
2015년도 주요 업무계획

2015. 1.



방송통신위원회

< 목 차 >

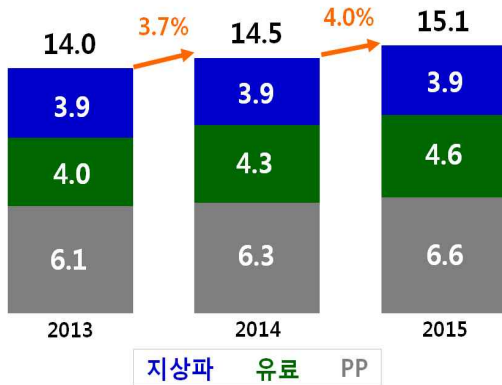
I. 방송통신 정책 환경	1
II. 비전 및 정책 목표	3
III. 2015년도 주요 업무	4
1. 방송의 공적 책임, 공익성 및 공정성 강화	4
2. 방송 서비스 활성화 : 제도 개선 및 기반 구축	10
3. 방송통신 시장의 공정 경쟁 및 이용자 보호	18

I. 방송통신 정책 환경

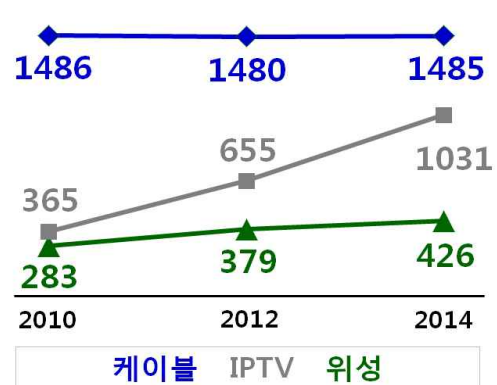
방송 서비스

- 방송 서비스 시장은 2015년 15조원으로 작년 대비 4.0% 성장 전망
 - (지상파 방송) 국내 경기 침체에 따른 광고시장의 더딘 회복과 뉴미디어의 성장에 따라 전년과 동일한 3.9조원에 그칠 것임
 - (유료 방송) 가입자 이탈과 저가형 수익구조로 인해 케이블TV는 정체되나, IPTV 성장에 힘입어 6.4% 증가한 4.6조원 전망
 - (방송채널 사용 사업) 지속되고 있는 PP 사업 축소와 홈쇼핑 판매수수료 증가가 상쇄되면서 소폭 상승한 6.6조원 예상

< 방송 서비스 시장 (조원) >



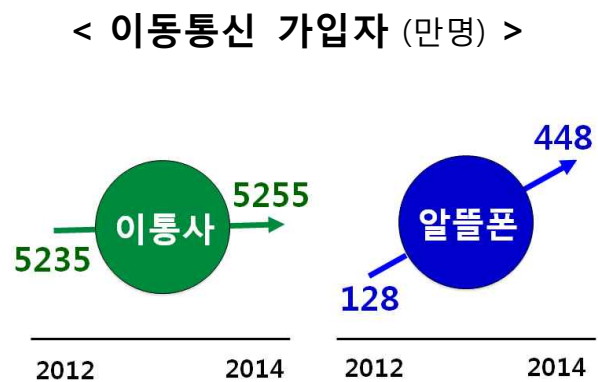
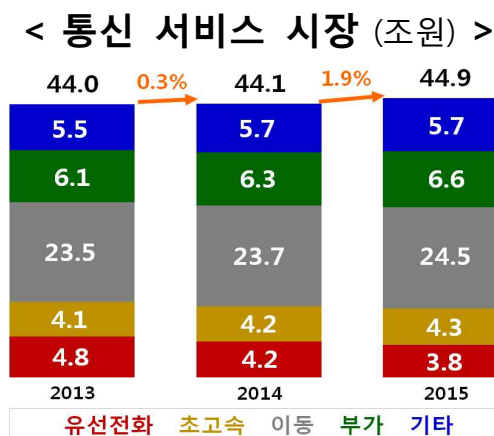
< 유료 방송 가입자 (만명) >



- 지상파 방송의 비중이 축소되는 가운데, 유료 방송(케이블TV, 위성, IPTV) 사업자 간에 가입자 유치 경쟁이 심화되는 한편,
 - 유료 방송과 이동통신·초고속인터넷 등과의 결합상품으로 인한 불공정 문제도 지속적으로 이슈가 될 전망이다
- OTT 이용자는 현재 약 2,300만명이며 (유료 10~20%), 모바일TV를 중심으로 향후 성장할 것으로 예상됨

통신 및 인터넷

- 통신 서비스 시장은 2015년 45조원으로 작년 대비 1.9% 성장 전망
 - (유선전화) 이동전화로의 이동으로 매출·가입자 모두 감소할 것
 - (초고속인터넷) 가입자가 포화 상태에 있으나, 기가인터넷 및 가구분화 영향으로 제한적이거나 성장하여 4.3조원 예상
 - (이동통신) '14. 11월말 현재 가입자 5,703만명으로 포화 상태이나, LTE 비중이 상승하여 매출 24.5조원으로 소폭 증가 전망



- 이동통신 시장에서 산발적인 불법 보조금은 발생할 수도 있으나, 단말기 유통법 정착 시 출고가, 요금·서비스 경쟁의 본격화 기대
 - 가입자가 늘어나고 있는 알뜰폰 사업자에 대한 이통사의 견제, 초고속 인터넷 시장에서의 가입자 뺏어오기 경쟁 등이 예상됨
- 인터넷 (부가통신) 시장은 전자상거래, 보안 서비스, 인터넷 예약 등의 수요가 늘어나 6.6조원 ('14년 6.3조원)으로 성장할 전망
 - 올해는 인터넷 신산업인 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터, IoT 등이 의미있는 성장을 시작할 수 있는지가 주목되는 한 해가 될 것임

II. 비전 및 정책 목표

비 전

국민에게 행복을 주고 신뢰를 받는 방송통신 실현

정책 목표

주요 업무

방송의 공적 책임,
공익성 및 공정성
강화

- ① 방송의 공적 책임 제고
- ② 공정성과 품격 제고 위한 방송평가·심의 개선
- ③ 미디어 다양성 및 시청권 보장
- ④ 재난방송 개선
- ⑤ 통일에 대비한 남북 방송 협력

