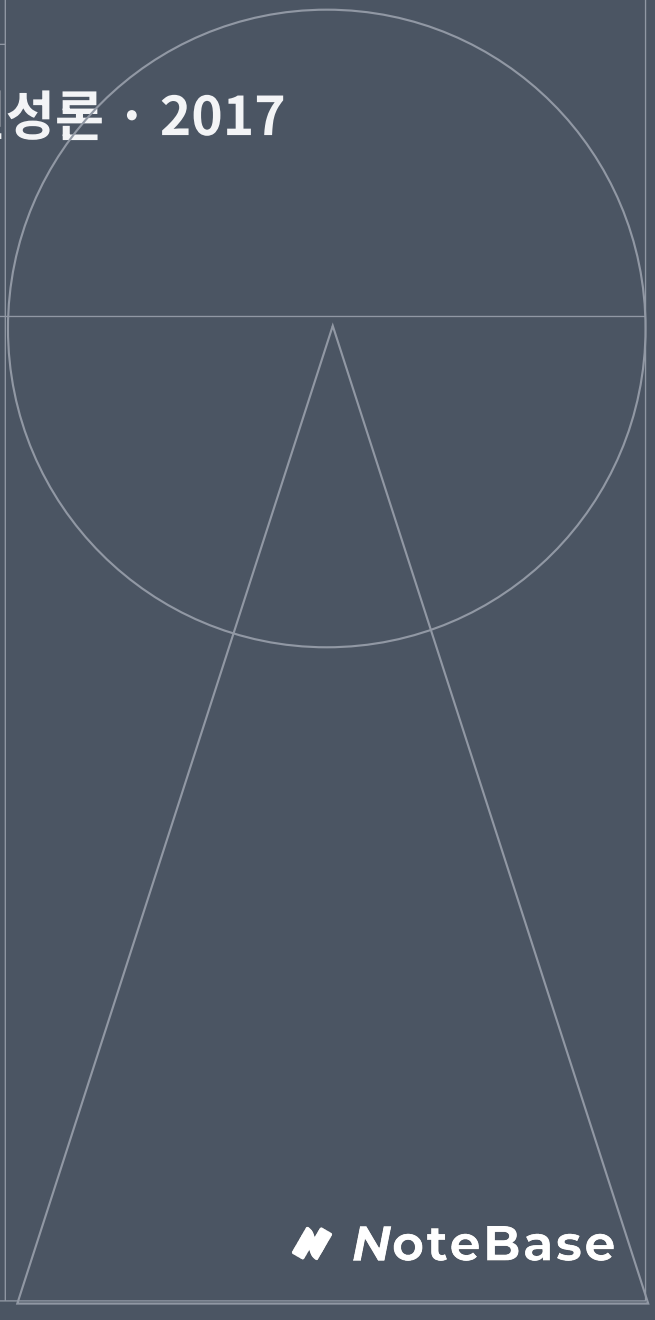
기출OX 해설집

공무원/국회직/9급 · 방송편성론 · 2017



NoteBase

기출OX 해설집

공무원/국회직/9급 · 방송편성론 · 2017

공무원/국회직/9급 · 방송편성론 · 2017

1. 「방송법」 시행령을 기준으로 할 때 케이블SO의 의무전송채널이 아닌 것은?

   ① 공공채널
   ② 홈쇼핑채널
   ③ 보도전문채널
   ④ 종교채널
   ⑤ 지역채널

정답 2번

쟁점

이 문제는 종합유선방송사업자(SO)가 채널 구성·운용 과정에서 반드시 포함하거나 운용해야 하는 채널을 구별하는 문제이다. 핵심은 법령상 의무채널과 사업자가 선택하여 송출할 수 있는 채널을 구분하는 것이다.

용어 풀이

SO = 일정한 방송구역에서 케이블망을 통해 여러 방송채널을 가입자에게 제공하는 종합유선방송사업자이다.
의무전송채널 = 법령에 따라 SO가 채널 구성에 반드시 포함하거나 직접 운용해야 하는 채널이다.

핵심 구분

현행 「방송법 시행령」 제53조제1항제2호다목은 종합유선방송사업자가 보도전문편성 채널을 2개 이상 포함하도록 하고, 제54조제1항은 공공채널과 종교채널을 각각 3개 이상 두도록 하며, 제55조제1항은 1개의 지역채널을 운용하도록 한다. 반면 홈쇼핑채널은 법령상 승인을 받아 운영하는 방송채널사용사업에 해당하지만, 이 조항들이 정한 SO의 의무전송채널에는 포함되지 않는다.

NoteBase

선지별 해설

① O
공공채널은 종합유선방송사업자가 의무적으로 두어야 하는 채널이다. 시행령 제54조제1항에 따라 공공채널을 텔레비전방송 채널로 3개 이상 두어야 한다.

② X
홈쇼핑채널은 SO의 법정 의무전송채널이 아니다.
틀린 표현: 홈쇼핑채널이 의무전송채널이라는 부분
올바른 표현: 홈쇼핑채널은 승인 대상인 상품소개·판매 전문편성 채널이지만, SO가 반드시 전송해야 하는 채널로 규정되어 있지는 않다.

③ O
보도전문채널은 의무적으로 포함해야 한다. 시행령 제53조제1항제2호다목에 따라 승인받은 보도전문편성 채널을 2개 이상 포함해야 한다.

④ O
종교채널은 종합유선방송사업자가 의무적으로 두어야 하는 채널이다. 시행령 제54조제1항에 따라 종교채널을 텔레비전방송 채널로 3개 이상 두어야 하며, 특정 종교의 채널만으로 구성해서는 안 된다.

⑤ O
지역채널은 SO가 직접 운용해야 하는 의무채널이다. 시행령 제55조제1항에 따라 1개의 텔레비전방송 채널을 지역채널로 운용해야 한다.

오답 포인트

홈쇼핑채널도 승인을 받아야 하므로 의무전송채널이라고 오인하기 쉽다. 그러나 채널사업을 하기 위한 승인과 SO가 그 채널을 반드시 편성·전송해야 하는 의무는 서로 다른 규제이다.

다시 나오면 이렇게 판단

채널의 인지도나 승인 여부가 아니라 법령에 '포함할 것', '두어야 한다', '운용하여야 한다'라고 규정되어 있는지를 확인한다. 보도전문·공공·종교·지역채널은 이 의무 표현이 있지만 홈쇼핑채널에는 없다.

암기 포인트

SO 의무채널은 '보도·공공·종교·지역', 홈쇼핑은 제외이다.

NoteBase

2. 시청 습관 형성을 목적으로 방송사가 사용하는 편성 전략은?

① 줄띠 편성(stripping)
② 스턴트 편성(stunt programming)
③ 대형 프로그램 편성(blockbuster programming)
④ 대체 편성(alternative programming)
⑤ 끼워넣기 편성(hammocking)

정답 1번

출제 포인트

시청 습관을 형성하려는 편성 전략과 일시적으로 시청자를 끌어들이거나 프로그램 간 시청 흐름을 조정하는 전략을 구별하는 문제이다.

핵심 개념

줄띠 편성(stripping): 같은 프로그램이나 같은 유형의 프로그램을 매일 같은 시간대에 반복 배치하여 규칙적인 시청 습관을 형성하는 전략이다.
스턴트 편성(stunt programming): 특별 행사나 이례적인 프로그램을 편성하여 단기간에 관심과 시청자를 집중시키는 전략이다.
대형 프로그램 편성(blockbuster programming): 제작비·인지도·화제성이 큰 프로그램을 핵심 시간대에 배치하여 많은 시청자를 끌어들이는 전략이다.
대체 편성(alternative programming): 경쟁 방송사와 다른 유형의 프로그램을 같은 시간대에 배치하여 다른 시청자층을 공략하는 전략이다.
끼워넣기 편성(hammocking): 새 프로그램이나 상대적으로 약한 프로그램을 인기 프로그램 두 편 사이에 배치하여 앞뒤 프로그램의 시청 흐름을 이어받게 하는 전략이다.

