

---

# 2025년 주요업무 추진계획

- 신뢰받고 활력있는 디지털·미디어 동행사회 실현 -

---

2025. 1. 14.



방송통신위원회

# 순서

I. 추진성과와 평가 .....	1
II. 2025년 업무추진 여건 및 방향 .....	3
III. 2025년 핵심 추진과제 .....	6
1. 신뢰받는 디지털·미디어 환경 조성 .....	6
2. 활력있는 디지털·미디어 생태계 구축 .....	11
3. 국민 중심의 디지털·미디어 동행사회 실현 .....	14
IV. 2025년, 국민의 삶이 이렇게 바뀝니다 .....	18

# I. 추진성과와 평가

## 1 주요 정책 성과

### □ 방송·통신 국민 불편 해소

- (가계통신비 부담 경감) 국민의 단말기 구입부담 완화를 위해 전환 지원금\*을 도입('24.3월)하고, 단말기 유통법 폐지('24.12월 국회 통과)  
\* 통신사를 변경하는 번호이동자의 비용 및 통신사 기대수익 등을 고려한 지원금
- (본인확인 개선) 국민편의를 위해 법정대리인이 세대주가 아닌 14세 미만자 아이핀 온라인 발급('24.10월), 재외국민 비대면 본인확인('24.11월) 개시
- (온라인 피해구제 강화) 통신분쟁조정위원회 위원 확대('24.2월) 등 분쟁조정에 효율적으로 대응하고, 온라인피해365센터 설치·운영('22.5월~), AI 이용자피해 신고창구 개설('24.12월) 등 원스톱 피해구제 지원
- (이용자 권익 보호) 결합상품 원스톱 전환서비스 확대('22.9월), 집합 건물(오피스텔 등)에서 특정 통신사 강제 금지('24.1월) 등 제도개선

### □ 방송·통신·미디어 사회 안전망 구축

- (불법·유해정보 유통 근절) 사회적 폐해를 야기하는 마약, 도박, 불법 사금융 광고 등 불법·유해정보를 신속 삭제·차단\*하여 민생안정 도모  
\* 불법·유해정보 삭제·차단 : ('22) 17.9만건 → ('23) 18.8만건 → ('24) 25.3만건
- (디지털 성범죄물 대응) 신속한 삭제·차단\*으로 2차 피해를 최소화하고, 先차단 後심의, 긴급심의 대상 확대 등 범정부 종합대책 마련('24.11월)  
\* 디지털 성범죄물 삭제·차단 : ('22) 5.5만건 → ('23) 6.7만건 → ('24) 9.4만건
- (불법스팸 차단 강화) 대량문자 전송자격 인증제('24.6월), 악성문자 필터링 서비스('24.9월)를 도입하고 '불법스팸 방지 종합대책' 발표('24.11월)
- (재난으로부터 국민 보호) 재난방송 사각지대 해소\*를 위해 중계설비 설치를 지원하고, 위치정보 정밀측위 앱 보급('23.9월)으로 긴급구조 골든타임 확보\*\*  
\* ('22) 37대 → ('24) 60대, \*\* 자급제단말·유심이동폰 이용자(약 219만명)의 긴급구조 사각지대 해소

## □ 방송·통신·미디어 산업의 활력 제고

- (미디어 산업 발전 지원) 국무총리 소속 미디어·콘텐츠산업융합발전 위원회에 참여하여 범부처 「미디어·콘텐츠 산업융합 발전방안\*」 발표('24.3월)  
\* 국내 미디어·콘텐츠 산업 투자 및 글로벌 진출 지원, 넓은 방송규제 개선 등
- (지역방송 성장지원) 지역방송에 대한 체계적 지원전략 마련을 위해 「제4차 지역방송발전지원계획」을 수립('24.1월)하고, 지역방송사 부담 경감을 위해 순수외주제작 프로그램 의무편성비율 한시 완화\*('24.7월)  
\* 지역MBC(20→14%), 지역민방(3.2→2.6%)의 의무편성비율 2년간('24.7월~'26.6월) 완화
- (OTT 해외진출 지원) '국제 OTT 포럼'을 최초 개최('22.11월~, 매년 개최)하여 국·내외 사업자간 네트워크 구축 및 정보 공유의 장 마련
- (신산업 활성화) 규제특례를 통해 한시적으로 허용해 온 연계정보\*(CI) 활용 국민편의 서비스(모바일 전자고지, 금융 마이데이터)가 지속 제공될 수 있도록 연계정보 생성·처리 등 법적 근거 마련('24.1월)  
\* 주민등록번호를 암호화한 값으로 온라인상 이용자 식별과 온오프라인 서비스 연계 등을 위해 활용

## □ 차별 없는 미디어 접근권 확대

- (장애인 접근성 제고) 한국수어방송 의무편성비율(5%→7%)을 확대 ('22.12월)하고, 시각·청각 장애인 맞춤형 TV 보급\* 확대  
\* 보급대수 : ('22) 15,300대 → ('23) 20,580대 → ('24) 32,000대
- (전국민 미디어역량 강화) 시청자미디어센터 전국화\*, 도서·산간 지역 미디어 나눔버스 운영 확대 등 보편적 미디어교육 인프라를 확충하고, 범부처 '미디어 역량교육 지원전략' 수립('24.3월)  
\* 시청자미디어센터 : ('22) 10개소 → ('23) 12개소 → ('24) 12개소 + 4개소 추가 구축 중

## 2 개선 필요사항

- 디지털 플랫폼 시대의 도래와 AI 등 신기술 확산, 글로벌 OTT 확대 등에 대응하기 위한 디지털·미디어 규제체계 혁신 필요
- 위원회 의결 중단 상황으로 인해 순연된 심의·의결 필요 과제는 위원회 구성 후 신속 추진 필요

