

방송통신위원회  
지정 2009-06

# 외국방송 재송신 승인제도 개선방안 연구



이 보고서는 2009년도 방송통신위원회 방송발전기금 조사연구사업의 연구결과로서 보고서의 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

# 제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

이 보고서를 방송통신위원회가 지원하여 수행한 ‘외국방송 재송신 승인제도 개선방안 연구’의 최종보고서로 제출합니다.

2009년 11월

주관연구기관 : 한국방송학회

책임연구원 : 정용준(전북대학교 신문방송학과 교수)

공동연구원 : 김경호(제주대학교 언론홍보학과 교수)

연구자문위원 : 이만제(한국콘텐츠진흥원 책임연구원)

김영덕(한국콘텐츠진흥원 책임연구원)

보조 연구원 : 최성은(전북대신문방송학과 박사과정 수료)



# Contents

요약	V
<b>I</b>	<b>문제의 제기</b>
1. 문제제기	1
<b>II</b>	<b>국내의 외국방송 승인제도와 사업자 현황</b>
1. 외국방송 승인제도 변천과정	7
2. 국내의 외국방송 사업자 현황	9
<b>III</b>	<b>주요국가의 외국방송 승인제도 분석</b>
1. 캐나다의 외국방송 재송신 승인제도	23
1) 방송시장 개관	23
2) 외국방송사업자 개념과 인허가 절차	27
3) 외국방송 규제정책	31
4) 국내제도와와의 비교 및 시사점	35
2. 대만의 외국방송 승인제도	36
1) 방송 시장 개관	36
2) 외국방송사업자 개념과 현황	38
3) 외국위성방송 인허가 절차	40
4) 외국위성방송 규제	41
3. 일본의 외국방송 재송신제도	49
1) 방송사업자 인허가 및 외국자본규제	49
2) 외국방송 재송신규제 및 사업 현황	54
4. 미국의 외국방송 재송신 승인제도	62
1) 미국의 방송시장 현황	62
2) 외국방송사업자 제도 및 개념	65

1. 국내 현황 요약 .....	75
2. 외국 현황 비교 .....	76
3. 개선방안 .....	84
1) 조건부 승인제도 도입 .....	85
2) 국내영상산업 기여방안 .....	85
3) 국내PP와 동일 규제 .....	86

# Contents

## 표 목 차

<표 1> 주요 국가의 외국방송 개념과 규제 비교 분석 .....	7
<표 2> 외국방송 제도 중장기 개선방안 .....	15
<표 2-1> 외국방송 재송신 정책의 변화 .....	8
<표 2-2> 연도별 외국방송 재송신 채널 승인 현황 .....	10
<표 2-3> 국내 외국방송 사업자 현황 .....	11
<표 2-4> 아날로그와 디지털 재전송 외국방송 비교 .....	13
<표 2-5> 장르별 외국방송 사업자 현황 .....	14
<표 2-6> 국내 PP 프로그램 수출입 현황(2007년 기준) .....	15
<표 2-7> 국내 PP 프로그램 유형별 수출입 현황 .....	16
<표 2-8> 국내 외국방송 재송신 채널 언어 특성 .....	17
<표 2-9> 국내 PP 매출 현황 .....	18
<표 3-1> 캐나다 방송부문의 연도별 매출액과 성장률 .....	23
<표 3-2> 캐나다의 국내와 외국방송 수 비교 .....	25
<표 3-3> 캐나다방송과 외국방송의 시청점유율 비교 .....	26
<표 3-4> 캐나다의 이원적 방송사업자 .....	27
<표 3-5> 2009년 4월 현재 캐나다의 외국방송 승인목록 .....	28
<표 3-6> 캐나다 방송정책의 목표 .....	29
<표 3-7> 대만과 한국의 주요 방송지표 비교(2007) .....	37
<표 3-8> 위성 방송 프로그램 공급자의 처벌 현황 .....	46
<표 3-9> 일본의 방송국 면허규정 .....	52
<표 3-10> 일본의 방송매체별 외국자본 및 임원 제한현황 .....	54
<표 3-11> 외국채널의 시청가능 가구 수 및 케이블TV 수 .....	55
<표 3-12> 스카이퍼펙TV에서 운영중인 외국계 채널현황 .....	57
<표 3-13> 미국의 케이블방송 가입자 및 보급률 변화 추이 .....	64
<표 3-14> 미국 상위 10개 케이블 사업자별 서비스 가입자 현황 .....	64
<표 3-15> 미국 위성방송 가입자 및 보급률 변화 추이 .....	65
<표 3-16> 미국 내 스페인어 방송 현황 .....	67
<표 3-17> 미국 내 주요 외국어 채널 현황 .....	68
<표 3-18> SBS International 채널과 시청 지역 .....	70
<표 3-19> MBC America 채널과 시청 지역 .....	71
<표 4-1> 주요 국가의 외국방송 개념과 규제 비교 분석 .....	77
<표 4-2> 외국방송 제도 중장기 개선방안 .....	85



# 요 약 문

## 1. 국내 현황 요약

외국방송 재송신제도는 외국위성방송의 불법수신을 막고, 양성화하기 위해 1999년 통합방송법의 실시와 함께 도입되었다. 외국방송을 방송하고자 하는 국내의 케이블TV와 위성방송이 방송위원회에 신청하여 승인받는 외국방송 재송신제도는 이후 플랫폼사업자와 외국방송이 이중으로 승인 신청하는 이중승인제도를 거쳐 최근에는 외국방송이 직접 신청하는 제도 변화를 겪어 왔다.

2000년 통합방송법이 제정되면서 신설된 외국방송 재송신제도 도입과 함께 케이블 TV와 위성방송 채널 용량의 10/100으로 비율규제를 하였으나, 2004년 20/100으로 규제완화를 하였다. 2001년 시청자편익을 위해 한글자막을 허용하고, 한국어 더빙에 대해서는 추후에 허용 여부를 검토하겠다고 했다. 한국어 더빙은 많은 논란이 됐으나, 2005년 허용하지 않는 것으로 결정이 났다.

2005년 5월 1일부터 방송위원회는 사전승인제를 골자로 한 외국방송 재송신 승인 정책 개선방안을 확정하여 시행하였다. 외국방송 사전승인제 도입에 따라, 기존에는 SO 및 위성방송사업자가 재송신하고자 하는 외국방송 채널에 대해 개별 승인을 받았으나, 외국방송사업자가 국내에서 재송신이 가능한지에 대해 미리 승인 심사를 받을 수 있게 됐다. 또한 장르별 심사 기준 구체화 방침에 따라 홈쇼핑 분야는 승인을 배제하며, 종합편성 및 보도 분야는 국제적인 가시청자 수 및 공정성·공익성에 대한 신뢰성을 고려해 승인 여부를 결정하기로 하였다.

외국방송사업자가 직접 신청하는 방송법 개정안이 제출하여 2007년 7월에 국회 본회의를 통과했다. 개정안은 재송신 승인 신청의 주체를 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자에서 당해 외국방송을 행하는 외국방송사업자로 변경하고 외국방송사업자가 재송신하는 방송이 방송 심의에 관한 규정을 위반시 과태료를 부과하거나 승인을 취소할 수 있도록 함으로써 외국방송사업자에 대한 책임성을 강화했다.

외국방송은 CNN, BBC, 디스커버리채널, 디즈니채널, 블룸버그TV, AXN 등 해외위성의 방송을 국내에서 그대로 방송하는 해외재송신 채널들이다. 외국방송 재

송신은 2000년 방송법에 외국방송 재송신 제도가 도입된 이후 꾸준히 늘어나고 있다. 2009년 7월 현재 재전송 승인된 외국방송은 모두 30개 외국방송 사업자의 43개 채널로, 지난 2007년에는 24개였던 것에 비해 2년 만에 큰 폭으로 증가했다. 이는 디지털 케이블 방송, IPTV 등 다채널 플랫폼 환경의 변화로 인해 외국방송에 대한 수요가 늘어나고 있기 때문이며 향후 HD 다채널 서비스 제공으로 인해 앞으로 해외 HD 채널들의 유입이 늘어날 것으로 전망되고 있다.

현재 재송신이 승인된 외국방송은 2009년 7월 현재 239개 국내 방송채널사업자(TV)의 17.6%이다. 2008년 기준 국내 재송신 승인된 30개 외국방송 중 아날로그 케이블 TV에는 5개 방송만이 송출되고 있으며, 디지털 18개, 위성방송 13개, 위성 DMB 4개, IPTV(KT)의 경우 4개의 방송이 송출되고 있다. 아날로그보다는 디지털 패키지에서 외국방송의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

국내에 재송신되는 외국방송은 오락보다는 종합, 다큐, 뉴스 중심의 공익적인 채널들이 많은 것으로 나타났다. 국가별로는 미국(19개), 영국(7개), 프랑스(5개), 중국(홍콩,3개), 독일(2개), 싱가포르(2개), 일본(1개), 대만(1개), 필리핀(1개), 오스트리아(1개), 호주(1개) 순으로 유럽국가의 채널이 많이 증가했으나 여전히 미국채널이 국내에 재송신되고 있는 외국방송 채널 중 가장 많은 비중(44.2%)을 차지하고 있다. 장르별로 살펴보면 다큐 채널이 9개로 가장 많다. 언어적인 측면에서는 대부분 영어에 편중되어 있는 것으로 나타났다.

재송신 제도가 도입된 이후 외국방송은 꾸준히 늘어나고 있으며 특히 2007년 이후 큰 폭으로 증가했다. 플랫폼별로는 아날로그 방송보다는 디지털 방송에 주로 송출되고 있고, 국내 160개 PP의 총 수신료 수익의 4.4% 수준의 수익률 수익을 올리고 있었다. 특히 오락성 채널들의 수익성이 높은 것으로 나타났다.

## 2. 외국 현황 비교

외국의 재송신제도는 캐나다, 대만, 일본과 미국을 비교검토 하였다. 캐나다가 국내제도처럼 외국방송사업자제도와 가장 유사하며, 대만은 외국방송사업자를 국내PP와 동일대우하는 중간정도이며 일본과 미국은 정부개입보다는 시장위주의 재송신제도를 채택하고 있다.

〈표 1〉 주요 국가의 외국방송 개념과 규제 비교 분석

규제 모델	엄격한 외국방송사업자 규제모델	국내PP동일규제모델	시장위주의 자율모델	
국가	캐나다	대만	일본	미국
가. 개념	○ 비캐나다 방송서비스(non-canadian broadcasting service) 또는 합법적인 위성방송서비스(eligible satellite service)	○ 대만지역에 위성을 통해 프로그램이나 광고를 전송하는 외국 위성방송	○ 외국방송 사업자 제도 및 개념 없음	○ 외국방송 사업자 제도 및 개념 없음
나. 인허가	○ CRTC 승인 심사항목 - 방송법 3조 목적 달성 기여 여부 - 캐나다방송 서비스와 전면적 혹은 부분적 경쟁여부 - 캐나다내 비영어, 비불어권 공동체 기여	○ 대행사 자본규모 2천만 NT\$(약6억원) ○ 6년마다 재허가를 하되, 매 2년마다 운영성과 평가하여 시정요구	○ 국내외 PP 구분없음	○국내외 PP 구분없음
다. 플랫폼 사업자 규제	○ 플랫폼별 조건부 허가(아날로그/디지털 케이블, 위성방송, 유료채널, PPV서비스) ○ 방송전송 사업자에게 스페셜티 서비스의 경우에는 외국채널 1개를 송신할 시에는 국내 1개 채널의 송신을,페이TV 및 PPV의 경우에는 외국채널 5개의 송신에 국내 1개 채널의 송신을 강제	○ 위성방송법에서 승인만 받으면, 대만내 모든 플랫폼에 재전송이 가능하였으나, 최근에 케이블 플랫폼에는 별도의 승인 절차를 밟도록 하는 법개정 추진 중	○ 없음	○ 없음
라. 장르 규제	○ 장르보다는 캐나다내 중복여부 심사	○ 국내PP와 동일 규제	○ 국내외 PP 구분없음	○ 국내외 PP 구분없음
마. 재송신 기준	○자막과 더빙은 자유	○외국프로그램 중국어 자막과 더빙 의무 ○광고시간 1/6이내	○자막과 더빙 규제 없음 ○지역 광고 가능	○자막과 더빙 규제 없음 ○지역 광고 가능
바. 국내 PP와의 형평성	○ 현재는 강제하지 않고 있으나, 국내 매출액의 10% 기금 출연을 검토 중	○ 국내PP와 동일 규제	○ 국내외 PP 구분없음	○ 국내외 PP 구분없음

캐나다는 세계 최강의 영상콘텐츠 강국인 미국과의 인접성으로 인하여 외국방송에 대한 규제와 국내콘텐츠 보호에 대해 많은 노력을 기울여 왔다는 점에서 국내의 제도와 가장 유사하다고 할 수 있다. 오히려 언어적 장벽이 없고, 인구의 80% 이상이 미국과의 인접지역에 거주하여 정체성 유지에 많은 어려움이 있었다. 이에 외국

방송사업자제도가 대단히 정교하게 규정되어 있다.

2006년 12월 말 현재 캐나다의 방송서비스는 총 662개이다. 이 가운데 국내방송 수는 500개이고, CRTC에 의해 허가받은 외국방송 수는 162개이다. 이 가운데, 영어 방송은 85개, 불어는 6개, 나머지 언어방송은 71개이다. 대략 32개국의 25개 언어가 방송되며, 외국방송의 75%가 아날로그 기반으로 방송된다. 국내방송이 지상파의 지역방송과 디지털방송, 원주민방송, 공동체방송을 포함하고, 뉴미디어 방송은 유료채널과 PPV 및 VOD서비스를 포함하여 500개인 것을 감안한다면, 캐나다에 진출한 외국방송의 수가 많다고 할 수 있다. 캐나다 국내방송의 시청점유율은 점진적으로 증가하고, 외국방송은 조금씩 하락하고 있다. 2002/03년에 국내방송은 75.2%에서 2005/06년에는 78.7%로 점진적인 상승세를 보이는 반면, 외국방송은 22.2%에서 18.5%로 점진적인 하락 추세를 보이고 있다. 외국방송 가운데는 미국의 ABC, NBC 같은 지상파방송의 시청점유율이 높으며, 스페셜티와 페이 서비스들도 7~9%의 적지 않은 시청점유율을 기록하고 있다.

캐나다는 한국과 마찬가지로 국내PP와 별도로 외국방송사업자 제도가 존재한다. 외국방송사업자는 비캐나다 방송서비스(non canadian broadcasting service) 또는 합법적 위성방송서비스(eligible satellite service)로 불리운다. 외국방송 정책은 캐나다 방송법의 다양성원칙에 근거를 두고 있다. 캐나다방송법에서는 캐나다의 다양한 민족공동체들이 자신들의 언어로 다양한 캐나다서비스에 접근해야 한다는 것을 천명하고 있다. 다양성의 측면에서는 방송법 3조1항에서 '캐나다 방송시스템은 캐나다의 문화적, 정치적, 사회적, 경제적 삶을 풍부하게 해야한다'는 것을 제시하고 있다. 또한 캐나다의 가치를 표현하는 수단의 발전과 다문화적, 다언어적 사회의 발전을 규정하고 있다.

외국방송을 허가하는 행정절차에서 외국방송사업자들은 ① 외국방송서비스의 캐나다대리인 여부 ② 캐나다내에서 프로그램 배포권리를 가지고 있다는 증거제출 ③ 종합채널/ 전문채널 여부, 주된 언어 및 언어가 사용된 방송시간, CRTC의 가이드라인에 따른 장르분류, 주당 방송편성비율과 자막여부 ④ 외국방송서비스임을 대표할 수 있는 최근의 편성표 등을 제출해야 한다. CRTC는 외국방송사업자가 사업승인을 요청하면 경쟁상황 심사를 한다. 경쟁상황 심사의 주요 기준으로 비캐나다 방송서비스가 ① 방송법 3조의 목적 달성에 기여 ② 캐나다 서비스에 대한 부정적인 영향 여부에 초점을 두고 있다. 경쟁심사의 주된 요소는 ㉠프로그램의 주된 장르와

성격 ⑥핵심 시청자층 ⑦주된 언어 ⑧프로그램 출처와 경쟁사업자들의 문제제기 등이다.

CRTC는 분기별로 외국방송의 승인여부를 고시하는 채널허가목록(eligible satellite service)을 고지한다. 캐나다의 채널허가목록은 국내외의 사업자들이 채널허가를 신청할 때 연간 혹은 분기별로 채널을 허가하는 제도이다. 외국방송 채널허가목록에서 가장 중요하게 보는 것은 캐나다 내 유사한 장르의 채널과 경쟁여부를 가장 중요하게 고려하고 있다. 채널허가목록(eligible satellite service)은 각 분기별로 위원회가 고지하는 리스트에 제시되어 있다. 채널허가목록은 케이블TV/위성/디지털 플랫폼, 기본/프리미엄/유료/PPV패키지별로 각각 구분된다. 예를 들면, 플레이보이(Playboy)채널은 패키지에는 포함되지 못하고, 개별유료채널로서만 방송할 수 있다. 방송전송 사업자에게는 스페셜티 서비스의 경우에는 외국채널 1개를 송신할 시에는 국내 1개 채널의 송신을,페이TV 및 PPV의 경우에는 외국채널 5개의 송신에 국내 1개 채널의 송신을 강제하고 있다.

캐나다에서는 외국방송이 국내영상산업에 기여 할 수 있는 방안이 시청자들의 프로그램 선택권 증가, 캐나다내 민족공동체들이 그들의 언어로 캐나다정체성을 가질 수 있도록 하는 방안에 긍정적인 평가를 하였다. 그럼에도 불구하고 문화유산부를 중심으로 매출액의 10%를 외국방송 프로그램펀드로 출연하는 방안을 심각하게 고려하고 있다.

대만은 2007년 현재, 케이블TV 가입가구가 602만 가구(가구 보급률: household penetration)로 81.9%일 정도로 케이블TV가 발달한 국가이다. 유료방송 가입 가구는 한국의 절반보다도 적은 640만 가구지만 시장규모는 11억 7300만 달러로 한국의 12억 2백만 달러와 유사한 규모를 갖고 있어 유료방송시장이 발달한 국가이다. 2007년 현재 국내 61개 방송사가 110개 채널을 운영하고, 16개 해외 방송사가 45개 위성채널을 운영하고 있다. 대만에서 방송되는 외국뉴스채널은 대부분 만다린어(북경어)를 사용하며, HBO나 스타무비 같은 영화채널은 중국어 자막을 방송하고 있다. 해외 스포츠 채널은 Star Sports와 ESPN이, 어린이 채널은 디즈니채널(Disney Channel)과 카툰 네트워크(Cartoon Network)가 인기를 얻고 있다.

대만은 상대적으로 작은 시장규모에서 기인하는 방송프로그램의 자체제작 어려움으로 인해 일찍이 외국방송에 대한 개방정책을 취하여 부족한 프로그램을 보완하는

수단으로 활용하고 있다. 이러한 개방정책은 본토 중국과는 달리 자유주의를 표방하는 대만의 전통과도 맞닿아 있는 현실이라고 하겠다. 제도적으로도 외국방송과 국내 방송에 대해서 차별 없는 제도를 운영하고 있다. 개방정책으로 인해 2000년대 초 자국의 제작역량은 계속 축소되어 프로그램을 자체 제작하는 지상파 방송보다, 외부의 프로그램을 주로 구매하여 편성, 방송하는 유료방송 중심으로 시장이 재편되고 있다.

대만은 위성방송법에서 외국방송사업자를 규정하고 있는데, ‘대만지역에 위성을 통해 프로그램이나 광고를 전송하는 외국 위성방송 운영자’를 말한다. 외국위성방송사업자는 위성방송운영자와 채널공급자 모두 해당된다. 대만에서 위성방송 채널공급자와 외국위성방송 채널공급자는 위성방송뿐 아니라 케이블TV에도 프로그램을 공급하는 사업권을 갖기 때문에 유료방송시장에서 중요한 지위를 갖는다. 하지만 최근에 플랫폼마다 별도의 외국방송사업자 지위를 가지는 위성방송법 개정안을 발표하였다. 대만의 유료방송규제체계는 위성방송에 다소 엄격하고, 케이블TV에 느슨한 골격을 갖추고 있으나 실제 시장에서는 케이블TV 보급율이 82%정도이어서 케이블TV에 대한 규제가 필요하기 때문이다.

또한 외국위성방송이 대만 내에서 위성방송 운영사업이나 프로그램 공급사업을 추진하기 위해서는 사업승인을 받아야 한다. 외국방송사업자는 국내프로그램 공급사업자와 동일하게 대만 내 지사, 또는 대행사의 최소 자본금을 2천만 NT\$(한화 약 6억원)로 제한하여 무분별한 지사, 대행사가 난무하는 것을 규제하는 장치를 두고 있다. 규제기구인 6년마다 재허가를 하되, 매 2년마다 운영성과를 평가하며, 평가결과 운영계획의 이행이 이루어지지 않아 그 시정이 필요할 경우 규제기구인 구체적인 기간 안에 시정하도록 해당 사업자에게 통보하여야 한다. 시정이 이루어지지 않을 경우, 규제기구인 사업 면허를 취소하여야 한다. 외국위성방송 채널공급자와 국내 채널공급자에 대해 동일하게 규제가 적용된다. 다만 한국과 다른 것은 자막과 더빙의 의무가 존재하며, 대만내 상업광고가 가능하다.

반면, 일본과 미국은 시장위주의 자유로운 외국방송 제도를 채택하고 있다. 일본의 위성방송이나 케이블TV에서 외국방송을 재송신할 경우, ‘외국방송’이라고 해서 별도로 적용되는 규제는 없다. 국내 방송사업자나 외국방송사업자나 채널재송신과 관련하여 동일한 룰이 적용되고 있다.

외국방송사업자가 자체 채널을 일본내에서 재송신할 수 있는 방법은 크게 세 가지로 나눌 수 있다. 하나는 외국자본이 100%까지 허용되어 있는 전기통신역무이용 방송사업자의 지위를 얻는 것이다. 외국방송사업자가 직접 자신의 채널을 일본내 위성방송 등에 재송신하기 위해서는 일본에 현지법인을 설립하고 전기통신역무이용 방송사업자의 지위를 획득해야 한다. 하지만 실제 100% 출자를 하는 외국방송사업자는 거의 없으며 일본내 회사와 합작 형태로 채널을 설립해 운영하고 있다. 자신의 채널을 재송신하려는 외국방송사업자는 일본내 현지사업자가 방송사업자 지위를 얻는 과정과 동일하다. 둘째는 외국자본이 20% 이내로 제한되어 있는 위탁방송사업자에게 위탁해 재송신하는 경우이다. 외국방송사업자가 위탁방송사업자가 될 수 없기 때문에 일본내 위탁방송사업자로 하여금 자신의 채널을 재송신하게 해야 한다. 이때 외국방송사업자는 방송사업자 지위를 득하지 않더라도 이와 상관없이 별도의 일본내 현지법인은 설립할 수 있다. 셋째는 방송법상의 사업자 지위를 얻지 않고 쌍방간의 계약에 의해 프로그램공급자로서 케이블TV 등에 채널 또는 프로그램을 공급하는 방법이다. 이때 외국채널사업자이든 일본 현지의 프로그램공급사업자이든 별도의 방송사업자 지위를 갖출 필요는 없다. 케이블TV에 공급되는 채널은 실제론 개별 프로그램 공급사업자에 의한 유통보다 위성방송에도 서비스가 가능한 정식사업자인 위탁방송사업자나 전기통신역무이용방송사업자에 의한 유통이 대부분이다.

2009년 7월 현재 일본 최대의 CS위성방송인 스카이퍼펙TV에서 운영되고 있는 외국계 채널은 총 28개이다. 이 가운데는 한국의 'Mnet 재팬'처럼 한국의 채널임에도 재송신행태가 아니라 구매를 통해 채널편성을 하는 경우도 있고 실제 외국에서 위성을 통해 그대로 재송신되고 있는 채널도 있으며 일부 일본시장을 겨냥해 재송신과 독자편성을 하는 혼성채널도 있다. 외국계 채널의 장르는 뉴스에서부터 드라마, 음악, 스포츠, 스포츠, 해외의 종합편성채널 등으로 다양하게 진출해 있다.

2009년 7월 현재 스카이퍼펙TV의 총 운영TV채널이 166개임을 고려할 때 외국계 채널의 비율은 16% 수준에 그치고 있다. 순수하게 외국에서 재송신되는 채널만을 계산하면 그 비율은 더욱더 떨어진다. 재송신채널의 채널편성상한과 사전승인과 같은 재송신규제가 없는 상황임에도 외국채널 재송신은 그다지 많지 않은 것이 현실이라고 할 수 있다. 또한 외국방송의 일본어 더빙이나 자막, 그리고 일본기업 광고에 대한 규제는 없다.

일본이 주는 시사점은 다음 몇 가지 측면에서 제시할 수 있을 것이다. 첫 번째는

일본은 미국에 이은 세계 제2위의 경제규모를 갖고 있고 우리보다 5배 정도로 큰 방송시장 규모를 가진 나라이다. 아울러 1950년 이래 줄곧 50년 이상 넘게 상업방송체제를 유지해왔던 풍토 속에서 대외적 경쟁력을 쌓아왔다고 할 수 있다. 따라서 이러한 기초체력과 학습 및 경험을 기반으로 한 '자신감'이 외국자본 및 채널 등에 대해 비교적 개방적인 형태로 나타났다고 할 수 있을 것이다.

두 번째는 무료가 아닌 '유료방송시장'의 메커니즘에 대한 충분한 사회적 이해 속에서 외국채널에 대한 니즈와 국내채널 수요와의 균형점을 시사하고 있는 점이다. '재송신관련 진입을 통제하기 위한 '승인'이나 '편성' 규제와 같은 진입장벽은 없지만, 제한적인 매체에만 사업자 등록 등을 통한 재송신을 허용하고 있어 실제로 외국프로그램이 일본의 문화적 정체성을 위협할 만큼, 그리고 방송시장을 잠식할 만큼, 우려할 만한 수준은 아니라는 인식이다. 또한 실제로 외국채널은 직접 현지법인을 설립해 방송사업을 전개하기도 하지만, 일본내 위탁방송사업자에게 위탁하는 형태의 방송사업을 택하는 곳도 있고 합작형태로 추진하는 곳도 있는 등 다양한 사업형태로 진행되고 있다.

결론적으로 우리도 향후 방송환경의 글로벌화가 급속하게 예상되는 바, 이에 부응하는 방향에서 전향적으로 외국자본과 채널의 유입에 대한 제도정비와 대책이 마련되어야 할 것으로 보인다. 유료방송에서 국내채널로만은 채널다양성과 시청자의 다양한 니즈를 충족시킬 수 없다는 점, 국내영상산업의 발전을 위하여 합작 등을 유도하는 방안, 기간방송과 유료매체 등 매체별 접근을 달리하는 등 정책적 유연성을 가져가는 방안 등 현행보다 개방정도를 높여나가는 수준에서 다각적으로 강구해볼 수 있을 것이다.

한편, 미국의 방송시장은 세계 제1의 방송시장이며, 다양한 인종들이 함께 거주한다는 점에서 재송신정책이 정부보다는 시장흐름에 맡겨두고 있다. 특히 지상파와 케이블TV, 그리고 위성방송이 플랫폼을 넘나드는 시장 경쟁을 하고 있다. 미국의 케이블방송은 2000년까지만 해도 유료방송 가입자의 약 80% 이상을 확보해 왔으나, 위성방송과 VOD 등 새로운 유료 방송 플랫폼의 출현으로 가입자 수가 점차 줄어들어 케이블방송에 가입한 전체 유료방송 가입자 비율이 2007년 말에 70%대 까지 하락하였고, 위성방송이 30%대에 육박하고 있다.

미국도 일본과 같이 국내PP와 별도로 외국방송사업자 제도와 개념이 존재하지는

않는다. 이는 외국방송(혹은 영어외 다른 언어) 서비스를 별도의 기준을 두어 규제하지 않고, 자국 내 일반 방송 서비스와 동일하게 간주하여 시장논리에서 경쟁하게 두는 것으로 보여 진다. 또한 세계 어느 나라에도 비교할 수 없을 만큼의 다양한 인종이 모여 국가를 이루고 있는 만큼, 다양한 언어의 소수인종을 위한 방송이 외국방송으로 비추이지 않는 문화적 특성에도 기인한 것으로 판단된다.

플랫폼 사업자는 당사자 간 계약에 따라 외국방송사업자인 PP에 채널을 제공하고 PP는 콘텐츠를 제공하는데, 채널 운영은 플랫폼 사업자, 프로그램의 저작권과 방영권 등에 대한 책임은 PP가 진다. 채널 혹은 PP와 케이블 사업자나 위성 사업자간에 채널 배급 계약을 통해 시청자에게 프로그램을 재전송한다.

