

미디어인 소식지

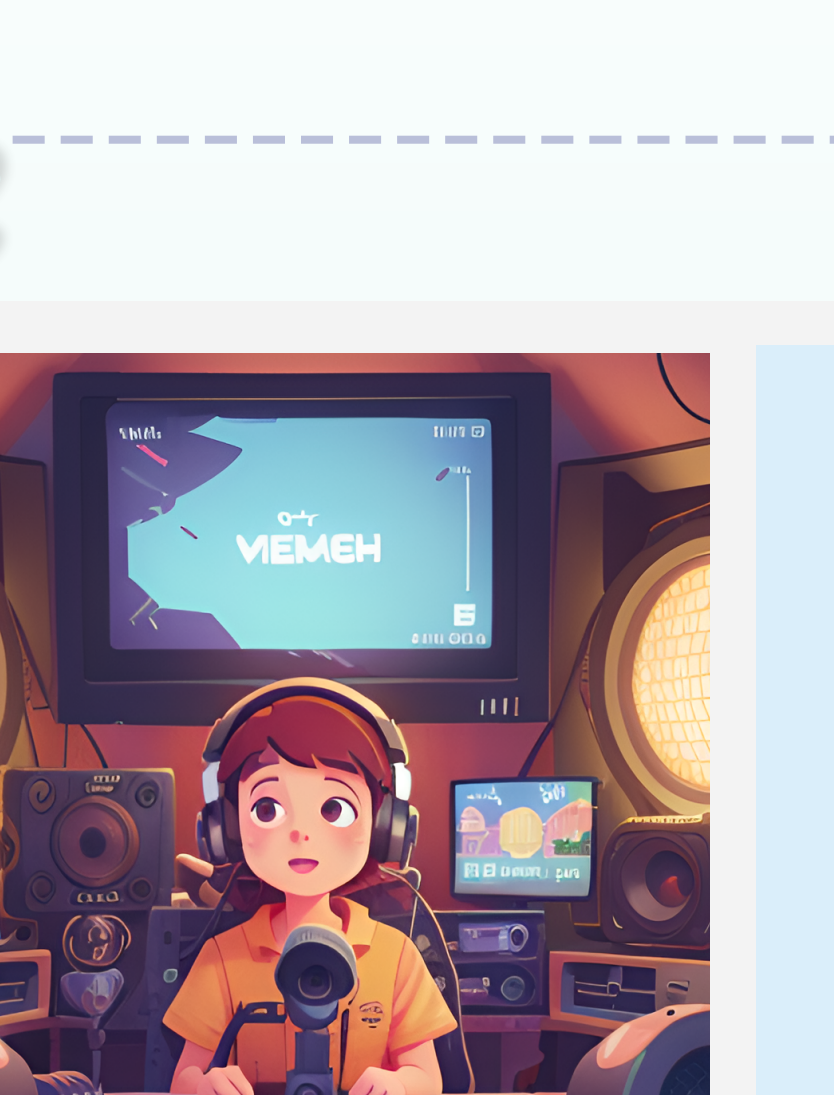
시청자가 중심이 되는 신나는 방송서비스
이해부터 소통, 참여까지

한눈에 보는 요약

미디어인 소식지가 전하는 시청자 권익 필수 정보, 놓치면 아쉽겠죠?

- 미디어인의 다양한 권익 활동 소개! 시청자 권익 보호를 위한 방송사 간담회
- 유용한 정보 가득! 방송 미디어 관련 활동과 공모전 소식 총정리!
- 핫이슈 심층 탐구! 전문 자료와 상담 사례로 알아보는 OTT 시대 시청자 권익

