

「방송통신 정책고객 대표자 회의」 의견 및 조치계획

위원명	의견 내용	조치 계획
<p>김천주 위원 (대한주부클럽연합회장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ KBS 수신료 관련 <ul style="list-style-type: none"> - KBS는 수신료를 올리기에 앞서 프로그램 경쟁력을 키워 다른 방송사의 모범이 되어야 하며 먼저 자구책 마련을 위해 뼈를 깎는 노력을 해야 할 것임 ○ 방송광고로 인한 피해에 대한 피해보상 관련 규정을 마련해야 함 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송통신위원회는 방송광고 관련 심의규정을 위반한 방송사업자에 대하여 방송통신심의위원회의 의결에 따른 제재조치를 하고 있으며 <ul style="list-style-type: none"> - 방송광고로 인한 피해 구제는 “언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률”에 따라 언론중재위원회를 통해 이루어지고 있음
<p>이순동 위원 (한국광고협회 회장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고활성화 방안을 조속히 시행해 주기 바람 동일서비스 동일규제 원칙에 맞게 중간광고에 대한 규제를 과감히 풀어주기 바람 ○ 광고산업에 대한 정부의 지원이 없고 특별한 진흥기구도 없는 상황에서 좋은 광고를 많이 생산할 수 있도록 한국광고협회에 대한 지원을 고려해 주기 바람 ○ 지상파방송에 대해 광고주가 압력을 행사한다거나 횡포를 부릴 수 없으므로 수신료 현실화 논의시 그러한 부정적인 이미지를 유발할 수 있는 표현은 자제해야 함 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고에 대한 규제는 시청자의 시청권을 제고하고 전체 방송광고시장이 활성화 할 수 있는 방향으로 개선토록 하겠음 ○ 방송통신위원회는 한국광고협회의 방송광고기반조성사업(광고정보센터 운영, 디지털 광고 표준화, 방송광고 교육 등)을 지원하고 있음

위원명	의견 내용	조치 계획
<p>김자혜 위원 (소비자시민모임 회장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고금지 품목 규제완화와 관련하여 조제분유, 의료광고와 관련하여서는 부작용이 일어나지 않도록 신중을 기해야 할 것임 ○ 수신료 인상 전에 KBS의 자구노력을 국민에게 먼저 보여주어야 인상에 대한 공감대가 형성될 것임 ○ 단말기 보조금을 폐지하고 고가의 단말기가격과 통신요금에 대한 개선책을 마련해 주기 바람 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고금지 품목 규제완화에 대하여는 관련 주무부처, 이해관계자 등과 충분한 협의를 통해 부작용이 일어나지 않도록 신중하게 검토하여 추진하겠음 ○ 과도한 단말기 보조금 지급은 이용자 간에 차별을 유발하고, 통신사업자의 요금인하 및 투자여력을 축소시켜 바람직하지 않음 <ul style="list-style-type: none"> - 현재 국회에 계류 중인 단말기 유통구조 개선법이 통과되면 이용자 차별을 해소하고 이용자에게 합리적인 선택권을 제공할 것으로 판단됨
<p>정선언 위원 (해오름 프로덕션 사장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송사가 예산을 삭감할 때 제일먼저 깎는 부분이 외주제작비임. 수신료가 인상되어 방송사들의 경영상태가 양호해져야 외주 프로덕션들의 제작비에 숨통이 트일 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> ○ KBS는 수신료 조정안에서 고품질 콘텐츠 제작 활성화 및 외주제작비 15% 인상 계획을 제시하였음 - 수신료 인상 검토시 방송사가 지급하는 외주제작비 지원 수준도 함께 고려하여 추진할 계획
<p>오택림 위원 (법무법인 광장 변호사)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송통신융합시대에 각종 다양한 디스플레이에서 콘텐츠를 시청하고 있는 시청자는 콘텐츠의 소스가 지상파인지 유료방송인지 알지 못함 - 지상파와 유료방송의 광고에 관한 규제가 달라야 할 이유에 대한 시청자들의 공감을 이끌어내기 어려운 상황에서 앞으로 미래지향적으로 규제의 근본적인 방향성을 어떻게 할 것인가에 대한 큰 틀에서의 규제에 대한 논의가 필요함 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송광고에 대한 규제는 시청자의 시청권을 제고하고 전체 방송광고시장이 활성화 할 수 있는 방향으로 개선토록 하겠음