미국에 진출해 있는 한국 방송 채널들도 미국 지상파/케이블/위성 방송의 채널을 임대해 한국인 커뮤니티를 대상으로 방송 사업을 하고 있다. 최근 LA 지역에 진출한 아리랑은 지상파 채널44.5를 임대해 24시간 한국인 커뮤니티를 대상으로 지상파 방송 서비스를 제공하고 있다. KBS America, MBC America, SBS International를 비롯하여 YTN, MBN, CTS, 아리랑이 미국의 플랫폼 사업자에게 콘텐츠를 제공하면서 방송서비스를 하고 있다. 이처럼 미국에 진출해 있는 많은 외국 방송사들은 자체 방송국을 소유하지 않고 채널을 임대해 프로그램을 송출하거나, 이미 플랫폼을 가지고 방송 사업을 하고 있는 사업자에게 콘텐츠를 제공하고 공급비용을 받는 형태로 운영되고 있다.

이상으로 캐나다, 대만, 일본과 미국의 외국방송사업자 제도 및 시장현황을 살펴 보았다. 국내PP제도와는 별도로 외국방송사업자 제도 및 개념이 있는 곳은 한국, 캐나다와 대만이며, 일본과 미국은 별도의 외국방송사업자 제도가 존재하지 않는다. 한국과 캐나다 그리고 대만은 케이블TV와 위성방송의 다채널이 시작되면서 불법외국방송의 불법수신을 양성화하기 위하여 외국방송사업자 제도를 둔 반면, 세계 제1, 2위의 콘텐츠 강국인 미국과 일본은 국내PP와의 계약에 의하여 국내에서 자유롭게 유통시키고 있다. 하지만 대만과 캐나다의 플랫폼내 외국방송채널 비중이 30%인 것에 반해, 한국은 미국, 일본과 같이 10%미만의 비중과 비교적 저조한 시청률을 보이고 있다. 이는 캐나다가 같은 언어권인 미국과 인접하고, 대만이 자국의 콘텐츠 역량이 부족한 것에 비해, 한국은 한류로 대표되는 자국콘텐츠 역량이 있기 때문으

로 판단된다.

### 3. 개선방안

외국방송 승인제도를 도입하였던 1990년대 말에 비해 방송환경은 대폭적으로 바뀌었다. 외국위성방송의 불법수신을 양성화하기 위해서 도입되었던 제도가 플랫폼 신청제에서 외국방송 직접신청제로 바뀌어 행정절차가 간소화되었고, 플랫폼 총량의 1/10에서 2/10로 늘어났으며, 더빙을 제외한 자막이 허용되었다.

이는 뉴미디어 발전과 글로벌 환경 속에서 외국방송에 대한 인식이 대폭 바뀐 것에 기인한다. 뉴미디어 부문에서의 외국방송사업자 유치는 그동안 인식하지 못하였던 영상산업 발전 촉진이라는 긍정적인 효과를 기대한 것이다. 국내TV에서 제공 못하는 틈새 프로그램을 제공하여 프로그램의 다양성 제고에 기여하며 시청자들에게 선택의 폭을 확대한다. 또한 플랫폼이 다양해지면서 외국프로그램의 수입은 어느 정도 불가피하며, 이는 미국을 제외한 대부분 국가의 공통 현상이다. 외국방송은 언어적 장애를 극복하기 위하여 프로그램의 국내 재제작(자막, 동시녹음) 및 현지신규제작이 불가피하므로 국내영상산업의 발전에 기여할 것으로 기대된다.

외국방송도 초기에는 주로 국가간 문화교류와 홍보차원에서 공영방송 중심으로 서비스되던 것이 위성방송과 위성DMB, IPTV 등 신규 뉴미디어 플랫폼을 중심으로 종합편성, 뉴스, 어린이, 다큐, 오락 등 상업적 장르의 외국방송이 증가하였다. 하지만, 2007년에 외국방송 재송신정책이 외국방송의 직접승인제로 바뀌고, 방송내용 등에 대한 책임소재를 강화하는 정책변화가 이루어진 만큼 당분간은 기존의 정책기조가 유지되는 것이 바람직하다. 잦은 정책변경은 정책기조의 일관성 결여와 사업자에게 혼란을 가중시키기 때문이다. 이에 중장기적으로 외국방송의 정책변화를 검토해야 할 사항은 다음과 같다.

〈표 2〉 외국방송 제도 중장기 개선방안

방안	내용	참고국가	기대효과
조건부 승인제도 도입 여부	- 플랫폼별 방식뿐만이 아니라 베이직/프리미엄/유료채널/PPV와 아날로그/디지털 방식과 같은 다양한 조건부 승인방식 도입	캐나다	-국내 콘텐츠와의 탄력적인 연동성 가능
국내영상산업 기여방안	- 국내매출액의 10%를 방송통신기금으로 징수하거나 국내영상산업에 투자 강제	캐나다	-국내PP와의 형평성
국내 PP와 동일규제	-외국방송사업자 제도를 폐지하고 국내PP와 동일한 규제	일본, 미국	-역차별 해소

### 1) 조건부 승인제도 도입

○ 외국방송에 대한 승인방식을 플랫폼별 방식뿐만이 아니라 베이직/프리미엄/유료채널/PPV와 아날로그/디지털 방식과 같은 다양한 조건부 승인방식으로 개선할 필요가 있다. 캐나다에서는 국내PP와 연계하여 경쟁상대가 있거나, 성인물 등은 프리미엄채널 이상으로 조건부 승인하여 캐나다 콘텐츠에 미치는 영향력을 최소화하고 있다. 이를 통하여 지금은 수용하기 힘든 외국 영화나 성인물 같은 장르를 PPV나 프리미엄 서비스에만 한정적으로 수용하는 탄력성을 보여, 방송시장 개방형의 이미지를 보여줄 수 있을 것이다.

### 2) 국내영상산업 기여방안

○ 외국방송은 실질적으로 국내의 소유 및 내용 규제를 받지 않으면서, 출연금 등의 부과가 없어 국내영상산업 발전에 기여하지 못하고 있다. 이에 캐나다처럼 일정 비율을 국내영상산업에 재투자하게 하여 영상산업의 발전과 국내PP와의 형평성을 기한다. 이를 위해 캐나다처럼 국내매출액의 10%를 방송통신기금으로 징수하거나 국내영상산업 투자를 강제하는 방안을 고려할 필요가 있다. 다만 적극적인 재투자 방안은 문화교류차원의 공익적 외국방송에는 적용하기 힘들며, 외국과는 달리 더빙이나 지역광고를 금지하고 있다는 측면을 고려할 필요가 있다. 또한 국내방송영상산업 발전을 위해 국내 사업자와 동일하게 발전기금 징수 등을 강제하려고 한다면, 외국자본규제 및 편성책임자 결격 조항을 철폐하고 동일규제를 적용하는 것에 대한 검토가 필요하다.

### 3) 국내PP와 동일 규제

○ 일본과 미국과 같이 외국방송사업자 제도를 폐지하고, 국내PP와 동일하게 규제하는 것이다. 국내PP와 동일하게 규제하면 역차별이나 규제의 불균형성 문제 등이 해결된다. 외국방송으로서도 국내광고를 할 수 있어서 지금보다는 수익성이 향상될 것으로 기대된다. 허가도 장르에 따라 허가, 승인, 등록절차를 거치고 프로그램 심의와 재허기기간도 국내PP와 동일하게 적용되므로 별반 문제가 없을 것으로 판단된다. 다만 외국방송을 100% 재송신하고 있는 외국채널의 특성상 국내PP가 받고 있는 주편성, 부편성 규제와 장르별 국산쿼터제 등을 동일하게 규제할 것인지의 여부와 국내광고 허용시 예상되는 국내방송광고시장에의 파급효과 등을 정밀하게 검토하는 작업이 필요하다.

1장

# 문제의 제기



## I . 문제의 제기

외국방송 재송신 제도는 2000년 통합방송법의 제정과 함께 시작되었다. 케이블 TV 등이 시작되면서 외국위성방송의 불법 스텔오버나 유사홈쇼핑이 빈번하게 이루어지면서 정책당국은 이를 양성화하고 시청자들에게 콘텐츠 선택권을 다양하게 제공한 것이다. 제도 도입과 함께 위성 및 케이블TV 전체채널 용량의 10/100으로 비율규제를 하였으나, 이후에 20/100으로 규제완화 하였다. 하지만 국내PP가 방송발전 기금 출연 및 편성비율규제 등을 받는 것에 반해, 외국방송은 아무런 제약을 받지 않는 역차별을 해소하고, 재송신을 하는 외국방송이 직접적인 책임을 지도록 하기 위해 외국방송 직접승인제를 도입하였다. 케이블TV 및 위성방송과 같은 유료방송 플랫폼사업자가 외국방송을 승인받는 규제체제에서 외국방송사업자가 직접 승인을 받도록 하는 것이다.

또한 방송위원회는 2001년 시청자편익을 위해 1차적으로 한글자막을 허용하고 한국어 더빙에 대해서는 허용 여부를 검토하겠다고 했다. 한국어 더빙은 이후 많은 논란이 됐으나, 2005년에 허용하지 않는 것으로 결정났다. 한미FTA에서도 CNN, 디즈니 채널 등 외국방송 재송신 채널의 한국어 더빙 허용을 요구했지만, 외국방송의 더빙 허용을 계속 금지하기로 했다. 외국방송의 더빙은 국내PP와 같은 규제를 받지 않으면서 실질적으로는 국내PP와 같은 시청효과를 야기하여 규제 불균형을 야기하고, 국내영상산업에 기여하는 바 없이 국부의 일방적인 해외유출을 야기한다는 것이 지금까지 더빙을 금지한 실질적인 이유이다.

더빙금지에도 불구하고 다채널플랫폼환경이 DMB, IPTV 등으로 다원화되면서 외국방송에 대한 수요가 늘어나게 되어 일부 인기외국방송들의 수익성이 늘어나기 시작하였다. 국내와 유사하게 외국방송제도를 운영하고 있는 캐나다에서는 외국방송의 자막과 더빙은 물론이고 지역광고도 허용하는 적극적인 개방정책을 실시하면서 채널경쟁심사, 플랫폼별, 채널별 허용이라는 조건부 승인제도 등과 같은 적극적인 규제정책도 동시에 실시하고 있다. 특히 국내PP와 전면적 혹은 부분적인 경쟁관계에 있는 외국방송에 대해서는 승인을 거부하는 억제책도 실시하고 있다.

반면 국내에서는 외국방송의 승인만 받으면 어떤 뉴미디어 플랫폼(지상파DMB제

외)에도 송출 할 수 있다. 외국방송으로서는 합작법인이나 별도의 국내법인을 설립 하지 않고 국내대리인만 설정하여 외국방송을 그대로 송출하고 수익을 거둘 수 있다. 이에 국내PP와의 형평성 및 국내영상산업에 기여 할 수 있는 외국방송의 규제 제도를 적극적으로 모색할 시점이다. 본 과제에서는 외국방송이 국내영상산업에 기여 할 수 있는 외국방송사업자제도의 변화를 모색하고자 한다. 특히 현 정부의 미디어 글로벌화정책에 부응하는 개방적 패러다임을 모색하고자 한다.

본 연구는 이러한 상황인식하에서 외국방송 재송신 승인제도의 비전과 패러다임의 변화를 제시하고자 한다. 이를 위해 우선 국내에 방송되는 외국방송 제도의 변천과정과 경영 및 편성현황 등을 알아보하고자 한다. 국내에 방송되는 외국방송의 현황 파악은 향후 정책수립을 위하여 지속적인 분석이 필요하다.

또한 동일규제의 외국사례를 분석하고자 한다. 대상국가로서는 캐나다, 대만 및 일본과 미국의 외국방송제도를 분석하고자 한다. 캐나다는 국내와 유사한 외국방송 승인제를 도입하여 적극적인 개방과 규제정책을 동시에 펼치고 있는 나라로 단기적으로 가장 벤치마킹 할 것이 많은 곳이다. 특히 더빙과 자막, 지역광고 허용을 통하여 개방적이면서도 채널경쟁심사, 조건부 승인제도를 실시하고 있고 국내매출액의 10% 출연을 검토하고 있어서 세심하게 살펴보아야 할 국가이다. 대만은 일찍이 외국위성방송을 도입하여 케이블TV를 중심으로 뉴미디어의 급속한 발전을 이루었지만, 이로 인해 국내콘텐츠와 지상파방송의 경쟁력이 약화된 곳이다. 최근에 외국방송에 대해 적극적인 규제정책을 실시하고 있어서 시행착오를 면밀하게 분석 할만하다.

반면 일본과 미국은 외국방송에 대해 규제정책보다는 시장의 흐름과 시청자의 다양한 선택권에 초점을 맞춘 곳이다. 그럼에도 불구하고 일본은 뉴미디어가 시작된 1990년대 초반에 국내콘텐츠경쟁력을 보호해야 하는 애니메이션, 드라마 등의 분야는 철저히 보호하다가 2000년대에 들어서 이 분야도 적극적으로 허용하고 있다. 반면 미국은 세계 제1의 콘텐츠 경쟁력을 기반으로 외국에 대해 더빙과 자막, 지역광고를 적극적으로 개방하도록 FTA협상 등을 통하여 강요하고 있다. 또한 자국시장에 대해서는 상호주의에 입각하여 상대방의 개방정도에 상응한 규제정책을 실시하고 있다. 주로 사업자간 계약관계에 의해 외국방송이 재송신되는 일본과 미국의 사례는 중장기 비전에 함의를 제공해준다.

국내외 사례분석을 통하여 궁극적으로는 외국방송제도의 비전과 대책을 제시하고

자 한다. 외국방송에 대한 국내영상산업 기여방안을 검토하면서 궁극적으로는 국내 PP와 동일한 규제를 통하여 역차별을 해소할 수 있는 방안을 마련하고자 한다.



국내의 외국방송  
승인제도와 사업자 현황



## Ⅱ. 국내의 외국방송 승인제도와 사업자 현황

### 1. 외국방송 승인제도 변천과정

1980년대 말부터 외국방송의 스페일오버는 사회적 문제로 대두되었다. 1980년대 말 일본의 NHK가 위성방송을 시작하여 전파월경을 하자, 이에 대해 한국정부가 문제 제기를 하여 스페일오버의 범위를 최소화하였다. 하지만 1990년대 초에 홍콩의 스타 TV가 통신위성을 이용하여 국내에 스페일오버 한 것은 방송이 아니라 통신이라는 이유로 전파월경을 막지 못하였다. 이후 케이블TV가 도입되자, 경쟁상대인 중계유선 방송은 외국방송을 불법적으로 중계하고, 수익성을 높이기 위하여 해외위성을 통하여 유사홈쇼핑을 방송하였다.

외국방송 재송신제도는 외국위성방송의 불법수신을 막고, 양성화하기 위해 2000년 통합방송법의 실시와 함께 도입되었다. 외국방송을 방송하고자 하는 국내의 케이블TV와 위성방송이 방송위원회에 신청하여 승인받는 외국방송 재송신제도는 이후 플랫폼사업자와 외국방송이 이중으로 승인 신청하는 이중승인제도를 거쳐 최근에는 외국방송이 직접 신청하는 제도 변화를 겪어 왔다.

〈표 2-1〉 외국방송 재송신 정책의 변화

정 책	주요정책 내용
NHK 위성방송의 스푼오버	1989년 일본 NHK가 위성방송 본방송을 시작하면서 한반도에 스푼오버가 되자, ITU규정에 따라 한국 정부는 방송주권을 이유로 스푼오버 범위를 최소화해줄 것을 요구.
스타TV의 스푼오버	1993년 홍콩 스타TV가 통신위성 아시아셋을 이용하여 한반도에 스푼오버하자, 한국 정부는 스푼오버를 최소화 해줄 것을 요구하였으나, 방송이 아닌 통신이라는 이유로 거절.
외국방송 단순재송신 합법화	1999년 통합방송법에서 외국방송 단순재송신 합법화. (플랫폼의 1/10)
자막방송 허용	2001년 방송위원회가 외국방송의 자막방송 허용.
국내 방송산업 발전기여 계획 신설	2002년 외국방송재송신 승인신청서에 교류협력 계획 등 국내 방송산업 발전기여계획 제출 신설.
단순재송신 범위 확대	2004년 외국방송 단순재송신 범위가 1/10에서 2/10로 확대.
재송신 승인정책 개선	2005년 방송위원회가 '외국 방송 재송신 승인 정책 개선 방안'을 시행. (외국방송의 사전승인제 도입)
재송신 채널 거부	2005년 10월 방송위원회가 <BBC 프라임>과 <채널뉴스 아시아>의 재송신은 승인하고, <E!엔터테인먼트>의 재송신은 거부.
더빙과 광고 허용요구	2006년 미국이 한미FTA 협상에서 외국방송의 더빙허용과 국내광고 허용 요구.
외국방송 재송신 개정 법안 제출	2006년 방송위원회가 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자에 대한 외국방송 재송신 승인제도를 폐지하고 외국사업자가 직접 신청하는 방송법 개정안 제출.
더빙허용 금지	2007년 한미FTA협상에서 외국방송의 더빙허용을 계속 금지함.
재송신 승인신청 주체 변경	2007년 재송신 승인 주체를 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자에서 외국 방송사업자로 변경.

\* 출처: 방송위원회(2007). <외국방송의 재송신 승인정책 연구> 재구성

외국위성방송의 불법수신을 막고, 양성화한 것이 외국방송 재송신정책이다. 외국 위성방송을 중계하는 국내 케이블TV나 위성방송사업자가 방송위원회의 승인을 획득하면 방송할 수 있도록 한 것이다. 2000년 통합방송법이 제정되면서 신설된 외국방송 재송신제도 도입과 함께 케이블 TV와 위성방송 채널 용량의 10/100으로 비율규제를 하였으나, 2004년 20/100으로 규제완화를 하였다. 2001년 시청자편익을 위해 일차적으로 한글자막을 허용하고, 한국어 더빙에 대해서는 추후에 허용 여부를 검토하겠다고 했다. 한국어 더빙은 많은 논란이 됐으나, 2005년에 허용하지 않는 것으로 결정났다. 이후 한미FTA에서도 CNN, 디즈니 채널 등 외국방송 재송신 채널의 한국어 더빙 허용을 요구했지만, 외국방송의 더빙 허용을 계속 금지하기로

했다.

2005년 5월 1일부터 방송위원회는 외국방송 재송신 승인 정책 개선방안을 확정하여 시행하였다. △외국방송의 사전승인제 도입 △최소·중점심사제 도입 △장르별 심사 기준 구체화 △종합유선방송사업자(SO)와 위성방송사업자의 승인 심사 기준 일원화 및 구체화 등의 정책을 담고 있다. 외국방송 사전승인제 도입에 따라, 기존에는 SO 및 위성방송사업자가 재송신하고자 하는 외국방송 채널에 대해 개별 승인을 받았으나, 외국방송사업자가 국내에서 재송신이 가능한지에 대해 미리 승인 심사를 받을 수 있게 됐다. 또한 장르별 심사 기준 구체화 방침에 따라 홈쇼핑 분야는 승인을 배제하며, 종합편성 및 보도 분야는 국제적인 가시청자 수 및 공정성·공익성에 대한 신뢰성을 고려해 승인 여부를 결정하기로 하였다. 사전승인을 신청한 대부분의 외국방송들은 승인을 받았으나, 2005년 10월 방송위원회는 국내 PP와의 중복 및 미국 채널 과다라는 이유로 <E!엔터테인먼트>의 재송신 승인을 거부했다.

방송위원회는 2006년 7월 외국방송사업자가 직접 신청하는 방송법 개정안을 제출하여 2007년 7월에 국회 본회의를 통과했다. 개정안은 재송신 승인 신청의 주체를 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자에서 당해 외국방송을 행하는 외국방송사업자로 변경하고 외국방송사업자가 재송신하는 방송이 방송 심의에 관한 규정을 위반시 과태료를 부과하거나 승인을 취소할 수 있도록 함으로써 외국방송사업자에 대한 책임성을 강화했다.

## 2. 국내의 외국방송사업자 현황

외국방송은 CNN, BBC, 디스커버리채널, 디즈니채널, 블룸버그TV, AXN 등 해외위성의 방송을 국내에서 그대로 방송하는 해외재송신 채널들이다. 반면 MTV(음악전문), 내셔널지오그래픽채널(다큐멘터리), 닉(NICK·어린이 애니메이션), MBC-ESPN(스포츠) 등은 국내사업자와 상호자본투자를 통해 송신하는 합작채널들이다. 외국방송은 해당국가에서 방영되는 프로그램을 자막처리를 통해 실시간으로 내보내는 반면, 해외합작 채널은 해외방송사와 국내기업의 합작투자 회사로 프로그램을 수입하여 국내에서 재편성해 내보낸다. 일반적으로 단순재송신되

는 해외방송은 외국방송, 해외채널, 해외PP 등 여러 가지로 불리워진다.

외국방송 재송신은 2000년 방송법에 외국방송 재송신 제도가 도입된 이후 꾸준하게 늘어나고 있다. 외국방송 재송신 제도 도입 초기 주요 재전송 채널은 STAR TV, NHK 위성, CNN 등이었으나 이후 재송신 범위의 확대, 수용자 층의 확산 등으로 인해 CNBC, 월트디즈니, 디스커버리채널 등 다양한 외국방송 재송신 채널들이 국내에 유입되었다.

〈표 2-2〉 연도별 외국방송 재송신 채널 승인 현황

승인연도	승인채널	비고
2005	Fashion TV, Cartoon Network, CNN International, Soundtrack Channel, BBC World, CNBC, Channel News Asia, BBC Prime, Discovery Channel, Disney Channel, Playhouse Disney Channel, Bloomberg TV	12개 채널
2006	Living Asia Channel, NHK World Premium, ETTV Asia, Trace TV, Australia Network, CCTV9	6개 채널
2008	CNN International, Bloomberg TV, CNBC Discovery Channel, Animal Planet, Disney Channel, Playhouse Disney Channel, Soundtrack Channel, AXN, TV5Monde, Trace TV, Fashion TV, Channel [V] International, CCTV4, CCTV9, BBC World, BBC Entertainment, NHK World Premium, ETTV Asia, Australia Network, STAR Sports, Living Asia Channel, BBC World Service,	31개 채널
2009	FOX News Channel, NGC HD, NATGEO WILD, NATGEO ADVENTURE, NATGEO MUSIC, Discovery HD, Eurosport, Eurosportnews, KidsCo, GRANADA TV, LOTUS Channel, UNITEL CLASSICA HD	12개 채널

\* 출처:2005/06-방송위원회 외국방송 승인목록(내부자료), 2008/09-방송통신위원회 공고(제 2008-59, 63, 67호; 2009-10, 40, 55호 ) 재구성

외국방송 재송신제도는 케이블TV와 위성방송이 방송위원회에 신청하여 승인받는 제도에서 플랫폼사업자와 외국방송이 이중으로 승인을 신청하는 이중승인제도를 거쳐 2007년에는 외국방송이 직접 신청하는 방식으로 변경되었다.

〈표 2-3〉 국내 외국방송 사업자 현황

번호	방송 채널명	방송분야	국적	번호	방송 채널명	방송분야	국적
1	TV5Monde	종합	프랑스	23	History HD	다큐	미국
2	CCTV4	종합	중국	24	Discovery HD	다큐	미국
3	CCTV9	종합	중국	25	RUSH HD	스포츠 다큐	미국
4	NHK World Premium	종합	일본	26	Soundtrack Channel	음악	미국
5	ETTV Asia	종합	대만	27	Trace TV	음악	프랑스
6	Australia Network	종합	호주	28	Channel [V] International	음악	홍콩
7	CNN International	보도	미국	29	NATGEO MUSIC	음악	미국
8	BBC World	보도	영국	30	UNITEL CLASSICA HD	음악	독일
9	CNN Headline News	보도	미국	31	AXN	오락	미국
10	EuroNews	보도	프랑스	32	VOOM HD	오락	미국
11	DW-TV Asia+	보도	독일	33	BBC Entertainment	오락	영국
12	FOX News Channel	보도	미국	34	GRANADA TV	오락	영국
13	Bloomberg TV	보도(경제)	미국	35	Fashion TV	생활·문화	미국
14	CNBC	보도(경제)	미국	36	Living Asia Channel	생활·문화	필리핀
15	Eurosportnews	보도(스포츠)	프랑스	37	BBC Lifestyle	생활·문화	영국
16	BBC World Service	라디오보도	영국	38	Playhouse Disney Channel	어린이	미국
17	Discovery Channel	다큐	미국	39	KidsCo	어린이	영국
18	BBC Knowledge	다큐	영국	40	STAR Sports	스포츠	홍콩
19	NGC HD	다큐	미국	41	Eurosport	스포츠	프랑스
20	NATGEO WILD	다큐	미국	42	Disney Channel	가족	미국
21	NATGEO ADVENTURE	다큐	미국	43	LOTUS Channel	여성교양	싱가폴
22	Animal Planet	다큐	미국				

\* 출처: 방송통신위원회 공고(제2008-59, 63, 67호; 2009-10, 40, 55호) 재구성

2009년 7월 현재 재전송 승인된 외국방송은 모두 30개 외국방송 사업자의 43개

채널(TV 42개, 라디오 1개)다. 지난 2007년에는 24개였던 것에 비해 2년 만에 큰 폭으로 증가했다. 2007년 7월 방송법 개정으로 재송신 승인 주체를 플랫폼 사업자에서 외국방송사업자 직접 신청 방식으로 변경한 이후 외국 방송 재송신 채널이 증가 되었다. 이는 디지털 케이블 방송, IPTV 등 다채널 플랫폼 환경의 변화로 인해 외국방송에 대한 수요가 늘어나고 있기 때문이며 향후 HD 다채널 서비스 제공으로 인해 앞으로 해외 HD 채널들의 유입이 늘어날 것으로 전망되고 있다. 현재 재송신이 승인된 외국방송은 2009년 7월 현재 239개 국내 방송채널사업자(TV)의 17.6% 정도이다.

외국방송 재송신 채널의 경우 국내 방송 산업을 보호하기 위해 쿼터제도를 운영하고 있는데, 2001년에는 전체 채널수의 10%에서 2004년 20%로 확대하였다. 2008년 6월 현재 디지털케이블 방송을 운영하고 있는 케이블방송사의 비디오 채널은 케이블 방송사 당 평균 96개(2008년 방송산업실태 조사보고서)이므로, 산술적으로는 한 케이블 방송사당 평균 19개의 외국방송 재송신 채널을 운영할 수 있다.<sup>1)</sup>

그러나 규제완화에도 불구하고 실제로 케이블 방송이나 위성방송의 전체 프로그램 중 외국방송 재송신 채널의 편성비율이 높게 증가하지는 않았다. 이는 문화적 할인효과, 마케팅의 어려움, 국내 MPP와 케이블방송의 견제 등이 원인으로 추정된다. 그러나 최근 증가하고 있는 디지털 케이블 패키지는 전체 채널수의 증가와 더불어 다양한 외국 재송신 채널을 포함하고 있다.

2008년 기준 국내 재송신 승인된 30개 외국방송 중 아날로그 케이블 TV에는 5개 방송만이 송출되고 있으며, 디지털 18개, 위성방송 13개, 위성 DMB 4개, IPTV(KT)의 경우 4개의 방송이 송출되고 있다. 아날로그보다는 디지털패키지에서 외국방송의 비중이 상대적으로 높다. 사업자 및 지역에 따라 차이가 있지만, 고급 패키지의 경우 이러한 해외 위성 채널의 비중은 더욱 높아 구매력이 높은 가입자들을 대상으로 마케팅 전략에 활발히 활용되고 있다(손승혜, 2008). 즉 기본보다는 고급패키지, 케이블TV 보다는 위성방송, 아날로그보다는 디지털패키지에서 외국방송의 비중이 상대적으로 높은 상황이다.

---

1) 디지털 방송 운영 채널 중 비디오 채널이 159개로 가장 많은 티브로드 에이비씨방송의 경우 32개의 외국방송 재송신 채널의 송출이 가능하다.

〈표 2-4〉 아날로그와 디지털 재전송 외국방송 비교

사업자	티브로드(강서)		씨제이(양천)		C&M(서초)	
	아날로그 (76개 채널)	디지털 (TV 110개)	아날로그 (60개)	디지털 (150개)	아날로그 (77개)	디지털 (TV 126개)
재전송 채널		디즈니, 플레이하우스, CNN, BBC WORLD, NHK WORLD, CNBC, 블룸버그, 채널 V, 사운드트랙, ETTV(12개)	디스커버리	Fashion TV, 블룸버그, 사운드트랙, CNBC, CCTV9, ETTV, BBC Knowledge, ABC, LAC, 디즈니(10개)	디스커버리	star sport, 디즈니, 디스커버리, CNN, NHK 프리미엄, BBC 월드, CNBC, ABC, CCTV9, ETTV, 블룸버그(11개)

\* 출처: 손승혜, 2008, 채널 현황은 2008년 6월 현재

국내의 경우 외국방송에 대한 플랫폼 승인제에서 사전승인제로 변화하여 규제절차가 단순하지만, 국내PP에 대한 부정적 영향력을 최소화 할 수 있는 장치가 부족하다. 국내에 재송신되는 외국방송은 특정문화권과 특정국가에 편중되어 있으며, 오락보다는 종합, 다큐, 뉴스 중심의 공익적인 채널들이 많은 것으로 나타났다.

