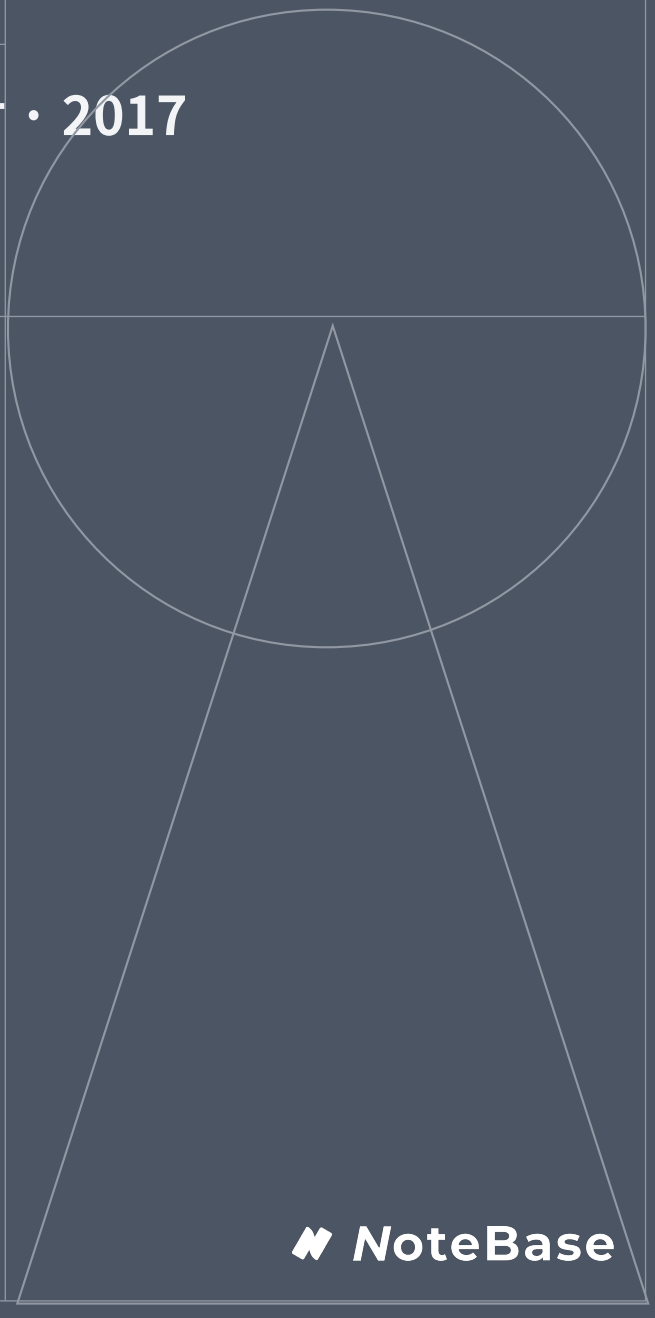
기출OX 해설집

공무원/국회직/9급 · 방송학 · 2017



NoteBase

기출OX 해설집

공무원/국회직/9급 · 방송학 · 2017

공무원/국회직/9급 · 방송학 · 2017

1. 다음 중 우리나라 지상파 텔레비전 방송사의 개국 순서에 맞게 나열한 것으로 옳은 것은?

① KBS - MBC - SBS - EBS
② KBS - EBS - MBC - SBS
③ KBS - MBC - EBS - SBS
④ EBS - KBS - SBS - MBC
⑤ EBS - KBS - MBC - SBS

정답 3번

출제 포인트

우리나라 지상파 텔레비전 방송사인 KBS, MBC, EBS, SBS의 개국 연도를 비교하여 시간순으로 배열하는 문제이다.

올바른 순서

1. KBS — 1961년 텔레비전 방송을 개국하였다.
2. MBC — 1969년 텔레비전 방송을 개국하였다.
3. EBS — 1990년 교육방송을 개국하였다.
4. SBS — 1991년 텔레비전 방송을 개국하였다.

따라서 개국 연도를 이른 순서대로 배열하면 KBS → MBC → EBS → SBS이다. 특히 정답을 가르는 핵심은 EBS가 SBS보다 1년 먼저 개국했다는 점이다.

NoteBase

선지별 해설

① X — ‘SBS → EBS’의 선후관계가 틀렸다. EBS는 1990년, SBS는 1991년에 개국했으므로 올바르게는 KBS → MBC → EBS → SBS이다.

② X — ‘EBS → MBC’의 선후관계가 틀렸다. MBC는 1969년, EBS는 1990년에 개국했으므로 올바르게는 KBS → MBC → EBS → SBS이다.

③ O — KBS 1961년, MBC 1969년, EBS 1990년, SBS 1991년의 순서와 정확히 일치한다.

④ X — ‘EBS → KBS’와 ‘SBS → MBC’의 선후관계가 모두 틀렸다. KBS가 가장 먼저이고 MBC는 SBS보다 앞서므로 올바르게는 KBS → MBC → EBS → SBS이다.

⑤ X — ‘EBS → KBS’의 선후관계가 틀렸다. KBS는 1961년, EBS는 1990년에 개국했으므로 올바르게는 KBS → MBC → EBS → SBS이다.

오답 포인트

EBS와 SBS가 모두 1990년대 초에 출범하여 두 방송사의 순서를 바꾸기 쉽다. ①은 바로 이 둘을 뒤집은 선지이며, EBS가 1990년으로 SBS의 1991년보다 먼저라는 점이 핵심이다.

다시 나오면 이렇게 판단

방송사 개국 순서는 먼저 KBS와 MBC를 앞부분에 놓고, 1990년 EBS와 1991년 SBS를 뒷부분에 놓아 연도를 오름차순으로 비교한다.

암기 포인트

K-M-E-S: KBS → MBC → EBS → SBS 순서이다.

NoteBase

2. 다음 중 종합편성채널이 아닌 방송사업자는?

① TV조선
② JTBC
③ 채널A
④ YTN
⑤ MBN

정답 4번

출제 포인트

종합편성채널과 보도전문채널을 방송 내용의 편성 범위에 따라 구분하는 문제이다.

핵심 개념

종합편성채널은 보도·교양·오락 등 여러 분야의 방송프로그램을 종합적으로 편성하는 채널이다.
보도전문채널은 뉴스와 시사 보도 등 보도 분야를 전문적으로 편성하는 채널이다.
이 문제에서는 TV조선·JTBC·채널A·MBN은 종합편성채널이고, YTN은 보도전문채널이라는 구분이 핵심이다.

선지별 해설

① X — TV조선은 종합편성채널이므로 '종합편성채널이 아닌 방송사업자'에 해당하지 않는다. 올바르게는 TV조선을 종합편성채널로 분류한다.
② X — JTBC는 종합편성채널이므로 '종합편성채널이 아닌 방송사업자'에 해당하지 않는다. 올바르게는 JTBC를 종합편성채널로 분류한다.
③ X — 채널A는 종합편성채널이므로 '종합편성채널이 아닌 방송사업자'에 해당하지 않는다. 올바르게는 채널A를 종합편성채널로 분류한다.
④ O — YTN은 종합편성채널이 아니라 뉴스와 시사 보도를 중심으로 편성하는 보도전문채널이다.
⑤ X — MBN은 종합편성채널이므로 '종합편성채널이 아닌 방송사업자'에 해당하지 않는다. 올바르게는 MBN을 종합편성채널로 분류한다.

오답 포인트

YTN도 여러 방송프로그램을 송출하는 채널이라는 이유만으로 종합편성채널로 착각하기 쉽다. 이 문항의 함정은 채널의 유명도나 시청 가능 범위가 아니라 주된 편성 분야를 기준으로 분류해야 한다는 점이다.

다시 나오면 이렇게 판단

선지의 방송사업자를 '여러 분야를 종합 편성하는 종합편성채널'과 '뉴스·시사 보도를 중심으로 하는 보도전문채널'로 먼저 나눈다. TV조선·JTBC·채널A·MBN은 종합편성채널, YTN은 보도전문채널로 판단한다.

NoteBase

암기 포인트

종편 4개는 TV조선·JTBC·채널A·MBN, YTN은 보도전문채널이다.

