 확인하는 것에 불과하다. MBC와 SBS는 10년 동안 대략 교양을 30 - 40%정도, 오락을 40 - 50% 정도로 유지해, 서로 유사한 흐름을 보여왔다.

〈표 2-3〉 연평균 중앙 지상파 TV 분야별 편성 현황

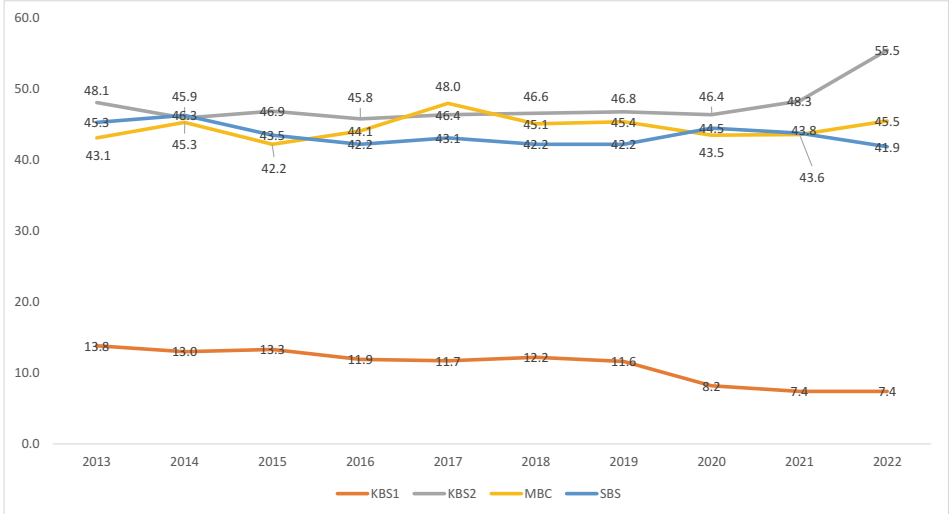
(단위: %)

연도		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
KBS1	보도	28.9	31.6	29.2	29.6	28.0	26.8	27.8	34.1	32.4	30.9
	교양	57.3	55.5	57.6	58.5	60.3	61.0	60.6	57.8	60.2	61.7
	오락	13.8	13.0	13.3	11.9	11.7	12.2	11.6	8.2	7.4	7.4
KBS2	보도	8.8	9.7	9.9	8.5	7.0	8.8	9.4	9.0	6.9	6.8
	교양	43.0	44.4	43.2	45.6	46.6	44.6	43.9	44.7	44.8	37.7
	오락	48.1	45.9	46.9	45.8	46.4	46.6	46.8	46.4	48.3	55.5
MBC	보도	19.5	20.3	20.0	20.4	16.8	18.3	20.4	19.1	20.8	20.7
	교양	37.3	34.3	37.8	35.5	35.1	36.6	34.2	37.4	35.6	33.9
	오락	43.1	45.3	42.2	44.1	48.0	45.1	45.4	43.5	43.6	45.5
SBS	보도	17.3	16.0	18.9	22.3	24.6	25.9	25.6	22.2	24.2	26.4
	교양	37.3	37.7	37.6	35.4	32.3	31.9	32.1	33.3	32.0	31.7
	오락	45.3	46.3	43.5	42.2	43.1	42.2	42.2	44.5	43.8	41.9

자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

[그림 2-1] 연평균 중앙 지상파 TV 오락 프로그램 편성 비율 추이

(단위: %)



자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

반면, 종편PP들의 분야별 편성 비율을 살펴보면 시간에 따라서 각 분야의 편성 비율이 특정한 방향성을 가지고 움직이는 것이 일부 관찰된다 (<표 2-4>). JTBC를 제외하고, TV조선, 채널A, MBN은 초기에는 보도 프로그램의 비율이 40%를 넘는 수준으로 가장 높은 편성 비율을 차지하는 분야였으나, 보도 프로그램의 편성 비율은 시간이 흐르면 점차 줄어드는 추세를 보인다. 이는 종편 방송사들이 개국 초기 드라마나 예능 등의 제작 인력과 인프라가 정비되기 전, 신문사 경영으로 쌓아 온 보도 역량을 활용하는 것이 효율적이었기 때문이다. 줄어든 보도 프로그램의 비율은 교양과 오락 프로그램 편성 비율의 증가로 이어졌다. 이에 따라 2018년까지는 모든 종편PP의 방송사들이 오락 프로그램의 편성 비율을 늘린 것으로 나타났으나, 이후는 방송사별로 움직임의 차이가 있다. 채널A는 오락 프로그램의 비율과 교양 프로그램의 비율을 함께 높이며, 보도 프로그램을 비율을 대폭 감축했다. TV조선과 MBN은 오락 프로그램 비율을 극대화하지는 않고, 교양 프로그램을 가장 많이 편성하는 주된 분야로 유지하고 있다. JTBC는 나머지 3사와는 다른 양태를 보인다. JTBC는 개국 초기부터 오락 프로그램을 중심으로 프로그램 편성을 해왔고, 10년간 오락 프로그램의 편성 비율을 조금씩 늘리고 있는 것으로 나타났다. 이는 각 방송사가 자신

들이 강점이 있는 분야에 따라 집중하고 있는 편성전략을 사용하는 것으로 보이며, 편성은 규제보다는 경쟁력 확보 전략에 따라 이루어진다는 주장(정지영·유세경, 2015)을 뒷받침하는 결과라 하겠다.

〈표 2-4〉 연평균 증편PP 분야별 편성 현황

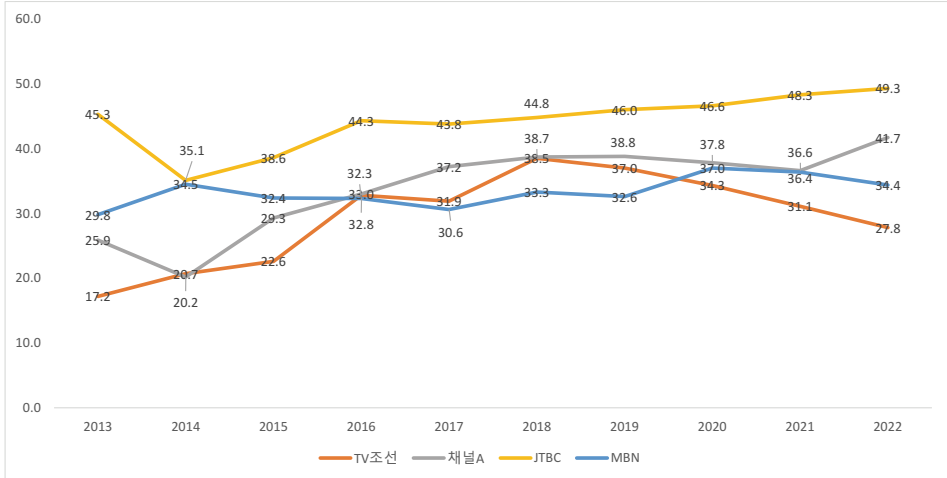
(단위: %)

연도		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
TV 조선	보도	48.2	50.8	44.7	36	31.7	29.1	28.9	24.9	26.6	27.4
	교양	34.6	28.5	32.7	31.2	36.4	32.3	34.2	40.7	42.3	44.8
	오락	17.2	20.7	22.6	32.8	31.9	38.5	37	34.3	31.1	27.8
채널A	보도	43.3	44.1	33.7	21.4	22.4	20	21.3	15.9	14	14.9
	교양	30.8	35.7	37	45.7	40.4	41.1	39.9	46.3	49.7	43.4
	오락	25.9	20.2	29.3	33	37.2	38.7	38.8	37.8	36.6	41.7
JTBC	보도	14.4	23.7	25.2	21.7	19	19	19.3	20.1	16.6	16.2
	교양	40.3	41.3	36.2	34.1	37.1	36.1	34.7	33.2	35.1	34.6
	오락	45.3	35.1	38.6	44.3	43.8	44.8	46	46.6	48.3	49.3
MBN	보도	41.1	36.1	30.4	32.3	35.3	31	29.3	28.2	27.1	27.1
	교양	29.1	29.4	37.1	35.4	34.1	35.7	38	34.9	36.6	38.5
	오락	29.8	34.5	32.4	32.3	30.6	33.3	32.6	37	36.4	34.4

자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

[그림 2-2] 연평균 종편PP 오락 프로그램 편성 비율 추이

(단위: %)



자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

오락 프로그램 편성 비율 규제의 적용을 받는 종합편성 사업자들은 대체로 오락 프로그램 비율 제한을 준수하는 편이나, 일부 위반사례가 기록되기도 했다. 방송사업자 편성현황 조사에 따르면, 2017년에 46건의 위반 사례가 있다. 모두 MBC와 MBC 계열 지방 방송사, DMB 방송사에서 발생한 건이다. 2017년 9-10월 MBC와 MBC 계열의 몇몇 방송사들이 월별 오락 프로그램 편성 비율을 50%를 초과했다. 당시에는 오락 프로그램의 편성 비율을 산정하는 기준이 월별이었기에 이 부분이 위반으로 지적됐다.

### 3. 해외 유사 편성규제

오락 프로그램 편성과 관련해서 해외 주요국에 유사 사례가 있는지 검토했다. 미국, 독일, 일본 등의 주요 국가들의 분야별 편성 비율 규제에 대해 살펴보면, 한국에 비해 훨씬 자유로운 편성 정책을 실시하고 있다. 대체로 조화로운 편성을 권장하되, 구체적인 편성 비율은 방송사 자율에 맡기는 추세이다. 오락 프로그램에 대한 비율 제한을 운영하고 있던 국가들도 점차 관련 규제를 없애는 추세이다(심홍진 외, 2021).

구체적으로 살펴보면, 미국은 1970년대에 「FCC 편성 가이드라인(FCC Programming

Policy Statement)에 따라 상업 방송에 대해 뉴스·시사 등 비오락 프로그램이 전체 방송시간의 10% 이상으로 편성될 수 있도록 하는 최소 편성 의무가 있었으나, 이는 1980년 전면 폐지됐다. 미국은 이후 편성에 대해서는 어린이 프로그램 최소 편성 규제를 제외하고, 프로그램 분야 또는 장르를 한정하는 모든 편성 규제를 폐지했다(Waldman et al., 2011).

독일의 경우 「독일 미디어질서의 현대화를 위한 국가협약(MstV)」의 제26조 제1항에서 프로그램 분야와 관련한 편성 규제를 적시하고 있다. 이 법률 조항에서는 공공서비스방송(ARD·ZDF)은 ‘정보·교육·오락의 적절한 편성을 이루도록 하되 특히 문화적으로 기여한 프로그램을 편성’ 하도록 권장하고 있다. 이와 더불어 동법의 제51조 제2항에서는 상업 방송에 대해서도 일부 편성에 대한 제한을 제시하고 있다. 전국 상업방송에서는 ‘정보·교양·교육 분야를 적절 분량으로 편성’한다는 원칙을 가지고 있다. 그러나 이에 대한 구체적인 비율을 제시하지는 않는다(심홍진 외, 2021).

일본의 편성 규제는 한국의 편성규제 체계가 모델로 삼은 규제이다. 일본의 방송법 「방송법」 제3조 ‘방송 프로그램 편성의 자유’, 제106조 ‘국내기간 방송 등 방송 프로그램 편집’에서 ‘교양·교육, 보도, 오락 프로그램의 상호간 조화를 유지해야 한다’는 규정을 가지고 있다. 그러나 이 역시 구체적인 비율에 대해서는 방송사의 자율에 맡기기도 있다(주창윤 외, 2012). 공영방송인 NHK의 경우 2020년 종합방송채널에 대해 보도 35%, 교육 10%, 교양 20%, 오락 20% 이상 편성해야 한다는 편성 비율 기준을 수립하고 있다(NHK 경영위원회, 2020).

중국의 경우 2012년 「중국 TV위성 종합채널 프로그램 관리 강화에 관한 의견」에서 오락 프로그램의 편성을 규제를 적시했다. 이 의견서에서는 매일 저녁 7시 30분에서 저녁 10시 사이에는 오락 프로그램을 9편 이상 방송하지 말아야 하고, 종합 채널 별로 1주일 동안 최대 2개까지 송출 가능 하도록 규정했다. 또, 2013년 「위성 종합 채널 조정 정책」에 의하면 위성 종합채널의 경우 분기별 평가회의를 통해 우수한 음악 오디션 프로그램 1개를 선별해 프라임 시간대에 편성해 방송할 수 있다고 규정했고, 2016년에는 「방송 TV 프로그램 자주창작 업무 추진에 관한 통지」에서 리얼리티 프로그램의 경우 1년에 한 시즈만 방영할 수 있으며 과도한 재방을 금지한다고 규정하고 있다(심홍진 외, 2021). 중국은 프로그램 분야에 대해 세부적으로 구분하고, 방송 시간대에 대해서도 규정하는 등 다른 국가들의 규제에 비해 구체적인 편성 규제를 마련하고 있다.

## 제 3 절 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제

### 1. 법령 및 고시현황

방송법 제72조에서는 순수외주제작 방송프로그램의 의무편성을 규정하고 있다. 해당 법에 따르면 방송사업자들은 국내에서 당해 방송사업자나 특수관계자가 아닌 순수외주제작 방송프로그램을 대통령이 정하는 비율 이상으로 편성해야 한다. 독립제작사를 육성해 국내 방송 영상 제작시장을 활성화하고 프로그램 제작원의 다양성을 확보하기 위함이다.

구체적으로 순수외주제작 방송프로그램의 의무 편성 비율은 방송사업자에 따라 차등적이다. 각 방송사의 순수외주제작 방송프로그램의 의무 편성 비율을 방송법 시행령 및 편성에 관한 고시로서 규정하고 있다. 2023년 현재 KBS1은 전체 텔레비전 방송시간의 19% 이상, KBS2는 35%이상을 순수외주제작 프로그램으로 편성해야 한다. MBC와 SBS는 30% 이상, EBS는 16%이상을 순수외주제작 프로그램으로 편성해야 한다. 지역 지상파방송사업자의 경우, 지역 MBC의 경우에는 2023년 현재 순수외주제작 프로그램을 전체 텔레비전 방송시간의 20%이상 편성해야 하고, SBS를 제외한 지역민방의 경우 3.2%이상을 순수외주제작 프로그램으로 채워야 한다. 지상파방송사업자 외에 종합편성을 행하는 방송사업자, 즉 종합편성채널 방송사들은 동일서비스 동일 규제 원칙에 따라 MBC, SBS와 동일하게 전체 텔레비전 방송시간의 30% 이상 순수외주제작 프로그램을 편성해야한다. 순수외주제작 프로그램의 의무편성 비율을 산정하는 기준은 매반기이다.

방송법은 전체 방송 시간에 대한 순수외주제작 프로그램의 의무 편성과 더불어 주시청 시간대에 대한 의무 편성도 적시하고 있다. 방송법 제72조 제3항에서는 “종합편성을 행하는 방송사업자는 순수외주제작 방송프로그램을 주시청시간대에 대통령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다”라고 규정하고 있다. 방송법 시행령 및 편성 고시에 적시하는 바에 따라 종합편성을 행하는 모든 방송사업자는 주시청시간대 방송시간의 10%이상을 순수 외주제작 프로그램으로 구성해야 한다.

〈표 2-5〉 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제 관련 법령

<p>방송법 제72조 (순수외주제작 방송프로그램의 편성)</p>	<p>① 방송사업자는 당해 채널의 전체 방송프로그램 중 국내에서 당해 방송사업자나 그 특수관계자가 아닌 자가 제작한 방송프로그램(이하 “순수외주제작 방송프로그램”이라 한다)을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.</p> <p>② 삭제</p> <p>③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 순수외주제작 방송프로그램을 주시청시간대에 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.</p> <p>④ 제1항의 규정에 의한 순수외주제작 방송프로그램의 편성비율은 방송매체와 방송 분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.</p>
<p>방송법 시행령 제58조(순수외주제작 방송프로그램의 편성)</p>	<p>① 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 법 제72조제1항에 따라 국내에서 해당 방송사업자나 그 특수관계자가 아닌 자가 제작한 텔레비전방송프로그램(영화는 제외하며, 이하 “순수외주제작 방송프로그램”이라 한다)을 해당 채널의 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 35 이내에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다.</p> <p>② 삭제</p> <p>③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제72조제3항에 따라 순수외주제작 방송프로그램을 해당 채널의 매반기 주시청시간대 텔레비전방송시간의 100분의 15 이내에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다.</p> <p>④ 방송통신위원회는 제1항 및 제3항에 따라 편성비율을 고시하는 경우에는 문화체육관광부장관과 협의하여야 한다.</p> <p>⑤ 제1항 및 제3항에 따른 순수외주제작 방송프로그램의 인정기준과 편성비율 산정 시 특정 방송프로그램에 가중치를 두거나 전체 방송시간에서 특정 방송프로그램의 방송시간을 제외할 수 있는 기준은 방송통신위원회가 정하여 고시한다.</p>
<p>방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제9조</p>	<p>① 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.</p> <p>1. 한국방송공사.</p> <p>가. 지상파제1텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 19 이상</p> <p>나. 지상파제2텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 35 이상</p> <p>2. 「방송문화진흥회법」에 따른 방송문화진흥회가 최다출자자인 지상파방송사업자.</p> <p>가. 지상파텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상</p> <p>3. 제2호의 지상파방송사업자가 최다출자자인 지상파방송사업자: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 20 이상</p> <p>4. 제1호부터 제3호까지의 방송사업자를 제외한 직전 3개 사업연도 평균 매출</p>

	<p>액이 3천억원 이상인 지상파방송사업자.</p> <p>가. 지상파텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상</p> <p>5. 한국교육방송공사: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 16 이상</p> <p>6. 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자 : 당해 채널별로 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 32 이상(다만, 제1호부터 제5호까지의 지상파방송사업자는 해당 각호에 따른다.)</p> <p>7. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 : 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상</p> <p>② 지상파방송사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 종합편성을 행하는 당해 채널별 매반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 100분의 10 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 다만, 종합편성을 행하는 지상파 방송채널사용사업자는 당해 채널별 매반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 100분의 3 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.</p>
--	--

현재 지상파 및 종합편성PP 사업자에게 적용되는 순수외주제작 프로그램의 의무 편성 비율을 정리하면 아래 <표 2-6>과 같다.

<표 2-6> 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 현황

구분	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS	종합 PP	지역 MBC	기타 지상파 (지역민방)	지상파 PP
전체방송 시간 (매반기)	19% 이상	35% 이상	30% 이상	30% 이상	16% 이상	30% 이상	20% 이상	3.2% 이상	3.2% 이상 (시행유예)
주시청시 간대 (매반기)	10% 이상	10% 이상	10% 이상	10% 이상	-	10% 이상	10% 이상	10% 이상	3%이상 (시행유예)

순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율은 산정 시 조건에 따라 몇 가지 가중치를 부여하는 조항을 가지고 있다. 첫째, 이 편성 규제가 외주제작사의 진흥을 목적으로 하고 있으므로 외주제작사들의 권익을 보호하기 위한 가중치 조항들이 있다. 편성고시 제11조 제5항에서는 순수 외주제작 방송프로그램의 편성 비율을 산정할 때, 방송사업자가 프로그램을 제작한 외주제작사와 촬영 원본을 공유하는 경우 해당 프로그램 방영 시간에 110%의

가중치를 부여한다. 또, 편성고시 제11조 제7항에서는 순수 외주제작 방송프로그램의 편성 비율을 산정할 때, 방송사업자와 외주제작사가 체결한 계약서에 외주제작사가 저작권 전부를 보유하도록 명시할 경우 해당 프로그램의 편성 시간을 130%로 가중하여 계산하도록 적시하고 있다. 둘째, 상대적으로 영세한 규모의 외주제작사들을 더 지원하기 위한 조항들도 있다. 편성고시 제11조 제6항에서는 순수 외주제작 방송프로그램 편성 비율을 산정할 때, 주시청시간대에 교양 분야의 순수 외주제작 방송 프로그램을 편성하는 경우, 이를 해당 프로그램의 시간의 110%로 인정하고 있다. 이들 조항을 통해 정부는 외주 제작 프로그램의 구매자인 방송사들이 외주제작사의 권리를 보호하고 공정한 거래를 할 수 있도록 유도하며, 교양 분야에서 순수 외주제작 프로그램 구매를 장려한다.

〈표 2-7〉 순수 외주제작 의무 편성 비율 산정 가중치

구분		가중치
편성고시 제11조 제5항	제9조제1항의 순수외주제작 방송프로그램 편성비율을 산정할 때, 방송사업자와 외주제작사가 촬영원본을 공유하는 경우	편성시간의 110%
편성고시 제11조 제6항	제9조제1항 및 제2항의 순수외주제작 방송프로그램 편성비율을 산정할 때, 「방송법 시행령」 제50조제3항에 따른 주시청시간대에 교양분야의 순수외주제작 방송프로그램을 편성하는 경우	편성시간의 110%
편성고시 제11조 제7항	제9조제1항 및 제2항의 순수외주제작 방송프로그램 편성비율을 산정할 때, 방송사업자와 외주제작사가 체결한 계약서에 외주제작사가 저작권 전부를 보유하는 조항이 있을 경우	편성시간의 130%

순수 외주제작 프로그램의 의무 편성 비율을 산정하기 위해서는 순수 외주제작 프로그램이 무엇인지 정해야 한다. 순수 외주제작 프로그램은 방송사와 방송사의 자회사 등 특수관계자가 아닌 자가 제작한 프로그램을 일컫는데, 2016년 특수관계자 제작 프로그램 편성 비율 규제에서 순수 외주제작 프로그램 의무 편성으로 규제가 재설계될 때 그 개념이 정비됐다. 현재 순수 외주제작 프로그램은 방송법 하의 '방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시'를 통해 규정하고 있다.

편성고시 제9조의2에서는 프로그램 제작 방식과 계약 방식을 기준으로 규정하고 있다. 해당 편성고시에서는 먼저 제작 방식에 대해 다섯 가지 조건을 제시하고 이 중 3가지 이상의 요건을 갖추고 외주제작사가 실질적인 제작을 담당할 경우 순수 외주제작 프로그램

으로 인정하고 있다. 조건은 1) 외주제작사가 작가와의 계약 체결을 담당하는 경우, 2) 외주제작사가 주요 출연자와의 계약 체결을 담당하는 경우, 3) 외주제작사가 주요 스태프(연출, 촬영, 편집, 조명 또는 미술 스태프) 중 2가지 이상 분야의 책임자와의 계약 체결을 담당하는 경우, 4) 외주제작사가 방송 프로그램 제작에 소요되는 재원의 100분의 30 이상을 조달하는 경우, 5) 외주제작사가 제작비의 집행 및 관리와 관련된 제반 의사 결정을 담당하는 경우로 적시되어 있다. 다음 항에서는 1항과 별도로 계약에서 방송 프로그램 판매에 따른 수익의 전부 또는 배분하는 계약을 체결하는 경우 순수 외주제작 프로그램으로 인정한다고 적시하고 있다. 수익 분배 계약 조건은 1) 방송권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약, 2) 전송권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약, 3) 복제·배포권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에 배분하는 계약, 4) 공연권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약, 5) 2차적 저작물작성권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약, 5가지를 제시하고 이 중 3가지 이상의 요건을 갖출 경우 순수 외주제작 프로그램으로 인정한다. 고시에서 적시하고 있는 순수 외주제작 프로그램 인정 기준을 살펴보면, 외주제작사의 법적인 위치나 조건에 따른 정의보다는 방송사와의 거래 시 외주제작사의 권리를 얼마나 어떻게 보장하는지가 더 중요한 영향을 미친다.

## 2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성 현황

### 가. 규제의 변화 연혁

순수 외주 프로그램의 의무 편성 규제는 1990년 방송법 제31조에서 해당 방송국이 아닌 외부의 기관이 제작하는 방송에 대한 편성 비율 규정이 신설된 것으로 출발했다. 외주제작 프로그램의 편성규제가 구체화된 것은 2000년 통합방송법이다. 2000년에 제정된 통합방송법 제72조에서 외주제작 방송프로그램의 편성 비율을 규정하고, 특수관계자가 제작한 프로그램 편성 제한이 도입되었다. 또, 이때부터 주시청시간대의 외주제작 프로그램 편성 비율 규제가 실시됐다. 이후, 2005년 편성 고시에서 한차례 의무편성 비율이 개정된 후, 2015년까지 해당 의무 편성 비율이 유지됐다(<표 2-8>). 의무 편성 비율은 유지됐으나, 2010년 고시 개정을 통해 편성 비율의 산정 기간이 매분기에서 매반기로 변경되기도 했다.

순수외주제작이라는 개념과 이에 대한 편성 의무 규제는 2015년에 등장했다. 특수관계자가 제작한 프로그램을 제한하는 네가티브 규제에서 순수 외주제작으로 정의된 프로그램을 일정 비율 이상 편성할 의무를 부여하는 방식으로 변경된 것이다. 외주제작 방송프로그램의 범위를 ‘순수 외주제작 방송프로그램’으로 축소하고, 특수관계자에 의한 외주제작 편성 규제를 폐지했다. 2016년에 다시 방송법 시행령과 편성고시 개정되며 방송사업자 및 채널별 의무 편성 비율에 일부 변화가 있었다. 2019년에는 동일 성격의 사업자에게 동일한 규제를 부여해야 한다는 원칙 하에 종편PP들을 순수 외주제작 방송프로그램 편성규제 대상에 포함했다.

〈표 2-8〉 순수외주제작 프로그램 의무 편성 비율 변경 내역

구분	대상	2000년 (매월)	2001년 (매월)	2002년 (매월)	2003년 (매월)	2005년 (매분기)	2016년 (매반기)	2022년~ (매반기)
전체 방송 시간 대, 외주 제작	KBS1	22% 이상	9.30까지: 24% 이상	28% 이상	30% 이상	24% 이상	순수외주 19% 이상	순수외주 19% 이상
	KBS2		10.1부터: 26% 이상			40% 이상	순수외주 35% 이상	순수외주 35% 이상
	EBS			20% 이상	20% 이상	20% 이상	순수외주 16% 이상	순수외주 16% 이상
	MBC, SBS	27% 이상	9.30까지: 29% 이상 10.1부터: 31% 이상	33% 이상	35% 이상	35% 이상	순수외주 30% 이상	순수외주 30% 이상
	지역 MBC	27% 이상	9.30까지: 29% 이상 10.1부터: 31% 이상	33% 이상	35% 이상	35% 이상	순수외주 30% 이상	순수외주 20% 이상
	기타 지상파 사업자	4% 이상	4% 이상	4% 이상	4% 이상	4% 이상	순수외주 3.2% 이상	순수외주 3.2% 이상
	종편PP	-	-	-	-	-	-	순수외주 30% 이상
전체 외주제작 프로그램, 특수관계자 외주제작	18% 이하	18% 이하	20% 이하	21% 이하	21% 6이하	<삭제>	<삭제>	
주시청시간대, 외주제작	6% 이상	8% 이상	10% 이상	10% 이상	10% 이상	순수외주 10% 이상 (지상파)	순수외주 10% 이상 (지상파, 종편PP)	

나. 주요 사업자 편성현황

순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제의 적용을 받는 주요 방송사업자들이 규제가 도입된 2016년부터(종편PP의 경우 2019년 부터) 순수 외주제작 프로그램을 어떻게 편성해 왔는지 살펴보았다. 아래 <표 2 - 9>와 같이, 주요 방송사업자들은 자신에게 부여된 의무 편성 비율을 상회 하는 편성을 해오고 있다. 주요 지상파 방송사들과 종편PP는 해당 규제가 도입된 이래 규제를 위반한 내역이 없다.

그러나 몇몇 방송사에서 순수 외주제작 프로그램 편성 비율의 뚜렷한 감소가 관찰되고 있다. 여전히 규제에서 제시하는 의무 편성 비율을 위반하지 않는 범위이기는 하지만 2022년에는 의무 편성 비율에 매우 근접한 수준까지 순수 외주제작 프로그램 편성 비율을 감축한 사업자가 있기도 했다. 지상파 방송사는 EBS를 제외하고는 순수 외주제작 프로그램의 편성 비율이 2016년과 2022년을 비교했을 때, 모두 감소했다. 종편PP는 상대적으로 순수 외주제작 프로그램 편성 비율의 변화가 크지 않아 보이나, 이는 해당 규제에 2019년부터 포함되었고, 2019년부터의 데이터이기 때문에 지상파의 편성 데이터와 직접 비교하기는 어렵다.

