

부 록

Broadcasting Industry White Paper

- I. 2010년~2011년 해외 주요 방송영상건본시 동향
- II. 개정 방송법
- III. 주요 기관 및 단체 현황
- IV. 2012 방송영상독립제작사 실태조사 모집단 리스트

I

2010년~2011년 해외 주요 방송영상견본시 동향

1 국제 방송영상견본시 동향

방송영상견본시는 각국의 방송영상콘텐츠와 바이어들을 한 곳에 모아 유통시키는 거대한 장터로 전 세계적으로 다양한 국제 방송영상견본시가 존재하고 있다. 현재 세계 각국에서 K-Pop과 드라마, 영화, 다큐멘터리와 같은 한국콘텐츠에 대한 해외 수요가 꾸준히 늘고 있는 상황이고, 특히 방송영상견본시에서의 인지도가 상승세를 보이고 있는 추세다. 그러나 한국의 방송영상콘텐츠 수출은 특정 국가, 특정 장르에 지나치게 편중된 측면이 있는데, 특정 시장의 상황이 좋지 않았을 경우 입을 타격을 고려하면 다양한 시장의 개발로 안정적인 수출 시장의 확보가 반드시 필요한 상황이다.

이런 이유로 민, 관 모두 국제 방송영상견본시에 관심을 가지고 있으며, 세계 한국콘텐츠 시장의 안정화와 신홍시장의 개척, 한국에 대한 이미지와 브랜드 가치 제고를 위한 성과를 내려 노력하고 있다. 특히 국내에서 열리는 국제방송영상견본시(BCWW)와 부산콘텐츠마켓(BCM)의 경우 한국의 방송영상콘텐츠에 대한 수출 시장을 다변화하고 드라마 이외의 새로운 장르와 콘텐츠를 소개할 좋은 기회로 활용될 수 있다.

한국의 방송영상 관련 업체들은 아래 국제 방송영상견본시를 중심으로 참가하고 있으며, 2010년과 2011년 개최된 국제 방송영상견본시들의 현황은 아래와 같다. 대부분의 견본들은 한국공동관을 운영하며 이는 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 지원하고 있다.

1) MIPTV(Marché International des Programmes de Télévision)

MIPTV는 가장 오래되고 권위 있는 국제 방송영상견본시로 1964년부터 프랑스 칸느(Cannes)에서 열리기 시작했다. 2011년 행사에는 107개국에서 온 4,168개 참가업체 11,491명의 등록 참가자와 4,092명의 바이어가 참가했다. MIPTV는 방송 프로그램, 애니메이션, 캐릭터, 모바일콘텐츠 등의 전문가와 비디오, 인터넷, 라이선싱, 머천다이즈 및 뉴미디어 분야 관계자가 참가한다. MIPTV는 다큐멘터리 전문 스크리닝(screening, 사전 등록된 프로그램을 시사하는 것) 마켓인 MIPDOC과 포맷전문 견본시인 MIPFORMAT과 함께 개최하면서 최대한 시너지 효과를 내고 참가자들의 효용을 보장하려 노력하고 있다. 최근에는 방송시장에 대한 새로운 아이디어와 미래 뉴미디어 콘텐츠에 대한 토론의 장과 마켓을 제공하는 MIPCUBE가 새롭게 부대행사로 개최되고 있다.

표 I-1 MIPTV 개요

구분	주요 내용
명칭	MIPTV
시작연도	1964년
개최시기	매년 4월 / 2010년: 2010. 4. 12~4. 16(MIPTV), 4. 10~4. 11(MIPDOC, MIPFORMAT) 2011년: 2011. 4. 4~4. 7(MIPTV), 4. 2~4. 3(MIPDOC, MIPFORMAT)
장소	프랑스, 칸느
주관	Reed Midem Organization
구성	MIPTV 마켓, MIPTV 컨퍼런스, MIPDOC, MIPFORMATS
규모	2010년: 107개국, 3,985 참가업체, 11,549 등록참가자, 3,918 바이어(MIPTV) 58개국, 498 등록업체, 723 등록참가자, 1,378 등록프로그램 수, 25,085 스크리닝 횟수 (MIPDOC) 2011년: 107개국, 4,168 참가업체, 11,491 등록참가자, 4,092 바이어(MIPTV) 58개국, 498 등록업체, 767 등록참가자, 1,399 등록프로그램 수, 27,097 스크리닝 횟수 (MIPDOC)
품목	방송 프로그램, 애니메이션, 캐릭터, 모바일콘텐츠 등의 프로그램
성격	방송 및 뉴미디어 콘텐츠 판매행사로 TV프로듀서, 배급자, 캐릭터사업자 등 오디오 비주얼 업계의 전문가를 대상으로 한 세계 최대 규모 방송 마켓 • MIPTV 마켓: 전세계 최대 규모 방송영상 콘텐츠 전시 마켓 • MIPTV 컨퍼런스: 국제시장동향, 뉴미디어 등 최신 콘텐츠관련 정보교류 • MIPDOC: 다큐멘터리 전문 스크리닝 마켓 • MIPFORMATS: 포맷 전문 피칭 & 컨퍼런스 • MIPCUBE: 새로운 콘텐츠 아이디어 교류 및 피칭
웹사이트	www.miptv.com

2011년 MIPTV 화두는 포맷, 공동제작, 브랜드드 엔터테인먼트(Branded Entertainment)이었으며, 방송영상물 마켓에서는 기존 유명 시리즈물보다 신규 드라마 시리즈 및 기타 프로그램이 대거 출시되었다. 특히 자연, 환경, 여행 및 테마 시리즈 다큐물이 많이 출품된 것으로 나타났다. 애니메이션 분야는 하반기에 개최되는 쌍둥이 견본시 MIPCOM에 충력을 기울이는 추세라 참가 업체의 수가 크게 감소한 것으로 보인다. 2011년 MIPTV 행사에 한국은 지상파, 케이블, 독립제작사 등을 포함, 방송사업체 27개, 애니메이션 분야 20개 업체가 참가하여 한국공동관을 통해 수출 상담 및 계약을 진행하였다.

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 한국공동관을 마련하고 MIPDOC 참가 및 MIPTV 부스를 지원하였으며, 공식 한국 콘텐츠 잡지 Focus on Korea 배포, 한국 프로그램 홍보물 제작 지원, 해외 매체 Press Release 지원, 한국공동관 내 이벤트 개최를 통한 홍보 등의 마케팅 지원 활동을 전개하였다.

한편, MIPTV와 함께 열리는 부대행사인 MIPDOC과 MIPFORMAT을 좀 더 살펴보면 다음과 같다. MIPDOC은 MIPTV가 열리기 전 바로 앞 주 토요일과 일요일에 열리는 다큐

멘터리 전문 행사로 2010년에는 58개국 498개의 등록업체에서 767명의 참가자가 1,399개 프로그램에 참여한 가운데 열렸으며, 한국은 10개 회사가 모두 34개 프로그램에 등록하였다. 다큐멘터리 제작자 또는 판매자들은 사전에 MIPDOC 프로그램에 등록하고, 구매자들에게 자신의 콘텐츠를 보이기 위한 스크리닝을 하며, 구매에 관심이 있는 사람들은 사전 등록 리스트에 있는 다큐멘터리들을 스크리닝 후 구매를 결정한다. 그 외에도 포럼이나 다큐 시상식 등 다양한 부대행사를 개최한다.¹⁾

MIPFORMAT은 포맷판매의 인기가 높아져가는 지금 매우 유용하고 앞서가는 견본마켓이라고 할 수 있다. MIPFORMAT은 포맷 비즈니스에 대한 이해를 높이고 포맷 저작권에 대한 인식을 제고하기 위한 목적으로도 활용되고 있는데, 포맷에 대해 토의하고 소개하는 컨퍼런스와 작은 마켓으로 구성되어 있다.²⁾ 2011년의 경우 모두 54개국의 313개 업체, 650명이 참여하였다.

가장 최근에 MIPTV 부대행사로 만들어진 MIPCUBE는 2011년 MIPTV의 Connected Creativity 행사에서 비롯되어 정규 부대행사로 자리 잡았으며, 미래 방송시장, 콘텐츠에 대한 새로운 아이디어를 나누는 컨퍼런스('MIPCUBE LAB')와 이 아이디어들이 반영된 디지털 기반의 콘텐츠들이 피칭되는 'Content 360'으로 구성되어 있다.

2) MIPCOM(Marché International des Programmes pour la Télévision, la Vidéo, le Câble et la Satellite)

MIPTV는 상반기, MIPCOM은 1984년부터 프랑스 칸느에서 가을에 개최되는 하반기의 대표적인 콘텐츠 유통 마켓인데, 모두 리드 미템(Reed Midem) 사에 의해 개최되고 있다. MIPTV가 MIPDOC, MIPFORMAT 등과 함께 개최된다면 MIPCOM은 MIPJunior라는 어린이용 콘텐츠를 집중적으로 소개하는 행사를 같이 개최하고 있다. MIPJunior는 MIPCOM 행사 이전, 즉 바로 전 주말에 진행되며 어린이, 청소년 프로그램 관련 컨퍼런스, 프로그램 발표회, 제작자와 판매자 등을 연결해주는 매치 메이킹(match making) 행사, 그리고 어린이 시청자가 직접 선정하는 '어린이 심사위원 상(Kid's Jury Awards)'등이 진행된다.³⁾

2011년 MIPCOM 행사의 한국공동관은 지상파, 케이블, 방송영상독립제작사 등 22개 업체가 참가했다. MIPCOM 2011년 실적은 전년 대비 증가한 것으로 나타났는데, 방송사업자별 실적은 지상파가 85%, 장르별로 실적은 드라마가 94%를 차지해 MIPTV와 마찬가지로

1) 은혜정(2012), 국제방송영상콘텐츠 견본시: 해외사례, 「Contents+Future」(미디어미래연구소), 2012년 6월호, 39~59.

2) ibid.

3) ibid.

표 I-2 MIPCOM 개요

구분	주요 내용
명칭	MIPCOM
시작연도	1984년
개최시기	매년 10월 / 2010년: 2010. 10. 4~10. 8(MIPCOM), 2010. 10. 2~10. 3(MIPJunior) 2011년: 2010. 10. 3~10. 6(MIPCOM), 2010. 10. 1~10. 2(MIPJunior)
장소	프랑스, 칸느
주최	Reed Midem Organization
구성	국제 방송프로그램 전시회 및 국제 컨퍼런스
규모	• 2010년: 총 100개국, 총 전시업체 1,639, 총 참가업체 4,155, 총 참가자 수 11,612, 바이어 수 4,155 • 2011년: 총 103개국, 총 전시업체 1,993, 총 참가업체 4,323, 총 참가자 수 12,411, 바이어 수 4,364
품목	비디오, DVD, TV, 케이블, 위성방송, 제작사, 배급사, 방송사, 통신사업자 등 영상콘텐츠물 전문 견본 박람회
성격	<ul style="list-style-type: none"> • 방송프로그램, 비디오, 인터넷, 라이선싱, 머천다이징 및 뉴미디어를 포함한 포괄적인 국제 방송 프로그램 견본시 • 관련 산업관계자들이 비즈니스를 위해 필수적으로 참가하는 세계 최대 마켓 (MIPTV와 양대산맥) • 엔터테인먼트 콘텐츠의 전 매체에 걸친 제작, 투자, 판매, 구매, 배급을 다루는 전 세계적인 이벤트로 본 행사는 TV, 영화 및 디지털 콘텐츠 전 분야의 제작 및 배급분야의 업계전문가들에게 차별화된 마켓, 첨단 컨퍼런스와 네트워크 포럼을 제공하여 글로벌 차원의 트렌드와 교류의 장을 제공함
웹사이트	www.mipcom.com

로 편중현상이 나타나고 있었다. MIPCOM 2011의 한국 방송 프로그램 수출계약 금액은 전년 대비 약 45% 증가한 1,400만 달러 이상을 기록하였다.⁴⁾

한국 다큐멘터리 프로그램 수출 성과도 있었는데 2010년의 경우 EBS의 다큐멘터리 <한반도의 매머드>는 일본 NHK와 중국 CCTV에 수출하기로 계약을 맺었고, 러시아, 폴란드, 인도네시아와도 수출 계약을 맺었다. 또한 <바람의 혼, 참매> 역시 미국, 이탈리아 방송사들과 수출 계약을 맺었다. 2011년에도 다큐멘터리의 수출은 계속되었는데, KBS 미디어의 <아무르>가 프랑스 ARTE에, EBS의 <한반도의 매머드>, <히말라야>, <마리온 이야기>, <인간과 개> 등을 이탈리아 RAI에, 아리랑 TV의 <Our Planet-Butan>을 프랑스 ARTE에 판매하였다. 특히 K-Pop 인기를 반영하듯 KBS의 <뮤직뱅크>, MBC의 <K-Pop in Sydney>, CJ E&M의 <MAMA(M-net Asian Music Awards)> 등이 여러 국가에 판매되기도 하였다.⁵⁾

한편, 2011년 처음으로 MIPCOM 한국공동관에 설치된 3DTV 존이 큰 인기를 끌었는데, 한국의 3D 전문 배급사 '3D 플랜'이 선보인 '3D 컨버전 서비스(conversion service)'는 2D를

4) 한국콘텐츠진흥원(2011. 10. 18). <MIPCOM 2011> 한국 방송콘텐츠 수출액 역대 최고치 기록!. KOCCA 콘텐츠산업정보포털-보도자료. URL: http://www.kocca.kr/notice/report/1324830_3332.html

5) ibid.

3D로 변환하는 서비스로 여러 건의 계약이 이루어졌다.⁶⁾

3) ATF(Asia Television Forum)

2000년 MIP-ASIA로 처음 시작한 ATF는 매년 12월에 싱가포르 미디어개발청 주관, Reed Exhibition 주최로 싱가포르에서 개최되며 아시아 지역에서의 한류 확산과 업계의 인적 네트워크 유지 및 확대를 위한 기회를 제공하고 있는 국제 방송영상견본시다. MIPTV, MIP-COM과 유사하게 ATF 역시 영화전문 견본시 AFM&C와 애니메이션 전문 견본시인 AAM을 병행해서 개최하여 시너지 효과를 극대화 하고 있고, 시상식(Asian Television Awards), 포럼, 컨퍼런스 등 각종 부대행사를 개최하고 있다.

ATF는 아시아 경제의 허브라는 지리적, 경제적 특징을 부각시켜 아시아 진출의 교두보적 역할시장을 강조하고 있으며, 그 결과 유럽과 미주 지역의 메이저 제작, 배급사가 참여하는 성과를 거두고 있다.⁷⁾ ATF는 판매자보다 구매자(바이어) 위주의 견본시로 행사 참가자의 대다수가 바이어라는 매우 이상적인 구성을 보이는 것이 특징으로 평가받고 있다.⁸⁾

한국에서는 지상파, 케이블, 독립제작사 및 제작사 등 총 21개사가 참여했으며, 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 이 중에서 20개사가 참여한 한국공동관을 운영하여 국내 방송영상콘텐츠의 수출을 촉진하고 국제경쟁력을 제고하였다. 또 한국콘텐츠진흥원은 방송공동관(드라마, 다큐, 엔터테인먼트)을 별도로 운영하였고, 서울산업통상진흥원(SBA)에서

표 I-3 ATF 개요

구분	주요 내용
명칭	아시아 텔레비전 포럼(ATF: Asia Television Forum)
시작연도	2000년
개최시기	매년 12월 / 2010년: 2010. 12. 8~12. 10 / 2011년: 2011. 12. 7~9
장소	싱가포르 Suntec Convention Center(2010년), Sands Expo and Convention Center(2011년)
주관	싱가포르 미디어개발청(MDA)
주최	Reed Exhibitions
규모	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년: 53개국, 408개 전시사, 368개 바이어업체, 총 850개 참가사 • 2011년: 52개국, 442개 전시사, 423개 바이어업체, 총 951개 참가사
성격	TV-Film-Animation 3개 영역의 유통마켓으로 전시회, 컨퍼런스, 포럼 등 다양한 행사가 열림
웹사이트	www.asiatvforum.com

6) ibid.

7) 은혜정(2012), 국제방송영상콘텐츠 견본시: 해외사례, 「Contents+Future」(미디어미래연구소), 2012년 6월 호, 39~59.

8) 방송문화진흥회(2008), 콘텐츠 마켓으로 본 영상 비즈니스, 「2008 연구보고서」.

애니메이션 공동관을 운영하였다. 한국은 특히 3D/VFX 분야 공동관을 따로 설치해 운영하고 있는데, 싱가포르 정부가 3D 공동제작과 투자유치에 관심을 보이고 있어 좋은 기회가 되고 있다.

4) FILMART(Hong Kong International Film & TV Market)

FILMART는 영화 중심의 마켓으로 시작하여 TV, 뉴미디어, 영상기술 등의 분야로 영역을 확장하고 있는 국제 방송영상견본시로 매년 3월 홍콩에서 개최된다. 중국에 속한 홍콩 FILMART는 중국에서의 TV 산업 호황과 함께 해외 관련 업체들의 관심을 받는 견본시로 떠오르고 있다. 2011년 FILMART에서 중국의 파빌리온(pavilion, 전시장)은 전년 대비 크게 확장되었고, 이는 중국 시장이 서서히 열리고 있는 신호로 받아들여졌다. 개최지인 홍콩 마켓은 한류 인기 지역인 동남아시아 지역의 바이어와 상담을 진행할 기회를 갖기 쉬워 국내 업체들의 참가가 증가하고 있다. 실제로 홍콩 FILMART는 전체 규모가 성장하고 있는 추세로 앞으로 한국의 대 중국, 대 홍콩 수출 규모에 맞는 한국공동관 운영이 필요할 전망이다.

한국은 2010년에 15개 업체, 2011년에 18개 업체가 참가하였고, 한국공동관에서 수출 상담과 계약을 진행하였다. 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 한국공동관을 지원하였고, 전체적으로 전년 대비 상담 건수와 계약실적이 크게 증가한 것으로 나타났다.

표 I-4 FILMART 개요

구분	주요 내용
명칭	FILMART
시작연도	1997년
개최시기	매년 3월 / 2010년: 2010. 3. 22~3. 25 / 2011년: 2011. 3. 21~3. 24
장소	중국, 홍콩
주최	홍콩 무역협회(Hong Kong Trade Development Council)
규모	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년: 51개국, 548개 전시사(해외 436, 방송 157개사), 4,943명 참가자 • 2011년: 54개국, 596개 전시사(해외 463, 방송 187개사), 5,073명 참가자
품목	액션, 호러, 코미디, 다큐멘터리, 애니메이션, 디지털 콘텐츠
성격	아시아 영화, TV산업 최대규모의 이벤트
웹사이트	http://www.hkfilmart.com/filmart/

5) NATPE(National Association of Television Program Executives)

북미시장 중심의 대형 국제 방송영상견본시인 NATPE는 1964년 뉴욕에서 처음 개최되

표 1-5 NATPE 개요

구분	주요 내용
명칭	NATPE
시작연도	1964년
개최시기	매년 1월 / 2010년: 2010. 1. 25~1. 27 / 2011년: 2011. 1. 24~1. 26
장소	미국 플로리다 마이애미
주최	미국 TV 방송 제작자 연맹
규모	2010년: 60개국, 203개 전시사, 440명 바이어, 4,000명 참가자
성격	<ul style="list-style-type: none"> • 영상물 마켓으로 TV, VIDEO 등은 물론, 각종 뉴미디어를 포괄하는 세계최대규모의 콘텐츠 마켓 • 미국을 중심으로 세계 각국의 3,000사 이상의 방송국과 방송제작회사가 모인 국제적인 단체 • 가장 오래된 국제 방송영상견본시
웹사이트	www.natpe.org

있으며, MIPTV, MIPCOM과 함께 세계 3대 국제 방송영상견본시로 알려져 있다. 2011년부터 히스패닉 소비자들에 대한 마케팅 강화의 일환으로 네바다 주 라스베이거스에서 플로리다 주의 마이애미로 장소를 옮겨 개최되고 있다. 미국 지역 방송국은 필수적으로 편성의 25%를 외부 독립제작사에서 제작한 프로그램을 방송하도록 되어 있다. 이 영향으로 지역 방송국들은 다양한 독립제작사와 콘텐츠를 접촉해야만 했고, 이에 NATPE와 같은 견본시는 매우 중요한 위치를 차지하게 되었다.⁹⁾ 그러나 1996년 새로운 통신법(Telecommunication ACT) 제정 이후 탈규제화 바람이 불면서 프로그램 편성 규제가 철폐되었고, NATPE는 그 매력을 점차 잃게 되었다.

미국시장의 침체에 따라 세계 시장으로 눈을 돌린 NATPE는 동유럽 지역의 대표적인 방송영상견본시인 DISCOP East를 2011년 인수하였다. 2012년부터 이름을 NATPE Budapest로 변경하여 유럽에서 첫 견본시를 개최하였다. 최근 NATPE는 지상파방송 콘텐츠, 프로그램 전시 및 판매와 함께 디지털 및 온라인 영상물 유통 쪽으로 관심을 가지고 있다.¹⁰⁾ 이에 온라인 비디오 사이트(예: YouTube, OTT 업체들 등)와 같은 온라인 채널의 활용과 수익모델에 대한 워크숍과 토론토 함께 진행하고 있다.

6) TIFFCOM(Tokyo International Film Festival's Contents Market)

도쿄국제영화제와 함께 열리는 TIFFCOM(도쿄 국제 영화 및 콘텐츠 시장)은 영화, 방송프로그램, 애니메이션, 디지털콘텐츠, 출판 등 다양한 콘텐츠를 위한 국제 견본시이다. 특히

9) 조대곤(2012), 방송콘텐츠 견본시 현황: NATPE를 중심으로, 「Contents+Future」(미디어미래연구소), 2012년 6월호, 63~70.

10) ibid.

표 I-6 | TIFFCOM 개요

구분	주요 내용
명칭	TIFFCOM
시작연도	2004년
개최시기	매년 10월 / 2010년: 2010. 10. 25~10. 28 / 2011년: 2011. 10. 4~10. 26
장소	일본, 도쿄
주관	<ul style="list-style-type: none"> • METI(Ministry of Economy, Trade and Industry)/일본 경제산업성, 공익법인 유니제팬 • Japan Institute of Development and Promotion for Picture/일본 영화 진흥위원회
구성	콘텐츠마켓 TIFFCOM과 공동제작마켓 Tokyo Project Gathering(TPG), 세미나 및 심포지엄
규모	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년: 56개국, 222개사, 4,162명 등록 • 2011년: 20개국, 226개사(일본 106사, 해외 120사)
품목	영화, TV, 광고, 애니메이션, 디지털콘텐츠 등
성격	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아-태평양 지역의 영화, TV프로그램 등 엔터테인먼트 마켓으로서 특화 • 일본 동경영화제와 연계해 영화제 기간 중에 열리는 종합영상축제
웹사이트	www.tiffcom.jp

애니메이션 분야에서 강점을 보이는 견본시로 이름이 높으며, 도쿄 영화제와 연계해 진행함으로써 시너지 효과를 극대화하려는 전략이 돋보이는 견본시라고 할 수 있다.

