

방송융합정책연구 KCC-2019-01

4차 산업혁명 시대 해외 주요국 방송통신 핵심 정책의제 및 정책 추진체계 분석을 통한 정부혁신 방안 연구

A study of the Broadcasting & Communications Policy
Agenda and Implementation System in the 4th industrial
revolution era

황준호/노은정

2019. 12

연구기관 : 정보통신정책연구원



이 보고서는 2019년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신
융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해
이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『4차 산업혁명시대 해외 주요국 방송통신 핵심 정책의제 및 정책 추진체계 분석을 통한 정부혁신 방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2019년 12월

연구 기관 : 정보통신정책연구원

총괄책임자 : 황준호 연구위원

참여연구원 : 노은정 연구원

목 차

제1장 서론
제1절 연구의 필요성
제2절 연구의 목적 및 구성
1. 연구의 목적
2. 연구의 구성
제 2 장 4차 산업혁명 대비 방송통신 발전 비전 및 전략
제1절 방송통신 규제기구 정책동향
1. 미국 FCC의 중장기 전략계획
2. 영국 OFCOM 및 DCMS의 정책 동향
3. 프랑스 CSA 및 ARCEP의 정책 동향
4. 독일 die Medienanstalten의 정책 동향
5. 일본 총무성의 정보통신 백서
6. 캐나다 CRTC의 3개년 계획 2017-2020
7. 호주 DCA 및 ACMA의 Corporate Plan
8. 싱가포르 IMDA의 Infocomm Media 2025
9. 이탈리아 MSE 및 AGCOM의 정책 동향
제2절 디지털 방송통신 발전 비전 및 전략
1. 미국 FCC의 8대 이니셔티브
2. 영국 DCMS의 UK Digital Strategy 2017
3. 프랑스의 디지털공화국을 위한 법률
4. 독일의 Digital Strategy 2025 및 High-Tech Strategy 2025
5. 일본의 IT 신전략
6. 캐나다의 Digital Canada 150 및 Canada's Digital Charter

- 7. 호주의 Tech Future
- 8. 싱가포르의 Smart Nation Singapore
- 9. 이탈리아의 Industria 4.0 및 공공행정의 ICT 추진 3개년 계획
- 10. 스위스의 Digital Switzerland

제 3 장 4차 산업혁명 신산업 및 신규 서비스 활성화

제1절 인공지능(AI) 활성화

- 1. 미국의 American AI Initiative
- 2. 영국의 AI Sector Deal
- 3. 프랑스의 AI for Humanity
- 4. 독일의 AI Strategy
- 5. 일본의 AI Strategy 2019
- 6. 캐나다의 Pan-Canadian Strategy
- 7. 싱가포르의 AI Singapore
- 8. 이탈리아의 AI at the Service of Citizens

제2절 4차 산업혁명 신규 서비스 기반 구축

- 1. 미국의 5G FAST Plan
- 2. 영국의 디지털 인프라 구축 및 데이터 산업 활성화
- 3. 프랑스의 블록체인 기술 활성화
- 4. 독일의 신규 서비스 활성화 기반 조성을 위한 제도 정비
- 5. 일본의 Local 5G 확산 전략
- 6. 캐나다의 Innovation Canada
- 7. 싱가포르의 Payment Service Act

제 4 장 방송통신 서비스 공공성 강화

제1절 방송제도 개선 정책동향

- 1. 영국 OFCOM의 A New Future for PSB
- 2. 프랑스 문화부의 방송제도 개혁안

- 3. 독일 주미디어청의 방송협약 개정
- 4. 일본 총무성의 방송제도 개혁방안
- 5. 캐나다 CRTC의 시청각콘텐츠 활성화
- 6. 스위스의 미디어 육성법 및 디지털 플랫폼 정책
- 7. 주요국 공영방송 수신료 논쟁

제2절 콘텐츠 규제 정책동향

- 1. 온라인 유해물 규제
- 2. 허위정보 및 가짜뉴스 규제
- 3. 인플루언서 마케팅 규제

제 5 장 방송통신 분야 정부기관의 혁신 사례

제1절 관·산·학 협력 사례

- 1. 미국의 Digital Promise
- 2. 영국의 Digital Skills Partnership
- 3. 일본의 AI Strategy 2019 추진체계
- 4. 캐나다의 인공지능 산학연 네트워크 구축
- 5. 싱가포르의 AI 전략 추진 협력 거버넌스
- 6. 스위스의 연방정부 자문위원회 EMEK

제2절 정부의 책임성·투명성·소통 강화 사례

- 1. 미국 FCC의 공공 협의 및 자체 혁신
- 2. 영국 OFCOM의 자체혁신 노력 및 국민 참여
- 3. 프랑스 디지털공화국법 제정의 시민참여
- 4. 캐나다 정부기관의 공공 협의
- 5. 호주의 Client Service Charter
- 6. 스위스 공영방송 운영과 감독에 관한 협력 시스템

제 6 장 결론: 방송통신 발전 대응 및 정부혁신 방안

제1절 해외 주요국 시사점

- 1. 미국

2. 영국
3. 프랑스
4. 독일
5. 일본
6. 캐나다
7. 호주
8. 싱가포르
9. 이탈리아
10. 스위스
제2절 방송통신 발전 대응 및 정부혁신 방안 제언
1. 인터넷 서비스 활성화 및 규제 완화
2. 국민의 디지털 역량 및 디지털 윤리 제고
3. 방송서비스 활성화 및 공공성 강화
4. 4차 산업혁명 시대의 핵심 기술 및 서비스 인공지능 활성화
5. 정부 부처 간 공조 시스템 및 관·산·학 협력 시스템 구축
참고문헌

표 목 차

<표 2-1> 미국 FCC 전략계획 2018-2022의 4개 전략목표에 따른 세부 전략목표
<표 2-2> 영국 OFCOM Annual Plan 2019/20의 9대 핵심 정책의제
<표 2-3> 프랑스 CSA의 시청각 미디어 서비스 분야 20대 규제 개혁안
<표 2-4> 일본 총무성 정보통신 백서 2018의 10대 핵심 정책의제
<표 2-5> 캐나다 CRTC 3개년 계획(2017-2020)의 정책목표 및 추진정책
<표 2-6> 호주 DCA Corporate Plan 2019/20의 핵심 정책의제 실행 전략
<표 2-7> 호주 ACMA Corporate Plan 2019/20의 핵심 과제
<표 2-8> 영국 DCMS UK Digital Strategy 2017의 핵심 분야 및 전략 목표
<표 2-9> 독일 Digital Strategy 2025의 10대 정책방향 및 정책수단
<표 2-10> 독일 High-Tech Strategy 2025의 3대 핵심분야 및 12대 액션플랜
<표 2-11> 일본 IT 신전략 중 최첨단 디지털국가 창조선언의 주요 내용
<표 2-12> 국민 데이터 활용을 위한 대응과제 및 8개 중점분야
<표 2-13> 디지털 캐나다 150의 핵심목표 및 추진정책
<표 2-14> 캐나다 디지털 현장의 10대 원칙
<표 2-15> 호주 Tech Future의 정책분야 및 정책내용
<표 2-16> 싱가포르 방송통신 분야 주요 발전 전략 연혁
<표 2-17> 싱가포르 스마트네이션 이니셔티브 5대 프로젝트
<표 2-18> 싱가포르 스마트네이션 이니셔티브 8대 핵심 분야
<표 3-1> 미국 AI Initiative의 5대 핵심원칙
<표 3-2> 영국 AI Sector Deal의 5대 핵심분야 및 정책목표
<표 3-3> 일본의 AI 사회원칙
<표 3-4> 일본의 AI 전략 (2019)
<표 3-5> 싱가포르 AI Singapore의 주요 내용

<표 4-1> 일본의 방송제도 개혁방안 주요 내용

<표 4-2> 온라인 증오 근절을 위한 캐나다 의회의 정책 제안

<표 5-1> 싱가포르의 신뢰할 수 있는 Ai구현을 위한 거버넌스 구축

<표 6-1> 방송통신위원회 통신 이용자 종합계획의 주요 내용

<표 6-2> 한국의 인공지능(AI) 국가전략의 주요 내용

요 약 문

1. 제목

4차 산업혁명 시대 해외 주요국 방송통신 핵심 정책의제 및 정책 추진체계 분석을 통한 정부혁신 방안 연구

2. 연구의 필요성

4차 산업혁명으로 일컬어지고 있는 세기적 변화는 특정 산업이나 특정 사회분야에 국한되지 않고, 전 사회적 영역과 국가적 차원의 혁신과 발전의 모멘텀을 제공하고 있다. 이에 세계 경제를 주도하고 있는 주요 선진국들은 4차 산업혁명 시대를 대비하기 위한 국가발전 전략을 매우 발빠르게 추진하고 있다.

따라서 4차 산업혁명 시대를 대비하는 국가 정책 아젠다 개발과 집행을 준비함에 있어 주요국들의 거시적인 국가 전략에 대한 사례조사는 물론, 핵심 추진 주체인 방송통신 주무 부처와 규제기구의 핵심 의제를 조사, 분석하는 연구가 매우 중요하고, 필요하다. 또한, 4차 산업혁명을 위한 국가적 대응의 특성상 다양한 분야의 정부 부처와 산업 이해관계자 및 혁신 전문가들의 공조가 필수적임을 감안할 때, 특히 정부 부처 간 협조 시스템은 물론 사회 전 영역으로부터 혁신적 아이디어가 발굴되고 입안되는 시스템이 존재하는지, 제대로 기능하는지의 여부는 매우 중요하다. 따라서 각각의 정부부처와 관련 기관들이 창의성과 다양성을 추구하면서도 경계 영역을 넘는 제반 이슈들에 대한 통합적이고 체계적인 추진체계를 갖추는 것이 병행되어야 한다. 즉, 4차 산업혁명의 모멘텀을 성공적으로 달성하기 위한 정책추진의 효율성과 책임성 강화를 위한 정부 부처 간 공조체계에 대한 주요국의 사례를 벤치마킹하는 것이 필요하다. 또한, 4차 산업혁명시대 방송통신 분야에서 전문성과 창의성을 제공할 수 있는 민간기업, 학계, 연구계, 시민단체 등 각계 분야들의 자원과 역량을 해외 주요국들은 어떻게 결집하고, 추동하고 있는지를 살펴보는 것도 매우 시의적절하고 필요하다.

3. 연구의 목적 및 구성

본 보고서의 주요 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 4차 산업혁명을 대비하는 해외 주요국들의 방송통신 분야 정책부처 및 규제기구의 최신 정책동향과 국가적 차원에서 수립된 발전 전략들의 핵심 내용을 분석하고, 그 시사점을 도출하고자 한다.

둘째, 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 해외 주요국들의 신산업 발전 전략과 신규 서비스 활성화 전략의 핵심 내용을 분석하고, 그 시사점을 도출하고자 한다.

셋째, 4차 산업혁명 시대에 해외 주요국들의 방송통신 서비스의 공공성 강화 및 콘텐츠 규제에 관한 최신 정책동향과 핵심 내용을 분석하고, 그 시사점을 도출하고자 한다.

넷째, 4차 산업혁명 대비 해외 주요국들이 방송통신 분야의 산업 발전 및 서비스 활성화를 추진하는 과정에서 다양한 정부기관 간에 어떻게 협력하고, 어떠한 관·산·학 협력 시스템을 구축하고 있는지에 대한 사례를 살펴보고, 그 시사점을 도출하고자 한다.

다섯째, 해외 주요국의 사례 분석과 이에 기반 한 시사점을 바탕으로 4차 산업혁명 시대 방송통신 분야의 발전을 위해 마련되어야 할 정책 의제와 정부혁신 방안에 대해 제언하고자 한다.

본 보고서는 다음과 같이 구성되어 있다.

제2장의 제1절은 4차 산업혁명을 대비하는 해외 주요국들의 방송통신 분야 정책부처 및 규제기구의 최신 정책동향을 살펴보기 위해 다음과 같이 총 9개국의 사례를 분석하였다.

- 미국 FCC의 중장기 전략계획
- 영국 OFCOM 및 DCMS의 정책 동향
- 프랑스 CSA 및 ARCEP의 규제 동향
- 독일 die Medienanstalten의 정책 동향
- 일본 총무성의 정보통신 백서
- 캐나다 CRTC의 3개년 계획 2017-2020
- 호주 DCA 및 ACMA의 Corporate Plan
- 싱가포르 IMDA의 Infocomm Media 2025

- 이탈리아 MSE 및 AGCOM의 정책 동향

제2절에서는 해외 주요국들의 4차 산업혁명 시대 대비 디지털 방송통신 분야의 발전 전략의 핵심 정책의제들을 살펴보기 위해 총 10개국의 사례를 분석하였다.

- 미국 FCC의 8대 이니셔티브
- 영국 DCMS의 UK Digital Strategy 2017
- 프랑스의 디지털공화국을 위한 법률
- 독일의 Digital Strategy 2025 및 High-Tech Strategy 2025
- 일본의 IT 신전략
- 캐나다의 Digital Canada 150 및 Canada's Digital Charter
- 호주의 Tech Future
- 싱가포르의 Smart Nation Singapore
- 이탈리아의 Industria 4.0 및 공공행정의 ICT 추진 3개년 계획
- 스위스의 Digital Switzerland

제3장의 제1절은 4차 산업혁명시대의 핵심 유망 분야로 인식되고 있는 인공지능(AI) 기술과 서비스 활성화를 위한 해외 주요국들의 발전전략과 정책의제 동향을 살펴보기 위해 다음과 같이 총 8개국의 사례를 분석하였다.

- 미국의 American AI Initiative
- 영국의 AI Sector Deal
- 프랑스의 AI for Humanity
- 독일의 AI Strategy
- 일본의 AI Strategy 2019
- 캐나다의 Pan-Canadian Strategy
- 싱가포르의 AI Singapore
- 이탈리아의 AI at the Service of Citizens

제2절에서는 해외 주요국들이 4차 산업혁명시대를 맞이하여 신규 서비스 산업의 기반을 구축하기 위해 주목하고 있는 분야의 발전전략을 살펴보기 위해 다음과 같이 총 7개국의 사례를 분석하였다.

- 미국의 5G FAST Plan
- 영국의 디지털 인프라 구축 및 데이터 산업 활성화
- 프랑스의 블록체인 기술 활성화
- 독일의 신규 서비스 활성화 기반 조성을 위한 제도 정비
- 일본의 Local 5G 확산 전략
- 캐나다의 Innovation Canada
- 싱가포르의 Payment Service Act

제4장의 제1절은 4차 산업혁명시대에서도 여전히 산업적으로, 사회문화적으로 중요한 서비스로 자리매김하고 있는 방송서비스의 공공성 강화를 위해 해외 주요국들의 어떠한 노력을 펼쳐나가고 있는지를 살펴보기 위해 다음과 같이 총 7개국의 사례를 분석하였다.

- 영국 OFCOM의 A New Future for PSB
- 프랑스 문화부의 방송제도 개혁안
- 독일 주미디어청의 방송협약 개정
- 일본 총무성의 방송제도 개혁방안
- 캐나다 CRTC의 시청각콘텐츠 활성화
- 스위스의 미디어 육성법 및 디지털 플랫폼 정책
- 주요국 공영방송 수신료 논쟁 (독일, 프랑스, 일본, 스위스)

한편, 제2절에서는 인터넷의 폭발적인 성장으로 인해 발생하고 있는 다양한 유해물을 규제하기 위해 해외 주요국들은 어떠한 제도적 장치를 강구하고 있는지를 다음 세 가지 현안을 중심으로 구체적인 법제도 정비 사례를 살펴보았다.

- 온라인 유해물 규제
- 허위정보 및 가짜뉴스 규제
- 인플루언서 마케팅 규제

제5장의 제1절은 해외 주요국들이 4차 산업혁명시대를 맞이하여 방송통신 분야의 발전 전략을 추진하는 과정에서 관련되는 다양한 정부부처 간 및 산업계, 학계, 연구계, 전문가 집단들과 어떻게 협력 시스템을 구축해가고 있는지를 살펴보기 위해 다음과 같이 총 6개국의 사례를 분석하였다.

- 미국의 Digital Promise
- 영국의 Digital Skills Partnership
- 일본의 AI Strategy 2019 추진체계
- 캐나다의 인공지능 산학연 네트워크 구축
- 싱가포르의 AI 전략 추진 협력 거버넌스
- 스위스의 연방정부 자문위원회 EMEK

또한, 제2절에서는 각국의 정부기관들이 방송통신 분야의 발전전략과 규제정책을 수립하고, 집행하는 과정에서 다양한 이해관계자들 및 일반 국민들과 어떻게 소통하고, 일반 국민들의 참여를 어떻게 보장하면서 절차적 정당성을 확보하고, 책임성을 강화하는지 살펴보기 위해 다음과 같이 총 6개국의 사례를 분석하였다.

- 미국 FCC의 공공 협의 및 자체 혁신
- 영국 OFCOM의 자체혁신 노력 및 국민 참여
- 프랑스 디지털공화국법 제정의 시민참여
- 캐나다 정부기관의 공공 협의
- 호주의 Client Service Charter
- 스위스 공영방송 운영과 감독에 관한 협력 시스템

끝으로, 제6장의 제1절은 총 10개국의 사례를 분석하고 도출된 시사점을 국가별로 정리하였고, 제2절에서는 해외 주요국 사례분석 및 시사점을 바탕으로 우리나라의 4차 산업혁명 시대 대비 방송통신 분야의 발전을 위한 대응전략과 정부혁신 방안을 제언하였다.

4. 연구의 주요 내용 및 결과

본 보고서는 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 방송통신 분야의 산업 활성화와 서비스의 공공성 강화를 위해 해외 주요국들은 과연 어떠한 내용으로, 어떠한 방식으로 국가적 차원의 대응전략을 추진하고 있는지를 살펴보았다. 이를 바탕으로 우리나라 방송통신의 발전을 위한 대응전략과 이를 추진하기 위한 정부혁신 방안에 대해 다음과 같이 제언하고자 한다.

1) 인터넷 서비스 활성화 및 규제 조화

무엇보다도 방송통신 분야에서 인터넷을 활용하는 미디어와 서비스에 대한 활성화와 규제를 조화하는 정책적 대응이 필요하다. 주요국들의 사례에서도 살펴보았듯이 방송과 통신 분야에서 레거시 서비스를 시장, 이용, 그리고 영향력 측면에서 대체해가고 있는 인터넷 서비스에 대한 활성화 정책을 기본전략으로 채택하면서도 인터넷 서비스에 대한 제도적 정비를 통해 규제의 공백을 메우고, 신규 산업 간 규제의 균형을 맞추어가려는 노력 또한 동시에 진행되어야 한다.

인터넷 서비스를 활성화하면서도 새롭게 발생하고 있는 문제들(규제 불균형, 콘텐츠 유희물 등)을 해결하기 위한 기본전략은 경계의 재설정과 규범체계의 정비에 바탕을 두어야 한다. 먼저, 경계의 재설정이란 현재 우리나라의 방송과 통신을 아우르는 서비스 분류체계를 재정비하는 작업이다. 2000년대 초반 인터넷 융합의 시대가 본격적으로 도래하게 되면서 주요국들(특히 유럽 국가들)은 방송과 통신 분야에 대한 기존의 수직적 서비스 분류체계를 수평적 규제체계로 전환한 반면, 우리나라는 아직도 방송과 통신을 엄격하게 구분하는 수직적 규제체계를 유지하고 있다. 최근에 우리나라도 통신서비스 분류체계를 기간통신서비스와 부가통신서비스로 간소화하고, 기간통신서비스에 대한 규제완화를 단행함으로써 수평적 규제체계가 지향하는 경쟁 활성화 기조를 도입하였다. 하지만, 아직도 방송과 통신 서비스 사이에는 엄격한 구분이 존재하고 있으며, 더욱이 방송서비스 내에서도 수평적 분류체계가 도입되지 못하고 있는 현실이다.

