



2017 방송통신위원회 연차보고서

KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION
ANNUAL REPORT

본 연차보고서는
「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제16조에 따라
국회에 제출하기 위하여 작성한
2017년 방송통신위원회 업무수행에 관한 보고서입니다.

발 간 사



제4기 방송통신위원회가 2017년 ‘국민이 중심되는 방송통신’을 비전으로 새롭게 출범하였습니다.

비전 실현을 위해 우리 위원회는 방송의 공정성과 공공성을 강화하고자 방송사업자 재허가의 공정한 심사와 신속하고 정확한 재난방송 체계 확립, 지역·중소방송 프로그램 지원 확대 등에 주력하였습니다.

이용자 보호를 위해 개인정보 유출사고에 대한 엄정한 제재와 이동통신단말기 지원금 상한제 폐지에 따른 통신시장 안정에 노력을 기울이고 불공정한 갑을 관계 근절을 위한 외주제작 관행 개선대책을 마련하였습니다.

방송산업의 지속적인 성장을 견인하기 위해 지상파 UHD 방송을 도입하고, 미디어 격차 해소와 인터넷 역기능 방지를 위해 맞춤형 미디어 교육과 사이버폭력 예방을 비롯한 윤리 교육을 확대하였습니다.

이번 연차보고서에는 지난 1년간 하루가 다르게 변화 하는 방송통신 환경 변화에 대응하기 위한 우리 위원회의 정책적 고민과 산업 현장을 직접 돌아보며 국민에게 다가가고자 했던 노력과 성과를 담았습니다.

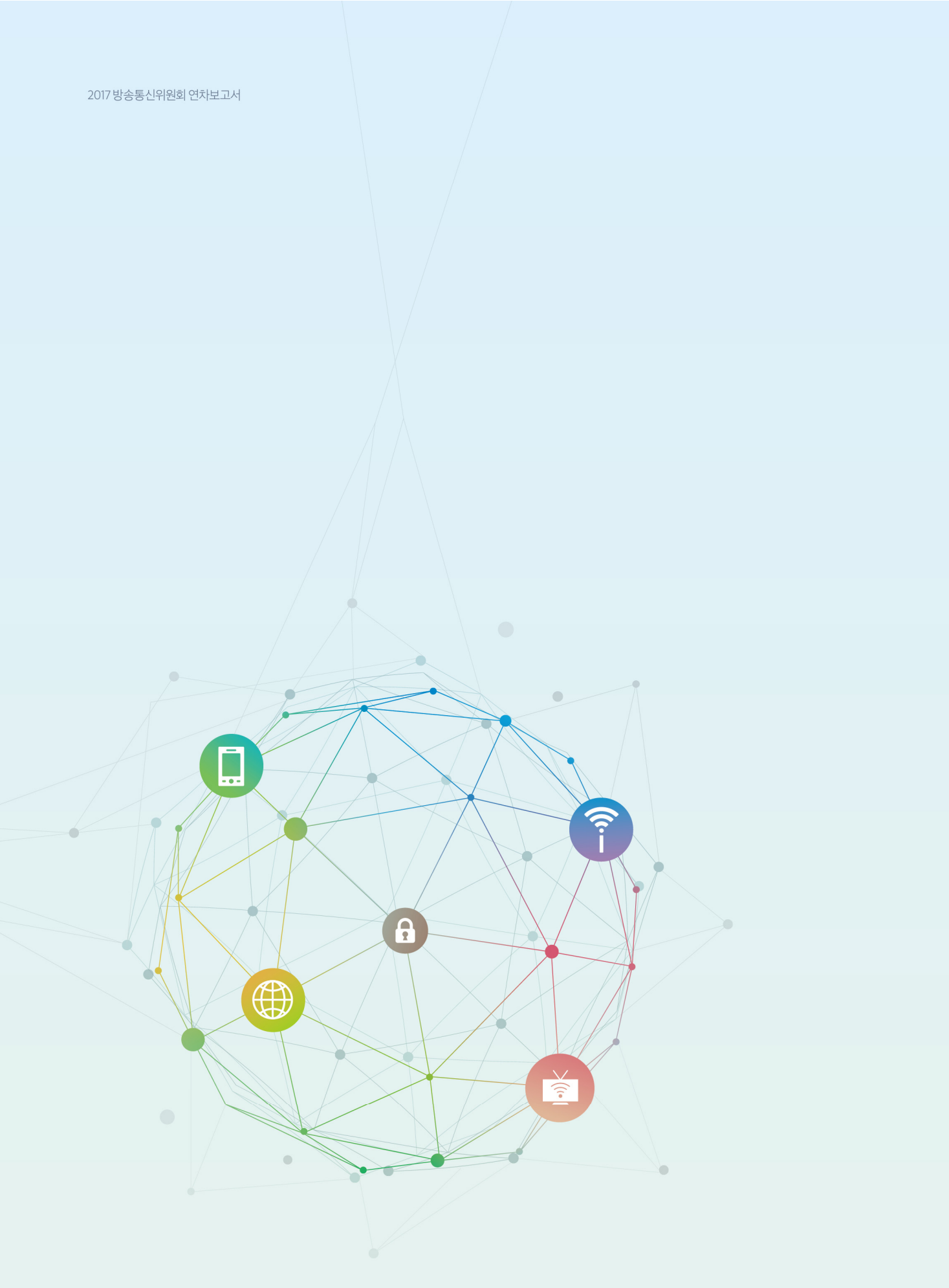
앞으로도 공정한 경쟁 환경과 상생의 장을 마련하여 고품질의 서비스가 제공되고 방송통신이 올바른 국민소통에 기여할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

국민 여러분의 지속적인 관심과 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

2018년 3월

방송통신위원회 위원장 이 효 성





그래프로 보는 방송통신 정책성과



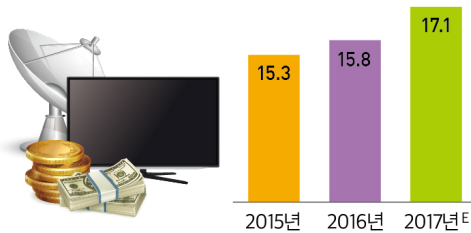
방송통신위원회
Korea Communications Commission

방송통신산업은 국가경제 성장에 지속적으로 기여하고 있습니다.

- 2017년 국내 방송서비스 시장 매출액은 17.1조 원, 통신서비스 매출액은 45.5조 원으로 나타났습니다.
- ICT 산업 수출액과 ICT 무역수지는 2016년 보다 증가하여 국가경제 성장에 지속적으로 기여하고 있습니다.

방송서비스 시장 매출액

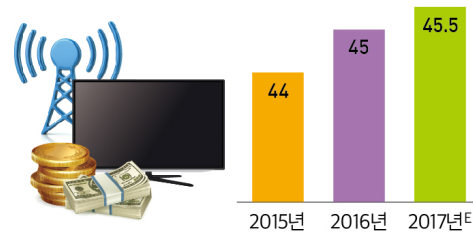
(단위 : 조 원)



주) E : Estimate(추정치)

통신서비스 시장 매출액

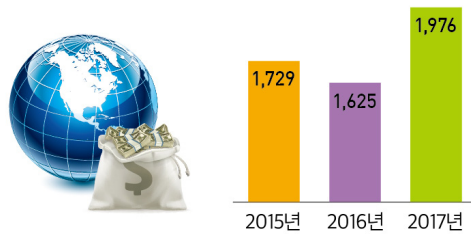
(단위 : 조 원)



주) E : Estimate(추정치)

ICT 산업 수출액

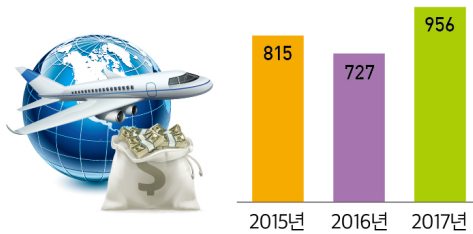
(단위 : 억 달러)



주) 산업통상자원부, 과학기술정보통신부(2018)

ICT 무역수지

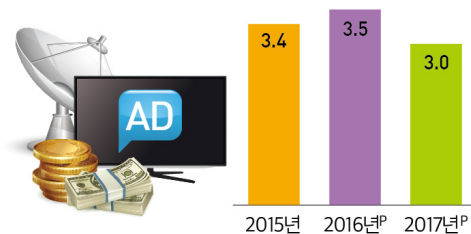
(단위 : 억 달러)



주) 산업통상자원부, 과학기술정보통신부(2018)

국내 방송광고 매출액

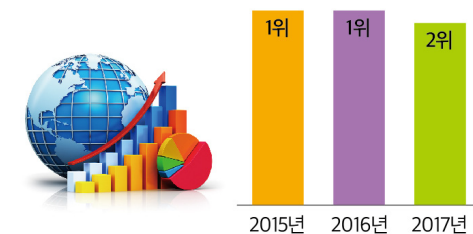
(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 한국정보통신진흥협회(2017)

ITU ICT발전지수(IDI) 평가 순위

(단위 : 순위)



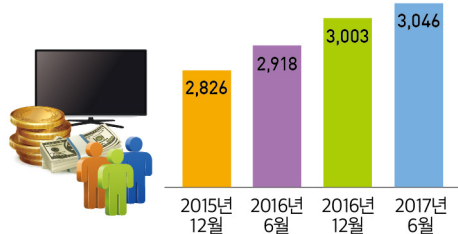
주) 과학기술정보통신부(2017)

방송통신 서비스의 확산으로 방송통신 시장활성화 기반을 마련하였습니다.

- ▶ IPTV를 포함한 유료방송 및 초고속인터넷 가입자 수는 지속적으로 증가하여 방송통신 융합 서비스를 활성화하였습니다.
- ▶ 무선데이터 트래픽은 2016년 보다 22.3% 증가하였고, LTE 가입자가 5,044만 명으로 증가하는 등 초고속 무선데이터 시대를 선도하고 있습니다.

유료방송 가입자 수

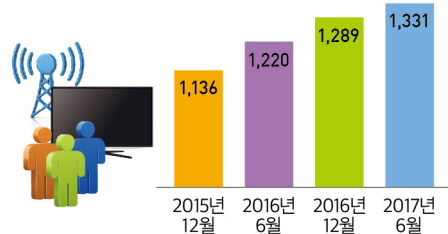
(단위 : 만 명)



주) 종합유선, 위성, IPTV 가입자 기준, 과학기술정보통신부(2017)

IPTV 가입자 수

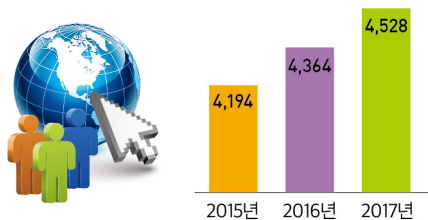
(단위 : 만 명)



주) 과학기술정보통신부(2017)

인터넷 이용자 수

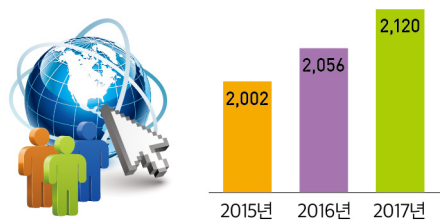
(단위 : 만 명)



주) 한국인터넷진흥원(2017)

초고속인터넷 가입자 수

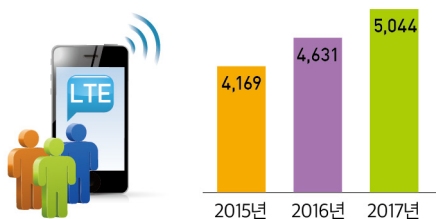
(단위 : 만 명)



주) 과학기술정보통신부(2017)

LTE 가입자 수

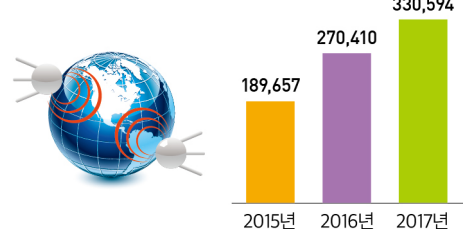
(단위 : 만 명)



주) 과학기술정보통신부(2018)

무선데이터 트래픽

(단위 : TB)



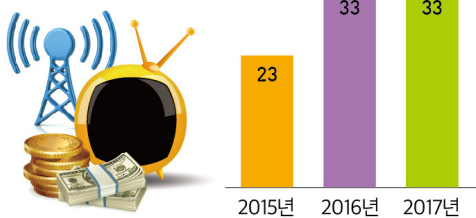
주) 무선통신 기술방식별(2G, 3G, 4G, WiBro, Wi-Fi) 트래픽, 해당연도 12월(1개월) 기준, 과학기술정보통신부(2018)

지역·중소방송 활성화를 지원하여 콘텐츠 경쟁력을 강화하였습니다.

- 지역·중소방송에 대한 제도적 지원방안을 강구하여 지역방송 내실화에 힘썼으며, 프로그램 제작을 지원하였습니다.
- 지역지상파 장애인방송의 제작비 지원을 확대하는 등 지역 시청자에게 다양한 고품격 프로그램을 제공하여 시청자 만족도를 증가시켰습니다.

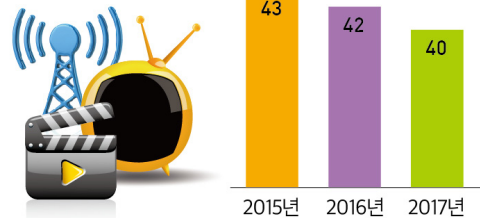
지역·중소방송 프로그램 제작 지원금

(단위 : 억 원)



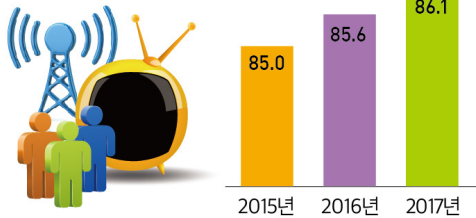
지역·중소방송 프로그램 제작 지원 편수

(단위 : 편)



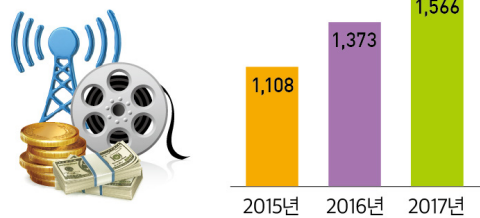
지역방송사 제작지원 프로그램 시청자만족도

(단위 : 점)



지역지상파 장애인방송 제작 지원금

(단위 : 백만 원)

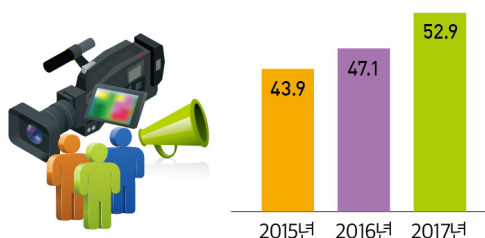


소외계층 등 이용자의 방송접근 기회를 확대하여 시청자 권익을 증진 하였습니다.

- 시청자가 직접 참여하는 미디어 환경 조성을 위하여 시청자미디어센터를 적극 활용하였으며, 자유 학기제 미디어교육을 실시하여 청소년들의 창의성 및 자기주도 학습능력 함양에 기여하였습니다.
- 시·청각장애인용 방송수신기 보급과 장애인방송 지원을 통하여 소외계층의 방송 접근권을 향상하기 위하여 노력하였습니다.

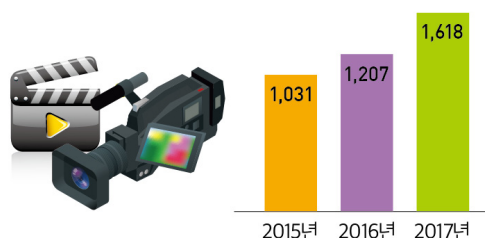
시청자미디어센터 이용자 수

(단위 : 만 명)



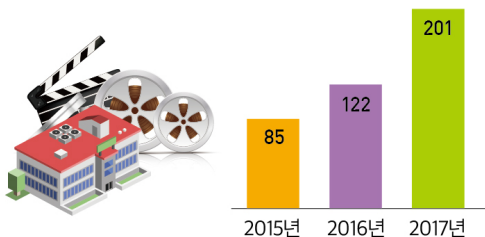
시청자미디어센터 설비 활용 방송 제작 편수

(단위 : 편)



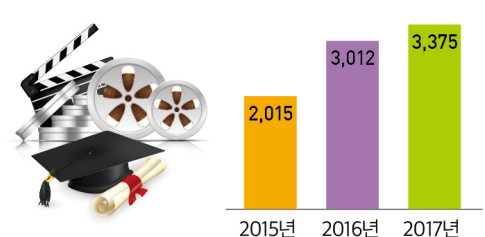
자유학기제 미디어교육 지원 학교 수

(단위 : 개교)



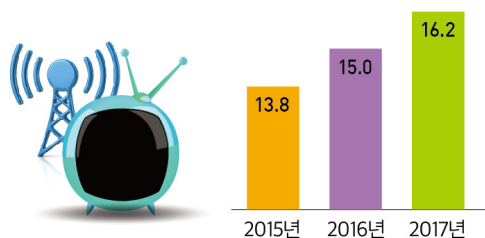
자유학기제 미디어교육 참여 학생 수

(단위 : 명)



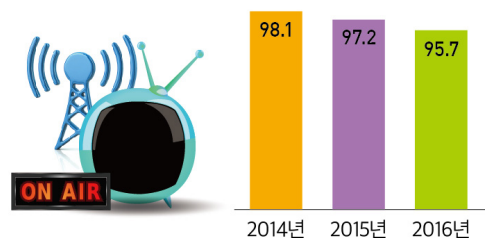
시·청각장애인용 방송수신기 보급 누적 대수

(단위 : 만 대)



장애인방송 편성 의무 달성 방송사 비율

(단위 : %)



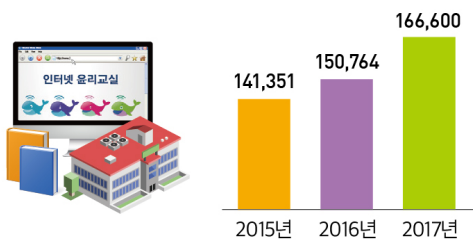
주) 2017년 달성비율은 2018년에 평가

건전한 인터넷 이용문화 환경을 조성하였습니다.

- 올바른 인터넷 문화 조성을 위해 사이버폭력 예방교육을 실시하였으며, 사이버 안심존 참여 운영 학교를 확대하여 운영하였습니다.
- 인터넷 윤리교육과 한국인터넷드림단을 운영하는 등 인터넷 윤리 활동을 지속적으로 시행하였습니다.

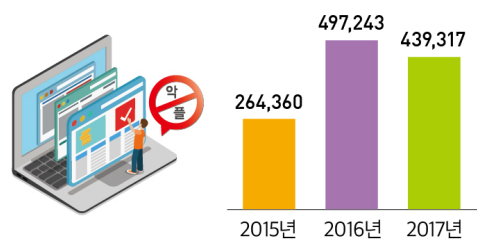
인터넷 윤리교육 및 사이버폭력 예방교육 운영 현황

(단위 : 교육인원 수)



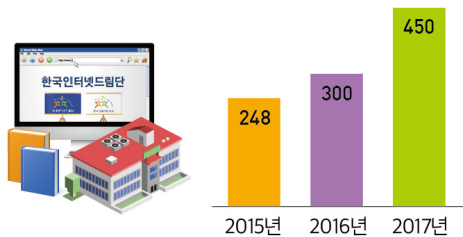
인터넷 윤리 체험관 운영 현황

(단위 : 이용객 수)



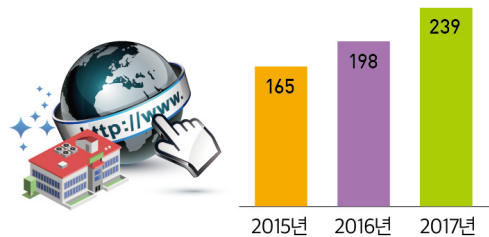
한국인터넷드림단 참여 학교 수

(단위 : 개교)



사이버 안심존 참여 학교 수

(단위 : 개교)

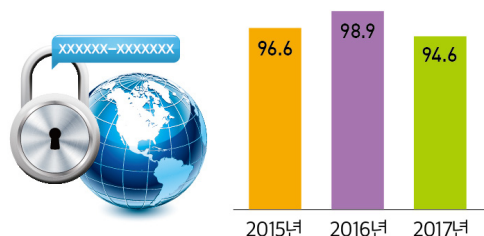


개인정보보호조치를 강화하여 방송통신서비스 이용 환경을 개선하였습니다.

- 국내·외 웹사이트의 주민등록번호 삭제율은 94.6%, 이동통신3사 스팸문자 평균 차단율은 84.2%로 개인정보 이용의 투명성을 제고하였습니다.
- 이메일 스팸 수신량은 0.41건로 나타났으며, 휴대전화 스팸 수신량은 0.09건으로 2016년 보다 53%로 감소하는 등 스팸으로 인한 이용자의 피해 예방을 위하여 노력하였습니다.

국내·외 웹사이트 주민등록번호 삭제율

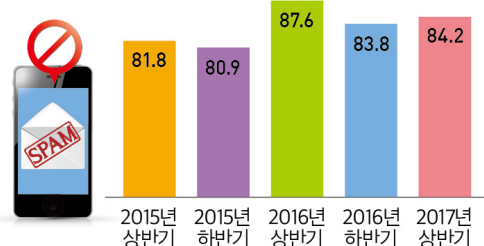
(단위 : %)



주) 주민등록번호 노출 웹페이지 수 대비 삭제 웹페이지 수의 비율

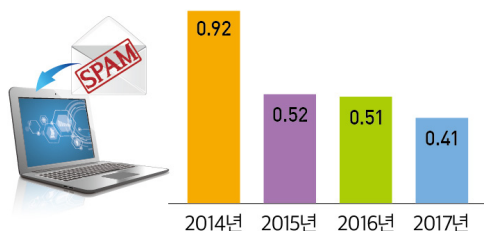
이동통신3사 스팸문자 평균 차단율

(단위 : %)



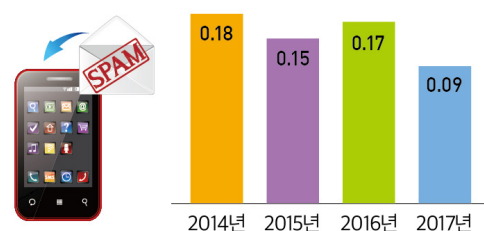
이메일 스팸 수신량

(단위 : 건)



휴대전화 스팸 수신량

(단위 : 건)





CONTENTS



I. 방송통신 정책환경	1
1. 글로벌 거시경제 및 방송통신 시장 동향	3
가. 글로벌 거시경제 동향	3
나. 글로벌 방송통신시장 동향	5
2. 국내 방송통신 정책환경	7
가. 국내 방송통신시장 동향	7
나. 방송통신 정책환경 변화	12
II. 방송통신위원회 현황 및 정책목표	15
1. 일반현황	17
2. 조직 현황 및 소관 사무	19
가. 조직 현황	19
나. 소관 사무 및 업무 분장	21
다. 위원회 소관 공공기관 및 유관기관	25
라. 2017년도 세출예산	25
마. 2017년도 정부입법 추진 현황	26
3. 2016년도 주요 정책성과	27
가. 방송의 공적 책임 제고	27
나. 방송통신 공정경쟁 촉진 및 이용자 보호	27
다. 콘텐츠 경쟁력 강화 및 신규 방송통신서비스 활성화	28
4. 2017년도 주요 정책목표	29
5. 국정과제 5개년 계획 추진	31



CONTENTS



Ⅲ. 2017년도 방송통신 정책성과..... 35

제1절 방송의 공정성 및 공공성 강화..... 37

1. 방송의 공적책임 제고..... 37
 - 가. 공정한 재허가·재승인 심사..... 37
 - 나. 재난방송 효율성 강화..... 46
 - 다. 시청자 권익 보호..... 49
 - 라. 우수프로그램 제작환경 조성..... 50
 - 마. 공익광고 활성화 및 중소기업 방송광고 지원..... 51
2. 지역·중소 방송 활성화 지원..... 55
 - 가. 고품질 프로그램 제작 등 지원..... 55
 - 나. 지역방송 유통 지원..... 56
 - 다. 지역방송 교육 및 인력 양성 지원..... 57
3. 미디어다양성 제고 및 조사 기반 구축..... 58
 - 가. 2016년도 방송사업자 시청점유율 산정 결과 발표..... 58
 - 나. 2016년도 N스크린 시청행태 조사 결과 발표..... 60
 - 다. 미디어다양성 증진 국제 컨퍼런스..... 63

제2절 안전하고 공정한 방송통신시장 실현..... 65

1. 방송통신 공정경쟁 촉진..... 65
 - 가. 외주제작환경 개선..... 65
 - 나. 방송사업자 불공정행위 개선..... 67
 - 다. 통신시장 공정경쟁 기반 조성..... 69
 - 라. 중소 유통점 지원 확대..... 71
 - 마. 이용자 피해 방지..... 72
2. 이동통신시장 안정화..... 73
 - 가. 지원금 상한제 폐지 대응..... 73
 - 나. 시장조사 강화..... 74



3. 이용자 보호 강화.....	74
가. 리콜 관련 이용자 보호.....	74
나. 분쟁해결 강화.....	75
다. 불법 유해정보 유통 방지.....	76
라. 불법 스팸 대응체계 강화.....	78
4. 개인·위치정보 보호환경 구축.....	82
가. 선도적 제도개선.....	82
나. 교육 및 인식제고.....	85
다. 조사 및 행정제재.....	88
제3절 방송통신시장의 활력 제고.....	91
1. 방송콘텐츠 제작·유통 기반 강화.....	91
가. 방송광고·협찬 제도개선 추진.....	91
나. 방송콘텐츠 경쟁력 강화 지원.....	92
다. 방송콘텐츠 교류협력 활성화.....	93
2. 신규 방송통신서비스 활성화 기반 마련.....	96
가. 지상파 UHD 방송 안정적 도입.....	96
나. MMS 본방송 도입 준비.....	98
3. 안전한 개인·위치정보 이용환경 조성.....	101
가. 사전동의 예외 합리화.....	101
나. 본인확인수단 확대.....	102
다. 국제협력 강화.....	103
라. 위치정보 산업 활성화.....	106
4. 방송통신 규제 개선.....	109
가. 핵심규제 발굴 및 개혁.....	109
나. 일자리 창출을 위한 기존 규제 정비.....	114



CONTENTS



5. 방송통신 해외진출 지원 및 남북 교류 추진.....	116
가. 방송통신 국제협력 강화.....	116
나. 남북 방송통신 교류추진.....	120

제4절 전 국민 미디어 역량 강화..... 124

1. 보편적 미디어교육 확대.....	124
가. 맞춤형 미디어교육.....	124
나. 미디어 창의인재 교육.....	126
2. 인터넷 상 표현의 자유 증진 및 윤리 수준 향상.....	127
가. 인터넷 표현의 자유 증진.....	127
나. 계층별·맞춤형 윤리 교육	129
다. 청소년 스마트폰 이용환경 개선.....	132
3. 소외계층의 방송접근권 확대.....	137
가. 시·청각장애인용 TV 보급.....	137
나. 장애인방송 품질 제고.....	139
다. 장애인방송 환경 개선.....	140

부 록..... 143

1. 2017년도 회계 결산.....	145
2. 방송통신위원회 회의 안건 목록.....	147
3. 2017년도 주요 연월표.....	152
4. 영문 약어.....	170
5. 방송통신산업 부문별 현황.....	174

| 표 목 차 |

표 I-1	세계 경제성장률 추이 및 전망	4
표 I-2	국내 경제성장률 전망	4
표 I-3	전 세계 IT 시장규모	5
표 I-4	전 세계 방송서비스 시장규모	5
표 I-5	전 세계 통신서비스 분야별 시장 전망	6
표 I-6	전 세계 이동통신 트래픽 전망	6
표 I-7	국내 방송/통신기기 생산액 및 수출액 추이	7
표 I-8	국내 방송서비스 시장 매출액 전망	7
표 I-9	매체별 광고매출 추이	8
표 I-10	유료방송 가입자 추이	9
표 I-11	통신서비스 시장 매출액	9
표 I-12	이동통신서비스 및 스마트폰 가입자 현황	10
표 I-13	이동통신 기술방식별 가입자 추이	10
표 I-14	한국의 이동통신 트래픽 추이	11
표 II-1	위원회 소관 법률 현황	17
표 II-2	위원회 부서별 업무분장표	23
표 II-3	위원회 소관 공공기관	25
표 II-4	위원회 유관기관	25
표 II-5	2017년도 위원회 세출예산 내역	26
표 II-6	위원회 소관 국정과제	33
표 III-1	2017년 지상파방송사업자 재허가 심사 결과	38
표 III-2	2017년 공동체라디오방송사업자 재허가 심사 결과	40
표 III-3	2017년 종합편성·보도전문PP 재승인 심사 결과	42
표 III-4	「방송법」 제17조제3항 및 제31조제1항	42
표 III-5	2016년도 방송평가 대상 사업자	43
표 III-6	방송평가 영역별 및 평가항목	43
표 III-7	재난방송 강화를 위한 고시·매뉴얼 개정(안) 주요 내용	47
표 III-8	중요 방송시설 안전점검	48

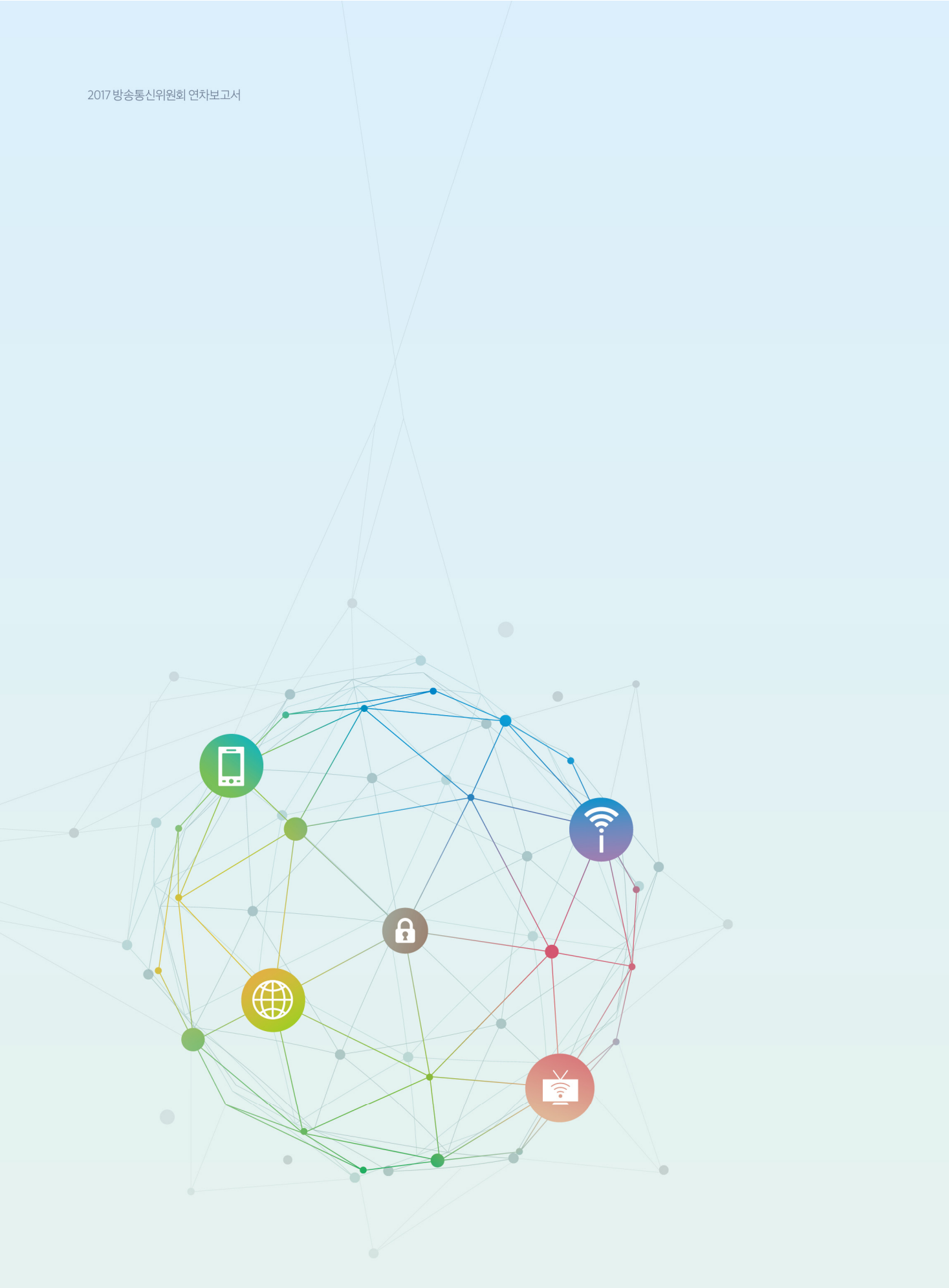
표Ⅲ-9	2017년 공익광고 제작.....	52
표Ⅲ-10	2017년 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원 현황.....	54
표Ⅲ-11	방송광고 제작지원 현황.....	55
표Ⅲ-12	2017년 지역·중소방송프로그램 제작지원 내용.....	56
표Ⅲ-13	2016년 주요 방송사업자 시청점유율 산정 결과.....	59
표Ⅲ-14	「전기통신사업법」 금지행위 모니터링.....	70
표Ⅲ-15	중소 유통점의 애로사항 및 개선 방안.....	71
표Ⅲ-16	이용자 피해 방지 및 불편 개선 성과.....	72
표Ⅲ-17	2017년 사업자 대상 개인정보보호 교육 현황.....	85
표Ⅲ-18	2017년 이용자 대상 개인정보보호 교육 현황.....	86
표Ⅲ-19	2017년 사업자 대상 위치정보보호조치 교육 결과.....	88
표Ⅲ-20	2017년 위원회 개인정보 관리실태 조사 및 제재 현황.....	89
표Ⅲ-21	지상파 UHD 방송 도입 일정.....	96
표Ⅲ-22	광역시·강원권 지상파 UHD 방송 구역.....	97
표Ⅲ-23	「방송법 시행령」 개정을 위한 연구 초안 주요 내용.....	100
표Ⅲ-24	본인확인수단 제공 현황.....	102
표Ⅲ-25	2017 대한민국 위치기반 서비스 공모전 선정 결과.....	106
표Ⅲ-26	2017 대한민국 위치기반 서비스 공모전 사업화 지원 프로그램 체계도.....	107
표Ⅲ-27	컨설팅 수행 절차.....	108
표Ⅲ-28	컨설팅 사례.....	108
표Ⅲ-29	위원회 규제개혁 프로세스.....	109
표Ⅲ-30	규제개혁과제 추진 성과.....	110
표Ⅲ-31	행정조사 정비과제 발굴 내용.....	111
표Ⅲ-32	네거티브화 과제 발굴 및 추진 현황.....	111
표Ⅲ-33	다양한 홍보수단을 활용한 규제개혁 홍보.....	112
표Ⅲ-34	규제개혁 교육과정 및 참여 인원.....	113
표Ⅲ-35	교육 참여도 제고를 위한 교육 독려.....	113
표Ⅲ-36	일자리 창출 규제 정비 추진 실적.....	114
표Ⅲ-37	정부 간 방송통신 협력을 위한 주요 활동.....	117
표Ⅲ-38	미디어교육 관련 간담회.....	124
표Ⅲ-39	연도별 임시조치건수.....	128
표Ⅲ-40	2017년 인터넷윤리교육 과정별 운영현황	129

표Ⅲ-41	연도별 사이버안심존 참여학교 및 교육인원	132
표Ⅲ-42	2017년 바이럴 마케팅 운영 실적	133
표Ⅲ-43	효과 및 서비스 만족도 조사 개요	134
표Ⅲ-44	「전기통신사업법」상 청소년 유해매체 차단	135
표Ⅲ-45	이통사 별 청소년 차단수단 제공 현황	135
표Ⅲ-46	2016년 장애인방송 편성 의무 평가결과	140
부록 표-1	2017년도 회계 결산 총괄 현황	145
부록 표-2	프로그램 총괄 현황	145
부록 표-3	방송통신발전기금 재정상태 현황	146
부록 표-4	방송통신발전기금 재정운영 결과	146
부록 표-5	위원회 회의 안건 목록	147
부록 표-6	2017년도 주요 연월표	152
부록 표-7	영문 약어	170

| 그 림 목 차 |

그림 I -1	알뜰폰 가입자 수 추이.....	11
그림 II -1	제4기 위원회 상임위원.....	19
그림 II -2	위원회 조직도	20
그림 II -3	비전 및 정책목표.....	30
그림 III -1	최근 3년간 지상파TV 방송평가 결과 추이(100점 환산).....	44
그림 III -2	최근 3년간 종합편성PP 방송평가 결과 추이(100점 환산).....	44
그림 III -3	2017년 시청자미디어축제.....	50
그림 III -4	2017년 위원회 방송대상 시상식.....	50
그림 III -5	공익광고 주제선정 절차.....	52
그림 III -6	2017년 지역방송 우수 콘텐츠의 홍보 및 마케팅 지원 내용.....	57
그림 III -7	방송프로그램 서비스 형태별 순이용자비율(6개월 평균).....	61
그림 III -8	미디어다양성 증진 국제 컨퍼런스.....	64
그림 III -9	외주제작 관련 협회 대표자 간담회.....	65
그림 III -10	한국방송작가협회 관계자 간담회.....	66
그림 III -11	방송사-외주사간 공정거래 환경조성을 위한 세미나.....	66
그림 III -12	통신서비스 이용자 피해 감소 언론 보도(2017년 11월).....	72
그림 III -13	지원금 상한제 폐지 홍보.....	73
그림 III -14	통신 단말기 리콜 도입 관련 언론 보도(2017년 9월).....	75
그림 III -15	국회의 효과적인 이용자 피해구제 필요성 제기.....	76
그림 III -16	통신분쟁조정제도 도입 관련 언론 보도.....	76
그림 III -17	인권침해 영상물 유통방지 관련 웹하드 사업자 설명회(2017년 9월).....	78
그림 III -18	클린인터넷방송협의회 및 인터넷개인방송 자율규제 방안 세미나(2017년 12월).....	78
그림 III -19	음성스팸 실시간 차단 서비스 흐름도.....	79
그림 III -20	웹팩스 스팸 간편신고 절차 소개.....	80
그림 III -21	주요 언론보도 내용(2017년 4월).....	81
그림 III -22	국제스팸대응협의체(UCENet) 정례회의 아시아퍼시픽 섹션에서 한국 발표현장.....	82
그림 III -23	개인정보보호 분야 종사자들의 교류와 소통의 장.....	86
그림 III -24	인터넷 내정보 지키미 캠페인.....	87

그림III-25	2017년 사업자 대상 위치정보보호조치 교육 현장	88
그림III-26	방송광고균형발전위원회 간담회 및 방송광고 활성화와 균형발전 합동 워크숍	91
그림III-27	위원회, 터키 라디오·티브이 고등위원회와 MOU 체결	94
그림III-28	한·태 공동제작 활성화 회의	94
그림III-29	위원회, 방송콘텐츠 교류 활성화 국제포럼 개최	95
그림III-30	한·EU 고위급 면담	104
그림III-31	GDPR 관련 기업 간담회	105
그림III-32	한·EU 고위급 라운드테이블 및 벨기에 CPP 면담	116
그림III-33	해외 정부기관 간 면담	118
그림III-34	2017 IBC 및 2017 MIPCOM	119
그림III-35	우즈베키스탄 정보통신기술개발부(MITC) 및 포르투갈 플랫폼사업자(NOS) 면담	119
그림III-36	인도네시아 정보통신기술부(KOMINFO) 장관면담 및 이탈리아 통신규제위원회 (AGCOM) 면담	120
그림III-37	남북 방송통신 국제컨퍼런스	122
그림III-38	통일 방송프로그램 제작지원	123
그림III-39	시청자미디어센터를 통한 맞춤형 미디어교육	125
그림III-40	마을미디어교육 지원 사업	126
그림III-41	미디어 창의인재 교육 프로그램	127
그림III-42	아·인·세 선포식 및 인터넷윤리 캐릭터 ‘웰리’	130
그림III-43	생활밀착형 인터넷윤리 홍보	130
그림III-44	인터넷드림 창작 동요제·음악제 및 인터넷 윤리대전	131
그림III-45	인터넷윤리 개선도	131
그림III-46	사이버안심존 MOU 체결	132
그림III-47	보도자료 및 관련 기사	133
그림III-48	수기공모전 및 우수사례집	134
그림III-49	효과 및 만족도 조사 결과	134
그림III-50	청소년 유해정보 차단수단 홍보 사례	136
그림III-51	시·청각장애인용 TV보급 MOU 체결 및 보급 현장	138
그림III-52	2017년 장애인용 TV 보급 제품	138
그림III-53	스마트 수어방송 시범방송 개선 화면	141





I

방송통신 정책환경



I. 방송통신 정책환경

1. 글로벌 거시경제 및 방송통신 시장 동향

가. 글로벌 거시경제 동향¹⁾

2017년 세계경제는 선진국의 경기회복세가 확산되면서 2016년 대비 0.5%p 증가한 3.6% 성장하였다(OECD). 선진국의 경기회복이 무역 및 투자 경로를 통해 신흥국으로 확산되는 한편, 2016년 하반기부터 자원가격 회복의 긍정적 영향이 가시화 된 것이 경제성장의 주요 요인으로 판단된다.

주요 국가별로 살펴보면, 미국경제는 고용시장이 호조를 보이는 가운데 민간소비의 꾸준한 성장, 달러화의 약세 전환에 따른 수출실적 개선, 그리고 기업투자 회복으로 2017년 2.2% 성장하였다. 유로 지역은 2016년 브렉시트(Brexit)로 촉발된 정치적 불확실성이 완화되면서 견조한 내수 증가와 수출 회복에 힘입어 2017년 2.4% 성장하였으며, 일본은 민간소비와 공공투자가 내수 시장을 견인하여 2016년 대비 0.5%p 증가한 1.5% 성장을 보였다. 한편 국제 원자재 가격의 안정화로 러시아와 브라질 등 자원부국의 성장세가 나타나는 가운데, 신흥국에서는 인프라 투자 등 정부지출을 뒷받침하기 위한 재정건전화 등의 노력으로 2016년 대비 완만한 성장을 이루었다.

2018년 세계 경제는 중국, 캐나다, 미국 등 주요 경제국에서 추진하고 있는 재정적·산업구조적 프로그램과 유럽지역의 양적 완화 확대정책에 기인하여 완만한 경제 환경 개선이 예상되는 가운데, 보호주의 대두, 취약한 금융시장, 이자율의 변화에 따른 잠재적 불안정성, 시장가치와 실제 경제활동 간의 괴리 등이 성장위협 요소로 지목되고 있다.

OECD는 2018년 세계 경제성장률은 2017년 3.6%보다 0.1%p 높은 3.7%를 전망하고 있다. 미국은 내수 수요의 확대와 양적 확대에 의해 2017년 2.2%에서 2018년에서 2.5%의 성장이 예상된다. 유럽은 2017년 대비 0.3%p 감소한 2.1% 성장이 예상되는데, 청년실업과 금융계 취약성이 일부 국가 성장을 둔화시킬 수 있을 것으로 판단하고 있다. 중국의 경우 해외 의존도를

1) OECD(2017), IMF(2017), 기획재정부(2017), 대외경제연구원(2017)에 근거하여 작성

줄이고 중공업으로 전환 달성 과제에서 국내 총생산 성장이 2017년 6.8%에서 2018년 6.6%로 전망하고 있다.

표 I - 1 | 세계 경제성장률 추이 및 전망

(단위 : %)

구 분		OECD			IMF		
		2016년	2017년	2018년	2016년	2017년	2018년
세계		3.1	3.6	3.7	3.2	3.6	3.7
선진국	미국	1.5	2.2	2.5	1.5	2.2	2.3
	유로존	1.8	2.4	2.1	1.8	2.1	1.9
	일본	1.0	1.5	1.2	1.0	1.5	0.7
	한국	2.8	3.2	3.0	2.8	3.0	3.0
신흥국	브라질	△3.6	0.7	1.9	△3.6	0.7	1.5
	중국	6.7	6.8	6.6	6.7	6.8	6.5
	인도	7.1	6.7	7.0	7.1	6.7	7.4
	러시아	△0.2	1.9	1.9	△0.2	1.8	1.6

주) △ : 감소

자료) OECD(2017), OECD Economic Outlook / IMF(2017), World Economic Outlook

2017년 우리나라는 반도체 업황 호조에 따른 수출 개선, 기업투자 증가 등에 힘입어 3.2%의 경제성장을 기록함으로 3년 만에 3%대 성장에 복원하였는데, 하반기의 세계경제 개선, 추경효과 등의 힘입어 당초 전망치(3.0%)를 상회하는 결과를 가져왔다.

2018년에는 우리나라 경제는 반도체 등 주력업종에서 확산된 보다 광범위한 수출 회복세, 향후 정부 혁신성장 정책의 성과들은 기회요인으로, 최저임금 인상에 따른 금융비용 증가, 법인세 인상 등에 따른 투자 둔화, 지정학적 긴장 등은 위험요인으로 지목되고 있다.

OECD는 2018년 우리나라의 경제성장을 건설투자 둔화에도 불구하고, 세계교역 회복과 확장적 재정정책 등에 힘입어 3.0%로 전망하고 있다. 한편, 국내기관들은 투자는 둔화되나, 소비·수출은 회복하는 경제 양상을 통해 2.9~3.0%의 성장을 전망하고 있다.

표 I - 2 | 국내 경제성장률 전망

(단위 : %)

구 분	기획재정부		한국은행		한국개발연구원	
	2017년	2018년	2017년	2018년	2017년	2018년
경제성장률	3.2	3.0	3.1	2.9	3.1	2.9

자료) 기획재정부(2017), 한국은행(2017), 한국개발연구원(2017)

나. 글로벌 방송통신시장 동향

2017년 전 세계 IT 산업은 글로벌 경기 회복세와 휴대전화 등 통신기기 시장과 SW 시장 확대에 플러스 성장을 나타냈다. Gartner(2017)에 따르면, 2017년 전 세계 IT 시장규모는 2016년 대비 3.4% 증가한 3조 7,250억 달러였다. 기기가 5.7%, 데이터센터시스템이 4.7%, SW가 8.9% 등 모든 분야에서 2016년 대비 성장한 것으로 나타났다.

2018년 IT 시장규모는 2017년 대비 3.9% 성장한 3조 8,690억 달러로 예상된다. 규모 측면에서는 통신서비스가, 성장속도 측면에서는 SW가 전체 IT시장 성장을 주도할 것으로 전망된다.

표 1-3 | 전 세계 IT 시장규모

(단위 : 십억 달러)

구 분	2016년	2017년	2018년	증감률		
				2015~2016년	2016~2017년	2017~2018년
기기	631	667	704	△2.3%	5.7%	5.5%
데이터센터시스템	170	178	179	△0.6%	4.7%	0.6%
(기업용) SW	326	355	389	5.2%	8.9%	9.6%
IT 서비스	894	933	985	3.2%	4.4%	5.6%
통신서비스	1,580	1,592	1,612	0.5%	0.8%	1.2%
합 계	3,601	3,725	3,869	6.3%	3.4%	3.9%

주) 소비기준임, △ : 감소
자료) Gartner(2017)

2017년 전 세계 방송서비스 시장은 9억 3,700만 명의 유료 TV가입자를 기반으로 3,150억 달러의 시장을 형성하고 있는데, 이는 2016년 시장규모 대비 4.5% 성장한 것이다. 방송서비스 시장의 성장은 전반적인 요금 인상과 더불어 신흥국가의 신규 가입자 증가에 기인한다. 한편 2018년 방송서비스 시장 규모는 2017년 대비 5.5% 성장한 3,320억 달러의 시장 규모가 예상된다.

표 1-4 | 전 세계 방송서비스 시장규모

(단위 : 백만 명, 십억 달러)

구 분	2016년	2017년	2018년	증감률		
				2015~2016년	2016~2017년	2017~2018년
유료 TV 가입자 수	885	937	962	3.2%	5.9%	2.7%
유료 TV 서비스	275	282	290	3.7%	2.5%	2.7%
가입기반 VOD 서비스	15	19	27	42.7%	33.3%	39.1%
Pay-Per-View VOD 서비스	12	14	15	22.0%	15.3%	16.2%
합계	302	315	332	5.7%	4.5%	5.5%

주) 소비기준임, △ : 감소
자료) Gartner(2017)

Gartner(2017)에 따르면, 2017년 전 세계 통신서비스시장은 유선 시장의 경우 서비스 가격의 하락과 경쟁 심화로 시장 규모가 2016년 대비 1.0% 감소할 전망이며, 무선시장의 경우 지속적인 가입자 증가 및 트래픽 성장에 힘입어 1.8% 증가가 예상된다.

표 I-5 | 전 세계 통신서비스 분야별 시장 전망

(단위 : 십억 달러)

구 분		2016년	2017년	2018년	증감률		
					2015~2016년	2016~2017년	2017~2018년
유선 서비스	기업	282	276	270	△2.3%	△2.2%	△2.2%
	개인	297	297	298	△0.8%	0.0%	0.3%
	소계	579	573	568	△1.5%	△1.0%	△0.9%
무선 서비스	기업	297	301	307	2.7%	1.4%	1.9%
	개인	704	718	737	1.4%	2.0%	2.7%
	소계	1,001	1,019	1,044	1.7%	1.8%	2.4%
합 계		1,580	1,592	1,612	0.5%	0.8%	1.2%

주) 소비기준임, △ : 감소

자료) Gartner(2017)

2017년 전 세계 이동통신 트래픽은 2016년 대비 3,931 PB/월 증가한 1만 1,002 PB/월로 증가하였으며, 향후 2021년까지 연평균 61.2% 성장을 통해 4만 7,804 PB/월로 예상된다. 이동통신 기기별로 살펴보면, 스마트폰 트래픽이 전체 트래픽을(2017년 기준 82.8%)을 주도하고 있으며, M2M의 빠른 성장이 돋보인다. Cisco(2017)는 전체 트래픽에서 4세대(LTE) 기술방식이 차지하는 트래픽 비중은 2016년 69%에서 2021년 79%로 전망하고 있으며, 2012년 5세대 이동통신의 트래픽은 1.5%에 다를 것으로 예측하고 있다. 기술세대별 트래픽 비중과 마찬가지로 이동통신 단말기 시장 역시 4세대 이동통신(LTE) 중심으로 형성되어 있다.

표 I-6 | 전 세계 이동통신 트래픽 전망

(단위 : PB/월)

구 분		2016년	2017년	2021년	증감률	
					2016~2017년	2017~2018년
단말 유형별 트래픽 (PB/월)	피쳐폰	106.9	134.6	262.9	25.9%	25.2%
	스마트폰	5,749.1	9,109.8	41,032.6	58.5%	63.4%
	태블릿, 모바일PC	1,059.6	1,479.2	4,335.7	39.6%	42.2%
	M2M	154.3	277.7	1,376.9	80.0%	72.8%
	기타 휴대 단말	0.9	0.6	0.6	△34.2%	△7.8%
	합 계	7,070.8	11,002.0	47,804.2	55.6%	61.2%
기술 세대별 휴대전화 출하량 (백만개)	2G	0.0	0.0	0.0	-	-
	2.5G	21.7	12.8	0.0	△41.0%	-
	3G	245.2	186.0	116.3	△24.1%	△17.0%
	4G	1,206.6	1,336.0	1,657.8	10.7%	8.3%
	합 계	1,473.5	1,534.8	1,774.1	4.2%	4.3%

주) △ : 감소

자료) 트래픽은 Cisco Mobile VNI(2017), 휴대전화 출하량은 IDC(2017)

2. 국내 방송통신 정책환경

가. 국내 방송통신시장 동향

2017년 방송/통신기기 생산은 글로벌 경기 침체에 따른 2016년의 마이너스 성장을 극복하고, 휴대전화, 디지털 TV 등 완제품 시장의 성장에 힘입어 2016년 대비 1.3% 증가한 78.6조 원으로 전망된다. 한편 수출액 역시 2016년 대비 1.7% 성장한 368억 달러가 예상되는데, 글로벌 스마트폰 시장 성장세 둔화 지속과 경쟁심화에도 불구하고 제품 경쟁력 강화로 소폭 증가한 것으로 나타났다.

표 1-7 | 국내 방송/통신기기 생산액 및 수출액 추이

(단위 : 조 원, 십억 달러)

구 분	2015년		2016년 ^P		2017년 ^P		2016~2017년 증감률	
	생산액	수출액	생산액	수출액	생산액	수출액	생산액	수출액
통신기기	71.1	31.8	63.9	27.1	64.5	27.6	0.9%	1.8%
방송기기	14.4	8.5	13.7	9.1	14.1	9.2	2.9%	1.1%
합 계	85.5	40.3	77.6	36.2	78.6	36.8	1.3%	1.7%

주) P: Preliminary(잠정치)

자료) 한국정보통신진흥협회(2017), 한국전자정보통신산업진흥회(2017), 2017년은 정보통신정책연구원(2017) 전망

2017년 국내 방송사업자의 방송서비스 매출액은 2016년 대비 1.9% 증가한 16.2조 원으로 추정된다. 세부적으로 살펴보면 지상파 방송 매출은 가장 큰 비중을 차지하는 광고매출 감소로 2016년 대비 소폭 감소할 것으로 판단된다. 중장기적으로는 광고시장에서의 타 매체와의 경쟁 심화로 지상파 매출은 감소할 것으로 전망되고 있으나, UHD 방송 시작 및 확대 등 차세대방송의 시청환경 개선으로 4조 원대의 매출은 유지할 수 있을 것으로 예상된다. 유료방송은 2016년과 유사한 5.6조 원의 매출이 발생할 것으로 예상되는 가운데, 방송채널사용 사업은 MSP, 종합편성 채널 등의 방송채널 사용자의 콘텐츠 역량 강화에 따른 시청률 상승 요인이 광고 및 프로그램 제공 매출을 견인하여 지속적인 성장이 예상된다.

표 1-8 | 국내 방송서비스 시장 매출액 전망

(단위 : 조 원)

구 분	2016년	2017년 ^E	2018년 ^E
방송서비스 (전년대비증가율)	15.9 (3.8%)	16.2 (1.9%)	16.7 (3.1%)
지상파 방송	4.0	3.9	4.0
유료 방송	5.5	5.6	5.8
방송채널사용 사업	6.4	6.7	6.9

주) E: Estimate(추정치)

자료) 2016년은 방송산업실태조사보고서(2017), 2017~2018년은 정보통신정책연구원 전망

2017년 국내 총 광고시장은 12조 964억 원으로 2016년 보다 2.6% 성장한 것으로 나타났다. 2017년 기준 국내 광고시장 매출액 중 모바일이 전체의 18.6%로 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 밝혀졌으며, 인터넷광고(18.0%), 케이블PP(17.0%), 지상파TV(13.7%), 신문(12.6%) 등의 순으로 나타났다. 방송광고의 매출액은 2016년 대비 0.9% 증가한 4조 1,417억 원으로 나타났는데, 케이블PP, 위성방송, IPTV에서 매출액이 증가한 영향으로 판단된다. 지상파 TV의 2017년 매출액은 1조 6,529억 원으로 전년도 1조 7,693억 원 대비 6.6% 감소한 것으로 나타난 반면, 모바일 광고 매출액은 2조2,498억 원으로 2016년 대비 13.5% 증가해 지속적으로 규모가 증가하고 있는 것으로 나타났다. 모바일 광고시장이 빠른 속도로 성장하고 있는 반면, 방송(지상파) 광고시장은 하락하고 있는 전 세계적인 경향이 국내에서도 발견된다.

표 I-9 | 매체별 광고매출 추이

(단위 : 억 원)

구 분		2016년	2017년 ^E	2018년 ^E	증감률	
					2016~2017년	2017~2018년
방송	지상파 TV	17,693	16,529	16,340	△6.6%	0.7%
	지상파DMB	81	80	80	△1.1%	△0.2%
	케이블PP	18,951	20,534	20,700	8.4%	0.8%
	케이블 SO	1,346	1,338	1,315	△0.6%	△1.7%
	IPTV	846	887	909	4.9%	2.5%
	위성방송	283	465	500	64.3%	7.5%
	라디오	1,856	1,584	1,399	△14.7%	△11.7%
	소계	41,056	41,417	41,243	0.9%	△0.4%
온라인	인터넷	21,731	21,715	21,397	△0.1%	△1.5%
	모바일	19,816	22,498	25,446	13.5%	13.1%
	소계	41,547	44,213	46,843	6.4%	5.9%
인쇄	신문	15,275	15,246	15,276	△0.2%	0.2%
	잡지	4,524	4,879	4,741	7.9%	△2.8%
	소계	19,799	20,125	20,017	1.6%	△0.5%
옥외		10,885	10,632	10,334	△2.3%	△2.8%
기타	DM	867	883	885	1.8%	0.3%
	생활정보	1,579	1,536	1,462	△2.7%	△4.9%
	취업정보	344	319	319	△7.3%	0.0%
	소계	2,790	2,738	2,666	△1.8%	△2.6%
방송제작사		1,860	1,839	1,929	△1.1%	4.9%
합 계		117,937	120,964	123,031	2.6%	1.7%

주) E: Estimate(추정치), △ : 감소

자료) 2017 방송통신신광고비조사(과학기술정보통신부, 한국방송진흥공사)

2017년 유료방송(종합유선, 위성방송, IPTV) 가입자 수는 2016년 대비 1.1% 증가한 3,028만 명으로 나타나 처음으로 3천만 명을 돌파했으나 시장 성장이 둔화되고 있다. 매체별로는 종합유선 1,394만 명(시장점유율 45.8%), IPTV 1,313만 명(43.7%), 위성방송 321만 명(10.5%) 순으로 나타났으며, IPTV가 가입자 시장 성장을 주도하고 있다.

표 1-10 | 유료방송 가입자 추이

(단위 : 만 명)

구 분	2015년	2016년	2017년*
유료방송 (전년대비증가율)	2,818 (3.0%)	2,996 (6.3%)	3,028 (1.1%)
종합유선	1,373	1,389	1,394
위성방송	309	308	321
IPTV	1,136	1,289	1,313

주) * 2017년 6월 기준

자료) 2016년은 방송산업실태조사보고서(2017), 2017년은 과학기술정보통신부(2017)

2017년 통신서비스 매출은 2016년 대비 1.1% 증가한 45조 5천억 원으로 추정된다. 유선통신 서비스는 통화대체 등에 의한 유선전화 매출의 감소, 초고속통신망은 결합상품 증가 영향에 의해 감소추세가 지속될 것으로 전망되며, 무선통신 서비스는 데이터 및 LTE 요금제로의 확대에 소폭 증가가 예상된다.

표 1-11 | 통신서비스 시장 매출액²⁾

(단위 : 조 원)

구 분	2016년 ^P	2017년 ^E	2018년 ^E
통신서비스* (전년대비증가율)	45.0 (2.4%)	45.5 (1.1%)	46.4 (1.8%)
유선통신	11.3	10.8	10.4
무선통신	24.4	24.9	25.6

주1) P: Preliminary(잠정치), E: Estimate(추정치)

주2) * 통신서비스 매출액은 유선통신, 무선통신, 회선설비 임대 재판매 및 통신서비스 모집·중개서비스, 부가통신에 대한 매출액합계이며, 표에서는 유선과 무선통신 서비스 매출액만 표시

자료) 2016년은 한국정보통신진흥협회(2017) / 2017~2018년은 정보통신정책연구원(2017) 전망

2017년 이동통신 가입자는 2016년 대비 3.8% 성장한 6,366만 명으로 집계되었다. 2016년 4,642만 명이었던 스마트폰 사용 가입자는 2017년 4,861만 명으로 증가하여 전체가입자의 76.4%를 차지하고 있다. 순증 회선수 추이를 살펴보면 사물인터넷 순증 회선수가 휴대전화 순증 회선수를 추월하고 있어 사물인터넷이 이동통신 가입자 수 증가에 기여하고 있는 것으로 나타나고 있다.