방송 서비스 활성화
: 제도 개선 및
기반 구축

- ⑥ 신규 방송 서비스에 대한 적극적·유연한 접근
- ⑦ 방송광고 제도 개선 및 산업 지원
- ⑧ 방송 콘텐츠 기반 확충
- ⑨ 스마트 미디어 대응, 동향 분석 및 제도 개선
- ⑩ FTA 대응 및 방송의 해외 진출

방송통신 시장의
공정 경쟁 및
이용자 보호

- ⑪ 방송통신 시장감시·피해예방 시스템 개선
- ⑫ 통신시장 불공정 경쟁 및 이용자 피해 점검
- ⑬ 방송분야 분쟁 조정 및 시장질서 확립
- ⑭ 개인정보 보호 등 강화
- ⑮ 건전한 인터넷 문화 조성
- ㄹ 위치정보 보호 강화 및 산업 활성화

III. 2015년도 주요 업무

1

방송의 공적 책임, 공익성 및 공정성 강화

- ◆ 방송의 공적 책임과 공정성을 높이기 위해서 재허가 및 방송 평가 제도를 개선하는 한편, 특별법 제정을 계기로 지역방송 지원을 확대하고, 재난방송·남북협력 등 사회적 책임 수행

1-1. 방송의 공적 책임 제고

□ 추진 배경

- (재허가·재승인) 재허가·재승인 심사 시마다 별도의 기본계획을 수립하고 있어 심사의 일관성 및 대상 사업자의 예측가능성 저하
- 또한, 심사결과가 저조한 사업자에 대한 실효성 있는 대책 미비
- (공영방송) 매체 간 경쟁 심화로 인해서 방송의 품질 저하 우려가 커짐에 따라, 공영방송의 공적 책무 강화가 요구되나,
- 광고시장의 위축 및 수신료 인상의 지체로 공영방송의 재정적 불안정성이 가중되어 공영방송 본연의 역할 수행이 어려운 상황



- (중편 PP) 평균 시청률이 1%를 상회하여 그에 걸맞은 공적 책임의 필요성이 증가하고 있으나, 일부의 경우 막말·편파방송 문제 잔존
※ 중편 PP 시청률 (2014. 11) : 평균 1.4%, 합산 5.5% (지상파 A사 5.2%)

□ 주요 업무

- **(재허가·재승인 제도 개선)** 방송 사업자들이 심사기준을 사전에 인지할 수 있도록 법령 근거를 마련하고 고시 제정을 추진
 - ※ 2016년 이후 도래하는 재허가 및 재승인 심사 시부터 적용
 - 또한, 제도의 실효성 확보를 위해 허가·승인기준 미달 시 임시 허가·승인 제도의 도입을 검토하고, 재허가 및 재승인 거부 시 원활한 사업 정리를 위한 후속조치 등 법적 근거 마련
- **(공영방송 역할 재정립)** 공영방송의 재원 구조 개선을 지속 추진하는 한편, 효율적 책무수행을 담보할 수 있는 제도적 장치 마련
 - KBS 수신료의 현실화에 지속적으로 노력하되, 유희자산 조정 및 인력구조 개선 등 자구 노력과 공적 책무 확대^{주)}를 유도

수신료 비중 (2012)



38%



71%



97%



87%

주) KBS 디지털 재난 시스템 고도화, EBS 유아 안전교육 등 공익 콘텐츠 강화

[참고] KBS 수신료 조정안에 대한 방통위 의견 (2014. 3, 국회 제출)

- 수신료 조정 (月 2,500원 ⇒ 4,000원)의 필요성은 인정되나, 수신료 인상으로 국민부담이 가중되는 만큼 KBS의 강도높은 자구노력 등이 수반될 필요 있음
- * 자구 노력 (인건비를 포함한 경비 5% 절감, 역피라미드 형 인력구조 개선, 활용도 재평가를 통한 자산 구조 조정), 공적 책무 확대 (소외계층 배려, 재난방송 시스템 강화, 지역 방송문화 향상 등), 회계 분리 등의 성실한 이행 요구

- **(중편 PP의 이행 점검)** 사업계획과 승인조건의 성실한 이행을 위한 정기점검을 실시하고 주요 사항 미이행 시, 시정명령 등 제재
 - 방송의 공적 책임, 공정성 확보에 대한 운영실적을 매반기 점검하고 콘텐츠 투자계획, 재방비율 등에 대한 이행실적을 매년 점검
 - ※ 재승인 시에 제출한 사업계획서 등에 대해서는 정보공개가 청구되는 경우, 개인정보 및 영업비밀을 제외하고 투명하게 공개
- **(사전동의 개선)** 케이블TV·위성방송의 재허가 사전동의를 위한 심사기준과 절차를 개선하여 운영의 내실화 도모

1-2. 공정성과 품격 제고를 위한 방송평가 및 심의 개선

□ 추진 배경

- 시청률 경쟁 심화 등에 따라서 막말, 선정·폭력적 방송 프로그램, 외국어 과다 사용이 늘어나고 있어 시청자 보호 및 정서 함양을 위해서 방송 품격을 제고할 필요성이 제기됨

< 막말, 선정·폭력적 드라마 등 심의제재 현황 >

구 분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
법정제재 전체 (A)	218건	404건	370건	477건	290건
막말 등 방송언어 위반 (B)	30건	59건	27건	32건	21건
선정성 및 폭력성 위반 (C)	13건	20건	25건	24건	19건
(B+C) / A	19.8%	19.5%	15.9%	11.7%	13.8%

□ 주요 업무

- (방송언어 품격 제고) 방송언어 품격 향상 및 표준말 보급 등을 위하여, 방심위를 통한 방송 관계자 교육을 강화

※ 방심위에게 '방송 관계자 언어교육 실시 의무'를 부여하는 내용의 방송법 개정안이 국회 계류 중 (심재철 의원 대표 발의, '13. 12)

- 또한, 방심위에서 지상파 방송 및 종편 채널 프로그램의 분야별 (드라마, 오락, 시사 등)로 '방송언어 가이드라인' 마련

- (방송평가 개선) '통합 방송법' 제정 시, 방송평가 대상에 IPTV 포함

- 매체별로 특화된 평가기준 설정, 재난방송 및 공정성 관련 심의 규정 위반 시 감점^{주)} 강화, 공정성 등 주요 항목들에 대한 평가 지표 개발 연구 등 제도 개선을 추진

