

---

# 지상파방송사업자 재허가 신청서

## [시청자 의견청취용 요약문]

---

2023. 8.

**MBC** (주)문화방송

# 1

## 방송사업자 일반 현황

---

### □ 개요

#### ○ 설립목적

- 문화방송 정관 제2조에 따라 방송사업 및 문화서비스업 등을 경영하기 위해 설립

#### ○ 운영방향

- 미션: 상상력과 창의성으로 시청자의 삶을 더 풍성하게 한다
- 비전: 콘텐츠 중심의 글로벌 미디어 그룹

#### ○ 기본이념

- [자유] 사실의 추구하고 전파를 위하여 자유를 지킨다
- [책임] 개인과 사회에 대하여 스스로 책임을 진다
- [품격] 사회양식에 따라 높은 품격을 지닌다
- [단합] 민족단합과 국력배양의 선도적 역할을 다한다

#### ○ 목표

- 공영방송으로서 사회적 공익과 국민의 권익 증진에 이바지
- 사회적 약자 보호에 노력해 지역, 계층 간 융화에 앞장
- 국민이 참여하는 열린 방송을 지향하며 국민의 알 권리를 위해 노력

#### ○ 방송현황

- UHD 방송 개국 (2017년 5월 31일)
- DTV(2012년 말 디지털전환 완료), FM / 표준FM / AM 방송

### □ 연혁

- 1961.2.21 서울민간방송(주) 설립(대표 김지태)
- 1961.12.2 MBC 라디오 개국(HLKV 900kHz 10kW)
- 1969 정동사옥 준공
- 1969.8.8 MBC-TV 방송 개시(HLAC CH 11 2kW)
- 1980.12.22 본사 TV 컬러방송 시작
- 1982 여의도 스튜디오 준공
- 1987 문화방송노동조합 설립

- 2000 인터넷MBC(iMBC) 설립
- 2004 일산 MBC 제작센터 착공, 대장금 테마파크 개장
- 2005 MBC 지상파 DMB 개국
- 2006 mini(인터넷 라디오 방송 서비스) 시작
- 2007 MBC 드림센터(디지털 제작센터) 준공
- 2010 상암동 신사옥 착공
- 2011 사회공헌기업 ‘MBC나눔’ 설립
- 2012 디지털 TV 방송 전환
- 2013 24시간 종일 방송 실시
- 2014 상암시대 개막 선포(상암 신사옥 준공 이전)
- 2015 국내 최초 방송테마파크 ‘MBC WORLD’ 오픈
- 2017 UHD TV 방송 개국
- 2018 브랜드 아이덴티티(BI) 전면 개편
- 2019 지상파 3사 OTT ‘pooq(푹)’ 과 SK ‘옥수수’ 합병

□ 대표자 변경 현황('20.1.1.~'23.5.31.)

성명 (직책)	임명일 (변경신고일)	임기	주요약력	비고
최승호 (대표이사)	'17. 12. 07. ( '18. 01. 03..)	'17. 12. 07. ~ '20. 02. 23.	시사교양국 CP	임기만료
박성제 (대표이사)	'20. 02. 24. ( '20. 03. 12.)	'20. 02. 24. ~ '23. 02. 23.	보도국장	임기만료
안형준 (대표이사)	'23. 02. 24. ( '23. 03. 20.)	'23. 02. 24. ~ '26. 02. 23.	방송기자연합회장 메가MBC추진단장	

□ 편성책임자 변경현황('20.1.1.~'23.5.31.)

성명 (직책)	임명일 (변경신고일)	임기	주요약력	비고
박태경 (전략편성본부장)	18. 11. 21. (19. 01. 04.)	18. 11. 21. ~ 20. 02. 23.	팩트체크팀장	임기만료
이선태 (편성국장)	(20. 03. 20.)	20. 02. 24 ~ 20. 03. 02.	편성실장	임시 편성책임자
이근행 (콘텐츠전략본부장)	20. 03. 03. (20. 03. 12.)	20. 03. 03. ~ 23. 02. 27	시사교양본부장	인사발령
윤미현 (콘텐츠전략본부장)	'23. 02. 28. ( '23. 03. 20.)	'23. 02. 28. ~	MBC플러스방송본부장 홍보심의국장	

