

---

# 방송통신위원회 업무보고

---

2022. 8. 23.

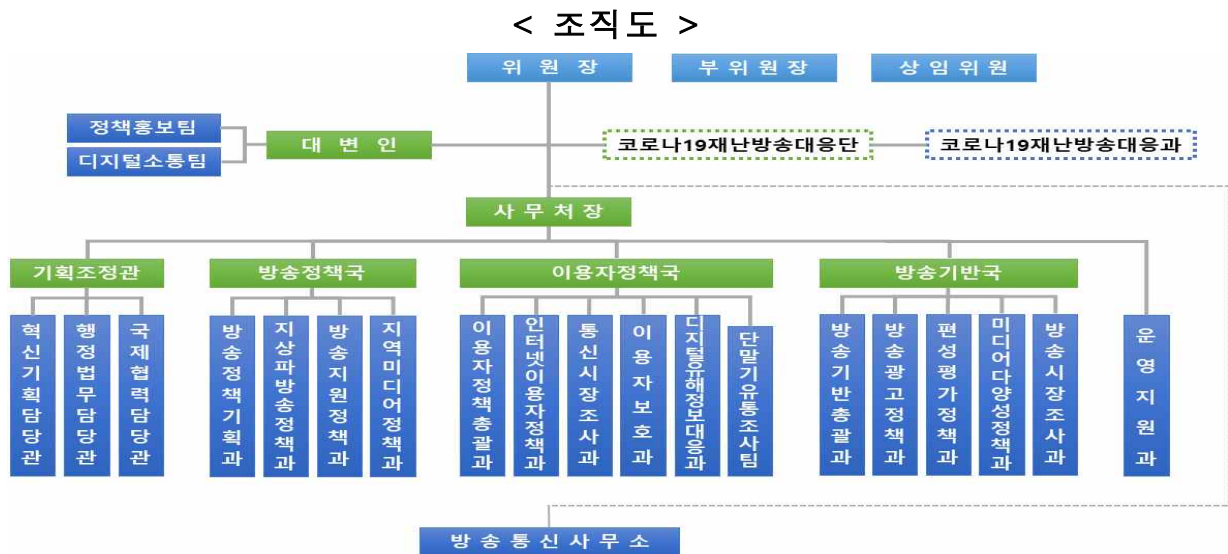
# I. 일반 현황

## 1 기구 및 조직 현황

○ (위원회) 위원장(장관급), 상임위원 4인(차관급, 부위원장은 호선)

※ 위원장 및 상임위원 1인은 대통령 지명, 나머지 상임위원 3인은 국회(대통령이 소속되거나 소속되었던 정당의 교섭단체가 1인, 그 외 교섭단체가 2인) 추천을 받아 대통령이 임명

○ (사무처) 1처 3국 2관 18과(담당관) 3팀 / 1소속기관



## 2 인원 현황 : 정·현원 281명('22.8월 기준)

구 분	직급별	계	정무직	고공단	3.4급	4급	4.5급	5급	6급이하
합계	정 원	281	5	6	5	15	17	79	154
	현 원	281	5	6	4	19	18	83	146
본부	정 원	235	5	6	5	14	17	74	114
	현 원	241	5	6	3	19	17	80	111
소속 기관	정 원	46	-	-	-	1	-	5	40
	현 원	40	-	-	1	-	1	3	35

## 3 예산 현황 : '22년 예산은 전년 대비 3.6% 증가한 2,561억원

(단위 : 백만원, %)

구 분	2021년 예산 (A)	2022년 예산 (B)	증 감 (B-A)	(B-A)/A
계	247,241	256,136	8,895	3.6
일반회계	52,068	50,758	△1,310	△2.5
방발기금	195,173	205,378	10,205	5.2

