

2005년 지상파 방송3사의 편성분석과 그 함의

2006. 4. 4

요약

- I. 서론
 - II. 편성의 공익적 가치 측면
 - III. 편성의 산업적 가치 측면
 - IV. 전반적 평가 및 시사점
- 《부록》 : 방송사별 주요 장르 외주제작 편성 현황

《요 약》

- 이번 분석을 통해 드러난 우리나라 지상파 방송3사(KBS, MBC, SBS) 편성의 가장 큰 문제점은 이른바 ‘쏠림 증후군’임.
- 전체시간대·주시청시간대, 어린이 프로그램 등을 막론하고 특정 장르에 대한 ‘쏠림’ 현상이 심하게 나타났으며, 이로 인해 프로그램 다양성이 훼손되어 궁극적으로 방송사 편성행위의 궁극적 지향점인 ‘시청자 복지’라는 공익적 가치를 온전히 충족시키지 못하고 있는 측면이 많음.
- KBS2·SBS의 전체시간대 오락 편성비율은 50%에 육박하고 있음.
 - 주시청시간대의 고질적인 ‘오락 증가, 교양 감소’ 현상은 여전히 발견되고 있으며, 특히 MBC, SBS에서 두드러짐(전체시간대 대비 MBC는 교양 19.9% 포인트 감소, 오락 23.2% 포인트 증가, SBS 교양 21.8% 포인트 감소, 오락 12.4% 포인트 증가).
 - 프로그램 다양성 지수 분석결과에서도 주시청시간대는 ‘높음’으로 전체시간대보다 한 단계 낮게 평가되었으며, 그만큼 장르 편중 현상이 발생하고 있음을 알 수 있음.
 - 어린이 프로그램의 경우, 애니메이션에 대한 편중 현상이 심각한 수준임.
(MBC: 52.3%, SBS: 70%)
 - 이외 자막방송의 경우에도 채널에 따라 ‘쏠림’ 현상이 발견되고 있는데, 어린이 프로그램에 대해 MBC는 90% 수준에 육박하는 자막처리 서비스를 제공하는데 비해 시청료로 운영되는 KBS2는 전혀 자막처리를 하지 않는 것으로 드러나 청각장애를 가진 어린이에 대한 방송접근권 확보에 매우 소극적인 모습을 보이고 있는 것으로 분석됨.
 - KBS2는 4개 채널 중 장애인 시청취 지원 프로그램(자막, 수화, 화면해설방송)의 편성비율도 가장 낮은 수준을 나타내고 있음(29.3%).
- 이러한 ‘쏠림’ 현상은 산업적 가치 측면에서도 예외 없이 발견되는데, 지상파 방
-

송사의 편성행위가 방송영상산업 전반에 미치는 영향력을 감안할 때 거시적(시장)·미시적(자사) 차원에서 시너지 효과를 발생시킬 수 있는 좀더 세심한 전략구사가 필요하다는 점은 아무리 강조해도 지나치지 않음.

- 디지털 전환과 관련된 HD방송 편성 현황에서도 ‘쏠림’ 현상은 두드러짐.
 - 방송3사 전체적으로 주시청시간대 HD방송 편성비율은 총HD방송시간 대비 24.8%, 총주시청시간대비 19.7%에 머물고 있는 실정임.
 - 또한 방송3사 모두 HD방송의 기술적 특성을 잘 살릴 수 있는 다큐멘터리, 드라마, 스포츠 등의 프로그램보다는 상대적으로 제작비가 적게 드는 스튜디오물 에 대한 의존도가 높게 나타남(71%, 10편 중 7편 가량).
 - 또한 HD 프로그램의 자체제작 편성비율이 외주제작보다 2~3배 높게 나타났는데(KBS1, MBC 기준), 이는 아직까지 독립제작사들이 막대한 디지털 전환비용을 투입한 지상파 방송사에 비해 HD 프로그램을 만들 수 있는 역량과 환경을 갖추지 못하고 있기 때문임.
 - 향후 2010년까지 지속적으로 늘어나는 HD 의무방송시간을 양질의 콘텐츠로 충족시키기 위해서는 제작주체의 다원화와 제작인프라 구축이 시급히 이루어져야 할 것임.
 - HD방송의 활성화를 위해 지상파 방송사에 대한 지원도 구체화되어야 하는데 이를 위해 가전업체와의 활발한 공동제작을 유도하고, 한시적으로 HD 프로그램에 대해 방송발전기금 징수율을 인하하는 방안 등도 검토해볼 수 있음.
- 또한 외주제작시장 내에서도 양적인 성장의 긍정적인 측면 이면에 소수의 제작사가 시장 전반을 독점하고, ‘저비용-저수익’ 형태의 프로그램이 대량으로 유통되는 양극화의 극단적 ‘쏠림’ 현상이 발견되었음.
 - 일종의 쿼터제인 외주정책의 시행으로 인해 2005년 가을 개편 기준으로 방송3사 외주제작 프로그램의 편성비율은 39.0%에 달해 10편 중 4편 가량이 외주제작으로 만들어지고 있는 것으로 분석됨.
 - 그러나 2004년 연간 총매출액을 기준으로 할 때, 독립제작사 상위그룹 14개사가 전체 매출액의 71.4%를 차지하고 있는 것으로 분석돼 시장의 양극화가 매우 심각

한 상황에 이르렀음을 잘 보여주고 있음. 또한 지상파 방송사에 대한 납품실적이 전혀 없거나 3종 미만인 업체가 약 56%에 달함.

- 외주제작 프로그램의 상당수가 제작단가가 낮은 특정 장르에 집중되고 있는데 특히 프로그램 특성상 야외제작(주로 6mm 제작)이 많은 생활정보에 대한 편중 현상이 두드러짐(29.0%, 10편 중 3편 가량).
 - 이러한 소규모 외주제작 관행은 독립제작사의 열악한 재정 상황을 더욱 고착화시킬 수 있다는 점에서 우려스러운 문제가 아닐 수 없음.
 - 이외에도 산업발전을 위한 동반자적 관계가 되어야 할 방송사와 독립제작사간에도 제작비와 저작권을 둘러싸고 이른바 ‘갑-을’관계로 불리는 역학적 ‘쏠림’ 현상이 나타나고 있음.
 - 방송3사의 외주제작비 지급액은 2004년도에 전년도 대비 4.8% 포인트(38.1% →33.3%, 금액기준 약 100억원) 가량 감소한 반면, 자체제작비는 감소비율만큼 상승한 것으로 드러나 방송사들이 자체제작에 더 많은 비용을 투입하고 있는 것을 알 수 있음.
 - MBC 본사의 경우, 모든 프로그램의 저작권을 예외 없이 다 보유하고 있는 것으로 조사되었는데 설문조사결과, 이와 같은 방송사의 저작권 독식관행이 독립제작사의 경쟁력을 약화시키고 있다는 응답이 절반(49.4%)에 달함.
- 또한 외주제작 의무편성비율의 확대로 발생한 지상파 방송사 내부의 잉여인력 발생이 불가피해진 만큼, 시스템을 재정비할 수 있는 여유 시간을 확보해주는 방안도 적극적으로 고려되어야 함.
- 정책 강행으로 지상파 방송사가 경영압박을 받을 경우, 이는 장기적으로 그 피해가 독립제작사에게 돌아가는 부정적인 영향이 발생할 수 있기 때문임.
- 본 방송 단순 재전송을 제외한 지상파 DMB 전용 콘텐츠는 방송3사 기준 약 11%(2,920분)에 달함. 이중 신규 제작된 프로그램은 765분으로 주간 총방송시간(25,130분) 대비 약 3% 정도에 불과하여 아직까지는 기존 프로그램의 재활용 비율이 더 높은 것으로 분석됨.

-
- 그러나 아직까지 지상파 DMB의 수익모델이 구축되지 않은 상태에서 무리하게 신규제작에 나서는 것은 자칫 부실 제작으로 이어질 수도 있으므로 재방송/재제작 프로그램에 대한 이용자들의 선호도가 낮지 않다는 점을 감안, 당분간은 재활용 프로그램 위주로 서비스를 진행하는 것도 대안이 될 수 있을 것이라고 판단됨.

I. 서론

□ 방송사의 편성행위는 내용의 시간적 배치상태나 분야별 내용량의 구성 뿐 아니라 내용 그 자체의 성격까지를 모두 포함하는 포괄적 개념으로 정의되어야 함(김학천, 1988).

- 즉 방송 프로그램의 수평 혹은 수직적 배열이라는 소극적 편성개념이 아닌 개별 프로그램에 방송사의 철학과 이념을 담은 적극적인 행위로 인식되어야 한다는 의미임.

□ 이와 같은 맥락에서 본 보고서는 방송편성의 주요 가치를 다음과 같이 제시함.

- 공익적 가치 : 지상파 방송사 편성의 궁극적 지향점은 방송의 공익성에 두어져야 함. 즉 편성을 통해 시청자 복지를 최대화하는 것이 목표가 되어야 함.¹⁾ 이와 관련된 핵심개념으로는 다양성²⁾과 형평성³⁾과 을 들 수 있음.

- 산업적 가치 : 지상파 방송사의 위상에 비중에 비추어 볼 때, 이들의 편성형태가 시장 전반에 미치는 파급력은 결코 적지 않음. 따라서 지상파 방송사의 편성은 자사뿐만 아니라 산업전반의 균형발전을 동시에 고려해 이루어져야 함.

□ 이와 같은 주요 가치 기준을 중심으로, 본 보고서는 먼저 EBS를 제외한 지상파 방송3사(이하 방송3사)를 중심으로 2005년 한 해, 방송법 제69조에 규정된 편성의 공익성을 어느 정도 충실하게 구현하고 있는지를 살펴보고자 함. 또한 방송3사의 편성이 방송영상산업전반의 균형발전에 긍정적 혹은 부정적인 영향을 끼치고 있

1) 영국 정부가 1994년 7월 발표한 BBC의 장래에 관한 백서 <BBC의 미래-국가에 대한 봉사과 세계시장에서의 경쟁>에서도 방송 편성의 공익적 가치에 대해 시청자 이익이 최우선시되어야 한다는 점을 강조하고 있음.

2) 다양성이란 프로그램 유형과 관련되어 있는데, 이는 편성된 프로그램들이 보도, 교양, 오락기능을 다양하게 제공하고 있는지 또는 장르별로 다양하게 편성되어 있는지 등을 의미함. 1962년의 Pilkington위원회보고서, 1977년 Annan위원회보고서 등에서는 '다양성(diversity)'을 좋은 방송(good broadcasting)'의 공통조건으로 명시하고 있음. 또한 Blumler(1991)는 유형의 다양성(programme type diversity; 정보, 오락, 문화, 교육 등 프로그램 포맷의 다양성), 배열의 다양성(scheduling diversity; 채널내 또는 채널간의 다양성을 통해 수용자의 폭을 선택) 등을 방송에서의 다양성 구현을 위한 7가지 방안에 포함시키고 있다(이경자, 1993에서 재인용).

3) 형평성과 관련된 대표적인 사례로는 소수계층에 대한 배려 등이 포함됨. 특히 뉴미디어에 비해 접근성이 높은 지상파 방송은 전체 시청자에 봉사하면서도 소수계층의 이해와 욕구에 특별한 관심을 가지고 있어야 함.

는 지도 알아보고자 함.

□ 편성의 공익적 가치 분석을 위해서는 2005년 방송3사의 봄·가을 정기 개편 이후 주간 정규 프로그램 편성을 기준으로 함. 단, 봄 개편 분석의 경우 방송위원회(2005)에서 발표한 자료를 원용, 본 보고서는 가을 개편 분석을 추가적으로 실시하여 재구성하였음. 주요 분석유목은 다음과 같음.

- 분야별 편성 현황 : 보도, 교양, 오락
- 장르별 편성 현황 : 뉴스, 드라마 등 16개 장르
- 소수계층 관련 프로그램 편성 현황 : 어린이, 장애인 시청취 지원

□ 편성의 산업적 가치 분석을 위해서는 방송3사에서 제공한 기초 자료와 기존 문헌을 통해 분석을 실시함. 주요 분석유목은 다음과 같음.

- HD 제작 프로그램 편성 현황
- 프로그램별 제작형태 편성 현황 : 자체제작, 외주제작
- 지상파 DMB 편성 현황

□ 세부사항에 대한 분석 방법 및 절차는 다음과 같음.

- 분야 및 장르 분류 기준은 ‘프로그램 장르설정에 관한 연구(주창윤 외, 2004; 방송위원회, 2005에서 재인용)’를 참고하여 프로그램의 목적, 내용, 형식을 복합적으로 고려하여 분석함.
- 장르별 다양성은 정보의 양을 측정하기 위해 개발된 상대성 엔트로피 지수를 사용하여 분석함.
- 소수계층 프로그램은 어린이 프로그램 및 장애인 시청취 지원 프로그램(자막방송, 수화방송, 화면해설방송)으로, 방송3사의 정규 기본 편성표의 기준에 따름.
- HD 제작 프로그램 편성 현황, 프로그램별 제작형태 편성 현황, 지상파 DMB 편성 현황 등은 방송사에 별도로 요청한 자료와 기존 문헌 검토를 통해 이루어 짐.

II. 편성의 공익적 가치 측면

2005년 정기 개편 당시, 지상파 방송3사의 화두는 ‘공익성’ 강화

□ KBS1

- 봄 개편 당시 시사 프로그램을 확대, 어린이·가족 프로그램 강화, 생활 패턴 변화에 따른 주말 편성, 심야시간대 특화 및 시청 선택권 확대 등을 내세움.
- 가을 개편 당시 문화 프로그램, 경제 프로그램, 주말 프로그램의 확대·강화와 함께 아시아인들과 함께하는 프로그램을 신설하겠다고 밝힘.

□ KBS2

- 봄 개편 당시 문화예술 프로그램 확대, 공익 프로그램 강화, 심층 뉴스 프로그램 신설 및 차별화된 시리즈물 기획에 중점을 둠.
- 가을 개편 당시 해외 정보, 건강 정보 프로그램과 재미있고 신선한 오락 프로그램 신설 및 보도 기능 강화를 내세움.

□ MBC

- 봄 개편 당시 “튼튼한 공익성, 재미있는 주말”이라는 기치 아래 공익성의 지속적 추구하고 주말 경쟁력 강화를 내세움.
- 가을 개편 당시 가족 프로그램, 다큐멘터리, 추억·감동·웃음을 줄 수 있는 프로그램, 음악, 정보를 다룬 프로그램을 강화하겠다고 밝힘.

□ SBS

- 봄 개편 당시 기본 방향은 공익성 강화로 뉴스 프로그램, 공익적 프로그램, 시청자 참여 가족 프로그램, 어린이와 소외계층을 위한 프로그램 등의 확대 및 강화를 내세움.
- 가을 개편 당시 다큐·교양정보 프로그램 확대 등 방송의 공익성 강화와 가족 오락 프로그램의 신설 및 내용 개편을 밝힘.

1. 분야별 편성 현황

오락>교양>보도순의 편성 기조 여전, SBS의 교양 상승폭 두드러짐

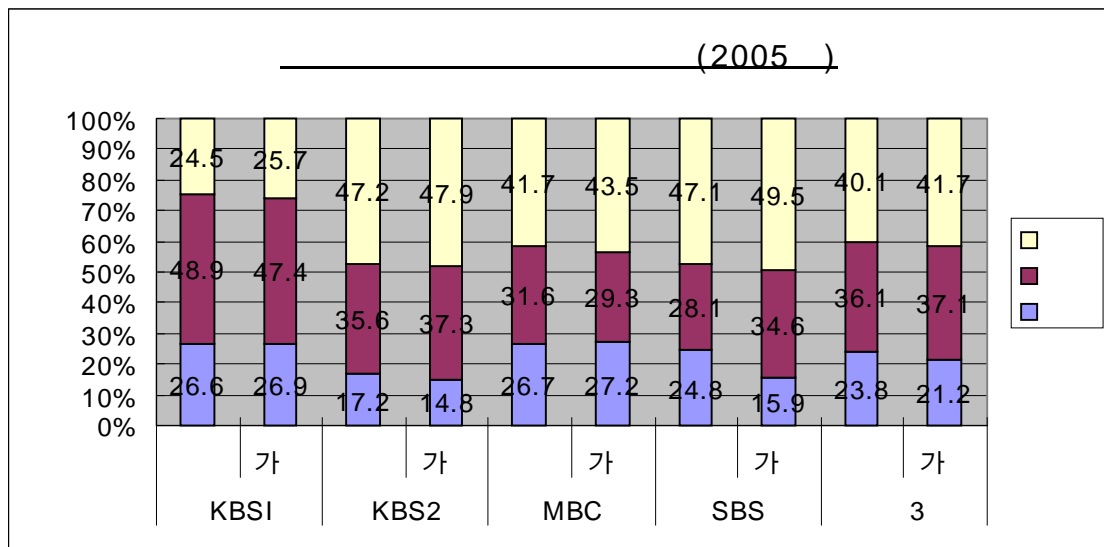
□ 전체시간대 분야별 편성 현황

전체시간대 분야별 편성 현황(2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

		KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
		봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을
보도	시간	1,955	1,970	1,265	1,075	1,930	2,030	1,815	1,200	6,965	6,275
	비율	26.6	26.9	17.2	14.8	26.7	27.2	24.8	15.9	23.8	21.2
교양	시간	3,590	3,470	2,620	2,715	2,290	2,195	2,050	2,610	10,550	10,990
	비율	48.9	47.4	35.6	37.3	31.6	29.3	28.1	34.6	36.1	37.1
오락	시간	1,785	1,885	3,475	3,485	3,015	3,250	3,440	3,735	11,715	12,355
	비율	24.5	25.7	47.2	47.9	41.7	43.5	47.1	49.5	40.1	41.7

자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.