## Ⅱ. 2025년 업무추진 여건 및 방향

### 1 추진 여건

#### □ 디지털 플랫폼 역할 다변화

- (필수재로서 플랫폼) 플랫폼이 다양한 산업과 결합·연계되면서, 여가·소통·소비·업무 등 일상생활을 영위하는 필수 공간으로 자리매김
  - 플랫폼에 대한 의존도가 높아지면서 다양한 이용자 피해가 발생하고, 그 피해는 복잡하고 대규모로 확산되는 경향

※ '24년 EU 디지털서비스법(DSA)·디지털시장법(DMA) 시행에 따른 조사·제재, 日 스마트폰 SW경쟁촉진법 '25년 시행 예정 등 해외에서도 플랫폼사업자의 사회적 책임을 강조

- (미디어로서 플랫폼) 정보 생산·유통의 경제적·기술적 장벽이 낮아지면서 인터넷 포털 등 디지털 플랫폼이 미디어 생태계\*의 주요 플레이어로 부상하며 공론의 장으로서의 역할 확대

\* 매체별 뉴스이용률<sup>(23)</sup>: TV 76.2%, 인터넷포털 69.6%, 온라인동영상플랫폼 25.1%(<sup>23</sup>년 언론수용자 조사)

#### □ 미디어 생태계 경쟁 심화

- (미디어 지형변화) OTT 등 온라인을 통한 콘텐츠 이용이 확대됨에 따라, 방송·OTT 등 新·舊 미디어가 상호 대체재로서 콘텐츠 제작·유통, 광고거래 시장 등을 공유하며 경쟁·갈등 심화

※ OTT 이용률: <sup>(19)</sup>52.0% → <sup>(24)</sup>79.2%(매체이용행태조사), 가구전체TV시청률: <sup>(19)</sup>32.0% → <sup>(24)</sup>27.3%(닐슨)

- (미디어산업 활력 저하) 광고재원의 온라인 이동, 제작비 상승 등이 국내 사업자의 콘텐츠 투자재원 부족, 재정여건 악화를 야기하여 성장 정체

※ ①광고시장매출비중: [방송]<sup>(13)</sup>38% → <sup>(24)</sup>20%, [온라인]<sup>(13)</sup>25% → <sup>(24)</sup>57%(방송통신광고비조사)

※ ②방송사업매출: <sup>(22)</sup>19.76조 → <sup>(23)</sup>18.96조, 10년 만의 역성장 기록

방송광고매출: <sup>(22)</sup>3.1조 → <sup>(23)</sup>2.5조, 전년대비 19% 급감(<sup>24</sup>년 방송산업실태조사)

- 글로벌 미디어 사업자와의 경쟁 심화 속 미디어 사업자들 간 제휴·인수합병\* 등 규모의 경제 실현을 통한 생존전략 모색 활발

\* SBS-넷플릭스 간 전략적 파트너십 체결(<sup>24.12</sup>월), 티빙-웨이브 간 합병 논의 등

## □ AI·디지털 공존 사회 도래

- (디지털 미디어 혁신) AI·디지털 기술이 콘텐츠 생산·소비·유통 순 과정에 접목되면서, 콘텐츠가 쉽게 창작·유통\*되는 등 사회·경제 전반에 혁신 촉발
  - \* 영상(Sora), 이미지(Firefly), 글(ChatGPT), 음악(드림 트랙) 등
  - 통신사업자들이 AI·미디어 영역\*으로, SNS 사업자들이 빅데이터·AI·네트워크 사업\*\* 등으로 영역을 확장하는 등 비즈니스 융합 확대
    - \* KT-MS사 간 파트너십 통한 한국형 AI 모델 개발 추진('24.10월)
    - \*\* (메타·X·네이버·카카오 등) 플랫폼 이용자의 데이터를 활용하여 빅데이터·AI 사업 진출
- (신기술 역기능) 고도화된 AI 생성물과 플랫폼의 전파력이 결합되어 딥페이크\* 영상 등이 손쉽게 생산·유통되면서 이용자 피해 발생
  - \* 딥페이크 등 범죄건수: <sup>(23)</sup>180건 → <sup>(24.1~7)</sup>297건, 피의자수: <sup>(23)</sup>120건 → <sup>(24.1~7)</sup>178건 (경찰청)
  - 알고리즘 오·남용에 의한 확증편향\*, 잘못된 정보 제공에 따른 환각 현상 등 AI·디지털 기술이 개인의 자유로운 사고와 결정 왜곡 우려
    - \* 포털뉴스 이용자(3,832명), 유튜브 이용자(3,592명)의 AI 추천서비스 관련 설문조사 결과, 각각 49.9%, 51%가 포털·유튜브 알고리즘이 가치관을 편향시킬 수 있다고 답변(<sup>23</sup>년 지능정보사회 이용자패널조사)

## □ 디지털·미디어의 사회적 역할 확대

- (이용격차 심화) 디지털 공간이 일상의 중심이 되면서 연령·지역·소득·장애 등에 따른 디지털·미디어 접근 및 활용역량 격차\*가 갈등을 유발하며 새로운 사회적 장벽으로 작용할 우려
  - \* 일반인 대비 장애인·고령층의 디지털정보격차 수준(<sup>23</sup>년 디지털정보격차 실태조사)  
**(디지털정보화)** 장애인 82.8% / 고령층 70.7%, **(AI이용경험)** 장애인 79.8% / 고령층 50.5%
  - 장애인·고령층 등 정보 취약계층이 디지털·미디어 환경에서 소외되지 않도록 접근성을 제고할 다양한 지원정책 필요성 증대
- (재난의 일상화) 자연재난(호우·폭설 등)과 사회재난\*(미세먼지·감염병 등) 빈발로 재난정보를 정확·신속하게 전달하는 미디어의 역할 확대 요구
  - \* 사회재난 발생 <sup>(14)</sup>17건 → <sup>(23)</sup>32건, 인명피해 <sup>(14)</sup>1,329명 → <sup>(23)</sup>3,530명(<sup>23</sup>년 재난연감)

