



방송통신위원회 연차보고서

Korea Communications Commission
Annual Report

20
19

본 연차보고서는
「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제16조에 따라
국회에 제출하기 위하여 작성한
2019년 방송통신위원회 업무수행에 관한 보고서입니다.

발 간 사



2019년은 미디어의 소비와 광고가 빠르게 모바일로 이전되고 방송통신시장의 인수합병과 글로벌 사업자의 국내 진입이 본격화되는 등 생존을 위한 경쟁이 과거 어느 때보다 치열해진 한 해였습니다.

방송통신위원회는 급변하는 방송통신환경에 대응하여 방송의 공적 역할을 강화하고 방송통신서비스의 활성화를 지원하며 공정하고 건전한 방송통신시장 환경을 조성하기 위해 노력하였습니다.

먼저, 방송의 공공성·공정성과 사회적 책임 강화를 위해 노력을 기울였습니다. 공론화를 통해 공영방송 지배구조 개선 및 방송 편성·제작 자율성 제고를 위한 정책 의견서를 마련하는 한편, 재난 주관 방송사의 역할을 강화하고 재난방송 수신환경을 개선하여 국민 안전을 확보하는데 주력하였습니다.

또한, 방송통신분야의 공정경쟁 및 상생환경 조성을 위한 제도적 개선을 추진 하였습니다. 방송사업자와 외주제작사 간 투명한 거래질서 확립을 위한 가이드라인을 마련하였으며, 국내외 사업자간 차별 규제 해소를 위하여 해외 사업자에 대한 국내대리인 지정을 의무화하였습니다.

더불어, 소외계층을 포함한 국민의 미디어 접근권 확대를 도모하였습니다. 단계별 미디어교육을 진행하여 지역과 세대 간의 미디어 격차를 해소하고 자유롭게 소통할 수 있는 환경을 조성하였으며, 소외계층의 미디어 접근권 향상을 위하여 시청각 장애인용 TV 보급 및 장애인방송의 제작을 지원하였습니다.

마지막으로 개인정보 침해와 불법정보 유통으로부터 이용자를 보호하는데 주력하였습니다. 개인정보 침해사고 시 이용자 보호를 강화하기 위한 손해배상책임 보장 제도를 도입하는 한편, 디지털 성범죄 영상물 등 불법유해정보의 차단을 위한 대책을 마련하였습니다.

‘국민이 중심 되는 방송통신’이라는 목표 아래 지난 1년간 달려온 우리 위원회의 정책적 고민, 현장을 직접 돌아보며 국민에게 다가가고자 했던 노력과 성과를 이번 연차보고서에 담았습니다.

앞으로도 국민 한 사람, 한 사람에게 신뢰받으며 미래 성장동력으로서 우리 경제에 활력을 불어넣는 방송통신 미디어 환경을 만들어 나갈 것을 약속드립니다.

감사합니다.

2020년 3월

방송통신위원회 위원장 한 상 혁



그래프로 보는 방송통신 정책성과

방송통신산업은 국가경제 성장에 지속적으로 기여하고 있습니다.

2019

국내 방송서비스 시장 매출액은 19.0조 원, 통신서비스 시장 매출액은 36.0조 원, 정보서비스 시장 매출액은 21.8조 원으로 나타났습니다.

방송통신서비스 시장 매출액은 지속적으로 증가하며 국가경제 성장에 기여하고 있습니다.

방송통신서비스 시장 매출액

(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 과학기술정보통신부(2020)

방송서비스 시장 매출액

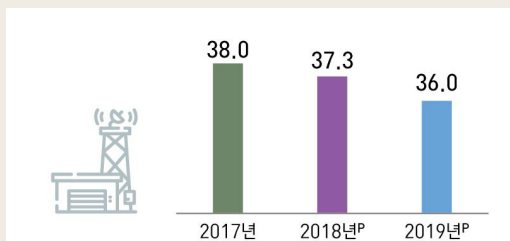
(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 과학기술정보통신부(2020)

통신서비스 시장 매출액

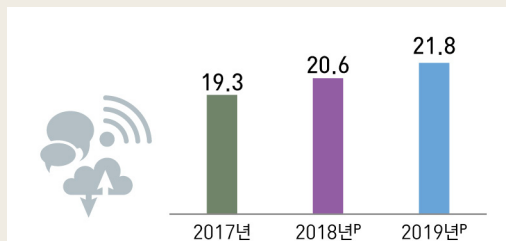
(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 과학기술정보통신부(2020)

정보서비스 시장 매출액

(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 과학기술정보통신부(2020)

국내총생산(GDP)

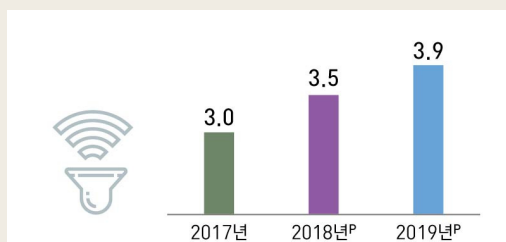
(단위 : 억 달러)



주) P : Preliminary(잠정치), 한국은행(2020)

국내 IPTV 매출액

(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 과학기술정보통신부(2020)

방송통신서비스의 확산으로 방송통신 시장활성화 기반을 마련하였습니다.

2019

IPTV를 포함한 유료방송 및 초고속인터넷 가입자 수는 지속적으로 증가하여 방송통신 융합 서비스를 활성화하였습니다.
무선데이터 트래픽은 2018년 보다 41.7% 증가하였고, LTE 가입자가 5,569만 명으로 증가하는 등 초고속 무선데이터 시대를 선도하고 있습니다.

유료방송 가입자 수

(단위 : 만 단말장치·단자)



주) 2019년 : 상반기 기준, 종합유선, 위성, IPTV가입자 기준, 과학기술정보통신부(2020)

IPTV 가입자 수

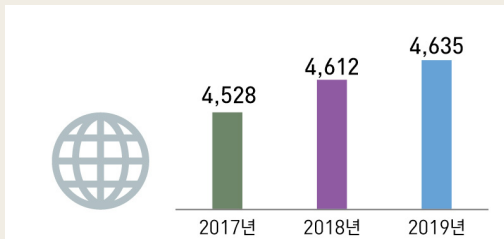
(단위 : 만 단말장치·단자)



주) 2019년 : 상반기 기준, 과학기술정보통신부(2020)

인터넷 이용자 수

(단위 : 만 명)



주) 과학기술정보통신부(2020)

초고속인터넷 가입자 수

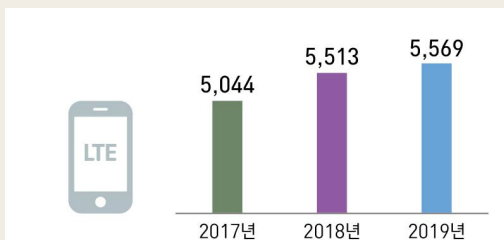
(단위 : 만 명)



주) 과학기술정보통신부(2020)

LTE 가입자 수

(단위 : 만 명)



주) 과학기술정보통신부(2020)

무선데이터 트래픽

(단위 : TB)



주) 과학기술정보통신부(2020)

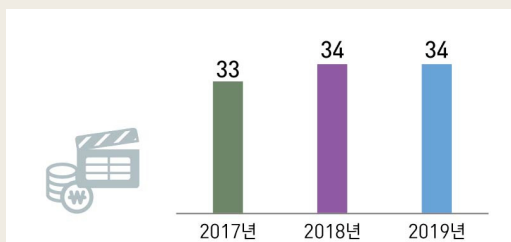
지역·중소방송 활성화를 지원하여 콘텐츠 경쟁력을 강화하였습니다.

2019

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.

지역중소방송 프로그램 제작 지원금

(단위 : 억 원)



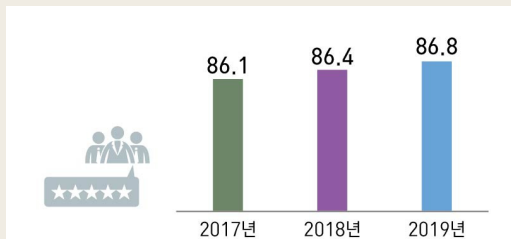
지역지상파 장애인방송 제작 지원금

(단위 : 백만 원)



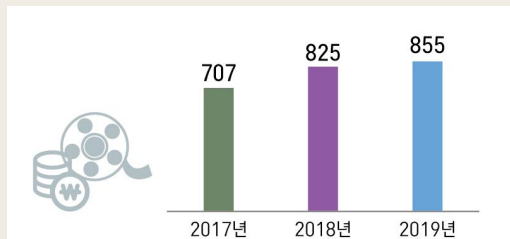
지역방송사 제작지원 프로그램 시청자만족도

(단위 : 점)



지역방송 우수 제작지원 프로그램 판매액

(단위 : 백만 원)



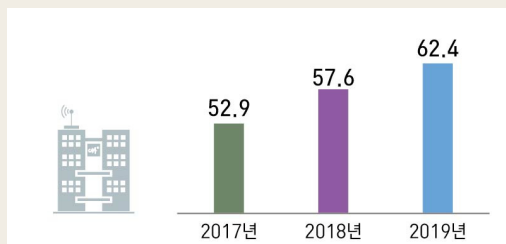
이용자의 방송접근 기회를 확대하여 시청자 권익을 증진시키고 이용자의 능동적 참여를 강화하였습니다.

2019

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

시청자미디어센터 이용자 수

(단위 : 만 명)



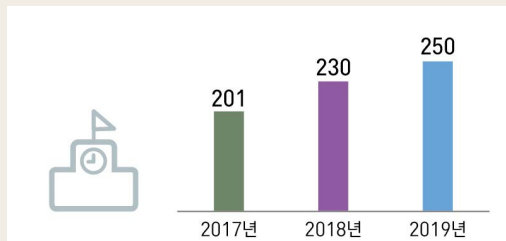
시청자미디어센터 교육 통한 시청자 참여프로그램 방영 편수

(단위 : 편)



자유학기제 미디어교육 지원 학교 수

(단위 : 개교)



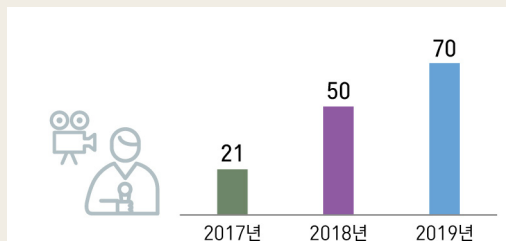
자유학기제 미디어교육 참여 학생 수

(단위 : 명)



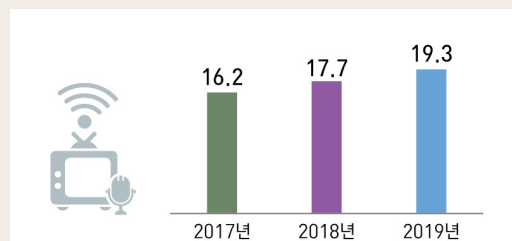
마을미디어교육 지원 마을 수

(단위 : 개 마을)



시청각장애인용 방송수신기 보급 누적 대수

(단위 : 만 대)



건전한 인터넷 이용문화 환경을 조성하고 인터넷 역기능에 대한 대응을 강화하였습니다.

2019

올바른 인터넷 문화 조성을 위해 사이버폭력 예방교육을 실시하였으며, 사이버 안심존 참여 학교를 확대 운영하여 청소년 인터넷 이용 환경을 개선하였습니다.

인터넷 윤리교육과 한국인터넷리듬단을 운영하는 등 인터넷 윤리 활동을 지속적으로 시행하였습니다.

인터넷 윤리교육 및 사이버폭력 예방교육 운영 현황

(단위 : 명)



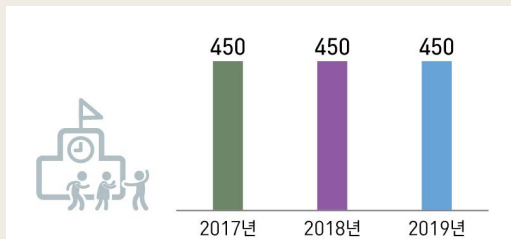
인터넷 윤리 체험관 운영 현황

(단위 : 명)



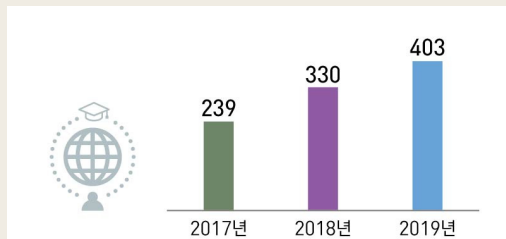
한국인터넷리듬단 참여 학교 수

(단위 : 개교)



사이버 안심존 참여 학교 수

(단위 : 개교)



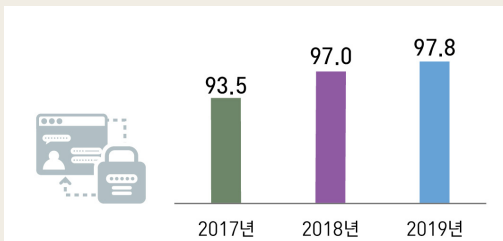
개인정보보호조치를 강화하여 안전하고 편리한 방송통신서비스 이용 환경을 조성하였습니다.

2019

국내의 웹사이트에 노출된 개인정보(8종) 탐지·삭제율은 97.8%, 이동통신3사 스팸문자 평균 차단율은 84.5%로 개인정보 이용의 투명성을 제고하였습니다.
휴대전화 스팸 수신량은 0.14건, 이메일 스팸 수신량은 0.39건으로 스팸으로 인한 이용자의 피해 예방을 위하여 노력하였습니다.

국내의 웹사이트 노출된 개인정보(8종)* 탐지·삭제율

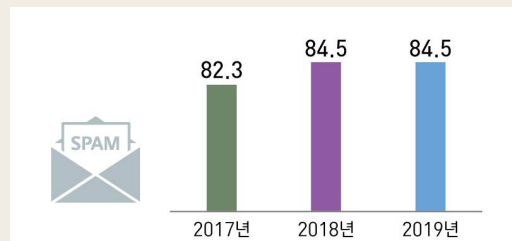
(단위 : %)



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

이동통신3사 스팸문자 평균 차단율

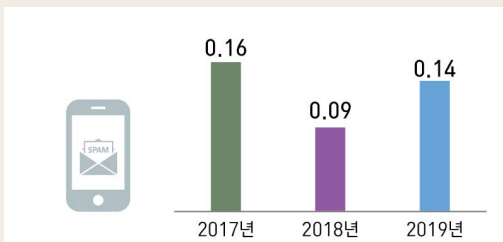
(단위 : %)



주) 2019년 : 상반기 기준

휴대전화 스팸 수신량

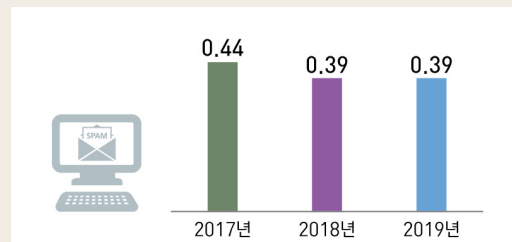
(단위 : 건)



주) 2019년 : 상반기 기준

이메일 스팸 수신량

(단위 : 건)



주) 2019년 : 상반기 기준

CONTENTS

I	방송통신 정책환경	3
	1. 글로벌 거시경제 및 방송통신시장 동향	3
	가. 글로벌 거시경제 동향	3
	나. 글로벌 방송통신시장 동향	4
	2. 방송통신시장 현황	6
	가. 국내 방송통신시장 생산액과 수출액	6
	나. 광고 시장 현황	7
	다. 방송 매체별 현황	9
	라. 통신시장 현황	13
	마. 방송통신 정책환경 변화	14
II	방송통신위원회 현황 및 정책목표	21
	1. 일반현황	21
	2. 조직 현황 및 소관 사무	23
	가. 조직 현황	23
	나. 소관 사무 및 업무 분장	25
	다. 위원회 소관 공공기관 및 유관기관	29
	라. 2019년도 세출예산	29
	마. 2019년도 정부입법 추진 현황	30
	3. 2018년도 주요 정책성과	31
	가. 공정하고 자유로운 방송통신환경 조성	31
	나. 이용자의 능동적 참여와 권리 강화	31
	다. 지속 성장이 가능한 방송통신생태계 구축	32
	라. 미래 대비 신산업 활성화	33
	4. 2019년도 주요 정책목표	33

CONTENTS

III

2019년도 방송통신 정책성과 37

제1절 | 방송의 공공성 · 공정성 강화로 국민의 신뢰 제고 37

1. 방송의 역할 재정립 37
 - 가. 공영방송 지배구조 개선 37
 - 나. 수신료 감면제도 개선 39
 - 다. 중장기 규제체계 정비방안 마련 41
2. 방송의 공정성 · 공익성 제고 43
 - 가. 엄격한 재허가 · 재승인 심사 및 제도 개선 43
 - 나. 방송편성의 자율성 제고 47
 - 다. 공정성 평가 강화 47
3. 방송의 사회적 책임 재고 48
 - 가. 재난방송 수신환경 개선 48
 - 나. 재난방송 개선 대책 추진 49
 - 다. 방송재난 관리체계 확립 50
 - 라. 중소기업 방송광고 지원 52
 - 마. 공익광고 제도 개선 55
 - 바. 방송 프로그램의 품격 제고 55
 - 사. 남북 방송통신 교류 57
 - 아. 지역방송 제작 · 유통 지원 61
 - 자. 지역방송 활성화를 위한 교육 및 체계적 지원 65

제2절 | 국민의 미디어 접근권 확대 및 이용자 권익 증진 68

1. 국민의 미디어 활용 역량 증진 68
 - 가. 미디어교육 강화 68
 - 나. 미디어센터 확대 69
 - 다. 미디어교육 추진체계 정립 70

CONTENTS

2. 시청자 참여 및 소통 활성화	72
가. 지역밀착형 미디어 활성화	72
나. 국민의 방송참여 확대	73
3. 소외계층의 미디어 접근권 향상	76
가. 장애인방송 제작지원	76
나. 시청각장애인용 TV 보급	77
4. 지능정보사회의 이용자 보호 강화	79
가. 지능정보시대의 이용자 보호체계 정립	79
나. 이용자 피해구제 실질화	89
다. 결합상품 해지 간소화	96
라. 개인정보 보호와 활용	99
 제3절 방송통신시장의 공정경쟁 환경 조성	 113
1. 방송통신분야 상생환경 조성	113
가. 공정한 외주제작 거래 환경 조성	113
나. ICT 생태계 공정경쟁 기반 구축	115
다. 불공정행위 점검 강화	120
라. 지상파 재송신 합의 유도	122
2. 국내외 사업자 간 역차별 해소	123
가. 공정한 인터넷망 이용환경 조성	123
나. 개인정보 분야 규제집행력 강화	126
다. 불법행위 규제 강화	129
3. 방송사업자 간 규제 형평성 제고	133
가. 종편PP 규제 합리화	133
나. IPTV 자료제출 규정 신설	135

CONTENTS

제4절 고품질 한류 방송콘텐츠의 제작 · 유통 기반 확충	137
1. 제작자원 확충을 위한 방송광고제도 개선	137
가. 방송광고제도 개선	137
나. 협찬제도 개선	137
다. 방송광고판매제도 개선	138
라. 제3기 방송광고균형발전위원회 위촉	138
2. 방송콘텐츠 해외 진출 지원	139
가. 방송공동제작협정 확대	139
나. 해외시장 조사	140
다. 방송공동제작 국제콘퍼런스	141
라. 한-아세안 방송콘텐츠의 미래와 협력방안 심포지엄 개최	143
마. '국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹' 창립기념식 개최	143
3. 신규서비스 활성화 지원 및 제도 정비	144
가. OTT 서비스 제도화	144
나. 지상파 UHD 정책 재정비	146
4. 경쟁 활성화 및 데이터 개방 확대	147
가. 기업 간 인수 · 합병 시 공공성 확보	147
나. 데이터 개방 확대	148
제5절 표현의 자유 신장 및 인터넷의 역기능 대응 강화	155
1. 인터넷 상의 표현의 자유 증진	155
가. 임시조치 제도 개선	155
나. 사이버 명예훼손 제도 개선	155

CONTENTS

	2. 인터넷 역기능 대응 강화	156
	가. 맞춤형 인터넷윤리교육 및 건전한 인터넷 이용문화 확산	156
	나. 청소년 보호 강화	159
	다. 건전한 인터넷 이용환경 조성	162
부 록	1. 2019년도 회계 결산	171
	2. 방송통신위원회 회의 안건 목록	173
	3. 2019년도 주요 연월표	179
	4. 영문 약어	206
	5. 방송통신산업 부문별 현황	210

CONTENTS

표목차

표 I-1 세계 경제성장률 전망	4
표 I-2 국내 방송통신 생산액	6
표 I-3 국내 방송통신기기 수출액	6
표 I-4 유료방송 매체별 가입자 수 비교	11
표 II-1 위원회 소관 법률 현황	21
표 II-2 위원회 부서별 업무분장표	26
표 II-3 위원회 소관 공공기관	29
표 II-4 위원회 유관기관	29
표 II-5 2019년도 위원회 세출예산 내역	29
표 III-1 공영방송 지배구조 개선을 위한 제도 개선 방안 주요 내용	38
표 III-2 EBS 사장 선임 시 국민의견 수렴	38
표 III-3 수신료 제도 개선 관련 「방송법 시행령」 개정 주요 내용	40
표 III-4 재승인 세부계획 주요 내용	44
표 III-5 방송법 시행령 개정 주요 내용	45
표 III-6 2019년 지상파방송사업자 재허가 심사 결과	46
표 III-7 중요 방송시설 안전점검	51
표 III-8 미세먼지 재난방송 실시기준	51
표 III-9 재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준(고시) 주요 개정 내용	52
표 III-10 재난방송 등 종합매뉴얼 주요 개정 내용	52
표 III-11 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 내용	53
표 III-12 2015년~2019년 혁신형 방송광고 제작 지원현황	54
표 III-13 혁신형 방송광고 제작지원 기업의 매출액 및 종사자 수 증가 현황	54
표 III-14 방송대상 특별관 프로그램	57
표 III-15 2019년 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화 프로그램 제작지원 내용	62
표 III-16 2019년 지역방송 콘텐츠 유통 활성화 사업 추진 현황	62
표 III-17 2019년 지역방송 제작지원 프로그램 수상 사례	64
표 III-18 지역방송 제작·유통 지원 주요 성과	65
표 III-19 2019년 지역방송 교육 현황	66
표 III-20 평가목적과 연관성이 낮은 항목 현황(예시)	67
표 III-21 시청자미디어센터 이용자 수	68
표 III-22 학교미디어교육 지원 현황	69

CONTENTS

표 Ⅲ-23 2019 미디어·정보리터러시 국제 콘퍼런스	71
표 Ⅲ-24 마을미디어교육 및 미디어교육 단체 지원 실적	72
표 Ⅲ-25 찾아가는 미디어 나눔버스 운영실적	72
표 Ⅲ-26 시청자미디어센터 교육을 통한 시청자 참여프로그램 방영 실적	74
표 Ⅲ-27 일반 수어방송과 스마트 수어방송 비교	76
표 Ⅲ-28 ‘이용자 중심의 지능정보사회를 위한 원칙’ 자문단 명단	82
표 Ⅲ-29 ‘이용자 중심의 지능정보사회를 위한 원칙’의 주요 내용	83
표 Ⅲ-30 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가등급	88
표 Ⅲ-31 재정 및 분쟁조정 비교	90
표 Ⅲ-32 제1기 통신분쟁조정위원회 위원 명단	90
표 Ⅲ-33 통신분쟁조정 현황	90
표 Ⅲ-34 초고속인터넷 서비스분야 맞춤형 피해구제 기준 주요 내용	92
표 Ⅲ-35 일반 블로그 vs 움짤 포함 블로그 데이터 소모량 비교	94
표 Ⅲ-36 이동통신사 약관상 통신장애 시 손해배상 기준	96
표 Ⅲ-37 사업자별 초고속인터넷 약관상 위약금 면제 기준	96
표 Ⅲ-38 결합상품 원스톱 전환시스템 구축 전담반 회의 현황	97
표 Ⅲ-39 집합건물 독점 계약 제도 개선 방안 마련을 위한 연구반 운영 현황	98
표 Ⅲ-40 2019년 국내·해외 GDPR 세미나 개최 내역	108
표 Ⅲ-41 위원회 소관 법률 현황	114
표 Ⅲ-42 사전승낙제 지역설명회 참석 현황	115
표 Ⅲ-43 전형적인 사기 사례 4가지	120
표 Ⅲ-44 공정한 망 이용계약 가이드라인 세부 내용	123
표 Ⅲ-45 협의회 소위원회 전체회의	124
표 Ⅲ-46 협의회 제1소위원회 회의	124
표 Ⅲ-47 협의회 제2소위원회 회의	125
표 Ⅲ-48 온라인 개인정보보호 교육	127
표 Ⅲ-49 개인정보 노출 및 불법유통 탐지·삭제 현황 (2019년 12월 기준)	129
표 Ⅲ-50 사실조사 결과 미동의 해지제한 행위 현황	130
표 Ⅲ-51 허위·과장광고 방지를 위한 사업자 간담회	130
표 Ⅲ-52 허위·과장광고 사전 방지교육 실시현황	130
표 Ⅲ-53 허위·과장광고 실태점검 실시현황	132

CONTENTS

표 Ⅲ-54 2019년 허위·과장광고 가이드 모니터링 준수율	132
표 Ⅲ-55 종편PP 외주제작 편성의무 부과 관련 「방송법 시행령」	134
표 Ⅲ-56 방송법 시행령 일부개정령안	134
표 Ⅲ-57 인터넷 멀티미디어 방송사업법 일부개정법률안	136
표 Ⅲ-58 주요 OTT 서비스 제공 유형	144
표 Ⅲ-59 지상파 UHD 방송 도입 일정	146
표 Ⅲ-60 지상파 UHD 방송 정책방안 경과조치(안)	146
표 Ⅲ-61 (주)티브로드 등 변경허가 사전동의 심사사항 및 심사항목	148
표 Ⅲ-62 2019년 협업체계 구축 주요 실적	151
표 Ⅲ-63 위치정보 데이터 개방	152
표 Ⅲ-64 지하철 호선별 Wi-Fi AP 개수 현황	153
표 Ⅲ-65 임시조치 제도 개선을 위한 이해관계자 의견수렴	155
표 Ⅲ-66 인터넷윤리교육 개요	157
표 Ⅲ-67 사이버안심존 연도별 참여 학교 및 교육 실시 현황	160
표 Ⅲ-68 인터넷 규제개선 공론화 협의회 참여 위원	165
표 Ⅲ-69 인터넷 규제개선 공론화 협의회 특별기술 소위원회 구성원	166
표 Ⅲ-70 허위조작정보에 관한 전문가회의 참여 위원	167
부록 표-1 2019년도 회계 결산 총괄 현황	171
부록 표-2 프로그램 총괄 현황	171
부록 표-3 방송통신발전기금 재정상태 현황	172
부록 표-4 방송통신발전기금 재정운영 결과	172
부록 표-5 위원회 회의 안건 목록	173
부록 표-6 2019년도 주요 연월표	179
부록 표-7 영문 약어	206

CONTENTS

그림목차

그림 I -1 선진국 및 신흥개도국의 경제성장률 추이	3
그림 I -2 글로벌 IT 시장 전망	4
그림 I -3 글로벌 스마트폰 및 5G 스마트폰 출하량 전망	5
그림 I -4 글로벌 OTT 시장 규모 및 가입자 수 추이	5
그림 I -5 국내 매체별 광고비 추이	7
그림 I -6 방송광고 시장 규모	8
그림 I -7 온라인 광고 시장 규모	8
그림 I -8 지상파 방송사업 매출 구성 및 추이	9
그림 I -9 주요 매체 기준 주 5일 이상 이용 비율	10
그림 I -10 케이블TV SO 및 IPTV 가입자 수 추이	10
그림 I -11 케이블TV SO의 방송사업매출 구성 및 추이	11
그림 I -12 IPTV의 방송사업매출 구성 및 추이	12
그림 I -13 위성방송의 방송사업매출 구성 및 추이	12
그림 I -14 방송채널사용사업자(PP)별 방송사업매출 구성 및 추이	13
그림 I -15 국내 통신서비스 시장 규모 및 비중	13
그림 I -16 국내 이동통신서비스 기술방식별 가입자 수	14
그림 I -17 2019년 상반기 가입자 수 기준 인수합병 이후의 가입자 점유율	17
그림 I -18 국내 OTT 시장 전망	17
그림 II -1 제4기 위원회 상임위원	23
그림 II -2 위원회 조직도	24
그림 II -3 비전 및 정책목표	34
그림 III -1 공영방송 지배구조 개선을 위한 사회적 논의	39
그림 III -2 공영방송 지배구조 개선 관련 성과	39
그림 III -3 중장기 방송제도 개선을 위한 주요 활동	43
그림 III -4 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 선정기업 협약식	53
그림 III -5 2019년 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원사업 간담회	54
그림 III -6 2019년 방송대상 수상작	56
그림 III -7 2019년 남북 방송통신 국제콘퍼런스	59
그림 III -8 2019년 통일 방송프로그램 제작지원 TV부문 프로그램	60
그림 III -9 지역방송 활성화를 위한 의견 수렴	66
그림 III -10 시청자미디어센터를 통한 맞춤형 미디어교육	70

CONTENTS

그림 Ⅲ-11 지역밀착형 미디어 활성화 지원	73
그림 Ⅲ-12 시청자미디어센터 미디어교육 수강생 제작 프로그램	74
그림 Ⅲ-13 2019 시청자미디어대상 수상작	75
그림 Ⅲ-14 시청자 참여 행사 개최	75
그림 Ⅲ-15 스마트수어방송 서비스 개시 선포식	77
그림 Ⅲ-16 시청각장애이용 TV 보급현장 방문 현장	78
그림 Ⅲ-17 2019년 장애인용 TV 보급 제품	78
그림 Ⅲ-18 이용자 정책 패러다임의 변화	79
그림 Ⅲ-19 이용자 보호 종합계획 추진에 따른 기대효과	80
그림 Ⅲ-20 통신 이용자 보호 종합계획(2019년~2021년) 총괄표	81
그림 Ⅲ-21 디지털 기기 사용 현황 및 주요 이용 목적	84
그림 Ⅲ-22 콘텐츠별 자동추천 서비스 이용현황	85
그림 Ⅲ-23 지능정보서비스 상용화 시 이용의향	85
그림 Ⅲ-24 지능정보사회 이용자 보호 국제콘퍼런스	86
그림 Ⅲ-25 국제콘퍼런스 프로그램 구성	87
그림 Ⅲ-26 정보취약계층별 교육 협력기관 현황	92
그림 Ⅲ-27 방송통신서비스 피해예방교육 주요 언론보도	93
그림 Ⅲ-28 통신금융범죄 조기경보 협업체계도	93
그림 Ⅲ-29 대국민 피해예방 정보제공 문자 내용	94
그림 Ⅲ-30 제10회 방송통신 이용자주간행사 현장 모습	95
그림 Ⅲ-31 통신장애로 인한 역무 제공 중단 시 이용자 고지 사항	95
그림 Ⅲ-32 통신장애 이용자 보호방안 관련 언론보도 및 이용자 행동요령 인포그래픽	96
그림 Ⅲ-33 집합건물 단독서비스 제공으로 인한 해지 시 할인반환금 개선	98
그림 Ⅲ-34 할인반환금 감면 업무처리 절차	99
그림 Ⅲ-35 개인정보 손해배상책임 보장제도 관련 현장의견 수렴	100
그림 Ⅲ-36 국내 대리인 지정제도 추진 관련 지정사업자 간담회	101
그림 Ⅲ-37 정보통신 사업자 의견수렴 및 캠페인 실시	101
그림 Ⅲ-38 개인정보 관련 대국민 의견수렴	101
그림 Ⅲ-39 2019년 자율규제 심의평가위원회 운영	102
그림 Ⅲ-40 개인정보보호 현장 컨설팅 및 교육	103

CONTENTS

그림 Ⅲ-41 2019 인터넷 내정보 지킴이 캠페인	103
그림 Ⅲ-42 개인정보보호 전문인력 양성교육	104
그림 Ⅲ-43 개인정보보호 관련 국가 자격증 세부 내용	104
그림 Ⅲ-44 교재 개발위원회 회의 및 위원회 명단	105
그림 Ⅲ-45 정보보호 및 개인정보보호 관리체계(ISMS-P) 인증	105
그림 Ⅲ-46 자율규제 정책고객 간담회	106
그림 Ⅲ-47 GDPR 관련 국내외 교육 현장	107
그림 Ⅲ-48 APEC CBPR 도입현황	109
그림 Ⅲ-49 APEC 고위관리급 회의	110
그림 Ⅲ-50 2019 개인정보보호인의 밤 행사	112
그림 Ⅲ-51 유선분야 판매점 사전승낙제 설명회 개최 사진	116
그림 Ⅲ-52 경품 고시 시행에 따른 경품제공 수준 변화	117
그림 Ⅲ-53 단말기 출고가 공지 관련 홍보	118
그림 Ⅲ-54 방송통신이용자정보포털 오픈마켓 가격비교 화면	119
그림 Ⅲ-55 TV홈쇼핑·납품업자 간 상생협력 선포식	121
그림 Ⅲ-56 콘텐츠 사업자의 IPTV 전용회선 사용료 절감을 위한 협약식	122
그림 Ⅲ-57 인터넷 상생발전 협의회	125
그림 Ⅲ-58 행정제재 통계	126
그림 Ⅲ-59 플랫폼 제공사업자 운영형태 및 유출원인	127
그림 Ⅲ-60 개인정보보호교육 교육 안내 책자 및 리플렛	128
그림 Ⅲ-61 개인정보보호 및 위치정보보호 교육	128
그림 Ⅲ-62 개인정보 노출/불법유통 대응 현황	129
그림 Ⅲ-63 허위·과장광고 방지교육	131
그림 Ⅲ-64 '종편PP 의무송출 폐지' 언론 보도	135
그림 Ⅲ-65 2019년 베트남 정보통신부와 '한-베 TV 프로그램 공동제작협정' 체결	140
그림 Ⅲ-66 2019년 터키 라디오TV최고위원회(RTUK)와 방송 공동제작협정 추진 MOU 체결	140
그림 Ⅲ-67 2019년 방송공동제작 국제콘퍼런스	142
그림 Ⅲ-68 한-아세안 방송콘텐츠의 미래와 협력방안 심포지엄	143
그림 Ⅲ-69 국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹 창립기념식	144

CONTENTS

그림 Ⅲ-70 OTT 사업자 간담회	145
그림 Ⅲ-71 방송통계 포털(mediastat.or.kr)의 화면	149
그림 Ⅲ-72 업무협약 체결식 및 정부혁신 콘서트	152
그림 Ⅲ-73 2019년 위치정보 산업 정책 설명회 및 데이터 활용 가이드	154
그림 Ⅲ-74 인터넷윤리교육 주요 사진	157
그림 Ⅲ-75 인터넷윤리교육 대상별 주요 콘텐츠	157
그림 Ⅲ-76 아름다운 인터넷 세상 캠페인 주요 사진	158
그림 Ⅲ-77 2019년 인터넷윤리체험관 운영 현황	158
그림 Ⅲ-78 국민정책참여단 활동	160
그림 Ⅲ-79 사이버안심존 개선 계획(안) 프로세스	160
그림 Ⅲ-80 2019년도 업무협약(MOU) 체결	161
그림 Ⅲ-81 서비스 만족도 및 스몰비 기능 도움 인식 조사	161
그림 Ⅲ-82 스마트폰 · 인터넷 과의존 전문기관 협력 체계	162
그림 Ⅲ-83 범정부 '웹하드 카르텔 방지대책' 주요 내용	163
그림 Ⅲ-84 불법 음란물 유통근절 관련 언론보도	163
그림 Ⅲ-85 공공 DNA DB 구축	164
그림 Ⅲ-86 인터넷 규제개선 공론화 협의회 발대식	166
그림 Ⅲ-87 허위조작정보 문제해결을 위한 제언 공개토론회 개최	167

I

방송통신 정책환경

I 방송통신 정책환경

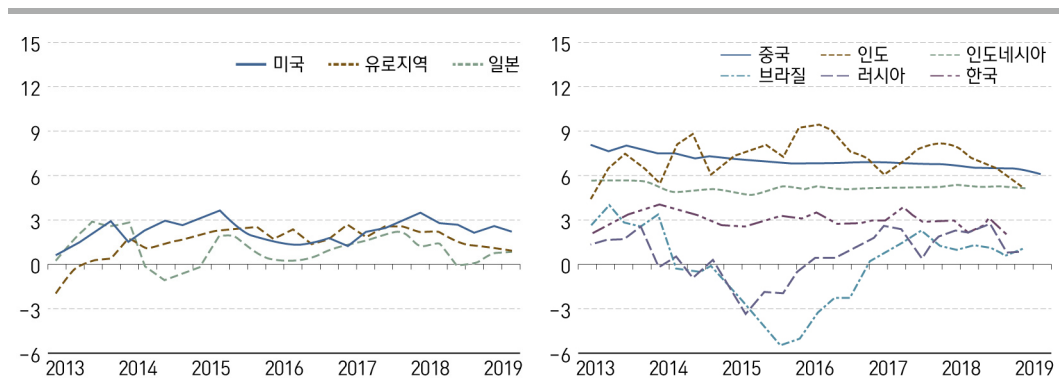
1. 글로벌 거시경제 및 방송통신시장 동향

가. 글로벌 거시경제 동향

2020년 글로벌 경제는 2019년 대비 완만한 성장세를 보이며 약 2.9%~3.4%의 성장률을 기록할 것으로 예상된다.¹⁾ 세계 경제는 선진국 대비 신흥국이 중심이 되어 성장을 이끌어 갈 것으로 예상되나 여전히 전체적인 성장세는 높지 않을 것으로 보인다. 특히, 중국은 미-중 무역분쟁, 홍콩시위 장기화 등 하방요인이 작용하면서 2019년 대비 0.2% 낮은 6.0% 성장률을 기록할 것으로 전망²⁾된다.

그림 1-1 선진국 및 신흥개도국의 경제성장률 추이

(단위 : %)



자료) 2020년 세계경제 전망, 대외경제정책연구원, 2019에서 재인용

세계경제는 2019년 심리위축, 교역과 투자 부진을 초래하였던 글로벌 충격이 다소 완화되면서 성장세가 완만하게 개선될 것으로 전망하였으나³⁾, 미-중 간의 무역분쟁, 영국의 EU 탈퇴(브렉시트), 중국과 인도 성장둔화 등의 요인으로 인해 세계 경제 성장의 정체화 지속될 가능성이 크고, 특히 중국 우한에서 발생한 신종 코로나 바이러스 감염증-19 사태로 인해 전 세계 경제의 불확실성과 경제활동의 위축이 예상되는 바, 2020년의 세계 경제 전망이 밝지만은 않은 상태이다.⁴⁾

1) 2020년 세계 경제의 성장률 전망은 기관별로 다소 상이한데 IMF는 3.4%, OECD는 2.9% 한국은행과 대외경제정책연구원은 3.2%로 각각 전망하고 있다.
 2) 2020년 세계경제 전망, 대외경제정책연구원, 2019
 3) 2020년 경제전망, 한국은행, 2020
 4) 한국은행에서는 2020년 이후 글로벌 경제의 향방을 좌우할 주요 이슈로 ① 주요국의 4차산업 주도권 경쟁 ② 국제무역질서의 재편 ③ 글로벌 분업구조(GVC)내 아세안 및 중국의 역할 변화, ④ 중국의 성장구조전환 정책기조 변화 가능성, ⑤ 기후변화 관련 국제적 대응 노력 가속화를 꼽고 있다.

표 1-1 세계 경제성장률 전망

(단위 : %)

구분	2019년	2020년	2021년
세계	2.9	3.3	3.4
선진국	1.7	1.6	1.6
신흥개도국	3.7	4.4	4.6
유로존	1.2	1.3	1.4

자료) World Economic Outlook, International Monetary Fund, 2020 (2020년 1월 20일 수정 전망치 기준)

한편, 주요국의 무역 분쟁 확대와 세계 경제여건 악화로 인해 2019년 세계 총 교역량 증가폭은 종전 전망치인 3.7%와 비교하여 많이 낮아진 1.1%로 추정된다. 2020년은 이와 같은 추세가 다소 호전되어 전 세계 총 교역량이 2019년 대비 3.2% 증가할 것으로 예상되나⁵⁾, 신종 코로나 바이러스 사태의 충격에 따라 낮아질 가능성도 있다.

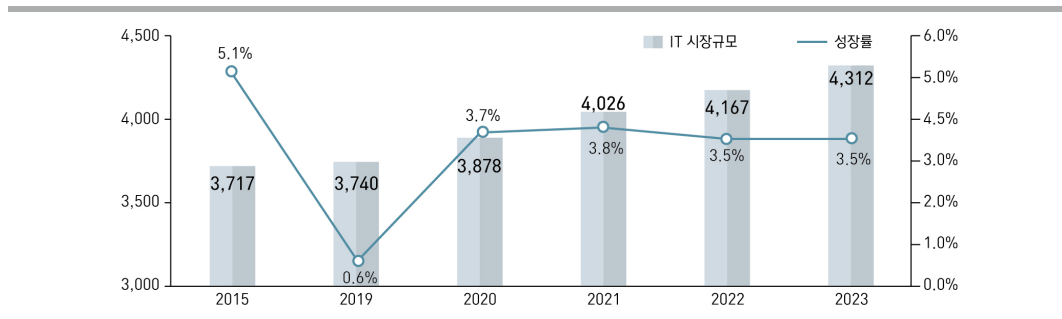
나. 글로벌 방송통신시장 동향

가트너(Gartner)에서는 2020년 전 세계 IT 시장이 SW 및 IT 서비스의 고성장과 더불어 그동안 다소 침체되어 있던 IT 디바이스의 회복세로 인해 2019년 대비 3.7% 성장한 3.9조 달러 규모를 기록할 것으로 예상하고 있다.⁶⁾ 특히 2019년 미-중 무역분쟁과 디바이스 시장이 침체되면서 SW가 글로벌 IT 시장의 성장을 견인해 왔으나, 2020년은 5G 확산 등으로 인해 IT 디바이스의 침체가 빠르게 회복되는 등 3%대의 성장률로 회복할 수 있을 것으로 보인다.

중장기적으로는 SW와 IT 서비스의 지속적인 성장세가 유지되는 한편, 통신서비스의 성장이 둔화될 것으로 보이며, 이와 같은 요인들로 인해 2023년까지 연평균 3%의 성장률을 보이며 약 4.3조 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다.

그림 1-2 글로벌 IT 시장 전망

(단위 : 10억 달러)



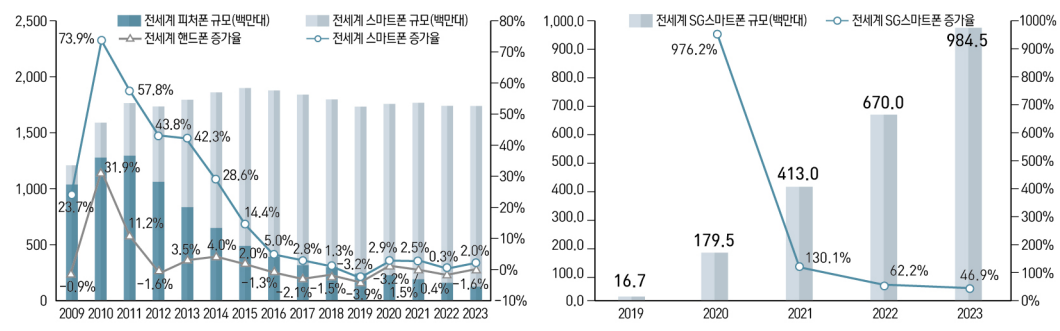
자료) IT Spending Forecast, Gartner, 2019.7, ICT 중장기 시장전망 및 대응전략, 최계영, 2019.11에서 재인용

5) World Economic Outlook, IMF, 2019

6) IT Spending Forecast, Gartner, 2019. 7.

우리나라의 주력 수출품목인 스마트폰 시장의 경우 2019년 수요부족 및 미-중 무역분쟁으로 인해 침체기를 겪었으나, 2020년부터 5G 상용화 및 확산으로 인해 성장세가 다시 회복될 것으로 보이며, 5G 패권 경쟁 속에서 향후 5G 시장을 중심으로 시장경쟁이 심화될 것으로 예상된다.

그림 1-3 글로벌 스마트폰 및 5G 스마트폰 출하량 전망

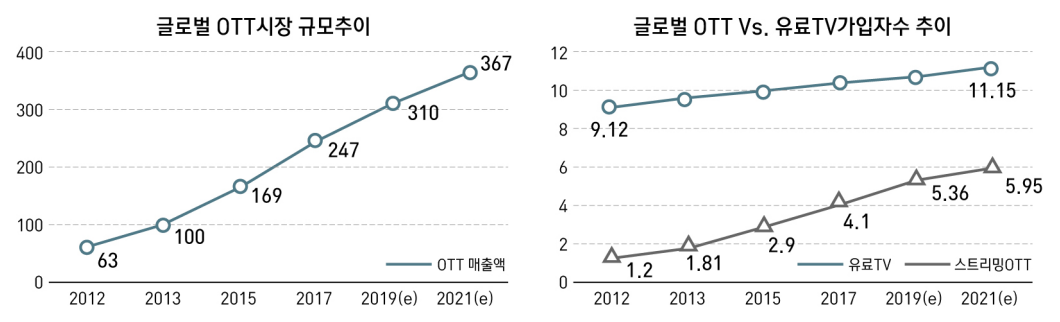


자료) IT Spending Forecast, Gartner, 2019.7, ICT 중장기 시장전망 및 대응전략, 최계영, 2019.11에서 재인용

글로벌 미디어 및 엔터테인먼트 시장은 2019년 2조 2천억 달러에서 2023년에는 약 2조 6천억 달러로 성장할 것으로 전망된다⁷⁾. 이러한 글로벌 미디어 시장의 성장에는 OTT로 대표되는 IP 기반 미디어의 급성장이 주된 이유라고 볼 수 있는데, 글로벌 OTT시장의 연평균 성장률은 약 31%로 매우 빠르게 성장하고 있으며, 2019년에는 300억 달러를 돌파한 것으로 예상된다⁸⁾. 2021년 글로벌 OTT 시장 규모는 약 367억 달러, 가입자 수는 약 6억 명으로 전망되는 등 견고한 성장세가 이어질 것으로 예상된다. 향후에는 기존의 전통적 방송미디어 서비스를 OTT 서비스가 대체하면서 미디어 시장의 축은 OTT를 중심으로 형성하며 발전해 갈 것으로 보인다.

그림 1-4 글로벌 OTT 시장 규모 및 가입자 수 추이

(단위 : 억 달러, 억 명)



주) e : estimate(추정치)

자료) OTT를 통한 미디어 시장 재편과 주요 사업자별 경영전략, 김용희, 2019

7) Global Media & Entertainment Outlook, PWC, 2019

8) OTT를 통한 미디어 시장 재편과 사업자별 경영전략, 김용희, 2019

2. 방송통신시장 현황

가. 국내 방송통신시장 생산액과 수출액

국내 방송통신기기와 서비스 시장은 전반적으로 성장이 정체되거나 둔화되는 양상을 보이고 있다. 통신기기는 지속적으로 성장이 둔화되어 2017년 41조 원 규모에서 2019년 38조 원 규모로 시장이 작아지는 양상을 보이고 있다. 통신서비스는 2017년 38조 원 규모에서 2019년에는 35조 원 규모로 하락하였으며 방송기기 역시 2017년 2.3조 원 규모에서 2019년 2.0조 원 규모로 감소하였다. 반면, 방송서비스와 정보서비스의 시장 규모는 매년 증가하고 있다.

표 1-2 국내 방송통신 생산액

(단위: 백만 원)

구분	2017년	2018년 ^P	2019년 ^P
통신기기	41,934,764	41,279,373	38,085,829
방송기기	2,329,783	2,339,172	2,061,933
통신서비스	38,021,099	37,263,808	35,954,109
방송서비스	17,570,718	18,358,762	18,995,356
정보서비스	19,290,954	20,600,526	21,839,916
합계	119,147,318	119,841,641	116,937,143

주) P : Preliminary(잠정치), 정보서비스는 인터넷 서비스를 의미함
 자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2020

통신기기 수출과 방송기기 수출도 둔화되는 양상을 보이고 있다. <표 1-3>을 통해 알 수 있는 것처럼 국내 통신기기 수출은 둔화되는 양상을 보이고 있으며, 방송기기 수출은 2018년 증가하였다가 2019년 감소하였다.

표 1-3 국내 방송통신기기 수출액

(단위: 천US 달러)

구분	2017년	2018년 ^P	2019년 ^P
통신기기	22,264,896	17,150,056	14,074,456
방송기기	352,404	426,117	387,939

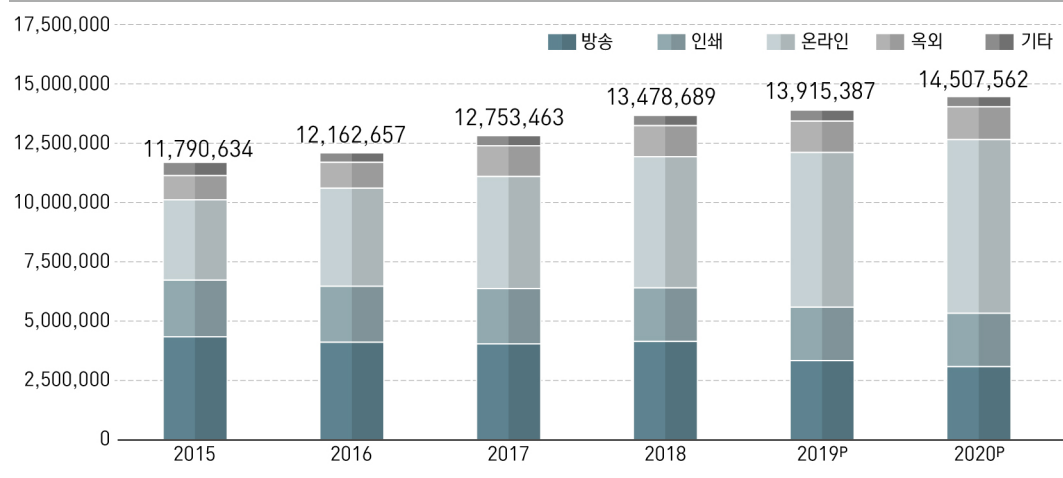
주) P : Preliminary(잠정치)
 자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2020

나. 광고 시장 현황

2019년 국내 총 광고비는 2018년 대비 약 1.7% 성장한 13조 9천억 원 수준을 기록하였으며, 이 중에서 인터넷 광고와 모바일 광고를 합친 온라인 광고가 약 46.9%로 가장 높은 비중을 보이고 있다. 모바일 중심의 미디어 이용환경이 보편화되고, OTT와 같은 IP 기반 미디어가 전통적인 단방향 매체를 대체하면서 방송광고나 인쇄매체 같은 전통 매체의 광고가 급감하는 대신 모바일 광고가 지속적으로 빠르게 성장하고 있다.

그림 1-5 국내 매체별 광고비 추이

(단위 : 백만 원)



주) P : Preliminary(잠정치)

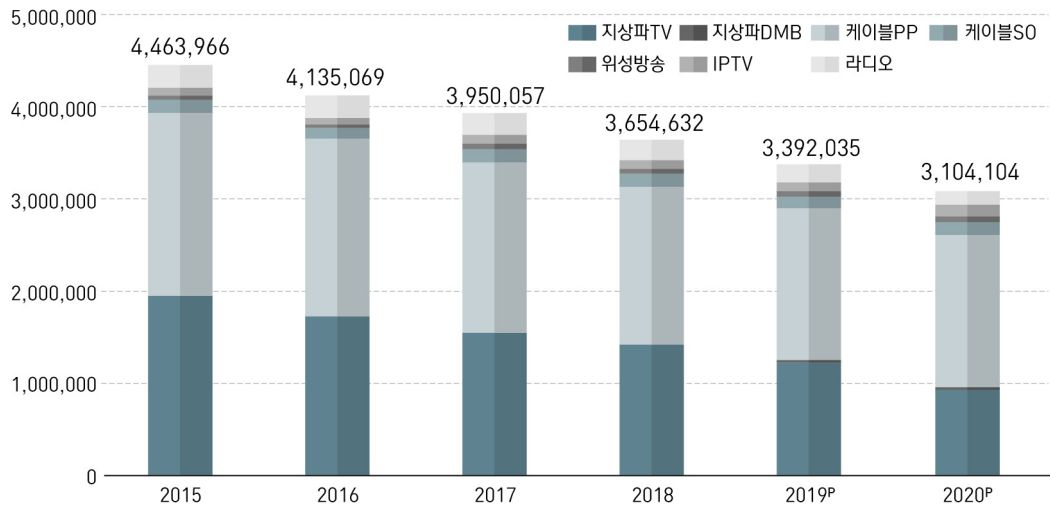
자료) 2019 방송통신광고비조사, 과학기술정보통신부·한국방송광고진흥공사, 2019

특히 방송광고의 하락세가 두드러지는데 2015년 약 4.4조 원에서 2019년에는 3.4조 원으로 1조 원이 하락하였으며, 2020년에는 3.1조 원대 규모로 하락할 전망이다. 반면 모바일 광고는 2015년 1조 3,700억 원에서 2019년 4조 5,600억 원으로 3배 이상 급증하였으며, 2020년에는 약 5조 4,700억 원 수준까지 성장할 것으로 보인다.

방송서비스의 핵심 재원이 방송광고인 만큼, 이러한 양상이 지속될 경우, 지상파 방송과 유료방송을 포함한 방송시장 전반의 재정 상태를 악화시킴으로써 양질의 콘텐츠 제작투자가 위축됨은 물론, 방송의 공적책무를 이행함에 있어서도 상당한 제약으로 작용할 수 있다는 문제점이 존재한다.

그림 I-6 방송광고 시장 규모

(단위 : 백만 원)

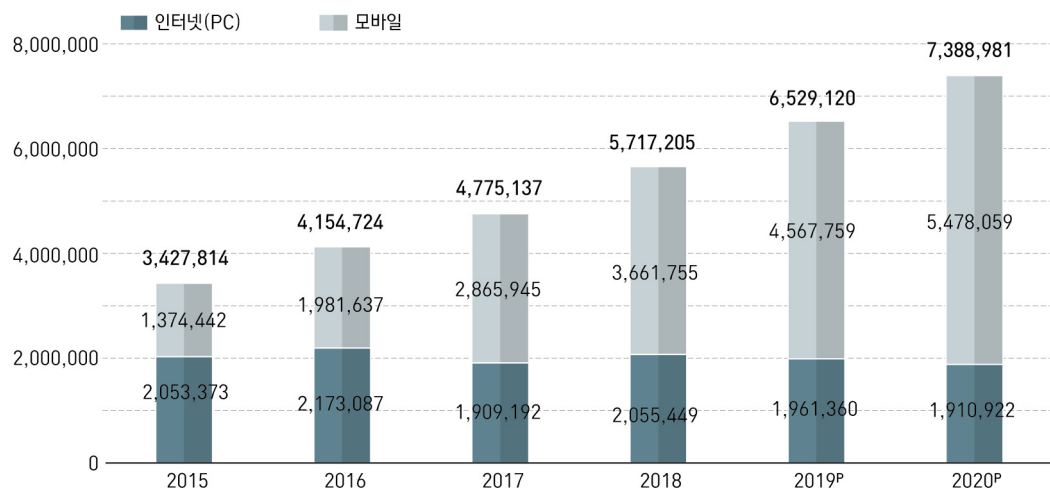


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) 2019 방송통신광고비조사, 과학기술정보통신부-한국방송광고진흥공사, 2019

그림 I-7 온라인 광고 시장 규모

(단위 : 백만 원)



주) P : Preliminary(잠정치)

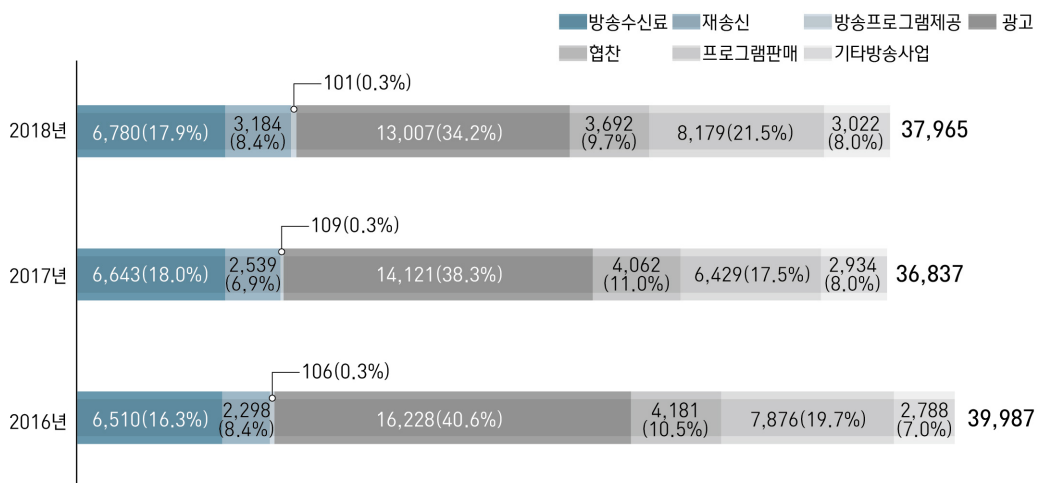
자료) 2019 방송통신광고비조사, 과학기술정보통신부-한국방송광고진흥공사, 2019

다. 방송 매체별 현황

2019년 기준 지상파 방송사업자 수는 51개이며, 중앙지상파와 지역지상파(KBS지역 총국, 지역MBC, 지역민방, OBS), 중소라디오 방송사(종교방송 및 중소 라디오 방송)가 지상파 방송을 송출하고 있다. 2018년 기준 지상파방송사업자의 방송사업(TV 및 라디오)매출액 총 규모는 3조 7,965억 원으로 2017년 대비 3.1% 증가하였다. 방송사업 매출 구성을 살펴보면, 핵심 수익원인 광고매출의 경우 2017년 1조 4,121억 원(매출 비중: 38.3%)에서 2018년 1조 3,007억 원(매출 비중: 34.2%)으로 7.9% 감소하였다. 지상파 방송의 주 수익원인 광고매출이 빠르게 감소하고 있는 추세를 고려할 때, 지상파 방송에 대한 특단의 대책이나 활성화 정책이 수립되지 못하면 중장기적으로 경영환경이 개선되기 어렵다는 것이 지배적 전망이다. 반면, 재송신 수익과 프로그램 판매수익은 각각 2,539억 원에서 3,184억 원, 6,429억 원에서 8,179억 원으로 증가하여 기존의 실시간단방향 방송 매출이 아니라 비실시간 및 양방향 기반 서비스의 매출이 증가하고 있다.

그림 1-8 지상파 방송사업 매출 구성 및 추이

(단위 : 억 원)

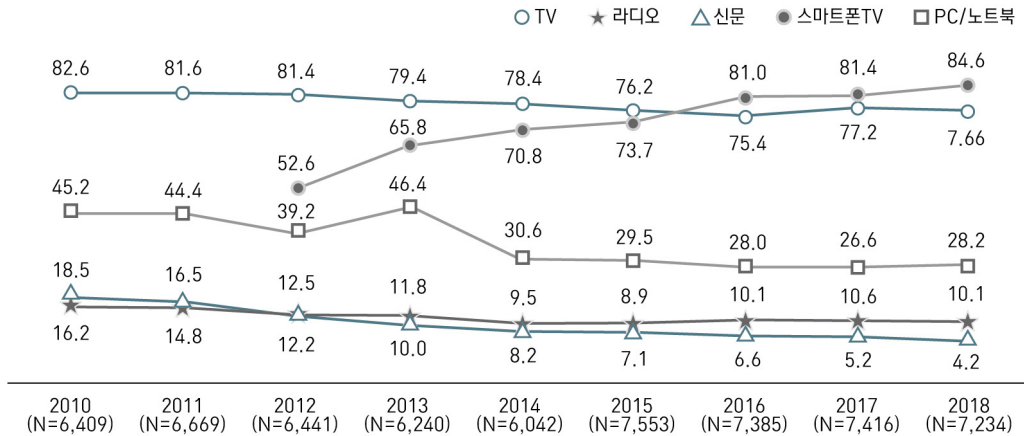


자료) 2019 방송산업실태조사보고서, 과학기술정보통신부 방송통신위원회, 2019

이와 같은 매출 구성과 수익원의 변화는 미디어 환경변화와 매우 밀접한 관계를 갖는다. 모바일 광고가 급증하면서 광고재원의 대체가 일어나는 한편, VOD나 OTT 이용이 증가하면서 개별 프로그램의 판매 수익이 빠르게 증가하고 있는 것이다. 따라서 지상파 방송이 미디어 환경변화에 대응하여 전체적인 사업전략의 혁신과 개편이 요구되는 상황이고, 나아가 콘텐츠 경쟁력을 제고할 수 있는 방안이 요구된다.

그림 I-9 주요 매체 기준 주 5일 이상 이용 비율

(단위 : %)

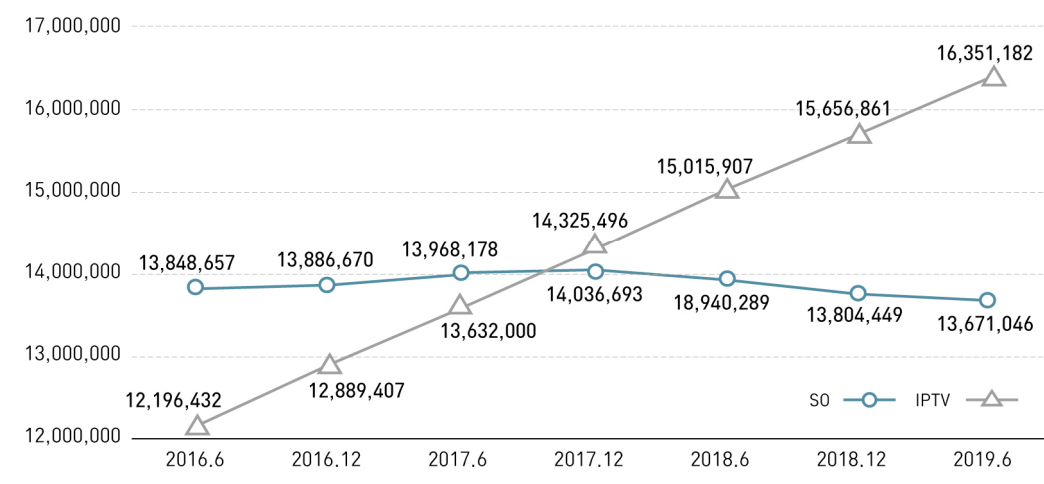


자료) 2018 방송매체 이용행태 조사, 정보통신정책연구원, 2018

유료방송 시장(케이블TV SO, IPTV, 위성방송)의 가입자는 지속적으로 증가하고 있다. 2019년 상반기 기준 전체 유료방송 가입자 수(단자수)는 33,034,309명으로 2018년 상반기 대비 약 107만 명(단자수) 증가 하였으며, 특히 IPTV는 2016년 말 1,289만 명에서 2019년 6월 1,635만 명으로 약 346만 명이 증가하였다. 반면 케이블TV SO 가입자는 동 기간 중 17만 7천 명이 감소하였다.

그림 I-10 케이블TV SO 및 IPTV 가입자 수 추이

(단위 : 명)



자료) 2019년 상반기 유료방송 가입자 수 및 시장점유율, 과학기술정보통신부, 2019

표 1-4 유료방송 매체별 가입자 수 비교

(단위 : 단자, %)

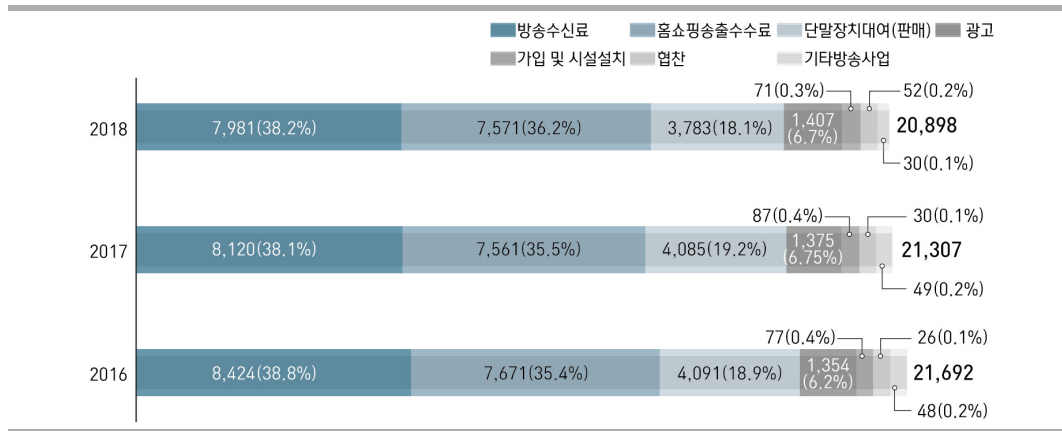
구분	2018년 하반기		2019년 상반기		증감	
	가입자수	점유율(B)	가입자수	점유율(B)	가입자수	점유율(B-A)
SO	13,864,782	42.67	13,725,885	41.55	△138,897	△1.12
위성	3,234,312	9.95	3,261,285	9.87	26,973	△0.08
IPTV	15,391,450	47.37	16,047,139	48.58	655,689	1.21
합계	32,490,544	100.00	33,034,309	100.00	543,765	

자료) 2019년 상반기 유료방송 가입자 수 및 시장점유율 과학기술정보통신부, 2019

유료방송 매체별 수익구조 역시 가입자 수 변화와 유사한 추세를 보이고 있다. 우선 케이블TV SO의 경우 2018년 전체 방송사업 매출은 2017년 대비 1.9% 감소한 2조 898억 원이었으며, 특히 가입자 감소로 인해 방송수신료 매출이 1.7% 감소하였고, 가입자 수와 연동되는 단말장치대여(판매) 매출과 비중 역시 감소하였다.⁹⁾ 이에 비해 유료방송 플랫폼 사업의 주요 수익원으로 그 중요성이 증대되고 있는 홈쇼핑 송출수수료는 36.2%로 방송수신료의 비중(38.2%)과 유사한 수준으로 증가하였다.