주) 주요 감점기준 : 주의 -1, 경고 -2, 관계자 징계 -4, 시정명령 -8, 과징금 -10~-15

1-3. 미디어 다양성 및 시청권 보장

□ 추진 배경

- 광고시장 변화, 케이블TV·위성방송·IPTV 등 유료방송 가입자 증가 등으로 인해 지역방송 (18개 지역MBC, 9개 지역 민방, OBS)의 기반 약화
- 보편적 시청권 보장 차원에서 특히, 저소득층 장애인에 대한 지원이 시급하며, 스마트 미디어에 취약한 계층에 대한 리터러시 교육 필요

□ 주요 업무

- **(지역방송 활성화)** '지역방송 발전 지원 특별법' 시행 ('14.12)에 따라, 지원계획^{주)}을 수립하고, 프로그램 제작 등을 지원 ('15년 23억원)
 - 주) 주요내용 : 지역방송 지원 재원 확보, 지역방송 경영개선을 위한 기반 조성 지원, 지역방송 광고체계 개선, 편성·광고·협찬 관련 규제 개선방안 마련 등
 - 부담능력 고려, 방발기금 징수율(現 광고매출액의 2.78%) 차등화 검토
- **(장애인 방송 지원)** '16년까지 방송사의 장애인 방송 편성목표 달성 [지상파 (자막100%, 화면해설 10%, 수화 5%), 유료 (자막70%, 화면해설 5%, 수화 3%)]
 - 시청자미디어센터에서 장애인 방송 프로그램 제작, 교육 지원 강화
 - 저소득층 위주로 장애인용 TV를 1만대 이상, 발달 장애인용 방송 프로그램을 전국 특수학교 약 120개교에 보급
 - 수화 화면의 크기를 조정할 수 있는 '스마트 수화방송'을 추진 ('15년 3개사 실험방송 ⇒ '16년~'17년 서비스 개시)
- **(미디어 리터러시 교육)** 시청자미디어센터를 중심으로 하여 계층별·수준별로 미디어 활용 및 비판적 이해, 중독 예방 등 교육 강화
 - 아울러, 관련교재를 개발하고, 미디어 전문강사를 육성 ('15년 70명)

1-4. 재난방송 개선

□ 추진 배경

- 지상파 방송, 종편·보도 PP 총 62개사는 재난방송을 실시해야 하나
 - 세월호 참사 시에 오보 및 사생활 침해가 발생하고, 주관 방송사 역할이 미흡한 문제점 등이 나타나, 이에 대한 개선방안을 마련
 - 한편, 터널 등 방송수신 음영지역에서 재난방송 사각지대가 존재

□ 주요 업무

- **(오보 및 사생활 침해 대응)** 방송사에게 재난방송 자체 매뉴얼을 비치하고 교육을 실시하도록 의무 부과
 - 방송평가 시 재난방송 배점을 상향하고, 오보 등 심의규정 위반에 대한 감점을 강화하여, 향후 재허가·재승인 시 평가결과 반영
 - 재난방송 핵심 준칙을 방송통신발전 기본법에 상향하여 규정
- **(주관 방송사 역할 정립)** KBS를 재난방송 주관 방송사로 방송통신발전 기본법에서 지정하고, 권한과 책임을 시행령에 명확히 규정

[예시]

- ▶ **권한** : 주관 방송사가 재난관리 기관에게 신속한 재난정보 제공을 요청할 수 있고, 효율적 재난방송을 위해 정부가 예산 등을 지원할 수 있음
- ▶ **책임** : 전문 인력을 운용하고, 재난에 대비한 정기적 모의훈련을 실시하는 한편, 재난방송 업무계획을 작성토록 하는 책임 부여

- **(재난방송 수신환경 개선)** 터널, 지하공간 등 방송수신 음영지역에 대한 라디오 및 DMB 중계설비 구축을 지원 ('15년 9.15억원)
 - 터널 등 관리기관의 재정 상황, 시설 이용량, 재난발생 현황 등을 고려하여 지원대상을 선정하되, 매칭방식으로 지원

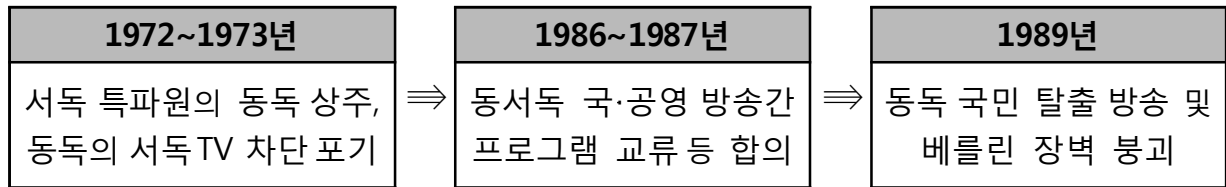
1-5. 통일에 대비한 남북 방송 협력

□ 추진 배경

○ 드레스덴 선언과 국정기조에 따라, 통일 준비 차원에서 남북 방송 협력을 추진하되, 인내를 갖고 실현가능한 사업부터 단계적 추진

- 독일 통일 과정에서 방송, 특히 TV는 핵심적 역할을 수행

< 독일 통일과정에서 방송의 역할 >



□ 주요 업무

○ (남북 방송교류 활성화) 美, 獨, 中 등의 전문가와 NGO가 참여하는 국제컨퍼런스를 개최하여, 통일에 있어 방송의 역할 등을 논의

- 방송인력 교류, 프로그램 공동 제작 등 다양한 협력방안 모색
※ 가능 분야 (예시) : 역사 및 문화 프로그램, 스포츠 등

- 중장기적으로 '남북 방송 교류협력 지원센터' 검토 ('15년 타당성 연구)
※ 주요 기능 : 방송인력 교류, 방송기술 공동 연구, 방송 제작장비 지원 등

○ (통일 이후에 대비한 중장기 대책 연구)

- 기술 통합 : 南 (미국식) · 北 (유럽식) 간 상이한 TV 송출방식 통일
※ 과도기적으로 송출방식 변환기, 위성방송 등의 활용 가능성 검토

- 법제 정비 : 남북한 방송구조 통합 등 방안 연구

○ (남북 방송통신 교류추진 위원회 확대) 전문가 등 추가 (18명 ⇒ 20명)

- ◆ 방송 서비스의 재원 확충 차원에서 광고 제도를 개선하고, MMS 등 새로운 서비스를 유연하게 수용하는 한편, 콘텐츠 기반 확충 및 해외 공동제작을 통해서 한류 제도약을 모색

