

방통융합정책연구 KCC-2022-23

디지털 대전환 환경에서 보편적시청권에 대한 국민인식 조사 연구

노창희/이수연/윤금낭/천혜선

2022. 12

연구기관 : 디지털산업정책연구소



이 보고서는 2022년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신
융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해
이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『디지털 대전환 환경에서 보편적시청권에
대한 국민인식 조사 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2022년 12월

연구기관 : 디지털산업정책연구소

총괄책임자 : 노창희 연구위원

참여연구원 : 이수연 책임연구원

윤금낭 책임연구원

천혜선 연구위원

목 차

요약문	i
제1장 서 론	1
제1절 연구의 필요성 및 목적	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구 목표 및 핵심 내용	3
제2장 디지털 대전환에 따른 스포츠 이용행태 변화	4
제1절 미디어 환경 변화 및 방송 관련 개념 변화 검토	4
1. 미디어 환경 변화	4
2. 방송 관련 개념 변화	11
제2절 국민관심행사 및 주요 스포츠 미디어 이용행태 분석	14
1. OTT 스포츠 콘텐츠 증가	14
2. 방송채널사용사업자의 국민관심행사 중계권 확보	17
제3장 2022년 국민관심행사에 관한 편성 현황 분석	19
제1절 2022년 베이징올림픽 편성 현황	19
1. 베이징올림픽 경기 개요	19
2. 베이징올림픽 편성 현황	22
3. 베이징올림픽 편성 분석 결과 및 시사점	26
제2절 2022년 카타르월드컵 편성 현황	28
1. 카타르월드컵 경기 개요	28
2. 카타르월드컵 편성 현황	28
3. 카타르월드컵 편성 분석 결과 및 시사점	30

제4장 국민관심행사 기준에 관한 이슈 분석	32
제1절 국민관심행사 기준 연혁	32
1. 보편적시청권 개념 및 제도	32
2. 미디어 환경 변화와 보편적시청권 제도 변화	36
3. 보편적시청권 관련 해외 법·제도	39
제2절 국민관심행사 기준 개선 관련 쟁점 도출	48
1. 국민관심행사 범위	48
2. 온라인 스포츠중계에 대한 보편적 시청권 제도 확대 여부	48
3. 국민관심행사 독점 중계방송 논란 및 보편적 시청권 정의	49
4. 국민관심행사 협의체 구성·운영 규정 신설	50
5. 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 개정 관련 이슈	50
제5장 국민관심행사 기준 개선에 관한 연구 결과	52
제1절 국민관심행사에 관한 대국민 인식 조사	52
1. 대국민 인식 조사 개요	52
2. 대국민 인식 조사 결과	55
3. 과거 대국민 인식 조사 결과 비교(2016년, 2019년, 2022년)	73
제2절 국민관심행사 기준 개선에 관한 전문가 조사	76
1. 전문가 조사 개요	76
2. 주요 조사 내용	77
3. 전문가 인터뷰 결과	78
제6장 국민관심행사 기준 개선 방안 제시	88
제1절 보편적 시청권 제도 개선방향	88
1. 국민관심행사 변경 여부	88
2. 협의체 구성을 위한 법적 근거 마련	89
제2절 시사점 및 제언	90

참고문헌	92
부록	95

표 목 차

<표 2-1> 매체별 방송사업매출액 추이	4
<표 2-2> 방송과 디지털 매체의 총 광고비(2020-2021년)	6
<표 2-3> 글로벌 OTT 서비스 시장 규모	9
<표 2-4> 국내 OTT 서비스 시장 규모	10
<표 2-5> OTT 사업자의 (독점)중계권 현황	16
<표 2-6> 종편 및 PP사업자의 독점중계권 현황	17
<표 3-1> 베이징올림픽 경기 개요	19
<표 3-2> 2022베이징올림픽 경기종목별 중계 현황	21
<표 3-3> 2022베이징올림픽 중복편성 현황(경기 수 기준)	22
<표 3-4> 2022베이징올림픽 방송사별 경기 편성 현황(경기 수 기준)	23
<표 3-5> 2022베이징올림픽 주요 경기 시청률 현황	24
<표 3-6> 2022년 베이징올림픽 모바일·인터넷 중계 현황	26
<표 3-7> 카타르월드컵 경기 개요	28
<표 3-8> 2022카타르월드컵 중복편성 현황(경기 수 기준)	29
<표 3-9> 2022카타르월드컵 주요 경기 시청률 현황	30
<표 4-1> 보편적시청권 제도 관련 방송법	33
<표 4-2> 보편적시청권 관련 고시 세부내용	35
<표 4-3> 보편적시청권 관련 고시 세부내용	36
<표 4-4> 보편적시청권 제도 개선 주요 연혁	38
<표 4-5> 해외 주요국의 보편적시청권 법제도 현황	45
<표 4-6> OTT 사업자의 스포츠 중계권 확보 사례	49
<표 4-7> 국민관심행사 독점 중계 사례	49
<표 4-8> 국민관심행사 협의체 구성(안) 유형	50
<표 5-1> 대국민 인식조사 설계	53

<표 5-2> 대국민 인식조사 설문 항목	54
<표 5-3> 대국민 인식조사 사전 질문 결과	55
<표 5-4> 인구통계학적 특성	55
<표 5-5> 국민관심행사 실시간 시청경험	59
<표 5-6> 국민관심행사 시청 이용 기기(중복선택)	60
<표 5-7> 국민관심행사 시청 행태(중복선택)	61
<표 5-8> 국민관심행사 시청 방식	61
<표 5-9> 국민관심행사 관심 정도	62
<표 5-10> 국민관심행사 목록 중 ‘추가’ 필요 여부	63
<표 5-11> 추가로 선정되어야 할 체육경기대회(응답자 182명 기준*)	64
<표 5-12> 국민관심행사 목록 중 ‘제외’ 필요 경기	64
<표 5-13> 보편적시청권 제도(가시청 가구수)에 대한 인식	66
<표 5-14> 국민관심행사 중계에 대한 인식	66
<표 5-15> 스포츠 경기 시청을 위한 추가 비용 지불 의사	67
<표 5-16> 국민관심행사 편성 만족도	69
<표 5-17> 국민관심행사 자료화면 시청 만족도	70
<표 5-18> 국민관심행사 자료화면 시청 불편 이유	71
<표 5-19> 국민관심행사 시청경험 및 관심도 비교	72
<표 5-20> 국민관심행사 목록의 적절성 여부	73
<표 5-21> 국민관심행사 관심도 변화	73
<표 5-22> 국민관심행사 시청경험 변화	75
<표 5-23> 전문가 조사 대상	76
<표 5-24> 보편적 시청권 제도 개선을 위한 전문가 조사 주요 내용	77
<표 5-25> 보편적 시청권 제도 개선을 위한 전문가 조사 주요 결과	87

그 립 목 차

[그림 2-1] 유료방송 가입자 수 추이 (단위: 천 단말장치)	5
[그림 2-2] 방송광고비 월별 추이 비교(2021년 vs. 2022년)	7
[그림 2-3] 실시간TV 시청과 TV 디바이스 내 콘텐츠 이용 비중 추이	7
[그림 2-4] OTT 서비스 이용률 증감 추이	11
[그림 2-5] 디지털-온라인 기반 영상미디어-콘텐츠 통합 법제의 규율 대상	12
[그림 2-6] 시청각미디어서비스법 제정 방안	13
[그림 2-7] OTT를 이용한 콘텐츠 장르 유형	14
[그림 2-8] 6월 종편 채널 별 평균 시청률과 7월 쿠팡플레이 일간 신규 설치 건 수 ..	15
[그림 3-1] 2014소치·2016리우·2018평창·2020도쿄·2022베이징올림픽 동시 중계 현황 ..	23
[그림 3-2] 월드컵 기간 중 ‘한국전’ 시청 의향	31
[그림 5-1] 인구통계학적 특성-성별	57
[그림 5-2] 인구통계학적 특성-연령	58
[그림 5-3] 인구통계학적 특성-최종학력	58

요 약 문

1. 제 목

디지털 대전환 환경에서 보편적시청권에 대한 국민인식 조사 연구

2. 연구 목적 및 필요성

코로나로 인한 디지털 전환 가속화와 OTT 중심의 미디어 환경으로 재편되면서 스포츠 콘텐츠 또한 방송이 아닌 모바일 매체를 이용한 소비가 증가하고 있다. 국내 유료방송 가입자는 단자 수 기준 전체 가구 수를 상회하는 등 보편적시청권 도입 당시와는 방송환경이 많이 달라졌다. 이로 인해 지상파가 아닌 유료방송 PP도 국민관심행사 중계가 가능한 환경이 되면서 유료방송 미가입자들은 TV 방송에서 국민관심행사를 시청하는 것이 불가능한 상황이 발생할 수 있다. 따라서 미디어 환경변화와 국민관심행사를 시청하기 위해 이용하는 매체 현황 등을 지속적으로 파악하여 이에 따른 제도 개선을 지속적으로 고민할 필요성이 높아지고 있다.

2022년에는 베이징동계올림픽과 카타르월드컵 등 국민관심행사가 개최되어 편성 현황 등 관련 이슈를 분석하여 보편적 시청권 보장 측면에서 어떤 문제가 있었는지 에 대해 분석하고, 분석 결과를 바탕으로 국민관심행사에서 나타날 수 있는 문제들에 대한 대응방안 마련이 필요하다.

또한, 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 재검토 기한인 2022년 12월 31일이 도래함에 따라 국민관심행사 고시 개정 필요 여부에 대한 논리 검토 및 실질적인 국민인식에 대한 조사가 필요하다. 해당 고시가 개정된 2016년과 현재를 비교하면 방송환경과 국민적 관심사가 변화한 부분이 존재하고, 실질적으로 시청률이 낮고 국민적 관심사가 떨어지는 종목이라 할지라도 공익적 차원에서 시청

자들의 접근권이 보장되어야 하는 경기에 대한 국민적 인식을 조사할 필요가 있다. 이와 관련된 전문가를 대상으로 미디어 환경변화 및 국민의 스포츠 경기 관심도 변화 등을 고려하여 고시 개정 방향에 대한 인식조사도 필요하다.

이에, 본 연구에서는 대국민 인식조사와 전문가조사를 병행하여 실시하였다. 디지털 대전환으로 미디어 환경이 급변하는 가운데 보편적 시청권 개념과 방송 개념에 대한 국민인식을 조사하고, 그를 기반으로 고시 개정 방향과 큰 틀에서 중·장기적인 보편적 시청권 제도 개선 방향을 제시하고자 한다.

3. 연구의 구성 및 범위

제1장은 서론으로 연구의 목적과 필요성, 연구의 주요 범위에 대해 기술한다.

제2장은 국내외 미디어 환경 변화 및 국민관심행사 등의 스포츠 경기 콘텐츠의 이용행태 변화를 분석한다. 국내 방송시장의 현황을 분석하고, 방송 개념이 과거와 달리 현재 어떻게 변화했는지를 살펴본다. 또한 국민관심행사와 인기 스포츠 콘텐츠의 시청 방식과 OTT사업자와 방송채널사용사업자의 국민관심행사 중계권 확보 현황을 파악한다.

제3장은 2022년에 치러진 2건의 국민관심행사를 분석한다. 2022 베이징 동계올림픽과 2022 카타르월드컵의 편성 현황을 분석하여 순차편성이 얼마나 잘 이루어졌는지, 미편성에 따른 보편적시청권 개정 필요성을 검토한다.

제4장은 국민관심행사 기준 관련 쟁점을 분석한다. 이를 위해 보편적시청권 개념과 관련 제도 변화 과정을 살펴보고, 해외의 보편적시청권 관련 법·제도 비교분석하여 시사점을 도출한다.

제5장은 국민관심행사에 대한 2022년 대국민 인식조사와 전문가조사 결과를 분석하여 국민관심행사 기준 개선을 위한 시사점을 도출한다.

제6장은 앞의 연구 내용과 제4장, 제5장 분석 결과를 토대로, 보편적 시청권 제도 개선방향을 제언한다.

4. 연구 내용 및 결과

국내 방송시장은 유료방송 가입자수가 단자 수 기준 전체 가구수를 넘어설 만큼 많고, 직수 가구 비율이 낮은 것이 특징이다. 유료방송 가입가구의 증가로 프로야구와 같은 인기 스포츠 콘텐츠는 대부분 유료방송을 통해 중계하고 있는 상황이며, 국민들이 유료방송을 통해 스포츠 중계 및 국민관심행사를 시청하는 것이 보편화되었다. 또한, 실시간 TV시청 행태를 조사한 결과에 따르면 TV 디바이스를 이용한 OTT 서비스 이용이 점차 증가하는 등 OTT 서비스 이용의 영향력이 더욱 높아질 것으로 보여진다. 글로벌 OTT 시장은 지난 몇 년간의 성장 추세가 유지될 것으로 보이며, 국내 OTT 시장 또한 COVID-19의 대유행으로 가정 내 콘텐츠 이용이 스트리밍 서비스로 전환함에 따라 SVOD 시장을 중심으로 크게 성장했다.

스트리밍 환경의 보편화, OTT로의 기존 방송시장 수렴 등 미디어 환경 변화에 따라 콘텐츠-미디어-네트워크 등 미디어 관련 분야의 재범주화에 대한 논의가 지속적으로 이뤄지고 있는 상황에서 방송통신위원회는 미디어 환경변화에 부응하기 위해 「시청각미디어서비스법」 제정을 추진하고 있다. OTT 서비스를 온라인시청각미디어서비스라는 명칭을 수범하기 위해 유형을 분류하고 있으며, 이는 향후 보편적 시청권 대상을 정하는데 영향을 줄 것으로 보인다.

앞서 살펴본 것처럼 OTT 서비스 이용이 크게 증가하는 상황에서 스포츠 콘텐츠는 일정 수준의 고정 수요를 예측·확보할 수 있으며, 독점 중계권을 확보하는 경우에는 스포츠판들을 대상으로 플랫폼 인지도를 크게 올릴 수 있다는 장점으로 인해 최근 국내·외 OTT 플랫폼들이 스포츠 중계권을 확보하는 등 스포츠 콘텐츠에 대한 투자를 늘리고 있다. 또한 종합편성PP와 일반PP사업자도 국민관심행사들 중 일부 경기 대회 중계권을 독점 계약하는 사례가 증가하고 있다.

2022년 베이징올림픽 편성 현황 분석 결과, 3채널 중계는 44%, 2채널 중계는 24%, 단독 중계는 31%로 나타났다. 2채널 이상 중계가 68.6%로 과거 국민관심행사 중복편성 결과와 비교했을 때, 여전히 적지 않은 수준인 것으로 나타났다. 2022년

카타르월드컵 편성 현황 분석 결과, 3사 중계는 65.6%(40경기), 2사 중계는 16.4(10경기)%, 단독 중계는 18.0%(11경기)로 3사 중계가 특히 높게 나타났다. 경기 종목이 다양한 올림픽의 경우, 인기 종목 중심의 중복 중계가 높고 비인기 종목의 미중계 문제가 여전히 발생하는 것으로 나타났다. 카타르월드컵의 경우, 상대적으로 관심이 덜했던 국가간 경기가 주시청시간대에 편성되어 지상파 PP 채널에서만 중계되는 문제가 있었다.

해외 주요국에서는 무료의 개념을 기준으로 국민적 중요행사의 보편적시청권을 보장하고 있으며, 중계권료 계약이나 중계 프로그램의 편성 부분에 있어서는 방송사업자들의 자율에 맡기는 시장경쟁체제 시스템을 기반으로 하고 있다. 순차편성의 경우 법·제도적으로 강제하고 있는 국가는 찾아보기 힘든 상황이며, 사업자들 간의 자율적인 계약 또는 협의를 통해 중계 프로그램 편성을 해결하고 있다.

2,166명을 대상으로 국민관심행사에 관한 대국민 인식조사를 통해 국민관심행사 이용행태, 국민관심행사 인식, 보편적시청권 인식, 국민관심행사 편성 만족도 등을 파악할 수 있었다. 특히, 국민관심행사 고시 개정 사항과 관련하여 국민관심행사 추가 선정 필요가 없다는 응답이 90.7%, 국민관심행사에서 제외되어야 하는 경기가 없다는 응답이 73.4%로 다수를 차지하는 것으로 나타나 현재 고시 내 국민관심행사 종류 및 종목은 전반적으로 타당한 것을 확인했다.

방송전문가와 법전문가를 대상으로 실시한 전문가 조사 결과를 통해 현행법상 OTT 사업자의 보편적시청권 보장 의무 적용 가능여부, 온라인 플랫폼으로의 보편적 방송수단 확대 가능 여부, 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 개정 관련 이슈, 패럴림픽의 국민관심행사 포함 여부, 국민관심행사의 경기 종목 추가 필요 검토, 국민관심행사 협의체 구성 및 운영 규정 신설 여부에 대한 의견을 수렴했다.

마지막으로 본 연구는 국민관심행사 고시 개정 방향에 대해 국민관심행사 종목 유지, 추가, 축소에 대해서는 유지하는 것이 바람직하다고 제안한다. 또한, 공익적 가치차원에서 패럴림픽을 추가해야 한다는 주장이 제기되고 있지만 국민적 관심이

높지 않고, 방송사에 부담을 줄 수 있어 단기적으로 패럴림픽을 추가하는 것은 바람직하지 않으며 문화행사, 재난방송, 선거방송 등 국민관심행사를 다른 분야로 확대하는 것도 해외사례 등을 고려할 때 단기적으로 변경할 수 있는 사안은 아니라고 판단된다.

OTT 활성화로 인해 국민관심행사에 대한 접근권을 OTT에도 보장해 줘야 한다는 주장이 지속적으로 제기되고 있는 상황에서 OTT가 국민관심행사에 대한 중계권을 독점할 경우 OTT를 이용하지 않는 시청자는 국민관심행사에 접근하지 못할 수 있다는 우려도 함께 제기되고 있다. 이에 대해 현행 「방송법」 상으로 중계방송권자는 방송수단을 확보하도록 규정되어 있어 현행 규정상으로도 시청자가 국민관심행사에서 배제되지 않도록 조치할 수 있는 제도적 장치가 마련되어 있는 상황이다. 따라서 이러한 환경 변화를 고려할 때, 중·장기적으로 디지털 중계권 개념을 도입하는 것을 검토할 필요가 있다.

이 외에도 보편적 시청권과 관련해서 중요한 기준인 비용과 관련된 내용이 보편적 시청권 개념에 포함되어 있지 않아 이에 대해 추가하는 방안에 대해서도 추가적인 검토를 제언한다. 「방송법」에서 보편적 시청권 관련해서는 “보편”이라는 개념에서 중요한 개념인 비용에 관한 부분이 명시되어 있지 않으므로, “추가 비용 없이”, “합리적인” 등 비용에 대한 부분을 추가하는 것을 검토할 필요가 있다.

5. 정책적 활용 내용

본 연구 결과는 국민들이 실제로 어떤 국민관심행사에 관심을 가지고 시청하고 있는지, 고시 개정시 검토해야 할 중요한 쟁점들에 대한 전문가 의견 수렴 결과 등을 제시하여 2022년 개정을 앞둔 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 개정 시 참조 자료로 활용될 수 있다.

또한 보편적 시청권 관련 제도가 사회 변화와 미디어 환경 변화에 부합하여 운용되도록 중장기 정책을 마련하는데 근거 자료로 활용될 수 있다.

6. 기대효과

본 연구결과의 정책적 기대효과는 합리적인 국민관심행사의 보편적시청권 제도 개선이다. 본 연구에서 분석한 국내 스포츠콘텐츠 이용행태 분석과 해외 주요국의 보편적시청권 제도 분석, 대국민 인식조사와 전문가 조사 등을 토대로 미디어 환경 변화와 국민 편익을 증대시킬 수 있는 제도 개선 방안 마련이 가능할 것으로 예상된다.

본 연구결과의 사회적 기대효과는 보편적시청권 보장을 위해 국민관심행사에 포함되어야 할 종목들에 대한 국민의 니즈를 파악하고, 고시 개정안을 마련하는데 참고하여 국민의 알권리 및 시청권 향상에 기여할 수 있다.

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

1. 연구의 필요성

코로나로 인해 디지털 대전환이 가속화되면서 미디어 환경이 OTT 중심의 스트리밍 환경으로 재편되고 있으며, 스포츠 콘텐츠 이용도 방송이 아닌 모바일 매체를 통한 소비가 늘어나고 있다. OTT가 동영상 매체의 중심으로 자리 잡으면서 동영상 매체 이용환경이 급속히 OTT 중심으로 넘어가 스트리밍 생태계가 조성되어 가고 있는 상황이다. 국내 유료방송 가입자는 이미 단자 수를 기준으로 국내 전체 가구 수를 넘어서 보편적 시청권 제도가 도입된 당시와는 방송 방송이 많이 달라졌다.

이로 인해 지상파 외에 유료방송 PP도 국민관심행사를 중계할 수 있는 환경이 갖춰져 유료방송 미가입자의 경우 TV 방송을 통해 국민관심행사를 시청할 수 없는 상황이 발생할 수도 있다. 또한, 모바일을 통한 콘텐츠 소비가 보편화되면서 스포츠 콘텐츠 시청 또한 모바일 중심으로 이루어지고 있다. 이러한 미디어 이용 환경 변화에 따라 국민관심행사 매체 이용행태도 어떻게 변화하고 있는지 지속적으로 파악하고 이에 따른 제도 개선 방향을 고민할 필요성이 높아지고 있다.

한편, 2022년에는 카타르 월드컵이 열렸다. 2022년 카타르 월드컵은 대표팀의 선전 속에서 많은 국민의 관심 속에서 행사가 치러졌다. 국내 경기뿐 아니라 일본, 호주 등 아시아 국가의 선전, 아르헨티나와 프랑스의 역대급 결승전 등으로 인해 최근 치러졌던 국민관심행사 중 가장 폭발적인 관심을 이끌어 내는데 성공한 이벤트가 되었다. 중요한 국민관심행사가 있었던 해이니만큼 편성 현황 등 관련 이슈를 분석할 필요가 있다. 이와 관련하여 최근 수행되었던 국민관심행사 편성현황 분석을 통해 보편적 시청권 보장 측면에서 어떤 문제가 있었는지에 대해 분석할 필요가 있다.

편성현황 분석 결과를 바탕으로 2021년과 2022년에 진행된 국민관심행사에서 나타날 수 있는 문제들에 대한 대응방안 마련이 필요하다.

고시에 정해져 있는 고시 재검토 기한인 2022년 12월 31일이 도래함에 따라 국민관심행사 고시 개정 필요에 대한 논리 검토 및 실질적인 국민인식에 대한 조사가 필요하다. 실제로 국민이 보편적시청권을 보장받기 원하는 국민관심행사는 여러 가지 요인에 의해 달라질 수 있으므로 이 필요에 의해 3년마다 고시 개정 여부를 검토하도록 되어 있다. 실제로 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」가 개정된 2016년과 현재를 비교하면 상당한 변화가 발생한 상황이다. 그 사이에 2018년에는 국내에서 평창동계올림픽을 포함하여, 러시아 월드컵, 도쿄 올림픽 등 다수의 국민관심행사가 개최되었고, 2019년 실시된 대국민 인식조사 결과 스포츠 경기에 대해 국민적 관심사의 변화가 있다는 것이 확인되었다. 또한, 실질적으로 시청률이 낮고 국민적 관심사가 떨어지는 종목이라 할지라도 공익적 차원에서 시청자들의 접근권이 보장되어야 하는 경기에 대한 국민적인 인식을 조사할 필요가 있다. 이와 관련된 전문가를 대상으로 미디어 환경변화 및 국민의 스포츠 경기 관심도 변화 등을 고려하여 고시 개정 방향에 대한 의견수렴도 필요하다. 본 연구에서는 대국민인식 조사와 전문가 조사를 병행해서 실시했다.

보편적 시청권 개념에 대한 재검토, 디지털 대전환 환경에 부합하는 보편적 시청권 제도의 운영 등 보편적 시청권 제도 운영 취지에 부합하는 근본적인 제도 개선 검토가 필요하다. 국내는 보편적 시청권 개념이 국민관심행사에 대한 시청권을 보장해 주는 것으로 제도화되어 있으나 중·장기적인 관점에서 봤을 때 제도운영 취지 및 실질적인 보편적 시청권 구현 방안에 대한 근본적인 고민이 필요한 시점이다.

법·제도적으로 강제하지는 않더라도 보편적 시청권 확보를 OTT 등 인터넷을 통해 보장해주는 방안을 검토하고 이를 위해 보편적 시청권 개념을 확장하는 것에 대한 중·장기적인 관점의 검토가 필요하다. 현재 고시로 규정되어 있는 국민관심행사의 범위에 대해서도 어떻게 접근할 것인지에 대해 검토하고, 스포츠 이외의 분야도 국민관심행사에 포함시켜야 하는지에 대한 검토가 필요하다.

2. 연구 목표 및 핵심 내용

본 연구는 디지털 대전환으로 인해 미디어 환경이 급속하게 변해가고 있는 가운데 변화하고 있는 보편적 시청권 개념과 방송 개념에 대한 국민의 인식을 조사하고 그를 기반으로 고시 개정 방향과 큰 틀에서 중·장기적인 보편적 시청권 제도 개선 방향을 제시하는 것에 있다. 2022년 카타르 월드컵 등 국민관심행사가 진행되었으며, 고시 개정을 검토해야 하기 때문에 이를 위해 국민관심행사에 대한 대국민 인식 조사를 실시하여 고시 개정 여부 등을 검토하는 것을 목적으로 한다.

제 2 장 디지털 대전환에 따른 스포츠 이용행태 변화

제1절 미디어 환경 변화 및 방송 관련 개념 변화 검토

1. 미디어 환경 변화

가. 방송 이용환경 변화

방송사업자의 방송사업매출액을 살펴보면, 지난 5년간(2017년~2021년) 연평균 4%가 성장하여 2021년 19조3,502억원의 매출을 기록했다. 유료방송플랫폼 사업자는 연평균 6%가 성장한 반면, 지상파사업자는 2% 성장에 그쳤다. 무엇보다 유료방송 사업자 중 IPTV의 방송사업매출이 연평균 12%의 성장률을 보여 괄목할만한 성장률을 보였다.

<표 2-1> 매체별 방송사업매출액 추이

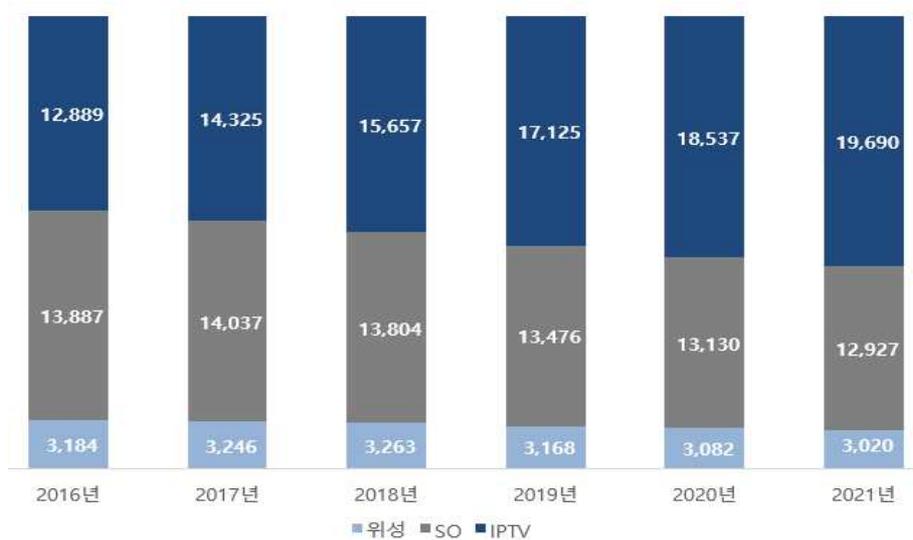
(단위: 억원)

사업구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	CAGR ('17~'21)
지상파	36,951	38,069	35,262	35,741	39,931	+2%
유료방송플랫폼	56,312	60,808	64,279	67,492	70,120	+6%
SO	21,307	20,898	20,227	19,328	18,542	-3%
위성	5,754	5,551	5,485	5,328	5,210	-2%
IPTV	29,251	34,358	38,566	42,836	46,368	+12%
PP	66,396	68,402	70,849	70,725	74,888	+3%
홈쇼핑PP	35,338	34,948	37,118	38,119	38,204	+2%
중편	7,272	8,018	8,228	9,078	10,698	+10%
일반PP	23,786	25,434	25,502	23,530	25,986	+2%
CP	5,442	5,761	6,311	6,148	8,563	+12%
계	165,101	173,039	176,701	180,106	193,502	+4%

주 1) 씨제이ENM의 일반PP와 홈쇼핑PP의 방송사업매출은 구분하여 반영
출처: 방송통신위원회(각년도), 방송사업자재 산상황공표집

국내 방송시장은 유료방송 가입자수가 가구수를 넘어설 만큼 많고, 직수 가구 비율이 낮은 것이 특징이다. 2021년 기준 유료방송 가입자 수는 약 3,564만명(IPTV 약 1,969만명, 케이블TV 약 1,293만명, 위성방송 약 300만명) 수준으로 지난 5년간 매년 가입자 수가 증가하고 있다.

[그림 2-1] 유료방송 가입자 수 추이 (단위: 천 단말장치)



자료: 과학기술정보통신부 각년도 유료방송가입자수 및 시장점유율 현황

유료방송 가입가구의 증가로 프로야구와 같은 인기 스포츠 콘텐츠는 대부분 유료 방송을 통해 중계하고 있는 상황이며, 국민들이 유료방송을 통해 스포츠 중계 및 국민관심행사를 시청하는 것이 보편화되었다. 이로 인해 보편적시청권 보장에 있어서 유료방송 PP 사업자도 가시청가구수 확보에 문제가 없다는 인식이 확산되고 있다.

제일기획이 발표한 2022년 국내 총 광고비(방송+인쇄+디지털+옥외)는 13조 9,889 억 원으로 전년 대비 20.4%가 증가한 규모라고 밝혔다(제일기획, 2022). 이는 제일 기획이 광고비 집계를 시작한 1973년 이래 최고 성장률을 기록한 것이며,

COVID-19 상황에서 디지털전환이 가속화되어 디지털광고비의 증가가 성장을 견인한 것으로 분석된다.

