

---

# 지상파방송사업자 재허가 신청서

## [시청자 의견청취용 요약문]

---

2023. 8.



(재)CBS

# 1

## 방송사업자 일반 현황

### □ 개요

#### ○ 설립목적

- 기독교적 가치관의 확산 및 인류 문화창달을 목적으로 함  
(재단법인 CBS 정관 제1장(총칙) 제3조(목적)에 명시)

#### ○ 운영방향

- 기독교 정신에 근거하여 국민의 알권리를 보장하고 건전한 여론을 형성하는 한국사회의 공적 커뮤니케이션 도구로서의 역할 수행
- 국민의 생활에 유익한 각종 정보, 교양, 음악 등 다양한 콘텐츠를 제공하는 미디어기능 수행
- 언론의 공적책임인 환경감시와 대안 제시를 통해 한국사회의 도의심 향상 및 지역사회 균형발전에 기여하는 방송의 공익성 실현
- 새로운 플랫폼으로의 진출과 콘텐츠 다양화를 통해 방송 산업 발전을 주도

#### ○ 매체현황

- 지상파라디오(표준FM(AM), 음악FM)
  - 전국 14개 네트워크의 전국방송망을 구축하고 24시간 방송 송출
- TV(케이블TV, 스카이라이프, IPTV)
  - 크리스천 전문 PP로 전국 케이블방송과 스카이라이프 위성방송 및 IPTV 3개사(KT, SK, LG유플러스)를 통해 송출
- 스마트 미디어 앱
  - CBS라디오(레인보우), 노컷뉴스, CBS TV 콘텐츠 제공
- 인터넷(www.cbs.co.kr, www.nocutnews.co.kr)
  - CBS 콘텐츠 AOD, VOD서비스 제공을 포함한 크리스천포털사이트 기능
  - 인터넷 노컷뉴스(www.nocutnews.co.kr)를 통한 종합 뉴스 제공

#### ○ 직원현황

- 기자 142명, PD 62명, 아나운서 41명, 엔지니어 77명, 행정직(임원 및 간부포함) 및 기타 300명 ▶ 총 622명 (2023.5.31. 기준)

□ 연혁

- 1954. 12.15 한국 최초 민간방송으로 라디오방송(AM) 개시
- 1959. 대구기독교방송(AM 1000kHz), 부산기독교방송(AM 1475kHz) 개국
- 1961. 광주기독교방송(AM 1000kHz), 이리기독교방송(AM 640kHz) 개국
- 1980. 11.25 언론통폐합 조치로 낮종합뉴스(11시30분)를 끝으로 보도방송 중단
- 1987. 10.19 언론통폐합 이후 7년 만에 CBS뉴스, 협찬광고방송 일부 재개
- 1989. 1. 1 체신부로부터 방송 사항 전반과 광고방송을 허가받음으로써 방송 기능 회복
- 1990. 6.28 CBS 청주방송 개국 (FM 91.5MHz) - CBS 최초 지역 FM라디오방송국
- 1992. 12.15 CBS 중앙방송, 양천구 목동으로 사옥 이전
- 1995. 12.15 CBS 음악FM 개국 (FM 93.9MHz) - CBS 최초 음악FM 라디오방송국
- 1998. 4.15 CBS 인터넷 홈페이지(<http://www.cbs.co.kr>) 개설
- 1998. 12.15 CBS 표준FM 개국 (FM 98.1MHz) - CBS 최초 표준FM 라디오방송국
- 2002. 3. 7 CBS TV 개국 (채널번호 704, 방송시간 10시간)
- 2004. 3.30 CBS 울산방송 개국 (FM 100.3MHz) - 13번째 지역 라디오방송국
- 2006. 4.10 인터넷라디오플레이어 “레인보우” 서비스 시작
- 2011. 2.21 CBS 부산음악FM 개국 (FM 102.1MHz)
- 2014. 1.14 CBS 창사60주년 비전선포식
- 2015. 9.14 CBS 24시간 크리스천음악방송 JOY4U 개국
- 2019. 1. 9 CBS 광주음악FM 개국 (FM 98.1MHz)
- 2021. 11.11 ‘2021 생명돌봄 국민운동캠프’ 출범식 및 포럼 개최
- 2022. 10.12~17 뉴스부활 35주년 기념 디지털 사진전 개최
- 2023. 4.26 CBS, 국회 보건복지위 공동 주관 ‘대한민국 인구포럼’ 개최