비전

**신뢰받고 활력있는 디지털·미디어 동행사회 실현**

신뢰받는  
디지털·미디어  
환경 조성

- 1 디지털 신뢰 기반 강화
- 2 안전한 디지털 이용환경 조성
- 3 미디어 공공성 정립

활력있는  
디지털·미디어  
생태계 구축

- 1 디지털·미디어 혁신 기반 구축
- 2 방송 규제 체계 개선
- 3 디지털·미디어 성장 동력 확충

국민중심  
디지털·미디어  
동행사회 실현

- 1 방송·통신 이용자 권익 강화
- 2 공정·상생 생태계 조성
- 3 보편적 디지털·미디어 복지 확대

### Ⅲ. 2025년 핵심 추진과제

#### ① 신뢰받는 디지털·미디어 환경 조성

##### 1 디지털 신뢰 기반 강화

###### □ AI 서비스 이용자 보호

- (AI 이용자보호 종합계획 수립) AI 확산에 따라 이용자 권익 보호 및 AI 산업의 조화로운 발전을 위해 중장기 추진 로드맵 제시
  - ※ AI 규범체계, 이용자 피해구제, AI 활용·윤리 역량 강화를 위한 지원 방안 등
- (AI 이용자 보호규범 마련) AI·메타버스 등 새로운 서비스 이용자를 보호하기 위한 필요·최소한의 관리체계로서 「(가칭)인공지능서비스 이용자 보호법\*」·‘생성형 AI 이용자보호 가이드라인’\*\* 제정 추진

\* AI 유형별 차등규제, 이용자보호업무평가, 분쟁조정제도 등 규정

\*\* 서비스 설명가능성 보장, 필터링·신고 등 기술적·관리적 조치 등의 구체적 방법 제시

- (AI 활용 방송의 신뢰성 확보) AI 기술이 방송 기획·제작·송출 분야에 적용되면서 발생할 수 있는 다양한 역기능을 예방하기 위해 AI 활용 콘텐츠제작 실태조사 및 활용지원 가이드라인 마련\*

\* (예시) AI 생성물을 실시간 방송에 적용하는 경우 방송사고 예방 등을 위해 AI 활용 기준 마련 등 자율규제 필요성 검토

- (AI 피해구제 체계 확립) 생성형 AI 위협을 사전에 예방하기 위해, 생성형 AI 위협요소를 신고·검증하고 이를 공유할 수 있는 플랫폼 구축
  - 온라인피해365센터 內 AI 서비스 피해 신고창구('24.12월 개소)와 연계, 심층 분석·상담 및 피해구제 등 원스톱 피해구제 서비스 제공

###### □ 포털·플랫폼의 신뢰성·투명성 제고

- (알고리즘 투명성 확보) 맞춤형 추천서비스로 인한 확증편향 문제를 개선하여 균형 있는 콘텐츠 이용환경 조성을 위한 제도개선 추진
  - 알고리즘 자율준칙 시행, ‘투명성위원회’ 구성·운영 등 정보통신 서비스 제공자의 사회적 책무 강화 방안 검토

- (포털뉴스 공정성 제고) 뉴스서비스 제공 과정에서 포털이 최소한의 공적 책임을 이행할 수 있도록 제도개선 추진
  - 제휴 평가계획 수립·시행, 계획 시행 결과 공개, 이의신청 절차 마련 등 언론 기사 제공자와 제휴 과정에서의 공정성 제고 방안 검토

## □ 허위조작정보 대응

- (종합대책 수립) 先자율규제·後법적규제 원칙에 따라 허위조작정보 신고·판단·조치 과정에서 사업자 역할 등에 관한 단계적 규제 체계 정립
  - 허위조작정보 생성 및 유통에 대한 유인을 차단하고 재발을 방지할 수 있도록 부당한 수익창출 제한 등을 통해 규제 집행력 강화
  - ※ 허위조작정보 법적정의, 대응 기본체계, 사업자 유통방지 조치의무·제재조치 등 포함
- (자율규제 강화) 플랫폼의 신속한 허위조작정보 접수·처리, 가짜계정·봇 등 악용에 대한 관리, 투명성 보고서 작성 등 자정활동 및 책무 강화를 유도하기 위해 민관 합동 자율규제 권고(안) 마련 추진
  - ※ 플랫폼(네이버·카카오·구글·메타·틱톡·X)이 참여하는 자율규제 활성화 협의체를 지속·확대 운영하여 同 권고(안) 마련 시 사업자 의견수렴 및 각종 현안에 대한 탄력적 대응 추진
- (국제협력 강화) 국내 제도가 글로벌 스탠더드에 부합할 수 있도록 OECD·UN 등과 다자간 논의 참여, 허위조작정보 대응 관련 국제공조 및 사업자 간 협력방안 모색 등을 위해 국제 컨퍼런스\* 개최('25.11월)
  - \* OECD 회원국 정책 담당자, 플랫폼 책임자, 미디어 교육 및 팩트체크 전문가 참여