2) 2017 ICT 통합분류체계 도입으로 유선통신, 무선통신, 회선설비 및 임대재판매, 부가통신서비스로 구성된 통신서비스 통계분류 체계가 유선통신과 무선통신, 통신재판매 및 중개서비스로 재분류 되었으며, 기존의 부가통신서비스는 유선통신서비스와 정보서비스의 일부 항목으로 편입

표 I - 12 | 이동통신서비스 및 스마트폰 가입자 현황

(단위 : 만 명)

구 분		2015년	2016년	2017년
이동통신서비스 가입자 (전년대비증가율)		5,894 (2.9%)	6,130 (4.0%)	6,366 (3.8%)
단말 유형	스마트폰	4,367	4,642	4,861
	피쳐폰	999	848	744
사용 용도	휴대전화	5,366	5,490	5,605
	사물인터넷	428	539	660
	기타	100	101	101

자료) 과학기술정보통신부(2017) 무선가입자 현황 통계자료 재구성

이동통신 기술방식별 회선 현황을 살펴보면, CDMA, WCDMA, LTE 가입자 중 LTE만 증가하였다. 2017년 기준 LTE 가입자는 약 5,044만 명으로 전체이동가입자의 79.2%를 차지하고 있다.

표 I - 13 | 이동통신 기술방식별 가입자 추이

(단위 : 만 명, %)

구 분		2015년		2016년		2017년		2016~2017년 증감률
		가입자	비중	가입자	비중	가입자	비중	
기술 방식	CDMA	471	8.0	355	5.8	256	4.0	△27.9
	WCDMA	1,254	21.3	1,144	18.7	1,066	16.8	△6.8
	LTE	4,169	70.7	4,631	75.5	5,044	79.2	8.9
	합계	5,894	100.0	6,130	100	6,366	100.0	3.8
용도	휴대전화	5,366	91.0	5,490	89.6	5,605	88.0	2.1
	사물인터넷	428	7.3	539	8.8	660	10.4	22.5
	기타	100	1.7	101	1.6	101	1.6	0.0
	합계	5,894	100	6,130	100	6,366	100.0	3.8

주) △ : 감소

자료) 과학기술정보통신부(2017) 무선가입자 현황 통계자료 재구성

스마트 폰 보급, 4세대 중심의 이동통신 시장, 그리고 다양한 요금제 출시 등에 따라 한국의 이동통신 트래픽은 급속하게 증가하고 있다. 2017년 이동통신은 월평균 28만 7,438 TB/월 트래픽을 발생하고 있는데, 이는 2016년 대비 36.2% 트래픽이 더 사용되고 있음을 의미한다. 단말 유형별로 살펴보면 3G/4G 스마트폰이 전체 트래픽의 99.9%를, 4G 스마트폰은 99.5%를 차지하고 있으며, 가입자 수, 단말기 유형은 물론 트래픽 추이에서도 4G(LTE)가 현재 이동통신 시장을 주도하고 있음을 확인할 수 있다.

표 I - 14 | 한국의 이동통신 트래픽 추이

(단위 : 평균 TB/월)

구 분		2015년	2016년	2017년	증감률	
					2015~2016년	2016~2017년
단말 유형별	2G/3G 피쳐폰	46	31	32	△32.6%	3.2%
	3G 스마트폰	3,941	1,941	1,359	△50.7%	△30.0%
	4G 스마트폰	139,168	209,071	286,046	50.2%	36.8%
	합 계	143,155	211,043	287,438	47.4%	36.2%
기술 세대별	2G	6	7	5	16.7%	△28.6%
	3G	3,980	1,965	1,386	△50.6%	△29.5%
	4G	140,305	211,582	290,379	△50.8%	37.2%
	WiBro	3,869	3,058	1,885	△21.0%	△38.4%
	WiFi	9,473	11,742	14,862	24.0%	26.6%
	합 계	157,633	228,354	308,517	44.9%	35.1%

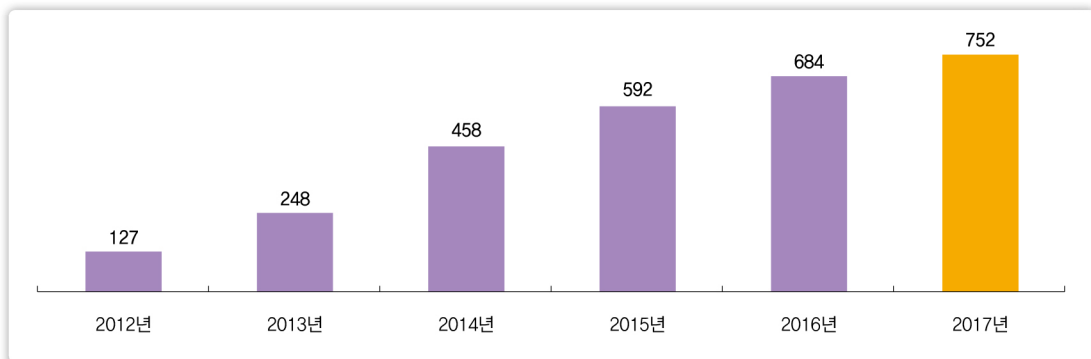
주) △ : 감소

자료) 과학기술정보통신부(2017) 자료 재구성

알뜰폰 가입자 수는 2011년 7월 도매제공제도 시행 이후, 사업자의 적극적 노력과 도매대가 인하, 전파사용료 감면, 우체국 판매 대행 등 정부의 활성화 정책에 힘입어 지속적인 증가 추세를 보이고 있다. 2017년은 2016년 대비 10.0% 증가한 752만 명의 가입자를 유치함으로써, 전체 이동통신 가입자 기준 12.0% 시장을 점유하고 있다. 2017년 6월 기준으로 43개의 알뜰폰 사업자가 가입자를 확보하는 등 이동통신시장의 경쟁 활성화에 기여하고 있다.

그림 I - 1 | 알뜰폰 가입자 수 추이

(단위 : 만 명)



(단위 : 만 명)

구 분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	성장률 2016~2017년
가입자 수	127	248	458	592	684	752	10.0%

자료) 과학기술정보통신부(2017)

나. 방송통신 정책환경 변화

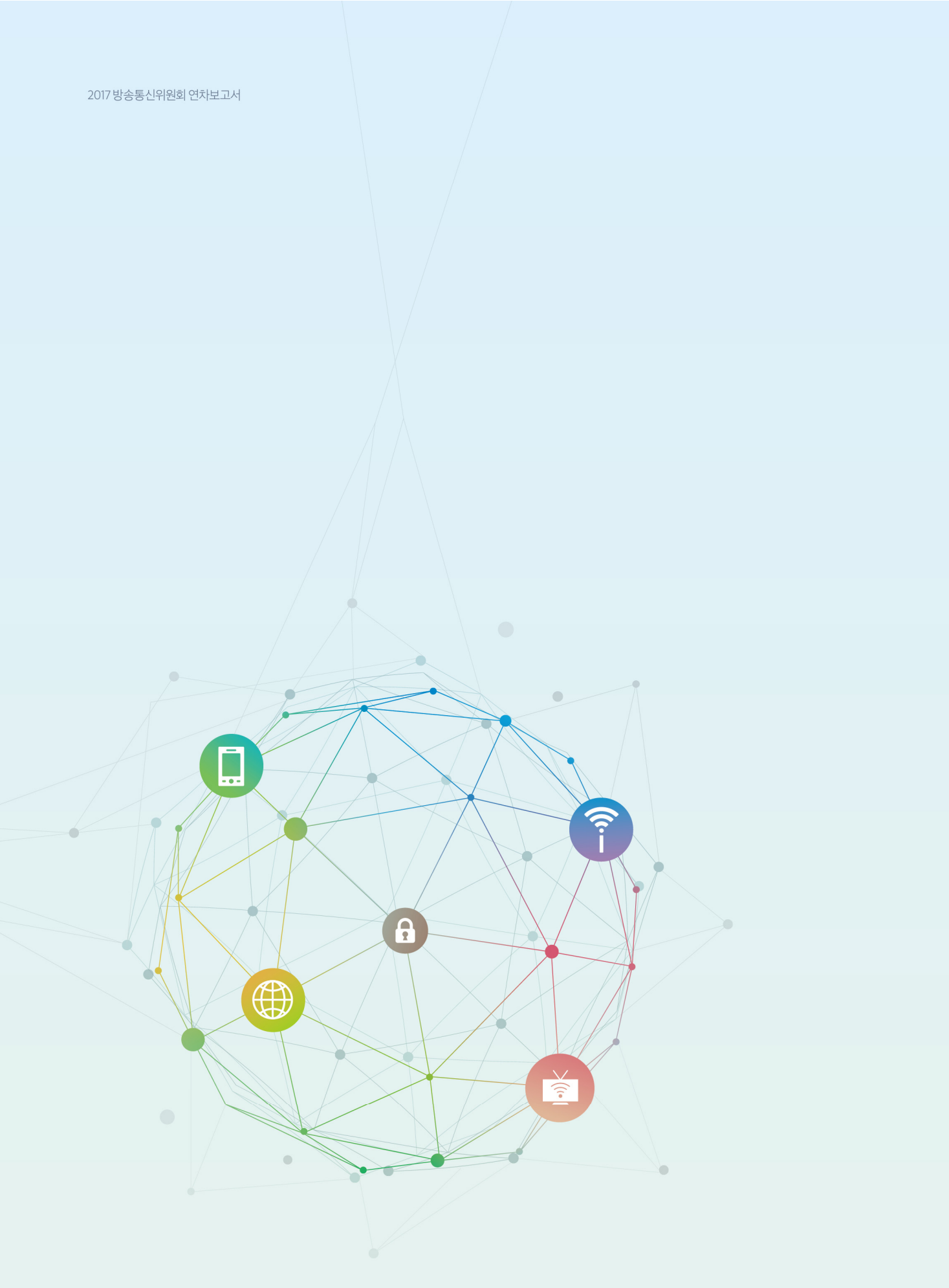
2017년 방송·통신 서비스 시장 규모는 약 62조 원(방송 16.2조 원, 통신 45.2조 원)으로 2016년 대비 1.3% 성장했다. 종합편성·유료방송 부분은 성장하고 있으나, 모바일 중심의 시청 행태 변화 등으로 방송 서비스 시장은 전반적으로 둔화되었다. 통신서비스 시장은 유선·휴대전화 등 기존 통신서비스 시장은 포화상태를 보이고 있으나, 빅데이터·사물인터넷(IoT)·O2O 서비스 등 IT 기반의 신산업 서비스 활성화 등은 통신시장의 성장 가능 환경을 제공하고 있다.

광고시장이 방송산업의 주요 매출원인 상황에서 지상파방송의 비중은 감소 추세이며, 온라인(인터넷, 모바일), IPTV 등 뉴미디어의 영향력은 커지고 있다. 따라서 광고 제도를 개선하고, 방송 사업자 간 공정경쟁과 상생 협력을 도모하며, UHD, 다채널방송과 같은 신규 방송서비스의 도입을 확대하는 등 방송 산업 활성화 정책 수립이 요구된다. 또한, 국제 협력, 한류 방송콘텐츠 제작 재원 확충과 같은 해외 진출 지원 등을 통해 방송시장의 활력을 증진할 필요가 있다.

유선전화, 초고속인터넷, 이동전화 시장이 포화상태로 성장이 정체됨에 따라 경쟁이 과열되고 있어, 서비스 이용자의 피해 발생을 방지하는 노력이 필요하다. 한편 2017년은 미래 통신 네트워크 초석을 다진 원년이기도 하다. 5세대(5G) 이동통신은 상용화 로드맵을 확정했고, 차세대 사물인터넷(IoT) 전국망 구축 등 괄목할 만한 성과를 도출했다. 당장 눈에 보이는 수익을 가져다주진 않았지만, 4차 산업혁명을 이끌 핵심 인프라로 미래 국가경쟁력을 강화할 기반이 될 것으로 기대된다.

방송통신 시장은 UHD 방송 본격화 및 방송사업자의 OTT 시장 진출, MCN·SNS를 활용한 1인 방송, 결합 서비스 확산 등에 따라 미디어 제작과 소비가 다양해지고, 사업자 간 경쟁은 더욱 치열해지고 있다. 방송 사업자는 가입자 포화시장을 극복하기 위해 온라인동영상 서비스(OTT)와 가상현실(VR) 등 신 사업을 확대하고 있으며, 원하는 프로그램을 몰아 보는 방송 소비 형태가 자리 잡으면서 앞으로 국내 방송시장에서 OTT 비중은 확대될 것으로 예상된다. 인터넷·모바일 중심으로 미디어 시청행태가 변화되고 있으며, OTT·웹콘텐츠 등 방송통신 융합으로 새로운 미디어 서비스들이 계속적으로 나타나고 있어, 방송시장의 공정경쟁 환경 조성 및 미디어 격차를 해소할 수 있는 미래지향적 규제체계 조성이 요구된다.

빅데이터·사물인터넷(IoT) 등 지능정보사회가 본격화됨에 따라 IT기반 신사업 서비스가 활성화 되고, 이용자 보호도 보다 복잡하게 전개될 전망이다. 통신서비스가 다양해지고 새로운 유형의 서비스 등장으로 이용자 피해가 증가함에 따라 관련 제도 개선 및 보호환경 조성이 필요해지고 있다. 한편 개인정보 활용 서비스가 전 분야로 확산됨에 따라 개인정보 유출 등에 대한 사전적 보호강화와 함께 자율규제를 병행하고, 글로벌 서비스 확대에 대응한 국제공조 강화가 필요하다.





II

방송통신위원회 현황 및 정책목표



II. 방송통신위원회 현황 및 정책목표

1. 일반현황

「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」에 따라 설립된 방송통신위원회(이하 '위원회')는 방송통신에 관한 규제와 이용자 보호, 방송의 독립성 보장을 위한 업무를 총괄하고 있으며, 방송통신 융합현상에 능동적으로 대응하여 방송의 자유와 공공성 및 공익성 증진에 기여함을 목적으로 하고 있다.

위원회의 주요 기능은 지상파방송 및 종합편성·보도전문PP 정책, 방송통신사업자의 금지행위 위반 시 조사·제재, 방송통신 이용자 보호정책 수립·시행, 개인정보 보호정책 수립·시행 및 불법유해정보 유통방지, 방송광고, 편성 및 평가정책 수립·시행, 미디어 다양성 정책 등이 있다.

위원회는 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함한 5명의 상임위원으로 구성된다. 5명의 상임위원 중 위원장을 포함한 2인은 대통령이 임명하고 나머지 3인은 국회의 추천을 받아 대통령이 임명하며¹⁾, 주요 사항은 합의제 기구의 특성에 따라 심의·의결을 하고 있다.

위원회의 소관 법률은 다음과 같다.

표 II-1 | 위원회 소관 법률 현황

법률명	주요내용	연혁
「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」	- 위원회 설치 근거, 구성, 사무조직 - 위원회의 소관사무, 운영방법 및 심의위원회 설치	2008년 02월 29일 제정 2015년 12월 22일 개정
「방송통신발전 기본법」	- 방송통신 정책의 기본방향, 기본계획 수립 - 방송통신 재난관리, 방송통신발전기금 설치	2010년 03월 22일 제정 2017년 07월 26일 개정
「방송법」	- 방송편성의 자유와 독립, 방송의 공적 책임 - 방송사업에 대한 허가·재허가·승인·재승인	2000년 01월 12일 제정 2017년 07월 26일 개정
「한국교육방송공사법」	- 한국교육방송공사의 자본금 및 출자 - 임원의 임명, 이사회 구성	2000년 01월 12일 제정 2015년 12월 22일 개정

1) 3인의 상임위원 중 1인은 대통령이 소속되거나 소속되었던 정당의 교섭단체가 추천, 2인은 그 외의 교섭단체가 추천

법률명	주요내용	연혁
「방송문화진흥회법」	• 방송문화진흥회의의 임원 구성 • 방송문화진흥회자금의 설치 근거	1988년 12월 26일 제정 2014년 06월 03일 개정
「지역방송발전지원 특별법」	• 지역방송발전지원계획 수립 • 지역방송발전위원회 설치 및 구성	2014년 06월 03일 제정
「방송광고판매대행 등에 관한 법률」	• 방송광고판매대행사 허가, 소유제한 • 방송광고의 균형발전	2012년 02월 22일 제정 2017년 07월 26일 개정
「인터넷 멀티미디어 방송사업법」	• 인터넷멀티미디어 방송 제공사업의 허가 • 공정경쟁의 보장	2008년 01월 18일 제정 2017년 07월 26일 개정
「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」	• 사업자 분류, 시장 진입 제도 • 긴급구조기관의 개인위치 정보 이용	2005년 01월 27일 제정 2017년 07월 26일 개정
「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」	• 개인정보의 수집·이용 제한 • 정보통신망의 안정성 확보	1986년 05월 12일 제정 2017년 07월 26일 개정
「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」	• 지원금의 차별 지급 금지 및 지원금 공시 • 지원금과 연계한 개별계약 체결 제한	2014년 05월 28일 제정 2017년 07월 26일 개정
「전기통신사업법」	• 역무(서비스) 및 사업자 분류, 경쟁촉진·공정경쟁 제도 • 통신이용자 보호제도	1983년 12월 30일 제정 2017년 07월 26일 개정
「전파법」	• 주파수 분배, 할당, 회수, 재배치 절차 • 무선국 허가·검사 등 무선국 이용절차	1961년 12월 30일 제정 2017년 07월 26일 개정

주) 과학기술정보통신부와 공동 소관 법률 포함

2. 조직 현황 및 소관 사무

가. 조직 현황

그림 1-1 | 제4기 위원회 상임위원



이효성 위원장

서울대학교 지질학과를 졸업(1973년)하고, 동대학원 언론정보학과(1975년)를 거쳐, 동대학 신문학과 박사 과정을 수료(1979년)하였다. 문화방송·경향신문 수습기자로 입사(1978년)하였고, 성균관대학교 신문방송학과 교수(1990~2016), 한국사회언론연구회 회장(1991~1993년), 민주언론시민연합 정책위원장 겸 이사(1998~2003), 한국언론정보학회 회장(1998~2000년), 언론개혁시민연대 공동대표(1998~2000년), 한국방송학회 회장(2002~2003년)을 역임하고 방송위원회 부위원장(2003~2006년), 성균관대 언론정보대학원장(2007~2011년), 동대학교 명예교수(2016~2017년) 등을 역임하였다.



허 국 부위원장

성균관대학교 토목공학과를 졸업(1985년)하고, 서강대학교 방송학 석사학위(1996년)를 받았으며, 경희대학교 경영학과 박사과정을 수료(2016년)하였다. 기독교방송 보도국 차장(1989~2000년), CBS 기획조정실 기획팀장(1999~2000년), (주)CBSi 대표이사(2000~2003년), 인터넷신문 업코리아 편집국장(2003~2004년), 아주경제신문 편집국 부국장(2008년), 엑스퍼트컨설팅(주) 가치경영연구소장(2011~2017년) 등을 역임하였다.



김석진 상임위원

국민대학교 정치외교학과를 졸업(1984년)하고, 연세대학교 언론홍보대학원 최고위과정(2010년)을 수료하였다. MBC 보도국 사회부 기자로 입사(1984년)하여 보도국 정치부기자, 논설위원을 거쳐 OBS 경인TV 보도국장(2007년), 동보도본부장(2009~2011년), 연합뉴스TV 상무이사 겸 보도본부장(2011년), 건설근로자공제회 감사(2013년) 등을 역임하였다.



표철수 상임위원

서울대학교 지리학과를 졸업(1975년)하였다. KBS보도에 입사(1975년)하여 동정처부 차장(1986년)을 역임하였으며, YTN 뉴스총괄부장(YTN창설기획, 1994년), 동미디어국장(이사대우, 1999년), 한국도로공사 사외이사(1999~2001년), 경인방송 상무·전무이사(2000~2003년), 방송위원회 사무총장(2003~2006년), 한국언론재단 비상임 이사(2005년), 경기도 정부부지사(2007~2009년), 새정치민주연합 최고위원(2014년) 등을 역임하였다.



고삼석 상임위원

조선대학교 정치외교학과를 졸업(1993년)하고, 서강대학교 정치학 석사학위(1996년)를 거쳐, 중앙대학교 언론학 박사학위(2010년)를 취득하였다. 국회의원 보좌관(2000년), 대통령비서실 홍보수석실 홍보기획행정관(2003년), 대통령비서실 혁신담당관(2006년), 국무총리 소속 방송통신융합추진위원회 전문위원(2006년), 중앙대학교 신문방송대학원 겸임교수(2012년), 미디어미래연구소 미디어역량증진센터 원장(2013년), 국회 정책연구위원(2014년), 방송통신위원회 3기 상임위원(2014~2017년) 등을 역임하였다.

위원회는 「방송통신위원회 직제」(대통령령 제27906호, 2017년 2월 28일 시행)가 개정됨에 따라 기존의 1처 3국 1관 18과로 구성되어 있던 위원회 사무조직은 1처 3국 1관 19과로 재구성되었으며, 세부조직은 <그림 II-2>와 같다.

2017년 주요 개정내용으로는 위원회에 2019년 2월 28일까지 존속하는 한시조직으로 개인정보침해조사과를 신설하여 정보통신망에서의 이용자에 대한 개인정보 침해 방지대책의 수립 등의 사무를 관장하도록 하고, 이에 필요한 인력 4명 중 3명(5급 1명, 6급 2명)은 한시정원으로 증원하며, 1명(4급 1명)은 위원회의 4급 또는 5급 정원 1명을 4급으로 상향 조정하여 한시정원으로 전환하여 배정하고, 방송통신 분야 지진대응 역량 강화를 위하여 필요한 인력 1명(5급 1명) 및 불법 유해정보의 유통 방지를 위하여 필요한 인력 1명(6급 1명)을 각각 증원하였다.

또한, 방송사업자의 금지행위 위반에 대한 조사 및 시정조치 등 사후제재에 관한 사무와 방송시장에 관한 규제정책 사무를 연계하여 방송시장에 관한 업무를 보다 효율적으로 수행하기 위하여 방송정책국장이 분장하던 사후제재에 관한 사무를 방송기반국장이 분장하도록 조정하였다.

그림 II-2 | 위원회 조직도



나. 소관 사무 및 업무 분장

「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제11조에서 정하고 있는 위원회의 소관 사무는 다음과 같다.

1. 방송광고정책, 편성평가정책, 방송진흥기획, 방송정책기획, 지상파방송정책, 방송채널정책에 관한 사항
2. 조사기획총괄, 방송통신시장조사, 방송통신이용자보호, 시청자 권익증진, 개인정보보호윤리에 관한 사항
3. 방송용 주파수 관리에 관한 사항
4. 그 밖에 이 법 또는 다른 법률에서 위원회의 사무로 정한 사항

또한 합의제 기구인 위원회는 해당 법률 제12조에 따라 소관 사무 중 다음과 같은 사항을 심의·의결한다.

1. 방송 기본계획 및 통신규제 기본계획에 관한 사항
2. 한국방송공사의 이사 추천 및 감사 임명에 관한 사항
3. 방송문화진흥회의 이사 및 감사 임명에 관한 사항
4. 한국교육방송공사의 사장·이사 및 감사의 임명에 관한 사항
5. 미디어 다양성 조사·산정에 관한 사항
6. 지상파방송사업자·공동체라디오방송사업자의 허가·재허가에 관한 사항
7. 종합편성이나 보도에 관한 전문편성을 하는 방송채널사용사업자의 승인에 관한 사항
8. 위성방송사업자·종합유선방송사업자·중계유선방송사업자의 허가·재허가·변경허가 및 관련 법령의 제정·개정·폐지에 대한 동의에 관한 사항
9. 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」에 따른 방송광고판매대행사업자의 허가·취소·승인 등에 관한 사항

10. 방송사업자의 금지행위에 대한 조사·제재에 관한 사항
11. 방송광고판매대행사업자의 금지행위에 대한 조사·제재에 관한 사항
12. 전기통신사업자의 금지행위에 대한 조사·제재에 관한 사항
13. 방송사업자·전기통신사업자 상호간의 분쟁 조정 또는 사업자와 이용자 간의 분쟁 조정 등에 관한 사항
14. 방송광고판매대행사업자 상호간의 분쟁 조정 등에 관한 사항
15. 시청자 불만사항 처리 및 방송통신 이용자 보호에 관한 사항
16. 시청자미디어재단의 운영에 관한 사항
17. 보편적시청권 보장에 관한 사항
18. 방송평가위원회의 구성·운영에 관한 사항
19. 방송사업자의 시청점유율 제한 등에 관한 사항
20. 방송통신심의위원회의 심의·의결에 따른 제재 등에 관한 사항
21. 지역방송발전위원회의 구성·운영에 관한 사항
22. 방송·통신 규제 관련 연구 조사 및 지원에 관한 사항
23. 방송·통신 규제 관련 국제협력에 관한 사항
24. 방송용 주파수 관리에 관한 사항
25. 방송프로그램 및 방송광고의 운용·편성·판매 등에 관한 사항
26. 방송·통신 관련 기금의 조성 및 관리·운용에 관한 사항
27. 소관 법령 및 위원회 규칙의 제정·개정 및 폐지에 관한 사항
28. 위원회의 예산 및 편성에 관한 사항
29. 이 법 또는 다른 법률에 따른 위원회의 심의·의결 사항

위원회의 부서별 세부 업무분장은 <표 II-2>와 같다.

표II-2 | 위원회 부서별 업무분장표

부서명		주요업무
기획조정관	창조기획담당관	• 각종 정책과 주요계획의 수립·종합 및 조정 • 위원회의 조직·정원의 관리 및 각종 위원회 종합관리 • 중기재정운영 계획수립 및 예산의 종합편성·배정·집행 • 세출예산의 지출·관서운영경비 교부 및 세출결산 업무 • 정부3.0 업무의 총괄, 대 국회 및 대외기관 협력업무 • 사무관리, 사무자동화 및 지식정보시스템 구축·운영 • 비상·보안업무 및 재난관리
	행정법무담당관	• 성과관리·행정제도 기본계획, 동향분석 • 법령안의 입안 및 심사, 행정심판 및 행정규제, 규제개혁 업무 • 한국방송공사, 한국교육방송공사 및 방송문화진흥회 임원 선임 • 국무회의·차관회의 안건 검토 및 총괄·조정 • 위원회의 소집, 안건의 취합 및 보존관리 • 위원회의 회의안건 접수 및 검토 • 국회 관련 업무 총괄
	홍보협력담당관	• 정부간 협력 등 지역별 국제협력 정책 • WTO, FTA 등의 방송통신 관련 협상 • 국제기구에 관한 정책 • 방송·통신 분야 국제기구의 운영 및 정책개발 • 주요 정책에 대한 홍보 및 언론 브리핑 지원 • 언론보도에 대한 분석·평가 및 대응
방송정책국	방송정책기획과	• 방송서비스 정책 총괄 • 중·장기 방송 기본정책 수립 및 공영방송 정책 수립·추진 • 방송사업 법령 제·개정
	지상파방송정책과	• 지상파방송에 대한 정책 및 인·허가 • 지상파 신규 및 부가서비스 정책 수립·추진 • 지상파 방송기술 정책 수립 및 시행
	방송지원정책과	• 종편·보도PP 정책 수립 • 공익·장애인 복지채널 정책 수립 • 방송매체별 방송주파수 운용계획 수립
	지역미디어정책과	• 지역방송 정책, 지상파DMB 정책 및 허가 • 시청자미디어재단 관리 및 미디어 교육 • 시청자 방송참여 활성화지원 사업 정책 수립·지원

부서명		주요업무
이용자정책국	이용자정책총괄과	• 방송통신이용자 보호에 관한 정책 총괄 • 방송통신이용자 보호 관련 법령의 분석 및 제·개정 • 통신관련 분쟁조정 및 알선
	개인정보보호윤리과	• 정보통신망에서 개인정보보호 정책 및 관련법령 제·개정 • 인터넷서비스 개인정보보호에 관한 대책 • 위치정보사업자 인·허가 및 신고에 관한 사항 • 네트워크상에서 불간섭정보 유통방지 및 관련법령 제·개정 • 사이버 윤리 관련 교육·홍보 및 불법스팸 차단에 관한 사항
	개인정보침해조사과	• 정보통신망에서 개인정보의 침해 방지대책의 수립 • 정보통신망에서 개인정보 침해의 구제 • 정보통신망에서 개인정보보호 실태 점검 기획·조사
	통신시장조사과	• 통신시장 동향 분석 및 시장모니터링 • 통신시장의 공정경쟁 환경조성을 위한 제도개선 • 통신사업자 법규 위반행위에 대한 조사 및 시정조치
	이용자보호과	• 방송통신이용자 보호에 관한 제도개선 • 방송통신서비스 활용 및 피해예방 교육·홍보 • 통신서비스 이용자 이익침해에 대한 사실조사 및 시정조치
방송기반국	방송기반총괄과	• 보편적 시청권 보장제도의 수립 시행 및 법령 제·개정 • 방송언어 관련 정책의 수립·시행 및 방송심의 정책 수립의 지원 • 공동제작 국제협정 체결 및 방송콘텐츠 국제협력
	방송광고정책과	• 방송광고·협찬 등 관련 법령 및 제도 개선 • 방송광고판매대행시장의 경쟁정책에 관한 사항 • 중소기업 방송광고 지원 및 공익광고 활성화 정책 수립·시행 • 방송광고·협찬고지 위반여부 모니터링
	편성평가정책과	• 외주제작 관련 법령의 제·개정에 관한 사항 및 정책 수립, 시행 • 방송평가 기본계획 수립 및 방송평가 실시, 방송평가에 관한 법령 제·개정 • 각종 방송프로그램 편성비율 고시 및 중·장기 방송편성 정책 • 수용자 평가 조사의 실시 및 관련 정책의 수립, 시행
	미디어다양성정책과	• 방송의 여론 다양성에 관한 기본계획 수립·시행 • 방송시장경쟁상황평가 기본계획 수립·시행 • 장애인 등 방송소외계층 지원 정책 수립·시행
	방송시장조사과	• 금지행위 위반사업자 조사시정조치 • 방송시장 공정경쟁을 위한 제도 개선 • 방송사업자 재산상황 공표 및 경영분석 • 방송 관련 분쟁조정
단말기유통조사단	단말기유통조사담당관	• 이동통신단말장치 유통시장 모니터링 및 조사계획 수립 • 이동통신단말장치 지원금 관련 긴급중지명령 제도 운영 • 이동통신사 및 유통점의 단말기유통법 관련 불공정행위 조사·제재
운영지원과		• 인사, 상훈, 징계, 교육훈련, 복무관리 • 의전, 청사의 관리 및 방호 • 위원회 및 그 산하기관에 대한 감사

다. 위원회 소관 공공기관 및 유관기관

위원회 소관 공공기관은 한국방송광고진흥공사(KOBACO)와 시청자미디어재단(CMF)이 있고, 유관기관으로는 한국방송공사(KBS), 한국교육방송공사(EBS), 방송문화진흥회(FBC)가 있으며, 설치 근거와 주요 기능은 <표 II-3, 4>와 같다.

표 II-3 | 위원회 소관 공공기관

기관명	대표	성명	근거 법률	주요 기능
한국방송광고진흥공사 (KOBACO)	사장	(공석)	「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 제24조	방송광고 판매 대행 및 방송광고 균형 발전을 위한 지원 사업 수행 등
시청자미디어재단 (CMF)	이사장	신태섭	「방송법」 제90조의2	시청자의 방송참여 및 권익증진 업무 수행

주) 시청자미디어재단(CMF)은 2016년 2월 3일 공공기관으로 지정

표 II-4 | 위원회 유관기관

기관명	대표	성명	근거 법률	주요 기능
한국방송공사 (KBS)	사장	(공석)	「방송법」 제43조	국가 기간방송으로서 국내·외 대상 방송 실시, 방송문화 보급 및 수반사업 등
한국교육방송공사 (EBS)	사장	장해량	「한국교육방송공사법」 제7조	교육·지식·정보·문화·교양 분야의 방송 콘텐츠 제공, 교육방송 관련 연구개발 등
방송문화진흥회 (FBC)	이사장	(공석)	「방송문화진흥회법」 제5조	방송문화의 발전과 향상을 위한 연구 및 학술사업 수행 등

라. 2017년도 세출예산

위원회의 2017년도 세출예산 규모는 총 2,393억 원으로 이를 재원별로 살펴보면, 일반회계 545억 원, 방송통신발전기금 1,848억 원이며, 분야별로는 통신분야 632억 원, 방송분야(문화 및 관광) 1,761억 원이다. 또한 기능별 세출예산 규모는 인건비 173억 원, 기본경비 42억 원, 주요 사업비 2,178억 원으로 이루어졌다. 자세한 내역은 <표 II-5>와 같다.

표 II-5 | 2017년도 위원회 세출예산 내역

(단위 : 억 원)

구분		2016년(A)	2017년(B)	증 감 (B-A)	%
총 지 출 <I+II> (합계=총지출+기금관리비+내부거래+여유자금)		2,273 (11,771)	2,393 (10,379)	120 (△1,392)	5.3 (△11.8)
재 원 별	I. 일반회계	556	545	△11	△2.0
	II. 방송통신발전기금 (합계=지출+기금관리비+내부거래+여유자금)	1,717 (11,215)	1,848 (9,834)	131 (△1,381)	7.6 (△12.3)
	① 지출	소계(㉑+㉒)		△63	△0.8
		㉑ 방송통신위원회		131	7.6
		㉒ 과학기술정보통신부		△194	△3.3
	② 기금관리비	38	38	-	-
	③ 내부거래(공자기금예탁)	2,000	1,000	△1,000	△50.0
	④ 보전지출(기금 여유자금운용)	1,529	1,211	△318	△20.8
분 야 별	□ 통신분야	595	632	37	6.2
	□ 방송분야(문화 및 관광)	1,678	1,761	83	4.9
기 능 별	□ 인건비	167	173	6	3.6
	□ 기본경비	42	42	-	-
	□ 주요 사업비	2,064	2,178	114	5.5
	① 방송인프라 지원 및 시청자 권익증진	1,154	1,202	48	4.2
	② 공정경쟁 및 안전한 정보이용환경 조성	234	254	20	8.5
	③ 미디어 다양성 및 방송콘텐츠 경쟁력 강화	627	668	41	6.5
	④ 방송통신 운영지원	49	54	5	10.2

주) △ : 감소

마. 2017년도 정부입법 추진 현황

2017년 위원회에서는 정보통신서비스 이용자의 개인정보를 보호하기 위하여 개인정보 처리 정지 요구권 및 국외이전 중단 명령제 등 도입을 위한 「정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 개정(안), 사물위치정보사업의 허가제를 신고제로 완화 하는 등 관련 산업 활성화를 위하여 규제를 완화하는 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」 개정(안)을 국회에 제출 (2017년 3월, 12월)하였다.

3. 2016년도 주요 정책성과

위원회는 최근 신규 미디어의 등장, 새로운 기술의 개발, 방송통신서비스 융·복합화 등 급변하는 방송통신 환경 변화 속에서 방송의 공적 책임 제고, 방송통신 공정경쟁 촉진 및 이용자 보호, 콘텐츠 경쟁력 강화 및 신규 방송통신서비스 활성화 등을 정책방향으로 설정하고, 이에 따라 사업을 추진하였다. 위원회가 2016년에 추진하였던 주요 정책성과는 다음과 같다.

가. 방송의 공적 책임 제고

위원회는 2016년부터 미디어 전문가 4인, 법률전문가 1인, 경영·회계 분야 전문가 1인을 포함하여 총 8인의 외부전문가로 구성된 ‘공영방송 재정연구회’를 운영하여 산정기구의 필요성 및 수신료와 수신료 외 수익의 회계분리 방안을 검토하는 등 방송의 공적 책임 및 품격 제고를 위하여 노력하였다.

또한, 초·중·고·대학 등 학교미디어교육 확대 및 미디어 창의 인재 양성을 지원하기 위하여 학교별 맞춤형 미디어교육 지원체계를 마련하였으며, 장애인 등 소외계층의 방송접근권 제고를 위하여 시·청각장애인용 맞춤형 방송수신기를 개발하여 보급하는 등 시청자 권익 증진에 힘썼다.

위원회는 최근 신규 미디어의 등장, 광고시장의 변화 등 급변하는 방송환경으로 인한 재정적·인적 여건 약화로 지역방송 및 중소방송의 공적기능이 약화되고 있음에 따라, ‘2016년 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화 프로그램 제작지원 사업’을 시행하여 지역방송 내실화를 위하여 노력하는 한편, 제4기 미디어다양성위원회 위원을 위촉하여 미디어 다양성 증진 중장기 정책 추진 방안을 검토하는 등 미디어 다양성 제고를 위하여 노력하였다.

나. 방송통신 공정경쟁 촉진 및 이용자 보호

위원회는 시장 자율규제 중심으로 규제 패러다임을 전환하기 위하여 2016년 ‘자율준수 프로그램’을 도입하였으며, 제도의 활성화를 위하여 통신사업자 대상 설명회 개최 및 보도자료 배포, 언론기고, 웹툰·퀴즈 이벤트 등을 활용하여 사업자의 이해도를 제고하였고, 전기통신사업자의 위법행위에 대한 사실관계 확인 및 위법성 판단은 장기간이 소요된다고 판단하여 이용자의 실질적인 피해 구제를 위한 ‘동의의결제’를 도입하여 통신시장의 공정경쟁 질서 확립 및 이용자 보호를 위하여 노력하였다.

또한, 유료방송 사업자 간 공정경쟁 환경을 조성하고 시청자의 이익을 보호하기 위하여 방송 시장의 불공정행위에 대한 조사 및 제재를 강화하였으며 2015년에 시정명령, 과징금을 부과한 사업자를 제외한 다른 유료방송사업자들에 대해서도 불공정행위를 조사하여 방송시장 사후규제 및 보편적 시청권 보장에 힘썼다.

더불어 위원회는 악성 댓글, 욕설·비속어 남용 등 사이버폭력 피해와 스마트폰 과의존, 사이버 학교폭력이 사회문제로 대두되고 있는 실정에 바른 인터넷 유아학교, 한국인터넷드림단, 밥상머리 인터넷윤리교육 등을 통하여 건전한 인터넷 이용환경 조성에 기여하였다.

위원회는 「정보통신망법」과 시행령 개정을 통하여 개인정보 보호책임자(CPO)의 즉각적인 개선 조치 및 사업주 보고를 의무화하였으며, 위원회가 관련 규정을 위반한 사업체 최고경영자(CEO) 등 임원에게 징계를 권고할 수 있게 하여 기업의 임원에 책임을 강화하였고 개인정보가 노출된 경우 위원회와 한국인터넷진흥원(KISA)이 해당 정보의 삭제·차단 요청을 할 수 있도록 하여 개인정보보호를 강화하였다.

다. 콘텐츠 경쟁력 강화 및 신규 방송통신서비스 활성화

위원회는 방송광고시장 활성화를 위한 간담회를 개최하여 광고시장 활성화, 방송광고 금지 품목 및 방송광고 심의 완화, 방송광고 결합판매 제도 개선 등 의견 수렴을 통하여 콘텐츠 제작 재원 확충에 기여하였으며 뿐만 아니라 한류 방송 콘텐츠 활성화를 위한 지원을 보다 강화하기 위하여 전문가 정책자문단을 구성하고, 공동제작 컨퍼런스를 개최하는 등 한류콘텐츠 활성화를 위하여 노력하며 방송콘텐츠 경쟁력 강화에 힘썼다.

더불어 신규 방송통신서비스의 시장안착 지원을 위하여 2017년 수도권 지역부터 UHD 방송을 개시할 수 있도록 2016년 5월 ‘수도권 지역 지상파 UHD 신규허가 기본계획’을 수립하고 5개의 심사항목(방송의 공적책임·공정성 및 공익성의 실현가능성, 방송프로그램의 기획·편성 및 제작 계획의 적절성, 경영·재정·기술적 능력, 방송발전을 위한 지원계획 및 방송법령 준수 여부, 기타 사업수행에 필요한 사항)을 기준으로 3개 방송사업자의 4개 방송국을 심사하여 신규 허가를 완료 하였다.

또한, 기술발전과 맞춤형 서비스 사업의 증가로 인하여 유망 산업 분야에서 개인정보보호 규제의 필요성이 커지고 있는 시점에서 현행 「위치정보법」은 시장환경 변화와 글로벌 트렌드를 제대로 반영하지 못하여 개인위치정보 보호도 부족하고 이용활성화도 저해한다는 비판이 있어

왔다. 이에 위원회는 「위치정보법」, 「정보통신망법」 등 일부개정안을 마련하고 입법 예고를 실시하여 개인정보 및 위치정보 활용 IT 서비스를 활성화하기 위한 노력을 하였다.

위원회는 급격하게 변화하는 방송통신 환경에 대응하기 위하여 국내 방송통신서비스의 재도약이 필요하다고 판단하였고 이에 규제개선 과제를 발굴하고 과학기술정보통신부, 문화체육관광부 등 관계기관과 협업하여 적극적인 규제해소를 위하여 노력하였으며, 규제개혁의 필요성에 대한 홍보 및 교육을 통하여 방송통신 규제개선을 추진하였다.

더불어 위원회는 방송통신 분야 국제협력 강화를 위하여 끊임없이 노력을 기울여왔으며 그 일환으로 주요 협력 국가 및 기관과 MOU 체결, 각종 방송통신 분야 국제회의의 참석 및 고위급 면담을 통하여 현안 검토 등 국제적 대응 능력 제고를 위하여 민관 교류협력 활동을 적극적으로 지원하였다. 뿐만 아니라, 남북 방송통신 국제 컨퍼런스를 개최하고 통일 방송프로그램 제작을 지원하여 남북 방송통신 교류의 기반을 마련하기 위하여 노력하였다.

4. 2017년도 주요 정책목표

위원회는 방송·통신·인터넷 등 미디어 분야의 융합이 가속화되고, 신규서비스의 지속적인 등장으로 방송통신 환경이 급변하는 상황을 맞이하여, ‘국민에게 신뢰 받는 방송통신 강국 실현’을 비전으로 설정하였다.

또한 네 가지 정책목표로 첫째, 방송의 공적책임 및 품격제고, 신속·정확한 재난방송 체계 확립 등을 통한 ‘공공복리 증진에 기여할 수 있는 건전한 방송환경조성’, 둘째, 방송콘텐츠의 제작·유통 기반 마련, 신규 방송통신서비스 활성화 지원 등을 통한 ‘새로운 시장 창출과 제도 정비로 방송통신 시장의 활력제고’, 셋째, 방송통신 공정경쟁 촉진, 이동통신시장 안정화 등을 통한 ‘상생협력을 통한 안전하고 공정한 방송통신시장 실현’, 넷째, 보편적 미디어 교육 확대, 미디어 창의 인재 양성 등을 통한 ‘스마트 시대 대응을 위한 전 국민 미디어 역량 강화’ 업무를 수행하였다.

그림 II-3 | 비전 및 정책목표



5. 국정과제 5개년 계획 추진

‘문재인 정부 국정운영 5개년 계획’에 따라 100대 국정과제가 선정되었고, 이에 따라 위원회가 향후 5년간 추진해야 할 국정과제를 확정하였다. 먼저 표현의 자유와 언론 독립성 신장을 위하여 공영방송의 지배구조를 개선하고 보도·제작·편성의 자유를 보장하며, 인터넷상 자유로운 소통 문화를 확산할 계획이다. 또한, 미디어의 건강한 발전을 위하여 전 국민 맞춤형 미디어교육을 실시하고 시청자의 방송참여를 확대하며, 대·중소기업 상생환경 조성, 지역방송 활성화 등 미디어 시장 선순환 생태계 조성을 위하여 노력해 나갈 것이다. 아울러, 통신비 절감으로 국민 생활비를 경감하고 ICT 성장에 따른 국민 불안을 해소하기 위하여 이용자보호 및 사이버 보안을 강화해 나갈 계획이다.

가. 표현의 자유와 언론 독립성 신장

방송의 독립과 공정성 확보를 위하여 공영방송의 지배구조를 개선하고 보도·제작·편성의 자유를 보장하기로 하였다. 또한, 헌법상 보장된 기본권인 표현의 자유와 국민의 알권리 등이 인터넷 상에서 제한되어 있는 부분에 대하여 제도를 개선해 나갈 예정이다.

언론의 독립과 공정성 회복을 위하여 이사회 구성, 사장 선임 등 공영방송 지배구조를 합리적으로 개선하고, 종합편성의 영향력에 걸맞은 합리적 규제체계 마련을 위하여 방송편성규제 등 관련 제도를 개선해 나갈 것이다. 방송의 보도·제작·편성의 자율성 확보를 위하여 지상파 재허가시 관련 사항을 중점 심사하고 편성규약·편성위원회 제도가 원활히 운영되도록 유도해 나갈 계획이다. 또한, 언론인에 대한 부당한 해직이 재발하지 않도록 대책을 마련하고 해직 언론인 복직과 명예회복이 이루어질 수 있도록 입법적으로 지원할 계획이다. 인터넷 표현의 자유 보장을 위하여 정보계재자의 입장도 균형 있게 반영될 수 있도록 온라인 게시물 임시조치 제도를 개선하고, 인터넷상 정치적 표현을 최종적으로는 자율규제로 전환해 나갈 방침이다.

나. 미디어의 건전한 발전

방송통신융합·스마트 미디어로의 환경변화에 따라 모든 국민들이 소외되지 않고 풍요롭고 안전하게 미디어를 향유하기 위하여 전 국민에 대한 맞춤형 미디어교육과 시청자의 방송참여를 확대하기로 하였다. 아울러, 한류 방송미디어 콘텐츠의 르네상스 실현을 위하여 대·중소기업 상생환경 조성, 지역방송 활성화 등 미디어시장 선순환 생태계를 구축해 나갈 계획이다.

시청자 주권보호 및 미디어 복지 강화를 위하여 미디어교육 중장기 계획을 수립하고 시청자 미디어센터 확충 및 시청자 참여프로그램 확대에 힘쓰는 한편 전 국민 대상 ‘100만 인터넷 윤리교육’을 실시하고 청소년 스마트폰 과의존 예방 소프트웨어 보급 등을 통하여 건전한 인터넷 이용환경을 조성할 계획이다. 청각장애인을 위한 스마트 수어방송을 상용화하고, 저소득층 시청각장애인 10만 명에 대하여 방송수신기를 100% 보급하는 등 장애인 방송 접근권을 확대할 방침이다. 또한, 지역방송을 활성화하기 위하여 지상파 사업자 재허가를 통하여 지역방송사 지배구조를 개선하고, 지역방송콘텐츠 제작과 유통을 지원하고 공동체라디오방송을 확대해 나갈 예정이다. 미디어산업 성장과 상생환경 조성을 위하여 한류콘텐츠 해외진출 다변화를 추진하고, 1인 미디어·중소 콘텐츠 제작자 및 UHD·융합형 콘텐츠 제작 지원을 확대해 나갈 것이다. 아울러, 방송광고제도 개선방안을 마련하고 방송사·외주사 등 방송시장 상생협력 방안을 마련하며, 방송광고판매·협찬제도 합리화 및 투명성을 제고하는데 힘써 나갈 것이다.

다. 교통·통신비 절감으로 국민생활비 경감

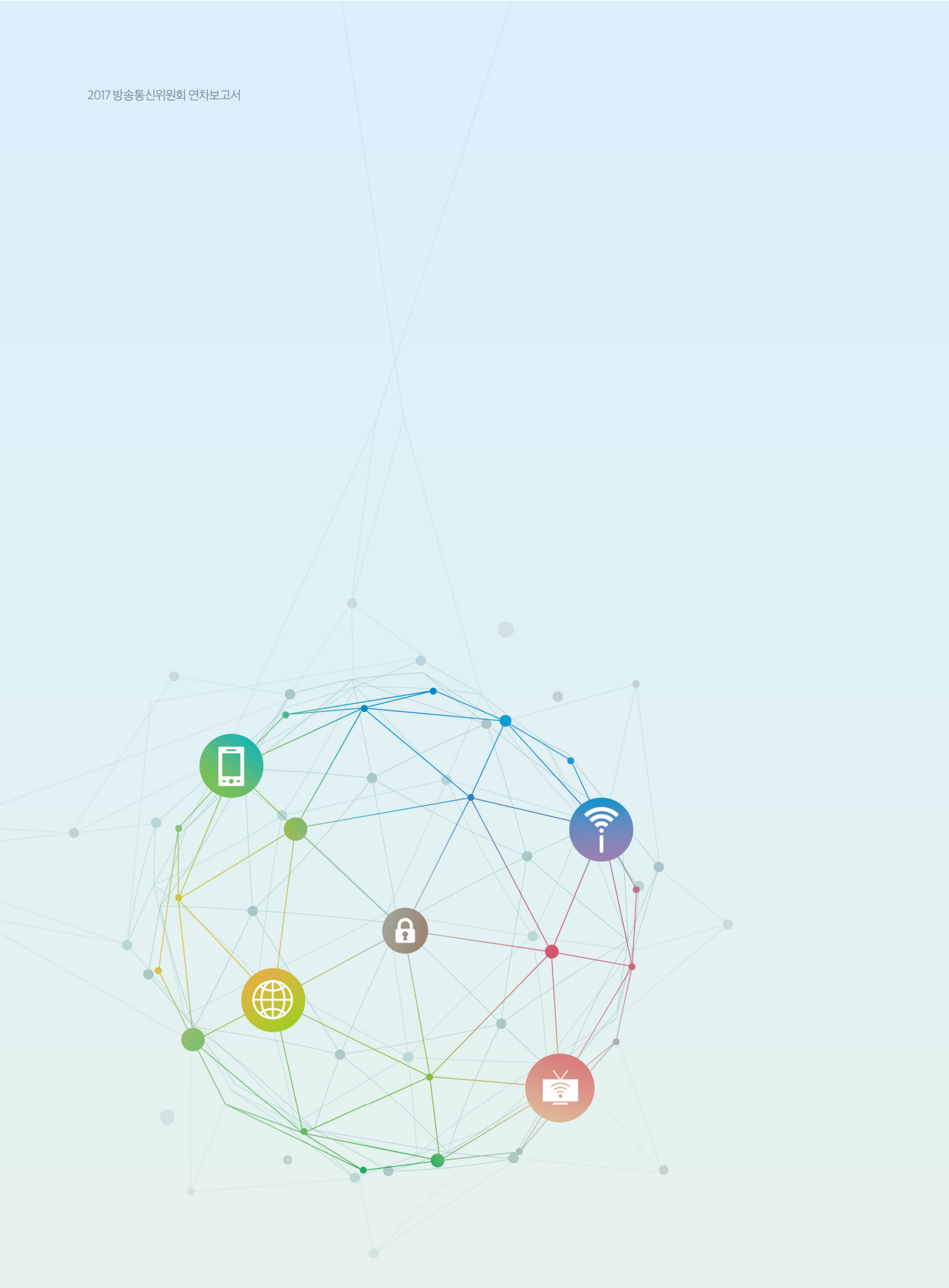
교통·통신비 절감 등 국민생활비를 경감하고 통신시장의 투명성을 확대하고자 국토교통부·과학기술정보통신부(주관)와 위원회가 협업하여 추진하는 국정과제로 주요 내용으로는 분리공시제 도입, 국내외 단말기 출고가 비교 공시 사업을 통하여 고가 단말기 가격 투명화를 유도하고 국민생활 밀접형 앱의 데이터 소모량을 측정·발표하여 이용자의 합리적인 데이터 사용환경을 제공하며 「전기통신사업법」상 금지행위에 대한 시정조치, 이용자 선택권을 제한하는 제도 개선 등을 통하여 이용자 후생을 증진해 나갈 계획이다.

라. SW강국, ICT 르네상스로 4차 산업혁명 선도 기반 구축

4차 산업혁명 인프라 구축(5G, IoT, 데이터 활용기반) 등 ICT 성장에 따른 국민 불안을 해소하기 위하여 과학기술정보통신부(주관)와 위원회가 협업하여 추진하는 국정과제로 주요 내용으로는 ICT 서비스 확산에 따른 프라이버시 침해방지 대책을 마련하고, 위치정보 오·남용 행위억제를 위하여 「위치정보법」상 제재조치를 신설할 예정이며, 온라인상 개인정보 노출 및 개인정보 불법유통 게시물 탐지·삭제 강화를 통하여 개인정보 보호를 강화해 나갈 것이다. 아울러, 통신서비스 이용자와 사업자간 신속한 통신 분쟁 해결을 위하여 통신분쟁조정제도 도입 등 분쟁해결 체계를 마련하고 통신서비스 피해구제 기준을 개발하여 이용자 보호를 강화해 나갈 계획이다.

표 II-6 | 위원회 소관 국정과제

국정과제	실천과제명
표현의 자유와 언론의 독립성 신장	언론의 독립과 공정성 회복
	방송 제작·편성 자율성 확보 및 해직자 명예회복
	인터넷 표현의 자유 증진 및 제도개선
미디어의 건강한 발전	이용자 중심의 미디어 복지 구현
	지역방송 활성화로 균형발전의 디딤돌 역할 실현
	미디어 산업 성장과 균형발전(과학기술정보통신부)
	미디어 상생환경조성 및 방송광고시장 합리화
	건강한 인터넷 이용환경 조성
교통·통신비 절감으로 국민생활비 경감	통신시장 투명성 확대를 통한 이용자 후생 증진
SW 강국, ICT 르네상스로 4차 산업혁명 선도 기반 구축	ICT 성장에 따른 이용자 보호대책 강화





III

2017년도 방송통신 정책성과



방송통신위원회
Korea Communications Commission

Ⅲ. 2017년도 방송통신 정책성과

제1절 | 방송의 공정성 및 공공성 강화

1. 방송의 공적책임 제고

가. 공정한 재허가·재승인 심사

1) 지상파방송사업자 재허가 심사

위원회는 2017년 12월 허가유효기간이 만료되는 KBS, MBC, SBS, EBS 등 중앙지상파방송사업자를 포함하여 14개 지상파방송사업자의 147개 방송국을 대상으로 재허가 심사를 수행하였다.

위원회는 2017년 12월 제49차 회의에서 2017년 12월 허가유효기간이 만료되는 KBS 등 14개 방송사 TV, 라디오, DMB 등 147개 방송국에 대한 재허가를 의결하였다. 재허가 심사에서는 방송 공정성과 종사자에 대한 부당 징계 논란, 방송의 공적책임·공정성 확보 방안, 제작·편성의 자율성, 종사자에 대한 부당 처우 방지, 지역방송사의 지배구조 개선, 외주 제작 거래 관행 개선, 일자리 창출 확대 방안 등을 중점 심사하였다. 재허가 심사결과 총 1,000점 만점 중 650점 이상을 획득한 사업자에게 재허가를 의결하는 것으로 하고, 650점 미만을 획득한 사업자에 대해서는 조건부 재허가 또는 재허가 거부를 하기로 하였다.

위원회는 2017년 12월 재허가심사위원회의 심사결과에 따라 재허가 기준 점수인 650점 이상을 획득한 14개 방송사의 133개 방송국에 대하여 재허가 유효기간 3년을 부여하였다. 다만, 극동방송 여수FM방송국은 평가점수 650점 이상을 획득하였으나 자사의 타 FM방송국과 허가기간을 일치시키기 위한 허가기간 조정요청을 수용하여 2년으로 재허가 하였다.

한편, KBS, MBC, SBS, 대전MBC 등 4개 방송사의 일부 TV와 라디오 방송국 등 14개 방송국은 기준점수인 650점 미만으로 평가되었다. 이들 방송사에 대해서는 재허가심사위원회에서 방송 공정성 제고, 제작종사자 자유와 독립 강화, 종사자 징계 절차 개선, 콘텐츠 경쟁력 제고 등에

대한 추가 확인이 필요하다고 제시함에 따라 위원회는 대표자에 대한 추가 의견청취, 추가 자료 접수를 하여 이에 대한 해당 방송사의 의지와 구체적 이행계획을 확인하였다. 위원회는 4개 방송사 모두 미흡한 사항이 있음에도 불구하고 시청자의 시청권 보호를 고려하고 향후 재허가 조건의 엄정한 이행을 전제로 조건부 재허가하고 재허가 유효기간 3년을 부여하였다.

표III-1 | 2017년 지상파방송사업자 재허가 심사 결과

평가 점수	방 송 사	허가 유효기간
650점 이상 700점 미만 (14개사 133개 방송국)	• 한국방송공사 DTV 30개, 라디오 73개 방송국 • MBC 라디오 1개 방송국 • SBS 라디오 3개 방송국 • EBS DTV 1개, 라디오 1개 방송국 • 부산MBC DTV 1개, 라디오 3개 방송국 • MBC경남 DTV 2개, 라디오 6개 방송국 • 대전MBC 라디오 1개 방송국 • KNN DTV 1개, 라디오 2개 방송국 • TJB DTV 1개, 라디오 1개 방송국 • 서울특별시 라디오 2개 방송국 • YTN연합뉴스TV디엠비, 한국디엠비, 유원미디어 - 각 DMB 1개 방송국	3년 (2018년 1월 1일 ~ 2020년 12월 31일)
	• 극동방송 라디오 1개 방송국 ※ 방송사 요청에 따라 자사의 타 FM방송국과 허가기간 일치	2년 (2018년 1월 1일 ~ 2019년 12월 31일)
650점 미만 (4개사 14개 방송국)	• KBS(5개) - 제1DTV방송국, 제2DTV방송국, 제1AM방송국, 제1표준FM방송국, 지상파DMB방송국 • MBC(4개) - DTV방송국, AM방송국, 표준FM방송국, 한국문화지상파DMB방송국 • SBS(2개) - DTV방송국, 지상파DMB방송국 • 대전MBC(3개) - DTV방송국, AM방송국, 표준FM방송국	3년 (2018년 1월 1일 ~ 2020년 12월 31일)

위원회는 재허가 심사를 위하여 2017년 6월까지 재허가 신청서를 접수받고 관보, 위원회·방송사·광역자치단체 홈페이지 게재 및 방송사 고지 등을 통하여 시청자 의견을 수렴하였으며, 재허가 심사사항, 방송법령상 방송사업자 준수 의무사항 등 재허가 심사 관련 현장조사를 실시하였다. 2017년 10월에는 재허가 심사의 공정성, 투명성과 전문성을 확보하기 위하여 방송·미디어, 법률, 경영·회계, 기술, 시청자 등 각 분야 전문가 11인으로 재허가 심사위원회를 구성하였고, 심사위원회 주요 지적사항 등을 반영하여 재허가 조건과 권고사항을 부가하였다.

위원회는 외주 제작 거래 관행 개선과 관련하여 KBS와 EBS에 자체제작 표준 단가표를 제출하도록 재허가 조건을 부가하여 자체제작과 외주제작 프로그램 간의 제작비 격차를 최소화하도록 유도하였다. 또한, 2017년 12월 위원회·문화체육관광부·과학기술정보통신부·고용노동부·공정거래위원회 등 5개 부처 합동으로 발표한 ‘방송프로그램 외주제작시장 불공정관행 개선 종합 대책’ 내용들을 골자로 위원회가 제시하는 ‘외주제작 거래 기준’을 방송사들이 준수하도록 조건을 부가하여 외주제작 시장의 상생환경 조성을 유도하였다.