2011년에는 세계 20개국 226개 업체가 참가하여 수출 상담과 네트워킹을 진행하였다. 일본은 세계 콘텐츠 생산 및 소비 강국으로 한국, 일본, 대만의 업체에게는 매우 중요한 시장이며, 따라서 TIFFCOM에서의 수출 상담과 네트워킹을 통한 정보 수집이 매우 중요하다. 2011년 TIFFCOM에 한국은 KBS 미디어, MBC, SBS 콘텐츠허브, CJ E&M 등 총 16개 업체가 참가하여, 국내 방송영상물 수출과 일본 내 한류의 지속 및 확산을 위한 활동을 진행했다.

매년 TIFFCOM 참가국과 업체 수가 줄어들고 있으나 한국의 수출 상담과 계약은 매우 활발했다. 2011년 TIFFCOM에서 한국 방송 프로그램 수출 계약금액은 약 1,800만 달러 이상으로 전년 대비 50% 이상 증가했다. 특히 SBS의 <뿌리깊은 나무>가 아시아 전 지역에 판매되었고, 이미 중영된 KBS <해신>, MBC <환상의 커플> 등도 판매된 것으로 나타났다.¹¹⁾ 수출 실적의 대부분은 드라마 판매였고 지상파방송사의 계약 실적이 전체의 96.6%를 차지하고 있어 주요 방송사와 드라마 편중 현상을 보였다.

TIFFCOM은 아시아 최대의 콘텐츠 시장에서 개최된다는 장점이 있으나 반대로 아시아 권역 시장을 벗어나지 못하고 있다는 점이 단점으로 지적되고 있으며, 특히 같은 10월에 MIPCOM이 열린다는 점이 크나큰 장애요인으로 지적된다.¹²⁾ 이로 인해 지리적으로 가까

11) 전자신문(2011. 11. 4). 한국 방송콘텐츠 한류 특수... 일본수출 50% 늘어.

12) 정윤경(2012). 국제 방송영상콘텐츠 견본시의 특징과 진단. 「Contents+Future」(미디어미래연구소), 2012년 6월호, 7~21.

은 동아시아권 바이어들을 중심으로 한 마켓의 특징은 더욱 공고해 지고, 유럽과 미주의 바이어들의 MIPCOM 선택은 당연시 되는 결과를 낳고 있어 시급히 해결해야 할 당면과제로 나타나고 있다.

7) DISCOP EAST(2012년 6월부터 NATPE Budapest)

DISCOPE는 1991년부터 개최된 견본시로 서유럽을 제외한 유럽지역, 중동·중앙아시아·북아프리카, 그리고 사하라 이남의 아프리카 지역 등 3개 지역을 대상으로 집중적으로 운영되었다. 2011~2012의 경우 DISCOPE Budapest와 DISCOPE Nairobi(케냐, 2011. 9. 7~9. 9), 그리고 DISCOPE Istanbul(터키, 2012. 2. 28~3. 1)이 각각 개최된 바 있다. 2005년부터 미국의 NATPE와 파트너십을 맺고 중동부 유럽시장을 집중 공략했으며 주요 견본시로 떠오르게 되었다.

DISCOPE EAST는 2011년 NATPE에 의해 인수되었는데, 2012년 6월부터 NATPE Budapest라는 이름으로 재탄생하여 개최되었다. 한국의 경우 한국콘텐츠진흥원이 2011년 참가부터 지원하기 시작했으며, KBS 미디어, MBC, SBS 콘텐츠허브, 에브리쇼, 플레이온캐스트, 대한미디어월드, CJ E&M 등 총 7개 업체가 참가했다. 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원에서 지원한 한국공동관이 운영되었으며, 7개 참가업체가 약 130건의 상담 실적을 올린 것으로 나타났다.

표 1-7 DISCOP 개요

구분	주요 내용
명칭	DISCOP(부다페스트 방송콘텐츠 산업전)
시작연도	1991년
개최시기	매년 6월 / 2010년: 2010. 6. 22~6. 25 / 2011년: 2011. 6. 21~6. 23
장소	헝가리, 부다페스트 SOFITEL CHAIN BRIDGE
주최	Basic Lead
규모	2010년: 304개 전시사, 406개 바이어업체, 1,200명 참가자
품목	TV 프로그램 콘텐츠
성격	동유럽 국가를 타깃으로 한 동유럽의 대표적 콘텐츠 마켓
웹사이트	http://www.discop.com

8) STVF(Shanghai Television Festival)

STVF는 중국 국가 국무원(國務院) 산하 국가광전총국(国家广电总局)의 주최 하에 열리며

표 I-8 STVF 개요

구분	주요 내용
명칭	상하이 TV페스티벌(STVF)
시작연도	1986년
개최시기	매년 6월 / 2010년: 2010. 6. 8~6. 10 / 2011년: 2011. 6. 7~6. 9
장소	중국, 상하이
주최	• 광전총국, 상하이시 정부 • The State Administration of Radio, Film & TV(SARFT), Shanghai Media Group(SMG·상하이 최대, 세계 5대 미디어 그룹)
규모	• 2010년: 16개국, 138개 전시사, 789명 바이어, 3,862명 참가자 • 2011년: 13개국, 148개 전시사, 1,199명 바이어, 3,041명 참가자
성격	중화권 중심의 국제 방송프로그램 전시회 및 국제 컨퍼런스
웹사이트	www.stvf.com

1986년에 시작된 중국의 대표적인 국제 방송영상전본시로, 방송영상프로그램 이외에 브로드밴드, 뉴미디어, 영화 콘텐츠도 거래되는 중국 최대의 견본시이다. 중국 내 업체들이 대부분을 차지하고 있으며 2011년의 경우 미국의 Disney, Warner Brothers, 영국의 ITV, 일본의 NHK, 대만의 GTV, 싱가포르의 Mediacorp, 멕시코의 Televisa 등이 참가하였다.

2011년 STVF에 한국은 총 13개 업체가 참여했으며, 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원의 지원으로 한국공동관을 운영하였다. 2010년에는 총 16개 업체가 참가해 현지에서만 총 765만 7,803 달러의 수출 실적을 올린 바 있다. 전체적으로 참가업체의 수가 전년 대비 줄었으나 한국공동관은 매우 활발한 수출 상담이 이루어졌고, 수출실적은 전년 대비 28% 증가한 것으로 나타났다. KBS 미디어의 <너는 내 운명>, <동안미녀>, MBC의 <미스 리플리>, SBS 콘텐츠허브의 <내게 거짓말을 해봐> 등에 대한 수출계약이 성사되었고, 3D 콘텐츠에 대한 수출 계약도 이루어졌다.

중국 정부의 외국 방송 프로그램에 대한 수입 규제가 심해짐에 따라 뉴미디어를 통한 VOD 시청 판권, 드라마 리메이크 판권 등으로 수출 활로를 개척하고 있는 것으로 나타났다. 부대행사로 TV 프로그램과 관련한 매그놀리아(Magnolia Award) 시상식이 거행되며, 국제 세미나, 견본시 및 장비전시회, 포럼 등이 개최되고 있다.¹³⁾

9) WCM(World Content Market)

체코 프라하(Prague)에서 2007년부터 열리는 WCM은 수출상담, 컨퍼런스 등이 열리는

13) ibid.

표 1-9 WCM 개요

구분	주요 내용
명칭	World Content Market(국제 콘텐츠 마켓)
시작연도	2007년
개최시기	• 2011년: 2011. 2. 21~2. 23(체코 Prague) • 2012년: 2012. 2. 20~2. 22(체코 Prague) / 2012. 11. 6~11. 16(캐나다 Toronto)
장소	체코, 프라하(Prague)
구성	수출상담, 컨퍼런스 & 스크리닝
주최	Planet Sunbeam Limited.
규모	2011년: 69개국, 410개 전시사, 598명 바이어, 793명 참가자
품목	TV, 영화, DVD/Video, 모바일, 인터넷, 인터랙티브 콘텐츠 등
성격	세계 60여개국의 TV·영화계 관계자들이 프로그램 매매와 브랜드 가치 제고, 파트너십 강화 등을 위해 참가
웹사이트	http://www.worldcontentmarket.com

국제 방송영상견본시로 세계 60여 개국의 TV 채널 유통 및 제작자, 케이블 및 위성채널 관계자, 뉴미디어(SNS, 포털 사이트) 플랫폼 운영자 등이 모여 콘텐츠 판매와 구매 행사를 진행한다. 참가자들의 데이터베이스를 이용해 만남이 필요한 관계자들을 1대1로 매칭해주는 형태로 프로그램 판매와 구매를 지원하고 있으며, 2012년의 경우 50여 개국으로부터 온 400여 개의 전시사, 600여 명의 바이어, 약 1,000여 명의 참가자가 프라하 WCM을 찾은 것으로 나타났다.

매년 1월에 열리는 NATPE, 10월에 열리는 MIPCOM과 시기적으로 겹치는 부분이 있고 또한 동유럽 시장은 DISCOPE EAST를 중심으로 참가하는 경향이 있어 한국 업체들의 참가는 많지 않은 상황이다.

10) TTF(Taipei TV Festival)

TTF는 대만에서 개최하는 국제 방송영상견본시로 비즈니스 상담회, 전시 및 포럼, 기타 행사로 구성되어 있다. 전시 행사로 Taipei International Digital Exhibition이, 포럼으로는 International TV Forum, 그리고 쇼케이스로 Worldwide Shooting Location Showcaserk가 열렸다. 한국은 수출 주력시장인 대만에서 열리는 TTF에 한국공동관을 운영하면서 국내 방송영상콘텐츠 수출과 국제경쟁력 제고를 목표로 참가하고 있다.

2011년의 경우 한국공동관에 지상파 3사와 제작사 및 배급사 10개 업체가 참가하여 수출 상담 및 계약을 체결하였다. 지상파 3사의 수출실적이 가장 많고 장르별로는 드라마가 가장 큰 비중을 차지하였다.

표 I-10 TTF 개요

구분	주요 내용
명칭	TTF
시작연도	2004년
개최시기	매년 9월 / 2010년: 2010. 9. 27~9. 29 / 2011년: 2011. 9. 21~9. 23
장소	대만, 타이페이
주최	GIO(Government Information Office/대만정보부)
대행	Ho Chan Film & TV Ltd.
규모	2010년: 대만기업 45개, 외국기업 30개(한국업체 12개) 포함 75개 전시사
성격	대만 최대 규모의 방송영상 국제 TV견본시로 행사장은 호텔룸으로 운영
웹사이트	www.2009tff.com

대만은 TTF가 열리는 달인 2011년 9월, 대만 행정원장이 대만 TV에서의 한국드라마 범람에 대해 거친 어투로 비난한 바 있을 정도로 한국드라마를 포함한 콘텐츠의 확산에 큰 경계심을 가지고 있다. 또한 2010년 베이징올림픽 태권도 종목에서 대만 선수에 대한 판정에 대해 대만인들의 불만이 한국으로 향해 있어 여러 가지로 수출에 좋은 환경이 아니다. 따라서 지속적으로 TTF에 참여해 다양한 한국콘텐츠를 소개하고 또한 상호 호혜적 입장에서 대만 방송영상콘텐츠의 수입과 양국 공동제작 등에 관한 논의를 해 나가는 것이 매우 중요한 상황이다.

11) Moscow TeleShow

매년 5월과 11월 러시아 모스크바에서 열리는 Moscow TeleShow는 1996년 Russian Teleshows Market으로 시작해 2005년 국제 방송장비전시회인 NATEXPO로 합쳐졌다가 이

표 I-11 Moscow TeleShow 개요

구분	주요 내용
명칭	Moscow TeleShow
시작연도	2005년
개최시기	매년 2회 / 2010년: 2010. 5. 26~5.28 / 2010. 11. 16~11.18 2011년: 2011. 5. 11~5. 13 / 2011. 11. 29~12. 1
장소	러시아, 모스크바
품목	방송 콘텐츠 관련
성격	러시아와 독립국가연합(CIS) 지역을 중심으로 한 국제행사로 모스크바에서 매년 5월과 11월에 2차례 열림
웹사이트	http://www.teleshows.ru/eng/

후 Moscow Teleshov로 이름이 바뀌었다. 러시아 및 구소련 국가연합(CIS) 국가들이 주로 참여하며 5월은 방송콘텐츠를 중심으로, 11월은 방송장비를 중심으로 열린다.¹⁴⁾ 매년 4월의 MIPTV, 10월의 MIPCOM과 시기적으로 겹치며 한국의 경우 동유럽은 NATPE Budapest 견본시가 있어 참여가 저조하다.

12) SCTVF(Sichuan TV Festival)

1991년에 시작된 SCTVF(쓰촨 TV 페스티벌)은 중국 국무원 산하 국가광전총국이 주최하는 행사이며, STVF와 마찬가지로 국제 방송영상견본시, 시상식, 장비전시회 등으로 구성되어 있다. 중국 정부의 서부 대개발 정책에 영향을 받아 중국 서부지역의 방송영상작품과 인력을 개발, 발전시키기 위한 목적을 가지고 있다. 현재 중국의 서부지역은 연해 내륙 지역에 비해 여러 가지 면에서 낙후되어 있는 상황이며 이를 타개하려는 여러 행사 중 하나로 볼 수 있다.¹⁵⁾

표 I-12 SCTVF 개요

구분	주요 내용
명칭	SCTVF(쓰촨 TV 페스티벌)
시장연도	1991년
개최시기	2년 1회 / 2011년: 2011. 11. 11~11. 13
장소	중국, 쓰촨성 청두
주최	광전총국과 쓰촨성 정부
규모	2011년: 77개국에서 5,000여 명의 관계자, 120,000명의 일반인 참가
품목	TV, 영화, 애니메이션 콘텐츠
성격	쓰촨 지역정부와 방송사들이 주관하는 국제 견본시로 주로 중국과 아시아 TV, 영화 콘텐츠에 집중, Gold Panda 다큐멘터리 시상식 등과 함께 개최
웹사이트	http://en.sctvf.com.cn/

2) 국내 방송영상견본시

1) BCWW(BroadCast WorldWide)

한국에서 열리는 국제 방송영상견본시로 2001년부터 시작하여 현재(2012년) 12회를 맞

14) 방송문화진흥회(2008), 콘텐츠 마켓으로 본 영상 비즈니스, 「2008 연구보고서」.

15) 엽리리(2012), 중국 방송영상견본시 현황, 「Contents+Future」(미디어미래연구소), 2012년 6월호, 85~95.

표 I-13 BCWW 개요

구분	주요 내용
명칭	BCWW
시작연도	2001년
개최시기	매년 9월 초 / 2010년: 2010. 9. 1~9. 3 / 2011년: 2011. 8. 31~9. 2.
장소	한국, 서울 삼성동 COEX
주최	문화체육관광부
주관	한국콘텐츠진흥원
구성	전시, 글로벌 미디어 포럼
규모	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년: 50개국, 221개 전시사, 1,023명 바이어, 4,515명 참가자 • 2011년: 50개국, 231개 전시사, 1,137명 바이어, 4,614명 참가자
성격	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 개최되는 방송정보와 비즈니스 전문마켓 • 아시아 최대의 글로벌 방송문화 행사
웹사이트	www.bcww.net

이하고 있는 BCWW는 초기부터 문화체육관광부의 지원을 받았으며 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)에서 주관하고 있다. 2001~2003년까지는 부산, 제주에서 행사가 열렸으나 2004년부터는 서울에서 개최되고 있다.

BCWW는 전 세계 50여 개 국가의 콘텐츠 관련 업체들이 참가하는 행사이며 이를 통해 국내 업체와 각국의 바이어 및 업계 관계자 간 교류가 활발히 진행되고 있다. BCWW 개최의 주목적은 다양한 콘텐츠의 활발한 교류와 마켓 형성이며, 견본시 참가자들에게 시의성 있고 유용한 정보를 제공하는 것을 취지로 행사를 진행하고 있다.

BCWW 행사는 크게 방송영상콘텐츠의 국제교류를 증진하기 위한 전시마켓과 세계 영상콘텐츠 시장의 트렌드를 점검하고 시장 확대방안을 논의하는 글로벌미디어포럼으로 구성되어 있다. 2001년부터 2012년 간 BCWW의 행사 개요와 주요 실적은 제7부 1장 <표 7-1-11>에 제시되어 있다.

초기 25개국이 참가하던 BCWW는 약 10년 후 50여 개국이 참가하는 견본시로 성장했고, 프로그램 판매 실적도 2001년 570만 달러에서 2011년 2,955만 달러로 크게 증가하였다. 2011년의 경우 예산규모가 전년도보다 적었으나 2010년보다 프로그램판매실적은 약 12% 증가한 것으로 나타났다.

2) 부산콘텐츠마켓(BCM)

2007년부터 개최되어 현재(2012년) 6회를 맞이하고 있는 부산콘텐츠마켓(BCM)은 문화체육관광부와 부산광역시의 후원을 받고 (사)부산콘텐츠마켓 조직위원회의 주최/주관으

표 I-14 BCM 개요

구분	주요 내용
명칭	부산 콘텐츠 마켓
시작연도	2007년
개최시기	매년 5월 / 2010년: 2010. 5. 13~5. 15 / 2011년: 2011. 5. 12~5. 14
장소	한국, 부산
주최/주관	(사)부산콘텐츠마켓 조직위원회
후원	문화체육관광부, 부산광역시
구성	전시, 글로벌 미디어 포럼
규모	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년: 33개국, 438개 업체, 906명 바이어 & 셀러, 총 179개 전시부스 • 2011년: 41개국, 527개 업체, 1,060명 바이어 & 셀러, 총 219개 전시부스
성격	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 개최되는 방송정보와 비즈니스 전문마켓 • 아시아 최대의 글로벌 방송문화 행사
웹사이트	http://www.ibcm.tv/main/index.php

로 진행되고 있다. BCWW와 마찬가지로 견본시와 함께 포럼이 진행되며, 대학생들을 위한 교육의 장인 BCM Academy가 부대행사로 함께 개최되고 있다.

BCM 2011은 총 41개국 527개 업체, 1,060명의 바이어와 판매자가 참여해 성황을 이루었으며, 총 거래액이 마지막날(14일) 기준 4,889만 달러로 3,100만 달러를 기록한 2010년보다 57.7%가 증가한 액수를 기록했다. 주요 방송사별로 보면 KBS미디어가 1,830만 달러, MBC는 1,000만 달러, SBS 콘텐츠허브는 1,700만 달러, CJ E&M은 200만 달러를 기록한 것으로 나타났다.¹⁶⁾

BCM은 그러나 그 구성이 방송영상콘텐츠 판매, 비즈니스 매칭, 컨퍼런스 등으로 구성되어 기본적으로 BCWW와 큰 차이를 보이지 않아 두 국제 방송영상견본시의 차별화가 향후 과제로 지적되고 있다.¹⁷⁾

16) 세계일보(2011. 5. 15), 제5회 부산콘텐츠마켓 수출계약 4800만 달러 달성, 폐막.

17) 정운경(2012), 국제 방송영상콘텐츠 견본시의 특징과 진단. 「Contents+Future」(미디어미래연구소), 2012년 6월호, 7~21.

II

개정 방송법

[시행 2012.7.18] [법률 제11199호, 2012.1.17, 일부개정]

제1장 총칙

제1조[목적] 이 법은 방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조[용어의 정의] 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. <개정 2004.3.22, 2006.10.27, 2007.1.26, 2011.7.14>

1. “방송”이라 함은 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중(개별 계약에 의한 수신자를 포함하며, 이하 “시청자”라 한다)에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것으로서 다음 각목의 것을 말한다.
 - 가. 텔레비전방송: 정지 또는 이동하는 사물의 순간적 영상과 이에 따르는 음성·음향 등으로 이루어진 방송프로그램을 송신하는 방송
 - 나. 라디오방송: 음성·음향 등으로 이루어진 방송프로그램을 송신하는 방송
 - 다. 데이터방송: 방송사업자의 채널을 이용하여 데이터(문자·숫자·도형·도

표·이미지 그 밖의 정보체계를 말한다)를 위주로 하여 이에 따르는 영상·음성·음향 및 이들의 조합으로 이루어진 방송프로그램을 송신하는 방송(인터넷 등 통신망을 통하여 제공하거나 매개하는 경우를 제외한다. 이하 같다)

라. 이동멀티미디어방송: 이동중 수신을 주목적으로 다채널을 이용하여 텔레비전방송·라디오방송 및 데이터방송을 복합적으로 송신하는 방송

2. “방송사업”이라 함은 방송을 행하는 다음 각목의 사업을 말한다.

