

본 연차보고서는
「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제16조에 따라
국회에 제출하기 위하여 작성한
2018년 방송통신위원회 업무수행에 관한 보고서입니다.

발 간 사



2018년은 글로벌 미디어사업자의 국내 진입과 OTT를 비롯한 방송 통신융합 서비스의 확산이 본격화되는 가운데, 융합 환경에 능동적으로 대응하기 위해 방송통신위원회가 출범한지 10년이 되는 해였습니다.

이용자의 편익을 높이고 산업을 살리는 규제를 펼치는데 집중해 온 우리 위원회의 지난 1년간의 노력과 반성, 성과를 이번 연차보고서에 담았습니다.

무엇보다, 이해관계가 참여한 이슈들을 공론화시켜서 토론을 통해 모아진 의견을 바탕으로 정책을 마련하고자 노력하였습니다.

방송의 공적 책임 강화를 위해 공영방송 지배구조 개선과 편성·제작의 자율성 제고를 위한 정책의견을 마련하여 국회에 제출하고, 국내외 사업자간 역차별 해소를 위해 해외 사업자가 개인정보 보호 책임업무를 하는 대리인을 국내에 지정하도록 제도화할 수 있었습니다.

상생하는 외주제작 환경을 만들기 위해 민간자율로 독립창작자 인권선언이 선포되도록 지원하고, 외주 인력의 근로환경 개선과 안전 확보를 위해 규칙을 정비하였습니다.

이용자의 생활 속 불편을 해소하고 피해를 예방하기 위해 새로운 서비스와 제도를 도입하는데 주력하였습니다.

자주 발생하는 이용자 분쟁 유형에 따른 해결 기준을 적용한 이동통신 맞춤형 피해구제 기준을 마련하는 한편, 디지털 성범죄 영상물 피해 예방을 위해 부가통신사업자가 영상을 삭제하도록 의무를 부과하고 통신심의가 긴급하게 이루어질 수 있게 하였습니다.

개인정보와 위치정보가 안전하게 보호되도록 사물인터넷 개인정보 보호 수칙을 공표하고 개인정보 이용 동의방법을 확대하는 동시에 관련 신산업의 활성화를 위해 사물위치정보사업의 진입규제를 완화 하였습니다.

앞으로도 끊임없는 소통과 혁신으로 방송통신 정책효과를 국민이 느끼고 누릴 수 있도록 다가오는 10년을 충실히 준비해 나가겠습니다.

감사합니다.

2019년 3월

방송통신위원회 위원장 이 효 성



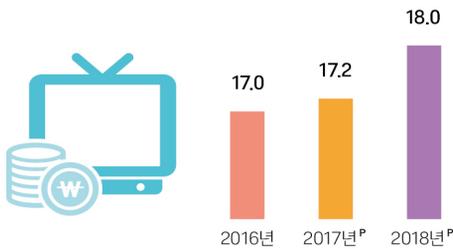
그래프로 보는 방송통신 정책성과



방송통신산업은 국가경제 성장에 지속적으로 기여하고 있습니다.

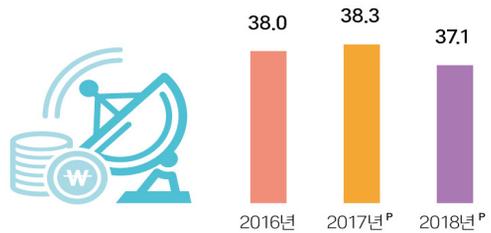
- > 2018년 국내 방송서비스 시장 매출액은 18.0조 원, 통신서비스 매출액은 37.1조 원으로 나타났습니다.
- > ICT 산업 수출액과 ICT 무역수지는 2017년 보다 증가하여 국가경제 성장에 지속적으로 기여하고 있습니다.

> 방송서비스 시장 매출액 (단위 : 조 원)



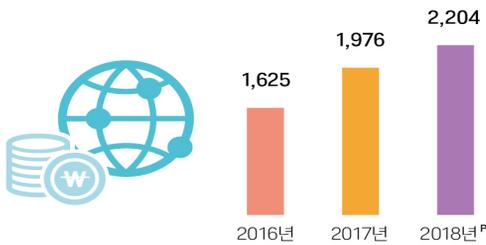
주) P : Preliminary(잠정치), 과학기술정보통신부(2019)

> 통신서비스 시장 매출액 (단위 : 조 원)



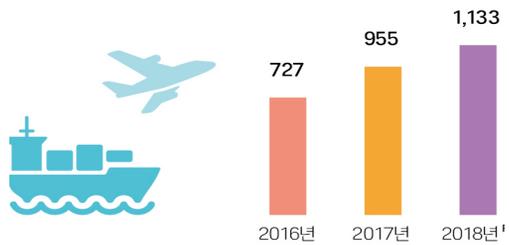
주) P : Preliminary(잠정치), 과학기술정보통신부(2019)

> ICT 산업 수출액 (단위 : 억 달러)



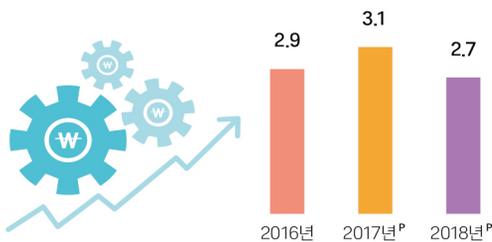
주) P : Preliminary(잠정치), 산업통상자원부, 과학기술정보통신부(2019)

> ICT 무역수지 (단위 : 억 달러)



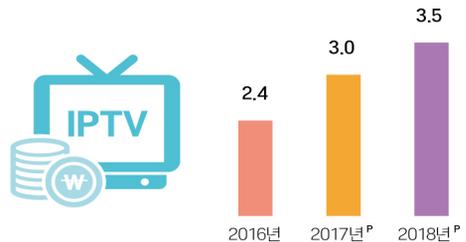
주) P : Preliminary(잠정치), 산업통상자원부, 과학기술정보통신부(2019)

> 경제성장률(GDP) 추이 (단위 : %)



주) P : Preliminary(잠정치), 한국은행(2019)

> 국내 IPTV 매출액 (단위 : 조 원)

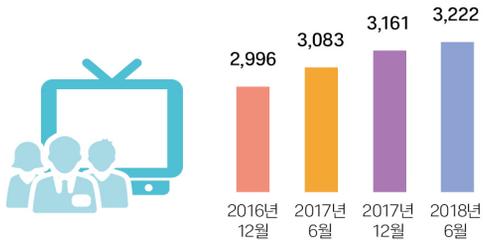


주) P : Preliminary(잠정치), 과학기술정보통신부(2019)

방송통신 서비스의 확산으로 방송통신 시장활성화 기반을 마련하였습니다.

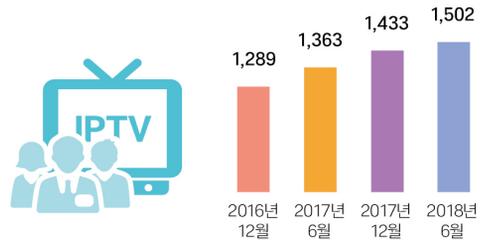
- > IPTV를 포함한 유료방송 및 초고속인터넷 가입자 수는 지속적으로 증가하여 방송통신 융합 서비스를 활성화하였습니다.
- > 무선데이터 트래픽은 2017년 보다 27.0% 증가하였고, LTE 가입자가 5,513만 명으로 증가하는 등 초고속 무선데이터 시대를 선도하고 있습니다.

> 유료방송 가입자 수 (단위 : 만 단말장치-단자)



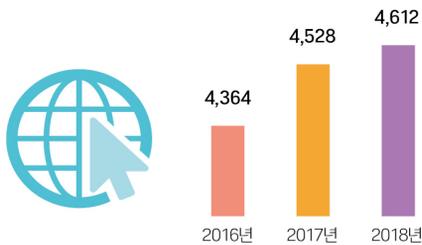
주) 종합유선, 위성, IPTV 가입자 기준, 과학기술정보통신부(2018)

> IPTV 가입자 수 (단위 : 만 단말장치-단자)



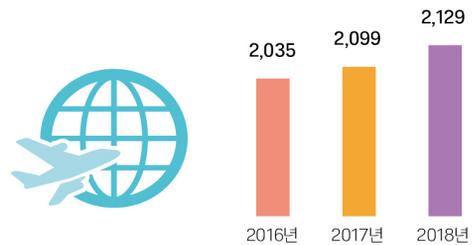
주) 과학기술정보통신부(2018)

> 인터넷 이용자 수 (단위 : 만 명)



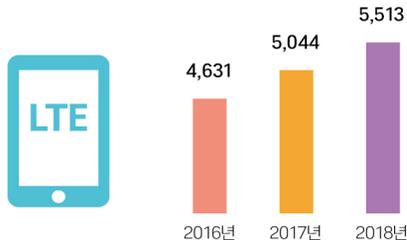
주) 과학기술정보통신부(2019)

> 초고속인터넷 가입자 수 (단위 : 만 명)



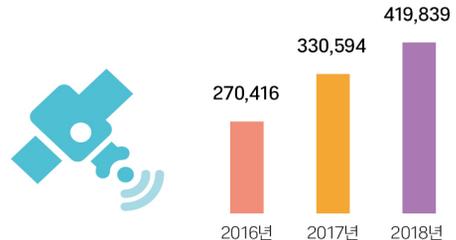
주) 과학기술정보통신부(2019)

> LTE 가입자 수 (단위 : 만 명)



주) 과학기술정보통신부(2019)

> 무선데이터 트래픽 (단위 : TB)

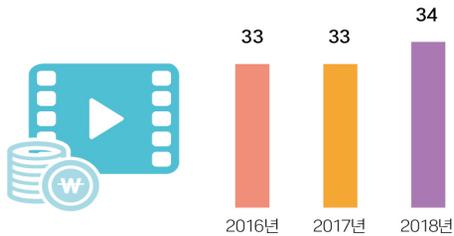


주) 무선통신 기술방식별(2G, 3G, 4G, WBro, Wi-Fi) 트래픽, 해당연도 12월(1개월) 기준, 과학기술정보통신부(2019)

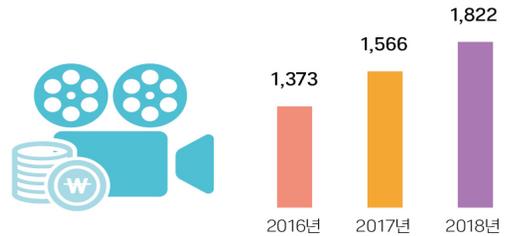
지역 · 중소방송 활성화를 지원하여 콘텐츠 경쟁력을 강화하였습니다.

- > 지역 · 중소방송에 대한 제도적 지원방안을 강구하고 지역방송 내실화에 집중하여, 지역방송 우수 제작지원 프로그램 판매액이 증가하는 등 미디어 지역성을 구현하기 위해 노력하였습니다.
- > 지역지상파 장애인방송의 제작비 지원을 확대하는 등 지역 시청자에게 다양한 고품격 프로그램을 제공하여 시청자 만족도를 증가시켰습니다.

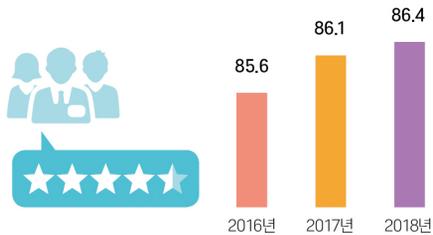
> 지역 · 중소방송 프로그램 제작 지원금 (단위 : 억 원)



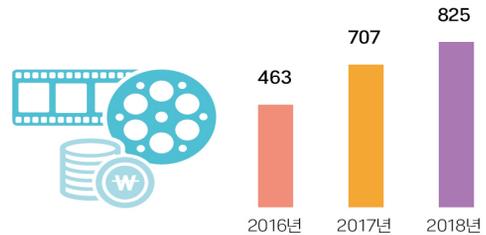
> 지역지상파 장애인방송 제작 지원금 (단위 : 백만 원)



> 지역방송사 제작지원 프로그램 시청자만족도 (단위 : -점)



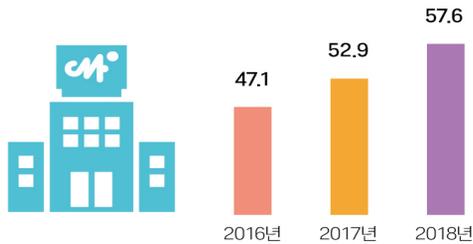
> 지역방송 우수 제작지원 프로그램 판매액 (단위 : 백만 원)



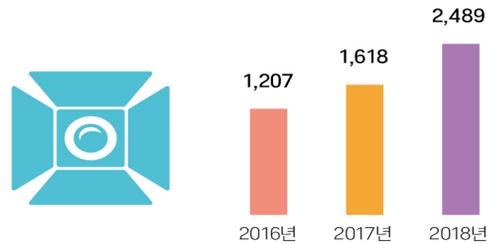
이용자의 방송접근 기회를 확대하여 시청자 권익을 증진시키고 이용자의 능동적 참여를 강화하였습니다.

- > 시청자가 직접 참여하는 미디어 환경 조성을 위하여 시청자미디어센터를 적극 활용하였으며, 자유학기제 미디어교육 등 생애주기별 · 계층별 맞춤형 미디어교육을 실시하였습니다.
- > 시 · 청각장애인용 방송수신기 보급과 장애인방송 지원을 통하여 소외계층의 방송 접근권을 향상하기 위하여 노력하였습니다.

> 시청자미디어센터 이용자 수 (단위 : 만 명)

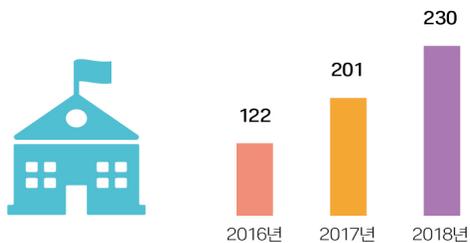


> 시청자미디어센터 설비 활용 PA 병영 편수 (단위 : 편)

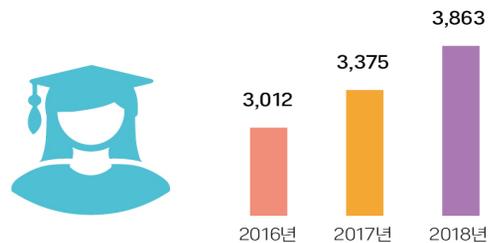


주) PA(Public Access) : 시청자가 직접 기획제작한 영상 또는 라디오 방송물을 방송에 송출하는 프로그램

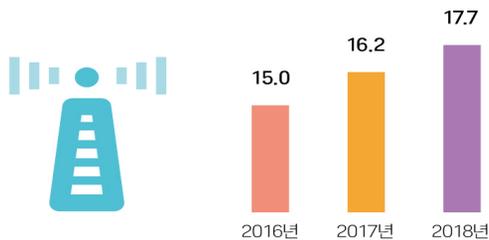
> 자유학기제 미디어교육 지원 학교 수 (단위 : 개교)



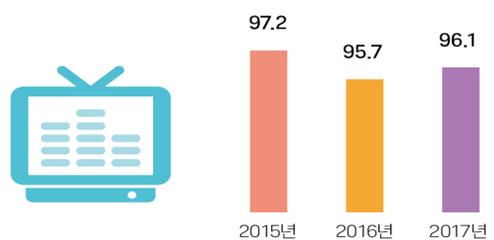
> 자유학기제 미디어교육 참여 학생 수 (단위 : 명)



> 시 · 청각장애인용 방송수신기 보급 누적 대수 (단위 : 만 대)



> 장애인방송 편성 의무 달성 방송사 비율 (단위 : %)

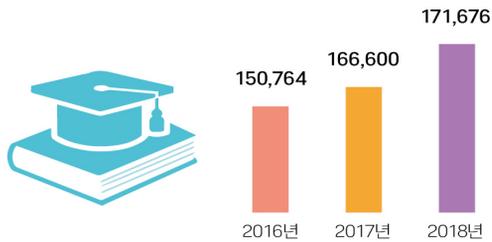


주) 2018년 달성비율은 2019년에 평가

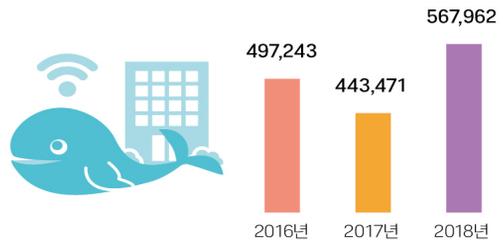
건전한 인터넷 이용문화 환경을 조성하고 인터넷 역기능에 대한 대응을 강화하였습니다.

- > 올바른 인터넷 문화 조성을 위해 사이버폭력 예방교육을 실시하였으며, 사이버 안심존 참여 학교를 확대 운영하여 청소년 인터넷 이용 환경을 개선하였습니다.
- > 인터넷 윤리교육과 한국인터넷드림단을 운영하는 등 인터넷 윤리 활동을 지속적으로 시행하였습니다.

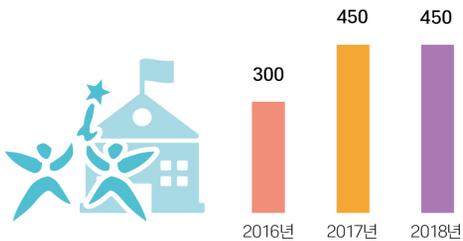
> 인터넷 윤리교육 및 사이버폭력 예방교육 운영 현황 (단위 : 명)



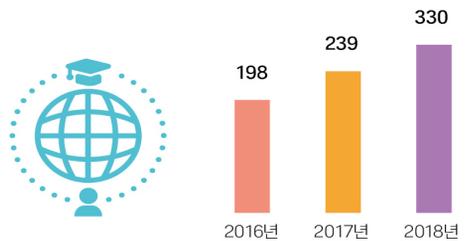
> 인터넷 윤리 체험관 운영 현황 (단위 : 명)



> 한국인터넷드림단 참여 학교 수 (단위 : 개교)



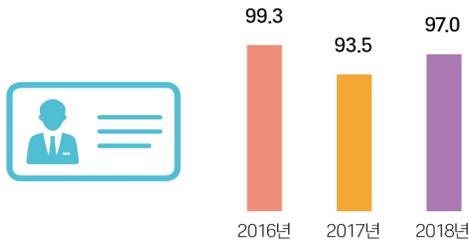
> 사이버 안심존 참여 학교 수 (단위 : 개교)



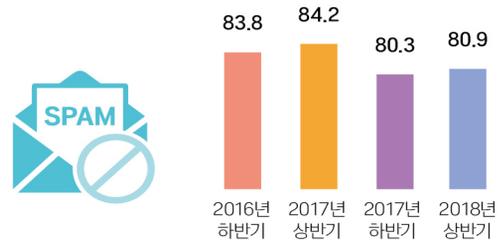
개인정보보호조치를 강화하여 안전하고 편리한 방송통신서비스 이용 환경을 조성하였습니다.

- > 국내·외 웹사이트의 개인정보(8종) 탐지·삭제율은 97.0%, 이동통신3사 스팸문자 평균 차단율은 80.9%로 개인정보 이용의 투명성을 제고하였습니다.
- > 휴대전화 스팸 수신량은 0.09건으로 나타났으며, 이메일 스팸 수신량은 0.39건으로 2017년 보다 0.02건 감소하는 등 스팸으로 인한 이용자의 피해 예방을 위하여 노력하였습니다.

> 국내·외 웹사이트 개인정보(8종)* 탐지·삭제율 (단위 : %)

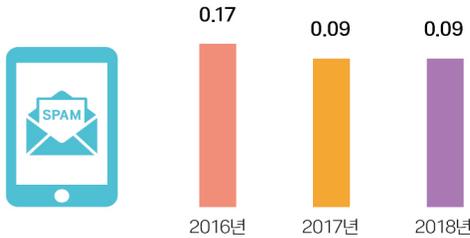


> 이동통신3사 스팸문자 평균 차단율 (단위 : %)

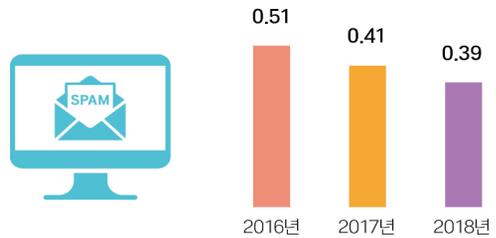


주) 개인정보8종 : 주민등록번호, 여권번호, 운전면허번호, 외국인등록번호, 신용카드번호, 계좌번호, 휴대전화번호, 건강보험번호

> 휴대전화 스팸 수신량 (단위 : 건)



> 이메일 스팸 수신량 (단위 : 건)





CONTENTS



I. 방송통신 정책환경 3

1. 글로벌 거시경제 및 방송통신 시장 동향	3
가. 글로벌 거시경제 동향	3
나. 글로벌 방송통신시장 동향	4
2. 방송통신 시장 현황	6
가. 국내 방송통신 시장 생산액과 수출액	6
나. 광고 시장 현황	7
다. 방송 매체별 현황	9
라. 통신시장 현황	12
마. 방송통신 정책환경 변화	12

II. 방송통신위원회 현황 및 정책목표 19

1. 일반현황	19
2. 조직 현황 및 소관 사무	21
가. 조직 현황	21
나. 소관 사무 및 업무 분장	23
다. 위원회 소관 공공기관 및 유관기관	27
라. 2018년도 세출예산	27
마. 2018년도 정부입법 추진 현황	28
3. 2017년도 주요 정책성과	29
가. 방송의 공정성 및 공공성 강화	29
나. 안전하고 공정한 방송통신시장 실현	29
다. 방송통신시장의 활력 제고	30
라. 전 국민 미디어 역량 강화	31
4. 2018년도 주요 정책목표	32



CONTENTS



Ⅲ. 2018년도 방송통신 정책성과 37

제1절 | 공정하고 자유로운 방송통신환경 조성 37

1. 방송의 공정성 및 공공성 강화	37
가. 공영 방송의 지배구조 및 수신료 제도 개선	37
나. 재허가·재승인 조건 이행점검	41
다. 공정한 허가·재허가 심사	42
라. 재난방송의 신속성·정확성 제고	44
마. 공익채널 제도 개선	46
바. 방송통신 해외진출 지원 및 남북 교류 추진	48
사. 공익광고 활성화 및 중소기업 방송광고 지원	58
아. 보편적 시청권 보장	62
자. 우수프로그램 시상	62
2. 미디어의 다양성 증진	64
가. 2017년도 방송사업자 시청점유율 산정결과 발표	64
나. 2017년도 방송매체 이용행태조사 결과 발표	65
다. 방송통계포털 및 방송콘텐츠 가치정보 분석시스템 구축·운영	68
3. 지역·중소 방송 활성화 지원	70
가. 지역·중소방송 콘텐츠 제작지원	70
나. 지역방송 콘텐츠 유통 활성화	72
다. 지역방송 교육 및 인력 양성 지원	73
4. 인터넷 상 표현의 자유 신장 및 역기능 대응 강화	74
가. 인터넷 상 표현의 자유 증진	74
나. 인터넷 역기능 대응 강화	76



CONTENTS



제2절 | 이용자의 능동적 참여와 권리 강화 82

- 1. 이용자의 미디어 역량 강화 및 참여 확대 82
 - 가. 시청자 참여 확대 82
 - 나. 공동체라디오 활성화 83
 - 다. 맞춤형 미디어교육 84
 - 라. 시청자미디어센터 확충 87
- 2. 소외계층의 미디어 접근권 확대 88
 - 가. 장애인방송 환경 개선 88
 - 나. 장애인방송 품질 제고 90
 - 다. 장애인용 TV 보급 확대 91
- 3. 지능정보사회의 이용자 보호 강화 93
 - 가. 이용자 보호 및 피해구제 실질화 93
 - 나. 이용자 피해·불편사항 개선 97
 - 다. 이동통신서비스 비용 부담 경감 102

제3절 | 지속 성장이 가능한 방송통신생태계 구축 105

- 1. 방송통신 상생환경 조성 105
 - 가. 외주제작 종합대책 시행 105
 - 나. 인터넷 상생발전 방안 마련 107
 - 다. 방송통신시장 불공정행위 실태 점검 112
- 2. 방송한류 확산을 위한 고품질 콘텐츠 제작 기반 마련 119
 - 가. 방송광고·협찬고지 제도 개선 119
 - 나. 국가간 방송공동제작협정 체결 추진 121
 - 다. 방송 공동제작 국제 콘퍼런스 개최 122
 - 라. 방송콘텐츠 해외진출 경쟁력 강화 124
- 3. 매체 간 규제 불균형 개선 125
 - 가. 종편 비대칭 규제 개선 125



CONTENTS



제4절 | 미래 대비 신산업 활성화 127

- 1. 신규 방송통신서비스 활성화 및 제도 정비 127
 - 가. 지상파 UHD 방송 활성화 추진 127
 - 나. 지상파 다채널방송 기반 마련 129
 - 다. 신유형 융합서비스 제도 정비 131
- 2. 개인정보의 실질적 보호 강화 132
 - 가. 이용자 통제권 및 피해구제 강화 132
 - 나. 개인정보 취약분야 실태조사 실시 133
 - 다. 개인정보보호 자율규제 기반구축 135
 - 라. 불법스팸 대응체계 강화 143
- 3. 개인정보의 안전한 활용 지원 147
 - 가. 사업자·이용자의 개인정보 활용 환경 개선 147
 - 나. 위치정보사업 진입규제 완화 149
 - 다. 개인정보보호 국제협력 강화 151

부 록 161

- 1. 2018년도 회계 결산 161
- 2. 방송통신위원회 회의 안건 목록 163
- 3. 2018년도 주요 연월표 169
- 4. 영문 약어 192
- 5. 방송통신산업 부문별 현황 196



CONTENTS



| 표 목 차 |

표 I-1 전 세계 IT 시장의 부문별 전망	4
표 I-2 국내 방송통신 생산액	7
표 I-3 국내 방송통신기기 수출액	7
표 I-4 SO와 IPTV 가입자 수 비교	11
표 II-1 위원회 소관 법률 현황	19
표 II-2 위원회 부서별 업무분장표	25
표 II-3 위원회 소관 공공기관	27
표 II-4 위원회 유관기관	27
표 II-5 2018년도 위원회 세출예산 내역	28
표 III-1 공영방송 지배구조 개선과 자율성 제고를 위한 대국민 의견수렴	37
표 III-2 공영방송 지배구조 개선 및 편성·제작 자율성 제고를 위한 제도개선방안 주요내용 ..	39
표 III-3 수신료 제도개선 관련 「방송법 시행령」 개정안 주요내용	40
표 III-4 재허가조건 위반 지상파방송사업자 행정처분 내역	41
표 III-5 종편PP별 투자금액 산정 현황	41
표 III-6 경영의 독립성 및 방송 프로그램 품격 제고 관련 조건	42
표 III-7 편성위원회 및 인사(징계)제도 관련 재허가조건	42
표 III-8 2018년도 라디오방송국(FM) 신규 허가 대상	43
표 III-9 2018년 지상파방송사업자 재허가 심사 결과	44
표 III-10 재난방송 등 종합매뉴얼 표준안 주요내용	45
표 III-11 중요 방송시설 안전점검	46
표 III-12 공익채널의 선정 및 운용범위 관련 「방송법 시행령」	47
표 III-13 정부 간 방송통신 협력을 위한 주요 활동	50
표 III-14 2018년 공익광고 제작	59
표 III-15 2018년 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원 현황	61
표 III-16 방송광고 제작지원 현황	61
표 III-17 2017년 주요 방송사업자 시청점유율 산정 결과	65
표 III-18 2018년 지역·중소방송 프로그램 제작지원 내용	71



CONTENTS



표 III-19 2018년 지역방송 제작지원 프로그램 수상 사례	72
표 III-20 국내외 콘텐츠 마켓 및 해외피칭 참여	73
표 III-21 사이버명예훼손 제도개선을 위한 민·관 정책협의체	75
표 III-22 2018년도 웹하드 불법영상물 삭제 통계	77
표 III-23 인터넷윤리교육 과정별 운영현황	80
표 III-24 공동체라디오 허가유효기간 관련 「전파법 시행령」	84
표 III-25 학교미디어교육 지원 현황	85
표 III-26 미디어교육 컨퍼런스	87
표 III-27 일반 수어방송과 스마트 수어방송 비교	89
표 III-28 위원회의 스마트 수어방송서비스 상용화 추진계획(안)	90
표 III-29 2017년 장애인방송 편성 의무 평가결과	91
표 III-30 재정 및 분쟁조정 비교	93
표 III-31 맞춤형 피해구제 기준(이동통신분야) 관련 개선사항 주요내용	95
표 III-32 해지절차 간소화에 따른 전체 수혜대상 인원	98
표 III-33 인터넷 개인방송 유료 아이템 1일 결제(충전 또는 선물) 한도 개선	100
표 III-34 인터넷 상생발전 협의회 위원 구성 기준 및 방법	108
표 III-35 인터넷 상생발전 협의회 주요 정책 방안	110
표 III-36 인터넷 상생발전 협의회 논의 관련 국회를 통과한 법안 주요 내용	111
표 III-37 방송광고 정책방향(안) 주요내용	120
표 III-38 종편PP 외주제작 편성 의무 부과 관련 「방송법 시행령」	126
표 III-39 지상파 UHD 방송 도입 일정	127
표 III-40 광역시·강원권 지상파 UHD 방송 구역	128
표 III-41 2018년 대상별 EBS-2TV 편성 내용	130
표 III-42 2018년 영역별 EBS-2TV 편성 비율	130
표 III-43 2018년 위원회 개인정보 관리실태 조사 및 제재 현황	134
표 III-44 온라인상 주민번호 수집이용 모니터링 현황	135
표 III-45 업종별 개인정보보호 현장 컨설팅 지원 내역	137
표 III-46 개인정보보호 현장 컨설팅 수행 절차	137



CONTENTS



표 III-47 2018년 사업자 대상 개인정보보호 교육 현황	138
표 III-48 2018년 이용자 대상 개인정보보호 교육 현황	138
표 III-49 주민번호 대체수단 제공 현황	141
표 III-50 신용카드 본인확인기관 지정현황	142
표 III-51 스팸 수신량 조사결과 추이	144
표 III-52 위치정보 산업 동향 보고서 주요내용	149
표 III-53 「위치정보법」상 개선이 필요한 규제 현황	149
표 III-54 산업 활성화 차원의 대표적인 위치정보 보호 규제 완화 현황	150
표 III-55 국회 계류 중인 위치정보법 개정안 중 산업 활성화 관련 규제 개선 현황	150
표 III-56 「위치정보법」 개선 연구반에서 도출된 규제 개선 방안	151
표 III-57 GDPR 관련 기업 애로사항 및 대응 내역	151
표 III-58 GDPR 관련 보도자료 배포 내역	153
표 III-59 국내·현지 GDPR 세미나 개최 내역	154
부록 표-1 2018년도 회계 결산 총괄 현황	161
부록 표-2 프로그램 총괄 현황	161
부록 표-3 방송통신발전기금 재정상태 현황	162
부록 표-4 방송통신발전기금 재정운영 결과	162
부록 표-5 위원회 회의 안건 목록	163
부록 표-6 2018년도 주요 연월표	169
부록 표-7 영문 약어	192



CONTENTS



| 그림 목 차 |

그림 I-1 세계경제성장률 전망	3
그림 I-2 인터넷 광고와 TV방송 광고 성장 전망	5
그림 I-3 OTT와 스트리밍 시장의 성장 전망	6
그림 I-4 스마트 광고시장 규모	8
그림 I-5 방송 광고시장 규모	8
그림 I-6 지상파 방송사업 매출 구성비 추이	9
그림 I-7 케이블TV SO 매출 구성비 추이	10
그림 I-8 위성방송 매출 구성비 추이	10
그림 I-9 방송채널사용사업의 방송사업 매출 구성비 추이	11
그림 I-10 이동통신시장 가입자 규모 추이	12
그림 II-1 제4기 위원회 상임위원	21
그림 II-2 위원회 조직도	22
그림 II-3 비전 및 정책목표	33
그림 III-1 위원회-프랑스 통신우정규제청(ARCEP) 간 양자면담	49
그림 III-2 위원회-미국, 영국 규제기관 간 면담	49
그림 III-3 위원회-스페인 정보보호국(AEPD) 간 양자면담	50
그림 III-4 2018 아시아 미디어 서밋(AMS) 의제 발제	51
그림 III-5 2018 MWC 참관	52
그림 III-6 2018 MIPTV 참관 및 주최측 면담	52
그림 III-7 2018 NAB 참관	53
그림 III-8 2018 BCA 및 CMMA 참관	53
그림 III-9 영국 BBC 및 싱가포르 mm2 면담	54
그림 III-10 미국 텔레비전 표준협의회(ATSC) 회장 및 NAB 기술최고책임자 면담	55
그림 III-11 2018년 남북 방송통신 국제컨퍼런스	56
그림 III-12 2018년 통일 방송프로그램 제작지원 방송(EBS 지식채널e) 주요장면	57
그림 III-13 공익광고 주제선정 절차	58



CONTENTS



그림 Ⅲ-14 2018년 위원회 방송대상 시상식	63
그림 Ⅲ-15 매체별 일상생활 필수매체 인식 추이 및 재난시 의존매체	66
그림 Ⅲ-16 매체별 이용빈도	67
그림 Ⅲ-17 OTT서비스 이용행태	67
그림 Ⅲ-18 MCN 서비스 이용행태	68
그림 Ⅲ-19 방송통계 포털(mediastat.or.kr)의 화면	69
그림 Ⅲ-20 지역방송사 교육·제작·유통 지원	74
그림 Ⅲ-21 사이버명예훼손 제도 개선 토론회	75
그림 Ⅲ-22 디지털성범죄 영상물 유통방지 관련 정책설명회 및 간담회	76
그림 Ⅲ-23 인터넷윤리 공모전 및 오프라인 캠페인	78
그림 Ⅲ-24 언론사 및 유관기관 협업 캠페인	78
그림 Ⅲ-25 지역별 인터넷윤리체험관	79
그림 Ⅲ-26 국립광주과학관 인터넷윤리체험관 신규콘텐츠	79
그림 Ⅲ-27 국민에게 다가가는 생활 밀착형 홍보 활동	79
그림 Ⅲ-28 한국인터넷드림단 윤리의식 개선도 평가 결과	81
그림 Ⅲ-29 시청자미디어센터 미디어교육 수강생 제작 프로그램	83
그림 Ⅲ-30 맞춤형 미디어 교육 지원	86
그림 Ⅲ-31 시청자미디어센터를 통한 맞춤형 미디어교육	88
그림 Ⅲ-32 2018년 장애인용 TV 보급 제품	92
그림 Ⅲ-33 시청각장애인용 TV 보급현장 방문 현장	92
그림 Ⅲ-34 맞춤형 피해구제 기준 마련	96
그림 Ⅲ-35 통신장애 관련 언론 보도	96
그림 Ⅲ-36 민원 분석 현황(해지관련 민원 점유율 추이)	97
그림 Ⅲ-37 해지절차 간소화 관련 주요 제도개선 내용	99
그림 Ⅲ-38 해지절차 간소화 관련 언론 보도자료	99
그림 Ⅲ-39 유료 아이템 결제 관련 언론 보도	100
그림 Ⅲ-40 자율조치 신고사이트(www.cleanict.or.kr)	101



CONTENTS



그림 III-41 미환금금 환급 프로세스	102
그림 III-42 단말기 국내·외 출고가 비교·공시(www.wiseuser.go.kr)	103
그림 III-43 단말기 국내·외 출고가 비교·공시 시행 관련 언론 보도	103
그림 III-44 유심(USIM) 제도개선 및 미인증 단말기 유통 관련 합동점검	104
그림 III-45 외주제작시장 불공정관행 개선 회의 현장	105
그림 III-46 방송업계 독립창작자 인권선언문 선포 현장	106
그림 III-47 방송제작 현장방문	107
그림 III-48 인터넷 상생발전 협의회 출범	107
그림 III-49 인터넷 상생발전 협의회 운영방식	108
그림 III-50 인터넷 상생발전 협의회 국민 의견수렴 및 국회토론회 개최	111
그림 III-51 홈쇼핑시장 상생환경 조성을 위한 간담회	112
그림 III-52 페이스북 이용 시 콘텐츠 공급 경로	116
그림 III-53 대표번호서비스 및 카드결제호처리서비스 비교	118
그림 III-54 유선전화 카드결제서비스 관련 사업자별 계약 현황	118
그림 III-55 유선전화 카드결제 관련 언론 보도	119
그림 III-56 한국광고주협회 간담회	120
그림 III-57 한-베 공동제작협정 국장급 가서명 및 한-태 국장급 협의회 2차 회의	122
그림 III-58 2018 방송 공동제작 국제콘퍼런스 개최	123
그림 III-59 태국 NBTC 및 인도네시아 KPI, ABU와 장차관급 면담	124
그림 III-60 국내 가입형 OTT 사용자 변화 추이	131
그림 III-61 개인정보보호 자율규제 정책 설명회	136
그림 III-62 개인정보보호 자율규제 심의평가위원회	136
그림 III-63 2018년 개인정보보호 교육 교재 이미지	139
그림 III-64 2018년 인터넷 내정보 지킴이 캠페인	140
그림 III-65 개인정보보호 분야 종사자들의 교류와 소통의 장	140
그림 III-66 개인정보보호인의 밤 및 개인정보보호 모의재판 경연대회	141
그림 III-67 음성스팸 실시간 차단 시스템 및 수신량 감소	143
그림 III-68 스팸차단 수사지원 및 정보공유	145



CONTENTS



그림 III-69 취약계층 및 사업자 대상 인식제고 활동	145
그림 III-70 아시아 스팸대응협의체 신설 및 아시아 리더 역할 수행 현장	146
그림 III-71 사업화 지원 체계	147
그림 III-72 클라우드 지원 체계	148
그림 III-73 2018 대한민국 위치기반 서비스 공모전 사업화 지원 프로그램	148
그림 III-74 범부처 EU GDPR 대응 체계	152
그림 III-75 국내 및 현지 GDPR 행사	153
그림 III-76 GDPR 홈페이지, 가이드북, CEO 레터	153
그림 III-77 EU 적정성 결정 추진을 위한 협력 내역	155
그림 III-78 APEC 회의	156
그림 III-79 APPA 및 ICO 회의	157
그림 III-80 ABLI 회의	158
그림 III-81 CoE 108 및 ICDPPC 회의	158



방송통신 정책환경

I. 방송통신 정책환경

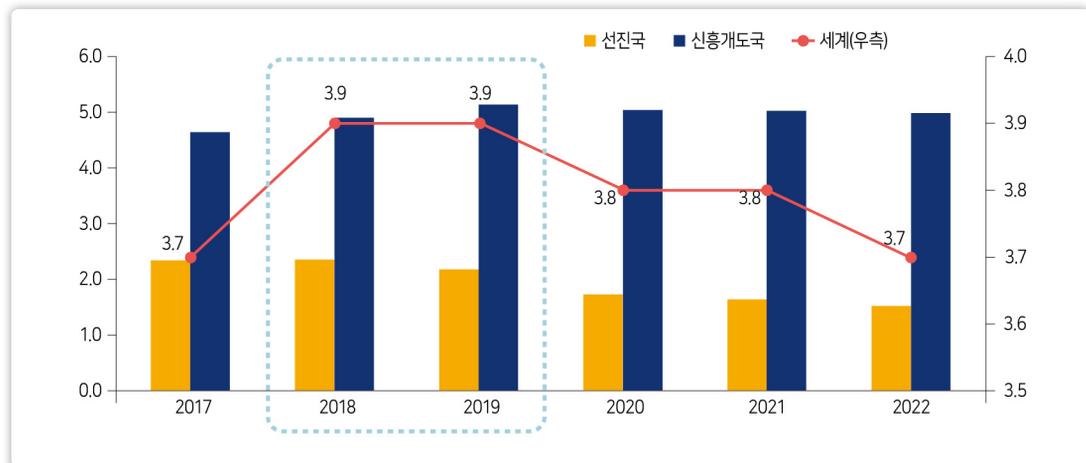
1. 글로벌 거시경제 및 방송통신 시장 동향

가. 글로벌 거시경제 동향

2019년 세계경제는 2018년과 동일하게 3.9%의 성장률을 보일 것으로 전망되나 각 국가별로 상당한 격차가 나타날 것으로 전망된다. 미국, 일본, 유럽을 비롯한 선진국들의 성장률은 회복하는 양상을 보여 주었으나 2019년에는 2018년 대비 0.2% 낮아진 2.2%를 기록할 전망이다¹⁾이다.

그림 1-1 | 세계경제성장률 전망

(단위 : %)



자료) 2019년 및 중기경제전망, 국회예산정책처, 2018(World Economic Outlook July 2018, IMF 자료 재인용)

전 세계적인 무역 분쟁, 브렉시트 관련 불확실성, 중국의 성장부진 심화 등이 리스크 요인으로 잠재되어 있으나, 주요 선진국의 고용 상황이 양호하고 중국과 같이 성장하는 신흥시장의 확장적 재정 정책 등을 고려할 때 성장할 가능성²⁾도 존재한다.

미국은 세계개편 효과의 점진적 감소, 연방준비제도의 기준금리 인상 기조, 중국과의 통상 분쟁이 장기화되면서 2018년 대비 성장이 더딜 것으로 예상되고 있다. 유럽은 수출 증가세가

1) 2019년 및 중기경제전망, 국회예산정책처, 2018(수치는 World Economic Outlook July 2018, IMF 자료 재인용)

2) 경제전망보고서, 한국은행, 2019

둔화될 것으로 예상되며 브렉시트로 인해 불확실성이 커지면서 2018년보다 성장률이 낮아질 전망이다. 일본은 미국, 중국과 통상마찰이 장기화되고 원자재 가격이 상승하여 낮은 성장률을 기록할 것³⁾으로 예상된다.

2019년 세계교역량은 세계경제의 성장세가 이어짐에 따라 늘어날 것으로 전망되고 있다. 하지만 세계적인 보호 무역주의 경향의 확대로 미국과 중국 사이의 무역 분쟁 심화와 같은 위협요인이 존재하여 세계교역량이 낮아질 위험도 있다(국회예산정책처, 2019).

글로벌 거시경제는 성장세가 다소 둔화되더라도 크게 악화되지는 않을 전망이다. 그러나 보호 무역주의, 브렉시트와 같은 리스크 요인이 존재하여 2019년 글로벌 경제기조가 어떻게 변화할지 낙관하기는 어려운 상황이라고 판단된다.

나. 글로벌 방송통신시장 동향

가트너(Gartner)에서는 2021년까지 전 세계 IT 시장규모가 4조 달러에 이를 것으로 전망하고 있다. 가트너에서 이러한 전망을 내놓고 있는 이유는 소프트웨어 부문의 지속적인 성장이다. 2016년부터 2021년까지 통신서비스의 평균성장률은 1.6%에 그치는 것으로 나타나고 있는 반면, 소프트웨어 시장은 8.5% 성장할 것으로 나타나고 있다. 소프트웨어 시장의 성장은 인공지능 기반 기술 AR/VR과 같은 신규 성장동력이 등장함에 따라 향후에도 계속해서 성장해 나갈 영역이라고 보여 진다. 또한 제4차 산업혁명, 데이터 기반 서비스의 부상 등의 영향을 받아 하드웨어, 통신 중심에서 소프트웨어 데이터 기반으로 IT 시장이 성장해 나갈 것으로 보인다. 이와 같은 소프트웨어 시장의 성장으로 IT 산업의 규모는 향후에도 지속적으로 커질 것으로 전망되고 있다.

표 1-1 | 전 세계 IT 시장의 부문별 전망

(단위: 십억 달러, %)

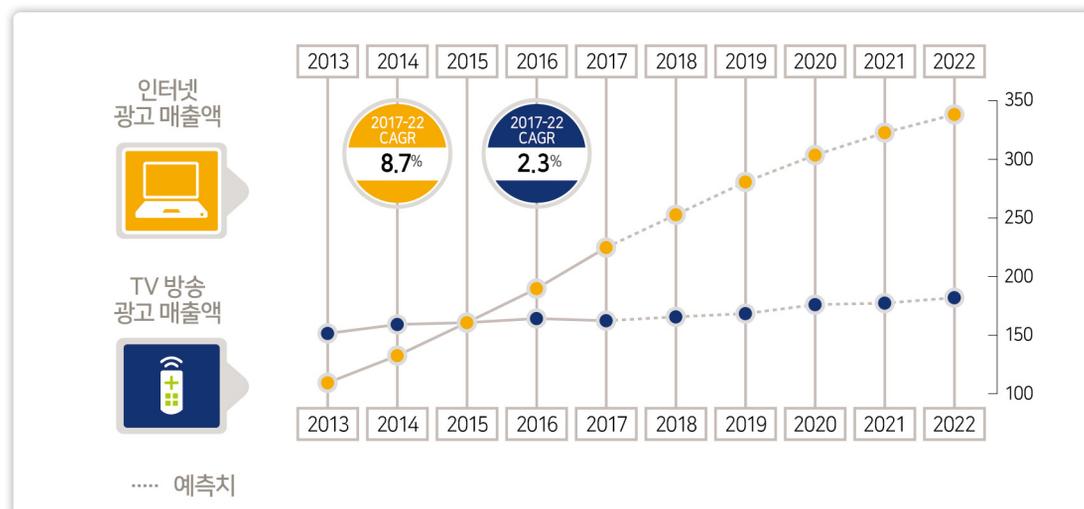
구분		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2016-2021 CAGR
시장 규모	기기	631	667	704	710	713	715	2.6
	데이터센터시스템	170	178	179	179	178	178	0.9
	소프트웨어	326	355	389	421	455	491	8.5
	IT서비스	894	933	985	1,030	1,079	1,131	4.8
	통신서비스	1,376	1,393	1,427	1,443	1,463	1,488	1.6
	합계	3,398	3,527	3,683	3,784	3,889	4,003	3.3

3) 2019년 세계경제 전망, 대외경제정책연구원, 2018

구분		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2016~2021 CAGR
성장률	기기	△ 2.4	5.7	5.6	0.9	0.4	0.3	-
	데이터센터시스템	△ 0.4	4.4	0.6	△ 0.2	△ 0.3	△ 0.2	-
	소프트웨어	5.3	8.9	9.5	8.4	8.1	7.8	-
	IT서비스	3.2	4.3	5.5	4.6	4.7	4.8	-
	통신서비스	△ 1.3	1.3	2.4	1.1	1.4	1.7	-
	합계	0.3	3.8	4.5	2.7	2.8	3.0	-

주) 경상달러(Current U.S. Dollars 기준), 감소 : △
 자료) ICT 산업 중장기 전망, 정보통신정책연구원, 2018(Gartner 2017 자료 재인용)

그림 1-2 | 인터넷 광고와 TV방송 광고 성장 전망 (단위 : US달러)

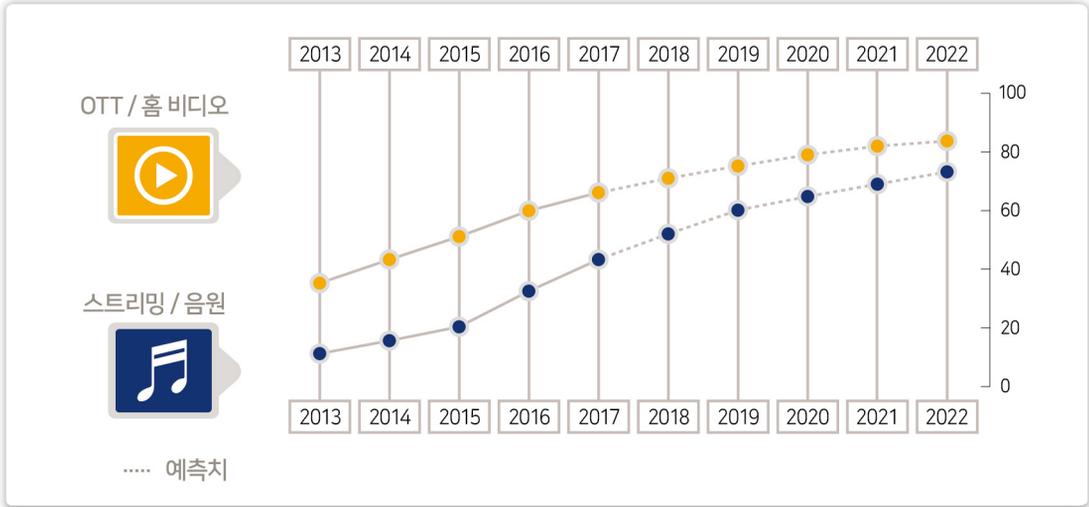


자료) Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022, PwC

미디어 시장의 대표적인 재원이라고 할 수 있는 광고 시장에서는 방송광고는 거의 정체될 것으로 전망되는 반면, 인터넷 영역의 광고는 급격히 성장할 것으로 전망되고 있다. 이는 동영상 시장이 전통적인 방송 시장에서 OTT 시장으로 넘어가고 있다는 것을 시사해주는 자료라고 할 수 있다.

그림 1-3 | OTT와 스트리밍 시장의 성장 전망

(단위: %)



주) 홈 비디오 매출 중 OTT의 비중, 음원 매출 중 스트리밍의 비중임
 자료) Global Entertainment & Media Outlook 2018-2022, PwC

유료 OTT 시장의 성장과 더불어 스트리밍 뮤직 시장의 성장은 동영상 이용행태가 변화하는 것을 시사함과 동시에 모바일 중심으로 미디어 시장이 재편되고 있다는 것을 의미한다. 향후에도 이러한 양상은 지속될 것으로 보이며, OTT 서비스를 모바일이 아닌 가정 내 TV단말기로도 이용할 수 있게 됨에 따라 OTT 서비스의 성장은 지속될 것이라고 전망된다.

2. 방송통신 시장 현황

가. 국내 방송통신 시장 생산액과 수출액

국내 방송통신 기기 및 서비스 시장은 전반적으로 성장이 정체되고 있거나 성장이 둔화되는 양상을 보이고 있다. 통신기기는 지속적으로 성장이 둔화되는 양상이 나타나고 있어 2016년 49조 원 규모에서 2018년 43조 원 규모로 시장이 작아지는 양상을 보이고 있다. 통신서비스는 2016년 38조 원 규모에서 2018년에는 37조 원 규모로 하락할 전망이다. 방송기기는 소폭 상승하여 2016년 2.2조 원 규모에서 2018년 2.3조 원으로 증가할 전망이며, 방송서비스는 2016년 16.9조 원에서 2018년 17.9조 원으로 소폭 상승할 전망이다.

표 I-2 | 국내 방송통신 생산액

(단위: 백만 원)

구분	2016년	2017년 ^P	2018년 ^P
통신기기	49,473,040	44,205,751	43,309,687
방송기기	2,206,472	2,264,559	2,318,144
통신서비스	38,010,646	38,254,299	37,053,480
방송서비스	16,986,231	17,160,057	17,977,627
정보서비스	17,691,713	19,073,668	20,059,810
합계	124,368,102	120,958,334	120,718,748

주) P : Preliminary(잠정치), 정보서비스는 인터넷 서비스를 의미함
자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2019

통신기기 수출과 방송기기 수출도 둔화되는 양상을 보이고 있다. <표 I-3>을 통해 알 수 있는 것처럼 국내 통신기기 수출은 둔화되는 양상을 보이고 있으며, 방송기기 수출은 2017년 감소하였다가 2018년 증가하였다.

표 I-3 | 국내 방송통신기기 수출액

(단위: 천US 달러)

구분	2016년	2017년 ^P	2018년 ^P
통신기기	29,498,565	22,264,896	17,445,090
방송기기	509,501	352,404	426,173

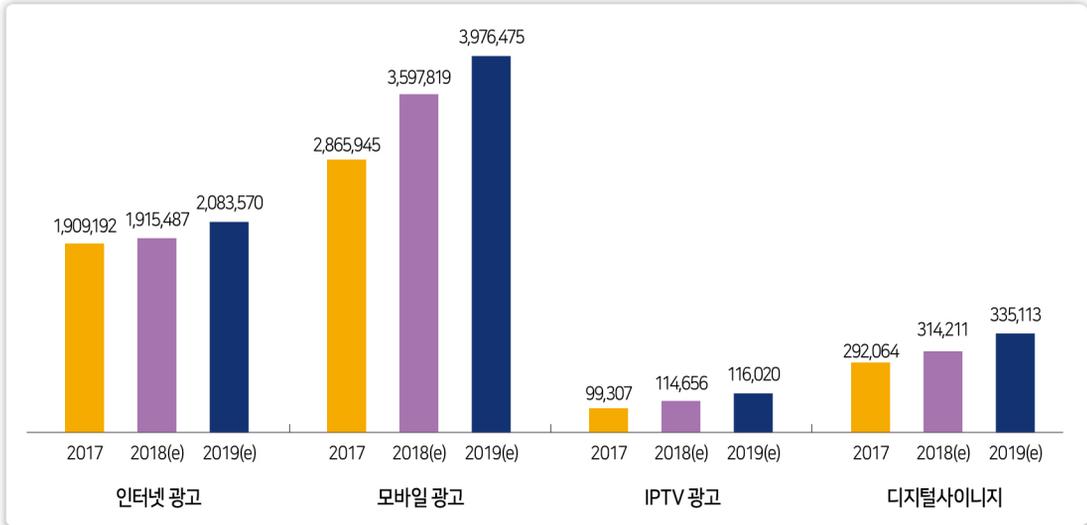
주) P : Preliminary(잠정치)
자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2019

나. 광고 시장 현황

광고시장은 모바일 광고가 크게 성장하여 유선시장과 무선시장을 포함한 온라인 광고 시장이 방송 광고 시장의 규모를 넘어서는 양상을 보이고 있다. 특히, 동영상 시장이 모바일 중심으로 재편되면서 방송 광고 시장의 상황은 악화되고 있다. 4G 환경이 보편화되면서 모바일을 통해 동영상을 이용하는 것에 대한 편의성이 크게 향상되었고, 이에 따라 모바일을 통한 동영상 소비가 크게 늘어난 것이다.

그림 1-4 | 스마트 광고시장 규모

(단위: 백만 원)



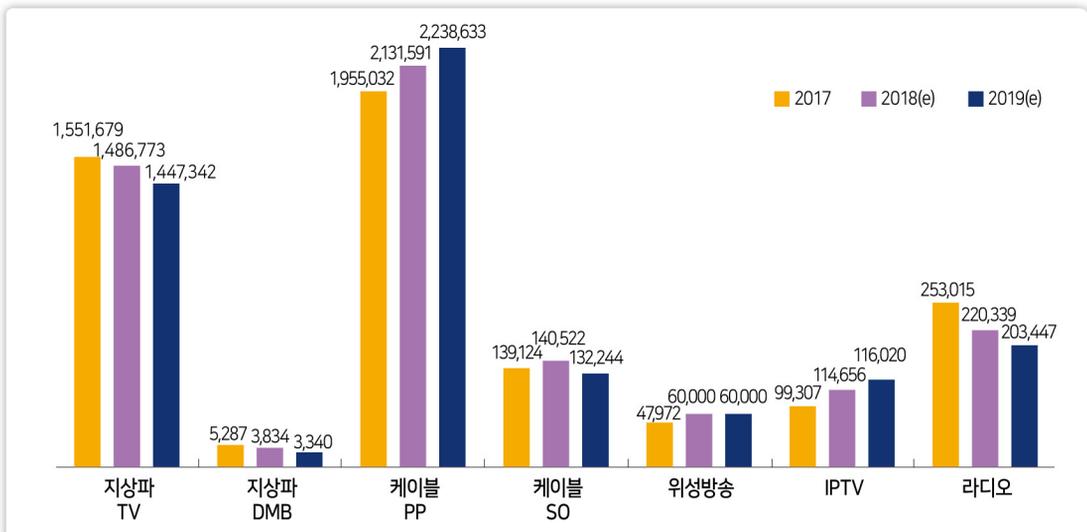
주) e : estimate(추정치)

자료) 2018 방송통신광고비 조사보고서, 과학기술정보통신부·한국방송광고진흥공사, 2018

방송 광고 시장이 악화되고 있는 가장 큰 원인은 지상파 방송광고 매출 감소에서 기인한다. 방송광고가 온라인 광고 시장으로 넘어가는 것도 지상파 방송광고 매출 감소에 영향을 미치고 있지만 지상파 방송사업자의 콘텐츠 경쟁력 약화도 원인으로 작용하는 것으로 보인다.

그림 1-5 | 방송 광고시장 규모

(단위: 백만 원)



주) e : estimate(추정치)

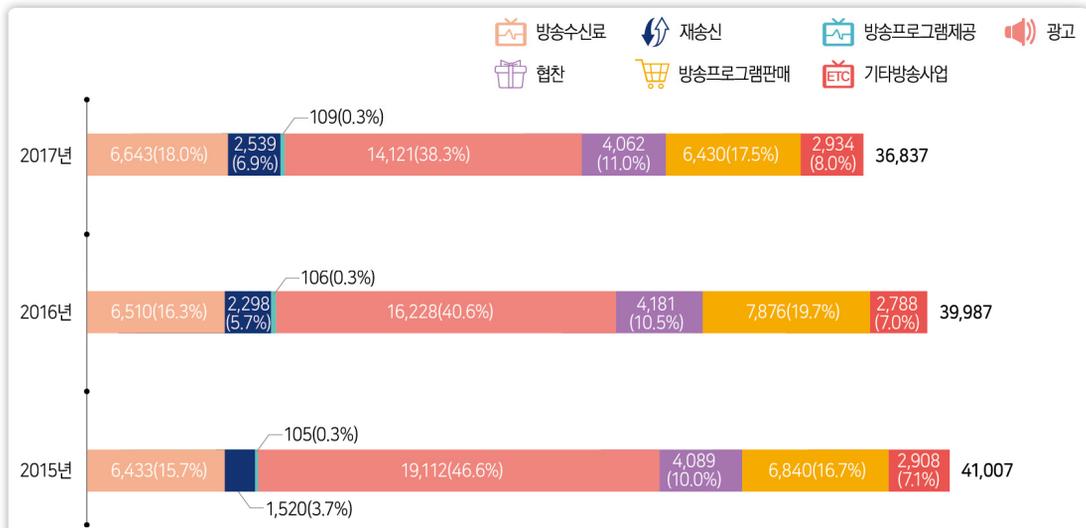
자료) 2018 방송통신광고비 조사보고서, 과학기술정보통신부·한국방송광고진흥공사, 2018

즉, 온라인 광고 시장의 성장과 지상파 콘텐츠의 경쟁력 약화 및 유료방송 PP시장이 성장함에 따라 지상파 방송광고가 악화되고 있다는 판단이 가능하다는 것이다. 하지만 모바일 중심으로 광고 시장이 재편되고 있어 중장기적으로는 유료방송 PP의 광고 매출 역시 성장세가 둔화될 가능성이 있다.

다. 방송 매체별 현황

지상파 방송사업 매출은 방송광고 재원의 위축으로 전반적으로 재원 구조가 악화되고 있는 상황이다. 2015년 46.6%까지 차지했던 지상파의 광고 매출은 2017년 기준으로 38.3%까지 비중이 감소한 상황이다. 수신료가 차지하는 비중은 수신료 납부 가구의 증가로 소폭이지만 지속적으로 상승하고 있다. 2015년에서 2016년 사이 크게 증가하였던 프로그램 판매 수익도 2016년에서 2017년 사이 크게 감소하여 2017년에는 2015년 방송프로그램 판매 수익보다 400억 원 가량 감소한 것으로 나타났다. 반면, 유료방송 플랫폼 사업자로부터 받는 재송신료의 비중은 점점 높아지고 있다. 2015년 기준으로 1,520억 원 수준이었던 지상파 재송신 대가는 2017년 기준으로 2,539억 원으로 크게 높아졌다. 향후에도 전체 지상파 방송 재원에서 재송신 대가가 차지하는 비중은 지속적으로 늘어날 전망이다. 전체적으로 지상파 방송매출이 감소함에 따라 지상파 방송의 경쟁력을 높일 수 있는 방안 마련이 필요한 시점이라고 판단된다.