〈표 2-5〉 장르별 외국방송 사업자 현황

장르	채널	국가			TOTAL
		미국	아시아	유럽/호주	
종합	TV5Monde, CCTV4, CCTV9, NHK World Premium, ETTV Asia, Australia Network,	0	4	2	6
보도	BBC World, CNN International, CNN Headline News, EuroNews, DW-TV, FOX News Channel, BBC World Service(라디오)	3	-	4	7
경제·정보	CNBC, Bloomberg TV	2	-	-	2
다큐	Animal Planet, Discovery Channel, History HD, BBC Knowledge, NGC HD, NATGEO WILD, NATGEO ADVENTURE, Discovery HD, RUSH HD	8	-	1	9
어린이/만화	Disney Channel, Playhouse Disney Channel, KidsCo	2	-	1	3
스포츠	STAR Sports, Eurosport, Eurosportnews	-	1	2	3
오락	AXN, BBC Entertainment, VOOM HD, GRANADA TV	2	-	2	4
음악	Soundtrack Channel, Trace TV, Channel [V] International, NATGEO MUSIC, UNITEL CLASSICA HD	2	1	2	5
생활/문화	Fashion TV, Living Asia Channel, BBC Lifestyle	-	1	2	3
여성교양	LOTUS Channel	-	1	-	1
합계		19	8	16	43

전체 43개 채널 중 아시아 계열 채널은 6개이고, 나머지가 서구권 채널이다. 국가별로는 미국(19개), 영국(7개), 프랑스(5개), 중국(홍콩,3개), 독일(2개), 싱가포르(2개), 일본(1개), 대만(1개), 필리핀(1개), 오스트리아(1개), 호주(1개) 순으로 유럽국가의 채널이 많이 증가했으나 여전히 미국채널이 국내에 재송신되고 있는 외국방송 채널 중 가장 많은 비중(44.2%)을 차지하고 있다. 장르별로 살펴보면 다큐채널이 9개로 가장 많다. 과거에 비해 보도와 다큐, 음악 장르가 많이 증가하였다. 이는 다른 장르의 경우 경쟁이 강하며 국내 주요 MPP들이 참여하고 있기 때문에, 상대적으로 국내 PP들의 진입규제가 높고 경쟁이 치열하지 않는 종합이나 보도 채널에 많이 진출하고 있는 것으로 보인다.<sup>2)</sup>

〈표 2-6〉 국내 PP 프로그램 수출입 현황(2007년 기준)

국가	수출입편수		수출입금액(천\$)	
	수출	수입	수출	수입
미국	2,365	7,587	781.5(19.9%)	37,127.8(66.7%)
영국	0	2,067	0	2,793.1(5.0%)
프랑스	0	292	0	1,008.0(1.8%)
중국	65	1,261	42.9(1.1%)	1,663.2(3.0%)
홍콩	616	241	379.9(9.7%)	2,557.8(4.6%)
독일	0	122	0	150.4(0.3%)
싱가폴	126	50	216.5(5.5%)	59.0(0.1%)
일본	2,059	19,211	3,928.8(56.9%)	9,074.3(16.3%)
대만	16	153	17.6(0.5%)	89.9(0.2%)
필리핀	52	0	20.8(0.5%)	0
호주	0	120	0	90.6(0.2%)

\* 출처: 2008년 방송산업실태조사 보고서, 124면 재구성

\*\* 외국방송 재송신 승인 국가만 비교

특정국가에 채널에 대한 편중은 재송신 채널뿐만 아니라 국내 방송채널사용사업자(PP)의 방송프로그램 수입 현황에서도 나타나고 있다. 2008년 방송 산업실태조사 보고서에 따르면 국내 PP들의 2007년 해외방송프로그램 19,211편(55,627.8천\$)중 39.5%(편수기준, 금액기준은 66.7%)를 미국이 차지하고 있는 것으로 나타났다. 지상파의 경우도 수입은 미국(60.2%), 영국(14.6%)를 차지해 국내에 수입된 해외 프로그램이 미국에 편중에 되어 있다.

2) 국내 PP의 경우 등록제이 이지만 종합편성, 뉴스전문, 홈쇼핑의 경우 승인제가 적용되고 있다. 외국방송의 장르별 심사기준은 홈쇼핑 분야는 승인을 배제하며, 종합편성 및 보도 분야는 국제적인 가치창가수 및 공정성·공익성에 대한 신뢰성을 고려해 승인 여부를 결정하고 있다.

<표 2-7> 국내 PP 프로그램 유형별 수출입 현황

구분	2007년 수출입편수(편)		2007년 수출입금액(천\$)		장르비중(%) (수출입 금액 기준)	
	수출	수입	수출	수입	수출	수입
장르합계	5,589	19,211	3,928.8	55,627.9	100.0	100.0
드라마	526	4,097	1,950.4	12,970.1	49.64	23.32
다큐멘터리	22	1,999	55.6	2,582.6	1.42	4.64
애니메이션	0	7,489	0	9,534.3	0.00	17.14
영화	0	1,722	0	22,683.2	0.00	40.78
음악	0	110	0	21.5	0.00	0.04
오락	2,561	1,531	894.5	6,031.1	22.77	10.84
교양	1,734	796	506.3	987.3	12.89	1.77
교육	0	1,388	0	390.1	0.00	0.70
기타	746	159	522	427.7	13.29	0.77

\* 출처 : 2008년 방송산업실태조사보고서

국내 PP들의 프로그램 장르별 수입현황으로는 영화가 40.8%로 가장 많고 드라마 23.3%, 애니메이션 17.1%, 오락이 10.8%, 다큐멘터리 4.6% 등의 순이었다. 2006년 (영화 60.2%, 애니메이션 17.1%, 드라마 10.1%)에 비교해 영화는 감소했으나 드라마의 비중이 증가되었다(2008년 방송산업실태 조사보고서). 영화와 애니메이션, 대중음악에 대해서는 국내제작 방송프로그램 편성의 의무비율이 적용되고 있다. 영화 분야는 해당 채널의 전체 영화프로그램 편성시간의 20%이상 40%이하, 애니메이션은 30%이상 50%이하, 대중음악은 50%이상 80%이하로 비율을 적용받고 있다. 이에 반해 외국방송은 국내제작 편성의무가 없다.

〈표 2-8〉 국내 외국방송 재송신 채널 언어 특성

언어 및 채널 수	채널
영어(38개)	CNN International, Bloomberg TV, CNBC, Discovery Channel, Animal Planet, Disney Channel, Playhouse Disney Channel, Soundtrack Channel, AXN, Trace TV, Fashion TV, Channel [V] International, CCTV9, BBC World, BBC Entertainment, Australia Network, STAR Sports, Living Asia Channel, BBC World Service CNN Headline News, VOOM HD, RUSH HD, History HD, BBC Lifestyle, BBC Knowledge, FOX News Channel, NGC HD, NATGEO WILD, NATGEO ADVENTURE, NATGEO MUSIC, Discovery HD, Eurosport, Eurosportnews
중국어(2개)	ETTV Asia, CCTV4(중국어와 영어)
일본어(1개)	NHK WORLD Premium
프랑스어(1개)	TV5Monde
독어(1개)	DW-TV(독일어와 영어)

현재 국내에 재송신 되고 있는 외국방송 채널은 대부분 영어에 편중되어 있는 것으로 나타났다. 11개국의 43개 외국방송이 5개 언어로 방송되고 있으며 88.4%인 38개 방송이 영어방송이다. 최근 유료방송 교육 서비스가 사설학원의 대안으로 활용되고 있는 가운데, 특히 영어교육 분야에선 외국어 채널로 구성된 외국어 방송 전용 패키지 상품<sup>3)</sup>을 출시하고 있다. 외국어 전용 방송은 한글 자막이 영어 학습에 방해가 된다는 시청자의 의견을 반영, ‘자막 가리기’ 기능을 상용하여(2007년 10월), 디즈니와 플레이하우스디즈니, BBC 엔터테인먼트, 애니멀플래닛 등 4개 해외 재송신 채널에 이 기능을 적용하고 있다.

영어권 채널은 한국 내 영어 교육의 열풍으로 인해 시청자들의 선호를 이끌어 낼 수 있지만, 비영어권 채널의 경우 선호도를 이끌어 내기가 쉽지 않다. 특히 어린이 채널은 더빙여부에 영향을 많이 받는 반면, 성인이 주 시청층인 영화, 오락, 다큐멘터리 등은 자막으로도 충분하다.

외국방송의 언어적 문제는 외국방송 재송신 채널에 대한 자막과 더빙문제와 큰

3) 위성방송의 경우 영어교육용 채널들만 모아 패키지 상품을 내놓고 있으며, 2009년 2월엔 고화질 HD 버전인 ‘스카이 잉글리시월드 HD’를 출시했다. 이 패키지는 미취학 아동 대상 영어교육 채널과 영어교육 채널 그리고 BBC 월드, BBC 엔터테인먼트, CNN, 디스커버리, 애니멀플래닛 CCTV, NHK 월드프리미엄 등 외국 재송신 채널로 구성된 외국어 방송 전용 패키지 상품이다.

연관이 있다. 자막과 더빙 문제는 재송신 승인정책 초기부터 지속적으로 제기 되었다. 한미FTA 협상에도 미국 측이 더빙 허용을 강하게 주장했다. 더빙여부는 외국채널의 국내 진입과 시청률, 마케팅, 광고유치 등과 밀접한 관련이 있기 때문이다. 외국방송들은 국내PP와의 공정경쟁, 개방화 시대, 규제의 형평성 등을 이유로 더빙허용을 요구한다. 하지만 외국방송 재송신 채널의 한국어 더빙에 대해 이해당사자인 케이블TV협회도 국내PP와의 차별성이 없어진다는 이유로 반대를 하고 있다. 케이블업계는 외국방송의 한국어 더빙이 허용될 경우, 가장 큰 타격을 입는 국내 사업자는 애니메이션 전문PP들과 국내 애니메이션 제작회사들로 예상하고 있다. 또한 일부 전문가(김서중, 2007)들은 케이블TV나 위성방송에서 재송신되고 있는 대표적인 CNN에 한국어 더빙을 허용하면 외국 자본에 보도 채널을 승인해 주는 결과를 초래할 것이라고 우려하였다. 시민사회 단체들도 한국어 더빙 허용과 관련해 국내 PP 및 콘텐츠 산업 보호와 문화 정체성 보호를 이유로 반대 입장을 표명하고 있다.)

〈표 2-9〉 국내 PP 매출 현황 (단위: 천원)

	2006년	2007년
수신료수익	200,614,070	260,907,010
광고수익	718,135,073	857,846,958

\* 출처: 2008년 방송산업실태조사 보고서

하지만 한국어 더빙허용 요구와 관련 가장 근본적인 문제는 광고라는 지적도 있다. 2008년 방송산업실태조사 보고서에 따르면 국내PP들의 매출액 구성 중 수신료 수입은 2,609여억 원인 반면 광고수입은 8,578여억 원으로 PP는 시청료 수입이 아닌 광고 수입에 기반하고 있음을 알 수 있다. 따라서 한정적인 자원인 광고가 외국 방송들에게도 허용되면, 국내PP들의 주 수익원에 영향을 미칠 수 있다는 것이다.

이상과 같이 국내 재송신되고 있는 외국방송사업자를 분석한 결과, 현재 국내에 재송신 승인된 외국방송을 분석한 결과 재송신 제도가 도입된 이후 꾸준히 늘어나고 있다. 플랫폼별로는 아날로그 방송보다는 디지털 방송에 주로 송출되고 있고, 특히 오락성 채널들의 수익성이 높은 것으로 나타났다. 국가별로는 미국에 편향되

4) 한국어성민우회, 외국방송 재송신 한국어 더빙 허용 관련 의견, 2008,6

어 있으며 다큐나 종합, 보도 공익적 채널들이 많은 것으로 나타났다.



주요 국가의  
외국방송 승인제도 분석



### Ⅲ. 주요국가의 외국방송 승인제도 분석

#### 1. 캐나다의 외국방송 재송신 승인제도

##### 1) 방송시장 개관

캐나다는 지리적으로 세계에서 두 번째로 큰 국가이면서도 인구는 2008년 말 현재 약 3,300만 명에 불과하다. 전체 인구의 90%가 미국 국경에서 350km 이내에 있어서 미국에 대한 문화정체성 확보에 많은 고민을 하였다. 공식 언어로 영어와 프랑스어를 사용하며, TV 가구 수는 1,150만 가구이다. 케이블TV시장은 성숙하여 전체TV 가구의 70~80%가량의 가입자를 확보한 반면, 위성방송은 40만 가구(미국방송의 해적위성시청가구 포함)로 발달하지 못하였다.

〈표 3-1〉 캐나다 방송부문의 연도별 매출액과 성장률 (단위: 백만 \$)

	년도					성장률	연평균 성장률
	2003	2004	2005	2006	2007	2006~2007	2003~2007
<b>라디오</b>							
AM	306	303	306	322	329	2.4%	1.9%
FM	884	924	1,031	1,093	1,173	7.3%	7.3%
<b>라디오 총계</b>	<b>1,190</b>	<b>1,227</b>	<b>1,337</b>	<b>1,415</b>	<b>1,502</b>	<b>6.2%</b>	<b>6.0%</b>
<b>텔레비전</b>							
CBC 지상파 방송	352	375	292	392	356	-9.2%	0.35
민영 지상파 방송	2,050	2,066	2,147	2,143	2,171	1.3%	1.4%
Pay, PPV, VOD, 스페셜티 서비스	1,885	2,065	2,222	2,499	2,725	9.1%	9.7%
<b>텔레비전 총계</b>	<b>4,287</b>	<b>4,506</b>	<b>4,661</b>	<b>5,034</b>	<b>5,252</b>	<b>4.3%</b>	<b>5.2%</b>
<b>유료방송(BDU)</b>							
케이블TV(Cable)	3,364	3,405	3,522	4,008	4,315	7.7%	n/m
위성방송(DTH)/무선케이블방송(MDS)	1,167	1,329	1,438	1,641	1,834	11.8%	n/m
기타 유료방송(Non-reporting BDUs)	157	306	350	142	153	7.7%	n/m
<b>유료방송 총계</b>	<b>4,687</b>	<b>5,039</b>	<b>5,310</b>	<b>5,791</b>	<b>6,302</b>	<b>8.8%</b>	<b>7.7%</b>
<b>방송부문 총계</b>	<b>10,164</b>	<b>10,773</b>	<b>11,308</b>	<b>12,240</b>	<b>13,056</b>	<b>6.7%</b>	<b>6.5%</b>

\* 출처 : CRTC(2008). CRTC Communications Monitoring Report.p. 81.

방송서비스 매출액은 2003년 102억 캐나다달러(이하 달러로 약칭)에서 2007년 131억 달러로 약 6.5% 가량 성장하였다. 부문별로는 라디오가 6.0%, TV가 5.2%, 유료방송플랫폼이 7.7%를 성장하여 지상파방송에 비하여 케이블TV와 위성방송 등의 방송플랫폼사업자(BDU)가 높게 성장하였다. 특히 TV에서도 공영방송인 CBC가 2003년 3억5200만 달러에서 4억 달러로 성장하다가 2007년에 다시 3억5600만 달러로 하락하였다. 반면 지상파TV의 유료부문서비스와 케이블TV와 위성방송의 수입은 급증하여 지상파의 약세와 유료방송의 강세를 나타내고 있다(CRTC, 2008, 81면).

2006년 12월 말 현재 캐나다의 방송서비스는 총 662개이다. 이 가운데 국내방송 수는 500개이고, CRTC에 의해 허가받은 외국방송 수는 162개이다. 이 가운데, 영어 방송은 85개, 불어는 6개, 나머지 언어방송은 71개이다. 대략 32개국의 25개 언어가 방송되며, 외국방송의 75%가 아날로그 기반으로 방송된다. 국내방송이 지상파의 지역방송과 디지털방송, 원주민방송, 공동체방송을 포함하고, 뉴미디어 방송은 유료채널과 PPV 및 VOD서비스를 포함하여 500개인 것을 감안한다면, 캐나다에 진출한 외국방송의 수가 많다고 할 수 있다.

〈표 3-2〉 캐나다의 국내와 외국방송 수 비교

	영어	프랑스어	기타언어	총계
<b>캐나다 공중파 방송</b> (Canadian conventional OTA)				
공영방송(CBC)				
- 소유 직할국(Owned and operated)	15	8	-	23
- 과도기적 디지털(Transitional digital)	4	3	-	7
민간 상업방송(Private commercial)	74	23	4	101
종교	5	-	-	5
교육	4	3	-	7
원주민	7	-	-	7
과도기적 디지털(Transitional digital)	8	3	3	14
<b>캐나다 스페셜티, Pay, PPV, VOD</b>				
아날로그 스페셜티 서비스	30	14	5	49
디지털 카테고리 1 스페셜티 서비스	15	3	-	18
디지털 카테고리 2 스페셜티 서비스	51	2	26	79
Pay 텔레비전 서비스	7	2	4	13
PPV 서비스(위성방송 과 지상파)	11	2	-	13
VOD 서비스	15	1	-	16
<b>기타 캐나다 서비스</b>				
커뮤니티 채널	102	32	-	134
커뮤니티 프로그램 서비스	11	1	-	12
국회채널(하원-CPAC)	1	1	-	2
<b>비캐나다 서비스(Non-Canadian services)</b>				
승인된 비-캐나다 위성 방송	85	6	71	162
<b>총계</b>	<b>445</b>	<b>104</b>	<b>113</b>	<b>662</b>

\* 출처: CRTC(2007). Broadcasting Policy Monitoring Report 2007, p.45.

캐나다 국내방송의 시청점유율은 점진적으로 늘어가고, 외국방송은 조금씩 하락하고 있다. 2002/03년에 국내방송은 75.2%에서 2005/06년에는 78.7%로 점진적인 상승세를 보이는 반면, 외국방송은 22.2%에서 18.5%로 점진적인 하락 추세를 보이고 있다. 외국방송 가운데는 미국의 ABC, NBC같은 지상파방송의 시청점유율이 높으

며, 스페셜티와페이 서비스들도 7~9%의 적지 않은 시청점유율을 기록하고 있다.

〈표 3-3〉 캐나다방송과 외국방송의 시청점유율 비교(%)

시청점유율	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	02/03-05/06
<b>캐나다 서비스</b>					
영어 서비스					
CBC 공중파방송(OTA) & 계열	44	5.1	4.0	4.6	0.3
민영 공중파(OTA)	22.2	23.2	23.6	22.4	0.2
Pay& 스페셜티	23.5	24.3	25.3	26.6	3.1
디지털 Pay & 스페셜티	1.6	1.9	2.6	2.3	0.7
기타 서비스	1.2	1.2	1.3	1.4	0.2
<b>영어 총계</b>	<b>52.9</b>	<b>55.7</b>	<b>56.7</b>	<b>57.4</b>	<b>4.5</b>
프랑스어					
SRC 공중파 & 계열	3.0	3.0	3.3	3.1	0.0
<b>민영 공중파(OTA)</b>	<b>9.7</b>	<b>9.7</b>	<b>9.4</b>	<b>9.0</b>	<b>-0.7</b>
Télé-Québec	0.6	0.7	0.7	0.6	-0.1
Pay& 스페셜티	<b>7.6</b>	7.0	6.7	7.1	-0.4
디지털 Pay & 스페셜티	<b>0.0</b>	0.0	0.1	0.2	0.2
기타 서비스	<b>0.1</b>	0.1	0.1	0.1	0.0
<b>프랑스어 총계</b>	<b>21.0</b>	<b>20.4</b>	<b>20.2</b>	<b>20.1</b>	<b>-1.0</b>
기타 언어					
민영 공중파(OTA)	0.8	1.0	1.1	1.0	0.1
Pay& 스페셜티(디지털 포함)	0.3	0.2	0.2	0.1	-0.2
APTN	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
<b>기타 언어 총계</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	<b>1.4</b>	<b>1.2</b>	<b>0.0</b>
<b>캐나다 서비스 총계</b>	<b>75.2</b>	<b>77.5</b>	<b>78.3</b>	<b>78.7</b>	<b>3.6</b>
<b>비-캐나다 서비스</b>					
미국 공중파 방송	13.5	12.4	11.7	11.2	-2.2
Pay& 스페셜티	8.7	7.5	7.4	7.3	-1.4
<b>비-캐나다 서비스 총계</b>	<b>22.2</b>	<b>19.9</b>	<b>19.2</b>	<b>18.5</b>	<b>-3.6</b>
기타 서비스					
VCR / DVD	8.7	8.8	9.7	9.1	0.4

\* 출처: CRTC(2006). The Future Environment Facing The Canadian Broadcasting System.

캐나다에서 외국방송의 시청점유율이 높은 것은 인접 지역인 미국과의 언어적 동질성 때문이다. 캐나다방송통신위원회(CRTC, 2007, 51면)의 조사에 의하면 캐나다

방송에서 방송되는 프로그램 가운데, 2005/06년도에 캐나다 프로그램이 33%인 반면, 외국프로그램이 67%로 다수를 차지하고 있다. 즉 캐나다 방송의 2/3가 외국프로그램이라는 것이다. 특히 드라마와 코미디, 스포츠와 버라이어티쇼와 같은 오락적 장르에서는 90% 가까이 외국 프로그램의 비중이 높다.

## 2) 외국방송사업자 개념과 인허가 절차

캐나다의 방송사업자 개념은 방송서비스사업자와 방송전송사업자로 이원적으로 구성되는 독특한 체계를 가지고 있다. 캐나다 방송법 2조 1항에서 방송은 방송서비스(broadcasting programming undertakings)와 방송전송(BDUs: broadcasting distribution undertakings)으로 구분된다.<sup>5)</sup>

〈표 3-4〉 캐나다의 이원적 방송사업자

방송 사업자	방송프로그램사업자 베이직 서비스 : 캐나다 지상파, 미국 4대 네트워크, 지역공동체 채널 스페셜티서비스 : 케이블TV와 위성방송의 베이직 서비스와 유료패키지 페이 서비스 : 유료채널 및 PPV
	방송전송사업자 Class1사업자 : 가입자 6천명 이상 Class2사업자 : 가입자 2천명 이상 Class3사업자 : 가입자 2천명 이하

\* 출처: 2009년 6월 개정 Broadcasting distribution Regulations 제1조 개념정의 참조

방송프로그램서비스는 캐나다의 문화적 정체성 정도에 따라 베이직 서비스(basic service), 스페셜티 서비스(specialty service)와 페이 서비스(pay service)로 나뉘어진다. 2009년 6월에 개정된 방송전송규정(Broadcasting distribution Regulations: 우리의 방송법 시행령에 해당함) 1조 개념규정에서 베이직 서비스는 캐나다 지상파방송, 미국 4대방송 네트워크 그리고 지역공동체 채널들이며, 스페셜티 서비스는 케이블TV와 위성방송의 베이직 서비스와 유료패키지, 페이 서비스는 유료채널 및 PPV

5) 2조 1항에서 '방송프로그램 사업자'는 직접적으로 전파나 기타 텔레커뮤니케이션 수단을 이용하거나 간접적으로 배급 사업자를 통해 프로그램을 송신하여, 공중이 방송 수신 장치를 통해 이를 수신하도록 하는 사업자를 의미한다. 또한 '방송전송사업자'는 방송을 수신하여 전파나 기타 텔레커뮤니케이션 수단을 통해 하나 이상의 영구 거주지나 임시 거주지, 또는 같은 일에 종사하는 다른 사업자에게 이를 재송신하는 사업자를 의미한다.

이다. 스페셜티 서비스(Specialty Television Services)는 주로 특정 계층과 집단(예: The Sports Network, MuchMusic, YTV, etc.)을 겨냥한 프로그램을 제공하는 채널로, 불특정 다수를 대상으로 하는 지상파에 비해 광고시간규제가 적다. 스페셜티 TV서비스는 케이블TV의 베이직 서비스나 유료패키지로 서비스되며, 수익은 광고와 시청료에서 발생한다. 또한 페이TV 서비스(Pay Television Service)는 주로 월시청료를 받고 암호송신하는 영화채널들로 페이 채널과 PPV가 포함된다.

방송전송사업자에 대한 규정은 방송법의 시행령에 해당하는 방송전송규정(Broadcasting distribution Regulations) 1조에서 가입자 규모에 따라 1, 2, 3급으로 구분하고 있다. Class1 사업자는 6,000명 이상의 유료가입자를 확보한 케이블TV송신사업자, Class2 사업자는 2,000명 이상의 유료가입자를 확보한 케이블TV송신사업자, Class3 사업자는 2,000명 이하의 유료가입자를 확보한 케이블TV송신사업자를 의미한다. 방송전송사업자는 케이블TV가 1,955개이며, 위성방송이 2개, LMDS 사업자가 22개이다. 이 중 가입자 6,000명 이상을 확보한 Class1 케이블TV의 수가 147개, 2,000명~6,000명인 Class2가 104개인데 반해, 2,000명 이하의 Class3 케이블TV가 1,704개로 대다수를 차지한다(CRTC, 2007, 99면).

〈표 3-5〉 2009년 4월 현재 캐나다의 외국방송 승인목록

허가조건	채널명
섹션A	Access, Saskatchewan Communications Network (SCN), Télé-Québec (STQ), TVOntario (TVO and TFO), Knowledge, "A" Atlantic, CFTU-TV Montréal, CBC English-language Television Service, CBC French-language Television Service NBC, PBS, CBS, ABC, Fox, The Arts and Entertainment Network (A&E), BBC World Black Entertainment Television (BET), Cable News Network (CNN), CNN Headline News (CNN-2), Cable Satellite Public Affairs Network (C-Span), Consumer News and Business Channel (CNBC), Court TV, Deutsche Welle, The Filipino Channel, The Golf Channel, The Learning Channel, Radio-France outre-mer (RF01)*, The Silent Network (Kaleidoscope), Speed Channel, Spike TV, TV Japan, TV Polonia, The Weather Channel (TWC), WMNB-TV: Russian-American Broadcasting Company 등
섹션 B	KSTW (IND) Tacoma/Seattle*, KTLA Los Angeles, KWGN-TV Denver, WGN-TV Chicago, WPIX New York City, WSBK-TV Boston/WTBS Atlanta, WUAB-TV (IND) Cleveland*, WWOR-TV New York City, American Movie Classics, Comedy Central, Game Show Network, Lifetime Television, Playboy TV(유료채널로만 허가), Turner Classic Movies
섹션C(디지털플랫폼만 허가)	Aaj Tak Channel 등

캐나다는 한국과 마찬가지로 국내PP와 별도로 외국방송사업자 제도가 존재한다. 외국방송사업자는 비캐나다 방송서비스(non canadian broadcasting service) 또는 합법적 위성방송서비스(eligible satellite service)<sup>6)</sup>로 불리운다. CRTC는 분기별로 외국방송의 승인여부를 고시하는 채널허가목록(eligible satellite service)을 고지한다.

캐나다에서 외국방송 정책이 처음 시행된 것은 1980년대 초반이다. CRTC는 비캐나다 스페셜티 방송서비스가 캐나다 케이블TV가입자에게 프로그램 선택권과 다양성을 늘려주고, 캐나다의 방송발전에 부정적인 영향을 미치지 않다고 판단하여 외국채널을 허용하였다(Public Notice CRTC 1984-81). 이후 캐나다의 위성방송서비스와 디지털케이블TV에서도 동일한 원칙이 적용되었다.

〈표 3-6〉 캐나다 방송정책의 목표

<p>(1) 캐나다 방송정책을 다음과 같이 공표한다.</p> <p>(d) 캐나다 방송은 다음 각호(號)의 조건을 충족해야 한다.</p> <p>(i) 캐나다의 문화적, 정치적, 사회적, 경제적 구조를 보호하고 풍부하게 하며 강화하는데 이바지해야 한다.</p> <p>(ii) 캐나다 국민의 태도, 의견, 사상, 가치관 및 예술적 창의력을 폭넓게 반영한 프로그램을 제공하고, 오락 프로그램에서 캐나다 국민의 오락적 재능을 보여주고, 캐나다 국민의 관점에서 캐나다와 다른 국가들에 관한 정보 및 분석을 제공함으로써 캐나다적인 내용을 방송한다.</p> <p>(iii) 프로그램과 방송 운영에 따른 고용기회 공급을 통해 캐나다 국민의 요구와 이해에 부응한다. 그리고 동등한 권리, 캐나다 사회의 언어의 이원성과 다문화적, 다인종적인 특성, 사회내에서 토착민들의 특수한 위치 등을 비롯하여 캐나다 국민의 현 상황과 열망을 반영한다.</p>
--

\* 출처: 캐나다 방송법 제3조

외국방송 정책은 캐나다방송법의 다양성원칙에 근거를 두고 있다. 캐나다방송법에서는 캐나다의 다양한 민족공동체들이 자신들의 언어로 다양한 캐나다서비스에 접근해야 한다는 것을 천명하고 있다. 다양성의 측면에서는 방송법 3조1항에서 '캐나다 방송시스템은 캐나다의 문화적, 정치적, 사회적, 경제적 삶을 풍부하게 해야한다'는 것을 제시하고 있다. 또한 캐나다의 가치를 표현하는 수단의 발전과 다문화적, 다언어적 사회의 발전을 규정하고 있다.