경계의 재설정이 필요하고 중요한 이유는 경계를 어디 지점에 설정하느냐에 따라 경쟁의 지형과 규제의 적용이 달라지기 때문이다. 가령, 기존 유료방송 서비스와 신규 인터넷

동영상 서비스를 하나의 경계 내에 동일한 서비스로 간주하느냐, 아니면 각각 서로 다른 경계를 갖느냐에 따라 시장에서의 경쟁구도가 변하게 되고, 적용되는 규제도 달라진다. 따라서 경계의 재설정 은 단순히 규제관할범을 구분한다는 일차원적인 의미에 그치지 않고, 다양한 서비스들이 규제 불균형으로 인한 차별을 받지 않고 공정한 환경 하에서 경쟁할 수 있는 서비스 활성화의 기반이 되고 동시에 해당 서비스에서 발생되고 있는 각종 부작용에 대한 특화된 규제를 적용하여 개선할 수 있는 규제체계의 전환을 의미한다.

덧붙여, 방송과 통신 서비스에 대한 경계를 재설정하기 위해 다음 두 가지 사항이 반드시 고려되어야 한다. 첫째, 경계의 재설정은 바로 다름 아닌 이용자의 관점에서 시작되어야 한다. 이용자의 관점에 의한 경계의 재설정이야말로 수평적 규제체계의 가장 중요한 기본 토대라고 할 수 있다. 그 이유는 방송망과 통신망이라는 물리적으로 다른 네트워크를 사용한다고 하더라도 제공되는 서비스들이 이용자의 관점에서 동일(유사)하다고 인식된다면 동일한 서비스로 분류해야 한다는 것이 수평적 규제체계의 핵심이기 때문이다. 둘째, 경계의 재설정은 특정 경계 내에 속하는 서비스 군의 존재 가치와 지향 가치를 설정하는 작업과 동시에 병행되어야 한다. 가령, 유럽연합은 수평적 규제체계를 설계하는 과정에서 방송통신 서비스를 크게 네트워크 계층과 콘텐츠 계층으로 구분하고, 네트워크 계층의 서비스에 대해서는 경쟁 활성화를 통한 산업 발전을, 콘텐츠 계층에 대해서는 공공성 강화를 통한 사회문화적 가치 제고를 지향하고 있다. 따라서 경계의 재설정과 경계 내 서비스에 대한 의 가치정립은 디지털로 융합되고 있는 인터넷 시대에 방송과 통신서비스의 산업 활성화와 사회문화적 가치를 제고하는 중요한 축이라고 할 수 있다.

2) 국민의 디지털 역량 및 디지털 윤리 제고

디지털 시대 방송통신 분야 발전을 위한 기본 토대가 되는 일반 국민들의 디지털 역량과 디지털 윤리를 제고하여야 한다. 본 보고서에서도 살펴보았듯이, 주요국들의 디지털 방송통신 발전전략은 관련 서비스와 산업의 활성화를 꾀하면서도 동등한 수준의 비중으로 국민들의 디지털 역량과 디지털 윤리를 제고하는 내용을 핵심적인 의제로 삼고 있다. 주요국의 이같은 정책의제 설정은 세 가지 측면에서 함의를 갖는다.

첫째, 경계의 융합과 혁신의 시대로 대변되는 4차 산업혁명 시대에 방송통신 산업과 문

화의 발전은 결코 정부와 기업의 노력으로만 달성될 수 없다. 이제 더 이상 국민 또는 이용자는 단순히 주어지는 것을 소비하는 수동적인 존재가 아니며, 따라서 많은 분야에서 기발한 상상력과 창의적인 아이디어를 갖춘 일반 대중의 기반이 없는 사회나 국가가 성공하기는 힘들다.

둘째, 방송통신 분야에서 제공되는 대부분의 서비스들이 일반 국민과 이용자들을 “가진 자(digital haves)”와 “가지지 못한 자(digital have-nots)”로 양극화시키는 기제로 작용하고 있다는 점이다. 흔히 디지털 시대에 사회적 자본으로 일컬어지는 신기술과 신규 서비스에 대한 활용능력과 이를 뒷받침하는 경제적 자본을 일정 정도 갖춘 국민과 그렇지 못한 국민의 디지털 격차가 점점 확대되고 있는 추세이다. 뿐만 아니라, 방송통신 서비스들이 일회적으로 비용을 지불하고 이용하는 구매 시스템에서 지속적으로 비용을 투입해야 하는 구독 시스템으로 전환되고 있기 때문에, 경제적으로 취약한 계층의 디지털 격차는 더욱 심화될 수 있다.

셋째, 최근 인류가 경험하고 있는 신기술과 신서비스의 등장과 발전은 그 자체로 인류의 자체적인 노력으로 인한 축복의 산물이긴 하나, 발전의 속도와 범위가 매우 빠르고 광폭적이어서 이에 대한 가치와 규범이 그 속도와 범위를 따라가지 못하는 상황이 종종 발생하고 있다. 그 결과, 새로운 기술과 서비스의 혜택이 때로는 인간의 예측가능성을 벗어나기도 하며, 때로는 악용될 수도 있는 다양한 시나리오에 직면하고 있다. 인공지능의 획기적인 발전과 빠른 속도는 그 대표적인 사례라고 할 수 있다. 따라서 국가적으로, 산업적으로 인공지능 기술의 발전을 대부분의 국가에서 4차 산업혁명의 핵심 발전분야로 성장시키기 위한 다각적인 노력을 기울임과 동시에 인공지능 시대에 필요하고 바람직한 윤리의 정립을 위한 대책도 함께 정비해가고 있는 것이다.

우리나라에서도 2019년 2월, 방송통신위원회가 이용자 보호를 위한 중장기 정책으로 “통신 이용자 보호 종합계획”을 발표한 바 있다. 동 계획은 국민이 중심이 되는 통신 복지를 구현한다는 비전 하에 4대 목표, 8대 전략, 21개 추진과제를 제시한 바 있다. 방송통신위원회의 통신 이용자 보호 종합계획은 이용자 보호, 이용자 역량 및 권리 강화, 이용자 편의 제고, 이용자 보호체계 확립 등 매우 폭넓은 내용의 정책목표와 추진과제를 제시하고 있다. 필자 역시 이같은 이용자 보호 종합계획이 차질없이 추진되어 소기의 목적을 달성할 수 있을 것으로 기대한다. 다만, 방송통신위원회의 이용자 보호 종합계획은 이용자

보호를 거대 주제로 하는 정부의 정책과제의 성격이 강하다.

이에, 본 보고서는 일반 국민의 디지털 역량과 디지털 윤리를 제고하기 위한 또 하나의 방안으로 디지털 융합시대를 반영하는 “이용자의 디지털 권리와 디지털 윤리에 관한 헌장(이용자 헌장)”을 마련할 것으로 제안한다. “이용자 헌장”은 정부가 추진하는 구체적인 정책의제라기보다는 방송통신 서비스를 이용하는 이용자의 권리에 관한 기본 이념을 정립하는 규범적 선언의 성격을 갖는다고 할 수 있다. 본 보고서가 제안하는 “이용자 헌장”의 핵심적인 의미는 이용자를 보호의 대상으로 여기는 소극적인 의미로 접근하지 않고, 이용자를 자신의 권리와 의무를 행사하는 자율적이고 책임있는 주체로서 위상을 정립한다는 데에 있다.

디지털·인터넷 융합시대 미디어 기술과 서비스의 발달은 이용자로서 하여금 더 많은 역량과 책임을 요구하고 있다. 과거의 수동적인 수용자는 미디어 서비스와 콘텐츠가 제공하는 다양한 가치와 내용을 잘 이해하는 독해 능력만을 필요로 하였으나, 다양한 유형의 서비스와 콘텐츠가 늘어나면서 이용자 스스로 합리적 판단을 통해 선택하고 다양한 서비스를 자신에게 유익하게 조합할 수 있는 미디어 리터러시 역량이 요구되고 있다. 따라서 과거의 수동적인 이용자 능력과 권리를 의미하는 서비스와 미디어 리터러시와 이용자 보호 개념은 미디어와 서비스의 선택, 이용, 참여, 생산의 모든 과정에서 주체적으로 참여하고 자신의 권리와 의무를 이행하는 이용자 주권(sovareignty)개념으로 확대되어야 한다.

보다 구체적으로 이용자 주권의 개념은 ① 미디어 서비스를 주체적으로 이용하고 그에 대한 효과와 성과에 대해 책임을 질 수 있는 미디어 역량(competence), ② 서비스의 제반 과정에서 자기 권리를 주장할 수 있는 이용자 권리(right to service)로 구성할 수 있다. 한편, 이용자 주권을 원칙적으로 향유할 수 없는 취약계층에 대한 이용자 보호 정책은 융합 미디어 생태계 환경에서도 지속적으로 추진되어야 함은 당연하다. 수많은 신규 미디어 플랫폼, 디바이스, 콘텐츠에 정상적으로 접근할 수 없는 장애인, 저소득층, 고령층 등에 대한 접근성(access) 제고도 함께 추진되어야 한다. 끝으로, 콘텐츠 측면에서도 소수 취약계층의 관심사와 이해관계를 반영할 수 있는 내용상의 다양성을 제공하는 정책이 필요하다.

3) 방송서비스 활성화 및 공공성 강화

인터넷 동영상 서비스의 확산과 성공으로 최근 들어 올드 미디어 또는 레거시 미디어라고 일컬어지는 방송서비스의 저하된 경쟁력을 회복하고, 공공성을 강화하는 특단의 대책이 필요하다. 본 보고서는 레거시 방송미디어 서비스의 활성화와 공공성 강화를 위해 다음과 같이 세 가지 정책적 제안을 하고자 한다.

첫째, 지상파방송에 대한 경계의 재설정과 규제 차별화 정책이 필요하다. 즉, 다시 말하면, 공영방송과 민영방송의 명확한 구분과 각각의 방송분야에 따른 규제의 차별화를 의미한다. 비록 현실적인 규제 적용의 단계에서 현행 방송규제도 공영방송과 민영방송의 구분하는 제도적 장치가 전혀 없는 것은 아니지만 여전히 지상파방송이라는 대분류에 따라 공영방송과 민영방송에게 동일하거나 비차별적인 공적 책임을 부과하고, 규제를 적용하는 경우가 많다. 따라서 우리나라의 경우, 공영방송과 민영방송을 명확하게 구분하는 정책의 핵심 관건은 ① 모든 지상파방송을 영국과 같이 공공서비스방송으로 범주화하고 지상파방송에 대한 공적 책임을 높은 수준으로 유지할 것인가, ② 현재의 이원적 공영방송(KBS, MBC) 제도를 계속 유지할 것인가, ③ 공영방송이 아닌 민영 지상파방송의 공적 책임의 수준을 대폭 완화할 것인가의 문제로 요약될 수 있다.

둘째, 공영방송의 공공성 강화를 위한 다각적인 정책 마련이 필요하다. 공영방송의 공공성 강화를 위한 첫 번째 정책은 민영방송과는 차별화된 공영방송만의 공적 책무를 명확하게 정립해야 하는 것이다. 이는 앞에서 언급한 바와 같이 공영방송과 민영방송 간에 경계를 재설정하는 작업으로 공영방송의 공적 책무를 강화하는 가장 우선적인 제도적 장치라고도 할 수 있다. 공영방송의 공적 책무를 명확하게 정립하는 방식은 다양할 수 있다. 공영방송만을 위한 별도의 법(공영방송법)을 제정할 수도 있고, 공영방송만을 관리감독하는 별도의 규제기구(공영방송위원회)를 설립할 수도 있고, 공영방송사와 규제기관 간에 공적 책무에 관한 구속력있는 협약서를 작성할 수도 있다.

다만 본 보고서에서는 특정 방식에 대한 결론을 제안하기 보다는 공영방송의 공적 책무를 새롭게 정립하는 작업이 선언적이고 추상적인 범조항이나 규제 가이드라인을 제정하는 것에 그쳐서는 안된다는 점을 강조하고 싶다. 다시 말하면, 공영방송 공적 책무 재정립은 방송프로그램의 제작, 편성, 유통, 소비의 전 과정에서 구체적으로 공영방송사가 해야 할 일과 해서는 안되는 일을 명확하게 제시해주어야 한다. 가령, “공영방송은 방송의 지역성

실현을 위해 노력해야 한다” 가 아닌 “공영방송은 방송의 지역성 실현을 위해 지역프로그램(명확한 정의를 포함)을 최소 몇 시간 이상 제작, 편성해야 한다” 는 방식이어야 한다. 따라서 공영방송의 공적 책무를 재정립하기 위해 변화된 방송환경 하에서 공영방송이 추구해야 할 중요 가치(공정성, 다양성, 지역성, 균형성, 사회통합, 기술혁신 등)를 추출하고, 각각의 가치를 실제 방송에서 구현할 수 있는 명확한 기준이 제시되어야 한다.

공영방송의 공공성 강화를 위한 두 번째 정책은 공영방송의 안정적 재원확보에 관한 것이다. 현재 우리나라의 연간 공영방송 수신료는 3만원으로 주요국들과 비교해도 매우 낮은 수준이다. 구체적으로, 해외 주요국의 연간 공영방송 수신료를 살펴보면, 영국 약 26만원, 일본 약 15만원, 프랑스 약 18만원, 독일 약 28만원 수준이다. 물론, 공영방송 수신료 인상은 공영방송사의 경영 효율화와 공적 책무 강화라는 전제하에서만 가능하다. 또한, 창조세적인 성격을 띠는 수신료 인상에 대한 국민적 부담도 중대한 고려사항이다. 하지만, 최근의 대내외적 방송환경의 변화와 그 속에서 공영방송의 사회적 필요성에 대한 사회적 합의가 마련된다면 공영방송 수신료 인상은 우선순위에서 결코 뒤지지 않는다. 다만, 공영방송의 재원 안정성이 확보된 이후에는 공영방송 콘텐츠의 유료 판매 금지, 광고 금지, 경영 효율화 등 상응하는 조치가 병행되어야 할 것이다.

셋째, 공영방송으로 간주되지 않는 민영 지상파방송과 유료방송 서비스(플랫폼, PP)의 경쟁력 회복을 위한 대책이 마련되어야 한다. 현재의 방송환경을 염두에 둘 때 공적 재원의 혜택을 받지 않으며, 유사한 인터넷 동영상 서비스와 비교하여 높은 수준의 규제를 적용받는 민영 지상파방송과 유료방송 서비스에 대해 융합 환경에 적합한 규제범위와 수준의 재조정이 필요하다. 앞에서도 강조하였지만, 민영 지상파방송과 유료방송 서비스는 거시적인 동영상 서비스 시장에서 인터넷 동영상 서비스와 실제 경쟁하고 있는 방송사업 분야이다. 물론, 경계의 설정 여부에 따라 민영 지상파방송, 유료방송, 인터넷 동영상 서비스의 경쟁 관계가 달라질 수 있겠지만, 최소한 현재의 방송규제의 범위와 수준을 완화하는 정책기조가 도입되어야 한다. 도입 가능한 규제완화의 대표적인 선택지는 소유·경영의 제한규정을 완화하는 것이다. 방송서비스 시장이 소수의 사업자들에 의해 운영되도록 하는 규제된 과점상태가 유지되던 과거에 기초되었던 소유·경영 규제 수준은 대폭 완화될 필요가 있다. 이를 통해 양질의 자본력을 가진 사업자가 방송시장에 진입하여 투자확대 → 서비스 및 품질 제고 → 수익성 제고 → 투자확대라는 선순환적 생태계를 구축해야 한

다. 그밖에 광고시간 1일 총량제, 광고판매 자율화 등을 포함한 광고규제 완화도 레저시 방송서비스의 경쟁력을 회복하는데 중요한 미중물이 될 것으로 판단한다.

4) 4차 산업혁명 시대의 핵심 기술 및 서비스 인공지능 활성화

인공지능 기술혁신과 서비스 활성화를 위한 국가적 차원의 종합적인 발전 전략을 마련해야 한다. 인공지능은 4차 산업혁명을 견인하고 있는 다른 신기술(빅데이터, 클라우드, IoT, 블록체인, 3D 프린팅, 자율주행, 로보틱스, 5G, 가상현실·증강현실·혼합현실 등)과는 달리 타 기술과의 연계성, 다양한 서비스로의 확장성, 혁신적 기술과 윤리적 규범의 상호작용성 등의 측면에서 4차 산업혁명의 시대를 완성하는 가장 통합적인 분야이다. 본 보고서에서도 살펴보았듯이 이미 해외 주요국들도 인공지능 발전을 위한 국가적인 차원의 발전전략을 앞다투어 추진해가고 있다.

우리나라도 2019년 12월에 총 20개에 달하는 정부부처가 참여한 “인공지능(AI) 국가전략”을 발표하여 본격적인 글로벌 AI 경쟁에 참여하게 된 것은 매우 고무적이라고 할 수 있다. 우리나라의 인공지능 발전전략은 “IT 강국을 넘어 AI 강국으로”라는 비전 하에 2030년까지 디지털 경쟁력 세계 3위, 지능화 경제효과 455조원, 삶의 질 세계 10위를 달성한다는 목표를 새우고 있다. 우리나라의 인공지능 국가전략 역시 해외 주요국의 AI 전략들에서 강조하고 있는 주요 내용들 가령, 연구개발 투자, 핵심기술 개발, 인재 양성, 전 국민 교육, 전 산업 생태계 조성, 데이터 개방, 디지털 정부, 윤리 확립 등이 포함되어 있다. 다만, 본 보고서는 AI를 둘러싼 글로벌 경쟁의 현실과 국제 협력의 중요성이라는 시각에서 AI 기술과 서비스에 관한 글로벌 표준을 선점하기 위한 국제 사회에서의 정책담론에 우리나라가 적극적으로 선도적으로 참여할 것을 제안하고자 한다.

그 이유는 첫째, 최근 전 세계적으로 화두가 되고 있는 플랫폼 경제의 맥락에서 인공지능 역시 기술과 서비스가 확산되고 이용되는 과정에서 기술 표준과 플랫폼화의 중요성이 부각될 것으로 전망된다. 우리나라의 다양한 문화 콘텐츠(음악, 게임, 영화, 방송)가 창의성과 품질의 측면에서 세계적으로 인정을 받고 있으면서도 그 성과를 산업적인 차원에서 그대로 잇지 못하는 것도 바로 글로벌 유통 플랫폼의 부재에 기인하는 바가 크다. 인공지능 역시 기술개발의 단계를 지나 대규모 유통과 소비의 단계에 들어서면 글로벌 플랫폼의 중요성이 부각될 것이며, 이는 곧 글로벌 표준을 선점하기 위한 국제사회의 경쟁에서 열

마나 우월한 위치를 차지하는가에 달려있다고 할 수 있다.