## II. 핵심 추진과제

### 당면 정책환경

- (시장·제도 측면) OTT 등 새로운 미디어의 영향력 확대 및 글로벌 경쟁 심화로 전통적 방송시장 성장이 정체되고 현행 제도가 변화된 시장반영 미흡
  - ※ (OTT 이용률\*) '17년 36.1% → '21년 69.5%      \* OTT 서비스를 한번 이상 이용한 사람
  - (방송광고 매출) '15년 3.5조원 → '21년 3.1조원, (온라인광고 매출) '15년 3.4조원 → '21년 9.3조원
- (방송의 공공성 측면) 기존 방송매체와 OTT·포털·1인 미디어 등 신규서비스 간 경쟁 상황에서 미디어 전반의 공적 책임이 약화될 우려
- (이용자 측면) 디지털 대전환 가속화에 따라 복잡·다양한 유형의 인터넷 상 이용자 피해 우려 및 디지털 취약계층에 대한 사회·경제적 배려가 필요
- (추진체계 측면) 디지털·미디어정책을 둘러싼 복잡한 이해관계를 해소하고 큰 틀의 미래전략을 수립할 범부처 차원의 미디어 컨트롤타워 부재

### 1 미디어 혁신성장 생태계 조성

#### □ 추진배경

- OTT로 촉발된 유례없는 미디어 환경 변화에 대응하여 낡은 규제 혁신, 미디어 법제 개편 및 다양한 지원정책을 통해 혁신성장 기반 조성

#### □ 세부내용 및 이행계획

##### ◆ 방송시장 활성화를 위해 현행 제도를 과감히 혁신

- (광고 규제체계 혁신) 방송광고 유형을 단순화(자막·중간광고 등 7개 → 프로그램 내·외 등 3개\*)하고, '원칙 허용, 예외 금지'로 전환('22.12월 법안 마련)
  - \* 중간광고, 간접광고 등 7가지 유형 이외에 신유형 방송광고가 도입될 수 있고 광고시간 총량 범위내에서 자율적 광고편성이 가능하도록 개선
- (소유·겸영 규제 완화) '08년 이후 국가 경제규모 성장\*, 미디어 다각화 등을 고려하여 지상파 소유규제(대기업 기준(10조원), 겸영 7%) 및 유료방송과의 겸영규제 현실화
  - \* '08년 대비, '21년 GDP 1.73배 성장 및 전체 방송사업자 자산총액 3.75배 성장

- **(허가 승인 제도 개선)** 허가·승인 시 매체별 특성에 따라 심사기준을 개선\*하고 유료방송사업 허가(과기정통부) 시 방통위의 사전동의 절차 방법 등 간소화 추진

\* 지상파·중편, TV·라디오 등 매체별로 다른 심사항목 및 배점 등 적용  
(예시 : TV는 재난방송 실적, 라디오는 재무안정성, 지역방송은 지역프로그램 제작비 중점 심사)

- **(편성규제 개편)** 지상파·중편채널의 오락 프로그램 편성비율 상한(60%) 폐지, 외주제작 프로그램 의무편성(방송사별 16~35%) 완화 등 대폭 개선('22년 개선안 마련)

## ◆ 미디어 환경변화에 맞춘 법제 마련

- **(미디어 법제 마련)** 방송 등 기존 미디어와 OTT 등 새로운 미디어를 육성하기 위한 미래전략 수립 및 법제 마련
  - 플랫폼, 콘텐츠 등 기능을 기준으로 수평적 분류체계 도입 및 서비스별 특징에 따라 차등화된 규율체계 마련
  - 신기술·신유형 미디어의 등장에 대한 유연성을 확보하고, 정책 예측성 제고 및 규제리스크 최소화

## ◆ 글로벌 경쟁력 강화 기반 마련

- **(OTT 해외시장 기반 마련)** 국제 OTT포럼 개최('22.11월) 등 글로벌 네트워크 구축, 국내 OTT사 수요를 반영한 해외 시장분석·이용행태 조사\*(~'22.12월)

\* '22년 대상국가 : (해외시장) 중국, 멕시코, 브라질 (이용행태) 미국, 대만, 인도네시아

- **(콘텐츠 해외유통 지원)** 지역방송 콘텐츠의 글로벌 유통(해외마켓 부스 설치 및 마케팅)('22년), 국제 콘텐츠 마켓 참여 등 유럽·미주·아시아를 새로운 시장으로 콘텐츠 해외진출 추진 지원