NoteBase

3. 다음 중 방송편성에 영향을 미치는 요인에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 편성 과정에 영향을 미치는 요인은 방송사 내부 요인과 방송사 외부 요인으로 구분된다.
② 사회적 분위기나 가치 등은 편성에 영향을 주지 않는다.
③ 방송사 내부 요인으로는 방송사 경영진의 경영 판단, 광고 등이 있다.
④ 방송사 외부 요인으로는 「방송법」과 정책 등이 있다.
⑤ 편성에서 결정적인 영향 요인은 시청자이다.

정답 2번

출제 포인트

방송편성에 영향을 미치는 요인을 방송사 내부 요인과 외부 요인으로 구분하고, 사회적 환경과 시청자의 영향까지 이해하는지를 묻는 문제이다.

핵심 개념

방송편성 영향 요인은 편성 결정을 좌우하는 조건으로, 방송사 안에서 생기는 내부 요인과 방송사를 둘러싼 환경에서 생기는 외부 요인으로 나뉜다.
내부 요인은 경영진의 경영 판단, 방송사의 경영 방침과 재정·광고 관련 조건 등 방송사 자체의 운영 조건이다.
외부 요인은 방송법과 정책, 사회적 분위기와 가치, 시청자의 요구와 반응 등 방송사 밖의 환경 조건이다.
시청자는 방송을 실제로 선택하고 소비하는 주체이므로 편성에서 가장 결정적으로 고려되는 요인이다.

선지별 해설

① O — 편성 영향 요인은 발생 위치에 따라 방송사 내부 요인과 방송사 외부 요인으로 구분할 수 있다.
② X — 틀린 표현은 '영향을 주지 않는다'이다. 사회적 분위기와 사회의 가치관은 방송 내용의 수용 가능성, 편성 시기와 방식 등에 영향을 미치는 외부 요인이다. 올바르게는 '사회적 분위기나 가치 등도 편성에 영향을 준다'이다.
③ O — 경영진의 경영 판단과 광고 관련 조건은 방송사의 운영 및 수익 구조와 연결되어 편성 결정에 작용하는 내부 요인이다.
④ O — 방송법과 방송 정책은 방송사가 준수하거나 반영해야 하는 제도적 환경이므로 방송사 외부 요인이다.
⑤ O — 시청자는 프로그램을 선택하고 시청하는 최종 수용자이며, 시청자의 요구와 반응은 편성의 성패를 좌우하므로 결정적인 영향 요인이다.

NoteBase

오답 포인트

②는 사회적 분위기와 가치를 편성 요인에서 완전히 제외한 '영향을 주지 않는다'라는 절대적 표현이 함정이다. 사회적 분위기와 가치는 방송사 밖에서 편성에 작용하므로 영향이 없는 것이 아니라 외부 요인에 해당한다.

다시 나오면 이렇게 판단

요인의 명칭을 보고 방송사 자체의 경영·운영 조건이면 내부 요인, 법·정책·사회 환경처럼 방송사 밖의 조건이면 외부 요인으로 판단한다. 시청자 관련 요인은 편성의 최종 수용자와 연결되는 핵심 요인으로 본다.

암기 포인트

내부는 경영·광고, 외부는 법·정책·사회 환경, 편성의 중심은 시청자이다.

NoteBase

4. 영상물은 큰 틀의 이야기 구조로 설명될 수 있다. 영상물에서 각각의 (ㄱ)들이 모여 하나의 작품이 만들어지며, 여러 공간에서 벌어지는 공간 구분의 단위를 (ㄴ)(이)라고 한다. ㄱ과 ㄴ에 들어갈 용어를 순서대로 나열한 것으로 옳은 것은?

	ㄱ	ㄴ
①	시퀀스(sequence)	신(scene)
②	시퀀스(sequence)	숏(shot)
③	신(scene)	시퀀스(sequence)
④	숏(shot)	신(scene)
⑤	컷(cut)	시퀀스(sequence)

정답 1번

출제 포인트

영상 서사의 구성 단위인 쇼트, 신, 시퀀스의 관계와 각 단위의 구분 기준을 묻는 문제이다.

핵심 개념

쇼트(shot)는 카메라가 촬영을 시작한 때부터 멈출 때까지 이어지는 하나의 연속된 화면 단위이다.
신(scene)은 동일한 시간과 공간에서 전개되는 사건의 단위로, 여러 쇼트가 모여 구성된다. 장소나 시간이 바뀌면 일반적으로 새로운 신으로 구분된다.
시퀀스(sequence)는 하나의 서사적 의미나 사건을 이루도록 여러 신이 결합한 단위이다. 여러 시퀀스가 모여 하나의 완결된 작품을 이룬다.
구성 관계는 대체로 쇼트 → 신 → 시퀀스 → 작품의 순서이다.

선지별 해설

① O — 여러 시퀀스가 모여 하나의 작품을 이루고, 공간에 따라 장면을 구분하는 단위는 신이므로 ㄱ은 시퀀스, ㄴ은 신이다.
② X — ㄴ의 '쇼트'가 틀렸다. 쇼트는 한 번의 연속 촬영으로 이루어진 화면 단위이며, 공간 구분의 단위는 신이다. 따라서 '시퀀스－신'으로 고쳐야 한다.
③ X — '신－시퀀스'는 두 용어가 뒤바뀌었다. 신보다 큰 서사 단위인 시퀀스들이 모여 작품을 이루며, 공간에 따른 장면 구분 단위는 신이다. 따라서 '시퀀스－신'으로 고쳐야 한다.
④ X — ㄴ의 '신'은 맞지만 ㄱ의 '쇼트'가 틀렸다. 쇼트는 신을 이루는 더 작은 화면 단위이므로, ㄱ은 작품을 구성하는 큰 서사 단위인 시퀀스가 되어야 한다. 따라서 '시퀀스－신'으로 고쳐야 한다.
⑤ X — '컷－시퀀스'가 모두 틀렸다. 컷은 편집으로 화면을 자르거나 이어 붙이는 지점 또는 편집된 화면 조각을 가리키며, 작품을 이루는 큰 이야기 단위는 시퀀스이고 공간 구분의 단위는 신이다. 따라서 '시퀀스－신'으로 고쳐야 한다.

NoteBase

오답 포인트

쇼트, 신, 시퀀스를 모두 영상의 구성 단위로만 외우면 크기와 구분 기준을 뒤섞기 쉽다. 특히 ④는 ㄴ의 신이 맞아 보이지만, ㄱ에는 가장 작은 단위인 쇼트가 아니라 작품을 구성하는 큰 이야기 단위인 시퀀스가 들어가야 한다.

다시 나오면 이렇게 판단

‘촬영이 끊기지 않는 한 화면’은 쇼트, ‘같은 시간·공간의 장면’은 신, ‘하나의 사건이나 의미로 묶인 장면군’은 시퀀스로 판단한다. 작품 전체의 구성 관계를 물으면 쇼트 → 신 → 시퀀스 → 작품의 크기 순서를 적용한다.

암기 포인트

한 번의 촬영은 쇼트, 한 시공간은 신, 여러 신의 이야기 묶음은 시퀀스이다.

NoteBase

5. 「방송법」제69조는 '방송프로그램의 편성 등'을 통해 방송사 편성의 일반원칙을 제시하고 있다. 다음 중 「방송법」제69조에서 규정한 프로그램 편성의 일반원칙에 포함되지 않은 것은?

① 공정성
② 공공성
③ 다양성
④ 균형성
⑤ 윤리성

정답 5번

쟁점

이 문제는 「방송법」 제69조 제1항이 정한 방송프로그램 편성의 일반원칙에 관한 문제이다. 핵심은 조문에 열거된 원칙과 그 밖의 가치개념을 구별하는 것이다.

용어 풀이

방송프로그램 편성의 일반원칙은 방송사업자가 프로그램을 구성·배치할 때 준수하여야 하는 기본 기준을 뜻한다.

핵심 구분

「방송법」 제69조 제1항은 방송사업자가 방송프로그램을 편성할 때 공정성·공공성·다양성·균형성·사실성 등에 적합하도록 하여야 한다고 규정한다. 윤리성은 이 항에 직접 열거된 원칙이 아니므로 사실성과 구별하여야 한다.