둘째, 글로벌 표준과 플랫폼의 선점이라는 이슈는 다른 한편으로 글로벌 규제와 밀접하게 연관되어 있다. 물론, 우리나라도 AI 분야에서 글로벌 규제의 주도권을 잡기 위한 의지의 일환으로 이번 국가전략에서도 글로벌 수준의 윤리체계를 정립한다는 내용을 담고 있다. 하지만, 본 보고서는 글로벌 수준의 인공지능에 관한 윤리체계가 규제체계를 확립한다는 전략으로는 부족하다는 입장이다. 일례로, 현재 국내에서 유통되고 있는 글로벌 인터넷 동영상 서비스(넷플릭스, 유튜브 등)의 확산에 따른 제도 정비를 하는 과정에서 국내법을 적용하지 못해 발생하고 있는 규제의 사각지대, 규제의 역차별, 규제의 실효성 저하는 바로 우리가 글로벌 규제담론을 이끌어가고 있지 못하기 때문이다. 따라서 인공지능 기술과 서비스의 발전을 위한 국가 전략에 글로벌 규제담론에의 적극적인 참여와 선도라는 지향점이 반드시 포함되어야 한다는 점을 강조하고 싶다.

5) 정부 부처 간 공조 시스템 및 관·산·학 협력 시스템 구축

정부부처 간 효율적이고 체계적인 공조 시스템을 더욱 활성화하고, 더 나아가 관·산·학이 각자의 역량을 최대한 투입하면서도 이를 조화하는 협력 시스템을 구축해야 한다. 4차 산업혁명 시대 방송통신 발전을 위한 핵심 키워드는 경계의 융합에 대한 효율적이고 체계적인 국가적 차원의 대응이라고 할 수 있다. 이러한 맥락에서 살펴본 주요국들의 정책 추진체계는 다양한 분야의 정부부처 간 공조 시스템과 관·산·학 협력의 중요성을 다시금 일깨워주고 있다. 현대사회의 고도화로 산업 분야가 한편으로는 더욱 세분화되면서, 다른 한편으로는 상호 연계성이 심화되는 추세를 감안할 때 정부조직을 어떻게 효율적으로 구조화하는가 하는 제도적 방안을 모색하는 것도 중요하지만, 그보다는 연관 정부부처 간 공조 시스템을 어떻게 구축하는가 하는 과제가 더 중요하게 부각되고 있다. 본 보고서에서도 해외 주요국에서 추진 중에 있는 다양한 분야의 국가전략을 살펴보았지만, 그때마다 새로운 정부조직이나 특별 기구를 만들기보다는 특정 부처나 콘트를 타워를 핵심 주축으로 하여 다양한 계위의 정부기관(연관 중앙 정부부처, 지역정부 등)과 산학연 기구들이 체계적으로 참여하는 시스템을 통해 협력하고 있다.

물론, 우리나라도 정부부처 간 공조 시스템과 관·산·학 협력의 사례가 없는 것이 아니며, 성공사례가 없는 것도 아니다. 또한, 해외의 사례들에서도 보듯이 국가전략 프로젝트

트에는 항상 정부부처가 중심이 되어 관·산·학 협력을 추진해나가고 있는 것도 우리의 상황과 크게 다르지 않다. 다만, 본 보고서는 다음 두 가지 사항을 제안하는 것으로 정부 부처 간 공조 시스템과 관·산·학 협력 시스템의 중요성을 강조하고자 한다. 첫째, 특정 분야를 발전시키기 위한 국가 전략을 추진함에 있어 콘트롤 타워(주무 부처, 책임 부처)의 위상과 역할을 좀 더 강화할 필요가 있다. 둘째, 관·산·학 협력 시스템을 기획하고 운영하는 과정에서 산업계와 학계(연구계)의 자율성과 책임성을 더욱 더 높여야 한다.

5. 정책적 활용 내용

본 보고서는 4차 산업혁명시대를 대비하는 해외 주요국들의 방송통신 분야 발전전략과 제도적 대응에 관한 사례를 분석하고, 이를 통해 우리나라 방송통신 분야의 산업 발전, 서비스 활성화, 일반 국민들의 디지털 역량 제고, 새로운 시대에 부합하는 새로운 윤리와 규범의 정립, 방송통신 서비스의 사회문화적 공공성 강화, 방송통신 이용환경의 건전성 제고, 이용자 주권 및 권리 강화 등 다양한 현안들에 대한 정책의제를 개발하고 추진전략을 마련하는데 유익한 시사점을 제공하는 것으로 목적으로 하고 있다. 따라서, 2020년 하반기에 출범하게 되는 제5기 방송통신위원회의 비전과 전략 수립에 필요한 정책방향의 설정과 구체적인 정책방안 마련에 기여할 것이다.

6. 기대효과

우리나라의 방송통신 산업발전 및 사회문화적 공공성 강화를 위해 관련 정부부처들이 제반 정책결정과정에서 다양한 정부기관 간 및 이해관계자, 전문가 집단, 그리고 일반 국민들과 다각적인 방식으로 소통하고, 협력할 수 있는 시스템을 제도적으로나 문화적으로 정착시키는 정부혁신의 성과에도 기여할 수 있을 것으로 기대한다.

제 1 장 서 론

제1절 연구의 필요성

4차 산업혁명으로 일컬어지고 있는 세기적 변화는 특정 산업이나 특정 사회분야에 국한되지 않고, 전 사회적 영역과 국가적 차원의 혁신과 발전의 모멘텀을 제공하고 있다. 이에 세계 경제를 주도하고 있는 주요 선진국들은 4차 산업혁명 시대를 대비하기 위한 국가발전 전략을 매우 발빠르게 추진하고 있다. 미국의 “미국의 혁신을 위한 새로운 전략 (New Strategy for American Innovation)”, 영국의 “경제성장을 위한 계획: 과학과 혁신 (Our Plan for Growth: science and innovation)” 및 “산업전략 백서 (Building our Industrial Strategy White paper)”, 일본의 “재흥전략” 및 “미래투자 전략”, 중국의 “중국제도 2025” 및 “인터넷 플러스 전략” 등은 그 구체적인 사례들이다.¹⁾

해외 주요국들이 추진하고 있는 4차 산업혁명 대응전략을 살펴보면 국가적 차원에서 기술, 사회, 산업의 혁신과 발전이라는 거시적인 접근방법을 취하고 있으며, 따라서 참여 플레이어 또한 정부 간, 산업 간, 학제 간, 그리고 다양한 전문기관과 사회단체 등의 공조를 중시하고 있다.

그럼에도 불구하고 4차 산업혁명을 촉발시키고 있는 촉매제로서 기술혁명의 상당 부분이 기존의 정보통신방송 기술(디지털 기술, 네트워크 기술, 플랫폼 기술, 디바이스 기술 등)과 밀접하게 관련되어 있다. 4차 산업혁명시대에 각광받고 있는 첨단 지능정보기술(사물인터넷, 인공지능, 가상현실, 빅데이터, 클라우드, 5G, 로봇 등)은 그 자체로 정보통신기술(ICT)이 발전, 융합되어 온 결과물들로서 방송통신 서비스의 발전 및 응용과 밀접한 관련이 있기 때문이다. 따라서 국내외를 막론하고 4차 산업혁명을 견인할 핵심 주체로서 방송통신 분야의 주무 부처와 규제기구, 그리고 방송통신 서비스 사업자의 역할이 매우 중

1) 주요국의 4차 산업혁명 대비 국가발전 전략의 구체적인 내용에 대해서는 정보통신정책 연구원 (2018a). 제2장 참조

요할 수 밖에 없다.

다시 말하면, 4차 산업혁명 시대의 핵심으로서 방송통신 분야에서의 산업 활성화, 규제 혁신, 사회적 가치 제고 등을 위한 정책을 개발하고, 집행하는 것은 방송통신 산업의 발전 뿐 아니라 보다 거시적으로 국가적 차원의 4차 산업혁명의 성공적인 실현을 의미하는 것이다. 따라서 4차 산업혁명 시대를 대비하는 국가 정책 아젠다 개발과 집행을 준비함에 있어 주요국들의 거시적인 국가 전략에 대한 사례조사는 물론, 핵심 추진 주체인 방송통신 주무 부처와 규제기구의 핵심 의제를 조사, 분석하는 연구가 매우 중요하고, 필요하다.

또한, 4차 산업혁명의 성공적 수행을 위해서는 기술 혁신, 산업 활성화와 같은 진흥부처의 정책 추진에 대한 연구도 중요하지만, 규제 혁신, 사회적 가치 제고 등과 같은 규제 측면의 아젠다를 점검하는 매우 중요하다. 가령, AI 산업의 활성화를 위해서는 기술개발, 기술응용, 서비스 상용화와 같은 산업진흥 정책과 함께 AI로 인해 발생할 수 있는 부정적 환경을 제어할 수 있는 규제차원의 정책이 함께 균형있게 추진되어야 한다.

다른 한편으로 4차 산업혁명을 위한 국가적 대응의 특성상 다양한 분야의 정부 부처와 산업 이해관계자 및 혁신 전문가들의 공조가 필수적임을 감안할 때, 특히 정부 부처 간 협조 시스템은 물론 사회 전 영역으로부터 혁신적 아이디어가 발굴되고 입안되는 시스템이 존재하는지, 제대로 기능하는지의 여부는 매우 중요하다. 현재 우리나라의 경우 방송통신 분야의 정부 조직체계는 핵심적으로는 과학기술정보통신부, 방송통신위원회, 문화체육관광부로 나누어져 있지만, 보다 넓게는 교육부, 중소벤처기업부, 산업통상자원부, 국토교통부 등과도 중첩되는 분야가 많으며, 거기에 국민이 함께 참여하는 대통령 직속의 4차 산업혁명위원회 등 별도의 추진체계도 운영되고 있다.

따라서 각각의 정부부처와 관련 기관들이 창의성과 다양성을 추구하면서도 경계 영역을 넘는 제반 이슈들에 대한 통합적이고 체계적인 추진체계를 갖추는 것이 병행되어야 한다. 즉, 4차 산업혁명의 모멘텀을 성공적으로 달성하기 위한 정책추진의 효율성과 책임성 강화를 위한 정부 부처 간 공조체계에 대한 주요국의 사례를 벤치마킹하는 것이 필요하다. 또한, 4차 산업혁명시대 방송통신 분야에서 전문성과 창의성을 제공할 수 있는 민간기업, 학계, 연구계, 시민단체 등 각계 분야들의 자원과 역량을 해외 주요국들은 어떻게 결집하고, 추동하고 있는지를 살펴보는 것도 매우 시의적절하고 필요하다.

제2절 연구의 목적 및 구성

1. 연구의 목적

본 보고서의 주요 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 4차 산업혁명을 대비하는 해외 주요국들의 방송통신 분야 정책부처 및 규제기구의 최신 정책동향과 국가적 차원에서 수립된 발전 전략들의 핵심 내용을 분석하고, 그 시사점을 도출하고자 한다.

둘째, 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 해외 주요국들의 신산업 발전 전략과 신규 서비스 활성화 전략의 핵심 내용을 분석하고, 그 시사점을 도출하고자 한다.

셋째, 4차 산업혁명 시대에 해외 주요국들의 방송통신 서비스의 공공성 강화 및 콘텐츠 규제에 관한 최신 정책동향과 핵심 내용을 분석하고, 그 시사점을 도출하고자 한다.

넷째, 4차 산업혁명 대비 해외 주요국들이 방송통신 분야의 산업 발전 및 서비스 활성화를 추진하는 과정에서 다양한 정부기관 간에 어떻게 협력하고, 어떠한 관·산·학 협력 시스템을 구축하고 있는지에 대한 사례를 살펴보고, 그 시사점을 도출하고자 한다.

다섯째, 해외 주요국의 사례 분석과 이에 기반 한 시사점을 바탕으로 4차 산업혁명 시대 방송통신 분야의 발전을 위해 마련되어야 할 정책 의제와 정부혁신 방안에 대해 제언하고자 한다.

2. 연구의 구성

본 보고서는 다음과 같이 구성되어 있다.

제2장의 제1절은 4차 산업혁명을 대비하는 해외 주요국들의 방송통신 분야 정책부처 및 규제기구의 최신 정책동향을 살펴보기 위해 다음과 같이 총 9개국의 사례를 분석하였다.

- 미국 FCC의 중장기 전략계획
- 영국 OFCOM 및 DCMS의 정책 동향
- 프랑스 CSA 및 ARCEP의 규제 동향
- 독일 die Medienanstalten의 정책 동향
- 일본 총무성의 정보통신 백서
- 캐나다 CRTC의 3개년 계획 2017-2020
- 호주 DCA 및 ACMA의 Corporate Plan
- 싱가포르 IMDA의 Infocomm Media 2025
- 이탈리아 MSE 및 AGCOM의 정책 동향

제2절에서는 해외 주요국들의 4차 산업혁명 시대 대비 디지털 방송통신 분야의 발전전략의 핵심 정책의제들을 살펴보기 위해 총 10개국의 사례를 분석하였다.

- 미국 FCC의 8대 이니셔티브
- 영국 DCMS의 UK Digital Strategy 2017
- 프랑스의 디지털공화국을 위한 법률
- 독일의 Digital Strategy 2025 및 High-Tech Strategy 2025
- 일본의 IT 신전략
- 캐나다의 Digital Canada 150 및 Canada's Digital Charter
- 호주의 Tech Future
- 싱가포르의 Smart Nation Singapore
- 이탈리아의 Industria 4.0 및 공공행정의 ICT 추진 3개년 계획
- 스위스의 Digital Switzerland

제3장의 제1절은 4차 산업혁명시대의 핵심 유망 분야로 인식되고 있는 인공지능(AI) 기술과 서비스 활성화를 위한 해외 주요국들의 발전전략과 정책의제 동향을 살펴보기 위해 다음과 같이 총 8개국의 사례를 분석하였다.

- 미국의 American AI Initiative
- 영국의 AI Sector Deal
- 프랑스의 AI for Humanity
- 독일의 AI Strategy
- 일본의 AI Strategy 2019
- 캐나다의 Pan-Canadian Strategy
- 싱가포르의 AI Singapore
- 이탈리아의 AI at the Service of Citizens

제2절에서는 해외 주요국들이 4차 산업혁명시대를 맞이하여 신규 서비스 산업의 기반을 구축하기 위해 주목하고 있는 분야의 발전전략을 살펴보기 위해 다음과 같이 총 7개국의 사례를 분석하였다.

- 미국의 5G FAST Plan
- 영국의 디지털 인프라 구축 및 데이터 산업 활성화
- 프랑스의 블록체인 기술 활성화
- 독일의 신규 서비스 활성화 기반 조성을 위한 제도 정비
- 일본의 Local 5G 확산 전략
- 캐나다의 Innovation Canada
- 싱가포르의 Payment Service Act

제4장의 제1절은 4차 산업혁명시대에서도 여전히 산업적으로, 사회문화적으로 중요한 서비스로 자리매김하고 있는 방송서비스의 공공성 강화를 위해 해외 주요국들의 어떠한 노력을 펼쳐나가고 있는지를 살펴보기 위해 다음과 같이 총 7개국의 사례를 분석하였다.

- 영국 OFCOM의 A New Future for PSB
- 프랑스 문화부의 방송제도 개혁안

- 독일 주미디어청의 방송협약 개정
- 일본 총무성의 방송제도 개혁방안
- 캐나다 CRTC의 시청각콘텐츠 활성화
- 스위스의 미디어 육성법 및 디지털 플랫폼 정책
- 주요국 공영방송 수신료 논쟁 (독일, 프랑스, 일본, 스위스)

한편, 제2절에서는 인터넷의 폭발적인 성장으로 인해 발생하고 있는 다양한 유해물을 규제하기 위해 해외 주요국들은 어떠한 제도적 장치를 강구하고 있는지를 다음 세 가지 현안을 중심으로 구체적인 법제도 정비 사례를 살펴보았다.

- 온라인 유해물 규제
- 허위정보 및 가짜뉴스 규제
- 인플루언서 마케팅 규제

제5장의 제1절은 해외 주요국들이 4차 산업혁명시대를 맞이하여 방송통신 분야의 발전 전략을 추진하는 과정에서 관련되는 다양한 정부부처 간 및 산업계, 학계, 연구계, 전문가 집단들과 어떻게 협력 시스템을 구축해가고 있는지를 살펴보기 위해 다음과 같이 총 6개국의 사례를 분석하였다.

- 미국의 Digital Promise
- 영국의 Digital Skills Partnership
- 일본의 AI Strategy 2019 추진체계
- 캐나다의 인공지능 산학연 네트워크 구축
- 싱가포르의 AI 전략 추진 협력 거버넌스
- 스위스의 연방정부 자문위원회 EMEK

또한, 제2절에서는 각국의 정부기관들이 방송통신 분야의 발전전략과 규제정책을 수립하고, 집행하는 과정에서 다양한 이해관계자들 및 일반 국민들과 어떻게 소통하고, 일반 국민들의 참여를 어떻게 보장하면서 절차적 정당성을 확보하고, 책임성을 강화하는지 살펴보기 위해 다음과 같이 총 6개국의 사례를 분석하였다.

- 미국 FCC의 공공 협의 및 자체 혁신
- 영국 OFCOM의 자체혁신 노력 및 국민 참여
- 프랑스 디지털공화국법 제정의 시민참여
- 캐나다 정부기관의 공공 협의
- 호주의 Client Service Charter
- 스위스 공영방송 운영과 감독에 관한 협력 시스템

끝으로, 제6장의 제1절은 총 10개국의 사례를 분석하고 도출된 시사점을 국가별로 정리하였고, 제2절에서는 해외 주요국 사례분석 및 시사점을 바탕으로 우리나라의 4차 산업혁명 시대 대비 방송통신 분야의 발전을 위한 대응전략과 정부혁신 방안을 제언하였다.

제 2 장 4차 산업혁명 대비 방송통신 발전 비전 및 전략

제1절 방송통신 규제기구 정책동향

1. 미국 FCC의 중장기 전략계획

FCC는 연방수준에서 제기되는 다양한 이슈들에 대해 규제기구로서의 역할을 수행할 뿐 아니라 각종 규제와 규칙을 만드는 입법 기능도 한다. 또한 미국 정보통신정책의 중장기 계획을 수립하는 법적인 권한도 가지고 있다. 이에 따라 FCC는 4-5년 주기로 정보통신방송 정책에 관한 중장기적 전략계획(Strategic Plan)을 발표하고 있다. 2018년에 발표된 FCC “전략계획 2018-2022”은 디지털 시대가 미국 국민들에게 제공할 수 있는 다양한 편익을 극대화하는데 초점이 맞춰져 있다. FCC의 전략계획 2018-2022의 내용을 구체적으로 살펴 보면 다음과 같다.

전략계획 2018-2022는 크게 3대 비전과 4개 전략목표로 구성되어 있다. 3대 비전은 첫째, 선진화된 통신서비스의 혜택을 모든 미국인들이 누릴 수 있도록 민간 기업의 차세대 네트워크 구축, 유지, 개선을 장려하는 규제환경을 만드는 것, 둘째, 및 서비스 도입을 촉진하고 투자와 시장진입을 용이하게 하는 정책을 통해 경쟁적이고, 역동적이며, 혁신적 시장을 조성하며, 셋째, 공익을 촉진하고 장애를 지닌 사람들을 위한 서비스 질을 개선하며 공공 안전을 보호하는 것이다.