그림 1-11 케이블TV SO의 방송사업매출 구성 및 추이

(단위 : 억 원)



자료) 2019 방송산업실태조사보고서, 과학기술정보통신부 방송통신위원회, 2019

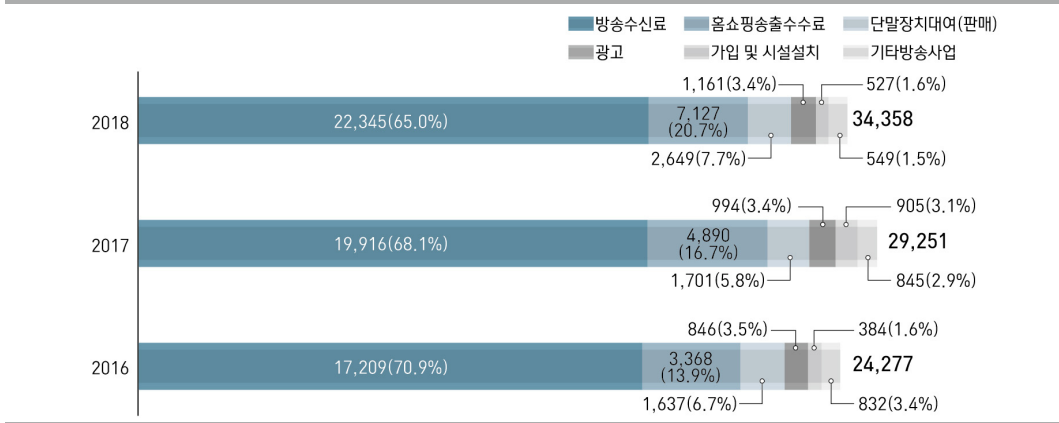
IPTV의 2018년 방송사업 매출은 2017년 대비 17.5% 증가한 3조 4,358억 원이었으며, 방송수신료 수익(2조 2,345억 원)과 홈쇼핑송출수수료수익(7,127억 원), 단말장치대여수익(2,649억 원)이 가장 핵심적인 수익이다.¹⁰⁾ IPTV 역시 케이블TV SO와 마찬가지로 홈쇼핑송출수수료 수익의 규모와 비중이 모두 증가하고 있다. 이와 같은 원인에는 유료방송 플랫폼 시장이 양면시장(two-sided market)의 속성을 가짐으로 인해 나타나는 현상이라는 지적이 있다.

9) 가입자 수 대비 단말장치대여수익 감소폭이 큰 이유는 단말장치가 필요없는 8VSB 가입자 수 비중이 증가하였기 때문이다.

10) 해당 3개 수익이 전체 방송사업매출의 93.5%를 차지하고 있다.

그림 I -12 IPTV의 방송사업매출 구성 및 추이

(단위 : 억 원)

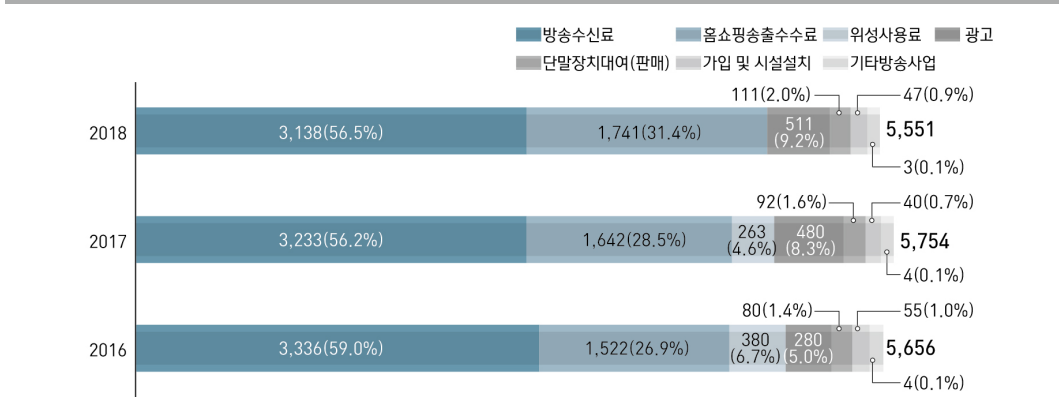


자료) 2019 방송산업실태조사보고서, 과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2019

위성방송의 2018년 방송사업 매출 규모는 2017년 대비 3.5% 감소한 5,551억 원을 기록하였다. 위성방송 역시 케이블TV SO와 마찬가지로 가입자 규모가 감소하면서 전체 방송사업 매출도 감소하는 추세를 보이고 있다. 방송수신료 매출이 2016년 3,336억 원에서 2018년 3,138억 원으로 감소한 것이 전체 방송사업 매출 감소에 가장 큰 요인으로 나타나고 있다.

그림 I -13 위성방송의 방송사업매출 구성 및 추이

(단위 : 억 원)



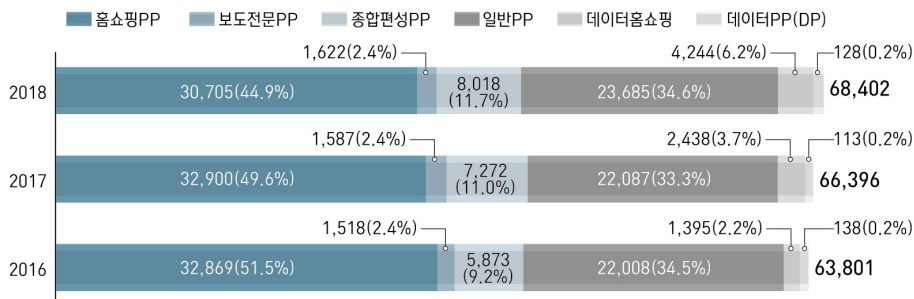
자료) 2019 방송산업실태조사보고서, 과학기술정보통신부·방송통신위원회, 2019

끝으로 2018년 방송채널사용사업(PP) 매출은 2017년 대비 3.0% 증가한 6조 8,402억 원이었으며, 일반PP와 종편PP의 방송사업 매출이 각각 7.2%, 10.3% 증가하면서 전체 방송채널사업 매출의 증가를 견인하고 있다. 가장 큰 비중을 차지하고 있는 홈쇼핑PP의 방송사업 매출은 2017년 대비 6.7% 감소한 3조 705억 원을 기록한 반면, 일반PP는 2조 3,685억 원, 종편PP는 8,018억 원의 규모를 보이고 있다.

중편PP가 개국한 이래 JTBC 등이 유력 채널로서의 입지를 굳히는 등 성장세가 두드러지는데, 이로 인해 콘텐츠 경쟁이 촉발되고 시청자의 선택폭이 증가하는 긍정적 효과가 발생한 반면, 시청점유율 및 광고비의 분산대체 효과도 발생하여 경쟁이 심화되는 양상도 보이고 있다.

그림 1-14 방송채널사용사업자(PP)별 방송사업매출 구성 및 추이

(단위 : 억 원)



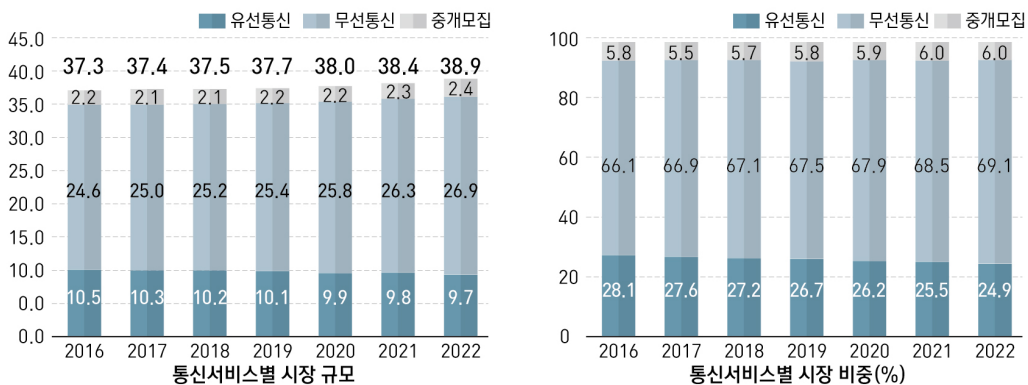
자료) 2019 방송산업실태조사보고서, 과학기술정보통신부 방송통신위원회, 2019

라. 통신시장 현황

국내 통신서비스 시장은 유무선 음성 및 인터넷서비스 등 전통적 통신서비스의 성장은 둔화되는 반면, 정보서비스는 지속적으로 성장하여 전체 정보통신서비스 시장의 성장을 견인할 것으로 예상된다. 특히 전체 시장 중 정보서비스가 차지하는 비중은 지속적으로 상승하여 2019년 26.5%에서 2020년에는 27.4%를 차지할 것으로 보인다. 매출 규모에 있어서는 2018년 37.5조 원에서 2019년은 37.7조 원으로 상승폭이 둔화되는 양상을 보이고 있으며, 유선통신은 지속 감소하는 반면 무선통신의 매출액 규모는 지속 상승할 것으로 예상된다.

그림 1-15 국내 통신서비스 시장 규모 및 비중

(단위 : 조 원, %)

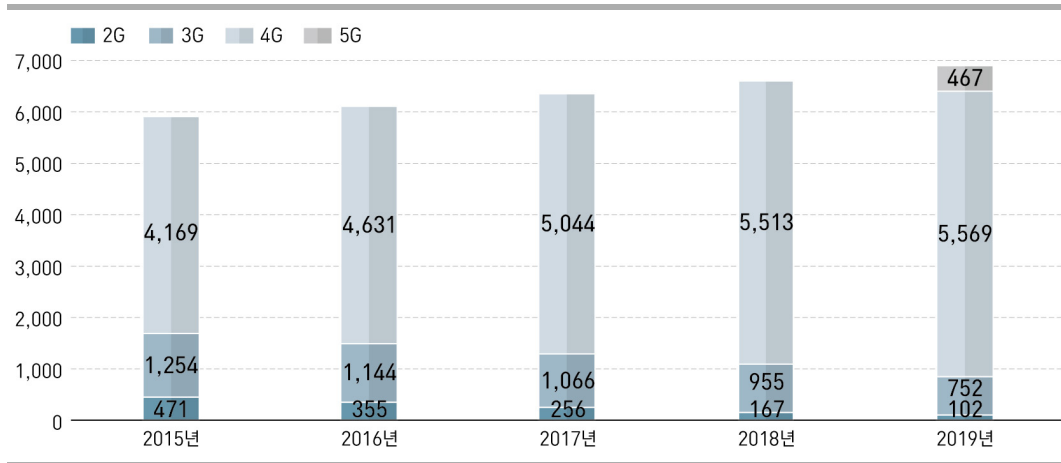


자료) ICT 산업 중장기 전망(2018~2022년), 정보통신정책연구원, 2018

이동통신서비스의 경우 2019년 4월 3일, 우리나라가 전 세계에서 최초로 5G를 상용화하면서, 4G에서 5G로의 진화가 시작되었다. 2019년 12월 기준 5G 가입자는 467만 명 수준까지 증가하였다. 전체 가입자 수 역시 2018년 6,636만 명에서 2019년 6,889만 명으로 약 254만 명이 증가하였다. LTE와 더불어 5G의 도입이 가입자 수의 증가를 견인하고 있는 것이다. 반면, 2G와 3G는 854만 명 수준으로 향후 수년 내에 LTE 또는 5G로 대체될 전망이다.

그림 1-16 국내 이동통신서비스 기술방식별 가입자 수

(단위 : 만 명)



자료) 무선통신서비스 가입회선 통계, 과학기술정보통신부, 2019 (2019년 12월 기준)

통신서비스 시장 내 세부 서비스별로 시장 규모를 살펴보면, 2020년 유선통신의 매출은 지속적으로 감소하는 반면, 이동통신시장은 소폭 성장하여 전체 통신서비스 시장은 소폭이나마 증가세를 기록하게 될 것으로 전망된다. 유선통신서비스의 경우 기가인터넷 가입자 증가에도 불구하고, 유선전화 매출의 대폭 감소로 인해 전체 유선통신시장은 소폭 하락할 것으로 전망된다. 그러나 이동통신 서비스의 경우 5G 서비스 확산과 이용자의 ARPU 증가 및 IoT시장 확대에 소폭 성장할 것으로 전망된다.

향후 5G가 확산되고 IoT와 자율주행자동차 등 이에 기반한 다양한 서비스가 도입된다면, 4차 산업혁명 시대의 도래와 맞물려 새로운 성장동력으로 자리매김할 수 있을 것으로 전망된다.

마. 방송통신 정책환경 변화

1) 방송통신시장 환경 변화 개요

국내 방송통신시장의 환경변화는 크게 외적 요인과 내적 요인으로 구분할 수 있다. 우선 방송통신 산업의 외적 요인은 첫째, 4차 산업혁명 시대가 도래함에 따른 ICT의 확산과 편재성(ubiquity), 기술의 발전 및 연결성의 심화, 데이터 중심사회로 변화이다. 이는 결국 정형화된 노동의 파괴와 일반 개개인의 라이프 스타일의 비정형화를 가져오게 되고, 개인이 삶을 영위함에 있어 미디어의 영향력이 확대됨과 동시에 의존도

역시 심화되는 영향을 가져온다. 둘째, 탈경계 트렌드이다. 2010년 중반 이후 글로벌 플랫폼 비즈니스의 확대는 방송통신 산업의 물리적 경계를 파괴하기 시작했고, 이는 개별 국가나 시장의 정체성을 약화시키고 글로벌 동조화 현상을 심화시켰다. 이로 인해 방송통신을 대상으로 하는 정책 공간의 확대와 정책 경계가 소멸되기 시작했고 국가간 협력이 중요한 상황이 도래했다. 셋째, 저출산-저성장 구조가 지속(New Normal 시대)되면서 Mass형 소비성장이 한계에 봉착하게 되었고, 이는 개인화 및 최적화된 소비성장으로 사업모델이 전환되는 영향을 가져왔다.

한편, 방송통신 산업의 변화 방향에 영향을 미치는 내적 요소는 첫째, OTT로 대표되는 IP 기반 미디어의 확산이다. 이는 전통적 방송 개념의 정책체계에서 미디어로 확장된 정책 개념을 수용하게끔 하는 압력으로 작동하고 있다. 둘째, 개별 매체의 기능과 가치의 재구조화이다. 즉, 매체별로 부여된 공적·사회적·산업적 기능 및 가치의 변화가 요구되는 상황이 도래했고, 이는 개별 매체에 대한 정책 목표와 수단의 변화를 필요로 하게 되었다. 셋째, 방송통신 이용 행태의 빠른 변화이다. 미디어나 통신서비스를 이용함에 있어 이용자들은 멀티플랫폼·분절화·비정형화 양상을 보이기 시작했고, 이는 결국 공급자에게 있어서는 이용행태 변화에 대응하는 사업 모델이나 전략의 수정을 요구하게 되었다. 정책적인 측면에서도 기존의 전통적 방송 규제체계(실시간, 편성, 노출 중심)의 개선이 필요하게 되었고, 이를 위해서는 시청자·이용자 개념의 재정의 및 이용자 역할과 영향력에 대응하는 정책 수립이 요구된다.

2) 2020년 방송통신시장의 주요 정책 이슈

2020년 방송미디어 분야의 핵심 이슈는 첫째, 방송시장 구조개편이 지속될 가능성이 높다는 것이다. 유료방송 플랫폼과 플랫폼 간의 추가적 수평적 M&A, 플랫폼과 콘텐츠(PP, 제작사 등) 간의 수직적 M&A, 콘텐츠 사업자 간의 M&A 등의 다면적 시장구조 개편이 예상된다. 2019년 SKB와 티브로드, LG U+와 CJ헬로 간의 인수 및 합병이 마무리되었고, 2020년에는 추가적인 인수합병 가능성, 나아가 수평적·수직적으로 확장된 형태의 제휴나 인수합병이 발생할 가능성이 여전히 높다.

둘째, 미디어의 세대교체 및 시장 헤게모니의 대변환이 진행되고 있다는 점이다. 기존 RF(전파) 미디어의 쇠락이 가속화되는 가운데 IP 기반 미디어로의 탈(脫)방송 추세가 더욱 심화될 전망이다. 실제로 2019년에는 지상파 계열의 POOQ와 통신사업자 계열의 옥수수가 Wavve로 합병되었고, 2020년에는 국내 사업자 간 OTT 제휴 또는 합병이 추가적으로 발생할 가능성이 점쳐지고 있다.

셋째, All-IP에서 All-Mobile로의 진화가 이루어지고 있다. 미디어의 All-IP 추세에서 미디어는 물론 미디어 관련 부가적 서비스가 All-Mobile화로 변화할 전망이다. 미디어 유통 및 소비, 커머스와 게임 등 모바일이 디지털 서비스 이용의 핵심 수단이자 인터페이스가 될 전망이고, 이러한 추세는 보다 가속화될 전망이다.

넷째, 시장경쟁과 제도의 글로벌화(Glocalization)가 이루어지면서 규제체계의 변화가 이루어지고 있다. 국내 미디어 시장에서 국내 사업자와 유튜브나 넷플릭스와 같은 거래 글로벌 사업자 간의 경쟁이 심화되고, 정부 역시 이에 대응한 국내 규제체계의 한계를 극복하고 재규범화하려는 노력이 가속화될 전망이다.¹¹⁾

다섯째, 아날로그 기반의 방송미디어 규제체계 및 정책의 현실화가 지속 추진될 전망이다. 국내 방송미디어 시장의 구조개편, All-IP 및 All-Mobile화, 국내외 사업자 간 국내시장에서의 경쟁심화 등에 대응하기 위한 규제체계 및 정책 개편 노력이 지속 추진될 전망이다.

한편, 통신서비스 분야에서는 탈(脫)통신의 추세 하에서 5G, IoT 서비스 본격화에 따른 통신사업자 및 서비스의 다양화가 예상된다. 국내 정보통신서비스 산업은 신규 통신망 및 서비스의 출현 주기에 따라 설비기반 경쟁에서 서비스 기반 경쟁으로 전환하고, 다시 신기술이나 서비스가 도입될 때 설비기반 경쟁으로 전환되는 등 주기적으로 교차되면서 발전해 왔으나, 5G의 경우 5G 네트워크를 기반으로 한 다양한 혁신적 서비스가 도입될 수 있다는 가능성에 따라 기존과는 다른 경쟁양상이 나타날 수 있다. 이에 따라 기존 통신사업자는 물론 다양한 유형의 ICT 기업들이 5G 관련 서비스 시장에 진입하고 5G 기반 신산업 창출을 위한 새로운 생태계가 태동할 것으로 전망된다. 이는 결국 전통적인 B2C의 거래구조가 확장되어 B2B의 거래구조 및 시장을 새로이 발굴하려는 노력이 진행될 전망이다. 또한 방송통신사업자간 합종연횡 및 CP(content provider)의 시장영향력 확대에 따른 경쟁이 심화될 것이고, 네트워크 기반의 전통적인 통신사업자(ISP)와 인터넷 기반의 새로운 서비스-콘텐츠 사업자(CP) 간의 경쟁이 보다 확대될 것이다. 이러한 양상은 필연적으로 글로벌 CP의 국내 시장 영향력 확대와 이에 따른 국내외 사업자 간의 역차별 문제, 즉, 국내 시장에서의 공정경쟁 여건을 조성하려는 정책으로 나타나게 될 것이다.

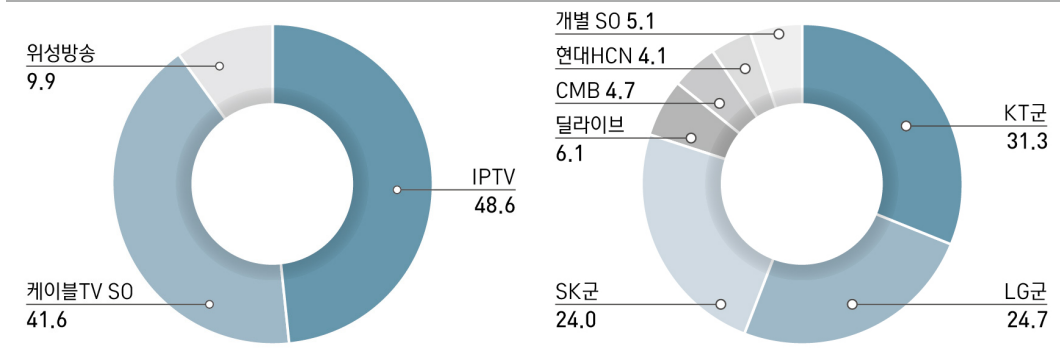
3) 방송시장 구조개편 및 OTT의 성장

2019년 국내 유료방송 플랫폼 시장에서 대규모 M&A가 발생했고, LG U+의 CJ헬로 인수는 2019년 12월 15일에, SKB의 티브로드 합병은 2020년 1월 21일에 완료됨으로써 국내 유료방송은 통신사업자의 IPTV 중심으로 유료방송 플랫폼 시장구조가 형성되었다. 완료된 인수합병을 반영하여 2019년 상반기 시장점유율을 산정하면, 매체 기준으로 IPTV는 약 48.6%를 점유하고 있고, 사업자 기준으로 통신 3사(KT군, LG군, SK군)가 80.1%를 점유하고 있다. 향후 추가 M&A가 진행된다면, IPTV 중심의 유료방송 플랫폼 시장으로 수렴될 것이며, 유료방송 및 전체 방송 관련 정책 방향이나 체계의 개편 필요성 역시 높아질 것이다.

11) 국내방송미디어 관련 규제정책이나 지원 정책의 실효성이 떨어질 수 있다는 지적이 대두됨에 따라 해외 사업자와의 역차별 이슈를 해소하기 위한 정책 방안이 보다 구체화될 가능성이 높다.

그림 1-17 2019년 상반기 가입자 수 기준 인수합병 이후의 가입자 점유율

(단위 : %)



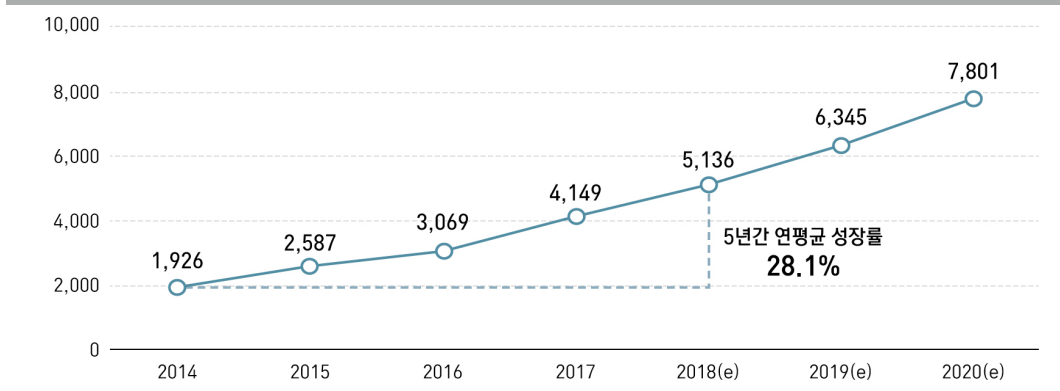
자료) 2019년 상반기 유료방송 가입자 수 및 시장점유율, 과학기술정보통신부, 2019

글로벌 미디어 시장에서는 전통적인 유료방송 플랫폼 외에 또 다른 핵심 미디어 플랫폼인 OTT가 빠르게 성장하고 있으며, 이는 국내 시장에서도 동일한 양상을 보이고 있다. OTT가 국내 방송미디어 시장의 주력 미디어로 자리매김하고 있으며, 시장경쟁 및 정책 관점에서도 핵심 정책 대상으로 부상하고 있다. 국내 OTT 시장 규모는 꾸준히 확대되고 있으며, 2020년에도 성장세는 지속될 것으로 전망된다. 특히 국내 시장의 글로벌(Glocal)화에 따라 국내 사업자와 해외 사업자 간의 경쟁이 심화되고 있고, AVOD 중심의 유튜브와 SVOD 중심의 넷플릭스, 왓챠, 웨이브 중심으로 시장이 성장하고 있다. 향후 디즈니+ 등의 해외 OTT 서비스가 국내 시장에 진입할 것으로 예상되는 바, 국내 OTT 시장의 경쟁은 보다 심화될 것으로 보인다.

이에 따라 정책 관점에서는 최소규제 원칙 하에서 국내 OTT 산업의 활성화는 물론 국내외 OTT 사업자 간의 공정경쟁 촉진을 위해 국내외 사업자 간 역차별 문제 해소와 더불어 국내 미디어 산업 발전을 위한 별도의 전략을 수립하는 등의 필요성이 대두되고 있다.

그림 1-18 국내 OTT 시장 전망

(단위 : 억 원)



주) e: estimate (추정치)

자료) OTT를 통한 미디어 시장 재편과 주요 사업자별 경영전략, 김용희, 2019



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	주요 내용	연혁
「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」	- 위원회 설치 근거, 구성, 사무조직 - 위원회의 소관사무, 운영방법 및 심의위원회 설치	2008년 02월 29일 제정 2019년 12월 10일 개정
「방송통신발전 기본법」	- 방송통신 정책의 기본방향, 기본계획 수립 - 방송통신 재난관리, 방송통신발전기금 설치	2010년 03월 22일 제정 2019년 12월 10일 개정
「방송법」	- 방송편성의 자유와 독립, 방송의 공적 책임 - 방송사업에 대한 허가·재허가·승인·재승인	2000년 01월 12일 제정 2019년 12월 10일 개정
「한국교육방송공사법」	- 한국교육방송공사의 자본금 및 출자 - 임원의 임명, 이사회 구성	2000년 01월 12일 제정 2019년 12월 10일 개정
「방송문화진흥회법」	- 방송문화진흥회의 임원 구성 - 방송문화진흥회자금의 설치 근거	1988년 12월 26일 제정 2019년 12월 10일 개정
「지역방송발전지원 특별법」	- 지역방송발전지원계획 수립 - 지역방송발전위원회 설치 및 구성	2014년 06월 03일 제정
「방송광고판매대행 등에 관한 법률」	- 방송광고판매대행자 허가, 소유제한 - 방송광고의 균형발전	2012년 02월 22일 제정 2019년 12월 10일 개정
「인터넷 멀티미디어 방송사업법」	- 인터넷멀티미디어 방송 제공사업의 허가 - 공정경쟁의 보장	2008년 01월 17일 제정 2017년 07월 26일 개정
「위정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」	- 사업자 분류, 시장 진입 제도 - 긴급구조기관의 개인위치 정보 이용	2005년 01월 27일 제정 2018년 12월 24일 개정

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

법률명	주요 내용	연혁
「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」	- 개인정보의 수집·이용 제한 - 정보통신망의 안정성 확보	1986년 05월 12일 제정 2019년 12월 10일 개정
「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」	- 지원금의 차별 지급 금지 및 지원금 공시 - 지원금과 연계한 개별계약 체결 제한	2014년 05월 28일 제정 2018년 02월 21일 개정
「전기통신사업법」	- 역무(서비스) 및 사업자 분류, 경쟁촉진·공정경쟁 제도 - 통신이용자 보호제도	1983년 12월 30일 제정 2019년 12월 10일 개정
「전파법」	- 주파수 분배, 할당, 회수, 재배치 절차 - 무선국 허가·검사 등 무선국 이용절차	1961년 12월 30일 제정 2019년 12월 10일 개정

주) 과학기술정보통신부와 공동 소관 법률 포함

2. 조직 현황 및 소관 사무

가. 조직 현황

그림 II-1 제4기 위원회 상임위원



한상혁 위원장

고려대학교 법학과를 졸업(1989년)하고, 중앙대학교 언론학 석사학위(2010년)를 취득하였다. 제40회 사법시험을 합격(1998년)하였으며, 방송통신융합추진위원회의 전문위원(2006~2007년), 미디어오늘 객원 논설위원(2006~2009년), 지역신문발전위원회의 위원(2007~2010년), 민주언론시민연합 정책위원 및 공동대표(2008~2019년), 방송문화진흥회 이사(2009~2012년), 중앙대학교 신문방송학과 객원교수(2013~2019년), 방송통신심의위원회의 광고특별위원회 특별위원(2014~2016년), 자유언론실천재단 감사(2019년) 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), 同보도본부장(2009~2011년), 연합뉴스TV 상무이사 겸 보도본부장(2011년), 건설근로자공제회 감사(2013년) 등을 역임하였다.



허 국 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), CBSi 대표이사(2000~2003년), 인터넷신문 업코리아 편집국장(2003~2004년), 아주경제신문 편집국 부국장(2008년), 엑스퍼트컨설팅 가치경영연구소장(2011~2017년) 등을 역임하였다.



표철수 상임위원

서울대학교 지리학과를 졸업(1975년)하였다. KBS보도국에 입사(1975년)하여 同정치부 차장(1986년)을 역임하였으며, YTN 뉴스총괄부장(YTN창설기획, 1994년), 同미디어국장(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.



김창룡 상임위원

건국대학교 낙농학과를 졸업(1985년)하고, 영국 런던 시티대학교 언론대학원 석사학위(1987년)를 거쳐, 영국 카디프대학교 언론학 박사학위(1993년)를 취득하였다. AP통신사 서울특파원(1987~1988년), 국민일보 편집국 기자(1988~1995년)를 거쳐 한국언론연구원 객원연구위원(1997~1999년), 언론중재위원회 중재위원(2003~2009년), 방송위원회 보도교양심의위원(2006~2007년), 인제대학교 신문방송학과 교수(1999~2019년) 등을 역임하였다.

위원회는 ‘방송통신위원회와 그 소속기관 직제’(대통령령 제29704호, 2019년 4월 23일 시행)에 따라 1차 3국 1관 20과(담당관)로 구성되어 있으며, 세부조직은 <그림 II-2>와 같다.

2019년 주요 개정내용으로는 건전한 인터넷 이용환경 조성을 위해 필요한 인력 2명(5급 1명, 6급 1명)을 증원하고, 방송통신위원회 소관 주요 정보통신 기반시설 관리 등 정보보호 및 보안 전담 인력 2명(7급 2명)을 증원하였으며, 방송통신 공공데이터 활용 확대 및 품질 관리 전담 인력 2명(5급 1명, 6급 1명)을 증원하였다.

또한 방송 외주제작시장의 불공정 관행을 개선하여 방송콘텐츠 산업의 상생환경을 조성하고 방송콘텐츠 경쟁력을 강화하기 위해 필요한 인력 1명(5급 1명)을 증원하였다.

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, 방송통신이용자 보호, 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. 방송문화진흥회의의 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
기획조정관	혁신기획담당관	• 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·자금운용 및 세출결산 업무 • 수입·채권 관리 • 정부혁신 업무의 총괄, 대국회 및 대외기관 협력업무 • 사무관리, 사무자동화 및 지식정보시스템 구축·운영 • 비상·보안업무 및 재난관리

부서명		주요업무
기획조정관	행정법무담당관	- 성과관리, 규제혁신에 관한 계획 수립 및 운영 - 소관 법령, 행정규칙의 심사 및 조정 총괄 - 한국방송공사, 한국교육방송공사 및 방송문화진흥회 임원 선임 - 위원회의 회의안건 접수·검토 및 보존관리 - 민원실 운영 - 국회 관련 업무 총괄
	국제협력담당관	- 정부간 협력 등 지역별 국제협력 정책 - WTO, FTA 등의 방송통신 관련 협상 - 방송·통신 분야 국제기구에 관한 정책
	홍보담당관	- 주요 정책에 대한 홍보계획의 수립·조정 및 협의·지원 - 위원회 내 업무의 대외 발표사항 관리 및 브리핑 - 보도계획의 수립, 보도자료 배포 및 보도내용 분석 - 언론 취재활동의 지원 및 보도 내용의 분석·대응
	디지털소통팀	- 디지털 채널을 통한 주요정책의 대국민 홍보 - 디지털 정책소통 콘텐츠 제작 및 채널 운영 - 위원회 내 디지털 소통 활동 지원
방송정책국	방송정책기획과	- 공영방송 정책 수립 및 시행 - 한국방송공사 수신료 정책 수립 및 시행 - 방송의 공익성 보장을 위한 시책 수립·시행 - 소관 방송사업자에 대한 법령의 제정·개정
	지상파방송정책과	- 지상파방송사업자 허가·재허가 등 관리 - 지상파 방송기술 정책 수립 및 시행 - 지상파방송 정책 및 관련 법령 정비 - 방송재난 및 재난방송 관련 정책 수립·시행
	방송지원정책과	- 종편·보도PP 정책 수립 및 승인·재승인 등 관리 - 방송용 주파수 관리, 주파수의 운용 계획 수립 - 종합유선방송사업자 등 뉴미디어 관련 허가·재허가·변경허가 및 법령 제·개정 등의 사전동의 업무 - 공익·장애인복지채널 정책 수립 및 선정·인정에 관한 사항
	지역미디어정책과	- 지역방송발전 관련 정책 수립·시행 - 지상파DMB 정책 수립·시행 및 허가·재허가 등 관리 - 시청자미디어재단 관리 및 미디어교육 지원 - 시청자 권익보호 정책 수립·시행 및 시청자 참여 활성화 지원
이용자정책국	이용자정책총괄과	- 방송통신이용자 보호에 관한 정책 총괄 - 방송통신이용자 보호 관련 법령의 분석 및 제·개정 - 통신관련 재정 및 분쟁조정
	개인정보보호유리과	- 정보통신망에서 개인정보보호 정책 및 관련법령 제·개정 - 인터넷서비스 개인정보보호에 관한 대책 - 위치정보사업자 인·허가 및 신고에 관한 사항 - 네트워크상에서 불법유통정보 유통방지 및 관련법령 제·개정 - 사이버 윤리 관련 교육·홍보 및 불법스팸 차단에 관한 사항

부서명		주요업무
이 용 자 정 책 국	통신시장조사과	- 통신시장 동향 분석 및 시장모니터링 - 통신시장의 공정경쟁 환경조성을 위한 제도 개선 - 통신사업자 법규 위반행위에 대한 조사 및 시정조치
	이용자 보호과	- 방송통신이용자 보호에 관한 제도 개선 - 방송통신서비스 활용 및 피해예방 교육·홍보 - 통신서비스 이용자 이익침해에 대한 사실조사 및 시정조치
	개인정보침해조사과	- 정보통신망에서 개인정보 침해사고 대응 - 정보통신서비스 제공자들의 이용자 개인정보보호에 관한 법령 준수 여부 조사 - 정보통신서비스 제공자들의 개인정보보호 실태 점검 및 기획·조사
방 송 기 반 국	방송기반총괄과	- 보편적 시청권 보장제도의 수립 시행 및 법령 제·개정 - 방송언어 관련 정책의 수립·시행 및 방송심의 제재 처분 - 방송공동제작 국제협정 체결 및 방송공동제작 국제컨퍼런스 등 개최 - 국경없는 방송전문가 워킹그룹 등 방송콘텐츠 국제협력 네트워크 구축 - 해외 미디어 이용행태 조사
	방송광고정책과	- 방송광고·협찬 등 관련 법령 및 제도 개선 - 방송광고판매대행시장의 경쟁정책에 관한 사항 - 중소기업 방송광고 지원 및 공익광고 활성화 정책 수립·시행 - 방송광고·협찬고지 위반행위 행정처분
	편성평가정책과	- 방송평가 기본계획 수립 및 방송평가 실시, 방송평가에 관한 법령 제·개정 - 각종 방송프로그램 편성비율 고시 및 중·장기 방송편성 정책 - 외주제작시장 상생환경 조성을 위한 정책 수립, 시행 - 시청자 평가 조사의 실시 및 관련 정책의 수립, 시행
	미디어다양성정책과	- 시청점유율 산정 관련 계획 수립 및 시행 - 방송시장경쟁상황평가 기본계획 수립·시행 - 방송매체 이용행태, 방송콘텐츠의 인터넷 반응 조사 및 결과 분석 - 장애인 등 방송소외계층 지원 정책 수립·시행
	방송시장조사과	- 금지행위 위반사업자 조사·시정조치 - 방송시장 공정경쟁을 위한 제도 개선 - 방송사업자 재산상황 공표 및 경영분석 - 방송 관련 분쟁조정
단말기유통 조사단	단말기유통조사담당관	- 이동통신 단말장치 유통구조 개선을 위한 제도 개선 - 이동통신 단말장치 유통시장 모니터링 사업 수행 - 이동통신사 및 유통점의 단말기유통법 관련 불공정행위 조사·제재
	운영지원과	- 위원회 및 소속기관의 소속 공무원에 대한 인사, 상훈, 징계, 교육훈련, 복무관리 및 급여 관리 - 위원회와 소속기관 및 소관 산하단체에 대한 감사, 진정 및 비위사항의 조사·처리 - 위원회 위원의 정책보좌, 의견 및 청사의 관리 및 방호

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」 제90조의 2	시청자의 방송참여 및 권익증진 업무 수행

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

표 II-4 위원회 유관기관

기관명	대표	성명	근거 법률	주요 기능
한국방송공사 (KBS)	사장	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. 2019년도 세출예산

위원회의 2019년도 세출예산 규모는 총 2,595억 원으로 이를 재원별로 살펴보면, 일반회계 630억 원, 방송통신 발전기금 1,965억 원이며, 분야별로는 통신분야 733억 원, 방송분야(문화 및 관광) 1,862억 원이다. 또한 기능별 세출예산 규모는 인건비 256억 원, 기본경비 42억 원, 주요 사업비 2,297억 원으로 이루어졌다. 자세한 내역은 <표 II-5>와 같다.

표 II-5 2019년도 위원회 세출예산 내역

(단위 : 억 원)

구분	2018년(A)	2019년(B)	증 감 (B-A)	%
총 지 출 <I+II>	2,386	2,595	209	8.8
(합계=총지출+기금관리비+내부거래+여유자금)	(8,594)	(13,209)	(4,615)	(53.7)

구분		2018년(A)	2019년(B)	증 감 (B-A)	%
재 원 별	I. 일반회계	564	630	66	11.7
	II. 방송통신발전기금	1,822	1,965	143	7.8
	(합계=지출+기금관리비+내부거래+여유자금)	(8,030)	(12,579)	(4,549)	(56.7)
	① 지출				
	소계(㉓+㉔)	6,683	8,446	1,763	26.4
	㉓ 방송통신위원회	1,822	1,965	143	7.8
	㉔ 과학기술정보통신부	4,861	6,481	1,620	33.3
	② 기금관리비	40	43	3	7.5
	③ 내부거래(공자기금예탁)	1,000	3,500	2,500	250.0
	④ 보전지출(기금 여유자금운용)	307	590	283	92.2
분 야 별	□ 통신분야	664	733	69	10.4
	□ 방송분야(문화 및 관광)	1,722	1,862	140	8.1
기 능 별	□ 인건비	194	256	62	32.0
	□ 기본경비	40	42	2	5.0
	□ 주요 사업비	2,153	2,297	144	6.7
	① 방송인프라 지원 및 시청자 권익증진	1,119	1,205	86	7.7
	② 공정경쟁 및 안전한 정보이용환경 조성	273	281	8	2.9
	③ 미디어 다양성 및 방송콘텐츠 경쟁력 강화	693	732	39	5.6
	④ 방송통신 운영지원	68	79	11	16.2

마. 2019년도 정부입법 추진 현황

2019년 위원회는 KBS의 EBS에 대한 송신지원의 구체적인 범위를 대통령령으로 정하도록 위임 규정을 신설하기 위한 「방송법」 개정(안), 방송광고판매대행사업 허가 유효기간 단축 근거 마련과 방송광고판매대행자 허가·재허가 시 이해관계자 의견청취 절차 도입을 위한 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 개정(안), 인터넷멀티미디어방송업자의 금지행위 위반 관련 자료제출 의무 규정 신설을 위한 「인터넷 멀티미디어방송 사업법」 개정(안)을 국회에 제출(2019년 10월, 11월, 12월)하였다.

3. 2018년도 주요 정책성과

OTT와 같은 신유형 매체의 성장과 5세대 이동통신(5G)의 상용화 등 급변하는 방송통신환경 속에서 위원회는 공정하고 자유로운 방송통신환경 조성, 이용자의 능동적 참여와 권리 강화, 지속 성장이 가능한 방송통신생태계 구축, 미래 대비 신산업 활성화를 정책방향으로 설정하고, 이에 따라 사업을 추진하였다. 위원회가 2018년에 추진하였던 주요 정책성과는 다음과 같다.

가. 공정하고 자유로운 방송통신환경 조성

위원회는 방송미래발전위원회의 정책제안서를 바탕으로 공영방송 지배구조 개선 및 방송 편성·제작 자율성 제고를 위한 정책과제별 개선사항을 담은 의견서를 국회에 제출하였으며, 지상파방송사 67개사, 종편PP 4개사, 보도PP 2개사의 재허가·재승인 조건 이행 점검과 지상파방송사업자에 대한 신규허가·재허가 심사를 수행하였다. 이 외에도 신속하고 정확한 재난방송을 위한 종합매뉴얼 표준안의 개정, 방송통신의 해외진출 및 한류확산을 위한 정부와 유관기관 간 협력활동 강화, 남북 방송통신의 교류를 위한 국제 콘퍼런스 및 통일 방송프로그램 제작 지원 사업을 추진하는 등 방송의 공정성과 공공성 강화를 위하여 노력하였다.

또한, 2017년도 방송사업자 시청점유율 산정결과와 2017년도 방송매체 이용행태조사 결과를 발표하였으며, 위원회의 통계자료를 한 곳에 모아 제공하는 방송통계포털, 방송콘텐츠에 대한 시청자의 인터넷 반응을 조사해 가치를 분석하는 방송콘텐츠 가치정보 분석 시스템 서비스를 제공하는 등 미디어의 다양성 증진을 위하여 노력하였다.

위원회는 지역·중소방송사업자를 대상으로 프로그램 제작역량을 강화하고 우수 프로그램 제작을 지원하기 위하여 '2018년 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화 프로그램 제작 지원 사업'을 시행하였으며, 국내외 콘텐츠 마켓, 해외피칭포럼 참가지원, 지역방송 종사자대상 맞춤형 교육과정, 전문가 멘토링 서비스, 해외 방송전문 교육과정 등을 통해 지역·중소방송의 활성화를 위한 지원을 강화하였다.

위원회는 인터넷 상 표현의 자유 신장을 위하여 사이버명예훼손 제도 및 임시조치 제도의 개선을 추진하였으며, 디지털 성범죄 영상물의 유통차단을 위한 법제도 및 기술적 조치 개선과 집중점검, 건전한 인터넷 이용문화 조성을 위한 참여형 공모전·캠페인을 전개하여 인터넷 역기능에 대한 대응을 강화하였다. 또한, 인터넷윤리의식 향상을 위하여 생애주기별 맞춤형 교육을 추진하였다.

나. 이용자의 능동적 참여와 권리 강화

위원회는 다양한 미디어교육 프로그램과 시청자미디어센터의 방송장비·시설을 무료로 제공하고, 시청자 참여프로그램 제작지원 및 시청자평가원 활동지원 등을 통해 시청자의 방송참여를 활성화하였다. 또한 시청자 밀착형 참여 프로그램 확대를 위하여 지역 지상파, 공동체라디오에 대한 예산 지원을 확대하고 시청자위원회 운영의 내실화를 위한 제도 개선을 추진하였다.

위원회는 현행 수어방송의 불편함을 개선하기 위한 ‘스마트 수어방송서비스 상용화 추진계획’을 발표하였다. 또한 장애인방송의 품질 제고를 위하여 장애인방송 의무제공 사업자의 ‘2017년도 장애인방송 제공 실적 평가결과’를 공개하였으며, 저소득층을 대상으로 시청각장애인용 TV의 보급을 늘리는 등 소외 계층의 미디어 접근권 확대를 위하여 노력하였다.

위원회는 통신분쟁조정제도의 도입과 통신장애 관련 이용자 보호 대책 마련을 위하여 「전기통신사업법」을 개정하고, 이동통신3사(SK, KT, LG U+), 한국알뜰통신사업자협회(KMVNO)와 함께 ‘이동통신분야 맞춤형 피해구제 기준’을 마련하여 이용자 보호 및 피해구제를 실질화하였다. 또한, 유선 결합상품의 해지 절차 간소화 방안 마련, 인터넷 개인방송 역기능 방지를 위한 ‘클린인터넷방송협의회’ 개최, 이동통신서비스 및 단말장치 온라인가이드라인 발표 등 이용자 피해 및 불편사항을 개선하기 위하여 노력하였으며, 이동통신서비스 비용 부담의 경감을 위하여 방송통신이용자정보포털을 통한 단말기 출고가의 비교 및 공시를 시행하였다.

다. 지속 성장이 가능한 방송통신생태계 구축

위원회는 ‘방송프로그램 외주제작시장 불공정관행 개선 종합대책’의 시행을 위하여 독립창작자 인권선언 선포 및 편성고시·평가 규칙 개정을 추진하고, 인터넷 납품기업의 사회적 책무, 국내·외 기업 간 역차별 해소 등 인터넷 생태계의 상생과 공정경쟁을 위한 ‘인터넷 상생발전 협의회’를 운영하였으며, 부처 합동 외주거래 실태점검, 홈쇼핑사의 사전영상 제작비에 대한 납품업체 전가행위 및 유료방송사의 중소 PP에 대한 프로그램 사용료 미지급 등의 방송통신시장 분야별 불공정행위 실태 점검을 통해 방송통신 상생환경 조성에 기여하였다.

또한, 가상·간접광고 규제개선, 중간광고 차별적 규제 해소, 협찬제도화 등 방송광고 제도 개선에 대한 정책방향(안)을 발표하고, 협찬고지의 명확성과 자율성을 제고하기 위해 「협찬고지 등에 관한 규칙」을 개정하는 등 방송광고와 협찬고지 제도를 개선하였다.

더불어 위원회는 수출장벽을 낮추고 신남방 거점국(베트남, 태국 등), 신북방 거점국(중국), 미주권역(캐나다) 등 신규시장에 성공적으로 안착하기 위한 ‘국가 간 방송공동 제작협정’ 체결을 추진하였으며, 중국·인도·태국·인도네시아·베트남 등 10개국의 정부·국제기구 및 국내외 방송사 관계자 300명이 참여한 ‘2018 방송 공동제작 국제 콘퍼런스’를 개최하였다. 또한 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 수행하는 등 방송한류 확산을 위한 고품질 콘텐츠의 제작 기반을 마련하였다.

위원회는 종편PP가 안정적 성장세에 진입한 만큼, 타 매체와 종편PP 간 형평성을 고려하여 비대칭 규제를 재검토해야할 필요성이 증대됨에 따라 지상파방송사업자에만 적용중인 외주제작 의무 비율 규제를 종편PP로 확대할 수 있도록 편성의무 부과를 추진하였으며, 방송의 공공성 및 경쟁력, 매체 균형발전 등을 고려하여 ‘종편PP 의무송출 제도 개선 협의회’를 운영하여 개선안을 마련하였다. 또한 지상파방송사업자와 종편PP의 기금 부과기준 및 징수율 결정방식의 합리적인 개선 방안을 마련하는 등 매체 간 규제 불균형을 개선하기 위하여 노력하였다.

라. 미래 대비 신산업 활성화

위원회는 UHD 방송 의무편성비율과 콘텐츠 투자 계획 이행 실적 점검, 지상파 다채널 방송(EBS-2TV) 시범서비스의 본방송 전환을 위한 「방송법」의 개정, 이용자 보호 강화를 위하여 해외의 제도와 시장 현황 분석을 바탕으로 한 신유형서비스 제도 개선을 추진하는 등 신규 방송통신서비스 활성화와 제도 정비를 위하여 노력하였다.

또한, 이용자의 자기결정권 강화를 위한 열람·제공요구, 열람권 보장 절차 등을 포함한 ‘온라인 개인정보 처리 가이드라인’의 마련, 가상통화 취급업소, O2O 사업자 등 개인정보 보호 취약분야에 대한 실태조사, 규제 사각지대 보완을 위한 ‘정보통신분야 개인정보보호 자율규제’, 중소기업 및 스타트업 사업자를 위한 ‘개인정보보호 현장 컨설팅 지원’ 사업 등을 수행하며 개인정보의 실질적 보호 강화를 위하여 노력하였다.

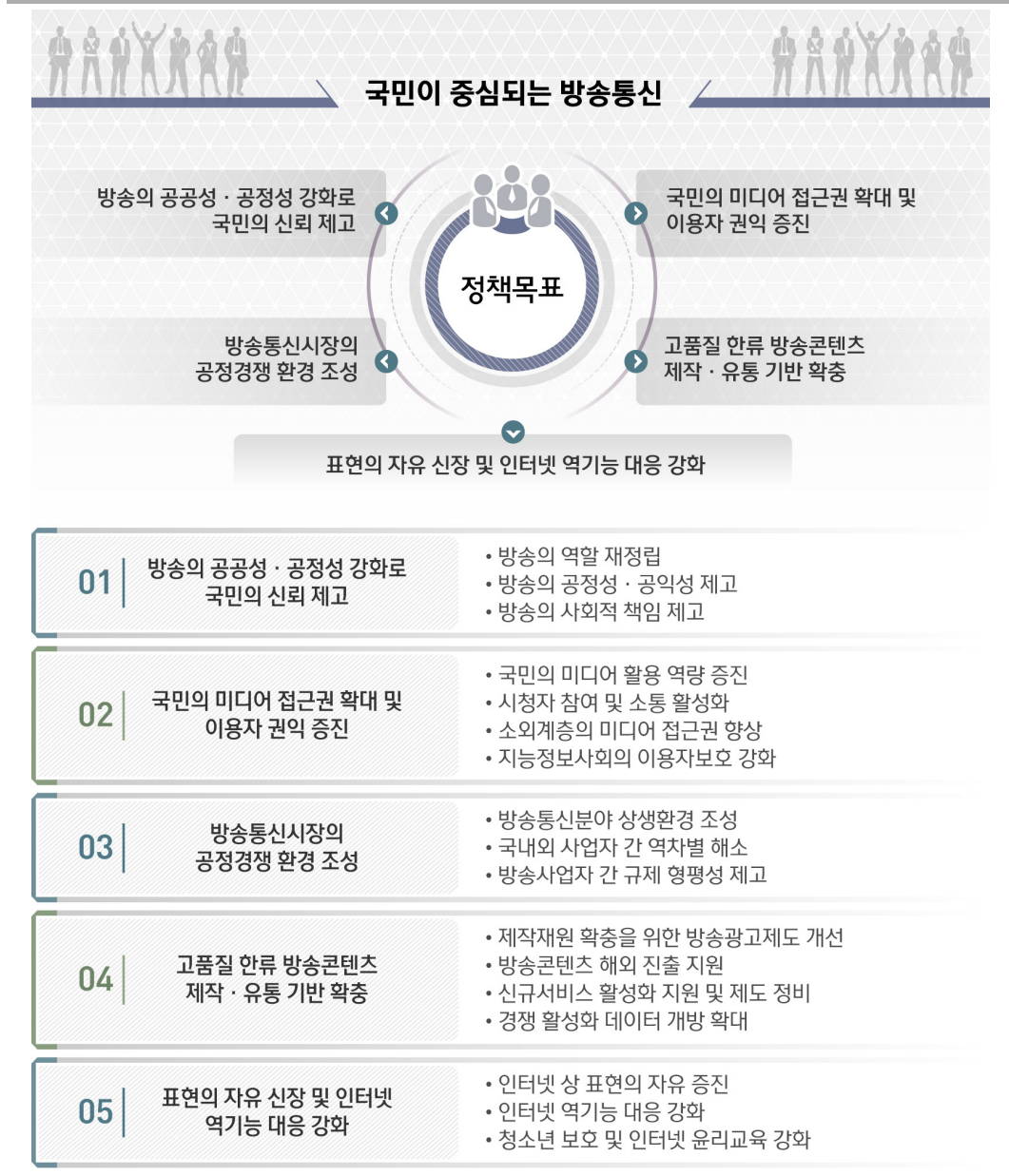
더불어 위원회는 「정보통신망법 시행령」 개정을 통해 이용자의 개인정보 수집·이용 동의 획득 방법을 문자 메시지, 모바일 앱, SNS 등으로 확대하고, 위치정보 관련 스타트업 및 중소·영세 기업 대상으로 맞춤형 컨설팅, 클라우드 기반 개발환경 제공, 우수 비즈니스 육성 및 정기 동향 보고서 발간 등의 사업화를 지원하였으며, 사생활 침해 우려가 적은 사물위치정보사업은 허가제에서 신고제로 완화하여 스타트업의 진입을 촉진하였다. 또한 APEC SOM 정례회의, 싱가포르 ABLI 포럼, CoE 108, ICDPPC 등 다수의 국제협의체에 참여하여 긴밀한 국제협력 체계를 구축하고, EU LIBE 위원회 위원장 및 EDPB 의장 면담을 통하여 EU GDPR 시행에 대응하였으며, 개인정보 국외이전에 따른 피해 구제를 강화하기 위하여 APEC CBPR 운영체계 마련하는 등 개인정보의 안전한 활용을 지원하기 위하여 노력하였다.

4. 2019년도 주요 정책목표

위원회는 방송통신 미디어가 민주적 여론형성의 장으로서 본연의 역할을 다할 수 있도록 공공성을 제고하고, 시청자·이용자의 권리를 강화해 국민에게 신뢰받는 미디어 환경을 만들어가기 위하여 ‘국민이 중심되는 방송통신’을 비전으로 설정하였다.

또한 다섯 가지 정책목표로 첫째, 방송의 역할 재정립, 방송의 공정성·공익성·사회적 책임제고 등을 통한 ‘방송의 공공성·공정성 강화로 국민의 신뢰 제고’, 둘째, 국민의 미디어 활용 역량 강화, 시청자 참여 및 소통 활성화, 지능정보사회의 이용자 보호 강화 등을 통한 ‘국민의 미디어 접근권 확대 및 이용자 권익 증진’, 셋째, 방송통신분야 상생환경 조성, 국내외 사업자 간 역차별 해소 등을 통한 ‘방송통신시장의 공정경쟁 환경 조성’, 넷째, 제작재원 확충을 위한 광고제도 개선, 방송콘텐츠 해외 진출 지원 등을 통한 ‘고품질 한류 방송콘텐츠 제작·유통 기반 확충’, 다섯째, 인터넷 상 표현의 자유 증진, 청소년 보호 및 인터넷 윤리교육 강화 등을 통한 ‘표현의 자유 신장 및 인터넷 역기능 대응 강화’ 업무를 수행하였다.

그림 II-3 비전 및 정책목표



III

2019년도 방송통신 정책성과

Ⅲ

2019년도 방송통신 정책성과

제1절 | 방송의 공공성·공정성 강화로 국민의 신뢰 제고

1. 방송의 역할 재정립

가. 공영방송 지배구조 개선

공영방송 이사 및 사장 선임 등 지배구조와 방송 제작·편성의 자율성과 관련하여 제도 개선의 필요성이 지속적으로 제기되었다. 위원회는 언론개혁에 대한 국민염원에 따라 공영방송의 독립성·공정성·자율성 확보를 방송정책의 최우선 과제로 삼아 제도 개선방안 마련을 추진해 왔다. 여·야 정치권은 물론 방송사 사측과 종사자, 시민사회 등 의견이 다양함에 따라 사회적 논의를 위하여 방송·법률·경영·회계 전문가 및 시민사회 단체 추천인사로 '방송미래발전위원회'를 구성하였고, 이를 통해 발의된 법안과 학계·시민사회 제안, 해외사례 등을 종합 검토하고 폭넓은 국민 의견수렴과 상임위원간 숙의를 거쳐 정책방안을 마련하였다.

위원회는 제출된 '방송미래발전위원회'의 정책제안서를 바탕으로 상임위원 간 수차례 논의를 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 ▲ 위원회가 추천(선임)하되, 공영방송이 정치적 영향에 좌우되지 않도록 이사 정원의 1/3(또는 일정 수) 이상을 국민추천이사로 구성, ▲ 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 경과 후 과반수제로 전환하는 보완규정 마련 등을 제안하였다. 아울러, 방송 현장에서 종사자의 의견이 충분히 반영될 필요가 있음에 따라 ▲ 지상파방송 및 종합편성·보도전문 방송채널사용사업자에 대한 사업자·종사자 대표 동수의 편성위원회 구성 및 운영 의무화, ▲ 사업자·종사자 동수 구성에 따른 분쟁 우려 등을 고려하여 편성위원회 중재기구 설치를 의무화하는 보완규정을 마련하도록 하였다.

표 III-1 공영방송 지배구조 개선을 위한 제도 개선 방안 주요 내용

- (이사회 구성) 현행대로 방송통신위원회가 추천(선임)하되, 공영방송이 정치적 영향에 좌우되지 않도록 이사 정원의 1/3(또는 일정 수) 이상을 국민추천이사*로 구성
* 후보자는 미디어 법률 회계 등 단체 추천을 받거나 공모하되 방송통신위원회 위원 전원 합의로 선임
- (사장 선임) 이사회 선임이 개선되면 사장추천위원회 설치여부는 이사회가 정하되, 사장 선임 시 국민의견수렴 절차를 의무화
- 특별다수제 도입은 이사회가 정하되, 도입 시 의사결정의 지연을 방지를 위해 일정기간 경과 후 과반수제로 전환
- (편성위원회 설치) 지상파 및 종편·보도PP에 사업자 및 종사자 대표 동수로 편성 위원회를 구성·운영하도록 의무화하고, 분쟁 발생 시 중재기구 설치를 의무화

위원회는 2018년 12월 국회에 제출한 국민추천이사제, 사장 선임 시 국민의견수렴 절차 의무화, 노사 공동 편성위원회 설치 의무화 등의 내용을 담은 정책제안서가 방송관계법 개정안에 반영되도록 지원하였다. 특히, 공영방송 이사·사장 선임절차를 합리화하고 독립성과 자율성을 보장하여 국민이 동의할 수 있는 지배구조를 마련하기 위하여 이사·사장 선임절차 개선 등 국회 입법논의를 지원하였다. 관련하여 위원회는 법안심사소위나 소관 상임위의 회의를 대상으로 위원회의 제도 개선방안을 설명(5회)하고 법률자문가 자문회의(2회), 이해관계자(KBS·EBS) 의견수렴(2회) 등을 통해 전문가와 방송사 등의 의견을 국회에 전달하였다.

그러나 여야이견 등으로 관련 「방송법」 입법이 지속적으로 지연됨에 따라, 위원회는 법 개정 전이라도 내부규정이나 절차 개선 등을 통해 공영방송 사장 선임 시의 공정성 제고 및 국민 참여 확대를 추진하기로 하였다. 이를 위해 위원회는 KBS, 방송문화진흥회(FBC), EBS의 이사 및 EBS 사장 선임 시 공모한 후보자 정보를 국민에 공개한 후 의견을 수렴(총 3,706건)하여 최종 선임 시 참고가 되도록 하였다. EBS 사장의 경우, 사장 후보자를 공개모집한 이후, 홈페이지 등에 후보자 정보를 공개하여 국민의견을 수렴하는 절차를 거쳐 방송의 전문성과 사회 각 분야 대표성을 고려하여 선임하였다.

표 III-2 EBS 사장 선임 시 국민의견 수렴

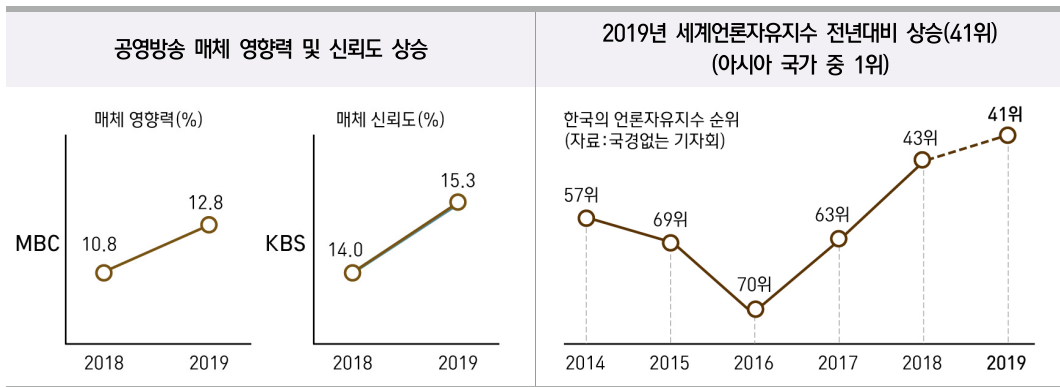
	국민 참여 및 절차적 투명성 확보를 위한 국민 의견수렴 • 접수기간 : 1월 14일 ~ 1월 18일 • EBS사장 후보자의 주요경력와 업무수행계획서 등을 방송통신위원회 홈페이지에 공개, 후보자에 대한 국민 의견수렴 → 접수된 의견 841건은 사장임명에 참조
---	---

그림 III-1 공영방송 지배구조 개선을 위한 사회적 논의



방송의 독립성과 자율성 신장을 위한 정부 차원의 노력과 방송사의 자율적 이행 등으로 공영방송의 매체 영향력, 신뢰도 및 한국의 언론자유지수(2018년 43위 → 2019년 41위, 아시아 1위)등이 점진적으로 개선되고 있다. 위원회는 다양한 이해관계자 의견 청취 및 전문가 검토 등으로 국회 관련 논의를 적극 지원하면서 법 개정 전이라도 방송사 등이 내부지침 개정 등으로 제도 개선을 선제적으로 추진하도록 유도할 계획이다.

그림 III-2 공영방송 지배구조 개선 관련 성과



나. 수신료 감면제도 개선

1988년 「방송법 시행령」 개정 이후 크게 변하지 않은 수신료 감면제도를 개선하여 미디어 환경 변화에 조응하고, 국민 부담을 완화할 필요성이 제기되었다. 이에 위원회는 수신료 감면제도의 현황과 문제점에 대한 분석을 토대로 개선방안을 마련하여 관련 제도 개선을 단계적으로 추진하기로 하였다. 이를 위해 우선 위원회는 2월 13일, 수신료 체납 가산금 인하 등 수신료 감면제도를 개선하여 국민 부담을 경감하는 내용의 「방송법 시행령」 개정안을 의결하였다.

이번 시행령 개정에 따라 수신료를 체납했을 때 가산금이 체납액의 5%에서 3%로 낮아지고, 수신료를

먼저내면 6개월 당 한 달분의 반액(1,250원)을 할인해주는 선납 감액제도 안내가 의무화되며, 별도 증빙 없이 수신료를 면제받을 수 있는 대상이 확대된다.

먼저 수신료 체납 시 가산요율이 5%에서 3%로 낮아져 1개월분 수신료(2,500원)를 체납했을 때 발생하는 가산금이 125원에서 75원으로 감소하여, 평균 연 36억 원 가량의 수신료 체납 가산금이 22억 원 수준으로 낮아지게 되었다. 이를 통해 경제적 사유 등으로 수신료를 내지 못한 국민의 부담이 일부 감소하게 되었다. 또한 KBS와 한국전력이 홈페이지 등을 통해 국민이 알기 쉬운 방법으로 선납 감액제도를 안내하도록 의무화됨으로써, 최근 5년간(2013년~2018년 7월) 신청건수가 23건에 불과하던 수신료 선납 할인제도를 보다 많은 시청자가 활용할 수 있을 것으로 기대된다. 이 밖에도 「방송법 시행령」 제44조에 규정된 기초생활수급자, 국가 및 독립 유공자, 시청각 장애인 등 수신료 면제 대상이 면제를 신청할 경우, 이전에는 자격요건에 대한 증빙을 직접 제출해야 했으나 이제는 KBS가 전산시스템을 통해 확인하여 면제하게 된다. 이로써 전체 수신료 납부 대상의 10%인 면제자 중 99%가량이 전화나 인터넷만으로도 간편하게 수신료 면제를 신청할 수 있게 된다. 마지막으로 수상기를 소지하지 않은 사람에게 잘못 부과된 수신료에 대해 원활한 환불조치가 이뤄질 수 있도록 방송법령 상에 근거가 신설되었다.

정부혁신의 일환으로 국민의 부담을 줄이기 위하여 마련한 수신료 제도 개선안을 담은 「방송법 시행령」은 법제처 심사와 국무회의 의결을 거쳐 4월 9일 공포되어 7월 10일부터 시행되고 있다. 위원회는 향후에도 지속적인 수신료 제도 개선과 관련된 방송법령을 개정하여 국민의 부담을 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 공영방송이 본연의 공적책무를 수행할 수 있도록 제도적 기반을 구축할 수 있을 것으로 기대된다.