NoteBase

선지별 해설

① O — 줄띠 편성은 같은 프로그램 또는 같은 유형을 매일 같은 시간대에 되풀이해 시청자가 정해진 시간에 자연스럽게 시청하도록 만든다. 따라서 시청 습관 형성이 직접적인 목적이다.
② X — 틀린 부분은 시청 습관 형성을 스턴트 편성의 목적으로 본 것이다. 올바르게는 스턴트 편성은 특별하고 이례적인 프로그램이나 행사를 통해 단기간에 시청자의 관심을 집중시키는 전략이다.
③ X — 틀린 부분은 시청 습관 형성을 대형 프로그램 편성의 목적으로 본 것이다. 올바르게는 대형 프로그램 편성은 제작비·인지도·화제성이 큰 프로그램을 배치하여 대규모 시청자를 끌어들이는 전략이다.
④ X — 틀린 부분은 시청 습관 형성을 대체 편성의 목적으로 본 것이다. 올바르게는 대체 편성은 경쟁 방송사와 다른 장르나 유형의 프로그램을 편성하여 경쟁 프로그램의 비목표 시청자층을 공략하는 전략이다.
⑤ X — 틀린 부분은 시청 습관 형성을 끼워넣기 편성의 목적으로 본 것이다. 올바르게는 끼워넣기 편성은 새 프로그램이나 약한 프로그램을 강한 프로그램 두 편 사이에 놓아 앞뒤 프로그램의 시청자를 이어받게 하는 전략이다.

오답 포인트

모든 전략이 시청률 확보를 지향한다는 공통점 때문에 목적을 혼동하기 쉽다. 이 문항의 핵심 표현은 '시청 습관 형성'이며, 특별 편성·대형 콘텐츠·경쟁사와의 차별화·인기 프로그램 사이 배치가 아니라 같은 시간대의 규칙적 반복과 연결된다.

다시 나오면 이렇게 판단

목적과 배치 형태를 함께 본다. '매일 같은 시간대의 반복·습관'이면 줄띠 편성, '특별 행사·일시적 관심'이면 스턴트 편성, '대작으로 대규모 시청자 유인'이면 대형 프로그램 편성, '경쟁사와 다른 장르'이면 대체 편성, '강한 프로그램 두 편 사이'이면 끼워넣기 편성으로 판단한다.

암기 포인트

줄띠는 같은 시간의 반복, 스턴트는 특별 이벤트, 대형은 대작, 대체는 경쟁사와 차별화, 끼워넣기는 강한 프로그램 사이이다.

NoteBase

3. 종합편성 방송사업자는 방송 프로그램 편성을 함에 있어서 보도, 교양, 오락이 상호조화를 이루도록 해야 한다.「방송법」 시행령에 제시된 오락 프로그램의 최대 편성비율은?

① 40%
② 45%
③ 50%
④ 55%
⑤ 60%

정답 3번

쟁점

이 문제는 종합편성 방송사업자가 편성할 수 있는 오락 프로그램의 최대 비율에 관한 문제이다. 핵심은 문항에 적용되는 개정 전 「방송법 시행령」의 상한인 50%를 찾는 것이다.

용어 풀이

종합편성은 보도·교양·오락 등 여러 분야의 방송프로그램을 함께 편성하는 방식이다. 최대 편성비율은 해당 비율을 넘을 수 없다는 상한을 뜻한다.

핵심 구분

문항의 정답 기준인 2021년 7월 1일 시행 개정 전 「방송법 시행령」 제50조제1항에서는 오락 프로그램을 매월 전체 방송시간의 50% 이하로 편성하도록 하였다. 따라서 이 문항의 최대 편성비율은 50%이다. 다만 2021년 개정으로 현행 규정은 텔레비전·라디오 오락 프로그램의 상한을 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 60% 이하로 변경하였다.

NoteBase

선지별 해설

① X
- 40%는 문항에 적용되는 개정 전 시행령의 오락 프로그램 편성 상한인 50%보다 낮다.
- 틀린 표현: 40%
- 올바른 표현: 50%

② X
- 45%는 법정 최대 비율이 아니다. 문항의 기준에서는 오락 프로그램을 50% 이하로 편성할 수 있다.
- 틀린 표현: 45%
- 올바른 표현: 50%

③ O
- 문항에 적용되는 개정 전 시행령은 오락 프로그램의 최대 편성비율을 매월 전체 방송시간의 50%로 정하였다.

④ X
- 55%는 문항의 기준인 50% 상한을 5%포인트 초과한다.
- 틀린 표현: 55%
- 올바른 표현: 50%

⑤ X
- 문항의 출제 기준에서는 60%가 아니라 50%가 상한이므로 정답이 아니다. 60%는 2021년 7월 1일부터 시행된 개정 규정의 현행 상한이다.
- 틀린 표현: 60%
- 올바른 표현: 이 문항의 개정 전 기준은 50%이다.

오답 포인트

⑤의 60%는 현행 규정의 수치이지만 이 문항의 정답 기준은 개정 전 규정의 50%이다. 또한 '최대'라는 표현을 놓치고 상한보다 낮은 40%나 45%를 고르면 안 된다.

다시 나오면 이렇게 판단

법령상 비율 문제는 먼저 적용 시점과 '이상·이하' 방향을 확인한다. 이 문항처럼 개정 전 기준을 묻는 경우에는 오락 프로그램의 상한을 50%로 판단하고, 현행 기준을 묻는 경우에는 매반기 60% 이하로 판단한다.

암기 포인트

오락 편성 상한은 개정 전 '매월 50%', 현행 '매반기 60%'이다.

NoteBase

4. 한국방송광고진흥공사(KOBACO)는 방송광고를 판매하기 위해 시간대를 시청률에 따라 SA, A, B, C 급으로 구분하여 기본요금을 책정하고 있다. 평일의 경우 텔레비전의 SA급은 어느 시간대인가?

① 19시 - 23시
② 19시 - 23시 30분
③ 19시 30분 - 23시
④ 20시 - 23시 30분
⑤ 20시 - 24시

정답 5번

출제 포인트

KOBACO의 텔레비전 방송광고 시급 구분에서 평일 SA급 시간대를 정확히 아는지를 묻는 문제이다.

핵심 개념

SA급은 시청률이 가장 높은 핵심 시간대에 적용되는 최상위 광고 시급이다. 이 문항의 기준에서 평일 텔레비전 SA급 시간대는 20시부터 24시까지이다.

선지별 해설

① X
19시~23시는 시작 시각과 종료 시각이 모두 틀리다. 평일 SA급은 20시~24시이다.

② X
19시~23시 30분은 시작 시각과 종료 시각이 모두 틀리다. 평일 SA급은 20시~24시이다.

③ X
19시 30분~23시는 시작 시각과 종료 시각이 모두 틀리다. 평일 SA급은 20시~24시이다.

④ X
20시는 맞지만 종료 시각인 23시 30분이 틀리다. 종료 시각을 24시로 고치면 20시~24시가 된다.

⑤ O
20시~24시는 평일 텔레비전 SA급 시간대와 일치한다.

NoteBase

오답 포인트

선지들이 시작 시각을 19시, 19시 30분, 20시로 바꾸고 종료 시각을 23시, 23시 30분, 24시로 조금씩 달리 제시한다. 특히 ④는 시작 시각이 맞아 보이지만 종료 시각이 30분 짧다는 점이 함정이다.

다시 나오면 이렇게 판단

평일 SA급의 시작 시각 20시와 종료 시각 24시를 각각 확인한다. 두 경계 시각이 모두 일치하는 선지만 정답으로 판단한다.

암기 포인트

평일 TV SA급은 20시~24시이다.

NoteBase

5. 케이블방송이나 위성방송의 전문편성채널 사용사업자는 매월 해당 전문 분야의 프로그램을 전체 방송 시간의 몇 % 이상 편성해야 하는가?

① 50%
② 60%
③ 70%
④ 80%
⑤ 90%

정답 4번

쟁점

이 문제는 전문편성을 하는 방송채널사용사업자가 주된 방송분야의 프로그램을 편성해야 하는 최소 비율에 관한 문제이다. 핵심은 방송채널사용사업자와 종합유선방송사업자·위성방송사업자의 기준을 구별하는 것이다.

용어 풀이

전문편성은 특정 방송분야의 프로그램을 전문적으로 편성하는 것을 말한다. 방송채널사용사업자는 방송채널을 사용하여 방송프로그램을 제공하는 사업자이며, 케이블이나 위성의 전송망을 운영하는 종합유선방송사업자·위성방송사업자와 구별된다.