시청자 권익 보호를 위한 방송사 간담회

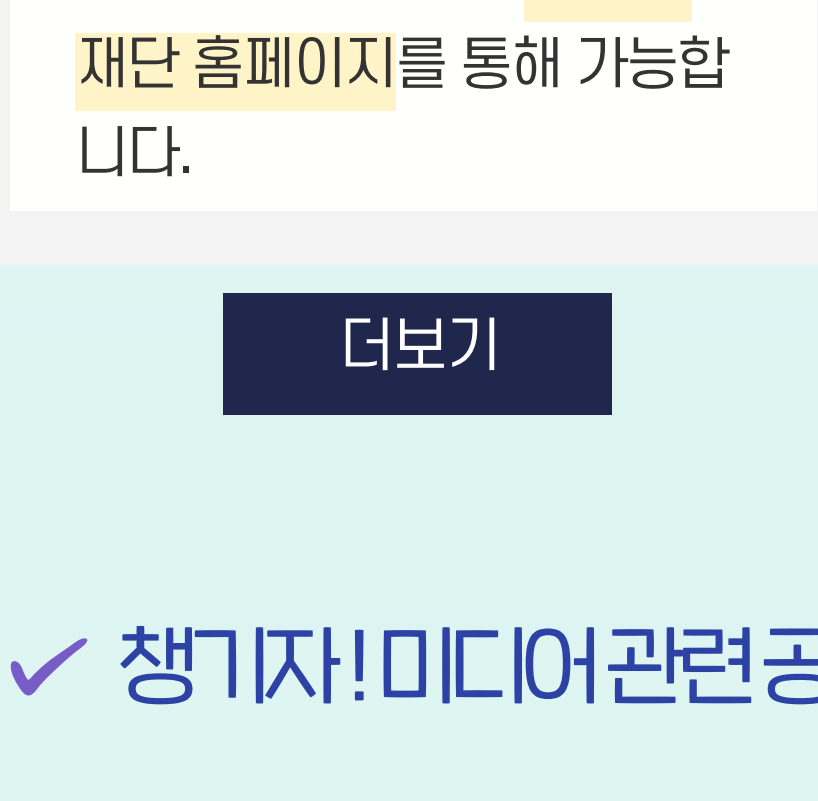


시청자 권익 보호를 위한 민간 협력의 장 방송사 간담회 개최

시청자 권익 정보 센터는 지난 7월 24일, 시청자 권익 보호 강화를 위한 방송사 간담회를 개최했습니다. 이 자리에는 지상파 방송, IPTV, 홈쇼핑 등 다양한 방송사 관계자들이 참석했으며, 센터는 미디어인 운영 현황과 향후 계획을 발표했습니다. 간담회에서는 방송사들과의 협력을 통해 미디어인이 시청자 권익 보호에 보다 적극적인 역할을 할 수 있도록 다양한 논의가 이루어졌습니다.

간추린 시청자 권익 소식

✓ 챙기자! 미디어 관련 활동



시청자 미디어재단 '방학맞이 프로그램' 일제 실시

여름방학을 맞아 전국 12개 시청자 미디어 센터에서 청소년 진로 탐색 및 가족 체험 중심의 특화 미디어 교육 프로그램을 일제히 운영합니다. 신청은 재단 홈페이지를 통해 가능합니다.