그림 1-6 | 지상파 방송사업 매출 구성비 추이 (단위: 억 원)

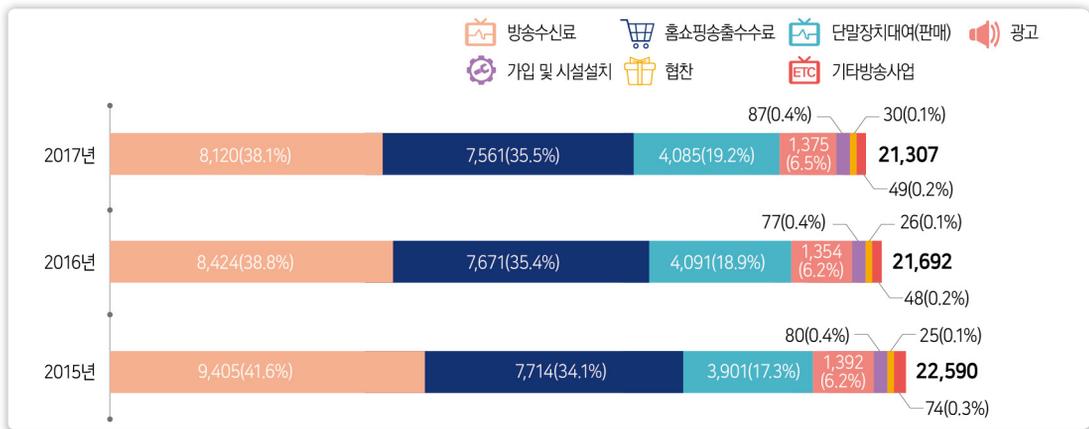


자료) 2018 방송산업 실태조사 보고서, 과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2018

케이블TV SO의 경우 가장 중요한 재원이라고 할 수 있는 방송 수신료 매출이 지속적으로 감소하고 있는 상황이다. 2015년 9,405억 원이었던 케이블TV SO의 방송수신료 매출은 2017년에 8,120억 원으로 크게 감소하였다. 케이블TV SO의 가입자 수가 계속 빠져나가는 상황에서 케이블 TV SO의 수신료 매출 감소는 지속될 것으로 보인다. 한편, 지속적으로 상승세를 보이던 케이블 TV SO의 홈쇼핑송출수수료 매출도 소폭 감소하는 추세이며, 홈쇼핑송출수수료 역시 가입자 규모와 연동되어 있는 부분으로 현재의 케이블TV SO 가입자 추이로 볼 때 지속적으로 감소할 가능성이 높다고 판단된다.

그림 1-7 | 케이블TV SO 매출 구성비 추이

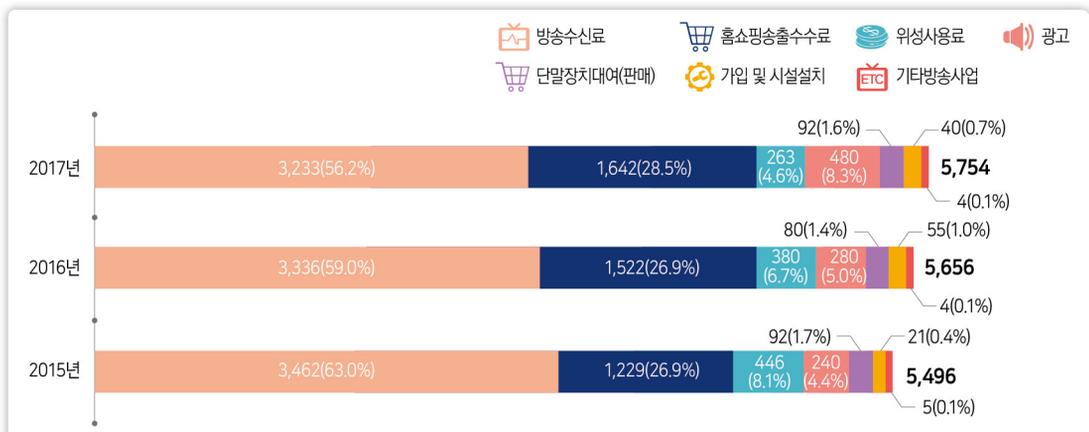
(단위: 억 원)



자료) 2018 방송산업 실태조사 보고서, 과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2018

그림 1-8 | 위성방송 매출 구성비 추이

(단위: 억 원)



자료) 2018 방송산업 실태조사 보고서, 과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2018

위성방송의 수신료 수익은 감소하고 있지만 홈쇼핑송출수수료는 소폭으로 상승하고 있는 것으로 나타났다. IPTV는 수신료와 홈쇼핑송출수수료 모두 큰 폭으로 상승하고 있으며, 이는 가입자 수 증대에서 기인한 것이라고 할 수 있다. 2017년 11월 기준으로 IPTV가 케이블TV SO 가입자를 추월하였으며, 그 격차는 계속 벌어지고 있는 상황이다.

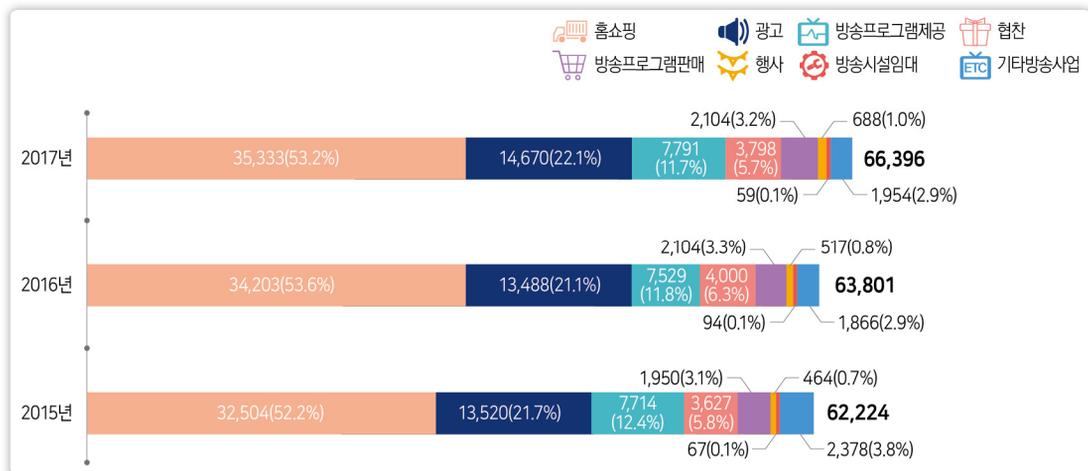
표 1-4 | SO와 IPTV 가입자 수 비교 (단위: 단말장치, 단자)

구분	2015년 12월	2016년 6월	2016년 12월	2017년 6월	2017년 11월	2018년 6월
SO	13,732,084	13,848,657	13,886,670	13,968,178	14,097,123	13,940,289
IPTV	11,358,187	12,196,432	12,889,408	13,632,000	14,220,281	15,015,907
차이 (SO-IPTV)	2,373,897	1,652,225	997,262	336,178	△123,158	△1,075,618

주) 감소 : △
자료) 2018년 상반기 유료방송 가입자 수 및 시장점유율 발표 보도자료, 과학기술정보통신부, 2018

방송채널사용사업자는 홈쇼핑과 광고, 프로그램 사용료가 소폭으로 오르는 추세를 보이고 있다. 하지만 온라인 광고시장 성장의 영향이 전체 방송 시장에 영향을 미쳐 중·장기적으로 광고 매출이 하락할 가능성이 존재하는 상황이라고 할 수 있다.

그림 1-9 | 방송채널사용사업의 방송사업 매출 구성비 추이 (단위: 억 원)



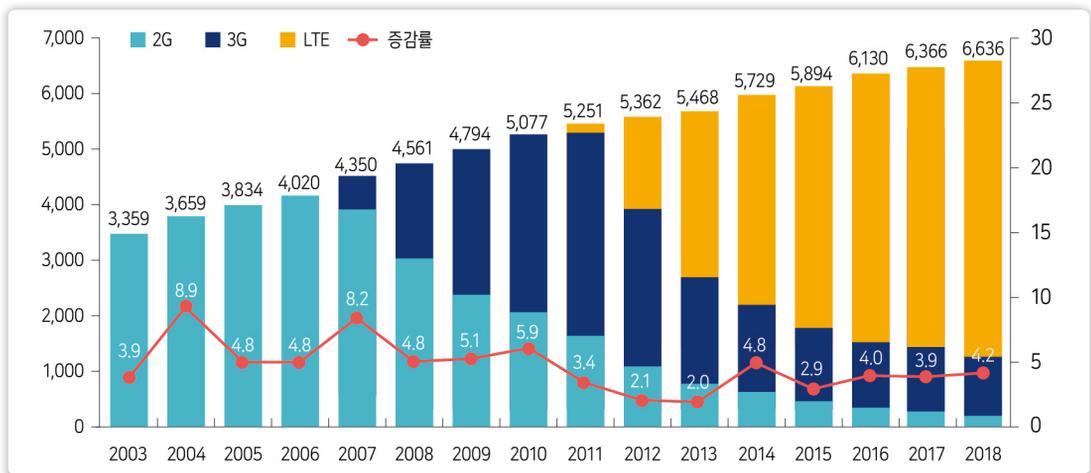
자료) 2018 방송산업 실태조사 보고서, 과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2018

라. 통신시장 현황

이동통신시장은 여전히 성장하고 있으나 성장의 폭이 둔화되는 양상이 나타나고 있으며, 5G가 상용화되어도 가입자 시장이 큰 폭으로 성장할 가능성은 다소 낮아 보인다. 이러한 현실을 고려하면 이동통신시장의 경쟁은 가입자를 확대하기보다는 서비스를 고도화하여 다양한 서비스를 이용자에게 제공하여 수익을 다각화 할 것으로 예상된다. 또한 B2C 위주의 사업 방식에서 B2B 모델을 강화할 것으로 전망된다.

그림 1-10 | 이동통신시장 가입자 규모 추이

(단위: 만 명, %)



자료) 과학기술정보통신부, 2019

초고속인터넷 가입자의 성장 둔화는 이동통신 가입자보다 더욱 두드러지게 나타나고 있는 상황이다. 이는 무선 시장 위주로 통신 시장이 재편되면서 나타나는 현상으로 볼 수 있다. 향후 이러한 현상은 더욱 심화될 것이라고 생각되며 5G가 상용화되면 무선 위주의 시장 전환은 더욱 가속화될 것으로 전망된다.

마. 방송통신 정책환경 변화

1) 신유형 매체의 성장

OTT와 같은 신유형 매체의 성장은 매우 가파르게 나타나고 있다. 이에 따라, 기존의 방송과 유사한 신유형 매체를 어떠한 틀에서 접근해야 하는지가 지속적인 이슈로 제기되어 왔다. 국내 「방송법」은 방송, 방송사업, 방송사업자로 구분하고 매체가 도입될 때마다 해당 매체에 대해 새로운 정의를 적용하는 방식으로 사업자를 법체계 내에 포섭하여 왔다. 또한 직권조정을 도입

하면서 외주제작사를 「문화산업진흥기본법」의 정의를 차용하여 포함시키기도 하였다. 이는 방송사에 비해 상대적으로 협상력이 떨어지는 외주제작사를 보호하기 위한 조치의 일환이라고 할 수 있다.

OTT와 같은 신유형 매체를 방송통신법 체계 내에 포함시켜야 하는지에 대하여 다양한 논의가 이루어지고 있다. OTT 도입 초기에는 OTT는 기존의 방송과 성격이 다르고 신유형 매체이므로 규제 유보를 통해 성장을 유도해야 한다는 논의가 상대적으로 우세했다. 하지만 OTT 서비스가 전체 미디어 산업 내에서 차지하는 비중이 커지고 기존의 방송통신 사업자들도 OTT 서비스에 진출함에 따라 기존 방송과의 유사성이 높다는 측면에서 규제 필요성이 대두되기 시작했다. 또한 유튜브, 넷플릭스와 같은 해외 사업자들의 영향력이 커짐에 따라 국내 사업자가 받는 역차별을 해소해야 한다는 주장도 꾸준히 제기되어 왔다. 이에 따라 방송통신위원회(이하 '위원회')에서는 <제4기 방송통신위원회 비전 및 주요 정책과제>를 통해 유료방송 VOD의 법적지위 등 제도 개선을 추진하겠다고 밝혔다.

동영상 시장에서 기존의 방송이 아닌 다른 서비스들의 성장은 향후 더욱 두드러지게 나타날 것으로 전망된다. 네트워크 고도화와 무제한 요금제 확산으로 인해 이용자들이 모바일 환경에서 동영상을 시청하는데 부담이 갈수록 완화되기 때문이다. 또한 기존 방송보다 훨씬 더 다양한 콘텐츠를 온라인·모바일 환경에서 접할 수 있다는 점도 향후 OTT와 같은 신유형 매체가 성장할 수 있는 기반으로 작용할 것이다.

국내보다 OTT의 성장속도가 빠른 미국과 유럽 등에서는 OTT 확산에 대응하고 있다. 하지만 OTT 이용 환경이 빈번하게 변하고 다양한 형태의 OTT 서비스가 등장함에 따라 아직까지 온전한 규제틀을 보기 어려운 부분도 있다. 이를 고려하여 국내에서는 향후 신유형 매체 도입과 활성화에 대해 보다 주도면밀하게 대응할 필요가 있을 것이라고 판단된다.

또한 국내 사업자들이 글로벌한 수준까지 성장할 있도록 유도하는 정책적 지원과 환경조성이 필요하다. 국내 미디어산업의 핵심적인 경쟁력이라고 할 수 있는 콘텐츠 경쟁력을 더욱 높이고, 독창적인 서비스를 개발하여 이를 콘텐츠와 접목시키는 등 다양한 시도가 필요한 시점이라고 판단되며, 이를 위한 정책 환경 조성이 중요할 것으로 보인다.

한편, 다양한 경로로 정보를 접하는 것이 가능해짐에 따라 미디어를 통해서도 다양한 정보가 유통되고 있는 상황이다. 이용자들이 여러 가지 정보를 다양한 미디어와 플랫폼을 통해 접할 수 있게 된 것은 긍정적인 측면이지만 출처를 확인하기 어려운 정보가 별다른 제재 없이 유통

되는 경우가 많아 이에 대한 사회적 부작용이 나타날 수 있다. 따라서 향후 미디어를 통해 허위 정보가 유통되는 것에 대한 대책 마련도 필요한 시점이다.

신유형 미디어의 성장은 이용자 입장에서 다양한 미디어와 콘텐츠를 이용할 수 있다는 점과 산업적으로는 새로운 성장의 기회가 제공된다는 점에서 긍정적이라고 할 수 있다. 하지만 이로 인해 시장에서 혼선이 초래되고 사회적으로 부작용을 초래할 수도 있다. 신유형 미디어가 시장에서 건전한 방향으로 안착할 수 있는 정책환경 마련이 중요할 것이라 판단된다.

2) 글로벌화 심화

미디어 시장의 글로벌화 양상은 갈수록 심화되고 있다. 특히, 신유형 미디어 시장의 성장은 글로벌화를 가속화시키는 가장 중요한 요인으로 작용하고 있다. 국내에서는 해외 사업자의 국내 진출보다 '한류'로 표상되는 국내 사업자의 해외 진출이 더욱 주목받아 왔다. 하지만 최근 몇 년간 구글, 페이스북, 넷플릭스와 같은 해외 사업자의 영향력이 커지면서 해외사업자에 대한 관심이 높아지고 있는 상황이다.

구글, 페이스북, 넷플릭스와 같은 글로벌 사업자들은 각기 다른 경쟁력으로 국내 시장에서 영향력을 확장해 왔다. 구글의 유튜브는 다양한 콘텐츠를 이용할 수 있을 뿐 아니라 이용자가 직접 참여하는 것이 용이하다는 것이 강점이다. 이로 인해 젊은 연령층에서는 유튜브를 검색 채널로 활용하는 것이 보편화되고 있을 뿐만 아니라 유튜브가 국내 MCN 산업 활성화에 기반을 조성했다는 평가가 존재할 정도이다. 페이스북은 관계 기반 서비스를 바탕으로 관계 교류뿐 아니라 뉴스와 같은 정보를 교류하는 것이 용이하다는 것이 장점이다. 미국에서는 페이스북을 통한 가짜뉴스 유통이 심해지자 페이스북이 알고리즘을 변경했을 정도로 페이스북을 통한 정보 교류가 활발하게 이루어지고 있다. 넷플릭스는 오리지널 콘텐츠와 맞춤형 서비스를 제공하는 것이 특징이며 해외 시장에 진출하여 해당 국가에서 오리지널 콘텐츠를 제작하여 IP를 확보하고 이를 글로벌 시장에서 활용하고 있다.

최근에는 넷플릭스가 국내에서 콘텐츠를 제작할 때 대규모 자본을 투입하는 것이 쟁점으로 떠오르고 있다. 국내 사업자보다 투자 여력에서 우위에 있는 넷플릭스가 대규모 자본을 국내 방송콘텐츠 시장에 투자하면서 이것이 국내 미디어 시장에 어떠한 영향을 미칠지에 대한 논의가 활발하게 이루어져 왔다. 넷플릭스의 국내 콘텐츠 투자를 긍정적으로 보는 입장에서는 넷플릭스가 자본이 부족한 국내 방송콘텐츠 시장의 투자처로 긍정적인 역할을 할 뿐 아니라 전 세계적인 유통창구를 확보하고 있는 넷플릭스로 인해 국내 방송콘텐츠 글로벌화에 긍정적인

영향을 줄 것이라고 보고 있다. 반면, 넷플릭스가 국내시장에 공격적으로 투자하는 것에 대해 부정적인 입장에서는 국내 방송콘텐츠 시장이 공동화되고 자생적인 제작 기반을 마련하는 것이 어려워질 것이라고 예측하고 있다.

글로벌 사업자들의 국내 진출에 대한 우려가 높아지고 있는 것은 국내 방송시장의 여건과 관련되어 있다. 국내 방송광고 시장의 규모는 지속적으로 감소하고 있으며 모바일을 포함한 온라인 광고는 지속적으로 증가하고 있다. 미디어 이용행태와 현재 방송시장의 상황을 고려할 때 이러한 여건이 쉽게 개선되기는 어려울 것이라 판단된다.

한편, 국내에 진출한 해외 사업자들의 특징은 상대적으로 약한 규제를 적용받는 부가통신 사업자의 지위를 가진 사업자인데다 국내 사업자가 아니기 때문에 규제를 우회할 수 있다는 점이다. 이로 인해 국내 사업자가 역차별 받고 있다는 우려가 꾸준히 제기되어 왔다. 위원회에서는 이러한 상황을 개선하기 위해 국내 대리인 지정 의무화를 추진하고 있다. 위원회가 추진하고 있는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」 개정안의 주요 내용은 다음과 같다. 위원회가 제안한 개정안에 따르면 국내에 주소 또는 영업소가 없는 사업자도 다음의 조건에 해당되면 국내 대리인을 지정해야 한다. 해당 조건은 ‘전년도 전체 매출 1조 원 이상’, ‘정보통신서비스 부문 매출 100억 원 이상’, ‘저장·관리되는 일일 평균 이용자 수 100만 명 이상’, ‘위원회 조사 과정에서 자료 제출을 요구받는 자’ 등이다.

글로벌 사업자들과 국내 사업자들의 갈등도 지속되고 있다. 특히, 국내 이동통신사들과 글로벌 플랫폼 사업자들 간의 망이용대가 지급 여부를 두고 오랜 기간 갈등이 발생했다. 하지만 최근 SKB와 페이스북 간 합의를 통해 페이스북이 망이용료를 SKB에게 지급하기로 하였다.

글로벌화는 피할 수 없는 큰 흐름이다. 중요한 것은 국내 미디어 사업자들이 이러한 흐름에 잘 적응할 수 있는 정책 환경을 조성하는 것이다. 이를 위해서는 국내 사업자가 글로벌 사업자와 공정하게 경쟁할 수 있는 기반을 만들고 우리 사업자들도 활발하게 해외 진출을 할 수 있도록 지원하는 것이 필요할 것이라 판단된다.

3) 5G, 데이터 기반 서비스 활성화 등 기술 진화

제4차 산업혁명으로 미디어 분야 기술이 급격히 진화되면서 정책환경에도 영향을 미치고 있다. 현재는 미디어 분야의 규제도 중요하지만 미디어 분야를 진흥시켜 새로운 성장 동력을 찾아야 할 필요성이 커지고 있다.

2019년은 5G 원년이 될 전망이다. 5G 기술은 4G로 인해 보편화된 모바일 미디어를 통한 콘텐츠 소비 등 미디어 이용이 더욱 활성화되는 계기로 작용할 것이다. 특히, 국내에서는 제4차 산업혁명과 관련된 가장 경쟁력 있는 기술이 네트워크 기술이라는 평가가 많아 제4차 산업혁명 환경과 5G 기술 간 시너지 창출에 대한 기대감이 높아지고 있는 상황이다.

한편, 전 세계적으로 데이터를 어떻게 활용하느냐 하는 부분이 미디어 분야를 포함한 전 분야의 화두가 되고 있다. 현재 전 세계를 주도하고 있는 구글, 넷플릭스, 페이스북과 같은 플랫폼 기업들의 핵심적인 경쟁력은 데이터를 활용하는 능력이다. 이용자의 데이터를 활용하여 이용자의 요구에 부합하는 최적의 콘텐츠와 서비스를 제공하고 이를 통해 이용자의 관심을 끌고 체류시간을 늘려 이용자를 확대하는 것이 가장 중요한 경쟁력이 된 것이다. 국내에서도 데이터 기반 경제, 플랫폼 경제와 같은 개념이 주목을 받으면서 인공지능, 빅데이터를 잘 활용하기 위한 제도개선 뿐만 아니라 신기술에 대한 제도적 지원의 필요성도 부각되고 있다.

이와 관련하여 주목받고 있는 것이 신기술에 대한 규제를 최소화하는 '네거티브 규제 적용'과 사업자에게 기회를 제공해 주는 '규제 샌드박스' 제도이다. '규제 샌드박스'란 혁신을 추구하는 기업들이 상품을 출시할 때 특정 기간 동안은 기존의 규제를 면제 또는 유예하는 제도이다.

신기술의 도입과 이를 통한 미디어 산업의 발전은 앞으로 방송통신 분야를 넘어 전 국가적인 화두가 될 전망이다. 우리나라의 핵심 성장동력인 방송통신 분야의 합리적이고 효율적인 제도 개선을 통해 미디어 산업의 재도약을 추구하고야 할 시점이다.



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」	<ul style="list-style-type: none"> 위원회 설치 근거, 구성, 사무조직 위원회의 소관사무, 운영방법 및 심의위원회 설치 	2008년 02월 29일 제정 2018년 02월 21일 개정
「방송통신발전 기본법」	<ul style="list-style-type: none"> 방송통신 정책의 기본방향, 기본계획 수립 방송통신 재난관리, 방송통신발전기금 설치 	2010년 03월 22일 제정 2018년 12월 24일 개정
「방송법」	<ul style="list-style-type: none"> 방송편성의 자유와 독립, 방송의 공적 책임 방송사업에 대한 허가·재허가·승인·재승인 	2000년 01월 12일 제정 2018년 12월 24일 개정
「한국교육방송공사법」	<ul style="list-style-type: none"> 한국교육방송공사의 자본금 및 출자 임원의 임명, 이사회 구성 	2000년 01월 12일 제정 2018년 02월 21일 개정
「방송문화진흥회법」	<ul style="list-style-type: none"> 방송문화진흥회의 임원 구성 방송문화진흥자금의 설치 근거 	1988년 12월 26일 제정 2014년 06월 03일 개정

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

법률명	주요내용	연혁
「지역방송발전지원 특별법」	<ul style="list-style-type: none"> 지역방송발전지원계획 수립 지역방송발전위원회 설치 및 구성 	2014년 06월 03일 제정
「방송광고판매대행 등에 관한 법률」	<ul style="list-style-type: none"> 방송광고판매대행자 허가, 소유제한 방송광고의 균형발전 	2012년 02월 22일 제정 2017년 07월 26일 개정
「인터넷 멀티미디어 방송사업법」	<ul style="list-style-type: none"> 인터넷멀티미디어 방송 제공사업의 허가 공정경쟁의 보장 	2008년 01월 18일 제정 2017년 07월 26일 개정
「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」	<ul style="list-style-type: none"> 사업자 분류, 시장 진입 제도 긴급구조기관의 개인위치 정보 이용 	2005년 01월 27일 제정 2018년 12월 24일 개정
「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보의 수집·이용 제한 정보통신망의 안정성 확보 	1986년 05월 12일 제정 2018년 12월 24일 개정
「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」	<ul style="list-style-type: none"> 지원금의 차별 지급 금지 및 지원금 공시 지원금과 연계한 개별계약 체결 제한 	2014년 05월 28일 제정 2018년 02월 21일 개정
「전기통신사업법」	<ul style="list-style-type: none"> 역무(서비스) 및 사업자 분류, 경쟁촉진·공정경쟁 제도 통신이용자 보호제도 	1983년 12월 30일 제정 2018년 12월 24일 개정
「전파법」	<ul style="list-style-type: none"> 주파수 분배, 할당, 회수, 재배치 절차 무선국 허가·검사 등 무선국 이용절차 	1961년 12월 30일 제정 2018년 02월 21일 개정

주) 과학기술정보통신부와 공동 소관 법률 포함

2. 조직 현황 및 소관 사무

가. 조직 현황

그림 II-1 | 제4기 위원회 상임위원



이효성 위원장

서울대학교 지질학과를 졸업(1973년)하고, 동대학원 언론정보학과(1975년)를 거쳐, 동대학 신문학과 박사과정을 수료(1979년)하였다. 문화방송-경향신문 수습기자로 입사(1978년)하였고, 성균관대학교 신문방송학과 교수(1990~2016년), 한국사회언론연구회 회장(1991~1993년), 민주언론시민연합 정책위원장 겸 이사(1998~2003년), 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.



김석진 부위원장

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.



허욱 상임위원

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.



표철수 상임위원

서울대학교 지리학과를 졸업(1975년)하였다. KBS보도국에 입사(1975년)하여 정정치부 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.

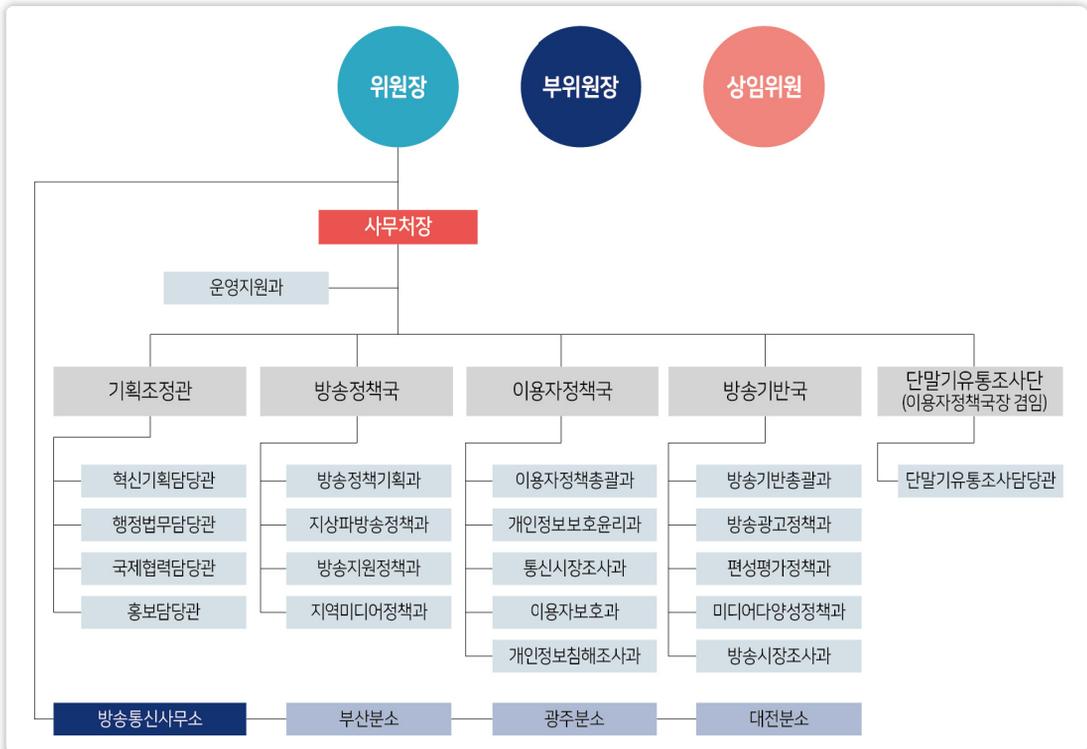
주) 2019년 3월 현재 기준

위원회는 「방송통신위원회 직제」(대통령령 제29192호, 2018년 9월 28일 시행)가 개정됨에 따라 기존의 1처 3국 1관 19과로 구성되어 있던 사무조직은 1처 3국 1관 20과 1소속 기관으로 재구성되었으며, 세부조직은 <그림 II-2>와 같다.

2018년 주요 개정내용으로는 방송통신 이용자 보호 강화를 위한 조사 인력 2명(5급 1명, 6급 1명)을 증원하고, 방송통신 정책홍보 역량 강화 등을 위해 홍보협력담당관을 국제협력담당관으로 개편 및 홍보담당관을 신설하여, 이에 필요한 인력 1명(4급 1명)을 증원하였다.

또한 방송통신위원회가 과학기술정보통신부 중앙전파관리소장에게 위탁하여 수행하던 영리 목적의 광고성 정보 전송 위반에 관한 사무 및 지상파방송사업자 등 방송통신위원회 소관 방송 사업자의 방송프로그램 편성비율 위반에 관한 사무 등을 방송통신위원회가 직접 수행하기로 함에 따라 방송통신사무소를 신설하고, 4급 1명 증원 및 관련 사무를 수행하던 중앙전파관리소의 인력 40명을 방송통신위원회로 이체하였다.

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. 보편적 시청권 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.

표 II-2 | 위원회 부서별 업무분장표

부서명		주요업무
기 획 조 정 관	혁신기획담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 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, 대국회 및 대외기관 협력업무 • 사무관리, 사무자동화 및 지식정보시스템 구축·운영 • 비상·보안업무 및 재난관리
	행정법무담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 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
	국제협력담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 정부간 협력 등 지역별 국제협력 정책 • WTO, FTA 등의 방송통신 관련 협상 • 국제기구에 관한 정책 • 방송·통신 분야 국제기구의 운영 및 정책개발
	홍보담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 주요 정책에 대한 홍보 및 언론 브리핑 지원 • 언론보도에 대한 분석·평가 및 대응
방 송 정 책 국	방송정책기획과	<ul style="list-style-type: none"> • 방송서비스 정책 총괄 • 중·장기 방송 기본정책 수립 및 공영방송 정책 수립·추진 • 방송사업 법령 제·개정
	지상파방송정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 지상파방송에 대한 정책 및 인·허가 • 지상파 신규 및 부가서비스 정책 수립·추진 • 지상파 방송기술 정책 수립 및 시행
	방송지원정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 종편·보도PP 정책 수립 • 공익·장애인 복지채널 정책 수립 • 방송매체별 방송주파수 운용계획 수립
	지역미디어정책과	<ul style="list-style-type: none"> • 지역방송 정책, 지상파DMB 정책 및 허가 • 시청자미디어재단 관리 및 미디어 교육 • 시청자 방송참여 활성화지원 사업 정책 수립·지원

부서명		주요업무
이용자정책국	이용자정책총괄과	<ul style="list-style-type: none"> • 방송통신이용자 보호에 관한 정책 총괄 • 방송통신이용자 보호 관련 법령의 분석 및 제·개정 • 통신관련 분쟁재정 및 알선
	개인정보보호윤리과	<ul style="list-style-type: none"> • 정보통신망에서 개인정보보호 정책 및 관련법령 제·개정 • 인터넷서비스 개인정보보호에 관한 대책 • 위치정보사업자 인·허가 및 신고에 관한 사항 • 네트워크상에서 불건전정보 유통방지 및 관련법령 제·개정 • 사이버 윤리 관련 교육·홍보 및 불법스팸 차단에 관한 사항
	통신시장조사과	<ul style="list-style-type: none"> • 통신시장 동향 분석 및 시장모니터링 • 통신시장의 공정경쟁 환경조성을 위한 제도개선 • 통신사업자 법규 위반행위에 대한 조사 및 시정조치
	이용자보호과	<ul style="list-style-type: none"> • 방송통신이용자 보호에 관한 제도개선 • 방송통신서비스 활용 및 피해예방 교육·홍보 • 통신서비스 이용자 이익침해에 대한 사실조사 및 시정조치
	개인정보침해조사과	<ul style="list-style-type: none"> • 정보통신망에서 개인정보의 침해 방지대책의 수립 • 정보통신서비스 제공자의 이용자 개인정보보호에 관한 법령 준수 여부 점검 • 정보통신망에서 개인정보보호 실태 점검 기획·조사
방송기반국	방송기반총괄과	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 방송의 여론 다양성에 관한 기본계획 수립·시행 • 방송시장경쟁상황평가 기본계획 수립·시행 • 장애인 등 방송소외계층 지원 정책 수립·시행
	방송시장조사과	<ul style="list-style-type: none"> • 금지행위 위반사업자 조사·시정조치 • 방송시장 공정경쟁을 위한 제도 개선 • 방송사업자 재산상황 공표 및 경영분석 • 방송 관련 분쟁조정
단말기유통조사단	단말기유통조사담당관	<ul style="list-style-type: none"> • 이동통신단말장치 유통시장 모니터링 및 조사계획 수립 • 이동통신단말장치 지원금 관련 긴급중지명령 제도 운영 • 이동통신사 및 유통점의 단말기유통법 관련 불공정행위 조사·제재
운영지원과		<ul style="list-style-type: none"> • 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	김기만	「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

표 II-4 | 위원회 유관기관

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

라. 2018년도 세출예산

위원회의 2018년도 세출예산 규모는 총 2,386억 원으로 이를 재원별로 살펴보면, 일반회계 564억 원, 방송통신발전기금 1,822억 원이며, 분야별로는 통신분야 664억 원, 방송분야(문화 및 관광) 1,722억 원이다. 또한 기능별 세출예산 규모는 인건비 193억 원, 기본경비 40억 원, 주요 사업비 2,153억 원으로 이루어졌다. 자세한 내역은 <표 II-5>와 같다.

표 II-5 | 2018년도 위원회 세출예산 내역

(단위: 억 원)

구분		2017년(A)	2018년(B)	증 감 (B-A)	%	
총 지 출 <I+II>		2,393	2,386	△7	△0.3	
(합계=총지출+기금관리비+내부거래+여유자금)		(10,379)	(8,594)	(△1,785)	(△17.2)	
재 원 별	I. 일반회계	545	564	19	3.5	
	II. 방송통신발전기금	1,848	1,822	△26	△1.4	
	(합계=지출+기금관리비+내부거래+여유자금)	(9,834)	(8,030)	(△1,804)	(△18.3)	
	① 지출	소계(㉑+㉒)	7,585	6,683	△902	△11.9
		㉑ 방송통신위원회	1,848	1,822	△26	△1.4
		㉒ 과학기술정보통신부	5,737	4,861	△876	△15.3
	② 기금관리비	38	40	2	5.3	
	③ 내부거래(공자기금예탁)	1,000	1,000	-	-	
④ 보전지출(기금 여유자금운용)	1,211	307	△904	△74.6		
분 야 별	□ 통신분야	632	664	32	5.1	
	□ 방송분야(문화 및 관광)	1,761	1,722	△39	△2.2	
기 능 별	□ 인건비	173	193	20	11.6	
	□ 기본경비	42	40	△2	△4.8	
	□ 주요 사업비	2,178	2,153	△25	△1.1	
	① 방송인프라 지원 및 시청자 권익증진	1,202	1,119	△83	△6.9	
	② 공정경쟁 및 안전한 정보이용환경 조성	254	273	19	7.5	
	③ 미디어 다양성 및 방송콘텐츠 경쟁력 강화	668	693	25	3.7	
	④ 방송통신 운영지원	54	68	14	25.9	

주) △: 감소

마. 2018년도 정부입법 추진 현황

2018년 위원회에서는 신고제도 합리화를 위한 「전파법」 개정(안), 「정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 개정(안), 행정조사 규정 정비 등을 위한 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 개정(안), 통신단말장치 리콜에 따른 이용자 보호를 위한 「전기통신사업법」 개정(안), 인·허가제도 합리화를 위한 「방송문화진흥회법」 개정(안), 「한국교육방송공사법」 개정(안), 방송 분쟁조정 관련 제도 및 방송시장 경쟁상황 평가 관련 행정조사 규정 등을 정비하기 위한 「방송법」 개정(안)을 국회에 제출(2018년 7월, 9월, 11월, 12월)하였다.

3. 2017년도 주요 정책성과

글로벌 콘텐츠 플랫폼의 확산과 5세대 이동통신(5G)의 전파 발사 등 급변하는 방송통신 환경 속에서 위원회는 방송의 공정성 및 공공성 강화, 안전하고 공정한 방송통신시장 실현, 방송통신시장의 활력 제고, 전 국민 미디어 역량 강화를 정책방향으로 설정하고, 이에 따라 사업을 추진하였다. 위원회가 2017년에 추진하였던 주요 정책성과는 다음과 같다.

가. 방송의 공정성 및 공공성 강화

위원회는 2017년 12월에 허가유효기간이 만료되는 지상파방송사업자, 공동체라디오방송사업자에 대한 재허가 심사와 2017년에 승인유효기간이 만료되는 종합편성·보도전문PP에 대한 재승인 심사, 종합편성방송채널사용사업자의 방송광고판매대행사업자 재허가 심사를 수행하는 등 방송의 공정성과 공공성 강화를 위하여 노력하였다.

또한 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 제작 지원 사업'을 시행하였으며 국내외 콘텐츠마켓, 해외 피칭포럼 참가지원, '지역방송 종사자를 위한 맞춤형 교육프로그램' 개발 등을 통해 지역·중소방송에 대한 지원을 강화하였다.

위원회는 2016년도 방송사업자 시청점유율 산정 결과를 발표하고 이를 보다 쉽고 편리하게 찾아 활용할 수 있도록 방송통계 포털을 구축하였으며 2016년도 N스크린 시청행태 조사 결과를 발표하는 한편 '2017년 미디어 다양성 증진 국제 컨퍼런스'를 개최하여 미디어 다양성의 증진과 관련 전문가들과의 협력 기반을 구축하기 위하여 노력하였다.

나. 안전하고 공정한 방송통신시장 실현

위원회는 외주제작 관련 간담회와 세미나를 개최하고 5개 부처 합동으로 종합대책을 마련하는 등 외주제작환경을 개선하는 데 기여하였고 방송분야 금지행위 익명 제보센터를 개소하여 방송사업자의 불공정행위를 개선하기 위하여 노력하였다. 통신사업자와 유료방송사업자간 공정경쟁을 위해 판단 지표를 설정하고 법제도를 정비하여 통신시장 공정경쟁 환경을 조성하는 데에도 힘썼으며 중소 유통점의 지원을 확대하기 위해 상생협력협의체를 운영하였다.

또한 「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」(이하 「단말기유통법」) 시행으로 지원금 상한제 폐지에 따른 시장혼란을 방지하기 위해 모니터링을 강화하고 「단말기유통법 시행령」을 개정하였다.

위원회는 규모가 크고 절차가 복잡한 통신단말장치 리콜에 대해 부차적인 피해가 발생하지 않도록 리콜 근거규정 등 이용자 보호 장치를 마련하기 위해 노력하였고, 통신서비스에 대한 이용자 피해가 증가함에 따라 효율적으로 해결할 수 있도록 통신분쟁조정제도의 도입을 추진하였다. 한편, 불법 유해정보의 유통을 방지하기 위해 「전기통신사업법」 개정을 추진하고 전체 사업자를 대상으로 상시점검을 시행하였으며, 디지털 성범죄 영상물 집중단속을 실시하여 불법 유해정보들을 신속하게 삭제·차단하는 등 건전한 인터넷 이용환경 조성에 기여하였다. 또한 이동통신사와 협업하여 음성스팸 실시간 차단시스템을 구축하는 등 불법 스팸 대응체계를 강화하였다.

위원회는 개인정보보호에 대한 요구의 증대에 맞추어 ‘스마트폰 앱 접근권한 개인정보보호 안내서’, ‘온라인 맞춤형 광고 개인정보보호 가이드라인’, ‘바이오정보보호 가이드라인’을 제·개정하고 사업자들의 이해를 돕기 위한 정책설명회를 개최하여 선도적으로 개인정보보호를 위한 환경을 구축하였다. 또한 개인정보 유출사고를 예방하기 위한 실태점검을 시행하였으며 법규 위반 시에는 엄정한 제재를 가하여 2차 피해확산을 방지하기 위해 노력하였다.

다. 방송통신시장의 활력 제고

위원회는 광고제도 개선을 위한 정책연구를 추진하고 이해관계자와 학계 전문가의 의견을 청취하는 등 방송광고 전반에 대한 제도개선을 통해 고품질 콘텐츠 지속 제작 기반을 마련하였다. 방송사업자의 협찬 운영에 대한 투명성 제고를 위하여 관련 사업자를 대상으로 실태 점검을 진행하였고 시청자의 시청권 보호를 위하여 협찬고지 형식규제에 대해 집중 모니터링을 실시하였다.

또한 ‘한류 활성화 연구반’을 구성·운영하여 한류 방송콘텐츠의 경쟁력 제고를 위해 힘썼으며, 방송·통신 분야 협력 강화를 위하여 MOU를 체결하고 국제포럼을 개최하는 등 방송콘텐츠 제작과 유통의 기반을 강화하였다.

더불어 위원회는 2017년 5월 지상파 초고화질(이하 ‘UHD’) 본방송을 개시하였으며 2021년 까지 전국적으로 UHD 방송망을 구축하는 방안을 추진하였다. 과학기술정보통신부와 합동으로

‘지상파 UHD 방송 도입 준비상황 점검단’을 운영하는 등 안정적인 지상파 UHD 방송 도입에 힘썼다. 또한 다채널방송(이하 MMS)인 EBS 2TV 시범서비스의 본방송 도입 준비를 추진하여 신규 방송통신서비스의 활성화 기반을 마련하였다.

위원회는 개인정보를 수집·이용하는 스마트기기와 융·복합 서비스의 확산으로 인한 개인정보 보호의 방식의 변화가 요구되는 시대에 맞추어 「정보통신망법」이 이러한 혁신에 장애가 되지 않으면서 실질적인 보호가 될 수 있도록 개인정보 수집·이용·제공에 대한 사전동의 예외를 합리화하였다. 위원회는 2017년 12월에 7개 신용카드사를 본인확인기관으로 조건부 지정하여 본인확인 이용의 불균형을 해소하고 이용자가 다양한 본인확인수단을 선택할 수 있는 기반을 마련하였으며 데이터의 국경 간 이전 수요가 급증함에 따라 글로벌 개인정보보호 인증체계 도입·운영을 추진하였다.

급변하는 방송통신 환경에 대응하기 위해 위원회는 9개 규제개혁과제를 발굴하여 규제를 정비하였고 4개 행정조사 정비과제를 발굴하였다. 사전 규제방식의 시장 관리 관성을 제거하고 방송통신 신규 서비스 활성화를 위하여 네거티브 규제전환을 적극적으로 추진하는 데 힘썼으며 이러한 규제개혁의 필요성에 대해 대국민 홍보를 실시하는 등 규제개혁의 기반을 마련하기 위하여 노력하였다.

위원회는 2017년 2월부터 11월까지 9개 국가(우즈베키스탄, 카자흐스탄, 태국, 인도네시아, 벨기에, 네덜란드, 포르투갈, 이탈리아, 프랑스)의 방송통신 정부기관과 양자면담을 실시하고 MOU를 체결하여 방송통신 국제협력을 강화하였다. 각국 정부기관과의 면담에서는 2018년 평창올림픽에 대한 관심을 촉구하였으며 방송규제기관 포럼(IBRAF), 국제 방송장비 전시회(IBC), 국제 콘텐츠마켓(MIPCOM)에 참석하여 방송통신의 글로벌 동향을 수집하고 방송콘텐츠의 해외진출과 한류 확산을 위한 지원에 힘썼다. 또한 위원회는 남북 방송통신 교류의 기반을 마련하고 민족동질성 회복을 위하여 남북 방송통신 국제컨퍼런스를 개최하고 통일 방송프로그램 제작을 지원하였다.

라. 전 국민 미디어 역량 강화

스마트 시대에 지역·계층·세대별로 미디어 격차가 심화되고 있는 상황에서 전 국민의 미디어 역량을 강화할 수 있도록 위원회는 맞춤형 미디어교육을 실시하고, 이를 체계적으로 추진하기 위한 중장기 미디어교육계획을 수립하였다. 또한 미디어의 사회적 영향력과 중요성이 높아짐에

따라 청소년의 미디어 이해·활용 능력을 제고하고 재능 있는 창의인재를 조기 발굴하기 위해서 위원회는 자유학기제 미디어교육, 동아리 미디어교육, 대학생 학점인증 교육 과정을 확대하는 등 보편적 미디어교육을 강화하였다.

위원회는 인터넷상 표현의 자유를 증진시키기 위해 임시조치제도를 개선하고 인터넷 윤리의식 향상을 위해 계층별·맞춤형 윤리 교육을 추진하였으며, 각종 공모전·캠페인을 통해 바람직한 인터넷 이용문화 조성을 위하여 노력하였다. 또한 청소년의 스마트폰 이용환경 개선을 위해 사이버안심존 운영을 확대하였고 청소년 유해매체물 차단에 대한 대국민 홍보 캠페인을 진행하였다.

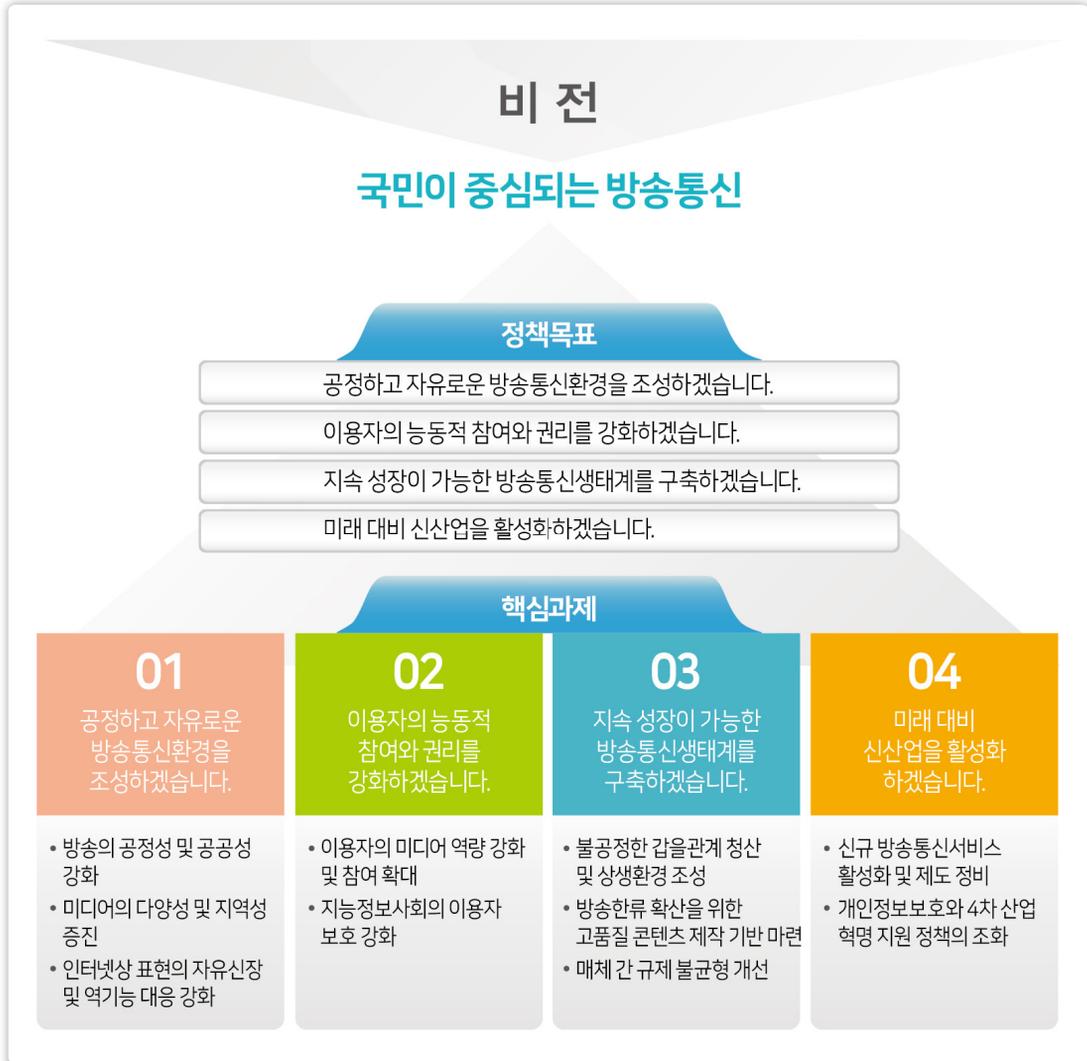
또한 소외계층의 방송접근권 확대를 위해 시·청각장애인용 TV를 보급하고 장애인방송의 품질을 개선하기 위한 가이드라인을 마련하였으며, 장애인방송 접근환경 개선을 위하여 스마트 수어방송서비스의 시범방송을 실시하였다.

4. 2018년도 주요 정책목표

위원회는 디지털 기술의 발달에 따른 방송과 통신의 융합현상에 능동적으로 대응하고, 방송의 자유와 공공성 및 공익성을 보장하며, 방송과 통신의 균형발전과 국제경쟁력을 높이기 위하여 '국민이 중심되는 방송통신'을 비전으로 설정하였다.

또한 네 가지 정책목표로 첫째, 방송의 공정성 및 공공성 강화, 미디어의 다양성 및 지역성 증진 등을 통한 '공정하고 자유로운 방송통신환경 조성', 둘째, 이용자의 미디어 역량 강화 및 참여 확대, 지능정보사회의 이용자 보호 강화를 통한 '이용자의 능동적 참여와 권리 강화', 셋째, 불공정한 갑을관계 청산 및 상생환경 조성, 방송한류 확산을 위한 고품질 콘텐츠 제작 기반 마련 등을 통한 '지속 성장 가능한 방송통신생태계 구축', 넷째, 신규 방송통신서비스 활성화 및 제도 정비, 개인정보보호와 4차 산업혁명 지원 정책의 조화를 통한 '미래 대비 신산업 활성화' 업무를 수행하였다.

그림 II-3 | 비전 및 정책목표





2018년도 방송통신 정책성과

Ⅲ. 2018년도 방송통신 정책성과

제1절 | 공정하고 자유로운 방송통신환경 조성

1. 방송의 공정성 및 공공성 강화

가. 공영 방송의 지배구조 및 수신료 제도 개선

1) 공영방송 지배구조 개선 및 편성·제작 자율성 제고

공영방송 이사 및 사장 선임 등 지배구조와 방송 제작·편성의 자율성과 관련하여 제도 개선의 필요성이 지속적으로 제기되었다. 또한 2017년 주요 지상파방송 재허가와 종편PP 재승인 시 방송의 공적 책임 및 공정성 관련 조건을 부가함으로써 이에 대한 철저한 이행점검이 요구되었다. 방송통신위원회(이하 '위원회')는 언론개혁에 대한 국민여원에 따라 공영방송의 독립성·공정성·자율성 확보를 방송정책의 최우선 과제로 삼아 제도 개선방안을 마련해 왔다.

다만 여·야 정치권은 물론 방송사 사측과 종사자, 시민사회 등 의견이 다양함에 따라 사회적 논의를 위해 2017년 10월 방송·법률·경영·회계 전문가 및 시민사회 단체 추천인사로 방송미래발전위원회를 구성하였고, 이를 통해 발의된 법안과 학계·시민사회 제안, 해외사례 등을 종합적으로 검토하였다. 이후 방송미래발전위원회에서는 방송사·시민단체 참여 토론회, 대국민 의견수렴 등을 거쳐 2018년 8월 정책제안서를 마련하였다.

표 III-1 | 공영방송 지배구조 개선과 자율성 제고를 위한 대국민 의견수렴



방송사 및 시민단체 등의 의견수렴을 위한 토론회

- 일시 : 2018년 3월 29일
- 장소 : 한국방송회관
- 내용 : 공영방송 지배구조 개선방안과 방송의 제작·편성 자율성 제고를 위한 제안 발표 및 종합토론 실시



정책제안서(안)에 대한 온·오프라인 의견수렴

- 접수기간 : 2018년 6월 8일 ~ 6월 18일(11일간)
- 인터넷 홈페이지를 통해 정책제안서 주요 내용을 게시하고 공개적으로 의견을 수렴(e-mail 또는 우편 접수)

위원회는 제출된 방송미래발전위원회의 정책제안서를 바탕으로 상임위원 간 논의(4회)를 통하여 공영방송 지배구조 개선 및 방송 편성·제작 자율성 제고를 위한 정책과제별 개선방안을 담은 의견서를 마련하였다. 공영방송의 독립성 및 공정성을 확보하기 위해서는 정치 환경에 영향 받지 않는 지배구조 확립이 가장 중요한 출발점이라는 인식하에 정치적 후견주의 완화, 합의를 통한 의사결정 촉진, 운영의 투명성 제고를 원칙으로 ▲ 위원회 여·야 상임위원이 합의 추천(선임)하는 국민추천이사제 도입, ▲ 사장 선임 시 국민 의견수렴 절차 의무화, ▲ 국민추천 이사제 도입 등 이사회 개선을 전제로 사장추천위원회 및 특별다수제 도입 여부 등에 대한 이사회 재량권 부여, ▲ 특별다수제 도입 시 의사결정 지연방지를 위해 일정기간(3개월 등) 경과 후 과반수제로 전환하는 보완규정 마련 등을 제안하였다.

아울러, 방송의 편성·제작 자율성 제고를 위해서는 방송 현장에서 종사자의 의견이 충분히 반영될 필요가 있음에 따라 ▲ 지상파방송 및 종합편성·보도전문 방송채널사용사업자에 대한 사업자·종사자 동수의 편성위원회 설치 의무화, ▲ 편성위원회에 ①편성·제작의 자율성 침해 ②편성규약의 제·개정 ③보도·제작·편성 간부 임명 시 종사자 의견반영제도 마련 ④시청자위원 추천 등에 관한 사항 등 심의·의결 기능부여, ▲ 사업자·종사자 동수 구성에 따른 분쟁 우려 등을 고려하여 편성위원회 중재기구 설치를 의무화하는 보완규정을 마련하도록 하였다.

위원회는 본 의견서를 2018년 12월 국회에 제출하였으며, 향후 방송관계법 개정 논의를 위한 국회 논의를 본격적으로 지원할 예정이다.

표 III-2 | 공영방송 지배구조 개선 및 편성·제작 자율성 제고를 위한 제도개선방안 주요내용

- (공영방송 지배구조 개선) 국민추천이사제 도입, 사장 선임시 국민의견 수렴절차 의무화 등

- 방송통신위원회가 이사를 추천(선임)하는 현행 역할을 유지하되, 이사 1/3(또는 일정 수) 이상의 국민 의견을 들어 방송통신위원회 상임위원이 합의추천(선임)하는 국민추천이사제 도입
- 사장 선임 시 국민 의견수렴 절차 의무화
- 이사회 개선을 전제로 사장추천위원회 및 특별다수제 도입 여부 등에 대한 이사회 재량권 부여
- 특별다수제 도입 시 의사결정 지연방지를 위해 일정기간 경과 후 과반수제로 전환하는 보완규정 마련

- (제작 자율성 제고) 노사동수 편성위원회 구성, 편성위원회 기능 강화, 분쟁중재위원회 설치 등

- 지상파방송 및 종합·보도PP에 대한 사업자·종사자 동수의 편성위원회 설치 의무화
- 편성위원회에 ①편성·제작의 자율성 침해 ②편성규약의 제·개정 ③보도·제작·편성 간부 임명 시 종사자 의견반영 제도 마련 ④시청자위원 추천 등에 관한 사항 등 심의·의결 기능 부여
- 노사 동수 구성에 따른 분쟁 우려 등을 고려, 편성위원회 중재기구 설치를 의무화하는 보완규정 마련

2) 수신료 제도개선

1988년 「방송법 시행령」 개정 이후 크게 변하지 않은 수신료 징수제도를 개선하여 미디어 환경 변화에 조응하고, 국민 부담을 완화할 필요성이 제기되었다. 이에 위원회는 수신료 제도의 현황과 문제점에 대한 분석을 토대로 개선방안을 마련하여 관련 제도 개선을 단계적으로 추진하기로 하였다.

이를 위해 위원회는 관련 정책연구반을 구성하여 연구반(4회) 및 방송미래발전위원회(2회) 논의, 이해관계자 의견청취(6회), 관련 법률자문 등을 통하여 제도개선안을 마련하였다. 제도개선안에는 수신료 산정위원회 설치, 공영방송 회계 분리 등 수신료 산정·배분, 부과·징수, 집행·평가 절차 전반에 관한 제도개선 내용을 담았다. 개선방안에 따라 도출된 수신료 제도 개선 과제 16개를 중요도·시급성 등에 따라 구분하여 단계적인 추진을 시작하였다. 특히 수신료 면제·감면·감액제도 개선을 위한 「방송법 시행령」 개정은 국민 불편과 부담감소를 위한 우선 과제로 먼저 추진되었다.

위원회는 수신료 체납 가산금이 너무 높고 선납 할인제도가 활용되고 있지 않다는 민원 제기와 국회 지적 등을 반영하여, 2018년 10월 31일, 수신료 납부과정에서의 국민 부담 경감을 위한 「방송법 시행령」 일부개정안을 마련하였다. 개정안의 주요 내용은 다음과 같다. 우선, 수신료를 내지 않은 사람이 부담해야 하는 가산금을 현행 체납액의 5%에서 3%로 인하하여 유사한 다른

부담금과의 형평성을 제고하고, 독촉장에도 가산금의 부과근거를 기재하도록 하였다. 수신료를 미리 낼 경우, 6개월 당 월 수신료의 50%(1,250원)를 할인해주는 선납 감액제도의 활성화를 위하여 KBS가 이를 인터넷 홈페이지 등 알기 쉬운 방식으로 국민에게 공지하도록 의무화 하였다. 아울러 수신료 면제신청 대상 중 별도의 증빙 없이 신청가능한 사람을 전력사용이 저조하거나 난시청 지역에 거주하는 사람에서 수신료 면제대상 중 국민기초생활수급자, 국가유공자 및 독립유공자, 5.18민주유공자, 시·청각 장애인 등까지 확대하였다. 확대된 대상자들은 면제 자격을 증빙하는 자료를 직접 제출해야 했으나, 개정 후에는 KBS(또는 수신료 징수를 위탁받은 한국전력)가 직접 보건복지부의 전산시스템을 통하여 확인하게 된다. 이 밖에 수신료에 관하여 제기된 다수의 민원을 감안하여 수상기를 소지하지 않은 사람에게 잘못 부과된 수신료를 환불하도록 근거규정을 마련하였다. 위원회는 2018년 11월 개정안에 대한 입법예고를 통해 각계 의견을 수렴하였고, 규제심사와 법제처 심사를 거쳐 2019년 3월 중 공포할 예정이다.

위원회는 향후에도 지속적인 수신료 제도개선과 관련된 방송법령을 개정하여 국민의 부담은 감소시키고 공영방송 재정에 대한 알권리를 보장하는 등 수신료 제도의 절차적 합리성·투명성·객관성을 강화할 예정이다. 이를 통해 국민의 편익을 제고하고, 공영방송 재정을 안정화하여 고품격 프로그램을 제공하는 등 본연의 공적책무를 수행할 수 있도록 제도적 기반을 구축할 수 있을 것으로 기대된다.

