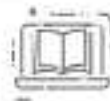


시청자 권익보호제도 영국편

2024.6



목 차

I. '양질의 방송을 시청할 권리' 보호 제도	1
1. BBC (British Broadcasting Corporation)	3
1) 2016 년 칙허장과 BBC 협약	4
2) Ofcom 의 BBC 운영 프레임워크(Ofcom's Operating Framework for the BBC, 2017.10)	7
3) BBC 운영면허(2023.3.23./2024.3.4.)	9
4) Ofcom 의 BBC 에 대한 연차보고서(Ofcom's annual report on the BBC)	22
2. 공공서비스방송 (Public Service Broadcasting)	25
1) PSB 의 목표와 특징	25
2) PSB 의 성과	28
3) PSB 의 미래	31
3. Ofcom 의 심의 제도	43
1) Ofcom 방송규정(Ofcom Broadcasting Code)	43
2) ODPS(On-demand programme service) 규칙	48
4. Ofcom 의 심의 절차	55
1) 텔레비전과 라디오에서의 콘텐츠 기준 위반 조사절차	57
2) 공정성 & 프라이버시 심의 절차	61
3) BBC 및 BBC ODPS 심의 절차	65

4) <ODPS 규칙> 위반 심의절차	66
5. Ofcom 의 법정제재 절차	67
6. 방송광고 심의제도	68
1) ASA(Advertising Standards Authority)	68
2) 방송광고규정(BCAP Code)	69
7. 워터셰드(Watershed)	73
8. 콘텐츠 등급분류	75
II. '방송을 통한 피해로부터 보호·구제받을 권리'	79
1. BBC 민원 처리	80
1) BBC 민원 프레임워크 및 절차(BBC Complaints Framework and Procedures, 2020.6.)	80
2) BBC 민원신청 방법	82
2. Ofcom 민원 처리	84
1) 텔레비전과 라디오에서의 콘텐츠 기준 위반 조사절차에 따른 민원처리	84
2) 공정성&프라이버시 심의 절차에 따른 민원처리	86
3) Ofcom 민원신청 방법	89
3. ASA 의 민원처리	91
1) 방송광고 민원처리 절차(Broadcast Complaint Handling Procedure)	91
2) 방송광고 민원신청 방법	98

III. '방송서비스를 제공받는 소비자로서의 권리' 보호 제도	102
1. 일반조건(General Conditions of Entitlement)	104
1) 일반조건 구성 및 적용범위	104
2) 일반조건 중 소비자 보호 조건(Part C)	104
IV. '격차 없이 보편적 방송서비스를 제공받을 권리' 보호 제도	109
1. 장애인방송	109
1) 텔레비전 서비스 접근성	109
2) ODPS(On-demand Programme Service) 접근성	115
3) EPS 접근성(EPG Accessibility)	118
2. 재난방송	119
V. '방송 관련 의견을 제시하고 반영시킬 권리' 보호 제도	123
1. 방송사에 대한 의견제시 및 민원신청	123
2. Ofcom 에 대한 의견제시 및 민원신청	124
1) 의견조회(consultation)와 영향평가(impact assessment)	124
2) 민원신청	127

I. '양질의 방송을 시청할 권리' 보호 제도



I. '양질의 방송을 시청할 권리' 보호 제도

영국의 방송통신 산업 및 내용규제 담당기구는 Ofcom(Office of Communications)이다. 「2002년 Ofcom 설치법(Office of Communications Act 2002)」에 의거 기존의 5개 규제기구(Independent Television Commission, Office of Telecommunications, Broadcasting Standards Commission, Radio Authority, Radiocommunications Agency)가 통합되어 2003년 12월 29일 공식 출범하였다. Ofcom은 정부부처인 디지털문화미디어스포츠부(Digital Culture Media & Sports, DCMS)와 밀접한 관계를 유지하면서 방송통신 규제업무를 독립적으로 수행한다. 재원은 규제대상 사업자가 납부하는 수수료(fees)이다.¹⁾

「2003년 커뮤니케이션법(Communications Act 2003)」에 규정된 Ofcom의 일반의무(general duties)는 커뮤니케이션 분야에서 시민(citizens)의 이익을 증진하고, 경쟁을 촉진하여 관련 시장에서 소비자(consumer) 이익을 증진하는 것이다. 이에 따른 Ofcom의 업무는 다음과 같다. ① 광대역을 포함하여 사람들이 커뮤니케이션 서비스를 이용할 수 있도록 보장한다. ② 다양한 수용자(audiences)에게 소구할 수 있는 양질의 텔레비전 및 라디오 프로그램을 여러 사업자가 제공하도록 보장한다. ③ TV, 라디오 및 온디맨드 서비스에서 유해한 또는 불쾌한 내용으로부터 시청자와 청취자를 보호한다. ④ 프로그램에서 불공정하게 취급 받지 않도록 그리고 프라이버시를 침해당하지 않도록 보장한다. ⑤ 보편적 우편 서비스가 주 6일 동안 기준 가격으로 모든 영국 지역에 제공될 수 있도록 한다. ⑥ 무선 주파수가 가장 효과적인 방법으로 사용되도록 보장한다.

반면, Ofcom이 수행하지 않는 업무는 다음과 같다. ① 전화, 광대역 또는 모바일 제공사업자와 이용자 간 개별적인 분쟁(individual dispute)은 다루지 않는다. 이는 ADR(Alternative Dispute Resolution)을 통하여 다루어진다. ② 프리미엄 요금 전화서비스이다. 이 서비스에 대한 규제는 선불전화서비스위원회(Phone-paid Services Authority)가 담당한다. ③ TV, 라디오 또는 인터넷 광고 규정이다. 광고심의위원회(Advertising Standards Authority)가 규제를 담당한다. ④ BBC 월드서비스(BBC World Services)의 프로그램 규정을 설정하지 않는다. ⑤ 우편사무(post offices)를 담당하지 않는다. ⑥ 신문, 잡지에서 무엇이 게재될 수 있는지를 결정하거나, 인터넷에서 사람들이 작성하거나 게시하는 사항을 검열하지 않는다.²⁾

Ofcom 조직은 Ofcom 이사회(Ofcom Board), SMT(Senior Management Team), Ofcom 콘텐츠이사회(Ofcom Content Board), 위원회(Committees), 전국 및 지역사무소(Nations and Regions)로 이뤄져 있

1) <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/part/1>

2) <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/what-is-ofcom>

다. Ofcom 이사회는 최대 12명의 이사(board member)로 구성된다. 이중 3명은 집행이사(executive board member)이며, 9명은 의장(chair)을 포함한 비 집행이사(non-executive board member)이다. 스코틀랜드, 웨일스, 북아일랜드 비 집행이사는 DCMS와의 사전 협의를 거쳐 해당 지역 정부가 지명한다. DCMS 장관이 이사회 의장을, 국무장관이 집행이사를 지명한다. 1명의 사무처장(executive board member & chief executive)과 2명의 집행이사(executive board member)는 의장과 비 집행이사가 지명한다. 이때 사무처장은 국무장관의 승인이 필요하다.³⁾ Ofcom 이사회는 Ofcom의 최고의사결정기구로서 규제정책 수행을 위한 전략적 방향을 제시하고 재정과 운영 전반에 대한 책임을 진다. 여기에는 ① 업무계획, 장기목표, 전반적인 전략적 정책 프레임워크 승인 ② 연간예산 및 재정 정책과 예산당국의 프레임워크 승인 ③연차보고서 및 회계 승인 ④ 위험관리, 내부통제 및 준법(compliance) ⑤ 이사회의 성과 및 위원회의 성과에 대한 공식적, 정기적 평가에 관한 사항이 포함된다. Ofcom 이사회 회의는 연간 최소 10회로, 월 1회 가량 개최된다. 이사회 회의 안건, 요약문, 의사록은 Ofcom 웹사이트에 게시된다.⁴⁾

SMT(Senior Management Team)는 Ofcom 이사회의 위임을 받아 Ofcom의 일상적 운영에 관한 책임을 맡는다. SMT는 사무처장(executive board member & chief executive), 그룹이사(group directors), 일반고문(general counsel), 수석 이코노미스트(chief economist), 수석 집행관(chief operating officer), 수석 기술관(chief technology officer), 인력 및 전환이사(people & transformation director)로 구성된다. SMT는 Ofcom 이사회가 설정한 전략, 정책 및 행동이 Ofcom에 효과적으로 전달되고 이행되도록 하는 역할을 수행한다.⁵⁾⁶⁾

Ofcom 콘텐츠이사회(Ofcom Content Board)는 「2003년 커뮤니케이션법」 섹션12(1)에 의거 텔레비전과 라디오의 품질과 기준의 설정 및 규제 기능을 수행한다. Ofcom 콘텐츠이사회는 콘텐츠 관련 이슈를 '부정적 콘텐츠에 대한 사안(tier 1)', '독립 텔레비전 제작, 지역 제작, EU/UK 오리지널 제작 비율(quotas) 등 양적 사안(tier2)', 'ITV, Channel4, Five 같은 공공서비스방송사(tier3)' 등 3가지 범주로 나누어 검토한다.⁷⁾

위원회(committees)는 「2003년 커뮤니케이션법」에 의거 Ofcom 이사회 및 집행이사에게 자문을 제공한다.⁸⁾ 위원회에는 커뮤니케이션 소비자 패널(Communications Consumer Panel), 노인과 장애인 자문위원회(Advisory Committee for Older and Disabled People), 위험 및 감사 위원회(Risk and Audit Committee), 인사위원회(People Committee), 선거위원회(Election Committee), 잉글랜드 자문위원회, 북아일랜드 자문위원회, 스코틀랜드 자문위원회, 웨일스 자문위원회, 공동체 라디오 펀드 패널(Community Radio Fund Panel), Ofcom 주파수자문위원회(Ofcom Spectrum Advisory Board, OSAB)가 있다.

3) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0015/42225/board-procedures.pdf

4) <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/how-ofcom-is-run/ofcom-board>

5) <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/how-ofcom-is-run/smt>

6) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0022/240727/annual-report-2021-22.pdf

7) <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/how-ofcom-is-run/content-board>

8) <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/how-ofcom-is-run/committees>

1. BBC (British Broadcasting Corporation)

영국은 공익성 이념 하에 방송시스템을 구축해 온 대표적 국가이다. 영국 정부는 1923년 사이크스 위원회(Sykes Committee), 1925년 크로포드 위원회(Crawford Committee)를 구성하여 라디오방송의 위상에 대하여 검토하였다. 이들 위원회는 시장주의 방식 또는 정부통제 방식이 아니라 공공독점 방식의 라디오방송 운영을 제안하였다. 이를 수용한 영국 정부는 1927년 칙허장(The Royal Charter)에 입각하여 수신료를 재원으로 운영되는 공영방송 BBC(British Broadcasting Corporation)를 설립하였다.

BBC 초대 사장 존 리스(John Reith) 경은 방송을 상업적 목적으로 이용하는 것은 사회적 손실이라고 보았다. 그는 방송을 민주주의를 지탱하고 발전시킬 수 있는 유용한 도구라고 보았다. 방송은 공중이 원하는 것이 아니라 공중이 필요로 하는 것을 제공해야 한다고 주장했다. 전국적 채널 서비스를 통해 보도, 교양, 오락을 균형 있게 제공하여 국민을 계몽해야 한다고 보았다. 이러한 신념은 영국이 공익주의 관점에 입각한 공영방송 체계를 구축하는데 기초가 되었다.⁹⁾

이후 BBC 독점체제에 대한 사회적 우려가 커지면서 보수당 정부는 1955년 상업방송 ITV를 도입하였으며, BBC와 ITV간 경쟁이 심화되면서 1960년 BBC Two가 출범하였다.¹⁰⁾ 1970년대에는 프랑스 68혁명의 영향을 받아 방송개혁에 대한 사회적 요구가 높아졌다. BBC One, BBC Two와 ITV 간 경쟁심화에 따른 방송의 상업화, 다양성과 혁신성 저하가 문제로 부상하였다. 이에 영국 정부는 애넌위원회(Annan Committee, 1974~1977)를 구성하여 방송 전반에 대한 진단과 미래 방향을 제시하게 했다. 애넌위원회는 광범위한 의견수렴 과정을 거쳐 최종보고서를 제출했다.¹¹⁾ 일명 애넌보고서는 공영방송의 역할을 강조하고 상업방송에 대해 비판적 태도를 취했다. 또 사회의 다원적 목소리 수용을 위해 4번째 지상파방송 채널을 설립하되 공적 기구인 OBA(Open Broadcasting Authority)가 운영하는 방안을 제안했다.¹²⁾ 이를 수용한 영국 정부는 1982년 Channel 4를 설립하였다. Channel 4는 공적 소유이지만 광고 판매로 재원을 충당하며, 영국 독립 제작사가 제작한 프로그램 위주로 채널을 구성하는 이른바 외주제작 편성모델을 채택하였다.¹³⁾ 1980년대 등장한 보수당 정부는 방송에 대한 시장주의 논리를 강조하였다. 그 결과 1997년 상업방송 Channel 5가 개국되었다.

9) 주성화·김대규·김성규(2012). 「스마트 미디어 시대 방송의 공익성에 관한 연구」, 정보통신정책연구원.

10) 정용준(2004). 초창기 BBC의 공론장 기능에 대한 비판적 평가. 「언론정보연구」, 51(1), 39-62.

11) 정용준(2016). 1970년대 영국의 방송 개혁에 대한 역사적 논쟁- 애넌 위원회를 둘러싼 논쟁을 중심으로, 「방송통신연구」, 2016년 봄호, 71-90.

12) 이한영 외(2009). 「방송통신융합에 따른 공익성 심사제도의 글로벌 스탠다드 연구」(방송통신위원회 지정 2009-01), 방송통신위원회 한국전파진흥원.

13) 정용준(2016). 1970년대 영국의 방송개혁에 대한 역사적 논쟁- 애넌 위원회를 둘러싼 논쟁을 중심으로, 「방송통신연구」, 2016년 봄호, 71-90.

디지털 기술의 급속한 발전과 방송통신 융합 확산에 따라 영국은 「2003년 커뮤니케이션법」을 제정하고 Ofcom을 출범시켰다. 2020년대 초 발생한 코로나19를 계기로 영국 내 글로벌 OTT 서비스의 영향력이 커졌다. 이에 영국 정부는 디지털 미디어 환경 속에서 공영방송 BBC를 비롯한 공공서비스방송이 고품질의 다양한 방송프로그램을 지속적으로 제공할 수 있도록 정책적 노력을 기울이고 있다. 예를 들어 2023년 초안이 공개된 미디어법(안)(Media Bill)이 대표적 사례다. 미디어법(안)은 기존 법을 대체하는 새로운 법안은 아니다. 2003년 커뮤니케이션법, 1996년 방송법, 1990년 방송법 등 방송관련 3개 법안 중 현대화가 필요한 조항을 식별하고 어떻게 개정할 것인가를 다루고 있다. 이 법안을 통해 영국 정부는 공공서비스방송에 대한 보호와 진흥을 강화하고, 넷플릭스 등 글로벌 SVOD 서비스에 대한 규제를 강화하겠다는 정책적 방향성을 명확히 드러내고 있다.¹⁴⁾

1) 2016년 칙허장과 BBC 협약

현재 BBC는 영국 공공서비스(UK public services), BBC 글로벌 뉴스서비스(Global news services), 상업 서비스(Commercial Services)를 제공하고 있다.

[그림 5] BBC의 서비스

What we do



UK public services

We provide a wide range of programmes, content and services on television, radio and online for audiences across the UK



Global news services

BBC World Service television, radio and online is available in more than 40 languages



Commercial services

Our commercial operations generate income to invest in new programmes and content

※ 출처 : <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc>

영국 공공서비스란 전국 및 지역 시청자를 위하여 텔레비전, 라디오, 디지털 방식으로 프로그램, 콘텐츠를 제공하는 방송서비스를 말한다.¹⁵⁾ BBC 글로벌 뉴스서비스란 BBC 월드서비스(BBC World Service), BBC

14) 주대우(2023.5.9.) 英, 미디어 법안 초안(Draft Media Bill) 공개, 「해외방송정보」 2023년 5월호(온라인), <https://program.kbs.co.kr/online/office/pmi/pc/board.html?smenu=25ac38>

15) 2024년 4월 3일 기준 BBC의 영국 공공서비스 현황은 다음과 같다. ① 전국 텔레비전 서비스: BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, CBeebies, CBBC, BBC News, BBC Parliament, BBC Red Button ②전국 라디오 서비스: Radio 1, 1Xtra, Radio 2, Radio 3, Radio 4, BBC 4 Extra, BBC Radio 5 live, BBC Radio 5 live sports extra, BBC 6 Music, BBC Asian Network ③

월드뉴스(BBC World News), BBC.com을 말한다. BBC 월드서비스는 BBC의 국제방송사(international broadcaster)로, 주로 수신료와 정부 보조금에 의존하며 영어를 포함한 42개 언어로 59개국 73개 도시에 텔레비전, 라디오, 디지털 방식으로 뉴스를 비롯한 다양한 프로그램을 제공한다. BBC 월드뉴스는 BBC가 상업 재원을 토대로 24시간 운영하는 글로벌 영어방송 채널이다. 200개 이상의 국가 3억 가구, 180만 개 호텔 객실에서 이용할 수 있다. 뉴스, 비즈니스, 스포츠, 날씨, BBC의 시사, 다큐멘터리, 라이브스타일 등에 관한 정보를 제공한다. BBC.com은 BBC가 운영하는 글로벌 상업 뉴스 웹사이트이다.¹⁶⁾ 상업서비스란 BBC의 상업 자회사(BBC Studio, BBC Studioworks)가 제공하는 서비스를 말한다. BBC 이사회 산하 BBC 상업 이사회(BBC Commercial Board)가 상업 자회사 업무를 관리한다.¹⁷⁾

BBC는 1922년 BBC(British Broadcasting Company)라는 상업방송으로 출발하였으며, 1927년 국왕 조지 5세로부터 칙허장(The Royal Charter)을 받게 되면서 지금과 같은 공영방송으로 탈바꿈하였다. 칙허장은 BBC의 설립목적, 공적목표, 조직형태, 재원, 규제체계 등을 담고 있다는 점에서 BBC의 헌법이라고 불리기도 한다. 칙허장은 정부(디지털문화미디어스포츠부) 주도 하에 10년 단위로 갱신된다. 칙허장이 갱신되면 정부는 BBC와 협약(The Agreement)을 체결한다. 현행 칙허장과 협약은 2017년부터 2027년까지 11년간 유지된다. 이는 다음 칙허장 갱신 협상기간이 총선과 겹치는 것을 피하기 위해서이다.

2016년 칙허장 갱신 과정을 간략히 살펴보면 다음과 같다. 영국 정부는 2015년 <BBC Charter Review: public consultation>¹⁸⁾라는 녹서를 발표하고 칙허장 갱신을 위하여 각계의 의견을 폭넓게 수렴하였다. 2016년 3월에는 정부의 의뢰를 받아 데이비드 클레멘티(David Clementi)경이 작성한 <A Review of the Governance and Regulation of the BBC>¹⁹⁾가 발표되었다. 이 보고서에서는 BBC 지배구조 효율화를 위하여 BBC트러스트(BBC Trust)를 폐지하는 대신 감독 및 규제 기능을 Ofcom에, 경영 기능을 단일 이사회에 이양하는 방안이 제시되었다.²⁰⁾ 한편 정부는 BBC와 협상을 벌여 물가상승률에 맞춰 수신료를 인상 하되, 빈곤문제 해결 차원에서 지원해 왔던 75세 이상 노인의 수신료를 BBC가 부담하도록 했다.²¹⁾ 이러한

지역 텔레비전/라디오 서비스: BBC Radio Scotland, BBC Radio nan Gàidheal, BBC Radio Wales, BBC Radio Cymu, BBC Radio Cymu 2, BBC Radio Ulster and BBC Radio Foyle, BBC Local Radio, BBC Alba, BBC Scotland ④ BBC Online(BBC homepage, BBC iPlayer, BBC Sounds, BBC News, BBC Sport, BBC Bitesize, BBC Weather, CBBC and CBeebies online)
http://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/managementstructure/structureandgovernance/list-of-uk-public-services-mar-2024.pdf

16) <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/whatwedo/worldservice>

17) <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/whatwedo/commercialservices>

18) https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a81aa2f40f0b6230269886e/BBC_Charter_Review_Consultation_WEB.pdf

19) <https://www.gov.uk/government/publications/a-review-of-the-governance-and-regulation-of-the-bbc>

20) http://m.journalist.or.kr/m/m_article.html?no=38666

21) 2010년 보수당 정부가 집권한 이래 BBC의 재정적 토대가 되는 수신료 수입이 2017년까지 동결되었다. BBC는 비용 절감을 위하여 10대 시청자를 대상으로 하는 BBC Three의 지상파 송출을 중단하고 온라인 전용 서비스로 전환하는 등 파격적 행보를 보였다. 2016년 칙허장 갱신을 앞두고 정부와 2년에 가까운 협상을 벌여 왔던 BBC는 수신료 인상에 대한 동의를 얻어 냈으나 연금 수급자 빈곤문제 해결을 위하여 2000년부터 정부가 지불하던 75세 이상 노인의 수신료를 BBC가 부담하게 되었다. 다만 정부보조금을 갑자기 중단하면 BBC가 경영에 어려움을 겪을 수 있으므로 2018~19년에는 4.68억 파운드(약 6,800억 원), 2019~20년에는 2.47억 파운드 (약 3,600억 원)로 감축하다가 2000년 이후부터 전액 삭감하기로 했다. 한편 영국 의회

과정을 거쳐 영국 정부는 2016년 5월 <A BBC for the future: a broadcaster of distinction>라는 백서를 발표하였다.²²⁾ 백서는 하원에 제출되어 토론을 거친 후, 2016년 12월 칙허장 갱신에 반영되었다.

BBC가 요약한 2016년 백서의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.²³⁾

- 45만 파운드 이상의 소득을 얻는 모든 BBC 종사자 및 프리랜서 명단을 공개한다. 이때 급여는 '구간(broad bands)' 형태로 공개한다. 15만 파운드 이상의 급여 패키지를 받는 관리자급 명단의 공개는 현행 방침과 동일하게 유지된다.
- "iPlayer 사각지대(loophole)"를 해소한다. 즉, BBC 프로그램을 온디맨드 방식으로 시청하던 사람들에게 TV 수신료(TV licence)를 부과한다.²⁴⁾
- 차기 칙허장 갱신까지 BBC의 재원으로서 수신료 제도를 11년 동안 유지하며, 2021-22년까지 물가상승률에 따라 증가될 것이다. 이는 장기적으로 "지속가능성이 낮아질 가능성"이 있다.
- 수신료를 구독료 모델로 대체할 계획은 없다. 그러나 BBC는 구독료(subscription-only) 기반 콘텐츠 제공 방안을 고려하고 탐색할 기회를 갖게 될 것이다.
- Ofcom이 BBC에 대한 외부의, 독립적인 규제기구가 될 것이다. 다만, 정부는 Ofcom에 BBC의 "내용적 요건(content requirement)"에 대한 "지침(guidance)"을 제공할 것이다.
- 외부의 BBC 트러스트(BBC Trust)와 내부의 BBC 집행이사회(Executive)를 폐지하는 대신 "단일 이사회(unitary board)"를 신설한다. 단일 이사회는 BBC의 "전략, 활동과 성과가 공공의 이익에 부합하도록" 보장하는 책임을 진다.
- 사장(Director-general)이 편집 권한을 갖는 기존 방침은 유지된다. 단일 이사회는 "송출 이후에 발생하는 이슈나 민원"에 대하여 검토한다.
- BBC는 "흑인, 아시아인, 소수인종 및 충분한 서비스를 받지 못한 국가나 지역 등 소외된(under-served) 시청자에 더 많은 초점"을 기울여야 한다.
- BBC의 새로운 임무는 "공익에 따라 행동하고, 정보·교육·오락에 관한 공정하고(impartial), 고품질의(high-quality), 독창적인(distinctive) 미디어 콘텐츠와 서비스를 모든 시청자에게 제공하는 것"이다.

는 2017년 디지털 경제법(Digital Economy Act)을 개정하는 과정에서 외부 컨설팅을 통하여 타당한 이유가 존재할 경우 노인 대상 무상 수신료 제도를 개정할 권한을 BBC에게 부여하였다.

22) https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/524863/DCMS_A_BBC_for_the_future_linked_rev1.pdf

23) <https://www.bbc.com/news/uk-36276570>

24) iPlayer에 접속하는 모든 기기(노트북, 스마트폰, 태블릿, TV 스트리밍 서비스, 게임 콘솔 및 Sky, Virgin, BT을 비롯한 제3자 서비스)에 새로운 방침이 적용될 예정이다. iPlayer 상 S4C 채널프로그램 및 BBC 라디오 프로그램 시청에는 적용되지 않는다(BBC, 2016; 정은진, 2017, 재인용)

BBC(2016). BBC iPlayer: New TV licence rules come into force(2016. 9. 1).

정은진(2017). 영국 BBC 공영방송의 칙허장 갱신: 공영방송 지배구조와 규제체계 변화를 중심으로, 『정보통신방송정책』, 29(4), 통권 641호, 1-26.

- 총선 등 정치적 주기와 분리하기 위하여 칙허장 갱신주기를 10년에서 11년으로 변경한다. 또 “기대한 바와 같은 작동을 보장하기 위하여” 칙허장 기간 동안 “중간평가(health check)”를 실시한다.
- BBC 월드서비스에 대하여 향후 5년간 연간 2억 5,400만 파운드의 기금을 보장한다. 지난 해 공표된 바와 같이, 현행 의회(current parliament)가 유지되는 기간에 연간 2억 8,900만 파운드의 정부보조금을 추가로 제공한다.
- 프로그램 제작은 더 강한 경쟁에 노출될 것이다. 뉴스와 일부 시사프로그램 제외한, 모든 BBC 프로그램 제작에 독립제작사가 참여할 수 있을 것이다.
- 정부는 고품질 어린이TV를 비롯하여 특정 유형의 공공서비스 프로그램 제작을 위한 새로운 기금을 시범 운영할 것이다. 독립제작사도 입찰에 참여할 수 있으며, BBC 이외 다른 무료(free-to-air) TV채널에서 방영할 수 있다.
- 국가감사원(National Audit Office)은 BBC의 예산집행에 대하여 “더 강력한 역할(stronger role)”을 수행할 예정이다.

2) Ofcom의 BBC 운영 프레임워크(Ofcom's Operating Framework for the BBC, 2017.10)²⁵⁾

2016년 칙허장 및 협약 갱신 전 BBC 지배구조는 BBC트러스트와 집행이사회로 이원화되어 있었다. BBC트러스트는 집행이사회가 추진하는 모든 공적 또는 상업적 활동에 대한 감독기구로서 BBC의 전략적 방향을 설정하고, 예산 등을 승인하며, 집행이사회 경영성과 등을 평가하는 기능을 담당했다.

그러나 갱신된 2016년 칙허장과 협약에 따라 2017년 4월 BBC트러스트는 폐지되었고 대신 Ofcom이 BBC의 공적 및 상업적 활동에 대한 감독, 성과 평가 등에 대한 권한을 갖게 되었다. 또 집행이사회는 BBC이사회(BBC Board)로 개편되어 BBC의 공적 또는 상업적 활동 전반에 대한 의사결정 기능을 수행하게 되었다. 이에 Ofcom은 2017년 3월 <Introduction to Ofcom's Operating Framework for the BBC>(2017년 10월 개정)를 통하여 BBC에 대한 감독기능을 어떻게 수행할 것인지에 대한 프레임워크를 제시하였다. Ofcom의 BBC 운영 프레임워크 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 콘텐츠 규정(Content Standards)²⁶⁾

2016년 칙허장 및 협약에 따르면, BBC 영국 공공방송서비스(BBC UK Public Broadcasting Services)는

25) Ofcom(2017.10.16.). 「Introduction to Ofcom's Operating Framework for the BBC」.

26) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/bbc/content-standards>

‘기준과 공정성 규칙’(Standards and Fairness Codes)을 준수해야 한다고 요구하고 있다.²⁷⁾ BBC 영국 온디맨드 프로그램 서비스(BBC UK On Demand Programme Services, 이하 “BBC ODPS”)의 경우도 동일하다. 그런데 이는 Ofcom이 발전시켜 왔던 <Ofcom 방송규정(Ofcom Broadcasting Code)>²⁸⁾에 포함되어 있다. 따라서 Ofcom은 BBC 영국 공공방송서비스와 BBC ODPS에 <Ofcom 방송규정>, <정당정치와 국민투표 방송에 관한 Ofcom 규칙(Ofcom rules on Party Political and Referendum Broadcasts)>²⁹⁾ 등을 준수토록 하고 있다.

한편, 2016년 칙허장과 협약은 BBC와 Ofcom으로 하여금 콘텐츠 기준을 비롯하여 BBC가 준수해야 하는 의무에 대하여 민원이 제기되는 경우 이를 처리하기 위한 절차를 마련하고 공표할 것을 요구하고 있다. 이에 공정성(Fairness) 그리고/또는 프라이버시(Privacy)를 제외한, 다른 민원에 대하여 Ofcom은 BBC가 먼저 처리한 후 Ofcom에 회부하는 이른바 ‘BBC First’ 접근을 채택하였다. 콘텐츠 기준(Content Standards)에 관한 민원이 제기되는 경우 Ofcom은 관련 절차(New procedures for handling content standards complaints, investigations and sanctions for BBC Programmes)³⁰⁾에 따라 BBC 프로그램을 조사하고 법정제재를 가할 수 있다. 또 온라인 콘텐츠 관련 민원이 제기되는 경우에도, Ofcom은 절차(Procedures for handling complaints relating to BBC online material)³¹⁾에 따라 이를 검토하고 처리한다.

(2) 경쟁(Competition)

2016년 BBC 칙허장과 협정은 공정하고 효과적인 경쟁을 보호하기 위하여 Ofcom에게 다양한 의무를 부여하고 있다. 여기에는 영국 공공서비스 및 비서비스(non-service) 활동에 대한 변경, 영국 공공서비스와 비서비스 활동 그리고 거래행위가 공정하고 효과적인 경쟁의 지속성에 미치는 영향, 영국 공공서비스와 비서비스 활동 그리고 거래행위가 써드파티(third parties)의 계약과 행위에 미치는 영향에 대한 사항이 포함된다.

이에 Ofcom은 ① BBC의 공공서비스 활동 변경이 경쟁에 미치는 영향에 대한 평가 가이드라인(Assessing the impact of proposed changes to the BBC’s public service activities: A consultation on Ofcom’s procedures and guidance)³²⁾ ② BBC의 지속적인 공공서비스 활동이 경쟁에 미치는 우려에 대한 평가 지침(Assessing the impact of the BBC’s public service activities)³³⁾ ③ BBC와 BBC의 상업

27) 칙허장 46(7) Ofcom must secure the observance of standards in the content in the relevant UK Public Services which must be in accordance with the Standards and Fairness Codes

28) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code>

29) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0035/99188/pprb-rules-december-2020.pdf

30) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0030/99417/procedures-bbc.pdf

31) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0022/101893/bbc-online-procedures.pdf

32) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0022/95422/Assessing-the-impact-of-proposed-changes-to-the-BBCs-public-service-activities.pdf

33) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0027/99414/bbc-public-service-activities.pdf

적 보조(commercial subsidiaries) 간 관계 및 BBC의 거래행위 수행방법 평가에 대한 지침(The BBC's commercial and trading activities)³⁴⁾ ④ BBC의 공공서비스 전달 관련 공정하고 효과적인 경쟁 보호방법 지침(Distribution of BBC public service)³⁵⁾ ⑤ BBC의 경쟁의무 이행강제 절차 지침(Procedures for enforcement of BBC competition requirements)³⁶⁾을 마련하였다.

(3) 성과(Performance)

Ofcom은 BBC의 성과와 서비스에 대한 책임을 지고 있다. 이는 Ofcom에게 새롭고 우선순위에 있는 영역이다. 이에 Ofcom은 BBC의 성과와 그에 따른 평가를 위하여 ① BBC 운영면허(The BBC's Operating Licence) ② 성과측정 프레임워크(performance measurement framework)³⁷⁾ ③ 성과평가 설정 및 수정 절차(Procedures for setting and amending the Operating Licence³⁸⁾)를 마련하였다. 이 외에도 Ofcom은 연차보고서(Annual Report)를 통하여 BBC의 성과를 평가한다. 연차보고서에는 Ofcom이 BBC에 대하여 어떤 역할을 수행하였는지에 관한 사항 그리고 BBC가 칙허장과 BBC 협약에 명시된 “특정 의무(the specified requirements)”를 이행하였는지 여부에 관한 사항이 포함된다. 또 칙허장 기간 동안 BBC의 성과에 대하여 최소 2차례 심층 정기점검(in-depth Periodic Reviews)을 수행하며, 특정 분야에 대한 비정기 점검(Ad hoc Reviews)도 진행한다.

3) BBC 운영면허(2023.3.23.³⁹⁾40)/2024.3.4.⁴¹⁾)

Ofcom은 <BBC 운영 프레임워크(Ofcom's Operating Framework for the BBC)>에서 제시한 3가지 영역 중 성과(performance) 영역과 관련하여 2017년 10월 13일 <BBC 영국 공공서비스 운영면허(Operating licence for the BBC's UK Public Services)>⁴²⁾를 발표하였다. 운영면허에는 BBC가 임무(mission)를 완수하고, 공적 목적(public purposes)을 촉진하며, 차별화된 산출과 서비스를 제공하고, 잉글랜드·스코틀랜드·웨일스·북아일랜드의 모든 BBC시청자에게 양질의 서비스를 제공하는데 필요한 규제조건(Regulatory Conditions)이 설정되어 있다. BBC는 운영면허에 명시된 규제조건을 준수하여야 하며, Ofcom은 규제조건

34) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0025/99412/bbc-commercial.pdf

35) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0026/99413/bbc-distribution.pdf

36) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0010/102520/Procedures-for-enforcement-of-BBC-competition-requirements.pdf

37) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0025/264463/performance-measurement-framework_2023.pdf

38) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0025/107089/procedures-bbc-operating-licence.pdf

39) Ofcom(2023.3.23.) Modernising the BBC's Operating Licence.

40) Ofcom(2023.3.23.) Operating licence for the BBC's UK Public Services.

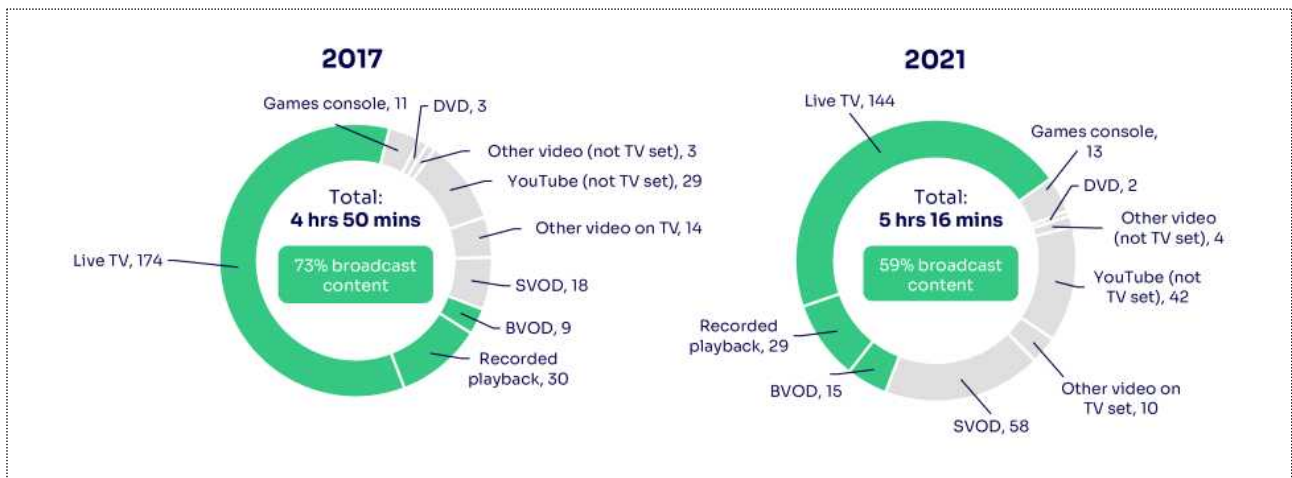
41) Ofcom(2024.3.4.). Operating licence for the BBC's UK Public Services.

42) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0017/107072/bbc-operating-licence.pdf

의 준수여부를 모니터링 한다.

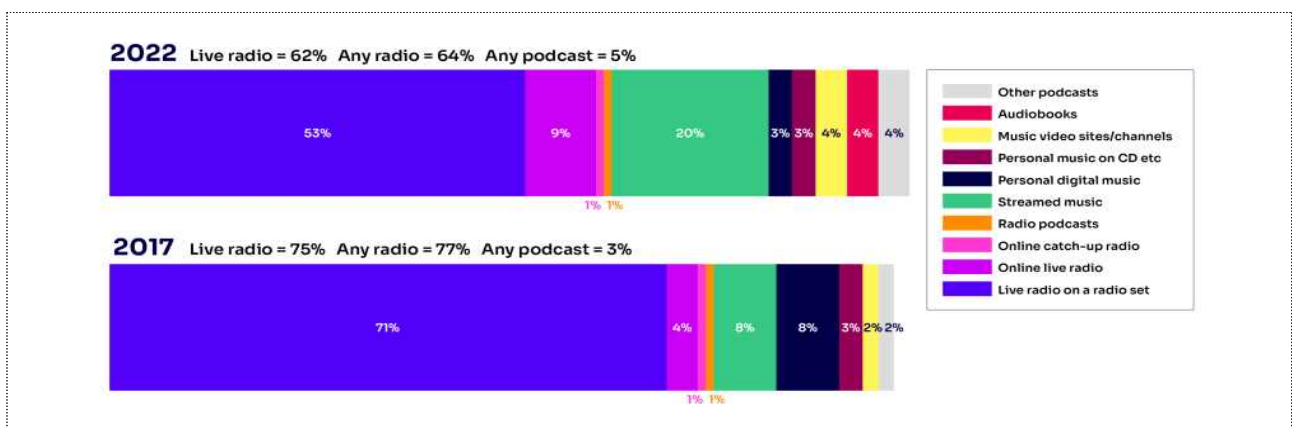
그런데 2017년 10월 Ofcom이 <BBC 영국 공공서비스 운영면허>를 최초 부여한 이래, 영국의 미디어 환경은 크게 바뀌었다. 시청자의 매체이용행태가 변화하고 가용 콘텐츠가 다양해졌다. 많은 영국 시청자가 자신의 시청경로를 온라인으로 바꾸었다. 또한 넷플릭스, 디즈니플러스, 스포티파이 같은 글로벌 사업자가 많은 콘텐츠를 제작하고 있다. 예를 들어 글로벌 SVOD 서비스에서 전체 콘텐츠 가용시간은 2017년 70,000 시간에서 2022년 206,000시간으로 증가하였다. 오디오 청취 행태도 라디오방송 실시간 청취가 감소하고 스트리밍 방식의 청취가 늘어났다.

< 일일 총 시청시간(분) 비교: 2017 vs. 2021(4세 이상 개인, 모든 기기) >



※ 출처: Ofcom(2023). 'Modernising the BBC's Operating Licence', p. 9.

< 주간 오디오 유형별 청취시간 점유율 비교: 2017 vs. 2022(15세 이상 성인) >

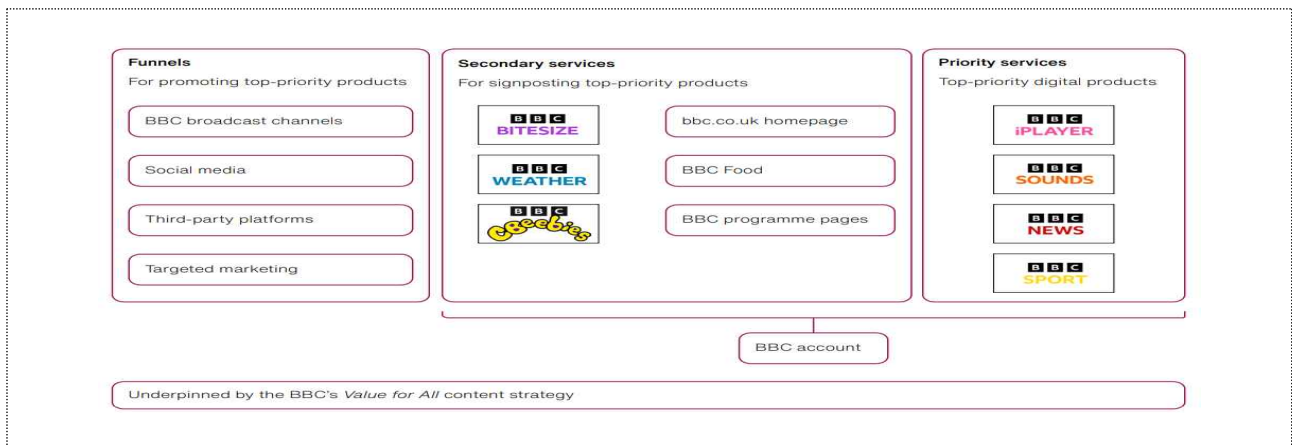


※ 출처: Ofcom(2023). 'Modernising the BBC's Operating Licence', p. 10.

이에 Ofcom은 BBC가 변화하는 시청자의 미디어 이용행태와 재정 문제에 대응하는 동시에 임무를 완수하고 공적 목적을 달성하도록 촉진하는 것이 중요하다는 관점에서, 2021년 7월 BBC 운영면허의 현대화가 필요한가에 대한 의견조회(consultation)를 수행하였다. 여기에는 BBC가 온라인을 비롯한 모든 전송수단을 통하여 자사의 서비스를 제공할 수 있는 방안, 일부 쿼터를 제거하는 대신 감독을 강화하는 등 BBC가 운영면허에 제시된 의무를 가장 잘 완수할 수 있도록 하는 방안, BBC가 자사의 임무와 공적목적 제시 및 달성여부에 관한 평가계획을 더욱 투명하고 효과적으로 보고할 수 있게 하는 방안 등이 포함되었다.

이 과정에서 2022년 5월 BBC 사장 팀 데이비(Tim Davie)는 BBC 직원들에게 공공서비스에서의 디지털 퍼스트 미디어 조직이 되겠다는 입장(Digital First BBC)을 발표하였다.⁴³⁾⁴⁴⁾ 여기에는 BBC의 일부 콘텐츠 및 서비스에 대한 비용절감과 변화가 포함되었다. 예를 들어 BBC는 상당한 비용을 BBC iPlayer를 위한 새로운 프로그램 제작에 투자하고, 지역(local)의 자원을 디지털로 재할당하며, 방송뉴스 비용을 절감하여 비디오 및 디지털 뉴스에 재투자할 계획이다. Ofcom과 협의를 거쳐 BBC뉴스와 BBC 월드뉴스를 대체하는 단일 BBC 뉴스채널 신설, 그리고 BBC 지역 라디오 변화라는 계획을 제시하였다. 디지털 퍼스트 BBC 전략의 세부내용은 감사원(National Audit Office)이 2022년 발간한 <A digital BBC>⁴⁵⁾⁴⁶⁾에 상세히 제시되어 있다.

< BBC의 디지털 포트폴리오(digital portfolio)>



※ 출처: NAO(2022.12.14.) 「A digital BBC」, p. 15.

43) BBC는 1990년대 후반부터 디지털 전환을 추진해 왔다. 1997년부터 'BBC.co.uk'을 통해 자국 BBC 시청자에게 뉴스나 각종 정보를 제공하고 'BBC.com'을 통해 해외 이용자에게 영국을 비롯한 각국의 뉴스를 제공하기 시작했다. 2007년에는 iPlayer를 출시하여 다시보기 성격의 서비스를 제공하였다. 2013년 취임한 토니 홀(Tony Hall) 사장은 'iPlayer 최우선 전략(iPlayer First Strategy)'을 통해, iPlayer를 TV, 라디오에 이은 BBC의 핵심매체로 자리매김 시켰다. 2013년에는 독점 드라마 등 iPlayer 전용 콘텐츠를 강화하였다. 2014년에는 지상파 채널 BBC3를 iPlayer에서 제공하는 온라인 전용 채널로 전환하겠다는 파격적 계획을 발표하기도 했다. 주대우(2023). BBC의 디지털전환, 「미디어 이슈&트렌드」, 제55권(2023 03+04), 52-60쪽.

