

방송통신위원회, 방송시장 활성화 정책방안 및 업무계획 발표

중간광고 전면 허용 등 방송 규제 혁신

정리. 이진범 방송과기술 기자

방송통신위원회(이하 방통위)는 1월 13일 글로벌 미디어 환경 변화에 대응하여 방송시장의 낡은 규제를 혁신하고 미디어 생태계 전반의 활력을 높이기 위한 '방송시장 활성화 정책방안'을 발표했고, 19일에는 2021년 방통위 업무계획을 발표했다.



I. 방송시장 활성화 정책방안

디지털 기술의 진화와 미디어 이용행태 변화로 국내 미디어 생태계 내 경쟁이 심화되고 방송시장의 침체가 지속되는 가운데, 그간 방송콘텐츠 제작의 핵심 주체로서 방송한류를 견인해온 방송사들의 투자 및 혁신 여력이 저하되고 있다.

이에 방통위는 우리 방송시장의 재도약과 새로운 활로 모색을 지원하기 위해 지난해 초부터 전문가·관련 업계·시민 단체 등의 의견 수렴을 거쳐 △ 방송 규제체계 혁신 △ 방송생태계 기반 확충 △ 방송 시장 이용자 권익 강화를 위한 세부과제를 마련했다. 아울러, 중간광고·분리편성광고(PCM)·편성제도 개선 등 방송시장의 성장동력 확충을 위한 일부 광고 및 편성제도 정비과제들은 '방송법 시행령 개정안'을 함께 발표하여 조속히 추진하기로 하였다.

'방송시장 활성화 정책방안'의 주요 내용은 다음과 같다.

방송 규제 체계 혁신

네거티브 규제 원칙 _ 방송광고 분야에 열거된 광고 유형만 허용하는 포지티브 방식 대신 금지되는 광고 유형만 규정하는 원칙허용·예외금지 원칙을 도입한다. 또한, 광고유형 간소화, 일 총량제 도입, 형식 규제 최소화, 방송광고 허용범위 확대 등을 추진하고, 신유형광고 법적 정의 및 통합방송광고 규제 체계도 마련한다.

중간광고 허용 _ 방송매체에 중간광고를 전면 허용하고, 방송매체 간 광고총량, 가상·간접광고 시간 등의 차이를 해소한다. 아울러, 시청권 보호 및 프로그램의 과도한 중단 방지를 위해 분리편성광고(PCM)와 중간광고에 대한 통합적용 기준 마련, 중간광고 허용원칙 신설, 고지의무 강화를 추진하고 시청자 영향평가도 실시한다. 중간광고는 기존 유료방송·DMB와 동일한 시간·횟수로 전면 허용하며 1회당 1분 이내, 45분 이상 1회, 60분 이상 2회, 이후 30분당 1회 추가하여 최대 6회까지 가능하다.

편성규제 재정립 _ 규제 도입취지, 방송환경 변화 및 사업자 간 형평성 등을 고려하여 방송법 상 편성규제 원칙과 부문별 편성비율 규제 등을 전면적으로 재검토한다.

편성규제 개선 _ 편성 자율성 제고 및 콘텐츠 경쟁력 확보를 위해 오락 프로그램, 주된 방송분야, 1개국 수입물 편성규제를 완화하고, 지상파 이동멀티미디어방송(DMB)에 대한 편성규제를 25년까지 유예한다. 편성비를 산정기간을 기존 ‘월·분기·반기·연’에서 ‘반기·연’으로 통일하여 규제를 간소화하고 탄력적인 편성 환경을 조성한다.

광고판매 재검토 _ 지역·중소 방송사를 지원해 매체 간 균형발전과 미디어 다양성 제고에 기여하기 위해 도입된 방송광고 결합판매제도 및 미디어렐 체제(방송광고판매대행체제) 전반에 대하여 재검토한다.

방송생태계 기반 확충

방송데이터 활용 제고 _ 통합시청점유율 도입, 방송프로그램별 시청기록·시청경로 공개 등 시청점유율 조사결과 민간 활용도를 제고하고 조사방법도 고도화한다. 미디어 데이터 협의체 등 운영(시청률 데이터 품질 인증 등)을 통해 민간데이터의 신뢰성을 제고하는 한편, 방송통계포털 편의성 제고(원시데이터·자료통합기능 제공 등), 방송콘텐츠가치정보 분석시스템 고도화 및 방송통계포털과의 연계 등 방송분야 빅데이터 활용기반 조성도 추진한다.