□ 대표자 및 편성 책임자

구분	성명 (직책)	생년월일	임기	주요약력
대표자	육순종 (재단이사장)	1958. 8. 24.	'23. 7. 4. ~ '25. 7. 3.	전)장승포교회 담임목사 현)한국기독교장로회 총회 유 지재단 이사장
편성책임자	이재상 (제작국장)	1969. 9.24.	'22. 1. 1. ~ '23. 12. 31.	전)제작국 편성부장 현)제작국장

## 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	17	19	-	19
재허가 신청 방송국	-	-	-	1	1	17	19	-	19

### □ 재허가 신청 방송국 세부 현황

방송국명	매체구분	방송사항	주요 방송구역	호출부호	주파수
CBS AM 방송국	AM	기독교 전도방송을 중심으로 한 방송사항 전반 및 광고방송	서울, 인천, 수원, 안양, 과천, 성남, 안산, 의정부, 고양, 용인, 화성, 김포 부천, 광명, 군포, 의왕, 동두천, 구리 파주, 평택, 시흥, 오산, 남양주, 하남	HLKY	837kHz
CBS 표준FM 방송국	표준FM	기독교 AM방송 프로그램 중계	서울, 인천, 수원, 안양, 과천, 성남, 안산, 의정부, 고양, 용인, 화성, 김포 부천, 광명, 군포, 의왕, 동두천, 구리 파주, 평택, 시흥, 오산, 남양주, 하남	HLKY-SFM	98.1MHz
CBS 강릉 FM 방송국	FM	기독교 전도방송을 중심으로 한 방송사항 전반 및 광고방송	강릉, 동해, 삼척, 양양	HLCO-FM	91.5MHz
CBS 광주 1FM 방송국			광주, 목포, 나주, 장성, 담양, 함평, 무안, 영암, 영광군	HLCL-SFM	103.1MHz
CBS 대구 1FM 방송국			대구, 경산, 구미, 경주, 김천, 상주, 안동, 영천시, 군위, 의성, , 칠곡군	HLKT-SFM	103.1MHz
CBS 대전 FM 방송국			대전, 세종, 계룡, 논산, 금산, 옥천, 청주, 청원, 보은, 영동군	HLDX-FM	91.7MHz
CBS 마산 FM 방송국			창원, 김해, 거제, 통영, 밀양, 함안, 고성, 창녕, 의령군	HLCC-FM	106.9MHz
CBS 부산 1FM 방송국			부산, 김해, 양산, 창원시 진해구,	HLKP-SFM	102.9MHz
CBS 순천 FM 방송국			여수, 광양, 순천, 고흥군	HLCL-FM	102.1MHz
CBS 울산 FM 방송국			울산	HLCD-FM	100.3MHz
CBS 전주 FM 방송국			전주, 익산, 군산, 김제, 정읍, 남원시, 완주, 임실, 부안, 순창, 고창, 장수군	HLCM-SFM	103.7 MHz

방송국명	매체구분	방송사항	주요 방송구역	호출부호	주파수
CBS 제주 FM 방송국			제주, 서귀포	HLKO-FM	93.3MHz
CBS 청주 FM 방송국			세종, 청주, 진천, 천안, 청원, 음성, 보은, 괴산, 안성	HLAC-FM	91.5MHz
CBS 춘천 FM 방송국			춘천, 남양주, 화천, 홍천, 가평, 양평	HLDC-FM	93.7MHz
CBS 포항 FM 방송국			포항, 경주, 영천, 영덕	HLCB-FM	91.5MHz
CBS FM 방송국	FM (음악FM)	기독교 선교음악을 위주로 한 음악방송, 설교, 교양 및 광고방송 (보도, 시사해설은 제외)	서울, 인천, 수원, 안양, 과천, 성남, 안산, 의정부, 고양, 용인, 화성, 김포 부천, 광명, 군포, 의왕, 동두천, 구리 파주, 평택, 시흥, 오산, 남양주, 하남	HLKY-FM	93.9MHz
CBS 광주 2FM 방송국			광주, 나주시, 담양, 장성군	HLEM-FM	98.1MHz
CBS 대구 2FM 방송국			대구, 경산, 구미, 칠곡, 성주, 고령	HLKT-FM	97.1MHz
CBS 부산 2FM 방송국			부산, 김해	HLKP-FM	102.1MHz