## 2

## 안전한 디지털 이용환경 조성

### □ 불법·유해정보 유통 근절

- (삭제·차단 절차 간소화) 민생 문제로 부각된 마약·도박, 저작권 침해 등 불법정보의 신속 차단을 위해 소관기관이 불법성이 명백하다고 판단하여 요청한 경우 방통위가 직접 사업자 등에게 시정요청 등을 할 수 있도록 개선
  - ※ 서면심의 대상을 마약·도박 등으로 확대하는 방통위법 개정안('24.6.12 발의) 국회 논의 지원

- (불법촬영물 신속 대응) 불법촬영 의심 영상물의 신속한 차단과 확산방지를 위해 사업자에 신고된 영상물을 사업자가 先임시차단·後심의할 수 있도록 법적근거 마련 추진(전기통신사업법 개정)
  - ※ 사업자가 판단하기 어려운 경우, 임시조치 후 방송통신심의위원회에 심의 요청
- (청소년보호 강화) 사업자의 실효성 있는 청소년보호업무 이행을 위해 사업자의 의무이행결과 제출·운영실태 점검 근거마련(정보통신망법 개정), 신규 서비스 출시 前 청소년 유해성 사전영향분석·결과제출 의무 도입 검토

## □ 디지털 폭력 예방

- (삭제·임시조치 제도 개선) 명예훼손·악성댓글 등으로 인한 피해 예방 및 임시조치 관련 분쟁해결 등을 위한 「정보통신망법」 개정 추진
  - ①정보게재자의 임시조치 이의제기권 신설, ②이의제기 시 ‘온라인 분쟁조정위원회’ 직권조정, ③조치 대상 ‘모욕’까지 확대
- (온라인분쟁조정위원회 신설) 기존 명예훼손분쟁조정부(방심위)를 온라인분쟁조정위원회로 확대 개편하고, 분쟁조정 업무 外 ‘게시물의 삭제·임시조치 해제 여부에 대한 직권조정 결정’도 수행하도록 개선
  - ※ 분쟁조정·직권조정결정 효력을 재판상 화해(확정판결 효력)로 강화
  - ※ 디지털폭력 관련 온라인피해365센터를 통한 원스톱 피해지원(삭제지원·연계·법률 지원 등) 제공 추진(정보통신망법 개정)

## □ 불법스팸 방지

- (불법스팸 제재 강화) 불법스팸 전송자 및 스팸 방지 의무위반 사업자에 대한 과징금 부과 제도\* 및 스팸 전송에 따른 범죄수익 몰수규정\*\* 마련
  - \* 위반행위 내용, 기간·횟수, 피해 규모 등을 종합적으로 고려
  - \*\* 정보통신망법 제75조의2(몰수·추징) 대상에 동법 제50조의8 행위를 추가
- (불법스팸 실효적 차단) 불법스팸의 발신·수신 차단체계를 고도화 하기 위한 다양한 기술적·관리적 보호조치 방안\* 시행
  - \* (발신) 문자서비스 부정 로그인 방지, 발신번호 재인증 의무화 등
  - (수신) AI 스팸필터링, 해외문자 차단함 신설, 국제관문사업자 등 유관기관과의 협력체계 구축

### □ 엄정한 재허가·재승인 추진

- (재허가·재승인) '24년 재허가 대상 사업자\*와 함께, '25년 13개사(15개 방송국)의 재허가·재승인\*\* 및 수시허가·승인 심사를 엄격하게 실시
  - \* KBS1 DTV, MBC DTV 등 12개사(146개 방송국)
  - \*\* (재허가) 공동체라디오 4개사('25.6월), 지상파 공동체라디오 8개사('25.12월) / (재승인) JTBC('25.11월)
- 저출생 극복 등 공익프로그램 편성 심사 및 청년 의견청취를 통해 사회적 책임을 제고하고, 재허가·재승인 계획에 따라 투명하고 합리적인 심사 추진
- (이행점검 강화) 방송 공정성 제고, 콘텐츠 투자 확대 및 외주사와 상생협력 등 (재)허가·승인 조건 이행여부를 점검하여 허가 실효성 제고

### □ 공적 서비스 질 제고

- (수신료 투명성 확보) 국민의 수신료가 올바르게 쓰일 수 있도록 수신료 회계분리\* 추진, 환경변화를 반영하여 수신료 감면·면제 기준\*\* 명확화
  - \* 수신료와 광고 등 다른 재원을 구분·관리하고, 수신료 수입과 사용내역 공개
  - \*\* 일반가정(주방용 모니터), 숙박업소·헬스장(수상기 보유대수) 등 부과방식
- (협약제도 도입) 공영방송의 차별화된 위상과 공적 책무를 명확히 규정하고, 재허가 제도를 대체하는 협약제도\* 도입 추진(방송법 개정)
  - \* 정부와 공영방송이 공적책무 이행에 관한 사항을 계약형태로 체결하고 이행여부를 점검하여, '이행 약속 → 이행 점검 → 피드백'의 선순환 체계 구축
- (공영콘텐츠 제작지원) 국제교류 및 국가문화 홍보를 위해 아리랑 국제방송 및 KBS 대외방송 제작·송출을 지원\*하고, 양질의 보편 교육 제공을 위해 EBS 교육 프로그램 제작 지원\*\*
  - \* 전 세계 대상 국제방송(11개 언어) 및 북방 동포 대상 한민족방송 제작·송출 지원
  - \*\* 유아·어린이, 청소년, 평생교육, EBS 2TV 프로그램 등 제작 지원