가. 지상파방송사업: 방송을 목적으로 하는 지상의 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업

나. 종합유선방송사업: 종합유선방송국(다채널방송을 행하기 위한 유선방송국설비와 그 종사자의 총체를 말한다. 이하 같다)을 관리·운영하며 전송·선로설비를 이용하여 방송을 행하는 사업

다. 위성방송사업: 인공위성의 무선설비를 소유 또는 임차하여 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업

라. 방송채널사용사업: 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 또는 위성방

- 송사업자와 특정채널의 전부 또는 일부 시간에 대한 전용사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하는 사업
3. “방송사업자”라 함은 다음 각목의 자를 말한다.
 - 가. 지상파방송사업자: 지상파방송사업을 하기 위하여 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자
 - 나. 종합유선방송사업자: 종합유선방송사업을 하기 위하여 제9조제2항의 규정에 의하여 허가를 받은 자
 - 다. 위성방송사업자: 위성방송사업을 하기 위하여 제9조제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자
 - 라. 방송채널사용사업자: 방송채널사용사업을 하기 위하여 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 하거나 승인을 얻은 자
 - 마. 공동체라디오방송사업자: 공중선전력 10와트 이하로 공익목적으로 라디오방송을 하기 위하여 제9조제11항의 규정에 의하여 허가를 받은 자
 4. “중계유선방송”이라 함은 지상파방송(방송을 목적으로 하는 지상의 무선국을 이용하여 행하는 방송을 말한다. 이하 같다) 또는 이 법에 의한 한국방송공사 및 특별법에 의하여 설립된 방송사업자가 행하는 위성방송(인공위성의 무선국을 이용하여 행하는 방송을 말한다. 이하 같다)이나 대통령령이 정하는 방송을 수신하여 중계송신(방송편성을 변경하지 아니하는 녹음·녹화를 포함한다)하는 것을 말한다.
 5. “중계유선방송사업”이라 함은 중계유선방송을 행하는 사업을 말한다.
 6. “중계유선방송사업자”라 함은 중계유선방송사업을 하기 위하여 제9조제2항의 규정에 의하여 허가를 받은 자를 말한다.
 7. “음악유선방송”이라 함은 「음악산업진흥에 관한 법률」에 따라 판매·배포되는 음반에 수록된 음악을 송신하는 것을 말한다.
 8. “음악유선방송사업”이라 함은 음악유선방송을 행하는 사업을 말한다.
 9. “음악유선방송사업자”라 함은 음악유선방송사업을 하기 위하여 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 한 자를 말한다.
 10. “전광판방송”이라 함은 상시 또는 일정기간 계속하여 전광판에 보도를 포함하는 방송프로그램을 표출하는 것을 말한다.
 11. “전광판방송사업”이라 함은 전광판방송을 행하는 사업을 말한다.
 12. “전광판방송사업자”라 함은 전광판방송사업을 하기 위하여 제9조제5항의 규정에 의하여 등록을 한 자를 말한다.
 13. “전송망사업”이라 함은 방송프로그램을 종합유선방송국으로부터 시청자에게 전송하기 위하여 유·무선 전송·선로설비를 설치·운영하는 사업을 말한다.
 14. “전송망사업자”라 함은 전송망사업을 하기 위하여 제9조제10항의 규정에 의하여 등록을 한 자를 말한다.
 15. “방송편성”이라 함은 방송되는 사항의 종류·내용·분량·시각·배열을 정하는

- 것을 말한다.
16. “방송분야”라 함은 보도·교양·오락등으로 방송프로그램의 영역을 분류한 것을 말한다.
17. “방송프로그램”이라 함은 방송편성의 단위가 되는 방송내용물을 말한다.
18. “종합편성”이라 함은 보도·교양·오락 등 다양한 방송분야 상호간에 조화를 이루도록 방송프로그램을 편성하는 것을 말한다.
19. “전문편성”이라 함은 특정 방송분야의 방송프로그램을 전문적으로 편성하는 것을 말한다.
20. “유료방송”이라 함은 시청자와의 계약에 의하여 수개의 채널단위·채널별 또는 방송프로그램별로 대가를 받고 제공하는 방송을 말한다.
- 20의2. “채널”이라 함은 동일한 주파수 대역을 통해서 연속적인 흐름 또는 정보체계의 형태로 제공되어지는 텔레비전방송, 라디오방송 또는 데이터방송의 단위를 말한다.
21. “방송광고”라 함은 광고를 목적으로 하는 방송내용물을 말한다.
22. “협찬고지”라 함은 타인으로부터 방송프로그램의 제작에 직접적·간접적으로 필요한 경비·물품·용역·인력 또는 장소등을 제공받고 그 타인의 명칭 또는 상호등을 고지하는 것을 말한다.
23. “방송편성책임자”라 함은 방송편성에 대하여 결정을 하고 책임을 지는 자를 말한다.
24. “보도”라 함은 국내외 정치·경제·사

회·문화 등의 전반에 관하여 시사적인 취재보도·논평·해설 등의 방송프로그램을 편성하는 것을 말한다.

25. “보편적 시청권”이라 함은 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요행사 등에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있는 권리를 말한다.

제3조[시청자의 권익보호] 방송사업자는 시청자가 방송프로그램의 기획·편성 또는 제작에 관한 의사결정에 참여할 수 있도록 하여야 하고, 방송의 결과가 시청자의 이익에 합치하도록 하여야 한다.

제4조[방송편성의 자유와 독립] ① 방송편성의 자유와 독립은 보장된다.

② 누구든지 방송편성에 관하여 이 법 또는 다른 법률에 의하지 아니하고는 어떠한 규제나 간섭도 할 수 없다.

③ 방송사업자는 방송편성책임자를 선임하고, 그 성명을 방송시간내에 매일 1회 이상 공표하여야 하며, 방송편성책임자의 자율적인 방송편성을 보장하여야 한다.

④ 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자는 방송프로그램제작의 자율성을 보장하기 위하여 취재 및 제작 종사자의 의견을 들어 방송편성규약을 제정하고 이를 공표하여야 한다.

제5조[방송의 공적 책임] ① 방송은 인간의 존엄과 가치 및 민주적 기본질서를 존중하여야 한다.

② 방송은 국민의 화합과 조화로운 국가의 발전 및 민주적 여론형성에 이바지하여야 하며 지역간·세대간·계층간·성별간의 갈등을 조장하여서는 아니된다.

③ 방송은 타인의 명예를 훼손하거나 권리를 침해하여서는 아니된다.

④ 방송은 범죄 및 부도덕한 행위나 사행심을 조장하여서는 아니된다.

⑤ 방송은 건전한 가정생활과 아동 및 청소년의 선도에 나쁜 영향을 끼치는 음란·퇴폐 또는 폭력을 조장하여서는 아니된다.

제6조[방송의 공정성과 공익성] ① 방송에 의한 보도는 공정하고 객관적이어야 한다.

② 방송은 성별·연령·직업·종교·신념·계층·지역·인종등을 이유로 방송편성에 차별을 두어서는 아니 된다. 다만, 종교의 선교에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자가 그 방송분야의 범위 안에서 방송을 하는 경우에는 그러하지 아니하다.

③ 방송은 국민의 윤리적·정서적 감정을 존중하여야 하며, 국민의 기본권 옹호 및 국제친선의 증진에 이바지하여야 한다.

④ 방송은 국민의 알권리와 표현의 자유를 보호·신장하여야 한다.

⑤ 방송은 상대적으로 소수이거나 이익추구의 실현에 불리한 집단이나 계층의 이익을 충실하게 반영하도록 노력하여야 한다.

⑥ 방송은 지역사회의 균형 있는 발전과 민족문화의 창달에 이바지하여야 한다.

⑦ 방송은 사회교육기능을 신장하고, 유익한 생활정보를 확산·보급하며, 국민의 문화생활의 질적 향상에 이바지하여야 한다.

⑧ 방송은 표준말의 보급에 이바지하여야 하며 언어순화에 힘써야 한다.

⑨ 방송은 정부 또는 특정 집단의 정책등을 공표함에 있어 의견이 다른 집단에게 균등한 기회가 제공되도록 노력하여야 하고, 또

한 각 정치적 이해 당사자에 관한 방송프로그램을 편성함에 있어서도 균형성이 유지되도록 하여야 한다.

제7조[적용범위] 방송에 관하여는 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법이 정하는 바에 의한다.

제2장 방송사업자등

제8조[소유제한등] ① 방송사업자가 주식을 발행하는 경우에는 기명식으로 하여야 한다.

② 누구든지 대통령령이 정하는 특수한 관계에 있는 자(이하 “특수관계자”라 한다)가 소유하는 주식 또는 지분을 포함하여 지상파방송사업자 및 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 40을 초과하여 소유할 수 없다. 다만, 다음 각호의 1에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.

<개정 2004.3.22, 2006.10.27, 2009.7.31>

1. 국가 또는 지방자치단체가 방송사업자의 주식 또는 지분을 소유하는 경우
2. 「방송문화진흥회법」에 의하여 설립된 방송문화진흥회가 방송사업자의 주식 또는 지분을 소유하는 경우
3. 종교의 선교를 목적으로 하는 방송사업자에 출자하는 경우

③ 제2항의 규정에 불구하고 독점규제및공정거래에관한법률 제2조제2호의 규정에 의한 기업집단중 자산총액 등 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 기업집단에 속하는

회사(이하 “대기업”이라 한다)와 그 계열회사(특수관계자를 포함한다) 또는 정기간행물의 등록등에관한법률에 의한 일간신문이나 뉴스통신진흥에관한법률의 규정에 의한 뉴스통신(이하 “뉴스통신”이라 한다)을 경영하는 법인(특수관계자를 포함한다)은 지상파방송사업자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 10을 초과하여 소유할 수 없으며, 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 30을 초과하여 소유할 수 없다. <개정 2002.12.18, 2003.5.29, 2004.3.22, 2009.7.31>

④ 지상파방송사업자, 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 주식 또는 지분을 소유하고자 하는 일간신문을 경영하는 법인(특수관계자를 포함한다)은 경영의 투명성을 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 전체 발행부수, 유가 판매부수 등의 자료를 방송통신위원회에 제출하여 공개하여야 하며, 제3항에도 불구하고 일간신문의 구독률(대통령령으로 정하는 바에 따라 전체 가구 중 일정 기간 동안 특정 일간신문을 유료로 구독하는 가구가 차지하는 비율을 말한다. 이하 같다)이 100분의 20 이상인 경우에는 지상파방송사업 및 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업을 겸영하거나 주식 또는 지분을 소유할 수 없다. <신설 2009.7.31>

⑤ 「신문 등의 진흥에 관한 법률」에 따른 일간신문이나 뉴스통신을 경영하는 법인(각 특수관계자를 포함한다)은 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 49를 초과하여 소유할 수 없

다. <개정 2007.1.26, 2009.7.31>

⑥ 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 시장점유율 또는 사업자수등을 고려하여 대통령령이 정하는 범위를 초과하여 상호 겸영하거나 그 주식 또는 지분을 소유할 수 없다. <개정 2009.7.31>

⑦ 지상파방송사업자·종합유선방송사업자·위성방송사업자·방송채널사용사업자 및 전송망사업자는 시장점유율, 방송분야 또는 사업자수등을 고려하여 대통령령이 정하는 범위를 초과하여 상호 겸영하거나 그 주식 또는 지분을 소유할 수 없다. <개정 2006.10.27, 2009.7.31>

⑧ 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 또는 위성방송사업자는 시장점유율 또는 사업자수 등을 고려하여 대통령령이 정하는 범위를 초과하여 지상파방송사업자는 다른 지상파방송사업, 종합유선방송사업자는 다른 종합유선방송사업, 위성방송사업자는 다른 위성방송사업을 겸영하거나 그 주식 또는 지분을 소유할 수 없다. 다만, 「방송문화진흥회법」에 따라 설립된 방송문화진흥회가 최대출자자인 지상파방송사업자가 이 법 시행 당시 계열회사 관계에 있는 다른 지상파방송사업자의 주식 또는 지분을 소유하는 경우에는 그러하지 아니하다. <개정 2004.3.22, 2007.7.27, 2009.7.31>

⑨ 방송채널사용사업자는 시장점유율 또는 사업자수등을 고려하여 대통령령이 정하는 범위를 초과하여 다른 방송채널사용사업을 겸영하거나 그 주식 또는 지분을 소유할 수 없다. <개정 2009.7.31>

⑩ 정당은 방송사업자의 주식 또는 지분을

소유할 수 없다. <개정 2004.3.12, 2009.7.31>

⑪ 제6항부터 제9항까지의 규정에 의한 겸영금지 및 소유제한 대상자에는 그의 특수관계자를 포함한다. <개정 2009.7.31>

⑫ 제2항 내지 제10항의 규정을 위반하여 주식 또는 지분을 소유한 자는 그 소유분 또는 초과분에 대한 의결권을 행사할 수 없다. <개정 2009.7.31>

⑬ 방송통신위원회는 제2항 내지 제10항의 규정을 위반하여 사업을 겸영하거나 주식 또는 지분을 소유하고 있는 자에게 6월 이내의 기간을 정하여 해당 사항을 시정할 것을 명할 수 있다. <신설 2004.3.22, 2008.2.29, 2009.7.31>

⑭ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 공동체라디오방송사업자가 될 수 없다. <신설 2006.10.27, 2009.7.31>

1. 대한민국 정부
2. 지방자치단체
3. 종교단체
4. 정당
5. 영리를 목적으로 공동체라디오방송사업을 영위하려는 자

⑮ 공동체라디오방송사업자는 1개를 초과하여 방송국을 소유할 수 없다. <신설 2006.10.27, 2009.7.31>

제9조[허가·승인·등록 등] ① 지상파방송사업 또는 위성방송사업을 하고자 하는 자는 「전파법」이 정하는 바에 따라 방송통신위원회의 방송국 허가를 받아야 한다. <개정 2008.2.29>

② 종합유선방송사업 또는 중계유선방송사업을 하고자 하는 자는 대통령이 정하는

기준에 적합하게 시설과 기술을 갖추어 방송통신위원회의 허가를 받아야 한다. <개정 2008.2.29>

③ 제2항의 규정에 불구하고 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 중계유선방송사업자가 종합유선방송사업을 하고자 할 경우에는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다. <개정 2008.2.29>

④ 제3항의 규정에 의하여 승인을 얻은 자는 승인을 얻은 때부터 제2조제3호 나목의 규정에 의한 종합유선방송사업자로 허가를 받은 것으로 본다.

⑤ 방송채널사용사업·전광판방송사업 또는 음악유선방송사업을 하고자 하는 자는 방송통신위원회에 등록하여야 한다. 다만, 종합편성이나 보도 또는 상품소개와 판매에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업을 하고자 하는 자는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다. 이 경우 데이터방송을 하기 위하여 등록을 하거나 승인을 얻은 자는 등록을 하거나 승인을 얻은 날부터 7일 이내에 「전기통신사업법」 제22조의 규정에 의한 부가통신사업의 신고를 하여야 한다. <개정 2004.3.22, 2008.2.29, 2010.3.22>

⑥ 외국 인공위성의 무선설비(국내에서 수신될 수 있는 것에 한한다)를 이용하여 위성방송을 행하는 사업을 하고자 하는 자는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다. <개정 2008.2.29>

⑦ 제6항의 규정에 의하여 승인을 얻은 자에 대하여는 제2조제3호다목의 위성방송사업자에 대하여 적용되는 규정을 준용한다.

⑧ 외국 인공위성의 무선국(국내에서 수신

될 수 있는 것에 한한다)의 특정 채널의 전부 또는 일부 시간에 대한 전용사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하고자 하는 자는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다. <개정 2008.2.29>

⑨ 제8항의 규정에 의하여 승인을 얻은 자에 대하여는 제2조제3호라목의 방송채널사용사업자에 대하여 적용되는 규정을 준용한다.

⑩ 전송망사업을 하고자 하는 자는 방송통신위원회에 등록하여야 한다. <개정 2008.2.29>

⑪ 공동체라디오방송사업을 하고자 하는 자는 「전파법」이 정하는 바에 따라 방송통신위원회의 방송국 허가를 받아야 한다. 이 경우 공동체라디오방송사업자의 편성, 재원 등 운영에 필요한 세부사항은 대통령령으로 정한다. <신설 2006.10.27, 2008.2.29>

⑫ 제1항 내지 제11항의 규정에 의한 허가·승인 및 등록의 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 2006.10.27, 2007.7.27, 2008.2.29>

제9조의2[방송채널사용사업의 등록요건]

① 제9조제5항 본문에 따라 방송채널사용사업의 등록을 하려는 자는 다음 각 호의 요건을 갖추어야 한다.

1. 납입자본금과 실질자본금(해당 방송채널사용사업만을 위한 자본금을 말한다)이 각각 5억원 이상일 것. 이 경우 “자본금”은 주식회사 외의 법인의 경우에는 “출자금”으로 본다.
2. 주요정실(방송프로그램의 편성 및 송출 등을 종합조정하는 장소를 말한다), 부조

정실(개별 방송프로그램의 제작을 조정하는 장소를 말한다), 종합편집실(음성·영상·음향 등을 편집하여 개별 방송프로그램을 완성하는 장소를 말한다) 및 송출시설을 갖출 것

3. 해당 방송채널사용사업을 영위할 수 있는 사무실을 보유할 것
4. 방송사업자가 사용하고 있는 다른 채널명과 동일한 채널명 또는 시청자가 동일한 채널로 오인할 수 있는 채널명을 사용하지 아니할 것

② 동일인이 여러 개의 방송채널사용사업을 겸영(兼營)하는 경우에 제1항제1호에 따른 자본금 요건의 적용 기준 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2007.7.27]

제10조[심사기준·절차] ① 방송통신위원회는 제9조제1항 및 제2항의 허가, 동조제3항·제5항·제6항 및 제8항의 규정에 의한 승인을 할 때에는 다음 각호의 사항을 심사하여 그 결과를 공표하여야 한다. <개정 2008.2.29>

1. 방송의 공적 책임·공정성·공익성의 실현 가능성
 2. 방송프로그램의 기획·편성 및 제작계획의 적절성
 3. 지역적·사회적·문화적 필요성과 타당성
 4. 조직 및 인력운영등 경영계획의 적정성
 5. 재정 및 기술적 능력
 6. 방송발전을 위한 지원계획
 7. 기타 사업수행에 필요한 사항
- ② 방송통신위원회는 제1항의 규정에 의한

심사를 할 때에는 시청자의 의견을 공개적으로 청취하고, 그 의견의 반영 여부를 공표하여야 한다. <개정 2008.2.29>

③ 방송통신위원회는 종합유선방송사업을 하고자 하는 자를 허가할 때에는 특별시장·광역시장 또는 도지사(이하 “시·도지사”라 한다)의 의견을 들어야 한다. <개정 2008.2.29>

제11조[방송분야등의 고시] 방송통신위원회는 방송프로그램의 전문성과 채널의 다양성이 구현될 수 있도록 하기 위하여 전문편성의 방송분야와 방송프로그램의 종류에 따른 편성비율등을 고시할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제12조[지역사업권] ① 방송통신위원회는 제9조제2항에 따라 종합유선방송사업 또는 중계유선방송사업을 허가할 때에는 일정한 방송구역안에서 사업을 운영하는 권리(이하 “지역사업권”이라 한다)를 부여할 수 있다. 제9조제3항의 규정에 의하여 종합유선방송사업을 승인할 때에도 또한 같다. <개정 2008.2.29>

② 제1항의 규정에 의한 방송구역과 음악유선방송의 사업구역은 행정구역을 중심으로 지역주민의 생활권 및 지리적 여건과 전기통신설비등을 참작하여 관계중앙행정기관의 장 및 시·도지사와의 협의하여 방송통신위원회가 고시한다. <개정 2008.2.29>

③ 삭제 <2005.5.18>

제13조[결격사유] ① 국가·지방자치단체 또는 법인이 아닌 자는 방송사업 또는 전송망사업을 할 수 없다. 제18조의 규정에 의하여 허가·승인 또는 등록이 취소된 후 3년

이 경과되지 아니한 자의 경우에도 또한 같다.

② 다음 각호의 1에 해당하는 자는 중계유선방송사업·음악유선방송사업을 할 수 없다.

1. 외국인 또는 외국의 정부나 단체
2. 미성년자 또는 한정치산자
3. 파산선고를 받은 자로서 복권되지 아니한 자
4. 이 법을 위반하여 벌금 이상의 형을 선고받고 그 집행이 종료되거나 그 집행을 받지 아니하기로 확정된 후 3년이 경과되지 아니한 자 또는 그 집행유예기간중에 있는 자
5. 제18조의 규정에 의하여 중계유선방송사업·음악유선방송사업의 허가 또는 등록이 취소된 후 2년이 경과되지 아니한 자

③ 다음 각호의 1에 해당하는 자는 제9조제1항·제2항·제3항·제5항·제6항·제8항 및 제10항의 규정에 의하여 허가 또는 승인을 받거나 등록을 한 법인의 대표자 또는 방송편성책임자가 될 수 없다. <개정 2005.8.4>

1. 대한민국의 국적을 가지지 아니한 자
2. 미성년자 또는 한정치산자
3. 파산선고를 받은 자로서 복권되지 아니한 자
4. 이 법을 위반하여 벌금 이상의 형을 선고받고 그 집행이 종료되거나 그 집행을 받지 아니하기로 확정된 후 3년이 경과되지 아니한 자 또는 그 집행유예기간중에 있는 자
5. 형법 제87조 내지 제90조, 제92조, 제

101조, 군형법 제5조 내지 제8조, 제9조 제2항, 제11조 내지 제16조 또는 국가보안법 제3조 내지 제9조의 죄를 범하여 금고 이상의 실형의 선고를 받고 그 형의 집행이 종료되지 아니 하거나 집행을 받지 아니하기로 확정되지 아니한 자 또는 집행유예기간중에 있는 자

6. 「보안관찰법」에 의한 보안관찰처분, 「사회보호법」에 의한 보호감호 또는 「치료감호법」에 의한 치료감호의 집행 중에 있는 자
7. 외국의 법인 또는 단체의 대표자(전송망사업의 경우는 제외한다)

제14조[외국자본의 출자 및 출연] ① 지상파방송사업자는 다음 각호에 해당하는 자로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없다. 다만, 방송사업자 및 중계유선방송사업자가 방송통신위원회의 승인을 얻은 경우에는 교육·체육·종교·자선 기타 국제적 친선을 목적으로 하는 외국의 단체로부터 재산상의 출연을 받을 수 있다. <개정 2008.2.29, 2009.7.31>

1. 외국의 정부나 단체
2. 외국인
3. 외국의 정부나 단체 또는 외국인이 대통령령이 정하는 비율을 초과하여 주식 또는 지분을 소유하고 있는 법인

② 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 또는 중계유선방송사업자는 해당 법인의 주식 또는 지분 총수의 100분의 20을, 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자는 해당 법인의 주식 또는 지분 총수의 100분의 10을 초과하여 제1항 각 호에

해당하는 자로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없다. <개정 2009.7.31>

③ 종합유선방송사업자·위성방송사업자·방송채널사용사업자(종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 하는 자를 제외한다) 또는 전송망사업자는 당해 법인의 주식 또는 지분 총수의 100분의 49를 초과하여 제1항 각호에 해당하는 자로부터 재산상의 출자 또는 출연을 받을 수 없다. <개정 2004.3.22, 2009.7.31>

④ 제2항 및 제3항의 규정을 적용함에 있어서는 제1항 각호에 해당하는 자가 소유하고 있는 주식 또는 지분을 합산한다. <신설 2004.3.22>

⑤ 방송사업자·중계유선방송사업자 또는 전송망사업자가 제1항 내지 제3항의 규정을 위반하게 된 경우에 위반의 원인을 제공한 주식 또는 지분의 소유자는 그 소유분 또는 초과분에 대한 의결권을 행사할 수 없다. <신설 2004.3.22>

⑥ 방송통신위원회는 방송사업자·중계유선방송사업자 또는 전송망사업자가 제1항부터 제3항까지의 규정을 위반하게 된 경우에 방송사업자·중계유선방송사업자 또는 전송망사업자나 그 위반의 원인을 제공한 주식 또는 지분의 소유자에 대하여 6개월 이내의 기간을 정하여 해당 사항을 시정할 것을 명할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제15조[변경허가등] ① 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자 및 전광판방송사업자는 다음 각호의 사항을 변경하고자 하는 때에는 방송통신위원회로부터 변경허가 또는 변경승인을 얻거나 변경

등록을 하여야 한다. 이 경우 그 절차는 제 9조제1항·제2항·제3항·제5항·제6항·제 8항 및 제10항의 규정을 준용한다. <개정 2002.12.18, 2008.2.29>