### 3 방송국 운영 실적 및 향후 계획

구분	주요 내용
1. 방송의 공적책임·공정성 실현	<p><b>실적</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>국민통합과 사회발전을 위한 건전한 여론 형성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>가짜뉴스의 폐해를 막는 팩트체크 기능 강화 (&lt;김현정의 뉴스쇼&gt; 중 뉴스연구소, 윤태곤의 판 등)</li> <li>진영 간 대립을 넘어 대화와 공감의 장 마련 (&lt;박재홍의 한판승부&gt;)</li> </ul> </li> <li><b>한반도 평화와 평화통일 분위기 조성에 기여</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>남북간 긴장 완화와 비핵화를 위한 전문가 제언을 지속적으로 방송에 반영하는 인터뷰 및 토론 편성</li> </ul> </li> <li><b>비리와 편법이 근절된 공정사회 분위기 조성</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>정치개혁, 노사갈등, 산업재해(중대재해), 갑질, 입시나 취업 비리, 장애인 등 사회적 문제를 지속적으로 재조명하고 입법과 개선 노력을 주문</li> <li>공정한 경쟁, 공정한 기회가 뒷받침되어야 공정한 미래로 갈 수 있음을 방송을 통해 지속적으로 제시</li> </ul> </li> </ol>

구분	주요 내용	
		<p><b>4. 공익적 행사 개최 및 공익 목적 방송 편성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 초저출산 시대, 돌봄과 출산의 필요성을 제고하는 전사적인 캠페인 추진</li> <li>- 인구포럼, 환경포럼, 출산돌봄 포럼 등 지속적 개최</li> </ul> <p><b>5. 소외계층 및 사회적 약자에 대한 관심과 여론의 환기</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경쟁에 내몰리는 소외된 청소년과 청년세대에 대한 지속적 관심과 대안 제시</li> <li>- 코로나19 팬데믹으로 지친 국민들에게 위로를 전하기 위해 마음건강 음향 캠페인(힐링스팟) 제작, 편성</li> </ul> <p><b>6. 편성/제작 독립성 강화 및 투명 경영</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 편성 규약과 보도 준칙 준수 노력 및 공정방송협의회, 편성위원회 등 민주적 의사결정 시스템 운영</li> <li>- 각종 제도개선을 위한 노사협의 회의체 운영</li> </ul>
	계획	<p><b>1. 극단의 진영 논리를 극복하고 사회적 의제를 제시</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이분법적 사고를 경계하고 사실에 근거한 객관적인 보도로 언론의 신뢰도를 회복</li> <li>- 2024년 총선, 2026년 지방선거, 2027년 대선 정국에서 공정한 시선으로 정책 경쟁을 유도</li> </ul> <p><b>2. 기후위기와 인구절벽을 극복하고 지속가능한 사회의 청사진을 제시</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기후 위기의 심각성, 생명의 소중함, 인구정책의 대전환, ESG 경영 필요성을 선포하는 방송</li> </ul> <p><b>3. 미디어 기술진화에 응답하는 플랫폼 혁신 방송</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 레거시 미디어와 AI(인공지능) 기술 접목을 시도</li> <li>- 새로운 모빌리티 시대를 맞이하며 이용자의 시청취 행태에 부응하는 혁신적 콘텐츠 제공</li> </ul>
2. 방송의 지역·사회·문화적 필요성	실적	<p><b>1. 서울과 지역, 지역과 지역 사이 소통과 이해를 넓혀 국민 통합 기여</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- &lt;오산 통기타 페스티벌 (2021.11.20.)&gt;&lt;용인시와 함께하는 피크닉 페스티벌(2023.5.20.)&gt; 등 지방자치단체와 공동 주최로 지역 간 소통과 이해 촉진하는 프로그램과 행사 진행</li> <li>- "울진 산불 213시간 눈물의 진화기" &lt;뉴스쇼&gt; (2022.3.14.), 부동산 문제 해법? 지방 도시 심폐소생 (2021.12.7)&lt;한판승부&gt; 등 지역 밀착형 정보제공 프로그램 진행</li> </ul>

