

## 방통위 태국, 인니 공무국외출장 결과

- 태국, 인니 방송통신 정책협력 강화 및 방송콘텐츠 신 시장 개척 등 -

◆ 기 간 : 2017. 2. 20.(월) ~ 2. 24.(금), 3박 5일

◆ 방문국가 : 태국, 인도네시아

2017. 3.

## 목 차

|   |    |
|---|----|
| I . 출장 개요 .....                         | 1  |
| II . 세부 활동 .....                        | 2  |
| 1. 태국 국가방송통신위원회(NBTC) 방문 .....          | 2  |
| 2. 인도네시아 통신정보기술부(KOMINFO) 장관 면담 .....   | 4  |
| 3. IBRAF 국제 컨퍼런스 참가 .....               | 7  |
| 4. 터키 RTUK 위원장 면담 및 방통위-RTUK MoU 체결 ... | 50 |
| III . 보도자료 .....                        | 52 |

# I. 출장 개요

## 1. 출장 목적

- 방송콘텐츠 新 시장 개척 등을 위한 인도네시아·태국·터키와의 협력 강화 및 이슬람권으로의 한류 방송콘텐츠 진출 확대를 위한 기반 마련

## 2. 출장 국가 : 태국(방콕), 인도네시아(반둥)

## 3. 출장 기간 : '17년 2월 20일(월) ~ 2월 24일(금), 3박 5일

## 4. 출 장 자

| 구분 | 부 서     | 직 위(직 급)          | 성 명   |
|----|---------|-------------------|-------|
| 1  | 방송통신위원회 | 위 원 장             | 최 성 준 |
| 2  | 방송기반국   | 국 장               | 김 동 철 |
| 3  | 기획조정관   | 국제협력팀장(서기관)       | 전 혜 선 |
| 4  | 방송기반국   | 방송콘텐츠교류협력팀장(서기관)  | 김 영 주 |
| 5  | 방송기반국   | 방송콘텐츠교류협력팀(행정사무관) | 김 종 우 |
| 6  | 기획조정관   | 국제협력팀(행정사무관)      | 이 성 용 |
| 7  | 운영지원과   | 수행비서(행정사무관)       | 김 성 권 |
| 8  | 기획조정관   | 국제협력팀(주무관)        | 박 규 태 |

※ 정보통신정책연구원(KISDI) 국제협력실장 강하연 박사, 노은정 연구원,  
한국인터넷진흥원(KISA) 김지은 통역사 동행

## 5. 주요 활동

- 태국 국가방송통신위원회(NBTC), 인도네시아 방송위원회(KPI), 터키 라디오 TV고등위원회(RTUK) 등과 MoU 체결을 통한 방송통신 협력 추진
- OIC 방송규제기관 포럼(IBRAF) 참석 및 한-인니 공동제작 협정 체결 관련 회의 등 이슬람권으로의 한류 방송콘텐츠 진출 확대 기반 마련

## 6. 선물수령 관련

- 선물 수령 여부 : O (전통 모형 액자, 국가방송통신위원회(NBTC) 방문 기념)
- 선물 신고 여부 : X (미화 100\$ 이하의 단순 기념품)

## II. 세부 활동

### 1. 태국 국가방송통신위원회(NBTC) 방문

- 일시/장소 : '17. 2. 20.(월) 17:00~18:00, 국가방송통신위원회 회의실(방콕)
- 면담자 : Coronal Natee Sukonrat 부위원장  
Takorn Tantasith 사무총장 등
- 세부 면담 내용
  - (방통위) 작년 부산 공동제작 컨퍼런스에서 수핀야 상임위원님께서 태국의 방송프로그램 공동제작 현황 및 관련 법제도에 관한 발표를 하셨음. 당시 방통위의 고삼석 위원과 공동제작에 관한 MoU 체결 논의를 했음. 이후 실무진 협의를 거쳐 오늘 이 자리에서 양국 간 방송콘텐츠 분야에 관한 MoU를 체결하게 되었음
  - 태국 콘텐츠가 중국에서 호평을 얻고 베트남, 캄보디아, 미얀마 등에 활발하게 수출이 되는 것으로 알고 있음. 또한 양국의 제작사 및 방송사 간 공동제작도 한다고 들었음. 일 방향 수출보다는 이처럼 양국 간 공동제작 등 서로 협력하는 것이 더 의미 있다고 생각하며 이번 MoU 체결을 통해 한국과 태국 간의 공동제작이 활성화되길 바램
  - (NBTC) 한국 콘텐츠는 태국에서 인기가 많은데 이번 MoU 체결을 통해 태국 콘텐츠도 한국에 많이 알리고 더 나아가 다른 국가에도 알릴 수 있을 것이라 생각함
  - 오늘 MoU 체결을 계기로 양국의 공동제작 활성화 등 다양한 방송 콘텐츠 분야 교류협력이 확대되기를 희망함

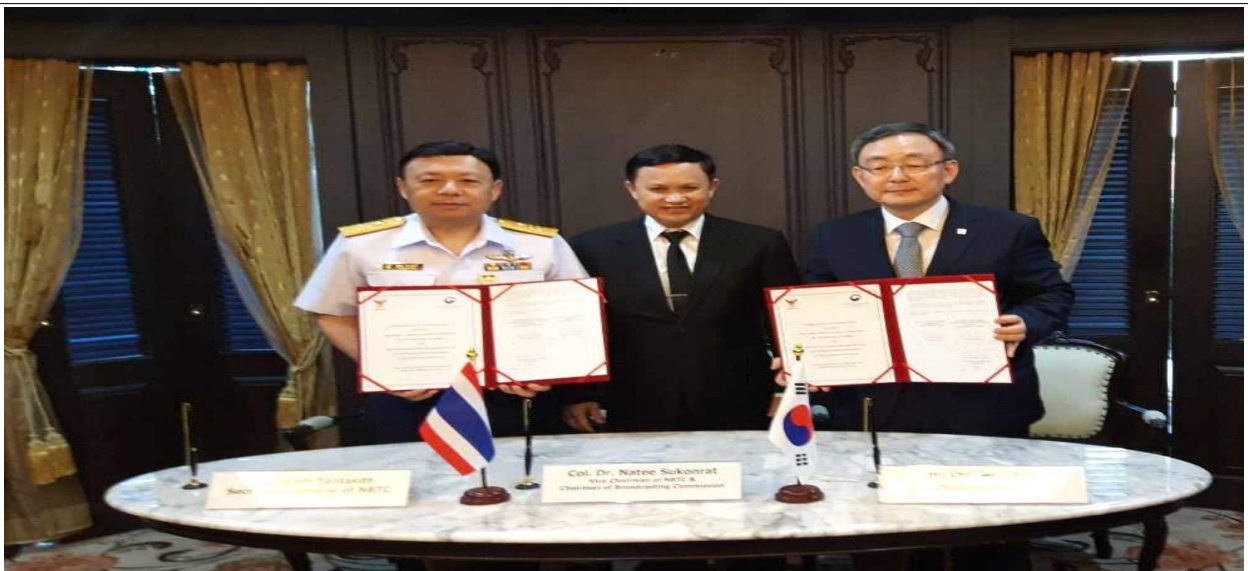
## < KCC – NBTC MoU 체결 주요 내용 >

- 가. 공동연구반 구성·운영 등 정부 간 공동제작 협정 체결
- 나. 방송 프로그램 교류 및 공동 프로그램 제작 지원 등 방송사업자 간 방송 콘텐츠 분야 협력 촉진
- 다. 방송콘텐츠 관련 포럼, 세미나, 전시회 등의 행사에 관련 기관 및 사업자 참가 촉진
- 라. 방송콘텐츠 관련 규제·정책 등 관련 정보 및 인력 교류
- 마. 양 체약 당사자가 공동으로 합의하는 기타 협력활동

## <붙임 - 면담 및 방문 사진자료>



< 면담 장면 >



< MoU 체결식 >

## 2. 인도네시아 통신정보기술부(KOMINFO) 장관 면담

□ 일시 /장소 : '17. 2. 22.(수) 08:00~08:40, Trans Luxury 호텔 회의실

□ 면담자 : Rudiantara KOMINFO 장관

□ 세부 면담내용

### 【방송통신 기술 관련 추진 중인 정책】

- (방통위) 한국은 '18년 2월 개최 예정인 평창 동계 올림픽을 위해 방송 분야에서는 지상파 UHD, 통신 분야에서는 5G 등을 준비 중
- (통신정보기술부) 인도네시아는 팔라파 링(Palapa Ring)\* 프로젝트를 통해 브로드 밴드 인프라 확충을 위한 작업을 진행 중이며 17년까지 방송법을 개정하여 상기 프로젝트 플랜을 반영할 예정
- \* 팔라파 링(Palapa Ring) 프로젝트 : 전 국토를 광케이블로 연결해 지역 간 특히, 인도네시아 동부 지역의 정보 격차를 해소하기 위한 프로젝트
- 인터넷과 관련하여 전자정부, 보안, 거버넌스 분야에서 한국정부와 협력 중이며 '18년 아시안 게임 개최를 대비하여 통신기술을 개발 중임

### 【통신정보기술부 '전자시스템에서의 개인정보에 관한 규칙' 관련】

- (방통위) 데이터 기반의 4차 산업혁명 시대에는 맞춤형 서비스 제공을 위해 개인정보 활용이 필수이나 개인정보 보호를 위한 조치도 중요함. 한국에서는 이 두 가치의 조화를 위한 노력을 진행 중임. 이번 통신정보기술부의 개인정보에 관한 규칙에는 어떤 내용들이 담겨있는지?