자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.

- 방송3사의 전체시간대 편성비율은 오락(41.7%), 교양(37.1%), 보도(21.2%)순으로 높은 비율을 보여 오락의 편중 현상이 2005년 가을 개편 이후에도 여전히 유지되고 있는 것으로 드러남.
- KBS1은 교양 비중이 47.4%로 방송3사 중 가장 높게 나타나 오락 편중 현상이 발생하지 않은 유일한 채널임.
- KBS2의 경우, 가을 개편시 '2TV 보도 기능 강화'를 내세웠음에도 불구하고 오히려 봄 개편보다 보도가 감소하였고(17.2%→14.8%), 교양(35.6%→37.3%)과 오락(47.2%→47.9%)은 증가함.
- SBS의 경우, 봄 개편 당시 방송3사 중 가장 낮았던 교양이 가을 개편 이후 타 방송사 대비 가장 큰 폭으로 상승(28.1%→34.6%). 그러나 오락 역시 증가(47.1%→49.5%)하여 보도는 봄 개편 당시에 비해 9% 포인트 정도 낮아짐(24.3%→15.9%).

주시청시간대 오락 편중 현상 심각, MBC의 오락 비중 가장 높게 나타나

□ 주시청시간대 분야별 편성 현황

- 주시청시간대 방송3사의 편성비율은 오락(53.1%), 보도(24.6%), 교양(22.3%)순으로, 오락에 대한 편중 현상이 전체시간대에 비해 더욱 두드러지게 나타남.
- 방송3사 가을 개편 기준으로 볼 때, 오락은 전체시간대에 비해 11.4% 포인트 상승한 반면, 교양은 14.8% 포인트 감소한 것으로 분석됨.
- 이러한 주시청시간대의 '오락 증가, 교양 감소' 현상은 MBC, SBS에서 특히 두드러짐(전체시간대 대비 MBC 교양 19.9% 포인트 감소, 오락 23.2% 포인트 증가, SBS 교양 21.8% 포인트 감소, 오락 12.4% 포인트 증가).

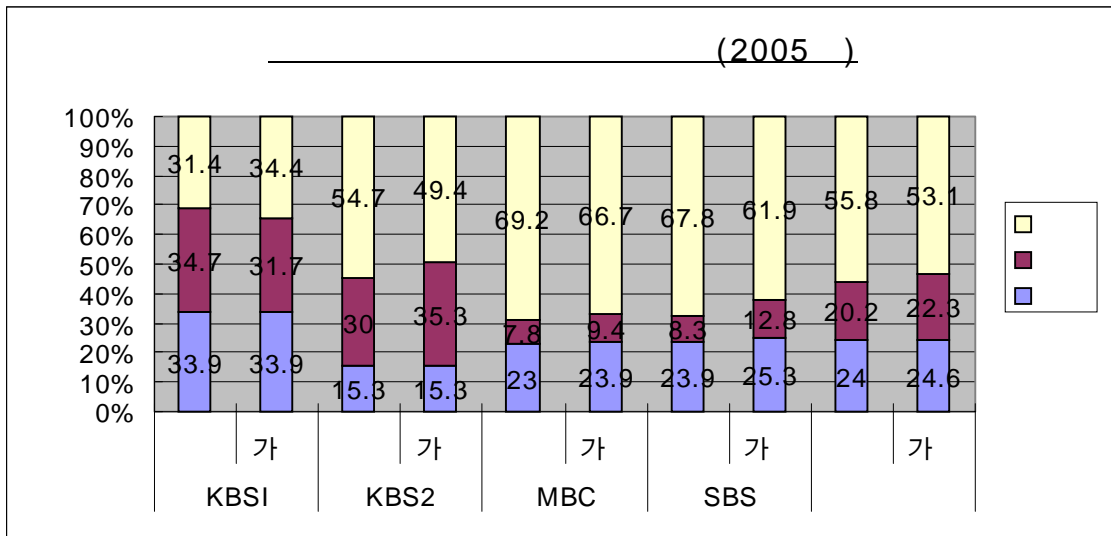
주시청시간대 분야별 편성 현황(2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

		KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
		봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을
보도	시간	610	610	275	275	415	430	430	455	1,730	1,770
	비율	33.9 (+7.3)	33.9 (+7.0)	15.3 (-1.9)	15.3 (+0.5)	23.0 (-3.7)	23.9 (-3.3)	23.9 (-0.9)	25.3 (+9.4)	24.0 (+0.2)	24.6 (+3.4)
교양	시간	625	570	54	635	140	170	195	230	1,455	1,605
	비율	34.7 (-14.2)	31.7 (-15.7)	30.0 (-5.6)	35.3 (-2.0)	7.8 (-23.8)	9.4 (-19.9)	8.3 (-19.8)	12.8 (-21.8)	20.2 (-15.9)	22.3 (-14.8)
오락	시간	565	620	985	890	1,245	1,200	1,175	1,115	4,015	3,825
	비율	31.4 (+6.9)	34.4 (+8.7)	54.7 (+7.5)	49.4 (+1.5)	69.2 (+27.5)	66.7 (+23.2)	67.8 (+20.7)	61.9 (+12.4)	55.8 (+15.7)	53.1 (+11.4)

주 : () 전체시간대 대비 증감을

자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.



자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.

- KBS1의 경우, 주시청시간대 분야별 편성비율이 가장 고르게 분포되어 있음.
- KBS2는 가을 개편 이후 주시청시간대 오락을 낮추고(54.7%→49.4%), 교양 늘림(30.0%→35.3%).
- MBC(69.2%→66.7%)와 SBS(67.8%→61.9%)는 봄 개편에 비해 오락이 다소 낮아지긴 했으나, 여전히 60%를 상회하는 매우 높은 수준임. 반면 교양은 양사 모두 10% 내외에 머물고 있어 매우 낮은 수준을 나타냄.

2. 장르별 편성 현황⁴⁾

1) 장르별 균형성

KBS1·MBC는 뉴스, KBS2는 드라마, SBS 생활정보 비중 높게 나타나

□ 전체시간대 장르별 편성 현황

- 전체시간대 방송3사의 장르별 편성비율은 뉴스(17.9%), 생활정보(16.5%), 드라마(15.2%), 인포테인먼트(9.2%)순으로 나타남.

전체시간대 장르별 편성 현황(2005년 가을 개편 이후)

(시간: 분/ 비율: %)

장르	KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
뉴스	1,810	24.7	825	11.3	1,655	22.1	1,020	13.5	5,310	17.9
시사보도	160	2.2	180	2.5	325	4.3	230	3.0	895	3.0
다큐멘터리	740	10.1	390	5.4	335	4.5	135	1.8	1600	5.4
생활정보	885	12.1	1,010	13.9	1,065	14.3	1,915	25.4	4,875	16.5
토론	250	3.4	350	4.8	135	1.8	80	1.1	815	2.8
교육문화예술	680	9.3	210	2.9	210	2.8	110	1.5	1210	4.1
애니메이션	50	0.7	220	3.0	170	2.3	280	3.7	720	2.4
드라마	720	9.7	1,240	17.1	1,355	18.2	1,200	15.9	4,515	15.2
버라이어티쇼	225	3.1	570	7.8	525	7.0	1,060	14.0	2380	8.0
음악쇼	270	3.7	140	1.9	165	2.2	120	1.6	645	2.2
퀴즈와 게임쇼	115	1.6	50	0.7	-	-	105	1.4	320	1.1
인포테인먼트	480	6.6	1,190	16.4	640	8.6	480	6.4	2,790	9.4
영화	160	2.2	110	1.5	140	1.9	175	2.3	585	2.0

4) 장르분류기준은 방송위원회 기준을 인용하였음. 다소 명확하지 않은 장르의 프로그램에 대해서는 방송위원회(2005)에서 실시한 봄 개편 편성분석 보고서의 1차·2차 분류 기준을 따름.

코미디	-	-	360	4.9	310	4.1	130	1.7	800	2.7
스포츠	110	1.5	70	1.0	115	1.5	145	1.9	440	1.5
기타	670	9.1	360	4.9	330	4.4	360	4.8	1,720	5.8
합계	7,325	100	7,275	100	7,475	100	7,545	100	29,620	100

- KBS1의 경우, 시사보도 전문채널의 성격상 뉴스 편성비율이 24.7%로 가장 높고, 이어 생활정보(12.1%), 다큐멘터리(10.1%), 드라마(9.7%), 교육문화예술(9.3%)순임. 특히 교육문화예술 장르의 경우, 다른 채널에 비해 3배 이상 높은 수준임.
- KBS2의 경우, 드라마(17.1%)의 편성비율이 가장 높으며, 정보와 오락적 요소가 가미된 인포테인먼트(16.4%)의 편성비율이 비교적 높게 나타남.
- MBC는 뉴스(22.1%), 드라마(18.2%), 생활정보(14.3%)의 편성비율 높음.
- SBS는 상업방송임에도 불구하고 생활정보(25.4%)의 편성비율이 다른 채널에 비해 10% 포인트 이상 높게 나타나 가장 비중 있는 장르로 분석됐으며, 이어 드라마(15.9%), 뉴스(13.5%)순으로 높은 편성비율을 보임. 특히 다른 채널에 비해 버라이어티쇼(14%)의 편성비율이 2~3배 가량 높게 나타남.

주시청시간대 오락 프로그램에 대한 편중 현상 심각, 다큐멘터리 및 교육문화예술 프로그램의 시청사각지대 배치 관행 여전

□ 주시청시간대⁵⁾ 장르별 편성 현황

- 주시청시간대 방송3사의 장르는 드라마(27.4%), 뉴스(22.2%), 인포테인먼트(14.6%), 버라이어티쇼(14.4%)순으로 편성비율이 높게 나타남. 따라서 다큐멘터리(5.7%), 교육문화예술(0.8%) 등 교양물의 주시청시간대 진입은 여전히 어려운 상황임.

5) 주시청시간대: 평일 오후 7시 - 11시, 주말 오후 6시-11시

주시청시간대 장르별 편성 현황(2005년 가을 개편 이후)

(시간: 분/ 비율: %)

장르	KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
뉴스	530	29.4	275	15.3	400	22.2	390	21.7	1,595	22.2
시사보도	80	4.4	150	8.3	30	1.7	65	3.6	325	4.5
다큐멘터리	300	16.7	-	-	110	6.1	5	0.3	415	5.7
생활정보	-	-	40	2.2	-	-	165	9.1	205	2.8
교육문화예술	60	3.3	-	-	-	-	-	-	60	0.8
드라마	330	18.3	380	21.1	675	37.5	585	32.5	1,970	27.4
버라이어티쇼	165	9.2	230	12.8	280	15.5	360	20.0	1,035	14.4
음악쇼	120	6.7	-	-	-	-	-	-	120	1.7
퀴즈와 게임쇼	105	5.8	-	-	-	-	-	-	105	1.5
인포테인먼트	110	6.2	505	28.1	205	11.4	230	12.8	1,050	14.6
코미디	-	-	220	12.2	100	5.6	-	-	320	4.4
합계	1,800	100	1,800	100	1,800	100	1,800	100	7,200	100

- KBS1의 경우, 전체시간대와 같이 뉴스 편성비율이 29.4%로 가장 높게 나타났으며, 다른 채널과는 달리 주시청시간대 다큐멘터리(16.7%)의 편성비율도 높은 수준임. 또한 유일하게 교육문화예술(3.3%) 장르를 편성하고 있음.
- KBS2의 경우, 인포테인먼트 프로그램(28.1%)의 편성비율이 가장 높으며, 이어 드라마(21.1%), 뉴스(15.3%)순임.
- MBC(37.5%)와 SBS(32.5%)의 경우, 드라마의 편중 현상이 뚜렷하게 나타남. 이어 뉴스(22.2%/21.7%), 버라이어티쇼(15.5%/20%)순임.

2) 장르별 다양성⁶⁾

- 방송은 그 특성상 공영이든 상업방송이든 공적(公的) 서비스 제공을 1차적 목표로 하고 있음. 특히 프로그램 다양성 구현은 시청자 복지 차원에서 매우 중요한 사안임.
- 프로그램 다양성이란 모든 채널에서 시청자들이 선택가능한 특정 프로그램 유형의 범위를 지칭함. 따라서 다양성이 높으면 선택범위가 넓다는 것을, 낮으면 선택범위가 좁다는 것을 의미함(이은미, 2001).
- 프로그램 다양성 분석은 주로 3가지 지수를 사용하는데, 이 중 상대적 엔트로피가 가장 효과적인 지수로 보임.⁷⁾

상대적 엔트로피(Relative Entropy) = $\sum -p_i \log_2 p_i / \log_2 N$ p _i : 각 프로그램 장르의 구성비, N: 프로그램 장르수
--

상대적 엔트로피(0~1)	다양성 정도
0.80~1.0	매우높음
0.70~0.79	높음
0.55~0.69	보통
0.35~0.54	낮음
0.1~0.34	매우낮음

자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재인용.

주시청시간대의 다양성 지수 < 전체시간대 다양성 지수

□ 시간대별 다양성 지수

7) 캄버러는 프로그램 다양성을 측정하는 3가지 도구, 즉 도미닉과 피어스의 다양성 지수, 상대적 엔트로피, 헨핀 달 지수 중 상대적 엔트로피가 프로그램 유형의 수에 비교적 덜 영향을 받고 특정 프로그램의 집중도에 민감하지 않으므로 다양성을 측정하는 데 효과적인 지수라고 설명함(Kambara, 1992; 이은미, 2001에서 재인용).

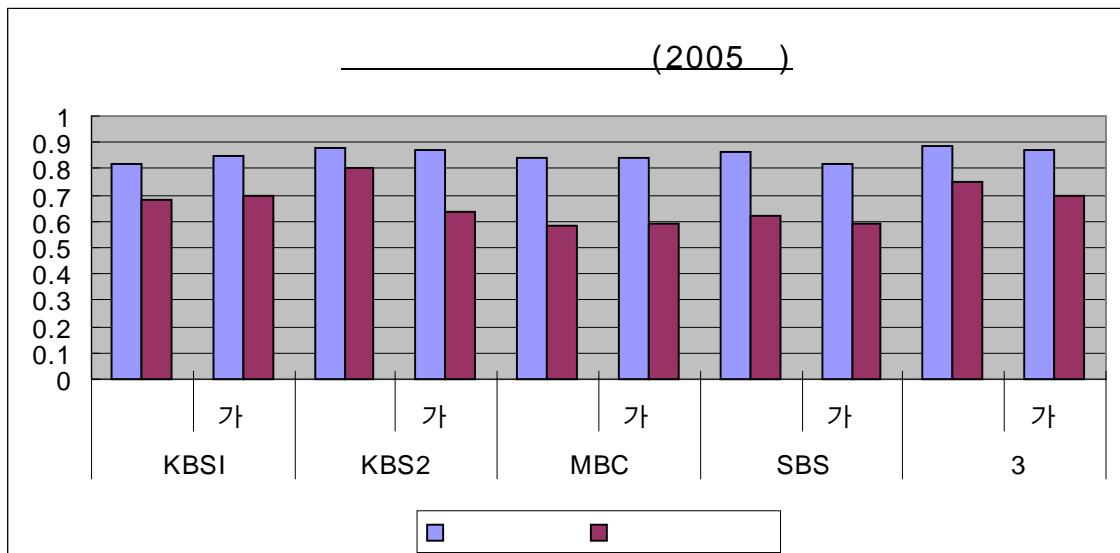
- 전체시간대 방송3사의 프로그램 다양성 지수는 4개 채널 모두 ‘매우 높음’으로 분석됨. 그러나 주시청시간대 다양성 지수는 KBS1을 제외하고는 ‘보통’ 수준으로 나타나 앞서 살펴본 바와 같이 대다수의 채널에서 주시청시간대에 특정 장르에 대한 편중 현상이 발생하고 있음을 증명하고 있음.