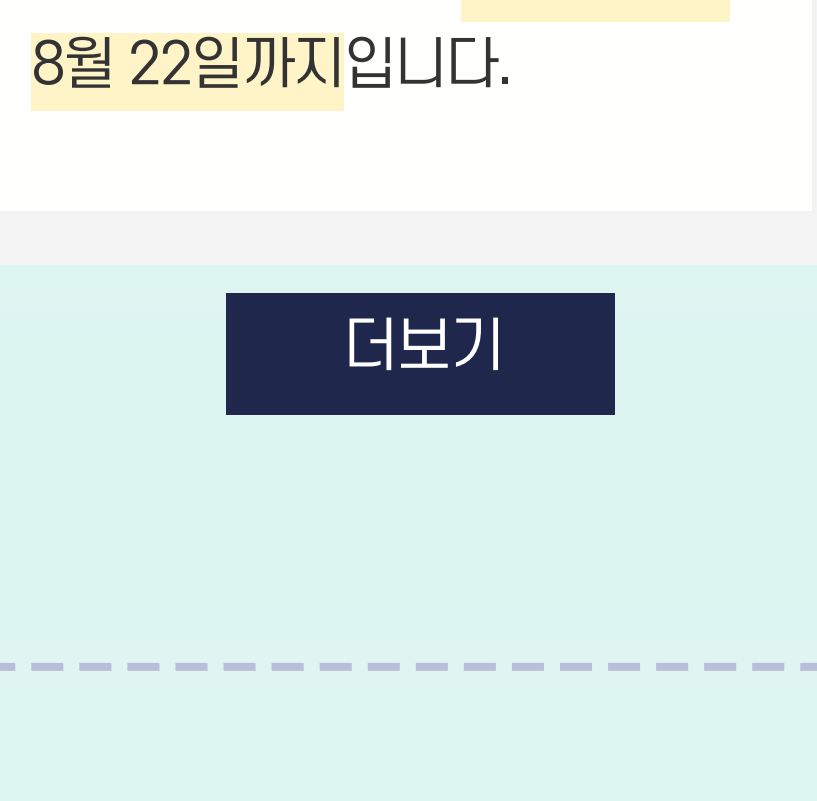
더보기



방송통신심의위원회(강원) '방송 모니터 요원' 모집

방송문화의 질적 향상에 기여할 방송 모니터 요원을 모집합니다. 전문 모니터 분야(출천)와 일반 모니터 분야(원주)로 나누어 모집하며 신청 기간은 8월 7일까지입니다.