KBS, MBC에는 방송제작의 자율성과 독립성 보장을 강화하기 위하여 편성위원회를 정기적으로 또는 필요시 반드시 개최하도록 하는 등 제작 현장의 종사자와 경영진 간의 갈등 해소 시스템이 원활히 작동하도록 하였다. 또한 지진 등 재난·재해의 빈발에 따라 신속하고 효과적인 재난방송을 실시할 수 있도록 방송사의 의무를 강화하였고, MBC와 SBS에 대하여 고화질 DMB 방송을 2018년 3월 내에 실시하도록 하여 전체 DMB 방송사가 고화질 방송을 실시하도록 하는 등 방송의 공적책무도 강화하였다.

위원회는 이번 재허가 심사를 통하여 지상파방송사들이 자신들의 공적 지위와 책무를 다시금 되돌아보고 국민들의 신뢰를 회복하기 위한 노력과 의지를 새롭게 다지는 계기가 되기를 바라며, 이번에 부가된 재허가 조건과 권고사항 등을 정기적으로 점검하는 등 관리감독을 강화할 계획이다. 또한 재허가 신청서 작성 사항 표준화, 평가지표 개선 등 심사위원회의 건의사항도 폭넓은 의견수렴과 정책연구 등을 통하여 향후 ‘재허가·재승인 사전 기본계획’ 보완 및 재허가 제도 개선에 반영해 나갈 계획이다.

2) 공동체라디오방송사업자 재허가 심사

위원회는 2017년 12월 허가유효기간이 만료되는 관악공동체라디오 등 7개 공동체라디오방송사업자 7개 방송국에 대하여 재허가 심사를 실시한 결과, 기준 점수를 충족하여 재허가함이 적절하다고 의결하였으며 허가유효기간은 「전파법 시행령」에 따라 2022년 12월 31일까지 5년으로 하였다.

위원회는 재허가 심사를 위하여 2017년 6월까지 재허가 신청서를 접수받고, 관보, 위원회·방송사·광역자치단체 홈페이지 게재 및 방송사 고지 등을 통하여 청취자 의견을 수렴하였으며, 재허가 심사사항, 방송사업자 준수 의무사항 등 재허가 심사 관련 현장조사를 실시하였다. 2017년 11월에는 재허가 심사의 공정성, 투명성과 전문성을 확보하기 위하여 방송·미디어, 법률, 경영·회계, 기술, 시청자 등 각 분야 전문가 9인으로 구성된 재허가 심사위원회를 운영하였다.

한편, 위원회는 방송사업자로서 준수해야 할 의무사항과 안정적 방송운영을 위하여 7개사 공통조건으로 보도프로그램 편성을 금지하고 「전파법 시행령」에 의거 방송국 종사자의 자격과 배치 기준을 준수할 것을 부과하였고, 개별사항으로는 마포공동체라디오 등 4개사에 대하여 재원 확보계획을 마련하여 이행할 것을 조건으로 부과하였다.

표Ⅲ-2 | 2017년 공동체라디오방송사업자 재허가 심사 결과

(단위 : 점)

법인명 총점	금강 에프엠방송	광주 시민방송	관악 공동체라디오	문화복지미디어 연대	마포 공동체라디오	성서 공동체에프엠	영주 에프엠방송
1,000	761.34	728.67	720.00	719.00	710.00	705.17	697.00

3) 종합편성·보도전문PP 재승인 심사

위원회는 2017년 3월 승인유효기간이 만료되는 TV조선, JTBC, YTN, 연합뉴스TV 및 2017년 4월 승인유효기간이 만료되는 채널A에 대한 재승인을 2017년 3월 의결하였으며, 2017년 11월 승인유효기간이 만료되는 MBN에 대한 재승인을 2017년 11월 의결하였다.

승인유효기간은 심사위원회의 심사평가 결과를 반영하고 사업자 간 경쟁을 유도하는 한편 재승인 심사의 절차적 효율성을 기하기 위하여 TV조선은 2017년 4월 1일부터 2020년 4월 21일까지, JTBC는 2017년 4월 1일부터 2020년 11월 30일까지, 채널A는 2017년 4월 22일부터 2020년 4월 21일까지, MBN은 2017년 12월 1일부터 2020년 11월 30일까지로 하였다. YTN에 대해서는 2017년 3월 13일부터 2020년 3월 31일까지, 연합뉴스TV에 대해서는 2017년 4월 1일부터 2020년 3월 31일까지로 승인유효기간을 의결하였다.

이번 재승인에 앞서 위원회는 2015년 9월 ‘방송사업자 재허가·승인 사전 기본계획’과 2016년 8월 ‘2017년 종합편성·보도전문 방송채널사용사업자 재승인 세부계획’을 의결하여 재승인 심사의 방법과 기준 및 절차 등을 마련한 바 있다. 이에 따라 이번 재승인 심사의 경우 그간 종합편성 방송채널사용사업자와 관련하여 지속적으로 지적되어 왔던 방송프로그램의 품격 제고 및 조화로운 편성 등을 통한 방송의 공적 책임 및 공익성 실현 여부, 시청자 권익 보호 및 콘텐츠 산업 발전에 대한 기여 여부, 재승인 시 부가된 조건과 권고사항의 준수 여부 등을 중점 심사 하였다.

심사위원회의 심사 결과 JTBC와 채널A는 각각 총점 1,000점 중 731.39점과 661.91점을 획득하였고 과락 항목이 없었다. YTN과 연합뉴스TV도 각각 총점 1,000점 중 693.84점과 688.24점으로 재승인 기준 점수인 650점을 상회하였고 심사사항별 과락은 없어 재승인 기준을 충족하였다. 따라서 위원회에서는 JTBC, 채널A, YTN, 연합뉴스TV에 대하여 재승인을 의결하고 중점 심사 사항과 관련하여 심사위원회가 지적한 문제점이 재발되지 않도록 사업계획서의 실질적 이행을 담보하기 위한 조건을 부가하기로 하였다.

한편, TV조선은 총점 1,000점 중 625.13점을 획득하여 재승인 기준 점수인 650점에 미달하였다. 심사위원회가 실적이 다소 부진하였더라도 사업자가 문제의 심각성을 알고 구체적인 개선방안을 제시한 경우 이를 확인한 후 재승인 여부를 판단할 필요가 있다는 의견을 제시함에 따라, 위원회는 2017년 3월 TV조선에 대한 청문을 실시하였다. 위원회는 TV조선이 청문 시 추가개선계획을 제출하고 이행 의지를 보인 점과 청문주재자 의견, 시청권 보호 측면 등을 종합적으로 고려하여 TV조선에 대한 재승인을 바로 거부하기보다는 조건부 재승인을 하되, 사업계획 및 추가개선계획의 이행을 담보하기 위한 재승인 조건을 부가하기로 하였다. 또한, 이행실적 점검 결과 재승인 조건을 준수하지 않은 경우 시정명령(「방송법」 제99조)을 하고, 주요 조건에 대한 이행 여부를 6개월 단위로 점검하여 시정명령을 이행하지 않고 재승인 조건을 반복 위반한 때에는 업무정지(「방송법」 제18조), 청문(「방송법」 제101조)의 절차를 거쳐 승인을 취소하기로 하였다.

MBN의 경우, 심사위원회의 심사 결과 총점 1,000점 중 651.01점을 획득하여 재승인 기준을 충족하였으나, 심사사항 중 ‘방송발전을 위한 지원계획의 이행 및 방송법령 등 준수여부’ 항목은 총점 100점 중 37.06점을 획득하여 과락을 받아 조건부 재승인하기로 하였다. 위원회에서는 심사위원회의 심사의견을 종합적으로 검토하여 지적한 문제점이 재발되지 않도록 사업계획서의 실질적 이행을 담보하기 위한 조건을 부가하기로 하였다. 또한 외주제작사와 방송사의 공정한 거래관행 정착을 위하여 외주 프로그램 제작비 산정 및 지급, 저작권과 수익배분 등에 관하여 위원회가 제시하는 기준을 준수할 것을 조건으로 붙였다.

위원회는 승인유효기간 동안 4개 종합편성 방송채널사용사업자와 2개 보도전문 방송채널 사용사업자가 사업계획서를 성실히 이행하고 방송의 공적책임 및 공정성·공익성을 제고하도록 철저히 관리·감독을 해나갈 계획이다.

표III-3 | 2017년 종합편성·보도전문PP 재승인 심사 결과

(단위 : 점)

심사사항(배점 : 종합편성/보도전문)	TV조선	JTBC	채널A	MBN	YTN	연합뉴스TV
1. 방송평가위원회의 방송평가(400/ 400)	328.53 (82%)	335.77 (84%)	322.36 (81%)	326.86	326.65 (82%)	326.94 (82%)
2. 방송의 공적책임·공정성의 실현 가능성 및 지역·사회·문화적 필요성(210/260)	108.40 (52%)	148.15 (71%)	124.85 (59%)	122.55	165.35 (64%)	157.28 (60%)
3. 방송프로그램의 기획·편성·제작 및 공익성 확보 계획의 적절성(190/160)	95.67 (50%)	140.40 (74%)	109.70 (58%)	106.16	99.59 (62%)	99.37 (62%)
4. 경영·재정·기술적 능력(100/80)	58.91 (59%)	61.69 (62%)	63.94 (64%)	58.38	50.24 (63%)	44.44 (56%)
5. 방송발전을 위한 자원 계획의 이행 및 방송법령 등 준수 여부(100/100)	33.62 (34%)	45.38 (45%)	41.06 (41%)	37.06	52.01 (52%)	60.21 (60%)
합 계	625.13	731.39	661.91	651.01	693.84	688.24

4) 2016년도 방송평가 실시

위원회는 「방송법」 제17조제3항 및 제31조제1항에 따라 방송의 공적책임을 제고하고 방송프로그램의 품질 향상을 위하여 매년 방송의 내용, 편성, 운영영역을 종합적으로 평가하고 있다. 방송평가 결과는 위원회 홈페이지를 통하여 공개되며 방송사의 재허가·재승인 심사 시 일정비율이 반영된다.

표III-4 | 「방송법」 제17조제3항 및 제31조제1항

제17조(재허가 등) ③과학기술정보통신부장관 또는 방송신위원회가 제1항 및 제2항의 규정에 의하여 재허가 또는 재승인을 할 때에는 제10조제1항 각 호 및 다음 각 호의 사항을 심사하고 그 결과를 공표하여야 한다.

1. 제31조제1항에 따른 방송평가

제31조(방송평가위원회) ①방송통신위원회는 방송사업자의 방송프로그램 내용 및 편성과 운영 등에 관하여 종합적으로 평가할 수 있다.

위원회는 2017년 3월 전체회의에서 2016년도 방송평가 기본계획(평가대상, 평가기준 및 절차 등)을 의결하였다. 이에 따라 2016년도 방송실적에 대한 방송평가는 총 157개 방송사업자(361개 방송국)를 대상으로 실시하였다.

표Ⅲ-5 | 2016년도 방송평가 대상 사업자

(단위 : 개)

구 분	지상파			SO	위성	PP			합계
	TV	라디오	DMB			종합편성	보도전문	홈쇼핑	
사업자 수 (채널 수)	45+3(DMB전용) (TV 64, 라디오 164, DMB 19)			90	1	4	2	12 (17)	157 (361)

방송평가의 평가항목은 「방송법」 제31조제1항 및 「방송평가에 관한 규칙」에 따라 내용, 편성, 운영영역으로 구성되며 각 영역별 주요 평가항목은 다음과 같다.

표Ⅲ-6 | 방송평가 영역별 및 평가항목

평가 영역	평가 항목
내용	심의규정 준수, 수상실적, 프로그램 질 평가 등
편성	어린이·장애인 프로그램 편성, 편성규정 준수 등
운영	재무건전성, 공정거래법 준수, 인적자원 개발 투자 등

2017년에 실시한 방송평가는 2016년 8월에 개정된 「방송평가에 관한 규칙」(제45호)의 부칙에 따라 2016년도 상반기 방송실적분은 개정 전 방송평가규칙과 세부기준을 적용하였고, 하반기 방송실적분은 개정 후의 방송평가규칙과 세부기준을 적용하였다. 2016년 개정된 방송평가 규칙 및 세부기준의 주요내용은 다음과 같다. 첫째, 방송사의 공적책무 제고와 편파·막달 방송프로그램의 지양을 위한 방송심의 및 편성 등 관련 법령 위반에 대한 감점 강화가 포함되었으며, ‘오보 방지 노력’ 항목을 신설하여 오보 관련 언론중재위원회 결정 및 법원의 판결을 방송평가에 반영하고 있다. 둘째, 종합편성방송사업자로서 종합편성PP의 역할 등을 고려하여 주시청시간대 편성평가 항목의 대상사업자를 기존 지상파TV에서 종합편성PP로 확대하고, 평가분야를 오락에서 보도로 확대하였다. 셋째, 지상파TV의 재난방송에 대한 사회적 역할의 중요성 등을 고려하여 재난방송 평가를 강화하였다. 넷째, 방송시장의 공정 거래환경을 조성하기 위한 상생협력 노력 평가항목을 마련하여 방송3사 및 종합편성PP를 대상으로 외주제작사와의 표준계약서 활용 정도를 평가하는 방안을 신설하였다. 이외에도 위원회는 지상파TV, 종합편성PP에 대하여 ‘비상업적 공익광고 편성평가’ 항목을 신설하고, 매체별 특성을 반영하여 채널구성 다양성 평가(SO·위성), 한국소비자원 민원평가(홈쇼핑PP) 항목 등을 신설하였다.

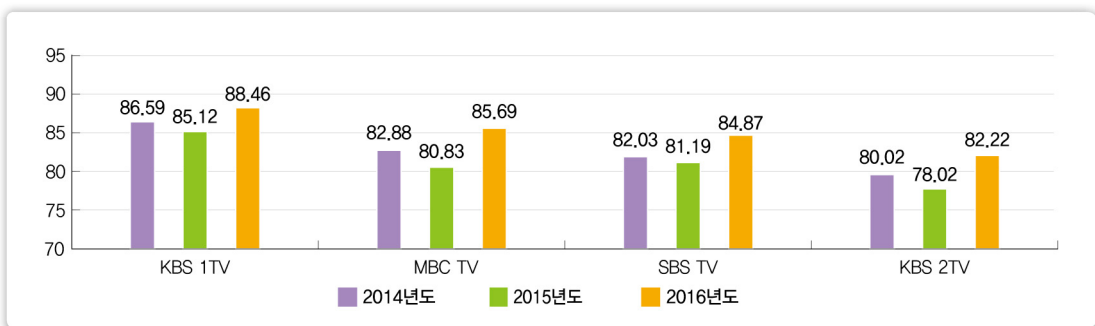
위원회는 2016년도 방송평가 결과를 방송평가규칙 개정 전 기준에 따른 상반기 평가결과와 개정 후 기준에 따른 하반기 평가결과를 각각 발표하고, 상·하반기의 결과를 산술평균하여 도출된 최종 방송평가 결과도 발표하였다.

방송평가는 매체별 특성에 따라 평가항목 및 배점 등이 상이하게 구성되어 있으며, 지상파의 경우 TV는 900점 만점, 라디오와 DMB는 500점 만점이고, 종합편성의 경우 700점 만점, SO·위성의 경우 500점 만점, 홈쇼핑·보도PP 등 기타 매체의 경우 500점 만점으로 평가하고 있다.

지상파TV(중양)의 경우 KBS1 88.46점, MBC 85.69점, SBS 84.87점, KBS2 82.22점이며 2015년과 비교하였을 때 전체적으로 점수가 상승하였다. 심의규정 준수, 편성규정 준수항목에서 2015년 대비 감점이 적었으며, 어린이 프로그램 편성실적의 증가 등으로 전체적으로 총점이 상승하였고, 자체심의 기구 등 운영, 재난방송 편성 평가 항목에서 일부 사업자의 경우 평가 점수가 하락한 것으로 나타났다.

그림III-1 | 최근 3년간 지상파TV 방송평가 결과 추이(100점 환산)

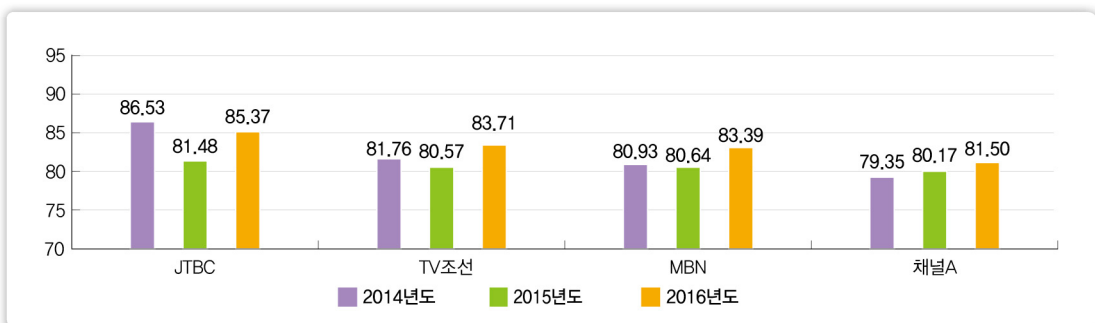
(단위 : 점)



종합편성PP의 경우, JTBC 85.37점, TV조선 83.71점, MBN 83.39점, 채널A 81.50점으로 나타났다. 종합편성PP의 경우 심의규정 준수, 편성규정 준수항목 등에서 2015년 대비 감점이 적어 총점이 상승하였으며, 재난방송 편성 등 편성영역에서는 전체적으로 평가점수가 하락하였다. 그 외 전체 방송사에 대한 평가항목별 점수는 위원회 홈페이지를 통하여 확인할 수 있다.

그림III-2 | 최근 3년간 종합편성PP 방송평가 결과 추이(100점 환산)

(단위 : 점)



2016년도 방송평가 결과는 국민과 정부 간의 소통과 협력을 확대하는 취지에서 위원회 홈페이지(www.kcc.go.kr)에 게재되며, 「방송법」 제17조제3항제1호에 따라 방송사 재허가, 재승인 심사에 평가결과가 일정비율 반영된다. 방송평가를 받은 방송사업자는 위원회 홈페이지에 게시된 평가결과를 참조하여 잘하고 있는 사항과 미진한 사항을 확인하고, 방송의 공적책임과 방송프로그램의 질적 향상을 통한 시청자의 권익보호 실현을 위하여 개선해야 할 분야를 파악할 수 있다.

5) 종합편성방송채널사용사업자의 방송광고판매대행사업자 재허가

위원회는 2017년 3월 제16차 전체회의를 개최하여 종합편성PP의 방송광고판매대행사업자인 JTBC미디어컴, TV조선미디어랩과 미디어랩A에 대한 재허가를 의결하였다. 이는 위원회의 종합편성방송채널사용사업자의 방송광고판매대행사업자 재허가 기본계획에 의거한 외부 심사위원회의 심사 결과를 따른 것이다. 심사결과, 위의 3개 방송광고판매대행사업자 모두 심사사항별 과락 없이 재허가 기준 점수(총 100점 중 70점 이상)를 충족함에 따라 재허가하고, 허가 유효기간은 최초 허가 만료일로부터 각 5년으로 의결하였다.

각 미디어랩의 평가점수는 JTBC미디어컴이 82.375점, TV조선미디어랩이 77.048점, 미디어랩A가 76.245점 순이었다. 재허가기간은 JTBC미디어컴과 TV조선미디어랩이 2017년 4월 1일부터 2022년 3월 31일까지로 동일하고 미디어랩A가 2017년 4월 22일부터 2022년 4월 21일까지이다.

또한, 위원회는 2017년 11월 제41차 전체회의를 개최하여 종합편성방송채널사용사업자의 방송광고판매대행사업자인 MBN미디어랩에 대한 재허가를 의결하였다. 심사 결과 MBN미디어랩은 71.568점으로 평가되어 재허가 기준(총 100점 중 70점 이상, 각 심사사항별 60점 이상)을 충족함에 따라 재허가 하고, 허가 유효기간은 최초 허가 만료일로부터 5년인 2017년 12월 1일부터 2022년 11월 30일로 의결하였다.

위원회는 MBN미디어랩에 대하여 종합편성PP 미디어랩3사(JTBC미디어컴, TV조선미디어랩, 미디어랩A) 공통 재허가 조건 및 권고사항을 동일하게 부여하여 재허가 심사 및 광고정책의 일관성을 유지하였다. 2015년 9월 ‘위원회, MBN 편성에 영향을 미친 행위’ 관련 MBN미디어랩에 시정명령 및 과징금 2.4억 원을 부과한 방송광고판매 금지행위 위반건이 심사에서 중점적으로 지적됨으로써 관련 공정한 거래질서 확보 방안, 사외이사 및 감사제도 개선 등 경영의 투명성 및 독립성 확보 방안, 방송광고판매 관련 제반 법규 위반 방지대책 등의 조건을 부과하였다.

특히, 방송광고 판매의 공익성 및 공정성 제고를 위하여 MBN미디어렐과 최대주주 MBN에 대하여 ‘방송광고 판매를 목적으로 방송프로그램의 기획, 제작, 편성 등에 영향을 미치는 행위를 금지’하도록 하고, 이에 대한 준수를 담보할 수 있는 이행각서를 각각의 이사회 의결을 거쳐 제출하도록 하였다.

향후 위원회는 매년 종합편성PP 미디어렐의 재허가조건 및 권고사항을 철저히 점검하여 방송 광고시장의 공정한 거래질서와 경쟁 환경 조성에 대한 관리·감독을 강화할 계획이다. 아울러, 종합 편성PP 미디어렐의 재허가 심사기준 및 배점(공익성·공정성 배점 강화 등), 허가유효기간 개선 (현행 5년의 허가기간을 재허가 심사 결과에 따라 3~5년으로 조정) 등 재허가 제도 정비가 필요하다는 심사위원회의 정책 건의사항 등도 면밀히 검토하여 개선방안을 마련할 예정이다.

나. 재난방송 효율성 강화

최근 자연재난 및 사회재난이 증가하고 있어 다양한 재난유형에 효율적으로 대응하기 위하여 방송재난 관리체계를 확립하고 각종 재난발생 시 신속하고 정확하게 재난방송을 실시할 필요성이 높아지고 있다. 위원회는 2017년 9월 방송재난 및 재난방송 기능 강화를 위한 2018년 방송 재난관리 기본계획을 수립하였고, 효율적인 방송재난 관리체계를 구축하였으며, 신속·정확한 재난방송 실시를 위한 「재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준」 고시를 개정하였다.

위원회는 2017년 12월 「방송통신발전 기본법 시행령」 제28조제4항에 따라 신속·정확한 재난 방송이 이루어질 수 있도록 그 준수사항을 고시에 구체적으로 규정하기 위하여 재난방송 관련 고시 개정을 의결하였다. 「재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준」 일부개정안의 주요 내용은 다음과 같다.

방송사업자가 재난방송을 요청받은 즉시 재난방송을 실시하도록 하고, 재난방송 시 방송에 표출되어야 할 내용(발생시간, 재난명, 재난 발생지역, 행동요령, 발령기관)을 명시하였다. 또한 긴급재난(지진규모 5.0 이상 및 민방위 경보) 발생 시에는 방송사에서 중간확인과정을 배제하고 즉시 재난방송을 실시하도록 하고 시청자의 주목을 끌 수 있도록 기존 자막과 다른 형식을 활용하여 긴급한 재난상황임을 알 수 있도록 하였으며, 시각장애인이나 일반 국민들이 재난상황을 효율적으로 인지할 수 있도록 위원회에서 정한 재난정보음을 송출하고, 외국인을 위하여 재난 발생시간, 재난명칭, 발생지역을 포함한 영어자막방송 등을 실시하도록 하였다.

위원회는 이번 「재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준」 개정을 통하여 지진이나

북한 미사일발사 등 긴급한 재난발생 시에 시각장애인뿐만 아니라 일반국민들이 신속하게 재난 상황을 인지할 수 있도록 재난방송 체계를 강화함으로써 국민들의 생명과 재산피해를 최소화할 수 있게 되었다고 밝혔다. 향후 재난방송에 필요한 세부적인 사항에 대하여 방송사의 의견을 수렴하여 재난방송 종합 매뉴얼 가이드라인을 개정할 예정이다.

표 III-7 | 재난방송 강화를 위한 고시·매뉴얼 개정(안) 주요 내용

○ (정확성) 재난방송 시 방송에 표출되어야 할 내용을 적시					
고시	발생시간, 재난명, 재난 발생지역, 행동요령, 발령기관 적시(안 제4조제4항)				
○ (긴급 재난) 긴급 재난(민방위 경보, 지진규모 5.0 이상) 시 준수 사항을 규정					
- 신속성 제고를 위하여 요청 즉시 방송하고 일정 시간 유지하도록 함					
고시	재난방송이 즉시 방송될 수 있도록 중간확인과정을 배제(안 제4조제5항제1호)				
매뉴얼 가이드라인	자막 : 중간 확인 과정 없이 즉시 방송, 최소 10초 이상, 노출 5회 이상 방송 특보 : 30분 이내 시작, 최소 10분 이상 유지(단, KBS : 10분 이내 시작, 30분 이상 유지)				
- 재난자막을 기존 자막과 차별화하여 인식을 제고					
고시	시청자의 주목을 끌 수 있도록 기존 자막과 다른 방식 활용(안 제4조제5항제2호)				
매뉴얼 가이드라인	<table border="1"> <thead> <tr> <th>지진규모 5.0 이상(빨간바탕/흰색글씨)</th><th>민방위 사태(빨간바탕/흰색글씨)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>	지진규모 5.0 이상(빨간바탕/흰색글씨)	민방위 사태(빨간바탕/흰색글씨)		
지진규모 5.0 이상(빨간바탕/흰색글씨)	민방위 사태(빨간바탕/흰색글씨)				
- 시각 장애인을 위한 경보음, 외국인을 위한 영어자막 송출					
고시	시각장애인이나 일반 국민의 인지를 제고를 경보음 송출(안 제4조제5항제3호) 영어를 포함한 재난방송을 실시할 것(안 제4조제5항제4호)				
매뉴얼 가이드라인	지진 : 규모 5.0 이상 → 경보음 송출, 국문과 동일한 영어자막 표준문안 규정 Time OODO OOSI, M5.0 EARTHQUAKE 민방위사태시 경보음 : 경계·공습·화생방 경보 시 경보음 송출, 민방위사태시 영어자막 : 국문과 동일한 내용으로 표준문안 규정				

경계경보	공습경보	화생방경보
시간 oo도 경계경보 발령 가까운 지하대피시설로 대피할 준비하고 방송 청취	시간 oo도 공습경보 발령 가까운 지하대피시설로 대피하고, 방송 청취	시간 oo도 화생방경보 발령 호흡기 및 피부 등을 보호하고 비오염지역으로 대피하고, 방송 청취
Current time ooDO Warning alert issued. Prepart to evacuate to a nearby underground evacuation facility and listen to the broadcast	Current time ooDO air-raid alarm issued. Evacuate to a nearby underground evacuation facility and listen to the broadcast	Current time ooDO chemical or biological warnings alert issued. Protect skin and respiratory tracts and evacuate to non- contaminated areas, And listen to the broadcast

한편, 위원회는 터널, 지하공간 등 방송수신 음영지역에 라디오, DMB 수신환경 조사를 통해 시설관리자로 하여금 재난방송 및 민방위 경보 방송의 원활한 수신을 가능하도록 하여 재난피해를 예방하고자 하였다. 이를 위하여 전국의 터널 등 재난방송 음영지역의 재난방송 수신여부를 확인하기 위한 전수조사 및 방송수신 환경 개선을 위한 실태조사를 실시하였다.

위원회는 중요 방송시설(주조정실, 뉴스 제작시설, 송·중계소 등)의 안전점검을 강화하기 위하여 중요 방송시설 안전점검 대상을 80개소로 확대하고, 해빙기·하절기·동절기 등 연 3회 이상 정기점검을 실시하여 방송사의 예방·대비·대응·복구 상황을 점검하였다. 또한 2017년 12월 방송재난관리계획 이행 여부 지도·점검을 실시하여 방송재난관리계획에 따른 안전관리에 필요한 조치를 하도록 하고 그 이행 실태를 점검하여 미흡한 점을 지도·보완하도록 조치하였다. 2017년 1분기 재난방송 미실시 사업자에 대한 과태료 부과 처분을 통하여 재난방송의 중요성 및 경각심을 방송사업자로 하여금 갖게 하여 신속·정확한 재난방송 실시에 기여하였다.

표III-8 | 중요 방송시설 안전점검

구 분	점검기간	점검대상	점검내용
해빙기	2017년 3월 13일~20일	27개 방송시설	• 방송사 방송재난관리계획 수립 및 적정성 여부 점검 • 재난방송온라인시스템 및 자동자막송출시스템 등 재난방송 관리 실태 점검 등
하절기	2017년 6월 7일~16일	26개 방송시설	
동절기	2017년 11월 21일~12월 4일	27개 방송시설	

다. 시청자 권익 보호

위원회는 시청자미디어센터의 방송장비·시설을 변화하는 방송 환경에 맞추어 가상현실(VR) 장비를 갖추고, 다양한 미디어교육 프로그램을 운영하며 시청자 제작 방송프로그램 제작 지원 및 시청자 참여프로그램 지원 사업 등을 통하여 시청자의 방송참여를 활성화하였다.

위원회는 시청자의 방송접근권을 확대하고 미디어 이용에 있어서의 격차를 해소하기 위하여 시청자미디어재단을 통하여 전국 7곳에 시청자미디어센터를 운영하고 있고, 시청자미디어재단은 방송통신발전기금의 지원을 받으며 ‘시청자의 영상 및 방송제작 지원’, ‘장애인의 미디어 접근권 확대사업’, ‘시청자 미디어교육’, ‘시청자단체 지원 활동’, ‘학교 및 사회 미디어교육’ 등의 사업을 추진하고 있다. 또한 방송제작을 위한 장비 및 시설 등을 무료로 대여하여 주고 방송제작 및 활용 관련 교육 프로그램을 운영하는 한편, 방송사와 연계하여 시청자가 직접 제작한 프로그램을 실제로 편성하여 방영하며, 시청자 미디어 공모전, 미디어 축제 등을 개최하여 시청자의 방송참여 및 권익증진에 기여하고 있다. 현재 보편적 미디어교육 및 시청자 권익보호의 거점지로서 기능하고 있는 시청자미디어센터를 경기권에도 추가적으로 건립하고, 광역권별 시청자미디어센터 구축을 지속적으로 확대해 나갈 방침이다.

한편, 위원회는 2017년 3월 홈쇼핑방송 시청자위원회 설치를 의무화하도록 「방송법」을 개정하여 허위·과장 등으로 인한 불만민원 및 피해사례 처리를 위한 객관적인 통로를 마련하는 등 시청자·구매자의 피해 예방 및 권익보호에 기여하였다. 61개 종합유선방송사에게도 시청자위원회를 설치하도록 재허가 조건을 부가하였다.

위원회는 시청자 권익 증진사업을 국민과 공유하고 체험하는 기회를 마련하여 미디어를 이해하고 활용하는 문화를 확산하기 위한 ‘2017년 시청자미디어축제’를 2017년 11월 13일~17일까지 서울, 부산, 광주, 대전, 인천, 강원, 울산 등에서 전국적인 행사로 개최하였다. 주요 행사로는 시청자가 직접 참여하여 제작한 창의적인 작품을 발굴하여 격려하고, 시청자의 권익 증진 및 미디어교육의 발전에 크게 기여한 단체와 유공자의 공로를 기리고자 ‘시청자미디어대상 시상식’을 개최하였고, 지능정보사회에서 미디어교육의 방향을 논의하기 위한 ‘미디어교육 컨퍼런스’를 개최하였다. 또한 지역 센터별 특별 프로그램에는 평창동계올림픽의 성공적인 개최를 응원하는 행사, VR콘텐츠 제작 체험교육, 찾아가는 미디어나눔버스 기념행사, 1인 미디어 제작실 오픈행사, 드론 촬영 교육 및 시민이 직접 라디오방송에 참여할 수 있는 행사 등이 7개 시청자미디어센터 주관으로 전국 각지에서 진행되었다.

그림 III-3 | 2017년 시청자미디어축제



라. 우수프로그램 제작환경 조성

위원회는 매년 전년 제작·방송된 우수 방송프로그램을 직접 시상함으로써 제작인들의 창작 의욕을 고취하고 방송의 품격을 높이는 데 기여하고 있다. 2017년 3월 ‘2017년 위원회 방송 대상’ 시상식이 개최되었다. 이 날 시상식에는 국회의원, 정부, 방송사 대표 등 각계인사 300여 명이 참석하여 일선현장에서 제작에 매진하는 방송인들의 노고를 격려하였다. ‘위원회 방송대상’은 방송인의 창작의욕을 고취시키고 방송프로그램의 질적 향상을 도모하기 위하여 매년 위원회가 개최하는 시상식으로, 전년 한 해 동안 국내에서 제작·방송된 우수 프로그램 및 방송문화 발전에 기여한 개인·단체를 시상하는 행사이다.

그림 III-4 | 2017년 위원회 방송대상 시상식



2017년 9회차를 맞이한 방송대상에 총 338편의 우수한 방송프로그램 등이 응모하여 치열한 경합을 벌였다. ‘대상’의 영광은 KBS의 16부작 드라마 <태양의 후예>(기획: 배경수, 연출: 이응복, 백상훈)에게 돌아갔다. <태양의 후예>는 완성도 높은 대본과 출연자들의 열연으로 평화와 헌신

이라는 인류적 가치를 아름답게 구현하였고, 사전제작 방식의 성공 사례로써 국내외 방송시장에서 선풍적인 인기를 얻었다는 점에서 높은 점수를 받았다.

‘최우수상’은 KNN의 〈배리어프리 오페라〉(기획: 문지용, 연출: 정희정)가 수상하였다. 〈배리어프리 오페라〉는 오직 소리만으로 오페라를 구현한다는 창의적인 시도를 통하여, 라디오 청취자들의 상상력을 극대화하고 시각장애인의 예술 향유 기회도 높여준 수작이라는 평가를 받았다.

2017년 방송대상에는 ‘다양성’ 부문과 ‘방송출연자상’이 신설되었다. 특히 위원회는 방송프로그램 뿐만 아니라 동영상 콘텐츠에도 ‘다양성’ 부문 응모자격을 부여하여 미디어환경의 변화를 적극적으로 반영하였다. 그 결과 인터넷 플랫폼(네이버TV)과 방송채널(마운틴TV, UMAX)을 통하여 제공되었던 에스엠브이(SMV)의 〈UHD 천하무림기행〉 등이 ‘다양성’ 부문 수상작으로 선정되었다. 방송프로그램의 품격과 시청률 제고 등에 기여한 방송출연자를 시상하는 ‘방송출연자상’의 최초 수상자로는 〈임진왜란 1592〉에서 도요토미 히데요시 역을 맡아 명연기를 펼친 배우 김응수가 선정되었다.

이를 비롯하여 위원회는 ‘창의·발전’, ‘사회·문화’ 부문 등, 총 12개 작품에 대하여 ‘우수상’을 시상하였으며 방송발전에 기여한 방송인 등을 선정하여 시상하는 ‘특별상’ 7개 부문에 대해서도 시상하였다.

마. 공익광고 활성화 및 중소기업 방송광고 지원

1) 공익광고 활성화

위원회는 한국방송광고진흥공사(KOBACO)를 통하여 사회문제 해결에 기여할 수 있는 창의적이고 시의성 있는 공익광고 주제를 선정하고 품질 높은 공익광고를 제작, 확산하고 있다. 한국방송광고진흥공사(KOBACO)는 공익광고에 대한 국민의 의견을 광범위하게 수렴하기 위하여 2017년 4월, 7월, 11월 총 3회에 걸쳐 대국민 여론조사를 진행하였다. 여론조사 결과 등을 바탕으로 2017년 2월 〈상호존중과 배려〉, 〈다양한 가족〉, 〈언어폭력(온라인)〉, 〈올바른 운전문화 정착〉 등 4편을 선정하였으며, 2017년 5월 〈올바른 금융습관〉, 〈2018평창동계올림픽〉, 〈층간 소음〉 등 3편을 선정하였고, 2017년 9월 〈청소년 폭력 예방〉, 〈함께 일하는 사회〉, 〈책 읽는 사회〉 등 3편을 선정하였다.

위원회는 공익광고 업무의 효율적 추진을 위하여 한국방송광고진흥공사(KOBACO)에 언론 및 학계, 광고 및 방송영상계, 방송사 등 18명의 외부전문가로 구성된 공익광고협의회를 두었으며, 공익광고협의회는 공익광고 주제 선정 및 제작 방향에 관한 사항 등을 심의·의결하였다.

그림 III-5 | 공익광고 주제선정 절차

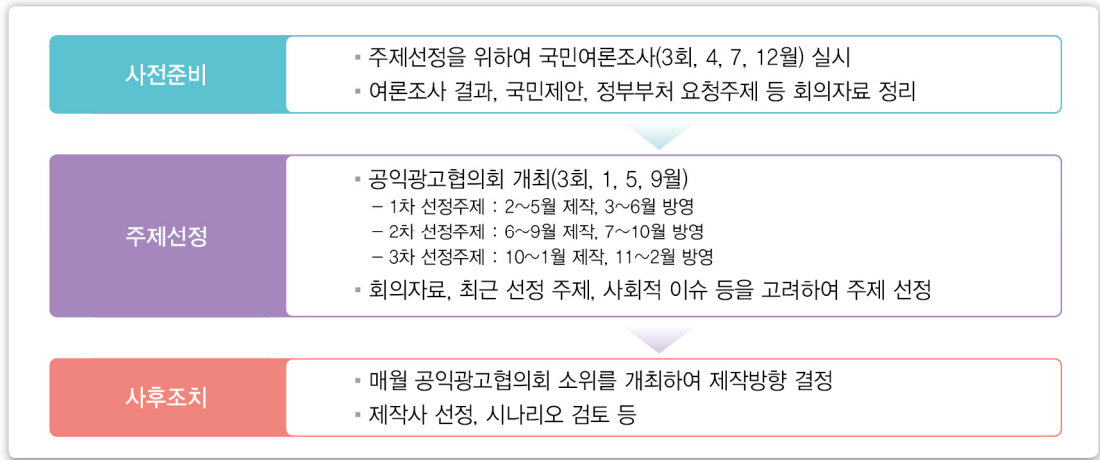


표 III-9 | 2017년 공익광고 제작

대주제	소주제	비고
공동체 의식	상호존중과 배려 (나는 맞고 남들은 틀리다)	 (2017년 4~5월)
복지/인권	다양한 가족 (그런 사연 없어요)	 (2017년 5~6월)
범죄예방	언어폭력-온라인 (능력자)	 (2017년 6~7월)
범죄예방	올바른 운전문화 정착 (좋은 사람)	 (2017년 7~8월)
범죄예방	올바른 금융습관 (돌다리)	 (2017년 8~9월)

대주제	소주제	비고
국가적 자산/문화	2018평창동계올림픽 (모두의 Winter, 모두가 Winner)	 (2017년 9~11월)
공동체 의식	총간소음 (총간 내리사랑)	 (2017년 11~12월)
청소년/교육	청소년 폭력 예방 (폭력은 장난이 아닙니다)	 (2017년 12월~2018년 1월)
경제/민생/상생	함께 일하는 사회 (나눔이 더함이다)	 (2018년 1~2월)
국가적 자산/문화	책 읽는 사회(서평)	 (2018년 2~3월)

2017년에는 총 10개 주제의 공익광고가 제작되어 다양한 경로를 통하여 방영되었다. 「방송법」 제73조 및 「방송법 시행령」 제 59조제4항에 의거한 비상업적 공익광고 의무편성 제도에 따라 지상파텔레비전방송사업자의 경우 채널별로 매월 전체 방송시간의 1,000분의 2 이상 공익광고를 편성하고 있으며, 그 외 방송사업자는 채널별로 매월 전체 방송시간의 1,000분의 0.5 이상 공익광고를 편성하고 있다.

또한, 유료 광고매체인 인터넷, 극장, 교통, 모바일, IPTV, VOD 광고 등을 통해서도 공익광고를 송출하였다. 특히, 매체영향력이 커지고 있는 인터넷, 모바일, 옥외 등 광고 집행을 통하여 공익광고 노출 효과성을 극대화하였으며, 매체기부 활성화 유도를 통하여 무료매체를 개발하여 공익광고 노출 기회를 확대함으로써 매체비 대체효과를 유발하였다.

그 밖에도 총 1,191건의 공익광고 교육자료 활용을 통하여 청소년 대상 현장교육 효과를 제고

하고, 연간 4회 공익광고 효과 평가를 실시하여 제작된 공익광고 집행의 효과 및 국민의 태도 변화 양상을 진단하였다. 또한, 2017년 11월 2일부터 11월 10일까지 9일간 공익광고제를 개최하여 전 국민이 참여하는 공익광고 공모전, 전시회, 시민참여 이벤트 등을 통하여 다양한 사회문제에 대한 국민 공감대를 형성하고 사회적 실천의식을 제고하였다.

2) 중소기업 방송광고 지원

위원회는 한국방송광고진흥공사(KOBACO)를 통하여 우수한 기술력을 가지고 있으나 낮은 인지도와 마케팅 능력 부족으로 어려움을 겪고 있는 혁신형 중소기업을 지원하기 위한 ‘혁신형 중소기업 방송광고 제작지원’ 사업을 실시하였다. 혁신형 중소기업에는 벤처, 이노비즈(기술혁신형)·메인비즈(경영혁신형) 중소기업, 그린비즈(우수녹색경영)·녹색인증 중소기업, 글로벌IP(지식재산) 스타기업, 지식재산경영인증기업, 사회적 기업, 두뇌역량 우수전문기업 등이 해당된다.

2017년 3년차에 접어드는 ‘혁신형 중소기업 방송광고 제작지원’ 사업은 혁신형 중소기업에 대하여 TV광고는 5천만 원, 라디오광고는 3.5백만 원까지 방송광고 제작비의 50%를 지원해주는 사업이다.

표III-10 | 2017년 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원 현황

구분	TV방송 광고	라디오방송 광고
한도액	5천만 원 (제작비 1억 원의 경우, 5천만 원 지원)	3.5백만 원 (제작비 7백만 원의 경우, 3.5백만 원 지원)
한도액 초과시	5천만 원 (제작비 1.2억 원의 경우, 5천만 원 지원)	3.5백만 원 (제작비 1천만 원의 경우, 3.5백만 원 지원)
한도액 미달시	제작비의 50% (제작비 8천만 원의 경우, 4천만 원 지원)	제작비의 50% (제작비 6백만 원의 경우, 3백만 원 지원)

위원회는 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원에 앞서 2017년 2월에 방송광고 기본절차 및 평균 소요시간과 비용, 제출 시 주의사항 등에 대한 사전설명회를 개최하였으며, 2017년 3월 혁신형 중소기업 방송광고 제작지원 선정기업 대표들과 오찬 간담회를 갖고, 협약식에 참석하여 중소기업 관계자들을 격려하였다.

위원회는 2015년부터 2017년 하반기까지 TV광고 131개사, 라디오광고 160개사 등 291개사에 방송광고 제작을 지원하였다. 2017년에는 TV광고 제작 54개사, 라디오광고 제작 42개사 등 96개 중소기업의 방송광고 제작지원을 위하여 총 30억 원의 예산을 사용하였다. 2017년 중소기업 방송광고 제작지원 대상은 중소기업이 광고대상 상품의 계절적 특성을 고려하여 지원할 수 있도록 3차로 나눠 선정하였다.

표 11-11 | 방송광고 제작지원 현황

구 분	제작지원 기업수(개사)			지원 예산액 (백만 원)
	TV광고	라디오광고	합계	
2015년	32	78	110	2,000
2016년	45	40	85	2,540
2017년	상반기	32	26	3,000
	하반기	22	16	
합계	131	160	291	7,540

한편 위원회는 2017년 2월 ‘2016년 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원사업’의 효과에 대한 조사 결과를 발표하였다. 발표에 따르면 방송광고 제작지원을 받은 중소기업의 매출이 평균 10.7%(TV광고 제작지원 10.7%, 라디오광고 제작지원 10.6%) 성장하였으며, 이들 기업이 방송광고 제작지원 이후 방송광고 제작지원액(21.8억 원)의 5.9배에 해당하는 128.8억 원을 방송광고비로 지출하는 등 방송광고 시장의 활성화에도 기여한 것으로 나타났다. 또한, 지원 사업에 대한 전반적인 만족도는 5점 만점에 평균 4.39점(100점 만점 시 87.5점)이며 구체적으로 기업의 인지도 상승 4.1점, 기업의 매출증가 도움 3.47점 등으로 기업의 만족도도 긍정적인 것으로 나타났다.

2. 지역·중소 방송 활성화 지원

가. 고품질 프로그램 제작 등 지원

위원회는 최근 신규 미디어의 등장, 광고시장의 변화 등 급변하는 방송환경으로 인하여 재정적·인적 여건 약화로 지역방송 및 중소방송의 공적기능이 약화되고 있는 상황 속에서 2015년 6월 수립된 ‘지역방송발전지원계획’에 따라 지역방송의 경쟁력 강화 및 지역성·다양성 구현을 위한 지원을 강화하였다.

위원회는 지역·중소방송 사업자를 대상으로 프로그램 제작역량을 강화하고 지역 시청자 복지 향상을 위한 고품질의 지역성·다양성 프로그램 제작을 지원하기 위하여 ‘2017년 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화 프로그램 제작지원 사업’을 시행하였다. 약 40여 개의 지역·중소방송 사업자를 대상으로 제작지원 프로그램을 공모 및 심사하여 2017년 3월 최종적으로 27개 방송사 40개 프로그램을 선정하여 제작비 총 33억 원을 지원하였다. 2017년 지원 사업에서는 방송사가 경쟁력 있는 프로그램을 기획할 수 있도록 지원 상한액을 확대(프로그램 당 1억 원 → 3억 원)

하였고, 방송사에 대하여 책임감을 부여하기 위하여 방송사의 자부담 비율을 설정(0% → 10% 이상) 하였다.

표Ⅲ-12 | 2017년 지역·중소방송프로그램 제작지원 내용

지원부문	지원규모	지원상한액	제작기간	지원조건	비고
경쟁력 강화 프로그램	TV: 1,650백만 원	프로그램 당 300백만 원	2년 이내	현금 자부담 10% 이상 ※ 기 정규물의 경우 30% 이상	• 시리즈 우대 • 해외유통가능 주제 우대 • 해외공동제작 가능 • 포맷개발 가능(지원 상한액 100백만 원, 제작기간 1년 이내)
지역성·다양성 프로그램	TV, 라디오, DMB: 1,650백만 원	프로그램 당 100백만 원 이내	1년 이내		

나. 지역방송 유통 지원

위원회는 국내외 콘텐츠마켓 참가지원, 해외피칭포럼 참가지원 등을 통하여 지역방송 자체제작 콘텐츠의 유통경로 발굴 및 네트워크 구축 등에 기여하였다. 위원회는 지역방송 우수 콘텐츠의 유통경로 마련을 위하여 부산콘텐츠마켓(BCM) 및 아시아텔레비전포럼(ATF)에 지역방송 콘텐츠 전시관(Korea Content Village)을 설치·운영하여 지역방송 참가를 지원하고 국내외 바이어 및 참관객에게 우수 콘텐츠를 홍보하는 등 콘텐츠 유통 및 마케팅 기회를 제공하였다. 또한 해외피칭포럼(광저우다큐피칭포럼, Tokyo Docs 등) 참가지원을 통하여 광저우다큐피칭포럼(GZDOC)에서 1개 프로젝트가 최종 선정되어 피칭 기회를 가지는 등 지역방송 콘텐츠의 글로벌 경쟁력 확보 및 네트워크 구축에 일조하였다.

2017년 우수 제작지원 프로그램(〈좌충우돌만국유람기〉, 〈그레이트지리산〉 등)이 국내외 채널에 판매되어 총 2억 9,700만 원의 판매 성과를 창출하였으며, KNN의 〈전국 TOP10 가요쇼〉가 CMC 〈가족오락TV〉 등과 구매계약을 체결하는 등 지역방송사들은 국내외 콘텐츠마켓 참가를 통하여 총 4억 670만 원(BCM 2억 6,010만 원, ATF 1억 4,660만 원)의 판매 수익을 거두었다.

그림 1-6 | 2017년 지역방송 우수 콘텐츠의 홍보 및 마케팅 지원 내용



지역방송사 BCM 2017 참가 지원

- 일시 : 2017년 5월 10일~12일
- 장소 : 부산 BEXCO
- 내용 : 지역방송 콘텐츠 전시관(Korea Content Village)을 설치하여 19개사 41개 우수 지역방송프로그램 전시·홍보



지역방송사 ATF 참가 지원

- 일시 : 2017년 11월 29일~12월 1일
- 장소 : 싱가포르 마리나베이샌즈
- 내용 : 지역방송 콘텐츠 전시관(Korea Content Village)을 설치하여 20개사 53개 우수 지역방송프로그램 전시·홍보



지역방송사 해외피칭포럼(GZDOC) 참가 지원

- 일시 : 2017년 12월 11일~14일
- 장소 : 중국 광저우
- 내용 : 국제 다큐멘터리 페스티벌에 참가하여 해외피칭 현장체험 등 글로벌 프로듀싱 역량 강화

위원회는 경쟁력 있는 지역방송프로그램의 개발·유통을 위한 ‘지역방송 콘텐츠 개발·유통 로드맵’을 마련하여 지역방송 콘텐츠의 홍보 및 국내외 판매경로 개척을 통한 지역방송사의 지속적이고 안정적인 자생기반을 조성할 계획이다.

다. 지역방송 교육 및 인력 양성 지원

위원회는 지역방송 종사자가 고품질 콘텐츠 제작역량을 배양할 수 있도록 현장실습 위주의 맞춤형 교육과정, 해외방송전문교육과정 및 전문가 멘토링 서비스를 제공하고 있다. 위원회는 2016년 2월 실시한 지역방송 종사자 교육 추진 관련 수요조사 결과를 반영한 ‘지역방송 종사자를 위한 맞춤형 교육프로그램’을 개발하여 지역방송 종사자 대상 정규과정(PD·특수촬영·색보정 등), 방송사 신청에 따른 방문특강, 전문가 멘토링 서비스 등을 운영하여 지역방송 종사자의 역량 제고를 통한 콘텐츠 경쟁력 강화 기반을 마련하였다. 맞춤형 정규과정(PD·특수촬영·색보정

등)의 경우 총 10회 운영하여 146명이 수료하였고, 평균 92.1점의 교육 만족도를 기록하였다. 맞춤형 방문특강의 경우 총 10회 운영하여 스마트폰촬영, 기자교육, 온라인 콘텐츠 활성화 방안 등 맞춤형 현장 교육을 제공하였고, 전문가 멘토링 서비스의 경우 총 7회 운영하여 오디오 이펙트 편집, 정보공개 청구와 분석기술, 페이스북 운영전략과 노하우 등의 교육을 제공하였다. 2017년 11월 13일부터 17일까지 일본 도쿄에서 진행한 해외방송 전문교육과정에는 10개 지역방송사 직원 10명이 참가하여 선진 제작기술 교육(NHK, SONY), 해외 지역방송사 견학(후쿠이TV, MXTV, 야마구치방송) 및 최신 트렌드 파악 등을 위한 교육을 받았고, 평균 92점의 교육 만족도를 기록하였다.

3. 미디어다양성 제고 및 조사 기반 구축

가. 2016년도 방송사업자 시청점유율 산정 결과 발표

위원회는 「방송법」 제69조의2에 따른 ‘2016년 매체교환율’과 ‘2016년 방송사업자의 시청 점유율 산정 결과’를 「방송법」 제35조의4에 따라 미디어다양성위원회의 심의를 거쳐 8월 10일 제23차 전체회의에서 의결하였다. 방송사업자의 시청점유율은 해당 방송사업자의 시청점유율에 해당 방송사업자의 특수관계자 시청점유율 및 해당 방송사업자가 주식 또는 지분을 소유하고 있는 다른 방송사업자의 시청점유율을 합산하여 산정한다. 시청점유율이란 전체 텔레비전 방송에 대한 시청자의 총 시청시간 중 특정 방송채널에 대한 시청시간이 차지하는 비율로, 한 방송사업자의 시청점유율은 30%를 초과할 수 없다. 단, 정부 또는 지방자치단체가 전액 출자한 경우는 예외로 한다.

한편, 일간신문을 경영하는 법인이 방송사업을 경영하거나 주식 또는 지분을 소유하는 경우에는 그 일간신문의 구독률을 일정한 비율의 시청점유율로 환산하여 해당 방송사업자의 시청점유율에 합산하였다. 일간신문의 구독률을 시청점유율로 환산하기 위하여 TV 방송의 영향력을 1로 보아 일간신문의 상대적인 영향력을 나타내는 매체교환율을 활용하였으며, 2016년 매체교환율은 1:0.41로 산정되었다.

이와 같은 산정기준에 따라서 2016년 주요 방송사업자의 시청점유율을 살펴보면 지상파는 KBS 27.583%, MBC 14.982%, SBS 8.669%, EBS 2.000%, 종합편성·보도는 TV조선 9.829%, JTBC 7.727%, 채널A 6.624%, MBN 5.477%, YTN 2.160%, 연합뉴스TV 1.824%로 나타났다.

주요 종합유선방송사업자(SO)계열PP·위성의 시청점유율은 CJ E&M(CJ 계열) 10.982%, 티캐스트(티브로드 계열) 2.656%, IHQ(딜라이브 계열) 1.722%, 현대미디어(HCN 계열) 0.709%, 씨엠비홀딩스(CMB 계열) 0.045%, KT스카이라이프 1.162%로 나타났다.

표 III-13 | 2016년 주요 방송사업자 시청점유율 산정 결과

(단위 : %)

구분	주요 내용	시청점유율	비고
지상파	한국방송공사(KBS)	27.583	지상파·계열PP
	문화방송(MBC)	14.982	지상파·계열PP
	서울방송(SBS)	8.669	지상파·계열PP
	한국교육방송공사(EBS)	2.000	지상파·PP
종합편성 및 보도채널PP	TV조선(조선일보 계열)	9.829	PP·일간신문
	JTBC(중앙일보 계열)	7.727	PP·일간신문
	채널A(동아일보 계열)	6.624	PP·일간신문
	MBN(매일경제 계열)	5.477	PP·일간신문
	YTN	2.160	PP·일간신문
	연합뉴스TV	1.824	PP
주요 종합유선 방송사업자(SO)계열PP 및 위성	씨제이이엔엠(CJ 계열)	10.982	PP·SO
	티캐스트(티브로드 계열)	2.656	PP·SO
	IHQ(딜라이브 계열)	1.722	PP·SO
	현대미디어(HCN 계열)	0.709	PP·SO
	씨엠비홀딩스(CMB 계열)	0.045	PP·SO
	KT스카이라이프	1.162	위성

주) 한국교육방송공사 : EBS2의 시청점유율(0.031%)포함

「방송법」 제69조의2제1항에 의하여 30%를 초과하지 못하도록 규정하고 있는 방송사업자의 시청점유율은 이번 조사결과에 따르면 이를 위반한 방송사업자는 없는 것으로 나타났다. 이번 산정결과는 위원회가 민간 시청률 조사기관인 티엔엠에스에 위탁하여 실시한 2016년 방송채널별 시청점유율 조사결과와 방송사업자로부터 제출받은 주식·지분 소유현황, 방송사업자 및 일간신문의 광고매출액 자료, (사)한국ABC협회의 일간신문 유료가구부수 인증 결과 등을 최종 집계·반영하여, 텔레비전 방송 채널을 운영하는 총 266개 방송사업자(법인기준)의 388개의 채널을 대상으로 산정하였다.

한편, 위원회는 국민들이 시청점유율 등 방송조사 정보를 보다 쉽고 편리하게 찾아 활용할 수 있도록 방송통계 포털(mediastat.or.kr)을 2017년 말에 구축하였으며, 해당 서비스는 2018년 1월 2일부터 이용 가능하다. 방송통계 포털은 위원회의 통계자료를 한 곳에 모아 제공하는 위원회의 공식 통계포털사이트로, 방송매체 이용행태 결과 등 7개 분야 690여 개의 통계 정보를

제공한다. 이용자 개개인이 관심을 많이 갖는 통계를 차트 형태로 구성하여 가독성을 높이는 한편, 각종 방송통계의 주제별 제공 및 위원회 홈페이지에서 바로가기 기능 등 이용자 편의성을 높이는데 역점을 두었다.

나. 2016년도 N스크린 시청행태 조사 결과 발표

위원회는 방송 시청 행태가 고정형TV를 통한 실시간 시청 외에 스마트폰·PC·고정형TV 비실시간(VOD) 시청 등으로 다변화됨에 따라, 고정형TV, 스마트폰, PC를 통한 시청 행태를 모두 포괄하는 통합시청점유율 도입 기반 마련을 위한 N스크린 조사를 실시하고 있다. 2017년 9월 위원회는 2016년 N스크린 시청행태 조사 결과를 발표하였다. 2016년 N스크린 시청행태 조사는 스마트폰 및 PC 시청행태 조사와 고정형TV VOD 시청행태 조사 등을 포함하였다.

1) 스마트폰 및 PC 시청행태 조사

위원회는 전국에 거주하는 만 13세 이상 69세 이하 5,000여 명(스마트폰 3,500명 이상, PC 1,500명 이상)을 대상으로 2016년 8월 1일부터 2017년 1월 31일까지 스마트폰 및 PC를 통하여 제공된 실시간 및 비실시간 방송프로그램(본방일 포함 8일간) 시청기록을 측정 애플리케이션 등을 활용하여 조사하였다.

위원회의 조사결과에 따르면 조사기간 중 스마트폰 동영상 순이용자비율¹⁾은 94.38%이고, 동영상 월평균 이용시간은 726.84분으로 스마트폰 총 이용시간의 10.36%를 차지하였다. 방송 프로그램 순이용자비율은 63.98%이고, 방송프로그램 월평균 이용시간은 70.51분으로 동영상 이용 시간 중 9.70%를 차지하였다. PC의 경우, 동영상 순이용자비율은 64.00%이고, 동영상 월평균 이용시간은 283.48분으로 PC 총 이용시간의 24.07%를 차지하였다. 방송프로그램 순이용자 비율은 30.02%이며, 방송프로그램 월평균 이용시간은 53.29분으로 동영상 이용시간 중 18.80%를 차지하였다.

또한, 동영상 이용 및 방송프로그램 시청 현황을 살펴본 결과, 스마트폰에서 모든 연령대에서 90% 이상의 높은 동영상 이용률을 보였으며, 20~30대의 방송프로그램 이용률이 특히 높았다. 동영상의 월평균 이용시간은 여성, 남성순으로, 방송프로그램은 남성, 여성순으로, 연령대별 방송프로그램 시청 시간은 20대, 30대, 40대 순으로 높았다. 동영상 이용 대비 방송프로그램 시청 비중은 50대가 가장 높았으며, 10~20대는 타 연령대에 비하여 동영상 시청 시간이 월등히

1) 순이용자비율: 전체 패널수 대비 1개월 동안 한 번 이상 디바이스를 이용(또는 방송을 시청)한 사람의 비율

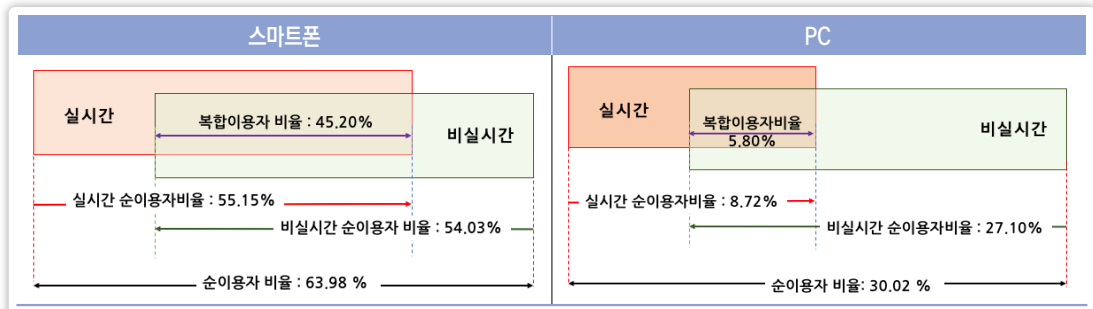
높았다. 남성 및 10~20대는 방송프로그램 외 동영상(1인 방송, 영화/드라마 등)을 많이 이용하는 것으로 조사되었다.

