
지상파방송사업자 재허가 신청서

[시청자 의견청취용 요약문]

2026. 6. 29

대구 **MBC** 대구문화방송(주)

1

방송사업자 일반 현황

□ 설립

- 1963년 8월 8일 설립된 라디오방송국인 한국문화방송(주) 대구방송국과 1970년 7월 18일 개국한 영남텔레비전(주)가 1971년 10월 1일 통합하여 회사명을 현재의 대구문화방송(주)로 변경하였음.

□ 기본이념

- 공익재단 방송문화진흥회가 대주주인 (주)문화방송을 대주주로 하는 주식회사 형태의 공영방송사로 시·청취자와 함께 하는 대한민국 최고의 지역 방송을 지향
- 공공의 자산인 전파를 특정인의 사적 이익이 아닌 공공의 이익을 위해서만 쓰여야 한다는 방송의 기본 정신에 충실하며 방송의 독립성 보장을 위해 최선을 다함
- 인간의 존엄과 가치 및 사회의 민주적 기본 질서를 존중하며 방송의 공공성·공익성 실현에 기여

□ 목표

- 지역민과 함께하는 방송
- 지역민에게 봉사하는 방송
- 지역발전과 건강한 지역문화 창달에 이바지하는 방송
- 인간을 존중하는 방송
- 공정하고 신뢰받는 방송

□ 연혁

- 1963. 08. 08 : 라디오(AM) 방송국 개국(한국문화방송주식회사 대구방송국)
- 1968. 08. 23 : 영남텔레비전방송주식회사 설립
- 1970. 07. 18 : 텔레비전 방송국 개국(영남텔레비전주식회사)
- 1971. 10. 01 : 라디오와 텔레비전 방송국 통합, 사명을 한국문화방송주식회사로 변경
- 1980. 12. 22 : TV 컬러방송 개시
- 1983. 10. 10 : FM 방송국 개국
- 2000. 11. 21 : 대구MBC 갤러리M(화랑) 오픈
- 2000. 11. 24 : 범어동 신사옥 준공 및 방송장비 이설 완료
- 2000. 12. 09 : 대구MBC 시네마M(영화관) 오픈
- 2004. 07. 30 : DTV 방송국 개국
- 2012. 11. 06 : 아날로그TV 방송국 폐지
- 2017. 12. 29 : UHD 방송국 개국
- 2021. 09. 06 : 옥수동 사옥 이전
- 2021. 11. 19 : 라디오 AM 방송 종료

□ 대표자 및 편성책임자

성명 (직책)	생년월일	주 소		비고
황외진 (대표이사)	63.07.22.	등록기준지	별도 제출자료 참조	대표자
		현주소		
권병진 (편성제작국장)	72.01.13.	등록기준지		편성책임자
		현주소		

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	-	4
재허가 신청 방송국	1	1	-	-	-	2	2	-	4

□ 재허가 신청 방송국 세부 현황

방송국명	매체구분	방송사항	주요 방송구역	호출부호	주파수
대구MBC DTV방송국	DTV	1.텔레비전방송 : 방송사 항 전반 및 광고방송 2.데이터방송	대구광역시, 경산, 영천시	HLCT -DTV	491 MHz
대구MBC UHDTV방송국	UHDTV	1.텔레비전방송 : 방송사 항 전반 및 광고방송 2.데이터 방송	대구광역시, 김천시, 경산시, 영천시	HLCT -UHDTV	762 MHz
대구MBC 제1FM 방송국	FM	방송사항 전반 및 광고방 송	대구광역시, 경산, 구미, 영천시, 칠곡군	HLCT -SFM	96.5 MHz
대구MBC 제2FM 방송국	FM	음악방송을 위주로 한 방송사항 전반 및 광고방 송	대구광역시, 경산, 구미, 영천시, 칠곡군	HLCT -FM	95.3 MHz