## 2

## 재허가 신청 방송국 현황

### □ 재허가 신청 방송국 현황

구분	텔레비전		라디오					DMB	합계
	UHD	DTV	단파	AM	표준FM	FM	소계		
전체 방송국	1	1	-	-	-	2	2	1	5
재허가 신청 방송국	1	-	-	-	-	-	-	-	

### □ 재허가 신청 방송국 세부 현황

방송국명	매체구분	방송사항	주요 방송구역	호출부호	주파수
MBCUHDTV 방송국	UHD	1.텔레비전방송(방송사항 전반/광고방송) 2.보조적데이터방송(연동형·독립형 데이터방송 서비스)	일원: 서울, 인천, 부천, 평택, 안산, 과천, 안양, 광명, 수원, 시흥, 오산 등 일부: 의정부, 남양주, 파주, 양주, 구리, 성남	HLKV-UHD TV(3089)	762MHz (CH.55)

## 3

## 방송국 운영 실적 및 향후 계획

구분	주요 내용
1. 방송의 공적책임·공정성 실현	<p>실적</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 공정하고 객관적인 보도/시사</li> <li>◦ 국가행사 및 국민적 관심 사안에 대한 편성</li> <li>◦ 사회 통합 기능 및 사회적 의제설정 기능 수행</li> <li>◦ 사회적 캠페인 수행</li> <li>◦ 사회적 갈등을 넘어선 다원적 문화 확산</li> <li>◦ 지역사회 균형발전과 문화 발전 지원</li> <li>◦ 구체적 삶의 질 향상을 위한 프로그램 기획</li> <li>◦ 소외계층에 대한 지속적 관심과 나눔 실천</li> <li>◦ 생활 정보 제공 및 사회 교육 기능 강화</li> <li>◦ 재난 재해 방송체계 확립</li> <li>◦ 올바른 역사관 정립 및 민족문화 창달</li> <li>◦ 한반도 정세에 대한 분석과 통일시대 대비</li> <li>◦ 국내외 주요 이슈 반영한 프로그램 제작</li> <li>◦ 한류 콘텐츠 개발 및 확산으로 국제 위상 강화</li> <li>◦ 새로운 형식의 공익성 프로그램 개발</li> <li>◦ 지상파방송에 대한 보편적 접근성 확대</li> <li>◦ 지역사회와의 협력을 통한 양질의 UHD 콘텐츠 편성</li> </ul>