선지별 해설

① O — 공정성은 「방송법」 제69조 제1항에 직접 열거된 편성 원칙이다.
② O — 공공성은 방송이 공적 책임에 맞게 편성되어야 한다는 원칙으로서 같은 항에 직접 열거되어 있다.
③ O — 다양성은 여러 관점과 내용을 폭넓게 반영하도록 하는 원칙으로서 같은 항에 직접 열거되어 있다.
④ O — 균형성은 특정 관점이나 분야에 치우치지 않도록 하는 원칙으로서 같은 항에 직접 열거되어 있다.
⑤ X — 윤리성은 같은 항에 직접 열거된 편성 원칙이 아니다. 틀린 표현: 윤리성. 올바른 표현: 사실성.

오답 포인트

⑤의 '윤리성'은 방송이 지켜야 할 일반적 가치처럼 보여 조문상 원칙으로 착각하기 쉽다. 그러나 이 문항은 추상적으로 바람직한 가치를 묻는 것이 아니라 제69조 제1항의 열거 문구를 묻는다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

「방송법」 제69조 제1항의 열거어인 공정성·공공성·다양성·균형성·사실성을 먼저 대조하고, 여기에 없는 가치개념을 고른다.

암기 포인트

공·공·다·균·사: 공정성, 공공성, 다양성, 균형성, 사실성이다.

NoteBase

6. 다음 중 예능 프로그램의 특성과 제작 경향에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 예능 프로그램의 하위 장르로 음악쇼, 버라이어티쇼, 코미디, 시트콤, 퀴즈, 토크쇼, 연예정보 프로그램 등이 있다.
② 예능 프로그램들은 소재, 내용과 형식에 구분 없이 다양한 장르가 혼합되기도 한다.
③ 예능 프로그램은 시청자들에게 볼거리의 즐거움과 재미를 준다.
④ 예능 프로그램은 제작의 특성을 일반화하여 설명하기 어렵다.
⑤ 예능 프로그램은 교양 프로그램에 비해 포맷의 다양성이 낮다.

정답 5번

출제 포인트

예능 프로그램의 장르적 다양성, 오락 기능, 제작 특성, 포맷 다양성을 종합하여 옳지 않은 설명을 가리는 문제이다.

핵심 개념

예능 프로그램은 시청자에게 즐거움과 재미를 제공하는 오락 중심 프로그램이다. 음악·코미디·토크·퀴즈 등 여러 하위 장르가 존재하고 서로 다른 소재·내용·형식이 혼합되므로 제작 특성을 하나로 일반화하기 어렵고 포맷도 다양하다.

선지별 해설

① O — 음악쇼, 버라이어티쇼, 코미디, 시트콤, 퀴즈, 토크쇼, 연예정보 프로그램 등은 예능 프로그램의 다양한 하위 장르에 해당한다.
② O — 예능은 소재와 내용뿐 아니라 표현 형식에서도 여러 장르의 요소를 결합하는 혼종성이 강하다.
③ O — 예능 프로그램의 기본 기능은 시청자에게 볼거리와 오락적 즐거움, 재미를 제공하는 것이다.
④ O — 예능은 장르와 포맷이 매우 다양하고 혼합도 활발하므로 제작 특성을 하나의 방식으로 일반화하여 설명하기 어렵다.
⑤ X — 틀린 표현은 '교양 프로그램에 비해 포맷의 다양성이 낮다'이다. 예능 프로그램은 다양한 하위 장르와 장르 혼합을 바탕으로 여러 포맷을 활용하므로, 올바르게는 '교양 프로그램에 비해 포맷의 다양성이 높다'이다.

오답 포인트

예능의 목적이 재미라는 점만 떠올리면 형식이 단순할 것이라고 오해하기 쉽다. 그러나 이 문제에서는 장르 혼합과 포맷 다양성이 함께 강조되므로 ⑤의 '낮다'가 반대로 제시된 함정이다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

예능의 특성은 '오락적 즐거움 제공, 다양한 하위 장르, 장르 혼합, 높은 포맷 다양성'으로 묶어 판단한다.
선택지에 다양성이 낮다거나 제작 특성을 쉽게 일반화할 수 있다는 표현이 나오면 반대 진술인지 확인한다.

암기 포인트

예능은 재미를 주고, 장르는 섞이며, 포맷은 다양하다.

NoteBase

7. 1927년 최초로 정규방송을 시작한 경성방송국의 호출부호는?

① KDKA
② AFKN
③ JODK
④ HLKA
⑤ HLKZ

정답 3번

출제 포인트

1927년 경성방송국이 정규방송을 시작할 때 사용한 호출부호를 묻는 문항이다.

핵심 개념

경성방송국은 1927년 2월 16일 정규방송을 시작했으며, 당시 호출부호는 JODK였다. 이후 호출부호 체계가 바뀌어 사용된 HLKA와 개국 당시의 JODK를 시기별로 구분해야 한다.

선지별 해설

① X — KDKA는 미국 피츠버그의 방송국 호출부호이므로 경성방송국의 호출부호가 아니다. 틀린 표현은 'KDKA'이며, 올바르게는 'JODK'이다.
② X — AFKN은 주한미군 방송망을 가리키므로 1927년 경성방송국의 호출부호가 아니다. 틀린 표현은 'AFKN'이며, 올바르게는 'JODK'이다.
③ O — JODK는 경성방송국이 1927년 최초로 정규방송을 시작할 때 사용한 호출부호이다.
④ X — HLKA는 광복 이후 경성방송국을 계승한 방송국에 부여된 호출부호로, 1927년 정규방송 개시 당시의 호출부호가 아니다. 틀린 표현은 'HLKA'이며, 올바르게는 'JODK'이다.
⑤ X — HLKZ는 1927년 경성방송국의 호출부호가 아니다. 틀린 표현은 'HLKZ'이며, 올바르게는 'JODK'이다.

오답 포인트

④ HLKA는 한국 방송사에서 실제로 접할 수 있는 호출부호이므로 ③ JODK와 혼동하기 쉽다. 문항의 기준 시점이 '1927년 정규방송 시작 당시'라는 점이 핵심 함정이다.

다시 나오면 이렇게 판단

방송국 호출부호 문항은 방송국 이름만 보지 않고 연도를 먼저 확인한다. 1927년 경성방송국의 정규방송 개시는 JODK로 연결한다.

NoteBase

암기 포인트

1927년 경성방송국 정규방송 개시 = JODK이다.

NoteBase

8. 시청률 조사 대상 총 가구 수가 2,000가구이고, 이 가운데 현재 TV를 켜놓은 가구 수는 1,000가구이며, 현재 채널 '가'를 시청하고 있는 가구 수가 300가구라고 가정할 때, 채널 '가'의 시청률과 시청점유율은 각각 얼마인가?

① 시청률 15%, 시청점유율 30%
② 시청률 30%, 시청점유율 15%
③ 시청률 15%, 시청점유율 50%
④ 시청률 30%, 시청점유율 50%
⑤ 시청률 50%, 시청점유율 15%

정답 1번

출제 포인트

이 문제는 시청률과 시청점유율의 분모를 구분하여 각각 계산하는 문제이다.

조건 정리

주어진 값: 조사 대상 전체 가구는 2,000가구, 현재 TV를 켜 놓은 가구는 1,000가구, 채널 '가'를 시청하는 가구는 300가구이다.
구해야 할 값: 채널 '가'의 시청률과 시청점유율이다.
주의할 조건: 시청률은 조사 대상 전체 가구를 분모로 하고, 시청점유율은 현재 TV를 켜 놓은 가구만을 분모로 한다.

사용할 공식

시청률=특정 채널 시청 가구 수조사 대상 전체 가구 수× 100
시청점유율=특정 채널 시청 가구 수현재 TV를 켠 가구 수× 100
시청률은 전체 조사 대상 가운데 해당 채널을 본 비율을, 시청점유율은 실제 TV 시청 가구 가운데 해당 채널을 선택한 비율을 나타내므로 이 공식을 사용한다.

계산 과정

1. 시청률은 300 ÷ 2,000 × 100 = 15%이다.
2. 시청점유율은 300 ÷ 1,000 × 100 = 30%이다.
3. 따라서 채널 '가'의 시청률은 15%, 시청점유율은 30%이다.