표 III-3 | 수신료 제도개선 관련 「방송법 시행령」 개정안 주요내용

구분	개정 내용
수신료 면제절차 간소화 【령 제44조】	<ul style="list-style-type: none"> 수신료 면제 신청 시 면제자격에 대한 증빙 없이도 면제를 신청할 수 있는 대상을 기초생활수급자, 국가유공자, 독립유공자, 시·청각 장애인 등까지 확대 <p>※ 기존 : 전력사용이 없거나(영업장) 월 50KW미만 세대, 난시청 거주자</p>
수신료 감액제도 고지강화 【령 제45조】	<ul style="list-style-type: none"> 수신료 감액제도에 대해 알지 못하는 국민이 많은 점을 고려하여 수신료 납부의무자가 이를 알고 인지할 수 있도록 KBS 또는 수신료 위탁징수자에게 감액제도 안내 공지를 의무화
수상기 미소지자의 수신료 환급 근거 신설 【령 제46조】	<ul style="list-style-type: none"> 수상기를 소지하지 않은 사람에게 수신료가 부과되어 환급 민원이 많은 사례를 고려하여 수상기 미소지자의 과납 수신료에 대해서도 환급해줄 수 있도록 근거를 추가 <p>※ 기존 : 수상기 등록자의 과납 수신료 환급 근거만 있음</p>
수신료 체납 가산금 인하 【령 제47조】	<ul style="list-style-type: none"> 수신료와 유사한 다른 부담금과의 형평성을 고려하여 수신료 체납 시 가산금 비율을 5% → 3%로 인하, 수신료 납부 독촉장 기재사항에 가산금 부과 근거(방송법령) 고지 추가

나. 재허가·재승인 조건 이행점검

위원회는 방송의 공적책임 및 공정성 제고를 위해 부가한 재허가·재승인 조건에 대한 이행 여부를 엄정하게 점검하였다. 2018년 10월 지상파방송사 67개사(KBS, MBC, SBS 등)를 대상으로 방송의 공적책임, 경영의 독립성과 책임경영 실현 등 재허가조건 199건에 대한 이행실적을 점검하였다. 위원회는 점검 결과 2018년 12월 재허가조건을 위반한 7개 사업자에 대하여 「방송법」 제99조 제1항 제2호에 따른 시정명령을 부과하기로 의결하였다.

표 III-4 | 재허가조건 위반 지상파방송사업자 행정처분 내역

피심인인	위반 내용	시정명령
한국방송공사	과다한 상위직급 비율 감축 등 직제규정의 정원표 개정·제출 미이행	○
오비에스경인티브이(주)	사업자가 제출한 2017년도 최소 제작투자비 미이행	○
(주)광주방송	매출액 대비 최소 제작비 투자비율(12%) 미이행	○
(주)지원	복수의 사외이사 미위촉	○
(주)전주방송	복수의 사외이사 미위촉	○
(주)제주방송	복수의 사외이사 미위촉	○
(주)경인방송	사업자가 제출한 최소 방송기술 투자비 미이행	○

또한 2018년 12월 위원회는 2017년에 재승인을 받은 종편PP 4개사와 보도PP 2개사의 재승인 조건 및 권고사항에 대한 이행실적 점검 결과를 발표하였다. 위원회는 종편PP 4개사(조선방송, 채널에이, 제이티비씨, 매일방송)의 방송품격 제고계획, 방송 심의규정 위반건수 제한, 검증기구 운영, 진행자 및 출연자 제재 등에 대한 이행실적을 점검하였다. 점검 결과, 종편PP의 재승인 조건 중 콘텐츠 투자 계획을 채널에이(약 20억 원 미달)와 매일방송(약 2억 원 미달)이 이행하지 못한 것으로 나타났다. 매일방송은 이외에도 경영의 전문성·독립성·투명성 조건(방송 전문성을 가진 사외이사 임명)을 이행하지 않았다. 위원회는 재승인 조건을 이행하지 못한 채널에이와 매일방송에 대해 시정명령을 부과할 예정이다.

표 III-5 | 종편PP별 투자금액 산정 현황

(단위 : 백만 원)

구분	(주)채널에이	(주)매일방송 (2017년 12월 1개월분)	(주)조선방송	(주)제이티비씨
계획 금액	84,396	6,090	80,000	122,903
투자 실적	82,433 (1,963 미달, 97.7%)	5,879 (211 미달, 96.5%)	81,267 (1,267 초과, 101.6%)	134,920 (12,017 초과, 109.8%)

위원회는 방송의 공적책임 및 공정성 관련 지상파방송과 종편PP의 재허가·재승인 조건에 대해 엄격한 이행점검을 실시하여 방송사 전문경영인의 책임경영보장, 독립적인 사외이사 위촉 유도 등을 통해 경영의 투명성·자율성을 제고하고, 공정성 등 방송심의규정 준수를 통해 방송 프로그램의 품격 향상 등에 기여하였다. 또한 편성위원회 운영 개선, 내부 징계절차의 공정성 제고 관련 조건에 대한 중점적인 점검을 통해 방송사 내부 이견에 따른 갈등이 조기에 해소될 수 있는 기반을 마련하고 제작·편성 종사자의 자율성을 확보하였다.

표 III-6 | 경영의 독립성 및 방송 프로그램 품격 제고 관련 조건

- (지상파) 경영의 독립성 관련 개선방안 마련 및 이행
 - 경영의 투명성 및 자율성 보장을 위해 주주와 특수 관계자가 아닌 독립적인 방송전문 사외이사 위촉, 감사제도 강화 등
- (종편PP) 방송품격제고 계획, 방송심의규정 준수 등
 - 방송품격제고 계획 준수, 방송심의규정 위반건수 제한(법정제재 건수 매년 4건 이하로 유지), 검증기구 운영, 방송 심의규정을 위반한 진행자 및 출연자 제재

표 III-7 | 편성위원회 및 인사(징계)제도 관련 재허가조건

- 편성위원회 운영 관련 개선방안 마련 및 이행
 - 사측 또는 종사자측 어느 한쪽의 요구가 있는 경우 개최하며, 회의 결과 공지 또는 공개
 - 정례회의를 원칙으로 하되, 양측 합의하에 미개최 가능
 - 양측의 이견이 조정되지 않은 경우, 시청자위원회 또는 중재·자문위원회 활용 방안 마련
- 인사제도(징계제도) 관련 개선방안 마련 및 이행
 - 징계위원회에 외부 인사를 포함할 것
 - 재심은 최초 심의와 중복되지 않도록 별도의 위원회에서 심의할 것

다. 공정한 허가·재허가 심사

1) 지상파방송사업자 신규허가 심사

위원회는 2018년 7월 (재)극동방송 전북FM방송국, (재)기독교방송 광주음악FM방송국에 대한 ‘라디오방송국(FM) 신규허가 기본계획’을 수립하였고, 2018년 8월 신규허가 심사위원회를 구성하여 심사를 추진하였다.

표 III-8 | 2018년도 라디오방송국(FM) 신규 허가 대상

신청인	심사대상	방송구역	방송사항
(재)극동방송	• 극동전북FM방송국 (주파수 : 91.1MHz)	일원 : 전주, 익산, 김제, 군산시, 부안군 일부 : 정읍시	기독교 전도방송을 중심으로 한 방송사항 전반 및 광고방송
(재)기독교방송	• CBS광주음악FM방송국 (주파수 : 98.1MHz)	일원 : 광주광역시 일부 : 나주시, 담양, 장성군	기독교 선교음악을 위주로 한 음악방송, 설교, 교양 및 광고방송(보도, 시사, 해설은 제외)

2018년 8월 방송·미디어, 법률, 경영·회계, 기술, 시청자 등 9인의 관련분야 전문가로 구성된 심사위원회는 기본계획에 따라 7개 심사항목(방송의 공적책임·공정성·공익성의 실현 가능성, 방송프로그램의 기획·편성 및 제작계획의 적절성, 지역적·사회적·문화적 필요성과 타당성, 조직 및 인력운영 등 경영계획의 적정성, 재정 및 기술적 능력, 방송발전을 위한 지원 계획, 신청법인의 최근 5년간 관련법령 위반사례)을 기준으로 2개 방송국을 심사하였다. 방송사별 심사점수는 (재)극동방송 전북FM방송국 667.43점, (재)기독교방송 광주음악FM방송국 661.98점으로 모두 1,000점 만점 중 650점 이상을 획득하여 위원회는 2018년 9월 12일 해당 방송국에 대한 신규허가를 의결하였다. 허가 유효기간은 신규허가인 점과 준공시기 등을 고려하여 허가일로부터 2021년 12월 31일까지로 정하였으며, 과학기술정보통신부의 기술심사 및 신규허가 심사위원회 심사 결과, 청취자 의견 등을 반영하여 허가조건과 권고사항을 부가하였다.

위원회가 부가한 주요 허가조건은 허가 신청시 제출한 방송발전 기여 계획에 대한 구체적 계획 수립 및 이행, 무선국 혼신 해소 및 수용, 방송주파수 관련 정부정책 준수, 방송국 종사자의 자격과 배치기준 준수 등 총 12개이다. 위원회는 또한 시청자위원회의 전문성 및 다양성 확보, 청취자 권익 제고 및 난시청 해소 방안 검토, 지역인재 채용을 통한 지역 일자리 확대 등을 권고사항으로 부가하였다.

2) 지상파방송사업자 재허가 심사

위원회는 2018년 12월 31일 허가 유효기간이 만료되는 도로교통공단 11개 방송국, (재)국악방송 1개 방송국에 대한 '지상파방송사업자 재허가 세부계획'을 2018년 5월 수립하였고, 2018년 12월 재허가 심사위원회를 구성하여 심사를 추진하였다.

이번 재허가 심사는 라디오의 방송환경이 전반적으로 어려워지고 있는 상황에서 방송의 공적 책임·공정성 확보 방안, 시청자 권익 보호 등에 대하여 중점적으로 심사하였다. 재허가 심사 결과 총 1,000점 만점 중 650점 이상을 획득한 사업자에게 재허가를, 650점 미만을 획득한 사업자에 대해서는 조건부 재허가 또는 재허가 거부를 의결할 것을 결정하였다.

2018년 12월 재허가 심사의 공정성, 투명성과 전문성 확보를 위해 방송·미디어, 법률, 경영·회계, 기술, 시청자 등 분야 전문가 9인으로 심사위원회를 구성하여 심사한 결과, 2개 방송사의 12개 방송국은 재허가 기준 점수인 650점 이상을 획득하여 위원회는 2018년 12월 26일 해당 방송국에 대한 재허가를 의결하였다. 허가 유효기간은 700점 이상을 획득한 도로교통공단 11개 방송국에 대해서는 4년, 650점 이상 700점 미만을 획득한 (재)국악방송 1개 방송국에 대해서는 3년을 부여하였으며, 과학기술정보통신부 기술심사 및 재허가 심사위원회 심사 결과, 청취자 의견 등을 반영하여 허가조건과 권고사항을 부가하였다.

위원회가 부가한 주요 허가조건은 내실 있는 자체심의기구 운영 등 청취자 권익보호 계획 수립 및 이행, 무선국 혼신 해소 및 수용, 방송주파수 관련 정부정책 준수, 방송국 종사자의 자격과 배치기준 준수 등 총 10개이다. 위원회는 또한 난청해소 노력, 시청자위원회 구성 관련 규정 마련 등을 권고사항으로 부가하였다.

표 III-9 | 2018년 지상파방송사업자 재허가 심사 결과

평가 점수	방송사	허가 유효기간
700점 이상	<ul style="list-style-type: none"> • 도로교통공단 - 교통제주FM방송국, 교통부산FM방송국, 교통광주FM방송국, 교통대구FM방송국, 교통대전FM방송국, 교통인천FM방송국, 교통전주FM방송국, 교통울산FM방송국, 교통창원FM방송국, 교통원주FM방송국, 교통포항FM방송국 	4년 (2019년 1월 1일 ~ 2022년 12월 31일)
650점 이상 700점 미만	<ul style="list-style-type: none"> • (재)국악방송 - 국악FM방송국 	3년 (2019년 1월 1일 ~ 2021년 12월 31일)

라. 재난방송의 신속성·정확성 제고

최근 자연재난 및 사회재난이 증가하고 있어 다양한 재난유형에 효과적으로 대응하기 위하여 방송재난 관리체계를 확립하고 재난방송을 강화할 필요성이 높아지고 있다. 위원회는 2018년 9월 방송재난 및 재난방송 기능 강화를 위한 2019년도 방송재난관리기본계획을 수립하였다. 또한 경주지진(2016년 9월), 포항지진(2017년 11월) 등 대형재난의 발생빈도가 잦아지고, 재난이 국지적으로 발생하고 있는 상황에서 국민의 생명을 보호하기 위한 신속·정확한 재난방송을 위해 관련 규정을 개선하였다.

위원회는 2018년 1월 「방송통신발전 기본법 시행령」 제28조 제4항에 따라 신속·정확한 재난

방송이 이루어질 수 있도록 그 준수사항을 구체적으로 규정하기 위하여 「재난방송 및 민방위 정보방송의 실시에 관한 기준」 고시를 개정하였다. 개정된 고시에서는 방송사업자가 재난방송을 요청받은 즉시 재난방송을 실시하도록 하고, 재난방송 시 방송에 표출되어야 할 내용(발생시간, 재난명, 재난 발생지역, 행동요령, 발령기관)을 명시하였다. 또한 긴급재난(지진규모 5.0이상 및 민방위 경보) 발생 시에는 방송사에서 중간확인과정을 배제하여 즉시 재난방송을 실시하도록 하고, 시청자의 주목을 끌 수 있도록 기존 자막과 다른 형식을 활용하여 긴급한 재난상황임을 알 수 있도록 하였다. 한편, 시각장애인이나 일반 국민들이 재난상황을 효율적으로 인지할 수 있도록 위원회에서 정한 재난경보음을 송출하고, 외국인을 위하여 재난발생시간, 재난명칭, 발생지역을 포함한 영어자막방송 등을 실시하도록 하였다. 위원회는 개정된 고시 내용을 반영하고 지진 등 긴급재난에 대한 자막표출 방식 등을 개선하기 위하여 2018년 3월 「재난방송 등 종합매뉴얼 표준안」을 개정하였다. 재난유형(지진, 민방위사태, 풍수해) 별로 단계에 따라 자막·특보 등의 개시시간, 자막송출 횟수, 특보 유지시간 등을 규정하고, 지진 규모별로 자막의 바탕색 및 글자크기와 색깔을 표준화하였으며, 영문자막 표준안도 마련하였다.

표 III-10 | 재난방송 등 종합매뉴얼 표준안 주요내용

구분	형식	1단계 (지진규모 3.0~3.9)	2단계 (지진규모 4.0~4.9)	3단계 (규모 5.0 이상)
자막	개시시간	중간 확인과정 없이 즉시 ※ 10개 주요방송사	중간 확인과정 없이 즉시 ※ 10개 주요방송사	중간 확인과정 없이 즉시
	자막 크기	-	가로 전체, 세로 최소 170픽셀(1/6 크기) 이상	가로 전체, 세로 최소 216픽셀 (1/5 크기) 이상
	예시	흘림자막 또는 CG(자막)	시간 00도 00지역, 규모4.0 지진발생 Time OODO OOSI, M4.0 EARTHQUAKE	시간 00도 00지역, 규모5.0 지진발생, Time OODO OOSI, M5.0 EARTHQUAKE
	유지시간 (5분)	(자막 시) 한글자막 10초 노출, 5회 이상 (영문 1회 이상 포함)	한글자막 최소 10초 노출, 5회 이상 (영문 1회 이상 포함)	한글자막 최소 10초 노출, 5회 이상 (영문 1회 이상 포함)
경보	경보음, 음성안내	자율	자율	경보음 + 음성안내
특보	특보방송	자율	자율 ※ 단, KBS는 30분 이내, 10분 이상 유지	가능한 신속하게 특보방송실시 ※ 단, KBS는 10분 이내 30분 이상 유지

한편, 위원회는 터널, 지하 공간 등 방송수신 음영지역에 라디오, DMB 수신환경 조사를 통하여 시설관리자로 하여금 재난방송 및 민방위 경보 방송의 원활한 수신을 가능하도록 하여 재난 피해를 예방하고자 하였다. 이를 위하여 전국 도로·철도·지하철의 터널 총 3,856개소에 대한 재난방송 수신환경 실태조사를 실시하였고, 2018년 1월 그 결과를 발표하였다. 재난방송 중계기가 기 설치되어 있지만 유지보수 불량으로 수신불량인 터널에 대하여 수신불량 원인을 분석한 후 시설관리기관에 유지보수 기술 컨설팅을 실시하여 음영지역 해소를 지원하였다. 또한 위원회는 터널 및 지하공간에서의 안정적인 재난방송 수신을 위하여 특화된 재난방송 수신기준 마련을 추진하고 있다.

위원회는 중요 방송시설(구조정실, 뉴스 제작시설, 송·중계소 등)의 안전점검을 강화하기 위하여 중요 방송시설 안전점검 대상을 104개소로 확대하고, 해빙기(3월)·하절기(6~7월)·동절기(11월) 등 연 3회 이상 정기점검을 실시하여 방송사의 예방·대비·대응·복구 상황을 점검하였다. 또한 2018년 11월 방송재난관리계획 이행 여부 지도·점검을 실시하여 방송재난관리계획에 따른 안전관리에 필요한 조치를 하도록 하고, 그 이행 실태를 점검하여 미흡한 점을 지도·보완 하도록 조치하였다. 2018년 1~2분기 재난방송 미실시 사업자에 대한 과태료 부과 처분을 통해 방송사업자로 하여금 재난방송의 중요성 및 경각심을 갖게 하여 신속·정확한 재난방송 실시에 기여하였다.

표 III-11 | 중요 방송시설 안전점검

구분	점검기간	점검대상	점검내용
해빙기	3월 12일 ~ 3월 28일	32개 방송시설	<ul style="list-style-type: none"> • 방송사 방송재난관리계획 수립 및 적정성 여부 점검 • 재난방송온라인시스템 및 자동자막송출시스템 등 재난 방송 관리 실태 점검 등
하절기	6월 25일 ~ 7월 20일	38개 방송시설	
동절기	11월 5일 ~ 11월 27일	34개 방송시설	

마. 공익채널 제도 개선

공익채널 제도는 2001년에 도입된 이래 방송 채널의 다양성과 공익성에 기여해왔으나 선정 심사를 매년 실시함에 따라 사업자의 안정적인 방송 운영을 어렵게 하고, 행정력의 낭비가 발생 되는 문제점이 제기되어 개선이 요구되었다. 이에 위원회는 2016년부터 공익채널 제도 개선 연구반을 운영하여 공익채널 제도의 문제점을 개선하기 위한 제도 개선사항을 발굴하였다. 동 연구반 회의결과를 통해 2017년 공익채널 제도 개선(안)을 마련하였고, 개선(안)을 반영하여 2018년 「방송법 시행령」을 개정하고 관련 고시를 제정하였다.

2018년 2월 위원회는 공익채널 사업자가 장기계획에 따라 안정적으로 채널을 운영할 수 있도록 하고 매년 선정 심사를 해야 하는 행정적 비효율을 개선하기 위하여 선정 유효기간을 현행 1년에서 2년으로 연장할 수 있도록 「방송법 시행령」 제56조의2(공익채널의 선정 및 운용 범위)를 개정하였다. 공익채널 선정 유효기간을 2년으로 연장함으로써 공익채널 선정 시 사업자가 제출한 이행계획에 대한 이행실적 점검이 완료되기 전에 다시 선정심사가 도래하여 이행실적에 대한 결과 반영이 제대로 되지 않는 문제점도 개선하였다.

또한 매년 위원회 의결로 정하던 공익채널 선정 심사에 관한 사항을 제도화하여 심사의 일관성과 선정 신청사업자의 예측 가능성을 제고할 필요에 따라 「방송법 시행령」 제56조의2 제7항에 공익채널 선정 등의 사항에 대하여 고시로 정하도록 위임 근거를 마련하였다. 위원회는 2018년 7월 동 시행령의 위임 근거에 따라 「공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정에 관한 고시」를 제정하였다. 공익채널 선정 심사기준 및 방법 등의 심사절차를 고시로 명문화하여, 심사의 일관성을 제고할 수 있고 사업자들이 심사절차에 대한 예측 가능성을 높일 수 있게 되었다. 위원회는 공익채널의 유효기간 연장, 심사기준의 일관성 제고를 통해 사업자의 안정적인 사업운영과 사업계획 이행도를 제고하고, 공익적 채널이 안정적으로 송출되어 방송프로그램 콘텐츠의 다양성과 공익성이 확보됨으로써 시청자의 권익을 증진하는 데 기여하였다.

표 III-12 | 공익채널의 선정 및 운용범위 관련 「방송법 시행령」

방송법 시행령 [대통령령 제28463호, 2017. 12. 12., 일부개정]	방송법 시행령 [대통령령 제28656호, 2018. 2. 13., 일부개정]
<ul style="list-style-type: none"> ● 방송법 시행령 제56조의2(공익채널의 선정 및 운용) <ul style="list-style-type: none"> ④ 제3항에 따른 공익채널 선정의 유효기간은 1년으로 한다. ⑤ 제1항부터 제4항까지에 규정된 것 외에 공익채널 선정에 필요한 구체적인 절차 및 방법 등에 필요한 사항은 방송통신위원회규칙으로 정한다. ⑥ < 신 설 > ⑦ < 신 설 > 	<ul style="list-style-type: none"> ● 방송법 시행령 제56조의2(공익채널의 선정 및 운용) <ul style="list-style-type: none"> ④ 공익채널로 선정되려는 자는 제3항의 공고에 따라 공익채널 선정신청서를 방송통신위원회에 제출하여야 한다. ⑤ 방송통신위원회는 제4항에 따른 공익채널 선정신청서를 제출받으면 다음 각 호의 사항을 심사하여 공익채널의 선정 여부를 결정하고 공익채널로 선정된 신청인에게 공익채널선정서를 발급하여야 한다. <ol style="list-style-type: none"> 1. 해당 채널의 신청 방송분야에의 적합성 2. 해당 채널의 공정성·공익성 및 실현가능성 3. 해당 채널 운영계획의 적정성 4. 공적 책임의식 및 사업수행능력 5. 시청자불만 및 민원의 처리 현황 ⑥ 제5항에 따른 공익채널 선정의 유효기간은 2년으로 한다. ⑦ 제2항부터 제6항까지에서 규정한 사항 외에 공익채널 선정의 심사기준, 선정절차 및 선정방법 등 공익채널의 선정에 필요한 구체적인 사항은 방송통신위원회가 정하여 고시한다.

한편 위원회는 공익채널 추가 선정 및 공익성 방송분야 확대 등을 통하여 신규 사업자 진입 통로를 확대함으로써 제도의 활력을 제고할 예정이다. 「방송법」 제70조 제3항 및 제8항 등에 따라 2019~2020년도 공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정 심사를 실시한 결과, 3개 공익성 방송분야 중 ①사회복지 분야에는 다문화tvM, 육아방송, 한국직업방송, RTV, ②과학·문화진흥 분야에는 사이언스TV, 아리랑TV, 예술TV Arte, ③교육 및 지역 분야에는 MBC NET, EBS플러스1, EBS 플러스2, EBS English를 각각 선정하였다. RTV, MBC NET은 「공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정에 관한 고시」에 따라 심사위원회 심사위원 전체 동의로 추가 선정이 건의되어, 위원회 의결로 최종 선정되었다.

바. 방송통신 해외진출 지원 및 남북 교류 추진

1) 방송통신 국제협력 강화

가) 방송통신 분야 정부 간 협력 활동

위원회는 방송통신 분야 국제협력 강화를 위해 외국 정부 및 국제기구와의 상호교류에 많은 노력을 기울여왔으며, 각종 현안에 대한 국제적 대응 능력 제고를 위해 민관 교류협력 활동을 적극적으로 지원하였다. 주요 협력 국가 및 국제기구와의 고위급 면담을 통해 선진 방송통신 정책경험을 공유하고 이와 관련한 국제협력을 강화하기 위해 다양한 방면에서의 교류활동을 지속적으로 추진하였다. 또한 각종 방송통신 분야 국제회의에 참가하여 국내 규제 정책 등에 대해 공감대를 형성하고 글로벌 방송통신 규제 현안을 파악하였다.

위원회는 2018년 2월 스페인 바르셀로나에서 열린 이동통신 산업전시회(MWC) 기간 중 프랑스 통신우정규제청(ARCEP)과 함께 한국과 프랑스의 5G 관련 주파수 분배와 인프라 구축 방향, 유튜브 및 페이스북 등 OTT 글로벌 사업자에 대한 망 이용료 부과 문제, 플랫폼 정책과 망 중립성 정책 등에 대하여 논의하였다.

그림 Ⅲ-1 | 위원회-프랑스 통신우정규제청(ARCEP) 간 양자면담



이어서 위원회는 미국 연방방송통신위원회(FCC)와 차세대 방송기술과 망 중립성에 대해 논의하는 등 방송통신 분야의 정책 방향성을 파악하기 위한 논의를 이어나갔다.

그림 Ⅲ-2 | 위원회-미국, 영국 규제기관 간 면담



또한 위원회는 영국 방송통신규제위원회(OFCOM)와 방송정책의 변화와 방송통신 융합서비스 규제체계에 대하여 의견을 교환하는 등 차세대 방송기술 대응방안에 대하여 논의하였다.

영국의 방송통신 규제기관에 이어, 스페인의 정보보호국(AEPD)과의 면담에서 유럽의 개인 정보보호 규정(GDPR) 관련 한국의 개인정보 적정성 평가에 대하여 설명하였고, 개인정보 관련 글로벌 사업자에 대한 규제에 대해 함께 논의하였다.

그림 III-3 | 위원회-스페인 정보보호국(AEPD) 간 양자면담



위원회는 캄보디아 공보부(MOI) 장관과의 양자면담을 통해 한국의 디지털 전환사례를 공유하고, 캄보디아의 디지털 전환계획에 대해 청취하였다. 이어서 캄보디아 민영 방송사(Apsara TV)와 한국교육방송공사(EBS)가 맺은 양해각서(MoA)에 기반하여 지속적으로 후속 협력을 이어갈 것을 제안하였으며, 양국 간의 방송 분야 교류 방안에 대해 논의하였다.

위원회는 싱가포르 정보통신미디어개발청(IMDA)을 방문하여 상호 간 방송통신 분야 및 개인 정보보호에 관한 주요 정책과 현안을 공유하는 등 정부 간 협력 강화에도 나섰다. 또한 우리 방송콘텐츠 및 한류의 확산을 위해 싱가포르 엔터테인먼트 회사를 방문하여 우리 방송통신 콘텐츠의 진입 현황을 파악하고 우리 방송콘텐츠가 경쟁 우위에 있는 요소가 무엇인지에 대하여 현지 산업 관계자의 의견을 청취하였다.

표 III-13 | 정부 간 방송통신 협력을 위한 주요 활동

구분	시기 / 국가	주요내용
프랑스 통신우정규제청(ARCEP) 양자면담	2월 프랑스	<ul style="list-style-type: none"> • 한국-프랑스의 5G 관련 주파수 분배 및 인프라 구축 정책 논의 • 플랫폼 정책 및 망 중립성 이슈 논의
미국 연방방송통신위원회(FCC) 양자면담	2월 미국	<ul style="list-style-type: none"> • ATSC 3.0, UHD 등 차세대 방송기술 적용 논의 • 5G 도입에 따른 망 중립성 적용 방법 및 발전 방향 논의
스페인 정보보호국(AEPD) 양자면담	3월 스페인	<ul style="list-style-type: none"> • 유럽연합(EU) 적정성 평가 추진 관련 지지요청 및 개인정보보호 협력 강화 지원
벨기에 유럽연합(EU) 사법총국 양자면담	4월 벨기에	<ul style="list-style-type: none"> • 유럽연합(EU) 적정성 평가 추진 등 개인정보보호 협력 강화
캄보디아 공보부(MOI) 양자면담	5월 캄보디아	<ul style="list-style-type: none"> • 한국-캄보디아 간 방송통신분야 협력방안 논의
싱가포르 정보통신미디어개발청 (IMDA) 방문 및 면담	6월 싱가포르	<ul style="list-style-type: none"> • 개인정보보호 및 프라이버시 정책 관련 논의

구분	시기 / 국가	주요내용
독일 연방경제부(BMWI) 동독재건 특임부처 방문 및 면담	9월 독일	• 독일 통일 전후의 방송통신분야 경제 지원 현황 및 정책 분석
EU 지역개발국(DG REGIO) 방문 및 면담	9월 EU	• 유럽연합의 구조지원기금 예산 현황, 재정 지원 활용 분야 및 정책 분석
싱가포르 통신정보부(MCI) 방문 및 면담	12월 싱가포르	• 싱가포르 방송 규제 정책 파악 및 한국과 협력 방안 논의

한류콘텐츠 확산을 위해서는 국제무대에서의 정부 역할이 보다 중요해짐에 따라, 위원회는 해외정부 및 유관기관과 협력 활동 시 한국의 방송 정책 현안과 위원회의 정책 방향에 대해 소개하였다. 또한 권위 있는 국제회의 등에서 발제 혹은 패널로 참석하는 등 대외적으로 방송통신 분야 국제교류 협력의 의지를 적극 홍보하였다.

특히 우리나라에서 성공적으로 개최된 2018 평창동계올림픽의 배경에는 안정적인 UHD 중계 방송이 뒷받침 되었다며, 한국의 방송장비와 방송 기술력을 더욱 널리 알리기 위한 노력을 기울였다.

나) 방송통신 네트워크 강화

위원회는 2018 아시아 미디어 서밋(AMS)에 참관, 직접 의제를 발제하여 한국의 미디어 정책 방향과 지역 미디어 콘텐츠의 활성화 사례에 대하여 소개하는 등 한국의 방송통신 환경에 대한 정보를 공유하였다.

또한 한국-캐나다 과학기술정보통신 컨퍼런스(CKC)에 참석하여 디지털 미디어, IoT, 개인 정보보호 방안 등 방송통신 정책을 공유하였고, 한국-캐나다 방송통신 좌담회를 통하여 캐나다의 방송통신 산업 현황을 파악하고 4차 산업혁명 지원 방안에 대하여 논의하였다.

그림 III-4 | 2018 아시아 미디어 서밋(AMS) 의제 발제



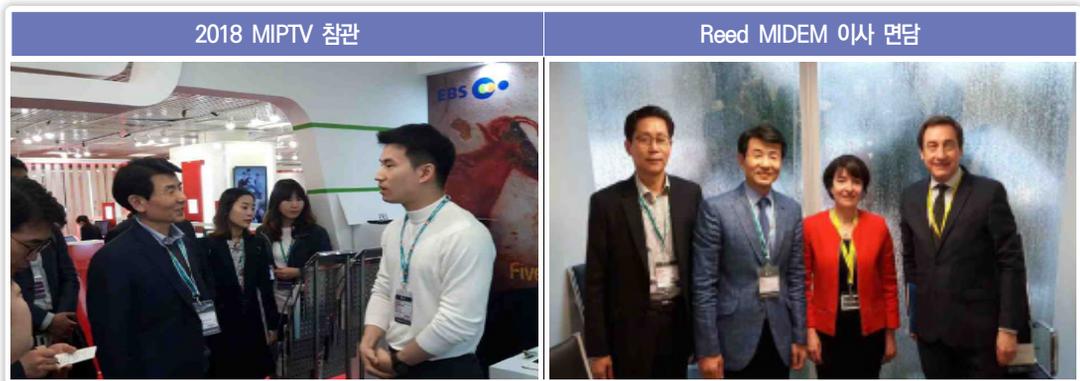
한편 위원회는 2018년 1월, 국제전자제품박람회(CES) 2018에 참가하여 인공지능, 자율주행, 5G, 사물인터넷, 증강·가상현실 등 다양한 기술을 바탕으로 스마트 생태계를 구현하는 전시회에 참가하여 방송통신 분야 국제 기술 동향을 파악하고, 국내 참가기업 관계자의 의견을 청취하였다.

또한 2018년 2월, 세계최대 규모의 이동통신 산업전시회(MWC)에 참가하여 국내외 주요 글로벌 기업의 인터넷, 모바일 콘텐츠 등 최신 방송통신 기술동향을 살피고, 우리기업의 애로 사항과 요청사항에 대해 청취하는 자리를 가졌다.

그림 III-5 | 2018 MWC 참관



그림 III-6 | 2018 MIPTV 참관 및 주최측 면담



이어서 위원회는 2018년 4월, 전 세계 콘텐츠 영상 제작 배급사와 디지털 콘텐츠 제작 배급사들이 참가하는 국제 방송영상콘텐츠 마켓(MIPTV)과 세계 최대규모의 미국 방송장비 박람회(NAB)에 참관하여 각각 방송 콘텐츠와 방송장비의 최신 기술 동향을 파악하고 관련 참관기업 관계자의 의견을 청취하였다. 또한 네덜란드 암스테르담 국제다큐영화제(IDFA) 이사와의 양자

면담을 통해 국제 다큐멘터리 영화제 현황을 파악하고, 콘텐츠 교류 협력방안과 뉴미디어의 방향에 대해 논의하였다. 특히 우리 방송콘텐츠의 해외진출 활성화를 위해, 국제 방송영상 콘텐츠 마켓(MIPTV)의 주최사인 Reed MIDEM의 TV부문 이사진을 만나 세계 방송콘텐츠 시장의 트렌드를 확인하고, 한국 콘텐츠가 아시아를 넘어 유럽과 미주 시장까지 진출할 수 있는 방안에 대한 의견을 교환하였다.

그림 Ⅲ-7 | 2018 NAB 참관



위원회는 2018년 6월 아시아 최대 규모의 국제 방송장비 박람회(BCA) 및 국제 정보통신 박람회(CMMA), 12월 아시아 텔레비전 포럼(ATF)에 참관하여, 국내외 아시아 시장 진출기반을 마련하고자 하는 방송 장비 및 콘텐츠 업체들의 전시품목을 살피고, 국내외 참가 기업 관계자들의 의견을 청취하였다.

그림 Ⅲ-8 | 2018 BCA 및 CMMA 참관



다) 방송콘텐츠 해외진출 및 한류 확산 지원

위원회는 방송통신 유관기관과의 지속적인 대화를 위한 협의채널을 구축하는 등 우리 방송 콘텐츠의 해외 진출을 지원하기 위해 노력하였다. 위원회는 2018년 1월 미국 소재 MBC America를 방문하여 운영 상황에 대해 청취하고 미디어 환경 변화와 발맞춘 대응 방안에 대해 논의하였다. 또한 LA 한국문화원, LA 소재의 한국콘텐츠진흥원과 CJ E&M을 방문하여 한국 문화의 확산과 더불어 한류 콘텐츠로의 관심을 확인하고 이에 따른 위원회의 전략적인 지원 방안을 모색하기 위하여 노력하였다.

또한 위원회는 영국 공영방송사(BBC)와의 면담을 통해 공영방송으로서의 역할을 공유하였다. 이와 더불어 독립제작사 육성을 위한 정책 및 영국 내 국제 방송 관련 향후 계획과 방송 서비스 플랫폼에 대해서 의견을 교환하는 등 국내 방송콘텐츠의 해외진출을 위한 해외 시장 변화를 파악하였다.

그림 Ⅲ-9 | 영국 BBC 및 싱가포르 mm2 면담



이와 더불어 위원회는 싱가포르 mm2 엔터테인먼트를 방문하여 싱가포르 내 방송통신 콘텐츠의 진입현황과 동남아시아의 방송콘텐츠 산업 현황에 대하여 파악하였다. 또한 해당 면담을 통해 우리 한류 콘텐츠의 진출 확대를 위한 협의를 통해 개선의견을 수렴하였다. 우리 방송콘텐츠의 해외진출 이외에도, 위원회는 미국 텔레비전 표준협회(ATSC) 회장 및 NAB측 기술최고책임자와의 면담을 통해 국내 방송장비 기업들의 기술력을 소개하고, 국내 방송장비 기업의 해외진출 활성화에 이바지하기 위하여 노력하였다.

그림 III-10 | 미국 텔레비전 표준협의회(ATSC) 회장 및 NAB 기술최고책임자 면담



2) 남북 교류 추진

가) 남북 방송통신 국제컨퍼런스 개최

위원회는 남북 방송통신 현황에 대한 인식을 제고하고 한반도 평화와 공동번영에 방송통신 교류가 기여할 수 있는 방안을 모색하기 위해 2018년 11월 16일 양재동 엘타워에서 남북 방송통신 국제컨퍼런스를 개최하였다. 컨퍼런스에는 중국, 프랑스, 호주 등 주요 일간지의 외신기자와 주요국의 방송통신 및 한반도 문제 전문가, 외교관, 국내외 언론인, 학계 관계자 등 200여명이 참석하였다.

‘한반도평화 번영을 위한 방송통신의 기여’라는 주제로 마련된 이번 컨퍼런스에서는 북한 사회와 방송통신 부문의 변화에 대해 공유하고 향후 남북 방송통신 협력의 방향과 시사점에 대해 논의하는 등 남북 교류협력 활성화 기반 조성에 기여하였다. 국제컨퍼런스 행사의 주요 내용은 아래와 같다.

위원장은 컨퍼런스 환영사에서 지난 4월과 9월 개최된 역사적인 남북 정상회담과 이를 계기로 추진된 남북 체육교류, 문화교류를 언급하며, 방송과 통신의 중요성에 대해 설명하였다. 방송·통신은 사람과 사람을 이어 서로 소통하고 공감할 수 있게 해주는 핵심 인프라로, 분단으로 형성된 남북의 물리적·심리적 간극을 줄이는 매개체라고 말하였다. 이어서 이번 컨퍼런스를 통해 방송·통신이 한반도 평화와 번영을 공고히 하고 통일의 촉매가 될 수 있기를 희망한다고 밝혔다.

이번 컨퍼런스에서는 남북 방송교류와 북한 방송통신의 현재와 미래, JTBC의 「두 도시

이야기」를 중심으로 한 남북 방송공동제작 경험과 시사점, 국제사회의 북한 지속가능 발전 지원에 대한 발표를 듣고 한반도 공동번영을 위한 방송통신의 기여방안을 논의하였다.

또한 동 사업의 일환으로 남북 방송통신 교류협력 관련 신진연구자 육성과 연구 활성화를 위해 개최한 남북 방송통신 학술공모전의 최우수 논문상 수상작이 발표되었다. 주요 내용은 남북 스마트밸리 구축을 중심으로 남북 통신교류를 통한 경제협력 방안과 남북한 미디어·방송통신 현안과 통일 기반 조성을 위한 합리적 대응 방향을 중심으로 논의되었다.

토론에서는 남북이 양적, 질적인 면에서 상당한 이질성을 갖고 있는 가운데 방송통신 분야에서 남북의 차이, 정치 및 사회적 기반으로서의 특성과 민감성에 대한 인식과 고려가 필요하며, 공익뿐만 아니라 경제적 가치 창출 기회로서 협력을 고려하는 것이 필요하다는 점이 강조되었다. 또한 방송통신을 구성하는 인력, 기술, 장비, 자원 등의 요소로부터 프로그램, 콘텐츠 교류 등 전반의 협력으로 확산이 필요하다는 의견이 제시되었다.

그림 III-11 | 2018년 남북 방송통신 국제컨퍼런스



나) 통일 방송프로그램 제작지원

위원회는 국민의 통일의식을 고취하고 북한에 대한 인식개선을 유도하여 남북 방송통신 교류 협력 활성화 기반 조성에 기여하고자 통일 관련 방송프로그램 제작을 지원하였다. 제작지원 대상 방송사를 공정하게 선정하고자 조달청 나라장터를 통해 공고가 진행되었으며 사전공고와 1~3차 공고를 포함하여 5월 21일부터 7월 3일까지 실시되었다. 이번 제작지원 프로그램은 EBS 지식채널e가 선정되었으며 남북 교류와 협력의 정치, 경제, 사회, 문화적 의미를 일반 시청자의 눈높이에서 짚어보고 각자의 처지에서 변화하는 환경에 대비해 무엇을 준비하고 어떻게 대처할 것인가에 대한 생각의 실마리를 제공하고자 제작되었다.

총 10편이 제작되었으며 11월 13일부터 12월 12일까지 북한의 교육, 언어, 연애와 결혼, 정보통신, 방송, 개방의 바람, 건축물, 문화재, 음식, 대중가요를 주제로 북한주민들의 삶을 이해하고 공감할 수 있는 방송프로그램이 방영되었다.

그림 Ⅲ-12 | 2018년 통일 방송프로그램 제작지원 방송(EBS 지식채널e) 주요장면



사. 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. 한국방송광고진흥공사는 공익광고에 대한 국민의 의견을 광범위하게 수렴하기 위하여 2018년 5월, 8월, 11월 총 3회에 걸쳐 대국민 여론조사를 진행하였다. 여론조사 결과 등을 바탕으로 2018년 2월 <화재/안전>, <선거, 민주주의 지성의 실천>, <나눔과 배려> 3편을 선정하였으며, 2018년 5월 <성평등사회 지향>, <갑질문화 인식 개선>, <교통안전>, <공공장소에서의 예절> 4편을 선정하였고, 2018년 9월 <3·1운동 정신 계승>, <공동체 가치 함양>, <데이트 폭력 예방> 3편을 선정하였다.

위원회는 공익광고 업무의 효율적 추진을 위하여 한국방송광고진흥공사에 언론 및 학계, 광고 및 방송영상계, 방송사 등 19명의 외부전문가로 구성된 공익광고협의회를 두었으며, 공익광고협의회는 공익광고 주제 선정 및 제작 방향에 관한 사항 등을 심의·의결하였다.

그림 III-13 | 공익광고 주제선정 절차

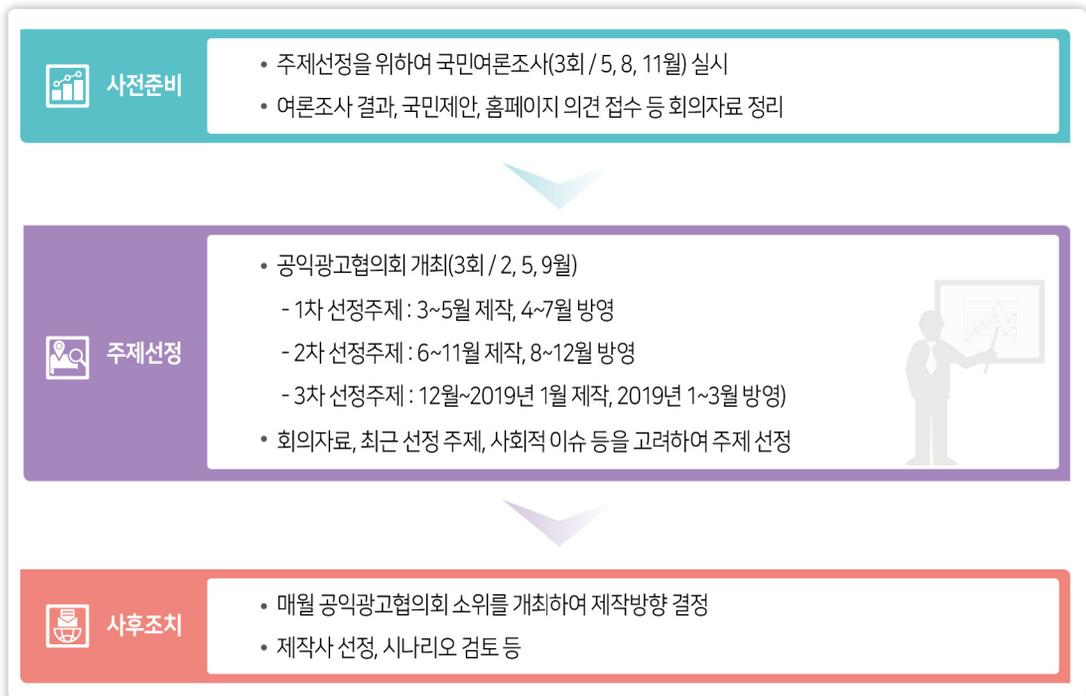


표 III-14 | 2018년 공익광고 제작

주제	제목	비고		
안전 (화재/안전)	영화예고 (4월 4일~)			
공동체 의식 (선거, 민주주의 지성의 실천)	역할극 (5월 9일~)			
공동체 의식 (나눔과 배려)	행복한 가방 (6월 12일~)			
사회공동체 (성평등사회 지향)	누군가는 이야기 해야 합니다 (8월 14일~)			
타인배려/ 공공매너 (갑질문화 인식 개선)	벼슬 (9월 13일~)			
교통안전 (교통안전)	안전은 안에서부터 (10월 16일~)			
타인배려/ 공공매너 (공공장소에서의 예절)	당신의 배려 (12월 18일~)			
국민의식 & 나라사랑 (3·1운동 정신 계승)	국민이 이어갑니다 (2019년 1월 7일~)			
나눔&이웃 (공동체 가치 함양)	이웃의 신호 (2019년 2월 4일~)			
타인배려/ 공공매너 (데이트 폭력 예방)	사랑하는 척 (2019년 3월 12일~)			

2018년에는 총 10개 주제의 공익광고가 제작되어 다양한 경로를 통하여 방영되었다. 「방송법」 제73조 제4항 및 「방송법 시행령」 제59조 제3항에 의거한 비상업적 공익광고 의무 편성 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 등의 광고 집행을 통하여 공익광고 노출 효과성을 극대화하였으며, 매체기부 활성화 유도를 통하여 무료매체를 개발하여 공익광고 노출 기회를 확대함으로써 매체비 대체효과를 유발하였다.

그 밖에도 공익광고 교육현장 활용교육(AIE)을 통하여 전국 50개 학교, 총 1,469명의 학생에게 공익광고 제작실습 등 공익광고 캠페인을 실시하고, 연간 4회 공익광고 효과 평가를 실시하여 공익광고 집행의 효과와 국민의 태도 변화 양상을 진단하였다. 또한 2018년 10월 24일부터 11월 3일까지 11일간 공익광고제를 개최하여 전 국민이 참여하는 공익광고 공모전, 전시회, 시민 참여 이벤트 등을 통해 다양한 사회문제에 대한 국민 공감대를 형성하고 사회적 실천의식을 제고하였다.

2) 중소기업 방송광고 지원

위원회는 한국방송광고진흥공사와 함께 우수한 기술력을 가지고 있으나 낮은 인지도와 마케팅 능력 부족으로 어려움을 겪고 있는 혁신형 중소기업을 지원하기 위해 '2018년 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원' 사업을 실시하였다.

혁신형 중소기업에는 벤처, 이노비즈(기술혁신형), 메인비즈(경영혁신형), 그린비즈(우수녹색 경영), 녹색인증 중소기업과 글로벌IP(지식재산) 스타기업, 지식재산경영 인증기업, 사회적 기업, 두뇌역량 우수전문기업 등이 해당된다.

2017년도와 달리 2018년에는 지방자치단체 등으로부터 일자리 창출 우수기업 인증을 받은 기업에 대해 심사 시 별도의 가점을 부여하였다.

위원회는 심사를 거쳐 지원 대상으로 선정된 혁신형 중소기업에게 TV광고 제작비의 50% 범위에서 최대 5,000만 원까지, 라디오광고 제작비의 70% 범위 내에서 최대 350만 원까지 지원하였다.

표 III-15 | 2018년 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원 현황

구분	TV방송 광고	라디오방송 광고
한도액	5,000만 원 (제작비 1억 원의 경우, 5,000만 원 지원)	350만 원 (제작비 500만 원의 경우, 350만 원 지원)
한도액 초과시	5,000만 원 (제작비 1.2억 원의 경우, 5,000만 원 지원)	350만 원 (제작비 800만 원의 경우, 350만 원 지원)
한도액 미달시	제작비의 50% (제작비 8,000만 원의 경우, 4,000만 원 지원)	제작비의 70% (제작비 300만 원의 경우, 210만 원 지원)

또한 지원대상 혁신형 중소기업에게는 방송광고 제작비 지원과 별도로 한국방송광고진흥공사를 통해 방송광고 송출비를 70% 할인하여 송출비 부담을 낮춤으로써 방송광고 활용도를 제고하였다.

위원회는 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원에 앞서 2018년 2월에 방송광고 기본절차 및 평균 소요시간과 비용, 신청서 제출시 주의사항 등을 알려주는 사전설명회를 개최하였으며, 2018년 3월 지원기업과 협약을 체결하고 사업 수행을 독려하였다.

그 밖에도 위원회는 중소기업의 방송광고 제작을 체계적으로 지원하기 위해 광고교육과 윈스톱 컨설팅을 진행하였다. 39개사에 방송광고 기획, 제작, 집행 등 각 사에 맞는 단계별 맞춤형 컨설팅을 지원하고, 3월과 6월에 방송광고 제작 관련 교육을 실시하여 방송광고에 대한 전문역량이 부족한 중소기업에게 도움을 주고 방송광고 집행효과를 제고하였다.

위원회는 2015년부터 2018년까지 TV광고 183개사, 라디오광고 205개사 등 388개사에 방송광고 제작을 지원하였다. 2018년에는 TV광고 제작 52개사, 라디오광고 제작 45개사 등 97개 중소기업의 방송광고 제작 지원을 위하여 총 28.5억 원의 예산을 사용하였다. 방송광고 제작 지원은 혁신형 중소기업의 인지도 및 호감도 상승, 마케팅 역량 강화, 매출액 증가 등 중소기업 성장에 기여할 것으로 기대된다.

표 III-16 | 방송광고 제작지원 현황

(단위 : 개사, 백만 원)

구분	제작지원 기업 수			지원 예산액
	TV광고	라디오광고	합계	
2015년	32	78	110	2,000
2016년	45	40	85	2,540
2017년	54	42	96	3,000
2018년	52	45	97	2,850
합계	183	205	388	10,390

아. 보편적 시청권 보장

위원회는 2018년에 보편적시청권보장위원회를 4회 개최하여 평창올림픽, 러시아 월드컵, 자카르타 아시안게임 등 한 해 동안 개최된 국민관심행사의 중계방송 편성현황 등을 분석하였다.

특히 2018년 8월에 보편적시청권보장위원회를 개최하여 2018년 8월 18일부터 9월 2일까지 개최되는 '2018 자카르타-팔렘방 아시안게임'의 중계방송에서 과도한 중복편성으로 시청자들의 선택이 제한되지 않도록 채널별·매체별로 순차적으로 편성할 것을 권고하였다. 위원회는 「방송법」 제76조의5에 따라 위원회의 심의를 거친 권고안을 아시안게임 중계방송권자인 한국방송공사(KBS), 문화방송(MBC), 에스비에스(SBS)에 전달하였으며, 국민들의 시청권이 최대한 보장되도록 아시안게임 중계방송에 성실히 임해 줄 것을 당부하였다. 그리고 지상파 3사에 남북단일팀이 참가하는 카누, 조정 등 국제신호(IS) 미제작으로 중계방송 되지 않는 종목을 시청자들이 사전에 충분히 인지할 수 있도록 다양한 방식으로 정보를 제공하도록 요청하였다.

또한 2018년 10월 위원회는 방송·언론·문화·체육·경영·경제 및 방송통신위원회 업무에 관한 전문적인 지식과 경험이 풍부한 각계 전문가로 제6기 보편적시청권보장위원회를 구성하였다. 제6기 보편적시청권보장위원회에 위촉된 위원은 김석진 방송통신위원회 상임위원을 비롯해 송중현(선문대 미디어커뮤니케이션학과 교수), 강현희(휴먼에이드 미디어정책연구소장), 김화진(前 SBS 골프채널 방송본부장), 이지윤(국민체육진흥공단 변호사), 김경호(대한체육회 홍보미디어위원회 비상임위원), 임순혜(언론개혁시민연대 감사)의 7명이다.

제6기 보편적시청권보장위원회는 향후 2년간 국민관심행사 등의 선정, 중계방송 순차편성 권고 등을 심의하게 되며, 일반 국민의 보편적 시청권을 보장하는 데 기여할 것으로 기대된다.

자. 우수프로그램 시상

위원회는 건전한 방송문화 조성과 방송 제작인의 사기 진작을 위해 '방송통신위원회 방송대상(이하 '방송대상')을 선정하여 시상하고 있다. 방송대상은 '전년도 한 해 동안 국내에서 제작·방송된 우수 프로그램 및 방송문화 발전에 기여한 개인·단체'를 선정하는 시상식으로 올해로 10주년을 맞이하였다. 2018년 4월에 개최된 방송대상 시상식에는 국회의원, 정부, 방송사 대표 등 각계인사 300여 명이 참석하여 수상자를 축하하고 일선현장에서 제작에 매진하는 방송인들의 노고를 격려하였다.

그림 III-14 | 2018년 위원회 방송대상 시상식



2018년 방송대상에 총 321편의 우수한 방송프로그램 등이 응모되어 치열한 경합을 벌인 결과 총 22편의 고품격 프로그램 및 방송인이 수상하였다. ‘대상’의 영광은 한국방송공사의 4부작 UHD 다큐멘터리, 2017 KBS대기획 「순례」(기획 : 박복용, 임기순, 연출 : 윤찬균, 신재국, 김한석)에게 돌아갔다. 「순례」는 ‘삶’이라는 순례길을 걷고 있는 다양한 사람들의 이야기를 기존 다큐멘터리 형식이 아닌 과감한 연출과 영화적인 전개를 통해 보여주었다. 특히, 한국 최초로 티베트 불교의 패드 야트라 순례길을 4K UHD 카메라에 담아 경이로운 대자연의 모습을 시청자들에게 전해주었다는 점에서 높은 점수를 받았다.

‘최우수상’은 KNN의 「피란수도 부산, 1000일의 소리」(기획 : 문지용, 연출 : 배병민)가 수상하였다. 라디오 4부작 다큐멘터리인 「피란수도 부산, 1000일의 소리」는 한국 전쟁 당시 부산을 단순한 피란지가 아닌 음악의 르네상스를 일구었던 공간으로 재조명하여 작품성을 인정받았다. KNN은 2017년에 이어 2년 연속 라디오 프로그램에서 최우수상을 배출하는 저력을 보여주었다.

2018년 방송대상에는 OTT, MCN을 통해 동영상을 시청하는 방송 트렌드를 반영, 부가통신 서비스를 통해 제공된 동영상 콘텐츠를 시상하는 ‘웹콘텐츠’ 부문이 신설되었다. 그 결과, SKB의 웹드라마 「회사를 관두는 최고의 순간」이 수상작으로 선정되었다. 또한 지역방송 활성화를 위해 ‘지역발전 라디오 부문’을 신설하고 시상 규모를 총 3편으로 확대(TV 2편, 라디오 1편) 하였는데, 울산문화방송의 「아빠와 함께 Book소리」가 ‘지역발전 라디오 부문’ 최초 수상작으로 선정되는 영광을 안았다.

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

이효성 위원장은 “콘텐츠 산업이야말로 4차 산업혁명 시대에 일자리 창출, 고용 창출에 기여할 수 있는 최적의 분야”라고 강조하면서, “방송통신위원회도 제작현장과 끊임없이 소통하면서 국민이 중심 되는 방송통신환경을 만들어 낼 것”이라고 밝혔다.

2. 미디어의 다양성 증진

가. 2017년도 방송사업자 시청점유율 산정결과 발표

위원회는 「방송법」 제69조의2, 「방송법 시행령」 제52조의3, 「시청점유율 산정 등에 관한 기준」 제8조 제5항에 따라 ‘2017년도 매체교환율’과 ‘2017년 방송사업자의 시청점유율 산정 결과’를 2018년 7월 18일 제37차 위원회 회의에서 의결하였다.

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.

방송사업자의 시청점유율을 산정할 때는 해당 방송사업자의 시청점유율에 해당 방송사업자의 특수관계자 시청점유율 및 해당 방송사업자가 주식 또는 지분을 소유하고 있는 다른 방송사업자의 시청점유율을 합산한다. 한편, 일간신문을 경영하는 법인이 방송사업을 경영하거나 주식 또는 지분을 소유하는 경우에는 그 일간신문의 구독률을 일정한 비율의 시청점유율로 환산하여 해당 방송사업자의 시청점유율에 합산한다.

일간신문의 구독률을 시청점유율로 환산하기 위하여 TV 방송의 영향력을 1로 볼 때 일간신문의 상대적인 영향력을 나타내는 매체교환율을 활용하였으며, 2017년 매체교환율은 1:0.38로 산정되었다.

위원회는 매년 시청점유율 산정 결과를 발표함으로써 여론의 독과점을 방지하고 미디어 다양성 보장에 기여해왔다. 이번 조사는 텔레비전 방송 채널을 운영하는 총 271개 방송사업자(법인 기준)의 397개의 채널을 대상으로 진행되었다. 이번 조사결과에 따르면 시청점유율 30%를 초과한 방송사업자는 없는 것으로 나타났다.

2017년 주요 방송사업자의 시청점유율을 살펴보면 지상파는 한국방송공사 26.890%, (주)문화방송 12.465%, (주)에스비에스 8.661%, 한국교육방송공사 2.180%, 종합편성·보도는 (주)제이티비씨

9.453%, (주)조선방송 8.886%, (주)채널에이 6.056%, (주)매일방송 5.215%, (주)와이티엔 2.492%, (주)연합 뉴스티브이 2.187%로 나타났다.

주요 종합유선방송사업자(SO)계열PP·위성의 시청점유율은 씨제이이엔엠 주식회사 11.000%, (주)티캐스트 2.970%, (주)아이에이치큐 1.589%, (주)현대미디어 0.832%, (주)씨엠비홀딩스 0.106%, 케이티스카이라이프 1.257%로 나타났다.

표 III-17 | 2017년 주요 방송사업자 시청점유율 산정 결과 (단위: %)

구분	주요 방송사업자	시청점유율	비고
지상파	한국방송공사	26.890	지상파·계열PP
	(주)문화방송	12.465	지상파·계열PP
	(주)에스비에스	8.661	지상파·계열PP
	한국교육방송공사 ^{주)}	2.180	지상파·PP
종합편성 및 보도채널PP	(주)제이티비씨(중앙일보 계열)	9.453	PP·일간신문
	(주)조선방송(조선일보 계열)	8.886	PP·일간신문
	(주)채널에이(동아일보 계열)	6.056	PP·일간신문
	(주)매일방송(매일경제 계열)	5.215	PP·일간신문
	(주)와이티엔	2.492	PP
	(주)연합뉴스티브이	2.187	PP
주요 종합유선 방송사업자(SO)계열PP 및 위성	씨제이이엔엠 주식회사(CJ 계열)	11.000	PP·SO
	(주)티캐스트(티브로드 계열)	2.970	PP·SO
	(주)아이에이치큐(딜라이브 계열)	1.589	PP·SO
	(주)현대미디어(HCN 계열)	0.832	PP·SO
	(주)씨엠비홀딩스(CMB 계열)	0.106	PP·SO
	케이티스카이라이프	1.257	위성

주) 한국교육방송공사: EBS2의 시청점유율(0.031%) 포함

나. 2017년도 방송매체 이용행태조사 결과 발표

위원회는 방송 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 추적, 분석하여 수용자정책 수립에 활용하기 위한 통계조사로서 방송매체 이용행태조사를 실시하고 있다. 제18회를 맞이한 2017년 방송매체 이용행태조사는 2018년 2월에 발표되었다.

2017년 방송매체 이용행태조사는 전국 4,378가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 7,416명을 대상으로 조사했으며, 2017년 6월 5일부터 8월 18일까지 정보통신정책연구원(KISDI)에서 조사를 실시하였다. 주요 조사항목은 매체보유 현황, 매체이용 행태·이용빈도, 매체중요도,

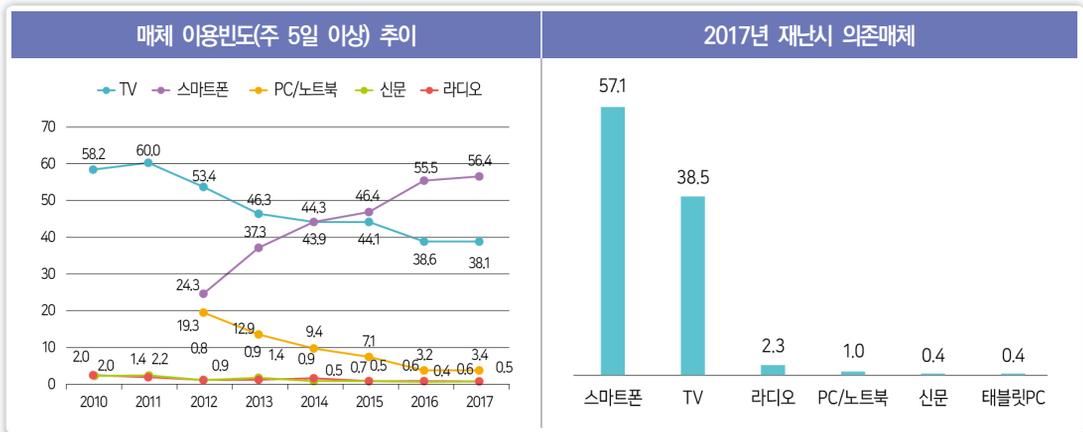
온라인동영상제공서비스(이하 'OTT') 이용 현황 등을 포함하였다.