	계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <b>올바른 여론 형성을 위한 사회적 의제 제시 및 사회 통합 기능 수행</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 보도·시사 프로그램의 객관성, 공정성을 강화해 국민의 알 권리 충족</li> <li>- 시대정신과 다양한 사회문제를 반영한 적절한 주제의 캠페인 전개</li> <li>- 정확하고 심층적인 보도·시사 프로그램으로 사회 갈등을 해소하고 국민통합에 기여</li> <li>- 지역사와의 유기적 협력을 통해 지역문화를 장려하고, 지역사회의 화합과 균형 있는 발전에 이바지할 수 있는 프로그램 기획</li> </ul> </li> <li>◦ <b>국민의 생명과 재산 보호를 위한 공영방송사의 역할 적극 수행</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제정세 변화에 기민하게 대응하며 한반도 평화 정착에 기여</li> <li>- 자연재해 및 국가적 위기 상황에 대처하는 재난·재해 대응방송 강화</li> <li>- 재난방송 교육 강화 및 시스템 정비 등을 통해 효율적이고 효과적인 재난방송 실시 및 접근성 강화 노력</li> </ul> </li> <li>◦ <b>시청자 권리를 보호하고 국민의 권익 향상을 추구</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건전한 여가문화 정착 및 확산을 위한 프로그램 기획으로 시청자 복지 향상</li> <li>- 인권·복지·환경·건강 등 국민의 삶의 질 향상을 위한 프로그램 제작</li> <li>- 정확한 지식·생활 정보 제공을 통한 사회 교육 기능 수행</li> <li>- 저소득층, 다문화 가정, 장애인, 노인 등 소외계층에 대한 지속적 관심 환기</li> </ul> </li> <li>◦ <b>다양한 사회적·문화적 가치 전달</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 올바른 역사관을 정립하고 전통 가치를 발전적으로 계승하는 데 노력</li> <li>- 시대변화에 따른 가족과 공동체의 바람직한 의미와 가치를 재발견하고 공동체와 사회 통합에 기여하는 프로그램 기획</li> <li>- 사회적·문화적 가치의 다양성을 확산할 수 있는 프로그램 개발</li> <li>- 우수 한류 콘텐츠 개발 및 확산을 통한 국제 위상 강화</li> </ul> </li> <li>◦ <b>급변하는 방송환경에 대응하여 방송문화 발전과 혁신을 주도</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세계 무대에 어필할 수 있는 K-콘텐츠 개발</li> <li>- 다매체 환경과 시청행태 변화를 반영한 신규 프로그램 포맷 개발</li> <li>- 다양한 플랫폼에 적용 가능한 프로그램 기획</li> </ul> </li> <li>◦ <b>UHD 방송 활성화를 위한 공영방송의 공적 역할 수행</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 장르의 UHD 프로그램 제작으로 시청자 서비스 확대</li> <li>- 지역사와의 협력을 통해 공익성과 지역성을 두루 갖춘 UHD 프로그램 제작</li> <li>- 양질의 UHD 콘텐츠 기획 및 제작 노력</li> </ul> </li> </ul>
2. 방송의 지역·사회·문화적 필요성	실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 사회공헌 공익행사 확대를 통한 나눔 문화 선도</li> <li>◦ 방송 프로그램과 연계한 적극적 기부 문화 선도</li> <li>◦ 사내 기부 및 나눔 문화 확산</li> <li>◦ 지역문화 발전과 지역사 제작역량 향상을 위한 본·계열사 협력 강화</li> <li>◦ 안정적인 UHD 슬롯 운영으로 초고화질 콘텐츠에 대한 시청자 요구 충족</li> <li>◦ 국민 여가 생활 향상을 위한 각종 문화행사 개최</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ UHD 시대 개막으로 본격화된 초고화질 콘텐츠에 대한 시청자 수요와 장르별 영향 등을 연구하여 콘텐츠 개발에 활용</li> <li>◦ 미디어 생태계 및 방송문화발전을 위한 학술지원 사업</li> <li>◦ 독립연구자 네트워킹 연구 지원</li> <li>◦ 방송 미디어 정책 포럼 &lt;MBC 미래포럼&gt; 운영</li> </ul>
	계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 우리 사회의 지속가능성 제고를 위하여 ESG 경영을 약속하고, 이를 실천하기 위한 전사적 캠페인 전개</li> <li>◦ 코로나19 대유행 등의 영향으로 축소된 대면 형태의 사회공헌 활동을 시대에 맞는 새로운 방식으로 재편</li> <li>◦ 디지털 격차(digital divide)로 인한 취약계층에 대한 미디어 리터러시 지원 체계 구축 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2028년까지 MBC의 콘텐츠와 각종 제작물(홍보물)의 80%까지 배리어 프리(barrier-free) 유도</li> </ul> </li> <li>◦ 방송-미디어 분야 발전을 위한 데이터 공개 범위 확대 및 연구 지원 활성화</li> <li>◦ MBC가 위치한 지역사회에 직접적으로 이바지하는 가치 '좋은 친구 MBC' 활동 전개</li> <li>◦ 전국 MBC 네트워크의 허브로서 지역방송의 역할과 노력이 다른 지역으로 확산할 수 있도록 편성 및 제작 지원</li> <li>◦ '전주대사습놀이'와 같은 한국 전통문화를 계승 발전시키기 위한 다양한 행사와 프로그램을 지역 MBC 네트워크와 공동으로 기획</li> <li>◦ 비정규직의 점진적 축소와 양질의 일자리 