구분	주요 내용	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부산세계박람회, 경기도 여행 캠페인, 귀농 인구 청년 캠페인, 강원특별법 캠페인 등 지역 사회 이슈를 홍보</li> <li><b>2. 양극화, 빈부격차 위기 등 사회적 갈등의 조정자로서 여론 선도와 대안 제시</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "재난기본소득 토론" (2020.3.16.) &lt;뉴스쇼&gt;, "여가부폐지 논란" (2022.1.10.) &lt;뉴스쇼&gt; 등 세대, 성별, 정치성향 등으로 갈등하는 사회의 양극화 분위기를 타파하기 위한 토론, 사회 진단 등 적극적 편성</li> </ul> </li> <li><b>3. 문화의 다양성을 실현, 선도하는 역할 증대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마음건강 토크 콘서트 "마음을 연결하다" (2022. 11.26), 성탄특집 '이태원참사 유족과 함께 하는 추모예배' (2022.12. 25.) 등 소외계층 및 사회적 약자들을 위한 문화 기획, 프로그램 확대</li> <li>- &lt;사랑의 노래 평화의 노래&gt; 성탄특집 캐롤 라이브 (2022.12.23.) 등 선정성 상업성을 배제한 건전 크리스천 문화 전파, 보급</li> </ul> </li> </ul>
	계획	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1. 지역 간 소통 창구 역할로 지역갈등 해소에 기여</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동서 간의 갈등을 문화적 배경에서 유추해보는 기획물 제작</li> <li>- 지자체장 및 국가균형발전위원장과와의 연속 인터뷰를 통해 지역발전 제도적 방안 연구</li> </ul> </li> <li><b>2. 저출생, 인구 절벽 위기 상황에서 정책 어젠다 제시</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경력단절·교육·육아·주택 등 저출생을 초래한 원인을 입체적으로 분석한 특집 프로그램 편성</li> <li>- 스포츠 캠페인을 통해 저출생이 초래할 사회적 비용을 강조하며 경각심을 제고</li> </ul> </li> <li><b>3. 문화보존 및 발전 기여하는 방송</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전통 건축·미술 등을 재조명해 시대정신을 투영</li> <li>- 대중문화에 국한되지 않는 K-컬처의 지속가능성을 모색</li> </ul> </li> </ul>
3. 방송프로그램의 기획·편성·제작 및 공익성 확보	실적	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>1. 바르고 신속하며 정확한 방송으로 신뢰받는 방송</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 편성된 &lt;뉴스쇼&gt;와 신규 편성된 &lt;한판승부&gt;, &lt;오뜨밀 라이브&gt; 등 특화된 성격의 시사 전문 프로그램을 통해 시사각각 발생하는 사회 현안을 균형 잡힌 시각으로 전달</li> <li>- 2020년 총선, 2022년 제 20대 대선을 앞두고 각 후보의</li> </ul> </li> </ul>

구분	주요 내용
	<p>정책 공약을 전달 및 분석하여 유권자들의 선택에 도움을 줄 수 있는 공론장 조성</p> <p><b>2. 소통과 위로, 공감을 통해 희망을 전하는 방송</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 청취자와의 적극적인 실시간 소통</li> <li>- 신변잡기적인 수다보다 청취자의 사연에 집중하여 공감과 위로를 전달</li> </ul> <p><b>3. 한반도 비핵화를 준비하고 사회통합에 기여하는 방송</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획특집 &lt;통일로 가는 시간&gt;을 통해 남북 격차 해소방안 모색</li> <li>- 연중캠페인 &lt;해피 버스 K&gt; 스포츠 편성으로 저출생 위기 진단과 인구 절벽 극복 필요성 제고</li> </ul> <p><b>4. 사랑과 나눔이라는 기독교적 가치를 실현하는 방송</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 특집 연속 인터뷰 “굿모닝 미안마”를 통해 민주화의 꿈을 염원하는 미안마 현지인들의 목소리를 전달</li> <li>- &lt;지금 자연은&gt; 스포츠 편성으로 우리나라 철새의 울음소리를 수집하며 생태계 보전의 중요성을 각인</li> </ul> <p><b>5. 스마트 미디어 시대에 발맞춘 이용자 중심의 방송</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MZ 세대 맞춤형 시사 프로그램인 &lt;오뜨밀&gt;을 신규 편성해 청년 세대의 정치 혐오를 타파할 수 있는 콘텐츠 문법 시도</li> <li>- 유튜브 오리지널 콘텐츠 &lt;댕꿀쇼&gt;, &lt;한판열전&gt;, &lt;이봉규가 간다&gt;를 확대 편성해 기성 라디오 문법을 뛰어넘는 콘텐츠의 확장성 제시</li> </ul>
계획	<p><b>1. 이분법적 진영논리에 매몰되지 않는 공정한 방송</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 진영에 매몰된 토론 문화를 지양하고 균형추 역할을 맡은 조정자로서 건전한 공론장을 형성</li> <li>- 속보성 경쟁에서 벗어나 사회 의제를 발굴하여 담론을 형성하는 방송</li> </ul> <p><b>2. 지속가능한 사회를 위한 정책 어젠다 제안</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 세미나·포럼 개최 등 관련학계와의 교류를 통해 저출산 정책 제안</li> <li>- 환경정책 수용성을 제고하기 위해 생태계 파괴 우려 여론 조성</li> <li>- 기업의 친환경 사회공헌활동을 유도하며 ESG 실천 문화 확산</li> </ul>