핵심 구분

이 문항이 전제한 개정 전 「방송법 시행령」 제50조 제4항 제1호에 따르면 주된 방송분야 프로그램의 월간 최소 편성비율은 지상파방송사업자 60%, 종합유선방송사업자·위성방송사업자 70%, 방송채널사용사업자 80%였다. 따라서 방송채널사용사업자의 기준은 80%이다. 다만 2021년 4월 30일 개정으로 방송채널사용사업자의 기준은 매반기 전체 방송시간의 70% 이상으로 변경되었다.

NoteBase

선지별 해설

① X — 50%는 이 문항이 전제한 방송채널사용사업자의 최소 편성비율이 아니다. 틀린 표현: 50% → 올바른 표현: 80%이다.
② X — 60%는 개정 전 지상파방송사업자의 기준이므로 방송채널사용사업자에게 적용할 수 없다. 틀린 표현: 60% → 올바른 표현: 80%이다.
③ X — 70%는 개정 전 종합유선방송사업자·위성방송사업자의 기준이지 방송채널사용사업자의 기준이 아니다. 틀린 표현: 70% → 이 문항의 개정 전 기준에서는 80%이다. 현행 기준에서는 방송채널사용사업자도 매반기 70% 이상이다.
④ O — 개정 전 방송채널사용사업자는 주된 방송분야의 프로그램을 매월 전체 방송시간의 80% 이상 편성해야 했으므로 옳다.
⑤ X — 90%는 법정 최소 편성비율보다 높다. 틀린 표현: 90% → 올바른 표현: 80%이다.

오답 포인트

‘케이블방송이나 위성방송’이라는 표현만 보고 종합유선방송사업자·위성방송사업자의 70% 기준을 고르면 틀린다. 이 문항의 대상은 채널을 통해 프로그램을 공급하는 방송채널사용사업자이며, 개정 전 기준은 80%였다. 또한 현행 기준과 개정 전 기출 기준을 혼동하지 않아야 한다.

다시 나오면 이렇게 판단

먼저 문제의 주체가 전송망을 운영하는 종합유선방송사업자·위성방송사업자인지, 채널에 프로그램을 공급하는 방송채널사용사업자인지 확인한다. 이어 ‘매월’이라는 문구가 있으면 개정 전 규정에 따른 기출인지 살피고, 개정 전 방송채널사용사업자는 80%, 현행 방송채널사용사업자는 매반기 70%로 구분한다.

암기 포인트

개정 전 전문편성 비율은 지상파 60, 케이블·위성 70, 채널사용사업자 80이며, 현행 채널사용사업자는 매반기 70이다.

NoteBase

6. 외주제작 활성화를 위해 「방송법」 제72조 제1항 및 「방송법」 시행령 제58조 제1항에서는 방송통신위원회가 지상파 방송사의 매반기 전체 방송시간의 ( )% 이내에서 외주 비율을 고시할 수 있다고 규정하고 있다. ( )안에 들어갈 비율은?

① 30 ② 35 ③ 40 ④ 45 ⑤ 50

정답 2번

쟁점

이 문제는 외주제작 방송프로그램의 편성 비율에 관한 문제이다. 핵심은 방송통신위원회가 지상파 방송사의 전체 방송시간을 기준으로 외주 비율을 고시할 수 있는 법정 상한을 아는 것이다.

용어 풀이

외주제작 방송프로그램은 국내에서 해당 방송사업자가 아닌 자가 제작한 방송프로그램을 말한다. 현행 규정은 해당 방송사업자나 그 특수관계자가 아닌 자가 제작한 순수외주제작 방송프로그램을 기준으로 한다.

핵심 구분

「방송법」 제72조 제1항은 외주제작 방송프로그램을 일정 비율 이상 편성하도록 하고, 구체적인 범위는 대통령령에 위임한다. 「방송법 시행령」 제58조 제1항은 해당 채널의 매반기 전체 텔레비전방송시간의 100분의 35 이내에서 방송미디어통신위원회가 편성 비율을 정하여 고시하도록 규정한다. 따라서 빈칸에는 35가 들어간다. 여기서 35%는 실제로 모든 사업자에게 동일하게 적용되는 편성 비율이 아니라, 위원회가 고시할 수 있는 비율의 상한이다.

NoteBase

선지별 해설

① X
- 30%는 시행령이 정한 고시 가능 범위의 상한이 아니다.
- 틀린 표현: 30% 이내
- 올바른 표현: 35% 이내

② O
- 「방송법 시행령」 제58조 제1항은 외주 비율을 전체 텔레비전방송시간의 35% 이내에서 정하여 고시하도록 한다.

③ X
- 40%는 현행 시행령이 정한 상한 35%보다 5%p 높다.
- 틀린 표현: 40% 이내
- 올바른 표현: 35% 이내

④ X
- 45%는 시행령상 고시 가능 상한이 아니다.
- 틀린 표현: 45% 이내
- 올바른 표현: 35% 이내

⑤ X
- 50%는 시행령상 고시 가능 상한이 아니다.
- 틀린 표현: 50% 이내
- 올바른 표현: 35% 이내

오답 포인트

과거 규정의 40%와 현행 규정의 35%를 혼동하거나, 시행령의 35%를 실제 고시 비율 자체로 오해하기 쉽다. 문항은 개별 방송사의 구체적인 의무 비율이 아니라 위원회가 고시할 수 있는 범위의 상한을 묻는다.

다시 나오면 이렇게 판단

외주제작 편성 비율 문제에서는 먼저 전체 방송시간인지 주시청시간대인지 구분하고, 그다음 시행령의 고시 가능 상한과 실제 고시된 편성 비율을 구별한다. 전체 텔레비전방송시간을 기준으로 한 시행령상 상한은 35%이다.

암기 포인트

외주 전체 방송시간 상한은 35%이다.

NoteBase

7. 우리나라 「방송법」에 근거해 규제를 받지 않는 채널은?

① 지상파채널
② 보도PP
③ 케이블SO
④ 홈쇼핑채널
⑤ IPTV

정답 5번

쟁점

이 문제는 방송 서비스별 규율 법률을 구별하는 문제이다. 핵심은
지상파방송·종합유선방송·방송채널사용사업과 IPTV의 법적 근거가 서로 다르다는 점이다.

용어 풀이

PP(Program Provider)는 특정 채널을 사용하여 방송프로그램을 편성·공급하는 방송채널사용사업자이다.
SO(System Operator)는 종합유선방송국과 전송·선로설비를 관리·운영하여 케이블방송을 제공하는 종합유선방송사업자이다. IPTV는 인터넷 프로토콜 방식으로 실시간 방송프로그램 등을 제공하는 인터넷 멀티미디어 방송이다.

핵심 구분

「방송법」 제2조는 지상파방송사업, 종합유선방송사업, 위성방송사업, 방송채널사용사업 등을 방송사업으로 규정한다. 반면 IPTV 제공사업은 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」에 근거하여 허가와 규제를 받는다.
홈쇼핑채널은 상품소개와 판매를 전문으로 편성하는 방송채널사용사업이므로 「방송법」의 규율 대상이다.

NoteBase

선지별 해설

① X
- 지상파채널은 지상파방송사업자가 운영하는 채널로서 「방송법」상 방송사업의 규율 대상이다.
- 틀린 판단: 지상파채널은 「방송법」에 근거해 규제를 받지 않는다.
- 올바른 표현: 지상파채널은 「방송법」에 근거해 규제를 받는다.

② X
- 보도PP는 보도를 전문으로 편성하는 방송채널사용사업자이므로 「방송법」상 승인과 관련 규제를 받는다.
- 틀린 판단: 보도PP는 「방송법」에 근거해 규제를 받지 않는다.
- 올바른 표현: 보도PP는 「방송법」에 근거해 규제를 받는다.

③ X
- 케이블SO는 종합유선방송사업자이며 「방송법」이 정한 방송사업자에 해당한다.
- 틀린 판단: 케이블SO는 「방송법」에 근거해 규제를 받지 않는다.
- 올바른 표현: 케이블SO는 「방송법」에 근거해 규제를 받는다.

④ X
- 홈쇼핑채널은 상품소개와 판매를 전문으로 편성하는 방송채널사용사업에 해당하므로 「방송법」의 규율 대상이다.
- 틀린 판단: 홈쇼핑채널은 「방송법」에 근거해 규제를 받지 않는다.
- 올바른 표현: 홈쇼핑채널은 「방송법」에 근거해 규제를 받는다.