그리고 이러한 3대 비전을 바탕으로 4개의 전략목표를 설정하고 있다. 첫째, 디지털 격차 해소에 관한 것으로 FCC는 민간부문이 디지털 격차해소를 주도하는 규제 환경을 만들어야 하고, 민간부문의 인프라 투자가 어려운 경우에 적절한 비용의 광대역통신망 구축과 접근을 위한 효과적이고 효율적인 방법을 마련해야 한다. 둘째, 혁신 촉진에 관한 것으로 FCC는 신기술 및 서비스 도입을 촉진하는 정책을 통해 경쟁적, 역동적, 혁신적 통신시장을 조성해야 하며, FCC의 활동과 규제는 시장현실을 반영하고, 기업이 정신을 고취하며, 경제적 기회를 확대하는 한편 시장진입과 투자 장벽을 제거하도록 해야 한다. 셋째, 소비

자 및 공공 안전의 보호에 관한 것으로 FCC는 원치 않는 사생활 침해형 커뮤니케이션으로부터의 자유를 보장하고, 장애인을 위한 통신서비스의 질을 개선하며, 공공 안전을 보호함으로써 공익을 증진하는 정책들을 개발해야 한다. 넷째, FCC 자체 프로세스 개혁에 관한 내용으로 FCC는 투명성 제고, 의사결정 개선, 합의 형성, 규제부담 감소, 위원회와 일반 공중의 상호작용을 단순화하기 위해 운영과 프로그램을 현대화하고 간소화한다는 세부 비전을 제시하였다. 4개의 전략목표를 구체적으로 달성하기 위한 세부 전략목표는 다음 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 미국 FCC 전략계획 2018-2022의 4개 전략목표에 따른 세부 전략목표

전략목표	세부 전략목표
디지털 격차 해소	<ul style="list-style-type: none"> • 민간부문의 광대역 통신망 투자를 극대화할 수 있는 유연한 규제환경을 조성하여 서비스 제공이 어려운 지역, 농촌지역, 원주민 지역 등 전 미국에 광대역 통신망을 확대하고 디지털 격차를 완화 • 광대역통신망 구축을 위해 보편적 서비스 기금을 개선하여 인프라 투자에 대한 규제부담과 장벽을 완화하고, 광대역 서비스와 기술의 혁신기회를 제공 • 경제학 원칙에 기반 한 정책으로 기업가정신을 촉진하고, 경제적 기회를 확대할 수 있도록 보장함으로써 디지털 격차를 줄이고 모든 미국시민이 디지털시대의 혜택을 누리도록 함 • 주파수 할당, 활용과 관련하여 유연한 시장지향적 정책을 도입하여 디지털 격차를 줄이고, 사업자가 서비스 접근이 어려운 지역의 소비자에게 서비스를 제공할 인센티브를 창출하며, 모바일 연결에 대한 소비자 요구를 충족시키고, 모든 미국인들에게 통신서비스의 편익을 제공
혁신 촉진	<ul style="list-style-type: none"> • 혁신과 투자 장벽을 제거하여 미래 네트워크와 이를 활용하는 혁신적인 신제품과 서비스를 발전 • 가설에 기초한 광범위한 사전 규제를 부과하는 대신 시장에서 발생하는 현실적 문제를 대응하는 선별적 조치 강구
소비자 및 공공 안전의 보호	<ul style="list-style-type: none"> • 적극적으로 소비자 의제를 개발하고 실행하여 장애인 포함 모든 미국인들을 위한 통신서비스를 향상 • 공공안전을 강화하는 정책과 절차를 개발하고 실행

	<ul style="list-style-type: none"> • 폭넓은 범위의 기술을 사용하는 정책을 개발하고 실행하여 전국적으로 공공 안전과 통신 신뢰도를 개선하고 공공안전과 비상통신에 대한 접근을 향상
FCC 프로세스 개혁	<ul style="list-style-type: none"> • FCC운영의 효율성, 효과성, 투명성을 개선 • FCC의 규제 및 운영절차, 중요규제들을 지속적으로 검토하여 업계의 부담을 줄이고 혁신과 일자리 증가를 촉진하는 동시에 법적 목적을 성취 • FCC 미션을 성취하기 위해 위원회의 정보기술, 재정, 문서보전, 시설 및 인적자본 자원들을 효과적으로 관리하고 현대화 • 보편적 서비스 기금 프로그램의 효율적인 관리, 재정적 책임성, 사기, 낭비 및 오용을 감소

출처: FCC (2018a). Strategic Plan 2018-2022에서 발췌하여 재구성.

2. 영국 OFCOM 및 DCMS의 정책 동향

가. OFCOM의 Annual Plan 2019/20

기술 혁신 및 소비자 필요의 변화로 인해 커뮤니케이션 시장에 급격한 변화가 진행되고 있다. 시장 변화의 중요한 특징은 1) 인터넷이 사람들의 생활에 핵심적인 역할을 하면서 많은 혜택을 제공하지만 프라이버시 침해나 유해물 등을 포함한 부정적 측면 역시 증가하고 있다. 2) 온라인 서비스의 증가로 텔레커뮤니케이션 인프라에 대한 투자 역시 확대되어야 한다. 3) 방송의 온라인 이용이 증가하면서 방송 역시 온라인 콘텐츠화하고 있으며 방송사업자들의 디지털 전략이 발전하고 있다. 또한, 전자 상거래의 성장 및 온라인 커뮤니케이션의 확대에 우편량이 감소하고 있다.

이에, OFCOM은 커뮤니케이션과 관련한 시민의 이해를 증진하고, 해당 시장에서 경쟁을 촉진하며, 소비자의 이해를 증진하기 위해 3대 정책 목표를 다음과 같이 설정하였다.

- ① 소비자들을 위해 경쟁을 활성화하고 시장의 효율적인 작동을 확립함.
- ② 소비자들을 위해 표준을 확립하고 품질을 향상함.
- ③ 유해물로부터 소비자 특히 취약계층을 보호함.

위의 3대 정책목표에 따라 OFCOM은 다음 <표 2-2>와 같이 9개의 핵심 정책의제를 설정하고 있다.

<표 2-2> 영국 OFCOM Annual Plan 2019/20의 9대 핵심 정책의제

핵심 정책의제	주요 내용
더 좋은 브로드밴드 및 모바일 네트워크를 위한 투자	<ul style="list-style-type: none"> • 전국의 브로드밴드와 모바일 서비스 강화를 위해 투자를 촉진 • 모든 이들이 브로드밴드 및 모바일 서비스로부터 혜택을 골고루 누릴 수 있도록 함 • 보편적 브로드밴드 서비스, 광섬유 네트워크, 모바일 지역 확대, 주파수 공유(spectrum sharing) 기회 확대, 5G 모바일 서비스 개시 준비 등
소비자를 위한 공정성 강화:	<ul style="list-style-type: none"> • 브로드밴드, 통신, TV가 모든 이용자들, 특히 취약계층에게 공정하게 제공될 수 있도록 함 • 핸드폰 기기 가격 및 서비스 이용 계약 조건 개선, 가격 차별화, 계약 내용 및 요금 공지, 계약 변경 조건, 데이터 이용 가능성, 속도 및 서비스 이용방식 등에 관한 정확한 정보 전달 등
TV와 라디오방송 활성화 및 고품질 콘텐츠 제공	<ul style="list-style-type: none"> • TV와 라디오방송이 고품질 프로그램을 제공할 수 있도록 함 • 공영방송 서비스 평가, 공영방송 서비스의 미래, BBC의 뉴스와 시사 보도물 평가, iplayer 등 BBC의 기능 확대가 BBC의 시장 가치 및 경쟁에 미치는 영향 평가, BBC의 상업 활동 평가 등
온라인 콘텐츠 유해물로부터의 이용자 보호	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자들을 유해한 온라인 콘텐츠로부터 보호하고 시민들이 온라인 콘텐츠를 이용하는 방식에 대한 이해를 제고 • 시민들의 미디어 리터러시 능력을 향상 • 정보심의위원회(Information Commissioner's Office)와 공조하여 유해성에 대한 심화된 이해를 구축하고, 외부 전문가 및 조직과 협조하여 온라인 유해성 및 해결책 강구 • 온라인 유해성과 미디어 리터러시에 대한 국제적 협력 노력
브렉시트 이후 소비자 및 국내 산업의 이해 증진	<ul style="list-style-type: none"> • 브렉시트 이후 영국 소비자 및 커뮤니케이션 영역의 이해를 증진 • 유럽연합과 다각적인 관계를 발전시키고, 동시에 OECD를 포함한 그 외 지역의 국가들과 관계 증진 도모
사이버공격으로부터 안전한	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 네트워크가 사이버 공격 및 범죄로부터 보호되도록 커뮤니케이션 기업들과 협력

네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> 정부 및 국가 사이버안전센터와 산업계와 협력하여 잠재적인 위협을 감시하고 전문적 조언과 안내를 제공 OFCOM은 네트워크 및 정보 시스템 규제 지침(Network and Information Systems (NIS) Regulations) 개선 작업에 착수 DCMS는 안전 및 회복 확보 계획(Security and Resilience Scheme)의 일종인 TBEST(사이버 범죄에 대한 기업 대응 능력 평가) 계획을 완료
다양성과 포용성의 제고	<ul style="list-style-type: none"> OFCOM 내부의 다양성과 포용성을 증진하고, 방송사에도 다양성과 포용성을 제고할 것을 촉구 OFCOM 내부의 다양성과 포용성에 관한 보고서를 발간 젠더와 인종 관련 보수 지급 정도의 평등성 평가 TV와 라디오의 다양성 및 기회 평등성 평가 보고서 발간 BBC의 평등성 평가 보고서 발간 등
우편서비스의 지속성 및 효율성 증대:	<ul style="list-style-type: none"> 우편 이용자들이 지속가능하고 효율적인 서비스를 제공받을 수 있도록 함 로얄 메일의 효율성 평가를 계속하고 우편 이용자들의 필요에 대한 이해를 심화.
규제기구 자체 혁신	<ul style="list-style-type: none"> 다른 규제기관들과의 공조하여 데이터 사용 방식을 개선하고 정보에 대한 접근을 확대 OFCOM의 데이터 분석 기술과 이해를 발전시켜 OFCOM의 방법론과 절차를 향상하고, 취약계층을 보호하기 위해 영국 규제 네트워크(UK Regulators Network)와 협력 온라인 커뮤니케이션 서비스를 지향하는 방식으로 OFCOM 기존 책무와 수행 내용을 평가하고 조정

출처: OFCOM (2019)에서 발췌하여 재구성

나. DCMS의 Annual Report 2018/19

DCMS는 영국의 경제적 성장을 이끌고 삶을 풍요롭게 하며 영국의 세계적 위상을 제고하는 것을 목표로 삼는다. 특히 문화·예술 자원을 보호, 발전시키고 혁신에의 투자를 통해 기업과 시민공동체가 성장할 수 있도록 지원하며, 방문과 투자의 최적지로서 영국을 건설하고자 한다. 아울러 21세기 디지털 환경에서 시민의 삶이 급격하게 변화하고 있음을 감안하여, 디지털 정책의 발전을 통해 미래 시민의 삶에 혜택을 제공해주고자 한다. 또한

사회, 기술, 정치, 경제적인 요소들과 결합된 네 개의 교차적 주제로서, 1)지역분권, 2) 지역, 3) EU 탈퇴, 4)디지털이 제안된다.

DCMS의 2018-19년도 정책의제는 다음의 다섯 가지 영역으로 구성되었다. 1) 생활과 기업의 최적지로서 ‘Global UK’ 발전 촉진. 2) 혁신 경제 부문의 성장 도모, 3) 영국의 디지털 연결성(digital connectivity) 강화, 4) 문화 및 육체적 활동(physical activity)에의 참여 극대화, 5) 안전하고 공정하며 정보와 지식이 충실하게 유통되는 영국 사회 확립이다. 각 의제에 대해 단일 부처 계획(single departmental plan) - 위험(risks) - 완화 조치 - 향후 전망의 네 개 항목이 평가되고 이에 대해 어떠한 신속하고 효율적인 대처가 이뤄졌는지에 대한 검토가 진행되었다 (DCMS, 2019a, p.8).

3. 프랑스 CSA 및 ARCEP의 정책 동향

가. CSA의 시청각미디어서비스 분야 20대 규제 개혁안

프랑스의 시청각 미디어 서비스 방송규제기구 CSA는 2019년 9월, 20대 규제 개혁안을 발표하였다. 동 개혁안은 2018년에 개정된 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침을 2020년 까지 국내법화하기 위한 현실적 필요에 의해서 만들어졌다. 특히 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침 개정에 의해 시청각미디어서비스의 범위가 확대됨에 따라 새롭게 포함된 시청각미디어서비스에 대한 책무를 정립하고자 하는 목적을 중요하게 포함하고 있다. 20대 규제 개혁안의 구체적인 내용을 살펴보면, 다음 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> 프랑스 CSA의 시청각 미디어 서비스 분야 20대 규제 개혁안

분야	규제 개혁의 내용
신규 서비스 통합 규제	<ul style="list-style-type: none"> 동영상공유플랫폼, 소셜네트워크서비스, 실시간 온라인방송플랫폼 등을 포함하는 규제 정책 음악의 다양성 증진을 위한 팟캐스트, 오디오스트리밍 서비스에 대한 별도의 조치
미성년자 보호	<ul style="list-style-type: none"> 미성년자 보호에 필요한 공공정보의 확대(시각적 이미지 등)

	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 등급제, 연령 확인제 도입 • 모든 디바이스와 플랫폼에서 부모에 의한 통제시스템 도입
차별 및 증요유발물 규제	<ul style="list-style-type: none"> • 불법 콘텐츠 신고를 위한 디바이스 접근성 향상 • 시청각서비스 플랫폼과 소셜네트워크 서비스에서 여성에 대한 불평등, 성차별, 선입견을 조장하는 이미지 등을 규제하는 시스템 • 프랑스 사회의 다양성을 반영하는 콘텐츠 편성을 실시간 및 주문형 서비스에도 적용 • 주문형 서비스의 프로그램 접근성 제고(캡션, 수화, 음성표식 등)
창의성 제고	<ul style="list-style-type: none"> • 플랫폼사업자의 재정적 기여 확대 • 문화적 다양성 증진을 위한 추천 알고리즘 투명성 제고 • 창의성 제고를 위한 지원 시스템 다각화
데이터 경제를 위한 규제틀	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램 소비 데이터에 대한 공정한 접근성 확보 • 프로그램 소비를 통해 발생된 수익의 공정한 배분
지상파방송 개혁	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털지상파방송 고도화 지속(ultra HD, 상호작용성, 음질 등) • DAB+ 라디오방송의 보급 지원
공공서비스 방송 개선	<ul style="list-style-type: none"> • CSA와의 협약을 통해 지속가능하고 유연한 목표 정립, 효율성 확보 • 실험연구 및 데이터 프로세싱 등에 관한 공공서비스 책무 강화 • 공영방송에 대한 안정적인 재원 확보
TV 제작 및 편성의무 완화	<ul style="list-style-type: none"> • 극장용 영화의 방송편성 유예기간 완화 • 제작에 관한 의무요건 재정립(제작사와 방송사 간) • 영화제작 투자지부 • 무료채널의 캐치업 TV에서의 영화 편성권 허용
라디오	<ul style="list-style-type: none"> • FM, DAB+ 라디오 허가절차, 허가기간 개선 • 프랑스 음악의 편성 간소화
광고규제	<ul style="list-style-type: none"> • 광고규제의 영향력 분석 • 광고의 새로운 금지분야 신설 필요성 검토
반집중 대책 제설계	<ul style="list-style-type: none"> • 전통 미디어사업자의 혁신적인 발전전략 강구와 글로벌 미디어로의 전환을 가능하게 하면서도 다양성을 조화롭게 하는 대책 강구
유통업자에 대한 개념 재정립	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 디지털 플랫폼(동영상공유플랫폼, 소셜미디어, 저장용 애플리케이션 등)으로부터의 경쟁압력을 고려하는 시청각미디어서비스 유통의 법적 규제틀 명확화
제작과 유통	<ul style="list-style-type: none"> • 무료 TV채널에 대한 접근성 확보를 위한 CSA의 지속적인 감독

	<ul style="list-style-type: none"> • 수익분배 과정에서의 분쟁과 조정을 위한 기준 마련
규제의 원칙 명확화	<ul style="list-style-type: none"> • 규제의 원칙과 임무에 관한 정의 재조명 • 규제의 유연성 제고를 위한 법의 적용 활성화
법의 유연한 적용	<ul style="list-style-type: none"> • 중재 및 분쟁조정 절차, 실용적인 가이드 등을 통한 CSA의 역할 명시
협력규제	<ul style="list-style-type: none"> • 현장의 경험을 적극 활용하는 규제의 실용성 제고 • 사업자 자율적 규제기구에 의한 규제 장려
참여규제	<ul style="list-style-type: none"> • 개방적이고 참여적인 규제원칙 확립 • 공공협의 과정 중시 • 개방적이고 참여적인 평가시스템 마련
미디어 교육 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 각급 학교 및 대학교에 미디어 인식제고 교육 강화 • 방송, 동영상공유플랫폼, 소셜네트워크서비스 사업자와 공동으로 미디어 교육에 관한 주기적인 협의 실시 • 일반 대중과 CSA와의 소통 및 캠페인 등 강화
CSA의 조사권한 강화	<ul style="list-style-type: none"> • CSA의 정보제출 요구권 강화 • CSA의 현장조사권 강화 • 단, CSA의 사업자 비밀정보에 관한 집행권은 제한
규제기관 간 협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 규제기관들 간에 다양한 정보자원 공유 및 협력 강화 • 공동주체에 관한 공동연구 강화 • 경계영역적 주제에 관한 규제기관들 간 의견요청, 상호감독 등 협력 강화

출처: CSA (2019)에서 발췌하여 재구성.

나. ARCEP의 12대 핵심 전략

프랑스의 통신분야 규제를 담당하고 있는 통신규제위원회(ARCEP)는 2004년 제정된 전자커뮤니케이션법을 통해 현재의 조직과 업무가 정립되었다. 특히 2004년에 모든 케이블 망 사업에 대한 규제가 ARCEP으로 이관됨으로써 기존의 통신 영역과 우편 영역은 물론, 지상파 방송을 제외한 대부분의 방송통신 및 융합 영역에 대한 서비스 규제를 사실상 담당하고 있다. 이와 더불어, 2017년 직제 개편 과정에서 그동안 문화부의 주요한 업무였던 신문 공동배급제 관련 정책들이 ARCEP으로 이관되기도 하였다(이는 인쇄신문의 배급이

사실상 우편을 통해 이루어지는 현실을 반영한 조치이다).

ARCEP은 프랑스에서 통신산업 영역 전반에 걸친 규제 업무를 담당하는데, 모든 통신 사업자들에 대해 보편적으로 적용되는 규제 조항들에 대한 감독 업무와 함께, 시장 상황에 대한 분석에 따른 비대칭적 규제를 통해 적절한 경쟁이 보장된 시장질서의 확립이라는 적극적인 업무가 함께 포함된다. 더불어 국가 차원에서 추진되고 있는 3대 디지털 정책 어젠다인 망중립성(La neutralité du net), 모바일 커버리지의 확장(La couverture mobile) 및 유선 인터넷 고속화 및 초고속화(La couverture internet fixe à haut et très haut débit)를 이끌어가는 중요한 역할을 수행하고 있다.

ARCEP의 지난 2015년 6월에 발표한 “ARCEP의 축 (l'Arcep pivoté)”이라는 이름의 12대 핵심 전략 목표에 대해 간략히 살펴보기로 한다. 이 전략 목표는 2016년 1월부터 본격적인 실행에 돌입하였으며, 2019년 12월 현재 총 12개 분야에서의 정책 성취도를 점검해 볼 수 있다. 주요 정책 이슈는 아래와 같다 (ARCEP, 2019).