1. 당해 법인의 합병 및 분할
2. 개인이 영위하는 사업의 법인사업으로의 전환
3. 삭제 <2006.10.27>
4. 개인이 영위하는 사업의 양도
5. 방송분야의 변경
6. 방송구역의 변경
7. 기타 대통령령이 정하는 중요한 시설의 변경

② 방송사업자(방송채널사용사업자는 제외한다) 또는 중계유선방송사업자가 다음 각 호의 사항을 변경한 때에는 이를 지체없이 방송통신위원회에 신고하여야 한다. <개정 2002.12.18, 2008.2.29>

1. 대표자
2. 방송편성책임자(중계유선방송사업자를 제외한다)
3. 법인명 또는 상호
4. 주된 사무소의 소재지

③ 방송채널사용사업자·음악유선방송사업자 또는 전광판방송사업자가 다음 각호의 사항을 변경한 때에는 이를 지체없이 방송통신위원회에 신고하여야 한다. <개정 2002.12.18, 2008.2.29>

1. 대표자
2. 방송편성책임자(방송채널사용사업자에 한한다)
3. 법인명 또는 상호
4. 주된 사무소의 소재지

제15조의2[최다액출자자 등 변경승인] ①

방송사업자 또는 중계유선방송사업자의 주식 또는 지분의 취득 등을 통하여 당해 사업자의 최대액출자자(당해 사업자의 출자자 본인과 그의 특수관계자의 주식 또는 지분을 합하여 의결권이 있는 주식 또는 지분의 비율이 가장 많은 자를 말한다. 이하 같다)가 되고자 하는 자와 경영권을 실질적으로 지배하고자 하는 자는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다. 다만, 제9조제5항 본문의 규정에 의하여 등록을 한 방송채널사용사업자의 최대액출자자가 되고자 하는 자와 경영권을 실질적으로 지배하고자 하는 자는 이를 방송통신위원회에 신고하여야 한다. <개정 2008.2.29>

② 방송통신위원회는 제1항 본문의 규정에 의한 승인을 하고자 할 때에는 다음 각 호의 사항을 심사하여야 한다. <개정 2008.2.29>

1. 방송의 공적 책임·공정성 및 공익성의 실현가능성
2. 사회적 신용 및 재정적 능력
3. 시청자의 권익보호
4. 그 밖에 사업수행에 필요한 사항

③ 제1항 본문의 규정에 의한 승인을 얻지 아니하고 최대액출자자가 되거나 경영권을 실질적으로 지배하게 된 자는 승인을 얻지 아니하고 취득한 주식 또는 지분에 대한 의결권을 행사할 수 없으며, 방송통신위원회는 6개월 이내의 기간을 정하여 당해 주식 또는 지분을 취득한 자에 대하여 주식 또는 지분의 처분 등 시정에 필요한 명령을 할 수 있다. <개정 2008.2.29>

④ 제1항 및 제3항의 규정에 의한 경영권을

실질적으로 지배하는 자에 해당하는 경우와 승인 및 신고의 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2006.10.27]

제16조[허가 및 승인 유효기간] 제9조제2항의 규정에 따라 허가받은 종합유선방송사업 및 중계유선방송사업과 제9조제5항 단서의 규정에 따라 승인을 얻은 방송채널사용사업, 제9조제11항의 규정에 따라 허가받은 공동체라디오방송사업의 허가 또는 승인의 유효기간은 7년을 초과하지 아니하는 범위 내에서 대통령령으로 정한다. <개정 2009.7.31>

[전문개정 2006.10.27]

제17조[재허가 등] ① 방송사업자(방송채널사용사업자는 제외한다) 및 중계유선방송사업자가 허가유효기간의 만료 후 계속 방송을 행하고자 하는 때에는 방송통신위원회의 재허가를 받아야 한다. <개정 2008.2.29>

② 제9조제5항 단서의 규정에 의하여 승인을 얻은 방송채널사용사업자가 승인유효기간 만료 후 계속 방송을 행하고자 하는 때에는 방송통신위원회의 재승인을 얻어야 한다. <개정 2008.2.29>

③ 방송통신위원회가 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 재허가 또는 재승인을 할 때에는 제10조제1항 각호 및 다음 각호의 사항을 심사하고 그 결과를 공표하여야 한다.

<개정 2008.2.29, 2012.2.22>

1. 방송통신위원회의 방송평가
2. 방송통신위원회의 시정명령의 회수와 시정명령에 대한 불이행 사례
3. 시청자위원회의 방송프로그램 평가

4. 지역사회발전에 이바지한 정도

5. 방송발전을 위한 지원계획의 이행 여부

5의2. 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제20조제2항에 따른 네트워크 지역지상파방송사업자와 중소지상파방송사업자에 대한 방송광고 판매 지원 이행 정도

6. 기타 허가 또는 승인 당시의 방송사업자 준수사항 이행 여부

④ 제10조제2항 및 제3항의 규정은 제1항의 재허가 또는 제2항의 규정에 의한 재승인의 경우에 이를 준용한다. <개정 2008.2.29>

제18조[허가·승인·등록의 취소등] ① 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자·전광판방송사업자 또는 전송망사업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 방송통신위원회가 허가·승인 또는 등록을 취소하거나 6월 이내의 기간을 정하여 그 업무의 전부 또는 일부를 정지하거나 광고의 중단 또는 제16조에 따른 허가·승인의 유효기간 단축을 명할 수 있다. 다만, 제13조제3항의 각 호의 어느 하나에 해당하는 자가 법인의 대표자 또는 방송편성책임자가 된 경우로서 3월 이내에 그 임원을 변경하는 때에는 그러하지 아니하다. <개정 2007.7.27, 2008.2.29, 2009.7.31>

1. 허위 기타 부정한 방법으로 허가·변경허가·재허가를 받거나 승인·변경승인·재승인을 얻거나 등록·변경등록을 할 때
2. 제8조의 규정에 위반하여 주식 또는 지분을 소유한 때
3. 제13조의 결격사유에 해당하게 된 때
4. 제14조의 규정에 위반하여 재산상의 출

- 자 또는 출연을 받은 때
5. 이 법에 의한 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록한 날부터 2년 이내에 방송 또는 사업을 개시하지 아니한 때
 6. 제15조제1항을 위반하여 변경허가 또는 변경승인을 받지 아니하거나 변경등록을 하지 아니한 때
 7. 제77조제2항에 따른 약관변경명령을 이행하지 아니한 때
 8. 제81조에 따른 시설의 보수·개수·이전 명령 등을 이행하지 아니한 때
 9. 제99조제1항에 따른 시정명령을 이행하지 아니하거나 같은 조 제2항에 따른 시설개선명령을 이행하지 아니한 때
 10. 제100조제1항에 따른 제재조치명령을 이행하지 아니한 때
 11. 제69조의2제5항에 따른 명령을 이행하지 아니한 때
- ② 삭제 <2008.2.29>
- ③ 제1항에 따른 명령의 기준·절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 2007.7.27, 2009.7.31>
- ④ 방송통신위원회는 제1항에 따라 허가·승인 또는 등록을 취소하는 경우 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 사업자에 대하여 그 사업을 승계하는 자가 방송을 개시할 때까지 12개월의 범위 내에서 기간을 정하여 방송을 계속하도록 할 수 있다. <신설 2009.7.31>
- 제19조[과징금 처분]** ① 방송통신위원회는 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자·전광판방송사업자 또는 전송망사업자가 제18조제1항 각호의 1에 해당하

- 여 업무정지처분을 하여야 할 경우로서 그 업무정지처분이 시청자에게 심한 불편을 주거나 기타 공익을 해할 우려가 있는 때에는 그 업무정지처분에 갈음하여 1억원 이하의 과징금을 부과할 수 있다. <개정 2008.2.29>
- ② 삭제 <2006.10.27>
- ③ 삭제 <2006.10.27>
- ④ 삭제 <2006.10.27>

제3장 방송통신위원회의 소속위원회 등 <개정 2008.2.29>

- 제20조** 삭제 <2008.2.29>
- 제21조** 삭제 <2008.2.29>
- 제22조** 삭제 <2008.2.29>
- 제23조** 삭제 <2008.2.29>
- 제24조** 삭제 <2008.2.29>
- 제25조** 삭제 <2008.2.29>
- 제26조** 삭제 <2008.2.29>
- 제27조** 삭제 <2008.2.29>
- 제28조** 삭제 <2008.2.29>
- 제29조** 삭제 <2008.2.29>
- 제30조** 삭제 <2008.2.29>
- 제31조[방송평가위원회]** ① 방송통신위원회는 방송사업자의 방송프로그램 내용 및 편성과 운영등에 관하여 종합적으로 평가할 수 있다. <개정 2008.2.29>
- ② 방송통신위원회는 제1항의 평가업무를 효율적으로 수행하기 위하여 방송평가위원회를 둘 수 있다. <개정 2008.2.29>
- ③ 방송평가위원회 위원은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 얻어

위촉하며, 구성과 운영에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. <개정 2008.2.29>

제32조[방송의 공정성 및 공공성 심의] 방송통신심의위원회는 방송·중계유선방송 및 전광판방송의 내용과 기타 전기통신회선을 통하여 공개를 목적으로 유통되는 정보 중 방송과 유사한 것으로서 대통령령이 정하는 정보의 내용이 공정성과 공공성을 유지하고 있는지의 여부와 공적 책임을 준수하고 있는지의 여부를 방송 또는 유통된 후 심의·의결한다. 이 경우 매체별·채널별 특성을 고려하여야 한다. <개정 2008.2.29, 2009.7.31>

제33조[심의규정] ① 방송통신심의위원회는 방송의 공정성 및 공공성을 심의하기 위하여 방송심의에 관한 규정(이하 “심의규정”이라 한다)을 제정·공표하여야 한다. <개정 2008.2.29>

② 제1항의 심의규정에는 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다. <개정 2006.10.27, 2008.2.29, 2009.7.31>

1. 헌법의 민주적 기본질서의 유지와 인권 존중에 관한 사항
2. 건전한 가정생활 보호에 관한 사항
3. 아동 및 청소년의 보호와 건전한 인격 형성에 관한 사항
4. 공중도덕과 사회윤리에 관한 사항
5. 양성평등에 관한 사항
6. 국제적 우의 증진에 관한 사항
7. 장애인등 방송소외계층의 권익증진에 관한 사항
8. 민족문화의 창달과 민족의 주체성 함양

에 관한 사항

9. 보도·논평의 공정성·공공성에 관한 사항

10. 언어순화에 관한 사항

11. 자연환경 보호에 관한 사항

12. 건전한 소비생활 및 시청자의 권익보호에 관한 사항

13. 법령에 따라 방송광고가 금지되는 품목이나 내용에 관한 사항

14. 방송광고 내용의 공정성·공익성에 관한 사항

15. 기타 이 법의 규정에 의한 방송통신심의위원회의 심의업무에 관한 사항

③ 방송사업자는 아동과 청소년을 보호하기 위하여 방송프로그램의 폭력성 및 음란성등의 유해정도, 시청자의 연령등을 감안하여 방송프로그램의 등급을 분류하고 이를 방송중에 표시하여야 한다.

④ 방송통신심의위원회는 제3항의 방송프로그램 등급분류와 관련하여 분류기준 등 필요한 사항을 방송통신심의위원회규칙으로 정하여 공표하여야 한다. 이 경우 분류기준은 방송매체와 방송분야별 특성등을 고려하여 차등을 둘 수 있다. <개정 2008.2.29>

⑤ 방송통신심의위원회는 제3항의 규정에 의하여 방송사업자가 자율적으로 부여한 방송프로그램의 등급에 대하여 적절하지 아니하다고 판단되는 경우 해당방송사업자에게 당해 방송프로그램의 등급분류를 조정하도록 요구할 수 있다. <신설 2006.10.27, 2008.2.29>

제34조 삭제 <2008.2.29>

제35조[시청자권익보호위원회] ① 방송통

신위원회는 방송 및 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제2조제1호에 따른 인터넷 멀티미디어 방송(이하 “인터넷 멀티미디어 방송”이라 한다)에 관한 시청자의 의견을 수렴하고 시청자불만처리 및 청원사항에 관한 심의를 효율적으로 수행하기 위하여 시청자권익보호위원회를 둔다. <개정 2011.7.14>

② 시청자권익보호위원회 위원은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 얻어 위촉한다. <개정 2008.2.29, 2011.7.14>

③ 시청자권익보호위원회의 구성과 운영, 시청자불만처리의 절차와 분쟁의 조정 등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회 규칙으로 정한다. <개정 2008.2.29, 2011.7.14>

[제목개정 2011.7.14]

제35조의2 삭제 <2010.3.22>

제35조의3[방송분쟁조정위원회] ① 방송통신위원회는 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자·전광판방송사업자·전송망사업자·「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제2조제5호에 따른 인터넷 멀티미디어 방송사업자(이하 “인터넷 멀티미디어 방송사업자”라 한다) 및 「전기통신사업법」 제2조제8호에 따른 전기통신사업자 상호간에 발생한 방송에 관한 분쟁을 효율적으로 조정하기 위하여 방송분쟁조정위원회를 둘 수 있다. <개정 2008.2.29, 2011.7.14>

② 방송분쟁조정위원회 위원은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 얻어 위촉한다. <개정 2008.2.29>

③ 분쟁의 조정은 분쟁당사자 일방 또는 쌍방의 신청에 의하여 개시되며 조정의 성립은 재판상 화해와 같은 효력을 갖는다.

④ 방송분쟁조정위원회의 구성과 운영, 분쟁의 조정 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2006.10.27]

제35조의4[미디어다양성위원회] ① 방송통신위원회는 방송의 여론 다양성을 보장하기 위하여 미디어다양성위원회를 둔다.

② 미디어다양성위원회위원은 방송통신위원회위원장이 방송통신위원회의 의결을 거쳐 위촉한다.

③ 미디어다양성위원회의 직무는 다음 각 호와 같다.

1. 제69조의2에 따른 방송사업자의 시청 점유율 조사 및 산정
2. 매체간 합산 영향력지수 개발
3. 여론 다양성 증진을 위한 조사·연구
4. 그 밖에 여론 다양성 보장을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항

④ 제3항제2호의 매체간 합산 영향력지수는 2012년 12월 31일까지 개발을 완료한다.

⑤ 미디어다양성위원회의 구성과 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2009.7.31]

제35조의5[방송시장경쟁상황평가위원회]

① 방송통신위원회는 방송시장(인터넷 멀티미디어 방송을 포함한다)의 효율적인 경쟁체제 구축과 공정한 경쟁 환경을 조성하기 위하여 방송시장경쟁상황평가위원회를 둔다.

② 방송시장경쟁상황평가위원회의 위원은 9명으로 하며, 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 받아 위촉한다.

③ 방송시장경쟁상황평가위원회는 방송사

업자 및 인터넷 멀티미디어 방송사업자에 대하여 제1항에 따른 경쟁상황 평가를 위하여 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있다.

④ 방송통신위원회는 매년 방송시장의 경쟁상황 평가를 실시하고 평가가 종료된 후 3개월 이내에 국회에 보고하여야 한다.

⑤ 경쟁상황 평가를 위한 구체적인 평가기준·절차·방법, 방송시장경쟁상황평가위원의 구성 및 운영 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2011.7.14]

제36조 삭제 <2010.3.22>

제37조 삭제 <2010.3.22>

제38조 삭제 <2010.3.22>

제39조 삭제 <2010.3.22>

제40조 삭제 <2010.3.22>

제41조 삭제 <2008.2.29>

제42조 삭제 <2008.2.29>

제3장의2 지역방송발전위원회

<신설 2007.1.26>

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

<개정 2008.2.29>

[본조신설 2007.1.26]

제42조의3[지역방송발전위원회의 구성 등]

① 지역방송발전위원회는 위원장을 포함한 5인의 위원으로 구성한다.

② 위원장은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회 위원 중에서 위촉한 1인으로 한다. <개정 2008.2.29>

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

<개정 2008.2.29>

④ 위원의 임기는 3년으로 하되, 연임할 수 있다.

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

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

[본조신설 2007.1.26]

제42조의4[지역방송발전위원회의 직무] 지역방송발전위원회는 다음 각 호의 직무를 수행한다. <개정 2008.2.29>

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

을 위하여 필요한 사항을 위하여 필요하면
[본조신설 2007.1.26]

제4장 한국방송공사

제43조[설치등] ① 공정하고 건전한 방송 문화를 정착시키고 국내외 방송을 효율적으로 실시하기 위하여 국가기간방송으로서 한국방송공사(이하 이 장에서 “공사”라 한다)를 설립한다.

- ② 공사는 법인으로 한다.
- ③ 공사의 주된 사무소의 소재지는 정관으로 정한다.
- ④ 공사는 업무수행을 위하여 필요한 때에는 이사회의 의결을 거쳐 지역방송국을 둘 수 있다.
- ⑤ 공사의 자본금은 3천억원으로 하고 그 전액을 정부가 출자한다.
- ⑥ 제5항의 자본금 납입의 시기와 방법은 기획재정부장관이 정하는 바에 따른다. <개정 2008.2.29>

- ⑦ 공사는 주된 사무소의 소재지에서 설립 등기를 함으로써 성립한다.
- ⑧ 제7항의 규정에 의한 설립등기와 지역방송국의 설치등기, 이전등기, 변경등기 기타 공사의 등기에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제44조[공사의 공적 책임] ① 공사는 방송의 목적과 공적 책임, 방송의 공정성과 공익성을 실현하여야 한다.

- ② 공사는 국민이 지역과 주변 여건에 관계 없이 양질의 방송서비스를 제공받을 수 있

도록 노력하여야 한다.

- ③ 공사는 시청자의 공익에 기여할 수 있는 새로운 방송프로그램·방송서비스 및 방송 기술을 연구하고 개발하여야 한다.

- ④ 공사는 국내외를 대상으로 민족문화를 창달하고, 민족의 동질성을 확보할 수 있는 방송프로그램을 개발하여 방송하여야 한다.

제45조[정관의 기재사항] ① 공사의 정관에는 다음 각호의 사항을 기재하여야 한다.

1. 목적
2. 명칭
3. 주된 사무소의 소재지
4. 공사의 조직과 이사장·이사·집행기관 및 직원에 관한 사항
5. 이사회의 운영에 관한 사항
6. 업무와 그 집행에 관한 사항
7. 시청자불만처리 및 시청자보호에 관한 사항
8. 정관의 변경에 관한 사항
9. 사채발행 및 차입에 관한 사항
10. 주식 또는 출자증권에 관한 사항
11. 손익금의 처리등 회계에 관한 사항
12. 공고방법에 관한 사항
13. 기타 대통령령이 정하는 사항

- ② 공사가 정관을 변경하고자 할 때에는 방송통신위원회의 인가를 받아야 한다. <개정 2008.2.29>

제46조[이사회의 설치 및 운영] ① 공사는 공사의 독립성과 공공성을 보장하기 위하여 공사 경영에 관한 최고의결기관으로 이사회를 둔다.

- ② 이사회는 이사장을 포함한 이사 11인으로

로 구성한다.

③ 이사는 각 분야의 대표성을 고려하여 방송통신위원회에서 추천하고 대통령이 임명한다. <개정 2008.2.29>

④ 이사장은 이사회에서 호선한다.

⑤ 이사장을 포함한 이사는 비상임으로 한다.

⑥ 이사장은 이사회를 소집하고 그 회의의 의장이 된다.

⑦ 이사회는 재적이사 과반수의 찬성으로 의결한다.

⑧ 이사장이 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없을 때에는 정관이 정하는 바에 따라 다른 이사가 그 직무를 대행한다.

제47조[이사의 임기] ① 이사의 임기는 3년으로 한다.

② 이사의 결원이 있을 때에는 결원된 날부터 30일 이내에 제46조의 규정에 의하여 그 보궐이사를 임명하여야 하며, 보궐이사의 임기는 전임자의 잔임기간으로 한다.

③ 임기가 만료된 이사는 그 후임자가 임명될 때까지 그 직무를 행한다.

제48조[이사의 결격사유] 다음 각호의 1에 해당하는 자는 공사의 이사가 될 수 없다.

1. 대한민국의 국적을 가지지 아니한 자
2. 정당법에 의한 당원
3. 국가공무원법 제33조 각호의 1에 해당하는 자

제49조[이사회 기능] ① 이사회는 다음 각호의 사항을 심의·의결한다.

1. 공사가 행하는 방송의 공적 책임에 관한 사항
2. 공사가 행하는 방송의 기본운영계획

3. 예산·자금계획

4. 예비비의 사용 및 예산의 이월

5. 결산

6. 공사의 경영평가 및 공표

7. 사장·감사의 임명제청 및 부사장 임명 동의

8. 지역방송국의 설치 및 폐지

9. 기본재산의 취득 및 처분

10. 장기차입금의 차입 및 사채의 발행과 그 상환계획

11. 손익금의 처리

12. 다른 기업체에 대한 출자

13. 정관의 변경

14. 정관이 정하는 규정의 제정 및 개폐

15. 기타 이사회가 특히 필요하다고 인정하는 사항

② 이사회는 특히 필요하다고 인정하는 경우에는 감사에게 공사에 대한 감사를 요청할 수 있다.

제50조[집행기관] ① 공사에 집행기관으로서 사장 1인, 2인 이내의 부사장, 8인 이내의 본부장 및 감사 1인을 둔다.

② 사장은 이사회 제청으로 대통령이 임명한다.

③ 이사회가 제2항의 규정에 의하여 사장을 제청하는 때에는 그 제청기준과 제청사유를 제시하여야 한다.

④ 감사는 이사회 제청으로 방송통신위원회에서 임명한다. <개정 2008.2.29>

⑤ 부사장과 본부장은 사장이 임명한다. 다만, 부사장을 임명할 경우에는 이사회 동의를 얻어야 한다.

⑥ 집행기관의 임기 및 결격사유에 대하여

는 제47조 및 제48조의 이사에 관한 규정을 준용한다.

제51조[집행기관의 직무등] ① 사장은 공사를 대표하고, 공사의 업무를 총괄하며, 경영성과에 대하여 책임을 진다.

② 사장이 부득이한 사유로 그 직무를 수행할 수 없을 때에는 부사장이 그 직무를 대행하고 부사장이 부득이한 사유로 그 직무를 수행할 수 없을 때에는 정관이 정하는 자가 그 직무를 대행한다.

③ 사장은 정관이 정하는 바에 의하여 직원 중에서 공사의 업무에 관한 모든 재판상 또는 재판외의 행위를 할 수 있는 권한을 가진 대리인을 선임할 수 있다.

④ 감사는 공사의 업무 및 회계에 관한 사항을 감사한다.

⑤ 사장과 감사는 이사회에 출석하여 의견을 진술할 수 있다.

제52조[직원의 임면] 공사의 직원은 정관이 정하는 바에 따라 사장이 임면한다.