창출</li> <li>◦ 지역문화 발전과 지역사 제작역량 향상을 위한 본·계열사 협력 강화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역사회 우수 프로그램(각종 수상작 포함)에 대한 전국 릴레이 편성 확대</li> <li>- 지역사가 제작한 명품 UHD 다큐멘터리와 및 우수 프로그램 편성</li> </ul> </li> <li>◦ 안정적인 UHD 슬롯 운영 및 특집성 프로그램 편성으로 다양한 초고화질 콘텐츠를 시청자에 제공하여 사회·문화적 발전에 기여</li> <li>◦ 국민 여가 생활 향상을 위한 각종 문화행사 개최</li> <li>◦ 국비 지원 HRD 사업 확대를 통한 디지털 인재 적극 양성 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 메타버스 플랫폼 개발, 3D 증강&amp;확장현실 디자이너 양성과정 지속 확대</li> </ul> </li> <li>◦ 대중소기업 해외 동반 진출 사업 확대</li> </ul>
3. 방송프로그램의 기획·편성·제작 및 공익성 확보	실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 국민의 알 권리 보호를 위한 보도/시사</li> <li>◦ 국민적 관심사에 부합하는 계기적 편성</li> <li>◦ 여론 반영 및 형성을 위한 프로그램 제작</li> <li>◦ 사회적 소외계층에 대한 지원 실천</li> <li>◦ 지역·문화의 다양성을 지향하는 프로그램 기획</li> <li>◦ 새로운 시청수요를 반영한 프로그램 신규 제작</li> <li>◦ 시청행태 변화에 적응하는 다양한 편성전략 시도</li> <li>◦ 다양한 내용의 UHD 프로그램 개발·보급</li> <li>◦ 장르·플랫폼 융합의 제작·편성 전략 시도</li> <li>◦ 글로벌 스탠다드를 지향하는 고품격 프로그램 제작</li> </ul>
	계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <b>공영방송으로서 방송의 사회적 책임 수행</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공정하고 균형 잡힌 보도·시사 프로그램을 제작하여 국민의 알 권리를 충족하고 건전한 여론 형성을 유도</li> <li>- 유익한 프로그램 제작으로 시청자에게 정확한 정보 전달 노력</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성별·지역·계층·정치적 성향 등을 차별하지 않는 콘텐츠로 사회 통합과 국민화합에 기여</li> <li>- 남북관계에 대한 객관적 이해를 돕고 다가올 통일시대에 대비</li> <li>- 올바른 역사관을 정립하고 민족문화 창달·계승을 위해 노력</li> <li>- 보도 장르 프로그램의 UHD 제작 확대로 고품질 정보 제공을 통한 국민의 알 권리 충족</li> </ul> <p>◦ <b>국민의 권익 향상 및 시청자 서비스 강화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대형 스포츠 이벤트를 포함하여 국민적 관심이 큰 국가적 행사에 대한 UHD 제작 확대</li> <li>- 소외계층에 관한 관심과 지원을 촉구하는 프로그램 기획 및 편성</li> <li>- 국가·사회적인 이슈를 이끄는 캠페인 지속 전개</li> <li>- 어린이의 정서 함양과 균형 있는 성장발달을 돕는 어린이 프로그램 편성</li> <li>- 장애인의 방송접근권 보장을 위한 노력 지속</li> <li>- 상시 재난방송 시스템 운영으로 정확하고 신속하게 상황을 전달하고 피해를 최소화하는 데 노력</li> </ul> <p>◦ <b>시청자 트렌드 및 문화의 다양성 반영</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강한 여가문화 정착과 대중문화 발전을 도모하는 프로그램 기획</li> <li>- 시청자분석 및 트렌드 조사를 기반으로 시청자 수요에 최적화된 콘텐츠 기획 및 편성</li> <li>- 고품질 지역 프로그램의 광역 편성으로 지역문화 개발에 기여하고 지역의 균형 발전 도모</li> <li>- 다양한 플랫폼에서 비실시간으로 소비되는 콘텐츠의 시청행태 및 유통 가치를 고려한 신규 프로그램 제작으로 콘텐츠 파급력 향상</li> </ul> <p>◦ <b>파급력 있는 새로운 포맷의 UHD 프로그램 제작 확대</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- UHD 프로그램의 제작을 다양한 장르로 확대해 고품질 콘텐츠에 대한 시청자의 요구 충족</li> <li>- UHD를 극대화할 수 있는 맞춤형 프로그램을 적극적으로 기획하고 편성해 형식과 내용 경쟁력을 갖춘 콘텐츠 생산</li> <li>- 외부 제휴 및 공동제작 등 다양한 형태의 제작방식 개발을 통해 규모를 키우고 TV뿐 아니라 다양한 플랫폼에서 경쟁력을 가질 수 있는 콘텐츠 기획</li> <li>- UHD로 제작된 다양한 콘텐츠를 발굴하고 구매·편성함으로써 고품질 콘텐츠에 대한 보편적 시청권 제공</li> </ul> <p>◦ <b>세계 시장에서 경쟁력을 갖춘 K-프로그램 제작을 통한 한류 확산</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 변화하는 콘텐츠 소비행태를 고려하여, TV뿐 아니라 다양한 플랫폼에서 경쟁력을 가질 수 있는 콘텐츠 기획</li> <li>- 한국 대중문화의 우수성을 알릴 수 있는 다양한 한류 프로그램 제작</li> <li>- 글로벌 스탠다드를 지향하는 고품격 프로그램 제작을 통한 국제 위상 강화</li> <li>- 세계 시장에 소구할 수 있는 포맷을 개발하고 해외 투자 유치 및 해외 채널 공동제작 확대를 통해 글로벌 콘텐츠 경쟁력 제고</li> </ul>
4. 경영·재정·기술적	실적	◦ <b>조직운영 효율성 강화 이행실적</b>