더보기

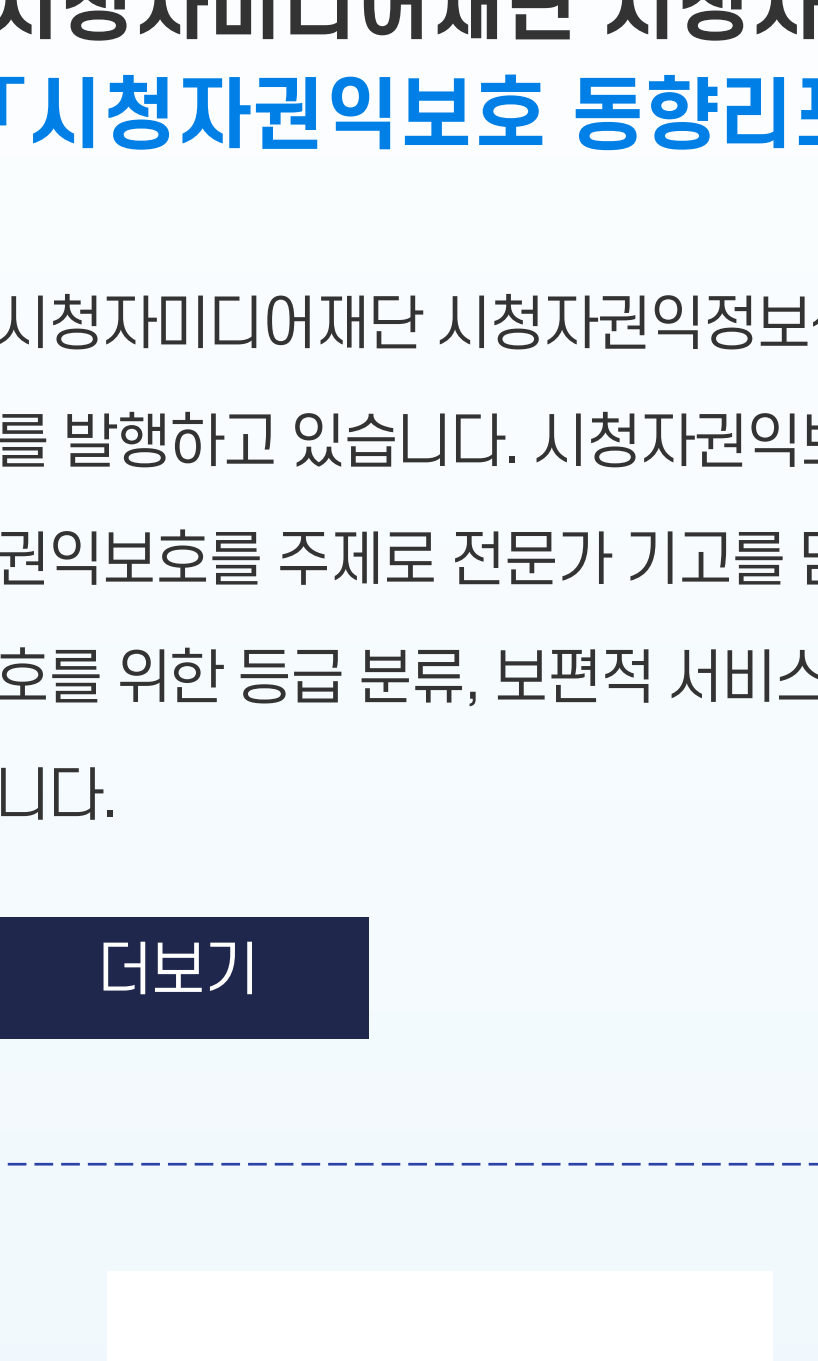


2025 지역신문 컨퍼런스 서포터즈 4기를 모집합니다

지역언론에 관심이 있거나 현장 취재에 대한 역량을 키우고 싶은 대학생 및 휴학생을 대상으로 지역신문 컨퍼런스 서포터즈 4기를 모집합니다. 신청 기간은 8월 22일까지입니다.

더보기

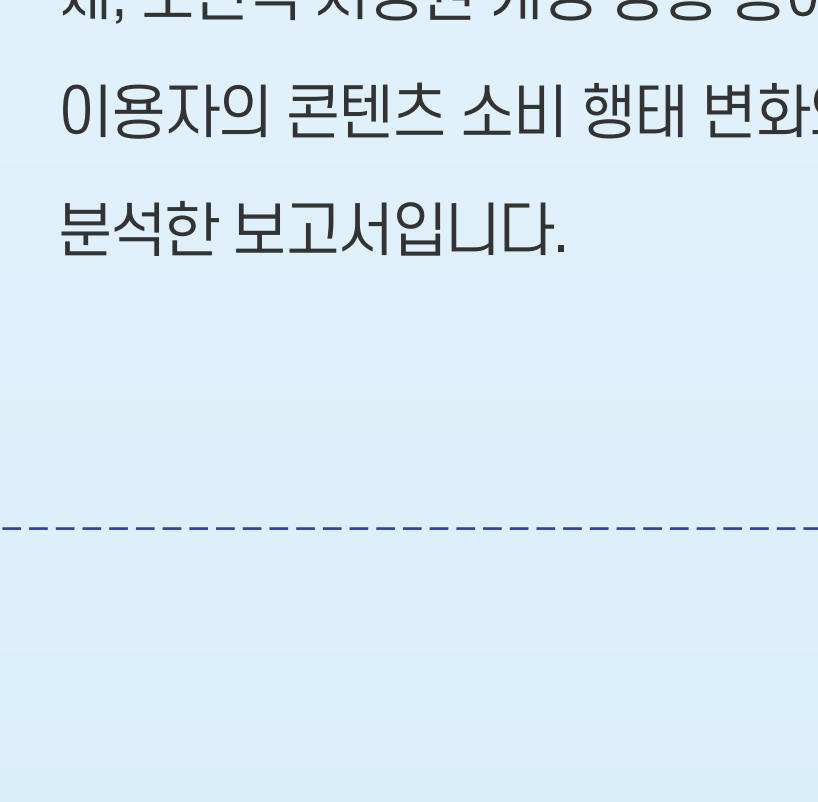
✓ 챙기자! 미디어 관련 공모전



시청자 미디어재단 '2025 시청자 미디어 대상 방송영상 공모전' 개최

시청자 미디어 재단은 시청자가 제작한 창의적인 작품 발굴 및 홍보, 시청자의 방송 참여 활성화에 기여한 개인 및 단체를 격려하기 위한 '2025 시청자 미디어 대상 방송영상 공모전'을 개최합니다. 영상·오디오 제작을 본업으로 하지 않는 대한민국 국민 누구나 참여 가능하며 공모 기간은 9월 8일까지입니다.

더보기



한국방송광고진흥공사 '2025 대한민국 공익광고제' 개최

한국방송광고진흥공사(kobaco)가 국민과 다양한 사회문제 및 이슈를 공유하고 해결 방안을 모색하기 위한 '2025 대한민국 공익광고제'를 개최합니다. 국민 누구나 참여 가능하며 자유주제로 영상, 옥외광고, 인쇄 등의 부문으로 선택하여 지원할 수 있습니다. 접수 기간은 8월 18일까지입니다.