제53조[이사·집행기관과 직원의 직무상의 무] ① 공사의 이사·집행기관은 공사와 거래를 할 수 없으며, 이사는 본인 또는 「민법」 제777조에 규정된 친족관계에 있는 자의 이해와 관련된 사항에 대하여는 이사회 심의·의결에 관여할 수 없다. <신설 2007.1.26>

② 공사의 집행기관 및 직원은 그 직무외의 영리를 목적으로 하는 직무에 종사하지 못한다. <개정 2007.1.26>

③ 공사의 집행기관 또는 직원이나 그 직에 있었던 자는 그 직무상 알게 된 공사의 비밀을 누설하거나 도용하여서는 아니된다.

<개정 2007.1.26>

제54조[업무] ① 공사는 다음 각호의 업무를 행한다.

1. 라디오방송의 실시
2. 텔레비전방송의 실시
3. 위성방송등 새로운 방송매체를 통한 방송의 실시
4. 방송시설의 설치·운영 및 관리
5. 국가가 필요로 하는 대외방송(국제친선 및 이해증진과 문화·경제교류 등을 목적으로 하는 방송)과 사회교육방송(외국에 거주하는 한민족을 대상으로 민족의 동질성을 증진할 목적으로 하는 방송)의 실시
6. 한국교육방송공사법에 의한 한국교육방송공사가 행하는 방송의 송신 지원
7. 시청자 불만처리와 시청자 보호를 위한 기구의 설치 및 운영
8. 전속단체의 운영·관리
9. 방송문화행사의 수행 및 방송문화의 국제교류
10. 방송에 관한 조사·연구 및 발전
11. 제1호 내지 제10호의 업무에 부대되는 수익사업

② 국가는 제1항제5호에 해당하는 업무에 대하여 보조금을 지원할 수 있다.

③ 공사는 이사회 심의·의결을 거쳐 제1항 각호에 해당하는 업무 또는 이와 유사한 업무를 행하는 법인에 대하여 그 자본금의 전부 또는 일부를 출자할 수 있다.

제55조[회계처리] ① 공사의 회계연도는 정부의 회계연도에 의한다.

② 공사의 회계처리의 기준과 절차등에 관하여는 기업회계기준 및 「정부기업예산법」

을 준용한다. <개정 2008.12.31>

제56조[재원] 공사의 경비는 제64조의 규정에 의한 텔레비전방송수신료로 충당하되, 목적업무의 적정한 수행을 위하여 필요한 경우에는 방송광고수입등 대통령령이 정하는 수입으로 충당할 수 있다.

제57조[예산의 편성] ① 공사의 예산은 사장이 편성하고 이사회의 의결로 확정된다. 예산이 확정된 후 발생한 운영계획의 변경 기타 불가피한 사유로 인하여 예산을 변경하는 경우에도 또한 같다.

② 공사의 사장은 천재·지변 기타 부득이한 사유로 회계연도 개시 전까지 예산이 확정되지 아니한 경우에는 전년도 예산에 준하여 예산을 운영할 수 있다. 이 경우 준예산에 의하여 집행된 예산은 이를 당해연도의 예산에 의하여 집행된 것으로 본다.

제58조[운영계획의 수립] ① 공사의 사장은 제57조의 규정에 의하여 예산이 확정된 때에는 지체없이 이사회의 의결을 거쳐 당해연도의 예산에 따른 운영계획을 수립하여야 한다.

② 공사의 사장은 제1항의 규정에 의하여 수립한 당해연도의 운영계획을 예산이 확정된 후 2월 이내에 방송통신위원회에 제출하여야 한다. <개정 2008.2.29>

제59조[결산서의 확정] ① 공사의 사장은 회계연도 종료 후 2월 이내에 전회계연도의 결산서를 방송통신위원회 및 국회에 각각 제출하여야 하며 국회의 승인을 얻어 결산을 확정하고, 이를 공표하여야 한다.

<개정 2008.2.29>

② 제1항의 결산서에는 다음 각호의 서류를

첨부하여야 한다.

1. 재무제표와 그 부속서류
2. 기타 결산의 내용을 명확하게 함에 필요한 서류
- ③ 방송통신위원회는 제1항의 규정에 의하여 확정된 공사의 결산을 총괄하여 6월 30일까지 감사원에 제출하여야 한다. <개정 2008.2.29>

④ 감사원은 제3항의 규정에 의하여 제출받은 결산서를 검사하고 그 결과를 9월 30일까지 방송통신위원회에 송부하여야 한다. <개정 2008.2.29>

제60조[부동산의 취득 등의 보고] 공사가 부동산을 취득 또는 처분하거나 취득할 당시의 목적을 변경하였을 때에는 지체없이 방송통신위원회에 보고하여야 한다. <개정 2008.2.29>

제61조[보조금등] 국가는 예산의 범위안에서 대통령령이 정하는 바에 의하여 공사의 업무에 필요한 비용의 일부를 보조하거나 재정자금을 융자할 수 있으며 공사의 사채를 인수할 수 있다.

제62조[물품구매 및 공사계약의 위탁] 공사의 사장은 필요하다고 인정할 때에는 공사의 수요물자의 구매나 시설공사계약의 체결을 조달청장에게 위탁할 수 있다.

제63조[감사] ① 공사의 감사는 내부감사와 외부감사로 구분한다.

② 내부감사는 정관이 정하는 바에 따라 공사의 감사가 이를 실시한다.

③ 공사의 외부감사는 감사원법이 정하는 바에 따라 감사원이 이를 실시한다.

제64조[텔레비전수상기의 등록과 수신료

납부] 텔레비전방송을 수신하기 위하여 텔레비전수상기(이하 “수상기”라 한다)를 소지한 자는 대통령령이 정하는 바에 따라 공사에 그 수상기를 등록하고 텔레비전방송수신료(이하 “수신료”라 한다)를 납부하여야 한다. 다만, 대통령령이 정하는 수상기에 대하여는 그 등록을 면제하거나 수신료의 전부 또는 일부를 감면할 수 있다.

제65조[수신료의 결정] 수신료의 금액은 이사회가 심의·의결한 후 방송통신위원회를 거쳐 국회의 승인을 얻어 확정되고, 공사가 이를 부과·징수한다. <개정 2008.2.29>

제66조[수신료등의 징수] ① 공사는 제65조의 규정에 의하여 수신료를 징수함에 있어서 수신료를 납부하여야 할 자가 그 납부기간내에 이를 납부하지 아니할 때에는 그 수신료의 100분의 5의 범위안에서 대통령령이 정하는 비율에 상당하는 금액을 가산금으로 징수한다.

② 공사는 제64조의 규정에 의한 등록을 하지 아니한 수상기의 소지자에 대하여 1년분의 수신료에 해당하는 추징금을 부과·징수할 수 있다.

③ 공사는 제65조의 수신료와 제1항 및 제2항의 가산금 또는 추징금을 징수함에 있어서 체납이 있는 경우에는 방송통신위원회의 승인을 얻어 국세체납처분의 예에 의하여 이를 징수할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제67조[수상기 등록 및 징수의 위탁] ① 공사는 제66조의 규정에 의한 수신료의 징수업무를 시·도지사에게 위탁할 수 있다.

② 공사는 수상기의 생산자·판매인·수입판매인 또는 공사가 지정하는 자에게 수상기

의 등록업무 및 수신료의 징수업무를 위탁할 수 있다.

③ 공사가 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 수신료 징수업무를 위탁한 경우에는 대통령령이 정하는 바에 따라 수수료를 지급하여야 한다.

제68조[수신료의 사용] 공사는 제65조 및 제66조의 규정에 의하여 징수된 수신료를 대통령령이 정하는 바에 따라 한국교육방송공사법에 의한 한국교육방송공사의재원으로 지원할 수 있다.

제5장 방송사업의 운영등

제69조[방송프로그램의 편성등] ① 방송사업자는 방송프로그램을 편성함에 있어 공정성·공공성·다양성·균형성·사실성등에 적합하도록 하여야 한다.

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

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 아니된다.

④ 전문편성을 행하는 방송사업자는 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록을 한 주된

방송분야가 충분히 반영될 수 있도록 대통령령이 정하는 기준에 따라 방송프로그램을 편성하여야 한다.

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 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여서는 아니된다. <개정 2006.10.27>

⑦ 한국방송공사는 대통령령이 정하는 바에 의하여 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램을 편성하여야 한다. <개정 2006.10.27>

⑧ 방송사업자는 장애인의 시청을 도울 수 있도록 수화·폐쇄자막·화면해설 등을 이용한 방송(이하 “장애인방송”이라 한다)을 하여야 하며, 필요한 경우 방송통신위원회는 그 경비의 전부 또는 일부를 「방송통신발전기본법」 제24조에 따른 방송통신발전기금에서 지원할 수 있다. <개정 2011.7.14>

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 100

분의 50범위 안에서 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여야 한다. <신설 2006.10.27, 2011.7.14>

제69조의2[시청점유율 제한] ① 방송사업자의 시청점유율(전체 텔레비전 방송에 대한 시청자의 총 시청시간 중 특정 방송채널에 대한 시청시간이 차지하는 비율을 말한다. 이하 같다)은 100분의 30을 초과할 수 없다. 다만, 정부 또는 지방자치단체가 전액 출자한 경우에는 그러하지 아니하다.

② 제1항에 따른 방송사업자의 시청점유율은 해당 방송사업자의 시청점유율에 특수관계자 등의 시청점유율(해당 방송사업자의 특수관계자의 시청점유율 및 해당 방송사업자가 주식 또는 지분을 소유하고 있는 다른 방송사업자의 시청점유율을 말한다. 이하 같다)을 합산하여 산정한다. 이 경우 특수관계자 등의 시청점유율은 가중치를 다르게 부여하여 산정할 수 있고, 일간신문을 경영하는 법인(특수관계자를 포함한다)이 방송사업을 경영하거나 주식 또는 지분을 소유하는 경우에는 그 일간신문의 구독률을 대통령령으로 정하는 바에 따라 일정한 비율의 시청점유율로 환산하여 해당 방송사업자의 시청점유율에 합산한다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 시청점유율 산정의 구체적인 기준·방법 등 필요한 사항은 대통령령으로 정하는 바에 따라 미디어다양성위원회의 심의를 거쳐 방송통신위원회가 고시로 정한다.

④ 방송통신위원회는 제2항에 따라 산정한 시청점유율을 제9조에 따른 허가·승인, 제15조의2에 따른 변경승인, 제17조에 따른

재허가 등의 심사에 반영하여야 한다.

⑤ 방송통신위원회는 제1항에 따른 시청점 유율을 초과하는 사업자에 대하여는 방송 사업 소유제한, 방송광고시간 제한, 방송 시간의 일부양도 등 필요한 조치를 명할 수 있다. 이 경우 필요한 조치의 구체적인 내용은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2009.7.31]

제70조[채널의 구성과 운용] ① 이동멀티 미디어방송을 행하는 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 특정 방송분야에 편중되지 아니하고 다양성이 구현되도록 대통령령이 정하는 바에 의하여 채널을 구성·운용하여야 한다. <개정 2004.3.22>

② 이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 대통령령이 정하는 범위를 초과하여 방송채널을 직접 사용하거나 당해 방송사업자의 특수관계자 또는 특정 방송채널사용사업자에게 채널을 임대하여서는 아니된다. <개정 2004.3.22>

③ 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자(이동멀티미디어방송을 행하는 위성방송사업자를 제외한다)는 대통령령이 정하는 바에 의하여 국가가 공공의 목적으로 이용할 수 있는 채널(이하 “공공채널”이라 한다), 종교의 선교목적에 지닌 채널 및 장애인의 복지를 위한 채널을 두어야 한다. <개정 2004.3.22, 2012.1.17>

④ 종합유선방송사업자는 대통령령이 정하는 바에 의하여 지역정보 및 방송프로그램 안내와 공지사항등을 제작·편성 및 송신하

는 지역채널을 운용하여야 한다.

⑤ 중계유선방송사업자는 방송통신위원회 규칙이 정하는 바에 의하여 방송프로그램 안내와 공지사항등을 제작·편성 및 송신하는 공지채널을 운용할 수 있다. 다만, 공지채널의 경우에는 보도·논평 또는 광고에 관한 사항은 송출할 수 없다. <개정 2008.2.29>

⑥ 중계유선방송사업자가 운용할 수 있는 채널의 범위는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 방송을 중계송신(방송편성을 변경하지 아니하는 녹음·녹화를 포함한다)하는 채널에 한하여야 한다. 다만, 전체 운용채널은 31개를 초과할 수 없으며 녹음·녹화채널은 전체 운용채널의 5분의 1을 초과할 수 없다.

1. 지상파방송(텔레비전방송에 한한다)
2. 공사 및 「한국교육방송공사법」에 따른 한국교육방송공사가 행하는 위성방송
3. 공공채널에서 행하는 방송
4. 제8항의 규정에 따른 공익채널에서 행하는 방송
5. 종교의 선교목적에 지닌 채널에서 행하는 방송
6. 국가기관·공익법인 또는 비영리법인이 행하는 방송으로서 당해 방송분야의 공익성 및 사회적 필요성을 고려하여 방송통신위원회가 고시한 채널에서 행하는 방송

⑦ 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 방송통신위원회규칙이 정하는 바에 의하여 시청자가 자체 제작한 방송프로그램의 방송을 요청하는 경우에는 특별한 사유가 없는 한 이를 방송하여야 한다. <개정

2008.2.29, 2011.7.14)

⑧ 종합유선방송사업자, 위성방송사업자 (이동멀티미디어방송을 행하는 위성방송사업자는 제외한다)는 당해 방송분야의 공익성 및 사회적 필요성을 고려하여 방송통신위원회가 고시한 방송분야에 속하는 채널(이하 “공익채널”이라 한다)을 운용하여야 한다. 이 경우 공익채널의 선정절차, 선정기준, 운용범위 그 밖의 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <신설 2007.1.26, 2008.2.29>

[법률 제8301호(2007.1.26) 부칙 제2항의 규정에 의하여 이 조 제6항은 2010년 6월 30일까지 유효함]

제71조[국내 방송프로그램의 편성] ① 방송사업자는 당해 채널의 전체 프로그램중 국내에서 제작된 방송프로그램을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.

② 방송사업자는 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다. <개정 2004.3.22, 2012.1.17>

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 지상파방송

사업자는 제외한다. <신설 2012.1.17>

④ 방송사업자는 다양한 국제문화 수용을 보장하기 위하여 연간 방송되는 외국 수입 영화·애니메이션 및 대중음악중 한 국가에서 제작한 영화·애니메이션 및 대중음악이 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다. <개정 2012.1.17>

⑤ 방송사업자가 국내에서 제작된 애니메이션을 주시청시간대에 편성한 경우 제2항에 따른 편성비율을 산정할 때 대통령령으로 정하는 바에 따라 가중치를 둘 수 있다. <신설 2012.1.17>

⑥ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 국내에서 제작된 방송프로그램 등의 구별기준은 대통령령으로 정하고, 편성비율은 방송매체와 방송분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다. <개정 2012.1.17>

제72조[외주제작 방송프로그램의 편성] ① 방송사업자는 당해 채널의 전체 방송프로그램중 국내에서 당해 방송사업자가 아닌 자가 제작한 방송프로그램(이하 “외주제작 방송프로그램”이라 한다)을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.

② 방송사업자는 제1항의 규정에 의한 외주제작 방송프로그램을 편성에 있어 특수관계자가 제작한 방송프로그램을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.

③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 외주제작 방송프로그램을 주시청시간대에 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상

편성하여야 한다.

④ 제1항의 규정에 의한 외주제작 방송프로그램의 편성비율은 방송매체와 방송분야별 특성등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.

제73조[방송광고등] ① 방송사업자는 방송광고와 방송프로그램이 혼동되지 아니하도록 명확하게 구분하여야 하며, 어린이를 주 시청대상으로 하는 방송프로그램의 방송광고시간 및 전후 토막광고시간에는 대통령령이 정하는 바에 따라 반드시 광고임을 밝히는 자막을 표기하여 어린이가 방송프로그램과 방송광고를 구분할 수 있도록 하여야 한다. <개정 2006.10.27>

② 방송광고의 종류는 다음 각 호와 같고, 방송광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 2005.5.18, 2009.7.31>

1. 방송프로그램광고: 방송프로그램의 전후(방송프로그램 시작타이틀 고지 후부터 본방송프로그램 시작 전까지 및 본방송프로그램 종료 후부터 방송프로그램 종료타이틀 고지 전까지를 말한다)에 편성되는 광고
2. 중간광고: 1개의 동일한 방송프로그램이 시작한 후부터 종료되기 전까지 사이에 그 방송프로그램을 중단하고 편성되는 광고
3. 토막광고: 방송프로그램과 방송프로그램 사이에 편성되는 광고
4. 자막광고: 방송프로그램과 관계없이 문자 또는 그림으로 나타내는 광고
5. 시보광고: 현재시간 고지 시 함께 방송되는 광고
6. 가상광고: 방송프로그램에 컴퓨터 그

래픽을 이용하여 만든 가상의 이미지를 삽입하는 형태의 광고

7. 간접광고: 방송프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 그 상품을 노출시키는 형태의 광고

③ 상품소개 및 판매에 관한 전문편성을 행하는 방송의 경우에는 당해 상품소개 및 판매에 관한 방송내용물은 이를 방송광고로 보지 아니한다.

④ 방송사업자 및 전광판방송사업자는 공공의 이익을 증진시킬 목적으로 제작된 비상업적 공익광고를 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여야 한다.

⑤ 삭제 <2012.2.22>

[2012.2.22 법률 제11373호에 의하여 2008.11.27 헌법재판소에서 헌법 불합치된 이 조제5항을 삭제함.]

제74조[협찬고지] ① 방송사업자는 대통령령이 정하는 범위안에서 협찬고지를 할 수 있다.

② 협찬고지의 세부기준 및 방법등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. <개정 2008.2.29>

제75조 삭제 <2010.3.22>

제76조[방송프로그램의 공급 및 보편적 시청권 등] ① 방송사업자는 다른 방송사업자에게 방송프로그램을 공급할 때에는 공정하고 합리적인 시장가격으로 차별없이 제공하여야 한다.

② 방송통신위원회는 제76조의2의 규정에 따른 보편적시청권보장위원회의 심의를 거쳐 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그

밖의 주요 행사(이하 “국민관심행사등”이라고

한다)를 고시하여야 한다. 이 경우 방송통신위원회는 문화체육관광부장관, 방송사업자 및 시청자의 의견을 들어야 한다. <신설 2007.1.26, 2008.2.29>

③ 국민관심행사등에 대한 중계방송권자 또는 그 대리인(이하 “중계방송권자등”이라 한다)은 일반국민이 이를 시청할 수 있도록 중계방송권을 다른 방송사업자에게도 공정하고 합리적인 가격으로 차별 없이 제공하여야 한다. <신설 2007.1.26>

④ 방송사업자는 제1항 및 제3항의 규정을 위반하는 행위에 관하여 방송통신위원회에 서면으로 신고할 수 있다. <신설 2007.1.26, 2008.2.29>

⑤ 방송통신위원회는 제4항의 규정에 따른 신고를 접수한 경우에는 제35조의3의 규정에 따른 방송분쟁조정위원회의 심의를 거쳐 60일 이내에 그 결과를 통보하여야 한다. <신설 2007.1.26, 2008.2.29>

제76조의2[보편적시청권보장위원회] ① 제76조제2항의 규정에 따른 국민관심행사등의 고시 등에 관한 업무의 원활한 수행을 위하여 방송통신위원회에 보편적시청권보장위원회를 둔다. <개정 2008.2.29>

② 보편적시청권보장위원회 위원은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 얻어 7인 이내로 위촉한다. <개정 2008.2.29>

③ 보편적시청권보장위원회의 구성과 운영에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회 규칙으로 정한다. <개정 2008.2.29>

[본조신설 2007.1.26]

제76조의3[보편적 시청권 보장을 위한 조

치 등] ① 방송사업자 및 중계방송권자등은 제76조제3항의 규정에 따른 일반국민의 보편적 시청권을 보장하기 위하여 대통령령에서 정하는 금지행위 등 준수사항을 이행하여야 한다.

② 방송통신위원회는 제1항의 규정에 따른 금지사항을 위반한 방송사업자 및 중계방송권자등에 대하여 금지행위의 중지 등 필요한 시정조치를 명할 수 있다. 이 경우 방송통신위원회는 시정조치를 명하기 전에 당사자에게 기간을 정하여 의견진술의 기회를 주어야 한다. 다만, 당사자가 정당한 사유 없이 이에 응하지 아니하는 때에는 그러하지 아니한다. <개정 2008.2.29>

③ 방송통신위원회는 제1항의 규정에 따른 금지사항의 위반 여부에 대한 사실관계의 조사를 위하여 필요한 경우 대통령령이 정하는 바에 따라 방송사업자 및 중계방송권자등에게 자료제출을 요청할 수 있고, 사무처의 직원으로 하여금 방송사업자 및 중계방송권자등의 사무소 또는 사업장에 출입하여 조사를 하게 할 수 있다. <개정 2008.2.29>

④ 방송통신위원회는 방송사업자 및 중계방송권자등이 정당한 사유 없이 제2항의 규정에 따른 시정조치를 이행하지 아니하는 때에는 당해 중계방송권의 총계약금액에 100분의 5를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위 안에서 과징금을 부과할 수 있다. <개정 2008.2.29>

⑤ 제3항의 규정에 따라 조사를 하는 사무처의 직원은 그 권한을 표시하는 증표를 지니고 이를 관계인에게 내보여야 한다.

[본조신설 2007.1.26]

제76조의4[중계방송권의 공동계약 권고]

방송통신위원회는 국민관심행사등에 대한 보편적 시청권을 보장하고 중계방송권 확보에 따른 과도한 경쟁을 방지하기 위하여 중계방송권 계약에 있어서 방송사업자 또는 중계방송권자등에게 공동계약을 권고할 수 있다. <개정 2008.2.29>

[본조신설 2007.1.26]

제76조의5[중계방송의 순차편성 권고 등]

① 방송사업자는 국민관심행사등에 대한 중계방송권을 사용함에 있어서 과도한 중복편성으로 인하여 시청자의 권익을 침해하지 아니하도록 하여야 하며, 채널별·매체별로 순차적으로 편성하기 위하여 노력하여야 한다.

② 방송통신위원회는 제1항의 채널별·매체별 순차편성이 효율적으로 이루어질 수 있도록 방송사업자에 대하여 권고할 수 있다.