구분	주요 내용
1. 방송의 공적책임· 공정성 실현	실적 ☐ 공영방송으로서의 본연의 역할 수행 • 취약계층의 실태를 가감 없이 고발하고 실질적인 대안을 모색하는 <시사ON>, 출근길 지역 현안과 이슈를 발빠르게 전달하는 라디오 <여론현장>, 지역민의 삶과 직결된 민생 현장을 취재한 <생방송 시사각각> 등 제작 • 생활에 필요한 의학, 법률 등 올바른 지식을 전달하는 <TV메디컬 약손>, <라디오 동의보감>, <라디오 생활법률> 등 제작 • <새마을금고 횡령 불법 대출>, <청도군 조형물 특혜 선정 의혹>, <대구시 권한대행 체제 정책 허와 실>, <대구엑스코 사장 선임 문제> 등 다수의 기획보도를 통해 권력에 대한 감시자로서의 역할을 충실히 수행 ☐ 지역의 우수한 가치 재조명, 재발견 • 도농 상생의 해법을 모색하는 <신농사직설>, 지역의 역사·문화적 자산을 재정립하는 <시민의 품격>, 지역 고유의 우수한 가치를 재조명하는 <테마기행길>, 기후 위기 시대에 지역의 대표 과일인 사과 피해 실태를 제시하고 대책을 촉구하는 <한반도 사과 멸종 보고서> 제작 ☐ 지역 경제, 사회 문화 등 각 부문의 다양한 관심과 여론 반영 • 청년 창업농과 스마트 농업을 다루는 <신농사직설>, 법적으로 인정받지 못하는 동성 커플이 혼인신고 불수리와 소송 과정을 거치며 결혼을 준비하는 여정을 통해 가족과 평등의 의미를 묻고 대책을 촉구하는 <두드림> 제작 • K리그 개막 특집, 프로야구 삼성라이온즈 개막 특집, KBL 개막 특집 등 다양한 종목에 걸쳐 스포츠 특집 제작

구분	주요 내용
	• 지역 연고 프로야구팀인 삼성라이온즈 홈 경기를 매년 40회 가량 라디오로 생중계 ☐ 지역 청소년 대상 프로그램 지속적인 기획, 제작 • 지역의 청소년이 직접 참여한 <내 꿈에 날개를 달아>, <열혈청춘 한국의 말·멋·맛을 전하다> 제작 ☐ 방송의 사회적 교육 기능 신장 • 현대사의 아픔과 인권을 다룬 <양심> 시리즈를 통해 시·도민의 올바른 역사의식 정립 • 지역 대학생 매년 8명을 실습생으로 채용하여 방송 매커니즘을 배우고 유튜브와 포털 기사 편집 등 실전 기술을 습득할 수 있게 하여 향후 방송 진출을 위한 교육의 장을 마련 ☐ 자체 심의제도, 시청자위원회 운영을 통한 공정성·객관성 유지 • 자체 편성 프로그램 중 심의 제외 대상인 보도 및 순환 편성물을 제외한 심의 대상 프로그램을 선정하여 자체 심의 실시 • 매월 시청자위원회를 개최하여 시청자위원들로부터 자유로운 의견을 청취하고 적극 수렴하여 프로그램에 반영토록 노력 ☐ 다양한 시청자 서비스를 통한 방송의 사회 공헌 강화 • 홈페이지와 포털, 유튜브로 방송 프로그램을 제공하고 시청취자들과 소통 • 네이버, 다음에 뉴스와 SNS용 콘텐츠 제공 • <만나보니>, <마기자가 간다> 등 유튜브 전용 시사 보도물 제작 • 과거의 의미 있는 아카이브 자료를 활용, 시의성 있는 주제를 선정하여 제작한 <백투더투데이>를 온라인 플랫폼으로 방송 ☐ 프로그램 품질 제고 • 고문 변호사의 자문을 통해 사전 점검을 강화하고 분쟁 발생 소지 최소화 • <기분좋은 날>, <오늘N>, <금토드라마>, <테마기행길> 등 UHD 고화질 프로그램 편성 확대 ☐ 시사보도 및 토론 프로그램, 선거 관련 방송의 공정