위원회의 조사결과에 따르면 조사기간 중 TV 보유율은 96.0%로 2016년도와 동일한 수준으로 나타났다. 반면 다기능 매체인 스마트폰이 87.1%로 나타나 2016년 83.3% 보다 3.8%p 증가한 것으로 조사되었다.

일상생활에서 가장 중요한 필수 매체로 스마트폰을 선택한 비율은 56.4%에 달하여 TV를 선택한 비율(38.1%)을 넘어선 것으로 집계되었으며, 재난시 가장 의존하는 매체도 스마트폰(57.1%)을 선택한 비율이 TV(38.5%) 보다 높았다.

그림 III-15 | 매체별 일상생활 필수매체 인식 추이 및 재난시 의존매체

(단위: %)

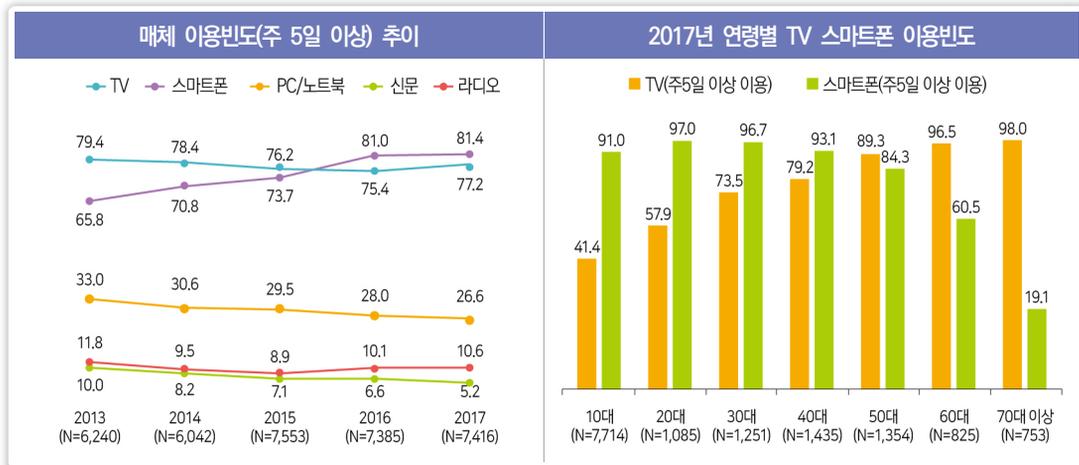


매체별 이용시간 조사결과에 따르면 TV는 하루 평균 2시간 48분으로 음성통화를 제외한 스마트폰(1시간 21분), 라디오(18분) 보다 많았다. 매체별 이용빈도를 살펴본 결과, 거의 매일(주 5일 이상) 이용하는 비율은 스마트폰(81.4%)과 TV(77.2%)가 압도적으로 높았다. PC·노트북(26.6%), 신문(5.2%)은 감소 추세인 것으로 나타났다. TV는 연령이 높을수록, 스마트폰과 PC·노트북은 연령이 낮을수록 이용 빈도가 높은 것으로 조사되었다.

TV 시청 중 타 매체를 함께 이용하는 비율은 스마트폰(52.9%)이 가장 높고, PC·노트북(5.9%) 순이었으며, 다른 매체를 동시에 이용하는 이유는 '채팅·메신저 이용'이 63.6%, '습관적으로'가 42.7%, '다양한 정보검색'이 23.5% 순으로 조사되었다.

그림 III-16 | 매체별 이용빈도

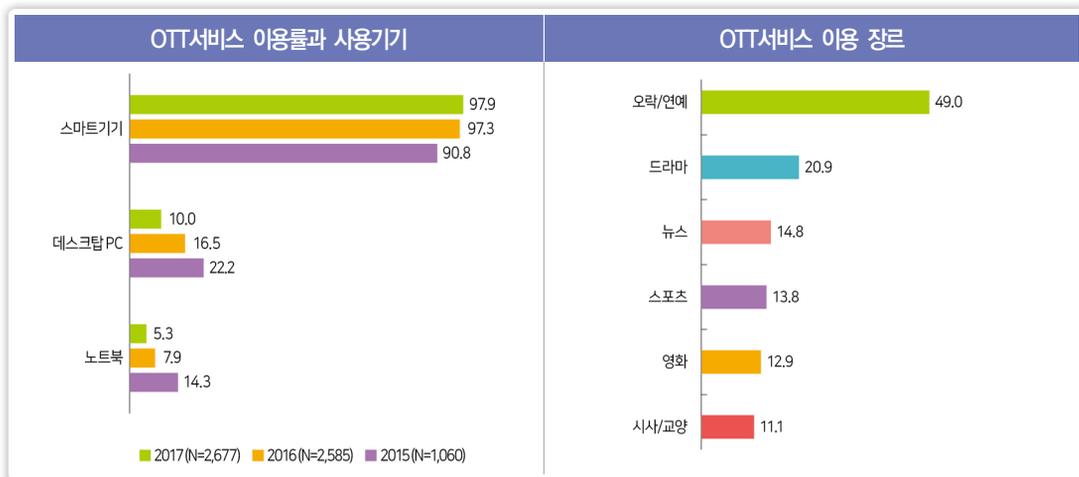
(단위 : %)



그 밖에도 최근 3개월 이내 지상파DMB 서비스 이용률은 8.4%로 2016년 9.6% 대비 감소했으며, 휴대폰(80.6%)을 주로 이용하여 시청하는 것으로 나타났다. 최근 3개월 이내 OTT 이용률은 36.3%로 2016년 35.0% 대비 소폭 증가했으며, 스마트기기를 통한 이용(97.9%)이 압도적이었다. OTT 이용자가 주로 시청하는 프로그램 유형은 오락·연예(49.0%), 드라마(20.9%), 뉴스(14.8%), 스포츠(13.8%)의 순이었다.

그림 III-17 | OTT서비스 이용행태

(단위 : %)

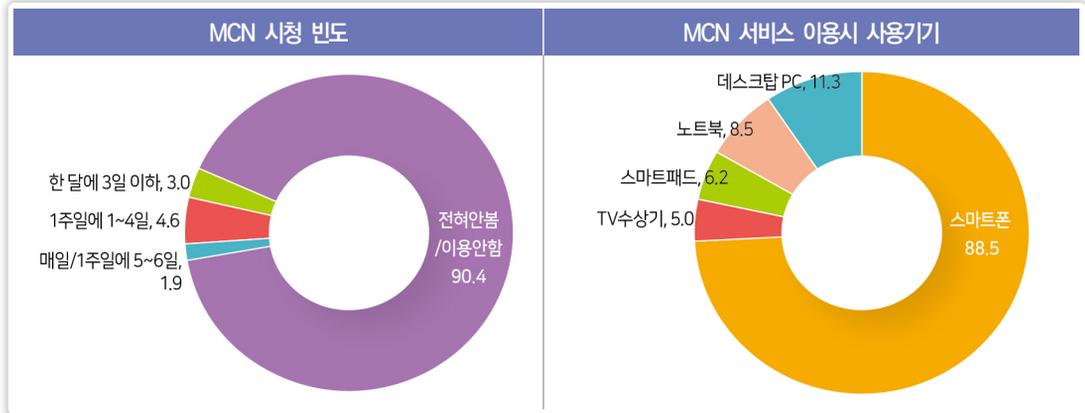


또한 다중채널네트워크(이하 'MCN') 서비스 인지율은 22.3%로 2016년 20.1% 대비 소폭 증가하였다. 주 1회 이상 MCN 서비스를 시청하는 비율은 6.5% 수준을 보였으며, MCN 서비스 이용은

스마트폰(88.5%)을 사용한 경우가 가장 많았고, 데스크탑PC(11.3%)·노트북(8.5%)·스마트패드(6.2%)가 뒤를 이었다.

그림 III-18 | MCN 서비스 이용행태

(단위: %)



위원회는 조사결과와 관련하여 결과보고서와 세부 통계정보를 누구나 활용이 가능하도록 방송통계포털(www.mediastat.or.kr)을 통해 제공한다.

다. 방송통계포털 및 방송콘텐츠 가치정보 분석시스템 구축·운영

1) 방송통계포털

위원회는 국민들이 시청점유율 등 방송조사 정보를 보다 쉽고 편리하게 찾아 활용할 수 있도록 위원회의 통계자료를 한 곳에 모아 제공하는 방송통계포털(www.mediastat.or.kr)을 구축하여 2018년 1월 2일부터 서비스를 시작하였다.

방송통계포털에서는 방송매체 이용행태 결과 등 7개 분야의 통계 정보를 제공하고 있다. 7개 분야에는 방송매체 이용행태, 방송사업자 경쟁상황 평가, 채널별 시청 점유율, 방송산업 실태, KI 시청자평가지수, 방송사업자 편성현황, 방송사업자 재산상황이 포함되었다.

방송통계 포털은 이용자 개개인이 관심을 많이 갖는 통계를 차트 형태로 구성하여 가독성을 높이는 한편, 각종 방송통계의 주제별(방송수용자, 방송산업, 방송사업자) 제공 및 위원회 홈페이지에서 바로가기 기능 등 이용자 편의성을 높이는 데 역점을 두었다. 위원회는 이번에 새롭게 오픈한 포털을 통하여 국민들이 실생활에서 방송통계를 쉽고 편리하게 활용할 수 있기를 기대하며, 앞으로도 이용자의 눈높이에 맞춰 지속적으로 개선해 나갈 예정이다.

하며, '시청자버즈'와 '미디어버즈'로 구분하고 이다.

'종합반응'은 방송콘텐츠 월간 결과, TV시청률과 VOD시청자 등 시청정보를 한 화면에서 비교해 볼 수 있도록 제공하고 있다. 마지막으로 '해외반응' 메뉴에서는 국내드라마의 인기가 높은 해외 4개국(중국, 일본, 베트남, 인도네시아)에서 조사한 결과를 발표함으로써 한류드라마의 해외 반응을 알 수 있다.

또한 11월 리뉴얼을 통해 방송콘텐츠 검색 기능, 주간 시청률정보 조회, 교차분석 그래프 제공 등 신규 기능 추가 및 메인화면을 포함한 전반적인 디자인을 개선해 사용자의 편의성을 제고하였다.

위원회는 가치분석시스템을 통해 국내콘텐츠의 가치를 측정할 수 있는 평가 지표를 마련했다는 점에 큰 의의를 두고 있다.

3. 지역·중소 방송 활성화 지원

가. 지역·중소방송 콘텐츠 제작지원

최근 신규 미디어의 등장, 광고시장의 축소 등 급변하는 방송환경으로 인해 지역을 기반으로 하는 지역·중소방송의 경쟁력을 강화하고 자립 기반을 조성할 필요성이 증대되고 있는 상황이다. 위원회는 2017년 12월 수립된 '제2차 지역방송발전지원계획(2018년~2020년)'에 따라 지역방송의 경쟁력 강화 및 지역성·다양성 구현을 위한 지원을 강화하였다.

위원회는 지역·중소방송 사업자를 대상으로 프로그램 제작역량을 강화하고 우수 프로그램 특히, 파일럿, 정규 프로그램 및 UHD 방송프로그램 제작을 지원하기 위하여 '2018년 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화 프로그램 제작지원 사업'을 시행하였다. 지역문화 창달 및 시청자 권익 보호를 위한 TV·라디오 분야별 프로그램 제작지원을 통하여 프로그램 품질 향상 및 경쟁력을 제고하고, 자발적 신규 장르·주제 발굴 장려 및 뉴미디어 서비스 전용 콘텐츠 제작지원을 통해 다매체 시대에 능동적인 대응을 지원하였다. 약 40여 개의 지역·중소방송 사업자를 대상으로 제작지원 프로그램을 공모 및 심사하여 2018년 3월 최종적으로 18개 방송사 29개 프로그램을 선정하여 제작비 총 34억 원을 지원하였다.

2018년 지원 사업에서는 TV·라디오·DMB 분야별 정규 프로그램 제작지원을 확대(지원액 기준 정규 프로그램 지원율 60% 이상)하여 지역성을 강화할 수 있는 자체 프로그램 제작을

유도하였다. 특히 지역방송사의 UHD 방송 프로그램 제작 투자를 장려하고자 우수 UHD 프로그램 제작지원 부문을 신설하였고, 파일럿 프로그램²⁾ 제작지원 부문을 신설하여 지역방송의 신규 장르·주제 발굴 장려 및 향후 정규 프로그램 편성 유도를 통한 경쟁력 강화를 지원하였다. 또한 지역방송사의 뉴미디어 대응력 향상을 위한 SNS, 포털, 모바일 등에 서비스 가능한 1~10분 분량의 클립영상 시리즈물의 제작을 지원하였다.

표 III-18 | 2018년 지역·중소방송 프로그램 제작지원 내용

지원부문		지원규모	프로그램당 지원상한액	제작 기간	지원조건	비고
우수 프로그램	정규	TV, 라디오, DMB 2,800백만 원	300백만 원 이내	1년 이내	현금 자부담 10% 이상 ※ 기존 정규 물의 경우 총 제작비의 50% 이상 (최근 3개년 자체제작비 내역 제출 필수)	<ul style="list-style-type: none"> 정규 프로그램 기준 준수 신규 장르, 주제 우대 기존 정규물 지원 가능 중앙방송사와 공동제작 우선선정
	특집					<ul style="list-style-type: none"> 시리즈물 우대 해외유통가능 주제 우대 해외공동제작 가능 중앙방송사와 공동제작 우선선정
UHD 프로그램		UHD 250백만 원	-	1년 이내		<ul style="list-style-type: none"> 해외유통가능 주제 우대 해외공동제작 가능
파일럿 프로그램		TV 200백만 원	-	1년 이내		<ul style="list-style-type: none"> 정규 프로그램 편성 가능 프로그램 우대 신규 장르, 주제 우대
뉴미디어 콘텐츠		콘텐츠 150백만 원	-	1년 이내	-	<ul style="list-style-type: none"> 신규 플랫폼·채널 개설 가능 기존 플랫폼·채널 운영 가능 신규 콘텐츠 우대

위원회는 지역·중소방송 프로그램 제작지원을 통해 글로벌 경쟁력을 가지는 고품질 방송 콘텐츠 제작 및 자발적인 신규 장르·주제 발굴 등 우수 콘텐츠 제작 기반을 마련하였다. 제작지원 프로그램으로 선정된 18개사 29개 콘텐츠를 대상으로 시청·청취자 만족도 조사 결과, 평균 86.4점의 높은 만족도를 기록하였다. 또한 울산MBC의 「고래」가 한국방송대상 지역다큐멘터리 TV부문 작품상을 수상하는 등 제작지원을 통해 제작된 프로그램들의 우수성이 인정되어 외부 평가에서 총 10회 수상하였다.

2) 정규편성에 앞서 1~2편을 미리 내보내기 위해 만든 샘플 프로그램으로 이를 통해 정규방송 편성 여부를 결정한다.

표 III-19 | 2018년 지역방송 제작지원 프로그램 수상 사례

지역방송사	프로그램명	수상 내용	
MBC 강원영동	블랙하모니	• 일본 도쿄독(Tokyo Docs) 최우수 기획상 수상(11월)	
MBC경남	소수의견	• 방송문화진흥회 지역프로그램 부문 금상(11월) • 제28회 민주언론상 특별상(11월)	
부산MBC	우리, 마을	• 방송통신위원회 방송대상 지역발전부문 우수상 수상(4월)	
울산방송	내 인생의 스탱오버	• 한국방송카메라감독연합회 베스트 카메라감독상(7월)	
울산MBC	고래	• 한국방송대상 지역다큐멘터리TV부문 작품상 수상(9월)	
대전MBC	아시아의 향	• 한국방송대상 지역다큐멘터리TV부문 작품상 수상(9월)	
광주MBC	천년의 전라도	• 방송문화진흥회 지역문화대상 동상(11월)	
불교방송	분노의 시대, 분노의 기술	• 한국PD연합회 이달의 PD상(11월)	
춘천MBC	골목놀이삼국지	• 방송문화진흥회 지역문화대상 은상(11월)	

나. 지역방송 콘텐츠 유통 활성화

위원회는 국내외 콘텐츠마켓 참가지원, 해외피칭포럼 참가지원 등을 통해 지역방송 자체제작 콘텐츠의 유통경로 발굴 및 네트워크 구축 등에 기여하였다. 위원회는 지역방송 우수 콘텐츠의 유통경로를 마련하기 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(도쿄독, 광저우다큐피칭포럼) 참가 지원을 통해 지역방송 콘텐츠의 글로벌 경쟁력 확보 및 방송분야 국제교류 활성화에 일조하였다. 또한 해외 판매용 프로그램 재제작

지원(10개사 14개 프로그램)을 추진하여 해외 판매·유통을 촉진하였다.

한편 국내외 방송사 채널 및 콘텐츠 전시회 참가 등을 통해 2018년 우수 제작지원 프로그램(좌충우돌만국유람기, 아시아의 향, 화첩기행 등)이 판매되어 총 8억 2,500만 원의 판매 성과를 창출하였다. 또한 BCM에서 국내 21개사, 국외 23개사와 1:1 비즈니스 미팅 진행으로 약 4억 원의 판매 성과를 거두었고, ATF에서 9개국 18개 기업과 21건의 1:1 비즈니스 미팅 진행으로 약 5,000만 원의 판매 성과를 거두었다. 위원회는 국내·외 콘텐츠 마켓포럼, 해외 피칭포럼 참가 등을 통해 지역방송의 새로운 수익원을 지속적으로 발굴하고 유통 활성화를 추진할 계획이다.

표 III-20 | 국내외 콘텐츠 마켓 및 해외피칭 참여

<p style="text-align: center;">지역방송사 BCM 2018 참가 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 일자 : 2018년 5월 9일 ~ 5월 11일 • 장소 : 부산 BEXCO • 내용 : 지역방송 전시관(Korea Content Village)을 설치하여 20개사 42개 우수 지역방송 프로그램 전시·홍보 	
<p style="text-align: center;">지역방송사 ATF 참가 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 일자 : 2018년 12월 5일 ~ 12월 7일 • 장소 : 싱가포르 마리나베이샌즈 컨벤션 센터 • 내용 : 지역방송 전시관(Korea Content Village)을 설치하여 22개사 68개 우수 지역방송 프로그램 전시·홍보 	
<p style="text-align: center;">지역방송사 해외피칭포럼(Tokyo Docs) 참가 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 일자 : 2018년 11월 5일 ~ 11월 7일 • 장소 : 일본 도쿄 • 내용 : 국제 다큐멘터리 페스티벌에 참가하여 해외피칭 현장체험 등 글로벌 프로듀싱 역량 강화 	
<p style="text-align: center;">지역방송사 해외피칭포럼(GZDOC) 참가 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> • 일자 : 2018년 12월 10일 ~ 12월 13일 • 장소 : 중국 광저우 • 내용 : Korea Content Night 내 피칭 참가 및 투자자들의 보완사항 논의 등 글로벌 콘텐츠 제작 역량 강화 	

다. 지역방송 교육 및 인력 양성 지원

위원회는 지역방송 종사자를 대상으로 맞춤형 교육과정, 전문가 멘토링 서비스 제공 및 해외 방송전문교육과정 등을 통한 지역방송 인적자원 전문화를 추진하고 있다. 특히 PD, 작가, 촬영·

편집, 특수촬영 등 분야별 전문교육 및 방송환경 변화에 능동적으로 대응하기 위하여 뉴미디어 대응 교육을 강화하였다. 지역방송 종사자 대상 수요조사 결과를 반영한 '맞춤형 교육과정' 운영으로, 정규과정 15회 및 특별과정 8회를 실시하였고, 분야별 전문가 멘토서비스 제공(11회)으로 지역방송 종사자 제작 역량 강화를 통한 발전기반을 마련하였다. 맞춤형 정규과정(PD·색보정·라디오 콘텐츠 유통·생중계 방송제작 등)의 경우 6개 교육 분야에 총 159명이 참가하여 146명이 수료하였고, 평균 90.9점의 교육 만족도 성과를 창출하였다. 맞춤형 특별과정에서는 온라인 미디어 플랫폼 운영 전략, SNS 마케팅 전략 등 맞춤 현장 교육을 제공하고, 전문가 멘토서비스의 경우 종합편집 실무, 콘텐츠 해외 진출 전략 등 다양한 멘토링을 제공하였다. 2018년 11월 12일부터 16일까지 일본 오사카 및 도쿄에서 진행한 해외방송 전문과정에는 11개 지역방송사 직원 11명이 참가하여 한국-일본 지역방송사간 회의, 일본 지역방송 현황 및 선진 방송 기술 동향 파악 등 전문교육과정을 실시하였다.

그림 III-20 | 지역방송사 교육·제작·유통 지원



4. 인터넷 상 표현의 자유 신장 및 역기능 대응 강화

가. 인터넷 상 표현의 자유 증진

1) 인터넷 상 표현의 자유 증진을 위한 사이버명예훼손 제도 개선 추진

위원회는 사이버명예훼손으로 인한 부당한 피해자가 발생하지 않도록 하면서도 사이버 명예훼손에 기초한 임시조치 등으로 인하여 과도하게 표현의 자유가 억압되지 않도록 사이버 명예훼손 제도의 개선을 추진하였다. '사이버명예훼손 제도개선을 위한 민·관 정책협의체'를 구성·운영하고, 정책연구사업으로 '사이버 명예훼손에 관한 기초 연구'(방송통신정책연구 KCC-2018-27)를 수행하였다. 이를 통하여 사이버명예훼손 제도 개선을 위한 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 「정보통신망법」) 개정안을 도출하였다.

표 Ⅲ-21 | 사이버 명예훼손 제도개선을 위한 민·관 정책협의체

회의일자	주요내용
2018년 8월 1일	사이버 명예훼손 관련 국내외 법제 비교, 표현의 자유와 관련한 사이버 명예훼손 제도 현황 및 문제점 분석
2018년 8월 30일	표현의 자유 증진을 위한 사이버 명예훼손 제도 개선 방안 논의
2018년 9월 17일	표현의 자유 증진을 위한 사이버 명예훼손 관련 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 개정안 도출

위원회는 인터넷 표현의 자유 증진을 위한 국정과제인 사이버 명예훼손 제도 개선안에 대한 사회 각계각층의 다양한 의견을 수렴하고자 2018년 12월 11일 국회 의원회관에서 더불어민주당 이철희 의원실, 한국법제연구원, 한국형사정책연구원과 공동으로 토론회를 개최하였다. 토론회에서는 사이버 명예훼손 제도 개선 방안(위법성 조각 사유 신설)에 대해 소개하고 시민단체, 관련 전문가 및 이해관계자 등을 대상으로 의견을 수렴하였다.

그림 Ⅲ-21 | 사이버 명예훼손 제도 개선 토론회



2) 인터넷 상 표현의 자유 증진을 위한 임시조치 제도 개선 및 자율규제 기반 조성

위원회는 포털 등의 일방적인 임시조치³⁾에 대해 정보게재자의 이의제기 절차 등 반론기회를 제공하고, 표현의 자유와 인격권 보장이 균형을 이루도록 「정보통신망법」 개정을 추진할 예정이다.

또한 위원회는 정부 주도의 규제에 앞서 인터넷사업자들이 자발적으로 노력할 수 있도록 자율규제 활성화를 지원하고 있다. 이에 따라, 사업자단체의 자율규제 활성화를 위한 정부 지원 및 시책 수립 등에 관한 법적 근거를 마련하기 위해 「정보통신망법」을 개정할 바 있다. 향후에도 자율규제기구의 자기책임성이 강화될 수 있도록 인터넷사업자 등의 의견수렴 등을 통해 정책을 추진할 예정이다.

3) 인터넷 게시물로 명예훼손을 당한 피해자가 포털사업자에게 해당 정보 삭제 요청시 포털사업자가 임시로 삭제·차단하는 조치

나. 인터넷 역기능 대응 강화

1) 디지털 성범죄 영상물 유통 차단

가) 디지털 성범죄 영상물 신속차단을 위한 법제도 및 기술적 조치 개선

위원회는 디지털 성범죄 영상물의 유통으로 심각한 인권침해가 발생하는 등 사회적 문제로 대두됨에 따라, 정부차원의 적극적인 법제도와 기술적 조치 개선 대책을 추진하였다.

위원회는 부가통신사업자가 디지털 성범죄 영상물 유통 사실을 명백히 인지시 삭제·접속 차단 등 조치를 실시하도록 「전기통신사업법」을 개정하였다. 아울러, 수사기관 요청시 방송통신 심의위원회에서 즉시 디지털 성범죄 영상물 삭제·차단에 관한 심의를 진행하도록 「정보통신 망법」을 개정하였다.

위원회는 웹하드상 디지털 성범죄 영상물의 유통을 효과적으로 차단하기 위해 DNA 필터링⁴⁾ 기술과 모바일 웹하드에 대한 기술적 조치 적용 등을 반영한 ‘불법음란정보 유통방지를 위한 기술적 조치 가이드라인’을 개정하여 배포하였다. 아울러, 인터넷상에 Https 등 보안우회접속 방식으로 유통되는 불법유해정보 차단이 가능한 SNI(Server Name Indication)⁵⁾ 차단 방식을 KT, SKB, LG U+ 등 7개 인터넷망 사업자를 대상으로 도입하였다.

위원회는 향후에도 디지털 성범죄 영상물의 신속한 삭제·차단을 통해 피해자의 인격권을 보호하는 등 법제도와 기술적 조치의 개선방안을 지속적으로 마련할 계획이다.

그림 III-22 | 디지털 성범죄 영상물 유통방지 관련 정책설명회 및 간담회



4) 동영상의 특징점(DNA값)을 비교하여 차단하는 기술로서 편집·변형된 불법동영상의 차단이 가능

5) 사용자와 웹서버 간 상호 인증과정에서 송수신하는 SNI필드의 도메인 정보를 식별하여 차단

나) 디지털 성범죄 영상물 유통 집중점검 실시

위원회는 웹하드 상에 디지털 성범죄 영상물을 유통하여 부당 이익을 얻고 피해자의 고통을 가중시키는 불법행위를 근절하기 위해 상시 모니터링과 집중점검을 실시하였다.

위원회는 전체 특수유형부가통신사업자를 대상으로 디지털 성범죄 영상물 및 불법음란물 유통 방지를 위한 기술적 조치를 상시 모니터링하여, 총 154,215건에 대해 삭제 조치하였다. 아울러, 기술적 조치 미이행 의심사업자(36개 사업자)를 대상으로 현장점검을 실시하여, 1개 사업자에 대한 행정처분(과태료, 등록취소 요청), 수사의뢰 등을 조치하였다. 이와 같은 집중적인 모니터링과 현장점검 등으로 웹하드 상 디지털 성범죄 영상물 유통이 약 97% 감소(2018년 7월 3,092건 → 2018년 12월 90건)한 것으로 나타났다.

표 III-22 | 2018년도 웹하드 불법영상물 삭제 통계

(단위: 건)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
음란물	14,182	12,105	11,901	11,507	15,817	9,302	9,216	9,321	10,956	11,263	11,988	12,263
성범죄물	595	345	656	1,019	1,688	2,086	3,092	2,047	2,106	419	251	90

특히, 2018년 5월 29일부터 9월 5일(100일)까지 웹하드 상 디지털 성범죄 영상물 집중점검을 실시하여 8,310건을 삭제하고 상습유포자(333개의 ID)를 경찰청에 수사의뢰하였다.

위원회는 향후에도 인터넷상의 디지털 성범죄 영상물 유통을 차단하고 건전한 콘텐츠 유통 환경이 조성될 수 있도록 강력히 대응해 나갈 계획이다.

2) 참여형 공모전·캠페인 전개로 건전한 인터넷 이용문화 조성

위원회는 한국정보화진흥원(NIA)과 사이버 폭력예방 및 건전한 인터넷문화 조성을 위하여 '그대와 나, 모두가 웃을 수 있게'라는 슬로건 아래 '아름다운 인터넷 세상' 주간 선포식(9월 6일, KBS아트홀, 323명 참여)과 주간행사(9월 6~20일)를 운영하고, 인터넷윤리 집중교육, 5대 광역시 거리 캠페인과 카카오플러스 친구와 페이스북 등 소셜미디어를 활용한 온·오프라인 캠페인을 진행하였다.

이 외에, 협업사업으로 언론사와 함께 하는 M클린(매일경제)과 U클린(머니투데이, 5월 26일, 청계광장, 1,000명 참여) 캠페인 활동, 세바시(세상을 바꾸는 시간 15분) 주제강연회(CBS, 9월 6일, kt체임버홀, 600명 참여)를 개최하고 유관기관(한국청소년활동진흥원)과 대한민국 청소년 박람회(5월 24~26일, 군산 새만금컨벤션, 21,000명 참여)에서 아·인·세(아름다운 인터넷 세상) 부스를 운영하는 등 오프라인 캠페인을 진행하였다.

또한 국민 모두가 참여하는 콘텐츠를 만들어 교육 및 홍보자료로 활용하고자 ‘인터넷드림 창작 동요·음악제(9월 14일(본선경연), 국립과천과학관, 500명 참여, 6월 1일~8월 10일까지 103건 접수)와 ‘창작콘텐츠와 교수-학습지도안’ 공모전을 개최(8월 31일~10월 19일까지 3,559건 접수)하였다.

이를 통해 ‘인터넷윤리 교육’ 사업을 알리고 홍보하는 계기를 마련하였으며, ‘창작콘텐츠와 교수-학습지도안’에서 선정된 수상자(팀)는 ‘인터넷윤리대전(11월 30일, 국립중앙박물관, 400명 참여)’에서 건전한 인터넷윤리 문화 조성에 힘쓴 유공자와 함께 시상하고 콘텐츠를 교육 홍보 자료로 활용하였다.

그림 III-23 | 인터넷윤리 공모전 및 오프라인 캠페인



그림 III-24 | 언론사 및 유관기관 협업 캠페인



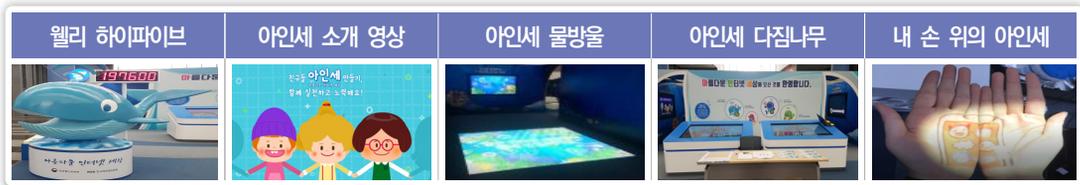
2018년에는 광주 인터넷윤리체험관을 광주시청자미디어센터에서 국립광주과학관으로 이전 구축하고 개소식(5월 4일)을 개최하였다. 광주체험관에는 ‘웰리 하이파이브’, ‘아인세 물방울’ 등 체험활동을 강화한 5종의 신규콘텐츠를 새로 개발하여 인터넷윤리를 배울 수 있도록 하였다.

지역별 인터넷윤리교육 격차 해소를 위해 인터넷윤리체험관 3곳을 연중 운영하고 있으며, 부산(국립부산과학관), 광주(국립광주과학관), 분당(한국잡월드) 체험관에 56만 7,962명(2017년 44만 3,471명 대비 약 28% 증가)이 방문하였다.

그림 Ⅲ-25 | 지역별 인터넷유리체험관



그림 Ⅲ-26 | 국립광주과학관 인터넷유리체험관 신규콘텐츠



2018년도 창작콘텐츠 공모전 수상작을 활용한 컵홀더를 제작하여 배포(정부청사, 서울시청 외 4개 청사, 한국외국어대학교 외 6개교, 80,000명 참여)하고 지하철 스크린도어(서울역 외 3개역, 1개월) 홍보, 버스 승하차(부산(1,846회/1일, 2개월), 대구(3,360회/1일, 2개월), 대전(367회/1일, 4개월)) 및 라디오 캠페인(정오의 희망곡 외 2개 프로그램, 총 15회)과 소셜미디어를 활용해 홍보 동영상 콘텐츠를 제작·송출하는 등 국민에게 다가가는 홍보활동을 통해 정책 인지도 제고에 노력하였다.

- * 버스 캠페인 멘트 : 당신의 행복으로 그리는 아름다운 인터넷 세상, 방송통신위원회와 한국정보화진흥원이 함께 합니다. 아름다운 인터넷 세상, 행복만 저장해주세요.(버스)
- * 라디오 캠페인 멘트 : 로그인으로 시작해서 로그아웃으로 끝나는 현대인의 하루. 우리는 그 안에서 사람과 만나고 이야기를 나누며 각자의 세상을 그려나갑니다. 당신의 인터넷 세상은 어떤 모습으로 그려져 있나요? (이하생략)

그림 Ⅲ-27 | 국민에게 다가가는 생활 밀착형 홍보 활동



3) 인터넷윤리의식 향상을 위한 생애주기별 맞춤형 교육 추진

위원회는 한국정보화진흥원(NIA)과 사이버폭력예방 및 건전한 인터넷문화 조성을 위하여 유·초·중·고등학생부터 학부모, 교원, 군인과 성인(중장년층, 노년층 일반성인)을 대상으로 '계층별·맞춤형 9개 인터넷윤리교육과정'을 운영하였다.

2018년도에는 '취약계층을 위한 인터넷윤리 교육프로그램'을 신설하여 장애청소년과 취약계층 청소년을 대상으로 타인을 배려하고 존중하는 공감능력을 향상시킬 수 있는 체험형 교육을 추진하였다.

'장애청소년 대상 인터넷리터러시 교육'은 특수학교(급)을 대상으로 모집 운영하였으며, 지역 아동센터중앙지원단(보건복지부), '방과후아카데미'(여성가족부 한국청소년활동진흥원)와 연계하여 '교구를 활용한 인터넷윤리 순회교육'과 '뮤지컬 형식의 예술체험형 공연교육'을 제공하였다.

인터넷윤리교육 대상 교(원)는 새 학기 시작 전인 1월에 사전 신청을 받아 3월부터 교육을 진행하였다. 2018년은 3,810개교(원)가 인터넷윤리 및 사이버폭력예방 교육을 신청하였으며, 교육 수요 인원도 17만 1,676명에 달하였다.

* 인터넷윤리교육 대상 교(원)은 2018년 3,810개교(원)으로 2017년 1,786개교(원) 대비 약 113% 증가, 교육 수요 인원은 17만 1,676명으로 2017년 16만 6,600명 대비 약 3.05% 증가

표 III-23 | 인터넷윤리교육 과정별 운영현황

교육프로그램	주요내용
바른인터넷 유아학교	올바른 인터넷 사용을 주제로 한 유아 대상 인형극 공연 및 디지털 교구 활용 교육
한국인터넷드림단(초·중·고)	방과 후 동아리 활동 지원으로 인터넷윤리를 이해하고 건전한 인터넷문화 조성을 위한 교육
전문강사 순회강연(초·중·고)	전문강사 파견을 통한 건강한 인터넷윤리의식 함양을 위한 교육
예술체험형 공연교육(초·중·고)	사이버폭력 사례를 바탕으로 한 찾아가는 교육뮤지컬 교육
사이버폭력 예방 교구활용교육(초)	창의적체험활동과 연계한 체험·활동형 교구활용 교육
밥상머리 인터넷윤리교육(학부모)	올바른 부모-자녀간 소통 및 윤리의식 함양 교육
성인 인터넷윤리교육	일반성인 대상 건전 인터넷윤리 문화 조성 교육

교육프로그램	주요내용
온·오프라인 인터넷윤리·사이버폭력예방 교육(교원)	초·중·고 교장(감), 지역교육청 장학관(사) 등 교원 리더 대상 역량 강화 교육 및 사이버 폭력 피해예방과 대응을 위한 교원 지도역량 강화 교육
장애청소년 인터넷리더리서시(취약계층)*	특수학교 및 특수학급(통합학급) 장애 청소년 인터넷윤리 의식 강화 교육
지역아동센터 및 방과후아카데미 사이버폭력 예방교육(취약계층)**	취약층 대상 인터넷 공감 능력 향상을 위한 사이버폭력 예방 체험형 교구 활용 교육

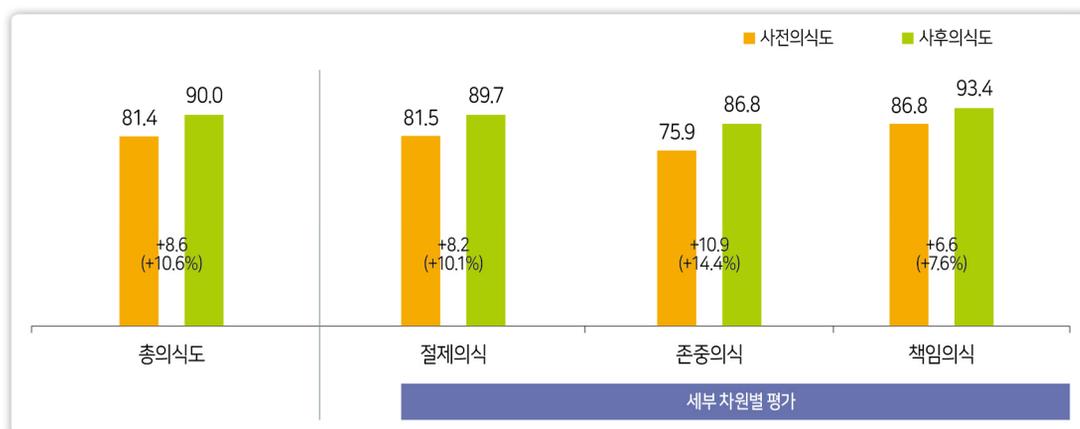
*,** 2018년 취약계층 대상 인터넷윤리교육 신규과정

이러한 계층별·맞춤형 인터넷윤리교육을 추진하여 2018년 인터넷윤리 교육 만족도의 종합 점수는 87.3점으로 2017년의 87.1점 대비 0.2점 상승한 것으로 조사되었다.

한국인터넷리더리서시(60개교) 학생(931명)을 대상으로 교육 전·후의 인터넷윤리 의식 개선도를 측정하고 교육 후 의식 개선도 종합점수는 사전의식도 대비 8.6점(사전의식도 81.4점, 사후의식도 90.0점 사전의식도 대비 10.6% 상승)이 상승하고, 특히 인터넷이용의 존중의식이 10.9점(사전존중의식 75.9점, 사후존중의식 86.8점 사전존중의식 대비 14.4% 상승)으로 다른 측정항목에 대비 사전·사후 개선변화가 가장 큰 것으로 조사되었다.6)

그림 III-28 | 한국인터넷리더리서시 윤리의식 개선도 평가 결과

(사례수 : 전체 n=931명, 단위 : 점-100점 환산점수)



6) 인터넷윤리교육 의식 행동·양태변화 등 연구 조사, 방송통신위원회/한국정보화진흥원, 2018년, 12, NIA V-RBE-C-18021

제2절 | 이용자의 능동적 참여와 권리 강화

1. 이용자의 미디어 역량 강화 및 참여 확대

가. 시청자 참여 확대

위원회는 변화하는 미디어 환경에 대응하여 다양한 미디어교육 프로그램과 시청자미디어 센터의 방송장비·시설을 무료로 제공하고, 시청자 참여프로그램 제작지원과 시청자평가원 활동 지원 등을 통해 시청자의 방송참여를 활성화하였다. 또한 시청자 밀착형 참여 프로그램 확대를 위하여 지역 지상파, 공동체라디오에 대한 예산 지원을 확대(2017년 3.1억 원 → 2018년 3.5억 원) 하고 시청자위원회 운영의 내실화를 위한 제도 개선을 추진하였다.

위원회는 직접 제작한 방송콘텐츠를 통해 시청자가 방송의 주인이 되도록 적극적으로 독려하기 위하여 '시청자미디어대상' 시상식을 개최하여 시청자가 직접 기획·촬영·제작한 창의적인 작품을 발굴하여 소개하고, 우수 작품에 대해 시상하였다. '시청자미디어대상' 시상식은 시청자가 직접 방송콘텐츠를 제작하고, 이를 방영하도록 하는 퍼블릭 액세스(Public Access)를 보장하기 위하여 개최되는 행사이다. 2018년에는 페이스북, 유튜브 등을 활용하는 스마트미디어영상부문이 신설된 가운데 영화감독, 프로그래머, 미디어 학계 전문가 등으로 구성된 심사위원단이 수상작을 선정하였다. 작품상과 특별상 두 부문으로 나누어 시상하였으며, 이번 공모전에 출품된 500여 편의 작품(영상·라디오 콘텐츠) 중 대상(국무총리상), 최우수상(방송통신위원장상) 등 총 22편의 작품상을, 특별상에는 미디어교육에 공로가 있는 2개 단체가 수상하였다.

한편 전국 7개 시청자미디어센터에서도 한 해 동안의 미디어 관련 활동을 축하하고 미디어를 건강하게 이해하고 활용하는 문화를 확산하기 위한 '2018 전국 시청자미디어축제 한마당'이 개최되었다. 부산, 광주, 강원, 대전, 인천, 서울, 울산 총 7개 지역 센터에서 시상마당, 열정마당, 참여마당을 통해 '시청자의 날', '2018 시청자제작단 네트워크 파티' 등 지역 시민 참여형 축제가 열려 시청자 권익 증진사업을 국민과 공유하고 체험하는 기회가 마련되었다.

위원회는 시청자미디어센터를 통해 방송제작 시설·장비를 무료로 제공하고 전 국민 대상 미디어교육을 강화하여 시청자 방송참여 활성화 등 국민들의 미디어 접근권 향상에 기여하였다. 시청자미디어센터에서 미디어교육 프로그램을 수강하고, 이를 활용하여 제작한 프로그램

(지역소식·생활정보·사회이슈 등)이 KBS 등 방송사에 방영되면서 방송참여와 소통 활성화에 기여하였다. 노인 제작단·주부 제작단 등에 대한 미디어교육을 강화하여 시청자미디어센터의 미디어교육 수강생이 직접 제작한 프로그램이 방송사에 방영되는 실적이 2017년 대비 88% 증가(2017년 892편 → 2018년 1,681편)하는 성과를 창출하는 등 시청자 방송참여 활성화에 기여하였다.

그림 III-29 | 시청자미디어센터 미디어교육 수강생 제작 프로그램



나. 공동체라디오 활성화

개정 전 「전파법 시행령」은 방송국의 허가유효기간을 5년으로 규정하면서 공동체라디오 방송국은 3년으로 제한하고 있었다. 「전파법 시행령」에 사업자 간 재허가 기간이 상이하여 형평성 문제 등 개정 필요성이 제기되었으며, 이에 위원회는 공동체라디오 활성화 방안으로 공동체라디오방송국의 허가유효기간을 3년에서 5년으로 확대하기 위하여 「전파법 시행령」 관련 조항의 개정을 추진하였다.

이를 위해 이해관계자 대상 간담회 등을 통하여 합리적인 대안을 도출하였으며, 공동 소관 부처인 과학기술정보통신부와 협의의 통하여 개정안을 마련하였다. 2018년 9월 위원회에서 의결한 「전파법 시행령」 일부개정령(안)은 규제심사 및 법제처 심사를 거쳐 12월 18일부터 공포·시행되었다. 이번 「전파법 시행령」 개정을 통하여 방송사업자 간 차별적 규제를 개선하여 형평성을 제고하고, 공동체라디오방송사업자의 행정 부담을 완화하여 안정적인 경영을 도모할 수 있도록 하는 등 공동체라디오 활성화에 기여할 것으로 전망된다.

표 III-24 | 공동체라디오 허가유효기간 관련 「전파법 시행령」

전파법 시행령 [대통령령 제29192호, 2018. 9. 28., 타법개정]	전파법 시행령 [대통령령 제29390호, 2018. 12. 18., 일부개정]
<p>제36조(무선국개설허가의 유효기간) ① (생략) 1. ~ 2. (생략)</p> <p>2의2. 방송국: 5년. 다만, 초단파방송을 하는 방송국으로서「방송법」 제2조 제3호 마목에 따른 공동체라디오 방송사업자가 개설하는 방송국(이하 "공동체라디오방송국"이라 한다)은 3년(2016년 7월 1일부터 2018년 6월 30일까지 개설하는 무선국의 경우에는 5년)으로 한다.</p> <p>3. (생략) ② ~ ③ (생략)</p> <p>④ 과학기술정보통신부장관은 제1항제2호의2 본문에도 불구하고 전파의 효율적인 이용 및 관리를 통한 공공복리 증진을 위하여 필요하다고 판단하는 경우에는 「방송법」 제10조제1항 또는 제17조제3항에 따른 심사결과를 고려하여 2년을 초과하지 아니하는 범위에서 허가의 유효기간을 단축하여 허가할 수 있다.</p> <p>⑤ (생략)</p>	<p>제36조(무선국개설허가의 유효기간) ① (현행과 같음) 1. ~ 2. (현행과 같음)</p> <p>2의2. ----- 5년 <단서 삭제></p> <p>3. (현행과 같음) ② ~ ③ (현행과 같음)</p> <p>④ 과학기술정보통신부장관(법 제34조에 따라 개설 허가를 하는 방송통신위원회를 포함한다)은 제1항제2호의2</p> <p>⑤ (현행과 같음)</p>

또한 위원회는 공동체라디오의 시민미디어로서의 위상 강화 등을 위하여 2018년 3월부터 12월까지 학계 1인, 미디어 2인, 법률 1인, 한국전파진흥협회(RAPA) 1인 등 전문가 5인으로 구성된 연구반을 구성하였다. 위원회는 연구반 운영을 통하여 2018년 12월 ‘공동체라디오방송 활성화 방안’을 마련하였다. 향후 위원회는 공동체라디오 방송의 활성화를 위하여 정책협의회 구성, 홍보 강화, 백서발간 등 다양한 노력을 기울일 예정이다.

다. 맞춤형 미디어교육

지능정보사회에서 미디어 제작·비판적 이해 및 활용 능력이 삶의 질 향상은 물론 사회에 참여할 수 있는 중요한 요소로 부각됨에 따라, 위원회는 생애주기별·계층별로 미디어의 이해와 활용 및 참여 능력 제고를 위한 맞춤형 미디어교육을 실시하고, 청소년·노인·주부·장애인 등이 미디어 역량을 갖출 수 있도록 미디어교육을 확대 추진하였다. 위원회는 전 국민 대상 미디어 교육을 통해 지역·세대 간 미디어격차를 해소하고 미디어를 통해 자유롭게 소통할 수 있는

환경 조성에 기여하였다.

위원회는 미디어 창의인재를 양성하기 위하여 초·중·고·대학 등에서 학교미디어교육을 확대 실시하였고, 프로그램 종류 등도 다양화하였다. 지능정보사회 핵심역량을 갖춘 미디어 창의 인재 교육을 위해 자유학기제 미디어교육(201 → 230개교), 동아리미디어교육(68 → 70개교), 대학생 대상 학점인정 교육과정(30 → 33개교) 등 학교미디어교육을 확대 운영하였고, 지원 학교의 수도 2017년 299개교에서 2018년 333개교로 확대하였다. 특히 1인 미디어, VR(Virtual Reality), 드론 등을 활용한 스마트미디어 교육을 실시하는 등 다양한 학교미디어교육 프로그램을 통하여 청소년들의 적성을 조기 발굴하고 진로탐색의 기회를 제공하였다.

표 III-25 | 학교미디어교육 지원 현황

(단위: 개교)

구분	2016년	2017년	2018년
자유학기제 미디어교육	122	201	230
동아리 미디어교육	54	68	70
대학연계과정	25	30	33

또한 마을 주민들이 공동체의 관심사를 함께 나누는 생활미디어를 직접 운영할 수 있도록 마을미디어교육을 확대 실시(2017년 21개 → 2018년 50개 마을)하였다. 2018년 4월부터는 광주(노인 미디어교육), 강원(시각장애인 교육), 인천(스마트미디어교육) 등 시청자미디어센터의 지역별 교육 수요에 맞는 특화 프로그램을 개발·운영하고, 이를 공유하여 시청자의 미디어 활용 문화를 확산하였다. 또한 ‘섬마을 페스티벌’ 등 지역 주민들이 직접 참여하고 체험할 수 있는 미디어 관련 행사를 개최하였고, 2018년 7월 농촌진흥청과 업무협약을 체결하고 공직자·농업인 대상 미디어 활용 교육을 실시하여 지역사회 농업 발전 및 소통 활성화에 기여하였다. 마을미디어교육은 주민들이 함께 모여 지역에 대해 이야기하면서 이웃에 대한 이해와 관계의 폭을 넓히고, 미디어교육과 제작활동을 아우르는 과정에서 미디어가 생활로 자연스럽게 이어지는 계기가 될 것으로 기대된다. 마을미디어교육을 통해 마을뉴스, 마을라디오, 다큐멘터리 제작 등 다양한 교육이 이루어지며, 교육 이후에는 제작활동을 위한 코칭과 시설·장비 지원까지 이루어진다. 위원회는 마을미디어교육에 대한 높은 관심을 반영해 전국을 대상으로 지원을 확대하여 2022년까지 총 100개 마을의 미디어교육을 지원할 계획이다.

이 밖에도 위원회는 농·산·어촌 등 미디어 소외지역 주민들을 위해 ‘찾아가는 미디어교육’을 실시하여 소외지역 미디어 격차 해소 및 소통 활성화에 기여하였다. 2018년에는 도서산간 지역에 방송제작 및 체험시설 등을 탑재한 ‘찾아가는 미디어 나눔버스’를 본격적으로 운영하여 지역

아동센터, 노인복지관, 군부대 등 245개소를 방문하였고, 13,390명이 이용하였다. 소외계층의 미디어 격차 해소와 대국민 공익서비스 제공을 위하여 위원회와 시청자미디어재단이 구축한 '찾아가는 미디어 나눔버스'는 뉴스 스튜디오·일기예보 체험 부스·영상 촬영 및 편집장비 등 방송제작을 직접 체험할 수 있는 다양한 시설로 구성되어 있다. 농·산·어촌 등 원거리 거주민 또는 노인·장애인 등 여건상 대도시 중심인 시청자미디어센터를 방문하기 힘든 이용자들을 위해 직접 '찾아가는 미디어 나눔버스'를 운영하여 지역 간 미디어 격차를 해소하고 미디어 소외계층의 미디어 역량을 제고하는 등 활발한 사회적 참여를 위한 발판을 마련하였다.

위원회는 학생·주부·노인 등 대상별 미디어교육, 찾아가는 교육서비스 제공 등 다양하고 풍부한 맞춤형 미디어교육 프로그램을 운영하여 수요자 중심의 미디어교육 환경을 조성하였고, 이를 통해 미디어교육 연간 교육 인원이 2017년 163,282명에서 2018년 198,385명으로 확대 되는 성과를 창출하였다. 특히 VR/AR·드론·1인 미디어 등의 활용이 급증하는 상황에서 스마트 미디어교육을 통하여 새로운 기술에 대한 이해도를 제고하고 저변 확대에 기여하였으며, 지자체와 협업하여 마을 주민들이 생활미디어(영상, 라디오)를 스스로 운영할 수 있도록 지원 하여 지역문화 창달과 마을공동체 회복에 기여하였다. 향후 위원회는 세대별, 계층별로 더욱 다양한 맞춤형 미디어교육 프로그램을 통하여 미디어 소외계층의 사회적 참여를 유도하고 새로운 평생교육의 장을 제공할 계획이다.

그림 III-30 | 맞춤형 미디어 교육 지원



한편 미디어교육 정책 추진의 효율성 제고를 위하여 미디어교육 관련 정부기관, 학계, 교육 현장 간 의견수렴 및 긴밀한 협업체계가 구축될 필요성이 제기되었다. 이를 위하여 미디어교육 학계와 정책관계자 등으로 구성된 미디어교육 위원회를 구성·운영(6회)하여 정책 수립에 반영 하고, 센터별로 발전협의회(25회)를 개최하여 현장 의견을 청취하였다. 2018년 11월에는 미디어

교육 컨퍼런스를 개최하여 해외 미디어교육 사례를 소개하고 학계·업계 전문가 등의 의견을 수렴하여 미디어교육 활성화를 위한 정책방향을 논의하였다.

표 III-26 | 미디어교육 컨퍼런스



미디어교육 컨퍼런스

- 일시 : 2018년 11월 22일(목)
- [1부] 10:15~12:00, [2부] 13:00~17:00
- 장소 : 전국은행연합회 국제회의실
- 참석자 : 해외 미디어교육 전문가, 미디어교육 강사, 현장 실무자 등 150명
- 주요 논의사항 : 미디어교육 활성화를 위한 정책방향과 실천과제 논의

라. 시청자미디어센터 확충

위원회는 시청자의 방송접근권을 확대하고 미디어 이용에 있어서의 격차를 해소하기 위하여 시청자미디어재단과 전국 7개 지역의 시청자미디어센터를 운영하고 있다. 시청자미디어센터는 방송통신발전기금의 지원을 받아 ‘시청자의 영상 및 방송제작지원’, ‘장애인의 미디어 접근권 확대사업’, ‘시청자 미디어교육’, ‘시청자단체 지원 활동’, ‘학교 및 사회 미디어교육’ 등의 사업을 추진하고 있다. 또한 방송제작을 위한 장비와 시설 등을 무료로 대여하고, 방송제작 및 활용 관련 교육 프로그램을 운영하고 있으며, 방송사와 연계하여 시청자가 직접 제작한 프로그램을 실제로 편성하여 방영하고, 시청자 미디어 공모전, 미디어 축제 등을 개최하여 시청자의 방송 참여와 권익증진에 기여하고 있다. 위원회는 2005년 부산에 이어 광주(2007년), 강원·대전·인천(2014년), 서울(2015년), 울산(2016년)에 시청자미디어센터를 개관하였으며, 2019년 하반기에 경기(남양주)시청자미디어센터를 추가 구축할 예정이다.

스마트 시대에 미디어는 소통, 지식습득, 관계망 형성 등 삶의 질을 결정하는 핵심요소로 미디어 격차를 해소하기 위한 맞춤형 미디어교육의 필요성이 강조되고 있다. 이에 위원회는 전국의 시청자미디어센터를 거점으로 하여 방송과 인터넷·모바일을 아우르는 전 국민 맞춤형 미디어교육을 지원하고 있다. 어린이, 청소년, 노인, 주부, 장애인 등을 대상으로 시청자미디어센터의 방송장비와 시설을 제공하여 미디어의 이해와 활용, 참여 능력 제고를 위한 미디어교육을 확대 실시하였다. 보편적 미디어교육 및 시청자 권익보호의 거점지로서 기능하고 있는 시청자미디어센터를 중심으로 시민 참여형 행사를 개최하여 미디어 제작·활용에 대한 사회적 공감대를 형성하고 적극적인 콘텐츠 창작을 유도하였다. 노인·주부·청소년 제작단 등 센터 교육생이

직접 제작한 프로그램이 KBS 등의 방송사를 통해 방영되는 등 센터 수강생 제작 프로그램의 방영 실적이 2017년 892편에서 2018년 1,681편으로 88% 증가하였으며, 시청자미디어센터 이용자 수도 2017년 52.9만 명에서 2018년 57.6만 명으로 증가하였다.

그림 Ⅲ-31 | 시청자미디어센터를 통한 맞춤형 미디어교육



2. 소외계층의 미디어 접근권 확대

가. 장애인방송 환경 개선

위원회는 2018년 2월 제9차 전체회의를 통해 현행 수어방송의 불편함을 개선하기 위한 ‘스마트 수어방송서비스 상용화 추진계획’을 발표하였다. 스마트 수어방송서비스는 방송영상과 수어방송영상을 각각 방송망과 인터넷망으로 송출하고 가정의 수신기(셋톱박스)에서 합성하여 텔레비전 화면에 동시에 표시하는 서비스로, 수어영상의 크기와 위치를 자유롭게 조정할 수 있다.

이에 따라 청각장애인이 수어영상을 크게 시청하거나 폐쇄자막·수어영상·방송영상이 서로 가려짐 없이 시청할 수 있어 방송내용을 이해하는 데 도움을 주고, 수어영상이 방송화면을 가려 불편하다는 일반인의 민원도 해소되어 방송사가 수어방송을 주시청시간대에 편성하는 것도 용이해질 것으로 기대된다.

표 III-27 | 일반 수어방송과 스마트 수어방송 비교

현행 수어방송	스마트 수어방송
 <ul style="list-style-type: none"> • 수어 화면 크기 고정 • 폐쇄자막이 방송영상을 가림 	 <ul style="list-style-type: none"> • 수어영상 크기와 위치 자유조정 • 폐쇄자막의 방송영상 가림 해소

스마트 수어방송은 지난 2014년 세계 최초로 우리나라가 기술을 개발한 이래, 2015년 기술 표준(TTA 표준) 제정 및 실험방송, 2016년부터 2018년까지 시범서비스를 실시하여, 자막과 수어영상을 동시에 보기 쉽도록 자막의 위치 조정, 수어 편성 프로그램 시작시 수어사 준비 화면 노출을 해소, 스마트 수어방송 크기 및 위치조정 설정방법 간편화 등을 개선하여 2019년부터 스마트수어 본격서비스를 시작할 예정이다.

2019년 상반기에 본격 서비스를 시작하여 중앙지상파, 종합편성·보도 채널 및 주요 케이블·IPTV 등 국민 대다수가 이용하는 방송사로 점차 확대해 나갈 예정이다.

위원회는 스마트 수어방송의 원활한 추진을 위해 2018년 3월부터 관련 방송사업자, 업계 관계자, 전문가 및 학계 인사가 참여하는 ‘스마트 수어방송 상용화 추진협의체’를 운영하였다. 협의체를 통해 본격 서비스 사업자 확대, 참여 사업자 인센티브 부여 및 비용 절감 등 상용화 운영 방안을 논의하였다. 위원회는 방송의 공익성 구현 차원에서 스마트 수어방송을 조기에 정착시키기 위하여 ‘장애인방송 편성 및 제공 등 장애인 방송접근권 보장에 관한 고시’를 개정하는 등 취약계층의 방송접근권이 지속적으로 개선될 수 있도록 적극 노력해 나갈 계획이다.

표 III-28 | 위원회의 스마트 수어방송서비스 상용화 추진계획(안)

구분	2019년도(채널 6개, 플랫폼 3개)	2020년도 이후 점차적 확대(채널 11개, 플랫폼 9개)
지상파방송	KBS1, MBC, SBS	KBS2, EBS
종합편성	JTBC, TV조선	MBN, 채널A
보도	YTN	연합
케이블	CJ헬로	티브로드, 딜라이브, CMB, HCN
IPTV	SKB	KT, LG U+
위성	스카이라이프	-

나. 장애인방송 품질 제고

위원회는 2017년 12월부터 시·청각장애인의 방송 접근권 보장과 장애인방송의 품질을 개선하고자 '장애인방송 프로그램 제공 가이드라인'을 시행하여 장애인방송 제공에 관한 기본 준수 사항과 장애인방송 유형별 제작 지침 등을 제공하였다. 위원회는 방송사업자에게 장애인방송 프로그램 제작 시 기본적으로 준수해야 할 사항을 제시함으로써 시·청각장애인과 향후 시청에 장애가 있을 수 있는 모든 시청자들에게 동등한 방송프로그램 접근성 제고를 위해 노력하였다.

또한 2018년 9월 2017년도 장애인방송 의무제공 사업자(155개사)의 장애인방송(폐쇄자막·화면해설·한국수어)의 제공실적 평가결과를 공개하였다.