실제로 디지털광고 시장은 2021년 31.5%가 성장하여 시장 규모 7조원을 넘어섰으며, 광고 시장 점유율도 53.7%를 기록하여 과반을 넘어섰다. 반면, 방송광고 시장규모와 시장 점유율은 각각 4조원과 14.4%를 기록했다(제일기획, 2022). 방송광고 시장은 2021년 시행된 지상파 중간광고 시행과 케이블TV의 예능·드라마 콘텐츠 흥행이 성장을 이끈 것으로 보여진다.

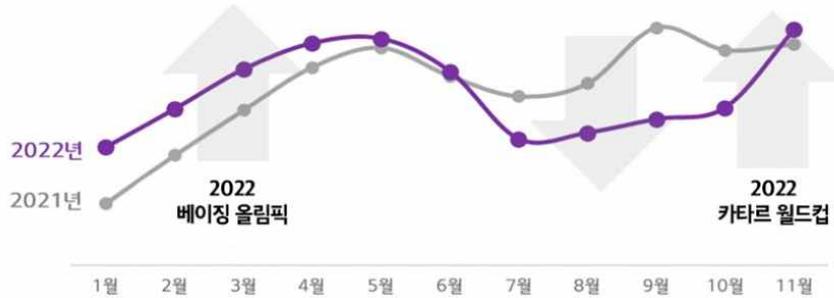
<표 2-2> 방송과 디지털 매체의 총 광고비(2020~2021년)

구분	매체	광고비(억원)			성장률(%)		구성비(%)	
		2020년	2021년	2022(F)	2021년	2022(F)	2021년	2022(F)
방송	지상파TV	11,613	13,659	14,415	17.6	5.5	9.8	9.4
	라디오	2,181	2,250	2,301	3.5	2.3	1.6	1.5
	케이블/중편	18,916	21,504	22,507	13.7	4.7	15.4	14.7
	IPTV	1,029	1,056	1,085	2.6	2.7	0.8	0.7
	위성, DMB 등	1,521	1,533	1,475	0.8	-3.8	1.1	1.0
	합계	35,260	40,002	41,783	13.4	4.5	28.6	27.3
디지털	검색형	29,142	36,165	40,560	24.1	12.2	25.9	26.5
	노출형	27,964	38,953	44,661	39.3	14.7	27.8	29.2
	합계	57,106	75,118	85,221	31.5	13.4	53.7	55.8

출처: 제일기획(2022). 2022년 국내 광고 시장 전망

2022년 1분기 방송시장은 코로나 회복에 대한 기대와 2022년 베이징 올림픽의 흥행으로 전년대비 높은 성장률을 보였으나 3분기에 들어서 우크라이나-러시아 간 전쟁 장기화와 고금리, 고물가, 고환율로 인한 경기 침체의 여파로 급락하는 모습을 보였다. 그러나 하반기에 들어서 2022년 카타르 월드컵의 영향으로 지상파 방송광고가 완판되는 등 방송광고 시장의 분위기를 역전시켰다(HSAD, 2022. 11. 28.). 이처럼 2022년 방송시장은 전년과 비교하여 유사한 규모를 기록할 것으로 예상되며, 이는 올해 개최된 국민관심행사에 대한 시청자들의 관심이 큰 영향을 미쳤기 때문인 것으로 보여진다.

[그림 2-2] 방송광고비 월별 추이 비교(2021년 vs. 2022년)



주 1) 지상파3사, 종편, 주요케이블MPP사 내부 자료
출처: HSAD(2022.11.28.) 2022년 미디어&광고 동향

2021년 기점으로 크게 증가한 방송광고 시장이 지속적인 성장세를 유지할 수 있을 것인가에 대해서는 조심스러운 상황이다. 실시간 TV시청 행태를 조사한 결과에 따르면 COVID-19 이후, 증가한 TV 시청 시간이 점차 코로나 이전으로 회귀하고 있으며, TV 디바이스를 이용한 OTT 서비스 이용이 점차 증가하는 등 OTT 서비스 이용의 영향력이 더욱 높아질 것으로 보여지기 때문이다(이혜미, 2022).

[그림 2-3] 실시간TV 시청과 TV 디바이스 내 콘텐츠 이용 비중 추이



주 1) 제일기획, 모바일 서베이, 15-59세, 600명 대상 조사
출처: 이혜미(2022). 코로나 팬데믹 2년, 위기를 기회로 만든 광고 시장

나. OTT 중심의 콘텐츠 이용 증가

1) 글로벌 OTT 시장

글로벌 OTT 시장은 지난 몇 년간의 성장 추세가 유지될 것으로 보이며, 특히 SVOD(주문형 비디오 구독) 이용이 두드러질 것으로 전망된다. 2021년에는 전 세계 모든 지역에서 전년 대비 평균 22.8%의 성장률을 보이며 총 791억 달러의 수익을 창출하는 등 OTT 상승세가 지속되었다. 이러한 OTT의 성장은 전 세계 대부분 지역에서 COVID-19 대유행으로 인해 더욱 가속화되었다. COVID-19로 인해 아날로그 경제를 디지털 경제로 바꾸는 노력이 가속화되었으며, 5G가 출시되면서 콘텐츠를 원활하게 수신할 수 있는 환경이 구축되었다. 무엇보다 다양한 콘텐츠 라이브러리, 인터넷 인프라의 확장, 높은 가치를 가진 스포츠 권리와 같은 새로운 서비스가 OTT 성장의 동인으로 작용했다.

글로벌 SVOD 사업자의 구독자수는 계속해서 증가하고 있는데, 아마존 프라임 비디오는 2021년 4월에 2억 명을 돌파했으며, 디즈니플러스는 2021년 11월에 유료가입자가 1억 1,800만명을 기록했다. 넷플릭스는 2022년 초에 전 세계적으로 2억 2,200만 명의 가입자를 확보했다고 발표했다. 넷플릭스의 2021년 가장 큰 성공사례로 국내에서 제작한 오징어게임이 꼽혔는데, 전 세계의 1억 4,200만 가구가 시청하여 1위를 기록했으며 넷플릭스는 2,140만 달러의 제작비를 투자하여 10억 달러 가까이 수익을 얻었다.

<표 2-3> 글로벌 OTT 서비스 시장 규모

(단위 : 백만 달러)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	CAGR ('21-'26)
SVOD	23,326	31,191	39,125	53,473	67,644	77,324	85,460	92,583	97,569	102,522	8.67%
TVOD	7,170	7,813	8,457	10,949	11,466	10,675	10,906	11,154	11,372	11,583	0.20%
합계	30,496	39,005	47,583	64,422	79,111	87,998	96,366	103,942	108,942	114,105	7.60%

출처 : PwC(2022), Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026

글로벌 OTT 시장의 총 수익은 2021년 791억 달러에서 2026년 1,141억 달러로 연평균 7.6%가 증가할 것으로 전망된다. 성장 폭은 2020년 봄 이후, 점차 줄어들어 전년 대비 성장률이 2021년 22.8%에서 2026년 4.7%로 감소할 것으로 보인다. OTT 시장의 성장폭은 감소하지만, 계속해서 시장은 성장할 것으로 보여지며, 이러한 성장은 OTT 구독 패키지 가격 인상과 신규 가입자가 주도할 것으로 예측된다.

SVOD 수익은 2021년부터 2026년까지 연평균 8.7%로 크게 증가하는 반면, TVOD 수익은 정체되어 연평균 0.2% 성장에 불과할 것으로 보인다. 이는 2022년 TVOD 수익이 일시적으로 6.9% 감소한 것이 작용한 것으로 보이며, 소비자의 미디어 이용이 OTT로 이동함에 따라 미국에서의 2021년 말 TV 시청 시간의 27.7%가 스트리밍 차지한 것과 같은 변화에 따른 것으로 보여진다.

2) 국내 OTT 시장

국내 OTT 시장은 COVID-19의 대유행으로 가정 내 콘텐츠 이용이 스트리밍 서비스로 전환함에 따라 2020년과 2021년에 매출이 급증했다. 특히, 2021년에 47.2%가 성장하여 16억 달러의 매출을 달성했으며, SVOD가 시장의 약 99%를 차지했다. 연평균 성장률을 고려했을 때, 2026년에는 26억 달러의 매출이 발생하여 한국이 아시아 태평양 지역에서 네 번째로 큰 시장이 될 것으로 전망된다.

<표 2-4> 국내 OTT 서비스 시장 규모

(단위 : 백만 달러)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	CAGR ('21-'26)
SVOD	486	567	701	1,069	1,585	1,883	2,126	2,318	2,440	2,561	10.08%
TVOD	12	14	16	20	18	18	19	19	19	19	1.06%
합계	498	580	717	1,089	1,603	1,901	2,144	2,337	2,458	2,580	9.99%

출처 : PwC(2022), Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026

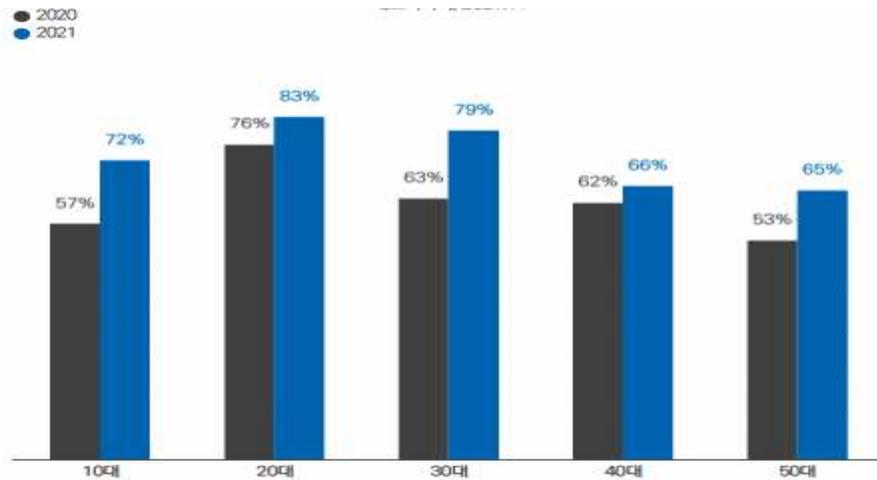
2016년 한국에 진출한 넷플릭스는 현지 콘텐츠를 확보하고 오리지널 프로그램에 투자해 시장의 발판을 마련했다. 디즈니플러스는 2021년 11월 출시하였으며, 국내에서 입지를 다지기 위해 현지 콘텐츠를 강조하고 2021년 5월에는 영화 및 TV 스튜디오인 Next Entertainment World와 5년 파트너십을 체결했다.

넷플릭스 시리즈인 오징어게임이 국제적으로 성공하면서 2021년 9월에 전 세계적으로 한국 콘텐츠의 중요성이 크게 강조되었다. 현지 오리지널 콘텐츠에 대한 투자는 결국 언어와 관계없이 국제적인 호소력을 얻을 수 있으며, 전 세계 시청자가 다른 문화를 받아들이고 싶어한다는 사실을 확인했다.

한국 콘텐츠에 대한 글로벌 OTT 사업자의 투자 증가는 국내 방송사의 우려 사항으로 작용하기도 한다. KBS, MBC, SBS는 지난 2019년 제휴를 통해 스트리밍 서비스 웨이브를 출시하면서 디즈니 콘텐츠를 제공했지만, 디즈니플러스가 한국시장에 진출하면서 기존 권리 거래가 종료되었다. 웨이브는 OTT 경쟁력 확보를 위해 오리지널 콘텐츠 제작을 위한 스튜디오를 설립하는 등 새로운 콘텐츠를 제작을 위해 9억 달러를 투자할 것이라고 발표했다.

무엇보다 COVID-19 특수로 OTT 이용률이 대폭 상승한 것으로 나타났는데 2020년과 2021년의 OTT 서비스 이용률을 비교해 본 결과, 2021년의 OTT 서비스 이용률은 73%로 전년대비 약 10%p 증가한 것으로 나타났다.

[그림 2-4] OTT 서비스 이용률 증감 추이



출처: 메조미디어(2021. 11). OTT 업종 분석 리포트

2. 방송 관련 개념 변화

스트리밍 환경의 보편화, OTT로의 기존 방송시장 수렴 등 미디어 환경 변화에 따라 콘텐츠-미디어-네트워크 등 미디어 관련 분야의 재범주화에 대한 논의가 지속적으로 이뤄지고 있는 상황이지만 방송법을 포함한 국내 미디어법 체계는 전면적인 개편이 이뤄지지 못하고 있는 실정이다.

국내 미디어법 체계는 방송법인 「방송법」, 「IPTV법」과 문체부가 담당하는 문화산업과 관련된 법인 「문화산업진흥 기본법」, 「콘텐츠산업진흥법」, 네트워크와 관련된 「전기통신사업법」, 「정보통신망법」 등 다양한 법으로 분산되어 있는 상황이다.

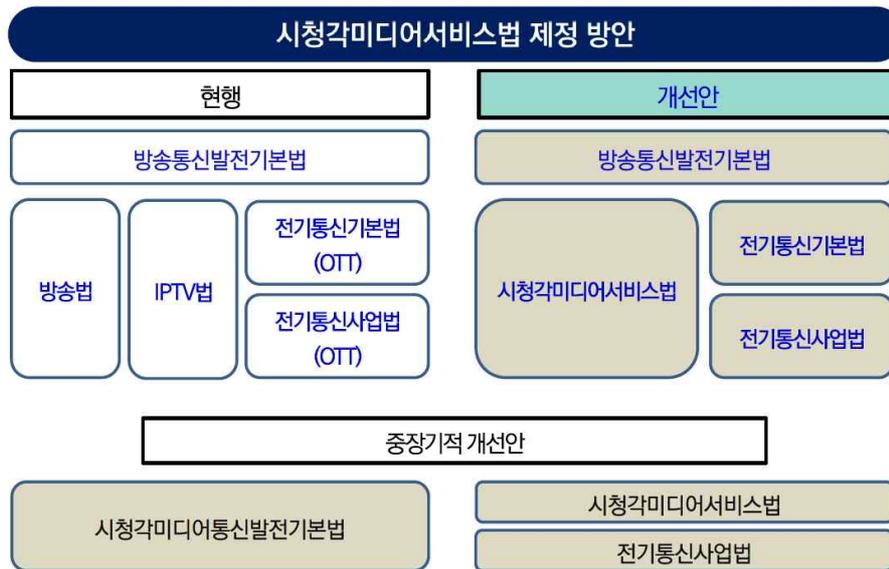
[그림 2-5] 디지털-온라인 기반 영상미디어-콘텐츠 통합 법제의 규율 대상



출처 : 오하영·이상규·이성민(2021)

방송통신위원회는 미디어 환경변화에 부응하기 위해 「시청각미디어서비스법」 제정을 추진하고 있으며, 이를 통해 ‘방송통신 융합환경을 반영하는 규제체계’를 수립하고, ‘서비스별 특성에 부합하는 규제체계’를 만들고, ‘규제의 타당성을 제고하는 규제체계를 확립’하는 한편 ‘글로벌 시장환경을 반영하는 규제체계’를 수립하고자 하고 있다(황준호, 2021). 아울러 OTT 서비스를 온라인시청각미디어서비스라는 명칭을 수범하기 위해 유형을 분류하고 있으며, 이는 향후 보편적 시청권 대상을 정하는데 영향을 줄 것으로 보인다.

[그림 2-6] 시청각미디어서비스법 제정 방안



출처 : 황준호(2021)

향후, 방송의 범주 확장과 OTT의 법적지위는 지속적으로 이슈가 될 것으로 보이며, 보편적시청권 관련 제도 또한 이에 따라 변화할 전망이다. 현재의 미디어 환경 변화를 고려할 때, 방송법상으로 수범 대상이 아닌 에이전시나 OTT 사업자가 국민 관심행사에 대한 중계권을 확보할 가능성이 존재하기 때문에 이에 대한 정책적 대응 필요성도 높아지고 있는 상황이다(노창희·이수연·윤금남·이지윤, 2021).

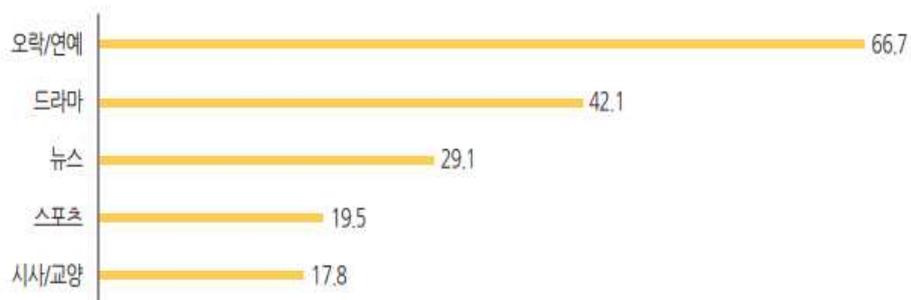
제2절 국민관심행사 및 주요 스포츠 미디어 이용행태 분석

1. OTT 스포츠 콘텐츠 증가

앞서 살펴본 것처럼 OTT 서비스 이용이 크게 증가하는 상황에서 최근 OTT 플랫폼들이 스포츠 중계권을 확보하는 등 스포츠 콘텐츠에 대한 투자를 늘리고 있다. 스포츠 콘텐츠는 일정 수준의 고정 수요를 예측·확보할 수 있으며, 독점 중계권을 확보하는 경우에는 스포츠팬들을 대상으로 플랫폼 인지도를 크게 올릴 수 있다는 장점이 있다. 실제로 국내 OTT 이용자를 대상으로 이용콘텐츠 장르를 조사한 결과, 응답자의 19.5%가 스포츠 콘텐츠를 이용한다고 응답했다(방송통신위원회, 2021).

[그림 2-7] OTT를 이용한 콘텐츠 장르 유형

(단위: %, 중복응답)



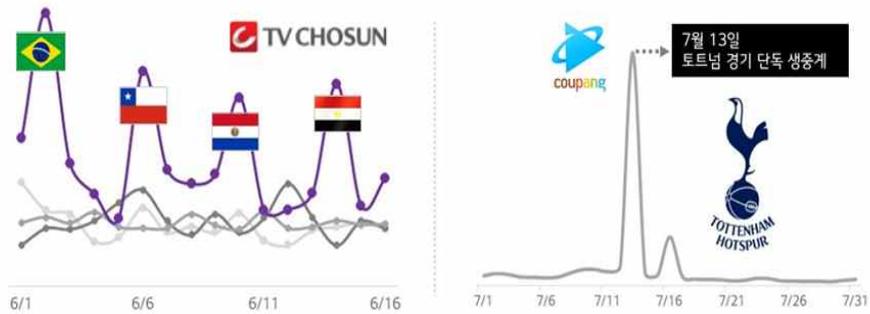
출처: 방송통신위원회(2021). 2021방송매체이용행태조사

OTT 경쟁력은 결국 오리지널 콘텐츠 파워가 결정하는 상황에서 최근 스포츠경기 콘텐츠도 OTT 서비스의 킬러 콘텐츠로서의 역할을 수행하고 있다.

TV조선은 대한민국 국가대표 A매치 단독 중계권을 확보하여 TV중계를 실시하였는데, 6월 채널 평균 시청률이 타 종편 대비 분석 타깃에 따라 4~7배 높았던 것으로

나타났다. 또한 쿠팡플레이는 7월 13일 국내에서 열린 토트넘 경기 단독생중계 서비스를 제공하여 일간 설치 건수가 평균 대비 약 13배 가까이 증가하기도 했다 (HSAD, 2022. 11. 28.).

[그림 2-8] 6월 종편 채널 별 평균 시청률과 7월 쿠팡플레이 일간 신규 설치 건 수



주 1) 시청률(닐슨코리아: 개인/수도권 기준), 일간 신규 설치 건수(모바일인덱스) 자료 출처: HSAD(2022.11.28.) 2022년 미디어&광고 동향

쿠팡플레이는 손흥민 소속 축구팀인 ‘토트넘 홋스퍼 FC’를 초청해 쿠팡플레이 시리즈 1차, 2차 경기를 쿠팡플레이에서 단독 중계했다. 무엇보다 해당 경기를 직접 관람하기 위해서는 쿠팡플레이를 구독해야 티켓을 구매할 수 있도록 했다. 쿠팡은 2023년부터 2025년까지 K리그 온라인 독점 중계권도 확보했으며, 카타르월드컵 축구대표팀 다큐멘터리 콘텐츠도 제작하는 등 스포츠 콘텐츠에 대한 투자를 지속적으로 확대하고 있다.

티빙도 UFC(종합격투기대회), 월드복싱슈퍼매치, 프랑스오픈(롤랑가로스) 등 다양한 장르의 스포츠 중계권을 확보하고 있다.

국내 뿐 아니라 글로벌 OTT 플랫폼인 애플도 MLB(미국 프로야구 메이저리그)와 계약하여 7년 동안 350경기를 생중계하며, NFL(미국 프로 미식축구)의 전경기 독점 중계권을 확보했다. 최종적으로 미국의 최고 인기 스포츠인 NFL(미식축구)의 중계권을 확보하기 위해 입찰에 참여했다고 밝혔다.

<표 2-5> OTT 사업자의 (독점)중계권 현황

사업자	중계권 현황
쿠광 플레이	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대한민국 축구대표팀 평가전(A매치) 및 2022 카타르 월드컵 2차 예선, 최종예선 ○ 토트넘 홋스퍼 FC K리그전 단독 중계 ○ 2022 아시아축구연맹(AFC) 23세 이하(U-23) 아시안컵 ○ K리그(2022년-2025년), 2023년부터 독점 중계 ○ 미국 프로 미식축구(NFL) 3년간 디지털독점생중계(2022년-2025년), 매 주말 3경기씩 생중계 편성 ○ 미국 최대 스포츠 축제인 슈퍼볼 3년간 독점 생중계(2022년-2025년) ○ NHL(북미아이스하키리그) 독점 생중계 ONE FC(아시아 최대 격투기) 등 ○ 도쿄 올림픽 온라인 단독 중계권 협상 결렬
티빙 (TVING)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2022 AFC여자 아시안컵, ○ 2022 카타르월드컵 아시아 최종예선 ○ UFC OTT 독점 중계 ○ 2021/2022 프랑스 오픈, 2022 호주 오픈 테니스 대회 독점 중계 ○ 유로 2020, 독일 분데스리가
웨이브 (WAVVE)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2022 KBO 리그 ○ 2021 FIFA 클럽 월드컵¹⁾
시즌 (Seezn)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 2021 프로야구 ○ 스페인 국왕컵인 코페델레이(CoPA DEL REY)²⁾ 8강전 생중계
애플TV	<ul style="list-style-type: none"> ○ 미국 프로야구 메이저리그(MLB) 스트리밍 서비스 송출, 미국 프로축구(MLS) 독점 중계권 확보, 미국 프로 미식축구(NFL) 스트리밍 서비스 계획중

1) FA(국제축구연맹)이 주관하는 대회로 6개 대륙의 프로축구 챔피언이 겨루는 대회
 2) 스페인의 1-4부 축구클럽이 참여하는 FA컵1월 1라운드 시작, 4월 말 결승

2. 방송채널사용사업자의 국민관심행사 중계권 확보

보편적시청권 제도가 도입되고 2013년 이후 방영된 국민관심행사들 중 일부 경기 대회 중계권을 종합편성PP와 일반PP사업자가 독점 계약하는 사례가 증가하고 있다. 변재일 의원실에서 발표한 자료에 따르면 2013년 이후 국민관심행사의 독점중계권을 계약한 유료방송 송출 방송사는 JTBC 10건, TV조선 2건, tvN 1건, 스포티비 1건 등 총 14건이 있다고 밝혔다.

<표 2-6> 종편 및 PP사업자의 독점중계권 현황

구분	대회명	계약방송사	재판매 계약 (방송사)	재판매 계약 (온라인)
친선경기	2013 동아시아컵 대회	JTBC (독점)	-	네이버, 다음
	2014 월드컵 아시아지역 지역최종예선	WSG스포츠 마케팅사	JTBC(2경기), 지상파3사(그 외)	-
	2015 동아시아컵 대회	JTBC (독점)	-	아프리카TV
	2018 월드컵 아시아지역 지역최종예선		-	네이버, 카카오, 아프리카 TV, 곰TV, SKB, KT, LGU+, POOQ
	2019 아시안컵 대회		-	POOQ TV, 다음, 옥수수, 네이버, KT, LGU+, 아프리카TV
	2019 동아시아컵 대회	스포티비	MBN(한국경기)	스포TVNOW
	2022 월드컵 아시아지역 지역 최종예선	tvN (독점)	-	-생중계 : 쿠팡플레이, 티빙 -VOD : 네이버, 카카오, 유튜브(tvNSPORT)
	2022 동아시아컵 대회	TV조선	-	쿠팡플레이
	2022 국가축구대표팀 친선경기	JTBC (독점)	-	
	WBC	2013 WBC	JTBC (독점)	-
2017 WBC		-		네이버, 카카오, 아프리카 TV, 곰TV, SKB, KT, LGU+, POOQ

올림픽	2026 밀라노 동계올림픽	JTBC (독점)	미정	미정
	2028 LA 하계올림픽			
	2030 동계올림픽			
	2032 브리즈번 하계올림픽			

출처 : 심지혜(2022.040.01).

국민관심행사를 독점 중계하는 것은 후발 방송사업자들에게 브랜드네임을 알릴 수 있는 좋은 기회인 동시에 흥행을 전제로 했을 경우, 많은 광고 수익을 얻을 수 있는 등 다양한 이점이 존재하여 높은 중계권료에도 불구하고 독점 중계권을 확보하고자 하는 사업자들의 니즈가 계속해서 있을 것으로 보여진다.

제 3 장 2022년 국민관심행사에 관한 편성 현황 분석

제 1 절 2022년 베이징올림픽 편성 현황

1. 베이징올림픽 경기 개요

가. 경기 개요

2022년 베이징동계올림픽은 2022년 2월 4일부터 2월 20일까지 17일 동안 개최되었다. 전체 15개 경기 종목에서 109개 세부 종목 경기가 열렸으며, 전 세계 91개국에서 2,861명이 참가했다. 이 중 한국 선수는 65명이 참가했으며, 우리나라는 금 2개, 은 5개, 동 2개로 종합 순위 14위를 기록했다. 베이징올림픽의 중계방송권자는 지상파 3사가 맡았으며, 온라인 중계사업자는 네이버, 웨이브, 아프리카TV, LGU+가 맡았다.

<표 3-1> 베이징올림픽 경기 개요

항목	주요 내용
경기일정	2022년 2월 4일 ~ 2022년 2월 20일(17일)
경기종목	15개 종목, 109개 세부 종목
참가인원	전체 91개국, 2,861명 참가, 한국선수 65명 참가
종합순위	금 2개, 은 5개, 동 2개로 전체 14위 기록
중계방송권자	KBS·MBC·SBS
온라인 중계사업자	네이버, 웨이브, 아프리카TV, LGU+

나. 중계방송 실시 종목

2022년 베이징올림픽의 15개 경기 종목 중 지상파3사에서는 15개의 모든 종목을 중계했다. KBS가 14개 종목을 중계편성하여 가장 많은 경기를 중계했고, MBC와

SBS가 각각 12개, 11개의 경기를 중계방송했다. 메달 가능성이 높은 인기종목의 경우, 지상파 3사가 모두 중계한 반면, 비인기 종목은 여전히 중계에서 소외되는 경향을 보였다.

지상파 4개 채널(KBS1, KBS2, MBC, SBS) 모두 중계한 경기는 루지, 봅슬레이, 스노보드, 컬링, 프리스타일스키, 피겨스케이팅이며, 3개 채널에서 중계한 경기는 쇼트트랙, 스켈레톤, 스피드스케이팅, 알파인스키 등 인기 종목이 포함되었다. 비인기 종목인 스키점프는 SBS만 단독 중계했으며, 바이애슬론과 아이스하키는 KBS에서만 중계한 것으로 나타났다³⁾.

3) 스키점프와 아이스하키는 우리나라 출전선수 없음

<표 3-2> 2022베이징올림픽 경기종목별 중계 현황

경기종목	국내선수 출전여부	KBS1	KBS2	MBC	SBS	중계 채널수	
1	노르딕복합	○	○	X	○	X	2
2	루지	○	○	○	○	○	4
3	바이애슬론	○	○	○	X	X	2
4	봅슬레이	○	○	○	○	○	4
5	쇼트트랙	○	○	X	○	○	3
6	스노보드	○	○	○	○	○	4
7	스켈레톤	○	○	X	○	○	3
8	스키점프	X	X	X	X	○	1
9	스피드스케이팅	○	○	X	○	○	3
10	아이스하키	X	○	○	X	X	2
11	알파인스키	○	○	X	○	○	3
12	컬링	○	○	○	○	○	4
13	크로스컨트리스키	○	○	○	○	X	3
14	프리스타일스키	○	○	○	○	○	4
15	피겨스케이팅	○	○	○	○	○	4
소계		-	14개	9개	12개	11개	-

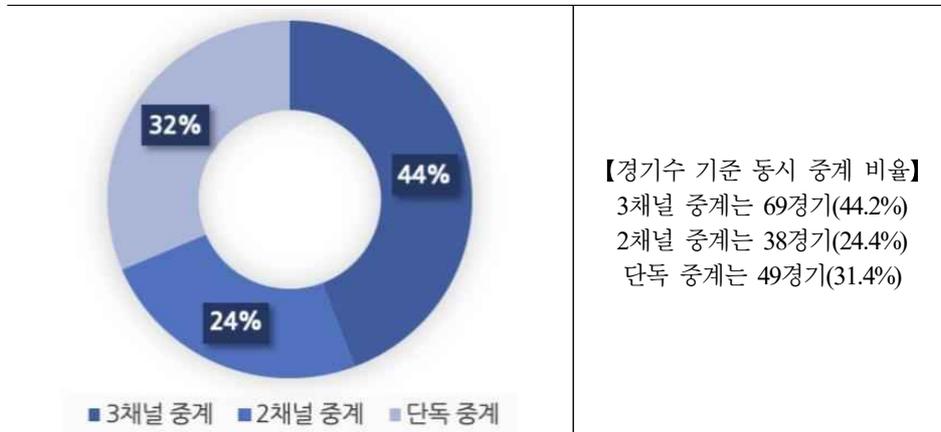
주 1) 각 경기종목을 1번 이상 중계한 현황
출처 : 각 사 편성표에서 확인

2. 베이징올림픽 편성 현황

가. 베이징올림픽 지상파 중계 현황

지상파 3사에서 중계방송된 총 156개 경기를 모수로 하여 계산한 경기수 기준 중복편성 분석 결과⁴⁾, 3채널 중계는 44%, 2채널 중계는 24%, 단독 중계는 31%로 나타났다. 2채널 이상 중계가 68.6%로 과거 국민관심행사 중복편성 결과와 비교했을 때, 여전히 적지 않은 수준인 것으로 나타났다.