인력		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 조직구조를 재조정하여 콘텐츠 제작과 관련된 역량을 강화하였으며, 다양한 미디어 플랫폼에서 탁월한 콘텐츠를 생산하고 방영하여 시청자들의 호응을 얻음</li> <li>- 제작본부와 마케팅부서 간의 원활한 협업을 위한 체계 구축. 직원들의 성과를 공정하게 평가하고 보상하는 제도를 도입 추진</li> <li>- 일과 삶의 균형을 중요시하는 조직문화 구축을 위해 월 2, 4주 4.5일제 도입 검토 등 유연한 근무 환경을 제공하기 위해 노력</li> <li>- 미래 미디어 환경의 변화에 대비해 조직과 인력을 유연하게 운영했으며, 신기술 도입과 역량 강화를 위한 교육 및 훈련 프로그램을 개발하여 직원들의 전문성과 창의성을 향상함</li> <li>- 디지털과 마케팅 분야의 전문성을 강화하기 위해 관련 직무교육을 시행했으며, 제도개선을 통해 업무 프로세스 효율화</li> <li>- 창의적 아이디어를 적극 수용하기 위해 사내 벤처 제도를 도입하여 구성원들이 자율적으로 아이디어를 제안하고 추진할 수 있도록 지원</li> <li>- 52시간 근로제가 안착할 수 있도록 근로제도를 세분화하고 조정함으로써 직원들의 업무 집중도와 생산성을 높이고, 균형 잡힌 일과 삶을 유지할 수 있도록 지원</li> <li>- MBC 그룹 경영을 위해 조직과 인사 운영 체계화. 효율적 의사소통과 협업을 위한 시스템을 구축하여 그룹 내 각 부서와의 시너지를 높였으며, 이를 통해 그룹 전체의 경영성과를 높이고 협력을 강화</li> </ul> <p>◦ 인력운용 계획에 따른 이행실적</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 본부별 수요 파악 및 연간 채용계획을 수립하여 효율적 인력관리 가능</li> <li>- 콘텐츠 제작 직무 중심 채용으로 양질의 콘텐츠의 지속적 제작 가능</li> <li>- 상반기 경력 채용 및 하반기 신입 채용 정례화를 통한 채용 비용 감소, 예측 가능한 채용 일정으로 지원자에게 편의 제공</li> <li>- 계약직 및 파견직의 경우, 채용 소요 발생한 직무에 신속하게 대응하여 인력 운용의 탄력성 제고</li> </ul> <p>◦ 전문인력 양성 및 교육훈련 실적</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 연중 전문직무 과정 교육 실시로 직원 업무역량 강화</li> <li>- 신규 입사자, 차장, 보직부장, 국장, 임원 연수를 통해 전문성 제고</li> <li>- 다양한 장·단기 해외연수 실시를 통한 전문 인력 양성</li> </ul>
	계획	<p>◦ 중장기 경영전략</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미래지향적 미디어 전략 수립과 수익 모델 다각화 추진</li> <li>- 기존 채널 사업과 OTT 등 플랫폼별 특성을 고려한 유통전략 수립</li> <li>- 멀티 플랫폼에서의 콘텐츠 경쟁력 유지방안 마련으로 수익률 제고</li> <li>- 미디어커머스 시장을 주도할 수 있는 외부와의 전략적인 제휴 추진. 또는 자회사 설립을 통한 다양한 사업 기회 개발</li> <li>- 오리지널 콘텐츠 제작을 위한 자체 역량 강화 및 외부 디지털 스튜디오와의 제휴 방안 등으로 경쟁력 제고</li> <li>- 본사 IP를 활용한 다양한 형태의 디지털 콘텐츠 제작 및 사업모델 개발</li> <li>- 성별, 세대별 또는 플랫폼의 형태 등에 따라 달라지는 다양한 미디</li> </ul>