⑤ O
- IPTV 제공사업은 「방송법」이 아니라 별도의 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」에 근거하여 허가와 규제를 받으므로 문제의 조건에 해당한다.

오답 포인트

IPTV도 방송프로그램을 제공한다는 이유만으로 곧바로 「방송법」의 직접 규율 대상이라고 판단하기 쉽다. 이 문제의 함정은 서비스의 기능이 아니라 규율 근거 법률을 묻는 데 있다.

다시 나오면 이렇게 판단

지상파·SO·PP는 「방송법」의 사업자 분류에 연결하고, 인터넷 프로토콜 기반 IPTV 제공사업은 별도의 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」에 연결하여 판단한다.

암기 포인트

지상파·SO·PP·홈쇼핑은 방송법, IPTV는 인터넷방송법이다.

NoteBase

8. 우리나라 방송편성의 역사에 대해 기술한 내용으로 옳지 않은 것은?

① 1961년 국영 텔레비전방송 KBS-TV가 개국했다.
② 우리나라 땅에서 최초로 시작한 텔레비전 방송국은 HLKZ-TV다.
③ 경성방송국은 일본이 우리나라 사람들의 정보와 문화욕구를 충족시키기 위해 설립한 라디오 방송국이다.
④ 1980년 언론 통폐합으로 우리나라 TV 방송은 공·민영 혼합체제에서 공영체제로 전환되었다.
⑤ 1993년 시청자단체는 공영방송 KBS가 편파방송을 한다는 이유로 시청료 거부운동을 전개하였다.

정답 3, 5번

출제 포인트

우리나라 방송사의 주요 사건을 연도와 성격에 맞게 연결할 수 있는지를 묻는 문제이다.

핵심 개념

우리나라 방송사의 핵심 흐름은 경성방송국의 식민지 라디오 방송, HLKZ-TV의 최초 텔레비전 방송, KBS-TV의 개국, 1980년 언론 통폐합에 따른 공영체제 전환, 1986년 KBS 시청료 거부운동으로 이어진다.
경성방송국은 일제가 식민통치와 선전의 수단으로 운영한 방송국이며, 한국인의 정보·문화 욕구 충족을 목적으로 세운 방송국이 아니다.

선지별 해설

① O — 국영 텔레비전 방송인 KBS-TV는 1961년에 개국하였다.
② O — HLKZ-TV는 1956년 방송을 시작한 우리나라 최초의 텔레비전 방송국이다.
③ X — 틀린 표현은 '우리나라 사람들의 정보와 문화욕구를 충족시키기 위해'이다. 경성방송국은 일제가 식민통치와 선전을 위해 설립·운영한 라디오 방송국이라고 고쳐야 한다.
④ O — 1980년 언론 통폐합으로 민영 방송이 KBS에 통합되면서 우리나라 TV 방송은 공·민영 혼합체제에서 공영체제로 전환되었다.
⑤ X — 틀린 표현은 '1993년'이다. KBS의 편파방송에 항의한 시청료 거부운동은 1986년에 본격적으로 전개되었다고 고쳐야 한다.

오답 포인트

③은 '정보와 문화욕구 충족'이라는 표면적으로 그럴듯한 표현으로 일제강점기 방송의 식민통치·선전 성격을 가린 선지이다. ⑤는 운동의 이유는 맞게 두고 발생 연도만 1993년으로 바꾼 선지이다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

방송사 문항은 사건을 '연도·매체·운영 주체·역사적 성격'으로 나누어 판단한다. 특히 일제강점기 방송은 식민통치 수단이라는 성격을, KBS 시청료 거부운동은 1986년이라는 연도를 먼저 확인한다.

암기 포인트

HLKZ-TV 1956 → KBS-TV 1961 → 언론 통폐합 1980 → KBS 시청료 거부운동 1986의 순서이다.

NoteBase

9. 방송 프로그램은 「방송법」 제33조 제4항에 따라 등급을 분류하여야 한다. 프로그램 등급 기준으로 옳은 것은?

① 7세이상 시청가, 12세이상 시청가, 15세이상 시청가, 19세이상 시청가, 모든연령 시청가
② 5세이상 시청가, 12세이상 시청가, 15세이상 시청가, 19세이상 시청가, 모든연령 시청가
③ 7세이상 시청가, 10세이상 시청가, 13세이상 시청가, 15세이상 시청가, 19세이상 시청가, 모든연령 시청가
④ 7세이하 시청가, 12세이하 시청가, 15세이하 시청가, 19세이하 시청가, 모든연령 시청가
⑤ 5세이하 시청가, 12세이하 시청가, 15세이하 시청가, 19세이하 시청가, 모든연령 시청가

정답 1번

쟁점

이 문제는 방송프로그램의 연령별 등급 체계에 관한 문제이다. 핵심은 각 등급의 기준 연령과 '이상'이라는 표현을 정확히 구별하는 것이다.

용어 풀이

시청가 등급 = 해당 연령 미만의 아동·청소년이 시청하기에 부적절한 내용이 있는지를 기준으로 방송프로그램을 구분한 등급이다.

핵심 구분

「방송법」 제33조 제4항은 방송사업자가 유해 정도와 시청자 연령 등을 고려하여 방송프로그램의 등급을 분류·표시하도록 한다. 같은 조 제5항의 위임에 따른 「방송프로그램의 등급분류 및 표시 등에 관한 규칙」 제3조상 등급은 모든연령시청가, 7세이상시청가, 12세이상시청가, 15세이상시청가, 19세이상시청가이다. 연령 숫자는 그 연령 '이상'이 시청할 수 있다는 뜻이며, '이하' 기준이 아니다.

NoteBase

선지별 해설

① O
7세이상시청가, 12세이상시청가, 15세이상시청가, 19세이상시청가, 모든연령시청가는 규칙이 정한 다섯 등급과 모두 일치한다. 열거 순서가 규칙의 조문 순서와 달라도 등급 구성은 같다.

② X
‘5세이상 시청가’는 법정 등급에 없다.
틀린 표현: 5세이상 시청가
올바른 표현: 7세이상 시청가

③ X
‘10세이상 시청가’와 ‘13세이상 시청가’는 법정 등급에 없다.
틀린 표현: 10세이상 시청가, 13세이상 시청가
올바른 표현: 모든연령 시청가, 7세이상 시청가, 12세이상 시청가, 15세이상 시청가, 19세이상 시청가

④ X
연령별 등급을 모두 ‘이하’로 표현하여 등급의 방향을 거꾸로 제시했다.
틀린 표현: 7세이하 시청가, 12세이하 시청가, 15세이하 시청가, 19세이하 시청가
올바른 표현: 7세이상 시청가, 12세이상 시청가, 15세이상 시청가, 19세이상 시청가

⑤ X
‘5세이하 시청가’는 존재하지 않고, 나머지 연령별 등급도 ‘이하’가 아니라 ‘이상’이다.
틀린 표현: 5세이하 시청가, 12세이하 시청가, 15세이하 시청가, 19세이하 시청가
올바른 표현: 7세이상 시청가, 12세이상 시청가, 15세이상 시청가, 19세이상 시청가

오답 포인트

②·⑤의 ‘5세’와 ③의 ‘10세·13세’는 실제 등급처럼 보이게 만든 숫자 함정이다. ④·⑤는 기준 연령 숫자뿐 아니라 ‘이상’을 ‘이하’로 바꾼 방향 함정도 포함한다.

다시 나오면 이렇게 판단

선지에서 모든연령, 7, 12, 15, 19의 다섯 단계가 빠짐없이 제시되었는지 확인한 뒤, 연령별 네 등급이 모두 ‘이상’으로 표현되었는지를 판단한다.

암기 포인트

방송 등급은 ‘모든연령-7-12-15-19’, 숫자 등급은 모두 ‘이상시청가’이다.

NoteBase

10. 다음 중 편성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 좁은 의미에서 편성은 어떤 프로그램을 어느 시간대에 어떤 시청자에게 전달할 것인가를 의미한다.

② 편성의 목적 중 하나는 시청자 수를 극대화하는 것이다.

③ 방송 채널이 많아지면서 방송사의 편성 행위가 갖는 중요성은 줄어들고 있다.