PC의 경우 여성보다 남성의 동영상 및 방송프로그램 이용률이 높았고, 그 중에서 30~40대의 동영상 및 방송프로그램 이용률이 특히 높았다. 동영상의 월평균 이용시간은 남성, 여성순으로, 방송프로그램도 남성, 여성순으로, 연령대별 방송프로그램 시청시간은 30대, 20대, 60대 순으로 높았다. 마지막으로 동영상 이용 대비 방송프로그램 시청 비중은 60대가 월등히 높았으며, 20~30대는 동영상 시청시간 및 방송프로그램 시청 비중이 모두 높게 나타났다.

시간대별 시청현황을 조사한 결과, 스마트폰, PC를 통하여 방송프로그램을 주로 시청하는 시간대는 18시 이후이며, 주중 TV 주시청시간대인 19~22시 사이에 증가하였다. 스마트폰과 PC를 이용한 방송프로그램 시청도 기존 TV시청과 유사한 시간대별 시청 경향을 보였다.

실시간 및 비실시간 방송프로그램별 시청 현황은 스마트폰에서 실시간 순이용자비율은 55.15%, 비실시간 순이용자비율은 54.03%로 실시간·비실시간에 따른 시청 행태의 차이를 보이지 않았다. PC에서 실시간 순이용자비율은 8.72%, 비실시간 순이용자비율은 27.10%로 비실시간 방송프로그램 시청 비율이 상대적으로 높았다.

그림 7-7 | 방송프로그램 서비스 형태별 순이용자비율(6개월 평균)



방송프로그램의 사업자 그룹별로 조사한 결과, 스마트폰에서 지상파(50.80%, 35.09분), MPP(40.68%, 19.37분), 종합편성(34.16%, 11.46분), 보도(18.13%, 2.36분) 순으로 순이용자 비율 및 시청 시간이 높았다. 반면, PC에서 사업자 그룹별 순이용자비율 및 시청 시간은 지상파(17.58%, 28.05분), 기타(14.41%, 8.68분), MPP(8.63%, 8.73분), 종합편성(7.70%, 7.42분) 순으로 높았다.

장르별로 스마트폰의 순이용자비율은 오락(45.05%), 보도(35.53%), 드라마(28.91%), 스포츠

(26.19%) 순으로, 월평균 이용 시간은 오락(25.38분), 드라마(23.05분), 스포츠(9.98분), 보도(8.96분) 순으로 나타났다. 보도, 스포츠 장르의 순이용자비율 대비 시청시간이 짧은 것은, 길이가 짧은 클립형식의 동영상에 많기 때문인 것으로 분석된다. 한편, PC의 순이용자비율은 오락(15.89%), 스포츠(15.36%), 드라마(9.28%), 보도(3.66%) 순으로 스포츠 중계에 대한 시청 욕구가 상대적으로 높았다. 실시간보다 비실시간 시청 비율이 높은 PC의 특성 상, 스마트폰에 비하여 보도 장르의 순이용자비율이 낮고, 스포츠 장르의 순이용자비율이 높기 때문이다.

채널별로 스마트폰에서 순이용자비율 및 이용 시간은 SBS(33.94%, 11.83분), MBC(32.06%, 10.39분), KBS2(27.48%, 9.68분), JTBC(25.58%, 7.96분), tvN(22.42%, 8.41분)이 다른 채널들에 비해 상당히 높았다. PC에서는 대체적으로 순이용자비율과 시청 시간이 스마트폰에 비하여 적었으며, MBC, SBS, KBS2의 수치가 높고, tvN, JTBC는 중간그룹으로 나타났다.

시청 경로별로 스마트폰의 순이용자비율 및 이용 시간 모두 애플리케이션, 웹페이지, DMB 순으로 높으나, 웹페이지는 순이용자비율(23.22%) 대비 시청 시간(9.87분)이 특히 적었다. 방송시청 전용인 애플리케이션·DMB와 달리 웹페이지를 통한 방송 시청은 다양한 서비스(웹서핑 등) 이용과 병행되는 것으로 판단되었다. PC의 순이용자비율은 웹페이지(25.57%), 애플리케이션(7.72%) 순으로 높으나, 이용시간은 애플리케이션(33.02분), 웹페이지(20.27분) 순으로 높았다. 방송을 시청할 시, 애플리케이션보다 웹페이지를 더 많이 이용하지만 동영상 전용 애플리케이션을 이용하는 경우 시청 시간은 더 긴 것으로 파악되었다.

2) 고정형TV VOD 시청행태 조사

위원회는 고정형TV VOD 시청행태 조사를 위하여 전국 3,000가구, 만 4세 이상 8,800여 명을 대상으로 2016년 1월 1일부터 12월 31일까지 유료방송 플랫폼을 통하여 제공된 비실시간 방송 프로그램(본방일 포함 8일간) 시청기록을 피플미터 등을 이용하여 조사하였다.

조사결과, VOD 시청이 가능한 가구(13,649,155가구) 중 VOD를 실제 시청한 가구의 비율은 67.91%(9,268,701가구)였으며, 시청가구당 월평균 시청시간은 131.64분, 1인당 월평균 시청시간은 79.13분이었다. 월별로는 하절기(5~7월)에 시청시간이 증가하는 추세였으며, 6월(203.87분)에 가장 많이 시청하고, 2월(89.78분)에 가장 적게 시청하였다. 최초 방송 이후, 본 방송일 다음날 가장 많은 가구가 시청하였고, 이후 점차 감소하는 추세를 보였다.

성별로 여성(58.26%)이 남성(41.74%) 보다 더 많이 시청하였고, 연령별로는 40대(23.80%)가 가장 높고, 그 다음으로 30대, 50대, 60대 이상, 20대, 10대 이하 순으로 나타났다.

장르별 가구당 월평균 시청시간은 오락(64.54분), 드라마(59.09분), 정보·보도(7.40분), 어린이(0.35분), 기타(0.26분) 순으로 높았다. VOD 시청 개인기준 기타 장르를 제외한 모든 장르에서 여성이 남성보다 더 많이 시청하는 것으로 나타났다. 연령별로 드라마와 오락 장르는 40대, 정보·보도 장르는 60대 이상, 30대는 어린이 장르 프로그램을 가장 많이 시청한 것으로 나타났다. 이는 영유아 자녀를 둔 30대 부모들의 어린이 방송시청으로 인하여 30대의 어린이 장르 프로그램 시청시간이 높은 것으로 추정된다.

채널별 VOD 시청시간은 MBC가 가장 높았고, 이어서 KBS2, SBS, tvN, JTBC 순으로 나타났다. 가구당 월평균 시청시간은 지상파 채널에서 MBC(31.81분)가 가장 높았고, KBS2(27.65분), SBS(22.96분), KBS1(2.25분), EBS1(1.71분) 순으로 높았다. 종합편성채널 중에서는 JTBC(10.99분)가 가장 높았고, TV조선(4.61분), 채널A(3.49분), MBN(3.27분) 순으로 높게 나타났으며, 보도채널 YTN은 0.02분으로 나타났다. 일반PP 중에서는 tvN(16.72분)이 가장 높고, Mnet(1.95분), OtvN(1.25분), OCN(0.93분) 순으로 높았다.

사업자 그룹별로 조사한 결과, 지상파 채널(방송3사, EBS, OBS)의 가구당 월평균 시청시간이 86.43분으로 가장 높고, 이어서 종합편성 22.36분, CJ 계열PP 21.49분, 지상파계열PP 0.60분, 보도채널 0.02분 순으로 나타났다. 지역별로는 수도권·비수도권 모두 지상파를 가장 많이 시청하였으며, 그 다음으로 수도권에서는 CJ계열PP, 비수도권에서는 종합편성을 많이 시청하는 것으로 나타났다. 또한, 남자는 지상파, 종합편성, CJ계열PP 순으로 많이 시청하였으며, 여자는 지상파, CJ계열PP, 종합편성 순으로 많이 시청한 것으로 나타났다. 모든 사업자 그룹별에서 여성이 남성보다 더 많이 시청한 것으로 나타났으며, 연령별로 10대 미만부터 40대까지는 지상파, CJ계열PP, 종합편성채널 순으로 많이 시청하였고, 50대, 60대 이상은 지상파, 종합편성, CJ계열PP 순으로 많이 시청하였다. 지상파, 종합편성, CJ계열PP 모두 40대에서 가장 많이 시청하였다.

다. 미디어다양성 증진 국제 컨퍼런스

위원회는 2017년 11월 한국프레스센터 19층 기자회견장(광화문)에서 '2017년 미디어다양성 증진 국제 컨퍼런스'를 개최하였다. 이번 컨퍼런스는 국내 전문가 및 유럽의 전문가가 연사와 패널로 참여하였으며, 미디어다양성 증진을 위한 국내외 노력을 공유하고 협력 기반을 다지는 자리를 마련하였다.

컨퍼런스는 제1부 ‘시청점유율 규제’와 제2부 ‘미디어다양성 분석’으로 나뉘어 진행되었다. 윤석민 서울대 교수의 사회로 진행되는 제1부 ‘시청점유율 규제’에서는 게오르기오스 구날라키스 (Georgios Gounalakis) 독일 미디어영역집중조사위원회 위원장이 ‘독일 시청점유율 규제 제도의 배경과 방법, 변천사’에 대하여 발표하였으며, 박민규 고려대 교수와 박주연 한국외대 교수, 황용석 건국대 교수 등이 토론자로 참가하였다.

홍석경 서울대 교수의 사회로 진행되는 제2부 ‘미디어다양성 분석’에서는 ‘엘다 브로기(Elda Brogi)’ EU 미디어다양성 센터 연구위원, 제랄딘 반 힐(Géraldine Van Hille) 프랑스 방송 위원회 사회통합과장, 타니아 소아레스(Tânia Soares) 포르투갈 커뮤니케이션위원회 미디어 분석부장 등이 미디어다양성 모니터링과 TV뉴스 내용분석 등 유럽의 미디어다양성 분석 사례를 발표하였다. 이어서 개최한 토론에서는 강재원 동국대 교수와 송병준 한국드라마제작사협회 부회장, 윤정주 여성민우회 미디어운동본부 소장이 토론자로 참가하였다.

그림III-8 | 미디어다양성 증진 국제 컨퍼런스



제2절 | 안전하고 공정한 방송통신시장 실현

1. 방송통신 공정경쟁 촉진

가. 외주제작환경 개선

위원회는 2017년에 간담회 3회, 세미나 1회를 통하여 외주제작시장업계의 의견을 청취하고 공정거래 환경 조성 및 방송콘텐츠 산업 발전을 위한 외주제작시장 현안을 논의함으로써 현장의 애로점을 파악하였다. 그리고 연말에 5개 부처 합동으로 종합대책을 마련하는 등 외주제작시장의 불공정 거래관행 개선에 기여하였다.

우선, 위원회는 2017년 8월 여의도에서 송규학 독립PD협회장 등 집행간부들과 첫 번째 간담회를 마련함으로써 **故박환성·김광일PD 사망사건**이 남긴 과제에 대한 의견을 청취하였다. 또한, 방송회관에서 한국독립PD협회, 한국방송영상제작사협회, 한국드라마제작사협회 회장 등 외주제작 관련 협회 대표자와 외주제작시장 제도개선을 위한 의견을 수렴하는 간담회를 가졌다. 이어서 2017년 9월에는 프레스센터에서 한국방송작가협회 김운경 이사장 등 관계자와 방송작가의 애로사항 및 권익개선을 위한 의견을 수렴하는 간담회를 개최하였다.

그림 9-9 | 외주제작 관련 협회 대표자 간담회



그림 III-10 | 한국방송작가협회 관계자 간담회



위원회는 2017년 9월 ‘방송사-외주사간 공정거래 환경조성 세미나’를 개최하였다. 세미나 개최를 통하여 위원회는 방송사-외주사간 공정거래 환경 조성 방안을 모색하기 위하여 정부, 관련업계, 학계 등의 전문가가 참여하여 방송제작 환경에 대한 문제점을 진단하고 대책을 논의하였다.

그림 III-11 | 방송사-외주사간 공정거래 환경조성을 위한 세미나



한편, 위원회는 문화체육관광부, 과학기술정보통신부, 고용노동부, 공정거래위원회와 함께 부처 합동 실태조사와 현장점검을 실시하였다. 5개 부처는 실태점검 및 의견수렴 결과 등을 바탕으로 5개 부처의 국·과장회의를 개최하였으며 방송프로그램 외주제작시장의 불공정관행을 개선하기 위한 ‘방송프로그램 외주제작시장 불공정 관행 개선 종합대책’을 마련하여 2017년 12월 국무회의에서 보고하였다.

‘방송프로그램 외주제작시장 불공정 관행 개선 종합대책’에는 방송제작인력 안전강화 및 인권 보호, 근로환경 개선, 합리적인 외주제작비 산정 및 저작권 배분, 외주시장 공정거래 환경 조성, 방송분야 표준계약서 제·개정 및 활용확대 등 5개 핵심 개선과제와 16개 세부과제가 포함되었다.

나. 방송사업자 불공정행위 개선

1) 방송시장 불공정행위 점검 및 조사

위원회는 유료방송 사업자 간 공정경쟁 환경을 조성하고, 시청자의 이익을 보호하기 위하여 방송시장의 불공정행위에 대한 조사 및 제재를 강화하였다. 이를 바탕으로 TV홈쇼핑사의 납품업체에 대한 부당한 제작비 전가행위에 대하여 시정조치를 명령하고 단체계약 가입 관련 개별동의 확보, 주기적 통보, 관리비 청구서 상 명칭 개선 등을 통하여 공동주택 케이블TV 단체계약 관련 시청자 보호를 강화하였다.

먼저, 위원회는 2017년 9월 전체회의를 열어 TV홈쇼핑사업자들이 상품판매방송 제작비용의 전부 또는 일부를 납품업체에게 부당하게 전가하는 등 방송법령을 위반한 행위에 대한 시정조치 명령을 의결하였다. 이번 시정조치 명령은 TV홈쇼핑사업자의 납품업체에 대한 불공정행위를 규제하기 위한 홈쇼핑PP 금지행위 신설 「방송법」 개정 및 「방송법 시행령」 개정 이후 첫 번째로 실시하는 제재조치로, 그 간 사전영상제작²⁾ 비용을 납품업체에 부담시켜 온 관행을 바로 잡는다는 점에 의의가 있다.

위원회는 2016년 11월부터 7개 TV홈쇼핑 사업자(GS홈쇼핑, CJ오쇼핑, 우리홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 홈앤쇼핑, NS쇼핑, 공영홈쇼핑)를 대상으로 사전영상 제작비용을 납품업체에게 부당하게 전가한 사실이 있는지 실제 방송에 송출된 상품을 대상(2016년 6~10월 방송분)으로 조사를 실시하였다.

이번 조사결과, TV홈쇼핑사가 납품업자의 상품을 매입하여 직접 재고책임을 지고 판매(직매입 상품)하는 상품 743건, TV홈쇼핑사가 상표권을 보유한 상품 754건에 대하여 홈쇼핑사가 납품업자에게 사전영상제작 비용의 전부 또는 일부를 부담시킨 것으로 확인되었다.

이에 위원회는 직매입상품의 경우 납품업체는 상품판매량과 무관하게 일정액을 미리 지급받기 때문에 사전영상제작비를 부담할 유인이 적고, 홈쇼핑사가 상표권을 소유한 상품의 경우에는 상품 기획·생산과정을 TV홈쇼핑사가 주도하고 있어 홈쇼핑사의 이익이 우선시 된다는 점을 고려해 볼 때, 제작비 부담이 자유로운 의사에 의한 합의로 보기 어려워 부당한 제작비 전가행위로 판단하여 위반행위를 중지하라는 시정조치를 명령하였다.

위원회는 TV홈쇼핑사업자에 대하여 제작비(사전영상, 모델료, 게스트 비용 등)의 부담주체

2) TV홈쇼핑 방송 시, 상품의 효능·효과 등의 정보를 추가 제공하고 상품 이미지를 극대화하기 위하여 사전에 제작하여 해당 상품판매 방송 중간에 방송하는 영상물

및 분담 비율 등을 계약서(방송조건 합의서 등)에 명확히 기재하도록 제도개선을 권고하였다. 아울러, 위원회는 CJ오쇼핑이 조사기간 중 10여 차례 이상 사실과 다른 자료를 제출하고, 이로 인하여 조사 기간이 연장되는 등 조사를 방해한 행위에 대하여 과태료 1,000만 원을 부과하기로 의결하였다.

한편, 위원회는 케이블TV 단체계약 관련 실태점검을 통하여 가입자에 대한 개별동의 확보, 계약내용의 고지 등 미흡 사항을 확인하였다. 위원회는 2017년 5월부터 단체가입자가 많은 주요 케이블TV 사업자인 CJ헬로비전, 티브로드, 딜라이브, CMB, 현대HCN과 이들과 단체계약을 체결한 전국 42개 대단위 공동주택을 대상으로 실태점검을 실시하였다. 점검 결과, 단체계약은 개별동의가 필수적이거나 일부 단지는 각 세대들이 개별동의를 위한 직접 방문을 거부하고 있어 동의 누락사례가 많고 관리사무소가 단체계약을 체결하는 특성상 계약 이후 개별 가입자에 대한 주기적 정보제공이 중요하지만 상당수 공동주택 단지는 단체계약 체결 시에만 계약내용을 고지하였다.

아울러 신규 전입하는 세대에 대하여 가입동의 확인 절차를 미준수하는 사례가 많았으며 일부 아파트의 경우 아파트 관리비 청구서에 단체계약 시청료로 인식하기 어려운 명칭(예:유선비, 통신유지비)을 사용하여 가입자가 단체계약 가입사실을 명확히 인지하는데 어려움이 있었다.

이에 위원회는 케이블TV 사업자에 대하여 아래와 같은 제도개선을 추진하기로 발표하였다. 첫째, 가입자에게 단체계약 사실을 안내하고 개별 동의를 철저히 확보하도록 하였다. 둘째, 1년에 2번(상·하반기) 가입자에게 우편, 이메일 등으로 단체계약 사실, 요금부과 절차, 해지방법 등을 통보하도록 하였다. 셋째, 공동주택 관리사무소와 협의하여 공동주택 신규 전입자에 대하여 반드시 개별 동의 확인 후 요금을 부과하도록 개선하였다. 넷째, 단체계약 시청료로 인식하기 어려운 관리비 청구서의 단체계약 요금 명칭에 대해서는 유료방송 가입 사실을 명확히 인지할 수 있는 용어를 사용할 수 있도록 사업자와 협의 후 개선을 추진하기로 하였다.

위원회는 이번 제도개선을 통하여 시청자에 대한 정보제공을 강화하고 요금 분쟁 등 시청자 피해예방에 기여할 수 있을 것이라고 밝히고 향후 제도개선 이행 점검을 지속적으로 추진할 계획이라고 설명하였다.

2) 방송분야 금지행위 익명 제보센터 개설

위원회는 2017년 12월 방송·방송광고 시장의 불공정행위 근절을 위하여 ‘방송분야 금지행위 익명 제보센터’를 개설하였다. 채널제공 및 프로그램사용료, 방송광고 거래관계에서 약자의 지위에

있는 중소 방송사업자, 방송채널사용사업자(PP) 및 광고대행사 등이 불이익 받을 것을 우려, 방송사업자·복수종합유선방송사업자(MSP)·복수채널사용사업자(MPP)·방송광고판매대행자의 금지행위 위반내용을 직접 신고하기가 어려운 점을 감안하여 익명으로 위반행위를 신고할 필요가 있다고 판단하여 설치하게 되었다.

익명제보센터는 제보자의 IP주소가 별도로 수집되지 않도록 하여 제보자의 신원이 드러나지 않도록 하고 제보된 사건을 조사·처리하는 과정에서도 조사 대상을 제보된 특정 거래로 한정하지 않고 여러 건을 묶어 조사하는 등의 방법으로 제보 대상이 제보자의 신원을 추정하지 못하도록 운영할 계획이다.

‘방송분야 금지행위 익명 제보센터’는 위원회 홈페이지(www.kcc.go.kr)와 시청자미디어재단(www.kcmf.or.kr)을 통하여 이용할 수 있으며, 제보자는 자신의 인적사항을 입력하지 않고도 익명제보센터에서 방송사·광고판매대행사 등의 불공정 행위를 제보할 수 있다.

위원회는 익명제보센터에 접수되는 사건에 대해서는 서면으로 정식 신고된 사건에 준하여 처리할 계획이나 익명제보는 익명성을 악용한 음해성 제보, 사실과 다른 제보가 있을 수 있음을 감안하여 그동안 실시한 실태점검 자료 등 다양한 자료를 통하여 제보내용을 사전에 충분히 검증한 후 조사 여부를 결정할 예정이다.

다. 통신시장 공정경쟁 기반 조성

1) 통신시장 공정경쟁 환경 조성

위원회는 통신시장 환경의 변화에 따라 발생할 수 있는 다양한 유형의 불공정행위 및 이용자의 이익 침해행위에 대한 실태점검 강화와 제재를 통하여 통신시장의 공정경쟁 질서를 확립하고 지속가능한 생태계를 구축하고자 노력하였다. 위원회는 통신사업자 중심의 결합상품 점유율이 증가함에 따라, 통신사업자와 유료방송사업자간 공정경쟁이 저해되는 것을 방지하기 위하여, 시장획정 방안 및 부당한 시장지배력 전이 여부에 대한 판단 지표, 결합시장 경쟁상황 평가 방법론을 개발하였다. 이를 통하여 방송통신 동등결합판매에 대한 실태점검과 결합시장 경쟁상황에 대한 평가를 실시하여 결합판매를 둘러싼 영향을 분석하는 등 공정경쟁 환경을 조성하기 위하여 노력하였다

위원회는 법제도적인 측면으로는 대규모 통신사업자의 중소 사업자에 대한 불합리한 차별행위 방지를 위하여 법제도를 정비하는 등 통신시장 공정경쟁 기반 조성을 위하여 노력하였다.

2017년 8월 전기통신사업자가 다른 서비스 제공자를 불합리하거나 차별적인 조건 또는 제한을 부당하게 부과하는 행위에 대한 세부기준을 제정하고 위반행위 기준을 명확히 하여 사업자들의 법 준수 행위를 유도하였다. 이와 함께, 방송통신 결합상품의 제공 과정에서 나타나는 이용자 이익 침해행위 및 불공정 관행과 함께 별정·부가통신 서비스시장에서 새롭게 나타날 수 있는 특수관계인에 대한 차별행위, 부당한 조건·제한부과 행위 등 신유형의 금지행위에 대한 실태 점검을 강화할 계획이다. 2017년 9월에는 포털사업자와 중소 콘텐츠사업자 간 거래시 적정한 수익배분을 거부·제한하는 행위를 금지하는 「전기통신사업법」 개정안을 입법예고 하는 등 법·제도 개선 추진³⁾을 통한 공정경쟁 환경 조성에 기여하였다. 또한, 위원회는 중소 유통망과의 상생협력체계 및 새롭게 금지행위로 포함한 이용자 이익침해 행위에 대한 사업자의 자율규제 체계를 구축하여 이용자의 이익보호 강화 및 법규준수 환경을 조성하였다.

위원회의 통신시장에서 공정경쟁 기반을 조성하는 노력으로 인하여, 이용자는 중요사항 미·거짓고지, 부당한 해지제한, 이용자 차별 등의 이용자 이익 침해행위가 개선되어 이용자 편익이 제고되었으며 전기통신사업자는 공정경쟁 환경이 조성됨에 따라 사업자간 서비스 품질 향상을 위한 경쟁력을 확보할 수 있는 계기를 마련하였다. 통신시장 전반적으로는 신유형의 금지 행위 점검 등 통신시장 모니터링을 강화하여 규제 실효성을 확보하고, 사업자들의 법 집행 예측 가능성을 제고하여 통신시장의 공정한 거래질서를 확립할 수 있는 기반이 마련되었다.

표III-14 | 「전기통신사업법」 금지행위 모니터링

일시	대상	주요 내용
2017년 1~12월	결합상품 경품수준 등	• 유·무선 결합상품 구성별 경품 수준 및 가입실적, 불·편법영업 현황 자료 등
2017년 1~12월	허위·과장광고	• 결합판매 허위·과장광고에 대한 가이드라인 준수 여부(특정상품 '무료' 표시, 실증이 불가능한 '최대', '최고' 등의 표현 사용 광고행위)
2017년 10월	고가 요금제 강요 여부 등	• 판매 장려금 정책 자료 분석 및 고가 요금제 강요 여부 사전 모니터링 등
2017년 10~11월	해지제한 등	• 해지방어와 관련, 셋톱박스 등 장비회수 없이 서비스 일시정지 가능 여부 사전 모니터링

3) 「전기통신사업법 시행령」 시행, 전기통신사업자 경제적 이익 제공기준(안) 및 해지위약금 감경방안 마련, 유선분야 통신사-중소유통점 상생방안 마련 등

라. 중소 유통점 지원 확대

1) 이동통신사와 중소 유통점 상생협력방안

위원회는 경쟁력이 약한 중소 유통점의 어려움을 최소화하고 정책적으로 지원하기 위하여 관련 사례 및 민원분석, 설문조사, 간담회, 상생협력협의체 운영 등 다양한 방법을 활용하였다. 이동통신사, 위원회, 한국소비자원에 접수된 관련 민원과 사례를 분석하여 정책적 지원의 방향성을 설정하고 중소 유통점을 대상으로 설문조사 및 간담회를 개최하여 본사의 수수료 환수, 변경되는 수수료 환수정책 사전 미고지, 고객센터 해지방어에 대한 유통점의 불만 현황과 문제점 등의 애로사항을 수집하는 등 상생환경 조성을 위하여 노력하였다.

또한, 위원회는 이동통신사, 한국정보통신진흥협회(KAIT)와 공동으로 상생방안 마련을 위한 상생협력협의체를 2017년 3~11월 기간 동안 총 4회 운영하여 이동통신사와 중소 유통점 간 상생협력방안을 마련하는 등 중소 유통점 지원을 확대하였다. 상생협력협의체 운영을 통하여 신분증스캐너 무상보급 기간을 기존 2016년 12월에서 2017년 6월까지 6개월 연장하였으며, 2017년 4월에는 이동통신사의 유통점에 대한 자율제재 수준을 완화하는 등 부담을 경감하였고 2017년 7월부터는 유통점 종사자의 권익 보호를 위하여 이동통신사의 전산휴무일을 매월 2·4주 일요일에서 매주 일요일로 확대하여 중소 유통점의 일자리 질을 제고하는 등 다양한 방면으로 중소 유통점 지원을 위하여 노력하였다.

표III-15 | 중소 유통점의 애로사항 및 개선 방안

No	현황 및 문제점	개선 방안
1	• 신규가입자를 유치할 경우, 상위 유통점에서 하위 유통점에게 유치수수료 미정산 또는 가입자 경품 미지급 후 폐업하여 유통점 및 이용자 피해 발생	• 파산업체 정보제공 등 '유통점 피해방지 정보공유 사이트(가칭)' 구축(한국정보통신진흥협회(KAIT)) • 정보공유를 통하여 사전에 해당업체와 거래 중단 및 계약 해지 가능(2016년 100억 원 이상 피해)
2	• 본사가 유통점에게 지급하는 유치수수료에 대한 환수를 할 경우, 환수에 대한 유통점의 불만사항을 본사에게 소명할 기회 부족, 본사의 환수정책 임의 변경 우려 등	• 환수정책 관련 유통점 불만사항 소명 기회 부여, 환수정책 내부 공지 강화 등
3	• 본사 및 관련 고객센터의 과도한 해지방어 및 재약정 영업으로 유통점을 통한 신규가입 감소, 유치수수료 감소	• 고객센터의 부당하게 해지등록을 철회하는 행위 금지 등 과도한 해지방어 축소
4	• 중소 유통점의 지원 부족	• 한국정보통신진흥협회(KAIT)를 통하여 사무용품 지원, 온라인 교육(법률, 회계분야) 실시, 우수 유통점 선정 및 지원 등

마. 이용자 피해 방지

1) 이용자 피해 방지

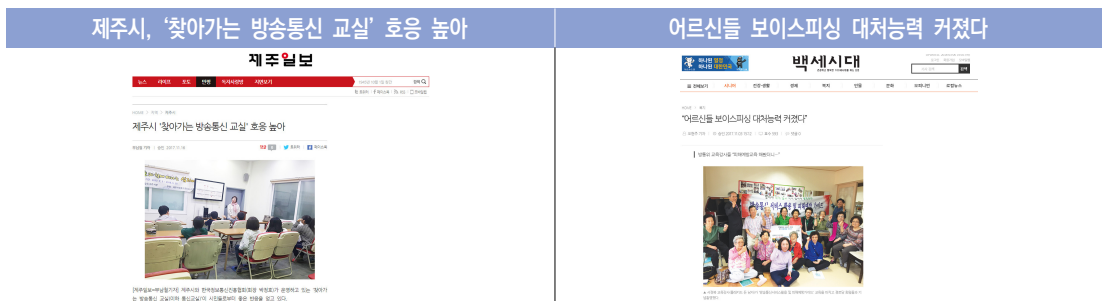
위원회는 이용자들이 통신서비스를 이용하며 실질적으로 불편을 느끼는 부분을 집중적으로 점검하여 개선을 추진하는 등 이용자 피해 방지를 위하여 노력하였다. 2017년 3월 전기통신서비스(LTE 등) 품질 관련 중요사항 미고지 행위 조사 및 개선 권고하였으며, 2017년 4월에는 인터넷 이용 시 다른 정보를 가리는 광고 삭제를 제한하는 행위에 대하여 실태 점검 및 즉시 시정 조치하였다. 2017년 8월에는 이동통신사의 약정할인 기간만료 사실에 대한 이용자 고지 여부 실태를 점검하고 업무처리 절차를 개선하였으며, 2017년 9월에는 모바일 유료앱의 해지 절차 조사 및 해지 기능이 없는 음원제공사업자 등 7개사에 대하여 시정하도록 조치하였다. 이외에도 통신요금 연체통지서비스 운영, 미환급금 환급 촉진, 전기통신서비스 위약금 피해 방지를 위한 '위약금 감경 방안 마련' 등 제도개선 추진을 통하여 이용자 피해 방지 및 불편을 개선하였다.

표III-16 | 이용자 피해 방지 및 불편 개선 성과

통신요금 연체통지서비스 구축·운영	통신요금 미환급금 환급 촉진	올레폰 안심플랜 부가가치세 환급 촉진
명의도용 및 대여 등으로 요금 연체가 발생할 경우, 연체 사실에 대한 효과적인 알람을 통하여 이용자 피해 방지 피해금액 감소(3개월 이후 해지 991천 원 → 3개월 이내 547천 원, 약 44만 원 감소)	미환급액 환급 누적금액 631천 건, 11,947백만 원 (2017년 9월)	이용자 보호 강화 권고를 통하여 382억 원 환급 (2017년 12월)

또한, 위원회는 지역자치단체, 장애인 단체 등 신규 교육기관⁴⁾과 MOU를 체결하는 등 대외 협력을 강화하고 교육 대상 인원을 확대하여 이용자 역량강화 및 피해예방을 위하여 노력하였다. 2016년 대비 스마트폰 피해는 12%p, 이동전화 피해는 3%p 감소되는 등 이러한 계층별 맞춤 교육이 통신서비스 이용자 피해를 줄이는 데에 기여한 것으로 보인다.

그림III-12 | 통신서비스 이용자 피해 감소 언론 보도(2017년 11월)



4) 신규 교육기관(제주시, 한국시각장애인연합회, 수협 등 3개 기관)을 확대하여, 연간 42,809명 대상 교육(목표대비 114.2% 달성)

2. 이동통신시장 안정화

가. 지원금 상한제 폐지 대응

1) 지원금 상한제 폐지에 따른 지속적인 제도 개선

「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」(이하 「단말기유통법」) 시행 이후 이동통신 시장이 전반적으로 안정화되고 있으나, 법 준수 취약 지역의 위법행위 발생 및 지원금 상한제 폐지에 따른 시장의 혼란을 방지하기 위한 방안 마련이 필요한 시점이었다. 위원회는 지원금 상한제 폐지에 대응하고 이동통신시장의 건전한 발전 및 이용자들의 권익보호 강화를 위하여 시장 감시활동 강화 및 관련 법·제도 개선 등을 지속적으로 실시하였다.

위원회는 지원금 상한제 폐지(2017년 10월)에 따른 위법행위 발생에 대비하여 모니터링을 강화하는 등 2017년 9월부터 시장안정화를 위한 전국 상황반을 운영하는 한편, 단말기 지원금 상한제 폐지에 따른 후속조치로 「단말기유통법」하위고시인 ‘이동통신 단말장치 지원금 상한액에 관한 규정’을 폐지하고, ‘이동통신 단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 위반에 대한 과징금 부과 세부기준’, ‘긴급중지명령에 관한 업무처리 규정’을 개정하는 등 지속적인 제도 개선을 추진하였다.

또한, 위원회는 지원금 상한제 폐지에 따른 시장과 국민들의 혼란 등을 예방하기 위하여 차관 칼럼 게재, 온라인 이벤트 등을 통하여 지원금 상한제 폐지에 대하여 홍보를 실시하였다.

그림III-13 | 지원금 상한제 폐지 홍보

[illegible]

나. 시장조사 강화

1) 모니터링 강화 및 제도 개선

위원회는 새로운 유형의 영업행태에 대하여 모니터링을 강화하고 법 준수 취약 지역에 대한 시장조사를 강화하는 등 이동통신 시장의 안정화를 유지할 수 있는 업무체계 정비·개선을 실시하였다. 모니터링 강화를 위해서 일반사이트, 웹카페, 폐쇄형 SNS 등 온라인 판매 채널별로 시장 모니터링을 실시하고 다수의 판매점이 연합하여 과다지원금을 지급하는 등 법 준수 취약 지역인 집단상가를 모니터링 대상에 포함하였으며 2017년 5~9월에는 이동통신3사 및 관련 집단상가, 온라인채널의 「단말기유통법」 위반행위에 대한 사실조사를 실시하였다.

또한, 위원회는 2017년 9월 「단말기유통법 시행령」 개정을 통하여 이동통신사 및 대규모 유통업자의 위반행위 조사 거부·방해 행위 시에는 기업 규모를 고려하여 위반횟수에 관계없이 최고 과태료를 부과할 수 있도록 하는 등 제재 수준을 강화하였다.

위원회는 실효성 높이고 현실을 반영한 시장조사를 위하여 결합상품 시장 허위·과장광고, 경품 등 이용자 차별행위, 판매장려금 차감, 해지제한 행위 등 「전기통신사업법」 금지행위 관련 모니터링을 통하여 위반행위에 대한 시장조사 계획을 수립하여 반영하였다. 또한, 해지 위약금 제도개선 방안 마련을 위하여 통신4사, 위원회, 한국소비자원의 민원을 분석하고 상생방안 마련을 위한 중소유통점 대상 설문조사 등 사전 조사를 실시하였다.

3. 이용자 보호 강화

가. 리콜 관련 이용자 보호

1) 통신단말장치 리콜 근거 마련

스마트폰의 보편화, IoT 활성화 등으로 인하여 통신단말장치 리콜은 규모⁵⁾가 크고 제조사·통신사·유통사업자 등 이해관계자가 다양하며 절차가 복잡하여 리콜 과정에서 부차적인 민원이 발생할 수 있다. 위원회는 2016년에 발생하였던 갤럭시 노트7 리콜 사태와 같이 대규모의 피해자가 발생하는 통신단말장치 결함에 대한 리콜 근거규정 등 이용자 보호 장치를 마련하기 위하여 노력하였다.

5) 국가기술표준원, 갤럭시 노트7 45.6만 대 자발적 리콜 승인(2016년 9월)

2016년 12월 위원회와 과학기술정보통신부가 공동으로 '이동통신 단말장치 리콜 가이드라인'을 제정하고 시행하였으나, 전기통신 전반의 단말장치 리콜에 따른 전기통신서비스 이용 불편 방지 및 피해보상 등을 위한 법적 근거가 없어 보완이 필요하다는 의견이 제기되어왔다. 이에 따라 2017년 9월에 통신단말장치 결함 발생 시 전기통신사업자가 제조업자, 수입·판매업자 등과 협의하여 리콜에 따른 피해보상 등의 이용자보호정책을 마련하고 이용자에게 고지하도록 하는 등의 「전기통신사업법」 개정안을 마련하였다. 리콜 대상을 이동통신 단말장치에서 모든 통신 단말장치로 확대하고 전기통신사업자에게 이용자 보호 대책 마련 의무를 주는 등 관계자별 주체를 명확히 함으로써, 리콜로 발생하는 불편을 최소화하고 피해를 보다 신속하게 해소할 수 있는 환경이 조성될 것으로 기대된다.

그림 14-14 | 통신 단말기 리콜 도입 관련 언론 보도(2017년 9월)

방송통신위원회, 통신분쟁조정제도 도입, 단말기 리콜 고지 의무화	통신 단말기 리콜 피해구제 빨라진다... 방송통신위원회 「전기통신사업법」 개정안 마련	스마트폰 리콜 때 통신서비스 불편방지 대책 의무화
방송통신위원회, 통신분쟁조정제도 도입, 단말기 리콜 고지 의무화 전기통신사업법 개정, 9월 9일 국회 계류 2017년 9월 9일 국회 계류 도입안기사: www.koreaherald.com [9월 9일 국회 계류] 통신분쟁조정제도 도입하는 전기통신사업법 개정안이 입법예치를 끝냈다. 또 단말기 리콜 때 이용자 보호를 위한 고지 의무 법적 근거도 마련했다. 20일 방송통신위원회(위원장 이훈규)는 제1차 방송통신위원회 심의회를 열고 통신분쟁조정제도 도입, 통신단말장치 리콜에 따른 이용자 보호 조치 마련 등 이용자 보호 강화 조속 내용으로 하는 전기통신사업법 개정안을 의결했다. 	통신 단말기 리콜 피해구제 빨라진다... 방송통신위원회 「전기통신사업법」 개정안 마련 통신분쟁조정제도 도입해 소비자, 사업자 간 분쟁 신속 해결 9월 9일 2017-09-09 15:56 이동통신단말장치 결함 포함한 전기통신 전반의 단말기 리콜 피해구제가 빨라진다. 특정한 단계와 절차, 법적 절차를 준수하여 피해 보상이 신속히 이루어질 것으로 기대된다. 정부가 이를 위한 법적 근거 마련에 나섰다. 방송통신위원회(위원장)는 20일 전체회의를 통해 통신분쟁조정제도를 도입, 통신단말장치 리콜에 따른 이용자 보호 강화(법적) 근거인 전기통신사업법 개정안을 의결하기로 했다. 방송통신위원회는 제정안에 따르면 통신서비스의 이용자가 통신사업자로부터 피해를 입는 경우 소송 등 복잡한 절차를 거치지 않고도 신속하게 피해 구제를 받을 수 있게 된다. 위원회 측은 이용자의 권익이 더욱 증진될 것으로 기대하고 있다. 먼저 분쟁조정제도를 도입한다. 이를 통해 전기통신 관련 이용자, 사업자 간 분쟁 발생 시 신속하고 효율적인 분쟁 해결이 가능하도록 한다. 지금까지는 이용자가 사업자로부터 분쟁 발생 시 제정을 통해 피해를 구제해 왔다. 그러나 통신서비스가 다양해짐에 따라 처리기간이 길고 절차가 복잡해졌다는 지적도 이어졌다. 자녀, 노인, 장애인 등 취약계층이 공동으로 이동통신단말장치 리콜 가이드라인을 제정하지만 이는 이동통신에 한한 것이 아니다. 또 소비자 보호 정책(전자금융거래법 등)을 포함한 전기통신 전반의 단말장치 리콜에 따른 다른 분야와의 피해 보상 근거를 추가한다.	스마트폰 리콜 때 통신서비스 불편방지 대책 의무화 9월 9일 기자 김민 (2017.09.09 18:20) 9월 9일 2017.09.09 18:20 「방송통신위원회」가 마련 앞으로 스마트폰 등 이동통신용 단말기에 결함이 발생해 제조사가 리콜을 할 때, 통신사는 의무적으로 제조업체와 협의해 이용자 보호정책을 우선 마련하고 방송통신위원회에 보고한 뒤 이용자에게도 이를 알리도록 의무화된다. 또 통신서비스 이용자인 일반 국민들이 계약 체결에서부터 해지에 이르기까지 전 과정에서 통신사업자로부터 피해를 입는 경우 소송 등 복잡한 절차를 거치지 않고도 신속하게 피해 구제를 받을 수 있는 통신분쟁조정제도를 도입하기로 했다. 20일 방송통신위원회는 전체회의를 열어 단말장치 결함 발생 시 전기통신사업자가 단말장치 제조사, 수입·판매업자 등과 협의해 단말장치 리콜에 따른 이용자 보호 정책을 마련하고, 이를 이용자에게 고지하도록 의무화한다는 내용의 전기통신사업법 개정안을 의결했다. 스마트폰 리콜에 따른 법적 근거를 마련하고 소비자의 통신서비스 이용 불편 방지와 피해보상을 위한 장치를 마련한 것이다.

나. 분쟁해결 강화

1) 통신분쟁조정제도 도입

중요사항 미고지, 위약금 과다부과 등 통신서비스에 대한 이용자 피해가 증가함에 따라, 국회 등에서 효과적인 이용자 피해구제 방안 마련의 필요성을 제기하였다. 위원회에서는 분쟁의 효율적으로 해결할 수 있도록 통신분쟁조정제도를 도입하기로 결정하고 2017년 9월 「전기통신사업법」 개정안을 마련하였으며, 유사 내용의 법률 개정안에 대해 국회 병합 심사를 적극 지원 하는 등 제도 도입을 추진중이다.

그림III-15 | 국회의 효과적인 이용자 피해구제 필요성 제기

통신분야 집단분쟁조정제 추진... 미방위 민경욱 의원 법안 발의 (디지털타임즈, 2017년 6월)

통신분야 '집단분쟁조정제' 추진... 미방위 민경욱 의원 법안 발의
 정보위 기자 yun@dt.co.kr | 입력: 2017-06-13 11:42 | 수정: 2017-06-13 17:14

전기통신 분쟁조정위 신설 답아

지난해 발생한 삼성 갤럭시노트7 리콜 사태로 인한 집단소송이 본격화한 가운데 통신 분야 집단분쟁조정제 법안이 발의돼 주목된다.

국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 민경욱 의원(자유한국당)은 13일 통신 분야에 집단분쟁조정 제도를 도입해 사업자와 이용자 간 분쟁 해결과 이용자가 피해에 효율적으로 대처할 수 있도록 하는 '전기통신사업법 일부 개정 법률안'을 발의했다고 밝혔다.

개정안은 분쟁 및 집단분쟁조정 제도 도입과 전기통신사업자와 이용자 사이에 발생한 분쟁을 효율적으로 조정하기 위해 전기통신 분쟁조정위원회(이하 분쟁조정위원회)를 설치하는 방안을 담았다. 분쟁조정위는 방통위원장이 지명하는 위원장 1명을 포함해 5명 이상 7명 이하의 위원으로 구성토록 했다. 위원은 판사, 검사, 변호사 등 법조계 인사와 대학 및 공인된 연구기관의 부교수 이상 등에 재직 또는 재직했던 사람, 시민사회단체 또는 소비자단체로부터 추천을 받은 사람 등이다.

신경민 의원, 통신 위약금 휴대폰 AS 화난다. 민원여전 (아이뉴스24, 2017년 9월)

"통신 위약금·휴대폰 AS 화난다" 민원 여전
 5년간 제조사는 AS 증정-통신사는 위약금 등 쟁다...신경민의원
 2017 09월 28일 오전 08:57
 작성자:신경민 yun@news24.com

[아이뉴스24 박영태기자] 국내 소비자들의 이동통신 서비스 계약관련 위약금 문제, 휴대폰 품질이나 사후서비스(AS)에 대한 불만이 여전하다. 소비자보호원 등에 접수된 피해구제 신청은 해마다 늘어나는 추세다.

28일 국회 과학기술정보방송통신위원회 소속 신경민의원(더불어민주당)이 한국소비자보호원으로부터 제공받은 자료에 따르면 '핸드폰 관련 피해구제 신청'이 매년 증가하는 것으로 나타났다.

최근 5년간 소비자원에 접수된 피해구제 건수는 총 9만94건으로, 이동통신사 대상이 5만472건으로 전체의 60%, 제조사 대상은 3만522건으로 40%를 차지했다.

《2012-2016년 핸드폰 관련 피해구제 신청 현황》

	AS-증정	가액-요금	계약-관련	부당-행위	안전-관련	약관	표지-광고	기타	계
제조사	2,645	22	484	239	35	5	144	48	3,622
통신사	623	251	3,052	1,392	4	18	19	113	5,472
계	3,268	273	3,536	1,631	39	23	163	161	9,094

(단위 : 건)

분쟁조정제는 소송이나 재정보다 절차가 간편하고 통신기술과 같은 전문적 분쟁도 해결이 가능하도록 제도로서 개별 소송에 비하여 시간·비용 감소, 실질적인 입증부담 완화 등 효율적인 이용자 피해구제가 가능하다. 또한, 분쟁조정제도가 시행되면 사업자의 자율적인 이용자 피해예방을 위한 시스템 점검 및 제도 정비 등이 유도되어 이용자 권익 증진에 기여할 것으로 기대된다.

그림III-16 | 통신분쟁조정제도 도입 관련 언론 보도

방송 독립성 확보 통신서비스 분쟁조정위 연내도입 (디지털타임즈, 2017년 8월)	방송통신위원회 '통신서비스 분쟁조정제도' 도입한다 (경향비즈, 2017년 9월)	통신서비스 피해 신속하게 구제... 분쟁조정제도 도입 (한겨레, 2017년 9월)
"방송 독립성 확보... 통신서비스 분쟁조정위 연내 도입" 김지영 기자 kjy@dt.co.kr 입력: 2017-08-22 18:00 방송사 부당해지-장제 제발 방지 제1기부터 보도, 자율 조정심상 심사 ■제거명령부·방송위 법무부고 방송위 법무부고 [디지털타임즈 김지영 기자] 방송통신위원회가 방송사의 독립성 확보와 이용자 중심의 방송 통신 경쟁력 강화를 위한 제도 개선을 주요 정책 과제로 내세웠다. 방송통신위원회는 22일 윤재호 위원장 주재로 열린 법무부와 정책토론회에서 이 같은 내용을 밝혔다.	방송통신위원회 '통신서비스 분쟁조정제도' 도입한다...단말기 제조사 자료 제출 의무는 연장 추진 조영준 기자 yun@news24.com 2017 09 28 21:47 수정: 2017 09 28 21:51 방송통신위원회는 20일 공개 제3차 전체회의를 끝으로 9월 28일 10시 30분에 열린 회의에서 '통신서비스 분쟁조정제도' 도입을 결정했다. 단말기 제조사 자료 제출 의무는 연장 추진 방송통신위원회는 20일 공개 제3차 전체회의를 끝으로 9월 28일 10시 30분에 열린 회의에서 '통신서비스 분쟁조정제도' 도입을 결정했다. 단말기 제조사 자료 제출 의무는 연장 추진	통신서비스 피해 신속하게 구제... 분쟁조정제도 도입 조영준 기자 yun@news24.com 2017 09 28 21:51 통신서비스 이용자가 계약내용과 달리 제공되는 서비스로 인해 피해를 입은 경우 신속하게 구제받을 수 있는 분쟁조정제도가 추진된다. 방송통신위원회는 20일 전체회의를 열어 통신서비스 분쟁조정제도 도입, 통신서비스 피해 신속하게 구제... 분쟁조정제도 도입

다. 불법 유포정보 유통 방지

1) 불법 유포정보 차단

근래 몰래카메라 등 디지털성범죄 영상물이 웹하드에 유통되고 있어 피해자의 인격권 침해가 심각한 실정으로 개인성행위 동영상 차단에 10.8일이나 소요되고 피해자가 해당 동영상을 삭제하기 위하여 수백만 원을 들여 디지털장외사를 고용하고 있는 현실이다. 이처럼 인터넷 상의 디지털성범죄 영상물, 선정적·자극적인 방송, 게임 등 불법유포정보가 사회적 문제로 대두하여 신속한 유통 차단, 법적규제의 실효성 확보, 자율규제의 활성화 등이 필요한 상황이다.

위원회는 인터넷개인방송, 웹하드 등 부가통신사업자의 음란정보 차단을 의무화하는 「전기통신사업법」 개정을 추진 중이다. 아울러, 웹하드·P2P 등 사업자의 음란물 유통 방지를 위한 기술적 조치 의무화에 대한 이행실태를 점검하였으며, 기술적 조치 미이행 웹하드 사업자에 대한 현장조사를 2017년 12월 실시하였다. 또한, 위원회는 웹하드 상의 불법 유포정보 유통방지를 위하여, 54개 전체 사업자 대상의 상시점검 및 신규·문제 사업자대상의 2차례 현장 실태점검(2017년 3월, 8월)을 실시하였다. 2017년 8월 디지털성범죄 영상물 유통 집중단속을 통하여 불법음란물 2,872건을 즉시 삭제하고 경찰에 수사의뢰하였으며, 디지털성범죄 영상물 집중 모니터링을 2017년 9~11월 실시하여 5,627건을 즉시 삭제하였다.

위원회는 몰래카메라, 리벤지 포르노 등 온라인상 불법 유포정보를 신속하게 삭제·차단하여 피해자의 인격권 및 그 가족들의 경제적, 정신적 피해 고통을 덜어주고 예방함으로써 건전한 인터넷 이용환경 조성에 기여하였다. 또한, 음란물 등 불법·유해 동영상이 포털, SNS, 웹하드 등 인터넷에서 삭제·차단됨에 따라 청소년들이 깨끗하고 안전하게 인터넷을 이용할 수 있는 환경을 조성하는데 기여하였고, 불법영상물의 편집·변형 재유통을 차단하는 DNA 필터링 기술 적용(2018년) 등 인터넷 역기능 방지를 위한 과학적·기술적 방안도 지속적으로 추진함으로써 기술 발전에 따라 진화하는 인터넷 상 불법유포 정보 유통 행위를 근본적으로 차단하기 위한 노력도 기울이고 있다.

2) 이해관계자 의견수렴

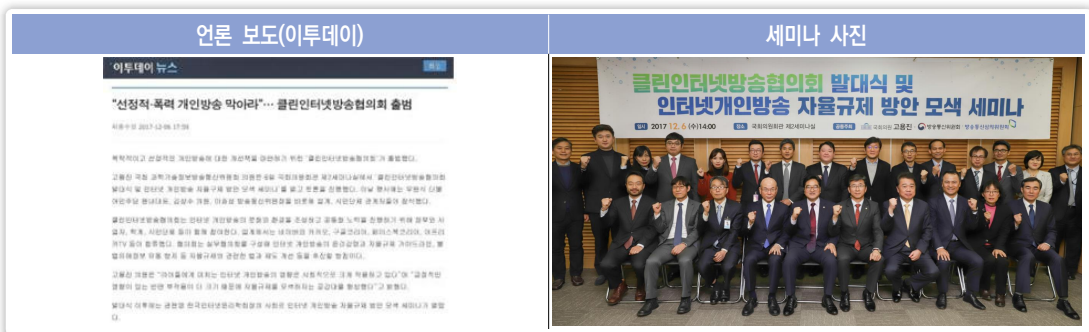
위원회는 불법 유포정보 유통 방지를 위하여 유관기관 및 사업자가 참여하는 설명회와 세미나 등을 실시하여 이해관계자들의 의견을 수렴하였다. 2017년 9월에는 웹하드 상의 인권침해 영상물 및 디지털성범죄 유통 방지를 위하여 53개 사업자와 유관기관(방송통신심의위원회, 법무부, 경찰청)이 참여하여 부처별 관련 대책 및 행정지도 등을 공유하는 설명회를 개최하였다. 2017년 11월에는 17개 시·도 지자체 정보화 역기능 담당자들을 대상으로 스마트폰 중독 예방(사이버안심존) 및 청소년 유포정보 필터링 SW(그린 I-Net) 사업에 대하여 소개하는 설명회를 실시하였다.

그림 III-17 | 인권침해 영상물 유통방지 관련 웹하드 사업자 설명회(2017년 9월)



2017년 12월에는 인터넷개인방송의 건전한 발전을 위하여 국회·정부·사업자·학계·시민 단체가 참여하는 ‘클린인터넷방송협의회’를 발족하고, 인터넷개인방송의 건전성 확보 및 불법·유해정보 자율규제 활성화 방안을 위한 세미나를 개최하여 각계의 의견을 수렴하였다.

그림 III-18 | 클린인터넷방송협의회 및 인터넷개인방송 자율규제 방안 세미나(2017년 12월)



2017년 9~11월에는 위원회, 방송통신심의위원회, 인터넷자율정책기구, 변호사 등이 참여하는 ‘인터넷 자율규제 지원 방안 마련을 위한 관계자 회의’를 개최하였다. 이를 통하여, 사업자의 불법 유해정보 차단 및 표현의 자유 증진을 위한 자율규제 지원의 「정보통신망법」상 근거 마련과 관련한 관계자 의견을 수렴하였다.

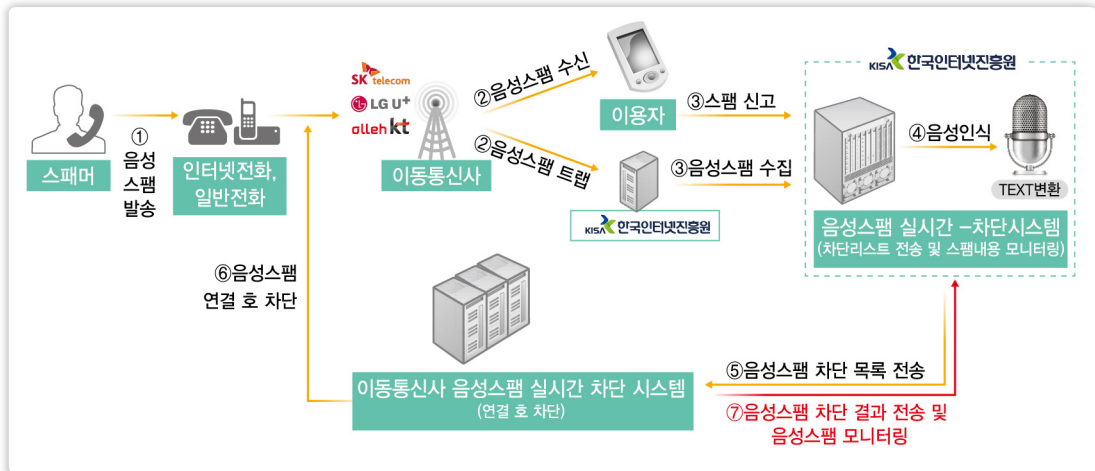
라. 불법 스팸 대응체계 강화

1) 신종스팸 예방 및 대응 노력

위원회는 문자스팸에 비하여 필터링 및 차단이 어려운 음성스팸이 급증하고 있어 이용자 피해 확산 방지를 위하여 이동통신사와 협업하여 음성스팸 실시간 차단시스템을 구축하였고 2017년

12월부터 시범운영을 시작하였다. 음성스팸 실시간 차단서비스는 탐지된 음성스팸 발송번호에 대한 연결 호를 실시간 차단하는 방식으로 무분별하게 발송되는 불법대출, 도박 등의 음성 불법스팸으로 확인된 번호가 이용자의 휴대전화에 수신되기 이전에 차단하는 방식을 적용하여 음성스팸에 강력히 대응하였다.

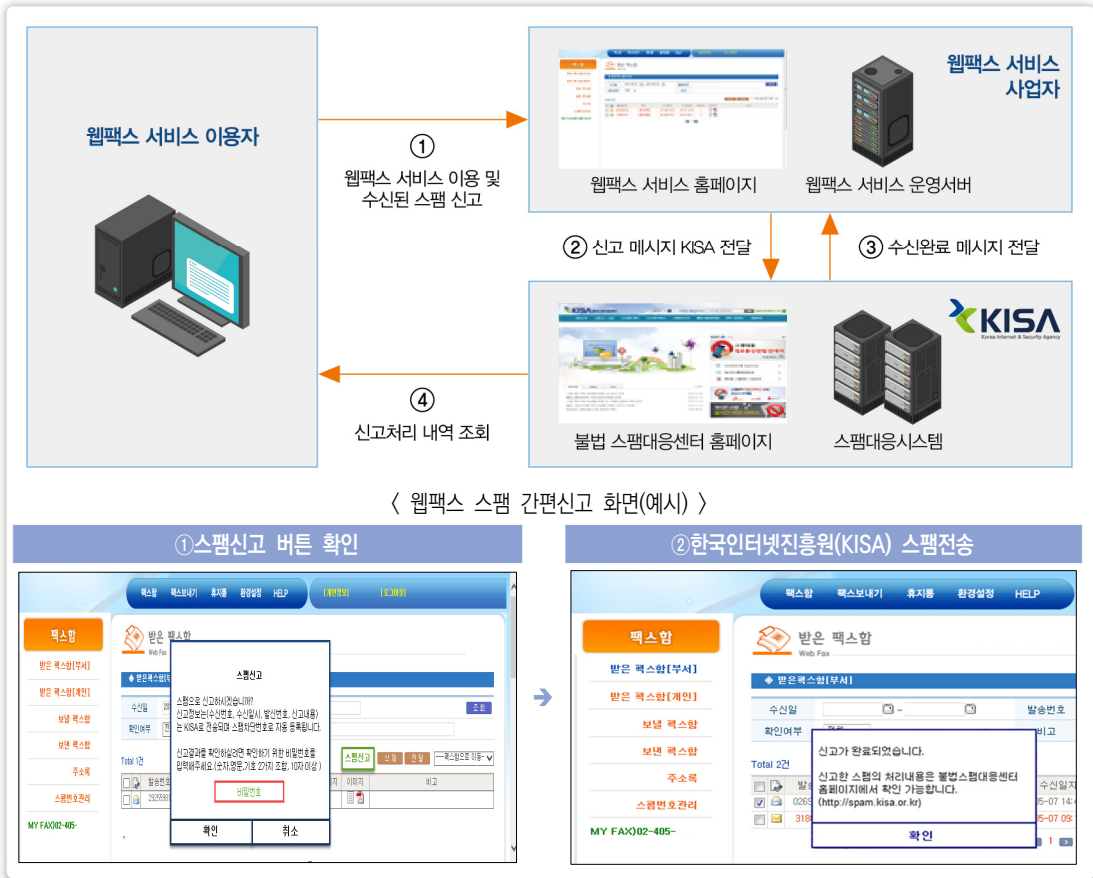
그림 19-1 | 음성스팸 실시간 차단 서비스 흐름도



2018년부터는 기존의 휴대전화 음성스팸 차단 시스템에 음성을 텍스트로 변환(Voice to Text)해 주는 음성인식 기술을 적용하여 불법 음성스팸 차단을 강화할 계획이며 향후 스팸방지를 위하여 다양한 활동을 전개 중인 스팸방지 앱 사업자(후후, 후스콜 등)에게도 음성스팸 발송자 정보를 공유하여 점차 고도화되고 지능화 되고 있는 불법스팸 발송기법에 대하여 선제적으로 대응해 나갈 계획이다.