<표 2-9> 중앙 지상파 TV 및 종편PP의 순수 외주제작 프로그램 편성 현황

(단위: %)

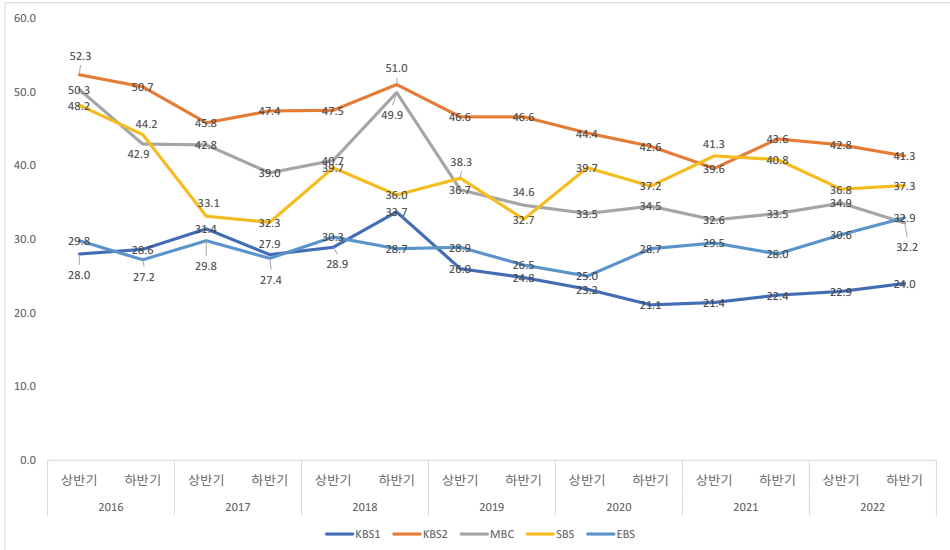
	의무 편성 비율	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022
		상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
KBS1	19	28.0	28.6	31.4	27.9	28.9	33.7	26.0	24.8	23.2	21.1	21.4	22.4	22.9	24.0
KBS2	35	52.3	50.7	45.8	47.4	47.5	51.0	46.6	46.6	44.4	42.6	39.6	43.6	42.8	41.3
MBC	30	50.3	42.9	42.8	39.0	40.7	49.9	36.7	34.6	33.5	34.5	32.6	33.5	34.9	32.2
SBS	30	48.2	44.2	33.1	32.3	39.7	36.0	38.3	32.7	39.7	37.2	41.3	40.8	36.8	37.3
EBS	16	29.8	27.2	29.8	27.4	30.3	28.7	28.9	26.5	25.0	28.7	29.5	28.0	30.6	32.9
TV조선	30								48.0	47.8	43.0	42.5	40.4	31.5	38.8
채널A	30								38.8	35.6	37.2	48.2	43.3	46.0	48.1
JTBC	30								32.8	33.7	32.2	31.6	33.0	32.1	38.2
MBN	30								41.9	36.4	36.3	49.2	39.8	33.9	48.5

자료: 2014~2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

주: 이 데이터는 순수 외주제작 프로그램 인정 절차를 거치기 전의 수치로, 순수 외주제작 프로그램 인정 이후 수치와는 차이가 있을 수 있음. 순수 외주제작 프로그램 편성 시간 산정 가중치 적용 이후의 수치임.

[그림 2-3] 중앙 지상파 TV 순수 외주제작 프로그램 편성 비율 추이

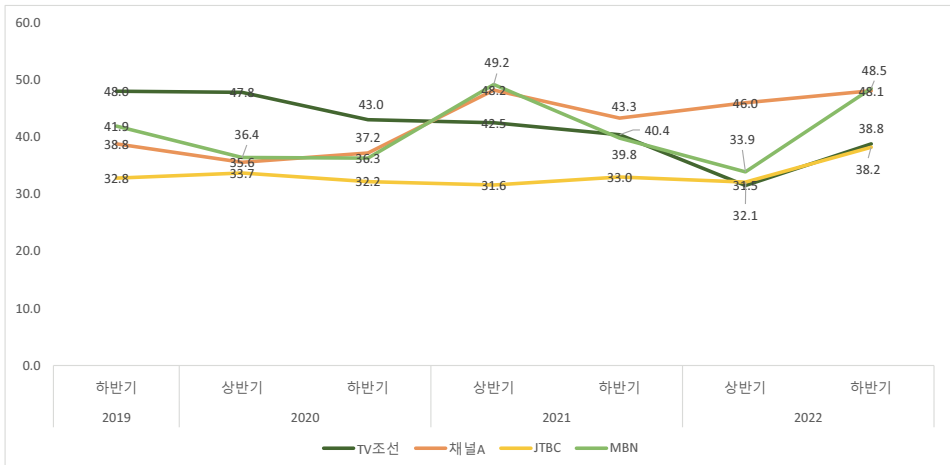
(단위: %)



자료: 2014~2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

[그림 2-4] 종편PP 순수 외주제작 프로그램 편성 비율 추이

(단위: %)



자료: 2014~2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

주시청시간대의 순수 외주제작 프로그램 편성 현황을 살펴보면, 이 역시 10% 이상의 의무 편성 비율을 주요 방송사업자 모두 상회해서 순수 외주제작 프로그램을 편성하고 있다. 주로 외주제작으로 제작되는 드라마들이 주시청시간대에 배치되기 때문으로 보인다. MBC의 경우 2021년부터 주시청시간대의 순수 외주제작 프로그램 편성 비율이 급감하는 것을 관찰할 수 있는데, 이는 MBC의 드라마 축소와 일부 관련이 있어 보인다.<sup>1)</sup>

〈표 2-10〉 중앙 지상파 TV 및 종편PP의 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램 편성 현황

(단위: %)

	2016	2016	2017	2017	2018	2018	2019	2019	2020	2020	2021	2021	2022	2022
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
KBS1	24.1	21.8	25.6	21.4	22.9	25.6	19.2	17.2	15.3	19.9	21	21.4	24.6	26.8
KBS2	67.6	58.9	51.3	52.9	52.8	55.8	52.3	53.4	48.4	46.2	45.4	52.2	52.1	54.7
MBC	55.2	45.6	44.7	35.3	54	55.8	33.6	30.9	30.4	22.8	16.8	16.1	21.6	21.2
SBS	49.8	45.9	38.5	35.7	44.5	38.3	42.9	33.2	42.5	32.3	32.8	30.2	28.4	27.2
TV조선								53.1	55.9	39.7	40.1	39.7	35.9	31.7
채널A								49.5	43.4	41.2	59.5	60.2	58.1	60.4
JTBC								27.3	26.1	22.6	20.3	25.4	25.5	30.3
MBN								52.7	53.8	44.7	62.5	48.7	45.4	57.3

자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

주: 이 데이터는 순수 외주제작 프로그램 인정 절차를 거치기 전의 수치로, 순수 외주제작 프로그램 인정 이후 수치와는 차이가 있을 수 있음. 순수 외주제작 프로그램 편성 시간 산정 가중치 적용 이후의 수치임.

### 3. 해외 유사 편성규제

다른 국가들도 외주제작 산업의 보호를 위해 외주제작과 관련된 편성 규제를 마련하고 있다. 유럽연합의 경우 「시청각미디어서비스지침」 제17조<sup>2)</sup>에 의해 뉴스·스포츠행사·게임·

1) MBC는 2019년 총 20편의 드라마를 방영했으나, 2020년 17편, 2021년 10편, 2022년 12편 방영으로 방영 드라마 수를 줄여오고 있다(MBC 홈페이지 참고).

2) 2010/13 Audiovisual Media Services Directive Article 17 Member States shall ensure, where practicable and by appropriate means, that broadcasters reserve at least 10 % of their transmission time, excluding the time allotted to news, sports events, games, advertising, teletext services and teleshopping, or alternately, at the discretion of the

광고·텔레텍스 서비스·텔레쇼핑 시간을 제외한 총 방송시간(또는 총 제작비)의 10% 이상을 유럽에서 제작된 외주제작물로 편성할 것을 규정하고 있다. 이에 따라 유럽연합의 대다수 회원국은 이 지침에서 규정한 의무 편성 비율 10% 또는 그 이상의 유럽산 외주제작 프로그램 편성 비율 규제를 시행하고 있다(European Commission, 2011). 핀란드는 외주제작 프로그램의 편성 비율을 유럽연합 회원국 중 가장 높은 19% 이상으로 규정하고 있기도 하다(심홍진 외, 2020; 2021). 회원국 중 프랑스와 이탈리아는 의무 편성 비율 방식의 규제는 도입하고 있지 않지만, 방송사에게 외주제작사에 대한 투자 의무를 요구하고 있다.

유럽연합 국가 중 독일은 2019년 제정된 「독일 미디어질서의 현대화를 위한 국가협약(MStV)」을 통해 상당한 비중으로 독일어권 또는 유럽국의 외주제작을 편성을 의무화 하고 있다. 구체적으로 독립적인 제3자가 제작한 ‘윈도우 프로그램<sup>3)</sup>(window program)’을 매주 260분 이상 편성할 의무를 부여하고 있다.

프랑스는 외주제작비의 의무 투자비율을 방송사 규모와 전문채널별로 차등해 부과하고, 별도의 외주제작 의무편성비율은 없다. 방송사별로 연매출 약 3.2%(공공 서비스 방송인 PSB의 경우 3.5%)를 유럽산 영화에 투자하며, 그 중 75%를 독립외주제작 프로그램에 할애할 의무가 있다. 이에 더해 방송사들은 연매출 약 15%를 유럽산 시청각콘텐츠에 투자해야 하고, 그 중 약 70%를 독립외주제작 프로그램에 할애할 의무가 있다.

종합해 보면, 유럽연합 및 각 회원국 개별의 외주제작 편성 규제 정책은 유럽산 시청각 콘텐츠의 제작물에 대한 보호 개념에 부가적으로 더해진 것임을 알 수 있다. 유럽 내 독립 외주제작 산업을 육성하고, 자국의 콘텐츠를 보호하는 목표를 함께 가지고 있다고 볼 수 있다.

체계적인 외주제작 지원 정책을 시행하고 있는 영국의 사례도 살펴볼만 하다. 영국의

---

Member State, at least 10 % of their programming budget, for European works created by producers who are independent of broadcasters. This proportion, having regard to the broadcaster's informational, educational, cultural and entertainment responsibilities to its viewing public, should be achieved progressively, on the basis of suitable criteria. It must be achieved by earmarking an adequate proportion for recent works, that is to say works transmitted within 5 years of their production.

- 3) 윈도우 프로그램(window program, Fensterprogramme)이란, 제작 및 편집의 독립성이 보장된 제 3자에 의해 제작된 프로그램을 뜻한다.

외주제작 시장은 1982년 외주 전문 지상파 채널인 채널4(Channel 4)의 개국 이후, 1990년 「방송법 (Broadcasting Act)」에서 공공서비스방송(PBS)에 대한 외주제작 의무 편성 비율을 강제하기 전까지 채널4가 유일한 외주제작 프로그램을 편성할 수 있는 창구였다. 1990년 PSB에 대해 25%의 외주제작 의무 편성 비율이 강제되면서 BBC와 ITV 등 지상파 방송에서도 외주제작 프로그램들이 편성되기 시작했다(김남두 외, 2019; 최상훈, 2015). 이후 유료 방송에 대해서도 10%의 외주제작 프로그램 의무 편성 비율이 부과됐고, 외주 전문 지상파 채널인 채널5가 추가적으로 개국하면서 영국의 외주제작 시장은 본격적으로 팽창하기 시작했다. 그러나 급속도로 성장한 영국의 외주제작 시장은 난립한 영세한 외주제작사들의 치열한 경쟁으로 질적 성장은 제대로 이루어지지 못하고 있었다(최상훈, 2015). 이에 2003년 외주제작 제도 개선안을 담은 「커뮤니케이션 법(Communication Act)」가 제정 발효되었다. 「커뮤니케이션 법(Communication Act)」에서는 모든 PSB에게 외주제작사와의 거래 원칙을 규정하는 '외주시행규칙(Code of Practice)'을 의무적으로 제정하도록 하고 있다. 구체적으로 1) 영국의 방송통신규제 기관인 OFCOM이 각 PSB 채널에 대해 최소 25%의 독립영상제작사 외주제작물 쿼터를 부여하도록 하고(제277조), 2) 각 PSB 사업자는 외주제작 거래 시 준수할 실천 강령을 제·개정해 OFCOM에 보고해야 하고, OFCOM은 PSB사업자들의 실천 강령과 관련한 가이드라인을 제·개정하도록 규정했다(제285조). OFCOM은 제정한 실천강령 가이드라인을 통해 PSB가 제작사와 협상 체결 시 고려해야 할 필수 요소들을 규정하고, 방송사와 독립영상제작 간에 공정한 협상이 이루어질 수 있도록 모니터링한다(심홍진 외, 2021).

## 제 4 절 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제

### 1. 법령 및 고시현황

외국에서 수입하는 영화, 애니메이션, 대중음악에 대해서 지나치게 특정 단일 국가의 제작물에 의존하는 것을 방지하기 위해(주성희 외, 2016) 방송법은 1개 국가의 제작물이 편성되는 상한을 제한하고 있다(방송법 제71조 제4항, 방송법 시행령 제57조 제5항). 해외에

서 수입되는 여러 콘텐츠의 제작원 다양성을 확보해 문화적 편중 현상을 막기 위함이다. 방송법 제71조 제4항의 “방송사업자는 다양한 국제문화 수용을 보장하기 위하여 연간 방송되는 외국 수입 영화, 애니메이션 및 대중음악 중 한 국가에서 제작한 영화, 애니메이션 및 대중음악이 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다”에 기반하여 시행령 및 고시에서 상한 비율을 지정하고 있다.

2022년 시행된 개정 시행령 및 편성고시에 따라 현재 1개 국가 제작물은 수입된 영화, 애니메이션, 대중음악 각 분야의 방송시간의 90%를 넘어서는 안 된다. 이 비율은 연간 수입 제작물의 방송시간을 기준으로 한다. 수입된 영화, 애니메이션, 대중음악의 방송시간을 기준으로 하기 때문에 수입물을 많이 편성하지 않는 경우 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제의 예외를 둔다. 연간 영화, 애니메이션, 대중음악 각 분야의 수입 제작물을 각 4편 또는 각 240분 이하로 편성한 경우 해당 규제의 적용을 받지 않는다.

〈표 2-11〉 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제 관련 법령

<p>방송법 제71조 (국내 방송프로그램의 편성)</p>	<p>... ④ 방송사업자는 다양한 국제문화 수용을 보장하기 위하여 연간 방송되는 외국 수입 영화·애니메이션 및 대중음악 중 한 국가에서 제작한 영화·애니메이션 및 대중음악이 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.</p>
<p>방송법 시행령 제57조 (국내제작 방송프로그램의 편성)</p>	<p>... ⑤ 방송사업자(특정한 한 국가의 방송프로그램을 주된 방송분야로 등록한 방송채널사용사업자는 제외한다)는 법 제71조제4항에 따라 한 국가에서 제작한 영화·애니메이션 및 대중음악을 분야별로 해당 채널의 연간 전체 외국 수입 영화·애니메이션 및 대중음악 방송시간의 100분의 90 이하에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율을 초과하지 않도록 편성해야 한다.</p>
<p>방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시 제8조</p>	<p>제57조제5항에 따른 방송사업자는 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악을 분야별로 해당 채널의 연간 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 방송시간의 100분의 90을 초과하여 편성할 수 없다. 다만, 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악을 연간 각 4편 또는 각 240분 이내로 편성한 방송사업자에게는 적용하지 아니한다.</p>

## 2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성현황

### 가. 규제의 변화 연혁

1개 국가 수입 프로그램 편성 비율 제한 규제는 2000년에 도입됐다. 2000년 최초의 편성 규제는 외국에서 수입한 영화, 애니메이션 및 대중음악 중 한 국가에서 제작된 편성 비율을 매월 기준 60%로 제한할 것을 담고 있었다. 이 규제는 시간이 흐르며 편성 비율 산정 기간을 확대하고, 편성 비율을 높이는 방식으로 점차적으로 완화되어 왔다. 가장 큰 변화를 맞은 것은 2011년이다. 2011년 한국과 미국의 자유무역협정(FTA) 체결 이후 이의 영향을 받아 한 국가에서 제작하는 프로그램의 편성 비율을 80%까지 확대했다. 이와 더불어 2014년에는 수입물을 적게 수입하는 방송사업자들이 비율을 준수하는 것이 어렵다는 것에 공감해 수입물을 매반기 각 2편 또는 각 120분 이내로 편성한 방송사업자에 대한 적용 면제 조항을 신설했다. 이 후, 방송시장에서 한국 콘텐츠의 경쟁력이 높아지며 수입물의 편성이 많지 않아지자 규제를 한 차례 더 완화했다. 2022년부터는 1개 국가 수입 프로그램 편성 비율을 90% 이하까지 편성할 수 있도록 규제를 완화했다.

〈표 2-12〉 1개국 수입 프로그램 편성 비율 변경 내역

구분	2001년	2005년	2010년	2011년	2022년
편성비율	60% 이하	60% 이하	60% 이하	80% 이하	90% 이하
산정기간	매월	매분기	매반기	매반기	연간

### 나. 주요 사업자 편성현황

주요 규제 대상자인 지상파 TV 방송사들의 수입 영화와 애니메이션에 대해 1개국 제작물 편성 비율이 어떠한지 살펴보았다. 대중음악의 경우, 수입 콘텐츠의 편성이 거의 없어 1개국 제작물 편성 비율의 적용을 받지 않는 경우가 많아 생략했다. 먼저 수입 영화 편성과 관련해 살펴보면 (〈표 2-13〉), 수입 영화의 편성이 가장 많은 사업자는 EBS이다. EBS는 매년 60% 이상 수입 영화를 편성하고 있다. EBS는 매년 미국 영화를 가장 많이 편성하는 것으로 나타났고, 미국 영화의 편성 비율은 전체 수입 영화 편성의 80% 이하를 유지했기 때문에 규제를 충실히 준수해 왔다. 다음으로 KBS 1TV와 2TV가 수입 영화를 다수 편성했

고, 대체로 미국 영화가 주를 이루었으나, 역시 제한 비율을 넘지 않았다. 2016년 하반기 KBS2, 2015년 하반기에 MBC와 SBS, 2017년 하반기 SBS, 2018년 상반기 KBS2와 MBC, SBS, 2018년 하반기 SBS, 2019년 하반기 KBS1이 각각 1개국 제작물의 편성 비율이 100%로 편성 제한 기준을 넘었으나, 모두 반기 2편 이내 또는 120분 이내 편성으로 규제의 적용 예외에 해당한다.

수입 애니메이션의 편성 현황을 살펴보면 (<표 2-14>), 영화에 비해 수입 애니메이션을 편성한 비율이 매우 낮다. EBS를 제외하고는 유의미한 수치의 편성이 존재하지 않았다. 특히 MBC, SBS는 2013년부터 2022년까지 수입 애니메이션을 한 편도 편성하지 않은 것으로 나타났다. EBS의 경우 40% 이하 수준으로 꾸준히 수입 애니메이션을 편성하고 있는데, 이 중 1개국 제작물이 차지하는 비율은 대체로 2-30%에 그쳐 다양한 국가의 제작물을 수입하고 있음을 알 수 있다. 수입 영화와 마찬가지로, 2014년 하반기 KBS1과 KBS2, 2017년 상반기 KBS1의 1개국 제작물 비율 100%는 수입물을 반기 2편 이내, 또는 120분 이내 편성했기 때문에 규제의 적용에서 제외됐다.

〈표 2-13〉 중앙 지상파 TV 수입 영화 1개국 제작물 편성 비율 변화

	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	연간		
수입물 비중	45.7	56.4	58.2	42.4	34.8	32.1	16.3	29.5	21.5	11.9	9.4	15.9	28.6	2.5	0.0	6.5	0.0	33.3	0.0		
	58.9	74.3	70.4	50.5	30.8	52.6	29.2	49.6	41.1	38.8	52.1	40.0	59.3	100.0	0.0	50.0	0.0	60.9	0.0		
1개국 제작물 비율																					
최다국가	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	이탈리아	-	
	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	
수입물 비중	0.0	0.0	27.5	0.0	26.5	0.0	0.0	3.9	25.5	14.0	7.8	28.4	46.1	5.3	49.7	0.0	0.0	33.3	13.7		
1개국 제작물 비율																					
최다국가																					
수입물 비중	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0	48.0	33.3	0.0	0.0	8.0	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0	43.1	27.6	11.0	0.0		
1개국 제작물 비율																					
최다국가																					
	인도																				

	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기	연간
SBS	수입물 비중	0.0	0.0	0.0	0.0	12.3	0.0	0.0	0.0	100.0	16.7	12.4	0.0	16.7	46.3	8.3	16.7	25.3	6.6
	1개국 제작물 비율	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	100.0	75.2	100.0	100.0	75.5	100.0
	최다국가	-	-	-	-	미국	-	-	-	미국	미국	미국	미국	-	미국	미국	미국	미국	미국
EBS	수입물 비중	62.9	60.3	66.5	68.9	61.4	63.0	60.5	60.9	60.3	61.3	61.0	63.9	61.7	62.5	70.2	71.5	61.3	73.7
	1개국 제작물 비율	39.7	55.3	70.3	51.2	71.6	64.9	76.4	67.2	78.2	70.2	72.4	74.4	72.8	72.8	75.9	71.0	61.5	77.9
	최다국가	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국	미국

자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

〈표 2-14〉 중앙 지상파 TV 수입 애니메이션 1개국 제작물 편성 비율 변화

	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		
	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	수입물 비중	상반기 하반기	연간
KBS1	수입물 비중	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1개국 제작물 비율	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	59.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	최다국가	-	-	캐나다	-	-	-	캐나다	-	-	-	-	-	-	영국	-	-	-	-	-	-
KBS2	수입물 비중	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1개국 제작물 비율	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	68.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	최다국가	-	-	캐나다	-	-	-	캐나다	-	-	-	-	-	-	미국	-	-	-	-	-	-
MBC	수입물 비중	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1개국 제작물 비율	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	최다국가	-	-	캐나다	-	-	-	캐나다	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SBS	수입물 비중	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1개국 제작물 비율	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	최다국가	-	-	캐나다	-	-	-	캐나다	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EBS	수입물 비중	42.9	40.5	66.5	68.9	18.4	21.1	23.3	17.0	25.2	26.8	21.4	20.2	27.0	42.2	36.3	30.8	39.6	41.3	30.1	30.1
	1개국 제작물 비율	26.1	17.9	70.3	51.0	28.5	30.4	24.5	24.0	26.3	24.0	31.7	37.3	31.7	26.9	25.4	27.1	38.1	30.5	29.7	29.7
	최다국가	캐나다	인도	미국	미국	미국	프랑스	프랑스	미국	프랑스	영국	프랑스	러시아	러시아	프랑스	러시아	러시아	미국	미국	미국	미국

자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조정 방송사업자 편성현황 조사> 제구성

### 3. 해외 유사 편성규제

우리나라처럼 영화나 애니메이션, 대중음악 등의 콘텐츠를 수입하는 데 있어 1개국 수입제작물을 규제하는 편성규제를 가진 국가는 찾아보기 어렵다. 수입물 중 1개 국가의 제작물 비율을 제한하는 규제는 아니지만, 프랑스에서 유사한 쿼터 제도를 찾을 수 있다. 프랑스는 자국 대중가요(대중음악)에 대한 쿼터제도를 운영하고 있다(심홍진 외, 2021).

프랑스는 프랑스어 수호와 확산을 위해 1994년 「Toubon Law(La Loi Toubon/law 94-665)」를 제정했는데, 이의 일환으로 주력 방송시간대(평일 6:30~22:30 또는 주말 8:00~22:30)에 라디오에서 송출하는 프랑스 대중가요 비율이 최소 40%이어야 하고 이 중 절반은 신규 가수 혹은 프로덕션이 제작한 노래여야 한다고 규정하고 있다. 이때 쿼터의 적용을 받는 프랑스 대중가요는 프랑스어 또는 프랑스 내 지방어로 표현된 곡으로 프랑스인이 영어로 부른 곡은 인정되지 않는다. 또한, 방송되는 프랑스어 노래의 50% 이상이 동일한 10곡을 포함하는 경우 이러한 10곡은 이 쿼터의 계산 시 제외된다(김남두 외, 2019). 이 규제의 발효 이후, 최신 가요를 주로 소개하는 라디오 방송 채널에서 법정 쿼터를 맞추기 위해 소수의 인기 프랑스어 대중가요를 반복적으로 방송하는 문제가 제기되면서 2016년 3월부터 일부 라디오 채널에 대해 음악적 다양성을 준수하는 조건으로 프랑스어 대중가요 쿼터를 40%에서 35%로 하향 조정하기도 했다(심홍진 외, 2021).

대부분의 국가들은 수입물의 국적에 대한 쿼터나 규제를 하기 보다는 자국 제작 프로그램에 대한 의무 편성 비율 규제를 유지하는 등의 규제를 실시하고 있다.

## 제 5 절 지역방송 수중계 비율 규제

### 1. 법령 및 고시현황

방송법에는 지역 민영방송사(이하 지역민방)에 대해 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성 비율을 제한하는 편성규제가 있다(방송법 제69조 제6항). 이는 민영방송사 네트워크 협정에 가입한 지역민방사<sup>4)</sup>가 다른 한 방송사업자(주로 SBS)가 제작한 프로그램을 과도하게 수중계하는 것을 제한해 지역민방이 지역 방송의 정체성을 살린 방송을 일정 비

을 이상 자체적으로 편성할 수 있도록 유도하는 것을 목적으로 한다. 이 규정은 현재 지상파텔레비전방송사업자와 지상파라디오방송사업자, 지상파이동멀티미디어방송사업자를 대상으로 한다. 방송법 제69조 제6항에서는 구체적으로 “한국방송공사 및 특별법에 의한 방송사업자, 방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 지상파방송사업자”로 그 대상을 규정하고 있으므로, 이 조항은 지역 KBS나 지역 MBC를 제외한 지역민방에만 적용됨을 알 수 있다.

〈표 2-15〉 지역방송 수중계 비율 규제 관련 법령

방송법 제69조	⑥ 한국방송공사 및 특별법에 의한 방송사업자, 방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 지상파방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여서는 아니 된다.
----------	--

방송법 제69조 제6항에 근거해 지역민방의 수중계 프로그램 편성 비율은 방송법 시행령 제50조 제6항과 편성고시에서 제한하고 있다. 2021년 해당 시행령 및 편성고시의 개정에 따라 2022년부터는 각 지역민방의 방송사업자 방송사업매출액에 따라 수중계 프로그램의 편성 비율을 정하고 있다. 각 지역민방의 방송사업자들은 전전년도 방송사업매출액에 따라 의무편성비율이 차등화된다.

구체적으로, 방송사업매출액이 100억원 미만인 방송사업자는 매반기 전체 방송시간의 78% 이내, 방송사업매출액이 100억원 이상 150억원 미만인 방송사업자는 매반기 전체 방송시간의 76% 이내, 방송사업매출액이 150억원 이상 200억원 미만인 방송사업자는 매반기 전체 방송시간의 74% 이내, 방송사업매출액이 200억원 이상 250억원 미만인 방송사업자는 매반기 전체 방송시간의 72% 이내, 방송사업매출액이 250억원 이상 300억원 미만인 방송사업자는 매반기 전체 방송시간의 71% 이내, 방송사업매출액이 300억원 이상 350억원 미만인 방송사업자는 매반기 전체 방송시간의 70% 이내, 방송사업매출액이 350억원 이상 400억원 미만인 방송사업자는 매반기 전체 방송시간의 69% 이내, 방송사업매출액이 400억원 이상인 방송사업자는 매반기 전체 방송시간의 68% 이내로 편성해야 한다.

4) OBS경인TV는 민영방송 네트워크 협정에 가입되어 있지 않다.

〈표 2-16〉 지역방송 수증계 비율 규제 관련 법령 - 시행령 및 고시

<p>방송법 시행령 제50조</p>	<p>제50조(방송프로그램의 편성 등)          ⑥ 법 제69조제6항에서 “대통령령으로 정하는 비율”이란 다음 각 호의 구분에 따른 범위에서 같은 항에 따른 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램 수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율을 말한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지상파텔레비전방송사업자가 다른 한 지상파텔레비전방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상 100분의 85 이하</li> <li>2. 지상파라디오방송사업자가 다른 한 지상파라디오방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 40 이상 100분의 80 이하</li> <li>3. 지상파이동멀티미디어방송사업자가 다른 한 지상파방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상</li> <li>4. 지상파이동멀티미디어방송사업자가 다른 한 방송채널사용사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상</li> </ol>
<p>방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제2조</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>① 지상파텔레비전방송사업자중 케이엔엔(KNN), 티비씨(TBC), 광주방송, 대전방송, 전주방송, 청주방송, 울산방송, 지원(G1), 제주방송은 다음 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다. 다만, 각 호의 비율은 전년도 비율 대비 채널별로 1퍼센트 포인트를 초과하여 증가 또는 감소할 수 없다.</li> <li>1. 방송사업매출액이 100억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 78 이내</li> <li>2. 방송사업매출액이 100억원 이상 150억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 76 이내</li> <li>3. 방송사업매출액이 150억원 이상 200억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 74 이내</li> <li>4. 방송사업매출액이 200억원 이상 250억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 72 이내</li> <li>5. 방송사업매출액이 250억원 이상 300억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 71 이내</li> <li>6. 방송사업매출액이 300억원 이상 350억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이내</li> <li>7. 방송사업매출액이 350억원 이상 400억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 69 이내</li> <li>8. 방송사업매출액이 400억원 이상인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 68 이내</li> <li>② 지상파라디오방송사업자중 케이엔엔(KNN), 티비씨(TBC), 광주방송, 대전방송, 전주방송, 청주방송, 울산방송, 지원(G1), 제주방송, 경인방송은 다음 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수</li> </ol>

- 없다. 다만, 각 호의 비율은 전년도 비율 대비 채널별로 1퍼센트 포인트를 초과하여 증가 또는 감소할 수 없다.
1. 방송사업매출액이 100억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 78 이내
  2. 방송사업매출액이 100억원 이상 150억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 76 이내
  3. 방송사업매출액이 150억원 이상 200억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 74 이내
  4. 방송사업매출액이 200억원 이상 250억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 72 이내
  5. 방송사업매출액이 250억원 이상 300억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 71 이내
  6. 방송사업매출액이 300억원 이상 350억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이내
  7. 방송사업매출액이 350억원 이상 400억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 69 이내
  8. 방송사업매출액이 400억원 이상인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 68 이내
- ③ 지상파이동멀티미디어방송사업자는 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 80을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다.
- ④ 제1항 및 제2항 각호의 방송사업매출액은 「방송법」 제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다.