④ 넓은 의미에서 편성은 방송 프로그램의 기획과 제작, 선정, 배치로부터 송출과 평가까지를 모두 포괄한다.

⑤ 방송사는 편성을 통해 방송사가 추구하는 철학과 이념을 달성하고자 한다.

정답 3번

출제 포인트

이 문제는 방송 편성의 좁은 의미와 넓은 의미, 편성의 목적 및 다채널 환경에서 편성의 중요성을 구분하는 문제이다.

핵심 개념

좁은 의미의 편성은 특정 프로그램을 어떤 시간대에 어떤 시청자에게 전달할지를 정하는 프로그램 배열 활동이다. 넓은 의미의 편성은 프로그램의 기획·제작·선정·배치부터 송출과 평가까지 방송 프로그램 운영의 전 과정을 포괄한다. 방송 채널이 많아질수록 시청자의 선택지가 늘고 채널 간 경쟁이 심해지므로, 시청자를 확보하고 채널의 정체성을 드러내는 편성의 중요성은 커진다.

선지별 해설

① O — 좁은 의미의 편성은 어떤 프로그램을 어느 시간대에 배치하여 어떤 시청자에게 전달할 것인지를 정하는 활동이다.

② O — 편성은 목표 시청자에게 적절한 프로그램을 제공하여 시청자 수를 확보하고 극대화하는 것을 주요 목적으로 한다.

③ X — 틀린 표현은 '편성 행위가 갖는 중요성은 줄어들고 있다'이다. 방송 채널이 많아지면 채널 간 경쟁과 시청자 선택의 폭이 커지므로, 올바르게는 편성의 중요성이 더욱 커진다고 해야 한다.

④ O — 넓은 의미의 편성은 프로그램의 기획·제작·선정·배치뿐 아니라 송출과 사후 평가까지 포괄하는 개념이다.

⑤ O — 방송사는 편성을 통해 자사가 지향하는 철학과 이념을 프로그램 구성에 반영하고 구현할 수 있다.

NoteBase

오답 포인트

③은 채널 수가 늘면 편성의 역할이 약해질 것처럼 서술하지만, 실제로는 선택 가능한 채널이 많아질수록 시청자를 유인하고 채널을 차별화하는 편성 전략이 더 중요해진다. '채널 증가 → 편성 중요성 감소'라는 방향을 뒤집어 놓은 선지이다.

다시 나오면 이렇게 판단

편성의 범위를 물으면 시간대별 프로그램 배열은 좁은 의미, 기획부터 평가까지의 전 과정은 넓은 의미로 구분한다. 다채널 환경의 효과를 물으면 경쟁과 선택권의 증가가 편성의 중요성을 높인다는 방향으로 판단한다.

암기 포인트

좁은 편성은 '누구에게 무엇을 언제', 넓은 편성은 '기획부터 평가까지'이며, 채널이 많아질수록 편성은 더 중요해진다.

NoteBase

11. 복수종합유선방송사업자(MSO)가 아닌 것은?

① 티브로드
② CMB
③ CJ 헬로비전
④ 현대 HCN
⑤ MCN

정답 5번

출제 포인트

복수종합유선방송사업자(MSO)에 해당하는 사업자와 온라인 동영상 분야의 다중채널네트워크(MCN)를 구별하는 문제이다.

핵심 개념

MSO(Multiple System Operator)는 여러 지역의 종합유선방송사업자(SO)를 소유하거나 운영하는 사업자이다.
MCN(Multi-Channel Network)은 여러 온라인 동영상 창작자나 채널의 콘텐츠 제작, 유통, 광고 등을 지원·관리하는 사업자 네트워크이다.
따라서 MSO는 케이블방송 사업자, MCN은 온라인 동영상 채널 네트워크라는 점에서 구별된다.

선지별 해설

① O — 티브로드는 여러 지역의 종합유선방송사업자를 운영한 대표적인 MSO이므로 복수종합유선방송사업자에 해당한다.
② O — CMB는 복수의 지역 케이블방송 사업권역을 운영한 MSO이므로 복수종합유선방송사업자에 해당한다.
③ O — CJ헬로비전은 여러 지역의 케이블방송 SO를 운영한 MSO이므로 복수종합유선방송사업자에 해당한다.
④ O — 현대HCN은 복수의 지역 종합유선방송사업자를 운영한 MSO이므로 복수종합유선방송사업자에 해당한다.
⑤ X — MCN의 '네트워크'는 여러 온라인 동영상 창작자·채널을 지원하고 관리하는 사업 형태를 뜻하므로 MSO 사업자명이 아니다. 틀린 표현은 'MCN이 복수종합유선방송사업자이다'라는 분류이며, 올바르게는 'MCN은 다중채널네트워크이고 MSO와는 다른 개념이다'이다.

오답 포인트

⑤의 MCN에도 '다중'과 '채널'의 의미가 들어 있어 여러 케이블 채널을 운영하는 MSO처럼 보일 수 있다. 그러나 MSO의 기준은 여러 지역의 종합유선방송사업자(SO)를 소유·운영하는지이고, MCN의 기준은 온라인 동영상 창작자·채널을 지원·관리하는지이다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

선지의 대상이 여러 지역 케이블 SO를 운영하는 사업자이면 MSO로 판단하고, 온라인 동영상 창작자나 채널의 제작·유통·광고를 지원하는 네트워크이면 MCN으로 판단한다.

암기 포인트

MSO는 여러 케이블 SO, MCN은 여러 온라인 창작자 채널이다.

12. 방송통신위원회가 시청률조사의 한계를 극복하기 위해 개발한 프로그램 품질 평가지수는?

① QI
② PSI
③ ASI
④ KI
⑤ PEI

정답 4번

출제 포인트

시청률의 양적 한계를 보완하기 위해 개발된 방송 프로그램의 질적 평가지수를 개발 기관과 연결하는 문제이다.

핵심 개념

KI는 방송통신위원회의 시청자평가지수로, 시청자가 평가한 프로그램 만족도와 질적 우수성을 종합하여 프로그램의 질을 나타낸다.
QI는 MBC의 품질지수, PSI는 KBS의 프로그램품질평가 지수, ASI는 SBS의 시청자만족지수, PEI는 한국방송광고진흥공사의 프로그램몰입도지수이다.

선지별 해설

① X — QI는 MBC가 프로그램의 질적 가치를 평가하기 위해 사용하는 Quality Index이다. 방송통신위원회가 개발한 지수로 고치면 KI이다.
② X — PSI는 KBS의 프로그램품질평가 지수로, 공익성과 품질 등을 평가하는 자체 지수이다. 방송통신위원회의 시청자평가지수로 고치면 KI이다.
③ X — ASI는 SBS의 Audience Satisfaction Index, 즉 시청자만족지수이다. 방송통신위원회의 시청자평가지수로 고치면 KI이다.
④ O — KI는 방송통신위원회가 시청률만으로는 파악하기 어려운 프로그램 만족도와 질적 우수성을 평가하기 위해 개발한 시청자평가지수이다.
⑤ X — PEI는 한국방송광고진흥공사가 개발한 Program Engagement Index, 즉 프로그램몰입도지수로 시청자가 프로그램에 얼마나 몰입했는지를 측정한다. 방송통신위원회의 시청자평가지수로 고치면 KI이다.

오답 포인트

QI, PSI, ASI, KI, PEI가 모두 시청률을 보완하는 질적 지표이므로 기능만 보고 고르면 혼동하기 쉽다. 이 문항은 '방송통신위원회가 개발'했다는 기관 단서가 핵심이며, 이에 해당하는 약어는 KI이다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

평가지수 문제에서는 먼저 개발·운영 기관을 확인한 뒤 약어를 연결한다. 방송통신위원회는 KI, KBS는 PSI, MBC는 QI, SBS는 ASI, 한국방송광고진흥공사는 PEI로 구분한다.

암기 포인트

방통위는 KI, KBS는 PSI, MBC는 QI, SBS는 ASI, 코바코는 PEI이다.

NoteBase

13. 현재 닐슨코리아와 TNmS가 텔레비전 시청률 조사를 실시하고 있다. 시청률 조사를 통해 산출하지 않는 자료는?

① 스마트폰 시청률
② 광고 시청률
③ 프로그램별 중복 시청률
④ 옥외 시청률
⑤ VOD 시청률

정답 4번

출제 포인트

이 문제는 닐슨코리아와 TNmS의 텔레비전 시청률 조사로 산출되는 자료의 범위를 구별하는 문제이다.