<표 3-3> 2022베이징올림픽 중복편성 현황(경기 수 기준)



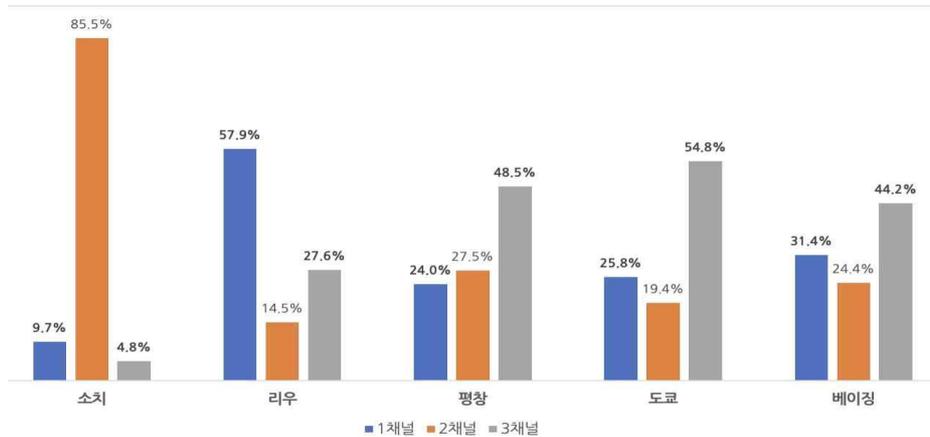
【경기수 기준 동시 중계 비율】
 3채널 중계는 69경기(44.2%)
 2채널 중계는 38경기(24.4%)
 단독 중계는 49경기(31.4%)

주 1) 개막식/폐막식, 시상식 제외
 출처 : 각 사 편성표

최근 개최되었던 2018년 평창올림픽, 2020년 도쿄올림픽과 비교 시, 3채널 중복 중계는 감소하고, 단독 중계가 증가했다. 평창올림픽의 경우, 3채널 중계는 48.5%, 2채널 중계는 27.5%, 단독 중계는 24.0%에 그쳤다. 도쿄올림픽의 경우, 3채널 이상 중계는 54.8%, 2채널 중계는 19.4%, 단독 중계는 25.8%를 기록했다.

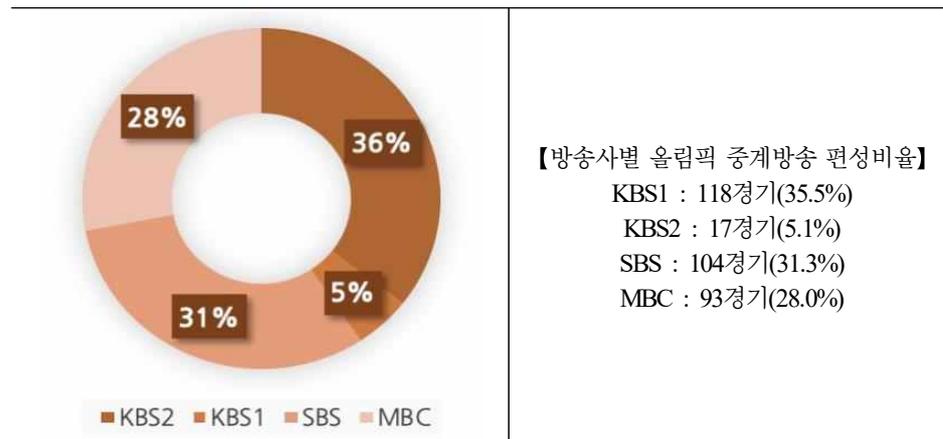
4) 편성 현황은 지상파 방송사 편성표를 기준으로 분석했으며, 다만 편성표상에 같은 시간대에 여러 경기가 한꺼번에 명시되어 있긴, 중계시간이 누락된 경우 경기 중복 별 세부 경기 시간을 알 수 없으므로 경기 수 기준으로 중복편성 현황을 분석함

[그림 3-1] 2014소치·2016리우·2018평창·2020도쿄·2022베이징올림픽 동시 중계 현황



방송사별 편성현황을 분석한 결과, 지상파 3사는 156개 경기를 총 332회 편성한 것으로 나타났다. KBS가 40.6%(135경기)로 지상파 3사 중 가장 많은 경기를 편성했으며, SBS가 31.3%(104경기), MBC가 28.0%(93경기)를 편성했다.

<표 3-4> 2022베이징올림픽 방송사별 경기 편성 현황(경기 수 기준)



주 1) 개막식/폐막식, 시상식 제외
출처 : 각 사 편성표

다. 베이징올림픽 시청률

개막식의 지상파 3사 합산 시청률은 18.0%로 도쿄올림픽(17.2%) 대비 소폭 증가한 것으로 나타났다(닐슨코리아 시청률 집계). 다만, SBS(4.1%)와 MBC(4.0%)는 개막식과 동시간대에 방송된 KBS 2TV(신상출시 편스토랑, 5.2%)와 채널A(요즘 육아 금쪽같은 내 새끼, 4.2%)의 시청률을 하회하는 등 낮은 대중적 관심도를 증명하기도 했다.

베이징올림픽에서 가장 높은 시청률을 나타낸 종목은 ‘쇼트트랙’으로 시청률 상위 50위 중에서 1~44위를 모두 차지(닐슨코리아)하여 국민들의 관심이 특정 경기 종목에 치우쳐 있다는 것을 반증했다.

지상파3사의 주요경기 시청률 평균값은 SBS 7.5%, KBS2 6%, MBC 5% 순으로 나타났다으며, SBS는 거의 모든 경기 중계에서 시청률 1위를 차지한 것으로 나타났다.

<표 3-5> 2022베이징올림픽 주요 경기 시청률 현황

경기명	경기 시각	KBS1	KBS2	MBC	SBS	합계
개막식	2월 4일 20:20-23:00	9.9	-	4.0	4.1	18.0
쇼트트랙 여자 500m 예선, 남자 1000m 예선, 혼성 계주 루지 남자 1인승 1·2차 주행	2월 5일 19:00-23:00	-	8.1	6.1	9.2	23.4
루지 남자 1인승 3차 주행	2월 6일 20:20-22:00	-	7.6	3.8	-	11.4
쇼트트랙 여자 500m 본선, 남자 1000m 본선 루지 여자 1인승 1·2차 주행	2월 7일 19:30-23:40	-	6.7	5.7	9.7	22.1
스피드 스케이팅 남자 1500m 루지 여자 1인승 3차 주행	2월 8일 19:30-22:00	-	10.7	9.6	10.6	30.9
스피드 스케이팅 남자 1500m 메달 시상식 쇼트트랙 남자 1500m, 여자 1000m 예선, 3000m 계주 준결승 루지 2인승 2차 주행	2월 9일 19:00-22:30	-	8.4	7.6	13.6	29.6

컬링 여자 예선 대한민국 vs 캐나다	2월 10일 19:50-24:00	-	7.2	6.2	6.9	20.3
쇼트트랙 여자 1000m 본선, 남자 500m 예선, 5000m 계주 준결승, 스퀘레톤 남자 3·4차 주행	2월 11일 19:00-23:00	-	5.6	7.7	10.1	23.4
스피드 스케이팅 남자 500m	2월 12일 17:50-19:30	-	10.1	6.3	10.5	26.9
쇼트트랙 여자 3000m 계주 결승	2월 13일 20:52-21:01	-	14.0	11.3	21.3	46.6
쇼트트랙 여자 3000m 계주 메달 시상식, 컬링 여자 예선 대한민국 vs 일본, 봅슬레이 남자 2인승 1·2차 주행	2월 14일 20:00-24:00	-	7.2	5.3	8.5	21.0
피겨 스케이팅 여자 싱글 쇼트프로그램 봅슬레이 남자 2인승 3·4차 주행	2월 15일 19:00-23:50	-	6.5	4.8	6.3	17.6
쇼트트랙 여자 1500m 본선, 남자 5000m 계주 결승 컬링 여자 예선 대한민국 vs 덴마크	2월 16일 20:30-24:00	10.0	6.5	6.8	13.2	36.5
컬링 여자 예선 대한민국 vs 스웨덴	2월 17일 15:00-18:00	-	4.2	3.1	5.1	12.4
스피드 스케이팅 남자 1000m 결승	2월 18일 17:30-18:50	-	4.5	3.6	4.9	13.0
스피드 스케이팅 남녀 매스 스타트 결승	2월 19일 15:00-18:30	-	4.5	4.2	4.9	13.6
폐막식	2월 20일 21:00-23:00	4.1	-	2.0	1.0	7.1

출처: 닐슨코리아, 전국 기준, 나무위키 재인용

라. 베이징올림픽 모바일·인터넷 실시간 중계 현황

네이버, LG유플러스, 웨이브, 아프리카TV는 베이징올림픽 온라인 중계권을 확보하여 VOD를 포함한 실시간 생중계를 제공했다. 국민관심행사 이벤트 중계는 OTT 플랫폼 홍보효과와 신규 가입자를 확보하기 위한 좋은 수단으로 활용되기 때문에 최근 온라인 중계 사업자들이 관련 서비스를 많이 제공하고 있는 상황이다. 포털, OTT서비스는 이동 중 스포츠 중계 시청이 가능하고, ‘라이브톡’, ‘실시간 채팅’ 등

‘함께’ 경기를 시청하는 느낌을 제공하여 차별화된 경쟁력을 확보할 수 있다.

웨이브의 경우, 2020도쿄올림픽 여자 양궁 개인전에서 안산 선수가 금메달을 딴 순간의 실시간 채널 동시접속자 수는 평시 대비 8배 수준을 기록했으며, 올림픽 선수가 출연한 예능프로그램을 비롯해 드라마 ‘마지막 승부’는 243%, 영화 ‘슈팅걸스’는 1,001%까지 시청량이 증가했다(조슬기나, 2021년 8월 6일). 네이버의 경우에도 2020도쿄올림픽 여자배구 대한민국:터키전의 동시 접속자 수는 140만 명, 여자 양궁 개인 금메달 결정전 83만명이 동시접속한 것으로 나타났다(김성모, 2021년 8월 5일).

<표 3-6> 2022년 베이징올림픽 모바일·인터넷 중계 현황

플랫폼	중계 종목	제공서비스	이용 금액	기타
네이버	전 종목	생중계, 주요 경기 다시보기, 하이라이트	무료	특집페이지 (주요경기 소식, 각 종목별 이슈), 실시간채팅(라이브톡), 응원챌린지, 승부예측퀴즈쇼
웨이브	전 종목	생중계, 다시보기, 하이라이트	무료	베이징올림픽 특별관 운영, 올림픽 출전선수 출연 방송프로그램, 관련 스포츠 영화/드라마 등 콘텐츠 제공
아프리카 TV	전 종목	생중계, 다시보기, 하이라이트	무료	BJ 편파중계, 시청인증이벤트, 대한민국대표팀 올림픽 최종순위 및 금메달 획득개수 맞히기 이벤트
LGU+ 모바일tv	전 종목	생중계, 주요 경기 다시보기, 하이라이트	무료	‘베이징올림픽특별관’ 신설

3. 베이징올림픽 편성 분석 결과 및 시사점

베이징올림픽은 코로나19 감염병 위기, 우크라이나-러시아 전쟁 위기 등 불안정한 대외상황과 국내 대선 시기가 맞물리면서 전반적으로 국민들의 관심이 높지 않았다. 그럼에도 불구하고 메달가능성이 높은 인기 종목의 경우, 여전히 지상파 3사

의 동시 중계 관행이 이어졌으며, 높은 시청률을 보였다. 실제로 쇼트트랙 여자 3,000m 계주 결승은 46.6%, 남자 5,000m 계주 경기는 43.8%, 스피드스케이팅 남자 1,500m는 30.9%의 시청률을 기록했다(강애란, 2022. 02. 20). 이는 2018년 평창올림픽, 2020년 도쿄올림픽과 마찬가지로 우리와 시차가 거의 없어 주시청시간대에 실시간 중계로 인해 시청률이 다소 높았던 것으로 추정된다. 반면, 지상파 정규프로그램의 결방이 많았고, 메달권에서 거리가 먼 비인기종목(스키점프, 바이애슬론, 노르딕복합 등)은 중계에서 소외되는 경향도 나타났다.

2022년 베이징올림픽의 경우 여전히 중복편성이 과도한 수준으로 이뤄지고 있어 순차편성을 위한 실효성 있는 제도 개선 방안 마련이 필요해 보인다. 과거 국민관심행사의 2채널 이상 중복편성 비율과 비교해보면, 2014년 소치올림픽 90.3%, 2016년 리우올림픽 42.1%, 2018년 평창올림픽 76.0%, 2020년 도쿄올림픽 74.2%, 2022년 베이징올림픽 68.6%로 계속해서 높은 중복편성 비율을 보이고 있다. 이를 위해 방송사업자에게 순차편성 의무를 부여하는 방안과 방송사업자 자율협의체를 통해 적극적인 참여와 협의를 유도하는 방안을 검토할 필요가 있다. 인기종목 위주의 중복편성을 최소화하고, 다양한 경기종목을 모두 시청할 수 있도록 비인기 종목 편성 확대를 통한 시청권 보장이 필요하다.

제 2 절 2022년 카타르월드컵 편성 현황

1. 카타르월드컵 경기 개요

2022년 카타르월드컵은 2022년 11월 20일부터 12월 18일 동안(현지기준) 개최되었다. 월드컵 사상 최초로 중동 아랍 지역에서 개최되었으며, 통상 6월 중순에 개막되던 것과 달리 중동에 위치한 카타르의 경우 한낮 기온이 섭씨 50도 수준의 폭염 임을 고려하여 11월 연말에 경기가 개막되었다. 우리나라는 H조에 속해 포르투갈, 우루과이, 가나와 조별리그 경기를 치렀으며, 1승 1무 2패로 최종 16강 진출이라는 기록을 달성했다. 카타르월드컵의 중계방송권자는 지상파 3사가 맡았으며, 온라인 중계사업자는 네이버, 웨이브, 아프리카TV, LGU+가 맡아 온라인을 통해 월드컵 콘텐츠를 제공했다.

<표 3-7> 카타르월드컵 경기 개요

항목	주요 내용
경기일정	2022년 11월 20일 ~ 2022년 12월 18일(현지기준)
최종순위	한국 16강 진출(1승 1무 2패)
중계방송권자	KBS·MBC·SBS
온라인 중계사업자	네이버, 웨이브, 아프리카TV, LGU+

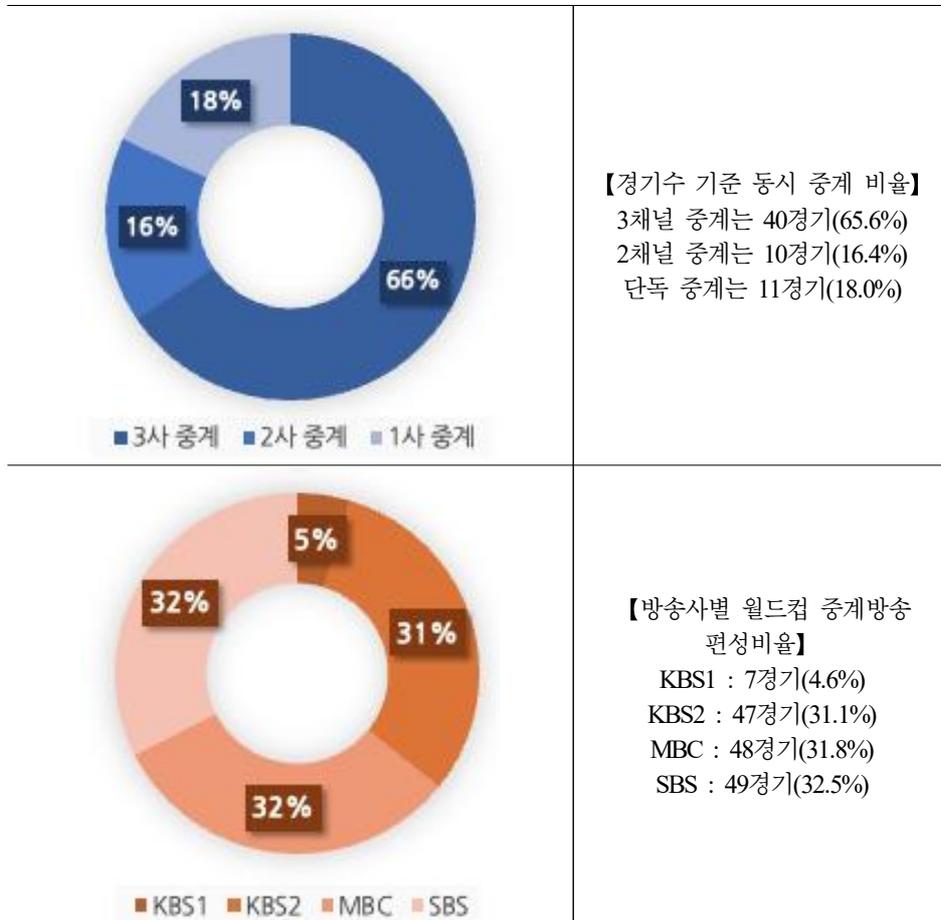
2. 카타르월드컵 편성 현황

가. 카타르월드컵 지상파 중계 현황

카타르월드컵 참가국 32개국이 총 64번의 경기를 치렀으며, 지상파3사에서는 61개의 경기를 중계 방송했다. 카타르월드컵의 중복편성은 50건(82%)로 나타났다. 경

기 수를 기준으로 3사 중계는 65.6%(40경기), 2사 중계는 16.4(10경기)%, 단독 중계는 18.0%(11경기)로 3사 중계가 특히 높게 나타났다. 방송사별 편성현황을 분석한 결과, KBS가 35.7%(54경기)로 지상파3사 중 가장 많은 경기를 편성했으며, SBS가 32.5%(49경기), MBC가 31.8%(48경기)를 편성했다.

<표 3-8> 2022카타르월드컵 중복편성 현황(경기 수 기준)



주 1) 개막식/폐막식, 시상식 제외
출처 : 각 사 편성표

다. 카타르월드컵 시청률

카타르월드컵은 손흥민, 김민재 등 유럽리그에서 활약하고 있는 스타선수들의 참여로 조별리그부터 많은 관심을 받아 높은 시청률을 기록했다. 카타르와의 시차가 6시간이 존재했음에도 불구하고 경기 시간이 한국 기준 저녁 10시, 12시에 열려 경기를 시청하기에 어렵지 않은 상황인 점도 작용한 것으로 보인다. 한국이 속한 H조의 조별리그 시청률은 32%-41%로 나타났으며, 16강 경기의 경우, 조별리그보다 시청률이 크게 감소했으나 이는 경기 시간이 한국 시간으로 새벽 4시에 열린 것이 작용했기 때문인 것으로 보인다.

<표 3-9> 2022카타르월드컵 주요 경기 시청률 현황

해당국가	세부종목	KBS	MBC	SBS	합계
한국:우루과이	조별리그	7.7%	18.2%	15.8%	41.7%
한국:가나	조별리그	6.3%	20.0%	12.8%	39.1%
한국:포르투갈	조별리그	4.4%	16.9%	11.2%	32.5%
한국:브라질	16강	2.7%	10.7%	5.8%	19.2%
아르헨티나:프랑스	결승	2.3%	8.8%	5.7%	16.8%
평균시청률		4.7%	14.9%	10.3%	29.9%

출처: 닐슨코리아, 전국 기준

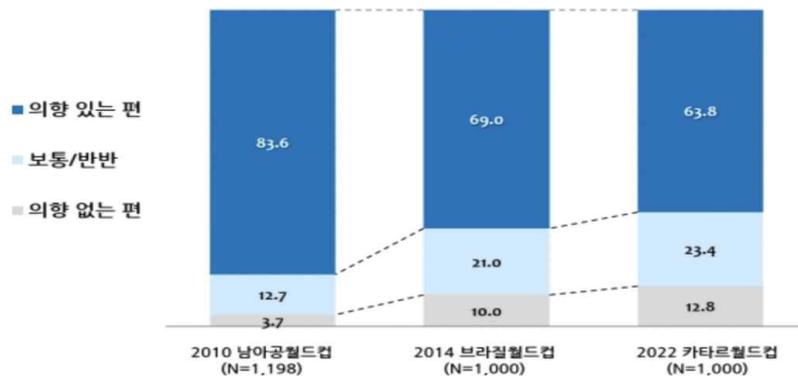
3. 카타르월드컵 편성 분석 결과 및 시사점

시장조사전문기관 엠브레인 트렌드모니터가 카타르월드컵에 대한 관심정도를 조사한 결과, 카타르월드컵 관심도는 55.7%로 조사되었는데, 이는 지난 2010년 남아공 월드컵 83.7%, 2014년 브라질 월드컵 69%의 관심도보다 크게 하락한 것으로 나타났다. 또한 월드컵 기간 중 ‘한국전’의 시청 의향을 묻는 질문에서도 전체 응답자의 64%가 시청 의향이 있다고 응답했으나, 이전 월드컵 결과와 비교했을 때 전반적으로 시청의향이 감소한 것을 확인할 수 있었다.

이처럼 카타르월드컵에 대한 낮은 기대에도 불구하고, 개막식에서 BTS 멤버가 카

타르월드컵 공식 주제곡을 불러 무대 하이라이트를 장식했으며, 친선경기 등에서 저조한 성적을 보였던 대표팀도 16강에 진출하는 등 기대 이상의 성적을 거두면서 시청자들의 많은 관심을 받았다.

[그림 3-2] 월드컵 기간 중 ‘한국전’ 시청 의향



주 1)전국 만 19~59세 성인 남녀 1000명을 대상
출처 : 엠브레인 트렌드모니터(2022.11.24.)

카타르월드컵은 총 64개 경기 중 조별리그 3개의 경기(11월 23일 모로코:크로아티아, 11월 26일 폴란드:사우디아라비아, 12월 3일 세르비아:스위스)가 지상파3사에서 중계되지 않았다. 모로코:크로아티아 경기는 MBC SPORTS+에서 단독중계되었으며, 폴란드:사우디아라비아 경기는 지상파3사 PP채널(KBS N SPORSTS, MBC SPORTS+, SBS Sports)에서 중계되었다. 세르비아:스위스 경기는 KBS N SPORSTS, MBC SPORTS+에서 중계되었다. 카타르월드컵은 우리나라와 6시간의 시차가 있음에도 불구하고 대부분의 주요 경기는 지상파3사에서 국내 시간으로 새벽시간대에 중계되었지만, 모로코:크로아티아, 폴란드:사우디아라비아 경기는 각각 저녁 6시 30분, 9시 30분 등 주요 시간대에 경기가 열려 지상파 PP채널에서 편성된 것으로 보인다. 문제는 유료방송을 이용하지 않는 시청자는 해당 경기들을 시청할 수 없어 순차 편성과 보편적시청권 보장에 대한 개선이 필요해 보인다.

제 4 장 국민관심행사 기준에 관한 이슈 분석

제 1 절 국민관심행사 기준 연혁

1. 보편적시청권 개념 및 제도

가. 보편적시청권 개념

방송에서 보편적시청권은 시청자가 반드시 시청해야 할 콘텐츠에 대한 접근권을 보장해줘야 한다는 개념을 의미한다. 방송의 보편적시청권(The Universal Access Right)은 시청자가 물리적, 경제적 불편 없이 방송서비스를 시청할 수 있는 권리를 의미하며, 방송서비스에 대한 접근권부터 콘텐츠 이용에 관한 권리를 포함한다.

보편적 접근권의 개념은 전기통신서비스에서 사용되었던 보편적서비스 개념을 방송에 적용한 것이다. 보편적서비스란 일반적으로 “모든 이용자가 언제 어디서나 적절한(affordable) 요금에 제공받을 수 있는 기본적인 정보통신서비스”를 지칭한다. 방송통신융합이 진전되면서 방송에서도 보편적서비스 개념이 도입되어야 한다는 주장이 지속적으로 제기되었다.

보편적서비스를 방송에 적용한 개념이 ‘보편적시청권’ 개념이라고 할 수 있으며, 행위적으로는 내용의 보편성을 보장하는 형태로 구현되었다. 통신의 보편적서비스 개념을 방송에 차용하면 시청자가 반드시 봐야 할 콘텐츠에 대한 시청을 보장해주는 것이며, 구체적으로는 서비스에 대한 커버리지, 난시청 해소 등이 이슈로 제기되었다. 이에 따라, 중요한 방송 내용을 전 국민을 대상으로 보편적으로 접근이 가능한 환경을 조성해야 주어야 한다.

나. 보편적시청권 도입 배경

지난 2006년 유료방송 매체인 아이비(IB)스포츠가 축구 국가대표팀의 아시안컵 2

차 예선경기인 시리아전을 독점 중계하면서 보편적시청권이 주목받기 시작했다. 아이비(IB)스포츠는 2006년부터 2012년까지 7년 동안 아시아축구연맹(AFC)이 주관하는 모든 경기의 국내 독점 중계권을 확보한 뒤 지상파에 중계권을 재판매하지 않았다. 아이비(IB)스포츠가 확보한 중계권은 2008년 베이징올림픽, 2010년 남아프리카 공화국 월드컵, 2012년 런던 올림픽 등 AFC가 주관하는 주요 축구경기의 아시아지역 최종예선 경기가 포함되었고, 지상파, 케이블, 위성 뿐 아니라 DMB, IPTV에 대한 중계권까지 포함되었다. 지상파방송으로 시청할 수 있었던 비교적 국민적 관심이 높은 스포츠 경기를 지상파방송에서 시청할 수 없게 되면서 국민의 시청권 보장에 대한 필요성이 제기되었고, 지상파방송사가 '무료'로 '우선'적으로 국민적 관심이 높은 이벤트 경기를 방송해야 한다는 '보편적 접근권' 개념이 생겨나기 시작했다.

이러한 보편적 접근권과 관련한 논의는 2007년 1월 26일 방송법에 보편적시청권 조항을 제정함으로써 제도화되었다.

<표 4-1> 보편적시청권 제도 관련 방송법

제2조(용어의 정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

25. “보편적시청권”이라 함은 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요행사에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있는 권리를 말한다.

제76조(방송프로그램의 공급 및 보편적시청권 등) ② 방송통신위원회는 제76조의2의 규정에 따른 보편적시청권보장위원회의 심의를 거쳐 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요 행사(이하 "국민관심행사등"이라고 한다)를 고시하여야 한다. 이 경우 방송통신위원회는 문화체육관광부장관, 방송사업자 및 시청자의 의견을 들어야 한다.

③ 국민관심행사등에 대한 중계방송권자 또는 그 대리인(이하 "중계방송권자등"이라 한다)은 일반국민이 이를 시청할 수 있도록 중계방송권을 다른 방송사업자에게도 공정하고 합리적인 가격으로 차별 없이 제공하여야 한다.

④ 방송사업자는 제1항 및 제3항의 규정을 위반하는 행위에 관하여 방송통신위원회에 서면으로 신고할 수 있다.

제76조의2(보편적시청권보장위원회) ① 제76조제2항의 규정에 따른 국민관심행사등의 고시 등에 관한 업무의 원활한 수행을 위하여 방송통신위원회에 보편적시청권보장위원회를

둔다.

② 보편적시청권보장위원회 위원은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 얻어 7인 이내로 위촉한다.

③ 보편적시청권보장위원회의 구성과 운영에 관하여 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다.

제76조의3(보편적시청권 보장을 위한 조치 등) ①방송사업자 및 중계방송권자등은 제76조제3항의 규정에 따른 일반국민의 보편적시청권을 보장하기 위하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위(이하 이 조에서 "금지행위"라 한다)를 하거나 제3자로 하여금 이를 하도록 하여서는 아니 된다.

1. 중계방송권자등으로서 국민 전체가구 중 대통령령으로 정하는 비율 이상의 가구가 국민관심행사등을 시청할 수 있는 방송수단(이하 "보편적 방송수단"이라 한다)을 확보하지 아니하는 행위

2. 중계방송권을 확보하였음에도 불구하고 정당한 사유 없이 국민관심행사등을 보편적 방송수단을 통하여 실시간으로 방송하지 아니하는 행위

3. 정당한 사유 없이 중계방송권의 판매 또는 구매를 거부하거나 지연시키는 행위

4. 정당한 사유 없이 국민관심행사등에 대한 뉴스보도나 해설 등을 위한 자료화면을 방송사업자와 인터넷 멀티미디어 방송사업자 등에게 제공하지 아니하는 행위

② 방송통신위원회는 금지행위를 하였거나 제3자로 하여금 이를 하도록 한 방송사업자 및 중계방송권자등에 대하여 금지행위의 중지 등 필요한 시정조치를 명할 수 있다. 이 경우 방송통신위원회는 시정조치를 명하기 전에 당사자에게 기간을 정하여 의견진술의 기회를 주어야 한다. 다만, 당사자가 정당한 사유 없이 이에 응하지 아니하는 때에는 그러하지 아니한다.

③ 방송통신위원회는 금지행위를 하였거나 제3자로 하여금 이를 하도록 하였는지에 대한 사실관계의 조사를 위하여 필요한 경우 대통령령이 정하는 바에 따라 방송사업자 및 중계방송권자등에게 자료제출을 요청할 수 있고, 소속 공무원으로 하여금 방송사업자 및 중계방송권자등의 사무소 또는 사업장에 출입하여 조사를 하게 할 수 있다.