NoteBase

선지 판단

① O — 시청률 15%, 시청점유율 30%로 두 계산 결과가 모두 일치한다.
② X — 시청률 30%, 시청점유율 15%는 두 비율의 분모를 서로 바꾼 값이다. 올바르게는 시청률 15%, 시청점유율 30%이다.
③ X — 시청률 15%는 맞지만 시청점유율 50%가 틀리다. 올바른 시청점유율은 300 ÷ 1,000 × 100 = 30%이다.
④ X — 시청률 30%와 시청점유율 50%가 모두 틀리다. 올바르게는 시청률 15%, 시청점유율 30%이다.
⑤ X — 시청률 50%와 시청점유율 15%가 모두 틀리다. 올바르게는 시청률 15%, 시청점유율 30%이다.
계산 결과가 시청률 15%, 시청점유율 30%이므로 정답은 1번이다.

오답 포인트

핵심 함정은 두 비율의 분자를 모두 300가구로 두면서도 분모는 다르다는 점이다. 특히 ②처럼 시청률과 시청점유율의 분모를 뒤바꾸면 두 값의 위치도 서로 바뀐다.

다시 나오면 이렇게 판단

먼저 '전체 조사 대상'을 분모로 시청률을 계산하고, 이어서 '현재 TV를 켠 가구'를 분모로 시청점유율을 계산한다. 같은 채널 시청 가구 수를 분자로 사용한 뒤 각 분모와 단위를 검산한다.

암기 포인트

시청률의 분모는 전체 조사 가구, 시청점유율의 분모는 TV를 켠 가구이다.

NoteBase

9. 다음 중 방송프로그램에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 「방송법」에서는 방송프로그램의 영역을 보도, 교양, 오락으로 구분하고 있다.

② 모든 방송프로그램의 장르는 명확하게 구분된다.

③ 방송프로그램이라 함은 방송편성의 단위가 되는 방송내용물을 말한다.

④ 방송사 자체 제작과는 별도로 방송영상독립제작자들이 만드는 프로그램을 외주제작 프로그램이라고 한다.

⑤ 지상파방송사업자는 국내제작 방송프로그램을 전체 방송시간 중 최소 60% 이상은 편성해야 한다.

정답 2번

쟁점

이 문제는 방송프로그램의 법적 개념과 장르 구분, 외주제작 및 국내제작 프로그램 편성기준을 묻는다. 핵심은 법률상 분류가 존재한다는 사실과 실제 프로그램 장르의 경계가 언제나 명확하다는 주장을 구별하는 것이다.

용어 풀이

방송분야 = 방송프로그램의 영역을 보도·교양·오락 등으로 분류한 것이다.
방송프로그램 = 방송편성의 단위가 되는 방송내용물이다.
외주제작 프로그램 = 방송사가 자체 제작하지 않고 외부의 독립된 제작 주체가 제작하여 공급하는 프로그램이다.

핵심 구분

「방송법」은 방송분야를 보도·교양·오락 등으로 분류하지만, 실제 프로그램은 정보·교육·오락적 성격이 함께 나타날 수 있어 모든 장르의 경계가 명확한 것은 아니다. 또한 현행 「방송법 시행령」과 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」에 따르면 지상파방송사업자의 국내제작 프로그램 편성비율은 적어도 60% 이상이며, 전문편성 지상파는 60% 이상, 종합편성 지상파는 80% 이상이다.

NoteBase

선지별 해설

① O
- 「방송법」은 방송분야를 보도·교양·오락 등으로 구분한다. 법률상 방송프로그램의 영역을 분류하는 기준에 해당한다.

② X
- 법률상 분류가 있더라도 실제 방송프로그램에는 여러 성격이 결합된 복합·혼합 장르가 존재하므로 모든 장르가 명확히 구분되는 것은 아니다.
- 틀린 표현: '모든 방송프로그램의 장르는 명확하게 구분된다.'
- 올바른 표현: '방송프로그램의 장르는 서로 중첩될 수 있으므로 모든 장르가 명확하게 구분되는 것은 아니다.'

③ O
- 「방송법」은 방송프로그램을 방송편성의 단위가 되는 방송내용물로 정의한다.

④ O
- 방송사 내부의 자체 제작과 달리 외부의 방송영상독립제작자 등 독립된 제작 주체가 만드는 프로그램을 외주제작 프로그램이라고 한다.

⑤ O
- 현행 편성기준상 지상파방송사업자의 국내제작 방송프로그램 편성비율은 최소 60% 이상이다. 세부적으로 전문편성 지상파는 60% 이상, 종합편성 지상파는 80% 이상이므로 '최소 60% 이상'이라는 표현은 옳다.

오답 포인트

①의 법률상 분류가 존재한다는 사실을 보고 ②의 '모든 장르가 명확하게 구분된다'까지 옳다고 판단하기 쉽다. 분류 체계의 존재와 실제 프로그램 장르 사이의 명확한 경계는 서로 다른 문제이다. 또한 ⑤의 60%는 모든 지상파에 공통되는 최저선이고, 종합편성 지상파에는 더 높은 80%가 적용된다는 점을 구별해야 한다.

다시 나오면 이렇게 판단

방송프로그램 문제에서는 먼저 법률상 정의와 편성기준을 확인하고, '모든', '항상', '명확하게'처럼 예외를 배제하는 단정적 표현을 점검한다. 법률상 보도·교양·오락의 분류가 있더라도 실제 장르가 서로 결합될 수 있으므로 분류의 존재만으로 경계의 명확성까지 인정하지 않는다.

암기 포인트

법정 분류는 보도·교양·오락, 실제 장르의 경계는 혼합 가능, 지상파 국내제작물은 최소 60% 이상이다.

NoteBase

10. 다음 중 한국 방송의 역사에 대한 설명으로 옳은 것은?

① 지상파 아날로그 텔레비전방송은 2012년 12월 31일에 종료되었다.
② 한국의 컬러TV 방송은 1988년에 시작되었다.
③ KBS-TV는 1927년에 개국하였다.
④ 1980년 방송사 통폐합에 따라 당시 TBC는 MBC에 흡수되었다.
⑤ 한국의 종합유선방송 서비스는 1990년에 시작되었다.

정답 1번

출제 포인트

한국 방송사의 주요 전환 시점인 KBS-TV 개국, 컬러TV 방송 시작, 방송사 통폐합, 종합유선방송 출범, 지상파 아날로그 TV 방송 종료의 연도를 구별하는 문제이다.

핵심 개념

한국 방송사의 흐름은 1927년 경성방송국의 라디오 방송 시작, 1961년 KBS-TV 개국, 1980년 컬러TV 방송 시작과 방송사 통폐합, 1995년 종합유선방송 본방송 시작, 2012년 지상파 아날로그 TV 방송 종료로 정리된다.

선지별 해설

① O — 우리나라의 지상파 아날로그 텔레비전 방송은 디지털 전환에 따라 2012년 12월 31일 종료되었다.

② X — 틀린 표현은 '1988년'이다. 한국의 컬러TV 방송은 1980년 12월에 시작되었으므로, 올바르게는 '한국의 컬러TV 방송은 1980년에 시작되었다'이다.

③ X — 틀린 표현은 'KBS-TV는 1927년에 개국하였다'이다. 1927년은 경성방송국이 라디오 방송을 시작한 해이고, KBS-TV의 전신인 서울텔레비전방송국은 1961년에 개국하였다. 따라서 올바르게는 'KBS-TV는 1961년에 개국하였다'이다.

④ X — 틀린 표현은 'TBC는 MBC에 흡수되었다'이다. 1980년 방송사 통폐합 때 TBC는 KBS에 흡수·통합되었고, TBC-TV는 KBS 제2텔레비전으로 개편되었다. 따라서 'TBC는 KBS에 흡수되었다'가 올바른 표현이다.

⑤ X — 틀린 표현은 '1990년'이다. 한국의 종합유선방송은 1995년 3월 본방송을 시작했으므로, 올바르게는 '한국의 종합유선방송 서비스는 1995년에 시작되었다'이다.

NoteBase

오답 포인트

1927년은 텔레비전이 아니라 라디오 방송의 출발 시점이고, 1988년은 서울올림픽 때문에 컬러TV와 혼동하기 쉽다. 또한 1980년 통폐합 때 TBC의 흡수 주체는 MBC가 아니라 KBS이며, 종합유선방송의 본방송 시작은 1990년이 아니라 1995년이다.

다시 나오면 이렇게 판단

연도만 외우기보다 사건을 묶어 판단한다. 1927년은 라디오, 1961년은 KBS-TV, 1980년은 컬러TV와 통폐합, 1995년은 종합유선방송, 2012년은 지상파 아날로그 TV 종료에 대응한다.

