
뉴질랜드 방송 · 통신 기관방문 출장보고서

2020. 1월



방송통신위원회

Korea Communications Commission

I

출장 개요

□ 출장목적

- 뉴질랜드 방송통신 정책 및 규제 전담부처와 공영방송, 통신사를 방문하여 오세아니아권 국가의 공영방송 및 수신료 제도와 OTT 등 새로운 미디어 환경에 대한 대응현황을 살펴 봄

□ 출장기간 : 2019. 12. 15. ~ 12. 20. (4박 6일)

□ 출장국가 : 뉴질랜드(웰링턴, 오클랜드)

□ 출 장 자 : 방송정책기획과 윤영란(5급), 혁신기획담당관 김미희(6급)·김다은(7급)

□ 주요활동 : 뉴질랜드 문화유산부, 방송표준위원회, 공영방송 등 방문

□ 주요일정

월 일 (요일)	출발지	도착지	방문기관	업무수행내용	비 고
12.15.(일)~ 16.(월)오후	인 천	뉴질랜드		○ 이동(인천16:45→뉴질랜드 웰링턴12:10)	○ 오클랜드 경유
12.16.(월)	뉴질랜드		BSA (Broadcasting Standards Authority)	○ 뉴질랜드 방송표준위원회 면담 - 독립민간 심의기관이자 시청자불만처리 기관 인 BSA와 방송내용 관련 방송사 규제현황, 방송사 및 시청자 의견수렴 방식 등 협의	웰링턴
12.17.(화)	뉴질랜드		MCH (Ministry for Culture&Heritage)	○ 뉴질랜드 방송통신 정책·규제기관 면담 - 방송통신 정책 및 규제기관인 MCH와 뉴질 랜드 방송법(1989)에 의한 공영방송, OTT 등 규제 및 진흥 현황 등 파악	
12.18.(수)	뉴질랜드		TVNZ (TV New Zealand)	○ 뉴질랜드 공영방송 면담 - OTT 등 새로운 미디어 환경변화에 대응 하기 위한 공영방송 전략, 자원, 평가 시 스템과 국민 의견수렴 방안 등 파악	오클랜드
12.19(목)	뉴질랜드		NZ on Air	○ 뉴질랜드 방송통신진흥기구 면담 - 공영방송, 지역방송, 라디오방송, OTT 등 방송통신 콘텐츠 진흥 및 제작지원 방안 파악	
12.20(금)	뉴질랜드	인천		○ 이동(뉴질랜드 오클랜드 07:00 →인천 19:00)	○ 시드니 경유

1

뉴질랜드 개황

국명	뉴질랜드(New Zealand) 원주민인 마오리어는 아오테아로아(Aotearoa, 길고 흰 구름의 땅)
위치	남반구 남서태평양(호주대륙에서 동남쪽으로 약 2,000km) 해안선: 태즈먼 해, 남태평양(1만 5,811km)
면적	27만 534㎢(남한의 2.7배)(북섬 11만 6,000㎢, 남섬 15만 1,000㎢)
기후	몬순해양성 기후(1월 평균 16.5도, 7월 평균 8도)
수도	웰링턴(Wellington), 1865년 오클랜드에서 천도
인구	487만 명(2018년 1/4 기준) 북섬에 약 76% 거주
주요 도시	오클랜드(153만 명), 웰링턴(45만 명, 수도), 크라이스트처치(37만 명), 해밀턴(15만 명)
인종	유럽인(70%), 마오리(14%), 아시아인(11%), 남태평양 도서국(7%), 기타(3%)(2013년)
언어	영어(공용어), 마오리어(원주민어)
종교	기독교(약 51%), 및 여러 종교 산재
건국일	1840년 2월 6일(영국 총독과 마오리 대표 간 Waitangi 조약 체결)
정부형태	의원 내각제(3년마다 총선 실시)
국가원수	영국 Queen Elizabeth II
수상	Jacinda Ardern (노동당 당수, 2017년 10월 취임)

자료원: Statistics New Zealand(www.stats.govt.nz)

□ 방송법

- 방송법(Broadcasting Act 1989)은 1989년에 방송시장 경쟁 활성화를 목적으로 제정되었으며, 방송시장의 규제 완화, 경쟁원리 도입을 통한 위성TV·케이블 TV 등의 신규사업 인정, 광고 방송 자유화 등 포함

< 방송법 개정 내용 >

시기	개정내용
1991년 5월	외국인의 TV 사업자 주식 보유율을 15%(라디오는 25%)로 제한하고 있던 외국자본 규제 폐지
1993년 7월	뉴질랜드 원주민인 마오리족의 언어와 문화를 보호·육성하기 위한 프로그램 제작지원 조직 'Te Reo Whakapuaki Iirangi'의 설립을 규정
2000년 7월	수신료 제도 폐지
2003년 3월	- 공영방송사인 Television NZ의 공공성 및 의무를 강조한 TVNZ 헌장(TVNZ Charter) 발효 - 뉴질랜드 시청자들을 위해 정보, 오락, 교육 프로그램 등 모든 장르의 프로그램을 조화롭게 제공 - 국내 제작 비율을 높이고 외국 프로그램에 대한 의존도를 낮춤 - 사회 소수파에 대한 배려 차원에서 마오리어 방송이나 고유의 문화를 소개하는 방송 비중을 높임 - 뉴질랜드 방송 산업의 리더로서 프로그램의 질 향상과 방송을 통한 국민 통합을 도모 - 지상파 방송 행동 강령을 준수하는 선도적 역할 수행