표 III-3 수신료 제도 개선 관련 「방송법 시행령」 개정 주요 내용

구분	개정 내용
수신료 면제절차 간소화 【령 제44조】	- 제44조에 따른 기초생활수급자, 국가유공자, 독립유공자, 5·18 민주 유공자, 시청각 장애인 중 수신료 면제 대상자는 자격요건에 대한 별도의 증빙없이 수신료 면제를 신청할 수 있도록 함 ※ 기존 : 전력사용이 없거나(영업장) 월 50KW미만 세대, 난시청 거주자
수신료 감액제도 고지 의무화 【령 제45조】	수신료 감액제도에 대해 알지 못하는 국민이 많은 점을 고려하여 수신료 납부 의무자가 이를 알고 인지할 수 있도록 KBS 또는 수신료 위탁징수자에게 감액제도 안내 공지를 의무화
수상기 미소지자 수신료 환급 근거 신설 【령 제46조】	- 수상기 등록자 뿐 아니라, 수상기 미소지자에 수신료가 잘못 부과된 경우 환급해 줄 수 있는 근거를 마련 ※ 기존 : 수상기 등록자의 과오납 수신료 환급 근거만 있음
수신료 체납 가산금 인하 【령 제47조】	수신료와 유사한 다른 부담금과의 형평을 고려하여 수신료 체납 시 가산금 비율을 5% → 3%로 인하, 수신료 납부 독촉장 기재사항에 가산금 부과 근거(방송법령) 고지 추가

다. 중장기 규제체계 정비방안 마련

급변하는 미디어 생태계가 새로운 규제 철학을 요구하고 있어 방송의 공적책무를 강화하고, 신규 융합서비스 성장 등 급변하는 미디어 환경에 맞추어 기존 제도 틀을 정비하여 미래지향적인 방송통신 규제체계를 마련할 필요성이 제기되었다. 위원회는 미디어 환경변화에 대응하고 글로벌 경쟁력을 확보하기 위하여 중장기 방송통신 규제개선 방향을 설정하고 구체적인 추진전략을 수립하기 위하여 4월, 방송정책국을 중심으로 외부 방송·통신·미디어·법률전문가 및 정책연구기관 등으로 ‘중장기 방송제도 개선 추진반’(이하 추진반)을 구성하고, ‘방송규제체계 개선방안’과 ‘방송·통신제도 정비방안’ 등 정책과제를 논의하였다. 추진반에서는 방송의 공적영역 책무는 강화하면서 미디어 생태계의 활력을 제고할 수 있는 방안과 방송통신 융합 환경 하에서 수평적 규제 체계로의 전환 등을 논의하였고, 효율적인 논의를 위하여 산하에 2개의 분과를 운영하였다.

1분과는 ‘방송규제체계 개선방안’을 정책과제로 하여 공적영역과 민간영역 방송의 규제철학을 정립하고, 공영방송의 공적 책무와 독립성 보장방안, 지역방송과 유료방송 등의 규제합리화 방안 등에 대하여 논의하였다. 2분과에서는 ‘방송·통신제도 정비방안’을 정책과제로 하여 수평적 규제체계 전환, OTT 등 신규서비스 정책방안과 미래형 플랫폼 및 신유형 콘텐츠 서비스 활성화 방안 등을 논의하였다. 추진반은 중장기 방송규제 개선방안(안) 마련을 위해 통합회의(5회), 분과회의(12회) 등 논의를 진행하였다.

위원회는 학계 의견수렴의 일환으로 4월 26일 한국방송학회 정기 학술대회 특별기획 세션을 마련하여 수평적 규제체계 전환의 필요성과 OTT 등 신유형 방송통신서비스 제도화와 관련된 학계의 목소리를 청취하였다. 또한, 11월 28일 국민을 위한 방송통신·미래를 향한 제도 개선을 위하여 ‘중장기 방송제도 개선 및 미래지향적 규제체계 개편방안’ 관련 토론회를 방송회관에서 개최하였다.

정보통신정책연구원 주관으로 개최된 토론회는 위원회가 구성한 ‘방송제도 개선 추진반’의 논의결과와 쟁점사항들을 공개하는 자리였다. 토론회는 ‘미디어 환경변화 전망 및 중장기 정책방향’, ‘OTT 정책방향 및 미래지향적 규제체계 정비방안’ 및 ‘방송의 공공성 강화 및 건전한 미디어 생태계 회복방안’ 등 3개 세션으로 구성되었다. 1세션은 허욱 상임위원의 사회로 방송관계 주요 학회장의 중장기 정책방향에 대한 제언을 듣고, 2세션은 미래 방송통신 규제체계 정비방안을, 3세션은 기존 방송제도 개선방안을 다루고 지상파·지역방송·유료방송 등 방송사뿐만 아니라 통신사·OTT·광고 관련 협회와 시민사회단체에서 추천한 인사가 참석하여 토론하였다.

한상혁 위원장은 축사를 통해 “사업자 보다는 이용자 입장에서 정책을 수립하고, 변화하는 융합 환경에서도 방송의 공공성은 유지하되 건전한 미디어 생태계를 구축하기 위해 노력하겠다”라고 하면서, “토론회는 급변하는 미디어 환경변화에 대응하는 실마리를 찾는 출발점으로 다양한 의견을 경청해 중장기 방송제도 개선방안을 마련할 계획”이라고 밝혔다. 같은 날 한상혁 위원장은 방송관계 주요 학회장(김춘식 한국언론학회회장, 한동섭 한국방송학회회장, 손병우 한국언론정보학회회장)과 간담회를 가지면서, 미디어 환경변화에 따른 현실 진단과 미래 비전에 대해 학계와 의견을 교환하고 학계도 깊은 관심을 가지고 미디어 정책방안을 제언해줄

것을 부탁하였다.

중장기 추진반 제도 개선의 목표는 첫째, 액세스권 강화를 통한 이용자 권리 확대, 둘째, 방송규제체계 재구조화 및 규제개선, 셋째, 공정경쟁 환경조성과 기술발전의 제도적 수용이며, 이를 통해 융합시대 미디어의 공공성 회복 및 이용자 권익 강화를 추구하고 있다. 공·민영 방송 체계 개편의 목적은 새로운 서비스 등장, 글로벌 경쟁 격화 등 환경변화로 인해 방송이 공적가치 실현도, 산업적 혁신도 모두 이루기 어려운 구조가 됨에 따라 소유구조, 재원조달 방식 등을 고려해 공적/민간영역을 분류하여 각 영역별 비전과 추구가치, 공동추구 가치를 재정립하는 것이다.

이에 따라 공영방송의 공적책무를 명확히 하고, 공공성·공익성을 강화하여 별도의 평가체계를 도입하되, 민간영역에 대해서는 규제를 대폭 완화하여 시장의 활력을 주고 경쟁을 활성화하며, 공적재원과 상업적 재원을 구분하여 방송재원의 위상을 정립하고 다각화하는 방안을 마련하였다. 이밖에 지역성 구현 기반 확대, 이용자 권익 강화, 보편적 서비스 구현 및 네트워크 운영 효율화 방안 등을 논의하였다.

한편, 융합 환경에의 부합 및 미래지향적 규제체계 마련 필요성에 따라 첫째, 동일서비스·동일규제를 위해 기술중립성에 입각, 둘째, 규제목적(경쟁 활성화, 사회문화적 공익성, 이용자 보호 등)에 부합, 셋째, 규제 비례성(사업자 규모, 영향력 등)에 부합 등을 기본원칙으로 설정하여 콘텐츠, 플랫폼, 전송 3계층으로 구분한 서비스 분류체계 안을 제시하였다.

또한, 인터넷망 고도화, 스마트 기기 증가, 콘텐츠 이용행태 변화 등으로 OTT 영향력이 확대되고 있으며, 넷플릭스 등 글로벌 기업의 OTT 서비스가 급성장하면서 이들의 국내 시장잠식이 우려됨에 따라 중장기적으로 방송통신분야에 수평규제체계를 도입하고, 콘텐츠 계층에 관한 서비스 분류체계를 정립하여 방송서비스와 OTT 서비스 간 규제 형평성과 차별성을 조율한 규제방안 마련 필요성을 제안하였다. OTT 서비스에 대해 최소규제 원칙하에 금지행위 및 분쟁조정 법적 근거를 마련하고, 내용규제와 사업자 자료제출 의무화가 필요함을 제시하였다. 기타 미래형 방송서비스 활성화를 위한 개선방향으로 방송통신 관련 다양한 사업자가 광범위하게 참여하는 혁신기금 조성 및 정부가 산업계와 시민사회, 이용자, 전문가의 의견을 수렴하고, 함께 정책을 정비해 나가는 협업시스템 마련이 필요하다고 주장하였다.

위원회는 홈페이지, 블로그, SNS 및 국민권익위 ‘국민생각함’ 등을 통해 토론회 발제문을 공개하고, 중장기 방송제도 개선 및 미래지향적 규제체계 개선을 위한 정책제안서에 대한 국민들의 의견과 정책제안을 11월 29일부터 12월 31일까지 공개적으로 접수하였다. 추진반은 이러한 과정에서 쟁점으로 부각된 주제와 관련하여 2020년 2월 5일 학계·업계·시민사회를 대상으로 의견수렴 간담회를 개최하였으며, 정책제안서를 마련하여 2020년 3월중 위원회에 건의할 예정이다.

위원회는 주요 정책쟁점 중 방송통신융합 규제체계 법제화 방안과 공영방송 공공성 강화 및 평가개선 방안에 대해서는 심도 있는 논의와 의견수렴이 필요한 사항으로 2020년 정책연구 등을 지속적으로 추진하고, 단기 실행가능 사항은 2020년 실국 업무계획(1월 16일) 등에 포함하여 추진할 예정이다.

그림 III-3 중장기 방송제도 개선을 위한 주요 활동



2. 방송의 공정성·공익성 제고

가. 엄격한 재허가·재승인 심사 및 제도 개선

1) 재허가·재승인 조건 이행점검 및 제도 개선

방송매체 다변화에 따라 방송의 공정성·공익성에 대한 사회적 관심이 증가됨에 따라, 방송의 공적 책임에 대한 엄격한 재허가·재승인 심사 및 제도 개선이 요구되었다. 이에 위원회는 지상파·종편·보도채널 등의 재허가·재승인 시 부가한 공정성 확보, 콘텐츠 투자 조건 및 공적책무 조건 등에 대하여 이행 점검을 실시하였다. 특히, 종편PP의 방송 품격제고 조건과 지상파방송의 경영투명성 및 콘텐츠 투자 강화 및 재난방송 가이드라인 등을 중점적으로 점검하였다.

2017년도 종편PP 재승인시 심사위원회의 지적에 따라 방송의 공적 책임 및 공정성과 관련하여 재승인 조건을 부가한 바, 이에 대한 철저한 이행점검의 필요성이 제기되었다. 이에 위원회는 방송의 공적책임 및 공정성 제고를 위하여 2017년도에 부가한 재승인 조건의 철저한 이행점검을 통해 재승인 제도의 실효성을

제고하였다. 위원회는 방송의 공적책임, 콘텐츠 투자 등 재승인 조건에 대한 이행여부를 사업자 현장실사(6~7월), 전문가 자문(8~10월) 등을 통해 엄격히 점검하고 미흡한 사업자에 대해 이행을 촉구(11월)하였다. 2017년 재승인 시 조건(오보·막말 등 방송심의 규정 위반으로 인한 각 사별 법정제재 건수를 매년 4건 이하로 감소)을 부가한 이후 종편 4사의 방송심의규정 위반으로 인한 법정제재 건수가 큰 폭으로 감소(2018년 7건 → 2019년 2건)하는 등 방송프로그램 품격 향상을 위한 방송사의 자발적인 노력을 유도하였다.

또한, 위원회는 2017년도 재승인 조건 이행실적 점검 과정에서 문제가 제기된 ‘자체제작비 산정기준’을 보완하기 위하여 이에 대한 제도 개선을 추진하였다. 정책연구과제, 전문가 자문, 사업자 현장실사 및 의견수렴 등의 절차를 거쳐 2019년 8월, ‘콘텐츠 투자금액 산정을 위한 세부기준’을 마련하여 사업자는 양질의 방송콘텐츠 제작을 위한 투자 금액을 정당하게 평가받고, 정부기관은 이를 효율적으로 점검할 수 있는 체계를 정비하였다. 위원회는 자체제작비 계정 과목을 업무 성격에 따라 신설·통합·삭제하고, 명칭을 변경하는 등 산정기준을 명확화·구체화하여 사업자의 예측가능성을 제고하였다. 또한 기존 콘텐츠 투자금액에 대한 불인정사례를 구체화하여 재승인 조건 이행여부에 대한 행정기관·사업자 간 불필요한 분쟁을 최소화하고 행정 효율성 제고에 기여하였다.

위원회는 2019년 8월, 재승인 심사 기본방향 및 심사위원회 구성·운영 방안, 심사항목 등의 사항을 구체화한 ‘재승인 세부계획’을 수립하여 공정하고 체계적인 종편·보도PP 재승인 심사를 위한 토대를 마련하였다. 우선, 재승인 심사점수별 유효기간·이행점검 차등화를 통하여 재승인 심사에 대한 사업자의 동기 부여를 유도하고, 심사항목 분류 체계 변경 등을 통하여 재승인 심사에 대한 실효성과 효율성 제고에 기여하였다. 또한 개별 심사사항에 대한 과락 기준을 상향 조정(40→50%)하고, 사업계획서에 대한 효율적인 심사를 위해 본문을 500페이지 이내로 제한하였다. 특히, 강원 지역 대형 산불 이후 중앙부처 합동으로 마련한 재난방송 대책의 실효성과 현실 반영을 위하여 심사사항에 ‘재난방송 실적·계획’을 추가함으로써 재난방송에 대한 방송사업자의 노력을 유도하고 국민 안전 강화에 기여하였다.

표 III-4 재승인 세부계획 주요 내용

• (심사점수별 차등화) △총점 700점 이상 → 5년, △650점 이상 700점 미만 → 4년, △650점 미만 → 조건부 재승인 (3년) 또는 재승인 거부
• (개별 심사사항 과락) 650점 이상을 획득해도 개별 심사사항의 평가점수가 배점의 50%에 미달할 경우 조건 부가
• (재난방송) ‘재난방송 실시’에 관한 사항’을 ‘기타 사업수행에 필요한 사항’에 반영
• (사업계획서) 사업계획서에 대한 효율적 심사를 위해 본문을 500페이지 이내로 제한

한편, 방송사업자 등에 대한 재허가·재승인 시 심사하여야 하는 사항을 열거하고 있는 「방송법」 제17조 제3항에는 심사사항에 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 등 타법에 대한 사업자의 위반 여부가 포함되지 않아 위반행위의 근절이 어렵다는 지적 등이 제기되었다.

이를 개선하기 위해 '방송의 공적책임을 고려하여 대통령령으로 정하는 법령의 위반여부'를 심사사항에 반영하도록 「방송법」이 개정됨에 따라, 위원회는 재허가·재승인 심사 시 감점대상을 「방송법 시행령」으로 구체적으로 규정하는 제도 정비를 추진(6월 25일 시행)하였다. 이를 통해 방송사업자의 관계법령 위반행위 근절을 유도할 뿐만 아니라 방송사업자의 규제에 대한 예측가능성이 제고될 것으로 기대된다.

표 III-5 방송법 시행령 개정 주요 내용

- 지상파방송사업자, 공동체라디오방송사업자, 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자에 대한 재허가·재승인 심사시 위반 여부를 반영할 법령의 범위를 구체적으로 규정
 - 「방송통신발전 기본법」
 - 「전파법」
 - 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」
 - 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」

2) 지상파방송사업자 재허가 심사

위원회는 2019년 12월말 허가유효기간이 만료되는 36개 지상파방송사업자 146개 방송국을 대상으로 재허가 심사를 수행하였다. 2019년도에는 KBS, MBC, SBS 등 수도권 지역 UHD 3개 사업자, 지역MBC, 지역민방, 라디오방송 등 33개 사업자를 포함한 36개사가 재허가 대상이었다.

위원회는 합리적인 재허가 심사체계를 마련하고, 엄격한 심사를 추진하여 방송의 공익성·공공성을 강화하고자 하였다. 2019년 5월, 심사점수에 따라 유효기간을(3~5년) 차등화하고, 심사사항의 과락 기준을 강화(40 → 50%)하며, 지역편성 등을 중점적으로 심사하는 내용을 담은 재허가 세부계획을 의결하였다. 특히, 재난·재해 발생 빈도와 그 피해가 증가함에 따라 '재난방송 충실성 확보 계획'을 심사항목에 반영하여 재난방송의 질적 개선을 유도하고자 하였다.

위원회는 재허가 심사의 공정성과 투명성, 전문성 확보를 위하여 방송·미디어, 법률, 경영·회계, 기술, 시청자 등 각 분야 전문가 11인으로 심사위원회(심사위원장 표철수 상임위원)를 구성하여 심사한 결과, 12월 11일 재허가 기준 점수인 650점 이상을 획득한 33개 사업자 141개 방송국에 대하여 허가 유효기간을 4년으로 재허가를 의결하였으며, 재허가 기준점수인 650점 미만으로 평가된 경기방송, 중점 심사사항인 '방송프로그램의 기획·편성·제작 및 공익성 확보 계획의 적절성'에서 배점의 50% 미만으로 평가된 OBS경인TV, 재허가 심사 기간 중 최다액출자자가 변경된 티비씨 3개 사업자 5개 방송국에 대해서는 재허가 의결을 보류하였다.

이번 재허가 심사는 방송광고매출 급감 등 방송경쟁환경이 전반적으로 어려워지고 있는 상황에서 방송의 공적책임·공정성의 실현 가능성, 프로그램 제작·투자계획의 적절성 등을 중점적으로 심사하였으며, 심사위원회의 주요 지적사항 등을 반영하여 재허가조건과 권고사항을 부가하였다. 특히 UHD 활성화와 관련하여 수도권 UHD 3사에 HD에서 UHD로의 스튜디오 전환계획 등 UHD 제작시설에 대한 구체적인 투자계획을 수립하도록

재허가조건을 부가하였으며, 지역방송사에 대해서는 방송의 공정성 및 투명성 강화를 위해 이사, 감사 등의 장기 연임을 제한하는 규정을 마련하도록 하였다.

또한, 위원회는 2019년 12월 23일 재허가 의결이 보류된 OBS경인TV, 경기방송, 티비씨 3개사에 대한 청문을 개최하였다. 청문을 통해 OBS의 경우에는 경영정상화를 위한 이행계획 등을, 경기방송의 경우에는 경영 투명성 제고, 편성의 독립성 강화 등을 위한 계획과 개선의지, 구체적 이행계획 등을, 티비씨의 경우에는 최다액출자자 변경승인 관련 사항 등을 확인하였다. 위원회는 청문 결과 등을 종합적으로 반영하여 2019년 12월 30일 3개 사업자 5개 방송국에 대한 조건부 재허가를 의결하고, 재허가조건 및 권고사항을 부가하였다. 특히 조건부 재허가 사항 중 주요 조건을 위반할 경우 재허가 기간 중이라도 허가가 취소되도록 의결하였다.

표 III-6 2019년 지상파방송사업자 재허가 심사 결과

평가 점수	방송사	허가 유효기간
650점 이상 ~ 700점 미만 (34개사)	• 한국방송공사, (주)문화방송, (주)SBS : UHD 방송국 • (주)MBC강원영동, 광주문화방송(주), 대구문화방송(주), 목포문화방송(주), 여수문화방송(주), 울산문화방송(주), 원주문화방송(주), 전주문화방송(주), 제주문화방송(주), 춘천문화방송(주), (주)MBC충북, 포항문화방송(주) : DTV·FM·표준FM·AM 방송국 • 안동문화방송(주) : DTV·FM·표준FM·AM·DMB 방송국 • (주)지원, (주)제주방송, (주)광주방송, (주)티비씨 : DTV·FM·DMB 방송국 • (주)청주방송, (주)전주방송, (주)울산방송 : DTV·FM 방송국 • (주)YTN라디오, (주)경인방송, (재)국악방송, (재)원음방송, (재)불교방송, (재)가톨릭평화방송, (재)국제방송교류재단, (재)부산영어방송재단, (재)광주영어방송재단 : FM 방송국 • (재)기독교방송, (재)극동방송 : FM·표준FM·AM 방송국	4년 (2020년 1월 1일 ~ 2023년 12월 31일)
650점 이상 ~ 700점 미만 (1개사)	• OBS경인TV(주) : DTV 방송국 ※중점 심사사항인 '방송프로그램의 기획·편성·제작 및 공익성 확보 계획의 적절성'에서 배점의 50% 미만으로 평가	3년 (2020년 1월 1일 ~ 2022년 12월 31일)
650점 미만 (1개사)	• (주)경기방송 : FM 방송국	

위원회는 지상파방송사들이 경영환경이 어려워지는 상황에서도 우수한 콘텐츠를 제작하고, 방송의 공적 책임을 보다 충실히 준수하도록 하기 위하여 이번에 부가된 재허가조건과 권고사항 등을 정기적으로 점검하고, 향후 방송사업자 재허가 절차에 시청자가 보다 쉽게 참여할 수 있는 방안을 마련하는 등 재허가 제도 개선을 추진할 계획이다.

나. 방송편성의 자율성 제고

위원회는 언론개혁에 대한 국민 요구에 부응하고 공영방송의 독립성·공정성·자율성 확보를 위한 방송정책을 마련하기 위해 앞장서왔다. 이러한 노력의 시발점으로서 2017년 10월 방송·법률·경영·회계 전문가와 시민사회 단체 추천 인사로 자문기구를 구성하여 방송미래발전위원회를 발족하였다.

방송미래발전위원회는 2개 분과로 운영되었으며 1분과는 공영방송 이사회 구성절차 개선, 사장 선임절차 개선, 공영방송 운영 평가체계 개선 등을 논의하였다. 2분과는 제작·편성 법제도 개선, 편성위원회 설치 및 운영, 편성규약 가이드라인 제정 등을 논의하였다. 위원회는 분과별 방송미래발전위원회의 자문 활동을 지원하고 방송사·시민단체가 참여한 토론회를 개최하여 자문결과를 발표하였다. 이후 위원회는 온라인으로 대국민 의견을 제출받는 등 사회 각계각층의 가교역할을 수행하며 의견수렴을 추진하였다.

2018년 8월 방송미래발전위원회는 공영방송 지배구조 개선 및 방송편성·제작 자율성 제고를 위한 각 정책과제에 대한 개선방안을 담은 정책제안서를 위원회에 최종제출하였다. 방송미래발전위원회의 자문결과, 방송의 편성·제작 자율성 제고를 위해 방송현장에서 종사자의 의견이 충분히 반영되어야 할 필요성이 확인되었다. 이에 근거하여 ▲ 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 마련할 것을 건의하였다.

위원회가 발족한 방송미래발전위원회의 논의는 방송의 사회적 책임을 확보하기 위한 정책적 틀 마련과 사회적 논의를 선도하는데 기여하였다. 위원회는 4회에 걸친 상임위원 간 논의를 통해 2018년 12월 방송미래발전 위원회의 의견서를 국회에 제출했으며 방송관계법 개정을 위한 국회 논의를 지원하고 있다.

다. 공정성 평가 강화

위원회는 변화된 방송환경에 발맞춰 방송의 공적 책임을 높이고 매체별 특성을 평가에 반영하고자 방송평가 개정을 추진하였다. 이에 2018년 12월 주요 평가항목 및 척도 개선을 골자로 방송평가에 관한 규칙 개정을 의결, 관보에 게재하여 공고하였다.

이번 방송평가에 관한 규칙 개정에 따라 방송심의규정 위반 및 오보 관련 감점제도를 변경하고, 종편PP의 프로그램 질 평가 비중을 강화했으며, 재난방송 실시와 관련하여 기존 지상파방송 평가방안을 개선하고 유료방송 대상으로는 관련 평가항목을 신설하는 등 공정성 평가를 강화하였다.

구체적으로 방송사업자의 방송심의규정 위반이나 오보 확정판결에 대해 기본점수를 부여했던 방식을 변경하여 총점에서 직접 위반 건당 감점하는 방향으로 반영 확대하였다. 감점 고려대상은 방송심의 관련 제규정 준수 여부, 언론중재위원회 및 법원의 오보 관련 결정, 방송편성 관련 제규정 준수 여부, 「방송법」·「공정거래법」 등 관계 법령 준수 여부 등이다.

또한 종편PP의 프로그램 질 평가 점수를 기존 47.5점에서 90점으로 높이고, 외주 제작인력에 대한 안전강화 및 방송사와 외주사간 상생협력 강화를 위해 상해·여행자보험 가입여부와 상생협의체 운영 등을 평가항목에 신설하였다.

마지막으로 재난방송에 대한 평가를 개선해 재난방송의 충실성과 편성의 적절성을 확보하여 국민의 안전과 직결된 재난방송의 신뢰성을 강화하였다. 우선 지상파 사업자별 재난방송 편성실적 차이에 대한 평가결과를 반영하기 위해 방송 매체 및 사업 특성을 고려하여 평가대상 군(群)을 설정하고, 현행 5등급 평가를 9등급으로 세분화하였다. 나아가 방송통신발전기본법에 따라 재난방송 의무편성사업자인 SO와 위성에 대한 재난방송 편성 평가항목을 신설하였다.

방송평가에 관한 규칙 개정은 평가체계의 객관성을 확보하며, 평가 기준 및 방법의 합리성을 높임으로써 재해가, 재승인 심사대상 방송사의 공정성 평가를 강화할 것으로 기대된다. 위의 개정사항은 2020년에 실시하는 2019년도 방송실적에 대한 평가부터 적용될 예정이다.

3. 방송의 사회적 책임 재고

가. 재난방송 수신환경 개선

최근 자연재난 및 사회재난이 증가하고 있어 다양한 재난유형에 효과적으로 대응하기 위하여 재난방송 수신환경을 개선하고 재난방송을 강화할 필요성이 높아지고 있다. 이에 위원회는 전국 도로·철도터널 지하철 등 지하공간의 재난방송 수신여부 확인을 위한 전국단위의 재난방송 수신환경 실태조사를 실시하여 현황 파악 및 수신환경 개선을 유도하였다. 위원회는 시설관리자로 하여금 재난방송 수신용 중계설비 신규 설치를 유도하고, 기 설치된 중계설비의 유지보수 및 운영관리에 만전을 기하도록 유도하였다. 또한, 재난방송 중계기가 기 설치되어 있지만 수신불량인 터널에 유지보수 방안 기술지원을 통해 최소한의 비용으로 음영지역(2019년 200개소) 해소를 지원하였다.

특히, 위원회는 재난·재해에 대비하여 재난방송이 국민에게 신속하고 정확하게 전달되도록 수신 음영지역을 해소하고자 노력하였다. 우선, 위원회는 5월부터 12월까지 지하 공간(4,300여개 터널·지하철 등)의 전수 조사를 통해 수신환경 개선 및 터널 내 2차사고 예방을 위하여 터널 진입부 비상방송을 실시하였다. 또한 재난발생 시 비상대피소로 활용 가능한 터널 및 지하공간에서의 원활한 재난방송 수신을 위한 재난방송 수신기준 마련을 추진하였다. 이를 위해 재난방송 수신기준 마련을 위한 연구반을 운영하고, 방송수신 음영시설에 재난방송 등의 원활한 수신 확보를 위한 자문위원회 등 회의를 개최하였다. 이 밖에도 전국 17개 광역자치단체 내 터널(104개소)의 종류별, 길이별 등 전파환경 조사 및 분석을 통하여 적정 수신기준과 방법을 도출하였다. 위원회는 터널, 지하 공간 등 방송수신 음영지역에 대한 재난방송 및 민방위 경보 방송 수신이 가능하도록 기술지원 등을 통하여 시설관리기관들의 수신환경에 대한 지속적인 관심을 유도하고 재난방송 등을 통해 재난피해 최소화에 기여할 계획이다.

한편, 고속도로 터널 내 화재, 교통사고 등 재난상황이 발생하면 터널 500미터 전방에서부터 위험 상황을 알리는 FM라디오 경보방송이 2019년부터 시범적으로 서비스되었다. 이를 위해 위원회는 과학기술 정보통신부와 터널 재난경보방송을 위한 신규 주파수 공급 등을 마무리하였다. 한국도로공사는 평상시에는 전파 음영지역인 터널 내에서 운전자가 FM방송을 원활히 청취할 수 있도록 단순 재송출을 하고 긴급 상황이 발생하면 재송출을 중단한 뒤 FM방송을 통해 터널 내 경보방송을 하고 있었으나, 경보방송에 대한 법적 근거가 미비하였다. 이에, 위원회는 FM방송용 88~108MHz대역을 재난경보방송 용도로 추가 공급하고, 터널 내 뿐만 아니라 터널 500미터 전방까지 확대 운용할 수 있도록 신규 주파수 공급, 기술기준 수립 등 관련 고시를 개정하였다. 이번 개정안은 방송사·한국도로공사 의견 수렴, 현장 실험 등을 거쳐 마련되었으며, 제6차 주파수심의위원회의 서면심의로 확정되어 10월 17일부터 시행되었다. 기존에는 도로전광표지판이나 터널 내 경보방송 등으로 재난상황을 알리고 있었으나, 운전자가 이를 알지 못한 채 터널에 진입하면 대형 2차사고로 이어질 가능성이 컸다. 이번 서비스가 시행되면서 운전자의 사고인지 가능성이 높아져 2차사고 예방에 큰 효과가 있을 것으로 기대된다. FM라디오 경보방송은 사고 발생률이 높은 터널을 대상으로 시범적으로 추진되면서 향후 확대 운영될 예정이다.

나. 재난방송 개선 대책 추진

폭발, 산불 등 사회재난 시 재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 개선 대책 마련이 시급해지면서 위원회는 효율적인 재난방송 기반 구축 및 매뉴얼 등 개선으로 재난방송 제도 개선을 추진하였다. 우선, 위원회는 4월 10일 정부과천청사에서 재난방송 주관 방송사인 KBS를 비롯한 지상파 3사의 재난방송 관계자를 소집하여 강원 산불 관련 재난방송 과정에서 드러난 문제점을 논의하고 조속한 시일 내에 재난방송 관련한 매뉴얼과 시스템 전반에 대한 개선방안을 마련하기로 하였다. 이날 회의에서는 산불 재난방송과 관련한 주관 방송사의 역할 및 책임, 재난방송 과정에 있어서 피해·구조 정보보다 화재 중계에 치중하여 이미 산불이 진화된 상황에서 전일 불타는 장면을 반복 방영하여 진화 상황에 대한 국민의 혼선을 초래한 점, 수화통역과 외국인에 대한 정보제공이 미흡한 점 등을 집중적으로 논의하였다. 위원회는 주요 재난방송 의무사업자와 함께 재난방송 전반에 대한 개선방안을 마련하여 발표할 예정임을 밝혔다.

5월 14일, 문재인 대통령 주재로 열린 국무회의에서 위원회 등 관계 부처 합동으로 '재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 대책'이 발표되었다. 4월에 발생한 강원도 산불의 대응과 복구 과정은 신속하고 성공적 이었으나, 방송사의 재난방송은 신속성과 신뢰성에서 문제점을 드러냈다. 정부의 재난방송 요청이 지연되었고, 방송사는 재난 진행경로, 대피요령과 장소 등 국민에 실제로 도움이 되는 재난정보를 제공하지 못했으며, 특히 장애인 등 취약계층을 위한 수어방송과 외국인을 위한 영어자막 방송도 미흡하였다. 아울러 재난방송 주관 방송사인 KBS의 책임의식도 부족했던 것으로 평가되었다. 이에 위원회, 과학기술정보통신부, 행정안전부, 산림청 등은 주요 방송사에 대한 의견수렴과 관계부처 대책회의를 거쳐, 재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 대책을 부처 합동으로 마련하였다.

이번 대책에는 ▲재난방송의 신속성 확보, ▲주관 방송사의 역할과 책임성 강화, ▲국민에게 실질적인 도움이 되는 재난정보 제공 등 3대 핵심개선과제와 8개 세부과제, 5개 추가검토 과제가 포함되었다. 첫 번째로, 신속한 재난방송 시행을 위하여 정부의 재난방송 요청주체를 일원화하고, 사회재난에 관한 재난방송 실시기준을 보완하며, 정부-방송사 합동 매뉴얼 교육·훈련을 실시하기로 하였다. 두 번째로, 재난방송 주관 방송사의 책임을 강화하기 위하여 KBS-행정안전부(상황실)·재난관리주관기관 간 핫라인을 구축하여 신뢰성 높은 재난정보 입수를 지원하고, 상황판단능력을 제고하며, 수어·외국어방송을 의무화하는 등 주관 방송사의 의무를 구체화하였다. 세 번째로, 수어방송을 확대하고 대피요령·대피장소 등 실질적 도움이 되는 재난정보가 충분히 제공될 수 있도록 재난정보 협업시스템을 구축하기로 하였다. 마지막으로, 재난방송을 총괄하는 중앙재난방송협의회를 이관하는 방안과 주관 방송사를 추가로 지정하는 방안 및 지역방송의 재난방송 시스템을 보강하는 방안 등을 추가적으로 검토하기로 하였다.

위원회는 6월 27일, 주요 재난방송 의무 방송사업자를 대상으로 '재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 대책'을 안내하고 개선 대책의 원활한 추진을 위한 협조를 당부하기 위하여 설명회를 개최하였다. 이 날 설명회에서는 재난방송 요청주체 명확화, 재난방송 실시기준 보완, 재난정보 협업시스템 구축, 취약계층을 위한 정보제공 강화 등의 재난방송 개선 대책의 주요 내용을 상세히 설명하고 방송사업자들의 질의응답과 애로사항을 포함한 의견수렴 등이 이루어졌다. 위원회는 방송사업자에 재난방송 개선 대책을 통해 국민들의 생명과 안전을 방송의 최우선 가치로 삼아 재난발생시 신속하고 정확한 재난방송을 실시할 수 있도록 노력해 줄 것을 요청하였으며, 위원회 또한 개선 대책이 잘 추진될 수 있도록 적극 협조하겠다고 밝혔다.

나아가 위원회는 7월 4일 '재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 대책'의 후속조치를 이행하기 위하여 민간 협업 TF를 구성하고 첫 회의를 개최하였다. 회의에는 관계부처와 재난방송 주관 방송사인 KBS 관계자가 참석하여 사회재난에 대한 재난방송 요청주체 일원화, 사회재난의 재난방송 실시기준 지침 마련, 재난 관련 정부 주요부처와 KBS의 주요 추진과제 및 정부·방송사간 합동 재난방송 모의훈련 실시 등에 대하여 논의하였다. 또한 위원회는 7월 11일 정부과천청사에서 KBS·MBC·SBS·EBS 등 10개 방송사의 재난방송 관계자와 함께 재난방송 개선대책 후속조치를 위한 회의를 개최하였다. 이날 회의에서는 '재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 대책'에 따른 취약계층을 위한 수어방송 및 영어자막방송의 구체적 실시방법과 절차, 재난정보 제공 지침 마련 등 재난방송시스템의 개선을 위해 방송사업자가 추진해야 할 과제에 대하여 논의하였다. 이날 회의에서는 다가오는 태풍과 집중호우 등에 대비하여 방송시설의 안전관리를 철저히 하고, 신속 정확한 대국민 재난정보 제공 등을 통해 재난 발생 시 피해를 예방하거나 최소화할 수 있도록 방송의 공적 기능을 강화하기로 하였다. 위원회는 향후 TF 운영을 통하여 재난방송 개선을 위한 구체적인 실천 방향을 제시해나갈 계획이다.

다. 방송재난 관리체계 확립

자연재난(태풍 등)과 사회재난(산불·미세먼지 등)이 증가하고 있어 다양한 재난유형에 효과적으로 대응하기

위한 방송재난 관리체계를 확립하고 재난방송의 신속성·신뢰성을 제고할 필요성이 제기되었다. 위원회는 방송시설의 물리적·기능적 결함 등을 예방하고 각종 재난 발생 시 신속한 수습·복구 및 효율적 재난방송 실시를 위하여 매년 방송재난관리 기본계획을 수립하고 있다. 위원회는 2019년 9월 방송재난 및 재난방송 기능 강화를 위한 2020년도 방송재난관리 기본계획을 수립하였으며, 이에 따른 안전관리에 필요한 조치를 하도록 하고, 그 이행 실태를 점검하여 미흡한 점을 지도·보완하도록 조치하였다.

한편 위원회는 중요 방송시설(주조정실, 뉴스 제작시설, 송·중계소 등)에 대한 해빙기(3월)·하절기(5~6월)·동절기(11~12월) 대비 안전점검으로 방송사의 예방·대비·대응·복구 상황을 점검하여 방송재난과 방송서비스 피해를 예방하였다. 또한 KBS 지역국 4개소(창원, 전주, 청주, 울산)에 지진 등 대형 재난재해 긴급 자막속보 시스템을 구축하여 국지적으로 발생하는 재난에 대비하여 해당 지역 국민들에게 신속한 재난방송 실시가 가능해졌다. 위원회는 10월, 방송재난 유형에 대비한 재난대응 안전한국훈련을 실시하였으며, 중요 방송시설 점검결과에 따른 개선사항을 해당 방송사업자에 요청하여 다가올 재난에 대비할 수 있도록 유도할 계획이다. 또한 재난발생시 관련 매뉴얼(정보통신분야 방송부문 위기대응 실무매뉴얼)에 따라 상황대처반을 설치·운영하고, 방송사업자의 재난방송 실시 여부를 집중 모니터링 할 예정이다.

표 III-7 중요 방송시설 안전점검

구분	점검기간	점검대상	점검내용
해빙기	3월 11일 ~ 3월 28일	34개 방송시설	• 방송사 방송재난관리계획 수립 및 적정성 여부 점검 • 재난방송온라인시스템 및 자동자막송출시스템 등 재난방송 관리 실태 점검 등
하절기	5월 27일 ~ 6월 18일	34개 방송시설	
동절기	11월 11일 ~ 12월 4일	36개 방송시설	

위원회는 새롭게 대두된 미세먼지 재난에 대한 정확한 정보제공 등을 통해 국민의 불안감 및 사회적 갈등 해소와 정부 신뢰성을 제고하기 위하여 미세먼지 재난방송 대책 수립을 추진하였다. 위원회는 11월 환경부, 보건복지부, 행정안전부, 외교부, 국가기후환경회의, KBS 등과 협의체를 구성하여 미세먼지에 대한 정확한 정보제공 및 업무 협조체계를 마련하였다. 또한, 12월 유관기관 회의 및 전문가 의견 등을 거쳐 예측곤란하고 위험지표가 명확하지 않아 신속한 재난방송 실시가 어려운 미세먼지에 대한 재난방송 실시기준을 마련하였다.

표 III-8 미세먼지 재난방송 실시기준

요청시기	판단기준
비상저감조치 발령 시(관심)	• 지역적 또는 전국적으로 비상저감조치 시행 또는 발령기준 충족 - 비상저감조치 발령기준(다음 어느 하나에 해당하는 경우) ① 당일 $50\mu\text{g}/\text{m}^3$ 초과(0시~16시 평균) + 내일 $50\mu\text{g}/\text{m}^3$ 초과예보 ② 당일 초미세먼지 주의보경보 발령(0시~16시) + 내일 $50\mu\text{g}/\text{m}^3$ 초과 예보 ③ 내일 $75\mu\text{g}/\text{m}^3$ 초과 예보

또한 위원회는 청각장애인과 외국인 등 재난취약계층에 대한 재난정보 제공을 확대하는 등 재난방송의 문제점을 보완하는 「재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준(고시)」 개정을 추진하였다. 개정 고시안에는 ▲재난명칭 및 재난지역 등 핵심정보 위주의 라디오 재난방송 실시, ▲태풍 예비특보 발표 시 사전예방을 위한 재난방송 실시, ▲재난취약계층을 위한 신속한 수어방송 및 영어자막방송 실시를 주요 내용으로 담고 있으며, 2020년에 행정예고 등을 거쳐 시행될 예정이다.

이 밖에도 위원회는 사회재난 재난방송 실시기준 및 미세먼지 재난방송에 구체적인 방안 등을 반영하여 「재난방송 등 종합매뉴얼」을 개정하였다. 이번 매뉴얼 개정을 통해 불명확했던 사회재난 재난방송의 실시기준을 신설하여 산불, 미세먼지 등 재난 발생 시 방송사의 재난방송 의무를 부과하였다. 미세먼지 재난방송을 실시해야 할 경우, 자막방송의 기준 및 국민행동요령 방송 방안 등을 규정하였으며, 주요 재난에 대하여 외국인을 위한 영문 국민행동요령을 제공하여 재난발생시 외국인을 위한 영어자막방송을 활성화하고자 하였다.

표 III-9 재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준(고시) 주요 개정 내용

- 재난방송을 실시할 경우 방송이 중단되는 라디오방송의 경우 특성을 고려하여 재난발생시간, 재난명칭, 재난지역 등 핵심정보 위주로 재난방송 실시
- 태풍 예비특보가 발표된 경우에는 기상상황 및 행동요령 등을 방송하여 재난발생 전 사전예방을 위한 재난방송이 실시
- 재난발생시 청각장애인 및 외국인 등 재난취약계층을 위하여 수어방송 및 영어자막방송을 가능한 신속하게 실시

표 III-10 재난방송 등 종합매뉴얼 주요 개정 내용

- 불명확했던 사회재난 재난방송의 실시기준을 신설하여 산불, 미세먼지 등 재난 발생시 방송사의 재난방송 의무 부과
- 미세먼지 재난방송을 실시해야 할 경우 자막방송의 기준 및 국민행동요령 방송 방안 등을 규정
 - 국민들이 효과적으로 인지할 수 있도록 동일한 색상으로 미세먼지 정보를 방송사 로고 하단(우측상단) 등을 통해 방송

〈 미세먼지 농도 정보제공 방안 〉

(초)미세먼지 농도		(초)미세먼지 농도		(초)미세먼지 농도		(초)미세먼지 농도	
지역	중음(농도)	지역	보통(농도)	지역	나쁨(농도)	지역	매우나쁨(농도)

라. 중소기업 방송광고 지원

위원회는 한국방송광고진흥공사와 함께 우수한 기술력을 가지고 있으나 낮은 인지도와 마케팅 능력 부족으로 어려움을 겪고 있는 혁신형 중소기업을 지원하기 위해 2019년 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원사업을 실시하였다.

혁신형 중소기업에는 벤처, 이노비즈, 메인비즈, 우수Green-Biz, 녹색인증 중소기업, 글로벌IP(지식재산) 스타기업, 지식재산경영인증기업, 사회적기업, 두뇌역량우수전문기업 등이 해당한다. 특히, 2019년에는 지자체별 고용우수기업 인증 확인서 제출 시 가점을 부여하여 일자리 창출에 이바지한 기업을 우대하였다.

위원회는 심사를 거쳐 지원대상으로 선정된 혁신형 중소기업에 TV광고 제작비의 50% 범위에서 최대 5,000만 원까지, 라디오광고 제작비의 70% 범위에서 최대 350만 원까지 지원하고 있다. 2019년 지원사업을 추진한 결과, 위원회는 TV광고 제작 43개사, 라디오광고 제작 32개사 등 75개 중소기업의 방송광고 제작 지원을 위하여 총 23억 5천만 원의 예산을 집행하였다.

표 III-11 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원사업 내용

구분	TV 방송광고	라디오 방송광고
지원금액	전체 제작비의 50% 지원 (지원 최대한도 5,000만 원)	전체 제작비의 70% 지원 (지원 최대한도 350만 원)

지원대상 기업에는 방송광고 제작비 지원과 별도로 한국방송광고진흥공사를 통해 방송광고 송출비를 70% 할인하여 송출비 부담을 낮춤으로써 방송광고 활용도를 높이고 있다. 또한, 광고 제작을 체계적으로 지원하기 위해 광고교육과 원스톱 컨설팅을 지원하고 있다.

그림 III-4 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 선정기업 협약식



2019년 2월 위원회는 혁신형 중소기업 방송광고 선정기업과 협약을 체결하고 사업 수행을 독려하였다. 또한, 11월 위원회는 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원사업으로 광고 제작비를 지원받은 중소기업의 경험과 애로사항을 청취하는 자리를 마련하여 후속 지원사업 개선을 위한 의견을 수렴하였다. 11월 19일에 개최된 간담회에는 자코모, 비타바이오, 보맵(주), (주)호갱노노, 오아(주), (주)지노믹트리, 이제너두(주) 등 7개 중소기업이 참여하였다.

그림 III-5 2019년 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원사업 간담회



위원회는 지원사업을 시작한 2015년부터 2019년까지 TV광고 226개사, 라디오광고 237개사 등 총 463개사에 방송광고 제작을 지원하였다. 방송광고 제작지원사업은 혁신형 중소기업의 인지도 및 호감도 상승, 마케팅 역량 강화, 매출액 증가 등 중소기업 성장에 실질적인 도움을 주는 것으로 나타나 그 실효성을 입증하고 있다.

표 III-12 2015년~2019년 혁신형 방송광고 제작 지원현황

(단위 : 개사, 백만 원)

구분	제작 지원 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
2019년	43	32	75	2,350
합계	226	237	463	12,740

2019년 방송광고 제작지원을 받은 기업의 총 매출액은 2018년 대비 20.9% 증가하였고, 종사자 수 (고용보험 피보험자 기준)는 같은 기간 27.7% 증가해 중소기업의 성장에 큰 도움이 되는 것으로 나타났다. 또한, 이 사업을 통해 지원받은 기업들이 방송광고 송출비로 약 162억 원을 집행하여 방송광고 시장 활성화에도 기여하였다.

표 III-13 혁신형 방송광고 제작지원 기업의 매출액 및 종사자 수 증가 현황

(단위 : 백만 원, 명, %)

구분	2018년	2019년	증가율
매출액	645,114	790,802	20.9
종사자 수	2,512	3,209	27.7

마. 공익광고 제도 개선

공익광고는 방송사가 국가, 공공기관 등이 공익적 목적으로 제작한 광고를 무료로 방송하거나 방송사가 공익적 목적의 광고를 자체 비용으로 제작·편성하는 경우를 일컫는다. 이는 유료로 방송되는 정부 광고, 협찬을 받아 제작·편성되는 공익성 캠페인 등과 차이가 있다.

2019년 6월 위원회는 비상업적 공익광고의 법적 개념을 명확히 하고 공익광고 의무편성제도의 실효성을 높일 필요가 있다는 판단에 따라 「방송법 시행령」 개정안을 마련하였다. 개정안은 공익광고를 통해 사회적 가치를 확산하고 방송의 공적 책임을 높이려는 정책적 목표를 바탕으로 마련되었으며 주요 개정 내용은 다음과 같다.

첫째, 방송사업자가 공익광고를 일정 비율 이상 편성할 법적 의무를 수행할 때 편성 시간대에 따라 공익광고 편성비율에 가중치를 부여하는 규정을 신설하고, 그 기준은 방송통신위원회가 채널의 특성을 고려하여 고시하도록 하였다. 이는 공익광고가 주로 시청률이 낮은 시간대에 편성되어 국민에게 전달되는 효과가 낮다는 지적이 있어 방송사업자가 공익광고를 다수의 국민이 시청하는 시간대에 편성하도록 하기 위한 것이다.

둘째, 공익광고 의무편성 면제와 관련해 현재는 채널의 공익적 특성을 고려하고 있는데, 방송 매출 규모도 고려할 수 있도록 개정하고 그 구체적인 기준은 방송통신위원회가 고시하도록 하였다. 이는 방송사업자가 공익광고 의무편성 비율을 준수하지 못하면 과태료 처분 등 법적 제재를 받게 되는데, 방송 매출 규모가 작고 영향력이 미미한 영세 방송사업자의 경우 부담이 크므로 이를 완화하려는 것이다.

마지막으로 공익광고의 법적 개념 명확화를 위해 제59조제4항을 개정하여 공익광고 의무편성에 드는 비용을 방송사업자가 부담하여야 한다는 점을 규정하였다.

위와 같은 「방송법 시행령」 일부개정령안이 2020년 3월 11일부터 시행됨에 따라 위원회는 시행령에서 고시에 위임된 사항을 규정하기 위해 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 일부개정안을 함께 마련하였다. 해당 고시 일부개정안에는 공익광고 편성 시간대에 따른 가중치 부여 및 공익광고 의무편성 면제 기준이 제시되었으며 공익광고 의무편성 비율을 조정하여 공익광고제도의 비대칭 규제를 완화하는 내용이 포함되었다.

바. 방송 프로그램의 품격 제고

위원회는 방송제작인들의 창작 의욕을 고취하고 방송의 품격을 높여 한류 확산에 기여하기 위해 매해 '방송통신위원회 방송대상(이하 '방송대상')'을 선정하여 시상하고 있다. '방송대상'은 전년도 한 해 동안 국내에서 제작·방송된 우수 프로그램과 방송문화 발전에 기여한 개인·단체를 시상식으로 2019년으로 11주년을 맞이하였다.

5월 13일에 개최된 '2019년 방송대상' 시상식에는 국회의원, 방송사 대표, 정부 각계인사 등이 참석해

수상자들을 축하하고 일선 현장에서 제작에 매진하는 방송인들의 노고를 격려하였다.

‘2019년 방송대상’에는 총 313편의 방송프로그램 등이 응모하여 치열한 경합을 벌였으며, 예·본심 심사 및 시청자 온라인 투표를 거쳐 최종 21편의 수상작이 결정되었다. ‘대상’의 영광은 한국방송공사의 KBS스페셜 ‘플라스틱 지구’ (기획 : 송웅달, 연출 : 송철훈, 장강복)에게 돌아갔다. ‘플라스틱 지구’는 플라스틱 쓰레기가 해양을 떠다니며 우리의 생명과 안전을 위협하고 있는 현실을 충격적인 영상으로 고발하는 동시에, 구체적인 대안을 제시하여 심사위원과 시청자 모두에게 높은 점수를 받았다.

‘최우수상’은 제이티비씨 주식회사의 ‘SKY 캐슬’(기획 : 김지연, 연출 : 조현탁)이 수상하였다. ‘SKY 캐슬’은 대한민국 상위 0.1%의 사람들이 자신의 부와 권력을 자녀들에게 세습하려는 욕망을 그린 드라마로, 학벌과 권력에 집착하는 우리 사회에 큰 반향을 일으켰다. 많은 명대사를 남긴 ‘SKY 캐슬’은 2018년 최고의 화제작으로 선정되기에 충분하다는 평을 받았다.

그림 III-6 2019년 방송대상 수상작



‘2019 방송대상’에는 대상 1편을 포함하여 다수의 다큐멘터리가 최종 수상작으로 선정되어 참신한 기획·연출로 작품성뿐만 아니라 대중성까지 확보한 고품격 프로그램의 활약이 돋보였다. 제주 4.3 사건 70주년과

3.1운동 및 임시정부 수립 100주년 등을 맞아 한국 현대사의 비극과 시대적 사명을 조명한 프로그램이 다수 수상하여 그 의미를 더하였다.

이를 비롯하여 ‘창의실험’, ‘사회·문화 발전’, ‘지역발전’ 부문 등 총 13개 작품에 대하여 ‘우수상’을 시상하였으며 방송발전에 기여한 방송인 등을 선정하여 5개 부문의 ‘특별상’을 시상하였다.

위원회는 시청자들이 방송대상 수상작을 TV 및 모바일을 통해 무료로 시청할 수 있도록 6월 28일부터 7월 21일까지 <방송통신위원회 방송대상 특별관>을 운영하였다. <방송통신위원회 방송대상 특별관>은 대상 수상작인 KBS스페셜 ‘플라스틱 지구’를 비롯하여 총 10편의 프로그램으로 구성되며, 시청자들은 “TV 다시보기” 메뉴에서 접속하여 시청할 수 있었다. 앞으로도 위원회는 방송콘텐츠 제작을 활성화하고 우수콘텐츠에 대한 향유 기회를 시청자에게 제공하기 위하여 방송사업자와 협력하여 방송대상 다시보기 서비스를 지속해나갈 계획이다.

표 III-14 방송대상 특별관 프로그램

구분		수상작	
		방송사	프로그램명
대상		KBS	KBS스페셜 <플라스틱 지구>
최우수상		JTBC	<SKY 캐슬>
우수상	창의실험	KBS	KBS스페셜 <주문을 잊은 음식점>
	사회문화발전	CJ ENM(tvN)	<미스터 션샤인>
		광주MBC	윤상원과 전태일 <두 개의 일기>
	지역발전	KBS 제주	제주어 미니시리즈 <어멍의 바당>
		TBC	TBC 뮤지멘터리 <반딧불, 별이 되다>
	한류	JTBC	<밥 잘 사주는 예쁜 누나>
		MBC	미스터리음악쇼 <복면가왕>
	웹콘텐츠	CBS	씨리얼 <4월은 제주>

사. 남북 방송통신 교류

1) 남북 방송통신 국제콘퍼런스 개최

위원회는 남북 방송통신 현황에 대한 인식을 제고하고 한반도 평화와 공동번영을 위한 방송통신 교류가 기여할 수 있는 방안을 모색하기 위해 10월 25일 리버사이드호텔에서 남북 방송통신 국제콘퍼런스를 개최하였다. 콘퍼런스에는 핀란드, 중국, 말레이시아 등 주요 일간지의 외신기자와 주요국의 방송통신 및 한반도 문제 전문가, 외교관, 국내외 언론인, 학계 관계자 등 200여 명이 참석하였다.

‘방송과 통신이 열어가게 평화의 한반도’라는 주제로 마련된 이번 콘퍼런스에서는 북한 방송통신의 새로운 변화와 방송교류 발전을 위한 제도적 기반에 대해 공유하고 향후 남북 방송통신 협력의 방향과 시사점에 대해

논의하는 등 남북 교류협력 활성화 기반 조성에 기여하였다. 남북 방송통신 국제컨퍼런스 행사의 주요 내용은 아래와 같다.

위원장은 컨퍼런스 환영사를 통해 남북관계를 비롯해 한반도를 둘러싼 국제 정치역학은 수시로 변하고 있고 방송통신환경도 빠르게 변화하고 있음을 설명하며 방송과 통신이 분단의 장벽을 넘어 소통할 수 있고 나아가 한반도 평화와 번영을 열어나갈 중요한 매개체라고 강조했다. 또한 위원장은 수시로 변화하는 남북관계 속에서 미래를 대비하는 노력을 계속하겠으며 남북 간 방송통신 교류협력의 기틀을 착실하게 다질 것이라고 발언했다.

이번 컨퍼런스에서는 북한 방송의 현황 및 남북 방송교류의 미래, 북한 방송매체의 새로운 변화와 그 특징, 남북 방송교류의 발전을 위한 제도적 기반, ICT 남북교류협력의 기회와 과제에 대한 발표를 듣고 한반도 공동번영을 위한 남북 방송통신의 역할을 논의하였다.

제 1세션인 한반도 평화와 번영을 위한 새로운 형태의 남북 교류협력에서는 최근 북한의 언론매체가 보도기능 면에서 신속성, 사실성을 중시하고 오락적인 내용, 현장 밀착형 시사 등 대중의 수요와 관심에 집중한 프로그램을 편성하는 등의 변화가 있다고 설명하였다. 제 2세션에서는 기존 노동집약적 임가공 모델에 집중하던 남북 협력모델에서 벗어나 양측의 ICT 역량을 활용한 시너지를 창출해야한다는 논의가 제기되었다.

종합토론에서는 남북의 방송통신 협력활성화를 위해 북한의 정치경제적 특성에 대한 고려가 필요하며 제 3국의 참여를 통해 협력사업의 안정성을 높이고 아시아 국가를 포함한 신남방정책과의 연결이 필요하다는 주장이 제시되었다. 또한 북한에 대한 접근은 국소적, 지역적으로 이어져야 하며 미디어는 상호간의 이해를 증진시키는 기능이 있기 때문에 남북 방송통신 교류협력을 통해 남과 북이 평화와 신뢰의 관계를 구축 할 수 있을 것이라는 내용이 논의되었다.

그림 III-7 2019년 남북 방송통신 국제컨퍼런스



2) 통일 방송프로그램 제작지원

위원회는 국민의 통일의를 고취하고 북한에 대한 인식을 개선하여 남북 방송통신 교류협력 활성화 기반 조성에 기여하고자 통일 관련 방송프로그램 제작을 지원하였다. TV방송프로그램 부문만을 지원하였으나 2019년 라디오 부문이 신설되어 TV와 라디오 2개 부문의 통일 관련 방송프로그램을 제작 지원하였다.

TV부문은 제작지원 대상 방송사를 공정하게 선정하고자 조달청 나라장터를 통해 공고가 진행되었으며 사전공고와 1~2차 공고는 4월 1일부터 5월 9일까지 실시되었다. 그 결과 SBS가 선정되었으며 12월 7일과 12월 14일에 'SBS스페셜 샘해밍턴의 페이스북' 3부작이 방영되었다. '샘해밍턴의 페이스북'은 외국국적의 예능인 5인이 평양과 금강산을 여행하며 북한 주민들의 교육, 쇼핑, 식문화 등 평범한 일상을 직접 체험하고 금강산관광이 중단된 시기에 금강산의 체류시설과 아름다운 풍경을 담아내어 시청자들의 호평을 받았다.

그림 III-8 2019년 통일 방송프로그램 제작지원 TV부문 프로그램



라디오부문의 제작지원 사업은 소상공인을 대상으로 통일 관련 라디오방송 프로그램 제작활성화를 위해 운영되었으며 사전공고 및 2차 공고를 포함하여 5월 14일부터 8월 19일까지 조달청 나라장터를 통해 공고 되었다. 그 결과 컴패스커뮤니케이션이 선정되었으며 라디오드라마 1편 기차길 옆 오막살이, 2편 그 여자 김순옥이 제작되어 춘천MBC와 청주방송을 통해 청취자들을 만났다. 춘천MBC에서는 11월 21~22일, 청주방송은 11월 31일, 12월 1일에 방송되었다. 위원회가 지원한 2편의 라디오 드라마는 이산가족과 남북 남녀의 사랑이라는 소재로 통일을 독창적이고 흥미로운 이야기로 풀어내었고 지상파방송 뿐만 아니라 BTN불교방송(웹) 올림채널과 네이버 오디오클립으로도 등록되어 라디오부문의 통일 관련 콘텐츠제작 활성화에 기여했다.

3) 북한 방송통신 이용실태 조사

위원회는 북한의 방송통신 현황을 최대한 객관적 자료를 통해 파악하고 남북 간 방송통신 교류협력의 효율적으로 추진될 수 있도록 북한 방송통신 이용실태 조사사업을 수행하였다. 2019년은 본 사업의 1차 년도로 방송분야에 집중하여 실태조사를 시행하였다.

사업의 세부적인 목표는 첫째, 각 방송사에 축적된 북한 관련 영상자료 관리 실태를 파악하여 자료를 데이터베이스화 하고 효율적으로 활용할 수 있는 플랫폼 개발가능성을 모색하는 것이고 둘째, 북한의 방송현황

및 프로그램 편성, 최근 북한 방송의 변화를 파악하는 것이다. 그리고 셋째, 교류협력 당사자인 방송사, 업계 및 학계 수요에 기반하여 북한의 방송통신 관련 향후 조사분야 및 항목을 선정하여 제시함으로써 본 사업을 포함한 향후 후속 조사연구의 활용성 및 효과성을 제고하는 것이다.

연구결과, 각 지상파 방송사에 축적된 영상자료는 2005~2007년 이전 자료는 VHS 형태로 저장되어있어 보유 중인 전체영상의 디지털화 및 저장공간 제공, 북한 방송전문가의 영상해석 지원, 기타 자료로서 방북 시 취재한 자료들의 지적재산권 이슈에 대한 해법 마련 등이 필요하다.

북한의 방송은 ‘조선중앙TV’, ‘만수대TV’, ‘룡남산TV’, ‘체육TV’ 등 4개의 지상파 채널과 케이블이 설치된 대도시 지역에서 유선으로 연결되는 사회문화방송 등의 채널로 구성되어 있다. 최근에는 인트라넷 기반 플랫폼인 ‘만방TV’가 운영되고 있다. 방송내용 면에서는 김정은 체제 이후 내부 결속을 강화하기 위한 북한 내 프로그램 제작 확대 등의 움직임과 함께 제한적이기는 하지만 단조로운 촬영 기법에서 벗어나 다양한 그래픽의 활용, 실황중계의 확대 등의 움직임도 일어나고 있다.

대북제재라는 어려움 속에서 진행되고 있는 만큼 본 연구와 후속 연구들이 장기적 관점에서 북한 방송통신 이용실태조사를 효율적으로 실시할 수 있도록 전략적인 조사방안 마련을 연구하였다. 조사 항목은 크게 방송통신 산업일반현황과 개인 이용실태로 구분 될 수 있을 것으로 보이며, 조사 실행은 남북관계의 진전 상황을 반영하고 실행가능성 등을 고려한 시나리오를 우선 설정한 후 그에 따라 단계적으로 시행되어야 할 것으로 판단된다.

아. 지역방송 제작·유통 지원

급변하는 방송환경 속에서 지역을 기반으로 하는 지역 지상파방송의 공적기능 제고 및 자립 기반을 조성할 필요성이 증대되고 있는 상황이다. 위원회는 「지역방송발전지원 특별법」에 의거하여 ‘제2차 지역방송발전 지원계획 (2018년~2020년)’에 따라 지역방송의 지역성 및 다양성 구현을 위한 지원을 강화하였다.

위원회는 프로그램 품질 향상 및 글로벌 경쟁력 제고를 위하여 ‘2019년 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화 프로그램 제작지원 사업’을 시행하여 지역·중소방송사의 우수 프로그램 및 해외 유통형 제작지원을 추진하였다. 파일럿, 정규 프로그램 제작 지원을 통한 자발적 신규 장르·주제 발굴 장려 및 뉴미디어 서비스 전용 콘텐츠 제작 지원을 통해 다매체 시대에 능동적인 대응을 지원하였다. 지역·중소방송사업자를 대상으로 제작지원 프로그램을 공모 및 심사하여 2019년 3월 최종적으로 17개 지역·중소 방송사에 총 27개 프로그램(TV 23편, 라디오 4편)을 선정하여 제작비 총 34억 원을 지원하였다.

표 III-15 2019년 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화 프로그램 제작지원 내용

지원부문	지원대상 및 지원규모	프로그램당 지원상한액	주요 내용
정규·특집 프로그램	TV, 라디오 2,000백만 원	200백만 원 이내	다양한 장르·주제의 프로그램 육성을 위하여 지역성 및 경쟁력 등을 반영한 분야별 우수 프로그램 제작지원
해외 유통형 프로그램	TV, 라디오 1,000백만 원	300백만 원 이내	해외 시장에 진출할 수 있도록 기획 단계부터 해외 수출을 고려한 프로그램 제작 지원
파일럿 프로그램	TV 200백만 원	100백만 원 이내	신규 정규 프로그램 개발 및 새로운 장르·주제 발굴을 장려하고 향후 정규 프로그램 편성 유도를 위한 파일럿 프로그램 제작지원
뉴미디어 콘텐츠	TV, 라디오 200백만 원	50백만 원 이내	뉴미디어 대응력 향상을 위한 SNS, 포털, 모바일 등에 서비스 가능한 1~10분 분량의 클립영상 시리즈를 제작지원(신규 콘텐츠 및 기존 프로그램 재편집 등 가능)

또한 위원회는 국·내외 콘텐츠마켓 및 해외 피칭포럼 참가 지원, 콘텐츠 재제작 지원 및 지역방송 교류협력 국제포럼 개최 등을 통해 신규 시장 발굴 및 글로벌 경쟁력 확보 등 지역방송사 콘텐츠 유통 활성화에 기여하였다. 위원회는 지역방송 우수 콘텐츠의 유통경로를 마련하기 위하여 부산콘텐츠마켓(BCM), 상하이 TV페스티벌(STVF) 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. 부산콘텐츠마켓(BCM)에서는 국내외 16개사와 총 16건의 바이어 1:1미팅을 통한 판매조율(13건) 및 공동제작 조율(5건), MOU(2건)를 유치하였다. 2019년 12월 광주 다큐피칭포럼(GZDOC)에서는 한국 피칭 세션을 운영하여 한국 프로젝트 홍보(4개사 7개 기획안) 및 1:1 비즈니스 미팅을 통해 판매(1건), 공동제작(3건)을 논의하였다. 또한 우수 프로그램의 원활한 해외 유통을 위한 번역, 더빙, 자막, 재편집 등의 재제작을 지원(9개사 16개 프로그램)하여 해외 판매·유통을 촉진하였다.

표 III-16 2019년 지역방송 콘텐츠 유통 활성화 사업 추진 현황

지역방송사 BCM 2019 참가 지원 - 일자 : 5월 8일 ~ 5월 10일 - 장소 : 부산 BEXCO - 내용 : 지역방송 전시관(Korea Content Village)을 설치하여 24개사 125개 우수 지역방송 프로그램 전시·홍보	
지역방송사 STVF 2019 참가 지원 - 일자 : 6월 11일 ~ 6월 13일 - 장소 : 상하이 Exhibition Center - 내용 : 지역방송 전시관(Korea Content Village)을 설치하여 24개사 126개 우수 지역방송 프로그램 전시·홍보	

지역방송 교류협력 국제포럼 개최 • 일자 : 11월 20일 • 장소 : 서울가든호텔 • 내용 : 국내 지역MBC, 지역민방 등 11개사, 해외 7개국 10개 방송사가 참가하여 콘텐츠 공동제작, 유통 등 협력 체계 구축	
지역방송사 ATF 2019 참가 지원 • 일자 : 12월 4일 ~ 12월 6일 • 장소 : 싱가포르 마리나베이샌즈 컨벤션 센터 • 내용 : 지역방송 전시관(Korea Content Village)을 설치하여 24개사 129개 우수 지역방송 프로그램 전시·홍보	
지역방송사 해외파칭포럼(GZDOC) 참가 지원 • 일자 : 12월 9일 ~ 12월 12일 • 장소 : 중국 광저우 • 내용 : Korea Content Night 내 파칭 참가 및 투자자들의 보완사항 논의 등 글로벌 콘텐츠 제작 역량 강화	

위원회는 지역방송 콘텐츠의 글로벌 시장 진출 확대를 위한 ‘지역방송 교류 협력 포럼’을 11월 20일 서울 가든호텔에서 개최하였다. 해외 방송사와의 협력관계를 단단히 하고, 국내 지역방송 콘텐츠가 다양한 글로벌 시장으로 진출할 수 있도록 지원하기 위해 2019년 처음으로 마련된 이번 행사에는 국내 지역방송사(지역MBC, 지역민방) 및 이들과 자매결연을 맺고 있는 해외 7개국 10개 방송사¹⁾가 참가하였다. 본 포럼에서는 위원회로부터 제작지원을 받은 콘텐츠의 주요장면 상영과 ‘골목놀이 삼국지’(춘천MBC) 제작자의 제작 과정 및 노하우 발표를 시작으로, 참가 방송사의 대표 콘텐츠 및 제작예정 프로그램 등을 공유하는 시간을 갖고, 교류를 희망하는 방송사간 구체적인 협의를 위한 비즈니스 미팅을 진행하였다.