- **(방송 교류협력 강화)** 방송 해외진출 기반 마련을 위한 방송 공동제작협정 체결 확대\* 및 국가간 방송공동제작 활성화를 위한 국제콘퍼런스 개최('22.9월)

\* 현재 38개국과 공동제작협정 기 체결 → 신남방(태국)·신북방(터키)·북미(캐나다) 등 신 시장으로 떠오르는 국가들과 새로운 협정 체결 추진 중

## 2 미디어의 공공성 제고

### □ 추진배경

- 미디어 융합 시대에 부합하는 방송의 공적책임 재정립 및 확대된 영향력에 걸맞은 미디어 플랫폼의 사회적 책임 제고를 통한 미디어 신뢰 회복

### □ 세부내용 및 이행계획

#### ◆ 방송의 공적책무 강화

- (평가체계 혁신) KBS의 경영평가 제도를 개선하고 재허가를 대신 하는 협약제도를 도입하여 공영방송의 공적 책임과 역할을 명확히 부여하고 그 이행을 엄격하게 점검하는 방송법 개정안 마련('22.12월)
- (ESG 방송평가 도입) ESG 사회적 인식 확산을 유도하기 위해 KBS·EBS의 ESG 성과를 방송평가에 반영('22.12월 「방송평가규칙」에 기준 신설)

\* 공영방송사의 친환경적 경영(E), 사회적 책임이행(S), 지배구조(G) 항목 구체화

#### ◆ 재난방송 신속성·접근성 개선

- (신속한 재난정보 제공) 24시간 모니터링(AI 기반 음성 인식)을 통한 재난방송 대응체계 유지 및 재난발생지역의 정확한 영상(지자체·공공기관 CCTV) 제공('23년~)
- (재난방송 접근성 확대) 지역 특성별 재난예방콘텐츠를 제작·보급('22년) 하고, 터널지역 수신환경 개선 및 수어재난방송 확대

#### ◆ 미디어 플랫폼 신뢰성·투명성 강화

- (포털뉴스 신뢰성 확보) 불투명한 추천 알고리즘 방지를 위해 포털 내부 또는 외부에 '알고리즘투명성위원회'를 법적 기구로 설치하여 기사 배열·노출 기준을 검증, 그 결과를 공개하는 방안 검토·추진('23년 정보통신망법 개정 추진)
- (포털뉴스제휴 투명성 강화) 자율기구인 뉴스제휴평가위원회\*의 위상 강화를 위해 설치·구성 등 최소 요건, 제휴심사 기준·절차 및 위원 자격기준을 정보통신망법에 규정 추진('23년)

\* 포털사(네이버·카카오)가 뉴스 공정성 제고를 위해 설립한 외부 기구로서 15개 언론단체에서 추천된 30명의 평가위원이 제휴매체 선정·제재를 위한 평가 수행중

#### ◆ 공영방송 지배구조 개선 및 KBS 수신료 투명성 관련 국회 논의 지원

※ '22.8월 기준 현재 국회에 여야 다수의 관련 법안(26건) 계류 중

### 3 디지털 플랫폼 이용자 보호

#### □ 추진배경

- 국민 일상과 경제 활동의 중심으로 정착한 디지털 플랫폼의 혁신 성장과 이용자 보호가 조화될 수 있는 균형있는 시장 규제체계 마련

#### □ 세부내용 및 이행계획

##### ◆ 디지털 플랫폼 자율규제 체계 구축

- (민간 자율규제기구) 플랫폼 기업의 영향력이 증대되면서 플랫폼 사업자·이용자·이용자 간 불공정행위·피해가 발생하고 있어 이를 방지하면서도 산업의 자율·혁신성을 보장하기 위한 민간의 자율규제기구 구성 및 운영 지원(법안 마련, ~22년)
  - \* 골목상권 침해 갈등, 플랫폼 가맹업주 피해 및 오픈마켓 입점업체 피해 발생 등
- (자율규제와 이용자보호) 플랫폼의 자율규제 이행을 장려하기 위해 이용자 보호 법규 준수 및 이용자 불만처리 실적 등을 사후평가하여 인센티브\* 부여
  - \* 평가 결과 우수 사업자에게 향후 법 위반 제재 시 과징금 감경 및 시상 추진