④ 방송통신위원회는 방송사업자 및 중계방송권자등이 정당한 사유 없이 제2항의 규정에 따른 시정조치를 이행하지 아니하는 때에는 당해 중계방송권의 총계약금액에 100분의 5를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위 안에서 과징금을 부과할 수 있다.

⑤ 제3항의 규정에 따라 조사를 하는 공무원은 그 권한을 표시하는 증표를 지니고 이를 관계인에게 내보여야 한다.

⑥ 금지행위의 세부적인 유형 및 기준에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제76조의4(중계방송권의 공동계약 권고) 방송통신위원회는 국민관심행사등에 대한 보편적시청권을 보장하고 중계방송권 확보에 따른 과도한 경쟁을 방지하기 위하여 중계방송권 계약에 있어서 방송사업자 또는 중계방송권자등에게 공동계약을 권고할 수 있다.

제76조의5(중계방송의 순차편성 권고 등) ①방송사업자는 국민관심행사등에 대한 중계방

송권을 사용함에 있어서 과도한 중복편성으로 인하여 시청자의 권익을 침해하지 아니하도록 하여야 하며, 채널별·매체별로 순차적으로 편성하기 위하여 노력하여야 한다.

② 방송통신위원회는 제1항의 채널별·매체별 순차편성이 효율적으로 이루어질 수 있도록 방송사업자에 대하여 권고할 수 있다.

다. 국민관심행사 제도

국민관심행사는 ‘국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회와 국민적 관심이 집중되는 국가적 차원의 주요행사’를 의미(방통위 고시 제2016-14호)한다. 2016년 개정된 고시에서는 국민관심행사 등의 종류를 세부적으로 규율하는 한편, 고시 재검토기한을 3년으로 규정하였다. 현행 방송법상에서는 보편적시청권을 보장해야 하는 국민관심행사 종목과 방송 수단 커버리지에 관한 사항을 규정하고 있다. 방송법 제76조제2항에 근거한 고시에서는 국민관심행사 종류에 따른 방송 커버리지를 국민 전체 가구 수의 90% 이상 또는 75% 이상으로 규정하고 있다.

<표 4-2> 보편적시청권 관련 고시 세부내용

제1조(목적) 이 고시는 방송법 제76조제2항에 따른 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요 행사(이하 "국민관심행사등"이라고 한다)를 규정하는 것을 목적으로 한다. 제2조(용어의 정의) "국민관심행사등"이란 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회와 국민적 관심이 집중되는 국가적 차원의 주요행사를 의미한다.

제3조(국민관심행사등의 종류) 국민관심행사등은 다음 각 호의 규정에 따라 분류한다.

1. 국민 전체가구 수의 100분의 90 이상 가구가 시청할 수 있는 방송 수단을 확보해야 하는 국민적 관심이 큰 체육경기대회는 동·하계 올림픽과 FIFA(국제축구연맹)가 주관하는 월드컵 중 성인남자 및 성인여자 국가대표팀이 출전하는 경기로 한다.
 2. 국민 전체가구 수의 100분의 75 이상 가구가 시청할 수 있는 방송 수단을 확보해야 하는 국민적 관심이 큰 체육경기대회는 동·하계아시아경기대회, 야구WBC(월드베이스볼클래식) 중 국가대표팀이 출전하는 경기, 성인남자 국가대표팀이 출전하는 AFC(아시아축구연맹) 및 EAFF(동아시아축구연맹)가 주관하는 경기(월드컵축구 예선포함), 양 축구협회간 성인남자 국가대표팀이 출전하는 평가전(친선경기 포함)으로 한다.
-

세부종목은 가구 수를 기준으로 커버리지 확보 범위(90/100 이상 또는 75/100 이상)에 따라 지정하고 있다. 전체 가구 수의 90% 이상 시청가능 경기는 동·하계 올림픽, FIFA 주관 성인 남녀 국가대표 경기가 있으며, 75% 이상 시청가능 경기는 동·하계 아시안게임, WBC, 성인남자 국가대표가 출전하는 AFC(아시아축구연맹), EAFF(동아시아축구연맹) 주관 경기, 성인 남자 국가대표 A매치가 포함된다.

<표 4-3> 보편적시청권 관련 고시 세부내용

구분	2016년 고시 세부종목
국민 전체가구 수의 100분의 90 이상	1. 동·하계 올림픽 2. FIFA(국제축구연맹)가 주관하는 월드컵 중 성인남자 및 성인여자 국가대표팀이 출전하는 경기
국민 전체가구 수의 100분의 75 이상	1. 동·하계 아시아경기대회 2. 야구WBC(월드베이스볼클래식) 중 국가대표팀이 출전하는 경기 3. 성인남자 국가대표팀이 출전하는 AFC(아시아축구연맹) 및 EAFF(동아시아축구연맹)가 주관하는 경기(월드컵축구예선포함) 4. 양 축구협회간 성인남자 국가대표팀이 출전하는 평가전(친선경기 포함)

2. 미디어 환경 변화와 보편적시청권 제도 변화

가. 미디어 환경 변화와 보편적시청권 제도 변화

국내에 보편적시청권 제도가 도입될 당시에는 ‘무료’의 개념보다 일정 수준 이상의 방송 도달범위 보장과 사업자들 간의 공정경쟁 유도가 목적이었다고 할 수 있다. 2007년 보편적시청권과 관련하여 방송법이 제·개정된 것은 ‘국민적 관심이 매우 큰 체육경기 대회와 그 밖에 주요행사’ 등에 대해 일반 국민의 보편적시청권을 보장하기 위해 행사 주관 단체와 계약을 맺은 방송사업자 및 중계방송권자는 공정하고 합

리적 가격으로 차별 없이 다른 방송사업자에게 중계방송권을 제공하도록 하는 것이 주요 목적이 있었다. 그렇기 때문에 보편적시청권을 보장하기 위한 수단으로써 방송 커버리지를 기준으로 설정하였다.

2008년 고시 제정 이전에는 월드컵 등 국민적 관심이 높은 이벤트 중계권을 가진 사업자가 전체 가구의 90% 이상이 시청 가능한 방송수단을 확보하지 않는 것을 금지행위로 규정할 것으로 밝혔다. 방송법상 보편적시청권 개념은 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요행사 등에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있는 권리를 말하는데 국민관심행사 접근권을 보장하는 형태로 ‘무료’ 또는 ‘매체’에 대한 개념은 관련법에 반영되어 있지 않았다. 이후 2010년 남아공월드컵을 전후로 지상파의 방송 커버리지와 관련한 논란이 많았지만⁵⁾, 그 당시 방송 커버리지가 90%를 상회하는 방송사는 실질적으로 지상파밖에 없었으므로 결과적으로 국민관심행사 중계가 가능한 사업자는 ‘무료’로 방송을 제공하고 있었던 방송사만 가능한 구조였다. 따라서 당시에는 가입자가 비용을 지불하는 유료 방송을 통해서도 국민관심행사를 중계하는 것이 불가능했다.

정리하자면 보편적시청권 제도가 도입될 당시에는 무료의 형태로 방송 커버리지를 보장하는 것이 가능한 구조였으나, 현재의 미디어 환경에서는 방송 커버리지 규제로는 무료의 형태로 보편적시청권을 보장하는 것은 실질적으로 어려운 상황이다. 과거 유료방송 가입 가구가 90%에 미치지 못했던 시기에는 지상파만 중계하는 것이 가능했으나, 현재는 유료방송 가입 가구가 전체 가구 수를 넘어섰기 때문에 규제의 수단을 통해 무료 보편적인 시청 환경 구현이 실질적으로 불가능하다.

5) SBS가 2010년 남아공 월드컵을 단독중계하면서 KBS는 SBS의 커버리지가 90%를 충족하지 못하여 중계의 부당성을 주장

<표 4-4> 보편적시청권 제도 개선 주요 연혁

시기	주요내용	제·개정사항
2007. 1.	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보편적시청권 제도 도입 - 방송법에 보편적 시청권 제도 도입하고 보편적시청권 보장위원회, 공동계약 권고, 순차편성, 금지행위 위반에 대한 행정처분 등을 규정 ※ 보편적 시청권 정의(방송법 제2조제25호) : 국민적 관심이 매우 큰 체육경기대회 그 밖의 주요행사 등에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있는 권리 	방송법 개정
2008. 5.	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보편적 시청권 관련 금지행위 등을 세부 규정 	시행령 개정
2008. 8. 2009. 11.	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그밖의 주요행사」 	고시 제정
2011. 12.	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보편적 시청권 금지행위 세부기준을 규정한 「보편적 시청권 관련 금지행위 세부기준」 	고시 제정
2016. 1.	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보편적시청권 금지행위 등을 방송법으로 상향입법 - 기존 시행령(60조의 3)에 규정된 보편적 방송수단 확보, 실시간 방송 의무, 중계방송권의 거래거절, 자료화면 제공 등 위반사항을 법(76조의3)에 반영 	법 개정
2016. 12.	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「국민관심행사」 고시 개정 	고시 개정

나. 방송 플랫폼 다양화에 따른 논의 확장 필요

방송환경의 진화와 OTT 등 신유형 매체 진입과 활성화로 보편적시청권을 보장하기 위한 플랫폼 범위의 확장 논의가 진행되고 있다. 방송콘텐츠 플랫폼이 지상파, 유료방송 등 전통매체에서 온라인·모바일 매체로 확장되는 가운데 플랫폼과 관련하여 보편적시청권을 보장하는 정책의 변화도 고려되어야 한다는 의견이 제기되고 있다.

다양한 플랫폼의 특성을 고려하여 상대적으로 관심이 낮은 경기종목에 대해서는 포털 등 온라인 매체의 전송권 구매를 권고함으로써 다양한 콘텐츠의 접근성 향상에 기여하는 등 IP 기반 플랫폼을 활용하는 것을 검토할 수도 있다.

이처럼 온라인·모바일 매체의 보편적시청권 보장과 관련해서는 중장기적인 관점

에서 어떻게 접근해야 할지 고민이 필요하다. 전통매체인 방송플랫폼의 중계방송 콘텐츠가 온라인 플랫폼으로 옮겨갈 경우 중계권 및 재전송권 등 협상의 어려움과 지적재산권 이슈가 발생할 수 있고, 이 같은 현상으로 인해 나타나는 부작용을 방지하는 것에 대한 정책적 판단이 필요하다. 또한 포털, OTT 등과 같은 신유형 매체가 보편적시청권과 관련된 현행법상의 적용을 받기 위해서는 대상이 되는 사업자 정의 등 관련법의 개정이 요구되는 사안이므로 장기적 관점에서 접근해야 한다. 이용자의 편익과 시장의 공정경쟁을 저해하지 않는 원칙하에서 플랫폼 간의 협상과 경쟁이 적절히 이루어지도록 정책적 기반을 다지는 것이 필요한 시점이다.

3. 보편적시청권 관련 해외 법·제도

가. 영국

영국의 경우, 1996년 개정된 영국 방송법 「Broadcasting Act 1996」을 통해 ‘문화 미디어 및 스포츠부’(Culture Media and Sport) 장관은 스포츠 및 국가적 행사를 지정하여 무료 방송에서 송출토록 명령할 수 있는 권리를 갖게 되었다. 지정목록은 문화 미디어 및 스포츠부 장관이 방송사와 스포츠 단체, 스포츠 중계 라이선스 사업자 및 기타 이해당사자와 협의하며, BBC와 S4C, Ofcom과 영국 방송정책 결정자, 라이선스 소유자 등과의 질의응답 및 협상으로 상시 추가 및 삭제가 가능하다. Ofcom은 목록에 포함된 행사들의 중계를 배타적으로 집행되는 것을 제한하고, 이를 준수하지 않거나 Ofcom에 거짓으로 정보를 제공하는 경우 중계 라이선스 소유자에게 재정적 처벌을 가할 수 있다. 국가적 행사 지정 목록은 A그룹과 B그룹으로 분류되며, 목록에 포함된 항목들은 해당 이벤트나 행사가 진행되는 동안 방영하는 것을 원칙으로 하나, 올림픽이나 FIFA 월드컵과 같이 동시에 전체 경기를 중계할 수 없는 경우에는 지연이 가능하다. A그룹은 지정목록의 전송은 방송 수신에 대한 특별한 조치 없이 제공되고, 영국 인구 중 최소 95%가 이용하는 서비스로 제한된다. 2022년 현재 이 기준을 충족하는 서비스는 Channel 3(ITV1), Channel 4, BBC 1, BBC 2,

Channel 5(Five) 등 다섯 개 채널이 있다. B그룹은 중계권을 소유한 방송사업자가 목록 전송 자격을 가진 방송사(qualifying broadcasters)에 2차 중계권을 제공해야 하는 목록이다.

2022년 4월, 영국 정부는 향후 영국 방송산업 정책의 기초를 담은 백서인 ‘다음으로, 정부의 방송산업 전망’(Up Next, The Government’s vision for the broadcasting sector)를 발행하였으며 현재 미디어 환경을 반영한 보편적시청권 서비스 도입을 검토할 것임을 밝히고 있다. 현재 영국에서 적용되는 보편적시청권 제도의 기반은 1996년에 마련되었기 때문에 현재 스포츠 중계상황, 특히 온라인을 통한 주문형 서비스나 디지털 중계권 등이 포함되지 않고 있다는 한계가 존재한다고 지적했다. 또한, 시청자의 시청 습관이 변화했다는 점과 보편적시청권에 포함된 ‘스포츠와 기타 목록 및 지정된 행사’의 적합성에 대한 근본적인 검토가 필요하다는 점을 지적하고 있다. 예를 들어 올림픽 경기 중계에서 BBC가 확보한 중계권 외에 다른 종목들이 다른 방송사나 온라인 서비스에 제공된다면, 보편적시청권이 훼손될 여지가 발생할 수 있다. 이에 영국정부는 현재 텔레비전 중계로 국한되어 있는 보편적 서비스 역할을 온라인과 디지털로 확대하는 방안을 검토할 것이라 발표했다.

나. 호주

호주의 보편적시청권 정책은 주요 스포츠 경기들을 무료방송에서 시청할 수 있도록 하는 ‘안티 사이포닝 제도(anti-siphoning scheme)’와 방송사가 중계 라이선스를 구매했음에도 불구하고 방영하지 않는 것을 방지하는 ‘안티 호딩 제도(anti-hoarding scheme)’로 구성되어 있다. 1992년의 ‘방송서비스법(Broadcasting Services Act)’을 통해 도입된 ‘안티 사이포닝 제도’는 당시 호주에서 유료방송 서비스가 시작됨에 따라 그동안 무료방송을 통해 제공되었던 주요 스포츠 중계를 유지하여 시청자들의 시청권을 보호하는 데 목적을 두었다. 1999년의 방송서비스법으로 시작된 ‘안티 호딩 제도’는 방송사가 스포츠 중계 라이선스를 확보했음에도 불구하고 이를 방영하지 않

는 소위 ‘호딩’(Hoarding) 행위를 방지하기 위해 시작되었다(노창희·남승용·윤금남·박정인, 2017).

1992년의 ‘안티 사이포닝 제도’는 독점 중계권을 방지하여 대중에게 무료로 제공할 주요 스포츠 ‘목록’을 만들 수 있다는 내용으로 시작되었으며, 1994년부터 그 목록을 만들기 위한 구체적인 작업에 착수했다(Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communication and the Art, 2010). ‘안티 사이포닝 제도’는 유료방송사업자가 호주에서 개국하기 시작한 1995년부터 적용되었으며, 유료방송을 위한 방송라이선스에 ‘안티 사이포닝’ 목록 준수를 포함하였다(Parliament of Australia, 2010). ‘안티 사이포닝 목록’은 ‘인프라, 교통, 지역개발, 커뮤니케이션 및 예술부’ (Department of Infrastructure, Transport, Regional Development, Communication and the Art)장관의 주도로 항목의 추가와 제거가 결정된다. ‘안티 사이포닝 목록’에 포함된 스포츠 이벤트의 중계 라이선스를 무료방송에서 구매하지 않는 한 유료방송 사업자들은 이를 구매할 수 없다. 공영방송사는 ‘안티 사이포닝 목록’에 포함된 이벤트 중계 라이선스를 구매하지 않아도 되고, 라이선스를 구매하더라도 이를 생방송으로 중계할 의무가 없다. ‘안티 사이포닝 목록’에 포함된 항목들은 그 행사가 시작되기 26주 전에 ‘자동으로 제거(automatically removed from the anti-siphoning)’되어, 유료방송 사업자들도 이에 대한 중계권을 구매할 권리가 부여되지만, ‘인프라, 교통, 지역개발, 커뮤니케이션 및 예술부’ 장관은 자동 제거 이전에 무료방송사가 합당한 기회로 중계권을 구매할 권리가 없었다고 판단할 경우 이를 무효화 할 수 있다. 유료방송 사업자는 ① ‘안티 사이포닝 목록’에서 자동으로 제거된 스포츠 이벤트나 ② 장관이 이를 제거했거나 ③ 공영방송사(ABC, SBS)나 호주 인구 절반 이상이 시청하는 상업방송사가 중계 라이선스를 구매했거나 ④ 이벤트가 종료된 후 일주일 이상 지났을 때 ‘안티 사이포닝 목록’에 포함된 스포츠의 라이선스를 구매할 수 있다.

2012년 3월, 호주 정부는 ‘안티 사이포닝 목록’ 갱신을 2년 유예하고 새로운 미디어 환경에 맞는 제도로 개편하기 위한 작업에 착수했다. ‘안티 사이포닝 목록’은 10

년마다 갱신하는 것을 원칙으로 운영되나, 현재는 2010년에 확정되고 2017년에 확인, 2021년에 갱신유예된 목록이 적용되고 있다(Mumbrella, 2021.03.22). 2021년부터 검토하게 된 ‘안티 사이포닝 제도’는 무료방송사와 스트리밍 서비스(현재 호주에서 서비스되는 스포츠 중계 스트리밍 플랫폼: Amazon Prime, Optus Sport, Sports Flick, Stan Sport, Kayo) 간 중계 라이선스 분쟁이 원인으로 작용했다. 2024년 4월 중으로 확정될 새로운 안티 사이포닝 목록의 적용은 스트리밍 서비스에도 적용될 것으로 예상되나, 아직 확정된 내용은 없다(TV Tonight, 2022.08.01.).

1999년 도입된 ‘안티 호딩 제도’는 유료방송 또는 ‘안티 사이포닝 제도’의 기준에 미치지 못하는 방송사가 합당한 절차를 통해 지정된 행사들의 중계권을 확보했지만 그 권리를 완전하게 사용하지 않을 경우 이를 다른 방송사에 제공하도록 하는 원칙이다. 이에 따라 안티 호딩 리스트의 스포츠 이벤트 중계권을 가진 방송사는 실시간으로 중계 방송하거나 명목비용으로 다른 국가기간 방송사에 제공하는 의무가 부여된다.

다. 독일

독일의 보편적시청권은 ‘미디어주간협약(Medienstaatsvertrag)’에 근거하여 ‘범국민적 행사(Großereignissen)’로 불리는 주요 행사들의 중계에 대한 시민들의 접근 장벽을 없애는 것으로 진행되고 있다⁶⁾. ‘미디어주간협약’ 제13조 ‘범국민적 행사에 관한 중계’(Übertragung von Großereignissen)에 따르면 독일에서 사회적으로 중요하다고 판단하는 행사를 암호화된 방식으로 특별 요금을 받아 텔레비전을 통해 방송하기 위해서는 ① 독일 내에서 동시에 무료로 방영되고 ② 일반적으로 접근가능한 텔레비전 채널에 포함되어 있거나 ③ 동시에 진행되는 다른 행사로 인해 모든 행사의 중계가 불가능할 경우 시간을 지연하는 방식을 채택하는 등의 조건을 충족해야 한다. 여기서 ‘일반적으로 접근가능한 텔레비전 채널’의 기준은 독일 가구의 2/3가 특

6) Medienstaatsvertrag. [url] <https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/MStV>true>

별한 조치를 취하지 않아도 사용할 수 있는 채널을 의미한다. 제삼자에게 중계권을 일부 양도하기 위해서는 ‘합리적인 조건’에 근거한 협의를 진행하도록 명시하는데, 만약 텔레비전 방송국 또는 제3의 사업자에 의해 합리적인 조건에 도달하지 못하거나 협의를 도출하지 못하면 ‘민사소송법(Zivilprozessordnung)’ 제1025의 중재절차를 통해 당사자 간 협의를 창출하게 된다.

라. 프랑스

2000년에 커뮤니케이션 자유에 관한 법(n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative a la liberte de communication)의 제20-2항을 신설하여 주요행사(Les evenements d'importance majeure)에 대한 보편적시청권을 성문화하고, 2004년에 커뮤니케이션 자유의 관한 법의 시행령을 개정하면서 주요행사의 목록 규정을 구체화했다. 주요 행사는 무료(acces libre) 방송으로 시청할 수 없는 독점적 중계권을 허용하지 않으며, 주요행사 목록은 최고시청각위원회(CSA)에서 결정한다.

2004년 발표된 시행령에 따라 프랑스 본토 내 가구 중 최소 85%가 효과적으로 방송을 수신할 수 있는 ‘무료 텔레비전 사업자’(Editeur de services de television a acces libre, 시청자로부터 비용을 청구하지 않음)가 주요 행사를 송출할 권리를 가진다. 반대로 ‘접근이 제한된 텔레비전 사업자’(Editeur de services de television à accès restreint, 85% 미만 커버리지, 시청자로부터 비용을 청구)는 주요행사 송출을 할 수 없다. 만약 주요행사 전체 또는 일부에 대한 방송권을 소유하고 있는 사업자가 ‘무료 텔레비전 사업자’의 범주에 포함되지 않는다면 그 권리를 해당 사업자들에게 권리 양도를 공정하고, 합리적이며, 비차별적인 시장 조건을 준수하는 전제로 공식화하여 이를 제공해야 한다⁷⁾.

7) Décret n°2004-1392 du 22 décembre 2004 pris pour l'application de l'article 20-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. [url] <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000786247/>

2022년 1월, 당시 ‘프랑스 스포츠 문화부(les ministères des Sports et de la Culture, 2020년 10월 정부 조직개편으로 분할 및 명칭변경)’는 여성 스포츠 종목과 장애인 스포츠 종목들도 주요행사 목록에 포함하고자 협의를 진행했다(L’equipe(2022.01.28)). 구체적인 성과는 도출하지 못했지만 현재 적용되는 기준이 2004년에 정해졌기에 갖는 한계들에 대해 꾸준히 지적되고 있어 ‘현대화(modernisée)’의 가능성은 높은 상황이다.

마. 해외 주요국 사례의 시사점

해외 주요국(영국, 독일, 프랑스 등)에서는 공통적으로 국민적 중요행사에 대해 ‘무료’의 개념을 기준으로 하여 보편적시청권을 보장하고 있으며, 이를 위해 공익적 측면에서 무료 매체를 통해 국민적 중요행사를 시청할 수 있도록 보장하고 있다. 그러나 중계권료 협상 및 계약과 중계 프로그램 편성에 대해서는 방송사업자들의 사적영역으로 자율에 맡기는 것이 일반적이며 정부가 직접적으로 개입하지는 않는다.

보편적시청권 개념을 법·제도적으로 보장하는 국가들은 공통적으로 국민관심행사의 시청권을 ‘무료’로 보장하는 것으로 기준을 설정하고 있다. 즉, 무료 매체를 국민관심행사의 시청권을 보장하기 위한 기본적인 매체로 지정하는 것이 동일하다. 국민관심행사와 커버리지 기준은 각 국가의 특수성에 따라 다른데, 영국의 경우 95%, 독일은 3분의 2, 프랑스는 85%의 커버리지를 확보해야 한다.

방송사업자들의 국민관심행사 중계권 확보 경쟁에 정부가 직접 개입하지 않고 시장경쟁체제 시스템을 기반으로 방송사들의 자율적인 협상을 통해 합리적인 결론을 도출하도록 하고 있다. 즉, 상업방송사가 중계권을 독점하는 것을 제외하고 중계권과 관련해서는 정부가 개입하고 있지 않다. 특히, 일본의 경우 NHK를 중심으로 사업자 간의 피해를 최소화하고, 합리적인 합의점을 찾기 위해 중계권 협의체인 재팬컨소시엄(JC)을 구성하여 운영하고 있다. 구성원들은 합의방식과 운영방식에 대해 충분한 공감대를 형성하여 사업자 스스로의 사명감으로 비교적 합리적인 협의를

진행하고 있다.

해외 주요국에서는 순차편성에 대해 법·제도적으로 강제하고 있지 않다. 국가가 언론의 자유와 방송 편성의 자유를 강제로 침해할 수 없으므로 순차편성을 규제하는 국가는 찾아보기 어렵다. 따라서 사업자들 간의 자유로운 계약과 협의를 통해 방송 편성 이슈를 해결하고 있으며, 일본의 재팬콘소시엄(중계권 협의체)이 사업자들이 자율적으로 중복편성을 지양하도록 유도하고 있는 사례라고 할 수 있다.

<표 4-5> 해외 주요국의 보편적시청권 법제도 현황

구분	법제도 현황 등	주요내용	국민관심행사 종류
영국	「영국 방송법(Broadcasting Act 1996)」에 의거, '96년 '스포츠와 기타 목록 및 지정된 행사에 대한 규범' 도입	<ul style="list-style-type: none"> -List A 행사에 한해 95% 커버리지 확보 -List A 행사는 무료 제공이 가능한 BBC1 등 5개의 지정채널에 의해 중계 (단, List B는 2차 중계권 제공 목록) -Ofcom은 중계권 행사의 공정성, 시청자 권리 증진 등에 대해 지속적인 감시 	<p>List A: 올림픽 경기(동계/하계/장애인), FIFA 월드컵본선, 영국프로축구 FA결승, 스코트랜드 FA컵 결승(스코틀랜드 지역만 해당), The Grand National(경마), The Derby(경마), Wimbleton 테니스 결승, 유럽 축구 선수권 본선 토너먼트, 첼린지컵 럭비 결승, 럭비 월드컵 결승 등</p> <p>List B: 잉글랜드에서 개최되는 크리켓 국제경기, Wimbleton 테니스의 일반경기(Non-Finals play), 럭비 월드컵의 본선경기, 6개국 럭비 토너먼트(2001년 추가), The Commonwealth Games (영연방 소속 국가들의 체전), IAAF 육상경기, 크리켓 월드컵(결승, 준결승, 개최국 경기), 라</p>

			디어컵(골프), 오픈 골프 챔피언십(골프) 등
호주	「방송서비스법(Broadcasting Services Act)」에 의거, '92년 안티 사이포닝(Anti-siphoning scheme) 제도* 도입 후, '99년 안티 호딩(Anti-hoarding scheme) 제도** 도입	<ul style="list-style-type: none"> -안티 사이포닝 목록의 중계를 위해선 호주 국민의 50% 이상 커버리지 확보 -무료방송(ABC, SBS 등 13여개 채널)에 방송중계권을 우선적으로 부여 -무료지상파방송이 50% 이상 커버리지 의무를 이행하지 못할 경우, 상업방송이 중계권 획득 가능 	안티 사이포닝 리스트: 올림픽, 영연방 대회, 경마, 호주 풋볼, 럭비리그 풋볼, 럭비 유니언 풋볼, 크리켓, 축구, 테니스, 넷볼, 골프, 자동차 경주 등 총 12개 스포츠 이벤트
독일	「미디어주간협약」의 제13조 ‘범국민적행사(대형이벤트)’를 근거로 도입	<ul style="list-style-type: none"> -공공적으로 접근할 수 있는 텔레비전채널의 개념으로서 전체가구의 2/3이상 수신 커버리지 확보 -주요 이벤트에 대해 최소한 하나의 무료시청 채널이 가능하도록 규정 -단편보도권: 경기자체의 사실적인 중계뿐만 아니라 경기 일부를 가치연관적인 뉴스형식으로 무상 보도하는 것을 허용(방송 다양성 확보) 	범국민적행사: 올림픽, 축구경기(독일대표팀, 타 국가 간의 준·결승전, 독일 및 유럽 대항 클럽 축구 등)
프랑스	「1986년9월30일 커뮤니케이션 자유에 관한 법」개정에 의거, '00년 주요 행사에 대한 시청권 보장 제도 도입	<ul style="list-style-type: none"> -주요행사 송출 가능 채널 운영자는 85%의 커버리지 확보 -시청자에게 보상을 요구하지 않는 무료 텔레비전 서비스사업자 -주요행사 목록은 고등시청각위원회(CSA)가 결정 	주요행사: 올림픽, 축구경기(FIFA주관 대표팀 경기, 월드컵 개막전·결승·준결승), 레이스, 6개국 럭비 등

일본	<p>법 규정이 아닌, 시장의 자율규제로서 유지 (단, 「방송법」 제1조 ‘방송이 국민에게 최대한 보급되어 그 효율을 가져오는 것을 보장할 것’을 이행하는 차원)</p>	<p>-올림픽, 월드컵 등 관심행사가 지상파방송을 통해 전국 어디서나 시청가능 해야 한다는 원칙이 암묵적으로 준수됨 -NHK를 중심으로 한 중계권 협의체 재팬컨소시엄(JC)을 통해 비교적 합리적인 협의 진행</p>	
----	----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

출처 : 노창희·권오상·성지연·전주혜·이수연 (2018)

제2절 국민관심행사 기준 개선 관련 쟁점 도출

1. 국민관심행사 범위

장애인단체등에서는 장애인식개선 및 장애인체육 활성화를 위해 패럴림픽을 국민관심행사 고시에 포함할 필요가 있다는 의견이 제기되었다. 지상파3사의 최근 10년간 패럴림픽 중계시간이 올림픽 중계시간의 7%도 되지 않는다는 국회·언론 등의 지적도 제기되고 있다. 또한, 손흥민 등 유명 스포츠선수의 해외 리그 등도 국민관심행사에 포함해야 한다는 주장도 꾸준히 제기되고 있다.