· 특히 봄 개편에 비해 가을 개편 이후 KBS2의 주시청시간대 다양성 지수 하락 폭이 다른 채널에 비해 두드러짐(0.80→0.64).

시간대별 다양성 지수(2005년)

시간대	KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을
전체시간대	0.82	0.85	0.88	0.87	0.84	0.84	0.86	0.82	0.89	0.87
	매우 높음	매우 높음	매우 높음	매우 높음	매우 높음	매우 높음	매우 높음	매우 높음	매우 높음	매우 높음
주시청시간대	0.68	0.70	0.80	0.64	0.58	0.59	0.62	0.59	0.75	0.70
	보통	높음	매우 높음	보통	보통	보통	보통	보통	높음	높음

자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.



자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.

3. 소수계층 관련 프로그램 편성 현황⁸⁾

□ 방송법 제6조제5항에 의하면 “방송은 상대적으로 소수이거나 이익추구의 실현에 불리한 집단이나 계층의 이익을 충실하게 반영하도록 노력하여야 한다”고 규정하고 있음.

1) 어린이 프로그램⁹⁾**KBS1의 어린이 프로그램 편성비율 지속적 감소, KBS2 큰 폭 증가**

□ 어린이 프로그램 편성 현황

- 방송3사의 어린이 프로그램 편성비율은 가을 개편 이후 약 0.8% 포인트 증가(3.9%→4.7%)하였지만, 전년과 비교해 볼 때 큰 차이 없음.
- KBS1의 경우, 편성비율이 2002년 이후 꾸준히 감소하여 2005년 가을 개편 이후 최저 수준에 머물고 있음(2.6%). 봄 개편 당시 1TV에 편성되었던 ‘TV 유치원’이 가을 개편 이후 2TV로 이동하면서 편성비율이 감소한 것으로 보임.
- 반면 KBS2의 경우, 4개 채널 중 봄 개편 대비 가장 큰 상승폭(2.4% 포인트 상승)을 나타내 편성비율이 가장 높은 것으로 분석됨.
- MBC(4.0%→4.3%)와 SBS(3.8%→5.3%) 역시 편성비율 증가. 특히 SBS의 경우, 가을 개편을 통해 지난 4년 중 가장 많은 프로그램을 편성함으로써, 개편 당시 밝

8) 소수계층의 개념은 어린이 및 장애인으로 설정함.

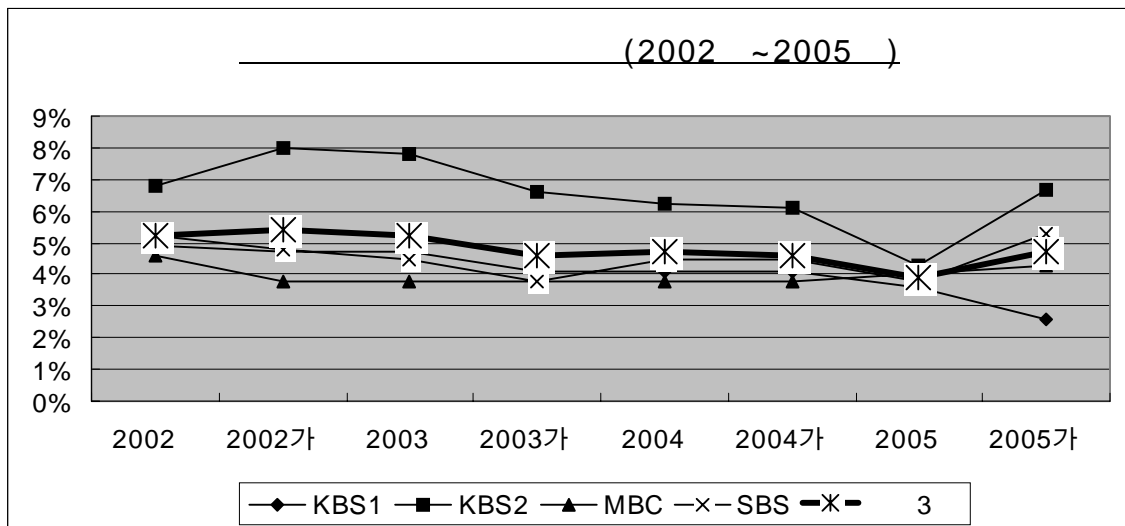
9) 방송위원회(2005)의 보고서에 의한 어린이 프로그램의 조작적 정의는 다음과 같음: (1) 어린이 프로그램이라 함은 13세 미만의 사람인 어린이의 발달관계에 맞게 ‘특별히 제작된’ 프로그램으로서 어린이의 건강한 성장과 정서발달, 문화적 정체성 확립을 돕는 프로그램을 말함, (2) 프로그램의 형식에 제한 없이 해당 프로그램이 어린이를 주된 시청 대상으로 할 경우 어린이 대상 프로그램에 포함함, (3) 방송 프로그램 등급제 규칙에 의해 ‘15세 이상 시청가’로 분류된 프로그램은 제외함.

혔던 의도대로 가족 오락 프로그램이 강화된 것으로 보임.

어린이 프로그램 편성 현황(2002년~2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

		2002봄	2002가을	2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을
KBS1	시간	345	345	345	295	295	295	265	190
	비율	4.9	4.7	4.7	4.1	4.1	4.1	3.6	2.6
KBS2	시간	500	600	575	485	455	445	315	490
	비율	6.8	8.0	7.8	6.6	6.2	6.1	4.3	6.7
MBC	시간	325	275	275	275	275	275	290	325
	비율	4.6	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	4.0	4.3
SBS	시간	325	350	330	280	325	325	275	400
	비율	5.2	4.8	4.5	3.8	4.5	4.5	3.8	5.3
방송3사	시간	1,495	1,570	1,525	1,335	1,350	1,340	1,145	1,405
	비율	5.2	5.4	5.2	4.6	4.7	4.6	3.9	4.7



자료 : 방송위원회, 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.

KBS의 장르별 다양성이 가장 높은 반면, MBC·SBS는 애니메이션 의존도 높게 나타나

□ 어린이 프로그램 장르별 편성 현황

어린이 프로그램 장르별 편성 현황(2005년 가을 개편 이후)

장르	KBS1	KBS2	MBC	SBS
교육 문화예술	· 동글동글짜짜(25분) · 어린이 뉴스탐험(25분) · 쪽쪽 어린이 경제나라(25분) · 신나라 과학나라(25분)	· TV유치원(125분)	· 뽀뽀(75분) · 내친구들의 세상(50분) · 아하! 그렇구나(30분)	
	100분(52.6%)	125분(25.5%)	155분(47.7%)	
다큐멘터리	· 성장다큐 꿈(25분)			
	25분(13.2%)			
애니메이션	· 만화(25분)	· 특선만화(25분) · 만화(120분) · 만화동산(50분)	· 창작만화(120분) · 뚜루뚜루뚜 나룻이(15분) · 장금이의 꿈(35분)	· 만화특선(50분) · 만화왕국(30분) · 한국 창작 만화(50분) · 만화동산(60분) · 특선창작만화(60분) · 금요만화특선(30분)
	25분(13.2%)	195분(39.8%)	170분(52.3%)	280분(70.0%)
드라마		· 어린이드라마 (120분) · 성장드라마(50분)		· 어린이 드라마 (120분)
		170분(34.7%)		120분(30.0%)
음악쇼	· 누가누가잘하나 (40분)			
	40분(21.0%)			
합계	190분(2.6%)	490분(6.7%)	325분(4.3%)	400분(5.3%)

- KBS의 경우, 1·2TV를 통해 다양한 장르의 어린이 프로그램을 편성하고 있음. 특히 1TV는 드라마를 제외한 대부분 장르의 프로그램을 균형 있게 편성하고 있는 것으로 분석돼 긍정적인 사례로 평가됨.
- MBC와 SBS는 전체 어린이 프로그램 중 애니메이션의 비율이 각각 52.3%, 70.0%에 달해 특정 장르에 대한 편중이 심한 것으로 나타남. 특히 SBS의 경우, 이번 가을 개편 당시 ‘잉글리시매직스쿨’을 폐지함으로써 타 방송사가 모두 보유하고 있는 교육 프로그램을 하나도 편성하지 않은 유일한 채널이 됨.

2) 장애인 시청취 지원 프로그램 편성 현황¹⁰⁾

방송3사의 장애인 시청취 지원 프로그램 편성비율, 지속적으로 상승

□ 장애인 시청취 지원 프로그램 편성 현황

장애인 시청취 지원 프로그램 편성 현황(2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

		KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
		봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을
수화 방송	시간	95	35	100	100	40	40	20	20	255	195
	비율	1.3	0.5	1.4	1.4	0.6	0.5	0.3	0.3	0.9	0.7
화면해설 방송	시간	70	15	140	150	55	365	120	300	385	830
	비율	0.9	0.2	1.9	2.1	0.8	4.9	1.6	4.0	1.3	2.8
자막 방송	시간	2,650	3,360	1,710	1,880	2,150	2,395	2,195	2,380	8,705	10,015
	비율	36.2	45.9	23.3	25.8	29.7	32.0	30.1	31.5	29.8	33.8
합계	시간	2,815	3,410	1,950	2,130	2,245	2,800	2,335	2,700	9,345	11,040
	비율	38.4	46.3	26.5	29.3	31.0	37.4	31.9	35.8	31.9	37.2

자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.

- 방송3사의 장애인 시청취 지원 프로그램의 편성비율은 화면해설방송과 자막방송의 증가로 인해 봄 개편에 비해 전체적으로 상승하였음(31.9%→37.2%).
 - KBS1은 4개 채널 중 가장 높은 편성비율(46.3%)을 나타내. 전체 프로그램의 절반가량에 장애인 시청취 지원이 이루어지고 있음을 알 수 있음.
 - KBS2의 경우, 봄 개편에 비해 약 3% 포인트(26.5%→29.3%) 상승하긴 했으나, 여전히 4개 채널 중 가장 낮은 편성비율을 나타냄.
 - MBC(31.0%→37.4%)와 SBS(31.9%→35.8%)도 봄 개편에 비해 편성비율 증가함.

10) 장애인 시청취 지원 프로그램은 수화방송, 화면해설방송, 자막방송으로 분류함.

시청자 불만 의식, 방송3사 수화방송 편성 확대 꺼려

□ 수화방송 편성 프로그램

- 전체적으로 방송3사의 수화방송 편성 프로그램이 타 지원방안에 비해 현저히 낮게 나타남(가을개편 기준 전체 방송시간의 0.7%).
- 이는 수화 중계를 위한 화면 분할이 비장애인들의 시청불편을 야기하기 때문인 것으로 판단됨(방송위원회, 2005).
- KBS1을 제외한 모든 채널은 봄 개편 이후와 별다른 변동 사항 없음.
- KBS1의 경우, 가을 개편 이후 수화 방송 편성시간이 60분 감소하였음(95분→35분).
- KBS2의 경우, “사랑의 가족”이라는 일일 프로그램 전체에 수화지원 서비스를 제공하고 있음. 이로 인해 4개 채널 중 편성시간이 가장 많음(100분).
- MBC와 SBS는 각각 오후 5시, 4시 뉴스 시간동안에만 수화방송을 편성하고 있음.

수화방송 편성 프로그램(2005년 가을 개편 이후)

방송사	프로그램명	분야	장르	방송요일	시간	비고
KBS1	KBS 뉴스5	보도	뉴스	월, 토	25분	봄 개편 당시 편성량 총 95분
	KBS 뉴스	보도	뉴스	일	10분	
KBS2	사랑의 가족	교양	생활정보	월~목	100분	
MBC	MBC 뉴스	보도	뉴스	화, 수	40분	
SBS	SBS 뉴스	보도	뉴스	목, 금	20분	

시각장애인을 위한 화면해설방송 편성도 여전히 미미한 수준임

□ 화면해설방송 편성 프로그램¹¹⁾

- 화면해설방송의 경우, 봄 개편에 비해 편성시간이 2배가량 증가했으나(385분→830분), 여전히 주간 전체 방송시간의 2.8%로 미미한 수준임.
- KBS의 경우, 1TV의 편성비율은 감소(0.9%→0.2%), 2TV의 편성비율은 소폭 상승(1.9%→2.1%)한 것으로 분석됨.
- MBC와 SBS는 봄 개편에 비해 3~5배 정도 큰 폭으로 편성비율 상승. (MBC: 0.8%→4.9%, SBS: 1.6%→4.0%).

화면해설방송 편성 현황(2005년 가을 개편 이후)

방송사	프로그램명	분야	장르	방송요일	시간
KBS1	대추나무 사랑걸렸네	오락	드라마	금	(55분)
	특선드라마	오락	드라마	수, 목	(55분)
	독립영화관(주1회)	오락	영화	목	60분/4
KBS2	부부클리닉 사랑과 전쟁	오락	드라마	금	70분
	앙코르 드라마시티	오락	드라마	토	80분
MBC	논픽션 파노라마	교양	다큐멘터리	목	55분
	드라마특선	오락	드라마	화~금	240분
	MBC명작 드라마	오락	드라마	토	70분
SBS	드라마특선	오락	드라마	화~금	240분
	특선 야심만만	오락	버라이어티	토	60분

11) 화면해설방송이란 시각대중매체에서 시각장애인이 지나치는 행동, 의상, 몸짓 및 기타 장면의 상황변화 요소들을 음성으로 낭독해주고 화면을 음성으로 설명하여, 시각장애인이 시각매체에 동참할 수 있도록 하는 서비스. SAP(Second Audio Program)수신기를 갖춘 TV가 있어야 수신이 가능하며 우리나라에서는 2003년 4월 KBS-1이 처음으로 정규방송함.

KBS2의 어린이 프로그램 자막 처리 전무, 반면 MBC 가장 높은 비율 보임

□ 어린이 프로그램 중 자막방송 편성 현황

- 자막방송의 경우, 청각장애 어린이에 대한 문자 교육으로서의 활용도가 높기 때문에 어린이 프로그램 자막방송의 중요도가 큼(방송위원회, 2005).
- 지난 봄 개편에 비해 어린이 프로그램 중 자막방송 처리시간은 490분에서 530분으로 40분 가량 증가하였으나, 그 비율은 오히려 5% 포인트 가량 감소함(42.8%→37.7%). 이는 신설된 어린이 프로그램들이 아직까지 자막처리되고 있지 않기 때문인 것으로 보임.
- KBS의 경우, 1TV의 편성비율이 봄 개편에 비해 큰 폭으로 감소(75.5%→52.6%)하였으며, 2TV는 4개 채널 중 유일하게 어린이 프로그램에 대한 자막방송 지원을 전혀 하고 있지 않음. 특히 2TV의 어린이 프로그램 편성시간이 1TV의 2배를 넘고 있는데, 이는 공영방송에 대한 방송접근권 확보를 위해 조속히 개선되어야 할 문제점으로 보임.
- MBC의 경우, 어린이 프로그램이 확대되면서 이전에 100%를 차지했던 편성비율이 89.2%로 낮아지긴 했지만 여전히 방송사 중 가장 높은 비율을 나타냄.
- SBS의 경우, 가을 정기개편 이후 어린이 프로그램에 대한 자막방송 편성을 새롭게 확대함으로써 봄 개편 지키지 못했던 ‘어린이와 소외계층을 위한 프로그램 확대’라는 개편의도를 충족시킴.

어린이 프로그램 중 자막방송 편성 현황(2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

	KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을
시간	200	100	-	-	290	290	-	140	490	530
비율	75.5	52.6	-	-	100	89.2	-	35.0	42.8	37.7

자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.

III. 편성의 산업적 가치 측면

1. HD 제작 프로그램 편성 현황

- 2004년 지상파TV의 디지털 표준방식이 결정된 이후, ‘디지털방송추진위원회’가 2010년까지 디지털TV로의 완전 전환을 목표로 내세우면서 본격적인 HDTV시대가 열릴 전망이다.
- 디지털방송으로의 전환은 국가의 전략적 핵심사업의 일환으로, 정부는 지상파방송의 디지털 전환을 우선적으로 결정하고, 방송형식 역시 HDTV를 지향하고 있음. 이에 방송3사는 2001년 12월부터 HDTV 본방송을 실시하였고, ‘디지털방송추진위원회’의 결정에 따라 매년 HD 의무방송시간을 늘려나가고 있음.

HD 의무방송시간 확대 계획

구분	2003	2004	2005		2006	2007	2008	2009	2010
			상반기	하반기					
비율	13시간	13시간	20시간	25시간	25%	35%	50%	70%	100%

자료: 지상파방송 디지털전환 수요분석 연구, 방송위원회(2005).