□ 방송프로그램 내용규제

- 1989년 방송법에 따라, 뉴질랜드 무료 지상파 방송 사업자는 방송 시행규범(Code of Broadcasting Practice)을 준수해야 함
- 방송시행 규범에는 방송사들이 양질의 프로그램을 제공하도록 표현의 자유, 법과 질서 유지, 품위 유지, 개인 사생활 배려, 공적·사회적 이슈나 사건에 대한 중립성 유지, 기타 방송윤리강령 등이 있음
- 프로그램 국내제작을 권장하고 있으나, 의무편성 비율은 없음

□ 방송산업 동향 및 전망

- (TV 보급률, 98.0%에 육박) TV 보유가구 수(2018년 기준)는 175만 5,700 가구로 전체 가구 수 기준 전년과 동일한 보급률을 기록, 케이블 TV 보급률은 4.1%, 위성 TV 보급률은 65.0%, 유료 IPTV 가입비율은 1.8%임
- (디지털 미디어 15.9% 성장 전망) '2017년 TIN100 보고서1'에 의하면 뉴질랜드 기술부문에서 디지털미디어는 향후 5년 동안 매출의 연평균 성장률 15.9%로 5년 후 매출이 1억 9,800만 달러 성장할 것으로 전망
 - 유료 비디오 스트리밍 시장의 급격한 발전으로 기존 유무선 케이블 TV를 해지하고 유료 비디오 스트리밍을 구독하는 'Cutting the cord'가 유행
 - 뉴질랜드 내 대표적인 인터넷 비디오 스트리밍 서비스는 Netflix, Neon, Lightbox, TVNZ On Demand 등이 있으며, 최근 Disney+, Apple TV 등이 진출하기도 하는 등 경쟁이 격화되고 있는 상황

□ 주요방송사 현황

- (국영 방송사) Television New Zealand는 뉴질랜드 정부가 100% 출자한 국영방송사로 TV ONE과 TV 2 등 2개의 무료 지상파 TV 채널을 보유

- Television New Zealand 시행 현장 아래, 프라임 타임에는 프로그램의 85%를 자체 제작 뉴스나 드라마 등 로컬 콘텐츠 중심으로 편성하도록 권장되고 있으나, 현실적으로는 2개 채널에서 제공 중인 프로그램의 평균 65% 가량을 수입 프로그램에 의존하고 있음
 - o (민영 방송사) 민영방송사 MediaWorks는 TV3와 FOUR 등 2개의 지상파 TV 채널을 운영하는 뉴질랜드 최대의 민영방송사이며, 특히 TV3는 전국 98%를 커버하며, 주로 24~54세까지의 연령대 시청자를 타겟으로 엔터테인먼트 방송에 무게 중심을 둔 종합 편성 채널임
 - o (유료방송사) 유료방송 산업은 그간 위성방송인 Sky TV가 거의 독점* 하고 있었으나, 인터넷 기반 OTT의 성장으로 위성방송의 영향력 약화
 - 2017년 12월 기준 Sky TV 가입회선 수는 전년 동기 대비 약 4.6% 감소한 77만 8776개를 기록
- * 위성TV 보급률은 65.0%, 케이블 TV 보급률은 4.1%, 유료 IPTV 가입비율은 1.8%
- o (채널별 점유율) 국영방송사가 운영하는TV ONE이 22.8%로 가장 높은 점유율을 보이는 가운데, TV2가 14.8%, TV3이 10.9%로 뒤를 잇고 있으며, 그 외 Prime, FOUR, Choice TV, SKY Sport 1 등의 군소 채널들이 차지
 - 시청률 상위 3개 채널인 TV ONE, TV2, TV3의 점유율 합계는 48.5%로 절반에 가까운 점유율 차지. 시청률 상위 10개 방송 채널 중 TV ONE, TV2, TV2+1은 국영방송사이며, 나머지 7개 채널은 모두 민영 방송사임.
 - o (OTT 등 융합서비스) UFB(Ultra Fast Broadband, 초고속브로드밴드)의 사용 증가와 Netflix, Lightbox, Amazon등의 SVOD(Subscription Video-On-Demand, 예약 주문형 비디오) 서비스가 급격히 성장하여 방송산업 전반의 경쟁이 심화
 - 글로벌시장조사기관 Ampere Analysis의 조사에 따르면, 2019년 말까지 뉴질랜드 가구당 Svod 보급률은 42% 도달할 것으로 전망. 디즈니는 당사의 Svod 서비스인 Disney+를 최초로 출시하는 4개 국가 중 뉴질랜드를 포함