- o (통신정보기술부) 발표한 규칙은 법은 아니며 장관 명령(Ministerial decree)임. 법 제정 전 개인정보보호를 위한 조치이며 '19년 이후에 개인정보 보호 관련 법이 제정될 것이라 생각함
  
- o (방통위) 한국에서는 개인정보 보호 관련하여 정보통신망법과 개인정보보호 법이 있음. 정보통신망법은 온라인에서의 개인정보 보호를 규정하고 있으며 개인정보 보호 법은 공공기관의 개인정보 보호, 오프라인 상에서의 개인정보 보호를 중점으로 규정하고 있음
  - 개인정보 보호를 위한 법을 제정했음에도 불구하고 개인정보가 유출된 상황이 발생하여 손해배상 및 기업의 임원 징계 권고 등의 제도 보완을 해왔음. 개인정보 보호뿐만이 아니라 산업에서의 활용을 위해 개인정보 비식별화 조치 가이드라인을 발표하여 기업이 개인정보를 활용할 수 있는 방안을 제시함
  - 이와 같은 한국에서의 경험이 앞으로 인도네시아의 개인정보 보호 조치 및 활용을 위한 발전에 도움이 되길 바램





< 면담 장면 >



< 기념 사진 >



### 3. IBRAF 국제 컨퍼런스 참가

#### □ 행사개요

- (일시) 2. 21.(화)~2. 23.(목), Trans Luxury Hotel(인도네시아 반둥)
- (주제) Media for World Harmony

#### < OIC IBRAF >

- (설립목적) OIC 회원국 중 방송규제기관간의 협력 증대를 위한 포럼
- ※ OIC(Organization of Islamic Cooperation) : '69년 창설된 이슬람교 국가들의 국제기구로 중동, 지중해, 중앙아시아, 북아프리카, 서아프리카, 동남아시아, 남아메리카 등지의 57개 회원국이 참여
- (대표) Hamit Ersoy 사무총장
- (회원국) 인도네시아, 터키, 사우디아라비아, 이란, 말레이시아 등 30여개국
- (주요연혁) 16년까지 총 4차례의 회의 개최
  - '11년 1차 총회 개최(11월, 터키 이스탄불)
  - '13년 12월 이슬람외무장관회의에서 OIC 산하기구로 승인
  - '16년 4차 총회 개최(1월, 사우디아라비아 제다)
  - '17년 2월 인도네시아 반둥에서 5차 총회 및 국제 컨퍼런스 병행 개최

- (참가자 현황) 말레이시아 부총리, 터키 라디오·TV 고등위원회 위원장, 모로코 시청각고등위원회 위원장, 인도네시아 통신정보부·해양조정부 장관, 서부자바주지사, 반둥시장, IBRAF 사무총장 및 관계자, 터키 방송사업자, 인도네시아 미디어 그룹 등 약 500여명

## 【IBRAF 개회식】

### □ 반동선언

- 인류화합에 기여하는 미디어의 역할을 규정한 반동서언 서명 및 발표

#### < 반동선언 내용 >

1. Humanity : 미디어는 인류의 메시지를 전달하는 중요한 수단이다.
2. Responsibility : 미디어는 전달하는 모든 메시지에 대한 책임이 있다.
3. Friendship : 미디어는 우정을 강화하기 위한 중요한 수단이다.
4. Enlightenment : 미디어는 계몽, 희망, 긍정적 가치 및 국민들이 보다 나아질 수 있도록 지원해야만 한다.
5. Harmony : 미디어는 조화롭게 창출되도록 그 가치를 보호한다.

### □ 방통위 - 인니 방송위원회(KPI) MoU 체결

- 컨퍼런스 참가자들이 지켜보는 가운데 인도네시아 방송위원회 율리 안드레 다르위스 위원장과 방송콘텐츠 분야 협력에 관한 양해각서를 체결하는 등 이슬람국가와의 방송콘텐츠 협력 강화 의지 표명

#### < KCC - KPI MoU 체결 주요 내용 >

- 가. 공동연구반을 구성하여 본 양해각서의 협력 활동 촉진, 모든 관련 이해관계자의 활동 지원 보장, 공동제작 협정 체결을 위한 정보를 관련 부처에 제공
- 나. 방송 프로그램 교류 및 공동 프로그램 제작 지원 등 방송사업자 간 방송콘텐츠 분야 협력 촉진
- 다. 방송콘텐츠 관련 포럼, 세미나, 전시회 등의 행사에 관련 기관 및 사업자 참가 촉진
- 라. 방송콘텐츠 관련 규제·정책 등 관련 정보 및 인력 교류
- 마. 양 계약 당사자가 공동으로 합의하는 기타 협력활동

< 불 임 - MoU 체결 사진 >



< 방통위·KPI MoU 체결 1 >



< 방통위·KPI MoU 체결 2 >

## 【1일차(Plenary Session) 발표 주요 내용】

### □ 한국 방송통신위원장 발표(붙임 4~6 참조)

### □ 인도네시아 해양수산부 장관(Luhut B Pandjaitan)

- 2016년 인도네시아의 인터넷 사용자 수는 1억 3,300만 명을 기록, 이는 아시아 지역 내 사용자 수로는 3위(1위 중국, 2위 인도), 세계 6위로 상당수가 인터넷을 사용
- 최근 SNS가 뉴스 등 소식을 알리는 데 큰 역할을 하고 있지만, 전통 미디어에 비해 자체 검열 장치(self-censorship)가 부족하여 가짜 뉴스의 위험성이 높음. 이와 같은 상황에서 전통 미디어는 가짜뉴스를 주의하고 항상 중립성을 유지하도록 해야 함

### □ 인도네시아 방송위원회 상임위원(Prof Dr. H Obsatar Sinaga)

- 인도네시아의 국내 방송 현황을 살펴보면 예능 콘텐츠가 큰 비중을 차지하고 있으며, 수도권 자카르타에 집중되어 있어 상대적으로 지역 콘텐츠는 적은 편임
- 디지털 융합 시대가 도래함에 따라 소비자들은 언제, 어디서든 원하는 콘텐츠를 원하는 기기로 시청할 수 있게 됨
- TV 방송 등의 미디어가 시청자에게 미치는 영향력이 크고, 특히 청소년에게 부정적인 영향을 미칠 가능성도 있음
- 이러한 상황에서 우리가 해야 할 과제를 분야별로 나누면 다음과 같음
  - 규제 : 법규 집행 및 제재
  - 제작 : 미디어의 사회적 책임에 대한 인식 제고
  - 소비 : 방송 이해관계자 간 시너지 효과 창출

## □ 인도네시아 Transmedia 위원(Dr. Ishadi SK, MSc)

- 인도네시아는 세계에서 가장 큰 군도로 인구는 세계 4위, 평균연령 29세로 젊은 인구가 많아 빠르게 성장할 것으로 예측
- 1962년 인니에서 개최되는 아시안 게임을 지원하기 위해 Seokarno 대통령이 인도네시아 최초의 TV 방송사를 설립
- 이후 1976년 전국 위성방송이 가능해지고 1989년 5개의 민영방송사가 설립되는 등 방송사간 광고 유치 등을 위해 경쟁이 치열해짐
- 방송허가를 받는 것이 쉬워지면서 더 많은 지상파 방송사가 생기고 온라인 미디어 플랫폼의 등장으로 시청자 유치를 위해 시장 경쟁이 더욱 치열해짐
- 인도네시아 인터넷 사용자 중 SNS사용자 비율이 굉장히 높음
  - 이에 인도네시아 방송업계는 SNS를 활용하여 시청들을 유치하기 위해 노력 중

## □ 인도네시아 tvOne CEO(Anindra Ardiansyah Bakrie)

- tvOne은 VIVA Group의 산하 계열사로 뉴스 및 스포츠, 속보(breaking news) 분야에서 1위임
- 인도네시아는 '15~'16년 사이 스마트폰 보급률, 인터넷 이용자 수가 큰 폭으로 증가하는 등 디지털 미디어 분야에서 높은 성장 가능성을 보이고 있음

## □ 뉴질랜드 M.Webb Ltd. 설립자(Malcom Webb)

- 전통적인 방송과 인터넷을 통한 방송 분야 간 규제 프레임의 고안을 위해서는 ①단계별 리스크에 따른 조절 ②과도한 규제 피하기 ③다른 규제와의 균형성 ④규제내용 명확성 등에 대한 고려 필요
- 또한 인터넷 서비스 제공자는 국경이 없는 서비스를 제공하기 때문에 법적 관할권 문제가 발생

※ 해외서비스 제공자 규제집행 방안 : ①자발적 준수 장려 ② 현지 자회사·현지 지불경로를 통한 집행 ③ 단계별 집행(서비스 품질 저하 등) ④ 광고 고객을 통하여 집행(현지 광고사들이 법률을 준수하지 않는 해외 서비스제공자에 광고제공 못하게 하는 등) ⑤ 국제 협력에 의한 집행(권역별로 협력 등)

## □ 싱가포르 디스커버리 아시아 퍼시픽 사장(Arthur Bastings)

- 디스커버리는 세계적으로 30억명 이상의 시청자를 보유하고 있으며, 220개 이상의 국가·지역에서 방송 중
- 디스커버리는 관광청과도 프로그램을 제작하는 등 인도네시아에서 다양한 프로그램을 제작 중
- 인도네시아는 잠재력이 큰 시장, 디스커버리는 인도네시아와 더 많은 협력을 기대



□ 호주 ABC 방송국 Senior Manager(Dian Islamiati)

- 오늘날은 전자매체, 소셜미디어 등을 통한 정보범람의 시대, 많은 사람들이 소셜미디어를 통하여 세상의 모든 소식을 즉시 알 수 있음
- 소셜미디어 특히 포털은 새로운 형태의 뉴스를 제공, 이것은 통제할 수 없으며 인터넷과 소셜미디어는 사회적 연결 구조를 바꿈
- 이러한 현실속에서 다양함 문화가 화합하기 위하여 미디어의 역할과 균형과 화합, 다양성이 어떻게 공존할 수 있는지에 대한 연구 필요

□ IBRAF 사무총장(Prof Hamit Ersoy)

- 일부 권력자들은 미디어를 사회 간 적대감을 키우는 도구로 활용중이나, 책임감을 갖고 미디어를 이용한다면 미디어는 세계화합에 기여 가능
- 공동제작을 통하여 문화적·경제적 협력을 강화 할 수 있으며, 공동 제작은 이슬람 국가들뿐만 아니라 세계적 화합을 가져올 수 있음
- 이를 위한 노력이 필요하며, 공동제작 등을 위해 필요한 제작사 정보를 IBRAF 홈페이지 등에 게시할 예정

## 【2일차(parallel 세션) 발표 주요 내용】

### □ 정보통신정책연구원 연구위원(강하연 박사)

- 공동제작은 제작비와 제작 업무를 분담하여 프로그램을 공동으로 제작하고, 프로그램에 대한 권리를 공동제작자가 공유하거나 나눠 갖는 개념으로, 규제와 제작측면에서 유용
- 한국은 7개의 시청각 혹은 방송프로그램 공동제작 협정을 체결하였으며, 현재 중국 및 베트남 정부와 협상을 진행 중
- ‘방송프로그램 등의 편성에 관한 고시’ 제5조에 따라 협정에 따라 제작된 프로그램은 국내프로그램으로 인정되며, 협정에 따라 제작된 프로그램은 정부의 재정지원을 받을 수 있음
- 방송프로그램 공동제작은 제작비 및 리스크 감소, 제작지식 및 노하우 공유, 파트너사의 배급망 활용 등 방송콘텐츠 산업 경쟁력 제고 기여 가능