## 2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성현황

### 가. 규제의 변화 연혁

지역 민영방송사들은 1991년 서울의 민영방송인 SBS의 개국 이후, 1994년부터 2002년까지 3차에 걸쳐 차례차례 개국했다. 지역민방의 개국과 함께 2000년 지역민방의 수중계 편성 비율을 제한하는 ‘다른 한 방송사업자의 제작물 편성규제’가 제정됐다. 이는 지역민방이 지역의 특성을 살리고 지역의 문화를 보존하는 역할을 수행할 수 있도록 자체 제작 및 편성을 유도하는 목적을 가지고 있다.

최초의 해당 규제는 지역민방만을 규제 대상으로 하고 있었으나, 2004년 방송법에 지상파 DMB의 도입 근거가 신설되면서, DMB가 수중계에 머무르지 않고, 자체 편성이 가능한

방송 매체로서 기능할 수 있도록 하기 위해 DMB 사업자들에게도 수중계 제한 규제를 적용하기 시작했다(심홍진, 2021). 또, 2006년 공동체라디오의 법적 근거가 방송법에 마련됨에 따라, 공동체라디오에 대해서도 '다른 공동체라디오 사업자의 방송 프로그램 재송신 비율 제한'하는 규정이 도입됐다 (방송법 제78조).

수중계 제한 규제는 비율의 변화는 크지 않으나, 지속적인 완화 요청에 따라 다른 한 방송사업자의 제작물 편성 비율 산정 기간을 확대하는 방식으로 완화해왔다. 2014년 산정기간을 '매월'에서 '매분기'로 개정했고, 2021년 '매분기'는 다시 '매반기'로 완화됐다.

이 규제의 가장 큰 변화는 2022년에 지역민방의 수중계 제한 비율 차등 기준을 바꾼 것이다. 이전까지 수중계의 편성 제한 비율은 지역 민방의 허가차수에 따라 차등되어 왔다. 1차 민방인 KNN과 광주방송, TBC, 대전방송은 수중계 방송 프로그램을 69%보다 적게 편성해야하는 가장 엄격한 규제를 적용받아 왔고, 2차 민방인 청주방송, 전주방송, 울산방송은 71% 이내, 3차 민방인 G1과 제주방송은 77% 이내로 수중계 프로그램을 편성할 것을 규제받아 왔다. 이는 개국 초기에 제작 역량이나 인프라가 충분히 정비되지 못한 지역민방 사업자들을 배려해 자체제작 프로그램의 편성을 점진적으로 늘려갈 수 있도록 시간을 벌여준 것이라고 할 수 있다. 그러나 해당 규제가 실시된지 20년 이상 지난 현재 각 지역민방 사업자의 경력이 충분하다고 볼 수 있으므로, 허가 차수에 따라 수중계 프로그램 편성 비율에 차등을 두는 것은 더 이상 설득력이 부족하다. 따라서, 2022년부터는 허가 차수가 아닌 사업자의 매출 규모에 따른 수중계 프로그램 편성 비율 규제로 기준이 달라졌다. 2022년부터는 각 지역민방사는 전전년도 방송사업매출액에 따라 각각 68%에서 78% 이내로 수중계 프로그램 편성해야 한다. 이때 기준이 되는 방송사업매출액은 방송법 제98조의 2 제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표에서 발표한 전전년도 매출액을 사용한다.

〈표 2-17〉 2022년 이전 지역 민방의 허가차수에 따른 수중계 제한 비율

구분	1차 민방 (4개사)	2차 민방 (3개사)	3차 민방 (2개사)
방송사	KNN(부산), 광주방송 TBC(대구), 대전방송	청주방송, 전주방송 울산방송,	G1(강원), 제주방송
규제기준 (매분기)	수중계 69% 이내 (자체 편성 31% 이상)	수중계 71% 이내 (자체 편성 29% 이상)	수중계 77% 이내 (자체 편성 23% 이상)

〈표 2-18〉 2022년 적용 매출 기준 수중계 제한 비율

구분	방송 사업 매출액 100억 미만	방송 사업 매출액 100억~ 150억 미만	방송 사업 매출액 150억~ 200억 미만	방송 사업 매출액 200억~ 250억 미만	방송 사업 매출액 250억~ 300억 미만	방송 사업 매출액 300억~ 350억 미만	방송 사업 매출액 350억~ 400억 미만	방송 사업 매출액 400억 이상	산정 기준
지역민방의 지상파 텔레비전 라디오 채널	78%↓	76%↓	74%↓	72%↓	71%↓	70%↓	69%↓	68%↓	전체 방송 시간 (매 분기)
지상파DMB	80%↓								

나. 주요 사업자 편성현황

지역민방 사업자의 수중계 프로그램 편성 현황은 아래 <표 2-19>와 같이 관찰됐다. 각 1차 민방은 69%, 2차 민방은 71%, 3차 민방은 77% 이내로 수중계 프로그램을 편성해야 하고, 각 지역민방 사업자들은 해당 규제를 대체로 준수하고 있다. 그러나, 수중계 프로그램 편성 비율 수치를 살펴보면, 모든 지역민방이 자신에게 해당되는 편성 제한 비율에 매우 근접하게 수중계 프로그램을 편성하고 있음을 알 수 있다. 각 차수별로 방송사에 허용되는 거의 최대의 범위로서 수중계 프로그램을 편성하고 있는 것이다.

편성고시 개정에 따라 2022년부터는 각 지역민방 사업자가 적용받는 수중계 제한 비율이 달라지게 됐다. 전전년도의 방송사업매출액을 기준으로 제한 비율을 차등 적용받게 된다. 즉, 2020년의 방송사업매출액에 따라 각 지역민방사는 수중계 프로그램의 편성 비율을 제한받게 된다. 방송사업매출액 기준을 살펴보면, 방송사업매출액 350억 원 이상 400억 원 미만의 구간에 KNN이 속해 있어, KNN은 전체 방송시간의 69%까지 수중계 프로그램을 편성할 수 있다. TBC와 광주방송, 대전방송은 방송사업매출액 300억 원 이상 350억 원 미만의 구간에 속해, 70% 이내의 수중계 프로그램 편성 비율 규제를 받는다. 전주방송, 청주방송, 울산방송은 방송사업매출액 200억 원 이상 250억 원 미만의 구간에 속해 있어, 매반기 72% 이내로 수중계 프로그램을 편성해야 한다. G1와 제주방송의 경우 전전년도 방송사업매출액이 100억 원 이상 150억 원 미만에 해당 돼, 76% 이내로 수중계 프로그램을 편성할

수 있다. 2021년에 비해 G1과 제주방송은 수중계 제한 비율이 소폭 감소했으나, 다른 지역 민방사의 경우 전년도와 동일한 수준이거나 다소 증가한 수치이다. 이에 따라, 울산방송과 전주방송의 경우 70%에서 72%로의 수중계 제한 비율의 상향과 함께 수중계 프로그램의 편성이 소폭 증가한 것으로 보인다. 그러나, 그 증가의 폭이 크지 않고, 1개년의 데이터이므로 편성 규제에 따라 수중계 프로그램의 편성 비율을 조정을 확인하기 위해서는 추가적 관찰이 이루어져야 한다.

〈표 2-19〉 연평균 지역민방의 수중계 프로그램 편성 현황

(단위: %)

		수중계 제한 비율	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022년 제한 비율	2022
1차 민방	KNN(부산)	69	67.9	67.1	68.0	67.8	65.9	67.7	68.0	67.0	66.2	69	66.0
	대전방송		68.6	68.7	68.5	68.7	65.6	66.4	67.9	66.8	67.5	70	69.0
	TBC(대구)		68.6	68.3	68.5	68.4	66.1	68.2	67.7	67.1	67.7	70	68.9
	광주방송		68.6	68.8	68.7	68.7	66.9	68.2	68.1	68.1	68.0	70	69.7
2차 민방	울산방송	71	70.8	70.7	70.8	70.8	71.0	70.2	70.6	69.8	70.4	72	71.5
	전주방송		70.4	70.3	70.3	70.5	70.8	70.4	70.2	68.9	70.0	72	71.1
	청주방송		70.6	70.7	70.4	70.4	70.3	69.5	70.2	69.5	69.2	72	70.9
3차 민방	G1(강원)	77	76.4	76.1	75.9	76.2	75.0	76.2	75.6	74.3	74.9	76	75.2
	제주방송		76.9	75.9	75.8	76.0	75.3	75.2	75.4	74.0	74.7	76	74.3

자료: 2014~2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

주: 2022년부터는 허가차수가 아닌 매출 규모에 따른 비율 규제를 받음

## 제 6 절 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제

### 1. 법령 및 고시현황

방송법은 국민문화의 정체성 보호, 방송 산업 및 연관 콘텐츠 산업의 육성을 위해 국내에서 제작된 콘텐츠를 의무적으로 편성할 것을 규정하고 있다. 이 규제는 각각 국내 제작 방송프로그램의 의무편성과 분야별(대중음악, 영화, 애니메이션) 국내제작물의 의무 편성, 국내제작 애니메이션의 신규 편성 규제를 포함한다. 이 연구에는 국내제작 애니메이션 신

규 편성 규제에 대해 집중적으로 살펴보고자 한다.

국내 애니메이션 산업의 진흥을 위해 지상파 방송사와 종합편성채널 및 일부 애니메이션 전문PP를 대상으로 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성할 것을 방송법에서는 규정하고 있다 (방송법 제71조 제3항). 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제는 지상파 방송사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 전체 방송 시간에서 대통령령으로 정하는 비율에 따라 국내제작 애니메이션을 신규로 편성할 것을 적시하고 있다. 다른 국내 제작물에 대한 편성규제와 달리 전체 방송시간을 기준으로 하고 있기 때문에 ‘국내 제작 애니메이션 신규 편성 총량제’라고 불리기도 한다. 방송법 시행령 제57조와 편성고시 제4조에서 그 구체적인 의무편성 비율을 정하고 있다. 해당 규정들에 따르면, 2023년 현재 지상파 3사는 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1% 이상을, EBS는 0.3%이상을, 지상파 DMB사업자의 경우 0.1% 이상을 국내 제작 애니메이션 신규 편성에 할애해야 한다. 지역의 지상파방송사업자의 경우 해당 규제의 적용을 받지 않는다. 다만, 지상파 DMB사업자에 대한 의무편성 규제는 2008년 개정된 편성고시 부칙에서 2009년까지 그 시행을 유예된 후, 시행시기를 결정되지 않아 여전히 적용이 유예된 상태이다.

2012년 방송법 및 시행령, 편성고시의 개정에 따라 국내 제작 애니메이션 신규 편성 총량제는 지상파방송사업자뿐만 아니라, 종합편성PP와 애니메이션 전문PP에 까지 그 적용 범위가 확대됐다. 종합편성PP의 경우 전년도 방송사업 매출액 규모에 따라 의무편성 비율이 차등된다. 전년도 방송사업 매출액이 500억원 미만의 방송사업자의 경우 전체 텔레비전 방송 시간의 0.3% 이상, 전년도 방송사업 매출액이 500억원에서 600억원 사이의 방송사업자의 경우에는 0.5% 이상, 전년도 방송사업 매출액이 600억원에서 700억원 사이의 방송사업자의 경우 0.7% 이상, 전년도 방송사업 매출액이 700억원 이상인 방송사업자의 경우 1% 이상 국내 제작 애니메이션을 신규 편성해야 한다. 2023년 기준 종합편성PP 4사 모두가 1% 이상의 국내 제작 애니메이션 신규 의무 편성 비율의 적용을 받는다. 또, 애니메이션 전문 PP의 경우 전년도 방송사업매출액 규모가 50억을 넘는다면, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 총량제를 따라야 한다. 애니메이션 전문PP 역시 그 매출 규모에 따라 0.3%에서 1% 사이의 의무편성 비율을 적용받는다.

〈표 2-20〉 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율

지상파		종합PP	애니전문PP	지상파 DMB
KBS, MBC, SBS	1% 이상	500억원 미만: 0.3% 600억원 미만: 0.5% 700억원 미만: 0.7%	50-100억원 미만: 0.3% 150억원 미만: 0.6% 200억원 미만: 0.8%	0.1% 이상 (시행 유예)
EBS	0.3% 이상	700억원 이상: 1%	200억원 이상: 1%	

〈표 2-21〉 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제 관련 법령

<p>방송법 제72조 (국내 방송프로그램의 편성)</p>	<p>...</p> <p>③ 지상파방송사업자·종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 및 연간 전체 방송시간 중 대통령령으로 정하는 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자는 해당 채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 시청률, 매출액 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 다만, 대통령령으로 정하는 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송사업자는 제외한다.</p> <p>...</p> <p>⑥ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 국내에서 제작된 방송프로그램 등의 구별기준은 대통령령으로 정하고, 편성비율은 방송매체와 방송분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.</p>
<p>방송법 시행령 제57조(국내 방송프로그램의 편성)</p>	<p>...</p> <p>③ 법 제71조제3항 본문에서 “대통령령으로 정하는 비율”이란 100분의 50을 말한다.</p> <p>④ 지상파방송사업자(법 제71조제3항 단서에 따라 「지역방송발전지원 특별법」 제2조제1항제2호의 지역방송사업자는 제외한다. 이하 이 항에서 같다), 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 및 연간 전체 방송시간 중 제3항에 따른 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자는 법 제71조제3항 본문에 따라 해당 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 해당 채널의 전체 방송시간의 1000분의 15 이하에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상 신규로 편성해야 한다. 다만, 다음 각 호에 해당하는 지상파방송사업자는 지상파텔레비전방송사업으로 허가받은 해당 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 해당 채널의 전체 방송시간의 100분의 1 이상 신규로 편성해야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 공사</li> <li>2. 「방송문화진흥회법」에 의한 방송문화진흥회가 최대출자자인 지상파방송사업자</li> <li>3. 직전 3개 사업연도의 평균 매출액이 3천억 원 이상인 지상파방송사업자</li> </ol>

방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제4조(신규로 편성되는 국내 제작 애니메이션의 편성비율)

- ① 방송사업자가 다음 각호의 분류에 따른 방송사업자군 내에서 국내제작 애니메이션을 최초로 편성하는 경우 이를 신규편성으로 인정한다.
1. 지상파방송사업자(지역방송발전지원특별법 제2조제1항 2호의 지역방송사업자는 제외한다.)
  2. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자
  3. 연간 전체 방송시간 중 100분의 50이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자
- ② 한국교육방송공사는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.
- ③ 지상파이동멀티미디어방송사업자는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 1 이상 국내에서 제작된 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.
- ④ 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 해당 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다.
1. 방송사업매출액 500억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상
  2. 방송사업매출액 500억원 이상 600억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 5 이상
  3. 방송사업매출액 600억원 이상 700억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 7 이상
  4. 방송사업매출액 700억원 이상 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 10 이상
- ⑤ 「방송법 시행령」 제57조제3항에 따른 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자로서 방송사업매출액이 50억원 이상인 사업자는 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다.
1. 방송사업매출액 50억원 이상 100억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상
  2. 방송사업매출액 100억원 이상 150억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 6 이상
  3. 방송사업매출액 150억원 이상 200억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 8 이상
  4. 방송사업매출액 200억원 이상 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 10 이상
- ⑥ 제4항 및 제5항 각호의 방송사업매출액은 「방송법」 제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다.

부칙 <제2008-135호, 2008. 12. 31.>

제1조(시행일) ③ 제4조(신규로 편성되는 국내제작 애니메이션의 편성비율)

는 에스비에스(SBS)를 제외한 지역 민영 지상파방송사업자와 지상파이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자에게 2009년까지 시행을 유예하되, 시행 시기는 따로 결정한다.

## 2. 규제의 변화와 주요 사업자 편성현황

### 가. 규제의 변화 연혁

국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제는 2005년 지상파 3사와 EBS를 대상으로 처음 실시됐다. 당시 국산 애니메이션이 안정적으로 노출될 수 있는 창구를 보장해 창작 애니메이션의 제작과 유통을 활성화하자는 취지로 시행됐다(고정민·김영재, 2010). 당시, 지상파 3사에는 전체 방송시간의 1% 이상을, EBS에는 0.3% 이상을 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성할 것을 규정했는데, 이 의무 비율은 변동 없이 현재까지 유지되고 있다. 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제는 그 대상을 확대하는 방식으로 변화해 왔다. 2012년 방송법 개정 등을 통해 추가된 규제 대상인 종편PP와 연간 전체 방송시간 중 50% 이상을 애니메이션으로 편성하는 애니메이션 전문PP에 대해서도 동일한 규제를 적용하고 있다. 종편PP와 애니메이션 전문PP의 경우 방송사업매출액에 따라 비율을 차등 적용한다.

비율 규제와 별도로 2010년에는 어린이 주시청시간대에 대한 가중치 조항이 새롭게 도입됐다. 어린이 주시청시간대에 국내 제작 신규 애니메이션을 편성하는 경우 편성 시간의 150%로 인정하는 가중치 제도가 실시되고 있다. 어린이 주시청시간대는 평일 7시-9시, 17시-20시, 주말 및 공휴일의 7시 30분-11시, 14시-20시이다.

〈표 2-22〉 국내제작 애니메이션 신규 편성 규제 변화 내역

대상	2005년	2008년	2011년	2012~현재
지상파 3사	1% 이상	1% 이상	1% 이상	1% 이상
EBS	0.3% 이상	0.3% 이상	0.3% 이상	0.3% 이상
지상파 DMB	0.1% 이상(유예)	0.1% 이상(유예)	0.1% 이상(유예)	0.1% 이상(유예)
종편PP	-	-	-	0.3~1%이상
애니전문 PP	-	-	-	0.3~1%이상

나. 주요 사업자 편성현황

지상파 방송사업자와 종편PP, 애니메이션 전문PP의 국내 제작 애니메이션 신규 편성현황을 살펴보았다 (<표 2-23>). 2013년부터 10년간의 추이를 살펴보면 시간에 따른 증감이나 방향성 있는 움직임 등은 관찰되지 않았다. 지상파와 종편PP 사업자들은 규제에서 정한 비율인 0.3 ~ 1.0%를 약간 넘는 정도의 비율로 국내 제작 애니메이션 신규 편성을 유지하고 있다. 어린이 대상 교육 프로그램을 중심의 편성을 하는 EBS만이 규제보다 유의미하게 많은 비율의 국내 제작 애니메이션 신규 편성을 실시하고 있었으나, EBS도 2013년과 비교하면 최근 그 비율을 줄이고 있다. 이러한 패턴을 살펴보면, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율은 규제에 의해 유지되고 있다는 것을 추론할 수 있다.

<표 2-23> 중앙 지상파 TV 및 종편PP 국내 제작 애니메이션 신규 편성현황

(단위: %)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
KBS1	1.07	1.01	1.05	1.10	1.04	1.03	1.04	1.02	1.03	1.02
KBS2	1.01	1.05	1.03	1.00	1.02	1.02	1.01	1.04	1.02	1.07
MBC	1.14	1.10	1.18	1.20	1.21	1.16	1.14	1.20	1.15	1.11
SBS	1.03	1.05	1.02	1.20	1.02	1.04	1.03	1.07	1.16	1.15
EBS	2.52	3.04	0.97	1.80	1.64	1.11	1.09	1.94	1.51	1.29
TV조선	0.30	0.50	1.03	1.01	1.36	1.56	1.70	1.08	1.03	1.01
채널A	0.30	0.30	0.78	1.17	1.16	1.24	1.70	1.64	1.53	1.55
JTBC	1.00	0.70	1.02	1.20	1.03	1.16	1.00	1.07	1.02	1.03
MBN	0.70	0.70	1.01	1.04	1.05	1.02	1.10	1.02	1.03	1.10

자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

주: 이 수치는 어린이 주시청시간대 가중치 적용 후 비율임

애니메이션 전문PP들의 국내 제작 애니메이션 신규 편성 현황도 함께 살펴보았다 (<표 2-24>). 애니메이션 전문PP의 경우 전전년도 방송사업매출 현황에 따라 다른 의무 편성 비율을 부여받는다. 전전년도 방송사업매출이 50억원 미만이라면, 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성할 의무에서 제외된다. 따라서, 매년 해당 규제의 적용을 받는 사업자 현황에 차이가 있다. 가장 매출 규모가 큰 투니버스가 지상파 등과 동일한 1%의 의무 편성 비율을 적용받는데 비해, 다른 애니메이션 전문PP 사업자들은 대체로 0.3% 수준의 의무 편성 비율을 적용받았다. 지상파와 종편PP 사업자들과 비슷하게, 애니메이션 전문PP 들도 몇몇

사업자들을 제외하고는 모두 의무 편성 비율을 미세하게 넘기는 수준의 편성 비율을 유지하고 있다. 시간의 흐름에 따른 변화도 관찰되지 않는다. 애니메이션 전문PP 역시 편성 규제에 따라 의무적으로 국내 제작 애니메이션을 신규 편성하고 있으며, 시장의 흐름이나 애니메이션 산업의 성장 등의 영향을 크게 받지 않는 것으로 보인다. 다만, JEI재능TV이 2019년부터 의무편성 비율보다 훨씬 높은 비율로 국내제작 애니메이션 신규 편성을 실시하고 있다. 2019년에는 1.15%, 2020년에는 2.18%, 2021년에는 4.22%, 2022년에는 3.56%로 지상파와 종편PP까지 포함한 규제 대상 사업자 중 가장 높은 비율의 국내 제작 애니메이션 신규 편성을 유지하고 있다. 이는 다른 방송사업자들과 차별되는 행보로 이에 대한 별도의 구체적인 케이스스터디가 이루어질 필요가 있다.

〈표 2-24〉 애니메이션 전문PP 국내 제작 애니메이션 신규 편성현황

(단위: %)

	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율	의무 비율	편성 비율
채프	0.30	0.40	0.30	0.40			0.30	0.47	0.30	0.35										
애니원	0.60	0.60	0.30	0.40	0.30	0.44	0.30	0.31	0.30	0.38	0.30	0.43	0.30	0.42	0.30	0.31	0.30	0.52	0.30	0.48
투니 버스	1.00	1.90	1.00	2.00	1.00	1.34	1.00	1.53	1.00	2.03	1.00	1.41	1.00	1.77	1.00	1.19	1.00	1.27	1.00	1.02
JEI재능 TV	0.30	0.40	0.30	0.50	0.30	0.32	0.30	0.36	0.30	0.33	0.30	0.44	0.30	1.15	0.30	2.18	0.30	4.22	0.30	3.56
애니 플러스					0.30	0.32	0.30	0.13												
디즈니 채널					0.30	0.23	0.60	0.64	0.60	0.82	0.60	0.89	0.60	0.70	0.60	0.78	0.30	0.41		
어린이 TV					0.30	0.31														
카툰네트 워크(CN)					0.30	0.35	0.30	0.38	0.30	0.55	0.30	0.51	0.30	0.52	0.30	0.35	0.30	0.34	0.30	0.35
애니 맥스					0.30	0.33	0.30	0.55	0.30	0.33	0.30	0.31	0.30	0.37	0.30	0.48	0.30	0.43	0.30	0.48
디즈니 주니어							0.30	0.33												
키즈톡톡 플러스							0.30	0.40	0.30	0.31										
대교 어린이TV							0.30	0.30	0.30	0.61	0.30	0.51	0.30	0.52	0.30	0.36	0.30	0.72	0.30	0.45

자료: 2014-2023년 <방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사> 재구성

주: 이 수치는 어린이 주시청시간대 가중치 적용 후 비율임

2023년에 발행된 애니메이션산업 백서에 따르면, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제를 통해 2022년에 새롭게 편성된 애니메이션 수는 아래 <표 2-25>와 같다. 2022년 해당 규제를 통해 신규로 편성된 애니메이션은 총 211편으로, 가장 많은 수의 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성한 방송사는 KBS1로 36편을 편성했다. 다음으로 JEI재능TV가 35편을 편성해 뒤를 이었다. 전체 방송시간의 1% 이상 비율을 적용받는 지상파와 종편PP의 경우 10편 내외의 국내 제작 애니메이션을 신규 편성했고, 2022년에 0.3% 이상 비율을 적용받은 애니메이션 전문PP들은 최소 3편 이상의 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성했다. KBS1과 투니버스는 신규 편성한 애니메이션 수는 많으나 편성 비율은 의무 편성 비율인 1%를 조금 넘기는 수준으로, 단편이나 짧은 분량의 애니메이션을 다수 편성한 것으로 보인다. JEI재능TV가 편성 규제를 뛰어 넘는 적극적인 국내 애니메이션 신규 편성을 하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2-25> 2022년 국내 제작 애니메이션 신규 편성 현황 - 지상파, 종편PP, 애니메이션 전문PP

구분	방송사	신규 편성 애니메이션 수 (편)	편성 비율 (%)
지상파	KBS1	36	1.02
	KBS2	14	1.07
	MBC	11	1.11
	SBS	10	1.15
	EBS	14	1.29
종편PP	TV조선	11	1.01
	채널A	14	1.55
	JTBC	8	1.03
	MBN	11	1.10
애니메이션 전문PP	투니버스	25	1.02
	대교어린이TV	7	0.45
	애니원	4	0.48
	애니맥스	8	0.48
	카툰 네트워크(CN)	3	0.35
	JEI재능TV	35	3.56
합계		211	

자료: 2023 애니메이션 산업 백서, 2023 방송평가 기반조성 방송사업자 편성현황 조사  
 주: 이 수치는 어린이 주시청시간대 가중치 적용 후 비율임

## 제 3 장 현행 편성규제 문제점

이 장에서는 오락 프로그램 편성 비율 규제, 순수 외주제작 프로그램의 의무 편성 비율 규제, 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제, 지역방송 수중계 프로그램 비율 규제, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제의 문제점을 살펴보았다. 문제점은 규제의 정당성 및 합목적성, 규제의 적용에 있어 사업자들이 경험하는 불편 등을 종합적으로 제시했다. 이 장에서 언급된 이해관계자 및 전문가가 참여해 3회 진행된 분과회의와 관련 전문가들로 이루어진 연구위원들과의 3회에 걸친 연구반 회의를 통해 수렴된 의견을 기반으로 작성됐다. 더불어 방송산업실태조사, 방송영상 산업백서 등 관련 통계자료와 기 발간된 선행연구들이 주장의 근거로 사용됐다.

### 제 1 절 오락 프로그램 편성 비율 규제

#### 1. 이해관계자 및 전문가 의견

현행 오락 프로그램 편성 비율 규제에 대해 이해관계자인 방송사업자 및 전문가의 의견을 수렴했다. 방송사업자들은 현행 규제의 실효성에 대해 문제제기를 했다. 먼저 오락 프로그램 편성 비율 규제가 규제 대상 사업자들의 편성 행위를 통제하는 효과는 크지 않다는 주장이다. 해당 규제 외에도 오락 프로그램 등 분야별 조화로운 편성은 방송평가와 재승인·재허가 심사 등을 통해 규제되고 있고, 이러한 제도들이 편성 비율 규제에 보다 방송사들의 편성 행위에 더 많은 영향을 미친다. 편성 비율 규제는 방송평가 및 승인·재허가 심사에 중복될 뿐이라 이 비율이 사업자들의 편성에 크게 영향을 미치는 것은 아니라는 의견이다. 이에 대한 예로 한 방송관계자는 “2022년에 오락 프로그램 편성 비율이 매반기 50% 이내에서 60% 이내로 완화됐다고 하지만, 규제 완화 전 재승인 심사를 받은 사업자의 경우 승인 시 기준에 맞춰 5년치 편성 계획을 제출했고 그에 따라야 하기 때문에 완화의 실익을 누리지 못한다”라고 말하기도 했다. 다른 방송사들도 다른 제도에서 규제되고 있으므로, 2022년부터 완화 적용된 오락 프로그램 편성 제한 비율의 실익을 느끼지 못한다

고 말했다. 또, 방송사들이 편성을 하는 것은 각자 자신의 강점을 살려서 하는 것으로 오락 프로그램 편성 비율이 증가했을 때, 만약 오락 프로그램이 그 방송사의 강점이라면 오락 프로그램을 늘리려고 하겠지만, 그렇지 않다면 일부러 증가하고자 하진 않는다고 답했다. 한 지상파 사업자는 “오락 비율이 완화되어도 오락으로 쏠리지 않을 것이다. 최근 강연과 강의 프로그램이 늘어났는데, 이는 시청자들이 원하는 바가 달라졌기 때문이다. 트렌드가 어떻게 변하는지에 따라 방송사들은 안정적 수익이 확보될 수 있는 장르를 더 많이 만든다”고 말하기도 했다.