구분	주요 내용	
		<p><b>3. 사회 약자를 향한 실천적 메시지 전파로 사회참여적 기독교성 회복</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기독교적 가치관으로 인간의 존엄성을 회복하는 인식 개선</li> <li>- 장애인 인식 개선 및 제도 현실화를 위한 교계의 역할 제언</li> </ul>
4. 경영·재정·기술적 능력	실적	<p><b>1. 콘텐츠 경쟁력 강화 및 조직/인적자원 경쟁력 강화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스마트 플랫폼 확장 및 뉴미디어 콘텐츠 기획을 통하여 콘텐츠 파워 증대 / 디지털 콘텐츠 제작 지원 확대</li> <li>- 스마트미디어 기반의 마케팅 상품 개발 및 통합마케팅 확대</li> <li>- 사회공헌국을 신설하여 ESG사업 활성화하고, 시청자 중심의 조직으로 변화 노력</li> <li>- 사내 공모제/직종변경제도 등 경력관리 시스템 및 채용관리 시스템 강화</li> <li>- 교육훈련투자 지속을 통한 인적역량 제고</li> </ul> <p><b>2. 뉴미디어 제작환경 확충 및 시스템 개선을 통한 방송서비스 품질 제고 노력</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 통합콘텐츠 관리시스템 및 차세대 음원관리시스템 도입</li> <li>- 스트리밍 장비 및 보이는 라디오 시스템 구축 등 뉴미디어 제작 시스템 정비</li> <li>- 연주소 및 중계소 노후 장비 교체로 방송품질 제고</li> <li>- 재난방송 송출 시스템 구축</li> </ul>
	계획	<p><b>1. 방송환경 변화 능동적 대응 및 경영의 합리성 제고</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- AI 기술을 적극 차용하여 이용자와의 소통 증대</li> <li>- 레거시 콘텐츠의 리뉴얼을 통한 콘텐츠 경제성 확대</li> <li>- 출산돌봄 캠페인 등 지속가능한 사회를 위한 ESG 캠페인 지속</li> <li>- 직원 역량 개발을 위한 보상체계 및 업무체계 구축</li> <li>- 기업 윤리 및 내부 소통 강화를 통한 경영 투명성 확보</li> </ul> <p><b>2. 난청 해소 노력 및 최신기술 개발을 위한 노력</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 송신기, 엑사이터 등 노후 송신장비 교체</li> <li>- 지역방송본부 원격제어시스템 교체</li> <li>- AI 기반 방송데이터 생성 시스템 개발</li> <li>- 클라우드 기반 스트리밍 방송 시스템 구축</li> <li>- 콘텐츠 통합관리시스템 확립</li> </ul>