## □ 방송평가 및 보편적시청권 제도개선

- (방송평가 제도개선) 저출생 극복, 재난방송 확대 등 방송의 사회적 책임을 강화하고 사업자별 평가 형평성을 제고하는 '방송평가 규칙' 개정
  - 저출생 극복프로그램 편성실적 평가 신설 및 재난피해 예방프로그램 주시청시간대 편성 시 가중치(150%) 부여 등 방송의 공적 책임 강화
- (보편적시청권 제도개선) 국민관심행사(올림픽, 월드컵 등) 시청 플랫폼이 방송뿐 아니라 OTT 등으로 다양화됨에 따라 보편적시청권보장위원회 논의를 통해 디지털 보편적시청권 개선방안\* 모색
  - \* 디지털 중계권 개념 제도화 방안, 시청권 보장 방안 등

## □ 체계화된 재난방송 서비스 제공

- (재난방송관리지원법 제정) 재난방송의 시청 접근성 제고 등을 위해 재난방송 관리체계\*, 재난방송 관련 지원근거 확대\*\* 등을 법률에 명시
  - \* 재난방송 준칙, 장애인 방송의무 등, \*\* 음영지역 수신시설 설치 지원, 전문인력 양성 등
- (재난방송 사각지대 해소) 재난방송 음영지역(지하터널 등) 방송설비 설치 지원 근거 신설\*에 따라 지원 대상, 수신율 조사방법 등 기준 마련
  - \* 방송통신발전기본법 개정('24.10.22)에 따라 구체적인 기준을 시행령에 반영(~'25.4.23)
  - FM 등 재난방송 수신환경 실태조사(약 5,400개소)와 함께, 도로 터널 등의 중계설비 설치를 위한 기술지원 컨설팅 제공('25년 : 51개 터널)
  - ※ 방송통신발전기본법 제40조의3에 따라 수신환경 실태조사 실시·공개, 중계설비 설치 지원

## □ 지역 프로그램 제작·유통 활성화

- (지역 상생) '25년 방송사 재허가·재승인 심사 시 '공익성 관련 프로그램 편성 이행계획' 항목에서 지역소멸 극복 관련 프로그램 편성 계획을 평가
  - 지역방송 프로그램 지원 대상 선정 심사에도 관련 콘텐츠에 가점 부여
- (지역 콘텐츠 지원) 다양한 창구를 통해 지역 콘텐츠가 유통될 수 있도록 지역방송 콘텐츠 재제작\* 및 해외 콘텐츠 마켓 참가 적극 지원
  - \* 우수 지역방송 프로그램의 해외 마케팅 및 홍보 등을 위한 번역, 더빙, 자막, 재편집 등 지원

## 2 활력있는 디지털·미디어 생태계 구축

### 1 디지털·미디어 혁신 기반 구축

#### □ 미래지향적 규제체계 정립

- (온라인서비스 新규범 제시) 온라인서비스가 정보유통과 공론의 장으로 부상함에 따라, 서비스 상의 권리침해·정보편향 등 이용자 피해를 방지하기 위한 「(가칭)온라인서비스 이용자보호법」 제정 추진
  - 사회·경제적 영향력이 큰 대규모 서비스를 대상으로 정보·콘텐츠 유형별 노출기준, 유통 차단, 피해구제 등을 위한 책임 강화
- (미디어 법제 개편) 방송, OTT 등 신·구 미디어의 동반성장, 동일 서비스 동일규제의 일관된 규율체계 확립을 위한 미디어 통합 법제 마련\*
  - \* 방송법, IPTV법(방송), 전기통신사업법(OTT) 등 개별법에 분산된 규제 통합·정비
  - 신·구 미디어가 준수해야 할 공통책무를 정립하되, 기존의 낡은 규제는 합리화하고 공정경쟁 기반을 조성하여 미디어 생태계 상생 촉진

#### □ 환경변화에 부합하는 중장기 발전전략 제시

- (방송혁신 전략 수립) AI, 빅데이터 등 새로운 기술·문화·산업을 기반으로 차세대 방송의 지속가능한 혁신성장 비전을 제시
  - 미디어 이용행태 변화, 정책 실효성, 방송산업 영향 등을 고려하여 UHD·DMB·AM(라디오) 등 기존 지상파 매체의 정책개편 방안 마련
- (위치정보산업 도약전략 수립) 기술적·산업적 환경변화 등을 반영하여 산업 성장과 이용자 보호를 위한 ‘위치정보 이용 활성화 계획’ 수립 추진
  - 위치정보 산업 활성화를 위한 규제 개선방안\*을 포함하여 범부처 추진체계 및 산업지원, 인력양성 등 분야별 지원 전략 마련
  - \* 사업자 분류체계 일원화 및 진입규제 완화(등록 → 신고) 등

## □ 사업 자율성 강화를 위한 방송규제 개선

- (허가·승인) 사업자의 규제 부담 완화 및 서비스 역량 강화를 위해 부관 부과 원칙\* 및 사유 공개, 허가·승인 유효기간 확대\*\* 등 개선
  - \* 관련성, 필요최소 범위 등, \*\* 지상파, 종편·보도PP 허가·승인 최대 유효기간(5년→7년)
- (소유·경영) 미디어 산업 투자 확대를 위해 방송 소유 대기업 기준 개선 (현 10조원 → GDP 연동 상향), 지역 지상파방송 경영 효율성 제고를 위해 지상파 - 지상파 간, 지상파 - 유료방송 간 경영규제 폐지·완화
- (방송편성) 매체 간 규제 불균형 해소, 장르 융합에 따른 모호성 제거, 편성 자율성 제고를 통한 콘텐츠 경쟁력 강화를 위해 규제 현실화
  - 오락 프로그램 및 1개국 수입물 편성 상한규제 폐지, 순수외주제작 의무편성 완화 및 국내제작 애니메이션 인정기준 개선 추진
  - ※ 현행 : 오락물 편성 상한 60%, 수입 영화애니·대중음악 중 1개국 제작물 편성 상한 90% 등