□ 방송3사의 디지털 방송 전환 추진 현황

KBS	2005년말 현재, 송신시설 디지털 전환은 기간국의 63%(가시청률 86% 수준), 방송시설의 디지털 전환 작업은 본사 제작시설의 약 86.6%, 간이국의 디지털 전환과 광역시권 및 도권, 시군권 방송국의 제작시설은 2007년부터 본격적으로 추진할 예정
MBC	기간국의 92.3%의 전환율, 본사 제작시설의 95.4% 전환 완료, 간이국의 디지털 전환과 광역시권 및 도권, 시군권 방송국의 제작시설은 2007년부터 본격적으로 추진할 예정
SBS	2005년말까지 제작 및 송신설비 모두를 포함하여, 전체적으로 약 56%의 디지털 전환 추진 실적. 송신 및 송출설비는 2003년까지 100% 디지털 전환 완료, 총 11개의 스튜디오 중에서 7개소가 디지털 전환 완료되어 약 64%의 비율, 종합편집실 50%, 중계차 71%, ENG가카메라 등 약 51% 정도가 디지털 전환 완료

자료: 방송위원회, 지상파방송 디지털전환 수요분석 연구(2005).

□ 디지털 방송 전환의 파급효과

시청자 측면	-고품질 영상, 음성서비스 -TV시청의 고도화 -고령자, 장애인 서비스 향상
방송사업자 측면	-새로운 서비스로 사업영역의 확대 -프로그램 제작의 다양화, 효율화 실현 -프로그램소프트의 multi-use화
방송기기 및 콘텐츠 제작사	-세계 DTV 방송시장 선점 기대 -LSI, 액정, 플라즈마디스플레이 등 신소재 수요 확대 -방송 프로그램 제작수요 증대
경제적 측면	-수출증대와 생산기반 확충과 고용창출 -방송, 영상산업의 신산업화 기틀 제공 -전과자원의 효율적 이용으로 새로운 부가가치 창조
사회문화적 측면	-시청자 주권의 확립으로 새로운 방송문화 창달 -국제적인 상호이해화 상호신뢰의 증진에 기여

자료: 방송위원회, 지상파방송 디지털전환 수요분석 연구(2005).

주시청시간대, 방송3사의 HD방송 편성비율 낮게 나타남

□ HD방송 시간대별 편성 현황

- 수용자들이 HDTV의 고화질·고음질, 16:9의 광폭화면이 제공하는 ‘상대적 이점’을 느낄 수 있도록 기술적 특성을 구현한 다큐멘터리, 스포츠 등의 프로그램 편성이 중요함. 또한, 일정량의 HD프로그램 편성과 주시청시간대 편성 역시 HDTV 확산에 주요한 기본 요건임(유세경 외, 2005).
- 특히 주시청시간대 편성비율은 방송사가 해당 프로그램에 대해서 어느 정도 비중을 두고 있는 지를 파악하는 기준이 된다는 점에서 의미가 있음.

HD방송 시간대별 편성 현황(2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

방송사	전체시간대 HD방송				주시청시간대 HD방송					
	방송시간		주간 총방송시간 대비 비율		방송시간		총HD방송시간 대비 비율		총주시청시간 대비 비율	
	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을
KBS1	1,400	2,240	19.1	30.6	235	535	16.8	23.9	13.1	29.7
KBS2	1,140	1,770	15.5	24.3	55	300	4.8	16.9	3.1	16.7
MBC	1,130	1,710	15.6	22.9	505	395	44.7	23.1	28.1	21.9
SBS	1,350	1,350	18.5	17.9	125	190	9.3	14.1	6.9	10.6
방송3사	5,020	7,070	17.2	23.9	920	1,420	18.3	24.8	12.8	19.7

자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.

- 방송3사의 전체시간대 HD방송 시간은 봄 개편에 비해 약 2,000분가량 증가하였고(5,020분→7,070분), 주시청시간대 역시 500분가량 증가함(920분→1,420분).
- 그러나 방송3사 전체적으로 주시청시간대 편성비율이 총HD방송시간 대비 24.8%, 총주시청시간대비 19.7%에 머물고 있어, 시청자들이 HDTV를 경험할 수 있는 기회가 제한되고 있는 실정임.
- KBS의 경우, 1, 2TV 모두 주시청시간대의 HD방송 편성시간이 크게 증가함. (1TV: 235분→535분, 2TV: 55분→300분)
- MBC의 경우, 전체시간대 편성시간은 증가하였으나(1,130분→1,710분), 주시청시간대 편성시간은 4개 채널 중 유일하게 감소하였음(505분→395분).
- SBS의 경우, 주시청시간대의 편성시간은 증가하였으나(125분→190분), 가을 개편 이후 전체시간대 편성시간은 HD 의무방송시간(25시간)에 미달함(1,350분=22.5시간).

HD방송의 특성 살릴 수 있는 장르에 대한 편성 미약, 주로 스튜디오물 제작 위주

□ HD방송 장르별 편성 현황

HD방송 장르별 편성 현황(2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

		KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
		봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을
뉴스	시간	-	510	-	-	-	-	-	-	-	510
	비율	-	22.8	-	-	-	-	-	-	-	7.2
다큐멘터리	시간	165	130	60	-	55	220	-	-	280	350
	비율	11.8	5.8	5.3	-	4.9	12.9	-	-	5.6	5.0
생활정보	시간	585	885	450	180	150	375	200	100	1,385	1,540
	비율	41.8	39.5	39.5	10.6	13.3	21.9	14.8	7.4	27.6	21.8
토론	시간	120	150	-	350	100	100	80	80	300	680
	비율	8.6	6.7	-	20.6	8.9	5.8	5.9	5.9	6.0	9.6
교육 문화예술	시간	55	60	60	-	75	-	60	60	250	120
	비율	3.9	2.7	5.3	-	6.6	-	4.4	4.4	5.0	1.7
애니메이션	시간	-	-	-	-	30	-	-	-	30	-
	비율	-	-	-	-	2.7	-	-	-	0.6	-
드라마	시간	180	205	70	700	225	475	270	320	745	1,700
	비율	12.9	9.1	6.1	41.2	19.9	27.9	20.0	23.7	14.8	24.0
버라이어티쇼	시간	-	-	300	-	60	60	420	520	780	580
	비율	-	-	26.3	-	5.3	3.5	31.1	38.6	15.5	8.2
음악쇼	시간	235	180	60	-	115	165	120	60	530	405
	비율	16.8	8.0	5.3	-	10.2	9.6	8.9	4.4	10.6	5.7
퀴즈와 게임쇼	시간	-	60	-	50	60	-	60	70	120	180
	비율	-	2.7	-	2.9	5.3	-	4.4	5.2	2.4	2.6
인포테인먼트	시간	60	60	70	350	-	60	70	70	200	540
	비율	4.3	2.7	6.1	20.6	-	3.5	5.2	5.2	4.0	7.6
코미디	시간	-	-	-	140	260	255	70	70	330	465
	비율	-	-	-	4.1	23.0	14.9	5.2	5.2	8.0	6.6
스포츠	시간	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	비율	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

자료 : 방송위원회. 지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서(2005)에서 재구성.

- 방송3사의 가을 개편 이후 HD방송 중 편성비율이 높은 장르는 드라마(24.0%), 생활정보(21.8%), 토론(9.6%), 버라이어티쇼(8.2%) 등임.
- 현재 방송3사가 내보내는 HD 프로그램 중 다큐멘터리, 드라마, 스포츠 등의 편성 비율은 전체의 30% 미만에 그치고 있는데, 이는 방송사들이 HDTV의 기술적 장

점을 살릴 수 있는 프로그램을 편성하기 보다는 제작이 용이한 스튜디오 프로그램 등으로 HD 의무방송시간을 채우고 있음을 보여주는 단적인 결과임.

- KBS1의 경우, 4개 채널 중 HD방송 편성비율이 가장 높지만(30.6%), 주로 스튜디오 제작위주인 생활정보(39.5%)와 뉴스(22.8%)로의 편중 현상이 심함. 반면 다큐멘터리(11.8%→5.8%), 드라마(12.9%→9.1%)의 편성비율은 봄 개편에 비해 감소함.
- KBS2는 봄 개편에 비해 생활정보의 편성비율이 눈에 띄게 감소한 반면(39.5%→10.6%), 드라마의 편성비율은 큰 폭으로 증가함(6.1%→41.2%). 그러나 다큐멘터리의 편성은 전혀 이루어지고 있지 않음.
- MBC의 경우, 봄 개편에 비해 생활정보(13.3%→21.9%)의 편성비율이 증가하긴 했으나, 다큐멘터리(4.9%→12.9%)와 드라마(19.9%→27.9%)의 편성비율도 함께 증가하여 4개 채널 중 가장 균형 있게 HD방송 특성을 살린 편성을 하고 있는 것으로 분석됨.
- SBS의 경우, 다른 채널과 달리 생활정보(7.4%)에 대한 편성비율은 낮으나 버라이어티쇼(38.6%)에 대한 편중 현상이 심하게 나타나고 있으며, 다큐멘터리는 전무함.

KBS1·MBC는 자체제작 비중 높고, KBS2는 외주제작 비중 높게 나타남

□ HD방송 제작형태별 편성 현황¹²⁾

- HD방송을 제작형태별로 분석해 본 결과, KBS2를 제외한 모든 채널들의 자체제작 편성비율이 외주제작보다 높게 나타남.
- 특히 KBS1과 MBC의 경우, 자체제작 편성비율이 2~3배 높음.
(KBS1: 자체제작-74.3%, 외주제작-25.7% / MBC: 자체제작-61.4%, 외주제작-38.6%)
- KBS2의 외주제작 편성비율이 높은 것은 HD드라마의 편성시간이 증가(70분→

12) 방송사에서 제공받은 자료를 바탕으로 자체제작, 외주제작 프로그램을 분류함.

700분)한 것과 어느 정도 연관이 있을 것으로 판단됨.

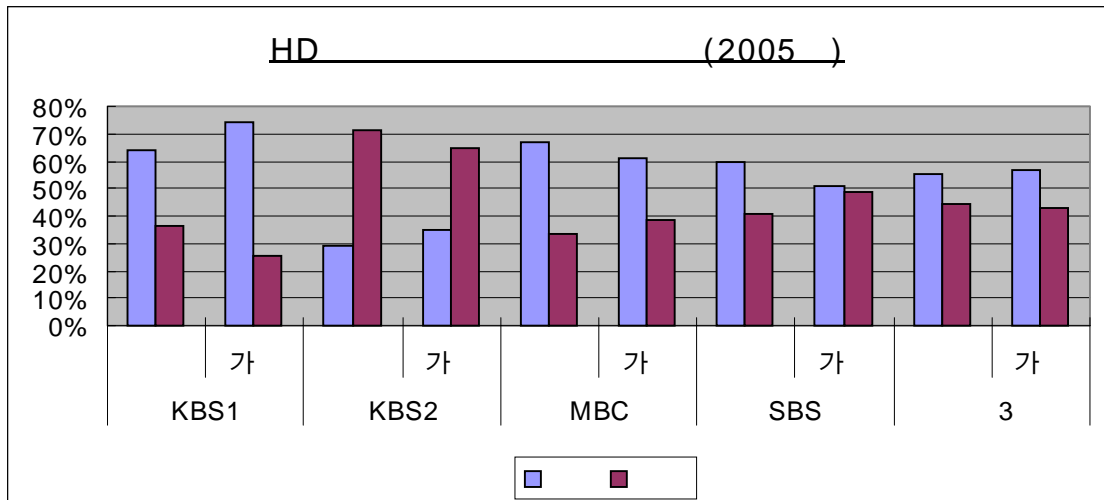
- SBS의 경우, 가을 개편을 통해 외주제작 편성비율이 증가해(40.7%→48.9%), 자체제작·외주제작간에 큰 차이 발견되지 않음.

HD방송 제작형태별 편성 현황(2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

		KBS1		KBS2		MBC		SBS		방송3사	
		봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을	봄	가을
자체	시간	895	1,665	330	620	755	1,050	800	690	2,780	4,025
	비율	63.9	74.3	28.9	35.0	66.8	61.4	59.3	51.1	55.4	56.9
외주	시간	505	575	810	1,150	375	660	550	660	2,240	3,045
	비율	36.1	25.7	71.1	65.0	33.2	38.6	40.7	48.9	44.6	43.1

주: KBS의 경우 외주제작이 프로그램 전체가 아닌 부분으로 이루어진 경우 해당 시간만 분석함.



HD방송 활성화를 위해 매력적인 콘텐츠 생산에 주력해야 함

- HDTV 수상기는 2004년 8월 기준으로 164만대 정도가 보급되었으며, 실제 HDTV를 수신할 수 있는 수상기는 일체형 TV 13만 8천대와 셋톱박스 보유가구 13만 5천대를 합해 불과 27만대를 약간 웃도는 수준임.¹³⁾

- 아직까지 HDTV의 보급 속도가 늦은 데에는 수상기 가격 등 여러 원인이 있겠지만, 수용자의 구매욕을 자극할만한 매력적인 HD방송 콘텐츠의 과부족도 중요한 이유가 되고 있음. 디지털TV의 광범위한 확산은 기술보다는 콘텐츠에 의해 주도되는 측면이 많기 때문임.¹⁴⁾
- 그러나 앞서 HD방송의 장르별 편성 현황에서 본 바와 같이 방송3사 전체적으로 조기 수용자(early adopter)들이 선호하는 다큐멘터리, 드라마, 스포츠 등의 편성 비율이 낮다는 점에서 현재 방송3사의 HD방송 편성전략은 HDTV 확산에 큰 도움을 주지 못하고 있는 것으로 판단됨.
- 이와 관련 HD방송 콘텐츠의 제작활성화를 위한 정책당국의 지원과 함께 디지털 방송 전환 정책의 또 다른 수혜자인 가전업체의 노력 또한 한층 더 투입되어야 할 것으로 보임.
- MBC 자연 다큐멘터리 <야생의 초원-세렘게티>와 드라마 <다모>에서 보듯 가전업체와 방송사간의 공동제작이 좀 더 확대될 필요가 있음. 김평호(2003)는 ‘산업영역간 협력전략(inter-industry-support strategy)’ 차원에서 디지털 프로그램 편성과 제작, 장비 등에 투입되는 비용을 가전업체와 방송사가 공동으로 투자하는 방식을 제시하고 있는데, 대표적인 사례로 CBS-미쓰비시/삼성, ABC-파나소닉, NBC-소니 등의 협력관계를 제시하고 있음.

HD방송 제작주체의 다원화와 제작인프라 구축을 통한 외주제작 역량의 증대도 필요함

- HD방송 제작주체 다원화의 대상이 되는 독립제작사의 경우, 현재의 열악한 재정 여건상 자력으로 디지털 전환 비용을 마련하는 것은 난망함.
- 한국방송광고공사(2005)의 독립제작사 실태조사에 따르면, 자본금 3억원 미만의 중소규모 사업자가 전체의 70%에 달함. 이들이 한 대에 수억원을 호가하는 HD

13) 전자정보센터(EIC)의 IT통계 <디지털TV 시장통계> 참조.

14) 이와 관련 김승수(2003)는 세계 최초로 지상파 디지털TV 방송을 실시한 영국의 <ITV Digital>의 실패 요인 중 하나가 가입자를 끌어들이기 위한 채널이나 콘텐츠를 제공하지 못한 것이라며, 뉴스, 최신판 영화, 최고급 스포츠를 제공하는 BSkyB와 경쟁하기에 역부족이었다고 지적하고 있음.

카메라 등 제작장비를 자체구입하기란 거의 불가능한 상황이라고 할 수 있음.

- 독립제작사의 자본금을 5개 범위로 구분해서 각 범위에 포함되는 사업자의 수를 조사해 본 결과, 1억원 이상 3억원 미만의 자본금을 가진 독립제작사가 전체의 34.8%(32개사)로 가장 많았으며, 자본금이 5천만원 이상 1억원 미만인 업체도 30.4%(28개사)로 높은 비율을 차지함.

□ 그러나 이에 비해 방송3사는 거대 자본을 중심으로 막대한 디지털 전환 비용을 투입하고 있음.

- KBS의 경우, 지금까지 디지털 전환에 소요된 비용 2,996억원 중에서 프로그램 제작관련 시설에 투자된 누계금액이 2,039억원이며, MBC는 총 1,139억원 중 제작시설 전환비용 665억, SBS는 총 1,403억원 중 제작시설부문 투자비용 878억원으로 분석됨.

방송3사의 디지털 전환 예산 실적(2005년 12월 현재)

(단위: 억원)

방송사	제작	송수신	기타	총계
KBS	2,039	803	618	2,996
MBC	665	131	343	1,139
SBS	878	90	435	1,403

자료: 방송위원회, 지상파방송 디지털전환 수요분석 연구(2005).