44) <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/speeches/2022/digital-first-bbc-director-general-tim-davie>

45) <https://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2022/12/A-Digital-BBC.pdf>

46) <https://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2022/12/A-Digital-BBC-Summary.pdf>

위 그림에 나타난 바와 같이 BBC 디지털 포트폴리오에서 '핵심 서비스(priority services)'는 BBC iPlayer, BBC Sounds, BBC News, BBC Sport이다. 이들을 지원하는 '이차적 서비스(Secondary Services)'에는 교육 콘텐츠를 제공하는 BBC Bitesize, 날씨 정보를 제공하는 BBC Weather, 어린이 콘텐츠를 제공하는 BBC CBeebies, 레시피 정보를 제공하는 BBC Food, BBC 홈페이지가 있다. 마지막으로 '트래픽을 유입하는 수단(Funnels)'에는 BBC 방송채널, 소셜미디어, 써드파티 플랫폼, 타겟마케팅이 있다.⁴⁷⁾

Ofcom은 BBC의 이 같은 디지털 전략과 최초 의견조회에서 제시된 이해관계자의 답변을 고려하여, 2022년 6월 BBC 운영면허 현대화를 위한 세부사항에 관한 추가 의견조회(consultation)를 진행하였다. 여기에는 BBC의 온라인 서비스에서 중요 콘텐츠를 더욱 쉽게 찾을 수 있도록 하고, 온라인 서비스를 이용하여 어떻게 임무와 공적 목적을 촉진시킬 수 있는지를 설명토록 하는 의무, BBC의 콘텐츠를 전송하는데 있어서 특별한 보호가 필요한 영역에는 쿼터를 유지하지만 그렇지 않은 영역에는 쿼터를 유연하게 운용하거나 세부정보의 공표를 포함한 다른 의무로 대체하는 방안, BBC가 연간계획(Annual Plan)과 연차보고서(Annual Report)를 통하여 더 많은 그리고 더 나은 정보를 발표하도록 요구하는 방안, 마지막으로 BBC가 제안한 운영면허 변경 방안(예를 들어, 주간 또는 월간 단위로 되어 있는 뉴스 및 시사 프로그램 쿼터를 연간 단위로 변경하는 것, BBC Four의 오리지널 제작 쿼터의 변경, 잉글랜드 BBC 로컬 라디오에서 아침 피크 시간대 연설 쿼터의 변경)이 포함되었다. 또한 2022년 12월에는 BBC 라디오 5 Live에서의 뉴스 및 시사 프로그램, BBC 라디오 2에서의 라이브 뮤직, 전국 및 지역의 관심사를 다루는 프로그램과 관련하여 BBC가 추가 변경을 요구한 사항에 대한 의견조회(consultation)를 진행하였다. 이러한 과정을 거쳐 Ofcom은 2023년 3월 23일 BBC 운영면허 현대화에 관한 의견조회 결과를 담은 <Statement: Modernising the BBC's Operating Licence> 그리고 BBC 운영면허 변경내용을 담은 <Operating licence for the BBC's UK Public Services>를 발표하였고, 2024년 3월 4일에는 이를 업데이트하였다.⁴⁸⁾

2024년 3월 4일 업데이트 된 <BBC의 공공 서비스에 관한 운영면허>⁴⁹⁾의 주요 내용은 다음과 같다.

(1) 공적 목적1: “자신을 둘러싼 세상을 이해하고 참여하는 것을 돕기 위한 공정한 뉴스와 정보의 제공”

●● 목적(objective)

공적 목적1의 활성화를 위하여, Ofcom은 BBC가 특히 다음의 사항을 수행해야 한다고 생각하였다.

47) 주대우(2023). BBC의 디지털전환, 『미디어 이슈&트렌드』, 제55권(2023 03+04), 52-60쪽.

48) 편의상 영국 공적 라디오 서비스(UK Public Radio Services)에 관한 사항은 생략한다.

49)

<https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/tv-radio-and-on-demand/bbc/operating-licence/operating-licence-for-the-bbcs-uk-public-services-4-march-2024>

- **목적 1** : BBC는 뉴스 및 시사 프로그램에서의 고품질(high-quality), 심층적(in-depth)이고 지역(local), 지방(regional), 전국(national)을 포괄하며, 영국 및 국제 기사를 다루어야 한다. 콘텐츠는 시청자가 지역, 지방, 전국, 세계에서 무엇이 일어나고 있는지에 대하여 폭넓게 이해할 수 있어야 한다.
- **목적 2** : 뉴스 및 시사 프로그램 그리고 콘텐츠를 제공함에 있어서 BBC는 시청자가 뉴스와 시사 콘텐츠를 손쉽게 발견하고 이용할 수 있도록 해야 한다.

●● 규제 조건(regulatory conditions)

(1.1) 영국 공공 서비스(UK Public Services)⁵⁰⁾의 제공에서, BBC는 조건 1.2부터 1.16까지는 2023년 4월 1일부터 면허 기간 동안, 조건 1.17부터 1.19까지는 2023년 3월 23일부터 면허 만료일까지 적용해야 한다.

온라인 서비스(Online services)

- (1.2) BBC Online과 관련하여, BBC는 모든 시청자를 위하여 일일 뉴스와 정보를 제공해야 한다. 여기에는 광범위한 주제, 심층적인 뉴스와 분석을 포함해야 한다. 어린이를 위한 일일 뉴스와 정보를 제공해야 한다. 여기에는 다양한 형식(텍스트 기반 기사, 비디오 및 대화형 포함)의 콘텐츠, 광범위한 주제, 심층 깊은 뉴스와 분석을 포함해야 한다. 써드파티가 제공하는 자료에 대한 적절한 링크를 제공해야 한다.
- (1.3) BBC iPlayer와 BBC Sounds⁵¹⁾와 관련하여, BBC는 최신 뉴스 프로그램과 소식(bulletins)을 이용할 수 있도록 빈번하게 업데이트 하여야 한다. 최신 뉴스프로그램을 쉽게 찾을 수 있도록 보장해야 한다. 시사 프로그램을 제공하고, 이를 쉽게 찾을 수 있게 제공해야 한다.

영국 공적 텔레비전 서비스(UK Public Television Services)

- (1.4) BBC One과 관련하여, BBC는 일일 단위로 일정 간격에 네트워크 뉴스 프로그램을 편성하여야 한다. 매년 최소 1,520시간을 네트워크 뉴스 프로그램으로 편성해야 하며, 이중 최소 280시간 이상을 피크 시청시간(Peak Viewing Time)에 편성해야 한다. 이러한 요건의 달성을 위하여 “네트워크 뉴스 프로그램”에는 BBC News 채널이 심야 동시방송(simulcast)하는 프로그램을 포함하지 않는다. 매년 최소 45시간 이상의 네트워크 시사 프로그램이 피크시청시간에 편성되어야 한다.
- (1.5) BBC One과 BBC Two를 합하여, BBC는 매년 최소 450시간의 시사 프로그램을 편성해야 하며, 이중 최소 106시간을 피크시청시간에 편성해야 한다.
- (1.6) BBC Three와 관련하여, BBC는 공휴일을 제외한 매주 평일(every weekday)에 16세부터 34세까지의

50) 영국 공공 서비스(UK Public Services)란 BBC 협약서 Schedule 1의 Part 1에 의거 BBC가 공표하고 유지하는 서비스 목록을 말하며, BBC에 의해 수시로 수정된다.

51) BBC Sounds란 BBC Online의 일부로(part of BBC Online), 음성으로 제공되는 서비스를 말한다.

시청자를 위한 뉴스프로그램을 방송해야 한다.

(1.7) CBBC와 관련하여, BBC는 크리스마스 기간에 해당하는 날을 제외하고 매일 뉴스를 제공해야 하고, 매 회계연도 기준 최소 35시간을 뉴스에 할당해야 한다.

(1.8) BBC News 채널 관련 BBC는 고품질의 지역(local), 지방(regional), 전국(national), 영국 및 국제 뉴스를 제공해야 한다.

투명성 요건(Transparency requirements)

(1.17)~(1.19) BBC는 매년 연간계획(Annual Plan)을 공표하고 2주 내에 출간해야 한다. 여기에는 해당 회계연도 기간에 현저한 변경(Significant Changes)⁵²⁾⁵³⁾ 및 변경사유를 포함한 규제조건 1.2. 및 1.3의 준수계획이 포함되어야 한다.

(2) 공적 목적2: “모든 연령대 사람들의 학습을 지원”

❖ 목적(objective)

공적 목적2의 활성화를 위하여, Ofcom은 BBC가 특히 다음의 사항을 수행해야 한다고 생각하였다.

- **목적 1** : BBC는 다양한 장르와 주제를 포함하여 모든 연령대 시청자의 학습을 독려하고 촉진하는 광범위한 콘텐츠를 전달해야 한다.
- **목적 2** : 학습 콘텐츠를 전달함에 있어서, BBC는 도달, 기여, 참여의 단계를 거쳐 모든 시청자가 학습 콘텐츠를 쉽게 발견할 수 있도록 해야 한다.

❖ 규제 조건(regulatory conditions)

(2.1) 영국 공공 서비스(UK Public Services)의 제공에서, BBC는 조건 2.2부터 2.5까지는 2023년 4월 1일부터 면허 기간 동안, 조건 2.6부터 2.8까지는 2023년 3월 23일부터 면허 만료일까지 적용해야 한다.

(2.2) 영국 공적 텔레비전 서비스, 영국 공적 라디오서비스, BBC Online와 관련하여, BBC는 성인과 모든 연령대의 어린이의 무형식 학습(informal learning)을 촉진하고 독려하는 콘텐츠를 제공해야 한다.

(2.3) 규제조건 2.2를 준수하면서, BBC는 모든 시청자가 서비스에 접근하고 참여할 수 있게 조치를 취해야 하며, 온라인 무형식 학습 콘텐츠를 쉽게 발견할 수 있도록 해야 한다.

52) 현저한 변경(significant change)란 새로운 영국 공공 서비스를 실시하거나 기존의 영국 공공 서비스에 변경을 가져옴으로써 공정하고 효율적인 경쟁에 영향을 미치게 되는 경우를 말한다(정은진, 2022).

53) 정은진(2022). 영국 공영방송 협약에 따른 서비스 변경 절차와 시사점: 2022년 BBC3 방송채널 재개국 사례를 중심으로, KISDI Perspectives, 2022sus 1월(제1호), 1-11.

(2.4) BBC Online과 관련하여, BBC는 영국의 모든 영역에서 어린이와 청소년의 형식 학습(formal learning)을 지원하는 콘텐츠를 제공하여야 한다.

(2.5) CBeebies와 관련하여, BBC는 취학 전 어린이의 학습을 지원하는 광범위한 콘텐츠를 제공하여야 한다.

투명성 요건(Transparency requirements)

(2.6)~(2.8) BBC는 매년 연간계획(Annual Plan)을 공표하고 2주 내에 출간해야 한다. 여기에는 해당 회계 연도 기간에 현저한 변경(Significant Changes)⁵⁴⁾ 및 변경사유를 포함한 규제조건 2.2.에서 2.5까지의 준수계획이 포함되어야 한다.

(3) 공적 목적3: “가장 창의적인, 고품질의 차별적 성과와 서비스를 보여주는 것”

❖ 목적(objective)

공적 목적3의 활성화를 위하여, Ofcom은 BBC가 특히 다음의 사항을 수행해야 한다고 생각하였다.

- **목적 1** : BBC는 새로운 영국 콘텐츠(new UK Content), 이러한 콘텐츠에 대한 지속적 투자를 통하여 영국의 창조경제에 기여하는 것을 비롯하여 광범위한 오리지널 영국 콘텐츠를 제공해야 한다.
- **목적 2** : BBC는 음악, 예술, 종교 및 기타 특별 팩추얼 콘텐츠(specialist factual content), 코미디, 어린이 프로그램을 포함하여 공공서비스방송 전반에 걸쳐 제공되지 않거나 적게 제공되는 장르를 비롯하여 다양한 장르를 망라하는 광범위한 산출물을 제공해야 한다.
- **목적 3** : BBC는 각 서비스마다 고품질의 차별적인 산출물을 제공하고, 새로운 영국의 목소리와 재능을 지원하도록 보장해야 한다.
- **목적 4** : 영국의 모든 시청자가 오리지널 영국 콘텐츠를 손쉽게 발견할 수 있도록, BBC는 시청자에게 도달하고 참여할 수 있는 혁신적 방법을 지속적으로 탐구해야 한다.

❖ 규제 조건(regulatory conditions)

(3.1) 영국 공공 서비스(UK Public Services)의 제공에서, BBC는 조건 3.2부터 3.12까지는 2023년 4월 1일부터 면허 기간 동안, 조건 3.13부터 3.16까지는 2023년 3월 23일부터 면허 만료일까지 적용해야 한다.

온라인 서비스(Online Services)

54) BBC의 계획된 또는 실제(actual) 제공에서의 “현저한 변화(Significant Change)”란 BBC가 시청자의 필요를 충족시키는 방법에 영향을 미칠 수 있는 변화를 의미한다.

- (3.2) BBC iPlayer 및 BBC Sounds와 관련하여, BBC는 광범위한 오리지널 영국 콘텐츠(original UK content)를 제공해야 한다. 독립 제작자들(independent producers)에 대한 새로운 타이틀(titles)과 성과(output)의 배분을 포함하여, 새로운 영국적 재능과 창조적 혁신을 지원해야 한다. 음악, 예술, 종교, 윤리, 기타 전문적 팩추얼 콘텐츠(specialist factual content), 코미디, 어린이 프로그램 등을 비롯하여 다양한 장르와 형식의 콘텐츠를 제공해야 한다. 오리지널 영국 콘텐츠가 쉽게 발견되도록 해야 한다.
- (3.3) BBC Online과 관련하여, BBC는 모든 시청자가 도달하고 서비스를 제공받으며 참여할 수 있도록 조치를 취해야 한다. 여기에는 적합한 경우 전달의 혁신적 형태(innovative forms of delivery)를 실험하는 것도 포함된다.

텔레비전 서비스(Television Services)

- (3.4) 영국 공공 텔레비전 서비스와 관련하여, BBC는
- (3.4.1) 광범위한 오리지널 영국 콘텐츠를 제공해야 하고,
 - (3.4.2) 새로운 타이틀의 할당 그리고 광범위한 독립 프로듀서의 산출물을 포함하여, 새로운 영국 재능과 창조적 혁신을 지원하며,
 - (3.4.3) 음악, 예술, 종교, 윤리, 기타 전문적 팩추얼 콘텐츠(specialist factual content), 코미디, 어린이 프로그램 등을 비롯하여, 다양한 장르와 콘텐츠 유형을 포괄하는 산출물을 광범위하게 제공하고,
 - (3.4.4) 모든 시청자에게 도달, 기여, 참여할 수 있게 해야 한다.

텔레비전 및 BBC iPlayer: 초방 영국 오리지널(First-Run UK Originations)

- (3.5) BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, CBBC, CBeebies, BBC iPlayer를 합하여, BBC는 매년 최소 6,650시간 이상의 초방 영국 오리지널을 제공해야 한다.
- (3.7) BBC는 매년 다음 표의 1열에 있는 영국 공적 텔레비전 서비스에 대하여 오리지널 제작 프로그램이 방송될 수 있도록 시간을 할당해야 한다.

< 서비스별 오리지널 프로그램 제작 비율(2023년~) >

서비스	오리지널 프로그램 제작 비율 (Original productions as a percentage of the hours of all programming)	피크시청시간 내 오리지널 프로그램 제작 비율 (Original productions in peak Viewing Time as a percentage of the hours of all programming in Peak Viewing Time)
BBC One	75%	90%
BBC Two	75%	90%
BBC Four	65%	-
BBC Parliament	90%	-
BBC News channel	90%	-
CBeebies	70%	-
CBBC	66%(2023년) 68%(2024년 이후 매년)	-
BBC Alba	75%	-
BBC Scotland	75%	-
BBC Three	75%	-

※ 출처: Ofcom(2023.3.23. updated 2024.3.4.), 「Operating licence for the BBC's UK Public Services」, p. 13.

투명성 요건(Transparency requirements)

- (3.13) BBC는 매년 연간계획(Annual Plan)을 공표하고 동시에 출간해야 한다. 여기에는 해당 회계연도 기간에 현저한 변경 및 변경사유를 포함한 규제조건 3.2.에서 3.4까지 그리고 3.8의 준수계획이 포함되어야 한다.
- (3.14) 규제조건 3.13의 준수를 위하여 BBC는 BBC iPlayer, BBC Sounds 및 BBC Website를 포함하여 개별 영국 공공 서비스 간 차별성 구현을 위한 계획 그리고 차별성 유지방법과 시청자 참여 촉진 방법을 설명해야 한다. 또 BBC는 각 서비스(BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, CBBC, CBeebies, BBC iPlayer)에서 초방 영국 오리지널 방영시간에 관한 계획, 그리고 이러한 새로운 영국 프로그램이 시청자에게 어떤 편익을 주게 될 것인지 설명해야 한다. 영국 공공 텔레비전 서비스는 한데 묶어서, BBC iPlayer는 별도로 음악, 예술, 종교 기타 전문 팩추얼 콘텐츠 및 코미디 등 다양한 장르의 프로그램 제공 계획을 제시해야 하고, 이때 초방 영국 오리지널 프로그램 및 획득한 콘텐츠의 방영 분량에 대한 계획을 제시해야 한다. 또한 드라마, 팩추얼, 오락 및 교육 등 다양한 장르의 어린이

프로그램 제공 계획도 제시해야 하고, 이때 어린이 프로그램의 방영시간, 장르와 콘텐츠 유형, 최초 영국 오리지널 프로그램 방영 분량에 대한 계획을 제시해야 한다.

- (3.15) BBC는 해당 회계연도 규제조건 3.13에 따라 현저한 변경(significant change)에 관한 정보를 공표해야 한다. 또 이와 관련된 계획을 세웠다면 가급적 신속하게 공표하여 실행될 수 있게 해야 한다.
- (3.16) BBC는 연차보고서(Annual Report)를 공표한 후 2주 이내에 그에 관한 설명과 출판을 해야 한다. 여기에는 현저한 변화에 관한 사항이 있다면 관련 내용과 사유, 매년 BBC Radio 5 Live에서 다루는 스포츠의 종류와 해설 제공시간, 매년 Radio 1과 Radio 2의 차별성 차원에서 제작되는 특별 음악(specialist music)의 기여에 관한 사항이 포함되어야 한다.

(4) 공적 목적4 - “영국의 모든 민족과 지역의 다양한 커뮤니티를 대표하고 반영하며, 이를 통해 영국의 창조 경제를 지원하는 것”

❖ 목적(objective)

공적 목적4의 활성화를 위하여, Ofcom은 BBC가 특히 다음의 사항을 수행해야 한다고 생각하였다.

- **목적 1** : BBC는 영국 공공서비스가 모든 장르에서 영국의 전국과 지방에 있는 다양한 커뮤니티를 반영해야 한다. 영국의 다양한 커뮤니티를 정확하고 진정성 있게 묘사해야 하고, 다양한 문화와 시각에 대한 인식을 고양해야 한다. 그럼으로써 BBC는 콘텐츠와 프로그램 제작자가 영국 전역과 지방의 다양한 커뮤니티를 반영토록 해야 한다.
- **목적 2** : BBC는 제작비 투자를 영국 전역에 분배해야 하며, 이를 통해 영국 전역과 지방에서 창조산업의 지속적 성장을 지원해야 한다.
- **목적 3** : 영국의 전역과 각 지방의 콘텐츠를 창작하고 기여하는데 있어서, BBC는 모든 시청자가 콘텐츠에 도달, 기여 및 참여할 수 있고 쉽게 발견할 수 있도록 해야 한다.

❖ 규제 조건(regulatory conditions)

- (4.1) 영국 공공 서비스(UK Public Services)의 제공에서, BBC는 조건 4.2부터 4.66까지는 2023년 4월 1일부터 면허 기간 동안, 조건 4.67부터 4.70까지는 2023년 3월 23일부터 면허 만료일까지 적용해야 한다.

다양성, 시청자 묘사와 재현(Diversity, audience portrayal and representation)

- (4.2) BBC는 매년 연차보고서(Annual Report)를 공표한 후 2주 이내에 이를 출간해야 한다. 여기에는 영국 공공 서비스가 해당 회계연도 동안 영국 전역의 다양한 커뮤니티를 어떻게 반영하고, 재현하고, 기여

했는지에 관한 사항이 포함되어야 한다.

- (4.3) BBC는 매년 연차보고서 공표 후 2주 이내에 출간해야 한다. 여기에는 화면(on screen) 및 목표 시청자(on air targets)를 포함하여 목표 시청자에 대한 재현 그리고/또는 묘사에 대한 진전사항이 포함되어야 한다.
- (4.4) BBC는 매년 연차보고서를 공표한 후 2주 이내에 이를 출간해야 한다. 여기에는 영국 공공 서비스에 대한 전반적인 시청자 만족도 측정 결과를 반영해야 한다. 이때 만족도 측정영역에는 (4.4.1)BBC가 다양한 시청자를 어떻게 재현하고, 묘사하고, 기여했는가에 관한 사항 (4.4.2)BBC가 모든 장르의 초방 콘텐츠에서 다양한 커뮤니티를 어떻게 반영하였는지에 관한 사항 (4.4.3)서로 다른 문화와 관점에 대한 인식을 어떻게 고양하였는지에 관한 사항이 포함되어야 한다.
- (4.5)~(4.6) 시청자 만족도 조사에서 시청자 그룹 단위로 BBC의 성과에 대한 만족도가 향상된 부분과 그렇지 않은 부분에 대한 사항, 만족도에 영향을 미치는 요인에 대한 사항이 포함되어야 한다.
- (4.7) BBC는 Ofcom이 승인한 실천 강령(code of practice)을 준수해야 하며, 이와 관련 모든 장르의 콘텐츠는 영국의 모든 커뮤니티에 대하여 정확하게 재현하고 진실하게 묘사해야 한다. 실천 강령은 BBC가 자체 제작하는 경우와 외주제작을 하는 경우 모두에 적용된다.
- (4.9) BBC는 이전 회계연도에 실천 강령 준수 상황을 모니터링하고 매년 Ofcom에 보고해야 한다.
- (4.10)~(4.11) 생략
- (4.12) BBC는 영국 공공 서비스 제공과 관련하여 매년 전 직원(피고용인 및 프리랜서)의 다양성을 모니터링 하고 Ofcom에 보고서를 제출해야 한다. 보고서에는 Ofcom이 정한 양식에 따라 다음과 같은 정보가 포함되어야 한다. (4.121~4.124) 생략
- (4.13)~(4.14) 생략

전국 및 지역 프로그램 제작: 네트워크 텔레비전 프로그램(Programme making in the nations and regions: network television programmes)

● **영국(M25지역 외곽)**

- (4.15) BBC는 연도(Calendar Year)를 기준으로 (4.15.1) 영국(United Kingdom)에서 제작하는 네트워크 프로그램 시간의 최소 50% 이상을 M25지역 외곽에서 제작해야 하고, (4.15.2) 네트워크 프로그램의 영역은 적절한 범위로 구성해야 하며, (4.15.3) 제작비의 최소 50% 이상을 서로 다른 제작센터에 지출해야 한다.

● **잉글랜드(M25지역 외곽)**

- (4.16) BBC는 (4.16.1) 연도(Calendar Year)를 기준으로 영국에서 제작하는 네트워크 프로그램 시간의 최소 30% 이상을 잉글랜드(M25지역 외곽)에서 제작해야 하고, (4.16.2) 연도(Calendar Year)를 기준

으로 BBC가 영국에서 네트워크 프로그램 제작에 투입하는 비용의 최소 30% 이상을 잉글랜드(M25 지역 외곽)에 위치한 서로 다른 제작센터에 지출해야 한다.

(4.17) BBC는 조건 4.16.1 관련 네트워크 프로그램 시간 비율의 감경을 서면으로 요청할 수 있다. Ofcom은 요청 내용을 검토하여 특별한 상황이라는 점을 인정하는 경우 적정 비율로 감경할 수 있다.

- 스코틀랜드(Scotland)

(4.18) BBC는 연도(Calendar Year)를 기준으로 (4.18.1) 영국에서 제작하는 네트워크 프로그램 시간의 최소 8% 이상을 스코틀랜드에서 제작해야 하고, (4.18.2) BBC가 영국에서 네트워크 프로그램 제작에 투입하는 비용의 최소 8% 이상을 스코틀랜드에 위치한 서로 다른 제작센터에 지출해야 한다.

(4.19) BBC는 조건 4.18.1 관련 네트워크 프로그램 시간 비율의 감경을 서면으로 요청할 수 있다. Ofcom은 요청 내용을 검토하여 특별한 상황이라는 점을 인정하는 경우 적정 비율로 감경할 수 있다.

- 웨일스(Wales)

(4.20) BBC는 (4.20.1) 연도(Calendar Year)를 기준으로 영국에서 제작하는 네트워크 프로그램 시간의 최소 5% 이상을 웨일스에서 제작해야 하고, (4.20.1) 연도(Calendar Year)를 기준으로 BBC가 영국에서 네트워크 프로그램 제작에 투입하는 비용의 최소 5% 이상을 웨일스에 위치한 서로 다른 제작센터에 지출해야 한다.

(4.21) BBC는 조건 4.20.1 관련 네트워크 프로그램 시간 비율의 감경을 서면으로 요청할 수 있다. Ofcom은 요청 내용을 검토하여 특별한 상황이라는 점을 인정하는 경우 적정 비율로 감경할 수 있다.

- 북아일랜드(Northern Ireland)

(4.22) BBC는 연도(Calendar Year)를 기준으로 (4.22.1) 영국에서 제작하는 네트워크 프로그램 시간의 최소 3% 이상을 북아일랜드에서 제작해야 하고, (4.22.2) BBC가 영국에서 네트워크 프로그램 제작에 투입하는 비용의 최소 3% 이상을 북아일랜드에 위치한 서로 다른 제작센터에 지출해야 한다.

(4.23) BBC는 조건 4.22.1 관련 네트워크 프로그램 시간 비율의 감경을 서면으로 요청할 수 있다. Ofcom은 요청 내용을 검토하여 특별한 상황이라는 점을 인정하는 경우 적정 비율로 감경할 수 있다.

- 제작센터(Production Centres)

(4.24) 비용 지출과 관련하여 조건 4.15.3, 4.16.2, 4.18.2, 4.20.2, 4.22.2에 언급된 서로 다른 프로그램 제작센터는 (BBC가) 그러한 제작센터의 적절한 범위를 구성해야 한다.

- BBC Alba 및 BBC Scotland에 대한 가중치(BBC Alba and BBC Scotland weighting)

(4.25) 규제조건 4.15부터 4.23까지의 목적을 위하여, BBC Alba와 BBC Scotland만을 위한 네트워크 프로그램 제작시간과 비용에 대해서는 가중치를 부여하지 않는다(zero-weighted).

• 공동위임(Co-commissions)

(4.26) 규제조건 4.15부터 4.15까지의 목적을 위하여 (i) BBC Scotland, BBC Alba 또는 영국 공적 텔레비전 서비스의 전국 또는 지역 변형(national or regional variation)과 (ii) 다른 영국 텔레비전 서비스 사이에 공동위임을 수행하는 경우, 콘텐츠 분담금은 총비용에서 해당 서비스에 대한 기여분에 따라 할당해야 하고, 해당 콘텐츠 시간은 네트워크 프로그램 시간으로 분류한다.

전국 및 지방 프로그램에 대한 투명성 요건(Transparency requirements for programming for the nations and regions)

(4.67) BBC는 매년 연간계획(Annual Plan)을 공표하고 출간해야 한다. 여기에는 해당 회계연도에 스코틀랜드, 웨일스, 북아일랜드, 잉글랜드 시청자의 관심사나 연관성 있는 콘텐츠를 제공하기 위한 계획 그리고 현저한 변화를 계획하고 있다면 그것이 필요한 이유가 포함되어야 한다.

(4.68) 규제조건 4.67의 준수와 관련하여,

(4.68.1) BBC는 BBC iPlayer, BBC Sounds, BBC Website 각각에 대하여 전국 및 지방 시청자의 관심사 및 연관성을 반영한 콘텐츠 제공계획이 포함되어야 한다.

(4.68.2) 잉글랜드 지역을 대상으로 한 BBC One의 모든 변형(variations), 제공하려는 뉴스시간

(4.68.3) (i)잉글랜드 지역을 대상으로 한 BBC One의 모든 변형 (ii) BBC 스코틀랜드 (iii) BBC One 스코틀랜드 (iv) BBC One 웨일스 (v) BBC Two 웨일스 (vi) BBC One 북아일랜드 (vii) BBC Two 북아일랜드 (viii) BBC iPlayer에서의 비-뉴스 프로그램 제공 계획이 포함되어야 한다.

(4.68.4) 전국 및 지방에서 특정한 시청자를 목표로 하는 네트워크 프로그램의 시간 계획

(4.68.5) BBC Alba와 BBC iPlayer는 각각 게일어 프로그램 제공 계획 그리고 게일어를 학습하려는 사람들을 위한 프로그램 제공 계획을 포함해야 한다.

(4.68.6) BBC One 북아일랜드, BBC Two 북아일랜드, BBC iPlayer는 각각 아일랜드어 및 얼스터-스코트어 프로그램 제공계획을 포함해야 한다.

(4.69) BBC는 현저한 변화와 관련한 사항이 있을 경우 공표해야 한다. 여기에는 규제조건 4.67에 따라 현 회계연도에 기 공표한 정보에 입각하여 수립한 계획 또는 다음 회계연도 공표 전 실행을 계획하는 경우이다. 규제조건에 따라 BBC는 현저한 변화에 관한 계획을 수립한 후 합리적으로 실천될 수 있도록 해야 한다.

(4.70) BBC는 연차보고서를 공표 후 2주 이내에 출간해야 한다. 여기에는 (i) 규제조건 4.69에 입각하여 계획에 따른 현저한 변화가 이뤄졌는지 여부 (ii) 만약 그렇다면, 변화의 내용은 무엇이고 변화가 필요한 이유는 무엇이었는지를 포함하여, 해당 회계연도 기간 동안 규제조건 4.67과 4.68에 따른 조치 사항이 포함되어야 한다.

4) Ofcom의 BBC에 대한 연차보고서(Ofcom's annual report on the BBC)

(1) BBC의 연간계획 및 연차보고서

운영면허에 따라 BBC는 매년 연간계획(Annual plan)을 수립하여 공표해야 한다. 또한 BBC에 부여된 임무와 공적 목적을 어떻게 달성하였는지, 연간계획에 명시한 사항을 얼마나 달성하였는지에 대한 자체 평가를 담은 연차보고서(Annual report and accounts)를 매년 발간해야 한다. BBC의 연간계획⁵⁵⁾과 연차보고서⁵⁶⁾는 BBC 홈페이지에서 찾을 수 있다.

(2) Ofcom의 BBC에 대한 연차보고서

Ofcom은 BBC의 공적 및 상업 활동을 감독하고 성과를 평가하는 규제기관으로서, 운영 프레임워크 및 관련 규정에 따라 Ofcom이 수행한 감독 활동 현황 그리고 BBC가 관련 규정을 준수하였는지 여부에 관한 연차보고서를 매년 발간해야 한다. 2023년 11월 30일 발간된 <2022-23 Ofcom의 BBC에 대한 연차보고서(Ofcom Annual Report on the BBC 2022-23)>가 가장 최근 공표된 보고서이다.⁵⁷⁾ <Ofcom의 BBC에 대한 연차보고서>의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.

- 전반적으로, BBC는 임무와 공적 목적을 충실히 수행하고 있으며, 좋은 성과를 나타내고 있다.

TV, 라디오, 온라인을 통해 고품질 콘텐츠와 뉴스를 제공하고 있으며, 5명 중 4명의 성인(83%)이 매주 BBC를 이용하고 있고, 다수(60%)가 BBC에 긍정적 태도를 유지하고 있다. 엘리자베스여왕 2세의 장례식과 같은 행사를 통하여 국가를 하나로 통합하는데 기여했다. 영국 시청자는 FIFA월드컵, 커먼웰스 게임(Commonwealth Games)⁵⁸⁾ 같은 실시간 행사를 즐겼다. BBC는 <Happy Valley>와 같은 드라마 수상작, <The Traitors>와 같은 오락 프로그램, <Wild Isles>와 같은 다큐멘터리 등 광범위한 장르의 콘텐츠를 통하여 많은 시청자를 끌어들이었다. 또한 Ofcom 등 이해관계자의 요청에 대응하고, 연간계획(annual plan)과 연차보고서(annual report)를 통해 투명성을 향상시켰다.

- BBC는 도전을 이어가야 하며, 공정성 권고(impartiality recommendations) 같은 어려운 질문을 스스로에게 던져야 한다.

영국 성인 4명 중 3명(75%)은 '영국과 세계에서 무엇이 일어나는지 이해하는데 도움이 되는 뉴스와 정보' 제공에서 BBC의 사회적 중요성에 긍정적 태도를 갖고 있다. BBC는 중요한 사건에 대한 의제를 형성

55) <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualplan>

56) <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualreport>

57) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/bbc/performance/bbc-annual-report>

58) 4년마다 개최되는 영국 연방 국가들 간의 종합 스포츠대회를 말한다.

하고 있으며, 시청자는 뉴스 정보원의 정확성과 이러한 역할에 신뢰를 보내고 있다. 그러나 일부 시청자는 공정성에 대한 의구심을 갖고 있으며, 이는 지난 해 이래로 변하지 않고 있다. 지난 해 BBC 연차보고서에서, Ofcom은 공정성에 대한 시청자 인식제고에 집중할 것을 강조하였다. 공정성 강화를 위한 헌신은 BBC의 전략적 우선순위 중 하나이다. BBC는 <공정성 및 편집규정 실행계획(Impartiality and Editorial Standards Action Plan)>을 통하여 <Serota Review>⁵⁹⁾에서 제시된 권고사항을 모두 이행하였다. 주제별 리뷰를 통하여 공정성에 계속 도전하고 있지만, 어떤 학습이든 BBC의 산출물 개선에 사용하는 것이 중요하다. BBC는 또한 BBC Verify 같은 혁신을 통하여 뉴스보도 방식에 대한 투명성을 높이고, 생성형 AI(Generative AI)에 대한 접근방식을 제시하여 뉴스제공에 대한 시청자의 신뢰를 높이고자 노력하고 있다. Ofcom은 BBC에게 <Serota Review>와 행동계획을 통하여 형성된 모멘텀을 유지해야 한다고 강조하고, 공정성이 BBC의 높은 우선순위가 되기를 기대한다. Ofcom은 BBC의 공정성에 대한 시청자의 시각을 계속 평가하고, BBC가 이 영역에 집중하는 것을 도울 것이다. 또 BBC가 행한 최근의 변화에 따른 효과성 측정을 위하여 미스터리 쇼핑(mystery shopping)을 비롯하여, BBC 민원처리 절차에 대한 시청자 인지 관련 연구를 업데이트할 것이다.

- D와 E 사회경제적 그룹⁶⁰⁾에 속한 시청자는 다른 그룹 대비 BBC의 성과에 대한 만족도가 낮다.

Ofcom은 D, E 사회경제적 그룹에 속한 사람들에 대한 새로운 연구(research)를 포함, BBC 시청자에 대한 세부 검토(BBC Audience Review)⁶¹⁾를 통하여 이들이 왜 그렇게 생각하는지 탐색했다. 그 결과 D, E 그룹은 누구보다 더 많이 TV를 시청하고 있으며, BBC는 여기서 중요한 비중을 차지하고 있었다. 예를 들어 TV시청의 4분의 1은 BBC 콘텐츠이다. 이들 시청자 그룹의 관심을 끌기 위한 경쟁에서 BBC는 중요한 도전에 직면해 있지만, 동시에 많은 사람들이 BBC의 프로그램과 서비스를 어떤 형태로든 계속 즐기고 있다는 점에서 기회도 존재한다. 연구에서 D, E 그룹은 종종 그들이 시청한 것으로부터 이탈(escapism) 또는 동반(companionship)을 찾는다고 밝혔다. 많은 사람들이 BBC의 프로그램은 다른 서비스에 비해 너무 건조하거나 너무 심각하다고 지적한다. 자신들의 복잡한 삶이 BBC 콘텐츠에 반영되지 않으며, D와 E 그룹을 재현하는 장면은 종종 비판적이거나 희화화된다고 느낀다. 이들은 BBC가 자신들의 생활이나 커뮤니티를 보다 진정성 있게 묘사해야 할 필요가 있다고 지적한다. BBC가 이러한 시청자의 필요를 충족시키기 위한 조치를 취할 것이지만, Ofcom도 시청자가 이러한 메시지를 계속 제기하는 이유에 대하여 탐색할 것이다.

- BBC는 전환(transforms)을 통하여 모든 시청자에게 서비스를 지속적으로 제공해야 하고, 어떤 일이 왜

59) <https://downloads.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/reports/the-serota-review.pdf>

60) D그룹과 E그룹의 사람들은 종종 '낮은' 사회경제적 그룹, '낮은' 사회경제적 지위 또는 노동자 계층 출신이라고 불린다. 이들은 고령층이거나, 실업자이거나, 장애가 있거나, 국가연금만 수령하는 은퇴자에 가깝다. 이들은 영국 인구의 4분의 1가량을 구성하고 있다. Ofcom(2023.11.30.). BBC Audience Review: Understanding what factors may drive lower satisfaction level among D and E socio-economic groups. p. 3.

61) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/bbc/performance/bbc-audiences-review>

진행되는지에 관한 설명을 더 명확히 제공해야 한다.

시청자는 계속해서 온라인으로 이동하고 있으며, BBC는 이들의 요구와 기대에 맞춰 적응하고 있다. 그러나 이는 BBC가, 재정적 제약이 존재하는 관계로, 온라인 서비스 재투자를 위하여 일부 영역에 대한 비용을 축소하는 등 어려운 선택을 해야 함을 의미한다. 칙허장 잔여기간 동안, Ofcom은 BBC가 '디지털 퍼스트(digital-first) 조직이 되기 위한 더 많은 변화를 이뤄내기 기대하며, 이를 통해 전통적 방송서비스에 의존하는 시청자를 포함하여 모든 시청자에게 지속적으로 서비스를 제공토록 할 것이다. 올해 BBC는 뉴스 채널(News channel)을 다시 출범시켰고, 전국 권역의 BBC 라디오 그리고 잉글랜드 지역 로컬 라디오에 대한 점진적 변화를 시작했다. 이해관계자는 이러한 변화가 이들 방송서비스에 의존하는 시청자에게 어떤 의미가 있는지 우려를 제기하였다. 초기에 제기된 우려는 BBC 계획의 세부사항에 대한 명확성 부족에서 비롯되었다. 전체 라디오 일정과 방송국 공유 세부사항은 공표되었다. Ofcom은 BBC 뉴스 제공의 변경이 시청자에게 미치는 잠재적 영향을 검토하고 있다. 아직 뉴스 채널 출범 초기에 있지만, 온라인 뉴스 이용을 포함하여 채널의 시청률을 모니터링 한 결과, 이 같은 변화가 부정적 영향을 미치지 않는 것으로 평가하고 있다. Ofcom은, 뉴스 채널과 지역 라디오 모두에 대하여, 특정 시청자 그룹에 미치는 영향을 지속적으로 검토할 것이다. BBC가 서비스를 지속적으로 전환함에 따라, Ofcom은 BBC에게 무엇이 왜 일어나는지에 대한 더 많은 설명을 시청자에게 제공토록 요청하여, 시청자가 변화의 이면에 존재하는 이유를 이해하는데 도움이 되도록 할 것이다.

- BBC는 자사 서비스의 변화가 경쟁에 미치는 영향을 지속적으로 검토할 필요가 있다.

올해 초, Ofcom은 BBC iPlayer와 BBC Sounds의 변화는 경쟁에 별다른 영향을 끼치지 않는 반면, BBC의 TV 방송과 라디오 서비스는 경쟁에 부정적 영향을 끼칠 우려가 있다는 의견을 제시하였다. 이번 연차보고서에서 Ofcom은 최신 데이터를 토대로 이러한 분석을 업데이트 하였다. 이에 입각하여 Ofcom은 기존 시각을 유지하였다. 이해관계자는 온라인 로컬 뉴스를 더 많이 제공할겠다는 BBC의 계획에 특별한 우려를 제기했다. Ofcom은 다음 연도에 지역 미디어에 관한 새로운 작업의 일환으로 BBC의 변화가 온라인 뉴스 제공사에 미치는 잠재적 영향을 살펴볼 계획이다.

2. 공공서비스방송 (Public Service Broadcasting)

공공서비스방송(이하, PSB)이란 영국이 공정하고 신뢰받는 뉴스, 영국 오리지널 프로그램, 차별화된 콘텐츠 제공을 위하여 구축한 방송체계를 말한다. 영국은 방송을 모든 공중에게 봉사하는 공공서비스로 간주하고 있다. 이에 Ofcom은 텔레비전 및 라디오 방송사에게 부여하는 면허조건 중 하나로 PSB 제공의무를 부여하고 있다. PSB 채널에는 Channel 3 서비스(잉글랜드 지역과 웨일스 지역에서는 ITV, 스코틀랜드 지역에서는 STV, 북아일랜드 지역에서는 UTV),⁶²⁾ Channel 4, Channel 5, S4C(웨일스 지역에서 웨일스어로 제공하는 채널) 그리고 BBC가 있다. BBC의 모든 공공서비스 텔레비전 채널⁶³⁾은 PSB 채널이다. 다른 공공서비스방송사(public service broadcasters, 이하 PSBs)는 각사의 주요 채널만 PSB 채널에 속한다.⁶⁴⁾ BBC는 수신료(television licence fee)를 주요 재원으로 운영하는 공영방송사이다. Channel 3은 상업방송사이다. Channel 4는 공적 소유이지만 상업 재원으로 운영되는 방송사이다. Channel 5는 상업방송사이다. S4C는 일부는 공적 재원으로, 일부는 사적 재원으로 운영된다.⁶⁵⁾

1) PSB의 목표와 특징

「2003년 커뮤니케이션법」은 영국의 공공서비스 텔레비전 방송(public service television broadcasting)의 목적을 다음과 같이 규정하고 있다. 첫째, 관련 텔레비전 서비스에서 광범위한 사안(subject-matters)을 다루는 프로그램의 제작과 시청을 보장한다. 둘째, 많은 시청자의 다양한 필요와 관심을 충족시키는 텔레비전 서비스를 제공한다. 셋째, 시청자의 필요와 관심을 충족시키기 위하여, 본질과 사안이 동질적인 경우 이를 적절히 균형 있게 제공한다. 넷째, 프로그램 내용, 프로그램 제작품질 및 전문기술과 편집 통합성(integrity) 측면에서 고도의 일반기준(high general standards)을 유지하는 프로그램을 제공한다.⁶⁶⁾

이러한 목적을 실현하기 위하여 Ofcom은 2004년 <Ofcom의 1차 공공서비스방송 검토 1단계- 텔레비전은 특별한가?>(Ofcom review of public service television broadcasting Phase 1-Is television special?)를 발표하였다. 여기서 Ofcom은 「2003년 커뮤니케이션법」이 PSB에 부여한 핵심 목표를 범위와 균형(Range

62) <https://www.ofcom.org.uk/manage-your-licence/tv-broadcast-licences/current-licensees/channel-3>

63) BBC의 전국 텔레비전 서비스(Pan-UK television services)에는 BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, CBBC, CBeebies, BBC News, BBC Parliament가 있다. 지역 텔레비전 서비스(Around the UK)에는 BBC Scotland, BBC One Scotland, BBC One Wales, BBC One Northern Ireland, BBC Two Wales, BBC Two Northern Ireland, BBC ALBA가 있다.
<https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/whatwedo/publicservices>

64) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/psb>

65) <https://lordslibrary.parliament.uk/future-of-public-service-broadcasting/>

66) <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/part/3/chapter/4/crossheading/the-public-service-remit-for-television>

and balance), 질(Quality), 다양성(Diversity), 사회적 가치(Social value)라고 제시하였다.⁶⁷⁾⁶⁸⁾

< Ofcom이 설정한 디지털시대 방송의 공익성 >

핵심목표	하위수준
범위와 균형 (Range and balance)	· 다양한 장르 (A significant number of different genres) · 장르 내 범위(예. 하위 장르, 포맷 등) (Range within genres(e.g. sub-genres, format)) · 각 장르에 대한 균형적인 투자 (Balanced investment across genres) · 적절한 시간에 프로그램 시청가능성 (Availability of programmes at suitable times)
질 (Quality)	· 창조와 혁신 (Originality and innovation) · 취향과 품위의 수용할만한 기준 (Acceptable standards of taste and decency) · 높은 제작가치 (High production values) · 수용자의 도전과 자극을 불러일으킬 만한 프로그램 제작 (Ambitious programme-making(challenging, provoking, stimulating audiences))
다양성 (Diversity)	· 서로 다른 공동체의 의식향상 (Promotion of awareness of different communities) · 서로 다른 공동체들의 필요와 관심을 반영한 프로그램 편성 (Programming reflecting the needs and concerns of different communities) · 모든 수용자 유형을 목표로 한 프로그램 (Programming targeted at all audience types) · 다양한 관점의 반영 (Representation of diverse range of viewpoints) · 다양한 제작자/작가들이 공급하는 프로그램 (Programming supplied by variety of producers/writers)
사회적 가치 (Social value)	· 교육된 시민 (Educated citizens) - 창의적 어린이 프로그램 (Original children's programming) - 교육적인 프로그램과 콘텐츠 (Specific educational programming and content) - 유용한, 사실기반 프로그램의 다양성 (Variety of informative, factual programming) · 문화적 정체성 (Cultural identity) - 영연방과 각 지역의 특성을 반영 (The reflection of the UK and its nations and regions) - 국가의 유산과 예술의 향상 (The promotion of the arts and national heritage) · 숙의 민주주의 (Informed democracy) - 사회 캠페인의 향상 (The promotion of social action campaigns) - 뉴스의 불편부당성과 이용가능성 (Availability and impartiality of news and current affairs)

※ 출처: Ofcom(2004). 「Ofcom review of public service television broadcasting Phase 1- Is television special?」, p.26; 주성화·김대규·김성규(2012). 33쪽.