※ 전체 뉴질랜드 인구의 약 75%가 유료 스트리밍 서비스를 이용, 25-54세의 소비자들 중 87%가 기존 지상파 TV보다 유료 스트리밍 서비스를 선호하고, 55-64세 소비자들은 78%, 65세 이상 소비자들은 64%인 것으로 나타나 유료 스트리밍 서비스의 높은 인기는 단순히 젊은 연령 층에 국한된 현상이 아니라는 점이 주목(뉴질랜드 시장조사기관 NZ Compare 조사결과)

< 뉴질랜드 주요 OTT 서비스 현황 >

서비스명	월간 구독비용*	대표 작품
Netflix	\$11.49 ~ \$21.99	The Crown, Stranger Things 등
Neon	\$13.95	Chernobyl, Succession
Amazon Prime Video	\$9	Fleabag, Marvelous Mrs Maisel
Apple TV	\$8.99	The Morning Show, Dickinson
Disney+	\$9.99	The Mandalorian, Moana
Lightbox	\$12.99	The Handmaid's Tale, Castle Rock
TVNZ OnDemand	무료	Killing Eve, RuPaul's Drag Race UK

*비용은 프로모션 종류 및 구독 기간에 따라 다름
출처 : 각 기업 홈페이지

3

방송관련 주요기관 면담자

명칭	주요기능	면담자
MCH (the Ministry for Culture Heritage)	디지털 방송 미디어, 오락, 연예, 예술, 문화, 유산, 스포츠 관련 정책과 규제를 담당하는 정부부처	Colin Holden, Leigh Huffine
BSA (The Broadcasting Standards Commission)	방송 콘텐츠 내용 심의 및 기술 표준 등 관련 기준과 규제 마련, 준수여부를 관리 감독하고 시청자불만을 처리하는 독립위원회	Jordan Hamel, Belinda Moffat
TVNZ (Television Newzealand)	정부가 전액 출자한 국내 최대 국영방송 (정부지원금과 상업광고만으로 운영)	Brent McAnulty, Kirsty Way, Rachel Howard
NZ on Air	상업수익으로 제작투자가 어려운 공영방송, 지역방송, 공동체를 포함한 라디오 방송, 장애인 방송등의 콘텐츠 제작을 지원하는 독립위원회	David Ridler

① 문화유산부 (MCH)



Q 1. 문화유산부는 방송 미디어, 오락, 연예, 예술, 문화, 유산, 스포츠 관련 정책과 규제를 담당하고 있으며, 각 영역의 장관들은 정부가 임명하고 분야별 장관은 방송분야에 속해 있는 각 기관의 이사들을 임명하고 있음 이사 임명절차는 무엇이며, 뉴질랜드 사람들이 이 과정에 참여할 수 있는지?

- A. ○ 문화유산부의 디지털미디어 분야 장관과 사무조직은 BSA(방송표준위원회), TVNZ(국영방송), NZ on Air(방송진흥위원회) 내의 위원들을 구성하는 역할을 하고 있음
- 각 위원들의 임기가 끝나면, 뉴질랜드에 거주하는 사람 누구라도, 해당 이사회의 이사공모에 참여할 수 있으며 문화유산부는 공모를 통해 구성된 후보자의 경력과 경영·정책 마인드에 대한 심층면접 등을 통해 적임자를 선임하고 있음
- 이러한 과정에서 국회 정치권의 여·야에 따른 배분 등은 고려되지 않음에 따라 이사 선정과정의 정치적 편향성이나 공정성·객관성·전문성 등에 대한 문제가 제기된 바는 없음

Q 2. 뉴질랜드 방송법 상의 규제에 있어서 문화유산부의 역할은 무엇인지?

- A. ○ 정부는 뉴질랜드의 가장 큰 방송사를 소유하고 소수·배려계층 대상 등 공익적 프로그램 제작지원을 하며 공동체 라디오를 허가함
- 다만, 이러한 방송관련 업무는 독립적이고 전문적인 기관들을 설립하여 이행하고 있으며 문화유산부는 이러한 기관의 이사회 구성만 참여할 뿐 직접적으로 관련 간섭이나 규제를 하지 않음
- 국영방송 운영은 TVNZ가, 방송내용 및 표준 규제는 BSA, 방송 콘텐츠 제작 지원은 NZ on air가 각기 담당하고 있음

Q 3. 1991년 외국인의 TV 사업자 주식 보유율을 15%(라디오는 25%)로 제한하고 있던 외자규제를 철폐하였고 2000년 공영방송의 수신료도 폐지했는데, 이러한 규제완화의 효과나 역효과가 있다고 보는지?

- A. ○ 뉴질랜드는 지리적 규모나 인구가 비교적 적고 방송·통신시장의 규모 역시 작아 국내자본만으로 방송·통신 산업을 유지하기는 어려운 상황이었음
- 아울러 공영방송 수신료의 국민 직접부담에 대한 저항은 지속되고 인터넷·모바일 등 방송 수신기기는 소지여부 점검 등 수신료 관리는 어려워짐에 따라 국민에 직접부담을 주는 ‘수신료’는 폐지하되 우수 콘텐츠에 대한 정부지원은 늘리는 방안이 추진되었음
- 현재 민영·유료방송에는 외자투자가 적극 활성화되어 있고 방대한 서비스를 제공하여 수신료만으로는 여력이 부족했던 국영방송이 광고경쟁에 뛰어들면서 재원을 확충하는 성과를 보였음
- 지금까지는 이런 정책변화가 시장 활성화에 기여했다고 생각하나, OTT등으로 열린 글로벌 미디어 경쟁시대에 뉴질랜드 본원의 가치가 유지될 수 있는지, 즉 미래에 대해서는 불안한 것이 현실임

Q 4. 세계적으로 OTT의 영향력이 급부상하고 있는데 뉴질랜드에도 이러한 변화가 감지되는지, 이에 대해 어떤 비전과 전략을 갖고 있는지?