2017년에는 음성스팸 뿐만 아니라 팩스스팸도 여전히 기승을 부리고 있어 이에 대한 대책으로 기간통신3사와 웹팩스 스팸 간편신고 서비스를 시작하였다. 그간 이용자들은 웹팩스로 스팸을 받고도 신고하기가 번거로워 불편을 겪었고, 정부는 스팸 전송자에 대한 확인이 어려워 팩스스팸을 줄이는데 한계가 있어 웹팩스 사업자와 지속적인 논의를 통하여 웹팩스에서도 휴대전화와 같이 스팸 간편신고 기능 탑재가 필요하다는 의견을 같이하고 간편신고 규격서 기반으로 시스템을 개발하였으며, 2017년 기간통신3사(KT, SKB, LGU+)를 시작으로 2018년부터는 간편신고 탑재 대상사업자를 순차적으로 확대하여 나갈 계획이다.

그림 III-20 | 웹팩스 스팸 간편신고 절차 소개



2) 불법스팸 방지 인식제고

불법스팸이 보내지고 있는 현재의 전송환경 특성 상, 전송자 처벌로 국내에 유통되고 있는 불법스팸을 차단하기에 한계가 있음이 확인되었고 영리성 광고 전송자 대상 설명회 등과 같은 사전예방과 현장점검이 더욱 중요하다고 판단되었다. 이에 위원회는 수신자의 연락처 등을 자동 생성하는 형태의 오토크 발신에 대한 강경대응과 동시에 향후 지능적인 수법의 신 유형의 스팸 방지를 위한 발송자 대상 인식제고가 필요하다 분석되어 전화권유판매자를 대상으로 「정보통신망법」 제50조제1항(수신동의), 제50조제5항2호(연락처 자동 생성 금지), 제50조의4(사업자의 취약점 개선조치) 등의 법령 준수 여부 관련 사업자 점검(현장점검 146개, 자율점검 30개)을 실시하였다.

이에 자율점검 및 현장점검을 통한 계도와 처벌을 통하여 음성스팸 수신량이 대폭 감소하였

으며 2017년 1인당 1일 스팸수신량 조사결과에 따르면 음성스팸(육성 및 ARS을 통한 불법스팸) 수신량이 2017년 상반기 0.16건에서 2017년 하반기 0.03건으로 대폭 감소하는데 큰 이바지를 한 것으로 보인다.

그림 21-21 | 주요 언론 보도 내용(2017년 4월)



3) 스팸대응 국제공조 강화노력

국외발 스팸의 경우 국제공조 없이는 차단에 어려움이 있어 국제스팸대응협의체(UCENet) 등을 기반으로 한 장단기(이슈별 주기적/한시적/국가별) 국제 협력추진 필요성이 증대되었고, 위원회는 국제스팸대응협의체(UCENet) 가입기관으로서 각종 공동대응 글로벌 스팸방지 프로젝트에 참여, 아시아 퍼시픽 섹션 회의 별도 개최, 이메일 스팸트랩 정보 공유 확대(2017년 총 10개국까지)를 추진하였다. 이는 국외발 스팸 대응기반 마련을 위하여 위원회가 국제무대에 적극적으로 참여 하고 선제적으로 워킹그룹에 참여하는 등 향후 국외의 스팸대응 관련 정부기관 간 지속 발전 가능한 협력으로 확대될 것으로 예상된다.

또한, 위원회는 한국인터넷진흥원(KISA)과 공동으로 한국 및 아시아 지역 대표로 국제스팸 대응협의체(UCENet) 하위의 각종 워킹그룹에서 스팸방지 프로젝트에 참여하는 등 적극적인 국제협력 활동을 전개함과 동시에, 구글 플랫폼(알로 등) 등과 같은 신종 경로를 통한 스팸을 강력히 대응하여 그 결과, 1인당 1일 스팸수신량 대폭 감소(2016년(0.67통) → 2017년(0.60통))한

것으로 예측된다. 특히 국내 포털사 및 ISP 등과 긴밀하고 체계적으로 협업하여 국외발 이메일 스팸을 감축하기 위한 적극적인 협력 활동 역시 전개하였다.

그림 III-22 | 국제스팸대응협의체(UCENet) 정례회의 아시아퍼시픽 сек션에서 한국 발표현장



자료) 한국인터넷진흥원(KISA, 2017년 10월), '국외출장결과보고서'

국외에서 한국으로 발송되는 이메일 스팸의 경우, 국외스팸대응 기관의 적극적인 차단 노력이 필요하나 연결통로가 없거나 협조 요청의 어려워 지속적 협력창구 마련이 필요하였으며 이메일 스팸트랩 정보공유 국가 확대를 통하여 국외 ISP가 스팸머 IP 차단 가능한 기반을 마련하였고, 국제스팸대응협의체(UCENet) 및 개별 스팸대응기관과 접촉하여 한국인터넷진흥원(KISA) 이메일 스팸트랩의 우수성을 홍보해 나갔다. 각종 국제협력 활동 추진 결과 이메일 스팸트랩 정보 공유 국가는 2017년 말 기준 총 10개국까지 확대되었고 향후 적극적인 교류와 정보공유가 이루어질 예정이다.

4. 개인·위치정보 보호환경 구축

가. 선도적 제도개선

1) 환경 변화에 부응하는 개인정보 보호 기준 개선

위원회는 ICT 서비스의 변화와 확산에 따라 개인정보 보호에 대한 요구가 증가하고 있는 스마트폰 앱, 온라인 맞춤형 광고, 바이오정보 활용 서비스 등에 대한 보호 기준을 마련하였다. 스마트폰 앱 접근권한⁶⁾에 대한 동의 등을 규정한 개정 「정보통신망법」 시행(2017년 3월)에 맞춰 스마트폰 앱 서비스 제공자가 앱을 통하여 접근할 수 있는 스마트폰 내에 저장된 정보와 설치된

6) 앱(App)이 스마트폰 내에 저장되어 있는 정보와 설치된 기능에 대하여 접근할 수 있는 권한

기능의 범위 명확화, 이용자에게 동의를 받는 방법 제시, 스마트폰 앱 관련 사업자별로 조치해야 할 사항들을 정한 「정보통신망법 시행령」을 개정(2017년 3월)하였다. 위원회는 법령 개정사항에 대한 실무 적용상 혼란을 방지하고 법령에 대한 올바른 이해를 돕기 위하여 앱 서비스 제공자, 운영체제 공급자 등에게 필요한 구체적인 조치사항을 제시한 ‘스마트폰 앱 접근권한 개인정보보호 안내서’를 발간(2017년 3월)하였다.

또한, 위원회는 온라인 광고의 성장과 함께 제기되고 있는 온라인 맞춤형 광고⁷⁾로 인한 국민들의 개인정보 침해 우려를 최소화하고 건전한 온라인 맞춤형 광고 생태계를 조성하기 위하여 ‘온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인’을 제정(2017년 2월)하였다. 본 가이드라인에서는 행태정보⁸⁾ 수집·이용의 투명성, 이용자의 통제권 보장, 행태정보의 안전성 확보, 인식확산 및 피해 구제 강화 등 온라인 맞춤형 광고 사업자가 광고에 이용되는 개인의 행태정보 처리 시 준수해야 할 개인정보보호 원칙과 웹 브라우저나 스마트폰 설정을 이용하여 이용자가 취할 수 있는 맞춤형 광고 차단·허용 조치 방법을 안내하였다. 위원회는 ‘스마트폰 앱 접근권한 개인정보보호 안내서’와 ‘온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인’에 대한 사업자들의 이해를 돕기 위한 정책 설명회(2017년 4월)를 개최하여 신규 정책들이 조속히 정착될 수 있도록 노력하였다.

위원회는 과거 기업의 출입통제 시스템에 한정되어 사용되었던 바이오정보가 최근 스마트폰 잠금 해제, 인공지능 음성비서 서비스 등 정보통신분야 전반에서 그 활용도가 증가함에 따라 안전한 활용 환경 조성을 위하여 ‘바이오정보 보호 가이드라인’을 전면 개정(2017년 12월)하였다. 이를 위하여 「정보통신망법 시행령」과 고시에서 정하고 있는 바이오정보⁹⁾의 개념을 명확히 하였고 비례성, 수집·이용 제한, 목적제한, 통제권 보장, 투명성, 바이오정보 보호 중심설계 및 운영 등 6대 원칙과 수집·저장·이용·파기 단계별 보호조치 사항을 제시하였다. 위원회는 기획 단계부터 기기 제조사 및 활용 사업자 간담회 등을 통하여 산업계의 의견을 청취하였으며 가이드라인 초안에 대한 서면검토 및 공개 세미나를 통하여 산·학·연 등 각계의 의견을 수렴하였다.

2) 개인위치정보 보호 및 이용촉진에 관한 「위치정보법」 개정 현황

사물인터넷, 클라우드 컴퓨팅 등 ICT 기술발전에 따라 개인위치정보를 활용하는 다양한 서비스가 증가하고 있으나, 현행 「위치정보법」은 시장환경의 변화 및 글로벌 트렌드를 제대로 반영하지 못하여 개인위치정보의 보호에도 취약하고 이용 활성화도 저해한다는 비판이 있어 왔다.

- 7) 행태정보를 처리하여 이용자의 관심, 흥미, 기호 및 성향 등을 분석·추정한 후 이용자에게 맞춤형으로 제공되는 온라인 광고
- 8) 웹 사이트 방문 이력, 앱 사용 이력, 구매 및 검색 이력 등 이용자의 관심, 흥미, 기호 및 성향 등을 파악하고 분석할 수 있는 온라인상의 이용자 활동정보
- 9) 지문, 홍채, 음성, 필적 등 개인의 신체적·행동적 특성에 관한 정보로써 개인을 인증 또는 식별하기 위하여 기술적으로 처리되는 개인정보를 말함

이에 위원회는 개인위치정보가 실질적으로 보호되면서도 안전하게 활용될 수 있도록 「위치정보법」 일부개정안을 마련하여 「정보통신망법」 등 개인정보 관련 법률 간 적합성을 맞추고 글로벌 스탠더드를 고려하여 개인위치정보 보호는 강화하면서도 진입규제 등 신산업에 과도한 규제를 합리화하였다. 해당 개정안은 입법예고(2016년 9~11월), 위원회 의결(2016년 12월), 법제처 심사 등을 거쳐 국회에 발의(2017년 12월)되었다. 본 개정안의 주요 내용은 다음과 같다.

먼저 개정안은 과도한 진입규제를 합리화하였다. 택배영업을 위한 드론과 같이 순수하게 사물 위치정보를 수집하는 사업도 개인위치정보 수집의 경우와 동일하게 허가제를 적용하여 과도한 진입장벽으로 작용하고 있기 때문에, 프라이버시 침해 위험성이 적은 사물위치정보사업에 대해서는 현행 허가제를 신고제로 완화하였다.

또한, 소규모 사업자를 위하여 위치기반서비스사업 신고제도를 간소화하였다. 스타트업 등 영세사업자가 많은 위치기반서비스사업의 경우, 수익성이 불투명한 서비스 준비를 위해서도 사업 계획서를 작성해야 하고 신고 수리시까지 서비스 출시가 지연되는 문제가 발생하였다. 이에 1인 창조기업 등 소규모 사업자가 상호·소재지 등 일정 사항만을 위원회에 신고하면 수리절차 없이 신고가 완료되도록 기존 신고절차를 간소화하였다.

위원회는 불필요한 동의규제도 합리화하였다. 현행법은 사물위치정보에 대해서도 세계적으로 유례없는 소유자의 사전동의를 요구하고 있고, 현실적으로 소유자의 동의를 받기 곤란한 경우가 있어서 법규 준수의 어려움이 있었다. 이에 따라 개인 식별성이 없고 사생활 침해 우려가 적은 사물위치정보에 대해서는 소유자의 사전동의 없이도 처리될 수 있도록 허용하였다.

사물위치정보에 대한 소유자 동의를 면제함과 동시에 위치정보 보호 강화를 위한 각종 조치도 도입하였다. 이용자가 사후에 개인위치정보 처리 여부를 통제할 수 있도록 처리정지 요구권을 도입하여 개인정보 자기결정권을 강화하였으며, 아울러 이동성 있는 물건의 소유자도 처리정지를 요구할 수 있도록 하여 국민의 권익을 실질적으로 강화하고자 하였다.

또한, 이용자의 피해구제를 강화하고 「위치정보법」 위반행위에 대한 규제의 실효성 강화를 위하여 형사처벌 외에 행정제재가 가능하도록 시정조치 및 과징금 규정을 신설하였다.

그간 미비했던 규제체계도 정비하였다. 클라우드 컴퓨팅 확산 등으로 위치정보의 처리위탁 및 국외이전 사례가 늘어나고 있으나, 「정보통신망법」과 달리 「위치정보법」은 이에 대한 법적 근거가 미비하였다. 이에 위치정보 처리위탁 규정 및 국외이전 규정을 신설하여 관련 규제체계를 명확히 마련하였으며, 아울러 「정보통신망법」 개정안의 경우와 같이 재이전에 대한 법적 보호 장치, 국외이전·재이전 중단 명령권 등을 도입하였다.

나. 교육 및 인식제고

1) 개인정보보호 인식 및 실천 확산

위원회는 빅데이터, 인공지능 등 데이터에 기반한 지능화 신산업의 확산으로 데이터가 전산업 분야의 필수 인프라로 활용되는 데에 대한 요구가 증대되는 환경에서 개인정보 오·남용 및 유출 등을 예방하기 위하여 사업자의 개인정보보호 인식 제고 및 실천 역량을 강화하기 위한 교육·홍보 활동을 전개하였다. 교육 수강자의 수준별 학습이 가능하도록 개인정보보호 일반(정기교육 과정1), 기술적·관리적 보호조치(정기교육 과정2), 판례·사례 분석 등 심화교육으로 구성하여 현장교육을 운영하였다. 또한, 자발적으로 개인정보보호 역량 강화를 하고자 하여도 자체적인 개인정보보호 전문가가 부족한 중소·영세 사업자를 지원하기 위하여 전문강사단을 선발·양성하여 개인정보보호 교육을 지원하였다. 상시적으로 개인정보보호 교육이 가능하도록 온라인 개인정보보호 포털(i-privacy.kr)을 통하여 사업자 대상 온라인 교육 프로그램을 운영하고 있다.

표Ⅲ-17 | 2017년 사업자 대상 개인정보보호 교육 현황

(단위 : 명)

구 분	오프라인	온라인	합계
교육인원	16,623	31,530	48,153

온라인 서비스의 급속한 변화와 해킹 기술의 고도화 등으로 사업자 단독으로 개인정보 침해 예방과 대응 활동을 하는 것에는 한계가 있으므로 관련 기관과 사업자 간의 정보 공유와 공동 대응 활동을 통한 피해 예방과 확산방지를 위한 노력이 절실하다. 위원회는 이를 위하여 매년 상·하반기에 사업자 및 개인정보보호 전문가들이 모여 정보를 공유하고 인적 네트워크를 구축할 수 있는 행사를 주최하고 있다. 온라인 개인정보보호 컨퍼런스를 개최하여 랜섬웨어, 4차 산업혁명 기술, 최신 개인정보보호 제품 등 최신 기술 동향과 2017년 온라인 개인정보보호 정책 추진 방안, 개인정보보호 국제 협력 및 표준 등 국내외 법제 동향을 공유하는 자리를 마련하였고 정책 홍보 부스를 운영하여 현장에서 정책 상담을 진행하였다. 개인정보보호인의 밤 행사를 개최하여 유공자를 표창하고 개인정보보호 공모전 수상작 전시 등 개인정보보호 분야 종사자들의 상호 교류와 소통의 장을 마련하였다. 더불어 위원회는 법률적·기술적 지식을 두루 갖춘 개인정보보호 분야 인재를 양성하기 위하여 ‘클라우드 서비스 이용 시 서비스 제공자들과 이용자의 책임관계’라는 가상의 개인정보 침해사고 사례를 가지고 제2회 개인정보보호 모의재판 경연대회를 개최하였다.

그림Ⅲ-23 | 개인정보보호 분야 종사자들의 교류와 소통의 장



위원회는 디지털 홈, 스마트 시티 등 데이터 기반 맞춤형 서비스 증가에 따라 데이터가 산업뿐 아니라 국민 일상생활의 인프라로 진화됨에 따라 국민 개개인이 정보주체로서 개인정보보호의 중요성을 인식하고 자기정보결정권을 행사할 수 있도록 개인정보보호 교육·홍보 활동을 전개하였다. 특히, 교육의 효과성을 증대하기 위하여 정보주체이며 향후 개인정보처리자가 될 초·중·고등학생을 중심으로 찾아가는 개인정보보호 현장교육을 진행하였으며 교사·학부모·노년층에 대하여도 교육 프로그램을 운영하였다. 또한, 온라인 개인정보보호 포털(i-privacy.kr)을 통하여 상시적으로 단체교육이 이루어 질 수 있도록 이용자 대상 온라인 교육 프로그램을 운영하고 있다.

표Ⅲ-18 | 2017년 이용자 대상 개인정보보호 교육 현황

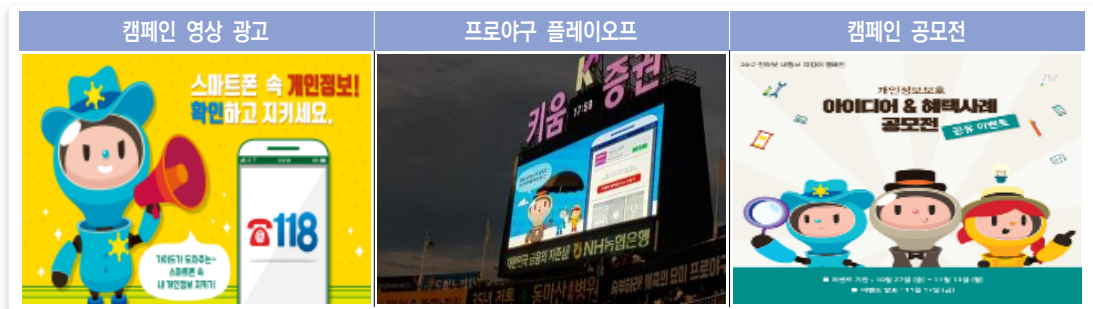
구 분	오프라인	온라인
교육인원	187,281명	3,814건

주) 온라인 교육은 단체교육 목적으로 운영되고 있으며, 동영상 재생 횟수를 실제로 집계하므로 단위를 '건'으로 표시

스마트폰 이용이 보편화됨에 따라 온라인 서비스의 개발 및 보급이 스마트폰 앱 중심으로 활발히 이루어지고 있는 현실에서 스마트폰에 저장된 정보와 설치된 기능에 대한 이용자의 통제권 행사는 매우 중요한 의미를 갖는다. 이에 따라 위원회는 '스마트폰 앱 접근권한 개인정보 보호 안내서'를 발간(2017년 3월)하여 앱 서비스 제공자가 이용자의 동의를 획득하고 동의철회 기능을 제공하도록 하였고, 국민들이 이러한 내용을 인식하고 행사할 수 있도록 하기 위하여 2017년 9월부터 11월까지 '2017년 인터넷 내정보 지킴이' 캠페인을 진행하였다. 위원회는 국민에게 친숙하게 다가가기 위하여 '지킬 앤 가이드' 캐릭터를 개발하여 '스마트폰 속 개인정보, 확인하고 지키세요'라는 슬로건하에 스마트폰 앱 설치 시 확인해야할 사항, 동의철회 기능 사용 방법, 개인정보침해 시 상담을 위한 118번 등을 홍보하는 캠페인을 진행하였다. 캠페인 주제와 대상을 고려하여 소셜 네트워크 서비스와 포털, 영상광고 등 온라인 광고를 중심으로 송출하여

즉각적인 체험을 유도하였으며 지역의 형평성 제고를 위하여 서울, 경기, 부산, 광주, 대전, 대구 등의 대중교통(지하철, 버스 등) 영상매체 광고를 송출하였다. 특히, 사업자와 협업을 통하여 KB국민은행 및 이마트 전국 영업점, 롯데시네마 상영관, 프로야구 플레이오프 전광판 등을 활용한 생활밀착형 홍보를 추진하였다. 더불어 위원회는 개인정보보호 정책 아이디어 공모전을 개최하여 국민들의 관심과 참여를 유도하였다.

그림 24-1 | 인터넷 내정보 지키기 캠페인



2) 사업자 대상 개인위치정보보호 교육

위치정보 산업은 모바일 단말기 중심으로 활용 범위가 점차 넓어지고 있고 다른 산업과 융합하며 성장함에 따라 4차 산업의 핵심 기술로 인정받고 있다. 하지만, 개인위치정보는 유출되거나 오·남용 시에 사생활 침해의 가능성이 존재할 뿐만 아니라, 더 나아가 생명 또는 신체에 즉각적인 위험을 초래할 수 있으므로 전 세계적으로도 개인위치정보보호의 중요성에 대한 인식이 높아지고 있다.

※ Technavio의 'Global LBS Market 2017-2021'보고서에 따르면 '프라이버시와 보안'이 위치정보 산업에서 가장 주된 도전과제로 선정

이에 위원회는 개인정보보호와 더불어 개인위치정보에 대한 보호를 지원하기 위해서 위치정보 사업자 및 위치기반서비스사업자 대상으로 개인위치정보보호 수준 역량 강화를 위한 '위치정보 보호조치' 교육을 실시하였다.

위원회는 그동안 상/하반기 두 차례 진행되었던 '위치정보 보호조치' 정기교육을 세 차례로 확대·실시하였고, 지방순회교육 또한 네 차례 실시하여, 사업자가 자율적으로 이용자의 개인위치정보를 보호할 수 있는 환경을 조성하고자 노력하였다. 「위치정보법」과 「위치정보의 관리적·기술적 보호조치 권고 해설서」에 대한 내용으로 교육을 구성하여, 총 299명에게 교육(정기교육:261명, 지방순회교육*:38명)을 제공하였다. 이외에도 '개인위치정보 보호조치 우수 기업 소개' 및 '국내·외

위치기반서비스 시장 동향 안내' 등 교육 참석자가 희망하는 교육에 대하여 특강을 진행하면서 교육에 대한 실효성을 높이고자 노력하였다.

* 대구, 부산, 대전, 광주 지역에 각 1회씩 진행

그림Ⅲ-25 | 2017년 사업자 대상 위치정보보호조치 교육 현장



표Ⅲ-19 | 2017년 사업자 대상 위치정보보호조치 교육 결과

(단위 : 명)

구 분	정기교육			지방순회 교육	총 계
	제1차	제2차	제3차		
교육인원	118	103	40	38	299

다. 조사 및 행정제재

1) 분야별 보호조치 실태점검 및 유출사고 조사·제재

위원회는 정보통신서비스제공자를 대상으로 개인정보 유출사고 예방 노력 및 사고발생 시 신속대응을 통하여 정보통신서비스 이용자의 개인정보를 보호함으로써 국민의 권익을 증진하고 나아가 기업의 개인정보보호 수준제고 및 법규 준수 등을 위하여 정보통신서비스 제공자들에 대한 개인정보 관리 실태점검을 실시하고 있다.

위원회는 2017년 통신판매점 8개, 초고속인터넷 등 영업점 66개, O2O사업자 13개, 가상통화 거래소 10개, 시정명령 이행점검 사업자 45개 등 개인정보보호 취약분야 및 신생 정보통신서비스 등 총 181개 사업자에 대하여 개인정보 관리 실태를 점검하였다.

아울러 해킹 및 관리 부주의로 인한 개인정보 유출 사업자 등에 대해서도 신속하게 개인정보 기술적·관리적 보호조치 등에 대한 실태점검 실시 및 개선조치를 하여 이용자들의 사이버사기 등 2차 피해 확산을 방지하기 위하여 노력하였다.

‘여기어때’ 개인정보 유출사고가 발생 시, 개인정보의 유출로 심각한 2차 피해가 우려됨에 따라 피해 확산 방지를 위하여 관계기관과 협력하여 유출경로 및 유출원인 등을 분석, 해커검거 및 개인정보 원본파일을 입수하였으며 사업자의 법규 위반사항에 대하여 과징금(3억100만 원), 과태료(2,500만 원) 및 책임자 징계권고 등 엄정한 제재를 실시하였다.

또한, 최근 이슈가 되고 있는 가상통화 거래소 중 개인정보가 유출된 ‘빗썸’의 개인정보보호 실태를 조사 후 위반사항에 대하여 과징금(4,350만 원), 과태료(1,500만 원), 책임자 징계권고 등을 실시하였으며, 동일한 서비스를 운영 중인 10개의 가상통화 거래소에 대하여 개인정보보호 조치 준수여부 실태점검 실시 후 8개사에 과태료(1억 4,100만 원) 등을 부과하였다.

표III-20 | 2017년 위원회 개인정보 관리실태 조사 및 제재 현황

(단위 : 개사)

방식	점검 업체	제재 업체	조치결과
기획점검	136	55	- 과태료 7억 2,100만 원(53개사) - 시정명령(55개사)
유출신고 및 민원 등 점검	70	26	- 과징금 3억 4,450만 원(2개사) - 과태료 3억 1,200만 원(26개사) - 시정명령(26개사) - 책임자 징계권고(2개사)
시정명령 부과 사업자 이행점검	45	-	-
자율규제 시범운영	66	-	-
합계	317	81	- 과징금 3억 4,450만 원(2개사) - 과태료 10억 3,300만 원(79개사) - 시정명령 등 81개사 - 책임자 징계권고(2개사)

2) 온라인상 개인정보보호 실태 모니터링

ICT 발전과 신규 웹·앱 서비스로 개인정보 수요와 활용처가 늘어나고 있음에 따라 위원회는 「정보통신망법」, 「위치정보법」에 따라 정보통신 서비스 이용자의 개인정보를 보호함으로써 국민이 안심하고 이용할 수 있는 온라인 개인정보보호 환경을 조성하기 위하여 정보통신 서비스 제공자들에 대한 개인정보보호 실태를 사전 진단하여 개인정보 유출사고를 예방하고 있다.

위원회는 한국인터넷진흥원(KISA)과 함께 2017년 웹·앱 사이트에 대하여 「정보통신망법」 개인정보 수집·이용 동의 등 9개 항목과 「위치정보법」 위치정보 수집·이용 동의 등 8개 항목에 대하여 개인정보보호 실태를 확인하였고, 개선필요 사항에 대하여 기술적·법률적 안내사항 등을 담은 개선조치 가이드 제작·배포 및 전화상담, 개선 권고 등을 통하여 개선될 수 있도록 하였다.

아울러, 2013년부터 주민등록번호의 사용 제한이 시행되었지만, 여전히 주민번호를 수집하는 관행과 개인정보 관리가 미흡한 분야가 있어 「인터넷 주민번호 클린센터」 운영을 통하여 국내 370만개 웹사이트 전체를 대상으로 주민번호 불법수집 여부에 대하여 전수 조사 후 법률 및 기술 컨설팅 등을 통하여 개선할 수 있도록 지원하였다.

또한, 국내외 웹사이트 상 우리 국민의 개인정보 노출 및 불법유통 게시물에 대하여 탐지를 실시하였으며, 해당 업체들과의 협조를 통하여 삭제를 수행하였다.

제3절 | 방송통신시장의 활력 제고

1. 방송콘텐츠 제작·유통 기반 강화

가. 방송광고·협찬 제도개선 추진

1) 방송광고 제도개선 추진

위원회는 광고제도 개선을 위한 정책연구를 추진하고 이해관계자, 학계 전문가 등의 의견을 청취하는 등 방송광고 전반에 대한 제도개선을 통한 고품질 콘텐츠 지속 제작 기반 마련을 위하여 노력하였다. 위원회는 지상파 중간광고 도입 여부 등 방송광고 제도개선 효과분석, 광고주 설문조사 및 시청자 인식조사 등 면밀한 정책연구를 수행하였다. 또한, 2017년 1년 간 7회에 걸쳐 방송광고균형발전위원회 회의를 진행하고 2회에 걸쳐 광고산업활성화전문위원회 회의를 개최하여 바람직한 방송광고 제도개선 방향에 대한 전문가 의견을 균형 있게 청취하였다. 특히, 2017년 9월에는 방송광고 제도개선 방향 논의를 위하여 위원회와 방송광고균형발전위원회 간담회를 개최하였으며, 2017년 12월에는 방송광고 활성화와 균형발전을 위한 방송광고균형발전위원회, 광고산업활성화전문위원회의 합동 워크숍을 실시하였다.

그림Ⅲ-26 | 방송광고균형발전위원회 간담회 및 방송광고 활성화와 균형발전 합동 워크숍



아울러 방송광고 제도개선 방향을 마련하기 위하여 이해관계자의 의견을 수렴하는 자리를 마련하였다. 위원회는 2017년 11월 바람직한 방송광고 제도개선 방향에 대하여 지상파 사업자와 종합편성, 일반PP 등 유료방송 사업자의 의견을 각각 수렴하였고, 2017년 12월에는 지상파 사업자, 미디어렐, 종합편성, 일반PP, 시민단체, 학계 전문가 등이 참석한 가운데 방송광고 활성화 및 제도개선 방안 마련에 대한 종합토론회를 개최하였다.

2) 협찬 제도 개선 추진

위원회는 방송사업자의 협찬 운영의 투명성 제고를 위하여 협찬고지 시 자체 심의절차를 마련하고 협찬주가 방송프로그램 내용이나 구성에 영향을 미치지 못하도록 하는 내용의 「협찬고지 등에 관한 규칙」을 개정(2016년 3월) 하였으며, 보도·시사프로그램에 협찬을 받을 수 없도록 하는 내용의 '협찬 운영의 투명성 제고 지침'(2016년 8월)을 제정한 바 있다.

2017년에는 2016년에 제·개정한 규칙 및 지침 등을 방송사업자가 제대로 준수하고 있는지 여부를 확인하기 위하여 중앙지상파3사, 종합편성·보도 PP 6사, 기타 주요 PP (CJ 계열 PP, 스카이라이프TV, KBSN) 등 총 12개 사업자를 대상으로 실태점검을 실시(2017년 4월 11일~4월 21일) 하였다.

실태조사 결과, 대부분의 사업자는 심의전담팀 신설, 인력 확대 등 사전심의절차를 강화하고 자체 가이드라인을 마련하는 등 투명한 협찬·협찬고지를 위하여 노력 중이었으나, 협찬 투명성 제고를 위한 자체 정기 교육 프로그램 마련은 다소 미흡한 것으로 확인되었다. 위원회는 점검결과를 바탕으로 방송사업자가 관련 법규의 제·개정 사항을 충분히 반영하도록 계도하였으며 협찬의 투명성 제고를 위하여 체계적인 자체 교육 시스템 마련을 독려하였다.

한편, 위원회는 협찬운영의 투명성 제고와 더불어 시청자의 시청권 보호를 위하여 협찬고지 형식규제에 대한 집중 모니터링을 실시하였다.

2017년 5월 22일부터 6월 16일까지의 4주간 방송된 지상파·종합편성·PP 채널의 드라마 및 22개 스포츠 전문 채널을 대상으로 하여 협찬고지 허용범위·시간·횟수·크기 등의 준수여부를 모니터링 하였으며, 그 결과 총 5개 사업자의 법규 위반이 확인되어 총 2,700만 원의 과태료를 부과하였다.

향후 위원회는 협찬운영의 투명성 제고를 위한 실태점검 및 협찬고지에 대한 모니터링을 강화할 예정이며, 아울러 협찬이 방송광고와 함께 콘텐츠의 건전한 제작재원으로 자리 잡을 수 있도록 법적 근거 마련 등 제도개선을 추진할 예정이다.

나. 방송콘텐츠 경쟁력 강화 지원

한류 방송콘텐츠는 관련 상품 매출 증대, 국내 관광 활성화 및 국가이미지 제고 등 유·무형 가치의 창출에 크게 기여하고 있다. 그러나 최근 사드배치에 따른 반작용과 중국내 자국 문화

보호 분위기 형성 등으로 중국 시장 진출이 크게 위축되었고, 방송콘텐츠 유통 과정에서의 분쟁 증가 등의 어려움이 발생하고 있어, 한류 방송콘텐츠 경쟁력 제고를 위한 정책방안 마련이 시급한 상황이다.

이에 따라 위원회는 한류 방송콘텐츠 경쟁력 제고 및 유통 경로 다각화를 위한 ‘한류 활성화 연구반’을 구성·운영하여 방송한류의 현황 및 문제점들을 분석하고 한류 방송콘텐츠 경쟁력 강화 지원 정책 방안들을 마련하였다.

또한, 위원회는 국내 방송콘텐츠 표절 등에 따른 국제분쟁이 증가하나 방송사들이 이의 대응에 애로를 겪고 있음에 따라 ‘한류 방송콘텐츠 포맷 표절 분쟁연구’를 수행하고 해외에서 국내 제작 방송콘텐츠 포맷 무단 도용 및 표절로부터 국내 사업자·방송콘텐츠 보호를 위한 실질적 지원 정책에 활용할 수 있는 대응매뉴얼을 마련하였다.

이외에도 주요 한류 진출 동남아 5개국(베트남·태국·말레이시아·싱가포르·인도네시아)의 방송 콘텐츠 규제·시장 현황에 대한 주요 방송사 인터뷰 및 현지조사를 실시하여 각국의 공동제작 현황과 보다 세밀한 방송콘텐츠 규제·시장 현황 등을 한눈에 파악할 수 있도록 하였다. 앞으로도 국내 방송사업자들이 체감할 수 있는 자료들을 수집하고 축적하여 실제 해외진출 시 활용도를 높일 수 있도록 도울 예정이다.

다. 방송콘텐츠 교류협력 활성화

방송콘텐츠의 제작 및 수출 환경이 급격히 변화하는 가운데, 위원회는 다른 문화콘텐츠 수출 및 관광·소비재 산업 등 한류 산업의 시발점이자 핵심 분야인 한류 방송콘텐츠 활성화를 위한 지원을 보다 강화해 나가기로 하였다. 이를 위하여 위원회는 베트남·태국·인도네시아 등 한류 콘텐츠 성장가능성이 높은 동남아 및 이슬람국가와의 방송콘텐츠 협력 강화를 추진하고 사업자들에게 절실한 현장 밀착형·체감형 지원필요사항 등을 발굴하는 등 방송콘텐츠 활성화를 위하여 다방면으로 지원하고 있다.

먼저, 위원회는 한류 방송콘텐츠 신 시장 개척을 위해 태국 국가방송통신위원회(NBTC), 인도네시아 방송위원회(KPI), 터키 라디오TV고등위원회(RTUK) 등과 방송·통신 분야 협력 강화를 위한 면담을 갖고 업무협약(MOU)을 체결하였다. 그리고 이슬람 방송규제기관 포럼(IBRAF)에서 공동제작의 중요성과 유용성에 대한 주제 발표를 통해 우리의 공동제작 의지를 보였고, 인도네시아·태국·터키 등의 동남아·이슬람권 국가와의 협력을 강화하여 한류 방송 콘텐츠의 해외진출 다각화를 꾀하는 등 기반을 마련하였다.

그림Ⅲ-27 | 위원회, 터키 라디오·티브이 고등위원회와 MOU 체결



또한, 위원회는 동남아·이슬람권 주요 국가와 방송프로그램 공동제작협정 체결의 필요성·유용성 및 협정문에 포함될 주요 항목·문구 등을 논의하기 위해 양국 정부간 공동연구반을 구성·운영하여 한-인도네시아 제1차 공동연구반 회의를 2월 반둥에서 개최하였고, 한-베트남 제4차 공동연구반 회의를 6월 하노이에서 개최하였다. 그리고 한-태국 MOU 후속조치의 일환으로써 태국과 양국간 방송 교류협력 및 공동제작 활성화를 위한 회의를 9월 한국 과천에서 개최하였고, 12월 방콕에서 한-태국 제1차 공동연구반 회의를 개최하였다. 공동제작협정 체결에 앞서 체결 당사국의 협상의를 타진하고 사전에 준비해야 할 의제를 명확히 하여 효율적인 협상이 가능하도록 대비하였다.

그림Ⅲ-28 | 한·태 공동제작 활성화 회의



뿐만 아니라, 태국 국가방송통신위원회(NBTC) 주최 공동제작 국제콘퍼런스에 참석하여 지상파4사(KBS, MBC, SBS, EBS) 및 외주제작사 2사(도레미Ent., 엘반웍스) 등 6개 사업자가 위원회 주선으로 현지 콘퍼런스 사업자간 1:1 비즈니스 매칭 세션에 참석하여 민간 차원의 공동 제작 교류 활성화 네트워크를 확대할 수 있었다.

위원회와 정보통신정책연구원(KISDI)은 2017년 11월 웨라톤 서울 디큐브시티 호텔에서 ‘2017 방송콘텐츠 교류 활성화 국제포럼’을 개최하였다. 국제포럼에는 국내 방송사업자들과 베트남·태국·말레이시아 등 해외 방송사업자들을 비롯해 국내외 방송관계자 100여명이 참석하였다.

‘방송 한류의 현재와 미래: 국제 교류 활성화와 경쟁력 강화방안을 중심으로’라는 주제로 총 3개의 세션으로 구성된 국제포럼은 아시아태평양방송개발기구 창진(Chang jin) 사무총장의 기조연설과 동남아시아 국가와의 협력기회 확대, 한류 경쟁력 강화방안 등이 논의되었다.

오전에는 주요 동남아 5개국(베트남·태국·말레이시아·싱가포르·인도네시아)의 방송콘텐츠 규제·시장 현황에 대한 현지조사 결과를 분석·공유하고, 태국 타임컨설팅, 베트남 국영방송사 VTV, 말레이시아 위성방송사 Astro 등이 참석하여 동남아시아 지역과 한국간 방송교류 발전 방안에 대하여 발표를 하였다. 오후에는 방송한류의 재도약 방안 마련을 위해 한양대 전범수 교수가 한류 발전방향에 대하여, 정보통신정책연구원(KISDI) 주성희 박사가 한류 지원정책 현황에 대하여, 서울여대 임정수 교수가 방송 제작인력 양성 방안에 대하여, 수원대 이문형 교수가 방송콘텐츠 해외유통 활성화 방안에 대하여 발제하였다. 방송한류의 현재와 미래를 진단하고, 공동제작 활성화 방안에 대한 국내외 방송관계자들의 다양한 시각들을 수렴할 수 있는 공론의 장이 마련되었다는 점에서 그 의의가 크다 할 것이다.

그림 29-1 | 위원회, 방송콘텐츠 교류 활성화 국제포럼 개최



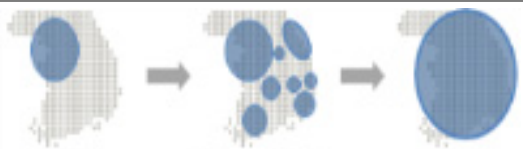
2. 신규 방송통신서비스 활성화 기반 마련

가. 지상파 UHD 방송 안정적 도입

위원회는 2017년 5월 지상파 초고화질(이하 ‘UHD’) 본방송 개시 후 2017년 12월 광역시 및 평창·강릉 일원으로 UHD 방송을 확대하였고, 2021년까지 전국적으로 UHD 방송망을 구축하여 2027년에는 HD 방송을 종료하는 방안을 추진하고 있다.

위원회는 지상파 UHD 방송 도입 기반을 마련함에 따라 2017년 5월 수도권 지역에서 방송 3사의 지상파 UHD 본방송을 개시하였다. 지상파 UHD 방송은 국내에서 2001년 디지털방송을 도입한 이래 16년 만에 도입하는 새로운 방송서비스로, 기존의 HD 방송보다 4배 이상 섬세하고 선명한 화질과 입체적인 음향을 제공한다. TV에 인터넷이 연결되면 IP 방식 기반의 다양한 양방향 서비스도 구현 가능함으로써 시청자들은 보다 질 높은 방송 서비스를 무료 보편적인 지상파방송 플랫폼을 통하여 누릴 수 있게 된다.

표III-21 | 지상파 UHD 방송 도입 일정

1단계	2017년 5월 수도권 본방송 개시(완료)	
2단계	2017년 12월 광역시 및 강원권으로 확대(완료)	
3단계	2021년 기타 시·군 지역, 전국망 구축	
		수도권 (2017년 5월) 광역, 평창 (2017년 12월) 시·군 (2021년)

위원회는 지상파 UHD 본방송의 안정적인 도입을 위하여 2017년 2월부터 5월까지 과학기술 정보통신부와 합동으로 방송사, 가전사, 학계, 연구기관 등으로 구성된 ‘지상파 UHD 방송 도입 준비상황 점검단’을 운영하였다. 점검단 회의에서는 기술적인 장애요인들을 체계적으로 점검하고 오류 사항을 수정하면서 안정적인 지상파 UHD 본방송을 위한 최종 점검을 하였다. 본방송 개시에 맞추어 위원회는 원활한 시청이 가능하도록 안테나 구매 등 ‘지상파 UHD 방송 수신 가이드’를 이용한 안내를 강화하였으며, 기존에 판매된 유럽식 UHD TV를 보유한 가정에서 가전사를 통하여 셋톱박스를 구매하여 사용하는데 불편함이 없도록 지속적으로 지원하고 있다.

수도권 지역에서 지상파 UHD 방송이 개시됨에 따라, 위원회는 UHD 방송서비스의 본격적인 활성화를 위하여 지상파 UHD 방송프로그램의 의무편성 비율(5%)을 준수하도록 하고, UHD

프로그램을 2017년 5% 이상, 2018년 10% 이상, 2019년 15% 이상 단계적으로 확대 편성할 것을 허가조건으로 부여하였다. 또한 방송사의 UHD 프로그램의 편성을 지속적으로 확대하여 콘텐츠 시장이 활성화될 수 있도록 2017년 3월 UHD 방송프로그램에 대한 인정기준을 마련하였다.

위원회는 지상파 UHD 2단계 도입을 위하여 광역시권·강원권(평창올림픽 개최지)의 지상파 UHD 신규허가를 추진하였다. 2017년 3월 광역시 및 평창·강릉 지역 지상파 UHD 방송국 허가를 위한 기본계획을 마련하였고, 2017년 6월 허가대상 방송국에 대한 정책 고객인 시청자의 의견을 청취하였으며, 2017년 9월 방송·미디어, 회계, 법률, 기술, 시청자 등 각 분야 전문가로 구성된 심사위원회를 구성하여 광역시 및 평창·강릉 지역 14개 방송사 28개 방송국에 대한 허가를 의결하였다.

2017년 12월 5대 광역시와 평창동계올림픽이 개최되는 강원 일부 지역에서 지상파 UHD 본방송이 개시되었다. 이에 따라, 수도권에 이어 광역시와 강원 지역에서도 2018년 2월 9일부터 개최되는 평창동계올림픽을 UHD의 생생한 화면으로 시청할 수 있게 되었으며, 평창 동계올림픽 중계방송의 경우 시청자가 원하는 종목의 경기를 정구편성에 구애받지 않고 시청하거나, 다양한 경기 정보를 실시간으로 확인할 수 있는 새로운 방송서비스가 가능해질 전망이다.

표 11-22 | 광역시·강원권 지상파 UHD 방송 구역

지 역	방송국	방송구역 (주 / 일부)
부산 광역시	KBS부산	부산시 / 김해시, 창원시, 거제시, 통영시, 밀양시, 양산시
	부산MBC	부산시 / 양산시, 거제시
	KNN	부산시 / 김해시, 밀양시, 양산시, 창원시, 통영시, 거제시
대전 광역시	KBS대전	대전시 / 세종시, 논산시, 부여군, 공주시, 금산군, 서천군, 천안시, 청양군
	대전MBC	대전시 / 세종시, 금산군
	TJB	대전시 / 세종시, 계룡시, 금산군
대구 광역시	KBS대구	대구시 / 경산시, 영천시, 군위군, 의성군, 구미시, 문경시, 칠곡군, 고령군, 성주군
	대구MBC	대구시 / 김천시, 경산시, 영천시, 군위군, 구미시, 고령군, 문경시, 성주군, 의성군, 칠곡군, 상주시, 청도군
	TBC	대구시 / 경산시, 영천시, 군위군, 의성군, 고령군, 구미시, 문경시, 성주군, 칠곡군
광주 광역시	KBS광주	광주시 / 나주시, 화순군, 목포시, 해남군, 담양군, 무안군, 신안군, 영암군, 장성군, 함평군, 강진군, 장흥군
	광주MBC	광주시 / 나주시, 담양군, 화순군, 무안군, 신안군, 영암군, 장성군, 함평군, 영광군, 고흥군, 곡성군, 보성군
	KBC	광주시 / 나주시, 화순군, 담양군, 해남군, 목포시, 무안군, 신안군, 영암군, 장성군, 함평군, 보성군, 장흥군, 강진군

지 역	방송국	방송구역 (주 / 일부)
울산광역시	KBS울산	울산시
	울산MBC	울산시
	UBC	울산시
강원권	KBS*	평창군, 강릉시
	원주MBC	원주시 / 평창군, 횡성군
	MBC강원영동	강릉시 / 속초시, 고성군, 양양군
	G1	강릉시 / 속초시, 평창군

* 강원권 KBS는 방송사 사정으로 인하여 실험방송 형태로 수도권 방송 송출 예정

위원회는 무료 보편서비스인 지상파 UHD 방송을 통하여 국민들이 고품질의 차세대 방송 서비스를 향유할 수 있도록 수신환경 개선 등에 지속적으로 힘쓸 예정이며, 지상파 UHD 방송을 2021년까지 전국 시·군 지역으로 확대할 계획이다. 안정적인 지상파 UHD 방송 수신 기반을 마련하기 위하여 2017년 6월 방송사, 가전사, 연구기관 등 전문가로 구성된 ‘지상파 UHD 수신환경 개선 연구반’ 회의를 개최하여 수신안테나 보급 등 안정적인 직접수신환경 조성 방안을 논의하고 직접수신 방법에 대한 대국민 홍보방안을 마련하였다. 또한, 2017년 9월부터 11월까지 수도권(서울, 인천, 경기지역 34개 시·구) 총 215가구의 DTV 및 UHD TV 실내 수신환경을 조사하였고, 본 조사 결과를 활용하여 수신환경 개선 논의를 이어갈 계획이다.

위원회는 지상파 UHD 방송 서비스와 연관 방송 산업 활성화를 위하여 다각적인 행정적·기술적인 지원을 해나갈 계획이며, 양방향·모바일 등 새로운 부가서비스 활성화 방안을 모색하고, UHD 신규 콘텐츠 제작을 지원할 계획이다. 이번 지상파 UHD 도입을 통하여 국내 업체의 UHD 방송 장비 경쟁력이 향상된 만큼, 우리나라의 방송장비 시장 확대를 위하여 관계기관과도 지속적으로 협력해 나갈 계획이다.

나. MMS¹⁰⁾ 본방송 도입 준비

위원회는 국회에 계류 중인 「방송법」 개정안 입법과 하위 법령 개정 추진, 신규 콘텐츠 제작 지원 확대 및 시청자 민원의 원만한 해소를 통하여 다채널방송(이하 MMS)인 EBS 2TV 시범 서비스의 본방송 도입 준비를 추진하고 있다.

EBS 2TV는 2015년 2월부터 국민의 채널 선택권 및 교육복지 확대를 위하여 초·중학, 영어

10) MMS(Multi-Mode-Service) : 디지털 압축 기술을 활용하여 1개 방송용 주파수대역(6MHz) 내에서 2개 이상의 방송 채널을 송출하는 서비스

등 교육 콘텐츠 중심의 시범서비스를 제공하기 시작하여 현재 지상파10-2번, IPTV 95번 및 지역케이블을 통하여 전국적으로 약 1,800만 가구에 송출하고 있다. 위원회는 2016년 약 20억 원 수준이었던 EBS 2TV 프로그램 제작지원 규모를 2017년 약 50억 원 수준으로 확대하여 공익적 교육 프로그램, 과학 프로그램 등 신규 콘텐츠를 확대 편성할 수 있도록 지원하였다. EBS 2TV는 프로그램 제작지원을 통하여 교육격차 해소, 4차 산업혁명 대비 융합형 과학프로그램 확대 편성 등 공익적 프로그램의 신규 편성비율을 확대하였다(2016년 4.8% → 2017년 약 9%). 특히 EBS 2TV는 초·중학 교과목과 외국어 콘텐츠 이외에 사회적 수요인 4차 산업혁명 대비 교육 콘텐츠 요구에 부응하기 위하여 새로운 포맷인 융합형 과학교육 프로그램을 2017년에 실험적으로 편성하였다(2017년 봄 편성, 25개 프로그램). 신규제작 확대와 SPOT 영상 제작, SNS 등을 통한 채널 홍보 노력의 결과, EBS 2TV의 인지도가 상승(2016년 74% → 2017년 76.2%)하였고, 시청자의 프로그램에 대한 만족도 수준도 상승(2016년 69% → 2017년 76%)하였다.¹¹⁾

EBS 2TV 시범서비스의 기술적 안정성, 사교육비 절감효과가 입증되어 본방송 도입 필요성에 대한 공감대가 형성되면서, 위원회는 MMS 채널의 법적지위, 도입대상, 승인제도, 편성기준 등을 마련하기 위하여 「방송법」 개정과 하위법령 개정을 추진하였다. 2016년 11월 EBS 2TV의 본방송 도입을 위한 법적근거를 마련하기 위하여 MMS의 법적지위 및 승인근거와 채널 편성 관련 규정을 신설하는 내용의 「방송법」 개정안을 국회에 제출하였으나, 국회 소관 상임위의 법안 심사 지연으로 인하여 입법이 지연되고 있다. 위원회는 현재 국회 계류 중인 MMS 도입을 위한 「방송법」 개정안의 국회통과를 지원하고 관련 법령 개정이 마무리 되는대로 EBS 2TV 시범서비스의 본방송을 조속히 도입할 계획이다.

2017년 11월에는 MMS 채널을 유료방송에 의무재송신하고 기존 채널과 연속번호로 배치하는 내용의 「방송법」 개정안(2016년 11월 11일 송희경 의원 발의)에 대한 EBS, 종합편성·보도전문 PP, 케이블 협회 등 관계사업자 대상 의견 수렴 및 부처 간 협의를 완료하였다. 또한, 위원회는 「방송법」 개정안의 국회통과 시 부가채널 승인 심사사항 및 편성기준 등을 구체적으로 규정하기 위하여 시행령 개정을 추진하였다. 2017년 12월 전문가 연구반을 통하여 「방송법」 개정안 입법 예고 시 수렴된 의견 등에 대한 검토를 거쳐 MMS 도입대상과 승인 심사사항, 프로그램 편성에 대한 세부적인 기준 등을 구체적으로 정하기 위하여 「방송법 시행령」 개정을 위한 연구 초안을 마련하였다.

11) 2017년 6월부터 7월까지 전국 성인 남녀(15~64세, 지역/성/연령을 비례한 표본할당) 1,000명을 대상으로 온라인 조사를 한 결과이다. 2017년 EBS 2TV 인지도 및 만족도 조사, 한국리서치, 2017년 8월

표Ⅲ-23 | 「방송법 시행령」 개정을 위한 연구 초안 주요 내용

구분	개선 전(현행)	개선 후(시행령 개정 초안)
MMS 도입대상 사업자	없음	「방송법 시행령」 제13조의5(지상파방송 부가채널의 승인신청 등) - 법 제9조의4제2항에 따라 방송통신위원회의 승인을 받은 채널(이하 “부가채널”이라 한다)을 운용할 수 있는 지상파방송사업자는 「한국교육방송공사법」에 의한 한국교육방송공사로 한다.
승인 심사사항	없음	「방송법 시행령」 제13조의5(지상파방송 부가채널의 승인신청 등) - 부가채널을 운용하려는 지상파방송사업자는 부가채널운용승인신청서에 다음 각 호의 서류를 첨부하여 방송통신위원회에 제출하여야 한다. 이 경우 「전파법」 제34조에 따른 지상파방송국 변경 허가 신청이 있는 것으로 본다. - 신청인에 관한 사항을 적은 서류 - 부가채널 운용계획서 - 부가채널 운용이 방송시장에 미치는 영향에 대한 분석보고서 - 시범방송 결과보고서(시범방송을 한 경우에 한함)
방송 편성기준	없음	「방송법 시행령」 제58조의2(부가채널에 대한 방송프로그램 편성) - 지상파방송사업자는 부가채널에 다음 각호의 기준에 따라 방송프로그램을 편성하여야 한다. - 법 제69조제4항에 따른 주된 방송분야의 방송프로그램: 당해 채널의 매월 전체 방송시간의 100분의 60 이상 - 법 제71조제1항에 따른 국내에서 제작된 방송프로그램: 당해 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 60 이상 100분의 80 이하 - 법 제71조제4항에 따른 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악: 분야별로 당해 채널의 매 반기 전체 외국에서 수입한 영화·애니메이션 및 대중음악 방송시간의 100분의 80 이하 - 법 제72조제1항의 외주제작 방송프로그램: 당해 채널의 매반기 전체 텔레비전방송시간의 100분의 35 이내 - 제1항의 규정에 따른 세부적인 편성비율 산정기준은 방송통신위원회가 정하여 고시한다.

EBS 2TV의 본방송 도입을 위한 법적근거가 마련되어 본방송이 개시되면 전 국민에게 무료로 제공되는 방송콘텐츠가 확대되고 특히, 시청자의 수요가 많은 교육콘텐츠가 안정적으로 제공됨으로써 사교육비 절감 등 국민 복지 향상에 크게 기여할 것으로 기대된다.

3. 안전한 개인·위치정보 이용환경 조성

가. 사전동의 예외 합리화

빅데이터, 인공지능 등 데이터에 기반한 지능화 신산업의 확산으로 데이터를 전산업 분야의 필수 인프라로 활용하려는 요구가 증대하고 있으며 디지털 홈, 스마트 시티 등 데이터 기반 맞춤형 서비스 증가에 따라 데이터가 산업뿐 아니라 국민 일상생활의 인프라로 진화하고 있다. 실시간으로 보다 다양한 개인정보를 수집·이용하는 스마트기기와 융·복합 서비스의 확산은 개인정보보호 방식에 있어서도 패러다임의 변화를 요구하고 있다. EU는 디지털 단일 시장에서 EU 회원국 간 개인정보의 자유로운 이동을 보장하는 동시에 정보주체의 개인정보보호 권리를 강화하는 내용의 일반개인정보보호법(GDPR)의 시행(2018년 5월)을 앞두고 있으며 일본은 익명가공 정보를 포함한 「개인정보보호법」을 개정(2015년 8월)하여 제4차 산업혁명 시대에 대응하기 위한 개인정보 제도 개선 노력이 활발히 전개되고 있는 상황이었다.

위원회는 「정보통신망법」이 데이터에 기반한 지능화 신산업 기술과 서비스의 혁신에 장애가 되지 않도록 하면서 정보주체의 권리를 보다 실질적으로 보호할 수 있도록 최근의 ICT 환경 변화를 적극적으로 반영하는 작업을 진행하여 「정보통신망법」 개정(안)을 국회에 제출(2017년 3월)하였다. 주요 내용으로 개인정보 수집·이용·제공에 대한 사전동의 예외를 지나치게 제한적으로 허용하고 있으므로 계약 체결 및 이행을 위하여 불가피한 경우와 사전동의를 받을 수 없는 경우로서 급박한 생명·재산의 이익을 위하여 필요한 경우를 개인정보 수집·이용에 대한 사전동의 예외로 추가하였다. 또한, 기존 서비스와 합리적인 관련성이 있는 기능 추가 등 서비스 개선은 수집·이용 목적의 변경으로 보지 않도록 단서조항을 신설하였다. 개인정보 처리위탁 시 계약 이행 등을 위하여 필요한 경우에만 예외적으로 동의를 면제하고 있으나, 수탁자와 처리위탁 내용을 이용자에게 고지하고 개인정보 처리방침에 공개하면 동의 없이 처리위탁이 가능하도록 개선하였다. 더불어 EU와 일본 등 해외사례와 맞추어 법률 및 국제협정에 특별한 규정이 있는 경우, 계약의 체결·이행을 위하여 불가피한 경우로써 이전항목 등을 고지·공개한 경우, 국외이전 받는 자가 위원회가 지정하는 인증을 받은 경우에 대해서는 사전동의 예외를 추가하여 현실적으로 국외이전이 필요한 경우 사업자의 부담을 경감시키고자 하였다. 이와 함께 위원회는 안전한 개인정보 보호 환경 조성을 위하여 개인정보 수집·이용 및 제공 등의 동의 철회권 외에 처리정지 요구권을 신설하여 동의 없이 개인정보를 처리하는 경우에도 이용자가 사후에 처리정지를 요구할 수 있도록 개인정보 자기결정권 보장을 강화하였다.

나. 본인확인수단 확대

1) 본인확인수단 제공 배경

과거 온라인에서 본인확인 목적으로 사용되었던 주민번호의 이용을 최소화하기 위하여 주민번호 없이 본인확인이 가능한 주민번호 대체수단이 필요하게 되었다. 이에 따라, 위원회는 주민번호 없이 온라인에서 본인확인수단을 제공할 수 있도록 「정보통신망법」 및 하위법령에서 주민번호 대체수단을 제공하는 본인확인기관의 지정기준을 마련하였으며, 이 법에 따른 주민번호 대체수단에는 아이핀, 휴대전화, 공인인증서가 있다(2016년 기준). 위원회는 주민번호 대체수단을 제공하는 본인확인기관으로 아이핀은 3개의 신용평가사(NICE평가정보, SCI평가정보, 코리아크레딧뷰로), 휴대전화는 이동통신3사를 지정하였으며, 공인인증서는 「본인확인기관 지정 등에 관한 기준」제13조에 따라 공인인증기관을 본인확인기관으로 의제하고 있다.

표III-24 | 본인확인수단 제공 현황

구 분		제공기관	소관부처
아이핀	공공	한국지역정보개발원	행정안전부
	민간	NICE평가정보, SCI평가정보, 코리아크레딧뷰로	위원회
공인인증서		금융결제원, 코스콤, 한국무역정보통신, 한국전자인증, 한국정보인증	과학기술정보통신부
휴대전화		SKT, KT, LG U+	위원회
(추가) 신용카드		국민, 롯데, 비씨, 삼성, 신한, 하나, 현대카드	위원회

자료) 한국인터넷진흥원(KISA)

2) 본인확인수단 이용현황 분석

위원회는 2017년 아이핀과 휴대전화 본인확인 이용현황을 비교·분석한 결과, 휴대폰 본인확인의 비중이 97%를 차지하고 있으며, 본인확인 시장이 휴대폰 본인확인에 집중되고 있는 것으로 나타났다. 이는 공공아이핀 부정발급 사고에 따른 아이핀의 신뢰도 하락, 추가인증·유효기간제 도입 등 아이핀 안전성 강화조치에 따른 불편함에 기인한 것으로 판단된다. 또한 대부분의 국민이 보유하고 있는 휴대전화의 대중성과 휴대전화만 가지고 있으면 편리하게 본인확인이 가능한 편의성도 작용하였을 것으로 보고 있다. 아이핀도 간편인증을 도입하여 아이디(ID)와 비밀번호 없이도 모바일앱을 통하여 간편하게 본인확인할 수 있도록 하였지만, 이미 대부분의 이용자가 휴대전화를 이용하여 본인확인하고 있고 다른 본인확인수단이 없는 경우에만 주로 아이핀이 이용되고 있는 상황이다. 휴대전화 본인확인의 경우 대중성 및 편의성이 높아 강점으로 대부분의 이용자가 이용하고 있는 반면, 아이핀 본인확인은 보편성이 높아 휴대전화 본인확인을 이용하지 못하는 사각지대에 있는 이용자를 수용하고 있다고 할 수 있다. 본인확인이 휴대전화에 집중되는 것은 국민의 선택권이 보장되지 못하는 상황으로 풀이될 수 있어, 이러한 문제를 해소하고 이용자의 선택권을 다양화하기 위하여 신규 본인확인수단 도입을 추진하였다.