67) Ofcom(2004). Ofcom review of public service television broadcasting - Phase 1 - Is television special?
https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0023/25655/psb.pdf

68) 주성화·김대규·김성규(2012). 「스마트미디어시대 방송의 공익성에 관한 연구」, 기본연구12-15, 정보통신정책연구원.

2005년 발표한 <Ofcom의 1차 PSB 검토 3단계- 경쟁과 질(Ofcom review of public service television broadcasting Phase 3- Competition for quality)>⁶⁹⁾에서, Ofcom은 PSB의 목표를 ① 뉴스, 정보, 현안과 아이디어에 대한 분석을 통하여 세계에 대한 이해 증진 ② 예술, 과학, 역사 등의 콘텐츠에 대한 접근과 학습증진을 통한 관심과 지식의 자극 ③ 전국과 지역 수준의 영국 오리지널 프로그램과 경험의 공유를 통한 문화적 정체성 반영 및 강화 ④ 영국 및 다른 지역 공동체의 생활상을 반영하는 프로그램을 통해 다양한 문화적 및 대안적 관점의 인식으로 설정하였다. 또한 PSB의 특징으로 ① 고품질(충분한 제작비와 고품질 제작) ② 오리지널(재방이나 구매보다는 새로운 영국 콘텐츠) ③ 혁신(낡은 사례를 복제하기보다는 새로운 아이디어 또는 기존 접근방식을 재창조) ④ 도전(시청자의 생각을 자극) ⑤ 참여(시청자가 이용하고 즐기는 것) ⑥ 광범위한 활용(공적 재원이 투입된 콘텐츠의 경우, 많은 사람들에게 시청할 기회를 주는 것이 필요)을 설정하였다. 나아가 콘텐츠 유통기술 발전으로 실시간 채널이 시청자에게 도달할 가능성이 줄어들고 있다는 점을 고려하여 PSP(Public Service Publisher) 모델을 제안하기도 했다.

나아가 Ofcom은 2008년 <Ofcom의 2차 PSB 검토- 1단계(Ofcom's second PSB Review- Phase One)>⁷⁰⁾ <Ofcom의 2차 PSB 검토- 2단계(Ofcom's second PSB Review- Phase Two)>⁷¹⁾ 2015년 7월 <인터넷시대 PSB(Public Service Broadcasting in the Internet Age)>⁷²⁾ 2018년 3월 <디지털시대 PSB(PSB in the digital age)>⁷³⁾ 2019년 7월 <PSM의 미래(The future of public service media)>⁷⁴⁾ 2020년 2월 <Review of how public service broadcasting(PSB) has delivered for UK audience over a five-year period(2014-2018)>⁷⁵⁾⁷⁶⁾ <Channel 4 Corporation's performance in delivering its media content duties 2014-2018>⁷⁷⁾ 등의 보고서를 계속 발표하였다.

이 외에도 2020년 10월 컨설팅회사 EY(Ernst & Young LLP)가 작성한 <International Perspectives on public service broadcasting>⁷⁸⁾, 2020년 12월 컨설팅회사 Mediatique가 공공서비스방송의 미래 수익모델에 대하여 전망한 <Future modes for the delivery of public service broadcasting>⁷⁹⁾ 헬렌 박사가

69) Ofcom(2005). Ofcom review of public service television broadcasting Phase 3 - Competition for quality.
https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0017/15911/psb3.pdf

70) https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-1/psb2_1

71) https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-1/psb2_phase2

72) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0025/63475/PSB-statement.pdf

73) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0026/111896/Public-service-broadcasting-in-the-digital-age.pdf

74) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0022/155155/future-public-service-media.pdf

75) <https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/what-is-ssbd/ssbd-five-year-review>

76) 이 보고서에서 Ofcom은 2014년부터 2018년까지 5년간 수집된 PSB에 대한 시청자 피드백, 시청률, 프로그램의 다양성에 대한 데이터를 분석함으로써 PSB가 영국 시청자들에게 양질의 콘텐츠를 제공했는지, Ofcom은 이를 어떻게 관리감독하였는지에 대해 중점적으로 다루고 있다. 또한 멀티채널TV와 SVOD 현황을 점검하고 PSB가 해결해야 할 과제를 검토하였다. 한국방송통신전파진흥원(2020). 영국 Ofcom의 PSB 평가 보고서(2014~2018년), 『미디어 이슈&트렌드』, 2020년 3월호, 70-79.

77) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0030/192099/channel-4-review-2014-18.pdf

78) https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/_data/assets/pdf_file/0026/204587/international-perspectives-on-psb.pdf

79) https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/_data/assets/pdf_file/0025/208771/future-models-delivery-of-psb-mediatique.pdf

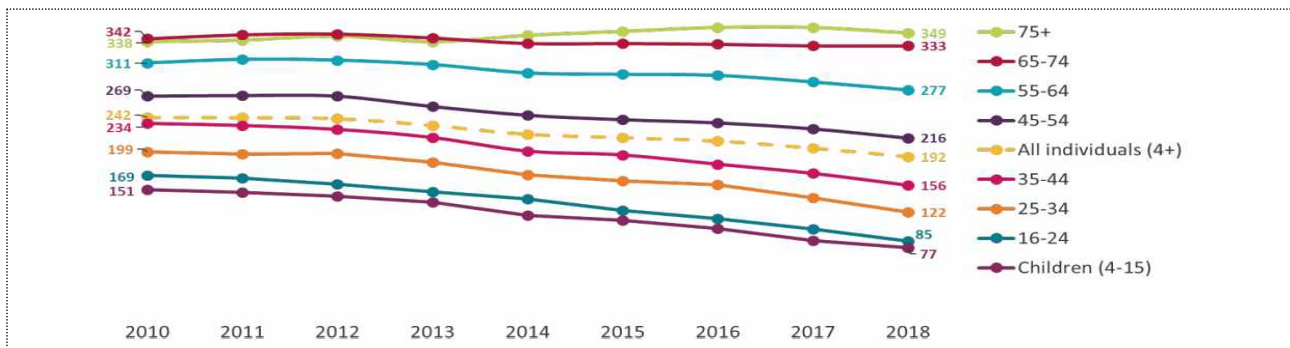
디지털시대 공공서비스방송의 역할과 가치에 대해 작성한 <Rethinking Public Service Broadcasting for the Digital Age>⁸⁰⁾ 공공서비스방송의 미래에 대한 영국 국민의 의견을 요약한 보고서 <Debating the Future of Public Service Broadcasting>⁸¹⁾ 등이 발표되었다.⁸²⁾⁸³⁾

2) PSB의 성과

상기 보고서 중 2020년 2월 Ofcom이 발간한 <Review of how public service broadcasting(PSB) has delivered for UK audience over a five-year period(2014-2018)>에 제시되어 있는 PSB의 성과를 간략히 살펴보면 다음과 같다.

- 영국 시청자의 TV방송 시청시간은 안정세를 유지하고 있으나, 온디맨드 및 온라인서비스를 통한 콘텐츠 시청이 증가함에 따라 TV방송(실시간방송, 방송 후 7일 이내의 녹화방송) 시청시간은 완만한 감소세를 보이고 있다.

< 연령대별 하루 평균 TV방송 시청시간 추이(단위: 분) >



※ 출처: Ofcom(2020). 「Small Screen: Big Debate - a five-year review of Public Service Broadcasting(2014-18)」, p. 14.

- 이러한 상황에서 PSB 5개 주요 채널(BBC One, BBC Two, ITV, Channel 4, Channel 5), BBC 포트폴리오,⁸⁴⁾ 상업 PSB 포트폴리오⁸⁵⁾는 영국 오리지널 프로그램을 안정적으로 신규 제작하여 공급하고 있고, 채널 유형에 따른 비교에서도 오리지널 프로그램 방영 시간이 일정 수준을 유지하고 있다.

80) https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/_data/assets/pdf_file/0027/208827/helen-weeds-rethinking-psb-for-digital-age-report.pdf

81) https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/_data/assets/pdf_file/0025/208762/psb-lse-citizens-assembly-report.pdf

82) <https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/research>

83) 주대우(2021.2.). 영국: 공영방송의 미래 관련 3개 보고서 발표. 해외방송정보 2021년 2월호.

<https://program.kbs.co.kr/online/office/pmi/pc/board.html?smenu=25ac38>

84) BBC 포트폴리오란 BBC가 운영하는 채널(BBC One, BBC Two, BBC Four, BBC First, BBC Brit, BBC Lifestyle, BBC Earth, BBC News, Cbeebies, CBBC, UKTV, BBC Entertainment)을 말한다.

85) 상업 PSB 포트폴리오란 CITV, ITV2, ITV3, ITV4, ITVBe, ITV Encore, E4, 4Seven, Film4, More4, 5USA, 5, 5Spike, 5Select, and Paramount Network를 말한다.

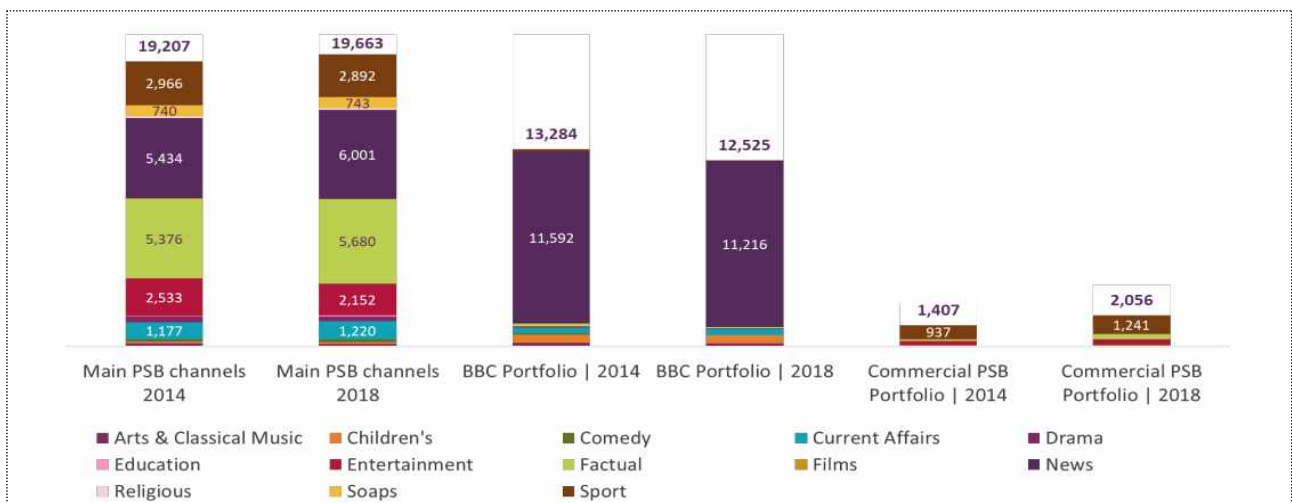
< 영국 오리지널 프로그램 초방 시간(Hours of first-run UK originations)(단위: 시간) >



※ 출처: Ofcom(2020). 「Small Screen: Big Debate – a five-year review of Public Service Broadcasting(2014-18)」, p. 20.

- PSB가 제공하는 영국 오리지널 프로그램의 장르별 제공시간을 분석한 결과, 2014년부터 2018년까지 5년 동안 커다란 기복 없이 안정적으로 제공되고 있다.

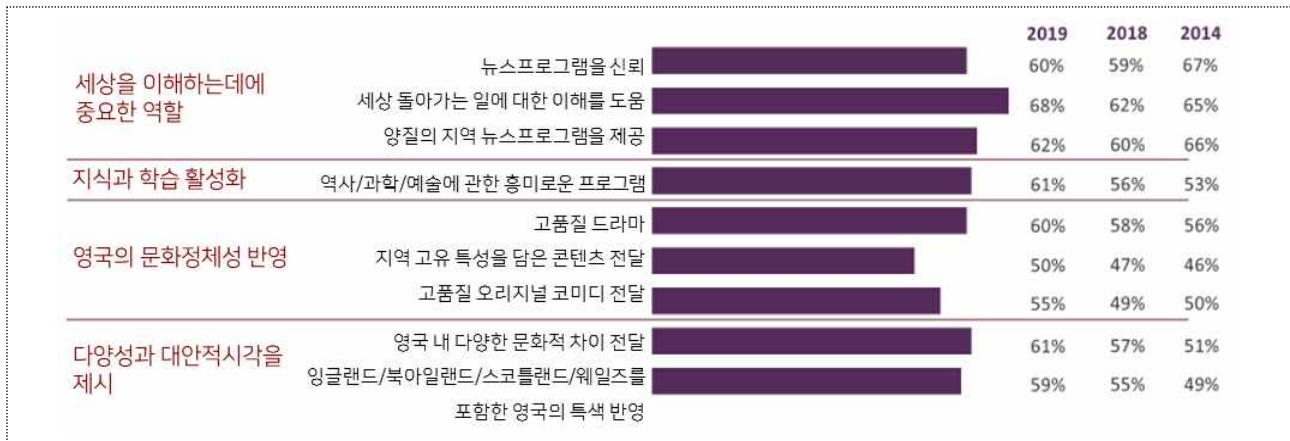
< PSB 시스템의 장르별 제공 시간(영국 내 초방 기준) >



※ 출처: Ofcom(2020). 「Small Screen: Big Debate – a five-year review of Public Service Broadcasting(2014-18)」, p. 21.

- PSB에 대한 영국 시청자의 만족도는 대체로 긍정적이었다. 2014년과 2019년, 7-10등급을 기준으로 '뉴스프로그램 신뢰'는 67%에서 60%, '세상 돌아가는 일에 대한 이해 도움'은 65%에서 68%, '양질의 지역 뉴스프로그램 제공'은 66%에서 62%, '역사/과학/예술에 관한 흥미로운 프로그램'은 53%에서 61%, '고품질 드라마'는 56%에서 60%, '지역고유 특성을 담은 콘텐츠 전달'은 46%에서 50%, '고품질 오리지널 코미디' 제공은 50%에서 55%, '영국 내 다양한 문화적 차이 전달'은 51%에서 61%, '잉글랜드/북아일랜드/스코틀랜드/웨일스를 포함한 영국의 특색 반영'은 49%에서 59%로 나타났다.

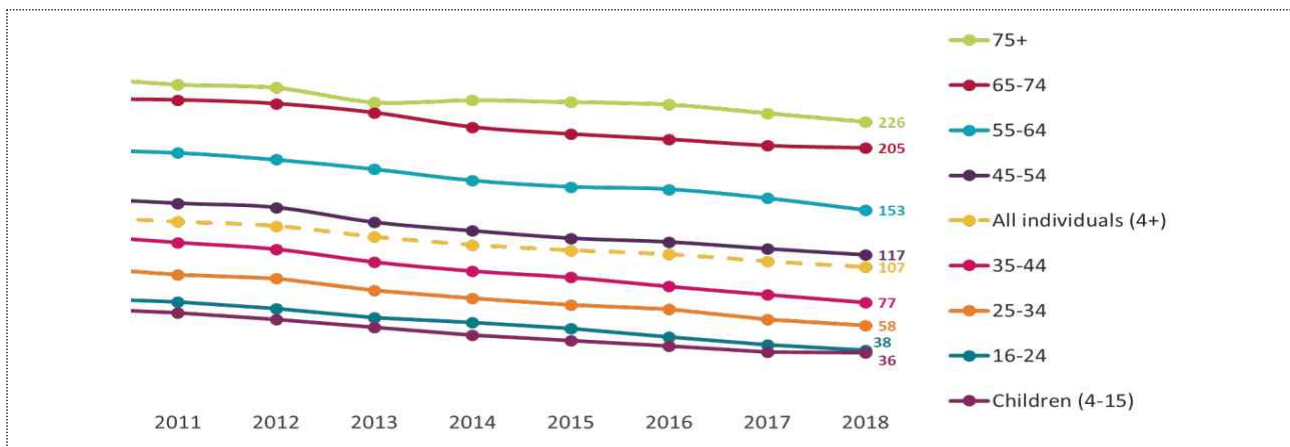
< PSB에 대한 태도(2019년, 7-10 ratings) >



※ 출처: Ofcom(2020). 「Small Screen: Big Debate - a five-year review of Public Service Broadcasting(2014-18)」, p. 23, 자체번역

- 그럼에도 불구하고 PSB 채널의 하루 평균 시청시간이 지속적으로 하락하고 있는 것도 사실이다. 그 배경에는 BBC Three 채널의 온라인 전환으로 16-34세 청년층이 이탈한 탓도 있고⁸⁶⁾, PSB가 BBC iPlayer와 같은 온디맨드 서비스를 도입하고 있으나 이 같은 추세를 반전시키기에는 역부족인 탓도 있다. 그런 점에서 Ofcom은 PSB 시스템의 유지·발전을 위하여 어떤 콘텐츠를 제작하여 어떤 방식으로 전달해야 할 것인지 등에 대한 추가조사가 필요하다.⁸⁷⁾

< 연령대별 하루 평균 PSB 채널 시청시간 추이(단위: 분) >



※ 출처: Ofcom(2020). 「Small Screen: Big Debate - a five-year review of Public Service Broadcasting(2014-18)」, p. 28.

86) BBC Three는 2016년 2월 TV채널을 폐국하고 BBC iPlayer를 통한 온라인 서비스로 전환하였으나, 2022년 2월 TV채널을 다시 개국하였다.

87) 한국방송통신전파진흥원(2020). 영국 Ofcom의 PSB 평가 보고서(2014~2018년), 「미디어 이슈&트렌드」, 2020년 3월호, 70-79.

3) PSB의 미래

(1) Ofcom의 PSM(public service media) 권고안

2021년 7월 Ofcom은 <Small Screen: Big Debate, Recommendations to Government on the Future of Public Service Media>⁸⁸⁾을 통하여 PSB의 미래를 위한 권고안을 발표하였다.⁸⁹⁾ 지금까지 PSBs가 TV와 온라인으로 고품질 콘텐츠를 제공하여 영국 시청자에게 높은 편익을 제공해 왔지만, 글로벌 시장 환경과 시청습관 변화에 따라 지금과 같은 서비스를 지속 제공하는데 어려움을 겪을 수 있다는 것이다. 이에 정부는 관계법령을 개정하여 PSB를 공공서비스미디어(Public Service Media, 이하 PSM)로 전환하고, 그에 따른 정책목표 재설정 및 창조경제 활성화 기여방안을 마련하는 것이 필요하다고 제언하였다. 또 방송사와 제작사는 시청자 및 온라인 이용자에게 양질의 콘텐츠 제공을 위하여 함께 노력하여야 하며, 전략적 파트너십 구축과 같은 개방적 접근방식을 통해 공공서비스미디어의 혁신을 도모해야 한다고 강조하였다. 2021년 7월 PSM에 관한 보고서에 제시된 Ofcom의 권고안을 살펴보면 다음과 같다.

- 영국의 방송 산업은 거대한 도전에 직면해 있다

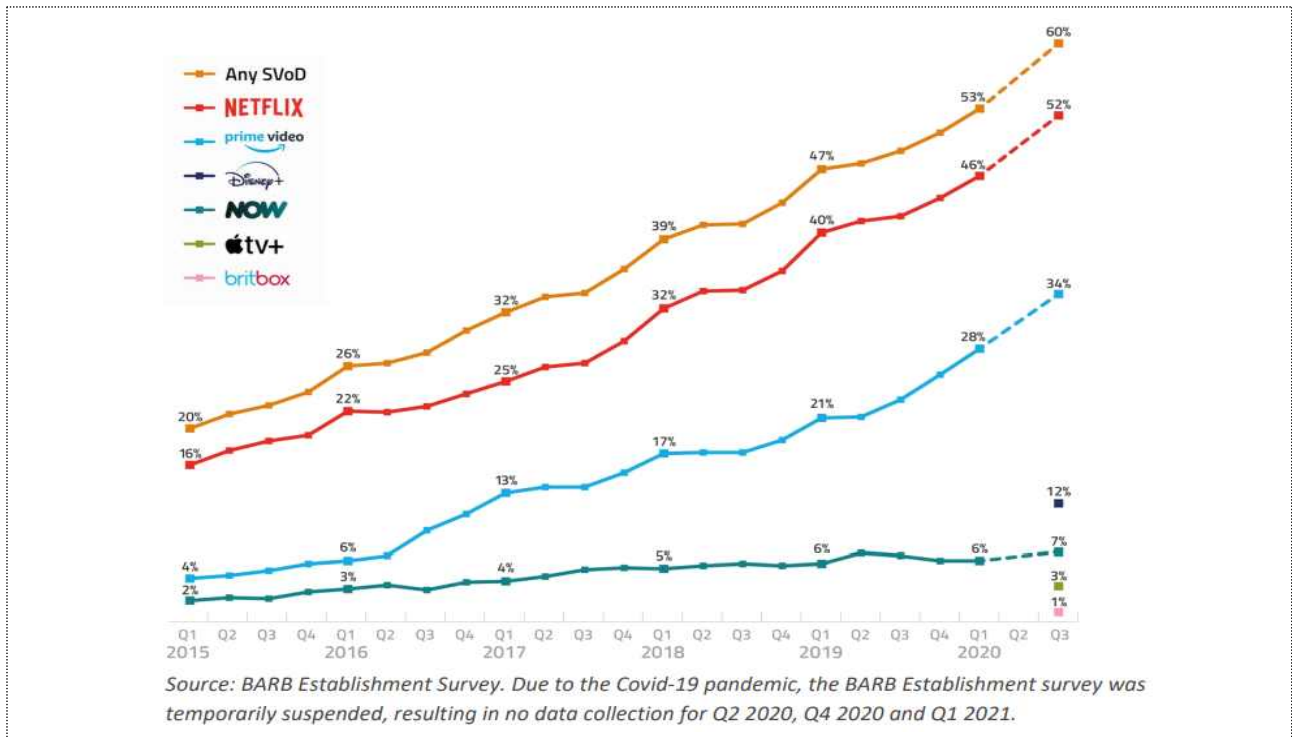
(The UK's broadcasting industry is facing its greatest challenge)

- (1.1) Ofcom의 Small Screen: Big Debate는 향후 10년을 위한 영국의 PSM 혁신방안에 대하여 검토한 것이다. 2020년 12월 컨설팅에 이어, 이 보고서는 정부와 업계가 취해야 할 행동에 대한 제언을 담고 있다.
- (1.2) 영국 시청자는 공공서비스방송사와 상업방송사가 제공하는 고품질 콘텐츠를 TV와 온라인으로 이용함으로써 믿을 수 없이 높은 편익을 계속 얻고 있다. 그러나 코비드-19 팬데믹은 공공서비스방송의 특별한 중요성을 강화시켰다. 사람들은 고품질의 신뢰할 수 있고 정확한 뉴스, 오락 프로그램 그리고 홈스쿨링을 지원하는 교육 콘텐츠를 얻고자 했다. 이는 영국 창조경제에 핵심적 기여를 하였다.
- (1.3) 글로벌 시장 트렌드와 시청습관 변화가 추동하는 산업의 빠른 변화는 공공서비스방송사의 시청자 확보 경쟁과 현행 서비스 유지를 어렵게 하고 있다. Ofcom의 컨설팅 보고서 출간 이후에도, 아마존이 MGM을 수십억 달러에 인수하고, 미국 통신사 AT&T로부터 분리한 워너미디어가 디스커버리가 합병하는 등 글로벌 인수합병이 진행되었다. 글로벌 사업자의 존재는 영국 창조경제의 성공에 기여하고 시청자에게 더 많은 선택의 기회를 제공하지만, 영국 내 PSM의 재정적 지속 가능성에 더욱 압력을 가한다. 또한 커넥티드 TV플랫폼은 방송사와 시청자 간 관계에서 중개자로서의 영향력을 키우고 있어, 현 규제 모델이 가진 상업적 이점을 약화시키고 있다.

88) https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/_data/assets/pdf_file/0023/221954/statement-future-of-public-service-media.pdf

89) 정보통신정책연구원(2021). 『Small Screen: Big Debate』 공공서비스미디어의 미래에 관한 영국 오프콤의 대정부 권고 사항, 해외방송조사자료④.

< 영국 가구의 SVoD 가입 비중(UK household subscription reach to SVoD services) >



※ 출처: Ofcom(2021). 「Small Screen: Big Debate, Recommendations to Government on the Future of Public Service Media」, p. 11.

(1.4) 우리는 의견조회 요청 관련 100개의 응답을 받았다. 여기에는 다양한 시각이 있었으나, 영국 시청자와 영국 경제를 위한 PSM의 중요성, 미래를 위한 재정적 지속성 보장을 위한 PSM 시스템의 긴급한 최신화가 필요하다는 근본적 이슈에 대해 동의하였다.

• 디지털 시대를 위한 법제 정비가 필요하다(Legislation needs to be overhauled for the digital age)

(1.5) 공공서비스 프로그램은 영국 시청자에게 높은 평가를 받고 있다. 우리의 연구결과는 시청자가 전국 및 지역 뉴스에 대해 얼마나 신뢰하고 정확하다고 생각하는지 보여준다. 또한 시청자들은 소프(soaps)와 실시간 스포츠가 국민을 하나로 묶어주고, 영국 내 4개국의 다양성을 반영하는 프로그램이라고 생각하고 있다.

(1.6) 공공서비스사업자는, 특히 전국과 지역에서, 영국 창조경제의 중심을 차지하고 있다. 이들은 영국 전역에 걸쳐 가장 큰 콘텐츠 발주처이다. 매년 이들은 여러 장르에서 약 30억 파운드를 신규 프로그램에 투자한다. 지역뉴스, 소수언어, 종교 프로그램 같이 상업성이 낮은 영국 위탁 콘텐츠는 공공서비스방송사가 없다면 널리 제작되지 않을 것이다.

(1.7) 이러한 미래를 보장하기 위하여, PSM은 TV와 온라인을 통하여 최대한 많은 시청자에게 도달될 필요가 있다. 공공서비스방송사는, 오락과 뉴스를 위하여 다른 곳으로 시선을 돌리고 있는 젊은 사람들을

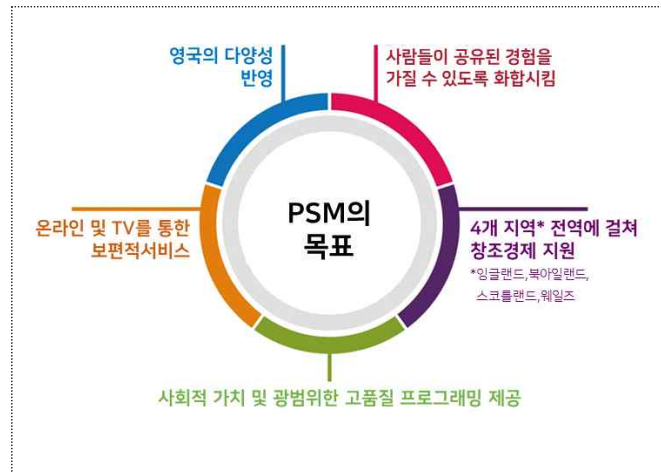
포함하여, 기존 시청자와 계속 연결을 유지하려면, 디지털 계획을 가속시켜야 한다. 디지털 시대에 맞게 규제 시스템도 업데이트할 필요가 있다.

● **현대화된 공공서비스미디어의 목표(Modernised set of objectives for public service media)**

(1.8) 정부에 대한 Ofcom의 첫 번째 권고는, 공공 서비스방송의 공공서비스미디어 전환을 지원하기 위하여, PSM의 목표를 개정하는 것이다. 새로운 법안은 가장 중요한 특징(영국의 모든 분야를 반영하는 광범위한 프로그램과 최대한 많은 시청자의 참여)을 보장하고 강화하여야 한다.

(1.9) 영국 창조경제 지원이라는 새로운 목표가 설정되어야 한다. 이를 통해 영국의 전역과 지역에 지속 가능한 경제적 가치를 풍요롭게 하고 활성화시켜야 한다.

< PSM(public service media) 시스템의 목표 >



※ 출처: Ofcom(2021). 「Small Screen: Big Debate, Recommendations to Government on the Future of Public Service Media」, p. 20, 자체번역

● **공공서비스미디어콘텐츠는 현저하고 폭넓게 이용될 필요가 있다**

(Public service media content needs to be prominent and widely available)

(1.10) 둘째, Ofcom은 모든 주요 TV서비스와 플랫폼에서 실시간 및 온디맨드 공공서비스 콘텐츠의 현저성(prominence)을 보장하기 위한 입법이 시급하다는 것을 재차 요구하였다. 우리의 증거는 공공서비스 방송사 및 커넥티드 TV 플랫폼이 점점 더 상업적 계약(commercial agreement)을 달성하기 위해 노력하고 있음을 시사한다. 이는 전통적 TV에 비해 새로운 디지털 플랫폼에서 PSM 콘텐츠를 발견하기 어렵게 함으로써, 시청자에게 대한 가치를 약화시키고 있다.

(1.11) 새로운 규칙은 주요 TV플랫폼에서 공공서비스미디어의 이용가능성과 현저성을 보장할 수 있어야 한다. 그 일환으로, PSM 제공사와 플랫폼에게 이러한 의무를 부여하여, 시청자가 PSM 콘텐츠를 쉽게 찾을 수 있어야 한다. 우리는 플랫폼의 혁신 능력이 필요함을 인한다. 기술과 시청자의 시청습관이 변화함에 따라, 규칙도 빠르게 변화하는 시장에 적응할 필요가 있다.

(1.12) 새로운 법안은 Ofcom에 모니터링 및 단속 권한을 부여해야 한다. 여기에는 데이터 공유 또는 콘텐츠가 방송사에 얼마나 기여하는가 등과 같은 분야에서의 분쟁조정(resolve disputes) 기능이 포함되어야 한다.

• 방송사와 제작자는 TV방송 및 온라인 시청자에 대한 콘텐츠 제공을 위해 함께 업무를 수행할 필요가 있다.
(Broadcasters and producers need to work together to deliver content for broadcast TV and online audiences)

- (1.13) 영국 창조산업은 세계를 품질과 혁신으로 인식해 왔다. 제작자와 방송사 간 효과적인 파트너십을 구축하여 왔으며, 규제 개입은 이러한 글로벌 성공을 지원하였다.
- (1.14) 20년 전 규제가 부여된 이래, 프로그램 위탁 환경은 근본적으로 변화하였다. 온디맨드 시청이 늘었고, 가입형 서비스를 위한 콘텐츠 예산은 증가하였으며, 시장에는 몇몇 다국적 제작자가 등장하였다. 만약 PSM 제공사가 모든 시청자에게 서비스를 전달하지 못한다면, 온라인과 TV방송 모두에서 콘텐츠를 유연하게 제공할 수 있는 위탁 역량을 갖출 필요가 있다. 현행 TV방송에 대한 초점을 넓혀야 한다. 그렇지 않으면 디지털 전략을 제한하고 혁신을 억제하게 될 것이다.
- (1.15) 실무적으로 방송사와 제작자가 이미 채택하고 있다. 가장 최근에 BBC와 Channel 4는 제작자와 TV 방송과 온라인 서비스에 관한 콘텐츠 계약을 체결하였다. 그러나 협상이 충분히 신속하게 진행되지 않아, 몇몇 케이스에 대해 우려를 갖고 있다.
- (1.16) 우리의 세 번째 제안은 정보의 현대화 입법이 모든 TV방송과 온라인 PSM 콘텐츠에 적용되는 독립적 제작을 지원하기 위한 요건에도 동일하게 적용되어야 한다는 것이다. 이것은 온라인 서비스에서 배타적으로 노출되는 프로그램을 포함한다. 우리는 그러한 거래가 계속 적용될 것으로 기대하며, 법안이 변경된 이후에 Ofcom의 위탁 가이드라인(commissioning guidance)을 업데이트할 준비를 하게 될 것이다.

• 공공서비스미디어 제공사는 시청자에 대한 전송을 책임져야 한다.

(Public Service Media Providers must be accountable for delivering to audiences)

- (1.17) 법안에 따라 PSM에 새로운 목표를 부여하기 위하여, 방송 면허를 현대화할 필요가 있다. 업데이트된 요건은 TV방송과 온라인 시청자를 위하여 제작된 콘텐츠를 포괄해야 한다. 이는 제작사가 기술과 시장의 변화에 대응하고 혁신할 수 있도록 유연성을 가져야 한다. 그러나 몇몇 쿼터는 존속될 것이다. 이는 중요한 PSM 프로그램의 제공을 보장하고, 전통적 방송서비스에 의존하는 시청자에게 양질의 프로그램을 제공하기 위한 것이다.
- (1.18) 이러한 유연한 접근은 책임성과 성과에 대한 투명한 보고에 의해 뒷받침되어야 한다. 공공서비스미디어 제공사는 의무이행에 관한 명확한 계획과 산출에 대한 보고의무를 진다. Ofcom은 시청자의 요구를 충족시키기 위하여 PSM 제공사에게 책임을 물을 것이다. 여기에는 새로운 의무를 부과하고 필요하다면 페널티를 부과하는 것이 포함된다.
- (1.19) Ofcom은 이미 온라인 제공으로의 전환을 지원하고 있다. 새로운 법안이 없다면, 현행 상업 공공

서비스 면허에 온라인 의무를 포함시킬 수 없다. BBC와 Channel 4에 대한 성과 평가의 일환으로, 우리는 온라인 제공에 대하여 검토하고 있다. 우리는 정부의 칙허장 중간평가 준비 과정에서 BBC의 기존 규제에 대한 평가를 이미 마쳤다. 그리고 우리의 제안이 BBC 칙허장과 협약서에 미칠 영향에 대하여 논의할 것이다. 우리는 또한 BBC의 운영면허 업데이트에 대한 컨설팅을 진행할 것이다. 최근에 정부는 Channel 4에 대한 소유구조 등에 대한 컨설팅 보고서를 공표하였다. 우리는 정부와 협력하여 그들이 결정한 변경사항을 완수하기 위하여 노력할 것이다. 우리는 2022년 6월 국무장관에게 Channel3, Channel 5 방송면허의 지속성에 대하여 보고할 것이다.

● **공공서비스미디어 부문은 계속 변화해야 한다.**

(The Public Service Media sector must continue to transform)

- (1.20) PSM에 대한 입법 프레임워크가 시급히 현대화되어야 하지만, 이것이 미래 PSM의 광범위한 편익을 충분히 보장해 주는 것은 아니다.
- (1.21) 현행 공공서비스 제공사는 수십 년 간의 경험과 전문지식과, 매우 신뢰할 수 있는 브랜드를 갖고 있다. 이들은 자사가 제공하는 온디맨드 서비스와 성공이 입증된 혁신적 프로그램을 개발하여 향후 십년 동안 PSM을 제공할 역량이 있다는 자신감을 표현하였다. 그러나 전통적 광고모델에 대한 도전과 수신료(licence fee)를 포함한 상업화 트렌드 그리고 시청자의 이용행태 변화가 상당하므로, 급진적 사고가 필요하다.
- (1.22) 대응의 일부에는, 현 플레이어와 더 넓은 부문 사이의 전략적 제휴에 대하여 보다 야심차고 개방적인 접근이 포함되어야 한다. 예를 들어, Channel 4와 Sky는 최근 기존 파트너십 범위를 콘텐츠, 기술, 혁신으로 확장하였다.
- (1.23) 정부는 새로운 제공자(providers) 육성 방법도 고려해야 한다. 이는 현행 PSM 시스템 외부에 존재하는 Sky와 Discovery 같은 기존 상업 제공사가 제공하는 영국 기반 고품질 오리지널 뉴스, 드라마 그리고 예술 프로그램을 포함한다. 시청자는 소셜 미디어 플랫폼과 같이 PSM 또는 유사 PSM (PSM-like) 콘텐츠를 제공하는 새로운 제공사 육성을 통하여 편익을 얻을 수 있다. 이는 혁신을 촉진할 수 있고, 전통적 플랫폼에서의 공공서비스방송사와 연결되어 있지 않은 시청자를 대상으로 할 수 있다.
- (1.24) PSM의 장기적 지속성과 복원력 향상을 위하여, 우리는 법안이 새로운 보완적 PSM(complementary PSM)을 허용해야 한다고 제안한다. 현행법은 공공서비스방송을 제공하는 특정 채널 명을 지정하고 있다. 미래에 대한 정책적 유연성 극대화를 위하여, 업데이트된 법은 보완적 PSM 제공사를 규제 프레임워크에 추가하여야 한다.
- (1.25) 재정 지원은 지역 프로그램(regional programming) 또는 점점 파편화되는 시청자에 대한 도달을 돕는

것과 같은 특정 영역의 시청자에 대한 가치를 더해줄 수 있다. 많은 이해관계자가 BBC 수신료를 삭감하고, 이를 보완적 PSM에게 지원하는 것은 기존 전달체계를 약화시킬 것이라며 강력히 반대해 왔다. 그러나 경쟁 펀드(contestable fund) 또는 세금감면(tax relief)과 같은 인센티브 지원이 있어 왔다.

• 후속 단계(Next Steps)

- (1.26) 이 보고서에서 정부에 대한 가장 중요한 제안은 새로운 법안을 제정해야 전진할 수 있다는 것이다. 우리는 관련 절차가 신속하게 마무리될 수 있도록 정부의 세부 제안(detailed proposals)을 지원할 것이다.
- (1.27). Ofcom은 기존 의무를 계속 이행할 것이다. 면허갱신 업무를 비롯하여, Ofcom은 광고를 포함한 우리의 여타 법안의 효과성을 계속 검토하여, 활기찬 영국 창조산업의 핵심에 있는 PSM의 지속적인 성공을 보장하고자 노력할 것이다.

권고안(Recommendations)

우리는 다음에 대한 정부의 신속한 1차 입법(primary legislation)을 권고한다.

PSM 콘텐츠 전달을 위하여 현행 시스템의 목표를 다음과 같이 현대화 한다:

- 신뢰할 수 있는 고품질의 정확한 국가 및 지역 뉴스 그리고 광범위한 정보 및 즐거움을 주는 영국 프로그램을 포함한 사회적 가치를 제공 한다;
- 경험의 공유를 통하여 사람들을 하나로 묶는다;
- 영국의 다양성을 반영한다;
- 국가와 지역에 걸쳐 경제적 이익을 촉진하는 영국 창조경제를 지원한다;
- 보편적으로 이용할 수 있다, TV방송은 물론 온라인을 통하여 전달된다.

커넥티드 TV플랫폼을 포함하여 현저성 규칙(rules for prominence)을 업데이트한다. 이를 통해;

- 독립제작사에 대한 PSM의 위탁의무(requirement for commissioning)는 TV방송과 온라인서비스 모두에 적용한다.
- 시장 트렌드와 정책 목표에 따라 규칙을 변경할 수 있는 유연성이 있다.

PSM 제공사에 대한 규칙을 업데이트 한다. 이를 통해;

- 온라인 및 TV방송 시청자가 PSM으로부터 얻는 편익을 보장할 의무를 진다
- PSM 제공사가 시청자의 필요를 충족시키는 방향으로 자사 서비스를 변경할 수 있도록 한다.
- PSM 제공사는 PSM 목표 달성을 위한 자사 계획을 설정하고 매년 그 성과를 보고한다.

보완적 PSM 제공을 허용함으로써;

- 기존 PSM 제공사와 함께, 부가 사업자(additional providers)가 새로운 PSM 콘텐츠를 전달할 수 있도록 유연성을 제공한다.

추가적으로 우리는 다음과 같이 권고한다:

- 정부는 PSM 제공 범위를 확대할 수 있는 재정적 인센티브 사례를 검토한다.
- PSM 제공사는 업계 내부적으로 그리고 넓게는 산업 전반에서 더 많은 전략적 파트너십을 발전시켜 공동으로 업무를 지속 수행한다.
- Ofcom는 새로운 법안이 반영된 규제로 업데이트 하여, PSM 제공사가 해당 부문(sector)의 트렌드에 맞게 변경된 규칙을 유연하게 적용받을 수 있도록 하는 것이다.

(2) 영국 정부의 미디어법(Media Bill) 제정 추진

2022년 영국 시청자는 2014년 대비 평균 약 30% 적게 TV방송을 시청하고⁹⁰⁾, 3가구 중 2가구가 적어도 1개 이상의 비디오 온디맨드 서비스를 구독하고 있다. 이처럼 방송시청 행태가 크게 변화함에 따라 영국 정부는 미디어법(Media Bill) 제정을 추진하고 있다. 미디어법은 혁신을 촉진하고 PSBs 보호를 위한 최신 프레임워크를 구축하는데 목적이 있다. 현재 미디어법은 하원(House of Commons)의 검토가 종료되고 상원(House of Lords)의 검토가 진행되고 있다.⁹¹⁾ 미디어법 제정이 임박함에 따라 Ofcom은 기존 규제 책임에 다음과 같은 변화가 일어날 것으로 예상하였다.⁹²⁾

- PSBs에 대한 요구사항을 수정하고 단순화하여, 이들이 시청자에게 제공하는 고품질 프로그램 제작에 더 초점을 맞출 수 있게 할 것이다. 여기에는 주요 스포츠 이벤트와 같이 국가적 관심 이벤트에 대한 시청권 보장이 포함된다.
- Ofcom이 넷플릭스, 아마존프라임, 디즈니+와 같은 주요 스트리밍 플랫폼에 대한 비디오 온디맨드 규칙(Video-On-Demand Code)을 관장한다. 이들 서비스는 TV방송에서 시청자를 유해한 콘텐츠로부터 보호하는 것과 유사하게 편집 기준(editorial standards)을 적용받을 것이다. 이는 이들 플랫폼에서 노출된 콘텐츠에 관한 민원을 Ofcom이 처리한다는 것을 뜻한다. 또한 스트리밍 서비스는 장애를 가진 사람들이 이들의 콘텐츠에 접근할 수 있도록, 자막(subtitles)과 같은 접근성 요구를 받게 될 것이다.
- 새로운 규칙은 스마트TV(smart TVs), 스트리밍 스틱(streaming sticks)과 같은 커넥티드 TV플랫폼에서 공공서비스 콘텐츠를 이용가능하고(available), 현저하고(prominent), 쉽게 접근하도록(easily accessible)

90) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0029/265376/media-nations-report-2023.pdf

91) <https://bills.parliament.uk/bills/3505>

92) <https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2024/what-is-the-media-bill-and-what-does-it-mean-for-ofcom>

해줄 것이다. 이는 공공서비스 프로그램을 제공하는 PSBs의 온디맨드 플레이어(예: ITVX⁹³)가 커넥티드 TV플랫폼에서 더 눈에 띄게 하는 결과를 가져올 것이다. 또한 이는 Ofcom에게 공정하고, 시청자에 기여하는 지속가능 시스템의 보장을 위하여 새로운 규칙(new codes), 가이드(guidance)와 분쟁해결절차(dispute resolution processes)의 제정을 요구하고 있다.