OTT 활성화 _ OTT(온라인동영상서비스) 해외시장 실태분석, 홍보플랫폼 구축, OTT 사업자 애로 해소 및 고품질 드라마 제작비·OTT 콘텐츠 간접광고비 지원 등도 추진한다.

공정한 방송환경 조성 _ 유료방송사와 콘텐츠사업자 간 ‘선계약 후공급’ 정착 유도 및 원활한 콘텐츠 사용료 협의를 위해 전문가협의회를 운영하고, 거대 유료방송 및 방송채널거래시장의 불공정행위 조사 등도 강화한다. 방송 분야 종사자 표준계약서 활용을 제고하고, 방송사에 근로환경 개선 의무 법제화 등 제도개선을 추진하여 공정하고 지속 가능한 시장 기반을 조성한다.

방송시장 이용자 권익 강화

국민의 방송권익 보호 _ 시청자위원회(방송사) 및 시청자권익보호위원회(방통위)의 역할을 강화하여 방송광고 불만 등에 관한 시청자 참여를 강화한다. 규제 혁신이 시청자 복지 증진으로 이어질 수 있도록 광고·협찬 제도개선 이후 시청자 영향평가를 실시하고 앞으로 제도개선에 반영할 계획이다. 이 밖에도 유료방송 민원처리절차 제도화 및 민원처리정보공개 등 이용자보호를 강화한다.

협찬제도 개선 _ 협찬이 프로그램에 미치는 영향으로 인한 시청자 기만 방지를 위해 제작비 협찬 시 원칙적 협찬 고지 의무 등 제도 개선안을 마련한다.

(※ 협찬의 ‘정의’ 및 ‘허용범위’, 상품·용역과 관련된 기능·효과·효능을 다루는 경우 ‘의무적 협찬고지’, ‘자료제출 의무’ 등을 담은 방송법 개정안 기 국회제출, 20.10월)

소외계층 미디어 환경 개선 _ 새로운 미디어 환경변화에 맞는 다각적인 정책 지원과 제도적 기반 강화를 위해 중장기 종합계획 수립 및 ‘(가칭)시청각장애인 미디어 접근권 보장 지원법’ 제정을 추진한다.

방송시장 사후규제체계 마련 _ 방송광고 네거티브 규제원칙 마련 및 편성규제 전면 재검토 등에 상응하는 제재수준 강화 등 방송이용자 권익보호 체계를 마련한다.

한상혁 위원장은 “급격한 미디어 환경 변화를 담아내지 못하는 현재의 방송 분야 관련 법령, 불공정하고 차별적인 제도와 관행을 적극적으로 개선하여 국내 방송시장의 경영 위기가 방송의 공적가치 약화로 이어지지 않도록 제도개선 등을 추진하겠다.”고 강조했다. 또한, “규제 완화에 따른 방송의 공적책무 약화 우려 등에 대해서는 시

민사회, 전문가, 관련 업계와 앞으로도 소통하면서 지속 보완·개선해나가겠다.”고 말했다.

방통위는 향후 추진과정에서 광고·편성 규제개선은 지상파·유료방송사와 지속적인 의견 수렴을 거쳐 제도개선 방안을 추진하고, 관계기관 협의 및 예산 확보에도 적극적으로 대응하여, 우리 방송업계가 국민과 글로벌 시청자를 대상으로 고품질의 콘텐츠를 제공하고 한류를 견인하는 첨병 역할을 하도록 적극 지원해가겠다고 밝혔다.

I. 방송 규제 체계 혁신

1. 광고·협찬 규제 혁신
2. 광고 판매제도 개선
3. 편성 규제 개편

II. 방송 생태계 기반 확충

1. 방송콘텐츠 제작 기반 활성화
2. 미디어 데이터 활용 기반 구축
3. 글로벌 경쟁력 강화 지원

III. 방송시장 이용자 권익 강화

1. 공정한 시장 환경 조성
2. 방송이용자 권익보호 기반 조성

방통위는 중간광고 전면 허용, 중간광고 시청권 보호 조치, 광고총량 등 매체 간 규제 차이 해소, 광고시간 제한품목 가상·간접광고 허용, 경미한 형식규제 과태료 기준금액 하향 내용을 담은 ‘방송광고 제도개선 관련 방송법 시행령 개정안’과 오락프로그램(종합편성방송사업자) 편성비율 완화, 주된 방송분야(전문편성방송사업자) 편성비율 완화, 1개국 영화·애니·대중음악 수입물 편성비율 완화, 지상파DMB에 대한 편성규제 유예, 편성비율 산정기간 개선을 담은 ‘편성제도 개선 관련 방송법 시행령 개정안’에 대해 올해 1~3월 ‘입법예고 및 관계부처 협의’를 거쳐 4~5월 법제처 심사 및 차관·국무회의 의결을 마친 후 6월 공포할 예정이다.