	<p>어 소비 성향을 분석. 이를 바탕으로 한 맞춤형 디지털 콘텐츠 전략 수립</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ <b>콘텐츠 유통 및 광고 등 기존 채널 사업의 수익성 강화 방안 마련</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 유통 채널 확장 및 판매 방식 다각화를 통한 수익성 제고</li> <li>- 광고판매 증속적 수익구조 탈피 및 개선방안 마련</li> <li>- 디지털 프로모션/스핀오프 콘텐츠 제작 및 디지털 통합광고 솔루션 개발 등 다양한 디지털 대응 전략 수립으로 광고 판매의 선순환 구조 마련</li> <li>- 다양한 신규 광고 형태 및 통합 상품 개발 등을 통하여 방송 광고 수익성 강화</li> </ul> </li> <li>◦ <b>그룹전략 체계화를 통한 그룹 시너지 극대화 및 경영 안정성 유지</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역계열사의 재무구조 건전성 강화를 위한 방안 모색</li> <li>- 지역계열사 구조개편 추진 상황 점검과 자회사 기능 재평가</li> <li>- 그룹 차원의 포트폴리오 재편을 통해 미래성장동력 확대하고 경쟁력 강화</li> <li>- 그룹사별 제도개선으로 최적의 경영목표 도출과 경영성과 향상</li> </ul> </li> <li>◦ <b>조직 운영 및 효율성 강화 계획</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 목표관리 경영기법 도입으로 비전 공유 및 자원의 효율적인 활용 방안 마련</li> <li>- 목표관리 경영기법 도입으로 '선택과 집중', '빠르고 유연한 조직', '효율성' 등 경영 기초의 구체화 방안 마련</li> <li>- 조직단위 목표 설정 과정에서 전사 비전 공유 역할 수행. 핵심성과지표 설정을 통해 자원의 효율적인 활용방안 제시</li> <li>- 조직단위 목표를 전사에 공유하여 조직간 업무조율 및 유기적인 협업 유도</li> <li>- 목표관리 경영기법 정착을 통해 구성원의 적극적인 업무참여 유도. 향후 객관화된 수치지표를 통한 합리적인 성과 보상체계의로의 연결 고리 마련</li> </ul> </li> <li>◦ <b>인적자원 활용 효율화와 유연한 조직 구성을 통한 경쟁력 강화</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 객관적인 인사평가를 위해 기존 제도 일부 개편 및 이를 통한 합리적인 성과 보상제도 개발</li> <li>- 핵심인재에 대한 보상 시스템의 파격적인 개편으로 업무 동기부여 및 핵심 인력 유출 최소화</li> <li>- 대규모 퇴직을 고려한 중기 인력 수급 계획 수립으로 조직 효율화 추진</li> </ul> </li> <li>◦ <b>수평적 소통 활성화와 고착화된 업무 방식의 개선으로 미래지향적인 조직문화 정립. 이를 뒷받침 할 수 있는 스마트 워크 환경 구축 병행</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경영자와 사원이 함께 하는 소규모 비전 소통 과정을 통해 경영전략 공유 및 전사 비전 이해.전파</li> <li>- 부서별 이슈에 따른 맞춤형 소통 활성화 과정(목표도출, 협상 전략 등) 지원으로 업무수행원칙(그라운드룰) 도출 및 합의 유도</li> <li>- 일하는 방식 개선을 목표로 보직자 EMBA, 성과관리.리더십 교육 등을</li> </ul> </li> </ul>
--	---