- 미디어법은 Channel 4가 자사 프로그램을 제작하여 더 많은 수익을 얻을 수 있게 해주고 있다. Ofcom은 이로 인해 여러 섹터가 부당한(unduly) 영향을 받지 않도록 보장하기 위한 검토를 진행할 것이다.
- 라디오 서비스에 대한 낮은 규제 부담을 제거하고, 지역 뉴스(local news)의 제공을 보호 및 강화한다.
- 음성 지원(voice assistants)⁹⁴을 통하여 BBC, 영국 전역의 상업 및 커뮤니티 방송국이 청취자에게 계속 접근할 수 있도록 새로운 보호(New protections)를 보장한다.

(3) 미디어법 시행에 대비한 Ofcom의 규제 로드맵

Ofcom은 2024년 2월 26일 <Media Bill: Ofcom's roadmap to regulation>⁹⁵을 통해 미디어법이 발효될 경우 이를 실행에 옮기기 위한 규제 로드맵을 발표하였다. TV방송과 온디맨드를 중심으로 Ofcom 규제 로드맵의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.

세부추진계획(Implementation plan in detail)

- (4.1) 다음은 미디어법 효력이 개시될 경우, 법안의 각 파트를 구현하기 위한 Ofcom의 계획을 대략적으로 제시한 것이다. 이 문서는 새로운 의무에 대한 지침을 규제 당사자에게 제공하기 위한 것이 아니며, 새로운 법안의 모든 영역에 포괄적으로 적용하기 위한 것도 아니다.

Part 1: ①공공서비스텔레비전(Public Service Television)

- (4.2) 이 섹션은 BBC, S4C 그리고 허가받은 상업 공공서비스 방송사 ITV, STV, Channel 4, Channel 5에 대하여 적용된다.
- (4.3) 미디어법안의 이 파트에 입각하여, PSBs는 광범위한 시청각서비스(자사의 온디맨드 플레이어 및 써드파티 제공 서비스 포함)에서 제공되는 공공서비스를 업데이트하고 현대화할 것이다. 허가받은 PSBs와 S4C는 각자 자신의 공공서비스 이행방법(제공하려는 시청각서비스와 그것이 가져올 편익에 관한 사항 포함)을 설명하는 프로그램 정책 연차보고서(annual statements of programme policy, SoPPS)를 공표해야 한다.
- (4.4) 독립제작사에 대한 콘텐츠 위탁 그리고 M25 외곽에서의 콘텐츠 제작을 포함한 쿼터 의무는 존속될

93) ITVX는 ITV가 운영하는 광고 기반 비디오온디맨드 스트리밍 서비스이다. 2008년 ITV Player로 출범하였으나, 2015년 ITV Hub, 2022년 ITVX로 변경되었다.

94) 아마존의 알렉사, 구글 어시스턴트, 애플의 시리와 같은 음성 지원 서비스를 말한다.

95) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0030/278625/Media-Bill-Roadmap.pdf

것이다. 그러나 자사의 주요 선형 채널(linear channels)뿐만 아니라 온디맨드 서비스를 통해 이들 프로그램의 상당 부분을 최초로 제공할 수 있을 것이다. 그에 따라 면허가 업데이트될 것이다.

< 공공서비스텔레비전 추진계획 >



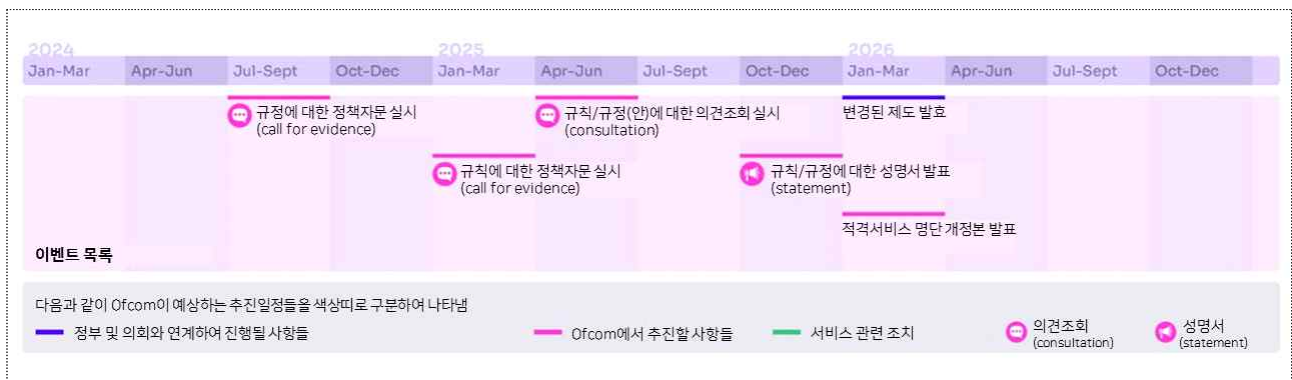
※ 출처: Ofcom(2024). 「Media Bill: Ofcom's roadmap to regulation」, p. 9, 자체번역

Part 1: ②이벤트 목록(Listed Events)

(4.6) '이벤트 목록'이란 스포츠 또는 기타 국가적 관심사로, 이들 이벤트에 대한 광범위한 시청을 보장하기 위하여 정부가 지정한 것을 말한다. 현 정부는 특정 선형 채널(인구의 95% 이상이 수신할 수 있는 지상파 채널)을 "적격 서비스(qualifying services)"로 규정하여 중계 권한을 부여하고 있다. 이들 이벤트를 독점 중계하려는 모든 방송사는 Ofcom의 동의를 얻어야 한다.

(4.7) 그러나 미디어법안은 이 기준을 변경하여 PSB 서비스에만 자격을 부여하게 될 것이다. 또 스트리밍 서비스와 같은 새로운 제공자로 자격부여 범위를 확대하되, 이들이 목록에 있는 이벤트를 독점 생중계하려면 Ofcom의 동의를 얻어야 될 것이다.

< 이벤트 목록 추진계획 >

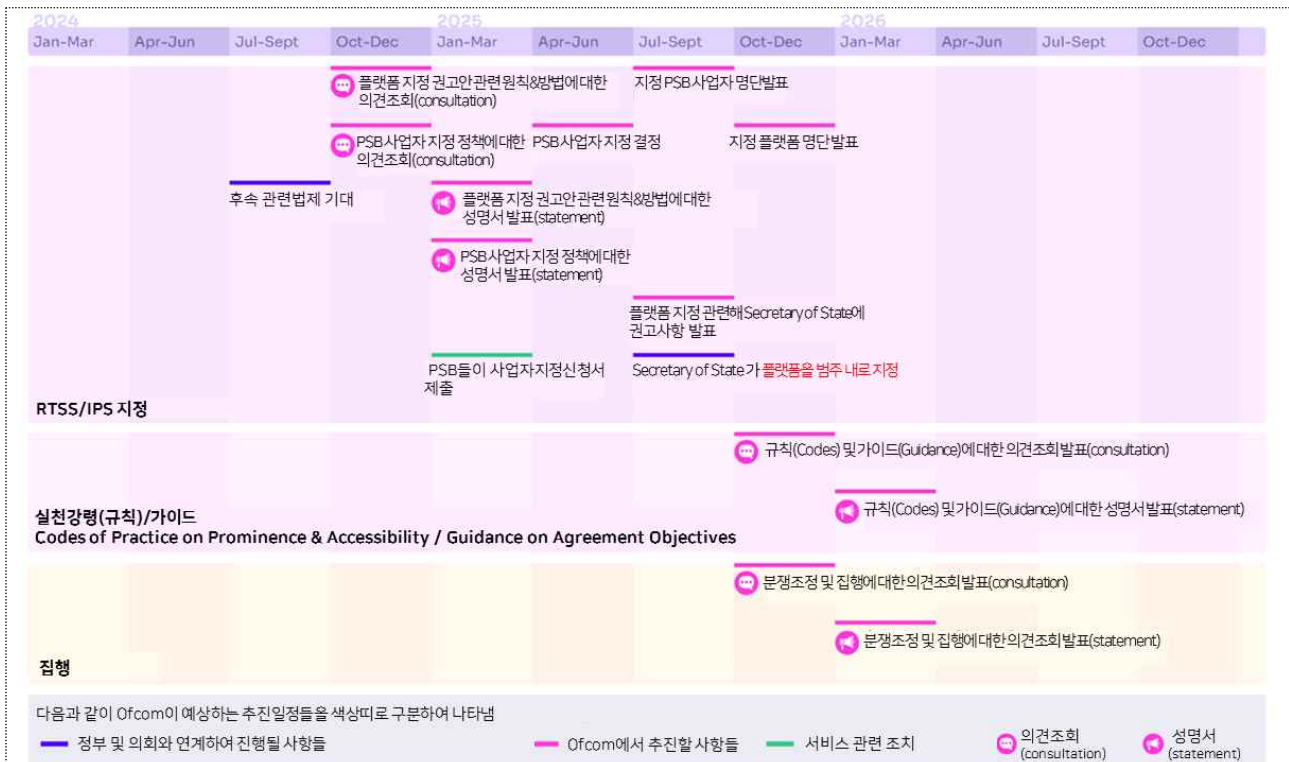


※ 출처: Ofcom(2024). 「Media Bill: Ofcom's roadmap to regulation」, p. 10, 자체번역

Part 2: 이용가능성 & 현저성(Availability&Prominence)

- (4.9) 법안의 이 파트는 시청자가 주요 TV플랫폼에서 온라인 PSB서비스를 이용할 수 있고, 동시에 쉽게 발견할 수 있도록 보장하기 위하여 도입하는 새로운 규칙이다.
- (4.10) 미디어법안이 발효되면, 국무장관은 BBC iPlayer와 같은 온디맨드 애플리케이션을 이용할 수 있게 해야 하는 디바이스와 장비의 유형에 대한 명령을 내릴 것이다. Ofcom은 어느 정도의 “규모 (significant number)”를 가진 서비스와 플랫폼에게 이 같은 규제를 적용할 것인지에 관한 제안을 정부에 제시해야 한다. 어떤 플랫폼을 지정할 것인가에 관한 결정 권한은 국무장관에게 있다.
- (4.11) 지정이 이뤄지면, PSBs와 플랫폼은 “must offer”와 “must carry” 의무를 지게 된다. Ofcom은 상업적 계약이 충족해야 하는 목표에 대한 가이드를 제시할 것이다. 또한 플랫폼은 PSB 플레이어 및 콘텐츠가 눈에 잘 띄도록 배치해야 하고, 장애인(특히 시각 또는 청각 장애인)의 이들 서비스에 대한 접근을 보장해야 한다. Ofcom은 의무이행 방법을 안내하는 실행규칙(Codes of Practice)을 제공해야 한다. 당사자가 상업적 합의에 도달하지 못하는 경우, Ofcom은 특정 조건이 충족되도록 분쟁조정 권한을 갖는다.

< PART2 이용가능성&현저성(Availability&Prominence) 추진계획 >



※ 출처: Ofcom(2024). 「Media Bill: Ofcom's roadmap to regulation」, p. 11, 자체번역

Part 3: 채널 4(Channel 4)

- (4.17) 미디어법안의 이 섹션은 공적 소유의 PSBs 그리고 Channel 4 및 S4C에 대해 적용된다. 이중 Channel 4에 대한 변화는 Ofcom에 직접적인 영향을 미친다.
- (4.18) 법안은 C4C가 프로그램 제작에 개입하지 못하게 했던 규제를 제거하여, Channel 4에서 최초 방송할 수 있는 콘텐츠 제작을 허용하였다. 또한 위탁(commissions)에서의 공정경쟁 촉진, 위탁정책(commissioning policy)에 관한 연차보고서(annual statement) 준비와 관련한 새로운 의무를 C4C에 부여하였다. 정부는 C4C가 제작 사업(production business)을 시작하는 경우 이러한 새로운 의무가 적용되도록 하였다.

Part 4: 비디오 온 디맨드(Video-On-Demand)

- (4.20) 법안의 이 파트는, <방송규정>와 유사하게, <VoD 규칙> 초안을 작성하고 시행할 수 있는 새로운 권한을 Ofcom에 부여하고 있다. 현재 영국의 관할권 밖에 있는 주요 'TV-like' 서비스까지 포괄하는 것으로, 이들 서비스가 TV방송과 유사한 규칙을 적용받게 된다는 것을 의미한다.
- (4.21) 이 섹션은 또한 VoD 서비스 제공자에게 장애인 접근성 보장 의무를 부여하고 있다. 이는 현재 선형 방송사업자에게 부여되어 있는 자막, 음성해설, 수어 제공의무를 주요 온디맨드 서비스에게도 적용한다는 것을 의미한다.

< 비디오 온 디맨드(Video-On-Demand) 추진계획 >



※ 출처: Ofcom(2024). 「Media Bill: Ofcom's roadmap to regulation」, p. 14, 자체번역

지금까지 살펴본 바와 같이, 영국의 미디어 환경은 코로나 팬데믹을 거치면서 온라인 미디어 이용이 증가하고, 글로벌 SVOD 서비스의 영향력이 커지는 등 많은 변화를 겪고 있다. 이에 영국 정부는 미디어법 제정을 통하여 TV방송 중심의 PSB 체계를 TV방송과 온라인 중심의 PSM 체계로 전환하여, 모든 영국 시청자가 고품질의 다양한 콘텐츠를 지속적이고 안정적으로 제공할 수 있는 환경을 구축하고자 노력하고 있다.

3. Ofcom의 심의 제도

영국 미디어 내용규제 체계는 시청각 미디어의 콘텐츠 내용에 대한 규제체계라고 할 수 있다. 미디어 발전에 따라 방송서비스는 지상파방송에서 유료방송, 주문형 비디오로 확대되었다. 그에 따라 내용규제 체계도 지속적으로 정비되어 왔다. 영국은 「2003년 커뮤니케이션법」 제정과 Ofcom 설립을 계기로 기존 규제기관들이 매체별로 나누어 수행하던 내용규제 체계를 Ofcom 중심으로 통합하였다.

「2003년 커뮤니케이션법」과 「1996년 방송법」에 의거, Ofcom은 방송서비스가 준수해야 할 프로그램 기준, 협찬, 텔레비전 프로그램에서의 PPL, 공정성과 프라이버시 등에 관한 규정을 제정하고 이를 수시로 검토·개정해야 할 의무가 있다. 「2003년 커뮤니케이션법」 319조(2)는 방송사가 준수해야 할 내용 기준(standards objectives)을 명시하고 있으며, Ofcom은 방송사들이 이러한 기준을 달성할 수 있도록 프로그램 콘텐츠에 관한 규칙(codes)을 제정하고 수시로 점검 및 개정해야 한다. 또한 Ofcom은 「1996년 방송법」 107(1)조에 의거 방송프로그램 관련 불공정하고 부당한 대우나 부당한 프라이버시 침해가 발생하지 않도록 방송사가 준수해야 할 원리와 실천지침을 제정해야 한다.⁹⁶⁾

이에 Ofcom은 <Ofcom 방송규정(Ofcom Broadcasting Code)>을 마련하였다. <Ofcom 방송규정>은 모든 텔레비전과 라디오방송 서비스가 준수해야 할 최소 기준을 정한 것이다. <Ofcom 방송규정> 적용대상은 Ofcom으로부터 면허를 받은 모든 텔레비전 및 라디오방송 서비스의 콘텐츠이다. 또한 ODPS(On-Demand Programme Services)는 <ODPS 규칙(ODPS rules)⁹⁷⁾>을 준수해야 한다. <Ofcom 방송규정>과 <ODPS 규칙>은 수신료로 운영되는 BBC가 제공하는 방송서비스와 BBC ODPS의 콘텐츠에도 적용된다. BBC ODPS는 「2003년 커뮤니케이션법」 Part 4A에 의거 유해물과 간접광고 관련 규정 등 특정 법정 의무(statutory requirement)도 준수해야 한다.

1) Ofcom 방송규정(Ofcom Broadcasting Code)⁹⁸⁾

<Ofcom 방송규정>의 앞부분에서는 법적 배경, 규정 사용법 등을 설명한다. 이어 10개의 섹션이 제시되어 있다. 각 섹션은 원칙(Principle)과 규칙(Rules)으로 구성되어 있다. 다만 공정성(7섹션)과 프라이버시(8섹션)에서는 원칙과 규칙 외에도 방송사들이 따라야 할 실천지침을 포함한다. 다른 섹션이 시청자가 청취자가 보거나 듣는 내용에 관하여 규정하고 있다면, 공정성과 프라이버시에 관한 섹션은 방송사가 프로그램에 직접

96) 곽현자(2022). 「영국 오프콤의 미디어 콘텐츠 심의 기준 및 절차 연구」, 방송통신심의위원회, 19-20쪽.

97) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/on-demand-programme-service-rules>

98) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code>

영향을 받는 개인이나 단체를 어떻게 다루어야 하는지에 대해 규정하고 있기 때문이다.

현행 <Ofcom 방송규정>은 2020년 12월 31일 23:00 이후 방송된 모든 프로그램에 대하여 적용된다. 그 이전에 방송된 프로그램에 대해서는 당시의 규정이 적용된다. <Ofcom 방송규정>을 간략히 살펴보면 다음과 같다.

❖ 입법배경(The legislative background)⁹⁹⁾

「1996년 방송법」(Broadcasting Act 1996), 「2003년 커뮤니케이션법」은 Ofcom으로 하여금 텔레비전과 라디오 프로그램에서의 프로그램 기준(standards in programmes), 협찬(sponsorship), PPL(product placement) 그리고 공정성(fairness)과 프라이버시(privacy)에 관한 규정을 마련하도록 요구하고 있다. 이에 따라 마련된 규정이 <Ofcom 방송규정>이다.

또한, Ofcom은 <Ofcom 방송규정에 관한 방송사 가이드라인(Guidance for broadcasters on the Ofcom Broadcasting Code)>등을 마련하고 있다. 이는 방송사가 <Ofcom 방송규정>을 이해하고 준수하는데 도움을 주기 위한 것이다. Ofcom은 관련 규정을 수시로 검토하고 개정해야 할 의무도 지고 있다.

방송사는 <Ofcom 방송규정>에서의 규칙(rules), 각 섹션에 적용되는 원칙(principles), Ofcom이 제시한 의미(meanings), Ofcom이 발표한 가이드라인(guidance)을 해석할 때, 입법 배경을 상기할 필요가 있다. 이 모든 것이 <Ofcom 방송규정>의 해석 및 적용과 연관되어 있기 때문이다. 어떤 규칙도 단독(isolation)이 아니라 제목, 교차참조(cross-reference) 그리고 다른 연결 텍스트를 포함하여 전체적 맥락 속에서 읽어야 한다.

❖ 규정 사용법(How to use the Code)¹⁰⁰⁾

<Ofcom 방송규정>은 원칙(principles), 의미(meanings), 규칙(rules)으로 구성되어 있다. 그리고 섹션7 공정성(Fairness), 섹션8 프라이버시(Privacy)에는 방송사가 따라야 할 “실천지침”(practices to be followed)이 포함되어 있다.

원칙(principles)은 본 규정의 목적 그리고 규칙에 대한 적용을 이해하는데 도움을 주기 위한 것이다. 방송사는 규정에 명시되어 있는 규칙을 준수해야 한다. 의미(meaning)는 규정에서 사용하고 있는 단어나 문구에 대한 Ofcom의 의도를 설명하는데 도움을 준다. 각 섹션 하단에는 연관성이 높은 방송 법안을 기재하여 독자가 원하는 경우 해당 법안까지 찾아볼 수 있게 되어 있다. 본 규정을 콘텐츠에 적용하는 경우, 방송사는 해당 콘텐츠가 등장하는 맥락(context)이 핵심이라는 점을 인지하여야 한다.

99) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/legislative-background>

100) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/how-to-use>

이 규정을 마련할 때 Ofcom은 「2003년 커뮤니케이션법」 섹션 319(4)에 명시되어 있는 다음과 같은 조항¹⁰¹⁾을 고려하였다.

- (a) 프로그램 전반 또는 프로그램 내 특정 부분(particular description)에 특정 유형의 소재(material)가 포함되어 있어, 그로 인해 발생할 수 있는 유해(harm)와 불쾌(offence)의 정도
- (b) 텔레비전과 라디오 서비스 전반 또는 텔레비전 또는 라디오 서비스의 특정 부분에 포함된 프로그램의 잠재적 시청자 규모(size)와 성격(composition)
- (c) 프로그램 콘텐츠 성격(nature of programme's content) 그리고 잠재적 시청자의 프로그램 콘텐츠 성격에 대한 관심에 영향을 미치는 정도에 대한 가능성
- (d) 프로그램 콘텐츠의 성격을 알지 못하는 사람이 자신의 행동에 의하여 의도하지 않게 해당 콘텐츠에 노출될 가능성
- (e) 시청 또는 청취 중인 서비스의 성격에 영향을 미치는 변화가 있을 때, 특히 본 섹션에 따라 설정된 기준의 적용과 관련하여 변경이 있을 때, 서비스의 콘텐츠를 식별할 수 있도록 하는 것이 바람직하다.
- (f) 프로그램 콘텐츠에 대하여 독립적인 편집권을 유지하는 것이 바람직하다.

상기 조항은 <Ofcom 방송규정>에 대한 접근방식을 알려준다. 방송사는 규칙을 해석할 때 반드시 이를 고려해야 한다.

방송규정은 발생 가능한 개별 사례 그리고 모든 사례를 해결하려는 것은 아니다. 방송사는 규정에 특별히 언급되어 있지 않은 개별 사안에 직면하게 될 수 있다. 규정에 포함되어 있는 사례는 완전한 것이 아니다. 그러나 섹션에 요약되어 있는 원칙은 본 규정이 달성하려는 바가 무엇인지를 분명히 하고, 방송사가 판단을 내리는데 도움을 줄 수 있다.

BBC ODPS에 규정을 적용하는 경우, 온디맨드 서비스의 성격을 고려해야 한다. BBC ODPS에 관한 어떤

101) (4) In setting or revising any standards under this section, OFCOM must have regard, in particular and to such extent as appears to them to be relevant to the securing of the standards objectives, to each of the following matters—

- (a) the degree of harm or offence likely to be caused by the inclusion of any particular sort of material in programmes generally, or in programmes of a particular description;
- (b) the likely size and composition of the potential audience for programmes included in television and radio services generally, or in television and radio services of a particular description;
- (c) the likely expectation of the audience as to the nature of a programme's content and the extent to which the nature of a programme's content can be brought to the attention of potential members of the audience;
- (d) the likelihood of persons who are unaware of the nature of a programme's content being unintentionally exposed, by their own actions, to that content;
- (e) the desirability of securing that the content of services identifies when there is a change affecting the nature of a service that is being watched or listened to and, in particular, a change that is relevant to the application of the standards set under this section; and
- (f) the desirability of maintaining the independence of editorial control over programme content.

규칙에는 특별 조항(specific provision)이 있다.

방송사는 시청자와 친숙해져야 하며, 프로그램 콘텐츠가 항상 프로그램에 대한 맥락과 편집 요구에 의해 정당화될 수 있도록 해야 한다.(방송규정에서 '프로그램(programmes)'은 텔레비전 프로그램(television programming), 라디오 프로그램(radio programming) 그리고 BBC ODPS에서 이용 가능한 프로그램(programmes) 모두를 지칭한다.) 방송사는 자사가 선택한 이슈에 대하여 프로그램을 제작할 수 있지만, 그러한 프로그램이 언제나 일반법(general law)과 방송규정을 준수해야 한다.

❖ 규정에 대한 일반 가이드(General Guidance on the Code)¹⁰²⁾

방송사는 <Ofcom 방송규정>을 준수해야 할 책임이 있다. 본 규정에 대한 조언이 필요한 프로그램 제작자는 일차적으로 해당 방송사 편집 책임자와 법률 담당자에게 문의해야 한다. 본 규정의 해석과 관련하여 Ofcom은 일반적인 지침을 제공할 수 있다. 그러나 이것이 방송 이후 제기되는 사안이나 민원에 대한 Ofcom의 재량적 판단에 영향을 미치지 않으며, Ofcom의 규제책임 행사에도 영향을 미치지 않는다. Ofcom은 비공식적 가이드로 인하여 방송사에게 발생하는 모든 손실이나 피해에 대한 책임을 책임지지 않는다.

❖ <Ofcom 방송규정>의 구성¹⁰³⁾¹⁰⁴⁾

<Ofcom 방송규정>은 10개 섹션으로 구성되어 있다. 섹션1은 18세 미만 보호, 섹션2는 유해와 불쾌, 섹션3은 범죄, 무질서, 혐오와 모욕, 섹션4는 종교, 섹션5는 적절한 불편부당성과 적절한 정확성 및 견해와 의견의 부적절한 부각, 섹션6은 선거와 국민투표, 섹션7은 공정성, 섹션8은 프라이버시, 섹션9는 텔레비전 프로그램에서의 상업적 언급, 섹션10은 라디오 프로그램에서의 상업적 커뮤니케이션으로 구성되어 있다.

< Ofcom 방송규정 각 섹션의 '원칙'과 관련 법률조항 >

섹션1: 18세 미만 보호	319(2)(a)
18세 미만은 보호되어야 한다.	
섹션2: 유해와 불쾌	319(2)(f)
텔레비전과 라디오 서비스에 포함된 유해하거나 불쾌한 내용으로부터 공중 구성원을 적절히 보호하기 위해 그러한 서비스의 콘텐츠에 일반적 수용 수준을 적용해야 한다.	
섹션3: 범죄, 무질서, 혐오와 모욕	319(2)(b)

102) https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/general-guidance?SQ_VARIATION_98746=0

103) 곽현자(2022). 「영국 오프콤의 미디어 콘텐츠 심의 기준 및 절차 연구」, 방송통신심의위원회, 20-25쪽.

104) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code>

범죄행위를 조장 또는 선동하거나 무질서를 초래할 가능성이 있는 내용이 텔레비전이나 라디오 서비스 또는 BBC ODPS에 포함되어서는 안 된다.	
섹션4: 종교	319(2)(e), 319(6)
방송사는 종교프로그램의 내용에 관해 적절한 정도의 책임을 행사해야 한다. 종교프로그램은 그러한 프로그램에 대한 시청자의 민감성을 부당하게 이용해서는 안 된다.종교 프로그램은 특정 종교나 교단에 속하는 종교적 견해나 신념을 모욕적으로 다루어서는 안 된다.	
섹션5: 적절한 불편부당성, 적절한 정확성 및 견해와 의견의 부적절한 부각	319(2)(c), (d), 320
뉴스보도는 형식을 불문하고 적절한 정확성을 지녀야 하며 적절한 불편부당성을 갖추어 전달되어야 한다. 「2003 커뮤니케이션법」상의 특별한 불편부당성 의무를 준수해야 한다.	
섹션6: 선거와 국민투표	319(2)(c), 320
선거 및 국민투표 기간에는 「2003 커뮤니케이션법」 및 기타 법률에서의 선거방송과 국민투표 방송에 관한 특별한 불편부당성 요건을 적용해야 한다.	
섹션7: 공정성	3(2)(f), 326; 107(1), 130*
방송사는 프로그램 내에서 개인이나 조직을 부당하거나 불공정하게 대우해서는 안 된다.	
섹션8: 프라이버시	3(2)(f), 326; 107(1), 130*
방송사는 프로그램 내에서 그리고 프로그램 내에 포함된 자료의 획득과 관련해서 프라이버시를 부당하게 침해해서는 안 된다.	
섹션9: 텔레비전 프로그램에서의 상업적 언급	319(2)(j), 319(4)(f), 321
(편성 독립) 방송사는 프로그램에 대한 편성의 독립과 통제를 유지해야 한다. (구별) 프로그램 내용과 광고는 구별되어야 한다. (투명성) 시청자를 은밀한 광고로부터 보호해야 한다. (소비자 보호) 시청자를 금전적 유해의 위험으로부터 보호해야 한다. (부적절한 협찬) 부적절한 협찬을 방지해야 한다.	
섹션10: 라디오 프로그램에서의 상업적 커뮤니케이션	321
소비자 보호를 위해 상업적 커뮤니케이션은 투명해야 한다.	
부록1: 재정 프로모션 및 투자 권유	
크로스프로모션 규정(Cross-promotion Code)	
ODPS 규칙(On Demand Programme Service Rules)	

*표시는 「1996 방송법」 조항이며 별도의 표시가 없으면 「2003 커뮤니케이션법」 조항임

※ 출처: 곽현자(2022). 「영국 오프콤의 미디어 콘텐츠 심의 기준 및 절차 연구」, 방송통신심의위원회, 22-23쪽.

<Ofcom 방송규정>은 최초 제정 당시의 구성을 지금까지 유지하고 있으나, 방송규정 문서의 틀은 두 차례 변화를 겪었다. 2009년에는 <크로스 프로모션 규정>, 2017년에는 <ODPS 규칙>이 추가되었다. 그 결과 방송규정 문서는 3부(1부 방송규정, 2부 크로스프로모션 규정, 3부 ODPS규칙)로 구성되어 있다. 2020년 이후 Ofcom은 방송규정을 파일 형태가 아니라 웹사이트에서 이용하는 방식으로 제공하고 있다.

Ofcom은 방송사가 방송규정을 해석하고 적용하는데 도움을 주기 위하여 각 섹션에 '해설노트(Guidance Note)'를 별도로 제공하고 있다.¹⁰⁵⁾ 해설노트는 규정의 내용을 보충하는 역할을 할 뿐 법적 구속력은 없으며, Ofcom의 심의 과정에 영향을 미치지 않는다. 해설노트는 통상 <Ofcom 방송규정> 개정에 맞추어 개정되지만, 특정 조항에 대한 방송사의 이해를 높이기 위하여 필요하다고 생각되는 경우 개정되기도 한다. 해설노트 개정은 방송규정 개정과 달리 의견수렴(consultation) 절차가 요구되지 않는다.

2) ODPS(On-demand programme service) 규칙¹⁰⁶⁾

Ofcom은 영국 VOD서비스의 편집 콘텐츠(프로그램)(editorial content)(programming)를 규제하고 있다. ODPS 제공사업자는 법에 따라 서비스를 개시하기 전에 Ofcom에 통보(notify)해야 하며, 서비스 종료 또는 중대한 변화가 있을 경우 Ofcom에 관련 사실을 알려야 한다.

ODPS 제공사업자와 콘텐츠 기준(content standards)은 「2003년 커뮤니케이션법」 섹션4A에 규정되어 있다. 2020년 11월 1일 시청각미디어서비스규제(Audiovisual Media Services("AVMS") Regulations)가 발효됨에 따라 「2003년 커뮤니케이션법」 섹션4A도 수정되었다. Ofcom은 이들 수정사항을 반영하여 규칙(rules), 가이드라인(guidance), 통지문서(notification documents)를 업데이트하였다. <규칙과 가이드: ODPS 제공사업자를 위한 법적 규칙 및 구속력 없는 지침(Rules and Guide: Statutory Rules and Non-Binding Guidance for Providers of On-Demand Programme Services(ODPS)>(2021.12.10.)¹⁰⁷⁾에는 운영 규칙과 편집 규칙에 관한 사항 등 ODPS 제공사업자가 준수하여야 할 법적 의무가 명시되어 있다. 또 Ofcom은 유해 콘텐츠로부터 이용자를 보호하기 위한 ODPS 가이드(<On-demand programme services("ODPS") Guidance: Guidance for ODPS providers on measures to protect users from harmful material>(2021.12.10.),¹⁰⁸⁾ <ODPS 제공사업자를 위한 유럽작품 관련 의무 가이드(On-demand programme services("ODPS") guidance: Guidance for ODPS providers on obligations relating to European works)>(2022.9.7.)¹⁰⁹⁾를 제공하고 있다.

105) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/guidance/programme-guidance>

106) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/on-demand/rules-guidance>

107) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/229358/ODPS-Rules-and-Guidance.pdf

108) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0030/229359/ODPS-harmful-material-guidance.pdf

109) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0031/243769/ODPS-European-works-guidance.pdf

이중 <규칙과 가이드: ODPS 제공사업자를 위한 법적 규칙 및 구속력 없는 지침>¹¹⁰⁾에서 편집규칙(Editorial Rules)에 관한 사항을 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

❖ 개요(Introduction)

이 문서의 목적(The purpose of this document)

- (1.1) 이 문서는 온디맨드 프로그램 서비스(on-demand programme services, "ODPS") 제공사업자가 준수해야 하는 법적 의무(statutory requirement)를 규정하고 있다.
- (1.2) 이에 수반되는 가이드(Guidance)는 Ofcom이 규칙을 어떻게 해석하는지에 관한 ODPS 제공사업자의 이해를 돕기 위하여 제공된다. 규칙은 Ofcom이 아니라 「2003년 커뮤니케이션법」 Part 4A에 근거하고 있다. 가이드는 포괄적인 것이 아니며, ODPS 제공사업자에게 몇 가지 중요한 실천적 함의를 설명하는 것일 뿐이다.
- (1.3) 또한 Ofcom은 규칙 10, 11, 12의 적용과 관련하여 이용자를 유해한 콘텐츠로부터 보호하기 위한 부가 가이드(On-demand programme services("ODPS") Guidance: Guidance for ODPS providers on measures to protect users from harmful material)를 공표하였다.
- (1.4) 규칙 15의 적용에 관한 유럽 실무 의무(European works requirements) 부가 가이드는 <Guidance for ODPS providers on requirements relating to European works>에서 찾을 수 있다.
- (1.5) ODPS의 광고에 관한 법적 의무는 이 문서에 포함되지 않는다. Ofcom은 ASA(Advertising Standards Authority)를 ODPS 광고에 대한 공동규제기관(co-regulator)으로 지정하였으며, 2010년 9월 1일부터 발효되었다.(그럼에도 불구하고 ODPS 광고 의무의 집행(enforcement)은 해당하지 않는다. 이 기능은 Ofcom에 속한다.)
- (1.6) 이 규칙은 「2003년 커뮤니케이션법」 Part 4A를 반영한다. 규칙에는 기본 법조항에 대한 참조가 각주로 포함되어 있다. ODPS 제공사업자의 규칙 위반은 관련 법 조항을 위반한 것을 의미한다. 의도치 않게 규칙과 법에 대한 의미(meaning) 또는 해석(interpretation)에서 충돌이 발생하는 경우, 법이 우선한다.

❖ 규칙과 가이드(The Rules and Guidance) - 편집 규칙(Editorial Rules)

규칙 10: 유해한 콘텐츠: 증오를 유발할 수 있는 콘텐츠

(Rule 10: Harmful Material: Material Likely to Incite Hatred)

- (2.37) ODPS는 2007년 12월 12일 스트라스부르에서 채택된 「유럽연합 기본권 헌장(2000.12.7)」(Charter of Fundamental Rights of the European Union of 7 December 2000) 제21조에 의거 개인이나 집단의 구성원에게 폭력이나 증오를 유발할 가능성이 있는 자료를 포함해서는 안 된다.

110) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/229358/ODPS-Rules-and-Guidance.pdf

규칙 11: 유해한 콘텐츠: 금지된 콘텐츠(Rule 11: Harmful Material: Prohibited material)

(2.39) ODPS는 금지된 콘텐츠(prohibited material)를 포함해서는 안 된다.

(2.40) “금지된 콘텐츠”란 다음과 같다.

- a) 온디맨드 프로그램 서비스 내에 형사 범죄로 처벌될 수 있는 다음 중 어느 하나에 해당하는 행위가 포함되어 있는 경우
 - I. 유럽의회 지침(EU) 2017/541 제5조(Article 5 of Directive(EU) 2017/541 of European Parliament) 그리고 테러리즘과의 전쟁에 관한 2017년 3월 15일 평의회(Council of 15 March 2017 on combating terrorism)
 - II. 유럽의회 지침(EU) 2011/93/EU 제5(4)조(Article 5(4) Directive 2011/93/EU of the European Parliament) 그리고 성적 학대, 아동 성착취, 아동 포르노와의 전쟁에 관한 2011년 12월 평의회(Council of 13 December 2011 on combating the sexual abuse and sexual exploitation of children and child pornography), 또는
 - III. 형법에 의한 특정 형식 그리고 인종차별 표현 그리고 제노포비아와의 전쟁에 관한 2008년 11월 28일 평의회 프레임 결정 제1조(Article 1 of Council Framework Decision (2008/913/JHA) of 28 November 2008 on combating certain forms and expressions of racism and xenophobia by means of criminal law)
- b) 영상물기구(video works authority)가 1984년 법의 목적에 비추어 등급인증(classification certificate) 발급이 적합하지 않다고 결정한 영상물, 또는
- c) 등급인증서를 받고자 영상물기구에 제출된 영상물 안에, 그것의 본질적 특성(nature)에 대한 합리적 예측이 가능하며, 영상물기구가 등급인증 발급이 적합하지 않다고 결정한 영상물

(2.41) 어떤 영상물이 (c)에 해당하는지 여부를 결정할 때, 등급인증 발급 정책에 대하여 영상물기구(the British Board of Film Classification)가 제시한 가이드라인을 준수해야 한다.

규칙 12: 유해한 콘텐츠: 18세 미만 보호(특별히 제한되는 영상물)

(Rule 12: Harmful Material: Protection of Under-18s(Specially Restricted Material))

(2.43) 온디맨드 프로그램 서비스를 제공하는 사람은 18세 미만의 사람들이 해당 영상물을 일반적으로 보거나 듣지 못하도록 서비스에 특별한 제한 조치를 취해야 한다.

(2.44) 그러한 조치는 18세 미만 사람들의 신체적, 정신적 또는 도덕적 발달에 해를 끼칠 가능성에 비례하여야 한다.

(2.45) “특별히 제한되는 영상물”이란

- a) 영상물등급기구가 R18 등급인증을 발급한 영상물

b) 등급인증서를 받고자 영상물기구에 제출된 영상물 안에, 그것의 본질적 특성(nature)에 대한 합리적 예측이 가능하여, 영상물기구가 R18 등급으로 인증한 영상물, 또는

c) 그 밖에 18세 미만인 사람의 신체적, 정신적 또는 도덕적 발달을 저해할 수 있는 영상물

(2.46) 어떤 영상물

규칙 13: 협찬(Sponsorship)

(2.49) ODPS 또는 ODPS 프로그램 서비스에 포함되어 있는 프로그램은 다음의 경우 협찬을 받아서는 안 된다.

a) 담배(cigarettes) 또는 기타 연초(tobacco) 제품에 대한 판촉 목적; 또는

b) 기업의 주요 활동이 담배(cigarettes) 또는 기타 연초(tobacco) 제품의 제조인 경우

(2.50) ODPS 또는 ODPS의 프로그램은 다음의 경우 협찬을 받아서는 안 된다.

a) 전자담배(electronic cigarettes) 또는 전자담배 리필용기(electronic cigarettes refill container)에 대한 판촉 목적; 또는

b) 기업의 주요 활동이 전자담배(electronic cigarettes) 또는 전자담배 리필용기(electronic cigarettes refill container)의 제조 또는 판매인 경우

(2.51) ODPS 또는 ODPS에 포함된 프로그램은 처방전이 필요한 의약품(prescription-only medicine) 판촉을 목적으로 하는 협찬을 받아서는 안 된다.

(2.52) ODPS는 협찬을 받은 뉴스 프로그램 또는 시사프로그램을 포함해서는 안 된다.

(2.53) 2.54항부터 2.60항은 협찬을 받거나, 협찬을 받은 모든 프로그램을 포함하는 ODPS에 적용된다.

(2.54) 서비스 또는 프로그램 협찬은 서비스 제공자의 편집 독립성에 영향을 미치는 방식으로 해당 서비스 또는 프로그램의 내용에 영향을 미치지 않아야 한다.

(2.55) 상품 또는 서비스 판촉의 목적으로 협찬을 받은 서비스 또는 프로그램은 이와 관련하여 협찬 받은 서비스 또는 프로그램 그리고 협찬 고지에서 직접적으로 상품이나 서비스의 구매나 대여를 장려하거나, 이들 또는 그 외의 다른 것을 판촉 차원에서 언급해서는 안 된다.

(2.56) 알코올 드링크(alcoholic drink) 판촉 목적으로 협찬을 받은 서비스 또는 프로그램은, 해당 서비스 또는 프로그램 그리고 협찬 고지와 관련하여 다음을 해서는 안 된다

a) 특히 18세 미만의 사람을 목표로 해서는 안 된다; 또는

b) 그러한 드링크의 무분별한 소비를 권장해서는 안 된다.

(2.57) 협찬 받은 서비스는 이용자에게 협찬 계약이 존재함을 명확하게 고지해야 한다.

(2.58) 협찬주의 명칭과 로고 또는 (만약 있다면) 기타 협찬주의 상징(symbol)을 프로그램의 시작과 종료 시 표시하여야 한다.

(2.59) 식역하의 또는 은밀하게 메시지를 전달할 수 있는 기술은 협찬 고지에서 사용할 수 없다.

(2.60) 협찬고지는 다음을 하지 않아야 한다.

- a) 인간의 존엄성 존중에 대한 편견;
- b) 성, 인종, 또는 민족의 출신(ethnic origin), 국적, 종교 또는 신념, 장애, 연령 또는 성적 지향에 기초한 차별(discrimination)을 포함하거나 장려하는 것
- c) 건강 또는 안전에 위해가 되는 행동을 장려하는 것;
- d) 환경보호에 위해가 되는 행동을 장려하는 것;
- e) 18세 미만의 사람에게 신체적, 정신적 또는 윤리적 위해를 끼치는 것; ea) 그러한 사람에게 그들의 미숙함이나 신뢰를 이용하여 상품이나 서비스의 구매 또는 임대를 직접적으로 권고하는 것;
- f) 그러한 사람들이 상품이나 서비스의 구매 또는 임대를 위하여 자신의 부모나 다른 사람들을 설득하는 것을 직접적으로 장려하는 것;
- g) 부모, 선생님 또는 다른 사람의 그들에 대한 신뢰를 이용하는 것; 또는
- h) 그러한 사람들이 위험 상황에 처해 있음을 부당하게 보여주는 것

규칙 14: PPL 금지 및 예외(Rule 14: Prohibition of Product Placement and Exceptions)

(2.71) 관련 프로그램의 제작이 개시된 시점에 따라 다른 규칙이 적용된다는 점에 유의하십시오. 금지의 범위(categories of prohibition)를 확장하기 위해 수차례 법률의 변경이 이뤄져 왔으나, 이러한 변경 전에 제작된 프로그램은 계속 노출될 수 있다.

(2.72) 규칙 14는 2009년 12월 19일 이후 제작된 프로그램에 대해서만 적용된다. 추가 금지사항은 아래의 관련 단락에 각주로 제시되어 있다.

• PPL금지(Prohibited Product Placement)

(2.73) ODPS 내에서 다음의 사항에 해당하는 PPL은 금지 한다:

- a) 어린이 프로그램;
- b) 뉴스 및 시사 프로그램;
- c) 소비자 문제 프로그램; 그리고
- d) 종교 프로그램

(2.74) 다음의 조건에 해당하는 경우, ODPS 내에서 PPL을 금지한다.

- a) 담배(cigarettes) 또는 기타 연초(tobacco) 제품인 경우;
- b) 기업의 주요 활동이 담배 또는 기타 연초 제품의 제조나 판매에 해당하는 경우;
- c) 처방전이 필요한 의약품인 경우;
- d) 전자담배 또는 리필용기인 경우;
- e) 기업의 주요 활동이 전자담배 또는 전자담배 리필용기의 제조 또는 판매에 해당하는 경우.

(2.75) 다음에 해당하는 알코올 드링크의 PPL은 금지한다.

- a) 특히 18세 미만 사람을 대상으로 하는 경우; 또는
- b) 그러한 음료의 무분별한 소비를 조장하는 경우

• 허용되는 PPL(Permitted Product Placement)

(2.76) 상기 조항에 따라, ODPS에 포함된 프로그램에서의 PPL은 다음과 같은 조건 하에 허용된다.

- a) 아래 조건 B에서 F까지를 충족시킨다, 그리고
- b) 조건 G를 충족시키면서, ODPS 제공사업자 또는 다른 관련자에 의하여 PPL이 포함된 프로그램을 제작하는 경우

• 조건 B에서 F:(Conditions B to F:)

(2.77) 조건 B - PPL이 서비스 제공사업자의 편집 독립성에 영향을 미치는 방식으로 프로그램 내용에 영향을 주어서는 안 된다.