##### ◆ 앱 마켓 생태계 건전화

- (특정 결제방식 강제금지) 구글·애플 등 앱 마켓사와 앱 사업자(영화·음악·웹툰 등) 간 콘텐츠요금 결제방식을 둘러싼 갈등\*이 장기화되고 있어, 특정 결제방식을 유도하는 등 부당행위가 없도록 시정·감시활동 강화(22년)
  - \* (앱 마켓사) 앱 사업자는 앱 마켓 이용 대가를 납부해야 하므로 앱 마켓 외부 결제는 불가 입장 (앱 사업자) 기존처럼 수수료 없이 앱 마켓 이용이 가능한 외부 결제방식 허용을 주장
  - ※ (사례) 최근 카카오(앱 사업자가 외부 결제방식을 유지하자 구글(앱 마켓사)은 자사 정책 위반으로 카카오톡 업데이트를 제한하였고 결국 카카오는 외부결제 삭제(현재 방통위 사실조사 중)
- (정기 실태조사) 앱 마켓을 이용하는 앱 사업자 및 이용자를 선제적으로 보호하기 위해 앱 마켓 생태계 전반에 대한 실태조사 실시(연중)

##### ◆ 이용자 중심 신산업 제도 마련

- (전기통신사업법 정비) 디지털 환경 변화에 대응하여 이용자 불편해소 및 권익 보호를 위한 필요최소한의 제도적 장치 등을 마련
- (위치정보법 전면 개편) 위치정보사업 등록제를 신고제로 전환하는 등 위치정보 보호 중심의 현행 위치정보법을 산업 진흥과 이용자 보호가 조화되도록 개편(22년 법안 마련)

## 4 방송통신 국민 불편 해소

### □ 추진배경

- 디지털·미디어의 일상화·보편화에 따라 국민이 누구나 서비스를 불편·차별 없이 쉽게 이용할 수 있는 국민 중심의 미디어 환경 조성

### □ 세부내용 및 이행계획

#### ◆ 국민 실생활 불편사례 조속 해소

- (공영방송 콘텐츠 제공 확대) 공영방송이 저작권을 보유한 시사·교양 등 공익콘텐츠를 홈페이지·앱을 통해 무료 스트리밍 서비스 제공(KBS) 및 무료시청 서비스 대상(기초생활수급자, 장애인 등) 확대(EBS) 추진
- (인터넷·유료방송 가입·해지 간소화 확대) 인터넷·유료방송 이용자가 기존 상품 해지와 신규상품 가입을 동시에 가능토록 하는 원스톱 전환서비스를 현 통신사에서 케이블\* (MSO) 대상으로 확대('22.9월)  
\* SK케이블, LG헬로비전, 딜라이브, HCN, CMB 등 케이블 가입자가 전체 25.4%(인터넷+방송 1,400만명) 차지
- (유료방송 가입정보 제공 강화) 유료방송(IPTV 등) 가입·변경·재약정 시 상품내용을 제대로 안내하고 의도치 않은 가입을 예방하기 위해 이용자에게 가입정보(상품명, 약정기간, 요금 등)를 문자로 정확히 고지('22년~)  
※ '21년 유료방송 민원 24,050건 중 이용계약과 상이한 요금청구(46.6%), 가입의사 미확인(34.6%), 중요사항 미고지(18.6%) 등으로 가입자에게 가입정보 고지 필요
- (휴대폰 데이터 유출방지) 휴대폰 가입·반납 등의 과정에서 발생하는 이용자 정보유출 방지를 위한 대리점·판매점 관리방안 마련('22.12월)  
※ '휴대폰 데이터 유출방지 자율개선 민관협의체(방통위·이통사·유통점) 운영('22.9월~)