### □ 인도네시아 Bhinneka Nusantara Coordinator(Fanny S Alam)

- 미디어 기업들은 인기를 끌기 위해 Hoax\*를 유포할 수 있음
  - \* Hoax : 대중의 관심을 끌어 사익을 증진하기 위한 흥미롭거나 선정적인 정보
- 특히 SNS를 통해 Hoax가 자주 유포되는데 이는 SNS의 정보 확산 속도가 빠르며 다양한 사회계층이 SNS를 활용하고 있기 때문임
- 인도네시아 지자체 및 중앙정부는 강력한 제재를 통해 Hoax의 유포를 차단해왔음

### □ 인도네시아 Teklom 대학 정보통신 교수(Lucy Pujasari Supratman)

- KPI West Java 지부(KPID)는 방송, 영화, 음악, 행사, 정보 및 광고 등 다양한 매체를 통해 미디어 리터러시 활동을 추진해왔음
- TV 방송 모니터링 활동에 시민들을 포함시키는 것이 효과적임. 이에 KPID는 웹사이트, 페이스북, 워크샵, 세미나 등을 통해 시민들과의 소통을 최우선적으로 추진 중

## 【한-인니 제1차 공동제작 연구반 회의】

※ 김동철 방송기반국장, 김영주 콘텐츠 교류협력팀장 등 실무진 별도 진행

□ 일시 / 장소 : '17. 2. 23.(목), 09:00~11:00 트랜스 호텔 보드룸(반둥)

□ 연구반 회의 참석자

- 인도네시아 : Ubaidillah KPI 상임위원, Mayong Suryo Laksono KPI 상임위원 등 13명
- KCC: 김동철 방송기반국장, 김영주 콘텐츠교류협력팀장, 김종우 사무관, KISDI 강하연 실장, KISDI 노은정 연구원, 통역사(서은혜)

□ 주요 논의 내용

### 【공동제작 협정의 유용성】

- (방통위) 공동제작은 문화교류를 통한 상호이해 증진 뿐 아니라, 방송기술 노하우 공유 등을 통해 방송콘텐츠 산업발전에 기여 가능
  - 협정은 공동제작을 활성화하기 위한 기반을 마련하는 것임
  - 공동제작 개념, 공동제작 협정의 혜택 및 유용성, 한국의 협정 체결 현황, 한국측 협정문 초안의 구성 등 공동제작 협정의 주요내용을 PPT 자료를 통해 설명
- (인도네시아) 인도네시아는 정부간 공동제작 협정 체결 경험 없기 때문에 양국 간 많은 협의가 필요하다고 생각

## 【공동제작 현황】

- (방통위) 한국은 다큐멘터리뿐 아니라, 현재 예능, 드라마 분야의 공동제작도 활발히 진행되고 있으며, 중국을 비롯한 아시아 국가와의 공동제작이 많음
- (인도네시아) 사업자간 국제협회를 통한 공동제작이 많으며, 중국·인도·몰디브 등과 공동제작 경험이 있으며, 특히 다큐 분야의 공동제작이 활발함

## 【협정 체결 절차】

- (방통위) 한국은 편성규제·국내물 인정 등의 방송분야 규제를 담당하는 방통위가 협상을 통해 협정문안을 마련하고 추후 법제처, 외교부 등 심사 등 관련 국내절차를 거친 후에 협정을 체결
- (인도네시아) KPI는 대통령 소속기관이며, 공동제작 협정 협상에는 산업부, 정보통신기술부, 외교부 등과의 협의가 필요

※ 추후 협정 체결 절차 등과 관련하여 양국간 실무협의를 이어나가기로 합의

### < 불 임 - 연구반 회의 사진 >



< 회의 사진 >



< 기념 사진 >

## IBRAF 컨퍼런스 세부일정

| “화합을 위한 미디어(Media For World Harmony)” 국제컨퍼런스 및<br>제5차 IBRAF 연례 회의 |             |      |   |                          |
|---|-------------|------|---|--------------------------|
| 일 자   | 시 간         |      | 세 부 일 정   | 비 고                      |
| 2.21.<br>(화)  | 19:00~21:00 | 120’ | 환영만찬<br>-서부자바 주지사 주체, 문화 공연   | Gedung<br>Sate           |
| 2.22<br>(수)   | 08:00~09:00 | 60’  | 사전등록  | Trans<br>Luxury<br>Hotel |
|   | 09:00~12:30 | 180’ | 개회식<br>o 인도네시아 국가합창(Padjajaran 대학교 합창단)<br>o 개회식 기도(Muzammil Hasballah)<br>o 축하 예술공연 (서부자바의 전통 춤 및 노래)<br>o 개회사(IBRAF 의장, 서부자바 주지사)<br>o 컨퍼런스 선언사(Mr. Rdwan Kamil 반둥시장)<br>o 세계에 보내는 인도네시아 메시지<br>(Mr. Rudiantara 인니 KOMINFO 장관)<br>o 환영사(Mr. Luhut Binsar Pandjaitan 인니 해양수산부 장관)<br>o 기조연설(Dato’ Seri Ahmad Zahid Hamidi 말련 부총리)<br>o 대한민국 방송통신위원회 - KPI MoU 체결식  |                          |
|   | 12:30~13:10 | 40’  | 기도 및 점심   |                          |
|   | 13:10~17:00 | 240’ | Plenary Session (주제 : Media Landscape for World Harmony)<br>Official speech:<br>o Prof Ilhan YERLIKAYA 터키 RTUK 위원장<br>o Dr. Amina Lemrini, 모로코 시청각고등위원회 위원장<br>o 최성준 대한민국 방송통신위원회 위원장<br>o Mr. Arief Yahya 인도네시아 관광부 장관<br><br>Speakers:<br>o Mr. Prof. Dr. H. Obsatar Sinaga KPI 위원<br>o Mr. Hary Tanoesoedibjo, MNC 그룹 최고책임자<br>o Malcolm Webb, M Webb Ltd 창립자<br>o Mr. Ardie Bakrie, TV One 최고책임자<br>o Arthur Bastings, Discovery Networks Asia Pacific 회장<br>o Dian Islamiati Fatwa, ABC International 과장<br>o Mr. Prof. Dr. Hamit Ersoy IBRAF 사무총장 |                          |
|   | 17:00~18:00 | 60’  | 만찬 준비 및 이동  | 반둥 시장<br>공관              |
|   | 19:00~21:00 | 120’ | 만찬 및 특별공연 관람  |                          |

| 발표세션 및 IBRAF 총회 동시진행 |             |                  |  |   |                          |
|----------------------|-------------|------------------|--|---|--------------------------|
|                      |             | Parallel Session | IBRAF Annual Meeting   |   |                          |
| 2.23.<br>(목)         | 09:00~09:10 | 10'              | <b>발표</b><br>- 주제<br>1. 미디어 환경 및 규제<br>2. 미디어 질과 창의적 콘텐츠<br><br>- 환영사<br>· 인니 KPI 위원장<br>· Padjajaran대 학 교수<br>· 인니 고등교육부 관계자<br><br>- 기조연설<br>1. Erdinc AKPINAR<br>TURKSAT 과장<br>2. Alper Ay Turksat 과장<br><br>- 발제자<br>3. 강하연 KISDI 박사<br>: 한-인니 방송프로그램<br>공동제작 협정 관련<br>4. Prof. Judhariksawan<br>前 KPI 전 위원장<br>5. Dr Dadang 교수<br>6. 기타 | <b>의제 채택</b><br>- 개회사: KPI 위원장<br>- 좌장: Hamit Ersoy 교수                              | Trans<br>Luxury<br>Hotel |
|                      | 09:10~10:20 | 70'              |  | <b>제 4차 IBRAF 회의결과 보고<br/>및 KPI 연간보고서 발표</b>  |                          |
|                      | 10:20~12:00 | 100'             |  | <b>토론</b><br>- 주제 : 미디어 리터러시<br>- 기조연설 : Dr. Amina<br>Lemrini, 모로코 시청각<br>고등위원회 위원장 |                          |
|                      | 12:00~13:00 | 60'              | 무슬림 기도 및 점심  |   |                          |
|                      | 13:00~16:00 | 180'             | <b>발표</b><br>- 오전 발표 계속  | <b>토론</b><br>라디오 및 TV 데이터베이스,<br>차기회의 의제 제안, 차기<br>의장 선거 등                          |                          |
|                      | 16:00~17:00 | 60'              | IBRAF 폐회 및 기자회견  |   |                          |



## OIC 방송규제기관 포럼(IBRAF) 주요 발제자

| 연 번 | 국 가   | 이 름   | 직 급                                    |
|-----|-------|---|--|
| 1   | 말레이시아 | Dato' Seri Ahmad Zahid Hamidi                   | 말레이시아 부총리                              |
| 2   | 터키    | Prof İlhan YERLİKAYA                            | 라디오·텔레비전 고등위원회 위원장                     |
| 3   | 모로코   | Dr. Amina Lemrini                               | 시청각고등위원회 위원장                           |
| 4   | 대한민국  | 최성준   | 위원장                                    |
| 5   | 싱가포르  | Arthur Bastings                                 | 디스커버리 아태지역 사장                          |
| 6   | 뉴질랜드  | Malcolm Webb                                    | M Webb Ltd 설립자                         |
| 7   | 터키    | Prof. Dr. Hamit Ersoy                           | IBRAF 사무총장                             |
| 8   | 터키    | Erdinç AKPINAR                                  | TURKSAT 위성 서비스 마케팅 국장                  |
| 9   | 터키    | Alper AY  | TUBITAK 경영개발 국장                        |
| 10  | 호주    | Dian Islamiati Fatwa                            | ABC International 경영개발 과장              |
| 11  | 인도네시아 | Mr. Yuliandre Darwis                            | IBRAF 의장                               |
| 13  | 인도네시아 | Mr. Luhut Binsar Pandjaitan                     | 해양수산부                                  |
| 14  | 인도네시아 | Mr. Rudiantara                                  | 인도네시아 장관                               |
| 15  | 인도네시아 | Chairul Tanjung                                 | Trans Media 설립자 및<br>CT Corps Group 회장 |
| 16  | 인도네시아 | Mr. Prof. Dr. H. Obsatar Sinaga,<br>S.IP., M.Si | 인도네시아 방송위원회 상임위원                       |
| 17  | 인도네시아 | Mr. Ardie Bakrie                                | TV One CEO                             |
| 18  | 인도네시아 | Mr. Hary Tanoesoedibjo                          | MNC Group 설립자 및 CEO                    |