암기 포인트

라디오 1927 → KBS-TV 1961 → 컬러·통폐합 1980 → 종합유선 1995 → 아날로그 종료 2012이다.

NoteBase

11. 「공직선거법」에서 제도적으로 허용하고 있는 선거방송 유형으로 옳지 않은 것은?

① 선거운동을 위한 방송광고
② 후보자와 연설원의 방송연설
③ 방송시설이 주관하는 후보자 연설의 방송
④ 후보자 경력방송
⑤ 방송통신위원회가 주관하는 정책토론회

정답 5번

쟁점

이 문제는 「공직선거법」이 허용하는 선거방송의 유형과 각 방송의 주관 주체를 구별하는 문제이다. 핵심은 방송광고·방송연설·경력방송·정책토론회가 법정 유형에 해당하는지와 정책토론회를 누가 주관하는지를 확인하는 것이다.

용어 풀이

선거방송은 방송매체를 이용하여 정당의 정책, 후보자의 정견·경력 등을 유권자에게 알리거나 후보자·정당 간 토론을 제공하는 선거 관련 방송이다.

핵심 구분

「공직선거법」은 제70조의 방송광고, 제71조의 후보자 등의 방송연설, 제72조의 방송시설주관 후보자연설의 방송, 제73조의 경력방송을 규정한다. 또한 제82조의3의 정책토론회는 중앙선거방송토론위원회가 주관한다. 따라서 정책토론회의 주관 기관을 방송통신위원회라고 한 표현이 틀리다.

NoteBase

선지별 해설

① O
- 선거운동을 위한 방송광고는 「공직선거법」 제70조가 허용하는 선거방송 유형이다.

② O
- 후보자와 후보자가 지명하는 연설원의 방송연설은 「공직선거법」 제71조가 허용하는 선거방송 유형이다.

③ O
- 방송시설이 주관하는 후보자연설의 방송은 「공직선거법」 제72조가 규정하는 선거방송 유형이다.
방송시설은 후보자의 연설을 방송할 때 편집하지 않고 후보자에게 공평하게 하여야 한다.

④ O
- 후보자의 주요 경력을 유권자에게 알리는 경력방송은 「공직선거법」 제73조가 규정하는 선거방송 유형이다.

⑤ X
- 정책토론회 자체는 법이 허용하는 유형이지만, 이를 주관하는 기관은 방송통신위원회가 아니라 중앙선거방송토론위원회이다.
- 틀린 표현: 방송통신위원회가 주관하는 정책토론회
- 올바른 표현: 중앙선거방송토론위원회가 주관하는 정책토론회

오답 포인트

⑤는 '정책토론회'라는 유형 자체가 틀린 것이 아니라 '방송통신위원회'라는 주관 주체가 틀린 선지이다. 방송정책을 다루는 일반 행정기관의 명칭과 선거방송 토론을 전담하는 위원회의 명칭을 혼동하기 쉽다.

다시 나오면 이렇게 판단

선거방송 유형을 묻는 문항에서는 먼저 방송광고·방송연설·경력방송·대담 및 토론회를 유형별로 확인한 뒤, '누가 주관하는가'라는 주체 표현을 별도로 대조한다. 정책토론회는 중앙선거방송토론위원회와 연결한다.

암기 포인트

정책토론회 주관은 방송통신위원회가 아니라 중앙선거방송토론위원회이다.

NoteBase

12. 다음 중 인터넷을 전송수단으로 이용하지 않는 서비스는?

① Podcasting
② OTT
③ DCS
④ DBS
⑤ IPTV

정답 4번

출제 포인트

인터넷 또는 IP망을 통해 콘텐츠를 전달하는 서비스와 위성을 통해 직접 방송 신호를 전달하는 서비스를 구별하는 문제이다.

핵심 개념

인터넷 기반 서비스는 방송·음성 콘텐츠를 인터넷 또는 IP망으로 전송한다. Podcasting과 OTT는 인터넷을 통해 콘텐츠를 제공하고, DCS와 IPTV는 IP망을 전송 경로로 활용한다. 반면 DBS는 방송위성에서 가입자의 위성 안테나로 신호를 직접 보내는 위성방송 방식이다.

선지별 해설

① O — Podcasting은 음성·영상 콘텐츠를 인터넷을 통해 구독하거나 내려받아 이용하는 서비스이므로 인터넷을 전송수단으로 이용한다.
② O — OTT는 방송 프로그램이나 영화 등의 콘텐츠를 인터넷망을 통해 제공하므로 인터넷을 전송수단으로 이용한다.
③ O — DCS는 수신한 위성방송 신호를 IP 신호로 변환하여 통신망을 통해 가입자에게 전달하므로 인터넷·IP망을 전송수단으로 이용한다.
④ X — DBS는 Direct Broadcasting Satellite의 약자로, 방송위성이 가입자의 위성 안테나에 방송 신호를 직접 전송한다. 틀린 표현은 DBS가 인터넷을 전송수단으로 이용한다는 판단이며, 올바르게는 위성을 전송수단으로 이용하는 직접위성방송이다.
⑤ O — IPTV는 인터넷 프로토콜 기반의 통신망을 통해 실시간 방송과 주문형 콘텐츠를 제공하므로 IP망을 전송수단으로 이용한다.

오답 포인트

DCS와 DBS는 모두 위성방송과 관련되어 있어 혼동하기 쉽다. 그러나 DCS는 위성 신호를 IP 방식으로 변환해 통신망으로 전달하고, DBS는 위성에서 가입자 안테나로 직접 전달한다.

NoteBase

다시 나오면 이렇게 판단

콘텐츠의 최종 전송 경로를 확인한다. 인터넷·IP망을 거치면 인터넷 기반 서비스이고, 방송위성에서 가입자 안테나로 직접 신호가 전달되면 DBS이다.

암기 포인트

Podcasting·OTT·DCS·IPTV는 인터넷·IP망, DBS는 위성 직접 전송이다.

NoteBase

13. 방송의 기능에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 방송의 환경감시 기능이란 사회에서 일어나는 일들을 보고하며, 혹시 발생할지 모르는 부정과 부패를 감시하고 고발하는 기능을 말한다.

② 방송의 사회화 기능이란 사회가 추구하는 공통의 규범과 가치관 등을 공유하도록 만드는 기능을 말한다.

③ 방송의 오락 기능이란 시청자들에게 즐거움을 제공하는 기능을 말한다.

④ 방송의 광고 기능이란 상품에 대한 정보를 제공하는 기능을 말한다.

⑤ 방송의 해설처방 기능이란 문화적 다양성을 해설하는 기능을 말한다.

정답 5번

출제 포인트

방송의 환경감시·사회화·오락·광고·해석처방 기능을 각각의 핵심 대상과 역할로 구별하는 문제이다.

핵심 개념

환경감시는 사회의 사건과 위험을 알리고 부정·부패를 감시하는 기능이다. 사회화는 사회의 규범과 가치관을 공유·전승하게 하는 기능이다. 오락은 즐거움과 휴식을 제공하는 기능이고, 광고는 상품·서비스에 관한 정보를 전달하는 기능이다. 해석처방은 사건과 정보의 의미·배경을 해석하고 평가하여 대응 방향이나 해결책을 제시하는 기능이다.

선지별 해설

① O — 사회에서 일어나는 일을 보고하고 부정과 부패를 감시·고발하는 것은 방송의 환경감시 기능에 해당한다.
② O — 사회가 추구하는 공통의 규범과 가치관을 구성원이 공유하도록 하는 것은 방송의 사회화 기능에 해당한다.
③ O — 시청자에게 즐거움과 휴식을 제공하는 것은 방송의 오락 기능에 해당한다.
④ O — 상품의 특징·가격·이용 방법 등 구매 판단에 필요한 정보를 제공하는 것은 방송의 광고 기능에 해당한다.
⑤ X — 틀린 표현은 '문화적 다양성을 해석하는 기능'이다. 해석처방 기능은 문화적 다양성 자체를 해석하는 기능이 아니라, 보도된 사건이나 사회문제의 의미와 배경을 해석·평가하고 대응 방향이나 해결책을 제시하는 기능이다.