외국방송을 허가하는 행정절차에서 외국방송사업자들은 ① 외국방송서비스의 캐

6) 방송전송규정 1조의 개념 규정에서 외국위성방송서비스(DTH eligible satellite service)는 'CRTC가 수시로 수정하는 외국방송리스트에 포함된 서비스를 의미한다'고 규정되어 있다.

나다대리인 여부 ② 캐나다내에서 프로그램 배포권리를 가지고 있다는 증거제출 ③ 종합채널/ 전문채널 여부, 주된 언어 및 언어가 사용된 방송시간, CRTC의 가이드라인에 따른 장르분류, 주당 방송편성비율과 자막여부 ④ 외국방송서비스임을 대표할 수 있는 최근의 편성표 등을 제출해야 한다(Broadcasting Public Notice CRTC 2004-96).

CRTC는 외국방송사업자가 사업승인을 요청하면 경쟁상황 심사((Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2004-53)를 한다. 경쟁상황 심사의 주요 기준으로 비캐나다 방송서비스가 ① 방송법 3조의 목적 달성에 기여 ② 캐나다 서비스에 대한 부정적인 영향 여부에 초점을 두고 있다. 경쟁심사의 주된 요소는 ㉠프로그램의 주된 장르와 성격 ㉡핵심 시청자층 ㉢주된 언어 ㉣프로그램 출처와 경쟁사업자들의 문제 제기 등이다.

외국방송 서비스 신청사업자가 언어와 구체적인 수용자층을 겨냥한 틈새장르라면 경쟁심사는 프로그램의 성격에 초점을 맞추어 쉽게 진행된다. 종합편성서비스는 복잡한 과정을 거치게 된다. 동일한 언어를 사용하는 캐나다의 종합편성서비스와의 관계를 측정해야 하고, 여러 언어 그룹에 초점을 맞춘 캐나다 종합편성서비스와의 관계도 심사한다. 첫 번째의 경우에는 두서비스간의 프로그램 중복이 부분적 혹은 전면적으로 경쟁적인지 여부를 판단해야 한다. 두 번째의 경우에는 두서비스간의 부분적 경쟁관계를 집중적으로 분석하게 된다.

외국방송사업자의 인허가 절차를 구체적으로 알아보기 위하여 CNNI의 경우를 살펴보았다. CRTC는 2009년 3월 10일 CRTC 정책고시(Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2009-129)를 통하여 디지털플랫폼에 대한 CNNI의 외국위성방송서비스(eligible satellite service)를 승인하였다. CRTC는 2008년 3월 30일 Shaw Communications로부터 CNNI를 미국에서부터 방송되는 비캐나다 영어위성방송서비스로 승인해달라는 신청서를 접수하였다. Shaw사에 따르면, CNNI는 1일 24시간 방송되며 광고로 운영되는 영어뉴스전문채널이다. CNNI는 국제뉴스 및 시사물, 경제 프로그램에 초점을 맞추고 있다.

CRTC(Broadcasting Public Notice 2008-76)는 캐나다서비스회사들을 중심으로 CNNI의 디지털리스트 추가에 대한 의견을 요청하였고, 그 결과 디지털 리스트 추가를 지지한다는 2건의 의견을 접수하였다. 또한 CNNI가 방송프로그램에 필요한 캐나다 배포권을 갖지 못하였다는 사실을 지적하였고, 이에 대해 Shaw사는 2009년

2월 3일까지 필요한 권리(캐나다내 배포권)를 모두 충족하였다는 사실을 확인하였다. 이에 CRTC는 CNNI의 비캐나다 서비스에 대한 부정적 의견이 없었고, 필요한 프로그램 권리를 모두 확보하였기 때문에 2009년 3월 10일에 승인하였다.

### 3) 외국방송 규제정책

2003년에 CRTC(Broadcasting Public Notice 2003-36)는 외국방송서비스에 대한 지지를 표명하는 의견서를 개인, 공동체, 사업체 등으로부터 받았으며, 디지털 체제에서도 영어와 불어권외의 민족공동체들이 캐나다관점을 표명하는 프로그램에 접근할 수 있어야 한다는 것에 공감을 표명하였다.

하지만 2004년에 CRTC(Broadcasting Public Notice 2004-50)는 캐나다 스페셜티 및 페이지 서비스와 전면적으로 혹은 부분적으로 경쟁적이지 않아야 한다는 외국방송 승인제도의 원칙과 2001년의 센서스 자료를 이용하여 캐나다의 문화 및 민족적 다양성이 증가하고 있다는 상황판단에 의하여 6개의 외국방송서비스에 대한 승인을 거부하였다. 이에 CRTC는 2004년에 외국방송제도의 디지털리스트에 대하여 전면적인 재평가를하기로 결정하였다.

CRTC는 외국방송제도에 대한 각계의 의견을 요청하는 CRTC고시 2004-53에 대하여 총 152개의 답변서를 접수하였다. 문화유산부에서는 <통합과 문화적 다양성: 외국공공TV서비스에 대한 전문의견서>를 제출하였다. 이외에도 남부아시아 언어방송에 대한 지지를 표명하는 30개의 편지와 이탈리아의 RAI 서비스추가를 요청하는 의견서들도 제출되었다. 문화유산부의 의견서는 대체로 외국방송서비스를 지지하는 견해를 담고 있다. 문화유산부의 의견서는 ① 외국의 주요공영방송사가 제공하는 서비스 ② 캐나다방송사업자와 파트너 관계에 있는 외국방송서비스 ③ 캐나다방송사업자로부터 받는 수입의 10%이상을 캐나다프로그램에 재투자하는 것을 권고하였다. 또한 포르투갈의 RTP나 이탈리아의 RAI같은 공영방송들은 자신들의 공적서비스가 캐나다의 상업방송서비스와 비경쟁적이므로 경쟁상태 테스트를 면제해줄 것을 요청하였다.

경쟁상태 테스트는 채널별로 심사하는데, 주로 프로그램의 장르 및 성격, 핵심 수용자층, 주된 언어, 프로그램출처 등을 조사하여 캐나다서비스와 부분적 혹은 전면적으로 경쟁적인지 여부를 판단한다. 하지만 경쟁상태 테스트가 주관적이기 쉽다는 이유로 캐나다케이블방송협회는 제3언어로 방송하는 캐나다서비스가 제3언어로 방

송하는 외국방송서비스로부터 심각한 피해를 입은 경우와 같이 전면적으로 경쟁적인 경우만 심사를 할 것을 제안하였다. 방송전송사업자들과 외국방송사업자들은 이러한 규제 완화적 접근방식을 찬성하고 있다. 반면 지상파방송사업자들은 현재의 경쟁테스트가 유지되거나 심지어는 강화되어야 한다는 제안을 하기도 하였다. 문화유산부보고서에서는 현재의 CRTC 경쟁심사가 RAI서비스가 캐나다내서비스와 중복된다는 이유로 불허한 것과 같이 지나치게 엄격하고 부정적 영향만을 고려한다고 비판하였다. 또한 CRTC는 외국방송서비스가 국내에 미치는 부정적인 영향을 최소화하기 위한 방안으로 패키지가 아니라 채널별로 판매를 하는 방안을 제시하였다. 케이블방송협회와 배급사업자들은 외국방송의 패키지 여부는 사업자 자율로 결정할 수 있어야 유연한 패키지 정책이 가능하다고 제안하고 있다. 심지어는 캐나다서비스만 패키지를 강제하고 비캐나다 서비스는 오히려 비용을 증가시키므로 배제해야 한다고 주장하였다. 하지만 RTP, MTV 등 외국방송사업자들은 패키지가 시청요금과 광고수입에 효과적이므로 선호하고 있으며, 문화유산부 보고서는 패키지의 선택제를 찬성하고 있다.

또한 문화유산부는 외국방송서비스가 캐나다국내프로그램 투자에 기여해야 한다는 원칙을 강조하였다. 이를 위해 수익금의 10% 이상으로 외국방송의 국내프로그램 투자펀드를 조성하는 것을 제안하였다. 투자펀드는 기존의 TV펀드<sup>7)</sup>와 합하여 캐나다 프로그램에 기여할 수도 있을 것이라고 제안하고 있다. 하지만 이에 대해 전송사업자들은 이미 외국방송사업자들이 캐나다방송프로그램의 다양성과 프로그램 선택권에 많은 기여를 하고 있고, 캐나다 프로그램과 공동체방송국들이 방송전송사업자들로부터 총수입의 5%를 혜택 받고 있기 때문에 별도의 펀드조성은 지나치다고 제안하였다.

이러한 검토를 거치면서 CRTC는 2004년에 다음과 같이 결정하였다. ① 외국방송사업자는 적어도 90%이상의 프로그램이 영어와 불어가 아닌 다른 언어로 제공되어야 하며, 자막 등은 비율에 포함시키지 않는다. ② 10%의 외국방송프로그램 펀드가 적절한지 여부는 현 단계로서는 불확실하지만, 미래에 이를 고민할 가치가 있다.<sup>8)</sup>

7) 캐나다의 방송영상진흥정책에서 참고할만한 것이 'Television Fund'이다. 캐나다에서는 일부의 운영자금을 제외하고는 전액 TV프로그램과 영화제작에 투자된다. 대부분의 공익자금이 사업자의 프로그램 제작에 투자되어 민간투자를 촉진시키는 유희유 역할을 한다.

8) 현재 Class1과 Class2 배급사업자와 위성방송사업자가 총수입금의 5%를 캐나다 프로그램에 기여한다. Class1배급사업자는 이중 40%를 공동체채널에 배급하고 나머지는 CTF에 지불한다. 위성방송사업자는 CTF에 80%, 독립제작사 기금에 20%를 배급한다(Broadcasting Regulatory Policy CRTC

③ 방송전송 사업자에게는 스페셜티 서비스의 경우에는 외국채널 1개를 송신할 시에는 국내 1개 채널의 송신을,페이TV 및 PPV의 경우에는 외국채널 5개의 송신에 국내 1개 채널의 송신이 적절하다.

○ 비캐나다 서비스 프로그램 패키지 허용여부

- 비캐나다 서비스 프로그램 패키지는 스페셜티 방송규정에 의하면 비캐나다 외국채널만으로 이루어진 패키지 서비스(Specialty Service Regulations 제1조 개념정의)를 의미한다. CRTC(Broadcasting Public Notice CRTC 2008-100)주관의 공청회에서 CTV는 비캐나다 서비스 패키지가 캐나다방송체제와 유료방송서비스에 위협이 되므로 허용해서는 안 된다고 주장하였다. 이와는 반대로 MTS Allstream은 비캐나다 서비스 패키지가 적절한 경우가 있으며, 우월적 지위를 가진 캐나다 방송체제에 위협이 되지 않는다는 상반된 의견을 제출하였다. 이에 대해 CRTC는 위협이 된다는 증거를 발견하기 힘들며, 오히려 테마별 비캐나다 서비스는 가입자들에게 서비스의 다양성을 증가시킨다고 판단하였다.

○ 비영어, 비불어 서비스

- CRTC(Broadcasting Public Notice CRTC 2004-96)는 2004년에 캐나다내 비영어, 비불어 방송 서비스를 장려하는 정책을 실시하였다. CRTC는 비영어, 비불어방송 서비스를 방송시간의 90%이상을 제공하는 사업자로 규정하였다. 현재 아날로그 방송에서 서비스되는 제3언어방송서비스는 5개이다. CRTC는 ① Telelatino, Odyssey, Talentvision, Fairchild와 Asian TV Network중 하나라도 전송하는 배급 사업자는 이들을 모두 전송해야 한다. ② 지상파방송사업자는 방송권역의 인구 10%이상이 해당언어사용자라면 위의 제3언어방송서비스를 반드시 서비스하여야 한다. ③ 비캐나다 제3언어방송서비스는 캐나다 동일언어방송서비스 패키지로 함께 제공될수 있다. 캐나다서비스 1개에 비캐나다 서비스 3개의 비율로 방송된다고 결정하였다(Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2009-129).

○ 외국방송서비스의 캐나다내 광고(Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2009-129)

---

2009-129).

- CRTC는 외국방송서비스의 캐나다내 광고에 대한 정책을 결정하기 위해 의견을 구하였다. 특히 미국의 스페셜티 방송서비스들은 주로 시간당 2분정도 광고를 하는데, 광고시간은 미국케이블회사와 위성방송사들에 의해 판매된다. 캐나다내에서는 캐나다전송사업자들이 공급하는데, CRTC의 기존 정책은 이 시간을 캐나다 프로그램 홍보나 다른 서비스들을 하는 것에 사용하는 것이다.

- 공청회에서 방송전송사업자들은 미국프로그램과 광고시간 비용을 지불하였기 때문에 방송전송사업자들이 지역상업광고를 할 수 있어야 한다는 것이다. 따라서 CRTC가 상업광고를 허용하도록 정책을 변경시켜줄 것을 제안하였다. 만약 이 정책이 받아들여지면, 로저스(Rogers)사는 수익의 50%를 캐나다TV펀드(CTF)에 기부할 것을, 브래그(Bragg)는 총수입의 30%를 지역공동체채널에 기부할 것을, 코게코(Cogeco)는 광고시간의 50%를 캐나다 프로그램홍보에 쓸 수 있다고 제안하였다. 반면 기존의 방송사업자들은 광고경기가 별반 좋지 않고 기존의 광고가치를 떨어뜨리기 때문에 기존의 정책을 계속 유지할 것을 제안하였다.

- 위원회는 외국방송서비스의 광고시간을 상업적으로 허용하는 것이 캐나다 방송체제에 도움이 될 수 있는가의 여부에 초점을 맞추고 있다. 일반적으로는 상업광고를 허용하는 것이 캐나다프로그램의 활성화와 펀드조성에 도움이 되지만, 새로운 형태의 광고에 대한 투자와 수익을 평가하기 힘들기 때문에 최종 판단을 유보하였다.

○ 뉴스장르 비캐나다 서비스 개방정책(Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2009-129)

- CRTC는 외국방송에 대한 국내서비스와의 중복과 경쟁여부를 판단하는 경쟁상황 테스트(competitiveness test)를 지속하는 것이 캐나다 방송체제에 도움이 된다고 판단하고 있다. 하지만 뉴스 장르에서는 더욱더 개방적 입장을 견지하는 것이 필요하다고 판단하였다. CRTC는 영어와 불어로 제공되는 비캐나다 뉴스서비스를 적극적으로 승인하였으며, 이들이 캐나다 뉴스서비스에 부정적인 영향을 미치지 않았다고 판단한다.

이처럼 캐나다방송은 문화적 정체성에 상대적으로 영향이 적은 스페셜티 서비스와 페이TV 서비스에는 순수 외국채널의 송신을 허용하지만 캐나다인 스폰서, 채널

허가목록을 만들었다. 캐나다인 스폰서는 캐나다 대리인에게 외국채널 서비스에 대한 법적 책임을 묻는 제도이며, 채널허가목록은 연간 혹은 분기별로 채널을 허가하는 제도이다. 외국방송 채널허가목록을 작성할 때, 가장 중요하게 보는 것은 캐나다 내 유사한 장르의 채널과 경쟁여부를 가장 중요하게 고려하고 있다.

외국방송 채널허가목록에 대해 많은 외국방송들은 불만을 표시하는 것이 사실이다. 방송의 선택권은 소비자가 가지고 있으며, 채널허가목록이 인위적으로 이를 방해한다는 것이다. 특히 CRTC의 채널허가목록에서 중요한 기준인 채널배타성은 삭제되어야 한다는 것이다. 또한 외국방송 신청기간이 수개월씩 소요되어 행정낭비가 심하다는 불만 등을 제기하며, 원칙적으로 외국방송 채널허가목록을 제거하거나 행정처리 기간을 줄일 필요가 있다는 의견을 제시하기도 하였다.<sup>9)</sup>

#### 4) 국내제도와와의 비교 및 시사점

캐나다의 외국방송 승인제도는 국내의 외국방송사업자 승인제도와 유사하면서도 차이점이 존재하는 것이 사실이다.

##### ○ 외국방송사업자 개념

- 국내에서는 방송법 78조 2항에서 외국방송사업자를 ‘외국에 설치된 방송 송출 설비 또는 외국 인공위성의 무선설비를 이용하여 국내에서 수신되는 방송을 행하는 외국인을 말하며, 조약에 따라 이 법에 따른 방송을 할 수 있는 외국인을 포함한다’고 규정되어 있다. 캐나다에서도 ‘CRTC가 승인하는 외국방송국이 송출하는 위성방송서비스(방송전송규정 제1조)’로 규정되어 개념은 거의 유사하다고 할수 있다. 특히 국내와 같이 캐나다에서도 국내PP와 별도로 캐나다에서 방송될 수 있는 외국방송서비스를 규정하고 있어서 유사하다.

##### ○ 외국방송과 국내PP의 규제 비교

- 국내PP가 프로그램, 광고 등 국내규제를 받는 반면에, 외국방송은 시청자들의 프로그램 선택권과 국가간 문화교류를 위하여 예외적으로 허용하는 서비스라고 할수 있다. 따라서 국내PP와는 달리 자막허용을 제외하고는 외국프로그램이나 광고를

9) [http://support.crtc.gc.ca/applicant/applicant.aspx?pn\\_ph\\_no=2007-10&lang=E](http://support.crtc.gc.ca/applicant/applicant.aspx?pn_ph_no=2007-10&lang=E)

변경하여 방송하거나 더빙할 수 없다. 반면 캐나다의 외국방송서비스는 자막과 더빙은 자유롭게 허용된다. 캐나다내 지역상업광고는 허용되지 않지만, 최근에는 CRTC와 문화부가 허용여부를 두고 검토중이다.

### ○ 캐나다의 채널허가목록과 한국의 승인제 비교

- 캐나다의 채널허가목록은 국내외의 사업자들이 채널허가를 신청할 때 연간 혹은 분기별로 채널을 허가하는 제도이다. 외국방송 채널허가목록에서 가장 중요하게 보는 것은 캐나다 내 유사한 장르의 채널과 경쟁여부를 가장 중요하게 고려하고 있다. 채널허가목록(eligible satellite service)은 각 분기별로 위원회가 고지하는 리스트에 제시되어 있다. 채널허가목록은 케이블TV/위성/디지털 플랫폼, 기본/프리미엄/유료/PPV패키지별로 각각 구분된다. 예를 들면, 플레이보이(Playboy)채널은 패키지에는 포함되지 못하고, 개별유료채널로서만 방송할 수 있다.

- 캐나다는 플랫폼별, 채널별 조건부 승인을 하므로 승인조건이 까다롭고 규제절차도 복잡하지만, 외국방송의 국내PP에 대한 부정적 영향을 최소화 할 수 있는 장점이 있다. 반면 한국은 외국방송에 대한 플랫폼 승인제에서 사전승인제로 변화하여 규제절차가 단순하지만, 국내PP에 대한 부정적 영향력을 최소화 할 수 있는 장치가 부족한 것이 사실이다.

## 2. 대만의 외국방송 승인제도

### 1) 방송 시장 개관

대만은 2007년 현재, 케이블TV 가입가구가 602만 가구로 가구 보급률(household penetration)이 81.9%를 기록하여 한국의 가구 보급율 82.8%와 유사한 정도로 케이블TV가 발달한 국가이다. 케이블TV에 비해 위성방송 가입자는 3만가구(0.4% 침투율)로 적은 반면, IPTV 가입가구가 35만가구로(4.8%) 비교적 빠른 초기 성장을 보이고 있다. 유료방송 가입 가구는 한국(1555만 가구)의 절반보다도 적은 640만 가구지만 시장규모는 11억 7300만 달러로 한국의 12억 2백만 달러와 유사한 규모를 갖고 있어 유료방송시장이 잘 발달한 국가임을 보여주고 있다.

〈표 3-7〉 대만과 한국의 주요 방송지표 비교(2007)

구분	대만	한국
케이블 가입자(가구침투율)	602만 가구(81.9%)	1400만 가구(82.8%)
위성가입자(가구침투율)	3만 가구(0.4%)	155만 가구(9.2%)
IPTV 가입자 (가구침투율)	35만 가구(4.8%)	-
가입자텔레비전 시장규모	1,173(백만 USD)	1,202(백만 USD)
유료방송가입자수(가입율)	640만가구(87.1%)	1555만 가구(92.0%)

\* 출처: PWC(2009). Global Entertainment and Media Outlook 2009-2013.

2007년 현재, 5개의 지상파 전국네트워크 방송사가 14개 디지털 채널을 운영하고, 66개의 케이블TV 회사(4개의 전송시스템운영사 포함)가 155개의 채널을 운영하고 있다. 지상파 방송과 유료방송 상위 5개 채널이 전체 시청시간의 84%를 차지하는 특성을 보이고 있다.

지상파 방송을 살펴보면 2007년, 공영방송 PTS와 CTS가 통합하여 CTS는 PTS의 감독하에 운영되고 있다. 2007년 1월부터 공영방송인 PTS는 국영으로 운영되던 PTS, TITV, Hakka TV와 Taiwan Macroview TV의 운영을 시작하였고 이로서 전국 디지털 무선전송네트워크가 구축되었다. PTS는 2010년 아날로그 전송을 중단하고 디지털로 전환할 계획이다. PTS는 상업방송에서 소외되는 노인, 어린이, 소수자 및 청각장애인을 위한 서비스를 지속하여 문화적 다양성을 지켜나가는 계획을 갖고 있다.

대체로 케이블 방송은 90개 채널을 월 21,600원(NT\$600, US\$18)에 제공하고 있다. 대만 중앙정부는 2005년 초 지상파방송, 공익적 성격의 Hakka TV나 대만 원주민 TV(TITV), CNN과 NHK, 일반 시청자가 관심을 갖는 디즈니, 디스커버리 그리고 내셔널지오그래픽 같은 채널을 케이블TV에 의무재전송하도록 규정하였다. 이런 조치로 인하여 외국방송이 활발하게 운영되는 특징을 보이고 있다.

2007년 통계에 따르면 국내 61개 방송사가 110개 채널을 운영하고, 16개 해외 방송사가 45개 위성채널을 운영하고 있는 것으로 나타났다. 외국 채널에는 일본의 NHK, 미국의 HBO(Home Box Office), 디즈니, 디스커버리 CNN 채널들이 포함된다. 대만에서 방송되는 외국뉴스채널은 대부분 만다린어(북경어)를 사용하며, HBO

나 스타무비 같은 영화채널은 중국어 자막을 방송하고 있다. 해외 스포츠 채널은 Star Sports와 ESPN이, 어린이 채널은 디즈니채널(Disney Channel)과 카툰 네트워크(Cartoon Network)가 인기를 얻고 있다.

## 2) 외국방송사업자 개념과 현황

대만은 상대적으로 작은 시장규모에서 기인하는 방송프로그램의 자체제작 어려움으로 인해 일찍이 외국방송에 대한 개방정책을 취하여 부족한 프로그램을 보완하는 수단으로 활용하고 있다. 이러한 개방정책은 본토 중국과는 달리 자유주의를 표방하는 대만의 전통과도 맞닿아 있는 현실이라고 하겠다. 제도적으로도 외국방송과 국내 방송에 대해서 차별 없는 제도를 운영하고 있다. 그러나 이런 개방정책으로 인해 2000년대 초 자국의 제작역량은 계속 축소되어 프로그램을 자체 제작하는 지상파 방송보다, 외부의 프로그램을 주로 구매하여 편성, 방송하는 유료방송 중심으로 시장이 재편되는 변화를 경험하고 있다.

2003년 12월 23일 개정된 대만 위성방송법이 외국방송사업자를 규정하고 있다. 동법 제2조는 위성방송사업자를 두 가지로 분류하고 있다. 위성 방송 서비스(DTH) 운영자는 ‘직접 사용자에게서 비용을 받고 자거나 타인의 설비를 이용하여 위성 방송 서비스를 제공하는 사업자’를 말한다. 위성 방송 프로그램 공급자는 ‘채널을 갖거나 위성 주파수 전환기 경영자에게서 주파수 전환기나 채널을 빌려 쓰고 프로그램이나 광고를 위성으로 서비스 경영자, 유선 방송 시스템 경영자(유선 방송 프로그램 전송 시스템을 포함)에게 공급하는 사업자’로 정의 하고 있다.

또 이법에서는 외국위성방송사업을 규정하고 있다. 즉 외국위성방송사업은 ‘대만 지역에 위성을 통해 프로그램이나 광고를 전송하는 외국 위성방송 운영자’를 말한다. 외국위성방송사업자는 앞에서 규정한 위성방송운영자와 채널공급자 모두 해당된다. 대만에서 위성방송 채널공급자와 외국위성방송 채널공급자는 위성방송뿐 아니라 케이블TV에도 프로그램을 공급하는 사업권을 갖기 때문에 유료방송시장에서 중요한 지위를 갖는다.

2009년 2월 대만 정부는 위성방송법에 의해 사업권을 얻은 채널공급자가 위성 뿐 아니고 다른 플랫폼에도 프로그램을 공급하는 지위를 갖게 되는 부분을 개정하는 위성방송법 개정안을 발표하였다. 대만의 채널공급자에 관한 사항은 위성방송법에서 규정하고 있고 대만 외국방송재전송에 관한 사항도 채널공급자에 준하여 적용되

기 때문에 이 개정안은 주목을 받고 있다. 개정안에 따르면 위성방송에 채널공급자 승인을 받은 채널공급자는 다른 플랫폼에 프로그램을 공급할 수 있지만 위성방송이 아닌 케이블이나 지상파, VOD, IPTV 등에만 프로그램을 공급하는 채널공급자도 위성방송법에 의해 별도로 채널공급자 승인을 받아야 한다는 것이다. 2008년 초 방송통신 통합 규제위원회 NCC(National Communication Commission)는 행정해설을 통해 케이블 운영자를 통해 전송되는 모든 채널은 위성방송법에 따라 면허를 받아야 한다는 것을 요구하였다. 그러나 위성방송법은 모든 채널 공급자가 위성법에 따른 면허를 받아야 한다는 점을 명시하고 있지 않았다. 하지만 제안된 수정안에 통과되고 나면 위성 외에 채널을 공급하는 채널 공급자 면허가 법적인 근거를 갖게 된다(Janice Lin, 2009).

NCC는 방송 텔레비전법, 케이블 텔레비전법과 위성방송법에 각각 다른 방식으로 적용되는 비대칭규제를 개선하기 위해 법안 개정을 검토하고 있다. 예를 들어 케이블 텔레비전 방송법은 지금까지 케이블에 프로그램을 공급하는 채널공급자는 별도의 면허를 규정하지 않았다. 하지만 위성방송법 개정안은 위성에 채널을 공급하는 채널 공급자 뿐 아니라 다른 플랫폼에 채널을 공급하는 채널 공급자들이 모두 방송 면허를 받도록 규정하고 있다. 여기에는 지상파, 위성, 케이블TV와 같이 플랫폼으로 구분이 어려운 전송기술(예를 들어 미디어 온디맨드: IPTV의 대만 명칭)나 모바일 방송과 같은 매체에 채널을 공급하는 사업자도 포함된다. NCC는 새로운 기술에 의한 채널공급자 규제가 효율적으로 진행되기 어려울 것이라는 전망 하에 이들을 규제하기 위한 법안을 정비하고 있는 것으로 해석된다.

위성방송법 개정은 규제체계의 정비라고 볼 수도 있지만, 대만내 외국방송에 대한 규제효과가 있을 것으로 전망된다. 앞에서 살펴본 것처럼 대만에는 16개 해외방송사가 45개 위성채널을 운영하고 있다. 전체 채널의 30%가량이 해외채널인 셈이다. 그리고 대만의 유료방송규제체계는 위성방송에 다소 엄격하고, 케이블에 느슨한 골격을 갖추고 있으나 실제 시장에서는 케이블TV 보급율이 82%정도이며 위성방송은 1%에도 못 미치는 불균형이 나타나고 있어 케이블TV에 대한 규제 역시 필요했을 것으로 추측된다. 더욱이 대만정부가 방송과 영화 진흥을 위해 2005년부터 2012년까지 행정원의 국가발전펀드에서 6억 1천만달러(US\$)를 배정하는 등 지원정책을 펴고 있는 점을 감안하면, 이번 채널공급자 규제강화 조치는 자국 산업을 보호하기 위한 필요와 무관하지 않은 것으로 해석된다.