핵심 개념

텔레비전 시청률 조사는 패널의 매체 이용 기록을 바탕으로 채널·프로그램·광고 및 기기별 시청 행태를 수치화한다. 이 조사에서는 스마트폰 시청률, 광고 시청률, 프로그램별 중복 시청률, VOD 시청률을 산출하지만 옥외 시청률은 산출하지 않는다.

선지별 해설

O는 해당 조사로 산출하는 자료, X는 산출하지 않는 자료를 뜻한다.
① O — 스마트폰을 통한 텔레비전 콘텐츠 이용도 기기별 시청 행태 자료로 산출한다.
② O — 광고가 노출되는 구간의 시청 규모를 집계하여 광고 시청률을 산출한다.
③ O — 동일한 시청자가 여러 프로그램을 시청한 중복 정도를 분석하여 프로그램별 중복 시청률을 산출한다.
④ X — 옥외 시청률은 이 텔레비전 시청률 조사로 산출하는 자료가 아니다. 틀린 전제인 '조사를 통해 산출한다'는 '조사를 통해 산출하지 않는다'로 고쳐야 한다.
⑤ O — 주문형 비디오의 이용 기록을 바탕으로 VOD 시청률을 산출한다.

오답 포인트

스마트폰과 VOD가 전통적인 실시간 텔레비전 시청이 아니라는 이유로 조사 대상이 아니라고 오해하기 쉽다. 그러나 이 문항에서 제외되는 것은 ④ 옥외 시청률이다.

다시 나오면 이렇게 판단

시청률 조사가 채널·프로그램뿐 아니라 광고, 중복 시청, 스마트폰, VOD와 같은 확장된 시청 행태도 산출한다는 점을 먼저 확인하고, 옥외 시청률을 예외로 구별한다.

NoteBase

암기 포인트

스마트폰·광고·중복·VOD는 산출, 옥외는 제외이다.

NoteBase

14. 실제 프로그램을 제작·편성하기 전에 스폰서를 구하거나 시청자들의 반응을 알아보기 위해 만드는 견본 프로그램은?

① PPL
② 레인코트 프로그램
③ 파일럿 프로그램
④ 팩션
⑤ 대담 프로그램

정답 3번

출제 포인트

정규 제작·편성에 앞서 견본을 만들어 스폰서와 시청자의 반응을 시험하는 프로그램의 명칭을 묻는 문제이다.

핵심 개념

파일럿 프로그램은 정규 프로그램의 제작·편성 여부를 결정하기 전에 시험적으로 만드는 견본 프로그램이다. 시청자 반응, 광고주나 스폰서의 관심, 프로그램 형식의 가능성을 미리 확인하는 것이 핵심이다.
레인코트 프로그램은 예정된 방송을 내보내지 못하는 상황에 대비한 대체 프로그램이고, 파일럿 프로그램은 정규 편성 가능성을 시험하는 프로그램이라는 점에서 구별된다.

선지별 해설

① X — PPL은 프로그램 속에 상품이나 상표 등을 노출하는 간접광고 방식이다. 틀린 표현은 'PPL'이며, 올바르게는 '파일럿 프로그램'이다.
② X — 레인코트 프로그램은 야외 중계의 취소·중단 등으로 예정된 방송을 할 수 없을 때 대신 내보내기 위해 준비한 대체 프로그램이다. 틀린 표현은 '레인코트 프로그램'이며, 올바르게는 '파일럿 프로그램'이다.
③ O — 파일럿 프로그램은 실제 정규 제작·편성 전에 견본을 만들어 스폰서 유치 가능성과 시청자 반응을 알아보는 시험 프로그램이다.
④ X — 팩션은 사실을 뜻하는 팩트와 허구를 뜻하는 픽션을 결합한 형식이다. 틀린 표현은 '팩션'이며, 올바르게는 '파일럿 프로그램'이다.
⑤ X — 대담 프로그램은 진행자와 출연자가 특정 인물이나 주제를 중심으로 이야기를 나누는 형식이다. 틀린 표현은 '대담 프로그램'이며, 올바르게는 '파일럿 프로그램'이다.

오답 포인트

② 레인코트 프로그램도 미리 준비하는 프로그램이어서 혼동하기 쉽다. 그러나 레인코트 프로그램의 목적은 방송 차질에 대비한 대체 편성이고, ③ 파일럿 프로그램의 목적은 정규 편성 전 시장성과 반응을 시험하는 데 있다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

문장에서 ‘정규 편성 전’, ‘견본’, ‘시험 제작’, ‘시청자·광고주 반응’이 함께 나타나면 파일럿 프로그램으로 판단한다. ‘예정 방송의 취소에 대비한 대체물’이면 레인코트 프로그램으로 판단한다.

암기 포인트

파일럿은 정규 편성 전 반응 시험, 레인코트는 방송 차질 때 대체 편성이다.

NoteBase

15. 「방송법」시행령 제50조 제3항에서 규정하고 있는 주시청시간대는 어느 시간대인가?

① 평일 오후 6시 - 11시, 토요일, 일요일 및 공휴일 오후 6시 - 11시
② 평일 오후 7시 - 10시, 토요일, 일요일 및 공휴일 오후 7시 - 10시
③ 평일 오후 7시 - 11시, 토요일, 일요일 및 공휴일 오후 7시 - 11시
④ 평일 오후 7시 - 10시, 토요일, 일요일 및 공휴일 오후 7시 - 11시
⑤ 평일 오후 7시 - 11시, 토요일, 일요일 및 공휴일 오후 6시 - 11시

정답 5번

쟁점

이 문제는 「방송법 시행령」이 정한 주시청시간대를 묻는 문제이다. 핵심은 평일과 토요일·일요일·공휴일의 시작 시각이 다르고, 종료 시각은 같다는 점을 구별하는 것이다.

용어 풀이

주시청시간대는 시청자가 집중되는 시간대로서 방송프로그램 편성 규제의 기준이 되는 시간대이다.

핵심 구분

「방송법 시행령」 제50조 제3항에 따르면 주시청시간대는 평일에는 오후 7시부터 오후 11시까지이고, 토요일·일요일 및 공휴일에는 오후 6시부터 오후 11시까지이다. 주말·공휴일이 평일보다 한 시간 일찍 시작하며, 두 경우 모두 오후 11시에 끝난다.

NoteBase

선지별 해설

① X
평일 시작 시각을 오후 6시로 제시하여 틀리다.
틀린 표현: 평일 오후 6시~오후 11시
올바른 표현: 평일 오후 7시~오후 11시

② X
평일과 토요일·일요일 및 공휴일의 종료 시각을 모두 오후 10시로 제시했고, 주말·공휴일의 시작 시각도 오후 7시로 제시하여 틀리다.
틀린 표현: 평일 오후 7시~오후 10시, 토요일·일요일 및 공휴일 오후 7시~오후 10시
올바른 표현: 평일 오후 7시~오후 11시, 토요일·일요일 및 공휴일 오후 6시~오후 11시

③ X
평일 시간대는 맞지만 토요일·일요일 및 공휴일의 시작 시각을 오후 7시로 제시하여 틀리다.
틀린 표현: 토요일·일요일 및 공휴일 오후 7시~오후 11시
올바른 표현: 토요일·일요일 및 공휴일 오후 6시~오후 11시

④ X
평일의 종료 시각을 오후 10시로, 토요일·일요일 및 공휴일의 시작 시각을 오후 7시로 제시하여 틀리다.
틀린 표현: 평일 오후 7시~오후 10시, 토요일·일요일 및 공휴일 오후 7시~오후 11시
올바른 표현: 평일 오후 7시~오후 11시, 토요일·일요일 및 공휴일 오후 6시~오후 11시

⑤ O
평일 오후 7시~오후 11시, 토요일·일요일 및 공휴일 오후 6시~오후 11시로 규정과 정확히 일치한다.

오답 포인트

평일과 주말·공휴일의 시작 시각을 서로 바꾸거나, 종료 시각을 오후 10시로 착각하기 쉽다. 이 문항에서는 시작 시각만 평일 7시와 주말·공휴일 6시로 다르고 종료 시각은 모두 11시라는 점이 함정이다.