- ① 통신망 고도화
- ② 인터넷 중립성
- ③ 커버리지 지도 : 모바일 커버리지 관련 공개 데이터의 확충
- ④ 소비자 플랫폼 : 소비자들이 사업자들에게 제기하는 질문들을 알려주는 플랫폼 구축
- ⑤ 사물인터넷
- ⑥ 모바일 인프라 : 도시 및 농촌 지역에서의 커버리지 향상을 위한 모바일 인프라 구축
- ⑦ 신뢰 : 사업자들의 다양한 서비스에 대한 실명제도 (이메일, VPN 등)
- ⑧ 집단 지성(intelligence collective)
- ⑨ 오픈 데이터
- ⑩ 클라우드소싱

4. 독일 die Medienanstalten의 정책 동향

독일의 방송은 연방(Bund)의 관할이 아닌 주의 소관(Ländersache)이다. 이에 따라 대부분의 주는 주 방송법(Landesmediengesetz)에 따라 방송에 대한 규율을 한다. 연방 차원에서 통일적인 방송규제와 규제집행의 실효성을 높이기 위해 16개 주들이 모이는 주 규제기관 협의체(Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland)가 창설되었고 이를 die Medienanstalten이라고 한다.

주 규제기관 협의체는 2019년 중점 의제로 미디어의 미래에 있어 공정한 규제에 두었다. 특히 그 중에서 알고리즘, 인공지능, 신유형 광고, 소셜봇을 주요 의제로 삼았다. 해당 주제를 핵심 의제로 삼은 목적은 서비스 제공자의 투명성과 국민의 인식 제고이다. 음성인식 비서가 점차 시장에서 상당한 지위를 차지하고, 특히 음성인식 비서를 통해 미디어콘텐츠에 대한 접근과 미디어콘텐츠 큐레이션에 영향을 미치게 되면서, 이에 대한 적절한 규제의 요구가 늘어가고 있다. 이에 알고리즘 기반의 미래를 현대적 규제에 맞서는 것에 대해 중요하게 생각하고 있다.

알고리즘, 인공지능, 및 소셜봇과 관련하여, 이미 오래전부터 우리 일상에 영향을 미치고 있음에도 불구하고 국민들이 이를 제대로 인식하지 못하고 있을 뿐 아니라, 서비스 제공자들도 투명성 제공을 결여하고 있다고 평가하고 있다. 이에 2019년에는 이와 관련한 연구를 심화하고자 하는 계획을 수립하였다.

콘텐츠와 이용자를 중개하는 것으로 영향을 미치는 페이스북 및 구글과 같은 인터넷플랫폼(Intermediärsregulierung)은 콘텐츠의 선택, 배열, 및 큐레이션을 통해 의견형성의 다양성과 미디어 다양성에 영향을 미친다. 현재 방송협약 개정안 제53조d에 따르면, 이러한 미디어 인터넷플랫폼(Medieninternetmediar)에 대하여 의견다양성을 보장하기 위해 콘텐츠의 미디어 인터넷플랫폼에 대한 접근 및 그 콘텐츠의 소재(所在)에 대한 결정 기준에 대한 정보, 콘텐츠의 aggregation, 선정 및 큐레이션(presentation) 기준과 그 비중, 그리고 이에 활용되는 알고리즘의 작동방식에 대한 정보 등을 이해할 수 있는 알기쉬운 언어로 제공할 의무가 규정되어 있다. 이때 이 정보를 쉽게 인식할 수 있고, 직접 접근할 수 있으며, 언제나 확인할 수 있도록 유지해야 한다. 개정안 제53조e에 따르면, 의견의 다양성을 보장하기 위해, 미디어 인터넷플랫폼은 잠재적이라도 자신이 영향력을 행사할 수 있는 저널리

증적 성격(journalistisch-redaktionell)²⁾을 갖는 콘텐츠를 직접적으로나 간접적으로 접근할 수 없도록 저지해서는 안 되며, 정당한 사유 없이 차별적으로 취급해서도 안 된다. 이때 차별이 존재하는 경우란, 특정 콘텐츠에 유리하거나 불리하게 콘텐츠의 aggregation, 선정 및 큐레이션(presentation)에 대한 일반적인 기준(앞서 언급한 개정안 제53조4)과 다르게 의도적으로 목적적으로 운용하게 될 경우를 의미한다. 이러한 규제적 접근 방식은 유럽에서 유일할 것으로 예상된다(MA HSH 홈페이지에서 인용). 이러한 규제의 소관은 주 미디어 규제당국이다.

음성인식비서와 새로운 인터페이스에 대한 노출가능성과 관련하여, 방송콘텐츠와 방송 유사 텔레미디어는 비차별적으로 음성인식비서 및 인터페이스에 접근할 수 있어야 하며, 차별적이지 않게 노출될 수 있어야 한다.

신유형 광고와 관련하여, 민영방송사업자는 광고수입에 의존한다. 독일에서는 OTT 서비스인 아마존 프라임에서 독점 공급한 Pastewka라는 TV 시리즈물에서 은밀하게 메시지를 전달하는 광고(Schleichwerbung) - 드라마 전개와 무관한 Media Markt 상표노출과 언급³⁾ - 가 문제된 바 있다(Spiegel, 2019). 바이에른 주 미디어청은 이를 이유로 아마존 프라임 비디오에서 문제되는 “Das Lied von Hals und Nase” 라는 타이틀의 에피소드 8을 스트리밍 할 수 없도록 금지시켰고, 아마존 프라임은 이에 대해 행정소송을 제기하였으나, 당사자가 합의로 소가 취하된 바 있다. 주 미디어청은 이에 대한 관할권이 명확하지 않더라도 사용자 보호를 위해 개입해야 할 필요성이 있음을 자각하는 계기였다고 밝히고 있다. 2019년에는 스트리밍 서비스 또는 SNS가 소비자 보호와 미디어 공정경쟁의 관점에서 신유형 광고 및 그 규제여부·방법과 관련하여 화두가 될 것으로 전망되었다⁴⁾.

- 2) 해설 없는 live web cam은 저널리즘적 성격이 없지만, 여러 카메라를 투입하는 것, 카메라 촬영 기법을 활용하여 특정 장면을 선택하거나, 어떠한 사건의 경과에 대해 해설을 하는 것은 저널리즘적 성격이 있는 것을 보아야 한다.
- 3) 주인공이 자신의 캠핑카를 Media Markt 주차장에 주차시키고, 그곳에서 Game of Throne이라는 게임에 빠지는 장면이었다.
- 4) Fachkräfteportal (2019)에서 발췌하여 재구성.

5. 일본 총무성의 정보통신 백서

일본 총무성이 2018년에 발표한 “정보통신 백서(Information and Communications in Japan: White Paper 2018)” 는 일본 방송통신 분야의 핵심 정책의제를 잘 보여주고 있다. 동 백서에 따르면 X-tech로 명칭되고 있는 ICT 기술은 신산업의 가치를 창출하고, 생산성을 향상시키고 동시에 기업과 사회의 조직구조 개선 및 사회적 참여를 제고하는 추동력이 될 것으로 전망하고 있다. 따라서 백서는 이를 달성하기 위해 총 10개의 분야별 핵심 정책의제를 제시하고 있는데, 그 내용을 살펴보면 다음 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> 일본 총무성 정보통신 백서 2018의 10대 핵심 정책의제

정책 의제	주요 내용
종합적인 국가전략 추진	<ul style="list-style-type: none"> ■ ICT 종합전략 추진 • ICT를 일본 사회 전 분야에 도입 (2020 도쿄 올림픽 연계) • Society 5.0 실현을 위한 새로운 ICT 정책 마련 • 국민이 협력하는 정보통신 정책 추진 • IoT 활용, 오픈 데이터, AI 네트워킹 촉진 • 개인인증카드 활용 촉진
통신서비스 정책	<ul style="list-style-type: none"> ■ 공정경쟁 촉진 • 유선전화망의 IP망으로의 점진적 전환 • 무선전화 서비스 활성화 • IP망에서의 공정경쟁 환경 보장 • 통신서비스 분쟁 조정 ■ 안전한 통신서비스 이용환경 • 소비자 보호를 위한 다양한 조치 강구 • 이용자 정보의 올바른 처리
무선라디오 정책	<ul style="list-style-type: none"> ■ 효율적인 무선주파수 이용 촉진 • 무선주파수 이용의 효율성 제고를 위한 연구개발 • 무선주파수 시스템의 해외진출 장려 ■ 무선주파수 이용의 고도화 및 다각화 • 5G 실현을 위한 노력 • 지능교통시스템 활성화 ■ 무선주파수 이용환경 구축

	<ul style="list-style-type: none"> 인체 및 환경에 해로운 전자기파에 대한 대응 인체 및 환경에 해로운 전자기파 인터페이스에 대한 대응
방송서비스 정책	<ul style="list-style-type: none"> ■ 방송콘텐츠 유통 촉진 • 방송콘텐츠의 해외 진출 장려 ■ 방송서비스 고도화 • 4K, 8K 서비스 추진 • 케이블TV 고도화 추진 • 브랜드를 활용하는 방송서비스
사이버보안 정책	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사이버보안 대책에 관한 정부계획 점검 • the Cybersecurity Strategic Headquarters, Cybersecurity Task Force 등 ■ 사이버보안 정책 강화 • 기관, 기업 등 조직 차원의 사이버보안 대책 • 개인 차원의 사이버보안 대책 • IoT의 사이버보안 대책
ICT 이용 및 응용	<ul style="list-style-type: none"> ■ ICT를 교육, 의료 등 다양한 분야에 응용 • the Smart School Platform Demonstration Project 추진 (2017) • 의료분야 기관 간에 클라우드 기술을 활용한 의료정보 공유 및 활용 • AI를 활용한 의료데이터 시스템 구축 ■ 원격근무 활성화 ■ ICT 인프라를 활용한 지역 발전 • 스마트시티, WiFi, 지역 전문가 지원 시스템 등 ■ 일상생활에서 ICT를 통한 혜택 향유 • 고령자, 장애인을 위한 ICT 지원 • 교육콘텐츠 지원 • ICT 리터러시 제고 등
ICT 연구개발	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회 전 분야에 첨단 ICT 실현을 위한 연구와 개발 • 차세대 AI 기술에 대한 연구개발 • IoT 플랫폼 기술에 대한 연구개발 • 차세대 광섬유 네트워크 기술에 대한 연구개발 • 다중언어 기반 번역기술에 대한 연구개발 • 연구결과의 공공활용 촉진을 위한 테스트베드 구축 ■ 창조적 혁신을 위한 펀드 프로그램 • Strategic Information and Communications R&D Promotion Programme • ICT Innovation Creation Challenge Program • <i>Inno</i>-vation Program ■ 공공의 목적을 위한 ICT 인프라 확충

	<ul style="list-style-type: none"> • 재해방지를 위한 방송통신 인프라 연구개발 강화 • 미래형 네트워크 인프라를 위한 스타터 그룹
국제적 차원의 ICT 전략	<ul style="list-style-type: none"> ■ 국제 사회에서의 주도권 확보를 위한 우선 추진 분야 • 일본 ICT 기술의 해외 공략(표준화, 협력주도 등) • 일본 방식의 디지털 TV방송 해외 확대(ISDB-T) ■ 글로벌 규제 및 정책 프레임워크 리드 • G7/G20, APEC, APT, ASEAN, ITU, UN, IGF, WTO, OECD 등 글로벌 사회에서의 ICT 다자간 정책과 규제의 담판을 주도
공공행정 및 재해방재	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전자정부 활성화 • 광역단위의 정보 플랫폼 도입 및 활성화 • 지역 정부의 클라우드 기술 활성화 • 시민기반의 전자정부 인프라 확충 및 공공행정의 효율화 제고 ■ 재해방재를 위한 정보화 촉진 • 화재 및 재난 방지용 통신망 발전 • 비상통신망 확보 • 안정적인 전국적 경계시스템(J-Alert) 활용 • 그외 ICT 기술을 통한 재해방지책 확대
우편 서비스	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일본의 우편 인프라 및 시스템의 국제적 확산 ■ 송달(correspondence delivery) 비즈니스 활성화

출처: MIC (2018). pp. 77-90에서 발췌하여 재구성.

6. 캐나다 CRTC의 3개년 계획 2017-2020

캐나다 방송통신 분야 연방규제기구인 CRTC는 위원회의 정책 목표와 핵심 활동을 정리한 3개년 계획안 보고서를 2012년 이후 발표해왔다. 이 보고서의 일차적 목적은 일반 공중, 업계 및 기타 이해당사자들이 CRTC 정책결정과정에서 참여하는데 필요한 정보를 제공하는데 있다. 캐나다 국민을 커뮤니케이션 시스템의 중심에 위치시킴으로써 공익에 복무한다는 임무가 CRTC에게 부여된 권한의 핵심이기 때문에 이해당사자들에게 위원회의 정책 목표와 활동들을 상세히 알리려는 것이다.

2017년에 발표된 CRTC의 “Three-Year Plan 2017-2020” 계획은 CRTC의 전략프레임워크라는 틀 속에서 구체화되어 있다. 이 프레임워크는 캐나다 국민들에게 세계 최고 수준

(world-class)의 커뮤니케이션시스템에 대한 접근을 보장 한다는 상위 목표와 세 개의 세부적인 목표(three pillars)으로 구성되어 있다. 이 3개의 목표는 각각 창조하다(create), 연결하다(connect) 보호하다(protect)로 표현된다. 그리고 상위 목표와 세 개의 목표를 떠받치는 토대는 CRTC의 조직운영의 탁월성이다. CRTC는 위원회의 절차, 메카니즘과 구조를 지속적으로 개선해야 하며, 이를 통해 강한 윤리의식, 공적 책무성, 비용 효율적 고객 서비스와 가치에 대한 헌신이 드러나는 효과적이고 효율적인 경영관행을 수립해야 한다고 역설한다.

첫 번째 상위목표인 창조하다(Create)와 관련하여 CRTC는 풍부한 캐나다 콘텐츠가 창조되고 다양한 플랫폼을 통해 캐나다 국민들에게 이용 가능하도록 해야 한다. 다양한 정책적 조치들을 통해 캐나다인들의 사상, 의견과 예술적 창조성을 드러내는 다양한 엔터테인먼트와 뉴스 프로그램들을 제작하도록 장려하고, 이를 통해 민주적이고 문화적 삶에 참여하는 국민의 역량을 강화해야 한다.

두 번째 상위목표인 연결하다(Connect)와 관련하여 CRTC는 캐나다 국민들이 적절한 가격에 이용가능하고, 혁신적이며 질 높은 커뮤니케이션 서비스에 연결되도록 보장해야 한다. 특히 전화, 인터넷 액세스, 무선 및 광대역 유통 서비스 제공자에 대한 다양한 선택권이 장애인을 포함한 모든 시민들에게 보장되고, 이를 통해 디지털 경제에 참여할 수 있는 수단과 도구들이 모든 캐나다인에게 제공되어야 한다.

세 번째 상위목표인 보호하다(Protect)와 관련하여 CRTC는 모든 캐나다 국민이 원치 않는 커뮤니케이션으로부터의 보호를 포함해, 자신의 안전을 강화할 정보와 서비스를 이용할 수 있도록 보장해야 한다. 동시에 9-1-1과 공공경보시스템 같은 긴급커뮤니케이션 서비스를 국민 모두가 이용할 수 있도록 법과 규제를 운용, 실행해야 한다. 또한 원치 않는 상업 커뮤니케이션과 관련된 규칙과 규제를 통해 소비자 보호와 프라이버시를 강화해야 한다. 상위목표를 달성하기 위한 세부적인 핵심목표와 추진정책은 다음 <표 2-5>와 같다.

<표 2-5> 캐나다 CRTC 3개년 계획(2017-2020)의 정책목표 및 추진정책

상위 목표	핵심 목표 및 추진 정책
창조하다 (Create)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 핵심 목표 • 질 높은 캐나다 콘텐츠 • 다양한 캐나다 콘텐츠 • 흥미진진한(compelling) 캐나다 콘텐츠 ■ 추진 정책 • 공영방송 CBC의 영어 및 프랑스어 TV/라디오 서비스 • 장르 보호 • 커뮤니티 및 로컬 TV • 캐나다 콘텐츠 규제 • 인증독립제작기금(Certified Independent Production Funds) • 문화다양성 정책 • 토착민 라디오 정책 • 공식언어법(Official Languages Act) 7조에 따른 의무 • 시청률조사 등
연결하다 (Connect)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전략 목표 • 질 높고 알맞은 가격의 커뮤니케이션 서비스 • 서비스 제공자 선택권 • 새롭고 혁신적 커뮤니케이션 서비스에 대한 접근 ■ 추진 정책 • 광대역 프로그램 편딩 프레임워크 • 로컬음성서비스 교차보조 • 요금상한제 및 로컬음성서비스요금 승인유예 제도 • 광대역 통신망 성능 측정 • 차등가격제 관행 • 도매 모바일 무선서비스(로밍) • 도매 초고속 액세스 서비스 가격 • 상호접속 프레임워크 • 경쟁자 서비스품질(competitor QoS) • BDU(Broadcasting Distribution Undertaking)면허 • 정확한 영어생방송 자막을 위한 품질기준 검토 • 장애인 역량강화 • 수화방송(Video Relay Service) • 메시지 릴레이 서비스(Message Relay Service)

보호하다 (Protect)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 전략 목표 • 긴급 커뮤니케이션 서비스에 대한 접근 • 원치 않는 상업 커뮤니케이션으로부터의 보호 • 정보, 인식과 지식을 통한 역량강화 ■ 추진 정책 • 차세대 911 서비스 • 원치 않는 불법 통신 • 광고전화사절 리스트 • 방송사 긴급경보 • 무선 공공경보 시스템 • 통신서비스 소비자불만 처리위원회
-------------------	--

출처 : CRTC (2017)에서 발췌하여 재구성.

7. 호주 DCA 및 ACMA의 Corporate Plan

가. DCA의 Corporate Plan 2019/20

호주의 DCA(Department of Communications and the Arts)는 2019-2020년 통합 계획을 발표했다. 동 보고서에 따르면, DCA가 추구하고자 하는 정책들은 궁극적으로 ‘연결성-창의성-문화(connectivity-creativity-culture)’ 실현이라는 가치를 지향한다. 첫째, 연결성은 포용적이고 지속가능한 경제를 위해 모든 호주 시민이 효과적인 커뮤니케이션 서비스와 테크놀로지에 연결됨을 의미한다. 다양한 인종의 조화와 통합을 증시하는 호주 정부에게 커뮤니케이션은 모든 국가 과제들을 구현하기 위한 가장 중요한 수단이 된다. 따라서 먼 거리에 위치한 주변부 지역을 포함하여, 모든 호주 시민들이 고품질의 커뮤니케이션 서비스에 접속할 수 있도록 인프라스트럭처에 투자하는 일이 근간을 이룬다. 또한, 모든 호주 시민들이 연결성의 혜택을 얻을 수 있도록 한다. 아울러 호주 시민들의 온라인 안전을 보장하는 일 또한 중요시된다. 이를 통해 모든 시민들이 다양한 창의 및 문화 경험에 접근 및 참여 기회를 얻도록 한다.

둘째, 창의성은 호주의 창의 영역의 포용과 성장을 지원하는 것을 의미한다. 이에 따라

호주 정부는 커뮤니케이션 영역의 투자와 혁신을 제고하고, 국제적인 경쟁력을 높이며, 이용자와 기업의 필요를 충족할 수 있도록 한다. 또한 지속가능하고 혁신적인 창의 및 문화 영역으로 성장할 수 있도록 한다.