### 3) 외국위성방송 인허가 절차

외국위성방송의 사업권을 살펴보면 외국위성방송이 대만 내에서 위성방송 운영사업이나 프로그램 공급사업을 추진하기 위해서는 사업승인을 받아야 함을 명시하고 있다. 시행령에서는 프로그램 공급사업자와 동일하게 대만 내 지사, 또는 대행사의 최소 자본금을 2천만 NT\$(한화 약 6억원)로 제한하여 무분별한 지사, 대행사가 난무하는 것을 규제하는 장치를 두고 있다.

법 제15조는 대만에서 위성방송 운영사업을 하는 외국위성방송 사업자는 대만 내에 지사를 두어야 함을 규정하고 있다. 또 동 사업을 희망하는 사업자는 아래 명시한 서류를 제출하고 규제기구로부터 승인을 받아야 방송프로그램이나 광고방송이 가능함을 명시하고 있다.

1. 사업자명, 국적, 주파수와 위성 중계기
2. 위성채널, 수신지역의 위성신호
3. 사업개시 일시
4. 편성계획
5. 시청범위
6. 기타 규제기구가 정한 사항

제15조는 대만지역에 프로그램 공급 사업을 행하고자하는 외국 사업자는 대만 내에 지사를 두거나 대행사를 두어야 한다고 규정하고 있다. 이 사업 역시 필요한 서류를 규제기구에 제출하고 승인을 받은 후에 방송이 가능하다.

필요한 서류는 다음과 같다.

1. 프로그램 공급하고, 편성을 통해 채널을 제공하고자하는 위성 서비스 운영자, 케이블 시스템 운영자, 지상파 방송국 명칭
2. 제11조 위성운영자 규정에서 언급한 5개항
3. 사업자명, 국적, 주파수와 위성 트랜스폰더: 위성채널, 수신지역의 위성신호
4. 사업개시 일시
5. 편성계획
6. 시청범위

또 같은 법 제6조 2항에서 4항과, 제12조에서 제14조에 규정하고 있는 국내 PP에 대한 규제를 외국위성방송 지사나 대행사에 준용하여 적용한다는 점을 밝히고 있다. 법 제6조는 위성방송사업자의 재면허 기간을 6년으로 규정하고 있으나 매 2년마다 방송운영 성과를 평가하는 제도를 두고 있다. 2년마다 제출받은 운영성과를 평가하여 시정이 필요한 부분은 시정을 명령하고, 시정이 이루어지지 않을 경우 면허를 취소하는 강력한 규제 장치를 마련하고 있다.

제6조 ④ 매 2년마다 규제기구(방송위원회)는 위성방송사업자가 제출한 운영성과를 평가하여야 한다. ⑤ 4항의 평가 결과 운영계획의 이행이 이루어지지 않아 그 시정이 필요할 경우 규제기구(방송위원회)는 구체적인 기간 안에 시정하도록 해당 사업자에게 통보하여야 한다. 시정이 이루어지지 않을 경우, 규제기구(방송위원회)는 위성방송운영 허가를 취소하거나 위성방송사업 면허를 취소하여야 한다.

또 동법 제12조에서 제14조에 규정한 외국위성방송 채널공급자와 국내 채널공급자에 대한 동일하게 적용되는 규제는 다음과 같다. 제12조는 사업승인이 이루어진 이후 사업시행과 관련해서도 비교적 엄격한 규정을 두어 사업이 제대로 시행될 수 있도록 하는 장치를 마련해 두고 있다. 사업면허를 취득한 사업자는 정해진 기간내에 사업을 시작해야 하며 사업연기 또한 1회에 한해 6개월을 넘지 못하도록 정해두고 있다. 또 법 13조는 이미 승인을 받은 사업신청서, 운영계획의 변경이 발생했을 경우 변경 승인을 위한 문건을 규제기구(방송위원회)에 즉시 제출하여야 한다고 규정하고 있다. 다만 이 조항은 제7조 3항에 명시한 재정구조와 인적 조직(Financial structure and personnel organization)에는 적용되지 않는다는 예외를 두고 있지만 이 사항도 법인설립과 관련된 사항이면, 법인설립이나 등록 절차 이전에 규제기구로부터 승인을 받아야 한다고 명시하고 있다. 또 사업면허와 관련된 사항의 변경이 발생할 경우 변경 15일 이전에 새 면허를 신청해야 한다고 명시하고 있어 사업승인이나 운영과 관련된 구체적인 사항을 정해두고 있음을 볼 수 있다.

#### 4) 외국위성방송 규제

가입자의 권리를 보호하기 위해 사업자와 가입자가 서면 계약서 날인을 의무화하고 계약서에 포함되어야 할 사항을 명시하고 있다.

제28조 위성방송사업자와 해외위성방송사업자의 국내 지사나 대행사는 가입자와 서면 계약서에 날인 하여야 한다. 계약서의 내용은 다음을 포함하여야 한다.

1. 가격에서의 요금과 서비스 범위
2. 채널의 번호와 채널명 그리고 계약기간
3. 가입자의 기초 데이터의 이용제한
4. 케이블 텔레비전 시스템 운영자와 케이블 텔레비전 전송시스템 가입자의 수.  
그러나 이 제한은 자연인 한사람이 계약의 당사자인 때는 적용되지 않는다.
5. 국내외 사업자가 전송의 종료나 서비스의 폐지 등의 위법에 대해 요구할 수 있는 보상 조건
6. 정당하지 않은 이유로 가입자가 가입한 채널의 신호가 방해 받을 경우 소비자의 보상 조건
7. 광고전송의 권리와 의무
8. 계약의 유효기간
9. 규제기구가 명시한 사항과 가입자 불만 핫라인
10. 위성방송 또는 해외사업자의 지사 또는 대행사는 가입자의 불만을 즉각 처리하여야 하며 불만처리 서류를 3개월간 보관하여야 한다. 규제기구는 위성방송사업자와 해외위성방송 사업자의 국내 지사 또는 대행사에게 관련 프로그램이나 자막으로 책임을 지도할 수 있다.

법 제29조는 위성방송사업자나 외국위성방송사업자의 지사 또는 대행사는 전조(28조) 2항의 1, 2, 4 그리고 7 항목에 대한 구체적인 데이터에 대한 연간보고서를 제출하여야 함을 명시해야 한다. 동시에 규제기구는 위성방송이 부당하거나 부당하다고 할 상당한 이유가 있을 만큼 부적절하게 가입자의 권리나 이해가 침해되었다고 판단이 될 경우, 그 사실을 해당 위성방송 사업자나 외국위성방송사업자의 국내 지사 또는 대행사에게 정해진 기간내에 그 행위를 개선하거나 다른 필요한 조치를 취하도록 고지하여야 한다고 명시하여 권리 침해시 규제기구가 개입할 수 있는 근거를 마련해 두고 있다.

프로그램이나 광고 방송에 문제가 발생한 경우 이를 바로잡는 규정도 마련해 두고 있다.

제30조 위성방송이나 광고에 잘못된 부분이 포함되었을 경우 해당 부분의 방송

일 20일 이내에 정정을 요구할 수 있다. 위성방송사업자는 정정요구를 받은 20일 이내에 동일 시간대 동일 프로그램이나 광고에서 정정하여야 한다. 만일 위성방송사업자가 프로그램이나 광고에서 잘못이 없다면 해당부분에 대한 해명을 문서로 진술해야 한다.

또 위성방송이 공정한 논평을 할 수 있도록 반론권을 보장하는 조항을 두고 있다. 제31조 위성방송프로그램의 논평에서 개인, 단체, 집단의 권리와 이해가 포함되어 관련자들의 권리와 이해를 침해했을 경우 사업자는 관련된 부분과 상응한 정도의 반론기회 요구를 거부할 수 없다. 법 제32조는 위성방송 프로그램 공급자가 케이블 라디오 텔레비전 시스템 운영자와 서비스 운영자를 정당한 이유 없이 다르게 대우할 수 없다고 명시하여 공정경쟁을 규정하고 있다.

위성방송에 대해 구체적이면서도 면허취소에 해당하는 엄격한 처벌 기준을 법으로 정해두고 있다. 이는 외국방송이나 외국자본에 대한 개방은 자유롭지만, 그에 대한 책임을 강화하여 자국민을 보호하고자 하는 정신이 반영된 것으로 보인다. 이러한 배경으로는 케이블과 위성 등 유료방송이 제도화되기 이전 대만에 불법 외국방송들이 난무하던 경험들이 이런 제도를 만들도록 한 것으로 추측해 볼 수 있다.

벌칙규정은 규제기구에 의해 집행된다. 단, 제3조 3항의 위반에 대한 벌칙은 MOTC에 의해 집행된다고 명시하고 있다. 특히 외국 위성방송사업자의 벌칙에 대해서는 해당 사업자가 아니라 대만내 지사 또는 대행사가 책임을 진다는 조항을 명시하고 있다.

벌칙의 종류는 경미한 단계에는 경고가 있는데 경고 이후에도 시정이 이루어지지 않으면 벌금을 부과한다. 벌금은 시정이 이루어지지 않을 경우 계속해서 부과할 수 있고 연간 3백만 대만달러(한화 9천만원) 이상의 벌칙을 받으면 면허를 취소하는 조항을 두고 있다.

먼저 35조가 규정하고 있는 경고의 대상을 살펴보면 기술기준을 준수하지 않은 경우(제3조 3항위반), 면허변경 사항위반과 외국위성방송 사업자의 대만내 사업승인을 위한 조항(제14조 또는 15조 3항) 위반, 프로그램 등급 규제 위반, 광고규제 위반(제18조 1항 또는 3항, 19조, 20조 1항위반, 제18조 3항과 19조 2항은 준용하여 적용), 인물이 등장하는 프로그램 끼워넣기 위반(제21조), 프로그램 시간의 6분의 1을 초과할 수 없는 광고규정위반(제23조), 사업자와 가입자의 계약 위반(제28조), 프로그램이나 광고의 정정 규정 위반(제30조), 반론기회 보장 위반(제31조), 프로그램 공

급자의 프로그램 공급시 케이블 운영자의 차별 금지 위반(제32조) 등이다. 법 제36조 1항은 이러한 경고를 받고도 시정이 이루어지지 않을 경우 10만NT\$에서 100만NT\$(한화 300만원에서 3,000만원)의 벌금을 부과하도록 규정하고 있다. 이외에도 법 36조가 규정한 벌금 규정을 살펴보면 먼저 제4조 1항 또는 2항에 따라 특정 프로그램을 전송하거나 정규편성 프로그램 전송으로 복귀한 경우 규제기구에 대한 통보를 무시한 경우를 들고 있다. 다음은 제6조 4항, 또는 15조 3항 위반으로 2년에 1회 시행되는 방송운영 평가위반과 사업면허관련 위반을 들고 있다. 또 제16조, 22조 ~ 25조에 해당하는 위성방송운영 계획이 변경되거나 종료될 경우 규제기구에 3개월 전에, 계약자에게는 1개월 전에 통보해야 규정, 승인광고 규정위반, 광고시간 제한 위반, 광고채널 규정위반, 승인받지 않은 외국위성방송사업자로부터 프로그램이나 광고를 전송받을 수 없는 규정 위반 등도 위의 벌금에 해당된다. 제17조에서 규정한 전송을 금지한 프로그램을 방송했을 경우와 제20조 1항에 해당하는 인물을 끼워넣는 방송을 위반했을 경우도 10만NT\$에서 100만NT\$(한화 약 300만원에서 3,000만원)의 벌금에 해당한다. 제29조 1항에 명시한 자료제출 위반의 경우(제28조 2항의 1. 요금, 2 채널번호와 채널명, 계약기간, 4. 케이블전송시스템 가입자수(계약자수), 그리고 7. 광고전송의 권리와 의무에 대한 연례보고서 제출의무), 제29조 2항에 따른 가입자의 권리 침해 개선 조치를 취하지 않을 경우도 이에 해당된다.

제29조 2항 ‘규제기구는 위성방송이 부당하거나 부당하다고 할 상당한 이유가 있을 만큼 부적절하게 가입자의 권리나 이해가 침해되었다고 판단이 될 경우, 그 사실을 해당 위성방송 사업자나 외국위성방송사업자의 국내지사 또는 대행사에게 정해진 기간 내에 그 행위를 개선하거나 다른 필요한 조치를 취하도록 고지하여야 한다.’

규제기구의 개입을 통해 문제해결과 이의 위반시 벌칙규정까지 마련하고 있는 것이다. 법 제37조는 20만NT\$에서 2백만 NT\$(한화 600만원에서 6000만원)의 무거운 벌금을 규정하고 있다. 제37조 국내 또는 해외 위성방송 사업자는 다음사항을 위반시 20만NT\$에서 2백만 NT\$의 벌금이 부과되고, 명시된 기간내에 정정조치후 이를 통보하여야 한다. 벌금은 정정이 이루어지지 않을 경우 연속해서 부과될 수 있다.

1. 앞의 두 조항( 제35조, 제36조)의 각 항에 대한 위반이 1년에 2회 발생했을 경우
2. 제26조에서 규정한 자료의 제출을 거부하거나 잘못된 자료를 제출했을 경우,

또는 제42조 2항을 위반했을 경우

3. 2항의 자료제출을 위반한 채널이 3일에서 3개월간 방송을 한 경우

여기서 법 제35조는 경고 조항이고 제36조는 100만NT\$(한화 300만원에서 3,000천만원)벌금 부과 조항이다. 이에 대한 위반이 1년에 2회 발생했을 경우 과징 벌금을 부과하고 있다. 제26조는 규제기구가 방송이후 20일 안에 프로그램과 광고물 및 관련 자료 제출을 요구할 수 있는 조항이며 제42조 2항은 규제기구가 사업자를 조사하는 인력을 파견할 수 있고 자료요구, 조사, 압수 등의 조사를 거부, 방해, 회피할 수 없다는 규정이다.

법 제38조는 벌금은 전조와 동일하지만, 정정조치 통보, 벌금의 연속부과. 방송허가가 취소까지 보다 강력한 벌칙 조항을 명시하고 있다. 아래 법조문에서 제11조는 운영사업 신청을 거부할 수 있는 조문이다. 제38조 국내 또는 해외 위성방송 사업자는 다음사항을 위반시 20만NT\$에서 2백만 NT\$의 벌금이 부과되고, 명시된 기간 내에 정정조치후 이를 통보하여야 한다. 벌금은 정정이 이루어지지 않을 경우 연속해서 부과될 수 있다. 위반이 심각한 경우, 방송허가가 취소될 수 있다.

제38조 1항은 법 제11조에 열거한 사항을 규정하고 있다. 법 제11조는 규제기구는 다음의 경우 위성방송 운영사업 신청을 거부하여야 한다고 명시하고 있다.

1. 제9조, 제10조의 위반(제9조는 소유제한 규정 제 10조는 외국인 직접투자 50% 초과금지 조항이다.)
2. 이법의 위반으로 과거 2년내 위성방송사업 허가가 취소된 경우 또는
3. 신청자가 다음 열거한 법인이거나, 그 법인을 설립하려는 회사인 경우
  - I. 조직범죄 예방법을 위반하여, 최종판결을 받은 경우
  - II. 사기, 신용불량 또는 횡령으로 최소 1년 형을 선거받고, 과거 2년이내 형이 완료된자
  - III. 공무원으로 재직하는 동안 공금을 횡령하고 형이 확정된후 과거 2년 이내 형이 완료된자
  - IV. 파산을 선고받고 시민권이 회복되지 않은 자
  - V. 금융권에서 신용불량자 리스트에 남아 있는 자.
  - VI. 금치산자나 법적 권한이 제한된 자

2항은 제13조 1항에 따른 허가를 득하지 않고 사업을 변경할 때, 3항은 제13조 2항에 따르지 않고 등기를 변경하거나 법인을 설립할 때, 4항은 15조 3항을 위반하였거나 이에 준하는 위반을 한 경우 그리고 5항은 방송금지 기간 동안 프로그램이나 광고를 전송한 경우를 명시하고 있다.

법 제39조는 제38조 이외에도 사업이 취소된 경우를 명시하고 있다. 제39조 다음의 경우 국내 위성방송사업자는 위성방송운영 허가가 철회되고 사업권이 취소된다. 외국위성방송사업자의 지사나 대행사는 사업권이 철회된다.

1. 부당한 방법으로 사업권을 얻은 경우
2. 이법이 규정한 사항을 위반하여 1년 이내 3회 전송금지 처분을 받은 이후 또는
3. 해당기관에 의해 법인 설립이 취소된 경우

또 방송허가를 받지 않거나 허가가 취소된 자, 연속된 벌금이 한화 900만원에서 9000만원 누적된 자는 위성방송을 운영할 수 없다는 규정을 마련해 두고 있다. 제40조 위성방송운영허가나 외국위성방송의 국내 지사 또는 대행사의에 대한 허가를 받지않은 자, 면허가 취소된 자, 30만 NT\$에서 3백만 NT\$(한화 900만원에서 9000만원)의 벌금을 받은 자는 위성방송을 운영할 수 없다. 벌금은 각각 행해지는 위반에 대해 연속적으로 부과될 수 있다.

실제로 지난 몇 년간 대만의 방송규제기구가 외국위성방송 프로그램 공급자에게 부과한 경고, 벌금의 건수와 규모는 2003년이 경고 14건, 벌금 48건 760만 NT\$(한화 약2억 2,800만원), 2004년은 경고 93건 벌금 282건, 6,807만 NT\$(한화 약 20억 4천만원)로 벌칙이 크게 늘어나고 있음을 엿볼 수 있다.

〈표 3-8〉 위성 방송 프로그램 공급자의 처벌 현황

	경고 건수	벌금 건수	벌금 금액
2003년	14	48	760만 NT\$
2004년	93	282	6807만 NT\$

\* 출처: GIO(2005). 2003~2004 대만 방송산업연감.

처벌과 관련해서는 부과된 벌금은 명시된 기간내에 납부하여야 하며. 이를 지키지 않을 경우 법원에 강제집행을 의뢰한다는 조항(법 41조)를 두고 있다. 제42조는 규제기구가 사업자를 조사할 수 있는 근거를 마련했으며 이를 거부, 방해, 회피 할 수 없도록 명시하고 있다. 이를 위반시 20만NT\$에서 2백만 NT\$(한화 600만원에서 6000만원)의 무거운 벌금이 부과된다. 제42조 1. 규제기구는 위성방송사업자와 해외 위성방송사업자의 지사, 대행사를 조사하기 위해 영장을 소지한 인력을 파견할 수 있고, 규제기구는 당사자에게 보고 또는 관련자료의 제공을 요청하거나 이법에 의해 규정된 사안이나 시설에 관하여 상응하는 조치를 취할 수 있다. 2. 누구도 1항의 따른 조치로 행해지는 요구, 조사, 압수를 거부할 수 없으며 방해하거나 회피할 수 없다. 3. 제1항에 따라 압수되는 물건이나 물품은 처분은 중앙규제기구가 결정한다. 범죄와 관련된 경우 그 처분은 관련법에 따른다.

프로그램과 광고 규제에서는 외국위성방송사업자가 전송할수 없는 프로그램(광고)의 목록을 명시하고 있으며, 프로그램 등급규제, 프로그램외에 인물이 등장하는 방송의 금지, 광고규제 등을 규정하고 있다.

법 제17조 국내와 외국 위성방송사업자가 전송해서는 안되는 프로그램 내용을 다음 세 가지로 명시하고 있다.

1. 법이 정한 금지 규제나 의무사항에 위배되는 내용
2. 어린이나 청소년의 육체적 또는 정신적 건강을 해하는 내용 또는
3. 공공질서를 해하거나 선의의 사회적 관습에 부정적으로 영향을 미치는 내용

프로그램 금지 내용은 어린이와 청소년 보호 또 사회적인 공공질서 유지를 위한 최소한의 내용으로 제한하고 있음을 알 수 있다. 또 어린이, 청소년 보호를 위해서는 등급제 시행을 의무화하고 있다. 또 방송되는 동안 방송사 로고가 스크린에 방송되도록 의무화함으로써 방송사의 책임성은 높이고자하는 의지를 담고 있다고 할 수 있다.

특히 방송사들의 혼란스러운 방송 운영을 막기 위한 조치의 하나로 법 21조에 위성방송사업자는 다음의 상황을 제외하고는 인물을 끼워 넣는 프로그램을 운영할 수 없다는 점을 규정하고 있다.

1. 자연재해 또는 비상상황
2. 공공서비스 정보의 공표
3. 채널이나 프로그램의 변경 고지

4. 방송되는 프로그램과 관련된 비상업 광고 또는 정보의 전달
5. 다른 법 또는 규정이 정한 사항

대만의 외국방송재전송 규정은 위성채널 공급자허가를 받은 사업자가 다른 유료 방송에도 채널을 공급하고 있고, 외국채널 운영자가 국내 채널공급자와 동일하게 정부로부터 사업승인을 받아야 한다. 외국위성방송 채널 공급자에게 국내 사업자와 동일한 규제를 적용하고 있다. 다만, 외국 프로그램의 방영시 만다린어 자막이나, 중국어 더빙을 하여야 하는 규정이 재전송에도 적용되는 정도이다.

대만의 외국 위성방송 채널공급자는 대만내 지사나, 배급사를 통해서 사업승인을 받아야 한다. 다만, 케이블TV와 같은 다른 유료방송의 경우 승인규정은 적용되지 않아 개방적인 입장을 취하고 있으나 2009년 3월 이를 개정하는 법안이 발표되어 검토 중에 있다. 외국 채널공급 사업자 입장에서 보면 케이블 텔레비전 진입에 새로운 규제가 적용되는 것으로 해석할 수 있다.

위성방송법이 규정한 국내와 외국 채널공급자의 소유규제는 직접투자는 50%, 대만에 법인을 설립하는 경우 간접투자 50%까지를 허용하고 있다. 또한 외국방송 재전송은 외국사업자가 외국 방송채널 공급자 지위를 얻어야 하기 때문에 정부로부터 직접 승인을 얻어야 한다. 또한 광고 규제와 관련하여서 외국 위성방송도 자국내 방송과 동일하게 승인이 요구되는 광고는 사전 승인을 받아야 함을 명시하고 있다.

제 22조 ① 해당기구의 법적승인이 요구되는 관련광고는 전송되기 전에 승인자격을 얻어야한다. ② 전항은 대만에서 유통되는 제품이나 서비스에 대한 외국위성방송사업자의 광고에도 준용하여 적용된다.

광고시간은 각 프로그램 전송시간의 6분의 1을 넘지 못한다고 명시하고 있다. 이는 국내외 위성방송사업자에게 동일하게 적용된다. 그렇지만 승인받은 광고전용 채널의 운영을 보장하고 있다. 또 위성방송운영자들이 법 15조의 규정에 따라 승인을 받지 않은 외국 위성방송에서 제공되는 프로그램이나 광고를 전송할 수 없다고 규정하여 승인받은 외국위성방송사업자를 보호하고 장치도 함께 마련하고 있다.

프로그램과 광고 운영과 관련하여 규제기구는 비교적 강력한 규제정치를 두고 있는데 이는 문제가 되는 프로그램, 광고 또는 관련 자료의 제출을 요구할 수 있는 권한을 규제기구에 부여하고 있는데서 엿볼 수 있다.

제26조 규제기구는 필요할 경우 위성방송사업자나 외국위성방송사업자의 지사,

대리자에게 프로그램이나 광고가 방송된 후 20일 안에 그 프로그램, 광고 또는 관련 자료의 제출을 요청할 수 있다. 기타 편성규제와 관련하여서 외국방송 재전송에 적용되는 별도 규제내용이 존재하는 것은 아니며 국내사업자와 같은 규제를 받는 특성을 갖는다.

### 3. 일본의 외국방송 재송신제도

#### 1) 방송사업자 인허가 및 외국자본규제

일본의 위성방송이나 케이블TV에서 외국방송을 재송신할 경우, ‘외국방송’이라고 해서 별도로 적용되는 규제는 없다. 다시 말해 국내 방송사업자나 외국방송사업자나 채널재송신과 관련하여 동일한 룰이 적용되고 있다는 의미이다.

방송면허 제도는 방송시장규모와 진입여부를 결정하는 매우 중요한 전제조건이다. 일본의 전파법 제4조에 따르면, 지상파방송국을 개설하려는 자는 총무대신의 면허를 받아야 한다고 규정하고 있다. 또한 지상파방송과 마찬가지로 유선텔레비전 방송시설을 설치하여 케이블TV방송을 실시하려는 자 역시 당해 시설설치에 대해 총무대신의 허가를 받도록 되어있다<sup>10)</sup>. 참고로 케이블TV는 1990년대 후반부터 외국자본이 전면 허용되어 있어 케이블TV를 소유할 수 있고 운영주체가 될 수 있다.

총무대신이 지상파방송에 ‘면허’를 부여하는 데에는 신청자에게 공사계획이 전파법 제 3장에서 정하는 기술기준에 적합할 것, 총무대신이 정하는 방송용 주파수 사용계획에 의거하여 주파수 할당이 가능할 것, 당해 업무유지에 가능한 재정적 기반을 가질 것, 총무성령에서 정하는 방송을 하는 무선국 개설의 근본적 기준에 합치할 것 등의 일정한 조건이 요구된다(전파법 제7조 제2항).

지상파방송국 면허의 유효기간은 면허일로부터 5년(전파법 제13조)을 넘지 않고, ‘결격사유’에 해당하거나 방송시설의 개선명령 등을 위반하였을 때 허가를 취소할 수 있도록 되어 있다.

일본의 전파법은 일정한 사유를 명시하고 이것을 ‘결격사유’로 하여 이에 해당하는 자에게는 무선국 면허를 부여하지 않고 있다. 결격사유는 크게 일본국적을 갖지 않은 자, 외국정부 또는 그 대표자, 외국법인 또는 단체 등과 같은 ‘외국성’과 전파

10) 케이블TV시설규모가 인입단자 수 501 이상에 대해서는 총무대신의 ‘허가’가, 51이상 500단자 이하는 ‘신고’가 필요하다. 여기서는 인입단자 수 501이상의 시설만 해당된다.

법 또는 방송법에 규정하는 죄를 범하여 벌금형 이상의 선고를 받고 그 집행이 종료되거나 집행을 면한 날로부터 2년이 경과하지 않은 자 등과 같은 ‘반사회성’으로 나눌 수 있다. 따라서 외국인은 지상파방송국을 소유하거나 운영주체가 될 수 없다.

한편 유선텔레비전방송법은 동법 제 4조 1항에서 케이블TV방송국 면허를 부여하는 기준은 방송시설의 시설계획이 합리적이며 그 실시가 확실한 것일 것, 방송시설이 총무성령에서 정하는 기술상의 기준에 적합할 것, 방송시설을 확실하게 설치하고 운용하기에 충분한 재정적 기초 및 기술적 능력을 갖고 있을 것, 기타 유선텔레비전방송시설을 설치하는 것이 그 지역에서의 자연적 사회적 문화적 제반사정에 비춰 필요하며 적절할 것 등을 요구하고 있다.

위성방송은 크게 위성체의 운용주체인 수탁방송사업자와 편성주체인 위탁방송사업자로 나뉘는데, 수탁방송사업자는 전파법에 의거해 ‘면허’를 받아야 하고 위탁방송사업자<sup>11)</sup>는 방송법에 의거해 ‘인정’을 받아야 사업이 가능하다. 위성방송에서 이렇게 면허 제도를 달리하고 있는 것은 수탁/위탁으로 분리함으로써 방송국 설립에 따른 막대한 비용을 분산하고 다양한 신규사업자의 방송시장 진입을 유도하기 위함이다.

앞서 언급했듯이 위성체를 관리·운용하는 수탁방송사업자의 경우, 지상파 방송국과 마찬가지로 이의 설립을 위해서는 전파법에 의한 면허를 필요로 한다. 이에 따라 지상파 방송과 동일하게 일본 국적을 가지지 않은 자, 외국정부 또는 그 대표자, 외국법인 또는 단체는 수탁방송사업자가 될 수 없다.

허가사항이 아닌 인정(認定)을 필요로 하는 위탁방송사업자의 경우는 전파법이 아닌 방송법에서 결격사유 및 외국인 소유 제한 등을 규정하고 있다. 방송법 제52조의 13항에 따르면 일본국적을 가지지 않은 자, 외국정부 또는 그 대표자, 외국의 법인 또는 단체 등은 위탁방송사업자가 될 수 없다.

총무대신은 위탁방송업무의 인정신청에 대해 방송법 제52조의 12제1항 각호에 입각해 심사를 하고 적합하다고 판단될 때는 위탁방송업무를 인정하게 되는데 이때 전파감리심의회에 자문을 구해야 한다. 위탁방송업무의 인정신청에 대한 심사기준은 다음과 같다. 첫째, 수탁방송역무제공을 받는 것이 가능해야 한다. ‘방송보급기본계획’에 입각해 수탁국내방송 또는 수탁내외방송을 행하는 무선국의 면허를 받은 자에게 현재 수탁방송역무를 제공하지 않은 주파수가 있어 신청에 관련된 위탁방송

---

11) '위탁방송사업자'란 위성을 이용해 방송하는 사업자로 우리의 방송채널사용사업자에 해당된다.