#### ◆ 불법유해정보 등 디지털 폭력 대응 강화

텔레그램 N번방을 통한 디지털 성범죄물 유통('20년), 온라인 공간에서 모욕·괴롭힘에 시달리던 유명인의 자살('22년) 사건 등이 발생하면서 안전한 디지털 환경을 조성해야 한다는 분위기 고조

- (디지털 성범죄물 유통방지) 디지털성범죄 근절을 위한 방통위·법무부 중심 '관계기관 협의체' 및 '민관협의체' 운영 등 범정부 대응체계 마련('22.9월~)  
- 피해자의 잊혀질 권리 강화를 위해 24시간 심의 및 현장점검 실시(연중)
- (디지털폭력 원스톱 지원체계 구축) 디지털 혐오·모욕, 사이버불링 등으로 인한 피해구제·예방활동 등을 위한 전담구제센터 설립('23년 개정안 마련)
- (불법스팸 전송자 제재) 보이스피싱 확산 방지를 위해 불법스팸 전송자의 전체번호 이용을 정지('22.10월, 약관 개정)하고 전송자 처벌 강화('22.9월 개정안 마련)

## ◆ 전국민 미디어 접근성 강화

- (소외계층 미디어 접근권 보장) 장애인방송 편성 의무(수어·화면해설방송) 확대, AI 자동 음성자막수어변환시스템 고도화, 시각·청각장애인용 TV 확대 보급\*(27월)  
\* 전체 시각·청각 장애인 맞춤형TV 보급 추진 : '21년 33.8% → '25년 50% 목표
- (미디어 활용기반 마련) 유아부터 어르신까지 국민 누구나 미디어에 쉽게 접근하여 올바르게 이해하고 활용할 수 있도록 맞춤형 지원체계 구축
  - 지역 거점별 미디어 체험·제작이 가능한 시청자미디어센터를 확대(현재 10개 → '25년 17개)하고, 원거리 지역에는 '찾아가는 미디어 나눔버스'로 촘촘하게 지원

## ◆ 이용자 피해구제 실효성 제고

- (통신분쟁조정제도 강화) 급증하는 이용자-통신사간 분쟁의 신속한 해결을 위해 분쟁조정 인력풀을 확대하여 조정기간을 단축하고, 직권조정제도 도입  
※ 통신분쟁조정신청건수 : '19년도 155건 → '20년도 572건 → '21년도 1,170건
- (온라인서비스 원스톱 피해지원) 복잡·다양한 온라인 이용자 피해 종합적 지원을 위해 유관기관 협업 기반 '피해상담시스템' 대국민 서비스 실시('22.10월~)

## 5 미디어 발전 추진체계 마련

### □ 세부내용 및 이행계획

- (기본방향) OTT 등 글로벌 미디어 환경변화에 대응하여 대선 공약과 새 정부 국정과제인 미디어 전략 컨트롤타워 역할을 하는 전담기구 마련  
※ 논의과제(안) : ▲미디어 환경변화에 대응한 비전 및 전략 수립, ▲미디어 산업 활성화 정책 및 규제체계 정비, ▲건강한 미디어 생태계 조성방안 마련 등
- (추진방안) 민·관이 함께 참여하는 협의체 구성·운영, 미디어 경쟁력 제고 방안 도출

#### [국정과제 27] 글로벌 미디어 강국 실현

- (미디어 미래전략 및 추진체계) 관계부처\*와 함께 미디어 전략 컨트롤타워 역할을 하는 전담기구 설치 추진 \* 방통위, 과기정통부, 문체부 등



### Ⅲ. 공통과제 이행계획

#### ① 규제혁신

- 사업자와 국민들을 대상으로 한 규제개혁 필요사항 의견수렴\*을 통해 규제혁신 과제 발굴 및 중요도 등을 고려한 선제적 규제개혁 추진

\* '22.6.28.~7.11. 간 49개 방송·통신사업자, 협회, 학회 등을 대상으로 의견수렴을 진행한 결과 28개 기관에서 241건의 미디어 규제개혁 요구 제출