3) 신규 본인확인수단 도입

다양한 본인확인수단을 확보하기 위하여 위원회는 본인 인증기술에 대한 현황조사 및 신규 주민번호 대체수단 도입을 위한 시범서비스를 실시하였고, 시범서비스를 수행한 7개 신용카드사와 협력하여 신용카드를 이용한 본인확인서비스 도입을 추진하였다. 그 결과, 2017년 12월에 7개 신용카드사는 위원회로부터 본인확인기관으로 조건부 지정되었다. 이에 따라 7개 신용카드사는 2018년 3월까지 일부 보완사항을 조치한 후 상반기 중 서비스가 개시될 예정이다. 신용카드 본인확인을 도입하여 본인확인 이용의 불균형을 해소하고 이용자가 다양한 본인확인수단을 선택할 수 있는 기반을 마련하였다.

다. 국제협력 강화

1) 글로벌 개인정보보호 인증체계 도입·운영 추진

세계 경제의 디지털화로 개인정보를 비롯한 데이터의 국경 간 이전 수요가 급증함에 따라 이러한 개인정보 이전의 활성화와 보호를 위한 규범 도입이 관련 국제기구 등 세계 각국에서 활발히 이루어지고 있다.

이와 관련, 위원회와 행정안전부는 아시아태평양경제협력체(이하 APEC)에서 2011년에 개발한 글로벌 개인정보보호인증체계(이하 CBPR)를 도입·운영을 추진하고 있다. CBPR은 회원국 공통의 개인정보보호 기준으로 활용되기 위하여 마련된 것이며, 국내 도입 시 국외로 이전된 우리 국민의 개인정보 보호 수준을 강화하고 우리 기업의 해외 진출이 용이해질 것으로 기대된다. 위원회와 행정안전부는 관련부처 및 산학연 전문가들의 의견을 수렴하여 2016년 APEC에 공동 가입신청서를 제출하였으며, 2017년 6월 APEC으로부터 승인을 받았다.

이에 위원회와 행정안전부는 2017년 전문가 등의 의견 수렴을 통하여 CBPR의 국내 실효적인 운영을 위한 도입 정책과 운영 체계를 개발하였고, 이를 바탕으로 한국인터넷진흥원(KISA)이 국내 CBPR 인증기관으로 승인받기 위하여 2017년 12월 APEC에 신청서를 제출하였다. CBPR는 2019년 국내 정식 운영을 목표로 2018년에는 사업자 홍보 및 세부 운영 체계 구축 등을 추진 할 계획이다.

한편 위원회는 회원국 내 CBPR 운영의 주도권 확보뿐만 아니라 프라이버시 정책 리더십 강화를 위하여 정례회의 등 APEC 활동에 적극적으로 참여하고 있으며, 2017년에는 한국대표가 ECSG-DPS(전자상거래위원회 개인정보보호분과) 부의장 및 CBPR 심사·운영 조직인 JOP

(Joint Oversight Panel, 합동감독패널) 멤버로 선출되었다. 또한 회원국 내 CBPR 활성화를 위하여 일본(2017년 5월), 베트남(2017년 8월), 대만(2017년 10월), 필리핀(2017년 12월) 등에서 개최된 국제 세미나에 참여하여 한국의 CBPR 도입 관련 쟁점 공유 및 인증기관 협력을 통한 제도 활성화 방안 제안 등 의제 발굴을 선도하였다.

2) EU 개인정보보호 적정성 평가 가입 추진

EU는 디지털 싱글마켓 조성을 위하여 EU 회원국(EEA 포함) 전체에 적용되는 EU 단일 「개인정보보호법」(이하 GDPR)을 제정(2016년 5월, 유예기간 2년)하였다. GDPR은 정보주체의 기본 권리와 자유, 특히 개인정보보호권을 보호하고 EU 역내 자유로운 데이터 이동(Free Flow of Data)의 보장을 목적으로 한다. GDPR에 의해 EU에서 수집된 개인정보의 EU 역외 이전이 원칙적으로 금지된다. 이로 인한 우리 기업의 영업환경을 보호하고 기업 개인정보보호 규제 준수 부담을 완화시키기 위하여 위원회에서는 2017년 3월부터 EU 집행위원회와 적정성 결정을 위한 논의를 지속하여 추진하고 있다. 또한, 단기간 내 EU 집행위원회의 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 「정보통신망법」)에 대한 이해를 돕기 위하여 「정보통신망법」의 기원, 지위, 적용범위, 집행기관(위원회)의 독립성 및 영향력 등을 포괄하는 ‘자체평가 보고서’를 마련 EU 집행위원회에 제출하였다(2017년 11월). 더불어 적정성 결정을 추진하기 위하여 EU 집행위원회와 정기적인 화상·대면회의를 개최, 양국 간 개인정보보호 관련 법제에 대하여 논의 하고 의견을 교류하고 있다. 이 밖에도, 이효성 위원장은 2017년 11월 EU본부에서 EU 집행위원회 사법총국을 담당하는 베라 요로바 집행위원과 한국인터넷진흥원(KISA) 정현철 본부장, 김형진 주EU 한국대사가 함께한 면담에서 양국 간 개인정보보호 교류 협력을 증진하고 조속한 적정성 추진을 위한 협력 강화를 골자로 하는 ‘공동언론성명서’를 발표하였다.

그림III-30 | 한·EU 고위급 면담



위원회는 개인정보 국제협력을 확대하고 한·EU간 적정성 결정을 지지해 줄 EU 회원국과 우호적인 관계 형성을 위하여 다양한 활동을 진행하였다. 일환으로 2017년 6월 유럽평의회(CoE) 108호에 옵저버로 가입하고 총회에 참석하여 한국의 개인정보보호 법제를 알리고 한·EU간 진행 중인 적정성 결정에 대한 각국의 지지를 요청하였다. 2017년 9월 위원회는 개인정보보호 감독기구 국제회의(ICDPPC) 정회원 가입을 신청하고, 제39차 정례회의에 참석하였다. 이 자리에서 프랑스, 독일 등의 유럽 주요 감독기구의 적정성 지지를 요청하고, EU 집행위원회 담당과장과 실무 협의를 진행하였다.

뿐만 아니라 EU의 개인정보보호 정책자문기구인 제29조 작업반 의장이자 차기 ICDPPC 의장으로 선출된 프랑스 개인정보보호 감독기구(CNIL)의 이자벨 팔크 피에로틴 위원장과의 면담을 통하여 양국간 개인정보보호 관련 실질적인 협력관계 구축 의사를 밝히며, 적정성 결정을 위한 의견과 지지를 요청하였다. 또한, 29조 작업반의 일원으로 활발히 활동 중인 벨기에 개인정보보호 감독기구(CPP)를 방문, 빌렘 드부케레르(Willem Debeuckelaere) 위원장과 만나 양국간 개인정보보호 관련 정보 공유 및 협력에 대하여 공감하고 향후 적정성 추진에 대한 지지를 약속하였다. 한편, GDPR에 대한 우리 기업의 궁금증과 요구사항을 EU 집행위원회에 전달하고 보다 공신력 있는 답변을 전달하기 위하여 한·EU 기업간담회를 EU본부에서 개최하였다. 한·EU 기업관계자 80여 명이 참석한 간담회에서는 GDPR에 대한 열띤 논의가 진행되었으며, 이 날 논의된 주요 내용에 대한 환류를 위하여 ‘우리 기업을 위한 GDPR 세미나’를 서울에서 개최하였다. 이 날 세미나에는 400여 명이 넘는 국내 기업관계자가 참석하여 성황을 이루었다.

그림 31-31 | GDPR 관련 기업 간담회



위원회는 GDPR 시행에 따라 가중되는 우리 기업의 개인정보보호 규제 부담을 완화하고 기업의 GDPR 준수 및 대응지원을 위하여 조속한 ‘적정성 결정’ 외에서 ‘우리 기업을 위한 최종 GDPR 가이드라인’을 제작하여 2018년 상반기 내 발표할 예정이다.

라. 위치정보 산업 활성화

1) 2017 대한민국 위치기반 서비스 공모전 개최

위원회는 지난 2017년 6월부터 약 7개월간 ‘2017 대한민국 위치기반 서비스 공모전’을 실시하여 ‘올로케이션’ 기업 등 총 12개의 우수 비즈니스 모델 및 아이디어를 발굴하였다. ‘2016년 위치기반 App & Web 아이디어 공모전’을 시작으로 2017년에는 더 많은 우수 기업을 발굴하기 위하여 수상 기업(6개 → 12개)과 상금 규모(총 2,200만 원 → 총 4,600만 원)를 2배 이상 확대하는 등의 노력을 기울였다.

표Ⅲ-25 | 2017 대한민국 위치기반 서비스 공모전 선정 결과

구분	기업(팀)명	서비스 내용	상훈	시상금
비즈니스 모델 분야	올로케이션	회사 업무용 승용 차량 공유 서비스	위원회 위원장상	10백만 원
	글로벌에어포트 네트워크코퍼레이션	글로벌 공항 모바일 플랫폼	한국인터넷진흥원 원장상	5백만 원
	캐시파이	리워드 기반 와이파이 공유 플랫폼		
	모리아타운	펫시터, 고객, 반려동물의 행복을 추구하는 플랫폼	후원기관장상 (이동통신3사 사장상)	3백만 원
	핸드큐브	모바일 골프거리 측정기		
	브링유	간편한 교통법규위반 신고 플랫폼		
비즈니스 아이디어 분야	LAC	위치정보 기반 파일 접근 제어 서비스	위원회 위원장상	5백만 원
	LBS융합기술연구팀	피난 현황 정보관리 시스템	한국인터넷진흥원 원장상	3백만 원
	짐짹	위치 정보 기반의 O2O 짐 보관 서비스		
	HERO NAVI.	자동제세동기 원격 구조 요청 플랫폼	후원기관장상 (이동통신3사 사장상)	2백만 원
	SeeYa	위치정보 기반 신발 부착형 네비게이션		
	팡이	비콘을 이용한 시각장애인용 지팡이		

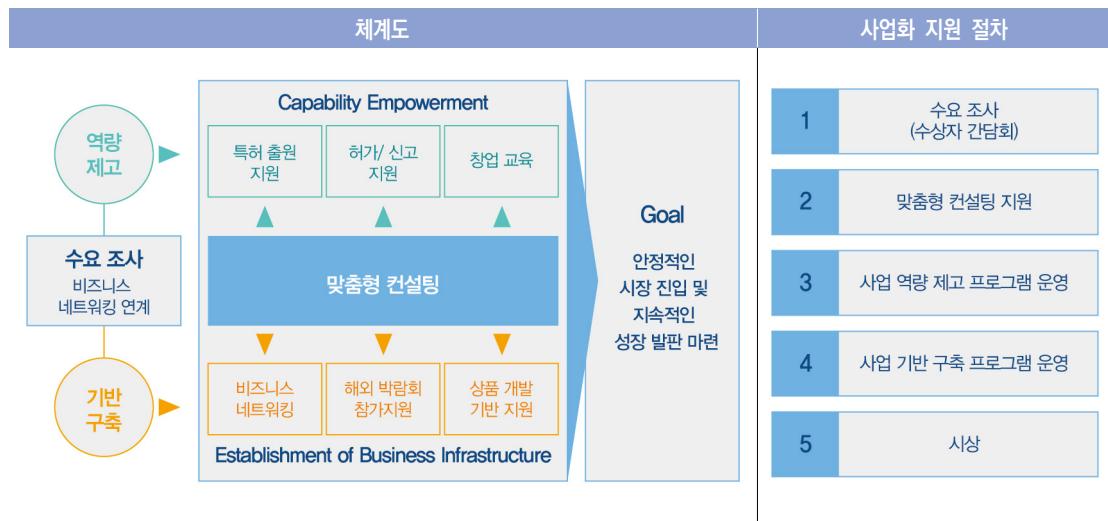
또한, 위원회는 선정된 12개의 우수 기업 및 예비 창업자에 대하여 사업화로 이어질 수 있도록 다양한 사업화 지원 프로그램을 운영하였다. 먼저 수상자들과의 간담회를 개최하여 각 수상자가 사업화에 갖고 있는 애로사항 및 건의사항 등에 대한 의견 청취를 진행하였다. 사업화 지원 프로그램은 크게 ‘사업 역량 제고 프로그램’과 ‘사업 기반 구축 프로그램’으로 이원화하여 수상자별 사업화 진척도에 맞는 프로그램을 구상하여 운영하였다.

‘사업 역량 제고 프로그램’에서는 수상 서비스의 특허·상표 출원, 창업·투자 유치 교육, 위치정보 사업 허가/신고, 기술/경영 컨설팅 등을 통하여 위치정보 시장에 안정적으로 진출할 수 있도록 지원하였다. ‘사업 기반 구축 프로그램’에서는 투자사들과의 비즈니스 네트워킹, 해외 박람회(Japan IT Week) 홍보 부스 운영, 클라우드 인프라 입주 기회 및 서비스 대외 인지도

강화(리플렛 제작, 온라인 광고) 등을 지원하여 실질적 사업 추진을 위한 기반을 구축하는 것을 도모하였다.

위원회의 부단한 노력에 수상자들은 본 사업에 대하여 86.1점(100점 만점)의 높은 만족도를 보여 왔으며, 비즈니스 모델 분야 수상자는 모두 서비스 출시를 완료하고, 일부 수상자들은 VC로부터 투자 유치 및 파트너십을 체결하는 등의 가시적인 성과를 거두었다.

표 III-26 | 2017 대한민국 위치기반 서비스 공모전 사업화 지원 프로그램 체계도

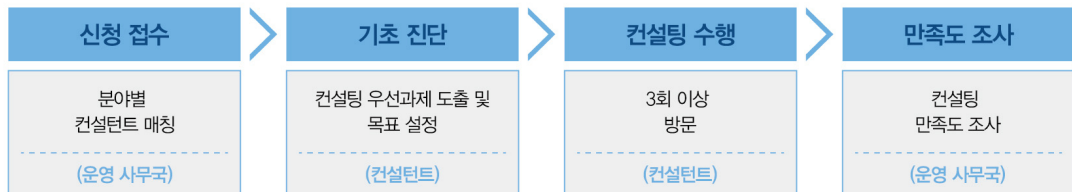


2) 중소·영세 위치정보 사업자 대상 맞춤형 컨설팅

위원회는 예비 창업자, 중소·영세 사업자가 안정적인 위치정보 시장 진출과 사업 성장 기틀을 마련하는 것을 지원하기 위하여 법·제도, 기술, 경영 분야에서의 온/오프라인 맞춤형 컨설팅을 진행하였다.

2016년 컨설팅 사업의 컨설턴트의 전문성 저하, 컨설팅 운영의 체계성 부족 등을 개선하고자 2017년에는 법·제도 분야 7인, 기술 분야 16인, 경영 분야 21인 등 총 44명의 산·학·연 전문가 컨설턴트 풀(pool)을 구성하고, 사업자 기초진단에 따른 우선과제 도출, 세 차례 이상 방문하여 컨설팅을 수행하는 등 체계적인 프로그램을 마련하였다.

표III-27 | 컨설팅 수행 절차



2017년에는 35개 기업을 대상으로 총 76건(2016년 22건)의 컨설팅을 진행하였으며, 그 중 대부분의 사업자가 자사 서비스에 대한 서비스 차별화 전략, 신규 서비스 기획 및 위치정보의 보호조치 방안 등 애로사항이 있었던 것으로 조사되었다. 이에 컨설팅 수혜 기업과 컨설턴트와의 지속적인 의사소통 체계를 통하여 특허 출원 진행(16건), 신규 서비스를 발굴하고 출시(23건) 및 위치정보의 기술적 보호조치 강화(3건) 등의 실질적인 성과를 도출할 수 있었다.

표III-28 | 컨설팅 사례

	애로사항	컨설팅 결과
사례 1	- 현재, 노출자 위치기반의 광고 솔루션을 서비스 중에 있음. 경쟁사와 당사 서비스가 일부 겹치는 부분이 있어 지식 재산권 분야에서 문제가 발생할 여지가 있는지 판단이 필요함	- 경쟁사 특허 보유 현황 및 선행기술 조사 결과 총 46건이 검색되었으며 이 중 연관도 높은 3건을 토대로 시사점 공유 선행 특허건들과 비교했을 때, 차별성을 확보할 수 있도록 비즈니스 모델을 분석 및 보정
사례 2	- 준비 중인 사업모델에 대하여 위치정보 위변조를 방어할 수 있는 방안 제시가 필요함	- 위치 정보를 변조하는 다른 모바일 어플리케이션을 통하여 거짓 위치 정보가 서버로 전송되는 경우, GeolP 정보를 통하여 디바이스의 위치에 대한 추정이 가능하므로 이를 통하여 IP 정보의 변조에 대한 1차적 대응이 가능함을 대안으로 제시

4. 방송통신 규제 개선

가. 핵심규제 발굴 및 개혁

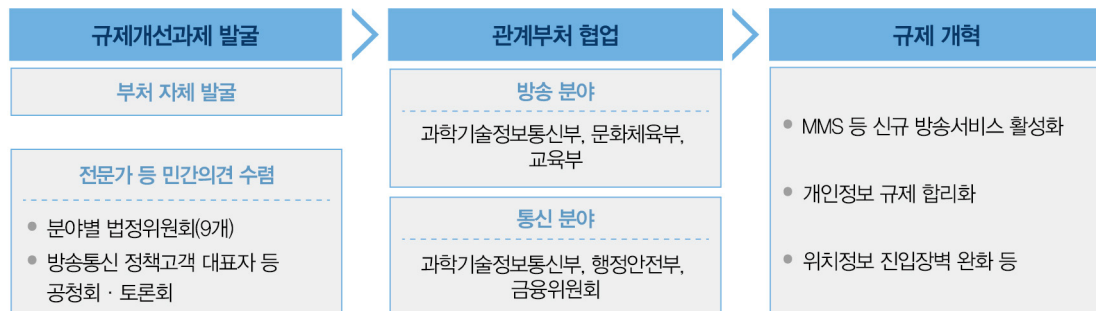
1) 규제개혁 환경과 위원회의 역할

방송통신 서비스의 융복합화, 새로운 기술의 개발, 그리고, 다양한 매체의 등장 등으로 인하여 방송통신 환경에 급격한 변화가 일어나고 있으며, 이러한 변화에 대응하여 방송통신 규제의 패러다임 전환을 통하여 국내 방송통신 서비스의 재도약이 필요한 시점이다.

방송 분야의 경우에는 방송광고 매출이 매년 감소¹²⁾하는 등 콘텐츠 제작기반이 약화되고 있으며, 사드 갈등으로 인한 중국의 한한령 등 대내외적으로 어려운 환경에 직면하고 있으며, 이해관계자들 간의 대립도 심화되어 가고 있다. 통신 분야의 경우에는 빅데이터, IoT 등 개인 정보를 활용하고자 하는 수요는 급증하고 있으나, 카드사 및 통신사 등 대량의 개인정보를 보관하고 있는 기업의 개인정보 유출 사고¹³⁾ 등 인터넷 역기능이 지속적으로 발생하고 있는 현실이다. 이러한 방송통신을 둘러싼 환경을 고려해 보면, 방송서비스 활성화, 방송접근 환경 개선, 개인정보 보호 및 건전한 인터넷 환경 조성 등을 위한 방송통신 규제개혁이 절실하다고 할 수 있다.

방송의 공적 책임 확보 및 시청자의 권익 보호, 통신사업자 사후규제, 개인정보 보호 등을 주요 업무로 수행하는 위원회는 과학기술정보통신부, 문화체육관광부, 행정안전부 등 관계기관과 긴밀한 협조 체계를 유지하면서 방송통신 분야에 대한 적극적인 규제해소를 위하여 노력하였다.

표Ⅲ-29 | 위원회 규제개혁 프로세스



12) 방송광고 매출 : 3조 4,763억 원(2013년) → 3조 3,047억 원(2014년) → 3조 2,225억 원(2016년)

13) 카드사 8,500만 건(2014년 1월), 인터파크 1,030만 건(2016년 7월), 여기어때 97만 건(2017년 3월)

2) 규제개혁과제 및 행정조사 정비 추진

위원회는 미래 신산업 분야의 발전 지원, 민생부담 해소, 국민의 편익 증진 등을 위하여 9개 규제개혁과제를 발굴하여 규제를 정비하였으며, 그 중에서도 시의성과 파급력이 큰 지상파다채널 방송 본방송 도입, 스마트폰 앱 개인정보보호 기준 마련, 위치정보 규제 합리화, 재난방송 강화 및 제도개선 등 4개 과제는 대표과제로 선정하여 추진하였다.

표III-30 | 규제개혁과제 추진 성과

No	2017년 규제개혁과제	관련 법령	추진 성과
1	지상파다채널방송 본방송 도입을 위한 법적 기반 마련	「방송법」 개정안 제9조의4(부가채널 운용 승인 등), 제72조의2(부가채널에 대한 방송프로그램 편성)	- MMS 도입 「방송법」 개정안 국회 법안소위 상정(2017년 1월) 「방송법 시행령」 개정 연구 초안 마련(2017년 12월)
2	방송콘텐츠 경쟁력 강화를 위한 방송광고·협찬시장 합리화	- 방송광고·협찬고지 과태료 부과처리 지침 - 가상광고 세부기준 등에 관한 고시	- 방송광고·협찬고지 과태료 부과처리 지침 개정(2017년 12월) - 가상광고 등 방송광고 규제개선 관련 전문가 및 이해관계자 의견수렴(2017년 2월~12월, 12회) - 가상광고 규제 등 방송광고 제도개선 정책연구 완료(2017년 12월)
3	생체정보 보호 관련 제도정비	「정보통신망법 시행령」 제15조 - 개인정보의 기술적·관리적 보호조치 기준 제2조, 제6조	- 생체정보 보호 제도개선 연구반 구성·운영(2017년 4월~) - 바이오정보 보호 가이드라인 마련(2017년 12월)
4	스마트폰 앱 분야의 안전한 개인 정보보호 기준 마련	「정보통신망법」 제22조의2 「정보통신망법 시행령」 제9조의2	「정보통신망법」 시행령 개정안 시행(2017년 3월) - 스마트폰 앱 접근권한 개인정보보호 안내서 제정(2017년 3월)
5	위치정보 규제 합리화	「위치정보법」 제5조, 제9조	「위치정보법」 일부개정안 국회제출(2017년 12월)
6	국내제작 애니메이션 관련 편성 규제 개선	「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 제3조	「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」(제3조 및 별표2) 개정안 위원회 보고(2017년 11월) - 동 고시 개정(2017년 12월)
7	개인정보 사전동의 예외 합리화	「정보통신망법」 제22조	「정보통신망법」 개정안 법제처 심사(2016년 2월) 「정보통신망법」 개정안 국회제출(2017년 3월)
8	공익채널 및 장애인복지채널 제도 개선	「방송법 시행령」 제56조의2 - 공익성방송분야(고시)	- 공익·장애인복지채널 제도개선 방안 마련(2017년 8월 위원회 보고) - 유효기간 연장 등 관련 방송법 시행령 개정(2017년 12월) - 공익성 방송분야 고시 개정(2017년 11월 개정·시행)
9	재난방송 강화 및 제도개선	「방송통신발전기본법」 제40조 「방송통신발전기본법 시행령」 제28조	「재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준」 고시 개정(2017년 12월)

4) 규제개혁 홍보 및 교육

위원회는 규제개혁의 필요성에 대한 대국민 홍보를 실시하고, 직원들을 대상으로 규제에 대한 인식 전환을 위한 교육을 실시하는 등 규제개혁의 기반을 마련하기 위하여 다각도로 노력하였다. 위원회는 규제개혁에 대한 필요성을 환기하고 규제개혁의 성과를 확산하기 위하여, 주요 방송 매체를 통한 보도 및 신문기사 등을 통하여 다수의 규제개혁 홍보를 실시하였으며, 위원회 위원장의 간담회·현장방문 등 규제개혁 현장 행보도 30여 회 실시되었다.

또한, 위원회는 보도자료, 언론기사, 방송 외에 규제개혁에 대한 홍보 효과를 높이고, 보다 폭넓은 대상으로 확산하기 위하여 다양한 홍보수단을 활용하였다. 국민들이 직접 참여할 수 있는 온라인 퀴즈 이벤트, 공모전 등을 실시하고 애니메이션과 웹툰, 카드뉴스를 제작하여 스토리텔링을 활용한 홍보를 실시하였으며, 유통업체, 은행, 야구장, 영화관 등 많은 사람들이 모이는 장소에서 정책홍보 캠페인도 실시하였다.

표Ⅲ-33 | 다양한 홍보수단을 활용한 규제개혁 홍보

	블로그	페이스북	홈페이지
블로그 SNS			
	1차(2017년 9~10월)	2차(2017년 10월)	3차(2017년 10~11월)
온라인 퀴즈 이벤트			
	공모전 안내 포스터 제작	공모전 전문 사이트 홍보	SNS 홍보
공모전			

위원회는 온라인 및 오프라인 규제개혁 교육을 병행 실시하여 규제개혁에 대한 직원들의 인식 전환을 위하여 노력하였다. 규제개혁 온라인 교육으로 정부규제개혁, 현장에서 배우는 규제개혁 등의 과정들이 진행되었으며, 규제개혁 사례 동영상을 통한 교육도 34회 실시하였다. 오프라인 교육으로는 규제비용관리제, 방송통신 규제재설계, 네거티브 규제전환 등을 주제로 교육을 실시하였다.

표 III-34 | 규제개혁 교육과정 및 참여 인원

기간(일시)	장소	교육주제	교육내용
2017년 3월 3일 ~11월 27일	업무포털 온라인 교육 ①로그인시 팝업창 ②업무포털 배너 설치 ③공지게시판 게시	규제개혁 1주 1사례 영상학습	• 규제개혁 사례 교육 동영상 (34회)
2017년 4월 21일	위원회 4층 대강당	규제비용관리제 직원교육	• 규제개혁 개요 및 규제비용분석 방법
2017년 8월 25일	위원회 4층 대강당	규제재설계 직원교육	• 새로운 국정철학에 따른 규제재설계 방향
2017년 10월 27일 ~11월 30일	나라배움터 온라인 교육	규제개혁 온라인교육	• 정부규제개혁, 현장에서 배우는 규제개혁
2017년 10월 27일	위원회 정보화교육장	네거티브 규제전환 과제설명	• 네거티브 규제전환 규제 발굴 가이드라인 설명
2017년 11월 3일	위원회 4층 대강당	규제개혁 직원교육	• 포괄적 네거티브 규제전환 추진방안
2017년 12월 12~13일	용평리조트	규제·법무·성과관리 과제담당자 역량강화	• 규제 및 법제업무 개선방안 토론, 2017년 실적 검토 등

표 III-35 | 교육 참여도 제고를 위한 교육 독려

공문 발송	공지사항 게시
• 규제개혁 1주 1사례 영상학습 안내(2017년 3월) • 규제비용관리제 직원 교육 실시 안내(2017년 4월) • 규제재설계 직원 교육 실시(2017년 8월) • 규제개혁 온라인 교육 실시(2017년 10월) • 네거티브 규제전환 과제 설명회 개최(2017년 10월) • 규제개혁 직원 교육 실시(2017년 11월) • 규제·법무·성과관리 과제담당자 역량강화 교육실시 (2017년 12월)	• 규제개혁 1주1사례 영상학습 공지 34회(2017년 3~11월) • 규제개혁 교육 공지 및 독려 게시 10회 • 규제개혁 1주1사례 영상학습 안내(2017년 3월) • 규제비용관리제 교육 안내(2017년 4월) • 규제개혁 1주1사례 영상학습 안내(2017년 6월) • 제2기 사례중심 규제법령 정비과정 교육안내(2017년 6월) • 규제비용관리제 및 규제영향분석서 매뉴얼 안내(2017년 8월) • 규제재설계 교육 안내(2017년 8월) • 제3기 사례중심 규제법령 정비과정 교육안내(2017년 8월) • 규제개혁 온라인 교육 실시 안내(2017년 10월) • 네거티브 규제전환 설명회 알림(2017년 10월) • 규제개혁 직원교육 안내(2017년 11월)

나. 일자리 창출을 위한 기존 규제 정비

1) 일자리 창출 규제 정비 추진 실적

위원회는 신규 방송서비스 활성화, 개인정보 활용 활성화, 위치정보산업 활성화 등을 위한 규제개선과 방송광고 및 방송편성 규제완화 등 11개 일자리 창출 규제개선 추진을 실시하였다. 이를 통하여 2017~2019년 3년간 약 15,396명의 방송통신 분야의 직간접 고용창출효과가 발생할 것으로 추산된다.

표Ⅲ-36 | 일자리 창출 규제 정비 추진 실적

No	과제명	이행실적	직간접 고용창출효과
1	신규 방송서비스 활성화를 위한 규제개선	- 지상파 UHD방송 허가(1단계 2016년 11월, 2단계 2017년 9월) - MMS 본방송 도입을 위한 「방송법」 개정안 국회제출(2016년 11월) - 법개정을 대비하여 시행령 개정연구초안 마련(2017년 12월)	6,444명
2	개인정보 활용 활성화를 위한 규제개선	- 비식별조치 근거마련을 위한 이은권·강길부·윤영석 의원 발의 「정보통신망법」 개정안 입법 지원 - 온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인 마련(2017년 2월) - 사전동의 예외 규정 등 「정보통신망법」 개정안 국회제출(2017년 3월)	2,332명
3	개인정보 관련 인증제도 통합	부처간 협의 통하여 PIMS, ISMS 인증제도 통합방안 마련(2017년 12월)	5,042명
4	글로벌 개인정보보호 인증체계 도입	CBPR 가입승인(2017년 6월) 및 국내 CBPR인증기관으로 한국인터넷진흥원(KISA) 지정(2017년 11월)	
5	위치정보 활성화를 위한 규제개선	「위치정보법 시행령」 개정(2017년 3월) 「위치정보법」 일부개정안 국회제출(2017년 12월)	445명
6	위치정보 사전 동의 규제 합리화	「위치정보법」 일부개정안 국회제출(2017년 12월)	
7	방송콘텐츠 제작 활성화 등을 위한 방송광고 규제완화	- 외주제작사 간접광고 허용을 위한 고시 제정(2016년 10월) 「방송광고판매대행에 관한 법률」 개정안 발의(2017년 4월)	857명
8	방송편성 규제완화	- 편성고시 개정안 시행(2016년 12월) 「방송법」 및 「방송법 시행령」 개정에 따른 고시 개정·시행(2016년 10월)	
9	기업의 자율적인 통신서비스 이용자 보호 환경 조성	- 자율준수 프로그램 지침 도입(2016년 4월) - 동의의결제 관련 「전기통신사업법」 개정안 국회제출(2016년 12월) 「전기통신사업법 시행령」 개정안 시행(2016년 7월) 「전기통신사업자간 불합리하거나 차별적인 조건·제한부과의 부당한 행위 세부기준」 제정(2017년 8월)	11명
10	지상파 재허가 개선	2017년 지상파 11개사 재허가 심사(2017년 11월)	일자리 창출 권고사항 부가를 통한 고용확대
11	종합편성·보도전문PP 재승인 개선	2017년 종합편성PP 재허가 심사(2017년 11월)	

2) 일자리 창출 규제 정비 추진 성과

일자리 창출과 관련된 대표적인 규제정비 추진 성과로는 신규 방송서비스 활성화, 개인정보 활용 활성화, 위치정보산업 활성화를 위한 규제개선과 방송광고 및 방송편성 규제완화 등을 들 수 있다.

신규 방송서비스 활성화를 위하여 2017년 5월 수도권 지상파 UHD 본방송을 개시하고, 2017년 9월 광역시 및 평창·강릉 지역 지상파 UHD 신규허가를 완료하였으며, 연도별로 UHD 프로그램 편성을 확대(2017년 5% → 2018년 10% → 2019년 15%)하도록 허가조건을 부가하였다. 또한, 지상파다채널방송(MMS¹⁴) 본방송 도입을 위한 승인요건, 편성기준 등 마련을 위하여 관련 「방송법」 개정추진 및 「방송법 시행령」 개정 연구초안 마련 등의 규제 개선을 추진하였다.

개인정보 활용 활성화를 위해서는 비식별조치 근거 마련을 위한 입법(의원발의)을 지원하였으며, 계약이행 및 급박한 경우 등을 사전 동의 예외로 허용하는 법개정을 추진하였다. 개인정보 관련 인증제도 통합을 위하여 유관부처간 협의를 통하여 2017년 12월 PIMS¹⁵) 및 ISMS¹⁶) 통합방안을 마련하였으며, 2017년 6월 글로벌 개인정보보호 인증체계 APEC CBPR¹⁷)에 가입하여 국내 기업의 글로벌 신뢰를 확보 및 해외진출 기반을 마련하는 등 규제 개선을 위하여 노력하였다.

위치정보산업 활성화를 위해서는 위치정보사업 허가기간을 기존 3개월에서 2개월로 단축하였고, 1인 창조기업 및 소상공인 등 소규모 사업자들의 경우 일정 사항만을 신고하면 수리절차 없이 신고가 완료되도록 하는 신고 간주제를 도입하고, 개인 식별성이 없어 프라이버시 침해 우려가 적은 사물위치정보사업에 대해서는 허가제를 신고제로 완화하는 등 진입규제를 완화하는 한편, 사물위치정보의 수집·이용시 소유자의 사전 동의 없이도 처리할 수 있도록 허용하는 「위치정보법」 개정안을 국회에 제출하였다.

방송광고 규제완화를 위해서는 미디어렐에서 통신광고도 판매토록 하는 입법(의원발의)을 지원하고, 우수 중소기업에 대한 인센티브 마련 등 혁신형 중소기업 방송광고 제작지원 제도개선 및 사업관리 효율화 방안을 마련하였다.

한편, 지상파 재허가 및 종합편성·보도전문PP 재승인 심사 시 방송사의 일자리 창출 실적과 계획을 감안하여 평가하고, 재허가 및 재승인 권고사항으로 부가함으로써 방송사의 고용확대 및 고용의 질 개선도 유도하였다.

14) MMS(Multi-Mode-Service) : 디지털 영상압축 기술을 활용하여 지상파방송사업자가 기 지정된 주파수대역(6MHz)내에서 여러 개의 채널을 제공하는 서비스

15) PIMS(Personal Information Management System) : 개인정보보호관리체계

16) ISMS(Information Security Management System) : 정보보호관리체계

17) APEC CBPR(Cross-Border Privacy Rules) : APEC01 전자상거래의 활성화와 회원국 간 안전한 개인정보의 상호 이전을 위한 2011년에 개발한 글로벌 개인정보보호 인증체계(미국, 일본, 캐나다 등 가입)

5. 방송통신 해외진출 지원 및 남북 교류 추진

가. 방송통신 국제협력 강화

1) 방송통신 분야 정부 간 협력 활동

위원회는 방송통신 분야 국제협력 강화를 위하여 외국 정부 및 국제기구와의 상호교류에 많은 노력을 기울여 왔으며, 각종 현안에 대한 국제적 대응 능력 제고를 위하여 민관 교류협력 활동을 적극적으로 지원하였다. 주요 협력 국가 정부 및 국제기구와의 고위급 면담을 통하여 선진 방송통신 정책경험을 공유하고 이와 관련한 국제협력을 강화하기 위하여 MOU를 체결하는 등 다양한 방면에서의 교류활동을 지속적으로 추진하였다. 또한 각종 방송통신 분야 국제회의에 참가하고 현안을 검토하여 신속하게 대응하는 한편, 새로운 의제를 발굴하여 효과적인 대응 전략을 수립하였다.

위원회는 2017년 3월과 11월에 각각 벨기에 방송위원회(CSA) 및 개인정보보호위원회(CPP)와의 양자면담을 통하여 방송통신 분야 및 개인정보보호에 관한 주요 정책과 현안을 공유하고 기관 간 협력 강화에 나섰다. 또한 한국-터키 간 방송통신 정책 교류를 위하여 터키 라디오 TV고등위원회(RTUK)와 MOU를 체결하였다. 양 국의 방송사 및 제작사 간의 실질적 교류와 공동제작 추진을 위하여 정부 차원에서 선제적으로 MOU를 체결한 데에 이어, 국제기구와의 고위급 라운드테이블 면담을 추진하는 등 국내 방송통신 산업 발전을 위한 지속적인 활동을 이어 나갔다.

그림III-32 | 한-EU 고위급 라운드테이블 및 벨기에 CPP 면담



아울러 위원회는 프랑스, 이탈리아, 태국, 인도네시아, 캄보디아, 베트남, 네덜란드, 포르투갈 등 협력국가를 방문하여 방송의 공공성, 미디어 다양성, 시청권 보장 등 국제 방송정책의 동향과 사례를 조사하고, 국내 방송콘텐츠의 해외시장 진출 지원을 위한 협력증진 방안을 논의하였다. 특히 위원회는 해외 방송통신 규제기관과의 면담 외에도, 협력국의 공영방송사 및 민영방송사와 양자 면담을 진행하여, 국내 방송사와의 콘텐츠 교류 활성화를 위한 프로젝트를 제안하는 등 방송 교류·협력 확대 방안에 관한 실무적 접근을 이루어내었다.

표 3-37 | 정부 간 방송통신 협력을 위한 주요 활동

구 분	시기 및 국가	주 요 내 용
정보통신기술개발부(MITC) 양자 면담	2017년 2월 우즈베키스탄	• 방송프로그램 공동제작 및 교육 방송 콘텐츠 등 양국 협력모색
카자흐스탄 정보통신부(MIC) 양자 면담	2017년 2월 카자흐스탄	• 방송프로그램 공동제작 협력 등 한류 콘텐츠 해외 진출방안 논의
태국 국가방송통신위원회(NBTC) MOU 체결	2017년 2월 태국	• 위원회-태국 국가방송통신위원회(NBTC) MOU 체결 후속조치 논의
인도네시아 방송위원회(KPI) MOU 체결	2017년 2월 인도네시아	• 위원회-인도네시아 방송위원회(KPI) MOU 체결 • 위원회-인도네시아 통신정보기술부(KOMINFO) 장관 면담
터키 라디오TV고등위원회(RTUK) MOU 체결	2017년 2월 인도네시아	• 터키 라디오TV고등위원회(RTUK) 면담 및 MOU 체결
벨기에 방송위원회(CSA) 양자 면담	2017년 3월 벨기에	• 위원회-벨기에 방송 규제기관(CSA)과 미디어 규제 정책 공유
EU 정보통신총국 및 벨기에 방송사(RTBF) 양자 면담	2017년 3월 벨기에	• 위원회-유럽연합 정보통신총국(DG Connect) 간 방송통신분야 규제사항 논의 • 벨기에 방송산업 및 광고규제, 콘텐츠 현황 공유
네덜란드 미디어위원회(CvdM) 양자 면담	2017년 9월 네덜란드	• 네덜란드 미디어위원회(CvdM)와의 면담을 통한 「미디어법」 동향 파악
포르투갈 미디어규제위원회(ERC) 양자 면담	2017년 9월 포르투갈	• 포르투갈 미디어규제위원회(ERC)와 양국 방송시장 현황 공유 및 정책적 협력방안 논의
이탈리아 통신규제위원회(AGCOM) 양자 면담	2017년 10월 이탈리아	• 이탈리아 통신규제위원회(AGCOM) 주요 업무 추진현황 공유 및 기관 간 협력 논의
한-EU 고위급 라운드테이블 면담	2017년 11월 벨기에	• 한-EU 간 개인정보보호에 관한 협력을 위한 공동성명서 발표
벨기에 개인정보보호위원회(CPP) 면담	2017년 11월 벨기에	• EU GDPR 대응 등 개인정보보호 분야 양국 간 협력 추진
프랑스 개인정보감독기구(CNIL) 면담	2017년 11월 프랑스	• 프랑스 개인정보감독기구(CNIL) 간 개인정보보호 관련 국제협력 강화 추진

한류콘텐츠 확산을 위해서는 국제무대에서의 정부 역할이 보다 중요해짐에 따라, 위원회는 해외정부 및 유관기관과 협력 활동 시 한국의 방송 정책 현안과 위원회의 정책 방향에 대하여

소개하였다. 또한, 권위 있는 국제회의 등에서 발제 혹은 패널로 참석하는 등 대외적으로 방송통신 분야 국제교류 협력의 의지를 적극 홍보하였다.

특히, 각국 정부기관과의 면담에서 2018년 평창올림픽에 대한 관심을 촉구하였다. 이와 더불어 올림픽 중계방송을 통하여 한국의 방송장비 및 방송기술 발전을 경험할 수 있는 점을 강조하고, 한국 방송통신 산업의 경쟁력에 대한 자신감을 내비치었다. 향후 위원회는 한국의 방송통신 콘텐츠와 서비스가 해외로 확산되도록 유리한 환경을 조성하는 협력활동을 지속적으로 이어나갈 계획이다.

그림 III-33 | 해외 정부기관 간 면담



2) 방송통신 글로벌 동향 수집 활동

위원회는 2017년 2월 인도네시아에서 열린 방송규제기관 포럼(IBRAF)에 참석하여 콘텐츠 교류를 통한 글로벌 화합을 강조하는 내용으로 메인세션을 발표함으로써, 방송통신 분야 규제기관으로서 국제사회에서의 한국의 위상을 제고하는데 노력하였다.

또한, 2017 IBC(국제 방송장비 전시회) 및 2017 MIPCOM(국제콘텐츠마켓) 참석을 통하여 방송통신 분야의 글로벌 최신동향 파악을 위하여 노력하였다.

그림 34 | 2017 IBC 및 2017 MIPCOM



3) 방송콘텐츠 해외진출 및 한류 확산 지원

위원회는 우리 방송콘텐츠의 해외 진출을 지원하고자 각국의 정부와 지속적인 대화를 위한 협의채널을 구축하고, 그 간의 협력과 노력의 성과를 이루어냈다. 위원회는 연초 우즈베키스탄 정보통신기술개발부(MITC)와 양자 면담을 통하여 양국 간 방송프로그램 공동제작 및 방송콘텐츠 교류에 대하여 논의하였다. 정부 간 면담에 이어, 우즈베키스탄 국영방송사(NTRC)와 통신사(EVO)와의 면담을 통하여, 한류 콘텐츠의 해외진출을 위한 시장현황을 파악하였다.

또한, 카자흐스탄 정보통신부(MIC), 국영방송사(Khabar)와 방송프로그램 공동제작을 위한 협력을 제안하는 등 중앙아시아 권역의 한류 문화 확산을 위하여 노력하였다. 위원회는 중앙아시아-한국 간 수교 25주년 및 고려인 정주 80주년을 맞이하여 중앙아시아 내 한류 확산을 지원하는 등 긴밀한 협력을 이어갔다.

그림 35 | 우즈베키스탄 정보통신기술개발부(MITC) 및 포르투갈 플랫폼사업자(NOS) 면담



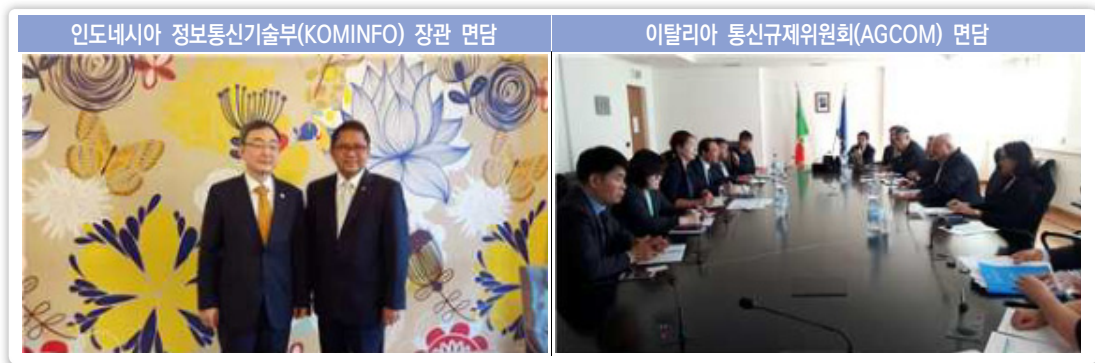
한편, 한류 콘텐츠의 유럽권역 진출과 활성화를 위하여, 포르투갈의 플랫폼사업자(NOS)와 양자 면담을 추진하고 우리 콘텐츠의 현지 방영 협조를 구하는 등 우리나라 방송사의 해외진출과

방송사간 교류·협력을 촉진하기 위한 추가 협의를 제안하였다. 향후에도 우리 방송콘텐츠의 유럽 진출 교두보 마련을 위하여 위원회는 정부차원의 지원을 지속적으로 이어갈 예정이다.

위원회는 글로벌 방송콘텐츠의 제작 동향과 제작분야 등을 파악하기 위하여 국제 콘텐츠 마켓 (MIPCOM)의 주최 기관인 Reed MIDEM의 제롬 델하에 엔터테인먼트 부문 부사장과 면담을 가졌다. 이를 통하여 영상 콘텐츠산업의 현황과 글로벌 콘텐츠 소비 형태를 파악하는 등 명실 상부한 글로벌 한류 콘텐츠 제작을 위한 당면 과제에 대하여 고민하였다.

위원회는 방송통신 융합시대에 다양한 매체와 디바이스를 통한 한류 확산을 위하여 해외 방송 통신 분야 규제기관 및 방송사·통신사와의 면담을 통하여 방송산업 전반에 걸친 협력 강화와 다양한 국가 간 국민들의 상호 이해 증진을 위하여 논의하였다.

그림Ⅲ-36 | 인도네시아 정보통신기술부(KOMINFO) 장관면담 및 이탈리아 통신규제위원회(AGCOM) 면담



나. 남북 방송통신 교류추진

위원회는 남북 방송통신 교류의 기반을 마련하고 민족동질성 회복을 위하여 남북 방송통신 국제컨퍼런스를 개최하고 통일 방송프로그램 제작을 지원하였다. 독일통일에서 방송통신이 통일을 견인하고 동서독 주민들의 문화적 통합을 촉진하였듯 방송통신은 북한 경제의 자생적 발전을 지원하고 남북 사회문화를 연결하는 주요한 수단으로서 가치가 높다. 위원회는 통일준비 차원에서 컨퍼런스 개최를 통하여 북한 방송통신, 통일 전문가들의 교류의 장을 마련하고 국제 사회와 한반도통일의 현주소를 논의하였으며 통일 방송프로그램 제작을 지원하여 우리사회의 통일에 대한 인식을 점검하고 대북의식을 제고하였다. 위원회는 남북 경색국면이 장기화된 이때 통일에 대한 국제사회의 관심과 전문가, 민간, 언론과의 공감대를 형성하기 위하여 노력하였으며 이를 통하여 남북 방송통신 교류재개의 발판을 마련하였다.

1) 남북 방송통신 국제컨퍼런스

위원회는 남북 방송통신의 현황을 분석하고 국제사회와 한반도 통일의 현주소를 논의하기 위하여 2017년 12월 남북 방송통신 국제컨퍼런스를 개최하였다. 컨퍼런스에는 프랑스, 영국, 일본 등 주요 일간지의 외신기자와 주요국의 방송통신 및 한반도 문제 전문가, 외교관, 국내외 언론인, 학계 관계자 등 200여 명이 참석하였다.

‘통일을 위한 방송통신교류 한마당’이라는 주제로 마련된 이번 컨퍼런스에서는 북한 사회와 방송통신 부문의 변화에 대하여 공유하고 향후 남북 방송통신 협력의 방향과 시사점에 대하여 논의하는 등 남북 경색국면에서 방송통신 교류재개를 위한 발판을 마련하였다. 국제컨퍼런스 행사의 주요 내용은 아래와 같다.

위원장은 컨퍼런스 환영사에서 헌법 제4조에 ‘대한민국은 통일을 지향하며 자유민주적 기본 질서에 입각한 평화적 통일 정책을 수립하고 이를 추진한다’라고 규정되어 있음을 언급하고 남북관계가 경색된 상황에서도 본 컨퍼런스가 꾸준히 추진된 것은 헌법에 규정된 통일이라는 역사적 사명을 우리가 인식하고 있기 때문일 것이라고 설명하며 통일 한국을 준비하는 작지만 힘 있는 시도가 되기를 희망한다고 밝혔다.

이번 컨퍼런스에서는 남북 방송교류경험 및 현황분석, 북한 방송통신 현황발표를 통하여 남북 방송통신의 현주소를 알아보고 통일대비 남북 방송통신 교류협력에 대하여 논의하였다. 토론에서는 국내 방송이 외부적 요인에 의해 좌우되고 있는 현실에서 외부적 환경에 덜 영향을 받을 수 있는 통일방송 제작의 토대마련이 필요하며 법제도적으로 방송이 지향하는 통일에 대한 역할을 규정해야 한다는 의견이 제시되었다. 또한 남북의 통신교류협력은 네트워크 논의에만 집중되어 연속성이 없었기 때문에 이를 극복하기 위한 콘텐츠와 플랫폼 관련 교류협력이 필요하다고 논의되었다.

그림 III-37 | 남북 방송통신 국제컨퍼런스



제 3세션 ‘통일UCC공모전’에서는 EBS지식채널e 통일 UCC공모전의 수상자와 북한이탈주민, JTBC 비정상회담 독일대표를 초청하여 토크콘서트 형식의 진행을 통하여 수상소감과 UCC 제작과정에서 느꼈던 통일에 대한 인식변화에 대하여 토론하였다. 토론에서 한 수상자는 북한에 대한 선입견과 편향된 인식이 개인의 문제가 아니며 정치적인 이슈와 북한 주민을 분리해서 생각해야 한다는 의견을 제시하였고 남북관계, 평화, 통일에 대하여 고민할 계기가 자주 마련된다면 생각보다 빠른 변화가 나타날 것이라는 희망을 갖게 되었다고 언급하였다. 이번 행사를 통하여 위원회는 국내외 다양한 북한관련 전문가를 초청하고 외신기자 및 외국공관 대상 홍보 등도 수행하여 통일준비를 위한 방송통신 교류의 중요성과 그 효과 등에 대해서 전달하는 계기로 삼았으며 통일에 대비한 방송통신의 역할과 교류협력의 중요성을 전달하였다.

2) 통일 방송프로그램 제작지원

위원회는 장기화된 남북의 경색국면으로 악화된 국민의 통일의식을 고취하고 북한에 대한 인식개선을 유도하여 남북 간 민족동질성 회복에 기여하고자 통일 관련 방송프로그램 제작을 지원하였다. 이번 제작지원 프로그램은 EBS 지식채널e‘통일 UCC 공모전’개최를 통하여 남과 북의 평화공존과 화합, 통일에 관한 자유 주제로 UCC 작품을 공모, 선정하였으며 그 결과 EBS 지식채널e 프로그램을 통하여 ‘통일은 생리대다(대상)’, ‘소통-우리는 통한다(최우수상)’, ‘상봉:역(우수상)’, ‘니콜라이 온센 북한 여행기(EBS 자체제작)’가 방영되었다.

그림 38-38 | 통일 방송프로그램 제작지원



EBS 지식채널e에서 방영된 수상작들은 이산가족의 헤어질 당시에 슬픔, 북한이탈주민에 대한 편견, 10대들이 통일에 대해서 편견을 가질 수밖에 없는 이유에 대한 내용으로 기존 방송에서 볼 수 없었던 통일에 대한 새로운 시선과 젊은 세대의 솔직한 통일의식을 그려냈다.

제4절 | 전 국민 미디어 역량 강화

1. 보편적 미디어교육 확대

가. 맞춤형 미디어교육

위원회는 미디어교육 정책과 이에 대한 효과성 분석을 위한 연구반 운영을 통하여 2017년 10월 중장기 미디어교육 중장기 기본계획을 수립하여, 효율적이고 체계적인 미디어교육 환경을 마련하였다. 스마트 시대에 지역·계층·세대 간에 미디어 격차가 오히려 심화되고 있는 상황에서 전 국민의 미디어 역량을 강화할 수 있도록 맞춤형 미디어교육을 실시하고, 이를 체계적으로 추진하기 위한 중장기 미디어교육계획을 수립한 것이다. 위원회는 미디어교육 중장기 기본계획을 통하여 기존의 학교, 사회 중심의 대상별 미디어교육 구분 체계를 교육내용 중심, 국민 맞춤형 체계로 재구성하는 등 중장기적인 방향을 모색하였다. 또한 미디어교육 관련 학계, 시민단체, 현장 실무자 등 다양한 의견수렴을 위하여 간담회를 개최하여 미디어교육 활성화 방안 및 주요 현안 등에 대하여 논의하는 자리를 마련하였다.

표III-38 | 미디어교육 관련 간담회



미디어교육 관련 간담회

- 일시 : 2017년 10월 24일
- 장소 : 한국프레스센터
- 참석자 : 한국여성민우회 공동대표, 전국미디어센터협의회 이사장, 한국PD연합회장 등
- 주요 논의사항 : 미디어교육 활성화 방안 및 주요현안 등

스마트 시대 미디어는 소통, 지식습득, 관계망 형성 등 삶의 질을 결정하는 핵심요소로 미디어 격차를 해소하기 위한 맞춤형 미디어교육의 필요성이 강조되고 있다. 이에 위원회는 전국의 7개 시청자미디어센터를 거점으로 하여 방송과 인터넷·모바일을 아우르는 전 국민 맞춤형 미디어 교육을 지원하였다. 어린이, 청소년, 노인, 주부, 장애인 등을 대상으로 시청자미디어센터의 방송장비와 시설을 이용하여 미디어의 이해와 활용, 참여 능력 제고를 위한 미디어교육을 확대 실시하였다. 노인 제작단, 주부 제작단, 청소년 제작단 등 센터 교육생이 직접 제작한 프로그램이 KBS 등 방송사를 통하여 방영되는 등 센터 수강생 제작 프로그램의 방영 실적이 2016년 515편에서

2017년 892편(73.2% 증가)으로 증가하였으며, 시청자미디어센터 이용자 수도 2016년 47.1만 명에서 2017년 52.9만 명(12.3% 증가)으로 증가하였다. 위원회는 2017년 경기지역에 시청자미디어센터 건립을 추진하였으며, 추후 광역권별 시청자미디어센터 구축을 지속적으로 확대할 계획이다.

그림 39-1 | 시청자미디어센터를 통한 맞춤형 미디어교육



위원회는 마을 주민들이 공동체의 관심사를 함께 공유하는 생활 미디어 운영 토대 마련 및 다양한 세대별, 계층별 미디어교육을 통하여 사회적 참여를 이끌어 내는 평생교육의 장을 제공하였다. 주민이 직접 제작하고 운영하는 마을미디어를 통하여 구성원 간 소통과 지역공동체 활성화에 기여하는 것을 목표로 2017년 시범적으로 21개의 주민모임 및 단체를 선정하여 마을미디어교육 지원 사업을 추진하였다. 마을미디어교육은 주민들이 함께 모여 지역에 대하여 이야기하면서 이웃에 대한 이해와 관계의 폭을 넓히고, 미디어교육과 제작활동을 아우르는 과정에서 미디어가 생활로 자연스럽게 이어지는 계기가 될 것으로 기대된다. 마을미디어교육을 통하여 마을뉴스, 마을라디오, 다큐멘터리 제작 등 다양한 교육이 이루어지며, 교육 이후에는 제작활동을 위한 코칭과 시설·장비 지원까지 이루어진다. 2018년에는 시청자미디어센터의 1인 미디어 방송 시스템을 활용하여 콘텐츠를 제작하고 팟빵, 유튜브 등 다양한 채널을 통하여 정기적으로 방송할 수 있는 체계도 마련할 예정이다. 위원회는 마을미디어교육에 대한 높은 관심을 반영하여 전국을 대상으로 지원을 확대하여 2021년까지 총 311개 마을의 미디어교육을 지원할 계획이다.

그림 III-40 | 마을미디어교육 지원 사업



이 밖에도 위원회는 농·산·어촌 등 미디어 소외지역 주민들을 위하여 ‘찾아가는 미디어교육’을 실시하여 소외지역 미디어 격차 해소 및 소통 활성화에 기여하였다. 방송제작 및 상영 등이 가능한 ‘찾아가는 미디어나눔버스’를 제작하여 농·산·어촌 등 미디어 소외지역을 방문하여 체험교육을 실시하였다. 소외계층의 미디어 격차 해소와 대국민 공익서비스 제공을 위하여 위원회와 시청자미디어재단이 구축한 ‘찾아가는 미디어나눔버스’는 뉴스 스튜디오·일기예보 체험 부스·영상 촬영 및 편집장비 등 방송제작을 직접 체험할 수 있는 다양한 시설로 구성되어 있다. 2017년 3월 강원도 화천군 소재 사내초등학교에서 오픈행사를 통하여 ‘찾아가는 미디어나눔버스’ 운영의 시작을 알렸고, 평소 미디어 접근이 어려웠던 도서산간의 소외계층을 대상으로 미디어 교육체험 및 상영회 등을 제공하였다.

나. 미디어 창의인재 교육

미디어의 사회적 영향력과 중요성이 높아짐에 따라 청소년의 미디어 이해·활용 능력을 제고하고, 재능 있는 창의인재를 조기 발굴 및 양성할 필요성이 높아졌다. 위원회는 지능정보사회 핵심역량을 갖춘 미디어 창의인재 교육을 강화하기 위하여 자유학기제 미디어교육, 동아리 미디어교육, 대학생 학점인증 교육 과정을 확대하였다.

위원회는 중학생들의 건전하고 올바른 미디어 수용능력 함양과 방송분야 직업 체험을 통한 진로탐색 과정 등을 운영하는 자유학기제 미디어교육 프로그램(영상·다큐·애니메이션 등)을 확대(2016년 122개교 → 2017년 201개교) 지원하였다. 또한, 초·중·고 학생들의 방송콘텐츠 제작 분야 적성을 조기에 발굴하기 위하여 방송사와 연계한 동아리 미디어교육을 확대(2016년 54개교 → 2017년 68개교)하였으며, 미디어 전문 인재 양성을 위하여 지역대학과 연계한 대학생 학점 인증 교육 과정을 확대(2016년 25개교 → 2017년 30개교) 운영하였다.

그림 3-41 | 미디어 창의인재 교육 프로그램



또한, 위원회는 2017년 8월, 1인 미디어 시스템을 시청자미디어센터에 구축하여 이를 활용한 미디어교육 및 체험 프로그램을 개발하여 교육을 실시하고 있다. 미디어환경 변화에 능동적으로 대처하기 위하여 가상현실(VR) 및 드론 등 신기술을 활용한 스마트 미디어교육을 확대 실시하고 있다. 그 외 방송 체험 및 상영 등이 가능한 ‘찾아가는 미디어나눔버스’를 제작하여 농·산·어촌 등 미디어 소외지역을 대상으로 체험교육을 실시(2017년 30회)하였다. 위원회는 미디어 창의인재 교육의 지속적인 확대 추진을 통하여 미디어 활용 능력 향상 및 창의인재의 양성에 기여할 것으로 기대하고 있다.