또한, 보도·교양·오락의 삼분류에 모호함에 대한 지적도 있었다. 방송사업자들은 <꼬리에 꼬리를 무는 그날의 이야기>를 어떤 장르로 분류할 것인지, <냉장고를 부탁해>가 교양 프로그램으로 분류된 사례 등을 예로 들며 이 분류의 모호함을 지적했다. 한 사업자는 장르 분류가 방송사에서 자율적으로 하는 것이기는 하지만 민감한 이슈이기도 하다며, 보는 사람에 따라 기준이 달라지는 것도 문제라고 말했다. 한 방송사 관계자는 “재미없는 교양을 많이 방영하는 것을 ‘균형 있는 편성’ 기제가 목표하는 것은 아니라고 생각한다. 교양 프로그램도 제작비를 많이 들이면 재미있게 만들 수 있는데 오락에 비해 광고에 대한 계약이 많이 제작에 어려움이 많다. 그래서 교양으로 분류하지 못하는 것도 있다”는 의견을 개진하기도 했다.

사업자들이 전반적으로 지상파와 종편PP에게만 과도한 규제가 적용되어 OTT 등과 공정하게 경쟁하지 못하고 있다고 주장했다. 오락 프로그램의 단순한 제한이 미치는 영향보다는 그 내면에 있는 장르에 대한 구분의 문제와 그와 연계된 광고 등의 기타 규제들이 미치는 영향에 대한 문제점도 다수 언급됐다.

이에 전문가들은 방송법 상 종합편성 사업자로 허가과 승인을 받은 사업자들은 종합편성을 해야 하므로 특정 장르에 편중된 편성을 해서는 안되는 것이 원칙이지만, 이 비율을 칸막이 식으로 규제하는 것은 과도할 수 있다는 의견을 제시했다. 전 세계에서 한국만이 유일하게 오락 프로그램을 제한하고 있어 과도한 측면이 있다는 의견도 있었다. 한 전문가는 OTT 등과 경쟁하는데 방송사업자들이 겪고 있는 고충이 있을 것이라 보며, 전반적으로 탈 규제의 방향을 가지는 것에는 긍정적이지만, 너무 OTT 사업자의 형식의 따르는 것도 바람직한 방향은 아니라고 본다고 말했다. 궁극적인 목표가 무엇인지에 집중해서 시청자의 편익을 증대할 수 있는 양질의 콘텐츠를 제공할 수 있는 방향으로 규제를 개편해야

한다는 의견이다. 그러므로 방송법 상에 존재하는 “조화로운 편성”의 문항은 선언적으로라도 남겨두어야 한다고 의견을 주었다.

## 2. 편성 규제에 대한 문제점

편성 규제의 가장 궁극적인 목적은 시청자에게 다양한 선택권을 보장해 공익을 추구하는 것이다. 다양성을 확보하기 위해서 방송사들의 자유로운 편성의 권리를 일부 제한하는 것이다. 이 목적으로 나온 가장 대표적인 규제가 오락 프로그램에 대한 편성 비율 규제이다. 종합편성 방송 사업자들이 하나의 장르에 편중되지 않도록 다양한 프로그램을 제공해 ‘종합편성’의 취지를 구현하도록 유도한다. 오락 프로그램 편성 비율 규제에 대한 비판은 방송사의 자유를 제한하는 비용만큼 이 규제로서 달성할 수 있는 다양성 확보의 효과가 크지 않다는 데서 출발한다.

그 이유는 첫째, 현재 오락 프로그램의 비율 규제가 규제 대상자인 방송사업자들의 분야별 편성 행위에 미치는 영향력이 미비하다는 것이다. 방송사업자들과의 인터뷰에서 사업자들은 어떤 장르의 프로그램을 주로 편성할 것이냐는 각 방송사의 경영 전략이나 타깃 시청자 및 광고주, 제작 역량에 따라 결정되는 것이지, 규제에 따라 결정되지 않는다고 말했다. 과거 오락 프로그램의 편성 비율 제한이 도입될 때는 방송사업자들이 이러한 상업적 수익 추구를 위해 시청자 확보 및 광고 확보가 유리한 오락 프로그램의 편성을 더 많이 할 것이라 예상했다. 그러나 현재 보도·교양·오락 각 분야별 편성 현황을 살펴보면, 방송사업자의 인터뷰처럼 오락 프로그램의 뚜렷한 선호는 관찰되지 않는다. 이는 다채널 다매체 시대의 방송 시청자들의 선호와 니즈가 세분화되고 분절화되면서, 하나의 장르를 고집하는 것보다 가능한 다양한 시청자들을 확보할 수 있도록 다양한 장르, 분야의 프로그램을 편성하는 것이 유리하기 때문이다(정지영·유세경, 2015). 또한, 오락 프로그램의 제작비용이 타 보도나 교양 프로그램에 비해 높고, 지속적인 제작비 상승이 이루어지고 있는 현실에서 방송사업자가 오락 프로그램을 과도하게 편성하고자 할 유인은 많지 않다.

둘째, 보도·교양·오락을 구분하고 있는 장르의 정의가 모호하다는 문제제기가 있다. 이는 여러 연구 및 보고서에서 지속적으로 제기되는 문제이다(김남두 외, 2019; 심홍진·정은진, 2020; 심홍진 외, 2021). 방송법 시행령 제50조 제2항에서 각 장르에 대한 정의를 제시

하고 있으나, 그 정의가 모호하고 해석의 여지가 많이 존재한다. 보도 관련 프로그램은 국내의 정치·경제·사회·문화 등의 전반에 관하여 시사적인 취재·보도·논평 또는 해설 등의 방송 프로그램을, 교양 관련 프로그램은 국민의 교양 향상 및 교육을 목적으로 하는 방송 프로그램과 어린이·청소년의 교육을 목적으로 하는 방송 프로그램을, 오락 관련 프로그램은 국민 정서의 함양과 여가생활의 다양화를 목적으로 하는 방송 프로그램이라고 매우 느슨하게 정의하고 있다. 편성규제의 준수 여부 확인을 위해 각 분야의 편성 비율을 산정할 때, 각 분야의 프로그램 분류는 방송사들이 해당 법령에 기초하여 스스로 결정해 보고한다. 모호한 기준과 방송사의 자체적인 해석이 더해져 명확한 기준 없이 분류가 이루어지고 있다. 실제로 모호한 기준을 이용한 “교양의 탈을 쓴 오락 프로그램”이 등장하는 경우가 발생하기도 한다(강주일, 2013.09.09.).

이러한 장르 구분의 모호함은 최근 방송 콘텐츠의 포맷이 다양해지고, 콘텐츠 형식의 융합, 혼합이 등장하며 더욱 심화되고 있다(심홍진 외, 2021). 예를 들어, tvN의 <차이나는 클라스>와 같은 연예인들이 출연하는 대중 강의식 프로그램이라든지, SBS의 <꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기>와 같이 교양적인 내용을 연예인들과 함께 풀어가는 식의 소위 에듀테인먼트(edutainment), 인포테인먼트(infotainment) 형식의 프로그램들이 다수 등장하고 인기를 얻고 있다(박동선, 2012.12.01.). 이런 프로그램을 교양으로 볼 것인지, 오락으로 볼 것인지는 관점에 따라 달라질 수 있다. 형식의 융합과 장르 간 경계의 파괴는 점점 더 많은 분야에서 더욱 빈번하게 일어나고 있다. 항상 새로운 것에 대한 니즈를 갖고 있는 시청자들을 만족시키기 위해 방송사들은 더 다양한 장르의 개발과 실험을 할 것이다. 이러한 현실에서 보도·교양·오락 프로그램을 분류하고, 이들의 편성 비율을 규제하는 것이 실효성이 있을지에 대해서는 의문을 던질 수 밖에 없다(배진아, 2020). 오히려 경직된 이러한 분류 체계가 새로운 포맷의 출현을 막고, 제작자들의 자유로운 창작을 방해함으로써 방송 콘텐츠 제작의 경쟁력을 저하시키고 결론적으로 다양성 추구가 어려워지는 역효과로 이어질 수 있다는 지적도 있다(심홍진 외, 2021).

셋째, 이 규제가 조화로운 편성을 직접적으로 규제하지 않고, 오락 프로그램의 편성 비율만을 제한하고 있다는 점에서 문제제기를 할 수 있다. 다양성 추구를 위한 조화로운 편성을 목표로한다면, 여러 가지 장르가 다양하게 존재할 수 있는 방식의 규제를 펼쳐야 하지만, 현재는 오락 프로그램이 과도하게 많은 비율을 차지하지 않도록만 규제하고 있다. 현

재 규제에 따르면, 이론상으로는 보도 프로그램만으로 전체 방송시간을 채운다거나, 교양 프로그램으로만 방송시간을 채운다거나 하는 식의 편성도 가능하다. 물론 시청자를 확보해야 하는 방송사업자들이 이러한 극단적인 편성을 할 가능성은 낮지만, 이론상은 가능하다. 실제로 이해당사자 및 전문가들과의 분과회의에서 오락 프로그램보다 제작 비용이 적게 드는 저품질의 교양 프로그램의 편성 비율이 높아질 수 있다는 우려를 제기하기도 했다. 다시 말해, 오락 프로그램을 제한하는 것을 직접적으로 시청자에게 다양성을 제공하는 것이 아니다. 분야별 편성 규제에서 오락 프로그램의 편성 비율을 중점적으로 제한하게 된 데는 과거 오락 프로그램을 보도 프로그램이나 교양 프로그램에 비해 “공익적인 못한”, “낮은 품질”, 또는 “상업적인” 장르로 보는 편견이 있었기 때문이다(배진아, 2020; 심홍진 외, 2021; 홍원식, 2020). 그러나 공익성이 높고 사회적으로 의미 있는 반향을 일으키는 오락 프로그램도 있고, 반대로 저품질의 신변잡기적 가십만을 전달하는 교양 프로그램도 존재한다(배진아, 2020). 오락 프로그램을 보도나 교양 프로그램 대비 저급한 것으로 보는 전제는 더 이상 설득력이 없다.

## 제 2 절 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제

### 1. 이해관계자 및 전문가 의견

순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제와 관련해서는 구매자 측인 방송사업자와 판매자 측인 외주제작사의 이해관계에 따라 입장이 갈린다. 전반적으로 방송사업자들의 의견은 1) 현재의 외주제작 시장은 방송사가 값이고 외주제작사가 올이던 시대에서 달라졌으며, 더 이상 외주제작사는 보호의 대상이 아니며, 2) 전체시간 쿼터와 주시청시간 쿼터가 중첩되어 부담이 가중되고, 3) 현재의 순수 외주제작 프로그램 인정에 대해 여러 의견이 있고, 증빙을 위한 절차들 불편하다는 의견이다. 외주제작사들의 의견은 1) 방송사를 움직일 수 있는 협상력을 가진 외주제작사들은 일부일 뿐, 대다수는 방송사보다 열위에 있는 보호가 필요한 사업자들이고, 2) 현재 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제가 실제로 외주제작사들을 육성하는 데는 부족하며, 3) 순수 외주제작 프로그램 편성 의무 비율이 없어질 경우 방송사들의 특수관계자 제작이 늘어날 것이라는 의견이다.

방송사업자들은 특히 현재의 순수 외주제작 프로그램 인정 기준과 이에 따른 편성 규제가 변화하고 있는 여러 제작 방식을 반영하지 못한다고 말한다. 한 방송관계자는 “현재 순수 외주제작 인정 기준 5가지 요건이 얼마나 현실성이 있는지 모르겠다”며, 공동제작과 순수 외주제작의 경계가 모호하다고 지적했다. 또 다른 지상파 방송 관계자는 현재의 순수 외주제작 규제는 제작 구도를 방송사가 제작사에게 맡기는 도급계약 형태로만 생각하고 이에 대해서만 규제가 있다고 비판했다. 외주제작사가 자생할 수 있도록 하기 위해서는 방송사에서 제작비를 지급한 후, 외주제작사가 자율적으로 제작할 수 있도록 해야 하는데, 현재는 순수 외주제작의 요건이 맞추기 위해 방송사가 이런 저런 요구를 할 수 밖에 없고 그 사이에서 여러 문제가 발생한다는 것이다. 또 방송사가 가지고 있는 시설과 외부의 제작 인력 및 능력, 외부 투자 등이 합해져 제작되는 경우가 많은데 이런 방식의 제작은 공동제작 표준계약서도 없고, 순수 외주제작으로는 인정받지 못하니, 불합리하다는 것이다. 비슷하게 다른 방송국의 관계자는 “방송사에서 스튜디오들이 분사하고 있고, 이들 중심의 제작들이 늘어나고 있다. 공동제작 등 다양한 제작 형태가 순수 외주에 포함되지 않는다면, 수년 내로 다수의 방송사가 해당 규제를 준수하지 못하는 상황이 발생할 수 있다”고 현재 상황에 대해 설명했다.

또, 한 방송관계자는 외주제작으로 인해 퇴화하고 있는 방송사 자체제작 역량에 대해서도 언급했다. 이 관계자는 “방송사 소속의 PD들이 설 자리가 줄어들고 있다. 외주제작이 늘어나면서 방송사 소속 PD들은 입봉도 못하고, 소위 관리형 PD가 되는 경우가 많다. 간혹 성공한 작품을 만든 PD는 대형 외주제작사로 이직하는 일도 많다”며 인력 유출에 대한 우려를 표명하기도 했다.

반면에 외주제작사 측에서는 순수 외주제작 프로그램의 편성 규제가 실질적으로 외주제작사들을 육성하는 방향으로 기능하지 못하는 점을 문제점으로 꼽았다. “현행의 비율 규제를 방송사들이 소위 ‘무늬만 외주’인 외주 프로그램을 편성하거나, 중앙사와 지방방송사 간의 거래를 이용한다거나 하는 여러 문제가 있다”며, 지금 순수 외주제작 프로그램 편성 비율을 지키고 있는 것이 실질적인 ‘순수’ 순수 외주제작인지 면밀히 검토해보아야 한다고 말한다.

특히, 드라마 외의 교양 및 다큐멘터리의 외주제작사들은 여전히 프로그램 편성을 받지 못해 어려움을 겪고 있다고 말한다. 교양이나 다큐멘터리 프로그램은 제작 지원을 받은

웹페이지 작품도 편성할 곳이 없는 실정이라는 것이다. 현재의 제도가 유명무실해진 것은 시청각 콘텐츠 생태계 환경의 변화로 인한 것이지 규제의 필요성이 없어진 것이 아니므로 규제는 계속해서 유지해야 한다는 주장이다.

또 제작사협회 측에서는 방송사는 순수 외주제작의 편성 비율만 맞추면 되기 때문에 이것이 제작사로의 투자로 이어지는 것은 아니라는 지적을 한다. 방송사가 제작사에 투자하는 제작비는 증가하지 않는데, 전체 프로그램 제작비는 점점 증가하고 있기 때문에 결국 PPL로 모자란 제작비를 충당하게 된다는 것이다. 또 비드라마의 경우 외주제작사들이 저작권 등의 권리를 가지지 못하는 것에 대한 문제도 제기했다. 현행 순수 외주제작 프로그램 편성 비율 규제들은 이러한 문제점의 해결에 기여하지 못한다는 것이다.

이에 대해 전문가들은 현재 방송 환경이 경험하고 있는 변화에서 기존과 가장 다른 것은 글로벌 플레이어가 시장 안에 들어와 있다는 것이라며, 이 글로벌 플레이어들에 인해서 제작 자원, 인력 등의 굉장한 쏠림 현상이 발생하고 있다고 진단했다. 이런 현상으로 인해 국내 플레이어들이 생존하기 어려운 환경이 되고 있다며, 이들의 제작과 편성 자율성을 확보하는 방향으로의 규제 전환이 필요하다고 말했다. 글로벌 플레이어에 대항하는 국내 자체 제작 역량을 끌어올릴 수 있도록 다변화된 제작의 형식을 반영할 수 있는 규제가 필요하다는 점을 강조했다. 특히 규제 해소가 아닌 새로운 판을 짜는 것이 중요하며, 제작사를 보호하기 위한 배려가 아니라, 실질적으로 시장을 활성화시키는 정책이 필요하다는 지적을 했다. 양적 규제는 시장에 긍정적인 영향을 미치지 못하므로 질적 규제로의 전환을 검토해야 한다는 것이다.

## 2. 편성 규제에 대한 문제점

순수 외주제작 프로그램 편성 규제는 산업적 목적을 띠고 도입됐다. 외주 제작사를 지원함으로써 전반적인 영상 제작 산업의 진흥과 방송 프로그램의 제작 다양성 확보가 그 목표이다. 산업적 목적이 뚜렷한 이 규제가 산업적 성과로 이어지지 않는다면 방송사업자의 동의를 이끌어내기 어렵고, 방송사업자들의 자율성 침해로 해석될 수 있다(홍원식, 2020). 따라서 이 규제가 방송사업자들의 제작 주체 선정의 자율성을 제한해서 발생하는 방송사업자들의 이익 침해만큼 외주 제작사들을 성장시키고 있는지 파악할 필요가 있다.

즉, 외주제작 시장의 성장을 살펴볼 필요가 있다.

아래 <표 3-1>과 [그림 3-1]은 방송영상독립제작사의 사업체 수, 매출액, 종사자 수를 2012년부터 2021년 10년간 정리한 것이다. 표와 그림에서 보듯이 방송영상독립제작사, 즉 외주제작사는 지난 10년간 꾸준히 성장해 왔다. 사업체 수의 증가는 약간의 부침이 있으나 2012년 516개였던 것에 비해 2021년 732개 업체로 200여 개 이상 새롭게 생겨났고, 이 업체들에서 일하고 있는 종사자수는 2012년에 비해 2021년 2배 가까이 증가했다. 특히, 매출액의 성장이 주목할 만하다. 외주제작사들의 전체 매출액 역시 괄목할 만한 성장을 보여준다. 단순히 사업체가 증가해 매출액이 증가한 것이 아니라, 사업체당 평균 매출액, 종사자 1인당 평균 매출액도 꾸준히 증가해왔다.

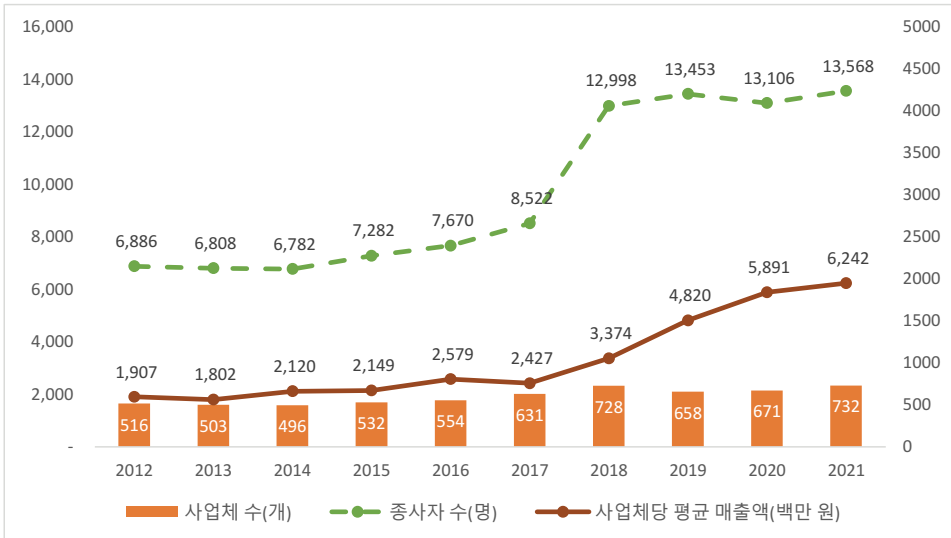
이러한 성장을 순수 외주제작 프로그램의 의무편성 규제 때문이라고 말할 수는 없다. 넷플릭스 등의 OTT 플랫폼의 한국 진출로 프로그램의 구입처가 증가했고, 전반적으로 영상 콘텐츠의 유통이 증가한 미디어 환경 변화가 가장 큰 영향을 미쳤을 것이다. 최근 몇 년 간은 코로나19 팬데믹으로 인해 실내 활동이 늘어나면서 영상 콘텐츠 수요가 증가한 것도 간과할 수 없다. 다양한 변인이 존재하는 상황에서 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제의 영향력을 독립적으로 파악하기는 쉽지 않다.

<표 3-1> 방송영상독립제작사 산업 총괄 현황

연도	사업체 수(개)	매출액 (백만 원)	사업체당 평균 매출액 (백만 원)	1인당 평균 매출액 (백만 원)	종사자 수(명)	사업체당 평균 종사자 수(명)
2012	516	984,070	1,907	143	6,886	13
2013	503	906,230	1,802	133	6,808	14
2014	496	1,051,715	2,120	155	6,782	14
2015	532	1,143,498	2,149	157	7,282	14
2016	554	1,428,813	2,579	186	7,670	14
2017	631	1,531,422	2,427	180	8,522	14
2018	728	2,456,536	3,374	189	12,998	18
2019	658	3,171,316	4,820	236	13,453	20
2020	671	3,952,961	5,891	302	13,106	20
2021	732	4,569,106	6,242	337	13,568	19

자료: <2022 방송영상산업 백서>

[그림 3-1] 방송영상독립제작사 산업 규모 추이



자료: <2022 방송영상산업 백서>

그러나 이 논의의 핵심은 순수 외주제작 프로그램 편성 규제가 영상 콘텐츠 외주제작 시장의 상황에 따라 외주제작사에 대한 지원과 보호가 필요성이 있었기 때문에 도입됐다면, 현재도 여전히 그 필요성이 유효한지이다. 2023년 현재도 외주제작사들은 지원과 보호가 필요한 상황인가에 대해 확인해야 한다. 앞서 언급한 바와 같이 외주제작 산업 규모는 매출액 기준 4배 이상의 성장을 한 것으로 보인다. 외주제작사 중에는 콘텐츠 제작 능력과 자본의 규모, 시장 내의 영향력의 측면에서 방송사업자보다 훨씬 경쟁력이 있는 것으로 평가받는 사업자도 있다(배진아, 2020). 이에 따라 해당 규제의 목적이 일정 부분 달성되었다는 평가가 있다(심홍진 외, 2021). 반면에 지상파 방송사나 종편PP들은 시청자의 이탈과 함께 광고수익이 매해 감소하고 있고, 이에 따라 경영의 어려움을 호소하고 있다. 따라서, 규제가 도입 시기 설정했던 목표를 달성했다면, 방송사업자의 자율성을 보장하는 원칙으로 돌아가야 한다고 주장하기도 한다.

또, 방송사업자들이 외주제작사에 지나치게 의존하며 제작 역량을 잃어가고 있다는 문제제기도 있다. 프로그램 제작의 외부의 업체에 위탁하는 것이 제작비의 절감이나 효율성 뿐만 아니라 새로운 관점 및 아이디어의 확장 등의 차원에서도 유리한 측면이 많았다. 특

히 드라마 제작에 있어서 방송사업자들은 많은 부분을 외주제작사에 의존했다(이홍우·장하용, 2020). 이러한 흐름이 방송사 내 제작 인력의 외주제작사로의 유출, 제작 역량의 정체로 이어졌다는 것이다(이홍우·장하용, 2020; 주정민 외, 2017). 이러한 현실은 외주제작사의 지원보다는 방송사업자들의 제작 역량 제고에 관심을 가져야 한다는 주장을 할 수 있게 한다.

그러나 이러한 외주제작 시장의 성장에 대해 다른 관점의 주장도 존재한다. 외주제작 시장이 성장한 것은 사실이나, 그 성장은 일부 대형 외주제작사들의 등장과 그들의 매출 신장에 기댄 것이기 때문에, 여전히 많은 외주제작사들은 영세한 규모이고, 지원이 필요한 상황이라는 것이다(주정민 외, 2017). 이들 영세한 사업자들은 순수 외주제작 프로그램의 의무 편성 규제가 사라지면 존립이 어려워진다고 말한다. 실제로 외주제작사들의 사업체 규모별 매출액을 살펴보면(〈표 3-2〉, [그림 3-2]), 연매출 100억원 이상의 대규모 사업자들은 2017년부터 2021년까지 꾸준히 매출액이 증가하고 있지만, 100억원 미만의 여러 사업자들은 매출 규모가 성장하고 있지 않다. 특히, 사업체 수의 증가 속도보다 매출 증가 속도가 느려 사업체 당 평균 매출은 오히려 줄어드는 것으로 보이기도 한다. [그림 3-3]은 방송영상독립제작사의 전체 매출에서 규모별 사업체군의 매출이 차지하는 비율을 그린 것이다. [그림 3-3]에서 보듯이 2017년과 비교해 2021년에 연매출 800억원 이상의 기업이 비중이 크게 증가했다. 2017년에는 100억원 이상의 규모의 사업체들이 전체 매출에서 차지하는 비중이 63.6%였던 것에 비해 2018년에는 79.5%를 차지한다. 소규모 사업들의 상황은 여전히 좋지 않고, 오히려 시장에서 입지가 더욱 좁아졌다고 할 수 있다. 시장의 양극화가 심화되고 있다.

이렇기 때문에 여전히 외주제작사들은 정책적 지원과 보호가 필요하다고 말할 수 있다. 그러나 순수 외주제작 프로그램의 의무 편성 규제가 작은 규모의 외주제작사들이 자생할 수 있도록 보호하고 산업의 건강한 성장을 도모하는 규제인가에 대해서는 문제제기를 할 수 있다. 현재의 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제는 몇 가지 가치를 주는 것이라는 간접적인 장치를 통해 영세한 외주제작사들을 지원하고, 외주제작사의 권익을 보호하고자 하고 있지만, 이를 제외하고 규제 자체는 단순히 순수 외주제작 프로그램을 편성하는 것만을 유도하고 있다. 대형 드라마 제작사의 프로그램을 편성하는 것도 규제에서 요구하는 비율을 채우는 것이 된다. 이는 실제 외주제작 시장에서 필요로 하는 지원과 보호

와는 차이가 있다. 기계적인 의무 비율 규제는 대형 외주제작사로의 쏠림뿐만 아니라, 교양 및 다큐 등의 영세한 외주제작사로의 제작비 감축과 외주제작사들의 지나친 비용 절감 경쟁으로 외주제작 환경에 악영향을 미쳤다는 분석도 있다(오형일 외, 2019; 이홍우·장하용, 2020). 드라마의 제작비가 상승하면서 방송사들이 드라마 외의 외주제작에는 비용을 줄이고자 하고, 이에 따라 외주제작사들이 과도한 경쟁이 붙으며 인건비 및 각종 비용을 줄여 제작 환경이 열악해지는 결과로 이어졌다는 것이다(오형일 외, 2019; 이홍우·장하용, 2020). 실제로 <표 3-3>에서 보듯이 지상파 방송사들은 2013년부터 2016년까지는 순수 외주제작비를 늘려왔으나, 2016년 이후부터는 감축하는 모습을 보인다. 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제가 외주제작사들에게로의 투자 증가로 이어지지 않았다는 방증이다. 이러한 현실을 바탕으로 현재의 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제는 외주 제작 산업을 발전시키고자 하는 산업적 목적을 달성하는 데 적합하지 않다는 주장할 수 있다(이홍우·장하용, 2020). 이와 더불어 과연 산업을 진흥하고, 성장을 지원하는 것을 누른가의 자유를 제약하는 규제로서 달성하는 것이 합리적인가, 또 합당한가에 대한 원론적인 문제제기도 남아있다(배진아, 2020).