패럴림픽의 국민관심행사에 포함 여부는 시청자 인식과 사업자 부담 등을 종합적으로 고려하여 장애인의 미디어 접근 제고 차원에서 검토가 필요하다. 실제로 영국의 경우 2020년 국민관심행사에 패럴림픽을 포함한다고 발표한 바 있다. 유명스포츠 스타 경기 등의 국민관심행사 포함여부는 기업의 사적 재산권 침해 또는 시장 경쟁을 제한하는 등의 우려가 있어 신중하게 검토할 필요가 있다.

2. 온라인 스포츠중계에 대한 보편적 시청권 제도 확대 여부

최근 OTT 등 온라인 플랫폼을 통한 스포츠 중계가 늘어남에 따라 시청자들의 보편적 시청권을 침해하는 것이 아니냐는 주장이 제기되고 있다. OTT 독점 중계로 이어질 경우 OTT서비스를 결제하지 못하는 일부 시청자들은 경기를 볼 수 없으므로, OTT를 보편적 방송수단으로 보아 국민관심행사의 방송수단을 전통적인 개념의 방송 채널만이 아니라 온라인 플랫폼으로 확장하여 시청자들의 보편적 시청권을 보장해야 한다는 의견이 있다.

OTT 등 사업자가 국민관심행사의 온라인 중계권을 독점하더라도 방송수단을 통해 시청할 수 있기 때문에, 온라인 중계를 보편적 시청권 적용대상에 포함하여 규제할지는 신중한 검토가 필요하다.

<표 4-6> OTT 사업자의 스포츠 중계권 확보 사례

-
- ('21년) 쿠광플레이의 2020 도쿄올림픽 온라인 독점 중계 무산(보편적 시청권 논란)
 - ('22년) 스포티비, 손흥민 프리미어리그 중계를 올해부터 유료화(유료채널 SPOTVON)
-

3. 국민관심행사 독점 중계방송 논란 및 보편적 시청권 정의

과거에는 지상파3사가 공동으로 중계권을 구매하여 공동중계하는 것이 관례였으나, 최근 종편방송사 등 유료방송사들이 올림픽 등 국민관심행사 독점 중계권을 확보하는 사례가 늘어나고 있다. 종편 등 유료방송사의 국민관심행사 독점 중계가 방송법 상 보편적 시청권 도입 취지에 부합하지 않으며, “무료”가 보편적 시청권 보장 의 기준이 되어야 한다는 의견도 있다.

이와 관련하여 우리나라 직수율은 외국과 달리 2.2%의 매우 낮은 수준으로 보편적 시청권 제도 도입 시에 유료방송까지 포함해서 국민관심행사의 가시청가구수를 산정하도록 하여 ‘추가적 부담없이’의 의미로 개정되는 측면도 종합적으로 고려할 필요가 있다.

<표 4-7> 국민관심행사 독점 중계 사례

-
- ('06년) SBS가 '10~'16년 올림픽, 월드컵 중계권을 단독 계약하여 코리아풀(지상파3사 국제스포츠경기 중계권 협상팀) 파기 논란
 - ('19년) JTBC가 '26년~'32년 동·하계 올림픽(총4회) 단독 계약
 - ('21~'22년) tvN이 '22년 월드컵 아시아지역 지역최종예선 독점 중계
-

4. 국민관심행사 협의체 구성·운영 규정 신설

최근 국민관심행사의 중계권료가 급증하면서 중계권을 구매하는 사업자의 부담이 증가하고 있고, 중계권료 인상에 대한 원인으로 단독 중계권 확보를 위한 출혈경쟁이 지적되면서 국민관심행사 협의체 구성 필요성에 대한 목소리가 높아지고 있다. 보편적시청권 보장 대상이 되는 국민관심행사 종류를 규정한 현행 국민관심행사 고시에 ‘국민관심행사 협의체 구성 및 운영’ 규정을 추가할지 여부와 그에 대한 실체적 내용에 대한 검토가 필요한 상황이다.

<표 4-8> 국민관심행사 협의체 구성(안) 유형

구분	쟁점	세부내용
협의체 구성 시 고려사항	정부주도 혹은 민간주도	○ 보편적시청권보장위원회 등 정부가 협의체를 주도하는 방안에 대한 검토 필요
	협의체 참여 사업자	○ 유료방송PP 참여 여부 및 참여 범위 ○ 방통위 등 정부 참여에 대한 검토 ○ OTT, 포탈 등 인터넷 기반 사업자의 참여 여부
협의체 구성안	1안: 협의체를 확대하여 자율적으로 운영	○ 유료방송PP, 인터넷 기반 사업자 등 국민관심행사 중계와 관련된 이해관계자의 폭을 넓히고 이를 사업자들이 자율적으로 운영하도록 유도하는 방안
	2안: 협의체를 확대하고 정부가 적극적으로 개입	○ 유료방송PP, OTT, 포탈 등 인터넷 기반 사업자 등 국민관심행사 중계와 관련된 이해관계자의 폭을 넓히고 정부가 이에 적극적으로 개입

출처 : 노창희·이수연·윤금남·유지윤(2021)

5. 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 개정 관련 이슈

보편적시청권 제도 관련 규정은 방송법 제76조, 제76조의2 내지 제76조의5, 동법 시행령 제60조의3 내지 제60조의5이며, 관련 고시로는 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」, 「보편적 시청권 관련 금지행위 세부기준」, 「보편적시청권보장위원회의 구성 및 운영에 관한 규칙」이 있다.

OTT서비스 활성화 등 미디어 산업 환경 변화를 고려하여, 법 개정 없이 현행 고시를 개정을 통한 제도개선 사항이 가능한지 검토할 필요가 있다. 예를 들어, 현행 순차편성 권고(방송법 제76조의5), 중계방송권 공동계약 권고(방송법 제76조의4) 제도를 강화하는 대신, 방송사업자 및 OTT 사업자들도 참여하는‘사업자 자율협의체’ 구성·운영 규정 등을 신설하여 국민관심행사 편성, 중계방송권 계약 등과 관련한 정보 공유 및 협력 등을 장려하는 방안을 검토해볼 수 있다.

현행법은 국민관심행사를 고시에서 규정하도록 위임하고 있는데 고시의 제목(제명)을 변경하여 ①중계권자에 OTT사업자를 포함하고, ②사업자 자율협의체 구성 및 공동계약 권고, 순차편성 권고 등의 규정을 포함하는 것이 가능한지, 즉 위와 같은 규정을 법이 아닌 현행 고시인 「국민적 관심이 큰 체육 경기대회 및 그 밖의 주요행사」에서 정할 수 있는지 검토할 필요가 있다.

제 5 장 국민관심행사 기준 개선에 관한 연구 결과

제 1 절 국민관심행사에 관한 대국민 인식 조사

1. 대국민 인식 조사 개요

본 장에서는 국민관심행사 종류 및 종목 등에 대한 대국민 인식과 선호도 조사를 실시하여, 고시 내 국민관심행사의 타당성을 살펴보고 향후 고시 개선 필요성을 검토해보고자 했다. 국민관심행사 고시는 3년을 주기로 개정 여부를 검토하도록 규정하고 있으므로 대국민 인식 조사 역시 주기적으로 실시해왔다. 이번 대국민 인식 조사의 경우, 현재 국민관심행사 및 보편적시청권 제도 관련 쟁점을 포함하면서 과거 수행된 2016년, 2019년 대국민 인식조사 결과와 비교할 수 있도록 설문 항목을 고려하여 조사를 진행했다.

가. 대국민 인식조사 설계

국민관심행사에 대한 대국민 인식 조사는 구조화된 설문지를 이용하여 온라인 설문으로 진행했으며, 과거 2019년도에 실시한 바 있는 대국민 인식 조사 설계를 참고하여 설문지를 구성했다. 설문조사는 2022년 8월 31일부터 2022년 9월 8일까지 9일간 진행되었으며, 성/연령/지역별 할당표본추출을 바탕으로 국내 인구 구성비에 맞추어 전국 15세~59세 일반국민 2,166명을 대상으로 표본 비례할당하여 얻은 조사 결과를 분석했다.

<표 5-1> 대국민 인식조사 설계

주요 조사 항목	세부 내용
모집단	o 전국 만 15세 이상~ 만 69세 남녀
조사 지역	o 전국 17개 시도 - 서울, 경기, 인천, 부산, 울산, 경남, 대구, 경북, 대전, 충남, 세종, 충북, 광주, 전남, 전북, 강원, 제주
자료수집 방법	o 온라인 설문조사
표본추출 방법	o 성/연령/지역별 할당표본추출(Quota Sampling) - 인구 구성비에 맞추어 표본 비례할당
표집틀	o 행정자치부 주민등록인구통계 기준 - 조시기관 보유 160만 패널을 표집틀로 활용
표본크기	o 2,166명
설문기간	o 9일간 - '22. 8. 31. ~ '22. 9. 8.

나. 대국민 인식조사 설문항목

설문 항목은 국민관심행사 이용행태, 국민관심행사 인식, 보편적시청권 인식, 국민관심행사 편성 만족도, 응답자 특성 등 다섯 가지 항목으로 구성했다. 실제 국민관심행사를 얼마나 어떤 방식으로 시청하고 있는지, 국민관심행사에 대한 관심 정도와 현재 국민관심행사가 얼마나 적절하다고 느끼는지, 보편적시청권 제도에 대해 어떻게 인식하고 있는지, 국민관심행사 중계 편성 만족 정도는 어떠한지 등에 대한 내용을 세부적으로 구성하여 조사했다.

과거 2019년에 실시했던 대국민인식조사 결과와 비교하여 어떤 변화가 있는지를 분석하기 위해 설문 항목은 그대로 적용하였으며, 세부 내용에 있어서 미디어 이용행태를 파악하기 위해 국민관심행사 시청 행태, 보편적시청권 제도 인식(가시청 가

구수), 스포츠경기 시청을 위한 추가 비용 지불 의사, 국민관심행사 자료화면 시청 만족도 등을 추가로 조사했다.

<표 5-2> 대국민 인식조사 설문 항목

설문 항목	세부 내용
국민관심행사 이용행태	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국민관심행사 실시간 시청 경험 ○ 국민관심행사 시청 이용 기기 ○ 국민관심행사 시청 행태 ○ 국민관심행사 시청 방식
국민관심행사 인식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국민관심행사 관심 정도 ○ 국민관심행사 목록 중 ‘추가’ 필요 경기 ○ 국민관심행사 목록 중 ‘제외’ 필요 경기
보편적시청권 인식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보편적시청권 제도(가시청가구수)에 대한 인식 ○ 국민관심행사 중계에 대한 인식 ○ 스포츠경기 시청을 위한 추가 비용 지불 의사
국민관심행사 편성 만족도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국민관심행사 편성 만족도(중복 중계/비인기종목 미편성) ○ 국민관심행사 자료화면 시청 만족도
응답자 특성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인구통계학적 응답자 특성 - 성별, 연령, 지역, 최종학력, 직업, 가구 월 소득

다. 대국민 인식조사 사전 질문

대국민 인식조사에 앞서 보편적시청권 제도와 관련하여 일반 국민이 어느 수준으로 이해하고 있는지 알아보기 위해 사전 질문을 구성해 살펴보았다. 그 결과, 보편적시청권 제도를 들어본 적이 없다는 응답이 80.1%, 국민관심행사의 가시청가구수 확보 의무에 대한 이해도 35.7%로 응답자 대부분이 관련 제도에 대한 이해가 낮은 것으로 나타났다. 사전 질문 과정을 통해 국민관심행사 및 보편적시청권 제도에 대한 정보를 제공함으로써 본 설문에 앞서 기본적인 이해를 했을 것으로 가정하고 본 설문을 진행했다.

<표 5-3> 대국민 인식조사 사전 질문 결과

질문	그렇다	아니다
1. 보편적시청권 제도에 대해 들어본 적이 있다.	431 (19.9%)	1,735 (80.1%)
2. 국민관심행사는 일정 수준 이상의 가치청 가구수를 확보한 방송사만 중계할 수 있다.	774 (35.7%)	1,392 (64.3%)

출처 : 노창희·이찬구·성지연·윤금남·이수연(2019) 연구의 설문을 참조하여 설문문항 작성

2. 대국민 인식 조사 결과

가. 응답자의 인구통계학적 특성

국민관심행사에 대한 대국민 인식조사 응답자의 인구통계학적 특성(성별, 연령, 지역, 최종학력, 직업)은 아래 표와 같다.

<표 5-4> 인구통계학적 특성

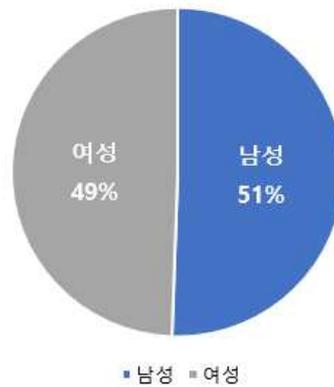
구분		빈도(명)	비율(%)	합계 (빈도/비율)
성별	남	1,095	50.6	2,166명/100%
	여	1,071	49.4	
연령	10대	161	7.4	2,166명/100%
	20대	351	16.2	
	30대	360	16.6	
	40대	435	20.1	
	50대	463	21.4	
	60대 이상	396	18.3	
지역	서울	388	17.69	2,166명/100%
	부산	139	6.4	
	대구	100	4.6	
	인천	127	5.9	
	광주	63	2.9	

	대전	67	3.1	
	울산	54	2.5	
	경기	546	25.2	
	강원	67	3.1	
	충북	69	3.2	
	충남	91	4.2	
	전북	75	3.5	
	전남	74	3.4	
	경북	107	4.9	
	경남	136	6.3	
	제주	36	1.7	
	세종	27	1.2	
최종학력	고졸미만 (중/고등 재학 포함)	143	6.6	2,166명/100%
	고졸	373	17.2	
	대학 재학	134	6.2	
	대학 졸업	1,289	59.5	
	대학원 재학	42	1.9	
	대학원 졸업	185	8.5	
직업	농/임/어업	16	0.7	2,166명/100%
	공무원 (공기업 포함)	77	3.6	
	교사/학원강사	69	3.2	
	전문직	142	6.6	
	경영직	47	2.2	
	사무직	594	27.4	
	생산/기술/노무직	167	7.7	
	서비스/영업/판매직	118	5.4	
	자영업	123	5.7	
	프리랜서/자유직	98	4.5	
	전업주부	276	12.7	
	학생	259	12.0	
	무직	147	6.8	
	기타	33	1.5	

1) 성별

조사 응답자들의 성별은 남성이 51%(1,095명), 여성이 49%(1,071명)로 행정자치부에 등록된 주민등록통계상의 성별 인구수 기준과 유사한 비율로 조사되었다.

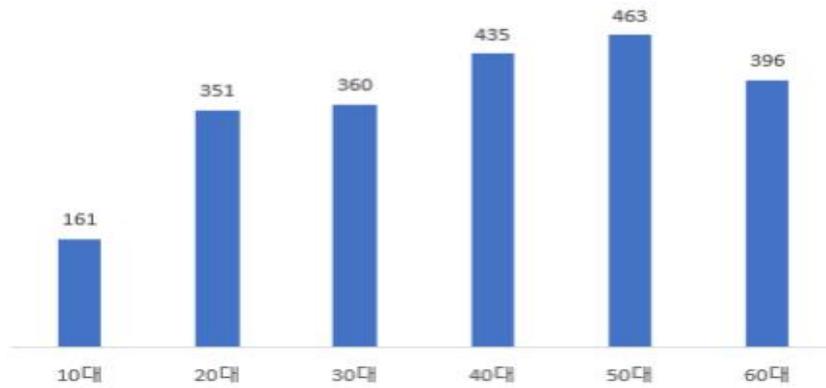
[그림 5-1] 인구통계학적 특성-성별



2) 연령

조사 응답자들의 연령은 50대와 40대가 각각 21.4%(463명), 20.1%(435명)로 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 그 뒤로 60대 18.3%(396명), 30대 16.6%(360명), 20대 16.2%(351명), 10대 7.4%(161명) 순으로 조사되었다.

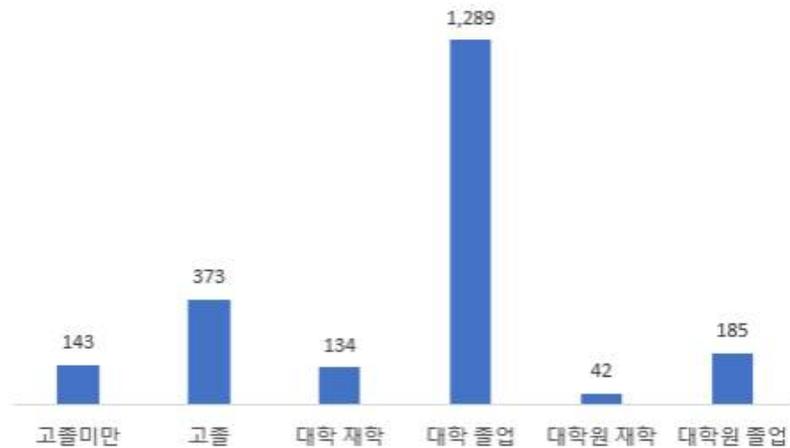
[그림 5-2] 인구통계학적 특성-연령



3) 최종학력

조사 응답자들의 최종학력은 대학졸업자가 59.5%(1,289명)로 과반수 이상을 차지하고 있는 것으로 나타났으며, 응답자의 상당수가 대학졸업 이상의 고학력자인 것으로 나타났다. 그 뒤로 고졸 응답자가 17.2%(373명)로 높은 것으로 나타났다.

[그림 5-3] 인구통계학적 특성-최종학력



나. 국민관심행사 이용행태

1) 실시간 시청 경험

실제 국민관심행사 시청경험에 대해 5점 척도(거의 시청하지 않는다 ~ 매우 많이 시청하는 편이다)로 조사한 결과, 응답 평균값이 3점 이상인 국민관심행사는 총 3개이며, 하계 올림픽(3.38), 동계 올림픽(3.28), FIFA 성인 남자 월드컵(3.24) 순으로 시청경험이 높게 나타났다.

응답 평균값이 3점 미만인 국민관심행사는 총 7개이며, FIFA 성인 여자 월드컵(2.09), EAFF 동아시아컵(2.39), WBC(2.51), AFC 아시안컵(2.55), 동계아시안게임(2.83), 국가대표 평가전(2.87), 하계아시안게임(2.92) 순으로 시청경험이 낮은 것으로 나타났다.

패럴림픽의 응답 평균값은 1.85점으로 실제 시청했다고 응답한 비율이 매우 낮게 나타났다.

<표 5-5> 국민관심행사 실시간 시청경험

(단위 : 명, %)

질문		시청 정도					평균값
		거의 시청하지 않는 편이다	적게 시청하는 편이다	보통 이다	많이 시청하는 편이다	매우 많이 시청하는 편이다	
올림픽	동계 올림픽	158 (7.3)	401 (18.5)	536 (24.7)	814 (37.6)	257 (11.9)	3.28
	하계 올림픽	159 (7.3)	346 (16.0)	498 (23.0)	835 (38.6)	328 (15.1)	3.38
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵 (지역예선 포함)	319 (14.7)	347 (16.0)	425 (19.6)	635 (29.3)	440 (20.3)	3.24
	FIFA 성인 여자 월드컵 (지역예선 포함)	864 (39.9)	548 (25.3)	505 (23.3)	191 (8.8)	58 (2.7)	2.09
아시안 게임	동계 아시안게임	352 (16.3)	494 (22.8)	628 (29.0)	555 (25.6)	137 (6.3)	2.83

	하계 아시안게임	331 (15.3)	446 (20.6)	625 (28.9)	598 (27.6)	166 (7.7)	2.92
월드 베이스볼 클래식	WBC(국제야구대회)	721 (33.3)	410 (18.9)	419 (19.3)	443 (20.5)	173 (8.0)	2.51
성인남자 국가대표 A매치	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	627 (28.9)	436 (20.1)	533 (24.6)	423 (19.5)	147 (6.8)	2.55
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵	688 (31.8)	473 (21.8)	578 (26.7)	328 (15.1)	99 (4.6)	2.39
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	454 (21.0)	391 (18.1)	535 (24.7)	563 (26.0)	223 (10.3)	2.87
패럴림픽	동·하계 패럴림픽(장애인올림픽)	1,027 (47.4)	611 (28.2)	381 (17.6)	124 (5.7)	23 (1.1)	1.85

주 1) ()는 비중으로 환산한 값(이하 동일)

출처 : 노창희·이찬구·성지연·윤금남·이수연(2019) 연구의 설문문을 참조하여 설문문항 작성

2) 시청 이용 기기(중복선택)

국민관심행사를 시청할 때, TV를 이용하여 시청한다는 응답이 57.5%로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 스마트폰(21.8%), PC(13.1%), 태블릿PC(7.2%), 기타(0.4%) 순으로 나타났다. 여전히 주로 TV를 통해 중계방송을 시청하는 것을 알 수 있으나, 스마트폰을 이용해 시청한다는 응답도 적지 않아, 향후 미디어 이용행태 변화를 고려한 전반적인 커버리지 및 규제 영역에 대한 논의도 필요할 것으로 보여진다.

<표 5-6> 국민관심행사 시청 이용 기기(중복선택)

(단위 : 명, %)

TV수상기	PC	스마트폰	태블릿PC	기타	합계
1,917 (57.5)	436 (13.1)	727 (21.8)	240 (7.2)	12 (0.4)	3,332 (100.0)

출처 : 노창희·이찬구·성지연·윤금남·이수연(2019) 연구의 설문문을 참조하여 설문문항 작성

3) 국민관심행사 시청행태

국민관심행사를 시청할 때, 실시간 생방송으로 시청한다는 응답이 55.4%로 가장 높았으며, 그 뒤로 하이라이트 다시보기(31.1%), 경기 종료 후 다시보기(12.9%), 기타(0.6%) 순으로 나타났다.

<표 5-7> 국민관심행사 시청 행태(중복선택)

(단위 : 명, %)

실시간 생방송	경기 종료 후 다시보기	하이라이트 다시보기	기타	합계
1,864 (55.4)	435 (12.9)	1,046 (31.1)	19 (0.6)	3,364 (100.0)

4) 국민관심행사 시청방식

최근 개최된 올림픽, 아시안게임에 대해 인기 종목 여부에 따른 시청경험을 묻는 질문에서 70% 이상의 응답자 대부분이 인기 종목 위주로 시청한다고 응답했다.

<표 5-8> 국민관심행사 시청 방식

(단위 : 명, %)

질문		인기 종목 위주로 선택해서 시청하는 편	인기/비인기 종목관계없이 시청가능한 경기를 모두 시청하는 편
올림픽	동계 올림픽 (22년 베이징)	1,527 (70.5)	639 (29.5)
	하계 올림픽 (21년 도쿄)	1,428 (65.9)	738 (34.1)
아시안 게임	동계 아시안게임 (17년 삿포로)	1,699 (78.4)	467 (21.6)
	하계 아시안게임 (18년 자카르타)	1,662 (76.7)	504 (23.3)

출처 : 노창희·이찬구·성지연·윤금남·이수연(2019) 연구의 설문문을 참조하여 설문문항 작성

다. 국민관심행사 인식

1) 국민관심행사 관심 정도

국민관심행사의 국가대표 출전여부에 따른 관심 정도를 묻는 질문에서 응답자 대부분이 국민관심행사에 우리나라 국가대표가 출전한 경기에 관심이 있다고 응답했다. 관심이 높은 순으로 월드컵 축구(4.30), 올림픽(4.24), 아시안게임(4.00), 성인남자 국가대표 A매치(3.74), 월드컵베이스볼클래식(3.49)으로 나타났다.

다만, WBC, 성인남자 국가대표 A매치의 경우 우리나라 국가대표 출전 경기에서도 상대적으로 관심도가 낮은 것으로 나타났다. 또한 패럴림픽은 우리나라 국가대표 출전 경기와 미출전 경기 모두 관심도가 낮은 것으로 나타났다.

<표 5-9> 국민관심행사 관심 정도

(단위 : 명, %)

우리나라 국가대표 출전 경기						질문	우리나라 국가대표 출전하지 않는 경기					
전혀 관심이 없다	별로 관심이 없다	보통이다	관심이 있다	매우 관심이 있다	평균값		전혀 관심이 없다	별로 관심이 없다	보통이다	관심이 있다	매우 관심이 있다	평균값
30 (0.9)	53 (1.6)	231 (6.9)	913 (27.1)	939 (27.9)	4.24	올림픽	449 (13.3)	801 (23.8)	618 (18.4)	221 (6.6)	77 (2.3)	2.39
38 (1.1)	73 (2.2)	218 (6.5)	699 (20.8)	1,138 (33.8)	4.30	월드컵 축구	438 (13.0)	473 (14.1)	539 (16.0)	505 (15.0)	211 (6.3)	2.81
52 (1.5)	103 (3.1)	376 (11.2)	902 (26.8)	733 (21.8)	4.00	아시안 게임	617 (18.3)	691 (20.5)	584 (17.4)	209 (6.2)	65 (1.9)	2.27
244 (7.3)	279 (8.3)	427 (12.7)	606 (18.0)	610 (18.1)	3.49	월드베이스볼클래식	762 (22.7)	580 (17.2)	548 (16.3)	202 (6.0)	74 (2.2)	2.19
163 (4.8)	190 (5.6)	411 (12.2)	681 (20.2)	721 (21.4)	3.74	성인남자 국가대표 A매치	667 (19.8)	593 (17.6)	555 (16.5)	232 (6.9)	119 (3.5)	2.33
451 (13.4)	526 (15.6)	669 (19.9)	338 (10.0)	182 (5.4)	2.66	패럴림픽	1,069 (31.8)	590 (17.5)	425 (12.6)	55 (1.6)	27 (0.8)	1.79

출처 : 노창희·이찬구·성지연·윤금남·이수연(2019) 연구의 설문문을 참조하여 설문문항 작성

2) 국민관심행사 목록 중 ‘추가’ 필요 경기

현재 고시에서 명시하고 있는 국민관심행사 이외에 ‘추가’ 선정 필요성에 대한 응답 결과 추가로 선정될 필요가 없다고 응답한 비율이 90.7%로 높게 나타났다.

국민관심행사에 새로운 스포츠 경기가 추가될 필요가 있다고 응답한 응답자 202명(9.3%)을 대상으로 스포츠 경기를 조사한 결과, 상위 10개 경기로 배구(20명), 프리미어리그(18명), 골프(16명), E스포츠(13명), 태권도(9명), 세계선수권대회(8명), 전국체전(7명), 패럴림픽(6명), 씨름(5명), 양궁(5명), 테니스(5명) 등 다양한 응답 결과를 얻었다.

<표 5-10> 국민관심행사 목록 중 ‘추가’ 필요 여부

(단위 : 명, %)

없음	있음
1,964 (90.7)	202 (9.3)

<표 5-11> 추가로 선정되어야 할 체육경기대회(응답자 182명 기준*)

종목	응답자 (명)	응답률	종목	응답자 (명)	응답률
배구	20	11.0%	바둑	3	1.6%
프리미어리그	18	9.9%	탁구	3	1.6%
골프	16	8.8%	F1	2	1.1%
E스포츠	13	7.1%	배드민턴	2	1.1%
태권도	9	4.9%	수영	2	1.1%
세계선수권대회	8	4.4%	여자배구	2	1.1%
전국체전	7	3.8%	유소년경기	2	1.1%

패럴림픽	6	3.3%	럭비	1	0.5%
씨름	5	2.7%	레슬링	1	0.5%
양궁	5	2.7%	마라톤	1	0.5%
테니스	5	2.7%	볼링	1	0.5%
ISU(국제빙상경기연맹)	4	2.2%	유도	1	0.5%
육상	4	2.2%	주짓수	1	0.5%
KBO(한국야구)	3	1.6%	풋살	1	0.5%
K리그(한국축구)	3	1.6%	프리미어12	1	0.5%
농구	3	1.6%	핸드볼	1	0.5%
기타(28명)	국가대표경기(5), 모든 스포츠종목(2), 문화행사(2), 20세이하 남녀 월드컵축구, 고교경기등, 국제 코미디 페스티벌, 국제장애기능올림픽대회, 댄스스포츠대회, 부산엑스포, 성화봉송, 세계박람회, 어르신 게이트볼 경기, 우리나라선수 출전 비인기종목, 우리나라선수 출전 경기, 일반인 인라인 경기, 줄다리기, 지구의 날 행사, 한국선수가 있는 외국경기, 파쿠르, 플라잉디스크, 프로화된 경기, 비인기종목				

* 202명의 응답자 중 기존 국민관심행사를 명시한 20명의 응답값을 제외한 182명의 응답값 정리

3) 국민관심행사 목록 중 ‘제외’ 필요 경기

현재 고시에서 명시하고 있는 국민관심행사 중 ‘제외’ 필요성에 대한 응답 결과, 제외되어야 한다고 생각하는 스포츠 경기가 없다고 응답한 비율이 73.4%로 높게 나타나 기존 그대로 유지하는 것이 좋다는 응답이 다수를 차지했다.

제외되어야 하는 국민관심행사가 있다고 응답한 응답자를 대상으로 제외되어야 한다고 생각하는 국민관심행사에 대해 중복응답을 받은 결과(576명, 1,320개 중복응답), EAFF 동아시아안컵(18.4%, 243명), WBC(13.9%, 183명), 국가대표 평가전(10.7%, 141명), AFC 아시안컵(10.5%, 139명), FIFA 성인여자 월드컵(4.6%, 135명) 순으로 응답했다.

<표 5-12> 국민관심행사 목록 중 ‘제외’ 필요 경기

(단위 : 명)

현재 국민관심행사 목록			
올림픽	동계 올림픽	97	3.3%
	하계 올림픽	94	3.2%
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵	115	4.0%
	FIFA 성인 여자 월드컵	135	4.6%
아시안 게임	동계 아시안게임	90	3.1%
	하계 아시안게임	83	2.9%
월드베이스볼 클래식	WBC(국제야구대회)	183	6.3%
국가대표 축구경기	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	139	4.8%
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시아컵	243	8.4%
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	141	4.8%
합계(응답자 576명, 중복응답 값 1,320개)		1,320(576명)	100.0%
제외되어야 한다고 생각하는 스포츠 경기 없음		1,590	54.6%

라. 보편적시청권 인식

1) 보편적시청권 제도(가시청 가구수)에 대한 인식

올림픽, 월드컵 등의 국민관심행사의 보편적 시청권을 보장하기 위해서는 60% 이상(27.0%), 75% 이상(24.5%), 80% 이상(24.5%)의 국민이 시청할 수 있어야 한다는 응답 모두 20~30%대로 비슷한 수준으로 나타났다.