(2.78) 조건 C - PPL이 상품이나 서비스 또는 기타에 대한 판촉 차원의 언급을 통하여 상품이나 서비스의 구매 또는 임대를 직접적으로 장려하지 않아야 한다.

(2.79) 조건 D - 프로그램에서 상품, 서비스, 또는 상표(trade marks)와 관련하여 지나친 현저성(undue prominence)을 주어서는 안 된다.

(2.80) 조건 E - PPL은 식역하의 또는 은밀하게 메시지를 전달할 수 있는 기술을 사용해서는 안 된다.

(2.81) 조건 F - 프로그램에 포함된 상품, 서비스 또는 상표, 또는 그와 관련된 언급은 다음을 하지 않아야 한다.

- a) 인간의 존엄성 존중에 대한 편견;
- b) 성, 인종, 또는 민족의 출신(ethnic origin), 국적, 종교 또는 신념, 장애, 연령 또는 성적 지향에 기초한 차별(discrimination)을 포함하거나 장려하는 것
- c) 건강 또는 안전에 위해가 되는 행동을 장려하는 것;
- d) 환경보호에 위해가 되는 행동을 장려하는 것;
- e) 18세 미만의 사람에게 신체적, 정신적 또는 윤리적 위해를 끼치는 것; ea) 그러한 사람에게 그들의 미숙함이나 신뢰를 이용하여 상품이나 서비스의 구매 또는 임대를 직접적으로 권고하는 것;
- f) 그러한 사람들이 상품이나 서비스의 구매 또는 임대를 위하여 자신의 부모나 다른 사람들을 설득하는 것을 직접적으로 장려하는 것;
- g) 부모, 선생님 또는 다른 사람의 그들에 대한 신뢰를 이용하는 것; 또는
- h) 그러한 사람들이 위험 상황에 처해 있음을 부당하게 보여주는 것

• 조건 G(Condition G)

(2.82) 문제의 ODPS는 프로그램 내에 PPL이 포함되어 있다는 사실을 다음과 같은 최소의 빈도로 적절하게

표시한다.

a) 프로그램의 시작과 종료 시, 그리고

b) 광고 시간이 포함되어 있는 주문형 프로그램 서비스의 경우, 그러한 각 광고 시간이 종료된 후에 표시할 것이 권고된다.

(2.83) 참고: 조건 G는 서비스 제공사업자 또는 그와 관련된 자가 제작하거나 위탁한 PPL이 포함되어 있는 프로그램에 한하여 적용된다.

규칙 15: 유럽 저작물(Rule 15: European works)

(2.95) 주문형 프로그램 서비스를 제공하는 사람은 매년 평균적으로 서비스에 포함된 프로그램의 30% 이상을 유럽 저작물이 되도록 보장해야 한다.

(2.96) 주문형 프로그램 서비스를 제공하는 사람은 서비스 내에서 유럽 저작물의 현저성을 보장해야 한다.

(2.97) 이들 규칙은 어느 시기 전반(any period throughout)과 관련하여 온디맨드 프로그램 서비스를 제공하는 사람에게 적용되지 않는다.

a) 해당 서비스의 매출액이 낮거나 수용자가 적은 경우; 또는

b) 서비스의 특성 또는 주제로 인하여 이들 규칙을 적용하는 것이 실행 불가능하거나 정당하지 않은 경우

(2.98) (b)에 따른 면제는 해당 규제기관의 재량에 따른다.

(2.99) 1년 내내 온디맨드 프로그램 서비스를 제공하지 않은 사람의 경우, 쿼터 의무 준수는 그 사람이 서비스를 제공한 연도의 해당 기간과 관련하여 평가되어야 한다.

(2.100) 제공사업자의 쿼터 준수를 평가하는데 있어서, (a) 또는 (b)에 따른 면제가 적용되는 사업자에게는 해당 기간을 공제한다.

(2.101) “유럽 저작물”은 시청각 미디어 서비스 지침과 동일한 의미를 가지며, 해당 지침 제1(4)항에 의해 유럽 영상물로 간주되는 저작물을 포함한다.

(2.102) “프로그램(programmes)”에는 광고, 뉴스 프로그램, 스포츠 이벤트, 게임, 텔레텍스트 서비스 또는 텔레쇼핑이 포함되지 않는다.

(2.103) 이 규칙은 2020년 7월 7일(29) Official Journal of European Union의 제64권에 게재된 European Commission(2020/C223/03) “Guidelines pursuant to Article 13(7) of the Audiovisual Media Services Directive on the calculation of the share of European works in on-demand catalogues and on the definition of low audience and low turnover”로부터의 커뮤니케이션에 따라 해석된다.

4. Ofcom의 심의 절차

텔레비전 및 라디오 면허권자의 <Ofcom 방송규정> 위반에 관한 민원은 콘텐츠 기준 규정(섹션1~6, 9~10)에 대한 위반과 공정성&프라이버시 규정(섹션7,8)에 대한 위반으로 나눌 수 있다. 전자와 후자에 대한 민원은 그 성격이 상이하다는 점에서 Ofcom은 심의절차도 두 가지로 구분하고 있다.

한편 BBC 영국 공공서비스 방송과 BBC ODPS에 대한 심의 절차는 텔레비전 및 라디오 면허권자의 그것과 유사하다. 다만 Ofcom은 'BBC First' 원칙¹¹¹⁾에 따라 콘텐츠 기준 위반과, 공정성&프라이버시 위반에 대한 심의절차를 각각 마련하고 있다.¹¹²⁾ 또한 Ofcom은 협약에 의거 BBC의 온라인 콘텐츠에 대해서도 <BBC 편집 가이드라인> 준수여부를 심의하고 의견제시를 할 수 있다.

ODPS 제공사업자의 콘텐츠 민원에 대해서는 <ODPS 규칙>이 적용된다. <ODPS 규칙>에는 공정성&프라이버시 관련 내용이 포함되어 있지 않으므로, 이에 관한 심의절차는 존재하지 않는다.

< Ofcom의 심의 및 법정제재 절차 >

핵심목표		하위수준
텔레비전 및 라디오 면허권자	콘텐츠 기준 위반	· 텔레비전과 라디오에서의 콘텐츠 기준 위반 조사절차 (Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio) <2011.6.1.; 2017.4.3.>
	공정성& 프라이버시 위반	· 공정성 & 프라이버시 민원심의 및 평결 절차 (Procedures for the consideration and adjudication of Fairness & Privacy complaints) <2011.6.1.;2017.4.3.>

111) 다른 방송사에 적용되는 절차와 BBC에 적용되는 절차 간 가장 큰 차이는 'BBC First' 접근법을 취한다는 데 있다(공정성과 프라이버시 민원 제외). BBC 협정에 의거, 공정성과 프라이버시 민원을 제외하고 BBC 프로그램에 대한 민원은 통상 BBC가 먼저(in the first instance) 처리해야 한다. 민원인이 BBC의 최종 답변에 만족하지 못하거나, BBC에 대한 Ofcom의 법정제재가 필요하다고 생각하거나, BBC가 자체 민원처리 절차에 정해진 기한 내에 답변하지 않은 경우 민원인은 Ofcom에 민원을 제출할 수 있다. BBC와 BBC 프로그램에 대한 콘텐츠 기준 위반 심의는 'BBC First' 원칙을 따르지만, BBC 협약은 예외적인 상황에서 오프콤이 BBC가 먼저 해결(resolve)하지 않은 민원에 개입할 수 있도록 하고 있다(57(2)).(곽현자, 2022; 113쪽)

112) 2016년 12월 15일 개정된 BBC 칙허장과 협약에 따라 BBC와 BBC ODPS는 <Ofcom 방송규정>을 준수해야 하며, Ofcom은 BBC와 BBC ODPS의 방송규정 준수에 대해 조사하고 집행할 권한이 있다. 또한 BBC ODPS는 「2023년 커뮤니케이션법」 Part 4A에 의거, 유해물 등에 관한 특정 법정의무(statutory requirement)도 준수해야 한다. Ofcom은 2017년 1월 23일 BBC 프로그램에 대한 방송규정 위반 심의 및 법정제재 절차 초안을 발표하고 의견수렴을 거쳐(2017.1.23.~3.6.)(9개 의견 접수), 2017년 3월 29일 BBC와 BBC ODPS에 대한 방송규정 위반 관련 심의 및 법정제재 절차를 마련했다(2017년 4월 3일 시행).(곽현자, 2022; 113쪽)

	방송면허 위반	· 방송면허 위반 조사 일반 절차 (General procedures for investigating breaches of broadcast licences) <2013.12.18.;2017.4.3.>
		· 방송면허 위반 시 법정제재 심의절차 (Procedures for the consideration of statutory sanctions in breaches of broadcast licences) <2011.6.1.;2013.7.19.;2017.4.3.>
		· 방송법 면허에서 경쟁관련 조건 위반 조사절차 (Procedures for investigating breaches of competition-related conditions in Broadcasting Act licences)
BBC	콘텐츠 기준 위반	· BBC 방송서비스 및 BBC ODPS의 콘텐츠 기준 위반 조사절차 (Procedures for investigating breaches of content standards on BBC broadcasting services and BBC on demand programme services) <2017.4.3.>
		· BBC 방송서비스 및 BBC ODPS의 콘텐츠 기준 위반에 대한 제재 심의절차 (Procedures for the consideration of sanctions for breaches of content standards on BBC broadcasting services and BBC ODPS)
	공정성& 프라이버시 위반	· BBC 방송서비스 및 BBC ODPS의 공정성과 프라이버시 심의 및 평결 절차 (Procedures for the consideration and adjudication of Fairness and Privacy complaints on BBC broadcasting services and BBC ODPS) <2017.4.3.>
	BBC 협약서 위반	· BBC 협약서 요구사항 및 Ofcom 집행조치 준수절차 (Procedures for enforcement of requirements in the BBC Agreement and compliance with Ofcom enforcement action)
		· BBC 경쟁 요구사항 이행절차 (Procedures for enforcement of BBC competition requirements)
ODPS	ODPS 규칙 위반	· BBC 온라인 콘텐츠 관련 민원처리절차 (Procedures for handling complaints relating to BBC online material) <2017.5.18.>
		· 온디맨드서비스 규칙위반 조사절차 (Procedures for investigating breaches of rules for on-demand services) <2023.9.11.>
		· 온디맨드 프로그램 서비스 법정제재 심의에 관한 Ofcom 절차 (Ofcom procedures for the consideration of statutory sanctions arising in the context of on-demand programme services)

※ 출처: 곽현자(2022). 「영국 오프콤의 미디어 콘텐츠 심의 기준 및 절차 연구」, 방송통신심의위원회, 26-27쪽; Ofcom 홈페이지¹¹³⁾

이하에서는 텔레비전 및 라디오 면허권자에 대한 콘텐츠 기준 위반 조사 절차, 공정성&프라이버시 위반 조사 절차의 주요 내용을 살펴본다.

113) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/guidance/procedures>

1) 텔레비전과 라디오에서의 콘텐츠 기준 위반 조사절차¹¹⁴⁾

(Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio)

민원인의 신청이나 Ofcom 자체조사를 통하여 텔레비전 및 라디오 면허권자의 콘텐츠 기준 위반 사안이 제기 되는 경우, Ofcom은 <텔레비전과 라디오에서의 콘텐츠 기준 위반 조사절차(Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio)>¹¹⁵⁾에 따라 이를 처리한다.

❖ 개요(Introduction)

- (1.1) 이 문서는 방송사업자의 「2003 커뮤니케이션법」 제319조에 규정된 콘텐츠 기준(content standards) 준수와 관련된 불만처리(또는 자체조사 수행)를 위한 Ofcom의 절차를 다루고 있다.
- (1.2) 이 절차는 BBC 영국 공공서비스 방송 그리고 BBC ODPS에 적용하지 않는다. 이들에 대해서는 별도의 절차(New procedures for handling content standards complaints, investigations and sanctions for BBC Programmes)¹¹⁶⁾가 적용된다. 또한 Ofcom의 허가를 받은 BBC 상업방송사(BBC commercial broadcasting companies)¹¹⁷⁾에 대해서도 적용하지 않는다.
- (1.3) 1996년 방송법 Part 5에 따른 공정성 그리고/또는 프라이버시 불만사항 심의는 별도의 절차를 적용한다.
- (1.4) 만약 Ofcom이 특정 사례와 관련하여 조사의 공정성을 이유로 그리고/또는 민원에 대한 심의와 조사를 적절히 수행할 필요가 있다고 판단하는 경우 이 절차를 따르지 않을 수 있다. 이 경우 Ofcom은 관련 내용과 범위 및 그 이유를 해당 방송사(그리고 기타 관련자들에) 미리 알려준다.
- (1.8) Ofcom이 관장하는 다음의 기준에 대하여 제기된 불만과 조사에 관한 사안은 이 절차를 적용 받는다: 방송기준(공정성과 프라이버시, BBC 영국 공공서비스 제외); 교차 프로모션 규칙(Cross—Promotion Code), 텔레비전 광고편성규정(Code on the Scheduling of Television Advertising, COSTA), 그리고 적절한 경우 영국 방송광고규정(UK Code of Broadcast Advertising, BCAP Code).
- (1.9) Ofcom은 민원에 따른 조사뿐만 아니라 자체적으로 조사를 개시할 수 있다. 두 조사의 절차는 동일하다.

114) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/55109/breaches-content-standards.pdf

115) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/55109/breaches-content-standards.pdf

116) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0030/99417/procedures-bbc.pdf

117) BBC의 상업서비스에는 BBC Studios, BBC Studioworks가 있다.

<https://www.bbc.com/aboutthebbc/whatwedo/commercialservices>

❖ 절차(Procedure)

① 민원의 제기(Making a complaint)

(1.10)~(1.12)에 관한 사항은 II장 참고

- 민원양식 및 제공정보(Form of Complaint and information to be provided)

(1.13)~(1.16)에 관한 사항은 II장 참고

- 민원제출기한(Time limits on making a complaint)

(1.17)~(1.20)에 관한 사항은 II장 참고

② Ofcom의 예비심사(Ofcom's initial assessment of a complaint)

(1.21) 모든 민원은 방송사의 방송규정(또는 이 절차가 적용되는 여타의 규칙) 준수 여부를 Ofcom이 이해 하는데 도움을 준다는 점에서 중요하다. Ofcom은 접수받은 모든 민원을 기록한다. 그러나 통상 민원인과 추가적인 소통을 하지는 않는다. Ofcom은 1.22에서 1.28의 규정에 따라 자체적으로 민원을 검토하고 조사를 수행한다.

(1.22) Ofcom은 민원이 방송규정(또는 이 절차가 적용되는 여타의 규칙)에 따른 잠재적이고 실질적인 이슈를 제기하는지 검토한다. 이때 유해의 지속성, 소수집단에 대한 유해성, 재정적 유해성 등을 포함하여 민원의 중대성과 범위를 고려한다.

(1.23) Ofcom이 민원에 대해 더 깊이 평가해야 한다고 판단하는 경우, 이 단계에서 해당 방송사에게 프로그램 복사본을 요구할 수 있고, 방송사는 5 영업일(working day) 내에 제출해야 한다. 또한 예비심사와 관련된 다른 자료나 증거를 요청할 수 있다. 그러나 이 단계에서 Ofcom은 통상 방송사에게 서면제출을 요구하지는 않는다.

(1.24) 민원내용과 방송내용에 대한 예비 심사를 토대로 Ofcom은 방송규정(또는 이 절차가 적용되는 여타의 규칙)에 위반되는지 여부를 검토한다. 만약 위반이 아니라고 판단하는 경우, 추가 조사를 진행하지 않고 Ofcom웹사이트(Broadcast and On-Demand Bulletin)에 관련 결정을 공표한다.

(1.25) Ofcom은 모든 불만에 대한 예비심사를 15 영업일 이내에 완료하는 것을 목표로 한다.

- 위반 가능성 조사(Investigating possible breaches)

(1.26) 아래 1.27항에 해당하는 경우를 제외하고, Ofcom은 방송규정(또는 이 절차가 적용되는 여타의 규칙)의 특정 조항의 위반 가능성이 있다고 판단하는 경우 방송사에 서면요청을 하게 된다. Ofcom은 민원내용의 요약, 해당 민원에 적용될 수 있는 방송규정의 특정 조항, 이에 대한 방송사의 회신(자사의 주장을 뒷받침할 수 있는 자료나 증거)을 요청한다. 해당 방송사는 10 영업일 내에 회신해야 한다. Ofcom은 조사 중인 프로그램의 세부 정보를 웹사이트에 게시한다.

(1.27) 어떤 경우 사실관계 확인이 중요한 이슈가 된다. 이와 관련 Ofcom은 통상적으로 방송사에게 관련자료 제출(representations)을 요구하지는 않는다. (예를 들어, 광고물의 숫자나 길이와 같은) 객관적 사실이 관련 규정에 위반되는지 여부에 관한 문제이기 때문이다. 대신 Ofcom은 아래 1.30항에 따라 민원 내용에 대한 예심의견(Preliminary View)을 방송사에 보낸다.

(1.28) Ofcom은 이 같은 사례에 대한 조사를 50 영업일 이내에 완료하는 것을 목표로 한다.

• Ofcom의 예심의견 준비(Preparation of Ofcom's Preliminary View)

(1.29) Ofcom은 방송사가 제출한 서면자료를 토대로 예심의견을 준비하게 된다. 예심의견은 잠정적인 것으로 방송사(또는 관련 서드파티)가 제공하는 의견이나 자료에 따라 변화될 수 있다.

(1.30) 모든 예심의견 초안은 Ofcom 콘텐츠이사회 패널(a panel of Ofcom's Content Board members)에 제출되어 자문을 받는다. 예심의견에 대한 Ofcom의 결정은 Ofcom 이사회로부터 권한을 위임받은 고위 Ofcom 집행이사(a senior member of Ofcom's Executive)에 의해 이뤄진다. 이 고위인사는 조사과정에 대한 감독의 책임을 진다. 예심의견에는 다음의 사항이 포함된다.

- 민원내용 요약
- 민원과 관련된 방송/방송프로그램 문제 내용의 요약
- 민원과 관련하여 Ofcom이 적용을 검토 중인 방송규정(또는 이 절차가 적용되는 여타의 규칙)의 특정 조항
- 해당 조항 위반 여부에 대한 Ofcom의 예심평가와 그러한 평가의 근거

(1.31) 예심의견을 공정하고 적절하게 작성하기 위하여 추가 정보가 필요하다고 판단되면, Ofcom은 예심의견 작성 전 해당 정보를 (방송사 등에) 요청할 수 있다.

(1.32) 예심의견이 준비되면 Ofcom은 이를 방송사(또는 관련 서드파티)에 보내고 10영업일 이내에 서면 의견 제출을 요청한다.

(1.33) Ofcom은 방송사의 구두진술이 없더라도 서면자료에 따라 공정하고 정확하게 결정할 수 있다고 생각한다. 그러나 방송사가 Ofcom에 서면자료 외에도 구두진술을 요청하는 경우가 있다. 위반행위의 본질과 사안의 복잡성 측면에서 구두진술 청취가 적절하다고 판단되는 경우 Ofcom은 이러한 요청에 동의하게 된다.

③ 최종결정(The final Decision)

(1.34) Ofcom은 예심의견에 대하여 방송사(또는 관련 서드파티)가 제출한 의견을 고려하여 방송규정 위반 여부에 대한 최종 결정을 내린다.

(1.35) 모든 결정문 초안은 최종결정이 내려지기 전에 (해당안건 조사에 관여하지 않은) Ofcom 콘텐츠이사회 패널(a panel of Ofcom's Content Board members)에게 제출되어 자문을 받는다. 최종결정은 Ofcom

이사회로부터 권한을 위임받은 고위 Ofcom 집행이사(a senior member of Ofcom's Executive)에 의해 이뤄진다. 이 인사는 조사(investigation) 그리고/또는 예심의견 준비에 관여하지 않는다.

④ 결정의 공표(Publication of Decision)

(1.36) 결정을 공표하기 전, Ofcom은 (영업일 기준) 공표일 전날 최종결정문 사본을 해당 방송사에게 엠바고를 전제로 제공한다.

(1.37) 결정문은 웹사이트 내 Ofcom's Broadcast and On-demand Bulletin에 게시한다.

• 비밀유지(Non Disclosure)

(1.38) Ofcom 심사 절차의 투명성 그리고 (비밀유지 사항을 포함하여) 모든 이해관계자를 공표된 규칙과 절차에 따라 공정하게 규제하는 것은 매우 중요하다.

• 기한준수(Time limits)

(1.39) 민원인과 방송사는 이 절차에 규정된 기한을 준수해야 한다. 그러나 Ofcom이 (공정성을 위하여 그리고/또는 정확한 조사를 위하여) 적절하다고 판단하는 경우 특정 사안에 대하여 정해진 기한을 수정 또는 채택할 수 있다. 민원인이나 방송사가 기한의 연장을 원하는 경우, Ofcom에 그 사유를 명시하여 서면으로 제출해야 한다.

• 제재(Sanction)

(1.40) (방송규정 또는 여타 관련 규칙에서의 관련 조항을 반영한) 「2003년 커뮤니케이션법」 섹션319에 따라 기준을 위반하였다고 결정하는 경우, Ofcom은 방송사업자에 대하여 법정제재를 검토할 수 있다. 만약 그렇다면, Ofcom은 결정문에서 (1.34항, 1.35항에 따라) <Procedures for the consideration of statutory sanctions in breaches of broadcast licences>이 적용될 것이라는 점을 명확히 밝혀야 한다.

• 명령(Directions)

(1.41) Ofcom은 방송법¹¹⁸⁾에 따라 방송사의 면허권 부여와 관련하여 명령(direction)을 내릴 권한을 갖고 있다.

(1.42) Ofcom은 명령이 적절하다고 판단하는 사례에 대하여 이를 발동할 수 있다. Ofcom의 관점에서, 이에 해당하는 사례를 제시하면 다음과 같다:

- 방송사가 관련 규칙을 심각하게 위반하였지만, 1.38항에서 언급한 Ofcom의 제재절차에 입각하여 해당 방송사업자에게 제재를 가하는 것이 정당하지 않다고 생각하는 경우
- 방송사가 어느 관련 의무를 적시에 준수하지 않았다고 생각하는 경우; 그리고/또는
- 방송사가 특정 조치를 취한 것에 대해 적절한 다른 이유가 있는 경우

명령고지(Notice of Direction)는 통상 Ofcom의 Broadcast and On-demand Bulletin에 공표된다.

118) sections 4(2) and 87(2) of the Broadcasting Act 1990

(1.43) 방송사의 면허권에 대한 Ofcom의 명령을 방송사가 따르지 않을 경우, Ofcom은 해당 방송사에 대한 법정제재(예를 들어, 재정적 벌금 부과 또는 면허 취소)를 고려할 수 있다. 그럴 경우의 제재절차는 위에서 언급한 사항이 적용된다.

2) 공정성 & 프라이버시 심의 절차¹¹⁹⁾

(Procedures for the consideration and adjudication of Fairness & Privacy complaints)

텔레비전 및 라디오 면허권자가 공정성&프라이버시 조항을 위반하였다는 민원이 제기되는 경우, Ofcom은 <공정성&프라이버시 심의절차(Procedures for the consideration and adjudication of Fairness & Privacy complaints)(2017.4.3.)>에 따라 이를 처리한다. 공정성&프라이버시 조항 위반 민원이란 프로그램 내에서 부당하거나 불공정한 대우를 받았거나 또는 프로그램 내에서(또는 프로그램에 포함된 자료 획득과 관련하여) 프라이버시가 부당하게 침해되었다고 생각되는 경우 Ofcom에 제기하는 민원을 말한다. Ofcom은 통상 당사자 또는 당사자로부터 권한을 위임받은 자가 제기한 민원에 대해서만 심의한다.

❖ 개요(Introduction)

- (1.1) 이 문서는 (수정)「1996년 방송법」 섹션107의 Ofcom의 “공정성 규칙”에 따른 텔레비전과 라디오 방송 프로그램에서 공정성과 프라이버시 관련 민원의 검토와 평결 절차를 다루고 있다. 이 절차는 2017년 4월 3일부터 발효된다.
- (1.2) 이 절차는 BBC 영국 공공서비스방송 그리고 영국 공공 ODPS에는 적용되지 않는다. 이들에 대해서는 별도의 절차¹²⁰⁾가 적용된다.
- (1.3) 만약 Ofcom이 특정 사례와 관련하여 조사의 공정성을 이유로 그리고/또는 민원에 대한 심의와 조사를 적절히 수행할 필요가 있다고 판단하는 경우 이 절차를 따르지 않을 수 있다. 이 경우 Ofcom은 관련 내용과 범위 및 그 이유를 당사자에게 미리 알려준다.

❖ 절차(Procedures)

민원의 제기: 누가 민원을 제기할 수 있는가(Making a complaint: who may make a complaint)

(1.8)~(1.9)에 관한 사항은 II장 참고

민원양식 & 제공정보(Form of complaint & information to be provided)

119) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0031/57388/fairness-privacy-complaints.pdf

120) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0030/99417/proceduresbbc.pdf

(1.10)~(1.12)에 관한 사항은 II장 참고

민원신청 기한(Time limits on making a complaint)

(1.13)~(1.17)에 관한 사항은 II장 참고

심의개시 심사(Assessing whether to entertain a complaint)

- (1.18) 민원을 접수한 경우, Ofcom은 방송사에게 민원 사본을 전달하고 관련 프로그램 기록을 5 영업일 안에 송부해줄 것을 요청한다. 이 단계에서 Ofcom은 통상 민원 내용에 대한 방송사의 서면의견을 요구하지는 않는다.
- (1.19) 만약 이 단계에서 Ofcom이 민원인에게 추가정보(예를 들어, 당사자 또는 당사자를 대신하는 자의 민원에 대한 입장이나 자료)를 요청하는 경우, 해당 정보요구서를 민원인에게 서면으로 요청하고 이는 방송사에게도 제공된다.
- (1.20) 이후 Ofcom은 민원에 대한 심사를 개시할지 여부를 결정한다. 이를 '심의개시 결정(Entertainment Decision)'이라고 부른다.
- (1.21) Ofcom은 민원 접수일 그리고 민원인으로부터 추가정보를 받은 날로부터 25 영업일 내 해당 민원에 대한 심의개시 결정을 내리는 것을 목표로 하고 있다.
- (1.22) Ofcom이 심의개시 결정을 내리는 경우, 민원인과 방송사에게 Ofcom의 검토여부(그리고 검토 범위)가 담겨 있는 심의개시 결정 사본이 전달된다.
- (1.23) 접수된 민원의 전부(또는 일부)가 공정성과 프라이버스에 해당하는 것은 아니다. 만약 민원이 Ofcom의 폭넓은 권한에 속하는 (공정성과 프라이버시와 관련되지 않은) 다른 문제를 다루고 있다고 판단되는 경우, 해당 민원은 Ofcom의 심의를 위한 적절한 섹션으로 이관될 수 있다. (예를 들어, 민원이 「2003년 커뮤니케이션법」 섹션 319에 따른 일반 콘텐츠 기준에 해당하는 사항일 경우, Ofcom의 <텔레비전과 라디오에서의 콘텐츠 기준 위반 조사절차(Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio)>가 적용될 것이다.

항변(Representations)

- (1.24) Ofcom이 심의개시를 결정하는 경우, 이에 관한 결정문을 관련 방송사에 제공하는 동시에 20 영업일 내에 민원에 대한 진술(statement)을 요구한다. 이 과정에서 Ofcom은 민원 심의에 적용되는 방송 규정 조항을 제시하고, 그에 따른 방송사의 항변(representation)을 요청한다. 또한 Ofcom은 방송사에게 프로그램 원고(transcript)와 그 밖의 관련 자료 및 문서를 요청할 수 있다.
- (1.25) 방송사의 진술(statement)/항변(representations)을 수령하면, Ofcom은 민원인에게 사본을 제공한다.

예심의견 준비(Preparation of Ofcom's Preliminary View)

- (1.26) 방송사의 진술(statement)/항변(representations)을 수령하면, Ofcom은 민원 사항에 대한 예심의견을 준비한다. 예심의견은 잠정적인 것으로, 민원인과 방송사가 제공하는 항변(representations)/자료(material)에 따라 바뀔 수 있다.
- (1.27) 모든 예심의견 초안은 Ofcom 콘텐츠이사회 패널(a panel of Ofcom's Content Board members)에 제출되어 자문을 받는다. 예심의견에 대한 Ofcom의 결정은 Ofcom 이사회로부터 권한을 위임받은 고위 Ofcom 집행이사(a senior member of Ofcom's Executive)에 의해 이뤄진다. 이 고위인사는 조사과정에 대한 감독의 책임을 진다. 예심의견에는 다음의 사항이 포함된다.
- 심의개시 결정에 제시되어 있는 민원내용(또는 민원내용 일부)에 대한 요약
 - 민원과 관련된 방송프로그램 내용 요약
 - Ofcom이 심의개시 민원과 연관되어 있고 적용 가능하다고 간주하는 방송규정의 특정 조항
 - 회신한 항변에서 방송사의 진술 요약
 - 관련 조항 위반이 있었는지 여부와 그렇게 평가한 이유에 대한 Ofcom의 예심평가(preliminary assessment)
- (1.28) 다음으로 Ofcom은 예심의견(Preliminary View)을 민원인에게 송부하고, 10 영업일 이내 항변 제출을 요구한다. 민원인으로부터 항변을 수령한 경우, Ofcom은 예심의견과 항변을 방송사에 송부하고, 10 영업일 이내 항변 제출을 요구한다. 경우에 따라, Ofcom은 공정성을 위하여 청문(Hearings)이 적절하고 필요하다면 이의 개최를 결정할 수 있다. 이렇게 결정하는 경우, Ofcom은 청문을 개최한 이후에 예심의견을 준비하게 된다.
- (1.29) 방송사와 민원인의 항변(또는 예심의견에 대한 관련 서드파티의 항변)을 접수하고 검토한 이후, Ofcom은 최종 평결문(final Adjudication)을 작성한다. 만약 미원에 대한 공정하고 정확한 평결을 위하여 어느 한 쪽으로부터 더 많은 정보를 획득할 필요가 있다고 판단하는 경우(예를 들어, 민원인과 방송사 사이에 사실관계에 관한 중대한 분쟁이 있는 경우), Ofcom은 더 많은 정보를 요청할 수 있다.
- (1.30) Ofcom은 예심 대상 공정성과 프라이버시 민원의 심의와 평결을 90 영업일 내에 완결하는 것을 목표로 한다.

자료/항변 지연제출(Late submission of material/representations)

- (1.31) 당사자들은 이 절차의 적절한 단계에서 Ofcom의 요청이 있을 때 관련 자료/증거, 항변을 제출해야 한다. 통상 Ofcom이 최종평결 초안을 작성하면 추가적인 항변이나 자료 제출을 받아들이지 않는다.
- (1.32항 참조)

- (1.32) 그러한 자료의 수용여부는 Ofcom의 판단에 달려 있다. 만약 미 요청 자료(unsolicited material)가 수용될 경우, 이에 대해 다른 당사자가 언급할 수 있도록 전달될 것이다.

최종평결 및 공표(The final Adjudication and publication)

- (1.33) 당사자들이 제출한 증거와 (서면/구두) 항변의 수집 및 검토가 이뤄지면, Ofcom은 채택, 기각, 부분 채택 여부에 관한 최종평결을 준비하여 민원의 검토를 마무리한다. 모든 평결 초안은 예심의견 준비에 관여하지 않은 Ofcom 콘텐츠이사회 패널(a panel of Ofcom's Content Board members)에게 제출되어 자문을 받는다. 최종 평결의 결정은 Ofcom 이사회로부터 권한을 위임받은 고위 Ofcom 집행이사(a senior member of Ofcom's Executive)에 의해 이뤄진다. 이 고위인사는 평결 초안 작성을 감독하며, 조사와 예심의견 개시 결정에는 관여하지 않는다.
- (1.34) 최종평결을 공표하기 전, Ofcom은 (영업일 기준) 공표일 전날 최종 결정문 사본을 해당 방송사에게 엠바고를 전제로 제공한다.
- (1.35) 결정문은 웹사이트 내 Ofcom's Broadcast and On-demand Bulletin에 게시한다.
- (1.36) 만약 민원이 채택되거나 부분 채택되는 경우, Ofcom은 방송사에 평결의 요약문을 방송하도록 명령할 수 있다. 통상 Ofcom은 방송규정의 공정성 그리고/또는 프라이버시 섹션 위반으로 인하여 민원인의 정당한 이익이 심각하게 침해되는 경우 이를 공표하고 Ofcom Broadcast and On-demand Bulletin에 게시하도록 명령한다. 이러한 명령의 결정은 Ofcom의 의무에 부합하고 일관적이며, Ofcom의 관점에서 당해 사례에 국한하여 인정되는 행동이다.

비밀유지(Non Disclose)

- (1.37) Ofcom의 절차와 공정한 평결 역량은 비밀유지를 포함하여 당사자들이 Ofcom이 공표한 규칙과 절차를 준수토록 하는데 필수적이다.
- ※ 비밀유지(Non Disclose) : 불만 당사자들(민원인, 방송사, Ofcom, 관련 써드파티)은, 다른 지시가 없는 한, 불만이 제기되었고 Ofcom이 해당 사례를 조사하고 있다는 사실을 공표할 수 있다. 또한 그들은 공공 도메인에 기 게시된 정보를 이용할 수 있다. 그러나 당사자들은 조사가 진행되는 동안 불만과 연관된 소통(correspondence), 문서(documents) 또는 기타 자료(material)를 노출해서는 안 된다. Ofcom의 최종평결이 이뤄지기 전까지는, 민원인의 신원정보가 오직 해당 민원과 직접적 이해관계에 있는 방송사 또는 써드파티 에게만 공개된다. 이 의무를 준수하지 않는 경우 Ofcom은 당사자의 항변에 대한 심의를 중단할 것이다. 이는 Ofcom이 조사를 종료하고 결정문을 통해 공표할 수 있는 사항에 제한을 가하지 않는다.

기한준수(Time limits)

- (1.38) 민원인과 방송사는 이 절차에 규정된 기한을 준수해야 한다. 그러나 Ofcom이 (공정성을 위하여

그리고/또는 정확한 조사를 위하여) 적절하다고 판단하는 경우 특정 사안에 대하여 설정된 기한을 수정 또는 채택할 수 있다. 민원인이나 방송사가 기한의 연장을 원하는 경우, Ofcom에 그 사유를 명시하여 서면으로 제출해야 한다.

제재(Sanction)

(1.39) 공정성 그리고/또는 프라이버시 민원에 대한 평결에 비추어, Ofcom은 방송사업자에 대한 법정제재를 정당하게 검토할 수 있다. 만약 그렇다면, Ofcom은 평결문과 <Procedures for the consideration of statutory sanctions in breaches of broadcast licences>이 적용될 것이라는 점을 명확히 밝혀야 한다. 이에 관한 사항은 Ofcom 웹사이트에서 확인할 수 있다.

3) BBC 및 BBC ODPS 심의 절차

2016년 칙허장과 협약에 따라 BBC와 BBC ODPS는 <Ofcom 방송규정>을 준수해야 한다. Ofcom은 BBC와 BBC ODPS가 <Ofcom 방송규정>을 준수하고 있는지 조사하고 집행할 권한을 갖고 있다.

그런데 Ofcom은, 앞서 살펴본 심의 절차와 구분하여, BBC와 BBC ODPS에 대한 심의절차를 별도로 마련하고 있다. 그 이유는 'BBC First' 접근에서 찾을 수 있다(공정성&프라이버시 민원 제외). BBC 협약에 의거 공정성&프라이버시를 제외한 BBC 프로그램 관련 민원은 통상 BBC가 먼저 처리해야 한다. BBC의 최종 답변에 만족하지 못하거나, BBC에 대한 Ofcom의 법정제재가 필요하다고 생각하거나, BBC가 자체 민원 처리 절차에 정해진 기한 내에 답변하지 않은 경우 민원인은 Ofcom에 민원을 제출할 수 있다. 다만, BBC 협약은 Ofcom이 예외적인 상황에서 BBC가 먼저 해결(resolve)하지 않은 민원에 개입할 수 있도록 허용하고 있다.

<BBC와 BBC ODPS 콘텐츠 기준 위반 심의 절차(Procedures for investigating breaches of content standards on BBC broadcasting services and BBC on demand programme services)>¹²¹⁾, <BBC와 BBC ODPS 공정성&프라이버시 민원 심의 절차(Procedures for the consideration and adjudication of Fairness and Privacy complaints on BBC broadcasting services and BBC on demand programme services)>¹²²⁾에 관한 세부 내용은 방송통신심의위원회가 발간한 연구보고서¹²³⁾를 참고하기 바란다.

121) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0002/100100/Procedures-for-investigating-breaches-of-content-standards-on-BBC-broadcasting-services-and-BBC-on-demand-programme-services.pdf

122) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0003/100101/Procedures-for-the-consideration-and-adjudication-of-Fairness-and-Privacy-complaints.pdf

123) 곽현자(2022). 「영국 오프콤의 미디어 콘텐츠 심의 기준 및 절차 연구」, 방송통신심의위원회, 113-130쪽.

4) <ODPS 규칙> 위반 심의절차

ODPS 제공사업자가 <ODPS 규칙>을 위반하였을 경우 <ODPS 규칙위반 조사절차(Procedures for investigating breaches of rules for on demand programme services)>(2017.4.3./2023.9.11.업데이트)가 적용된다. <Ofcom 방송규정>을 적용받는 BBC ODPS(예: BBC iPlayer)는 별도의 절차를 따르지만, BBC 상업 자회사(BBC's commercial arm)가 운영하는 ODPS는 이 절차를 적용받는다. 방송광고와 마찬가지로 ODPS의 광고에 대한 심의규제는 ASA에 위임되어 있다. 때문에 ODPS의 광고에 대한 민원은 ASA에 제기해야 한다. 광고규정 위반 사안에 대하여 법정제재가 필요한 경우 ASA는 Ofcom에 이를 요청한다. <ODPS 규칙위반 조사절차>에 관한 세부 내용은 방송통신심의위원회가 발간한 연구보고서¹²⁴⁾를 참고하기 바란다.

124) 곽현자(2022). 「영국 오프콤의 미디어 콘텐츠 심의 기준 및 절차 연구」, 방송통신심의위원회, 130-138쪽.

5. Ofcom의 법정제재 절차

Ofcom은 방송사가 <Ofcom 방송규정> 위반이라고 결정하였을 때, “심각하고, 고의적이고, 반복적이고 부주의한” 위반에 해당한다고 생각하면 당해 방송사에 대한 법정제재를 검토하게 된다. 여기서 ‘반복적 위반’이란 동일 조항의 반복 위반, 기존 위반과 동일하거나 유사한 행위(conduct)의 반복, 여러 조항 중복 위반 등을 말한다.

Ofcom의 법정제재 절차는 심의절차와 대동소이하나 사업자 유형에 따라 법정제재 유형이 서로 상이하다는 점에서 별도의 절차를 두고 있다. ‘<Ofcom 방송규정> 위반 사안에 대한 법정제재 절차’, ‘BBC, BBC ODPS에 대한 법정제재 절차’, ‘ODPS에 대한 법정제재 절차’에 관한 세부 내용은 방송통신심의위원회가 발간한 연구 보고서¹²⁵⁾를 참고하기 바란다.

125) 곽현자(2022). 「영국 오프콤의 미디어 콘텐츠 심의 기준 및 절차 연구」, 방송통신심의위원회, 141-165쪽.

6. 방송광고 심의제도

1) ASA(Advertising Standards Authority)

ASA(Advertising Standards Authority)는 영국의 독립적인 광고규제기구이다. ASA 조직은 ① ASA고위 관리팀(ASA senior management team) ② ASA평의회(ASA Council) ③ CAP위원회(CAP Committees)에 CAP(Committee of Advertising Practice)와 BCAP(Broadcast Committee of Advertising Practice) ④ 패널(Panels)에 산업자문패널(Industry Advisory Panel), 판촉마케팅 및 직접응대 패널(Promotion Marketing and Direct Response Panel), 온라인출판미디어패널(Online Publications Media Panel), 광고자문위원회(Advertising Advisory Committee)¹²⁶⁾ 그리고 ⑤ 실무부서(Executive)¹²⁷⁾로 구성되어 있다.¹²⁸⁾

ASA는 영국 미디어에 등장하는 광고가 <광고규정(Advertising Codes)>을 준수토록 하는 역할을 수행한다. ASA는 비-방송광고(non-broadcast advertising)에 대해 자율규제(self-regulation), 방송광고(broadcast advertising)에 대해 Ofcom과의 공동규제(co-regulation)를 수행하고 있다. 여기서 자율규제란 광고업계가 CAP(Committee of Advertising Practice)를 통하여 규칙(rules)을 마련하고, 광고주가 이를 준수하는 시스템을 말한다.

ASA는 광고업계로부터 재원을 지원받아 각종 사업을 수행한다. 재원은 광고판, 신문, 포스터, 온라인 등 미디어 소유자에게 광고주가 지불하는 비용의 일부를 자발적 부담금 형태로 징수한다. 광고공간 구입비는 0.1%, 다이렉트 메일은 0.2%의 부담금을 징수한다. 예를 들어 광고공간(billboard) 구매비가 1,000파운드라면 1파운드가 징수되어 ASA로 지원된다. 중요한 것은 누가 얼마의 부담금을 지불하는지 알 수 없다는 점이다. 때문에 ASA는 독립적으로 업무를 수행할 수 있다. 부담금 징수는 광고기준재정위원회(Advertising Standards Board of Finance, Asbof)¹²⁹⁾와 방송광고기준재정위원회(Broadcast Advertising Standards Board of Finance, Basbof)¹³⁰⁾가 담당한다. 이밖에 세미나 개최, 프리미엄 자문서비스(premium industry advice services) 제공으로 얻는 약간의 수익으로 재원을 충당한다.¹³¹⁾

공동규제¹³²⁾와 관련하여 ASA는 2004년 11월부터 TV와 라디오방송에 대한 광고규제를 맡게 되었다. 그

126) 독립적인 소비자 패널로 소비자 관점에서 CAP, BCAP의 정책 실무에 대한 자문을 제공한다.

127) CAP와 BCAP를 실무적으로 지원하는 역할을 수행한다.

128) <https://www.asa.org.uk/about-asa-and-cap/people/cap-panels-and-committees.html#Our%20Executive>

129) <https://www.asa.org.uk/resource/asbof.html>

130) <https://www.asa.org.uk/resource/basbof.html>

131) <https://www.asa.org.uk/about-asa-and-cap/about-regulation/our-funding.html>

전에는 Ofcom이 책임을 맡고 있었다. 공동규제로의 변화는 소비자와 기업에 대한 규제를 단순화 하였으며, TV, 포스터, 라디오 같은 미디어 플랫폼에서 운영되는 광고캠페인 관련 의사결정이 하나의 기관에서 이뤄질 수 있게 되었다는 의미를 갖는다.

Ofcom은 여전히 <방송광고 기준> 준수에 관한 법적 책임을 지고 있다. 그러나 「2003년 커뮤니케이션법」은 Ofcom으로 하여금 실용적 관점에서 대안적 규제방식을 발굴토록 하였다. 이에 Ofcom은 2004년 ASA와 공동규제 파트너십을 체결하였다. 이는 ASA가 방송광고 내용에 대한 일상적 규제에 대한 책임을 진다는 것을 의미한다. ASA가 규정의 적용에 대한 책임을 지고 있지만, 필요한 경우 방송사가 Ofcom에 직접 자문을 구하는 것도 가능하다. 그러나 이런 경우는 드물다.

이 같은 시스템은 공동규제 프레임워크 내 자율규제라고 서술되어 왔다. 그 근거는 The Contracting Out (방송광고에 관한 기능) 그리고 Specification of Relevant Functions Order 2004 그리고 Ofcom과 ASA(방송), BCAP, Basbof 간 공적 증서(formal Deed)와 같은 “법적 문서(enabling statutory instrument)”에 있다. 이 약정은 투명한 보고 의무 그리고 핵심 성과지표 측면에서 모니터링이 이뤄진다.