다시 나오면 이렇게 판단

먼저 종료 시각이 모두 오후 11시인지 확인한 뒤, 평일은 오후 7시 시작이고 토요일·일요일 및 공휴일은 오후 6시 시작인지 확인한다.

암기 포인트

주시청시간대는 평일 7-11, 주말·공휴일 6-11이다.

NoteBase

16. 「방송법」시행령 제55조는 지역채널 운영을 명시해 놓고 있다. 다음 중 지역채널 운영에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 케이블SO는 반드시 지역채널을 운영해야 한다.
② 위성방송사업자는 반드시 지역채널을 운영해야 한다.
③ 지역채널은 시청자가 제작하여 방송을 요청하는 프로그램을 편성할 수 있다.
④ 케이블SO는 지역채널을 통해 방송 프로그램을 안내할 수 있다.
⑤ 지역채널은 지방자치단체의 정책홍보를 위한 방송 프로그램을 편성할 수 있다.

정답 2번

쟁점

이 문제는 「방송법 시행령」 제55조에 따른 지역채널의 의무 운용 주체와 지역채널을 통해 송신할 수 있는 방송프로그램의 범위에 관한 문제이다. 핵심은 종합유선방송사업자와 위성방송사업자를 구별하는 것이다.

용어 풀이

케이블SO = 종합유선방송사업자를 뜻한다. 지역채널 = 종합유선방송사업자가 해당 방송구역의 생활정보와 지역 관련 프로그램 등을 제공하기 위해 운용하는 텔레비전방송 채널이다.

핵심 구분

「방송법 시행령」 제55조 제1항은 종합유선방송사업자가 1개의 텔레비전방송 채널을 지역채널로 운용하도록 규정한다. 따라서 지역채널의 의무 운용 주체는 케이블SO이고 위성방송사업자는 아니다. 같은 조 제3항은 시청자 자체 제작 프로그램, 방송구역 안의 지역생활정보 프로그램, 지방자치단체의 시책홍보 프로그램, 방송프로그램 안내 등을 지역채널로 송신할 수 있도록 규정한다.

NoteBase

선지별 해설

① O
- 케이블SO는 종합유선방송사업자이므로 1개의 텔레비전방송 채널을 지역채널로 운용하여야 한다.

② X
- 지역채널을 의무적으로 운용하여야 하는 주체는 위성방송사업자가 아니라 종합유선방송사업자이다.
- 틀린 표현: 위성방송사업자는 반드시 지역채널을 운영해야 한다.
- 올바른 표현: 종합유선방송사업자는 1개의 텔레비전방송 채널을 지역채널로 운용하여야 한다.

③ O
- 지역채널은 시청자가 자체 제작하여 방송을 요청하는 방송프로그램을 송신할 수 있다.

④ O
- 방송프로그램 안내는 지역채널을 통해 송신할 수 있는 프로그램의 범위에 포함된다.

⑤ O
- 지방자치단체의 시책홍보를 위한 방송프로그램도 지역채널을 통해 송신할 수 있다.

오답 포인트

②의 '위성방송사업자'를 케이블SO와 혼동하기 쉽다. 지역채널 운용 의무는 방송사업자 모두에게 부과되는 것이 아니라 종합유선방송사업자에게 부과된다.

다시 나오면 이렇게 판단

먼저 지역채널의 의무 운용 주체가 종합유선방송사업자인지 확인한다. 다음으로 지역채널의 프로그램 범위에서는 시청자 자체 제작, 지역생활정보, 지방자치단체 시책홍보, 방송프로그램 안내가 포함되는지 판단한다.

암기 포인트

지역채널 의무는 케이블SO, 내용은 시청자·지역정보·지자체 홍보·프로그램 안내이다.

NoteBase

17. 케이블PP가 시도할 수 있는 편성전략으로 옳지 않은 것은?

① 채널묶음
② 순환편성
③ 연속제작(season)
④ 종일편성
⑤ 속편제작(spin-off)

정답 1번

출제 포인트

케이블 PP가 프로그램의 배치·반복·확장에 활용하는 편성전략과, 채널을 상품 묶음으로 구성하는 유통 전략을 구별하는 문제이다.

핵심 개념

케이블 PP(Program Provider)는 특정 채널의 프로그램을 기획·제작하고 편성하여 공급하는 사업자이다. 순환편성·연속제작·종일편성·속편제작은 한 채널 안에서 프로그램을 배열하거나 기존 콘텐츠를 반복·확장하는 편성전략이다. 반면 채널묶음은 여러 채널을 하나의 상품군으로 구성하여 가입자에게 제공하는 유통·판매 방식이다.

선지별 해설

① X — 채널묶음은 여러 채널을 패키지로 구성해 가입자에게 제공하는 방식으로, 개별 PP의 프로그램 편성전략이 아니다. 틀린 표현인 '채널묶음'은 '채널의 패키지 구성에 관한 유통·판매 전략'으로 고쳐야 한다.
② O — 순환편성은 같은 프로그램을 서로 다른 시간대에 반복 배치하여 시청 기회를 늘리고 콘텐츠 활용도를 높이는 PP의 편성전략이다.
③ O — 연속제작(season)은 성과가 확인된 프로그램을 일정한 시즌 단위로 이어 제작·편성하는 전략이다.
④ O — 종일편성은 하루 전체 시간대를 대상으로 프로그램을 계속 배열하여 채널 서비스를 제공하는 전략이다.
⑤ O — 속편제작(spin-off)은 기존 인기 프로그램의 인물·설정·소재 등을 독립된 새 프로그램으로 확장하여 제작·편성하는 전략이다.

오답 포인트

'채널'이라는 말 때문에 채널묶음을 PP의 편성전략으로 오인하기 쉽다. 그러나 편성전략은 한 채널 안의 프로그램 배치와 콘텐츠 운용에 관한 것이고, 채널묶음은 여러 채널을 묶어 판매하는 방식이다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

선지가 프로그램의 시간대 배치·반복·후속 제작을 설명하면 PP 편성전략으로 판단한다. 여러 채널 자체를 하나의 상품으로 묶는다고 설명하면 채널 유통·판매 전략으로 판단한다.

암기 포인트

PP 편성은 프로그램을 배열·반복·확장하고, 채널묶음은 채널을 패키지로 판매한다.

NoteBase

18. 시청자 평가 및 시청자 참여 프로그램에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 당해 방송사업자의 방송운영과 방송 프로그램에 관한 시청자의 의견을 수렴하여 주당 60분 이상을 편성하여야 한다.

② 시청자 평가 프로그램에는 시청자위원회가 선임하는 1인의 시청자 평가원이 직접 출연하여 의견을 진술할 수 있다.

③ 정부는 시청자평가원의 원활한 업무수행을 위하여 「방송통신발전기본법」 제24조에 따른 방송통신발전기금에서 경비를 지원할 수 있다.

④ 한국방송공사는 지상파텔레비전 방송사업의 허가를 받아 행하는 텔레비전 방송의 채널에서 매월 60분 이상의 텔레비전 방송 프로그램을 시청자가 직접 제작한 시청자 참여 프로그램으로 편성하여야 한다.

⑤ 한국방송공사는 대통령령이 정하는 바에 의하여 시청자가 직접 제작한 시청자 참여 프로그램을 편성하여야 한다.

정답 4번

쟁점

이 문제는 시청자 평가프로그램과 시청자 참여프로그램의 편성 의무에 관한 문제이다. 핵심은 두 프로그램의 편성 주체·시간 기준·운영 방식을 구별하는 것이다.

용어 풀이

시청자 평가프로그램은 방송운영과 방송프로그램에 관한 시청자의 의견을 수렴하는 프로그램이다. 시청자 참여프로그램은 시청자가 직접 제작한 텔레비전방송프로그램이다.

핵심 구분

현행 방송법 제89조에 따르면 종합편성 또는 보도전문편성을 하는 방송사업자 등은 시청자 평가프로그램을 주당 60분 이상 편성하여야 한다. 반면 방송법 제69조 제7항과 방송법 시행령 제51조에 따르면 한국방송공사는 허가받아 행하는 지상파텔레비전방송 채널에서 시청자 참여프로그램을 매월 100분 이상 편성하여야 한다. 즉 '평가프로그램은 주당 60분', '한국방송공사의 참여프로그램은 매월 100분'으로 구별된다.