□ 이런 상황에서 방송3사의 HD방송 자체제작 비중이 외주제작보다 높은 것은 당연한 결과임. 따라서 실질적인 HD방송 제작인프라 구축을 위해서는 독립제작사에 대한 디지털 전환 지원정책이 시급히 수립, 시행되어야 할 것임. 그렇지 못할 경우, HD 도입 등 디지털 전환이 지상파 방송사의 과점 구조를 더욱 심화시키는 역기능으로 이어질 수도 있음(윤재식, 2004).

- 이와 관련 독립제작사에 대한 개별적인 디지털 전환 비용 지원 정책은 중복투자가 이루어질 수 있다는 점에서 효용성이 떨어질 수 있으므로 디지털매직스페이스(DMS)와 같이 HD방송 관련 원-스톱(one stop) 서비스가 가능한 공동 제작센터를 구축, 독립제작사들이 저가에 이를 이용하도록 하는 방향으로 정책결정이 이루어

어지는 것이 바람직하다고 판단됨.

- 또한 현재는 해외 HD 영상물 수급이 2002년 4.6%, 2003년 5.3%에 머물러 있으나 향후 HDTV 편성시간이 대폭 늘어날 경우, 제작주체의 다원화와 제작인프라 구축이 지연된다면 늘어나는 의무편성비율을 해외 제작물로 채우는 사태가 발생할 우려도 있음(유세경 외, 2003).

방송사에 대해서도 원활한 HD방송 제작을 위한 실질적인 지원책 마련되어야 함

- HD방송 제작 활성화를 위한 정책당국의 배려는 독립제작사는 물론 지상파 방송사에게도 제공되어야 함.
 - 사실 별도의 지원이나 수익이 담보되지 않은 상황에서 지상파 방송사가 제작상의 어려움과 제작비 상승 요인을 모두 부담하면서 양질의 HD 프로그램을 제작하려고 요구하는 것은 무리가 있는 것이 사실임.
- 디지털 전환 결정 초기에 정보통신부와 방송위원회가 제시한 광고제도 개선, 수신료 현실화, 관세 감면 및 투자세액 공제, 프로그램 제작 활성화를 위한 정보화 촉진기금·방송발전기금 등의 활용방안 등이 뚜렷한 성과가 없었다는 평가를 받고 있음(유세경 외, 2003).
- 방송위원회는 2005년 <지상파 디지털전환 로드맵>에서 HD 활성화를 위한 적극적인 정책 지원 방안으로 HD 프로그램(외주제작 포함)에 대한 방송발전기금 지원 확대, 디지털 HD 텔레씨네 센터 지원, 방송사와 가전업계간 협의체 구성을 통한 상호협조 체제 구축 등을 추진할 예정이라고 밝히고 있음.
 - 이와 관련 HD 프로그램에 대해 한시적으로 방송발전기금 징수율을 인하하는 것도 검토해볼 수 있을 것임.

2. 프로그램 제작형태 편성 현황¹⁵⁾

KBS의 외주비율 증가, MBC와 SBS는 외주비율 감소

□ 자체·외주제작 편성 현황

- 방송3사의 제작형태별 편성비율은 지난 3년간 뚜렷한 변화 없으며, 전체 외주제작 편성비율은 봄 개편 대비 3.1% 포인트 증가하여 39.0%로 나타남. 2005년 봄까지는 35%대에 머물고 있었으나 지난 가을 이후 4% 포인트 가량 증가함.
- KBS의 경우 두 채널 모두 외주제작 편성비율이 증가하였으며(17.2%→24.5%, 47.6%→59.3%), 2TV의 경우 4개 채널 중 가장 높은 수치를 나타냄.
- MBC와 SBS의 경우, 봄 개편 대비 약 3% 포인트 가량 감소함.
(MBC: 39.0%→36.5%, SBS: 39.7%→36.1%)
- 외주제작 의무편성비율¹⁶⁾은 방송3사 모두 충족하고 있음.

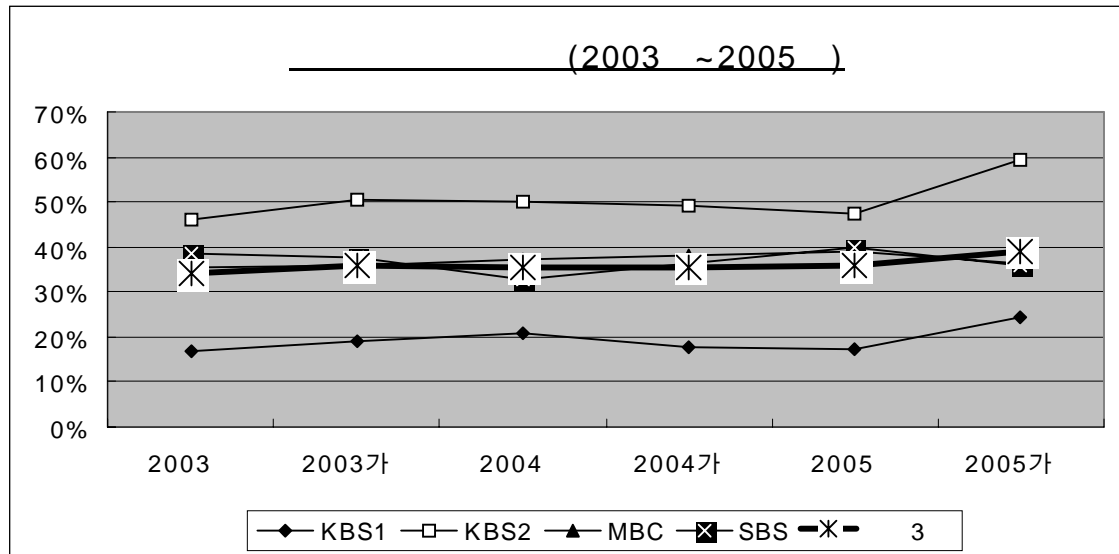
자체·외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

		2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을
KBS1	자체	6,510분 (83.1%)	5,896분 (81.0%)	5,775 (79.4%)	6,001 (82.4%)	6,069 (82.8%)	5,530 (75.5%)
	외주	1,325분 (16.9%)	1,379 (19.0%)	1,500 (20.6%)	1,279 (17.6%)	1,261 (17.2%)	1,795 (24.5%)
	합계	7,835분	7,275분	7,275분	7,280분	7,330분	7,325분
KBS2	자체	4,395분 (53.8%)	3,615분 (49.6%)	3,656분 (50.1%)	3,721분 (50.8%)	3,856분 (52.4%)	2,960 (40.7%)
	외주	3,780분 (46.2%)	3,680분 (50.4%)	3,649 (49.9%)	3,599분 (49.2%)	3,504 (47.6%)	4,315 (59.3%)
	합계	8,175분	7,295분	7,305분	7,320분	7,360분	7,275분

15) 프로그램 제작형태는 자체제작과 외주제작으로 분류하여 방송사에서 제공한 3년간의 편성자료에 기초하여 분석 실시. 단, 외주제작이 전체가 아닌 부분적으로 이루어진 경우, 해당 시간만 분석에 포함시킴.

16) 현재 방송사의 외주제작 의무편성비율은 자회사 등 특수관계자 제작이 있는 MBC와 SBS는 35%, 특수관계자가 없는 KBS는 1TV 24%, 2TV 40%임.

MBC	자체	4,680분 (64.7%)	4,640분 (64.1%)	4,530분 (62.6%)	4,490분 (62.1%)	4,560분 (61.0%)	4,745분 (63.5%)
	외주	2,555분 (35.3%)	2,595분 (35.9%)	2,705분 (37.4%)	2,745분 (37.9%)	2,915분 (39.0%)	2,730분 (36.5%)
	합계	7,235분	7,235분	7,235분	7,235분	7,475분	7,475분
SBS	자체	4,490분 (61.5%)	4,540분 (62.1%)	4,905분 (67.1%)	4,725분 (63.6%)	4,550분 (60.3%)	4,825분 (63.9%)
	외주	2,815분 (38.5%)	2,765분 (37.9%)	2,405분 (32.9%)	2,700분 (36.4%)	2,995분 (39.7%)	2,720분 (36.1%)
	합계	7,305분	7,305분	7,310분	7,425분	7,545분	7,545분
방송3사	자체	20,075분 (65.7%)	18,691분 (64.2%)	18,866분 (64.8%)	18,937분 (64.7%)	19,035분 (64.1%)	18,060분 (61.0%)
	외주	10,475분 (34.3%)	10,419분 (35.8%)	10,259분 (35.2%)	10,323분 (35.3%)	10,675분 (35.9%)	11,560분 (39.0%)
	합계	30,550분	29,110분	29,125분	29,260분	29,710분	29,620분



외주제작물의 특정 장르 편중 현상 심각, 생활정보 가장 많아

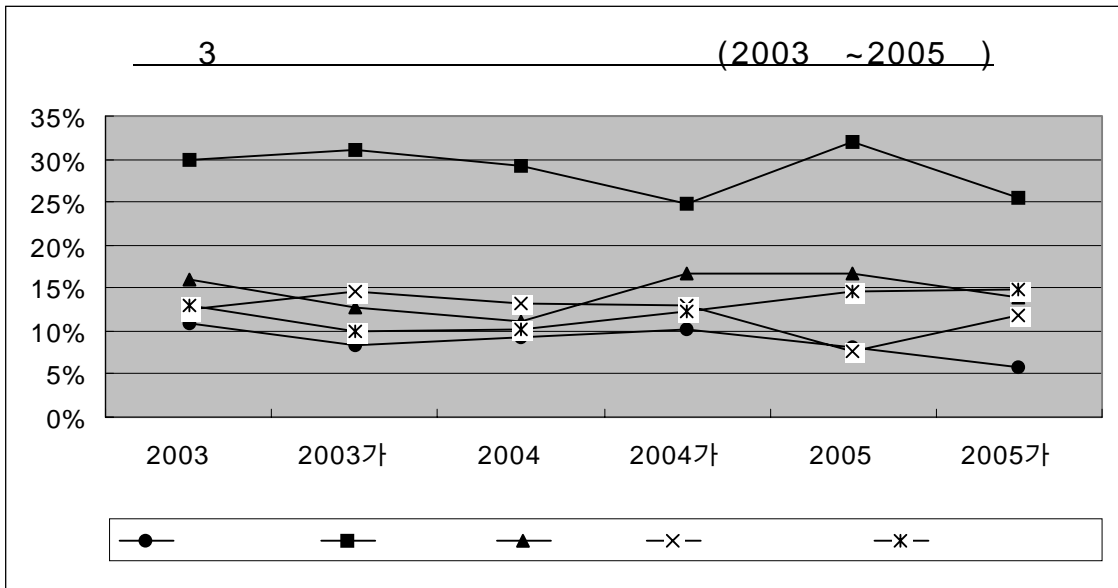
□ 방송3사의 주요 장르 외주제작 편성 현황

방송3사의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

			2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을
방송 3사	다큐멘터리	시간	1,135	872	949	1,044	849	658
		비율	10.9	8.4	9.3	10.1	8.0	5.7
	생활정보	시간	3,125	3,225	2,975	2,575	3,415	3,125
		비율	29.9	31.0	29.2	24.9	32.0	27.0
	드라마	시간	1,665	1,325	1,130	1,725	1,795	1,615
		비율	15.9	12.7	11.1	16.7	16.8	14.0
	버라이어티쇼	시간	1,320	1,515	1,348	1,328	818	1,360
		비율	12.6	14.5	13.2	12.9	7.7	11.8
	인포테인먼트	시간	1,345	1,040	1,039	1,285	1,560	1,715
		비율	12.9	10.0	10.2	12.4	14.6	14.8

주 : 전체 장르에 대한 분석 결과는 《부록》 참조.



- 지난 3년간 방송3사의 주요 장르 외주제작 편성 추이를 살펴본 결과, 생활정보(29.0%), 드라마(14.5%), 인포테인먼트(12.5%) 등의 순으로 편성비율이 높게 나타남(평균치 기준).
- 특히 생활정보의 경우, 방송3사 모두 외주제작 편성비율이 높은 것으로 분석되

외주제작 업체가 만드는 프로그램의 상당수가 비용이 많이 들지 않는 특정 장르에 집중되고 있는 것을 알 수 있음.

- 이와 같은 관행은 독립제작사의 열악한 재정 상황을 더욱 고착화시킬 수 있다는 점에서 향후 이들이 규모 있는 프로그램을 제작할 수 있는 역량을 배양할 수 있도록 정책적 지원이 집중되어야 할 것임.

□ 방송사별 주요 장르 외주제작 편성 현황

- KBS

1TV의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

			2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을
1TV	다큐멘터리	시간	315	292	314	399	259	203
		비율	23.8	21.2	20.9	31.2	20.5	11.3
	생활정보	시간	360	390	405	395	475	425
		비율	27.2	28.3	27.0	30.9	37.7	23.7
	드라마	시간	-	-	-	-	-	-
		비율	-	-	-	-	-	-
	교육문화예술	시간	135	238	249	75	130	310
		비율	10.2	17.3	16.6	5.9	10.3	17.3
	인포테인먼트	시간	205	197	175	140	195	230
		비율	15.5	14.3	11.7	10.9	15.5	12.8

2TV의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

			2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을
2TV	생활정보	시간	1,400	1,560	1,320	990	990	840
		비율	37.2	42.4	36.2	27.5	28.3	19.5
	드라마	시간	760	430	410	520	380	280
		비율	20.2	11.7	11.2	14.4	10.8	6.5
	버라이어티쇼	시간	315	465	403	413	468	715
		비율	8.4	12.6	11.0	11.5	13.4	16.6
	인포테인먼트	시간	440	263	249	530	630	840
		비율	11.7	7.1	6.8	14.7	18.0	19.5

- 1TV의 경우, 생활정보의 외주제작 편성비율이 가장 높았음(23.7%). 또한 다른 채널과 달리 드라마 외주제작이 전혀 이루어지고 있지 않음을 알 수 있음.
- 2TV의 경우, 점차 감소추세에 있긴 하지만 역시 생활정보가 인포테인먼트와 함께 가장 높은 외주제작 편성비율을 나타내고 있으며(19.5%), 드라마는 점차 줄어들고 있음(2005년 가을 개편 이후 6.5%).

- MBC

MBC의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

			2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을
MBC	생활정보	시간	670	690	650	590	945	900
		비율	26.2	26.6	24.0	21.5	32.4	33.0
	드라마	시간	320	320	440	515	580	435
		비율	12.5	12.3	16.3	18.8	19.9	15.9
	버라이어티쇼	시간	440	495	495	470	245	240
		비율	17.2	19.1	18.3	17.1	8.4	8.8
	인포테인먼트	시간	460	400	395	395	465	455
		비율	18.0	15.4	14.6	14.4	16.0	16.7

- MBC의 경우, 생활정보(33.0%)와 인포테인먼트(16.7%)의 외주제작 편성비율이 전체의 절반가량에 육박하고 있어 특정 장르에 대한 편중 현상이 나타나고 있는 것으로 분석됨.

- SBS

- SBS의 경우, 생활정보(35.3%)의 외주제작 편성비율이 가장 높게 나타났으나 이어 드라마(33.1%)가 두 번째로 높은 편성비율을 보임으로써 소규모 외주와 대규모 외주가 비교적 균형 있게 진행되고 있음을 알 수 있음.

SBS의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

(시간: 분/ 비율: %)

			2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을
SBS	다큐멘터리	시간	260	260	260	260	320	135
		비율	9.2	9.4	11.1	9.6	10.7	5.0
	생활정보	시간	695	585	600	600	1,005	960
		비율	24.7	21.2	25.5	22.2	33.6	35.3
	드라마	시간	585	575	280	690	780	900
		비율	20.8	20.8	11.9	25.6	26.0	33.1
	버라이어티쇼	시간	565	495	390	445	105	390
		비율	20.1	17.9	16.6	16.5	3.5	14.3
	인포테인먼트	시간	240	180	220	220	270	190
		비율	8.5	6.5	9.4	8.1	9.0	7.0

외주정책, 양적 측면에서는 성공적, 그러나 시장의 양극화는 여전히 개선되지 못해

□ 외주제작 정책의 목표

- 문화관광부가 밝히고 있는 외주정책의 목적은 다음과 같음(문화관광부, 2003).
 - 방송영상 제작지원의 다양화로 지상파방송 중심의 방송구조 개선
 - 프로그램 제작시장에 경쟁을 활성화시켜 방송영상물의 국제 경쟁력 제고
 - 다미디어·다채널시대에 증폭하는 영상물의 수요에 대비, 튼튼한 기획과 창작 하부 인프라 형성

□ 외주정책의 1차적 목표라고 할 수 있는 독립제작사의 활성화는 양적 측면에서 어느 정도 성과를 냈다고 볼 수 있음

- 독립제작사의 수가 2003년 대비 2005년 현재 39% 가량 증가하였음.