평가결과, 2017년도 장애인방송 편성의무 목표를 모두 달성한 사업자는 전체 155개사 중 149개사(96.1%)이며, 미달성 사업자는 부산문화방송, 엠비씨경남, 엠비씨강원영동, 원주문화방송, 전주문화방송, 춘천문화방송 총 6개사인 것으로 나타났다. 위원회는 장애인방송 의무화 제도가 비교적 양호하게 정착하고 있다고 평가했으며, 앞으로 양적목표 달성과 함께 장애인방송의 질적 수준 향상을 위해 노력할 것이라고 밝혔다.

위원회는 2017년도 장애인방송 편성목표를 달성하지 못한 6개 방송사업자에 대해서는 행정 지도를 실시하고, 2019년 장애인방송 제작지원 시 의무편성 미달성률을 반영하여 정부 제작 지원금을 일부 감액할 것이라고 밝혔다.

표 III-29 | 2017년 장애인방송 편성의무 평가결과

(단위: 개사, %)

	구분	의무사업자	달성	미달성	달성률
필수지정 사업자	중앙지상파	4	4	-	100.0
	지역지상파	44	38	6	86.4
	위성방송	1	1	-	100.0
	종합편성·보도전문PP	6	6	-	100.0
	소계	55	49	6	89.1
고시의무 사업자	SO	84	84	-	100.0
	PP	16	16	-	100.0
	소계	100	100	-	100.0
합계		155	149	6	96.1

다. 장애인용 TV 보급 확대

위원회와 시청자미디어재단은 시·청각장애인이 장애인방송(폐쇄자막, 화면해설방송)을 편리하게 시청할 수 있도록 특화된 시·청각장애인용 TV(이하 '시·청각장애인용 TV')를 저소득층(기초생활수급자, 차상위계층)을 대상으로 15,410대 보급하였다. 위원회는 전국 17개 광역 지자체와 협력하여 7월까지 시·청각장애인용 TV 보급 신청서를 접수하였으며, 소득과 장애 등급 등에 따라 적격자로 선정된 저소득층 시·청각장애인들에게 우선 보급하였다.

2018년에 보급된 시·청각장애인용TV는 기존 28형(69.5cm)에서 32형(80cm)으로 크기를 확대하였으며, 편리한 장애인방송 시청을 위해 전용 리모컨을 제공하였다. 또한 시각장애인을 위하여 음성으로 모든 TV메뉴를 안내해주고, 저시각장애인용 부분 화면확대 기능을 추가하였다. 그리고 청각장애인을 위하여 자막을 자유롭게 이동할 수 있는 기능, 자막방송과 방송화면을 상하단으로 분리할 수 있는 기능을 강화하였다.

그림 III-32 | 2018년 장애인용 TV 보급 제품



**LG전자
80cm(32형)
LED TV**

- ✓ 자막/영상 분리 기능
- ✓ 저시력자를 위한 화면 일부분 확대기능
- ✓ 모든 메뉴 음성안내 기능
- ✓ 자유로운 자막위치 조절 기능
- ✓ 전용 리모컨 제공

시각장애인용 기능	청각장애인용 기능
<ul style="list-style-type: none"> ● 저시력장애인용 기능 제공 화면 부분 확대 기능 ● 음성안내 기능 제공 전 메뉴 음성안내 ● 전용 리모컨 제공 안내음, 속도, 음조 등 단축키 설정 	<ul style="list-style-type: none"> ● 자막/영상 분리(상·하단) 방송자막과 패쇄자막 중첩 방지 ● 자유로운 자막 위치 조절 실시간 자막 이동 ● 전용 리모컨 제공 자막 크기, 분리 등 단축키 설정

위원회는 시청각장애인을 위해 자막·화면해설방송을 편리하게 시청할 수 있는 시청각장애인용 TV 보급제품이 전달되고 있는 현장에 찾아가 보급대상자와 현장관계자들을 격려했다.

위원회는 2018년 10월부터 12월까지 시·청각장애인용 TV에 대한 만족도 조사를 실시하고 이를 바탕으로 2019년에는 시청각장애인용TV 기능을 더욱 개선할 계획이다. 시·청각장애인용 TV 보급에 대해 궁금한 사항은 시청자미디어재단 대표번호(1688-4596)로 문의하거나, 홈페이지 (tv.kcmf.or.kr)를 참고하면 된다.

그림 III-33 | 시청각장애인용 TV 보급현장 방문 현장



3. 지능정보사회의 이용자 보호 강화

가. 이용자 보호 및 피해구제 실질화

1) 통신분쟁조정제도 도입

통신기술 발달에 따라 통신서비스의 종류는 복잡해지고 다양해지고 있으며 이용자와 사업자 간의 분쟁도 증가하고 있다. 통신분쟁은 1인당 피해 금액이 소액으로 법원보다는 별도의 분쟁 해결 전문기구를 통해 추진하는 것이 효율적이다. 위원회는 이를 위해 통신분쟁조정제도를 도입할 수 있도록 「전기통신사업법」을 개정하였다.

개정된 주요 내용으로는 위원회에 통신전문가 10명 이하로 구성된 통신분쟁조정위원회를 설치하고 분쟁 조정 기간은 60일 이내 심사를 원칙으로 하되, 1회에 한해 30일까지 연장이 가능하다.

위원회는 손해배상과 관련된 분쟁, 이용약관과 다르게 전기통신서비스를 제공하여 발생한 분쟁, 전기통신서비스 이용계약의 체결, 이용, 해지 과정에서 발생한 분쟁, 전기통신서비스 품질과 관련된 분쟁, 전기통신사업자가 이용자에게 이용요금, 약정 조건, 요금할인 등의 중요한 사항을 설명 또는 고지하지 아니하거나 거짓으로 설명 또는 고지하는 행위와 관련된 분쟁 등을 분쟁 조정 대상으로 선정하였고 조정서에 집행력 있는 집행권원과 같은 효력을 부여하도록 하였다.

분쟁조정위원회는 소송이나 재정보다 절차가 간편하여 신속하게 분쟁을 해결할 수 있어 분쟁 해결에 소모되는 이용자의 시간과 비용을 절약할 수 있다는 장점이 있고 통신, 법률, 회계 등 전문가로 구성된 분쟁조정위원회를 통해 해결하므로 전문적 영역에서의 이용자의 입증 부담이 완화될 수 있으므로 효율적인 피해 구제가 가능하게 되었다.

표 III-30 | 재정 및 분쟁조정 비교

구분	항목	현행	개선
구성	위원회 위원 5명	법률·회계·통신 등 전문가 10명 이내	전문성 보완
기간	90일, 90일 연장	60일, 30일 연장	최대 90일 단축
조정 대상	손해배상 사업자와의 분쟁 등	부당요금청구 서비스 품질 주요사항 미·거짓고지 등	조정 대상 구체화

2) 맞춤형 피해구제 기준 마련

위원회는 2018년 10월 이동통신3사(SKT, KT, LG U+), 한국알뜰통신사업자협회(KMVNO)와 함께 '이동통신분야 맞춤형 피해구제 기준' 업무협약을 체결하였다.

위원회는 그동안 정부 혁신의 일환으로 이용자의 목소리를 정책에 올바르게 반영하기 위하여 국민신문고와 통신사 고객센터 등을 통해 접수된 이용자 민원을 분석하고 자주 발생하는 분쟁 유형을 선정하여 이에 대한 해결기준 마련을 검토해 왔었다.

위원회는 2018년 5월 이후부터 통신사업자, 소비자단체, 법조계, 학계 전문가 등과 함께 10여 차례의 회의를 통해 충분한 의견수렴 과정을 거쳐 '통신서비스 맞춤형 피해구제 기준' 안을 마련하고 도출된 피해구제 기준의 성실한 이행을 위해 협약식을 체결하였다.

맞춤형 피해구제 기준은 이동통신서비스의 특성을 고려하여 가입단계, 이용단계, 해지단계의 3단계에 따라 12가지의 분쟁 유형으로 구분하고, 유형별 분쟁 해결을 위한 확인 및 증빙사항과 해결기준을 담고 있다.

특히, 이번에 도입된 기준 중 가장 눈에 띄는 것은 온라인으로 구매한 휴대전화의 반품기준으로서 단말기의 경우 기능에 대한 불만족, 색상에 대한 변심 등 다양한 이유로 소비자들의 반품 요청 사례가 있었으나, 현재 이동통신사의 약관에 의하면 현저한 통화 품질 저하 문제가 아닌 경우 타 단말기로의 교환이나 환불이 어렵게 되어 있었다.

그동안 제조사와 통신사 간의 책임 소재 문제, 단말기 이용에 따른 가치 하락과 관련된 판단과 확인 절차 등 휴대전화 개통 과정의 복잡한 문제로 인해 반품이 제한되어 왔었으나, 이번에 도입한 피해구제 기준에 따라 온라인으로 구매한 개봉하지 않은 미개통 단말기의 경우 이용자 단순 변심 시에도 7일 이내 반품이 가능하도록 하였다.

다만, 전산상 개통 처리가 이루어진 단말기의 경우 반품이 제한될 수 있으므로 반품을 염두에 둔 이용자의 경우 반드시 단말기 수령 이후에 개통 처리를 해야 하며, 이동통신사들은 이용자와의 계약 시 이러한 사실을 이용자들에게 충분히 고지하도록 하였다.

아울러 통신서비스 가입, 이용과 관련하여 민원이 많았던 법정대리인의 동의 없는 미성년자 계약, 명의도용 계약, 미신청 부가서비스 요금 청구 등 분쟁 발생 시 필수적인 확인이 필요한 서류를 구체화함으로써 이용자들의 혼란을 예방할 수 있도록 하였다.

위원회는 서비스 해지 절차와 관련하여 행방불명자 가족이 법원의 실종신고 결정문 사본을 제출하는 경우 해지 시 위약금과 할인반환금을 면제받을 수 있도록 하였으며, 이용자가 해지 신청서를 제출하기 이전이라도 고객센터에 해지 의사를 이미 밝힌 경우에는 14일 내에서는 요금ی 부과되지 않도록 정지하는 절차를 알뜰폰 이용자까지 확대될 수 있도록 개선하였다.

이외에도 중요사항 미고지 및 허위 고지, 월정액 가입 부가서비스 중 미사용 부가서비스에 대한 요금 청구, 이용자 동의 없는 부가서비스 유료 전환, 요금 과다청구 등 이용자들이 기존에 자주 불편을 느끼던 사항들에 대한 해결기준과 분쟁 발생 시 확인해야 할 사항을 포함하였다.

표 III-31 | 맞춤형 피해구제 기준(이동통신분야) 관련 개선사항 주요내용

구분	항목	현행	개선
가입 단계	• 통신판매 된 이동통신 단말장치 구매계약의 청약 철회	• (공정거래위원회) 해결기준 없음 • (사업자) 14일 이내, 통화품질을 이유로만 철회 가능	• 7일 이내, 미개봉인 경우 철회 가능
	• 중요사항 미고지 및 허위고지	• (공정거래위원회) 해결기준 없음 • (사업자) 고지 의무는 명시되어 있으나 구체적 해결기준 없음	• 이동전화 서비스 혹은 단말기 구매 계약 관련 중요사항 미고지 또는 허위고지 시 위약금과 할인반환금 혹은 단말기 구입 비용 환불 및 구입 계약 취소
이용 단계	• 통화품질 불량	• (공정거래위원회, 사업자 동일) 계약 해제(14일 이내), 계약 해제 및 해지 신청 직전 1개월 기본료 50% 감면(15일 이상, 6개월 이내)을 규정하고 있으나, 측정 횟수에 대한 규정 없음	• 이용자가 이의 제기하는 경우, 3회까지 추가 측정 가능하도록 명시
해지 단계	• 행방불명자 해지	• (공정거래위원회, 사업자 동일) 해결 기준 없음	• 실종신고서 제출 시 위약금 없이 해지 가능

위원회가 이번에 발표한 기준은 이동통신사와 위원회에 접수되는 이용자 민원과 분쟁처리에 공통적으로 적용이 가능하므로 민원 및 분쟁업무가 보다 신속하고 효율적으로 처리될 수 있으며, 이미 도입을 추진하고 있는 통신분쟁 조정제도와 함께 시행되는 경우 처리기준으로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

그림 III-34 | 맞춤형 피해구제 기준 마련

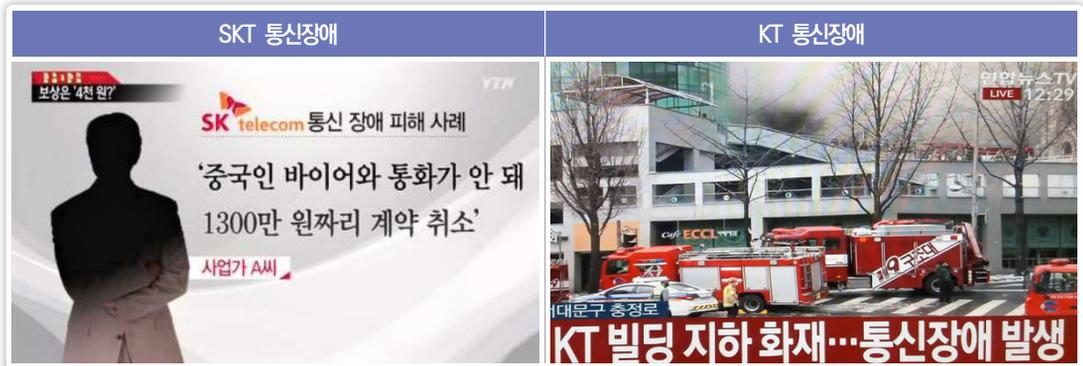


3) 통신장애 관련 이용자보호를 위한 대책 마련

위원회는 통신장애 관련 이용자보호를 위한 대책을 마련하였다. 2018년 4월 SKT 시스템 장애로 2시간 30분간 서비스 제공이 중단되어 730만 명에게 219.5억 원을(2일분) 보상하였고 2018년 11월 24일 KT 아현지사 지하 통신구 화재가 발생하여 서울 5개구(서대문구, 마포구, 용산구, 중구, 은평구) 일대 이동전화, 유선전화, 초고속인터넷, IPTV서비스, 카드결제단말기, ATM기 마비 등으로 이용자 피해가 발생하였다.

위원회는 이와 같은 통신 재난 상황에 대응하기 위해 체계적인 대응시스템 구축 필요성이 제기됨에 따라 이용자 고지 강화 및 손해배상 명확화를 위한 「전기통신사업법」을 개정(2018년 12월)하였다.

그림 III-35 | 통신장애 관련 언론 보도



나. 이용자 피해·불편사항 개선

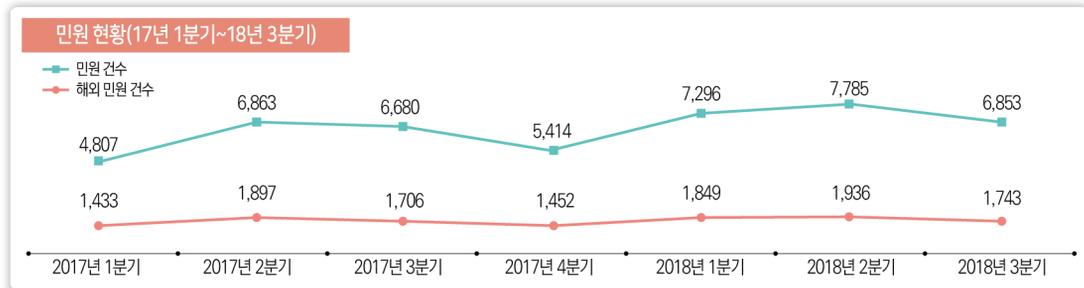
1) 유선 결합상품 해지 절차 간소화 제도개선

위원회는 이용자가 명백한 해지 의사를 이미 밝혔음에도 불구하고 해지를 제한하는 사업자의 불공정행위를 근절하고 이용자 선택권 강화를 위하여 이용자 권익 보호를 위한 제도개선 방안을 마련하였다.

위원회는 사업자의 해지 제한 행위에 대한 시정명령에도 불구하고 이용자의 피해가 지속적으로 발생함에 따라 이용자 피해를 근본적으로 예방할 수 있는 제도개선이 필요하다고 판단하였다. 이에 사업자의 해지 제한 행위 등 해지와 관련된 직·간접적 이용자 피해 정도를 파악하였으며, 결합상품 해지 절차 간소화 제도 도입에 따른 경제적 효과 등을 추정하기 위해 2017년 1월부터 2018년 9월까지 접수된 위원회와 사업자 인입 민원 중 유선통신 사업자(통신4사, 5대 MSO)와 직접적으로 관련된 이용자 불편사항을 분석하였다.

그림 III-36 | 민원 분석 현황(해지관련 민원 점유율 추이)

(단위: 건수)



위원회는 결합상품 해지 단계에서 발생하는 민원 분석을 통해 이용자 불편사항과 세부 피해 유형 등을 파악하여 제도 도입 방향(원스톱 사업자 전환시스템)과 도입 시기(2020년 7월) 등을 결정하는 근거자료로 활용하였다.

또한 제도 도입 시 발생할 수 있는 부작용과 시행착오를 최소화하기 위해 유사한 국내의 사례를 비교·분석하였으며, 이를 통해 효율적인 시스템 도입 방안과 절차를 검토하고 제도개선 과정에서 발생할 수 있는 문제점을 미연에 방지하기 위해 노력하였다.

주요 분석내용은 이동전화번호이동성(MNP) 시스템, 유선전화번호이동성(FNP) 시스템과 같은 국내 사례와 2015년 6월에 영국에서 도입한 One-Touch 시스템⁷⁾, 2017년 7월 GPL방식

7) Openreach 네트워크 상의 유선전화나 초고속인터넷, 관련 결합상품 전환을 LPL에서 GPL 방식으로 추진

(Easy Switch)⁸⁾을 도입한 벨기에 등 해외사업자의 사례를 참고하였다.

향후에는 해지절차 간소화 관련 제도개선을 통해 '초고속인터넷 단품' 및 '초고속인터넷 및 유료방송' 결합상품 가입자 중 총 1,980만 명(초고속인터넷 단품 : 740만 명, 결합상품 : 1,240만 명)의 이용자가 원스톱 전환시스템(Onestop Switch-System)을 통해 복잡한 절차 없이 한 번의 신청만으로 사업자 전환이 가능할 것으로 판단된다.

표 III-32 | 해지절차 간소화에 따른 전체 수혜대상 인원 (단위: 만 명)

구분	초고속인터넷 단품	초고속인터넷+유료방송 결합상품	합계
원스톱 전환시스템 적용대상 가입자 수	740	1,240	1,980

우선, 2020년 7월 이후부터 KT, LG U+, SKB·SKT의 이용자를 대상으로 초고속인터넷, 초고속인터넷과 IPTV가 결합된 상품에 대해 시범 서비스를 실시할 계획이며, 추후 전담반 논의를 통해 구체적인 대상을 최종 확정할 예정이다.

시범 서비스 기간 동안에는 4개 통신사업자 상호 간의 사업자 이동 시 기존 서비스에 대한 해지신청 없이 신규 가입만으로 해지가 완료된다.

다만, 이용자의 의사와 상관없이 사업자가 전환(슬래밍, Slamming⁹⁾)되는 경우를 방지하기 위해 기존 사업자가 최종 해지 완료 전 이용자의 해지 의사를 확인하고, 장비 회수 일정과 위약금을 안내하는 등 '해지 확인 절차'를 운영할 예정이다.

아울러, 케이블TV 및 위성방송 사업자의 서비스에 대해서는 사업자 간 경쟁상황, 시범 서비스 결과 등을 고려하여 2021년 7월경 도입을 추진하고 대상 서비스도 점차 확대해 나갈 계획이다.

2019년도에는 사업자 간 연계 시스템 구축을 추진하고 「전기통신사업법」에 법적 근거도 마련할 계획이다. 아울러, 해지 간소화 시스템 도입시 가입단계에서의 경쟁이 심화되는 부작용을 최소화하기 위해 이용자 이익저해 행위에 대한 모니터링을 강화할 예정이다.

유선 결합시장의 해지절차를 근본적으로 개선한 이번 제도개선으로 사업자들의 해지 제한·누락으로 인한 이용자 피해를 예방하고, 사업자간 공정경쟁을 유도하여 유선 결합시장의

8) 이용자가 기존사업자와 해지 절차 없이 신규사업자에게 신규 서비스를 신청하고 신규사업자가 전환과정을 모두 수행

9) 슬래밍(slamming)이란 고객의 동의 없이 사업자가 변경되거나 사용하지 않은 요금이 청구되는 경우를 일컫는 용어. 사업자가 고객을 슬래밍하는 방법은 집에 전화하여 다른 가족 일원으로부터 서비스를 바꾼다는 허락을 받아 내거나 설문조사에 응답하여 달라는 전화를 받고 전화를 하면 그 통화를 녹음해서 추가 서비스에 동의했다는 증거로 녹음을 이용

순환적 생태계가 조성되는 긍정적인 효과가 발생할 것으로 보인다.

그림 III-37 | 해지절차 간소화 관련 주요 제도개선 내용

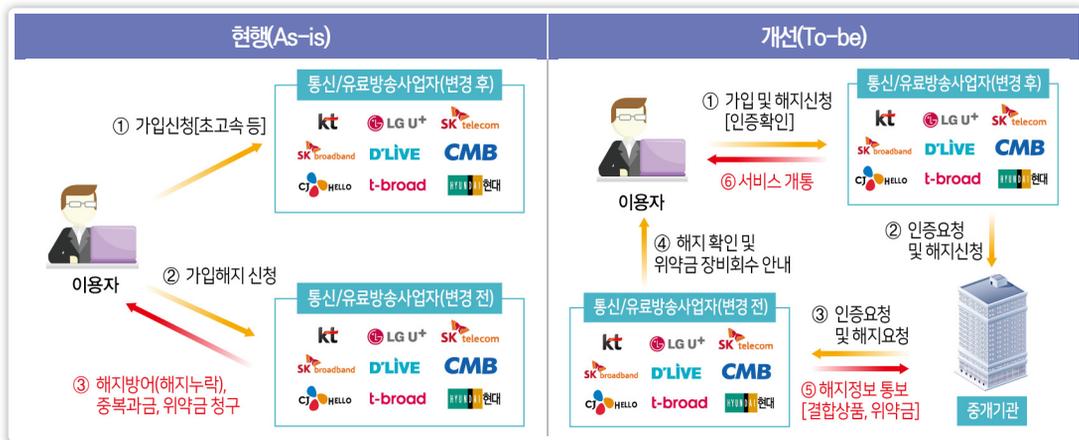


그림 III-38 | 해지절차 간소화 관련 언론 보도자료

전자신문 보도

2018년 07월 26일 목요일 009면 정보통신

“결합상품 자동해지 제도 도입”

이효성 방통위원장, 과방위 업무보고
10월 간소화 방안 마련... 위약금 과다청구 차단

방송통신위원회가 유선 방송통신 결합상품 자동해지 제도를 도입한다. 10월까지 결합상품 해지 간소화 방안을 마련한다. 이효성 방통통신위원회 위원장은 25일 국회 과학기술정보 방송통신위원회(대방위) 업무보고에서 방송통신 이용자 피해와 불만사항을 개선할 것이라고 밝혔다.

본지 7월 23일자 1면 침조 이 위원장은 “결합상품 해지 과정에서 기존사업자의 과도한 해지방어로 이용자 피해가 발생함에 따라 신규상품 가입 때 자동으로 기존 상품이 해지되도록 할 것”이라고 말했다. 해지 절차는 다음과 같다.

결합상품 해지 과정

현행

1. 가입 신청 → 통신사(신규)
 2. 해지신청 → 누락
 3. 장비회수 → 지연
 4. 위약금청구 → 과다청구

개선 후

1. 가입 및 해지신청 → 통신사

전자신문 보도

2018년 10월 30일 화요일 002면 종합

‘인터넷’ ‘인터넷+TV’ 결합상품 갈아타기 쉬워진다

2020년 7월 ‘해지 간소화’ 시행
새 사업자에 신청하면 이전 가능
기존 사업자 방어 대응 불변 해소

인터넷이나 인터넷+방송 결합상품 해지 시 기존 사업자에 알릴 필요 없이 새로운 사업자에만 신청하면 되는 ‘결합상품 해지 간소화’가 2020년 7월 시행된다. 내년 말까지 연구만을 순결, 해지 절차 간소화 시스템 구축(안)을 최종 확정한다. 2020년부터 시스템 구축을 시작, 시범 사업 후 정식 시행한다. 방송통신위원회는 ‘결합상품 해지 절차 간소화 제도(안)’을 마련하고 대표 시범을 조율하고 있는 것으로 알려졌다.

결합상품 해지 간소화는 사용자 해지 방어 대응으로 인한 이용자 불편 해소가 목적이다. 다른 사업자 서비스 가입·계통 시 기존 서비스를 자동 해지, 가입자 편의성을 높이고 시장 활성화를 유도한다는 취지이다. 이동통신 서비스 변종 이동을 포함된다.

제도 시행 이후 해지 방어에 사용되던 마케팅 비가 신규 가입자 모집에 쏟아져 심화될 것이라 우려에도 대비한다. 연구 과정을 통해 변제도 개선 방안을 강구한다. 무력화된 결합상품 경쟁 가이드라인과 연계한 제도 마련이 예상된다.

통신사와 케이블TV는 이용자 편의 증진이라는 제도 도입 취지에 공감하지만 마케팅 경쟁 과열을 우려할 법제도 마련을 우려한다. 통신사 관계자는 “결합상품 과다 신청을 규제하고 시범을 준비하고 있지만 아직 진척은 없다”면서 “제도 시행 전 선결 과제”라고 강조했다.

방통위는 위약금, 장비 회수 등을 고려해 가입자가 기존 사업자와 최종 상담하는 절차도 검토하기로 했다. 임대 방식인 셋톱박스 회수가 필요하기 때문이다. 다만 서비스 해지 상담이 진행

2) 인터넷 개인방송 자율규제

위원회는 2018년 3월 제1차 ‘클린인터넷방송협의회’를 개최하였다. 위원회는 이 자리에서 인터넷 개인방송 아이팀 결제 한도 조정, 음란물 유통관련 법·제도 정비 등 인터넷 개인방송 역기능 방지 대책을 발표하였다.

‘클린인터넷방송협의회’에서는 인터넷 개인방송사업자, 관련 협회 및 단체 등 20개 기관에서 참석해 지난 국정감사에서 지적되었던 인터넷 개인방송 유료 아이팀 과다 결제 피해에 대한 대책 방안을 심도 있게 논의하였다.

이 날 ‘클린인터넷방송협의회’에 참석한 아프리카TV는 2018년 6월 중에 유료 아이템 충전 한도를 1일 100만 원 이하로 낮추겠다고 밝혔고, 카카오TV, 팝콘TV 등도 시스템이 구축되는 대로 결제(충전 또는 선물) 한도를 1일 100만 원 이하로 낮추겠다고 밝혔다.

표 III-33 | 인터넷 개인방송 유료 아이템 1일 결제(충전 또는 선물) 한도 개선

사업자	아이템	개선 전	개선 후	시행일
아프리카TV	별풍선	-	100만 원	2018년 6월 1일
유튜브	슈퍼챗	50만 원	50만 원	2017년 1월
팝콘TV	팝콘	-	100만 원	2018년 6월 25일
카카오TV	쿠키	200만 원/1회	100만 원	2018년 7월 6일

그림 III-39 | 유료 아이템 결제 관련 언론 보도



3) '이동통신서비스 및 단말장치 온라인 판매 가이드라인' 발표

위원회는 2018년 11월 이동통신사업자, 대리점, 판매점 등이 공정하고 투명한 온라인 이동통신시장을 만들어 갈 수 있도록 이동통신 온라인 판매 과정에서 판매자가 지켜야 하는 세부적인 기준을 담은 '이동통신 서비스 및 단말장치 온라인 판매 가이드라인'을 발표하였다.

가이드라인의 적용 범위는 판매자가 온라인(문자메시지 포함)을 통해 이동통신서비스 및 단말장치를 판매하거나 정보를 제공하는 행위이며, 오프라인 판매점에서 계약하였다 하더라도 온라인 홍보와 안내를 통해 가입한 경우에는 모두 '온라인 가이드라인'의 적용 범위에 해당된다.

가이드라인은 판매자가 이용자를 위해 ①투명한 판매자 정보를 제공하고, ②온라인에 정확한 판매정보를 표시해야 하며, ③개인정보의 수집·이용기준을 준수하고, ④공시지원금 등을 준수하도록 하고 있다.

먼저, 판매자는 ①투명한 판매자 정보공개를 위해 사전승낙 및 인증 마크를 부착하도록 하고, 이용자가 해당 마크를 클릭하면 판매자 정보(판매점·대리점)를 확인할 수 있도록 하였으며, 또한 오프라인 판매점은 온라인 사전승낙을 받은 후 온라인 가입신청서를 통해 계약을 할 수 있도록 하였다.

②정확한 판매정보 표시를 위해 판매자가 판매하고자 하는 요금제와 비교할 수 있도록 최소 3개(최고·중간·최저) 이상의 요금제와 비교하고, 실제와 다르거나 객관적인 확인이 불가능한 허위·과장광고와 불법적인 지원금을 안내하기 위한 음어사용을 금지하도록 하였다.

③가입자 개인정보보호를 위해 판매자는 온라인에서 최소한의 개인정보만 수집하고, 개인정보를 수집 및 이용하는 경우에는 이용자에게 사전에 동의를 받고 개인정보 처리방침을 공개해야 하며, 수집 및 이용목적을 달성했거나 가입신청을 중간에 취소한 경우에 즉시 파기하여야 한다.

마지막으로, ④공시지원금 등 준수를 위해 판매자가 제공하는 판매촉진용 사은품(쿠폰, 카드할인 포함)은 대리점 및 판매점에서 주는 추가지원금(공시지원금의 15%) 범위 내에서 제공하여야 한다.

위원회는 가이드라인이 온라인 이동통신시장에서 잘 정착할 수 있도록 주요 이동통신사를 중심으로 '이동통신 서비스 및 단말장치 온라인 판매 협의체'를 구성하여 자율규제를 유도하고, 가이드라인을 준수하지 않는 판매자를 신고할 수 있는 자율조치 신고사이트(www.cleanict.or.kr)를 운영함으로써, 판매자의 가이드라인 준수여부에 대한 모니터링을 지속적으로 실시할 예정이다.

그림 III-40 | 자율조치 신고사이트(www.cleanict.or.kr)



다. 이동통신서비스 비용 부담 경감

1) 통신요금 미환급금 환급 활성화 방안 제도개선

위원회는 정산 잔여금 환불계좌 수집, ARS상 미환급액 환급안내 '전용채널' 도입 등 이용자의 환급 편의성을 강화하기 위해 미환급액 보유자를 대상으로 문자메시지(SMS) 발송하였으며, 행정안전부의 협조하에 이용자의 주소 정보를 현행화하여 우편 안내문(DM)을 발송하였다. 이를 통해 2018년 1월부터 6월까지 386천 건, 188억 9,800만 원의 미환급액이 환급되었다.

그림 Ⅲ-41 | 미환급금 환급 프로세스



2) 단말기 국내외 출고가 비교·공시 시행

위원회는 이용자의 합리적인 소비와 단말기 가격을 투명하게 공개하기 위해 단말기 국내외 출고가 비교·공시를 시행(2018년 5월 1일)하였다.

17개국 16개 단말 기종에 한하여 매월 둘째 주에 가격정보를 조사하여 익월 첫째 주에 방송통신이용자정보포털(와이즈유저, www.wiseuser.go.kr)에 공시하였고 이를 통해 소비자는 믿을 수 있는 단말기 가격 정보를 제공 받을 수 있게 되었다.

그림 III-42 | 단말기 국내·외 출고가 비교·공시(www.wiseuser.go.kr)

정보광장

[정보광장](#) > [가격비교](#)

소식통

휴대폰 가격 국내외 비교 +

스마트챗봇

이동전화 불공정행위 신고센터

소식알림이

자료실

가격비교

확대 축소 인쇄

삼성

갤럭시 S9(64GB)

이동통신사 출고가

1위 사업자

국가 선택(전체)

2018년 12월

검색

엑셀 다운로드

No.	단말기명	국가	구분	이동통신사	출고가/ 자급단말기가격	원화표시가격 ▼	추이
1	갤럭시 S9(64GB)	이탈리아	1위 사업자	TIM	EUR 879.99	1,125,252원	보기
2	갤럭시 S9(64GB)	프랑스	1위 사업자	Orange	EUR 859.9	1,099,563원	보기
3	갤럭시 S9(64GB)	스위스	1위 사업자	Swisscom	CHF 899	1,022,334원	보기
4	갤럭시 S9(64GB)	스페인	1위 사업자	Orange	EUR 799	1,021,689원	보기
5	갤럭시 S9(64GB)	미국	1위 사업자	Verizon	USD 868.31	980,668원	보기
6	갤럭시 S9(64GB)	캐나다	1위 사업자	Rogers	CAD 1151.47	971,806원	보기
7	갤럭시 S9(64GB)	아일랜드	1위 사업자	Vodafone	EUR 749.99	959,020원	보기
8	갤럭시 S9(64GB)	한국	1위 사업자	SKT	KRW 957000	957,000원	보기

이를 통해 신뢰성 있는 출고가 정보를 제공함으로써 출고가 수준에 대한 건전한 여론 형성이 가능하게 되었으며, 제조사와 이동통신사들이 출고가 수준을 정할 때 합리적인 기준을 정할 수 있을 것으로 기대된다.

그림 III-43 | 단말기 국내·외 출고가 비교·공시 시행 관련 언론 보도

카드뉴스

국내·외
휴대폰 가격을
한눈에 비교
하세요!

방송통신위원회

온라인 이벤트

2018-03 페이스북 정기특수 이벤트

2018-03-05 ~ 2018-03-05 오후 2:31

2018-03-05 오후 2:31 ~ 2018-03-05 오후 2:31

2018-03 페이스북 정기특수 이벤트

2018-03-05 ~ 2018-03-05 오후 11:06

2018-03-05 오후 11:06 ~ 2018-03-05 오후 11:06

2018-03-05 페이스북 정기특수 이벤트

2018-03-05 오후 2:31 ~ 2018-03-05 오후 2:31

2018-03-05 오후 2:31 ~ 2018-03-05 오후 2:31

2018-03-05 페이스북 정기특수 이벤트

2018-03-05 오후 11:06 ~ 2018-03-05 오후 11:06

2018-03-05 오후 11:06 ~ 2018-03-05 오후 11:06

2018-03-05 페이스북 정기특수 이벤트

2018-03-05 오후 2:31 ~ 2018-03-05 오후 2:31

2018-03-05 오후 2:31 ~ 2018-03-05 오후 2:31

2018-03-05 페이스북 정기특수 이벤트

2018-03-05 오후 11:06 ~ 2018-03-05 오후 11:06

2018-03-05 오후 11:06 ~ 2018-03-05 오후 11:06

2018 방송통신위원회 연차보고서 103

3) 유심(USIM) 유통구조 다변화 유도 및 미인증 단말기 유통 관련 합동점검 실시

위원회는 2018년 5월 이동통신사업자가 대리점과 판매점 등에 특정 유심(USIM) 판매를 강요하는 행위를 근절하기 위해 「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」(이하 「단말기 유통법」) 시행령 및 고시 개정 등의 제도개선을 추진하였다.

먼저, 이동통신사가 판매점에 유심 판매를 강제하는 행위에 대해 신고사항으로 규정하고 이동통신사들의 유심(USIM) 관련 독점적 유통구조의 다변화를 유도하였다.

또한 미인증 단말기(일명 ‘짜퐁폰’) 판매 제보에 따른 5개 부처(방송통신위원회, 과학기술정보통신부, 산업통상자원부, 특허청, 관세청) 합동 현장 점검을 실시하였으며, 특히 관계 부처 간 정보 공유를 위한 협조 체계를 구축하였다.

그림 III-44 | 유심(USIM) 제도개선 및 미인증 단말기 유통 관련 합동점검



제3절 | 지속 성장이 가능한 방송통신생태계 구축

1. 방송통신 상생환경 조성

가. 외주제작 종합대책 시행

위원회는 2017년 12월에 5개 부처(방송통신위원회, 문화체육관광부, 고용노동부, 과학기술정보통신부, 공정거래위원회) 합동으로 마련한 「방송프로그램 외주제작시장 불공정관행 개선 종합대책(이하 '외주제작 종합대책)」 시행을 위해 독립창작자 인권선언 선포 및 편성고시·평가규칙 개정 등을 적극적으로 추진하였다. 종합대책은 방송제작인력 안전강화 및 인권보호, 근로환경 개선, 합리적인 외주제작비 산정 및 저작권 배분, 외주시장 공정거래 환경 조성, 방송분야 표준계약서 제·개정 및 활용 확대 등에 대한 내용을 포함하고 있다.

먼저 위원회는 2018년 1월, 유관부처 및 방송사와 외주제작시장 불공정관행 개선 회의를 개최하였다. 이날 회의에는 방송통신위원회를 비롯하여 문화체육관광부, 고용노동부, 과학기술정보통신부, 공정거래위원회 총 5개 부처와 9개 방송사업자(KBS, MBC, SBS, EBS, TV조선, JTBC, 채널A, MBN, CJ E&M)가 참석하였다. 회의에 참석한 정부부처와 방송사들은 외주제작 종합대책이 시장에 조속히 정착될 수 있도록 협조하기로 하고, 상품권 임금 지급 문제를 근절해야 한다는 데 인식을 같이하였다.

그림 III-45 | 외주제작시장 불공정관행 개선 회의 현장



방송업계 독립창작자 인권선언문이 민간자율로 선포될 수 있도록 지원하였다. 2017년 현장 조사 결과, 제작과정에서 방송사 PD 등 관계자들이 외주제작진을 부당하게 대하는 경우가 있는 등 개별 독립창작자에 대한 보호 필요성이 대두되었기 때문이다. 이에 관계 부처의 요청으로 한국방송협회·독립PD협회 등을 중심으로 방송관련 단체가 함께 논의에 참여한 결과, 2018년 11월 「상생 방송제작을 위한 독립창작자 인권선언문」을 최종 선포하였다. 이 인권선언문에는 독립창작자의 기본인권 보장, 안전한 방송제작 환경, 폭력예방 및 보호 등에 대한 내용이 포함되었다.

그림 III-46 | 방송업계 독립창작자 인권선언문 선포 현장



위원회는 또한 방송제작인력의 안전을 보호하기 위해 방송사의 상해·여행자보험 가입 확인 여부, 상생협업체 운영 여부 등을 방송평가 항목으로 신설하였고, 외주사의 저작권 보유를 유도하기 위해 외주사가 저작권 보유 시 순수외주제작 편성비율에 가중치를 부여하도록 편성고시를 개정하였다. 그리고 외주제작 가이드라인에 대한 공개토론회를 개최하여 각계 전문가와 이해관계자의 의견을 수렴하였다.

이 외에도 방송제작 현장방문 및 의견청취 등을 통해 방송계의 외주 상생을 위한 이행 노력을 독려했다. 2018년 6월 SBS 현장을 방문하였으며, 7월에는 KBS 드라마 제작 현장, 8월에는 MBC 예능제작현장을 방문하였다. 이에 따라 방송사도 정부정책에 공감하여 외주사에 원본활용권을 제공하거나 외주 제작비를 인상하는 등 자체적으로 외주제도 개선책을 마련하였다.

그림 III-47 | 방송제작 현장방문



나. 인터넷 상생발전 방안 마련

1) 인터넷 상생발전 협의회 구성 및 운영

위원회는 통신 분야의 기술 발전 및 환경 변화에 따라 국회, 언론, 업계 등을 통해 지속적으로 제기되어 온 인터넷 기업의 사회적 책무 강화, 국내외 인터넷 기업 간 역차별 이슈에 대하여 논의하기 위한 사회적 공론화 기구인 인터넷 상생발전 협의회를 구성·운영하였다.

그림 III-48 | 인터넷 상생발전 협의회 출범



협의회는 인터넷 정책 전문가 21인, 소비자·시민단체 5인, 국내·외 인터넷기업·통신사 12인, 관련 단체 7인, 정부·유관기관 3인 총 48인으로 구성되었다. 인터넷 시장 및 국내·외 규제 형평성 확보, 합리적인 규제, 중소기업과의 상생협력을 위한 사회적 합의와 공감대 형성이

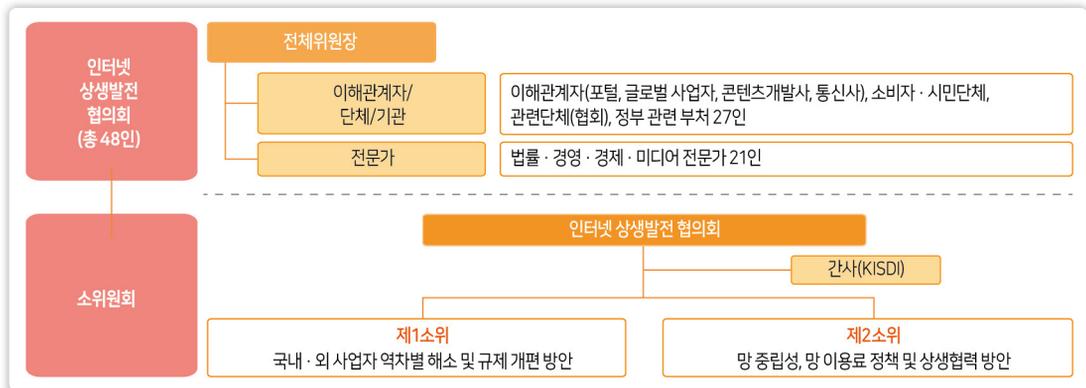
필요한 의제를 선정하여 논의를 진행하였다. 효율적 논의를 위하여 산하에 2개의 소위원회를 운영하였으며, 국내외 사업자 역차별 해소 및 통신사업 규제체계 개편 방안은 제1소위원회에서, 망 중립성·제로레이팅 정책, 망 이용료 정책 및 상생 협력 방안을 제2소위원회로 나누어 논의하였다. 아울러, 국민의 의견을 적극적으로 수렴하기 위하여 별도 창구를 개설하여 상시적으로 의견을 접수하였다.

표 III-34 | 인터넷 상생발전 협의회 위원 구성 기준 및 방법

구분	기준 및 방법
전문가(21인)	법·경영·경제·미디어 등 민간 전문가 위촉
소비자·시민단체(5인)	소비자·시민단체로부터 추천받아 위촉
인터넷·통신사(12인)	포털 등(3사), 글로벌 사업자(2사), 콘텐츠개발사(4사), 통신사(3사)에서 각 1인 위촉
관련단체(7인)	인터넷 관련 이해관계자 협회에서 각 1인 위촉
정부·유관기관(3인)	인터넷 정책 관련 3개 부처 담당 국장

자료) 인터넷 상생발전 협의회 결과보고서, KISDI, 2018

그림 III-49 | 인터넷 상생발전 협의회 운영방식



자료) 인터넷 상생발전 협의회 결과보고서, KISDI, 2018

인터넷 상생발전 협의회는 10개월간의 논의를 통하여 ①역차별 해소를 위한 관할권 및 집행력 확보 등 제도 개선, ②통신사업 사후 규제체계 개편, ③망 중립성 및 망 이용료 관련 정책방안, ④상생협력 방안 등의 내용을 담은 정책제안서를 위원회에 제출하였다.

첫째 역차별 해소를 위한 관할권 및 집행력 확보 등의 제도개선 사항으로 역외적용

규정, 국내대리인제, 임시중지 명령제 도입 등을 제안하였다. 역외적용 규정은 국외에서 이루어진 행위라도 국내 시장 또는 이용자에게 영향을 미치는 경우 국내법을 적용하도록 하는 것으로, 협의회 논의 과정 중 「전기통신사업법」 개정안이 국회를 통과하여 2019년 6월부터 시행될 예정이다. 국내대리인제는 해외 사업자에게 국내대리인을 지정하여 법률상 규정들을 대리하여 적용받도록 의무를 부과하는 것으로 「정보통신망법」 개정으로 2019년 3월 시행 예정이다. 임시중지 명령은 사업자가 시정명령을 불이행하거나 이용자의 피해 확산이 우려될 경우 서비스의 전부 또는 일부를 일시 중지하는 제도로써, 임시중지 명령 도입 시에는 발동요건을 강화하고 적용대상을 제한할 필요가 있다는 의견이 제시되었다. 또한 허가 및 신고주체와 사업주체의 불일치를 해소하여 관할권을 명확히 하고, 국제 공조 체계의 구축이 필요하다는 의견이 함께 제시되었다.

둘째, 통신사업의 사후 규제체계 개편과 관련하여, 인터넷 시장현황 파악을 위해서 부가통신사업에 대한 실태조사 및 자료제출, 통계보고 의무 등을 부과되, 사후 규제 감독기관인 방송통신위원회에도 제출하도록 하고 중소CP 등은 의무대상에서 제외할 필요가 있다는 의견을 제시하였다. 또한 인터넷 생태계 발전에 맞추어 기간통신-부가통신간, 부가통신간의 불공정 행위 등에 대한 사후 규제체계 개편이 필요하며, 앱마켓 등 온라인 플랫폼, O2O 등에서의 불공정행위 규제를 명확히 하고, OS 규제 대상임을 명확히 하는 한편 제조사도 포함하는 방안을 검토할 필요가 있다는 의견을 제시하였다.

셋째, 망 중립성과 망 이용료의 정책방안 관련하여, 5G에서의 망 중립성 원칙에 대해 ①통신망의 합리적 트래픽 관리·이용과 트래픽 관리의 투명성에 관한 기준 등 현행체계 유지¹⁰⁾, ②현행체계보다 규제 강화¹¹⁾, ③규제 완화¹²⁾ 방안으로 견해가 나뉘었다.

망 이용료 관련해서는 인터넷 생태계의 자율성을 해치지 않는 범위에서 부당한 망 이용료 차별과 망 이용료 협상과정에서의 이용자 피해를 방지하기 위해 규제가 필요하다는 의견에 대부분 공감하였으며, 구체적인 정책수립에 앞서 실태파악과 통신사뿐 아니라 CP의 불공정 행위도 금지하도록 해야 하며, 공정한 망 이용 계약이 이루어질 수 있도록 가이드라인 제정 등이 필요하다는 의견이 제시되었다.

10) 5G 기술특성을 반영한 새로운 기술도 현행 일반원칙과 규제 틀에서 유연하게 적용가능하며, 5G 도입 이후 초저지연이 요청되는 생명·안전과 관련된 서비스 등은 관리형 서비스 적용 검토

11) 트래픽 관리 기준 허용 기준을 강화하고 법적 근거도 마련할 필요

12) 망 중립성 원칙 중 투명성 원칙만 유지하고 불공정행위 발생시 사후규제 강화, 글로벌 CP 등에게 망 이용료를 부담시킬 수 있도록 전송지연 허용 등 규제 완화

끝으로 상생협력 방안과 관련하여서는 인터넷 생태계의 상생협력을 위하여 스타트업에 대해 한시적으로 망 이용료를 무상으로 제공하는 등 망 이용료 인하, 스타트업 전용 요금 신설 등의 방안이 제시되었다. 협의회는 인터넷 생태계의 발전을 위해 규제를 강화하기 보다는 완화해야한다는 필요성도 제시하였다.

위원회는 인터넷 상생발전 협의회의 운영을 통하여 인터넷 생태계의 다양한 이해관계자 참여를 보장하고 상호간의 입장 공유와 갈등 조율을 통한 숙의형 민주주의를 실현하였다. 국내외 역차별 이슈를 선도적으로 논의함으로써 국내대리인제 도입, 역외규정 신설, 부가통신사업자 실태조사 근거 마련 등 법제도 개선에 기여하였다.

협의회에서 제안한 정책은 연구반 운영을 통해 과제별 실행방안을 심층 검토하고, 계류 중인 법안에 대해서는 지속적으로 입법을 지원 할 예정이다. 인터넷 상생발전 협의회의 정책제안서 전문은 방송통신위원회 홈페이지를 통해 공개하고 있다.

* 방송통신위원회 홈페이지(kcc.go.kr) - 정책/정보센터 - 간행물 - 기타보고서

표 III-35 | 인터넷 상생발전 협의회 주요 정책 방안

1소위원회		국내의 사업자 역차별 해소 및 규제 개편 방안
구분	세부 의제	주요 논의 내용
해외사업자 관할권 및 집행력 강화	• 역외적용 명문화	• 국외에서 이루어진 행위라도 국내 시장 또는 이용자에게 영향을 미치는 경우 국내법 적용(「전기통신사업법」 개정, 2019년 6월 시행)
	• 국내대리인제 도입	• 해외 사업자에게 국내대리인을 지정, 법률상 규정들을 대리하여 적용받도록 의무 부과(「정보통신망법」 개정, 2019년 3월 시행)
	• 임시중지제 도입	• 시정명령 불이행, 이용자 피해 확산 우려시 서비스의 전부 또는 일부 일시 중지
	• 허가·신고 주체와 사업주체 불일치 해소	• 해외 사업자는 본사가 직접 신고하도록 하여 관할권 명확화 ※ 부가통신사업 신고제 폐지·완화, 부가통신사업 신고의무 위반에 대한 형사처벌 규정을 행정적 제재로 전환 검토
	• 국제 공조체계 구축	• 법적 근거 마련 및 공조체계 구축 필요성 공감
통신사업규제 체계 개편	• 인터넷 시장 현황 파악	• 부가통신시장 실태조사 및 자료제출, 통계보고 의무를 부과하고, 방송통신 위원회에도 자료제출 ※ 부가통신사업자 실태조사, 자료제출 의무부과(「전기통신사업법」 개정, 2021년 1월 시행)
	• 인터넷 시장 사후 규제체계 개편	• 인터넷 생태계 발전에 맞춰 기간통신-부가통신간, 부가통신간의 불공정행위 등 사후규제체계 개편 필요성에 공감 ※ O2O 등에서 부가통신사업자의 비통신사업자에 대한 불공정 행위 규제, OS 규제대상 명확화, 제조사 규제대상 포함 등

2소위원회		망 중립성, 망 이용료 정책 및 상생협력 방안
구분	세부 의제	주요 논의 내용
망 중립성 및 제로레이팅 정책	망 중립성	5G 망 중립성 원칙에 대해 ①현행체계(가이드 라인) 유지, ②현행체계보다 규제 강화, ③규제완화 방안으로 견해 나뉨
	제로레이팅	①불공정행위 시 사후규제, ②동등조건 의무화, 자사서비스 제로레이팅 금지 등 조건 부과 방안으로 견해 나뉨
망이용료 정책	실태파악	망 이용료 차별 여부를 판단하기 위한 자료 수집 선행 필요
	CP의 불공정행위	CP의 통신사에 대한 불공정행위 법적 규제근거 마련
	가이드라인 마련	공정한 망 이용료 협상과 이용자 피해 방지를 위하여 협상의 원칙 및 절차를 규정한 가이드라인 제정
상생협력	자율적 상생방안 등	스타트업 기업에 대한 망 이용료 인하, 스타트업 전용요금제 신설 등 방안 제시

표 III-36 | 인터넷 상생발전 협의회 논의 관련 국회를 통과한 법안 주요 내용

구분	주요내용
「전기통신사업법」	<ul style="list-style-type: none"> 해외 사업자의 규제집행력 강화를 위해 역외적용* 규정 도입, 부가통신사업자에 대한 실태조사 근거와 자료제출 의무** 부과 신설(2018년 12월) * 국외에서 이루어진 행위라도 국내시장 또는 이용자에게 영향을 미치는 경우 국내법을 적용 ** 부가통신사업의 시장현황 파악을 위하여 실태조사 근거와 자료제출의무를 부과
「정보통신망법」	<ul style="list-style-type: none"> 국외 사업자에게 국내대리인을 지정하여 법률상 규정을 대리하여 적용받도록 하는 국내 대리인 지정제* 도입(2018년 8월) * 일정기준 이상의 국외사업자는 국내 대리인을 지정하여 개인정보보호 책임자 의무, 조사에 필요한 자료제출 등의 업무를 수행

그림 III-50 | 인터넷 상생발전 협의회 국민 의견수렴 및 국회토론회 개최



다. 방송통신시장 불공정행위 실태 점검

1) 방송시장 불공정행위 실태 점검 및 조사

위원회는 홈쇼핑시장 불공정거래 개선을 위해 TV홈쇼핑사와 납품업체 간담회를 실시하고 홈쇼핑방송사업자의 금지행위에 대한 구체적인 기준을 제시하는 가이드라인 제정을 통해 홈쇼핑 방송사업자의 불공정거래 행위를 사전에 예방하고 납품업자와의 상생협력을 도모하여 홈쇼핑 방송사업자와 납품업자 간의 공정경쟁환경 조성에 기여하였다.

2018년 3월 위원회는 방송을 통한 유통산업 활성화 등 상생의 방송생태계 조성 기반을 모색하는 일환으로 7개 TV홈쇼핑사 대표, 한국홈쇼핑상품공급자협회장, 한국TV홈쇼핑협회장과 간담회를 개최하고 이해관계자의 의견을 수렴하였다. 이 자리에서 TV홈쇼핑 대표들은 최근 논란이 되고 있는 사전영상 제작비용과 관련한 애로사항을 토로하였고, 납품업체를 대표하여 참석한 한국홈쇼핑상품공급자협회장은 홈쇼핑과 납품업체 간 사전영상 제작비용 분담비율을 방송조건합의서 등에 명확히 반영해야 한다는 의견 등을 건의하였다.

이어서 위원회는 2018년 11월 한국TV홈쇼핑협회장, 한국홈쇼핑상품공급자협회장, 7개 TV홈쇼핑 대표자들과 간담회를 가졌다. 이날 간담회에서는 7개 TV홈쇼핑사들로부터 납품업체 지원현황을 소개받고, 상생펀드 운영, 영세 중소기업 판매수수료 면제, 무이자 대출, 사전제작 영상물 제작비 지원, 우수 농수산물 기업 수수료 인하 등 현재 시행 중인 TV홈쇼핑 납품업체에 대한 지원을 더욱 확대하는 방안 등에 대해 논의하였다.

위원회는 향후 데이터홈쇼핑 업계와도 간담회를 가져 주요 현안 및 납품업체와의 상생협력 방안 등을 논의할 계획이다.

그림 III-51 | 홈쇼핑시장 상생환경 조성을 위한 간담회



2019년 1월 1일 위원회는 홈쇼핑방송사업자와 납품업자 간의 공정한 거래 질서를 확립하고 상생협력을 도모하기 위해 ‘홈쇼핑방송사업자와 납품업자 간 상생환경 조성을 위한 가이드라인’을 시행하였다. 홈쇼핑방송사업자 및 납품업자, 학계와 약 1년여 간의 협의를 통해 마련된 가이드라인은 총 13개 조항으로 구성되어 있으며, 주요 내용은 다음과 같다.

홈쇼핑방송사업자의 납품업자에 대한 방송편성의 부당한 취소·변경 금지, 정액제 방식 또는 혼합배분(정률+정액) 방식의 수수료 배분 강요 금지 및 상품판매방송 제작비용의 전부 또는 일부에 대한 부당한 전가 금지를 규정하고 있다.

또한 홈쇼핑방송사업자가 사전제작영상물 제작비용 분담 기준을 제정하고 납품업자에게 사전에 고지하도록 하였고, 홈쇼핑방송사업자가 사전제작영상물 제작비용을 부담한다는 이유로 기존의 판매수수료율의 부당한 인상 등 납품업자에게 불리하게 방송조건합의서 내용을 변경하지 못하도록 하였다.

끝으로 가이드라인에 구체화되지 않은 기준을 마련하기 위하여 한국TV홈쇼핑협회·한국T커머스협회·한국홈쇼핑상품공급자협회·관계 공무원이 각각 추천하는 2인과 비영리 시청자 권익보호단체, 법률전문가, 관계 공무원 1인을 포함하여 총 11명 이하로 ‘홈쇼핑방송 상생협력 협의회’를 구성·운영하기로 하였다.

2) 통신시장 불공정행위 실태 점검

가) 도매 및 온라인 영업 등 「단말기유통법」 위반 제재

위원회는 2018년 1월 전체회의를 개최하여, 이동통신3사의 도매 및 온라인, 법인 영업 등과 관련된 「단말기유통법」 위반 행위에 대해 총 과징금 506.39억 원(SKT 213.503억 원, KT 125.412억 원, LG U+ 167.475억 원)을 부과하고, 삼성전자판매(주)에 과태료 750만 원과 그 외 171개 유통점에 과태료 총 1억 9,250만 원을 부과하기로 의결하였다.

위원회의 이번 조사는 지난 2017년 초부터 집단상가, 오피스텔, SNS 등 도매 및 온라인 영업 형태의 유통점에 과도한 장려금이 지급되고, 불편법 지원금 지급 사례가 빈번하게 발생하는 등 시장 과열 상황이 계속 유지됨에 따라 2017년 1월 1일부터 8월 31일까지 기간 중 이동통신3사 및 171개 유통점의 도매 및 온라인 영업을 대상으로 이루어졌다.

위원회의 조사 결과 2017년 1월 1일부터 5월 31일까지의 기간 동안 이동통신3사가 다수 대리점에 가입유형별로 30~68만 원의 높은 차별적 장려금을 지급하였고, 163개 유통점에서

현금대납 등의 방법으로 174,299명(위반율 74.2%)에게 공시지원금의 100분의 115를 초과(평균 29.3만원 초과) 지급한 것으로 나타났다.

그 중, 166,723명에게는 가입유형별(신규가입, 번호이동, 기기변경)로 부당하게 차별적인 지원금(16.6~33.0만 원)을 지급하였으며, 그 중 117,228명에게는 과도한 차별적 장려금 지급을 통한 부당한 차별적 지원금 지급을 유도한 것으로 확인되었다.

위원회는 이번 조사 결과를 토대로 이동통신3사가 유통점의 「단말기유통법」 제3조 제1항(부당한 차별적 지원금 지급)과 제4조 제5항(공시지원금의 100분의 115 범위내 지급)의 위반 행위를 막기 위한 상당한 주의와 감독을 소홀히 한 것일 뿐만 아니라, 다수의 유통점에 가입 유형 간 과도하게 높은 차별적인 장려금을 지급함으로써 다수 유통점에서 가입유형간 부당하게 차별적인 지원금을 지급하도록 유도한 것은 「단말기유통법」 제9조 제3항을 위반한 행위에 해당한다고 그 위법성을 판단하였다.

위원회는 이에 따라 「단말기유통법」 제15조(과징금) 제1항·제2항 및 동법 시행령 [별표2](과징금 부과 상한액 및 산정기준)에 의한 위반행위의 정도, 시장에 미치는 영향 등을 종합 고려하여 '중대한 위반행위'에 해당하는 기준금액 산정과 필수적 가중(위반기간에 따른 3개사 각각 0.6억 원 및 위반횟수 4회에 따른 LG U+ 20% 가중)과 추가적 가중 및 감경(SKT 20% 감경, KT 10% 감경, LG U+ 10% 감경)을 거쳐 최종 SKT 211억 원, KT 125억 원, LG U+ 167억 원을 각각 부과하였다고 밝혔다.

또한 공시지원금의 100분의 115를 초과하여 지급하는 등 「단말기유통법」을 위반한 171개 유통점에게는 과태료 100~300만 원을 각각 부과하여 총 1억 9,250만 원의 과태료를 부과하였다.

한편, 위원회는 이날 동시에 이동통신3사가 법인영업 및 삼성전자판매(주)를 통해 공시 지원금의 100분의 115를 초과하여 지급하고, 가입유형간 차별적인 장려금을 지급함으로써 가입유형간 부당하게 차별적인 지원금을 지급하도록 한 것은 「단말기유통법」 제3조 제1항, 제4조 제4항·제5항, 제9조 제3항을 위반하였다고 판단하고, 과징금 3.39억 원(SKT 2.503억 원, KT 0.412억 원, LG U+ 0.475억 원)과 삼성전자판매(주)에 과태료 750만 원을 부과하였다.