또한, 아시안게임, 국가대표가 출전하는 축구A매치, WBC 등의 국민관심행사의 보편적시청권을 보장하기 위해서는 60% 이상(36.1%), 75% 이상(29.6%), 80% 이상(22.0%)의 국민이 시청할 수 있어야 한다는 응답도 20~30%대로 비슷한 수준으로 나타났다.

<표 5-13> 보편적시청권 제도(가시청 가구수)에 대한 인식

(단위 : 명, %)

구분	60% 이상	75% 이상	80% 이상	90% 이상	100% 이상
올림픽, 월드컵	584 (27.0)	531 (24.5)	530 (24.5)	395 (18.2)	126 (5.8)
아시안게임, 국가대표 축구경기, WBC 등	783 (36.1)	642 (29.6)	477 (22.0)	177 (8.2)	87 (4.0)

2) 국민관심행사 중계에 대한 인식

일반 스포츠 경기의 중계는 방송사 자율에 맡기는 것이 바람직(그렇다 이상 응답 49.4%)하지만, 국민의 관심이 높은 스포츠 경기, 즉 국민관심행사의 경우에는 보편적 시청권 보장을 위해 정부의 관여가 필요하다(그렇다 이상 응답 50.7%)는 응답이 높은 것으로 나타났다.

<표 5-14> 국민관심행사 중계에 대한 인식

(단위 : 명, %)

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균값
스포츠 경기 등의 중계는 정부가 관여하지 않고 방송사 자율에 맡 기는 것이 좋다고 생각한다.	102 (4.7)	364 (16.8)	631 (29.1)	829 (38.3)	240 (11.1)	3.34
국민의 관심이 높은 스포츠 경기 를 누구나 시청할 수 있도록 방 송 중계에 대해 정부가 관여하는 것은 필요하다고 생각한다.	104 (4.8)	320 (14.8)	644 (29.7)	808 (37.3)	290 (13.4)	3.40

출처 : 노창희·이찬구·성지연·윤금남·이수연(2019) 연구의 설문을 참조하여 설문문항 작성

3) 스포츠경기 시청을 위한 추가 비용 지불 의사

국민관심행사의 시청은 플랫폼과 상관없이 모든 플랫폼에서 무료로 시청할 수 있어야 한다는 응답이 매우 높은 것(그렇다 이상 응답 83.3%)으로 나타났다. 플랫폼별로 지불의사를 묻는 질문에서는 유료채널 12.3%, OTT 11.5%, 포털 11.2% 순으로 추가 비용 지불 의사가 있다고 응답했다.

우리나라 유명 스포츠 스타의 해외 출전 경기(영국프리미어리그, 미국 메이저리그 등)의 시청은 플랫폼과 상관없이 모든 플랫폼에서 무료로 시청할 수 있어야 한다는 응답이 매우 높은 것(그렇다 이상 응답 74.7%)으로 나타났다. 플랫폼별로 지불의사를 묻는 질문에서는 유료채널 12.6%, OTT 11.7%, 포털 11.7% 순으로 추가 비용 지불 의사가 있다고 응답했다.

국민관심행사와 우리나라 유명 스포츠 스타의 해외 출전 경기 모두 시청을 위한 추가 지불의사는 거의 없으며, 모든 플랫폼에서 무료로 시청할 수 있어야 한다고 인식하고 있는 것을 확인할 수 있었다.

<표 5-15> 스포츠 경기 시청을 위한 추가 비용 지불 의사

(단위 : 명, %)

질문		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	평균값
국민관심행사	지상파에서 중계하던 유료방송에서 중계하던 OTT에서 중계하던 국민관심행사는 무료로 시청할 수 있어야 한다.	42 (1.9)	70 (3.2)	250 (11.5)	933 (43.1)	871 (40.2)	4.16
	국민관심행사를 유료채널에서 중계한다면 유료채널에 가입해 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다.	622 (28.7)	762 (35.2)	515 (23.8)	222 (10.2)	45 (2.1)	2.22

	OTT에서 국민관심행사를 중계한다면 추가 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다.	661 (30.5)	757 (34.9)	497 (22.9)	209 (9.6)	42 (1.9)	2.18
	포털에서 국민관심행사를 중계한다면 추가 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다.	658 (30.4)	763 (35.2)	503 (23.2)	195 (9.0)	47 (2.2)	2.17
국내 유명 스포츠 스타의 해외 출전 경기	지상파에서 중계하던 유료방송에서 중계하던 OTT에서 중계하던 무료로 시청할 수 있어야 한다.	55 (2.5)	123 (5.7)	369 (17.0)	875 (40.4)	744 (34.3)	3.98
	유료채널에서 중계한다면 유료채널에 가입해 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다.	662 (30.6)	704 (32.5)	528 (24.4)	225 (10.4)	47 (2.2)	2.21
	OTT에서 중계한다면 추가 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다.	692 (31.9)	717 (33.1)	503 (23.2)	208 (9.6)	46 (2.1)	2.17
	포털에서 중계한다면 추가 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다.	714 (33.0)	705 (32.5)	493 (22.8)	212 (9.8)	42 (1.9)	2.15

마. 국민관심행사에 대한 편성 만족도

1) 국민관심행사에 대한 편성 만족도

국민관심행사의 과도한 TV중복편성으로 인해 불편함을 느낀 경험이 있다(그렇다+매우그렇다)는 응답이 63.7%로 높게 나타났으며, 중복편성을 지양하고 정규프로그램을 편성해야 한다(그렇다+매우 그렇다)는 응답은 56.9%로 나타났다. 중복편성이더라도 중계의 품질에 있어서 차별성이 있다면 괜찮다(그렇다+매우 그렇다)고 느끼는 응답자가 35.4%, 괜찮지 않다(전혀그렇지 않다+그렇지않다)는 응답이 28.2%로 비교적 낮게 나타났다.

국민관심행사의 비인기 종목의 미편성으로 인해 해당 경기를 시청하지 못해 아쉬웠다는 응답이 48.6%(그렇다+매우 그렇다)로 절반 수준으로 나타났다.

중복편성 및 미편성으로 인해 응답자들이 불편함을 느끼고 있는 것으로 나타났으나 방송편성은 방송사의 사적 영역임을 고려했을 때, 중계권자와 시청자들 간의 니즈를 충족하기 위한 방안 마련을 고민할 필요가 있다.

<표 5-16> 국민관심행사 편성 만족도

(단위 : 명, %)

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균값
올림픽·월드컵 축구 등의 과도한 중복편성(동일한 경기를 동시에 여러 방송사에서 중계)으로 인해 기존 프로그램을 <u>시청하지 못해 불편함을 느낀 경험</u> 이 있다.	89 (4.1)	247 (11.4)	450 (20.8)	977 (45.1)	403 (18.6)	3.63
올림픽·월드컵 축구 등을 동시에 중계해도 해설 등 <u>방송 중계 품질</u> 등의 차별성이 있으므로 <u>괜찮다</u> .	151 (7.0)	459 (21.2)	789 (36.4)	634 (29.3)	133 (6.1)	3.06
올림픽·월드컵 축구 등은 특정 1-2개 방송사에서만 중계하고, 다른 방송 채널은 평상 시 방송되는 <u>정규프로그램을 편성</u> 해야한다.	67 (3.1)	216 (10.0)	652 (30.1)	874 (40.4)	357 (16.5)	3.57
국민의 관심도가 떨어진다는 이유로 중계되지 않은 올림픽 종목 등을 시청하지 못해 <u>아쉬웠던 경험</u> 이 있다.	121 (5.6)	306 (14.1)	687 (31.7)	753 (34.8)	299 (13.8)	3.37

2) 국민관심행사 자료화면 시청 만족도

국민관심행사 자료화면 시청에 불편을 경험한 적이 있다(그렇다+매우 그렇다)고 응답한 비율이 29%로 비교적 낮게 나타났다.

<표 5-17> 국민관심행사 자료화면 시청 만족도

(단위 : 명, %)

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균값
156 (7.2)	552 (25.5)	831 (38.4)	543 (25.1)	84 (3.9)	2.93

3) 국민관심행사 자료화면 시청 불편 이유

국민관심행사 자료화면 시청에 불편을 경험한 적이 있다(그렇다+매우 그렇다)고 응답한 627명을 대상으로 그 이유를 묻는 질문에서 경기의 주요 장면과 결과가 포함되지 않아서라고 응답한 비율이 61.9%, 경기 중계 종료 후 적절한 시점에 자료화면을 시청할 수 없었다고 응답한 비율이 66.2%로 나타났다.

<표 5-18> 국민관심행사 자료화면 시청 불편 이유

(단위 : 명, %)

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균값
올림픽·월드컵 축구 등의 주요 장면과 경기 결과가 포함되지 않았다.	10 (1.6)	49 (7.8)	180 (28.7)	330 (52.6)	58 (9.3)	3.60
올림픽·월드컵 축구 등 중계 종료 후 적절한 시점에 해당 경기의 자료화면(하이라이트)을 시청할 수 없었다.	6 (1.0)	47 (7.5)	159 (25.4)	333 (53.1)	82 (13.1)	3.70

바. 국민관심행사 대국민 인식조사 시사점

국민관심행사 고시 개정과 관련하여 국민관심행사 대국민 인식조사의 가장 큰 목적인 실제 국민관심행사 시청정도 및 관심도와 국민관심행사 목록 적절성을 조사한 결과 얻을 수 있는 시사점은 다음과 같다.

1) 국민관심행사 시청경험 및 관심도 비교

국민관심행사 시청경험과 관심도(5점 척도)를 비교해보면, 시청경험과 관심도 모두 비슷한 정도를 보이는 것으로 나타났다. 시청경험이 높은 상위 3개 국민관심행사는 하계올림픽(3.4), 동계올림픽(3.3), 성인남자 월드컵(3.2)이며, 하위 3개 국민관심행사는 성인여자 월드컵(2.1), 동아시아컵(2.4), WBC(2.5)이다. 관련해서 관심도가 높은 상위 3개 국민관심행사는 월드컵(4.3), 올림픽(4.2), 아시안게임(4)으로 나타나 관심도가 높은 국민관심행사의 실제 시청경험 또한 높은 것을 확인할 수 있었다.

<표 5-19> 국민관심행사 시청경험 및 관심도 비교

구분	국민관심행사	시청경험	관심도 (한국대표 출전경기)	시청률 (AC닐슨, 전국 모든 가구 기준)
90%	하계올림픽	3.38	4.24	18%('20도쿄)
	동계올림픽	3.28		15%('22베이징)
	FIFA 성인 남자 월드컵	3.24	4.30	33.1%('22카타르)
	FIFA 성인 여자 월드컵	2.09		1.2%('19프랑스)
75%	하계아시안게임	2.92	4.00	19.9%('18자카르타)
	동계아시안게임	2.83		6.6%('17삿포르)
	야구WBC(월드베이스볼클래식)	2.51	3.49	4.3%('18년)
	성인남자 국가대표팀 출전 아시안컵(AFC)	2.55		15.9%('19년)
	성인남자 국가대표팀 출전 동아시안컵(EAFF)	2.39	3.74	3.6%('22년)
	성인남자 국가대표팀 출전 축구평가전(친선경기)	2.87		12.8%('22년)
	패럴림픽	1.85	2.66	1.2%('22베이징)

주 1) 시청경험(5점 척도) : 매우 많이 시청 > 많이 시청 > 보통 > 적게 시청

주 2) 관심도(5점 척도) : 매우 관심있음 > 관심있음 > 보통 > 별로 관심없음 > 전혀 관심없음

2) 국민관심행사 목록 중 ‘추가’ 또는 ‘제외’ 필요 경기

국민관심행사 ‘추가’ 선정 필요가 ‘없다’는 응답이 90.7%로 대부분을 차지하고 있으며, 국민관심행사 추가 필요가 ‘있다’고 응답한 비율은 9.3%에 불과한 것으로 나타났다. 또한, ‘제외’되어야 하는 경기가 ‘없다’는 응답이 73.4%로 다수를 차지하였으며, ‘제외’되어야 하는 경기가 ‘있다’고 응답한 비율은 26.6%로 낮은 응답 결과를 얻어 현재 고시 내 국민관심행사 종류 및 종목은 전반적으로 타당한 것으로 보여진다.

<표 5-20> 국민관심행사 목록의 적절성 여부

추가 선정 필요 ‘없다’	추가 선정 필요 ‘있다’
90.7% (1,964명)	9.3% (202명)
제외 필요 ‘없다’	제외 필요 ‘있다’
73.4% (1,590명)	26.6% (576명)

3. 과거 대국민 인식 조사 결과 비교(2016년, 2019년, 2022년)

2016년부터 4년 주기로 시행된 국민관심행사에 관한 대국민 인식 조사 결과를 비교해 본 결과, 2016년, 2019년, 2022년 모두 동·하계 올림픽, FIFA 성인 남자 월드컵의 관심도가 꾸준히 높은 것으로 나타났다. 2016년에는 특히 WBC의 관심도가 높았으며, 2019년에는 하계 아시안게임의 관심도가 높게 나타났다. 2022년에는 상대적으로 올림픽과 월드컵의 관심도가 높게 나타났다.

<표 5-21> 국민관심행사 관심도 변화

질문		관심 정도(%)		
		2016년	2019년	2022년
올림픽	동계 올림픽	63.9	78.2	55.0
	하계 올림픽	65.7	76.4	
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵 (지역예선 포함)*	79.0 (59.1)	77.5	54.6
	FIFA 성인 여자 월드컵 (지역예선 포함)*	40.5 (29.9)	35.9	
아시안게임	동계 아시안게임	38.1	58.5	48.6
	하계 아시안게임	42.3	60.2	
월드베이스볼 클래식	WBC(국제야구대회)	70.0	49.8	36.1
성인남자 국가대표 A매치	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	52.8	55.1	41.6
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵	38.7	43.4	
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	46.0	53.7	
패럴림픽	동·하계 패럴림픽(장애인올림픽)	-	18.8	15.4

주 1) 2016년에는 FIFA 성인남여 월드컵과 지역예선에 대한 관심도를 나누어 조사함. 2019년과 2022년에는 지역예선 관심도를 포함하여 관심도를 조사함

주 2) 2022년에는 국민관심행사의 대분류를 기준으로 조사하여, 세부 국민관심행사 경기에 대한 응답값은 알 수 없음

주 3) 2019년과 2022년에는 우리나라 국가대표 출전경기와 미출전경기를 구분하여 관심정도를 조사함. 본 비교표에서는 국가대표 출전경기 응답값으로 비교

국민관심행사 시청경험 결과를 비교해 본 결과, 2016년, 2019년, 2022년 모두 동·하계 올림픽, FIFA 성인 남자 월드컵의 시청 정도가 꾸준히 높은 것으로 나타났다. 2016년에는 WBC의 관심도가 높았던 만큼 시청 정도도 다른 해보다 높게 나타났으며, 2019년에는 하계 아시안게임의 관심도가 높게 나타났다. 2022년에는 상대적으로 올림픽과 월드컵의 관심도가 높게 나타났다.

<표 5-22> 국민관심행사 시청경험 변화

질문		시청 정도(%)		
		2016년	2019년	2022년
올림픽	동계 올림픽	42.3	44.6	49.5
	하계 올림픽	50.5	48.1	53.7
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵 (지역예선 포함)*	64.1 (45.8)	57.4	49.6
	FIFA 성인 여자 월드컵 (지역예선 포함)*	27.0 (17.5)	10.0	11.5
아시안게임	동계 아시안게임	23.3	27.8	31.9
	하계 아시안게임	28.5	32.4	
월드베이스볼 클래식	WBC(국제야구대회)	54.9	30.1	28.5
성인남자 국가대표 A매치	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	38.6	26.2	26.3
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵	29.1	22.1	19.7
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	33.3	36.5	36.3
패럴림픽	동·하계 패럴림픽(장애인올림픽)	-	6.0	6.8

주 1) 2016년에는 FIFA 성인남여 월드컵과 지역예선에 대한 시청경험을 나누어 조사함. 2019년과 2022년에는 지역예선 시청경험을 포함하여 시청정도를 조사함

주 2) 2016년에는 일반 시청경험을, 2019년에는 일반 시청경험과 실시간 시청경험을, 2022년에는 실시간 시청경험을 조사하여, 비교의 통일성을 위해 2019년과 2022년은 실시간 시청경험의 응답값으로 정리함

제 2 절 국민관심행사 기준 개선에 관한 전문가 조사

1. 전문가 조사 개요

보편적시청권 관련 쟁점과 향후 법제도 개선방안을 도출하기 위해 방송전문가와 법전문가를 대상으로 심층 인터뷰를 실시했다. 전문가 조사는 2022년 9월부터 10월 까지 약 2달 동안 2회에 걸쳐 진행했다. 대면조사를 원칙으로 했으며, 부득이한 경우 온라인 줌 회의와 서면 조사도 함께 이뤄졌다. 전문가 조사 대상은 학계(미디어/언론, 법학, 경제학) 전문가와 법조계 전문가로 구성하여 주요 쟁점에 대한 다양한 의견을 수렴할 수 있도록 했다.

<표 5-23> 전문가 조사 대상

구분	대상자	
학계(방송전문가)	학계 A	교수
학계(방송전문가)	학계 B	교수
학계(방송전문가)	학계 C	교수
학계(방송전문가)	학계 D	교수
학계(법)	학계 E	교수
학계(법)	학계 F	교수
학계(법)	학계 G	교수
법조계(법)	법조계 H	변호사

2. 주요 조사 내용

보편적시청권 관련 쟁점을 선정하여 방송전문가와 법전문가를 대상으로 각 쟁점에 대한 다양한 의견을 듣고 시사점을 도출하고자 했다.

법전문가를 대상으로는 보편적시청권 관련 법제도 개선방안을 중점적으로 논의했다. 현행법상 OTT 사업자의 보편적시청권 보장 의무 적용 가능여부, 온라인 플랫폼으로의 보편적 방송수단 확대 가능 여부, 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 개정 관련 이슈에 대한 의견을 수렴했다.

방송전문가를 대상으로는 보편적시청권 제도 관련 쟁점 중 패럴림픽의 국민관심행사 포함 여부와 국민관심행사의 경기 종목 추가 필요 검토, 국민관심행사 협의체 구성 및 운영 규정 신설 여부, 유료방송사의 국민관심행사 독점 중계에 대한 타당성 여부에 대한 의견을 수렴했다.

<표 5-24> 보편적 시청권 제도 개선을 위한 전문가 조사 주요 내용

주요 조사 항목	주요 내용	비고
현행법상 OTT 사업자의 보편적 시청권 보장 의무 적용 가능 여부	<ul style="list-style-type: none"> ○ OTT 사업자가 국민관심행사 중계권을 획득했을 경우, 중계방송권자에 해당되어 현행 「방송법」 제76조의3 금지행위 등을 통해 보편적 시청권 보장 의무를 강제할 수 있는지 여부 - 현재 OTT 사업자는 방송법 수범 대상이 아닌 상황에서 중계방송권자에 포함된다고 해석하여 규제할 수 있는지 여부 검토 	법전문가
온라인 플랫폼으로의 보편적 방송수단 확대	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송채널이 아닌 온라인(모바일) 플랫폼에서도 보편적 시청권이 보장되도록 개선하고자 한다면, 어떠한 방식(방법)으로 법령을 개정해야 하는지 여부 - 현행 방송법 체계에서 방송법 개정을 통해 제도 도입이 가능한지 여부 	법전문가
「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 개정	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현행 고시인 「국민적 관심이 큰 체육 경기대회 및 그 밖의 주요행사」에서 개정을 통해 제도 개선 사항을 반영할 수 있는지 검토 	법전문가

관련 이슈	- 현행법은 국민관심행사를 고시에서 규정하도록 위임하고 있는데, 고시의 제목(제명)을 변경하여 ①중계권자에 OTT사업자를 포함하고, ②사업자 자율협의체 구성 및 공동계약 권고, 순차편성 권고 등의 규정을 포함하는 것이 가능한지 여부	
패럴림픽 국민관심행사 포함 여부	o 공익성 측면에서 국민관심행사로 패럴림픽을 포함하는 것이 바람직한지 여부	방송전문가
국민관심행사 종류 개정 여부	o 현행 고시 경기 중 추가가 필요한 종목에 대한 검토	방송전문가
국민관심행사 협의체 구성 및 운영 규정 신설	o 국민관심행사의 종류를 규정한 현행 국민관심행사 고시에 ‘국민관심행사 협의체 구성·운영’ 규정을 신설하는 것이 바람직한지 여부	방송전문가
유료방송사의 국민관심행사 독점 중계	o 유료방송을 통해 가시청가구수 기준을 충족하는 것만으로 보편적시청권이 보장된다고 볼수 있는지, ‘무료’가 보편적 시청권 보장의 기준이 되어 하는지 등 검토	방송전문가

3. 전문가 인터뷰 결과

가. 현행법상 OTT 사업자의 보편적 시청권 보장 의무 적용

OTT 사업자가 국민관심행사의 중계권을 획득할 경우, 현행법상 보편적시청권 보장 의무를 적용할 수 있는지 여부에 대한 의견 수렴 결과, 현행 방송법에서는 중계방송권자에 대한 정의 규정이 없는 상황이므로 OTT 사업자도 중계방송권자에 포함될 수 있으며, 이 경우 보편적시청권 보장 의무도 부담해야 한다는 의견이 제기됐다.

현행 방송법상 중계방송권자에 대한 정의 규정이 없는 상황에서, 해석상 중계방송권자는 ‘중계방송권’에 대한 권리를 보유한 자로 해석될 수 있음. 이때, 중계방송권자가 방송법상 방송사업자의 지위를 가지고 있어야 한다는 제한이나 조건은 존재하지 않으므로 중계방송권자에는 OTT 사업자도 포함될 수 있음.

다만, 「방송법 시행령」 [별표 2의2] 제1호는 “보편적 방송수단의 확보 여부는 국민 관심행사등을 시청할 수 있는 법 제76조제3항에 따른 중계방송권자등(이하 "중계방송권자등"이라 한다)의 방송수단"등을 포함하여 판단하다고 규정하고 있어서, 중계방송권자등이 방송수단을 보유하는 것을 전제로 하고 있는 것처럼 해석될 수 있음. ‘방송법’은 중계방송권자가 방송사업자인지 방송수단을 가지고 있는지 여부에 대해 별다른 규정을 하고 있지 않는데, 시행령에서 중계방송권자를 방송사업자 또는 방송수단을 가지고 있는 자임을 전제한다면 법상 중계방송권자의 범위를 시행령이 축소하는 결과가 됨. 뿐만 아니라, 「방송법 시행령」 [별표 2의2] 제1호는 보편적 방송수단의 확보 여부를 판단하기 위한 산정방식을 규정하는 것이므로, 중계방송권자등의 방송수단이 zero라 하더라도 중계방송의 계약을 체결한 다른 방송사업자의 방송수단을 포함하여 90% 또는 75% 이상의 보편적 방송수단을 확보했는지를 판단하기만 하면 되는 것임. 방송법상 중계방송권자의 지위에 해당되면 그에 상응하는 의무를 부담해야 하며 보편적 시청권 관련 금지행위 조항도 그중 하나임. 따라서 중계방송권자인 OTT 사업자도 보편적 방송수단 확보 의무를 부담해야 함. 그러나 보편적 방송수단의 확보 의무 이행 방법은 다양할 수 있음. 커버리지 90% 또는 75% 이상의 사업자에게 재판매하는 것도 하나의 선택지가 될 수 있겠으나, 그 판단주체는 중계방송권자이지 방송통신위원회가 될 수는 없음. 방송통신위원회는 결과적으로 90% 또는 75% 이상의 보편적 방송수단을 확보했는지 여부만 판단할 수 있는 것임(학계 E)

현행법으로 OTT 사업자를 방송법 규제 내로 끌어들이기는 힘들 것으로 보임. 방송법에서 정의하고 있는 방송이 기존 방송 패러다임에 정체되어 있기 때문에 시청각미디어라는 개념으로 확장하지 않는 이상 어려운 문제라 생각됨(학계 F)

OTT사업자에게 보편적 시청권 보장을 위한 조치를 적용하려면 그 적용대상인 방송사업자 또는 중계방송권자에 해당하는지 판단하여야 함. 방송법 제2조제3호에 따른 방송사업자에는 지상파방송사업자, 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자, 공동체라디오방송사업자가 포함되는데, OTT사업자는 이에 해당하지 않음. 중계방송권자는 기본적으로 중계 “방송”을 할 권리를 가진 자로서 방송을 해야하는데, 방송법 제2조제1호에 따른 방송에는 텔레비전방송, 라디오방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송이 포함되

는데, OTT 동영상 서비스는 현행 방송법상 방송에 해당한다고 보기 어려움. 특히, 방송법 제76조의3 제1항은 금지행위를 규정하는데, 죄형법정주의 원칙상 방송 개념을 확대해석하는 것도 허용되지 않음. 따라서 OTT사업자에게 방송법 제76조의3을 적용하여 국민관심행사의 보편적시청권 보장의무를 부과할 수 없음(학계 G)

방송법 제76조의3 제1항은 수범자로 방송사업자 및 중계방송권자등을 규정하고 있어, 중계방송권자는 방송사업자와 구별되는 개념으로서 OTT사업자가 포함된다고 해석된다는 의견도 있을 수는 있음. 그러나 방송법의 수범자는 원칙적으로 방송사업자이며, 보편적 시청권 관련 규정에서의 중계방송사업자는 방송사업자 중 중계방송권을 확보한 자를 의미하는 것으로 보는 것이 타당함. 따라서, 현행 규정을 통해 OTT사업자를 규제할 수는 없음. 방송법은 수직적 규제체계를 가지고 있는 법령으로서 각 역우별로 진입규제를 두고 있는 바, 현재 OTT사업자는 방송법의 규제 대상이 아님. 방송법 제76조 및 제76조의3이 규정하고 있는 중계“방송”권의 경우, 그 문언상 “방송”을 전제로 하는 용어로서 일반 인터넷망을 통해 서비스하는 OTT의 경우 “방송”에 포함된다고 보기는 어려움. 또한, 보편적 시청권 관련 규제가 도입될 당시에는 OTT사업자가 등장하지 않았으며, OTT사업자의 등장도 예견되지도 않았음(법조계 H)

나. 국민관심행사의 보편적 방송수단을 온라인 플랫폼을 확대

현재 방송환경을 고려하면 온라인 플랫폼에 대해서도 보편적 시청권이 보장될 수 있도록 할 필요가 있다는 의견이 다수였다. 중계권을 확보한 사업자가 여러 방송수단을 선택함에 있어서 온라인 플랫폼을 배제할 필요는 없어 보이며, 온라인 플랫폼을 무료로 접근할 수 있다는 전제로 온라인 플랫폼에 대해서도 충분히 보편적시청권 수단으로 고려하는 것이 가능하다는 의견이 있었다.

다만, 현행 방송법 체계에서 방송법 개정을 통해 방송의 개념을 다르게 정의함으로써 OTT를 적용할 수 있을 것이나 관련 부처와의 지난한 협의 과정이 예상되며, 실시간성을 가진 스포츠이벤트에 대해 보편적시청권이 보장되어야 하므로 시청자

미디어법을 같이 논의하면서 향후 적극적으로 논의되어야 할 부분이라는 의견도 개진되었다.

중계방송권의 개념을 논리필연적으로 온라인 중계를 적용 대상에서 제외하는 것으로 해석할 이유는 없음. 현행 「방송법 시행령」 [별표 2의2] 제1호는 “보편적 방송수단의 확보 여부는 국민관심행사등을 시청할 수 있는 법 제76조제3항에 따른 중계방송권자등(이하 “중계방송권자등”이라 한다)의 방송수단 및 중계방송권자등과 중계방송의 계약을 체결한 지상파방송사업자, 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자, 중계유선방송사업자 및 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제2조제5호에 따른 인터넷 멀티미디어 방송사업자의 방송수단을 포함하여 판단한다.”고 규정하고 있음. 여기에 열거된 방송수단은 「방송법」과 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」에 따른 사업자의 방송수단만 포함. 따라서 「방송법 시행령」 [별표 2의2] 제1호에 “「전기통신사업법」 제22조에 따라 부가통신사업의 신고 또는 등록을 한 자가 제공하는 부가통신서비스를 포함하여 판단한다.”는 문구를 추가함으로써 온라인 플랫폼에서도 보편적 시청권이 보장될 수 있는 유인(incentive)이 제공됨.

한편, 법 제76조 제3항을 “국민관심행사등에 대한 중계방송권자 또는 그 대리인(이하 “중계방송권자등”이라 한다)은 일반국민이 이를 시청할 수 있도록 중계방송권을 다른 방송사업자 또는 「전기통신사업법」 제22조에 따라 부가통신사업의 신고 또는 등록을 한 자에게도 공정하고 합리적인 가격으로 차별 없이 제공하여야 한다.”고 규정하여, OTT 뿐 아니라 포털에서도 제공될 수 있는 단초 마련. 이는 OTT나 인터넷 포털에게 의무를 부과하는 것이 아니라, 요청할 수 있는 권리를 부여하는 것임. 참고로 독일의 경우, ‘일반 공중이 시청가능한 TV 방송채널’ 요건은 독일 가구의 2/3 이상이 실제(tatsächlich) 수신가능해야 하는데, 유료PP로부터 중계방송권을 제공받은 무료지상파방송이 무료 인터넷스트리밍 서비스(frei zugänglicher Livestream)로 제공하는 경우도 2/3로 포함시켜 산정하고 있음⁸⁾(학계 E)

8) Nüßig, in : Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 4. Aufl., RStV § 4, Rn. 5.