※ 상시적인 규제혁신을 위한 「방통위 규제혁신TF」 운영('22.5.31.~)

- 중요도, 시급성 등에 따라 방송통신 분야 우선 추진과제 발굴

#### ② 공공기관 혁신방안

- (한국방송광고진흥공사) 현원 조정, 인력 재배치 등 조직·인력 정비, 자산 운영 효율화 및 직무·성과중심 임금체계 구축 등 추진
- (시청자미디어재단) 직무 중심 보수·인사관리 및 본부·지역센터에 대한 효율적 기능조정 등 추진

##### < 방통위 소관 공공기관 현황('22년 기준) >

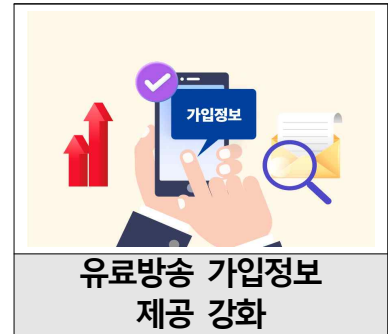
구분	한국방송광고진흥공사	시청자미디어재단
설립목적	○ 방송광고판매대행 등을 위해 설립 (방송광고판매대행법 제24조)	○ 시청자의 방송참여와 권익증진을 위해 설립(방송법 제90조의2)
조직/정원	○ 4본부 2실 7국 27팀 / 305명(임원 6인 포함)	○ 2본부 7부 4팀, 10센터 20팀 / 272명(임원 1인 포함)
예산	○ 수입 : 1,689억원, 지출 : 1,688억원	○ 수입 : 500억원, 지출 : 500억원

#### ③ 위원회 정비방안

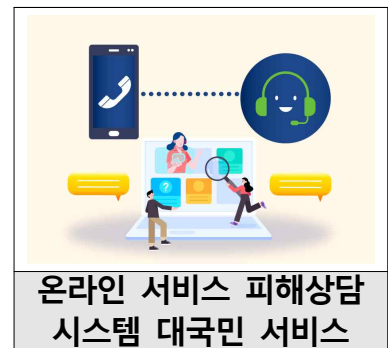
- 자문 성격을 가진 법정위원회를 대상으로 위원회의 성격과 기능을 고려하여 통·폐합
  - 법정위원회 10개를 5개로 감축(△50%)

**① 국민 실생활 방송통신 불편사례 조속 해소**

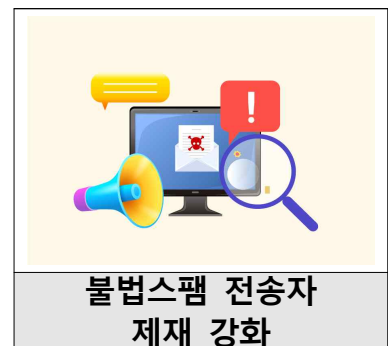
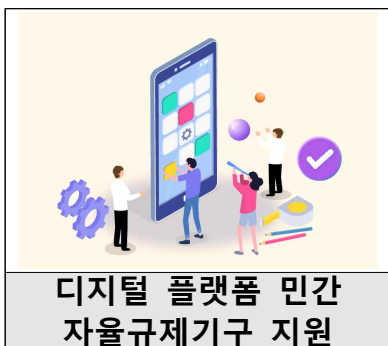
- 공영방송 콘텐츠 국민 제공, 인터넷·유료방송 가입·해지 간소화 확대, 유료방송 가입정보 제공 강화 등 국민 실생활 방송통신 불편 조속 해소

**② 미디어 접근성 강화 및 안전한 디지털 이용환경 조성**

- 시청자미디어센터 전국 확대, 장애인 수어방송 편성 확대, 온라인서비스 '피해상담시스템' 제공 등 미디어 접근성 강화 및 안전한 디지털 이용환경 조성