독립제작사 수의 증가(2003년~2005년)

연도	2003년	2004년	2005년
독립제작사 수	394개	416개	551개

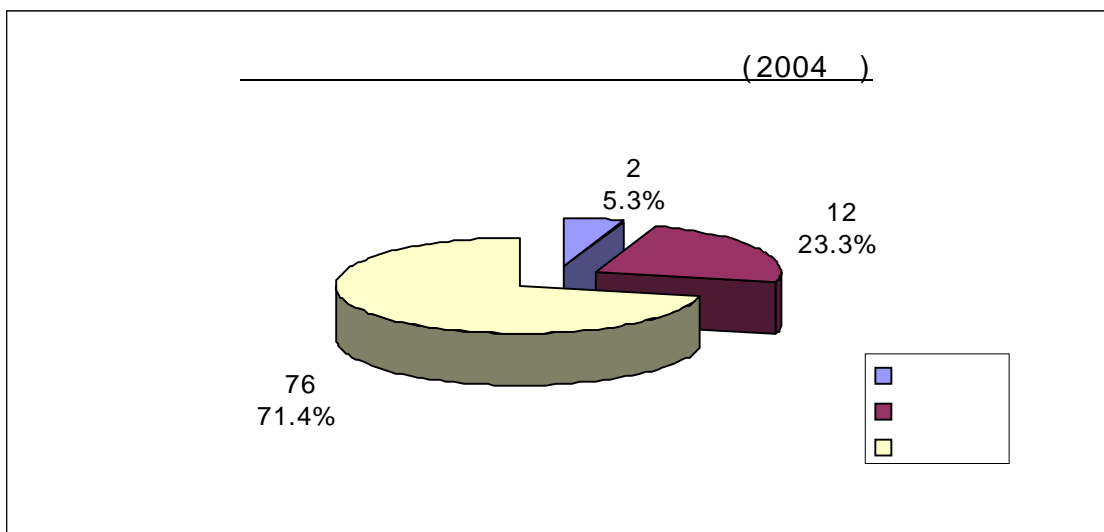
자료 : 한국방송광고공사. 2005년 독립제작사 실태 조사 연구(2005).

- 또한 앞서 분석결과에서도 보듯, 채널별 차이는 존재하나 방송3사 모두 외주 편성량은 꾸준히 증가하고 있음. 하지만 이는 자발적인 것이라기보다는 일종의 쿼터제인 외주제작 의무편성 정책으로 인한 것임.

□ 그러나 이러한 양적인 성장에도 불구하고 시장 내 양극화는 여전히 개선되지 못하고 있는 것을 알 수 있음.

- 소규모 외주제작 시장마저도 소수의 제작사, 특히 전직 지상파 방송사 출신이 경영하거나 제작하는 제작사들이 독점하고 있어 원래의 정책적 목표와는 더욱 거리가 있는 구조가 내재화되고 있다는 평가들이 지배적임(한국방송광고공사, 2005).

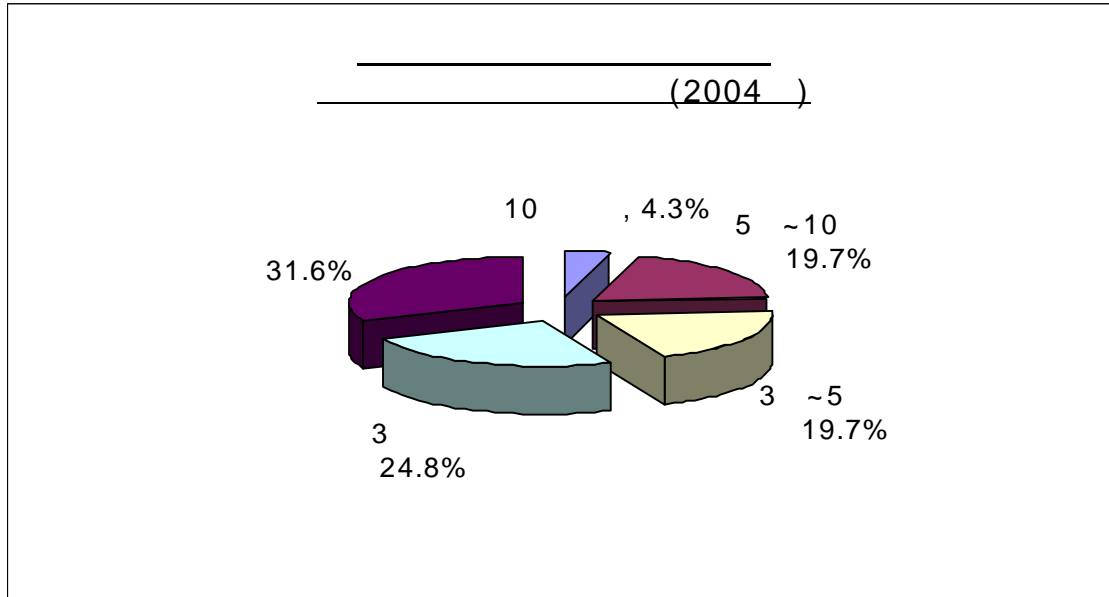
· 2004년 연간 총매출액을 기준으로 독립제작사를 30억 이상의 상위그룹, 5~30억 미만의 중위그룹, 5억 미만의 하위그룹으로 분류한 결과, 상위그룹에 속하는 14개 독립제작사의 매출액 합계가 독립제작사 전체 매출액의 71.4%(1,058억원)를 차지하는 것으로 나타남.



주 : 1개사 당 평균 매출액

자료 : 한국방송광고공사. 2005년 독립제작사 실태 조사 연구(2005)

- 2004년 독립제작사가 지상파 방송사에 납품한 실적을 살펴봐도 이러한 양극화 현상은 쉽게 발견됨. 전체 117개 독립제작사 중에서 납품실적인 전혀 없거나 3종 미만인 업체의 비율이 전체의 절반을 넘어 56%에 달하는 반면, 10종 이상인 업체의 수는 4.3%에 불과한 것으로 나타남.



자료 : 한국방송광고공사 . 2005년 독립제작사 실태 조사 연구(2005)

- 이는 앞서 언급한 바와 같이 외주정책의 효과로 인해 독립제작사의 양적 증가가 이루어졌음에도 불구하고 일부 독립제작사가 방송사의 외주 프로그램을 독식하다시피하여 영세한 신생 독립제작사의 진입을 어렵게 만들기 때문에 나타나는 결과라고 볼 수 있음.

방송사와 독립제작사간의 불공정 관행도 여전, 특히 제작비 및 저작권 관련 불만 높아

□ 외주제작물 공급 거래에 있어서 방송사와 독립제작사간 하도급 거래의 불공정성이 여전히 제기되고 있는 실정임. 특히 제작비 지급과 저작권 공유 등 독립제작사의 존립에 직접적인 영향을 미치는 부분에 대해 방송사와 독립제작사간에 상호 의견대립이 빚어지는 부분이 많음.

방송3사, 2003년에 비해 2004년 외주제작비 지급액 감소

□ 외주제작비

- 외주개선협의회 합의문 중 한국방송협회와 (사)독립제작사협회간의 합의사항을 보면 “한국방송협회는 독립제작사의 건전한 발전을 위해, 매년 소매물가 상승률 이상을 제작비 산정에 반영하도록 적극 노력한다(방송위원회, 2004)”고 되어 있으나 실제 2003년 대비 2004년 제작비 현황을 보면 자체 제작비에 대한 외주제작비 비율이 SBS만 2% 포인트 가량 상승했을 뿐 KBS, MBC 등에서는 감소하여 방송3사 전체적으로 약 5% 포인트 감소한 것으로 분석됨(38.1%→33.3%, 금액기준 약 100억원).

방송3사 외주제작비 지급 현황(2003년~2004년)

(단위: 천원)

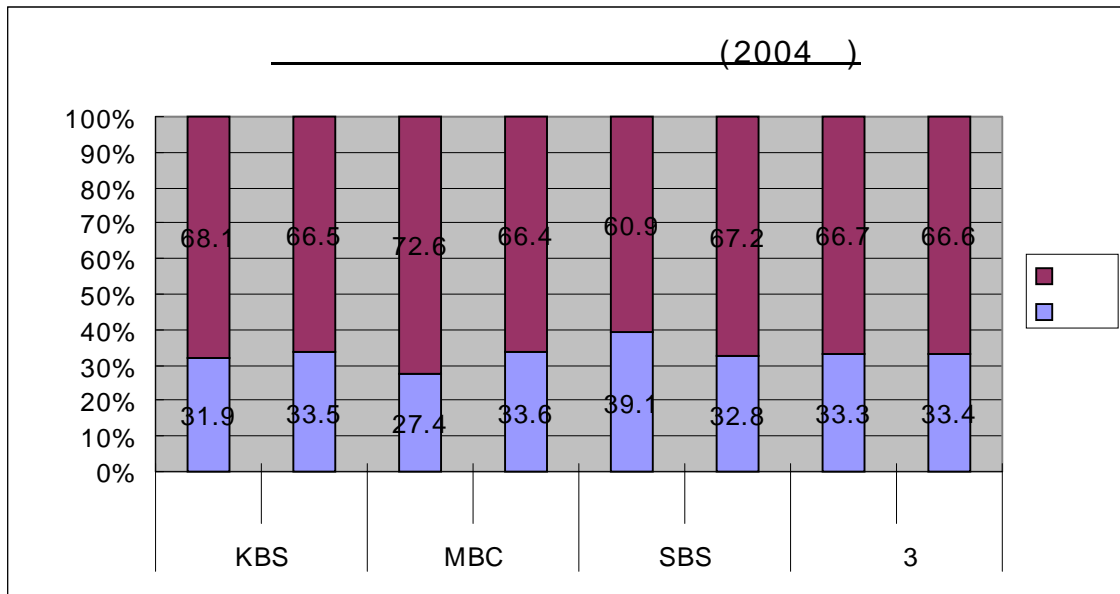
방송사	자체제작비		외주제작비		합계		외주제작비 비율(%)	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
KBS	156,413,735	217,481,332	99,574,890	101,786,902	255,988,625	319,268,234	38.9	31.9
MBC	93,769,731	97,926,860	56,722,343	37,023,417	150,492,074	134,950,277	37.7	27.4
SBS	128,894,681	131,407,193	76,789,540	84,313,362	205,684,221	215,720,555	37.3	39.1
방송3사	379,078,147	446,815,385	233,086,773	223,123,681	612,164,920	669,939,066	38.1	33.3

자료 : 방송위원회 . 방송산업 실태조사 보고서(2004;2005)

- 2004년을 기준으로 했을 때 KBS의 경우, 총제작비 3,192억원에서 외주제작비는 1,018억원이고 그 구성비율은 전체제작비의 31.9%로 나타남.
- 지역계열사를 제외한 MBC의 경우, 총제작비 1,349억원 대비 외주제작비 구성비율은 27.4%(370억원)로 나타나 전체 제작비의 규모가 KBS, SBS와 차이가 많이 나고 있음. 또한 총제작비 대비 자체제작비가 차지하는 비율도 72.6%로 타 방송사의 제작비와 비교해 볼 때 평균 8% 이상 많은 제작비를 자체제작에 투입하고

있는 것을 알 수 있음.

- SBS는 총제작비 2,157억원에서 외주제작비가 843억원으로 총제작비 대비 구성비율이 39.1%를 차지하고 있는 것으로 나타남. 이 비율은 지상파 방송3사의 외주제작비 비율 중 가장 높은 수치임.



자료 : 방송위원회 . 방송산업 실태조사 보고서(2004;2005)

- 제작형태별로 투입되는 제작비용과 편성량을 대비시켜 본 결과, 방송3사 전체적으로는 그 구성비율이 거의 동등한 것으로 나타났음(33.3% : 33.4%)
- KBS와 MBC의 경우, 편성량에 비해 제작비 투입이 적은 것으로 나타나 상대적으로 자체제작에 더 많은 비용을 투입하고 있음을 알 수 있음.
- 반면 SBS는 이와 반대되는 결과를 보여, 상대적으로 SBS가 외주제작에 더 많은 비용을 투입하고 있는 것으로 분석됨.

외주제작비에 대한 독립제작사들의 불만족 높게 나타나

- 외주제작비 지급이 몇 년전에 비해 상당히 많이 늘어났음에도 불구하고 이에 대한 독립제작사측의 불만족은 높게 나타나고 있음.
- 정부나 방송사로부터 지원받는 제작비에 대해 얼마나 만족하고 있는지를 7점 척도로 분석한 결과, 정부의 관련 부처나 방송사에서 지급하는 제작비에 대해 대체로 만족스럽지 못하다는 부정적 입장이 많았음(한국방송광고공사, 2005).¹⁷⁾
 - 또한 독립제작사들은 적은 제작비에 대한 이러한 불만족이 곧 프로그램의 질적 저하와 상관이 높다고 평가하고 있는 것으로 나타남(한국방송광고공사, 2005).¹⁸⁾
- 양측간의 제작비 논란이 지속되고 있는 중요한 이유 중 하나가 바로 ‘간접제작비’를 어떻게 보아야 하느냐하는 점임. 간접제작비는 주로 인력비와 고정비로 이루어지는 만큼 일률적으로 계상되기 어렵고, 각 방송사마다 산정방식도 다양할 수 있기 때문임.
- 따라서 이런 논란을 최소화시키기 위해 현재의 외주계약 표준계약서상(방송위원회, 2004)에 ‘인건비, 관리비 등 간접경비의 경우도 객관적으로 타당하고 적절한 제작비 책정을 위해 양자가 협의토록 한다’고 되어 있는 내용을 좀더 구체적으로 명시할 필요가 있음.

상호 윈-윈할 수 있는 합리적인 저작권 조정 방안 마련 시급

□ 저작권

- 국내 방송사업자와 독립제작사간의 저작권 소유에 관한 문제는 이용자와 저작자간의 구조적 문제로 압축되어, 창작물을 만든 제작자로서의 당연한 권리를 주장하는 독립제작사측의 주장과 저작물의 경제적 이용자로서의 방송사측 입장이 서로 대립되어 있음.

17) 응답자의 86.1%가 제작지원비에 대해 그다지 만족스럽지 못하다는 의견을 냄. 한국방송광고공사 . 2005년 독립제작사 실태 조사 연구(2005).

18) 응답자의 과반수 이상(54.0%)이 제작비와 프로그램의 질이 상관관계가 매우 높다는 의견을 냄. 한국방송광고공사 . 2005년 독립제작사 실태 조사 연구(2005).

- 방송사별 저작권 보유현황은 아래와 같음(한국방송광고공사, 2005).
 - KBS : 전체 외주 프로그램의 불과 6%만이 독립제작사의 저작권을 인정하고 있으며, 이 저작권도 대부분 드라마에 편중되어 있음.
 - MBC : 본사의 경우 방송사가 모든 저작권을 갖고 있고, 지역계열사에서는 교양과 다큐 부문에 대한 독립제작사의 저작권을 일부(8.5%) 인정해주고 있음.
 - SBS : 전체 외주 프로그램 중 14.6%에 해당하는 드라마 장르에 한해 독립제작사의 해외판권 50%와 OST에 대한 권리를 인정해주고 있는 것으로 나타남.
- 전반적으로 볼 때, 우리의 방송 환경에서 지상파 방송사의 지위는 여전히 공고하며 외주제작 프로그램의 저작권 소유도 창작자인 독립제작사보다 이용자인 방송사의 소유를 당연시 하는 구조로 이루어져 있음.
 - 저작권과 관련, 독립제작사 종사자들에 대한 설문조사 결과, 방송사의 저작권 독점은 독립제작사의 제작 의욕을 떨어뜨리고 2차 수익을 차단하여 독립제작사의 재정을 어렵게 만듦으로써 경쟁력을 약화시키는 결과를 초래하고 있다는 응답비율이 높게 나타나¹⁹⁾ 외주정책의 성공적 정착을 위해서는 방송사와 독립제작사간의 저작권 분쟁에 관한 내용은 하루 속히 합리적으로 조정되어야 함.

방송사 스스로 외주정책에 적응할 수 있는 시간도 확보해 줄 필요

- 또한 지상파 방송사에 과도한 규제를 가하고 있다는 방송사측의 정서를 고려하여 외주제작 의무편성비율의 확대로 발생한 방송사 내부의 잉여인력과 시스템을 재정비할 수 있는 여유 시간을 확보해줄 필요도 있을 것으로 판단됨.
- 이런 상황 고려 없이 정책을 무리하게 강행할 경우, 지상파 방송사는 경영압박을 받을 수 있고, 이는 장기적으로 그 피해가 독립제작사에게로 돌아가는 부정적인 영향이 발생할 수 있다는 점도 고려되어야 함(임정수, 2003).