## □ 매체 경쟁력 강화를 위한 방송광고 규제 개선

- (규제체계 개편) 지속 침체되고 있는 방송 광고시장 활성화를 통한 콘텐츠 제작재원 확충을 위해 칸막이식 방송광고 규제체계 개선
  - 새로운 광고 도입과 제작 자율성 제고를 위해 규정된 광고만 허용하는 현 체계를 '허용을 원칙으로 하되 예외적으로 금지'하는 방식으로 전환
  - ※ 프로그램·간접·가상광고 등 7개 유형만 허용 → 프로그램 내외 및 기타광고 3개로 구분
  - 광고유형 및 편성시간·횟수 등 규제완화 관련 시청권 보호를 위해 광고·프로그램 구분을 명확히 하고 시청자 영향평가 방안 마련도 병행
- (방송광고 품목규제 완화) OTT 등 매체 간 규제 형평 등을 고려, 방송광고시장 확대를 위한 방송광고 금지·제한 품목규제 완화 추진
  - ※ 개별 법령에 따라 방송광고가 금지·제한되는 품목시간에 대해 부처 간 협의를 통해 개선
- (광고 판매 분야 확대) 미디어 환경변화를 반영하여 방송으로 한정된 미디어렐사의 광고 판매대행 분야를 온라인 등으로 확대 추진

## □ 글로벌 협력 기반 조성

- (방송 공동제작 지원) 방송 콘텐츠 해외유통 활성화를 위해 시장조사, 정부 간 협정체결, 제작비 지원 등 전 단계에 걸친 지원체계 구축
  - ※ '한-캐나다 시청각 공동제작협정' 체결('25년 상반기), 방송 공동제작 국제 컨퍼런스 개최('25.9월), 우수 공동제작 프로그램 제작비 지원 등
- (OTT 해외 진출) 토종 OTT의 글로벌 네트워크 구축 및 해외 시장 공략 기반조성을 위해 국제 OTT 포럼, 해외시장·이용행태조사\* 실시
  - \* '22년부터 현재까지 멕시코·브라질·중국일본 등 총 22개 국가 조사, '25년 8개국 조사 예정
- (국제기구 협력 강화) AIBD(아시아태평양방송개발기구) · IIC(국제방송통신기구) 등 방송 국제기구와 공동 협력 사업 등을 통해 국제 정책형성 주도

## □ 신산업 창출 지원

- (위치정보산업 활성화) 중소·영세·스타트업이 자생력을 갖도록 사업화 단계별 맞춤형 지원\* 프로그램(아이디어·시장진입·사업확장 단계) 운영
  - \* 기술적 보호조치가 적용된 클라우드 개발환경 제공, 법제도 및 기술경영 컨설팅 지원 등
- (연계정보 활용 촉진) 모바일 전자고지, 금융마이데이터 등 혁신서비스의 안정적 제공을 위해, 연계정보(CI)의 생성·처리 승인 절차, 안전조치 및 실태점검 방법 등을 명확히 하는 하위 법령(시행령·고시) 개정 추진
  - ※ 규제특례로 한시 허용해 온 연계정보 활용 서비스의 법적 근거 마련(정보통신망법 개정, '24.1월)

## □ 미디어 데이터 제공 및 방발기금 제도 개선

- (콘텐츠 가치평가 다양화) 미디어 시청 행태 변화를 반영하여, 현행 시청률 중심의 콘텐츠 가치 평가 방식을 보완한 「K-콘텐츠 가치정보 분석\*」 실시
  - \* 방송OTT 콘텐츠에 대한 인터넷상 반응(댓글, 영상 조회수 등)을 정량정성적으로 분석한 정보 제공
- (방발기금 분담금 제도개선) 광고매출 변화, 중소·지역방송사의 재정 부담 등을 고려하여 방송사업자(지상파, 종편·보도PP) 대상 분담금 부과 기준 고시 개정('25.12월, 3년 주기 개정)

### ③ 국민 중심의 디지털·미디어 동행사회 실현

#### 1 방송·통신 이용자 권익 강화

##### □ 단말기 유통시장 이용자 후생 증진

- (경쟁 활성화 여건 조성) 단통법 폐지 후 합리적 차별 허용으로 지원금 경쟁을 촉진하고 이용자 혜택이 확대될 수 있도록 하위법령 정비\*
  - \* 전환지원금 지급 기준·지원금 공시 기준 등 관련 고시 폐지 및 지역·나이·신체 조건에 따른 부당한 지원금 차별의 유형 및 기준 마련(전기통신사업법 시행령 개정)
- (新시장질서 확립) 이통사·제조사 시장 불공정행위 및 이용자 피해 행위 방지방안을 포함한 '단말기 유통환경 개선 종합시책(안)' 마련
  - ※ 정부·통신사·제조사 등이 참여하는 '단말기 유통환경개선협의체' 구성·운영
- (피해방지 모니터링) 단말기 유통시장 불공정행위 및 노년층 등 정보취약계층 피해 방지를 위해 특정시기·대상별 핀셋 모니터링 실시
  - ※ 신규단말기 출시·신학기 전후, 온라인성지점·집단상가 등에 대해 ▲허위과장광고, ▲부가서비스 가입강요, ▲지원금 약속 후 미지급 행위, ▲사전승낙서 미게시 등 단속