		<p>실시하여 생산적인 조직문화 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생산 문서의 클라우드화, 위키 형태의 지식백과 DB 구축 및 업무용 협업도구 사용 확대 시행 등의 스마트 워크 환경 구축. 이를 통하여 업무 방식 개선 및 소통 지향적인 조직 문화의 틀로 사용할 수 있도록 함</li> </ul> <p>◦ <b>관리자 역량 강화, 신규 프로젝트 동력 확보 등 다양한 맞춤형 교육 실시</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 초임보직자 및 중간관리자 경쟁력 제고를 위한 리더십, 주니어 MBA 교육으로 준비된 차세대 리더 양성</li> <li>- 보직자 경영전략 역량 강화를 위해 경영전략 워크숍, 보직자 워크숍 등 정례 실시</li> <li>- 외부 신사업 경영자, 전문가 초빙 포스트 코로나 맞춤 소규모 소통(밸류업, 밸류톡 등) 특강을 통한 다양한 관점과 트렌드 공유</li> <li>- 부서별 실무에 필요한 맞춤 인사이트 과정 및 신규 사업 발굴 과정 지원</li> <li>- 글로벌 미디어 이해 및 인재육성을 위한 벤치마킹 해외연수 실시</li> </ul> <p>◦ <b>일자리 창출· 고용 안정화 등 인력 운영계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예능, 시사교양 등 제작 부문에 경력 사다리 제도를 활용, 시행하여 능력 있는 비정규직 인력의 정규직 전환을 지속적으로 시행</li> <li>- 새로운 사업 분야의 개척 시 이를 위한 전문인력을 적극적으로 채용</li> </ul> <p>◦ <b>인력 운영계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 급변하는 경영환경에 신속하게 대응하기 위해 '핵심 업무 중심의 인력구조 개편', '성과보상 강화를 통한 우수 인적자원 확보'에 주력</li> <li>- 현 인원 기준 할당 방식이 아닌 업무별 소수정예화 추진, 미래핵심 분야에 자원 집중 (연도별 채용 인원은 탄력적으로 운용)</li> <li>- 경쟁사 대비 비교/분석을 통한 인력운용 효율성 제고 및 내부 프로세스 개선</li> </ul> <p>◦ <b>분야별 투자계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공영성 제고를 위한 &lt;제작가이드라인&gt; 교육자료 보완 및 전 직원 교육</li> <li>- 신규 입사자 교육 시 공공성 강화 관련 교육 필수 실시</li> <li>- 연 1회 보직자 대상 성평등 교육 실시</li> <li>- 제작생태계 변화 대응을 위한 특강 확대 실시 등 직무전문교육 독려</li> <li>- 부서 단위 수요에 따른 교육 및 개인별 맞춤 교육 적극 지원</li> <li>- 퇴직예정자들을 위한 교육 신설 및 강화 (그린플랜연수 등)</li> <li>- 사내 직원 간 소통 강화를 위한 조직 간 교류과정 검토</li> <li>- 해외 연수 지속 시 본부별 수요에 맞는 합리적 운영 절차 마련</li> <li>- 교육 참여도를 높일 수 있는 이동형 중계(녹화)시스템 구축 검토</li> <li>- 지상파 UHD 방송서비스의 안정적 제공</li> <li>- 효율적인 방송제작 및 유통 인프라 구축을 위한 연구개발 추진</li> <li>- 금융시장 변동성 확대에 따라 안정성을 우선으로 포트폴리오 구성</li> <li>- 중, 단기 예금 및 채권 위주의 운용</li> </ul>
5. 방송발전을 위한	실적	◦ <b>외주상생 등 방송발전을 위한 이행실적</b>