구분		주요 내용
		성·객관성 확보 • 시사 토론 프로그램 <시사ON>을 주 1회 제작 • 26년 지방선거와 관련하여 대담회 및 토론회를 7차례 생방송하여 후보자에 대한 정보를 유권자에게 전달 • 선거 방송 시 정치적 중립과 균형을 지키기 위해 선거방송 전담팀을 구성하고 게이트키퍼를 강화 ☐ 편성규약 준수, 편성위원회 개최를 통한 방송의 공정성·객관성 확보 • 편성규약과 방송강령을 마련하여 이를 준수하고 있음. • 편성위원회 회의를 통해 제작진의 자율성 침해를 방지하고 회의 내용은 적극 반영
	계 획	☐ 공영방송 본연의 가치 구현 ☐ 지역 자산 재조명 및 자긍심 고취 ☐ 지역사회 다양성 포용 및 여론 수렴 ☐ 청소년 대상 콘텐츠 기획·제작 ☐ 사회적 교육 기능 확대 ☐ 자체 심의 및 시청자위원회 운영을 통한 신뢰 확보 ☐ 시청자 서비스 다각화를 통한 사회 공헌 ☐ 프로그램 품질 향상을 위한 전방위적 노력 ☐ 시사·보도 및 선거방송의 철저한 중립성 확보 ☐ 편성 규약 준수 및 제작 자율성 보호
2. 방송의 지역·사회·문화적 필요성	실적	☐ 지역발전에 기여하는 다양한 기획 • 정치·행정 이슈를 공정하게 다룬 <시사ON>, 우리 농업의 중요성과 미래 로컬 경제를 모색하는 <신농사직설>, UHD 기술로 역사 가치를 복원한 <한국의둘레길> 제작 ☐ 지역사회의 공적 매개자 역할 • 라디오 매체의 특성을 살려 지역공동체의 유대감을 다지는 <즐거운 오후 2시>, 사각지대의 현안들을 당사자의 목소리로 직접 공론화하는 <열린TV 희망세상> 제작 • 각종 뉴스와 프로그램을 다시보기와 쇼츠 등으로

구분		주요 내용
		매일 SNS와 포털로 제공 ☐ 지역사회에 대한 공적 역할 • 대구 콘서트하우스에서 <대구국제성악콩쿠르>, 지역 명소인 고모령을 문화콘텐츠로 발전시키기 위한 <고모령가요제>, 생명 문화 자산을 예술로 승화시킨 <성주 태교 음악회> 개최 ☐ 지역 인구 감소 및 지역 소멸에 대한 사회적 책임 역할 • <생방송 시시각각>, <뉴스데스크>, <뉴스투데이> 등을 통해 인구 감소 및 지역 소멸 문제의 심각성을 알리고 관련 기관에 대책을 적극적으로 촉구
	계획	☐ 지역발전 견인을 위한 다각적 기획 ☐ 지역사회의 공적 매개자 역할 수행 ☐ 지역사회를 위한 공적 책임 이행 ☐ 지역 인구 감소 및 소멸에 대한 공적 책임 이행
3. 방송프로그램의 기획·편성·제작 및 공익성 확보	실적	☐ 지역 공영방송으로서의 지역성, 공영성을 강화 • <MBC뉴스데스크>, <MBC뉴스>, <2시 뉴스 외전> 등 공정한 보도, <PD수첩>, <스트레이트>, <예산추적프로젝트 빅벙커> 등 시사 프로그램 제작으로 올바른 여론 형성에 기여 • <지역MBC 공동기획 국가균형성장 질문있습니다>, <전국동시지방선거 후보자토론·대담회> 등 지방자치의 발전과 지역문제에 대한 관심을 제고하는 기획, 편성 ☐ 지역민과 지역시청자들의 다양한 시청욕구에 부응 • <문화요>, <생방송 시시각각>, <TV메디컬 약손> 등 지역민의 문화, 건강 등에 대한 다양한 정보 욕구에 부응하는 프로그램 기획 • <다시, 대구FC>, <대구FC 승격전쟁> 등 지역 연고 프로축구팀과 지역민들의 축구에 대한 관심 제고 ☐ 시민과 함께하는 지역방송으로서의 지역밀착성 강화 • LTE를 통해 시청자들에게 직접 찾아가 지역 시청자들과 직접 만나는 <생방송 시시각각> 프로그램 제작