위원회는 지역·중소방송사가 자체 기획한 프로그램의 제작·유통 지원을 통해 프로그램 품질 제고 및 제작역량 강화로 지역방송 활성화 기반을 마련하였다. 특히, 우수 프로그램 집중 지원을 통한 콘텐츠 경쟁력 강화로 지역방송 콘텐츠 판매실적 및 외부로부터 수상실적 증가 등 가시적인 성과를 창출하였다. 우수 프로그램 제작·유통 지원을 통해 지역 시청·청취자의 프로그램 만족도가 지속적으로 상승(2017년 86.1점 → 2018년 86.4점 → 2019년 86.8점)했으며, 지역 문화 창달 등에 기여하였다. 또한 제작지원 프로그램의 우수성이 인정되어 광주MBC의 ‘핑크피쉬’가 한국방송대상 지역교양TV 부문 작품상을 수상(9월)하는 등 외부평가에서 14개 제작지원 프로그램이 총 23회 수상하는 성과를 거두었다.

1) 러시아(Sibinformburo), 중국(GZBN), 베트남(NETVIET, QMG), 터키(ATV), 일본(KBC, TNC, RKB Mainichi Broadcasting), 미얀마(MRTV4), 몽골(ETV)

표 III-17 2019년 지역방송 제작지원 프로그램 수상 사례

지역방송사	프로그램명	수상 내용	비고
부산MBC	설탕의 제국	• 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(1월) • 제52회 휴스턴 국제영화제 TV문화 프로그램 심사위원 특별상(4월)	
춘천MBC	나이야가라	• 제227회 이달의 PD상 TV예능 부문(1월) • 제46회 한국방송대상 작품상 지역오락TV 부문(9월) • 방송문화진흥회 지역프로그램 대상 동상(11월)	
전주MBC	요망한 오바탕	• 제18회 전북PD상 TV특집 부문(2월)	
목포MBC	진린의 후예	• 제228회 이달의 PD상 TV 시사·교양 특집 부문(2월)	
광주MBC	핑크피쉬	• 제31회 한국PD대상 TV작품상 지역특집 부문(4월) • 제46회 한국방송대상 작품상 지역교양TV 부문(9월) • 방송문화진흥회 지역프로그램 대상 동상(11월)	
G1	슬로우다큐, 강원圖	• 한국민영방송대상 최우수상(4월)	
춘천MBC	골목놀이 삼국지	• 제52회 휴스턴 국제영화제 TV 정보·문화·역사 부문 은상(4월) • 방송통신위원회 해외 우수 공동제작 대상(6월)	
제주방송	제주 4·3현장을 찾아서	• 한국민영방송대상 우수상(4월)	
부산MBC	우리 아빠	• 방송통신위원회 방송대상 우수상 창의실험부문(5월)	
CBS	남겨진 이들의 선물	• 제46회 한국방송대상 작품상 다큐멘터리 라디오 부문(9월)	
부산 영어방송	반쪽의 유산	• 제234회 이달의 PD상 라디오특집 부문(8월)	

지역방송사	프로그램명	수상 내용	비고
광주MBC	지역독립선언	• 방송문화진흥회 지역프로그램 대상 동상(11월) • 방송심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(11월)	
전주방송	지역의 시간	• 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(10월) • 제23회 일경언론상 장려상(12월)	
대전MBC	더콘서트: 오롯이 당신	• 방송통신심의위원회 이달의 좋은 프로그램상(10월) • 제236회 이달의 PD상 TV 시사교양 정규부문(11월)	

한편 콘텐츠 재제작 및 유통 지원을 통해 우수 지역방송 프로그램이 국내외 채널에 판매되어 총 8억 5,000만 원의 판매 수익을 창출하였다. 또한 부산 BCM(5월), 상하이 STVF(6월), 싱가포르 ATF(12월) 등 콘텐츠 마켓에 지역방송 콘텐츠 홍보관을 운영하여 판매 협의(31건), 공동제작 협의(9건), MOU 체결(4건) 등의 성과를 창출하였다. 위원회는 국내·외 콘텐츠 마켓포럼, 해외 피칭포럼 참가 등을 통해 지역방송의 새로운 수익원을 지속적으로 발굴하고 유통 활성화를 추진할 계획이다. 위원회는 중장기적으로 프로그램 제작 지원규모는 확대해 나가되, 유통 가능성이 높고 품질이 우수한 프로그램 선별 및 집중 지원을 통하여 지역방송 콘텐츠 경쟁력을 확보할 계획이다.

표 III-18 지역방송 제작·유통 지원 주요 성과

구분	2016년	2017년	2018년	2019년
시청자 만족도	평균 85.6점	평균 86.1점	평균 86.4점	평균 86.8점
콘텐츠 판매	14개 프로그램 4.63억 원	38개 프로그램 7.07억 원	38개 프로그램 8.25억 원	34개 프로그램 8.5억 원
외부 수상	15개 프로그램 (TV 11개, 라디오 4개) 한국방송대상 등 수상	12개 프로그램 (TV 7개, 라디오 5개) 한국방송대상 등 수상	14개 프로그램 (TV 10개, 라디오 4개) 한국방송대상 등 수상	14개 프로그램 (TV 12개, 라디오 2개) 한국방송대상 등 수상

자. 지역방송 활성화를 위한 교육 및 체계적 지원

위원회는 방송환경 변화에 따른 콘텐츠 제작 역량 배양을 위한 지역방송 종사자 대상 맞춤형 교육, 전문가 컨설팅 서비스 및 해외방송 전문과정 등의 지원을 통해 지역방송사 인적 자원의 고도화 및 전문화를 추진하였다. 지역방송이 콘텐츠 경쟁력을 확보할 수 있도록 지역방송 전문 인력 교육을 강화하고, SNS 및 인터넷 포털용 신기술 콘텐츠 제작 지원을 확대하였다. 이를 위해 UHD생중계, 뉴미디어 분야 등 맞춤형 교육과정을 운영하였으며, 프로그램 기획·제작·유통 등 분야별 전문가 컨설팅을 지원하였다. 지역방송 방문

맞춤형 교육과정(19회)은 317명이 수료하였고, 분야별 전문가 컨설팅(8회)은 62명이 수료하였으며, 교육 만족도는 91.8점으로 참가자의 만족도가 지속적으로 상승(2017년 89.5점 → 2018년 90.1점 → 2019년 91.8점)하였다. 또한 지역방송사 대상 의견수렴을 통해 교육과정을 개발하여 지역별, 시기별 교육인원 모집을 통한 집합교육(19회)을 운영하였다. 특히, 10월 28일부터 11월 1일까지 베트남 주요 방송사(VOV 등 6개 방송사)의 현황 파악 및 교류 협력 증진을 위한 해외방송 전문과정을 추진(11개 방송사 11명 참가)하여 지역방송사의 해외 진출 경쟁력 강화를 위한 발전기반을 마련하였다.

표 III-19 2019년 지역방송 교육 현황

구분	맞춤형 교육과정				전문가 컨설팅	해외방송 전문과정
	UHD	뉴미디어	피칭	특별과정		
주요 내용	UHD 중계차를 활용한 생중계 방송제작 실무	국내외 뉴미디어 현황, 채널 운영방안 등 교육	기획안 작성, 통번역, 피칭 관련 전문가 1:1 멘토링 제공	제작, 플랫폼 운영, 마케팅 등 분야	프로그램 기획, 연출·촬영 등 분야별 전문가 교육	베트남 방송환경 파악 및 현지 네트워크 구축
실적	3회, 61명 참가	2회, 61명 참가	6회, 9명 참가	8회, 113명 참가	8회, 62명 참가	1회, 11명 참가

위원회는 방송 환경의 변화로 지역방송의 어려움이 가중됨에 따라 지역·중소방송 콘텐츠 경쟁력 강화 사업의 원활한 추진 및 사업성과 제고를 위하여 이해관계자 및 전문가를 대상으로 의견 수렴을 실시하였다. 5월 8일 지역방송사 의견 청취 등 지역방송 지원 및 발전 방안 논의를 위한 지역방송 사장단 간담회를 개최하였으며, 7월 17일 지역방송사 경영환경 개선 및 콘텐츠 경쟁력 향상을 위한 정책 방향, 방송사 자구 노력 등의 추진 방안 논의를 위한 지역방송사 정책협의회 간담회를 개최하였다. 위원회는 지역사회 현안을 공론화하고, 지역성·다양성 구현을 위한 지역방송 본연의 역할 수행을 위하여 지역방송 이해관계자 간담회, 토론회 개최 등을 통해 의견을 수렴하여 제도 개선 및 사업 추진 시 이를 반영하였다. 향후 위원회는 지역방송 역량 강화를 위하여 체계적이고 지속적인 지원 방안을 다각적으로 검토할 계획이다.

그림 III-9 지역방송 활성화를 위한 의견 수렴



위원회는 지역방송 기금지원 기준으로 활용되는 '지역성 지수 평가'에 대해 그간 시행한 결과 사업자가 지표를 통해 어떤 평가 항목이 중요한지 이해하기 어렵고, 자체 노력으로 달성이 곤란한 지표에 대해 보완 필요성이 제기됨에 따라 이를 개선하고자 관련 법령인 「지역방송에 대한 방송통신발전 기금지원 제한 기준」(고시) 일부개정(안)을 의결하였다. 개정(안)의 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 많은 평가지표 보다는 대상 사업자가 어떤 평가지표를 더 잘해야 지원 받을 수 있다는 것을 알기 쉽도록 간단·명료화(현행 18개 지표 → 개선 13개 지표)를 위해, 지역방송 자체 노력으로 달성이 곤란하고 평가항목이 추구하는 목적과 연관성이 부족한 항목 등은 삭제하였다. 또한 유사 항목으로 분류된 '지역대학 출신의 고용평가'와 '지역사회 및 지역문화 발전 등 기여평가'는 '지역사회 및 지역문화 발전 등 기여 평가'로, '시청자 의견수렴'과 '시청자 불만처리'는 '시청자 의견 반영 종합' 평가로 통합하였다. 둘째, 중요 평가배점을 확대하고 항목 간 배점 차이를 줄여 평가 대상 방송사업자에게 평가 우선순위 부여 및 복잡성을 해소하기 위해, 지역성 구현 및 경쟁력 확보에 중요 요소인 '지역시청자 참여 프로그램 평가(현행 45점 → 개선 100점)', '자체 제작 및 지역성 구현 프로그램 편성 비율 평가(현행 110점 → 개선 150점)', '자체 제작 프로그램 투자 평가(현행 80점 → 개선 150점)'는 배점을 확대하였다. 또한 방송사업자가 어떤 평가항목이 중요한지 알기 쉽도록 지나치게 세분화되어 있는 평가항목 배점 단계를 간소화(8단계 → 3단계)하였다. 의결한 개정(안)은 법제처 심사 등을 거쳐 3월 26일부터 시행되었다.

표 III-20 평가목적과 연관성이 낮은 항목 현황(예시)

평가항목	세부 평가항목	삭제 이유
지역밀착성 확보 노력	① 주시청시간대의 지역 자체제작 프로그램 편성비율	• 중앙 또는 Key사 편성정책(수중계 비율)에 따라 편성비율이 결정되는 문제점
편성의 적정성	② 자체 편성 프로그램의 분당 구매 비용	• 구매 비용이 낮다고 반드시 프로그램의 질이 낮은 것은 아니므로 연관성 부족

제2절 | 국민의 미디어 접근권 확대 및 이용자 권익 증진

1. 국민의 미디어 활용 역량 증진

가. 미디어교육 강화

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.

표 III-21 시청자미디어센터 이용자 수

(단위 : 만 명)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
시설·장비 이용	28.5	28.5	30.8	31.1	33.7
미디어교육	11.4	12.9	16.3	19.8	20.7
미디어체험	3.9	3.7	4.4	5.4	5.9
기획 등 기타	-	2.0	1.3	1.3	2.1
합계	43.8	47.1	52.8	57.6	62.4

위원회는 프로그램제작 교육, 제작실습, 비판적 이해능력 제고 등 단계별 미디어교육을 통해 지역·세대 간 미디어 격차를 해소하고 미디어를 통해 자유롭게 소통할 수 있는 환경 조성에 기여하였다. 전국 광역자치단체별로 구축·운영하고 있는 8개 시청자미디어센터를 중심으로 맞춤형 미디어교육을 진행하는 동시에 농·산·어촌, 센터 미설치 지역 등 교육 사각지대에 찾아가는 교육서비스 제공 및 지역행사 개최 등을 추진하였다.

또한 위원회는 초·중·고 및 대학생 대상 학년별 맞춤형 미디어교육을 통해 미디어를 올바르게 이해하고 비판적으로 수용할 수 있도록 교육을 지원하였다. 특히, 어린이·노인 등 정보취약계층이 미디어를 비판적으로 이해할 수 있도록 미디어 활용능력을 강화하고 미디어 창의인재 양성에 힘썼다. 위원회는 자유학기제 미디어교육 프로그램과 학교 방송반 등 동아리 미디어교육을 확대 운영하여 청소년들의 건전하고 올바른 미디어 수용 능력 함양 및 인재양성에 기여하였다. 지능정보사회 핵심역량을 갖춘 미디어 창의인재 교육을 위해 자유학기제 미디어교육(230 → 250개교), 동아리미디어교육(70 → 78개교), 대학생 대상 학점인정 교육과정(33 → 34개교) 등 학교미디어교육을 확대 운영하였고, 지원 학교의 수도 2018년 333개교에서 2019년 362개교로 확대하여 학교미디어교육의 저변을 확장하였다.

표 III-22 학교미디어교육 지원 현황

(단위 : 개교)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
자유학기제 미디어교육	85	122	201	230	250
동아리 미디어교육	16	54	68	70	78
대학연계과정	8	25	30	33	34
합계	109	201	299	333	362

위원회는 11월 28일 한국프레스센터에서 '2019 미디어·정보 리터러시 교육 우수사례 공모전' 시상식을 개최하였다. 2019년 처음 개최된 이번 공모전은 학교 및 사회 현장에서 진행되는 미디어교육의 우수사례를 발굴하고 격려함으로써 미디어교육을 활성화하기 위하여 마련되었으며, 9월 16일부터 10월 31일까지 부문(교육프로그램, 운영사례, 교육수기)별 우수사례 공모를 실시한 결과, 총 92점이 접수되었다. 최종 심사를 거쳐 'ON 미디어? 穩(온) 프로슈머' 교육을 실시한 대구북부초등학교 양유리 교사, '청소년 생방송 라디오 나침반'을 운영한 분당청소년수련관, '영상으로 기록하는 삶' 박임자씨가 부문별 최우수상을 수상하였으며, 그 외에도 우수상 6점, 장려상 11점 등 총 20점이 선정되었다.

나. 미디어센터 확대

위원회는 시청자의 방송접근권을 확대하고 미디어 이용에 있어서의 격차를 해소하기 위하여 시청자미디어재단과 전국 8개 지역의 시청자미디어센터를 운영하고 있다. 시청자미디어센터는 방송통신 발전기금의 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 방송참여와 권익증진에 기여하고 있다.

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. 각 지역 센터별 특색 있는 미디어 행사와 미디어교육 프로그램을 운영하여 시청자미디어센터 이용자 수는 2018년 57.6만 명에서 2019년 62.4만 명으로 증가하였다.

그림 III-10 시청자미디어센터를 통한 맞춤형 미디어교육



위원회는 2005년 부산에 이어 광주(2007년), 강원·대전·인천(2014년), 서울(2015년), 울산(2016년)에 시청자미디어센터를 개관하였으며, 2019년 11월에 경기(남양주)에 시청자미디어센터를 추가 개관하였다. 경기시청자미디어센터는 위원회와 경기도 및 남양주시가 협력하여 구축하였으며, 지상 3층 지하 1층에 전체 면적 4,222㎡ 규모로 방송제작 스튜디오, 미디어 체험관, 1인 미디어 제작실, 녹음실, 편집실 등의 방송 제작시설과 캠코더, 드론 등의 방송장비를 갖추고 있다. 앞으로 경기시청자미디어센터는 최신 시설·장비 및 전문 강사진 등을 활용하여 경기도민들에게 미디어 역량강화 교육, 방송제작 장비 및 시설 등을 무료로 제공·대여함으로써 1,300만 경기지역 시청자의 권익증진과 방송참여에 기여할 예정이다.

또한 위원회는 지역 간 차별 없는 미디어교육서비스를 제공하기 위하여 현재 8개인 시청자미디어센터를 17개 광역·사도에 확대 구축할 계획이다. 이를 위하여 위원회는 11월 14일 세종시청에서 세종시, 시청자미디어재단과 함께 '세종시청자미디어센터의 설립 및 운영에 관한 업무협약'을 체결하였다. 세종시청자미디어센터는 세종시 어진동 복합커뮤니티센터에 연면적 2,598㎡ 규모로 방송제작 및 교육시설 등을 구축하여 2020년 상반기에 개관할 예정이다. 위원회와 세종시는 설립 공간 제공, 센터 운영 및 운영비 분담 등에 대한 업무협약을 체결하고 세종시청자미디어센터의 설립을 위하여 긴밀한 협력을 지속해 나가기로 하였다. 나아가 12월 5일 위원회는 충청북도 도청에서 충청북도, 청주시, 시청자미디어재단과 함께 '충북 시청자미디어센터의 설립 및 운영에 관한 업무협약'을 체결하였다. 충북 시청자미디어센터는 충청북도 청주시 청원구에 연면적 2,716㎡ 규모로 2020년 상반기에 개관할 예정이다. 이 밖에도 미건립 지자체를 대상으로 사업설명회를 개최(2월)하고, 사업계획 접수(4월) 및 심의위원회(6월)를 통하여 추가적인 센터 구축 지자체로 경남 창원을 결정하였으며, 향후 17개 광역·사도별로 1개소씩 건립을 추진해나갈 계획이다.

다. 미디어교육 추진체계 정립

위원회는 현재 여러 부처에서 분산하여 실시하고 있는 미디어교육의 종합적이고 체계적인 지원체계 구축을 위하여 「미디어교육지원법」(신경민의원 발의, 2018년 5월)의 제정을 위한 입법 지원을 추진하였다. 위원회는 미디어교육 지원을 위해 상정된 2개 법안과 관련하여 문화체육관광부와 의 업무협약(1월 25일), 국회 민주당 수석전문위원과의 업무협약(3월 29일) 등을 통해 부처 간 의견을 교환하고, 법 제정 필요성에

대한 공감대 형성 및 향후 정책방향 등을 논의하였다. 향후 위원회는 방송은 물론 통신·인터넷을 포괄하는 종합적인 미디어교육 추진체계 정립을 위한 법적 기반을 마련할 계획이다.

한편 미디어교육 정책 추진의 효율성 제고를 위하여 미디어교육 관련 정부기관, 학계, 교육현장 간 의견수렴 및 긴밀한 협업체계가 구축될 필요성이 제기되었다. 이를 위하여 미디어교육 학계와 정책관계자 등으로 구성된 미디어교육 위원회를 구성·개최(4회)하여 정책 기획에 반영하고, 센터별로 발전협의회(27회)를 개최하여 현장 의견을 청취하였다. 또한 위원회는 AIBD(아·태 방송개발기구)와 시청자미디어재단 주관으로 ‘아시아·태평양 지역 미디어교육 정책 세미나’를 11월 27일 프레지던트 호텔에서 개최하였다. 이번 세미나에는 위원회 허욱 상임위원을 비롯하여 시청자미디어재단 이사장, 말레이시아·미얀마 등 AIBD 회원 8개국 미디어교육 담당자들이 참석하여 아시아·태평양 지역 미디어교육 협력 네트워크를 구축하는 자리가 마련되었다. 아시아·태평양 지역 미디어교육의 공동 발전 방향을 모색하고, 협력 네트워크 구축을 위하여 개최된 이번 세미나에서는 ‘지능정보사회 미디어교육 정책의 의의’라는 주제로 아시아·태평양 지역 미디어교육 정책과 활동 사례에 대해 발표와 토론을 하였다.

위원회는 미디어교육지원법(안) 입법 및 학교미디어교육 내실화를 위하여 국무조정실·문화체육관광부(1월 25일)·교육부(7월 18일, 9월 4일)·국회(3월 29일) 등과 협의를 지속적으로 추진하였다. 또한 ‘2019 미디어·정보 리터러시 국제 콘퍼런스’를 교육부 및 문화체육관광부와 공동개최하여 법 제정 필요성에 대한 공감대 형성 및 향후 정책방향을 논의하였다. 미디어·정보 리터러시의 국내외 동향을 논의하고 교육 현장사례를 공유하기 위하여 개최된 이번 행사에서는 11월 28일과 29일 이틀간 ‘모두를 위한, 모두에 의한 미디어·정보 리터러시’를 주제로 미디어교육 전문가 및 교사 등이 참여하여 다양한 사례 발표와 토론을 진행하였다. 이날 한상혁 위원장은 개회사에서 “이번 행사를 통해 미디어교육 발전을 위한 좋은 방안들이 소개되고 논의되기를 바란다”며 “오늘 논의되는 내용을 바탕으로 미디어교육 활성화를 위한 정부의 역할을 모색하고 미디어교육 현장과 긴밀히 소통하겠다”고 밝혔다. 본 콘퍼런스는 미디어·정보 리터러시 교육의 정책적, 사회적 공감대 형성 및 현장 적용 방안을 모색하는 자리가 되었다.

표 III-23 2019 미디어·정보리터러시 국제 콘퍼런스



2019 미디어·정보리터러시 국제 콘퍼런스

- 일자 : 11월 28일 ~ 11월 29일
- 장소 : 한국프레스센터 20층 국제회의장
- 참석자 : 해외 미디어교육 전문가, 미디어교육 강사, 현장 실무자 등 300명
- 주요 논의사항 : 미디어·정보 리터러시 교육 전반에 대한 정책방향과 실천과제 논의

2. 시청자 참여 및 소통 활성화

가. 지역밀착형 미디어 활성화

위원회는 지역밀착형 미디어 활성화를 위하여 주민들이 직접 공동체의 관심사를 함께 나누는 생활미디어(영상, 라디오 등)를 운영하며 소통할 수 있도록 마을미디어교육을 확대(2018년 50개 → 2019년 70개 마을)하고, 2019년 3월 공동체라디오 활성화를 위한 정책협의회를 구성하였다. 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 지역 주민들이 공동체 생활을 표현하는 미디어를 제작하여 방송사 프로그램에 송출하는 등 활용할 수 있도록 공동체 특성을 고려한 교육을 실시하고, 교육성과를 공유하는 마을미디어축제를 개최하였다. 위원회는 마을미디어교육에 대한 높은 관심을 반영해 전국을 대상으로 지원을 확대하여 2022년까지 총 100개 마을의 미디어교육을 지원할 계획이다.

표 III-24 마을미디어교육 및 미디어교육 단체 지원 실적

(단위 : 개 마을·공동체 / 단체)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
마을 미디어교육	-	-	21	50	70
미디어교육 단체 지원	17	18	17	17	16

또한 위원회는 농·산·어촌 등 원거리 거주민 또는 노인·장애인 등 여건상 대도시 중심으로 건립되어 있는 시청자미디어센터를 방문하기 힘든 분들을 직접 ‘찾아가는 미디어 나눔버스’를 운영하여 소외지역 미디어 격차 해소 및 소통 활성화에 기여하였다. 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. ‘찾아가는 미디어 나눔버스’는 2019년 지역아동센터, 노인복지관, 군부대 등 미디어 소외지역 252개소를 방문하여 15,288명이 이용하였으며, 방송 제작체험·상영회를 진행하는 등 찾아가는 미디어교육·체험 서비스를 제공하였다.

표 III-25 찾아가는 미디어 나눔버스 운영실적

(단위 : 개소, 명)

구분	2017년	2018년	2019년
미디어 나눔버스 방문	50	100	140
미디어교육 프로그램 연계	-	145	112
수혜 인원	2,841	13,390	15,228

이 밖에도 위원회는 지역별 교육 수요에 따른 시청자미디어센터별 특화프로그램을 개발·운영하고, 이를 공유하여 시청자의 미디어 활용 문화 확산에 기여하였다. 인천시청자미디어센터에서는 도서 지역에 차별 없는 미디어교육을 지원하고 청소년에게 미디어 분야 진로 탐색 기회를 제공하기 위하여 2019년 5월 백령도를 방문하여 미디어 나눔버스를 통한 방송체험 프로그램 등 찾아가는 미디어교육을 실시하였다. 또한 울릉도 등 도서지역에 찾아가는 미디어체험(6월 18~21일, 울릉도)을 운영하고, 보길도 ‘섬마을 미디어페스티벌’(8월 27~28일) 등 주민들이 직접 참여하고 체험할 수 있는 미디어 관련 행사를 개최하여 지역 간 차별 없는 미디어교육을 실시하였다.

그림 III-11 지역밀착형 미디어 활성화 지원

찾아가는 미디어 나눔버스 (5월 31일, 백령도)	도서지역 미디어교육 울산센터 (6월 18~21일, 울릉도)	섬마을 미디어페스티벌 (8월 27~28일, 보길도)
		

나. 국민의 방송참여 확대

위원회는 변화하는 미디어 환경에 대응하여 다양한 미디어교육 프로그램 실시, 시청자미디어센터의 방송 장비·시설 무료 제공, 시청자 참여프로그램 제작지원 및 편성 확대 등을 통해 국민의 방송참여를 활성화 하였다. 위원회는 시청자참여프로그램을 편성한 방송사업자의 방송채택료에 대한 지원을 통하여 능동적 시청자 주권 실현 및 방송의 공공성·다양성을 확보하였다. 또한 방송에 국민의 의견이 실질적으로 반영될 수 있도록 시청자 참여프로그램²⁾의 편성을 점진적으로 확대(2017년 935.7시간 → 2018년 956.5시간 → 2019년 1,000.6시간) 하였다.

위원회는 시청자 주권보호 및 미디어복지를 위하여 시청자권익보호 전담기구 설치를 위한 제도를 마련 하였다. 시청자권익보호 전담기구는 시청자미디어재단 내 준 독립기구로, 전담기구 설치방안(초안)을 마련하여 2019년 4월 시청자권익보호위원회에 보고하였다. 위원회는 전담기구 설치방안과 관련하여 사업자 및 유관 기관의 의견을 조화한 이후, 9월 전담기구 설치관련 예산 확보를 위한 국회 예결위 및 과방위 대상 설명을 진행하였다. 또한 위원회는 시청자참여프로그램 지원 사업에 대한 신청요건, 절차, 방송채택료 지급 기준, 편성시간 권고 등의 내용을 담은 「시청자참여프로그램 운영 가이드라인」을 마련하여, 방송사업자의 적극적인 참여와 시청자참여프로그램 운영의 효율성을 제고하고자 하였다.

2) 「시청자참여프로그램」이란 시청자가 직접 기획·제작한 방송프로그램 또는 시청자가 직접 기획하고 방송발전기금 등의 지원을 받아 제작한 방송프로그램을 말한다.

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 방송참여를 통한 여론의 다양성 확보 및 소통 활성화에 기여하였다. 또한 시청자미디어센터에서 미디어교육을 받은 수강생이 직접 제작한 프로그램이 방송사에 방영되는 실적이 해마다 지속적으로 증가(2018년 1,681편 → 2019년 1,698편)하는 성과를 창출하는 등 시청자 방송참여 활성화에 기여하였다.

표 III-26 시청자미디어센터 교육을 통한 시청자 참여프로그램 방영 실적

(단위 : 편)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	합계
방영 실적	515	892	1,681	1,698	4,786

그림 III-12 시청자미디어센터 미디어교육 수강생 제작 프로그램



위원회는 직접 제작한 방송콘텐츠를 통해 시청자가 방송의 주인이 되도록 적극적으로 독려하기 위하여 2019년 12월 17일 누리꿈스퀘어 국제회의실에서 ‘2019 시청자미디어대상 시상식’을 개최하여 시청자가 직접 기획·촬영·제작한 창의적인 작품을 발굴하여 소개하고, 우수 작품에 대해 시상하였다. 2015년도부터 시행되어 5년째를 맞이하는 본 행사는, 시청자가 제작에 참여한 창의적인 작품을 발굴해 격려하고 시청자의 방송 참여 활성화에 크게 기여한 단체와 유공자의 공로를 기리고자 개최되었다. 2019년에는 작품상과 더불어 ‘시청자 방송참여 활성화 특별상’, 그리고 신설된 ‘안전영상작품 특별상’ 세 개 부문으로 나누어 시상하였다. 작품상은 이번 공모전에 출품된 방송작품(영상·라디오 콘텐츠 300여 편)을 대상으로 대상(국무총리상), 최우수상(방송통신위원장상) 등 21편이 선정되었고, ‘시청자 방송참여 활성화 특별상’은 2편, ‘안전영상작품 특별상’ 3편이 선정되어 총 26편을 시상하였다. 위원회는 ‘시청자미디어대상 시상식’을 통하여 시청자가 직접 참여하여 제작한 창의적인 작품을 발굴 및 격려하여 시청자 참여 방송 제작 환경을 활성화하는데 기여하였다.

그림 III-13 2019 시청자미디어대상 수상작



한편 지역 시청자미디어센터를 중심으로 센터 이용자와 지역 주민들의 직접적인 참여를 유도하고 미디어 제작·활용을 격려하는 페스티벌이 개최되었다. 대전시청자미디어센터에서는 8월 22일부터 24일까지 대전 미디어페스티벌을 개최하여 학교뉴스제작경진대회, 미디어 체험·특강 등의 부대행사를 통해 미디어 꿈나무에 대한 미디어교육 성과를 홍보하였다. 12월 13일 인천시청자미디어센터에서는 뉴미디어인 드론을 활용한 창작의욕을 고취하고 저변을 확대하기 위하여 시청자가 직접 제작한 드론 영상콘텐츠를 대상으로 공모전 시상식을 개최하였다. 또한 12월 19일 광주시청자미디어센터에서는 '2019 광주 중당영화제 시상식'을 개최하여 학생들의 미디어교육 수료작 시상을 통해 자유학기제 미디어교육의 성과를 발표하고 학교 미디어 교육의 다양한 정보를 공유하는 기회가 마련되었다.

그림 III-14 시청자 참여 행사 개최



3. 소외계층의 미디어 접근권 향상

가. 장애인방송 제작지원

위원회는 2019년 자막·수어·화면해설 등 장애인용 방송프로그램 제작을 위해 약 46억 원을 지원했으며, 시청각 장애 학생을 위한 자막·화면해설 교육프로그램 3,800여 편과 발달장애인의 생애주기를 고려한 맞춤형 방송콘텐츠 제작·보급하고 있다.

특히 7월에는 방송사 및 관계기관과 협력하여 수요자 중심의 맞춤형으로 출시한 스마트 수어방송 서비스가 본격적으로 개시되었다. 스마트 수어방송 서비스는 사용자가 수어화면의 크기·위치를 조정할 수 있는 서비스로, 수어화면을 확대해서 보고자 하는 청각장애인의 요구와 수어화면이 방송을 가린다는 비장애인의 불편사항을 고려하여 개선하였다.

스마트 수어방송은 지난 2015년 기술표준(TTA 표준) 제정 및 실험방송을 실시하고, 2016년부터 2018년까지 시범서비스 거쳐 2019년에 장비 이중화 등 안정적인 시스템을 구축함으로써 서비스가 본격적으로 방송에 적용될 수 있게 되었다. 또한, 1월 위원회는 장애인방송의 품질 제고 방안 및 편성업무 경감 등을 주요 내용으로 하는 「장애인방송 편성 및 제공 등 장애인방송접근권 보장에 관한 고시」 일부 개정안을 의결하여 스마트 수어방송을 조기에 정착시키기 위한 기반을 마련하였다.

표 III-27 일반 수어방송과 스마트 수어방송 비교

현행 수어방송	스마트 수어방송
	
• 수어 화면 크기 고정 • 폐쇄자막이 방송영상을 가림	• 수어 영상 위치 변경 및 제거 • 방송자막·폐쇄자막 분리 • 수어 영상 크기 3단계 확대 • 방송영상과 수어 영상 분리

2019년 7월 위원회 위원장이 YTN 스마트 수어방송 스튜디오를 방문해 스마트 수어방송 준비현장을 최종으로 확인하고 서비스 개시 선포식을 개최하였다. 이 자리에서 스마트 수어방송 서비스에 참여한 방송사업자(KBS, MBC, SBS, YTN, JTBC, TV조선, CJ헬로, SKB, KT스카이라이프) 및 유관기관(한국농아인협회, 한국정보통신기술협회, 시청자미디어재단) 관계자 등과 간담회를 통해 현장의 의견을 듣는 시간도 가졌다.

위원장은 “스마트 수어방송 서비스 개시는 방송사와 관계기관이 다년간 공동의 노력을 기울인 결과”라며 “앞으로도 장애인과 비장애인이 함께 살아가는 환경을 만들 수 있도록 장애인의 방송접근권 확대를 위해 노력해 줄 것”을 당부하였다.

그림 III-15 스마트수어방송 서비스 개시 선포식



위원회는 취약계층의 방송접근권이 개선될 수 있도록 편성프로그램을 점차 다양하게 확대해나갈 예정이다. 현재 스마트수어방송 서비스는 KT스카이라이프, SKB, CJ헬로의 3개 플랫폼, KBS, MBC, SBS, YTN, JTBC, TV조선 6개 채널에서 제공되고 있다. 2019년에는 MBC <뉴스데스크>, JTBC <아침&뉴스>, YTN <뉴스N이슈>, TV조선 <뉴스9> 등 보도프로그램, KBS2 <세상에서 가장 예쁜 내 딸> 등 드라마와 SBS <정글의 법칙> 등 예능프로그램들에 스마트 수어방송이 편성되었다.

나. 시청각장애인용 TV 보급

위원회와 시청자미디어재단은 시청각장애인이 장애인방송(폐쇄자막, 화면해설방송, 한국수어방송)을 편리하게 시청할 수 있도록 저소득층과 장애등급 등의 기준에 따라 맞춤형 TV 1만 5천여 대를 보급한 결과, 2019년 기준 저소득층 누적보급률이 83.5%에 이르렀다. 위원회는 2021년까지 100% 보급을 달성하는 것을 목표로 하고 있다.

2019년에 보급된 시청각장애인용 TV는 32형(FULL HDTV)으로, 점자·양각 버튼이 있는 전용 리모컨으로 음성 높낮이 및 빠르기, 자막의 크기와 위치조절을 할 수 있다. 특히 청각장애인을 위한 수어 영상의 크기를 3단계로 확대하여 상·하·좌·우로 위치조절이 가능하도록 편의 기능을 향상하였다.

위원회 위원장은 11월 20일 시청각장애인용 TV 보급제품이 설치되는 장애인 가구를 방문해 장애인방송을 시청하는 장애인과 설치기사를 직접 만나 TV 시청 시 불편사항 등 현장의 목소리를 들었다. 또한, 발달장애인 자립 지원 시설인 교남소망의집(강서구 소재)을 방문해 발달장애인 미디어교육에 함께 참여하고 위원회가 제작·배포하는 발달장애인용 프로그램을 소개하였다.

위원장은 이 자리에서 “최근 유튜브 등을 통해 다양한 콘텐츠가 제공되고 있으나, 새로운 서비스가 제공될수록 계층 간 양극화와 불평등 심화가 우려된다.”라며, “시청각장애인들이 비장애인과 동등하게 방송콘텐츠를 이용할 수 있도록 앞으로도 현장의 목소리에 귀를 열고 좋은 정책이 만들어질 수 있도록 노력해 나가겠다.”고 밝혔다.

그림 III-16 시청각장애인용 TV 보급현장 방문 현장



시청각장애인용 방송수신기(TV) 보급 사업은 정부혁신 중점사업으로, 위원회와 전국 17개 광역지자체와 협력하여 저소득층 중심으로 TV 보급으로 취약계층의 방송접근권 향상에 기여하고 있다. 시청각장애인용 TV 보급에 대해 궁금한 사항은 시청자미디어재단 대표번호(1688-4596)로 문의하거나, 홈페이지 (tv.kcmf.or.kr)를 참고하면 된다.

그림 III-17 2019년 장애인용 TV 보급 제품

시각장애인용 기능

- 저시력장애인용 화면 확대 방송 화면 확대
- TV메뉴 음성안내 음량, 음조, 속도 조절 등
- 전용 리모컨(점자·양각) 안내음, 속도, 음조 등 단축키 설정

청각장애인용 기능

- 자막/영상 분리(상·하단) 방송자막과 폐쇄자막 중첩 방지
- 수어화면 크기확대·위치조절 크기(3단계), 위치(4방향)
- 전용 리모컨 자막 크기, 분리 등 단축키 설정

4. 지능정보사회의 이용자 보호 강화

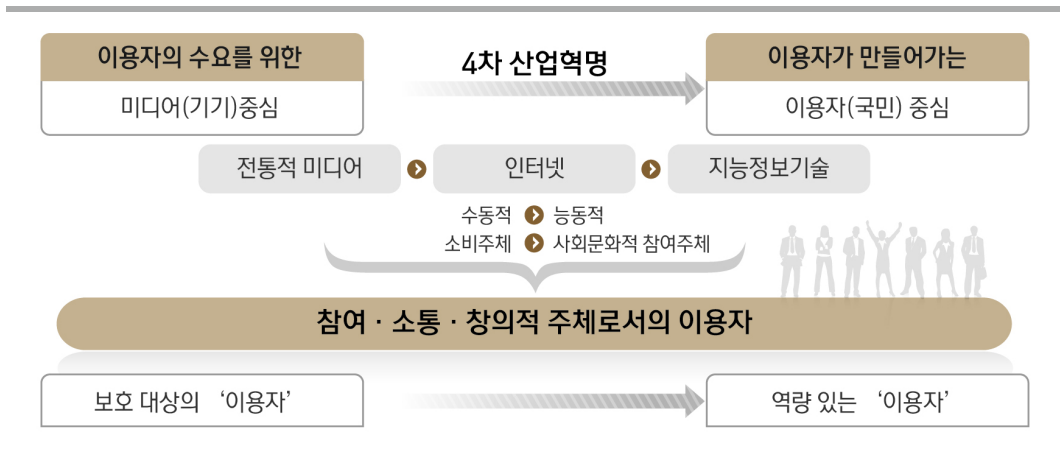
가. 지능정보시대의 이용자 보호체계 정립

1) 이용자 보호 종합계획 발표

위원회는 2월 국정지표인 ‘국민이 주인인 정부’ 실현을 위해 ‘국민이 중심이 되는 통신 복지 구현’을 비전으로 향후 3년간의 정책 방향 및 과제를 제시하였다.

이번 종합계획은 제4차 산업혁명 및 지능정보사회가 본격적으로 도래함에 따라 새로운 이용자 규범의 설정과 체계적인 대책 방안 마련이 필요하다는 판단에 따른 것이다.

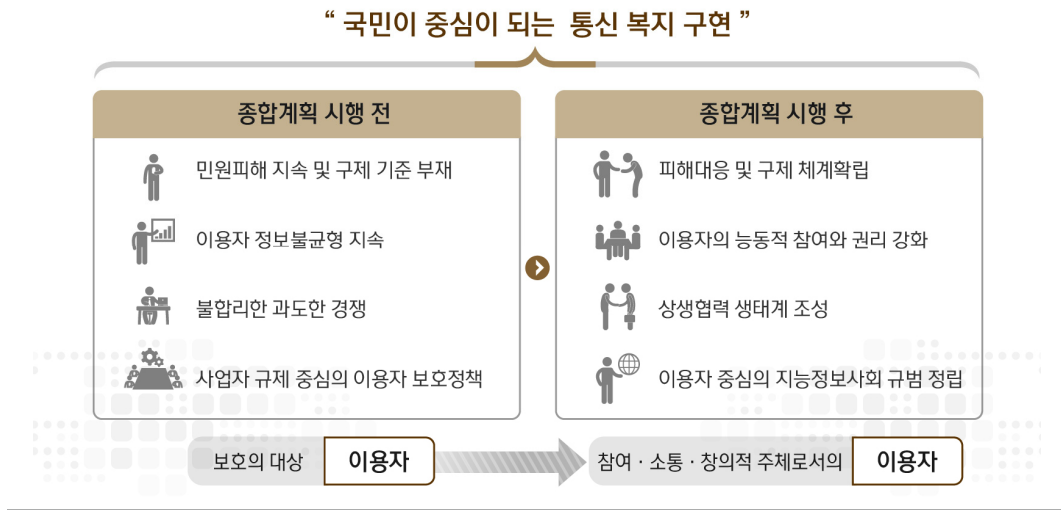
그림 III-18 이용자 정책 패러다임의 변화



위원회는 ICT 생태계가 이용자가 핵심이 되는 가치 사슬(CPND+U)로 변화됨에 따라 이용자가 정책의 핵심 주체로 자리매김할 것으로 전망하고, 정책 기조를 기존의 사업자 규제 중심에서 이용자 중심으로 전환하기로 하였다.

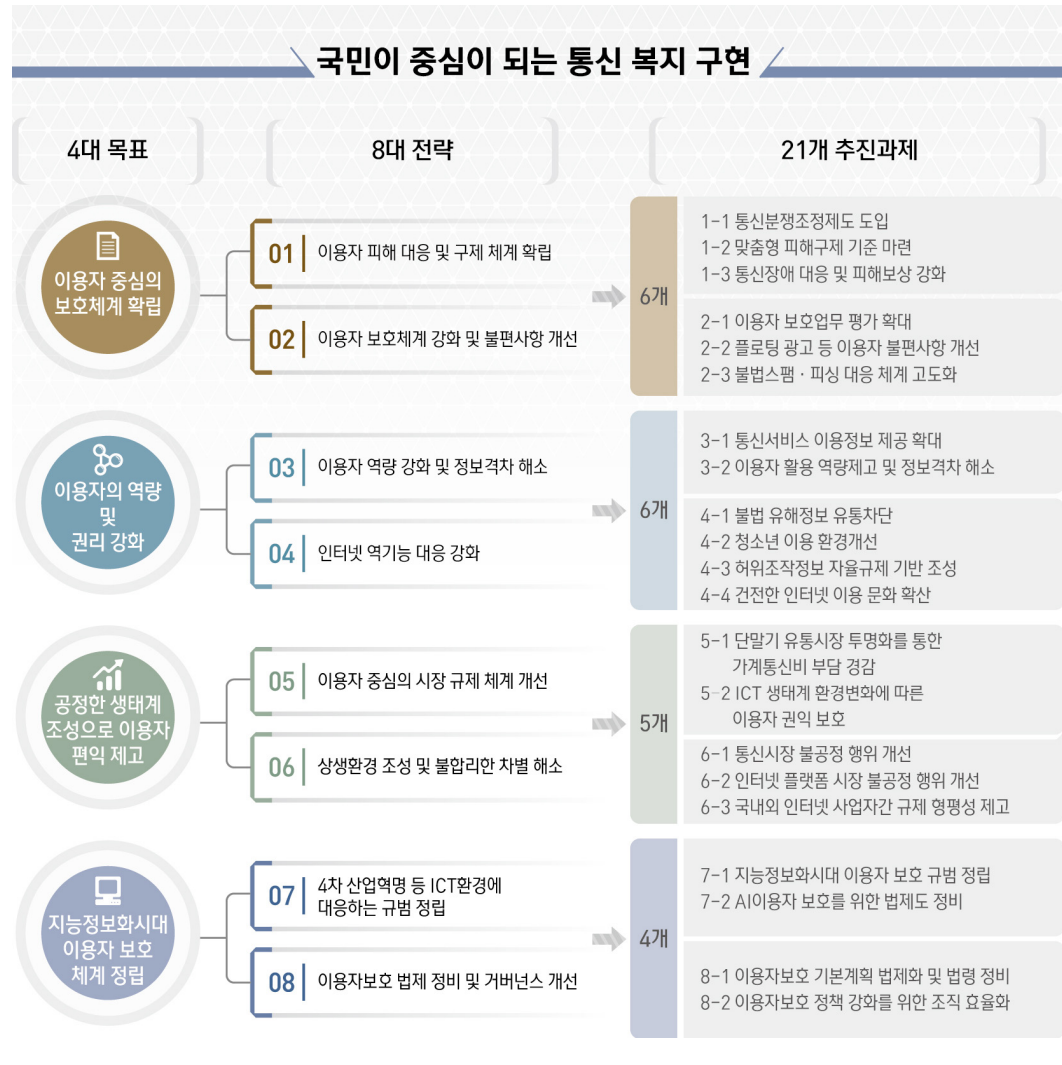
이용자 종합계획의 비전을 “국민이 중심이 되는 통신 복지 구현”으로 설정하고, 세부적으로는 ①통신시장 환경변화에 대응하는 이용자 중심의 보호 체계 확립, ②이용자 역량 및 권리 강화, ③상생 협력의 공정한 생태계 조성으로 이용자 편익 제고, ④지능정보화 시대 이용자 보호 체계 정립의 4대 목표별로 8대 전략, 21개의 세부 추진과제를 선정하여 제시하였다.

그림 III-19 이용자 보호 종합계획 추진에 따른 기대효과



위원회는 이번 종합계획은 4차산업시대 ICT 환경변화에 대응하여 국민 중심, 이용자 보호를 정책의 최우선 과제로 설정하고 통신 이용자 보호를 위한 중장기 이정표를 제시하는 첫 종합 정책이라고 설명하였으며, 통신 이용자 보호 종합계획의 4대 목표 및 8대 추진전략을 차질 없이 이행하여 국민이 안심하고 이용할 수 있는 통신 이용 환경이 조성될 수 있도록 모든 정책적 노력을 다할 것이라고 밝혔다.

그림 III-20 통신 이용자 보호 종합계획(2019년~2021년) 총괄표



2) 이용자 중심의 지능정보사회를 위한 원칙 발표

위원회와 정보통신정책연구원은 11월 11일 이용자 중심의 지능정보사회를 실현하기 위한 원칙을 발표했다. 이는 AI 시대 이용자의 권리와 이익이 충분히 보호될 수 있도록 정부·기업·이용자 등 구성원들이 함께 지켜가야 할 기본적인 원칙으로, 주요 기업과 분야별 전문가들이 자문에 참여했다. 2018년에는 지능 정보화 이용자 포럼을 통해 원칙 마련을 위한 기초 연구가 이루어졌으며, 2019년 10월까지 원칙의 주요 내용에 대한 ICT 기업³⁾과 전문가 의견수렴 과정을 거쳐 완성되었다.

표 III -28 '이용자 중심의 지능정보사회를 위한 원칙' 자문단 명단

구분	소속	이름	직위
사업자 (13)	구글코리아	이재현	본부장
	페이스북코리아	허 욱	대외정책총괄 상무
	넷플릭스	연주환	정책총괄 매니저
	카카오	김대원	이사
	삼성전자	박유영	변호사
	KT	박정석	PM
	SKT	박명순	상무
	LG U+	김주영	팀장
	한국 IBM	이성웅	상무
	한국 마이크로소프트	이태희	상무
	솔트룩스	이경일	대표
	인텔코리아	조진호	전무
	BSA Korea	김 근	대표
학계(6)	가천대학교 법학과	최경진	교수
	한양대학교 철학과	이상욱	교수
	KAIST 인공지능연구소	이수영	소장
	건국대학교 미디어커뮤니케이션학과	황용석	교수
	건국대학교 법학전문대학원	이상용	교수
	순천향대학교 정보보호학과	염흥렬	교수

발표한 원칙은 AI가 일상적으로 사용되는 지능 정보시대를 대비하여 이용자 보호에 선제적으로 대응하기 위해 마련되었다. 맞춤형 뉴스·콘텐츠 추천시스템, AI 스피커, 인공지능 면접 등 인간의 의사결정을 보조하거나 대체하는 혁신적인 서비스가 확산되면서, 공정하고 책임있는 AI 알고리즘의 중요성이 더욱 커져가고 있다.

3) 구글코리아, 페이스북코리아, 넷플릭스, 카카오, 삼성전자, KT, SKT, LGU+, 한국 IBM, 한국 마이크로소프트, 솔트룩스, 인텔코리아, BSA Korea 등

표 III -29 '이용자 중심의 지능정보사회를 위한 원칙'의 주요 내용

구분	주요 내용
배경 및 필요성	새로운 지능 정보기술의 장점을 극대화하면서도 새로운 기술의 특성에 따라 나타날 수 있는 예기치 못한 기술적, 사회적 위험을 최소화할 수 있도록 하는 고려가 필요하며, 지능 정보서비스 제공자와 이용자가 변화하는 방송통신환경에 적합한 각각의 역할을 수행할 때, 새로운 지능 정보서비스의 출현을 촉진하고, 지능정보사회의 진전을 가속화할 수 있을 것이다.
목적	신기술의 도입이 초래할 수 있는 기술적, 사회적 위험으로부터 안전한 지능 정보서비스 환경을 조성하기 위해, 지능정보사회의 모든 구성원들이 고려할 공동의 기본 원칙을 제시한다.
사람중심의 서비스 제공	지능 정보서비스의 제공과 이용은 사람을 중심으로 그 기본적 자유와 권리를 보장하고 인간의 존엄성을 보호할 수 있는 방향으로 이루어져야 한다.
투명성과 설명 가능성	지능 정보서비스가 이용자에게 중대한 영향을 끼칠 경우 기업의 정당한 이익을 침해하지 않는 범위에서 이용자가 이해할 수 있도록 관련 정보를 작성해야 하며, 이용자 기본권에 피해를 유발했을 때 예측, 추천, 결정의 기초로 사용한 주요요인을 설명할 수 있어야 한다.
책임성	지능 정보사회의 구성원들은 지능 정보서비스의 올바른 기능과 사람 중심 가치의 보장을 위한 공동의 책임을 인식하고, 관련한 법령과 계약을 준수한다.
안정성	안전하고 신뢰 가능한 지능 정보서비스의 개발과 이용을 위해 모두가 노력하고, 지능 정보서비스가 초래할 수 있는 피해에 대한 자율적인 대비체계를 서비스 제공자와 이용자가 수립하고 운영한다.
차별금지	지능 정보서비스가 사회적·경제적 불공평이나 격차를 초래할 수 있다는 점을 인식하고, 알고리즘 개발과 사용의 모든 단계에서 차별적 요소를 최소화할 수 있도록 노력한다.
참여	지능정보사회의 구성원들은 공적인 이용자 정책 과정에 차별 없이 참여할 수 있으며, 공적 주체는 제공자와 이용자가 실질적으로 의견을 제시할 수 있는 정기적인 통로를 조성해야 한다.
프라이버시와 데이터거버넌스	지능 정보서비스의 개발, 공급 및 이용의 전 과정에서 개인정보 및 프라이버시를 보호하며, 구성원들은 기술적 이익의 향유와 프라이버시 보호 사이의 균형을 위해 지속적인 의견 교환에 참여한다.
이용자 보호를 위한 공동의 노력	- 지능정보사회의 구성원들은 공동의 기본 원칙에 입각하여 지능정보사회의 기본 가치를 수호할 수 있도록 자율적인 노력을 지속한다. - 지능정보사회 이용자 보호를 위한 실질적이고 지속적인 논의를 위해 지능정보사회의 구성원들이 참여하는 협의회를 구성하여 운영한다.

EU, OECD 등 국제사회에서는 신뢰 가능한 AI를 위한 가이드라인·권고안 등을 잇달아 발표하는 추세로, 위원회 역시 지능정보사회가 이용자 신뢰를 기반으로 발전해나가기 위한 기본적인 원칙을 정립한 것이다. 구글, 카카오, MS, IBM 등 주요 기업에서도 자체 인공지능 윤리 원칙을 마련하는 등 자발적인 노력을 병행하고 있다.

위원회는 이를 초석으로 삼아, 향후에는 이용자·기업·전문가·국제사회 등 지능정보사회 구성원들의 의견을 상시적으로 수렴하는 민관협의회를 구성하고, 지능 정보기술의 발달과 서비스 보급 속도에 발맞추어 원칙을 지속적으로 보완해나갈 계획이다.

3) 2018년 지능정보사회 이용자 인식조사 결과 발표

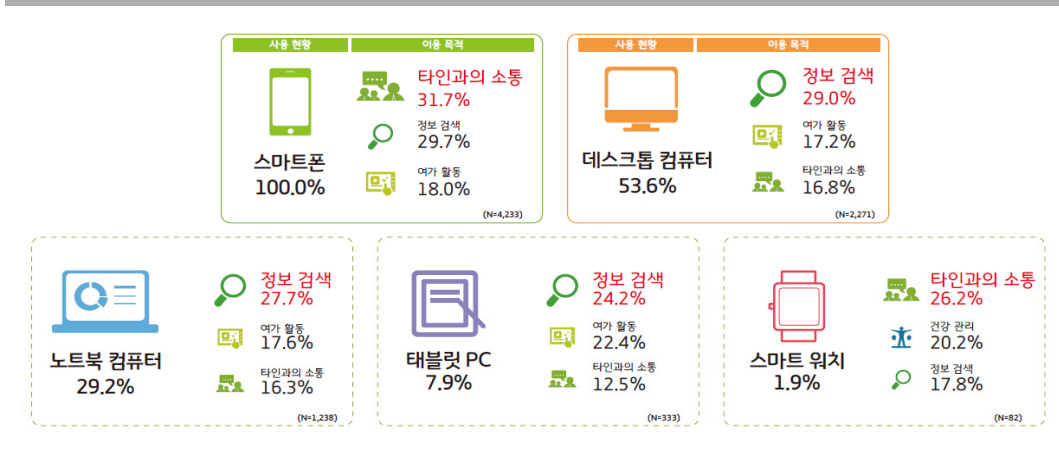
위원회와 정보통신정책연구원은 지능 정보서비스에 대한 이용자의 사용 경험과 태도 등을 조사하는 '지능정보사회 이용자 패널조사'의 1차년도 조사결과를 발표하였다.

지능정보사회에서는 맞춤형 추천 알고리즘, 인공지능 기반 전자제품, 자율주행차 등 새로운 서비스가 보편화될 것으로 예상된다. 이에 따라 위원회는 지능정보사회와 관련 서비스에 대한 이용자의 사용경험과 인식, 우려사항 등을 주제로 패널조사를 실시하고, 그 결과를 지능정보사회에 대비한 중장기 이용자 보호정책 수립 시 참고할 계획이다.

해당 조사는 지능 정보기술 및 서비스 확산에 따른 이용자의 인식과 행태변화를 3년 간 추적하는 패널조사이며, 2018년부터 2020년까지 실시될 예정이다. 주요 조사 및 분석항목은 ① 지능 정보서비스 이용 현황, ② 미래사회 변화와 이용자의 태도, ③ 인공지능스피커 사용현황, ④ 개인정보보호 인식, ⑤ 지능정보사회 이용자 권리와 역기능, ⑥ 지능정보사회 이용자 계층분화 등으로 구성된다.

주요 결과에 대해 살펴보면 디지털기기 사용현황과 목적의 조사결과 조사 대상자인 스마트폰 이용자들은 데스크톱 컴퓨터(53.6%), 노트북 컴퓨터(29.2%), 태블릿PC(7.9%), 스마트워치(1.9%) 순으로 사용률이 높게 나타났고 이 중 스마트폰과 스마트워치는 타인과의 소통을 위해 주로 이용하는 반면, 데스크톱과 노트북 등 PC류는 정보검색을 위해 주로 이용하는 것으로 나타났다.

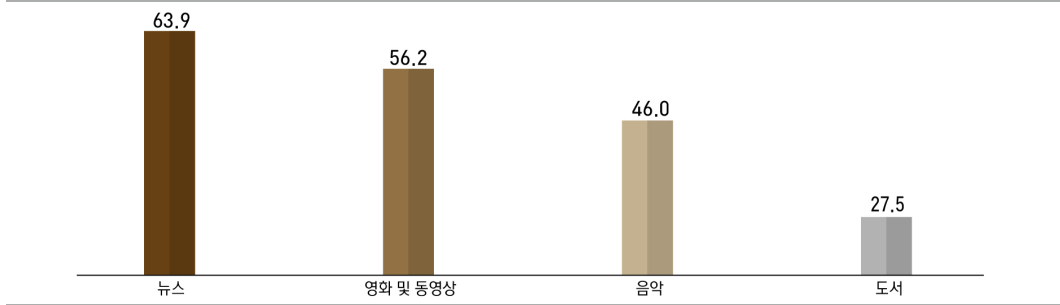
그림III-21 디지털 기기 사용 현황 및 주요 이용 목적



콘텐츠별 자동추천서비스 이용 현황의 조사결과 포털의 뉴스 추천서비스, 영화·음악 콘텐츠 추천시스템 등이 일반적으로 제공됨에 따라 전체 조사대상 중 63.9%가 뉴스 추천서비스를, 56.2%는 영화 및 동영상 추천서비스를, 46.0%는 음악 추천서비스를 이용해본 적이 있다고 응답했다.

그림 III-22 콘텐츠별 자동추천 서비스 이용현황

(단위 : %)

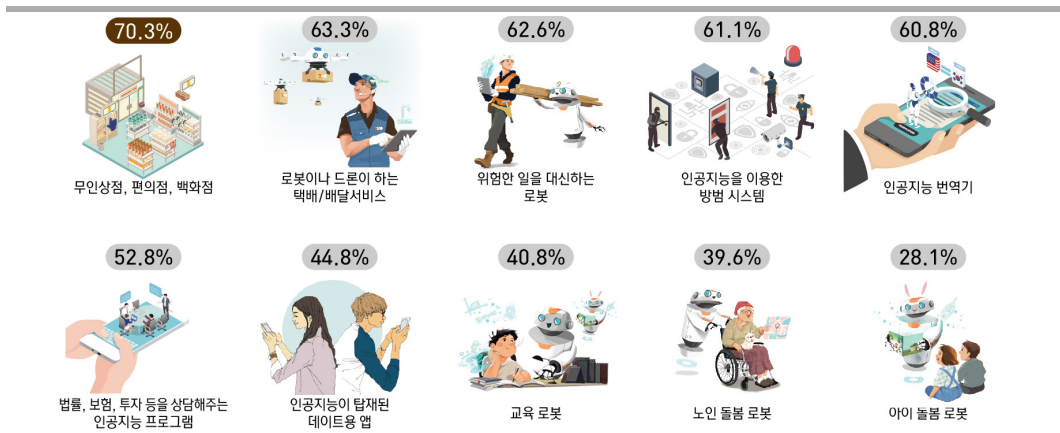


이는 이용자가 선호할만한 것들을 선별하여 제공하는 자동추천 알고리즘은 검색비용을 절약해주고, 편의성을 증진하기 때문으로 볼 수 있으나, 과거 이용자들의 이용행태가 현재의 추천결과를 결정하는 메커니즘으로 인해 이용자들은 다양한 의견과 정보를 접할 기회가 줄어드는 문제가 발생할 수 있으므로 주의가 필요한 것으로 나타났다.

미래사회 변화와 이용자의 태도에 대한 조사결과 5년 내 일상에 상용화되어 이용자들이 사용할 가능성이 높은 인공지능 서비스로는 원격진료(63.1%), 위험한 일을 대신해주는 로봇(55.8%) 등이 꼽혔다. 반면 교육로봇(40.8%)과 아기 돌봄 로봇(41.6%) 등 사람의 손길이 아직 필요한 영역에서는 지능형 서비스를 수용하기까지 시간이 더 걸릴 것으로 보았다.

상용화 시 서비스 이용 의향에 대한 조사결과 상용화될 경우 응답자들이 가장 이용하고 싶어 하는 지능 정보서비스는 무인 상점(70.3%), 로봇·드론에 의한 택배/배달 서비스(63.3%) 순으로 조사되었으며, 이는 사람들이 사생활 침해에 대한 염려가 적고 일상생활이 편리해지는 서비스를 우선으로 이용하고 싶어 하기 때문이라고 풀이되었다.

그림 III-23 지능정보서비스 상용화 시 이용의향



‘지능정보사회 이용자 패널조사’ 보고서는 위원회(www.kcc.go.kr) 및 정보통신정책연구원 홈페이지(www.kisdi.re.kr)를 통해 공개된다.

4) 지능정보사회 이용자 보호 국제컨퍼런스 개최

위원회와 정보통신정책연구원(KISDI)은 ‘제1회 지능정보사회 이용자 보호 국제컨퍼런스’를 명동 포스트 타워에서 12월 5일에 개최하였다.

‘AI for Trust’를 주제로 열린 이번 컨퍼런스에서는 국내외 전문가들이 참여하여 지능정보사회 윤리적 규범 정립을 위한 국제사회의 노력과 서비스 설계 및 제공 단계에서 이용자 보호를 고려할 수 있는 실행 방안에 대해 발제와 토론을 진행하였다.

컨퍼런스는 유네스코 세계과학기술윤리위원회 위원인 이상욱 교수(한양대학교 교수)가 기조발제를 맡아 유네스코 등 국제기구의 인공지능 윤리에 대한 논의를 소개하였다. 이후 진행된 1세션은 ‘AI 시대의 신뢰구축’을 주제로, 더 카이 교수(De Kai, 홍콩과학기술대학교 교수, UC 버클리대학교 특훈연구자)와 제프리 찬 교수(Jeffrey Chan, 싱가포르 기술디자인대학교 교수)가 각각 인공지능과 인류의 공존방안, 인공지능 신뢰확보를 위한 설계 및 디자인적 접근법에 대해 발표하였다.

그림 III-24 지능정보사회 이용자 보호 국제컨퍼런스



2세션의 주제는 ‘AI 시대의 공존방안’으로, 마누엘 자클라드 교수(Manuel Zacklad, 프랑스 국립기술산업 공세르바투아르 교수)는 일상 속 인공지능 윤리 이슈와 프랑스 정부의 정책 방향을 소개하였으며, 이호영 연구위원(정보통신정책연구원 연구위원)이 지난달 발표한 ‘이용자 중심의 지능정보사회를 위한 원칙’의 정립 과정과 주요 내용을 소개하였다.

이어진 종합토론에서는 지속 가능한 지능정보사회를 위한 조건들에 대해 국내외 다양한 전문가들이 열띤 토론이 진행되었는데, 김소영 원장(KAIST 과학기술정책대학원장)이 좌장을 맡아, 윌리엄 카터 부국장(William Carter, 미국 국제전략문제연구소 기술정책부문 부국장)을 비롯해 신민수 교수(한양대학교 교수,

녹색소비자연대 공동대표), 박성호 사무총장(한국인터넷기업협회 사무총장), 최경진 교수(가천대학교 교수), 최항섭 교수(국민대학교 교수)가 토론에 참여하였다.

이날 김석진 부위원장은 개회사를 통해 “사회 구성원들이 함께 지능정보사회의 윤리규범을 만들고 지켜나갈 때 서비스가 이용자의 신뢰를 바탕으로 안정적으로 성장할 수 있을 것”이라면서 “오늘 콘퍼런스가 모든 사람들이 지능 정보서비스의 편익과 이익을 향유할 수 있는 사회로 나아가는 출발점이 되기를 희망”한다고 밝혔다.

그림 III-25 국제콘퍼런스 프로그램 구성

13:00~13:20 (20분)	개회식 Opening Ceremony	개회사-한상혁 방송통신위원회 위원장 환영사-김대희 정보통신정책연구원장
13:20~13:50 (30분)	기조 발제 Keynote Speech	발제-이상욱 교수 (한양대학교/UNESCO 세계과학기술윤리위원회)
13:50~14:50 (60분)	세션 1 AI 시대의 신뢰 구축 Building Trust in the Age of AI	발제 1-De Kai 교수 (The Hong Kong University of Science and Technology, HKUST/UC Berkeley) 발제 2-Jeffrey Chan 교수 (Singapore University of Technology and Design, SUTD)
14:50~15:10 (20분)	Coffee Break	
15:10~16:00 (50분)	세션 2 AI 시대의 공존 방안 How to Coexist in the Age of AI	발제 1-Manuel Zacklad 교수 (Conservatoire National des Arts et Metiers, CNAM) 발제 2-이호영 연구위원(정보통신정책연구원)
16:00~16:10 (10분)	Coffee Break	
16:10~17:40 (90분)	종합 토론 지능정보사회의 지속가능성을 위한 조건 Conditions for a Sustainable Intelligent Information Society ▪ 전문가 토론(70분) ▪ 질의 및 응답(20분)	좌장 : 김소영 교수(KAIST 과학기술정책대학원) 박성호 사무총장(한국인터넷기업협회) 신민수 교수(한양대학교/녹색소비자연대 공동대표) 최경진 교수(가천대학교) 최항섭 교수(국민대학교)

5) 2019년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가 실시

위원회는 10월 2일 '2019년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가' 결과를 의결하였다. 2019년도 평가대상은 가입자 수 민원 발생 비율 등을 종합적으로 고려하여 기간통신 및 부가통신의 6개 서비스 분야 총 32개사(중복 제외 시 22개사)를 대상으로 하였다. 특히, 포털·앱마켓에 한해 실시하던 부가통신사업자에 대한 평가를 전체 부가통신사업자로 확대 실시함에 따라 카카오톡(카카오), 유튜브(구글), 페이스북이 올해 처음 평가대상에 포함되었다. 다만, 신규 평가대상 사업자에 대해서는 시범평가로 진행한 것이므로 구체적 평가결과는 공개하지 않기로 하였다.

올해 평가에서 '매우 우수' 등급을 받은 사업자는 이동전화 분야의 'SKT', 인터넷전화 분야의 'KT', 'SKB', 초고속인터넷 분야의 'SKT', 'KT', 'SKB'이며, 이중 이동전화사업자 'SKT'가 964.6점으로 가장 우수한 평가를 받았다.

'에넥스텔레콤'(알뜰통신), '애플'(앱마켓) 2개사의 경우 이용자 보호업무 관리체계·피해예방 활동실적·이용자 의견 및 불만 처리실적 등 전반적인 이용자 보호업무 수준이 '미흡'한 것으로 평가되어, 업무개선이 필요한 것으로 나타났다.

특히, '구글'(구글·검색, 플레이스토어)의 경우 올해는 정해진 평가항목에 따라 비교적 성실히 관련 자료를 제출하고 평가에 적극적으로 협조함에 따라 전년도 '미흡' 대비 2단계 상승한 '양호' 등급으로 평가되었다.