업무를 확실하게 실시할 수 있어야 한다. 둘째, 위탁방송업무를 유지하기에 충분한 재정적 기초가 있어야 한다. 위탁방송업무가 확실하게 개시되고 지속적인 운영을 확보하기 위해서 재정적 기초를 갖추어야 한다. 구체적으로는 사업개시까지에 필요한 자금조달이 가능하고 이의 방법이 적정해야 하며 사업수지 견적에 대해서는 각년도 별로 비용이 적정하게 산출되어 수입은 합리적인 가입자 예측을 토대로 제시된 내용이어야 하며 사업개시 이후에도 지속적인 운영을 확보하기 위한 자금계획에 타당성이 있어야 한다. 셋째, 표현의 자유가 가급적 다수에 의해 향유되도록 해야 한다고 되어 있는 방송법 시행규칙 제17조의 8에 합치되어야 한다. 넷째, 인정을 하는 것이 방송의 보급 및 건전한 발달을 위해 적절한 것이어야 한다. 구체적으로는 사업계획의 확실성, 방송법에서 규정하고 있는 방송프로그램 편집준칙과의 적합성 여부 등을 가리킨다. 다섯째는 해당업무를 실시하려는 자가 '결격사유'에 해당되어서는 안 된다는 점이다. 여기서 결격사유란 외국인이거나 단체 등이 해당되며 이들은 위탁방송사업자가 될 수 없다. 비교심사시에는 방송법관계심사기준 제7조 1호에서 4호까지 적합성의 정도에서 보아 가장 공공의 복지에 기여하는 것을 우선으로 한다.

지상파방송과 위성방송에 비해 최근의 방송과 통신 융합 특히 전송로 융합을 제도화한 방송이 전기통신역무이용방송은 '외국'에 대해 개방적인 매체이다. 여기서 말하는 전기통신역무이용방송법에서 전기통신역무이용방송의 정의란 '공중에 의해 직접 수신되는 것을 목적으로 하는 전기통신의 수신이며 이의 전부 또는 일부를 전기통신사업을 영위하는 자가 제공하는 전기통신역무를 이용해 실시하는 것'(제2조 제1항)이라고 하고 있다. 2001년 법이 통과되어 2000년대 중반부터 전기통신역무를 이용한 방송사업이 시작되었다. 이른바 통신위성을 이용하거나 인터넷 및 케이블통신망 등을 이용한 방송사업이 여기에 속하며 이 사업을 행하기 위해서는 '등록'을 통해 사업자 지위를 획득해야만 한다.

등록 조건은 다음과 같다. 방송업무를 적확하게 수행하기에 충분한 경제적 기초 및 기술적 능력, 전기통신역무이용방송이 매스미디어집중배제원칙 등 가급적 많은 사람에게 의해 이루어지도록 할 것 등을 제시하고 있다.

한편 외국위성채널사업자가 일본 내에서 자신의 채널을 위성에 재송신하고자 할 경우, 일본내에서 사업자 지위를 득해야 한다. 그러나 위탁방송사업자는 외국자본의 출자비율이 5분의 1로 제한되어 있기 때문에 직접 외국사업자가 일본내 위탁방송사

업자는 될 수 없다. 하지만 전기통신역무방송사업자라면 외국자본이 100% 개방되어 있어 외국인도 ‘등록’을 통해 전기통신역무이용방송사업자가 될 수 있다.

〈표 3-9〉 일본의 방송국 면허규정

	지상파방송	BS아날로그/ 위성DMB	BS디지털방송/CS방송*		케이블TV 사업자	전기통신 역무이용 방송사업자
			수탁방송 사업자	위탁방송 사업자		
방송국 면허	적용	적용	적용	-	적용	-
위탁방송업무의 인정	-	-	-	적용	-	-
전기통신역무방 송업무의 등록	-	-	-	-	-	적용
매스미디어집중 배제원칙	적용	적용	-	적용	-	적용

\*BS는 방송위성(Broadcasting Satellite)을, CS는 통신위성(Communication Satellite)을 이  
용한 위성방송을 의미한다.

지상파방송국에 대해 대부분의 국가에서는 외국 자본 및 프로그램의 유입을 제한하거나 외국인 임원 취임을 규제하는 제도적 장치를 두고 있다. 일본도 전파법과 방송법에서 외국자본 및 임원규제 등을 실시하고 있다.

전파법 제5조 1항과 4항에 따르면, 지상파방송국에 대해 ‘결격사유’로서 외국인이 의결권의 5분의 1이상을 차지하는 경우에는 방송국 면허를 부여하지 않는다고 되어 있다. 또한 주식을 상장한 방송사의 경우에는 외국인이 대량으로 주식을 취득하면 ‘결격사유’에 해당될 우려가 있기 때문에 방송국은 외국인 주식이 15%에 달한 경우에는 그 비율을 공표하지 않으면 안 된다고 규정하고 있다(방송법 시행규칙 제17조의 3).

한편 위성방송의 위탁방송사업자는 지상파방송국과 동일하게 외국자본의 출자비율과 외국인임원이 5분의 1로 제한되어 있다.

위성체를 관리·운영하는 수탁방송사업자의 경우, 3분의 1까지 의결권을 가진 주

식을 소유할 수 있다. 또한 외국인 임원도 3분의 1이상으로 되어 있어 지상파 방송보다 다소 완화된 형태를 띠고 있다.

한편 케이블TV는 지상파방송과 같은 면허 제도를 유지하고 있지만, 외국자본에 대해서는 매우 개방적이다. 유선텔레비전방송법에 입각한 케이블TV의 경우, 1993년 12월 외자 규제를 5분의 1에서 3분의 1로 완화했으며 1999년부터는 모든 케이블TV에 대한 외자 규제 및 외국인 임원 취임 제한을 전면 철폐한 바 있다. 케이블TV에 대해 이처럼 외국자본을 전면 개방한 것은 외국자본을 끌어들이어 시설투자비용을 조달하고자 하는 의도라고 보인다.

2000년대 중반부터 등장한 전기통신역무이용방송사업자의 경우는 외국자본이 100% 개방되어 있어 외국인도 일본내에서 사실상 채널운영이 가능하다. 실제 주식회사 KBS재팬은 2005년 10월에 설립되어 100%국내자본으로 전기통신역무이용방송사업자 지위를 얻고 'KBS재팬'이란 채널을 통해 한국프로그램을 내보내고 있다. 현재 CS디지털위성방송인 스카이퍼펙TV와 일본 최대 MSO인 'J-COM'등을 통해 방송되고 있다. J-COM에서의 채널별 시청률은 10위권안에 있으며, 특히 오사카 등 관서권에서의 시청률은 5위권내로 선전하고 있다. 외국계 채널로는 시청률이 최상위층이라고 할수 있다.

전기통신역무이용방송사업자는 위성역무와 유선역무로 나뉘지며 위성역무이용방송으로는 통신위성(CS)에 의한 방송이 해당되며 유선역무는 IPTV나 케이블망을 이용한 방송이 여기에 해당된다.

〈표 3-10〉 일본의 방송매체별 외국인본 및 임원 제한현황

	지상파 방송국	수탁방송 사업자	위탁방송 사업자	유선텔레비전 방송사업자	전기통신역무이용 방송사업자
일본국적을 가지지 않은 자	금지	금지	금지	철폐	철폐
외국 정부 또는 그 대표자	금지	금지	금지	철폐	철폐
외국의 법인 또는 단체	금지	금지	금지	철폐	철폐
외국인 임원	20%	33%	20%	100%	100%
의결권 보유	20%	33%	20%	100%	100%
규제법	전파법	전파법	방송법	유선텔레비전방 송법	전기통신역무이용방 송법

앞서 언급했듯이 일본에는 케이블TV와 전기통신역무이용방송사업자의 경우에 외국인의 방송소유, 외국인자본출자, 외국인 임원취임금지 등의 규제가 없다. 다만 일본 내 케이블TV방송사업자가 자신의 방송구역에서 수신되는 채널 또는 자신의 방송구역에서 수신되지 않은 채널을 자신의 플랫폼에서 재송신하게 될 경우, 원방송사업자의 ‘동의’를 얻어야 송출할 수 있다. 가령 지상파방송의 프로그램을 케이블TV를 통해 재송신할 경우에는 지상파방송사업자의 ‘동의’를 얻어야 송출할 수 있도록 되어 있다. 우리처럼 KBS1과 EBS를 의무적으로 재송신해야 하는 ‘의무재전송규정’은 없다.

## 2) 외국방송 재송신규제 및 사업 현황

일반적으로 외국방송사업자가 자체 채널을 일본내에서 재송신할 수 있는 방법은 크게 세 가지로 나눌 수 있다. 하나는 외국인본이 100%까지 허용되어 있는 전기통신역무이용방송사업자의 지위를 얻는 것이다. 외국방송사업자가 직접 자신의 채널을 일본내 위성방송 등에 재송신하기 위해서는 일본에 현지법인을 설립하고 전기통신역무이용방송사업자의 지위를 획득해야 한다. 하지만 실제 100% 출자를 하는 외국방송사업자는 거의 없으며 일본내 회사와 합작 형태로 채널을 설립해 운영하고 있다. 자신의 채널을 재송신하려는 외국방송사업자는 일본내 현지사업자가 방송사

업자 지위를 얻는 과정과 동일하다. 둘째는 외국자본이 20% 이내로 제한되어 있는 위탁방송사업자에게 위탁해 재송신하는 경우이다. 외국방송사업자가 위탁방송사업자가 될 수 없기 때문에 일본내 위탁방송사업자로 하여금 자신의 채널을 재송신하게 해야 한다. 이때 외국방송사업자는 방송사업자 지위를 득하지 않더라도 이와 상관없이 별도의 일본내 현지법인은 설립할 수 있다.

〈표 3-11〉 외국채널의 시청가능 가구 수 및 케이블TV 수

채널명	케이블TV수	시청가구 수	직접 수신가구 수	합계	비고
CNNJ	219국	540만	105만	661만	2009.6 현재
닛케이CNBC	342국	615만	101만	716만	2009.6 현재
BBC월드뉴스	122국	152만	73만	245만	2006.4 현재
애니멀 플래닛	219국	416만	97만	514만	2008.12 현재
디스커버리	283국	542만	119만	661만	2009.5 현재
내쇼널 지오그래픽	245국	273만	106만	399만	2009.5 현재
히스토리 채널	294국	437만	131만	567만	2009.7 현재
FOX	271국	515만	124만	639만	2009.5 현재
AXN	211국	433만	181만	614만	2009.1 현재
카툰네트워크	223국	508만	156만	664만	2009.6 현재
MTV재팬	313국	567만	156만	723만	2009.6 현재

\* 출처: 일본위성방송광고협의회

직접 사업을 하는 전기통신역무이용방송사업자를 택하느냐 아니면 위탁하여 재송신하는 위탁방송사업자를 택하느냐는 외국채널사업자에게 달려있다. 외국방송사업자 입장에서는 현지사정에 어두운 상황에서 투자비용부담이 클 경우, 독자적으로 채널을 운영하기보다 현지사정에 밝은 일본내 위탁방송사업자를 이용해 재송신하는 방법을 선호하게 될 것이다.

셋째는 방송법상의 사업자 지위를 얻지 않고 쌍방간의 계약에 의해 프로그램공급자로서 케이블TV 등에 채널 또는 프로그램을 공급하는 방법이다. 이때 외국채널사업자이든 일본 현지의 프로그램공급사업자이든 별도의 방송사업자 지위를 갖출 필요는 없다<sup>12)</sup>. 따라서 일본의 케이블TV방송사업자 등은 정식계약을 맺고 외국위성

채널을 안테나로 수신하거나 일본내의 외국프로그램공급자로부터 채널 또는 프로그램단위로 구매해 가입자에게 공급하고 있다. 다만 케이블TV에 공급되는 채널은 실제론 개별 프로그램 공급사업자에 의한 유통보다 위성방송에도 서비스가 가능한 정식사업자인 위탁방송사업자나 전기통신역무이용방송사업자에 의한 유통이 대부분이다.

한편 비즈니스차원에서 외국방송이 위성을 통해 재송신되는 것과는 달리 개인차원에서 외국위성채널을 수신하는 사람도 적지 않다. 개별적으로 일본지역에서 수신 안테나와 장비를 갖추고 외국위성채널을 수신하고 있는 것이다. 현재 일본지역에서 수신가능한 외국위성채널은 수백 개에 이르고 있다. 하지만 개별적으로 수신이 이루어지고 있는 만큼, 크게 문제시되지는 않는다.

2009년 7월 현재 일본 최대의 CS위성방송인 스카이퍼펙TV<sup>13)</sup>에서 운영되고 있는 외국계 채널은 총 28개이다. 이 가운데는 한국의 'Mnet 재팬'처럼 한국의 채널임에도 재송신행태가 아니라 구매를 통해 채널편성을 하는 경우도 있고 실제 외국에서 위성을 통해 그대로 재송신되고 있는 채널도 있으며 일부 일본시장을 겨냥해 재송신과 독자편성을 하는 혼성채널도 있다. 외국계 채널의 장르는 뉴스에서부터 드라마, 음악, 스포츠, 스포츠, 해외의 종합편성채널 등으로 다양하게 진출해 있다.

---

12) 케이블TV등에 내보내는 프로그램은 케이블TV가 하드 소프트웨어 일치형 면허제도인 관계로 케이블TV에 프로그램을 공급하는 사업자가 반드시 방송법상의 사업자적 지위를 갖춰야 할 필요는 없다.

13) 외국채널명을 그대로 사용하며 일본에서 방송되고 있는 채널을 기준으로 현황을 파악했다.

〈표 3-12〉 스카이퍼펙TV에서 운영중인 외국계 채널현황

채널명	편성장르	채널명	편성장르
AXN	드라마,영화,애니메이션등	FOX채널	미국 드라마/버라이어티
QVC	쇼핑	FOX 무비	영화
플레이보이채널	성인	FOX HD	HD프로그램
닛케이 CNBC	뉴스/비즈니스정보	FOX 라이프	미국드라마/버라이어티등
디스커버리 채널	다큐멘터리	CNNj	뉴스/비즈니스정보
애니멀플래닛	다큐멘터리	BBC월드	뉴스/비즈니스 정보
히스토리 채널	다큐멘터리	Jsports ESPN	스포츠
내셔널지오그래픽	다큐멘터리	MTV 재팬	대중음악
카툰네트워크	애니메이션	서스펜스 씨어터 FOX CRIME	미국 드라마/버라이어티
니클로데온	애니메이션	그로보 인터내셔널	브라질 방송
디즈니채널	드라마,영화,애니메이션	TVB다이후	중국(홍콩) 방송
툰 디즈니	애니메이션	CCTV다이후	중국 방송
KBS WORLD	한국방송	Mnet	한국 드라마/음악등
鳳凰衛視	홍콩방송	채널중국	중국 프로그램

\*2009년 9월말 현재

2009년 7월 현재 스카이퍼펙TV의 총 운영TV채널이 166개임을 고려할 때 외국계 채널의 비율은 16% 수준에 그치고 있다. 순수하게 외국에서 재송신되는 채널만을 계산하면 그 비율은 더욱더 떨어진다. 재송신채널의 채널편성상한과 사전승인과 같은 재송신규제가 없는 상황임에도 외국채널 재송신은 그다지 많지 않은 것이 현실이라고 할 수 있다.

위성방송에서 광고시간총량은 방송사별로 자율규제를 실시하고 있기 때문에 일본내 위탁방송사업자 내지 전기통신역무이용방송사업자와 외국방송사업자간의 규제 충돌이 발생할 염려가 없다. 아울러 외국방송의 일본어 더빙이나 자막, 그리고 일본 기업 광고 삽입에 대한 규제 또한 실시하고 있지 않기 때문에 일본내 외국방송사업 주체가 자율적으로 행하고 있다.

### ① AXN

AXN는 1997년 미국에서 '소니 픽처스 엔터테인먼트'에 의해 설립되었으며 액션 드라마, 영화, 애니메이션 등을 24시간 방송하는 채널이다. 현재 미국, 일본 등 전세계

계 50여개 국에서 방송되고 있다. 일본에서는 현지법인인 'AXN재팬'은 2003년에 설립되어 전기통신역무이용방송사업자 지위를 획득하고 CS디지털방송인 '스카이퍼펙TV', 케이블TV MSO인 'J-COM' 등에서 미국에서 방송된 드라마시리즈를 중심으로, 영화, 리얼리티프로그램, 스포츠 등을 중심으로 송출되고 있다. AXN재팬의 주주는 소니픽처스 엔터테인먼트가 65%, 주식회사 슈퍼텔레콤이 35%로 구성되어 있다. 프로그램에 따라 자막, 더빙을 삽입해 방송하고 있다.

## ② QVC

QVC는 24시간 쇼핑을 방송하는 전문채널이다. 미국에서 1986년 개국했으며 2009년 현재 일본, 영국, 독일 등에서 방송되고 있다. 일본에서는 미국 QVC와 미쓰이물산이 합작해서 설립한 'QVC재팬'에 의해 운영되고 있으며 실제 방송은 위탁방송사업자인 'QVC새터라이트'(QVC재팬의 자회사)에 의해 2001년부터 방송이 개시되었고 현재 스카이퍼펙TV 및 케이블TV 일부, BS디지털방송인 TwellV에서도 방송하고 있다. 방송은 일본 현지 스튜디오에서 생방송되는 프로그램이 대부분이다.

## ③ FOX채널

'뉴스 브로드캐스팅 재팬'이 운영하는 채널로 '20세기폭스'의 배급영화나 폭스그룹사(주로 Fox Broadcasting Company)가 제작한 드라마, 쇼/오락프로그램, 리얼리티프로그램 등을 방송하고 있다. 그룹사의 강점을 살린 편성이 특징이라고 할 수 있다. FOX채널은 1998년에 개국하여 그 이후 전기통신역무이용방송사업자의 지위를 획득해 스카이퍼펙TV, e2 by 스카파, 케이블TV 등에서 송출되고 있으며 프로그램에 따라 자막, 더빙을 삽입하고 있다. 그밖에 '뉴스 브로드캐스팅 재팬'이 운영하고 채널로는 '내셔널지오그래픽채널', 'FOX라이프HD', 'FOX CRIME채널', '호러TV'등이 있다. 특히 FOX CRIME채널은 픽션과 논픽션이 섞인 새로운 타입의 채널로 최신 미스터리 드라마와 범죄를 테마로 한 새로운 엔터테인먼트작품을 방송하고 있다. 또한 내셔널지오그래픽채널은 미국지리학협회의 다큐멘터리 프로그램을 중심으로, 호러TV는 공포영화전문채널로 일본의 'IMAGICA TV'로부터 2007년 3월 운영을 넘겨받아 현재 스카이퍼펙TV와 일부 케이블TV에서 방송되고 있다.

## ④ 디즈니채널

디즈니 채널은 일본에서는 일본 내 디즈니 사업을 총괄하는 '월드디즈니재팬(주)'의 방송사업부문인 '월드디즈니텔레비전 인터내셔널재팬'이 2003년부터 운영하고 있다. 1990년대 이후 디즈니애니메이션은 지방계열국 수가 적은 TV도쿄계열이나 유료방송인 WOWOW 일부 시간대에 한해 방송되었다. 케이블TV나 디지털위성방송 등 다채널방송에서의 방송을 원하는 수요는 있었으나 방송법에 의해 외국기업 방송사업 참여가 제한적이었고 일본의 유료방송시장이 그리 크지 않았기 때문에 그동안 개국을 미뤄왔었다. 그 후 전기통신역무이용방송법이 시행되면서 외국자본 유입이 자유화됨에 따라 전기통신역무이용방송사업자 지위를 얻어 2003년 11월에 채널을 설립해 개국했다.

일본에서의 방송형태는 일본에만 송출되는 프로그램을 제외하고 일본어 더빙과 영어음성 2개 국어로 방송된다. 프로그램 본편중에는 화면 좌측아래에 채널로고가 항상 표시되며 프로그램과 프로그램 사이에는 몇 분짜리 애니메이션 및 디즈니 채널 방송프로그램의 음악 프로모션 비디오 및 미니프로그램이 방송된다.

#### ⑤ CNNj

일본의 CS위성방송인 스카이퍼펙TV 및 스카파!e2, 케이블TV에서 볼 수 있다. CNNj는 미국 타임워너 산하의 24시간 뉴스전문방송국 Cable News Network(CNN)의 일본채널로 2003년까지 TV아사히계열의 일본케이블텔레비전(JCTV)이 운영했었다. 그리고 그 이후에는 CNNj를 설립해 CNN인터내셔널 및 미국 국내방송인 CNN/US, 비즈니스뉴스전문의 CNN Financial Network(CNN/fn)의 3개 채널 프로그램을 일본 시청자 대상으로 독자 편성하여 1개 채널로 방송했고 2004년에는 CNN/fn를 개국하여 2개 채널로 확대했으며 2005년 9월부터는 스페인어방송 CNN en Espanol의 방송을 개시했다.

현재 CNNj는 2개 국어 방송을 실시하고 있으며 2009년 2월 현재 일본어 동시통역이 삽입되는 주음성과 원음 상태의 부음성이 매일 오전 7시부터 24시까지 방송되고 있다.

'CNN'은 현재 직접 안테나를 설치해 수신하는 가구가 110만 가구에 이르고 있으며 케이블TV를 경유해 수신하는 가구는 661만 가구(2009년 6월 현재)에 이른다. 매일 18시간 일본어와 영어 2개 국어로 방송되며 대부분 실시간 송신이라 동시통역으로 진행되고 있다. 일부 프로그램은 일본 시청자를 위해 독자 편성을 시도하고 있

다.

CNNj는 원칙적으로 미국에서 송신하고 있다. 그리고 일부 CM은 일본기업 및 영화광고가 삽입되는데 이것은 일본의 JCTV가 송출하는 케이스이다. 동시통역작업은 JCTV의 스튜디오내에서 이루어지며 사전에 일본어 자막이 삽입되는 경우도 있다. 또한 영상의 일부는 저작권 처리가 되지 않은 경우 블랙아웃 상태로 나가기도 한다.

#### ⑥ 닛케이CNBC

'닛케이CNBC'는 일본의 '니혼게이지아이신문'과 미국의 'CNBC'가 1999년에 합작해 설립한 경제뉴스전문채널로 스카이퍼펙TV!와 케이블TV 등에서 방송되고 있다. 1999년에 닛케이와 CNBC는 채널통합에 합의하고 '(주)닛케이CNBC'를 설립하여 방송을 개시했다. 2009년 6월 현재 시청가능 한 가구 수는 716만 가구에 달해 일본 뉴스전문방송국 가운데 가입 건 수면에서는 1위를 차지하고 있다.

닛케이CNBC는 정치경제프로그램이 전체의 90%를 차지하고 있는데, 구체적으로는 도쿄증권거래소나 뉴욕증권거래소 등의 주가나 환율정보, 기업정보, 경제지표, 니혼게이지아이 신문사내의 스튜디오에서 방송하는 자체제작프로그램, TV도쿄제작의 비즈니스뉴스프로그램, 시차방송 및 뉴욕시장 현황을 중심으로 한 CNBC영어프로그램 등을 편성해 방송하고 있다. 프로그램 일부는 닛케이브로드밴드뉴스, TV도쿄계열, BS재팬 등에 제공되고 있다. TV도쿄, TV오사카, BS재팬의 제작프로그램 재방송과 BS아사히 공동제작 프로그램도 방송하며 미국CNBC제작프로그램 재송신의 경우 일부는 동시통역으로 나가고 있다. 또한 TV도쿄와 BS재팬의 프로그램은 저작권문제로 일부 케이블TV 및 IPTV에서는 방송할 수 없으므로 CNBC아시아로 대체하고 있다.

화면 하단에 뉴스나 주가가 스크롤되는 '틱커시스템'을 도입하여 최신정보를 상시표시하고 있다. 닛케이CNBC와 별도로 CNBC도쿄지국이 CNBC아메리카, 아시아 등에 도쿄에서 뉴스를 보도할 때는 CNBC도쿄지국소속의 일본인기자가 리포트하고, 닛케이CNBC기자나 캐스터는 출연하지는 않는다.

#### ⑦ 디스커버리채널

디스커버리채널은 독특한 다큐멘터리, 자연프로그램 등 다양한 프로그램을 방송하는 미국의 다큐멘터리 전문채널이다. 1984년부터 방송을 개시했으며 TLC(구 The

Learning Channel), 애니멀플래닛, 트레블채널, 사이언스채널, BBC아메리카, 미스터 리채널과 핏트TV를 운영하는 디스커버리 커뮤니케이션이 운영하고 있다. 일본에서는 1987년에 미쓰비시상사를 통해 케이블TV국 및 위성방송에 프로그램을 공급해왔다. 그러다가 1997년에 슈퍼더 프로그래밍 네트워크(50%), 디스커버리 아시아(50%)가 합작해 디스커버리 재팬을 설립하고 1997년 10월부터 방송을 개시했다. 현재 케이블TV방송국 및 스카이퍼펙TV에서는 위탁방송사업자인 슈퍼더 새터라이트방송을 통해 그리고 스카파!e2에서는 위탁방송사업자인 새터라이트 서비스를 통해 방송되고 있다. 현지법인을 설립했으나 사업자 지위를 획득하지 않고 일본내 사업자를 통해 위탁해서 내보내고 있다.

#### ⑧ 애니멀 플래닛(Animal Planet)

애니멀 플래닛은 동물에 관한 프로그램을 제공하는 채널이며, 1996년 디스커버리 커뮤니케이션즈에 의해 설립되어 미국 및 전세계 70여개 국에서 방송되고 있다. 일본에서는 디스커버리 아시아사(33.3%), 슈퍼더 텔레콤(33.3%), Worldwide America Investments. Inc(영국 BBC관련사 33.3%)와 합작형태로 '애니멀 플래닛 재팬'을 설립해 2000년부터 방송을 개시했다. 스카이퍼펙TV와 스카파!e2, 케이블TV방송국 등에서 시청할 수 있다. 2009년 4월 현재 시청가능한 가구 수는 약 533만 정도된다. 참고로 스카파!e2에서는 위탁방송사업자 만이 채널을 송출할 수 있기 때문에 일본의 위탁방송사업자인 '새터라이트 서비스'를 통해 재송신되고 있다.

일본의 애니멀 플래닛은 크게 세 가지 편성방침에 입각해 프로그램을 편성하고 있다. 첫 번째, 동물생태계를 있는 그대로 보여주는 '와일드 네이처', 두 번째, 다수의 동물보호가, 생물학자, 연구자가 등장하여 동물 뿐만아니라 인간에게도 포커스가 맞춰지는 프로그램인 '휴먼액션'(다큐멘터리, 쇼/오락), 특히 동물과 인간과의 공존을 탐구하는 '프랜들리 애니멀'의 세 가지 개념으로 편성하고 있다.

#### ⑨ BBC월드

BBC월드는 영국방송협회(BBC)의 해외전용채널이다. BBC의 국제방송은 1927년부터 개시되어 라디오 BBC월드서비스(영어와 33개 국어로 방송되는 단파방송)가 세계각지에서 방송되고 있다. TV방송은 걸프전을 계기로 설립되었으며 1995년 뉴스와 엔터테인먼트프로그램을 분리해 방송하기 위해 BBC월드와 BBC프라임으로 재

편성했다.

BBC월드는 BBC 관련사인 'BBC월드 리미티드'가 운영하고 있다. BBC와 독립된 회사로 수신료와 광고수입을 기본으로 하고 있으며 전기통신역무이용방송사업자의 지위를 얻어 일본에서는 스카이퍼펙TV, 케이블TV에서 방송되고 있다. BBC월드는 매시 0분부터 방송되는 뉴스 'BBC뉴스' 이외에 정보프로그램, 다큐멘터리를 중심으로 편성하고 있고 오락프로그램은 BBC프라임 등 별도의 채널에서 방송하고 있다. 그 외에 아시아대상 뉴스프로그램을 제작하는 등 지역별 서비스도 실시하고 있다.

#### ⑩ 내쇼널 지오그래픽 채널

일본에서는 2001년에 '뉴스브로드캐스팅 재팬'(현재 FOX인터내셔널 채널주식회사)에 의해 'FOX NEWS/NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL'방송을 개시했으며 2002년 8월부터 FOX NEWS를 분리해 내쇼널 지오그래픽 채널 단독으로 24시간 방송을 시작했다. 현재 전기통신역무이용방송사업자의 지위를 얻어 스카이퍼펙TV와 케이블TV를 통해 시청이 가능하며 BS디지털방송인 TwellV에 프로그램을 제공하고 있다. 수신할 수 있는 가구 수는 399만(2009년 5월 현재)에 이르고 있다.

#### ⑪ 니콜로테온 채널

니콜로테온 채널은 미국 바이아컴 산하의 MTV네트워크가 운영하는 어린이 전문채널로 일본에서는 1998년부터 방송되었다. 2001년에는 니콜로테온재팬을 설립했으며 2006년에는 전기통신역무이용방송사업자<sup>14)</sup>로 등록해 방송되고 있다. 현재 스카이퍼펙TV, IPTV인 BBTV, 4th media 등과 각 지역의 케이블TV에서 시청가능하다.