구분	주요 내용
5. 방송발전을 위한 지원 및 방송법령 등 준수 여부	<p><b>실적</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. 방송단체 지원 및 정책연구</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 라디오 지원법안 및 진흥기구 설립 등 지원책 제시</li> <li>- 방송광고 결합판매 제도개선 관련 법/제도 개선 대응</li> <li>- 방송광고 규제 합리화 대응 지속 (타이틀스폰서쉽/라이브리드 도입 등)</li> <li>- 라디오 통합 플랫폼 구축 등 뉴미디어 역량 강화를 위한 정책적·재정적 지원책 제안</li> </ul> </li> <li><b>2. 방송 콘텐츠 및 관련 제도/인프라 지원</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼츠, 라이브, MV 제작 등 기존 라디오 프로그램 플랫폼 환경 다변화에 발맞춘 영상 제작 및 디자인 지원</li> <li>- 커넥티드카 라디오 서비스 위한 데이터 지원(현대,벤츠)</li> <li>- KOBACO의 혁신형 중소기업 방송광고 지원제도 적극 홍보 및 중소기업 광고주 개발에 적극 기여</li> </ul> </li> </ol>
	<p><b>계획</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. 방송수익의 사회 환원을 위한 노력</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기독교 콘텐츠 확산 및 해외 선교사 지원 증대</li> <li>- 농어촌 지역 미자립 교회 목회자를 돕기 위한 프로그램 &lt;더 콜링&gt; 기획 및 제작</li> <li>- 사회취약계층 돌봄 시설 및 제도에 대한 지속적 지원</li> </ul> </li> <li><b>2. 콘텐츠의 글로벌 진출을 위한 노력</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- WCBA(세계한인기독교방송협회) 및 WAKB(세계한인방송협회)을 통한 콘텐츠 공급/캠페인 공동 제작 추진</li> <li>- ODK 등 해외 IPTV 공급망을 통한 콘텐츠 제공</li> <li>- 유럽, 남미, 호주 LG채널(FAST 서비스) 한인관 내 CBS 선교 콘텐츠(새롭게하소서 등) 진출 등 해외 FAST 서비스 확장(스마트TV 등 FAST 플랫폼, 호스팅 솔루션 tech, ADS 네트워크 구축)</li> </ul> </li> <li><b>3. 중소방송과의 상생 및 협력</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타 종교방송사 및 국방부 군종정책과와 군 장병 신앙 생활 독려를 위한 사업 지속</li> <li>- 종교방송사 연대 포럼을 통해 ESG 캠페인 개최</li> </ul> </li> <li><b>4. 외주제작사 및 비정규직 근로자와의 상생</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자회사 직원 중 모회사와 밀접하게 동종 업무를 수행하는 직원들 대상으로 인하우스 조치 시행 검토</li> </ul> </li> <li><b>5. 공익캠페인/공익행사의 지속</b></li> </ol>

구분	주요 내용	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 출산돌봄에 이어 기후위기 대응 등 ESG 캠페인 지속</li> <li>- JOY4U콘서트 등 전국에 걸친 기독교 관련행사를 통한 문화 확산</li> </ul>
6. 재난방송 실시에 관한 사항	<p style="text-align: center;">실적</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 재난방송 시스템과 인력을 강화하고, 국민의 생명과 안전을 위해 재난방송을 철저하게 실시</li> <li>- 미디어본부장 및 보도국장을 중심으로 편성, 보도, 기술 재난방송 유관조직 핫라인 구축</li> <li>- 각 부서별 재난방송 담당자 &lt;3중 Back Up SYSTEM&gt; 가동               <ul style="list-style-type: none"> <li>· 편성국 : 편성부장-&gt;제작1부장-&gt;제작2부장</li> <li>· 보도국 : 뉴스편집부장-&gt;사회부장-&gt;아침뉴스팀장</li> <li>· 기술국 : 송출기술부장-&gt;제작기술부장-&gt;기술기획관리부장)</li> </ul> </li> <li>- 재난발생시 즉각적인 재난특보 전환체제 구축</li> <li>- 방통위 및 타 방송사 재난 방송담당자 비상연락체계 구축 운용 및 상시협의체 가동</li> <li>- 심야, 녹음방송 시 재난발생 대비 별도의 전담인력 배치 (보도국 뉴스편집부 산하)</li> <li>- 문자, 카카오톡, 레인보우, SNS 메시지 등 시청자들의 재난제보 적극 반영</li> <li>- 재난방송 매뉴얼 개선 및 주요 방송 현장에 비치 : 본사 5부, 지역본부 각 3부씩 비치</li> </ul>	<p style="text-align: center;">계획</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. 재난상황 대응조직의 역량 제고</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠경영총괄상무(미디어본부장 겸임) 지휘 하에 재난방송 대응팀 구축, 사후 평가위원회 신설</li> <li>- 재난방송 담당자 전문성 강화교육 실시</li> </ul> </li> <li><b>2. 신속하고 효과적인 재난방송시스템 가동을 위한 노력</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매뉴얼 및 보도준칙 숙지</li> <li>- 유관부서 정보공유 및 상시 연락체계 구축</li> <li>- 재난방송에 대한 청취자 모니터링, 피드백 제도화</li> <li>- SNS 등 뉴미디어를 활용한 재난방송 체계 도입 연구</li> </ul> </li> <li><b>3. 사전 예방 캠페인과 관련 프로그램 편성 확대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상황별 재난대응 캠페인 확대</li> <li>- 단편 캠페인 외에도 중장기 특집기획물 편성</li> </ul> </li> </ol>