올해 평가결과 이동전화 사업자는 장애인·저소득층 대상 요금감면 제도에 대한 홍보가 강화되었고, 초고속인터넷·알뜰통신 사업자는 찾아가는 교육 프로그램 운영, 어르신(실버 계층) 전용 상담창구 도입 등 취약계층을 대상으로 피해예방 업무가 개선되고 있는 것으로 파악되었다.

표 III-30 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가등급

구분	매우 우수 (950점 이상)	우수 (900점~950점)	양호 (850~900점)	보통 (800~850점)	미흡 (800점 미만)
이동전화	SKT	KT, LG U ⁺	-	-	-
인터넷 전화	KT, SKB	LG U ⁺	-	-	-
초고속인터넷	SKT, KT, SKB	LG U ⁺ , CJ헬로, HCN, 딜라이브, 티브로드	-	씨엠비	-
알뜰통신	-	CJ헬로, SK텔링크, 한국케이بل텔레콤, KTM모바일	에스원, 미디어로그	-	에넥스텔레콤
부가통신 일반	-	네이버	구글, 다음	-	-
부가통신 앱마켓	-	-	구글 (플레이스토어)	삼성전자 (갤럭시스토어), 원스토어	애플(앱스토어)
계	6개	13개	5개	3개	2개

올해 이용자 보호업무 평가 시에는 이용자 보호 업무를 해외 사무소에서 수행하고 있는 구글, 애플, 페이스북 등 글로벌 사업자는 고객관리책임자를 대상으로 직접 화상면담·대면 평가를 실시하여 평가의 실효성을 제고하도록 하였다.

글로벌 사업자의 국내 이용자 민원처리 절차를 점검한 결과 ARS 서비스 전화번호에 대한 안내, 온라인 고객센터에 대한 접근성, 이용약관의 가독성 등이 미흡한 것으로 파악되었으며, 이를 개선하기 위해 CS시스템 도입개선, 전담 책임자 지정 등 독자적인 이용자 보호 조직체계 운영이 필요하다고 제기되었다.

또한, 애플(앱스토어)과 페이스북의 경우는 고객센터 운영현황 자료 등을 미제출하여 평가가 어려웠으나, 향후에 진행되는 평가에서는 관련 자료 제출 및 민원업무 처리를 강화할 수 있는 방안을 마련하는 것을 적극 검토하기로 하였다.

이번 이용자 보호업무 세부 평가 결과는 해당 사업자에게 통보해 미흡한 사항을 자체 개선할 수 있도록 유도하여 이용자의 권익향상에 도움이 되도록 할 예정이며, 또한, 2020년 「전기통신사업법」 제53조에 따른 과징금 부과 시 이번 평가결과 ‘매우 우수’ 등급을 받은 경우 30% 이내, ‘우수’ 등급을 받은 경우 20% 이내에서 과징금을 감경하기로 결정하여, 이용자 보호업무개선을 위해 노력하는 사업자에 대해 인센티브를 부여하기로 하였다.

아울러, 위원회는 향후 전기통신사업자의 이용자 보호업무 평가계획 수립 시 이용자 규모를 고려한 평가대상 범위 확대, 평가항목 개선 및 사전공개 등 평가내실화 우수사업자에 대한 인센티브 확대 등을 면밀히 검토하여 반영할 계획이다.

위원회는 2019년도는 5G 서비스 상용화 등 통신서비스의 발전으로 이용자 혜택이 늘어난 반면 가계통신비 부담 및 새롭게 출시되는 복잡한 서비스로 인한 피해도 함께 증가하고 있으므로 향후에도 이용자 보호업무 평가를 확대함으로써, 국내·외 통신사들의 자율적인 이용자 보호 경쟁을 유도함으로써, 향후 이용자 권익 향상에 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

나. 이용자 피해구제 실질화

1) 통신분쟁조정위원회 도입 및 시행

위원회는 통신이용자와 통신사 간의 분쟁을 신속하고 효율적으로 해결할 수 있는 분쟁조정제도를 도입하기 위하여 2018년 12월 11일에 「전기통신사업법」을 개정하였고, 2019년 6월 12일에 동 법을 시행하였다.

전문가로 구성된 분쟁조정위원회를 통한 분쟁 조정은 소송이나 재정보다 절차가 간편할 뿐만 아니라 전문적인 분쟁 해결이 가능하다. 또한, 이용자 입장에서 개별 소송에 비해 시간·비용 감소 및 피해 입증 부담 완화로 효율적인 이용자 피해구제가 가능한 장점이 있다.

표 III-31 재정 및 분쟁조정 비교

구분	재정	분쟁조정	비고
구성	위원회원 5명	법률·회계·통신 등 전문가 10명 이내	전문성 보완
기간	90일, 90일 연장	60일, 30일 연장	최대 90일 단축
조정대상	손해배상 사업자와의 분쟁 등	부당요금청구, 서비스 품질 주요사항 미·거짓 고지 등	조정 대상 구체화

위원회는 분쟁조정제도의 원활한 운영을 위해 2019년 6월 학계, 법률, 소비자 단체 등 통신전문가 9명으로 구성된 통신분쟁조정위원회를 구성하고 운영을 시작하였으며, 또한 소위원회의 설치·운영 등 관련 사항을 규정하는 운영세칙을 마련하였다.

표 III-32 제1기 통신분쟁조정위원회 위원 명단

구분	성명	소속	비고
위원장	강동세	법무법인 클라스 변호사	신임
위원	설충민	법무법인 태신 변호사	신임
	강신욱	법무법인 세종 변호사	신임
	곽정민	법무법인 충정 변호사	신임
	신민수	한양대 경영학과 교수	신임
	최경진	가천대 법학과 교수	신임
	김현경	서울과학기술대 IT정책전문대학원 교수	신임
	윤 명	소비자시민모임 사무총장	신임
	정지연	한국소비자연맹 사무총장	신임

위원회는 통신분쟁조정제도 시행 이후 6개월 동안 총 6,689건의 통신 분야 민원을 상담하였고, 약관, 품질 불량, 해지처리 지연 등이 발생한 배경 및 이용자 권익 보호를 위한 조치방안 등을 설명하였다. 또한, 사업자와 이용자 간 주장이 첨예하게 대립하여, 분쟁조정 중재안이 필요한 155건의 분쟁 신청사건을 접수하여, 102건을 처리하는 등 신속한 피해구제가 이루어지도록 하였다.

표 III-33 통신분쟁조정 현황

(단위 : 건)

구분	상담 신청	조정 신청	처리	합계
건수	6,689	155	102	6,844

또한, 위원회는 통신분쟁조정접수센터(대표번호: 02-2110-1499)를 개설하여, 통신분쟁이 발생한 이용자가 직접 접수센터를 통해 상담을 진행하거나, 홈페이지 등을 통해 상담을 신청할 수 있도록 안내하였고, 이러한 내용을 이용자가 쉽게 이해할 수 있도록 보도자료·리플렛 배포, 홈페이지 팝업창, 웹툰 등을 통한 홍보 활동을 진행하였다.

2) 맞춤형 피해구제 기준 마련

위원회는 정부 혁신의 일환으로 통신이용자의 목소리를 반영하여 초고속인터넷 서비스의 가입, 이용, 해지 3단계로 11개의 분쟁 유형을 분류하고, 유형별 분쟁 해결을 위한 증빙 사항 및 해결기준을 담은 맞춤형 피해구제기준을 마련하였다.

위원회는 2018년 5월부터 관련 사업자·소비자단체·법조계·학계전문가 등이 참여하여, 20여 차례의 협의를 거쳐 「통신서비스 맞춤형 피해구제기준」안을 마련하였으며, 연구반에서 도출된 피해구제기준의 성실한 이행을 위해 이용자주관을 맞아 2019년 10월 17일(목)에는 초고속인터넷 서비스 사업자와 함께 협약식을 체결하였다.

특히, 이번에 도입된 피해구제기준에서는 초고속인터넷서비스 해지요건을 대폭 완화하여 이용자의 선택권을 강화하였다. 기존에는 사업자의 귀책으로 1시간 이상의 장애가 월 3회 이상 발생하거나 누적 서비스 장애 시간이 '48시간 이상'인 경우 할인반환금 없이 이용계약 해지가 가능하였으나, 이를 '24시간 이상' 장애가 발생한 경우로 확대하여 약정기간 중이라 하더라도 이용계약 해지가 즉시 가능하도록 하였다.

아울러, 단독으로 거주하는 이용자가 군입대 사유로 인해 초고속인터넷 서비스를 해지하는 경우 약정기간 중이라 하더라도 할인반환금 부과 없이 해지가 가능하도록 개선함으로써, 청년들의 군입대에 따른 불편사항을 최소화 할 수 있도록 개선하였다.

또한, 초고속인터넷서비스의 대표적 이용자 민원사항인 인터넷 품질 불만과 관련하여서는 인터넷서비스의 속도 측정방법과 해결기준을 보다 구체적으로 제시 하였다. ① 서비스 품질측정 사이트에서 30분간 5회 이상 하향 전송속도를 측정한 결과 측정횟수의 60% 이상이 이용약관에서 정한 최저속도에 미달한 경우, ② 4일 이내일 경우에는 당일 요금 면제, ③ 5일 이상일 경우에는 당일 요금 면제 또는 할인반환금 없이 이용약관 해지를 선택할 수 있도록 하였다.

이외에도 이용·해지와 관련해 민원이 많았던 ① 고지되지 않은 장비반환금 및 이전설치비 청구, ② 설치비용 추가 청구·중요사항 미고지, ③ 할인반환금 과다 청구, ④ 사망·실종·이사·이민 등으로 인해 분쟁이 발생하는 경우 필수적으로 확인해야 하는 증빙 사항 및 해결기준을 구체화함으로써 이용자들의 혼란을 줄일 수 있도록 하였다.

위원회가 2019년에 발표한 기준을 통해 초고속인터넷 사업자와 위원회에 접수되는 이용자 민원과 분쟁업무 처리 시에 공통적으로 적용됨으로써, 향후 보다 신속하고 효율적인 업무처리가 가능할 것으로 기대된다.

표 III-34 초고속인터넷 서비스분야 맞춤형 피해구제 기준 주요 내용

구분	분쟁 유형	해결 기준
가입	1) 신규설치 지연	• 서비스 청약 철회
	2) 사전 고지되지 않은 설치비용 추가 청구	• 추가 청구된 금액 환불
	3) 이용계약 체결 시 중요사항 미고지 또는 허위고지	• 계약 취소 후 할인반환금 면제
이용	4) 서비스 품질 불량(속도 저하) ※ 최근 30일 이내 4일 이하	• 당일 요금 면제
	5) 서비스 품질 불량(속도 저하) ※ 최근 30일 이내 5일 이상	• 계약해지 후 할인반환금 면제
	6) 서비스 장애(접속 불가)	• 계약해지 후 할인반환금 면제
	7) 이전설치 또는 변경설치 지연	• 계약해지 후 할인반환금 면제 또는 요금 감면
해지	8) 해지이전설치 요청 시 장비반환금·이전설치비용 미고지	• 장비반환금 또는 이전설치비 면제
	9) 해지 시 할인반환금 과다 청구	• 과납 할인반환금 환불
	10) 사망·실종·군입대 등으로 인한 해지	• 계약해지 후 할인반환금 면제
	11) 이사·이민으로 인한 해지	• 계약해지 후 할인반환금 면제 또는 요금 감면

3) 통신서비스 피해예방 교육 및 정보제공

위원회는 맞춤형 이용자 교육을 추진하여 사단법인 대한노인회, 한국노인종합복지관협회, 다문화가족 지원센터, 한국시각장애인연합회, 제주시 등 유관기관 및 중앙자치단체와 업무협력을 맺고 '찾아가는 방송 통신서비스 교실' 운영하여 164명의 전문 강사단을 양성하고 44천여명으로 대상 계층별 맞춤형 이용자 교육 등을 실시하였으며, 교재 개발 및 온라인 콘텐츠를 보급하였다.

그림III-26 정보취약계층별 교육 협력기관 현황



그림 III-27 방송통신서비스 피해예방교육 주요 언론 보도



또한, 위원회는 금융감독원, 경찰청, 과학기술정보통신부 등과 협력하여 '조기경보 협업체계'를 구축하고 보이스피싱, 추석 스미싱, 해외송금대행 부업 주의 등 통신금융범죄 유형별 대처법을 담은 피해예방 문자 메시지 및 고지서 발송(5,300만 명 대상) 등을 실시하였다.

그림 III-28 통신금융범죄 조기경보 협업체계도



이는 범정부차원에서 2018년 12월 발표한 '전기통신금융사기(보이스피싱) 방지 종합대책'의 일환으로 추진하는 것이며, 통신서비스를 매개로 하는 보이스피싱 피해는 성별·연령·지역을 구별하지 않고 전 국민을 대상으로 발생하고 있으므로, 누구라도 피해자가 될 수 있어 각별히 조심해야 한다는 내용을 통신서비스 이용자를 대상으로 고지하였다.

그림 III-29 대국민 피해예방 정보제공 문자 내용

유 형	실시기간	문자내용
보이스피싱	5월 16일~24일	[보이스피싱 경보] 매일 1330명, 10억 원 피해발생! 의심하고, 전화끊고, 확인하고!
추석 스미싱	9월 5일~12일	추석 스미싱 주의! 택배, 소액결제문자 속 의심되는 인터넷주소 클릭 금지
해외송금대행 보이스피싱	12월 18일~25일	해외송금대행을 가장한 보이스피싱에 주의하세요! 의심하고, 전화끊고, 확인하고!

또한, 전 국민을 대상으로 와이즈유저 홈페이지(<http://www.wiseuser.go.kr>)를 통해 통신서비스 활용 및 피해예방 콘텐츠 보급과 무선데이터 소모량 정보 제공 등 통신서비스 이용자들이 반드시 숙지해야 하는 다양한 맞춤형 정보를 제공하였다. 청소년들이 즐겨 이용하는 일명 ‘웁짤’⁴⁾ 블로그의 무선데이터 소모량을 측정하여 그 결과를 공개하였다.

웁짤이 포함된 블로그 게시글에 접속할 때의 평균 데이터 소모량은 47.7MB(최소 11MB, 최대 88.8MB)로 나타나, 일반블로그 게시글 접속 시(2.6MB)와 비교하여 약 18.4배의 데이터가 소요되는 것으로 나타났다.

표 III-35 일반 블로그 vs 웁짤 포함 블로그 데이터 소모량 비교

구분	일반 블로그 (JPG, BMP 등 파일 포함)	웁짤 포함 블로그 (GIF 파일 포함)	비고
이미지 데이터 용량	0.07MB	1.91MB	27배
블로그 데이터 소모량	2.6MB	47.7MB	18.4배

위원회는 방송통신서비스 이용문화 확산과 이용자 피해 예방 환경을 조성하기 위하여 ‘제10회 방송통신 이용자주간행사’를 개최(10월 15일 ~ 17일, 대학로 마로니에 공원 및 예술가의 집)하였다.

특히, 2019년에 진행된 10회 행사에서는 5G 이용자 보호 비전 선포식, 이용자 보호업무평가 우수사례 발표, 맞춤형 피해구제 기준(초고속인터넷 분야) 협약식, 5G 시대의 통신이용자 보호 세미나, 방송통신 피해예방 현장 교육, 통신서비스 피해예방 작품 공모전 등 이용자 참여(마로니에 공원)를 유도하기 위한 다양한 행사로 구성하였다.

4) 웁짤이란 ‘웁’이라는 짤방자의 줄임말로 1개의 파일에 복수의 이미지를 저장할 수 있는 이미지 포맷 중 하나인 GIF(Graphics Interchange Format) 파일을 말하며, 동영상처럼 생동감 있게 전달하면서 사진보다는 더 많은 정보를 줄 수 있어 흔히 이용되고 있음.

그림 III-30 제10회 방송통신 이용자주간행사 현장 모습

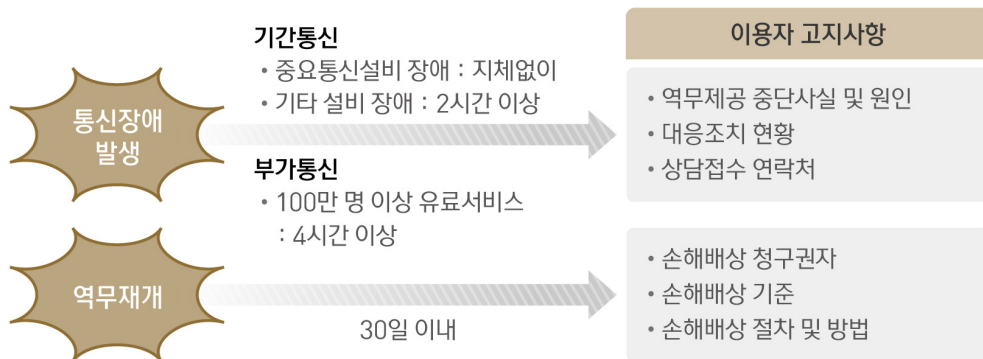


4) 통신장애 관련 이용자 보호방안 마련

위원회는 약관상 피해보상 이외에 소상공인의 영업 손실(간접손해)에 대해 위원회·국회·시민단체 등이 참여한 상생보상 협의체(상인대표, 시민단체, 지자체, 위원회·과학기술정보통신부 담당 등)를 통해 별도의 보상기준을 마련한 이후 보상하였다. KT는 약관상 손해배상을 근거로 아현국사 화재로 인해 자사의 유선통신서비스를 이용하지 못하였거나, 무선통신서비스를 3시간 이상 이용하지 못한 79.6만 명(약 357억 원)에 대해 2019년 1월분 요금 청구 시부터 요금감면(1개월, 동케이블의 경우 2~6개월)을 실시하였다.

또한, 위원회는 통신서비스 장애 발생 시 현재 상황에 대한 재난문자 고지 등 안내 부족, 대체 통신수단 이용방법, 신고방법 등에 대한 고지가 미흡하여 이용자 불편이 가중됨에 따라 이와 유사한 통신장애 발생 시에 국민 불편과 피해를 최소화하고 안전한 통신 이용 환경을 조성하기 위해 통신장애 시 이용자에게 역무 제공 중단 사실 및 손해배상 기준 등의 고지 의무 사업법 시행령(6월 25일 시행)을 개정하였다.

그림 III-31 통신장애로 인한 역무 제공 중단 시 이용자 고지 사항



아울러, 위원회는 이동통신서비스는 역무 제공 중단 시 이용약관 상 손해배상액을 기본요금(월정액)의 6배에서 8배로 상향하는 약관을 개정하였다. 또한, 초고속인터넷서비스는 사업자 귀책으로 인한 해지 시 위약금 면제시간을 단축(48 → 24시간)하도록 약관을 개선하도록 하였다.

표 III-36 이동통신사 약관상 통신장애 시 손해배상 기준

구분	개선 전(2012년 ~ 2019년 9월)	개선 후(2019년 10월부터 적용)
배상기준액	장애 시간 월정액 및 부가사용료의 6배 상당 금액	장애 시간 월정액 및 부가사용료의 8배 상당 금액

표 III-37 사업자별 초고속인터넷 약관상 위약금 면제 기준

KT	LG U+ / SKB(SKT)
월 누적 장애 시간이 48시간 이상 또는 1시간 이상 장애가 월 3회 이상 발생한 경우	월 누적 장애 시간이 24시간 이상 또는 1시간 이상 장애가 월 3회 이상 발생한 경우

또한, 위원회는 ‘통신장애 시 이용자 행동요령’ 배포를 통해 유·무선 통신서비스 마비 등으로 인해 일정 규모 이상의 피해가 예상되거나 발생한 경우 이용자의 대처방법을 정리한 대응요령을 제시하여, 일반 국민이 쉽게 활용이 가능하도록 통신 장애 시 각 단계별로 반드시 알아 두어야 할 행동요령을 마련·배포하였다.

정책 수요자(일반국민, 소비자단체), 전문가(변호사, 통신사업자), 정책공급자, 서비스디자이너 등으로 국민 정책 참여단을 구성하여 초기 작성 단계부터 국민소통 및 참여를 통한 다양한 요구 반영하였으며, 대학생 설문 조사, 통신사업자 현장 방문 등을 통한 정책수요자 의견 청취 등 정책수요자인 일반 국민 입장에서 정책을 마련하기 위한 다양한 의견을 수렴하였다. 통신장애 발생 3단계로 구분해 정보그림(인포그래픽)으로 안내하여 누구나 쉽게 활용할 수 있게 했으며, 단계별 자세한 행동요령에 대한 지침서도 마련하였다.

그림 III-32 통신장애 이용자 보호방안 관련 언론보도 및 이용자 행동요령 인포그래픽



다. 결합상품 해지 간소화

1) 결합상품 원스톱 전환시스템(Onestop Switch-System) 도입 추진

위원회는 이용자의 해지를 방해하는 사업자의 해지방어 행위와 해지 누락 등으로 인한 이용자 피해 발생을 근본적으로 해소하기 위해 유선 결합상품 원스톱 전환시스템(Onestop Switch-System) 도입을 추진하였다.

초고속 인터넷 및 결합상품 이용자의 구체적인 피해 유형은 이용자의 해지 의사 철회 유도, 사업자 변경 시 기존 서비스가 해지되지 않아 부당하게 통신요금 이중 납부 등이며, 2017~2018년도에 접수된 초고속 인터넷 서비스와 관련된 민원을 분석한 결과 해지 제한과 관련된 민원이 전체 민원의 25.1%를 차지하였다.

위원회는 과학기술정보통신부, 통신사 및 SO사업자, 유관기관(KTOA, KCTA, ETRI 등), 법률 및 소비자 전문가(법무법인 세종, 숙명여대, 소비자원) 등으로 구성된 시스템 구축 전담반 운영을 통해 결합상품 원스톱 시스템 구축을 위한 법 개정 초안 마련, 주요 쟁점사항 및 의견 조정 등을 논의하였고, 전기통신사업법 개정안 및 고시안 검토를 통해 사업추진 기반을 마련하였다.

이후, 시스템 설계와 사업자 전산 연동규격 개발을 완료하였으며, 원스톱 시스템의 차질 없는 도입을 위해 시스템 구축방안, 운영규정, 비용분담 방식과 구축 세부사항을 포함한 원스톱 전환시스템 구축·운영 계획을 수립하였다.

표 III-38 결합상품 원스톱 전환시스템 구축 전담반 회의 현황

일자	주요 내용
2월 28일	- 원스톱 전환시스템 구축 전담반 운영방안 및 로드맵 설명 - 소비자 정책 관점의 제도 개선에 대한 견해 - 할인반환금, 약정기간 개선방안 설명
3월 28일	- 할인반환금 및 약정기간 개선 방안 의견 - 원스톱 전환시스템 도입을 위한 법 개정안
4월 30일	- 원스톱 전환시스템 관련 법령 개정(안) 의견 수렴 - 할인반환금, 약정기간 개선방안 의견 수렴 - 원스톱 전환시스템 도입 영향 연구 발표
5월 23일	- 할인반환금, 약정기간 개선방안 의견 수렴 - 원스톱전환시스템 구축 운영규정분과 미결정 사항 협의
6월 20일	- 약정만료안내 SMS 발송 시스템 관련 논의 - 약정 만료일 익일에 SMS를 발송 개선(안) 논의 - 초고속인터넷서비스 등 전환절차 시행에 관한 고시(안) 논의
7월 18일	- 약정만료 이전 SMS발송 시스템 관련 논의 - 초고속인터넷서비스 등 전환절차 시행에 관한 고시(안) 논의 - 해지확인 절차 관련 논의
9월 5일	주요 미해결 쟁점 집중토론
9월 25일	- 초고속인터넷서비스 등 사업자 전환절차 시행에 관한 고시(안) 논의 - 해지확인 절차 관련 논의
10월 24일	- 원스톱전환시스템 구축비 분담 논의 - 해지확인 절차 기간 조정에 대한 사업자 의견 논의
11월 7일	- 원스톱전환시스템 업무처리 절차 논의 - 원스톱전환시스템 구축비 분담 논의
12월 5일, 12월 13일	원스톱전환시스템 구축비 분담 논의

2) 집합건물 독점 계약 제도 개선 방안 마련

위원회는 오피스텔, 원룸, 빌라 등 집합건물로 이사하는 경우 건물주와 특정 통신사업자 간 단독 계약으로 인해 이용자가 자신의 의사와 상관없이 초고속인터넷, 유료방송 등 기존서비스를 해지하는 경우에도 이용자에게 할인반환금⁵⁾을 부과하는 관행을 개선하였다.

지금까지는 특정 사업자와 단독으로 계약된 건물로 이사하는 경우 이용자가 본인의 의사와 상관없이 기존에 이용하던 서비스를 해지 시에 할인반환금의 50%를 부담해왔다. 그러나 2019년 8월부터 이런 경우 이용자의 귀책 사유가 없는 점을 고려하여 할인반환금이 전액 감면처리 되도록 하였다.

그림 III-33 집합건물 단독서비스 제공으로 인한 해지 시 할인반환금 개선



아울러 집합건물 독점 계약 문제에 대한 사업자별 의견수렴 및 할인반환금 감면방안에 대한 사업자 협의를 도출하기 위해 연구반을 구성하여 운영하였으며, 연구반은 위원회, KT, LG U+, SKB, SKT, CJ헬로, 티브로드, 딜라이브, 현대HCN, CMB, KT스카이라이프, 한국케이블TV방송협회, 한국정보통신진흥협회(KAIT) 등 사업자로 구성하였고 2019년 3월부터 6월까지 6회 운영하였다.

표 III-39 집합건물 독점 계약 제도 개선 방안 마련을 위한 연구반 운영 현황

일자/장소	주요 내용	참석자
3월 13일, 위원회 대회의실	- 제도 개선을 위한 주요 쟁점사항 정리 - 주차별 쟁점사항 논의	위원회, 통신4사, MSO 5개사, 위성방송 1개사, KCTA
3월 27일, 위원회 대회의실	- 집합건물 정의 - 위면해지, 건물주 반대 등 사업자별 세부기준 - 감면확인서 반려시 조정 방안	
4월 17일, 위원회 정보화교육장	- 기업상품 포함 여부 - 감면확인서 검토 의견 수렴 - 요금조정 기간 중 서비스 해지시 처리방안	
4월 25일, 위원회 대회의실	사회통념상 정상적인 상관행, 현금 제공의 위법성 판단 기준 추가 논의	
4월 30일, 위원회 대회의실	이용약관 개정 사항 논의	
5월 9일~11일, 강원도 고성	주요 쟁점사항 총정리	

5) 기간을 약정한 서비스 이용 중 해당 서비스를 중도해지 하는 경우 경과 기간에 따라 할인받은 금액 중 일부를 부과

할인반환금 감면 대상 여부는 이용자의 이전신청을 접수한 사업자가 현장 확인을 통해 결정하는데 기존 사업자의 서비스 이전설치가 건물주 등의 단독계약으로 인하여 불가능하며 이전설치를 요청한 주소지에서 이용자 본인 명의로 서비스 개통이 가능한 경우에 할인반환금이 감면된다.

감면절차는 이용자가 기존 서비스를 해지할 때 할인반환금 50%를 납부하고 납부확인서를 신규 사업자에게 제시하면, 신규 사업자가 서비스 요금에서 이용자가 납부한 할인반환금 50%를 감면 처리하게 된다.

그림 III-34 할인반환금 감면 업무처리 절차



라. 개인정보 보호와 활용

1) 개인·위치정보 법·제도 개선

위원회는 손해배상책임 보장제도, 국내 대리인 지정제도, 만 14세 미만 아동 개인정보보호, 진입규제 개선, 비식별 조치 지원 등의 정책 추진을 통해 개인·위치정보 법·제도를 개선하였다.

첫째, 손해배상 보장제도 도입을 통해 개인정보 사고 발생 시 이용자 보호 강화 및 기업의 손해배상부담을 경감시켰다. 동 제도의 원활한 시행 및 안착을 위해 현장 의견수렴을 위한 공청회, 설문조사, 사업자 설명회 등을 개최하였고, 대상 사업자 등을 대상으로 제도안내서 제작·배포, 카드뉴스 제작 및 SNS 홍보 등을 진행하였다.

둘째, 국내 대리인 지정제도는 정보통신기술의 발전에 따라 우리 국민의 글로벌 온라인 서비스 이용이 보편화되어 해외 사업자가 우리 국민의 개인정보를 처리하는 경우가 일반화되었다. 이에, 국내에 주소 또는 영업소를 두지 않고 정보통신서비스를 제공하는 해외 사업자에 대하여 우리 국민이 개인정보 관련 고충 처리를 위해 언어 등의 어려움 없이 편리하게 연락하고, 개인정보 침해사고 발생 시 규제 집행력을 강화할 필요성이 지속적으로 제기됨에 따라 도입하게 되었다. 국내 대리인 관련 정보통신망법 및 시행령 시행과 관련된 원활한 제도의 안착을 위해 국내 대리인 지정제도 국·영문 안내서 마련, 국내 대리인 국·영문 카드뉴스 제작 및 SNS 홍보 등을 진행하였으며, 제도의 활성화 등을 논의하기 위해 국내 대리인 지정 해외 사업자인 구글, 페이스북 등 23개 사업자를 대상으로 간담회를 개최하였다.

그림 III-35 개인정보 손해배상책임 보장제도 관련 현장의견 수렴



셋째, 14세 미만 아동의 개인(위치)정보 보호를 강화하기 위해 법정대리인이 동의했는지를 여부 등을 확인하는 방법을 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령과 위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률 시행령에 구체적으로 명시하도록 개정했다고 밝혔다.

이번 개정은 정보통신서비스 제공자 등과 위치정보 제공사업자 등이 만 14세 미만 아동의 개인(위치)정보를 수집, 이용, 제공하는 경우 법정대리인이 동의했는지를 확인하도록 한 정보통신망법(2018년 12월 24일 공포, 2019년 6월 25일 시행)과 위치정보법(2018년 12월 24일 공포, 2019년 6월 25일 시행) 개정에 따른 후속 조치이다.

이전에도 정보통신망법과 위치정보법에 따르면 만 14세 미만 아동의 동의를 받는 경우 법정대리인의 동의를 받도록 규정은 하고 있었으나, 그 구체적인 방법에 대한 고지는 미비한 실정이었다.

이에, 아동의 동의가 필요한 일반적인 방법을 규정하고 있는 개인정보보호법을 참고하여 서면, 전화, 전자우편 등의 방법을 활용하여 동의를 받을 수 있도록 개선하고 인터넷 홈페이지를 통한 아동 동意的 경우 휴대전화 문자메시지, 신용카드, 본인인증 등을 통해 동意的 유·무를 알리거나 확인 등을 하도록 규정하였다. 이는 개인정보 법령 간 정합성을 도모하면서도 온라인 환경의 특수성을 고려하여 아동의 개인정보보호를 강화한 것이라고 할 수 있다.

아울러 이와 관련된 정보통신망법·위치정보법 시행령 개정 및 제도 등을 이용자들이 쉽게 인지할 수 있도록 보도자료 배포, 카드뉴스 제작 등을 통해 안내 및 홍보하였다. 또한, 온라인 환경에서 아동에 특화된 개인정보보호에 대한 연구를 진행함으로써, 아동의 연령별 개인정보보호와 관련된 이슈를 도출하고 제도 개선방안(안)을 마련하였다.

그림 III-36 국내 대리인 지정제도 추진 관련 지정사업자 간담회



특히, 주요 정보통신 사업자(통신사업자, 포털사, 방송사업자 등), 유관기관 등 이용자 권리증진을 위한 홍보 의견수렴 및 협력 논의를 통해 캠페인 효율성을 극대화하였으며, '제2회 온라인 개인정보보호 정책 아이디어 공모전' 개최 및 국민 투표제를 도입하여, 국민이 정책개선 내용을 직접 제안하고 선출함으로써, 국민의 개인정보 정책개선 의견을 수렴하고, 이를 정책에 반영함으로써 개인정보보호 정책의 국민 공감대를 형성하였다.

그림 III-37 정보통신 사업자 의견수렴 및 캠페인 실시



그림 III-38 개인정보 관련 대국민 의견수렴

정책개선 아이디어 접수(38건)	국민투표를 통한 심사	국민공감대 형성
개인정보 유출 사고 발생시 이용자의 알 권리강화 방안 제안	설문에 참여해주세요 총 참여인원 108명 © 2019-11-28까지 1 개인정보 정책개선이 꼭 필요한 내용을 선택해주세요. [후보1] 포괄동의 기능을 통한 온라인 개인정보 자기결정권 제거 방안 2명(1.9%) [후보2] '개인정보 표시 제한 보호조치' 문제점 및 개선방안 68명(63.0%)	국민의 의견이 정책에 반영된다는게 의미있는 것 같네요 좋은내용들이 많아서 고민했습니다. 국민의 의견이 정책에 반영된다는게 의미있는 것 같네요

넷째, 비식별 조치 지원은 정보통신사업자 대상 안전한 개인정보 활용을 위한 비식별 조치 프레임 워크 개발 및 비식별 법·제도, 기술 등 종합적인 교육 수행을 위해 추진되었으며, 비식별 조치 교육(15회)·컨설팅(84회)·질의대응(78회) 수행 및 개인정보 비식별 조치 및 활용을 위한 프레임워크를 개발하였다.

마지막으로 진입 규제를 개선하기 위해 위치정보산업 활성화를 위한 개인위치정보사업 진입 규제를 기존의 허가제에서 등록제로 완화하고, 진입규제 완화에 따른 위치정보 보호조치 등 향후 발생할 수 있는 부작용에 대한 문제점을 해결하기 위해 위치정보법상 시정조치 및 과징금에 대한 규정을 신설하는 내용이 포함된 위치정보법 개정안의 국회의원 발의를 추진하였으며, 비식별 조치 지원의 추진을 위해 정보통신사업자 대상 안전한 개인정보 활용을 위한 비식별 조치 프레임 워크 개발 및 비식별 법·제도, 기술 등 종합적인 교육을 수행하였다.

2) 개인정보 및 위치정보 역량 강화 지원

위원회는 개인정보 및 위치정보 역량 강화를 지원하기 위해 자율규제 활성화, 개인정보 인식 제고 강화, 교육 개발 운영 및 자격제도 도입 추진을 통한 전문가 육성 체계구축, ISMS-P 운영, 주민등록번호 대체수단 이용 활성화 및 안전성 강화, 위치정보 산업 활성화, 위치정보 활용 긴급구조 강화, 위치정보 인식 제고 강화 등을 추진하였다.

개인정보보호 관련 자율규제 활성화를 위해 통신(알뜰통신), 온라인쇼핑, 유료방송, 스타트업 등 4개 업종, 5개 자율규제 참여한 단체 및 스타트업 등 사업자 지원하기 위한 현장 컨설팅 및 교육 등을 진행하였다.

그림 III-39 2019년 자율규제 심의평가위원회 운영



또한, 개인정보 인식 제고 강화를 위해 초·중·고, 일반인뿐만 아니라 결혼 이주여성, 다문화 가정, 어르신 등 사회적 배려계층 대상으로 대국민 및 사업자의 개인정보보호 실천문화 조성을 위한 교육 등 맞춤형 역량 강화 교육을 실시하였으며, 일상생활 속 개인정보 유출피해를 예방하기 위한 개인정보보호 수칙 안내를 주제로 카드뉴스, 애니메이션, SNS 이벤트 등을 대상으로 2019 인터넷 내 정보 지킴이 캠페인을 진행하였다.

위원회는 4차 산업혁명으로 인한 개인정보 활용 및 보호의 중요성이 증대됨에 따라, 관련 분야의 법·제도, 기술 등 전문능력을 갖춘 개인정보보호 최고 전문가를 육성하기 위한 체계를 구축하고 EU GDPR 수준에서 요구하는 개인정보보호 전문성 함양을 목표로 개인정보보호 법령 및 제도, 개인정보 위험관리 및 보호 기술 등 콘텐츠를 개발하고 개인정보보호 업무 종사자 대상 교육(2회)을 실시하였으며, 공신력 있는 개인정보보호 전문성 검정을 위해 국가공인 자격증 도입을 추진하고, 자격 시행을 위한 자격직무·응시요건·검정과목 등 세부기준 및 인력·예산조직과 관련된 운영체계, 문제원형(Sample)을 개발하였다.

그림 III-42 개인정보보호 전문인력 양성교육



그림 III-43 개인정보보호 관련 국가 자격증 세부 내용

자격 개발방향 및 직무정의 마련	응시요건 및 자격과목 개발
• (개발방향)개인정보보호 관련 법제도, 기술 등을 망라한 전문인력 양성을 위해 조직의 중간관리지급 이상이 응시하는 국가자격으로 개발방향 설정 • (명칭개발) “(가칭)개인정보보호 전문 관리자” 직무정의 개인정보 자산에 대한 개인정보보호 정책 및 전략 수립, 개인정보보호와 관련된 모니터링 체계 및 위험관리시스템 구축, 정보주체의 권리행사 보장, 규제당국과의 협력 및 조직 내 개인정보보호 관련 보호조치 수행 등 조직의 개인정보보호 활동을 계획관리 수행분석 평가자문하는 일	• (의견수렴)개인정보보호 업무에 종사중인 신·학·연 전문가 6인 이상 대상 실시 응시요건 개인정보보호 관련학과 4년제 대학 졸업자(정보보호 등) 기준으로 7년의 실무경력을 보유한 자로, 최소 5년의 개인정보보호 업무경력과 1년 조직관리 경력을 갖춘 자 자격과목 1. 개인정보보호 법제 및 정책 2. 개인정보보호 기획 및 관리 3. 개인정보보호 인증 및 감사 4. 개인정보 처리 및 보호 기술

특히, 개인정보보호 전문인력 양성 교육 프로그램 개발을 위해 법조계 및 학계(법, 기술 등), 산업계(포털, 인증기관, 보안기업 등)전문가 24명의 교재 개발위원회에서 교육 커리큘럼 도출 및 교재 집필·검토·감수를 진행하였다.

그림 III-44 교재 개발위원회 회의 및 위원회 명단

교재개발위원회 24인 명단								교육개발위원회 1차 회의(10월 2일)	
순번	이름	직함	분류	순번	이름	직함	분류		
1	김**	변호사	법조계	13	이**	이사	산업계(포털)		
2	박**	변호사	법조계	14	이**	이사	산업계(포털)		
3	채**	변호사	법조계	15	홍**	팀장	연구소		
4	강**	변호사	법조계	16	곽**	교수	학계(기술)		
5	손**	변호사	법조계	17	조**	교수	학계(기술)		
6	성**	이사	산업계(보안)	18	이**	교수	학계(기술)		
7	김**	이사	산업계(보안)	19	이**	교수	학계(기술)		
8	옥**	대표	산업계(보안)	20	정**	교수	학계(기술)		
9	문**	대표	산업계(보안)	21	김**	교수	학계(기술)		
10	김**	대표	산업계(보안)	22	고**	교수	학계(법)		
11	윤**	팀장	산업계(유통)	23	이**	교수	학계(법)		
12	강**	위원	산업계(인증)	24	조**	교수	학계(법)		

아울러 위원회는 기업의 자발적인 개인정보보호 수준 제고를 위해 개인정보보호 관리체계(PIMS) 인증제도 통합 운영하고 주민번호 대체수단 이용 활성화 및 안전성을 강화하기 위해 농협카드 본인 확인기관 지정심사 진행 및 이행점검 등을 통해 추가 본인확인기관 지정을 완료함으로써, 총 8개 카드사가 본인확인 업무를 수행하도록 하였다.

그림 III-45 정보보호 및 개인정보보호 관리체계(ISMS-P) 인증



그림 III-46 자율규제 정책고객 간담회



위원회는 위치정보 산업 활성화를 위해 위치기반 공모전을 실시하여 우수 비즈니스 모델을 발굴하고, 특허출원, 창업교육 등을 통한 사업화 연계를 지원하였다. 또한, 스타트업 및 중소·영세 사업자의 애로사항을 해소하기 위해 위치정보 교육·컨설팅 및 클라우드 서버를 이용한 기술적 보호조치를 지원하고 실내 측위에 주로 활용되는 Wi-Fi DB를 민간에게 개방함으로써, 시장 진입 시 비용부담 완화를 통한 신규 진입 촉진 및 서비스 다양성을 확보하도록 하였다.

아울러, 위치정보 활용 긴급구조 강화를 위해 위치정보 활용 플랫폼(LBSP) 운영을 통해 구조 요청자의 위치정보(Wi-Fi 기반)를 긴급구조기관에 신속히 제공하고 위치정보 전달 체계(단말기-이동통신사-긴급구조기관)상 유실 등이 발생하지 않도록 측위 품질 대상지역 및 평가지표(측위 정확도, 성공률 등)를 개편하여 확대운영 함으로써, 이동통신사업자 자율적인 측위 품질 제고를 유도하도록 하였다.

마지막으로 위원회는 위치정보사업자의 개인위치정보 관련 법제도 준수 및 안전한 보호를 기반으로 한 활용 문화를 조성하기 위해 개인·위치정보 보호 관련 전문인력 양성 교육⁶⁾을 실시하고 위치정보법상 진입규제 (허가·신고 등) 대상, 위치정보의 수집·이용·제공 시 사전동의 의무 등 법제도의 자율적인 준수를 유도하였으며, 위치기반서비스 개발 및 위치정보 등 안전한 보호조치를 지원하기 위한 실무자 대상 실습 교육을 신규 개설 및 운영하도록 하였다.

6) 국내·외 개인정보 교육프로그램 분석을 통해 도출된 8개 과목(①DPO 소양 ②개인정보 법령 및 제도 ③해외 법제도 동향 ④개인정보 기획 ⑤개인정보 위험관리 및 보호기술 ⑥규제기관 점검대응 및 감사 ⑦개인정보 침해사고 대응 ⑧개인정보보호 인증)에 관해 산업계·학계·법조계 전문가 24인으로 구성된 교재개발위원회에서 교재집필 검토·감수 진행 및 교육수준 검증, 개선의견 수렴 등을 위해 개인정보보호 중간관리자 80여명 대상 시범교육 실시

3) 국제협력 강화

3-1) EU GDPR 시행 대응

위원회는 GDPR의 적용을 받는 우리 기업의 실질적이고 구체적인 법률 이행을 지원하고, 국내 기업의 국외 법제 대응 역량을 전반적으로 제고하기 위한 다양한 사업을 실시하였다.

우선 자체적으로 대응이 어려운 영세·중소기업 15개사를 대상으로 개인정보보호 정책 현황 진단, GDPR 준수를 위한 법률적·기술적 이행조치 마련 및 담당자를 대상으로 전문교육을 실시하는 등 전주기적 컨설팅을 실시하였다.

그리고 GDPR 전문 상담창구(gdpr@kisa.or.kr, 061-820-1805)를 운영하여 기업의 GDPR 적용여부, 개인정보의 수집·활용을 위한 유효한 정보주체의 동의 획득, DPO 및 대리인의 지정 방법, 안전한 역외이전 방법 등 GDPR과 관련된 내용으로 170여회 가량의 상담을 제공하였다.

또한, 위원회는 GDPR 관련 창구 일원화를 통해 정보 접근성을 효율적으로 개선하고, 관련 최신 동향을 발 빠르게 제공하고자 GDPR 홈페이지(gdpr.kisa.or.kr)를 개편하였다. 특히, 홈페이지에 'GDPR 자가진단 도구'를 마련하여 기업의 실무자가 직접 자사의 GDPR 준수 현황을 진단하고, 이행이 필요한 사항을 점검할 수 있도록 하였다.

더불어, 기존 'GDPR 가이드북(2018년 5월 초판 발간)'에 국외 가이드라인 및 실제 과징금 부과사례 등을 반영하고, 내용을 보강한 '2020년 EU GDPR 가이드북'을 제작하였다.

한편 장기적 관점에서 우리 기업의 국외 법제 대응역량 함양을 위해 실무자를 위한 GDPR 전문 교육 과정(8종)을 개발하고, 실무자를 대상으로 18회(국내 15회, EU 현지 3회) 교육을 실시하였다.

이와 같은 종합적 지원 사업을 통해 위원회는 GDPR의 적용을 받는 우리 기업들에게 보다 구체적이고, 현업에 바로 적용 가능한 도움을 제공하였다.

그림 III-47 GDPR 관련 국내외 교육 현장



표 III-40 2019년 국내·해외 GDPR 세미나 개최 내역

구분	일자	내용	장소
국내 (15회)	3월 6일	서울 DMS 2019	서울 코엑스
	4월 23일	해외 E-Commerce 설명회	대전 중소기업벤처기업청
	5월 28일	온라인 수출마케팅 교육	경기 중소기업벤처기업청
	6월 14일	2019 KOREA MICE EXPO	송도 컨벤시아
	6월 20일	온라인 활용 해외진출 설명회	서울 중소기업벤처기업청
	7월 9일	주요이슈 토포인트 세미나	서울 트레이드타워
	8월 28일	2019년 개인정보보호 전문인력 양성과정	서울 사회보장정보원
	9월 10일	[KISA] 우리 기업을 위한 GDPR 실무교육	서울 트레이드타워
	9월 20일	[KISA] 우리 기업을 위한 GDPR 실무교육	서울 트레이드타워
	10월 15일	[KISA] 우리 기업을 위한 GDPR 실무교육	한국인터넷진흥원
	10월 16일	[KISA] 우리 기업을 위한 GDPR 실무교육	한국인터넷진흥원
	11월 7일	[KISA] 우리 기업을 위한 GDPR 실무교육	한국인터넷진흥원
	11월 8일	[KISA] 우리 기업을 위한 GDPR 실무교육	한국인터넷진흥원
	11월 27일	온라인 수출마케팅 교육	경기 중소기업벤처기업청
	12월 23일	[KISA] GDPR 준수지원사업 설명회	한국인터넷진흥원
해외 (3회)	10월 24일	[KISA] GDPR 현지 세미나 및 상담데스크운영	독일, 프랑크푸르트
	10월 29일	[KISA] 우리 기업을 위한 GDPR 실무교육	체코, 오스트라바
	12월 5일	[KISA] 우리 기업을 위한 GDPR 실무교육	이탈리아, 밀라노

3-2) EU 적정성 결정 추진

EU GDPR의 시행에 따라 EU 진출 한국 기업이 수집한 개인정보는 원칙적으로 EU 역외이전이 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 위원회는 EU 집행위원회와 지속적인 대면·화상회의를 통해 양측의 개인정보보호 법률·제도에 대한 상호 이해를 도모하고 있다. 특히, 국내 유관부처와의 긴밀한 협력을 통해 EU 집행위원회의 ‘국가기관의 정보접근(government access) 부속서’ 초안 마련을 적극 지원하였으며, 적정성 결정의 신속 추진을 위해 「개인정보보호법」 기반의 실무적 협의 또한 지속적으로 지원하였다.

3-3) APEC CBPR 도입·운영

4차 산업혁명 시대의 핵심 자산으로 데이터의 중요성과 가치가 지속적으로 상승함에 따라 아시아 태평양경제협력체 (이하 APEC)는 역내 안전한 개인정보의 교류 활성화를 위해 CBPR(Cross-Border Privacy Rules) 인증제도를 개발하였다. 이에 위원회와 행정안전부는 2017년 6월 CBPR 체계에 공식 가입한 후 CBPR 인증제도의 안정적인 국내 도입을 추진하고 있다.

이를 위해 위원회는 한국인터넷진흥원을 국내 CBPR 인증기관으로 지정하고, APEC의 심사 절차 지원을 위해 한국인터넷진흥원의 CBPR 인증기관 업무 적합성에 대한 검토보고서를 작성해 2019년 7월 APEC에 제출하였다. 이후 회원국의 검토 및 질의응답을 거쳐 12월 최종적으로 한국인터넷진흥원의 CBPR 인증기관 신청이 공식 승인됨으로써 우리 기업들이 CBPR 인증을 신청할 수 있는 길이 열리게 되었다.

또한 CBPR 인증의 본격 시행 전 제도 운영절차에 대한 검증을 위해 국내 기업 2개사를 대상으로 CBPR 모의심사를 수행하였다. 모의심사에서는 기 구축한 국내 CBPR 인증기준의 적합성 및 심사 절차의 완결성 등을 중심으로 검토하였다. 이 과정에서 발견된 개선 필요사항들을 보완해 보다 완성도 높은 CBPR 제도의 도입을 추진할 계획이다.

2020년부터는 본격적으로 국내 CBPR 인증제도를 시행한다. 이 과정에서 신규 제도의 확산과 활성화를 위해 CBPR 안내서 개발 및 안내 페이지 개설, 사업자 대상 설명회 개최 등 다양한 인식 제고 활동을 수행해 나갈 예정이다.

그림 III-48 APEC CBPR 도입현황



3-4) 국제협약체 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 개인정보보호 관련 국제협약체 참여를 확대해 긴밀한 국제협력 체계 구축에 힘썼다.

위원회는 우리나라의 개인정보보호 체계와 경험을 공유하여 국제사회에 기여하기 위해 APEC SOM 정례회의, CoE 108, ICDPPC 등 다수의 국제회의에 참석하여 주요 의제를 분석하고 대응하였다.

위원회는 각각 2월과 8월에 개최된 제1차3차 APEC 고위관리급 회의(SOM1-SOM3) 산하 디지털경제 운영그룹 (DESG)과 개인정보보호 분과 회의(DPS)에 참석하여 APEC 회원국의 개인정보보호 정책 동향과 주요 이슈들을 파악했다. 특히 CBPR 회원국들의 제도 운영 현황과 도입 경과 등을 분석해 향후 안정적인 국내 CBPR 도입 전략과 제도 활성화 정책 등을 모색했다. 또한 이 과정에서 한국의 정책 모범사례와 CBPR 도입 경과 등을 공유하는 등 아태 지역 내에서 개인정보보호 정책 관련 글로벌 리더십 확보를 위해 다양한 활동을 수행하였다.

5월에 참석한 제51차 아시아 태평양 개인정보보호 감독기구(APPA) 정례회의에서는 회원기관간 개인정보법·제도, 인식제고 추진현황, 사고 대응 사례, 개인정보 피해구제 등 개인정보보호 관련 이슈에 대하여 논의하였다.

유럽평의회(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. 개정된 CoE 108조약의 현행에 대한 정보공유 및 AI, 안면인식 관련 개인정보보호 이슈를 논의하기 위해 정기총회에 참석하고 우리나라의 법제 동향을 소개하였다.

또한, 2019년 10월 위원회는 제41차 국제 개인정보보호 감독기구 협의회 총회(ICDPPC, International Conference of Data Protection and Privacy)에 정회원 자격으로 참석하고 아시아 3개국(한국, 필리핀, 홍콩)의 개인정보 인식제고 및 역량강화 현황을 공유하기 위한 부대행사를 개최하였다.

2019년 11월 OECD 제1차 DGP(Data Governance and Privacy)에 참석하여 프라이버시 가이드라인 및 데이터 이동권, AI·IoT 신기술, 아동 온라인 개인정보보호 등 프라이버시 관련 정책 마련 방향에 대해 논의하였다.

그림 III-49 APEC 고위관리급 회의



4) 전자청약시스템 도입

위원회는 이동통신서비스 가입 시 영업점에서 개인정보를 불법적으로 보유하는 것을 사전에 방지함으로써, 이동통신 시장의 개인정보보호 수준을 높이기 위해 통신3사와 협의하여 '전자청약 시스템'을 판매점까지 확대해 도입하였다.

이동통신시장의 전자청약시스템은 지난 2014년 7월 범정부 차원에서 추진된 「개인정보보호 정상화 대책」의 일환으로 이동통신사와 대리점 간에는 이미 도입되었으나, 이동통신사와 직접적인 계약관계가 없는 판매점에는 전자청약시스템이 도입되지 않아 종이 계약서로 계약이 이루어지면서 판매점의 불법적인 개인정보 보유(계약서 불법 보관 등)로 인한 개인정보 유출의 문제가 지속적으로 제기되어 왔다.

판매점 전자청약시스템은 7월 1일 SKT를 시작으로 KT(9월 23일), LG U+(12월 23일) 순으로 시범 운영되고 점진적으로 확대함으로써, 이동통신시장에 종이 계약서 없는 전자청약시스템을 완전 정착시킨다는 계획이다.

판매점까지 전자청약시스템이 도입되면, 영업점의 불법적인 개인정보 보관을 사전에 막아, 이용자의 개인정보 유출피해를 예방할 수 있을 것으로 기대된다. 또한, 휴대전화 가입절차가 완전 전산화되면서 청약서 작성, 스캔(청약서를 이미지 파일로 변환해 저장)과 같은 업무처리 절차가 간소화되고, 판매점의 개인정보 처리에 대한 이용자 신뢰도는 높아져 이동통신시장의 개인정보보호 수준이 한층 향상될 것으로 기대된다.

5) '2019 개인정보보호인의 밤' 행사 개최

위원회와 한국인터넷진흥원(KISA)은 함께 12월 18일 양재 엘타워에서 '2019 개인정보보호인의 밤' 행사를 개최하였다.

정부·학계·업계, 일반 국민 등 사회 쏠분야 개인정보보호인들 200여 명이 한자리에 모인 이번 행사는 2019년 온라인 개인정보보호 활동과 성과를 공유하여 우리 사회에 개인정보보호 문화를 확산시키고 인식제고를 도모하기 위한 자리로 마련되었다. 4차 산업 혁명 시대를 맞이하여 올 한 해 우리 사회의 주요 관심사였던 '인공지능(AI)과 개인정보보호 이슈'에 대해 서울대학교 법학전문대학원 고학수 교수의 강연으로 행사가 시작되었다.

이어서 정보통신서비스 분야에서 개인정보보호 강화 및 인식제고에 기여한 개인과 단체에 '개인정보보호 유공' 표창과 학생·일반인 등 국민이 참여한 각종 공모전 및 경연대회의 시상식이 진행되었다. 특히, 개인정보보호 정책 아이디어 공모전과 모의재판 경연대회에서 개인정보보호에 대한 높은 관심과 통찰력을 보여준 9개 팀과 2019년 대한민국 위치기반서비스 공모전을 통해 창의적인 위치기반서비스의 비즈니스 모델을 제안한 제로웹 등 20개 팀이 상을 받았다.

가) 가입신청 시 이동통신사 본사시스템과 직접 연결된 별도의 단말기(태블릿PC)를 활용해 이용자가 직접 개인정보를 입력하고 (전자)서명하여 계약을 진행하는 시스템

위원회는 2019년 한해에도 각 분야에서 개인정보보호를 위해 노력해준 ‘개인정보보호인’의 노고에 감사드리며, 앞으로도 개인정보 활용이 활발한 데이터기반 경제시대에 우리 국민이 안심할 수 있도록 튼튼한 개인정보보호의 토대를 만들기 위해 노력할 것이라고 밝혔다.

그림 III-50 2019 개인정보보호인의 밤 행사



제3절 | 방송통신시장의 공정경쟁 환경 조성

1. 방송통신분야 상생환경 조성

가. 공정한 외주제작 거래 환경 조성

위원회는 과학기술정보통신부, 문화체육관광부 등 관련 부처와 함께 방송사업자와 외주제작사 간 투명한 거래질서 확립 및 외주제작 시장 상생환경 조성을 위해 앞장서고 있다.

지난 2017년 12월, 위원회는 5개 부처 합동으로 '방송프로그램 외주제작 불공정관행 개선 종합대책'을 국무회의에 보고하고, 그 후속 조치의 일환으로 가이드라인 마련을 추진해왔다. 2018년 학계, 법조계 등 관련 전문가로 구성된 '외주제작 거래 가이드라인 연구반'을 운영하고 공개 토론회를 개최했으며 방송사업자, 외주제작사 단체 등의 의견을 수렴하였다. 위원회는 각 활동을 통해 계약서 구성, 제작비 산정 지급, 저작권과 수익 배분방안 등 공정한 외주제작 거래에 필수적인 권고안을 도출하기 위해 노력해 왔다.

그 결과, 2019년 7월17일 과학기술정보통신부와 함께 「방송프로그램 외주제작 거래 가이드라인」을 발표하고 공정한 외주제작 거래를 위한 전환점을 마련하였다. 동 가이드라인은 방송사업자와 외주제작사 간 외주제작 거래 시 ▲ 방송사-제작사 외주계약 시 서면계약 체결 등 거래의 기본원칙을 확립하고 ▲ 제작비 산정기준 등 제공 정보를 명시하여 거래의 투명성을 확보하며 ▲ 방송사·제작사의 자율적 외주제작 환경 개선 노력을 유도하는 것을 주요 목표로 삼았다.

구체적으로는 ① 외주제작의 원칙, ② 계약의 구성 및 방식, ③ 제작비 산정 및 지급, ④ 저작권 및 수익 배분, ⑤ 상생을 위한 노력 등을 가이드라인에서 제시했으며, 주요 내용은 아래 <표 III-41>와 같다.

표 III - 41 위원회 소관 법률 현황

구분	주요 내용
제1장 총칙	가이드라인의 목적, 외주프로그램 제작 원칙 등 규정
제2장 계약의 구성 및 방식	1. 계약의 체결 - 문체부 표준계약서 활용 권장 - 촬영 시작 전 서면계약 체결 원칙, 서면을 통한 계약변경 등 명시 2. 방송사업자 자산의 이용 - 방송사의 자산(인력·장비·시설 등) 이용 강제 금지, 합의에 따라 이용 시 이용내역을 계약서에 명시 3. 계약의 취소 및 해제·해지 - 일방적인 계약해지 금지 및 계약해지 시 30일 전 서면 통지 의무화
제3장 제작비 산정 및 지급	1. 제작비 산정 - '외주제작 프로그램 표준제작비 산정기준' 마련, 외주계약 시 이를 제시하여 제작비 협의 - 방송사가 제작 추가 요청 시 추가비용 지급 - 제작기간 변경 시 방송사는 반드시 사전 고지해야하고, 방송사가 외주사에게 통지한 시점을 기준으로 기 지출된 제작비 보전 2. 제작비 지급 - 제작단계별 제작비 지급사항 계약서에 명시, 필요 시 선급금을 지급하고 프로그램 납품 후 제작비 신속 지급
제4장 저작권 및 수익배분	1. 저작권의 귀속 및 양도 - 저작권의 창작자 귀속 원칙, 저작권 양도 시 권리의 종류, 양도기간 등 계약서에 명시 2. 프로그램의 이용 및 수익배분 - 수익배분비율, 지급시기 등을 계약서에 명시, 수익배분 시 근거자료 제공
제5장 상생노력	1. 상생협의체 운영 - 방송사의 상생협의체 운영, 내실있는 운영을 위한 상생협의체 운영계획 수립 2. 고충처리 - 방송사·외주사의 외주제작인력에 대한 근로환경 개선 노력

위원회는 가이드라인 발표 후 2019년 8월 21일 지상파방송사업자와 종합편성 방송채널사용사업자를 대상으로 '방송프로그램 외주제작 거래 가이드라인' 설명회를 개최하고 이행 준비 기간을 거쳐 11월부터 가이드라인을 본격 시행하였다.

나아가 문화체육관광부와 공동으로 방송사·제작사 대상의 실태조사를 실시하여 외주제작 계약 형태, 계약체결 시기, 권리·수익 배분 비율, 제작비 지급 방식 등 방송프로그램 외주제작시장 거래 현황을 정례적으로 파악하고 있다.

위원회는 2020년부터는 방송사업자를 대상으로 직전 6개월간 편성된 외주 계약에 대한 이행점검을 반기별로 실시하는 등 지속적으로 방송사업자의 가이드라인 준수 독려를 위해 노력해 나갈 계획이다.

나. ICT 생태계 공정경쟁 기반 구축

1) 유선 분야 판매점 사전승낙제 도입 추진

위원회는 유선 분야 유통망의 음성적 거래행위와 불·편법 영업행위로 인한 유통질서 교란 및 이용자 피해를 방지하고자 유선분야 판매점 사전승낙제 가이드라인을 마련하였다.

‘유선분야 판매점 사전승낙제’란 전기통신사업자가 유선통신서비스 및 결합판매서비스를 취급하는 판매점의 불·편법 영업행위 및 개인정보유출 등으로 인한 이용자의 피해를 방지하기 위하여 판매점을 대상으로 적격성 여부 등을 심사 후 판매권한을 승낙하는 제도를 말한다.

이동통신 분야는 「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률」에 따라 2014년부터 판매점 사전승낙제를 운영해왔으나, 초고속인터넷, 유료방송 등을 취급하는 유선분야 판매점 사전승낙제는 법령상 근거 없이 사업자 자율로 운영되어 규제의 비대칭성을 해소할 필요가 있었다.

이를 위해 전국이동통신유통협회, 한국이동통신판매점협회, 전국이동통신집단상권연합회 등 유선분야 판매점 사전승낙 이해관계자들과 의견 수렴을 실시하였으며, 2019년 9월 유선분야 판매점 사전승낙제 가이드라인 시행 이후에도 통신사, 유통협회, 대리점 대표 등 관계자 회의(6회)를 개최하고 1·2차 사전승낙 계도 활동(매집점 방문, 설명회 개최) 등을 진행하였다.

표 III-42 사전승낙제 지역설명회 참석 현황

(단위 : 명)

일자	지역	참석인원
11월 18일	서울	26
	인천	38
	경기	24
11월 19일	대구	47
	대전	10
	광주	13

그림 III-51 유선분야 판매점 사전승낙제 설명회 개최 사진



유선분야 판매점 사전승낙제 도입을 통해 사업자의 판매점 관리체계 확립으로 유통시장의 투명성을 확보하고 미승낙 판매점의 불·편법 영업행위 방지체계를 마련하여 이용자 피해가 예방될 것으로 기대된다. 향후 위원회는 온라인공식신청서, 신고포상제 등의 도입을 검토하고 가이드라인 개정을 통해 불·편법 영업점 사전승낙 철회기준 등을 마련 할 예정이다.

2) 경제적 이익 제공 기준(고시) 적용 세부기준 마련

위원회는 포화상태인 유선결합시장에서 사업자 간 지나친 경쟁으로 인해 서비스 가입경품 제공 시 이용자 차별행위가 지속적으로 발생하고 있다고 판단됨에 따라 부당한 이용자 차별 해소를 위한 효과적인 규제 필요성이 증대되어 경제적 이익 제공 기준(고시) 적용 세부기준을 마련하였다.

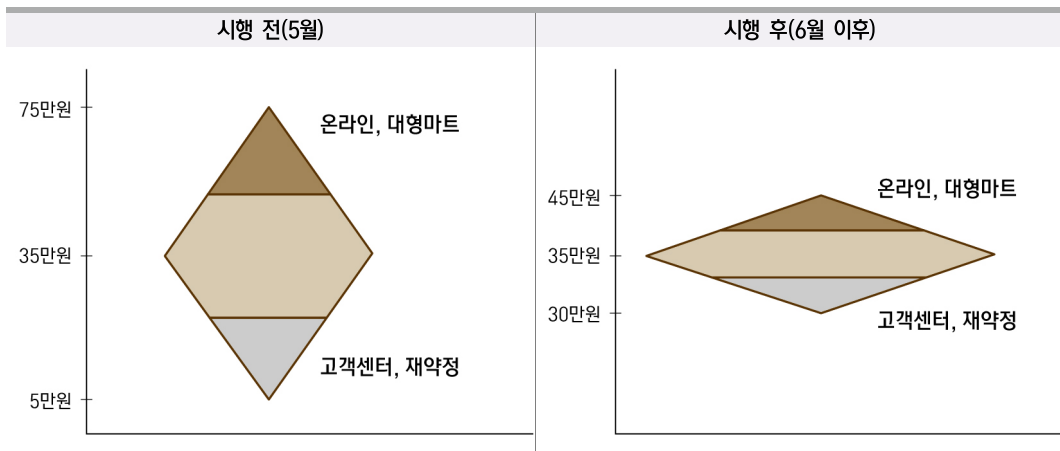
위원회는 새로운 규제제도의 도입 효과를 높이기 위해 시장 모니터링 및 주 단위 시장현황 점검 회의를 개최하고 있다. 더불어 이용자 차별지수를 마련하고 사업자 간 상호 신고제 운영 및 시장모니터링을 강화하고, 온·오프라인 위반행위 조치 상황반 운영을 통해 실시간 위반행위 개선 조치를 시행하였다.

또한, 시장 모니터링 및 유통망 현장점검을 통해 경품고시 시행이 시장에 미치는 영향을 분석하고 규제 도입에 따른 효과 등을 파악하기 위해 경제적 효과 분석 등을 진행하였다.

경품고시 제정을 통해 기존 상한규제를 이용자 차별 규제로 전환하여 지역과 연령, 가입경로 등에 상관없이 같은 서비스를 이용하는 이용자에게 유사한 수준의 경품이 지급되어 이용자 차별이 감소할 것으로 기대한다.

아울러 그동안 낮은 수준의 경품을 받은 고객센터 신규가입자나 재약정 가입자의 경품 수준(약 17만원)이 평균액(약 33만원) 수준으로 상향됨으로써, 평균 경품액은 유사한 수준을 유지할 것으로 예상되고, 상·하위 경품 지급 폭은 축소되어 이용자 차별은 완화되고 전체 이용자 후생은 증대될 전망이다.

그림 III-52 경품 고시 시행에 따른 경품제공 수준 변화 (인터넷+TV 결합상품기준)



3) 자급제 단말기 가이드라인 제정

위원회는 이동통신 단말기 유통시장에서 공정한 경쟁 질서를 확립하고 자급제 단말기 이용자의 편의성을 제고하기 위해 「이동통신 자급제 단말기 유통 가이드라인」을 마련하여 2020년 1월부터 시행한다고 밝혔다.

최근 정부의 자급제 단말기 활성화 정책 등을 통해 자급제 단말기 이용이 증가하고 있지만, 자급제 단말기 유통 과정에서 특정 이동통신사의 우회적인 불·편법지원금 지급, 이용자의 선택 제한, 부당 차별 등 이익침해 우려가 있었으나, 이에 대한 명시적 법률 규정이 존재하지 않아, 새로운 제도 마련 필요성이 지속적으로 제기 되어 왔다.

이에 위원회는 정보통신정책연구원(KISDI), 이동통신사, 단말기 제조사, 유통점이 참여하는 연구반 회의를 진행 하였으며, 그동안 제기된 소비자 민원, 불·편법 판매사례 등을 최대한 검토해 가이드라인을 마련하게 되었다.