구분		주요 내용
		• 지역 시청자들이 직접 참여하고 스스로의 끼와 재능을 발산하여 즐길 수 있는 <고모령가요제>, <왕평가요제> 프로그램 제작 ☐ 건전한 시민의식을 높이고 지역공동체 발전에 기여 • 경상북도 등 지자체와 협력하여 공익 캠페인인 <우리말캠페인> 실시 ☐ 경제, 사회, 문화적 다양성을 반영 • 대구국제뮤지컬페스티벌(DIMF)나 대구국제오페라축제 등 대구의 대표적인 문화 브랜드를 중계하거나 하이라이트로 소개
	계획	☐ 지역 공영방송으로서의 정체성 확립 및 지역성 가치심화 ☐ 지역민과 시청자들의 다양한 요구에 부응 ☐ 시민과 함께하는 지역방송으로서의 유대감 강화 ☐ 건전한 시민의식을 고취하고 지역공동체의 지속적 성장 견인 ☐ 지역의 경제적, 사회적, 문화적 다양성을 폭넓게 반영 ☐ 열린 편성을 통한 시청자 권익 및 참여 보장 ☐ SNS, 온라인 플랫폼, 포털에 대응하는 지역 뉴스 및 콘텐츠 기획·제작 확대
4. 경영·재정·기술적 능력	실적	☐ 광고 시장 침체로 매출액 정체 지속 2023년 : 15,636백만원 2024년 : 16,763백만원 2025년 : 15,471백만원 ☐ 신규 사업을 적극 개발하고 명예퇴직, 안식년제 등 다각적인 비상경영 방안을 시행하고 있음 ☐ 사옥 매각에 따른 대규모 자금을 보유하고 있어 재무적 위험성은 매우 낮음
	계획	☐ 광고매출 증대를 위한 방송콘텐츠 경쟁력 강화 ☐ 유보금을 활용한 새로운 수익원 창출 ☐ 인건비 등 비용 증가 최소화를 통한 영업이익 적자규모 최소화 ☐ 유보금의 안정적 운용으로 재무적 위험 최소화
5. 방송발전을 위한	실적	☐ UHD 편성비율 준수를 위해 우수한 외주 UHD 콘텐

구분		주요 내용
지원 및 방송법 령 등 준수 여부		초 적극 편성 • 열악한 외주제작사 여건상 UHD 콘텐츠 발굴이 어려워 편성 실적이 없음. ☐ 지역 소규모 외주 업체가 참여 가능한 지역 밀착형 외주 프로그램 기획 • ‘밍크고래’, ‘봉미디어’, ‘서반장’, ‘아지트’, ‘콤마’ 등 지역 사정에 정통하고 역량 있는 로컬 제작사들을 적극 활용하여 콘텐츠의 질적 다변화를 도모 ☐ 방송 수익의 사회 환원 • 농가와 소비자가 직접 대면하는 오프라인 장터를 통해 유통 마진을 줄이고 안전한 먹거리를 제공하는 <도농상생 옥수마켓> 사업 실시
	계획	☐ UHD 편성비율 준수를 위해 우수한 외주 UHD 콘텐츠 발굴 편성 ☐ 지역 소규모 외주업체의 제작 역량 강화 지원 ☐ 방송수익의 사회 환원
6. 재난방송 실시에 관한 사항	실적	☐ 재난방송 편성 실적 • 2024년 : TV 12,296분/제1FM 5,310분/제2FM 2,833분 • 2025년 : TV 4,765분/제1FM 5,866분/제2FM 3,534분 • 2026년(~5/31) : TV 1,089분/제1FM 3,937분/제2FM 2,016분 ☐ 재난방송 교육 • 재난방송 매뉴얼, 기상긴급정보시스템, 재난 및 재난 현장 취재시 유의 사항, 중요 방송재난 및 재난 방송 시설 지정기준, 재난 보고 기준 등 교육 • 2023년 2회, 2024년 2회, 2025년 4회 교육 실시 ☐ 재난방송 모의훈련 : 년 1회 실시
	계획	☐ 재난 정보 전파의 실효성 극대화 ☐ 예방 중심의 콘텐츠 강화 ☐ 방송 사각지대 및 취약 시간대 보완 ☐ 송출 시스템의 자동화·신속화