2-1. 신규 방송 서비스에 대한 적극적이고 유연한 접근

□ 추진 배경

- 압축기술 등의 발달로 既 주파수대역에서 다채널 방송 (MMS, Multi Mode Service)이 가능하나, 현재 지상파는 대역 당 1개 채널만 제공
- 실감형 콘텐츠의 수요 증대 등에 따라, 차세대 방송인 UHD (Ultra High Definition) 선점을 위해서 한·중·일 간 경쟁이 치열한 상황임

□ 주요 업무

- (MMS 시범방송) 무료 교육채널인 EBS를 대상으로 초·중등 교육, 외국어 교육, 다문화 콘텐츠를 중심으로 시범방송 실시 ('15년 상반기)
 - 시청자 수요, 기술적 안정성, 방송시장에 미치는 영향 등을 고려하여, 정책방안 마련
- (지상파 UHD 방송 및 700MHz 정책방안 마련 : 미래부 공동)
 - 콘텐츠 제작 활성화 등 UHD 생태계 조성 방안
 - 전송 표준 등 기술 여건과 가용 주파수 확보 고려
 - 시범방송, 도입형태 및 도입시기 등 로드맵 마련

2-2. 방송광고 제도 개선 및 산업 지원

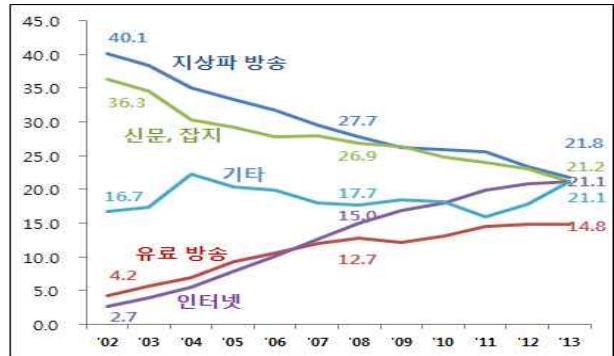
□ 추진 배경

- '13년 국내 광고시장의 규모는 9.5조원이며, 이 중 방송광고 시장 규모는 3.5조원임 (지상파 방송, 신문·잡지, 인터넷이 각각 2조원)
- 전체 광고시장에서 차지하는 비중이 지상파 방송과 인쇄 매체는 감소하는 반면, 인터넷은 증가하고 있는 추세임

< 방송광고 시장 매출액 (조원) >



< 매체별 광고시장 점유율 (%) >



* 모바일 광고는 '기타'에 포함됨

- 방송광고는 광고종류별로 시간과 횟수 등을 나열식으로 규제하고 있어 방송사가 광고시장 요구에 탄력적으로 대응하기 어려우며, 가상광고 등의 경우에도 창의성이 발휘되기 힘든 상황
- 한편, 영세한 중소기업은 광고를 위한 재원이 부족한 실정임

□ 주요 업무 [방송광고 제도 개선(안) : 2014. 12. 19, 위원회 보고]

- **(광고총량제)** 방송 프로그램 편성시간당 총량제를 도입하여 프로그램과 광고 편성의 자율성을 제고하되, 지상파 방송 및 유료 방송 간의 차별성은 유지토록 함 (현재 입법예고 중)
- 광고총량제, 가상광고, 간접광고는 '15년에 공청회 등 이해관계자 의견 수렴을 거쳐, 시행령 개정을 추진

[참고] 현행 규제

지상파 방송	유료 방송
<p>광고종류별 규제</p> <p>방송프로그램광고, 토막광고, 자막광고, 시보광고 별로 시간·횟수 규제</p>	<p>광고총량제 실시</p> <p>시간 당 평균 10분, 최대 12분 이내 (단, 토막광고, 자막광고는 시간·횟수 규제)</p>

- **(가상광고 및 간접광고) 허용범위 및 허용시간의 확대 등을 추진**
 - **가상광고** : 현행 스포츠 경기 외에 교양·오락·스포츠 보도에도 허용하고, 유료 방송은 현행 5/100에서 허용시간 확대
 - ※ 다만, 어린이를 주 시청대상으로 하는 프로그램, 보도 프로그램 등은 제외
 - **간접광고** : 유료 방송은 현행 5/100에서 허용시간을 확대하고, 구체적인 허용범위^{주)}를 시행령에서 명확하게 규정
 - 주) 불허되는 경우 : △ 해당 상품을 언급하거나 구매·이용을 권유하는 경우, △ 상품의 기능 등을 허위로 또는 과장하여 시현하는 경우 등

- **(신유형 방송광고) 라이브리드^{주)} 광고 등 새로운 광고기법을 방송 광고에 적용할 수 있도록, 방송법에 신유형 방송광고의 근거 마련**
 - 방송법 제73조 (방송광고 등) 제2항 ‘방송광고의 종류’에 추가
 - 주) **라이브 리드 (Live Read) 광고** : 라디오 방송 진행자가 방송 중에 광고 문안을 읽거나 특정 상품 및 서비스에 대한 개인적 경험을 언급하면서 홍보하는 광고 (미국, 영국, 호주, 싱가포르 등 각국 라디오에서 활용)

- **(중소기업 방송광고 지원) 혁신형 중소기업에 대해 기존의 광고 송출비 할인은 물론, 광고제작비까지 지원 (‘15년 예산 20억원)**
 - ‘중소기업 - 중소기업광고회사 - 중소기업방송사’를 연계 지원할 수 있도록 원스톱 컨설팅 지원체계를 구축, 운영
 - ▶ **송출비 할인** : 미디어렙사 및 방송사가 송출비의 70% 할인 등
 - ▶ **제작비 지원** : 제작비의 50% 내 지원 (단, TV는 5천만원, 라디오는 500만원 한도)

[참 고]