19) 방송사의 저작권 소유가 독립제작사의 경쟁력을 약화시키는 데 매우 큰 영향을 끼치고 있다는 응답이 49.4%로 높게 나타남(한국방송광고공사, 2005).

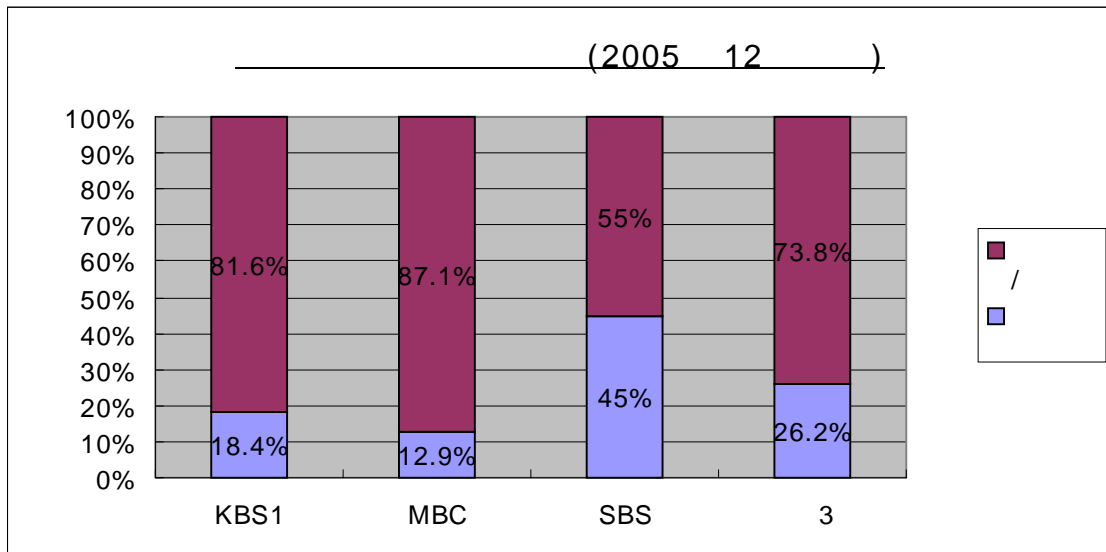
3. 지상파 DMB 편성 현황²⁰⁾

□ 콘텐츠 유형별 편성 현황

콘텐츠 유형별 편성 현황(2005년 12월 현재)

(시간: 분/ 비율: %)

		KBS1		MBC		SBS		방송3사	
		시간	비율	시간	비율	시간	비율	시간	비율
DMB 편성	신규	225	18.4	90	12.9	450	45.0	765	26.2
	재방송 /재제작	1,000	81.6	605	87.1	550	55.0	2,155	73.8
	합계	1,225분(14.6%)		695분(8.3%)		1,000분(11.9%)		2,920분(11.6%)	
주간 총 방송시간		8,390		8,360		8,380		25,130	



- 본 방송 단순 재전송을 제외한 DMB 전용 콘텐츠는 방송3사 기준 약 11%(2,920분)에 달함. 이중 신규 제작된 프로그램은 765분으로 주간 총 방송시간(25,130분) 대비 약 3% 정도에 불과하여 아직까지는 기존 프로그램의 재활용 비율이 더 높

20) 2005년 12월 DMB와 낮방송이 실시된 이후 TV 정규 편성표와 DMB 정규 편성표를 기준으로 분석하였음. 단, KBS2의 DMB 서비스인 KBS♥의 경우 2005년 12월 본방송을 시작하지 않았기에 분석에서 제외함.

은 것으로 분석됨.

- DMB 전용 콘텐츠 편성비율은 KBS1(14.6%), SBS(11.9%), MBC(8.3%)순으로 나타남.
- 신규 콘텐츠가 가장 많은 방송사는 SBS(45%)이며, KBS와 MBC는 재방송/재제작 프로그램에 대한 의존도가 높게 나타남(KBS-81.6%, MBC-87.1%).

- 방송사의 신규 콘텐츠 목록은 다음과 같음.

방송3사 지상파 DMB 신규 콘텐츠 목록(2005년 12월 현재)

방송사	프로그램명	장르	방송요일	시간
KBS1	교통정보	뉴스	월-금	75분
	주머니속 이야기	드라마	월-금	50분
	라이브뮤직홀릭	음악쇼	월-금	100분
MBC	대장금 테마파크 속으로	인포테인먼트	목, 금	20분
	우리는 영상세대	기타	목, 금	20분
	그 남자 그 여자	애니메이션	월-금	50분
SBS	SBS @ 뉴스	뉴스	월-금	100분
	시네마 천국	영화	월-금	100분
	리스닝 월드 투데이	기타 (요일별 장르 다름)	월-금	100분
	VJ 뮤직 퍼레이드	음악쇼	월-금	150분

DMB 서비스의 성공적 정착을 위해서는 매체 특성을 고려한 편성 시급

- 최근 연구에 따르면 DMB 이용자들은 유선이 안되는 장소, 즉 외부에서만 이용의 향을 보이고 있는 것으로 나타남. DMB의 이동매체적 특성을 잘 보여주는 결과임.

- 특히 아침 등하교나 저녁 출퇴근시 이용의사가 가장 높게 나타나고 있는데 이는 DMB가 기존의 지상파 방송을 대체한다기보다는 기존 방송의 보완재 혹은 독립적인 서비스를 제공하는 사업이라는 사실을 의미함.

항목		내 용
수요자 특성	주시청시간대	-오전 7:30-9:00 -낮 12:00-1:30 -저녁 5:30-7:30
서비스 내용	선호하는 콘텐츠	-지상파 실시간 전송 -재방송 프로그램 -가벼운 오락, 속보성 정보, 단편 정 보
	TV 프로그램 장르 수요	-인포테인먼트, 오락, 뉴스
	부가서비스	-교통정보(32.4%), 쇼핑(14.1%) -게임 다운로드(8.6%) -뮤직비디오, 드라마 다운로드(7.0%)

자료: 김상근. DMB 도입에 따른 채널 편성 전략에 관한 연구(2005)에서 재인용.

- DMB의 콘텐츠는 이동성을 고려하여 아주 짧은 프로그램을 개발해야 한다는 의견이 많으나 과연 이러한 콘텐츠가 DMB의 특성에 부응하는 것인지에 대해서는 이견이 제기되고 있음.
- 특히 DMB의 경우, 휴대전화뿐만 아니라 차량 내에서도 시청하는 비율이 높을 것으로 예상되는 바, 무조건 짧은 프로그램이 시청자의 선호도를 충족시켜 줄 것이라고 속단하는 것은 지양되어야 함.²¹⁾
- 또한 DMB가 주로 이동시청이라는 특성을 고려해 시작된 서비스라는 점을 감안 할 때 심야시간대 방송편성이 이루어지고 있지 않다는 점은 시급히 해결되어야 할 과제임.

21) 일본의 위성 DMB 방송인 'MOBA HO!'의 편성표를 보면 이동이 많은 시간대에는 보다 짧은 프로그램의 길이로 편성을 하되 보통 30분물이 주류를 이루고 있고 더 짧게 편성하더라도 20분물에서 15분물이 주류를 이루고 있으며 특별한 경우를 제외하고는 5분짜리 편성 띠는 쉽게 찾아보기가 어려움. 그리고 이동이 적은 여타 시간대는 보통 60분물로 편성을 하였는데 이는 DMB의 이동성이나 휴대성보다는 개인성에 더 비중을 둔 편성이라 할 수 있음(김상근, 2005).

- 2005년 12월 현재, SBS를 제외한 KBS1과 MBC의 경우, 본방송이 종료되는 심야시간대에는 전혀 DMB 서비스가 이루어지고 있지 않음.

지상파 DMB의 조기 전국화를 통한 서비스의 보편성 구현 시급

- 지상파 DMB의 활성화와 관련 콘텐츠 측면과 함께 간과할 수 없는 부분이 바로 전국화의 문제임. 즉 이용자들이 특정 지역에서 물리적으로 서비스의 접근이 어려워진다면 보급 및 확산에 상당한 걸림돌로 작용할 수 있음.
 - 이는 아직까지 지역의 지상파 DMB 사업자 선정이 이루어지지 못하고 있기 때문인데, 이러한 점이 지상파 DMB의 성장을 저해한다는 의견이 많음. 복잡한 이해관계가 얽힌 이 문제가 조속히 해결된다면 DMB 성장에 좋은 영향을 미칠 수 있을 것으로 기대됨.
 - 최근 수도권 이외의 권역을 세분하지 않고 단일 권역으로 묶는 방안이 방송위원회에서 결정되었는데, 이는 이동특성을 가진 DMB 서비스의 특성상 효율적인 방안이라고 생각되며, 안정적인 광고시장 확보에도 도움이 될 것으로 보임

콘텐츠의 안정적 수급을 위해서는 적절한 수익모델의 개발도 필요

- 양질의 콘텐츠를 안정적으로 공급하기 위해서는 이를 뒷받침할 수 있는 적절한 수익모델의 개발이 필요함. 지상파 본 방송을 재전송하는 특성상 DMB 방송을 위한 별도 광고비 책정이 아직까지는 이루어지고 있지 않는데, 이 문제 또한 빠른 시일 안에 정리되어야 함.
 - 특히 앞서 언급한 바와 같이 DMB 서비스의 전국 단일권역화가 결정된 만큼, 적절한 광고비 책정을 위한 규모 있는 가입자만 조기에 확보된다면 독자적인 수익구조의 구축도 그리 어렵지 않을 것으로 기대됨.

IV. 전반적 평가 및 시사점

1. 전반적 평가

- 4개 채널 중 KBS1을 제외하고는 모두 전체시간대 오락 편중 현상이 두드러지게 나타남.
 - 특히 KBS2와 SBS의 오락 편성비율은 봄 개편보다 오히려 상승하였으며, 방송위원회가 권고하고 있는 최대 편성비율인 50%에 육박하고 있어 오락 편중 현상이 더욱 심화되고 있음을 알 수 있음.
- 이러한 오락 편중 현상은 주시청시간대에 더욱 뚜렷하게 나타남. 이로 인해 다큐멘터리 및 교육문화예술 프로그램의 시청사각지대 배치 관행은 여전히 개선되고 있지 못한 것으로 드러남.
 - 방송3사의 주시청시간대 오락 편성비율은 전체시간대에 비해 11.4% 포인트 상승하여 50%를 넘어서고 있음(53.1%).
 - 이러한 주시청시간대의 ‘오락 증가, 교양 감소’ 현상은 특히 MBC, SBS에서 두드러짐(전체시간대 대비 MBC 교양 19.9% 포인트 감소, 오락 23.2% 포인트 증가, SBS 교양 21.8% 포인트 감소, 오락 12.4% 포인트 증가).
- 주시청시간대의 다양성 지수 < 전체시간대 다양성 지수
 - 전체시간대 방송3사의 프로그램 다양성 지수는 4개 채널 모두 ‘매우 높음’으로 분석됨. 그러나 주시청시간대 다양성 지수는 KBS1을 제외하고는 ‘보통’ 수준으로 나타나 대다수의 채널에서 주시청시간대에 특정 장르에 대한 편중 현상이 발생하고 있음을 증명하고 있음. 이는 시청자의 채널선택폭이 주시청시간대에 그만큼 제한된다는 의미임.
- 어린이 프로그램의 경우에도 특정 장르(애니메이션)에 대한 편중 현상이 지속되고 있는 것으로 분석됨.
 - KBS의 경우, 1·2TV를 통해 다양한 장르의 어린이 프로그램을 균형 있게 편성하고 있으나, MBC와 SBS는 전체 어린이 프로그램 중 애니메이션의 비율이 각각

52.3%, 70.0%에 달해 특정 장르에 대한 편중이 심한 것으로 나타남.

- 방송3사의 장애인 시청취 지원 프로그램의 편성비율은 봄 개편에 비해 상승(31.9%→37.2%)한 것으로 나타나 방송사들이 장애인 방송접근권 문제에 대해 적잖은 노력을 기울이고 있음을 알 수 있음.
 - 그러나 자막방송(33.8%)에 비해 수화방송(0.7%), 화면해설방송(2.8%)은 극히 미미한 편성비율을 나타내고 있어 이에 대한 개선이 요구됨.
 - KBS2의 경우, 4개 채널 중 장애인 시청취 지원 프로그램 편성비율이 가장 낮으며(29.3%), 특히 어린이 프로그램에 대한 자막처리를 전혀 하고 있지 않은 것으로 나타나 소수계층 보호를 위한 공영방송으로서의 역할을 다하지 못했다는 평가를 받음.
- 2005년 가을 개편 이후 SBS를 제외한 3개 채널은 HD 의무방송시간은 준수하고 있으나, 주시청시간대의 HD방송 편성비율이 낮아 시청자들이 HDTV의 기술적 특성을 경험할 수 있는 기회가 제한되고 있는 것으로 분석됨.
 - 방송3사 전체적으로 주시청시간대 HD방송 편성비율은 총HD방송시간 대비 24.8%, 총주시청시간대비 19.7%에 머물고 있는 실정임.
- 현재 방송3사가 내보내는 HD 프로그램 중 다큐멘터리, 드라마, 스포츠 등 HDTV의 고화질·고음질, 16:9의 광폭화면이 제공하는 ‘상대적 이점’을 느낄 수 있는 장르의 편성비율은 전체의 30% 미만(10편 중 3편 가량)에 그치고 있는데, 이는 방송사들이 제작비가 상대적으로 적게 드는 스튜디오 프로그램 등으로 HD 의무방송시간을 채우고 있기 때문임.
- HD방송의 경우, 자체제작 편성비율이 외주제작보다 2~3배 높게 나타났는데(KBS1, MBC 기준), 이는 아직까지 독립제작사들이 막대한 디지털 전환비용을 투입한 지상파 방송사에 비해 HD 프로그램을 만들 수 있는 역량과 환경을 갖추지 못하고 있기 때문임.
 - 향후 2010년까지 지속적으로 늘어나는 HD 의무방송시간을 양질의 콘텐츠로 충족시키기 위해서는 제작주체의 다원화와 제작인프라 구축이 선행되어야 함.
 - 그러나 자본금 3억원 미만의 독립제작사가 전체의 70%에 달하는 현 상황에서 한

대에 수억원을 호가하는 HD카메라 등 제작장비를 자체구입하기란 거의 불가능하다고 할 수 있음.

- HD 도입 등 디지털 전환이 지상파 방송사의 과점 구조를 더욱 심화시킬 수 있다는 일각의 우려를 불식시키기 위해 디지털메직스페이스(DMS)와 같이 HD방송 관련 원-스톱(one stop) 서비스가 가능한 공동 제작센터(DMS 등)를 구축, 독립제작사들이 저가에 이를 이용하도록 하는 방향으로 정책결정이 이루어지는 것이 바람직하다고 판단됨.

□ HD방송의 활성화를 위해 지상파 방송사에 대한 지원도 구체화되어야 함.

- 결국 HD 보급의 동인(動因)은 매력적인 콘텐츠의 생산에 달려있다고 봐야 함. 이를 위해 디지털 전환의 또 다른 수혜자인 가전업체로 하여금 공동제작에 활발하게 나설 수 있도록 유도해야 하며, HD 프로그램에 대한 한시적인 방송발전기금 징수율 인하 등을 통해 방송사가 적극적으로 활발한 HD 제작에 나설 수 있는 여건을 조성해주어야 함.

□ 외주정책, 양적 측면에서는 성공적이지만 시장의 양극화는 여전히 개선되지 못하고 있는 것으로 나타남.

- 독립제작사의 수가 2003년 대비 2005년 현재 39% 가량 증가하였음.
- 방송3사 모두 외주제작 편성비율 꾸준히 상승하여 쿼터 한도 넘어서고 있음.
- 그러나 이러한 계량적 성장 이면에는 시장의 양극화라는 문제가 여전히 개선되지 않고 있음
 - 2004년 연간 총매출액을 기준으로 할 때, 상위그룹 14개사가 전체 매출액의 71.4%를 차지하고 있는 것으로 분석돼 시장의 양극화가 매우 심각한 상황에 이르렀음을 잘 보여주고 있음. 지상파 방송사에 대한 납품실적이 전혀 없거나 3종 미만인 업체도 약 56%에 달함.
 - 외주제작 프로그램의 상당수가 제작단가가 낮은 특정 장르에 집중되고 있는데 특히 프로그램 특성상 야외제작(주로 6mm 제작)이 많은 생활정보에 편중 현상(29.0%, 10편 중 3편 가량)이 두드러지고 있음.
 - 이러한 '저비용-저수익' 형태의 소규모 외주제작 관행은 독립제작사의 열악한 재

정 상황을 더욱 고착화시킬 수 있다는 점에서 우려스러운 문제가 아닐 수 없음.