셋째, 문화는 호주의 콘텐츠와 문화를 촉진하는 것을 말한다. 호주 정부의 콘텐츠 및 미디어 정책은 영상 콘텐츠에 대한 적합한 정보를 이용자들에게 제공하고 제작자, 산업, 이용자들을 지원한다. 모든 이들이 호주 콘텐츠와 미디어의 커뮤니케이션, 창의 및 문화적 혜택을 누릴 수 있도록 한다.

이와 같은 가치의 실현을 위해 호주 DCA는 향후 4년간 추진될 핵심 11대 의제를 다음과 같이 정립하였다.

- ① 테러 위협과 온라인 극단적 폭력의 위협을 근절하기 위한 온라인 안전 증진 (예방, 투명성, 저지, 추적, 제거의 다섯 축으로 구성)
- ② 온라인 안전 구조를 강화하기 위해 국제적인 공동체, 테크놀로지 기업, 소셜미디어 플랫폼을 포함한 주요 기관 및 조직들과 협력
- ③ 온라인 안전 연구 프로그램과 초기 온라인 프로그램 등 어린이 온라인 안전 조치를 적극화하고 온라인 안전 관련 법안을 정비
- ④ NBN(National Broadband Network)을 혁신하고 NBN에 대한 공적 투자를 안정화하여 고수준의 브로드밴드 이용을 발전시킨다. NBN은 국가 기업으로 호주 브로드밴드의 건설 및 운영을 책임
- ⑤ 5G의 도입을 촉진
- ⑥ 지역적 연결 프로그램을 구축하고 모바일 블랙 스팟 프로그램(Mobile Black Spot Program)을 지속
- ⑦ 등급 구분, 미디어, 저작권, 스펙트럼, 보편적 서비스 보장을 비롯한, 호주 정부의 개혁 쟁점을 지속적으로 도입하여 적극적으로 추진
- ⑧ 정책과 규제의 틀이 환경 변화를 반영하고 이용자 집단의 기대를 충족하며, 공의 보호 및 공공 안전을 지키고 투자를 촉진하여 국제적 경쟁력을 증진하고 국익을 증진
- ⑨ 지속가능성, 다양성, 호주의 문화 및 창의 영역의 생산성, 성장, 혁신을 고양한다. 이는 호주 원주민들의 예술과 문화, 호주의 문학, 공연 및 시각 예술, 호주 영화 제작,

국립 기록물 기관에 대한 지원을 포함

⑩ 라이브 뮤직 오스트리아(Live Music Austria)를 포함한 호주의 음악 산업 발전을 촉진

⑪ 국립 예술 및 장애인 전략 방안(National Arts and Disability Strategy)을 갱신

한편, 위의 핵심의제를 수행하기 위한 방법론은 첫째, 전략적 제언과 정책의 증진으로 DCA는 넓은 지역에 흩어져 있는 지역 공동체를 포함하여 커뮤니케이션과 예술에 관련된 쟁점들에 관련된 문제들에 대해 최선의 선택과 정책을 제언한다. 이 제언은 연구, 관련자 자문, 해당 영역 발전 및 국내외의 시장 경향에 관한 비판적인 분석에 기반을 둔 것이어야 한다. 둘째, 효율적인 프로그램을 마련하고, 이를 지원(effective programs and grants management)하는 것이다. 셋째, 규제와 관리를 더 효과적이고 효율적으로 관리하고 실행한다. DCA는 커뮤니케이션, 사이버 안전, 예술 부처, 지역 서비스 부처 및 지역 정부가 책무를 잘 수행할 수 있도록 지원한다. 넷째, 협력적 참여로 정부 관련 부처, 국제 조직, 산업, 연구 기관, 커뮤니티와 협력하여 혁신적인 방안을 마련하고 그러한 방안들이 커뮤니티의 필요를 충족시킬 수 있게 집행될 수 있도록 한다. 다양한 이해관계 집단들과 적극적으로 참여하여, 쟁점과 문제점을 파악하고 다양한 관점 및 의견들을 포용한다.

DCA는 앞에서 설명한 핵심 가치와 핵심 의제를 보다 구체적으로 달성하기 위해 인프라, 소비자, 시장, 콘텐츠, 예술 등 다섯 개 영역에서 수행할 실행 전략을 다음 <표 2-6>과 같이 제시하고 있다.

<표 2-6> 호주 DCA Corporate Plan 2019/20의 핵심 정책의제 실행 전략

영역	실행 전략
인프라	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지속가능하고 경쟁력 있는 발전을 위해 방송통신 인프라 투자를 제고 • NBN 정책을 포함한 브로드밴드 정책 제공 • 호주 전 지역을 대상으로 텔레커뮤니케이션 정책과 프로그램을 촉진 (Mobile Black Spot Program, Regional Connectivity Program 등)
소비자	<ul style="list-style-type: none"> ■ 효과적으로 브로드밴드로의 전환이 이루어지고, 소비자 보호/안전을 보장하여 신뢰할 수 있는 디지털 환경에서 이용자들이 안전하게 상호 작용할 수 있도록 지원 • NBN으로의 원활한 이행, 서비스 제공의 연속성, 긍정적인 이용 경험을

	<ul style="list-style-type: none"> 위해 산업 및 규제자와 협력 • 음성 및 브로드밴드 서비스의 양 영역에서 보편적 서비스 책무를 완수 • 소비자 안전을 촉진 • 장애인을 포함하여 모든 이들의 서비스 접근성 제고 • 보편적 서비스 책무, 내셔널 릴레이 서비스, 트리플 제로 등에 대한 핵심 계약 이행 정도를 관리
시장	<ul style="list-style-type: none"> ■ 성장과 혁신을 독려하기 위해 효과적인 정책적 기틀과 시장조건을 구축하기 위한 개혁을 추진 • 유무선 통신 시장, 투자, 경쟁을 위해 텔레커뮤니케이션 시장 촉진 • 인프라, 프라이버시, 안전, 회복에 관한 제언 • 국제우편을 포함한 우편 산업의 현대화와 지속 가능성 제언 • 방송통신 규제기구(ACMA) 및 우편청(Australia Post)의 거버넌스와 활동 평가 • 주파수와 무선통신 할당, 관리, 개혁에 대해 제언하고 국제적 주파수 정책을 선도 • 5G, 사물인터넷, 위성 등 부상하는 테크놀로지와 쟁점에 관한 정책적 고려를 확장 • 개방, 자유, 안전의 인터넷을 위한 다자간 인터넷 거버넌스 증진
콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> ■ 뉴스와 엔터테인먼트 분야, 공영방송, 호주 고유한 콘텐츠 등 활기차고 다양하며 지속가능한 콘텐츠 영역 지원 • TV, 라디오, 영화, 컴퓨터 게임, 스트리밍, 온라인, 소셜 미디어를 포괄하여 드라마, 아동프로그램, 지역, 스포츠 등 호주 콘텐츠를 규제 • 호주 저작권법 재정비 • 신문, 지역 및 소규모 출판업, 혁신 패키지를 포함한 미디어 영역에 관련한 미디어 관련 법, 규제, 지속가능성, 다양성에 대해 제언 • 경쟁, 국가적 또는 공동체 방송에 대한 정책 발전 • 공영방송(ABC와 SBS) 등 주요 방송과 협력하여 자신들의 수행 목표를 달성할 수 있도록 지원 • 등급 위원회, 등급평가 위원회가 국가 등급 체계(National Classification Scheme)를 개혁할 수 있도록 지원 • 디지털 산업에 대한 기대를 마련하고 유해 콘텐츠를 규제하며, 규제적 불균형을 개선하고, 연구, 조화, 역량 신장을 추진하기 위해 디지털 플랫폼과 온라인 안전에 대해 제언 • 원주민 문화의 목소리들을 존중하고 호주의 예술과 문화를 보존, 보호, 촉진하는 지속가능하고 혁신적이며 우수한 창의 영역에 지원

출처: DCA (2019)에서 발췌하여 재구성

나. ACMA의 Corporate Plan 2019/20

호주 ACMA(Australian Communications & Media Authority)의 2019-20년도 정책의제는 방송통신 서비스의 경제적 및 사회적 이익 극대화를 목표로 한다. 정책의 비전은 ‘연결, 정보, 오락’ 을 의미하는 ‘Connected, Informed, Entertained Australia’ 를 기치로 한다. 이 목표를 수행하기 위해 소비자, 산업계, 정부 간 협력을 통한 규제환경 구축을 핵심임무로 제시했다. 그 구체적인 핵심과제로 1) 방송통신 서비스에 대한 공공의 신뢰 제고, 2) 모든 국민을 위한 주파수 정책, 3) 시장변화에 대응하는 규제환경이 설정되었다. 각각의 구체적인 내용은 다음 <표 2-7>과 같다.

<표 2-7> 호주 ACMA Corporate Plan 2019/20의 핵심 과제

핵심 과제	주요 내용
방송통신 서비스에 대한 공공의 신뢰를 제고	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사용자 요구에 부합하는 서비스 안전망 제공 <ul style="list-style-type: none"> • 어린이 보호를 위해 방송, 온라인에서 도박광고 관련 규칙 적용 • 소비자들이 NBN으로 순조롭게 전환할 수 있도록 NBN 이동규칙 적용 • 텔레커뮤니케이션의 소비자 경험 자료를 기반으로 하여 정부에 정책 설립 방안 제언 ■ 사용자 피해, 민원 접수 및 처리 능력 강화 <ul style="list-style-type: none"> • 소비자 및 이용자가 불만을 제기할 수 있는 효율적 통로 마련 • 이해당사자들의 이익보호를 위한 규제 개선 및 이들의 결과물에 대한 효과적이고 효율적인 분석 ■ 사용자, 기업에 충분한 정보 제공 <ul style="list-style-type: none"> • 소비자 및 이용자들에게 자신의 권리와 이용 가능한 안전망에 대해, 그리고 기업에 자신의 책임에 대해 충실한 정보 전달
모든 국민을 위한 주파수 정책	<ul style="list-style-type: none"> ■ 호주 공동체 가치를 최적화하는 주파수 계획 <ul style="list-style-type: none"> • 국제 주파수 회의에서 호주 주파수의 이익을 대변, 투명하며 이해 당사자들에게 책임을 다하는 주파수 정책 마련 ■ 국방, 공공안전, 지역을 위한 주파수 배치 <ul style="list-style-type: none"> • 주요한 주파수 할당을 위한 효과적이고 효율적인 대비책 마련 및 실행 • 이용자의 필요에 따른 주파수 접근권 발전 • 투명하고 시장의 발전에 책임을 다함으로써 효율적인 이용이

	<ul style="list-style-type: none"> 이루어질 수 유도하는 주파수 가격 정책 ■ 주파수 간섭 및 피해의 철저한 관리 <ul style="list-style-type: none"> • 규제적 필요 및 광범한 해당 준수 프로그램을 마련하여 이용자들이 충분히 이해할 수 있도록 도모 • 불법한 주파수 이용 등 관리 규제
시장변화에 대응하는 규제환경	<ul style="list-style-type: none"> ■ 소비자 및 이용자에 대한 이해증진을 위한 노력 <ul style="list-style-type: none"> • 효과적이고 효율적인 규제 방법 연구 • 진화하는 커뮤니케이션 미디어 환경에 대한 전략적이고 규제적인 분석 연구 • 다양한 텔레커뮤니케이션 사용자 연구 진행, 디지털 플랫폼이 뉴스에 미치는 효과 분석 ■ 규제개선, 시장발전을 위한 분석능력 제고 <ul style="list-style-type: none"> • 데이터 전략과 거버넌스 발전, • 데이터 분석 및 제시 능력제고, • 전 기관에 걸친 데이터 리터러시 능력 향상 ■ 정부와 이해관계자 간 협력 증진 <ul style="list-style-type: none"> • 정책 수립을 위해 매년 이해당사자 대상 서베이 실시 • 자문 및 이해당사자 포럼 진행 • 커뮤니케이션과 미디어 규제를 평가에 관한 권위있는 제언 수렴 ■ 행정절차의 책임성, 투명성 및 효율성 제고 <ul style="list-style-type: none"> • 매년 고객 서비스에 관한 이용자 만족조사를 통해 이해당사자와 ACOM의 상호활동에 관한 개선 사항 제시 • 매년 규제기관 수행체계(Regulator Performance Framework: RPF) 평가 절차를 통해 규제 수행에 있어서의 개선 사항 제시

출처: ACMA (2019)에서 발췌하여 재구성

8. 싱가포르 IMDA의 Infocomm Media 2025

싱가포르의 국가 차원의 디지털 발전 아젠다로서 스마트네이션 비전은 방송통신 분야에서도 그대로 구현되고 있다.⁵⁾ 스마트국가의 실현을 위해 2014년 싱가포르는 총리실 산하에 추진체계를 통해 스마트국가 이니셔티브를 추진하였다. 이를 위한 종합계획은 IMDA에서 추진하였다. 이는 구체적으로 스마트 국가 비전 실현을 위한 종합계획(Master plan) “Infocomm Media 2025” 로 나타나고 있다.

Infocomm Media 2025의 주요 내용은 모든 공공기관이 가진 데이터를 연결하고 공유하는 스마트 국가 플랫폼(Smart Nation Platform) 구축, 지능형 교통 시스템과 무인자동차 시스템의 데이터 수집 및 분석에 특화된 사이버보안 연구 센터 설립, 사이버보안 분야의 전략 및 정책 수립을 담당하는 사이버보안청(Cyber Security Agency) 신설, 3차원으로 전 국토를 재현한 3D 지도 데이터베이스, 버추얼 싱가포르(Virtual Singapore) 제작, 규격이 다른 무선통신을 결합해 효율적 통신환경을 실현하는 이종 네트워크(Heterogeneous network)의 실증 시험 등 내용을 포함한다(김미립, 2018).

동 보고서에 따르면 싱가포르가 직면한 과제들은 생산성의 성장 개선, 고품질 인력 일 자리 창출, 노령화 인구 지원, 국가 정체성 강화 등을 들고 있다. 이를 해소하기 위해 신기술 및 새로운 트렌드로서 ① 빅데이터 및 분석(Big Data and Analytics), ② 사물인터넷(The Internet of Things), ③ 인지 컴퓨팅 및 첨단 로봇 공학(Cognitive Computing and Advanced Robotics), ④ 미래 통신 및 협업 기술(Future Communication and Collaboration Technologies), ⑤ 사이버 보안(Cyber Security), ⑥ 실감 미디어(Immersive Media), ⑦유통성 및 연결성(Mobility and Increased Connectivity), ⑧플랫폼으로부터 자유로운 미디어 콘텐츠(Media Content Breaks Free from Platforms), ⑨정보통신-미디어 컨버전스(Infocomm Media Convergence)의 아홉 가지를 들고 있다.

구체적인 전략으로서 데이터, 응용 통신 및 컴퓨팅 테크놀로지의 적극 활용, 위험감수와

5) 리셴룽(李顯龍) 싱가포르 총리는 2014년 8월 건국기념일 시정 연설에서 ‘스마트 네이션(Smart Nation)’ 을 새로운 국가 비전으로 제시했다(윤범진, 2016). 리셴룽 싱가포르 총리는 2014년 11월, 스마트네이션 계획을 발표하면서 스마트네이션을 “사람들이 의미 있고 성취감을 느끼는 삶을 살고, 기술을 통해 모든 것이 가능해지며 모두에게 신나는 기회를 제공하는 나라”라고 정의함.

지속적 실험을 독려하는 미디어 생태계 육성, 미디어를 통한 사람의 연결의 3대 전략을 들고 있다. 첫째, 전략 1은 데이터, 응용 통신 및 컴퓨팅 테크놀로지의 적극 활용(Capitalise on Data, Advanced Communication and Computational Technologies)으로 ① 데이터 저장, 이동, 공유의 발전(Better Collection, Transport and Sharing of Data), ② 데이터를 활용한 국민의 경쟁력 증진(Improve Our Competitiveness Using Data)을 구체적 내용으로 한다.

둘째, 전략 2인 위험감수와 지속적 실험을 독려하는 미디어 생태계 육성(Nurture an Infocomm Media Ecosystem that Encourages Risk Taking and Continuous Experimentation)은 ① 미디어 지식과 스킬을 장착한 노동력 양성(A Workforce Equipped with New Infocomm Media Knowledge and Skills), ② 스타트업과 성장가능 기업을 위한 지속가능한 네트워크 구축(Build A Sustainable Support Network for Aspiring Start-ups and Growth Companies), ③ 큰 도전을 통한 혁신과 해결책의 결정화(Crystallise Innovations and Solutions Through Big Challenges), ④ 싱가포르를 혁신과 실험의 Living Lab으로 만드는 것(Living Lab for Infocomm Media) 등의 네 가지를 구체적으로 실현한다.

셋째, 전략 3은 미디어를 통한 사람의 연결(Connect People through Infocomm Media)로서 건강, 지식, 교통, 공동체 역량 조직 등 더 나은 일상(Better Everyday Life), 고령층, 저소득층, 장애인 등을 위한 디지털 포용(Infocomm Media Inclusion)을 내용으로 한다.

9. 이탈리아 MSE 및 AGCOM의 정책 동향

이탈리아에서 방송통신 정책은 국가 전체 산업, 경제 분야의 정책을 담당하는 경제개발부(MSE, Ministero dello Sviluppo Economico)의 주요 소관 업무 중의 하나로 자리매김 되어 있다. 기존에 통신과 IT정책을 전담하였던 통신부(Ministero della Comunicazione)가 2007년 12월에 정부 조직개편 과정에서 경제개발부에 흡수 통합되었다. 방송통신 분야의 정책은 경제개발부 산하 통신국(Department of Communication)의 소관 업무로 바뀌었다.

한편, 통신규제위원회(AGCOM, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni)는 1997년에 제정된 통신법에 의거하여 설립된 규제 기관으로, 정부로부터 독립된 위원회로서의 성격을 가진다. 통신규제위원회는 통신 분야의 기본적인 규제 업무(주파수 관리, 주파수

분배 및 재분배 관련 주무 부처에 의견 제출, 통신 시장 규제, 통신 서비스 규제 등)와 더불어 새로운 기술의 도입 및 발전에 관한 업무, 표현의 자유 신장을 위한 정책 방안 마련(방송 콘텐츠 규제 및 인쇄 매체 관련 정책 조사 연구 등), 언론의 자유를 저해할 수 있는 시장 지배적 사업자에 대한 규제 방안의 마련 등과 같은 구체적인 임무를 수행한다.

최근, 이탈리아의 방송통신 정책부처와 규제기구가 핵심적으로 추진하고 있는 정책의제를 살펴보면, 먼저, 이탈리아의 경제개발부와 통신규제위원회 차원에서 현재 가장 중요하게 제기되고 있는 핵심 업무계획은 유럽연합 차원에서 진행되고 있는 전자통신코드(EU Electronic Communications Code)의 도입에 따른 국내법의 각종 정책들을 조율하는 과제이다. 이는 이탈리아가 모바일 네트워크 인프라 구축이나 IT 소프트웨어와 같은 몇몇 영역들을 제외한다면, 유럽연합 내에서도 전체적으로 디지털화가 조금 뒤쳐진 상황에 놓여있기 때문이다. 하지만 2010년대 남부 유럽의 경제 위기 상황에서의 돌파구로 모바일 및 IT 분야에 대한 국가적 투자를 강화하려는 계획 하에 투자를 강화하려는 움직임을 보여주고 있는 것은 분명하다(Simon, J.P., 2017). 유럽연합 전자통신법과 관련된 조치는 바로 이러한 의미에서 정부 차원의 정책 드라이브가 걸려 있는 가장 중요한 출발점이라고 할 수 있다.