나) 국민신문고 민원 관련 「단말기 유통법」 위반행위 행정 제재

위원회는 2018년 10월 전체회의를 개최하여, 이동통신단말장치 지원금을 과다하게 지급하는 등 「단말기유통법」을 위반한 56개 유통점에 대하여 과태료를 부과하기로 의결하였다.

이번 제재는 국민신문고 민원 등을 통해 신고·접수된 76개 유통점을 사실 조사한 결과에 따른 것으로 지원금 과다 지급, 특정 요금제 등 사용의무 부과, 오인광고, 사전승낙서 미게시, 사실 조사 거부·방해 등 「단말기유통법」을 위반한 56개 유통점에 대해 각각 70~1,500만 원의 과태료가 부과되었다.

다) 페이스북의 접속경로 임의변경으로 인한 이용자 이익 저해행위 제재

위원회는 2018년 3월 전체회의를 개최하여 페이스북(Facebook Ireland Limited)이 SKT 및 SKB, LG U+와의 접속경로를 임의로 변경하여 SKB와 LG U+의 망을 통해 페이스북에 접속하는 이용자의 접속 속도를 떨어뜨려 정상적인 서비스 이용을 어렵게 한 행위에 대해 「전기통신사업법」상 금지행위인 이용자 이익 저해행위로 판단하고 ①시정명령 받은 사실의 공표, ②업무처리절차 개선, ③과징금 3억 9,600만 원을 부과하기로 의결하였다.

위원회는 페이스북이 SKT·SKB 및 LG U+의 접속경로를 임의로 변경하여 서비스 접속 장애 등 이용자 피해가 발생한 사실을 인지하고, 「전기통신사업법」상 이용자 이익 저해행위 등 금지행위 위반 여부를 확인하기 위해 2017년 8월부터 사실 조사를 실시하였다.

위원회의 사실 조사는 통신사업자 4사에 대한 망 접속 현황, 민원 발생건수, 관련 E-mail 분석 뿐만 아니라, 페이스북 미국 본사 담당자 등을 대상으로 한 출석 조사, 페이스북코리아에 대한 현장조사를 진행하였고, 시정조치(안)에 대한 페이스북의 의견 청취 등 페이스북의 주장을 심도 있게 검토하였다.

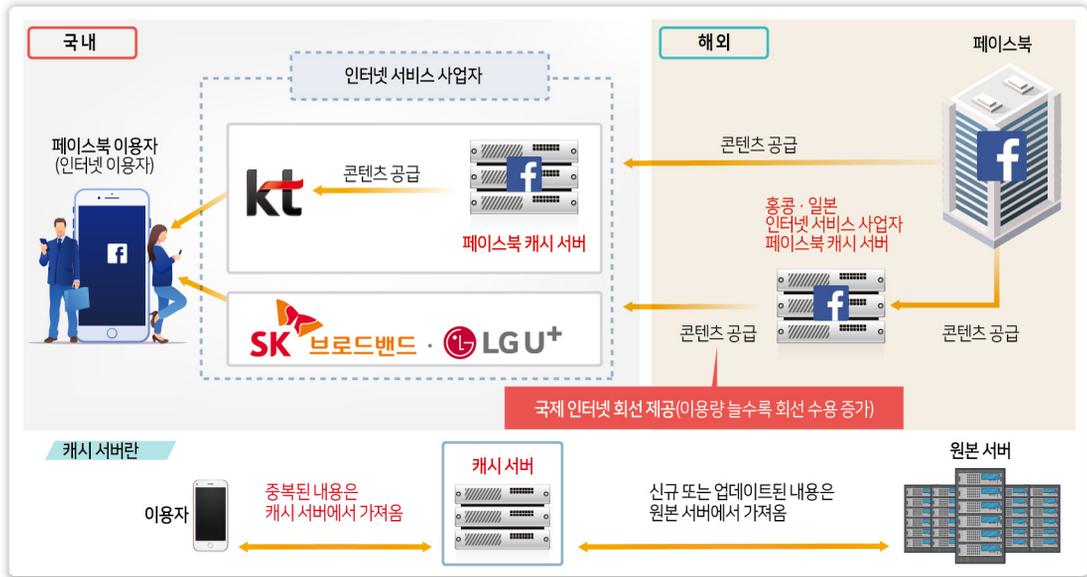
위원회의 사실 조사 결과, 그동안 페이스북은 SKT·LG U+에 대해 KT를 통해 접속(단, SKB는 홍콩을 통해 접속)하도록 하였으나, KT와의 계약 기간이 충분히 남아있음에도 불구하고 국내 사업자와의 구체적인 협의나 이용자 고지 없이 2016년 12월에 SKT의 접속경로를 홍콩으로 우회하도록 변경하였고, 2017년 1월~2월에는 LG U+의 접속경로를 홍콩·미국 등으로 우회하도록 한 사실을 확인하였다.

SKT를 통해 접속한 트래픽이 홍콩으로 전환됨에 따라 SKB 수용 능력이 낮아지게 되었고, SKB에 접속한 트래픽 중 일부가 타 국제구간으로 우회되어 병목현상이 발생하여 페이스북 접속 응답속도¹³⁾가 이용자가 몰리는 20시~24시에는 변경 이전보다 평균 4.5배(평균 29ms → 130ms) 느려지게 되었다.

13) 측정 단말에서 신호를 전송하고 수신 응답신호가 도착할 때까지의 시간

아울러 LG U+도 마찬가지로 무선트래픽을 해외로 우회시킨 결과, LG U+ 무선망 응답속도가 평균 2.4배(평균 43ms → 105ms) 느려지게 되었다.

그림 III-52 | 페이스북 이용 시 콘텐츠 공급 경로



자료) 한겨레신문

이로 인해 해당 통신사를 이용하는 페이스북 이용자들은 접속이 불가능하거나, 동영상 재생 등 일부 서비스의 이용이 어려워졌다.

이와 관련된 이용자 문의 및 불만 접수 건수는 접속경로 변경 후에 크게 증가(SK는 일평균 0.8건에서 9.6건으로 12배, LG U+는 일평균 0.2건에서 34.4건으로 172배)하였으며, 이로 인해 통신사 고객센터 외 일부 온라인 커뮤니티 사이트에서는 페이스북 접속 장애 관련 불만 및 문의 글이 300여건이 게시되는 등 다수의 이용자가 불만을 제기하였다.

하지만, 페이스북은 접속경로 변경 이후 접속 품질저하에 따른 이용자 불만이 발생하고 있다는 국내 통신사업자의 문제 제기에 대해 적극적으로 확인하지 않았다. 이로 인해 서비스 품질이 적정하게 유지되지 않았고 이에 국내 통신사들은 이용자의 접속 품질저하 이슈를 해소하기 위해 추가 비용을 들여 해외 접속 용량을 증설해야 하였다. 이후 국내에서 접속경로 변경에 대한 논란이 발생하자 페이스북은 결국 2017년 10~11월의 원 상태로 복귀시켰다.

위원회는 이와 같은 페이스북의 행위는 「전기통신사업법」상 금지행위인 이용자 이익저해

행위 중 ‘정당한 사유 없이 전기통신서비스의 가입·이용을 제한 또는 중단하는 행위’에 해당한다고 판단하여 업무처리 절차 개선을 명령하고 과징금을 부과하였다.

페이스북은 세계 SNS 시장 점유율 1위 사업자로서 국내 일일 접속자 수가 1,200만 명에 달하는 시장 영향력이 매우 큰 사업자임에도 불구하고 시장을 단기적으로 왜곡시키고 중대한 이용자 피해를 발생시켰다.

한편 페이스북은 콘텐츠 제공 사업자로서 인터넷 접속 품질에 대한 책임을 부담할 수 없으며, 응답속도가 느려졌더라도 이용자가 체감할 수준은 아니고 이용약관에 서비스 품질을 보장할 수 없다고 명시하였으므로 「전기통신사업법」을 위반하지 않았다고 소명하였다.

하지만, 위원회는 페이스북이 콘텐츠 제공사업자라 하더라도 직접 접속경로를 변경한 행위 주체로서 책임이 있으며, 응답속도는 전반적인 네트워크 관리지표로서 2.4배 또는 4.5배 응답속도가 저하된 것은 접속 품질이 과거 수준에서 현저히 벗어난 것으로 볼 수 있고, 이용약관에서 정한 무조건적인 면책조항¹⁴⁾은 부당한 점 등을 고려하여 페이스북의 소명을 받아들이지 않았다.

라) 유선전화 카드결제 통신요금 미고지 20개사에 시정조치

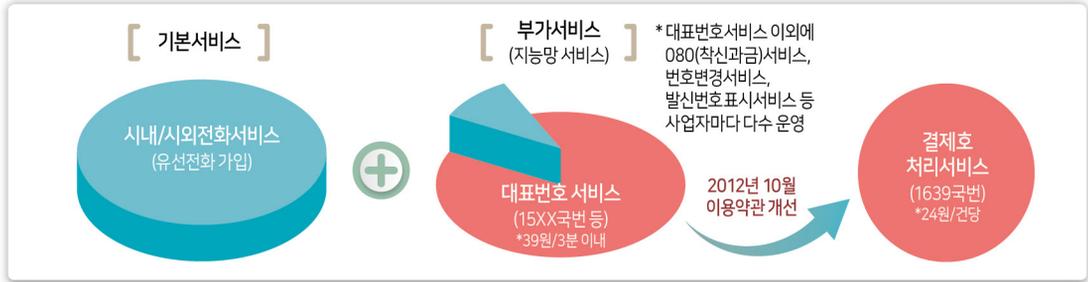
위원회는 제55차 위원회를 개최하여 통신요금관련 중요사항을 고지하지 않고 이용자의 이익을 저해한 유선통신사업자 6개사와 밴(VAN) 사업자 14개사에 대해 시정명령과 함께 총 3억 1,940만원의 과징금을 부과하기로 의결하였다.

인터넷이 없는 영세 자영업자들이 유선전화를 이용해 카드결제서비스를 이용하는 경우, 카드 단말기에서 15xx 등 대표번호에 전화를 거는 방식으로 카드결제를 하면서 3분당 39원(부가세 제외)의 요금을 부담해 왔다.

그러나 실제 카드를 결제하면서 통화하는 시간은 3분보다 짧아 2012년도에 정부는 ‘카드결제 호처리서비스’를 위해 ‘1639’ 국번을 부여하였고, 유선통신사업자는 밴(VAN) 사업자를 위한 전용서비스인 ‘카드결제호처리서비스’ (24원/건당)를 출시하고 이를 이용약관에 반영하였다.

14) “Facebook이 언제나 방해, 지연, 결함 없이 가능할 것이라 보장하지 않습니다.”

그림 III-53 | 대표번호서비스 및 카드결제호처리서비스 비교

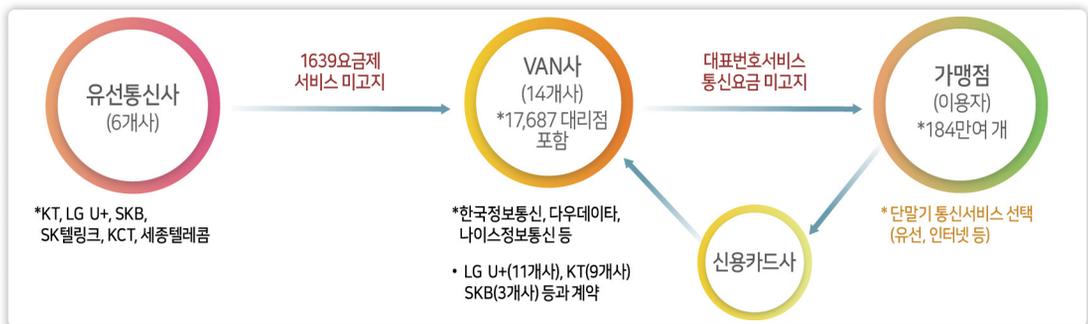


그러나 종전보다 저렴한 전용 요금제인 '카드결제호처리서비스'가 출시 된 지 5년이 지나도록 이를 이용하는 소상공인이 없다는 국회 지적 및 언론 보도 등에 따라 위원회는 2018년 3월부터 유선통신사업자와 밴(VAN) 사업자 등 총 23개사에 대해 「전기통신사업법」 위반 여부를 조사 하였다.

조사 결과, 6개 유선통신사업자는 「전기통신사업법」의 이용자에 해당하는 14개 밴(VAN) 사업자와 대표번호서비스 이용계약을 체결하면서 2012년 10월 이후 약정기간이 만료되어 재약정 또는 신규로 가입하는 밴(VAN) 사업자에게 동일한 형태의 서비스로 더욱 저렴한 '카드결제호 처리서비스'(24원/건당)의 이용이 가능하다는 점을 설명 또는 고지하지 않았다.

아울러, 14개 밴(VAN) 사업자는 위탁 대리점을 통해 신용카드 가맹점과 대표번호서비스가 입력된 카드결제 단말기를 사용하는 이용자(가맹점)와의 이용 계약(재계약 포함) 체결 시 카드 결제 시 별도의 통신 이용요금(39원/3분 이내)이 부과된다는 사실을 설명 또는 고지하지 않는 등 「전기통신사업법」상 이용자의 이익을 현저히 해치는 방식으로 서비스를 제공한 것으로 확인 되었다.

그림 III-54 | 유선통화 카드결제서비스 관련 사업자별 계약 현황



위원회는 이용자의 이용계약 체결 내지 지속적인 서비스 이용에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 이용요금 및 이용조건에 대한 고지의무를 소홀히 한 유선통신사업자와 밴(VAN) 사업자에게 「전기통신사업법」 제53조 제1항 및 동법 시행령 제46조 제1항[별표6] 등에 따라 금지행위의 즉시 중지, 금지행위로 인하여 시정조치 명령받은 사실의 공표, 업무 처리절차 개선, 시정조치 이행계획서를 제출하도록 시정명령하기로 하였으며, 19개사에 대해 총 3억 1,940만 원의 과징금을 부과하기로 의결하였다.

그림 III-55 | 유선전화 카드결제 관련 언론 보도



2. 방송한류 확산을 위한 고품질 콘텐츠 제작 기반 마련

가. 방송광고·협찬고지 제도 개선

1) 방송광고 제도개선 추진

위원회는 광고시장과 콘텐츠 제작환경 등 미디어 환경변화에 대응하고 종합적이고 균형적인 방송광고 정책방향을 수립하기 위한 제도 개선을 추진하였다.

2018년 1월 위원회는 한국광고주협회 임원진 30여 명과 조찬 간담회를 개최하여 방송광고 시장 활성화를 위한 의견을 수렴하였다. 이 자리에서 제4기 위원회 정책과제 중 방송광고 제도 합리화 과제의 목표를 설명하였으며 불합리한 방송광고 규제를 정비하고 광고판매 및 협찬 제도를 합리화하기 위한 중장기적인 계획을 공유하였다.

한국광고주협회는 이날 간담회에서 지상파 중간광고 도입 등 매체 간 비대칭 규제 완화, 통합 시청률 도입 등 합리적이고 과학적인 광고효과 측정기반 조성, 건강한 광고·협찬 환경 조성 등을 건의하였다.

그림 III-56 | 한국광고주협회 간담회



2018년 11월 위원회는 가상·간접광고 규제개선, 중간광고 차별적 규제 해소, 협찬제도화 등 방송광고 제도개선에 대한 정책방향(안)을 발표하였다. 이번 정책방향은 최근 광고시장의 중심축이 인터넷·모바일 등으로 이동하고 콘텐츠 제작비가 증가하는 등 미디어환경의 시장 변화를 반영한 것으로 방송광고 규제 개선을 통해 매체 간 공정환경 조성 및 콘텐츠 경쟁력 확보 등 방송산업 활성화에 기여할 것으로 기대하고 있다.

표 III-37 | 방송광고 정책방향(안) 주요내용

정책 목표	① 건전한 광고시장 환경 조성 및 방송산업 활성화 ② 공적기능 강화 및 방송콘텐츠 향유권 제고 등 시청자 후생 증진 ③ 공정경쟁 환경 조성 및 방송광고 균형발전 기반 조성		
	〈 단기 과제 〉	〈 중장기 과제 〉	〈 기타 고려사항 〉
주요 내용	① 가상·간접광고 규제 개선 ② 중간광고 차별적 규제 해소 ③ 협찬 제도개선	④ 방송광고 판매제도 개선 등 ⑤ 신유형광고 제도화	⑥ 시청권 보호방안 마련

2018년 12월 사무처는 11월에 발표한 방송광고 정책방향(안)을 바탕으로 지상파방송 중간광고 허용 등을 주요내용으로 하는 「방송법 시행령」 개정(안)을 위원회에 보고하고, 입법예고를 실시하였다. 지상파 중간광고는 1973년 금지된 이후 45년 만에 허용하는 것으로 이를 통해 방송콘텐츠 제작역량을 강화하고, 동일서비스-동일규제 원칙에 따른 매체 간 규제형평성을 제고할 것으로 기대하고 있다. 또한 과도한 중간광고로 인한 시청권 침해를 방지하고 시청자의 선택권을 강화하기 위해 중간광고 고지자막 크기 규정을 신설하였다. 향후 시행령 개정안은

법제처 심사 등을 거칠 예정이다.

2) 협찬고지 제도개선 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 2016년 3월에 개정했으며, 보도·시사프로그램에 협찬을 받을 수 없도록 하는 내용의 ‘협찬 운영의 투명성 제고 지침’을 2016년 8월에 제정한 바 있다.

2018년 10월 위원회는 협찬고지 모니터링 및 방송사업자 의견수렴 결과 등을 종합적으로 고려하여, 협찬고지의 명확성과 자율성을 제고하기 위해 고지 시점을 명확화하고, 방법을 합리화하는 내용의 「협찬고지 등에 관한 규칙」을 개정하였다. 개정 내용에는 하단에 한정되었던 허용위치를 하단 혹은 우측까지 확대하고 허용내용에 홈페이지를 추가하는 것을 담았다. 또한 ‘예고 협찬고지’ 횟수 규정은 중앙지상파의 경우 1회에서 2회로, 지역지상파의 경우 2회에서 3회로 확대하였다.

향후 위원회는 2018년 11월에 발표한 방송광고 정책방향(안)에 따라 「방송법」에 협찬의 정의와 허용·금지범위, 고지의무 등을 신설함으로써 협찬에 대한 규제 없이 협찬고지만을 규제하고 있는 제도도 개선할 예정이다.

나. 국가간 방송공동제작협정 체결 추진

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 강화하고 있다. 특히 국가 간 방송공동제작협정 체결을 추진하여 수출장벽을 낮추고, 한류콘텐츠의 새로운 수출시장으로 급부상하고 있는 신남방 거점국(베트남·태국 등), 신북방 거점국(중국), 미주권역(캐나다) 신규시장에 성공적인 안착을 추진하고 있다.

이를 위해 대외적으로는 국가간 국장급 협의체를 구성·운영하여 방송공동제작협정 체결의 필요성·유용성 및 협정문에 포함될 주요 항목·문구 등을 논의하였고, 대내적으로는 국내 방송사, 제작사, 유관기관, 학계 등의 의견을 적극 수렴하여 협정문 구성과 협상전략을 마련하였다. 협정 체결에 앞서 체결 당사국이 협상의지를 타진하고 사전에 준비해야 할 의제를 명확히 하여 효율적인 협상이 가능하도록 대비하였다.

그 결과 위원회는 2018년 4월 베트남 정보통신부(MIC)와 서울에서 공동제작협정문(안)을 합의하고 국장급 가서명을 했으며, 양국 부처 의견 수렴 후 일부 수정된 문구에 대해 2018년 7월 최종가서명에 이르러 2019년 3월 중 차관·국무회의 의결 및 대통령 재가 이후 장관급 서명까지 완료할 계획이다. 또한 2018년 9월 캐나다 문화유산부(MCH)와 협정문 협상을 위한 국장급 협의체를 발족시켜 캐나다 오타와에서 1차 회의를 개최하였고, 2018년 12월에는 태국 문화부(MOC) 및 국가방송통신위원회(NBTC)와 공동제작협정 협상을 재개하여 국장급 협의체 2차 회의를 갖는 등 협정체결을 위한 논의를 진전시켰다. 그리고 2018년 3월과 7월에 각각 한-중국 FTA 1,2차 후속협상에 적극 대응하여 한한령으로 경색된 對중국 진출의 전기를 마련하기 위해 노력하였다. 2018년 12월에는 한-중 방송콘텐츠 세미나를 개최하여 중국 방송규제 및 방송시장의 최근 동향 공유와 한-중 방송공동제작협정문(안) 관련 방송사 의견수렴 자리를 마련하는 등 2019~2020년 對중국 진출 재개를 위한 다양한 방안을 모색하였다.

그림 Ⅲ-57 | 한-베 공동제작협정 국장급 가서명 및 한-태 국장급 협의체 2차 회의



다. 방송 공동제작 국제 콘퍼런스 개최

위원회와 정보통신정책연구원(KISDI)은 한류 방송콘텐츠에 대한 국제적 관심 제고 및 방송 교류협력 강화를 위해 2018년 6월 동대문 JW메리어트 호텔에서 ‘2018 방송 공동제작 국제 콘퍼런스’를 개최하였다. 이번 콘퍼런스의 주제는 ‘제4차 산업혁명 시대의 방송콘텐츠 교류 활성화’로, 중국·인도·태국·인도네시아·베트남 등 10개국의 정부·국제기구 및 국내외 방송사 관계자 300여명이 참석해 방송교류를 통한 미디어 환경 변화와 미래 사회에 대한 새로운 도전에 대해 공유하고 논의하였다.

이효성 위원장은 개회사에서 “변화의 현장에 계신 전문가 분들의 생생한 경험을 통해 각국

미디어 산업의 현주소를 확인하고 서로에 대한 이해를 증진시킬 수 있는 자리가 될 것”이라고 밝힌 바 있다. 주빈으로 참석한 아시아태평양방송연합(ABU) 회장 겸 인도 국영방송(DoorDarshan) 회장인 수프리야 사후(Supriya Sahu)를 비롯하여, 위원회 고삼석 상임위원 등 총 4인의 기조 연설이 있었으며, SM C&C 이훈희 대표이사와 미국 넷플릭스의 Yu-Chuang Kuek 이사의 주제 발표가 있었다.

오후 첫 번째 세션은 ‘방송시장의 진화와 핵심 콘텐츠(Changing Broadcasting Landscape and Compelling Contents)’라는 제목으로 중국, 베트남, 태국, 몽골, 인도 5개국의 정부 관계자 등이 각 국가별 공동제작 현황과 향후 추진 전략에 대해 발표하였다. 이어서 두 번째 세션인 ‘4차 산업혁명시대의 공동제작(New Technology, Market and Co-production)’에서 국내외 각계 전문가들이 4차 산업혁명 시대에서 방송콘텐츠 공동제작과 관련된 쟁점들과 이슈들에 대해 발표하고 논의하였다.

그림 III-58 | 2018 방송 공동제작 국제콘퍼런스 개최



그리고 위원회는 태국 국가방송통신위원회(NBTC), 인도네시아 방송위원회(KPI), 아시아태평양 방송연합(ABU) 등과 방송콘텐츠 교류협력 관련 장관관급 최고위 면담을 진행하였고, 전략 국가 및 신흥 콘텐츠 강국 방송사와 국내 방송사·제작사 간의 공동제작 네트워크를 진행하였다. 그 결과 네트워크는 약 80건이 진행되었으며 행사 현장에서 MoU 체결 및 방송 제작경험 공유 등 방송교류가 활발히 이루어졌다.

그림 III-59 | 태국 NBTC 및 인도네시아 KPI, ABU와 장차관급 면담



또한 위원회는 국제 공동제작 인식을 제고시키기 위해 2018년 처음으로 ‘해외 우수 공동 제작 대상(大賞)’을 도입하였으며, 첫 번째 수상작의 영예는 한국교육방송공사의 ‘출동 슈퍼윙스’ 등 4편이 그 영광을 안았다.

한국이 방송콘텐츠 교류의 선도국가로 자리매김함과 동시에 국제기구 및 외국정부와 방송 교류협력 강화의 토대를 마련하는 등 방송한류확산 실행력을 강화했다는 점에서 그 의의가 크다 할 것이다.

라. 방송콘텐츠 해외진출 경쟁력 강화

한류 방송콘텐츠는 관련 상품 매출 증대, 국내 관광 활성화 및 국가이미지 제고 등 유·무형 가치의 창출에 크게 기여하고 있다. 그러나 사드배치에 따른 반작용과 중국내 자국 문화 보호 분위기 형성 등으로 중국시장 진출이 크게 위축되었고, 방송콘텐츠 유통 과정에서의 분쟁 증가 등의 어려움이 발생하고 있어, 한류 방송콘텐츠 해외진출 경쟁력 강화를 위한 정책방안 마련이 시급한 상황이다.

이에 위원회는 방송콘텐츠 유통 관련 국제분쟁 증가로 인해 방송사들이 애로를 겪고 있음에 따라 한류 방송콘텐츠 해외진출 계약 시 제작자의 권리와 이익을 담보할 수 있는 계약 및 수익 분배에 대한 정책연구를 수행하였다.

또한 국내사업자의 해외진출 지원을 위해 ASEAN 5개국(태국·베트남·싱가포르·인도네시아·말레이시아) 방송시장, 규제현황, 공동제작현황, 시장진출현황, 시청자(이용자)미디어 이용행태 및 인식 등에 대한 조사를 실시하여 국내 방송사업자들이 한눈에 파악할 수 있도록 방송 관련 기초자료를 구축하였다. 앞으로도 국내 방송사업자들이 체감할 수 있는 자료들을 수집하고 축적하여 해외진출 시 방송 일선 현장에서 도움이 되도록 매년 실시해 나갈 계획이다.

3. 매체 간 규제 불균형 개선

가. 종편 비대칭 규제 개선

위원회는 지상파방송사업자와 종편PP 간 비대칭 규제 개선을 위해 과학기술정보통신부와 협의하여 '종편PP 의무송출 제도개선 협의체'를 이해관계자(종편PP, 플랫폼사업자) 및 정부가 추천한 전문가 11명으로 구성하여 2018년 7월부터 9월까지 운영하였다. 협의체는 2018년 9월 지상파방송사업자와 종편PP 간 규제체계의 차별해소를 위하여 '종편PP 의무송출 채널 폐지안'을 협의체 다수안(6인)으로 위원회에 제출하였다. 위원회는 「방송법」 제70조 제1항의 의무송출 제도는 상업적 논리로 채널구성에 포함되기 어려운 공익적 채널 등을 배려하기 위한 제도로 종편PP는 제도 취지에 부합하지 않으며, 이해관계자 등으로부터 추천을 받은 전문가들로 구성된 협의체의 다수안을 존중할 필요성도 있으므로 종편PP 채널 의무송출 규정 폐지가 타당하다고 판단하였다. 이에 위원회는 '종편PP 채널 의무송출 제도개선(안)'을 유료방송 플랫폼 사업자에 대한 규제를 담당하는 과학기술정보통신부에 통보하였으며, 관련 규정(「방송법 시행령」 제53조)의 소관부처인 과학기술정보통신부 주도로 규정의 개정이 추진될 예정이다.

한편 위원회는 종편PP의 분담금 징수율 인상, 외주제작 편성의무 부과를 통하여 규제차별을 완화하고 종편PP의 공적 책임을 강화하였다. 우선, 지상파 방송과의 규제차별을 완화하기 위해 종편PP의 분담금 징수율을 '전년도 방송광고 매출액'의 1.0%에서 1.5%로 상향 조정하는 내용으로 「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과에 관한 사항」 고시를 개정하여 2018년 9월부터 시행하였다.

또한 순수외주제작 방송프로그램 편성의무가 없는 종편PP에도 편성의무를 부과하기 위하여 2018년 12월 「방송법 시행령」을 개정하였다. 개정전 「방송법 시행령」 제58조는 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자에만 순수외주제작 방송프로그램 편성의무를 부과하고 있었다. 이에 따라 KBS1은 19% 이상, KBS2는 35% 이상, MBC와 SBS는 각 32% 이상, EBS는 16% 이상 순수외주제작을 편성하도록 의무화하고 있었다.

위원회는 종편이 매출이나 시청률 등에서 안정적 성장세에 진입한 것으로 판단하여, 제37차 전체회의에서 종편PP에도 지상파방송사업자 수준의 순수외주제작 방송프로그램 편성의무를 부과하기 위한 조항을 신설하는 「방송법 시행령」 일부개정안을 보고하였다. 이후 개정안은 입법예고 및 관계부처와의 협의를 거쳤으며, 규제개혁위원회 규제심사를 완료하여 제64차 전체

회의에서 의결되었다.

위원회는 이번 개정을 통해 지상파방송과 종편PP 간 규제체계의 차별을 해소하고 규제 형평성을 제고할 것으로 기대하고 있다.

표 III-38 | 종편PP 외주제작 편성 의무 부과 관련 「방송법 시행령」

방송법 시행령 [대통령령 제29269호, 2018. 10. 30., 타법개정]	방송법 시행령 [대통령령 제29420호, 2018. 12. 24., 일부개정]
<p>제58조(순수외주제작 방송프로그램의 편성) ① 지상파 방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자는 법 제72조 제1항에 따라 국내에서 해당 방송사업자나 그 특수관계자가 아닌 자가 제작한 텔레비전방송프로그램(영화는 제외하며, 이하 “순수외주제작 방송프로그램”이라 한다)을 해당 채널의 매반기 전체 텔레비전방송 시간의 100분의 35 이내에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다.</p> <p>② ~ ⑤ (생략)</p>	<p>제58조(순수외주제작 방송프로그램의 편성) ① 지상파 방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>② ~ ⑤ (현행과 같음)</p>

제4절 | 미래 대비 신산업 활성화

1. 신규 방송통신서비스 활성화 및 제도 정비

가. 지상파 UHD 방송 활성화 추진

방송기술의 진화로 보다 선명하고 실감나는 지상파 초고화질(Ultra High Definition, 이하 'UHD') 환경이 도래하여 차세대방송서비스에 대한 시청자의 관심이 고조되는 가운데, 우리나라는 2015년 7월 700MHz 주파수를 방송용으로 배정하였다. 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 가능하다. 이로써 시청자들은 보다 질 높은 방송서비스를 무료로 보편적인 지상파방송 플랫폼을 통해 누릴 수 있게 된다.

위원회는 '지상파 UHD 방송 도입을 위한 정책방안(2015년 12월)'에 따라 UHD 방송 도입 기반을 마련하여 2017년 5월 수도권 지역에서 방송3사의 지상파 UHD 본방송 개시 후 2017년 12월 광역시 및 평창·강릉 일원으로 지상파 UHD 방송을 확대하였다. 이에 따라, 수도권에 이어 광역시와 강원 지역에서도 2018년 2월 개최된 평창동계올림픽을 UHD의 생생한 화면으로 시청할 수 있었으며, 평창 동계올림픽 중계방송은 시청자가 원하는 종목의 경기를 정규 편성에 구애받지 않고 시청하거나, 다양한 경기 정보를 실시간으로 확인할 수 있는 등의 새로운 방송서비스가 제공되었다. 위원회는 2021년까지 전국적으로 UHD 방송망을 구축하는 방안을 추진하고 있다.

표 III-39 | 지상파 UHD 방송 도입 일정

1단계	2017년 5월 31일 수도권 본방송 개시(완료)	
2단계	2017년 12월 광역시 및 강원권으로 확대(완료)	
3단계	2021년 기타 시·군 지역, 전국망 구축	

표 III-40 | 광역시·강원권 지상파 UHD 방송 구역

지역	방송국	방송구역
부산광역시	KBS 제1부산	(일원) 부산시 / (일부) 김해시, 창원시, 거제시, 통영시, 밀양시, 양산시
	부산MBC	(일원) 부산시 / (일부) 양산시, 거제시
	KNN	(일원) 부산시 / (일부) 김해시, 밀양시, 양산시, 창원시, 통영시, 거제시
대구광역시	KBS 제1대구	(일원) 대구시, 경산시, 영천시, 군위군 (일부) 의성군, 구미시, 문경시, 칠곡군, 고령군, 성주군
	대구MBC	(일원) 대구시, 김천시, 경산시, 영천시, 군위군 (일부) 구미시, 문경시, 상주시, 고령군, 성주군, 의성군, 칠곡군, 청도군
	TBC	(일원) 대구시, 경산시, 영천시, 군위군 (일부) 구미시, 문경시, 의성군, 고령군, 성주군, 칠곡군
대전광역시	KBS 제1대전	(일원) 대전시, 세종시, 논산시, 부여군 (일부) 공주시, 천안시, 금산군, 서천군, 청양군
	대전MBC	(일원) 대전시 / (일부) 세종시, 금산군
	TJB	(일원) 대전시 / (일부) 세종시, 계룡시, 금산군
광주광역시	KBS 제1광주	(일원) 광주시, 나주시, 화순군, 목포시, 해남군, 담양군 (일부) 무안군, 신안군, 영암군, 장성군, 함평군, 강진군, 장흥군
	광주MBC	(일원) 광주시, 나주시, 담양군 (일부) 화순군, 무안군, 신안군, 영암군, 장성군, 함평군, 영광군, 고흥군, 곡성군, 보성군
	KBC	(일원) 광주시, 나주시, 목포시, 화순군, 담양군, 해남군 (일부) 무안군, 신안군, 영암군, 장성군, 함평군, 보성군, 장흥군, 강진군
울산광역시	KBS 제1울산	(일원) 울산시
	울산MBC	(일원) 울산시
	UBC	(일원) 울산시
강원권	원주MBC	(일원) 원주시 / (일부) 평창군, 횡성군
	MBC강원영동	(일원) 강릉시 / (일부) 속초시, 고성군, 양양군
	G1	(일부) 강릉시, 속초시, 평창군

주) “방송구역”은 방송사가 제출한 방송시스템 재원을 기반으로 컴퓨터 시뮬레이션을 통해 방송 전파가 도달하는 지역을 추정된 것으로, 해당 지역 방송 수신 가능 지역이 50% 이상일 경우 “일원”, 20% 이하일 경우 “일부”로 표시, 실제 방송과는 다를 수 있음

위원회는 UHD 방송서비스의 본격적인 활성화를 위하여 지상파 UHD 방송 프로그램의 의무 편성 비율을 준수하도록 하고, UHD 프로그램을 2017년 5% 이상, 2018년 10% 이상, 2019년 15% 이상 단계적으로 확대 편성할 것을 허가조건으로 부여하였다. 2018년 3월 위원회는 지상파 방송사에 허가조건으로 부가한 UHD 프로그램 의무편성비율 및 콘텐츠 투자계획 준수여부를 점검하였다. 점검 결과, 지상파3사는 2017년 의무편성 비율인 5% 이상을 UHD 프로그램으로 편성하고, 허가신청서에 기재한 2017년도 콘텐츠 투자금액 이상을 투자한 것으로 나타났다. 또한 위원회는 안정적인 지상파 UHD 방송 수신 기반을 마련하기 위하여 2018년 2월 지상파3사가 제출한 UHD 방송구역별 수신환경 실태조사 결과 및 수신불량지역에 대한 개선 계획을 점검하고, UHD 수신불량 지역에 대한 조치계획을 제출 및 이행하도록 허가조건을 부가하였다. 또한

위원회는 UHD 수신환경 실태 파악을 위하여 KBS 관악산 송신소와 대전지역 등 현장점검을 실시하였다.

한편 위원회는 UHD 콘텐츠 투자 및 UHD 프로그램 편성 확대를 통하여 UHD 콘텐츠를 지속적으로 확대하고, 양방향·모바일 등 새로운 부가서비스 활성화 논의를 통하여 지상파방송의 서비스 경쟁력을 확보할 수 있도록 지원하고 있다. 지상파 UHD 방송 도입으로 ATSC 3.0 방송 표준을 활용한 IP기반의 양방향 서비스 등 다양한 부가서비스 구현이 가능해짐에 따라, 2018년 1월부터 9월까지 지상파 UHD 부가서비스 활성화 논의를 위한 연구반을 운영하였다. 또한 수도권(1~3월, 7~9월) 및 강원 지역(1~3월)에 한시적으로 이동형 HD방송 시범서비스를 허용하여 국내 방송기술을 홍보하고 상용화 가능성을 검토하였다. 위원회는 무료 보편서비스인 지상파 UHD 방송을 통하여 국민들이 고품질의 차세대 방송 서비스를 향유할 수 있도록 수신환경 개선 등에 지속적으로 힘쓰고 다각적인 행정적·기술적인 지원을 해나가며, 지상파 UHD 방송을 2021년까지 전국 시·군 지역으로 확대할 계획이다.

나. 지상파 다채널방송 기반 마련

위원회는 국회에 계류 중인 「방송법」 개정안 입법과 하위 법령 개정 추진, 신규 콘텐츠 제작 지원 확대 및 시청자 민원의 원만한 해소를 통해 다채널방송(Multi-Mode-Service, 이하 MMS)¹⁵⁾인 EBS 2TV 시범서비스의 본방송 도입을 추진하고 있다.

2015년 2월부터 국민의 채널 선택권 및 교육복지 확대를 위해 초·중학, 영어교육 콘텐츠 중심의 EBS 2TV 시범서비스가 개시되면서, EBS 2TV에 대한 정책 지원 필요성이 대두되었다. 위원회는 EBS 2TV 프로그램 제작지원 예산을 2018년 약 50억 원 수준으로 편성하여 공익적 교육 프로그램, 과학 프로그램 등 신규 콘텐츠를 확대 편성할 수 있도록 지원하였고, 이로 인해 신규프로그램 제작 비율이 지속적으로 증가(2016년 4.8% → 2017년 8.8% → 2018년 9.2%)하였다. EBS 2TV를 통해 초·중등교과교육 콘텐츠 및 창의융합 콘텐츠 등을 확대 편성함으로써 인문·교양 교육 콘텐츠 등의 제공을 목적으로 하는 EBS 1TV와 차별화되었다. 특히 4차 산업혁명에 대비한 융합형 과학교육 콘텐츠 등 사회적 수요에 부합하는 공익적 콘텐츠 제공으로 타채널과 차별화를 두고 있다. 위원회는 EBS 2TV 제작지원 규모를 확대하고 신규편성 비율(2019년 15% 이상 목표)을 높여 본방송에 대비한 안정적인 콘텐츠 제작 여건을 마련할 계획이다.

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

표 III-41 | 2018년 대상별 EBS-2TV 편성 내용

대상	주요 편성 내용
초등	수학·과학교육 및 소프트웨어 등 창의융합교육 콘텐츠
중등	소프트웨어 및 문화예술 등 창의융합교육 콘텐츠
외국어	수준별 영어·중국어 교육 콘텐츠
일반	교육격차해소(경제, 다문화, 직업 등) 콘텐츠

표 III-42 | 2018년 영역별 EBS-2TV 편성 비율

구분	초등	중등	외국어	일반(교육격차)	계
봄	36.1%	11.3%	24.7%	27.8%	100%
가을	35.7%	11.7%	24.8%	27.8%	100%

주) 일반 : 경제·다문화·성인문해교육 등

EBS 2TV 시범서비스의 기술적 안정성, 사교육비 절감효과가 입증되어 본방송 도입 필요성에 대한 공감대가 형성되면서, 위원회는 MMS의 법적지위, 도입대상사업자, 승인절차, 편성기준 등 관련 제도 정비 후 EBS 2TV 본방송 승인을 추진하였다. 2016년 9월 EBS 2TV의 본방송 도입을 위한 법적근거를 마련하기 위하여 MMS의 법적지위 및 승인근거와 채널 편성 관련 규정을 신설하는 내용의 「방송법」 개정안을 의결하였으나, 국회 과학기술정보방송통신위원회 법안심사지연으로 인하여 입법이 지연되고 있다. 위원회는 현재 국회 계류 중인 MMS 도입을 위한 「방송법」 개정안의 국회통과를 위해 MMS 도입경과 및 관련쟁점 등을 국회에 설명하는 등 법령 개정을 지원하고 있으며, 법 개정이 완료되면 EBS 2TV 시범서비스의 본방송을 도입할 계획이다.

2018년 5월 발표된 '2018 EBS 2TV 성과조사 보고서'에 따르면 시범서비스라는 한계에도 불구하고 EBS 2TV에 대한 채널 인지도 및 프로그램 만족도, 지속시청의향 등이 매우 높은 수준으로 나타났다. 신규제작 확대와 SPOT 영상 제작, SNS 등을 통한 채널 홍보 노력의 결과, EBS 2TV에 대한 국민의 인지도가 지속적으로 상승(2015년 69.3% → 2016년 74.3% → 2018년 76.2%)하였으며, 특히 2018년에는 투니버스, JEI 재능 TV 등 여타 어린이용 채널에 비해 높은 수준을 나타냈다. 또한 EBS 2TV의 다수 시청자들이 프로그램에 만족하며(76.7%) 질적으로 우수하다고 평가(76.3%)하였다.

향후 위원회는 「방송법」 개정안에 대한 입법지원, EBS 2TV의 공익적 필요성 적극 홍보 및 유료방송의 EBS 2TV 재송신 지원 등을 통하여 무료보편서비스 확대를 위한 정책 환경 조성에 노력할 계획이다. EBS 2TV의 본방송 도입을 위한 법적근거가 마련되어 본방송이 개시되면

전 국민에게 무료로 제공되는 방송 콘텐츠가 확대되고, 특히 시청자의 수요가 많은 교육 콘텐츠가 안정적으로 제공됨으로써 사교육비 절감 등 국민 복지 향상에 크게 기여할 것으로 기대된다.

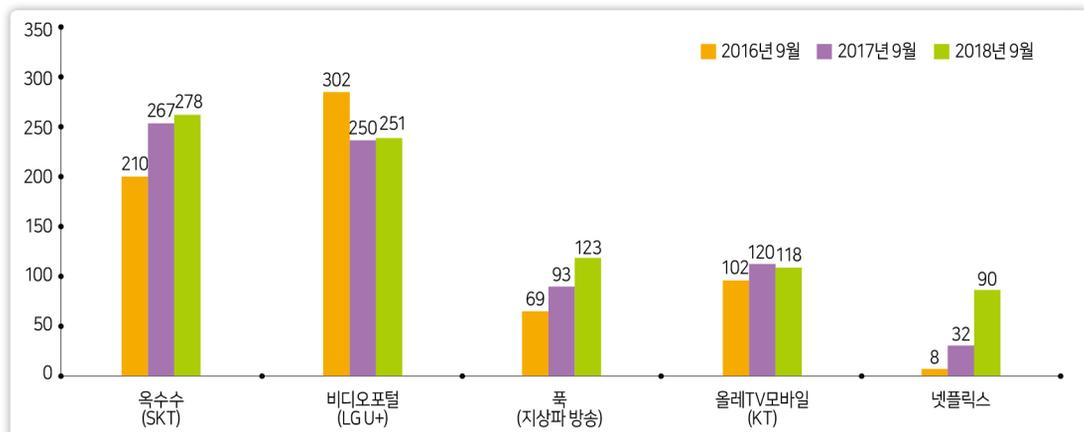
다. 신유형 융합서비스 제도 정비

인터넷 발달과 스마트기기 보급증가, 콘텐츠 이용행태의 변화로 OTT(Over The Top) 등 신유형 융합서비스의 영향력이 지속적으로 확대되고 있으나, 신유형 융합서비스는 현재 「전기통신사업법」상 부가통신서비스로 분류되어 약한 수준으로 규제되고 있다. 신유형 융합서비스 중 일부는 방송과 동일하거나 유사하다고 볼 소지가 다분한 만큼, 규제 형평성, 공정경쟁 및 시청자 보호 등의 문제가 지속 제기되고 있으며, 최근 넷플릭스 등 해외사업자의 국내 제휴(LG U+, 2018년 11월~) 및 콘텐츠 투자(미스터션샤인 등) 증가로 해외자본의 국내 시장잠식 우려 역시 확대되고 있는 상황이다.

이에 따라 위원회는 EU 등 해외 제도, 시장 현황 분석 등을 바탕으로 이용자보호 강화 등을 위하여 인터넷·모바일 기반 신유형 융합서비스에 대한 제도 개선 방안 마련을 추진하고 있다. 규제 형평성을 확보하고 시장의 공정경쟁 환경을 조성하기 위하여 VOD·OTT 등 융합형 미디어 서비스에 대한 법적 지위·분류체계 등 제도를 정비함으로써 국내외 사업자 간 역차별을 해소하고 이용자를 보호하는 한편 국내사업자의 경쟁력을 확보할 계획이다.

그림 III-60 | 국내 가입형 OTT 사용자 변화 추이

(모바일 기준, 단위: 만 명)



자료) 넷플릭스 이용자 작년 동월 대비 3배 증가, 와이즈앱, 2018

현행 「방송법」상 ‘방송’이란 “방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것”을 의미한다. 특히 OTT 서비스의 경우, 방송프로그램, 실시간 채널, 지상파 채널 재송신 등을 동일하게 제공하나 「방송법」상 사업자의 지위가 없어 다양한 규제 형평성의 문제를 야기하고 있는 바 기존 방송서비스와의 규제 형평성, 공정경쟁 및 이용자 보호 등에 대한 관련 제도 개선방안 검토가 요구되고 있는 상황이다. 이와 관련하여 김성수 의원실에서 주관한 ‘방송법제 개편과 OTT 정책방향 세미나’에서는 방송개념의 정비 속에서 유료방송서비스와 가장 유사한 OTT 서비스를 획정하고, 그에 대한 「방송법」상 사업자 지위를 부여함으로써 규제의 형평성을 확보하는 대안이 제시되었다. 위원회는 동 세미나에서 OTT를 통합 방송법 체계로 규율하되 규제대상을 명확히 하고 국내·외 사업자간 차별이 없도록 하는 규제방안 마련이 필요하다는 입장을 개진한 바 있으며, OTT 등 신유형 융합서비스를 「방송법」상 부가유료방송사업자로서 규제대상에 포섭하는 「방송법」 전면개정안에 대해 사업자 및 관계부처 의견조회 등 검토의견을 적극 마련 중이다.

또한 위원회는 ‘인터넷·모바일 기반 신유형 융합서비스 법제도 개선방안’을 주제로 정책연구를 실시하여 시장현황 파악 및 제도 개선 방안을 모색하였다. 국내외 신유형 융합서비스 관련 법제도, 규제정책에 관한 비교, 관련 현안에 대한 분석 등을 바탕으로 신유형 융합서비스에 대한 법제화 및 규제 필요성을 검토하였다.

2. 개인정보의 실질적 보호 강화

가. 이용자 통제권 및 피해구제 강화

1) 이용자 통제권 강화를 위한 개인정보보호 법제도 개선

위원회는 이용자가 글로벌 사업자에게도 국내 사업자에 대해 행사하는 것과 마찬가지로 본인의 개인정보에 대해 수집·이용·제공 등의 동의 철회, 열람청구, 정정요구 등 개인정보 자기결정권을 실질적으로 행사할 수 있도록 하고, 글로벌 사업자에 대한 규제 실효성 미흡으로 인한 국내 사업자와의 역차별 문제를 해결하기 위해 일정 규모 이상의 글로벌 사업자는 국내에 대리인을 지정하도록 「정보통신망법」을 개정(2018년 9월)하였다. 그리고 개정 법률에 따른 국내대리인제의 차질 없는 시행(2019년 3월)을 위해 국내대리인을 지정해야 하는 의무 대상 사업자의 기준을 신속하게 마련하여 「정보통신망법 시행령」 개정안을 입법예고(2018년 12월)하였다.

또한 위원회는 글로벌 사업자가 이용자의 개인정보를 해외로 이전한 후 제3국으로 재이전하는 등 해외 시장에서 전전유통되고 있음에도 법적 근거가 마련되어 있지 않는 문제를 해결하기 위해 「정보통신망법」을 개정(2018년 9월)하여, 국외 이전된 개인정보를 제3국으로 재이전하는 경우 국외이전과 동일하게 원칙적으로 이용자의 동의를 받도록 하는 규정을 마련하고, 국가별로 개인정보보호 수준이 다르므로 수준에 맞게 합리적이고 탄력적으로 대응할 수 있도록 상호주의 규정을 도입하였다.

2018년 5월 시행된 유럽연합(EU)의 개인정보보호법(GDPR, General Data Protection Regulation)은 개인정보에 대한 이용자의 결정권과 통제권을 보장하기 위하여 정보주체의 열람권, 정정권, 개인정보 이동권 등 이용자의 권리를 명시하고 있다. 위원회는 이러한 개인정보에 대한 이용자의 권리보장을 실질화하고자 하는 사회적 흐름과 글로벌 트렌드에 맞추어 권리보호제도별(개인정보 열람·정정, 개인정보 처리방침 공개, 이용내역 통지) 사업자의 구체적인 이용자 권리 운영 기준을 담은 온라인 개인정보 처리 가이드라인을 개정(2018년 9월)하였다.

나. 개인정보 취약분야 실태조사 실시

1) 취약분야 실태조사 및 유출사고 조사·제재

위원회는 정보통신서비스 이용자의 개인정보보호를 통한 국민의 권익을 증진하고 기업의 개인정보보호 수준제고 및 법규 준수 환경 조성 등을 위해 정보통신서비스 제공자에 대한 개인정보 유출사고 사전예방 및 사고발생 시 신속대응 등 개인정보 관리 실태조사를 실시하고 있다.

위원회는 개인정보가 유출된 사업자 155개사, 민원으로 접수된 개인정보 침해신고 57개사, 이용자 수가 증가하고 있는 O2O사업자 및 가상통화 취급업소 32개사 등 총 318개 사업자에 대하여 개인정보 관리 실태를 조사하였다.

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

개인정보 침해사고 사전예방을 위한 O2O사업자 및 가상통화 취급업소 32개사에 대한 실태조사를 통해 개인정보보호 관련 규정인 「정보통신망법」을 위반한 8개사에 대해 과태료(1억 4,100만 원), 시정명령 등을 제재하였다. 또한 다수의 이용자를 보유하고 있는 쇼핑몰의 개인정보 유출에 대해 신속한 대응과 사고원인 분석을 통해 과징금(2억 8,300만 원), 과태료(1,500

만 원) 처분 등 엄정한 제재를 실시하였으며, 국정감사에서 제기된 현대·기아차의 위치정보 명목으로 차량 운행정보 등을 무단으로 수집하였다는 의혹에 대해서도 위치정보 수집 적절성 등에 대해 실태조사를 진행하였다.

표 III-43 | 2018년 위원회 개인정보 관리실태 조사 및 제재 현황

(단위: 개사)

방식	점검 업체	제재 업체	조치결과
취약분야 실태조사 (O2O사업자 및 가상통화 취급업소)	32	8	<ul style="list-style-type: none"> 과태료 1억 4,100만 원(8개사) 시정명령(8개사)
유출신고 및 민원 등 점검	155	27	<ul style="list-style-type: none"> 과징금 6억 1,400만 원(3개사) 과태료 4억 7,000만 원(27개사) 시정명령(27개사)
민원신고	57	33	<ul style="list-style-type: none"> 과징금 6,200만 원(1개사) 과태료 3억 2,380만 원(29개사) 시정명령(33개사)
실태점검	12	-	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보침해사고 실태점검 진행
이행점검	62	-	<ul style="list-style-type: none"> 62개사 이행점검 완료
합계	318	68	<ul style="list-style-type: none"> 과징금 6억 7,600만 원(4개사) 과태료 9억 3,480만 원(64개사) 시정명령 등 68개사

2) 온라인상 개인정보 보호조치 모니터링

위원회는 4차 산업혁명의 중요한 원유 중 하나이고 수많은 스마트폰 앱과 웹사이트 등의 서비스 제공을 위해 수집 및 활용되는 개인·위치정보가 오·남용될 수 있는 우려가 증가됨에 따라 개인정보 침해 사고의 발생을 예방하고, 개인·위치정보가 활용되는 방식에 대해 이용자가 인지할 수 있는 환경 등을 조성하기 위해 개인정보보호 실태를 사전 진단하여 개인정보 유출 사고를 예방하고 있다.

위원회는 한국인터넷진흥원(KISA)과 함께 2018년 웹·앱 사이트에 대하여 「정보통신망법」 개인정보 수집·이용 동의 등 6개 항목과 「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」(이하 「위치정보법」) 위치정보 수집·이용 동의 등 5개 항목에 대해 개인정보보호 실태를 확인하였고, 개선이 필요한 사항은 기술적·법률적 안내사항 등을 담은 개선조치 가이드 제작·배포 및 전화 상담, 개선 권고 등을 통해 개선될 수 있도록 하였다.

아울러, 2013년부터 주민등록번호의 사용 제한이 시행되었지만, 여전히 주민번호를 수집하는 관행과 개인정보 관리의 미흡한 분야가 있어 「인터넷 주민번호 클린센터」 운영하여 국내

웹사이트 전체를 대상으로 주민번호 불법수집 여부를 전수 조사 후 법률 및 기술 컨설팅 등을 통해 개선할 수 있도록 지원한 결과, 개선이 필요한 사업자는 522개로 감소하였다.

표 III-44 | 온라인상 주민번호 수집이용 모니터링 현황

(단위: 개)

수행연도	모니터링 대상	개선대상	개선완료	개선 필요 (모니터링 대상 대비 비중)
2016년	91,574	8,755	4,831	3,924(4.3%)
2017년	836,885	9,503	4,815	4,688(0.6%)
2018년	380,691	2,835	2,313	522(0.1%)

다. 개인정보보호 자율규제 기반구축

1) 개인정보보호 자율규제

정보통신 기술의 발전 및 개인정보 활용 서비스 증가 등으로 인해 개인정보 침해사례가 증가하고 있다. 이에 위원회는 정부규제의 사각지대를 해소하고 기업 스스로 이용자의 개인정보를 보호하는 환경을 조성하기 위해 방송·통신·온라인 분야 개인정보보호 자율규제를 도입·시행하였다.

위원회는 ‘방송·통신·온라인 분야 개인정보보호 자율규제 기본계획’을 의결하여 자율규제 체계를 정립하고, 이에 따라 통신·쇼핑·알뜰통신·유료방송 등 4개 업종별로 특성을 고려하여 회원사와 협의 하에 자율점검, 현장 컨설팅, 인증 취득, 교육 등 다양한 방식의 자율규제를 추진하도록 유도하였다.

이와 별개로 자율규제에 대하여 협회와 사업자들의 이해를 돕기 위해 ‘방송·통신·온라인 분야 개인정보보호 정책 설명회’를 개최하였다. 본 설명회에서는 자율규제 도입 취지 및 체계, 절차, 참여 방식 등을 소개하는 한편, 중소·스타트업 사업자 대상 개인정보보호 현장 컨설팅 지원 사업을 소개하여 관심 있는 사업자들의 참여를 유도하였다.

그림 III-61 | 개인정보보호 자율규제 정책 설명회



더불어 자율규제 참여 사업자 중 개인정보보호 활동을 성실히 수행하거나 수탁사(협력사) 등에 대한 지원·협력을 위해 적극 노력한 경우 기준 금액의 30% 이내에서 과태료를 추가 감경할 수 있도록 「개인정보 및 위치정보의 보호 위반행위에 관한 과태료 부과 지침」에 세부 기준을 마련하였다.

또한 위원회는 자율규제 시행에 따른 국민들의 우려를 해소하고, 실효성을 제고하고자 ‘개인정보보호 자율규제 심의평가위원회’를 구성하여 개인정보 및 자율규제 관련 학계, 법조계, 소비자단체 전문가 7인을 심의평가위원으로 위촉하였다. 2018년 11월에 개최된 첫 회의에서는 개인정보보호 기본계획 및 표준 자율규약 등에 대해 보고하는 한편, ‘자율규제 관련 평가 대상(안)’, ‘심의평가위원회 운영 규정(안)’ 등을 의결하고, 통신·쇼핑·알뜰통신·유료방송 등 4개 분야의 연간 자율규제 활동 결과에 대한 심의·평가 계획을 논의하였다.

그림 III-62 | 개인정보보호 자율규제 심의평가위원회



한편, 중소·스타트업 사업자들은 예산과 인력의 문제로 대기업에 비해 개인정보 보호활동 여력이 부족한 상황이다. 이에 위원회는 중소·스타트업 사업자들의 고민을 나누고, 개인정보 관련 법률을 준수할 수 있도록 기업별 맞춤형 현장 컨설팅을 진행하였다.

이번 현장 컨설팅은 총 52개 사업자를 대상으로 진행되었으며, 통신·쇼핑·알뜰통신 등 2018년 개인정보보호 자율규제 참여 업종을 비롯하여 스타트업 등 「정보통신망법」 적용을 받는 일반 중소 사업자 역시 지원 대상으로 하였다.

표 III-45 | 업종별 개인정보보호 현장 컨설팅 지원 내역 (단위: 개)

구분	통신	쇼핑	알뜰통신	스타트업 및 일반	총계
기업 수	20	13	3	16	52

컨설팅은 「정보통신망법」 적용을 받는 사업자들이 공통적으로 지켜야 할 사항(84개)과 통신·쇼핑 등 업종별 개인정보 처리 특성상 관리가 필요한 맞춤형 항목(17~22개)을 기준으로 진행되었으며, 사업자의 자율적인 개인정보보호 역량을 강화하고자 P-D-C-A를 고려하여 구성하였다.

표 III-46 | 개인정보보호 현장 컨설팅 수행 절차



컨설팅 결과 스타트업 및 창업자를 위한 개인정보보호 가이드라인의 부재 등의 애로사항이 있었던 것으로 조사되었으며, 기업이 인식하고 있는 개인정보보호 수준(78.8%)에 비해 실제 개인정보보호 수준(58.5%)이 더 낮은 것으로 나타났다. 이에 2018년 개선사항 이행조치 확인에 동의한 5개 사업자를 대상으로 컨설팅 전·후 개인정보보호 수준을 비교한 결과, 컨설팅 이후 개인정보보호 수준이 평균 10.1%p 상승한 것으로 확인하였다. 위원회는 2018년 개인정보보호 현장 컨설팅 지원 사업자 중 개선사항 이행조치 확인·지원에 동의한 사업자에 대해서는 2019년에도 지원을 지속할 예정이다.

2) 개인정보보호 인식 및 실천 문화 확산

위원회는 사업자(개인정보 취급자 등)의 개인정보 관리역량 강화를 위한 교육 수강자의

직급별·맞춤별 학습이 가능하도록 개인정보보호 일반(정기교육 과정 1), 개인정보의 기술적·관리적 보호조치 등(정기교육 과정 2), 판례·사례분석 및 개인정보 실태점검 방법 등 심화 교육으로 구성하고, 질의응답을 통한 개인정보보호 이해도 증진 및 최신 정보보호 동향 파악 등이 가능하도록 현장 교육을 운영하였다. 또한 자체적인 개인정보보호 전문가가 부족한 중소기업·영세사업자를 지원하기 위하여 '찾아가는 개인정보보호 현장교육'인 강사 파견 및 「정보통신망법」 적용 대상 기업의 자율적인 개인정보보호 교육 확산, 수도권·지방 균등 교육 기회 제공을 위하여 '온라인 개인정보보호 교육 전문강사단'을 선발·양성하여 개인정보보호 교육을 지원하였다. 연중 개인정보보호 교육이 가능하도록 온라인 개인정보보호 포털(www.i-privacy.kr)을 통하여 사업자 대상 온라인 교육 프로그램을 운영하고 있다.

표 III-47 | 2018년 사업자 대상 개인정보보호 교육 현황 (단위: 명)

구분	오프라인	온라인	합계
교육 인원	25,703	20,826	46,529

위원회는 이용자 교육의 효과성을 증대하기 위하여 정보주체이자 향후 개인정보처리자가 될 초·중·고등학생을 중심으로 찾아가는 개인정보보호 현장교육을 진행하였으며 교사·학부모·노년층에 대하여서도 교육 프로그램을 운영하였다. 또한 온라인 개인정보보호 포털을 통하여 상시적으로 단체교육이 이루어 질 수 있도록 이용자 대상 온라인 교육 프로그램을 운영하고 있다.