- A ○ 뉴질랜드에는 OTT 중 글로벌 OTT인 넷플릭스의 점유율이 매우 높기는 하지만 아직까지 新 융합서비스를 이용하는 동시에 TV 시청 역시 유지되고 있는 상황임
- 국영방송 TVNZ 등은 VIDEO ON DEMAND 서비스에 적극 참여하면서 OTT 경쟁력 제고에 최선을 다하고 있으며, 라디오·지역 방송 역시 뉴질랜드 문화·인종·지역 등에 특화된 콘텐츠를 제작·유통하여 경쟁에 유리한 독창성을 확보하고자 노력하고 있음

Q 5. OTT 시대를 맞아 국내 통합 OTT 설립이나 방송·통신 등 각 기업 간 제휴·협력이 많아지고 있는지?

- A ○ 국영방송-민영방송, TV-라디오, 방송·통신 각 기업 모두 서로의 장점을 결합한 제휴와 협력사업 발굴에 노력하고 있음
- 특히 뉴질랜드 통신사인 'SPARK'는 인터넷 TV 개발을 통해 OTT 시대에 적극 대응하고 있으며, 뉴질랜드 국민이 좋아하는 스포츠 콘텐츠 개발에 적극 투자하여 이를 국영방송인 TVNZ사에 공급하는 방식의 협력모델을 구축한 바 있음

Q 6. 문화유산부의 정책결정 과정에 뉴질랜드 국민이 어떤 방식으로 참여하는지?

- A ○ 정책사안마다 각기 다른 방식으로 국민 참여가 설계되어 있기는 하나, 대부분의 패턴은 정책이슈가 주어지면 같이 논의·토의하거나 의견을 제출받는 것임
- 제시된 의견은 공개되며 이에 대한 내부기관 논의 등 피드백 결과 역시 함께 공개됨

2 방송표준위원회 (BSA)



Q 1. 방송표준위원회는 1989 방송법에 의해 설립된 왕실 소속 독립위원회임. 소속 네 명의 위원은 문화유산부에 의해 임명되는 것으로 알고 있는데 공정한 위원선임을 위한 특별한 장치가 있는지?

A ○ 뉴질랜드 방송 각 부분을 대표하는 시민, 법률, 지상파·유료방송 등 전문가의 공모 및 추천 등으로 이뤄지며 이들에 대해 문화유산부가 전문적인 공개 심층면접 등을 거쳐 선임하고 있음.

○ 위원들은 문화유산부의 어떤 지시와 방침도 받고 있지 않으며 매우 독립적으로 업무를 수행하기 때문에 이와 관계된 문제가 제기된 바는 없음.

Q 2. BSA는 공정하고 정확한 방송을 위한 윤리규정과 표준에 대해 조사하고 관리감독하고 있는 것으로 알고 있는데, 이를 위반하는 경우 어떤 제재를 가하는지?

- A ○ BSA에 시청자의 불만이 접수되는 경우, 위원회의 논의를 거쳐 각 방송사에 전달되기 때문에 각 방송사가 이러한 사실을 공표하고 사과 및 시정 등 적절한 조치를 공개적으로 이행함
- 방송사의 이행이 충분하지 않거나 많은 방송사가 대규모로 위반하고 과실이 중대한 경우, 벌금을 부과하기도 하는데 1건에 최대 5천 달러까지 부과된 바 있으며 광고 및 영업정지 등의 제재가 이뤄진 사례가 있음

Q 3. BSA가 접수하는 시청자 불만은 연간 어느 정도인지, 국영방송에 대한 시청자 불만이 많은 편인지?

- A ○ BSA는 매년 그간 접수된 시청자 불만의 내용과 그 처리과정, 결과를 연간보고서로 발간하고 있음
- '19년 860여건의 불만이 접수되고 있으며 그 중 국영방송 TVNZ에 대한 불만이 47%를 차지함. 그러나 국영방송 TVNZ에 전체적으로 제기되는 불만 중 오직 3% 가량의 심대한 불만만 BSA로 접수되고 대부분은 TVNZ로 직접 제출되고 있음
- 다만, 이는 TVNZ가 다른 방송보다 많은 불만을 야기한다는 의미가 아니라 국영방송의 규모와 기대에 따른 것으로 판단하면 기본적으로 뉴질랜드 국민이 국영방송에 갖는 신뢰는 매우 큰 상황임

Q 4. 향후 5년간 BSA가 가장 중요하게 생각하는 이슈는 무엇인지?