## 4. 미국의 외국방송 재송신 승인제도

### 1) 미국의 방송시장 현황

디지털 전환으로 새로운 전기를 맞고 있는 미국의 방송시장은 규모면에서 단연 세계 1위이다. 1980년대에 TV 보급률은 이미 98%를 넘었고, 1999년 이후부터는

---

14) 전기통신역무이용방송사업자는 MTV재팬

98.2%의 보급률을 유지하여 TV 수상기를 보유한 가구 수는 2008년 6월 기준으로 1억 1천 330만에 이르고 있다. 케이블TV 가입자는 2007년 말 7천 86만 가구로 집계되었고, 위성TV는 2007년 말 기준으로 3천 601만 가구를 확보하여 가입자가 지속적으로 늘고 있는 것으로 나타났다.<sup>15)</sup>

미국의 방송시장은 크게 지상파방송, 케이블TV, 그리고 위성TV로 구성되어 있다. 지상파방송 시장의 경우, ABC, CBS, NBC, FOX, PBS, The CW 등 6개의 주요 네트워크가 전체 시장을 장악하고 있는 실정이다. 특히, ABC, CBS, NBC, FOX 등 4개 상업방송은 미국 거대 미디어 그룹의 자회사들로, 모 기업인 미디어 그룹들이 모두 할리우드의 메이저 영화사들을 소유하고 있어, 이들 영화사들과 연계하여 다량의 프로그램을 서로 공유하여 사용하고 있다. 지상파와 달리 유료로 보급되는 케이블TV 시장과 위성TV 시장은 IPTV의 등장으로 시청자 확보를 위한 경쟁이 더욱 치열해 지고 있는 상황이다.

미국의 지상파 방송사들은 새로운 해외시장 개척과 온라인 광고 시장 개척, 그리고 새로운 사업 파트너 발굴을 통한 사업 다각화를 이용한 위기 극복에 집중해 왔다. 온라인 시장 개척을 위해 CBS는 지난해 6월 Cnet 이라는 인터넷 회사를 사들여 온라인 광고 시장 개척에 나섰다, NBC는 영국, 인도, 멕시코에 있는 방송 프로그램 제작사들을 사들여 해외시장 개척에 적극 나서고 있으며, ABC도 러시아에 있는 Media-One Holdings라는 방송사와 합작 벤처회사를 설립하고 해외시장 공략에 나섰다.

한편 미국의 케이블방송은 2000년까지만 해도 유료방송 가입자의 약 80% 이상을 확보해 왔으나, 위성방송과 VOD 등 새로운 유료 방송 플랫폼의 출현으로 가입자 수가 점차 줄어들어 케이블방송에 가입한 전체 유료방송 가입자 비율이 2007년 말에 70%대 까지 하락했다. 케이블TV 보급률도 매년 1%씩 줄어들어 2002년 69%에 미치던 보급률이 2008년은 62%까지 하락해, 2008년 기준으로 약 7천만 가구가 케이블방송 서비스에 가입해 케이블방송을 시청하고 있는 것으로 나타났다.

---

15) Informa Telecoms & Media (2008), pp.258-259.

〈표 3-13〉 미국의 케이블방송 가입자 및 보급률 변화 추이

(2002-2008) (단위: 천명)

구분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
케이블TV 가입자	73,500	73,366	73,560	72,009	71,469	70,861	70,188
케이블TV 보급률	69%	68%	67%	65%	64%	63%	62%

\* 출처: Informa Telecoms & Media (2008).

현재 미국에는 약 7,900여개의 케이블TV 사업자가 서비스를 제공하고 있는데, 대부분의 케이블TV 사업자들은 MSO(Multiple-System Operators)에 소속되어 있어 케이블 업계의 소유 집중화가 심화되고 있다. 지난 1998년까지만 해도 상위 12개의 MSO가 전체 케이블 사업자의 70%를 차지하고 있었으나 2005년에는 상위 5개 MSO가 케이블 사업자의 70%를 소유하는 것으로 나타났다. 이러한 케이블TV 시장의 소유집중화 추세는 지금까지도 지속되고 있다.

〈표 3-14〉 미국 상위 10개 케이블 사업자별 서비스 가입자 현황

(2008년 말 기준)

순위	케이블 사업자	케이블 서비스 가입자
1	Comcast	24,182,000
2	Time Warner Cable, Inc.	13,069,000
3	Cox Communications, Inc.	5,328,304
4	Charter Communications, Inc.	5,045,700
5	Cablevision Systems Corporation	3,108,000
6	Bright House Networks LLC	2,307,778
7	Mediacom Communications Corporation	1,318,000
8	Suddenlink Communications	1,268,674
9	Insight Communications Company, Inc.	707, 600
10	Cable One, Inc.	669,469

\* 출처: NCTA.com

미국에서의 위성방송은 1975년 RCA가 최초의 위성 Satcom 1을 이용해 주요 지상파방송 네트워크인 CBS, NBC, 그리고 ABC의 프로그램들을 지역 TV 방송국에 전송하는 서비스를 제공하면서부터 시작되었다. 같은 해 HBO가 Satcom 1 위성을 이용해 프로그램을 케이블 가입자들에게 전송하기 시작 하면서 위성을 통한 케이블 서비스도 함께 시작 되었다.

현재 미국에는 두개의 위성방송 사업자 Dish Network와 Direct TV (EchoStar)가 약 350개-500여개의 채널을 시청자들의 취향에 따라 제공 하고 있다. Direct TV는 1994년부터 현재와 유사한 위성방송 서비스를 제공하기 시작했으며, Dish Network는 1980년부터 위성방송 서비스를 시청자들에게 제공하기 시작했다. 미국의 위성방송 시장은 1천 6백만 가입자를 보유하고 있는 Direct TV가 전체 시장의 55%를 그리고 1천 3백만 가입자에게 위성방송 서비스를 제공하는 Dish Network가 전체 시장의 45%를 차지하고 있다.

미국의 위성방송 가입자는 2002년부터 점차 증가하여 2008년에는 3천190만 명을 기록했고, 미국 전체 유료 방송 가입자중 위성방송 가입자가 차지하는 비율은 역시 지속적으로 증가하여 2008년 기준으로 28%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 전체 유료 방송 가입자중 케이블방송 가입자 비율은 점차 줄어들고 있는 반면 위성방송 가입자 비율은 점차 증가하고 있는 것으로 나타나 케이블 서비스 가입자들이 위성방송으로 서비스를 변경하고 있는 것으로 밝혀지면서 위성방송이 케이블방송의 최대의 경쟁자로 떠오르고 있다.

〈표 3-15〉 미국 위성방송 가입자 및 보급률 변화 추이 (2002-2008)

(단위: 천명, 백만 달러)

구분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
유료 위성방송 가입자	19,401	21,625	25,140	27,173	29,055	30,611	31,912
유료 위성방송 보급률	18%	20%	23%	25%	26%	27%	28%
가입비 매출액	12,458	14,755	17,661	20,842	23,634	26,396	28,628

\* 출처: Informa Telecoms & Media (2008)

## 2) 외국방송사업자 제도 및 개념

미국에서는 한국이나 캐나다같은 별도의 외국방송사업자 제도나 개념을 찾아보기가 어렵다. 인접한 캐나다의 경우에는 eligible satellite service라는 이름으로 외국방송사업자가 명확하게 규정되어 있지만, FCC 규정을 포함한 미국의 어떤 법 조항에도 외국방송사업자라는 분명한 개념이 존재하지 않는다. 이는 외국방송(혹은 영어외 다른 언어) 서비스를 별도의 기준을 두어 규제하지 않고, 자국 내 일반 방송 서비스와 동일하게 간주하여 시장논리에서 경쟁하고 있기 때문이다. 또한 세계 어느 나라에도 비교할 수 없을 만큼의 다양한 인종이 모여 국가를 이루고 있는 만큼, 다양한 언어의 소수인종을 위한 방송이 외국방송으로 비춰지지 않는 문화적 특성에도 기인한 것으로 판단된다.

실제 외국방송사업자에 의해 제작/전송되는 방송 시스템을 살펴보면 이러한 경향이 확연하게 나타난다. 플랫폼 사업자는 당사자 간 계약에 따라 외국방송사업자인 PP에 채널을 제공하고 PP는 콘텐츠를 제공하는데, 채널 운영은 플랫폼 사업자, 프로그램의 저작권과 방영권 등에 대한 책임은 PP가 진다. 정확하게 말하자면, 채널 혹은 PP와 케이블 사업자나 위성 사업자간에 채널 배급 계약을 통해 시청자에게 프로그램을 재전송하는 것이라 할 수 있다.

〈표 3-16〉 미국 내 스페인어 방송 현황

TV네트워크	설립연도	가구보급율(%)	시청가구 수	방송형태	고출력 제휴방송사 수	저출력 제휴방송사 수
Univisión	1986	46%	~15,683,030	스페인어 상업방송	40	~72
Galavisión	1979	~1.71	~2,683,030	스페인어 상업방송	0	1
TeleFutura	2002	42%	~5,825,130	스페인어 상업방송	37	~36
Telemundo	1954	41%	~8,065,560	스페인어 상업방송	40	~29
Azteca América	2001	15%	~3,584,690	스페인어 상업방송	11	~36
TuVision	2007			스페인어 상업방송	5	
MTV Tr3s	1998			스페인어 음악방송	2	9
Telenoticias	1993			스페인어 뉴스방송		~8
Estrella TV	2009			스페인어 상업방송	9	3
Multimedios Television	Unknown	4%		스페인어 상업방송		12
HTV	Unknown	4%		스페인어 음악방송		
V-me	2007	41%	Unknown	교육방송	45	1
HITN	1983	Unknown	Unknown	교육방송	Unknown	Unknown
CaribeVisión	2007	Unknown	Unknown	상업방송	At least one (WJPX)	At least two (WPXO-LP, and WFUN-LP)
LATV	2007	12.53%	13,953,850	영어와 스페인어 음악방송	24	2
Mexicanal	2005	Unknown		멕시코 방송	6	0

\* 출처: WIKIPEDIA (<http://en.wikipedia.org>)

미국 내 영어 이외의 방송 중 시장이 가장 큰 방송은 스페인어 방송이다. 2009년 현재 16개의 방송 채널이 있다. 그 중 9개가 상업TV방송이며, 3개의 뮤직비디오 채널과 2개의 교육 채널이 있다. 또한 1개의 뉴스 전용채널이 있다. 이 채널들은 주로 스페인어로 방송하지만, 영어와 스페인어로 방송하는 채널도 있다.

채널이 많은 만큼, 방송서비스를 시작한 년도도 다양하다. 빠르게는 1954년 Telemundo가 최초의 히스패닉 채널로 방송을 시작했고, 2005년 이후 6개의 채널이 서비스를 시작했으며, TuVision를 비롯한 4개의 새로운 채널이 2007년에 방송을 시작했고, 올 2009년에는 Estrella TV가 개국했다. 서비스 시작 년도만 보면 서비스간

의 반세기가 넘게 차이가 나기도 한다.

가장 큰 스페인어 방송은 Univision (UNI or UVN)으로 120여개의 네트워크 스테이션을 갖고 있고 스스로 제작한 프로그램과 멕시코와 베네수엘라에서 수입한 프로그램을 편성하고 있다. 두 번째 큰 Telemundo가 100여개의 계열사를 갖고 있고, Azteca America (AZT or AZA)가 90개의 계열사를 갖고 그 뒤를 따르고 있다. 주요 채널들은 365일 방송하는 체제를 갖추고 있다.

이러한 히스패닉 방송에 대한 미디어 기업의 진출이 눈에 띈다. 지상파 네트워크 중 하나인 NBC가 미국 내 제2위 스페인어 방송을 인수했고, ABC의 계열사 ESPN은 ESPN Deportes를 통해 스페인어 방송을 하고 있고, CNN은 1997년 CNN en Espanol을 출범시켰다. MTV와 Discovery 채널들도 기업들의 재원을 바탕으로 스페인어 방송에 참여하고 있다. 이처럼 미국 방송들이 서반어 방송서비스를 앞 다투어 시작하고 있는데, 이는 라틴 인구의 지속적인 증가와 그에 따른 영향력의 증대에 기인한 것으로 볼 수 있다.

〈표 3-17〉 미국 내 주요 외국어 채널 현황

구분	언어	채널/방송국 명
유럽권	독일어	German Kino Plus, ProSiebenSat.1 Welt, Volksmusik TV
	포르투갈어	RBTi, Band News, TV Globo International, Band International, Premiere Futebol Clube, RTP International
	러시아어	RTN
아시아권	중국어	KBTV-CA, KCNS-TV, KMTP-TV, KSCI-TV, KTSF-TV, New Tang Dynasty TV, Phoenix Television, Sino Television, Sinovision, CTI Zhong Tian Channel, MRBI
	일본어	KIKU, Nippon Golden Newtwork, KSCI, KXLA, WMBC-TV, TV JAPAN, KTSF
	한국어	KBS America, MBC America, SBS International, Arirang
	기타어	SBTV(베트남어), Rang-A-Rang(페르시아어), TV Asia(동남아시아)

\* 출처: 박창희 외(2008). 국내 거주 외국인의 방송 접근권 향상에 관한 연구- IPTV 국내 문화 프로그램 영어 자막 제공방안 중심으로., 방송통신위원회 연구보고서. 80면.

스페인어 방송 이외에 포르투갈어, 독일어, 러시아어로 대표되는 유럽권 언어 방송과 중국어, 일본어, 한국어 등의 아시아권 언어 방송이 다수 있다. 이런 대다수의 방송들은 가용 채널을 소유하고 있는 네트워크나 미디어그룹 방송사업자로부터 채널을 임대하여 각국의 언어로 제작된 방송을 미국 내 모국어 사용자들 대상으로 전송하고 있다. 방송사업자들이 직접 프로그램을 제작하기도 하지만, 모국으로부터 수입하여 재전송하는 경우도 빈번하다.

중국어 방송서비스 중에는 중국 본토를 중심으로 하는 방송과 대만 중심, 그리고 중립적인 방향의 방송서비스를 제공하는 채널 등이 공존하고 있다. 이러한 비영어로 제작된 방송들은 로스엔젤레스와 같은 다양한 민족들이 살고 있는 곳을 중심으로 서비스되고 있는데, 이는 특정 언어가 소비될 수 있는 적정규모의 방송시장이 형성되어 있음을 나타내는 것이라 할 수 있다.

〈표 3-18〉 SBS International 채널과 시청 지역

	방송사	채널	지역
위성방송	DIRECTV	SBS-2080 SBS PLUS-2084	북미 전역
	TAN TV	Ch. 03	
케이블방송	TKC (Time Warner Cable)	Ch. 76 (Digital) Ch. 531 (Digital)	Manhattan, Brooklyn, Queens, Staten Island, Mount Vernon, & New Jersey
	TKC (Cablevision)	Ch. 263 (Digital)	Bergenfield, Closter, Demarest, Dumont Emerson, Old Tappan, Paramus, Tenafly, Rockleigh, Reverdale, Saddle River, Northvake, Norwood, Harrington Park
	TAN (Time Warner Cable)	Ch. 603 (Digital)	Orange County, Torrance, El Segundo, Canoga Park, Woodland Hills, Chatsworth, Northridge, San Fernando Valley, Pasadena, San Marino, Santa Clarita, South Bay, Canyon Country, & Stevenson Ranch

\* 출처: SBS International (<http://www.sbs-int.com>)

지상파 방송국의 인가를 받은 방송사업자가 자신이 보유하고 있는 가용 채널을 대여할 수 있고, 방송국 인가를 받지 않은 사업자라 하더라도 이미 인가를 받은 방송 채널의 일부 시간이나 전체시간을 유료로 임대하여 사용할 수 있다. 케이블과 위성방송 사업자는 PP와 재전송 계약을 체결하게 되는데, 기본료 이외에 추가적인 비용을 내야하는 유료 패키지의 경우는 PP와 수익을 분배하게 되며, 가입자가 기본

료만으로 시청하는 기본형 패키지인 경우는 PP가 플랫폼 사업자에게 채널 진입 비용을 부담하기도 한다. 경우에 따라서는 PP와 플랫폼 사업자간의 채널 진입 비용과 콘텐츠 공급 비용을 상호 상쇄하는 경우도 있다. PP의 채널 선호도에 따라 포지셔닝과 계약 조건은 유동적일 수 있다. 이 모든 것이 시장의 계약에 따라 이루어지는 지극히 상업화된 재전송 모델인 것이다.

〈표 3-19〉 MBC America 채널과 시청 지역

	방송사	채널	지역
위성방송	DIRECTV	2081	미 전역
	TAN TV	2	미 전역
케이블방송	한미텔레비전방송	603 (Time Warner)	Los Angeles
	Verizon Fios	484	New York, Baltimore, Boston Washington, DC, Dallas Los Angeles, Tampa Etc.
	Time Warner	603	California
	Click Network	390	City of Tacoma
	Champion	456	Los Angeles
	City of San Bruno	265	San Bruno
	RCN	530	Chicago Queens

\* 출처: MBC America (www.mbc24tv.com)

실제로 미국에 진출해 있는 한국 방송 채널들도 미국 지상파/케이블/위성 방송의 채널을 임대해 한국인 커뮤니티를 대상으로 방송 사업을 하고 있다. 최근 LA 지역에 진출한 아리랑은 지상파 채널44.5를 임대해 24시간 한국인 커뮤니티를 대상으로 지상파방송 서비스를 제공하고 있다. KBS America, MBC America, SBS International를 비롯하여 YTN, MBN, CTS, 아리랑이 미국의 플랫폼 사업자에게 콘텐츠를 제공하면서 방송서비스를 하고 있다. 이처럼 미국에 진출해 있는 많은 외국 방송사들은 자체 방송국을 소유하지 않고 채널을 임대해 프로그램을 송출하거나, 이미 플랫폼을 가지고 방송 사업을 하고 있는 사업자에게 콘텐츠를 제공하고 공급

비용을 받는 형태로 운영되고 있다.

외국방송 재송신  
승인제도의 개선방안



## IV. 외국방송 재송신승인제도의 개선방안

### 1. 국내 현황 요약

외국방송 재송신제도는 외국위성방송의 불법수신을 막고, 양성화하기 위해 1999년 통합방송법의 실시와 함께 도입되었다. 외국방송을 방송하고자 하는 국내의 케이블TV와 위성방송이 방송위원회에 신청하여 승인받는 외국방송 재송신제도는 이후 플랫폼사업자와 외국방송이 이중으로 승인 신청하는 이중승인제도를 거쳐 최근에는 외국방송이 직접 신청하는 제도 변화를 겪어 왔다.

2000년 통합방송법이 제정되면서 신설된 외국방송 재송신제도 도입과 함께 케이블 TV와 위성방송 채널 용량의 10/100으로 비율규제를 하였으나, 2004년 20/100으로 규제완화를 하였다. 2001년 시청자편익을 위해 한글자막을 허용하고, 한국어 더빙에 대해서는 추후에 허용 여부를 검토하겠다고 했다. 한국어 더빙은 많은 논란이 됐으나, 2005년 허용하지 않는 것으로 결정이 났다.

2005년 5월 1일부터 방송위원회는 사전승인제를 골자로 한 외국방송 재송신 승인 정책 개선방안을 확정하여 시행하였다. 외국방송 사전승인제 도입에 따라, 기존에는 SO 및 위성방송사업자가 재송신하고자 하는 외국방송 채널에 대해 개별 승인을 받았으나, 외국방송사업자가 국내에서 재송신이 가능한지에 대해 미리 승인 심사를 받을 수 있게 됐다. 또한 장르별 심사 기준 구체화 방침에 따라 홈쇼핑 분야는 승인을 배제하며, 종합편성 및 보도 분야는 국제적인 가시청자 수 및 공정성·공익성에 대한 신뢰성을 고려해 승인 여부를 결정하기로 하였다.

외국방송사업자가 직접 신청하는 방송법 개정안이 제출하여 2007년 7월에 국회 본회의를 통과했다. 개정안은 재송신 승인 신청의 주체를 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자에서 당해 외국방송을 행하는 외국방송사업자로 변경하고 외국방송사업자가 재송신하는 방송이 방송 심의에 관한 규정을 위반시 과태료를 부과하거나 승인을 취소할 수 있도록 함으로써 외국방송사업자에 대한 책임성을 강화했다.

외국방송은 CNN, BBC, 디스커버리채널, 디즈니채널, 블룸버그TV, AXN 등 해외위성의 방송을 국내에서 그대로 방송하는 해외재송신 채널들이다. 외국방송 재

송신은 2000년 방송법에 외국방송 재송신 제도가 도입된 이후 꾸준히 늘어나고 있다. 2009년 7월 현재 재전송 승인된 외국방송은 모두 30개 외국방송 사업자의 43개 채널로, 지난 2007년에는 24개였던 것에 비해 2년 만에 큰 폭으로 증가했다. 이는 디지털 케이블 방송, IPTV 등 다채널 플랫폼 환경의 변화로 인해 외국방송에 대한 수요가 늘어나고 있기 때문이며 향후 HD 다채널 서비스 제공으로 인해 앞으로 해외 HD 채널들의 유입이 늘어날 것으로 전망되고 있다.

현재 재송신이 승인된 외국방송은 2009년 7월 현재 239개 국내 방송채널사업자(TV)의 17.6%이다. 2008년 기준 국내 재송신 승인된 30개 외국방송 중 아날로그 케이블 TV에는 5개 방송만이 송출되고 있으며, 디지털 18개, 위성방송 13개, 위성 DMB 4개, IPTV(KT)의 경우 4개의 방송이 송출되고 있다. 아날로그보다는 디지털 패키지에서 외국방송의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

국내에 재송신되는 외국방송은 오락보다는 종합, 다큐, 뉴스 중심의 공익적인 채널들이 많은 것으로 나타났다. 국가별로는 미국(19개), 영국(7개), 프랑스(5개), 중국(홍콩,3개), 독일(2개), 싱가포르(2개), 일본(1개), 대만(1개), 필리핀(1개), 오스트리아(1개), 호주(1개) 순으로 유럽국가의 채널이 많이 증가했으나 여전히 미국채널이 국내에 재송신되고 있는 외국방송 채널 중 가장 많은 비중(44.2%)을 차지하고 있다. 장르별로 살펴보면 다큐 채널이 9개로 가장 많다. 언어적인 측면에서는 대부분 영어에 편중되어 있는 것으로 나타났다.

재송신 제도가 도입된 이후 외국방송은 꾸준히 늘어나고 있으며 특히 2007년 이후 큰 폭으로 증가했다. 플랫폼별로는 아날로그 방송보다는 디지털 방송에 주로 송출되고 있고, 국내 160개 PP의 총 수신료 수익의 4.4% 수준의 수익률 수익을 올리고 있었다. 특히 오락성 채널들의 수익성이 높은 것으로 나타났다.

## 2. 외국 현황 비교

외국의 재송신제도는 캐나다, 대만, 일본과 미국을 비교검토 하였다. 캐나다가 국내제도처럼 외국방송사업자제도와 가장 유사하며, 대만은 외국방송사업자를 국내PP와 동일대우하는 중간정도이며 일본과 미국은 정부개입보다는 시장위주의 재송신제도를 채택하고 있다.

〈표 4-1〉 주요 국가의 외국방송 개념과 규제 비교 분석

규제 모델	엄격한 외국방송사업자 규제모델	국내PP동일규제모델	시장위주의 자율모델	
국가	캐나다	대만	일본	미국
가. 개념	○ 비캐나다 방송서비스(non-canadian broadcasting service) 또는 합법적인 위성방송서비스(eligible satellite service)	○ 대만지역에 위성을 통해 프로그램이나 광고를 전송하는 외국 위성방송	○ 외국방송 사업자 제도 및 개념 없음	○ 외국방송 사업자 제도 및 개념 없음
나. 인허가	○ CRTC 승인 심사항목 - 방송법 3조 목적 달성 기여 여부 - 캐나다방송 서비스와 전면적 혹은 부분적 경쟁여부 - 캐나다내 비영어, 비불어권 공동체 기여	○ 대행사 자본규모 2천만 NT\$(약6억원) ○ 6년마다 재허가를 하되, 매 2년마다 운영성과 평가하여 시정요구	○ 국내외 PP 구분없음	○ 국내외 PP 구분없음
다. 플랫폼 사업자 규제	○ 플랫폼별 조건부 허가(아날로그/디지털 케이블, 위성방송, 유료채널, PPV서비스) ○ 방송전송 사업자에게 스페셜티 서비스의 경우에는 외국채널 1개를 송신할 시에는 국내 1개 채널의 송신을,페이TV 및 PPV의 경우에는 외국채널 5개의 송신에 국내 1개 채널의 송신을 강제	○ 위성방송법에서 승인만 받으면, 대만내 모든 플랫폼에 재전송이 가능하였으나, 최근에 케이블 플랫폼에는 별도의 승인 절차를 밟도록 하는 법개정 추진 중	○ 없음	○ 없음
라. 장르 규제	○ 장르보다는 캐나다내 중복여부 심사	○ 국내PP와 동일 규제	○ 국내외 PP 구분없음	○ 국내외 PP 구분없음
마. 재송신 기준	○자막과 더빙은 자유	○외국프로그램 중국어 자막과 더빙 의무 ○광고시간 1/6이내	○자막과 더빙 규제 없음 ○지역 광고 가능	○자막과 더빙 규제 없음 ○지역 광고 가능
바. 국내 PP와의 형평성	○ 현재는 강제하지 않고 있으나, 국내 매출액의 10% 기금 출연을 검토 중	○ 국내PP와 동일 규제	○ 국내외 PP 구분없음	○ 국내외 PP 구분없음

캐나다는 세계 최강의 영상콘텐츠 강국인 미국과의 인접성으로 인하여 외국방송에 대한 규제와 국내콘텐츠 보호에 대해 많은 노력을 기울여 왔다는 점에서 국내의 제도와 가장 유사하다고 할 수 있다. 오히려 언어적 장벽이 없고, 인구의 80% 이상이 미국과의 인접지역에 거주하여 정체성 유지에 많은 어려움이 있었다. 이에 외국

방송사업자제도가 대단히 정교하게 규정되어 있다.

2006년 12월 말 현재 캐나다의 방송서비스는 총 662개이다. 이 가운데 국내방송 수는 500개이고, CRTC에 의해 허가받은 외국방송 수는 162개이다. 이 가운데, 영어 방송은 85개, 불어는 6개, 나머지 언어방송은 71개이다. 대략 32개국의 25개 언어가 방송되며, 외국방송의 75%가 아날로그 기반으로 방송된다. 국내방송이 지상파의 지역방송과 디지털방송, 원주민방송, 공동체방송을 포함하고, 뉴미디어 방송은 유료채널과 PPV 및 VOD서비스를 포함하여 500개인 것을 감안한다면, 캐나다에 진출한 외국방송의 수가 많다고 할 수 있다. 캐나다 국내방송의 시청점유율은 점진적으로 증가하고, 외국방송은 조금씩 하락하고 있다. 2002/03년에 국내방송은 75.2%에서 2005/06년에는 78.7%로 점진적인 상승세를 보이는 반면, 외국방송은 22.2%에서 18.5%로 점진적인 하락 추세를 보이고 있다. 외국방송 가운데는 미국의 ABC, NBC 같은 지상파방송의 시청점유율이 높으며, 스포셜티와 페이 서비스들도 7~9%의 적지 않은 시청점유율을 기록하고 있다.

캐나다는 한국과 마찬가지로 국내PP와 별도로 외국방송사업자 제도가 존재한다. 외국방송사업자는 비캐나다 방송서비스(non canadian broadcasting service) 또는 합법적 위성방송서비스(eligible satellite service)로 불리운다. 외국방송 정책은 캐나다 방송법의 다양성원칙에 근거를 두고 있다. 캐나다방송법에서는 캐나다의 다양한 민족공동체들이 자신들의 언어로 다양한 캐나다서비스에 접근해야 한다는 것을 천명하고 있다. 다양성의 측면에서는 방송법 3조1항에서 '캐나다 방송시스템은 캐나다의 문화적, 정치적, 사회적, 경제적 삶을 풍부하게 해야한다'는 것을 제시하고 있다. 또한 캐나다의 가치를 표현하는 수단의 발전과 다문화적, 다언어적 사회의 발전을 규정하고 있다.

외국방송을 허가하는 행정절차에서 외국방송사업자들은 ① 외국방송서비스의 캐나다대리인 여부 ② 캐나다내에서 프로그램 배포권리를 가지고 있다는 증거제출 ③ 종합채널/ 전문채널 여부, 주된 언어 및 언어가 사용된 방송시간, CRTC의 가이드라인에 따른 장르분류, 주당 방송편성비율과 자막여부 ④ 외국방송서비스임을 대표할 수 있는 최근의 편성표 등을 제출해야 한다. CRTC는 외국방송사업자가 사업승인을 요청하면 경쟁상황 심사를 한다. 경쟁상황 심사의 주요 기준으로 비캐나다 방송서비스가 ① 방송법 3조의 목적 달성에 기여 ② 캐나다 서비스에 대한 부정적인 영향 여부에 초점을 두고 있다. 경쟁심사의 주된 요소는 ㉠프로그램의 주된 장르와

성격 ⑥핵심 시청자층 ⑦주된 언어 ⑧프로그램 출처와 경쟁사업자들의 문제제기 등이다.