NoteBase

선지별 해설

① O
종합편성 또는 보도전문편성을 하는 방송사업자 등은 방송운영과 방송프로그램에 관한 시청자의 의견을 수렴하여 주당 60분 이상의 시청자 평가프로그램을 편성하여야 한다.

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

③ O
정부는 시청자평가원의 원활한 업무수행을 위하여 방송통신발전기금에서 경비를 지원할 수 있다.

④ X
한국방송공사가 편성하여야 하는 시청자 참여프로그램의 최소시간을 잘못 제시하였다.
틀린 표현: '매월 60분 이상'
올바른 표현: 한국방송공사는 해당 지상파텔레비전방송 채널에서 매월 100분 이상의 텔레비전방송프로그램을 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램으로 편성하여야 한다.

⑤ O
방송법은 한국방송공사가 대통령령으로 정하는 바에 따라 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램을 편성하도록 규정한다.

오답 포인트

①의 시청자 평가프로그램 기준인 '주당 60분 이상'을 ④의 시청자 참여프로그램에도 그대로 적용하면 틀린다. 두 프로그램은 편성 주기와 최소시간이 서로 다르다.

다시 나오면 이렇게 판단

프로그램 명칭을 먼저 확인한 뒤 편성 주체와 시간 단위를 짝지어 판단한다. 시청자 평가프로그램은 주당 60분 이상이고, 한국방송공사의 시청자 참여프로그램은 매월 100분 이상이다.

암기 포인트

평가는 주 60분, KBS 참여는 월 100분이다.

NoteBase

19. HUT(Household Using Television)에 대한 설명으로 옳은 것은?

① TV 수상기 보유 가구 중 특정 채널을 시청하는 가구의 비율
② TV 시청 가구 중 특정 채널을 시청하는 가구의 비율
③ TV 수상기 보유 가구 중 TV를 시청하는 가구의 비율
④ 전체 방송콘텐츠 소비 시간에서 특정 채널이 차지하는 비율
⑤ 전체 가구 중 TV 수상기를 보유하고 있는 가구의 비율

정답 3번

출제 포인트

HUT의 분자와 분모를 정확히 구분하고, 가구 시청률·시청점유율·TV 보급률과 혼동하지 않는지를 묻는 문제이다.

핵심 개념

HUT(Households Using Television)는 TV 수상기를 보유한 전체 가구 중 특정 시점에 TV를 시청하고 있는 가구의 비율이다.
가구 시청률은 TV 수상기 보유 가구 중 특정 채널을 시청하는 가구의 비율이고, 시청점유율은 그 시점에 TV를 시청하는 가구 중 특정 채널을 시청하는 가구의 비율이다.
TV 보급률은 전체 가구 중 TV 수상기를 보유한 가구의 비율이다.

선지별 해설

① X — '특정 채널을 시청하는 가구'라는 표현이 틀렸다. 이는 가구 시청률에 해당하며, HUT는 TV 수상기 보유 가구 중 채널과 관계없이 TV를 시청하는 가구의 비율이다.
② X — 'TV 시청 가구 중 특정 채널을 시청하는 가구'라는 표현이 틀렸다. 이는 특정 채널의 시청점유율에 해당하며, HUT는 TV 수상기 보유 가구 전체를 분모로 삼는다.
③ O — TV 수상기 보유 가구를 분모로 하고 그중 TV를 시청하는 가구를 분자로 삼으므로 HUT의 정의와 일치한다.
④ X — '전체 방송콘텐츠 소비 시간에서 특정 채널이 차지하는 비율'이라는 표현이 틀렸다. 이는 특정 채널의 시간 점유 개념이며, HUT는 시간이 아니라 TV 수상기 보유 가구 중 TV를 시청하는 가구의 비율이다.
⑤ X — '전체 가구 중 TV 수상기를 보유한 가구의 비율'이라는 표현이 틀렸다. 이는 TV 보급률이며, HUT는 TV 수상기 보유 가구 중 실제로 TV를 시청하는 가구의 비율이다.

오답 포인트

①과 ②에는 '특정 채널'이 들어가지만 HUT는 어느 채널을 보는지가 아니라 TV 자체가 사용 중인지를 측정한다. 또한 ⑤는 TV의 보유 여부만 측정하므로 실제 시청 여부를 나타내는 HUT와 다르다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

분모가 TV 수상기 보유 가구이고 분자가 현재 TV를 시청하는 가구이면 HUT이다. 특정 채널이 들어가면 가구 시청률이나 시청점유율을, 전체 가구 중 TV 보유 가구를 묻는다면 TV 보급률을 검토한다.

암기 포인트

HUT는 ‘TV 보유 가구 중 지금 TV를 켜서 시청하는 가구의 비율’이다.

NoteBase

20. 다음 중 방송통신위원회의 승인을 받지 않고 방영할 수 있는 채널은?

① 현대홈쇼핑
② tvN
③ YTN
④ 채널A
⑤ MBC

정답 2번

쟁점

이 문제는 방송법상 방송사업의 진입 방식인 허가·승인·등록을 구별하는 문제이다. 핵심은 일반 방송채널사용사업자와 종합편성·보도전문·상품소개와 판매 전문 방송채널사용사업자를 구별하는 것이다.

용어 풀이

방송채널사용사업자(PP)는 유료방송사업자에게 채널을 제공하여 방송프로그램을 편성하는 사업자이다. 승인 대상은 행정기관의 심사를 거쳐야 하지만, 일반 방송채널사용사업자는 법정 요건을 갖추어 등록하는 방식으로 진입한다.

핵심 구분

방송법 제9조에 따르면 종합편성, 보도전문, 상품소개와 판매에 관한 전문편성을 하는 방송채널사용사업은 승인 대상이고, 그 밖의 일반 방송채널사용사업은 등록 대상이다. 따라서 일반 오락 채널인 tvN은 승인 대상이 아니다. 지상파방송사업은 방송채널사용사업 승인과는 별도로 허가 대상이다.

NoteBase

선지별 해설

① X
현대홈쇼핑은 상품소개와 판매에 관한 전문편성을 하는 방송채널사용사업이므로 승인 대상이다.
틀린 표현: 승인을 받지 않고 방영할 수 있다.
올바른 표현: 현대홈쇼핑은 상품소개와 판매 전문 방송채널사용사업의 승인을 받아야 한다.

② O
tvN은 종합편성·보도전문·상품소개와 판매 전문 채널이 아닌 일반 방송채널사용사업에 해당하므로 승인 대상이 아니라 등록 대상이다.

③ X
YTN은 보도에 관한 전문편성을 하는 방송채널사용사업자이므로 승인 대상이다.
틀린 표현: 승인을 받지 않고 방영할 수 있다.
올바른 표현: YTN과 같은 보도전문 방송채널사용사업자는 승인을 받아야 한다.

④ X
채널A는 종합편성을 하는 방송채널사용사업자이므로 승인 대상이다.
틀린 표현: 승인을 받지 않고 방영할 수 있다.
올바른 표현: 채널A와 같은 종합편성 방송채널사용사업자는 승인을 받아야 한다.

⑤ X
MBC는 지상파방송사업자이므로 일반 방송채널사용사업자처럼 등록만으로 방송할 수 없고, 방송법상 허가를 받아야 한다.
틀린 표현: 승인을 받지 않고 방영할 수 있는 일반 등록 채널이다.
올바른 표현: MBC는 방송채널사용사업 승인 대상이 아니라 지상파방송사업 허가 대상이다.

오답 포인트

‘승인 대상이 아니다’와 ‘아무런 진입 절차 없이 방송할 수 있다’를 같은 뜻으로 보면 틀리기 쉽다. 특히 ⑤ MBC는 승인 대상은 아니지만 지상파방송사업 허가가 필요하므로, 일반 등록 PP인 tvN과 구별해야 한다.

다시 나오면 이렇게 판단

먼저 채널이 방송채널사용사업자인지 지상파방송사업자인지 구분한다. 방송채널사용사업자라면 종합편성·보도전문·상품소개와 판매 전문 채널은 승인, 나머지 일반 채널은 등록으로 판단한다.
지상파방송사업자는 별도의 허가 대상으로 판단한다.

NoteBase

암기 포인트

종편·보도·홈쇼핑은 승인, 일반 PP는 등록, 지상파는 허가이다.

NoteBase