현재 방송광고 규제 현황

유 형	정의	지상파 방송	유료 방송
광 고 총량제	광고유형에 관계없이 최대 광고 송출시간을 정하는 제도	-	시간당 평균 10분, 매시간 최대 12분 이내 (단, 2시간 이상 프로그램은 18분, 매시간 최대 15분 이내)
방송프로 그램광고	방송프로그램의 전후에 편성되는 광고	방송프로그램시간 (방송프로그램 광고시간 포함)의 10/100 이내	-
토막광고	방송프로그램과 방송프로 그램 사이에 편성되는 광고	매시간 2회, 매회 1분30초 이내	토막광고를 할 경우, 매시간 2회, 매회 1분40초 이내
자막광고	방송프로그램과 관계없이 문자 또는 그림으로 나타 내는 광고	매시간 4회, 매회 10초, 화면 1/4 이내	자막광고를 할 경우, 매시간 6회, 매회 10초, 화면 1/4 이내
시보광고	현재시간 고지 시 함께 방송되는 광고	매시간 2회, 매회 10초, 매일 10회 이내	-
중간광고	1개의 동일한 방송프로 그램이 시작한 후부터 종료되기 전까지 사이에 그 방송프로그램을 중단 하고 편성되는 광고	금지 (단, 운동경기, 문화·예술행사 프로그램은 허용)	프로그램 길이에 따라 허용횟수가 다름 회 1 2 3 4 5 6 분 45 60 90 120 150 180 ※ 매회 광고시간 1분 이내
가상광고	방송프로그램에 컴퓨터 그래픽을 이용하여 만든 가상의 이미지를 삽입 하는 형태의 광고 (운동경기 분야에 허용)	해당 프로그램시간의 5/100, 화면 1/4이내 ※ 프로그램 전에 가상광고 포함여부를 자막 표기	좌 동
간접광고	방송프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 그 상품을 노출시키는 형태의 광고 (오락과 교양분야에 허용)	해당 프로그램 시간의 5/100, 화면 1/4이내 ※ 프로그램 전에 간접광고 포함여부를 자막 표기	좌 동

2-3. 방송 콘텐츠 기반 확충

□ 추진 배경

- 경쟁력 있는 방송 콘텐츠 기업이 부족할 뿐만 아니라, 지상파 경우에도 광고 매출이 감소하는데 비해 제작비는 증가하는 등 환경 악화
 - 더욱이, 제작인력의 해외진출로 국내 노하우 유출 등이 우려됨

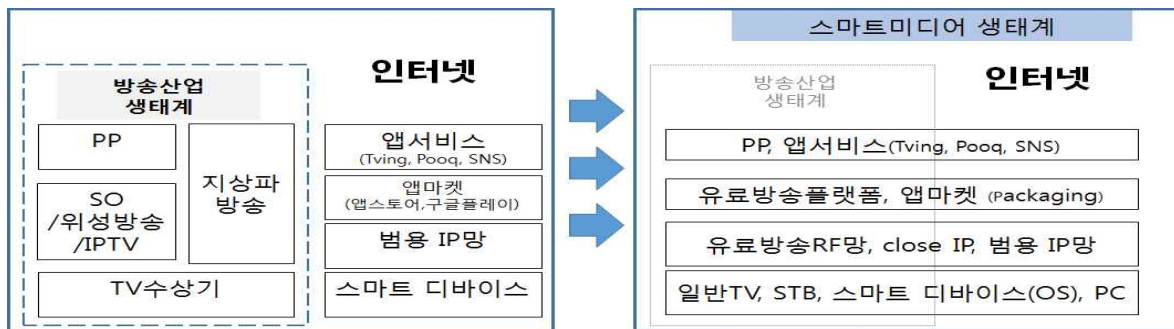
□ 주요 업무

- **(미디어 콘텐츠 제작인재 양성)** 초·중·고생 및 대학생 대상으로 영상물 제작·기획·편집 등의 맞춤형 교육 프로그램을 개발하고, 공모전을 통해 연령대별 우수인재를 발굴·육성 (시청자미디어센터)
 - 대학생, 광고 분야 종사자에게 방송광고 교육 제공 (KOBACO)
- **(PP 콘텐츠 제작역량 평가제도 개선)** 중소 PP의 육성을 위해서 대기업 계열 PP와 개별 PP를 구분하여 평가하는 등 개선방안 검토
 - 평가 결과 발굴된 우수 방송 채널 경우, '프로그램 제작 지원사업' 및 '중소 PP 의무할당제' 도입 시 연계하는 방안 강구 (미래부 협력)
- **(상생의 콘텐츠 외주제작 환경 조성)** 상생협의체를 통해 개선 추진
 - 고비용 구조의 완화를 위해 고액 출연료·작가료 개선방안을 마련하는 한편, 보조출연자·스태프의 인건비 등 처우개선 대책 강구
 - 콘텐츠 경쟁력 강화를 위해 방송사에 대한 특수관계자 이중규제를 개선하고, '순수외주비율'은 현재보다 불리하지 않게 설정
 - 외주제작사의 제작 기여도를 높여서, 저작권을 확보할 수 있는 방향으로 '외주제작 인정기준' 개정 추진
- **(방송 프로그램 유통정보 관리 시스템 활성화)** 참여 사업자를 지상파에서 종편·대형 PP까지 확대하고, 중장기 발전 방안 마련

2-4. 스마트 미디어에 대응한 동향 분석 및 제도 개선

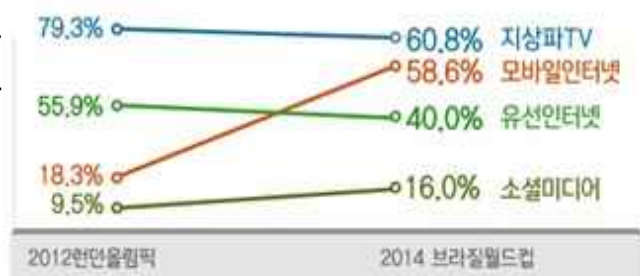
□ 추진 배경

- 동일 시장을 놓고서 SO, IPTV 및 위성 사업자가 경쟁하고 있으며, VoD·OTT 등에서 보듯이 인터넷의 발전으로 인해 방송 생태계가 스마트폰 등으로 대표되는 스마트 미디어 생태계로 확장되고 있음



□ 주요 업무

- (통합 시청점유율 조사) TV, PC, 스마트폰을 통해 실시간 및 비실시간 (VoD) 시청하는 점유율을 통합 산출



매체 이용행태 변화 * DMC 리포트('14)

- '15년 시범조사 (하반기)

- (유료방송 규제체계 일원화: 미래부 공동) 유료방송 시장의 경쟁 심화로 관련 규제의 형평성과 실효성 제고 요구가 높아짐에 따라 방송법 내에 IPTV법을 통합하여 규제체계 정비
 - SO·위성·IPTV를 통합한 '유료방송 사업' 신설, 금지행위·회계 분리 등 의무 동등 부과, 시장점유율 합산규제 근거 마련 등
- (경쟁상황 평가) 합리적 규제와 경쟁정책의 근거를 마련하기 위해 OTT 등 스마트 미디어 시장을 포괄하는 경쟁상황 평가방안 강구