유럽연합 차원에서 지난 2016년 9월부터 유럽의 디지털 미래를 공동으로 준비하는 과정에서 제기된 유럽 공동의 전자통신법 제정 프로젝트는 2018년 12월부터 시행되었다. 유럽 내 다수의 국가들은 이러한 노력이 유럽연합과는 무관하게 이미 상당 부분 진척된 것을 감안한다면, 이탈리아 정부로서는 모바일 및 IT 분야를 중심으로 한 새로운 혁신과 도약을 위해서는 우선 이에 부합하는 국내 통신법의 각종 규정 및 규제 조항들의 정비를 시급히 마무리해야 하는 과제를 수행하지 않을 수 없는 상황이다.

또한, 이탈리아 통신규제위원회인 AGCOM이 2020년을 맞이하여 핵심 업무로 최우선적으로 내세운 것은 역시 초고속 브로드밴드 네트워크에 대한 투자의 확대이다. 이는 2018년에 상용 배정된 5G 주파수 대역에 대한 투자 활성화, 그리고 사물인터넷 및 인공지능 분야의 소프트웨어 발전을 위한 정책 과제와 밀접히 연관되어 있다. 아울러 통신규제위원회는 유무선 및 방송 서비스의 융합을 위한 사업자들 간의 협력 방안 마련에 대한 정책적 지원 역시 우선적인 업무로 꼽고 있다.

제2절 디지털 방송통신 발전 비전 및 전략

1. 미국 FCC의 8대 이니셔티브

2017년 트럼프 정부에서 FCC 위원장으로 임명된 아지트 파이(Ajit Pai)는 향후 FCC가 중점적으로 추진할 8대 정책 아젠다를 다음과 같이 제시하였다(FCC Initiatives 홈페이지).

첫째, 미국 국민들 간 디지털 격차 해소를 위해 초고속 인터넷/브로드밴드는 경제적 기회, 일자리 창출, 교육과 시민 참여에 매우 중요하다. 현재 미국의 많은 지역에서 광대역 이용이 불가능하다. 이로부터 야기되는 디지털 격차 해소는 FCC의 최선결 과제이다.

둘째, FCC는 5G기술에서 미국의 우월성을 촉진하기 위한 종합적 전략(the 5G FAST Plan)을 추구하고 있다. FCC의 5G FAST 전략은 ① 5G 서비스에 사용할 수 있는 주파수를 추가적으로 제공하려고 한다. 이를 위해 24 GHz 등의 고대역(high-band) 주파수 경매를 우선적으로 추진하고 있다. ② 인프라 정책을 갱신해 민간 기업들이 5G 네트워크에 투자하도록 독려하고 있다. 이를 위해 FCC는 연방 및 주 단위에서 5G 인프라 구축에 장애가 되는 규칙들을 개혁하는 한편 신속한 인프라 구축을 위한 새로운 규칙들을 도입하고 있다. ③ 5G 네트워크의 유선 백본(wired backbone)과 미국인들의 디지털 기회를 촉진하기 위해 낡은 규제들을 현대화하고 있다.

셋째, 인터넷상에서의 자유를 복원하기 위한 일환으로 2019년 6월 11일에 발표된 FCC의 인터넷자유복원명령(Restoring Internet Freedom Order)은 개방적 인터넷을 보호하는 틀을 제공할 뿐 아니라, 보다 저렴하고 빠르며 개선된 인터넷 접근의 길을 열었다. 이 조치는 불필요하고 과도한 규제를 강력한 소비자보호, 강화된 투명성, 그리고 광대역 투자를 촉진시킬 상식 수준의 규칙들로 대체한다.

넷째, 자동녹음전화와 전화사기 방지(Fighting Robocalls and Spoofing)를 위해 FCC는 불법적인 자동녹음 전화와 악의적 발신번호사기 행위로부터 소비자를 보호하기 위해 실효성 있는 정책 제안과 강력한 집행에 최선의 노력을 다하고 있다.

다섯째, 방송사 주파수 인센티브 옥션(Broadcast Incentive Auction)에 관한 내용이다. 인센티브 경매는 미국이 세계 최초로 시행한 양면 주파수 경매로서, 모바일 광대역에 대한 늘어나는 수요에 대응하고 주파수의 효율적 사용을 위한 경매방식이다. 방송사는 자신들

이 사용하던 주파수를 역경매 방식으로 되팔고, 이동통신사 등은 모바일 광대역 서비스를 위해 이를 순경매 방식으로 취득하게 된다.

여섯째, 지상파방송 주파수 이전에 대한 시청자 교육(Educating Consumers During Broadcast TV Transition)에 관한 내용이다. 주파수 경매 후속조치로 인해 일부 지역방송사들은 2020년 7월까지 공중파방송 주파수를 변경하게 된다. 안테나를 통해서 공중파를 시청하는 가구는 지역채널 시청을 위해 텔레비전 수상기를 재스캔해야 하며, FCC는 이 과정에서 시청자들이 어려움을 겪지 않도록 필요한 정책적 조치를 취할 것이다.

일곱째, 원격의료(Telehealth)를 활성화하는 것이다. 디지털 격차로 인한 문제가 가장 심각하게 발생하는 영역이 헬스케어이다. 원격 건강 서비스는 의료기관과 환자 모두에게 비용절감과 효율적 의료서비스라는 혜택을 제공한다. 하지만 농촌지역 거주민을 포함한 많은 저소득 계층은 적절한 가격의 광대역 서비스 이용이 불가능하여 이러한 혜택을 누리지 못한다. FCC는 모든 국민이 중요한 건강서비스를 이용하는데 어려움이 없도록 모든 지역의 광대역 연결과 필요한 기술적 지원을 제공하는데 최선의 노력을 다하고 있다.

여덟째, 장애인을 포함한 모든 사람들이 접근 가능한 커뮤니케이션(ACE: Accessible Communications for Everyone)을 구축하는 것이다. ACE는 소프트웨어 개발자, 엔지니어, 장애인 공동체의 다양한 조직들과의 협업을 통해 커뮤니케이션 서비스 장벽을 철폐하려는 FCC의 이니셔티브이다. 보다 구체적으로 ACE는 최신 혁신기술을 활용하여 청각 장애자들이 전화서비스를 이용할 수 있도록 하는데 주요한 목적이 있다.

2. 영국 DCMS의 UK Digital Strategy 2017

영국의 디지털문화미디어스포츠부(DCMS)는 2017년 “디지털 전략 2017(UK Digital Strategy 2017)”을 발간하며 향후 영국의 디지털화를 성공적으로 추진하기 위한 핵심적인 사안과 가치, 구체적인 적용 영역 및 효과를 제시했다. 이 전략 보고서는 영국 정부가 제시한 “영국을 위한 계획(Plan for Britain)”의 일환이다. 이러한 전략과 플랜은 영국이 유럽연합을 떠난 이후의 포스트 브렉시트 영국에서의 경제, 특히 세계 선도적인 디지털 경제를 발전, 강화하기 위한 목적을 가지고 있다. 또한, 디지털 전략 2017은 과거 컴퓨팅 이

론에서부터 월드와이드웹 등 컴퓨터 과학기술을 선도해 온 영국이 그간 성취한 디지털 혁신의 전통을 더욱 신장하기 위한 목표를 지닌다. 자체적인 평가에 의하면, 세계 최초의 컴퓨터 프로그래머인 아다 러브레이스부터 인공지능 혁명에 이르기까지, 발명의 선도를 달려 온 영국이, 그러한 기술적 혁신을 디지털 경제에 적용, 활성화하기 위한 목표를 지닌다.

디지털 전략 2017에 제시된 핵심 전략은 1) 연결성(connectivity), 2) 디지털 이용 기술과 포용(digital skills and inclusion), 3) 디지털 영역(digital sectors), 4) 광역의 경제(wider economy), 5) 사이버스페이스의 보호와 안전(safe and secure cyberspace), 6) 디지털 정부(digital government), 7) 데이터(data) 등 모두 7개 분야로 구성되어 있다. 각 분야별 핵심 전략목표의 구체적인 내용은 다음 <표 2-8>과 같다.

<표 2-8> 영국 DCMS UK Digital Strategy 2017의 핵심 분야 및 전략 목표

분야	전략 목표
연결성	<ul style="list-style-type: none"> ■ 국제 수준의 디지털 인프라 구축 • 최신의 광범위한 인프라를 완비하여 비즈니스가 더욱 발전할 수 있는 기틀을 마련 • 2020년까지 4G 체제 및 초고속 브랜드밴드 완비 목표 • 인프라는 보편적 서비스 책무 원칙에 따라 제공하여 모든 개인, 기업, 공중이 이용가능한 브로드밴드와의 연결성 권리 보장
디지털 이용기술과 포용	<ul style="list-style-type: none"> ■ 모든 이들에게 그들이 필요로 하는 디지털 기술 제공 • 모든 사회구성원들이 디지털 경제에서 필요한 기술을 취득하고 디지털 혁신이 가져다주는 이익을 얻을 수 있도록 함 • 기본적 디지털 기술 훈련에 필요한 경비를 지원하여 디지털 리터러시를 습득하도록 지원 • 디지털 혁신으로 격변을 겪고 있는 산업 분야 구성원들이 자신의 직무에 디지털 기술을 적용할 수 있도록 지원 • 구체적으로 “Digital Skill Partnership”을 창립하여, 테크놀로지 기업, 지역 산업체, 지역정부, 기타조직이 연합하여 디지털 기술을 획득한 사회구성원들이 디지털 관련 직무 분야로 이행
디지털 영역	<ul style="list-style-type: none"> ■ 디지털 기업의 창업 및 성장의 최고 요충지로서 영국 건설 • 영국의 기존 스타트업 기업과 테크놀로지 클러스터를 기반으로 디지털 기업의 창업과 성장의 최고 요충지로 영국을 건설

	<ul style="list-style-type: none"> • 독립적인 규제기관들과 협력하여, 혁신친화적 규제 촉진 • 새로운 테크놀로지가 민주성과 정당성의 바탕 위에서 발전할 수 있도록 세계 최고 수준의 틀과 기반을 구축 • 이를 위해 막대한 규모의 R&D(470만 파운드) 투입, 로봇, 청정 에너지, 바이오테크놀로지 성장을 위한 Industrial Strategy Challenge Fund 마련 등
광역의 경제	<ul style="list-style-type: none"> ■ 모든 영국 내 기업들의 디지털 기업화 • 디지털 테크놀로지와 데이터를 활용하여 혁신, 경쟁력, 생산성 제고를 추진하기 위해 영국 내 모든 기업의 디지털 기업화를 도모 • 생산성 위원회를 창설하여 모든 경제 분야 기업들이 디지털 테크놀로지를 적절하게 활용하여 생산성을 향상할 수 있도록 지도
사이버스페이스 보호와 안전	<ul style="list-style-type: none"> ■ 온라인 생활과 노동에 있어서 사이버 안전성 확보 • 국립 사이버 안전센터를 설립하여 두어 개인, 기업, 공중이 안전하게 디지털 테크놀로지를 확보, 이용할 수 있도록 지원 • 액티브 사이버 방어체도를 마련하고, 정부, 전문가, 인터넷 서비스 사업자의 협력 하에 사이버공간을 보호하기 위한 정책 실시 • 학생, 일반인 대상으로 사이버기술 교육 실시, 우수 인력 양성 • 어린이들이 유해한 성적 콘텐츠에 노출되지 않도록 기업으로 하여금 이용자들에게 가족 친화적인 필터를 제공하고, 음란물에 대한 연령 확인 제도 실시
디지털 정부	<ul style="list-style-type: none"> ■ 세계 최고 수준의 온라인 시민 서비스를 제공하는 영국 정부 • 디지털 자원과 기술을 활용하여 건강, 고령자 지원, 맞춤 교육, 문화 접근성 제고를 도모 • 플랫폼으로서 정부 개념을 바탕으로 정부 서비스만을 담당하는 개별 서비스망을 만드는 대신, 이미 범용화된 상업적 하드웨어 및 클라우드 기반 소프트웨어를 활용함으로써 상용 테크놀로지 활용을 지향
데이터	<ul style="list-style-type: none"> ■ 데이터 파워 활성화 및 그 사용에 있어서의 공공적 신뢰 증진 • 영국 경제의 지속가능한 발전을 도모하고 데이터 기반 경제의 세계 선도국이 될 수 있도록 모든 사회 구성원들에게 데이터의 경제적, 사회적 활용 기회를 확대 • 2018년 5월 일반 데이터 보호 규제 정책을 도입하여 발전된 소비자 및 데이터 보호 기준 마련

출처: DCMS. UK Digital Strategy 2017 홈페이지에서 발췌하여 재구성.

3. 프랑스의 디지털 공화국을 위한 법률

“디지털공화국을 위한 법(Loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique)”은 2016년 당시 프랑스 정부의 디지털장관(Le secrétaire d'État au numérique)인 악셀 르메르(Axelle Lemaire)가 제안하여 2016년 10월 7일에 통과된 법이다. 이 법은 현재 통과 이후 3년을 경과하고 있으며, 그 사이에 프랑스의 정권이 교체되는 변화를 겪었지만, 그럼에도 장기적인 국가 전략의 차원에서 여전히 유효한 기본 전략의 가치를 지니는 법률이라 할 수 있다.

이 법의 핵심적인 목표는 구체적으로 프랑스가 디지털 시대를 맞이하여 데이터 및 지식 기반 경제로의 전환, 더불어 디지털 사회로의 본격적인 전환을 위한 법적 토대를 마련하는 것이다. 따라서 여기에는 두 가지 중요한 정책적 이념이 동반된다. 하나는 데이터와 지식을 개방하는 정책을 추구함으로써 프랑스 사회의 디지털 영역에 대한 지속적인 발전을 가능하게 하는 것, 다른 하나는 디지털에 대한 보다 진보적인 접근법을 채택함으로써 개인들이 디지털 세상에서 행동하고 자신들의 권리를 지킬 수 있는 역량을 증대시키는 것이다.

이를 위해 법은 크게 데이터와 지식의 순환, 디지털 사회 속의 개인들에 대한 보호, 그리고 모두를 위한 디지털 접근권의 강화라는 3가지 축을 중심으로 내용이 구성된다. 그리고 이를 프랑스 특유의 국가 철학이라고 할 수 있는 ‘자유, 평등, 박애’라는 슬로건으로 집약하였다(Thieulin, B. & Bonnet, Y. 2017). 프랑스 정부가 디지털공화국법을 통해 추진하고 있는 주요 정책의 현황 및 내용은 다음과 같다.

- ① 초고속 유무선 브로드밴드 망의 확충 : 2013년부터 시작된 국가 초고속브로드밴드계획(Plan France Très Haut Débit)의 지속 과제.
- ② 망중립성 : 오픈 인터넷 접근의 보장 개념.
- ③ 플랫폼 공정성 : 성실의 원칙(principe du loyauté)에 입각하여 소비자들에게 사업자에 대한 명확하고 투명한 정보의 제공 의무.
- ④ 개인정보 보호 : 개인정보의 자기 결정권, 유해 표현물에 대한 규제 등.
- ⑤ 데이터 개방(오픈 데이터), 저작권 및 사생활 보호 : 공공 데이터 및 정보의 법적 지

위 부여, 이에 대한 오픈 액세스 권리 보장.

⑥ 디지털 문화 육성 : 게임산업 진흥, e-스포츠 공식화 등.

⑦ 접근가능성(accessibility) : 보편적 디지털 서비스의 권리에 대한 규정 도입.

4. 독일의 Digital Strategy 2025 및 High-Tech Strategy 2025

가. Digital Strategy 2025

“Digital Strategy 2025” 는 독일의 연방경제에너지부(BMWi, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie)가 디지털 경제로의 이행을 촉진하기 위해 2016년에 발표한 국가적 차원의 디지털 발전전략 보고서이다. 동 전략은 독일 연방정부의 ICT 정책 프레임워크인 Digital Agenda 2014-2017을 기반으로 연방경제에너지부가 추진해나갈 정책방향과 특히 독일의 국가발전 추진전략인 Industrie 4.0의 잠재력을 극대화하기 위한 조치를 포함하고 있다(한국산업기술진흥원, 2016, p. 1). Digital Strategy 2025는 독일 정부가 추진할 디지털 경제로의 이행을 위한 10대 정책방향과 각각의 정책방향별로 주요 정책수단을 매우 구체적으로 다음 <표 2-9>와 같이 정립하고 있다.

<표 2-9> 독일 Digital Strategy 2025의 10대 정책방향 및 정책수단

정책방향	정책수단
2025년까지 기가바이트급 광섬유네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 2025년까지 100억 유로 규모의 투자펀드 마련 • 연방정부 펀드와 지역의 합작펀드 프로그램의 시너지 창출 • 연방정부, 지역정부, 통신사 등 산업계가 참여하는 협의체 구성 • 기가바이트 네트워크의 계획과 구축의 신속화 • 모바일 5G네트워크의 개발과 표준화 추진
뉴 스타트업 활성화 및 기존 기업들과의 협력 증진	<ul style="list-style-type: none"> • 스타트업 활성화를 위한 각종 투자지원 확대(유럽투자펀드와 공조, High-Tech 스타트업 펀드 창설, INVEST 프로그램 확대) • 벤처캐피탈 펀드 유치를 위한 법제도 및 조세제도 개선 • 디지털혁신 스타트업 경연대회 개최 • 스타트업 기업의 해외진출을 위한 법률 지원 • 스타트업과 기존 기업간 연계 확대

	<ul style="list-style-type: none"> • 여성인력의 활용 확대 • 불필요한 행정절차 간소
투자과 혁신을 촉진하는 규제 마련	<ul style="list-style-type: none"> • 기술, 규제, 서비스 측면에서 유럽차원의 단일 시장 구축 • 공정경쟁 시장환경 조성 • 혁신친화적인 규제환경 마련 • 신기술, 신규 BM 개발을 위한 실험공간 구축 • 글로벌 시장으로의 진출 확대 및 법제도 정비
스마트네트워크 상업적 인프라 확충	<ul style="list-style-type: none"> • 투자촉진 및 법적 안정성 제고 • 유럽차원의 스마트네트워크 구축을 위한 표준화 • 스마트네트워크 수요 창출 • 스마트네트워크 시범지역, 시범사업 펀드 지원 • 전국적 차원의 연합체 Alliances for Digitalization 설립 • 스마트네트워크 촉진사업 활성화(공간제공, 전략 및 기술적 지원, 재정지원 등)
데이터 보안 및 정보자유권 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 데이터 보안을 위한 국내 및 유럽차원의 추가 법령 정비 • 비즈니스 및 과학계와 협력하여 정보보안 지원 • 디지털 atlas를 활용하여 디지털 독립성을 위해 필요한 기술, 역량 식별 • 비즈니스와 소비자 간 이해조정을 위한 법적 틀 마련 • 국제무역 관련 정보보안 및 국가안전을 위한 범유럽 및 글로벌 차원의 협력 증진 • 클라우드 컴퓨팅, 전자서명, 전자인증 등 다양한 데이터 보호 인증제 도입
중소기업 및 숙련노동 서비스를 위한 비즈니스 모델 창출	<ul style="list-style-type: none"> • 펀드프로그램 접근가능성 제고를 위한 이용자친화적 포털구축 • 중소기업에 대한 각종 지원(컨설팅, 조직역량 개발, 특정기술 개발, 투자자금 정보 등) • ICT 솔루션에 대한 지식 및 컨설팅 제공 • 중소기업 미팅, 쇼룸을 위한 Digitalization House 설립 • 대기업, 연구기관과의 매칭 확대 • 중소기업 활동에 필요한 윈스톱 에이전시 설립 • 섹터별로 특화된 지원방안 모색
독일을 생산기지화하기 위한 Industry 4.0의 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업에 대한 인식제고, 정보제공, 재정지원 확대 • 마이크로전자산업에 대한 자금 지원 • 표준화, 법규제, 보안 등 분야에 대한 Industry 4.0의 권고 도입 • 국제협력 강화(공동테스트, 공동연구 등)
디지털기술	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 기술투자에 대한 세제 감면

연구개발 및 혁신의 우수성 제고	<ul style="list-style-type: none"> • 선도적 혁신기술 응용에 대한 지원 프로그램 • 기술자립성 유지(국가적 차원, 유럽 차원) • 1,000명이하의 중소기업에 대한 세금 감면
모든 생애주기에서의 디지털 교육 도입	<ul style="list-style-type: none"> • 2025년까지 모든 초등학교에서 정보과학, 알고리즘, 프로그래밍 등에 대한 커리큘럼 제공 및 교사의 교육훈련 • 교육기관과 기업의 연계 확대 • 교육분야 스타트업 지원 강화 • 디지털 경제의 수요에 부합하는 직업훈련 강화 • 온라인 교육과 고등교육기관 연구의 통합화 추진 • 중소기업 종사자 교육, 디지털 평생교육 확대
디지털청을 첨단 센터로 창립	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 역량 결집, 정책아젠다 개발, 디지털화 역량 지속적 제고를 위한 별도의 디지털청(Digital Agency) 설립 • 디지털화 동향조사, 분석, 컨설팅, 비용절감, 분쟁해소, 소비자 불만, 각급 정부기관과 비즈니스 등 이해관계자 협력 제공 등

출처: Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (2016). pp. 13-57; 한국산업기술진흥원 (2016). p. 5.