- A ○ OTT의 부상으로 대중이 다양한 내용과 형식의 콘텐츠들을 즐기고 있는데, 이에 대한 내용규제의 범위와 정도에 관한 합의가 필요함.
- 특히 증오, 폭력, 허위·조작 정보에 대한 대응방안이 중요하다고 생각하며 이는 비단 뉴질랜드만이 아닌 전 세계적 이슈로 봄

3 국영방송 (TVNZ)



Q 1. 국영방송의 의사결정 시 정부나 부처(문화유산부), 국회 등의 영향을 받고 있는지?

- A
- o 정부는 TVNZ에 100% 출자하고, 위원을 선임하는 이외에는 TVNZ의 경영과 운영에는 일절 관여하고 있지 않으며, 국회 역시 위원 선임 또는 정책결정 과정 등에 영향력을 행사하지 못함
 - o 뉴스, 쇼 등에 정부나 국회인사 등이 국민들과 함께 논쟁하기는 하나, 이러한 콘텐츠의 내용이나 편성에 영향을 미친 사례는 없음

Q 2. TVNZ는 국민들에게 어떤 영향을 미치고 있다고 보는지?

- A
- o 뉴질랜드 국민의 43.2%가 TVNZ 이용자이며, 하루 평균 195만명의 국민에 실시간 방송은 물론, 1억 4천만건의 주문형서비스를 제공 중임
 - o 뉴질랜드의 시청률 상위 프로그램 20개 중 19개가 TVNZ의 프로그램이며, 이 중 TVNZ의 1TV 뉴스는 시청률, 영향력 등에서 1위를 기록함에 따라 국가적 재난상황 등에서도 믿고 의지하는 방송으로 자리매김하고 있다고 생각함

Q 3. TVNZ가 국민의 신뢰받을 수 있는 요인은 무엇이라 보는지?

- A ○ TVNZ는 위원이나 이사의 선임부터 방송 제작 및 편성, 시청자 불만처리 각 과정을 국민들에게 정기적으로 투명하게 공개하고 각 사안별로 국민과 논쟁하고 피드백하는 과정을 일상적으로 수행함
- 또한 인터넷 발달로 매체는 많아졌으나 사실관계 확인이 어려운 정보가 만연함에 따라, 내부에 변호사 등으로 구성된 전문가를 두고 영국, 호주 등 글로벌 뉴스통신사 등과 연합·제휴하여 사실관계를 크로스체크하는 등 철저한 팩트체크 시스템을 운영하고 있음

Q 4. 수신료가 폐지됐는데 TVNZ가 재정적 건전성을 유지하고 있는지?

- A ○ TVNZ는 역사성이 깊고 앞서 말했듯 전체 뉴질랜드의 선호 프로그램 20위 중 19위를 모두 차지할 만큼 시청자의 탄탄한 지지를 받고 있음.
- 이를 기반으로 상업광고 및 프로그램 판매 수익이 꾸준히 발생하여 '19년에도 2,385억원 가량의 예산을 편성했는데, 이는 뉴질랜드 내 상업광고 경쟁이 다른 지역에 비해 크지 않다는 특성도 있을 것임.
- TVNZ가 수신료로 운영될 때 뉴질랜드 국민들은 TV 자체를 구매하지 않거나 수신료 납부를 회피하고자 하면서 회의적인 시각이 있었으나, TVNZ 스스로 수익을 창출하여 광고기반 서비스를 늘이자 오히려 호의적인 반응을 보이고 있음
- 다만, 현재까지는 TVNZ의 재정적 어려움이 크지는 않았으나 밀려오는 글로벌 OTT의 공습에 대비하여 TVNZ 구성원 역시 변화가 필요하다고 보고 대안마련에 부심하고 있음

Q 5. 지상파로서 중간광고도 하고 있는데 이에 대한 불만은 없는지?

- A ○ 뉴질랜드 국민들은 수신료를 지불하는 것 보다는 광고기반 무료 프로그램 시청을 더 선호하며, OTT 등 발달로 중간광고에 대해서는 매우 익숙한 상황임
- TVNZ도 일요일 오전에는 종교의식이 많은 점을 감안하여 광고를 송출하지 않는 등의 방식으로 뉴질랜드 국민의 라이프 스타일에 맞도록 광고를 편성함에 따라 이에 대한 불만은 거의 없는 편임
- 특히 TVNZ는 리서치회사 '닐슨'과 계약하여 매일 'TVNZ' 프로그램과 광고 운영의 좋은 점과 나쁜 점, 개선할 점을 묻고 토론하여 그 결과를 방송사 운영에 반영하고 있음

Q 6. 세계적으로 OTT가 급부상하고 있는데, TVNZ가 미래에 대비하기 위한 전략은 무엇인지?