CRTC는 분기별로 외국방송의 승인여부를 고시하는 채널허가목록(eligible satellite service)을 고지한다. 캐나다의 채널허가목록은 국내외의 사업자들이 채널허가를 신청할 때 연간 혹은 분기별로 채널을 허가하는 제도이다. 외국방송 채널허가목록에서 가장 중요하게 보는 것은 캐나다 내 유사한 장르의 채널과 경쟁여부를 가장 중요하게 고려하고 있다. 채널허가목록(eligible satellite service)은 각 분기별로 위원회가 고지하는 리스트에 제시되어 있다. 채널허가목록은 케이블TV/위성/디지털 플랫폼, 기본/프리미엄/유료/PPV패키지별로 각각 구분된다. 예를 들면, 플레이보이(Playboy)채널은 패키지에는 포함되지 못하고, 개별유료채널로서만 방송할 수 있다. 방송전송 사업자에게는 스페셜티 서비스의 경우에는 외국채널 1개를 송신할 시에는 국내 1개 채널의 송신을,페이TV 및 PPV의 경우에는 외국채널 5개의 송신에 국내 1개 채널의 송신을 강제하고 있다.

캐나다에서는 외국방송이 국내영상산업에 기여 할 수 있는 방안이 시청자들의 프로그램 선택권 증가, 캐나다내 민족공동체들이 그들의 언어로 캐나다정체성을 가질 수 있도록 하는 방안에 긍정적인 평가를 하였다. 그럼에도 불구하고 문화유산부를 중심으로 매출액의 10%를 외국방송 프로그램펀드로 출연하는 방안을 심각하게 고려하고 있다.

대만은 2007년 현재, 케이블TV 가입가구가 602만 가구(가구 보급률: household penetration)로 81.9%일 정도로 케이블TV가 발달한 국가이다. 유료방송 가입 가구는 한국의 절반보다도 적은 640만 가구지만 시장규모는 11억 7300만 달러로 한국의 12억 2백만 달러와 유사한 규모를 갖고 있어 유료방송시장이 발달한 국가이다. 2007년 현재 국내 61개 방송사가 110개 채널을 운영하고, 16개 해외 방송사가 45개 위성채널을 운영하고 있다. 대만에서 방송되는 외국뉴스채널은 대부분 만다린어(북경어)를 사용하며, HBO나 스타무비 같은 영화채널은 중국어 자막을 방송하고 있다. 해외 스포츠 채널은 Star Sports와 ESPN이, 어린이 채널은 디즈니채널(Disney Channel)과 카툰 네트워크(Cartoon Network)가 인기를 얻고 있다.

대만은 상대적으로 작은 시장규모에서 기인하는 방송프로그램의 자체제작 어려움으로 인해 일찍이 외국방송에 대한 개방정책을 취하여 부족한 프로그램을 보완하는

수단으로 활용하고 있다. 이러한 개방정책은 본토 중국과는 달리 자유주의를 표방하는 대만의 전통과도 맞닿아 있는 현실이라고 하겠다. 제도적으로도 외국방송과 국내 방송에 대해서 차별 없는 제도를 운영하고 있다. 개방정책으로 인해 2000년대 초 자국의 제작역량은 계속 축소되어 프로그램을 자체 제작하는 지상파 방송보다, 외부의 프로그램을 주로 구매하여 편성, 방송하는 유료방송 중심으로 시장이 재편되고 있다.

대만은 위성방송법에서 외국방송사업자를 규정하고 있는데, ‘대만지역에 위성을 통해 프로그램이나 광고를 전송하는 외국 위성방송 운영자’를 말한다. 외국위성방송사업자는 위성방송운영자와 채널공급자 모두 해당된다. 대만에서 위성방송 채널공급자와 외국위성방송 채널공급자는 위성방송뿐 아니라 케이블TV에도 프로그램을 공급하는 사업권을 갖기 때문에 유료방송시장에서 중요한 지위를 갖는다. 하지만 최근에 플랫폼마다 별도의 외국방송사업자 지위를 가지는 위성방송법 개정안을 발표하였다. 대만의 유료방송규제체계는 위성방송에 다소 엄격하고, 케이블TV에 느슨한 골격을 갖추고 있으나 실제 시장에서는 케이블TV 보급율이 82%정도이어서 케이블TV에 대한 규제가 필요하기 때문이다.

또한 외국위성방송이 대만 내에서 위성방송 운영사업이나 프로그램 공급사업을 추진하기 위해서는 사업승인을 받아야 한다. 외국방송사업자는 국내프로그램 공급사업자와 동일하게 대만 내 지사, 또는 대행사의 최소 자본금을 2천만 NT\$(한화 약 6억원)로 제한하여 무분별한 지사, 대행사가 난무하는 것을 규제하는 장치를 두고 있다. 규제기구인 6년마다 재허가를 하되, 매 2년마다 운영성과를 평가하며, 평가결과 운영계획의 이행이 이루어지지 않아 그 시정이 필요할 경우 규제기구인 구체적인 기간 안에 시정하도록 해당 사업자에게 통보하여야 한다. 시정이 이루어지지 않을 경우, 규제기구인 사업 면허를 취소하여야 한다. 외국위성방송 채널공급자와 국내 채널공급자에 대해 동일하게 규제가 적용된다. 다만 한국과 다른 것은 자막과 더빙의 의무가 존재하며, 대만내 상업광고가 가능하다.

반면, 일본과 미국은 시장위주의 자유로운 외국방송 제도를 채택하고 있다. 일본의 위성방송이나 케이블TV에서 외국방송을 재송신할 경우, ‘외국방송’이라고 해서 별도로 적용되는 규제는 없다. 국내 방송사업자나 외국방송사업자나 채널재송신과 관련하여 동일한 룰이 적용되고 있다.

외국방송사업자가 자체 채널을 일본내에서 재송신할 수 있는 방법은 크게 세 가지로 나눌 수 있다. 하나는 외국자본이 100%까지 허용되어 있는 전기통신역무이용 방송사업자의 지위를 얻는 것이다. 외국방송사업자가 직접 자신의 채널을 일본내 위성방송 등에 재송신하기 위해서는 일본에 현지법인을 설립하고 전기통신역무이용 방송사업자의 지위를 획득해야 한다. 하지만 실제 100% 출자를 하는 외국방송사업자는 거의 없으며 일본내 회사와 합작 형태로 채널을 설립해 운영하고 있다. 자신의 채널을 재송신하려는 외국방송사업자는 일본내 현지사업자가 방송사업자 지위를 얻는 과정과 동일하다. 둘째는 외국자본이 20% 이내로 제한되어 있는 위탁방송사업자에게 위탁해 재송신하는 경우이다. 외국방송사업자가 위탁방송사업자가 될 수 없기 때문에 일본내 위탁방송사업자로 하여금 자신의 채널을 재송신하게 해야 한다. 이때 외국방송사업자는 방송사업자 지위를 득하지 않더라도 이와 상관없이 별도의 일본내 현지법인은 설립할 수 있다. 셋째는 방송법상의 사업자 지위를 얻지 않고 쌍방간의 계약에 의해 프로그램공급자로서 케이블TV 등에 채널 또는 프로그램을 공급하는 방법이다. 이때 외국채널사업자이든 일본 현지의 프로그램공급사업자이든 별도의 방송사업자 지위를 갖출 필요는 없다. 케이블TV에 공급되는 채널은 실제론 개별 프로그램 공급사업자에 의한 유통보다 위성방송에도 서비스가 가능한 정식사업자인 위탁방송사업자나 전기통신역무이용방송사업자에 의한 유통이 대부분이다.

2009년 7월 현재 일본 최대의 CS위성방송인 스카이퍼펙TV에서 운영되고 있는 외국계 채널은 총 28개이다. 이 가운데는 한국의 'Mnet 재팬'처럼 한국의 채널임에도 재송신행태가 아니라 구매를 통해 채널편성을 하는 경우도 있고 실제 외국에서 위성을 통해 그대로 재송신되고 있는 채널도 있으며 일부 일본시장을 겨냥해 재송신과 독자편성을 하는 혼성채널도 있다. 외국계 채널의 장르는 뉴스에서부터 드라마, 음악, 스포츠, 스포츠, 해외의 종합편성채널 등으로 다양하게 진출해 있다.

2009년 7월 현재 스카이퍼펙TV의 총 운영TV채널이 166개임을 고려할 때 외국계 채널의 비율은 16% 수준에 그치고 있다. 순수하게 외국에서 재송신되는 채널만을 계산하면 그 비율은 더욱더 떨어진다. 재송신채널의 채널편성상한과 사전승인과 같은 재송신규제가 없는 상황임에도 외국채널 재송신은 그다지 많지 않은 것이 현실이라고 할 수 있다. 또한 외국방송의 일본어 더빙이나 자막, 그리고 일본기업 광고에 대한 규제는 없다.

일본이 주는 시사점은 다음 몇 가지 측면에서 제시할 수 있을 것이다. 첫 번째는

일본은 미국에 이은 세계 제2위의 경제규모를 갖고 있고 우리보다 5배 정도로 큰 방송시장 규모를 가진 나라이다. 아울러 1950년 이래 줄곧 50년 이상 넘게 상업방송체제를 유지해왔던 풍토 속에서 대외적 경쟁력을 쌓아왔다고 할 수 있다. 따라서 이러한 기초체력과 학습 및 경험을 기반으로 한 '자신감'이 외국자본 및 채널 등에 대해 비교적 개방적인 형태로 나타났다고 할 수 있을 것이다.

두 번째는 무료가 아닌 '유료방송시장'의 메커니즘에 대한 충분한 사회적 이해 속에서 외국채널에 대한 니즈와 국내채널 수요와의 균형점을 시사하고 있는 점이다. '재송신관련 진입을 통제하기 위한 '승인'이나 '편성' 규제와 같은 진입장벽은 없지만, 제한적인 매체에만 사업자 등록 등을 통한 재송신을 허용하고 있어 실제로 외국프로그램이 일본의 문화적 정체성을 위협할 만큼, 그리고 방송시장을 잠식할 만큼, 우려할 만한 수준은 아니라는 인식이다. 또한 실제로 외국채널은 직접 현지법인을 설립해 방송사업을 전개하기도 하지만, 일본내 위탁방송사업자에게 위탁하는 형태의 방송사업을 택하는 곳도 있고 합작형태로 추진하는 곳도 있는 등 다양한 사업형태로 진행되고 있다.

결론적으로 우리도 향후 방송환경의 글로벌화가 급속하게 예상되는 바, 이에 부응하는 방향에서 전향적으로 외국자본과 채널의 유입에 대한 제도정비와 대책이 마련되어야 할 것으로 보인다. 유료방송에서 국내채널로만은 채널다양성과 시청자의 다양한 니즈를 충족시킬 수 없다는 점, 국내영상산업의 발전을 위하여 합작 등을 유도하는 방안, 기간방송과 유료매체 등 매체별 접근을 달리하는 등 정책적 유연성을 가져가는 방안 등 현행보다 개방정도를 높여나가는 수준에서 다각적으로 강구해볼 수 있을 것이다.

한편, 미국의 방송시장은 세계 제1의 방송시장이며, 다양한 인종들이 함께 거주한다는 점에서 재송신정책이 정부보다는 시장흐름에 맡겨두고 있다. 특히 지상파와 케이블TV, 그리고 위성방송이 플랫폼을 넘나드는 시장 경쟁을 하고 있다. 미국의 케이블방송은 2000년까지만 해도 유료방송 가입자의 약 80% 이상을 확보해 왔으나, 위성방송과 VOD 등 새로운 유료 방송 플랫폼의 출현으로 가입자 수가 점차 줄어들어 케이블방송에 가입한 전체 유료방송 가입자 비율이 2007년 말에 70%대 까지 하락하였고, 위성방송이 30%대에 육박하고 있다.

미국도 일본과 같이 국내PP와 별도로 외국방송사업자 제도와 개념이 존재하지는

않는다. 이는 외국방송(혹은 영어외 다른 언어) 서비스를 별도의 기준을 두어 규제하지 않고, 자국 내 일반 방송 서비스와 동일하게 간주하여 시장논리에서 경쟁하게 두는 것으로 보여 진다. 또한 세계 어느 나라에도 비교할 수 없을 만큼의 다양한 인종이 모여 국가를 이루고 있는 만큼, 다양한 언어의 소수인종을 위한 방송이 외국방송으로 비취지 않는 문화적 특성에도 기인한 것으로 판단된다.

플랫폼 사업자는 당사자 간 계약에 따라 외국방송사업자인 PP에 채널을 제공하고 PP는 콘텐츠를 제공하는데, 채널 운영은 플랫폼 사업자, 프로그램의 저작권과 방영권 등에 대한 책임은 PP가 진다. 채널 혹은 PP와 케이블 사업자나 위성 사업자간에 채널 배급 계약을 통해 시청자에게 프로그램을 재전송한다.

미국에 진출해 있는 한국 방송 채널들도 미국 지상파/케이블/위성 방송의 채널을 임대해 한국인 커뮤니티를 대상으로 방송 사업을 하고 있다. 최근 LA 지역에 진출한 아리랑은 지상파 채널44.5를 임대해 24시간 한국인 커뮤니티를 대상으로 지상파 방송 서비스를 제공하고 있다. KBS America, MBC America, SBS International를 비롯하여 YTN, MBN, CTS, 아리랑이 미국의 플랫폼 사업자에게 콘텐츠를 제공하면서 방송서비스를 하고 있다. 이처럼 미국에 진출해 있는 많은 외국 방송사들은 자체 방송국을 소유하지 않고 채널을 임대해 프로그램을 송출하거나, 이미 플랫폼을 가지고 방송 사업을 하고 있는 사업자에게 콘텐츠를 제공하고 공급비용을 받는 형태로 운영되고 있다.

이상으로 캐나다, 대만, 일본과 미국의 외국방송사업자 제도 및 시장현황을 살펴 보았다. 국내PP제도와는 별도로 외국방송사업자 제도 및 개념이 있는 곳은 한국, 캐나다와 대만이며, 일본과 미국은 별도의 외국방송사업자 제도가 존재하지 않는다. 한국과 캐나다 그리고 대만은 케이블TV와 위성방송의 다채널이 시작되면서 불법외국방송의 불법수신을 양성화하기 위하여 외국방송사업자 제도를 둔 반면, 세계 제1, 2위의 콘텐츠 강국인 미국과 일본은 국내PP와의 계약에 의하여 국내에서 자유롭게 유통시키고 있다. 하지만 대만과 캐나다의 플랫폼내 외국방송채널 비중이 30%인 것에 반해, 한국은 미국, 일본과 같이 10%미만의 비중과 비교적 저조한 시청률을 보이고 있다. 이는 캐나다가 같은 언어권인 미국과 인접하고, 대만이 자국의 콘텐츠 역량이 부족한 것에 비해, 한국은 한류로 대표되는 자국콘텐츠 역량이 있기 때문으로 판단된다.

### 3. 개선방안

외국방송 승인제도를 도입하였던 1990년대 말에 비해 방송환경은 대폭적으로 바뀌었다. 외국위성방송의 불법수신을 양성화하기 위해서 도입되었던 제도가 플랫폼 신청제에서 외국방송 직접신청제로 바뀌어 행정절차가 간소화되었고, 플랫폼 총량의 1/10에서 2/10로 늘어났으며, 더빙을 제외한 자막이 허용되었다.

이는 뉴미디어 발전과 글로벌 환경 속에서 외국방송에 대한 인식이 대폭 바뀐 것에 기인한다. 뉴미디어 부문에서의 외국방송사업자 유치는 그동안 인식하지 못하였던 영상산업 발전 촉진이라는 긍정적인 효과를 기대한 것이다. 국내TV에서 제공 못하는 틈새 프로그램을 제공하여 프로그램의 다양성 제고에 기여하며 시청자들에게 선택의 폭을 확대한다. 또한 플랫폼이 다양해지면서 외국프로그램의 수입은 어느 정도 불가피하며, 이는 미국을 제외한 대부분 국가의 공통 현상이다. 외국방송은 언어적 장애를 극복하기 위하여 프로그램의 국내 재제작(자막, 동시녹음) 및 현지신규제작이 불가피하므로 국내영상산업의 발전에 기여할 것으로 기대된다.

외국방송도 초기에는 주로 국가간 문화교류와 홍보차원에서 공영방송 중심으로 서비스되던 것이 위성방송과 위성DMB, IPTV 등 신규 뉴미디어 플랫폼을 중심으로 종합편성, 뉴스, 어린이, 다큐, 오락 등 상업적 장르의 외국방송이 증가하였다. 하지만, 2007년에 외국방송 재송신청제가 외국방송의 직접승인제로 바뀌고, 방송내용 등에 대한 책임소재를 강화하는 정책변화가 이루어진 만큼 당분간은 기존의 정책기조가 유지되는 것이 바람직하다. 잦은 정책변경은 정책기조의 일관성 결여와 사업자에게 혼란을 가중시키기 때문이다. 이에 중장기적으로 외국방송의 정책변화를 검토해야 할 사항은 다음과 같다.

〈표 4-2〉 외국방송 제도 중장기 개선방안

방안	내용	참고국가	기대효과
조건부 승인제도 도입 여부	- 플랫폼별 방식뿐만이 아니라 베이직/프리미엄/유료채널/PPV와 아날로그/디지털 방식과 같은 다양한 조건부 승인방식 도입	캐나다	-국내 콘텐츠와의 탄력적인 연동성 가능
국내영상산업 기여방안	- 국내매출액의 10%를 방송통신기금으로 징수하거나 국내영상산업에 투자 강제	캐나다	-국내PP와의 형평성
국내 PP와 동일규제	-외국방송사업자 제도를 폐지하고 국내PP와 동일한 규제	일본, 미국	-역차별 해소

### 1) 조건부 승인제도 도입

○ 외국방송에 대한 승인방식을 플랫폼별 방식뿐만이 아니라 베이직/프리미엄/유료채널/PPV와 아날로그/디지털 방식과 같은 다양한 조건부 승인방식으로 개선할 필요가 있다. 캐나다에서는 국내PP와 연계하여 경쟁상대가 있거나, 성인물 등은 프리미엄채널 이상으로 조건부 승인하여 캐나다 콘텐츠에 미치는 영향력을 최소화하고 있다. 이를 통하여 지금은 수용하기 힘든 외국 영화나 성인물 같은 장르를 PPV나 프리미엄 서비스에만 한정적으로 수용하는 탄력성을 보여, 방송시장 개방형의 이미지를 보여줄 수 있을 것이다.

### 2) 국내영상산업 기여방안

○ 외국방송은 실질적으로 국내의 소유 및 내용 규제를 받지 않으면서, 출연금 등의 부과가 없어 국내영상산업 발전에 기여하지 못하고 있다. 이에 캐나다처럼 일정 비율을 국내영상산업에 재투자하게 하여 영상산업의 발전과 국내PP와의 형평성을 기한다. 이를 위해 캐나다처럼 국내매출액의 10%를 방송통신기금으로 징수하거나 국내영상산업 투자를 강제하는 방안을 고려할 필요가 있다. 다만 적극적인 재투자 방안은 문화교류차원의 공익적 외국방송에는 적용하기 힘들며, 외국과는 달리 더빙이나 지역광고를 금지하고 있다는 측면을 고려할 필요가 있다. 또한 국내방송영상산업 발전을 위해 국내 사업자와 동일하게 발전기금 징수 등을 강제하려고 한다면, 외국자본규제 및 편성책임자 결격 조항을 철폐하고 동일규제를 적용하는 것에 대한 검토가 필요하다.

### 3) 국내PP와 동일 규제

○ 일본과 미국과 같이 외국방송사업자 제도를 폐지하고, 국내PP와 동일하게 규제하는 것이다. 국내PP와 동일하게 규제하면 역차별이나 규제의 불균형성 문제 등이 해결된다. 외국방송으로서도 국내광고를 할 수 있어서 지금보다는 수익성이 향상될 것으로 기대된다. 허가도 장르에 따라 허가, 승인, 등록절차를 거치고 프로그램 심의와 재허기기간도 국내PP와 동일하게 적용되므로 별반 문제가 없을 것으로 판단된다. 다만 외국방송을 100% 재송신하고 있는 외국채널의 특성상 국내PP가 받고 있는 주편성, 부편성 규제와 장르별 국산쿼터제 등을 동일하게 규제할 것인지의 여부와 국내광고 허용시 예상되는 국내방송광고시장에의 파급효과 등을 정밀하게 검토하는 작업이 필요하다.

## 〈참고문헌〉

### 1. 국내문헌

- 강태영 외(2006). 외국인 자본투자 및 콘텐츠가 방송 산업과 수용자에 미친 영향 분석, 방송위원회 자유연구 2006-19
- 김서중(2007). 한미FTA의 방송시장 개방요구와 시민사회의 대응, <한미FTA 6차협상 언론분야 협상쟁점 및 대응방안 모색 토론회>.
- 문효선(2007). 한미FTA 방송분야 협상 평가 및 대응, 민주언론운동시민연합, 국회의원 김희선 공동주최 세미나 <한미FTA 방송분야 협상결과 평가 및 대책 마련을 위한 토론회>.
- 박상호(2007). 한미FTA협상결과와 전망, <방송문화> 2007년 4월호, 한국방송협회.
- 박창희 외(2008). 국내 거주 외국인의 방송 접근권 향상에 관한 연구- IPTV 국내 문화 프로그램 영어 자막 제공방안 중심으로., 방송통신위원회 연구보고서.
- 방송위원회(2006). <2006년 방송산업실태 조사보고서>, 방송위원회.
- 방송위원회(2007). <외국방송의 재송신 승인정책 연구>, 방송위원회.
- 방송통신위원회(2008). <2008년 방송산업실태 조사보고서>, 방송통신위원회.
- 방송통신위원회(2008). <외국방송 재송신 승인세부 심사기준> 방송통신위원회.
- 손승혜(2008). 해외채널 재전송 현황과 과제, <신문과 방송> 2008년 2월호, 한국언론재단
- 신태섭(2007). 한미FTA 방송분야 협상결과의 평가, 문제점과 과제, 민주언론운동시민연합, 국회의원 김희선 공동주최 세미나 <한미FTA 방송분야 협상결과 평가 및 대책 마련을 위한 토론회>.
- 유세경 · 김종하(2006). 아시아지역의 해외채널 편성 현황과 미디어 사업자 변인과의 관계성 연구: 11개국 16개 디지털 플랫폼 사업자를 중심으로, <한국방송학보> 제20-5호, 한국방송학회.
- 이만제/김영덕(2004), 주요국 방송제도연구, 한국방송광고공사
- 이상기(2003). 언론사 재무제표의 허와 실, 언론사 재무구조 및 통계 DB 구축 세미나. 한국언론재단/미디어경영학회 주최, 2003.12.23
- 이희용(2007). FTA과고가 닥쳐온다, <주간미디어리뷰>, 한국언론재단.  
([http://www.kpf.or.kr/media/media\\_all\\_view.php](http://www.kpf.or.kr/media/media_all_view.php))

- 정용준(2000). <디지털 위성방송과 영상소프트웨어>, 나남.
- \_\_\_\_\_ (2005). 외국방송의 재송신 승인 정책방안, <외국방송 재송신 승인정책 수립을 위한 전문가 토론회>, 방송위원회
- 정인숙(2007). 한미FTA 방송시장 개방, 무엇이 문제인가, 한국케이블TV방송협회, 민주언론시민연합, 한국애니메이션제작자협회, 독립제작사협회 주최 세미나, <한·미 FTA 방송시장 개방 무엇이 문제인가?>.
- 정재하 외(2006). <방송부문 FTA과급효과 분석을 위한 모형 구축 연구>, 방송위원회.
- 윤석민·김수정(2005). 지상파TV 재전송정책의 도입과 발전: 미국과 우리나라의 사례 비교. <방송과 커뮤니케이션>, 6-1호, 47쪽.
- 이만제 외 (2006). 동아시아 방송한류 저변확대 방안 연구: 중국, 일본, 대만 방송광고공사.
- 이만제(2005). 방송영상물의 세계시장 확대 및 지속화를 위한 종합전략 연구: 대만, 한국방송광고 공사
- 장혜균(1994). 대만의 영상매체에 나타난 다양성에 관한 연구: 대안성을 지향하는 영상매체를 중심으로, 성균관대학교 석사학위논문.
- 전범수(2004). 한국 방송권역의 국제화 전략, 방송문화연구 16-1호, 33~59쪽.
- 한은영(2003). WTO시대 각국의 방송서비스 규제 정책 비교, 정보통신정책 15-8, 1~19쪽.
- 호영주(1996). 한국과 대만의 케이블 TV 이용과 충족에 관한 연구, 경희대학교 석사학위논문.

<http://www.kbs-america.com/eng/index.php>

<http://www.mbc24tv.com/?mid=mbcd>,

<http://www.mbc24tv.com/img/schedule/mediakit.pdf>

[http://www.sbs-int.com/advertising/advertising\\_intro.asp?smnu=51](http://www.sbs-int.com/advertising/advertising_intro.asp?smnu=51)

## 2. 외국문헌

Baker, R.(1998), Murdoch's mean machine: How Rupert uses his vast media

- power to help himself and hammer his foes, *CJR*, May/June 1998.
- Barraclough, S., "Satellite Television in Asia: Winners and Losers", *h Asian Affairs*, 31(3), 2000. pp.263-272.
- Baskerville Communications Corporation, *Global Digital Satellite TV*(Sherman Oaks, CA: BCC, 1998).
- Broadcasting Public Notice CRTC 1984-81, Broadcasting Public Notice CRTC 2003-36, Broadcasting Public Notice CRTC 2004-50, Broadcasting Public Notice CRTC 2004-53, Broadcasting Public Notice CRTC 2004-96, Broadcasting Public Notice CRTC 2008-100, Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2009-129
- \_\_\_\_\_(2007). *Broadcasting Policy Monitoring Report 2007*.
- Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992.
- Chen, Ping-Hung (1999). *Market Concentration in Taiwan's Cable Industry*, *Media Asia* 26(4), pp.206~215.
- Copyright Act of 1976.
- Communications Act of 1934.
- CRTC(2006). *The Future Environment Facing The Canadian Broadcasting System*.
- CRTC(2008). *CRTC Communications Monitoring Report*.
- GIO(2005). 2003~2004 대만 방송산업연감.
- GIO(2008). *The Republic of China Yearbook 2008*.
- Horsman, M.(1998), *Sky High: The Amazing Story of BSkyB*, Orion Business Books.
- Informa Telecoms & Media (2008).
- Janice Lin(2009), *The Proposed Amendment to the Satellite Broadcast Television Act Concerning on Regulation of Channels*.  
(<http://www.tsartsai.com.tw>)
- Ishii, K., Su, H., & Watanabe S. (1999). *Japanese and U. S. Programs in Taiwan: New Patterns in Taiwanese Television*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Summer, pp.416~431.

- NCC(2006), National Communication Commissions update, NCC.  
 Notice of Proposed Rulemaking and Notice of Inquiry in Docket 18397, 15 FCC  
 2d 417(1968).
- PWC(2009). Global Entertainment and Media Outlook 2009-2013.
- Rawnsley, G. D., & Rawnsley, M-Y. (2005). Public television and  
 empowerment in Taiwan. Pacific Affairs, 78(1), 23~38.
- Satellite Home Viewer Improvement Act of 1999.
- Taiwan Yearbook 2005 (2005).  
 (<http://www.gio.gov.tw/taiwan-website/5-gp/yearbook/p262.html>)
- TBS(2006). <http://www.tbs.org.tw>
- Telecommunications Act of 1996.
- Yu, C. Y. (1996). The Cable Television Towards Conglomerating, Commercial  
 Times, Sept. 4.
- 柯舜智(2004) '위성 방송 사업 생방송 위성 서비스 경영자 운영 상태 연구' Page  
 55
- 莊春發(2005) '유선 방송 산업 상·하 시장 구조, 행위 및 소비자 이익', '유선 및  
 위성 방송 산업 운영연구회.
- 彭芸(2004) '대만 방송 산업 발전 및 문제 연구 기말 보고(상)'.
- 일본민간방송연맹편(2007), 방송핸드북  
 외국채널별의 일본어 홈페이지  
 일본어 방송법/전파법/전기통신역무이용방송법/유선텔레비전방송법

방송통신위원회 지정 2009-06

## 외국방송 재송신 승인제도 개선방안 연구

---

발행일 2009년 12월 (비매품)

발행인 최시중

발행처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20 (세종로100지) 방송통신위원회

대표전화 : 02-750-1114

E-mail : [webmaster@kcc.go.kr](mailto:webmaster@kcc.go.kr)

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

인쇄처 아름다운 인쇄

---