표 III-48 | 2018년 이용자 대상 개인정보보호 교육 현황 (단위: 명, 건)

구분	오프라인	온라인
교육 인원	150,100	2,403

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

위원회는 사업자의 수준별·직급별에 맞춘 온라인 개인정보보호 교육 콘텐츠 3종(기본, 실무, 전문 과정)과 이용자가 일상생활에서 필요한 개인정보보호를 스스로 실천할 수 있도록 대상별 맞춤형 온라인 개인정보보호 교육 콘텐츠 5종(초·중·고, 일반, 교원 과정)을 개발하였으며, 앞으로는 지역과 시간에 관계없이 언제 어디서나 개인정보보호 교육기회를 제공할 예정이다.

그림 III-63 | 2018년 개인정보보호 교육 교재 이미지



동일한 관심 또는 특성을 갖는 사람들이 연결될 수 있도록 하는 소셜 네트워크 서비스(SNS)가 대중화됨에 따라 일상생활의 정보를 공유하면서 소통하는 공간인 SNS에서의 개인정보 침해는 그 피해가 더욱 직접적으로 발생할 수 있으며 파급효과도 크다. 이에 따라 위원회는 국민들이 이러한 내용을 인식하고 개인정보자기결정권 등의 권리를 행사할 수 있도록 2018년 9월부터 11월 까지 '2018년 인터넷 내정보 지킴이' 캠페인을 진행하였다. 'SNS 내정보 지키는 소소하지만 확실한 행동'이라는 슬로건하에 SNS 계정 로그인 2단계 인증 설정하기, SNS상 개인정보 공개 범위 및 게시물 속 개인정보 확인하기, SNS를 통한 소셜로그인 이용 시 제공되는 개인정보 내역 확인하기 등 SNS에서의 개인정보보호 내용을 다양한 매체를 통해 안내하고 실천을 유도하였다.

또한 캠페인 주제와 대상을 고려하여 '지킴, 앤, 가이드' 캐릭터를 활용한 애니메이션, 카드 뉴스, 모바일 메신저 이모티콘 등을 제작하여 인터넷에서 이용률이 높은 동영상 서비스 제공 플랫폼과 모바일 메신저를 통해 온라인 광고를 송출하였다. 또한 전국적으로 이용객 수가 가장 많은 추석연휴 기간과 지역 형평성을 고려하여 KTX 및 SRT 전 노선 객실 내 영상매체를 통해 오프라인 광고를 송출하였다.

특히 생활 속 개인정보보호 실천에 대한 인식을 제고하기 위해 기관 및 사업자와 협업을 통하여 인천국제공항, 김포공항 등 전국 공항, KB국민은행 및 이마트 전국 영업점, 프로야구 플레이오프 전광판 등을 활용한 생활밀착형 홍보를 추진하였다. 더불어 위원회는 온라인 개인정보보호 정책 아이디어 제안 공모전을 개최하여 국민들에게 적극적으로 정책에 참여할 수 있는 기회를 제공하였다.

그림 III-64 | 2018년 인터넷 내정보 지키미 캠페인



또한 위원회는 국내외 개인정보보호 주요 동향이 빠르게 변화함에 따라 2018 온라인 개인정보보호 컨퍼런스를 개최하여 블록체인 환경에서의 개인정보보호 및 유럽연합의 개인정보보호법(GDPR) 시행에 따른 우리 기업의 대응 방안 등을 공유하는 한편, 정책 상담·홍보 부스를 통해 바이오정보보호 가이드라인, 스팸 정책을 안내함으로써 기업 실무자들의 정책 이해도를 높이고자 노력하였다. 더불어 개인정보책임자(CPO) 간담회를 개최하여 유럽연합 사법총국 담당 집행위원에게 포털·쇼핑·게임·제조 등 EU에 진출한 우리나라 주요 기업의 애로사항을 직접 전달하는 한편, 한국과 유럽 간 개인정보보호 협력 강화를 위해 노력할 것을 약속하였다.

그림 III-65 | 개인정보보호 분야 종사자들의 교류와 소통의 장



위원회는 2018년 12월 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 개인정보보호분야 인재를 양성하기 위하여 'SNS 사업자의 「정보통신망법」상 개인정보보호 규정 위반 여부'라는 가상의 개인정보 침해사고 사례를 가지고 제3회 개인정보보호 모의재판 경연대회를 개최하였다.

그림 III-66 | 개인정보보호인의 밤 및 개인정보보호 모의재판 경연대회



3) 주민번호 대체수단 제공

온라인에서 주민번호 이용을 최소화하기 위하여 주민번호 없이 본인확인 할 수 있는 주민번호 대체수단이 필요하게 되었다. 이에 따라, 위원회는 주민번호 없이 온라인에서 본인확인 할 수 있도록 「정보통신망법」 및 하위법령에서 주민번호 대체수단을 제공하는 본인확인기관을 지정하여 본인확인서비스를 제공하도록 하고 있다. 위원회는 아이핀, 휴대전화, 신용카드 본인확인기관을 지정하여 관리감독하고 있으며, 「본인확인기관 지정 등에 관한 기준」 제13조에 따라 공인인증기관을 본인확인기관으로 의제하고 있다.

표 III-49 | 주민번호 대체수단 제공 현황

구분		제공기관	소관부처
아이핀	공공	한국지역정보개발원	행정안전부
	민간	NICE평가정보, SCI평가정보, 코리아크레딧뷰로	방송통신위원회
공인인증서		금융결제원, 코스콤, 한국무역정보통신, 한국전자인증, 한국정보인증, 이니텍	과학기술정보통신부
휴대전화		SKT, KT, LG U+	방송통신위원회
신용카드		국민, 롯데, 비씨, 삼성, 신한, 하나, 현대카드	방송통신위원회

주) 2018년 12월 기준

위원회는 온라인 서비스 이용자가 안전하고 편리하게 본인확인 할 수 있도록 신용카드를 이용한 주민번호 대체수단을 추가 도입하였다. 기존에 제공되었던 아이핀, 공인인증서, 휴대전화 본인확인수단 외에 신용카드 본인확인이 추가되어 본인확인서비스 이용자의 선택권을 확대하였다. 위원회는 본인확인기관 지정심사를 통해 7개 신용카드사를 신용카드 본인확인기관으로 지정하여 안전하게 신용카드 본인확인서비스가 제공될 수 있도록 하였다. 위원회는

신용카드 이용자가 차별 없이 본인확인서비스를 이용할 수 있도록 추가 신용카드사(농협은행)에 대하여 본인확인기관 지정절차를 추진하고 있다. 위원회는 추가 신용카드 본인확인기관에 대하여 지정심사를 실시(10월)하여 조건부지정(12월)하였다. 농협은행은 일부 보완사항을 조치한 후에 2019년 상반기 중으로 본인확인기관 지정완료하여 농협카드를 이용한 본인확인서비스가 개시 될 것으로 예상된다.

표 III-50 | 신용카드 본인확인기관 지정현황

구분	기관명	상태	지정시기
신용카드 본인확인기관	삼성카드	지정완료	2018년 3월
	현대카드	지정완료	2018년 3월
	국민카드	지정완료	2018년 4월
	롯데카드	지정완료	2018년 4월
	비씨카드	지정완료	2018년 4월
	신한카드	지정완료	2018년 4월
	하나카드	지정완료	2018년 4월
	농협은행	조건부지정 (2018년 12월)	2019년 상반기(예상)

주) 2018년 12월 기준

아이핀은 공공아이핀과 민간아이핀으로 구분되어 상이한 발급체계, 이용방법 등으로 혼란을 초래해왔다. 이에 따라, 행정안전부는 2018년 1월 보도자료를 통해 공공아이핀을 민간아이핀으로 통합하여 아이핀 서비스가 제공된다고 밝혔다. 행정안전부는 일몰제를 적용하여 2018년 11월 부터 공공아이핀 발급을 중단하였고, 발급된 공공아이핀의 유효기간(온라인발급 1년, 오프라인 발급 3년)이 종료될 시점까지 공공아이핀을 운영할 계획이다. 공공아이핀 발급이 중단됨에 따라, 공공아이핀 이용자가 불편함 없이 아이핀 본인확인서비스를 지속 이용할 수 있도록 기존에 제공되었던 지역 주민센터를 통한 아이핀 발급 및 행정정보공유센터를 통한 법정대리인 확인 기능을 민간아이핀에서 제공하도록 하였다. 위원회는 민간아이핀 본인확인기관이 행정정보 공유센터를 통한 주민등록자료를 확인할 수 있도록 「정보통신망법 시행령」에 법적근거를 신설 하였다. 아이핀은 온라인 본인확인수단이 없는 이용자가 지역 주민센터를 방문하여 제한 없이 발급할 수 있다. 공공아이핀은 발급이 중단되었지만 민간아이핀에서 지역 주민센터를 통한 발급을 제공하여 아이핀 본인확인서비스의 대중성을 확보하였다.

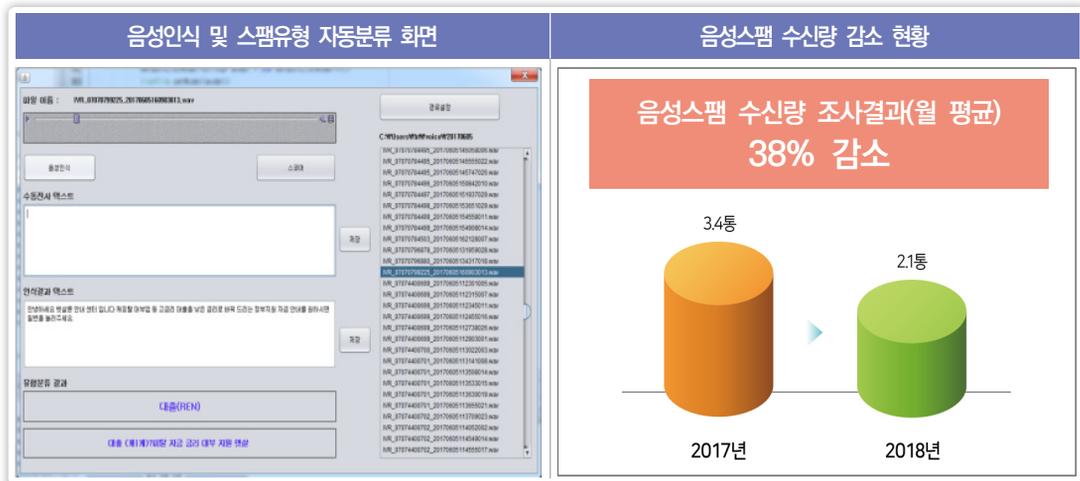
라. 불법스팸 대응체계 강화

1) 기술 개발을 통한 스팸 차단 대응 노력

위원회는 음성스팸을 차단하기 위해 스팸 신고와 탐지 시스템을 통해 확인된 발신번호를 이동통신사와 공유하여 실시간으로 차단하고 있다. 그러나 음성스팸 내용을 확인할 수 없어 차단요청 시 증거자료가 부족하고 법 위반 사실 확인이 불가능하여 차단을 하지 못하는 경우가 발생하였다. 이를 개선하기 위해 불법 음성스팸 탐지·분석·차단을 위한 기술개발 및 고도화를 통하여 점차 지능화되고 있는 음성스팸을 강력히 대응하고 차단해 나가기로 하였다.

음성스팸 내용 확보를 위하여 음성스팸 탐지시스템에 광고전송자의 녹음을 유도하는 기능을 추가하고 녹음된 정보에 대하여 음성인식 및 문자변환 기술을 도입하였다. 문자변환 정확도를 높이기 위하여 수백만 건의 스팸 데이터를 학습시켰으며 문자변환 결과 값을 키워드 필터링 처리하여 스팸 여부 및 유형까지 실시간으로 확인할 수 있도록 하였다. 불법스팸 여부가 확인된 발신번호는 즉시 이동통신사에 공유되고 지연 없이 차단 가능하게 되었다.

그림 III-67 | 음성스팸 실시간 차단 시스템 및 수신량 감소



이와 같은 적극적 대응과 조치를 통해 급증하던 음성스팸의 유통확산을 효과적으로 방지하고 동시에 전 국민을 대상으로 무차별적으로 전송되는 불법 음성스팸 수신을 대폭 감축시켰다.

2019년에는 AI 기반 빅데이터의 활용 기술 연구에 집중하여 연간 1억 건 이상의 스팸 정보 분석을 통해 이미지 스팸도 실시간으로 내용을 확보하고 실시간 차단이 가능한 분석모델을 개발할 예정이며 향후에는 이미지 스팸을 포함한 이메일 스팸, 문자 스팸 및 음성스팸을 인공

신경망을 통해 실시간으로 차단하고 대국민 경보서비스를 제공하는 체계를 마련할 예정이다.

표 III-51 | 스팸 수신량 조사결과 추이

(단위: 통)

제목	연도	2016년	2017년	2018년
월 스팸 수신량		20.4	18.3	14.6

주) 1인 1일 스팸수신량 조사결과 기준

2) 스팸 전송 규제 정책개선

위원회는 증가하는 음성스팸의 차단을 강화하기 위해 이용자가 유선(02, 070, 1588 등)전화 번호를 제한 없이 변경 가능하도록 되어 있는 것을 통신사업자와의 협업을 통해 분기당 2회까지만 변경할 수 있도록 서비스 이용약관을 개정하여 무분별한 번호변경을 통해 차단을 회피할 수 없도록 하였다.

또한 유선전화번호를 대량으로 개통하여 불법스팸 전송 후 차단이 되더라도 잔여 번호로 스팸을 계속하여 발송하는 사례를 미연에 방지하기 위해 현재 유선전화 가입 시 제한 없이 회선수를 개통할 수 있는 것을 1인당 최대 5회선까지만 개통이 가능하도록 추진하여 2018년 11월 과학기술정보통신부 및 사업자 협의를 완료하고 2019년에 사업자의 서비스 이용약관 개정 후 적용 할 예정이다.

불법스팸 전송과 관련하여 법위반 사실이 있거나 법위반 사실이 의심되는 광고성 정보 전송자 및 광고 전송을 매개하는 통신사업자에 대해 현장점검을 실시하였다. 정보통신 서비스제공자 60개 사업자를 점검하여 15개 사업자에 대해 행정처분을 하였으며, 광고성 정보 전송자 총 51개 사업자를 점검하여 29개 사업자에 대해 행정처분(12건) 및 검찰송치(17건)를 하였다.

또한 2018년도 상반기에 급증한 이미지 형태의 도박스팸에 대해 전남 지방 경찰청에 정보를 제공하고 수사를 지원하여 도박문자 전송자 및 해당 휴대전화 개통 대리점주, USIM 구매책 등 관련자들을 검거하였다.

그림 III-68 | 스팸차단 수사지원 및 정보공유

<p>전남청 도박스팸 전송자 검거 보도자료</p> <p>대포유심폰 개통해 불법 도박사이트 스팸 문자 발송 일당</p> <p>(무안,보성)전남경찰 : 2019-07-20 11:40:00</p> <p>기사보기 내터미션 댓글 공유 + 더보기</p>  <p>타인 명의의 유심(JSIM)을 이용해 개통한 휴대전화로 불법 도박사이트를 홍보하는 스팸 문자메시지를 대량으로 발송한 일당이 검거에 붙잡혔다.</p> <p>전남지방경찰청 사이버수사대는 20일 불법 도박사이트 광고메시지 수신만 전송 발송한 혐의(전기통신사업법 및 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률)로 A씨(46)를 구속하고, 휴대전화 판매점주 등 6명을 불구속 입건했다.</p>	<p>도박 이미지 스팸 정보 공유(경찰청)</p> <div data-bbox="720 347 982 546"> <p>SUPERCASINO</p> <p>정통 우리카지노</p> <p>현금 3만원 받고 10만원 출금하세요</p> <p>주대 최대 10배 적립사 보류 서비스 무통 채팅 지원</p> <p>SPC57.COM</p> </div> <div data-bbox="990 347 1244 546"> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 빅 당첨 1 세계 선호 1위 ▶ 중립1위 그/래/프/게인 ▶ 신/규 가입 1만 무료제공 ▶ 베퀱은 24시 입출 ▶ 5만이상 10% ▶ 장력/안전/승전10% ▶ 놀림, 주말 여행 <p>kb232.com 추천인(필수) 999</p> </div> <div data-bbox="720 556 982 735"> <p>DAUMD</p> <p>가입첫충20%매출5%</p> <p>7년무사고 경험원안접뉴이더 선박순 추가취침모집 홍익경기술품가능 미린케어먹기제재없음 임시과1.07 추천200% 1일3회주제안출급</p> <p>추천인 abc2017 SPO-2020.COM</p> </div> <div data-bbox="990 556 1244 735"> <p>DAUMD</p> <p>가입첫충20%매출5%</p> <p>7년무사고 경험원안접뉴이더 선박순 추가취침모집 홍익경기술품가능 미린케어먹기제재없음 임시과1.07 추천200% 1일3회주제안출급</p> <p>추천인 abc2017 SPO-2020.COM</p> </div>
--	---

3) 취약계층 인식제고 및 국제공조 강화

위원회는 광고를 전송하는 전국 사업자를 대상으로 재화나 서비스에 대한 광고 전송 시 「정보통신망법」 준수사항을 설명하여 올바른 홍보활동을 유도하고 과태료, 형사처분 등의 불이익이 발생하지 않도록 사전 예방 교육을 실시하였다. 특히 스팸 신고가 많은 유형의 업종을 선정하여 금융업 종사자와 통신사의 전국 직영·대리점 직원을 대상으로 맞춤형 교육을 실시하기도 하였다.

또한 스마트폰 활용이 미숙한 중·장년층과 장애인을 대상으로 불법스팸 및 보이스피싱, 스미싱 등 각종 사이버 범죄 예방요령 등을 안내함으로써 관련 범죄 피해 방지에 기여함과 동시에 전남·나주지역 주민을 대상으로 ‘찾아가는 스팸방지 교육’을 실시하여 지역사회 주민들과의 소통을 통한 안전하고 깨끗한 정보통신환경의 권리를 보장하기 위해 노력하였다.

그림 III-69 | 취약계층 및 사업자 대상 인식제고 활동

<p>중장년층 대상 스팸 및 사이버 사기 예방 교육</p> 	<p>이동통신사 및 관련 사업자 설명회 개최 보도자료</p> <p>보안뉴스</p> <p>KISA, 이동통신 대리점 대상 스팸방지 인식제고 교육</p> <p>무분별한 휴대전화 광고성 정보 전송으로 인한 국민 불편 해소 위해 경찰·과객정보 나눔 방지 등 불법스팸 방지를 위한 공수사항 및 관련 법규만 사례 교육</p> <p>[보안뉴스 김경애 기자] 한국인터넷진흥원(KISA, 원장 김석환)과 방송통신위원회(위원장 이효성)는 이동통신 3사(SKT, KT, LGU+)와 함께 각 사업자에 속해 있는 대리점을 대상으로 불법스팸 방지를 위한 인식제고 교육을 실시한다고 7일(목) 밝혔다.</p> 
---	---

위원회는 국외발 스팸을 차단하기 위하여 미국, 영국, 캐나다, 호주 등의 정부기관과 협력 체계를 구축하고 국제스팸대응협의체(UCNet) 가입기관으로 아시아 지역 스팸차단 정책 기술 세미나 개최, 국가 간 이메일 스팸 실시간 차단체계 확대(12개국), 국가별 스팸대응 현황 관리, 각종 스팸방지 글로벌 프로젝트를 수행하였다. 국외발 스팸은 해당국가의 정부기관 및 정보통신서비스제공자가 불법스팸 전송을 차단해야하기 때문에 국가 간 공조체계 마련 없이는 차단이 불가하다. 이에 국가별 스팸대응기관 간 차단 노력 유도를 위하여 위원회가 적극적인 국제협력활동을 전개하고 정부기관 간 스팸대응을 지속적으로 이어온 결과 국외발 이메일 스팸 수신량이 대폭 감소(2017년 월 2.7통 → 2018년 월 1.2통)하였다.

그림 Ⅲ-70 | 아시아 스팸대응협의체 신설 및 아시아 리더 역할 수행 현장



또한 위원회는 한국인터넷진흥원(KISA)과 공동으로 아시아 퍼시픽 스팸대응 정책기술 세미나를 개최하여 주도적인 활동을 전개하였으며 글로벌 기업으로부터 발송되는 이메일, SNS, 전화 스팸을 차단하기 위한 노력을 이어갔다. 국내로 유입되는 국외발 스팸을 차단하기 위한 국가 간 스팸정보 공유 국가도 기존 중국, 일본, 영국, 캐나다 등 10개국에서 브라질, 인도와 공유 체계 마련 협의를 완료하여 총 12개국에서 발송되는 스팸에 대한 차단체계를 구축하였다. 향후에도 적극적인 국제 활동을 통해 국가 간 공조 체계를 확대하여 국외발 스팸 차단을 위한 노력을 이어나갈 것이다.

3. 개인정보의 안전한 활용 지원

가. 사업자·이용자의 개인정보 활용 환경 개선

1) 개인정보 활용을 위한 법제도 개선

위원회는 이용자의 개인정보 수집·이용 동의 획득 방법을 전자우편, 전화 등으로 한정적으로 열거하고 있던 현행 「정보통신망법 시행령」 제12조 개정(2018년 5월)을 통해 문자 메시지, 모바일 앱, SNS 등 동의 획득 방법을 확대하여 이용자와 사업자의 편익을 향상시켰다.

2) 위치정보 활용 기반 마련

위원회는 위치정보 관련 스타트업 및 중소·영세 기업 대상으로 맞춤형 컨설팅, 클라우드 기반 개발환경 제공, 우수 비즈니스 육성 및 정기 동향 보고서 발간 등의 사업화 지원을 통하여 위치정보 산업을 활성화하기 위해 노력하였다.

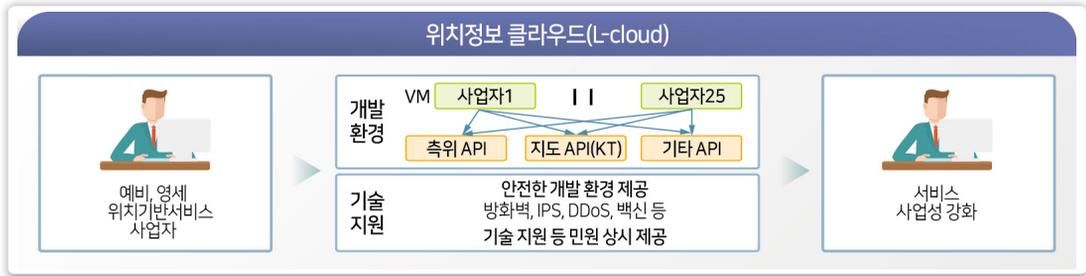
그림 Ⅲ-기 | 사업화 지원 체계



먼저 중소·영세·예비 사업자 등이 안정적으로 시장에 진출하고 사업 성장의 기틀을 마련할 수 있도록 법·제도, 기술, 경영 분야의 온/오프라인 컨설팅을 지원하였다. 총 43개 기업을 대상으로 67건의 컨설팅을 진행하였으며, 컨설팅을 통해 위치기반서비스사업자 신고(4건), 신규 서비스 출시(7건), 파트너십 체결(2건) 및 자금 조달(5건) 등의 실질적인 성과를 도출하였다. 또한 컨설턴트와의 정기 간담회를 통해 컨설턴트 애로사항 청취 및 책임 의식 독려 등을 진행하였으며, 위원회의 이러한 노력으로 컨설팅 수혜 기업들은 92.2점의 높은 만족도를 보였다.

아이디어 단계에 있는 초기 사업자(25개)에게는 클라우드 기반의 개발환경 및 KT와 연계하여 지도, 네비게이션과 주요 PoI(Point of Interest) 정보 등 개발의 편의성을 위한 위치정보 관련 API(Application Program Interface)를 무상으로 제공하고, 방화벽, 암호화 등 보안 조치를 통해 보다 안전하고 쉽게 위치정보를 개발할 수 있도록 지원하였다.

그림 III-72 | 클라우드 지원 체계



또한 위원회는 '2018 대한민국 위치기반 서비스 공모전'을 실시하여 상용화 단계(시제품 보유)에 있는 우수 비즈니스 12개를 발굴하고, 총 5,300만 원 규모(2017년 4,600만 원 규모)의 상금을 지급하였다. 선정된 비즈니스가 상용화로 이어질 수 있도록 간담회를 개최하여 사업화 애로 사항을 청취하고, 특허출원, 홍보·마케팅, 투자유치 네트워킹 및 해외 박람회 참가 지원 등 맞춤형 사업화 지원을 통해 비즈니스의 경쟁력을 강화하였다. 위원회의 이러한 노력으로 서비스 상용화(12건), 지식재산권 확보(19건), 일자리 창출(10명), 국내외 파트너십 체결(6건) 및 자금조달(4건)의 성과를 달성하였다.

그림 III-73 | 2018 대한민국 위치기반 서비스 공모전 사업화 지원 프로그램



마지막으로 위원회는 국내 위치정보 사업자(약 900개)에게 정확한 국내외 시장 환경을 제공 해주기 위해 연간 총 22건의 시장·기술·서비스 동향 보고서를 배포하여 사업 수행 기반 자료로 활용하도록 지원하였다.

표 III-52 | 위치정보 산업 동향 보고서 주요내용

표 지	월별 주요내용	
	5월	• 위치정보사업체 기업 경영 분석
	6월	• GDPR 등 글로벌 주요국의 위치정보 관련 입법 동향
	7월	• 위치정보 산업 활성화를 위한 법적, 기술적, 사회적 노력 계속
	8월	• 위치측위기술 등 국내외 위치정보 관련 표준화 동향
	9월	• 국내외 위치정보를 활용한 긴급구조 서비스 현황
	10월	• 국내외 위치정보 관련 스타트업 기술 개발 및 사업 현황
	11월	• 빅데이터, 인공지능과 결합한 위치정보

나. 위치정보사업 진입규제 완화

「위치정보법」은 2005년 제정 시, 위치정보의 오·남용으로부터 사생활을 보호하기 위하여 위치정보사업 허가·신고제, 위치정보 처리 시 사전동의제, 보호조치 의무 등 각종 규제 장치를 도입하였다. 위치정보는 사생활과 맞닿아 있는 민감한 정보로서 개인의 신상 정보가 노출될 우려가 있기 때문이다.

그러나 「위치정보법」상의 과도한 규제는 새로운 융·복합 서비스의 시장 진입과 신산업 성장을 저해하는 요인으로 지목되어 왔다.

위원회와 한국인터넷진흥원(KISA)이 수행한 위치정보 산업 실태조사에서 조사 대상 기업 중 30.4%의 기업들이 「위치정보법」 등 법·제도적 규제가 기업 운영의 장애 요인이라고 응답하였다.

표 III-53 | 「위치정보법」상 개선이 필요한 규제 현황

규 제	응답 비율
위치정보사업자 허가·신고제 등 시장 진입 규제	39.0%
개인위치정보 처리 시 사전동의제	37.0%
위치정보 보호조치 기준(기술적)	33.1%
개인위치정보 수집 후 통지 관련 규제	32.4%

자료) 위치정보 산업 실태조사, KISA, 2018

또한 조사 대상 기업들은 기타 개선이 필요한 규제로 개인정보 정의(범위) 합리화 문제, 규제 역차별 문제 등을 언급하였다.

2005년 「위치정보법」 제정 이후, 산업계는 위치정보 보호 관련 규제가 과도하다는 의견을 지속적으로 개진하였고, 그 결과 2015년 이후 산업 활성화를 위한 위치정보 보호 관련 규제 완화가 본격적으로 이루어지기 시작하였다.

표 III-54 | 산업 활성화 차원의 대표적인 위치정보 보호 규제 완화 현황

개정일자	주요내용
2015년 2월 3일	<ul style="list-style-type: none"> 사물위치정보만을 이용하는 위치기반서비스 사업자는 신고 면제 개인위치정보의 제3자 제공 시 “즉시 통보”를 30일 이내로 “모아서 통보”
2018년 4월 17일	<ul style="list-style-type: none"> 사물위치정보사업에 대한 “허가제”를 “신고제”로 완화 1인 창조기업, 소상공인에 대한 “간이 신고제” 도입 사물위치정보에 대해서는 소유자의 사전동의 면제

또한 국회와 위원회에서도 위치정보 산업 활성화를 위한 규제 개선을 지속적으로 추진 중이다. 현재 국회에 계류 중인 의원 발의안과 정부안에 위치정보 산업 활성화를 위한 위치정보 보호 관련 규제 개선 사항이 다수 포함되어 있다.

표 III-55 | 국회 계류 중인 위치정보법 개정안 중 산업 활성화 관련 규제 개선 현황

개정안	주요내용	발의일
오세정 의원안	<ul style="list-style-type: none"> 위치정보사업 휴·폐지 시 위치정보의 즉시 파기 이외에도 기술적 조치를 통해 내용을 확인할 수 없는 형태로 폐기하는 것도 인정 	2018년 4월 6일
박대출 의원안	<ul style="list-style-type: none"> 해외 사업자가 국내에서 사업을 영위하고자 할 경우, 국내에 주소 또는 영업소가 있는 자를 “대리인”으로 지정 	2018년 3월 2일
정부안 (방통위)	<ul style="list-style-type: none"> 개인위치정보 수집·이용·제공 시 사전동의 예외 추가 ※ 계약 체결·이행을 위해 불가피한 경우, 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 사전동의 예외 사유로 추가 위치정보 오·남용 행위에 대한 시정조치 및 과징금 규정 도입 위치정보 처리방침 공개, 처리위탁, 국외이전 등 규제 근거 마련 	2017년 12월 8일

이와 같이 위치정보 산업 활성화를 위한 위치정보 보호 관련 규제가 개선되었거나 추진되고 있음에도, 4차 산업 혁명 위원회의 해커톤 토론과 위원회에서 진행한 「위치정보법」 개선 연구반에서 위치정보 정의(범위) 합리화, 추가적인 시장 진입 규제 완화 등 규제 개선 요구가 지속 중이다.

위원회는 2018년 2월부터 7월까지 총 9차례 진행된 「위치정보법」 연구반 회의를 통하여 위치정보 산업 활성화를 위한 규제 개선 방안을 다음과 같이 도출하였고, 이를 바탕으로 「위치정보법」 개정안을 마련 중이다.

표 III-56 | 「위치정보법」 개선 연구반에서 도출된 규제 개선 방안

위치정보 정의(범위)	<ul style="list-style-type: none"> • 해커톤 논의 결과를 고려하여 위치정보의 정의(범위)에서 사물위치정보와 비식별 위치정보는 제외 • 기존 위치정보 및 개인위치정보는 정의 내에 두되, 사물위치정보 및 비식별 위치정보를 규제하는 개별 규정이 삭제되도록 개정 추진
진입규제 완화	<ul style="list-style-type: none"> • 개인위치정보를 대상으로 하는 위치정보 사업자에 대한 “허가제”를 “등록제”로 완화 • 개인위치정보를 대상으로 하는 위치기반서비스 사업자에 대한 신고제는 존치

다. 개인정보보호 국제협력 강화

1) EU GDPR 시행 대응

2018년 5월 EU GDPR(General Data Protection Regulation, 일반 개인정보보호법)이 시행되었다. GDPR은 최대 과징금 규모가 전 세계 매출액의 4% 또는 2천만 유로(약 125억 원)로 고액이고, EU 지역에 사업장이 없어도 EU에 거주하는 주민에게 물품, 서비스를 제공하는 기업이면 GDPR이 적용될 수 있다는 특징이 있다. GDPR 시행을 앞두고 국내 언론에서 최대 과징금 규모를 강조하는 기사가 많이 보도되어, 많은 기업들이 막연한 불안감에 사로잡히게 되었다. 이에 위원회는 GDPR에 대한 정확한 정보를 제공하고 홍보를 강화하기로 대응 방향을 정하였다.

우선 2018년 3월부터 5월까지 GDPR 관련 실태조사를 수행하여, 기업의 GDPR 인지도, 준비 정도, 애로사항 등을 파악하였다. 조사에서 기업들의 GDPR 인지도는 43%, 준비 정도는 35%로 확인되었다. 또한 기업 애로사항으로는 ‘GDPR 내용을 이해하기 어렵다’가 65%, ‘GDPR 교육 지원 확대가 필요하다’가 53%였다.

표 III-57 | GDPR 관련 기업 애로사항 및 대응 내역

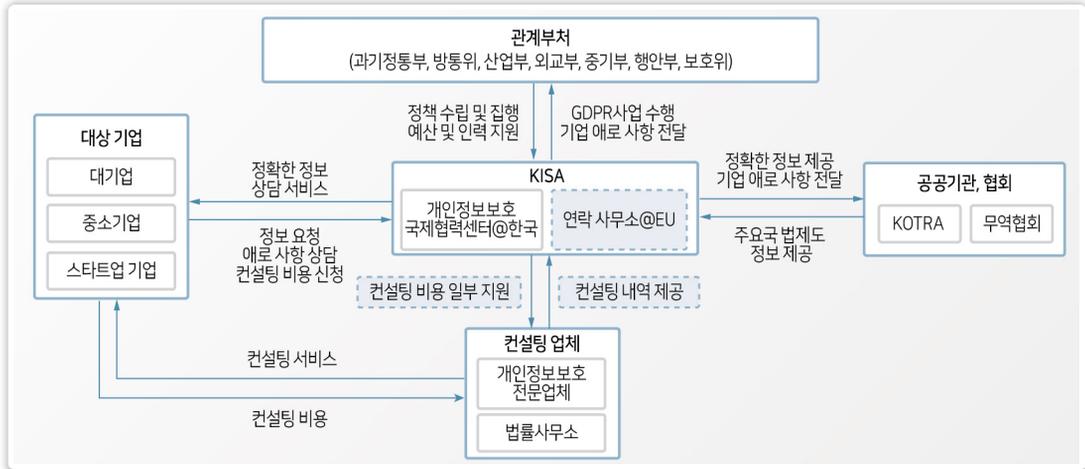
GDPR 관련 기업 애로사항	대응 내역
<ul style="list-style-type: none"> • GDPR을 준비하는 과정에서 ‘법률의 내용을 이해하기 어렵다’는 응답이 64.8%로 가장 많았음 	GDPR 가이드북 개발
<ul style="list-style-type: none"> • GDPR과 관련하여 정부에게 바라는 점에 대해 ‘GDPR 관련 교육 지원이 확대되어야 한다’는 응답이 53%로 가장 많았음 	세미나 개최 확대, 교육 동영상 개발

자료) EU 적정성 승인에 따른 효과 조사 및 분석 보고서, 한국인터넷진흥원, 2018

한편 GDPR에 대한 불안감이 확대되면서, 관계 부처가 개별 대응하는 것보다 통합 대응할 필요성이 대두되었다. 이에 2018년 5월 10일 국무조정실에서는 국정현안점검조정회의를 개최하여, ‘EU 개인정보보호법 대응 및 기업 지원 방안’을 수립하였다. 이 방안에서 홍보 및 교육 강화, 한국인터넷진흥원(KISA)을 전담 지원창구로 운영, 기업 대응 역량 강화 지원 등의 다양한

대응 방안을 수록하였다. 위원회는 범부처 대응 방안 수립 및 시행에 적극 참여하여, 효율적인 대응 체계를 구축하며 시너지 효과를 발휘하도록 하였다.

그림 III-74 | 범부처 EU GDPR 대응 체계



자료) EU 개인정보보호법 대응 및 기업 지원 방안, 관계부처, 2018

위원회는 실태 조사 결과, 범부처 대응 방안에 근거하여 GDPR 정보 제공과 홍보 활동을 수행하였다. 우선 GDPR의 주요 내용을 정리한 ‘우리 기업을 위한 EU 일반 개인정보보호법(GDPR) 가이드북’을 제작하여 배포하였다. 가이드북은 2017년에 발간한 ‘우리 기업을 위한 유럽 일반 개인정보보호법(GDPR) 1차 가이드라인’을 기반으로 셀프 체크리스트, 예시, 주요 질의 및 답변 등을 보강하였으며, 각 분야 전문가의 집필, 자문, 감수 등을 통해 완성도를 높였다. 가이드북은 GDPR 시행일인 2018년 5월 25일 북콘서트를 개최하고 공개하여 큰 호응을 받았다. 북콘서트에는 집필진이 참석하여 주요 내용을 설명하고, 즉석에서 청중에게 질문을 받고 답변하는 방식으로 진행하여, 참신한 시도라는 평가를 받았다. 또한 기업 CEO를 대상으로 GDPR의 중요성을 안내하는 레터를 발송하여 주의를 환기시켰으며, 언론보도 자료를 6회 배포하였다. 세미나의 경우, 프랑스, 네덜란드, 벨기에 등 EU 현지 설명회 6회, 국내 세미나 13회를 개최하여 GDPR의 중요성을 적극적으로 홍보하였다.

다음으로 GDPR 안내 홈페이지(gdpr.kisa.or.kr)를 개설하고, GDPR과 관련된 자료들을 모두 등록하여 편리하게 내용을 이해하고 자료를 다운받을 수 있도록 하였다. 여기에는 GDPR 및 GDPR 가이드라인의 원문과 번역본, 세미나 발표자료, 동영상 소개 자료까지 관련 자료를 모두 망라하여 제공하였다. 이외에도 이메일(gdpr@kisa.or.kr)과 전화(061-820-1805)를 이용한 상담 서비스를 230여회 제공하였다.

그림 III-75 | 국내 및 현지 GDPR 행사



표 III-58 | GDPR 관련 보도자료 배포 내역

신문매체명	보도일자	기사제목
아주경제	2018년 4월 13일	방통위, EU 사법총국 집행위원 면담...개인정보 협력 강화
뉴스헤드라인TV	2018년 5월 10일	EU의 개인정보보호 강화 대비, 기업준비사항 안내에 정부부처 한마음
연합뉴스	2018년 5월 30일	이효성 방통위원장, 방한하는 EU 집행위 베라 요르바 집행위원과 개인정보 보호 적정성 평가 논의
보안뉴스	2018년 6월 1일	방통위원장, EU 사법총국 집행위원과 한·EU 개인정보보호 적정성 평가 가속화 합의
디지털데일리	2018년 6월 23일	허욱 부위원장, EDPB 안드레아 옐리니크 위원장을 만나 개인정보보호 적정성 평가 협의
디지털데일리	2018년 10월 30일	방통위원장, 유럽의회 LIBE 위원회 대표단과 개인정보보호 협력 강화

그림 III-76 | GDPR 홈페이지, 가이드북, CEO 레터

GDPR 홈페이지	GDPR 가이드북	CEO 레터									
<p>GDPR이란?</p> <table border="1"> <tr> <td>GDPR이란?</td> <td>GDPR 주요내용</td> <td>기업의 준비사항</td> </tr> <tr> <td>GDPR vs 개인정보보호법</td> <td>GDPR FAQ</td> <td>GDPR 상담 안내</td> </tr> <tr> <td>GDPR 적용범위</td> <td>GDPR 영향성</td> <td></td> </tr> </table> <p>GDPR이란? 2018년 5월 25일부터 시행되는 EU(유럽연합)의 개인정보보호 법안이며, 동 법안 위반 시 과징금 등 행정처분이 부과될 수 있어 EU와 거래하는 우리기업도 반드시 법적 위험을 관리할 필요가 있습니다.</p> <p>GDPR 주요 변화</p> <ul style="list-style-type: none"> 이전 EU 지침은 광고주 등의 규정만 열거한 반면, GDPR은 모든 회원국이 의무적으로 준수해야 하는 광범위한 규정이라는 점에서 큰 차이가 있을(차별시 과징금 부과) 또한, GDPR은 EU 내 시민권을 증명하는 기업 뿐만 아니라 거주지/거주지를 통해 여타에서 EU 국민의 개인정보를 처리하는 기업에게도 적용됨 이외에, GDPR은 개인정보책임자(DPO) 지정 등 기업의 책임성을 강화하는 내용과 정보의 투명성 증진 등 정보주체 권리를 강화하는 내용의 추가사항을 	GDPR이란?	GDPR 주요내용	기업의 준비사항	GDPR vs 개인정보보호법	GDPR FAQ	GDPR 상담 안내	GDPR 적용범위	GDPR 영향성		<p>EU 일반 개인정보보호법 가이드북</p>	<p>유럽연합(EU) 개인정보보호법 시행 준비 안내</p> <p>안녕하십니까? 먼저 저희를 알게 하신데로 감사하고, 우리회사 전체 발전을 위해 관심하고 계신 데에 감사의 말씀을 드립니다.</p> <p>2018년 5월 25일 EU에서 GDPR(일반개인정보보호법)이 시행됩니다. "우리와 밀접한 관련이 있는 새로운 법이 시행되는 것이 무슨 문제가 있을까?" 라고 생각하시는 분들 있을 것입니다. 그렇지만 GDPR은 다음과 같은 이유로 우리 기업과 밀접한 관계가 있습니다.</p> <p>첫 번째, GDPR은 EU 28개 회원국에서 직접 적용됩니다. 35년 제정된 기존 EU 지침(Directive)은 왕국 방위에서 비롯, 지침과 28개 회원국 개인정보보호법을 통합하여 제정된 GDPR은 모든 회원국이 의무적으로 준수해야 하는 법령 규정입니다.</p> <p>두 번째, GDPR은 적용범위가 확대됩니다. EU에 사업장이서, 국민들이 살고 EU 거주자의 개인정보를 처리하는 기업뿐 아니라, EU에 사업장이 없더라도 전체 EU 홈페이지, 제품 판매 EU 거주자에게 상품 서비스를 제공하는 기업도 일 적용대상자 될 수 있습니다.</p>
GDPR이란?	GDPR 주요내용	기업의 준비사항									
GDPR vs 개인정보보호법	GDPR FAQ	GDPR 상담 안내									
GDPR 적용범위	GDPR 영향성										

표 III-59 | 국내·현지 GDPR 세미나 개최 내역

구분	일자	제목	장소
국내 (13회)	2017년 5월 29일	GDPR 규제 강화 대응 설명회	무역협회
	2017년 10월 13일	GDPR 오픈 세미나	서울 리버사이드호텔
	2017년 11월 20일	한·EU 기업간담회	EU집행위, 벨기에
	2017년 12월 11일	우리 기업을 위한 GDPR 세미나	서울 프레지던트호텔
	2018년 2월 23일	EU 개인정보보호법(GDPR) 설명회	코스닥협회
	2018년 4월 11일	EU GDPR 대응 포럼	코엑스
	2018년 4월 27일	우리 기업을 위한 GDPR 대응 세미나(1차)	KISA
	2018년 5월 4일	우리 기업을 위한 GDPR 대응 세미나(2차)	KISA
	2018년 5월 11일	우리 기업을 위한 GDPR 대응 세미나(3차)	KISA
	2018년 5월 25일	GDPR 가이드북 북콘서트	교보빌딩
	2018년 9월 17일	제1차 개인정보보호 정책 세미나	KISA
	2018년 10월 30일	제2차 개인정보보호 정책 세미나	KISA
	2018년 12월 14일	제3차 개인정보보호 정책 세미나	KISA
해외 현지 (6회)	2017년 12월 8일	무역협회 벨기에 지부(KBA) 주관 세미나 발표	파리, 힐튼호텔
	2018년 2월 27일	GDPR 사업자 간담회	네덜란드 한국대사관
	2018년 4월 19일	GDPR 워크숍	벨기에 한국대사관
	2018년 6월 22일	GDPR 설명회 및 기업간담회	프랑스 한국대사관
	2018년 9월 19일	GDPR 설명회 및 기업간담회	헝가리 한국대사관
	2018년 9월 21일	GDPR 설명회 및 기업간담회	오스트리아 한국대사관

위원회는 이러한 다양한 노력을 통해 기업들의 막연한 두려움을 해소하고, 차분한 GDPR 대응 분위기를 조성할 수 있었다.

2) EU 적정성 결정 추진

EU GDPR의 시행에 따라 EU 진출 한국 기업이 수집한 개인정보는 원칙적으로 EU 역외 이전이 금지되었다. GDPR에서는 역외 이전을 위해서 표준 개인정보보호 조항 등 보호조치 적용을 명시하고 있다. 그렇지만 EU 집행위원회에서 특정 국가의 개인정보보호 수준이 적정하다고 결정(adequacy decision)하면, 해당 국가로의 개인정보 이전은 다른 보호조치가 없어도 가능해진다. 즉 한국이 적정성 결정을 받으면, EU에 진출한 한국 기업들은 추가적인 비용과 노력을 들이지 않아도 수집한 개인정보를 한국으로 이전하여 활용할 수 있다.

이를 위하여 2017년 위원회와 한국인터넷진흥원은 「정보통신망법」에 근거한 적정성 승인을 추진하기로 결정하였다. 이후 EU 집행위원회와 22회 화상·대면회의를 개최하여 양측의 법률·제도에 대한 상호 이해를 도모하고 있다. 2017년 11월 이효성 위원장은 EU 집행위원회를 방문

하여, 적정성 승인을 조속히 추진하기로 협의하고 공동성명을 발표하였다. 2018년 5월 위원회는 베라 요로바(Věra Jourová) EU 집행위원 방한 시, 국무총리 예방, 방송통신위원회·외교부·법무부장관 등 고위급 면담 및 공동성명을 통해 적정성 평가를 가속화하기로 합의하였다. 2018년 6월 위원회 허욱 부위원장은 EU에 방문하여, LIBE 위원회 클로드 모라에스(Claude Moraes) 위원장과 EDPB 안드레아 엘리니크(Andrea Jelinek) 의장을 만나 연내 한국 방문을 제안하고, 한·EU 간 협력 강화를 약속하였다. 2018년 10월 EU LIBE 위원회(EU 의회 시민 자유·사법·내무 위원회) 방한 시, 위원장 면담을 통해 한-EU 적정성 평가에 필요한 이해를 높였다.

그림 III-77 | EU 적정성 결정 추진을 위한 협력 내역



3) APEC CBPR 도입 기반 마련

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

위원회와 행정안전부는 아시아태평양경제협력체(이하 APEC)에서 2011년에 개발한 CBPR(Cross-Border Privacy Rules) 도입을 추진하고 있다. CBPR은 회원국 공통의 개인정보보호

기준으로 활용되기 위하여 마련된 것이며, 국내 도입 시 국외로 이전된 우리 국민의 개인정보 보호 수준을 제고할 것으로 기대된다. 위원회와 행정안전부는 관련부처 및 산학연 전문가들의 의견을 수렴하여 2016년 APEC에 공동 가입신청서를 제출하였으며, 2017년 6월 APEC로부터 승인을 받았다.

이에 위원회와 행정안전부는 2017년 전문가 등의 의견 수렴을 통하여 CBPR의 국내 실효적인 운영을 위한 도입 정책과 운영 체계를 개발하였고, 이를 바탕으로 한국인터넷진흥원이 국내 CBPR 인증기관으로 승인받기 위하여 2017년 12월 APEC에 신청서를 제출하였다.

위원회는 2018년 2월 및 8월 APEC 회의, 2018년 6월 한미 ICT 정책 포럼, 2018년 9월 인증 제도 간담회 등을 통해 이해당사자 의견을 수렴하였다. 또한 인증기관 지정을 위한 보고서 (initial report)를 작성하고, 인증 제도 운영을 위한 인증기준 해설서 등을 개발하였다. 2019년 한국인터넷진흥원이 CBPR 인증기관으로 승인받으면, 모의 심사를 수행하고 기업 대상 홍보를 진행할 예정이다.

그림 Ⅲ-78 | APEC 회의



4) 국제협의체 참여 확대

국경 간 개인정보의 이동이 증가하고 데이터의 경제적 가치가 높아지면서 세계적으로 자국민의 개인정보를 보호하고 자국 기업에 유리한 환경을 조성하기 위한 규제가 강화되고 있다. 상이한 개인정보보호 법체계가 운용되는 환경에서 우리 국민의 개인정보를 보호하고 기업의 경쟁력 강화를 위해 위원회는 개인정보보호 관련 국제협의체 참여를 확대해 긴밀한 국제협력 체계 구축에 힘썼다.

이를 위해 위원회는 우리나라의 개인정보보호 체계와 경험을 공유하여 국제사회에 기여하기

위해 APEC SOM 정례회의(연 2회), 싱가포르 ABLI 포럼(2월), 제36차 CoE 108(6월), 제40차 ICDPPC(10월) 등 다수의 국제회의에 참석하여 주요 의제를 분석하고 대응하였다.

위원회는 2월과 8월에 개최된 제1차·3차 APEC 고위 관리급 회의(SOM1·SOM3) 산하 개인정보보호 분과 회의에 참석하여 아태 지역 국가들의 개인정보보호 정책 동향을 파악하고 관계 기관과의 협력 체계를 구축하였다. 특히 APEC CBPR 회원국의 제도 운영 현황 및 도입 경과 등을 분석해, 향후 안정적인 국내 CBPR 도입 전략과 제도 활성화 정책 등을 모색하였다. 또한 해외 CBPR 인증기관과의 대면 회의를 통해 제도 도입 과정에서 실질적으로 필요한 제반 사항들을 점검하는 등 구체적인 인증기관 운영 방안을 논의하였다.

5월과 12월에 참석한 제49차·50차 아시아 태평양 개인정보보호 감독기구(APPA) 정례회의에서는 AI와 빅데이터, 자율주행차량 등 신기술 활용 과정에서 발생할 수 있는 개인정보보호 관련 이슈에 대하여 논의하였다. 특히 정례회의 기간 동안 위원회는 페이스북 개인정보 유출 사건 대응을 위해 영국 개인정보 감독기구(ICO)와 대면 회의를 개최하였다. 회의 결과, 위원회는 향후 페이스북 조사와 관련하여 필요한 자료 공유를 위해 ICO와 양해 각서를 체결하기로 합의하였다.

그림 Ⅲ-79 | APPA 및 ICO 회의



ABLI(Asia Business Law Institute)는 아시아 태평양 지역 주요 개인정보보호 감독기구, 학계, 관련 분야 전문가 등을 중심으로 2016년 1월 싱가포르에 설립된 법제 및 정책 연구기관이다. 위원회는 ABLI에서 ‘개인정보 국외이전을 위한 아시아 법체계’란 주제로 개최된 ABLI Forum에 참여해 국내 개인정보보호 정책에 대해 발표하고, 싱가포르·일본·홍콩·호주 등 20여개 아시아 태평양 국가들에 대한 법제 및 정책 동향을 파악하였다.

그림 III-80 | ABLI 회의



유럽의회(Council of Europe)의 CoE 108호 조약은 유럽인권협약 제8조에 따라 유럽의회에서 1981년 제정한 세계 최초의 개인정보보호 조약이다. 기술 발전과 사회 변화를 반영한 현대화(modernisation)의 필요성이 대두되어 2018년 5월 개정하였다. 2018년 6월 허욱 부위원장은 프랑스 스트라스부르 유럽의회 본부에서 개최된 제36차 정기총회에 참석해 우리나라의 개인정보보호 법제와 체계, 동향을 소개하였다.

2018년 10월 위원회는 제40차 국제 개인정보보호 감독기구 협의체 총회(International Conference of Data Protection and Privacy)에 정회원 자격으로 참석하여, 각국의 개인정보 보호 관계자와 협력 체계를 강화하였다.

그림 III-81 | CoE 108 및 ICDPPC 회의





부록



부 록

1. 2018년도 회계 결산

가. 결산 총괄

부록 표-1 | 2018년도 회계 결산 총괄 현황

(단위: 백만 원, %)

구분		예산액(A)	예산현액(B)	결산액(C)	집행률(C/B)
세입	계	834,638	844,895	1,244,716	147.3
	일반회계	31,652	41,909	57,310	136.7
	방송통신발전기금	802,986	802,986	1,187,406	147.9
세출	계	237,640	238,615	237,783	99.7
	일반회계	55,450	56,425	55,608	98.6
	방송통신발전기금	182,190	182,190	182,175	100.0

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

나. 프로그램별 총괄표

부록 표-2 | 프로그램 총괄 현황

(단위: 백만 원)

구분	세출예산현액	지출액
합 계	238,615	237,783
<일반회계>	56,425	55,608
2100항 공정하고 안전한 방송통신환경 조성	17,309	17,304
2300항 방송인프라 개선	12,120	12,120
7100항 방송통신 행정지원	26,996	26,184
<방송통신발전기금>	182,190	182,175
3100항 행복한 방송통신 환경조성	172,200	172,185
3200항 공정하고 안전한 방송통신 환경조성	9,990	9,990

다. 방송통신발전기금

(1) 재정상태

부록 표-3 | 방송통신발전기금 재정상태 현황

(단위 : 백만 원, %)

구분	2018년(A)	2017년(B)	증감(A-B)	
			금액	비율
자 산	840,640	486,620	354,020	72.8
부 채	864,747	633,213	231,534	36.6
순 자 산	△24,107	△146,593	122,486	83.6

주) 재정상태표는 방송통신발전기금 전체 금액임(2018년 12월 31일 기준), △ : 감소

(2) 재정운영

부록 표-4 | 방송통신발전기금 재정운영 결과

(단위 : 백만 원, %)

구분	2018년(A)	2017년(B)	증감(A-B)	
			금액	비율
프로그램순원가(Ⅰ)	613,518	692,167	△78,649	△11.4
관리운영비(Ⅱ)	4,001	3,738	263	7.0
비배분비용(Ⅲ)	2	1,659	△1,657	△99.9
비배분수익(Ⅳ)	553,110	533,803	19,307	3.6
재정운영순원가 (V=Ⅰ+Ⅱ+Ⅲ-Ⅳ)	64,411	163,761	△99,350	△60.7
비교환수익(Ⅵ)	186,720	181,330	5,390	3.0
재정운영결과(VⅦ=V-Ⅵ)	△122,309	△17,569	△104,740	△596.2

주) 재정운영표는 방송통신발전기금 전체 금액임(2018년 12월 31일 기준), △ : 감소

2. 방송통신위원회 회의 안건 목록

부록 표-5 | 위원회 회의 안건 목록

회차	일자	구분	안건명
1차	1월 4일(목)	의결	한국방송공사 보궐이사 추천에 관한 건
		의결	방송문화진흥회 이사 및 감사 해임에 관한 건
2차	1월 5일(금)	보고	「2018 방송통신위원회 방송대상」상상 계획(안)에 관한 사항
3차	1월 8일(월)	의결	방송문화진흥회 보궐이사 임명에 관한 건
4차	1월 23일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬금지 법규위반 사업자의 행정처분에 관한 건
		의결	협찬금지 법규위반 행정처분사업자의 의견제출에 관한 건
		의결	방송분쟁조정위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
5차	1월 24일(수)	의결	위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반에 대한 시정조치에 관한 건 - 가상통화 거래사이트 운영 8개사 -
		의결	이통3사 및 유통점의 단말기유통법 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
6차	1월 30일(화)	의결	이통3사 법인영업 및 대형유통점의 단말기유통법 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	(재)극동방송에 대한 외국자본 출연 승인에 관한 건
7차	2월 13일(화)	의결	시청자권익보호위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
		의결	종합유선방송사업자 시설 변경허가 사전동의를 관한 건
8차	2월 14일(수)	의결	(주)케이티에 대한 전기통신사업법의 요금반환 재정에 관한 건
		의결	한국방송공사 보궐이사 추천에 관한 건
		의결	방송문화진흥회 보궐이사 임명에 관한 건
		의결	SK텔레콤(주)에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		의결	케이티파워텔(주)에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		보고	행정조사 정비를 위한 법령 일괄 개정안에 관한 사항
		보고	SK텔레콤(주) 재정사건에 대한 알선분과위원회 결과 보고에 관한 사항
보고	「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 시행령」 일부개정령안에 관한 사항		
9차	2월 21일(수)	의결	한국교육방송공사 보궐이사 임명에 관한 건
		의결	위치정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반한 12개사에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	방송광고판매대행사업자 소유제한 위반사항에 대한 행정처분에 관한 건
		보고	정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률 시행령 일부 개정령안에 관한 사항
		보고	「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 시행령」 일부개정령안 등에 관한 사항
10차	2월 23일(금)	보고	스마트 수어방송 상용화 추진 계획에 관한 사항
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
11차	3월 7일(수)	의결	협찬금지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건
		의결	오비에스경인티브이(주)의 재허가 조건 위반에 대한 시정명령에 관한 건

회차	일자	구분	안건명
12차	3월 20일(화)	의결	(주)아프리카티비에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		의결	(주)케이티에 대한 전기통신사업법의 요금반환 재정에 관한 건
13차	3월 21일(수)	의결	2018년도 지상파DMB 방송국 재허가 세부계획(안)에 관한 건
		의결	위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		의결	페이스북 접속경로 변경 관련 전기통신사업법 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	2017년도 방송시장경쟁상황평가 결과에 관한 사항
14차	3월 28일(수)	의결	(주)이스트소프트의 개인정보 유출사고에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	방송통신·온라인 분야 개인정보보호 자율규제 기본계획에 관한 사항
15차	3월 30일(금)	의결	「방송통신위원회 재정 및 알선 등에 관한 규정」 일부개정안 관한 건
		의결	「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
16차	4월 4일(수)	의결	「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 시행령」 일부개정안 등에 관한 건
17차	4월 6일(금)	의결	종합유선방송사업자 시설 변경허가 사전동의에 관한 건
		보고	「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 시행에 관한 방송통신위원회 규정」 등 일부개정안에 관한 사항
18차	4월 20일(금)	보고	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 사항
		보고	「이동통신 단말기 국내·외 출고가 비교 공시」에 관한 사항
		보고	「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 일부개정안에 관한 사항
19차	4월 24일(화)	보고	「방송통신위원회 회의운영에 관한 규칙」 일부개정안에 관한 사항
20차	5월 2일(수)	의결	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 건
		보고	「방송법·전파법·한국교육방송공사법·방송문화진흥회법」 일부개정안에 관한 사항
21차	5월 8일(화)	의결	(주)케이티모빌리언스에 대한 전기통신사업법의 서비스이용정지처지 재정에 관한 건
22차	5월 11일(금)	의결	2017년도 방송평가 기본계획(안)에 관한 건
		보고	「방송법 시행령」 일부개정령안에 관한 사항
23차	5월 16일(수)	의결	2017년도 2~4분기 재난방송 미실시 방송사업자에 대한 과태료 부과에 관한 건 - 한국방송공사 등 11개 방송사업자 -
		의결	2018년도 지상파방송사업자 재허가 세부계획(안)에 관한 건
24차	5월 23일(수)	의결	2019년도 예산안 및 방송통신발전기금 운용계획안에 관한 건
		의결	행정조사 정비를 위한 법령 일괄개정에 관한 건
		의결	유료방송사업(재)허가 등 사전동의 기본계획 변경에 관한 건
		의결	위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		보고	온라인 활용 저해규제 정비를 위한 행정규칙 일괄개정안에 관한 사항
25차	5월 24일(목)	의결	「방송통신위원회 회의운영에 관한 규칙」 일부개정안에 관한 건
		의결	종합유선방송사업자 시설 변경허가 사전동의에 관한 건
		의결	위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 시행에 관한 방송통신위원회 규정 등 일부개정안에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건

회차	일자	구분	안건명
26차	5월 30일(수)	의결	「전기통신사업법」 일부개정안에 관한 건
		의결	개인정보 유출사업자 법규 위반사항 시정조치에 관한 건
		보고	「전파법 시행령」 일부개정안에 관한 사항
		보고	「공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정에 관한 고시」 제정(안)에 관한 사항
		보고	「방송법」 일부개정안에 관한 사항
27차	6월 7일(목)	의결	2017년도 2~4분기 재난방송 미 실시 방송사업자에 대한 과태료 부과에 관한 건 - 한국방송공사 등 11개 방송사업자 -
		의결	종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건
		의결	2018년 전기통신사업자 이용자보호업무 평가계획(안)에 관한 건
28차	6월 11일(월)	의결	미디어다양성위원회 위원 위촉에 관한 건
		의결	방송시장경쟁상황평가위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
29차	6월 18일(월)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
30차	6월 27일(수)	의결	「방송법·전파법·한국교육방송공사법 및 방송문화진흥회법」 일부개정안에 관한 건
		의결	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 일부개정안에 관한 건
		의결	위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		의결	「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 일부개정안에 관한 건
		보고	「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항」(고시) 일부개정안에 관한 사항
31차	6월 29일(금)	의결	(주)엘지유플러스에 대한 전기통신사업법 상 요금반환 재정의 기간연장에 관한 건
		보고	2017년도 방송사업자 재산상황 공표에 관한 사항
32차	7월 2일(월)	의결	한국방송공사·방송문화진흥회·한국교육방송공사 임원 선임계획에 관한 건
33차	7월 4일(수)	의결	「개인정보 및 위치정보의 보호 위반행위에 관한 과태료 부과 지침」 전부개정(안)에 관한 건
		의결	메가스터디교육(주)의 개인정보보호법규 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	「개인정보보호 관리체계 인증 등에 관한 고시」 전부개정안에 관한 사항
34차	7월 10일(화)	의결	SK텔레콤(주)에 대한 전기통신사업법의 위약금면제해지 재정에 관한 건
		의결	방송심의 재심에 관한 건 - (주)문화방송 특집MBC 뉴스데스크 -
35차	7월 11일(수)	의결	라디오방송국(FM) 신규허가 기본계획(안)에 관한 건
		의결	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	2017년도 장애인복지채널 인정조건 미이행 조치방안에 관한 사항
36차	7월 16일(월)	보고	「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 사항
		의결	종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건
37차	7월 18일(수)	의결	공익채널선정 및 장애인복지채널 인정에 관한 고시 제정안에 관한 건
		의결	2017년도 방송사업자 시청점유율 산정에 관한 건
		보고	방송법 시행령 일부개정안에 관한 사항
38차	7월 20일(금)	의결	온라인 활용 저해규제 정비를 위한 행정규칙 일괄개정에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자의 행정처분에 관한 건