가이드라인의 주요 내용으로는 자급제 단말기 ① 제조 및 공급단계에서의 공급 거절·중단·수량제한 행위 및 서비스 연동규격의 차별적 구현 행위 금지, ② 판매단계에서의 특정 이동통신사 가입조건과 연계한 차별 행위

금지와 단말기 판매가격(부가세 포함) 영업장 게시, ③ 서비스 가입단계에서의 업무 취급 등 수수료 부당 차별, 업무처리 거부·지연 및 가입절차 추가 요구 행위 금지, ④ AS 및 분실·파손 보험 제공조건 부당 차별 행위 금지 등이다.

위원회는 ‘자급제 단말기 유통 가이드라인’이 시장에서 이행·안착될 수 있도록 전문가 등이 참여하는 협의체와 불공정행위 신고센터를 운영해 나갈 계획이며, 본 가이드라인이 시행되면 자급제 단말기를 유통하는 과정에서 우회적 지원금, 이용자 차별 등의 불·편법적인 행위가 방지되고 단말기 유통 시장의 건전한 발전과 이용자 후생은 더욱더 증진될 것으로 예상된다.

4) 국내외 자급제 단말기 오픈마켓 가격 정보 제공

위원회는 5월 9일부터 국내외 자급제 단말기의 오픈마켓 가격에 대한 정보를 제공한다고 밝혔다. 오픈마켓 가격을 포함한 이동통신 단말기 국내·외 가격 정보는 방송통신이용자 정보포털(www.wiseuser.go.kr) 등을 통해 확인이 가능하다.

그림 III-53 단말기 출고가 공지 관련 홍보



그간, 위원회는 국내·외 이동통신사의 단말기 출고가와 제조사의 자급제 단말기에 대한 가격 정보를 제공해왔으나, 일반 이용자들이 보다 쉽게 접근할 수 있는 오픈마켓의 가격 정보를 추가적으로 제공해 달라는 요구가 있어 이를 반영하여 추가적으로 공개하게 되었다.

먼저, 오픈마켓의 단말기 가격정보 제공을 위해 17개 국가별로 시장점유율이 가장 높은 사이트를 선정하였다. 공개 단말기 기종은 글로벌 제조사(삼성전자, LG전자, 애플)의 최신 플래그십 단말기 1종씩이며,

2019년에는 2종(갤럭시S10, 아이폰XS)을 공개했다(LG전자의 G8은 비교 대상 국가가 없어 제외). 또한 오픈마켓에 올라온 가격은 조회 시점에 따라 가격변동이 빈번하게 발생하므로 최저와 최고가격으로 구분하여 게시하였다.

조사결과 대부분의 나라에서 최저가를 기준으로 오픈마켓의 가격이 제조사 자급제 단말기 가격보다 저렴하거나 동일하였으며, 특히 국내의 경우 제조사 게시가격과 비교 시 갤럭시S10은 동일하게 나타났고, 아이폰XS는 다소 저렴한 것으로 조사(4월 기준)되었다.

정부 혁신의 일환으로 이용자가 손쉽게 접근할 수 있는 오픈마켓의 단말기 가격 정보를 제공함으로써 자급제 단말기의 오픈마켓 유통 활성화의 유도가 기대된다.

그림 III-54 방송통신이용자정보포털(wiseuser.go.kr) 오픈마켓 가격비교 화면

휴대폰 가격 국내외 비교란?

휴대폰 가격 국내외 비교는 이용자의 합리적 선택에 도움이 될 수 있는 정확하고 다양한 정보를 제공하기 위한 일환으로 마련되었습니다.

휴대폰 가격 국내외 비교 기능을 확인하실 수 있습니다. [비교기능 보기](#)

2020년 2월 비교결과를 요약한 내용을 확인하실 수 있습니다. [비교결과요약 보기](#)

국내의 통신사 및 제조사의 가격을 비교하실 수 있습니다. [가격비교](#)

국내의 오픈마켓의 가격을 확인하실 수 있습니다. [가격비교](#)

본의 및 의견이 있으신 분들은 여가를 클릭하여 연락주시기 바랍니다.

오픈마켓 가격비교

갤럭시S10 (128GB)

<갤럭시S10 자급제 단말기 판매가격>

국가	오픈마켓	오픈마켓 가격		제조사 자급제 단말기 가격
		최저가	최고가	
미국	Amazon	USD 927.52 (1,098,288원)	USD 957.39 (1,133,045원)	USD 976.85 (1,156,688원)
일본	Amazon(JP)	-	-	-
독일	Amazon(DE)	EUR 584.99 (756,310원)	EUR 1,093.81 (1,414,143원)	EUR 899 (1,162,281원)
영국	Amazon(UK)	GBP 568.99 (872,899원)	GBP 1,118.72 (1,716,251원)	GBP 799 (1,225,762원)
프랑스	Amazon(FR)	EUR 698.21 (902,688원)	EUR 1,245 (1,609,611원)	EUR 909 (1,175,210원)
이탈리아	Amazon(IT)	-	-	EUR 929 (1,201,067원)
스페인	Amazon(ES)	-	-	EUR 699 (903,709원)
캐나다	Amazon(CA)	CAD 1,423.79 (1,268,697원)	CAD 1,423.79 (1,268,697원)	CAD 1,423.79 (1,268,697원)

5) 휴대폰 단말기 사기판매 최소화 방안 마련

위원회는 ‘휴대폰 사기 피해 예방 및 피해 최소화 방안’을 마련하여 추진할 계획이라고 밝혔다. 2019년에 추진되는 제도 개선은 필수재인 휴대폰을 대상으로 고액 지원금을 미끼로 한 사기판매가 지속되고 있으므로 이와 같은 사기 피해를 방지하고 피해를 최소화하기 위해 마련되었다.

다만, 사기범죄는 사법기관의 수사재판이 필요한 사항으로 위원회가 직접 조사해 피해자 구제를 하기에는 어려운 점이 있으므로 위원회 소관인 유통 시장 관리 및 이용자 보호를 중점으로 정책을 마련하였다. 구체적인 방안으로는 ① 국민 대다수가 이용하는 판매점 관리강화, ② 이용자의 사기 저항력 강화를 위한 이용자 인식제고, ③ 사기범죄 피해 최소화를 위한 법률 지원 등 크게 3가지 방향으로 추진되며 세부 내용은 다음과 같다.

- ① “국민 대다수가 이용하는 판매점의 자율적 책임을 강화하고 일부 이상 징후 판매점의 불법행위를 사전 차단하기 위한 현장 관리를 추진한다.” 이를 위해 판매점 개통이력을 분석하여 이상 징후 발생 시 현장을 점검하고, 주요 사기발생 창구인 비대면 온라인 채널을 집중 감시하며, 책임성 강화를 위해 판매자 실명제를 실시하고, 시장 과열문제가 발생하고 있는 사전 예약기간 중 집중모니터링 등 관리를 강화한다.
- ② “이용자의 정보 부족 및 불법지원금에 대한 기대감은 사기범죄를 용이하게 하는 만큼, 사기판매 유형에 대한 지속적인 정보제공으로 ‘사기 저항력’을 강화한다.” 이를 위해 전형적 사기사례 4가지를 선정해 지속 홍보하고, 가입 신청서 작성 전·후에 팝업창, 문자 등을 통해 이용자가 직접 사기 해당 여부를 이중으로 확인토록 하며, 특히, 노령층·청소년 등 정보 취약계층을 대상으로 사기 피해 예방 교육을 실시하고, 신규단말기 출시 등 사기 피해 발생이 예상되는 경우 사기주의보를 발령한다.

표 III-43 전형적인 사기 사례 4가지

주요 내용
• 선금 먼저 입금하면 단말기 무료(할인) • 신분증 맡기면 지원금 많을 때 개통 후 단말기 지급 • 비공식 계약서 작성(암호로 지원금 지급 약속) • 3년 약정 시에 2년 뒤 잔여 할부금 면제 처리 약속

- ③ “사기 피해자 중 사회적 약자가 많아 피해구제·보상 등 법적 절차에 대한 정보취득이 곤란한 경우가 많으므로 사기 피해자가 피해보상 관련 법률 자문 등을 지원받을 수 있도록 한국정보통신진흥협회(KAIT) 내에 전문 지원창구를 운영한다.” 이를 위해 판매점 모니터링, 이용자 대상 홍보, 사기주의보 등은 2019년 10월부터 실시하고, 시스템 개편이 필요한 판매점 실명제는 연내 개시하며, 사기여부 확인절차 강화, 예방교육, 법률 지원 창구 등은 2020년 1/4분기 내에 개시할 예정이다.

위원회는 사기범죄가 지속적으로 발생하는 경우 실제 이용자 피해는 물론 이동통신 서비스 전반에 대한 신뢰도 저하로 인해 불필요한 사회경제적 비용 발생이 예상되므로 이번에 수립된 전략을 적극적으로 추진하여 사기범죄를 최소화 할 수 있도록 할 계획이다.

다. 불공정행위 점검 강화

1) 홈쇼핑방송사업자와 납품업자 간 상생환경 조성을 위한 가이드라인 시행

2019년 1월 위원회는 홈쇼핑방송사업자와 납품업자 간의 공정한 거래질서를 확립하고 상생 협력을 도모하기 위해 「홈쇼핑방송사업자와 납품업자 간 상생환경 조성을 위한 가이드라인」을 제정·시행하였다.

동 가이드라인은 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 금지 등을 규정하고 있다.

또한, 홈쇼핑방송사업자가 사전제작영상물 제작비용 분담기준을 제정하여 납품업자에게 사전에 고지하도록 하였고, 홈쇼핑방송사업자가 사전제작영상물 제작비용을 부담한다는 이유로 기존의 판매수수료율을 부당하게 인상하는 등 납품업자에게 불리하게 방송조건합의서 내용을 변경하지 못하도록 하였다.

한편, 위원회는 6월 27일 한국TV홈쇼핑협회와 공동으로 홈쇼핑방송사업자의 자발적인 가이드라인 준수 및 상생협력을 표명하기 위해 ‘TV홈쇼핑-납품업자(협력사) 간 상생협력 선포식’을 개최하였다. 이날 선포식에는 TV홈쇼핑 7개사 대표와 납품업자(협력사) 7개사 대표가 참석한 가운데, 홈쇼핑 가이드라인 준수와 사전제작영상물 제작비용 분담기준 제정·시행을 주요 내용으로 하는 ‘TV홈쇼핑-납품업자(협력사) 상생협력 협약서’에 상호 서명하고 이를 교환하였다.

위원장은 “홈쇼핑 시장의 불공정한 관행을 개선하고, 공정한 거래질서 확립 및 상생환경 조성을 위해 노력하겠다는 TV홈쇼핑사의 자발적인 약속은 문재인 정부의 국정과제인 ‘더불어 잘사는 경제 - 활력이 넘치는 공정경제’에도 부합할 뿐만 아니라, TV홈쇼핑시장의 미래 발전을 위해서도 매우 중요하다고 생각한다.”고 말하였다.

위원회는 향후 홈쇼핑 가이드라인 이행 여부 점검을 통해 TV홈쇼핑시장에서의 공정한 거래질서 확립 및 이용자 보호 등을 위한 상생환경 조성을 위해 더욱 노력해 나갈 예정이다.

그림 III-55 TV홈쇼핑-납품업자 간 상생협력 선포식



2) 방송사업자의 금지행위 위반에 대한 시정조치

위원회는 2018년 9~12월 유료방송사업자의 PP에 대한 프로그램 사용료 지급 실태를 점검하고 자사 계열 PP에게 프로그램 사용료를 과다 지급한 것으로 추정되는 방송사업자에 대한 사실조사를 진행하였다.

조사 결과, (주)씨엠비가 채널평가 결과와 다르게 자사 계열 PP에게 프로그램 사용료를 과다 지급하고 중소 PP의 프로그램 사용료 수익을 제한하는 등 방송법 상 금지행위를 위반한 것으로 확인되었다.

이에 위원회는 (주)씨엠비에게 ▲ PP 프로그램 사용료 수익을 제한하는 계약 행위 금지, ▲ 방송 및 홈페이지에 시정명령 받은 사실의 공표, ▲ 3개월 내로 방송법령 위반행위 재발 방지를 위한 관리 개선대책

수립, ▲ 이행계획 및 결과보고 제출을 주요 내용으로 하는 시정명령과 과징금 9,650만 원을 부과하였다.

위원회는 유료방송사업자가 방송콘텐츠를 제공하는 PP에게 프로그램 사용료를 공정하게 지급하도록 앞으로도 지속적인 모니터링을 수행하고 위반사항 발견 시 엄중하게 조치할 예정이다.

3) IPTV · 콘텐츠 사업자간 상생을 위한 전용회선 사용료 절감 협약 체결

2019년 6월 25일 위원회는 IPTV · 콘텐츠 사업자 간 상생을 위한 간담회에 앞서 IPTV 사업자가 콘텐츠 사업자의 전용회선 사용료 절감을 위해 콘텐츠 사업자에게 전송방식에 대한 선택권을 부여하는 협약을 지원하였다. 이 날 간담회에는 IPTV 3사와 한국케이블TV방송협회의 PP 협의회, 한국방송채널진흥협회가 참여하였다.

현재 콘텐츠 사업자들은 자사 콘텐츠를 1회선 1채널 전송방식으로 IPTV 사업자에게 송출하면서, 전용회선 사용료로 매년 약 394억 원(2018년 월 사용료 기준)을 IPTV 3사에 지불하고 있다. 이번 협약의 주요 내용은 1회선 1채널 전송방식 외에 여러 채널을 하나의 회선에 전송하는 '다중화 전송방식(1회선 다채널 전송)'을 콘텐츠 사업자가 선택할 수 있도록 하는 것으로 1회선 다채널 전송방식을 선택하면 연간 약 39억 원 절감(약 10%, 3년 계약 기준)이 가능하다는 데 의의가 있다.

다중화 전송방식은 IPTV 3사가 관련 설비를 도입한 후 2020년부터 시행될 예정이다.

그림 III-56 콘텐츠 사업자의 IPTV 전용회선 사용료 절감을 위한 협약식



라. 지상파 재송신 합의 유도

지상파방송 재송신 계약은 기본적으로 유료방송플랫폼 - 지상파 사업자 간 자율적인 협상으로 이루어지나, 위원회는 보다 원만하고 공정한 협상이 이루어지도록 시장을 지속적으로 모니터링하고 있다.

가령, 2019년 11월에 있었던 CCS충북방송과 MBC 간 재송신계약을 둘러싼 분쟁에 대해서는 사업자 간 정확한 입장을 파악하고 발생 가능한 시나리오 등을 사전에 검토, 과학기술정보통신부와 공유하여 이후의 상황에 철저히 대비하였다.

지상파방송 재송신 계약은 유료방송시장에서의 사업자 간 상생뿐만 아니라 시청자의 시청권 확보와도 밀접한 관련이 있음을 고려하여, 위원회는 앞으로도 현행 제도의 테두리 내에서 재송신 관련 계약이 원활히 이루어질 수 있도록 적극 유도할 계획이다.

2. 국내외 사업자 간 역차별 해소

가. 공정한 인터넷망 이용환경 조성

1) 공정한 인터넷망 이용계약 가이드라인 마련

위원회는 2018년 11월~2019년 6월까지 통신사, 인터넷 기업(CP) 등 이해관계자 의견 청취를 포함한 연구반 회의를 10차례 진행하고 초안을 마련하여, 7월부터 통신사, CP 12개사가 참석하는 의견수렴 회의 및 수차례의 의견 조화를 실시하였다. 이후, 2019년 11월 이해관계자 의견을 반영하여 수정안을 마련하고, 수정안에 대하여 사업자, 한국통신사업자연합회, 한국인터넷기업협회, 코리아스타트업포럼, 시민단체, 통신3사, 중소 CP 등의 의견을 직접 청취하였다.

또한, 사업자, 전문가, 시민단체 등이 참여한 제2기 인터넷상생발전협의회 소위원회 논의(11월 19일) 및 공청회 개최(12월 5일), 온라인 국민 의견수렴(12월 5~12일, 국민 생각함 게시)을 실시하였다. 이를 통해 공정한 망 이용 계약과 이용자 보호를 위해 계약의 원칙과 절차, 불공정행위 유형, 이용자 보호 의무 등을 규정한 공정한 인터넷망 이용계약에 관한 가이드라인을 마련하였다. 동 가이드라인 마련으로 인터넷망 이용계약의 공정한 질서를 확립하고, 이용자 권익 증진에 기여할 것으로 기대된다.

표 III-44. 공정한 망 이용계약 가이드라인 세부 내용

구분	주요 내용
계약의 원칙	• 계약 당사자 간 신의 성실의 원칙 준수, 우월적 지위를 이용하여 상대방의 이익을 부당하게 제한하는 행위 금지, 유사한 내용의 계약과 비차별적으로 계약을 체결하도록 노력
계약서 작성 원칙	• 서면 계약의 원칙, 쉽고 명확히 작성, 민원처리 절차를 포함, 전송용량 및 이용 기간 등 계약에 필요한 사항 포함
정보의 제공	• 인터넷망 이용대가의 인상 요구 시 그 사유를 제시
불공정행위 유형	• 특정 계약 내용의 강요, 계약의 불합리한 지연 및 거부, 제3자와의 계약 체결 또는 거부를 강요, 제3자와의 담합, 본인이 체결한 다른 계약과 비교하여 상대방에게 현저히 불리한 조건 요구 등
부당성 판단기준	• 불공정행위 여부는 인터넷 망 구성 및 비용분담 구조, 콘텐츠 경쟁력과 사업 전략 등 시장 상황, 대량장기구매 등에 의한 할인율, 유사한 내용의 계약 등을 종합적으로 고려
ISP의 의무	• 콘텐츠제공사업자가 지속적이고 안정적인 인터넷서비스를 제공할 수 있도록 설비 관련 필요한 조치를 수행, 망 이용계약의 변경 또는 종료에 따른 이용자 피해 방지 노력
CP 등의 의무	• 자신의 책임 하에 있는 인터넷 트래픽 경로 변경이나 트래픽 급증 등 이용자의 콘텐츠 이용에 현저히 부정적인 영향이 예상되는 경우 사전에 ISP에게 관련 정보 제공, 망 이용계약의 변경 또는 종료에 따른 이용자 피해 방지 노력

2) 인터넷상생발전협의회 개최

위원회는 6월부터 제2기 인터넷상생발전협의회를 구성하고 운영함으로써, 5G 서비스 도입 등 환경변화에 대응한 규제정책 개선과 지원 방안, 글로벌 공정경쟁 확보 방안, 인터넷 생태계의 상생 협력방안 등을 논의하였다.

정부 혁신의 일환으로 2018년에 처음 운영된 「인터넷 상생발전 협의회」는 역외적용 규정 및 국내대리인 제도 등이 국회에서 입법화되어 시행되고 있으며, 국내외 사업자간 역차별 해소 방안에 대한 사회적 관심과 선진적 통신법제 마련의 기초를 다지는 데 기여하였다. 제2기 협의회에서는 2018년도 제1기 협의회 운영 현황과 결과보고서를 분석하여, 전문성과 대표성을 고려하여 미디어·경영·경제·ICT·법률전문가, 소비자·시민단체, 국내·외 인터넷 기업·통신사업자, 연구·전문기관, 관련 단체, 정부 부처 등 총 42명의 전문가를 위원으로 구성하였다.

표 III-45 협의회 소위원회 전체회의

일자	주제	주요 내용
1차 (6월 19일)	협의회 운영계획, 기조 발제	• 협의회 운영계획 및 운영규정 • 5G 시대의 시장기술 환경 변화 및 정책 이슈 • 미래지향적 상생발전 협의를 통한 ICT 혁신 선순환 경제구조 조기 구축
2차 (2020년 1월 30일, 서면회의)	결과보고서	• 소위별 결과 보고 • 인터넷 상생발전협의회 결과 보고서 확정

표 III-46 협의회 제1소위원회 회의

일자	주제	주요 내용
1차 (7월 22일)	글로벌 공정경쟁 확보 방안	• 인터넷 망 이용 관련 전기통신사업법 개정안 논의 • 국내 대리인 제도 및 임시중지 명령제도 도입 관련 전기통신사업법 개정안 논의
2차 (10월 22일)	글로벌 공정경쟁 확보를 위한 망 이용 환경 개선	• 국내 인터넷 망 이용 환경 개선 방안
3차 (11월 19일)	글로벌 공정경쟁 확보를 위한 망 이용 환경 개선	• 공정한 인터넷망 이용계약에 관한 가이드라인 안 • 인터넷의 구동원리로서의 망 중립성 • 국내외 ICT 환경 변화에 따른 미래지향적 공정한 생태계구축 필요성
4차 (12월 9일)	인터넷 생태계 상생협력 방안	• 인터넷 생태계 상생협력을 위한 중소사업자 지원 방안
5차 (2020년 1월 20일, 서면회의)	결과보고서	• 1소위 결과보고서 확정

표 III-47 협의회 제2소위원회 회의

일자	주제	주요 내용
1차 (9월 27일)	환경 변화에 대응한 규제 개선방안	• 데이터 경제 활성화를 위한 정책 제언 • 환경 변화에 대응한 규제 완화 : 인터넷 분야를 중심으로
2차 (11월 12일)	환경 변화에 대응한 규제 개선 방안	• 한국 개인정보보호법제의 동의제도에 대한 비판적 분석 • Evidence-based/Risk-based Privacy Regulation Approaches : 개인정보 제3자 제공 관련 규정과 보호 사례
3차 (12월 13일)	5G 생태계 활성화를 위한 지원 방안	• 5G 생태계 활성화를 위한 지원 방안 • 5G 생태계 활성화를 위한 요청 사항
4차 (2020년 1월 20일)	결과보고서	• 2소위 결과보고서 확정

그림 III-57 인터넷 상생발전 협의회



2019년에 제기된 새로운 정책 이슈 및 제1기 인터넷 상생발전 협의회에 이어 추가 논의가 필요한 과제 등을 고려하여 ‘글로벌 공정경쟁 확보 및 인터넷 생태계 상생·협력 방안’과 ‘통신환경 변화에 대응한 규제 개선 및 5G 생태계 활성화를 위한 지원 방안’ 등을 정책 의제로 채택하고 주제별로 2개의 소위원회를 구성하고, 2회의 전체회의와 9회의 소위원회 회의를 개최하여 안건을 논의하였다.

위원회의 인터넷상생발전협의회 운영을 통해 이해관계자가 정책 이슈와 상생협력 방안 등을 제안함으로써 정책 수용도를 높이는 한편 통신 환경변화에 적극적으로 대응할 수 있을 것으로 기대된다.

나. 개인정보 분야 규제집행력 강화

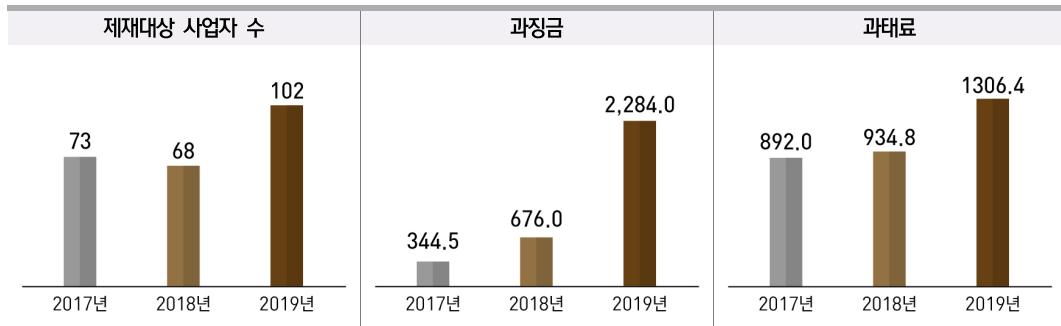
1) 개인정보 침해사고 조사

AI, IoT 등 지능 정보기술의 발전 및 데이터 경제 시대의 도래로 개인정보의 가치와 중요성이 부각되고 이와 관련한 개인정보의 유·노출 등 개인정보 침해사고가 지속적으로 발생하고 있다. 침해사고를 통해 외부로 유출된 개인정보는 타인에 의해 판매되거나 웹사이트 상에 노출되어 추가적인 2차 피해를 발생시킬 수 있어 이용자들의 우려도 지속적으로 증가하고 있다.

위원회는 해킹, 시스템 오류 등으로 인한 개인정보 유출 사고 등 침해사고가 다수 발생함에 따라 286개 사업자를 대상으로 신속히 조사를 진행하여 정보통신서비스 이용자에 대한 2차 피해 방지를 위해 노력하였다. 조사를 통해 위법성이 발견된 사업자 총 102개사에 대해서는 총 과징금 약 23억 원(18개사)과 과태료 약 13억 원(101개사)을 부과하고 시정명령(102개사)을 내렸다.

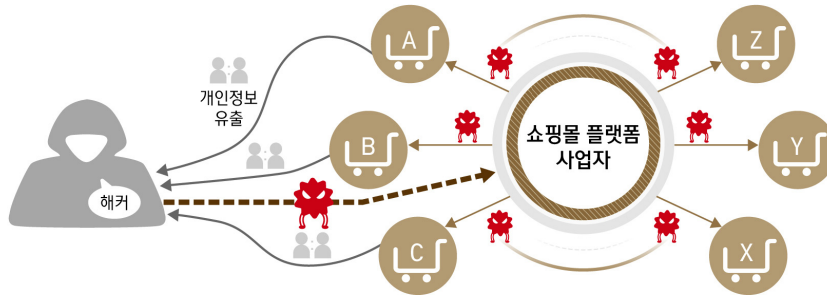
그림 III-58 행정제재 통계

(단위 : 개사, 백만 원)



이 가운데 플랫폼 제공 사업자를 통해 발생한 해킹사고로 다수의 웹사이트에서 개인정보 유출이 발생하였는데, 개인정보보호 규정을 위반한 총 78개사에 대해 총 과징금 4억 730만 원(14개사), 과태료 11억 2,200만 원(78개사) 및 시정명령(78개사)을 부과하였다. 또한, 관리 부주의로 인해 시스템 오류가 반복 발생한 소셜 커머스 업체의 위반 사항에 대해서도 과징금 18억 원 등을 부과하여 개인정보보호의 중요성에 대한 인식을 강화하였다.

그림 III-59 플랫폼 제공사업자 운영형태 및 유출원인



아울러 개인정보 침해사고 우려가 많은 O2O서비스와 가상통화 취급업소 등에 대한 정보통신망법 상 개인정보 보호법 규정 준수여부 실태조사를 통해 위법사항이 확인된 10개사에 과태료 총 7,100만 원과 시정명령을 부과하였다. 또, IoT 서비스의 개발 보급이 확대됨에 따라 발생할 수 있는 개인정보 침해사고에 선제적으로 대응하기 위해 홈넷 2개사, 가전 3개사, 홈시큐리티 4개사 등 총 36개사를 대상으로 실태조사를 진행하였고 2020년 이후부터는 AI 및 텔레메틱스 사업자를 추가하여 진행할 예정이다.

위원회의 개인정보보호 관련 취약분야 사전 실태조사로 동종 서비스 분야에 개인·위치정보 관리의 중요성에 대한 인식을 제고하는 계기가 되었으며 선제적 대응으로 이용자 등의 피해를 예방할 수 있었다.

2) 개인·위치정보보호 규정 준수여부 모니터링

위원회는 정보통신서비스(웹·앱) 총 39,220개를 대상으로 개인·위치정보보호 규정 준수여부 모니터링 후 개선을 요청하고 사업자의 개선 필요성에 대한 인식 제고를 위해 행정지도를 실시하였다.

웹사이트, 스마트폰 앱의 개인정보처리방침 준수 등 개인 및 위치정보보호 실태에 대해 모니터링을 진행하였고 개선이 필요한 사항에 대해 점검 결과서·관계 법령 안내서, 교육 안내 등을 통해 개선을 유도하였다. 또한, 국외 앱에 대해서도 모니터링 결과 보고서, 개선을 위한 가이드라인, 국내 법령 해설서 등을 영문으로 작성하여 안내하고 안내 리플렛을 제작하여 배포하였으며, 사업자 대상 온·오프라인 교육과 연계하여 개인정보보호의 중요성에 대해 인식 제고가 가능하도록 독려하였다.

표 III-48 온라인 개인정보보호 교육

구분	주요 내용
기 간	• 2월 22일 ~ 12월 14일 (12회)
내 용	• 정보통신망법 및 위치정보법 주요 내용 등 개인정보 취급자가 반드시 알아야 할 사항 등
방 식	• 현장교육(KISA, 서울) 외 현장교육 참석이 어려운 사업자를 위한 온라인교육 제공
홍 보	• 모니터링 결과 개선이 필요한 사업자에게 개선안내와 행정지도 진행 시 교육 일정 안내
참 석 자	• 매회 평균 52개 사업자가 참석하였으며 총 626개 사업자 교육 수강

그림 III-60 개인정보보호교육 교육 안내 책자 및 리플렛

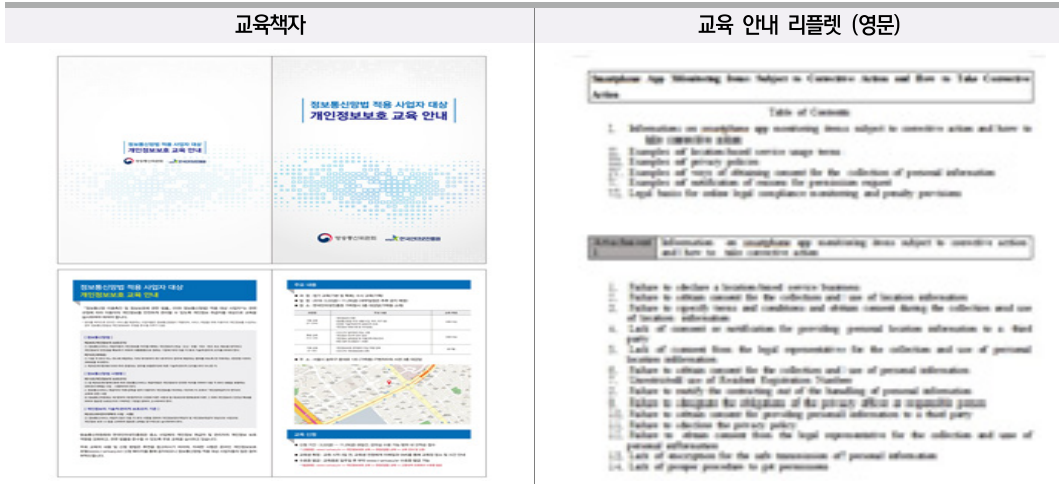
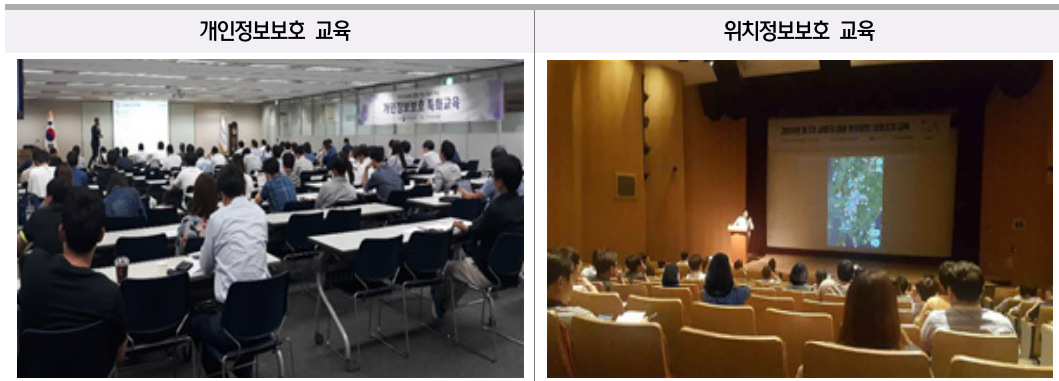


그림 III-61 개인정보보호 및 위치정보보호 교육



지속적인 안내에도 불구하고 미준수 사항을 개선하지 않은 사업자에 대해서는 행정 지도를 실시하였으며, 특히, 모니터링으로 확인된 개인정보보호조치 등 개인정보보호 규정 준수가 미흡하거나 연락이 어려운 앱-웹 사업자의 자율개선을 유도하기 위해 호스팅 사업자⁸⁾ 및 앱마켓 사업자와 간담회도 개최하였다.

위원회는 국내외 웹사이트에 노출된 우리 국민의 개인정보(8종) 및 개인정보 불법유통 게시물을 탐지·삭제(2019년 12월 기준, 전체 삭제율 97.8%)하여 개인정보 유통으로 인한 2차 피해에 선제적으로 대응하고 법의 사각지대였던 이미지 개인정보 노출 게시물에 대해 2019년 1월부터 주민등록증, 여권 등 이미지를 통해 개인정보가 노출된 게시물을 탐지하여 2,749건을 삭제하는 등 개인정보 유통 방지를 위해 노력하였다.

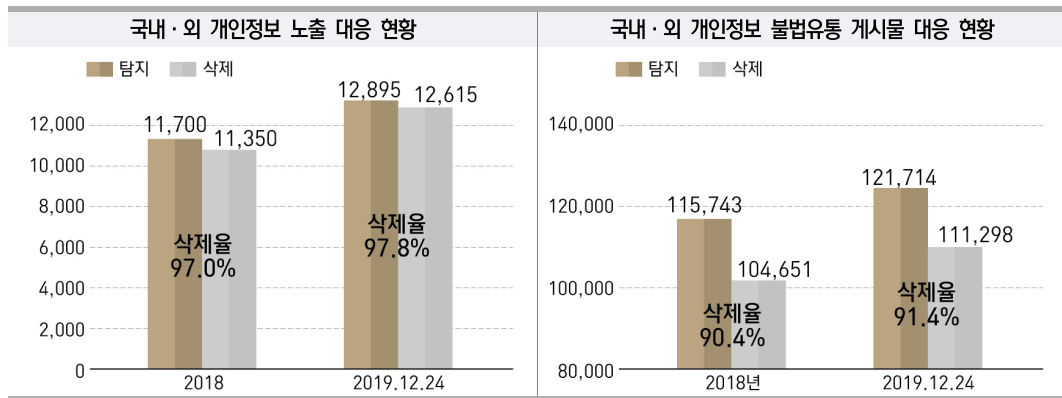
8) 웹사이트를 제작운영해주고 서버를 제공하는 사업자

표 III-49 개인정보 노출 및 불법유통 탐지삭제 현황 (2019년 12월 기준)

(단위 : 건, %)

구분	개인정보 노출			불법유통 게시물		
	탐지	삭제	삭제율	탐지	삭제	삭제율
국내	9,025	8,811	97.63	47,022	46,154	98.15
국외	3,870	3,804	98.29	74,692	65,144	87.22
총계	12,895	12,615	97.83	121,714	111,298	91.44

그림 III-62 개인정보 노출/불법유통 대응 현황



또한, 인터넷에서 상품·서비스 거짓 홍보, 각종 범죄 등에 악용될 수 있는 아이디의 불법 거래를 선제적으로 차단하기 위해 5월 3일부터 6월 30일까지 해당 게시물 탐지·삭제 집중 단속을 실시하였고, 특히, ID 불법 거래 집중단속 기간 중에는 이용자 참여형 신고제를 도입·운영하고 SNS를 통한 카드뉴스 홍보 등을 추진하였다.

집중단속 결과, 상습적으로 ID를 불법거래하는 게시물을 올린 게시자에 대한 수사 의뢰를 통해 개인정보 불법유통의 불법성에 대한 사회적 공감대를 형성하고 범죄자에 대한 경각심을 제고하였다.

다. 불법행위 규제 강화

1) 결합상품 해지 제한 관련 사실조사

위원회는 제31차 전체회의에서 초고속인터넷 기반의 결합상품과 관련하여 이용자의 명시적 동의 없이 전화를 걸어 해지를 제한한 SKT와 SKB에 대해 총 과징금 3억 9,600만 원(SKT 2억 3,100만 원, SKB 1억 6,500만 원)을 부과하기로 의결하였다.

지난 2017년 12월 초고속인터넷 기반 결합상품의 해지제한 행위에 대한 시정명령 처분 이후 2018년 3월부터 2차에 걸쳐 시정명령 이행실태를 점검하였다. 1차 이행점검에서는 통신4사 모두 해지 제한 행위가 없거나 경미한 것으로 나타났으나, 2차 이행점검에서는 SKT와 SKB가 이용자의 명시적인 동의가 없는 상태에서 전화를 걸어 해지 방어를 한 사실이 확인되어 2개 사의 해지 제한 행위에 대해 사실조사를 진행하였다.

표 III-50 사실조사 결과 미동의 해지제한 행위 현황

(단위 : 건, %)

구분	해지 상담	O/B 상담			
			동의	미동의	확인불가
SKB	514	359 (69.8)	161 (31.3)	114 (22.2)	84 (16.3)
SKT	435	300 (69.0)	75 (17.2)	135 (31.0)	90 (20.7)
계	949	659 (69.4)	236 (24.9)	249 (26.2)	174 (18.3)

이에 따라 위원회는 「전기통신사업법」 제53조 및 같은 법 시행령 제46조 별표 6에 따라 위반행위의 정도, 필수적 가중·감경 사유 등을 종합적으로 고려하여 SKT에 2억 3,100만 원, SKB에 1억 6,500만 원을 각각 부과하였으며, SKT와 SKB에 대하여 상담원 교육 강화, 상담 업무매뉴얼 개선 등 업무처리절차 개선방안을 마련하여 보고하도록 시정명령을 부과하였다.

위원회는 향후에도 이용자의 불편을 초래하는 과도한 해지 방어를 근절하기 위해 지속적으로 모니터링을 강화하는 한편, 초고속인터넷 및 유료방송 결합상품 원스톱 전환시스템을 내년 하반기에 도입하는 등 제도 개선에도 노력할 예정이다.

2) 허위·과장광고 관련 실태점검 및 제도 개선 추진

위원회는 결합상품 유치 경쟁과열에 따른 허위·과장광고의 발생이 우려됨에 따라, 방송통신 이용자의 권익 보호를 위해 허위·과장광고에 대한 사전 방지교육을 실시하고 주요 상권 등 현장과 온라인에 대한 실태점검 결과를 반영하여 제도 개선을 추진하였다.

표 III-51 허위·과장광고 방지를 위한 사업자 간담회

일자/장소	주요 내용	참석자
4월 3일, 대한상공회의소	• 허위·과장광고 사업자 자율협력 및 허위·과장광고 개선 방안 등 논의	방송통신사업자 대외 및 마케팅 담당, KCTA, KAIT 등

표 III-52 허위·과장광고 사전 방지교육 실시현황

(단위 : 명)

일자	교육 대상 지역 / 장소	참석자	비고
4월 3일	• (수도권)대한상공회의소	105	사업자 지역본부·대리점 및 유선 판매점 직원 대상
4월 18일	• (전남·전북·광주)광주상공회의소	38	
5월 16일	• (경남·부산)부산상공회의소	35	
5월 21일	• (충청·대전)대전무역회관	46	
5월 31일	• (경북·대구)대구무역회관	29	
총인원		253	

그림 III-63 허위·과장광고 방지교육



이를 위해 위원회는 4월부터 5월까지 허위·과장광고 사전 방지 교육을 5회, 총 253명을 대상으로 실시하였고, 5월에는 허위·과장광고 현장 및 온라인 428건에 대해 실태점검을 진행하였다.

표 III-53 허위·과장광고 실태점검 실시현황

(단위 : 건)

일자	점검 대상 지역	점검실적	비고
5월 16일	• 부산/대구지역 아파트, 상권 등	22	현장점검 (230건)
5월 17일	• 부산지역 아파트, 상권 등	54	
5월 20일	• 대전/세종지역 아파트, 상권 등	42	
5월 21일	• 광주지역 아파트, 상권 등	36	
5월 27일	• 서울 및 수도권 아파트, 상권 등	76	
5월 16~27일	• 인터넷사이트, 커뮤니티 등 온라인 채널	198	온라인점검
합계		428	

위원회의 허위·과장광고에 대한 시장모니터링 결과, 사전 방지교육 및 지속적인 시장모니터링 실시 등으로 준수율이 지속적으로 증가한 것으로 나타나 허위·과장광고 관련 실태점검 및 제도 개선 추진이 효과가 있었던 것으로 판단된다.

표 III-54 2019년 허위·과장광고 가이드 모니터링 준수율

(단위 : 건, %)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	계
전체	776	619	741	787	775	712	770	712	570	641	606	606	8,315
위반	163	127	131	121	145	110	127	110	69	86	78	78	1,345
준수	613	492	610	666	630	602	643	602	501	555	528	528	6,970
준수율	79.0	79.5	82.3	84.6	81.3	84.6	83.5	84.6	87.9	86.6	87.1	87.1	83.8

3) 단말기유통법 위반행위 조사 및 제재

위원회는 2019년 3월 20일 제14차 위원회를 열고 '이동통신 3사 및 유통점의 단말기유통법 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건'을 의결했다. 위원회는 2018년 4월 1일부터 8월 31일까지 이동통신3사의 온라인 영업정책 및 영업점을 대상으로 불법 행위를 조사했다. 그 결과 이동통신3사는 35개 유통점에 차별적 장려금 지급을 통해 부당한 차별적 지원금 지급을 유도한 것으로 나타났고, 35개 유통점은 현금대납, 사은품지급, 카드사 제휴 할인 등 방법으로 공시지원금 이상을 지급한 것으로 나타났다.

또한, KT(2개)와 LG U+(3개) 일부 유통점은 고가요금제 가입자에게 이용약관에 없는 별도의 지원금을 지급하는 조건으로 3~6개월 간의 의무 사용 기간을 부과하는 등 단말기유통법을 위반한 것으로 조사되었다.

위원회는 이동통신 3사에 총 28억 5,100만 원의 과징금을, 35개 유통점에 과태료 총 1억 390만 원을 부과하기로 의결했다.

3. 방송사업자 간 규제 형평성 제고

가. 종편PP 규제 합리화

종편PP의 매출 및 시청률 증가 등 환경 변화를 고려하여 비대칭규제를 개선하고 규제합리성을 제고할 필요성이 제기되었다. 위원회는 분담금 징수율 체계 일원화, 외주제작 편성 의무 적용, 종편PP 의무송출 폐지를 통하여 종편PP 규제를 합리화하고 종편PP의 공적 책임을 강화하였다.

우선, 위원회는 지상파와 종편PP의 방통기금 분담금 부과 형평성 강화를 위하여 징수체계를 일원화하는 제도 개선안을 마련하였고, 지상파 방송과의 규제차별을 완화하기 위하여 2019년 8월 「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과에 관한 사항」 고시 개정을 의결하였다. 위원회는 본 고시 개정을 통해 지상파방송사업자와 종편PP 및 보도PP의 방송통신발전기금 분담금 징수율 결정 방식을 매년 별도로 결정하던 방식에서 중기 재정추세를 고려하여 주기적(3년)으로 결정하는 방식으로 일원화하여 분담금 부과 형평성과 예측가능성을 높이하고자 하였다. 또한 징수율 산식을 마련하여 징수액이 방송광고매출액에 따라 자동으로 산정되도록 함으로써 기금 징수의 투명성을 강화하였다.

한편, 순수외주제작 방송프로그램 편성 의무가 없는 종편PP에도 편성 의무를 부과하기 위해 개정된 「방송법 시행령」이 2019년 6월 25일부터 시행되었다. 위원회는 「방송법 시행령」 개정으로 종편PP에게 순수외주제작 방송프로그램 편성 의무가 부과됨에 따라 「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」를 일부 개정하여 세부 편성 비율을 규정하였다. 위원회는 종편PP가 매출이나 시청률 등에서 안정적 성장세에 진입한 것으로 판단하여, 종편PP에도 지상파방송사업자 수준의 순수외주제작물 의무편성비율을 부과하기 위한 조항을 신설하였다. 동일서비스 동일규제 원칙에 따라, 종편PP의 순수외주제작물 의무편성비율을 종합편성을 행하는 지상파 방송사업자와 동일하게 매반기 30% 이상으로 규정하였고, 주시청시간대⁹⁾ 순수외주제작물 의무편성비율도 지상파방송사업자와 동일하게 매반기 10% 이상으로 규정하였다. 위원회는 이번 개정을 통하여 지상파방송과 종편PP 간 규제체계의 차별을 해소하고 규제 형평성을 제고할 것으로 기대하고 있다.

9) 주시청시간대는 평일 19시~23시, 주말·공휴일 18시~23시를 의미한다.

표 III -55 종편PP 외주제작 편성의무 부과 관련 「방송법 시행령」

방송법 시행령 [대통령령 제29269호, 2018년 10월 30일, 타법개정]	방송법 시행령 [대통령령 제29420호, 2018년 12월 24일, 일부개정] 연혁
제58조(순수외주제작 방송프로그램의 편성) ① 지상파방송사업자 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 텔레비전방송시간의 100분의 35 이내에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다.	제58조(순수외주제작 방송프로그램의 편성) ① 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자----- ----- ----- ----- ----- .
② ~ ⑤ (생략)	② ~ ⑤ (현행과 같음)

위원회는 지상파·종편PP 간 규제체계의 차별 해소 및 「방송법」 상 의무송출 제도의 취지 등을 고려하여 ‘종편PP 의무송출 제도 개선 협의체’ 운영 및 「방송법 시행령」 개정 등을 과학기술정보통신부와 함께 추진하였고, 이를 통해 종편PP 의무송출 제도를 8년 만에 폐지하였다. 2018년 9월 ‘종편PP 의무송출 제도 개선 협의체’는 지상파방송사업자와 종편PP 간 규제체계의 차별해소를 위하여 ‘종편PP 의무송출 채널 폐지안’을 협의체 다수안(6인)으로 위원회에 제출하였다. 위원회는 「방송법」 제70조 제1항의 의무송출제도는 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 종편PP를 유료방송 의무송출 대상에서 제외하는 내용의 「방송법 시행령」 개정을 지원하였으며, 종편PP 의무송출을 폐지하는 내용의 「방송법 시행령」 개정안이 2019년 12월 국무회의 의결을 거쳐 공포되었다. 본 개정을 통해 유료방송사업자는 관련 법령에 따라 의무적으로 송출해야 하는 채널이 줄어들어 따라 채널 구성·운영에 있어 자율성 확보가 가능해졌으며, 종편PP는 시장원리에 따른 공정경쟁을 통해 콘텐츠 대가를 평가받음에 따라 양질의 콘텐츠 제작을 위해 노력할 것으로 예상된다. 나아가 방송사업자의 자율성 강화와 공정경쟁 기반 마련을 통하여 시청자의 시청권 제고에도 기여할 것으로 기대된다.

표 III -56 방송법 시행령 일부개정령안

현행	개정안
제53조(채널의 구성과 운용) ① 지상파이동멀티미디어방송사업자·종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 법 제70조제1항에 따라 특정 방송분야에 편중되지 아니하고 다양성이 구현되도록 다음 각 호의 사업자별로 각 목의 사항을 준수하여 채널을 구성·운영하여야 한다.	제53조(채널의 구성과 운용) ① (현행과 같음)

현행	개정안
1. (생 략) 2. 종합유선방송사업자 및 일반위성방송사업자 가. (생 략) <u>나. 법 제9조제5항 단서에 따라 방송통신위원회의 승인을 받아 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 채널을 포함할 것</u> 다. ~ 라. (생 략) 3. 위성이동멀티미디어방송사업자 가. ~ 다. (생 략) <u>라. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 방송채널 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 방송채널을 1개 이상 포함할 것</u> 마. ~ 바. (생 략) ② ~ ④ (생 략)	1. (현행과 같음) 2. (현행과 같음) 가. (현행과 같음) <u>나. 삭제</u> 다. ~ 라. (현행과 같음) 3. (현행과 같음) 가. ~ 다. (현행과 같음) <u>라. 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 방송채널을 1개 이상 포함할 것</u> 마. ~ 바. (현행과 같음) ② ~ ④ (현행과 같음)

그림 III-64 '종편PP 의무송출 폐지' 언론 보도

KBS 뉴스(12월 3일)	중앙일보(12월 3일)
 7 종편 4곳, 유료방송 '의무 송출 채널' 제외	중앙일보 종편도 경쟁력따라 희비 갈린다, IPTV·케이블 의무 송출 폐지 기사입력 2019.12.03 오후 2:44 최종수정 2019.12.03 오후 2:55 기사원문 스크린 본문듣기 설정 유료 방송이 반드시 포함해야 하는 채널에서 종편편성채널(종편PP)이 제외된다. 과학기술정보통신부는 3일 "유료방송사업자의 채널 구성·운용에 관한 규제 개선을 위한 방송법 시행령 개정안이 국무회의를 통과함에 따라 관보에 게재되는 즉시 공포·시행될 예정"이라고 밝혔다. 이번에 개정된 방송법 시행령은 인터넷TV(IPTV)·케이블TV·위성방송 등 유료 방송 사업자가 의무적으로 편성해야 하는 채널에서 종편을 제외하는 내용을 골자로 하고 있다. 과기정통부는 "의무 송출 대상 채널의 수가 최소 19개로 너무 많고, 방송·광고 매출 등에서 시장 경쟁력을 확보한 종편 채널이 공익적 채널을 대상으로 하는 의무 송출 채널로 보기엔 부적절한 측면이 있어 제도 개선이 필요하다는 의견이 제기됐다"며 개정 배경을 설명했다.

나. IPTV 자료제출 규정 신설

2019년 12월 위원회는 인터넷 멀티미디어 방송제공사업자(IPTV)의 금지행위 조사 관련 자료제출 규정 등을 신설하는 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 일부개정안을 국회에 제출하였다. 해당 개정안의 주요 내용은 IPTV사업자의 금지행위 조사 관련 자료제출 및 자료제출 거부에 대한 과태료 부과 규정을 신설하는 것이다.

기존 방송법은 SO 등 방송사업자에 대해 금지행위 위반 관련 조사를 위한 자료제출을 명문화하고 있으나, SO와 동일한 서비스를 제공하는 IPTV사업자에게 적용되는 IPTV법은 공정경쟁 및 이용자 이익저해 관련 금지행위만 규정하고 있을 뿐, 금지행위 조사 관련 자료제출 규정이 부재한 상황이었다.

기존까지 IPTV사업자에 대한 조사는 행정조사기본법 제5조에 따라 IPTV사업자들의 자발적인 협조를 얻어 진행해 왔으나, IPTV사업자들의 협조가 없는 경우에는 조사 자체가 불가능한 상황이 발생할 우려가 있었다. 이러한 상황을 고려하여 위원회는 방송사업자 간 규제 형평성 제고 및 유료방송사업자 간 비대칭 규제를 해소하기 위해 방송법 수준으로 IPTV사업자의 금지행위 관련 자료제출 규정을 신설하는 IPTV법 개정의 필요성을 인식하고 이를 추진해왔다.

국회에 제출된 IPTV법 개정안은 IPTV사업자의 금지행위 위반 여부에 관한 사실관계 조사를 위해 IPTV사업자에게 자료제출 의무를 부과하고, 자료제출과 관련한 구체적인 사항은 시행령에 위임한다는 내용이다. 또한 관련 자료 제출 거부에 대한 과태료 부과 규정을 신설하여 자료제출 의무 이행의 실효성을 제고하였다.

표 III-57 인터넷 멀티미디어 방송사업법 일부개정법률안

현행	개정안
제17조(금지행위) ①·②·③ (생략) 〈신설〉	제17조(금지행위) ①·②·③ (현행과 같음) ④ 방송통신위원회는 인터넷 멀티미디어 방송 제공 사업자가 제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하였거나 제3자로 하여금 이를 행하도록 하였는지에 대한 사실관계의 조사를 위하여 필요한 경우 대통령령으로 정하는 바에 따라 인터넷 멀티미디어 방송 제공사업자에게 관련 자료의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 자료제출을 요청받은 자는 특별한 사유가 없으면 요청에 따라야 한다.
④ (생략)	⑤ (현행 제4항과 같음)
제28조(과태료) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만 원 이하의 과태료를 부과한다.	제28조(과태료) ①----- -----.
1. ~ 4. (생략)	1. ~ 4. (현행과 같음)
〈신설〉	5. 제17조제4항에 따른 자료제출을 거부·방해 또는 기피하거나 거짓으로 자료를 제출한 자
5·6 (생략)	6·7 (현행 제5호 및 제6호와 같음)
② (생략)	② (현행과 같음)

제4절 | 고품질 한류 방송콘텐츠의 제작·유통 기반 확충

1. 제작자원 확충을 위한 방송광고제도 개선

가. 방송광고제도 개선

위원회는 치열해지는 콘텐츠 경쟁 속에서 방송 한류의 지속을 위해 제작 자원의 기반이 되는 방송광고 제도 개선을 추진하고 있다. 2018년 11월 방송광고 제도 개선에 대한 정책방향을 발표한 것에 대한 후속 조치로써 2018년 12월 「방송법 시행령」 개정안을 마련하였다.

「방송법 시행령」 개정안은 1973년 이후 금지되어 온 지상파방송의 중간광고를 유료방송과 동일한 수준으로 허용하고, 이에 따른 시청권 침해 방지하기 위해 중간광고 고지자막 크기 규정(화면의 1/32 이상)을 신설하는 것을 주요 내용으로 하고 있다.

또한, 2019년 1월 「방송법 시행령」 개정안에 대한 입법예고를 하였으며, 지상파·유료방송 등 방송사업자, 외주제작사, 시민단체, 관련 학회 등 다양한 이해관계자를 대상으로 폭넓은 의견수렴을 지속적으로 실시하였다.

위원회는 유료방송 성장 등 경쟁상황을 반영하여 지상파방송의 중간광고를 허용 등 비대칭규제 해소를 추진 중에 있으며, 광고제도 개선을 통해 매체 간 공정경쟁 환경이 조성되고 콘텐츠 제작역량이 강화될 것으로 기대하고 있다.

나. 협찬제도 개선

위원회는 협찬이 건전한 제작재원으로 자리매김하고 협찬거래의 투명성을 제고하기 위해 협찬 제도 개선을 추진하고 있다.

2019년 6월 위원회는 협찬의 법적 근거 마련, 시청자 보호를 위한 필수적 협찬고지, 협찬 관련 자료 보관 및 제출 등 협찬의 공공성과 투명성을 강화하는 내용의 「방송법」 개정안을 마련하였다. 현행 「방송법」은 ‘협찬고지’의 정의와 ‘협찬고지’의 허용범위에 대해서만 규정하고 있으며, ‘협찬고지’의 세부기준 및 방법 등에 대해서는 「방송법 시행령」과 방송통신위원회 규칙으로 정하도록 위임하고 있으며 ‘협찬’ 자체에 대한 규정은 없었다.

이로 인하여 설사 방송사업자가 부적절한 협찬을 받았더라도 협찬고지를 하지 않으면 알 수 없는 등 협찬의 투명성에 대한 문제점이 지적되었다. 또한, ‘협찬고지’ 여부도 사업자가 자율로 선택할 수 있어서 일부 방송 프로그램에서 협찬 받은 사실을 밝히지 않은 채 건강기능식품을 소개하면서 같은 시간대의 홈쇼핑 방송 프로그램에서 동일상품을 판매하는 등의 사례에 대한 우려가 제기되었다.

이에, 위원회는 ① 협찬의 정의와 허용범위 등 법적 근거를 마련하고 ② 협찬받은 프로그램에서 협찬주가 판매하는 상품의 효능 등을 다루는 경우 반드시 협찬고지 하도록 하는 한편 ③ 소위 '상품권 페이' 등 협찬관련 불공정행위의 금지 ④ 협찬관련 자료의 보관 및 제출 의무 등을 주요 내용으로 하는 법률 개정안을 마련하였다. 향후, 위원회는 법제처 심사 등을 거쳐 「방송법」 개정 최종안을 국회에 제출할 예정이다.

다. 방송광고판매제도 개선

위원회는 2019년 10월 방송광고판매대행사업자의 재허가 심사의 실효성 확보와 공공성·공익성 제고를 위해 재허가 유효기간을 기존 5년에서 3년으로 단축할 수 있는 근거 규정을 마련하고 이해관계자 의견청취 절차를 신설하는 내용의 「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 개정안을 의결하고, 2019년 11월 법제처 심사와 차관회의, 국무회의를 거쳐 국회에 제출하였다.

이는 2017년 미디어렙 재허가 심사위원회의 정책 건의에 따라 추진한 것으로, 개정안이 시행되면 방송광고 판매대행사업자의 재허가 심사 시에 부여한 조건의 이행이 미흡하거나 중대한 법령 위반이 있을 시에 현행 5년인 재허가 기간을 2년의 범위 내에서 단축할 수 있게 된다.

또한, 방송광고판매대행사업자 허가 시 내실 있는 심사 진행을 위해 이해관계자의 의견을 청취할 수 있고 그 결과를 심사에 반영할 수 있는 절차를 마련하고 재허가시에도 해당 절차를 준용하도록 하였다.

위원회는 이번 방송광고판매대행법 개정으로 재허가 심사의 실효성을 제고하고 심사과정에 의견청취 절차를 신설함으로써 방송광고판매시장의 공정한 경쟁 환경 정착에 기여할 것으로 기대하고 있다.

라. 제3기 방송광고균형발전위원회 위촉

2019년 7월 위원회는 제3기 방송광고균형발전위원회 위원을 위촉하였다. 방송광고균형발전위원회는 방송광고판매대행 등에 관한 법률 제23조에 따라 지상파방송광고 균형 발전을 위하여 설치되었다. 제3기 구성원은 방송사업자들이 추천한 6인과 위원회가 추천한 5인, 총 11인의 방송광고 전문가로 위촉되었으며 임기는 3년이다.

방송광고균형발전위원회는 '방송광고 균형발전 기본계획', '네트워크지역지상파방송사와 중소지상파방송사 지원 실적 평가', '방송광고 매출배분 분쟁 조정', '방송광고 균형발전을 위한 지원사업 성과' 등을 심의하고 위원회에 정책 개선방안을 건의하는 역할을 수행할 예정이다.

2. 방송콘텐츠 해외 진출 지원

가. 방송공동제작협정 확대

방송 공동제작협정은 FTA를 통해 근거조항이 마련된 국가와 방송프로그램의 공동제작 활성화 및 교류 촉진을 위해 정부 간에 체결하는 협정이다. 방송 공동제작협정이 체결되면, 우리가 투자하거나 인력이 참여한 공동제작 프로그램이 양국에서 자국 프로그램으로 인정되어 해외 방송프로그램에 적용되는 규제(예 편성 제한 규제)를 받지 않고 방송할 수 있다는 점에서 의미가 크다.

2019년 위원회는 ASEAN 10개국 중 시장 규모 및 한류 파급 정도가 큰 베트남, 태국, 인도네시아와 우선 협정체결을 추진하고 터키·캐나다 등과 신규 협정을 계획하였다.

특히 위원회와 베트남은 TV프로그램 공동제작협정에 대해 2016년부터 논의해왔으며 2018년 최종문안에 합의하여 국장급 가서명을 완료한 바 있다. 이에 2019년 3월 베트남 하노이에서 위원회와 베트남 정보통신부(Ministry of Information and Communication, 이하 'MIC')간 '한-베 TV프로그램 공동제작협정'이 체결되었으며 2019년 8월 공식적으로 발효되었다.

한-베 공동제작협정이 발효됨에 따라 한국과 베트남이 공동제작한 프로그램은 외국프로그램에 대해 일정 비율 이하로만 편성하도록 하는 규제에 구애받지 않고 상호주의 원칙에 따라 양국 방송에 안정적으로 편성될 수 있게 된다. 이처럼 우리 방송사 및 제작사의 베트남 방송 진출을 보다 촉진시키는 중요한 기반이 마련되었다는 데 큰 의미가 있다.

실제로 공동제작협정 체결 직후 한국교육방송공사와 베트남 VTV 간 공동제작 프로그램 '가칭' 즐거운 나의 집' 제작에 대한 MOU 체결이 이어졌다. 또한, 위원회는 '2019년 방송공동제작 국제콘퍼런스'에서 베트남을 주빈국으로 선정하여 베트남 진출 희망 사업자를 대상으로 '베트남 포럼'을 개최하고 '베트남 특별관'을 운영함으로써 한-베 TV프로그램 공동제작협정 체결을 기념하였다.

위원회는 본 협정의 실질적인 이행과 협력을 강화하고 우리 방송사의 베트남 진출이 가속화될 수 있도록 노력할 계획이다.

그림 III-65 2019년 베트남 정보통신부와 '한-베 TV 프로그램 공동제작협정' 체결



그밖에도 위원회는 2019년 6월 터키의 라디오·TV 최고위원회(Radio and Television Supreme Council (RTUK))와 '한-터키 방송 공동제작협정 추진을 위한 업무협약(이하 'MOU')'을 체결하는 성과를 달성했다.

이번 MOU 체결은 방송통신위원회가 역점을 두고 있는 신북방 국가들과의 방송 콘텐츠 교류·확산과 공동제작협정 체결을 위한 사전 기반을 마련한 것으로 평가된다. 앞으로도 위원회는 한류 콘텐츠의 새로운 수출 시장을 검토하여 공동제작협정체결 추진국을 다각화할 예정이다.

그림 III-66 2019년 터키 라디오TV최고위원회(RTUK)와 방송 공동제작협정 추진 MOU 체결



나. 해외시장 조사

위원회는 2018년부터 국내방송사 해외 진출 전략 수립 지원을 위해 국가간 방송 공동제작협정 협상 대상국 및 국제공동제작이 활발한 주요 국가를 선정하여 방송 관련 규제와 법제도, 방송시장 특성, 미디어 서비스 이용행태 등을 조사하여 발표하고 있다.

2019년에는 정보통신정책연구원(KISDI)과 함께 미국·인도·캐나다·터키·헝가리 등 5개국 현지 시청자 2,355명을 대상으로 ▲ 한국 방송콘텐츠 시청경험, 시청방법, 선호장르, 전반적 인식, 고려요인, 시청기회, 불편한 점, 시청하지 않는 이유 등과 ▲ 동영상 콘텐츠 시청 시 이용기기, 이용플랫폼, 이용행태, ▲ 국가 간

공동제작 방송콘텐츠 시청경험, 공동제작 관련 인식, 고려요인, 적합장르 등에 대하여 온라인 설문조사를 실시했다.

조사 결과, 미국·인도·캐나다·터키·헝가리 등 5개국 시청자들은 한국 방송콘텐츠에 대해 '흥미롭다', '작품성이 높다', '한국문화의 특수성을 잘 보여준다', '가족 시청에 적합하다'라고 인식하고 있으며, '작품성', '흥미성', '장르 및 포맷'을 방송콘텐츠 선택 시 중요한 고려사항으로 꼽았다.

또한, 한국과의 공동제작 방송콘텐츠를 시청한 적이 있는지에 대해 터키(42.9%)와 인도(35.6%)가 비교적 높게 나타나, 향후 방송한류 수출의 중요한 거점 국가가 될 것으로 기대된다. 한편, 5개국 응답자 대다수가 국가 간 방송공동제작이 자국의 방송프로그램의 제작과 방송산업 발전에 긍정적으로 기여할 것이라고 평가했고, 공동제작 시 '문화이해'를 가장 중요한 고려요인으로 꼽았다.

한국 방송콘텐츠의 시청 기회가 충분한지에 대한 질문에는 '보통이다' 이하의 응답이 상대적으로 많았으며, 그 이유로는 '언어장벽', '제공채널·사이트 부족', '광고·홍보 부족' 등을 들었다. 한국방송 콘텐츠를 시청하지 않는 가장 큰 이유는 5개국 모두 '한국이라는 나라에 별로 관심이 없어서'라는 응답이 가장 높아, 이들 국가에 한국의 방송콘텐츠뿐 아니라 한국에 대한 전반적인 인식확산이 필요한 것으로 나타났다.

이번 조사는 방송한류 거점국의 현지 시청자들의 미디어 이용행태, 한류 방송콘텐츠에 대한 인식 및 시청 현황자료를 제공하여 방송콘텐츠 해외 진출의 기초적인 고려사항을 시사하였다. 향후 위원회는 방송현장에 필요한 정보를 제공할 수 있도록 동북아, 러시아, 중동, 중남미 등 신규진출 대상 국가로 조사를 확대해 나갈 계획이다.

다. 방송공동제작 국제콘퍼런스

위원회는 매해 국가 간 방송공동제작 교류를 강화하고 우리 방송 콘텐츠의 해외진출을 지원하기 위해 '방송 공동제작 국제 콘퍼런스'를 개최하고 있다. 2019년 6월에 개최된 콘퍼런스는 '콜라보레이션, 국경과 기술을 넘어 (Collaboration across Borders and Technologies)'라는 주제로 개최되었다. 이번 행사에는 총 12개국 방송관련 주무부처와 방송현업 제작·유통 책임자 등이 역대 최대 규모로 참가하였으며 각국의 경험과 당면 과제, 미래 비전 등을 함께 논의하고 방송 콘텐츠 공동제작을 포함한 교류협력의 수준을 한 단계 높였다.

이번 콘퍼런스에는 터키 라디오TV최고위원회(RTUK)의 에부베커 사힌(Ebubekir Sahin) 위원장과 인도네시아 방송위원회(KPI) 율리안드레 다르위스(Yulianadre Darwis) 위원장 등이 참석한 가운데, 한류 드라마의 선구자인 '대장금' 이병훈 감독의 축사, 영국 C21의 에드 월러(Ed Waller) 편집이사과 SBS 남승용 예능본부장의 기조연설이 이어졌다.

또한 장·차관급 주요인사가 진행한 'Vision Round Table'에서는 터키·인도·태국·중국·뉴질랜드 등 국가별 주요인사가 참여해 급변하는 글로벌 방송통신환경에서 상호 신뢰를 갖고 새로운 교류 협력의 단계로 나아가기 위한 방향에 대해 활발히 논의하였다.

오후 첫 번째 세션에는 ‘글로벌 미디어 생태계를 지향하는 콘텐츠 전략’이라는 주제로 터키 방송사 TRT (Turkish Radio and Television), 인도 방송사 DD(Doordarshan), 말레이시아 방송사 RTM(Radio Television Malaysia)이 열띤 논의를 이어가고, 한국 방송사도 글로벌 환경에서의 대응 전략에 대해 발표했다.