< 부 록 3 - IBRAF 관련 사진 >



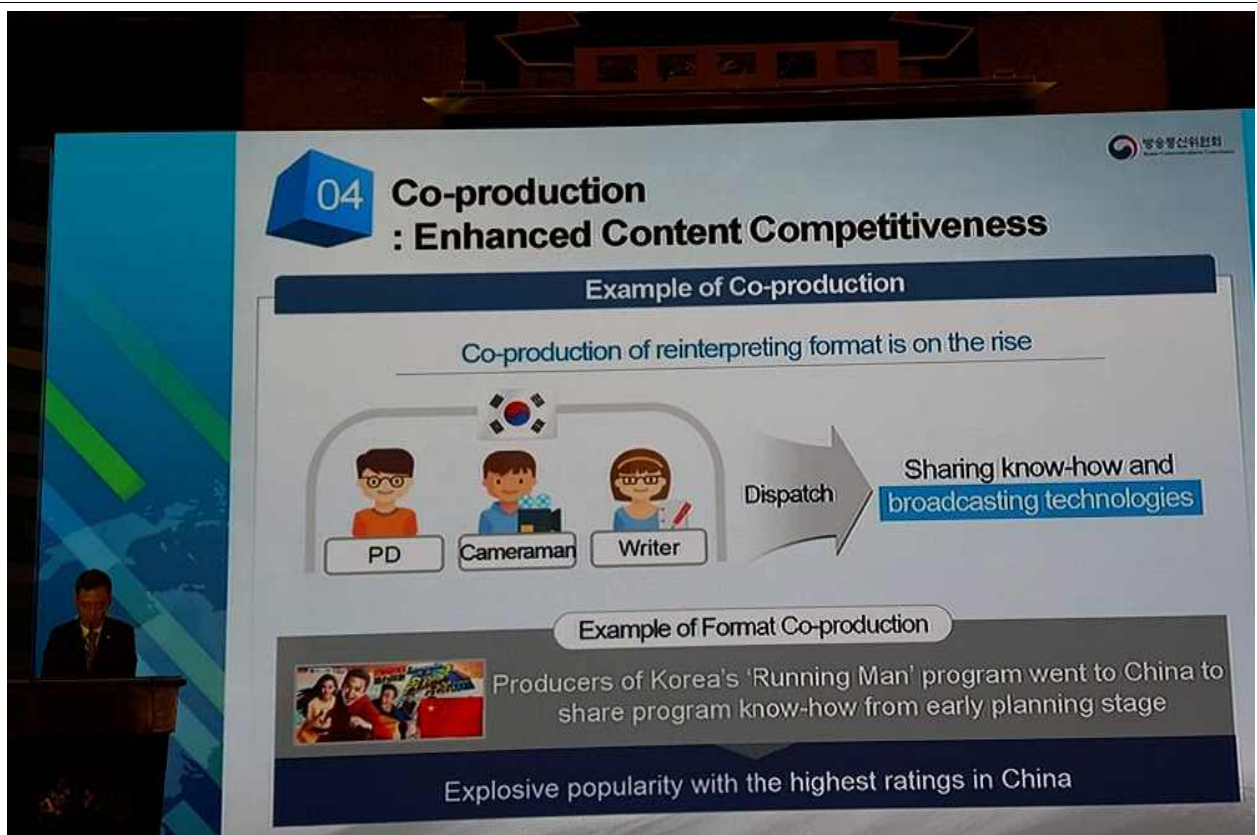
< 위원장님 발제 1 >



< 위원장님 발제 2 >



< 위원장님 발제 3 >



< 위원장님 발제 4 >



01

## Beloved Korean Content

방송통신위원회  
Korea Communications Commission

### 2016 Top Trending TV Shows (Twitter)

1. Game of Thrones

2. The Walking Dead

3. Grey's Anatomy

4. Descendants of the Sun

5. Master Chef

Descendants of the Sun

- The only Asian TV show on Twitter's list
- License sales to more than 30 countries around the world including China, Japan, France, Germany, the U.S., Australia, etc.

Source: Broadcasting Industry Fact Finding Reports for 2016, MSIP & KCC, OVUM(2016)

## 02

## Changing Media Landscapes & Content Exchange

방송통신위원회  
Korea Communications Commission

### Changes in Media Environment

- Digital technology development and broadcasting-communications convergence diversify consumers' content media and channels → Growing significance of content
- Access to diverse content anytime, anywhere through a variety of media

Korea's cultural content, such as Kpop, concerts, and TV programs are recognized globally

## 02

# Changing Media Landscapes & Content Exchange

## Significance of Broadcasting Content Exchange



## 03

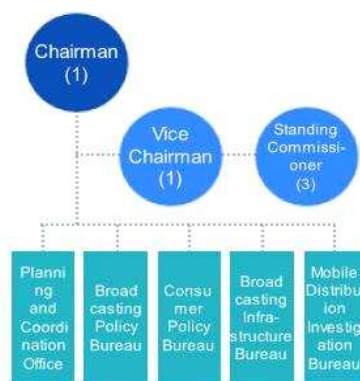
# Korea's Broadcasting Content Exchange

## Regulatory Agency— Korea Communications Commission

### Overview

- **Establishment and Purpose**  
: Established in 2008 under the President to proactively respond to convergence and ensure broadcasting freedom and public interest
- **Committee Organization**  
: Consists of five commissioners: two appointed by the President, three recommended by the National Assembly (1 by ruling party and 2 by opposition parties)

### Organization



### Main Tasks

- Policies on broadcasters of terrestrial, general service program, and news broadcasting channels
- Policies on TV commercials, programing evaluation, and broadcasting promotion
- Investigation of the broadcasting-communications market and user protection, viewers' rights promotion, personal information protection, and Internet ethics
- Broadcasting spectrum management

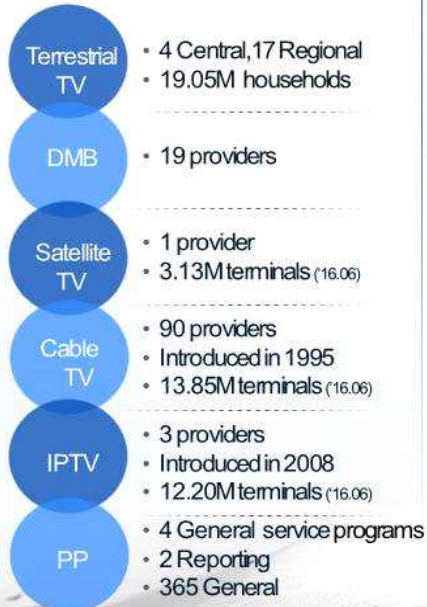




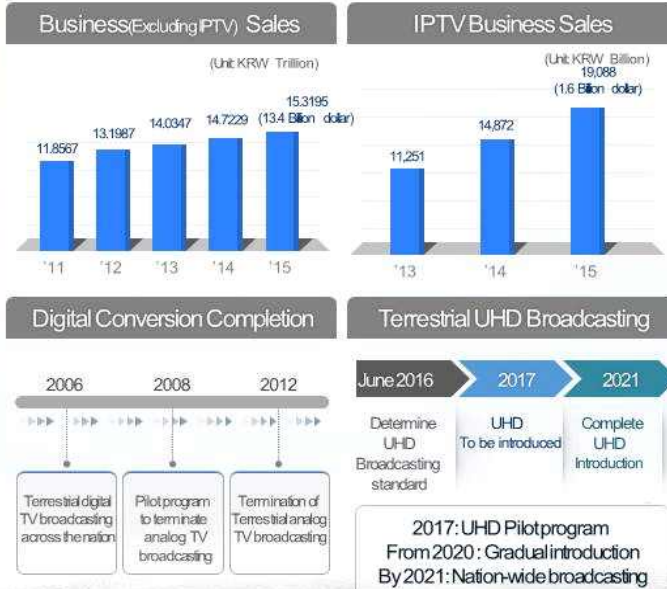


## Korea's Broadcasting Content Exchange

### Main Providers



### Korea's Broadcasting Industry at a Glance



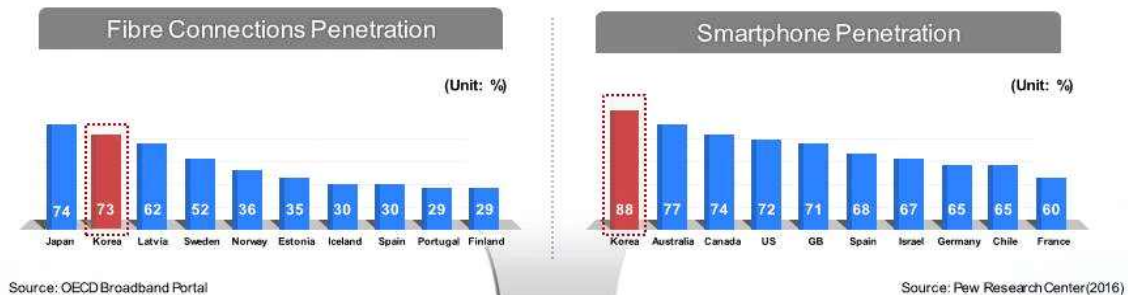
Source: Broadcasting Industry Fact Finding Reports for 2016, MSIP & KCC, OVUM(2016)

※ Subscription-based UHD : Started in April, 2014  
- Now 7 channels in operation



## Korea's Broadcasting Content Exchange

### Broadcasting Content Viewing of New Media



Source: OECD Broadband Portal

Source: Pew Research Center(2016)

< Emergence of Diverse OTT service providers >





# 03

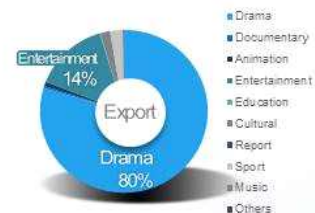
## Korea's Broadcasting Content Exchange

### Korea's Broadcasting Content Exchange at a Glance



- » **Asia-centered** exchange with countries such as China, Japan, etc.
- » **Global expansion** with a variety of countries e.g. Middle East, America, Europe

#### Export by Genre (2015)



#### Import by Genre (2015)



Source: Broadcasting Industry Fact Finding Reports for 2016, MSIP & KCC

# 03

## Korea's Broadcasting Content Exchange

### Characteristics of Korea's Broadcasting Content Exchange





## 04 Co-production : Enhanced Content Competitiveness

### Definition of Co-production

- Jointly producing a program by dividing up production costs and tasks, and thereby sharing or splitting the rights concerning the program
- If applied between countries, referring to the production of new content by combining the different strengths of each country