2) 방송광고규정(BCAP Code)¹³³⁾

영국의 광고규정은 <비-방송규정(Non-broadcast Code, 이하 CAP Code)>, <방송광고규정(Broadcast Code, 이하 BCAP Code)>으로 대별할 수 있다. 1961년 창설된 CAP(Committee of Advertising Practice)는 영국의 <CAP Code>의 작성과 ASA Rulings 준수에 도움을 주는 역할을 수행한다. 또한 비-방송광고에 대한 CAP 규제시스템의 성공은 Ofcom과 BCAP(Broadcast Committee of Advertising Practice)와의 공동규제 파트너십 체결로 이어졌다. BCAP는 <BCAP Code>을 작성하는 역할을 맡고 있다. 다만 주요 규정의 변경 등 전반적 사항의 책임은 Ofcom에 있다.

<BCAP Code>는 모든 광고(텔레쇼핑, 텔레비전 채널 자체판촉 콘텐츠, 텔레비전 텍스트, 인터랙티브 tv 광고 등 포함) 그리고 Ofcom으로부터 면허를 받은 라디오 및 텔레비전 서비스에 대한 프로그램 협찬 크레딧에 적용된다. <BCAP Code>는 ASA가 시행하며, 규정 위반 광고에 대한 삭제(remove), 수정 조치를 취할 수 있다. <BCAP Code>의 주요 내용은 다음과 같다.¹³⁴⁾

❖ 개요(Introduction)

132) <https://www.asa.org.uk/about-asa-and-cap/about-regulation/self-regulation-and-co-regulation.html>

133) <https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes/broadcast-code.html>

134) <https://www.asa.org.uk/static/40293b82-443a-4416-9555ff5259585538/aa841657-079e-40ea-b513fb46de04d8a7/The-BCAP-Code.pdf>

규정의 첫 번째 버전은 2010년 9월 1일 발효되었다. 이 규정은 방송광고와 관련하여 앞서 4개로 분리되어 있던 BACP Codes를 대체한다.

- a. 이 규정은 모든 광고(텔레쇼핑, 텔레비전 채널 자체판촉 콘텐츠, 텔레비전 텍스트, 인터랙티브 tv 광고 등 포함) 그리고 Ofcom으로부터 면허를 받은 라디오 및 텔레비전 서비스에 대한 프로그램 협찬 크레딧에 적용된다. 이 규정은 광고주와 방송사에게 방송광고의 내용과 편성에 관한 기준을 알리고, 소비자를 보호하기 위하여 디자인되었다. 규정의 기본 원칙은 섹션 1: 준수(compliance)에 제시되어 있다. Ofcom으로부터 면허를 받은 모든 방송사는 본 규정을 숙지해야 한다.
- b. 이 규정에 적용되는 용어의 정의는 다음과 같다. (생략)
- c. 이 규정은 프로그램 내 상업적 출처(commercial references)에 대해서는 적용하지 않는다. 이에 대해서는 <Ofcom 방송규정>이 적용된다. Ofcom은 프로그램 협찬 크레딧의 내용이 BCAP Code를 준수토록 요구하고 있다. 그러나 ASA는 협찬, PPL, 과도한 현저성에 대한 민원 처리는 Ofcom에 요청한다. 라디오에 관한 “특별 범주(special categories)” 광고 및 협찬 크레딧은 방송 전 Radiocentre를 통해 클리어(clear)되어야 한다. 특별 범주 광고에 대하여 클레임이 제기되는 경우, 입증(substantiation)이 필요한 모든 광고는 라디오에서 방송되기 전 Radiocentre를 통하여 현지에서 클리어 되어야 한다.
- d. 텔레비전 면허 소유자가 규정에 있는 어느 규칙의 적용 예외를 희망하는 경우 BCAP의 하가를 얻어야 한다. 왜냐하면 프로그램 서비스에서 문제의 광고는 영국 외 지역 시청자에게 배타적으로 전달되기 때문이다. (생략)
- e. 광고주, 광고 대행사, 또는 독립제작자는 광고원고를 Clearcast(TV광고에 해당), Radiocentre(라디오광고에 해당) 또는 해당 광고를 사용하려는 방송사에 미리 전송(pre-transmission)하여 가이드를 얻어야 한다. 센트럴 클리어런스(central clearance)가 요구되는 “특별 범주”의 라디오광고에 대한 정보는 섹션 1: 준수(compliance)를 참조하라.
- f. 규정의 해석에 관한 가이드를 얻고자 하는 방송사는 BCAP 직원에게 문의하여야 한다. (생략)
- g. 불만이 정당하다고 느끼는 경우, ASA는 해당 방송사에 조치를 취할 수 있다. ASA는 방송사에게 광고의 즉시 철회, 수정, 조사가 진행되는 동안에 중지를 요구할 수 있다. 규정에 대한 ASA 평의회(ASA Council)의 해석은 최종적이며, 결정내용은 매주 ASA의 웹사이트에 공개된다. 민원인, 광고주, 방송사는 ASA 평의회 결정에 대하여 검토를 요청할 수 있다. 검토 절차에 관한 정보는 ASA 웹사이트 내 방송 불만처리절차(Broadcast Complaint Handling Procedures) 문서에서 찾을 수 있다.
- h. 중대하거나 반복적인 규정 위반에 대하여 Ofcom은 공식 경고(formal warning)부터 방송시정요구(request for broadcast correction) 또는 조사결과 진술(statement of findings), 벌금(fine) 또는 방송면허의 정지(suspending)나 박탈(taking away)에 이르기까지 법정 제재를 가할 수 있다.

- i. ASA 평의회(broadcast)는 <CAP Code>에 따라 ASA 평의회(non-broadcast)가 내린 결정을 참고할 수 있다. 마찬가지로 ASA 평의회(non-broadcast)는 <BCAP Code>에 따라 ASA 평의회(broadcast)가 내린 결정을 참고할 수 있다. (생략)
- j. 어린 시청자와 청취자 보호는 항상 최우선이다. 모든 광고는 '섹션 5: 어린이'에 관한 사항을 고려해야 한다.
 - i. 어린이를 목표로 하거나, 어린이들에게 흥미를 끌 수 있는 경우
 - ii. 어린이를 전문가 또는 아마추어로 등장시키는 경우
 - iii. 어린이의 직접적 관심사항이 아니더라도 그들에게 유해한 영향을 미칠 수 있는 경우
- k. 필요한 경우, 이 규정의 섹션은 전반적인 원칙(principles) 그리고 규칙과 그에 따른 주요 용어의 정의를 포함한 배경 정보에 관한 진술로 시작한다.
- l. (생략)
- m. 규정에 관한 가이드와 헬프 노트는 웹사이트(www.cap.org.uk)에서 찾을 수 있다.
- n. 참여TV(직접응답을 위한 롱폼 텔레비전 광고, 방송 콘텐츠와의 상호작용 가능성이 있는 원격 엔터테인먼트 서비스)와 관련된 불만의 조사는 Ofcom의 권한이다. 참여TV에는 예를 들어 성인채팅, 성인 성 채팅, 심리 채팅, 퀴즈 전화, 데이트 및 갬블링 서비스 같은 것이 포함된다. 의심을 피하기 위해 이들 서비스에서의 텔레비전 스팟 광고는 배제한다. 다른 상품과 서비스를 판촉하는 텔레쇼핑 콘텐츠 또한 배제된다. ASA는 참여TV에 관한 불만은 Ofcom에 이첩한다. Ofcom은 해당 불만이 BCAP Code 규정 위반에 관한 것인지 여부를 결정한다.

❖ 섹션별 규정

개요 이후 <BCAP 규정>은 섹션 단위로 제시된다. 각 섹션은 원칙(Principle), 배경(Background), 규칙(Rules)으로 구성되어 있다. 분량이 많은 관계로 각 섹션의 제목만 소개하면 다음과 같다.

1. 준수(compliance)
2. 광고인지(Recognition of advertising)
3. 오인광고(Misleading advertising)
4. 유해 및 불쾌(Harm and Offence)
5. 어린이(Children)
6. 프라이버시(Privacy)
7. 정치적 및 논쟁적 문제(Political and Controversial Matters)
8. 원격판매(Distance Selling)
9. 환경클레임(Environmental Claims)
10. 금지 품목(Prohibited Categories)

11. 의약품, 의료기기, 처방과 건강(Medicine, Medical Devices, Treatments and Health)
12. 체중통제 및 감량(Weight Control and Slimming)
13. 식품, 식품공급 및 건강 관련 또는 영양 클레임(Food, Food Supplements and Associated Health or Nutrition Claims)
14. 금융상품, 서비스 및 투자(Financial Productions, Services and Investments)
15. 신념, 종교 및 동등한 신뢰 시스템(Faith, Religion and Equivalent systems of Belief)
16. 자선단체(Charities)
17. 도박(Gambling)
18. 복권(Lotteries)
19. 주류(Alcohol)
20. 자동차(Motoring)
21. 베팅 보조(Betting Tipsters)
22. 프리미엄 전화서비스(Premium-rate Telephone Services)
23. 통신기반 성 엔터테인먼트 서비스(Telecommunications-based Sexual Entertainment Services)
24. 재택근무 제도(Homeworking Schemes)
25. 교육과정(Instructional Courses)
26. 소비자 또는 개인 문제 조언 서비스(Services Offering Individual Advice on Consumer or Personal Problems)
27. 소개 및 데이팅 서비스(Introduction and Dating Services)
28. 경쟁(Competitions)
29. 사설조사기관(Private Investigation Agencies)
30. 포르노그래피(Pornography)
31. 주요 카피의 명료화가 요구되는 라디오광고 기타 범주(Other Categories of Radio Advertisements that Require Central Copy Clearance)
32. 스케줄링(Scheduling)
33. 전자담배(Electronic Cigarettes)

APPENDIX 1. STATUTORY FRAMEWORK FOR THE REGULATION OF BROADCAST ADVERTISING

APPENDIX 2. EXTRACTS FROM DIRECTIVE 89-552-EEC AS AMENDED (AUDIOVISUAL MEDIA SERVICES DIRECTIVE)

APPENDIX 3. THE CPRS AND BPRS

7. 워터셰드(Watershed)

워터셰드란 오전 5시 30분부터 오후 9시까지 어린이에게 적합하지 않는 소재(material)가 방송되지 못하게 하는 정책이다.¹³⁵⁾ 텔레비전에 대해서만 적용된다. 여기서 어린이에게 적합하지 않은 소재란 성적 콘텐츠에서부터 폭력, 그래픽이나 가학적 이미지, 욕설에 이르기까지 모든 것이 포함될 수 있다. 예를 들어 가장 모욕적인 언어는 어린이들이 TV나 라디오를 시청할 가능성이 높은 워터셰드 이전에 방송해서는 안 된다. 잦은 욕설 사용은 워터셰드에서 회피되어야 하며, 언제나 그 맥락(context) 속에서 정당화되어야 한다.

< 영국과 한국의 미성년자 보호시간대 비교 >

기준	영국 (Watershed)	한국	
		청소년보호시간대	가족시청시간대
시간대	05:30~21:00	07:00~09:00, 13:00~22:00 (토요일 및 공휴일, 여성가족부장관이 고시하는 초·중·고등학교 방학기간 동안에는 07:00~22:00를 말한다. 단, 유료채널은 18:00~22:00) ※청소년보호법 시행령 제19조	평일 19:00~22:00 토요일 및 공휴일 18:00~22:00 ※ 방송심의에 관한 규정 제2조 5호
정책내용	성인용 언어나 과격한 폭력장면 등은 Watershed 이후에만 방송	청소년 유해 콘텐츠 방영 엄격 제한	가족시청시간대에 적합한 내용 방송 요구
적용연령 범위	일반적으로 모든 연령의 청소년 대상(만 18세 미만)	"청소년"은 만19세 미만	"어린이"는 만13세 미만
심의 및 제재	Ofcom이 방송내용의 시간대별 분류를 통해 청소년 보호, BBC의 경우 방송사 자체 규제 선행, 추후 시청자 불만이 제기될 경우 Ofcom 이관	위반 시 엄격한 제재	위반 시 엄격한 제재

※ 출처: 엄세린(2024), 방송의 자유를 위한 방송심의제도2: 한국과 영국의 심의제도 비교분석, 『방송문화』 2024 봄호, 92쪽.

135) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/section-one-protecting-under-eighteens>

오후 9시 이후라고 하더라도 TV채널에서 무엇이든 방송할 수 있는 것은 아니다. 성인 소재로 갑작스럽게 전환되어서는 안 되며, 강력한 소재의 경우 더 저녁 늦게 등장해야 한다. 그렇다고 하더라도 Ofcom의 규칙은 공격적이거나 유해한 콘텐츠로부터 시청자를 보호하고 있다.

Ofcom은 2003년 이래 300건 이상에 대하여 조치를 취하였는데, 이는 방송사가 워터셰드 이전 또는 직후 부적절한 콘텐츠를 편성했을 때이다. 많은 경우 이른 오후부터 부적절한 비디오가 사용되었다. 워터셰드는 부적절하거나 유해한 소재로부터 자녀를 보호하려는 부모에게 지속적으로 도움을 주고 있다. 일 년에 두 차례, 매년, Ofcom은 부모와 일반 공중에게 TV에 대한 기준을 어떻게 생각하고 있는지 조사한다. 거의 대부분 (94%)이 워터셰드를 이해하고 있으며, 74%는 오후 9시가 적절한 시간이라고 생각하였다. 부모로 한정하는 경우 76%까지 높아진다.¹³⁶⁾

136) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/advice-for-consumers/television/what-is-the-watershed>

8. 콘텐츠 등급분류

BBFC(British Board of Film Classification)¹³⁷⁾는 온라인 배급 콘텐츠를 포함한 영화(film), 비디오(video) 규제기구이다. BBFC는 연령에 따른 콘텐츠 등급을 부여하여 어린이와 가족들이 자신들에게 적합한 영화나 비디오를 선택할 수 있도록 돕는 역할을 하고 있다.¹³⁸⁾ BBFC는 비영리 조직으로 등급분류 서비스를 제공하는 대상에게 징수하는 수수료로 운영된다.¹³⁹⁾

BBFC의 등급분류 대상은 다음과 같다.

- 영화(films), 트레일러(trailers), 광고(advertisements) 그리고 영국 면허법(UK's licensing legislation)에 따라 극장(cinema) 면허를 보유한 지역 기관(local authorities)을 위하여 극장(cinema) 배급용 기타 콘텐츠
- 1984년 비디오레코딩법(Video Recordings Act 1984, VRA)에 따라 물리적 미디어로 배포되는 비디오 작품
- 자발적, 자율규제 서비스에 입각하여 VOD 및 스트리밍 서비스(VoD)로 배포되는 비디오 서비스
- 자발적, 자율규제 서비스에 입각하여 영국의 모바일 네트워크로 배포되는 상업적 및 인터넷 콘텐츠¹⁴⁰⁾¹⁴¹⁾

BBFC의 <등급분류 가이드라인(Classification Guidelines)>¹⁴²⁾의 주요내용을 살펴보면 다음과 같다.

- BBFC의 등급분류 원칙(principles)
 - 잠재적으로 유해한 콘텐츠로부터 어린이 및 취약한 성인 보호
 - 소비자, 특히 부모 등 어린이 보호에 책임이 있는 사람들에게, 정보에 기초한 시청 결정 권한을 부여
 - 주제나 등급에 적합한 시청자에게 콘텐츠가 최대한 널리 도달되도록 하는 것
 - 법적 테두리 내에서 잠재적으로 해롭지 않은 오락물을 성인이 선택할 수 있는 권리를 지원
- 등급분류 시 고려사항
 - 일반 분류 고려사항(General classification considerations) : 맥락(context), 주제(theme), 톤과 영향(tone)

137) <https://www.bbfc.co.uk/>

138) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/advice-for-consumers/television/protecting-children>

139) <https://darkroom.bbfc.co.uk/original/061bb9e23ac2c1fb5c36460cf35d207c:cada29918fb148ba2d3b15cc51a8e85b/a-guide-to-violence-a5-aw-v8.pdf>

140) 2013년 영국 모바일 네트워크 사업자와 BBFC는 모바일 인터넷 네트워크로 접근하는 자율규제 상업 웹사이트에서의 콘텐츠에 대해 BBFC의 분류 프레임워크를 사용하기로 협약하였다. 이에 이동통신사업자는 BBFC 모바일 분류 프레임워크를 토대로 19세 미만의 사람들에게 적합하지 않은 상업용 콘텐츠에 대한 접근을 제한할 수 있게 되었다. 이러한 자율규제 파트너십은 BBFC의 규정을 모바일 콘텐츠에 적용하여 어린이를 보호하는데 기여하고 있다.

141) <https://www.bbfc.co.uk/about-classification/mobile-content>

142) <https://darkroom.bbfc.co.uk/original/06cadfc34eb274dcf3694dd5ba47fb8d:6dd1604d07993a762e457b3372c27224/bbfc-classification-guidelines-web.pdf>

and impact)

- 특정 분류 고려사항(specific classification considerations) : 위험한 행동(dangerous behaviour), 차별(discrimination), 약물(drugs), 언어(language), 누드(nudity), 성(sex), 성폭력(sexual violence), 자살과 자해(suicide and self-harm), 위협과 공포(threat and horror), 폭력(violence)
- 기타 분류 고려사항(other classification considerations) : 교육용 비디오(educational videos), 뮤직 비디오(music videos), 사진 또는 패턴 민감도, 저주파 소리에 대한 멀미 및 반응(photo or pattern sensitivity, motion sickness and reactions to low-frequency sound), 과거 콘텐츠의 재분류(reclassification of older content), 배포 형식(release format), 제목(titles), 트레일러와 광고(trailer and advertisement), 비디오게임(video games), 가상현실(virtual reality)

• 등급분류 유형

< BBFC의 등급분류 유형 >

Universal / Suitable for All (모든 연령에 적합)	Parental Guidance (일반적 시청에 적합, 일부 장면은 어린이에게 부적합)	Suitable for 12 years and over (12A는 영화, 12는 비디오, 12세 미만 어린이에게 부적합)
		
Suitable only for 15 years and over (15세 이상 시청 가능한 영화와 비디오)	Suitable only for adults (18세 이상 시청 가능한 영화와 비디오)	Adults works for licensed premises only (특별허가를 받은 영화 또는 섹스숍/성인전용 면허를 받은 경우)
		

※ 출처: BBFC, 「Classification Guidelines」

II. '방송을 통한 피해로부터 보호·구제받을 권리' 보호 제도



II. '방송을 통한 피해로부터 보호·구제받을 권리' 보호 제도

BBC를 비롯한 방송사는 자사 웹사이트, 전화 등을 통하여 시청자로부터 의견이나 민원을 접수받아 처리하는 시스템을 구축하고 있다. 시청자는 자신의 의견이나 민원을 방송사에만, 방송사와 Ofcom에 동시에, Ofcom에만 신청할 수 있다. 다만, BBC의 경우 'BBC first' 원칙에 따라 먼저 BBC에 민원을 신청하여 답변을 받은 후 그 결과가 만족스럽지 않은 경우 Ofcom에 다시 신청할 수 있다. Ofcom은 가급적 해당 방송사에 먼저 의견이나 민원을 신청하여 답변을 받은 후 그 결과가 만족스럽지 않을 경우 Ofcom에 민원을 신청할 것을 권장하고 있다.

1. BBC 민원 처리

1) BBC 민원 프레임워크 및 절차(BBC Complaints Framework and Procedures, 2020.6.)¹⁴³⁾

BBC, BBC ODPS에 대하여 민원이 발생하는 경우, 'BBC First' 원칙에 따라 민원인은 BBC에 우선 처리를 요청하여 답변을 얻은 후 Ofcom에 추가 민원을 신청할 수 있다(공정성&프라이버시 제외). 이에 BBC는 민원 프레임워크를 마련하여 운영하고 있다. BBC 민원 프레임워크의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다¹⁴⁴⁾.

❖ 소개(Introduction)

BBC는 매년 1백만 건 이상, 하루 3,000건 가량 프로그램에 대한 의견(comments), 평가(appreciations), 문의(inquires) 등을 받고 있다. 이중 25만 건 이상이 민원(complaints)이다. BBC는 민원을 공정하고 신속하고 만족스럽게 해결하기 위하여 민원 프레임워크 및 절차를 마련하고 있다.

❖ BBC 민원 프레임워크(BBC Complaints Framework)

민원이란?(What is a complaints?)

일반적으로 민원(complaint)은 BBC에게 잘못을 인정한다는 답변 또는 BBC의 업무 방식에 대한 변화를 기대하면서 이루어지는 비판(criticism)을 말한다.

원칙(Principles)

BBC의 목표는 민원을 만족스럽고 신속하게 해결하는 것이다. 이를 위해 5가지 민원처리 절차를 마련하였다. BBC가 잘못에 대하여 인정하는 경우 사과 또는 정정이나 해명을 공표하는 등의 해결책을 제공한다. 민원인이 BBC의 모든 절차를 거쳤음에도 여전히 만족하지 못하는 경우 BBC 규제기관인 Ofcom에 민원을 제기할 수 있다.

143) https://www.bbc.co.uk/contact/sites/default/files/2024-05/Complaints_Framework_eng_0.pdf

144) 'BBC 민원 프레임워크 및 절차' 중 본문에서는 BBC 민원 프레임워크와 편집민원/일반민원 절차에 관한 항목을 중심으로 다루며, 이어지는 다음의 항목에 관한 내용은 생략한다: 텔레비전 면허 민원(Television Licensing Complaints), 정당선거, 정당정치, 국민투표 선거방송 배분에 대한 불만(Complaints about the Allocation of Party Election, Party Political and Referendum Campaign Broadcasts), 규제에 대한 불만(Regulatory Complaints), 부록A - 프레임워크의 범위를 벗어난 민원(Annex A. - Complaints which fall outside the scope of the framework), 부록B - 민원처리 절차의 오용(Misuse of the complaints procedure)

절차(Procedures)

민원의 유형에 따라 5가지 절차를 마련하고 있다.

- i) 편집 불만사항(섹션2)
- ii) 일반 불만사항(섹션3)
- iii) 텔레비전 면허 불만사항(섹션4)
- iv) 정당선거, 정당정치 및 국민투표 캠페인 방송에 대한 불만사항(섹션5)
- v) 규제 불만사항

❖ 편집 민원 절차(Editorial Complaints Procedure)

편집 민원이란 무엇인가?(What is an Editorial Complaint?)

편집 민원이란 BBC의 서비스에서 방송되거나 공표된 **특정 아이템(a particular item)**이 BBC의 편집 가이드라인(정확성과 불편부당성 준수 의무, 부당한 위법행위 방지 등)에 표현된 기준 이하로 낮아진 것에 대하여 제기되는 것이다. BBC의 산출물에 대한 의견은 다를 수 있지만, 그것이 편집 기준을 위반했다는 것을 의미하는 것은 아니다. 편집 기준에 대한 민원이지만 특정 아이템을 다루고 있지 않은 경우 일반 민원 절차(섹션3)를 따른다.

편집 민원 절차(Editorial Complaints process)

단계 1a - 최초 응대(initial response)

단계 1b - 민원사항이 더 진행되는 경우, BBC 관리자 또는 편집팀(editorial team)의 구성원이 응답한다.

단계 2 - 민원사항이 더 진행되는 경우 ECU(Executive Complaint Unit)¹⁴⁵가 응답한다.

단계 2(BBC의 마지막 응답)에서도 만족스러운 응답을 얻지 못한 경우, 민원인은 Ofcom에 민원을 제기할 수 있다. BBC가 중대하게 또는 반복적으로 <Ofcom 방송규정>을 위반하였다고 Ofcom이 판단하는 경우, BBC는 최대 25만 파운드의 벌금을 비롯한 재정적 제재를 받을 수 있다. 부당한 대우(unfair treatment)와 부당한 사생활 침해(unwarranted infringement of privacy)에 관한 민원은 Ofcom에 먼저 제기할 수 있지만, 그 외 민원은 BBC가 먼저 검토하지 않는 한 Ofcom도 검토하지 않는다.

❖ 일반 민원 절차(General Complaints Procedure)

일반 민원 절차란 무엇인가?(What is an General Complaint?)

일반 민원이란 BBC에게 잘못을 인정한다는 답변 또는 BBC의 업무 방식에 대한 변화를 기대하면서 이루어지는 비판(criticism)을 말한다. 다만 BBC가 방송하거나 공표한 특정 아이템에 관한 민원은 여기에 해당하지

145) ECU는 프로그램 제작자/콘텐츠 제공자의 이해관계로부터 벗어나 민원을 공정하고 독립적으로 검토하는 임무를 수행한다.

않는다. 일반 민원 절차는 i)편집 불만사항(섹션2) ii)텔레비전 면허 불만사항(섹션4) iii)정당선거, 정당정치 및 국민투표 캠페인 방송에 대한 불만사항(섹션5) iv)규제 불만사항에 해당하지 않는 모든 민원에 적용된다.

일반 민원 절차(General Complaints process)

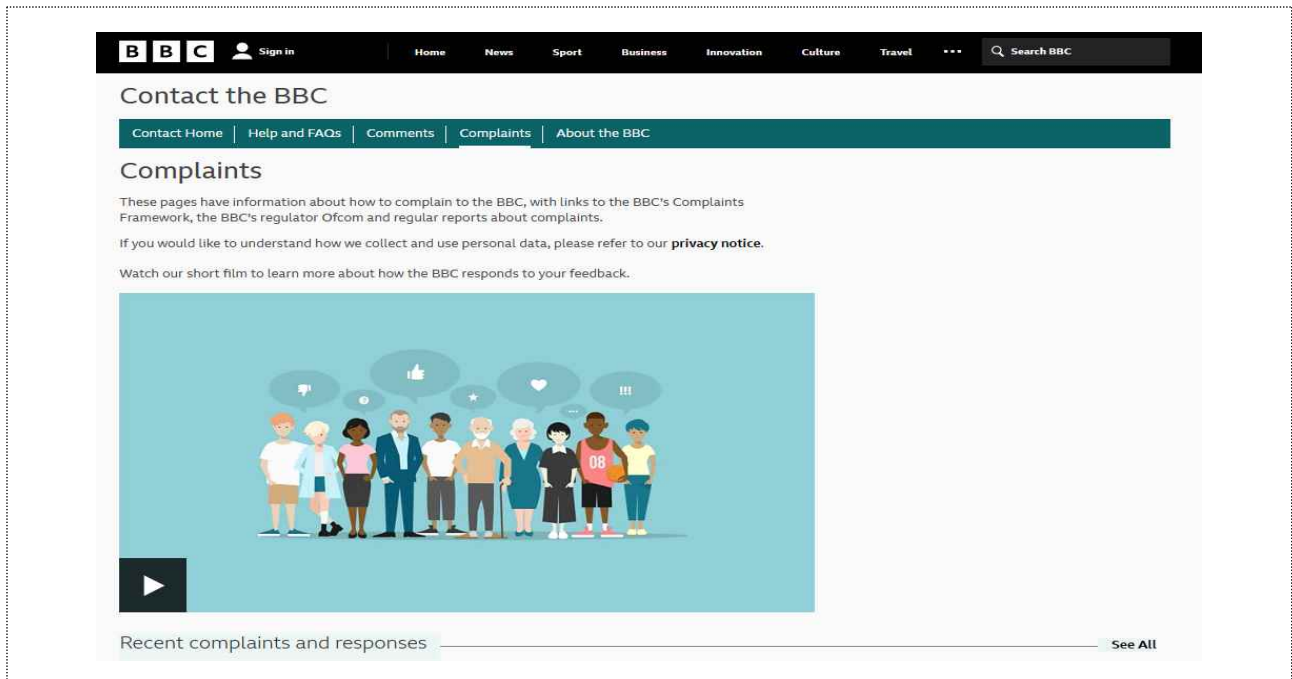
편집 민원 절차에서 언급한 2단계 절차를 준용한다. 이 절차를 거쳤음에도 만족스러운 답변을 얻지 못한 민원인은 Ofcom에 관련 민원을 제기할 수 있다.

2) BBC 민원신청 방법

민원신청 방법에는 BBC 웹사이트(<http://www.bbc.co.uk/complaints/>), BBC 시청자 서비스 전화(03700 100 222), 텍스트 전화(03700 100 212), 민원 우편 발송 (PO Box 1922, Darlington, DL3 0UR) 등 4가지가 있다. 이중 BBC 웹사이트를 통한 민원신청 방법을 간략히 살펴보면 다음과 같다.

BBC 웹사이트 방문하여 'Contact the BBC'를 찾아 'Complaints' 메뉴를 선택한다. 그러면 민원신청 방법 안내와, BBC의 불만처리 관련 보고서(BBC reports), 유용한 링크(Useful links), Ofcom 링크가 제공된다.

< BBC의 'Complaints' 신청 웹페이지 >



※ 출처: <https://www.bbc.co.uk/contact/complaints>

민원신청 방법 안내에서는 민원 내용이 개인적 취향, 의견, 선호, BBC 일반에 관한 사항일 경우 관련 제작자나 관리자에게 관련 내용을 전달하지만 세부적인 답변이 제공되지 않을 수 있으며, 서면 민원은 2주 이내에 회신하고 있으나 일부의 경우 더 많은 시간이 소요될 수 있다고 밝히고 있다. 또한 민원 통계작성, 답변회신 등을 위한 개인정보(Full name, email address, postal address, telephone number) 수집을 안내하고 있다.

온라인 민원신청 절차는 다음과 같다. 먼저 민원 유형¹⁴⁶⁾을 선택한다. 그러면 민원 대상 선택 안내가 제시된다. 예를 들어 민원 유형을 'TV(프로그램/편성)'로 선택하면, 민원 대상 TV채널이나 서비스 명칭(예: BBC One, BBC Two 등)을 선택하라는 문항이 나온다. 선택을 마치면 기존 민원에 관한 신청인지를 묻는 문항이 나온다. Yes/No 중 하나를 선택한다. 다음 단계에서 민원인 정보, 프로그램, 민원 유형(예: Bias, Factual error or inaccuracy, Offence, Poor quality, Scheduling, Standards of interviewing/presenting, Too much coverage, Not enough coverage, other), 민원 제목, 민원 내용, 답변요구 여부(Yes/No)를 작성한다. 마지막으로 작성 내용 검토 후 제출한다.

< BBC 민원 내용 입력 화면 >

The screenshot shows the BBC 'Make A Complaint' form. At the top, there's a navigation bar with 'Contact Home', 'Help and FAQs', 'Comments', 'Complaints' (selected), and 'About the BBC'. Below this, a progress bar indicates three steps: 1. Your Complaint (active), 2. Your Details, and 3. Review and Submit. The form fields are as follows:

- What is the programme title?** (Optional): For example if your complaint is about *Newsnight* enter it here. Just leave blank if it's not about a programme.
- When was it broadcast? (dd/mm/yyyy)** (Optional): Day, Month, Year. To help us identify the correct edition if it's a series.
- How did you watch or listen to the programme?** (Optional): Please choose... (dropdown menu). This helps us report it correctly. If it's not a specific broadcast or you can't remember leave clear.
- Roughly how far into the programme did the issue happen?** (Optional): Hour, Minutes. This helps us find it in longer broadcasts. Leave blank if you can't remember or it's about a whole programme.

※ 출처: <https://www.bbc.co.uk/contact/complaints/make-a-complaint/#/Your%20Complaint>

146) 민원유형은 다음과 같다. ①TV(programmes/schedule) ②Radio(programmes/schedule) ③기존 민원 계속(Following up a previous complaint) ④BBC Website or apps ⑤BBC iPlayer ⑥BBC Sounds ⑦수신문제(Problems with TV or radio reception) ⑧BBC 회계(BBC Account) ⑨BBC 일반(General BBC) ⑩블로그와 논평(Moderation of blogs and comments)

2. Ofcom 민원 처리

<Ofcom 방송규정> 위반에 따른 Ofcom의 민원처리 절차는 콘텐츠 기준 위반의 경우와 공정성&프라이버시 위반의 경우로 나뉜다. 또한 방송면허 위반에 따른 민원처리 절차도 마련하고 있다. BBC와 BBC ODPS의 경우 칙허장과 협약에 따른 공영방송사라는 점에서 Ofcom은 별도의 민원처리 절차를 마련하고 있다. 또한 BBC 협약 위반에 대한 민원처리 절차도 마련하고 있다. ODPS 제공사업자의 <ODPS 규칙> 위반에 따른 민원처리 절차도 마련하고 있다.

이처럼 Ofcom의 민원처리 절차는 관련 규정과 민원 성격에 따라 다양하다는 점에서, 이를 모두 검토하기는 어렵다. 이에 <Ofcom 방송규정> 위반에 따른 민원처리 절차를 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

1) 텔레비전과 라디오에서의 콘텐츠 기준 위반 조사절차(Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio)에 따른 민원처리

민원인 신청이나 Ofcom 자체조사를 통하여 텔레비전 및 라디오 면허권자의 콘텐츠 기준 위반 사안이 제기 되는 경우, Ofcom은 <텔레비전과 라디오에서의 콘텐츠 기준 위반 조사절차(Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio)>¹⁴⁷⁾에 따라 이를 처리한다.

민원의 제기(Making a complaint)

(1.10) 방송사가 「2003년 커뮤니케이션법」 섹션319에 따른 기준을 준수하지 않았다고 생각하는 모든 개인이나 단체는 Ofcom에 민원을 제기할 수 있다. 방송규정의 관련 섹션은 다음과 같다.

- 18세 미만 보호(Section One)
- 유해 또는 불쾌(Section Two)
- 범죄, 무질서, 혐오 및 학대(Section Three)
- 종교(Section Four)
- 정당한 불편부당성(due impartiality), 정당한 정확성(due accuracy), 관점과 의견의 부당한 현저성(Undue Prominence of Views and Opinions)(Section Five)
- 선거와 국민투표(Section Six)

147) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0020/55109/breaches-content-standards.pdf

- 텔레비전 프로그램에서의 상업적 근거(Section Nine)
- 상업 라디오 프로그램(Section Ten)

- (1.11) 방송규정 섹션 7(“공정성”)과 섹션 8(“프라이버시”)에 관한 민원은 Ofcom의 “Procedures for the consideration and adjudication of Fairness and Privacy complaints”에 따른다.
- (1.12) 적시 해결의 이익을 위하여, Ofcom은 민원인이 Ofcom에 민원을 제기하기 전에 방송사 자체의 민원 처리 절차를 따라야 한다고 생각한다. 모든 방송사 연락처는 Ofcom의 웹사이트에 있다. 만약 방송사의 답변에 만족하지 못할 경우 민원인은 Ofcom에 민원을 제기할 수 있다. 민원인은 제1.17항에서 제1.20항에 따라 직접 Ofcom에 민원을 제기할 수 있다.

민원양식 및 제공정보(Form of Complaint and information to be provided)

- (1.13) Ofcom은 민원인에게 민원양식(complaint form)의 제출을 요구한다. 민원양식은 Ofcom 웹사이트에 있다. 또 우편(ofcom, Riverside House, 2a Southwark Bridge Road, London SE1 9HA), 전화(0300 123 3333 또는 020 7981 4040)로 민원을 신청할 수 있다. 청각 장애인 또는 난청인의 경우 텍스트 전화(020 7981 3043)로 신청할 수 있다. Ofcom에 연락하기 위한 비디오 중계 서비스(a Video Relay Service)는 Ofcom 웹사이트에서 이용할 수 있다.
- (1.14) 모든 민원인은 민원 내용에 대한 세부 정보를 제공해야 한다. 특히 민원인은 다음의 사항을 포함해야 한다.
- 성명 / 민원 대상 프로그램 제목
 - 프로그램 날짜와 시간
 - 프로그램이 방송된 채널
 - 민원의 성격(nature) 그리고 (가능하다면) 민원 대상 프로그램의 특정 부분
 - 민원인의 세부 연락처(전체 주소)
 - 민원인이 관련 방송사에 민원을 제기할 것인지 여부(만약 그렇다면, 언제)
- (1.15) 세부사항(또는 가능한 한 많은 사항)을 포함하는 것은 매우 중요하다. 세부사항을 제공하지 못하는 경우 Ofcom이 민원에 대한 조사를 수행할 수 없기 때문이다.
- (1.16) 민원인이 Ofcom에 요청하지 않는 한, Ofcom은 민원인의 신원을 해당 방송사에 노출할 수 있으며, 동시에 의견을 얻고자 제출된 민원 내용의 평문(non-confidential) 버전을 공유할 수 있다. Ofcom은 민원인이 익명을 요구하는 경우 이를 고려할 것이다.

민원제출기한(Time limits on making a complaint)

- (1.17) 민원인은 관련 프로그램의 방송일 또는 민원을 제기한 문제가 발생한 날로부터 20 영업일 이내에 Ofcom으로 민원을 제기해야 한다. 통상 Ofcom은 이 기한을 넘겨서 제출된 민원을 접수하지 않는다.
- (1.18) 방송 후 20 영업일이 지나 민원을 제출한 경우, 민원인은 더 일찍 제출하지 못한 이유를 설명해야

한다. 그런 다음 Ofcom은 지연 제출에도 불구하고 민원에 대하여 조사할 것인지 여부를 결정하는데 있어서 모든 관련 요소(민원인의 지연 제출사유 설명, 방송사가 기록을 보관하도록 요구받은 시간 제한)를 고려할 것이다.

- (1.19) 방송사에 직접 민원을 제기한 경우, Ofcom에 민원을 제기하기에 앞서 방송사의 회신을 기다려야 한다. 만약 회신이 만족스럽지 않으면, 방송사의 최종 회신일로부터 20 영업일이 경과하기 전 최대한 빨리 (해당 방송사의 회신을 동봉하여) Ofcom에 민원을 제기해야 한다. 방송사의 회신을 받지 못한 경우 합리적인 예상 회신일로부터 20 영업일 이내에 Ofcom에 민원을 제기해야 한다.
- (1.20) 민원인이 방송사와 Ofcom에 동시에 민원을 제기하는 경우, Ofcom은 방송사가 민원을 먼저 처리할 기회를 가질 수 있도록, 이를 검토하지 않는다. 방송사로부터 민원이나 결정을 받았을 경우, 민원인은 이를 Ofcom에 알려야 하며, 민원을 계속 진행할지 여부를 확인해야 한다.

2) 공정성&프라이버시 심의 절차(Procedures for the consideration and adjudication of Fairness & Privacy complaints)에 따른 민원처리

<Ofcom 방송규정>의 공정성&프라이버시 조항 위반 민원이 제기되는 경우, Ofcom은 <공정성&프라이버시 심의절차(Procedures for the consideration and adjudication of Fairness & Privacy complaints) (2017.4.3.)>¹⁴⁸⁾에 따라 이를 처리한다. Ofcom의 <공정성&프라이버시 심의절차> 주요 내용은 다음과 같다.

민원의 제기: 누가 민원을 제기할 수 있는가(Making a complaint: who may make a complaint)

- (1.8) 공정성 그리고/또는 프라이버시 민원은 개인 또는 (법인 여부와 관계없이) 단체에 의해 제기될 수 있다. 그러나 Ofcom은 통상 “피해를 받은 당사자” 또는 그 당사자로부터 권한을 위임받은 자가 제기한 민원이 아니면, 이를 처리할 의무를 부담하지 않는다.
- (1.9) Ofcom은 공정성 그리고/또는 프라이버시 관련 불만이 있을 시, 먼저 해당 라디오 및 텔레비전 방송사에 민원을 제기할 것을 권고한다. 만약 방송사의 회신이 만족스럽지 않다면, 민원인은 Ofcom에 민원을 제기할 수 있다. 그러나 1.13항부터 1.17항까지에 따라 처음부터 Ofcom에 직접 민원을 제기할 수 있다.

민원양식 & 제공정보(Form of complaint & information to be provided)

- (1.10) 공정성 그리고/또는 프라이버시 민원은 반드시 서면으로 Ofcom에 제출되어야 한다. Ofcom은 통상 Ofcom의 공정성 및 프라이버시 민원 양식에 따라 제출된 민원에 대해서만 검토한다. 이 민원양식에 접근하려면 Ofcom의 웹사이트를 방문하거나 Ofcom에 연락을 취하면 된다.

148) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0031/57388/fairness-privacy-complaints.pdf

(1.11) 모든 민원인은 다음의 사항을 기재해야 한다.

- 민원 대상이 되는 프로그램의 이름/제목;
- 프로그램이 방영된 날짜와 시간;
- 해당 프로그램이 방송된 채널;
- 민원인의 입장(즉, 민원인이 “피해자(the person affected)”인지 또는 “피해자”로부터 승인을 받아 그들을 위하여 민원을 제기하는 것인지 여부: 아래 박스에 있는 심의개시 결정(Entertainment Decision)을 참고하라);
- 민원의 성격 그리고 (가능하다면) 민원의 대상이 되는 프로그램의 특정 부분;
- 민원인의 세부 연락처 전체(세부 우편주소 전체 포함);
- 민원인이 관련 방송사에 민원을 제출하였는지 여부(만약 그렇다면 언제, 그리고 세부내용); 그리고
- 민원인이 민원내용과 관련되어 있다고 생각하는 모든 자료 그리고/또는 그에 대한 입장.

심의개시 결정(Entertainment Decisions)

위에서 설명한 바와 같이, 공정성 그리고/또는 프라이버시 민원은 프로그램에서 부당하게 또는 불공정하게 취급된 것, 또는 프로그램에서(또는 그들이 포함된 소재의 획득과 관련하여) 프라이버시의 부당한 침해에 대한 민원이다.

이들 민원은 개인 또는 (조직되어 있거나 그렇지 않은) 사람들이 제기할 수 있다. 그러나 Ofcom은 “피해자” 또는 피해자로부터 승인을 받아 그/그녀를 대신해 민원을 제기하는 사람이 아닌 이상 심의를 개시하지 않는다: 1996년 법의 섹션 111(1)

“피해자(The person affected)”는 1996년 법 섹션130에 규정되어 있는 법적 용어이다.

프로그램에서 부당하게 또는 불공정하게 취급받았다는 공정성(Fairness)에 대한 민원에서, “피해자”의 의미는 다음과 같다.

- 그러한 취급을 받은 문제 프로그램에 출연한 참가자(“참가자”란 출연했던 사람, 또는 그 사람의 목소리가 프로그램에서 들리는 것); 또는
- 참가자이든 아니든, 그러한 문제적 취급에 관하여 직접적인 이해관계를 갖고 있는 사람

프로그램에서(또는 그들이 포함된 소재의 획득과 관련하여) 프라이버시(Privacy)의 부당한 침해에 대한 민원에서 “피해자”의 의미는 프라이버시를 침해받은 당사자이다.

1996년 법은 Ofcom이 공정성 그리고/또는 프라이버시 민원에 대한 심의를 개시 또는 진행하기 전에, 몇 가지 충족시켜야 할 법적 기준을 마련하고 있다. 특히 Ofcom은 다음의 사항과 관련하여 심의를 개시해서는 안 되는 의무가 있다.

- 제기된 민원이 영국 법원에서 소송의 대상인 경우; 또는
- 제기된 민원과 관련하여 고소인 또는 피해자가 영국 법원에서 소송 절차를 통해 구제받을 수 있는 경우,

Ofcom이, 그런 특별한 상황에서, 해당 민원을 검토하는 것은 적절하지 않다; 또는

- 민원이 경박한 경우(firivolous); 또는
- 기타 Ofcom이 민원에 대한 심의를 개시 또는 진행하는데 적절하지 않은 사유가 있는 경우

(만약 Ofcom이 민원을 검토하는 과정에서 상기의 문제가 명백하게 드러나는 경우, 해당 민원에 대한 검토를 중단할 수 있다)

(1.2) 민원을 신청할 때, 이를 뒷받침할 수 있는 세부자료를 가능한 한 풍부하게 제공하는 것은 매우 중요하다. 이들 세부자료를 제출하지 못하는 경우 Ofcom은 합리적 시간 내에 프로그램을 식별하는데 방해를 받을 수 있고, 그렇지 않으면 Ofcom의 민원 검토를 지연시키거나 방해할 수 있다.

민원신청 기한(Time limits on making a complaint)

(1.13) 관련 프로그램이 방송된 이후 20 영업일 이내에 Ofcom에 민원을 신청해야 한다. 마감기한이 경과한 경우 통상 Ofcom은 민원을 접수하지 않는다.

(1.14) 민원인이 방송일로부터 20 영업일 이후에 제출하는 경우, 제출이 지연된 사유를 설명해야 한다. Ofcom은 관련 요소(민원신청 지연 제출에 대한 민원인의 설명을 포함)를 고려하여 민원을 접수할 것인지 여부를 결정한다.