2-5. FTA 대응 및 방송의 해외 진출

□ 추진 배경

○ 그동안 방송 프로그램 및 방송 포맷의 해외 수출 등 방송 한류를 통해서 막대한 경제 및 사회문화적 효과를 거두어 왔음

- 프로그램 진출 : 대장금, 겨울연가, 가을동화, 별에서 온 그대, 우리 결혼했어요, 신들의 땅 앙코르 3D 등
- 방송포맷 수출 : 1박 2일, 나는 가수다, 아빠 어디가, K팝스타, 개그콘서트, 모여라 덩동댕, 꽃보다 누나 등

< 한류의 경제적 효과 (단위 : 억달러) >

구 분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
콘텐츠 수출효과	17.0	20.2	22.9	21.5	30.2
외국인 관광효과	1.3	4.6	17.8	22.1	27.6
소비재 수출효과	2.0	0.6	5.9	6.5	4.3
합 계	20.3	25.4	46.6	50.1	62.1

* 한국문화산업교류재단 (2014), 「한류의 경제적 효과 및 자산가치 분석」

○ 하지만, 최근에는 독도 및 역사 인식상의 갈등에 따른 반감 (일본), 해외 콘텐츠에 대한 규제 강화 (중국) 등, 反한류 기류 확산

< 중국의 해외 콘텐츠 규제 현황 >

- 해외 프로그램의 주시청시간대 방송 제한
- 일일 영화·드라마 방영시간의 25% 이내로 방송 제한 및 사전심의 적용
- 온라인 상 해외 영상물 규제 (15. 4월 시행) : 인터넷을 통해서 유통되는 해외 저작물은 허가를 거쳐야 하며, 온라인 방영은 전체 콘텐츠의 30%로 제한

○ 따라서, 한-중 FTA 실질 타결 (14. 11) 등을 계기로, 해외 규제기관과의 협력을 강화하고 민관 대응체계 구축 등을 통해 해외진출을 다각적으로 지원하여 한류 재도약을 모색할 필요

□ 주요 업무

- **(해외 규제기관 협력)** 해외의 방송 규제 장벽을 완화하기 위해서, 글로벌 네트워크를 구축하고 해외 정부와의 협력을 확대
 - ITU 세계 규제자 심포지엄 (GSR, Global Symposium for Regulators) 및 국제 방송통신 기구 (IIC, Int'l Institute of Communications)에 적극 참여
 - '16년 ITU 아·태 규제자 라운드 테이블의 한국 개최를 제안
 - 태국 및 몽골 등의 방송통신 규제기관과 업무협력 체결
- **(전략지역 진출 강화)** 한류 콘텐츠에 대한 수요가 많은 중국과 아세안 등을 전략지역으로 선정하여 집중적으로 지원

중 국

- 한·중 FTA 후속조치로서 '방송분야 공동제작 협정' 체결에 노력
- 방송사 간 드라마는 물론, 역사·환경 다큐 등의 공동제작 지원
- KBS 월드의 중국어 자막 허용을 협의
- 광전총국과 최고위급 협의채널 구축, 한·중 라운드 테이블 정례화
 - ※ 중국 경우, '광전총국'은 물론, 지역 쑤 단위 '광전국'까지 대화채널 구축

아세안 등

- 제2차 한-아세안 방송 쇼케이스 추진 (ITU 규제자 라운드 테이블 연계)
 - EBS 모델의 컨설팅을 통해서 태국 및 대만 등으로의 진출 지원
 - 향후, 인도네시아 등과의 FTA 체결 시 공동제작 협정 체결에 노력
 - 한-아세안 방송 서밋 제안 등
- **(민·관 대응체계 구축)** 방통위, 방송사, 유관기관, 전문가 등으로 구성된 방송 콘텐츠 해외진출 협의회의 운영을 강화하여, 해외 진출 현황과 애로사항을 파악하고 대책 강구
 - 미래부·외교부·문체부·산업부와 긴밀히 협력, 필요시 공동 대응

- ◆ 단말기 유통법의 조기 정착을 위해 모니터링 및 조사체계를 강화하고 결합상품이 경쟁을 해치지 않도록 점검하는 한편, 개인정보 보호를 제고하여 인터넷 서비스의 신뢰성을 확보

3-1. 방송통신 시장감시 · 피해예방 시스템 개선

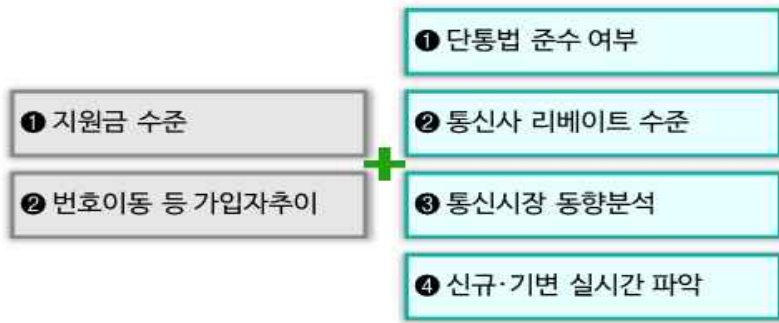
□ 추진 배경

- 방송통신 시장을 체계적으로 감시하고 조사하는 체계를 강화하는 한편, 이용자 피해에 선제적으로 대응하기 위한 예방교육 등 필요
 - 특히, 요금·서비스 경쟁을 통해 단말기 출고가 인하와 가계통신비 절감 효과가 나타날 수 있도록, ‘단말기 유통법’ 조기 정착에 노력

□ 주요 업무

- (시장 모니터링 강화) 방송, 통신, 인터넷 분야의 사전 점검 개선
 - 방송시장 분석·진단 시스템 구축 : 유료 방송 (케이블TV, IPTV, 위성, PP, 홈쇼핑 등) 시장에 대해서 분기별로 동향을 분석하여 중점 조사대상을 발굴하고, 방송광고 불공정 신고센터를 활성화
 - 통신시장 모니터링 강화 : 시장과열 징후를 사전에 파악하여 시장을 조기에 안정화하기 위해 단말기 지원금 모니터링 샘플을 확대하고 (‘14년 1,380개 ⇒ ’15년 2,700개), 모니터링 항목을 다변화