2. 인터넷 상 표현의 자유 증진 및 윤리 수준 향상

가. 인터넷 표현의 자유 증진

1) 임시조치로 인한 표현의 자유 위축

‘표현의 자유’ 신장은 2017년 7월 국정기획자문위원회가 발표한 ‘문재인 정부 국정운영 5개년 계획’의 100대 국정과제 중 4번 째 과제로, 임시조치제도 개선은 인터넷 표현의 자유를 증진하고 알 권리와 비판할 권리를 보장함으로써 자유로운 소통문화를 정착시키기 위하여 반드시 추진해야 할 핵심적인 실천과제이다.

임시조치는 2007년 7월 인터넷 게시물로 야기될 수 있는 개인의 권리 침해를 최소화하기 위하여 사업자가 해당 게시물을 임시적으로 차단할 수 있는 제도로 도입되었다. 임시조치제도가 10년 넘게 운영되면서 인격침해 정보, 사생활침해 정보, 명예훼손 정보 등으로부터 정보통신서비스 이용자의 인격적 이익을 보호하는데 크게 기여한 것은 사실이다.

하지만, 근래에 들어 임시조치의 남발과 남용으로 인하여 본래의 좋은 취지를 잃어버리고, 임시조치제도가 인터넷 상의 표현의 자유를 제한하는 도구로 악용되고 있다는 비판을 받고 있다. 2008년 9만 건이었던 임시조치가 2014년에는 45만 건에 이르는 등 불과 5~6년 사이에 다섯 배 이상 급증하였다.

표Ⅲ-39 | 연도별 임시조치건수

(단위 : 건)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년
임시조치	374,976	454,826	480,266	455,486
이의제기	14,210	21,334	54,503	42,500

단지 자신의 생각과 다르다는 이유로 또는 자신의 사업이나 회사에 부정적인 영향을 끼친다는 이유로 인터넷 게시물에 대한 임시조치가 남용되고 있으며, 임시조치에 대한 이의제기 건수도 매년 4~5만 건에 이르고 있다. 따라서 임시조치제도 전반에 대한 재검토가 필요하다.

2) 임시조치제도 개선을 위한 연구반 구성·운영

위원회는 인터넷 표현의 자유와 국민의 알권리를 최대한 보장하는 방향으로 임시조치제도를 개선하기 위하여 2017년 7월부터 11월까지 법조계 및 학계 전문가 5명으로 임시조치제도 개선 연구반을 구성·운영하였다. 연구반은 수차례의 심도 있는 논의를 거쳐 임시조치 기간 단축, 정보 게재자의 이의 제기권 신설, 신속하고 간편한 분쟁해결을 위한 온라인분쟁조정제도 도입 등 임시조치 제도 개선을 위하여 「정보통신망법」 수정대안을 마련하였다.

3) 임시조치제도 개선의견 수렴을 위한 공개 토론회 개최

위원회는 2017년 12월 국회 유승희 의원실과 공동으로 ‘인터넷 표현의 자유 증진을 위한 임시조치 제도 개선 토론회’를 개최하였다. 토론회에는 그동안 인터넷 표현의 자유 증진을 위하여 활동해 온 시민소비자단체 활동가와 언론학계 전문가들이 다수 참석하였다.

시민소비자단체, 언론학계, 사업자단체, 정부유관기관 등의 토론자로 구성된 토론회에서는 다양한 의견들이 표출되었다. 대다수 참석자들이 공통적으로 임시조치의 남용을 지적하면서 정보 게재자의 이의 제기권 신설 필요성과 임시조치의 기간 단축에는 공감하였다.

그러나 임시조치 요구자의 자격 제한, 이의 제기시 임시조치 조기 해제, 임의의 임시조치제도 폐지, 법적 절차 및 조치를 준수한 사업자에 대한 필수적 책임감면 등에 대해서는 의견이 나뉘었다. 명예훼손분쟁조정제도의 개선 및 온라인분쟁조정제도의 도입 필요성에 대해서도 공감하였으나 사법적 절차에 맡겨야 한다는 소수의견도 있었다.

위원회는 연구반과 토론회에서 나온 다양한 의견들을 바탕으로 조속한 시일 내에 「정보통신망법」 개정안을 마련하여 기존에 국회에 발의된 정부안에 대한 수정 의견을 제출할 예정이다.

나. 계층별·맞춤형 윤리 교육

1) 인터넷윤리의식 향상을 위한 맞춤형 교육 추진

인터넷·스마트폰의 보급이 확대되고, ICT 기술 발달로 계층별 사이버폭력의 가·피해경험이 점차 증가하고 있으며, 스마트폰 활용 확대로 스마트폰 과의존(중독) 및 사이버 폭력이 심각한 사회문제로 대두되고 있는 실정이다.¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾

이에 따라, 위원회는 한국정보화진흥원(NIA)과 사이버폭력예방 및 피해자 지원활동 강화 및 건전한 인터넷문화 조성을 위하여 유·초·중·고등학생 대상 ‘계층별 맞춤형 인터넷윤리교육’을 마련·운영하고 학부모 대상 ‘밥상머리 인터넷윤리교육’ 프로그램, 일반교원 대상 ‘온라인 교육 과정’ 및 교장(감), 장학관(사)등 교육리더 대상 ‘오프라인 교원연수’ 프로그램을 마련하여 가정과 학교, 사회가 연계된 교육을 제공하였다.

인터넷윤리교육 대상 교(원)는 새 학기 시작 전인 2월에 사전 신청을 받아 3월부터 교육을 실시, 2017년의 경우 1,786개교(원)가(2016년 대비 25.5% 증가) 인터넷윤리 및 사이버폭력예방 교육을 신청하였으며, 교육 수료 인원도 16만 6,600명에(2016년 대비 11%증가)달하였다.

표III-40 | 2017년 인터넷윤리교육 과정별 운영현황

교육명	주요내용
바른 인터넷 유아학교	올바른 인터넷 사용을 주제로 한 유아 대상 인형극 공연 및 디지털교구 활용 교육
한국인터넷리더단(초·중·고)	방과 후 동아리 활동 지원으로 인터넷윤리를 이해하고 건전한 인터넷문화 조성을 위한 교육
전문 강사 순회강연(초·중·고)	전문 강사 파견을 통한 건전한 인터넷윤리의식 함양을 위한 교육
예술체험형 공연 교육(초·중·고)	사이버폭력 사례를 바탕으로 한 찾아가는 교육뮤지컬 교육
사이버폭력 예방 교구 활용 교육(초)	창의적 체험활동과 연계한 체험·활동형 교구활용 교육
학부모(밥상머리)·성인 인터넷윤리교육	올바른 부모-자녀간 소통을 통한 윤리의식 함양 교육
인터넷윤리 및 사이버폭력예방 교육 리더 연수	초·중·고 교장(감), 지역교육청 장학관 등 교원 리더 대상 역량 강화 교육
온라인 교원 대상 역량 강화 교육	사이버폭력 피해예방 및 대응을 위한 교원 지도역량 강화 교육

18) 중학생 가해경험 2.7% 증가, 피해경험 1.06% 증가 : (2015년 20.5% → 2017년 23.2%, 2015년 18.5% → 2017년 20.1%), (2017년 사이버 폭력 실태조사, 방송통신위원회/한국정보화진흥원)

성인 가해경험 6% 증가, 피해경험 2.2% 증가 : (2015년, 18.4% → 2017년 24.4%, 2015년 25% → 2017년 27.2%), (2017년 사이버 폭력 실태조사, 방송통신위원회/한국정보화진흥원)

19) 학교 내 폭력은 감소하고 있으나, 인터넷이나 휴대폰을 이용한 사이버폭력은 증가 추세로 이에 대한 대책 마련이 필요(지표로 보는 이슈 제67호, 국회입법조사처, 2016년 10월 20일)

20) 인터넷(스마트폰) 과의존 위험군 비율은 1.6% 증가 : (2015년 16.2% → 2016년 17.8%→2017년 18.6%), (2017년 스마트폰 과의존 실태조사, 과학기술정보통신부/한국정보화진흥원)

2) 참여형 공모전·캠페인 전개로 바람직한 인터넷 이용문화 조성

위원회는 ‘우리가 함께 만드는 아름다운 인터넷세상’이라는 슬로건 아래 ‘아름다운 인터넷세상’ 선포식 및 주간운영, 인터넷윤리 상징 캐릭터(웰리*)를 활용하여 범국민 대상 캠페인을 전개하였으며, 14만 7,688명(2016년 13만 4,233명 대비 약 10%증가)이 참여하는 성과를 거두었다.

그림Ⅲ-42 | 아·인·세 선포식 및 인터넷윤리 캐릭터 ‘웰리’



또한, 지역별 인터넷윤리교육 격차 해소를 위하여 부산(국립부산과학관), 광주(시청자미디어 센터), 분당(고용부 청소년직업체험시설)에 인터넷윤리체험관을 연중 운영하여 44만 3,471명이 방문하였으며, 인터넷윤리의식 자가진단, 악플러 잡기, 인터넷윤리 O·X 퀴즈 등의 부스를 운영하고 있다.

‘아름다운 인터넷 세상’을 만들기 위한 실천운동을 전개하기 위해 방송·신문, 네이버포털, 1인 미디어 방송 등 온라인 매체 활용 및 전광판 등을 통한 생활밀착형 인터넷윤리 홍보의 다각화와 다양한 콘텐츠 개발을 통해 범국민 정책 인지도를 제고하였다.

그림Ⅲ-43 | 생활밀착형 인터넷윤리 홍보



이외에도, ‘아름다운 인터넷 세상(아·인·세)’을 만들기 위한 ‘인터넷드림 창작 동요제·음악제’를 개최하여 음악을 통해 친근하고 쉽게 인터넷윤리를 이해할 수 있는 범국민 참여의 장을 마련하고, ‘인터넷드림 창작콘텐츠 공모전’과 ‘교수-학습지도안 공모전’을 개최하여 우수 콘텐츠를 발굴, 교육 콘텐츠의 다각화 방안을 마련하였다.

연말에는 건전한 인터넷윤리 문화 조성을 위하여 기여한 학교·교사·학생 등을 대상으로 교육성과 및 활동실적이 우수한 유공자를 선정하여 포상하는 ‘인터넷윤리대전’ 등 범국민 인터넷 윤리의식 제고를 위한 활발한 활동을 펼쳤다.

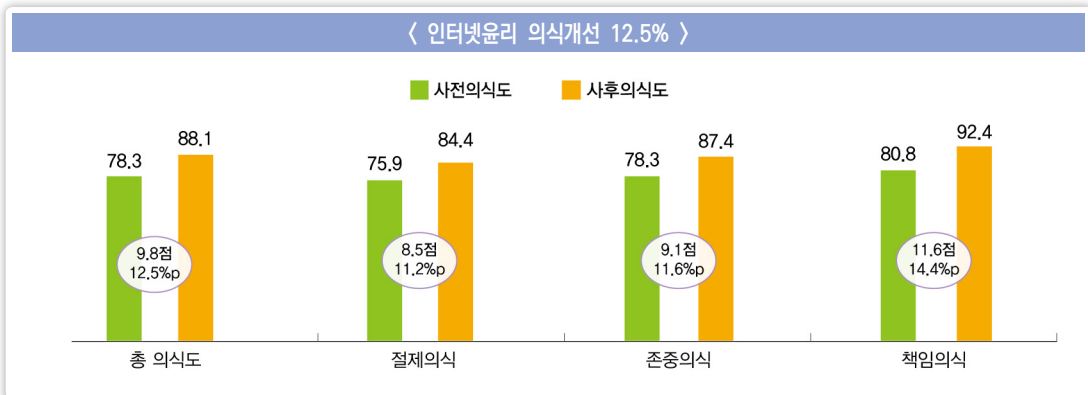
그림 44 | 인터넷드림 창작 동요제·음악제 및 인터넷 윤리대전



이러한 계층별·맞춤형 인터넷윤리교육 및 생활밀착형 홍보 등을 추진하고 한국인터넷드림단 리더학교(48개교) 학생(1,398명)을 대상으로 교육 전·후의 인터넷윤리 의식 개선도를 측정한 결과 교육 후 9.8점(약 12.5%p)이 상승하고 특히 인터넷이용에 대한 책임의식이 11.6점으로 가장 높게 개선된 것으로 조사되었다.²¹⁾

그림 45 | 인터넷윤리 개선도

(전체응답자: 1,398명, 단위: 점)



21) '인터넷윤리교육 의식 행동·양태변화 등 연구 조사', 방송통신위원회/한국정보화진흥원(2017년)

다. 청소년 스마트폰 이용환경 개선

1) 사이버안심존 운영 확대

위원회는 학교와 가정에서 청소년의 스마트폰 이용행태를 점검하고 지속적인 지도 및 상담 조치를 통하여 청소년의 스마트폰 과몰입 및 역기능을 예방하는 사이버안심존 사업을 지속적으로 확대 운영하였다.

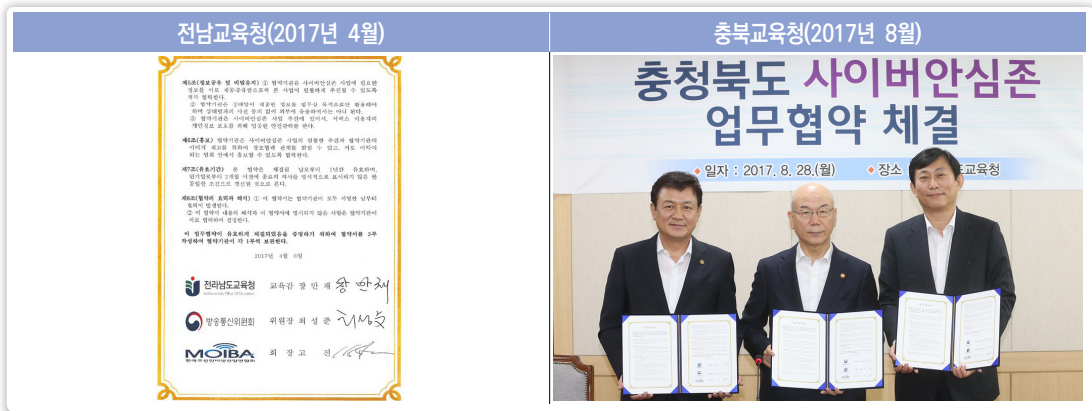
표Ⅲ-41 | 연도별 사이버안심존 참여학교 및 교육인원

(단위 : 개교, 명, 누적)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
사이버안심존 참여학교	41	168	333	531	770
교육인원	16,533	35,778	57,276	81,276	107,676

2017년에는 사이버안심존 운영학교 학부모·교사 26,400명을 대상으로 스마트폰 중독으로 인한 역기능 예방과 청소년들의 올바른 스마트폰 이용 지도를 위한 교육을 함께 추진하였다. 특히 서비스의 전국적 확산을 위하여 전남교육청, 충북교육청 등 지방교육청과 MOU 체결을 통하여 해당 지역 내 청소년들의 스마트폰 과몰입 예방에 기여하였다.

그림Ⅲ-46 | 사이버안심존 MOU 체결



이와 더불어 서비스 보급 활성화를 위하여 사이버안심존의 운영효과, 참여방법 안내를 통하여 서비스 참여를 유도하는 보도 자료를 배포하였으며, 신문·인터넷 등 다수매체에 위원회 위원장 기고문 관련 기사가 게재되었다.

그림III-47 | 보도자료 및 관련 기사



또한, 블로그, 페이스북 등을 통하여 사이버안심존 사업을 홍보하고 스마트폰 유해정보 및 중독, 사이버 언어폭력 등 역기능 정보를 제공하였으며 사이버안심존 수기공모전 개최와 우수 사례집 제작·배포를 통하여 홍보활동을 지속적으로 전개하였다.

표III-42 | 2017년 바이얼 마케팅 운영 실적

(단위 : 건)

항목	게시건수	방문자수	페이지뷰
네이버 블로그	985	7,801	9,639
다음 블로그	928	6,065	10,784
페이스북	780	-	-

그림 III-48 | 수기공모전 및 우수사례집

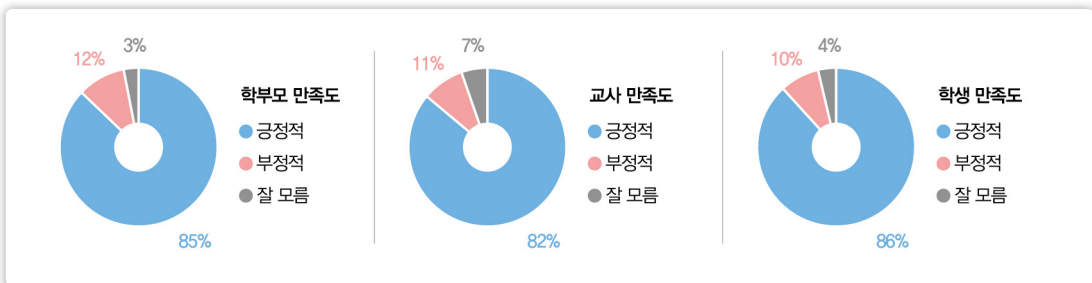


아울러 사이버안심존 시행 이후 학부모, 교사, 학생을 대상으로 사업의 효과 및 만족도를 조사한 결과, 학부모의 85%, 교사의 82%, 학생의 86%가 사업에 대하여 긍정적으로 평가하는 등 교육 현장과 가정에서도 좋은 반응을 보였다.

표 III-43 | 효과 및 서비스 만족도 조사 개요

구분	학생	학교(교사)	학부모
조사대상	사이버안심존 운영 학교 학생 대상	사이버안심존 운영 학교 교사 대상	사이버안심존 운영 학교 학부모 대상
회수 표본수	1,058명	147명	511명
유의수준 (95% 신뢰수준)	±3.01%p	±8.08%p	±4.34%p
자료수집도구	구조화된 설문지(Structured Questionnaire)		
조사기간	2017년 11~12월		

그림 III-49 | 효과 및 만족도 조사 결과



2) 청소년 유해매체물 차단

「전기통신사업법」 제32조의7(청소년유해매체물등의차단) 및 「전기통신사업법 시행령」 제37조의8(청소년유해매체물등의차단수단제공방법및절차)에 따라 이동통신3사와 알뜰폰 사업자에게 청소년의 휴대전화 개통 시 차단수단 제공에 대한 의무가 부과되었다. 이에 따라, 위원회는 청소년 유해물 차단 수단 설치 의무화에 대한 대국민 홍보 캠페인을 진행하였다. 그간 관련법 개정으로 인한 홍보와 차단 수단 소개에서 나아가 부모-자녀간 올바른 스마트폰 이용을 유도하기 위한 가이드라인 보급 등 가정 내 자율적인 이용을 독려하기 위한 대국민 캠페인을 전개하였다.

표Ⅲ-44 | 「전기통신사업법」상 청소년 유해매체 차단

제32조의7(청소년유해매체물 등의 차단)	제37조의8(청소년유해매체물 등의 차단수단 제공 방법 및 절차)
① 「전파법」에 따라 할당받은 주파수를 사용하는 전기통신사업자는 「청소년 보호법」에 따른 청소년과 전기통신서비스 제공에 관한 계약을 체결하는 경우 「청소년 보호법」 제2조제3호에 따른 청소년유해매체물 및 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조의7제1항제1호에 따른 음란정보에 대한 차단수단을 제공하여야 한다. ② 방송통신위원회는 제1항에 따른 차단수단의 제공 실태를 점검할 수 있다. ③ 제1항에 따른 차단수단 제공 방법 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	① 법 제32조의7제1항에 따라 「청소년 보호법」에 따른 청소년과 전기통신서비스 제공에 관한 계약을 체결하는 전기통신사업자는 해당 청소년이 전기통신서비스를 통하여 「청소년 보호법」 제2조제3호에 따른 청소년유해매체물 및 불법음란정보(이하 "청소년유해매체물등"이라 한다)에 접속하는 것을 차단하기 위하여 해당 청소년의 이동통신단말장치에 청소년유해매체물등을 차단하는 소프트웨어 등의 차단수단을 제공하여야 한다. ② 제1항에 따라 차단수단을 제공하는 경우에는 다음 각 호의 절차에 따른다. 1. 계약 체결 시 가. 청소년 및 법정대리인에 대한 차단수단의 종류와 내용 등의 고지 나. 차단수단의 설치 여부 확인 2. 계약 체결 후: 차단수단이 삭제되거나 차단수단이 15일 이상 작동하지 아니할 경우 매월 법정대리인에 대한 그 사실의 통지

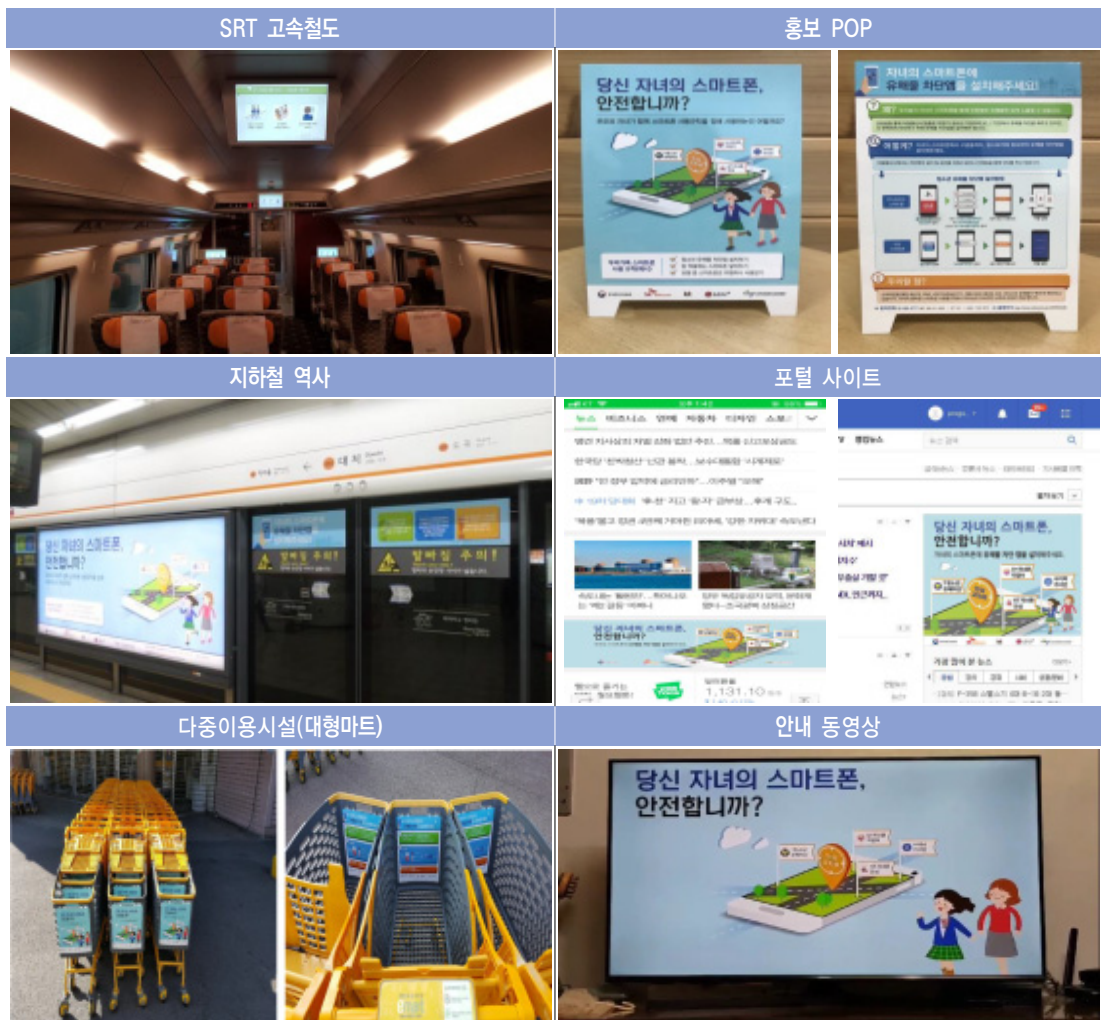
이를 위하여 이동통신3사의 전국 유통망 등 판매 대리점에 청소년 유해정보 차단 수단에 대한 홍보물을 제작·비치하고 차단수단에 대한 교육을 통해 이용자의 요구사항에 즉각적으로 대응할 수 있고자 하였다. 더불어 청소년의 휴대폰 개통 시에는 차단수단 설치파일 문자, 매월 차단수단 삭제 방지를 위한 안내 문자를 주기적으로 발송하여 청소년의 음란물 등 불법유해정보 접속을 차단하기 위하여 노력하였다.

표Ⅲ-45 | 이동사 별 청소년 차단수단 제공 현황

서비스명(개발사)	주요기능	비용
T청소년유해차단(SKT)	• 유해 앱/인터넷사이트 차단	무료 (자사 가입자에게 제공)
자녀폰안심프리(KT)		
자녀폰지킴이(LG U+)		
T청소년안심팩(SKT)	• 유해 앱/인터넷사이트 차단 • 앱 이용시간 설정 • 통계/모니터링 제공	유료 (자사 가입자에게 제공)
자녀폰안심(KT)		
자녀폰지킴이(LG U+)		

청소년 유해물을 차단하는 수단으로는 3G, LTE 등 통신망에서 유해 웹사이트 접속 시 이동통신사의 시스템으로 자동 차단하는 네트워크 차단과 유해 웹사이트 및 앱 접속 시 필터링 앱을 통한 차단 등 2가지 방법을 제공하고 있다. 청소년의 음란물 등 불법유해정보 접속 방지를 위한 상세한 내용과 설치 방법 등을 방송통신이용자정보포털 와이즈유저(www.wiseuser.go.kr)와 주요 포털사이트를 통해서도 확인 할 수 있다.

그림 III-50 | 청소년 유해정보 차단수단 홍보 사례



3. 소외계층의 방송접근권 확대

가. 시·청각장애인용 TV 보급

위원회는 시·청각장애인용 맞춤형 방송수신기(TV)를 개발하여 저소득층 위주로 보급하고, 스마트 수어방송 시범방송을 통하여 장애인과 비장애인의 시청편의에 기여할 수 있는 기반을 마련하였다. 먼저 지방자치단체와 협력하여 정보 소외가 심각한 저소득층 시·청각장애인에게 보급을 확대하고 주민센터·홈페이지·방송사 등 전방위 홍보를 확대하였다. 위원회는 시·청각장애인의 TV시청 편의를 위하여 장애인용 맞춤형 TV를 보급하고 있으며, 2015년부터는 저소득층 시·청각장애인 위주 보급을 위하여 지자체와 공동으로 추진해 오고 있다. 그동안 17개 광역지자체와 공동추진을 위한 협약을 체결했으며, 2017년 3월 위원회와 전라북도 전주시소리문화관에서 시·청각장애인용 TV 보급 공동추진을 위하여 MOU를 체결하였다.

업무협약(MOU)에 따라 위원회에서는 사업기획, 홍보자료 제작 및 TV 제작·보급 등 전반적인 사업을 추진하고, 지자체는 지역의 저소득 시·청각장애인을 대상으로 홍보자료 발송, 신청서 접수 등 보급대상 수요파악을 위하여 협력하게 된다.

또한 시·청각장애인 등의 TV 시청을 돕기 위한 장애인용 TV를 개발·보급(12,014대)하여 소외계층의 정보격차를 해소하였다. 2017년 보급되는 장애인용 TV는 28형(69.5cm), 약 12,000대로 시각장애인을 위한 음성안내, 청각장애인을 위해서는 자막의 크기와 위치 조정 기능이 탑재되어 있다. 신청접수는 저소득 시·청각장애인을 대상으로 전국의 시·도 주민센터 등을 통하여 2017년 6월부터 시작하였다.

아울러, 이날 위원회는 전라북도의 시각장애인복지회관을 방문하여 시각장애인을 위한 ‘찾아가는 미디어교육’ 현장을 체험하며 장애인들과 공감대를 키웠다. 위원회는 전국 7개(서울·인천·대전·부산·광주·강원·울산)의 지역시청자미디어센터를 통하여 ‘찾아가는 미디어교육’을 실시하고 있다.

그림III-51 | 시·청각장애인용 TV보급 MOU 체결 및 보급 현장



위원회는 시·청각장애인용 TV 보급을 위하여 2017년 6월 전국 지자체와 협력하여 저소득층 시·청각장애인을 대상으로 신청서를 접수하였으며, 적격자로 우선 선정된 1만 6백 명부터 보급을 시작하고, 2017년 12월까지 약 1만 2천 대를 보급하였다.

2017년에 보급된 시·청각장애인용 TV의 크기는 28형(69.5cm)으로, 청각장애인의 자막 방송 시청 편의를 위하여 자막 위치를 자유롭게 이동할 수 있으며, 자막의 색상·폰트·크기 등이 변경 가능하다. 또한, 시각장애인을 위하여 채널변경, 프로그램명, TV 메뉴 등을 음성으로 안내해주는 서비스의 음질과 기능을 크게 향상시켰다. 그리고 점자 및 단축키가 포함된 전용 리모콘이 제공되며, 영상으로 제작된 사용설명서가 TV에 탑재되어 편리성이 한층 높아졌다.

그림III-52 | 2017년 장애인용 TV 보급 제품



위원회는 시·청각장애인용 TV에 대한 만족도 조사를 실시하였으며 이를 바탕으로 2018년에는 기능을 더욱 개선할 계획이다. 시·청각장애인용 TV 보급과 관련하여 궁금한 사항은 대표번호 1688-4596번으로 문의하거나, 홈페이지(tv.kcmf.or.kr)를 참고하면 된다.

나. 장애인방송 품질 제고

위원회는 2017년 12월 시·청각장애인의 방송접근권 보장과 장애인방송의 품질 개선을 위하여 ‘장애인방송프로그램 방송프로그램 제공 가이드라인’을 마련하여 시행한다고 밝혔다. 위원회는 가이드라인 마련을 위하여 학계, 방송사업자, 방송협회, 장애인개발원 등의 관련 전문가로 구성된 ‘장애인방송 연구반’ 운영, 토론회, 공청회 등을 통하여 의견을 수렴하였다.

‘장애인방송프로그램 제공 가이드라인’은 장애인방송의 제작 기준과 방법, 준수사항 등을 정하고 방송사업자가 자율적으로 준수하도록 함으로써 장애인방송의 품질을 높이기 위하여 마련된 것이다. 내용은 장애인방송 제공에 관한 기본 준수사항, 장애인방송 유형별 제작 지침, 기타 권장사항으로 구성되었다.

기본 준수사항으로 주시청시간대 편성 권장, 화면해설의 과도한 재방송 지양, 장애인방송으로 제작되었음을 편성표에 표시, 방송프로그램 시작 시점에서 장애인방송임을 문자 또는 음성으로 안내, 연속성이 있는 프로그램의 경우 화면해설방송을 최종회까지 성실히 제공할 것 등을 제시하였다.

제작 지침으로 폐쇄자막방송은 자막 속기사의 최소 자격, 자막 표기의 방법, 화자의 구분방법 등을, 화면해설방송은 화면해설방송 작가의 최소 자격, 화면해설의 삽입 지점 등을, 수어방송은 한국수어통역사의 최소 자격, 선거 및 재난방송 등에 수어방송 제공 등을 제시하였다.

기타 권장사항으로 재난방송 편성시 취약계층이 긴급 상황을 전달 받을 수 있도록 각 방송사업자가 재난방송규칙을 준수하도록 권장하고, 장애인방송 이용자를 위한 이용방법을 홈페이지에 자세하게 고지할 것을 권장하는 등의 내용을 제시하였다.

위원회는 이번에 마련한 가이드라인이 방송사업자에게 장애인방송프로그램 제작시 기본적으로 준수해야 할 사항을 제시함으로써 그동안 장애인단체에서 요구해온 장애인방송의 품질이 개선될 것으로 기대하고 있다.

한편, 위원회는 장애인 등 소외계층의 방송접근권 제고를 위하여 장애인방송 편성비율을 확대하고 장애인방송 제공 실적(2016년)을 평가·공개하였다. 2016년 장애인방송 의무제공 사업자(139개사)의 장애인방송(자막·화면해설·한국수어) 제공 실적을 평가한 결과, 2016년 장애인방송 편성의무 목표를 모두 달성한 사업자는 전체 139개사 중 133개사(95.7%)이며, 미달성 사업자는 원주MBC, MBC강원영동, 춘천MBC, 채널A, 연합뉴스TV, CJ E&M 등 6개사인 것으로 나타

났다. 2016년 장애인방송 편성목표를 달성하지 못한 6개 방송사업자에 대해서는 자발적으로 시정할 수 있도록 행정지도를 실시하고, 편성목표의 위반정도에 따라 방송평가에서 감점 조치를 하며, 2018년 장애인방송 제작지원시 정부 제작지원금을 축소할 것이라고 밝혔다.

위원회는 2012년부터 2016년까지 5년간 방송사별 장애인방송 편성비율을 단계적으로 확대해 왔으며, 중앙지상파·지역지상파, 종합편성·보도전문PP의 경우 자막방송 100%, 화면해설방송 10%, 수어통역방송 5%의 편성비율을 의무화하고 있다. 위원회는 장애인방송 의무화 제도가 비교적 양호하게 정착하고 있다고 평가했으며, 앞으로 양적목표 달성과 함께 장애인방송의 질적 수준 향상을 위하여 노력할 것이라고 밝혔다.

표Ⅲ-46 | 2016년 장애인방송 편성의무 평가결과

(단위 : 개사)

구분		의무사업자	달성	미달성	달성률
필수지정 사업자(56)	중앙지상파	4	4	-	100.0%
	지역지상파	45	42	3	93.3%
	위성방송	1	1	-	100.0%
	종합편성·보도전문PP	6	4	2	66.7%
	소계	56	51	5	91.1%
고시의무 사업자(83)	SO	68	68	-	100.0%
	PP	15	14	1	93.3%
	소계	83	82	1	98.8%
합계		139	133	6	95.7%

다. 장애인방송 환경 개선

위원회는 장애인방송 접근환경 개선을 위하여 스마트 수어방송서비스의 시범방송을 2017년 7월부터 실시하였다. 스마트 수어방송서비스는 장애인방송(자막, 화면해설, 수어) 중 수어방송의 신규 서비스로, 방송영상과 수어영상을 각각 방송망과 인터넷망으로 제공하고 수신기에서 두 영상을 한 화면에 재생하여 수어영상의 크기·위치 조정 및 제거가 가능하다.

이는 청각장애인의 방송내용 이해를 위한 수어화면 확대 및 조정 요구와, 수어화면이 방송을 가리는 것에 대한 일반시청자의 개선 요구를 모두 반영한 수요자 중심의 맞춤형서비스라고 할 수 있다.

스마트 수어방송서비스 시범방송은 YTN과 JTBC에서 방송되는 수어방송을 케이티스카이 라이프나 또는 에스케이브로드밴드에 가입된 체험 희망 가정에서 시험용 수신기를 설치하여 볼

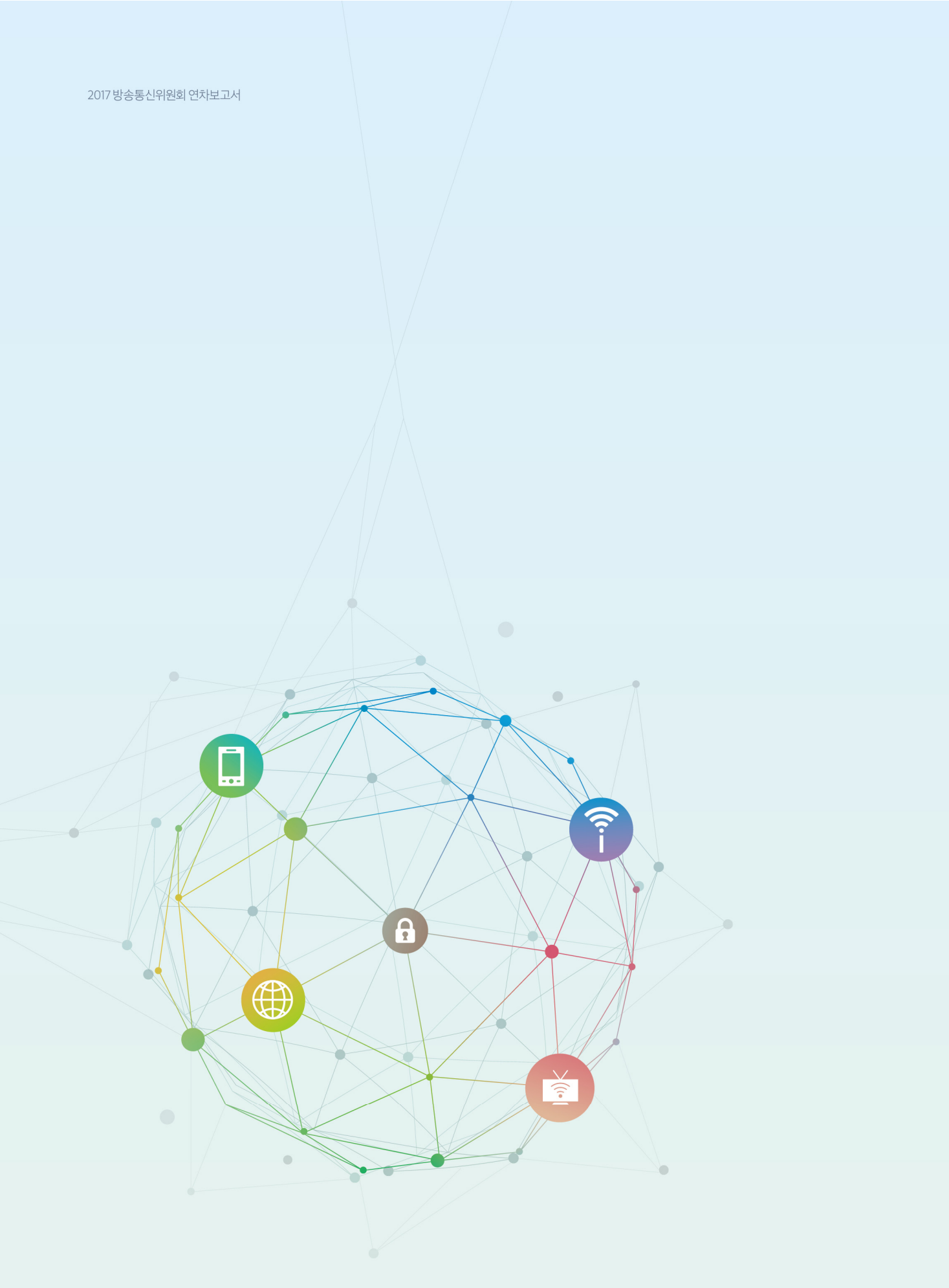
수 있다. 시범방송 편성 프로그램은 YTN <뉴스N이슈>, <뉴스와이드>와 JTBC <JTBC NEWS 아침>을 포함하였다. 2017년 9월에는 KBS, TV조선 그리고 CJ헬로가 추가로 참여하였다.

스마트 수어방송서비스 시범방송은 2016년에 수도권 210가구를 대상으로 실시한바 있으며, 위원회는 이번 2차 시범방송 준비를 위하여 2017년 4월부터 한국농아인협회와 협력하여 전국 청각장애인을 대상으로 300가구의 체험자를 모집해 왔으며, 그 외에도 청각·언어 장애인의 상담, 재활 등 일상생활 및 사회참여 전반을 지원하는 22개의 수어통역센터에 수신기를 추가 설치하여 서비스 체험 기회를 확대하였다.

위원회는 서비스를 직접 체험한 장애인, 장애인단체, 사업자들의 의견을 수렴하여 더욱 안정적인 스마트 수어방송서비스를 준비하고, 2019년에는 상용화를 추진할 계획이다.

그림 3-53 | 스마트 수어방송 시범방송 개선 화면







부 록



부 록

1. 2017년도 회계 결산

❶ 결산 총괄

부록 표-1 | 2017년도 회계 결산 총괄 현황

(단위 : 백만 원, %)

구 분		예산액(A)	예산현액(B)	결산액(C)	집행률(C/B)
세 입	계	1,014,602	1,014,602	973,628	96.0
	일반회계	31,183	31,183	22,953	73.6
	방송통신발전기금	983,419	983,419	950,675	96.7
세 출	계	239,347	239,347	238,350	99.6
	일반회계	54,528	54,528	53,555	98.2
	방송통신발전기금	184,819	184,819	184,795	99.9

주) 방송통신발전기금 수입은 전체액이며, 지출은 과학기술정보통신부 소관 사업비·내부지출·여유자금 제외

❷ 프로그램별 총괄표

부록 표-2 | 프로그램 총괄 현황

(단위 : 백만 원)

구 분	세출예산현액	지 출 액
합 계	239,347	238,350
〈일반회계〉	54,528	53,555
2100항 공정하고 안전한 방송통신환경 조성	16,707	16,703
2300항 방송인프라 개선	13,688	13,688
7100항 방송통신 행정지원	24,133	23,164
〈방송통신발전기금〉	184,819	184,795
3100항 행복한 방송통신 환경조성	176,070	176,046
3200항 공정하고 안전한 방송통신 환경조성	8,749	8,749

방송통신발전기금

(1) 재정상태

부록 표-3 | 방송통신발전기금 재정상태 현황

(단위 : 백만 원, %)

구 분	2017년(A)	2016년(B)	증 감 (A - B)	
			금 액	비 율
자 산	486,620	625,571	△138,951	△22.2
부 채	633,214	790,354	△157,140	△19.9
순 자 산	△146,594	△164,783	18,189	11.0

주) 재정상태표는 방송통신발전기금 전체 금액임(2017년 12월 31일 기준), △ : 감소

(2) 재정운영

부록 표-4 | 방송통신발전기금 재정운영 결과

(단위 : 백만 원, %)

구 분	2017년(A)	2016년(B)	증 감 (A - B)	
			금 액	비 율
프로그램순원가(Ⅰ)	692,167	703,453	△11,286	△1.6
관리운영비(Ⅱ)	3,738	3,733	5	0.1
비배분비용(Ⅲ)	1,659	194	1,465	755.2
비배분수익(Ⅳ)	533,803	373,170	160,633	43.0
재정운영순원가 (V = Ⅰ + Ⅱ + Ⅲ - Ⅳ)	163,761	334,211	△170,450	△51.0
비교환수익(Ⅵ)	181,330	172,695	8,635	5.0
재정운영결과(VII = V - Ⅵ)	△17,569	161,516	△143,947	△89.1

주) 재정운영표는 방송통신발전기금 전체 금액임(2017년 12월 31일 기준), △ : 감소

2. 방송통신위원회 회의 안건 목록

부록 표-5 | 위원회 회의 안건 목록

회차	일자	구분	안건명
1차	1월5일(목)	보고	'2017 위원회 방송대상' 시상 계획(안)에 관한 사항
2차	1월11일(수)	의결	종합유선방송사업자 시설 변경허가 사전동의에 관한 건 - (주)씨엠비 한강케이블티브이 등 11개사 -
		의결	방송통신사업 금지행위 등에 대한 업무 처리 규정 일부개정안에 관한 건
3차	1월24일(화)	의결	중계유선방송사업자 변경허가 사전동의에 관한 건
		의결	시청자권익보호위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건 - (주)에스비에스 등 5개사 -
		의결	방송광고 법규위반 행정처분사업자의 의견 제출에 관한 건 - (주)내외경제티브이 등 3개사 -
4차	1월26일(목)	의결	라디오방송국(FM) 신규허가 기본계획(안)에 관한 건
		의결	tbs-eFM의 다국어방송 편성비율 변경 승인에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 사항
5차	2월7일(화)	의결	개인정보 유효기간제 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 건
		보고	'온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인' 제정안에 관한 사항
		보고	「전기통신사업법」 일부개정안에 관한 사항
		보고	종합편성 PP 2016년 이행실적 점검결과에 관한 사항
6차	2월8일(수)	의결	(재)극동방송에 대한 외국자본 출연 승인에 관한 건
		의결	종합유선방송사업자 시설 변경허가 사전동의에 관한 건 - CJ헬로비전 금강방송 등 4개사 시설변경 -
		의결	방송심의 재심에 관한 건 - (주)조선방송 < 박종진 라이브쇼 > -
7차	2월15일(수)	의결	수도권 지역 지상파 UHD 방송국 운용개시일 조정에 관한 건
		의결	최대액출자자 변경승인 심사 기본계획(안)에 관한 건 - (주)G1 -
		의결	라디오방송국(FM) 신규허가 기본계획(안)에 관한 건 - (재)불교방송 제주FM -
8차	2월28일(화)	의결	방송평가위원회 보궐위원 위촉 동의에 관한 건
		보고	'방송통신사업 금지행위 등에 대한 업무처리 규정' 일부개정안에 관한 사항
9차	3월3일(금)	의결	광역시 및 평창·강릉 일원 지상파 UHD 방송국 신규허가 기본계획(안)에 관한 건
		의결	2017년 지상파방송사업자 공동체라디오방송사업자 재허가 세부계획(안)에 관한 건
10차	3월7일(화)	의결	중계유선방송사업 재허가 사전동의에 관한 건 - 동일유선방송사 등 6개사 재허가 -
11차	3월9일(목)	의결	2017년 보도전문 방송채널사용사업자 재승인에 관한 건
		의결	위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		보고	초고화질 텔레비전 방송 프로그램 인정기준(안)에 관한 사항
		보고	'시청자평가원 선임 및 운영 가이드라인' 제정안에 관한 사항
12차	3월13일(월)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건

회차	일자	구분	안건명
13차	3월15일(수)	의결	2017년 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가계획(안)에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	신규 주민번호 대체수단 시범서비스 사업자 선정에 관한 사항
14차	3월21일(화)	의결	2016년도 방송평가 기본계획(안)에 관한 건
		의결	KT의 「전기통신사업법」 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	SKT, KT, LG U+ 및 유통점의 외국인 영업관련 「단말기유통법」 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	이동통신 판매점 조사 거부·방해 행위에 대한 과태료 부과에 관한 건
		의결	라디오방송국(FM) 신규허가에 관한 건 - (재)CBS 대구음악FM방송국, (재)불교방송 제주FM방송국 -
		의결	(주)지원 최다액출자자 변경승인에 관한 건
		의결	「방송법」·「방송법 시행령」 및 종합유선방송구역 고시 일부개정안 사전동의에 관한 건
		의결	종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건 - CJ헬로비전 등 35개사
		보고	「전기통신사업자간 불합리하거나 차별적인 조건·제한 부과와 부당한 행위 세부기준」제정(안)에 관한 사항
15차	3월22일(수)	의결	(재)극동방송에 대한 외국자본 출연 승인에 관한 건
		의결	중계유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건
		의결	방송심의 재심에 관한 건 - (주)한국경제티브이 장외주식 4989 -
		의결	방송심의법규 위반 사업자 과태료 부과에 관한 건- (주)홈쇼핑 천호식품 -
		의결	방송광고 법규위반 행정처분사업자의 의견 제출에 관한 건 - (주)문화방송 -
		의결	미디어다양성위원회 보결위원 위촉에 관한 건
		의결	방송시장경쟁상황평가위원회 보결위원 위촉동의에 관한 건
		의결	‘방송통신사업 금지행위 등에 대한 업무처리 규정’ 일부개정안에 관한 건
		보고	‘방송통신위원회 재정 및 알선 등에 관한 규정’ 일부개정안에 관한 사항
16차	3월24일(금)	의결	2017년 종합편성 방송채널사용사업자 재승인에 관한 건
		의결	방송광고판매대행사업자 재허가에 관한 건
		보고	「방송법 시행령」일부개정안에 관한 사항
		보고	스마트폰 앱 접근권한 개인정보보호 안내서 제정안에 관한 사항
17차	3월24일(금)	보고	위원회 회의록 및 속기록 확인에 관한 사항
18차	5월23일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건 - (주)문화방송 등 7개사 -
		의결	협찬고지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건 - 한국방송공사 등 8개사 -
19차	5월29일(월)	의결	2018년도 예산안 및 방송통신발전기금 운용계획안에 관한 건
20차	6월7일(수)	의결	「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 건
		보고	「방송법 시행령」일부개정안에 관한 사항
21차	8월3일(목)	의결	위원회 부위원장 호선에 관한 건
		의결	종합유선방송사업자 허가 및 재허가 사전동의에 관한 건(티브로드 세종방송 등 26개사)
22차	8월8일(화)	의결	한국디엠비(주) 최다액출자자 변경승인심사 기본계획(안)에 관한 건
		의결	개인정보 유출신고 사업자 등의 개인정보보호 법규 위반에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건

회차	일자	구분	안건명
23차	8월10일(목)	의결	한국교육방송공사 사장 선임계획에 관한 건
		의결	「전기통신사업자간 불합리하거나 차별적인 조건·제한 부과에 관한 행위 세부기준」제정안에 관한 건
		의결	위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		의결	2016년 방송사업자 시청점유율 산정에 관한 건
		의결	2016년 장애인방송 제공의무 이행실적 평가에 관한 건
		보고	「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항」(고시) 일부개정안에 관한 사항
		보고	방송사-외주제작사간 외주제작 실태조사 추진계획에 관한 사항
24차	8월11일(금)	의결	「방송법 시행령」일부개정안에 관한 건
		의결	「방송통신위원회 재정 및 예산 등에 관한 규정」 일부개정안에 관한 건
		의결	보코리아-LG U+간 전기통신서비스의 도매제공 협정체결에 관한 재정 건
		의결	LG U+에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		보고	「방송법」시행에 관한 위원회 규칙 일부개정안에 관한 사항
25차	8월24일(목)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건
26차	8월25일(금)	의결	법정위원회 보결위원 위촉 동의에 관한 건
		보고	가계통신비 부담 완화를 위한 단말기유통구조 개선 등 대책(안)에 관한 사항
		보고	「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」하위 고시 개정 및 폐지에 관한 사항
27차	8월29일(화)	의결	한국교육방송공사 사장 후보자 선정 등에 관한 건
28차	8월31일(목)	의결	(주)동아일보사의 방송법 위반에 대한 시정명령에 관한 건
		의결	2018년 공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정 기본계획(안)에 관한 건
		보고	공익·장애인복지 채널 제도개선(안)에 관한 사항
		보고	2017년 방송콘텐츠 제작역량평가 기본계획에 관한 사항
29차	9월7일(목)	의결	TV홈쇼핑사 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	방송광고 결합판매 지원고시 일부개정에 관한 사항
30차	9월8일(금)	의결	한국교육방송공사 사장 임명 동의에 관한 건
		의결	(주)위드이노베이션의 개인정보 유출사고에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	2017년도 1분기 재난방송 미 실시 방송사업자에 대한 과태료 부과에 관한 건
		보고	「아름다운 인터넷 세상 2022(안)」에 관한 사항
31차	9월12일(화)	의결	「방송법」시행에 관한 위원회 규칙 일부개정안에 관한 건
32차	9월14일(목)	의결	한국디엠비 최다액출자자 변경승인에 관한 건
		의결	TV홈쇼핑사 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건
33차	9월20일(수)	의결	종합편성 방송채널사용사업자의 시정명령 불이행에 대한 행정처분에 관한 건 - (주)매일방송 -
		의결	보코리아-LG U+간 전기통신서비스의 도매제공 협정체결에 관한 재정 건
		의결	「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」하위 고시 개정 및 폐지에 관한 건
		의결	OBS경인TV(주)의 장애인방송 편성의무 경감에 관한 건
		보고	「방송법 시행령」일부 개정에 관한 사항
		보고	공익성 방송분야 고시 일부 개정에 관한 사항
		보고	「전기통신사업법」일부개정안에 관한 사항

회차	일자	구분	안건명
34차	9월26일(화)	의결	'방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항'(고시) 일부개정안에 관한 건
		의결	종합유선방송사업자 시설 변경허가 사전동의에 관한 건
		의결	중계유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건
		의결	방송평가위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
35차	9월28일(목)	의결	광역시 및 평창·강릉 지역 지상파 UHD 방송국 신규허가에 관한 건
		의결	2017년도 1분기 재난방송 미실시 방송사업자에 대한 과태료 부과에 관한 건
36차	10월12일(목)	의결	개인정보 유출신고 사업자 등의 개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	본인확인기관의 지정심사 계획에 관한 사항
37차	10월26일(목)	의결	방송문화진흥회 보궐이사 임명에 관한 건
38차	10월30일(월)	의결	'방송통신위원회 소관 비상대비자원관리법 시행에 관한 규정'(고시) 일부개정안에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건
		의결	'방송광고 결합판매 지원고시' 일부 개정안에 관한 건
39차	11월2일(목)	의결	한국방송공사 보궐이사 추천에 관한 건
		의결	2018년 공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정에 관한 건
		의결	공익성방송분야 고시 일부개정(안)에 관한 건
		보고	공동주택 케이블TV 단체계약 제도개선에 관한 사항
40차	11월15일(수)	의결	위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		보고	APEC CPBR 국내 인증기관 지정에 관한 사항
		보고	'재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준' 일부개정안에 관한 사항
		보고	'방송프로그램 등의 편성에 관한 고시' 일부 개정안에 관한 사항
41차	11월27일(월)	의결	포항 특별재난지역 선포에 따른 수신료 면제에 관한 건
		의결	2017년 종합편성 방송채널사용사업자 재승인에 관한 건
		의결	방송광고판매대행사업자((주)엠비엔미디어랩) 재허가에 관한 건
		의결	2016년도 방송평가 결과에 관한 건
42차	11월28일(화)	의결	종합유선방송사업자 시설 변경허가 사전동의에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건
43차	12월6일(수)	의결	제4기 위원회 비전 및 주요 정책과제에 관한 건
		의결	「방송법 시행령」 일부 개정(안)에 관한 건
		의결	초고속인터넷 및 결합상품 서비스 해지제한 관련 이용자이익 침해행위에 대한 시정조치(안)에 관한 건
44차	12월11일(월)	의결	한국방송공사 협찬고지 법규위반 행정처분에 관한 건
		의결	대구문화방송의 협찬고지 법규위반 행정처분에 관한 건
		보고	방송통신발전기금 운용관리규정(고시) 일부개정안에 관한 사항

회차	일자	구분	안건명
45차	12월12일(화)	의결	O2O사업자 개인정보보호 법규 위반에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	(주)비티씨코리아닷컴의 개인정보 유출사고에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	'바이오정보 보호 가이드라인' 전면 개정안에 관한 사항
46차	12월19일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 안건
47차	12월20일(수)	의결	2017년 공동체라디오방송사업자 재허가에 관한 건
		의결	종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건
		의결	제2차 지역방송발전지원계획에 관한 건
		의결	방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 일부개정안에 관한 건
		보고	'경제적 이익 등 제공의 부당한 이용자 차별행위 세부기준' 제정안에 관한 사항
48차	12월21일(목)	의결	통신사 영업점 등 24개사의 개인정보보호 법규 위반에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	2017년 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과에 관한 사항
		보고	2017년 등록대상 방송사업자 콘텐츠 제작역량평가결과에 관한 사항
49차	12월26일(화)	의결	2017년 지상파방송사업자 재허가에 관한 건
		의결	신규 본인확인기관 지정에 관한 건
		보고	장애인방송 프로그램 제공 가이드라인 마련에 관한 사항
50차	12월27일(수)	의결	'방송통신발전기금 운용·관리규정'(고시) 일부개정안에 관한 건
		의결	'재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준' 일부개정안에 관한 건
		의결	'방송광고 및 협찬고지 관련 과태료 부과 처리 지침' 일부개정안에 관한 건
51차	12월27일(수)	의결	한국방송공사 이사 해임 건의에 관한 건

3. 2017년도 주요 연월표

부록 표-6 | 2017년도 주요 연월표

2017년 1월

일 자	추진 내용
1월 5일	위원회 등 5개 부처, '미래성장동력 확보' 업무계획 발표
1월 6일	2017년 주요 업무계획 발표
1월 6일	2017년 위치정보사업자 허가계획 발표
1월 17일	이기주 상임위원, 소비자단체 간담회 개최
1월 17일	2017년 방송통신인 신년인사회 개최
1월 24일	정부3.0 우수기관 선정
1월 24일	최성준 위원장, 설 명절 맞아 전통시장 및 복지시설 방문
1월 24일	위원회-노·사, 지역 아동복지시설 방문 및 후원금 전달
1월 24일	제9기 시청자권익보호위원회 위원 위촉
1월 26일	'밥상머리 인터넷 윤리교육' 효과 발표

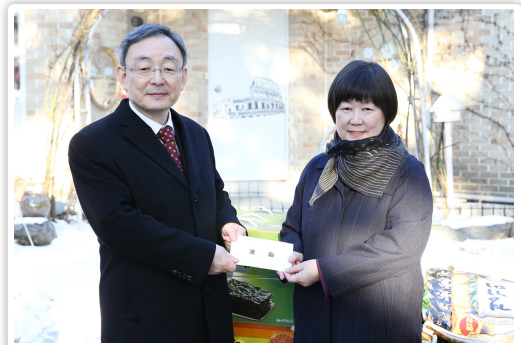
■ 2017년도 방송통신인 신년인사회 개최



■ 위원회-노·사, 지역 아동복지시설 방문 및 후원금 전달



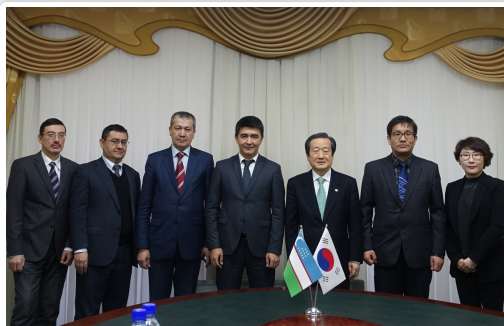
■ 최성준 위원장, 설 명절 맞아 전통시장 및 복지시설 방문



2017년 2월

일 자	추진 내용
2월 6일	2016년 사이버안심존 서비스 운영효과 발표
2월 7일	온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인 발표
2월 10일	최성준 위원장, 이동사 CEO와 신년간담회 개최
2월 13일	김재홍 부위원장, 우즈베크 정보통신기술개발부와 교류협력 논의
2월 20일	최성준 위원장, 태국 국가방송통신위원회와 MOU 체결 및 면담
2월 21일	혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 사업 효과 발표
2월 22일	최성준 위원장, 이슬람 방송규제기관포럼(IBRAF) 국제 컨퍼런스 참석
2월 22일	최성준 위원장, 인도네시아 방송위원회(KPI)와 MOU 체결 및 면담
2월 23일	터키 라디오·TV 고등위원회(RTUK)와 MOU 체결 및 면담
2월 23일	APEC 개인정보보호분과(DPS) 부의장에 위원회 안근영 과장 선출

■ 김재홍 부위원장, 우즈베크 정보통신기술개발부와 교류협력 논의



■ 최성준 위원장, 이슬람 방송규제기관포럼(IBRAF) 국제 컨퍼런스 참석



■ 터키 라디오·TV 고등위원회(RTUK)와 MOU 체결 및 면담



■ APEC 개인정보보호분과(DPS) 부의장에 위원회 안근영 과장 선출



2017년 3월

일 자	추진 내용
3월 7일	최성준 위원장, 혁신형 중소기업 방송광고 제작지원 협약식 참석
3월 20일	2017년 위원회 방송대상 시상식 개최
3월 20일	시청자미디어센터를 통해 마을미디어교육 지원 사업 추진
3월 21일	위원회-한국정보화진흥원(NIA), 제8기 한국인터넷드림단 발대식 개최
3월 22일	지자체와 시·청각장애인용 TV 보급 MOU 체결
3월 23일	최성준 위원장, 2018 평창동계올림픽 개·폐회식장과 국제방송센터(IBC) 건설현장 방문 및 점검
3월 23일	2018년 평창동계올림픽 협업방안을 논의하기 위한 간담회 개최
3월 24일	위원회-행정자치부, 스마트폰 앱 접근권한 개인정보보호 안내서 발표
3월 28일	2016년 하반기 스캠 유통현황 발표
3월 30일	정부3.0 방송통신 정책고객 대표자 회의 개최하여 의견 및 애로사항 청취
3월 31일	최성준 위원장, 찾아가는 미디어나눔버스 오픈행사 참석