‘미디어 복합과 혼종 시대의 새로운 콘텐츠’를 주제로 진행된 두 번째 세션에서는 인도네시아 MNC(Media Nusantara Citra) 그룹과 태국 최대 미디어 그룹인 GMM Grammy의 지상파 방송사 One 31 등이 변화하고 있는 콘텐츠 제작환경에서의 치열한 생존 전략을 공유했다.

또한, 세 번째 세션인 ‘전문가 라운드 테이블’에서는 한국이 최초로 제안하는 글로벌 논의체인 ‘국경없는 방송 콘텐츠 전문가 워킹그룹(BCBB: Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders)’의 발족 취지를 설명하고 콘퍼런스 참가국의 적극적인 참여를 독려하는 한편, 방송한류를 세계적으로 확산하고 국가 간 상호 교류를 활성화하기 위한 심층 토론이 이어졌다. 마지막으로 방송콘텐츠의 해외 공동제작 활성화 및 방송사·제작사의 창작의욕을 고취하고자 ‘해외 우수 방송공동제작 대상’ 3편을 시상하기도 하였다.

2019년 콘퍼런스에서는 같은 해 3월에 체결된 ‘한-베 TV 프로그램 공동제작협정’을 기념하고 베트남과의 방송콘텐츠 교류를 희망하는 국내 사업자들에게 다양한 정보를 제공하기 위해 ‘베트남 포럼’이 열리고 양국 방송사 간 교류 확대를 위해 ‘베트남 특별관’이 운영되었다. 이 자리에 방송사별 부스가 설치되어 해외 진출을 위한 실질적인 비즈니스 네트워킹이 이루어졌다.

앞으로도 위원회의 ‘방송 공동제작 국제 콘퍼런스’는 국내외 사업자 간 실질적 매칭 기회 및 한류 방송 콘텐츠 홍보·판로의 발판이 될 것으로 기대하고 있다.

그림 III-67 2019년 방송공동제작 국제콘퍼런스



라. 한-아세안 방송콘텐츠의 미래와 협력방안 심포지엄 개최

위원회는 '한-아세안 특별정상회의(11월 25~26일)' 및 '한-메콩 정상회의(11월 27일)'의 연계 공식 부대 행사로 부산시청자미디어센터 공개홀에서 심포지엄을 개최(11월 25일)했다. 베트남, 태국, 캄보디아 등 아세안 국가와 국내 미디어 전문가, 방송콘텐츠 담당자, 학계인사 등이 참여하여, 아세안 국가 간 방송콘텐츠 교류 확산과 방송 공동제작을 촉진하기 위한 방안과 방송콘텐츠 교류의 미래상에 대해 열린 토론을 벌였다.

(주)푸르모디티의 김신석 본부장은 '베트남과의 공동제작 사례'를, 태국의 종합미디어 컨설팅 기업인 타임컨설팅의 짝끼트 썅끼띠완(Jackkit Sangkittiwan) 파트너는 '아세안 콘텐츠 시장 및 공동제작 현황과 전망'을, KBS 배기형 PD는 '한-아세안 방송콘텐츠 공동제작 협력방안'을 발표하였다.

향후 위원회는 이날 심포지엄의 논의 내용을 바탕으로 아세안 국가와의 방송 공동제작 협력 강화를 위해 네트워크 확대 및 교류 활성화 정책을 지원할 계획이다.

그림 III-68 한-아세안 방송콘텐츠의 미래와 협력방안 심포지엄



마. '국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹' 창립기념식 개최

위원회는 6월 방송 공동제작 국제 콘퍼런스에서 참여한 국가들로부터 지지를 받아 발족한 '국경없는 방송콘텐츠 글로벌 워킹그룹(BCBB: Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders, 이하 BCBB)' 창립기념식을 개최했다. BCBB는 각국의 방송콘텐츠 시장과 정책 정보 등을 공유하고, 방송콘텐츠의 미래비전과 정책방향을 모색하기 위하여 위원회가 제안한 민·관·학·역 논의기구(Think Tank)이다. BCBB는 유튜브, 넷플릭스와 같은 세계적인 OTT 플랫폼 위주의 제작·유통환경 속에서 방송콘텐츠의 다양성 증진과 포용적인 발전을 꾀하고, 급변하는 미디어 환경에 공동 대응하기 위해 고안되었다.

이날 창립기념식에는 캄보디아 우정통신부(MPTC)의 지오 림(Geo Rim) 차관급 고문이 특별초청 연사로 나섰고, 3개 분과 소속 참석회원들도 활동계획과 소감을 나누었다. 그리고 창립기념식에 참석한 정부, 공공기관, 연구기관, 사업자들이 협력을 약속하는 'BCBB 회원의 다짐'에 서명하여 앞으로의 추진 의지를 재확인했다.

각국별 방송정책 담당기관, 방송사업자·연구기관·학계·법조계 등 25개국 113명의 전문가들이 BCBB 회원으로 참여중(12월 26일 기준)이며, 향후 ‘방송의 사회적 기여’, ‘지역친화 방송콘텐츠’, ‘공동제작 및 유통 활성화’ 3개 분과별로 의제를 발굴하고 논의할 예정이다.

그림 III-69 국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹 창립기념식



3. 신규서비스 활성화 지원 및 제도 정비

가. OTT 서비스 제도화

인터넷 발달과 스마트기기 보급증가, 콘텐츠 이용행태의 변화로 OTT(Over The Top) 서비스의 영향력이 지속적으로 확대되고 있다. OTT 서비스는 현재 「전기통신사업법」상 부가통신서비스로 분류되어 약한 수준으로 규제되고 있는 현실이다. OTT 서비스 중 일부는 방송과 동일하거나 유사하다고 볼 소지가 다분한 만큼, 규제 형평성, 공정경쟁 및 시청자 보호 등의 문제가 지속적으로 제기되고 있으며, 최근 넷플릭스 등 해외 사업자의 점유율 증가로 해외자본의 국내 시장잠식 우려 역시 확대되고 있는 상황이다. 위원회는 OTT 서비스의 영향력 확대 및 글로벌 사업자 본격 진입에 대응하여 제도적 기반 마련 및 국내 사업자 지원을 추진하였다.

표 III-58 주요 OTT 서비스 제공 유형

구분	사업자	비고
① 실시간+VoD (웨이브 형)	웨이브(지상파 3사 중심), 티빙(CJ), 올레TV(KT), LTE비디오포털(LG U+) 등	유료·무료 서비스 병행
② VoD 제공 (넷플릭스 형)	넷플릭스, 아마존, 왓챠플레이 등	
③ 동영상 공유·1인 방송 (유튜브 형)	유튜브, 아프리카TV(실시간포함), 네이버TV 등	

2018년과 2019년에는 국회에 「방송법」 또는 「IPTV법」 개정을 통해 OTT를 제도화하는 내용의 법안이 발의되었고, 위원회는 공정한 경쟁 환경을 조성하고 이용자의 권익을 보호하되, 산업 활성화를 저해하지 않는다는 원칙하에 필요 최소한의 규제를 적용하는 것이 바람직하다는 입장을 확립하고 관련 개정안에 관한 국회 논의를 적극 지원하였다.

특히, 6월 10일, 26일에는 11개 OTT 사업자¹⁰⁾와 두 차례에 걸친 간담회를 갖고 OTT업계로부터 제도화에 대한 의견과 애로점 등을 청취하였다. 사업자들은 그간의 사업 경과와 OTT 활성화 전략, 향후 비전 등을 설명하고 글로벌 미디어 시장의 경쟁격화로 OTT 서비스 사업 환경이 열악해짐에 따라 망 이용료 상정과 OTT 서비스 제도화에 있어 글로벌 사업자와의 형평성 확보 등 정부차원의 지원이 필요하다는 의견을 제시하였다. 특히, OTT 서비스에 대한 규제 도입 시 국내외 사업자에 동등한 영향력을 갖도록 꼼꼼히 점검하고 글로벌 사업자가 국내사업자와 동일한 여건에서 망 이용대가를 지급하도록 관련 기준과 규제 수립을 요청하였다. 이호성 위원장은 “OTT의 부상으로 미디어시장의 영역이 확장됨에 따라 글로벌 차원의 법·제도 마련을 고민해야 한다”며 “현재 관련법 개정안이 국회에 제출되어 있는 만큼 OTT산업 활성화를 저해되지 않게 시장의 공정경쟁과 이용자 보호에 필요한 최소한의 규제가 마련되도록 최선을 다하겠다”고 밝혔다. 참석자들은 도래한 OTT 시대에 콘텐츠 제작과 유통 역량이 가장 중요함에 공감하고, 세계를 매혹시킨 한류의 경험을 토대로 정부-사업자 간 협력을 통해 방송통신분야 글로벌 대응을 강화해 나가기로 하였다.

그림 III-70 OTT 사업자 간담회



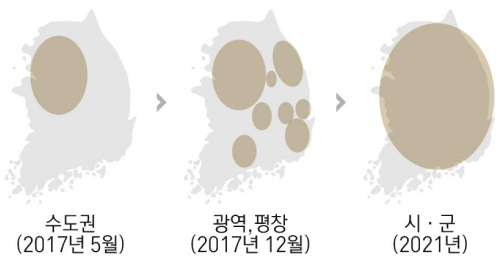
또한 OTT 컨소시엄 구성 등으로 방송·통신사업자 간 제휴와 협력을 강화하고, OTT 포럼 설립으로 R&D 역량을 강화하도록 하는 등 국내사업자가 글로벌 시장에서 경쟁력을 확보할 수 있도록 유도하였다. 위원회는 향후 규제 형평성을 확보하고 시장의 공정경쟁 환경을 조성하기 위하여 VOD·OTT 등 융합형 미디어 서비스에 대한 법적 지위·분류체계 등 제도를 정비함으로써 국내외 사업자 간 역차별을 해소하고 이용자를 보호하는 한편 국내사업자의 글로벌 대응을 적극 지원할 계획이다.

10) 공TV, 아프리카TV, 엠군, 왓챠플레이, 판도라TV, 폭, 티빙, 에브리온TV, 옥수수, 올레 tv 모바일, 유플러스 모바일tv

나. 지상파 UHD 정책 재정비

방송기술의 진화로 보다 선명하고 실감나는 지상파 초고화질(Ultra High Definition, 이하 'UHD') 환경이 도래하여 차세대방송서비스에 대한 시청자의 관심이 고조되는 가운데, 위원회는 2017년 5월 수도권 지역에서 지상파 UHD 본방송 개시 후 2017년 12월 광역시 및 평창·강릉 일원으로 지상파 UHD 방송을 확대하였고, 10년 후인 2027년에는 HD 방송을 종료하는 방안을 추진하고 있다.

표 III-59 지상파 UHD 방송 도입 일정

1단계	2017년 5월 31일 수도권 본방송 개시 (완료)	 수도권 (2017년 5월) 광역, 평창 (2017년 12월) 시·군 (2021년)
2단계	2017년 12월 광역시 및 평창·강릉권으로 확대 (완료)	
3단계	새로운 지상파 UHD 방송 정책방안(2020년 7월 수립 예정)의 일정을 따름	

‘지상파 UHD 방송 도입을 위한 정책방안’ 수립(2015년 12월) 이후의 방송 환경 변화와 기술 여건을 고려한 지상파 UHD 방송 정책의 재검토 필요성이 국회, 방송사 등을 통해 지속적으로 제기되었다. 이에 위원회는 과학기술정보통신부와 방송사, 연구기관 등이 참여하는 ‘UHD 추진점검 TF’를 구성·운영(2019년 4월~6월)하여 UHD 방송의 내실화를 위한 UHD 정책 추진방향을 논의하였다. ‘UHD 추진점검 TF’에서는 지상파 UHD 방송 추진현황 점검, UHD 프로그램 인정기준 및 의무편성비율 관련 의견수렴, UHD 인프라 및 콘텐츠 투자 관련 의견수렴을 진행하였다. 위원회는 TF 운영결과를 바탕으로, UHD 방송 제작·투자·기술 여건 등을 고려하여 2019년 8월 ‘UHD 프로그램 인정기준’을 개정하였다. 본 개정을 통해 소외계층 대상 프로그램, 지역방송 자체 제작 프로그램 등 공익성 및 지역성 구현에 이바지하는 프로그램 제작 및 편성을 유도하고자 하였다. 또한 위원회는 시청자 이익, 글로벌 시장 동향, 방송사 재정 상황 등을 종합적으로 고려하여 2020년 7월까지 새로운 지상파 UHD 정책방안을 수립하기로 결정하였다. 새로운 지상파 UHD 방송 정책방안이 수립될 때까지 임시적으로 적용될 기준으로서 ‘경과조치(안)’를 2019년 12월 11일 심의·의결하여 마련하였다.

표 III-60 지상파 UHD 방송 정책방안 경과조치(안)

- (2단계 광역시권 사업자) 기 부가된 2020년 의무편성비율(25%) 허가조건을 1단계 수도권 사업자에게 부가된 의무 편성비율과 동일(20%)하게 변경하고, 새로운 정책방안이 수립될 경우 그에 따른 의무편성비율을 준수하도록 함
- (3단계 시·군 사업자) 당초 2020~2021년으로 계획했던 시·군 지역 지상파 UHD 방송 도입 일정은 새로운 지상파 UHD 방송 정책방안의 일정을 따름

한편, 위원회는 지상파 UHD 의무편성 비율을 준수하지 못한 일부 방송사에 대해 편성비율을 확보할 수 있는 방안 마련이 필요함에 따라 고품질 UHD 프로그램 편성의 확대 및 내실화를 위한 UHD 프로그램 편성실적 점검, 재허가 심사 등을 추진하였다. 우선, 2019년 2월부터 8월까지 지상파 방송사를 대상으로 UHD 프로그램 의무편성비율 준수 및 콘텐츠 투자실적 등 UHD 허가조건에 대한 이행실적 점검을 실시하여, 2018년도 UHD 의무편성 비율을 준수하지 못한 방송사(3개)에 대하여 시정명령을 부과하였다. 또한, UHD 콘텐츠 투자 및 홍보가 부족하다는 외부 지적을 반영하여, 수도권 지상파 UHD 방송사 대상 재허가 심사결과로 허가신청서의 콘텐츠 투자금액 이상 집행, UHD 제작시설에 대한 구체적인 투자계획 수립 및 이행 등 UHD 활성화를 위한 재허가 조건을 부가하였다.

위원회는 KBS·EBS간 송신지원 협의 지연으로 EBS에 대한 UHD 방송국 허가가 보류되고 있어 송신지원에 대한 법령 근거를 명확히 할 필요에 따라 2019년 10월, KBS의 EBS에 대한 송신지원 범위를 구체화하기 위한 「방송법」 개정(안)을 마련하여 국회에 제출하였다. 이 밖에도 AI 업스케일링 기술, 해외 4K·8K UHD 추진현황 등 논의를 위한 전문가 초빙 간담회(7월 1일)와 지상파 UHD 방송 현안 관련 지상파 방송사업자 간담회(8월 22일, 12월 9일)를 개최하였다. 지상파 UHD 방송 정책방안 추진과제에 대한 이행현황 점검 및 사업자 독려 결과, UHD 프로그램 편성비율 확대(2017년 5.5% → 2018년 10.9%)로 시청자의 볼거리 확대에 기여하였다. 위원회는 무료 보편서비스인 지상파 UHD 방송을 통하여 국민들이 고품질의 차세대 방송 서비스를 향유할 수 있도록 향후 ‘UHD방송 활성화 특별위원회’를 운영하여 미디어 환경변화와 사업여건, 해외 UHD 추진현황 등을 반영한 활성화 정책을 마련할 계획이다.

4. 경쟁 활성화 및 데이터 개방 확대

가. 기업 간 인수·합병 시 공공성 확보

SK브로드밴드(이하 SKB)와 티브로드, LG U+와 CJ헬로 간 인수·합병 논의가 이루어지는 상황에서, 미디어 기업 간 인수·합병 과정에서 방송의 공공성·지역성이 담보될 수 있도록 심사하고, 콘텐츠 투자 촉진을 유도할 필요성이 제기되었다. 이에 위원회는 2019년 3월, 방송통신 기술발전과 신유형 방송서비스의 성장, 제도 변화 등 환경 변화를 고려하여 방송시장경쟁상황 평가 관련 시장획정 및 분석방식을 개선하였다.

2019년 5월 공정거래위원회와 과학기술정보통신부에서 SKB-티브로드 합병 관련 신청을 접수하여 심사가 진행 중인 가운데, 위원회는 11월 “(주)티브로드 등 변경허가 사전동의 심사계획(안)”을 마련하여 공개하였다. 이번 심사계획(안)은 종합유선방송사업자인 티브로드가 인터넷 멀티미디어 방송사업자인 SKB와 합병하고자 과학기술정보통신부에 변경허가 등을 신청한 데 따른 것으로, 「방송법」 제9조제2항에 의거하여 과학기술정보통신부 장관은 종합유선방송사업자 등의 (재)허가 및 변경허가 시 사전에 위원회의 동의를 받아야 한다. 위원회는 「방송법」 제10조의 심사사항을 준용하여 ▲방송서비스의 접근성 보장 가능성, ▲방송서비스

공급원의 다양성 확보 가능성, ▲시청자(이용자) 권익보호 가능성, ▲(합병법인과 최대주주가 되고자 하는 자의) 공적책임 이행 가능성, ▲콘텐츠 공급원의 다양성 확보 가능성, ▲지역채널 운영 계획 및 지역사회 공헌 계획의 적정성 등 9개 심사항목을 제시하였다. 외부 전문가가 포함된 심사위원회가 심사결과를 채택하여 제시하였고, 위원회는 이를 고려하여 사전동의 여부 및 조건부가 등을 확정된 뒤 과학기술정보통신부에 그 결과를 통보하였다. 위원회는 이번 심사계획(안)에 대해 추가적인 전문가 자문 등을 거쳐 과학기술정보통신부의 사전동의 요청이 있는 이후 위원회 의결로 확정할 계획이다.

표 III-61 (주)티브로드 등 변경허가 사전동의 심사사항 및 심사항목

심사사항	심사항목
1. 방송의 공적책임 · 공정성 및 공익성 실현 가능성	• 방송서비스의 접근성 보장 가능성 • 방송서비스 공급원의 다양성 확보 가능성 • 시청자(이용자) 권익보호 가능성 • 합병법인 및 그 최대주주의 공적책임 이행 가능성
2. 방송프로그램 기획, 편성, 제작 계획의 적절성	• 콘텐츠 공급원의 다양성 확보 가능성
3. 지역적 · 사회적 · 문화적 필요성과 타당성	• 지역채널 운영 계획의 적정성
4. 조직 및 인력 운영 등 경영계획의 적정성	• 조직운영의 합리성과 효율성
5. 재정 및 기술적 능력	• 재무 안정성과 투자 계획의 적정성
6. 방송발전을 위한 지원계획	• 미디어산업 발전 기여 가능성

나. 데이터 개방 확대

1) 방송통계포털

위원회는 방송통계포털을 통해 방송통계 및 방송분야 관련 공공 데이터를 기업·연구기관과 일반국민 누구나 손쉽게 활용할 수 있도록 공개하고 있다. 방송통계포털은 2018년 1월 2일 처음 서비스되었으며 국민들이 시청점유율 등 방송조사 정보를 보다 쉽고 편리하게 찾아 활용할 수 있도록 위원회의 통계자료를 한곳에 모아 제공하고 있다.

2019년 방송통계포털은 방송매체 이용행태 결과 등 8개 분야의 통계 정보를 제공했다. 8개 분야에는 방송매체 이용행태, 방송시장 경쟁상황 평가, 방송사업자 시청점유율, 방송산업 실태, KI 시청자평가지수, 방송사업자 편성현황, 방송사업자 재산상황, 방송평가가 포함되어 있다.

방송통계 포털은 이용자 수요가 높은 통계를 차트 형태로 구성하여 가독성을 높이는 한편, 각종 방송통계의 주제별(방송수용자, 방송산업, 방송사업자) 제공 및 위원회 홈페이지에서 바로가기 기능을 제공하는 등 이용자 편의성을 높이는 데 역점을 두고 있다.

그림 III-71 방송통계 포털(mediastat.or.kr)의 화면



2) 방송콘텐츠 가치정보 분석시스템

2018년 1월에 위원회가 서비스를 시작한 방송콘텐츠 가치정보 분석시스템은 국내 방송콘텐츠에 대해 인터넷상에 나타난 국내외 시청자반응을 수집한 결과를 제공하는 웹사이트이다. 방송콘텐츠 가치정보 분석시스템은 크게 3개 메뉴(인터넷반응, 종합반응, 해외반응)로 구성되어 있다.

인터넷반응은 국내 29개 방송채널(지상파 5개 채널, 종편PP 4개 채널 및 일반 PP 20개 채널)에서 방송된 방송콘텐츠(드라마·예능)와 관련된 인터넷에서 발생한 ‘시청자버즈’와 ‘미디어버즈’를 주간 단위로 조사하여 결과를 제공하고 있다.

‘종합반응’은 국내 방송콘텐츠에 대한 인터넷 반응지표와 TV시청률, PC·모바일에서의 실시간 및 비실시간(VOD) 시청데이터 등 시청정보를 한 화면에서 비교해 볼 수 있도록 제공하고 있다. 기존에는 월간 종합반응 조회만 가능했던 한계를 보완하여 2019년부터 주간 분포 조회가 신설되었다. 마지막으로 ‘해외반응’ 메뉴에서는 국내드라마의 인기가 높은 해외국가(2019년 중국, 베트남, 태국, 인도네시아 4개국)에서 조사한 결과를 발표함으로써 한류드라마의 해외반응을 알 수 있다.

2019년 위원회는 웹사이트의 검색메뉴를 신설하고 워드클라우드, 이용가이드, 자료실 메뉴 등의 편리한 기능을 도입하는 등 서비스를 개선한 바 있다. 위원회는 방송콘텐츠 가치정보 분석시스템을 통해 이용자들에게 기존 시청률 지표 외에 방송콘텐츠를 평가하는 다각적인 지표를 제공할 뿐만 아니라 방송프로그램에 대한 국내외 시청자의 인터넷 반응을 수집·분석·공개함으로써 한류 활성화를 지원하고자 한다.

3) 스팸 유통현황 조사

2019년 9월 위원회는 상반기 휴대전화 및 이메일 스팸의 발송량, 수신량, 스팸 차단서비스 차단율 등 스팸 관련 현황을 조사한 '2019년 상반기 스팸 유통현황'을 발표했다. 스팸 유통현황 조사결과는 '공공데이터포털(www.data.go.kr)'에 게시되는 공공데이터로서, 사업자의 자발적 스팸 감축 노력을 유도하고 국민의 알 권리 증진을 위해 2012년부터 매년 2회 발표하고 있다.

2019년 상반기 스팸 유통현황 조사는 1월부터 6월까지 한국인터넷진흥원에 접수된 스팸신고 및 시스템에 의해 탐지된 스팸을 분석하였으며, 휴대전화 문자·음성스팸 및 이메일 스팸의 유통경로, 이동통신사의 문자스팸 차단율 조사 결과와 스팸 감축을 위한 주요 대책을 포함하였다.

조사 결과에 따르면 인터넷전화서비스를 통한 불법대출 음성스팸의 증가와, 대량문자발송서비스를 통한 도박 관련 문자스팸의 증가 현상이 확인되었다. 구체적으로, 휴대전화 음성스팸은 60만 건(7%), 휴대전화 문자스팸은 95만 건(17%) 증가했다. 음성스팸증가는 불법대출 스팸이 108만 건(68%) 증가한 것이 주요 원인이고, 문자스팸은 도박 스팸이 59만 건(25%), 불법대출스팸이 16만 건(28%) 증가한 것이 주요 원인으로 분석되었으며, 문자스팸 중 546만 건(83%)이 대량문자발송서비스를 통해 발송되었다. 이메일 스팸은 1,622만 건(44%) 감소했고, 이는 중국발 스팸이 대폭 감소한 것이 주요 원인으로 파악되었다.

위원회는 스팸 유통현황 분석결과를 토대로 불법스팸 대응을 더욱 강화하겠다는 계획을 밝혔다. 대량문자 발송서비스를 통한 스팸이 계속해서 80% 이상을 차지하고 있는 만큼 스팸 신고가 많이 접수된 대량문자 발송사업자를 대상으로 현장점검을 강화하여 스팸 감축을 유도해나갈 계획이다. 나아가 스팸 메시지가 지능화되어 스팸 차단시스템을 우회하는 것에 대응하고자, AI 기술을 활용하여 빅데이터 분석 및 탐지·차단 시스템을 고도화하는 등 스팸 차단율을 높이는 방안을 지속해서 모색할 예정이다.

4) 스팸데이터 개방

위원회는 스팸을 통해 시작되는 보이스피싱, 금융사기, 불법도박 등 각종 범죄의 증가에 대응하여 국민의 사회적·경제적 피해를 최소화하고자, 2019년 '스팸 빅데이터 개방 사업'의 첫 발을 내딛었다.

최근 온라인 도박, 대출 사기, 주식투자 사기 등과 같은 사회·경제적 피해가 지속적으로 문제제기 되고 있으며, 휴대전화 문자 및 음성스팸이 이러한 범죄의 관문으로 활용되어 왔다. 2019년 신고 된 휴대전화 스팸 중 도박, 불법대출, 주식 관련 스팸이 전체의 60% 이상을 차지하였으며, 이와 유사한 악성스팸 신고건수가 3년간 2배 이상 증가(2016년 712만 건 → 2019년 1,564만 건) 하였다.

그간 정부는 이미지 스팸차단서비스, 음성스팸 차단서비스 등 다양한 스팸차단 기술을 도입하는 등 적극적인 스팸차단 노력을 기울여 왔다. 그러나 스팸 전송자는 정부의 스팸차단 기법을 회피하기 위해 변칙표기 등 지능화된 수법을 이용하여 불법스팸을 전송함에 따라 기존의 대응 방법만으로는 효율적인 스팸차단을 담보하기 어렵게 되었다. 이에 따라, 위원회는 관계기관이 스팸 데이터를 활용하여 관련한 범죄에 신속히 대응할 수 있도록 그간 개별 신고건 처리·조사에만 사용되어 온 스팸 데이터를 관계기관에 개방하기로 하였다.

대출사기, 도박중독 등 국민의 사회적·경제적 피해로 이어질 수 있는 불법대출·도박 스팸 발송량이 급증함에 따라 관련 규제기관(한국마사회, 사행산업통합감독위원회, 금융감독원 등)과 스팸 데이터를 실시간으로 공유하여 스팸 기반 범죄를 효과적으로 예방하는 체계를 마련하고자 하였다. 스팸 데이터에는 도박 사이트 주소 등 해당 범죄에 대한 핵심정보가 포함되어 있어, 이를 적절히 활용할 경우 범죄 피해 확산을 최소화할 수 있을 것으로 기대된다.

‘스팸 빅데이터 개방 사업’은 10월 12일 한국인터넷진흥원(KISA)이 한국 마사회와 ‘불법경마·도박스팸 근절을 위한 업무협약’을 체결하며 본격 가시화 되었고, 11월 26일 개최된 ‘방송통신 정부혁신 콘서트¹¹⁾’에서 ‘스팸데이터 개방을 통한 범죄예방 협업체계 구축’을 주제로 우수상을 수상하는 등 사업 필요성과 기대효과를 인정받았다.

또한, 다양한 민·관의 창의적인 아이디어를 활용하여 스팸 차단 기술 및 모델을 개발하기 위해 한국인터넷진흥원(KISA)과 KB 금융지주 간 공동으로 ‘대출사기 등 방지 위한 금융문자 분석 알고리즘 개발 경진대회’를 개최(2019년 11월 21일 ~ 2020년 1월 12일)하도록 하였다. 경진대회에는 650팀이 참가, 데이터 분석 결과를 최종 440팀이 제출하는 등 그 동안 스팸 데이터 활용에 목마른 학계·연구기관 등 다양한 참가자들의 갈증이 해소된 것으로 보인다. 방송통신위원회는 앞으로도 신규 스팸대응 기술 개발의 마중물 역할을 해 나갈 것이다.

위원회는 한국인터넷진흥원과 사행산업통합감독위원회(이하, ‘사감위’)가 협력하여 ‘불법온라인도박 감시 시스템’을 구축할 수 있도록 지원하고 시스템 연계를 통해 한국인터넷진흥원에 신고·접수된 도박스팸 정보를 공유하는 방안을 차질 없이 추진할 것이다. 이밖에도 이용자들이 신고한 스팸 빅데이터를 기반으로 공공·금융기관, 민간기업 간 협업을 통해 불법 웹사이트에 대한 신속한 차단과 불법 행위자 처벌을 지원 할 수 있도록 2020년에는 스팸 데이터 개방 시스템을 구축하고 보다 다양한 규제기관과 협업 체계 구축을 지속 추진할 계획이다.

표 III-62 2019년 협업체계 구축 주요 실적

대상 기관	추진 내용
한국마사회	(도박 스팸) 국내/외 불법 경마사이트 차단조치 등 업무협약 체결(10월 12일)
사행산업통합 감독위원회	(도박 스팸) 사감위의 ‘불법온라인도박 감시시스템’ 구축 시 한국인터넷진흥원 도박스팸 데이터 활용하기로 협의(3월 26일, 업무 협조 방안)
KB금융지주	(불법대출 스팸) 대출사기 등 방지 위한 금융문자 분석 알고리즘 개발 경진대회 공동추진(2019년 11월 21일~2020년 1월 12일)

11) 방송통신위원회에서 정부혁신 우수사례를 공유하여 방송통신분야의 혁신활동을 활성화하고 정부혁신에 대한 국민들의 관심을 제고하기 위한 목적으로 콘서트 개최

4차 산업혁명 시대를 견인하는 핵심자원인 빅데이터의 활용은 계속해서 중요해지고 있으며, 특히 위치정보는 재난예방·긴급구조·국민 안전 등 다양한 영역에서 활용도를 높이고 있다. 그러나 위치정보 활용에 필요한 측위 인프라 구축 비용 문제로 그간 중소기업들은 실내 위치기반서비스 분야 진출 및 신규 서비스 개발에 대한 애로사항을 호소해 왔다.

표 III-63 위치정보 데이터 개방

위치정보 데이터 개방 개요

- 배 포 처 : 공공데이터 포털(data.go.kr)
- 파 일 명 : 방송통신위원회 Wi-Fi AP (Access Point) 정보
- 파일형식 : csv 형식
- 구 성 : ① 역사별 Wi-Fi AP의 정보
② Wi-Fi 역사 정보
③ Wi-Fi 측위 정보

해당 데이터는 서울·경기권(628개소), 부산(129개소), 대전(22개소), 대구(91개소), 광주(20개소) 지역의 890개 지하철 역사를 대상으로 구축되었으며, 각 역사에 설치된 Wi-Fi AP 정보를 수집 및 정제한 데이터이다. 구축된 데이터는 약 22만개의 AP 정보로 이를 통해 실내 지하철 역사에서 측위가 가능하며, Wi-Fi의 SSID (Service Set Identifier, 서비스 세트 식별자), MAC 주소, AP 신호세기, Wi-Fi AP 수집 지점의 위경도(x,y)값으로 구성된다.

표 III-64 지하철 호선별 Wi-Fi AP 개수 현황

(단위 : 개)

지역	호선	역사수	AP수
서울 (428)	1호선	98	25,649
	2호선	51	13,298
	3호선	44	10,162
	4호선	48	12,868
	5호선	51	12,003
	6호선	38	6,156
	7호선	51	12,745
	8호선	17	4,361
	9호선	30	5,613
경기 (118)	분당선	36	7,070
	신분당선	12	2,723
	중앙선	55	21,304
	의정부선	15	5,818
인천 (82)	공항선	12	4,400
	수인선	14	4,624
	인천1호선	29	4,951
	인천2호선	27	3,335
대전 (22)	대전1호선	22	3,248
광주 (20)	광주1호선	20	2,949
대구 (91)	대구1호선	32	12,636
	대구2호선	29	12,891
	대구3호선	30	12,624
부산 (129)	부산1호선	34	4,405
	부산2호선	43	5,966
	부산3호선	17	3,979
	부산4호선	14	1,990
	부산경전선	21	6,225
합계		890	223,993

위원회는 2019년 데이터 개방을 위해 기존에 구축되어 있던 데이터의 품질을 향상시키고자 하였으며, 이에 전체 890개 역사를 대상으로 데이터 최신화를 진행하였다. 그 결과 전체 역사의 80%에서 최신화가 이루어졌으며, 향후 최신화 되지 않은 지하철 역사에 대해서는 지속적으로 품질을 관리할 예정이다.

또한, 위원회는 사업자들이 데이터를 쉽게 활용할 수 있도록 2019년 4월 위치정보 산업 정책 설명회를 개최하여 데이터에 대해 사전에 안내하였으며, 2019년 12월 Wi-Fi AP DB의 구조, 측위 성능 및 활용 방법 등에 대한 내용이 포함된 '위치정보 데이터(Wi-Fi AP 정보)의 활용 가이드'도 함께 제작하여 배포하였다.

그림 III-73 2019년 위치정보 산업 정책 설명회 및 데이터 활용 가이드



제5절 | 표현의 자유 신장 및 인터넷의 역기능 대응 강화

1. 인터넷 상의 표현의 자유 증진

위원회는 인터넷 상의 표현의 자유가 제약되지 않도록 임시조치 제도와 사이버 명예훼손 제도의 개선을 지속적으로 추진하였으며, 이해관계자 의견수렴과 입법지원 활동을 수행하였다.

가. 임시조치 제도 개선

인터넷 상 사생활 침해나 명예훼손 등 권리 침해의 확산을 줄이고자 도입된 임시조치 제도가 표현의 자유를 제한한다는 지적이 있어, 인터넷상 표현의 자유를 증진하기 위해 정보게재자의 이의제기권 신설, 온라인 분쟁조정위원회 설치 등 제도 개선을 추진하였다. 이를 위해 시민단체 등 이해관계자의 의견수렴 및 전문가 회의를 개최하고, 국회를 대상으로 다각적인 입법지원 활동을 수행하였다. 또한 국회 이상민 의원실에서 개최한 임시조치 제도 개선 토론회에 패널로 참석하여 임시조치 제도 개선에 대한 위원회의 정책 방향에 대해 발표하였다.

표 III-65 임시조치 제도 개선을 위한 이해관계자 의견수렴

일자	주요 내용
4월 23일	임시조치 제도 개선 방향 논의를 위한 한국인터넷자율정책기구(KISO) 회의
6월 25일	임시조치 제도 개선 전문가회의 개최
7월 4일	정보통신망법 제도 개선 토론회 패널 참석 및 시민단체 등 의견 수렴

나. 사이버 명예훼손 제도 개선

위원회는 인터넷상 비판 기능을 활성화하고 표현의 자유가 보장되는 건전한 인터넷 환경을 조성하기 위해서 「정보통신망법」 제70조 사실 적시 명예훼손 벌칙 조항에 ‘공공의 이익과 관련한 경우 위법성을 조각하는 사유를 추가’하는 정보통신망법 개정을 적극 지원하였다.

또한, 사이버 명예훼손 제도의 합리적 개선을 위해 정보통신망법 개정안에 대하여 인터넷기업협회, 방송통신심의위원회, 법무부 등으로부터 의견을 수렴하였으며, 다각적인 국회 입법 지원을 실시하였다.

2. 인터넷 역기능 대응 강화

가. 맞춤형 인터넷윤리교육 및 건전한 인터넷 이용문화 확산

위원회는 한국정보화진흥원(NIA)과 건전한 인터넷이용문화 확산 및 사이버폭력예방을 위하여 유치원생, 초·중·고등학생, 교원 뿐 아니라 학부모, 군인 등 성인, 장애청소년을 포함한 취약계층 등 전 국민을 대상으로 맞춤형 인터넷윤리교육을 추진하였다.

인터넷윤리교육의 효과성 및 시의성을 높이기 위하여 사이버폭력 예방에서 더 나아가 허위 조작정보, 유해 콘텐츠 범람, 개인정보 이슈 등 새롭게 등장하는 인터넷 역기능을 해결하기 위한 예방 프로그램을 개발하여 교육을 진행하였다.

더불어 디지털 시민성 및 디지털시민역량 강화를 위한 초·중·고교생, 교원 대상 디지털 시민교육 프로그램을 개발하였으며, 서울시·경기도 등 시·도교육청 협력을 통해 교육 현장에 배포하였다.

또한, ‘웰리’, ‘아름다운 인터넷 세상(아인세)’, ‘한국인터넷드림단’ 등 인터넷윤리의 브랜드화로 국민적 호감도를 높이고, 다양한 매체를 통한 온·오프라인 홍보를 실시하여 국민들의 올바른 인터넷 이용 및 건전한 이용문화 조성에 대한 관심을 높였다.

인터넷윤리교육은 매년 1월 수혜기관 별로 신청을 받아 3월부터 시행하였으며, 2019년 1,448개 기관, 178,826명 교육을 완료하였다. 이는 2018년 171,676명 보다 4.1% 증가한 수치이다.

특히 군 장병의 부대 내 스마트폰 전면 이용에 따라, 국방부와 공동협력 업무협약을 체결하고(2019년 5월) 군인대상 맞춤형 인터넷윤리교육 콘텐츠(동영상 3종, 강의교안) 개발 및 111개 부대 대상 인터넷윤리 및 사이버폭력 예방 교육을 실시하였다.

본 교육의 수혜를 받지 못하는 기관을 위해서는 교육청 등과 콘텐츠를 공동 개발하여 보급하거나, 동영상, 동화책, 교수·학습지도안, 학습지 등 자체교육용 콘텐츠를 아름다운 인터넷 세상 홈페이지(www.아인세.kr)에 게시하여 누구나 활용할 수 있도록 하였다.

2019년 인터넷윤리교육을 받은 청소년 864명을 대상으로 인터넷윤리의식 개선도를 측정한 결과 교육 후 인터넷윤리의식이 7.5점 상승하였으며, 특히 절제의식이 8.7점으로 가장 높게 개선된 것으로 조사되었다.

이러한 성과를 바탕으로 2022년까지 100만 명 인터넷윤리교육을 추진할 예정이며, 생애주기별 맞춤형 교육과정을 개발하고 확대 운영해 나갈 계획이다.

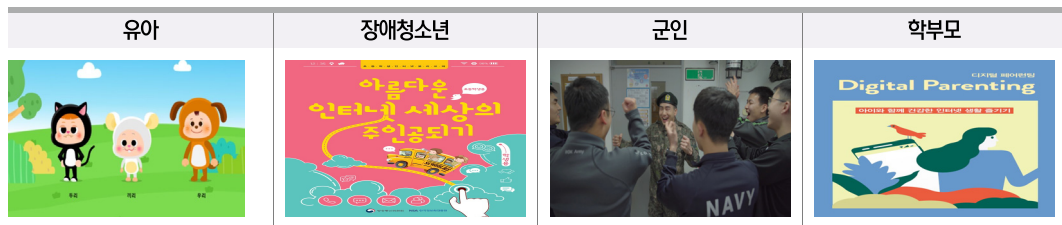
표 III-66 인터넷윤리교육 개요

교육명(대상)	주요 내용
바른인터넷유아학교(유아)	올바른 인터넷 사용을 주제로 한 유아 대상 인형극 공연 및 디지털교구 활용 교육
한국인터넷드림단(초·중·고교)	청소년들이 중심이 되어 인터넷윤리를 이해하고 교내외 캠페인을 통한 인터넷윤리문화 확산을 주도하는 동아리 활동
전문강사 순회강연(초·중·고교)	건강한 인터넷 이용의식 함양을 위한 전문강사 파견교육
예술체험형 공연교육(초·중·고교)	사이버폭력 사례를 바탕으로 한 찾아가는 뮤지컬 교육
사이버폭력 예방 교구 활용교육(초교)	사이버폭력 예방을 위한 체험·활동형 교구 활용 교육
학부모(밥상머리)·성인 인터넷윤리교육	가정 내 인터넷윤리 정립 및 성인 인터넷윤리의식 함양 교육
취약계층 인터넷윤리교육	장애청소년, 지역아동센터 등 취약계층 맞춤형 인터넷윤리교육
교원 리더 연수	초·중·고교 교장(감), 장학관(사) 등 교원 리더 대상 직무연수
온라인 직무연수	사이버폭력 피해 예방 및 대응을 위한 교원 지도역량 강화 교육

그림 III-74 인터넷윤리교육 주요 사진



그림 III-75 인터넷윤리교육 대상별 주요 콘텐츠



또한, 위원회와 한국정보화진흥원(NIA)은 2019년 범국민적 인터넷 이용문화 인식개선 활동의 시작인 ‘아름다운 인터넷 세상’ 선포식(3월 25일) 및 주간(3월 25일~31일)을 운영하여 기간 내 90,500명이 참여하였다. M클린, U클린, 국회동심한마당, 대한민국청소년박람회 등 유관기관과 함께하는 아인세 캠페인을 통해 국민들의 참여도를 높였으며, ‘아인세 창작동요제’, ‘인터넷윤리 창작콘텐츠 공모전’, ‘교수·학습지도안 공모전’ 등 국민 참여형 캠페인을 통해 국민들이 공감할 수 있는 우수 콘텐츠를 발굴하고 확산하였다.

그림 III-76 아름다운 인터넷 세상 캠페인 주요 사진

2019 아인세 주간 선포식	2019 아인세 창작동요제	국회동심안마당 아인세 부스
		
작은영화관 홍보영상 송출(20개소)	사이버폭력 예방 웹툰	서울역사 내 오프라인 홍보
		

이외에도 뉴스레터, 카드뉴스, 웹툰 등 온라인으로 국민들에게 인터넷윤리 소식 및 필요성을 친근하게 전하였으며, 공공시설, 영화관, 컵홀더 등을 활용한 생활밀착형 홍보를 강화하였다.

지역별 인터넷윤리교육 격차 해소를 위해 부산(국립부산과학관), 광주(국립광주과학관), 분당(한국잡월드) 인터넷윤리체험관 3곳을 연중 운영하고 있으며, 12월에는 대전(국립중앙과학관) 인터넷윤리체험관을 신규 개소하였다.

그림 III-77 2019년 인터넷윤리체험관 운영 현황

위치 (지역)	콘텐츠 현황	체험관 전경
한국 잡월드 (경기 분당구)	1. 아인세 소개영상(2018) 2. 악플러를 잡아라(2013) 3. 아인세를 지켜라(2018) 4. 순위의 아인세(2018) 5. 달려라! 아인세 지킴이!(2014) 6. 4D 롤러코스터(2016, 2017) 7. VR 몸으로 말해요(2017)	

위치 (지역)	콘텐츠 현황	체험관 전경
국립부산과학관 (부산 기장군)	1. 아인세 소개존(2019) 2. 인터넷윤리 인포메이션월(2019) 3. 지켜요! 아인세!!&홍보영상 송출(2019) 4. 아인세 포토존(2019)	
국립광주과학관 (광주 북구)	1. 아인세 소개 영상(2018) 2. 웰리 하이파이브(2018) 3. 아인세 나무(2018) 4. 아인세 손바닥 다짐(2018) 5. 악플퇴치 게임(2018)	
국립중앙과학관 (대전 유성구)	1. 아인세 소개존(2019) 2. 달려라! 아인세 지킴이!(2014) 3. 아인세를 지켜라(2018) 4. 아인세 소개영상(2019) 5. 인터넷윤리 인포메이션월(2019) 6. 내 손에서 피어나는 아인세(2019)	

연말에는 '2019 인터넷윤리대전'을 통해 건전한 인터넷 이용문화 조성에 기여한 교사, 학교, 기관 등을 대상으로 유공자를 선정하여 포상하는 등 인터넷윤리교육의 가치를 높이고, 전 국민의 인터넷윤리에 대한 관심을 제고하는데 기여하였다.

나. 청소년 보호 강화

1) 청소년 보호 서비스 개선

위원회는 청소년의 스마트폰 과몰입뿐만 아니라, 다양하고 복잡한 역기능이 발생함에 따라 청소년의 안전한 스마트폰 이용환경 조성을 위해 사이버안심존 서비스 개선을 목적으로 '국민정책참여단'을 운영하였다.

이는 지난 2013년부터 현재까지 운영되고 있는 서비스의 문제점을 진단하고 개선 방향과 구체적인 기능 개선 사항을 제시하기 위함으로, 구체적인 논의를 위해 디자이너를 중심으로 일반국민, 시민사회단체, 분야전문가, 서비스 전달자, 공무원 등 다양한 영역의 참여자로 구성하였다.

2019년 5월 참여단 출범 이후, 3차례의 회의와 2차례의 사전과제를 진행하였으며, 이용자인 학생과 학부모의 입장을 이해하기 위해 역할수행과 인터뷰 활동과 구체적인 서비스 개선점을 찾기 위해 타서비스 벤치마킹, 신규 도입 아이디어 등을 검토하였다.

그림 III-78 국민정책참여단 활동



위원회는 이러한 활동을 통해 중단기 서비스 개선 계획을 마련하였는데, 먼저 2020년에는 부모와 자녀의 입장을 모두 반영하여 맞춤형 정보제공과 동기부여 기능을 강화하고, 중장기적으로는 부모와 자녀 간 약속 체계 마련 등을 검토하고, 자녀의 자기 주도형 스마트폰 이용환경을 구축할 예정이다.

그림 III-79 사이버안심존 개선 계획(안) 프로세스



2) 청소년 보호 서비스 확대

위원회는 2019년에도 사이버안심존 서비스를 전국적으로 확대 보급하기 위해 노력하였으며, 2013년 사업 시행 이후 2019년까지 전국의 초등학교, 중학교, 고등학교 1,503개교가 참여하였으며, 학부모·교사 약 17.2만 명을 대상으로 교육을 실시하였다.

표 III-67 사이버안심존 연도별 참여 학교 및 교육 실시 현황

(단위 : 개, 명)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	계
참여 학교	41	127	165	198	239	330	403	1,503
교육 실시	교사	800	4,000	5,840	8,700	5,530	4,173	32,410
	학부모	15,733	15,245	15,658	15,300	20,870	26,674	140,110
	계	16,533	19,245	21,498	24,000	26,400	30,847	172,563

자료) 한국모바일산업연합회

위원회는 사업 초기부터 서비스를 전국으로 확대하기 위해 지역교육청과 유관기관 간의 업무협약을 지속적으로 추진해 왔으며, 2019년에는 서울시교육청(3월), 광주광역시교육청(5월), 한국정보화진흥원 등 공공기관 및 법인단체 총 14개 기관과 디지털포용국가실현(6월) 업무협약(MOU)을 체결하였다. 위원회는 앞으로도 서비스 보급을 확대하기 위해 타 지역 및 기관과의 업무협약 체결 논의를 지속해 나갈 예정이다.

그림 III-80 2019년도 업무협약(MOU) 체결

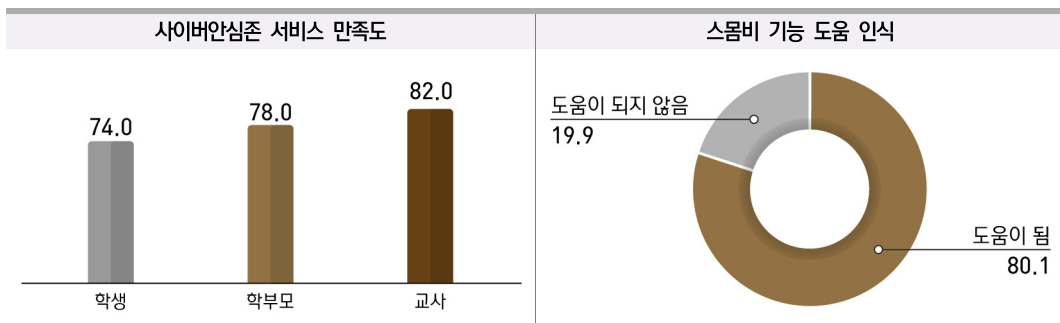


위원회는 이 외에도 운영 서비스인 사이버안심존 이용자 설문조사를 실시하였다. 학생 312명, 학부모 423명, 교사 100명 등 총 835명이 참여하였으며, 서비스 만족도는 100점 만점에 학생 74점, 학부모 78점, 교사 82점으로 나타나, 학생보다는 학부모와 교사의 만족도가 높은 것으로 나타났다.

특히 서비스 내 구현 기능인 스몸비 방지의 경우, 학생의 80.1%가 보행 중 스마트폰 이용습관 개선에 도움이 되는 것으로 나타나, 향후 지속적으로 기능을 발굴하고 개선 할 필요가 있는 것으로 나타났다.

그림 III-81 서비스 만족도 및 스몸비 기능 도움 인식 조사

(단위 : %)



자료) 사이버안심존 이용자 설문조사 결과, 한국모바일산업연합회, 2019

3) 청소년 보호 협력 체계 강화

위원회는 지속적으로 변화하는 스마트모바일 환경에서 청소년을 보호하기 위해 정부에서 마련한 '스마트폰·인터넷 과의존 예방 및 해소 종합계획(2019년~2021년)' 상에 청소년 보호 SW의 개발·보급 역할을 충실히 수행하였다.

그림 III-82 스마트폰·인터넷 과의존 전문기관 협력 체계



자료) 제4차 스마트폰·인터넷 과의존 예방 및 해소 종합계획 발표, 과학기술정보통신부, 2019

위원회는 앞으로 수요자와 이용자를 중심으로 서비스를 개선하고, 정부 부처 및 유관기관과의 협력체계를 강화해 나가는 한편, 학부모와 교사를 대상으로 한 스마트폰 역기능 예방 교육과 홍보를 지속적으로 수행해 나갈 예정이다.

다. 건전한 인터넷 이용환경 조성

1) 불법유해정보 유통 방지

위원회는 디지털 성범죄 영상물 등 불법유해정보의 유통 차단을 위해 전 부처 차원의 협력체계를 강화하고, 온라인상 불법유해정보를 신속하게 차단함으로써, 성인 및 청소년의 건강한 인터넷 이용환경 구축을 위해 정부 합동 ‘불법음란물 유통 근절을 위한 웹하드 카르텔 방지 대책’을 마련하였다.

그림 III-83 범정부 '웹하드 카르텔 방지대책' 주요 내용

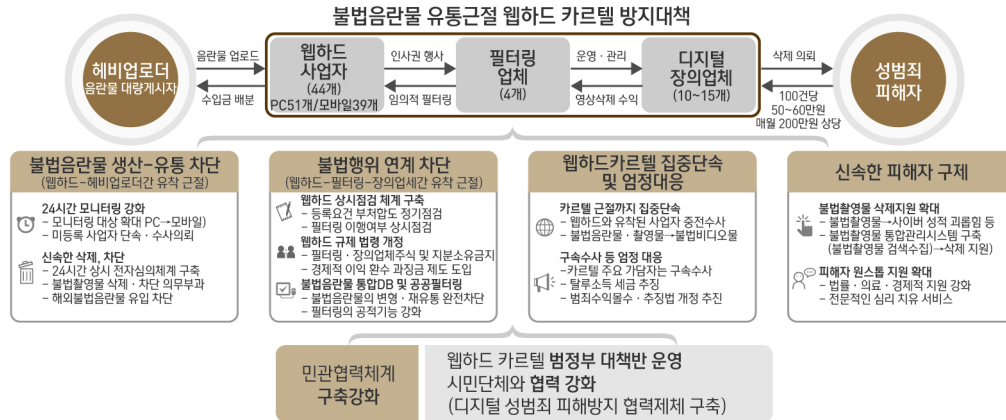


그림 III-84 불법 음란물 유통근절 관련 언론보도



위원회는 부가통신사업자가 디지털 성범죄 영상물 유통 사실을 명백히 인지하는 경우 삭제 및 접속차단 등 조치 의무 신설(전기통신사업법 개정, 6월 25일 시행)하였고, 수사기관 요청 시 방송통신심의위원회에서 즉시 디지털 성범죄 영상물을 삭제·차단하는 FAST TRACK을 마련(정보통신망법 개정, 3월 25일 시행)하였다.

더불어, 특수유형부가통신사업자(41개 사업자, 90개 사이트, 2019년 1월 기준) 대상 기술적 조치 이행 여부에 대한 상시 점검을 실시하였으며, 의심 사업자 등을 대상으로 현장점검(32개 사업자, 37개 사이트)을 실시하였다. 현장점검 실시 결과에 따라 기술적 조치를 미이행한 5개 사업자를 대상으로 시정명령을 실시하였으며, 그 중 2개 사업자에 대하여 과태료(총 2,100백만원)를 부과하였다(2019년 4월)

또한, 방송통신심의위원회의 '디지털 성범죄 심의지원단' 신설 관련 예산(2019년도 기금 예산 +13.1억 원 변경) 편성, 전자심의지원시스템 및 신속심의(24시간 내) 체계를 도입하고 서면·전자심의 법적 근거를 마련하는

입법을 지원(위원회설치법, 12월 10일 개정)하였으며, 디지털 성범죄 대응을 위하여 24시간 핫라인 및 공공 DNA DB 구축을 위해 방송통신위원회·여성가족부·경찰청·방송통신심의위원회 업무협약(11월 12일)을 체결하였다.

그림 III-85 공공 DNA DB 구축



2) 해외 인터넷사이트 차단 강화로 피해구제 확대

위원회는 불법음란물 및 불법도박 등 불법정보를 보안접속(https)¹²⁾ 및 우회접속¹³⁾ 방식으로 유통하는 해외 인터넷사이트에 대한 접속차단 기능을 고도화하고, 2월 11일부터 이를 적용한다.

지금까지 보안접속(https) 방식의 해외 인터넷사이트에서 불법 촬영물, 불법도박, 불법음란물, 불법저작물 등 불법정보가 유통되더라도 해당 사이트 접속을 기술적으로 차단할 수가 없어, 법 위반 해외 사업자에 대한 법집행력 확보 및 이용자의 피해구제에는 한계가 있었으며, 국내 인터넷사이트와 달리, 그동안 법 집행 사각지대였던 불법 해외 사이트에 대한 규제를 강화하라는 국회와 언론의 지적이 많았다.

이에 따라 위원회는 방송통신심의위원회 및 7개 인터넷서비스제공사업자(Internet Service Provider)와 2018년 6월부터 해외 사이트의 불법정보를 효율적으로 차단하는 새로운 차단방식인 SNI(Server Name Indication) 차단방식 도입에 대하여 협의하고, 관련 시스템의 차단 기능을 고도화하였다. SNI 차단방식은 암호화 되지 않는 영역인 SNI 필드에서 차단 대상 서버를 확인하여 차단하는 방식으로 통신감청 및 데이터 패킷 감청과는 무관하다. 특히, 아동 포르노물, 불법촬영물, 불법도박 등 불법정보를 유통하는 해외사이트가 대상이며, 접속 차단에 대한 심의는 방송통신심의위원회에서 실시한다.

이를 통해 불법 해외 사이트에 대해서도 효과적으로 차단할 수 있을 것으로 기대되며, 디지털 성범죄

12) https(hypertext transfer protocol over Secure Sockets Layer, 하이퍼텍스트 보안 전송 프로토콜): 인터넷에서 데이터를 암호화된 방식으로 주고 받는 통신규약. HTTP의 보안기능이 강화된 버전으로 해커가 중간에 데이터를 가로챌 수 없음

13) IP(Internet Protocol) 및 DNS(Domain Name System) 변조 소프트웨어, 통신Port 변경 등을 활용하여 접속차단 기술을 우회하는 접속

영상물로 고통 받고 있는 피해자의 인권 보호와 웹툰 등 창작자의 권리를 두텁게 보호하고 건전한 인터넷환경 조성을 위한 노력을 지속할 예정이다.

3) 인터넷 규제개선 공론화 협의회 구성 및 운영

위원회는 지난 2월 보안접속(https)을 활용하는 해외 불법사이트 차단을 위해 SNI 차단 방식을 도입하였다. 이 과정에서 인터넷상 표현의 자유 보장과 불법사이트 차단이라는 공익 간의 적절한 균형이 필요하며, 국민적 공감대 형성이 필요하다는 의견을 반영하여「인터넷 규제개선 공론화 협의회」를 구성하게 되었다.

협의회 위원은 학계, 법조계, 시민단체 및 유관기관 등 총 14인으로 구성하였으며, 전문성을 위해 접속차단 기술에 특화된 총 10인의 특별기술소위원회를 별도 운영하였다. 특별기술소위원회 구성 및 논의 의제는 전체회의의 위원들 간 합의를 거쳐 구체화하였다. 협의회는 2019년 6월 13일 발족하여 12월까지 약 6개월간 운영되었으며, 총 7차례의 전체회의와 3차례의 특별 기술소위를 개최하였다.

전체회의는 불법정보 유통방지를 위한 비기술적 대안, 기술적 조치 도입절차의 투명성 제고 방안, 이용자 권리 보호 방안, 불법정보 유통방지를 위한 기술적 조치와 관련한 법·제도 등을 논의하였으며, 특별기술소위원회는 현행 불법정보 유통방지 기술 검토, 불법정보 유통방지를 위한 기술적 대안, 이용자 이익 보호 방안을 논의하였다.

위원회는 ① 청원·민원·댓글 등 국민여론 분석자료를 토대로 한 논의배경, ② 공론화협의회 검토의견 ③ 정부 권고사항 등을 담은 결과보고서를 협의회로부터 제출받아 접수(2020년 2월 3일)하였다.

표 III-68 인터넷 규제개선 공론화 협의회 참여 위원

구분	인원	소속
학계	5명	서울여대 정보보호학과
		사이버커뮤니케이션학회
		고려대 정보보호대학원
		건국대 미디어커뮤니케이션학과
		숙명여대 미디어학부
법조계	2명	법무법인 세종
		법무법인 태평양
시민단체 및 유관기관	7명	서울 YMCA시청자시민운동본부
		한국소비자연맹
		한국여성민우회
		진보네트워크
		학부모정보감시단
		한국인터넷자율정책기구
		방송통신심의위원회

표 III -69 인터넷 규제개선 공론화 협의회 특별기술 소위원회 구성원

구분	인원	소속
학계	3명	고려대학교 정보보호대학원
		중부대학교 소프트웨어공학부
		고려대학교 컴퓨터학과
법조계	2명	법무법인 세종
		법무법인 태평양
시민단체 및 유관기관	5명	한국정보화진흥원(NIA)
		한국인터넷진흥원(KISA)
		진보네트워크센터
		한국전자통신연구원(ETRI)
		방송통신심의위원회

그림 III-86 인터넷 규제개선 공론화 협의회 발대식



4) 허위조작정보에 관한 전문가회의 구성 및 운영

위원회는 2019년도 업무계획에서 밝힌 바와 같이 허위조작정보에 대한 바람직한 자율규제 방안 도출을 위해 ‘허위조작정보에 관한 전문가회의’를 구성하고 운영하였다.

최근 온라인에서 무분별하게 확산되는 허위조작정보로 인해 우리 사회 건전한 공론의 장이 훼손될 것에 대한 우려가 높아지자, 이에 대한 대책 마련의 필요성 또한 꾸준히 제기되어 오고 있다.

이에 따라, 2018년 실시한 정책연구(서울대, 인터넷 신뢰도 기반조성 방안)에서 제안된 해외의 다양한 자율규제 모델을 토대로, 우리나라의 상황에 맞는 바람직한 자율규제 방안을 도출하기 위해 이번 회의체를 구성하고, 6월 11일 제1차 회의를 개최하였다. 회의체의 위원은 학계, 언론단체, 관련전문가, 시민단체, 사업자단체 등으로 구성하였으며, 전문가 회의에서 보다 자유로운 의견이 개진되고 다양한 방안이 검토

되도록 정부는 참여하지 않고 운영하였다.

위원회는 민간이 주도하는 사회적 논의기구로서 회의체를 구성한 만큼, 회의체에서 허위조작정보 대응 필요성에 대한 사회적 공감대를 형성하여 자율규제 활성화의 계기로 삼고자 하였다.

6월부터 12월 까지 총 7차례 회의를 개최하여 허위조작정보 관련 바람직한 자율규제 방안을 논의한 결과 플랫폼사업자, 시민, 언론 등 영역별 '허위조작정보 문제해결을 위한 제안'을 마련하였다. 또한, 해당 전문가 회의에서 마련된 제안에 대한 12월 20일 공개토론회를 개최하여 사회 각계 전문가 의견을 수렴하였다.

표 III-70 허위조작정보에 관한 전문가회의 참여 위원

구분	인원	소속
학계	6명	이화여대 커뮤니케이션미디어학부
		한국외국어대 법학전문대학원
		고려대 법학전문대학원
		성균관대 미디어커뮤니케이션학과
		건국대 미디어커뮤니케이션학과
		한양대 법학전문대학원
언론단체	2명	방송기자연합회
		한국언론진흥재단
관련 전문가	3명	서울대 언론정보연구소
		순천향대 신문방송학과
		스토리오브서울
시민단체	2명	민주언론시민연합
		소비자공익네트워크
사업자단체	1명	한국인터넷기업협회

그림 III-87 허위조작정보 문제해결을 위한 제안 공개토론회 개최



전문가 회의에서 마련된 허위조작정보의 개념 정의와 허위조작정보 문제해결을 위해 우리 사회 각 영역별 (플랫폼 사업자, 시민, 언론, 정부 등)로 수행해야 할 노력을 권고하는 ‘허위조작정보 문제해결을 위한 제안’에 대하여 발표하였고, 이와 관련하여 이어진 패널토론에는 이재진 교수(한양대 미디어커뮤니케이션학과), 신익준 사무처장(한국인터넷자율정책기구), 고민수 교수(강릉원주대 법학과) 등이 참여하여 토론을 진행하였다.