<개정 2008.2.29>

[본조신설 2007.1.26]

제77조[유료방송의 약관 승인]

① 유료방송을 행하고자 하는 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 이용요금 및 기타 조건에 관한 약관을 정하여 방송통신위원회에 신고하여야 하며, 이용요금에 대하여는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다. 신고한 약관이나 승인을 얻은 이용요금을 변경하고자 하는 경우에도 또한 같다. <개정 2008.2.29>

② 방송통신위원회는 제1항의 규정에 의한 약관이 현저히 부당하여 시청자의 이익을 저해한다고 판단하는 때에는 유료방송을

행하는 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자에게 상당한 기간을 정하여 그 약관의 변경을 명할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제78조[재송신]

① 종합유선방송사업자·위성방송사업자(이동멀티미디어방송을 행하는 위성방송사업자를 제외한다) 및 중계유선방송사업자는 한국방송공사 및 한국교육방송공사법에 의한 한국교육방송공사가 행하는 지상파방송(라디오방송을 제외한다)을 수신하여 그 방송프로그램에 변경을 가하지 아니하고 그대로 동시에 재송신(이하 “동시재송신”이라 한다)하여야 한다. 다만, 지상파방송을 행하는 당해 방송사업자의 방송구역안에 당해 종합유선방송사업자 및 중계유선방송사업자의 방송구역이 포함되지 아니하는 경우에는 그러하지 아니하다. <개정 2002.4.20, 2004.3.22>

② 제1항의 규정에 의한 지상파방송사업자가 수개의 지상파방송 채널을 운용하는 경우, 제1항 본문의 규정에 불구하고 동시재송신하여야 하는 지상파방송은 방송통신위원회가 지상파방송사업자별로 방송편성내용 등을 고려하여 지정·고시하는 1개의 지상파방송 채널에 한한다. <신설 2002.4.20, 2008.2.29>

③ 제1항의 규정에 의한 동시재송신의 경우에는 「저작권법」 제85조의 동시중계방송권에 관한규정은 이를 적용하지 아니한다. <개정 2006.12.28>

④ 종합유선방송사업자 및 중계유선방송사업자가 당해 방송구역 외에서 허가받은 지상파방송사업자가 행하는 지상파방송을 동

시 재송신하고자 하거나 위성방송사업자가 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 동시 재송신하는 지상파방송 이외의 지상파방송을 재송신하고자하는 때에는 방송통신위원회의 승인을 얻어야 한다. <개정 2002.4.20, 2008.2.29>

⑤ 삭제 <2007.7.27>

⑥ 제4항에 따른 재송신의 유형 및 승인의 요건·절차·유효기간등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. <개정 2002.4.20, 2006.10.27, 2007.7.27>

⑦ 공동채라디오방송사업자의 경우 다른 공동채라디오방송사업자의 방송프로그램을 대통령령이 정하는 범위 안에서 재송신할 수 있다. <신설 2006.10.27>

제78조의2[외국방송사업자의 국내 재송신 승인 등]

① 외국방송사업자(외국에 설치된 방송 송출설비 또는 외국 인공위성의 무선설비를 이용하여 국내에서 수신되는 방송을 행하는 외국인을 말하며, 조약에 따라 이 법에 따른 방송을 할 수 있는 외국인을 포함한다. 이하 같다)가 그가 행하는 방송을 국내에서 방송사업자를 통하여 재송신하려면 방송통신위원회의 승인을 받아야 한다. 이 경우 특정 방송프로그램을 일시적으로 중계 송신하는 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 경우에는 재송신으로 보지 아니한다. <개정 2008.2.29>

② 방송통신위원회는 제1항에 따라 외국방송사업자의 승인 신청을 받은 경우에는 다음 각 호의 사항을 종합적으로 심사하여야 한다. <개정 2008.2.29>

1. 방송의 공정성·공익성의 실현 가능성

2. 국내 방송 및 영상산업에 미치는 영향
3. 국내 방송 및 영상산업 발전에 대한 기여 정도

4. 문화적 다양성 및 사회적 필요성

5. 국내 지사, 국내 사무소 또는 국내 대리인이 있는지 여부 및 그 국내 지사 등이 외국방송사업자로부터 재송신에 관하여 위임받은 권리와 의무에 관한 사항
6. 국제친선과 상호 이해 증진에 대한 기여 정도

7. 방송 내용이 제33조에 따른 심의규정, 그 밖에 「형법」, 「저작권법」 등 다른 법률의 규정에 위반될 가능성

③ 제1항에 따라 승인받은 외국방송사업자는 재송신하는 방송의 내용이 제33조에 따른 심의규정에 적합하게 하여야 한다.

④ 방송통신위원회는 직무수행을 위하여 필요하면 외국방송사업자(국내 지사, 국내 사무소 및 국내 대리인을 포함한다)에게 관련 자료의 제출을 요구할 수 있다. <개정 2008.2.29>

⑤ 방송통신위원회는 제1항에 따라 승인을 받은 외국방송사업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 제1항에 따른 승인을 취소할 수 있다. <개정 2008.2.29>

1. 방송 내용이 제3항에 위반되는 때

2. 승인조건을 이행하지 아니한 때

3. 방송 내용이 「형법」, 「저작권법」 등 다른 법률의 규정에 위반되는 때

⑥ 제1항에 따라 승인받은 외국방송사업자의 방송을 재송신하는 방송사업자를 제외하고는 누구든지 외국방송사업자의 방송을 재송신하여서는 아니 된다.

⑦ 방송사업자가 제1항에 따라 승인을 받은 외국방송사업자의 방송을 재송신할 수 있는 범위와 기준은 대통령령으로 정한다.

⑧ 제1항 및 제5항에 따른 승인과 승인 취소의 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2007.7.27]

제79조[유선방송국설비등에 관한 기술기준과 준공검사등] ① 방송통신위원회는 유선방송국설비(종합유선방송국 및 중계유선방송·음악유선방송을 행하기 위한 설비를 포함한다. 이하 같다)의 설치 및 유지에 관한 사항과 전송·선로설비의 분계점등에 필요한 기술기준(이하 “기술기준”이라 한다)을 정하여 고시하여야 한다. <개정 2008.2.29>

② 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 대통령령이 정하는 기한까지 기술기준이 정하는 바에 의하여 유선방송국설비를 설치하고 방송통신위원회의 준공검사를 받아야 한다. 설치한 유선방송국설비를 변경한 때에도 또한 같다. <개정 2008.2.29>

③ 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 전송·선로설비를 자체적으로 설치하거나 전송망사업자의 전송·선로설비 또는 「전기통신사업법」에 따른 기간통신사업자의 전기통신설비를 이용할 수 있으며, 종합유선방송사업자와 중계유선방송사업자는 전송·선로설비를 상호 이용할 수 있다. <개정 2010.3.22>

④ 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 천재·지변 기타 불가피한 사유로 대통령령이 정하는 기

한까지 유선방송국설비를 설치할 수 없는 때에는 대통령령이 정하는 바에 의하여 방송통신위원회에 설비설치기한의 연기를 요청할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제80조[전송·선로설비 설치의 확인] 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자가 전송·선로설비를 자체적으로 설치하는 때 또는 전송망사업자나 기간통신사업자가 종합유선방송사업자나 중계유선방송사업자와 전송·선로설비의 이용계약을 체결한 때에는 기술기준이 정하는 바에 의하여 전송·선로설비를 설치하고 방송통신위원회의 확인을 받아야 한다. 설치한 전송·선로설비를 변경한 때에도 또한 같다. <개정 2008.2.29>

제81조[설비개선명령등] 방송통신위원회는 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자 및 전송망사업자가 설치한 유선방송국설비 및 전송·선로설비가 기술기준에 적합하지 아니할 때에는 그 시설의 보수·개수·이전 기타 필요한 조치를 명할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제82조[전송·선로설비의 이용] 전송망사업자는 대통령령이 정하는 바에 의하여 전송·선로설비이용료 기타 이용조건에 관한 약관을 정하여 방송통신위원회에 신고하여야 한다. 이를 변경하고자 하는 때에도 또한 같다. <개정 2008.2.29>

제83조[방송내용의 기록·보존] ① 방송사업자·중계유선방송사업자·전광판방송사업자 및 음악유선방송사업자는 방송일지에 방송내용(방송프로그램 및 방송광고를 포함한다)을 기록하여 비치하여야 하며, 특별

한 사유가 없는 한 방송 실시결과를 방송후 1월 이내에 방송통신위원회에 제출하여야 한다. <개정 2008.2.29, 2009.7.31>

② 방송사업자는 방송(재송신을 제외한다)된 방송프로그램(예고방송을 포함한다. 이하 같다) 및 방송광고의 원본 또는 사본을 방송 후 6월간 보존하여야 한다. <개정 2006.10.27, 2009.7.31>

③ 제1항의 규정에 의한 방송일지의 기록 및 방송실시결과와 제출시기등과 제2항의 규정에 의한 사업자별 방송프로그램 및 방송광고의 원본 또는 사본의 보존등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. <개정 2008.2.29, 2009.7.31>

제84조[폐업 및 휴업등의 신고] ① 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자 및 전광판방송사업자가 그 업무를 폐업하거나 휴업하고자 하는 때에는 방송통신위원회에 신고하여야 한다. <개정 2007.1.26, 2008.2.29>

② 방송사업자·중계유선방송사업자 및 음악유선방송사업자는 천재·지변등 불가피한 사유가 있는 경우에 한하여 휴업할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항의 규정에 의한 폐업 및 휴업의 신고절차등에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. <개정 2008.2.29>

제85조[방송프로그램별 유료방송등의 적용 배제] 방송프로그램별 유료방송을 행하는 방송사업자에 대하여는 제71조부터 제74조까지의 규정을 적용하지 아니한다. <개정 2010.3.22>

제85조의2[금지행위] ① 방송사업자·중계유선방송사업자·음악유선방송사업자·전광판방송사업자·전송망사업자(이하 “방송사업자등”이라 한다)는 사업자 간의 공정한 경쟁 또는 시청자의 이익을 저해하거나 저해할 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 “금지행위”라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 이를 하게 하여서는 아니 된다.

1. 정당한 사유 없이 채널·프로그램의 제공 또는 다른 방송사업자등의 서비스 제공에 필수적인 설비에 대한 접근을 거부·중단·제한하거나 채널 편성을 변경하는 행위
2. 다른 방송사업자등에게 적정한 수익배분을 거부·지연·제한하는 행위
3. 부당하게 다른 방송사업자등의 방송시청을 방해하거나 서비스 제공계약의 체결을 방해하는 행위
4. 부당하게 시청자를 차별하여 현저하게 유리하거나 불리한 요금 또는 이용조건으로 방송 서비스를 제공하는 행위
5. 이용약관을 위반하여 방송서비스를 제공하거나 이용약관과 다른 내용으로 이용요금을 청구하는 행위
6. 방송서비스의 제공 과정에서 알게 된 시청자의 정보를 부당하게 유용하는 행위

② 방송통신위원회는 방송사업자등이 금지행위를 한 경우 해당 사업자에게 금지행위의 중지, 계약조항의 삭제 또는 변경, 금지행위로 인하여 시정조치를 명령받은 사실의 공표 등 필요한 시정조치를 명할 수 있

다.

③ 방송통신위원회는 공정거래위원회와 협의하여 방송사업자등이 금지행위를 한 경우 해당 사업자에게 대통령령으로 정하는 매출액에 100분의 2를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다. 다만, 사업의 미개시나 사업 중단 등으로 인하여 매출액이 없거나 매출액 산정이 어려운 경우로서 대통령령으로 정하는 경우에는 5억원 이하의 금액을 과징금으로 부과할 수 있다.

④ 방송통신위원회는 금지행위의 위반 여부에 관한 사실관계의 조사를 위하여 필요한 경우 대통령령으로 정하는 바에 따라 방송사업자등에게 자료의 제출을 요청할 수 있다.

⑤ 금지행위의 세부적인 유형 및 기준에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

⑥ 제1항을 위반한 방송사업자등의 행위에 대하여 방송통신위원회가 제2항에 따라 시정조치를 명하였거나 제3항에 따라 과징금을 부과한 경우에는 그 방송사업자등의 동일한 행위에 대하여 동일한 사유로 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따른 시정조치를 명하거나 과징금을 부과할 수 없다. [본조신설 2011.7.14]

제6장 시청자의 권익보호

제86조[자체심의] ① 방송사업자는 자체적으로 방송프로그램을 심의할 수 있는 기구를 두고, 방송프로그램(보도에 관한 방송프로

그램을 제외한다)이 방송되기 전에 이를 심의하여야 한다. 다만, 공동체라디오방송사업자의 경우에는 방송권역 청취자가 참여하는 방송평가회를 연 1회 이상 실시하여야 한다. <개정 2009.7.31>

② 방송사업자는 허위, 과장 등 시청자가 오인할 수 있는 내용이 담긴 방송광고를 방송하여서는 아니 된다. <신설 2009.7.31>

③ 방송사업자는 방송광고가 방송되기 전에 자체적으로 심의하거나 방송통신위원회에 신고한 방송 관련 기관 또는 단체에 위탁하여 심의할 수 있다. <신설 2009.7.31>

[전문개정 2006.10.27]

제87조[시청자위원회] ① 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 시청자의 권익을 보호하기 위하여 시청자위원회를 두어야 한다.

② 제1항의 규정에 의한 방송사업자는 각계의 시청자를 대표할 수 있는 자중에서 방송통신위원회규칙이 정하는 단체의 추천을 받아 시청자위원회의 위원을 위촉한다. <개정 2008.2.29>

③ 시청자위원회의 구성 및 운영에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제88조[시청자위원회의 권한과 직무] ① 시청자위원회의 권한과 직무는 다음과 같다.

1. 방송편성에 관한 의견제시 또는 시정요구
2. 방송사업자의 자체심의규정 및 방송프로그램 내용에 관한 의견제시 또는 시정요구
3. 시청자평가원의 선임
4. 기타 시청자의 권익보호와 침해구제에

관한 업무

② 시청자위원회의 대표자는 방송통신위원회에 출석하여 의견을 진술할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제89조[시청자 평가프로그램] ① 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 당해 방송사업자의 방송운영과 방송프로그램에 관한 시청자의 의견을 수렴하여 주당 60분 이상의 시청자 평가프로그램을 편성하여야 한다.

② 시청자 평가프로그램에는 시청자위원회가 선임하는 1인의 시청자평가원이 직접 출연하여 의견을 진술할 수 있다.

③ 방송통신위원회는 시청자평가원의 원활한 업무수행을 위하여 「방송통신발전 기본법」 제24조에 따른 방송통신발전기금에서 경비를 지원할 수 있다. <개정 2008.2.29, 2010.3.22>

제90조[방송사업자의 의무] ① 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 제88조제1항제1호 및 제2호의 규정에 의한 시청자위원회의 의견제시 또는 시정요구를 받은 경우에는 특별한 사유가 없는 한 이를 수용하여야 한다.

② 시청자위원회는 방송사업자가 시청자위원회의 의견제시 또는 시정요구의 수용을 부당하게 거부하는 경우에는 방송통신위원회에 시청자불만처리를 요청할 수 있다. <개정 2008.2.29>

③ 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 시청자위원회가 제88조제1항각호의 규정에 의한 직무를 수행하기 위하여 필요한 자료의 제출 또는 관계자의 출

석·답변을 요청하는 경우에는 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

④ 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 시청자위원회의 심의결과 및 그 처리에 관한 사항을 방송통신위원회에 보고하여야 한다. <개정 2008.2.29>

⑤ 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 대통령령이 정하는 바에 의하여 시청자가 요구하는 방송사업에 관한 정보를 공개하여야 한다.

제90조의2[시청자미디어센터] ① 방송통신위원회는 시청자의 방송참여와 권익증진을 위하여 다음 각 호의 사업을 수행하는 시청자미디어센터를 둔다.

1. 미디어에 관한 교육·체험 및 홍보
2. 시청자 제작 방송프로그램의 지원
3. 각종 방송제작 설비의 이용 지원
4. 그 밖에 시청자의 방송참여 및 권익증진을 위한 사업

② 정부는 시청자미디어센터의 설치 및 운영에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 「방송통신발전 기본법」 제24조에 따른 방송통신발전기금에서 지원할 수 있다.

③ 제1항에 따른 시청자미디어센터의 설립 기준 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[본조신설 2012.1.17]

제91조 삭제 <2005.1.27>

제7장 방송발전의 지원

제92조[방송발전의 지원] ① 정부는 국민

이 다양한 방송을 균등하게 향유할 수 있도록 하고, 방송문화의 발전 및 진흥을 위하여 노력하여야 한다.

② 문화체육관광부장관은 방송영상산업의 진흥을 위하여 필요한 정책을 수립·시행하여야 한다. <개정 2008.2.29>

③ 방송통신위원회는 방송기술 및 시설에 관하여 필요한 정책을 수립·시행하여야 한다. <개정 2008.2.29>

제92조의2[애니메이션 제작 세제지원] 정부는 방송사업자가 애니메이션 방송프로그램을 제작하는 경우에는 「조세특례제한법」 등 조세 관계 법률에서 정하는 바에 따라 조세를 감면할 수 있다.

[본조신설 2012.1.17]

제93조[방송프로그램의 보관 및 활용] 방송사업자는 방송프로그램의 효율적인 수집·보관·유통 및 활용등을 위하여 방송프로그램보관소를 공동으로 설립·운영할 수 있다.

제94조[방송전문인력의 양성등] 정부는 방송전문인력을 양성하기 위하여 전문교육기관 및 방송관련학과등에 대한 지원등에 필요한 시책을 수립할 수 있다.

제95조[방송제작단지 조성·지원] ① 정부는 방송사업자가 공동으로 방송제작단지를 조성하는 때에는 필요한 지원을 할 수 있다.

② 정부는 제1항의 규정에 의한 방송제작단지가 정보통신단지 또는 영상제작단지등과 연계·운영되도록 할 수 있다.

제96조[방송프로그램 유통등 지원] ① 문화체육관광부장관은 영상·비디오 등 영상물

이 방송프로그램으로 제작되어 방송매체별로 다단계로 유통·활용 또는 수출될 수 있도록 지원할 수 있다. <개정 2008.2.29>

② 방송통신위원회는 방송기술 및 시설의 개발·활용 및 수출이 촉진될 수 있도록 지원할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제97조[방송의 국제협력] 정부 또는 방송통신위원회는 외국의 방송관련기관·단체와의 국제교류, 방송프로그램의 공동제작, 방송전문인력의 상호교류 및 방송기술의 공동개발등 국제협력을 촉진할 수 있는 사업을 지원할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제8장 보칙

제98조[자료제출] ① 정부 또는 방송통신위원회는 직무수행을 위하여 필요한 경우에는 방송사업자·중계유선방송사업자·전광판방송사업자·음악유선방송사업자 또는 전송망사업자에게 관련자료의 제출을 요구할 수 있다. <개정 2008.2.29>

② 방송사업자는 매년말 당해 법인의 재산상황을 방송통신위원회에 제출하여야 하며 방송통신위원회는 이를 공표하여야 한다. <개정 2008.2.29>

③ 방송통신위원회는 시청률, 시청점유율 등의 조사 및 산정에 필요한 자료를 해당 개인, 법인·단체 또는 기관에 요청할 수 있다. <신설 2009.7.31>

제99조[시정명령등] ① 방송통신위원회는 방송사업자·중계유선방송사업자·전광판방송사업자 또는 음악유선방송사업자가 다음

각 호의 어느 하나에 해당하는 때에는 시정을 명할 수 있다. <개정 2007.7.27, 2008.2.29>

1. 정당한 사유 없이 방송을 중단하는 등 시청자의 이익을 현저히 저해하고 있다고 인정될 때
2. 이 법 또는 허가조건·승인조건·등록요건을 위반하고 있다고 인정될 때

② 방송통신위원회는 방송사업자(방송채널사용사업자를 제외한다)·전송망사업자·중계유선방송사업자 또는 음악유선방송사업자가 설치한 시설이 이 법 또는 허가조건·등록요건을 위반하고 있다고 인정될 때에는 그 시설의 개선을 명할 수 있다. <개정 2008.2.29>

제100조[제재조치등] ① 방송통신위원회는 방송사업자·중계유선방송사업자 또는 전광판방송사업자가 제33조의 심의규정 및 제74조제2항에 의한 협찬고지 규칙을 위반한 경우에는 5천만원 이하의 과징금을 부과하거나 다음 각호의 제재조치를 명할 수 있다. 제35조에 따른 시청자불만처리의 결과에 따라 제재를 할 필요가 있다고 인정되는 경우에도 또한 같다. 다만, 방송통신심의위원회는 심의규정 등의 위반정도가 경미하여 제재조치를 명할 정도에 이르지 아니한 경우에는 해당 사업자·해당 방송프로그램 또는 해당 방송광고의 책임자나 관계자에 대하여 권고를 하거나 의견을 제시할 수 있다. <개정 2006.10.27, 2008.2.29, 2009.7.31>

1. 시청자에 대한 사과
2. 해당 방송프로그램 또는 해당 방송광고의 정정·수정 또는 중지
3. 방송편성책임자·해당 방송프로그램 또

는 해당 방송광고의 관계자에 대한 징계
4. 주의 또는 경고

② 제1항의 규정에 의한 제재조치가 해당 방송프로그램의 출연자로 인하여 이루어진 경우 해당방송사업자는 방송출연자에 대하여 경고, 출연제한 등의 적절한 조치를 취하여야 한다. <신설 2006.10.27>

③ 제1항의 규정에 불구하고 위반의 정도가 중대하다고 인정되는 다음 각 호의 경우에 한하여 방송통신위원회는 1억원 이하의 과징금을 부과할 수 있다. <신설 2006.10.27, 2008.2.29>

1. 음란, 퇴폐 및 폭력 등에 관한 심의규정을 위반하는 경우
2. 「마약류관리에 관한 법률」 제2조제1호의 규정에 의한 마약류 복용·투약·흡입 및 음주 후 방송출연 등으로 인한 심의규정을 위반하는 경우
3. 제1항제1호 내지 제3호의 제재조치를 받았음에도 불구하고 대통령령으로 정하는 바에 따라 동일한 사유로 반복적으로 심의규정을 위반하는 경우

④ 방송사업자·중계유선방송사업자 및 전광판방송사업자는 제1항 및 제3항에 따른 과징금처분 또는 제재조치명령을 받은 경우 지체 없이 그에 관한 방송통신위원회의 결정사항전문을 방송하고, 제재조치명령은 이를 받은 날부터 7일 이내에 이행하여야 하며, 그 이행결과를 방송통신위원회에 보고하여야 한다. <개정 2006.10.27, 2008.2.29, 2009.7.31>

⑤ 방송통신위원회는 제1항 및 제3항에 따라 과징금처분 또는 제재조치명령을 하는

경우 미리 당사자 또는 그 대리인에게 의견을 진술할 기회를 주어야 한다. 다만, 당사자 또는 그 대리인이 정당한 사유없이 이에 응하지 아니한 때에는 그러하지 아니하다.