- A ○ TVNZ도 세계 미디어 시장의 흐름이 OTT로 향하고 있음을 민감하게 인지하고 있으며 넷플릭스 등에 대응하여 무료 광고기반 자체 온디맨드 서비스에 대한 투자 등을 확대하고 있음
- 아울러 뉴질랜드 통신사 스파크와 제휴하여 국민들이 원하는 럭비, 크리켓 등 유망 스포츠 프로그램 공급에도 집중할 계획이며, 콘텐츠 및 플랫폼 제휴·연합·공동투자 등을 위해 다른 방송·통신사들과도 협력모델을 지속적으로 만들어 내고 있음
- 글로벌 미디어기업은 할 수 없으나 우리가 할 수 있는 것은 바로 뉴질랜드 거주인들의 다양한 문화와 정체성, 그리고 지역성을 반영한 뉴질랜드 본연의 가치를 담은 프로그램을 만드는 것이라 봄
- 원주민 마오리족의 언어와 문화를 유지하고 이민을 통해 정착한 뉴질랜드 국민 모두의 방송이 되기 위해 핵심가치를 잊지 않을 것임

4 방송진흥위원회(NZ ON Air)



Q 1. 방송진흥위원회의 재원과 지원 분야는 무엇인지?

- A
- o 1989년 이후 TV, 라디오, OTT 등 다양한 매체와 대중음악 분야에 연간 약 145백만 달러를 지원하는데 이 중 3%만 정부기관에, 나머지는 민간영역에 지원하고 있음.
 - o 지원 분야는 플랫폼과 음악, VOD, 자막 등 방송 인프라 분야, 공동체 및 지역라디오 등으로 나뉨

Q 2. 프로그램 제작 지원 절차는 어떠한지?

- A
- o 각 분야에 지원을 신청하면 BSA 위원 및 사무처가 신청내용이 적절하고 우수한지 평가하여 지원여부를 결정하고 지원계획 및 평가결과, 지원금 집행결과 등을 투명하게 공개하고 있음.
 - o 각 분야 시청·취 계층의 규모를 감안하여 가장 지원취지에 맞는 프로그램들을 선정하고 있으며, 특히 '창의성', '뉴질랜드 문화 정체성', '지역성', '다양성' 등이 중요한 선정가치임

Q 3. 별도의 프로그램 진흥기구를 설립한 취지가 있는지?

- 공공미디어 생태계가 지속적인 사양산업이 되면서 상업적 시장과 다른 영역에서 이를 활성화하여 사회의 건강한 공론장의 유지를 지원할 필요가 있기 때문임
- 현재 TV3 등 외국자본에 의한 플랫폼이 뉴질랜드에서 성장하고 있음에 따라 뉴질랜드의 정체성이나 다각적 시각을 확보하는 노력과 어린이·청소년·노인 프로그램에 대한 지속적 공급 등이 필요함

※ 영국, 호주 등 외국 콘텐츠가 전체 방송프로그램 편성 시간의 60%를 상회하고 있음

- BSA는 콘텐츠 제작 등을 위한 재원적 지원 뿐 아니라, 관련 프로모션이나 마케팅을 지원하며, 시장조사, 모니터링, 설문조사 등을 통해 각 분야 이용자들의 이용행태나 트렌드에 대한 정보를 지속적으로 제공하고 있음

Q 4. NZ ON Air의 성과는 어떻게 측정하고 평가하는지?

- 특정 주제에 대해 국민설문과 의견수렴을 일상적으로 진행하고 있으며 매년 NZ ON Air의 수치적 성과와 만족도, 인지도에 대해 조사하여 온-오프라인으로 공개하고 있음
- 성과지표는 NZ ON Air가 지원하는 프로그램의 ‘품질’, ‘다양성’, ‘노출도’ 인데 2018-19년 NZ ON Air가 지원하는 지역 콘텐츠 품질 만족도는 81%, 완성된 콘텐츠의 방영이나 업로드 비율은 99%인 반면, 이를 NZ ON Air가 지원했다는 사실을 인지한 비율은 69%였음
- 방송사의 주시청시간대에 최초 편성되고 평균 10만명 이상이 시청한 ‘NZ ON Air’ 지원 콘텐츠의 50% 이상을 시청한 경험이 있다는 응답은 60%였음

- (규제에 대한 선택과 집중전략) 뉴질랜드는 방송정책에 있어서 이미 15년 전에 다양한 규제를 완화하고, 별도의 독립위원회(BSA)를 통해 꼭 필요한 일부 내용규제를 집중하여 시행했음.
- 대규모 방송사업자는 과감하게 경쟁체제로 전향하도록 하여 이용자의 선택을 존중하되, 지역 및 공동체 라디오, 소수계층 프로그램 등 공적 지원이 꼭 필요한 요소에 대해서만 정부가 직접 지원 또는 민간자금 편당을 통한 지원을 시행하고 있음

⇒ 세계가 직면하고 있는 글로벌 미디어경쟁 시대에 발맞추어 복잡하고 다각적인 방송규제를 '선택과 집중'원칙에 입각하여 개선하여 미디어 시장의 유효경쟁을 활성화 할 필요

⇒ 다만, 지상파방송에 대한 외자제한 등을 폐지한 이후 방송산업에 투자의 활력이 생겼으나, 외국제작 방송콘텐츠 비율이 증가하고 민영방송이 외국투자 자본으로 운영되는 현실 등을 감안, 핵심적인 규제의 완화 또는 폐지에 대해서는 신중한 접근이 필요