위원명	의견 내용	조치 계획
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 단말기 보조금 규제와 관련하여 통신 3사와 대리점이나 판매점의 역학관계가 어떠한지 궁금함 - 3개 사업자를 통해 대리점과 판매점에 대한 규제가 되지 않고 있는 것 같은데 실효적인 규제방안을 검토해야 할 것임 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 현재 이동사와 제조사가 지급하는 보조금을 기반으로 하여 대리점과 판매점에서 이용자에게 보조금을 지급하고 있음 - 현행 법령상 대리점과 판매점에 대한 직접 제재 근거가 미약하나, 단말기 유통 구조 개선법이 통과되면 대리점과 판매점에 대한 직접 조사·제재가 가능함
<p>변광윤 위원 (이베이코리아 대표이사)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 단말기 보조금 규제의 필요성에 대한 일반 국민들의 공감대 형성이 부족한 것 같음. 우리나라 유통구조의 문제나 선별적 차별 등에 대한 것을 알려 보조금 지급이 국민들에게 득이 될 것이 없는 것을 알리는 홍보가 필요함 ○ 소비자의 편익이라는 이유로 매체별, 채널별로 다양한 기준을 갖고 방송광고 특히 PPL이나 중간광고 등을 규제해 왔는데 이젠 글로벌 스탠다드에 맞춰 개선되었으면 좋겠음 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 단말기 보조금 규제의 필요성에 대하여 적극 홍보하도록 하겠음 ○ 방송광고에 대한 규제는 글로벌 스탠다드에 대한 검토, 이해관계자 의견 등을 통해 시청자의 시청권을 제고하고, 전체 방송광고 시장이 활성화 할 수 있는 방향으로 개선토록 하겠음
<p>김국진 위원 (미디어미래연구소 소장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수신료가 4,000원으로 인상될 경우 용처에 대해서는 기존의 재정적자 상태를 메운다는 개념에 초점이 맞춰져 있고, 비용 부분을 얼마만큼 절감하겠다는 노력의 부분이 보이지 않음. 수입이 늘어나는 부분에 대해 KBS가 조금 더 구체적인 가이드라인을 마련하도록 방통위가 규제를 해야 할 것임 ○ 수신료의 EBS 지원과 관련하여 EBS의 제작비 1,197억원(12년 기준)에 대해 수신료로 지원된 것이 164억원임. 실질적으로 인상된 부분이 EBS 콘텐츠 제작에 실질적으로 지원될 수 있도록 진행되는 것이 필요함. 제작비도 충당하지 못하는 지원은 개선되어야 함 	<ul style="list-style-type: none"> ○ KBS 수신료 조정안에 대한 검토의견서에 KBS의 자구노력 강화 필요성, EBS 지원 확대, 광고 추가 축소 등을 제시하였음 ○ KBS는 수신료 조정안에서 EBS 지원 비율을 현행 3%에서 5%로 확대하는 방안을 제시하였으며 방통위는 7%로 확대할 필요가 있다는 검토의견을 제시하였음

위원명	의견 내용	조치 계획
<p>강정화 위원 (한국소비자연맹 회장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수신료를 올렸을 경우 올린 부분이 방송의 공영성 확보 등에 쓰일 것이라는 것을 방통위가 담보해줘야 함. 광고비 비중이 줄어든다고 해서 공영성을 확보할 방법이 있는가에 대한 의문도 있음. ○ 주류광고, 의료광고 등 방송광고가 금지되고 있는 부분들에 대한 규제 완화에 대해 부작용 등을 고려하여 신중히 검토해 주기 바람 ○ 단말기 보조금 규제와 관련해서 소비자들이 보조금 규모 자체가 줄어들어 소비자에게 불이익이 아닌가라는 생각을 가지고 있는 경우도 있기 때문에 그 부분에 대해서 국민들을 정확하게 이해시키는 노력이 필요함 ○ 통신요금 인하를 위해서 선택요금제가 도입이 되고 있는데 소비자들이 선택을 쉽게 할 수 있도록 관련 제도가 효율적으로 작동되었으면 좋겠음 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수신료 조정안 검토시 수신료 인상분이 공영방송의 공영성 확보에 효과적으로 사용되도록 의견을 제시하였으며 향후 수신료 인상시 KBS가 제시한 공적채무 확대 계획이 엄정히 집행되도록 점검하겠음 ○ 방송광고금지 품목 규제완화에 대하여는 관련 주무부처, 이해관계자 등과 충분한 협의를 통해 부작용이 일어나지 않도록 신중하게 검토하여 추진하겠음 ○ 단말기 보조금 규제의 필요성에 대하여 적극 홍보하도록 하겠음 ○ 미래부와 협조하여 선택요금제가 활성화될 수 있도록 하겠음 - SKT, LGU+는 선택요금제 既 도입, KT는 3월 시행 예정(미래부)
<p>유해영 위원 (단국대 소프트웨어학과 교수)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 애니메이션업체는 방송사에 대한 의존도가 매우 크며 제작된 애니메이션이 방송에 송출되기를 바라고 있음. 방통위와 미래 창조과학부(디지털콘텐츠과)가 협업을 해서 콘텐츠를 신성장 동력으로 만들 수 있는 전략을 수립해 주기 바람 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방통위는 애니메이션 편성 확대를 위하여 국내제작 신규 애니메이션 의무 편성 대상사업자* 및 제작비 지원 확대** 등을 추진하고 있음 * 지상파(5채널)→ 지상파+중편PP·애니전문PP(13채널) ** EBS 제작비 2배 증액 지원(13년 12억원→14년 24억원) ○ 미래부, 문체부, 방통위 공동으로 방송산업발전 종합계획(13.12.10)을 수립하여 애니메이션 산업 활성화를 추진 중