< 통신시장 모니터링 항목 변화 >



○ (시장 조사체계 개선) 이통사 및 유통점의 '단말기 유통법' 위반 여부를 상시 점검하고, 위법행위 발생 시 적시 조사를 통해 대응하는 한편, 현저한 위법행위 발생 시 긴급중지명령을 신속히 발동

- ▶ 미래부 등과 합동으로 '불법 보조금 합동 점검단' 구성
- ▶ 주말 및 야간 연락체계 구축 ('15년 상반기)

- 이와 아울러, 시장 상황 및 이용자 민원 등을 파악하여 전기통신사업법, 방송법, IPTV법, 미디어렙법 등의 주요 금지행위 조사

○ (이용자 보호역량 강화) 통신사 업무 평가 및 이용자 교육 실시

- 이용자 보호업무 평가의 실효성 제고 : 이동전화·초고속인터넷·알뜰폰에서 IPTV로 평가대상을 확대하고, 결과를 공개

< 이용자 보호업무 평가 체계 >

평가 대상	민원 다발 사업자인 이동전화, 초고속인터넷, IPTV 등 23개사
평가 방식	전문가 평가 및 이용자 만족도 평가
결과 공개	서비스 분야별, 사업자별로 평가결과 발표 · (사업자) 대외 이미지 제고에 활용 · (이용자) 사업자 선택에 참고

- 피해예방 교육 내실화 : 피해 발생 시 SMS 등을 통해서 신속히 정보를 제공하고, 행복버스^{주)}를 연계하여 도서벽지 방문교육 실시
주) 농협에서 산간벽지 농촌마을을 직접 방문하여 의료·문화·복지서비스 제공

○ (이용자 보호법제 개선) 개별법에 산재한 '이용자 이익 저해행위'를 통합하고, 피해구제를 강화하도록 (가칭)방송통신이용자보호법 등 마련

3-2. 통신시장 불공정 경쟁 및 이용자 피해 점검

□ 추진 배경

- 유·무선이나 방송·통신 간 결합상품이 이용자 편익을 제공하는 반면, 부당한 시장 지배력 전이와 허위·과장 광고의 우려도 있으므로, 이를 방지하여 공정한 방송통신 생태계 조성 필요
- 한편, 알뜰폰 사업자 등 새로운 사업자의 성장으로 기존 사업자와의 갈등이 확대되고, 스마트 폰 등에서의 이용자 피해 발생

□ 주요 업무

- **(결합상품 공정거래 여건 조성)** 유·무선이나 유료방송·통신 간 '결합상품 불공정 행위에 대한 규제 기준'을 마련
 - 과도하거나 가입자를 차별하는 경품 제공, 부당한 위약금, 허위·과장 광고에 대해서 모니터링^{주)}을 강화하고 점검
 - 주) 초고속 인터넷 시장 모니터링 샘플 수 확대 : '14년 416개 ⇒ '15년 654개
※ 외부 전문가 및 방송·통신 사업자 등이 참여한 '결합상품 전담반'을 운영
- **(사업자 간 불공정 행위 감시)** 위반행위 발생 시 조사, 제재
 - **이통사-알뜰폰** : 불공정한 재판매 협정 (불합리한 도매대가 등), 이통사의 자회사에 대한 내부보조 행위 등
 - **제조사-이통사** : 단말기 거래 부당거절 행위 등
- **(이용자 이익 저해 행위 조사)** 스마트 폰 등의 서비스 가입 (예 : 불법 텔레마케팅)·이용·해지 (예 : 위약금 과다) 단계에서 발생하는 이용자 피해 및 사업자 부당 행위 조사
 - 이용자 의사를 확인하지 않은 선불폰 개통, 알뜰폰 부당 가입 행위
 - 무선 데이터 요금 과다 청구 : '과금 검증센터' 운영 등

3-3. 방송분야 분쟁 조정 및 시장질서 확립

□ 추진 배경

- 지상파 방송 재송신, 국민관심 행사 중계 관련 분쟁 시 시청권 보호 등의 차원에서 적극 대응하기 위해 방송분쟁 해결 기능 강화 추진



- 유료 방송시장의 경쟁 심화, 미디어랩 이후 방송광고 시장변화 등으로 인한 사업자 간 과열 경쟁이나 시청자 피해에 대한 대응 필요

□ 주요 업무

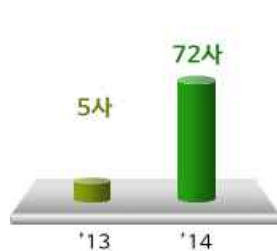
- **(방송분쟁 해결제도 개선)** '직권조정 개시권'을 도입하는 등 분쟁 조정 절차를 강화하기 위한 방송법 개정 추진 (현재 법제처 심사 중)
 - 직권조정 : 시청자 이익 침해 우려 시 당사자 신청 없이도 개시
 - 재정제도 : 올림픽·월드컵 등 보편적 시청권 관련 분쟁의 경우 방통위가 '준사법적 절차'를 거쳐서 해결방안을 제시
 - 방송 유지·재개 명령권 : 방송중단 임박 시 명령 발동 (30일내)
- **(방송시장의 불합리한 관행 및 시청자 피해행위 시정)**
 - 가입자 유치를 위한 부당 영업행위, 프로그램 사용료 지연 지급, MSP 등 대형 사업자의 콘텐츠 끼워 팔기, 위약금 과다 책정 등
- **(방송광고 불공정 행위 차단)** 미디어랩이 광고대행사에 대해 부당 계약을 강요하는 행위를 점검하는 등 광고시장 질서 확립

3-4. 개인정보 보호 등 강화

□ 추진 배경

- 정보통신기술 (ICT) 발달에 따라 빅데이터, 클라우드, 사물인터넷 등이 스마트 신산업 창출 및 창조경제 실현의 핵심으로 부상
- 그러나, 카드사 ('14. 1.), 이통사 ('14. 3.) 등과 같은 개인정보 유출 사고의 재발 방지를 위해 온라인상 개인정보 보호 강화 필요

< 유출신고 현황 >



< 시정명령 현황 >



※ 지나친 규제는 인터넷 산업 발전을 저해하나, 개인정보 보호에 대한 이용자 신뢰는 해당 산업의 발전을 위한 기반임

□ 주요 업무

○ (생활밀접 분야 중점 조사 및 법령상 의무이행 여부 점검 강화)