부 록

부록

1. 2019년도 회계 결산

가. 결산 총괄

부록 표-1 2019년도 회계 결산 총괄 현황

(단위 : 백만 원, %)

구분		예산액(A)	예산현액(B)	결산액(C)	집행률(C/B)
세입	계	1,515,836	1,517,396	1,497,513	98.7
	일반회계	32,267	35,188	9,152	26.0
	방송통신발전기금	1,257,905	1,257,905	1,242,883	98.8
세출	계	257,931	259,491	254,630	98.1
	일반회계	62,772	63,022	59,093	93.8
	방송통신발전기금	195,159	196,469	195,537	99.5

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	259,491	254,631
〈일반회계〉	63,022	59,093
2100항 공정하고 안전한 방송통신환경 조성	28,633	28,616
7100항 방송통신 행정지원	34,389	30,477
〈방송통신발전기금〉	196,469	195,537
3100항 행복한 방송통신환경조성	186,237	185,305
3200항 공정하고 안전한 방송통신환경조성	10,232	10,232

다. 방송통신발전기금

(1) 재정상태

부록 표-3 방송통신발전기금 재정상태 현황

(단위 : 백만 원, %)

구분	2019년(A)	2018년(B)	증 감 (A-B)	
			금 액	비 율
자 산	739,951	840,640	△100,689	△12.0
부 채	663,673	864,747	△201,074	△23.3
순 자 산	76,277	△24,107	100,384	416.4

주) 재정상태표는 방송통신발전기금 전체 금액임(2019년 12월 31일 기준), △ : 감소

(2) 재정운영

부록 표-4 방송통신발전기금 재정운영 결과

(단위 : 백만 원, %)

구분	2019년(A)	2018년(B)	증 감 (A-B)	
			금 액	비 율
프로그램순원가(Ⅰ)	793,655	613,518	180,137	29.4
관리운영비(Ⅱ)	4,305	4,001	304	7.6
비배분비용(Ⅲ)	49	2	47	2,350.0
비배분수익(Ⅳ)	714,790	553,110	161,680	29.2
재정운영순원가 (V = Ⅰ + Ⅱ + Ⅲ - Ⅳ)	83,219	64,411	18,808	29.2
비교환수익(Ⅵ)	179,254	186,720	△7,466	△4.0
재정운영결과(VII = V - Ⅵ)	△96,035	△122,309	26,274	21.5

주) 재정운영표는 방송통신발전기금 전체 금액임(2019년 12월 31일 기준), △ : 감소

2. 방송통신위원회 회의 안건 목록

부록 표-5 위원회 회의 안건 목록

회차	일자	구분	안건명
1차	1월 4일(금)	보고	2019 방송통신위원회 방송대상」시상계획(안)에 관한 사항
		보고	「미디어다양성위원회 구성 및 운영에 관한 규칙」 일부개정안에 관한 사항
2차	1월 21일(월)	의결	한국교육방송공사 사장 후보자 선정 등에 관한 건
3차	1월 22일(화)	의결	(재)극동방송에 대한 외국자본 출연 승인에 관한 건
		의결	SK텔레콤(주)에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		의결	방송심의 재심에 관한 건 - 서울특별시 교통방송 <2018 평양 남북정상회담 특집>-
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
4차	1월 23일(수)	의결	최다역출자자 변경승인 심사 기본계획(안)에 관한 건 -(주)울산방송-
		의결	종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건
		의결	「장애인방송 편성 및 제공 등 장애인 방송접근권 보장에 관한 고시」 일부개정안에 관한 건
		보고	「지역방송에 대한 방송통신발전기금 지원 제한기준」 고시 일부개정안에 관한 사항
5차	1월 29일(화)	의결	방송통신위원회 부위원장 호선에 관한 건
		의결	종합편성 방송채널사용사업자의 재승인 조건 위반에 대한 시정명령에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반 사업자에 대한 시정조치에 관한 건
6차	1월 31일(목)	의결	시청자권익보호위원회 위원 위촉동의에 관한 건
7차	2월 13일(수)	의결	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 건
		보고	「전기통신사업법 시행령」 일부개정안 등에 관한 사항
		보고	「통신 이용자 보호 종합계획(안)」에 관한 사항
		보고	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」 등 일부개정안에 관한 사항
8차	2월 19일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	「미디어다양성위원회 구성 및 운영에 관한 규칙」 일부개정안에 관한 건
		의결	방송시장경쟁상황평가위원회 보궐위원 위촉동의에 관한 건
		보고	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 사항
9차	2월 27일(수)	의결	개인위치정보사업 신고허가에 관한 건
		의결	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 건
		의결	「경제적 이익 등 제공의 부당한 이용자 차별행위에 관한 세부기준」 제정안에 관한 건

회차	일자	구분	안건명
10차	3월 5일(화)	의결	시청자권익보호위원회 보결위원 위촉 동의에 관한 건
11차	3월 8일(금)	의결	한국교육방송공사 사장 임명 동의에 관한 건
12차	3월 13일(수)	의결	장애인방송 편성 의무 경감에 관한 건
		보고	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 사항
		보고	2018년도 방송시장경쟁상황평가 결과에 관한 사항
13차	3월 19일(화)	의결	방송편성책임자 관련 「방송법」 위반 사업자에 대한 행정처분에 관한 건
		의결	SK텔레콤(주)에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
14차	3월 20일(수)	의결	이통3사 및 유통점의 단말기유통법 위반행위에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	(주)울산방송 최다액출자자 변경승인에 관한 건
		의결	「지역방송에 대한 방송통신발전기금 지원 제한기준」고시 일부개정안에 관한 건
		보고	「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 일부개정안에 관한 사항
15차	4월 3일(수)	의결	2018년도 방송평가 기본계획(안)에 관한 건
16차	4월 8일(월)	의결	SK텔레콤(주)에 대한 전기통신사업법 손해배상 재정에 관한 건
17차	4월 17일(수)	의결	전기통신사업법 위반 특수유형부가통신사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	강원 산불 피해지역 수신료 면제에 관한 건
		의결	한국교육방송공사 감사 임명에 관한 건
18차	4월 23일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
19차	4월 24일(수)	의결	「전기통신사업법 시행령」 일부개정안 등에 관한 건
		보고	「이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 사항
		보고	「방송법」 일부개정안에 관한 사항
		보고	「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 일부개정안에 관한 사항
20차	4월 25일(목)	보고	「전기통신사업법 시행령」 일부개정안 재입법 예고에 관한 사항
21차	5월 10일(금)	의결	방송사업자 재허가·재승인 사전 기본계획(안)에 관한 건
22차	5월 13일(월)	의결	(주)엘지유플러스에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
		의결	KT(주)에 대한 전기통신사업법의 손해배상 재정에 관한 건
23차	5월 15일(수)	의결	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」 등 일부개정안에 관한 건
		의결	개인위치정보사업 신규허가에 관한 건
24차	5월 21일(화)	의결	방송심의 재심에 관한 건- (주)조선방송 <연애의 맛>-
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 행정처분사업자의 의견제출에 관한 건

회차	일자	구분	안건명
25차	5월 22일(수)	의결	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 건
		의결	2019년도 지상파방송사업자 재허가 세부계획(안)에 관한 건
		의결	2019년도 지상파DMB 방송국 재허가 세부계획(안)에 관한 건
		의결	2019년 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가계획(안)에 관한 건
		보고	「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 일부개정안에 관한 사항
26차	5월 31일(금)	의결	「전기통신사업법 시행령」 일부개정안에 관한 건
		의결	2020년도 예산안 및 방송통신발전기금 운용계획안에 관한 건
27차	6월 10일(월)	의결	통신분쟁조정위원회 위원 위촉에 관한 건
		의결	「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 일부개정안에 관한 건
28차	6월 12일(수)	의결	CallApp Software Ltd.의 개인정보 보호 법규위반에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	개인정보 및 위치정보보호 관련 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		보고	「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항」(고시) 일부개정안에 관한 사항
		보고	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 사항
29차	6월 18일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		보고	「방송통신위원회 사전심사청구제 운영규정」(고시) 일부개정안에 관한 사항
30차	6월 19일(수)	의결	방송국 허가사항 위반 사업자에 대한 행정처분에 관한 건
		보고	「방송법」 일부개정안에 관한 사항
31차	6월 26일(수)	의결	초고속인터넷 및 결합상품 서비스해지제한 관련 이용자이익 침해행위에 대한 시정 조치에 관한 건
32차	6월 27일(목)	의결	「방송통신위원회 사전심사청구제 운영규정」(고시) 일부개정안에 관한 건
		보고	2018년도 방송사업자 재산상황 공표에 관한 사항
33차	7월 9일(화)	의결	에스케이텔레콤(주)의 단말기유통법 위반에 따른 시정조치에 관한 건
		보고	2019년 방송콘텐츠 제작역량 평가 기본계획에 관한 사항
34차	7월 11일(목)	의결	방송광고균형발전위원회 위원 위촉에 관한 건
		의결	일간신문의 부수 인증기관 지정에 관한 건
35차	7월 17일(수)	의결	2018년도 방송사업자 시청점유율 산정에 관한 건
		보고	방송프로그램 외주제작 거래 가이드라인 제정안에 관한 사항
36차	7월 19일(금)	의결	유료방송사업 (재)허가 등 사전동의 기본계획 변경에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
37차	7월 24일(수)	의결	2018년도 3~4분기 재난방송 미실시 방송사업자에 대한 과태료 부과에 관한 건
		의결	개인위치정보사업 신규허가에 관한 건

회차	일자	구분	안건명
38차	8월 7일(수)	의결	「방송법」 일부개정안에 관한 건
		의결	「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 일부개정안에 관한 건
		보고	2018년도 장애인방송 제공의무 이행실적 평가에 관한 사항
39차	8월 8일(목)	의결	종합유선방송사업자 변경허가 사전동의에 관한 건 -(주)씨엠비 및 남인천방송(주) 시설변경 허가-
		의결	종합유선방송사업자 변경허가 사전동의에 관한 건 -(주)현대HCN 법인 합병-
40차	8월 13일(화)	의결	시정명령 위반 지상파방송사업자에 대한 행정처분에 관한 건
		의결	허가 조건 위반 지상파방송사업자에 대한 시정명령에 관한 건
		보고	UHD 프로그램 인정기준(안)에 관한 사항
41차	8월 23일(금)	의결	「방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 사항」(고시) 일부개정안에 관한 건
		의결	2020년도 종합편성·보도전문 방송채널사용사업자 재승인 세부계획(안)에 관한 건
		의결	엔에이치엔고도(주) 등 50개사 개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	「방송법 시행령」 일부개정안에 관한 건
		보고	가이드라인 일몰제·실명제 확대 시행에 관한 사항
		보고	유선분야 판매점 사전승낙제 가이드라인 제정에 관한 사항
42차	8월 26일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬금지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
43차	9월 4일(수)	의결	방송광고판매대행사업자 소유제한 위반사항에 대한 행정처분에 관한 건
		보고	「방송광고 결합판매 지원고시」 일부개정안에 관한 사항
44차	9월 6일(금)	의결	엔에이치엔고도(주) 등 50개사 개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치 안 건의 수정의결에 관한 건
45차	9월 18일(수)	의결	OBS경인TV(주)의 장애인방송 편성 의무 경감에 관한 건
		보고	「시청자미디어센터 운영현황 및 향후계획」에 관한 사항
46차	9월 24일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬금지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
47차	10월 1일(화)	의결	(재)극동방송에 대한 외국자본 추가출연 승인에 관한 건
48차	10월 2일(수)	의결	재허가조건 위반 지상파방송사업자에 대한 시정명령에 관한 건
		의결	2019년도 전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과에 관한 건
		보고	휴대폰 사기판매 예방 및 피해 최소화 방안에 관한 사항
49차	10월 8일(화)	의결	방송심의 재심에 관한 건 - (주)팍스넷경제티브이 <NEWS 인사이드>-

회차	일자	구분	안건명
50차	10월 22일(화)	의결	「방송광고 결합판매 지원고시」 일부개정안에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 행정처분사업자의 의견제출에 관한 건
51차	10월 23일(수)	의결	방송법 금지행위 위반 사업자 등에 대한 시정조치 및 시정권고에 관한 건
		의결	「방송광고판매대행 등에 관한 법률」 일부개정안에 관한 건
		의결	개인정보위치사업 신규허가에 관한 건
		보고	「개인정보의 기술적·관리적 보호조치 기준」 일부개정안에 관한 사항
52차	11월 1일(금)	보고	(주)티브로드 및 (주)티브로드동대문방송의 변경허가 사전동의 심사계획에 관한 사항
		보고	시청자참여프로그램 운영 가이드라인 제정안에 관한 사항
		보고	「통신서비스 맞춤형 피해구제기준(초고속인터넷분야)」에 관한 사항
53차	11월 6일(수)	의결	CJ헬로(주)와 KT(주)간 체결한 '전기통신서비스 도매제공에 관한 협정서' 개정요구에 대한 재정에 관한 건
54차	11월 7일(목)	보고	「개인정보보호 법규 위반에 대한 과징금 부과기준」 일부개정안에 관한 사항
55차	11월 14일(목)	의결	방송평가위원회 위원 위촉 동의에 관한 건
56차	11월 19일(화)	의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		보고	「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 시행령」 일부개정안에 관한 사항
57차	11월 22일(금)	의결	통신사 영업점 등 개인정보보호 법규 위반사업자에 대한 시정조치에 관한 건
		의결	「방송법」 일부개정안에 관한 건
		보고	종합편성·보도전문 방송채널사용사업자 '18년도 이행실적 점검결과에 관한 사항
58차	11월 27일(수)	의결	종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건 -JCN울산중앙방송(주)-
		의결	2018년도 방송에 대한 평가결과에 관한 건
		보고	CJ헬로(주)와 KT(주)간 체결한 '전기통신서비스 도매제공에 관한 협정서' 개정요구에 대한 재정에 관한 사항
59차	11월 28일(목)	의결	시청자권익보호위원회 보궐위원 위촉동의에 관한 건
		의결	방송분쟁조정위원회 보궐위원 위촉동의에 관한 건
60차	12월 4일(수)	의결	서울특별시 교통방송 변경허가 기본계획(안)에 관한 건
		보고	자급제 단말기 유통 가이드라인 제정에 관한 사항
61차	12월 10일(화)	의결	중계유선방송사업 재허가 사전동의에 관한 건
62차	12월 11일(수)	의결	2019년도 지상파방송사업자 재허가에 관한 건
		보고	2019년 등록대상 방송사업자 콘텐츠 제작역량 평가결과에 관한 사항
63차	12월 18일(수)	의결	최다액출자자 변경승인 심사 기본계획(안)에 관한 건 -(주)울산방송-
		의결	지상파 UHD 정책 재검토에 따른 경과조치에 관한 건
		보고	시청자 권익보호 전담기구 설립에 관한 사항

회차	일자	구분	안건명
64차	12월 26일(목)	보고	(주)티비씨의 2019년도 재허가 심사진행에 관한 사항
65차	12월 26일(목)	의결	개인위치정보사업 신규허가에 관한 건
		의결	서울특별시 교통방송 변경허가에 관한 건
		의결	종합유선방송사업자 재허가 사전동의에 관한 건
		보고	「공정한 인터넷망 이용계약에 관한 가이드라인」 제정에 관한 사항
		보고	「재난방송 및 민방위경보방송의 실시에 관한 기준」 일부개정안에 관한 사항
66차	12월 27일(금)	보고	「방송프로그램 등의 편성에 관한 고시」 일부개정안에 관한 사항
		의결	「개인정보보호 법규 위반에 대한 과징금 부과기준」 일부개정안에 관한 건
		의결	「개인정보의 기술적·관리적 보호조치 기준」 일부개정안에 관한 건
		의결	방송광고 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
		의결	협찬고지 법규위반 사업자 행정처분에 관한 건
67차	12월 30일(월)	보고	피한정후견인 결격조항 정비를 위한 2개 법률의 일부개정에 관한 사항
			2019년도 지상파방송사업자 재허가에 관한 건 -오비에스경인티브이(주)-
			2019년도 지상파방송사업자 재허가에 관한 건 -(주)경기방송-
			2019년도 지상파방송사업자 재허가에 관한 건 -(주)티비씨-

3. 2019년도 주요 연월표

부록 표-6 2019년도 주요 연월표

2019년 1월

일 자	추진 내용
1월 17일	유료방송 이용자 권익 보호 강화를 위한 유료방송 자율개선 실무협의체 출범
1월 17일	국내 드라마 2018년 2차 해외 인터넷반응 조사 결과 발표
1월 24일	2018년 방송매체 이용행태 조사 결과 발표
1월 24일	불법음란물 유통 근절을 위한 웹하드 카르텔 방지 대책 마련
1월 29일	2018년 사이버폭력 실태조사 결과 발표
1월 31일	이효성 위원장, 소비자·시민단체와 정책 간담회
1월 31일	2018 ASEAN 미디어이용행태조사 자료발표
1월 31일	제11기 시청자권익보호위원회의 위원 위촉

유료방송 이용자 권익 보호 강화를 위한
유료방송 자율개선 실무협의체 출범



제11기 시청자권익보호위원회의 위원 위촉



이효성 위원장, 소비자·시민단체와 정책 간담회



2019년 2월

일 자	추진 내용
2월 12일	유튜브 프리미엄 서비스의 이용자이익 저해행위 여부 조사
2월 13일	통신 이용자 보호를 위한 증장기 정책 비전 제시
2월 14일	이효성 위원장, 카카오 현장간담회 개최
2월 25일	고삼석 상임위원, 2019 MWC 참관 및 스페인·체코와의 방송통신 협력 강화
2월 25일	2019년도 개인위치정보사업 허가계획발표
2월 26일	2019 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 사업 협약식 개최

이효성 위원장, 카카오 현장간담회 개최



2019 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 사업 협약식 개최



2019년 3월

일 자	추진 내용
3월 5일	방통위-서울시교육청-한국정보화진흥원-한국모바일산업연합회와 청소년보호 업무협약 체결
3월 7일	2019년도 방송통신위원회 주요 업무계획 발표
3월 11일	표철수 상임위원, 한류 콘텐츠 확산 및 터키·UAE와 방송통신 협력 강화 추진
3월 11일	정보통신망법 시행령 개정을 위한 공청회 개최
3월 12일	고삼석 상임위원, 중소방송사 제작현장 방문
3월 13일	2018년 방송시장경쟁상황평가 결과 발표
3월 13일	이효성 위원장, 미디어 시민단체들과 간담회 개최
3월 15일	이동통신사와 유통점간 상생협약 체결
3월 25일	아·인·세 10주년 기념 2019 아름다운 인터넷 세상 주간 선포
3월 26일	베트남 정보통신부와 한-베 TV 프로그램 공동제작협정 체결
3월 28일	2018년 하반기 스팸 유통현황 발표

방통위-서울시교육청-한국정보화진흥원-한국모바일산업연합회와 청소년보호 업무협약 체결



2019년도 방송통신위원회 주요 업무계획 발표



이효성 위원장, 미디어 시민단체들과 간담회 개최



2019년 3월

고삼석 상임위원, 중소방송사 제작현장 방문



아·인·세 10주년 기념 「2019 아름다운 인터넷 세상 주간」 선포



베트남 정보통신부와 「한-베 TV 프로그램 공동제작협정」 체결



2019년 4월

일 자	추진 내용
4월 4일	2019년 상반기 정책고객 대표자 회의 개최
4월 4일	규제 정부 입증책임제도 본격 도입 및 방송통신규제심사위원회 확대·개편
4월 8일	김석진 부위원장, NAB 참관을 통해 최신 방송기술 동향 파악 및 미주 지역 방송사 방문 등 한류확산 지원방안 모색
4월 9일	고삼석 상임위원, 드라마 제작환경 개선을 위한 간담회 개최
4월 10일, 12일	재난방송 매뉴얼 개선 회의 개최
4월 11일	상향식 정부혁신 추진을 위한 조직혁신 해커톤 개최
4월 17일	이효성 위원장, 5G 서비스 현장방문
4월 19일	개인정보보호 실천운동을 위한 2019년도 개인정보보호 교육 시행
4월 23일	중장기 방송통신 제도 개선 추진반 발족
4월 25일	유료방송 전화영업 표준 안내요령 배포
4월 26일	고삼석 상임위원, 제주지역 방송통신 현장 방문

2019년 상반기 정책고객 대표자 회의 개최



고삼석 상임위원, 드라마 제작환경 개선을 위한 간담회 개최



2019년 4월

상향식 정부혁신 추진을 위한 「조직혁신 해커톤」 개최



이효성 위원장, 5G 서비스 현장방문



중장기 방송통신 제도 개선 추진반 발족



고삼석 상임위원, 제주지역 방송통신 현장 방문



2019년 5월

일 자	추진 내용
5월 2일	지자체와 협력하여 시청각장애이용 TV 무료 보급
5월 3일	인터넷 상 아이디(계정) 불법거래 집중단속 실시
5월 8일	2018년 지능정보사회 이용자 인식조사 결과 발표
5월 9일	블로그(옴짤) 무선평대터 소모량 측정결과 자료 공개
5월 9일	국내외 자급제 단말기 오픈마켓 가격비교 정보 제공 실시
5월 10일~11월 30일	뮤지컬 공연을 활용한 사이버폭력 예방교육 추진
5월 13일	2019 방송통신위원회 방송대상 시상식 개최
5월 14일	재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 대책 보고
5월 16일	전국민 대상 보이스피싱 피해예방 문자메시지 발송
5월 17일	방통위-광주교육청-한국정보화진흥원-한국모바일산업연합회, 청소년 보호를 위한 업무협약 체결
5월 23일	2019년 방송통신 국민정책참여단 출범식 개최
5월 23일	이효성 위원장, 경기도 파주시 드라마 제작 현장 방문
5월 24일	軍 장병 인터넷·스마트폰 사용문화 정착 위해 국방부와 업무협약 체결 및 인터넷 윤리 시범 교육 실시
5월 28일	이효성 위원장, 지상파3사 사장단과 간담회 개최
5월 29일	이효성 위원장, 캄보디아 우정통신부 장관 면담
5월 31일	2019년도 통신이용자 보호업무 평가위원 위촉식 및 간담회 개최

뮤지컬 공연을 활용한 사이버폭력 예방교육 추진



재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 대책 보고



2019년 5월

방통위-광주교육청-한국정보화진흥원-한국모바일산업연합회,
청소년 보호를 위한 업무협약 체결



2019년 방송통신 국민정책참여단 출범식 개최



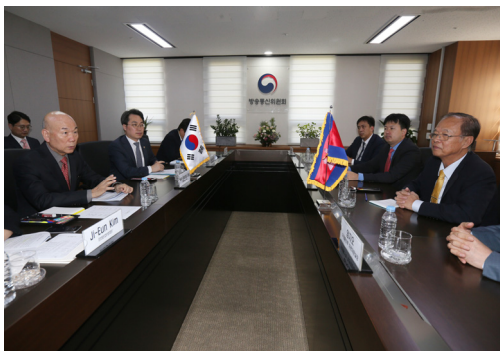
이효성 위원장, 경기도 파주시 드라마 제작 현장 방문



軍 장병 인터넷·스마트폰 사용문화 정착 위해 국방부와
업무협약 체결 및 인터넷 윤리 시범교육 실시



이효성 위원장, 캄보디아 우정통신부 장관 면담



2019년도 통신이용자 보호업무 평가위원
위촉식 및 간담회 개최



2019년 6월

일 자	추진 내용
6월 4일	개인정보 손해배상책임보험 등 개정 정보통신망법 시행령 관련 설명회 개최
6월 10일	이효성 위원장, OTT 5개사와 간담회 개최
6월 11일	허위조작정보 자율규제 협의체 구성 및 제1차 회의 개최
6월 11~16일	고삼석 상임위원, 아시아미디어서밋(AMS) 참석 및 싱가포르와의 방송통신 정책 공유
6월 13일	인터넷 규제개선 공론화 협의회 발족 및 제1차 회의 개최
6월 13일	고삼석 상임위원, 아시아미디어서밋 주제 발표 및 허위조작정보 대책 등 아태지역 국가 간 정책협력 강화
6월 18일	이효성 위원장, KBS 재난방송센터 현장점검
6월 19일	터키 라디오TV최고위원회(RTUK)와 방송 공동제작협정 추진 MOU 체결
6월 19일	이효성 위원장, 보도전문 방송채널사용사업자 대표 간담회 개최
6월 19일	제2기 인터넷 상생발전 협의회 출범
6월 19일	베트남 포럼 개최 및 특별관 운영
6월 19~20일	2019 방송 공동제작 국제군퍼런스 개최
6월 20일	고삼석 상임위원, 태국 국가방송통신위원회(NBTC) 부위원장과 양자면담
6월 25일	허욱 상임위원, IPTV 3사 전용회선 절감을 위한 협약 체결
6월 25일	통신장애 시 이용자에게 역무제공 중단사실 및 손해배상 기준 등 고지의무 전기통신사업법 시행령 개정(6.25. 시행)
6월 26일	이효성 위원장, 방송통신 OTT 사업자 간담회 개최
6월 26일	2019년 제1차 방송통신위원회 행정심판위원회 개최
6월 27일	TV홈쇼핑-납품업자 간 상생협력 선포식 개최
6월 27일	재난방송의 신속성과 신뢰성 제고를 위한 대책 사업자 설명회 개최
6월 27일	2018년도 방송사업자 재산상황 공표

2019년 6월

이효성 위원장, OTT 5개사와 간담회 개최



허위조작정보 자율규제 협의체 구성 및 제1차 회의 개최



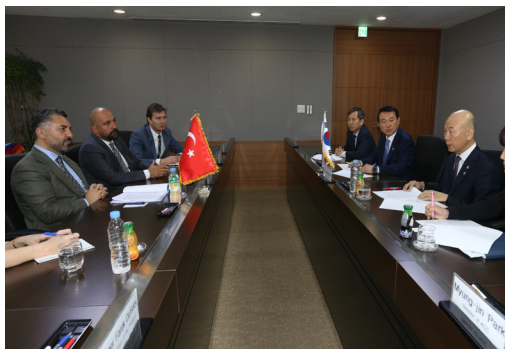
인터넷 규제개선 공론화 협의회 발족 및 제1차 회의 개최



이효성 위원장, KBS 재난방송센터 현장점검



터키 라디오TV최고위원회(RTUK)와 방송 공동제작협정 추진 MOU 체결



이효성 위원장,
보도전문 방송채널사용사업자 대표 간담회 개최



제2기 인터넷 상생발전 협의회 출범



베트남 포럼 개최 및 특별관 운영



2019 방송 공동제작 국제콘퍼런스 개최



2019년 6월

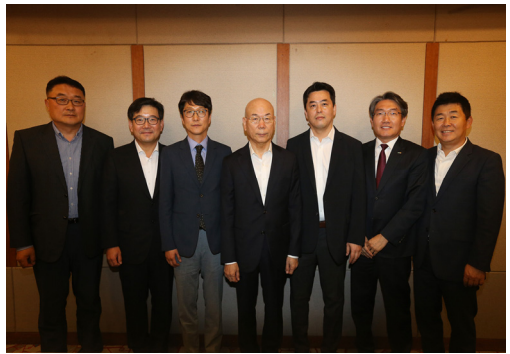
고삼석 상임위원,
태국 국가방송통신위원회(NBTC) 부위원장과 양자면담



허욱 상임위원,
IPTV 3사 및 콘텐츠 사업자와 간담회 개최



이효성 위원장, 방송통신 OTT 사업자 간담회 개최



TV홈쇼핑-납품업자 간 상생협력 선포식 개최



2019년 7월

일 자	추진 내용
7월 4일	스마트 수어방송 서비스개시 선포식 개최
7월 4일	재난방송 개선대책 후속조치 추진 민관 협업 TF 구성 및 회의 개최
7월 5일	이효성 위원장, 외주제작 애로사항 청취를 위한 간담회 개최
7월 9일	제8회 정보보호의 날 기념식 개최
7월 9일	‘우리집 유료방송 확인하기 가족캠페인’ 인포그래픽 배포
7월 9일	2019년 방송콘텐츠 제작역량 평가 기본계획 발표
7월 11일	제3기 방송광고균형발전위원회 위원 위촉
7월 17일	방송프로그램 외주제작 거래 가이드라인 발표
7월 17일	2018년도 방송사업자 시청점유율 산정 결과 발표
7월 22일	제4기 2년간의 성과 및 계획 발표
7월 24일	집합건물 단독계약에 따른 할인반환금 감면 제도 개선
7월 30일	김석진 부위원장, 인도와 방송통신 협력 강화

스마트 수어방송 서비스개시 선포식 개최



2019년 8월

일 자	추진 내용
8월 12일	한국인터넷드림단 하계캠프 개최
8월 19일	인터넷윤리 창작콘텐츠 공모전 개최
8월 20일	고삼석 상임위원, KBS-ABU 국제포럼에서 글로벌 상생·협력 위한 미디어 정책 발표
8월 22일	표철수 상임위원, 2019년 대전미디어페스티벌 참석
8월 22일	방송프로그램 외주제작 거래 가이드라인 방송사업자 대상 설명회 개최
8월 23일	유선분야 판매점 사전승낙제 가이드라인 마련
8월 28일	2018년 N스크린 시청행태 조사 결과 발표
8월 28일	제4회 개인정보보호 모의재판 경연대회 개최

한국인터넷드림단 하계캠프 개최



고삼석 상임위원, KBS-ABU 국제포럼에서
글로벌 상생·협력 위한 미디어 정책 발표



제4회 개인정보보호 모의재판 경연대회 개최



표철수 상임위원, 2019년 대전미디어페스티벌 참석



2019년 9월

일 자	추진 내용
9월 2일	허욱 상임위원, 핀란드와의 방송통신 협력 강화 및 베를린 국제가전박람회(IFA) 참관
9월 4일	추석 택배, 소액결제 등을 사칭한 스미싱 피해 예방 문자 발송
9월 16일~11월 22일	2019 인터넷 내정보 지키미 캠페인 실시
9월 19일	소비자단체 정책간담회 개최
9월 20일	한상혁 위원장, KBS 재난방송센터 방문 및 '대응체계' 점검
9월 20일	정책기자단 발대식 개최
9월 26일	2019년 상반기 스팸 유통현황 발표
9월 26일	한상혁 위원장, TV홈쇼핑사(NS홈쇼핑) 콜센터 방문
9월 26일	2019 아인세 창작동요제 개최
9월 27일	한상혁 위원장, 지상파 3사와 정책간담회 개최

소비자단체 정책간담회 개최



한상혁 위원장, KBS 재난방송센터 방문, '대응체계' 점검



2019년 9월

정책기자단 발대식 개최



한상혁 위원장, TV홈쇼핑사(NS홈쇼핑) 콜센터 방문



2019 아인세 창작동요제 개최



한상혁 위원장, 지상파 3사와 정책간담회 개최



2019년 10월

일 자	추진 내용
10월 1일	이동통신 약관 상 손해배상 금액 확대(6 → 8배) 및 초고속인터넷 장애 시 위약금 면제시간 단축(48시간 → 24시간) 시행
10월 2일	전기통신사업자 이용자 보호업무 평가결과 공개
10월 8일	2019 대한민국 공익광고제 개최
10월 10일	고삼석 상임위원, 2019 배리어프리 밤 참석
10월 15일~17일	제10회 방송통신 이용자주간 행사 및 한상혁 위원장과 통신3사 CEO 간담회 개최
10월 17일	초고속인터넷 피해구제기준 업무협약식 및 5G시대의 통신이용자 보호 세미나 개최
10월 23일	적극행정 실천 다짐대회 개최
10월 25일	2019 남북 방송통신 국제컨퍼런스 개최
10월 27일~11월 1일	표철수 상임위원, 태국·말레이시아와의 방송통신 협력 강화 및 한류 방송콘텐츠 진출 확대
10월 28일~12월 2일	2019 이동통신사와 함께하는 개인정보보호 캠페인 진행
10월 28일	EBS 방송재난 대응훈련 점검
10월 29일	통신장애 시 이용자 행동요령 배포

2019 대한민국 공익광고제 개최



2019년 10월

제10회 방송통신 이용자주간 행사 및 한상혁 위원장과 통신3사 CEO 간담회 개최



초고속인터넷 피해구제기준 업무협약식 및 5G시대의 통신 이용자 보호 세미나 개최



적극행정 실천 다짐대회 개최



2019 남북 방송통신 국제컨퍼런스 개최



EBS 방송재난 대응훈련 점검



2019년 11월

일 자	추진 내용
11월 1일	지능정보사회 이용자 정책 패러다임 전환의 필요성과 과제 세미나 개최
11월 5일	방송통신위원회-과학기술정보통신부 차관급 협의회 개최
11월 11일	이용자 중심의 지능정보사회를 위한 원칙 발표
11월 12일	방송통신위원회-여성가족부-경찰청-방송통신심의위원회, 디지털 성범죄 공동대응을 위한 업무협약 체결
11월 14일	방송통신위원회-세종시 세종시청자미디어센터 설립 및 운영에 관한 업무협약 체결
11월 14일	제10기 방송평가위원회 위원 위촉
11월 18일	2019년 하반기 정책고객 대표자 회의 개최
11월 19일	혁신형 중소기업과 간담회 개최
11월 20일	지역방송사와 해외방송사의 콘텐츠 유통 활성화를 위한 교류협력 국제포럼 개최
11월 20일	한상혁 위원장, 시청각장애인용TV 보급 및 장애인미디어교육 현장 방문
11월 21일	경기시청자미디어센터 개관 기념식 개최
11월 21일	방송광고판매대행 등에 관한 법률 일부개정 법률안 국회 제출
11월 22일	한상혁 위원장, 2019 대한민국 광고대상 시상
11월 22일	한상혁 위원장, 구글 데드 오시어스 부사장 면담
11월 25일	한-아세안 방송콘텐츠의 미래와 협력방안 심포지엄 개최
11월 26일	국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹 창립기념식 개최
11월 27일	방송통신 정부혁신 콘서트 개최
11월 27일	아시아 태평양 지역 미디어교육 정책 세미나 개최
11월 27일	2018년도 방송평가 결과 발표
11월 28일	2019 미디어·정보 리터러시 국제 콘퍼런스 개최
11월 28일	방송관계 학회장간담회 및 중장기 방송제도 개선 토론회 개최
11월 28일	2019년 미디어·정보 리터러시 교육 우수사례 공모전 시상식 개최

2019년 11월

방송통신위원회-여성가족부-경찰청-방송통신심의위원회, 디지털 성범죄 공동대응을 위한 업무협약 체결



방송통신위원회-세종시 세종시청자미디어센터 설립 및 운영에 관한 업무협약 체결



2019년 하반기 정책고객 대표자 회의 개최



혁신형 중소기업과 간담회 개최



지역방송사와 해외방송사의 콘텐츠 유통 활성화를 위한 교류협력 국제포럼 개최



한상혁 위원장, 시청각장애인용TV 보급 및 장애인미디어교육 현장 방문



2019년 11월

경기시청자미디어센터 개관 기념식 개최



한상혁 위원장, 2019 대한민국 광고대상 시상



한상혁 위원장, 구글 테드 오시어스 부사장 면담



한-아세안 방송콘텐츠의 미래와 협력방안 심포지엄 개최



국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹 창립기념식 개최



방송통신 정부혁신 콘서트 개최



2019년 11월

아시아 태평양 지역 미디어교육 정책 세미나 개최



2019 미디어·정보 리터러시 국제 콘퍼런스 개최



방송관계 학회장간담회 및 증장기 방송제도 개선 토론회 개최



2019년 미디어·정보 리터러시 교육 우수사례 공모전 시상식 개최



2019년 12월

일 자	추진 내용
12월 2일~7일	허욱 상임위원, 한국-호주 방송통신 협력 강화 및 지역방송 운영현황 파악
12월 4일	공정한 인터넷망 이용계약에 관한 가이드라인(안) 공청회 개최
12월 4일	2019 인터넷윤리대전 개최
12월 5일	제1회 지능정보사회 이용자 보호 국제콘퍼런스 개최
12월 5일	충청북도·청주시와 충북 시청자미디어센터 설립 업무협약 체결
12월 9일	‘유료방송 고객센터 전화상담이 아주 중요한 이유’ 인포그래픽 배포
12월 10일	공익광고 제도 개선을 위한 방송법 시행령 개정안 공포
12월 11일	2019년 방송콘텐츠 제작역량 평가결과 공표
12월 12일	김창룡 상임위원, 통신3사 시설 현장방문
12월 13일	김창룡 상임위원, 울릉군 교육발전 대토론회에서 강연
12월 17일	2020년도 개인위치정보사업 허가계획 발표
12월 17일	2019 시청자미디어대상 시상식 개최
12월 17일	해외송금대행 알바 사칭 등 스미싱 피해예방 문자 발송
12월 19일	2019 개인정보보호인의 밤 행사 개최
12월 19일	대전 인터넷윤리체험관 개소
12월 19일	2019년 방송산업 실태조사 결과발표
12월 19일	케이블TV업계 의견수렴 위해 종합유선방송사업자 대표자와 간담회 개최
12월 23일	방송한류 거점 5개국 미디어 이용행태 조사 결과발표

2019 인터넷윤리대전 개최



2019년 12월

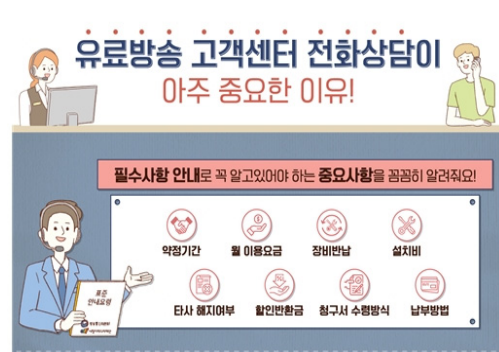
제1회 지능정보사회 이용자 보호 국제컨퍼런스 개최



충청북도·청주시와 충북 시청자미디어센터 설립 업무협약 체결



‘유료방송 고객센터 전화상담이 아주 중요한 이유’ 인포그래픽 배포



시청자미디어대상 시상식 개최



2019 개인정보보호인의 밤 행사 개최



대전 인터넷윤리체험관 개소



케이블TV업계 의견수렴 위해 종합유선방송사업자 대표자와 간담회 개최



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
AI(Artificial Intelligence)	인공지능
AIBD(Asia-Pacific Institute of Broadcasting Development)	아시아태평양 방송개발기구
AMS(Asia Media Summit)	아시아 방송 정상회담
AP(Access Point)	전용선이나 부가 가치 통신망(VAN) 등의 망 서비스에서 망과 이용자의 접근성인 상호접근성
APEC(Asia-Pacific Economic Cooperation)	아시아 태평양 경제협력체
APPA(Asia Pacific Privacy Authorities)	아시아 태평양 개인정보보호 감독기구
ARPU(Average Revenue Per User)	사업자의 서비스 가입자당 평균 수익
ARS(Automatic Response Service)	자동 응답 서비스
ASEAN(Association of South-East Asian Nations)	동남아시아 국가 연합
ATF(Asia Television Forum)	아시아 텔레비전 포럼
AVOD(Advertising Video On Demand)	광고 기반 주문형 비디오 서비스
B2B(Business to Business)	기업과 기업 사이에 이루어지는 전자상거래
B2C(Business to Customer)	기업과 소비자 간의 거래
BCBB(Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders)	국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹
BCM(Busan Contents Market)	부산 콘텐츠 마켓
CBPR(Cross-Border Privacy Rules)	글로벌 개인정보보호 인증체계
CoE(Council of Europe)	유럽의회
CP(Contents Provider)	콘텐츠 제공사업자
CPND(Contents Platform Network Device)	이동통신 기술 핵심 분야인 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 디바이스의 조화
CS(Customer Service)	고객 서비스
DD(Doordarshan)	인도 국영방송
DESG(Digital Economy Steering Group)	디지털경제운영그룹
DGP(Data Governance and Privacy)	데이터 거버넌스 프라이버시 회의

약어	내용
DMS(Digital Marketing Summit)	디지털 마케팅 컨퍼런스
DNA(Data Network AI)	데이터 네트워크 AI
DNS(Domain Name System)	네트워크에서 도메인이나 호스트 이름을 숫자로 된 IP 주소로 해석해주는 TCP/IP 네트워크 서비스
DPS(Data Privacy Subgroup)	개인정보보호분과
DTV(Digital Television)	디지털방송을 수신할 수 있는 TV 수상기
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
GZDOC(Guangzhou International Documentary Film Festival, China)	광저우 다큐파칭포럼
HD(High Definition)	고화질
HDTV(High Definition Television)	고화질 텔레비전
HTTPS(Hyper Text Transfer Protocol Secure)	월드 와이드 웹 통신 프로토콜인 HTTP의 보안이 강화된 버전
IBM(International Business Machines Corporation)	미국의 컴퓨터 정보기기 제조업체
ICDPPC(International Conference of Data Protection and Privacy)	국제 개인정보보호 감독기구 협의체 총회
ICT(Information and Communication Technology)	정보통신기술
ID(Identification)	컴퓨터를 사용할 때 사용자를 식별하기 위한 식별기호
IoT(Internet of Things)	사물인터넷(생활 속 사물들을 유무선 네트워크로 연결해 정보를 공유하는 환경)
IP(Internet Protocol)	인터넷에서 해당 컴퓨터의 주소
IPTV(Internet Protocol Television)	초고속 인터넷망을 이용하여 제공되는 양방향 텔레비전 서비스
ISMS(Information Security Management System)	정보 보안 경영시스템
ISP(Internet Service Provider)	네트워크 기반의 전통적인 통신사업자

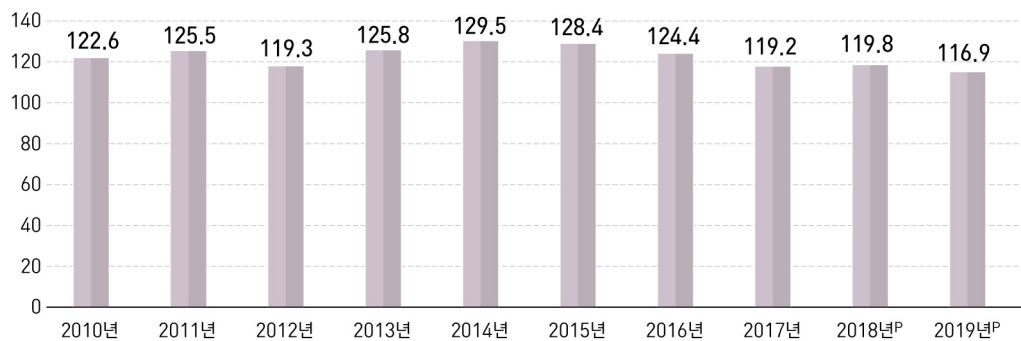
약어	내용
KI(Korea communications commission Index)	시청자평가지수
KPI(Komisi Penyiaran Indonesia)	인도네시아 방송위원회
LBSP(Location Based Service Platform)	위치정보 활용 플랫폼
LIBE(Committee on Civil Liberties, Justice and Home Affairs)	유럽의회 시민자유, 사법, 내무위원회
M&A(Merger and acquisition)	인수합병
MACA(Media Access Control Address)	특정 구역 내 정보통신망인 LAN에서 사용되는 네트워크 모델인 이더넷의 물리적인 주소
MHz(Megahertz)	라디오나 텔레비전 방송에 사용되는 전파
MIC(Ministry of Information and Communications)	베트남 정보통신부
MNC(Media Nusantara Citra)	인도네시아 주요 미디어 그룹
MOU(Memorandum of Understanding)	양해 각서
MPTC(Ministry of Posts and Telecommunications,Cambodia)	캄보디아 우정통신부
MS(Microsoft)	미국의 소프트웨어 회사
MWC(Mobile World Congress)	이동통신산업전시회
NAB(National Association of Broadcasters)	미국 방송사업자들의 자율기구
O2O(Online to Offline)	온라인과 오프라인이 결합하는 현상
OECD(Organization for Economic Cooperation and Development)	경제협력개발기구
OTT(Over the top)	개방된 인터넷을 통하여 방송 프로그램, 영화 등 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스
PD(Product Director)	제작자라는 뜻의 텔레비전 방송국의 프로그램기획자
PIMS(Personal Information Management System)	개인정보보호 관리체계
PP(Program Provider)	방송 채널 사용 사업자
R&D(Research and Development)	연구개발
RTM(Radio Television Malaysia)	말레이시아 방송사
RTUK(Radio and Television Supreme Council)	터키 라디오TV최고위원회
SMS(Short Message Service)	문자 메시지 서비스
SNI(Server Name Indication)	서버 이름 표시
SNS(Social Network Service)	소셜 네트워킹 서비스

약어	내용
SO(System Operator)	종합유선방송사업자
SOM(Senior Officials' Meeting)	고위관리회의
SSID(Service Set Identifier)	서비스 세트 식별자
STVF(Shanghai TV Festival)	상하이 TV 페스티벌
SVOD(Subscription Video on Demand)	월정액 주문형 비디오
TF(Task Force)	조직이 어떤 사업 계획을 달성하기 위해 기존 부서와는 별도로 설치하는 임시 조직
TRT(Turkish Radio and Television)	터키 공영방송
UHD(Ultra High Definition)	지상파 초고화질
VOD(Video On Demand)	영상 기반 서비스를 전화선이나 케이블을 통해 제공하는 영상 서비스 사업
VOV(Voice of Vietnam)	베트남 국영방송국

5. 방송통신산업 부문별 현황

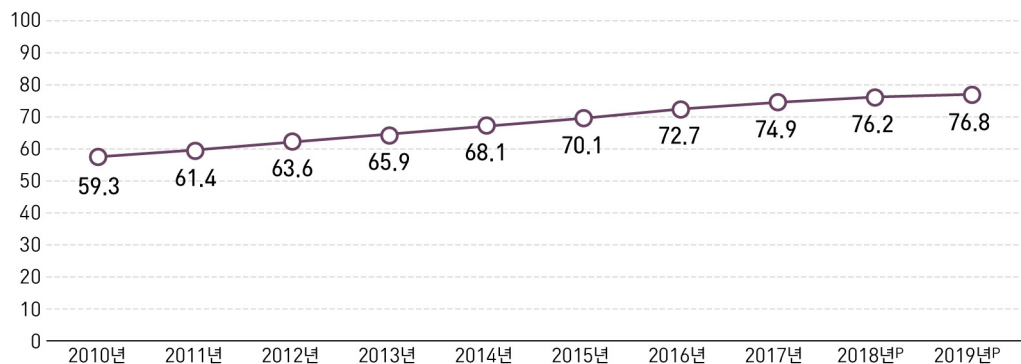
방송통신산업 전체 매출액

(단위 : 조 원)



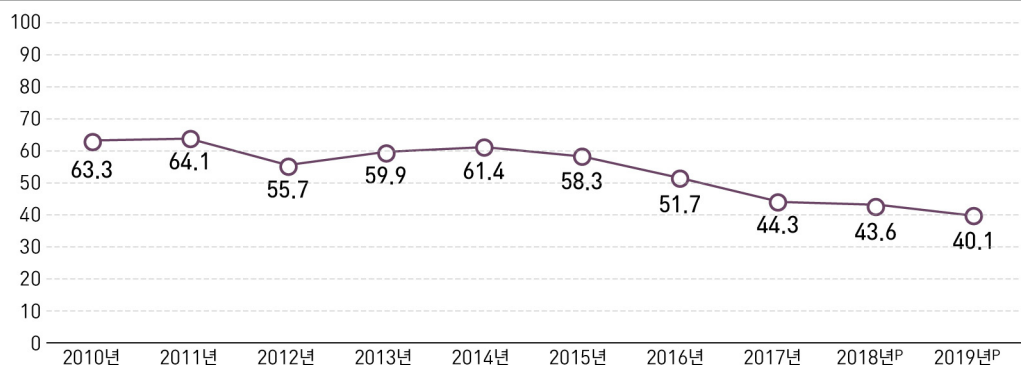
방송통신서비스 매출액

(단위 : 조 원)



방송통신기기 매출액

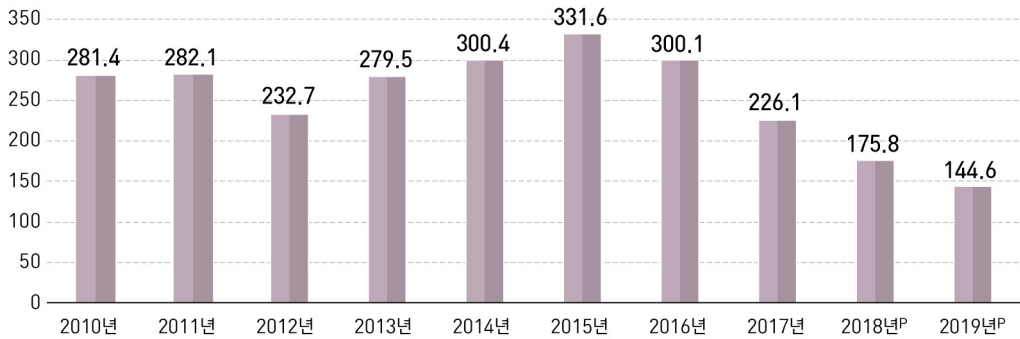
(단위 : 조 원)



주) P : Preliminary(잠정치), 방송통신서비스는 통신, 방송, 정보서비스를 의미함
 자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2020

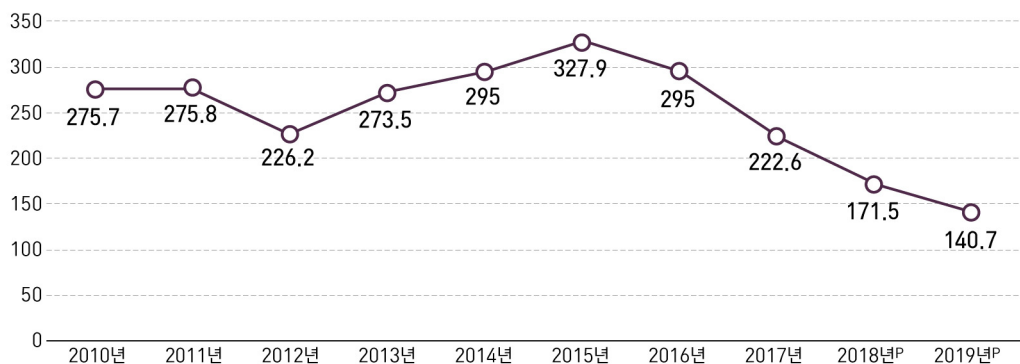
방송통신기기 수출액

(단위 : 억 달러)



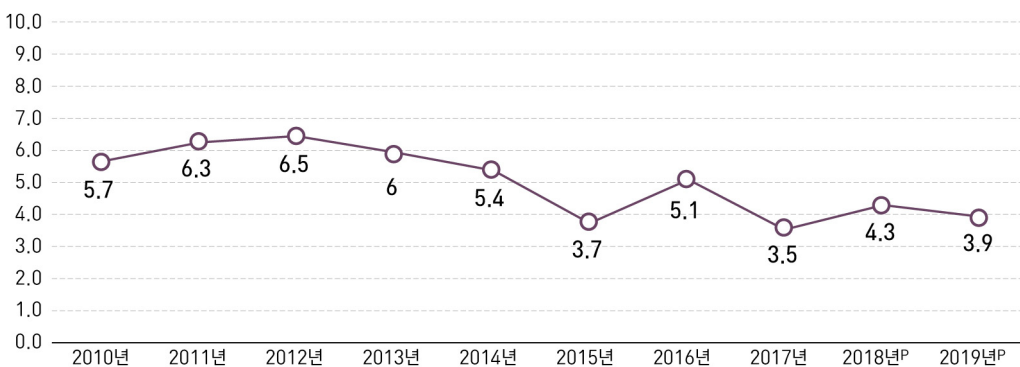
통신기기 수출액

(단위 : 억 달러)



방송기기 수출액

(단위 : 억 달러)

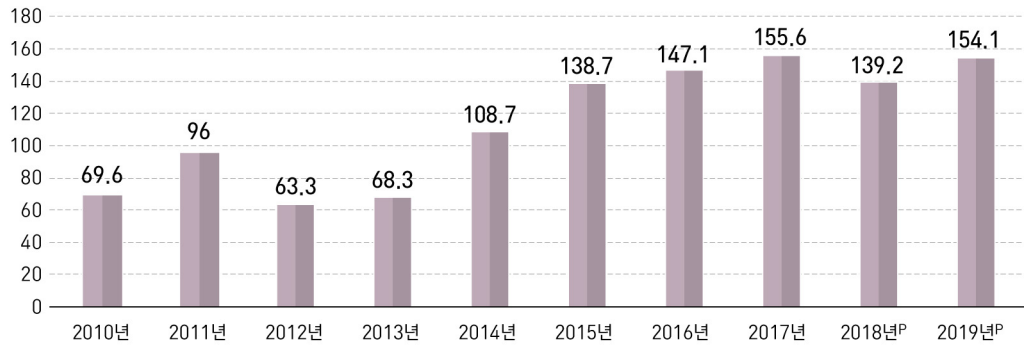


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2020

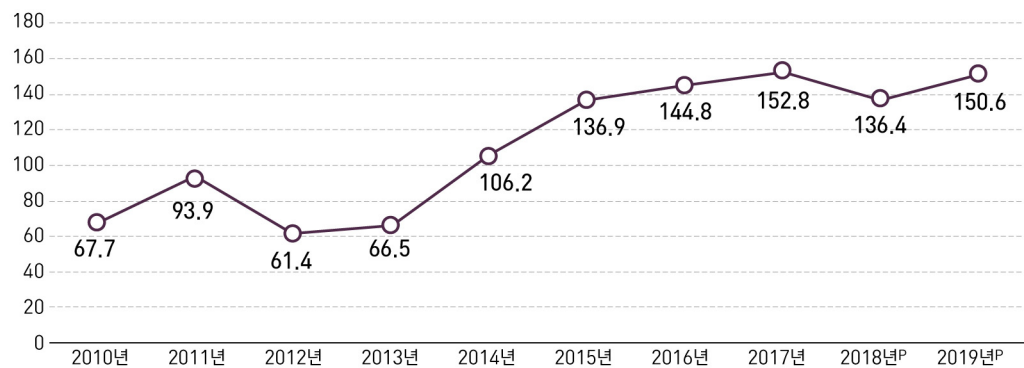
방송통신기기 수입액

(단위 : 억 달러)



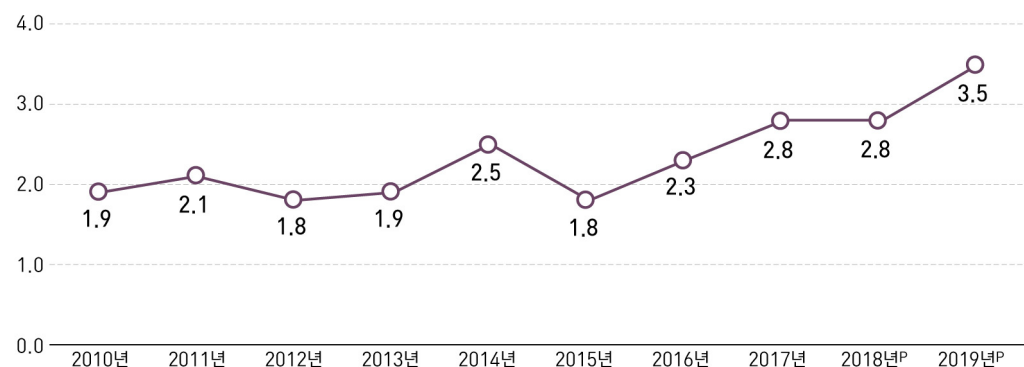
통신기기 수입액

(단위 : 억 달러)



방송기기 수입액

(단위 : 억 달러)

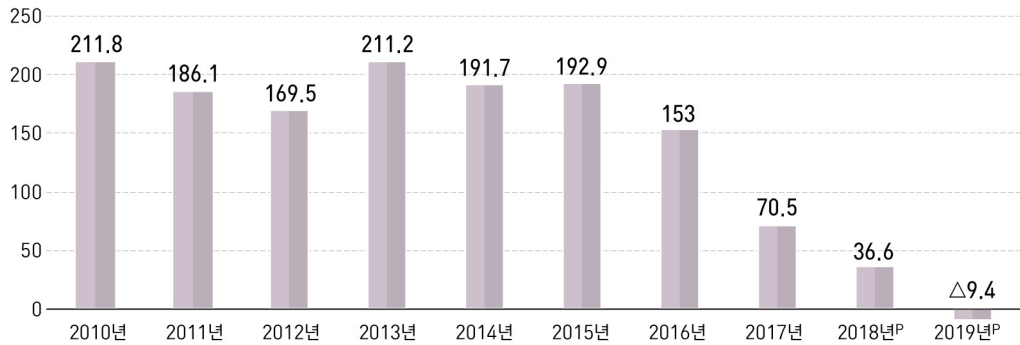


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2020

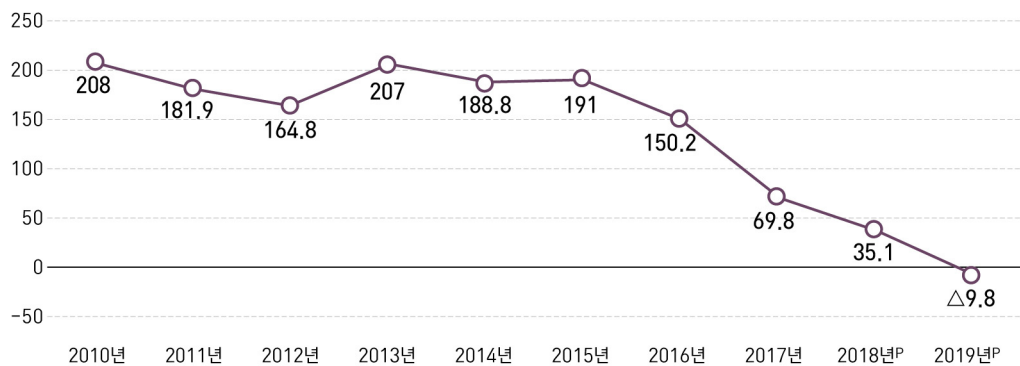
방송통신기기 무역수지

(단위 : 억 달러)



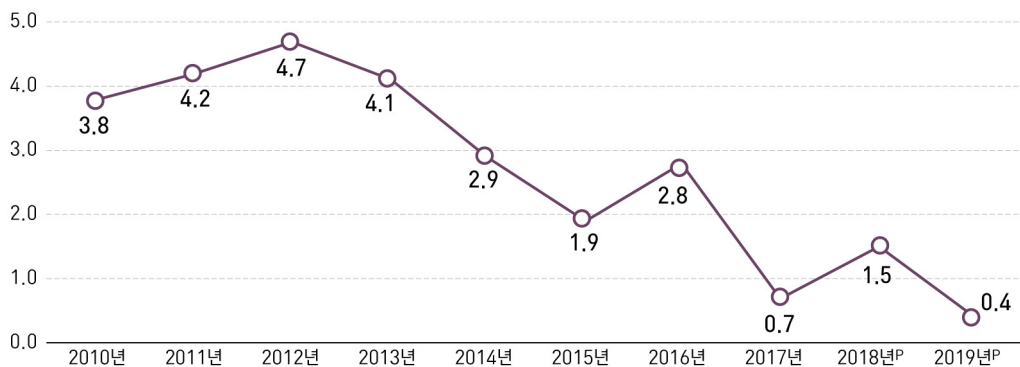
통신기기 무역수지

(단위 : 억 달러)



방송기기 무역수지

(단위 : 억 달러)

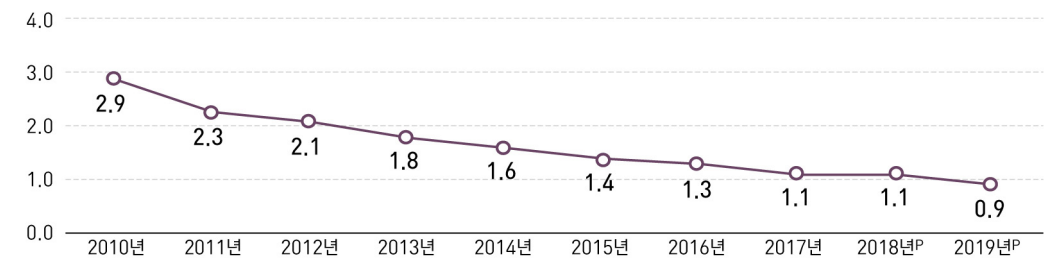


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2020

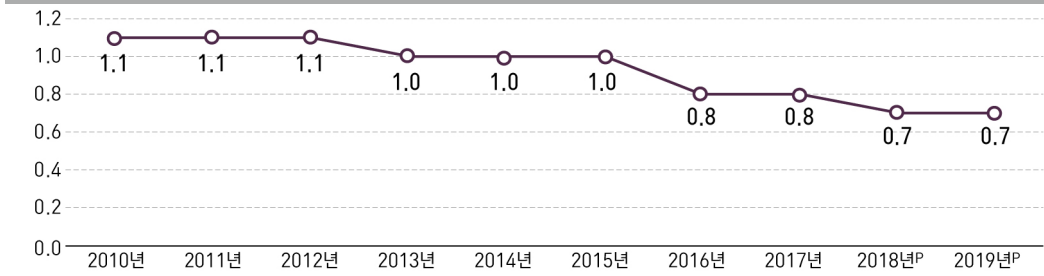
시내전화 매출액

(단위 : 조 원)



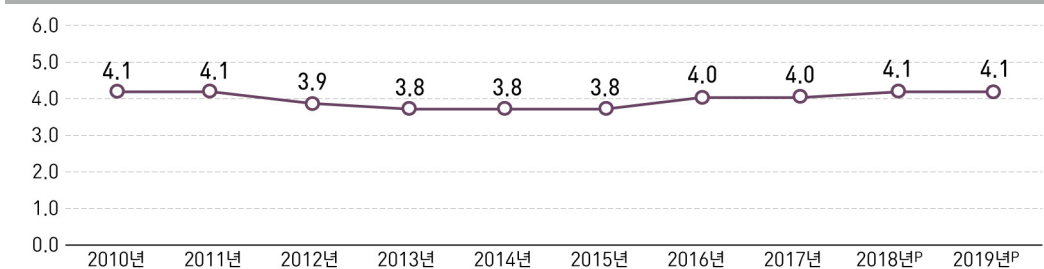
인터넷전화 매출액

(단위 : 조 원)



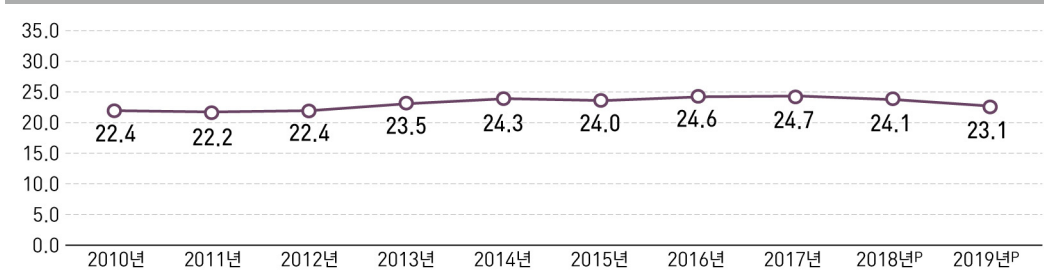
초고속인터넷 매출액

(단위 : 조 원)



이동통신서비스 매출액

(단위 : 조 원)

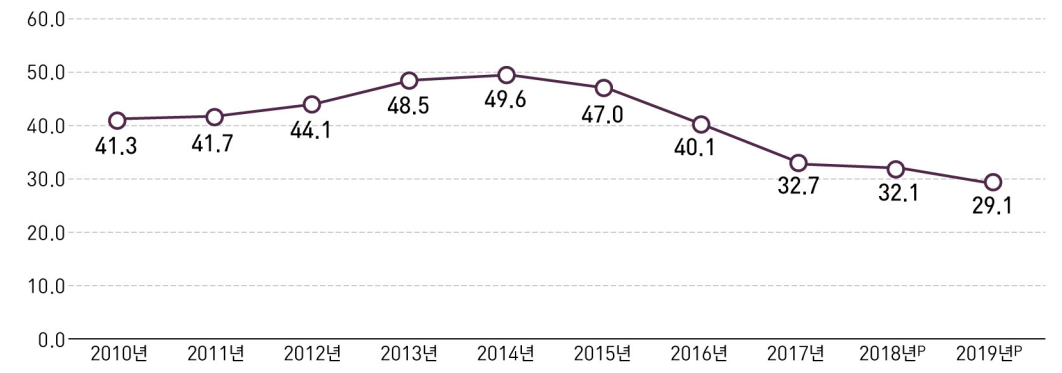


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2020

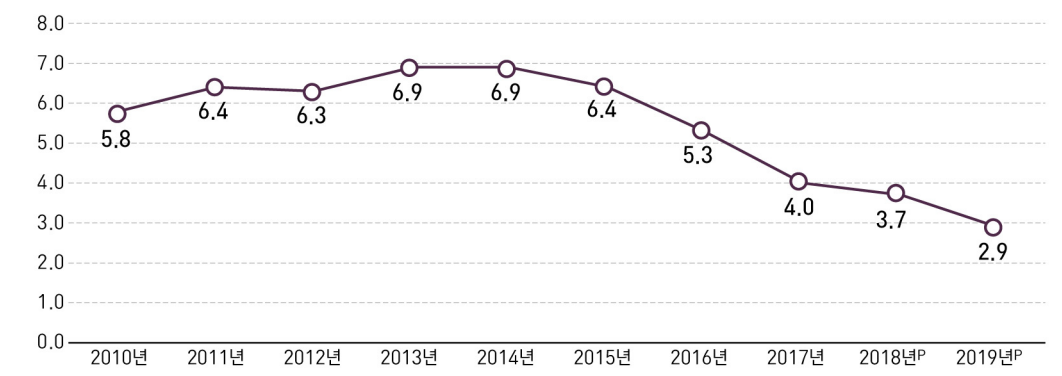
휴대단말기 생산액

(단위 : 조 원)



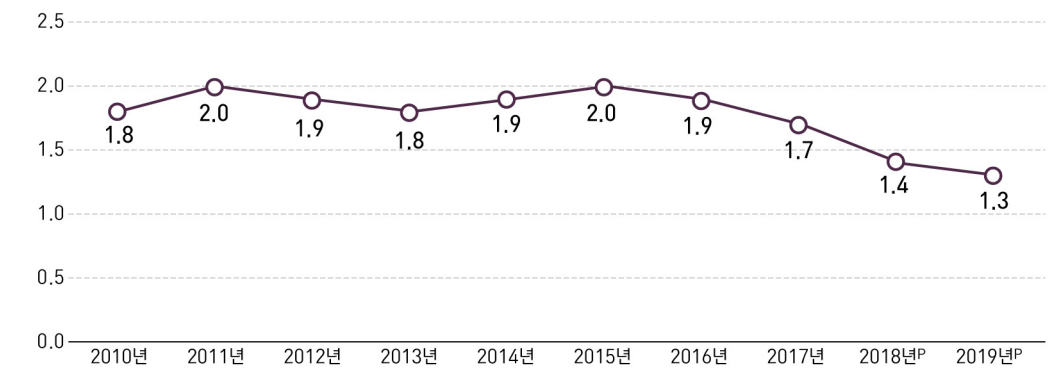
DTV 생산액

(단위 : 조 원)



셋톱박스 생산액

(단위 : 조 원)

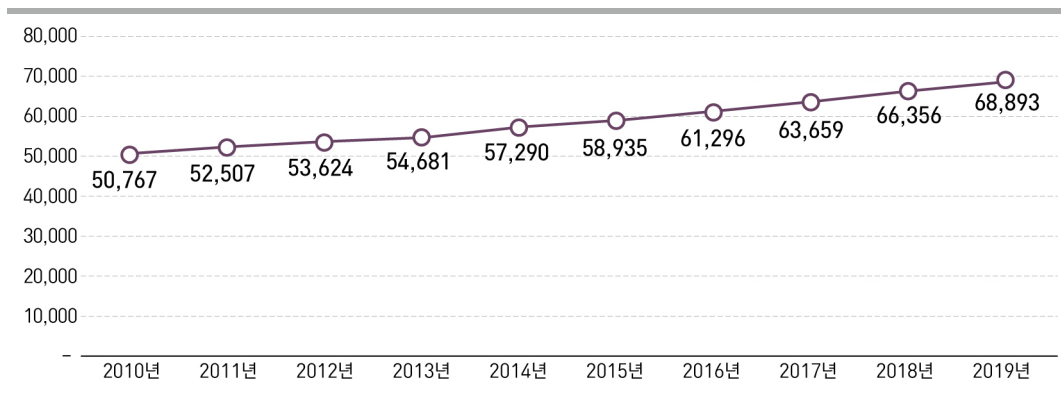


주) P : Preliminary(잠정치)

자료) ICT주요품목동향조사, 과학기술정보통신부, 2020

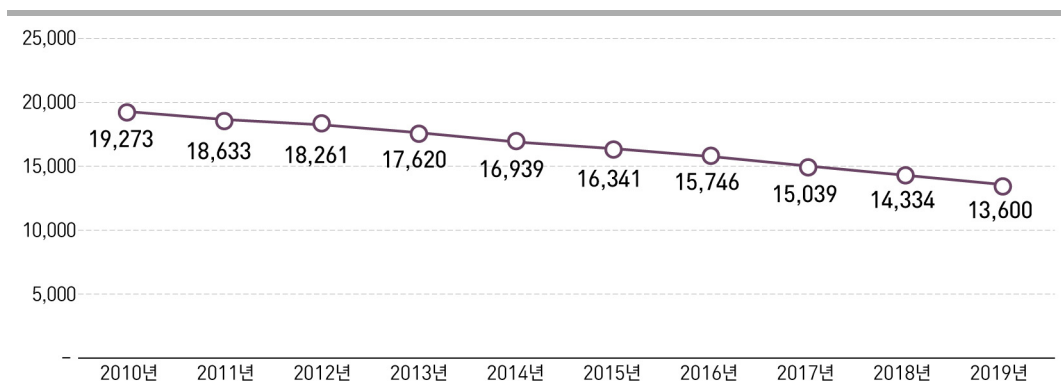
이동전화 가입자 수

(단위 : 천 명)



시내전화 가입자 수

(단위 : 천 명)



주) 연도별 12월 기준, 이동전화의 경우 태블릿 PC, 무선 데이터 모뎀, M2M 회선 등을 포함
 자료) 과학기술정보통신부, 2020

2019 방송통신위원회 연차보고서

발 행 일 2020년 3월

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

비매품