##### □ 방송·통신 국민불편 해소

- (이용자 선택권 보장) 특정 서비스를 강제하거나 사실상 특정 서비스 이용을 유도하여 이용자 피해·불편을 초래하는 행위 점검·조사

##### < 온라인·통신서비스 이용 관련 주요 점검 사항 >

▲ 집합건물 내 통신서비스 이용	■ 오피스텔 등 집합건물에서 소상공인·세입자 등에게 특정 통신서비스 이용을 강제하는 행위
▲ 디지털 플랫폼 다크패턴	■ 요금·이용조건 등 중요 정보 포괄고지, 가격숨김, 유료 멤버십 혜택 허위·과장 고지, 해지 시 제한 조건 설정 행위 등
▲ 하이재킹·자동실행 광고	■ 이용자 의사와 무관하게 또는 이용자 의사에 반하여 이용자를 특정 플랫폼으로 이동시키는 광고를 게재한 행위

- 다크패턴 피해(기만 광고 노출, 교묘한 화면 설계로 구매유도 등) 사례집 발간, 온라인 구독형서비스 쏠 단계(가입→이용→해지) 이용자보호 가이드라인 마련
- (통신분쟁조정 활성화) 통신분쟁조정위원회 신속성·전문성 제고를 위해 통신분쟁조정위원회 상임위원(2명)을 위촉하고, 분쟁조정신청 매뉴얼·사례집 등을 이용자에게 제공하여 피해 예방 및 대응 요령 안내

- (방송 시청자 보호) 유료방송사 불법 영업\*, 공동주택의 유료방송 단체계약 시 중요사항(가입여부·해지방법 등) 고지 여부 등 조사·점검  
\* 방송서비스 가입자에 대한 방송채널 차단 행위, 가입자간 차별행위 등

## □ 플랫폼 서비스 이용자 보호

- (앱 마켓 결제방식 개선) 특정한 결제방식을 강제한 앱 마켓사업자에 대한 시정조치(심의·의결)를 통해 건전한 앱 마켓 생태계 환경 조성
- (통신장애 신속대응) 플랫폼 서비스에 장애가 발생할 경우 이용자에게 고지해야 하는 기준시간 단축(4→2시간 이상) 및 고지수단 확대(문자, 전자우편, 홈페이지·앱 + SNS 추가) 추진(전기통신사업법 시행령 개정)
- (민생밀집 플랫폼 이용자 보호) 쇼핑·배달·교육 등 주요 플랫폼 서비스 이용자(이용사업자+최종이용자) 보호를 위해 피해유발 행위 집중 점검  
\* (배달플랫폼) 점주용 요금제 변경 고지 절차 준수 여부 등  
(교육플랫폼) 과도한 위약금·환불정책, 장기계약 유도 등 사교육비 부담 가중 행위

## 2

## 공정·상생 생태계 조성

### □ 공정한 시장질서 확립

- (규제 사각지대 해소) 플랫폼의 영향력이 확대되는 가운데, 플랫폼·이용사업자·이용자 간 다양한 거래형태를 고려한 규율체계 마련
  - 온라인 플랫폼 이용사업자에 대한 중요사항 미고지, 이용제한, 차별조건 부과 행위 등을 금지하여 중·소상공인 보호
  - 플랫폼 불공정행위(사이드로딩\*, 특정서비스 이용강제 등) 관련 금지행위 규제 근거를 마련하여 공정한 플랫폼 생태계 환경 조성  
\* 자사 앱 마켓 이외의 경로(제3자 앱마켓·웹사이트)를 통해 앱을 설치·실행하는 행위
- (규제 집행력 강화) 법 위반 억지력 제고를 위해 글로벌 규제에 비해 현저하게 낮은 전기통신사업법의 과징금 상향 추진
  - ※ EU DMA(전 세계 매출액 기준 10%), 일본 스마트폰SW경쟁촉진법(20%) vs 방통위(3%)
  - 글로벌 사업자에 대한 규제 실효성 제고를 위해 사실조사 실효성 강화(자료 허위·미제출시 제재 강화 등) 및 국내대리인 제도 개선\*
  - \* (정보통신망법 개정) 국내 설립법인 의무 지정, 국내 연락수단 확보, 자료제출 의무 신설 등  
(전기통신사업법 개정) 국내대리인 지정의무 사업자 및 업무범위 확대 등

## □ 방송·통신시장 동반성장 지원

- **(외주제작 상생환경 조성)** 방송사-외주제작사 간 불공정행위 시정을 위해 합리적인 제도개선\* 방안을 마련하고, 방송사를 대상으로 외주제작 실태조사·외주제작 가이드라인 이행점검 실시
  - \* 방송법 금지행위 대상에 '외주제작사'를 포함하여 규율하는 방안 등 검토
- **(공정한 망 이용환경 조성)** '공정한 인터넷망 이용계약에 관한 가이드라인' 이행여부 등을 분석하여 망 이용계약 의무화, 망 이용환경 실태조사 신설 등 제도 개선방안 검토
- **(공정한 통신시장 조성)** 통신시장 상생 생태계 조성 및 지속가능한 성장을 위해 사업자간 불공정행위 및 위법행위 등 점검
  - ※ **(기업메시징)** 문자메시지 전송(재판매사→중계사→통신사) 관련 비정상 거래관행 등 점검  
**(알뜰폰)** 이통사 자회사와 중소알뜰폰 간 불공정 경쟁행위 관련 시장 모니터링
- **(중소·소상공인 보호)** 기업의 매출·고용 증가와 방송광고시장 활성화 유도를 위해 중소·소상공인에 대한 방송광고 제작·컨설팅 지원 강화\*
  - \* '25년 계획 : **(중소기업)** 18.8억원, 50개사 지원, **(소상공인)** 22.7억원, 193개사 지원
  - 소상공인·자영업자 보호를 위해 온라인서비스 상 악성댓글 피해발생 시 피해보상 세부기준 마련 등 이용자 보호업무 평가지표 개선 추진