〈표 3-2〉 방송영상독립제작사 사업체 규모별 매출액

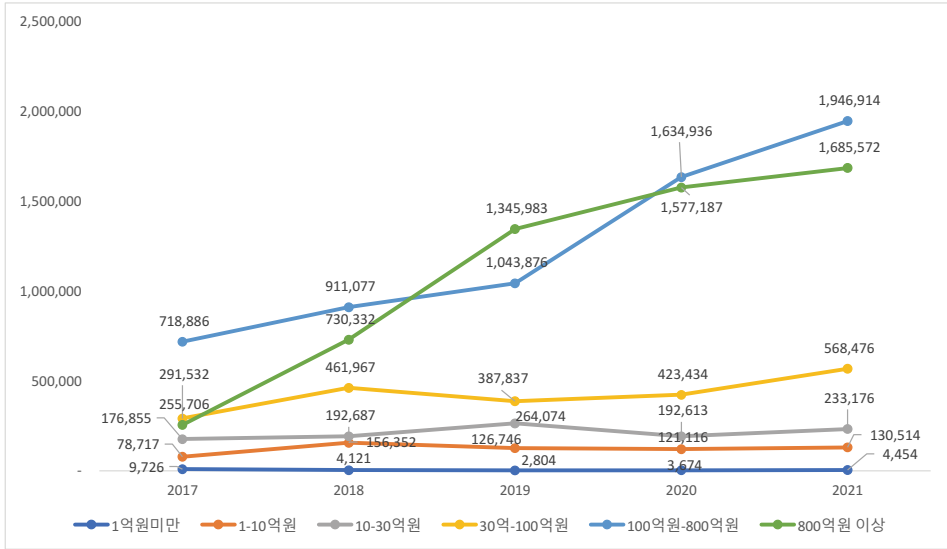
(단위: 백만 원, 개)

		2017	2018	2019	2020	2021
1억 원 미만 사업체	총매출액	9,726	4,212	2,804	3,674	4,454
	사업체수	237	96	73	98	115
1억-10억 원 미만 사업체	총매출액	78,717	156,352	126,746	121,116	130,514
	사업체수	205	376	300	304	305
10억-30억 원 미만 사업체	총매출액	176,855	192,687	264,074	192,613	233,176
	사업체수	100	109	155	119	134
30억-100억 원 미만 사업체	총매출액	291,532	461,967	387,837	4,423,434	568,476
	사업체수	54	98	73	85	105
100억-800억 원 미만 사업체	총매출액	718,886	911,077	1,043,872	1,634,936	1,946,914
	사업체수	34	47	54	62	69
800억 원 이상 사업체	총매출액	255,706	730,332	1,345,983	1,577,187	1,685,572
	사업체수	1	2	3	3	4

자료: <2022 방송영상산업 백서>

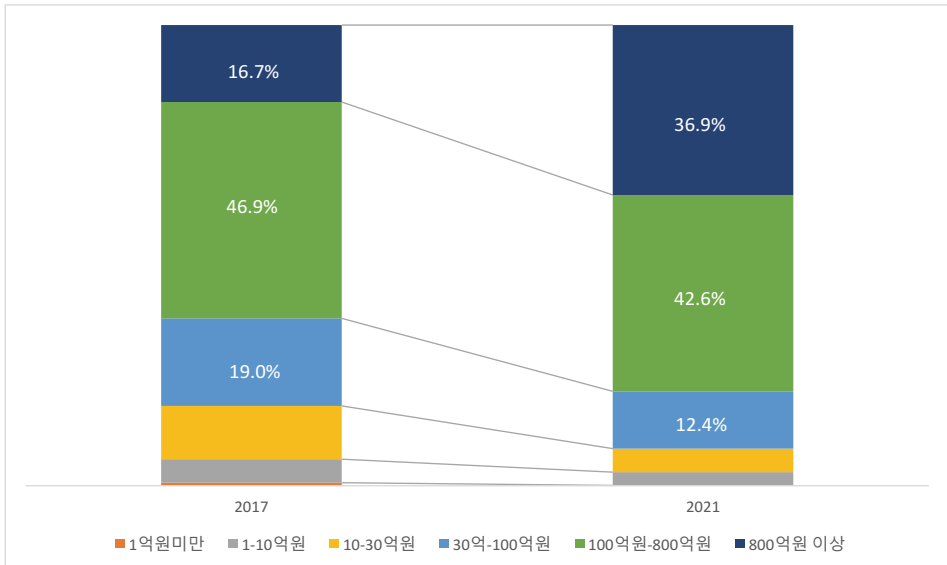
[그림 3-2] 방송영상독립제작사 사업체 규모별 매출액 추이

(단위: 백만 원)



자료: <2022 방송영상산업 백서>

[그림 3-3] 2017 - 2021년 방송영상독립제작사 사업체 규모별 매출액 비중 비교



자료: <2022 방송영상산업 백서> 재구성

〈표 3-3〉 주요 지상파 방송사 순수 외주제작비 현황

(단위: 천원)

	2013	2014	2015	2016	2017
지상파 총계	410,018,160	465,492,407	485,706,454	504,954,250	437,729,708
KBS	115,039,948	149,231,706	132,451,359	121,800,700	103,939,514
EBS	16,351,101	15,782,913	15,335,190	17,522,225	13,108,804
MBC	145,804,687	139,541,191	162,660,980	172,232,000	173,677,541
SBS	126,809,129	155,950,639	170,750,236	188,999,438	143,468,065
	2018	2019	2020	2021	2022
지상파 총계	385,799,676	471,844,306	389,282,642	344,871,419	377,189,818
KBS	109,742,757	129,350,865	128,001,326	137,017,345	145,002,016
EBS	13,391,949	14,069,450	10,841,603	9,034,966	12,101,555
MBC	140,186,114	167,526,497	105,871,702	68,868,416	113,022,509
SBS	118,528,679	156,505,648	139,192,117	116,690,173	95,920,594

자료: 2014-2023 <방송산업실태조사> 재구성

규제 정당성 자체에 대한 문제제기 외에도 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제가 적용되는 기술적인 방식에 대한 문제제기도 존재한다. 그 중 하나가 주시청시간대에 대한 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제이다. 현재 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제에는 전체 시간에 대한 의무 편성 비율뿐만 아니라, 주시청시간대에 순수 외주제작 프로그램을 10% 이상 편성할 것으로 규정하고 있다. 이에 대해서 첫째, 중복 규제를 통해 방송사업자의 자율 편성권을 과도하게 침해한다는 지적과 둘째, 시청자들의 방송 프로그램 시청 행태가 달라져 주시청시간대의 의미가 퇴색하고 있다는 지적이 있다(심홍진 외, 2021; 김남두 외, 2022). 사람들의 생활 패턴이 다양해지고, 텔레비전 수상기 외의 여러 가지 기기와 연결 방법을 통해 방송 프로그램을 시청하는 것이 가능해지면서 사람들의 방송 시청은 시공간의 제약 없이 이루어지고 있다. 대다수의 사람들이 텔레비전 앞에 모여 방송 프로그램을 시청하는 공통의 시청시간대인 주시청시간대라는 개념은 모호해지고 있다(홍원식, 2020). 편성에 구애받지 않는 시청이 증가하면서 주시청시간대를 기준으로 하는 편성의 의미 역시 퇴색하고 있다. 이러한 현실에서 주시청시간대에 대한 편성 규제는 그 실효성이 떨어지며, 동일한 성격의 규제가 중첩되며 방송사들의 자율성만 제약하고 있다는 비판이다. 더불어 현재 주시청시간대로 규정된 시간의 주요 방송사업자들의 순수 외주

제작 프로그램 편성 비율을 살펴보면 10%인 의무 비율을 크게 웃돌고 있다. 따라서 규제의 필요성이 크지 않은 것도 사실이다.

규제 적용과 관련한 문제제기 중 다른 하나는 지역 방송사업자들에 대한 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율이다. 현재 지역 MBC의 경우 전체 방송시간의 20% 이상, 지역민 방의 경우 전체 방송시간의 3.2% 이상을 순수 외주제작 프로그램으로 편성해야 한다. 지역성을 보존하고, 지역의 영상 제작 산업을 성장시키기 위한 규제의 취지에는 모두 동참하는 바이나, 현실적으로 지역 방송사들의 부담이 크다는 것이 문제이다. 지역에서는 충분한 제작 역량을 갖춘 외주 제작사들이 많지 않고, 그에 따라 양질의 외주제작 프로그램의 공급이 쉽지 않다는 것이다. 또, 외주제작이 지역성을 살린 방송 프로그램의 제작으로 이어지는 것은 아니라는 현실을 감안해야 한다. 경영의 어려움을 겪는 지역 방송사들은 순수 외주제작 의무 편성 비율을 수중계 등으로 채우기도 한다. 지역성을 살리는 프로그램 제작을 장려하고 지역 방송사가 정체성을 가지고 자생할 수 있도록 하기 위해서는 외주제작 프로그램의 편성 비율 규제보다는 자체제작 역량을 키울 수 있는 지원과 장려 정책을 펼치는 것이 효과적이라는 전문가의 의견도 있었다 (배진아, 2020).

## 제 3 절 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제

### 1. 이해관계자 및 전문가 의견

1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제에 대해 이해관계자인 방송사업자들은 준수가 크게 어려운 부분은 아니지만, 모니터링을 위해 행정비용이 발생하고 있고, 수입물에 대해 일부 행동의 제약이 있다는 의견을 주었다. 한 방송사업자는 유사한 규제가 중첩되어 있어서 규제 준수에 어려움이 있다고 말했다. 해당 사업자는 1개국 수입물 쿼터와 국내 제작물 쿼터 두 가지를 다 지켜야 하는 데 1개국 수입물 쿼터만을 고려하다가 국내 제작물 쿼터를 못 지켜 과태료를 지불한 경험을 설명하며, 산업 육성 의도를 알고 있지만 수입물을 분야 별로, 국가별로 쿼터를 챙기는 것이 방송사 입장에서는 부담이라는 의견을 냈다. 또, “어쨌든 규제가 존재하면 규제 하나 하나가 상징이 되어 방송사의 운신의 폭을 좁히기 때문에”

폐지에 큰 문제가 없다면 폐지하는 것이 좋다고 말하기도 했다. 영화나 애니메이션, 대중음 등 한국 콘텐츠가 활성화될 수 있는 여러 방식이 있으므로 이런 쿼터에 대한 제한은 간소화가 되길 바란다는 의견이다.

콘텐츠 제작 국가 구분의 어려움에 대한 의견도 있었다. 한 종편PP 사업자는 “영화 <스토커>와 같은 경우 감독은 한국 감독(박찬욱)이나, 제작사는 해외 제작사이다. 해외 국가 들끼리의 공동제작도 존재한다. 이런 경우 국적 구분을 어떻게 해야 하는지 모호하다. 이 구분에 불필요한 자원들이 소요되고 있다”고 문제제기를 했다. 또 다른 사업자는 “이 규제가 과거 헐리우드 영화에 국내 영화가 예측되거나, 일본 애니메이션이 애니메이션 시장을 잠식하는 등의 우려가 있을 때 생겨난 것으로 알고 있는데, 지금은 상황이 달라졌다. K-콘텐츠가 세계적으로 인정받는 시점에 이 규제의 필요성에 대해 다시 검토할 필요가 있다”고 말하기도 했다.

전문가들도 이 규제의 실효성이 감소했다는 것에 동의했다. 특히 미디어 환경변화로 해외 콘텐츠를 소비할 수 있는 경로가 증가했는데, 지상파와 종편PP들에게만 별도의 수입물 규제를 하는 것을 불필요하다는 의견이다. 다만, 이 규제가 가지는 한국-미국 FTA의 협상 카드로서의 역할은 고려해 보아야 한다는 의견을 제시하기도 했다.

## 2. 편성 규제에 대한 문제점

1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제는 국외에서 제작된 콘텐츠의 유통이 지상파만을 통해서 이루어지던 시기에 특정한 일부 국가의 제작물이 지나치게 편성되는 것을 막고, 다양한 문화에서 온 콘텐츠를 원활히 공급하기 위해 도입됐다(심홍진 외, 2021). 영화, 애니메이션, 대중음악을 다양하게 공급하고자 하는 목적을 가지고 있다.

이 규제는 크게 세 가지 관점에서 비판받는다. 첫째는 실효성과 관련한 문제이다. 미디어 환경이 변화하며 시청자들은 지상파 및 방송사업자들의 채널뿐만 아니라 인터넷과 OTT 등 다양한 경로를 통해 영상 콘텐츠를 접할 수 있다. 해외 제작 콘텐츠를 제약 없이 소비할 수 있는 환경에서 지상파와 종편PP 및 일부 PP들이 다양한 문화권의 콘텐츠를 보유하고 제공해야 할 필요성이 있는가에 대한 문제이다. 이미 미디어 이용자들은 다양한 선택지를 가지고 있고, 그들의 선택에 따라 특정 국가에 대한 편향적 선호가 존재할 수 있

는 환경에서 방송사업자의 편성 자유를 제한하는 것은 타당하지 못하다(심홍진 외, 2021). 이러한 문제의식 하에 이 규제는 1개국 수입 프로그램의 편성 제한 비율을 60%에서 90%까지 확대해 왔다. 완화된 90%의 수치는 특정 한 국가에 전적으로 의존하는 것만을 방지하고자 하는 최소한의 수치이다. 90%의 제한 비율이 다양성의 확보를 위한 유의한 수치라고 보기는 어렵다. 방송사업자들은 이 규제는 준수를 위한 모니터링에 불필요한 행정 비용이 투입될 뿐이라고 말하기도 했다.

둘째로 이 규제의 문제는 앞선 장에서 논의했던 장르 구분의 모호함과 같이 제작 국가의 구분이 점점 모호해지고 있다는 사실이다. 넷플릭스, 디즈니와 같은 글로벌 기업의 진출 확대와 인터넷을 통한 영상 콘텐츠의 유통이 활성화되면서 여러 국가가 함께 공동 제작하는 콘텐츠가 많아졌다. 다국적 제작진과 배우가 참여해 제작하는 콘텐츠도 많다. 예를 들어, 미국 회사인 애플이 투자하고 한국과 일본, 미국 배우가 출연하며, 한국을 배경으로 촬영하고, 다국적의 제작 인력이 참여한 <파칭코>와 같은 드라마는 어느 나라의 제작물로 분류할 것인지 모호하다. 이보다 더 복잡한 경우도 쉽게 찾아볼 수 있다. 특정 기준을 가지고 제작 국가를 분류한다고 하더라도, 1개국 수입물의 편성 비율을 제한하는 것이 규제의 목적인 문화적 다양성을 이끌어 내는 효과를 가져온다고 보기는 어렵다. 방송사가 계획에 따라 프로그램을 수입할 수 있는 자유를 제한하는 것에 상응하는 실체적 효용이 있다고 볼 수 없다.

마지막으로 이 규제가 국내 제작 프로그램 편성 규제와 국내 제작 영화·애니메이션·대중음악 편성 비율 규제 등 수입 프로그램과 관련된 유사한 규제가 3개나 존재한다는 것이 문제로 제기된다. 방송사업자는 국내 제작 프로그램 편성 비율과 국내 제작 영화·애니메이션·대중음악의 편성 비율을 지키면서 수입물의 국적에 따른 비율 규제까지 챙겨야 하는 현실이다. 각 개별 규제가 규제의 적용을 받은 사업자들에게 부담으로 작용할 만큼 과중한 규제는 아니지만, 유사한 규제 3개가 중첩되며 사업자들의 편성 행위에 제약을 가하고, 준수를 위한 행정비용을 발생시키고 있다는 것이 문제이다. 각각의 비율을 지키기 위해 애초의 편성 계획이나 시청자의 수요와 관계없이 특정 국가의 콘텐츠를 수입해야 하는 상황이 발생하기도 한다(심홍진 외, 2021). 편성 규제가 규제 목적 달성의 실효성이 없고, 실행에 있어 모호함이 존재하며, 규제 대상자들의 자유를 과도하게 제한한다면, 규제 존치에 대한 전반적인 검토가 필요하다.

## 제 4 절 지역방송 수중계 비율 규제

### 1. 이해관계자 및 전문가 의견

해당 규제에 대해서는 전문가의 의견만을 청취했다. 전문가들은 지역방송 수중계 비율 규제는 지역성 확보가 도입 목적이나, 현행의 수중계 비율 제한 제도는 지역 방송사에 직접적으로 자체제작을 규율하는 것이 아니라 목적과 실행 결과에 차이가 있다는 점을 지적했다. 수중계 제한 비율까지 수중계를 하고 나머지는 어떤 프로그램을 편성해도 관계가 없기 때문에 구매 프로그램이나 낮은 품질의 외주제작 프로그램들로 자체 편성을 구성한다는 것이다. 이는 지역성을 구현하고 지역민에게 지역문화를 함양하는 것과는 거리가 있는 것이다.

그러나 전문가들은 현재 지역 방송사들이 자체제작 능력이 있느냐의 문제와 시청자들이 원하는 것과 정책 입안자들이 생각하는 지역성을 살린 프로그램이 다를 수 있다는 점을 지적한다. 이 두 가지 문제는 결합해서 나타난다. 지역 방송사들이 자체 제작 능력이 떨어지다 보니 재미없는, 또는 제작비가 많이 들지 않는 프로그램들을 자체 편성하게 되고 이에 따라 시청자들이 외면하게 되기도 하고, 또, 시청자가 자체 편성 프로그램보다는 중앙 방송국의 인기 있는 프로그램을 원하기 때문에 지역 방송사는 자체 편성보다는 수중계를 더 선호하게 되기도 한다. 이러한 문제는 현재의 수중계 프로그램 비율 제한으로는 해결할 수 없다.

전문가들은 일차적으로 지역 방송사들이 지역 주민들이 원하는 프로그램을 만들 수 있는 제작 능력을 함양할 수 있도록 지원하는 것이 필요하다고 말한다. 이후 수중계 제한이 아닌 자체제작 편성 규제로 규제를 전환하는 것을 권장한다.

### 2. 편성 규제에 대한 문제점

지역방송 지역의 정체성을 살려 독자적으로 존재할 수 있도록 하기 위해 도입된 수중계 편성규제는 지역방송의 여러 현실을 고려해 여러 차례 규제 개선이 이루어졌다. 그러나 여전히 해당 규제가 설정한 목표를 달성하는데에 효율적인 방식이 아니라는 지적이 존재한다. 규제의 목표인 지역성을 살린 프로그램의 제작 및 편성이 충실히 구현되지 않는다

는 점이다. <표 3-4>에서 볼 수 있듯 2023년 현재 지역민방은 평균적으로 전체 방송시간의 29.27%를 자체 편성하고 있지만 자체제작에 할애하는 시간은 15.46%에 불과하다. 자체 편성의 반 정도만을 자체제작으로 충당하고 있는 것이다. 지역성을 살리기 위해서는 수중계 비율의 감축보다는 자체제작 비율의 증대가 필요하다. 수중계 허용 비율을 감축하는 것이 일부 도움은 될 수 있으나 효율적인 목표 달성을 위해서는 자체 제작 자체를 할 수 있도록 인프라 지원과 역량 교육 등이 필요할 것이다.

또 수중계 프로그램을 편성하는 것은 방송사의 여건에 따른 것도 있지만 시청자의 요구에 따른 것이라는 의견도 있다. 중앙 방송국에서 방영하는 인기 프로그램을 선호하는 시청자들의 요구를 무시하고 자체 편성을 늘릴 수 없다는 것이다.

<표 3-4> 2022년 지역민방의 수중계 및 자체편성 현황

매체	수중계	자체편성	자체 제작	공동 제작	순수 외주	특수관계사 외주	구매
KNN	65.95%	34.05%	25.25%	8.20%	0.23%	0.38%	0.00%
TBC	68.85%	31.15%	18.63%	9.79%	1.89%	0.00%	0.84%
광주방송	69.75%	30.25%	16.49%	9.22%	0.00%	2.27%	2.27%
대전방송	69.14%	30.86%	14.80%	8.96%	6.80%	0.00%	0.30%
울산방송	71.49%	28.51%	12.60%	6.83%	3.67%	0.00%	5.41%
전주방송	71.09%	28.91%	18.90%	3.25%	3.39%	0.00%	3.37%
청주방송	70.81%	29.19%	10.02%	13.70%	0.00%	0.00%	5.47%
G1	75.19%	24.81%	11.56%	10.53%	0.75%	1.59%	0.39%
제주방송	74.28%	25.72%	10.80%	4.91%	3.24%	4.92%	1.84%
평균	70.73%	29.27%	15.46%	8.38%	2.22%	1.02%	2.20%

자료: <2023 방송산업실태조사 보고서> 재구성

주: 자체편성 = 자체 제작 + 공동 제작 + 순수 외주 + 특수관계사 외주 + 구매

# 제 5 절 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제

## 1. 이해관계자 및 전문가 의견

지상파와 종편PP 방송사업자들은 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제에 따라 방송사가 부담해야 하는 경제적 비용이 지속적으로 가중되고 있는 점에 대해 불만을 표한다. 실질적으로 애니메이션 시청이 지상파나 종편 채널이 아닌 애니메이션 전문PP나 OTT로 옮겨간 상황에서 지상파나 종편PP들은 광고 수익을 포기하고 시청률이 0%에 수렴하는 애니메이션을 편성하고 있다는 것이다. 규제 준수를 위해 다른 프로그램으로 얻을 수 있는 광고 수익의 기회비용을 포기하고 있다. 애니메이션 전문PP나 OTT가 지상파 및 종편PP의 애니메이션 공급량을 압도하고 있는 상황을 감안하면, 국내 제작 애니메이션의 유통망을 안정적으로 확보하고 국내 애니메이션 산업을 활성화 한다는 규제 목적이 지상파와 종편 PP를 통해 달성 가능한 것인지 의문이라는 것이다.

전문가 측에서는 현재의 애니메이션 시장의 중심이 지상파 중심의 방송에서 애니메이션 전문 채널, OTT, 유튜브 등의 인터넷 플랫폼으로 옮겨가고 있다는 현실을 반영해야 한다면서도, 그간 지상파 방송사업자와 애니메이션 제작 업체 양측이 오랫동안 첨예하게 갈등해온 사안(김남두 외, 2019)이라는 점을 고려해야 한다는 의견이다. 양측이 제시하는 주장에 매우 큰 차이가 있기 때문에 이에 대한 종합적인 검토가 필요하다는 것이다. 실제로 규제에 애니메이션 산업에 미치는 파급 효과에 대한 검토가 충분히 이루어지지 못했다는 점을 지적했다. 규제가 가지는 경제적 효과, 예를 들어 몇 편의 애니메이션이 지상파를 통해 제작되며, 이것의 실질 방영료 매출, 광고 수익, 파생 상품 등의 판매로 인한 부가 수익들을 종합적으로 고려해 산출해 보아야 한다고 말한다. 이에 대한 객관적인 데이터가 있어야 방송사업자와 애니메이션 제작업체 양측을 설득할 수 있을 것이다.

## 2. 편성 규제에 대한 문제점

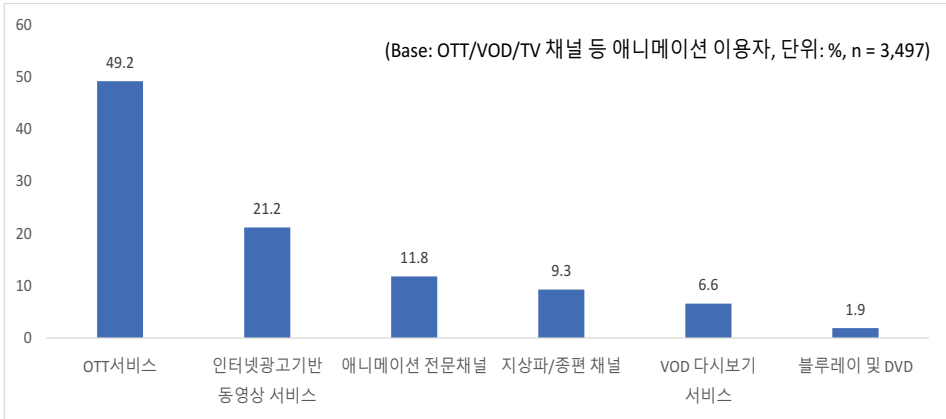
국내 제작 애니메이션의 신규 편성을 의무화하는 이 규제는 국내에서 제작된 애니메이션의 안정적인 유통망을 확보해 애니메이션 산업의 육성을 도모하고자 하는 규제이다. TV 용 애니메이션을 중심으로 성장해 온 애니메이션 산업의 육성을 위한 규제로, 순수 외주

제작 프로그램 의무 편성 규제와 같이 산업적 목적을 가진 규제라 하겠다(성숙희, 2013). 해당 규제를 통해 애니메이션 제작사들이 지속적으로 새로운 애니메이션을 제작할 수 있는 동력을 제공하는 것이다. 이 규제 역시 방송사업자들의 자율성을 제한과 규제가 가져올 산업적 이익 중 어느 쪽이 더 큰지의 비교가 필요하다.

먼저, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제가 도입됐을 시점과 비교해 미디어 환경이 변화하면서 애니메이션 소비의 주 경로가 변화했기 때문에 이 규제가 가지는 산업적 목적은 효과적으로 달성하지 못하고, 방송사업자의 영리 추구 활동을 방해할 뿐이라는 주장이 있다. 이 규제가 도입되던 당시에 한국 애니메이션 시장은 TV용 애니메이션을 중심으로 이루어져 있었다. 애니메이션 산업은 지상파 등 텔레비전 방영을 통해 인지도를 높인 후, 관련 상품 판매 등 부가 사업을 운영해 수익을 창출하는 식으로 성장해 왔다(성숙희, 2013). 따라서 지상파 및 종편PP, 일부 애니메이션 전문PP들에 국내 제작 애니메이션 신규 편성의 의무를 부여하여 안정적인 수익을 추구할 수 있도록 지원한 것이다. 그러나, 2023년 현재 지상파와 종편PP 등은 주요 애니메이션의 소비 경로가 아니다. 아래 [그림 3-4]와 같이 애니메이션 시청 경로 중 가장 높은 비중을 차지하는 것은 OTT 서비스이고, 지상파 및 종편 채널을 통해 애니메이션을 시청한다고 답한 사람은 응답자의 9.3%에 불과했다. 애니메이션 전문 채널의 경우도 11.8%에 불과해, 이제 텔레비전 중심의 애니메이션 시대는 막을 내렸음을 알 수 있다. 실제로 지상파 4사에서 방영된 애니메이션의 시청률을 살펴보면, 0.2% 내외의 수준이었다. 즉, 과거와 같은 지상파 및 주요 텔레비전 채널에의 노출과 이를 통한 인지도 확보 후 부가 사업으로 수익 창출의 프로세스가 더 이상 통하지 않는다고 볼 수 있다. 지상파와 종편PP가 국내 제작 애니메이션을 의무적으로 방영해도 시청자에게 충분히 도달하지 못한다는 것이다. 오히려 방송사들은 다른 인기 프로그램을 편성한다면 얻을 수 있는 시청자와 그로 인한 광고 수익을 0.2% 수준의 시청률을 보장하는 프로그램을 편성함으로써 포기하게 되는 것이다. 또 고작 0.2%의 시청자에게 도달할 뿐이므로, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 의무가 시청자 수혜에 기여하는 효과 역시 미약하다(심홍진 외, 2021). 산업적 목적 달성이 예상되지 않는 상황에서 방송사업자의 영리 추구 활동을 제한하는 것이 정당한가에 대한 문제제기가 있을 수 있다. 방송사업자들은 OTT를 비롯한 다양한 경쟁 사업자들과 분투하고 있는 현재, 외부의 산업을 지원할 만큼의 역력이 있지 않다는 호소하기도 한다. 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제와 마찬가지로 산업

의 진흥, 육성을 위해 편성 규제를 사용하는 것은 효과적이지 않다는 문제제기가 이 규제에도 동일하게 적용된다. 직접적으로 애니메이션 제작 사업자를 지원해 양질의 애니메이션을 제작할 수 있도록 하는 것이 더욱 효율적일 수 있다.

[그림 3-4] 애니메이션 시청 경로 비중(극장 이용 제외)



자료: <2023 애니메이션 산업백서>

이 외에 규제의 적용과 관련한 기술적인 부분에 대한 문제제기도 있었다. 국내 제작 애니메이션 신규 편성의 비율을 산정할 때, 어린이 주시청시간대의 편성의 경우 150%의 가중치가 적용된다. 이 부분에 대해 첫째, 현재 방송법 시행령에서 규정하고 있는 어린이 주시청시간대가 실제 어린이의 TV 시청 시간대와 차이가 있다는 점이 지적됐다<sup>5)</sup>. 다음으로 애니메이션이 곧 어린이 프로그램이 아님에도 불가하고 이 가중치 규정은 애니메이션이 어린이를 대상으로 하는 프로그램일 것이라 전제하고 있는 것처럼 보인다. 애니메이션은 어린이 외에도 다양한 연령층을 타깃으로 제작될 수 있으며, 다양한 애니메이션의 제작을 장려하는 것이 장기적인 애니메이션 산업의 발전에도 도움이 될 수 있다. 따라서 어린이 주시청시간대의 가중치 적용은 규제의 합목적성의 맥락에서 타당성이 떨어진다.

5) 2020년 실시한 <어린이 미디어 이용 조사> 결과에 따르면, 어린이들이 가장 많이 TV를 보는 시간은 하원/학교 직후(47.3%)로, 대략 15시-18시로 추정된다.

## 제 4 장 편성 규제 개선 방안

이 장에서는 앞에서 언급된 각 편성 규제들의 문제점에 대한 개선 방안을 제시했다. 개선 방안은 문제점으로 지적된 사항을 교정하며 규제의 원 목적을 달성할 수 있는 대안을 중심으로 제시하고자 했다. 이 장에서 제안한 개선안은 선행연구에서 제안된 개선안들과 분과회의 및 연구반에서 제시된 아이디어를 근거로 작성됐다.

### 제 1 절 오락 프로그램 편성 비율 규제

#### 1. 규제 개선 방안

오락 프로그램 편성 비율 규제의 문제점에 대한 의견들을 종합하면, 오락 프로그램의 비율을 규제하는 것은 실제 방송사업자들의 분야별 편성 행위에 유효한 영향력을 미치지 못하기 때문에 조화로운 편성이라는 목표를 달성하기 어렵다는 결론이다. 목표를 달성할 수 없는 규제는 폐지 또는 변화가 필요하다. 또한 이 규제는 산업적 목적이 뚜렷한 것도 아니며, 규제의 존재를 둘러싸고 이해관계자 간 첨예한 갈등이 존재하는 것도 아니다. 그렇다면, 해당 규제는 순차적으로 완화하되, 장기적으로는 폐지의 길을 걸어가는 것이 타당하다. 방송사업자의 자율적인 편성의 보장하되, 조화로운 편성과 다양성을 확보할 수 있는 방안을 새롭게 설계하는 방향으로 나아가야 한다. 따라서 이 연구는 단기적으로는 오락 프로그램 편성 제한 비율을 완화하는 방안, 중장기적으로는 오락 프로그램 편성 비율 제한 규제를 폐지하는 방안과 분야별 편성 균형을 유지하도록 하는 규제를 신설하는 방안 등을 제안한다.