더보기



한국콘텐츠진흥원 'KOCCA 트렌드 - 방송영상·OTT 트렌드' 발행

한국콘텐츠진흥원이 발간한 『2024 KOCCA TREND - 방송영상·OTT 트렌드』에서는 OTT 산업의 성장 속에서 시청자 권익 이슈를 집중 조명합니다. OTT 플랫폼 내 상당한 보상 구조, 생성형 AI 시대의 저작권 문제, 보편적 시청권 개정 방향 등이 주요 주제로 다뤄집니다. 이용자의 콘텐츠 소비 행태 변화와 함께, 산업·정책적 대응 방안을 심층 분석한 보고서입니다.

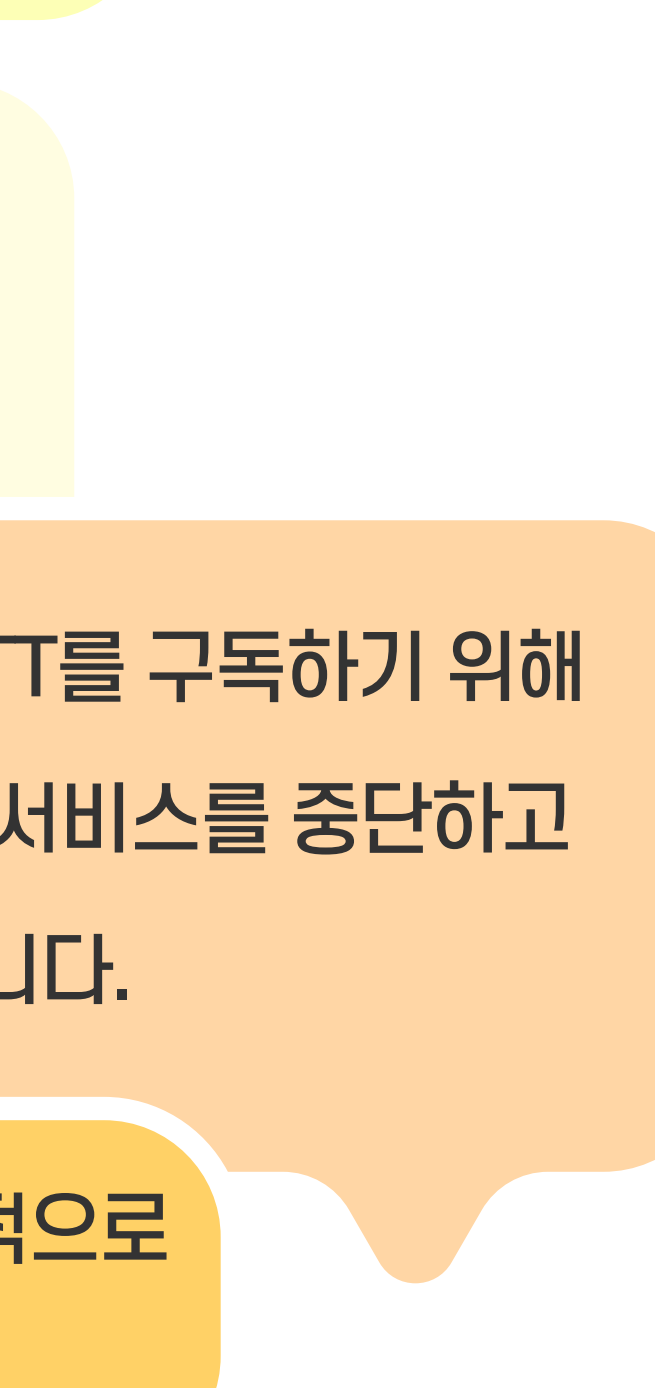
더보기

심층 탐구

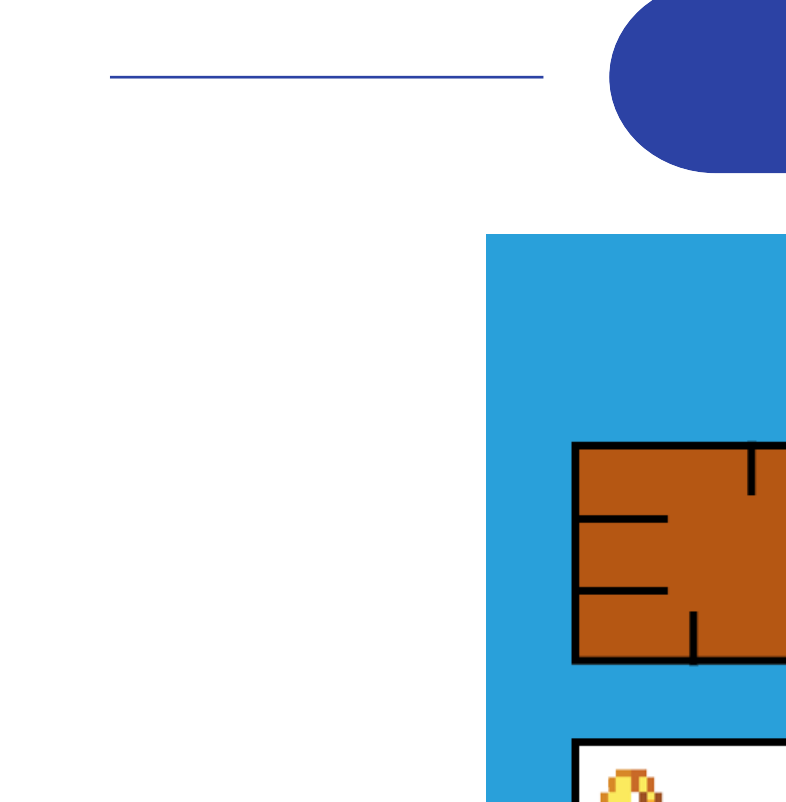
OTT 시대의 시청자 권익

시청자 미디어재단 시청자 권익 정보 센터 「시청자 권익 보호 동향 리포트」 발행

시청자 미디어재단 시청자 권익 정보 센터에서는 시청자 권익 보호 동향 리포트를 발행하고 있습니다. 시청자 권익 보호 동향 리포트 2호에는 OTT와 시청자 권익 보호를 주제로 전문가 기고를 담았습니다. OTT 확대 시대에 시청자 보호를 위한 등급 분류, 보편적 서비스 보장, 정책 과제의 중요성을 이야기합니다.