## 3 | 보편적 디지털·미디어 복지 확대

### □ 취약계층 디지털 역량 제고

- **(맞춤형 피해예방 교육)** 노년층·장애인 등 취약계층을 대상으로 디지털 플랫폼·AI 등 신규 서비스 활용·피해예방 교육\* 및 콘텐츠 제작 지원\*\*
  - \* '24년 기준 총 54,083명(대면 : 46,702명, 온라인 : 7,381명) 교육 실시
  - \*\* 강사·수강생, 취약계층, 플랫폼 등의 의견을 수렴하여 교육 운영·콘텐츠 제작에 반영
- **(디지털윤리 교육 확대)** 저소득층 아동, 장애학생, 고령층 등 디지털 역기능 대응에 취약한 계층을 대상으로 디지털윤리 교육 추진
  - ※ '24.11월말 지역아동센터(1,964명)·고령자(4,634명) 및 장애학생 윤리 교육(51개교) 운영

## □ 소외계층 미디어 접근성 강화

- **(사각지대 해소)** 변화하는 미디어 환경에 맞춰 시·청각 장애인의 미디어 접근권을 강화하기 위해 장애인방송 접근성 보장 제도개선\*
  - \* 장애인방송 의무사업자 지정기준 개선, 비실시간(VOD) 방송 서비스에 대한 장애인 접근 보장 근거 마련 등 「장애인방송 접근권 보장에 관한 기준(고시)」 개정
- **(장애인방송 품질제고)** 장애인방송 품질 개선을 위해 장애인방송 유형별 (폐쇄자막·화면해설·한국수어) 품질 평가체계를 마련하고 시범평가 실시
  - ※ 장애인·전문가 등을 포함한 장애인방송품질평가협의체 구성·운영
- **(기기 보급 확대)** 음성안내, 수어화면 분리·확대 등 시각·청각장애인의 편의 기능을 제공하는 맞춤형 TV 보급 확대('24년 3.2만대→'25년 3.5만대)
  - ※ 맞춤형TV 누적보급률 : ('23) 40% → ('24) 45% → ('25 목표) 50%
- **(장애인방송 접근성 개선)** 시각·청각장애인이 양질의 장애인방송을 손쉽게 이용할 수 있도록 장애인방송 VOD 제작 지원\* 및 방송사별 (지상파 4사) 홈페이지 표준화 등 접근환경 개선 추진
  - \* 지상파 4사, 종편PP 4사, 보도PP 2사 등 총 10개사 지원(11.9억원)

## □ 전국민 미디어교육 제공 확대

- **(보편적 인프라 확충)** 지역별 차별 없는 미디어교육 제공을 위해 전국 시·도에 시청자미디어센터 구축\*을 차질 없이 추진
  - \* ('23) 12개소 → ('25) 4개소 추가 구축 추진('26~'27년 전남·전북·경북·충남 개관 예정)
  - 센터 방문이 어려운 도서·산간 지역민, 장애인, 노인 등을 대상으로 '찾아가는 미디어 나눔버스' 추가 도입 운영('24년 8대 → '25년 10대)
- **(맞춤형 미디어교육 강화)** 지역(도서지역·농어촌·소규모 학교 등) 특성을 고려한 맞춤형 교육(캠프형·행사형 등) 및 장애 유형별 교육 다양화
  - ※ '24년 장애인 미디어교육(49개 기관) 중 시각·청각 장애(5개) 대상 교육은 11%
  - 2030세대의 미디어에 대한 이해를 높이고, 관련 분야의 전문적인 교육·실습 기회 제공을 위한 미디어교육 프로그램 제공
  - 생애주기별 미디어 이용 특성을 고려하여 신기술 활용·역기능 관련 미디어교육 자료 개발 및 강사연수 등 추진

## IV. 2025년, 국민의 삶이 이렇게 바뀝니다

### □ 안심하고 이용할 수 있는 디지털 이용환경 조성



마약도박 등 명백한 불법정보  
신속 삭제·차단(48시간 이내)



딥페이크 활용 불법촬영물등  
先차단後심의



불법스팸어 및 문자사업자  
과징금제도 마련 등 제재강화

### □ 이용자 편의 확대 및 불편 적극 해소



단말기 유통법 폐지로  
지원금 경쟁 활성화 여건 조성

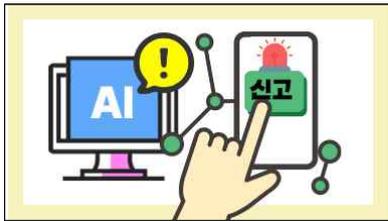


집합건물 내 특정  
전기통신서비스 이용 강제 금지



플랫폼 서비스 장애고지  
기준시간 단축(4→2시간)

### □ AI·디지털 플랫폼 시대에 대응하는 이용자 보호



AI 위험요소 신고·검증·공유  
이용자 참여 플랫폼 구축



AI 서비스 피해  
신고창구 운영

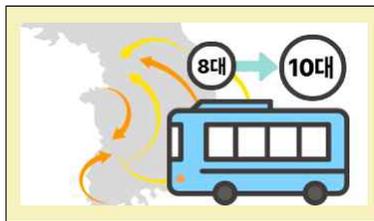


하이재킹·자동실행 광고 등  
이용자 불편사항 대응

### □ 미디어를 통한 복지 실현 및 재난으로부터 국민 보호



시각·청각장애인 맞춤형TV  
보급 확대(3.2만대→3.5만대)



찾아가는 미디어 나눔버스  
확대(8대→10대)



(가칭)재난방송관리지원법  
제정 추진