방송시장 활성화 정책의 주요 및 세부 과제 방향은 다음 표로 요약하였다.

방송시장 활성화 정책 추진 방향

주요 과제	세부 과제	현황	정책 방향
광고·협찬 규제 혁신	방송광고 자율성 제고	온라인광고가 급속히 성장하여 방송광고의 매출을 추월한지 오래이나, 방송광고는 여전히 복잡하고 세분화된 넓은 규제를 유지하고 있어 온라인광고와의 공정한 경쟁이 어려움	복잡하고 형식적인 기존 규제는 과감하게 삭제하고, 시장 활성화를 위해 규제 최소화 및 원칙허용·예외금지 체계로 혁신
	방송광고 규제 합리화	온라인 중심의 미디어 환경변화로 방송광고 시장이 침체 중이며, 유료방송 광고매출이 지상파를 추월함에 따라 광고규제 재검토 필요	미디어 환경 변화를 고려하여 공정경쟁 환경을 조성하고 방송의 성장 동력을 확보할 수 있도록 매체 간 규제 차이를 해소하고 시장의 자율과 경쟁을 촉진
	방송광고· 협찬 경쟁력 강화	미디어 환경 변화로 방송광고와 온라인광고 간의 경쟁이 심화되고 있으나, 방송광고에만 엄격하고 넓은 규제가 적용되고 있음	온라인광고와 공정한 경쟁 환경 조성을 위해 불필요한 형식규제를 과감히 해소하여 방송광고의 자율성·창의성을 제고하는 동시에, 실질적 시청권 제고를 위해 협찬 제도 정비 강화
광고 판매제도 개선	결합판매 제도 개선	지상파방송 광고매출 감소에 따른 결합 대상 중소방송사 지원금액 동반 감소, 광고주의 결합판매 기피현상 심화 등으로 지역·중소방송사 지원책으로서의 정책 실효성이 약화되고 있음	결합판매 제도의 성과와 한계, 문제점 등을 분석하여 제도의 재검토 및 지역·중소방송사 지원 대안 등 개선 방안 마련
	미디어렙 판매체제 개선	미디어 디지털화가 심화되면서 방송·인터넷·모바일 등을 결합한 크로스미디어(cross-media) 광고가 증가하고 있으며, 전체 광고시장의 경쟁이 심화되고 시장변화가 가속화되고 있음	디지털 미디어 환경변화에 대응하여 광고판매 구조를 전면 재검토하는 한편, 미디어렙의 판매대상 확대 및 방송분야 정부광고 대행기관 지정으로 미디어렙의 창의성과 경쟁력 제고
편성 규제 개편	편성규제 재정립	과거 지상파방송 독점체제 위주의 넓은 편성규제가 지속되어 방송채널 증가, OTT 출현 등 방송환경 변화 미반영	편성규제의 실효성, 사업자별 규제 형평성, 방송사 편성 자율성 등을 고려하여 편성규제를 합리적으로 전면 개편
	의무 편성비율 개선	과거의 매체별·장르별 의무편성비율 규제로 최근의 방송채널증가, OTT 출현 등 방송환경 변화에 시의적절한 대응이 곤란	현실에서 실효성이 저하된 규제는 폐지하고 방송환경변화, 시청행태 등을 고려하여 편성규제를 전반적으로 완화