먼저 단기적 완화 방안은 현재 ‘매반기 전체 방송 시간의 60% 이내’로 되어있는 편성 제한 규정의 산정 기간을 늘리거나 비율을 확대하는 방안을 생각해 볼 수 있다. 다시 말해, 편성 비율을 산정하는 기간을 매반기에서 연간으로 늘리거나, 오락 프로그램의 편성 비율 제한을 60%에서 이보다 높은 비율, 즉, 65%나 70%로 증대하는 방안이다. 편성 비율을 산정하는 기간을 연간으로 확장하면, 방송사업자들은 연중 발생할 수 있는 큰 이벤트나 행

사 등을 고려해 조금 더 자유로운 편성 구상이 가능해진다. 60% 이상으로 편성 제한 비율을 확대하는 것도 방송사에게 오락 프로그램의 편성의 여유를 조금 더 부여한다는 점에서 사업자들의 자율성을 증대하는 방안이라 볼 수 있다. 그러나, 이 단기적 완화 방안은 규제 의 법령과 고시를 개정하기 위해 투입하는 수고에 비해 완화의 체감 효과가 그리 크지 않다는 단점이 있다. 산정 기간이나 제한 비율의 일부 확대가 가져오는 편성 자율성의 증가 폭이 체감될 만큼 크지 않고, 여전히 조화로운 편성의 달성에 미치는 영향력도 미미하다. 가시적인 효과를 위한 것이 아니라 규제 완화라는 명목을 위한 완화라는 비판을 받을 수 있다.

따라서 이 연구는 단기적인 변화보다는 장기적으로 해당 규제를 폐지하거나, 다른 방식의 조화로운 편성 보장 규제로 전환할 것을 더 추천한다. 오락 프로그램 편성 비율 규제의 폐지 방안은 상기한 문제점을 해소하면서 방송사업자의 편성 자율성을 제고할 수 있다고 판단된다. 그러나 오락 프로그램 편성 비율 제한이 사라질 경우, 자칫 방송사업자들이 오락 프로그램 또는 선호하는 어느 한 분야의 프로그램을 과도하게 많이 편성할 수 있다는 우려가 존재한다. 지나친 시청자 및 광고주의 확보, 상업성 추구의 발판으로 사용될 수 있다는 우려이다. 이에 대해서는 심홍진 등(2021)의 연구에서 설명했듯이 방송평가의 규칙들이 안전장치로서 기능할 수 있을 것이다. 현재 방송평가에서는 지상파와 종편PP 등 종합 편성을 행하는 방송사업자의 균형적인 편성을 평가항목으로 포함하고 있다. 방송사업자의 주시청시간대의 균형적 편성을 지상파 50점, 종편 40점 만점으로 평가하고, 이 점수는 이후 해당 방송사들의 재승인·재허가 심사에 반영된다. 이와 더불어 재승인·재허가의 심사에도 방송사의 분야별 편성 실적 및 편성 계획에 대한 적절성을 평가하는 항목이 있다(심홍진 외, 2021). 방송사업자들은 재승인·재허가에서 탈락하지 않기 위해서 균형적인 편성을 유지할 필요가 있다. 그러므로 오락 프로그램의 편성 비율 규제가 폐지되더라도 극단적인 편성이 일어날 가능성은 낮다.

다만, 이 연구를 함께 한 전문가들은 KBS1에 대해서는 오락 프로그램 편성 비율 규제를 유지할 것을 제언했다. KBS는 공적 재원인 수신료로 운영되는 공영방송인 만큼 방송의 공공성을 수호하고 사회문화적 책무를 수행할 필요가 있다. 이에 따라 오락 프로그램의 편성 비율 규제를 유지할 것을 제안한다.

마지막 중장기적 개선안으로 직접적인 조화로운 편성을 의무화하는 규제로의 전환이다.

현재 '오락 프로그램 전체 방송시간의 60% 이내 편성' 규정을 '보도·교양·오락 중 어느 한 분야에 관한 프로그램이 전체 방송시간의 60%를 넘지 않도록' 하는 규정으로 확장하는 것이다. 앞의 문제점 기술에서 지적했듯이 오락 프로그램이 아닌 교양이나 보도 프로그램을 과도하게 편성할 가능성도 존재하기 때문에 이에 대한 우려를 선제적으로 방지하고, 적극적으로 분야별 편성의 균형을 추구하는 방안이다. 이 방안은 규제가 목표한 바를 직접적이고 명확하게 달성할 수 있으나, 자칫 규제를 적용 받는 사업자들에게 규제의 강화로 비춰질 수 있다. 또, 편성의 자유를 확장하는 것이 아니라 더욱 제약한다는 비판을 받을 수도 있다. 이 안의 실행을 위해서는 관련 이해당사자의 충분한 의견 수렴 절차가 우선되어야 할 것이다.

## 제 2 절 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제

### 1. 규제 개선 방안

글로벌 OTT 사업자들의 한국 진출과 함께 영상 콘텐츠 소비자의 선택을 받기 위해서는 좋은 품질의 콘텐츠를 제작하는 능력이 무엇보다 강조되고 있다. 더불어 한국 콘텐츠의 인기와 함께 한국 콘텐츠의 잠재적 시장이 확대된 현재 상황에서 창의적이고 획기적인 기획과 제작 능력은 글로벌 시청자를 확보해 더 많은 부가가치를 창출하게 하는 원동력이다. 외주제작사와 방송사업자 중 어느 한쪽의 성장과 지원에만 집중하여 대결구도를 만들기보다는 상생을 통해 함께 성장할 수 있는 방향을 모색해야 한다.

현재 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제는 방송사업자로부터는 편성의 자유를 제한하고, 특정 분야에서는 외주제작사에 과도하게 의존하게 함으로써 방송사업자의 제작 능력의 저하를 불러왔다는 비판을 받는 한편, 외주제작사로부터는 과도한 가격 경쟁으로 인한 기형적인 외주제작 시스템을 양산하고 부익부 빈익빈의 시장 구조를 공고히 할 뿐이라는 비판을 받는다. 현재 제도 그대로는 외주제작 시장의 건강한 성장도, 방송사업자의 경쟁력 강화도 어렵다는 것에 모두 동의하는 바이다.

이 연구는 원칙적으로 현 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제는 외주 제작 시장의 육성과 제작 다양성을 확보에 기여하지 못하므로 장기적으로 폐지되어야 한다는 것에 동

의한다. 여전히 이 규제로 인해 생존하고 있는 외주제작사와 좋은 방송 프로그램들이 있고, 무분별한 상업적 경쟁에서 보호받아야 할 외주제작사들이 존재하므로 급작스러운 규제의 폐지는 불가능하며, 산업에 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제의 폐지는 장기간 시간을 두고, 그 영향력을 최소화할 수 있는 방식으로 이루어져야 하며, 반드시 외주제작 시장을 보호하고 육성할 수 있는 대체 정책들이 동반되어야 한다. 폐지에 이르는 과정 및 새로운 대안 정책의 설계는 시장에 대한 철저한 분석 후에 실제 데이터를 기반으로 이루어져야 한다.

이 연구는 순수 외주제작 프로그램 편성 규제의 폐지 및 새로운 외주제작 지원 정책을 설계하기 전, 현 규제가 단기 또는 중기적으로 현재의 문제점을 해결하며, 사업자들의 고통을 줄일 수 있는 몇 가지 방안을 제안하고자 한다. 이해관계자들의 의견 수렴 및 전문가들의 자문을 통해 현재 도입 가능한 수준의 제안을 마련해 보았다. 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제에 대한 개선안은 크게 세 가지로 구분할 수 있다. 첫째는 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율의 완화 및 가중치 조건에 대한 변화, 둘째는 주시청시간대의 순수 외주제작 프로그램의 의무 편성 규제 조항 삭제, 셋째는 지역방송에 대한 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제 조항 삭제가 그것이다.

첫째, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율의 완화 및 가중치 조건에 대한 변화를 제안한다. 방송사업자들은 입을 모아 현재 외주제작 프로그램 의무 편성 비율이 과중하다고 말한다. 또, 프로그램의 제작 방식이 다양해지고 있는 현실에서 순수 외주제작이라는 정의가 모호하며, CJ와 같은 MPP 사업자와 OTT 사업자들은 스튜디오 중심의 제작 방식을 적극 활용해 성장하고 있는데 비해 방송사업자들은 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제 등으로 인해 시장의 변화를 쫓아가지 못하고 있다고 말하기도 한다. 이에 따라 방송사업자들은 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율을 낮춰줄 것을 강하게 주장했다. 이 연구는 이러한 의견들을 받아 들여, 현재의 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율을 순차적으로 감축할 것을 제안한다.

그러나 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율을 얼마나 어떤 속도로 줄일지에 대해서는 의견이 분분하다. 방송사업자들은 현재 KBS1 TV가 적용받고 있는 매반기 19% 이상 수준까지의 감축을 요구했고, 김남두 등(2022)의 연구에서는 각 규제 대상 사업자의 의무 편성 비율을 매년 1%씩 감축해 5년 동안 5%를 순차적으로 감축할 것을 제안하기도 했다. 의

무 편성 비율의 감축 정도와 속도는 비율의 변동이 시장에 가져올 파급 효과에 대한 검증 이후 결정되어야 할 것이다. 전체 방송시간의 1%는 4,380분 정도<sup>6)</sup>이다. 이는 60분짜리 프로그램 73편이 편성될 수 있는 시간이다. 이 정도의 순수 외주제작 프로그램이 빠진다고 할 때, 이것이 외주제작사 시장에 미치는 영향력이 어떠한지, 노동시장에 미칠 파급력이 어떠한지에 대한 계산이 이루어져야 한다. 이 연구에서는 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율의 감축 정도와 속도를 제안하기보다는 감축에 따른 검토가 선행되어야 한다는 점을 주장하고 싶다. 별도의 연구를 통해 현재의 순수 외주제작 프로그램의 편성 규제의 외주제작 시장에 대한 기여도 및 의무 편성 비율 감축에 따른 효과에 대한 검토가 이루어 지길 바란다.

순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율의 감축이 이루어질 경우, 외주 교양 프로그램에 대한 편성이 줄어들 것을 이해관계자 및 전문가 모두 예상했다. 드라마의 경우, 방송사업자들이 대부분 외주제작사에 의존하기 때문에 자체제작으로의 전환이 어렵기 때문이다. 또한 외주제작 제도에서 가장 보호 받아야 할 분야가 교양 프로그램이기도 하다. 실제로 현재 방송사들의 경영 상황이 악화되자 교양 분야의 외주제작이 줄어들고 있다 <표 4-1>, [그림 4-1]). 아래 <표 4-1>와 [그림 4-1]을 보면, 2019년부터 2021년간 외주제작사들이 제작한 다큐와 교양/시사 프로그램의 수는 감소 추세를 보인다. 이 때문에, 순수 외주제작 프로그램의 의무 편성 비율을 줄이더라도 교양 프로그램 외주제작사들을 보호할 방안이 마련돼야 한다는 의견이다.

교양 프로그램을 제작하는 외주제작사들을 보호하기 위한 방안으로 순수 외주제작 프로그램 편성 비율을 산정할 때, 주시청시간대의 순수 외주제작으로 제작된 교양 프로그램을 편성했을 경우, 그 편성 시간을 110% 인정하고 있는데, 이를 130%로 늘리는 방안을 생각해 볼 수 있다. 또는 대부분이 영세 사업자로 구성된 교양 프로그램 외주 제작사들을 보호하기 위해 외주제작사 규모별로 편성시간 산정 시 가중치 부여하는 방안도 고려해 볼 수 있다. 예를 들어, 전년도 매출 기준 동일 산업군(방송영상독립제작사 산업군)의 하위 30%에 속하는 영세 외주제작사가 제작한 프로그램을 편성할 경우, 이 프로그램의 편성시간을

---

6) 하루 평균 20시간 정도를 방송한다고 할 때, 1년 치 총 방송시간은 438,000분이 되고, 이의 1%를 계산했다. (20시간 × 365일 × 60분 = 438,000분)

110% 또는 130% 수준으로 가중하여 계산하는 것이다. 가중치 조항들이 통해 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율의 축소로 인해 교양 프로그램 제작사들이 직면할 단기적인 어려움에 대한 완충작용을 할 수 있을 것이라 본다.

〈표 4-1〉 방송영상독립제작사 장르별 프로그램 제작 현황

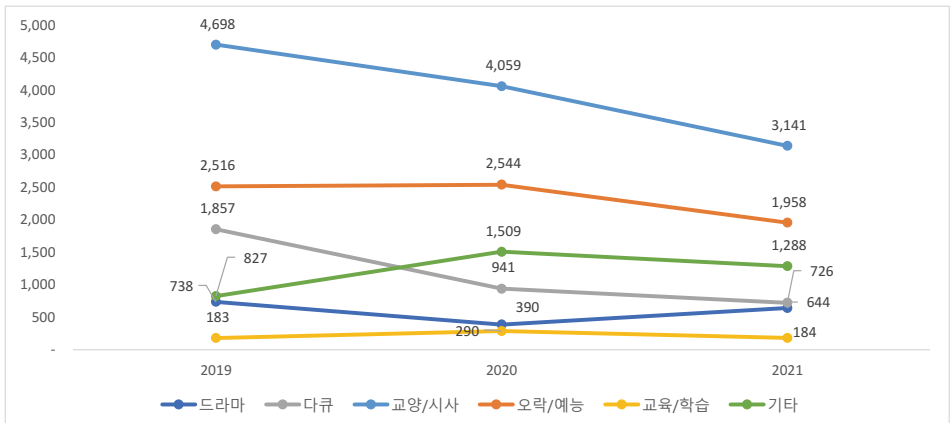
(단위: 건)

	2019		2020		2021	
	제작 건수	비중(%)	제작 건수	비중(%)	제작 건수	비중(%)
드라마	738	6.8	390	4.0	644	8.1
다큐	1,857	17.2	941	9.7	726	9.1
교양/시사	4,698	43.4	4,059	41.7	3,141	39.6
오락/예능	2,516	23.3	2,544	26.1	1,958	24.7
교육/학습	183	1.7	290	3.0	184	2.3
기타	827	7.6	1,509	15.5	1,288	16.2
합계	10,819	100	9,733	100	7,941	100

자료: <2022 방송영상산업 백서>

주: 제작 건수에 있어 연속물의 경우에는 1건으로 계산함 / 2019년도부터는 드라마 항목에 웹드라마를 포함하여 데이터를 수집했고, 오락/예능 항목에 스포츠/레저를 포함하여 조사함. 또한, 기타 항목에 교양/시사와 뉴스/보도, 영화와 음악, 애니메이션을 포함해 조사함.

〔그림 4-1〕 방송영상독립제작사 장르별 프로그램 제작 건수 추이



자료: <2022 방송영상산업 백서>

그러나 이러한 가중치 적용 조항의 추가는 규제의 복잡성을 가중시킨다는 단점이 있다. 이미 순수 외주제작 프로그램을 분류하고 이들의 편성 비율을 산정하는 것도 충분히 많은 행정력을 요하는 작업인데, 이에 더해 여러 가중치를 계산하기 위해 더 많은 자원들을 투입해야 한다. 특히 영세 외주제작 사업자 가중치 기준을 추가할 경우 매해 사업자들의 매출 규모에 대한 검증이 이루어져야 하고, 그 기준을 둘러싼 잡음이 발생할 가능성도 있다. 영세 사업자를 분류하고, 증빙하는 데 투입될 자원과 행정 비용들은 방송사업자는 물론이고 영세 사업자들에게 부담으로 작용할 수 있다. 영세 외주제작 사업자의 지원을 위해서는 무분별한 가중치 적용 조항의 신설보다는 별도의 지원 정책이 실행되는 것이 낫다.

다음으로 이 연구가 제안하는 바는 주시청시간대에 대한 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 폐지이다. 주시청시간대에 대한 편성 규제를 폐지해야 한다는 주장은 여러 선행 연구에서 지속적으로 제기되어 왔다. 주시청시간대의 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제 폐지에 대해서 기존의 연구들은 첫째, 미디어 환경 변화와 시청자들의 시청 패턴의 변화로 인해 주시청시간대의 의미가 퇴색했다는 점, 둘째, 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램의 편성 실적을 살펴보면 규제 대상자 모두 10%를 훨씬 상회해 편성하고 있다는 점(〈표 2-10〉 참고), 셋째, 전체 시간에 대한 의무 편성 비율 규제와 주시청시간대 의무 편성 비율 규제 두 가지가 중첩되어 규제 대상자들에게 이중 부담으로 작용하고 있다는 점을 들고 있다. 연구반의 전문가 토의에서도 동일한 주장들이 제기되었다. 따라서 이 연구에서도 주시청시간대에 대한 순수 외주제작 프로그램의 의무 편성 비율 규제는 폐지할 것을 제안한다.

마지막으로 지역 방송의 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제에 대한 개선 제안이다. 지역 방송의 경우 어려운 경영상황과 열악한 외주제작환경 등으로 인해 현재 부여된 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율을 수중계나 구매 프로그램으로 채우고 있다(심홍진 외, 2021). 이 때문에 지역 방송에 대해서는 순수 외주제작 프로그램의 편성 의무를 지우는 것보다 지역성을 살리고 지역 밀착적인 방송을 스스로 제작하고 편성할 수 있도록 지원하는 것이 지역 방송의 설립 취지에 더 맞다는 주장을 한다(심홍진 외, 2021). 이 연구에서도 선행 연구와 유사하게 지역 방송에 대해서는 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제를 폐지하고, 수중계 프로그램 편성 규제의 폐지와 더불어 자체제작 프로그램 편성 확대 규제로의 확대로 나아가야 한다고 다시 한번 제안하고자 한다.

## 제 3 절 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제

### 1. 규제 개선 방안

규제의 존치에 대해 이해관계자 및 여러 전문가 사이에 이견이나 논쟁의 여지가 있었던 다른 규제와 달리 1개국 수입 프로그램의 편성 규제의 경우에는 모두가 규제의 폐지가 타당하다는 것에 동의했다. 규제의 목적 달성 실효성에 대해 장담할 수 없고, 규제를 준수하는 데 있어서 모호함이 존재할 뿐만 아니라 방송사업자들의 편성 자유를 제약할 근거가 미흡하다. 현재 연간 각 분야 수입물의 90% 이내 편성이라는 수치는 실제적으로 비율을 관리하고자 하는 목적보다는 명목상 규제의 존재를 확인하는 수준의 수치이다. 필요성이 다해 이해관계자 및 산업에 미치는 영향력이 없는 규제라면 폐지하고 방송사업자들의 편성을 자유를 확대하는 것이 합당하다.

1개국 수입 프로그램 편성 비율을 '수입물의 90% 이내'까지 완화하면서도 규제를 계속 유지하고자 했던 것에는 한국과 미국이 체결한 자유무역협정(FTA)의 '역진방지(ratchet) 조항'의 영향도 있었다. 역진방지 조항에 적용받아, 수입 콘텐츠에 대한 국가별 쿼터인 이 규제는 한번 완화된 후 다시 강화하는 방향으로 되돌아갈 수 없다. 즉, 한 번 1개국 수입 프로그램 편성 비율 규제를 폐지한 후에는 이후 동일 규제를 다시 만들 수 없는 것이다. 콘텐츠 수급 상황이나 유통 환경이 변화되어 유사한 규제의 필요성이 생겼을 때 규제를 다시 복원할 수 없다는 점을 이유로 해당 규제를 유지해 왔다. 그러나 이 규제는 국내 제작 콘텐츠를 보호하는 목적보다는 해외 콘텐츠 간의 비율을 통제하는 것이고, 폐지한다 하더라도 국내 제작 콘텐츠 편성이나 국내 영상 제작 산업에 미치는 영향력은 미미할 것으로 예상된다.

따라서, 이 연구에서는 1개국 수입 프로그램의 편성 비율 규제를 폐지할 것을 제안한다. 연구반 토의에서 연구위원들은 1개국 수입 프로그램의 편성 비율 규제를 폐지하더라도 방송사업자들이 특정 국가의 수입물을 편향적으로 편성할 가능성을 매우 낮다고 보았다. 방송사업자와 시청자 양쪽 모두 영화, 애니메이션, 대중음악 세 분야 모두 수입물보다는 국내 제작물에 대한 선호가 높고, 이미 해외 콘텐츠들의 유통이 다양한 플랫폼을 통해서 일

어나는 미디어 환경에서 방송만이 특정 국가의 수입물에 과도한 의존을 할 유인이 없다는 것이다. 규제의 필요성이 절실하지 않고 영향력이 크지 않은 규제라면, 적극적으로 규제의 폐지에 나서는 것이 방송사업자들의 경쟁력 강화를 이끌어내고, 시청자에게 질 좋은 콘텐츠를 공급하는 일일 것이다.

## 제 4 절 지역 방송 수중계 비율 규제

### 1. 규제 개선 방안

수중계 프로그램 편성 비율 제한 규제의 핵심은 지역적 정체성을 살린 방송 프로그램의 편성을 유도하는 것이다. 현재의 규제가 지역성을 살린 지역 방송국의 성장이라는 목적을 달성하는 데 효과적이지 못했다는 비판을 받아들이고, 목적을 달성할 수 있는 방향으로 규제를 재설계할 필요가 있다. 지역 민방의 지역성 구현과 콘텐츠 제작 역량을 강화하는 방안에 대한 검토가 필요하다.

이 연구에서는 수중계 프로그램 편성 비율 제한을 중장기적으로 자체제작 프로그램 편성 유도 정책으로의 전환을 제안한다. 현재의 제도는 지역민방 사업자에게 수중계 프로그램의 편성을 제한함으로써 일정한 비율의 자체 편성을 요구한다. 자체 편성은 외주제작이나 프로그램 구매 등으로 달성할 수 있으므로 지역성을 살려서 자체적으로 제작한 프로그램을 편성하도록 하는 유인책으로는 부족하다. 즉, 규제가 설정한 목표 달성에 효과적이지 못한 규제이다. 따라서 지역성 구현을 촉진하고 콘텐츠 자체 제작 역량을 강화하기 위해서는 직접적인 자체제작 의무를 부여하는 방식이 필요하다.

자체제작 프로그램 편성의 의무화는 당장 제작의 여건이 마련되지 않은 지역민방 사업자에게 부담으로 작용해 지역민방 사업자의 경영 악화를 초래할 것이라는 우려도 있다. 따라서 의무로 부여할 자체제작 프로그램 편성 비율의 섬세한 설계가 필요하다. 지역민방이 버틸 수 있으면서도 현재보다 적극적으로 자체 제작을 할 수 있는 범위의 편성 비율 설정이 자체제작 의무화 편성 규제의 핵심이라고 하겠다. 2022년 기준 지역민방의 자체제작 프로그램 편성 비율은 적게는 10% 수준(청주방송)에서 25%(KNN)까지 다양하다. 최근 몇

년간의 자체제작 프로그램 편성 비율을 조사하고, 각 방송사의 제작 인력 및 인프라, 자본 규모 등을 다각적으로 살펴 적절한 의무 비율을 설정해야 한다. 이는 추가 연구를 통해 이루어질 필요가 있다.

이와 더불어 지역민방을 비롯한 지역 방송사들의 자체 제작 역량 강화를 위한 정책도 함께 실행되어야 한다. 지방의 제작 인력의 육성 교육, 제작 설비와 시설의 지원, 제작비 지원 등의 정책을 함께 추진할 것을 제안한다.

## 제 5 절 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제

### 1. 규제 개선 방안

이 연구는 전반적으로 특정한 산업의 육성 및 진흥을 위해서 편성을 규제하는 것이 타당하지 않다는 것을 주장의 중심에 두고 있다. 특히, 지상파 및 종편PP 등 방송사업자의 영향력이 과거와 같지 않고, 방송 산업 전반의 침체가 계속되고 있는 시점에서 한쪽의 이익 추구 자율성을 제한하며 산업을 육성시키고자 하는 것은 효과적이지도 않고 타당하지도 않다는 의견이다. 이에 따라 해당 편성 규제의 목적 달성이 충분히 이루어졌거나, 산업의 발전에 미치는 효과가 중대하지 않다면, 규제는 완화 또는 폐지하는 것이 마땅하다. 그러나 규제를 완화 또는 폐지했을 때 이해관계자와 산업 전반에 미칠 파급효과에 대한 추산이 함께 이루어져야 하며, 규제의 완화 및 폐지로 인해 피해를 입게 되는 당사자가 있다면 그에 대해 구제도 미리 마련해 두어야 한다.

이러한 원칙 하에 국내 애니메이션 신규 편성 규제의 정당성과 완화 및 폐지 필요성에 대해 검토해 보았다. 앞서 문제점을 기술한 절에서 언급한 바와 같이 국내 애니메이션 신규 편성 규제가 애니메이션 제작 산업의 육성과 직접적으로 연결되는 근거를 찾기는 어렵다. 지상파나 종편PP 등 TV 방송 채널이 더 이상 주된 애니메이션의 시청 경로가 아니고, 매우 적은 수의 시청자만이 지상파와 종편 채널에서 편성한 애니메이션을 시청한다. 지상파나 종편 채널에서 방영되는 것이 시청자에게 도달해 인지도 상승이나 파급효과로 이어져 애니메이션 제작사의 부가가치를 창출할 수 있게 한다는 과거의 수익 추구 방식이 현

재 유효하지 않다고 볼 수 있다. 그러므로 지상파나 종편PP가 더 많은 시청자를 확보할 수 있는 다른 프로그램을 편성할 수 있는 기회를 희생하고 국내 제작 애니메이션을 편성하도록 설득하기 어렵다.

따라서 이 연구에서는 장기적으로 지상파와 종편PP에 대한 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제의 폐지를 제안한다. 지상파와 종편PP가 애니메이션의 산업에서 차지하는 중요도는 규제의 도입 당시에 비해 매우 축소됐다. 그에 따라 규제에서의 제외를 고려해도 산업에 미치는 파급효과가 크지 않을 것으로 예상된다. 그러나 애니메이션 전문PP에 대한 의무 편성 비율을 유지할 것을 제안한다. 애니메이션 전문PP는 지상파와 종편PP에 비해 많은 애니메이션 시청자의 선택을 받고 있고, 애니메이션 산업에서의 영향력도 지상파나 종편PP에 비해 크다. 또, 현재 적용받는 의무 편성 비율 역시 다른 두 사업군에 비해 크지 않으므로 준수에 대한 부담도 크지 않을 것으로 보인다.

다만, 규제의 폐지를 둘러싸고 애니메이션 제작 업계가 우려하는 바와 같이 산업에 미칠 수 있는 타격을 최소화할 수 있는 방안이 선제적으로 마련되어야 한다. 여전히 애니메이션 산업은 지원과 육성이 필요하며, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제가 폐지될 경우 애니메이션 판로 축소 피해가 발생할 수 있으므로 이에 대한 대응책이 준비되어야 한다. 현재 국내 제작 애니메이션의 신규 편성 규제를 통해 한해에 200편정도(중복 포함)의 애니메이션이 편성되고 있는데, 이들의 방영권료 수익, 예상되는 매출 등을 통계적으로 산출해 실질적으로 이 수익을 다른 곳에서 보충할 방안을 마련할 필요가 있다. 신규 애니메이션이 편성될 수 있는 유통 경로의 대안도 제시되어야 한다. 또, 편성 규제의 대안으로 이 연구에서는 적극적인 제작 지원과 육성 정책의 동시 진행을 제안한다. 현재 진행되고 있는 정부의 애니메이션 제작사에 대한 제작 지원 사업, 전문 인력 및 기업 육성 정책, 글로벌 진출 지원, 콘텐츠IP 제도 등을 유기적으로 재설계해 그 범위를 확대할 필요가 있다.

## 제 5 장 결론

방송법에서는 오랫동안 방송사업자에 대한 편성의 자유를 일부 제한하는 규제를 실행해 왔다. 편성은 방송사업자가 시청자와 광고주를 확보하고, 각 방송사의 경영 이념을 실현하기 위해 방송사업자가 가지는 자유임에도 불구하고, 방송법에서는 방송의 공익성이라는 상위의 가치와 방송 영상 산업의 육성 및 성장의 촉진을 위해 일부 권리를 제한해 왔다. 시청자에게 다양한 선택권을 보장해 공익을 확대한다는 목적으로 오락 프로그램의 편성 비율을 규제해 왔고, 영상 외주제작 산업의 육성을 위해 방송사업자에게 순수 외주제작 프로그램의 편성 의무를 부여했다. 한국의 문화를 보호하고 다양한 문화 기반의 프로그램을 고르게 편성하기 위해 1개국 수입물 비율 제한을 실시했고, 지역 방송국들이 지역성을 확보할 수 있도록 하기 위해 지역 방송사업자에 대해 수중계 프로그램의 편성 비율을 제한해 왔다. 또, 국내 애니메이션의 제작 저변을 키우기 위해 국내 애니메이션 신규 편성 의무 비율을 설정해두고 있다.

방송의 가치 추구하고 산업적 요구에 의해 도입된 이 규제들은 최근 미디어 환경이 급변하면서 규제의 합목적성과 실효성에 대한 재검토가 요구되고 있다. 규제 도입 시기에 비교하면, 현재의 미디어 환경은 지상파 방송의 영향력이 하락하고, 텔레비전 중심의 방송 시청이 해체되고 비선형적 시청이 대세가 되고 있으며, OTT와 같은 새로운 영상 콘텐츠 유통 채널이 전통적 방송 미디어의 경쟁자로 부상하는 등의 급격히 변하고 있다. 방송의 가치와 산업의 요구 모두 변화하고 있는 현재, 각 편성 규제가 설정하고 있는 목표는 여전히 유효한지, 또한 각 규제가 목표하고 있던 바에 대해 어느 정도 달성했는지, 달성 가능성은 있는지 등에 대한 재검토가 필요한 시점이다.