#### Cooperation in Co-production by Stage

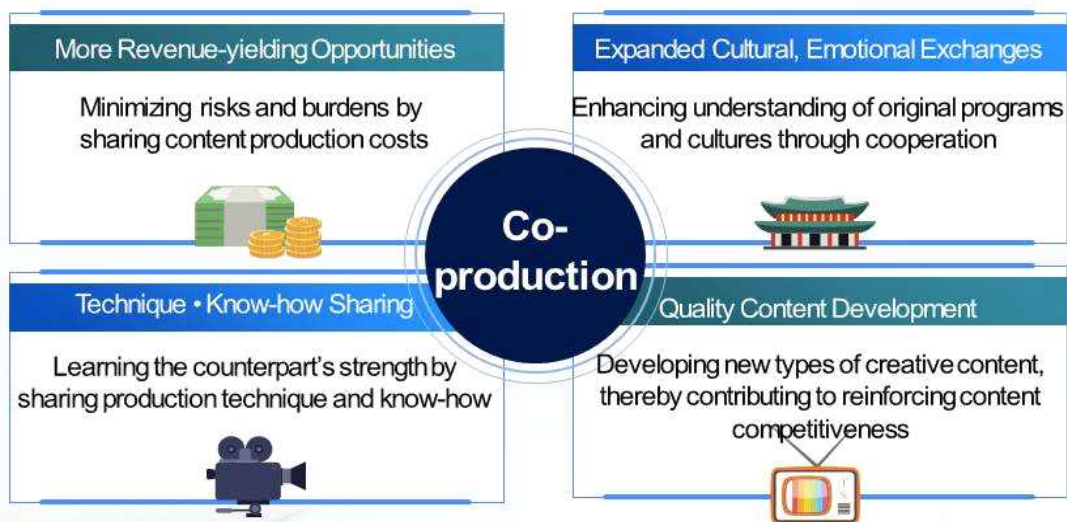


Unlike exports, the latest co-production is not unilaterally, but **mutually beneficial**



## 04 Co-production : Enhanced Content Competitiveness

### Benefits of Co-production





04

## Co-production : Enhanced Content Competitiveness

### Co-production in Diverse Genres

#### Documentary

##### Baby on the way



- Co-production by Korea, Cambodia, Singapore, Mongolia, Myanmar, Bhutan
- Italia and Chile to participate in Season 2

#### Animation

##### Miraculous Ladybug



- Co-production by Korea, Japan, France
- Aired in more than 100 countries on Disney Channel, etc.

#### Entertainment

##### Hurry up, Brother



- Co-production by Korea and China
- Highest ratings among programs aired at the same time in China

#### Web Drama

##### Drama World



- Co-production by Korea, China, US
- Global broadcasting through Viki and Netflix

#### Drama

##### Forever Young



- Co-production by Korea and Vietnam
- Highest ratings among programs aired at the same time in Vietnam

04

## Co-production : Enhanced Content Competitiveness

### Example of Co-production

Co-production of reinterpreting format is on the rise



### Example of Format Co-production



Producers of Korea's 'Running Man' program went to China to share program know-how from early planning stage

Explosive popularity with the highest ratings in China

# 05

## Success Opportunities in Co-production with Islamic Countries

### Korea-Islamic Countries Cultural Exchanges

- Growing demands for Korean content among Islamic countries



Culture Exchange

- 1000+ years of diverse exchanges between Korea and Islamic countries



Korea Culture Week

- Korea Culture Week' in Iran



Tour Exchange

- Cultural exchanges e.g. Indonesian private firm's reward vacation to Korea

# 05

## Success Opportunities in Co-production with Islamic Countries

### Korean-Islamic Shared Cultural Values

#### Growing demands for Korean content among Islamic countries



Jewel in the Palace



Prince of the Legend



Dong Yi



Descendant of the Sun

#### Universal Values for Sharing

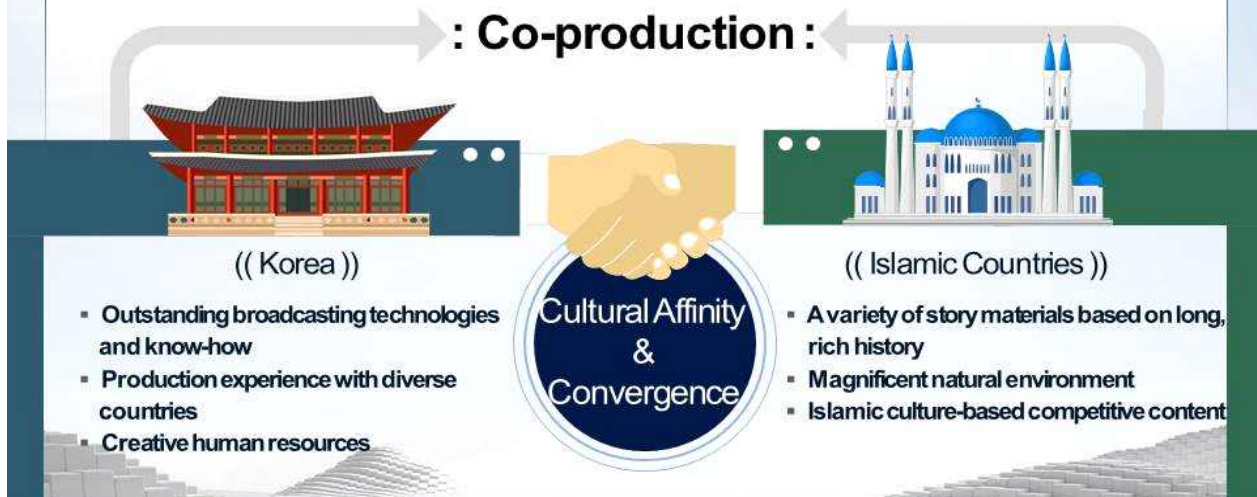




# 05

## Success Opportunities in Co-production with Islamic Countries

### Cultural Convergence & New Content Creation



Create new cultures, thereby producing quality content

# 06

## Proposal

### Propose to Promote Co-production of Broadcasting Programs





## Proposal

### Upcoming Society of Selling Dreams and Emotions

In the 'Dream Society'  
following the Information  
Society, images and content  
will be the new economic  
growth engines



### Co-production = New opportunity

Competitive content creation  
leads to pioneering new  
markets and bolstering  
relations



# Thank you





## **Bringing the World Together through Content Exchange**

### Contents

1. Beloved Korean Content
2. Changing Media Landscapes & Content Exchange
  - Changes in Media Environment
  - Korea's Content Exchange
  - Significance of Broadcasting Content Exchange
3. Korea's Broadcasting Content Exchange
  - Korea's Broadcasting Industry & Viewing Behavior
  - Korea's Broadcasting Exchange & Characteristics
4. Co-production: Enhanced Content Competitiveness
  - Definition of Co-production
  - Benefits of Co-production
  - Examples of Co-production
5. Success Opportunities in Co-production with Islamic Countries
  - Current Status of Korean-Islamic Cultural Exchanges
  - Korean-Islamic shared cultural values
  - Cultural Convergence & Content Creation
6. Proposal
  - Co-production to create competitive content and a leap forward in the broadcasting market by tapping into new opportunities and each other's strengths

Distinguished guests,  
I am Choi Sung-joon,  
Chairman of the Korea Communications Commission (KCC).

First of all,  
I would like to extend my congratulations  
on the opening of the 5th annual meeting and conference  
of the Organisation of Islamic Cooperation Broadcasting Regulatory  
Authorities Forum (IBRAF).

Moreover,  
I am deeply pleased to sign  
a Memorandum of Understanding this morning  
between the KCC and the KPI of Indonesia  
to strengthen cooperation in broadcasting content.

I hope this conference will serve as an opportunity  
to reinforce our partnership with various Islamic countries.  
Now I will start my presentation.

The list on the left is Twitter's "Top Trending TV Shows" of 2016.  
The Korean drama, 'Descendants of the Sun,' ranked 4th,  
and it was the only Asian TV show on the list.  
'Descendants of the Sun' also had the remarkable outcome of  
license sales to more than 30 countries.

The drama was sold not only to Asian countries  
including China and Japan,  
but also to European countries  
like the United Kingdom, France and Germany,  
as well as the US and Australia.

### ☐ Changes in Media Environment

With digital technology development and broadcasting-communications convergence, the media and means by which we enjoy and access content are more diverse than ever before.

As a result, the significance of content is growing greatly.

Nowadays, we enjoy more content regardless of time and place through a variety of means, such as smartphones, PCs, and tablet PCs.

### ☐ Korea's Content Exchange

Technological development and vibrant international cooperation has enabled us to easily access foreign content, and many countries around the world now enjoy Korean content.

Korea has been highly recognized on the world stage with its diverse cultural content including TV dramas, K-POP, concerts, variety shows and documentaries.

In particular, the viral sensation 'Gangnam style' by Korean singer Psy hit 1 billion views on YouTube in just five months in 2012.

And as you know, people all around the world danced the 'Gangnam Style' dance.

## ☐ Significance of Broadcasting Content Exchange

Broadcasting content exchange  
promotes a better understanding of other cultures,  
bringing us closer together  
and reinforcing cooperation between countries.

Moreover, by introducing a country's unique culture,  
content exchange enhances the national image.

From an economic perspective,  
the broadcasting content industry holds great significance  
as it is a high value-added industry  
with enormous ripple effects on related industries.

Through broad content exchanges,  
countries are able to foster broadcasting content industries  
which are important to national competitiveness  
and create more competitive content.

## ☐ Korea's Broadcasting-communications Regulatory Agency - KCC

Now, I will briefly introduce the Korea Communications Commission.

The Commission is in charge of  
regulating broadcasting and communications  
and protecting users.

It was established under the authority of the President  
and consists of five commissioners,  
including the Chairman.

Our main tasks include  
policies on terrestrial broadcasting and general programming,  
TV commercial policies,  
investigation of the broadcasting market and communications market,  
imposition of sanctions on violations of the law,  
personal information protection,  
and protection of broadcasting and communications users.

## □ Korea's Broadcasting Industry

Let us move on to the current status  
of the Korean broadcasting industry and content exchange.

### <Current Status of the Korean Broadcasting Industry>

Korea has a variety of platform providers  
including terrestrial TV, DMB, satellite TV, Cable TV, and IPTV.

As of 2015,  
the total sales of the Korean broadcasting industry  
was about 17 trillion Korean won or 15 billion dollars.

Moreover, high-speed internet infrastructure is present  
everywhere in Korea.

As a result, the sales of IPTV service providers are growing fast.

Korea completed the digital switchover of broadcasting networks in 2012,  
and is now making significant endeavors  
to introduce terrestrial UHD broadcasting  
to provide high quality service to viewers.

### <Broadcasting Content Viewing on New Media>

Korea has the world's best smart media user environment,  
based on the highest smartphone and high-speed internet  
penetration rate in the world.

Thanks to this environment,  
more users are watching content on PCs or smartphones.

Furthermore, more and more Over the Top (OTT) providers  
are entering the market.