주요 과제	세부 과제	현황	정책 방향
편성 규제 개편	편성규제 합리화	경직된 편성규제로 인한 방송사 편성 자율성 저하로 OTT 출현 등에 대응하기 위한 콘텐츠 경쟁력 제고 곤란	방송사의 경영환경을 반영한 편성규제로 전환하고 방송사 설립취지 등을 고려하여 프로그램 편성 자율성 제고
방송콘텐츠 제작 기반 활성화	시청점유율 제도 개선	방송콘텐츠 시장의 주요 거래 기준인 시청률 지표의 신뢰성 부족으로 콘텐츠 가치 산정 관련 분쟁·비효율이 발생하고, 시청점유율 데이터가 N-스크린 시청행태 변화를 반영하지 못한다는 지적	미디어 이용 관련 민간통계의 객관성·신뢰성 등 확보를 위한 품질관리 추진, 시청행태 변화를 반영한 통합시청점유율 도입 및 방송시청기록 민간 제공으로 방송 기획·제작·유통·광고 등에서 활용 지원
	콘텐츠 제작 지원	거대 자본력과 세계시장을 확보한 글로벌 OTT에 비해 기존 미디어와 국내 OTT 사업자의 제작재원 부족	방송콘텐츠 제작에 어려움을 겪고 있는 방송사업자에게 글로벌 OTT와 대응할 수 있는 핵심 콘텐츠 제작비를 지원(기재부)
미디어 데이터 활용 기반 구축	경쟁상황 평가 개선	OTT 등 신규서비스의 시장성에 대한 분석이 미흡하고 콘텐츠사업자의 실태조사 자료 확보를 위한 법적 근거 부재	OTT 등 신규서비스에 대한 자료 확보 및 분석의 시의성을 보완하여 방송산업 활성화 및 기존 미디어·뉴미디어 간 균형발전을 위한 정책방안 제시 등 활용성 강화
	방송 아카이브 구축	방송 및 인터넷의 콘텐츠 생산·유통이 활발해지고 있으나, 국내 영화산업과 달리 방송 분야는 방송콘텐츠·광고를 체계적으로 수집·관리·보존하는 시스템 미흡으로 민간의 활용 저조	방송 한류의 역사적·사회적 가치가 있는 콘텐츠를 보존하고 창의성을 갖춘 제작자들이 쉽게 이용할 수 있도록 방송콘텐츠·방송광고 데이터를 집약하여 체계적으로 관리
	방송 빅데이터 기반 조성	방송 관련 다양한 조사·연구·통계 데이터를 '방송통계포털(mediastat)'과 '방송콘텐츠 가치정보 분석시스템(racoi)'을 통해 제공	방송통계포털과 방송콘텐츠 가치정보 분석 시스템을 각각 고도화/통합하고, 방송콘텐츠·방송광고 데이터 플랫폼 등과 연계하여 방송 빅데이터 시스템으로 확대 추진
글로벌 경쟁력 강화 지원	국내 OTT 해외진출 기반 조성	넷플릭스 등 글로벌 OTT 사업자는 공격적인 콘텐츠 투자와 적극적인 콘텐츠 현지화로 국내·외 시장 장악	해외에서의 국내 방송콘텐츠 접근권 향상 및 국제 OTT 행사 개최 등을 통해 토종 OTT 해외진출 지원 사업 발굴
	방송콘텐츠 IP 보호 및 활용	디지털 기술의 발달로 플랫폼이 다양화되어 방송콘텐츠 수요가 증가하고 있으나 저작권자 권리보호에 치중, 유통은 미흡	방송콘텐츠에 대한 저작권합상 특별한 보호, 적절한 가치 보장으로 소비자의 시청권을 보장하고 유통을 활성화(문체부 협의)
공정한 시장 환경 조성	건전한 방송 제작환경 조성	방송사·외주사 간 거래 가이드라인 제정 등 제도적 장치는 마련되고 있으나, 현장에는 불공정 관행이 남아있는 것으로 평가	외주제작시장에 선계약·후제작 거래환경 조성 등 공정한 프로그램 거래 정착을 위한 제도개선 및 방송시장 근로환경 개선 추진
	공정한 경쟁 활동 강화	최근 SO의 인수·합병 등으로 유료방송시장이 과점화되고 부당한 고객 유인 등 새로운 형태의 불공정 행위 우려	방송시장 환경 변화를 반영한 불공정행위 시장조사 활동을 강화하고 현장조사권 신설 등 유료방송 사후규제 법제 정비
	공정한 콘텐츠 거래 환경 조성	방송시장 성장 정체 → 방송광고 수익 감소·제작비 상승 → 프로그램 사용료 인상 요인 확대 → 플랫폼/PP 분쟁 증가	유료방송 플랫폼과 방송채널공급 계약 시 '先계약 後공급' 정착 유도 및 방송프로그램 사용료 배분구조 개선을 통하여 콘텐츠사업자의 수익 예측 가능성 및 제작여건 향상에 기여
방송이용자 권익보호 기반 조성	방송광고 시청자 참여 강화	광고·협찬에 대한 시청자 불편이나 кей블 등 유료방송 가입자의 불만 등 시청자의 목소리를 정책에 반영하는데 한계	광고·협찬 규제 자율성 확대에 대한 시청자 평가를 분석하고 시청자에 의한 감시 강화 및 시청자의 적극적 참여 유도
	방송 민원 처리 시스템 구축	방송사 협조를 통해 유료방송사 접수 민원 현황(연간 약 1천4백만 건) 및 유형별 분석 후, '유료방송자율개선협의회'를 통해 민원처리 결과 및 개선계획 등 공유	유료방송 민원 분석결과와 사실조사·제도개선 연계 등을 통한 시청자 권익보호 강화
	소외계층 미디어 환경 개선	09년도 '방송소외계층 지원 종합계획' 수립 이후 급격히 변화된 환경에서 현행 방송소외계층의 지원정책 한계	소외계층의 방송접근권 강화를 위해 새로운 미디어 환경변화에 맞는 다각적인 정책지원 전면 재검토 및 관련 제도 개선