이 연구는 이러한 문제의식을 가지고, 오락 프로그램의 편성 비율 규제, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제, 1개국 수입물 편성 비율 규제, 지역 방송 수중계 프로그램 비율 규제, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제의 정당성 및 실효성을 검토하고, 문제점을 파악했으며, 문제점의 해결을 위한 여러 개선안을 제안했다.

이 연구는 각 규제가 규제의 목표를 달성하는 데 효과적인지, 즉 그것이 규제 대상자들의 편성 행위에 적절하게 영향을 미치고, 편성의 자유를 제한한 효과가 규제가 목표한 바

를 이루게 하는지 여부를 여러 데이터를 기반으로 확인해 보고자 했다. 또 방송사업자 및 이해관계자가 규제와 관련해 경험하고 있는 고충과 불편에 대해 검토했다. 또한 방송사업자들의 편성 자유를 제한하는 만큼의 산업의 육성과 진흥의 효과를 가져오는지에 대해 판단해 보고자 했다. 주요 방송사업자들의 편성 현황, 규제와 관련된 산업 통계, 선행 연구 및 전문가들의 논의를 통해 규제의 실효성을 검토하고, 개선안을 제안했다.

이러한 검토를 통해 이 연구는 오락 프로그램 편성 비율 규제의 완화 또는 폐지, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제의 장기적 폐지 및 단기적 완화, 1개국 수입물 편성 비율 규제의 폐지, 지역 방송 수중계 프로그램 비율 규제의 자체제작 편성 규제로의 전환, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제의 지상파 및 종편PP 적용 폐지와 애니메이션 산업 진흥 정책으로의 전환 등을 제안했다. 이러한 규제의 완화 또는 폐지 등의 합리화 작업을 통해 방송사업자들의 경쟁력을 제고하고, 규제의 도입 당시 목표했던 대로 시청자들에게 다양한 양질의 프로그램을 제공할 수 있길 기대한다. 또한 방송 및 영상 콘텐츠의 제작과 유통 시장이 균형적으로 발전하며 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있기를 기대한다.

# 참 고 문 헌

## 국내 문헌

- NHK 경영위원회 (2020). 2020년 방송프로그램 편집의 기본계획(2020年度 国内放送番組 編集の基本計画).
- 강주일 (2013.09.09.). 방송사들의 꿈수... '교양'의 탈을 쓴 '예능' 속출. 경향신문. <https://m.khan.co.kr/culture/tv/article/201309092057255#c2b>
- 김남두·주성희·김청희·노은정 (2019). <방송콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위한 수중계비율 등 편성규제 개선 방안 연구>, 방통융합정책연구 KCC-2019-24. 정보통신정책연구원.
- 김남두·이종원·황현정·노은정 (2022). <OTT 서비스에 대한 편성 및 콘텐츠 정책 연구>. 방통융합정책연구 KCC-2022-26. 정보통신정책연구원.
- 김유정(2014). <뉴미디어 방송 편성>. 커뮤니케이션북스
- 고민수(2011). 방송편성 규정의 법적 성격과 한계에 관한 헌법학적 연구. <방송과 커뮤니케이션>, 12권 1호, 5-39.
- 고정민·김영재 (2010). 애니메이션 총량제의 문제점 및 개선 방안. <한국콘텐츠학회논문지>, 10권 1호, 256-266
- 배진아 (2020). 미디어 환경변화에 따른 편성 규제 원칙의 재정립. <방송문화>, 422, 35-53.
- 성숙희 (2013). <중편·전문채널에 대한 애니메이션 총량제 확대 시행 효과 분석>. KOCCA 포커스 2013-06호. 한국콘텐츠진흥원.
- 심홍진·주성희·노은정 (2021). <미디어 환경 변화에 부합하는 편성규제 전면 개편안 연구>. 방통융합정책연구 KCC-2021-28. 정보통신정책연구원.
- 심홍진·정은진 (2020) <방송통신 매체 융합에 따른 편성규제 실효성 제고방안 및 해외사례 비교연구>, KCC-2020-25, 정보통신정책연구원.
- 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.

이홍우·장하용 (2020). 한국 방송외주정책의 결정모델과 정책적 보완에 관한 연구. <사회과학연구>, 27권 4호, 99-126.

주성희·이주영 (2016). <국내 제작 방송프로그램 인정기준 개선 방안 연구>. 방통융합정책연구 KCC-2016-33. 정보통신정책연구원.

주정민·한진만·유종원 (2017). 외주제작 방송 프로그램 편성 정책의 성과와 평가. <한국콘텐츠학회논문지>. 17권 12호, 289-298.

주창윤·황성연·유승현 (2012). <방송 프로그램의 세부 분류기준 및 도입 방안 연구>, 방통융합미래전략체계연구 2012-19, 방송통신위원회.

한국콘텐츠진흥원 (2023). <2023 애니메이션 산업백서>.

\_\_\_\_\_ (2022). <2022 방송영상 산업백서>.

정보통신정책연구원 (2023). <2023년 방송산업실태조사>.

\_\_\_\_\_ (2014). <방송평가 기반조성 2014년 방송사업자 편성현황조사(2013년 자료). 정책자료 14-04.

\_\_\_\_\_ (2015). <방송평가 기반조성 2015년 방송사업자 편성현황조사(2014년 자료). 정책자료 15-07.

\_\_\_\_\_ (2016). <방송평가 기반조성 2016년 방송사업자 편성현황조사(2015년 자료). 정책자료 16-07.

\_\_\_\_\_ (2017). <방송평가 기반조성 2017년 방송사업자 편성현황조사(2016년 자료). 정책자료 17-07.

\_\_\_\_\_ (2018). <방송평가 기반조성 2018년 방송사업자 편성현황조사(2017년 자료). 정책자료 18-08.

\_\_\_\_\_ (2019). <방송평가 기반조성 2019년 방송사업자 편성현황조사(2018년 자료). 정책자료 19-10.

\_\_\_\_\_ (2020). <방송평가 기반조성 2020년 방송사업자 편성현황조사(2019년 자료). 정책자료 20-12.

\_\_\_\_\_ (2021). <방송평가 기반조성 2021년 방송사업자 편성현황조사(2020년 자료). 정책자료 21-14.

\_\_\_\_\_ (2022). <방송평가 기반조성 2022년 방송사업자 편성현황조사(2021년 자료). 정책자료 22-16.

\_\_\_\_\_ (2023). <방송평가 기반조성 2023년 방송사업자 편성현황조사(2022년 자료). 정책자료 23-13.

정지영·유세경. (2015). 적소이론의 관점에서 본 종합편성채널의 편성행위에 관한 연구. <한국방송학보>, 29(4), 357-390.

최상훈. (2015). 외주제도 영국 외주제도의 최신 현황과 함의. <방송문화>, 400호, 127-141.

한진만(2013). <방송 편성 전략>. 커뮤니케이션 북스.

홍원식(2020). 방송편성규제의 경로의존성 비판과 개선방향 : 편성비율규제를 중심으로. <한국엔터테인먼트산업학회논문지>, 14(6), 1-11, 10.21184/jkeia.2020.8.14.6.1

황성기(2011). 방송프로그램 편성규제정책에 대한 접근방법 및 방향성에 관한 연구. <홍익법학>, 12권 1호, 153-186.

## 해의 문헌

Eastman, S., & Ferguson, D. (2002). Broadcast/cable/web programming strategies and practices (6th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.

European Commission(2011). Revised Guidelines for Monitoring the Application of Articles16 and 17 of the Audiovisual Media Services (AVMS) Directive.

Waldman, S., & the Working Group on Information Needs of Communities. (2011). *The information needs of communities: The changing media landscape in a broadband age*. Federal Communications Commission.

# 부 록

## [부록 1] 편성규제 법령 - 방송법

제69조(방송프로그램의 편성등) ① 방송사업자는 방송프로그램을 편성할 때 공정성·공공성·다양성·균형성·사실성등에 적합하도록 하여야 한다. <개정 2020. 6. 9.>

② 종합편성을 행하는 방송사업자는 정치·경제·사회·문화 등 각 분야의 사항이 균형있게 표현될 수 있도록 하여야 한다.

③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 방송프로그램을 편성할 때 대통령령으로 정하는 기준에 따라 보도·교양 및 오락에 관한 방송프로그램을 포함하여야 하고, 그 방송프로그램 상호간에 조화를 이루도록 편성하여야 한다. 이 경우 대통령령으로 정하는 주시청시간대(이하 “主視聽時間帶”라 한다)에는 특정 방송분야의 방송프로그램이 편중되어서는 아니된다. <개정 2020. 6. 9.>

④ 전문편성을 행하는 방송사업자는 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송분야가 충분히 반영될 수 있도록 대통령령으로 정하는 기준에 따라 방송프로그램을 편성하여야 한다. <개정 2020. 6. 9.>

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

⑥ 한국방송공사 및 특별법에 의한 방송사업자, 방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 지상파방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령으로 정하는 비율 이상 편성하여서는 아니된다. <개정 2006. 10. 27., 2020. 6. 9.>

⑦ 한국방송공사는 대통령령으로 정하는 바에 의하여 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램을 편성하여야 한다. <개정 2006. 10. 27., 2020. 6. 9.>

⑧ 방송사업자는 장애인의 시청을 도울 수 있도록 한국수어·폐쇄자막·화면해설 등을 이용한 방송(이하 “장애인방송”이라 한다)을 하여야 한다. 이 경우 방송통신위원회는 방송사업자가 장애인방송을 하는 데 필요한 경비 및 장애인방송을 시청하기 위한 수신기의 보급에

필요한 경비의 전부 또는 일부를 「방송통신발전 기본법」 제24조에 따른 방송통신발전기금에서 지원할 수 있다. <개정 2011. 7. 14., 2013. 3. 23., 2014. 5. 28., 2016. 2. 3.>

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

⑩ 공동체라디오방송사업자는 청취자 참여프로그램을 매월 전체 방송시간의 100분의 50 범위 안에서 대통령령으로 정하는 비율 이상 편성하여야 한다. <신설 2006. 10. 27., 2011. 7. 14., 2020. 6. 9.>

⑪ 공동체라디오방송사업자가 다른 공동체라디오방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 방송시간은 매월 전체 방송시간의 100분의 50 범위에서 대통령령으로 정하는 비율 이상 편성하여서는 아니 된다. <신설 2015. 12. 22.>

## [부록 2] 편성규제 법령 - 방송법 시행령

제50조(방송프로그램의 편성 등) ① 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제3항 전단에 따라 보도에 관한 방송프로그램, 교양에 관한 방송프로그램 및 오락에 관한 방송프로그램이 상호간에 조화를 이루도록 편성하되, 그 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. <개정 2001. 3. 20., 2004. 9. 17., 2007. 8. 7., 2021. 4. 30.>

1. 텔레비전방송프로그램 및 라디오방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 60 이하로 편성할 것. 다만, 지상파이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60 이상으로 편성할 수 있다.
2. 데이터방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 해당 채널의 매반기 전체 방송내용물의 100분의 60 이하로 편성할 것

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

③법 제69조제3항 후단의 규정에 의한 주시청시간대는 다음 각호와 같다.

1. 평일 : 오후 7시부터 오후 11시까지

2. 토요일·일요일 및 공휴일 : 오후 6시부터 오후 11시까지

④법 제69조제4항에서 “대통령령으로 정하는 기준”이란 다음 각 호의 기준을 말한다.  
<개정 2004. 9. 17., 2007. 8. 7., 2021. 4. 30.>

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

가. 지상파방송사업자: 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 60 이상. 다만, 지상파이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60 이하로 편성할 수 있다.

나. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이상

다. 방송채널사용사업자: 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이상

2. 데이터방송채널의 경우 해당 채널의 매반기 전체 방송내용물의 100분의 60 이상 편성할 것

⑤ 법 제69조제5항에 따라 전문편성을 행하는 방송사업자가 부수적으로 편성할 수 있는 방송프로그램은 제2항에 따른 교양에 관한 방송프로그램 또는 오락에 관한 방송프로그램으로 한정한다. 다만, 제54조에 따른 공공채널과 영어 등 외국어를 주 언어로 하여 국내체류 외국인에게 대한민국에 관한 정보제공을 목적으로 하는 채널 등 다음 각 호의 구분에 따른 자가 고시하는 채널의 경우에는 그러하지 아니하다. <신설 2007. 8. 7., 2008. 2. 29., 2013. 3. 23., 2017. 7. 26.>

1. 과학기술정보통신부장관: 종합유선방송사업자, 위성방송사업자 및 방송채널사용사업자(보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자는 제외한다)

2. 방송통신위원회: 지상파방송사업자, 공동체라디오방송사업자, 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자

⑥법 제69조제6항에서 “대통령령으로 정하는 비율”이란 다음 각 호의 구분에 따른 범위에서 같은 항에 따른 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램 수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율을 말한다. <개정 2004. 9. 17., 2007. 8. 7., 2008. 2. 29., 2014. 11. 24., 2021. 4. 30.>

1. 지상파텔레비전방송사업자가 다른 한 지상파텔레비전방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상 100분의 85 이하

2. 지상파라디오방송사업자가 다른 한 지상파라디오방송사업자의 제작물을 편성할 수

- 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 40 이상 100분의 80 이하
3. 지상파이동멀티미디어방송사업자가 다른 한 지상파방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상
  4. 지상파이동멀티미디어방송사업자가 다른 한 방송채널사용사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상
- ⑦ 제1항제2호에 따른 방송내용물의 구체적인 산정기준은 방송통신위원회규칙으로 정하고, 제4항제2호에 따른 방송내용물의 구체적인 산정기준은 제5항 각 호의 구분에 따라 과학기술정보통신부령 또는 방송통신위원회규칙으로 정한다. <개정 2013. 3. 23., 2017. 7. 26.>
- ⑧ 제1항부터 제6항까지의 규정에 따른 방송프로그램의 세부적인 분류기준 및 편성비율 산정기준은 다음 각 호의 구분에 따른 자가 정하여 고시할 수 있다. <신설 2010. 10. 1., 2013. 3. 23., 2017. 7. 26.>
1. 과학기술정보통신부장관: 종합유선방송사업자, 위성방송사업자 및 방송채널사용사업자(종합편성이나 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자는 제외한다)
  2. 방송통신위원회: 지상파방송사업자, 공동체라디오방송사업자, 종합편성이나 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자

### [부록 3] 편성규제 법령 - 방송프로그램 등의 편성에 관한 고시

제1조(목적) 이 고시는 「방송법」 제69조제6항 및 같은 법 시행령 제50조제6항, 「방송법」 제71조제1항·제2항·제3항·제4항 및 같은 법 시행령 제57조제1항·제2항·제4항·제5항·제7항·제8항, 「방송법」 제72조제1항·제3항과 같은 법 시행령 제58조제1항·제3항·제5항, 「방송법」 제73조제4항 및 같은 법 시행령 제59조제3항에 따라 다른 한 방송사업자가 제작한 방송 프로그램의 편성비율, 국내제작 방송프로그램 및 국내제작 영화·애니메이션·대중음악의 편성비율, 국내제작 애니메이션의 신규 편성비율, 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 중 1개 국가에서 제작한 영화·애니메이션·대중음악의 편성비율, 순수외주 제작 방송프로그램의 편성비율, 비상업적 공익광고의 편성비율, 국내제작 방송프로그램의 인정기준 및 절차, 국내제작 영화의 인정기준, 국내제작 애니메이션의 인정기준 및 절차, 외국에서 수입한 영화·애니메이션의 국적 구별기준, 순수외주제작 방송프로그램의 인정기준 등을 정함을 목적으로 한다.

제2조(다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램 편성비율) ① 지상파텔레비전방송사업

자중 케이엔엔(KNN), 티비씨(TBC), 광주방송, 대전방송, 전주방송, 청주방송, 울산방송, 지원(G1), 제주방송은 다음 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송 프로그램을 편성할 수 없다. 다만, 각 호의 비율은 전년도 비율 대비 채널별로 1퍼센트 포인트를 초과하여 증가 또는 감소할 수 없다.

1. 방송사업매출액이 100억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 78 이내
2. 방송사업매출액이 100억원 이상 150억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 76 이내
3. 방송사업매출액이 150억원 이상 200억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 74 이내
4. 방송사업매출액이 200억원 이상 250억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 72 이내
5. 방송사업매출액이 250억원 이상 300억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 71 이내
6. 방송사업매출액이 300억원 이상 350억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이내
7. 방송사업매출액이 350억원 이상 400억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 69 이내
8. 방송사업매출액이 400억원 이상인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 68 이내

② 지상파라디오방송사업자중 케이엔엔(KNN), 티비씨(TBC), 광주방송, 대전방송, 전주방송, 청주방송, 울산방송, 지원(G1), 제주방송, 경인방송은 다음 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다. 다만, 각 호의 비율은 전년도 비율 대비 채널별로 1퍼센트 포인트를 초과하여 증가 또는 감소할 수 없다.

1. 방송사업매출액이 100억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 78 이내
2. 방송사업매출액이 100억원 이상 150억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 76 이내
3. 방송사업매출액이 150억원 이상 200억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 74 이내

4. 방송사업매출액이 200억원 이상 250억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 72 이내
  5. 방송사업매출액이 250억원 이상 300억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 71 이내
  6. 방송사업매출액이 300억원 이상 350억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이내
  7. 방송사업매출액이 350억원 이상 400억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 69 이내
  8. 방송사업매출액이 400억원 이상인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 68 이내
- ③ 지상파이동멀티미디어방송사업자는 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 80을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다.
- ④ 제1항 및 제2항 각호의 방송사업매출액은 「방송법」 제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상환 공표의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다.

제3조(국내제작 방송프로그램의 편성비율) ① 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

1. 지상파방송사업자

- 가. 전문편성방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오 방송 프로그램 방송 시간의 100분의 60 이상.
- 나. 종합편성방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오 방송 프로그램 방송 시간의 100분의 80 이상.

2. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 50 이상.

3. 방송채널사용사업자 : 해당 채널의 연간 전체 텔레비전방송 프로그램이나 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 40 이상.

4. 지상파이동멀티미디어방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자: 해당 채널의 연간 전체 방송시간의 100분의 60 이상.

② 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내제작 영화를 편성하여야 한다. 다만, 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자의 경우에는 해당 채널별로 연간 전체 영화방

송시간의 100분의 4 이상 국내제작 영화를 편성하여야 한다.

1. 지상파방송사업자 : 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간의 100분의 25 이상.
2. 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자 : 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간의 100분의 20 이상.

③ 방송사업자는 별표2를 충족하는 국내제작 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 편성하여야 한다.(이 고시에서 “애니메이션”이란 스스로 움직이는 피사체를 연속 촬영하여 제작하는 실사 영상과 달리 스스로 움직이지 않는 피사체를 2D, 3D, CG, 스톱모션 등 다양한 기법과 매체를 이용하여 인위적으로 조작하여 움직이는 영상이미지를 창출하는 작업물을 말한다.)

1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자를 제외한다) : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 45 이상.
2. 지상파이동멀티미디어방송사업자 : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 35 이상.
3. 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자 : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 30 이상.
4. 교육 또는 종교를 전문으로 편성하는 방송 사업자는 제1호와 제2호의 규정과 관계없이 다음의 규정에 따른다.
  - 가. 교육을 전문으로 편성하는 방송 사업자: 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 8 이상.
  - 나. 종교를 전문으로 편성하는 방송 사업자: 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 4 이상.

④ 방송사업자는 당해 채널별로 연간 전체 대중음악 방송시간의 100분의 60 이상 국내 제작 대중음악을 편성하여야 한다. 다만, 편성비율을 산정할 때 둘 이상의 음악전문 채널을 운영하는 오디오 부문 방송채널사용사업자는 사업자별로 적용한다.

⑤ 제1항에도 불구하고, 영화를 전문으로 편성하는 방송사업자는 제2항을, 애니메이션을 전문으로 편성하는 방송사업자는 제3항을, 대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자는 제4항을 각각 적용한다.

제4조(신규로 편성되는 국내제작 애니메이션의 편성비율) ① 방송사업자가 다음 각호의 분류에 따른 방송사업자군 내에서 국내제작 애니메이션을 최초로 편성하는 경우 이를 신규편성으로 인정한다.

1. 지상파방송사업자(지역방송발전지원특별법 제2조제1항 2호의 지역방송사업자는 제외한다.)
2. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자
3. 연간 전체 방송시간 중 100분의 50이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자
  - ② 한국교육방송공사는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.
  - ③ 지상파이동멀티미디어방송사업자는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 1 이상 국내에서 제작된 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.
  - ④ 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 해당 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다.
    1. 방송사업매출액 500억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상
    2. 방송사업매출액 500억원 이상 600억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 5 이상
    3. 방송사업매출액 600억원 이상 700억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 7 이상
    4. 방송사업매출액 700억원 이상 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 10 이상
  - ⑤ 「방송법 시행령」 제57조제3항에 따른 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자로서 방송사업매출액이 50억원 이상인 사업자는 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다.
    1. 방송사업매출액 50억원 이상 100억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상
    2. 방송사업매출액 100억원 이상 150억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 6 이상
    3. 방송사업매출액 150억원 이상 200억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 8 이상

4. 방송사업매출액 200억원 이상 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 10 이상

⑥ 제4항 및 제5항 각호의 방송사업매출액은 「방송법」 제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다.

제5조(국내제작 방송프로그램의 인정기준 및 절차) ① 제3조 제1항의 국내제작 방송프로그램은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하여야 한다.

1. 방송프로그램 제작에 소요된 재원의 100분의 30 이상을 내국인(국내법에 따라 설립된 법인으로 주식 또는 지분 총수의 100분의 50 이상을 내국인이 소유한 법인을 포함한다)이 출자한 방송프로그램으로 별표1에서 정한 기준에 해당하는 방송프로그램
2. 외국과 공동으로 기획·제작한 방송프로그램 중 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 따라 국내제작으로 승인받은 방송프로그램

② 제1항 제1호에 따라 국내제작 방송프로그램으로 확인받으려는 자는 별지 제1호서식의 국내제작 방송프로그램 확인 신청서에 다음 각 호의 사항을 첨부하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다.

1. 방송프로그램 기획서
2. 방송프로그램 제작과 관련한 계약서(외국과 공동으로 제작한 경우에 한하며 한글본을 포함)
3. 방송프로그램의 줄거리 및 대본
4. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음악, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증빙하는 서류
5. 방송프로그램 사본(외국과 공동으로 제작하여 두 개 이상의 국가에서 방송되는 경우에는 국내에서 방송되는 것과 해외에서 방송되는 것을 모두 포함)
6. 기타 방송통신위원회가 국내제작 확인을 위해 요청하는 서류

③ 제1항 제2호에 따라 국내제작 방송프로그램으로 승인받으려는 자는 다음 각 호에 따른 사항을 방송통신위원회에 제출하여야 한다.

1. 사전 승인의 경우, 별지 제2호서식 정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사전 승인 신청서 및 다음 각 목의 사항
  - 가. 방송프로그램 기획서
  - 나. 방송프로그램 공동제작과 관련한 계약서(소유권 및 지적재산권, 수익분배권이 명

시된 한글본을 포함)

- 다. 방송프로그램의 줄거리 및 대본
  - 라. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음악, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증빙하는 서류
  - 마. 주간 단위 촬영·작업 계획 및 촬영 장소
  - 바. 기타 방송통신위원회가 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 의한 국내 제작 사전 승인을 위해 요청하는 서류
2. 사후 승인의 경우, 별지 제3호서식 정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사후 승인 신청서 및 다음 각 목의 사항
- 가. 방송프로그램 기획서
  - 나. 방송프로그램 공동제작과 관련한 계약서(소유권 및 지적재산권, 수익분배권이 명시된 한글본을 포함)
  - 다. 방송프로그램의 줄거리 및 대본
  - 라. 제작자, 연출자, 작가, 주요 연기자(조연을 포함) 및 영상, 음악, 음향, 미술·CG, 편집 책임자의 국적 및 해당 방송프로그램에의 기여를 증빙하는 서류
  - 마. 방송프로그램 사본(방송 편성을 목적으로 제작된, 크레딧이 명기된 국내 및 해외 방송 프로그램 사본)
  - 바. 기타 방송통신위원회가 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 의한 국내제작 사후 승인을 위해 요청하는 서류
- ④ 방송통신위원회는 신청인의 국내제작 방송프로그램 인정 신청 접수 후 90일 이내에 그 결과를 신청인에게 문서로 통보한다. 다만, 불가피한 사유로 기일내에 심사를 하지 못한 경우에는 1회에 한해 기일을 90일 더 연장할 수 있다.
- ⑤ 신청인은 방송통신위원회의 국내제작 인정 여부에 대해 이의가 있는 경우에는 그 결과를 통보받은 날부터 30일 이내에 1회에 한해 문서로 재심사를 요청할 수 있으며, 이 경우 제4항의 기일을 준용한다.
- ⑥ 방송통신위원회는 이해당사자의 신청 또는 직권에 의해 해당 방송프로그램의 국내 제작 여부를 조사할 수 있다.
- ⑦ 방송통신위원회는 제2항 및 제3항 따라 신청된 국내제작 방송프로그램 인정 여부를 자문받기 위해 5인 이상 9인 이하의 자문위원회를 운영할 수 있다.

제6조(국내제작 영화의 인정기준) 제3조제2항의 국내제작 영화는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하여야 한다.

1. 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제2조 제3호에 따라 한국영화로 인정한 영화
2. 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제27조제2항에 따라 영화진흥위원회가 공동제작영화및예술영화의인정등에관한규정에 따라 한국영화로 인정한 공동제작 영화

제7조(국내제작 애니메이션의 인정기준 및 절차) ① 제3조 제3항의 국내제작 애니메이션은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하여야 한다.

1. 애니메이션 제작에 소요된 재원의 100분의 30 이상을 내국인이 출자한 애니메이션으로 별표2에서 정한 기준에 해당하는 애니메이션
2. 외국과 공동으로 기획·제작한 애니메이션 중 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작 협정에 따라 국내제작으로 승인받은 애니메이션

② 제1항 제1호에 따라 국내제작 애니메이션으로 확인받으려 하는 자는 별지 제4호서식의 국내제작 애니메이션 확인 신청서, 별지 제5호서식의 제작참여 확인서에 다음 각 호의 사항을 첨부하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다.

1. 애니메이션 기획서
2. 애니메이션 제작과 관련한 계약서(외국과 공동으로 제작한 경우에 한하며 한글본을 포함)
3. 애니메이션 줄거리 및 대본
4. 애니메이션 캐릭터집 및 배경집
5. 애니메이션 스토리보드
6. 외국 공동제작사 확인서(외국과 공동으로 제작한 경우에 한함)
7. 애니메이션 사본(외국과 공동으로 제작하여 두 개 이상의 국가에서 방송되는 경우에는 국내에서 방송되는 것과 해외에서 방송되는 것을 모두 포함)
8. 내국인이 저작권 및 수익분배권을 보유하고 있음을 증빙하는 서류
9. 기타 방송통신위원회가 국내제작 확인을 위해 요청하는 서류

③ 제1항 제2호에 따른 국내제작 애니메이션으로 인정받기 위한 절차 등은 제5조 제3항을 준용한다.

④ 방송통신위원회는 신청인의 국내제작 애니메이션 인정 신청 접수 후 30일 이내에 그 결과를 신청인에게 문서로 통보한다. 다만, 불가피한 사유로 기일 내 심사를 하지 못할

경우에는 1회에 한해 기일을 30일 더 연장할 수 있다.

- ⑤ 신청인은 방송통신위원회의 국내제작 애니메이션 불인정 판정에 대해 이의가 있는 경우 그 결과를 통보받은 날로부터 30일 이내에 1회에 한해 재심사를 문서를 통해 요청할 수 있으며, 그 경우 제4항의 기일을 준용한다.
- ⑥ 방송통신위원회는 제2항 및 제3항에 따라 신청된 국내제작 애니메이션의 인정 여부를 자문받기 위해 5인 이상 9인 이내의 자문위원회를 운영할 수 있다.

제8조(수입한 외국의 영화·애니메이션·대중음악 중 한 나라에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악의 편성비율) 영 제57조제5항에 따른 방송사업자는 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션·대중음악을 분야별로 해당 채널의 연간 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악 방송시간의 100분의 90을 초과하여 편성할 수 없다. 다만, 외국에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악을 연간 각 4편 또는 각 240분 이내로 편성한 방송사업자에게는 적용하지 아니한다.

제8조의2(수입한 외국의 영화·애니메이션의 국적 구별기준) 외국에서 수입한 영화·애니메이션의 국적은 별표3에서 정한 기준으로 구별한다.

제9조(순수외주제작 방송프로그램의 편성) ① 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

1. 한국방송공사.

가. 지상파제1텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 19 이상

나. 지상파제2텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 35 이상

2. 「방송문화진흥회법」에 따른 방송문화진흥회가 최대출자자인 지상파방송사업자.

가. 지상파텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상

3. 제2호의 지상파방송사업자가 최대출자자인 지상파방송사업자: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 20 이상

4. 제1호부터 제3호까지의 방송사업자를 제외한 직전 3개 사업연도 평균 매출액이 3천

억원 이상인 지상파방송사업자.