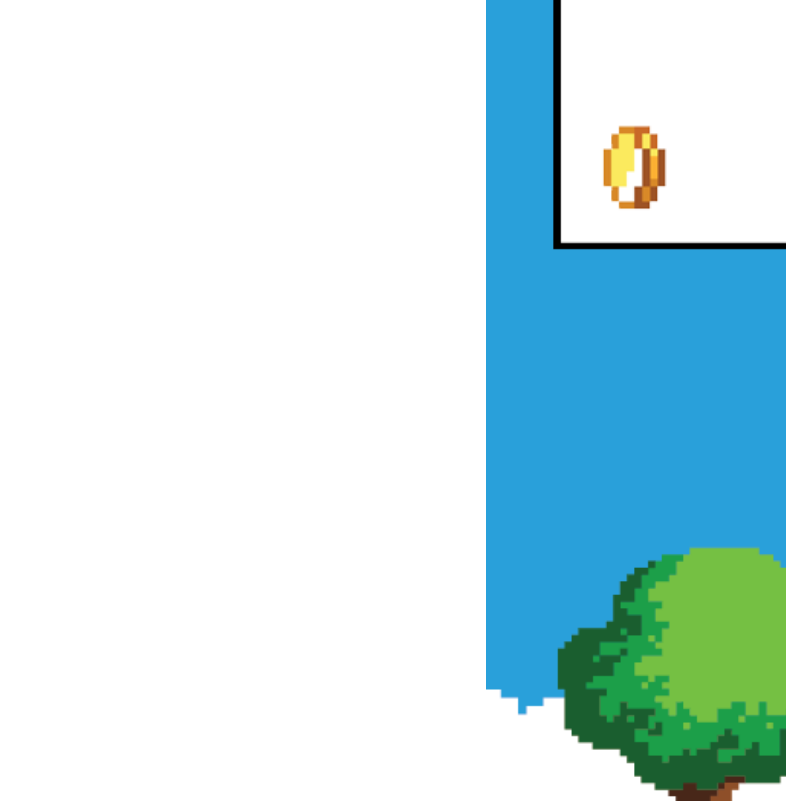
더보기



방송통신위원회 「전기통신사업자 이용자 보호 업무 평가」 결과 발표

방송통신위원회는 전기통신 서비스 이용자의 피해를 예방하고 불만을 보다 신속, 효율적으로 처리하는 등 사업자의 자율적인 이용자 보호 노력을 유도하기 위해 실시한 '전기통신사업자 이용자 보호 업무 평가'의 결과를 발표했습니다. OTT 플랫폼에서는 웨이브와 유튜브가 '보통', 넷플릭스가 전년 대비 한 등급 떨어진 '미흡' 평가를 받았습니다. 올해부터는 티빙과 쿠팡플레이가 추가로 선정되어 평가받게 됩니다.

더보기



한국콘텐츠진흥원 'KOCCA 트렌드 - 방송영상·OTT 트렌드' 발행

한국콘텐츠진흥원이 발간한 『2024 KOCCA TREND - 방송영상·OTT 트렌드』에서는 OTT 산업의 성장 속에서 시청자 권익 이슈를 집중 조명합니다. OTT 플랫폼 내 상당한 보상 구조, 생성형 AI 시대의 저작권 문제, 보편적 시청권 개정 방향 등이 주요 주제로 다뤄집니다. 이용자의 콘텐츠 소비 행태 변화와 함께, 산업·정책적 대응 방안을 심층 분석한 보고서입니다.

더보기

상담 사례로 알아보는 시청자 권익

OTT와 시청자 권익 관련 FAQ

질문 선택 시 해당 FAQ 페이지로 넘어갑니다.

OTT 플랫폼에 게시된 영상물의 내용이 현재 지정된 연령 등급에 적합하지 않은 것 같습니다.

해외 드라마를 시청하던 중 자막 노출이 짧아 내용을 이해하기 어려웠습니다. 이러한 경우 어떻게 개선을 요청할 수 있나요?

OTT 시대에도 보편적 시청권이 필요할까요?

불법 스트리밍 링크 사이트를 이용하는 경우, 어떤 점이 문제가 될 수 있나요?

계정 공유 플랫폼을 통해 OTT를 구독하기 위해 현금 결제를 했는데 업체가 서비스를 중단하고 연락이 안됩니다.

OTT 플랫폼을 연간 구독했는데 중간에 일방적으로 이용 약관을 변경해 불편을 겪었습니다.

시청자 권익 퀴즈

「간접광고」를 알아보자!

방송 프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용해 그 상품을 노출시키는 광고를 말합니다.

- ✓ 교양, 오락, 운동 경기 중계 프로그램에 한하며, 어린이 프로그램과 보도, 시사 등 객관성과 공정성이 필요한 프로그램의 경우에는 금지됩니다.
- ✓ 상품을 알 수 있는 표시의 노출 시간은 본 방송 프로그램 시간의 0.7%입니다.
- ✓ 본 프로그램 내 전 회차 줄거리, 다음 회 예고에 포함된 간접 광고도 모두 노출 시간에 포함됩니다.

□□□□ 란?
방송 프로그램 안에서
상품을 소품으로 활용하여 그 상품을
노출시키는 광고를 말합니다.

여기서 퀴즈!

정답 확인하러 가기 [CLICK](#)

미디어인 SNS에서도 소통해요!

다음 미디어인 소식지가 벌써부터 기다려진다!

실시간으로 시청자 권익 정보를 확인하는 방법은 없나요?

시청자 권익 정보 통합 플랫폼 미디어인 CLICK 즐겨찾기 추가

시청자 미디어재단

미디어인
시청자 권익 정보 센터

본 메일은 시청자 미디어재단 시청자 권익 정보 센터 정보메일 수신에 동의하신 회원님께 발송되었습니다.

수신을 원하지 않으면, 수신 거부 버튼을 클릭해 주세요.

수신 거부 Click

※ 수신 거부 클릭 후 「미디어인 뉴스레터 수신에 동의합니다」 중

「아니오」를 선택하시면 수신이 철회됩니다.

발행처 시청자 미디어재단 시청자 권익 정보 센터