And lately,  
those providers are directly producing broadcasting content  
in addition to providing content service to users.

## □ Korea's Broadcasting Content Exchange

Recognizing the importance of broadcasting content exchange,  
Korea has long been striving  
to promote content exchange with diverse countries.

As you can see on the pie chart of program exports and imports by genre,  
drama accounts for the largest share of exports  
whereas movies are the biggest for imports.

Furthermore, the types of program exchange have grown  
from simply exporting complete products  
to include co-production using the original format.

## 5 Co-production: Enhanced Content Competitiveness

In this Smart Age, in which the Internet and mobile technology  
make national borders meaningless,  
content exchange is a phenomenon of the times.

In the past, Korea's content partnership was mainly one-way exports  
but now, the government and broadcasting service providers  
are paying extra attention to co-production,  
showing consideration for each others' cultures,  
resulting in a win-win partnership for all.

Co-production is a form of exchange to effectively achieve the ultimate goal of content exchange, which is to enhance mutual understanding and cultural exchange.

## ☐ Concept of Co-production

Co-production was born naturally as a result of the need by providers to reduce cost burdens and risk.

'Co-production' refers to joint production of a program by dividing up production costs and tasks, and then sharing program rights.

If we apply the concept to co-production between countries, it means we create new content by combining each country's unique strength.

## ☐ Cooperation in Co-production by stage

In general, broadcasting content goes through the stages of planning, production and distribution. Co-production can encourage diverse cooperation at each stage.

In the planning stage, joint investment is the most common form of cooperation in order to share risk and costs.

In the 'Production Stage', producers can cooperate by writing the script together, sharing technical know-how, or casting actors from various countries.

In the 'Distribution Stage', partners can utilize each others' distribution network.



Furthermore, co-produced content under a co-production agreement is considered as domestic programming, exempted from regulations on overseas programs.

Moreover,  
exporting jointly-produced quality content to third countries could be another good form of distribution partnership.

## ☐ Examples of Co-production

As mentioned earlier,  
Korea has been co-producing in diverse genres with a variety of countries.

The form of co-production varies,  
including drama, animation, documentary and entertainment, among others.

Recently, co-production of reinterpreting a program format is actively underway.

In this 'format co-production',  
Korean producers are sent to a partner's country as expert producers to give advice on production and direction.

Sometimes cameramen and writers are dispatched.

During this process,  
both countries share program know-how and broadcasting techniques.

An example of this is 'Hurry Up, Brother',  
an enormously popular program in China  
which ranked 1st in ratings.

Producers of Korea's 'Running Man' went to China  
to pass down program know-how from the early planning stage.

## □ Current Status of Korea-Islamic Countries Cultural Exchange

Korea's exchange with Islamic countries has so far been focused on economic cooperation.

Cultural exchange has been limited.

This limitation is led by geographical reasons but at the same time it is caused by a lack of understanding and interest in each other's cultures.

Korean and Islamic cultures are seemingly different but the history of Korean-Islamic cultural exchange traces back to more than 1,000 years ago.

According to written history, Korea began its cultural exchange with the Islamic world around the 7<sup>th</sup> century and some Muslims settled and built Masjids(마스지드스) in Korea in the 13th century.

Many other historical records such as 'Tale of Cheoyong' and 'Kush-Nameh'(쿠쉬나메) show that a wide range of exchanges occurred between Korea and Islamic countries since a long time ago. Recently, Korea has been making great efforts to enhance mutual understanding and shared values through cultural exchange with Islamic countries.

In particular, 'Korean Culture Week', which was made as part of the Korean President's state visit to Iran, successfully encouraged cultural exchanges.

An Indonesian firm's reward vacation to Korea was also a good example of private sector exchanges to better understand each other.

## ☐ Sharing of Emotions between Korea and Islamic Countries

These days, there is a growing demand for Korean broadcasting content in Islamic countries.

Korean historical dramas including 'Jewel in the Palace', 'Prince of the Legend' and 'Dong Yi' enjoyed great popularity, and contemporary dramas like 'Descendants of the Sun' are also loved by viewers.

That is because those Korean dramas contain universal values we care about.

I believe the message of 'Good triumphs over evil', the heroic stories, and an emphasis on family culture and respect for the elderly are all values we share.

## ☐ New Content Creation through Cultural Convergence and Know-how Sharing

Diverse exchanges create new cultures.

Korea is known for outstanding broadcasting technology, rich production experience and creative human resources.

Islamic countries' have diverse story material based on a long, rich history, magnificent natural environments, and competitive Islamic culture-based content.

Just like how Eastern and Western cultures converged to create new content, Korea and Islamic countries can converge their strengths through co-production to create cultural affinity.

Through this, we can create outstanding content, and going further, create new cultures.

Lastly, I would like to talk about the role of a government in promoting co-production.

Governments should support broadcasting services providers and producers with various assistance measures so they can easily participate in co-production with other countries.

We should strengthen intergovernmental cooperation, for example, by concluding co-production agreements.

And we should ensure that these agreements include real benefits, such as co-produced programs being recognized as domestic programs.

At the same time, we should expand support for production cost and tax benefits for jointly produced programs.

We should also make policy efforts including information sharing on overseas regulations and businesses fostering experts and legal advisory assistance.

Co-production represents new opportunities. We can pioneer new markets and bolster relations.

I hope my presentation will be a starting point for us to explore ways to collaborate on co-production and enhance competitiveness in the quickly changing content market.

Thank you for listening.

## 콘텐츠 교류를 통한 글로벌 화합

### 목차

1. 주목받는 한국의 콘텐츠
2. 미디어 환경변화와 콘텐츠 교류
  - 미디어 환경변화
  - 한국의 콘텐츠 교류
  - 방송콘텐츠 교류의 유용성
3. 한국의 방송콘텐츠 교류
  - 한국의 방송산업 현황 및 시청행태
  - 한국의 방송콘텐츠 교류 현황 및 특징
4. 공동제작을 통한 콘텐츠 경쟁력 제고
  - 공동제작의 정의
  - 공동제작의 필요성
  - 공동제작의 사례
5. 이슬람 국가와의 공동제작 성공가능성
  - 한국/이슬람 권역 문화교류 현황
  - 한국과 이슬람의 유사성
  - 문화융합과 새로운 콘텐츠 창출
- 6.제언
  - 공동제작은 새로운 기회, 서로의 강점을 활용하여 경쟁력 있는 콘텐츠를 창출하고 방송시장에서 함께 도약할 수 있기를 희망

## 1 인사말

한국의 방송통신위원회 위원장 최성준입니다.

먼저 이슬람 방송규제기관 포럼의 5차 연차 총회와 컨퍼런스 개최를 진심으로 축하드립니다. 아울러 오전 개회식에서의 방송통신위원회와 인도네시아 방송위원회 간 방송콘텐츠 협력 분야 강화를 위한 MoU 체결을 대단히 기쁘게 생각합니다. 이 컨퍼런스를 계기로 다양한 이슬람 국가들과의 협력이 강화 될 수 있기를 희망하며, 발제를 시작하겠습니다.

## 2 세계 속의 한국콘텐츠

먼저 왼쪽에 보이는 드라마 순위는 2016년 트위터가 발표한 화제의 드라마(Top Trending TV Shows) 리스트입니다.

아시아 국가 중 유일하게 한국의 드라마 <태양의 후예>가 4위에 올랐습니다. 한국의 드라마 <태양의 후예>는 중국, 일본 등 아시아 국가뿐만 아니라 영국, 프랑스, 독일 등 유럽국가, 미국, 호주 등 전 세계 30여개 국가에 판권 판매를 기록하는 성과를 거두었습니다.

## 3 미디어 환경변화와 한국의 콘텐츠 교류

### □ 미디어 환경변화

디지털 기술이 발전하고 방송통신이 융합하는 환경 속에서 콘텐츠 소비매체와 경로가 다양해졌으며 그로 인하여 콘텐츠의 영향력이 더욱 커지고 있습니다. 이제 우리는 스마트폰, PC, 태블릿 PC 등 여러가지 매체를 통해 시간과 장소의 한계에서 벗어나 더 많은 콘텐츠를 이용할 수 있게 되었습니다.

## □ 한국의 콘텐츠 교류

기술발달과 활발한 국제교류로 인해 다양한 나라의 콘텐츠를 보다 쉽게 접근 할 수 있게 되었으며, 세계 많은 나라들이 한국의 콘텐츠를 즐기고 있습니다. 한국은 방송드라마뿐만 아니라 K-POP, 공연, 예능·다큐멘터리 프로그램 등 다양한 문화콘텐츠를 통해 많은 국가들에게 높은 인지도를 쌓아가고 있습니다. 특히 '12년도에 한국의 가수 싸이의 '강남스타일'은 불과 5개월여 만에 유튜브 조회수 10억뷰에 달하는 기록을 세우며 퍼져나가 전세계인들이 이 노래의 춤을 따라 하기도 했습니다.

### 4 한국의 방송산업과 방송콘텐츠 교류

## □ 방송콘텐츠 교류의 중요성

우리는 방송콘텐츠 교류를 통하여 종교, 언어, 이념 등의 차이를 뛰어넘어 상대 문화에 대한 이해를 증진하고 국가 간 협력을 강화할 수 있습니다. 또한 국가의 문화를 소개하고 알리는 등 국가 이미지를 제고할 수 있다는 측면에서도 매우 중요합니다.

경제적인 측면에서도 방송콘텐츠 산업은 큰 의미를 가지고 있습니다. 방송콘텐츠 산업은 연관 산업으로의 파급효과가 높아 막대한 부가가치를 창출 할 수 있는 고부가가치 산업입니다.

국가들은 방송콘텐츠 교류를 통해 국가경쟁력에서 중요성이 큰 방송콘텐츠 산업을 육성하고 콘텐츠 경쟁력을 제고 할 수 있습니다.

## □ 한국의 방송통신규제기관 - 방송통신위원회

여기서 잠깐 한국의 방송통신위원회에 대해 소개드리도록 하겠습니다.

방송통신위원회는 방송과 통신에 관한 규제와 이용자 보호 등의 업무를



수행하기 위해 대통령 직속의 합의제 행정기관으로서 위원장을 포함한 5명의 위원으로 구성되어 있습니다.

주요 업무는 지상파 방송 및 종합편성 채널 등에 대한 방송정책 및 방송 광고정책, 방송통신 시장 조사 및 위법행위 제재, 개인정보보호, 방송통신 이용자 보호 등을 소관하고 있습니다.

## □ 한국의 방송산업

다음은 한국의 방송산업 현황과 콘텐츠 교류현황에 대해 설명드리겠습니다.