〈개정 2006.10.27, 2008.2.29, 2009.7.31〉

⑥ 제1항 및 제3항에 따른 과징금처분 또는 제재조치명령에 이의가 있는 자는 당해 제재조치명령을 받은 날부터 30일 이내에 방송통신위원회에 재심을 청구할 수 있다. 〈개정

2006.10.27, 2008.2.29, 2009.7.31〉

⑦ 방송통신위원회는 제6항의 규정에 의한 방송통신위원회의 재심결과를 당사자 또는 그 대리인에게 통지하여야 한다. 〈개정

2006.10.27, 2008.2.29〉

제101조[청문] 방송통신위원회는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 청문을 실시하여야 한다. 〈개정 2007.7.27,

2008.2.29〉

1. 제17조의 규정에 의한 재허가 또는 재승인을 거부하는 경우
2. 제18조의 규정에 의한 허가·승인 또는 등록을 취소하는 경우
3. 제78조의2제5항에 따라 승인을 취소하는 경우

제102조[수수료] 이 법에 의한 허가·승인·등록, 변경허가·변경승인·변경등록, 재허가·재승인 신청을 하는 자와 유선방송국 설비 및 전송·선로설비의 준공검사를 받고자 하는 자는 대통령령이 정하는 바에 의하여 수수료를 납부하여야 한다.

제103조[권한의 위임·위탁] 이 법에 의한 방송통신위원회의 권한은 그 일부를 대통령령이 정하는 바에 의하여 시·도지사, 소

속기관의 장 또는 체신청장에게 위임·위탁하거나 전파법에 의한 한국전파진흥원에 위탁할 수 있다. 〈개정 2005.12.30, 2008.2.29, 2009.7.31〉

제104조[벌칙적용에 있어서의 공무원의 의

제] 제103조에 따라 권한을 위탁받은 사무에 종사하는 자는 형법이나 그 밖의 법률에 따른 벌칙의 적용에 있어서 이를 공무원으로 본다.

[전문개정 2008.2.29]

제9장 벌칙

제105조[벌칙] 다음 각호의 1에 해당하는 자는 2년이하의 징역 또는 3천만원이하의 벌금에 처한다.

1. 제4조제2항의 규정에 위반하여 방송편성에 관하여 규제나 간섭을 한 자
2. 허위 기타 부정한 방법으로 제9조 또는 제17조의 규정에 의한 허가 또는 재허가를 받거나 승인 또는 재승인을 얻거나 등록을 하여 방송사업·중계유선방송사업·음악유선방송사업·전광판방송사업 또는 전송망사업을 한 자
3. 제9조 또는 제17조의 규정에 의한 허가 또는 재허가를 받지 아니하거나 승인 또는 재승인을 얻지 아니하거나 등록을 하지 아니하고 방송사업·중계유선방송사업·음악유선방송사업·전광판방송사업 또는 전송망사업을 한 자

제106조[벌칙] ① 다음 각호의 1에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 3천만원이하

의 벌금에 처한다. <개정 2004.3.22, 2006.10.27, 2009.7.31>

1. 제4조제4항의 규정에 위반하여 방송편성규약을 제정하지 아니하거나 공표하지 아니한 자
2. 제8조제13항의 규정에 의한 시정명령을 위반한 자
3. 제14조제6항의 규정에 의한 시정명령을 위반한 자
4. 허위 기타 부정한 방법으로 제15조제1항의 규정에 의한 변경허가를 받거나 변경승인을 얻거나 변경등록을 한 자
5. 제15조제1항의 규정에 의한 변경허가를 받지 아니하거나 변경승인을 얻지 아니하거나 변경등록을 하지 아니한 자
6. 제15조의2제3항의 규정에 따른 시정명령을 위반한 자

② 다음 각호의 1에 해당하는 자는 3천만원 이하의 벌금에 처한다. <개정 2007.1.26, 2008.2.29 >

1. 제53조제3항의 규정에 위반하여 직무상 공사의 비밀을 누설하거나 도용한 자
2. 제100조제1항의 규정에 의한 방송통신위원회의 제재조치명령을 이행하지 아니한 자

제107조[양벌규정] 법인의 대표자나 법인 또는 개인의 대리인, 사용인, 그 밖의 종업원이 그 법인 또는 개인의 업무에 관하여 제105조 또는 제106조의 위반행위를 하면 그 행위자를 벌하는 외에 그 법인 또는 개인에게도 해당 조문의 벌금형을 과(科)한다. 다만, 법인 또는 개인이 그 위반행위를 방지하기 위하여 해당 업무에 관하여 상당

한 주의와 감독을 게을리하지 아니한 경우에는 그러하지 아니하다.

[전문개정 2010.6.8]

제108조[과태료] ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 3천만원 이하의 과태료에 처한다. <개정 2002.4.20, 2004.3.22, 2005.5.18, 2006.10.27, 2007.7.27, 2008.2.29, 2009.7.31, 2011.7.14, 2012.1.17>

1. 제4조제3항의 규정에 위반하여 방송편성책임자의 성명을 방송시간내에 매일 1회 이상 공표하지 아니한 자
2. 제15조제2항 및 제3항의 규정에 의한 신고를 하지 아니한 자
- 2의2. 제15조의2제1항 단서의 규정에 의한 신고를 하지 아니한 자
- 2의3. 삭제 <2009.7.31>
3. 제33조제3항의 규정에 위반하여 방송프로그램의 등급을 표시하지 아니한 자
- 3의2. 제35조의5제3항에 따른 자료를 제출하지 아니한 자
4. 제69조제3항 내지 제6항의 규정을 위반하여 방송프로그램을 편성한 자
5. 제70조제1항 내지 제4항의 규정에 위반하여 채널을 구성·운용한 자
6. 제70조제5항 단서의 규정에 위반하여 채널을 운용하거나, 동조제6항의 규정에 의한 대통령령을 위반하여 채널을 운용한 자
7. 제70조제7항의 규정에 위반하여 특별한 이유없이 시청자가 자체제작한 방송프로그램을 방송하지 아니한 자
8. 제71조제1항 내지 제4항의 규정에 위반하여 방송프로그램을 편성한 자

9. 제72조제1항 내지 제3항의 규정에 의한 편성비율을 위반하여 방송프로그램을 편성한 자
10. 제73조제1항·제2항·제4항 또는 제5항의 규정에 위반하여 방송광고를 한 자
11. 제74조제1항 및 제2항의 규정에 위반하여 협찬고지를 한 자
- 11의2. 삭제 <2010.3.22>
12. 제77조제1항의 규정에 위반하여 약관의 신고 또는 변경신고를 하지 아니하거나 승인 또는 변경승인을 얻지 아니하고 유료방송을 한 자
13. 제78조제1항의 규정에 위반하여 동시재송신을 하지 아니한 자
14. 제78조제4항에 위반하여 재송신을 한 자 및 방송사업자로부터 업무를 위탁받아 방송을 위한 설비를 설치·운영하는 자로서 제78조제4항에 위반한 재송신을 가능하게 한 자
- 14의2. 외국방송사업자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자
 - 가. 제78조의2제1항을 위반하여 승인받지 아니하고 재송신을 한 자
 - 나. 제78조의2제3항을 위반하여 재송신을 한 자
 - 다. 제78조의2제4항에 따른 자료제출 요구에 응하지 아니하거나 거짓으로 자료를 제출한 자
- 14의3. 제78조의2제6항을 위반하여 재송신을 하거나 같은 조 제7항에 따른 재송신의 범위와 기준을 초과하여 재송신을 한 자
15. 제79조제2항 또는 제80조의 규정에 위반하여 준공검사 또는 확인을 받지 아니한 자
16. 제82조의 규정에 위반하여 약관의 신고 또는 변경신고를 하지 아니하고 전송망사업을 행한 자
17. 제83조제1항의 규정에 의한 방송일지를 기록하지 아니하거나 허위로 기록한 자 또는 방송실시결과를 제출하지 아니한 자
18. 제83조제2항의 규정에 위반하여 방송프로그램 및 방송광고의 원본 또는 사본을 보존하지 아니한 자
19. 제84조제1항의 규정에 의한 신고를 하지 아니하고 폐업하거나 휴업한 자
- 19의2. 제85조의2제4항을 위반하여 자료제출을 거부하거나 거짓자료를 제출한 자
20. 제86조제1항의 규정에 위반하여 자체심의기구를 두지 아니하거나 방송프로그램을 심의하지 아니하거나 같은 조 제2항을 위반하여 허위, 과장 등 시청자가 오인할 수 있는 내용이 담긴 방송광고를 방송한 자
21. 제87조제1항의 규정에 위반하여 시청자위원회를 두지 아니한 자
22. 제89조제1항의 규정에 위반하여 시청자평가프로그램을 편성하지 아니한 자
23. 제90조제3항의 규정에 위반하여 필요한 자료의 제출 또는 관계자의 출석·답변을 거부한 자
24. 제90조제4항의 규정에 위반하여 시청자위원회의 심의결과 및 그 처리에 관한 사항을 방송통신위원회에 보고하지 아

니한 자

25. 삭제 <2005.1.27>

25의2. 제98조제1항의 규정을 위반하여 자료제출을 하지 아니하거나 거짓으로 자료를 제출한 자

25의3. 제98조제3항에 따른 자료제출을 하지 아니하거나 거짓으로 자료를 제출한 자

26. 제98조제2항의 규정에 위반하여 재산 상황을 제출하지 아니하거나 거짓으로 재산상황을 제출한 자

26의2. 제100조제2항의 규정을 위반한 방송출연자에 대한 경고, 출연제한 등의 조치를 취하지 아니한 자

27. 제100조제4항의 규정에 위반하여 방송통신위원회의 결정사항전문을 방송하지 아니하거나 그 결과를 방송통신위원회에 보고하지 아니한 자

② 제1항의 규정에 의한 과태료는 대통령령이 정하는 바에 의하여 방송통신위원회(이하 “부과권자”라 한다)가 부과·징수한다. <개정 2008.2.29>

③ 제2항의 규정에 의한 과태료 처분에 불복이 있는 자는 그 처분의 고지를 받은 날부터 30일 이내에 그 부과권자에게 이의를 제기할 수 있다. <개정 2008.2.29>

④ 제2항의 규정에 의하여 과태료의 처분을 받은 자가 제3항의 규정에 의하여 이의를 제기한 때에는 부과권자는 지체없이 관할법원에 이를 통보하여야 하며, 그 통보를 받은 관할법원은 비송사건절차법에 의한 과태료의 재판을 한다. <개정 2008.2.29>

⑤ 제3항의 규정에 의한 기간 내에 이의를

제기하지 아니하고 과태료를 납부하지 아니한 때에는 국세체납처분의 예에 의하여 이를 징수한다.

제109조[과징금 부과 및 징수] ① 방송통신위원회는 이 법의 규정에 의한 과징금을 부과함에 있어서 다음 각 호의 사항을 참작하여야 한다. <개정 2008.2.29>

1. 위반행위의 내용 및 정도
2. 위반행위의 기간 및 횟수
3. 위반행위로 인하여 취득한 이익의 규모 등

② 방송통신위원회는 이 법의 규정을 위반한 방송사업자의 합병이 있는 경우에는 당해 법인이 행한 위반행위는 합병 후 존속하거나 합병에 의해 설립된 법인이 행한 행위로 보아 과징금을 부과·징수할 수 있다. <개정 2008.2.29>

③ 과징금을 부과받은 당해 방송사업자가 분할 또는 분할합병되는 경우(부과일에 분할 또는 분할합병되는 경우를 포함한다) 그 과징금은 다음 각 호의 법인이 연대하여 납부할 책임을 진다.

1. 분할되는 법인
2. 분할 또는 분할합병으로 인하여 설립되는 법인
3. 분할되는 회사의 일부가 다른 회사와 합병하여 그 다른 회사가 존속하는 경우의 그 다른 법인

④ 과징금을 부과받은 방송사업자가 분할 또는 분할합병으로 인하여 해산되는 경우(부과일에 해산되는 경우를 포함한다) 그 과징금은 다음 각 호의 법인이 연대하여 납부할 책임을 진다.

1. 분할 또는 분할합병으로 인하여 설립되는 법인
 2. 분할되는 법인의 일부가 다른 법인과 합병하여 그 다른 법인이 존속하는 경우의 그 다른 법인
- ⑤ 방송통신위원회는 과징금 납부의무자가 납부기한 내에 과징금을 납부하지 아니한 때에는 기간을 정하여 독촉을 하고, 그 지정한 기간 내에 과징금을 납부하지 아니한 때에는 국세체납처분의 예에 따라 이를 징수할 수 있다. <개정 2008.2.29>
- ⑥ 제1항의 규정에 의한 과징금의 부과기준 및 과징금의 징수에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
- [본조신설 2006.10.27]

부칙 <제11373호, 2012.2.22> (방송광고판매대행 등에 관한 법률)

제1조[시행일] 이 법은 공포 후 3개월이 경과한 날부터 시행한다. <단서 생략>

제2조부터 제10조까지 생략

제11조[다른 법률의 개정] ① 생략

② 방송법 일부를 다음과 같이 개정한다.

제17조제3항에 제5호의2를 다음과 같이 신설한다.

5의2. 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」

제20조제2항에 따른 네트워크 지역지상

파방송사업자와 중소지상파방송사업자

에 대한 방송광고 판매 지원 이행 정도

제73조제5항을 삭제한다.

③ 및 ④ 생략

제12조 생략

III

주요 기관 및 단체 현황

기관 및 단체명	대표자	설립목적/기능	홈페이지	연락처
문화체육 관광부	유진룡	문화·예술·체육·관광·종교·언론·국정홍보 등 여러 분야에 걸쳐 다양한 시책을 펼쳐 나가는 중앙행정기관	www.mcst.go.kr	02-3704-9114
방송통신 위원회	이계철	방송위원회의 방송 정책 및 규제 기능과 정보통신부의 통신서비스 정책과 규제 기능을 총괄하며, 방송과 통신의 융합현상에 대한 능동적 대응, 방송의 자유와 공공성 및 공익성을 보장, 방송과 통신의 균형발전과 국제 경쟁력 강화 등을 목적으로 한 합의제 행정기구	www.kcc.go.kr	02-3153-1114
한국콘텐츠 진흥원	홍상표	콘텐츠 산업의 효율적 성장을 지원하기 위해 설립된 기관으로, 방송, 게임, 애니메이션, 캐릭터, 만화 등 대한민국의 콘텐츠산업 진흥을 위해 설립된 총괄 지원 공공기관	www.kocca.kr	1566-1114
한국방송통신 전파진흥원	양유석	전파의 효율적 관리, 방송·통신·전파의 진흥 및 인력양성을 위한 사업과 정부로부터 위탁받은 업무를 수행함으로써 국민의 전파이용 기회 확대와 진흥에 기여	www.kca.kr	02-2142-2114.
정보통신 산업진흥원	박수용	정보통신산업을 효율적으로 지원하며 정보통신산업의 진흥기반을 조성함으로써 정보통신산업의 경쟁력을 강화하고 국민경제의 발전에 이바지	www.nipa.kr	02-2141-5000
방송문화 진흥회	김재우	문화방송의 경영에 대한 관리 및 감독, 방송문화진흥자금의 운용/관리, 방송문화의 발전과 향상을 위한 연구 및 학술사업, 공익목적의 사업 및 부대사업	www.fbc.or.kr	02-780-2491
방송통신 심의위원회	박 만	방송 내용의 공공성과 공정성을 보장하고, 정보통신에서의 건전한 문화 창달과 올바른 이용 환경을 조성하기 위하여 설립	www.kocsc.or.kr	02-3219-5114, 02-3219-5333
영상물등급 위원회	박선이	영화·비디오물 및 공연물과 그 광고·선전물에 대한 등급분류와 추천 업무 등을 통해 영상물에 적절한 연령별 등급을 부여함으로써 영상물의 윤리성 및 공공성을 확보하고 청소년 보호를 위해 노력	www.kmrb.or.kr	02-3153-4300
한국광고 자율심의기구	조병량	광고활동이 기업윤리와 사회규범에 위배되지 않도록 광고인이 자율적 책임을 다함으로써 광고윤리를 확립하고 나아가 기업언론으로서 광고의 자율성과 신뢰도를 신장시키는데 기여	www.karb.or.kr	02-2144-4300

	기관 및 단체명	대표자	설립목적/기능	홈페이지	연락처
연합회	한국PD연합회	이정식	회원 간의 긴밀한 유대를 이룩함으로써 방송전문인으로서의 긍지와 자각을 바탕으로 자유언론과 방송문화의 발전을 위한 연합회	www.kpda.co	02-3219-5613
	한국방송카메라맨연합회	김준철	방송 카메라감독들의 자주적 단결과 협력을 바탕으로 회원의 권익 보호 및 방송 영상 문화 창달에 기여	www.tvcamera.or.kr	02-3219-5620
	한국방송기술인연합회	최동환	방송기술인 상호간의 우의와 협력을 바탕으로 권익의 신장을 도모하고 방송기술의 발전을 통하여 방송문화의 창달에 기여	www.kobeta.com	02-3219-5635
방송국	KBS	길환영	공정하고 건전한 방송문화를 정착시키고 국내외 방송을 효율적으로 실시하기 위하여 설립	www.kbs.co.kr	02-781-1000
	MBC	김재철	방송을 통해 유익한 정보를 제공하고 재미와 감동을 창조한다는 목표아래 공정성과 신뢰성, 창의성과 전문가 정신을 통한 고객만족이라는 핵심가치를 세우고 21세기 최고 경쟁력을 갖춘 종합미디어 그룹으로 도약하기 위해 노력	www.imbc.com	02-789-0011
	SBS	우원길	국내 유일의 전국 네트워크 민영 지상파 방송사로서 일반적인 대중의 관심에 부합하는 주요 주제에 주안점을 두고 다양한 프로그램들을 제공	www.sbs.co.kr	02-2061-0006
	EBS	신용섭	교육을 통하여 국민 각자로 하여금 미래사회에 대처할 수 있도록 창의력과 자율성을 길러주고, 우리의 전통과 문화를 계승 발전시키며, 나아가 인류공영에 기여	www.ebs.co.kr	02-526-2000
협회	한국방송협회	우원길	지상파방송사들의 권익 보호와 우리나라 방송문화 발전에 기여하기 위해 다양한 정책·사업 등을 추진	www.kba.or.kr	02-3219-5560
	한국정보통신진흥협회	하성민	회원의 협력과 유대강화를 통하여 방송통신의 발전 및 공공복리의 증진에 기여	www.kait.or.kr	02-580-0580
	한국케이블TV방송협회	양휘부	케이블TV산업의 발전을 도모하고 회원사 권익 보호를 위해 노력	www.kcta.or.kr	02-735-6511
	한국광고주협회	정병철	국내 유일의 광고주 권익 보호 단체로 제도개선 및 정책건의, 광고효과 극대화, 광고환경의 선진화·합리화 추구, 시장경제 홍보사업을 진행	www.kaa.or.kr	02-3668-9400
	한국방송카메라기자협회	이중우	TV방송의 보도영상 전문인 단체로서 그 사명과 책임을 다해 진실과 정의를 추구하고, 나아가 풍요로운 국가 건설과 세계 평화를 위해 노력	www.tvnews.or.kr	02-3219-6477
	한국방송작가협회	이금림	방송작가의 저작권을 비롯한 제반의 권익을 보호하고, 방송문예의 향상발전 및 상호교류를 통하여 문화 창달에 기여	www.ktrwa.or.kr	02-782-1696

	기관 및 단체명	대표자	설립목적/기능	홈페이지	연락처
협 회	한국전파 진흥협회	신종균	전파자원의 효율적인 이용을 도모하고 전파환경의 변화에 대처하며 전파관련 업체의 상호협력과 유대강화, 전파산업의 국제화 및 전파이용기술의 표준화를 통하여 전파이용 기술의 건전한 육성발전을 도모	www.rapa.or.kr	02-317-6000
	한국정보통신 기술협회	이근협	정보통신 관련 표준화에 관한 업무를 효율적으로 추진함으로써 정보통신 산업 및 기술진흥과 국민경제의 발전에 기여	www.tta.or.kr	031-724-0114
학 회	한국방송학회	강상현	방송에 관한 학문적 연구 및 교육, 국내외 관련 기관과 협력 및 교류를 통하여 한국 방송의 올바른 위상을 정립하고, 방송인의 자질과 전문성을 함양함으로써 바람직한 방송문화의 정립에 이바지	www.kabs.or.kr	02-3219-5725
	한국언론학회	김정탁	한국 언론의 올바른 위상을 정립하고 언론인의 자질과 전문성을 함양하고 산학협동의 바람직한 결실을 통해 올바른 언론문화 창달과 언론의 공익적 과업을 완수하는데 공헌	www.comm.or.kr	02-762-6833, 02-723-8350
	한국광고학회	이문규	광고 및 이에 관련되는 이론과 실제의 연구발표를 통하여 우리나라 광고발전에 기여함과 동시에 회원 상호간의 친목을 도모	www.koads.or.kr	02-2144-0264
	정보통신 정책학회	김동주	정보통신분야 학문의 연구와 발표로 동분야 학문의 발전과 정책 수립에 기여	www.katp.or.kr	02-570-4087
	한국통신학회	이재용	통신과 그 관련분야에 대한 학술활동을 통하여 통신과학에 대한 이론적 체계화와 보편화를 꾀함으로써 통신 분야 발전은 물론 이를 통한 국가발전과 국제협력 증진에 기여	www.kics.or.kr	02-3453-5555
	한국광고 홍보학회	유종숙	광고홍보를 현대사회의 중요한 커뮤니케이션 도구로 인식하고 이에 관련된 사회학적 연구 및 소비자 교육을 통하여 건전한 광고문화를 창달함으로써 광고홍보와 사회와의 바람직한 관계를 형성·발전하는데 기여	www.kadpr.or.kr	010-4783-8100
	한국언론 정보학회	정연우	매체, 통신을 통한 커뮤니케이션 현상의 사회과학적 연구 및 교육을 수행하고, 국내외 관련 기관과의 교류 협력을 통하여 한국 커뮤니케이션 구조의 올바른 위상정립과 바람직한 정보화 사회의 발전에 기여	www.kacis.or.kr	02-392-4426
	한국방송 광고진흥공사	이원창	방송의 공공성 확보와 전파수익의 사회 환원을 위해 국민의 건전한 문화생활과 방송문화 발전 및 방송광고 진흥에 이바지	www.kobaco.co.kr	02-731-7114
	기 타	정보통신 정책연구원	김동욱	통신서비스 발전 및 시장의 공정경쟁 환경조성을 위한 정책을 연구	www.kisdi.re.kr
한국전자 통신연구원		김흥남	정보, 통신, 전자분야의 새로운 지식과 기술을 창조·개발·보급하고 전문인력을 양성하여 경제·사회발전에 기여	www.etri.re.kr	042-860-6114

IV

2012 방송영상독립제작사 실태조사 모집단 리스트

(2011년 12월 31일 기준)