방송법에 중계권자 등의 개념 도입, 국민관심행사 등 관련 규정의 수범자 수정 등을 통해 시청권 보장제도를 개선하는 방안도 법적으로는 가능해 보임. 다만 전통적인 방송사업자를 규제대상으로 하는 현행 방송법상 체계정합성이 떨어지고, 타 부처와의 협의 과정에서 난항이 예상됨. 근본적으로는 방송법상 “방송” 개념에 OTT가 포함되도록 방송법 체계를 전면적으로 개편하는 것이 필요해 보임(법조계 H)

다. 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 개정

고시 형식 안에 추가적인 내용을 넣는 것은 가능하다고 보여지지만, 현재 고시에 내용을 추가하는 프로세스나, 새롭게 고시를 제정하는 프로세스나 크게 다르지 않으므로 필요하다면 새로운 고시를 제정하는 것을 제안했다. 현재 고시의 이름에서 내용을 추가하는 것은 이질적으로 보여지기 때문에 별도의 다른 네이밍이 필요해 보이며, 그렇지 않다면 현재 고시의 제목을 변경하고 고시 내용을 추가하는 방식도 가능하다는 의견이 제기됐다.

자율규제의 내용이고, 이에 대한 정부규제의 제재가 없다면, 고시로 충분히 이 사항을 규율하는 것이 가능함. 다만, 「국민적 관심이 큰 체육 경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시는 그 기능과 역할이 방송법령에서 명확히 정해져 있기 때문에, 여기에 자율규제 사항을 규정할 수는 없는 것임. 개보위의 자율규제의 세부적 내용인 「개인정보 보호 자율규제 단체 지정 등에 관한 규정」은 느슨한 법의 근거에 기반하기는 하지만, 사실상 자유롭게 자율규제의 내용을 형성한 것임(학계 E)

고시와 같은 행정규칙의 경우 상위 법령에서 위임받은 사항에 대한 구체적인 규율 외에, 위임받지 않은 사항에 대한 규정도 둘 수 있음. 다만, 상위 법령의 위임을 받아 규정한 사항의 경우에는 대외적 효력이 인정되는 것이고, 그렇지 않은 경우 대외적 효력(구속력)이 인정되지 않는다는 측면에서 차이가 있을 뿐임. 따라서 해당 고시에 사업자 자율협의체 구성·운영에 관한 규정 등을 신설함으로써 국민관심행사의 편성, 중계방송권 계약 등에 대한 정보의 공유·협력 등을 장려(권고)하는 방안은 법적으로 가능해 보임(법조계 E)

보편적시청권 보장 의무를 규정한 방송법 제76조의3이 금지행위를 규정하고 위반시 과징금까지도 규정하고 있기 때문에 하위 고시에서 그 적용대상을 확대하는 것은 위임범위를 넘는 것으로서 허용될 수 없음. 따라서 OTT사업자를 포섭하고자 한다면, 방송법을 개정하여야 함. 보편적시청권을 규정한 제76조의3, 이와 관련이 있는 제76조의 규정을 개정하여야 함(학계 G)

우선 자율협의체는 구성은 가능하겠으나, 협의체의 결정에 벗어난 행위를 했을 때 그 책임을 물을 수 없다는 한계성으로 인해 실효성이 있을까 하는 우려가 있음. 결국 방송법이 지속적으로 주장되어 왔듯이, 시청각미디어법과 같이 현재의 변화를 포괄하는 형태로 변화할 필요가 있음. 현재 OTT 서비스에 대해서 적극적인 규제나 정의를 하지 않는 상황에 일어나는 현상이 보편적 시청권의 문제이며, 이는 자본의 논리에 의해서 더 가속화 될 것. 특히 스포츠 행사 중계권은 미디어가 다변화하고 있는 상황에도 미디어 기업의 주요 비즈니스 모델이 되고 있으며, 쿠팡플레이나 종편 등이 이에 적극 가담하는 이유도 마찬가지임 (학계 F)

라. 패럴림픽 국민관심행사 포함 여부

패럴림픽 경기의 국민관심행사 포함 여부에 대한 전문가 의견으로는 패럴림픽은 광고 유치에 쉽지 않고, 시청률도 낮아 ‘국민적 관심이 매우 큰’ 국민관심행사와의 정의와는 부합하지 않는 측면이 존재하며, 국민관심행사로 지정되어 실시간 방송이 의무화될 경우, 오히려 패럴림픽 중계권 확보를 회피할 우려가 있다는 의견이 다수였다. 따라서 패럴림픽 경기는 국민관심행사로 지정하기 보다는 공영방송이 중계하되 재정지원을 하는 방안과 PP와 인터넷 등 중계채널을 다변화함으로써 편성을 보장하고 확대할 수 있는 방안이 필요하다는 의견이 개진되었다.

패럴림픽 중계는 본질적으로 필요하다는 점에 동의하지만, 시장에서 수용하기 어려운 상황을 고려했을 때 책임을 가지고 이행해야 하는 것은 공영방송이라고 생각함. 공영방송

은 시장 수용은 적으나 책임을 져야 하는 부분에 있어서 역할을 해야 하는 부분이 존재. 따라서 공영방송이 가지고 있는 OTT, 자사 케이블 채널을 통해 다양하게 노출될 수 있도록 할 필요가 있음. 패럴림픽을 국민관심행사에 포함시킬 필요는 없다고 생각하며, 다만 공영방송이 패럴림픽 주관방송사로 지정된다면 정부의 일정 수준 이상의 지원을 받을 수 있는 근거를 마련할 필요는 있어 보임.

또한, (학계 A)

영국, 남아프리카공화국 외에 패럴림픽을 국민관심행사에 포함하고 있는 나라는 없음. 패럴림픽 중계는 공영방송에서 책임지고 해야 한다는 의견에 동의하며, 공영방송의 자사 채널을 활용할 수 있도록 하면 좋을 것(학계 B)

실제 패럴림픽은 광고 유치가 쉽지 않음. 시청자들도 주요 종목에만 관심이 있을 뿐 상당한 괴리가 있는 것이 사실임. 지상파 특히, 공영방송이 패럴림픽 중계를 하는 것이 가장 좋은 방법인데 이에 따른 재정지원이 필요할 것. 현실적으로 시청자가 많이 시청할 수 있는 채널에서 중계가 이뤄지기 위해서는 재정지원이 뒷받침되어야 한다고 생각함(학계 C)

특정한 수요와 요구사항이 있다고 해서 패럴림픽을 국민관심행사로 제도화하기에는 어려움이 있다고 생각함. 실제 패럴림픽 시청을 원하는 수용자층이 많은지도 살펴 볼 필요가 있음. 따라서 국민관심행사에 패럴림픽을 추가하는 것을 고민하기보다는 공영방송에 대한 당위성과 정부의 일부 지원을 통해 인터넷/pp 등의 창구를 확보해주는 것이 실효성이 있다고 생각함(학계 D)

마. 국민관심행사 종류 개정 여부

대국민 인식조사 결과 경기종목 추가가 ‘필요없다’는 응답이 90% 이상, ‘필요하다’는 의견은 매우 소수로 조사되어, 현재 국민관심행사 고시에 새로운 경기 종목을 ‘추가’할 당위성은 낮은 것으로 보인다. 인식조사 결과 ‘추가’ 의견이 가장 많았던 배구 경기의 경우에도 응답수가 20여명(전체 응답자 중 1% 미

만)에 불과하여 현 단계에서 새로운 경기를 추가하는 것은 신중할 필요가 있으며, 현행을 유지하는 것이 바람직하다는 의견이었다.

시청자들의 스포츠 경기에 대한 수요와 관심은 매년 이슈나 상황에 따라 달라지는데, 그 때마다 국민관심행사에 추가할 것인가를 논의하는 것은 적절하지 않음(학계 A)

대국민 인식조사 결과 90% 이상이 새로운 종목 추가가 필요없다고 응답했으며, 필요하다고 응답한 값의 경우에도 매우 소수 의견으로 보여지기 때문에 특정한 경기종목을 추가해야 한다는 논의 자체가 필요하지 않아 보임(학계 C)

바. 국민관심행사 협의체 구성 및 운영 규정 신설 여부

최근 과도한 중계권료 등을 고려했을 때, 중계권 공동구매를 위한 협의체 기능 필요성에 대해서는 공감하나 법 규정이 없는 상황에서 정부의 적극적인 개입은 어려워보인다는 의견이 있었다. 현 상황에서 협의체는 사업자가 주도적으로 할 수 있도록 하되 방통위가 협의체 운영에 있어서 지원을 할 수 있도록 하는 최소한의 개입을 할 수 있도록 하면 좋겠다는 의견이 제기되었다.

협의체 구성을 오래전부터 주장해왔으나, 현실은 지상파3사의 경우, 폐쇄적으로 운영하고자 함. 협의체의 기능을 고민했을 때, 공동구매를 하도록 하는 것이 필요한데, 현재의 과도한 중계권료를 해결하기 위해서는 한 회사가 중계권을 구매해서 재판매하는 방법도 적절하지 않음. 중계권료에 대한 리스크를 여러 사업자가 분담할 수 있도록 공동구매 및 재판매가 이루어져야 함. 일본은 J컨소시엄을 통해서 잘 이루어지고 있음. 법 규정이 없으니, 고시 내용에 방통위가 협의체를 지원할 수 있다 정도로 하여 개정할 필요는 있어보임. 협의체를 어떻게 운영하면 좋을지가 고민이며, 방송사업자와 비방송사업자가 모두 모여 합의가 되는 것은 쉽지 않아 보이므로 방송사업자/비방송사업자 등의 소위원회를 두어서 논의할 수 있도록 하면 좋겠다는 생각. 2026년~2032년 동하계올림픽 독점중계권을 확보한

JTBC 입장에서는 재판매를 해야 하니, 지금이라도 협의체를 구성하는 것은 의미가 있음
(학계 A)

협의체를 구성하여 운영할 경우, 방송사들이 서로 어떤 이익을 얻을 수 있는지 방통위가 보여줘야 할 필요. 협의체를 통해 논의할 경우, 어떤 이익을 가져갈 수 있는지 이야기하고 설득시켜야 함(학계 A)

방송사들이 단독 중계권을 구매하는 것은 자사의 브랜드네임을 알리는 등의 효과를 얻기 위한 것이므로, 방송사들이 얻을 수 있는 부가적인 효과 등을 보여주는 것이 중요함(학계 D)

사. 유료방송사업자의 국민관심행사 독점 중계

‘보편적’의 개념이 ‘무료’를 의미하는 것은 아니며, 합리적인 가격으로 ‘누구나 시청할 수 있도록 해야 한다’는 것을 고려하면 현재 지불하고 있는 비용 외에 추가비용을 지불하지 않는 것이 핵심이라는 의견이 제시됐다. 따라서, 현재 방송환경을 살펴보면 지상파의 경우에도 수신료를 지불하고 있고, 유료방송 이용자도 이용요금을 지불하고 있으므로 올림픽, 월드컵 등 국민관심행사를 시청하기 위해 추가적인 비용을 지불하지 않는 것이라면 보편적시청권과 관련하여 우려할 문제는 아니라는 의견이 제시됐다.

해외 사례의 경우 무료인 지상파만 국민관심행사를 중계하는 것과 관련하여서는 해외 유료방송 환경은 국내와 달리 도달률이 일정 수준 이상의 커버리지를 확보할 수 있는 만큼 충족되지 않으므로 논리적으로 문제되지 않는다는 의견이 있었다.

‘보편적’이라는 개념은 누구나 시청할 수 있음을 의미하는 것이며, 무료를 의미하는 것은 아님. 즉, 합리적인 가격으로 누구나 이용할 수 있게 해줘야 한다는 것. 지상파 시청을 위해서 2,500원의 수신료를 지불하고 있고, 유료방송 이용자도 이용요금을 지불하고 있으

므로 현재 지불하고 있는 돈 외에 추가적인 비용을 내는 것이 없어야 한다는 것이 핵심임.
즉, 올림픽/월드컵 등을 시청하기 위해 추가 비용을 내는 것이 아니면 됨(학계 A)

해외 유료방송은 커버리지 확보가 어렵기 때문에 국내 유료방송 방송환경과는 다름. 따라서 해외의 유료방송 도달률이 충족되지 않아 지상파만 국민관심행사를 중계하고 있는 것이므로 국내 방송환경과 직접적인 비교는 어려움(학계 D)

<표 5-25> 보편적 시청권 제도 개선을 위한 전문가 조사 주요 결과

주요 조사 항목	주요 내용
현행법상 OTT 사업자의 보편적 시청권 보장 의무 적용 가능 여부	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현행 방송법상 중계방송권자의 정의 규정이 없어 OTT 사업자도 중계방송권자에 포함될 수 있음 - 다만, OTT 사업자도 중계방송권자에 포함되므로 보편적 시청권 보장 의무도 부담해야 함
온라인 플랫폼으로의 보편적 방송수단 확대	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현재 방송환경을 고려했을 때, 온라인 플랫폼도 보편적 시청권 수단으로 고려 가능 - 다만, 현행 방송법 체계에서 방송법 개정이 필요하므로, 향후 적극적으로 논의되어야 할 부분임
「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시 개정 관련 이슈	<ul style="list-style-type: none"> ○ 고시 형식 안에 추가적인 내용을 넣는 것도 가능하며, 고시 개정 프로세스를 고려했을 때, 새로 제정하는 방안도 제안 - 현재 고시 이름과 내용을 고려했을 때, 고시의 제목을 변경하고 새로운 고시 내용을 추가하는 방식도 고려 가능
패럴림픽 국민관심행사 포함 여부	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국민적 관심이 매우 큰 국민관심행사와의 정의와 부합하지 않아 국민관심행사로 지정하기 보다는 공영방송이 중계할 수 있도록 재정지원을 하는 방안 등을 고려할 필요
국민관심행사 종류 개정 여부	<ul style="list-style-type: none"> ○ 대국민인식조사 결과, 현재 국민관심행사 고시에 새로운 경기 종목을 추가하거나 삭제할 당위성은 낮은 것으로 보여짐
국민관심행사 협의체 구성 및 운영 규정 신설	<ul style="list-style-type: none"> ○ 중계권 공동구매를 위한 협의체 기능 필요성에 대해 공감하나, 법 규정이 없는 상황에서 정부의 적극적인 개입은 어려움 - 협의체는 사업자가 주도적으로 하고, 방통위가 협의체 운영에 최소한의 개입을 할 수 있도록 할 필요
유료방송사의 국민관심행사 독점 중계	<ul style="list-style-type: none"> ○ 보편적 개념이 합리적인 가격으로 누구나 시청할 수 있도록 해야 한다는 것을 고려했을 때, 현재 지불하고 있는 비용 외에 추가 비용을 지불하지 않는 것이 핵심 - 따라서 국민관심행사를 시청하기 위해 추가 비용을 지불하지 않는 것이라면 보편적시청권과 관련하여 크게 우려할 문제는 아니라는 의견

제 6 장 국민관심행사 기준 개선 방안 제시

제 1 절 보편적 시청권 제도 개선방향

1. 국민관심행사 변경 여부

종목 삭제, 추가 여부를 결정해야 하는 2022년 고시 재검토기한이 도래함에 따라 국민관심행사 종목 유지, 추가, 축소 등을 검토해야 하는 시점이다. 제도의 운영 취지, 대국민 인식조사, 전문가 의견 청취 등을 종합적으로 고려할 때 현행 유지가 바람직하다고 판단된다.

2022년 수행된 대국민 인식조사 결과 전체 조사 대상자 2,166명 중 90.7%인 1,964명이 국민관심행사를 추가로 선정할 필요가 없다고 응답하여 대다수 응답자가 추가 선정이 필요 없다고 인식하고 있었다. ‘제외’되어야 하는 경기가 ‘있다’고 응답한 비율은 576명으로 26.6%로 나타났으며, 제외되어야 하는 종목 상위 5개는 동아시아컵(243명) > WBC(183명) > 축구국가대표 평가전(141명) > 아시안컵(139명) > FIFA 성인여자 월드컵(135명) 순으로 나타났다. 「방송법」상 보편적 시청권을 보장해야 하는 종목의 기준은 “국민적 관심이 매우 큰” 행사이나 현재 국민관심행사 중에서도 국민적 관심이 매우 큰 행사에 포함되지 않는 행사들도 존재하는 상황이다. 뒤에서 다시 논의하겠지만 국민관심행사의 기준 및 정의와 관련해서는 중·장기적인 관점에서 검토가 필요하다.

패럴림픽은 국민적 관심이 매우 크다고 보기 어렵고, 방송사가 중계시 부담을 느끼고 있어 국민관심행사로 포함하기 어려울 것이라 판단되며, 포함시 방송사에 대한 지원이 필요하다고 판단된다. 패럴림픽은 공익적 가치가 큰 행사이나 대국민인식 조사 결과 5점 척도 기준으로 시청경험은 1.85점, 관심도는 2.66점으로 중간인 3점 기준에 미만하고 시청률(1.2%)도 낮아 국민적 관심이 매우 크다고 보기 어렵다

고 판단된다. 패럴림픽의 경우 앞으로도 포함 여부의 필요성이 제기될 가능성이 높다. 패럴림픽을 향후 국민관심행사에 포함시키지 않더라도 국민에게 패럴림픽 접근권을 보장할 수 있는 방안에 대한 고민은 지속적으로 필요하다고 판단된다.

2. 협의체 구성을 위한 법적 근거 마련

보편적 시청권 관련 이슈는 중계권 확보와 재판매, 순차편성 등 사업자의 자율적인 판단이 중요한 만큼 협의체 구성을 통해 사업자 간 합리적인 논의 유도가 바람직하다. 중계권을 둘러싼 경쟁이 치열해지고, 인터넷 영역에서의 스포츠 중계가 늘어날수록 사업자 간 합리적인 논의가 중요하기 때문이다.

이를 고려시 방통위 중심으로 협의체를 운영하는 방안을 검토하고 이에 대한 법적 근거 마련을 검토할 필요가 있다. 이와 관련된 법적 근거를 마련할 경우 법이나 시행령보다는 관련 고시를 아래와 같이 만들어 협의체 운영을 위한 법적 근거로 활용가능하다.

고시 신설 등 협의체 관련 법개정 시에는 법개정에 따른 장점과 단점, 협의체에 참여할 사업자 등 다양한 관점에서의 검토가 필요하다고 판단된다. 특히, OTT 사업자 등 방송사업자가 아닌 사업자들의 참여도 검토가 필요하기 때문에 참여 주체 범위 설정이 중요할 것으로 보인다.

제2절 시사점 및 제언

본 연구에서는 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」의 고시 재검토기한 도래, 올림픽, 월드컵 등 국민관심행사 개최 등 보편적 시청권 관련 쟁점이 많은 상황에서 현안 이슈에 대해 검토했고, 제도 개선 방향을 제시하였다. 보편적 시청권 및 국민관심행사 제도는 미디어 환경변화에 따라 검토해야 할 쟁점이 늘어나고 있다.

원론적으로 국민관심행사의 기준을 어떻게 설정할 것인지에 대해서는 여러 가지 의견이 제시되어 왔으며, 미디어 환경변화, 국민관심행사의 관심도 등에 따라 앞으로 예측하지 못했던 논란이 제기될 가능성을 배제하기 어렵다. 2022년 카타르 월드컵은 여전히 국민관심행사에 많은 국민이 큰 관심을 가지고 있다는 것을 확인하게 해주었다. 2022년 카타르 월드컵은 시차로 인해 시청이 어려운 시간에 중요한 종목들이 중계되었음에도 불구하고 16강 진출 등 국가대표팀의 선전, 역대급 결승전 등으로 최근 있었던 국민관심행사 중 가장 큰 관심을 모은 이벤트가 되었다.

앞에서도 언급한 것처럼 국민관심행사 종목 유지, 추가, 축소에 대해서는 유지하는 것이 바람직하다고 판단된다. 공익적 가치에서 패럴림픽을 추가해야 한다는 주장이 제기되고 있지만 국민적 관심이 높지 않고, 방송사에 부담을 줄 수 있어 단기적으로 패럴림픽을 추가하는 것은 바람직하지 않다고 판단된다. 문화행사, 재난방송, 선거방송 등 국민관심행사를 다른 분야로 확대하는 것도 해외사례 등을 고려할 때 단기적으로 변경할 수 있는 사안은 아니라고 판단된다.

OTT 활성화로 인해 스포츠 중계권의 가치는 더욱 높아지고 있으며, 이에 따라 국민관심행사의 중계방식에 대해서도 관심이 늘어나고 있다. 특히, 국민관심행사에 대한 접근권을 OTT에도 보장해 줘야 한다는 주장이 지속적으로 제기되고 있다. 이와 같은 주장이 제기되고 있는 이유는 OTT 이용량이 급증했고, OTT를 통해 시간과 장소에 구애받지 않고 스포츠를 시청할 수 있기 때문에 OTT를 통한 스포츠 소비가

늘어나고 있기 때문이다. OTT 중 상당수가 유료 월정액을 지불해야 이용할 수 있기 때문에 OTT가 국민관심행사 중계권을 독점할 경우 OTT를 이용하지 않는 시청자는 국민관심행사에 접근하지 못할 수 있다는 우려도 제기되고 있다. 하지만 현행 「방송법」 상으로 중계방송권자는 방송수단을 확보하도록 규정되어 있어 현행 규정상으로도 시청자가 국민관심행사에서 배제되지 않도록 조치할 수 있는 제도적 장치가 마련되어 있는 상황이다.

하지만 위와 같은 환경 변화를 고려할 때 중·장기적으로 디지털 중계권 개념을 도입하는 것을 검토할 필요가 있다. 디지털을 통한 스포츠 중계에 대한 수요가 높아지고 있고, 방송을 통해 중계되는 국민관심행사도 디지털을 이용해 시청하고자 하는 수요가 높아지고 있어 이에 대한 정책적 개선방안을 검토할 필요가 있다는 것이다. 한편, 디지털 대전환, OTT 이용량 급증 등으로 인해 기존 방송 시청 단위였던 가시청 가구수 산정기준에 대한 검토가 필요한 상황이다. 「국민적 관심이 큰 체육경기대회 및 그 밖의 주요행사」 고시의 100분의 90, 100분의 75에 방송 커버리지 외에 OTT, 인터넷 커버리지를 포함시키는 방안에 대해 검토가 필요하다는 것이다. OTT, 인터넷의 경우 커버리지 산정 방식, 추가 비용이 드는지 여부 등 검토할 부분이 많고 자료 확보의 현실성 등에 대해서도 검토할 필요가 있다.

보편적 시청권 관련해서 중요한 기준인 비용과 관련된 내용이 보편적 시청권 개념에 포함되어 있지 않아 이에 대해 추가하는 방안에 대해서도 검토가 필요하다. 「방송법」에서 보편적 시청권 관련해서는 “보편”이라는 개념에서 중요한 개념인 비용에 관한 부분이 명시되어 있지 않아 이에 대한 논란이 지속적으로 제기되어 왔다. “추가 비용 없이”, “합리적인” 등 비용에 대한 부분을 추가하는 것을 검토할 필요가 있다.

보편적 시청권 제도 도입 후 미디어 환경이 크게 변화했고, 그에 따른 제도 변화에 대한 검토가 필요한 상황이다. 현실적으로 개선이 어려운 부분에 대해서는 중·장기적인 개선방안에 대해 검토하되 제도 개선이 아닌 대응 방안 마련에 대해서도 검토가 필요한 시점이다.

참 고 문 헌

국내 문헌

- 강애란(2022.02.20.). [올림픽] 방송3사 소신발언·침묵해설로 공감...쇼트트랙 최고 시청률(종합). 연합뉴스
- 과학기술정보통신부(각년도). 유료방송가입자수 및 시장점유율 공고
- 김성모(2021.08.05.). “배구 안볼수가 없잖아” 140만명 동시접속 응원. 동아일보
- 노창희·남승용·윤금남·박정인 (2017). <다매체시대 보편적 시청권 제도의 실효성 제고방안에 관한 연구>. 과천: 방송통신위원회.
- 노창희·권오상·성지연·전주혜·이수연 (2018). <미디어 환경 변화에 따른 보편적 시청권 개선 방안에 관한 연구>. 과천: 방송통신위원회.
- 노창희·이찬구·성지연·윤금남·이수연 (2019). <미디어 환경 변화에 따른 국민관심행사 기준 개선에 관한 연구>. 과천: 방송통신위원회.
- 노창희·이수연·윤금남·유지운 (2021). <국민관심행사의 보편적 시청권 보장 확대 방안 연구>. 방송통신위원회
- 메조미디어(2021. 11). OTT 업종 분석 리포트
- 방송통신위원회(각년도). 방송사업자재산상황공표집
- 방송통신위원회(2021). 2021방송매체이용행태조사
- 심지혜(2022.04.01). "최근 10년 중편·PP 독점계약 증가...국민 관심행사 보편적시청권 침해". 뉴시스
- 엠브레인 트렌드모니터(2022.11.24.). 2022 카타르 월드컵 관련 조사 [url]
<https://www.madtimes.org/news/articleView.html?idxno=15475>
- 오하영·이상규·이성민 (2021). <플랫폼 환경변화에 따른 영상콘텐츠 진흥정책 연구>. 서울: 한국문화관광연구원.

이혜미(2022). 코로나 팬데믹 2년, 위기를 기회로 만든 광고 시장. 서울: 제일기획
 Special Report①

제일기획(2022). 2022년 국내 광고 시장 전망

조슬기나(2021.08.06.). “안산 금메달 쏜 날 동시접속자 8배 몰렸다” 올림픽에 웃는
 OTT·포털. 아시아경제

황준호 (2022). 방송을 넘어 시청각미디어서비스 규제체계로의 전환. <‘한국언론학
 회, 정보통신정책연구원’ 주체 세미나 발제문>

HSAD(2022.11.28.). 2022년 미디어&광고 동향

PwC(2022), Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026

해외 문헌

Décret n°2004-1392 du 22 décembre 2004 pris pour l'application de l'article 20-2 de la
 loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.
 [url] <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000786247/>

Department for Digital, Culture, Media & Sport (2022).Up next - the government’s
 vision for the broadcasting sector. [url]
[https://www.gov.uk/government/publications/up-next-the-governments-vision-for-t
 he-broadcasting-sector/up-next-the-governments-vision-for-the-broadcasting-sector](https://www.gov.uk/government/publications/up-next-the-governments-vision-for-the-broadcasting-sector/up-next-the-governments-vision-for-the-broadcasting-sector)

L’équipe(2022.01.28.). La liste des événements protégés par une diffusion en clair
 bientôt « modernisée » [url]
[https://www.lequipe.fr/Medias/Actualites/La-liste-des-evenements-proteges-par-une
 -diffusion-en-clair-bientot-modernisee/1313704](https://www.lequipe.fr/Medias/Actualites/La-liste-des-evenements-proteges-par-une-diffusion-en-clair-bientot-modernisee/1313704)

Medienstaatsvertrag. [url] <https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/MStV>true>

Mumbrella (2021.03.22.). FTA networks receive 2-year reprieve while anti-siphoning

list remains untouched. [url]
<https://mumbrella.com.au/fta-networks-receive-2-year-reprieve-while-anti-siphoning-list-remains-untouched-674723>

Ofcom(2010). Code on sports and other listed and designated events. [url]
https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/35948/ofcom_code_on_sport.pdf

Ofcom(2019). Delivering the Broadband Universal Service. [url]
https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0019/151354/statement-delivering-the-broadband-universal-service.pdf

Parliament of Australia (2010).
https://www.aph.gov.au/about_parliament/parliamentary_departments/parliamentary_library/pubs/rp/rp0910/10rp14

TV Tonight (2022.08.01.). Govt to review anti-siphoning list. [url]
<https://tvtonight.com.au/2022/08/govt-to-review-anti-siphoning-list.html>

Universal Service Obligations (broadband and telephony).
<https://www.ofcom.org.uk/phones-telecoms-and-internet/information-for-industry/telecoms-competition-regulation/general-conditions-of-entitlement/universal-service-obligation>

[부록 1] 2019년도 대국민인식조사 설문지

국민관심행사 대국민 선호도 조사 설계

국민관심행사 대국민 선호도 조사

안녕하세요. 본 설문에 응해 주셔서 감사합니다.

본 설문은 올림픽, 월드컵과 같은 국민관심행사 및 이에 대한 시청권을 보장하는 '보편적 시청권 제도'에 대한 인식 조사입니다.

정부는 3년마다 대국민 의견수렴을 실시하여, 국민관심행사 종류 등에 대해 재검토를 하고, 법률(고시)에 반영하고 있습니다. 올해 고시 재검토기한('19년 말)이 다가옴에 따라 대국민 의견수렴을 위한 설문을 하게 되었습니다.

설문에 앞서, 관련 제도에 대한 짧은 설명을 읽고 푸는 퀴즈(4문제)를 준비했습니다. 끝까지 성심껏 응답해주시길 바랍니다.

보편적 시청권은 무엇일까요?

◎ **개념 및 취지**: 보편적 시청권 제도는 국민의 관심이 매우 높은 체육경기대회(국민관심행사)에 관한 방송을 **일반 국민이 시청할 수 있도록 보장하는 제도**입니다.

국민관심행사를 중계하는 방송사는 **많은 국민이 쉽게 실시간으로 경기를 시청할 수 있도록** 해야 합니다.

◎ **국민관심행사 종목 지정**: 국민의 관심이 높다고 해서 모두 국민관심행사로 지정할 수 있는 것은 아닙니다.

개별국가 등에서 상업적 목적으로 운영되는 프로 선수들의 개별 경기보다는 국가대표 선수들이 참가하는 올림픽, 아시안게임 등 국가대항 경기를 국민관심행사로 지정하고 있습니다.

손흥민이나 류현진 선수의 개인 출전 경기를 국민관심행사로 지정하지 않는 것도 이러한 이유입니다.

◎ **방송수단 확보**: 방송사는 국민관심행사에 따라 전체 **가구 수의 90%이상 및 75% 이상의 가시청 가구수(시청가능가구)를 확보하도록** 규정하고 있습니다.

2019년 현재 국민관심행사 목록은 다음과 같습니다.