### <한국의 방송산업 현황>

한국은 지상파TV, DMB, 위성TV, 케이블TV, IPTV 등 다양한 플랫폼 사업자가 존재하며, '15년 방송산업 총매출액은 약 17조원(150억달러) 규모입니다. 또한 전국에 빠진 곳 없이 설치된 초고속인터넷 인프라를 바탕으로 IPTV 사업자의 매출액이 크게 증가하고 있습니다.

한국은 '12년도에 디지털 전환을 완료하였으며, 올해부터 시청자들에게 더 질 높은 방송서비스를 제공하기 위해 지상파 UHD 방송을 시작할 예정입니다.

### <새로운 매체를 통한 방송콘텐츠 시청>

또한 전세계에서 가장 높은 스마트폰 보급률과 초고속인터넷 보급률을 기반으로 세계적 수준의 스마트 미디어 이용환경을 갖추고 있으며, 이로 인해 스마트폰이나 PC를 통한 콘텐츠 시청이 증가하고 있습니다.

다양한 OTT(Over The Top) 사업자가 나타났으며, 최근의 OTT사업자들은 단순히 콘텐츠를 서비스하는 것 뿐 아니라 직접 방송콘텐츠를 제작하는 경우도 나타나고 있습니다.

## □ 한국의 방송콘텐츠 교류

한국 정부는 오래전부터 방송콘텐츠 교류의 중요성을 인식하여 다양한 국가와의 콘텐츠 교류를 위해 노력하고 있습니다.

장르별 프로그램 수출·수입 현황을 살펴보면 드라마 수출이 가장 많은 비중을 차지하는 반면 수입은 영화가 가장 많습니다.

또한 프로그램 교류형태도 단순 완제품 수출에서 포맷을 활용한 공동제작 등 다양한 형태로 확대되고 있습니다.

### 5 공동제작을 통한 콘텐츠 경쟁력 제고

인터넷의 발달과 모바일의 보급으로 국경이 사라진 스마트 시대에 콘텐츠 교류협력은 시대적 흐름입니다. 한국의 경우 일방향적인 수출이 콘텐츠 협력의 많은 부분을 차지하였으나, 최근 한국의 정부와 방송사업자들은 상생의 교류협력 형태인 공동제작의 가능성에 주목하고 있습니다.

공동제작은 상호이해증진과 문화교류라는 콘텐츠 교류협력의 본질적 목적을 보다 효과적으로 달성할 수 있는 교류방식입니다.

## □ 공동제작의 개념

공동제작은 비용 부담과 리스크를 줄이기 위한 사업자들의 필요에 의해 자연스럽게 생겨난 개념입니다. 공동제작은 “제작비와 제작 업무를 분담하여 프로그램을 공동으로 제작하고, 프로그램에 대한 권리를 공동 제작자가 공유하거나 나누어 갖는 작업”입니다. 이를 국가간 공동 제작에 적용한다면, 한 국가의 장점과 다른 국가의 장점을 결합하여 새로운 콘텐츠를 생산하는 것입니다.

## □ 공동제작 단계별 협력방안

일반적으로 방송콘텐츠는 기획, 제작, 유통 및 배급의 단계를 거치는데, 공동제작을 통한 교류는 각 단계별로 다양한 형태로 협력할 수 있습니다.

먼저 <기획단계>에서는 공동투자가 있습니다. 파트너사와의 공동투자를 통해 리스크와 비용을 분담할 수 있으며 가장 많이 이루어지는 협력방식이라고도 볼 수 있습니다.

<제작단계>에서는 공동 집필을 통해 스토리를 완성하거나, 배우 등이 공동 출연하는 방식의 협력방안이 있습니다. 또한 공동으로 촬영을 하거나 기술이나 노하우를 투입하는 방식 등도 있을 수 있습니다.

<유통단계> 협력방안은 파트너사의 배급망을 활용하거나, 공동제작 협정을 통해 해외물 규제를 면제하여 국내물로 편성하는 방안 등이 있습니다. 또한 공동으로 제작한 우수한 콘텐츠를 제3국에 수출하는 것도 유통·배급에 있어서 좋은 협력방안이라고 할 수 있습니다.

## □ 공동제작 사례

앞에서 말씀드린 바와 같이 한국은 다양한 국가와 다양한 형태의 공동 제작을 진행하고 있습니다. 그리고 그 분야(장르)도 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리, 예능 등으로 다양합니다.

또한 최근에는 포맷을 재해석하는 형태의 공동제작이 활성화되고 있습니다. 최근 포맷 공동제작은 한국 프로그램 PD가 제작 및 연출에 관한 자문을 위해 현지에 플라잉 PD로 파견되거나 카메라맨 및 작가 인력들이 파견되는 것이 일반적입니다. 이 과정에서 양국은 프로그램 노하우와 방송기술을 공유합니다.

이러한 포맷 공동제작의 예로, 중국에서 시청률 1위를 기록하는 등 폭발적인 인기를 얻은 예능 프로그램 <달려라 형제>의 경우 한국의 <런닝맨>이라는 프로그램의 제작진들이 중국으로 가서 기획단계에서부터 참여하여 프로그램 노하우 등을 전수하였습니다.

## □ 한국-이슬람 권역 문화교류 현황

한국은 이슬람 국가들과 그동안 주로 경제적 측면에서 교류가 이루어져 왔습니다. 그에 비하면 문화교류는 적었습니다. 이것은 지리적인 이유 뿐만 아니라 상대 문화에 대한 관심과 이해가 낮았기 때문입니다.

한국과 이슬람 문화는 외관상으로 이질적으로 느낄 수 있지만, 한국과 이슬람 국가들 간의 교류 역사는 1,000년을 훨씬 거슬러 올라갈 정도로 그 뿌리가 깊습니다. 문헌기록에 의하면 한국은 이슬람과 7세기부터 문화교류를 시작하였고 13세기에는 일부 무슬림이 한국에 정착하여 마스지드(masjid)를 세웠다고 합니다. 이밖에도 처용 설화 (Tale of Cheoyong), 쿠쉬나메 등 많은 사료들을 보면 한국과 이슬람 국가들의 교류가 오래 전부터 다양하게 이루어졌다는 것을 알 수 있습니다.

한국은 최근 이슬람 국가들과 문화교류를 통해 상호 간의 이해를 증진하고, 공감대를 형성하고자 노력하고 있습니다. 특히 대통령의 이란 순방 일환으로 ‘코리아 컬처 위크(Korea Culture Week)’를 개최하여 문화교류를 증진하였고 인도네시아 민간기업이 직원들에게 단체 한국 방문을 추진한 사례 등은 상호이해를 높여갈 수 있는 좋은 민간교류 사례라고 생각합니다.

## □ 한국과 이슬람 국가들의 공통의 정서 공유

최근 이슬람 국가들 사이에서 한국콘텐츠에 대한 수요가 높아지고 있습니다. 사극 장르의 드라마 <대장금(Jewel in the Palace)>, <주몽>, <동이> 등이 인기리에 방영되었으며, 최근에는 현대극인 <태양의 후예> 등도 좋은 평가를 받고 있습니다.

한국의 고품질 드라마가 담고 있는 권선징악의 메시지와 영웅적 이야기 그리고 가족 문화와 어른에 대한 예의를 중시하는 가치는 우리 모두가 함께 공유할 수 있는 보편적 가치이기 때문이라고 생각합니다.

## □ 문화융합 및 노하우 공유를 통하여 새로운 콘텐츠 창출 가능

다방면의 교류를 통하여 새로운 문화가 형성됩니다.

동양과 서양의 문화가 융합하여 새로운 콘텐츠를 창출했듯이 오랜 교류의 역사를 이어온 한국과 이슬람 국가들이 공동제작을 통하여 문화적 공감대를 형성하면서 교류한다면 우수한 콘텐츠를 제작하고 나아가 새로운 문화를 창출할 것입니다.

### 6 마무리 말씀 (제언)

---

끝으로 공동제작을 활성화하기 위한 정부의 역할에 대해 말씀드리고자 합니다. 정부는 방송사업자, 제작사들이 다른 나라와 공동제작을 원활히 할 수 있도록 다양한 지원방안을 수립해 뒷받침해야 합니다.

우선 각국 정부는 공동제작협정 체결 등을 통해 정부 간 협력을 강화해 나가고, 공동제작 프로그램에 대한 제작비 지원 및 세제 확대와 해외 제도·사업자 현황 등 관련정보 공유, 전문인력 양성, 법률자문 지원 등 공동제작 활성화를 위한 정책적 노력을 기울여야 합니다.

오늘 제 발표가 이 자리에 모이신 여러분들과 공동제작을 협력해 나갈 수 있는 방안을 모색하고 변화하고 있는 콘텐츠 시장에서 경쟁력을 키워 나갈 수 있는 기회를 고민하는 출발점이 되기를 기원합니다.

끝까지 발표 들어주신 여러분께 감사드립니다.

#### 4. 터키 RTUK 위원장 면담 및 방통위-RTUK MoU 체결

□ 일시 / 장소 : '17. 2. 23.(목) 12:30~13:00, 트랜스호텔 보드룸(반동)

□ 면담자 : Ilhan Yerlikaya 위원장 등

□ 세부 면담내용

##### 【“드라마, 공동제작 및 콘텐츠에 관한 회의” 관련】

- (방통위) 1월에 보내주신 서한에 의하면 작년 부산 공동제작 컨퍼런스 이후 2016년 12월 터키 이스탄불 돌마바흐체 궁전에서 “드라마, 공동제작 및 콘텐츠에 관한 회의”를 개최하였다고 하셨는데 서한에 담지 못했지만 전달할 중요내용이 있는지?
- (RTUK) 라디오·TV 고등위원회는 총리, 내무부, 가족사회정책부, 문화관광부, 방송관계자들이 참석한 회의를 개최, 양국간 협력방안을 논의하였으며, 경제부처는 방송프로젝트에 대한 정부 재정지원 등을 검토
  - 정부는 양국의 제작사간 실질적으로 협력할 수 있도록 후속 방안을 마련해야 하며, ①규모가 큰 방송사 중심의 연계 ②다양한 제작사 연계 등이 있을 수 있음

##### 【MoU 체결의 의의】

- (방통위) 방통위 - RTUK 간 MoU 체결은 그 간의 협력관계의 결실이라고 생각, MoU 자체도 의미가 있지만 그 내용은 추상적인 것으로 양국 간 협력 강화를 위해서 보다 구체적인 노력이 필요
- (RTUK) MoU 체결은 정부 간 좀 더 구체화된 협력의 기초가 될 것이며, 방송사 및 제작사 간의 공동제작 등 협력을 강화할 수 있는 계기가 될 것이라고 확신함