상호명	장르	상호명	장르
(주)프로덕션 해오름	교양	(주)허브넷	다큐
(주)네오비전	교양	한얼미디어	교양
(주)투원미디어	교양	(주)에이포커뮤니케이션	교양
(주)미디어파크	교양	(주)포컴프로덕션	오락
(주)케니엔코엔터테인먼트	기타	한국디지털미디어푸로	다큐
(주)톱프로덕션	다큐	(주)한솔미디어센타	교양
(주)제삼비전	교양	EBADA.TV	다큐
(주)에이스미디어프로덕션	다큐	(주)시공미디어	다큐
(주)아르떼	교양	아이투아이	다큐
(주)이미지프로덕션	다큐	(주)월프레임	다큐
성보양행	만화	(주)이수영상	다큐
주식회사 티브이유니온	종합	Y-PRO	다큐
(주)한국방송제작단	종합	에스비전프로덕션	기타(교육)
선인이미지픽처스	만화	(주)인디유니온	다큐
(주)김종학프로덕션	드라마	(사)무지개세상	다큐
화이트라인	만화	(주)프로라인온티브이	다큐
(주)캐릭터플랜	애니	주식회사 온다컴	교양
(주)삼화네트웍스	드라마	(주)이김프로덕션	드라마
TCN프로덕션	교양	(주)에이스토리	드라마
좋은프로덕션(주)	교양	(주)미디어랑	교양 등
한국비주얼사이언스	만화	한국씨네텔	다큐
(주)에코이십일	다큐	애니프레임(주)	애
(주)제삼영상	만화	(주)드림빌엔터테인먼트	다큐
(주)TV매니아	교양	주식회사 봄프로덕션	교양
디지털이미이션	만화	윙프로덕션	교양
(주)아툰즈	만화	인디비전	다큐
(주)디케이미디어	다큐	이미지다큐	다큐
STOP	종합	영상시대	다큐
(주)제이에스픽처스	드라마	(주)윤스칼라	드라마
(주)코리아루트	다큐	(주)스튜디오난다	만화
TV메카프로덕션	종합	(주)상상예찬	교양

상호명	장르	상호명	장르
(주)KNN	교양	(주)와이티브이	오락
엠아이엔컴퍼니 주식회사	다큐	토이미디어	교양
(주)아이엠티브이	종합	타임프로덕션	다큐
(주)에스엔케이프로	종합	(주)초록뱀미디어	드라마
굿미디어	다큐	(주)평일기획	다큐 등
(주)유니크 미디어	교양, 다큐	(주)캐스트피아	다큐 등
(주)토마토프로덕션	교양, 다큐	주식회사비투이	다큐 등
(주)와이드프로	다큐, 종합	(주)제이투컴	다큐 등
(주)피그말리온	다큐	(주)미디어엔소사이어티	다큐 등
주식회사 델미디어	종합	(주)에인이엔엠	교양 등
제일미디어	다큐, 교양	미디어초이스	교양 등
(주)임코리아	다큐, 홍보	(주)미디어스페셜	기타
(주)이츠스토리	시사 등	(주)데자뷰미디어	예능
(주)비틀디자인	다큐	수미디어	드라마 등
대륙미디어	다큐 등	심프로덕션	오락 등
(주)리얼리티비전	다큐 등	(주)뉴컴	다큐
(주)팬엔터테인먼트	드라마	에펙미디어	다큐
DBS프로덕션	다큐	(주)피디박스크리에이션	광고 등
미디어코리아	교양	(주)나우리애드	광고 등
주식회사 바오밥	광고	채널5	교양 등
(주)인터내셔널미디어지니어스	교양	씨프로덕션	다큐 등
밀레21	레저	(주)제이에스애드컴	다큐 등
주식회사 디피에스	애니	참좋은영상	다큐 등
케이필름	홍보	(주)디지털코리아엠앤엠	광고 등
다큐코리아	다큐	디지털플러스(주)	교양 등
주식회사 센미디어	교양 등	아이유미디어	광고 등
동아방송예술대학	드라마	주식회사 김진혁공작소	다큐 등
어스커뮤니	다큐	고도커뮤니케이션	교양 등
(주)룩스커뮤니케이션	다큐	(주)유성기획	홍보 등
이오즈	다큐	(주)디지털에블루션	다큐 등
백프로덕션	다큐 등	주식회사 디오프로덕션	다큐
(주)대웅에듀미디어	다큐 등	대구엠비씨미디어(주)	홍보 등
포춘미디어	다큐	(주)PBC프로덕션	홍보 등
동서필름	기타	무호프로덕션	다큐 등
프로덕션봄	다큐	녹양프로덕션	홍보 등
신원현프로	교양	(유)와이낫커뮤니케이션	교양 등

상호명	장르	상호명	장르
미디어뷰	교양 등	고비 프로덕션	다큐
이스크라21	다큐	(주)에스아이미디어그룹	방송 등
(주)미디어독립	교양 등	한영씨엔텍	다큐
(주)티엔티프로덕션	교양 등	(주)울트라픽처스	홍보 등
미디어길	다큐	(주)프로덕션 리뷰	홍보 등
컴펜	애니	미디어커뮤니케이션	다큐 등
(주)그래피픽스	애니	(주)비플러스픽처스	교양 등
솔스튜디오	애니	퍼블리컴 주식회사	다큐 등
(주)프로덕션푸르메	다큐	(주)에드워드커뮤니케이션즈	홍보영상물
삼웅프로덕션	교양 등	주식회사 더문커뮤니케이션	다큐
(주)믹스미디어	다큐 등	채널나인	교양
타임커뮤니케이션	교양 등	케이시엠시프로덕션	다큐
로고스필름(주)	드라마	해피스토리	다큐
미디어케이션	드라마 등	(주)에스비엔프로덕션	홍보영상물
(주)네오테크놀러지	애니	에스앤프로덕션	다큐 등
버들영상프로덕션	다큐 등	환희영상기획	다큐
주식회사 온디지털	오락	(주)프로덕션박하사탕	교양
프로덕션 동맥	다큐 등	주식회사 토스트필름	홍보영상물
비비콤프로덕션	광고	(주)쓰리지프로덕션	홍보영상물
(주)한국방송미디어	광고 등	에이케이엔터테인먼트 주식회사	종합
(주)프로덕션모던	시사 등	(주)소울쓰리 미디어	다큐
프로라인 프로덕션	다큐 등	(주)싱컴	교양
(주)크리에이티브리더스 그룹에이트	드라마	주식회사 아이플래닛엔터테인먼트	다큐
과학문화콘텐츠센터	다큐 등	(주)트리니티시스템	교양
(주)이십일세기미디어웍스	다큐 등	설악영상사업단	홍보물
DIBYDO	애니	디티브이	홍보물
(주)아피아 스튜디오	교양 등	(주)이에스에스프로덕션	종합
윌픽처스	종합	세상기록	종합
(주)커뮤니케이션즈이안	홍보물	(주)세계속의한국	종합
(주)상상미디어	종합	스튜디오홀로리(주)	애니메이션
키키커뮤니케이션즈	홍보물	주식회사 미디어라인	교양
(주)유 프레임	종합	주식회사 무브팩토리	종합
(주)초록별미디어	홍보물	디 이템	다큐
(주)키네프로	교양	(주)한영씨엔텍	홍보물
(주)엠씨피이엔에프	홍보물	영상뉴스	종합
(주)빅스필름엔컴	홍보물	(주)게릴라미디어	종합

상호명	장르	상호명	장르
(주)화이트미디어	교양	주식회사 페퍼민트이엔티	종합
(주)아인픽처스	3D입체영상	(주)메이드인엔터	종합
티.비.시.엘(주)	애니메이션	(주)그린플러그	홍보물
주식회사 드림한스	애니메이션	주식회사 예인미디어	다큐
(주)유니원커뮤니케이션즈	교양	에이드미디어	다큐
(주)아시아채널	다큐	드라마하우스(주)	드라마
주식회사 호박미디어	종합	(주)금강오길비	홍보영상물
(주)대영빛결	종합	신영미디어	홍보영상물
(주)스카이픽처스	교양, 다큐	(주)문화미디어랩	홍보영상물
주식회사 미디어토스	교양	엠커뮤니케이션즈(주)	스포츠, 다큐
(주)씨니커뮤니케이션즈	교양, 다큐	(주)로이워크스	드라마
MJ미디어	종합	(주)에드맥스	홍보영상물
(주)트럼프미디어	종합	에스미디어	홍보영상물
파노라마비전	종합	대도영상프로덕션	홍보영상물
타임박스프로덕션(주)	드라마	(재)강원정보문화진흥원	애니, 교양
(주)채널포유	교양	파도TV	다큐, 홍보
주식회사 더블유엠씨이엔티	다큐	주식회사 콘텐츠삼점영	교양
엠오엠프로덕션	오락	(주)티브이넷	교양
(주)토마토미디어	다큐	(주)비주얼라이프가드	홍보물
상상필름주식회사	드라마	굿픽처스	다큐, 드라마
(주)인터콤어소시에이션 부산지점	홍보물	(주)달링프로덕션	홍보물
에드진프로덕션	오락	(주)엠비씨앤아이	드라마, 다큐
주식회사 얼반웍스미디어	오락	자작나무	홍보물
가온누리미디어	교양	(주)블루팬더미디어엔터테인먼트	종합
(주)헬스조선	교양	(주)현진씨네마	드라마
아이지엘미디어	교양	(주)타임플레이스	오락
(주)한솔미디어	교양	(주)뉴데이픽처스	교양
지아이비에스프로덕션(주)	교양	솔프로덕션	교양, 다큐
디멘션라인	교양	(주)씨티코어	다큐, 홍보물
콘텐츠스퀘어주식회사	외화	(주)크릭앤리버코리아	다큐
미디어월	교양	(주)다즐픽처스	홍보물
(주)투와이드컴퍼니	홍보물	주식회사 프레미투스	다큐
(주)태원엔터테인먼트	드라마	주식회사 드림채널	교양
(주)미디어프론트	애니	주식회사 팔도티브이	다큐
상상역프로덕션	교양	(주)레인트리미디어	교양
(주)문명과사람	홍보	(주)잉카커뮤니케이션즈	홍보

상호명	장르	상호명	장르
(주)파란미디어	예능	(주)인사이드비엔씨	홍보
HD센터코리아	홍보	(주)스토리필름	홍보
(주)온앤오프더커뮤니케이션	광고	제4TV	교양
주식회사 플레이온캐스트	다큐	주식회사 판테라픽처스	홍보
마당프로덕션	홍보	주식회사 씨엠네트웍스	홍보
(주)인디펜던스	광고	(주)선진종합예술	드라마
(주)카프프러덕션	홍보	(주)박앤박미디어	교양
(주)와이비엔미디어플러스	교양	멘토미디어	홍보
(주)광고방	다큐	케이	홍보
(주)나노디자인그룹	홍보	지토파밀리 주식회사	교양
4U미디어	다큐	(주)크레이지버드스튜디오	애니
하이하버프로덕션	교양	블루엔트리주식회사	교양
(주)아이피지박스	다큐	씨디케이프로덕션	오락
(주)티엔티크리에이티브	홍보물	미디어오즈	홍보물
피디클럽	교양, 다큐	(주)블루라이노픽처스	다큐
주식회사 비엠비	홍보물	(주)세진콘텐츠리	다큐
(주)락이엔티	드라마	(주)표미디어	교양
(주)프리즘팩토리	교양	주식회사올댓스토리	종합
주식회사 늘봄프로덕션	다큐	블록	다큐
(주)프레임미디어	홍보물	(주)타임스토리그룹	드라마
(주)골디락스스튜디오	애니	(주)사과나무픽처스	드라마
메이트미디어	교양, 다큐	주식회사 에스에스디	드라마
일 커뮤니케이션즈	홍보물	(주)화앤담픽처스	드라마
(주)중앙비전	홍보물	주식회사 나인플래너스	다큐
(주)래몽래인	드라마	주식회사 그린파파야패밀리	드라마
(주)은석필름	드라마	(주)편집마을	종합
주식회사 플렉앤플레이어	다큐	주식회사 알포픽처스	다큐
글로벌픽처스	홍보물	(주)네오픽처스	다큐
아이디노	홍보물	사단법인 한국장애인인권포럼	교양
주식회사 툰집	애니	기린픽처스	드라마
미디어 아시아	다큐	아트랜티스	다큐
픽스미디어	홍보물	주식회사 디엠지티브이	교양
주식회사 트리니티 이앤에스	다큐	(주)미디어소풍	다큐
맑음미디어	교양	케이피커뮤니케이션 주식회사	종합
코리아다큐	홍보물	주식회사 브로드스톡	드라마
주식회사 채티비	교양	비상미디어	교양

상호명	장르	상호명	장르
(주)코리아글로벌미디어그룹살롱	드라마	TEN MEDIA	오락
VISUALFACTORY	다큐	주식회사 티비미학	다큐
(주)피플데일리	오락	주식회사 피앤브로	교양
SCUBA-TV	다큐	주식회사 이노스토리	교양
한피티	홍보물	(주)미디어트앤컴	다큐
골드미디어	다큐	(주)케이팩스	드라마
오미디어	다큐	(주)굿스토리	드라마
(주)앤미디어	교양	아이다큐	교양
맥스웍	교양	(재)불교방송	교양
주식회사 클롱	다큐	주식회사 라움채널	다큐
(주)이큐브미디어	홍보	주식회사 와이जू크리에이티브	드라마
(주)아시아홀터엔터테인먼트	다큐	미디어 수	교양
(주)미디어플러스	교양	주식회사 엑스커뮤니케이션	홍보
미디어21	홍보	(주)투비파트너스	다큐
(주)동성프로덕션	홍보	미디어J	다큐
주식회사 에그박스	다큐	비주테크	교양
주식회사 피카소	교양	바닐라 프로덕션	드라마
주식회사 모가아이티	홍보	(주)솔강	다큐
경기영상	홍보	주식회사 황금소나무	드라마
주식회사 브로스앤미디어	교양	주식회사 몽고나무	3D입체영상
민프로덕션	다큐	주식회사 소프트하우스	홍보
하나미디어	홍보	주식회사 스토리큐브	교양
블룸엔터테인먼트(주)	드라마	쿨프로덕션	다큐
다큐비전	다큐	(주)빅아이엔터테인먼트	3D입체영상
(주)팀픽처스	교양	(주)삼스미디어	교양
(주)넥스트비주얼스튜디오	드라마	(주)아트플러스엠	애니, 다큐
그림공작소	예능	(주)스푸키아일랜드	다큐, 예능
(주)씨네텍커뮤니케이션즈	다큐	(주)케이엔제이미디어	홍보
주식회사 눈썰달픽처스	드라마	(주)해피투게더비엔비	드라마
(주)미디어트리엔터테인먼트	예능	텐프로덕션	교양, 오락
리프로덕션	홍보	자니브로스(주)	홍보
(주)미코필름	다큐	에이피미디어 주식회사	애니
수필름	홍보	미디어캐슬	홍보물
리더스콘텐츠컴퍼니(주)	드라마	(주)비전프로덕션	오락
주식회사 인디스토리	드라마	(재)한국산업기술미디어문화재단	홍보물
(주)오렌지나인	다큐	(주)한국기록문화연구소	다큐

상호명	장르	상호명	장르
사단법인 한국자연다큐멘터리제작자협회	다큐	SJ Pictures (에스제이픽처스)	다큐
주식회사 필름놀	교양	예씨네	드라마
채널비전	교양	Y.R.B 커뮤니티	홍보물
리얼스쿠프(주)	교양	(주)네모비전	홍보물
곰미디어	교양	(주)엑스원프로덕션	홍보물
(주)박스미디어	예능	단군픽처스 주식회사	다큐
(주)지엑스	드라마	디채널	홍보
(주)비온드미디어	다큐	팔도티비	다큐
하비프로덕션	교육	(주)신스토리	홍보
주식회사 에이트웍스	교양	에이치프로덕션	홍보
씨알미디어(주)	교양	올댓미디어	교양
아이리스	애니, 입체영상	엠아이 주식회사	드라마
주식회사 유니온엔터테인먼트	드라마	(주)에스엔알미디어	다큐
주식회사 와이티비미디어	다큐, 교양	에스엠제이 코리아	교양
타일씨엔피(주)	드라마	주식회사 엠미디어웍스	홍보
(주)일자리방송	교양	메타포	교양, 홍보
데일리픽처스	홍보	(주)피디플래닛	다큐
빅컴	교양	주식회사 대교씨엔에스	교양
주식회사 에이나인미디어	예능	(주)아이디어피크닉	애니
주식회사 이모션	홍보물	편미디어	교양
(주)엔디클릭	홍보물	가온플래닛 주식회사	다큐
한국문화관광콘텐츠개발(주)	홍보물	(주)애드엔피플	홍보
충청미디어	다큐	주식회사 제로플러스	드라마
(주)에스티엔	홍보물	피디픽처스	다큐, 홍보
(주)시리우스미디어	다큐	(주)에이치앤코	다큐, 홍보
주식회사 서울미디어	홍보물	(주)큰물고기미디어	다큐
주식회사 프레임	다큐	타임라인픽처스	다큐
유한회사 커튼클제작단	드라마	(주)에스에프스튜디오	애니
주식회사 버추얼스툼	다큐	주식회사 피엠지커뮤니케이션	교양
(주)화수분미디어	교양	미토미디어	다큐
(주)디브이씨픽처스	드라마, 다큐	씨앤씨미디어	교양
(주)아시아컨텐츠센터코리아	드라마	(주)미디어화	교양
주식회사 제이디픽처스	다큐	(주)메이콘텐츠	드라마
주식회사 지앤지엔터테인먼트	애니	(주)씨티에스네트워크	교양
(주)아이코닉스엔터테인먼트	애니	와우미디어	교양
(주)스튜디오게일	애니	주식회사 창개구리미디어	교양

상호명	장르	상호명	장르
(주)미디어오비에스	다큐, 오락 등	주식회사 기독교 IPTV	교양
상록영상(주)	교양	주식회사 레드로버	애니
(주)스튜디오카브	애니	SUM	다큐
(주)아이넷프로덕션	오락	주식회사 브랜드스토리	드라마
현대방송광고	교양	로드투씨네마	드라마
테크썬	드라마	주식회사 보만필름	다큐
(주)르브레터	드라마	주식회사 광장이엔티	교양
(주)동아영상프로덕션	다큐	(주)마운틴 픽처스	드라마
(주)케이엠에이치	다큐	폭스벤처스코리아 유한회사	다큐
(주)커튼미디어	드라마	(주)와이에이치드림엔테크	드라마
주식회사 아일랜드팩토리	다큐	파이란바다	다큐
주식회사 디지털로미디어	다큐	DocuNamu(다큐나무)	다큐
뷰티브이 주식회사	교양	(주)드라마드림엔터테인먼트	예능
미디어 하얀소	다큐	(주)크리에이티브그룹 다다	드라마
JLEE 미디어(제이리미디어)	교양	한국에이치디방송(주)	다큐
(주)브레인미디어	교양	(주)미디어쿵	다큐
(주)아이에이치큐	드라마	(주)이데일리티브이	교양
시네마플랫폼	드라마	(주)탭미디어	드라마
주식회사 타이쿰티브이	다큐	모티브크루	다큐
주식회사 아주뉴스코퍼레이션	다큐	(주)서울인디즈	교양
주식회사 삼원크리에이티브	교양	도너츠엔터테인먼트	교양
(주)에스피미디어넷	교양	(주)금강오길비 부산	다큐
주식회사 이야기삼육오	드라마	비즈커뮤니케이션	교양
주식회사 세광미디어	교양	주식회사 한국독립피디네트워크	교양
아이박스 미디어	다큐	(주)다큐멘테크	다큐
알펜코리아	다큐	굿무비프로덕션	다큐
복미디어	다큐	(주)엠큐빅	애니
주식회사 한국청소년방송	교양	(주)부즈클럽	애니
주식회사 디디션엔터	오락	주식회사 제이미디어플러스	교양
주식회사 미디어스토리나인	다큐	(주)베르디미디어	드라마
프로덕션 공방	다큐	주식회사 채널프렌즈	다큐
비스컴	다큐	I. P. S	홍보물
온(ON)프로덕션	다큐	중앙방송주식회사(J골프)	스포츠
미디어포유	교양	주식회사 프라임네트웍스	교양
주식회사 이스트스카이필름	드라마	(주)올댓콘텐츠	교양
이피에이치 커뮤니케이션즈(주)	오락	(주)씨케이넷	다큐

상호명	장르	상호명	장르
해바리기 프로덕션	다큐	CnQ미디어	교양, 다큐
(주)오피스하라	드라마	(주)유로티브이 (육아방송)	교양
(주)위놉스	교양	윈 프로덕션	다큐
비에마로	다큐	(주)소프트라인	드라마
쿠키미디어(주) (쿠키TV)	정보	(주)에이브이에이엔터테인먼트	다큐
(주)푸드티비 (FOOD TV)	교양	(주)엘리슨	드라마
주식회사 놀티비 (NOLL TV)	교양	크레아웍스(주)	드라마
주식회사 제이콘텐츠리	교양	더스토리웍스(주)	드라마
늘푸른 미디어	교양	주식회사 엠엔비서울	교양
쓰리디엔터테인먼트 주식회사	다큐	동서대학교산학협력단	다큐
영성미디어(주)	교양	쟁이엔터테인먼트	교양, 다큐
주식회사 미디어천지인	교양	미디어 끈	교양
(주)삼죽오	교양	영화사 와몽	드라마
(주)스타아이프로덕션	교양	화이트필름	다큐
주식회사굿픽처스	교양	주식회사 온에어미디어	교양
대구미디어	다큐	주식회사 미디어앤	오락
(주)환경티비	다큐	아침해놀이	다큐
(주)해피스토리미디어	다큐	주식회사 아쿠아픽처스	다큐
상호명	장르	상호명	장르
살롬미디어	교양	스튜디오더블유바바 주식회사	오락
(주)나무새	다큐	(주)올리브스튜디오	오락
모픽	다큐	주식회사 에이치비엔터테인먼트	드라마
(주)에프앤씨미디어	예능, 교양	(주)프로섬	다큐
코리아넷티브이 주식회사	다큐	프로덕션 월	다큐
(주)아폴로픽처스	드라마	디엠스튜디오	다큐
케이앤에스미디어(K&S)	다큐	투썸필름즈	다큐
(주)제이미디어커뮤니케이션	다큐	스토리나무	교양
(주)스타우스엔터테인먼트	드라마	씨앤더블유원 주식회사	예능
봄, 저너머미디어	다큐	JH COMPANY	드라마
주식회사 리키필름	다큐	오보이프로젝트 주식회사	드라마
(주)퓨처원	드라마	우노비전	다큐
(주)박스무비	애니	와인미디어	교양