NoteBase

오답 포인트

⑤의 '해석'이라는 단어만 보고 해석처방 기능으로 판단하기 쉽다. 기능명보다 무엇을 대상으로 어떤 역할을 하는지 확인해야 하며, 해석처방의 대상은 사건·정보·사회문제이고 핵심 역할은 의미 부여, 평가, 대응 방향 제시이다.

다시 나오면 이렇게 판단

사건 보고·감시는 환경감시, 규범·가치 공유는 사회화, 즐거움 제공은 오락, 상품 정보 제공은 광고, 사건의 의미·배경 분석과 해결 방향 제시는 해석처방으로 연결한다.

암기 포인트

환경감시는 알림·감시, 사회화는 규범·가치, 오락은 즐거움, 광고는 상품 정보, 해석처방은 의미 분석·대응 제시이다.

NoteBase

14. 「방송법」상 유료방송사업자가 '의무적으로 재송신'해야 하는 지상파 채널의 조합으로 옳은 것은?

① KBS 1, KBS 2
② KBS 1, MBC
③ KBS 1, EBS
④ KBS 2, EBS
⑤ MBC, EBS

정답 3번

쟁점

이 문제는 「방송법」상 유료방송사업자가 의무적으로 동시재송신해야 하는 지상파방송 채널에 관한 문제이다. 핵심은 KBS의 여러 채널 중 의무재송신 대상으로 지정된 채널과 EBS를 구별하는 것이다.

용어 풀이

의무적 동시재송신은 유료방송사업자가 법에서 정한 지상파방송을 수신하여 방송프로그램을 변경하지 않고 그대로 동시에 내보내야 하는 제도이다.

핵심 구분

「방송법」 제78조는 한국방송공사와 한국교육방송공사가 행하는 지상파방송의 의무적 동시재송신을 규정하고, 한 방송사업자가 여러 지상파 채널을 운용하면 지정·고시된 1개 채널로 한정한다. 이에 따른 대상 조합은 KBS 1과 EBS이다. KBS 2와 MBC는 이 조문의 의무재송신 대상 채널이 아니다.

NoteBase

선지별 해설

① X
KBS 2는 의무재송신 대상 채널이 아니므로 잘못된 조합이다.
틀린 표현: KBS 1, KBS 2
올바른 표현: KBS 1, EBS

② X
MBC는 「방송법」 제78조에 따른 의무재송신 대상 채널이 아니므로 잘못된 조합이다.
틀린 표현: KBS 1, MBC
올바른 표현: KBS 1, EBS

③ O
KBS의 지정 채널인 KBS 1과 한국교육방송공사의 EBS가 의무재송신 대상이므로 옳은 조합이다.

④ X
EBS는 맞지만 KBS 2가 아니라 KBS 1이 의무재송신 대상이므로 잘못된 조합이다.
틀린 표현: KBS 2, EBS
올바른 표현: KBS 1, EBS

⑤ X
EBS는 맞지만 MBC는 이 조문의 의무재송신 대상 채널이 아니므로 잘못된 조합이다.
틀린 표현: MBC, EBS
올바른 표현: KBS 1, EBS

오답 포인트

공영적 성격이 있는 방송사인지 여부만으로 판단하면 KBS 2나 MBC를 고르기 쉽다. 이 문항은 방송사의 성격이 아니라 법률상 의무재송신 대상으로 정해진 채널 조합을 묻고 있으며, KBS에서는 KBS 1만 해당한다.

다시 나오면 이렇게 판단

의무재송신 채널을 묻는 경우 먼저 KBS 1과 EBS의 조합을 찾는다. KBS 2나 MBC가 포함된 조합은 「방송법」 제78조의 의무재송신 대상 조합에서 제외한다.

암기 포인트

의무재송신은 KBS 1 + EBS이다.

NoteBase

15. 다음 중 「방송법」제2조 제1항에서 규정하고 있는 '방송'에 대한 개념 정의로 옳은 것은?

① '방송'이라 함은 방송프로그램을 기획.편성 또는 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것이다.

② '방송'이라 함은 방송프로그램을 편성 또는 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것이다.

③ '방송'이라 함은 방송프로그램을 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것이다.

④ '방송'이라 함은 방송프로그램을 제작하여 이를 공중에게 통신설비에 의하여 송신하는 것이다.

⑤ '방송'이라 함은 방송프로그램을 제작하여 이를 공중에게 방송설비에 의하여 송신하는 것이다.

정답 1번

쟁점

이 문제는 방송법상 '방송'의 정의를 정확히 구별하는 문제이다. 핵심은 방송프로그램에 관한 행위, 송신 대상, 송신 수단을 빠짐없이 확인하는 것이다.

용어 풀이

방송 = 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 공중에게 전기통신설비로 송신하는 것이다.

핵심 구분

방송법 제2조의 정의에서 행위는 '기획·편성 또는 제작', 대상은 '공중', 수단은 '전기통신설비'이다. '기획·편성 또는 제작'은 제작만을 뜻하지 않으며, 송신 수단도 단순한 통신설비나 방송설비가 아니라 전기통신설비이다.

NoteBase

선지별 해설

① O
- 방송프로그램을 '기획·편성 또는 제작'하여 공중에게 '전기통신설비'로 송신한다는 법정 정의의 핵심 요소를 모두 갖추고 있다.

② X
- '편성 또는 제작'이라고 하여 '기획'을 빠뜨렸다.
- 틀린 표현: 방송프로그램을 편성 또는 제작하여
- 올바른 표현: 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여

③ X
- 방송프로그램에 관한 행위를 '제작'으로만 한정하여 '기획·편성'을 빠뜨렸다.
- 틀린 표현: 방송프로그램을 제작하여
- 올바른 표현: 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여

④ X
- '제작'으로만 한정한 점과 송신 수단을 '통신설비'라고 한 점이 틀렸다.
- 틀린 표현: 방송프로그램을 제작하여 이를 공중에게 통신설비에 의하여 송신하는 것
- 올바른 표현: 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것

⑤ X
- '제작'으로만 한정한 점과 송신 수단을 '방송설비'라고 한 점이 틀렸다.
- 틀린 표현: 방송프로그램을 제작하여 이를 공중에게 방송설비에 의하여 송신하는 것
- 올바른 표현: 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것

오답 포인트

②·③은 '기획·편성 또는 제작' 중 일부를 누락했고, ④·⑤는 행위의 누락에 더하여 송신 수단까지 바꾸었다. 특히 '통신설비'나 '방송설비'처럼 비슷해 보이는 표현을 법정 용어인 '전기통신설비'와 혼동하기 쉽다.

다시 나오면 이렇게 판단

방송의 정의가 나오면 '기획·편성 또는 제작 → 공중 → 전기통신설비 → 송신'의 네 요소를 순서대로 대조한다. 어느 하나라도 빠지거나 다른 말로 바뀌면 틀린 선지로 판단한다.

암기 포인트

기획·편성 또는 제작, 공중, 전기통신설비, 송신이다.

NoteBase

16. 현재 우리나라에서 사용되고 있는 텔레비전방송 시청률 조사 방식은?

① 패시브 하우스미터(passive housemeter)
② 액티브 하우스미터(active housemeter)
③ 피플미터(peoplemeter)
④ 패시브 워치미터(passive watchmeter)
⑤ 포터블 워치미터(portable watchmeter)

정답 3번

출제 포인트

우리나라 텔레비전 시청률 조사에 사용하는 전자식 측정 장치의 명칭과 기능을 묻는 문제이다.

핵심 개념

피플미터(peoplemeter)는 표본 가구의 텔레비전에 설치하여 시청 채널과 시청 시간을 기록하고, 가구원별 시청 여부까지 파악하는 전자식 시청률 측정 장치이다. 핵심은 텔레비전의 작동 상태만 재는 것이 아니라 어떤 사람이 어떤 채널을 시청했는지 개인 단위의 자료를 수집한다는 점이다.

NoteBase

선지별 해설

① X
패시브 하우스미터(passive housemeter)는 현재 우리나라 텔레비전 시청률 조사 방식의 명칭이 아니다. 틀린 표현은 '패시브 하우스미터'이며, 올바르게는 '피플미터(peoplemeter)'이다.

② X
액티브 하우스미터(active housemeter)는 현재 우리나라 텔레비전 시청률 조사 방식의 명칭이 아니다. 틀린 표현은 '액티브 하우스미터'이며, 올바르게는 '피플미터(peoplemeter)'이다.