지원 및 방송법령 등 준수 여부		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한류콘텐츠의 지속적인 성장과 확대를 위해 외주제작사 및 제작 종사자와 동반 상생할 수 있도록 적극 노력</li> <li>- 외주제작 인원의 인권보호 및 근로환경 개선</li> <li>- 외주사에 수익배분 및 인센티브 강화</li> <li>- 방송 광고 결합판매 지원</li> <li>- 네트워크 방송사 총 광고매출 지원</li> <li>- 방송문화발전을 위한 학술지원 사업 지속 추진(매년)</li> <li>- 방송발전을 위해 지속적인 기금 출연 (방송발전기금, 방송문화진흥자금)</li> <li>- 방송기술 발전을 위한 투자와 정부정책에 보조</li> <li>- 고품질 문화행사를 통해 국내외 문화사업 증진에 기여</li> <li>- 사회공헌 공익행사 및 프로그램 제작 확대를 통한 나눔 문화 확산</li> <li>- 국비 지원 HRD 사업 확대를 통한 디지털 인재 적극 양성</li> <li>- 대중소기업 해외 동반 진출 사업 확대</li> <li>- 사회공헌 문화사업 개최와 문화콘텐츠의 질적 향상에 기여</li> </ul>
	계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 방송발전을 위한 지속적인 기금 출연</li> <li>◦ 방송문화발전을 위한 학술지원 사업 지속 추진</li> <li>◦ 업무의 성격에 맞는 방송분야 표준계약서 활용 정착</li> <li>◦ 방송 광고 결합판매 지원을 통한 지역 중소 종교방송사와의 상생</li> <li>◦ 네트워크 방송사 총 광고매출 지원</li> <li>◦ 외주제작사, 프리랜서, 도급 근로자 처우 개선 등 상생 계획</li> <li>◦ 계약직 직원의 정규직 전환</li> <li>◦ 예술인 고용보험 제도 적극 협력</li> <li>◦ 정규직/비정규직 간 차별 없는 복지혜택 부여</li> </ul>
6. 재난방송 실시에 관한 사항	실적	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 국민의 생명과 재산을 보호하기 위해 재난방송 자동송출 장비 및 시스템을 도입하여 운용</li> <li>◦ 방통위의 재난방송 매뉴얼 표준안에 따라 사내 재난방송 매뉴얼을 개정하고 다양한 방식으로 사내전파</li> <li>◦ 신규 입사자 및 각 국 실무자 대상으로 재난방송매뉴얼 설명 및 대응 요령 교육 실시</li> <li>◦ TV, 라디오의 방송운영프로듀서를 대상으로 재난방송 클라이언트 통보문 수신 및 자동자막 생성 테스트 훈련 주기적 실시</li> <li>◦ 월 1회 의무적으로 주조정실 근무자를 대상으로 방송제작시설, 주조정실 방송기능 피해 대비 대응 및 복구 훈련 실시</li> <li>◦ 재난방송 매뉴얼에 기반하여 각 국에서 제정한 실무지침(비상 연락망 포함)을 주요 장소에 비치하여 재난 상황 발생 시 신속하게 대응</li> </ul>
	계획	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 긴급한 재난·재해 상황 발생 시 신속하고 정확한 정보를 시청자에게 제공하기 위해 노력</li> <li>◦ 재난·재해 상황 발생 전후 또는 예상되는 재난 사항에 대해 경고 및 대처 요령 등의 예방을 위한 스팟 방송</li> <li>◦ 긴급한 재난상황을 가정해 만드는 캠페인성 스팟 내용 재점검 및 고정 편성을 통한 노출 극대화</li> <li>◦ 국민안전처 재난방송시스템(재난방송 클라이언트) 및 방통위의 지진자막 자동송출시스템을 적극적으로 운용</li> <li>◦ 긴급재난대비 내규 운용</li> <li>◦ 소방방재청, 기상청 등에서 발령한 재해 경보, 주의보 상황을 실시간으로 전달 할 수 있도록 특보 및 뉴스 아이템으로 소화</li> </ul>