회차	일자	구분	안건명
39차	7월 27일(금)	의결	한국방송공사 이사 추천 및 방송문화진흥회 이사 임명 관련 후보자 선정 등에 관한 건
40차	8월 1일(수)	의결	「방송법 시행령」 일부개정령안에 관한 건
		보고	종편PP-TV홈쇼핑 연계편성 현황점검 및 검토 결과에 관한 사항
41차	8월 7일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
42차	8월 8일(수)	의결	위성방송국 신규 허가 사전동의에 관한 건
		보고	협찬고지 등에 관한 규칙 일부 개정에 관한 사항
43차	8월 10일(금)	의결	방송문화진흥회 임원 선임에 관한 건
44차	8월 28일(화)	의결	한국방송공사 이사 추천에 관한 건
45차	8월 31일(금)	의결	한국교육방송공사 이사 후보자 선정 등에 관한 건
46차	8월 31일(금)	의결	방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항 일부개정안
		의결	중계유선방송사업자 변경허가 사전동의에 관한 건
47차	9월 4일(화)	의결	위치정보사업자 신규허가에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	(주)한웨이소핑의 개인정보보호 법규 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	「방송광고 결합판매 지원고시」 일부개정안에 관한 사항
		보고	2018년 방송콘텐츠 제작역량 평가 기본계획에 관한 사항
48차	9월 7일(금)	의결	한국교육방송공사 이사 선임에 관한 건
		의결	2017년도 장애인방송 제공의무 이행실적 평가에 관한 건
		의결	(주)씨제이헬로와 태백·통일케이بل넷 간 협업계약 관련 시정권고에 관한 건
		보고	「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 시행에 관한 방송통신위원회 규정」 등 일부개정안에 관한 사항
49차	9월 10일(월)	의결	미디어다양성위원회 보궐위원 위촉에 관한 건
50차	9월 12일(수)	의결	「전파법 시행령」 일부개정안에 관한 건
		의결	라디오방송국(FM) 신규허가에 관한 건
51차	9월 17일(월)	의결	(주)엘지유플러스에 대한 전기통신사업법의 요금반환 재정에 관한 건
		의결	방송심의 재심에 관한 건 - (주)조선방송 -
		의결	협찬고지 등에 관한 규칙 일부 개정에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규 위반 사업자의 행정처분에 관한 건
52차	9월 18일(화)	의결	「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 건
		보고	「방송통신위원회 지역사무 업무처리 내부위임에 관한 규정」 제정(안)에 관한 사항
		보고	「방송통신사업 금지행위 등에 대한 업무 처리 규정」 일부개정안에 관한 사항
		보고	「방송통신위원회 조사절차에 관한 세부 업무처리 지침」 제정(안)에 관한 사항
		보고	「온라인 개인정보 처리 가이드라인」 일부 개정안에 관한 사항
53차	10월 2일(화)	의결	방송통신위원회 지역사무 업무처리 내부위임에 관한 규정 제정(안)에 관한 건
		보고	종합유선방송사업자 변경허가 사전동의에 관한 건
		보고	본인확인기관(신용카드사)의 지정심사 계획에 관한 사항

회차	일자	구분	안건명
54차	10월 8일(월)	의결	SK텔레콤(주)에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		의결	(주)에스에이에 대한 전기통신사업법의 요금감액 재정에 관한 건
		의결	보편적시청권보장위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
		의결	방송심의 재심에 관한 건 - (주)조선방송 TV조선 뉴스 7 -
55차	10월 12일(금)	의결	대표번호 카드결제서비스 관련 전기통신사업법 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건 - 유선통신 및 밴(VAN)사업자 등 20개사 -
		보고	「방송광고판매대행사업자 허가·변경허가·재허가 등의 절차 및 기준」 일부개정안에 관한 사항
		보고	「방송평가에 관한 규칙」 일부개정안에 관한 사항
56차	10월 16일(화)	의결	「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 시행에 관한 방송통신위원회 규정」등 일부개정안에 관한 건
		의결	방송평가위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
57차	10월 23일(화)	의결	종합유선방송사업자 변경허가 사전동의에 관한 건
		의결	「방송광고 결합판매 지원고시」 일부 개정안에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		보고	「전파법 시행에 관한 방송통신위원회 규칙」 일부개정안에 관한 사항
58차	10월 25일(목)	의결	전기통신사업법 위반 특수유형부가통신사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	국민신문고 등 민원 관련 유통점의 단말기유통법 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	「통신서비스 맞춤형 피해구제 기준(이동통신분야)」에 관한 사항
		보고	「방송광고판매대행 등에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 사항
		보고	방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 일부개정안에 관한 사항
59차	10월 31일(수)	의결	(주)티브로드 및 (주)티브로드동대문방송 방송채널 차단 행위의 금지행위 위반에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	2018년도 1~2분기 재난방송 미실시 방송사업자에 대한 과태료 부과에 관한 건
		의결	「개인정보보호 관리체계 인증 등에 관한 고시」 전부개정안에 관한 건
		보고	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 사항
60차	11월 6일(화)	보고	방송광고판매대행 관련 고시 일괄 정비에 관한 사항
61차	11월 7일(수)	의결	국민신문고 등 민원 관련 유통점의 단말기유통법 위반행위 시정조치 안건의 수정의결에 관한 건
62차	11월 9일(금)	보고	방송산업 활성화와 균형발전을 위한 방송광고 정책방향에 관한 사항
		보고	「장애인방송 편성 및 제공 등 장애인 방송접근권 보장에 관한 고시」 일부개정안에 관한 사항
63차	11월 12일(월)	의결	한국교육방송공사 사장 후보자 선정 등에 관한 건
		의결	방송법 시행령 일부개정안에 관한 건
		의결	방송법 일부개정안에 관한 건
64차	11월 14일(수)	보고	이동통신 서비스 및 단말장치 온라인 판매 가이드라인 제정에 관한 사항

회차	일자	구분	안건명
65차	11월 20일(화)	의결	SK텔레콤(주)에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		의결	(주)딜라이브강남케이블티브이에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		의결	LG U+에 대한 전기통신사업법의 위면해지 및 요금 반환 재정에 관한 건
		의결	「방송광고판매대행사업자 허가·변경허가·재허가 등의 절차 및 기준」 일부개정안에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자의 행정처분에 관한 건
66차	11월 21일(수)	의결	2019~2020년도 공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정에 관한 건
		의결	「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 일부개정안에 관한 건
67차	11월 28일(수)	의결	개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	「방송평가에 관한 규칙」 일부개정안에 관한 건
		보고	인터넷개인방송 유료후원아이템 결제 관련 가이드라인 제정안에 관한 사항
68차	12월 4일(화)	의결	「방송통신사업 금지행위 등에 대한 업무 처리 규정」 일부개정안에 관한 건
		의결	방송광고판매대행 관련 고시 일괄 정비에 관한 건
69차	12월 5일(수)	의결	한국교육방송공사 사장 임명 동의에 관한 건
		의결	재허가조건 위반 지상파방송사업자에 대한 시정명령에 관한 건
70차	12월 12일(수)	의결	농협은행(주) 신규 본인확인기관 지정에 관한 건
		의결	개인위치정보사업 신규허가에 관한 건
		의결	2018년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과에 관한 건
		보고	종합편성·보도전문 방송채널사용사업자 '17년도 이행실적 점검결과에 관한 사항
		보고	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 사항
		보고	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 사항
71차	12월 19일(수)	의결	(주)엘지유플러스의 개인정보 법규위반에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	2017년도 방송평가 결과에 관한 건
		보고	유선 결합상품(초고속인터넷·유료방송) 해지절차 간소화 제도개선에 관한 사항
71차	12월 19일(수)	보고	2018년 등록대상 방송사업자 콘텐츠 제작역량 평가결과에 관한 사항
72차	12월 20일(목)	의결	「전파법 시행에 관한 방송통신위원회 규칙」 일부개정안에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자의 행정처분에 관한 건
73차	12월 26일(수)	의결	한국방송공사 감사 임명에 관한 건
		의결	2018년도 지상파방송사업자 재허가에 관한 건
		의결	2018년도 지상파DMB 방송국 재허가에 관한 건
		보고	공영방송 지배구조 개선 등 방송관계법 개정 관련 의견서에 관한 사항
		보고	「공동체라디오방송 활성화 방안」 마련에 관한 사항
		보고	종합편성 방송채널사용사업자 채널의 의무송출 제도개선(안)에 관한 사항
		보고	방송사업자 재허가·재승인 사전 기본계획(안)에 관한 사항
		보고	「인터넷 상생발전 협의회」 정책 제안서 보고에 관한 사항

3. 2018년도 주요 연월표

부록 표-6 | 2018년도 주요 연월표

2018년 1월

일 자	추진 내용
1월 2일	방송통계 포털(mediastat.or.kr) 서비스 개시
1월 8일	방송문화진흥회 보궐이사 선임
1월 9~15일	김석진 상임위원, 국제전자제품박람회(CES) 참관 및 MBC America 등 방문
1월 10일	이호성 위원장, 케빈 마틴 페이스북 부사장 면담
1월 11일	방송콘텐츠 가치정보 분석시스템(racoi.or.kr) 서비스 개시
1월 12일	2018년도 위치정보사업 허가계획 발표
1월 19일	고삼석 상임위원, 외주제작시장 불공정관행 개선 회의 개최
1월 23일	제8기 방송분쟁조정위원회 위원 위촉
1월 26일	터널 내 재난방송 수신환경 실태조사 결과 발표
1월 29일	2018년 정부업무보고 실시
1월 30일	2018년 주요업무계획 발표
1월 30일	인터넷윤리교육을 통한 청소년 윤리 의식개선 분석 결과 발표
1월 30일	제10기 시청자권익보호위원회 위원 위촉
1월 31일	이호성 위원장, 서울지방경찰청 방문 및 소통 특강 개최
1월 31일	이호성 위원장, 한국광고주협회 간담회 개최

■ 이호성 위원장, 케빈 마틴 페이스북 부사장 면담



■ 고삼석 상임위원, 외주제작시장 불공정관행 개선 회의 개최



■ 이호성 위원장, 서울지방경찰청 방문 및 소통 특강 개최



■ 이호성 위원장, 한국광고주협회 간담회 개최



2018년 2월

일 자	추진 내용
2월 1일	음성스팸 실시간 차단 시스템 운영 실시
2월 1일	2017년도 방송매체 이용행태조사 결과 발표
2월 1일	이효성 위원장, 평창동계올림픽 지상파 초고화질(UHD) 방송 준비상황 점검
2월 6일	이효성 위원장, 서울·고양 스마트시티 시범사업 현장 방문
2월 8일	이효성 위원장, 지역방송발전위원회 위원 위촉장 수여
2월 9일	이효성 위원장, 드라마 제작환경 개선을 위한 간담회 개최
2월 12일	2017년 사이버폭력 실태조사 결과 발표
2월 14일	방송문화진흥회 보궐이사 선임
2월 21일	한국교육방송공사 보궐이사 선임
2월 21일	스마트 수어방송 서비스 상용화 추진 계획 수립
2월 23일	인터넷 상생발전 협의회 출범
2월 26일	국내드라마 해외 인터넷반응 조사 결과 발표
2월 26일~3월 1일	이효성 위원장, 미국·프랑스·스페인·영국 방송통신 규제기관장과 글로벌 협력관계 강화

이효성 위원장, 평창동계올림픽 지상파 초고화질(UHD) 방송 준비상황 점검



■ 이효성 위원장, 서울·고양 스마트시티 시범사업 현장 방문



■ 이효성 위원장, 지역방송발전위원회 위원 위촉장 수여



■ 인터넷 상생발전 협의회 출범



■ 이효성 위원장, 미국·프랑스·스페인·영국 방송통신 규제기관장과 글로벌 협력관계 강화



2018년 3월

일 자	추진 내용
3월 2일	이효성 위원장, 영국 BBC, Ofcom 방문 및 방송통신 교류협력 확대 추진
3월 6일	고삼석 상임위원, 중요 방송시설 해빙기 안전점검
3월 7일	외주제작 가이드라인 제정 TF 구성 및 1차 회의 개최
3월 8~9일	이효성 위원장, 광주·나주지역 방송통신 현장 방문
3월 12일	2018년 제1차 클린인터넷방송협의회 개최
3월 21일	2017년도 방송시장경쟁상황평가 결과 발표
3월 22일	이효성 위원장, 문화방송(MBC) 현장 방문
3월 22~23일	한-중국 FTA 서비스투자 1차 후속협상 참가 및 대응
3월 26일	인터넷 상 아이디(계정) 불법거래 집중단속 실시
3월 27일	찾아가는 방송통신교실 제9기 어르신 강사단 발대식 개최
3월 28일	방송·통신·온라인분야 개인정보보호 자율규제 기본계획 수립
3월 29일	2017년 하반기 스팸 유통현황 분석결과 발표
3월 29일	제9기 한국인터넷드림단 발대식 개최
3월 29일	공영방송 지배구조 개선 등을 위한 방송미래발전위원회 공개 토론회 개최
3월 29일	이효성 위원장, 홈쇼핑시장 상생환경 조성을 위한 간담회 개최

■ 이효성 위원장, 영국 BBC, Ofcom 방문 및 방송통신 교류협력 확대 추진



■ 고삼석 상임위원, 중요 방송시설 해빙기 안전점검



■ 이효성 위원장, 문화방송(MBC) 현장 방문



■ 제9기 한국인터넷드림단 발대식 개최



■ 방송미래발전위원회 공개 토론회 개최



■ 2018년 제1차 클린인터넷방송협의회 개최



■ 찾아가는 방송통신교실 제9기 어르신 강사단 발대식 개최



■ 이효성 위원장, 흡소핀시장 상생환경 조성을 위한 간담회 개최



2018년 4월

일 자	추진 내용
4월 4일	찾아가는 방송통신교실 제9기 강사단 발대식 개최
4월 5일	이효성 위원장, 방송채널 사용사업자(PP)업계 대표자 간담회 개최
4월 5일	고삼석 상임위원, 이동통신 유통점 현장 방문
4월 7~12일	표철수 상임위원, NAB 최신 방송기술 동향 파악 및 유튜브 면담
4월 8~13일	허욱 부위원장, 프랑스·네덜란드 등 방송콘텐츠 해외 진출 지원 및 EU와 개인정보보호 협력 강화
4월 17일	한-베트남 방송프로그램 공동제작협정 체결 추진을 위한 국장급협의체 5차 회의 개최 및 협정문(안) 합의 가서명
4월 17~18일	이효성 위원장, 한국민영방송의 날 기념식 참석 및 제주지역 방송통신 현장 방문
4월 23일	2018 방송통신위원회 방송대상 시상식 개최
4월 26일	이효성 위원장, KT 고객센터 현장 방문 및 상담사 오찬 간담회 개최
4월 30일	이효성 위원장, IPTV업계 의견수렴을 위한 대표자 간담회 개최

■ 찾아가는 방송통신교실 제9기 강사단 발대식 개최



■ 고삼석 상임위원, 이동통신 유통점 현장 방문



■ 이효성 위원장, 방송채널 사용사업자(PP)업계 대표자 간담회 개최



■ 허욱 부위원장, 프랑스·네덜란드 등 방송콘텐츠 해외 진출 지원 및 EU와 개인정보보호 협력 강화



■ 2018 방송통신위원회 방송대상 시상식 개최



■ 이호성 위원장, KT 고객센터 현장 방문 및 상담사 오찬 간담회 개최



■ 이호성 위원장, IPTV업계 의견수렴을 위한 대표자 간담회 개최



2018년 5월

일 자	추진 내용
5월 1일	방송통신위원회 조직 혁신 방안 보고회 개최
5월 4일	아름다운 인터넷 세상 광주 인터넷윤리 체험관 개소식 개최
5월 10~12일	고삼석 상임위원, 제15회 아시아미디어서밋 참석
5월 17일	이효성 위원장, KBS 본사 방송재난 대응훈련 점검
5월 24일	정보이용료 알리미서비스 취약계층 확대 시행 발표

■ 방송통신위원회 조직 혁신 방안 보고회 개최



■ 아름다운 인터넷 세상 광주 인터넷윤리 체험관 개소식 개최



■ 고삼석 상임위원, 제15회 아시아미디어서밋 참석



■ 이효성 위원장, KBS 본사 방송재난 대응훈련 점검



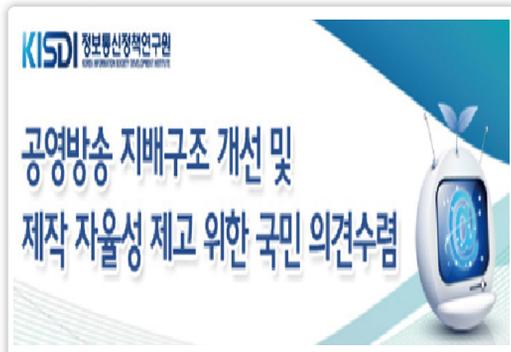
2018년 6월

일 자	추진 내용
6월 1일	이효성 위원장, 한·EU 개인정보보호 적정성 평가 가속화 합의 공동성명 발표
6월 8~18일	공영방송 지배구조 개선 등을 위한 방송미래발전위원회 대국민 공개 의견수렴
6월 11일	제5기 미디어다양성위원회 및 제4기 방송시장경쟁상황평가위원회 위원 위촉
6월 12일	디지털 성범죄 영상물 유통방지 관련 웹하드 사업자 설명회 개최
6월 15일	이효성 위원장과 허육 부위원장, KBS 관악산 송신소 현장 방문
6월 15일	고삼석 상임위원, SBS 현장 방문
6월 15일	2018년 제1회 방송통신 정책고객 대표자 회의 개최
6월 17~23일	고삼석 상임위원, 혁신성장 및 방송통신 규제 관련 캐나다·미국 ICT기업 산업현장 방문
6월 18~23일	허육 부위원장, 유럽연합(EU)의회 LIBE 상임위 위원장과 한·EU 개인정보보호 적정성 평가 논의
6월 19일	방송사업자 대상 노동시간 단축 설명회 개최
6월 22일	방송통신 국민정책참여단 출범식 개최
6월 22일	이효성 위원장, 한국방송협회 회장단 간담회 개최
6월 25~28일	김석진 상임위원, 싱가포르 정보통신미디어개발청(IMDA) 및 개인정보보호위원회(PDPC)와 개인정보보호분야 국제협력 논의
6월 27일	허육 부위원장, 인도네시아 방송위원회(KPI) 상임위원과 양자면담 실시
6월 27일	고삼석 상임위원, 아시아태평양방송연맹(ABU) 회장과 양자면담 실시
6월 28일	이효성 위원장, 태국 국가방송통신위원회(NBTC) 부위원장과 양자면담 실시
6월 28일	2018 방송 공동제작 국제 콘퍼런스 개최
6월 29일	2017 회계연도 방송사업자 재산상황 공표

■ 이효성 위원장, 한·EU 개인정보보호 적정성 평가 가속화 합의 공동성명 발표



■ 공영방송 지배구조 개선 등을 위한 방송미래발전위원회 대국민 공개 의견수렴



2018년 6월

■ 디지털 성범죄 영상물 유통방지 관련 웹하드 사업자 설명회 개최



■ 이효성 위원장과 허욱 부위원장, KBS 관악산 송신소 현장 방문



■ 고삼석 상임위원, SBS 현장 방문 및 임원진 간담회 개최



■ 2018년 제1회 방송통신 정책고객 대표자 회의 개최



■ 허욱 부위원장, 유럽연합(EU)의회 LIBE 상임위 위원장과 한·EU 개인정보보호 적정성 평가 논의



■ 방송통신 국민정책참여단 출범식 개최



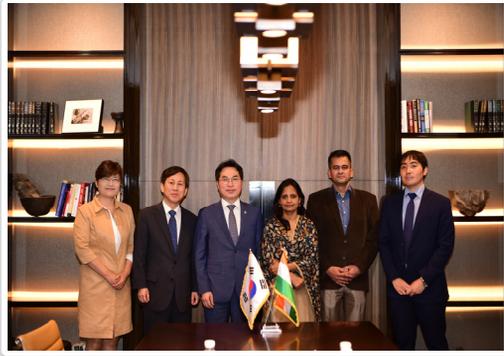
■ 이효성 위원장, 한국방송협회 회장단 간담회 개최



■ 허욱 부위원장, 인도네시아 방송위원회(KPI) 상임위원과 양자면담 실시



■ 고삼석 상임위원, 아시아태평양방송연맹(ABU) 회장과 양자면담 실시



■ 이효성 위원장, 태국 국가방송통신위원회(NBTC) 부위원장과 양자면담 실시



■ 2018 방송 공동제작 국제 콘퍼런스 개최



2018년 7월

일 자	추진 내용
7월 2일	이효성 위원장, KBS 제작현장 방문
7월 6일	고삼석 상임위원, 광주지역 방송사 현장 방문
7월 6일	방송통신위원회-여성가족부 디지털 성범죄 영상물 유통방지 대책 간담회 개최
7월 6일	제7기 자체평가위원회 위원 위촉식 개최
7월 11일	제7회 정보보호의 날 기념식 개최
7월 11~13일	한-중국 FTA 서비스투자 2차 후속협상 참가 및 대응
7월 13일	이효성 위원장, KBS·MBC·SBS 용문산 송신소 현장 방문
7월 18일	2017년도 방송사업자 시청점유율 산정결과 발표
7월 18일	공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정에 관한 고시 제정
7월 19일	이효성 위원장, 2018년 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가위원 위촉 및 간담회 개최
7월 20일	이효성 위원장, 인터넷 상생 발전을 위한 현장 방문 및 간담회 개최
7월 27일	한-베트남 방송프로그램 공동제작협정 체결 추진을 위한 국장급협의체 6차 회의 개최
7월 31일	디지털성범죄 영상물 유통 집중점검 중간결과 발표

이효성 위원장, KBS 제작현장 방문



고삼석 상임위원, 광주지역 방송사 현장 방문



■ 방송통신위원회-여성가족부 디지털 성범죄 영상물 유통 방지 대책 간담회 개최



■ 제7기 자체평가위원회 위원 위촉식 개최



■ 제7회 정보보호의 날 기념식 개최



■ 이효성 위원장, KBS·MBC·SBS 용문산 송신소 현장 방문



■ 이효성 위원장, 2018년 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가위원 위촉 및 간담회 개최



■ 이효성 위원장, 인터넷 상생 발전을 위한 현장 방문 및 간담회 개최



2018년 8월

일 자	추진 내용
8월 1일	고삼석 상임위원, MBC 방송제작현장 방문 및 방송스태프 노동조합 간담회 개최
8월 2일	국내드라마 2018년 1차 해외 인터넷반응 조사 결과 발표
8월 8일	표철수 상임위원, 개인정보보호 교육 현장 방문
8월 13~14일	2018 한국인터넷드림단 하계캠프 개최
8월 22일	김석진 상임위원, 2018년 정보통신망법 적용 스타트업 등 중소기업자 대상 개인정보보호 특별교육 현장 방문
8월 23일	제3회 개인정보보호 모의재판 경연대회 개최
8월 23일	김석진 상임위원, 2018년 대전미디어페스티벌 참석
8월 23일	이효성 위원장, 태풍 '솔릭' 관련 재난방송 제작·송출 현장점검
8월 28일	한국-캐나다 시청각 공동제작협정 체결 추진을 위한 국장급 협의회 발족 합의
8월 30일	방송평가 제도개선 공개토론회 개최
8월 31일	2017년 N스크린 시청행태 조사 결과 발표

■ 고삼석 상임위원, MBC 방송제작현장 방문 및 방송스태프 노동조합 간담회 개최



■ 표철수 상임위원, 개인정보보호 교육 현장 방문



■ 2018 한국인터넷드림단 하계캠프 개최



■ 김석진 상임위원, 2018년 정보통신망법 적용 스타트업 등 중소사업자 대상 개인정보보호 특별교육 현장 방문



■ 제3회 개인정보보호 모의재판 경연대회 개최



■ 이효성 위원장, 태풍 '솔릭' 관련 재난방송 제작·송출 현장점검



■ 김석진 상임위원, 2018년 대전미디어페스티벌 참석



■ 방송평가 제도개선 공개토론회 개최



2018년 9월

일 자	추진 내용
9월 4일	2018년 방송콘텐츠 제작역량 평가 기본계획 발표
9월 4일	한국방송광고진흥공사 사장 임명
9월 6일	2018 아름다운 인터넷 세상 선포식 개최
9월 7일	한국교육방송공사 이사 선임
9월 7일	2017년도 장애인방송 제공실적 평가결과 발표
9월 12일	지상파라디오방송국(극동 전북FM, CBS 광주음악FM) 신규허가 의결
9월 13일	이효성 위원장, 시청각장애인용 TV 보급현장 방문
9월 14일	이효성 위원장, 5G·UHD 등 방송통신 기술개발 현장 방문
9월 14일	2018 인터넷드림 창작동요·음악제 개최
9월 17일	한-캐나다 시청각 공동제작협정 체결 추진을 위한 국장급협의체 1차 회의 개최
9월 17일~11월 16일	2018 인터넷 내 정보 지키미 캠페인 실시
9월 18일	방송·통신·온라인 분야 개인정보보호 자율규제 정책 설명회 개최
9월 20일	2018년 상반기 스팸 유통현황 분석보고서 발표

■ 한국방송광고진흥공사 사장 임명



■ 이효성 위원장, 5G·UHD 등 방송통신 기술개발 현장 방문



■ 2018 아름다운 인터넷 세상 선포식 개최



■ 이효성 위원장, 시청각장애인용 TV 보급현장 방문



■ 2018 인터넷드림 창작동요·음악제 개최



2018년 10월

일 자	추진 내용
10월 1일	고삼석 상임위원, 방송통신 분야 정책현장 방문
10월 5일	방송통신위원회 혁신자문단 위촉
10월 8일	고삼석 상임위원, 미디어 혁신성장 관련 정책현장 방문
10월 8일	제6기 보편적시청권보장위원회 위원 위촉
10월 12일	2018 세계우수광고 상영회 개최
10월 15일	이효성 위원장, 케이블TV 업계 의견수렴을 위한 대표자 간담회 개최
10월 16일	제9기 방송평가위원회 위원 위촉
10월 17일	김석진 상임위원, 방송통신 이용자 도전골든벨 행사 참석
10월 18일	고삼석 상임위원, 이동통신 서비스 맞춤형 피해구제기준 업무협약 체결
10월 18일	이효성 위원장, 2018 장애인미디어축제 참석
10월 24일	방송통신위원회-경기도, 경기시청자미디어센터 설립 및 운영에 관한 업무협약 체결
10월 24일	방송통신위원회-한국방송광고진흥공사, 2018 공익광고제 개최
10월 30일	이효성 위원장, 유럽연합(EU) LIBE 위원회 대표단과 개인정보보호 협력 강화

■ 방송통신위원회 혁신자문단 위촉



■ 고삼석 상임위원, 미디어 혁신성장 관련 정책현장 방문



■ 이효성 위원장, 케이블TV 업계 의견수렴을 위한 대표자 간담회 개최



■ 김석진 상임위원, 방송통신 이용자 도전골든벨 행사 참석



■ 고삼석 상임위원, 이동통신 서비스 맞춤형 피해구제기준 업무협약 체결



■ 이효성 위원장, 2018 장애인미디어축제 참석



■ 방송통신위원회-경기도, 경기시청자미디어센터 설립 및 운영에 관한 업무협약 체결



■ 이효성 위원장, 유럽연합(EU) LIBE 위원회 대표단과 개인 정보보호 협력 강화



2018년 11월

일 자	추진 내용
11월 1~10일	방송통신분야 정부혁신 우수사례 국민심사 실시
11월 6일	고삼석 상임위원, 시청자미디어재단과 AIBD간 국제세미나 참석
11월 8일	고삼석 상임위원, 부산지역 방송통신 현장 방문
11월 9일	방송광고 제도 개선에 대한 정책방향 발표
11월 9일	이효성 위원장, 상생 방송제작을 위한 독립창작자 인권선언문 선포식 참석
11월 13일	이효성 위원장, TV홈쇼핑 및 납품업체 대표자 간담회 개최
11월 13일	인터넷 상생발전을 위한 워크숍 개최
11월 14일	이동통신 서비스 및 단말장치 온라인 판매 가이드라인 발표
11월 16일	2018 남북 방송통신 국제컨퍼런스 개최
11월 21일	2019~2020년도 공익채널 선정 및 장애인복지채널 인정
11월 21일	고삼석 상임위원, 시청자 권익보호를 위한 간담회 개최
11월 21일	방송통신 정부혁신 콘서트 개최
11월 22일	2018년 미디어교육 컨퍼런스 개최
11월 23일	고삼석 상임위원, 광주지역 방송통신 정책현장 방문
11월 28일	방송·통신·온라인 분야 개인정보보호 자율규제 심의평가위원회 구성
11월 30일	2018 인터넷 윤리대전 개최

■ 고삼석 상임위원, 시청자미디어재단과 AIBD 간 국제 세미나 참석



■ 이효성 위원장, 상생 방송제작을 위한 독립창작자 인권 선언문 선포식 참석



이효성 위원장, TV홈쇼핑 및 납품업체 대표자 간담회 개최



인터넷 상생발전을 위한 워크숍 개최



2018 남북 방송통신 국제컨퍼런스 개최



고삼석 상임위원, 시청자 권익보호를 위한 간담회 개최



방송통신 정부혁신 콘서트 개최



방송·통신·온라인 분야 개인정보보호 자율규제 심의평가위원회 구성



2018 인터넷 윤리대전 개최



2018년 12월

일 자	추진 내용
12월 3일	이효성 위원장, 5G 망구축 운용 현황 점검 현장 방문
12월 4일	방송채널사용사업자(PP) 협의회 간담회 개최
12월 6일	2018 시청자미디어대상 시상식 개최
12월 7일	방송프로그램 외주제작 거래 가이드라인 공개토론회 개최
12월 10일	2018년 하반기 방송통신 정책고객 대표자 회의 개최
12월 11일	사이버 명예훼손 제도 개선 토론회 개최
12월 12일	전기통신사업자 이용자 보호업무 평가 결과 발표
12월 12일	2018 개인정보보호인의 밤 행사 개최
12월 13일	2018년 방송산업 실태조사 결과 발표
12월 13일	인터넷 상생발전 협의회 개최
12월 14일	이효성 위원장, KBS 북감악산 중계소 현장 방문
12월 14일	한-태국 방송프로그램 공동제작협정 체결 추진을 위한 국장급협의체 2차 회의 개최
12월 19일	2018년 방송콘텐츠 제작역량 평가결과 발표
12월 19일	2017년도 방송평가 결과 발표
12월 26일	2018년도 지상파방송사업자 재허가 의결
12월 26일	종합편성 방송채널사용사업자 채널의 의무송출 제도개선안 마련
12월 27일	공영방송 지배구조 개선 등을 위한 정책 의견서 국회 제출

■ 이효성 위원장, 5G 망구축 운용 현황 점검 현장 방문



■ 방송채널사용사업자(PP) 협의회 간담회 개최



■ 2018 시청자미디어대상 시상식 개최



■ 2018년 하반기 방송통신 정책고객 대표자 회의 개최



■ 사이버 명예훼손 제도 개선 토론회 개최



■ 2018 개인정보보호인의 밤 행사 개최



■ 인터넷 상생발전 협의회 전체회의 개최



■ 이효성 위원장, KBS 북감악산 중계소 현장 방문



4. 영문 약어

부록 표-7 | 영문 약어

약어	내용
ABLI(Asia Business Law Institute)	아시아 태평양 지역 개인정보보호 법제 및 정책 연구기관
ABU(Asia & Pacific Broadcasting Union)	아시아 태평양 방송연합
AEPD(Agencia Espanola de Protection de Datos)	스페인 정보보호국
AI(Artificial Intelligence)	인공지능
AIE(Advertising In Education)	공익광고 교육현장 활용교육
AMS(Asia Media Summit)	아시아 방송 정상회담
APEC(Asia-Pacific Economic Cooperation)	아시아 태평양 경제협력체
API(Application Programming Interface)	응용 프로그래밍 인터페이스
APPA(Asia Pacific Privacy Authorities)	아시아 태평양 개인정보보호 감독기구
AR(Augmented Reality)	증강 현실, 실제 환경에 가상 사물이나 정보를 합성하여 원래의 환경에 존재하는 사물처럼 보이도록 하는 컴퓨터 그래픽 기법
ARCEP(Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes)	프랑스 통신우정규제청
ARS(Automatic Response Service)	자동 응답 서비스
ASEAN(Association of South-East Asian Nations)	동남아시아 국가 연합
ATF(Asia Television Forum)	아시아 텔레비전 포럼
ATM(Automatic Teller Machine)	현금 자동 입출금기
ATSC(America National Television Standards Committee)	미국 텔레비전 표준협의회
BBC(British Broadcasting Corporation)	영국 공영방송사
BCA(BroadcastAsia)	아시아 국제 방송장비 박람회
BCM(Busan Contents Market)	부산 콘텐츠 마켓
BJ(Broadcasting Jockey)	방송 스트리머, 인터넷 방송을 하는 방송인들을 지칭하는 용어
BMWi(Bundes-Minsiterium für Wirtschaft)	독일 연방경제부
CBPR(Cross-Border Privacy Rules)	글로벌 개인정보보호 인증체계
CEO(Chief Executive Officer)	최고 경영자
CES(Consumer Electronics Show)	국제 전자제품 박람회
CG(Computer Graphics)	컴퓨터 그래픽스

약어	내용
KCK(Canada-Korea Conference on Science and Technology)	한국-캐나다 과학기술정보통신 컨퍼런스
CMMA(Communic Asia)	국제 정보통신 박람회
CoE(Council of Europe)	유럽의회
CP(Contents Provider)	콘텐츠 제공사업자
CPO(Chief Privacy Officer)	개인정보책임자
DM(Direct Mail)	직접발송 우편
DMB(Digital Multimedia Broadcasting)	음성, 영상 등 다양한 멀티미디어 신호를 디지털 방식으로 휴대용 IT기기에 제공하는 방송 서비스
DNA(Digital Network Architecture)	디지털 네트워크 구조
EDPB(European Data Protection Board)	유럽 개인정보보호위원회
EU(European Union)	독일, 프랑스, 아일랜드, 벨기에 등이 속한 유럽연합
FM(Frequency Modulation)	변조신호에 따라 반송파의 진폭은 변하지 않고 주파수만이 변화하는 주파수 변조방식
FTA(Free Trade Agreement)	자유 무역 협정
GDPR(General Data Protection Regulation)	개인정보보호법
GPL(General Public License)	일반 공용 사용권
GZDOC(Guangzhou International Documentary Film Festival, China)	광저우 다큐피칭포럼
ICDPPC(International Conference of Data Protection and Privacy)	국제 개인정보보호 감독기구 협의체 총회
ICO(Information Commissioner's Office)	영국 개인정보 감독기구
ID(Identification)	컴퓨터를 사용할 때 사용자를 식별하기 위한 식별기호
IDFA(International Documentary Film Festival Amsterdam)	네덜란드 암스테르담 국제다큐영화제
IMDA(Infocommunications Media Development Authority)	싱가포르 정보통신미디어개발청
IoT(Internet of Things)	사물인터넷(생활 속 사물들을 유무선 네트워크로 연결해 정보를 공유하는 환경)
IPTV(Internet Protocol Television)	초고속 인터넷망을 이용하여 제공되는 양방향 텔레비전 서비스
KI(Korea communications commission Index)	시청자평가지수
KPI(Komisi Penyiaran Indonesia)	인도네시아 방송위원회
KTX(Korea Train eXpress)	대한민국에서 운행 중인 초고속열차

약어	내용
LIBE (Committee on Civil Liberties, Justice and Home Affairs)	유럽의회 시민자유, 사법, 내무위원회
MCH (Department of Canadian Heritage)	캐나다 문화유산부
MCI (Ministry of Communications and Information)	싱가포르 통신정보부
MCN (Multi-Channel Network)	다중채널네트워크(1인 혹은 중소 콘텐츠 창작자들과 제휴해 마케팅, 저작권 관리, 콘텐츠 유통 등을 지원, 관리하는 사업)
MIC (Ministry of Information and Communications)	베트남 정보통신부
MIPTV (Marché International des Programmes de Télévision)	국제 방송영상콘텐츠 마켓
MMS (Multi-Mode-Service)	지상파 멀티 모드 서비스(주파수 1개 대역으로 여러 채널을 전송하는 방송 방식)
MoA (Memorandum of Agreement)	합의각서
MOC (Ministry of Culture)	태국 문화부
MOI (Ministry of Information)	캄보디아 공보부
MWC (Mobile World Congress)	이동통신산업전시회
NAB (National Association of Broadcasters)	미국 방송사업자들의 자율기구
NBTC (National Broadcasting Telecommunications Commission)	태국 국가방송통신위원회
Ofcom (Office of Communications)	영국 방송통신규제위원회
OTT (Over the top)	개방된 인터넷을 통하여 방송 프로그램, 영화 등 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스
PC (Personal Computer)	개인용 컴퓨터
PD (Product Director)	제작자라는 뜻의 텔레비전 방송국의 프로그램기획자
Pol (Point of Interest)	주요 시설물, 역, 공항, 터미널, 호텔 등을 좌표로 전자 수치 지도에 표시하는 데이터
PP (Program Provider)	방송 채널 사용 사업자
SMS (Short Message Service)	문자 메시지 서비스
SNI (Server Name Indication)	서버 이름 표시
SO (System Operator)	종합유선방송사업자
SOM (Senior Officials' Meeting)	고위관리회의
SRT (Super Rapid Train)	대한민국 수서발 고속열차
UCNet (Unsolicited Communications Enforcement Network)	국제 스팸대응 협의체

약어	내용
UHD(Ultra High Definition)	지상파 초고화질
USIM(Universal Subscriber Identity Module)	범용 가입자 식별 모듈(가입자 정보를 탑재한 sim 카드와 uicc가 결합된 형태의 카드)
VAN(Value Added Network)	회선을 소유하는 사업자로부터 통신회선을 빌려서, 부가적인 통신서비스를 새롭게 구성한 통신망
VOD(Video On Demand)	영상 기반 서비스를 전화선이나 케이블을 통해 제공하는 영상 서비스 사업
VR(Virtual Reality)	가상 현실, 컴퓨터 등을 사용한 인공적인 기술로 만들어낸 실제와 유사하지만 실제가 아닌 환경이나 상황, 혹은 그 기술 자체를 의미

5. 방송통신산업 부문별 현황

방송통신산업 전체 매출액

(단위 : 조 원)



방송통신서비스 매출액

(단위 : 조 원)



방송통신기기 매출액

(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 방송통신서비스는 통신, 방송, 정보서비스를 의미함
 자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2019

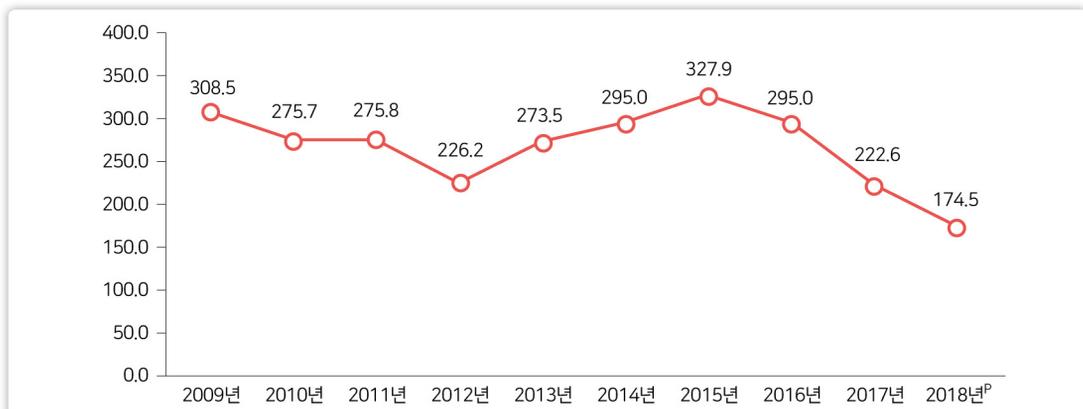
방송통신기기 수출액

(단위 : 억 달러)



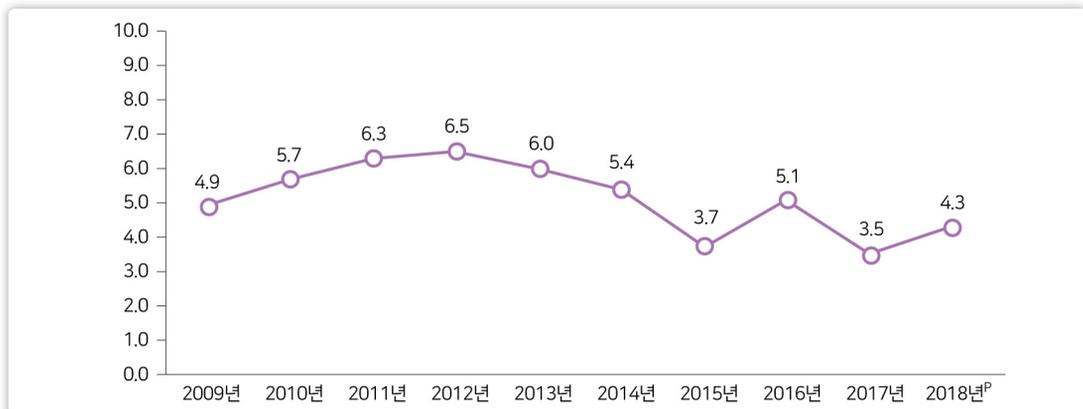
통신기기 수출액

(단위 : 억 달러)



방송기기 수출액

(단위 : 억 달러)

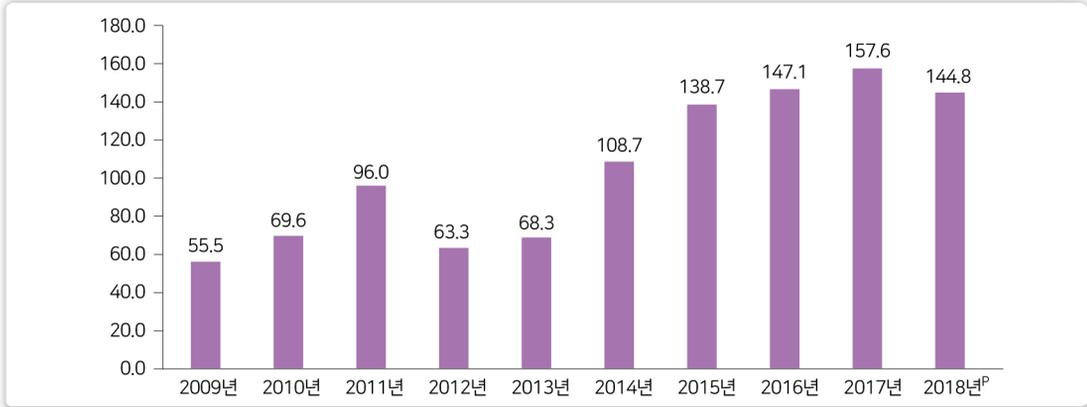


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2019

방송통신기기 수입액

(단위 : 억 달러)



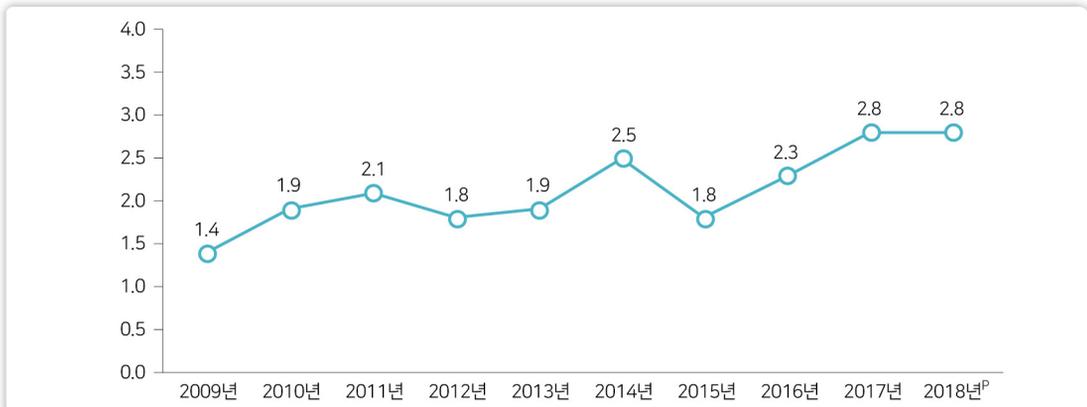
통신기기 수입액

(단위 : 억 달러)



방송기기 수입액

(단위 : 억 달러)



주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2019

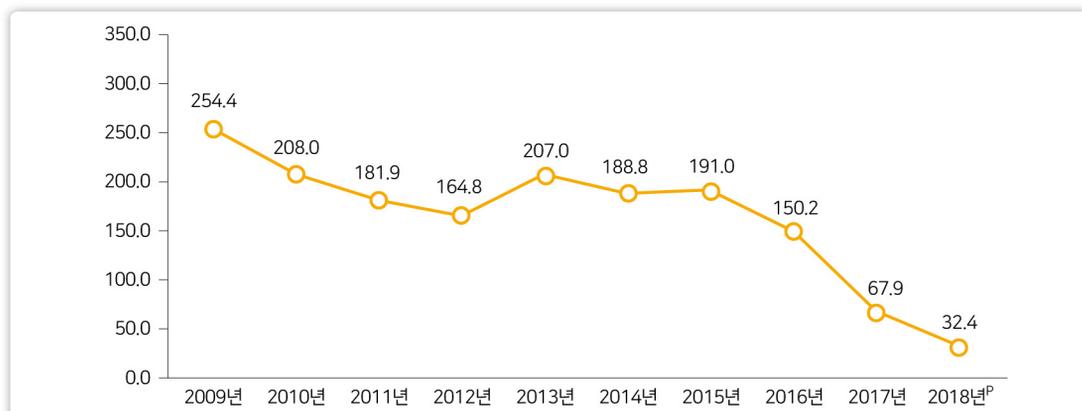
방송통신기기 무역수지

(단위 : 억 달러)



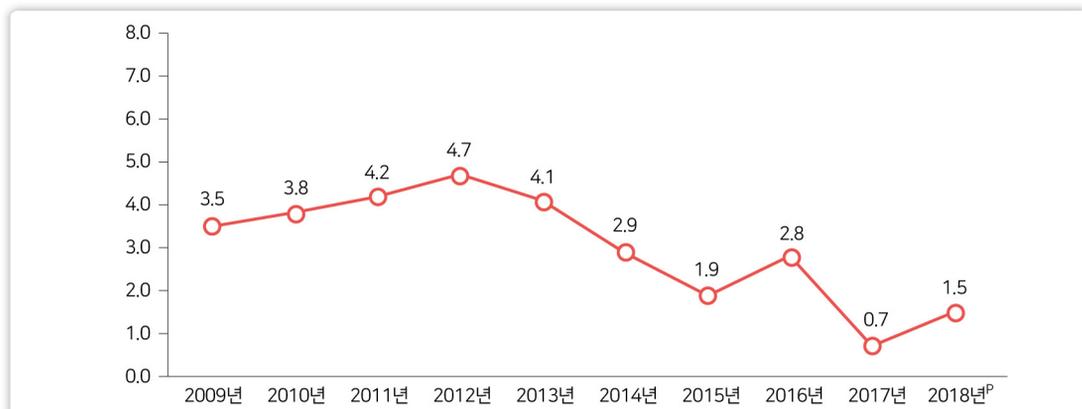
통신기기 무역수지

(단위 : 억 달러)



방송기기 무역수지

(단위 : 억 달러)

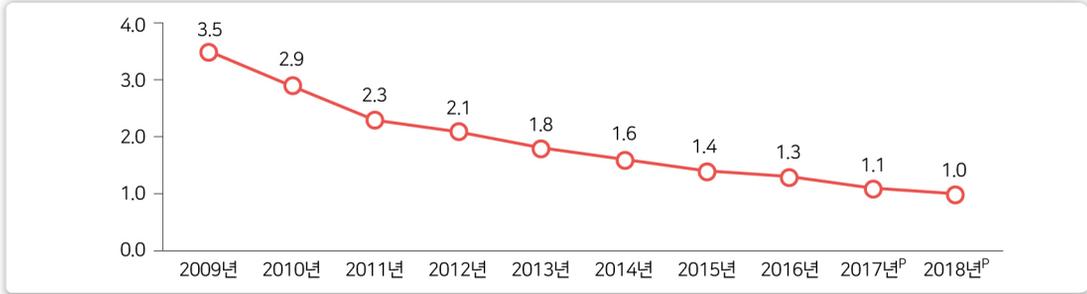


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2019

시내전화 매출액

(단위 : 조 원)



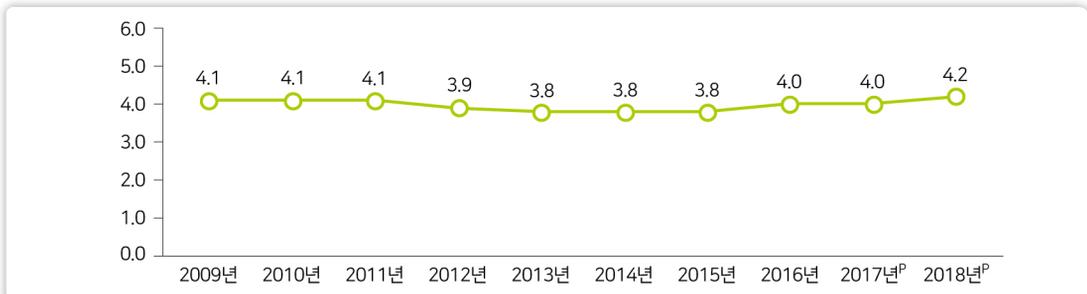
인터넷전화 매출액

(단위 : 조 원)



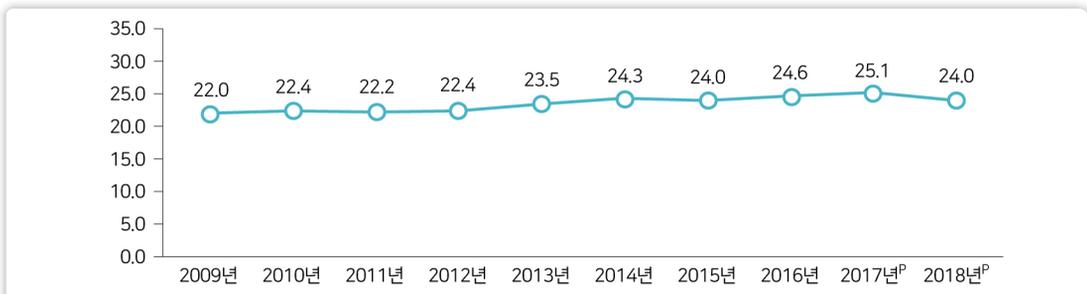
초고속인터넷 매출액

(단위 : 조 원)



이동통신서비스 매출액

(단위 : 조 원)

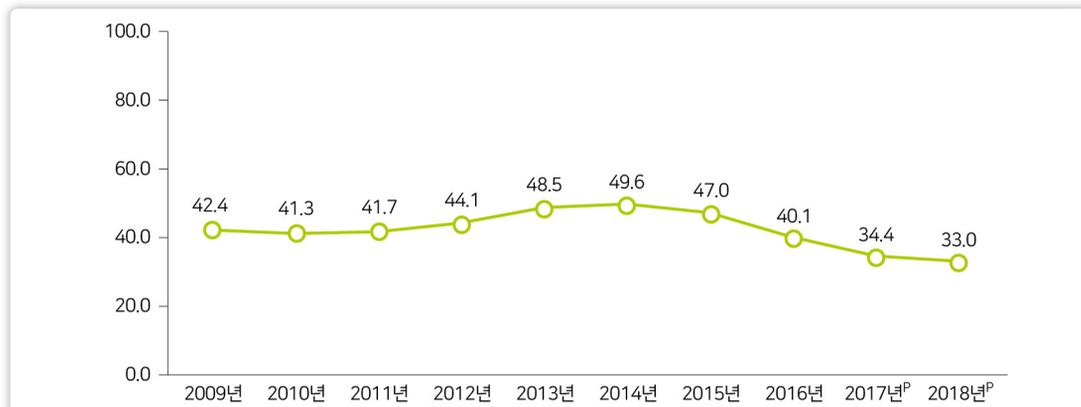


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2019

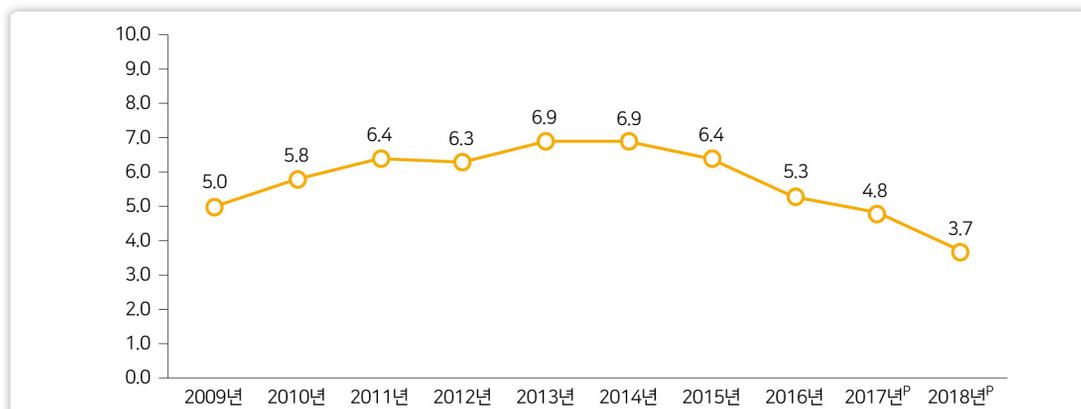
휴대단말기 생산액

(단위 : 조 원)



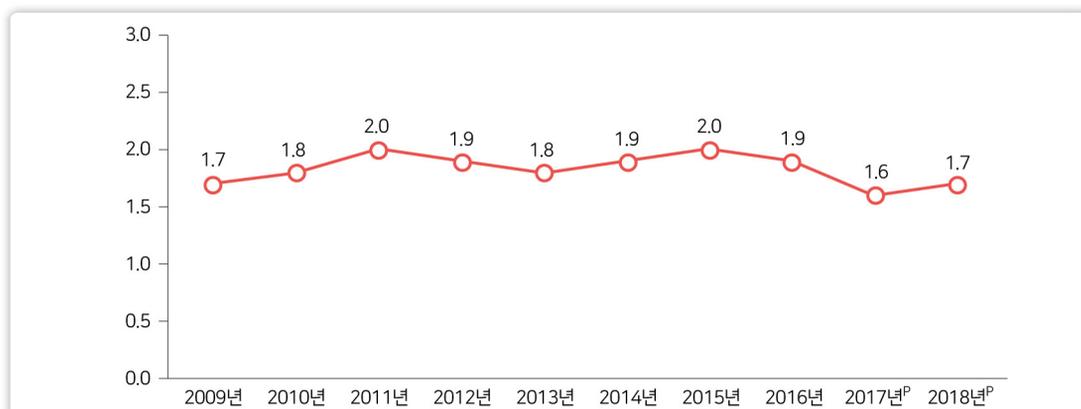
DTV 생산액

(단위 : 조 원)



셋톱박스 생산액

(단위 : 조 원)

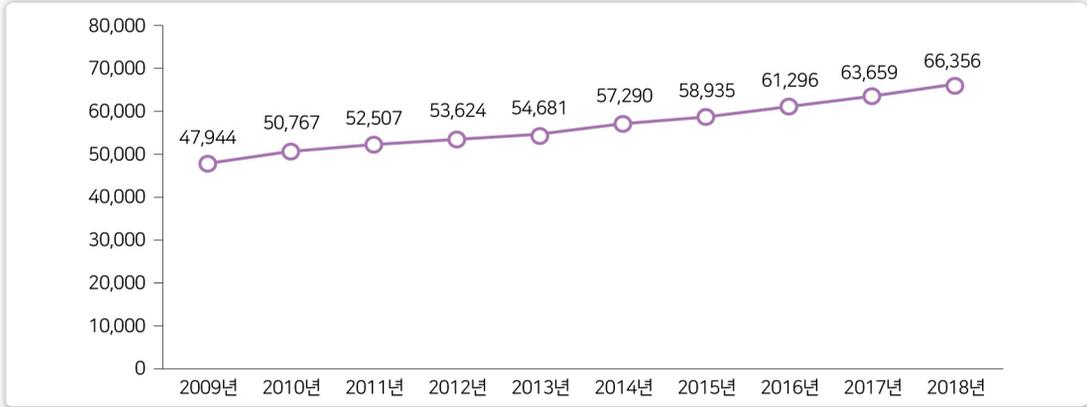


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2019

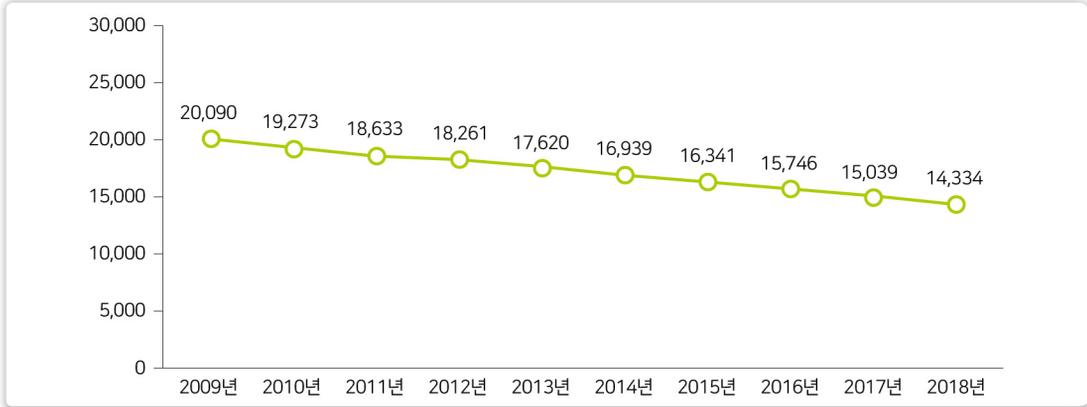
이동전화 가입자 수

(단위 : 천 명)



시내전화 가입자 수

(단위 : 천 명)



주) 연도별 12월 기준, 이동전화의 경우 태블릿 PC, 무선 데이터 모뎀, M2M 화선 등을 포함
 자료) 과학기술정보통신부, 2019

2018 방송통신위원회 연차보고서

발행일 2019년 3월

발행처 방송통신위원회
경기도 과천시 관문로 47(중앙동), 2동
대표전화: 02)500-9000
E-mail: webmaster@kcc.go.kr
Homepage: www.kcc.go.kr

비매품