1. **90% 이상** : 동-하계 올림픽, FIFA 성인 남녀 월드컵
2. **75% 이상** : 동-하계 아시안게임, WBC(월드베이스볼클래식), 남자 축구대표팀 경기(동아시아 컵, 아시안컵 포함)

사전 질문

□ 다음은 보편적시청권 제도에 대한 퀴즈입니다.

Q. 단순 퀴즈로 생각하고 응대해 주십시오. 정답 여부와 관계없이 설문은 계속 진행됩니다.

질문	그렇다	아니다
1. 국민관심행사는 올림픽, 월드컵 등 국민적 관심이 큰 행사로 정부가 지정한다.	①	②
2. 국민관심행사는 일정 수준 이상의 가시청 가구수를 확보한 방송사만 중계할 수 있다.	①	②
3. 우리나라의 정체성이 반영된 행사를 국민관심행사로 지정하고 있으므로 상업적 목적을 위해 운영되는 프로 선수들의 개별 경기는 국민관심행사로 지정하지 않고 있다.	①	②
4. 2018년에 열렸던 평창 동계 패럴림픽은 보편적 시청권이 보장되어야 하는 국민관심 행사이다.	①	②

□ 정답해설

정답해설
1. 국민관심행사는 올림픽, 월드컵 등 국민적 관심이 큰 행사로 정부가 지정하여 고시합니다.
2. 국민관심행사를 중계하고자 하는 방송사는 일정 수준 이상(전체 가구수의 75% 이상, 90% 이상)의 가시청 가구수를 확보해야 하며, 그렇지 않을 경우 금지행위로 규제하고 있습니다.
3. 국민관심행사는 우리나라의 정체성이 반영된 행사여야 하므로, 국민적 관심도가 높다고 해서 모두 국민관심행사로 지정하지는 않습니다. 상업적 목적을 위해 운영되는 프로 선수들의 개별 경기보다는 국가를 대표하는 선수들이 출전하는 올림픽, 아시안게임 등의 경기로 한정하여 지정하고 있는 것도 이러한 이유 때문입니다.
4. 동-하계 올림픽은 국민관심행사로 지정되어 있으나, 패럴림픽은 포함되어 있지 않습니다.

1 국민관심행사 콘텐츠 이용행태

□ 다음은 국민관심행사 시청 경험에 관한 질문입니다.

Q1. 귀하께서는 아래의 체육경기대회를 얼마나 시청하십니까? 최근에 개최된 대회를 기준으로 응답해주시요.

질문		시청 정도				
		거의 시청하지 않는 편이다	적게 시청하는 편이다	보통이다	많이 시청하는 편이다	매우 많이 시청하는 편이다
올림픽	동계 올림픽	①	②	③	④	⑤
	하계 올림픽	①	②	③	④	⑤
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤
	FIFA 성인 여자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤
아시안게임	동계 아시안게임	①	②	③	④	⑤
	하계 아시안게임	①	②	③	④	⑤
월드베이스볼클래식	WBC(국제야구대회)	①	②	③	④	⑤
성인남자 국가대표 A매치	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	①	②	③	④	⑤
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵	①	②	③	④	⑤
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	①	②	③	④	⑤
패럴림픽	동 하계 패럴림픽(장애인올림픽)	①	②	③	④	⑤

- * A매치는 일반적으로 정식 축구 국가대표팀간의 경기를 의미
- * AFC 아시안컵은 아시아축구연맹이 주관하는 아시아지역 국가들 간의 축구대회
- * EAFF 동아시안컵은 동아시아 축구 연맹의 가맹국 남자 축구 국가대표들이 참가하는 축구대회

[PROG : Q1에서 "3번(보통이다)" 이상을 선택한 경기 종목만 제시

Q2. 귀하께서는 아래의 체육경기대회를 시청하실 때, 주로 어떤 기기를 이용하십니까? 주로 이용하는 기기를 모두 선택해 주시기 바랍니다.(중복선택)

질문		이용 기기 (모두 선택)				
		TV	PC	모바일	태블릿PC	기타
올림픽	동계 올림픽	①	②	③	④	⑤
	하계 올림픽	①	②	③	④	⑤
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤
	FIFA 성인 여자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤
아시안게임	동계 아시안게임	①	②	③	④	⑤
	하계 아시안게임	①	②	③	④	⑤
월드베이스볼클래식	WBC(국제야구대회)	①	②	③	④	⑤
성인남자 국가대표 A매치	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	①	②	③	④	⑤
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵	①	②	③	④	⑤
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	①	②	③	④	⑤
패럴림픽	동 하계 패럴림픽(장애인올림픽)	①	②	③	④	⑤

Q3. 귀하께서는 아래의 체육경기대회를 실시간(생중계)으로 얼마나 시청하십니까? 최근에 개최된 대회를 기준으로 응답해주시오.

질문	시청 정도					
	거의 시청하지 않는 편이다	적게 시청하는 편이다	보통이다	많이 시청하는 편이다	매우 많이 시청하는 편이다	
올림픽	동계 올림픽	①	②	③	④	⑤
	하계 올림픽	①	②	③	④	⑤
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤
	FIFA 성인 여자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤
아시안게임	동계 아시안게임	①	②	③	④	⑤
	하계 아시안게임	①	②	③	④	⑤
월드베이스볼클래시	WBC(국제야구대회)	①	②	③	④	⑤
성인남자 국가대표 A매치	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	①	②	③	④	⑤
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시아컵	①	②	③	④	⑤
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	①	②	③	④	⑤
패럴림픽	동 하계 패럴림픽(장애인올림픽)	①	②	③	④	⑤

Q4. 귀하께서는 올림픽과 아시안게임을 시청하실 때, 인기 있는 종목 위주로 시청하시는 편이십니까? 아니면 인기종목과 비인기 종목을 고려하지 않고 시청하시는 편이십니까? 최근에 개최된 대회를 기준으로 응답해주시오.

질문	인기(메달 획득 가능성 높음) 종목 위주로 시청하는 편이다	인기/비인기 종목 고려 없이 시청하는 편이다.	
올림픽	동계 올림픽 (18년 평창)	①	②
	하계 올림픽 (16년 리우)	①	②
아시안게임	동계 아시안게임 (17년 삿포로)	①	②
	하계 아시안게임 (18년 자카르타)	①	②

② 국민관심행사 인식

□ 다음은 국민관심행사 인식에 관한 질문입니다.

Q5. 귀하께서는 아래의 체육경기대회에 우리나라 국가대표가 출전하는 경기에 대해 어느 정도 관심이 있으십니까? 양쪽 표 모두 체크해 주십시오.

질문	우리나라 국가대표 출전 경기					우리나라 국가대표 출전하지 않는 경기					
	전혀 관심이 없다	별로 관심이 없다	보통이다	관심이 있다	매우 관심이 있다	전혀 관심이 없다	별로 관심이 없다	보통이다	관심이 있다	매우 관심이 있다	
올림픽	동계 올림픽	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	하계 올림픽	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	FIFA 성인 여자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
아시안 게임	동계 아시안게임	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	하계 아시안게임	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
월드베이스 볼클라식	WBC(국제야구대회)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
성인남자 국가대표 A매치	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
패럴림픽	동하계 패럴림픽(장애인올림픽)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

- * A매치는 일반적으로 정식 축구 국가대표팀간의 경기를 의미
- * AFC 아시안컵은 아시아축구연맹이 주관하는 아시아지역 국가들 간의 축구대회
- * EAFF 동아시안컵은 동아시아 축구 연맹의 가맹국 남자 축구 국가대표들이 참가하는 축구대회

Q6. 귀하께서는 현재 법률(고시)에서 명시하고 있는 국민관심행사 이외에 **추가로 선정** 되어야 할 체육경기대회가 있다고 생각하십니까?

현재 국민관심행사 목록	
올림픽	동계 올림픽
	하계 올림픽
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵
	FIFA 성인 여자 월드컵

아시안 게임	동계 아시안게임
	하계 아시안게임
월드베이스볼클래식	WBC(국제야구대회)
국가대표 축구경기	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵
	국가대표 평가전(친선경기 포함)

① 없음 ② 있음

[PROG : Q6에서 “있음” 응답한 경우만] [첫번째 칸만 필수응답]

Q6-1. 귀하께서는 현재 법률(고시)에서 명시하고 있는 국민관심행사 이외에 **추가로 선정**되어야 할 체육경기대회가 있다고 응답하셨습니다. 그 경기명과 이유를 적어 주시기 바랍니다.

현재 국민관심행사 목록	
올림픽	동계 올림픽
	하계 올림픽
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵
	FIFA 성인 여자 월드컵
아시안 게임	동계 아시안게임
	하계 아시안게임
월드베이스볼클래식	WBC(국제야구대회)
국가대표 축구경기	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵
	국가대표 평가전(친선경기 포함)
스포츠 경기명(또는 대회명)	그 이유

[PROG : 숫자 제한없이 선택가능]

Q7. 귀하께서는 현재 법률(고시)에서 명시하고 있는 국민관심행사에서 **빠져야 한다고** 생각하는 체육경기대회가 있다고 생각하십니까? 있으시다면 해당 경기명을 선택해 주십시오.(모두)

현재 국민관심행사 목록	
올림픽	동계 올림픽
	하계 올림픽
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵

	FIFA 성인 여자 월드컵
아시안 게임	동계 아시안게임
	하계 아시안게임
월드베이스볼클래식	WBC(국제야구대회)
국가대표 축구경기	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시아컵
	국가대표 평가전(친선경기 포함)
	없음

[PROG : Q7<>11. 없음 / Q7에서 선택된 경기명만 제시] [이유 필수 응답]

Q7-1. 귀하께서는 현재 법률(고시)에서 명시하고 있는 국민관심행사에서 **빠져야 한다고** 생각하는 체육경기대회가 있다고 응답하셨습니다. 해당되는 경기명을 선택해 주시고, 그 이유를 적어 주시기 바랍니다.

스포츠 경기명(또는 대회명)	그 이유

3] 보편적 시청권 인식

□ 다음은 보편적 시청권 인식에 대한 질문입니다.

Q8. 귀하께서는 보편적 시청권 및 국민관심행사에 관한 아래의 내용을 읽고, 동의하는 정도를 체크해주시기 바랍니다.

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
우리나라에는 다수의 국민이 시청하고 싶은 스포츠 경기가 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
우리나라 국민이 올림픽, 아시안게임 등을 시청할 수 있도록 중계 방송되어야 한다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
체육경기대회에서 우리나라 국가대표 선수가 출전하지 않는 경기라도 시청할 수 있어야 한다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
체육경기대회 등의 중계는 정부가 관여하지 않고 방송사 자율에 맡기는 것이 좋다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
국민의 관심이 높은 체육경기대회를 누구나 볼 수 있도록 방송사에 대한 정부의 조치가 필요하다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤

Q9. 귀하는 보편적 시청권을 보장하기 위해 가장 적절한 매체가 무엇이라고 생각하십니까? 1순위부터 3순위까지 순서대로 골라주십시오.

TV		PC		모바일		기타
지상파방송	유료방송	포털	OTT	포털	OTT	
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

- 1) 지상파 방송 : KBS, MBC, SBS
- 2) 유료방송 : SKB(에스케이비), 올레TV, U+TV(유플러스티비), CJ헬로(씨제이헬로), 티브로드, 딜라이브, HCN(에이치씨엔), CMB(씨엠비)와 같이 월정액 혹은 통신서비스 결합을 통해 방송상품을 제공하는 서비스
- 3) 포털 : 네이버, 다음 등의 포털에서 중계되는 체육경기대회를 이용하는 경우
- 4) OTT : P00Q(폭), 옥수수, 올레TV모바일, U+모바일TV, TVING(티빙), 아프리카TV 등 온라인 동영상 전용 서비스에 중계되는 체육경기대회를 이용하는 경우
- 5) 기타 : 위의 6가지 경우에 포함되지 않은 경우

Q9-1. [Q9 응답값(1순위)]을/를 선택하신 이유는 무엇입니까?

4 국민관심행사 편성 만족도

□ 다음은 국민관심행사 편성 만족도에 대한 질문입니다.

Q10. 귀하께서는 체육경기대회의 TV 편성에 관한 아래의 내용을 읽고 동의하는 정도를 체크해주시기 바랍니다.

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
현재 국민관심행사의 인기 경기/종목에 대한 과도한 중복편성(동일한 체육경기대회를 동시에 여러 방송사에서 중계)으로 인해 기존 프로그램을 시청하지 못해 불편함을 느낀 경험이 있습니까?	①	②	③	④	⑤
현재 국민관심행사의 비인기 경기/종목의 중계편성이 잘 되고 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
동일한 체육경기대회를 여러 채널에서 동시에 중계해도 방송사 간의 해설 등 방송 중계의 차이가 있으므로 괜찮다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
국민관심행사를 시청하길 때, 국민의 관심이 떨어진다라는 이유로 중계되지 않은 종목을 시청하지 못해 아쉬웠던 경험이 있으십니까?	①	②	③	④	⑤
체육경기대회를 특정 1개 방송사에서만 중계하고, 다른 방송 채널은 정규프로그램을 편성해야한다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
현재 무료로 시청할 수 있는 체육경기대회 중계를 추가로 비용을 지불해야만 시청할 수 있다면 시청하시겠습니까?	①	②	③	④	⑤

5 응답자 특성

○ 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남자 ② 여자

○ 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?

만_____세

○ 귀하의 현재 거주 지역은 어디이십니까?

- ①서울 ②부산 ③대구 ④인천 ⑤광주 ⑥대전 ⑦울산 ⑧경기 ⑨강원 ⑩충북 ⑪충남
⑫전북 ⑬전남 ⑭경북 ⑮경남 ⑯제주 ⑰세종

○ 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?

- ① 고졸미만(중/고등 재학 포함) ② 고졸 ③ 대학 재학 ④ 대학 졸업 ⑤ 대학원 재학
⑥ 대학원 졸업

○ 귀하의 직업은 다음 중 어디에 해당되니까?

- ① 농/임/어업 ② 공무원(공기업 포함) ③ 교사/학원강사 ④ 전문직
⑤ 경영직 ⑥ 사무직 ⑦ 생산/기술/노무직 ⑧ 서비스/영업/판매직 ⑨ 자영업
⑩ 프리랜서/자유직 ⑪ 전업주부 ⑫ 학생 ⑬ 무직 ⑭ 기타()

[부록 2] 2022년도 대국민인식조사 설문지

국민관심행사 대국민 선호도 조사 설계

국민관심행사 대국민 선호도 조사

안녕하세요. 본 설문에 응해 주셔서 감사합니다.

본 설문은 올림픽, 월드컵과 같은 국민관심행사 및 이에 대한 시청권을 보장하는 '보편적 시청권 제도'에 대한 인식 조사입니다.

정부는 3년마다 대국민 의견수렴을 실시하여, 국민관심행사 종류 등에 대해 재검토를 하고, 법률(고시)에 반영하고 있습니다. 올해 고시 재검토기한('22년 말)이 다가옴에 따라 대국민 의견수렴을 위한 설문을 하게 되었습니다.

설문에 앞서, 관련 제도에 대한 퀴즈(2문제)를 준비했습니다. 끝까지 성심껏 응답해주시길 바랍니다.

사전 질문

□ 다음은 보편적시청권 제도에 대한 퀴즈입니다.

Q. 단순 퀴즈로 생각하고 응답해 주십시오. 정답 여부와 관계없이 설문은 계속 진행됩니다.

질문	그렇다	아니다
1. 보편적 시청권 제도에 대해 들어본 적이 있다.	①	②
2. 국민관심행사는 일정 수준 이상의 가시청 가구수를 확보한 방송사만 중계할 수 있다.	①	②

□ 정답해설

정답해설
1. 보편적 시청권 제도는 국민의 관심이 매우 높은 체육경기대회(국민관심행사)에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있도록 보장하는 제도입니다.
2. 국민관심행사를 중계하고자 하는 방송사는 일정 수준 이상(전체 가구수의 75% 이상, 90% 이상)의 가시청 가구수를 확보해야 합니다.

□ 설명

보편적 시청권, 국민관심행사는 무엇일까요?

◎ 국민관심행사의 종류 : 보편적 시청권 보장의 대상이 되는 국민관심행사 종류는 정부가 지정·고시하며 2022년 현재 다음과 같습니다.

- 90% 이상** : 동·하계 올림픽, FIFA(국제축구연맹)가 주관하는 월드컵 축구 중 성인남자 및 성인 여자 국가대표팀이 출전하는 경기
- 75% 이상** : 동·하계아시아경기대회, 야구WBC(월드베이스볼클래식) 중 국가대표팀이 출전하는 경기, 성인남자 국가대표팀이 출전하는 AFC(아시아축구연맹) 및 EAFF(동아시아축구연맹)가 주관하는 경기(월드컵축구 예선포함), 양 축구협회 간 성인남자 국가대표팀이 출전하는 평가전(친선경기 포함)

① 국민관심행사 콘텐츠 이용행태

□ 다음은 국민관심행사 시청 경험에 관한 질문입니다.

Q1. 귀하께서는 아래의 스포츠 경기를 **실시간(생중계)**으로 얼마나 자주 시청하십니까?
최근에 개최된 대회를 기준으로 응답해주시시오.

질문		시청 정도				
		거의 시청하지 않는 편이다	적게 시청하는 편이다	보통 이다	많이 시청하는 편이다	매우 많이 시청하는 편이다
올림픽	동계 올림픽	①	②	③	④	⑤
	하계 올림픽	①	②	③	④	⑤
월드컵	FIFA 성인 남자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤
	FIFA 성인 여자 월드컵(지역예선 포함)	①	②	③	④	⑤
아시안게임	동계 아시안게임	①	②	③	④	⑤
	하계 아시안게임	①	②	③	④	⑤
월드베이스볼클래식	WBC(국제야구대회)	①	②	③	④	⑤
성인남자 축구 국가대표 A매치	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	①	②	③	④	⑤
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시안컵	①	②	③	④	⑤
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	①	②	③	④	⑤
패럴림픽	동·하계 패럴림픽(장애인올림픽)	①	②	③	④	⑤

- * A매치는 일반적으로 정식 축구 국가대표팀간의 경기를 의미
- * AFC 아시안컵은 아시아축구연맹이 주관하는 아시아지역 국가들 간의 축구대회
- * EAFF 동아시안컵은 동아시아 축구 연맹의 가맹국 남자 축구 국가대표들이 참가하는 축구대회

Q2. 귀하께서는 Q1에 제시되어 있는 스포츠 경기를 시청하실 때, **주로 어떤 기기를** 이용하십니까? 주로 이용하는 기기를 모두 선택해 주시기 바랍니다. (중복선택 가능)

TV 수상기*	PC	스마트폰	태블릿 PC	기타
①	②	③	④	⑤

* 지상파방송(KBS, MBC, SBS), 유료방송(케이블, 위성, IPTV) 채널의 스포츠경기 중계를 TV수상기를 통해 시청하는 행위를 의미

Q3. 귀하께서는 Q1에 제시되어 있는 스포츠 경기를 시청하실 때, **주로 어떤 형태로** 시청하십니까? (중복선택 가능)

실시간 생방송	경기 종료 후 다시보기	하이라이트 다시보기	기타
①	②	③	④

Q4. 귀하께서는 올림픽과 아시안게임을 시청하실 때, 인기 종목 위주로 시청하시는 편이
 십니까? 아니면 인기종목과 비인기 종목을 고려하지 않고 시청하시는 편이십니까?

질문		인기종목위주로 선택해서 시청하는 편	인기/비인기 종목관계없이 시청가능한 경기를 모두 시청하는 편
올림픽	동계 올림픽 (22년 베이징)	①	②
	하계 올림픽 (21년 도쿄)	①	②
아시안 게임	동계 아시안게임 (17년 삿포로)	①	②
	하계 아시안게임 (18년 자카르타)	①	②

② 국민관심행사 인식

□ 다음은 국민관심행사 인식에 관한 질문입니다.

Q5. 귀하께서는 아래의 스포츠 경기 중 **우리나라 국가대표가 출전하는 경기**에 대해 어느 정도 관심이 있으십니까? 양쪽 표에 모두 체크해 주십시오.

질문	우리나라 국가대표 출전 경기					우리나라 국가대표 출전하지 않는 경기				
	전혀 관심이 없다	별로 관심이 없다	보통이다	관심이 있다	매우 관심이 있다	전혀 관심이 없다	별로 관심이 없다	보통이다	관심이 있다	매우 관심이 있다
올림픽	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
월드컵축구	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
아시안 게임	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
월드베이스볼 클래식 (WBC:국제야구대회)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
성인남자 축구 국가대표 A매치	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
패럴림픽 (장애인올림픽)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

- * A매치는 일반적으로 정식 축구 국가대표팀간의 경기를 의미
- * AFC 아시안컵은 아시아축구연맹이 주관하는 아시아지역 국가들 간의 축구대회
- * EAFF 동아시아컵은 동아시아 축구 연맹의 가맹국 남자 축구 국가대표들이 참가하는 축구대회

Q6. 다음은 정부가 지정한 현행 국민관심행사 경기입니다. 이 경기 외에 귀하께서는 국민관심행사로 추가로 지정해야 할 스포츠 경기나 문화행사가 있으십니까? 있다면 그 경기는 무엇입니까? 경기나 행사명을 기입해 주십시오.

- ① 없음
- ② 있음 (경기/행사명: _____)

현행 국민관심행사 종류	
올림픽	동계 올림픽
	하계 올림픽
월드컵축구	FIFA 성인 남자 월드컵축구
	FIFA 성인 여자 월드컵축구
아시안 게임	동계 아시안게임
	하계 아시안게임
월드베이스볼클래식	WBC(국제야구대회)
국가대표 축구경기	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시아안컵
	국가대표 평가전(친선경기 포함)

Q7. 귀하께서는 정부가 지정한 국민관심행사에서 제외되어야 한다고 생각하는 스포츠 경기가 있다고 생각하십니까? 있으시다면 해당 경기명을 모두 선택해 주십시오. (중복선택 가능)

현행 국민관심행사 종류		제외 여부
올림픽	동계 올림픽	
	하계 올림픽	
월드컵축구	FIFA 성인 남자 월드컵축구	
	FIFA 성인 여자 월드컵축구	
아시안 게임	동계 아시안게임	
	하계 아시안게임	
월드베이스볼클래식	WBC(국제야구대회)	
국가대표 축구경기	AFC(아시아축구연맹) 아시안컵	
	EAFF(동아시아축구연맹) 동아시아안컵	
	국가대표 평가전(친선경기 포함)	
제외되어야 한다고 생각하는 스포츠 경기 없음		

③ 보편적 시청권 인식

□ 다음은 보편적 시청권 인식에 대한 질문입니다.

Q8-1. 법적으로 올림픽과 월드컵축구 등의 국민관심행사의 경우에는 90% 이상의 국민이 시청 가능한 방송 채널에서만 중계해야 합니다. 귀하께서는 법적으로 보편적 시청권을 보장하려면 몇% 이상의 국민이 시청할 수 있어야 한다고 생각하십니까?

60% 이상	75% 이상	80% 이상	90% 이상	95% 이상
①	②	③	④	⑤

Q8-2. 아시안게임, 국가대표가 출전하는 축구A 매치, WBC(월드베이스볼클래식) 등의 국민관심행사의 경우에는 75% 이상의 국민이 시청 가능한 방송 채널에서 중계해야 합니다. 귀하께서는 이러한 국민관심행사 중계는 몇 % 이상의 국민이 시청할 수 있어야 한다고 생각하십니까?

60% 이상	75% 이상	80% 이상	90% 이상	95% 이상
①	②	③	④	⑤

Q8-3. 국민관심행사 중계 등과 관련하여 아래의 내용을 읽고, 동의하는 정도를 체크해주시기 바랍니다.

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
스포츠 경기 등의 중계는 정부가 관여하지 않고 방송사 자율에 맡기는 것이 좋다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
국민의 관심이 높은 스포츠 경기를 누구나 시청할 수 있도록 방송 중계에 대해 정부가 관여하는 것은 필요하다고 생각한다	①	②	③	④	⑤

Q8-4. 다양한 플랫폼(지상파, 유료채널, OTT, 포털 등)에서 올림픽, 월드컵축구 등의 국민관심행사를 중계할 경우, 이를 시청하기 위해 추가 비용을 지불해야 한다면, 플랫폼별로 어느 정도까지 비용을 지불하실 의향이 있으십니까?

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
지상파에서 중계하던 유료방송에서 중계하던 OTT에서 중계하던 국민관심행사는 무료로 시청할 수 있어야 한다	①	②	③	④	⑤
국민관심행사를 유료채널에서 중계한다면 유료채널에 가입해 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤
OTT에서 국민관심행사를 중계한다면 추가 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤
포털에서 국민관심행사를 중계한다면 추가 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤

- 1) 지상파 방송 : KBS, MBC, SBS
- 2) 유료방송 : SKB, 올레TV, U+TV, LG헬로비전, 딜라이브, HCN, CMB, KT스카이라이프 등 케이블방송 및 IPTV방송
- 3) 포털 : 네이버, 다음 등
- 4) OTT : 쿠팡플레이, 웨이브(Wawe), TVING(티빙), U+모바일TV, 아프리카TV 등 온라인동영상서비스

Q8-5. 우리나라 유명 스포츠 스타의 해외 출전 경기(영국프리미어리그, 미국 메이저리그 등) 등을 시청하기 위해 추가비용을 지불해야 한다면, 플랫폼별로 어느정도까지 비용을 지불하실 의향이 있으십니까?

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
지상파에서 중계하던 유료방송에서 중계하던 OTT에서 중계하던 무료로 시청할 수 있어야 한다	①	②	③	④	⑤
유료방송 유료채널에서 중계한다면 유료채널에 가입해 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤
OTT에서 중계한다면 추가 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤
포털에서 중계한다면 추가 비용을 지불하고 시청할 의향이 있다	①	②	③	④	⑤

4 국민관심행사 편성 만족도

□ 다음은 올림픽·월드컵축구 등 국민관심행사 편성 만족도에 대한 질문입니다.

Q9. 국민관심행사 편성과 관련하여 아래의 내용을 읽고 동의하는 정도를 체크해주시기 바랍니다.

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
올림픽·월드컵축구 등의 과도한 중복편성(동일한 경기를 동시에 여러 방송사에서 중계)으로 인해 기존 프로그램을 시청하지 못해 불편함을 느낀 경험이 있다.	①	②	③	④	⑤
올림픽·월드컵축구 등을 여러 채널에서 동시에 중계해도 해설 등 방송 중계 품질 등의 차별성이 있으므로 괜찮다.	①	②	③	④	⑤
올림픽·월드컵축구 등은 특정 1-2개 방송사에서만 중계하고, 다른 방송 채널은 평상 시 방송되는 정규프로그램을 편성해야한다.	①	②	③	④	⑤
국민의 관심이 떨어진다라는 이유로 중계되지 않은 올림픽 종목 등을 시청하지 못해 아쉬웠던 경험이 있다.	①	②	③	④	⑤

Q10-1. 법적으로 올림픽·월드컵축구 등의 국민관심행사 중계방송권을 갖는 방송사는 뉴스보도나 해설 등을 위한 자료화면을 올림픽은 1일 최소 4분 이상, 월드컵축구의 경우 1일 최소 2분 이상 다른 방송사업자에게 제공해야 합니다. 귀하께서는 위와 같은 자료화면 시청에 불편을 경험한 적이 있으십니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

[PROG : Q10-1=3 or 4 or 5 응답자]

Q10-2. 불편하다고 응답한 경우, 그 이유는 무엇입니까?

질문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
올림픽·월드컵 등의 주요 장면과 경기 결과가 포함되지 않았다	①	②	③	④	⑤
올림픽·월드컵축구 등 중계 종료 후 적절한 시점에 해당 경기의 자료화면(하이라이트)을 시청할 수 없었다	①	②	③	④	⑤

5 응답자 특성

- 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?
① 남자 ② 여자
- 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?
만_____세
- 귀하의 현재 거주 지역은 어디입니까?
①서울 ②부산 ③대구 ④인천 ⑤광주 ⑥대전 ⑦울산 ⑧경기 ⑨강원 ⑩충북 ⑪충남
⑫전북 ⑬전남 ⑭경북 ⑮경남 ⑯제주 ⑰세종
- 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?
① 고졸미만(중/고등 재학 포함) ② 고졸 ③ 대학 재학 ④ 대학 졸업 ⑤ 대학원 재학
⑥ 대학원 졸업
- 귀하의 직업은 다음 중 어디에 해당됩니까?
① 농/임/어업 ② 공무원(공기업 포함) ③ 교사/학원강사 ④ 전문직
⑤ 경영직 ⑥ 사무직 ⑦ 생산/기술/노무직 ⑧ 서비스/영업/판매직 ⑨ 자영업
⑩ 프리랜서/자유직 ⑪ 전업주부 ⑫ 학생 ⑬ 무직 ⑭ 기타()
- 귀하의 가구 소득(월 기준)은 얼마입니까?
① 100만원 미만 ② 100-200만원 미만 ③ 200-300만원 미만
④ 300만원-400만원 미만 ⑤ 400-500만원 미만 ⑥ 500만원-600만원 미만
⑦ 600만원-700만원 미만 ⑧ 700만원 이상

● 저 자 소 개 ●

노 창 희

- 단국대 영어영문학과 졸업
- 중앙대 신문방송학과 석사
- 중앙대 신문방송학과 박사
- 현 디지털산업정책연구소 연구위원

천 혜 선

- 이화여대 신문방송학과 졸업
- 이화여대 신문방송학과 석사
- 뉴욕주립대 커뮤니케이션학과 박사
- 현 디지털산업정책연구소 연구위원

이 수 연

- 한국외국어대 경영정보학과 졸업
- 한국외국어대 경영학과 석사
- 현 디지털산업정책연구소 책임연구원

윤 금 낭

- 성신여대 법학과 졸업
- 성균관대 법학과 석사
- 현 디지털산업정책연구소 책임연구원

방송통신융합 정책연구 KCC-2022-23

디지털 대전환 환경에서 보편적시청권에 대한
국민인식 조사 연구

2022년 12월 31일 인쇄

2022년 12월 31일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장
발행처 방송통신위원회
경기도 과천시 관문로 47
정부과천청사 2동
TEL: 02-2110-1323
Homepage: www.kcc.go.kr