③ O
피플미터(peoplemeter)는 표본 가구의 텔레비전 시청 상태를 전자적으로 기록하고 가구원별 시청 정보를 수집하는 방식으로, 우리나라 텔레비전 시청률 조사에 사용된다.

④ X
패시브 워치미터(passive watchmeter)는 현재 우리나라 텔레비전 시청률 조사 방식의 명칭이 아니다. 틀린 표현은 '패시브 워치미터'이며, 올바르게는 '피플미터(peoplemeter)'이다.

⑤ X
포터블 워치미터(portable watchmeter)는 현재 우리나라 텔레비전 시청률 조사 방식의 명칭이 아니다. 틀린 표현은 '포터블 워치미터'이며, 올바르게는 '피플미터(peoplemeter)'이다.

오답 포인트

선지들이 passive, active, portable 같은 그럴듯한 수식어와 housemeter, watchmeter를 결합해 실제 조사 장치처럼 보이게 만든다. 이 문항에서는 수식어보다 텔레비전 시청자를 개인 단위로 측정한다는 의미의 'peoplemeter'가 핵심이다.

다시 나오면 이렇게 판단

표본 가구의 텔레비전에 장치를 설치하고 가구원별 시청 채널과 시간을 전자적으로 기록하는 방식이 제시되면 피플미터로 판단한다.

암기 포인트

텔레비전 시청률의 사람별 측정은 피플미터이다.

NoteBase

17. 광고주의 광고시간 구매 및 광고 제작 등을 대행하는 사업자를 (ㄱ)(이)라고 하고, 방송사의 광고시간 판매를 대행하는 사업자를 (ㄴ)(이)라고 한다. ㄱ과 ㄴ에 들어갈 용어를 순서대로 나열한 것으로 옳은 것은?

	ㄱ	ㄴ
①	광고대행사	미디어렙
②	미디어렙	광고대행사
③	방송광고공사	광고대행사
④	광고대행사	신디케이터
⑤	미디어렙	신디케이터

정답 1번

출제 포인트

이 문제는 광고주를 대신하는 광고대행사와 방송사를 대신해 광고시간을 판매하는 미디어렙의 역할을 구별하는 문제이다.

핵심 개념

광고대행사: 광고주를 대신하여 광고 기획·제작과 매체의 광고시간·지면 구매 등을 수행하는 사업자이다. 키워드는 '광고주 측 구매 대행'이다.
미디어렙: 방송사를 대신하여 방송광고 시간의 판매를 대행하는 사업자이다. 키워드는 '방송사 측 판매 대행'이다.
신디케이터: 방송 프로그램의 유통권을 확보하여 여러 방송사 등에 공급·판매하는 사업자로, 방송광고 시간 판매 대행자와는 다르다.
핵심 대비는 '광고주를 위한 광고 구매·제작 = 광고대행사, 방송사를 위한 광고시간 판매 = 미디어렙'이다.

NoteBase

선지별 해설

① O — 광고주의 광고시간 구매와 광고 제작 등을 대행하는 사업자는 광고대행사이고, 방송사의 광고시간 판매를 대행하는 사업자는 미디어렙이므로 두 용어가 모두 맞다.
② X — '미디어렙-광고대행사'는 두 역할을 서로 바꾼 표현이다. 올바르게는 '광고대행사-미디어렙'이다.
③ X — '방송광고공사-광고대행사'는 두 빈칸의 기능과 맞지 않는다. 광고주의 구매·제작을 대행하는 일반적 사업자는 광고대행사이고, 방송사의 광고시간 판매를 대행하는 사업자는 미디어렙이므로 '광고대행사-미디어렙'으로 고쳐야 한다.
④ X — 첫 번째 '광고대행사'는 맞지만 두 번째 '신디케이터'가 틀리다. 신디케이터는 주로 방송 프로그램을 유통하는 사업자이므로, 방송사의 광고시간 판매 대행자는 미디어렙으로 고쳐야 한다.
⑤ X — '미디어렙-신디케이터'는 두 빈칸 모두 틀리다. 첫 번째는 광고대행사, 두 번째는 미디어렙이므로 '광고대행사-미디어렙'으로 고쳐야 한다.

오답 포인트

②는 광고대행사와 미디어렙의 방향을 반대로 배치하고, ④와 ⑤는 프로그램 유통 사업자인 신디케이터를 광고시간 판매 사업자처럼 제시한다. 문제의 기준은 업무의 대상이 광고주인지 방송사인지이다.

다시 나오면 이렇게 판단

광고주를 대신해 광고를 만들고 매체를 구매하면 광고대행사로 판단한다. 방송사를 대신해 광고시간을 판매하면 미디어렙으로 판단한다. 프로그램 자체를 여러 방송사에 유통하면 신디케이터로 판단한다.

암기 포인트

광고주는 광고대행사에 구매를 맡기고, 방송사는 미디어렙에 판매를 맡긴다.

NoteBase

18. 다음 중 방송산업의 경제적 특성에 대한 설명으로 옳지 않은 것은?

① 방송은 공공재(public goods)의 성격을 띤다.
② 방송산업은 매몰비용(sunk cost)이 큰 편이다.
③ 방송은 소비자가 사용하기 전에 그 속성을 잘 알 수 없는 경험재(experience goods)의 성격을 띤다.
④ 방송산업도 규모의 경제(economies of scale) 원리가 작동한다.
⑤ 종합유선방송 채널사용사업자 시장은 완전 경쟁구조이다.

정답 5번

출제 포인트

방송산업에서 나타나는 공공재, 매몰비용, 경험재, 규모의 경제와 시장구조의 특징을 구별하는 문제이다.

핵심 개념

공공재적 성격: 방송은 한 사람의 시청이 다른 사람의 시청을 크게 방해하지 않는 비경합성을 가지며, 특히 전통적인 지상파방송은 대가를 내지 않은 사람을 배제하기 어려운 비배제성도 가진다.
매몰비용: 이미 지출되어 사업을 중단해도 회수하기 어려운 비용이다. 방송은 프로그램 제작과 설비 구축에 큰 초기비용이 든다.
경험재: 소비자가 실제로 이용한 뒤에야 품질을 정확히 평가하기 쉬운 재화이다. 방송 프로그램의 만족도와 품질은 시청 전에 완전히 알기 어렵다.
규모의 경제: 생산·유통 규모가 커질수록 평균비용이 낮아지는 현상이다. 방송은 고정비가 크고 추가 시청자에게 송출하는 비용은 상대적으로 작아 규모의 경제가 나타난다.
시장구조: 방송 채널은 내용과 브랜드가 서로 차별화되고 진입장벽도 존재하므로 완전경쟁의 조건을 충족하지 않는다.

선지별 해설

① O — 방송은 비경합성을 가지며, 전통적인 무료방송은 비배제성도 나타내므로 공공재적 성격을 띤다.
② O — 프로그램 제작비와 방송설비 투자비처럼 이미 투입하면 회수하기 어려운 비용이 커서 매몰비용이 큰 편이다.
③ O — 프로그램의 재미와 품질은 실제로 시청한 뒤에야 제대로 평가할 수 있으므로 방송은 경험재의 성격을 띤다.
④ O — 방송은 콘텐츠 제작·설비 등 고정비가 큰 반면 추가 시청자에게 서비스를 제공하는 한계비용은 작아, 이용자와 유통 규모가 확대될수록 평균비용이 낮아지는 규모의 경제가 작동한다.
⑤ X — 틀린 표현은 '완전 경쟁구조'이다. 종합유선방송 채널사용사업자 시장은 채널별 콘텐츠와 브랜드가 차별화되고 진입장벽이 존재하므로 완전경쟁이 아니라 불완전경쟁 구조이며, 일반적으로 독점적 경쟁의 성격으로 설명된다.

NoteBase

오답 포인트

채널 수나 사업자 수가 많다는 사실만으로 ⑤를 완전경쟁으로 판단하기 쉽다. 완전경쟁은 상품이 동질적이고 진입과 퇴출이 자유로워야 하지만, 방송 채널은 콘텐츠가 차별화되고 진입장벽이 존재한다.

다시 나오면 이렇게 판단

방송산업 문항에서는 '큰 초기 고정비·작은 추가 송출비용'에서 매몰비용과 규모의 경제를, '시청 후 품질 판단'에서 경험재를 찾는다. 시장구조는 사업자 수만 보지 않고 상품 차별화와 진입장벽의 존재를 함께 확인한다.