- 더욱 심각한 것은 이러한 소규모 외주제작 시장마저도 소수의 제작사, 특히 전직 지상파 방송사 출신 경영자들이 운영하는 제작사들이 독점하고 있는 것으로 나타나 이러한 문제점이 속히 개선되지 않는다면 시장왜곡 현상은 더욱 가속화될 것으로 보임.

□ 외주제작시장 내에서 지상파 방송사의 지배적 지위도 여전히 계속되고 있음.

- 방송3사의 외주제작비 지급액은 2004년도에 전년도 대비 4.8% 포인트(38.1% →33.3%, 금액기준 약 100억원) 가량 감소한 반면, 자체제작비는 감소비율만큼 상승한 것으로 드러나 방송사들이 자체제작에 더 많은 비용을 투입하고 있는 것을 알 수 있음.
- 몇 년전에 비해 편성량 대비 외주제작비 구성비율은 많이 개선되었지만 독립제작사들의 제작비 지급과 관련된 불만은 여전히 개선되지 못하고 있음(설문조사 결과, 전체 응답자의 86.1%가 제작비에 대해 그다지 만족스럽지 못하다는 의견을 냄).
- 저작권 소유도 창작자인 독립제작사보다 이용자인 방송사의 소유를 당연히 하는 구조로 이루어져 있음.
- MBC 본사의 경우, 모든 프로그램의 저작권을 예외 없이 다 보유하고 있는 것으로 조사되었는데 설문조사결과, 이와 같은 방송사의 저작권 독식관행이 독립제작사의 경쟁력을 약화시키고 있다는 응답이 절반에 달함.

□ 또한 외주제작 의무편성비율의 확대로 발생한 지상파 방송사 내부의 잉여인력 발생이 불가피해진 만큼, 시스템을 재정비할 수 있는 여유 시간을 확보해주는 방안도 적극적으로 고려되어야 함.

- 정책 강행으로 지상파 방송사가 경영압박을 받을 경우, 이는 장기적으로 그 피해가 독립제작사에게 돌아가는 부정적인 영향이 발생할 수 있기 때문임.

□ 본 방송 단순 재전송을 제외한 지상파 DMB 전용 콘텐츠는 방송3사 기준 약 11%(2,920분)에 달함. 이중 신규 제작된 프로그램은 765분으로 주간 총방송시간(25,130분) 대비 약 3% 정도에 불과하여 아직까지는 기존 프로그램의 재활용 비

율이 더 높은 것으로 분석됨.

- 그러나 아직까지 지상파 DMB의 수익모델이 구축되지 않은 상태에서 무리하게 신규제작에 나서는 것은 자칫 부실 제작으로 이어질 수도 있으므로 재방송/재제작 프로그램에 대한 이용자들의 선호도가 낮지 않다는 점을 감안, 당분간은 재활용 프로그램 위주로 서비스를 진행하는 것도 대안이 될 수 있을 것이라고 판단됨.

2. 시사점

□ 이번 분석을 통해 드러난 우리나라 지상파 방송3사 편성의 가장 큰 문제점은 이른바 ‘쏠림’ 현상임.

- 앞서 분석결과에서 보듯, 전체시간대·주시청시간대, 어린이 프로그램을 막론하고 특정 장르에 대한 ‘쏠림’ 현상이 심하게 나타났으며, 이로 인해 프로그램 다양성이 제한되어 궁극적으로 방송사 편성행위의 궁극적 지향점인 ‘시청자 복지’라는 공익적 가치를 온전히 충족시키지 못하고 있는 측면이 많음.
- 이러한 ‘쏠림’ 현상은 산업적 가치 측면에서도 예외 없이 발견되는데, 지상파 방송사의 편성행위가 방송영상산업 전반에 미치는 영향력을 감안할 때 거시적(시장)·미시적(자사) 차원 모두에서 시너지 효과를 발생시킬 수 있는 좀더 세심한 전략구사가 필요하다는 점은 아무리 강조해도 지나치지 않음.
- HD방송의 경우, 주시청시간대 이외의 시간대에 상당수 HD 프로그램들이 편중돼 있었으며, 장르별로도 제작비가 적게 드는 스튜디오물에 대한 ‘쏠림’ 현상이 두드러지게 나타남.
- 또한 외주제작시장 내에서도 양적인 성장의 긍정적인 측면 이면에 소수의 제작사가 시장 전반을 독점하고, ‘저비용-저수익’ 형태의 프로그램이 대량으로 유통되는 양극화의 극단적 ‘쏠림’ 현상이 발견되었음.
- 이외에도 산업발전을 위한 동반자적 관계가 되어야 할 방송사와 독립제작사간에도 제작비와 저작권을 둘러싸고 이른바 ‘갑-을’관계로 불리는 역학적 ‘쏠림’ 현상이 나타나고 있음.

□ 발전을 위한 동력의 세기만큼이나 중요한 것이 바로 시스템의 안정성임. 잡아끄

는 동력이 아무리 크다고 하더라도, 그 힘이 어느 한쪽으로 쏠리게 된다면 시스템은 왜곡된 모습으로 변형될 수밖에 없을 것이기 때문이다.

- 따라서 지상파 방송사, 독립제작사 등을 비롯 우리나라 방송영상산업시장의 균형 발전을 위해서는 강한 ‘포스’ 위주의 정책 드라이브를 걸기에 앞서 기대한 만큼의 ‘임팩트’가 시스템 전반에 골고루 분산될 수 있도록 구조적 안정성을 도모하는 것이 선행되어야 할 것이다.

《참고문헌》

- 김상근. 2005. DMB 도입에 따른 채널 편성 전략에 관한 연구: 비디오 채널을 중심으로, 『커뮤니케이션학 연구』. 제13권. 101-128.
- 김승수. 2003. 영국 ITV Digital의 실패에 관한 연구. 『한국언론정보학보』. 통권 20호. 7-32.
- 김중우. 2003. 지상파 텔레비전방송 외주정책의 재구조화 방안에 관한 연구: “프로그램 제작부문”의 활성화를 중심으로. 중앙대 신문방송대학원 석사학위논문.
- 김평호. 2003. 국내 지상파TV의 디지털 전환에 대한 문화적 인식과 접근. 한국방송학회 2003년 봄철 정기학술대회 발제문.
- 김학천. 1988. TV편성의 다양성과 균형성. 『방송연구』. 1988가을. 23-57.
- 문화관광부. 2003. 『방송프로그램 외주제작제도의 개선방안』. 내부문건
- 방송위원회. 2002. 『2002년 방송산업 실태조사 보고서』.
- 방송위원회. 2003. 『2003년 방송산업 실태조사 보고서』.
- 방송위원회. 2004. 『2004년 방송산업 실태조사 보고서』.
- 방송위원회. 2004. 『외주제작 표준계약 가이드라인』.
- 방송위원회. 2005. 『2005년 방송산업 실태조사 보고서』.
- 방송위원회. 2005. 『지상파 방송3사 2005년 봄 정기개편 편성분석 보고서』.
- 유세경 외. 2005. 지상파 방송3사의 HDTV 프로그램 편성에 관한 연구. 『한국언론정보학보』. 29호. 111-277.
- 이경자. 1993. 프로그램 편성의 질 제고 방안. 『방송연구』. 1993여름. 93-112.
- 이은미. 2001. 1990년대 텔레비전 방송의 다양성 분석-지상파방송의 프라임타임대 프로그램 다양성 변동을 중심으로. 『한국언론학보』. 46(1). 388-412.

임정수. 2003. “외주정책 논의의 쟁점과 대안에 대한 검토”. 방송영상산업 진흥과 외주정책 세미나 발표집.

최성진. 2004. “모바일 환경 하에서의 수용자 복지 : DMB 서비스를 중심으로”. KT 프로젝트 세미나 자료.

한국방송광고공사. 2005. 『2005년 독립제작사 실태 조사 연구』.

《부 록》

□ 방송사별 주요 장르 외주제작 편성 현황

KBS1의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

		2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을	
KBS1	뉴스	시간	5	5	102	49	4	-
		비율	0.4	0.4	6.8	3.8	0.3	-
	시사보도	시간	100	-	-	1	1	-
		비율	7.5	-	-	0.1	0.1	-
	다큐	시간	315	292	314	399	259	203
		비율	23.8	21.2	20.9	31.2	20.5	11.3
	생활정보	시간	360	390	405	395	475	425
		비율	27.2	28.3	27.0	30.9	37.7	23.7
	토론	시간	60	25	25	25	-	-
		비율	4.5	1.8	1.7	2.0	-	-
	교육문화예술	시간	135	238	249	75	130	310
		비율	10.2	17.3	16.6	5.9	10.3	17.3
	애니메이션	시간	25	25	25	25	20	50
		비율	1.9	1.8	1.7	2.0	1.6	2.8
	버라이어티쇼	시간	-	60	60	-	55	15
		비율	-	4.4	4.0	-	4.4	0.8
	퀴즈와 게임쇼	시간	60	85	85	110	115	115
		비율	4.5	6.2	5.7	8.6	9.1	6.4
	인포테인먼트	시간	205	197	175	140	195	230
		비율	15.5	14.3	11.7	10.9	15.5	12.8
영화	시간	60	60	60	60	-	-	
	비율	4.5	4.4	4.0	4.7	-	-	
스포츠	시간	-	2	-	-	-	-	
	비율	-	0.1	-	-	-	-	
기타	시간	-	-	-	-	7	447	
	비율	-	-	-	-	0.6	24.9	
합계	시간	1,325	1,379	1,500	1,279	1,261	1,795	

주 : 'KBS결작선'(240분), 'KBS라이브러리'(200분)를 편성 분석 때와 동일하게 기타 장르로 분석함.

KBS2의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

		2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을	
KBS2	뉴스	시간	-	-	70	123	123	665
		비율	-	-	1.9	3.4	3.5	15.4
	시사보도	시간	65	30	282	58	28	120
		비율	1.7	0.8	7.7	1.6	0.8	2.8
	다큐	시간	395	210	210	220	210	210
		비율	10.5	5.7	5.8	6.1	6.0	4.9
	생활정보	시간	1,400	1,560	1,320	990	990	840
		비율	37.2	42.4	36.2	27.5	28.3	19.5
	토론	시간	30	300	300	300	300	350
		비율	0.8	8.2	8.2	8.3	8.6	8.1
	교육문화예술	시간	40	17	-	-	-	-
		비율	1.1	0.5	-	-	-	-
	애니메이션	시간	115	85	85	115	115	145
		비율	3.1	2.3	2.3	3.2	3.3	3.4
	드라마	시간	760	430	410	520	380	280
		비율	20.2	11.7	11.2	14.4	10.8	6.5
	버라이어티쇼	시간	315	465	403	413	468	715
		비율	8.4	12.6	11.0	11.5	13.4	16.6
	퀴즈와 게임쇼	시간	150	120	120	60	60	-
		비율	4.0	3.3	3.3	1.7	1.7	-
인포테인먼트	시간	440	263	249	530	630	840	
	비율	11.7	7.1	6.8	14.7	18.0	19.5	
영화	시간	-	50	50	-	50	-	
	비율	-	1.4	1.4	-	1.4	-	
코미디	시간	-	150	150	270	150	150	
	비율	-	4.1	4.1	7.5	4.3	3.5	
스포츠	시간	50	-					
	비율	1.3	-					
합계	시간	3,760	3,680	3,649	3,599	3,504	4,315	

MBC의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

		2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을	
MBC	뉴스	시간	50	50	-	50	50	50
		비율	2.0	1.9	-	1.8	1.7	1.8
	다큐	시간	164	110	165	165	60	110
		비율	6.5	4.2	6.1	6.0	2.1	4.0
	생활정보	시간	670	690	650	590	945	900
		비율	26.2	26.6	24.0	21.5	32.4	33.0
	토론	시간	40	50	50	50	45	35
		비율	1.6	1.9	1.8	1.8	1.5	1.3
	교육문화예술	시간	180	235	265	215	210	210
		비율	7.0	9.1	9.8	7.8	7.2	7.7
	애니메이션	시간	60	60	60	120	135	170
		비율	2.3	2.3	2.2	4.4	4.6	6.2
	드라마	시간	320	320	440	515	580	435
		비율	12.5	12.3	16.3	18.8	19.9	15.9
	버라이어티쇼	시간	440	495	495	470	245	240
		비율	17.2	19.1	18.3	17.1	8.4	8.8
	음악쇼	시간	55	65	65	55	55	55
		비율	2.2	2.5	2.4	2.0	1.9	2.0
	퀴즈와 게임쇼	시간	55	55	55	55	-	-
		비율	2.2	2.1	2.0	2.0	-	-
인포테인먼트	시간	460	400	395	395	465	455	
	비율	18.0	15.4	14.6	14.4	16.0	16.7	
스포츠	시간	-	-	-	-	-	10	
	비율	-	-	-	-	-	0.4	
기타	시간	60	65	65	65	125	60	
	비율	2.3	2.5	2.4	2.4	4.3	2.2	
합계	시간	2,555	2,595	2,705	2,745	2,915	2,730	

SBS의 주요 장르 외주제작 편성 현황(2003년~2005년)

		2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을	
SBS	다큐	시간	260	260	260	260	320	135
		비율	9.2	9.4	11.1	9.6	10.7	5.0
	생활정보	시간	695	585	600	600	1,005	960
		비율	24.7	21.2	25.5	22.2	33.6	35.3
	토론	시간	-	225	200	200	200	-
		비율	-	8.1	8.5	7.4	6.7	-
	교육문화예술	시간	60	50	50	50	100	50
		비율	2.1	1.8	2.1	1.9	3.3	1.8
	드라마	시간	585	575	280	690	780	900
		비율	20.8	20.8	11.9	25.6	26.0	33.1
	버라이어티쇼	시간	565	495	390	445	105	390
		비율	20.1	17.9	16.6	16.5	3.5	14.3
	퀴즈와 게임쇼	시간	140	55	55	55	35	35
		비율	5.0	2.0	2.3	2.0	1.2	1.3
	인포테인먼트	시간	240	180	220	220	270	190
		비율	8.5	6.5	9.4	8.1	9.0	7.0
	코미디	시간	210	280	235	120	120	-
		비율	7.5	10.1	10.0	4.4	4.0	-
기타	시간	60	60	60	60	60	60	
	비율	2.1	2.2	2.6	2.2	2.0	2.2	
합계	시간	2,815	2,765	2,350	2,700	2,995	2,720	

방송3사의 주요 장르 외주제작 편성 현황

			2003봄	2003가을	2004봄	2004가을	2005봄	2005가을
방송 3사	뉴스	시간	55	55	172	222	177	715
		비율	0.5	0.5	1.7	2.2	1.7	6.2
	시사보도	시간	165	30	282	59	29	120
		비율	1.6	0.3	2.8	0.6	0.3	1.0
	다큐	시간	1,135	872	949	1,044	849	658
		비율	10.9	8.4	9.3	10.1	8.0	5.7
	생활정보	시간	3,125	3,225	2,975	2,575	3,415	3,125
		비율	29.9	31.0	29.2	24.9	32.0	27.0
	토론	시간	130	600	575	575	545	385
		비율	1.2	5.8	5.6	5.6	5.1	3.3
	교육문화예술	시간	415	540	564	340	440	570
		비율	4.0	5.2	5.5	3.3	4.1	4.9
	애니메이션	시간	200	170	170	260	270	365
		비율	1.9	1.6	1.7	2.5	2.5	3.2
	드라마	시간	1,665	1,325	1,130	1,725	1,795	1,615
		비율	15.9	12.7	11.1	16.7	16.8	14.0
	버라이어티쇼	시간	1,320	1,515	1,348	1,328	818	1,360
		비율	12.6	14.5	13.2	12.9	7.7	11.8
	음악쇼	시간	55	65	65	55	55	55
		비율	0.5	0.6	0.6	0.5	0.5	0.5
	퀴즈와 게임쇼	시간	405	315	315	280	210	150
		비율	3.9	3.0	3.1	2.7	2.0	1.3
	인포테인먼트	시간	1,345	1,040	1,039	1,285	1,560	1,715
		비율	12.9	10.0	10.2	12.4	14.6	14.8
	영화	시간	60	110	110	60	50	150
		비율	0.6	1.1	1.1	0.6	0.5	1.3
	코미디	시간	210	430	385	390	270	10
		비율	2.0	4.1	1.2	3.8	2.5	0.1
스포츠	시간	50	2	-	-	-	10	
	비율	0.5	0.0	-	-	-	0.1	
기타	시간	120	125	125	125	192	567	
	비율	1.1	1.2	1.2	1.2	1.8	4.9	
합계	시간	10,455	10,419	10,204	10,323	10,675	11,560	