위원명	의견 내용	조치 계획
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송콘텐츠 제작사들이 가장 힘들어 하는 것이 저작권 문제로 저작권에 관련된 가이드라인을 문화부와 같이 제정하여 제작사를 위한 전략을 수립해 주기 바람 	<ul style="list-style-type: none"> ○ '13.8월 문화부에서 마련한 표준계약서에 방송사와 외주제작사가 제작에 기여한 바에 따라 저작권을 가지도록 규정하였으므로 동 규정에 따라 처리될 것임
<p>변승일 위원 (한국농아인 협회 회장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 어르신들의 경우 수화의 원이 아주 작아서 보기 힘들므로 관련 법규에 양적인 것만이 아니라 질적인 기준도 제시해 주기 바람 * 영국의 경우 수화통역 원 크기가 화면크기의 3분의 1이나 4분의 1 수준인데 한국은 21분의 1 크기로 규정됨 ○ 자막기 무상지급 기준이 5년인데 그 안에 자막기가 파손되거나 불량인 경우 수리가 되지 않아 보지 못하는 경우가 있음. 5년이라는 법적 기한 때문에 새롭게 기기를 제공받지 못하고 있으므로 이에 대한 개선이 필요함 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 청각장애인 및 일반 시청자의 TV시청 편의 제고를 위해 수화방송 서비스 개선방안*을 추진 중에 있음('14년 예산 12.2억원 반영) * 시청자가 리모콘을 이용하여 TV수신기에서 수화화면 제거 또는 크기 조절을 할 수 있는 신유형의 '스마트TV기반 수화방송서비스'로 개선 ○ 장애인방송의 질적 수준 향상을 위한 「장애인방송 제작 가이드라인」 마련 등 개선방안을 검토하겠음 ○ 자막방송 수신기 보급률은 한정된 예산으로 인하여 전체 청각장애인(약 27만명)의 25%(6만7천5백명) 수준에 불과함 - 아직 보급 받지 못한 청각장애인에게 우선 보급하다 보니 재 보급에는 상당 기간이 소요되고 있는 것이 사실임 - 수신기 예산을 확대할 수 있도록 적극 노력하겠음
<p>서병호 위원 (TNmS 명예회장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ VOD에 대한 시청자 수가 급격이 늘어나고 있고 광고도 완판되고 있음. 스마트단말 관련 시청률 조사사업과 미디어다양성 관련 조사에서 VOD시청형태를 반드시 포함시켜야 할 것임 ○ 라디오 청취율 조사와 관련, 현재 코바코가 분기별로 한번 정도 조사기관에 의뢰하여 전화로 조사하고 있는데 좀 더 과학적인 형태로 조사방법을 바꿔야 할 것임 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 미디어 이용 행태 변화를 반영하여 기존의 고정형TV 외에도 TV·PC·스마트폰 등 스마트 미디어를 조사대상에 포함하고 - 실시간뿐만 아니라 비실시간(VOD) 시청시간을 조사하여 여론 다양성 정책의 실효성을 제고하겠음 ○ 라디오 청취율은 업계 자율로 조사되고 있으나, 미디어 영향력 측정결과의 신뢰성 및 타당성 확보를 위해 더욱 과학적인 방법으로 조사하도록 한국방송광고진흥공사에 요청하겠음