II. 2021년 방송통신위원회 업무계획

방통위는 ‘2021년 방송통신위원회 업무계획’에서 방송의 공공서비스 확대, 허위조작정보 및 디지털 불법유해물 대응 강화, 방송통신 성장 지원, 이용자 중심 디지털 포용사회 구축에 대한 과제를 발표하고, ‘신뢰’, ‘성장’, ‘포용’의 핵심가치를 체감할 수 있는 환경을 만드는 데 최선을 다할 것을 약속했다. 2021년 핵심 추진과제를 살펴보면, 다음과 같다.

방송의 공공서비스 확대

미디어융합시대 방송의 공적책무 강화 _ 미디어 융합시대에 부합하는 방송의 공적 책임을 새롭게 정립하고, TV와 라디오, 공영방송과 민영방송 등 매체별 특성을 반영한 허가 제도를 마련한다. 또한, 공영방송의 공적 책무를 강화하기 위해 재허가 제도를 방통위와 공영방송 간 ‘공적책무 협약’으로 대체하고 협약의 이행 여부를 엄격히 점검하도록 하는 제도개선 방안을 마련한다.

미디어 공공성 강화 및 재난방송 대응체계 고도화 _ 시청자 접근성을 높이기 위해 KBS·EBS 등에 대한 다채널방송(MMS)의 법적근거를 마련할 예정이다. 또한, 코로나19로 인한 비대면 교육 콘텐츠 수요 증가에 따라 EBS의 실감형 교육 콘텐츠 제작을 지원한다. 또한, 재난방송 체계를 개선하기 위한 종합계획을 수립하고, 재난방송 컨트롤타워 기능을 하는 ‘재난방송상황실’을 설치해 각종 재난에 효율적으로 대응한다.

방송재원구조 개편 _ 수신료와 다른 수익 간 회계구분, 수신료 사용 내역 공개 의무화, 수신료위원회 설치 근거 마련 등 수신료의 합리성과 투명성을 높이고 공영방송의 역할을 강화하도록 수신료 제도를 개선한다. 방송광고 결합판매 제도개선방안을 마련하고 광고거래의 효율성을 높이기 위해 미디어랩 판매영역을 인터넷과 모바일 영역으로 확대해나간다.

허위조작정보 및 디지털 불법유해물 대응 강화

팩트체크를 활성화하여 올바른 정보가 확산하도록 지원하고, 팩트체크의 신속성과 정확성을 높이도록 팩트체크 오픈 플랫폼(팩트체크넷, factchecker.or.kr)을 고도화하는 한편, 재난상황에서의 허위조작정보를 신속 처리할 수 있도록 대응 매뉴얼을 마련하는 등 허위조작정보 유통방지를 위한 제도개선을 지원한다.

방송통신 성장 지원

미디어산업 활력 제고 _ 방송통신 융합 환경에 맞추어 광고, 편성규제를 개편하는 등 성장 동력 확충을 위해 마련된 방송시장 활성화 방안을 차질 없이 시행하며, 편성 자율성과 콘텐츠 경쟁력 제고를 위해 편성규제를 완화하고, 중간광고 허용 등 광고규제를 합리화한다. 또한, 2023년까지 지상파 UHD 전국망 구축을 추진하고 직접수신 확대와 유료방송 재전송 협의를 지원해 실질적인 UHD 시청이 이루어지도록 한다.

공정경쟁 환경 조성 _ 공정한 경쟁 환경, 상생하는 미디어 생태계 조성을 위해 협찬의 투명성 제고를 위한 법제 개선, 협찬 관련 모니터링 강화(방심위 협조) 및 홈쇼핑 연계편성 현황 정기 점검도 추진한다.