(1.15) 민원인이 방송사에 직접 민원을 제기한 적이 있는 경우, (방송사 자체의 민원 처리 절차에 따른) 방송사의 답변에 대한 만족 여부를 지켜본 후 Ofcom에 민원을 제기하여야 한다. 만약 (답변이 만족스럽지 않을 경우) 민원인은 (해당 방송사의 답변과 함께) Ofcom에 가능한 한 빨리 민원을 제기해야 한다. 어떤 경우라도 당해 방송사가 자사 민원 절차에 따라 제공한 최종 답변 또는 결정을 수령한 후 20 영업일 내에 제출해야 한다. 만약 민원인이 방송사로부터 민원에 대한 답변이나 결정을 받지 못하였다면, 해당 방송사의 민원절차에 따라 답변이나 결정을 받을 것으로 예상되는 합리적 시점을 기준으로 20 영업일 내에 Ofcom에게 민원을 제출하여야 한다.

(1.16) 만약 민원인이 민원을 방송사와 Ofcom에게 동시에 제기한 경우, Ofcom은 통상 방송사가 자사의 절차에 따라 민원을 해결할 기회를 가질 수 있도록 민원 검토를 진행하지 않을 것이다. 이런 경우, 민원인은 Ofcom에게 방송사로부터 답변이나 결정을 수령하였는지 알려야 하며, 자신의 민원을 계속 진행시키길 원하는지 여부에 대해 확인을 해주어야 한다.(시한은 상기 제1.14항에 제시한 바와 같이 방송사의 답변/결정을 수령한 날부터 시작된다.)

(1.17) 방송사의 자체 민원 절차를 토대로 어떤 민원이 제기된 경우, Ofcom은 법령에 따라 방송사가 관련 기록, 관련 자료를 일정 기간 보관할 것으로 기대하며, 이는 당해 방송사가 민원인에게 자사의 최종 결정을 제공할 것으로 예상되는 합리적인 날짜부터 시작된다.

3) Ofcom 민원신청 방법

Ofcom에 대한 민원신청 방법에는 Ofcom 웹사이트, 우편, 전화, 텍스트 전화 등이 있다. 이중 Ofcom 웹사이트에서의 민원신청 방법을 살펴보면 다음과 같다.

Ofcom 웹사이트에는 민원신청 페이지가 마련되어 있다. 해당 페이지를 방문하면, 먼저 민원신청 대상 서비스 유형을 선택해야 한다. 여기에는 ① 모바일, 전화 또는 인터넷서비스에 대한 민원 ② TV, 라디오, 온디맨드 서비스에 대한 민원 ③ 우편서비스에 대한 민원 ④ 무선간섭에 대한 민원 ⑤ 비디오공유플랫폼에 대한 민원 ⑥ 기타 등 6가지로 분류되어 있다.

< 민원신청 페이지 >

Ofcom Topics ▾ Ofcom's work ▾ Complaints ▾ Licences ▾

Home > Make a complaint

Make a complaint

Ofcom may be able to help you complain about or report issues relating to: phone, broadband and postal services; TV, radio and on-demand programmes; interference to wireless devices; or something you have seen on an online service, website or app.

Quick links

The types of complaint we deal with → Get in touch by phone or post →

What would you like to complain about?

Complain about mobile, phone or internet services →	Complain about TV, radio or on demand services →	Complain about postal services →
Complain about wireless interference →	Complain about online services, websites or apps →	Complain about Ofcom →

We always do our best to meet the needs of businesses, customers, viewers and listeners. But sometimes things can go wrong. Here's how you can complain about Ofcom.

※ 출처: <http://www.ofcom.org.uk/complaints>

민원신청 대상 서비스 유형을 선택하면, 민원의 세부유형 선택을 유도하는 화면이 등장한다. 예컨대 'TV, 라디오 또는 온디맨드 서비스에 대한 민원'을 선택한 경우 '① 내가 보거나 들은 프로그램 ② 내가 출연한 프로그램 ③ 내가 본 광고 ④ 접근성(자막, 수어 및 음성해설 포함) ⑤ VOD서비스에서 내가 보았던 것 ⑥ BBC 웹사이트 또는 앱에서 내가 보았던 것 ⑦ Ofcom의 면허규칙을 위반한 라디오 방송국 또는 TV채널 ⑧ 기타' 중 하나를 선택하도록 유도하는 화면이 나타난다.

< 'TV, 라디오, 온디맨드 서비스에 대한 민원' 신청방법 >

Ofcom

Topics ▾ Ofcom's work ▾ Complaints ▾ Licences ▾

Home ▸ Make a complaint ▸ Complain about TV, radio or on demand services

Complain about TV, radio or on demand services

Quick links

The types of complaint we deal with → Get in touch by phone or post →

A programme I saw or heard

- On a BBC TV channel or radio station →
- On another TV channel or radio station →
- On BBC iPlayer →
- On another video on demand service →

A programme I was in

- On a BBC TV channel or radio station →
- On another TV channel or radio station →
- On BBC iPlayer →

An advert I saw

- Advertisements →
- Political advertising →
- Programme trailers →
- Programme sponsorship credits →
- Amount of adverts →

Accessibility (including subtitling, signing and audio description)

- Accessibility on a BBC TV channel →
- Accessibility on another TV channel →
- Accessibility on BBC iPlayer or another video on demand service →

Something I have seen on a video on demand service

- on BBC iPlayer →
- On Netflix →
- On another video on demand service →

Something I have seen on a BBC website or app →

A radio station or TV channel not keeping to Ofcom's licensing rules →

Something else

- Billing disputes with TV subscription services →
- Changes to TV or radio schedules →

※ 출처: <https://www.ofcom.org.uk/complaints/complain-about-tv-radio-a-website/a-programme-i-saw-or-heard>

만약 '① 내가 보거나 들은 프로그램'을 고른 경우 그 하단에 있는 ① BBC TV채널 또는 라디오방송국에서 ② 다른 TV채널 또는 라디오방송국에서 ③ BBC iPlayer에서 ④ 다른 비디오온디맨드 서비스에서' 중 하나를 선택한다.

이중 하나를 선택하면 민원사항을 직접 입력하는 화면으로 이동한다. 다만 BBC, BBC ODPS에 관한 민원의 경우 BBC에 신청하여 답변을 받았는지 여부(공정성&프라이버시 제외)를 묻은 절차가 추가된다. 관련 응답을 제공하면 민원인은 민원대상 세부사항(프로그램 제목, 방송일, 방송시간, 채널명 등), 민원내용(제목, 민원내용), 신청자 인적사항(성명, 우편번호, 전화번호, 주소, 이메일주소)을 직접 입력해야 한다.

3. ASA의 민원처리

1) 방송광고 민원처리 절차(Broadcast Complaint Handling Procedure)

광고 민원은 ASA(Advertising Standards Authority)가 처리한다. 이를 위해 ASA는 <방송광고 민원처리 절차(Broadcast Complaint Handling Procedure)>¹⁴⁹⁾, <비-방송광고 민원처리 절차(Non-broadcast Complaint Handling Procedure)>¹⁵⁰⁾를 마련하고 있다. 이중 <방송광고 민원 처리절차>의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.

❖ 개요(Introduction)

1. BCAP(Broadcast Committee of Advertising Practice)는 커뮤니케이션 규제기관 Ofcom과의 협약에 따라 <영국 방송광고 기준(UK Code of Broadcast Advertising)>을 작성하고 집행한다. 협약에 따라 ASA는 <영국 방송광고 기준>의 규칙(rules)에 대하여 Ofcom이 부여한 권한을 행사한다.
2. 이 문서는 라디오와 텔레비전 서비스에서의 광고에 대한 민원이 처리할 때 ASA가 따라야 할 절차를 제시한 것이다.

우리의 임무(Our remit)

3. 우리는 Ofcom으로부터 면허를 받은 TV와 라디오 서비스가 행하는 모든 방송광고를 규제할 책임을 진다. 여기에는 전통적인 스포츠광고, 텔레쇼핑 산출물, 인터랙티브TV에서 이용할 수 있는 방송광고, TV텍스트 서비스가 포함된다. 또한 우리는 시청자가 유해한 또는 불쾌한 자료로부터 적절하게 보호받을 수 있도록 TV와 라디오 광고의 편성을 규제한다. 특정 방송미디어와 관련하여, Ofcom은 다음과 같은 규정에 대한 책임을 갖고 있다.
 - 광고 중단에서의 삽입(the insertion of advertising breaks);
 - TV에서 허용되는 광고량(the amount of advertising permitted on TV)
 - 협찬(sponsorship)
 - TV와 라디오에서의 정치광고

149) <https://www.asa.org.uk/static/518cc7c3-3e04-4924-b28bbb9d53664286/Broadcast-Complaint-Handling-Procedures.pdf>

150) <https://www.asa.org.uk/static/171eb506-b4ef-4fec-bdcec62dc49e0be2/37c918f1-6a47-4ce8-9c3269a174228017/Non-Broadcast-Complaint-Handling-Procedures.pdf>

- 참여TV 광고(participation TV advertising)

❖ 민원 접수(Receipt of complaints)

7. 민원인은 민원을 제기하려는 광고를 ASA가 식별할 수 있도록 충분한 정보를 제공해야 한다: 채널 또는 방송국 명칭, 광고가 방송된 날짜와 대략적인 시간, 해당 시간에 보거나 들은 프로그램의 명칭. 만약 제공받은 정보를 통해 광고를 식별하는 것이 불가능할 경우, 우리는 행동에 나설 수 없다.
8. 민원인에게 비용을 청구하지 않는다. 실제적 또는 인지된 이해관계 상충의 위험을 관리하기 위하여, ASA는 다음에 의해 제기된 민원은 수용하지 않는다.
 - 개인 자격으로 활동하는 직원
 - ASA 평의회 의장 또는 구성원; CAP & BCAP 광고자문위원회; CAP & BCAP 산업 자문 패널; CAP 마케팅 촉진 및 직접대응 패널; 또는 CAP 온라인 출판 미디어 패널;
 - ASA 규칙에 대한 독립 검토자(Independent Reviewer)
 - (B)Asof의 의장 또는 이사, 또는
 - 개인 자격으로 활동하는 CAP 또는 BCAP 회원 기관의 대표자

의심을 회피하기 위하여, CAP와 BCAP 회원 조직 대표는 이 절차의 다른 요건을 충족하는 기관을 대표하여 민원을 제출할 수 있다.
9. 반복적이거나 과도한 양의 민원을 제기하는 민원인은 모든 고객들과 이해관계자들에게 봉사해야 하는 우리의 역량에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다. 만약 적절하다면, 우리는 그러한 민원인이 제기하는 민원의 접수를 중단할 수 있다. 이러한 제한은 비례적으로 적용될 것이다. 우리는 제한을 적용하기 전에 해당 민원인과 소통할 것이다. 우리의 직원에 대한 모욕적 행동은 어떤 상황에서도 용인되지 않을 것이며, 추가적인 민원의 접수가 거부되며 그리고/또는 그러한 행동은 경찰 또는 다른 적절한 기관에 통보될 것이다.

경쟁자 민원(competitor complaint)

10. 일반적으로, 민원을 제기하려는 경쟁자는 '당사자 간 해결(Inter-Party Resolution)' 절차를 따라야 한다.
 - ① 경쟁자는 광고주에게 자신들의 우려를 제기해야 한다. 등록된 게시물이 가장 이상적 방법이지만 신속한 수령을 보장하는 다른 커뮤니케이션 수단을 사용할 수 있다. 민원은 클레임과 그것이 등장하는 매체와 관련하여 민원에 대한 사실적 근거자료와 함께 적정 수준의 세부 내용을 제공해야 한다.
 - ② 통상적으로 민원에는 민원 내용의 정확성에 대하여 책임을 질 수 있는 경쟁자 민원인의 고위급 인사(예: CEO, 법률, 마케팅 또는 규제 디렉터)가 서명하거나 승인을 해야 하며, 관련 내용은 고위급 인사 또는 광고주의 적절한 연락처에 전달되어야 한다.
 - ③ 경쟁자 민원인은 실질적 답변을 위해 5 영업일의 시간을 주어야 한다. 이 기간이 종료될 때까지

광고주가 실질적 대화를 개시하지 않거나 당사자가 합의에 도달하지 못하는 경우, 민원인은 ASA에 민원을 제출할 수 있다.

- ④ 민원을 ASA에 제출할 때는, 불만내용이 담긴 등기 서면(registered letter)의 사본 그리고 (있는 경우) 광고주의 전체 답변의 사본을 제출해야 한다.

ASA는 경쟁자 민원인이 광고주와 소통할 수 없는, 적절한 이유가 있는 경우가 드물게 존재한다는 것을 인정한다. 만약 민원인이 <영국 방송광고 규정>의 심각한 위반 가능성을 제기하거나, 만약 민원에 대한 당사자 간 해결(inter-party resolution)이 적절하지 않다고 믿을 수 있는 다른 합당한 이유가 있는 경우, ASA는 이 절차를 우회할 수 있는 재량권을 갖고 있다.

민원 증거 공개(Disclosure of complaint's evidence)

11. 광고주가 자신의 마케팅에 반하는 사건에 대응할 수 있는 기회를 가질 수 있도록, 민원인은 ASA에 민원 사항을 뒷받침하는 증거를 제출해야 하고, ASA가 그것의 전부 또는 일부를 광고주와 공유하는 것에 대하여 동의를 하여야 한다. 만약 동의를 요청하였을 때 민원인이 동의하지 않는다면, ASA 평의회는 평결을 내릴 때 해당 정보를 감안하지 않는다. 만약 동의를 하였다면, 어떤 정보가 관련성이 있으며, 전달이 필요한 지를 조사과정에서 평가하게 될 것이다.

민원 신청 시한과 초점(Timely complaints and point of complaint)

12. 방송사는 면허조건에 따라 특정 기간 동안 기록을 유지해야 할 의무가 있다. 그 기간은 라디오는 전송 이후 42일, 위성파 케이블 텔레비전은 전송 이후 60일, 지상파 텔레비전은 전송 후 90일이다. 민원인은 이들 기간 내에 민원을 제기해야 한다. 이상적으로는 전송 이후 가능한 한 빠르게 신청하는 것이 좋다.

민원은 가장 중요한 이슈라고 생각되는 세 가지 사항에 초점을 맞추어야 한다. 만약 광고 또는 캠페인에 대한 민원이 세 가지 이상의 이슈에 초점을 맞추고 있더라도, ASA가 이에 대한 공식 조사를 결정하는 경우, 대체로 가장 중요하다고 판단되는 세 가지 이슈에 초점을 맞추게 될 것이기 때문이다. 다만 예외적 상황에서는 세 가지 이상에 대하여 조사를 할 수 있다. 각 단계에서 민원인으로부터 적시에 응답을 받지 못한 경우(예를 들어 정보에 대한 요구), 우리는 민원이나 조사를 종결할 권리를 갖고 있다.

민원 접수 통지(Acknowledging complaints)

13. 민원을 접수하게 되면 일련번호를 부여하고, 5일 내에 민원인에게 회신한다. 이 절차에서의 예외는 다음과 같다. 광고에 대해 이미 많은 양의 민원을 접수하고 조사를 진행 중인 경우이다. 이런 상황에서 우리는 웹사이트를 통해 해당 이슈를 조사 중이라고 공지할 것이며, 민원을 신청해도 개별 회신을 제공하지 않는다. 그러나 제기된 민원은 광고에 대한 대중의 반응을 계속 모니터링 할 수 있는 기회를 제공할 것이며, 공식조사를 수행하고 있는 상황에서, 사람들은 추후 우리의 웹사이트에서 결정 사항 전문을 읽어볼 수 있을 것이다.

ASA 및 BCAP 자체 조사(ASA - and BCAP - initiated investigation)

17. <영국 방송광고 규정> 위반 가능성이 있다고 믿는 경우, 우리는 자체적으로 조사를 시작할 수 있다. 민원에 의한 조사와 ASA 자체 조사의 절차는 대체로 동일하다. 유사하게 모니터링을 수행하는 과정에서, BCAP는 명백한 규정 위반 이슈를 제기할 수 있다.

❖ 민원의 평가(Assessment of complaints)

18. 민원에 대한 일련번호가 부여되면, 민원에 대한 초기 평가가 이뤄진다.

광고물 확보(Sourcing an advertisement)

19. 필요하다면, 우리는 방송사에게 광고의 사본을 제공해 달라고 요청할 것이다. 그러나 우리는 이 단계에서 방송사에게 서면 답변을 요구하지는 않을 것이다. 방송사는 통상 요청을 받은 후 5 영업일 내에 문제의 사본 자료를 제공해야 한다. 텔레쇼핑처럼 긴 광고(long-form advertisement)의 사본은 타임코드가 내장되어야 한다.

❖ 우선순위결정 원칙에 따른 평가(Assessment under our Prioritisation Principles)

27. 만약 광고가 규정을 위반한 것으로 보이는 경우, 우리는 다음과 같은 조치를 취할 것이다:

- 어떤 유해 또는 해악이 발생했거나 발생할 수 있는지 고려한다;
- 조치를 취했을 경우의 위험과 조치를 취하지 않을 위험의 균형을 유지한다;
- 우리의 개입이 초래할 영향을 고려한다;
- 해결해야 할 문제에 비례하여 소요될 자원을 고려한다

이들 우선순위결정 원칙에 따른 평가는 민원의 주기(life of a complaint)에 따라 재평가된다.

❖ 자문 공지(Advice Notice)

28. 규정 위반 가능성이 있고 조사가 이루어지지 않은 상태에서 조치하여야 한다고 판단되면, 우리는 광고주에게 이슈를 설명하는 문서를 작성할 것이며, 규정위반에 대하여 어떻게 대응할 것인지에 대한 자문과 가이드를 제공할 것이다. 우리는 해당 문제와 관련하여 광고주에게 다시 준수를 요구하거나 연락을 취하지 않을 것이다. 또한 민원인에게 우리가 취한 조치를 설명하기 위한 문서를 작성할 것이다.

29. '자문 공지'의 처리 목표는 결정 통지에 대한 불만을 접수한 날로부터 25 영업일 이내이다.

❖ 비공식 조사(Informal investigation)

30. 조사된 불만은 '비공식 조사' 또는 '공식 조사'로 시작한다. 우리는 설득과 합의를 선호하며, 민원 프로세스의 어느 단계에서든지 비공식적으로 사건을 해결할 재량을 갖고 있다. 우리는 언제나 합리적이고 비례적이라고 보이는 경우 그렇게 처리할 수 있다. 비공식적으로 사건을 해결할 때, 필요하다면 광고주에게 광고의 적절한 수정이나 철회 또는 그렇게 하겠다는 보장을 요청하고, 이를 보장한다는 회신을 받으면 평의회의 공식 평결 없이 사건을 종결할 것이다. 우리는 해당 사건 광고주의 명칭 또는 비공식적으로 해결되었음을 평의회에 통보할 것이며, 웹사이트에 공식 조사 없이 광고를 수정하거나 철회하는데 합의한 광고주의 명칭을 공표할 것이다. 언론의 문의가 있는 경우 우리는 광고에 대한 간략한 설명과 민원의 요지, 그리고 광고주가 ASA와 접촉한 이후 광고를 수정 또는 철회하는데 합의하였음을 확인해 줄 것이다. 컴플라이언스 팀(compliance team)이 기업의 전반적인 준수 기록을 평가할 때, 비공식적으로 해결된 조사도 고려될 것이지만, 웹사이트에는 이들 사건이 규정 위반으로 공표되지는 않을 것이다.

❖ 공식 조사(Formal investigation)

33. 비공식조사와 달리, 이 유형의 사건은 ASA 평의회에서 결정되고 웹사이트에 공표될 것이다. 공식 조사는 통상 이슈에 따라 다음과 같이 분류된다: 유해(harm) 또는 불쾌(offence)와 관련된 이슈, 오인광고(misleading advertising)를 포함한 기타 모든 이슈. 유해 및 불쾌에 관련 조사는 결정 통지에 대한 민원을 수령한 후 60 영업일 내 처리를 목표로 하고 있다. 그 외에 다른 모든 사건은 115 영업일을 목표로 한다.
34. 조사를 수행하는 동안, 우리는 조사의 방향에 도움을 얻기 위하여 평의회에 비공식적 해석을 요청할 수 있다. 예를 들어 광고에 대한 해석이다. 그러한 해석은 평의회가 평결을 내릴 때, 평의회를 구속하지 않는다.

❖ 조사절차(Process of investigation)

민원에 대한 광고 당사자의 답변(Advertising parties' response to the complaint)

35. 조사 담당자가 민원내용을 요약하고 그 사본을 방송사 심의센터(clearance center)와 광고주(그리고 기타 적절한 당사자)에게 송부한 다음 서면 답변을 요구한다. 이 과정에서 우리는 규정의 관련 부분과 민원인이 제기한 이슈에 대하여 설명할 것이다. 심의센터(clearance center)는 7 영업일 내 ASA에 회신을 해야 한다. 그러나 복잡한 조사인 경우 또는 다른 예외적 상황에서는 더 많은 시간이 허용될 수 있다. 연장 요청의 근거는 서면으로 제출해야 한다. 연장은 5 영업일을 초과할 수 없고, 반복적인 연장 요청은 거부될 수 있다.
36. <영국 방송광고 규정>은 객관적 입증이 가능한 모든 주장을 뒷받침 하는 증거를 광고주가 작성하도록 요구하고 있다. 광고주가 제출하는 모든 증거는 영어로 작성되어야 한다. 연구 문서를 참조하는 경우,

해당 문서와 관련 섹션에 대한 강조(highlighted)가 제출되어야 한다. 통상 연구의 초록(Abstracts)은 주장을 입증하는 증거로 간주되지 않는다.

권고안 초안(The draft recommendation)

37. 답변 또는 추가 서면 의견이나 설명을 수령한 후, 조사 담당자는 사건을 분석하고 권고안 초안을 준비한다. 권고안 초안은 광고에 대한 요약, 민원인/ASA가 제기하는 이슈, 규정에서의 관련 규칙, 해당 광고에 대한 방어(defence) 측면에서 광고 당사자의 주장 요약, 채택에 대한 평가 초안, 민원에 대한 부분 채택 또는 기각, 그와 같은 평가 및 행동의 근거, 만약 있다면 문제 해결에 필요한 조치 등으로 이뤄진다.

권고안 초안에 대한 답변(Responses to the draft recommendation)

38. 조사 담당자는 권고안 초안을 광고 당사자, 기타 관련 당사자 그리고 민원인에 송부하고 사실관계의 정확성에 대하여 의견을 구한다. 당사자들은 통상 5 영업일 안에 회신해야 하며, 이미 제기한 주장을 반복해서는 안되고 새로운 입증 자료 또는 변론을 제시하기 위해 노력해야 한다. 평의회는 우리의 권고안에 동의하지 않을 수 있으므로, 민원의 '기각'으로 권고안 초안이 평의회에 제출되었다고 하더라도, 광고를 변호하는 측에서는 이 단계에서 할 수 있는 최선을 다해야 한다.

평의회에 추가 제출(Additional submission to Council)

39. 이 권고안은 평의회에 제공되는 정보의 주요 부분(예를 들어, 광고, 민원에 대한 심의센터의 답변 및 관련 지침과 함께)을 형성한다. 예외적 상황에서, 그리고 우리의 재량에 따라, 민원에 대한 답변 책임이 있고 보고서에 이름이 명시된 사람들은 평의회에 직접 자료를 제출하는 것이 허용될 수 있다. 조사과정을 통해 기 제출된 정보를 다시 제출하는 것은 허용되지 않으며 일반적으로 1,000개 이하의 단어로 제한된다. 더 긴 길이의 제출은 허용되지 않는다.

산업 자문 패널(The Industry Advisory Panel)

40. 산업 자문 패널은 ASA 평의회 구성원 한명을 포함한 산업계 전문가로 구성되어 있다. 예외적 상황에서 ASA의 요청에 따라 또는 민원 당사자의 요청에 따라, 평의회에 권고안을 제출하기 전, 산업 자문 패널에 권고안에 대한 업계의 의견을 요청할 수 있다. 평의회는 패널의 자문을 고려할 수 있지만, 그것이 평의회의 최종 결정을 구속하지는 않는다. 패널 의장은 요청을 기각할 수 있으며, 만약 패널이 자율규제 시스템의 효과적 운영을 방해하기 위한 수단으로 보일 경우, 그렇게 할 것이다.

평의회 평결(Council's ruling)

41. 조사 담당자가 평의회에 권고안을 제출한다. ASA 평의회 의사결정 절차에서 청문회(oral hearings)에 대한 조항은 없다. 평의회는 권고안에 동의할 수 있고, 그와 다르게 결정할 수 있으며, 필요한 경우 추가

조사를 제안할 수 있다.

42. 평의회의 평결을 공표하기 전에, 예를 들어 결정의 근거를 보다 잘 설명하기 위하여 약간의 변경이 필요한 경우, 조사 담당자는 광고 당사자 또는 평의회에게 해당 사건에 대한 재 제출(re-presenting) 없이 그러한 변경을 할 수 있다. 만약 실질적이 아닌 중요한 변경이 필요한 경우, 조사 담당자는 당해 사건을 평의회에만 재 제출 할 수 있다. 만약 실질적 변경이 필요한 경우 조사 담당자는 광고 당사자와 (필요하다면) 민원인 그리고 평의회에 재 제출 할 수 있다. 변경의 중요성에 대한 결정은 ASA에게 달려 있다; 우리는 통상 평의회가 중요한 주장 또는 (광고 당사자가) 미처 갖고 있지 않은 관점을 채택하여 이에 대응할 합리적 기회를 갖지 못한 경우에만 해당 사건의 광고 당사자에게 재 제출 할 것이다.

사건의 종결(Closing the case)

43. 조사 담당자는 광고 당사자 및 모든 민원인(이미 조사 중인 광고에 대하여 민원을 제기한 사람은 제외)에게 통지문(letter of notification)을 송부할 것이다. 통지문은 평의회의 규칙을 그들에게 알릴 것이다. 만약 평의회가 조사담당자의 권고안을 채택하지 않은 경우, 통지문은 그에 대한 설명과 이유를 제공할 것이다. 또한 통지문에서는 웹사이트에서의 규칙 공표일 그리고 해당 날짜까지 보안을 유지해 줄 것을 안내할 것이다.

시정조치(Remedial action)

44. 만약 위반이 발생하였다고 판단하면, 광고 당사자에 발송되는 통지문에는 필요한 시정조치가 포함될 것이다(예를 들어, 향후 전송을 위한 광고의 변경, 지시에 따른 전송 제한 또는 방송광고의 전면 중단). 이 통지서는 심의센터가 자신들의 시스템에서 현행 형식의 광고를 수용할 수 없게 만드는 계기가 될 것이다.

평결의 공표(Publishing rulings)

45. 우리는 통상 평의회 결정이 있는 후 14일(calendar days) 내에 우리 웹사이트(www.asa.org.uk)를 통하여 5년 간 평결(rulings)을 공표한다.

●● Ofcom 제재(Ofcom sanctions)

47. 만약 추가 제재가 필요하다는 결론이 내려지면, 방송사 그리고 관련 심의센터(clearance centre)에 안내하고, 해당 문제를 Ofcom에 회부하게 된다. 이후에는 Ofcom의 <Outline procedure for statutory sanctions in content cases>¹⁵¹⁾가 적용된다. Ofcom은 방송면허 조건, <영국 방송광고 규정> 또는 ASA규칙 조항에 대하여 심각하게, 고의적으로, 반복적으로 또는 무모하게 위반하였다고 판단되는 경우

151) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0035/37799/outline.pdf

여러 가지 제재를 가할 수 있다. Ofcom은 방송사에게 해당 자료를 반복하지 않도록 지시한다거나, 방송사에게 변경(correction) 또는 결정이나 규칙의 요약을 공표하도록 지시한다거나, 방송사에게 벌금을 부과한다거나, 면허권 철회(Channel 4와 S4C는 예외) 등 제재를 가할 수 있다.

2) 방송광고 민원신청 방법

ASA는 방송광고를 포함한 모든 광고 민원을 접수하고 있다. 민원인은 광고를 보거나 들었을 때 무언가 잘못되었다고 생각하거나, 특별한 제안(special offer), 경쟁 또는 상금 프로모션이 공정하지 않게 운영되고 있다고 생각하거나, 기업이 우편, 팩스, 텍스트 메시지 또는 이메일로 보내는 DM(direct mail)을 중단시키고 싶거나, 기업의 웹사이트 또는 소셜 미디어에서의 마케팅이 무언가 잘못되었다고 생각하는 경우 ASA에 민원을 제기할 수 있다.¹⁵²⁾

< ASA의 온라인 민원 양식(online complaints form) >

You're here: [Home](#) > [Make a complaint](#)

Step 1 of 3:

About your complaint

☒ Are you complaining as a member of the public?

☐ Are you complaining as a business/company/sole trader about the advertising of a competitor?

☐ Are you complaining on behalf of an organisation or body with a direct interest in the subject of your complaint?

Type of Advertisement: *

On TV

Please now select one of the following: *

At the time of TV broadcast

What was the brand or product? ⓘ *

You can complain to us about an ad seen on TV.
However we don't regulate programmes.

※ 출처: <https://www.asa.org.uk/make-a-complaint.html>

152) <https://www.asa.org.uk/make-a-complaint/guide-to-making-a-complaint.html>

민원을 신청하려면, 먼저 민원의 성격이 ASA가 다루는 범위에 속하는 것인지 확인한다. 만약 그렇다면, ASA의 온라인 민원 양식(online complaints form)을 작성한다. 접수가 완료되면, ASA는 민원인에게 접수 번호를 안내한다. 접수번호는 추후 사건을 처리할 사람의 이름과 연락처 등 후속 조치를 위한 수단이 된다. 자신이 소속되어 있는 조직을 대신하여 민원을 제기하거나, 명백히 또는 특별한 이해관계를 가진 경우가 아닌 한, ASA는 민원인의 이름을 광고주에게 공개하지 않는다.

제출된 민원은 다음과 같은 단계로 처리된다. 1단계는 민원에 대한 평가(Assessing your complaint)이다. ASA는 광고기준을 토대로 제출받은 민원을 평가한다. 추가 정보가 필요할 경우 이를 민원인에게 요청할 수 있다. 광고에 문제가 있다고 판단되는 경우, 민원인에게 접수하였음을 안내한다. 기각하는 경우 제출받은 민원의 사본은 보관하지만 이에 대하여 회신을 제공하지는 않는다. ASA는 민원인에게 도움을 줄 수 있는 다른 기관을 소개할 수 있다.

2단계는 민원 해결(Resolving complaints) 시도이다. 때때로 ASA는 광고규정 측면에서 문제가 될 수 있으나, 조사(investigation)까지 진행할 필요가 없다고 결정할 수 있다. 이 경우 ASA는 광고주에게, 규정 준수를 요구하는 것이 아니라, 적절한 자문과 가이드를 안내하는 편지를 송부한다. 다른 불만 사항은 광고주와 협력하여 광고를 변경하거나 우편 목록에서 민원인의 이름을 삭제하는 등의 방법을 통해 비교적 신속하고 비공식적으로 문제를 해결할 수 있다. 그러나 심각한 규정 위반이 관련되어 있다면 공식적인 조사가 필요할 수 있다.

3단계는 조사(Investigation)이다. 공식 조사에서 광고주는 서면으로 자신들의 광고를 변호하거나 뒷받침할 증거를 ASA에 제출해야 한다. 필요한 경우 ASA는 전문가 자문을 구한다. 그리고 ASA 평의회의 최종 평결에 송부할 권고문을 작성한다. ASA 평의회는 광고규정 위반 여부를 결정하는 독립적 판정기구(independent jury)이다.

4단계는 평결 및 공표(Rulings and publication)이다. ASA는 매주 웹사이트에 최종 평결을 게시한다. 평결이 언제 발표될 것인지 미리 안내하지만, 그 전까지는 세부사항에 대한 보안이 유지되어야 한다. 만약 규정을 위반하였다면, 해당 광고는 변경하거나 철회되어야 한다. 만약 민원이 기각된 경우 더 이상의 조치는 취해지지 않는다.

III. ‘방송서비스를 제공받는 소비자로서의 권리’ 보호 제도



III. '방송서비스를 제공받는 소비자로서의 권리' 보호 제도

유럽연합 집행위원회(European Commission, EC)는 인터넷을 비롯한 디지털 기술이 전 세계적으로 확산됨에 따라 28개 회원국을 단일 시장으로 묶는 이른바 디지털 단일시장 전략(Digital Single Market Strategy)을 추진하였다. 2015년 5월 6일 채택된 이 전략의 주요 내용은 디지털 상품과 서비스에 대한 접근성을 개선하고, 디지털 네트워크와 서비스가 활성화될 수 있는 환경을 조성하며, 디지털을 유럽 경제의 성장 잠재력을 높이는 동력으로 이용한다는 것이다.

디지털 단일시장 전략의 실행을 위하여 EC는 2009년 마지막으로 업데이트된 전자통신프레임워크(The Electronic Communications Framework)의 개정을 추진하여 2016년 9월 EECC(European Electronic Communications Code)를 발표하였다. EECC는 2018년 6월 유럽의회(European Parliament), 2018년 11월 EU이사회(Council of the European Union)에서 채택되어 2018년 12월 20일 시행되었다. 이에 EC는 회원국으로 하여금 2020년 12월 21일까지 EECC를 국내법 형태로 전환할 것을 요청하였다.

EECC의 주요내용은 다음과 같다. 규제체계에서 4개로 나뉘어 있던 지침을 하나로 통합하였다. 네트워크에서는 EU전역에 광 네트워크를 구축하고 시장지배적 사업자에 대한 규제완화를 통해 투자를 촉진한다. 전파에서는 5G 도입과 이를 위한 주파수 재배치를 추진한다. 보편적 서비스에서는 음성통신, 광대역 통신에 대한 접근 보장과 사회적 취약계층에 대한 특별요금을 적용한다. 소비자 보호에서는 신규 온라인 사업자에 대한 통신규제 적용, 전자통신서비스 개념을 인터넷 접속, 대인 간 통신, 방송 전송 서비스로 확립하고, 규제 범위를 OTT까지 확장하였다. 또 사업자의 개인정보보호 및 계약정보 제공의무를 강화하였다. 공공경보시스템에서는 자연재해 또는 주요 응급상황 발생 시 대민 문자알림시스템을 구축하도록 했다. 통신요금에서는 2020년 12월 31일까지 음성통화 해지요금을 설정하고, 이동통신과 EU 내 음성동화 및 문자 요금의 상한을 설정하였다.

영국은 2020년 1월 31일 EU에서 탈퇴하였다. 그러나 탈퇴협정(Withdrawal Agreement)에 의거 2018년 12월 시행된 EECC를 2020년 12월 21일까지 국내법으로 전환해야 할 의무를 갖고 있다. 이에 영국 정부는 「2003년 커뮤니케이션법」을 개정하였다. 이어 Ofcom은 2020년 12월 27일 EECC의 개정 요구사항을 반영한 소비자 보호 패키지 <Statement: Implementation of the new European Electronic Communications Code>¹⁵³⁾를 확정하였다. 이후 기존 규칙의 소폭 변경 그리고 EECC가 사용하는 용어 정의와의 일관성,

명료성 보장과 EU 탈퇴협정에 따른 과도기 상황을 포함한 몇 가지 변화에 대한 의견조회를 진행하였다. 이를 토대로 Ofcom은 <일반조건(General Conditions of Entitlement- unofficial Consolidated Version)>¹⁵⁴⁾을 확정하고 2023년 4월 3일부터 시행한다고 밝혔다.

< EECC 주요내용 >

구분	내용
규제 단일화	· Framework, Access, Authorization, Universal Service 지침을 통합
네트워크 구축	· EU 전역에 광섬유 기반 구조의 대용량 네트워크를 구축 · 시장지배적 사업자에 대한 규제 완화를 통한 투자 촉진
전파 규칙	· 일반 면허, 주파수 공동사용 촉진, 주파수 할당 조정으로 정책 일관성 확보 · 5G 도입을 위해 2020년12월31일까지 3.4~3.8MHz 대역, 24.25~27.5GHz의 1GHz 폭 할당 · Wi-Fi 접속과 저전력 무선 광대역 접속(small cell) 구축을 위한 조건 단순화 · 회원국 간 발생하는 주파수 간섭 대책 마련
보편적 서비스	· 사용자의 음성 통신, 광대역 통신에 대한 접근 보장 · 사회적 취약계층에게 특별 요금을 적용
소비자 보호	· 통신서비스를 제공하는 신규 온라인 사업자에게도 통신 규제 적용 · 인터넷 접속, 대인간 통신, 방송 전송 서비스로 전자통신서비스의 개념 확립 · 규제의 범위를 인터넷을 통해 각종 미디어 콘텐츠를 제공하는 OTT까지 확장 · 사업자의 개인정보보호 및 계약정보 제공 의무 강화
공공경보시스템	· 자연재해 또는 주요 응급상황 발생 시 대민 문자 알림 시스템 구축
통신요금	· EC는 2020년12월31일까지 음성통화 해지요금을 설정 · 이동통신과 EU내 음성통화(€0.19/분)와 문자(€0.06/건)의 상한 예고

※ 출처: 윤호정(2019). 유럽, 전자통신규범(EECC) 개정, 『Spectrum Policy Trend & Insight』, 175호. 5쪽.

153) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/209504/eccc-statement-dec-20.pdf

154) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0018/209502/annex-5-revised-gc-eccc-19-dec-22.pdf

1. 일반조건(General Conditions of Entitlement)

일반조건(General Conditions)이란 전자커뮤니케이션 네트워크와 서비스를 제공하는 모든 사업자가 영국 내에서의 서비스 제공을 원하는 경우 준수해야 할 규제조건을 말한다. Ofcom은 모든 커뮤니케이션 제공 사업자 또는 특정 조건의 네트워크 또는 서비스를 제공하는 모든 제공사업자에게 일반조건을 부과할 수 있다. 보편적 서비스 조건, (상당한 시장 지배력을 가진 사업자에게 부과하는) "SMP" 조건 그리고 접근성 관련 조건(access-related conditions)과 달리, 일반조건은 특정 개별 제공사업자에게 부과할 수 없다.

1) 일반조건 구성 및 적용범위

일반조건은 크게 다음 3가지 주요 범주로 구성되어 있다: 네트워크 기능 조건(Part A), 번호 부여 및 기타 기술 조건(Part B), 소비자 보호 조건(Part C)

각 일반조건의 시작 부분에는 해당 조건이 적용되는 커뮤니케이션 제공사업자의 범위가 제시되고, 개별 조건의 제목에 따라 "규제대상 제공사업자(Regulated Providers)"를 정의한다. 조건A2와 B1 같은 일부 일반조건은 모든 "커뮤니케이션 제공사업자(Communications Providers, CPs)"에 적용되는 반면, 다른 조건들은 보다 제한적인 범주의 CPs에 적용된다. 예를 들면 조건 C8의 경우 모바일 서비스 제공사업자에 적용된다.

일반조건에서 사용하는 모든 정의(definitions)는 일반조건 문서 마지막 섹션의 '정의(Definition)'에 제시되어 있다. 여기에는 "커뮤니케이션 제공사업자(Communications Provider)" 정의와 관련하여 "전자적 커뮤니케이션 네트워크(Electronic Communications Network)", "전자적 커뮤니케이션 서비스(Electronic Communications Service)"와 같은 용어도 포함되어 있다.

2) 일반조건 중 소비자 보호 조건(Part C)

소비자 보호 조건(Part C)의 경우, 계약조건(C1), 정보공개와 투명성 조건(C2), 과금 조건(C3), 민원처리 및 분쟁조정(C4), 취약 소비자 및 장애인의 필요 충족을 위한 조치(C5), 전화번호 식별장비(C6), 스위칭(C7), 모바일 커뮤니케이션 서비스 판매와 마케팅(C8) 등 8가지 세부 요건으로 이뤄져 있다. 이중 방송 서비스와 관련이 높은 조건을 중심으로 간략히 살펴보면 다음과 같다.

< 일반조건 구성 >

구분	내용
Part A: Network functioning conditions	A1: General network access and interconnection obligations A2: Standards and specifications A3: Availability of services and access to emergency services A4: Emergency planning A5: Must carry obligations
Part B: Numbering and technical conditions	B1: Allocation, adoption and use of telephone numbers B2: Directory informations B3: Number portability B4: Access to numbers and services
Part C: Consumer protection conditions	C1: Contract requirements C2: Information publication and transparency requirements C3: Billing requirements C4: Complaints handling and dispute resolution C5: Measures to meet the needs of vulnerable consumers and end-users with disabilities C6: Calling line identification facilities C7: Switching C8: Sales and marketing of mobile communications services

※ 출처: Ofcom 홈페이지¹⁵⁵⁾

❖ 계약조건(C1)

계약조건(C1)은 소비자 및 최종이용자(end-users)가 공공 전자적 커뮤니케이션 네트워크 또는 공공 전자적 커뮤니케이션 서비스에 대한 연결 계약에서 최소한의 조건과 정보가 포함되도록 보장하는 것을 목표로 하고 있다. 여기에는 계약기간, 계약갱신, 계약종료 통지, 연간 최적요금 정보(annual best tariff information), 최종이용자가 공정하게 대우받으면서 다른 제공사업자로 변경할 수 있게 설계한 커뮤니케이션 제공사업자 변경 및 최종이용자의 계약종료 권리 촉진 등으로 구성되어 있다. 자세한 사항은 <Ofcom's guidance on Condition C1>에 제시되어 있다.¹⁵⁶⁾

155) <https://www.ofcom.org.uk/phones-telecoms-and-internet/information-for-industry/telecoms-competition-regulation/general-conditions-of-entitlement>

156) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0028/229852/ofcom-guidance-general-condition-c1-contract-requirements.pdf

❖ 과금조건(C3)

이 조건은 고객이 제공받는 서비스와 지불하는 요금에 비하여, 커뮤니케이션 제공사업자가 과도한 요금을 부과하지 못하도록 하고, 고객이 음성 통화와 데이터 서비스를 이용하는데 얼마의 비용을 지불하는 것이 적절한지 통제할 수 있도록 하고, 요금을 지불하지 않은 경우라도 공정한 대우를 받게 하는 것을 목표로 하고 있다. 자세한 사항은 <Ofcom Metering and Billing Direction>¹⁵⁷⁾과 Metering and billing scheme guidance¹⁵⁸⁾에 제시되어 있다.

❖ 민원 처리 및 분쟁 조정(C4)

이 조건은 모든 커뮤니케이션 제공사업자로 하여금 최소한의 절차적 규범에 따라 고객으로부터 접수받은 민원을 처리하도록 보장하는 것이다. 이 조건은 커뮤니케이션 제공사업자로 하여금, 장애를 갖고 있거나 민원처리 절차에 접근하기 어려운 상황에 있는 사람들을 포함하여, 고객이 민원처리 절차에 접근할 수 있도록 보장하고, 실천강령(code of practice)에 자사의 민원처리 절차를 마련할 것을 요구하고 있다. 이 조건은 또한 커뮤니케이션 제공사업자로 하여금 독립적인 대안적 분쟁해결 기구(independent alternative dispute scheme)의 회원으로 참여하여 해당 기구의 결정에 따를 것을 요구하고 있다. 자세한 사항은 <일반조건 (General Conditions of Entitlement- unofficial Consolidated Version)>¹⁵⁹⁾의 48~56쪽을 참고하기 바란다.

❖ 취약 소비자 및 장애인의 필요 충족을 위한 조치(C5)

이 조건은 장애를 가지고 있거나 취약한 상황에 있는 사람들이 갖고 있는 특별한 필요(particular needs)에 대하여 커뮤니케이션 제공사업자가 충분한 검토를 하도록 보장하는데 목적이 있다. 또한 이 조건은 장애인이 비장애인과 동등하게 공공 전자적 커뮤니케이션 서비스에 접근할 수 있게 보장하고, 이들이 진정 필요로 하는 경우 이들 서비스에 대한 접근할 수 있도록 보장하는데 목적이 있다. 자세한 사항은 <A guide to publicising services available to disabled users>¹⁶⁰⁾, <Treating vulnerable customers fairly: A guide for phone, broadband and pay-TV provider>¹⁶¹⁾, 'Powers of attorney and third party bill management'¹⁶²⁾에 제시되어 있다.

157) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0021/209505/annex-7-metering-billing-direction.pdf

158) <https://www.ofcom.org.uk/phones-telecoms-and-internet/information-for-industry/policy/metering-billing>

159) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0018/209502/annex-5-revised-gc-eecc-19-dec-22.pdf

160) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/81132/guidance.pdf

161) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0024/244473/2022-treating-vulnerable-customers-fairly.pdf

162) <https://www.ofcom.org.uk/phones-telecoms-and-internet/advice-for-consumers/problems/power-of-attorney>

IV. '격차 없이 보편적 방송서비스를 제공받을 권리' 보호 제도



IV. '격차 없이 보편적 방송서비스를 제공받을 권리' 보호 제도

1. 장애인방송

1) 텔레비전 서비스 접근성

「2003년 커뮤니케이션법」 제303항부터 제308항은 Ofcom에 시각·청각 장애인의 방송시청을 위한 규칙과 가이드 제정 의무를 부여하고 있다. 이에 Ofcom은 2008년 4월 17일 <Ofcom 텔레비전 액세스 서비스 규칙 (Ofcom's Code on Television Access Services)>을 제정하고 이후 수시로 개정하고 있다. 가장 최근 업데이트된 날짜는 2024년 4월 15일이다.¹⁶³⁾

<Ofcom 텔레비전 액세스 서비스 규칙>에 의거 Ofcom은 허가받은 모든 텔레비전 서비스에 대하여 자막, 음성 해설, 수어(수어통역¹⁶⁴⁾/수어제시¹⁶⁵)를 매년 일정 비율 이상 편성하도록 의무를 부여하고 있다. 또한 액세스 서비스 제공에서 충분한 고품질을 보장하여 프로그램 접근성 제고에 기여할 것을 요구하고 있으며, 이의 보장을 위한 품질 평가 기준을 제시하고 있다. 다만 Ofcom은 시청자 편익, 기술적 어려움, 경제성 요인 등을 고려하여 면제 및 대체의무를 부여하고 있다. 연평균 시청점유율이 0.05% 이하인 경우, 기술적 어려움으로 액세스 서비스 제공이 불가능한 경우, 장애인방송 제작비가 매출액 대비 1%를 초과하는 경우 장애인방송 제공의무가 면제된다. 소규모 시청점유율 채널은 수어제시 프로그램 편성의무로 대체된다. 방송사의 과도한 비용 부담을 완화하기 위하여 의무제공 대상 텔레비전 서비스를 3가지 레벨로 분류하고, 각 레벨의 자막 목표치를 100%, 66%, 33%로 경감하고 있다.

163)

<https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/code-on-television-access-services/ofcom-code-television-access-services.pdf>

164) 수어통역(sign-interpretation)이란 수어 없이 제작된 프로그램에 수어통역사의 영상을 해당 프로그램 화면의 우측 하단에 덧씌워 방송하는 것을 말한다.

165) 수어제시(sign-presentation)이란 수어(sign-language)로 된 프로그램을 말한다.

2024년 4월 15일 업데이트된 <Ofcom 텔레비전 액세스 서비스 규칙>의 주요내용을 살펴보면 다음과 같다.

❖ 개요(Introduction)

- (1.1) 텔레비전 액세스 서비스 규칙(이하, “규칙”)은 Ofcom의 규제를 받는 텔레비전 서비스에 적용되는 자막, 수어, 음성해설(‘텔레비전 접근성 서비스’)에 대한 의무와 가이드라인을 제시한 것이다.
- (1.2) 이 규칙은, 전송수단에 관계없이, 모든 허가받은 공공서비스 채널, Welsh Authority에 의해 제공되는(S4C 포함) 디지털 텔레비전 서비스(DPS)¹⁶⁶, 디지털 텔레비전 프로그램 서비스(DTPS)¹⁶⁷, 텔레비전 면허 콘텐츠 서비스(TLCS)¹⁶⁸ 그리고 제한적 텔레비전 서비스(restricted television service)¹⁶⁹에 적용된다. 규칙은 또한 전송수단에 관계없이 BBC의 영국 공공 텔레비전 서비스에 적용된다.
- (1.3) Ofcom은 이 규칙에서 정한 원칙을 토대로 액세스 서비스를 제공해야 할 채널의 목록을 매년 업데이트 한다. 목록은 Ofcom 웹사이트에서 확인할 수 있다.
- (1.4) 규칙은 TLCS 또는 DPS 면허사업자의 EPG(Electronic Programme Guides) 또는 텔레쇼핑이나 기타 다른 광고로 이뤄진 서비스에는 적용하지 않는다.
- (1.5) 모든 채널에 적용되는 특정 목표는 Ofcom이 가장 최근에 공표한 정기 보고서(periodic reports)¹⁷⁰에서 찾을 수 있다.
- (1.6) 방송사는 또한 액세스 서비스 제공에 있어서 Ofcom의 모범사례 가이드라인(best practice guidelines)을 준수해야 한다.
- (1.7) Ofcom은 일부 방송사가 이미 자발적으로 텔레비전 액세스 서비스를 제공하고 있음을 알고 있으며, 방송사가 가능하면 그렇게 해주기를 권장한다. 그리고 규칙과 가이드의 관련 부분을 고려하도록 독려한다.

❖ 목표치(Targets)

- (4.1) 이 섹션에서는 Ofcom이 설정한 중간목표와 함께 방송사의 법정 목표치를 설정한다. 또한 방송사는 프로그램 및 서비스에 대한 ‘면제 및 대체의무’(Exclusions and alternative requirements)를 확인해야

166) Welsh Authority가 제공하는 DPS(digital television programme services)로, S4C가 포함된다. S4C는 웨일스 지역에서 웨일스어로 방송하는 텔레비전 채널로 오전 6시부터 자정까지 방송된다. S4C는 디지털 지상파 플랫폼을 이용하여 채널을 제공한다.

167) DTPS(digital television programme services)란 디지털 지상파 플랫폼을 이용하여 방송채널을 제공하는 서비스(지상파채널사용사업자)를 말한다.

168) TLCS(Television Licensable Content Service)란 디지털 지상파 플랫폼을 제외한 다른 플랫폼을 이용하여 방송채널을 제공하는 서비스를 말한다.

169) RTS(Restricted Television Services)란 특정 지역(defined location)이나 특별한 이벤트(particular event)를 위하여 제공되는 텔레비전 채널을 말한다.

170) <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sector-research/accessibility-research/electronic-programme-guide-epg-accessibility-report-2023>

한다. 여기에는 이 규칙이 정한 전체 목표치(full targets)에 대한 면제 그리고 이에 적용되는 대체 의무에 관한 사항이 있다.

< 텔레비전 액세스 서비스 의무편성비율 >

구분	자막	음성해설	수어 (수어통역 그리고/또는 수어제시)
1차 년도	10%	2%	1%
2차 년도	10%	4%	1%
3차 년도	35%	6%	2%
4차 년도	35%	8%	2%
5차 년도	60%	10%	3%
6차 년도	60%	10%	3%
7차 년도	70%	10%	4%
8차 년도	70%	10%	4%
9차 년도	70%	10%	4%
10차 년도	Channel3, Channel4: 90% BBC Channels: 100% 모든 기타채널: 80%	10%	5%

※ 출처: 「Ofcom's Code on Television Access Services」, p. 8.

(4.2) 이 법은 자막, 음성해설, 수어(80%, 10%, 5%)의 10개년 목표치 그리고 5년차 자막에 대한 목표 (60%)를 제시하고 있다. 법에서는 Channel 3, Channel 4의 자막 목표치를 더 높게(90%) 설정하고 있다. BBC 협약에 따라, BBC 채널은 최상의 목표치(100%)를 달성해야 한다. 이들 목표치는 Ofcom의 중간 목표치와 함께 아래 표에 제시되어 있다.

(4.3) 목표치는 연간 프로그램 시간의 비율로 해석되며, 이때 광고 시간 그리고 '면제 및 대체의무'에서 설정한 요소에 따른 면제 프로그램은 제외한다.

(4.4) 목표치는 전송수단에 관계없이 서비스에 대하여 적용한다. 규제받는(그리고 면제대상이 아닌) 각 플랫폼의 서비스는 목표치를 충족시켜야 하며, 모든 전송 플랫폼의 평균으로 계산해서는 안 된다.

(4.5) 목표치는 최소 의무(minimum obligations)이며, 적용기준일(anniversary of the applicable date)로부터 매년 상향시키는 방식으로 적용한다.

품질기준(Quality Standards)

(4.6) Ofcom이 액세스 서비스 제공에서 서로 다른 기술의 이용을 허용하고 있다는 점에서, 방송사는 자사

액세스 서비스에 대한 충분한 고품질(sufficiently high quality)을 보장하여, 이들 서비스가 프로그램 접근성에 효과적으로 기여토록 할 필요가 있다.

(4.7) Ofcom은 액세스 서비스가 충분한 품질을 갖고 있는지 여부에 대하여 사례별(case-by-case basis) 그리고 다음과 같은 다양한 요소들을 고려할 것이다:

- 자막(subtitles): 정확성(accuracy), 동시성(synchronicity), 가독성(readability), 제시형태(presentation style) 그리고 비언어 정보의 묘사(description of non-speech information). 또한 우리는 프로그램이 실시간(live)인지 또는 사전녹화(pre-recorded)인지 여부를 고려할 것이다.
- 음성해설(audio description): 정확성(accuracy), 포괄성(comprehensibility) 그리고 가청도(audibility)
- 수어(signing): 정확성(accuracy), 동시성(synchronicity) 그리고 가시성(visibility)

(4.8) 우리는 방송사에게 모범사례 가이드라인 준수를 독려한다. 가이드라인은 장애인이 자사 프로그램을 어떻게 이해하고 즐기도록 촉진할 것인지에 대하여 방송사에게 더 나은 가이드를 제공한다.

❖ 면제 및 대체의무(Exclusions and alternative requirement)

(5.1) 법에 따라, Ofcom은 특정 프로그램 또는 서비스에 대하여 목표치를 면제시키고, 면제된 프로그램/서비스에 대하여 서로 다른 요건을 적용시킬 수 있다.

(5.2) Ofcom은 다음과 같은 요소를 고려하여 프로그램과 서비스에 대하여 면제할 수 있다:

- a) 프로그램과 관련하여 장애인을 위한 지원의 제공을 통하여 얻을 수 있는 편익의 정도
- b) 프로그램이 의도한 시청자 규모
- c) 각 사례별로 지원을 통하여 얻을 것으로 예상되는 사람의 수 그리고 편익의 정도
- d) 영국 이외의 지역 거주자를 위한 프로그램이 의도한 시청자 구성원의 정도
- e) 지원의 제공에서 겪는 기술적 어려움
- f) (a)에서 (e)에서 언급한 사안(matters)의 맥락에서, 지원을 제공하는데 소요되는 비용

시청자 편익(Audience benefit)

● 모든 액세스 서비스 제공 면제(Exclusion from providing any access services)

(5.4) 시청점유율(audience share)이 최저치(threshold) 이하인 텔레비전 서비스는 텔레비전 액세스 서비스 제공에서 면제된다.

- a) 국내 텔레비전 서비스 : 평균 시청점유율(영국 전체 가구, 12개월 이상)이 0.05%인 경우
- b) 비-국내 텔레비전 서비스 : 평균 시청점유율(12개월 기간 내)은 서비스를 수신하는 ECTT 당사국별로 부록 1(Annex 1)에 제시되어 있다. Ofcom은 부록 1을 수시로 갱신하며, 비-국내 서비스의 최저치가 국내 최저치 0.05%에 해당하는 시청자 규모와 동일하게 한다.

● 수어 대체의무(Alternative Requirements for Signing)

(5.5) 텔레비전 서비스가 관련 수어 최저치(signing threshold)를 충족하지 못한다면, (위의 표에 있는) 법적 수어 목표치 제공 의무를 면제시킨다.

(5.6) 수어 최저치는 다음과 같다.

- a) 국내 텔레비전 서비스 : 평균 시청점유율(12개월 기간 내) 모든 영국 채널 묶음에 대한 전체 시청률의 1%;
- b) 비-국내 텔레비전 서비스 : 평균 시청점유율(12개월 기간 내)은 서비스를 수신하는 ECTT 당사국별로 부록 1(Annex 1)에 제시되어 있다. Ofcom은 부록 1을 수시로 갱신하며, 비-국내 서비스의 최저치가 국내 최저치 1%에 해당하는 시청자 규모와 동일하게 한다.

(5.7) Ofcom은, (5.2)에서 밝힌 요소를 고려하여, 시청점유율이 수어 최저치를 소폭 상회하거나 하회하는 경우 면제시킬 것인지 여부를 고려할 것이다.

(5.8) Ofcom은 관련 수어 최저치를 하회하지만, 아래의 관련 시청점유율 최저치를 상회하는 시청점유율의 텔레비전 채널('소규모 시청점유율 채널')에 대하여 다음과 같은 대체의무를 결정하였다.

< 소규모 시청점유율 채널에 대한 수어제시(Sign-Presentation) 의무 >

적용연도 (Anniversary of applicable date)	1차년	2차년	3차년	4차년	5차년	6차년	7차년	8차년	9차년	10차년 및 이후
월별 수어제시 프로그램 편성 (단위: 분)	30	30	30	30	45	45	60	60	60	75

※ 출처: 'Ofcom's Code on Television Access Services', p. 10.

(5.9) 방송사는 여기에 제시된 사항(arrangement)에 대한 대안을 제시할 수 있다. Ofcom은 (5.2)에 제시된 요소 그리고 부록 2(Annex 2)에 제시된 가이드의 측면에서 이를 고려할 것이다.

(5.10) Ofcom은 소규모 시청점유율 채널이 적용연도부터 위의 표에 제시된 수어제시 프로그램을 매달 최저치 이상으로 제공할 것을 요구한다. 국내 채널의 경우, 이들 프로그램을 현지시간으로 오전 7시에서 오후 11시 사이에 제공해야 한다. Ofcom은 이러한 요건을 계속 검토할 것이다.

(5.11) Ofcom이 2016년 1월 1일부터 소규모 시청점유율 채널과 함께 국내 채널에 대한 수어제시 의무 비율을 증가시킴에 따라, Ofcom은 의무비율의 급격한 증가를 회피하기 위하여 장기운영(long-running) 채널에 대하여 전환기간(transitional arrangement)을 적용할 것이다.

< 국내 채널 및 소규모 시청점유율 채널(2012년 1월 1일 이전 적용일)에 대한 수어제시 전환기간 >

연도(calendar year)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
월별 수어제시 프로그램 편성 (단위:분)	30	35	45	50	60	65	75

※ 출처: 「Ofcom's Code on Television Access Services」, p. 11.

기술적 어려움(Technical difficulty)

- (5.12) Ofcom이 기술적 어려움으로 인하여 실행이 불가능함을 인정하는 경우, 텔레비전 액세스 서비스를 제공할 필요가 없다. 기술적 어려움에는 서비스 전송에 사용되는 플랫폼 관련 어려움 또는 특정 장르 또는 유형의 프로그램에서의 액세스 서비스 제공의 어려움이 포함된다. 예를 들어, 음악에서 음성 해설 제공의 어려움 그리고 뉴스의 음성 소재 내에 음성 해설을 제공하기 위한 공간이 거의 없는 경우이다. Ofcom은 해당 사례의 기술적 어려움에 따른 면제를 고려할 것이다.
- (5.13) 방송사는, 만약 원한다면, 기술적 어려움을 근거로 전체 목표치로부터의 면제를 요구할 수 있다(요구 사항 결정 절차 참조).

경제성(Affordability)

- (5.14) Ofcom은 방송사의 과도한 비용 지출을 회피하기 위하여 액세스 서비스 제공에서의 3가지 레벨(three levels of access service provision)을 제시하였다.
- 레벨1(Level One): 자막, 수어, 음성해설 뿐만 아니라 대체의무에 대한 현행 연간 목표치의 100%
 - 레벨2(Level Two): 자막에 대한 현행 연간 목표치의 66% 뿐만 아니라 수어와 음성해설 그리고 대체의무에 대한 목표치의 100%
 - 레벨3(Level Three): 자막에 대한 현행 연간 목표치의 33% 뿐만 아니라 수어와 음성해설 그리고 대체의무에 대한 목표치의 100%
- (5.15) 면제에 해당하지 않는 서비스를 운영하는 방송사는 '매출액(relevant turnover)'의 1% 범위 내에서 최고 수준의 제공을 달성하여야 한다. 레벨 3 수준의 비용을 감당하기 어려운 방송사는 경제성을 근거로 액세스 서비스 제공이 면제될 것이다.
- (5.16) Ofcom은 자막, 수어, 음성해설이 포함된 프로그램을 제공하는데 소요되는 시간당 평균 비용을 결정할 것이다. 각 채널마다 비용을 적용하는데 있어서, Ofcom은 일일 방송시간 양, 재방송 비율, (5.2)에 따른 면제 또는 대체의무를 고려할 것이다.
- (5.17) 공동소유 채널의 경우, Ofcom은 공동소유 하는 모든 서비스에서 발생하는 총 매출액을 평균하여, 면제 대상에 해당하지 않는 어느 채널이 텔레비전 액세스 서비스를 제공해야 하는지 결정할 것이다. 이것이 각 채널이 평균 매출액 기준 비용 1% 미만 내에서 3가지 레벨 중 하나를 충족시킬 수 있다는

것을 의미하는 경우, 이들 채널은 해당 레벨의 텔레비전 액세스 서비스를 제공하도록 요구받을 것이다. 만약 평균 매출액이 어떤 서비스도 텔레비전 액세스 서비스를 제공할 필요가 없다는 것을 의미한다면, Ofcom은 각 서비스에서 개별 채널의 매출액 기여도를 토대로 적격성(eligibility)을 평가하게 될 것이다.

❖ 편성(Scheduling)

(7.1) Ofcom은 방송사업자가 자막의 경우 통상 프로그램 편성과 함께 제공되고, 음성해설은 각 채널의 주 시청 시간대(peak viewing times)에 편성할 것으로 기대한다. 그러나 수어는 현재 오픈 포맷으로만 제공되므로, 수어 텔레비전 프로그램은 주시청시간대 이외에서도 편성될 필요가 있다(5.9 참조). Ofcom은 방송사에게 수차례의 재방송을 통해 편성의무를 완수하지 않도록 권고하고 있다. 이는 이용자에게 액세스 서비스 제공의 편익을 저하시킬 것이기 때문이다.

긴급 공지(Emergency Announcement)

(7.2) 법의 섹션 336(1-3)에 따르면, 국무장관 또는 다른 장관은 언제든지 Ofcom에게 특정 면허 방송사의 서비스를 통하여 지정된 공지(specified announcement)를 해달라고 요청할 수 있다고 규정하고 있다. 자연재해를 비롯한 긴급 상황에 대한 고지인 경우, 이러한 공지는 장애인이 접근 가능한 방식으로 제공되어야 한다.

(7.3) 우리는 방송사가 긴급공지에 대한 접근성을 보장할 수 있도록 모범사례 가이드라인을 제공하고 있다. 이 외에도 Ofcom은 <Ofcom's Guidelines on Providing Television and On-Demand Access Services Content>¹⁷¹⁾을 통하여, 방송사의 텔레비전과 온디맨드에서 제공되는 프로그램에 높은 품질의 자막, 음성해설, 수어가 제공되어 장애인 등 시청자가 비장애인과 동등하게 시청할 수 있도록 가이드라인을 마련하고 있다.

2) ODPS(On-demand Programme Service) 접근성

2020년 11월 1일 <시청각미디어서비스 규제(Audiovisual Media Service("AVMS") Regulations)>¹⁷²⁾가 발효되었다. 이에 「2003년 커뮤니케이션법」 Part 4A가 개정되었다. Ofcom은 ODPS 사업자에 대한 규율을 위하여 <On Demand Programme Service Rules and Guideline>¹⁷³⁾ 등을 마련하고 그에 따른 ODPS에 대한 규제를 수행하고 있다. 특히, Ofcom은 영국 ODPS의 편집 콘텐츠(프로그램)를 규제하고 있다.¹⁷⁴⁾

171) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0026/282806/Ofcoms-Guidelines-on-Providing-TV-and-On-Demand-Access-Services.pdf

172) <https://www.legislation.gov.uk/ukxi/2020/1062/made>

173) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0029/229358/ODPS-Rules-and-Guidance.pdf

한편 「2017년 디지털경제법」 PART 6 Miscellaneous, 93. On-demand programme services: accessibility for people with disabilities은 “내각장관(secretary of state)이 규제(regulations)를 통해 ODPS 제공 사업자에게 시각이나 청각 또는 두 가지 모두에 어려움을 겪고 있는 장애인들이 해당 서비스에 접근할 수 있도록 보장하려는 목적의 의무(requirements)를 부여할 수 있다”고 규정하고 있다.

이에 Ofcom은 ODPS에서의 접근성 보장에 관한 규칙 마련을 위해 2017년 12월부터 2018년 4월까지 소비자, ODPS 제공사업자를 대상으로 의견조회를 진행하였고, 이를 토대로 2018년 12월 20일 <Statement: Making on-demand services accessible>라는 규칙 건의안을 정부에 제출하였다. Ofcom은 “a) 규제가 발효된 이후 4년 이내에, ODPS 제공사업자는 카탈로그의 80%에 자막을, 10%에 음성해설을, 5%에 수어를 제공하는 방안”을 건의하였다. 2019년 12월 정부는 Ofcom이 제출한 규칙 건의안에 대체로 동의하나, 해당 규칙의 작동 방식에 관한 더 자세한 사항을 요구하였다.

이에 Ofcom은 2020년 7월 8일 <Making on-demand services accessible- Further consultation to inform requirements to make On Demand Programme Services more accessible to those with sight and/or hearing difficulties>을 통해 소비자와 ODPS 제공사업자에게 2020년 9월 16일까지 추가 의견을 제출해 달라고 요청하였고, 수렴된 의견을 토대로 2021년 7월 9일 <Further Statement: Making on-demand services accessible- Informing requirements to make On-Demand Programme Services more accessible to disabled>”라는 규칙 건의안을 발표하였다.¹⁷⁵⁾ 규칙 제정은 아직 진행 중이며, 이 규칙 건의안에 제시된 요약문을 살펴보면 다음과 같다.

규칙 건의안에 제시된 요약문

우리의 발견과 권고- 요약(Our findings and recommendations - in brief)

우리의 출발점은 가능한 한 모든 시청자가 온디맨드 서비스 전반에 액세스할 수 있게 함으로써 사회적 문화적 생활에 온전히 참여할 수 있도록 하는 것이다. 우리는 온디맨드 서비스에 적용되어야 할 기본 의무사항을 정부에 권고하였다: 콘텐츠의 80%에 자막, 10%에 음성해설, 5%에 수어 제공의무 부여. 정부는 이러한 의무에서 면제(exemption)가 어떻게 작동되어야 하는지, 그리고 수어 제공 의무에 대하여 더 세부적으로 검토하도록 요구하였다. 아래는 두 번째 의견조회 요청에 대한 답변과 우리의 권고안을 요약한 것이다. 별표(*)는 의견요청에 대한 답변을 고려하여 수정하거나 채택한 우리의 접근(approach)을

174) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/on-demand/rules-guidance>

175) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0026/221768/Further-Statement-Making-on-demand-services-accessible.pdf

나타낸다.

면제(Exemptions)

- 콘텐츠가 방송되었을 당시 액세스 서비스 제공 의무가 부여되지 않았다고 해서, 해당 콘텐츠에 대한 의무가 면제되어서는 안 된다.
- 제공사업자는 액세스 서비스 제공을 위한 합리적인 노력을 기울였으나 **중대한 기술적 또는 운영상 난관**으로 인해 그렇게 하지 못하였을 경우 의무에서 면제되어야 한다. 그러한 예외는 사례별로 (case-by-case basis) 판단되어야 한다.
- *낮은 시청자 규모/편익에 근거한 면제는 해당 플랫폼에서 **20만 명의 월간 순 이용자(월간 VOD 이용자의 0.5%로 표현)보다 적은 경우**로 설정되어야 한다. 제공사업자가 시청자 규모에 대한 대안적 측정수단을 이용하여 낮은 시청자 편익을 입증하는데 있어서 유연성(flexibility)이 있어야 한다.
- *제공사업자에게 **과도한 비용(disproportionate cost)**이 소요되는 경우 액세스 서비스 제공의무가 부여되지 않아야 하며, 이러한 목적은 **전반적 매출액(overall turnover)의 1%**를 초과하는 비용을 의미한다. 우리는 이것이 가장 작동 가능한 방식인지에 대해 계속 살펴볼 것이지만, 당해 의무가 자사 서비스의 생존(viability)에 실제로 영향을 미칠 것(예를 들면, 온디맨드 콘텐츠 제공과 **관련하여(relevant)** 매출액에서 액세스 서비스 비용이 차지하는 비율이 매우 높은 경우)이라는 점을 제공사업자가 입증하여 Ofcom이 면제조치를 취할 수 있게 하는 규제라고 믿는다.

수어(Signing)

- *제공사업자는 시청자 편익 관련 Ofcom의 “모범사례(best practice)”를 고려하여, 수어통역(sign-interpretation) 또는 수어제시(sign-presentation) 그리고, 승인된 수어제시 프로그램 제공 사업자 사이에서 선택권을 가질 수 있어야 한다.
- *수어의 2년제 목표(two-year target)를 2.5%로 설정하여 제공사업자로 하여금 수어 통역 운영 역량을 구축할 수 있게 해야 한다.

이행 및 집행(Implementation and enforcement)

- *제공사업자는, 위의 Ofcom의 “모범사례(best practice)”를 고려하여, 자사 서비스가 제공되는 플랫폼에서 유연하게 의무를 완수할 수 있어야 한다.
- Ofcom은 제공사업자에게 정보(예를 들어 시청자 규모)를 요청할 수 있는 더 많은 권한이 필요할 것이다.

모범사례(Best Practice)

- 진정한 접근성은 단순히 액세스 서비스를 제공하는 것 이상에 관한 것으로, 만약 시청자가 그런 서비스의 존재를 모른다거나 적절하게 이용할 수 없다면, 이용에 제한이 존재하게 된다. *제공사업자는 자사 서비스에 대한 액세스가 가능하다는 것을 플랫폼을 통해 안내하여야 하며, 이 영역에 관한 Ofcom의 모범사례 가이드라인을 참조하여 액세스 서비스의 품질과 이용성(usability)을 보장하여야 한다. 이들 가이드라인은 현재 수정 중이며, 의견요청이 이뤄질 것이다.

디지털 경제법 하에 도출된 모든 규제는 온디맨스 서비스 제공사업자에 대해서만 적용될 것이다. 진정한 액세스 경험은 다른 많은 당사자(장비 제조사에서부터 플랫폼 운영사)와 연관되어 있다. 우리는 모든 당사자가 자사 제품과 서비스의 디자인(design), 전시(rollout) 그리고 마케팅에서 장애인 소비자를 고려하고, 함께 일할 것을 촉구한다. 이 분야에서 Ofcom의 더 넓은 업무 영역에 대한 추가 정보는 우리의 Accessibility and Diversity 웹페이지에 있다.

3) EPS 접근성(EPG Accessibility)

Ofcom은 <Code on Electronic Programme Guides(EPGs)>에 대한 수정을 결정하고 그에 따른 의견 요청을 거쳐 시각·청각 장애인에게 필요한 기능과 정보를 제공하기 위하여 EPG 제공사업자가 준수해야 하는 관행에 대한 성명서 <EPG 접근성(EPG Accessibility)>¹⁷⁶⁾을 발표하였다.¹⁷⁷⁾ 또한, Ofcom은 EPG 제공사업자가 공공서비스 채널에 적합한 현저성(prominence)을 보장하고, 장애인이 EPG를 사용하는데 필요한 정보를 제공하며, 공정하고 효과적인 경쟁을 보장하기 위하여 <EPG 실행규칙(Code of practice on electronic programme guides)>¹⁷⁸⁾을 마련하고 있다.¹⁷⁹⁾ 세부사항은 관련 자료를 참고하기 바란다.

176) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/115261/statement-epg-accessibility.pdf

177) <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-2/epg-accessibility>

178) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0031/19399/code-practice-epg.pdf

179) <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/epg-code>

2. 재난방송

영국은 「민간 비상사태 대처법(The Civil Contingencies Act, 2004)」¹⁸⁰⁾을 근거로 각종 긴급사태(emergency)에 대처하는 방안을 마련하고 있다. 이 법에서 긴급사태란 영국의 어느 장소에서 인간 복지에 심각한 손상을 위협하는 사건이나 상황(사망, 질병이나 부상, 주택손실(homelessness), 재산의 손상, 금전·물·에너지나 연료의 공급 중단, 커뮤니케이션 시스템 중단, 교통수단의 중단, 건강 관련 서비스 중단), 영국의 한 장소에서 환경의 심각한 손상을 위협하는 사건이나 상황(생물학적, 화학적 또는 방사능으로 인한 토양, 물, 공기의 오염, 식물이나 동물생태계 파괴 등) 또는 영국의 안보에 심각한 손상을 위협하는 전쟁 또는 테러라고 규정하고 있다.¹⁸¹⁾

영국은 법령 상 재난방송 의무방송사, 재난방송 시간 등 세부규정은 없으나 재난을 예측가능성과 지리적 규모에 따라 구분하여 재난 발생 시 해당 지역의 BBC 라디오방송사가 재난방송을 실시하고, 재난의 지역적 확대 정도에 따라 중앙 BBC에서 전국방송을 실시하는 형태를 취하고 있다. 법적으로 재난방송 주관방송사로 지정되지는 않았으나, BBC가 전국 네트워크를 형성하고 있다는 점에서 사실상 공적기구의 역할을 수행하고 있다. BBC는 지역의 긴급사태 대응 계획 수립에 참여하고 재난방송 정보 확보에 관한 사항을 재난대책기관과 협의할 수 있다. 특정 지역에서 재난이나 재해가 발생하는 경우 BBC를 비롯한 해당 지역의 언론이 구체적이고 집중적으로 보도한다. 전국 규모로 확대되었을 경우 전국 BBC 등 중앙의 언론이 보도하는 등 상향식 재난방송 형태를 취한다.¹⁸²⁾

BBC는 <제작 가이드라인(Editorial Guidelines)>¹⁸³⁾ 섹션11에서 전쟁, 테러와 긴급사태에 관한 가이드라인을 규정하고 있다. 11.3.3항은 “영국 시민 긴급사태와 관련하여, 우리는 서비스 전반에 걸쳐 공공의 이익을 위해 핵심적 정보를 제공하는 것을 목표로 한다. 우리는 특별 대응을 요구하는 주요 사건을 식별하기 위하여 관련 기관과 협력한다. 그러나 우리는 정확성과 독립성 보장을 위해 적절한 제작 판단(editorial judgement)을 내려야 한다”고 규정하고 있다.¹⁸⁴⁾

한편 영국은 과잉경쟁 보도로 인한 사실 왜곡 등 재난보도의 문제점 극복을 위하여 방송사 간 자율취재기구인

180) <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2004/36/contents>

181) <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2004/36/section/1>

182) 심홍진 외(2014). 「재난방송 제도 개선에 관한 연구」(방송통신융합정책연구 KCC-2014-39), 정보통신정책연구원, 18-21쪽.

183) <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines>

184) 11.3.3 In a UK civil emergency, we aim to deliver essential information in the interests of public safety across our services. We work with the relevant authorities to identify the kind of major incidents requiring a special response. However, we must make the appropriate editorial judgements to ensure accuracy and independence.
<https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/war-terror-emergencies/guidelines/>

‘영국 프레스카드 기구(UK Press Card Authority)’¹⁸⁵⁾를 구성하고 공신력 있는 언론사에게만 취재를 허용하고 있다. Ofcom은 <Ofcom 방송규정(Ofcom Broadcasting Code)>의 정확성과 불편부당성 등을 근거로, 이를 위반하는 경우 심의절차에 따라 심의하고 제재를 가하고 있다.

185) <https://presscards.co.uk/>

V. '방송 관련 의견을 제시하고 반영시킬 권리' 보호 제도

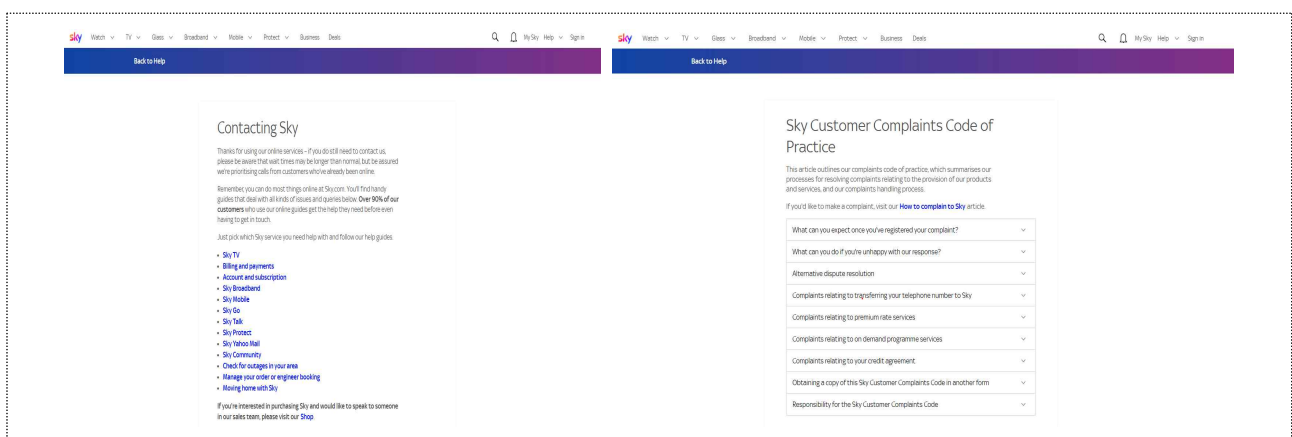


V. '방송 관련 의견을 제시하고 반영시킬 권리' 보호 제도

1. 방송사에 대한 의견제시 및 민원신청

영국의 방송사는 웹사이트, 전화 등 방송프로그램이나 서비스에 대한 민원이나 의견 신청 창구를 마련하고 있다. 예를 들어, BBC는 II 장에서 제시한 바와 같이 웹사이트에 'Contact the BBC' 메뉴에서 'Help and FAQs', 'Comments', 'Complaints', 'About the BBC' 등을 개설하여 시청자가 의견이나 민원을 제시할 수 있게 하고 있다. Channel 4의 경우도 자사 웹사이트의 'Contact us'¹⁸⁶⁾ 메뉴를 통하여 프로그램이나 온디맨드 서비스에 관한 문의, 의견(comment) 또는 민원이 있는 경우 양식을 작성하거나 전화를 해 달라고 요청하고 있다. 영국 위성방송사 Sky UK¹⁸⁷⁾의 경우 자사 웹사이트에 'Contact us', 'Complaints' 메뉴를 두고 있다. 'Contact us'에서는 SKY TV, 요금청구와 납부, 계정과 가입, Sky Broadband 등 서비스 유형을 제시하고, 이를 선택하면 서비스에 대한 문의사항을 안내하는 상세 페이지를 제시한다. 'Complaint'¹⁸⁸⁾에서는 'sky customer complaints code of practice'의 목록을 제시하고, 이를 선택하면 상세설명을 제시하고 있다.

< Sky UK의 'contact us' 및 'complaints' 페이지 >



※ 출처: <https://www.sky.com>

186) <https://www.channel4.com/4viewers/contact-us>

187) <https://www.sky.com/>

188) <https://www.sky.com/help/articles/sky-customer-complaints-code-of-practice/>

2. Ofcom에 대한 의견제시 및 민원신청

1) 의견조회(consultation)와 영향평가(impact assessment)

Ofcom은 방송통신 관련 정책을 최종 결정하기 전, 시청자를 비롯한 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하고 조율하는 절차를 거친다. 이는 의견조회(consultation)와 영향평가(impact assessment)로 나뉜다. Ofcom이 발간한 <2022/23 Annual report and accounts>에 따르면, 2022년 4월 1일에서 2023년 3월 31일 기간에 Ofcom이 10주 이상 진행한 의견조회는 10건, 10주 미만 진행한 의견조회는 43건으로 총 53건이었다. 한편, 의견조회 53건 중 75%인 39건에서, 의견조회 문서에 명확히 명시되어 있는 영향평가를 수행하였다.¹⁸⁹⁾

< Ofcom의 2022/23 의견조회 및 영향평가 실적 >

의견조회 기간 분석 (2022/23)			영향평가 수행 분석		
	10주 이상 진행	10주 미만 진행 (inc category 2 and category 3 consultations)	의견조회 문서의 수	계	문서 중 영향평가 결과를 명시한 경우
Telecoms	2	5	Telecoms	7	6
Broadcasting	1	8	Broadcasting	9	3
Spectrum	7	11	Spectrum	17	12
Post	0	1	Post	1	1
ECC	0	14	ECC	14	13
Other	0	4	Other	4	4
Total	10	43	Total	52	39
Total (22/23)	19%	81%			
Total (21/22)	8%	92%			

※ 출처: Ofcom(2023). 「2022/23 Annual report and accounts」, pp. 57-58.¹⁹⁰⁾

189) Category 1(최소 10주)은 정책적으로 중대한 사안, 광범위한 이해관계자가 관련되었고, 사안의 검토 및 대응에 장기간 소요되는 경우에 해당한다. Category 2(6주)는 정책에 대한 중요한 제언, 사안에 관련된 이해관계자가 한정적이고 해당 사안에 대한 인지수준 및 이해도가 높은 경우에 해당한다. Category 3(4주)은 기술적인 문제가 있는 사안, 정해진 기한 내에 완료되어야 하는 프로젝트 등의 사안, 과거 다른 의견 조회에서 거론된 전례가 있는 이슈, 시장에 제한적인 영향을 미치는 정책적 제언, 기존의 정책이나 규제에 대한 제한적인 수정/보완에 해당한다. ※ 출처: 김석인·배동민(2013). 「영국 Ofcom 출범 후 10년간의 정책 변화와 성과」, KT경영경제연구소; 김상택 외(2016). 「자율규제 확대에 따른 전문규제기관 기능 및 역할에 관한 연구」(방통융합정책연구 KCC-2016-18), 방송통신위원회, 77쪽, 재인용.

(1) 의견조회

Ofcom은 웹사이트를 통하여 공중에 대한 서면 의견조회와 관련하여 다음과 같은 원칙을 가지고 있다고 밝히고 있다.¹⁹⁰⁾

❖ 의견조회 전(Before the consultation)

1. 대규모 의견조회(big consultation)에 앞서, 우리가 올바른 방향으로 생각하고 있는지 알아보기 위하여 관계자나 기관들과 비공식적 대화를 가질 것이다. 만약 우리가 이를 수행할 만한 시간이 없다면, 의견조회를 발표한 직후, 우리의 제안을 설명하기 위한 공개회의를 열 것이다.

❖ 의견조회 중(During the consultation)

2. 우리는 누구에게, 왜, 어떤 문제에 대해, 얼마의 기간 동안 의견조회를 요청하였는지에 관하여 명확하게 밝힐 것이다.
3. 의견조회 문서는 가능한 한 2페이지가 넘지 않도록 개요를 중심으로 짧게 작성할 것이다. 사람들이 우리에게 서면 답변을 최대한 쉽게 제출할 수 있도록 노력할 것이다.
4. 의견조회 기간의 길이를 설정할 때, 우리는 제안의 성격과 잠재적 영향을 고려할 것이다. 우리는 항상 답변 마감일을 명확히 밝힐 것이다.
5. Ofcom 내부 담당자는 우리가 따라야 할 자체 가이드라인 준수에 대한 책임을 지게 될 것이며, 우리의 결정 결과에 관심을 가지고 있는 가능한 한 많은 사람과 기관들에게 전파하는 것을 목표로 한다. Ofcom의 의견조회 챔피언(Ofcom's Consultation Champion)은, 만약 귀하가 우리의 의견요청 수행 방식에 대한 의견이 있는 경우 접촉할 수 있는 주요 담당자이다.
6. 만약 우리가 이들 원칙 중 어느 하나라도 따를 수 없는 경우, 우리는 그 이유를 설명할 것이다.

❖ 의견조회 후(After the consultation)

7. 우리는 어떤 이슈에 대하여 관심이 있는 모든 사람들이 다른 사람들의 견해를 볼 수 있는 것이 중요하다고 생각하므로, 일반적으로 의견조회 기간 동안 및 마감 후 일정 간격으로 웹사이트에 답변을 게시합니다. 의견조회 후, 우리는 결정을 내릴 것이며, 우리가 무엇을 왜 할 것이며, 응답자들의 관점이 이러한 결정을 내리는데 어떻게 도움을 주었는지를 설명하는 성명서(statement)를 발표할 것이다.

190) https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0022/264136/22-23-annual-report.pdf

191) <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/how-will-ofcom-consult>

이 같은 원칙에 따라 Ofcom은 웹사이트 내 'Consultation and statements'¹⁹²⁾ 메뉴를 통하여 사안별로 의견조회 요청내역과 성명서에 관한 문서를 검색할 수 있도록 하고 있다.

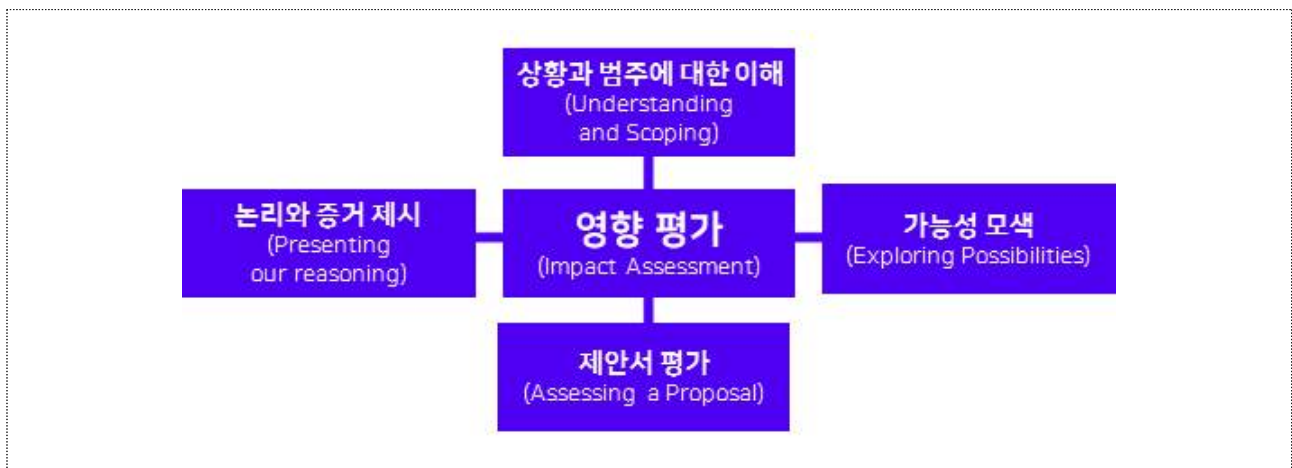
(2) 영향평가(impact assessment)¹⁹³⁾

영향평가는 Ofcom의 다양한 정책적 개입이 시민과 소비자의 이익 그리고 경쟁의 촉진에 어떤 영향을 미치는가를 평가하는 것이다. Ofcom의 정책적 개입은 모니터링과 비공식적 관여(informal engagement)에서부터 법적 의무부여와 단속행위까지 다양하다. Ofcom이 수행하는 이러한 결정은 시청자와 소비자에게 중요한 가치를 제공하지만 동시에 이해관계자에게 상당한 비용 부담을 주게 된다. 따라서 어떤 정책적 개입에 앞서 그것이 적절한 것인지에 대하여 신중하게 생각해 보는 것이 중요하다.

그런 측면에서 영향평가는 예상되는 효과를 검토하기 위한 절차로 구성되어 있으며, 여기에는 ① 시민과 소비자에게 미치는 일반적 영향 ② Ofcom의 규제가 산업에 미치는 영향 ③ 평등법(equality legislation)에서 식별한 보호 특성을 가진 사람을 포함하여, 특정 그룹의 사람들에게 미치는 영향이 포함된다.

Ofcom은 <Impact assessment guidance(Updated 2023.7.19.)>¹⁹⁴⁾에서 영향평가 수행 절차를 상세히 제시하고 있다. 더 자세한 사항은 해당 문서를 참조하기 바란다.

< 영향평가의 4가지 핵심 요소 >



※ 출처: Ofcom(2023). 「Impact assessment guidance」, p. 13, 자체번역

192) <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements>

193) <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/approach-to-impact-assessment>

194) https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0026/264707/Impact-assessment-guidance.pdf