■ 최성준 위원장, 혁신형 중소기업 방송광고 제작지원 협약식 참석



■ 2017년 위원회 방송대상 시상식 개최



■ 위원회-한국인터넷진흥원(NIA), 제8기 한국인터넷드림단 발대식 개최



■ 지자체와 시·청각장애인용 TV 보급 MOU 체결



■ 최성준 위원장, 2018 평창동계올림픽 개·폐회식장과 국제방송 센터(IBC) 건설현장 방문 및 점검



■ 정부3.0 방송통신 정책고객 대표자 회의 개최하여 의견 및 애로사항 청취



■ 최성준 위원장, 찾아가는 미디어나눔버스 오픈행사 참석



2017년 4월

일 자	추진 내용
4월 3일	최성준 위원장, 12개 기업 CPO들과 개인정보보호 정책 간담회 개최
4월 3일	스마트폰 앱 접근권한 개인정보보호 안내서 및 온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인에 대한 설명회 개최
4월 6일	전남교육청, 한국무선인터넷산업협회(MOIBA)와 사이버안심존 MOU 체결
4월 13일	찾아가는 방송통신교실 강사단 발대식 개최 및 한국시각장애인연합회와 교육 MOU 체결
4월 13~14일	행복·소통·희망 위원회 만들기 위한 노사협력위원회 및 노사합동워크숍 개최
4월 24일	사이버폭력 예방을 위한 예술 체험형 공연교육 추진(~11월)
4월 26일	위드이노베이션 개인정보 유출 침해사고 조사 결과 발표
4월 28일	로밍서비스 바로 알기 캠페인 실시

■ 최성준 위원장, 12개 기업 CPO들과 개인정보보호 정책 간담회 개최



■ 찾아가는 방송통신교실 강사단 발대식 개최 및 한국시각장애인연합회와 교육 MOU 체결



■ 찾아가는 방송통신교실 강사단 발대식 개최 및 한국시각장애인연합회와 교육 MOU 체결



■ 행복·소통·희망 위원회 만들기 위한 노사협력위원회 및 노사합동워크숍 개최



■ 행복·소통·희망 위원회 만들기 위한 노사협력위원회 및 노사합동워크숍 개최



■ 사이버폭력 예방을 위한 예술 체험형 공연교육 추진



■ 사이버폭력 예방을 위한 예술 체험형 공연교육 추진



■ 로밍서비스 바로 알기 캠페인 실시



2017년 5월

일 자	추진 내용
5월 1일	인터넷콘텐츠를 가리는 '플로팅 광고' 운영실태 점검 결과 발표
5월 4일	2016년 미디어다양성 조사 연구 발간
5월 12일	우리나라 개인정보보호 관리체계(PIMS) 국제표준으로 제정
5월 20일	제1기 대학생 인터넷드림단 발대식 개최
5월 23일	방송통신정책 수립을 위한 전문가 회의 개최

■ 제1기 대학생 인터넷드림단 발대식 개최



■ 방송통신정책 수립을 위한 전문가 회의 개최



2017년 6월

일 자	추진 내용
6월 1일	고삼석 위원장 직무대행, 제30회 정보문화의 달 기념식 참석
6월 2일	고삼석 위원장 직무대행, 방송학회 토론회 참석
6월 7일	위원회-행정자치부, 글로벌 개인정보보호 인증제도 가입
6월 7~16일	위원회-금융감독원, 대포통장 모집광고 급증에 따른 금융사기 예방 문자 발송
6월 15일	2017 이동사와 함께하는 개인정보보호 캠페인 협약식 개최
6월 22일	김석진 상임위원, 수원보호요양원 찾아 국가유공자 및 유족 위문
6월 30일	2016년 방송사업자 재산상황 공표
6월 30일	고삼석 상임위원, '제4차 산업혁명과 ICT' 컨퍼런스 참석

■ 고삼석 위원장 직무대행, 제30회 정보문화의 달 기념식 참석



■ 2017 이동사와 함께하는 개인정보보호 캠페인 협약식 개최



■ 김석진 상임위원, 수원보호요양원 찾아 국가유공자 및 유족 위문



■ 고삼석 상임위원, '제4차 산업혁명과 ICT' 컨퍼런스 참석



2017년 7월

일 자	추진 내용
7월 21일	자녀 정보로 알리미서비스 시행
7월 25~26일	로밍서비스 바로알기 캠페인 실시
7월 26~27일	2017 한국인터넷드림단 하계캠프 개최
7월 26일	스마트 수어방송서비스 시범방송 실시

로밍서비스 바로알기 캠페인 실시



로밍서비스 바로알기 캠페인 실시



2017 한국인터넷드림단 하계캠프 개최



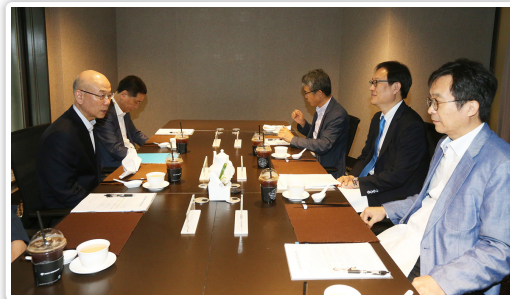
2017년 8월

일 자	추진 내용
8월 3일	허욱 상임위원, 위원회 부위원장에 선출
8월 3일	시·청각장애인용 TV 저소득층 보급 개시
8월 6일	이호성 위원장, KT 해화지사 방문하여 관계자 격려 및 안전점검 실시
8월 8일	허욱 부위원장, 독립PD협회와 간담회 개최
8월 9일	소비자단체 대표자와 간담회 개최
8월 10일	2016년 매체교환율 및 2016년 방송사업자의 시청점유율 산정 결과 발표
8월 10일	2016년 장애인방송 제공 실적 평가 결과 발표
8월 11일	이호성 위원장, 방송관련 학회장과 간담회 개최
8월 18일	이호성 위원장, 알뜰통신사업자 대표와 간담회 개최
8월 22일	위원회-과학기술정보통신부, 문재인 대통령 주재로 핵심정책토의 개최
8월 25일	규제채설계를 위한 직원 교육 실시
8월 28일	이통사와 함께하는 개인정보보호 캠페인 실시(~9월)
8월 28일	위원회-충북교육청-한국무선인터넷산업연합회(MOIBA), 사이버안심존 MOU 체결
8월 28일	이호성 위원장, 통신정책자문 간담회 개최
8월 30일	허욱 부위원장, 김석진·표철수 상임위원, KT융합기술원 방문 및 애로사항 청취
8월 30일	이호성 위원장, 외주제작 관련 협회 대표 등과 간담회 개최
8월 31일	2017년 방송콘텐츠 제작역량 평가 기본계획 발표
8월 31일	방방곡곡 '찾아가는 방송통신교육' 실시
8월 31일	허욱 부위원장, 2017 대전미디어페스티벌 참석

■ 소비자단체 대표자와 간담회 개최



■ 이호성 위원장, 방송관련 학회장과 간담회 개최



■ 위원회-충북교육청-MOIBA, 사이버안심존 MOU 체결



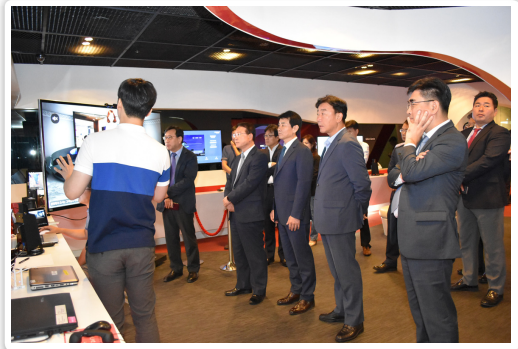
■ 이호성 위원장, 통신정책자문 간담회 개최



■ 이효성 위원장, 외주제작 관련 협회 대표 등과 간담회 개최



■ 허욱 부위원장, 김석진·표철수 상임위원, KT융합기술원 방문 및 애로사항 청취



■ 허욱 부위원장, 2017 대전미디어페스티벌 참석



■ 방방곡곡 '찾아가는 방송통신교육' 실시



■ 이효성 위원장, KT 해화지사 방문하여 관계자 격려 및 안전 점검 실시



■ 이효성 위원장, 알뜰통신사업자 대표와 간담회 개최



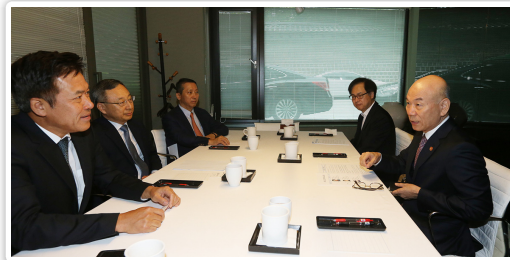
2017년 9월

일 자	추진 내용
9월 1일	제54회 방송의 날 기념 방송진흥유공 정부포상 시상식 개최
9월 3일	온라인 개인정보 5대 민원 사이다 발표
9월 4일	2017 아름다운 인터넷 세상 선포식 개최
9월 4일	이효성 위원장, 서울삼성초등학교 방문하여 학부모들과 소통 간담회 개최
9월 6일	이효성 위원장, 통신3사 대표와 간담회 개최
9월 7일	이효성 위원장, 몰카 등 인권침해 영상물 대책관련 국·내외 인터넷 기업 간담회 개최
9월 8일	한국교육방송공사 사장에 장해량 선임
9월 13일	2017 인터넷문화 정책자문위원회 개최
9월 13일	이효성 위원장, 소통하는 활기찬 위원회 만들기 특강 개최
9월 13일	자율주행차 개인·위치정보 보호기준 연구반 회의 개최
9월 18일	2017 인터넷 내정보 지킴이 캠페인 실시(~11월)
9월 18일	한·태 방송콘텐츠 교류협력 및 공동제작 활성화를 위한 회의 개최
9월 18~23일	김석진 상임위원, 국제방송장비전시회(IBC) 참관 및 네덜란드, 포르투갈 방문
9월 20일	2017 인터넷드림 창작동요제 개최
9월 22~23일	2017 세계우수광고 상영회 개최
9월 26일	한국방송작가협회 관계자 간담회 개최
9월 27일	김석진 상임위원, 개인정보보호 교육 현장 방문
9월 27일	로밍서비스 바로알기 캠페인 실시
9월 28일	2016년 N스크린 시청행태 조사 결과 발표
9월 28일	몰카 등 인권침해 영상물 유통방지 관련 웹하드 사업자 설명회 개최
9월 28일	이효성 위원장, 추석 연휴기간 앞두고 이동통신 유통점 현장 방문
9월 29일	2017년 상반기 스펀 유통현황 발표
9월 29일	방송사-외주사간 공정거래 환경조성 세미나 개최

2017 아름다운 인터넷 세상 선포식 개최



이효성 위원장, 통신3사 대표와 간담회 개최



이효성 위원장, 소통하는 활기찬 위원회 만들기 특강 개최



2017 인터넷문화 정책자문위원회 개최



■ 한·태 방송콘텐츠 교류협력 및 공동제작 활성화를 위한 회의 개최



■ 2017 인터넷드림 창작동요제 개최



■ 한국방송작가협회 관계자 간담회 개최



■ 이호성 위원장, 추석 연휴기간 앞두고 이동통신 유통점 현장 방문



■ 몰카 등 인권침해 영상물 유통방지 관련 웹하드 사업자 설명회 개최



■ 방송사-외주사간 공정거래 환경조성 세미나 개최



2017년 10월

일 자	추진 내용
10월 16~17일	표철수 상임위원, 국제 콘텐츠마켓 참석
10월 18일	이호성 위원장, 2018 평창동계올림픽 개·폐회식장 및 국제방송센터(IBC)를 방문하여 준비현황 점검 및 홍보방안 논의
10월 19일	2017 인터넷드림 창작음악제 개최
10월 19일	방송 독립성 제고를 위하여 방송미래발전위원회 구성하여 전체회의 개최
10월 23일	규제정비 방향 제시 및 2017년 규제정비계획 발표
10월 26일	방송문화진흥회 보궐이사 선임
10월 27일	제4기 위원회 정책방향 및 과제 정립을 위한 의견수렴 토론회 개최
10월 31일~11월 3일	제8회 방송통신 이용자주간 개최

■ 이호성 위원장, 2018 평창동계올림픽 개·폐회식장 및 국제방송센터(IBC)를 방문하여 준비현황 점검 및 홍보방안 논의



■ 방송 독립성 제고를 위하여 방송미래발전위원회 구성하여 전체회의 개최



■ 제4기 위원회 정책방향 및 과제 정립을 위한 의견수렴 토론회 개최



2017년 11월

일 자	추진 내용
11월 1일	이효성 위원장, 방송재난 대비 SBS 본사 현장훈련 점검
11월 2일	위원회-한국방송광고진흥공사(KOBACO), 2017 공익광고제 개최
11월 9일	위원회-한국인터넷진흥원(KISA), 제2회 개인정보보호 모의재판 경연대회 개최
11월 13일	2017 시청자미디어대상 시상식 개최
11월 13~17일	2017 시청자미디어축제 주간 행사 개최
11월 14일	김석진 상임위원, 2018 평창동계올림픽 국제방송센터(IBC) 및 개·폐회식장 방문 및 점검
11월 15일	제5기 남북방송통신교류추진위원회 위원 위촉
11월 17일	미디어교육 컨퍼런스 개최
11월 20일	제2차 지역방송발전지원계획 수립을 위한 의견수렴 공청회 개최
11월 20일	한·EU 개인정보보호 협력을 위한 공동성명 발표
11월 21일	벨기에 개인정보보호위원회(CPP) 방문 및 개인정보보호 협력 강화
11월 22일	이효성 위원장, 프랑스 정보자유국가위원회(CNIL) 위원장과 협력 만남
11월 23일	2017년 미디어다양성증진 국제컨퍼런스 개최
11월 27일	2016년도 방송평가 결과 발표
11월 28일	이효성 위원장, 서울시 터널 재난방송 수신시설 점검
11월 29일	방송통신 정책 아이디어 국민 공모전 시상식 개최
11월 30일	2017 인터넷 윤리대전 개최
11월 30일	방송콘텐츠 교류 활성화 국제 포럼 개최

■ 이효성 위원장, 방송재난 대비 SBS 본사 현장훈련 점검



■ 2017 시청자미디어대상 시상식 개최



■ 제5기 남북방송통신교류추진위원회 위원 위촉식



■ 한·EU 개인정보보호 협력을 위한 공동성명 발표



■ 벨기에 개인정보보호위원회(CPP) 방문 및 개인정보보호 협력 강화



■ 이효성 위원장, 프랑스 정보자유국가위원회(CNIL) 위원장과 협력 만남



■ 이효성 위원장, 서울시 터널 재난방송 수신시설 점검



■ 방송통신 정책 아이디어 국민 공모전 시상식 개최



■ 2017 인터넷 윤리대전 개최



■ 방송콘텐츠 교류 활성화 국제 포럼 개최



2017년 12월

일 자	추진 내용
12월 5일	2017 남북 방송통신 국제컨퍼런스 개최
12월 6일	제4기 위원회 4대 목표 및 10대 정책과제 발표
12월 6일	클린인터넷방송협의회 발대식 및 인터넷개인방송 자율규제 방안 모색 세미나 개최
12월 8일	제5차 보편적시청권보장위원회 개최
12월 12일	바이오정보 보호 가이드라인 발표
12월 12일	비티씨코리아닷컴에 대한 조사결과 발표
12월 12일	2017 개인정보보호인의 밤 행사 개최
12월 13일	고삼석 상임위원, 중국의 방송통신 유관기관 방문
12월 13일	인터넷사업자 대표와 간담회 개최
12월 14일	이호성 위원장, SKT 고객센터 현장방문 및 상담원과 간담회 개최
12월 14일	이호성 위원장, KT 네트워크 관제센터 방문 및 현장점검 실시
12월 15일	제4기 방송통신 정책고객 대표자 회의 개최
12월 15일	이호성 위원장, EBS 디지털통합사옥 현장 방문 및 시설점검
12월 19일	위원회 등 5개 부처합동, '방송프로그램 외주제작시장 불공정관행 개선 종합대책' 발표
12월 20일	제2차 지역방송발전지원계획 발표
12월 20일	'경제적 이익 등 제공의 부당한 이용자 차별행위에 관한 세부기준' 발표
12월 21일	2017년 방송콘텐츠 제작역량 평가결과 발표
12월 21일	전기통신사업자 이용자 보호업무 평가 결과 발표
12월 22일	위원회·국회, 인터넷 표현의 자유 증진을 위한 임시조치 제도 개선 토론회 개최
12월 26일	시청자미디어재단 이사장 및 비상임 이사 3명 임명
12월 27일	2017 제1기 대학생 한국인터넷리더단 활동 결산 발표
12월 27일	웹팩스 스팸 간편신고 서비스 실시
12월 28일	ISMS 인증과 PIMS 인증 통합 발표
12월 28일	방송분야 금지행위 익명 제보센터 개설

2017 남북 방송통신 국제컨퍼런스 개최



클린인터넷방송협의회 발대식 및 인터넷개인방송 자율규제 방안 모색 세미나 개최



■ 2017 개인정보보호인의 밤 행사 개최



■ 인터넷사업자 대표와 간담회 개최



■ 이효성 위원장, SKT 고객센터 현장방문 및 상담원과 간담회 개최



■ 이효성 위원장, KT 네트워크 관제센터 방문 및 현장점검 실시



■ 제4기 방송통신 정책고객 대표자 회의 개최



■ 위원회·국회, 인터넷 표현의 자유 증진을 위한 임시조치 제도 개선 토론회 개최



4. 영문 약어

부록 표-7 | 영문 약어

약어	내용
5G (5th Generation)	5세대 이동 통신(28GHz의 초고대역 주파수를 사용하는 이동통신 기술)
AFC (Asian Football Confederation)	아시아축구연맹
AGCOM (Autorita per le Garanzie nelle Comunicazioni)	이탈리아 통신규제위원회
AIBD (Asia-Pacific Institute of Broadcasting Development)	아시아태평양방송개발기구
AM (Amplitude Modulation)	송신될 신호에 따라 반송파의 진폭을 변화시키는 방식의 전자 통신 방법
AP (Application Processor)	모바일용 메모리 칩으로 각종 어플리케이션 작동과 그래픽 처리를 담당하는 핵심 반도체
APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation)	아시아태평양경제협력체
ARS (Automatic Response System)	기계에 의해 자동적으로 음성 응답하도록 하는 자동응답시스템
AS (After-Sales Service)	상품판매를 효과적으로 하기 위한 사후 서비스
ATF (Asia Television Forum)	아시아텔레비전포럼
BCM (Busan Contents Market)	부산콘텐츠마켓
BCWW (Broad-Cast World-Wide)	국제방송영상경연본시
CATV (Community Antenna Television)	텔레비전 수신자가 방송국에서 멀리 떨어져 있거나 산간에서 전파가 약하여 수신조건이 나쁜 지역을 위해 하나의 메인안테나로 전파를 수신하고 그것을 증폭하여 가입자에게 재송전하는 시스템
CBPR (Cross Border Privacy Rules)	글로벌 개인정보보호 인증체계
CDMA (Code Division Multiple Access)	코드 분할 다중접속(이동통신에서 코드를 이용한 다중접속 기술 중 하나)
CEO (Chief Executive Officer)	기업의 목적달성을 위해서 경영활동을 계획·지휘·조정하는 기업의 관리주체
CMF (Community Media Foundation)	시청자미디어재단
CNiL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés)	프랑스 개인정보보호 감독기구
CoE (Council of Europe)	유럽평의회
CPO (Chief Privacy Officer)	고객의 개인정보를 사이버범죄로부터 보호하고 관리하는 운영정책을 맡고 있는 전문가
CPP (Commission for the Protection of Privacy)	벨기에 개인정보보호위원회
CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisual)	프랑스 시청각고등평의회
CvdM (Commissariaat voor de Media)	네덜란드 미디어위원회
DB (Data Base)	자료 기지 또는 자료틀

약어	내용
DMB(Digital Multimedia Broadcasting)	음성, 영상 등 다양한 멀티미디어 신호를 디지털 방식으로 고정·휴대·차량용 수신기에 제공하는 방송 서비스
DPS(Double Play Service)	초고속인터넷, 인터넷전화 등 2가지 상품을 결합하여 제공하는 서비스
EAFF(East Asian Football Federation)	동아시아축구연맹
ECSG-DPS(Electronic Commerce Steering Group - Data Privacy Subgroup)	전자상거래위원회 개인정보보호분과
EEA(European Economic Area)	유럽경제지역
EPG(Electronic Program Guide)	전자프로그램가이드(시청자가 텔레비전 화면 메뉴에서 방송프로그램과 부가서비스를 검색하고 선택할 수 있도록 지원하는 시스템)
ERC(Entidade Reguladora para a Comunicação)	포르투갈 미디어규제위원회
EU(European Union)	독일, 프랑스, 아일랜드, 벨기에 등이 속한 유럽연합
FCC(Federal Communications Commission)	미국연방통신위원회(미국의 정보통신 분야를 규제·감독하는 행정기관)
FIFA(Fédération Internationale de Football Association)	국제축구연맹(세계 축구 경기를 통할하는 국제단체)
FM(Frequency Modulation)	변조신호에 따라 반송파의 진폭은 변하지 않고 주파수만이 변화하는 주파수 변조방식
FTA(Free Trade Agreement)	자유무역협정(특정 국가 간의 상호 무역증진을 위해 물자나 서비스 이동을 자유화시키는 협정)
FTC(Federal Trade Commission)	미국연방거래위원회(독점금지법의 실시상황의 감사, 불공정경쟁의 방지, 과대광고의 단속 등에 임하는 미국의 대표적인 경제 규제기관)
GDP(Gross Domestic Product)	국내총생산(한 나라의 영역 내에서 가계, 기업, 정부 등 모든 경제 주체가 일정기간 동안 생산활동에 참여하여 창출한 부가가치 또는 최종 생산물을 시장가격으로 평가한 합계)
GDPR(General Data Protection Regulation)	일반개인정보보호규정
GPS(Global Positioning System)	GPS 위성에서 보내는 신호를 수신해 사용자의 현재 위치를 계산하는 위성항법시스템
GSR(Global Symposium for Regulators)	세계규제자심포지엄
GZDOC(Guangzhou International Documentary Film Festival, China)	광저우 다큐피칭포럼
HD(High Definition)	고선명 화질
IBC(International Broadcasting Convention)	국제방송장비전시회
IBRAF(Islamic Cooperation Broadcasting Regulatory Authorities Forum)	이슬람 방송규제기관포럼
ICDPPC(International Conference of Data Protection and Privacy Commissioners)	개인정보보호 감독기구 국제회의
ICT(Information and Communications Technology)	정보통신기술(전기 통신과 컴퓨터를 결합한 고도의 신사회 기반을 형성하는 기술 분야)
ID(Identification)	여러 사람이 공유하고 있는 정보통신망 또는 컴퓨터에서 각각의 사용자에게 부여된 고유한 명칭(기호)

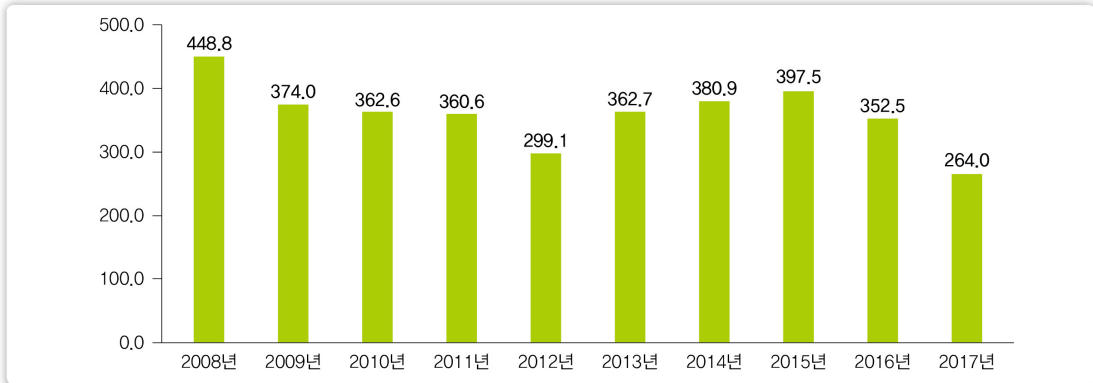
약어	내용
IIC(International Institute of Communications)	국제방송통신기구
IMF(International Monetary Fund)	국제통화기금
IoT(Internet of Things)	사물인터넷(생활 속 사물들을 유무선 네트워크로 연결해 정보를 공유하는 환경)
IP(Internet Protocol)	송신 호스트와 수신 호스트가 패킷 교환 네트워크(패킷 스위칭 네트워크, Packet Switching Network)에서 정보를 주고받는 데 사용하는 정보 위주의 규약
IPTV(Internet Protocol Television)	초고속 인터넷망을 이용하여 제공되는 양방향 텔레비전 서비스
ISMS(Information Security Management System)	정보보호 관리체계 시스템
JOP(Joint Oversight Panel)	합동감독패널
KABC(Korea Audit Bureau of Certification)	한국ABC협회
KISDI(Korea Information Society Development Institute)	정보통신정책연구원
KNN(Korea New Network)	부산·경남지역 일원에 방송 서비스를 하는 지역 민영방송사
KOMINFO(Kementerian Komunikasi dan Informatika)	인도네시아 정보통신기술부
LBS(Location Based Service)	이동통신망과 IT기술을 종합적으로 활용한 위치정보기반의 시스템과 서비스
LED(Light Emitting Diode)	발광 다이오드, 갈륨비소 등의 화합물에 전류를 흘려 빛을 발산하는 반도체소자
LTE(Long Term Evolution)	휴대전화 네트워크의 용량과 속도를 높이기 위해 고안된 무선통신기술
MCN(Multi Channel Network)	다중 채널 네트워크(1인 혹은 중소 콘텐츠 창작자들과 제휴해 마케팅, 저작권 관리, 콘텐츠 유통 등을 지원, 관리하는 사업)
MIC(Ministry of Information and Communication)	베트남 정보통신부
MIPCOM(Marche Internationale de Programmes Communications)	국제방송콘텐츠마켓
MITC(Ministry of Development of Information Technologies and Communications)	정보통신기술개발부
MMS(Multi Mode Service)	다채널서비스(하나의 채널에서 고화질·일반화질·오디오·데이터 채널 등 여러 개의 채널을 나눠 방송할 수 있는 다채널 서비스 또는 기술)
MOU(Memorandum Of Understanding)	양해각서(당사국 사이의 외교교섭 결과 서로 양해된 내용을 확인·기록하기 위해 정식계약 체결에 앞서 행하는 문서로 된 합의)
MPTC(Ministry of Posts and Telecommunication)	캄보디아 우정통신부
M-RBL(Mobile Real-time Blocking List)	휴대 전화의 실시간 불법 스팸 문자 및 전화번호 차단시스템
MSO(Multiple System Operator)	두개 이상의 케이블 TV를 소유·운영하는 복수종합유선방송사업자
NBTC(National Boreadcasting and Telecommunications Commission)	태국 국가방송 통신위원회

약어	내용
OECD(Organization for Economic Co-operation and Development)	경제협력개발기구
OTT(Over The Top)	인터넷 동영상 서비스(개방된 인터넷을 통하여 방송 프로그램, 영화 등 동영상을 제공하는 서비스)
P2P(Peer to Peer)	인터넷으로 다른 사용자의 컴퓨터에 접속하여 각종 정보나 파일을 교환·공유할 수 있게 해주는 서비스
PIMS(Personal Information Management System)	개인정보보호 관리체계 시스템
PP(Program Provider)	방송채널사용사업자(종합유선방송사업자 또는 위성방송사업자와 특정 채널의 전부 또는 일부 시간에 대한 전용 사용 계약을 체결하여 그 채널을 사용하는 사업자)
QPS(Quadruple Play Service)	초고속인터넷, 집전화, IPTV, 이동전화 등 4가지 상품을 결합하여 제공하는 서비스
RUTK(Radyo ve Televizyon Üst Kurulu)	터키 라디오TV고등위원회
SFN(Single Frequency Network)	단일 주파수 방송망(디지털 음성 방송(DSB) 시스템의 하나로, 비교적 소출력의 송신소를 다수 설치하여 모든 송신소에서 동일한 주파수로 방송하여 방송 서비스 영역을 이루는 방식)
SNS(Social Network Services)	소셜 네트워크 서비스(특정한 관심이나 활동을 공유하는 사람들 사이의 관계망을 구축해주는 온라인 서비스)
SO(System Operator)	종합유선방송사업자(케이블TV를 송출하는 방송사업자)
TF(Task Force)	대책위원회
TM(Tele-Marketing)	전화나 CATV에 의한 통신 판매 방식
TPS(Triple Play Service)	방송과 초고속인터넷, 인터넷전화를 한꺼번에 묶어 제공하는 서비스
TTS(Text To Service)	문자음성 자동변환 기술
UCC(User-Created Contents)	일반인이 만든 손수 제작물
UCENet(Unsolicited Communications Enforcement Network)	국제 스팸대응 협의체
UHD(Ultra High Definition)	초고선명 화질(고선명 텔레비전(HDTV)보다 16배 높은 해상도)
URL(Uniform Resource Locator)	인터넷에서 파일, 뉴스그룹과 같은 각종 자원을 표시하기 위한 표준화된 논리 주소
VC(Venture Capital)	벤처 캐피탈(잠재력이 있는 벤처 기업에 자금을 대고 경영과 기술 지도 등을 종합적으로 지원하여 높은 자본이득을 추구하는 금융자본)
VOD(Video On Demand)	주문형 비디오(가입자가 원하는 시간에 원하는 프로그램을 즉시 선택해 시청할 수 있는 양방향 영상서비스)
VR(Virtual Reality)	인간의 상상에 따른 공간과 사물을 컴퓨터에서 가상으로 만들어, 시각, 청각, 촉각을 비롯한 인간 오감을 활용한 작용으로 현실 세계에서는 직접 경험하지 못하는 상황을 아바타를 통해 간접으로 체험할 수 있도록 하는 기술
WCDMA(Wideband Code Division Multiple Access)	광대역 코드 분할 다중접속(확산대역 기술을 이용한 디지털 모바일 휴대전화에 쓰이는 표준 기술)
Wi-Fi(Wireless Fidelity)	하이파이(High fidelity)에 무선기술을 접목시킨 것으로, 고성능 무선통신을 가능하게 하는 무선랜 기술

5. 방송통신산업 부문별 현황

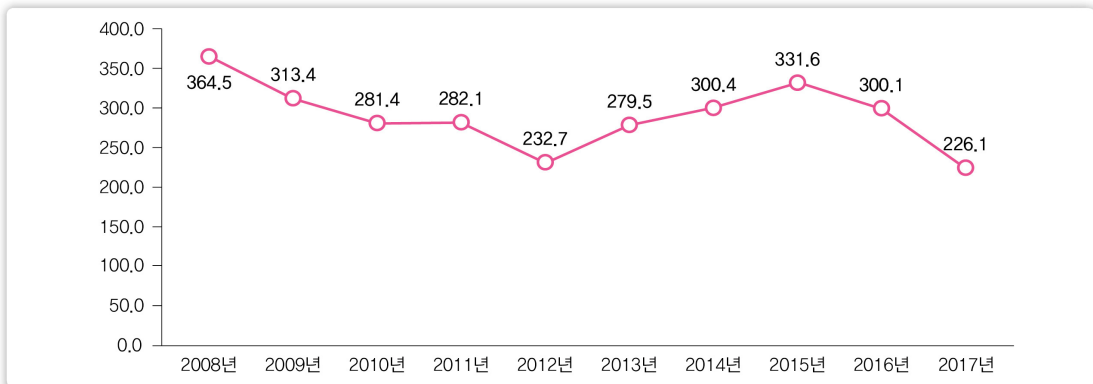
방송통신기기 전체 수출액

(단위 : 억 달러)



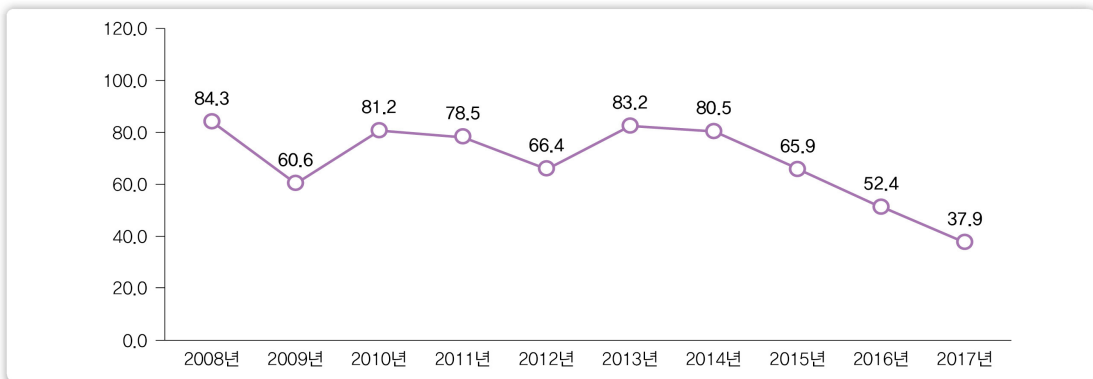
통신기기 수출액

(단위 : 억 달러)



방송기기 수출액

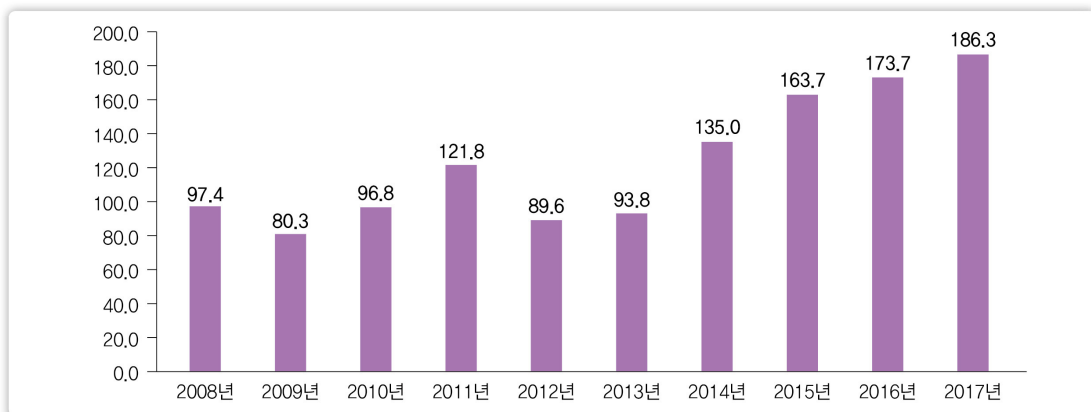
(단위 : 억 달러)



주) 한국정보통신진흥협회(2017)

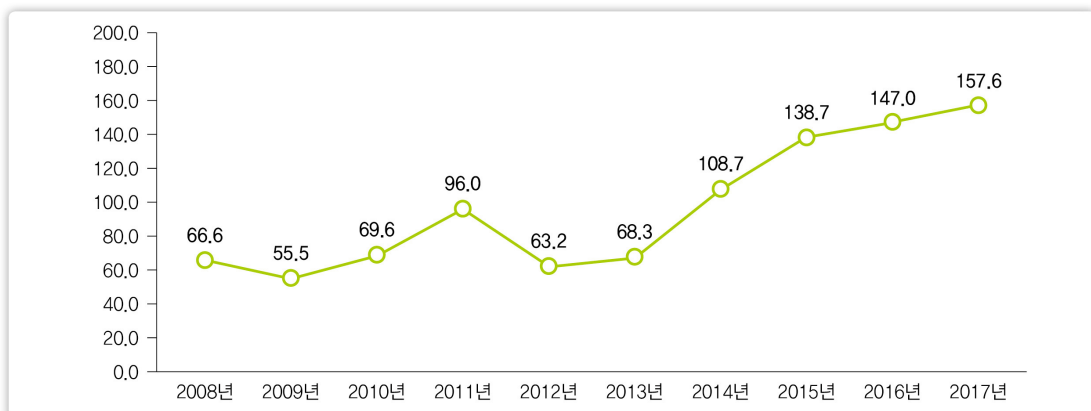
방송통신기기 수입액

(단위 : 억 달러)



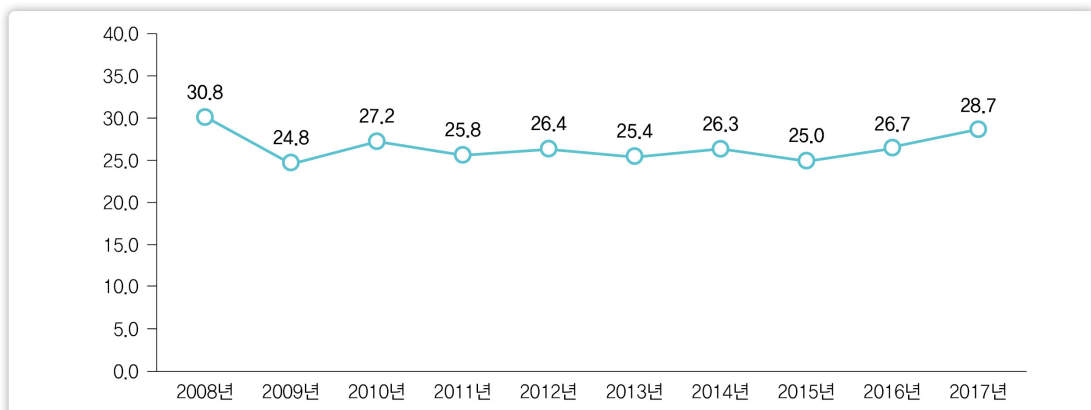
통신기기 수입액

(단위 : 억 달러)



방송기기 수입액

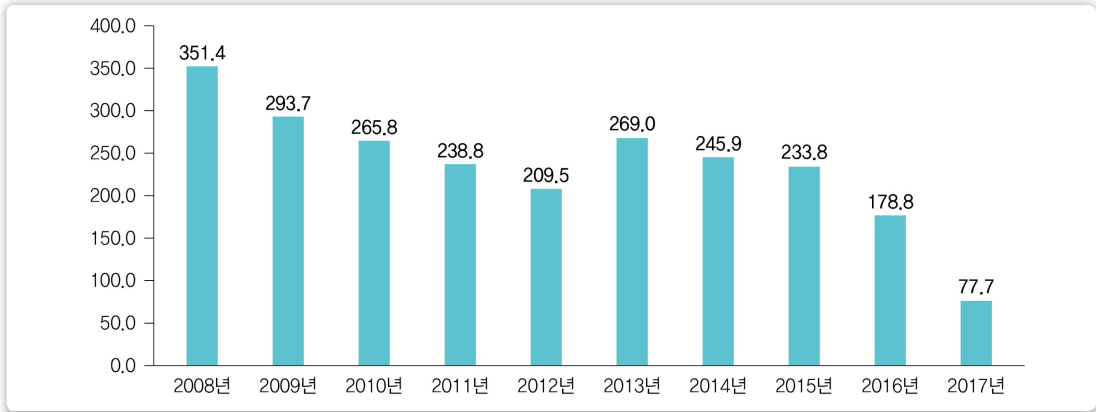
(단위 : 억 달러)



주) 한국정보통신진흥협회(2017)

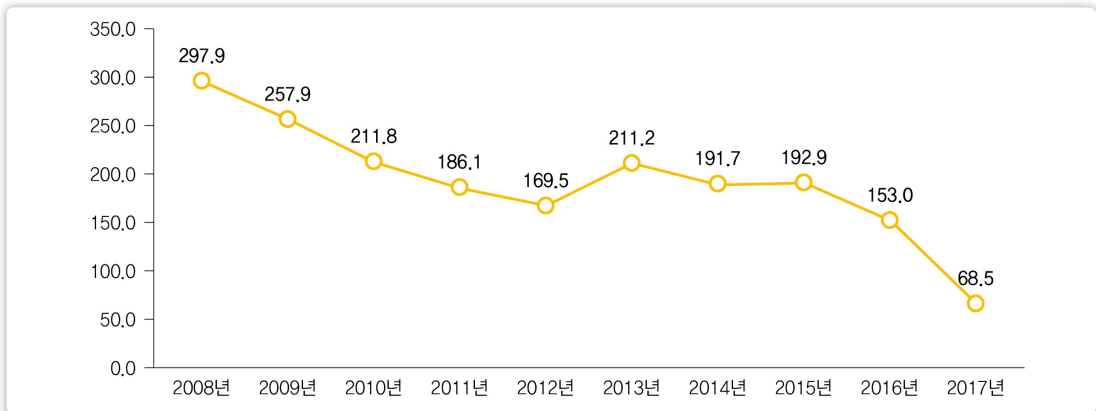
방송통신기기 무역수지

(단위 : 억 달러)



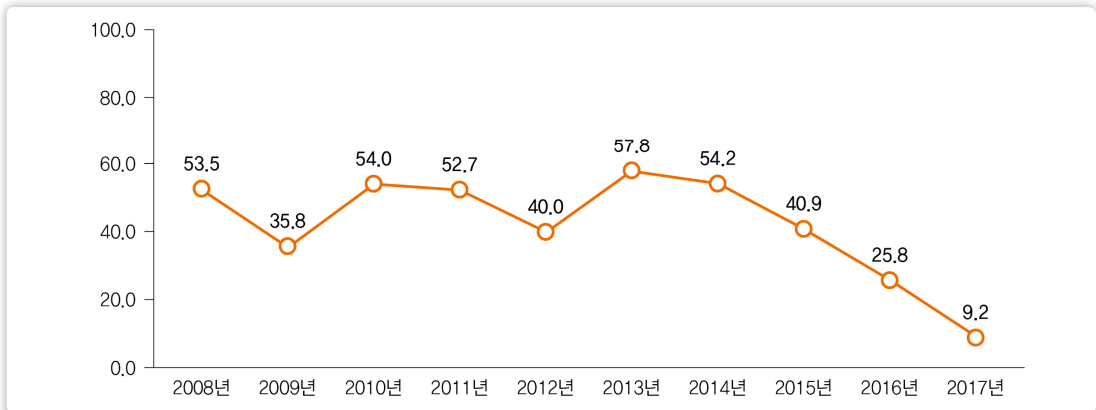
통신기기 무역수지

(단위 : 억 달러)



방송기기 무역수지

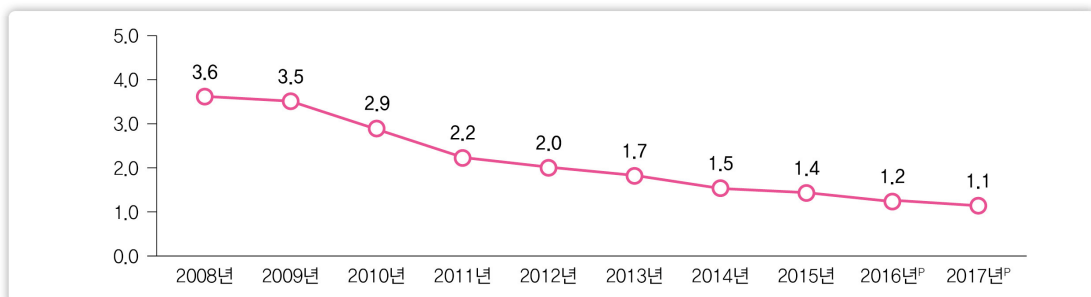
(단위 : 억 달러)



주) 한국정보통신진흥협회(2017)

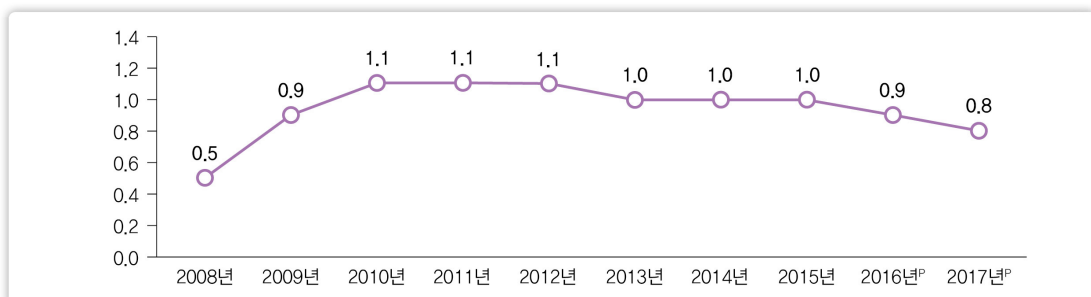
| 시내전화 매출 규모

(단위 : 조 원)



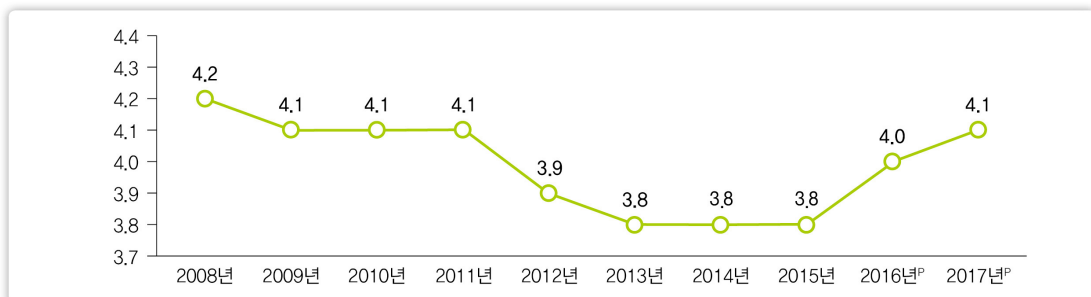
| 인터넷전화 매출 규모

(단위 : 조 원)



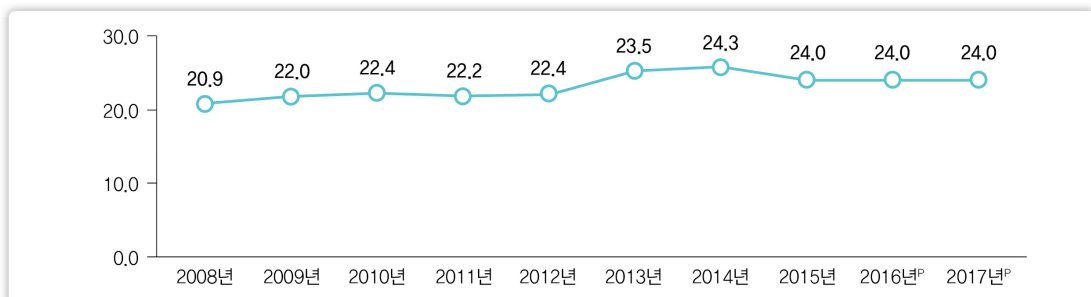
| 초고속인터넷 매출 규모

(단위 : 조 원)



| 이동통신서비스 매출 규모

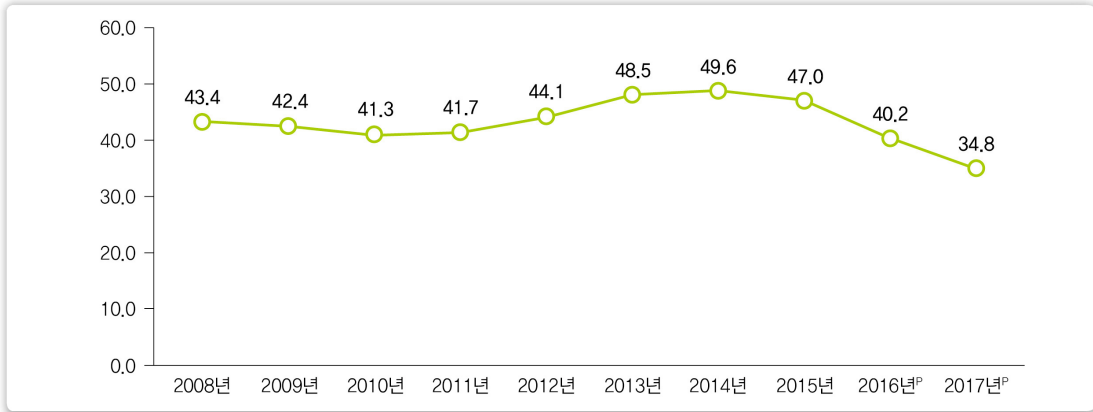
(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 이동통신서비스는 무선망 접속료 제외, 한국정보통신진흥협회(2017)

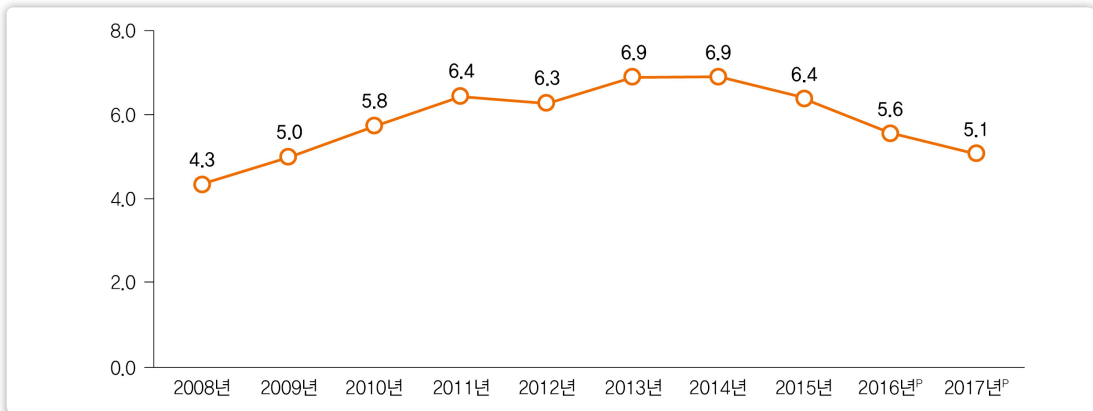
휴대단말기 매출 규모

(단위 : 조 원)



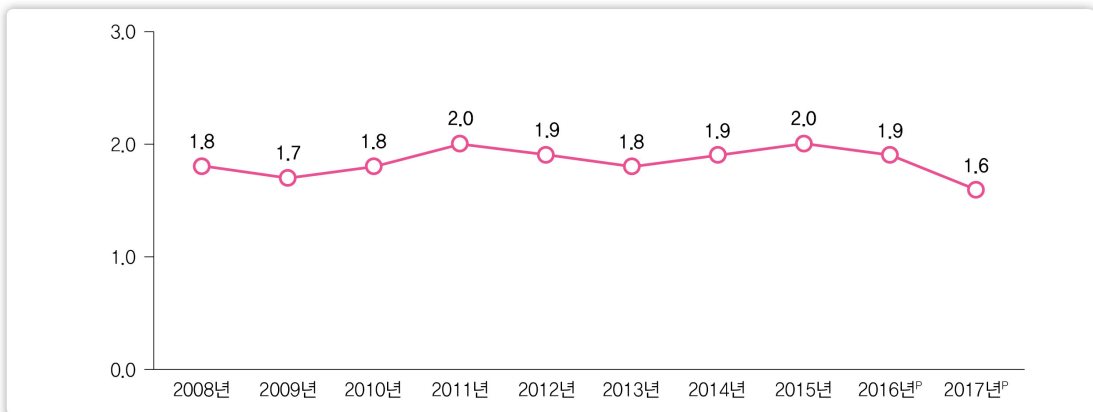
DTV 매출 규모

(단위 : 조 원)



전체 셋톱박스 매출 규모

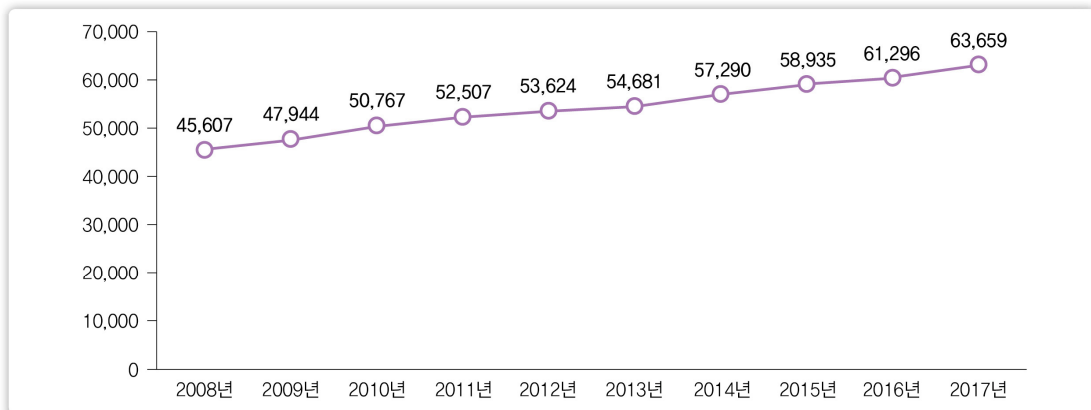
(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 한국정보통신진흥협회(2017)

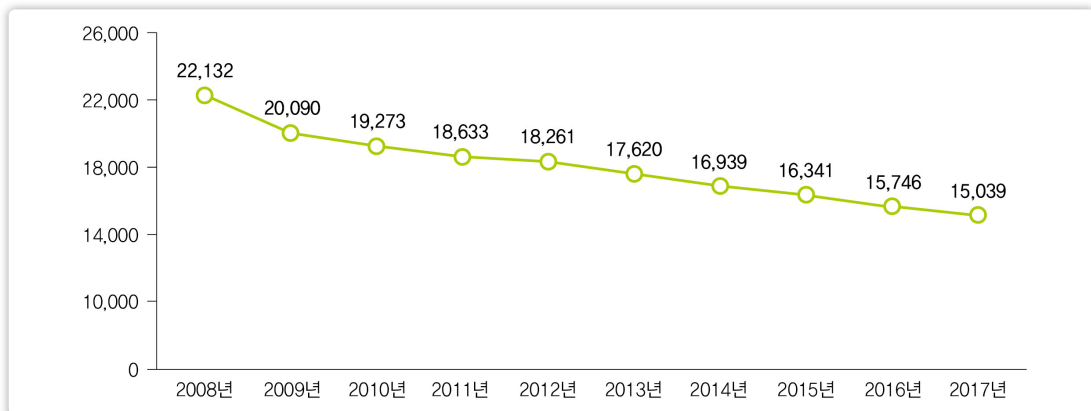
이동전화 가입자 수

(단위 : 천 명)



시내전화 가입자 수

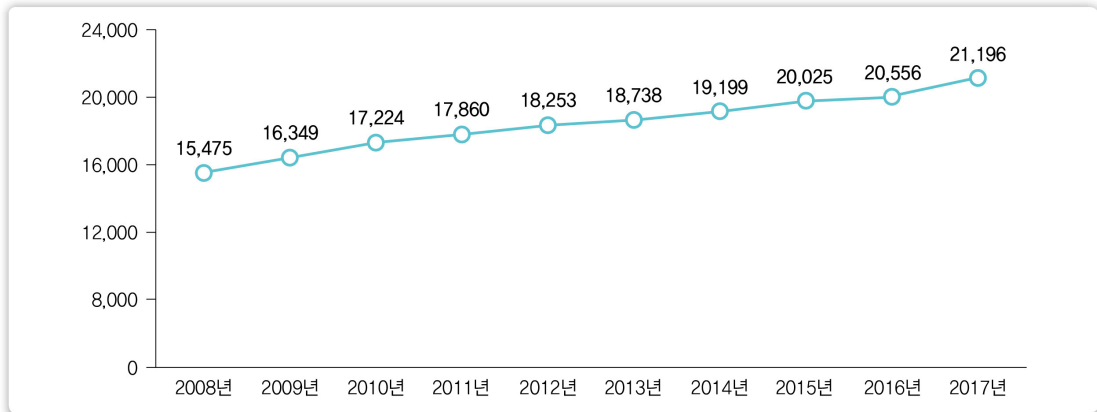
(단위 : 천 명)



주) 과학기술정보통신부(2018)

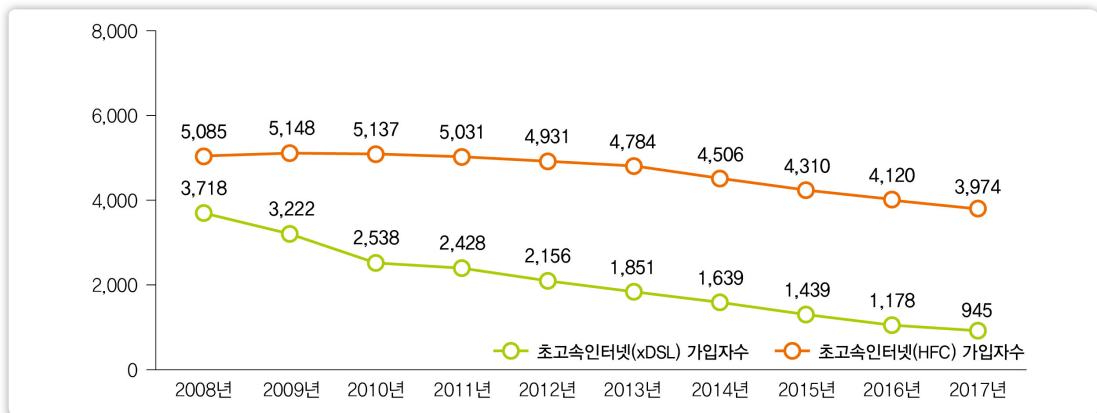
초고속인터넷 가입자 수

(단위 : 천 명)



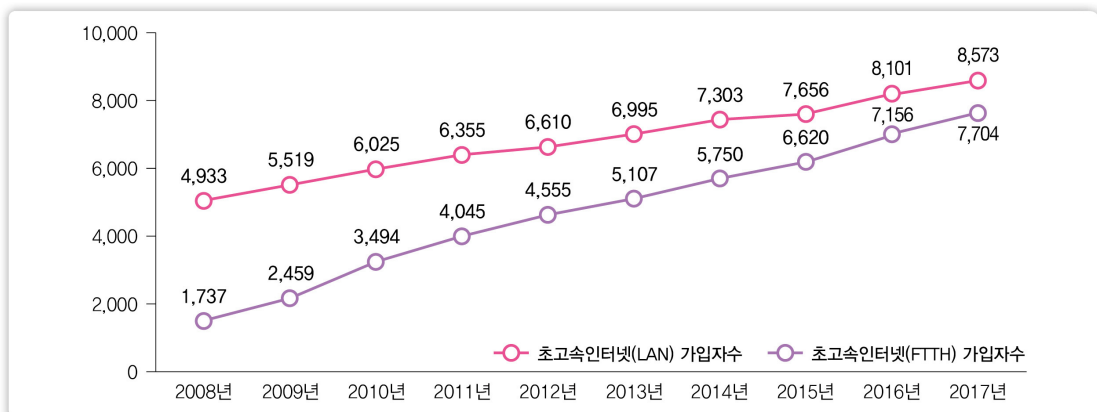
xDSL, HFC(케이블모뎀) 가입자 수

(단위 : 천 명)



아파트랜, FTTH(광케이블) 가입자 수

(단위 : 천 명)



주) 과학기술정보통신부(2018)

2017 방송통신위원회 연차보고서

발 행 일 2018년 3월

발 행 처 방송통신위원회
경기도 과천시 관문로 47(중앙동)
대표전화 : 02)500-9000
E-mail : webmaster@kcc.go.kr
Homepage : www.kcc.go.kr

비매품