## 【양국간 방송콘텐츠 분야 협력】

- (방통위) 오늘 MoU 체결을 계기로 공영방송사, 민영방송사, 제작사간 공동제작 논의 등 민간 협력과 더불어 공동제작 협정 체결 등 정부 간 협력 등도 보다 구체화 나갈 수 있기를 희망
- (RTUK) MoU가 서류상에 그치는 것이 아니라 양국에 실질적인 효과를 가져 올 수 있을 것이며, 이번 MoU는 추후 공동제작 협정의 기초가 될 것이라 생각

### < KCC – RTUK MoU 체결 주요 내용 >

- 가. 공동연구반을 구성하여 본 양해각서의 협력 활동 촉진, 모든 관련 이해관계자의 활동 지원 보장, 공동제작 협정 체결을 위한 정보를 관련 부처에 제공
- 나. 방송 프로그램 교류 및 공동 프로그램 제작 지원 등 방송사업자 간 방송콘텐츠 분야 협력 촉진
- 다. 방송콘텐츠 관련 포럼, 세미나, 전시회 등의 행사에 관련 기관 및 사업자 참가 촉진
- 라. 방송콘텐츠 관련 규제·정책 등 관련 정보 및 인력 교류
- 마. 양 체약 당사자가 공동으로 합의하는 기타 협력활동

### < 불임 - 면담 및 MoU 체결 사진자료 >



< 양국 방송콘텐츠 분야 협력 방안 논의 >



< 방통위·RTUK MoU 체결 >

2017. 2. 19.(일)



## 보 도 자 료

2017년 2월20일(월) 조간(온라인은 19일  
12:00)부터 보도하여 주시기 바랍니다



문의 : 기획조정관 국제협력팀 전해선 팀 장 (☎2110-1331)  
이성용 사무관 (☎2110-1333)

### 최성준 방송통신위원장,

### 동남아 및 이슬람권 방송통신 협력 강화 추진

- 한류 콘텐츠 확산 지원을 위해 OIC(이슬람 협력기구) 방송규제기관 포럼(IBRAF) 참석 및 태국 국가방송통신위원회(NBTC) 등과 협력 논의 -

방송통신위원회 최성준 위원장은 이슬람권 국가 및 태국과 방송통신 협력 및 한류 콘텐츠 확산 지원을 위해 2월 20일(월) 오전 출국한다.

최 위원장은 2월 20일(월) 태국 국가방송통신위원회(NBTC)와 양해각서(MoU) 체결식에 참석, 타레스 펀스리(Thares Punsri) 위원장과 면담을 갖는 등 한류 콘텐츠 등의 태국 진출을 지원할 예정이다.

최 위원장은 2월 22일(수)부터 인도네시아 반둥에서 개최되는 이슬람 협력기구(OIC) 규제자포럼(IBRAF)에 참석하여 전세계 인구의 1/3을 차지하는 이슬람권으로의 한류 방송콘텐츠 진출 확대를 위한 기반을 마련할 예정이다.

이어서 2월 22일(수)과 23일(목) 양일에 걸쳐 최 위원장은 인도네시아 방송위원회(KPI) 및 터키 라디오·티브이(TV) 고등위원회(RTUK)의 위원장과 양해각서(MoU)를 체결하고 면담을 통해 양국 정부 간 협력이 보다 구체적이고 다양하게 이루어 질 수 있는 협력방안 등에 대해 논의할 예정이다. 끝.



## 보 도 자 료

2016년 2월 22일(수) 배포시점부터  
보도하여 주시기 바랍니다



문의 : 홍보협력담당관 국제협력팀 전해선 팀 장 (☎2110-1331)

이성용 사무관 (☎2110-1333)

방송기반국 콘텐츠교류협력팀 김영주 팀 장 (☎2110-1289)

김종우 사무관 (☎2110-1281)

### 최성준 방송통신위원장

### 이슬람국가와의 방송콘텐츠 협력 강화 나서

- IBRAF 콘퍼런스에 참석하여 발제 및 인도네시아·터키 등 콘퍼런스  
참가국과의 양해각서 체결 등 방송콘텐츠 협력 확대 기반 마련 -

최성준 방송통신위원회 위원장은 2월 22일 인도네시아 반둥에서 개최되는 이슬람 방송규제기관포럼(이하 'IBRAF' : Islamic Broadcasting Regulatory Authorities Forum) 주관의 국제 콘퍼런스에 참석하였다. IBRAF는 OIC 산하기구로 이슬람 방송규제기관의 협력증대를 위해 2011년에 설립되었다.

※ OIC(Organization of Islamic Cooperation) : 이슬람협력기구

이슬람 방송규제기관포럼 제5차 연차 총회와 병행하여 개최되는 이번 국제 콘퍼런스는 말레이시아·터키·사우디아라비아·모로코 등 30여개 이슬람 국가 방송규제기관 대표단을 비롯하여 미디어 그룹 및 사업자 협회 등도 참석하였다.

이날 콘퍼런스에서 최성준 위원장은 '콘텐츠 교류를 통한 글로벌 화합'이라는 주제의 발표를 통해, 한국의 방송콘텐츠 교류 현황 등을 소개하고 빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서 방송콘텐츠 교류의 중요성을 강조하였다.

또한 "한국과 이슬람은 가족을 중시하고 노인을 공경하는 등 문화적

가치를 공유하고 있기 때문에, 방송콘텐츠 분야의 협력 가능성이 높다”고 전망하며, “문화융합과 방송기술·노하우 공유를 통해 우수한 콘텐츠를 제작하고 나아가 새로운 문화를 창출 할 수 있는 공동제작 등 다양한 방법의 방송콘텐츠 협력 강화를 위해 노력하자”고 제안하여 참석자들로 부터 큰 호응을 받았다.

한편 방통위는 오전에 열린 개회식에서 모든 참석자들이 지켜보는 가운데 메인 행사의 일환으로 본회의장에서 의장국인 인도네시아 방송위원회(Komisi Penyiaran Indonesia, KPI)와 양 기관 간의 방송콘텐츠 분야 양해각서(이하 ‘MoU’)를 체결하였으며, 최성준 위원장은 “오늘 인도네시아와의 MoU와 콘퍼런스를 계기로 다양한 이슬람 국가와 협력하기를 희망한다”고 밝히는 등 이슬람 국가와의 방송콘텐츠 협력 강화를 위한 의지를 표명하였다.

최 위원장은 다음날인 2월 23일에도 터키의 라디오·티브이(TV) 고등 위원회(Radio and Television Supreme Council, RTUK)의 일한 예를 리카야(Ilhan Yerlikaya) 위원장을 만나 양국 간 방송콘텐츠 분야 MoU를 체결하는 등 이슬람 국가와의 협력을 확대하기 위한 기반을 마련할 예정이다. 끝.

참고 : OIC 방송규제기관포럼(IBRAF) 개요. 끝.

## □ 제5차 OIC 방송규제기관포럼(IBRAF) 회의

- (일시 및 장소) 2017년 2월 21일 ~ 23일, 인도네시아 반둥
- (개요) 이슬람방송규제기관포럼 연차회의 및 국제 컨퍼런스 병행 개최
- (목적) 방송 관련 정보 교환 및 다양한 시청각 문제에 대한 토론

## □ OIC 방송규제기관포럼(IBRAF)

- (개요) 이슬람방송규제기관포럼(Islamic Broadcasting Regulatory Authorities Forum)은 OIC 회원국 중 방송규제기관간의 협력 증대를 위한 포럼
- (회원국) 인도네시아, 터키, 사우디아라비아, 이란, 말레이시아 등 30여개 이슬람국가들이 회원국으로 가입
  - ※ '16년 인도네시아 방송위원회(KPI) Yuliandre Darwis 위원장이 IBRAF 회장으로 취임
- (주요연혁) 16년까지 총 4차례의 회의 개최
  - '11년 1차 총회 개최(11월, 터키 이스탄불),
  - '13년 12월 이슬람외무장관회의에서 OIC 산하기구로 승인
  - '16년 4차 총회 개최(1월, 사우디아라비아 제다)
  - '17년 2월 인도네시아 반둥에서 5차 총회 개최 예정

### 〈 이슬람협력기구 OIC 〉

- OIC(Organization of Islamic Cooperation)
  - (개요) OIC는 '69년 창설된 이슬람교 국가들의 국제기구로 중동, 지중해, 중앙아시아, 북아프리카, 서아프리카, 동남아시아, 남아메리카 등지의 57개 회원국이 참여하고 본부는 사우디아라비아 제다에 있음
  - (주요활동) 사무국과 상임위원회가 있으며, 3년마다 이슬람정상회의 및 1년마다 이슬람 외무장관회의(ICFM) 등을 개최
  - (산하기구) 이슬람무역개발센터(ICDT) 등 6개의 부속기구와 이슬람방송규제기관포럼(IBRAF) 등 18개의 산하기구\*가 활동
  - \* 부속기구는 OIC 회원국 모두가 필수 가입이며, 산하기구는 회원국이 선택 가입



## 보 도 자 료

2017년 2월 23일(목) 배포시점부터  
보도하여 주시기 바랍니다



문의 : 기획조정관 국제협력팀 전해선 팀 장 (☎2110-1331)  
이성용 사무관 (☎2110-1333)  
방송기반국 콘텐츠교류협력팀 김영주 팀 장 (☎2110-1289)  
김종우 사무관 (☎2110-1281)

## 방통위, 터키 라디오·TV 고등위원회와 MoU 체결

### - 공동제작 협정 체결을 위한 협력 등 방송콘텐츠 교류 확대 기반 마련 -

인도네시아 반둥에서 개최되는 이슬람 방송규제기관포럼(IBRAF : Islamic Broadcasting Regulatory Authorities Forum) 주관의 국제 콘퍼런스에 참석 중인 방송통신위원회 최성준 위원장은 2월 23일(목) 터키 라디오·티브이(TV) 고등위원회(Radio and Television Supreme Council, RTUK)의 일한 예를리카야(Ilhan Yerlikaya) 위원장과 양국 간 방송콘텐츠 분야 협력 강화를 위한 면담을 갖고 업무협약(이하 'MoU')을 체결하였다.

최성준 위원장은 MoU 체결 전에 이루어진 면담자리에서 방송콘텐츠 산업 경쟁력 제고를 위한 국제교류의 중요성을 강조하고, “공동제작 협정 체결 등 방송콘텐츠 협력을 강화하기를 희망한다”고 밝혔다.

이에 일한 예를리카야 위원장은 “오늘 MoU 체결을 계기로 정부 간 협력과 더불어 양국의 방송사업자 간 협력도 더욱 활성화되기를 기대한다”고 답하였다.