이용자 중심 디지털 포용사회 구축

국민불편 원스톱 해결 _ 방통위 홈페이지에 플로팅광고 신고창구와 단말기유통법 신고 안내 코너를 개설해 국민 불편사항을 적극적으로 발굴하고 개선해 나가며, 통신분쟁조정을 가동하여 분쟁조정의 실효성과 편리성을 높인다.

소외계층 미디어 복지 격차 해소 및 미디어 소통역량 강화 _ 소외계층의 방송 접근권 강화를 위한 중장기 종합계획을 수립하고, 스마트 수어 방송 서비스를 계속 지원하며, AI 기술을 활용한 음성-자막-수어 전환 시스템을 개발한다. 

2021 방송통신위원회 업무계획

국민과 함께하는 행복한 미디어세상



01 방송의 공공서비스 확대



미디어융합시대 방송의 공적책임 강화

- 방송 매체별 특성을 반영한 허가·승인제도 마련
- 경영방송재하기제도를 공적책임 이행으로 대체하는 제도 개선방안 마련



미디어 공공성 강화

- 비대면 교육 수요증가에 맞춰 EBS 실감형 콘텐츠 제작 지원
- 시청자위원회 기능 강화 등을 통한 시청자 참여 확대
- 지역 라디오, 공동체 라디오 신규허가



재난방송 대응체계 고도화

- 재난방송 종합계획 수립
- 재난방송 컨트롤타워 역할 강화를 위한 재난방송상황실 설치



방송재원 구조 개편

- 수신료 선정 및 사용의 합리성과 투명성 제고를 위한 제도 개선
- 방송광고 결합판매제도 개선안 마련
- 미디어법판매영역 인터넷과 모바일 영역으로 확대

02 허위조작정보 및 디지털 불법 유해물 대응 강화



민간자율의 팩트체크 활성화

- 팩트체크 오픈 플랫폼 시스템 고도화
- 팩트체크 전문교육지원 및 우수사례 발굴



허위조작정보 대응 강화

- 재난상황 허위조작정보 대응 매뉴얼 마련



디지털성범죄 등 불법정보 대응 강화

- 디지털성범죄물 식별·무미이행에 대한 제재 강화
- AI기반 샘플 빅데이터 분석시스템 구축



건강한 디지털이용 환경 조성

- 디지털 시민의식 제고를 위한 맞춤형 교육·홍보 강화

03 방송통신 성장자원



미디어산업 활력 제고

- 방송광고·편성규제 개편 등 방송시장 활성화방안 시행
- 2023년까지 지상파 UHD 전국망 구축, UHD 서비스 활성화 추진
- 방송과 OTT 등을 포괄하는 (가칭) 시청각미디어서비스법(안) 마련



방송광고 규제체계 혁신

- 방송광고 원칙 허용, 예외 금지 방식의 네거티브 규제 도입
- 중간광고 허용 및 가상·간접광고·협찬고지 등에 대한 형식규제 완화



공정경쟁 환경 조성

- 방송시장 사후 규제 정비, 금지행위 실태점검 등 공정경쟁 환경 조성
- 협찬의 투명성 제고 및 홀소평·지상파·공편의 연계연성 방지
- 결합판매 관련 제도의 법적 근거 명확화
- 해외사업자의 법규 위반행위에 대한 집행력 강화

04 이용자 중심 디지털 포용사회 구축



국민불편 원스톱 해결

- 홈페이지에 플로팅광고 신고창구 개설 등 국민불편사항 발굴·개선
- 통신분쟁조정지원시스템 가동으로 분쟁조정 실효성 제고
- 단말기 공시지원금 확대 등 이용자 편의 증대



소외계층 미디어 복지 격차 해소

- 시청각장애인 미디어 접근권 강화를 위한 종합계획 수립
- 스마트 수어방송 및 장애인 VOD 활성화
- AI 기술을 활용한 음성-자막-수어 전환 서비스 개발



디지털 미디어 소통역량 강화

- 2023년 까지 17개 광역·시·도 단위의 시청각미디어센터 구축 추진
- 온라인 미디어교육 플랫폼 운영 활성화 및 마을공동체 미디어 교육 확대



지능정보사회 이용자 보호 및 역량 강화

- 지능정보사회 이용자 보호 규율체계 정립
- 플랫폼 영향력 확대에 따른 플랫폼 이용자 보호 법제 마련
- 위치정보산업 규제 합리화 및 안전한 본인확인서비스 제공 활성화 등