- 민원다발 분야 위주 심층조사 등 : 알뜰폰 사업자, 온라인·선불폰 영업점, TV홈쇼핑, 내비게이션 앱 등에 대한 조사 실시



- 개인정보 대량보유 사업자 등 점검 : 포털, 불법 텔레마케팅을 비롯한 개인정보 다량 취급자에 대한 주기적인 점검 철저

- **법령상 의무이행 점검 철저** : 주민번호 수집·보관 금지, 개인정보 이용내역 통지 (연 1회 이상), 개인정보 보관기간 단축 등 이행점검
 - **유출사고 대응 및 사후관리** : 유출사고 (자진신고, 검·경 통보)에 신속히 대응하고, 시정명령 이행을 점검하여 유사사고 방지
- **(인터넷 서비스 가이드라인 마련)** 인터넷 서비스에 대한 개인정보 보호 기준을 명확히 제시하여, 사업의 불확실성을 해소
- **업종별 개인정보 취급 가이드라인** : 국민생활과 밀접한 업종 (쇼핑, 통신 등)에 대해 관련 협회와 공동으로 특성에 맞는 지침 마련
 - **스마트 폰 앱 개인정보 보호 가이드라인** : '12년에 마련한 "스마트 폰 앱 개발자 안내서" 개정 (예 : 과도한 수집 및 접근권한 제한 등)
- **(홍보 및 자율규제 강화)** 관련 협회와 함께 '온라인 개인정보 취급 가이드라인 ('14. 11 제정), 빅데이터 개인정보 보호 가이드라인 ('14. 12 제정)에 대한 홍보와 점검을 병행하여 자율 규제의 실효성 제고
- **(잊혀질 권리 대응 등)** 적용범위, 구현방법 등 법제화 방안 검토
- 표현의 자유·알 권리와 조화, 기술적·경제적 한계 등에 대한 분석 및 전문가 의견수렴을 통해 제도의 실현가능성 고려
 - ※ '14. 5월, EU의 "잊혀질 권리" 인정 판결 (구글 사용자는 '시효가 지나고 부적절한 개인정보'에 대한 검색링크를 삭제하도록 요구할 권리를 가짐) 이후, 이슈 확산
- **(불법 스팸 감축을 위한 대응 강화)**
- **단속 철저** : 정보통신망법령 개정 (사전동의 전면확대 : 전화, 팩스 + 이메일, SNS)에 따라, 제도의 조기정착을 위한 단속 실시
 - ▶ 제도 (2개월간 사업자 설명회·대국민 홍보) ⇒ 현장점검 (이메일, SNS...)
 - **새로운 유형의 스팸 대응 강화** : SNS 및 알뜰폰 스팸 등
 - ▶ SNS 스팸 : 간편 신고 기능 구현 유도
 - ▶ 알뜰폰 스팸 : 실시간 차단 시스템 구축

3-5. 건전한 인터넷 문화 조성

□ 추진 배경

- 음란물 등 인터넷상 불법유해 정보로 인한 피해가 심각하며, 청소년 대상 사이버 폭력이 증가[학교폭력중 사이버 폭력 비중('14년 하반기) 9.2%]

□ 주요 업무

- **(사이버 음란물 유통 방지)** 이통사와 웹하드 사업자에게 음란물 유통 방지를 위해 일정한 의무를 부여하고 있는 개정 전기통신사업법 시행('15. 4)에 따라, 후속 법령을 마련하고 이행 사항을 점검

< 전기통신사업법 개정 내용('14. 10) >

- ▶ 이통사 : 청소년의 휴대폰 가입 시 음란물 차단 S/W 설치 의무 부여
- ▶ 웹하드 : 음란물 유통 방지를 위한 필터링 시스템 설치 의무화

- **(사이버 학교폭력 예방·구제)** 사이버 폭력 의심 문자 알림 S/W (스마트 안심드림) 보급을 확대하고, 피해 상담 프로그램 개발·보급
- 또한, '사이버 안심존^{주)}' 확대 [경기도168개교⇒전국250개교(교육청 협력)]

주) 청소년의 스마트 폰에 설치된 '차단 S/W' 이용현황을 분석·활용하여, 이용 행태에 관한 정보를 교사와 학부모에게 제공함으로써 상담이나 교육에 활용

- **(해외 사이트의 불법 유해정보 대응)** 구글 등 해외 사업자, 방심위 등과 자율규제 협의체를 구성하여, 음란물에 대한 대응체계 마련
- 한편, 방심위가 인터넷, 트위터 등을 통해 확산되는 국제테러 관련 정보에 대한 모니터링을 강화하고 신속한 접속차단 조치 등 실시
※ 테러단체 (ISIS) 조직원 모집 공고 게시물 29건 접속 차단('15.1, 방심위 결정)

- **(인터넷 윤리 교육)** 경연대회·연극 등 참여형 교육 프로그램을 개발하고, 청소년 상담센터와 연계한 시도별 교육 네트워크 구축

3-6. 위치정보 보호 강화 및 산업 활성화

□ 추진 배경

- 유망 서비스로 주목받고 있는 위치정보 산업의 활성화 기반을 마련함과 동시에, 사업자에 의한 위치정보 오·남용을 점검함으로써 위치정보 보호 및 산업 활성화를 균형 있게 추진

□ 주요 업무

- **(위치정보 보호 강화)** 허가 여부 및 위치정보 수집·이용 동의 여부 등에 대한 사전 모니터링, 개선 안내를 강화하고 (年 15,000개 앱)
 - 주요 허가 사업자를 대상으로 위치정보 암호화 및 기술적·관리적 보호조치 등에 대해서 점검 실시
- **(위치정보 산업 활성화)** 기술개발, 인력양성, 이용촉진 등을 포함한 '위치정보 산업 및 이용 활성화 계획'을 수립하는 한편
 - 위치정보 지원센터('11년 개소) 기능 (現 허가·신고 상담 등)을 강화하고
 - 사업자 간 경영모델·법률 등에 대한 정보를 공유하고 애로사항을 파악하여 해결하기 위한 창구로서, 사업자 협의체 설립 추진
- **(사회 안전망 구축)** 소방관서 및 경찰 등이 긴급구조 시 활용하는 위치정보 제공의 신속성과 정확도를 향상하여 골든타임 준수 기여
 - 특히, 긴급 구조 신고자 주변의 Wi-Fi 정보를 이용하여 정확도가 높은 위치정보를 제공하는 '위치정보 플랫폼' 구축

※ 오차범위 : 기지국 (300m 이상) > GPS (50m 이상) > Wi-Fi 기반 (30m 이내)