- (공영방송 경쟁력 강화) 뉴질랜드는 규모와 신뢰도 측면에서 가장 큰 공영방송의 수신료를 폐지하고 과감한 경쟁체제를 도입 → 민간 경쟁에 참여하는 국영방송으로 전환
- 방송시장의 규모와 경쟁매체가 적기 때문에 수신료 폐지로 인한 부정적 경쟁효과가 적고, 국민의 직접부담도 감소되는 긍정효과 발생 가능
- 정부가 직접 국영방송 이사를 임명하고 있으나, 임명 시 전문성·다원성을 보장하고 이후 정부·국회 모두 운영의 독립성·자율성을 보장함에 따라 국영방송 콘텐츠의 공정성·객관성 등에 대한 신뢰가 높음

- 국내 공영방송 총수입은 (1조 5천억원) 뉴질랜드 국영방송(TVNZ, 2,385억원)의 6~7배에 달하나, 재정적 위기에 따른 비상경영 중이며, 국민의 방송콘텐츠에 대한 신뢰도와 만족도, 인지도 등도 저하되고 있음*

< *누가 한국을 움직이는가-언론매체 >

(복수응답 3개, %)

	가장 영향력 있는 언론매체			가장 신뢰하는 언론매체		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
1	JTBC (57.7)	JTBC (50.4)	JTBC (48.4)	JTBC (55.8)	JTBC (43.9)	JTBC (39.2)
2	KBS (31.1)	KBS (27.7)	KBS (19.1)	KBS (18.0)	KBS (14.0)	KBS (15.3)
3	네이버 (22.5)	네이버 (25.7)	조선일보 (25.7)	한겨레 (13.2)	한겨레 (13.1)	한겨레 (12.5)
4	조선일보 (22.2)	조선일보 (19.1)	네이버 (25.4)	네이버 (10.5)	경향신문 (10.1)	경향신문 (9.2)
5	한겨레 (8.4)	MBC (10.8)	MBC (12.8)	조선일보 (9.0)	네이버 (7.4)	MBC (8.0)
6	MBC (7.9)	한겨레 (7.9)	다음카카오 (9.4)	경향신문 (7.9)	조선일보 (7.2)	조선일보 (6.9)

※ 자료 : 시사저널, 각계 전문가 1,000명을 대상으로 한 설문조사, 매년 조사

⇒ 국내 공영방송이 경영혁신, 체질개선 등을 통해 작지만 국민에게 꼭 필요한 방송으로 거듭날 수 있도록 자체적인 구조조정이 필요

⇒ 다만, 이미 레드오션에 진입한 국내 방송시장에서 공영방송이 수신료를 포기하고 상업광고 경쟁에 뛰어들 경우 타 매체의 피해가 클 것으로 예측됨

⇒ 현재처럼 공영방송의 재원으로 수신료와 광고를 유지하되 공영방송 수신료 금액을 국민의 평가와 연동하여 조정하는 방안 등을 강구하여 공영방송의 공정성, 신뢰도, 경쟁력을 유지할 필요

※ 전문적이고 객관적인 수신료산정위원회를 설립하여, 수신료 적절성을 전문가와 국민이 평가하고 이를 수신료 금액과 연동하여 조정

- (국민 의견수렴 및 성과지표 강화) 뉴질랜드는 정부(MCH), 방송사(TVNZ), 방송지원을 위한 독립기관(NZ ON Air), 방송규제를 위한 독립기관(BSA) 등 방송정책 입안 및 시행, 방송 운영 및 지원, 규제 등 각 과정에서 일상적으로 국민의 의견을 수렴하고 피드백 과정을 공개
 - 국내에도 재허가 승인 시 국민의견 수렴 등이 진행되고 있으나, 국민의 평가결과를 반영하는 장치 등이 부재하여 실질적인 국민소통이 이뤄지고 있다고 보기 어려움
 - 뉴질랜드 각 기관의 연차보고서는 가감 없는 숫자를 성과로 국민에 직접보고 하고, 각 기관의 서비스에 대한 만족도 조사결과를 공개

⇒ ‘국민에게 정당하게 평가 받는다’는 원칙 없이는 기관의 국민의견 수렴 절차가 지속적으로 형식적이고 낭비적일 것으로 전망됨에 따라, 국민소통 및 성과 평가 과정의 내실화를 위한 모델 제시 필요

⇒ 특히 정례적으로 가감 없는 국민 만족도 조사를 실시하고 세부 지표별로 내용을 공개하며 이를 보완하는 성과 평가를 통한 환류 체계를 공고히 할 필요가 있음

- (융합시대 대응) 뉴질랜드는 넷플릭스, 유튜브 등 글로벌 OTT에 대한 의존도가 이미 커서 OTT 관련 적극적인 대책 마련에 부심 중
 - 다만, 글로벌 OTT 및 허위·조작 정보 등에 대한 대응을 위해 영연방의 전통에 기반하여 영국, 호주 등과 공동대응 방안을 모색하고, 방송·통신사 및 콘텐츠 제작사와의 협력모델 구축을 독려
 - 글로벌 시대의 핵심어를 ‘뉴질랜드의 스토리와 목소리’을 반영한 콘텐츠 개발, 제작 지원으로 보고 정부가 독립위원회를 통해 민간과의 펀딩, 프로모션, 마케팅 전체를 원스탑으로 지원 중