**③ 디지털 신산업 시대 이용자 보호**

- 플랫폼 민간 자율규제기구 지원, 앱마켓 생태계 건전화를 위한 실태조사 및 부당행위 시정, 불법스팸 전송자 제재 등 디지털 신산업 시대 이용자 보호



2022년 업무보고

방송통신위원회

# 국민과 동행하는 자유롭고 행복한 디지털·미디어 세상

## 미디어 혁신성장 생태계 조성

### 방송시장 활성화를 위해 현행 제도를 과감히 혁신

- 방송광고 유형 단순화(7개 → 3개), 원칙 허용 예외 금지로 전환
- 지상파 소유규제(대기업 기준, 경영 7%) 및 유료방송 경영규제 완화
- 허가 승인 시 매체별 특성에 따라 심사기준 개선
- 지상파 중편채널 오락 프로그램 편성비를 상한 폐지 방안 마련

### 미디어 환경변화에 맞춘 법제 마련

- OTT 등 새로운 미디어를 육성하기 위한 미래전략 수립 및 법제 마련

### 글로벌 경쟁력 강화 기반 마련

- 국제 OTT 포럼 개최 및 해외시장-이용형태 조사
- 지역방송 콘텐츠 글로벌 유통 지원
- 방송 공동제작협정 체결 확대 등

## 미디어의 공공성 제고

### 방송의 공적책무 강화

- KBS의 경영평가 제도 및 재허가를 대신하는 협약제도 도입
- KBS-EBS의 ESG 성과를 방송평가에 반영

### 재난방송 신속성·접근성 개선

- 24시간 모니터링을 통한 재난방송 대응체계 유지
- 지역 특성별 재난예방콘텐츠 보급, 터널지역 수신환경 개선

### 미디어 플랫폼 신뢰성·투명성 강화

- 알고리즘투명성위원회를 법적 기구로 설치, 기사 배열·노출 기준 검증 추진
- 뉴스제휴평가위원회 설치·구성 요건, 제휴심사 기준·절차 등 법에 규정

### 공영방송 지배구조 개선 및 KBS 수신료 투명성 논의 지원

## 디지털 플랫폼 이용자 보호

### 디지털 플랫폼 자율규제 체계 구축

- 플랫폼 내 불공정행위·피해 방지를 위한 민간 자율규제기구 구성·운영 지원
- 자율규제 관련 이용자 보호 평가 및 인센티브 도입

### 앱마켓 생태계 건전화

- 특정 결제방식 강제 금지를 위한 시장·감시 활동 강화
- 앱마켓 생태계 전반에 대한 실태조사 실시

### 이용자 중심 신산업 제도 마련

- 전기통신사업법 정비, 이용자 불편해소 및 권익 보호 강화
- 위치정보법 전면 개편, 위치 정보사업 등록제를 신고제로 전환

## 방송통신 국민 불편 해소

### 국민 실생활 불편 사례 조속 해소

- 공영방송 콘텐츠 제공 확대
- 인터넷 유료방송 가입·해지 간소화 대상 확대
- 유료방송 가입정보 제공 강화

### 불법유해정보 등 디지털 폭력 대응 강화

- 디지털 성범죄물 유통 방지
- 불법스팸 전송자 제재 강화

### 전국민 미디어 접근성 강화

- 장애인방송 편성 의무 확대, 시각·청각 장애인용 TV 확대 보급
- 시청자미디어센터 전국 확대

### 이용자 피해구제 실효성 제고

- 통신분쟁조정 인력풀 확대 및 조정기간 단축
- 온라인서비스 피해상담시스템 대국민 서비스



## 미디어 발전 추진체계 마련

미디어 정책 논의를 위한 민·관 합동 협의체 구성·운영

**규제혁신**  
우선 추진과제 발굴, 상시 지원체계 구축

**공공기관 혁신**  
조직·인력 효율화

**위임회 정비**  
법정위원회 50% 감축