암기 포인트

방송은 공공재적 성격, 큰 매몰비용, 경험재, 규모의 경제를 가지며, 차별화된 채널 시장은 완전경쟁이 아니다.

NoteBase

19. 다음 중 방송프로그램 협찬고지에 대한 규칙으로 옳지 않은 것은?

① 협찬고지는 방송프로그램 및 방송광고와 내용상 뚜렷이 구분되어야 한다.

② 방송사업자는 협찬주에게 광고효과를 줄 수 있도록 프로그램을 제작.구성하여서는 아니된다.

③ 지상파텔레비전방송사업자가 방송프로그램제작협찬을 받은 경우, 프로그램 종료 시 종료자막으로 협찬주명을 고지할 수 있다.

④ 방송의 공정성 및 공공성을 준수하기 위해 시사.보도 프로그램의 협찬고지는 어떠한 경우에도 허용되지 않는다.

⑤ 방송사업자는 문화.예술.스포츠행사의 경우를 제외하고는 협찬주명을 방송프로그램 제목으로 사용하여서는 아니된다.

정답 4번

쟁점

이 문제는 협찬고지가 방송프로그램·방송광고와 구별되어야 하는지, 광고효과를 주는 제작이 금지되는지, 협찬주명을 고지하거나 프로그램 제목에 사용할 수 있는 범위가 어디까지인지 묻는 문제이다. 핵심은 시사·보도 프로그램 협찬의 원칙적 금지와 예외를 구별하는 것이다.

용어 풀이

협찬고지 = 방송프로그램 제작에 필요한 경비·물품·용역·인력 또는 장소 등을 제공받고 그 협찬주의 명칭 또는 상호 등을 알리는 것이다.

핵심 구분

「협찬고지 등에 관한 규칙」은 협찬고지를 방송프로그램 및 방송광고와 내용상 뚜렷이 구분하도록 하고, 협찬주에게 광고효과를 주도록 프로그램을 제작·구성하는 것을 금지한다. 지상파방송사업자의 시사·보도, 논평 또는 시사토론 프로그램 협찬은 원칙적으로 금지되지만, 「방송법 시행령」 제60조 제2항 제3호는 외국을 취재대상으로 하여 외국에서 제작한 일정한 프로그램을 예외로 둔다. 따라서 '어떠한 경우에도 허용되지 않는다'는 절대적 표현은 틀리다.

NoteBase

선지별 해설

① O
협찬고지는 방송프로그램 및 방송광고와 내용상 뚜렷이 구분되어야 하므로 옳다.

② O
방송사업자는 협찬주에게 광고효과를 줄 수 있도록 프로그램을 제작·구성해서는 안 되므로 옳다. 협찬 사실의 고지와 협찬주를 위한 광고성 제작은 구별된다.

③ O
지상파텔레비전방송사업자가 방송프로그램제작협찬을 받은 경우에는 방송프로그램 종료 시 종료자막으로 협찬주명 등을 고지할 수 있으므로 옳다.

④ X
시사·보도 프로그램의 협찬은 공정성과 공공성 보호를 위해 원칙적으로 금지되지만, 외국을 취재대상으로 하여 외국에서 제작한 일정한 프로그램에는 예외가 있다.
틀린 표현: '어떠한 경우에도 허용되지 않는다'
올바른 표현: '지상파방송사업자의 시사·보도 프로그램 협찬은 원칙적으로 금지되지만, 시행령이 정한 외국 취재·외국 제작 프로그램에는 예외가 있다.'

⑤ O
방송사업자는 원칙적으로 협찬주명을 방송프로그램 제목으로 사용할 수 없다. 다만 문화·예술·스포츠행사의 명칭을 중계 및 관련 프로그램의 제목으로 사용하는 경우는 예외이므로 옳다.

오답 포인트

④의 '어떠한 경우에도'라는 표현이 함정이다. 시사·보도 프로그램 협찬의 원칙적 금지만 기억하면 맞는 선지처럼 보이지만, 시행령상 외국 취재·외국 제작 프로그램에 관한 예외까지 확인해야 한다.

다시 나오면 이렇게 판단

협찬고지 문제에서는 먼저 내용상 구분, 광고효과 금지, 고지 시점, 제목 사용 금지를 나누어 본다. 이어 '항상', '어떠한 경우에도'와 같은 절대적 표현이 나오면 규정에 단서나 예외가 있는지를 확인한다.

암기 포인트

협찬고지는 프로그램·광고와 구별하고 광고효과는 금지한다. 시사·보도 협찬은 원칙적 금지이지만 외국 취재·외국 제작의 일정한 경우는 예외이다.

NoteBase

20. 다음 설명에 해당되는 방송관련 이론은?

> 텔레비전은 반복적이고 공통적인 방식으로 세계와 사회에 대해 일관된 이미지를 제시한다. 이러한 이미지는 시청자들이 보유하고 있는 개념이나 가치기준 및 행동방식에 영향을 미치게 된다. 이 이론은 텔레비전을 많이 시청하는 사람들이 적게 시청하는 사람들에 비해 텔레비전 속의 내용들을 실제 현실에 더 가까운 것으로 받아들이는 경향이 있다는 것을 밝혔다.

① 제3자 효과 이론
② 문화계발 효과 이론
③ 의제설정 이론
④ 프레이밍 이론
⑤ 사회적 책임 이론

정답 2번

출제 포인트

이 문제는 텔레비전의 반복적·누적적 노출이 시청자의 현실 인식에 미치는 효과를 문화계발 효과 이론과 연결하는 문제이다.

핵심 정리

문화계발 효과 이론은 텔레비전이 반복적이고 공통된 방식으로 제시하는 세계상이 장기간 누적되어 시청자의 현실 인식을 형성한다고 본다. 특히 텔레비전을 많이 시청하는 사람일수록 텔레비전 속 세계를 실제 현실과 비슷하다고 받아들이는 경향에 주목한다.

NoteBase

선지별 해설

① X
- 제3자 효과 이론은 미디어 메시지가 자신보다 다른 사람에게 더 큰 영향을 미친다고 지각하는 현상을 설명한다. 틀린 표현은 '제3자 효과 이론'이며, 올바르게는 '문화계발 효과 이론'이다.

② O
- 문화계발 효과 이론은 텔레비전의 반복적·누적적 메시지가 시청자의 세계관과 현실 인식을 형성하며, 중시청자가 경시청자보다 텔레비전 속 내용을 현실에 가깝게 받아들이는 경향을 설명한다.

③ X
- 의제설정 이론은 미디어가 특정 이슈를 중요하게 다룸으로써 사람들이 그 이슈를 중요하다고 인식하게 하는 효과를 설명한다. 틀린 표현은 '의제설정 이론'이며, 올바르게는 '문화계발 효과 이론'이다.

④ X
- 프레이밍 이론은 미디어가 현실의 특정 측면을 선택하고 강조하는 해석의 틀이 수용자의 이해와 판단에 영향을 미친다고 본다. 틀린 표현은 '프레이밍 이론'이며, 올바르게는 '문화계발 효과 이론'이다.

⑤ X
- 사회적 책임 이론은 언론의 자유에 사회적 책임과 공익 실현 의무가 수반된다는 규범적 언론 이론이다. 틀린 표현은 '사회적 책임 이론'이며, 올바르게는 '문화계발 효과 이론'이다.

출제자가 노린 함정

미디어가 사람의 인식에 영향을 준다는 공통점만 보고 제3자 효과·의제설정·프레이밍 이론을 고르기 쉽다. 그러나 지문의 결정적 단서는 '반복적이고 공통적인 텔레비전 이미지', '많이 시청하는 사람', '실제 현실에 더 가깝게 받아들임'이다.

다시 나오면 이렇게 판단

텔레비전의 장기적·누적적 노출과 중시청자의 현실 인식이 함께 제시되면 문화계발 효과 이론으로 판단한다. 이슈의 중요도는 의제설정, 현실을 제시하는 관점은 프레이밍, 자신보다 타인이 더 영향받는다는 인식은 제3자 효과로 구분한다.

암기 포인트

문화계발 효과 이론 = 텔레비전 중시청자의 현실 인식이 텔레비전 세계에 가까워지는 장기적·누적적 효과이다.

NoteBase