가. 지상파텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상

5. 한국교육방송공사: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 16 이상

6. 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자: 당해 채널별로 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 32 이상(다만, 제1호부터 제5호까지의 지상파방송사업자는 해당 각호에 따른다.)

7. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상

② 지상파방송사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 종합편성을 행하는 당해 채널별 매반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 100분의 10 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 다만, 종합편성을 행하는 지상파방송채널사용사업자는 당해 채널별 매반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 100분의 3 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

제9조의2(순수외주제작 방송프로그램의 인정기준) ① 제9조의 순수외주제작 방송프로그램은 방송사업자와 외주제작사간에 문화체육관광부가 마련한 「방송프로그램 제작·방영권 구매 표준계약서」 또는 이에 준하는 계약서를 이용하여 계약을 체결한 방송프로그램으로서 다음 각 호 중 3가지 이상의 요건을 갖추고 외주제작사가 실질적인 제작을 담당한 방송프로그램 이어야 한다.

1. 외주제작사가 작가(방송프로그램의 극본, 구성대본 등을 집필하는 자로 여러 명이 집필하는 경우에는 이를 대표하는 자를 말한다)와의 계약 체결을 담당하는 경우
2. 외주제작사가 주요 출연자와의 계약 체결을 담당하는 경우
3. 외주제작사가 주요 스태프(연출, 촬영, 편집, 조명 또는 미술 스태프) 중 2가지 이상 분야의 책임자와의 계약 체결을 담당하는 경우
4. 외주제작사가 방송프로그램 제작에 소요되는 재원의 100분의 30 이상을 조달하는 경우
5. 외주제작사가 제작비의 집행 및 관리와 관련된 제반 의사 결정을 담당하는 경우

② 제1항에도 불구하고 방송사업자와 외주제작사간에 문화체육관광부가 마련한 「방송프로그램 제작·방영권 구매 표준계약서」 또는 이에 준하는 계약서를 이용하여 방송프로그램 판매에 따른 수익의 전부 또는 일부를 배분하는 계약을 체결한 방송프로그램으로

서 다음 각 호 중 3가지 이상의 요건을 갖춘 방송프로그램에 대해서는 순수외주제작 방송프로그램으로 볼 수 있다.

1. 방송권 판매에 따른 수익의 100분의 30 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약을 체결한 경우
  2. 전송권 판매에 따른 수익의 100분의 30 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약을 체결한 경우
  3. 복제·배포권 판매에 따른 수익의 100분의 30 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약을 체결한 경우
  4. 공연권 판매에 따른 수익의 100분의 30 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약을 체결한 경우
  5. 2차적저작물작성권 판매에 따른 수익의 100분의 30 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약을 체결한 경우
- ③ 방송통신위원회는 방송사업자와 외주제작사에 대해 순수외주제작 방송프로그램 인정에 필요한 자료의 제출을 요구할 수 있다.
- ④ 제1항제1호부터 제3호까지의 “계약 체결을 담당하는 경우”라 함은 교섭을 통해 계약의 실질적 합의를 이루는 것을 말한다.
- ⑤ 방송통신위원회는 순수외주제작 방송프로그램 인정 여부를 자문받기 위해 5인 이상 9인 이하의 자문위원회를 운영할 수 있다.

제10조(비상업적 공익광고 편성비용) 방송사업자는 다음 각 호와 같이 비상업적 공익광고를 편성하여야 한다. 다만, 방송구역이 국외이거나 재외 외국인 또는 재외동포를 대상으로 행하는 방송 또는 방송프로그램 단위로 시청자가 선택하여 시청할 수 있도록 방송프로그램을 제공하는 방송, 「방송법」 제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표 기준으로 매 전전년도 방송사업매출액이 20억원 미만인 방송사업자가 행하는 방송의 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 지상파텔레비전방송사업자 : 해당 채널별로 매월 전체 방송시간의 1000분의 2 이상
2. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자, 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자, 그 밖의 방송채널사용사업자 중 「방송법」 제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표 기준으로 매 전전년도 방송사업매출액이 4백억원 이상인 방송채널사용사업자 : 해당 채널별로 매월 전체방송시간의 1000분의 1 이상

3. 제1호 및 제2호 이외의 방송사업자 : 해당 채널별로 매월 전체 방송시간의 1000분의 0.5 이상

제11조(편성비율 산정 및 산정 제외 방송시간) ① 제3조제2항의 국내제작 영화의 편성비율을 산정할 때, 지상파방송사업자가 「방송법 시행령」 제50조제3항에 따른 주시청시간대에 국내제작 영화를 편성하는 경우에는 편성시간의 100분의 150으로 인정한다.

② 제3조 및 「방송법 시행령」 제57조제8항에 따라 국내제작 애니메이션을 「방송법 시행령」 제50조제3항의 주시청시간대에 편성하는 경우에는 편성시간의 100분의 150으로 인정한다.

③ 제4조 및 「방송법 시행령」 제57조제4항의 신규로 편성되는 국내제작 애니메이션을 어린이들이 주로 시청하는 다음 각호의 시간대에 편성하는 경우에는 편성시간의 100분의 150으로 인정한다.

1. 평일 : 7시~9시, 17시~20시

2. 주말 및 공휴일 : 7시30분~11시, 14시~20시

④ 제2조, 제3조, 제4조, 제8조, 제9조, 제10조, 「방송법시행령」 제50조제1항의 편성비율을 산정할 때 「방송통신발전 기본법」 제40조에 따른 재난방송 또는 비상방송, 「방송법」 제76조제2항에 따라 방송통신위원회가 고시하는 ‘국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회, 그 밖의 주요 행사’ 또는 기타 방송통신위원회가 인정하는 방송시간은 제외할 수 있다.

⑤ 제9조제1항의 순수외주제작 방송프로그램 편성비율을 산정할 때, 방송사업자와 외주제작사가 촬영원본을 공유하는 경우에는 편성시간의 100분의 110으로 인정한다.

⑥ 제9조제1항 및 제2항의 순수외주제작 방송프로그램 편성비율을 산정할 때, 「방송법 시행령」 제50조제3항에 따른 주시청시간대에 교양분야의 순수외주제작 방송프로그램을 편성하는 경우에는 편성시간의 100분의 110으로 인정한다.

⑦ 제9조제1항 및 제2항의 순수외주제작 방송프로그램 편성비율을 산정할 때, 방송사업자와 외주제작사가 체결한 계약서에 외주제작사가 저작권 전부를 보유하는 조항이 있을 경우에는 편성시간의 100분의 130으로 인정한다.

⑧ 제10조의 비상업적 공익광고 편성비율을 산정할 때, 「방송법 시행령」 제50조제3항에 따른 주시청시간대에 비상업적 공익광고를 편성하는 경우에는 편성시간의 100분의 150으로 인정한다. 다만, 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널은 다음 각호의 시간에 비상업적 공익광고를 편성하는 경우에 편성시간의 100분의 150으로 인정한다.

1. 평일 : 11시부터 15시까지
2. 토요일·일요일 및 공휴일 : 11시부터 16시까지

제12조(신기술 시험방송 채널에 대한 특례) 방송 신기술을 적용하여 시험방송하는 채널에 대해서는 방송통신위원회의 결정으로 이 규정의 일부를 적용하지 아니 할 수 있다.

제13조(편성비율 적용기간) 편성비율이 적용되는 대상기간은 다음 각 호와 같으며, 대상기간을 충족하지 아니한 방송사업자에게는 편성비율을 적용하지 아니한다.

1. 월간 : 해당 월 1일부터 말일까지
2. 반기간 : 1월 1일부터 6월30일, 7월 1일부터 12월 31일까지
3. 연간 : 1월 1일부터 12월 31일까지

제14조(규제의 재검토) 방송통신위원회는 「행정규제기본법」 제8조 및 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령훈령 제334호)에 따라 이 고시에 대하여 2015년 8월 1일을 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 7월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

부칙 부 칙 <제2008-72호,2008.5.19.>

- ①(시행일) 이 고시는 고시한 날부터 시행한다.
- ②(경과조치) 이 고시 시행일이 속한 월, 분기, 연도에 대하여는 이 고시에 의한 월간 편성비율, 분기 편성비율, 연간 편성비율을 적용한다.

필첨 부 칙 <제2008-135호,2008.12.31.>

- 제1조(시행일) ① 이 고시는 고시한 날부터 시행한다.
- ② 이 고시 시행일이 속한 월, 분기, 연도에 대하여는 이 고시에 의한 월간 편성비율, 분기 편성비율, 연간 편성비율을 적용한다.
  - ③ 제4조(신규로 편성되는 국내제작 애니메이션의 편성비율)는 에스비에스(SBS)를 제외한 지역 민영 지상파방송사업자와 지상파이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자에게 2009년까지 시행을 유예하되, 시행시기는 따로 결정한다.

④ 제8조(외주제작 방송프로그램의 편성)는 지상파이동멀티미디어방송사업자와 지상파 방송채널사용사업자에게 2009년까지 시행을 유예하되, 시행시기는 따로 결정한다.

제2조(다른 법률과의 관계) 인터넷멀티미디어방송사업법 제21조 제4항, 같은 법 시행령 제 20조 제4항 및 제5항에 따라 인터넷 멀티미디어 방송 콘텐츠사업자는 방송채널사용사업 자로 보아 해당 고시 규정을 적용한다.

제3조(다른 고시의 폐지) 방송통신위원회고시 제2008-73호(2008. 5.19.)는 폐지한다.

부칙 부 칙 (일몰제 적용을 위한 「가입자선로의 공동활용기준」 등 일부개정)<제 2009-27호, 2009.11.5.>

이 고시는 2009년 11월 5일부터 시행한다.

펼침 부 칙 (행정서식 정비를 위한 「정보통신공사업법 시행에 관한 방송통신위원회 규정」 등) <제2010-3호, 2010.2.3.>

제1조(시행일) 이 고시는 2010년 2월 3일부터 시행한다.

제2조(서식에 관한 경과조치) 이 고시 시행당시 종전의 규정에 의한 서식은 2010년 6월 30 일까지 이 고시에 의한 서식과 함께 사용할 수 있다.

펼침 부 칙 <제2010-57호, 2010.12.31.>

제1조(시행일) 이 고시는 2010년 12월 31일부터 시행한다.

제2조(경과조치) 이 고시 시행일이 속한 월, 분기, 반기, 연도에 대하여는 이 고시에 의한 월간 편성비율, 분기간 편성비율, 반기간 편성비율, 연간 편성비율을 적용한다.

펼침 부 칙 <제2011-36호,2011.6.30.>

제1조(시행일) 이 고시는 2011년 7월 1일부터 시행한다.

부칙 부 칙 <제2011-51호,2011.12.2.>

이 고시는 대한민국과 미합중국간의 자유무역협정 발효일부터 시행한다.

펼침 부 칙 <제2012-11호,2012.2.23.>

제1조(시행일) 이 고시는 공포한 날부터 시행한다.

제2조(국내제작 영화의 편성비율 및 수입한 외국의 영화 중 1개 국가에서 제작한 영화의 편성비율 적용에 관한 특례) 삼차원 입체영상을 전문으로 편성하는 방송채널에 대해서는 제3조제2항 및 제8조의 규정에도 불구하고 국내제작 영화의 편성비율 및 외국에서 수입한 영화 중 1개 국가에서 수입한 영화의 편성비율 적용을 2012년 12월 31일까지 적용하지 아니한다.

펼침 부 칙 <제2012-45호,2012.7.18.>

제1조(시행일) 이 고시는 2012년 7월 18일부터 시행한다.

제2조(국내 제작 애니메이션의 신규 편성에 관한 경과조치) 「방송법 시행령」 부칙 제2조에 따라 국내 제작 애니메이션 신규 편성에 관하여 2012년 12월 31일까지는 제4조의 개정 규정에도 불구하고 종전의 규정에 따른다.

펼침 부 칙 <제2014-6호,2014.6.5.>

제1조(시행일) 이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

제2조(경과조치) 이 고시 시행일이 속한 월, 반기, 연도에 대하여는 이 고시에 의한 월간 편성비율, 반기간 편성비율, 연간 편성비율을 적용한다.

펼침 부 칙 <제2015-22호,2015.10.16.>

제1조(시행일) 이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

제2조(신규로 편성되는 국내제작 애니메이션의 편성비율 적용에 관한 경과조치) 제4조제1항의 개정 규정에 불구하고 이 고시 시행 당시 종전의 규정에 따라 신규편성으로 인정되지 아니하는 애니메이션을 방송사업자가 편성하는 경우 이를 신규편성으로 인정하지 아니한다.

펼침 부 칙 <제2016-9호,2016.10.26.>

제1조(시행일) 이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

제2조(순수외주제작 방송프로그램의 편성비율에 대한 특례) ① 제9조제1항제2호가목 규정에 불구하고 「방송문화진흥회법」에 따른 방송문화진흥회가 최다출자자인 지상파방송사업자는 2017년 12월 31일까지는 100분의 35 이상, 2018년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지는 100분의 32 이상으로 한다.

② 제9조제1항제3호가목 규정에 불구하고 같은 항 제1호 및 제2호에 해당하는 방송사업자를 제외한 직전 3개 사업연도 평균 매출액이 3천억원 이상인 지상파방송사업자는 2017년 12월 31일까지는 100분의 35 이상, 2018년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지는 100분의 32 이상으로 한다.

펼침 부 칙 <제2016-15호,2016.12.29.>

제1조(시행일) 이 고시는 2017년 1월 1일 부터 시행한다.

제2조(국내제작 방송프로그램의 편성비율에 관한 특례) 제3조 제1항의 규정에 불구하고 외국문화를 주된 방송분야로 하는 방송채널사용사업자는 2018년 12월 31일까지 국내에서 제작된 방송프로그램을 해당 채널의 매 반기 전체 텔레비전방송 프로그램 방송 시간의 100분의 30이상 편성할 경우 제3조 제1항에 따른 의무를 준수한 것으로 본다.

제3조(경과조치) 이 고시 시행 당시 종전의 행위에 대한 과태료의 적용에 있어서는 행위 당시의 규정을 적용한다.

부칙 부 칙 <제2017-14호,2017.12.27.>

이 고시는 고시 후 6개월이 경과된 날부터 시행한다.

부칙 부 칙 <제2018-15호,2018.11.29.>

이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

부칙 부 칙 <제2019-8호,2019.6.17.>

이 고시는 2019년 6월 25일부터 시행한다.

펼침 부 칙 <제2020-2호,2020.3.16.>

제1조(시행일) 이 고시는 2020년 10월 1일부터 시행한다.

제2조(과태료에 관한 경과조치) 이 고시 시행 전의 위반행위에 대하여 과태료를 부과할 때에는 종전의 규정에 따른다.

부칙 부 칙 <제2020-7호, 2020.12.9.>

이 고시는 2022년 1월 1일부터 시행한다.

펼침 부 칙 <제2021-5호, 2021.06.29.>

제1조(시행일) 이 고시는 2022년 1월 1일부터 시행한다.

제2조(과태료에 관한 경과조치) 이 고시 시행 전의 위반행위에 대하여 과태료를 부과할 때에는 종전의 규정에 따른다.

**[부록 4]**

2022년 지상파 채널별 신규 국내 애니메이션 편성 현황

연번	채널명	작품명	대표 제작사
1	KBS1	고등등심포니	와이즈 온 미디어(주)
2		구르곰구르담	(주)디피에스
3		꼬마어사 콩도령 3	(주)비엔비웍스
4		내 비밀친구 햄찌	(주)브릭스튜디오
5		다이노파워즈	(주)도파라
6		뿔뿔이의 그림일기 동요	(주)크레이지버드 스튜디오
7		반지의 비밀일기 3	(주)쏘울크리에이티브
8		반짝반짝 달님이 2	(주)선우엔컴퍼니
9		뱀파이어 소녀 달자	(주)씨제이이엔엠
10		보토스 패밀리 2	(주)콧마스튜디오
11		브레드와 윌크의 세계여행	(주)몬스터스튜디오
12		브레드이발소 3	(주)몬스터스튜디오
13		상상꾸러기 꾸다	(주)모꼬지
14		성탄특선 린다의 신기한 여행 2	(주)탁툰엔터프라이즈
15		신비아파트 고스트볼Z 귀도 퇴마사	(주)씨제이이엔엠
16		신비아파트 고스트볼Z 어둠의 퇴마사	(주)씨제이이엔엠
17		어린이날특선 방과후 트레저헌팅	(주)씨제이이엔엠
18		어린이날특선 배틀 마블리언즈	(주)씨제이이엔엠
19		영풍발랄 콩순이와 친구들 7	(주)영실업
20		좀비덤 3	(주)애니작
21		주디세이	(주)코믹시티
22		콩순이의 율동교실 6	(주)영실업
23		콩순이의 환경이야기	(주)영실업
24		겨털소녀 김봉어	독립영화관 인디애니씨앗전
25		마스코트	(국내단편)
26		메이 제주 데이	
27		빛	
28		어둠의 저편	
29		우주의 끝	
30		지혜로운 방구석 생활	

연번	채널명	작품명	대표 제작사
31		게으른 타코씨	
32		과대중 소녀	
33		물, 한 모금	
34		어나더	
35		일해라! 몸속친구들	
36		허수아비 섬	
1	KBS2	꼬마공룡 크앙	(주)쏘울크리에이티브
2		내 친구 반인반어	(주)에니작
3		니니 뭐하니	(주)스튜디오반달
4		도깨비 언덕에 왜 왔니	(주)쏘울크리에이티브
5		뽕뽕이의 그림일기 동요	(주)크레이지버드 스튜디오
6		렛츠 고릴라	(주)위저드팜
7		마카앤로니 2	(주)브릭스튜디오
8		반짝반짝 캐치티니핑	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
9		뽕족뽕족 포크가족	(주)탁툰엔터프라이즈
10		시크릿췌췌 베스트프렌즈	(주)영실업
11		알쏭달쏭 캐치티니핑	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
12		어린이날 특선 추억의 점정고무신	(주)새한프로덕션
13		엉뚱발랄 콩순이와 친구들 8	(주)영실업
14		티티체리	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
1	MBC	공룡메카드 타이니소어의 섬	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
2		뚝딱구조대	(주)지앤지엔터테인먼트
3		뚝딱구조대 2	(주)지앤지엔터테인먼트
4		메카드볼	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
5		메카드볼 메가	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
6		반짝이는 프리채널 2	동우에이앤이(주)
7		반짝이는 프리채널 3	동우에이앤이(주)
8		와췌 프리매직	동우에이앤이(주)
9		췌라기캡스 3	(주)스튜디오버튼
10		치치핑핑 시즌 4	(주)아리모아
11		프린세스 바리	(주)그린우드
12		헬로카봇 옴파로스섬의 비밀	(주)초이락컨텐츠컴퍼니

연번	채널명	작품명	대표 제작사
1	SBS	마법여우 주비	(주)아소비플래닛
2		슈퍼다이노	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
3		스페이스 동의보감	(주)매직영상
4		아머드사우루스	대원미디어(주)
5		아머드사우루스 시즌2	대원미디어(주)
6		애니갤러리 641화	국내단편작
7		어린이날 특집 안녕 자두야 - 제주도의 비밀	(주)아툰즈
8		우주경찰 갤럭시 스퀘드	(주)에넴
9		헬로카봇 시즌11 씬바	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
10		헬로카봇 시즌12 붐바	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
1	EBS	#타타와 쿠마	(주)브릭스
2		고고다이노 우리동네 공룡	(주)모꼬지
3		뒤죽박죽섬의 빅풋패밀리	(주)캠프파이어애니웍스
4		띠띠뽀 띠띠뽀	(주)아이코닉스
5		로보카 폴리	(주)로이비주얼
6		미니특공대 브이레인저스	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
7		미니특공대 애니멀트론	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
8		엄마 까투리	(주)퍼니플릭스
9		좀비가 되어버린 나의 딸	(주)두루픽스
10		추석 특선 한국단편문학 애니메이션 소나기	(주)연필로명상하기
11		출동! 슈퍼윙스	(주)퍼니플릭스
12		타타와 쿠마	(주)브릭스
13		하프와 친구들	(주)토이트론
14		히어로 씨클	(주)스튜디오티엔티

자료: <2023 애니메이션 산업 백서>

**[부록 5]**

2022년 종편PP 채널별 신규 국내 애니메이션 편성 현황

연번	채널명	작품명	대표 제작사
1	TV조선	궁금한 건 못 참는 주니토니 이야기	(주)키즈게슬 에듀테인먼트
2		뽕뽕이의 그림일기 동요	(주)크레이지버드 스튜디오
3		렛츠고릴라	(주)위드팜
4		마법소녀 디디 PART2	(주)네온크리에이션
5		마법여우 주비	(주)아소비플래닛
6		반구대의 대모험	(주)매직영상
7		반지의 비밀일기 시즌3	(주)쏘울크리에이티브
8		스페이스 동의보감	(주)매직영상
9		영똥발랄 콩순이와 친구들 시즌7	(주)영실업
10		이야기 구구절절 시즌3	(주)매직영상
11		종알종알 뽕뽕이	(주)크레이지버드 스튜디오
1	JTBC	꼬마히어로 슈퍼잭2	(주)오론
2		반짝반짝 달님이	(주)선우엔컴퍼니
3		시간 여행자 루크	(주)애니작
4		인앱	(주)애니작
5		꼬마버스 타요6	(주)아니코닉스
6		팡팡 다이노	(주)드림팩토리스튜디오
7		우당탕탕 은하안전단	(주)마로스튜디오
8		느릿느릿 나무늘보 늘	(주)세븐블로스
1	채널A	고고다이노 공룡탐험대 시즌4	(주)모꼬지
2		댄벤처스 아카데미	(주)스튜디오홀호리
3		도깨비캡쳐 보물산의 전설	(주)스튜디오아이레
4		똥대 똥똥!	(주)일리버드픽처스
5		두다다콩3 신기한 동물 탐험	아이스크림 스튜디오(주)
6		띠띠뽀 띠띠뽀 3	(주)아이코닉스
7		메카드볼	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
8		바이트초이카 하이퍼	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
9		반짝반짝 캐치! 티니핑	(주)에스에이엔터테인먼트
10		반짝이는 프리채널 시즌3	동우에이앤이(주)
11		아머드 사우루스	대원미디어(주)
12		아머드 사우루스 2	대원미디어(주)
13		치치핑핑 판타지 어드벤처 시즌3	(주)아리모아
14		치치핑핑 판타지 어드벤처 시즌4	(주)아리모아
1	MBN	고등등 심포니	와이즈 온 미디어(주)
2		까부리아 한자마법	(유)KBS어린이문화산업전문회사
3		꼬마어사 콩도령3	(주)비엔비웍스
4		도깨비 언덕에 왜왔니	(주)쏘울크리에이티브
5		따라라 따라라 똑딱구조대	(주)지엔지엔터테인먼트
6		따라라 따라라 똑딱구조대2	(주)지엔지엔터테인먼트
7		또봇V 우주수호대	(주)영실업
8		반짝이는 프리채널2	동우에이앤이(주)
9		신비아파트Z	(주)씨제이이엔엠
10		헬로 카봇벙	(주)초이락컨텐츠컴퍼니

자료: <2023 애니메이션 산업 백서>

## [부록 6]

2022년 애니메이션 전문PP 채널별 신규 국내 애니메이션 편성 현황

연번	채널명	작품명	대표 제작사
1	투니버스	New 안녕 자두야 스페셜	(주)아툰즈
2		극장판 안녕 자두야: 제주도의 비밀	(주)아툰즈
3		꼬마어사 콩도령3	(주)비엔비웍스
4		다이너 파워즈	(주)도파라
5		도깨비 언덕에 왜 왔니?	(주)쏘울크리에이티브
6		된다! 뭐든! : 무서울 뻔~한 이야기	(주)얼리버드픽처스
7		로보카폴리5	(주)로이비주얼
8		마카엔로니2	(주)브릭스튜디오
9		미니특공대 브이레인저스	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
10		미니특공대 애니멀트론	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
11		반짝반짝 달님이2	(주)선우엔컴퍼니
12		뱀파이어소녀 달자	(주)씨제이이엔엠
13		베베핀	더핑크퐁컴퍼니(주)
14		브레드 이발소3	(주)몬스터스튜디오
15		시크릿 쥬쥬 베스트프렌즈	(주)영실업
16		신비아파트 고스트볼Z : 귀도퇴마사	(주)씨제이이엔엠
17		신비아파트 특별판 : 빛의 뱀파이어와 어둠의 아이	(주)씨제이이엔엠
18		신비아파트: 다시 만난 철공이와 월정리의 전설	(주)씨제이이엔엠
19		영똥발랄 콩순이와 친구들7	(주)영실업
20		영똥발랄 콩순이와 친구들8	(주)영실업
21		웰컴투 정글스쿨	(주)스튜디오애니멀
22		유뻐와 친구들	(주)드림팩토리스튜디오
23		인앰 (인:앰)	(주)애니작
24		콩순이의 울동교실7	(주)영실업
25		히어로썬클2	(주)스튜디오티앤티
1	대교	고등등심포니	와이즈 온 미디어(주)
2	어린이	도깨비 캡처 보물산의 전설	(주)스튜디오아이레
3	TV	따라라 따라라 똑따구조대	(주)지엔지엔터테인먼트

연번	채널명	작품명	대표 제작사
4		엄마가투리4	(주)퍼니플릭스
5		출동 유후구조대	(주)스튜디오 버튼
6		타타와 쿠마	(주)브릭스
7		하프와 친구들	(주)토이트론
1	애니원	떡방이와 친구들	군산문화협동조합
2		반짝이는 프리채널 시즌2	동우에이앤이(주)
3		반짝이는 프리채널 시즌3	동우에이앤이(주)
4		아머드 사우루스 시즌2	(유)아머드사우루스문화산업전문회사
1	애니맥스	마음의 소리4	(주)두루픽스
2		반지의 비밀일기3	(주)쏘울크리에이티브
3		좀비가 되어버린 나의 딸	(주)두루픽스
4		쥬라기캡스3	(주)스튜디오버튼
5		치치핑핑	(주)아리모아
6		치치핑핑2	(주)아리모아
7		치치핑핑3	(주)아리모아
8		치치핑핑4	(주)아리모아
1	카툰네트 웍스(CN)	고고다이는 우리동네 공룡 2	(주)모꼬지
2		주디세이	(주)코믹시티
3		출동! 슈퍼윙스 시즌6	(주)퍼니플릭스
1	JEI채널 TV	다이는 파워즈	(주)도파라
2		된다! 뭐든! 무서울 뻔한 이야기	(주)얼리버드픽처스
3		드래곤에그	(주)지엔지엔터테인먼트
4		따라라 따라라 똑딱 구조대	(주)지엔지엔터테인먼트
5		따라라 따라라 똑딱맨	(주)지엔지엔터테인먼트
6		똑딱맨	(주)지엔지엔터테인먼트
7		마법여우 준비	(주)픽스트랜드
8		마음의 소리 시즌 3	(주)두루픽스
9		메카드볼	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
10		메카드볼 NEW에피소드	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
11		메카드볼 메가	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
12		미니특공대 애니멀트론	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
13		반짝반짝 달님이 시즌 2	(주)선우엔컴퍼니
14		반짝이는 프리채널 시즌 3	동우에이앤이(주)

연번	채널명	작품명	대표 제작사
15		상상꾸러기 꾸다	(주)모꼬지
16		슈퍼다이너	(주)에스에이엠지엔터테인먼트
17		안녕 자두야	(주)아툰즈
18		안녕 자두야 시즌 2	(주)아툰즈
19		엄마 까투리 시즌 4	(주)퍼니플릭스
20		영똥발랄 콩순이와 친구들 시즌 7	(주)영실업
21		영똥발랄 콩순이와 친구들 시즌 8	(주)영실업
22		외계가족 줄리폴리	(주)스튜디오반달
23		우당탕탕 은하안전단 시즌 2	(주)마로스튜디오
24		주니토니	(주)코코믹스
25		쥬라기캡스 시즌 3	(주)스튜디오버튼
26		종알종알 톨톨이 시즌 2	(주)크레이지버드스튜디오
27		치치핑핑 시즌1	(주)아리모아
28		치치핑핑 시즌2	(주)아리모아
29		치치핑핑 시즌3	(주)아리모아
30		치치핑핑 시즌4	(주)아리모아
31		티티체리	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
32		프리채널 시즌2	동우에이엔이(주)
33		하프와 친구들	(주)도이트론
34		헬로카봇 시즌11 짬바	(주)초이락컨텐츠컴퍼니
35		헬로카봇 시즌12 봄바	(주)초이락컨텐츠컴퍼니

자료: <2023 애니메이션 산업 백서>



● 저 자 소 개 ●

---

황 현 정

- 서울대 언론정보학 박사
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

노 은 정

- 성균관대 법학 석사
- 현 정보통신정책연구원 전문연구원

송 민 선

- 고려대 언론학 석사
- 현 정보통신정책연구원 전문연구원

방송통신융합 정책연구 KCC-2023-26

편성규제의 영향 분석 및 규제 합리화 방안 연구

---

---

2023년 12월 일 인쇄

2023년 12월 일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장

발행처 방송통신위원회

경기도 과천시 관문로 47

정부과천청사 2동

TEL: 02-2110-1323

Homepage: [www.kcc.go.kr](http://www.kcc.go.kr)

---