- ⇒ 규모의 경제를 확보한 글로벌 OTT 기업 등에 대응하기 위해서는 국내 사업자끼리는 물론 아세안 등 인접국가와의 연대가 필요
- ⇒ 국내기업의 해외진출과 협력지원이 분산적으로 이뤄지기 보다는 신속하고 효율적이며 종합적일 수 있도록 관계부처 협력을 통해 공동 추진체계를 구성하는 것이 바람직
- ⇒ 정부차원에서 사업자 간 제휴·협력이 활성화되도록 인수·합병 절차를 간소화하고 협력모델 구축 시의 인센티브가 될 수 있는 정책방안 마련 필요

□ (특이사항) : 없음

※ 선물수령 관련

- 선물수령 여부 : ☐ 예. ☒ 아니오.
- 선물신고 여부 : ☐ 예. ☒ 아니오.

1. 공무국외출장 계획서

1. 출장개요

출장목적	뉴질랜드 방송통신 정책 및 규제 전담부처와 공영방송, 통신사를 방문하여 오세아니아권 국가의 공영방송 및 수신료 제도와 OTT 등 새로운 미디어 환경에 대한 대응현황을 살펴 봄						
출장기간	2018. 12. 15. ~ 12. 20. (4박 6일)						
여 행 국	뉴질랜드						
방문기관	뉴질랜드 문화유산부, 방송표준위원회(Wellington) 공영방송 TVNZ, 통신사 Spark(Auckland)						
여 행 자	소 속	직 급	성 명	성 별	연 령	여 행 경 비	
						금 액	부담기관
	방송정책 기획과	5급	윤영란	여	41	KRW 3,247,800 (항공운임) + USD 868	방송정책국
	혁신기획 담당관	6급	김미희	여	37	KRW 3,247,800 (항공운임) + USD 738	방송정책국
	혁신기획 담당관	7급	김다은	여	26	KRW 3,247,800 (항공운임) + USD 738	방송정책국

2. 출장일정

월 일 (요일)	출발지	도착지	방문기관	업무수행내용 (수집할 자료목록, 질의할 내용 등)	비 고
12.15.(일)~ 16.(월)오후	인 천	뉴질랜드		o 이동(인천16:45→뉴질랜드 웰링턴12:10)	o 오클랜드 경유
12.16.(월)	뉴질랜드		BSA (Broadcasting Standards Authority)	o 뉴질랜드 '방송표준위원회' 면담 예정 - 독립민간 심의기관이자 시청자불만처리 기관인 BSA와 방송내용 관련 방송사 규제현황, 방송사 및 시청자 의견수렴 방식 등 협의	웰링턴
12.17.(화)	뉴질랜드		MCH (Ministry for Culture&Heritage)	o 뉴질랜드 '문화유산부' 면담 - 방송통신 정책 및 규제기관인 MCH와 뉴질랜드 방송법(1989)에 의한 공영방송, OTT 등 규제 및 진흥 현황 등 파악 ※ 오후 오클랜드로 이동	
12.18.(수)	뉴질랜드		TVNZ (TV New Zealand)	o 뉴질랜드 '공영방송' 면담 - OTT 등 새로운 미디어 환경변화에 대응하기 위한 공영방송 전략, 재원, 평가 시스템과 국민 의견수렴 방안 등 파악	오클랜드
12.19(목)	뉴질랜드		Spark (New Zealand Spark)	o 뉴질랜드 '스파크' 면담 - OTT 등 새로운 미디어 환경변화에 대응하기 위한 인터넷 TV 등 단말기 개발 및 플랫폼 투자 전략 등	
12.20(금)	뉴질랜드	인천		o 이동(뉴질랜드 오클랜드 07:00 →인천 17:40)	

● 현지 상황에 따라 방송기관 및 일정 변동가능

3. 출장경비

성 명	계	항공운임		체 재 비			준비금	교육비	기 타
		GTR	非 GTR	일 비	식 비	숙박비			
윤영란	KRW 3,247,800 (항공운임) + USD 868	-	-	USD 180	USD 264	USD 424	USD 50	-	-
김미희	KRW 3,247,800 (항공운임) + USD 738	-	-	USD 156	USD 222	USD 360	USD 50	-	-
김다은	KRW 3,247,800 (항공운임) + USD 738	-	-	USD 156	USD 222	USD 360	USD 50	-	-

● 준비금 : 호주 및 뉴질랜드 전자여행허가서 발급비용 (귀국 시 호주 시드니 공항 경유)

4. 출장효과

- 뉴질랜드 방송통신 정책·규제기관과 방송·통신사를 방문하여 양국의 방송·통신정책과 글로벌 미디어 융합현상에 대한 효율적 대응방안 논의
 - 특히 방송통신 정책 입안부터 이행 과정에서 실질적인 국민의견을 수렴하고 반영할 수 있는 방안 모색을 위한 의견교환

5. 외교부 협조

- 해당사항 없음