나. High-Tech Strategy 2025

“High-Tech Strategy 2025”는 독일에서 그동안 추진해 온 일련의 하이테크 발전전략⁶⁾을 기반으로 2018년에 독일 교육연구부(Federal Minister of Education and Research)가 중심이 되어 과학, 비즈니스, 사회, 정치 등 제반 분야의 미래 발전을 위하여 범부처가 참여하는 국가발전 보고서이다(한국과학기술기획평가원, 2018. p. 1).

High-Tech Strategy 2025는 디지털 시대를 기반으로 대외적 문제 대응, 독일의 미래 경쟁력 강화, 개방형 혁신과 벤처문화 구축이라는 3대 핵심 분야와 이를 보다 구체화한 12대 액션플랜을 다음 <표 2-10>과 같이 정립하고 있다.

6) High-Tech Strategy (2006), High-Tech Strategy 2020 (2010), New High-Tech Strategy (2014)

<표 2-10> 독일 High-Tech Strategy 2025의 3대 핵심분야 및 12대 액션플랜

정책방향	정책수단
사회문제 해결	<ul style="list-style-type: none"> • 건강과 보건 증진을 위한 디지털 혁신 • 지속가능성, 기후 및 에너지 보호를 위한 신기술 활용 최적화 • 지능적이고 친환경적인 이동수단 도입 • 지역(도시, 농어촌)에 관계없이 디지털 혜택 • 개인, 사회, 국가의 안전과 보안 제고 • 새로운 형태의 경제서비스 모델 및 디지털 환경에서 노동 개선
개방적 혁신 및 벤처 문화 촉진	<ul style="list-style-type: none"> • 우수한 교육기관, 연구기관의 지식을 공유하고, 전파하는 협력 네트워크 강화 • 창업, 혁신, 응용, 개발 등 기업이 정신 강화 • 중소기업, 대학, 연구기관 간 지식의 공유를 통한 실용화
독일의 미래 경쟁력 제고	<ul style="list-style-type: none"> • 과학, 기술 분야에서 일반 국민의 사회적 참여 제고 • 다양한 첨단기술 기반의 국가 경쟁력 제고 • 시민의 기술역량 강화, 직업교육 및 인재양성 등

출처: The Federal Government (2018a). p. 8; 한국산업기술진흥원 (2016). p. 5에서 발췌하여 재구성

5. 일본의 IT 신전략

최근 일본의 국가발전전략으로서 디지털 발전전략의 내용은 총무성이 2018년에 발표한 “IT 신전략”에 잘 나타나 있다. 일본은 2016년에 제정된 관민 데이터 활용 추진 기본법에 따라 2017년에 세계최첨단 IT국가 창조 선언·관민 데이터 활용 추진 기본 계획을 발표하고, 2018년에 이를 전면 수정하는 “IT 신전략”을 발표하였다. IT 신전략은 2017년 관민 데이터 이용과 활용을 계승하면서 정부가 지방공공단체 및 민간 협력을 통해 IT를 활용한 사회시스템을 변화시키려는 의도를 가지고 있다. 특히 사회전체의 디지털화가 디지털 국가화를 강조하고 있다.

일본 IT신전략은 디지털 국가 수립과 관민 데이터 활용 추진의 크게 두 가지 내용으로 구성된다. 첨단 디지털 국가를 위한 내용에는 디지털 기술을 활용한 행정서비스 개혁과

지방의 디지털 개혁, 민간 부문 디지털 개혁을 포함한다. 또한 디지털 개혁을 위한 AI, 클라우드와 엣지 컴퓨팅, IoT, 5G, 블록체인 등의 기술 개발을 포함하고 있다.

IT신전략의 제1부에서는 일본을 세계 최첨단 디지털 국가로 창조한다고 선언하면서 1) IT를 활용한 사회시스템의 개혁, 2) 개혁을 지원하는 새로운 기반기술 연구개발 및 인재양성 활성화, 3) 개혁추진을 행정체계 확충 및 기능강화를 3대 기본방향으로 설정하고 있다. 보다 구체적인 내용은 다음 <표 2-11>과 같다.

<표 2-11> 일본 IT 신전략 중 최첨단 디지털국가 창조선언의 주요 내용

구분	제1부 세계 최첨단 디지털 국가 창조 선언
추진전략	<ul style="list-style-type: none"> ■IT를 활용한 사회시스템 전면 개혁 <ul style="list-style-type: none"> • 디지털 기술을 활용한 행정서비스 개혁 • 지방 공공기관의 데이터 공개 및 시스템 혁신 • 민간부문 데이터 유통 활성화, 부가가치 개발, 부정유통 금지 등 • 항만, AI터미널, 스마트 농수산업, 헬스, 자율운전 등 분야에서 세계 선도하는 디지털 서비스 추진 ■개혁을 지원하는 새로운 기반기술 연구개발 및 인재양성 활성화 <ul style="list-style-type: none"> • AI기술 연구개발 촉진 • 클라우드와 엣지 컴퓨팅 상호보완 • 사물인터넷 사회의 보안 대책 강구 • 5G 등 네트워크 기반 기술 및 블록체인 신기술 활성화 • 고급인재 양성 및 대국민 교육 활성화 • 산업 생산성 향상 및 신기술로 인한 국민 생활 변화 대응 ■개혁추진을 행정체계 확충 및 기능강화 <ul style="list-style-type: none"> • 정부의 행정서비스 자체 개혁 • 지방공공단체의 관민 데이터 활용 활성화, 정부-지방, 민간 협력 기반 • 실효성있는 예산집행으로 투자대비 효과 최대화

출처: 한국정보화진흥원 (2018). pp. 5-21에서 발췌하여 재구성.

한편, IT 신전략의 제2부에서는 관민 데이터 활용 추진 기본계획의 내용을 담고 있다. 일본 역시 4차 산업혁명 시대 디지털화 및 산업화의 핵심적인 자원으로 데이터의 가치에

주목하면서 데이터 활용과 관련산업의 활성화를 위한 발전전략을 만들어가고 있다. 일본이 지향하는 관민 데이터 활용 사회의 모델은 2016년 제정된 관민 데이터 활용 추진 기본법에 근거를 두고 있으며, 이에 따라 수립된 기본계획은 관민 데이터 활용 추진에 관한 시책의 기본적인 방침, 행정기관의 관민 데이터 활용에 관한 사항, 지방공공단체와 기업의 관민 데이터 활용 촉진에 관한 사항, 관민 데이터 활용과 관련해 정부가 중점적으로 마련해야 할 시책, 이 외, 관민 데이터 활용의 추진에 관한 시책을 종합적이면서도 효과적으로 추진하기 위해 필요한 사항을 포함하도록 하고 있다. 즉, 기본계획은 데이터 활용 사회로 이행하기 위한 전체 조감도로서 이를 위해 정부와 지방자치단체, 민간 등이 협력적으로 대응하도록 하고 있다. 이는 관민데이터 활용 방침과 추진체계의 두 개의 내용으로 구성된다(한국정보화진흥원, 2018).

먼저, 관민 데이터 활용 추진정책의 기본 방침에 따르면 (1) 기본계획 수립과 추진, (2) 분야 횡단적인 데이터 연계에 집중하여 중점 분야 지정, (3) 관민 데이터 활용에 의한 증거에 근거한 정책 입안 추진의 3가지 분야를 규정하고 있다. 첫째, 기본계획 수립과 추진에 있어 정책목표를 분명히 하고, 정책에서 관련 기관과의 효과적인 분담과 협력을 도모하여 신속하게 대응하도록 규정하고 있다. 둘째, 분야 횡단적인 데이터 연계에 집중하여 중점 분야 지정을 통해 기본 계획에서 제시한 정책효과를 최대한 발휘할 수 있도록 선택과 집중을 강화하도록 하고 있다. 특히 일본이 집중해야 할 세 가지 과제로서 경제 재생·재정 건전화, 지역 활성화, 국민생활 안전·안심 확보의 문제들에 대해 관민 데이터를 활용함으로써 과제가 해결되도록 하고 있다. 이를 위해 8대 과제를 대응분야별로 다음 <표 2-12>와 같이 지정하고 있다.

<표 2-12> 관민 데이터 활용을 위한 대응과제 및 8개 중점분야

대응 과제	데이터 활용을 통한 과제 해결 8개 분야
경제 재생·재정 건전화 과제 해결	<ul style="list-style-type: none"> • (전자행정) 사업 활동 촉진이나 행정비용 절감 • (건강·의료) AI, IoT, 데이터 활용으로 효과적인 치료, 사회보장비 절감, 건강수명 연장, 의료, 개호 서비스 향상 • (제조) AI, IoT, 데이터 활용으로 중소기업 노동 생산성 향상 및 일하는 방식 혁신 • (금융) 핀테크 등의 서비스 혁신

지역 활성화 과제 해결	<ul style="list-style-type: none"> • (관광) AI, IoT, 데이터 활용으로 새로 발굴되는 관광 수요로 지역 고령자의 고용창출 • (제조, 농림수산) 중소기업과 농가 장인의 기술 축적, 계승으로 생산성 향상 및 고용창출
국민생활 안전 확보 과제 해결	<ul style="list-style-type: none"> • (건강의료) AI, IoT, 데이터 활용으로 개인생활이나 건강 모니터링, 원격의료 활용, 효과적 치료 • (인프라방재) 유무선 네트워크 다중화, L경고(재해정보공유시스템) 등을 기반으로 재해 예방이나 복구 시 원활한 지원

출처: 한국정보화진흥원 (2018). pp. 16-20에서 발췌하여 재구성

일본은 이러한 국민 데이터 활용을 통해 지속적으로 증거에 근거한 정책 입안의 정착을 도모하고 있다. 이와 함께 총무성은 산업 간 데이터 공유와 데이터 활용을 확대하기 위해 인센티브 제도 및 민관 통합 데이터 포털 구축 추진하고 있다. 해당 내용을 보면, 데이터 공유를 활발히 수행하는 기업에게 세금감면의 인센티브를 부여한다. 또한, 2020년까지 공공, 민간 통합 데이터 포털을 구축을 목표로 국가 수준의 통계자료, 지도, 기상정보 데이터, 지자체의 인구, 세대 통계, 대기오염 데이터, 민간수준의 위치정보, 교통, 도로, 작물배배 상황 데이터 등을 수집하여 구축할 것을 계획하고 있다(한국정보화진흥원, 2018).

기본계획의 두 번째 주요 내용으로서 국민 데이터 활용을 위해 행정 추진체계의 구축이다. 국민 데이터 활용을 강력하게 추진하기 위해 IT종합전략본부 하에 국민데이터 추진 전략회의를 총괄로 두고 각 부처 간 협업이 이루어질 수 있도록 PDCA(Plan-do-check-action) 사이클을 추진하고 있다. 보다 구체적으로 사이버시큐리티 전략본부, 개인정보보호위원회를 필두로 관계 본부 등에서 추진하는 정책과 긴밀히 협력하여 추진하도록 하고 있다. 또한 지방공공단체와의 연계, 협력을 강화하여 지방공공단체가 원활하게 국민데이터 활용 추진 계획을 수립할 수 있도록 국민 데이터 활용 추진 안내를 강화하고 의견 수렴 등을 지속적으로 시행하고 있다.

6. 캐나다의 Digital Canada 150 및 Canada's Digital Charter

가. 디지털 캐나다 150

2014년 캐나다 연방정부는 건국 150주년인 2017년을 타깃으로 국가 디지털 전략을 발표하였다. “디지털 캐나다 150(Digital Canada 150)”이라는 제목의 전략보고서는 현 혁신과 학경제개발부(ISED, Innovation, Science and Economic Development Canada)의 전신인 산업부(Minister of Industry)가 발표했으며, 다음 년도엔 계획의 추진 과정 및 성과들을 정리해 “디지털 캐나다 150 2.0”을 발표하기도 했다. 새로운 트뤼도 정부가 출범하고 2017년 건국 150주년이 지나면서 현재는 해당 전략보고서의 업데이트가 이뤄지고는 있지 않다. 또한 이후 ISED는 디지털 캐나다 150을 잇는 중장기 전략계획을 내놓지 않고 있다. 그럼에도 디지털 기술이 이끄는 변화에 능동적으로 대응하려는 캐나다 정부의 의지와 전략적 방향성이 담긴 보고서라는 점에서 참고할 만한 가치가 있다. 실제로 디지털 캐나다 150에 담긴 전략은 이후 ISED의 방송통신을 포함한 디지털 정책에서 중요한 위치를 차지하고 있다.

디지털 캐나다 150은 과거 캐나다인들을 서로 연결한 철도가 국가형성의 초석이 된 것처럼 현대적 의미의 국가형성은 디지털에 의해 캐나다인들을 연결하는 것이라고 강조한다. 전략안은 모든 캐나다 국민이 디지털시대의 기회를 충분히 이용할 수 있도록 종합적인 접근을 제시한다. 또한 디지털 시대의 성공에 필요한 기술(skills)을 갖춘 연결된 시민들의 국가를 비전으로 제시하고 있다. 이를 위해 전략안은 다섯 개의 핵심 목표(pillars)로 ① 캐나다 시민의 연결(connecting Canadians), ② 캐나다 시민 보호(protecting Canadians), ③ 경제적 기회(economic opportunities), ④ 디지털 정부(digital government)와 ⑤ 캐나다 콘텐츠(Canadian contents)를 설정하였다. 5대 핵심목표를 달성하기 위한 추진정책의 구체적인 내용은 다음 <표 2-13>과 같다.

<표 2-13> 디지털 캐나다 150의 핵심목표 및 추진정책

핵심 목표	추진 정책
캐나다 국민들의 연결	<ul style="list-style-type: none"> • TV채널 조합에서 더 많은 선택권 제공 • 인구 98% 이상이 전자상거래, 고화질 동영상 소비, 원격교육이 가능한 5Mbps 초고속 인터넷 이용 가능 • 무선정책을 통해 캐나다 전 지역에서 경쟁적 가격에 확대된 선택적 서비스를 첨단 기술을 통해 이용할 수 있도록 함 • 공공소유 무선 방송전파 이용 최적화 • 정부는 지속적으로 소비자 보호와 더 나은 서비스, 보다 많은 선택권 그리고 낮은 가격을 보장하기 위해 노력
캐나다 국민 보호	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 거래의 안전성 보장 • 온라인 프라이버시 보호 • 사이버폭력과 온라인위협으로부터 보호
경제적 기회	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최고 수준의 디지털 기술 채택과 경제 전반에 혁신을 가속화하는 역동적인 캐나다 디지털 기술 산업 보유 • 캐나다 기업의 생산력 증대, 비즈니스 성장 및 국내외 시장에서 시장점유율 확대를 위해 디지털 도구 사용 • 빅데이터를 사고방식 변화, 건강관리, R&D, 다양한 비즈니스 및 정부활동 수행에 적극 활용하는 글로벌 리더국가로 자리매김
디지털 정부	<ul style="list-style-type: none"> • 캐나다 정부는 서비스 접근과 온라인 정보제공을 보다 단순하고 신속하게 만듦으로써 국민들과 소통하는데 디지털 기술을 적극 활용 • 오픈데이터는 공적 대화를 확대하고, 시민참여를 촉진하며, 정부, 비즈니스, 학계, 개인들 간 협력 증대 • 캐나다는 경제발전을 촉진하고, 혁신을 자극하며, 정부의 보다 효율적인 운용방법을 찾을 수 있도록 데이터를 개방
캐나다 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> • 캐나다 국민들은 디지털 콘텐츠에 반영되는 자신들의 모습을 볼 것이며 그러한 콘텐츠에 접근하는 방식에서 광범위한 선택권을 향유 • 캐나다 창조산업은 디지털 기회를 누리고, 캐나다 콘텐츠 판매를 촉진하고, 글로벌 시장에서 보다 중요한 역할을 수행하는 더 큰 역량을 보유

출처: Minister of Industry (2014)에서 발췌하여 재구성.

나. 디지털 현장

2019년 5월 ISED는 디지털 시대의 신뢰 구축을 위한 10가지 원칙을 담은 디지털 현장(Canada's Digital Charter)을 발표하였다. 캐나다 국민은 디지털 공간에서 자신의 프라이버시가 보호되며, 개인정보가 오용되거나 남용되지 않음을 신뢰할 수 있어야 한다. 이러한 공중의 신뢰는 디지털 및 데이터 기반 경제가 기반을 둔 토대이기 때문에 캐나다 정부는 공중의 신뢰 구축을 위한 주요 원칙들을 수립하고 이의 구현을 위해 최선의 노력을 다해야 한다는 것이다. 디지털 현장은 공식적으로 법적 지위를 갖지는 않는다. 그보다는 캐나다 정부가 추진하고 있는 다양한 디지털 혁신의 정책적 프레임워크이자 가이드라인이라고 볼 수 있다. 따라서 디지털 현장의 원칙들은 정부 당국자가 공인했듯이 캐나다 정부가 추진하는 프라이버시나 개인정보 보호를 포함한 디지털 관련 정책과 법적 등에 다양한 방식으로 반영될 것으로 보인다. 디지털 현장이 제시한 10가지 원칙은 다음 <표 2-14>와 같다.

<표 2-14> 캐나다 디지털 현장의 10대 원칙

10대 원칙	내용
보편적 접근	모든 캐나다 국민은 디지털 세계에 참여할 평등한 기회와 이에 필요한 접근, 연결, 리터러시, 기술 등의 필요한 수단을 갖는다
안전과 보안	캐나다 국민은 사용 서비스의 무결성, 진본성과 보안을 신뢰할 수 있고 온라인에서 안전하게 느껴야 한다
통제와 동의	캐나다 국민은 어떤 데이터가 공유되며, 누가 그들의 개인정보를 어떤 목적으로 이용하고 있는지 통제할 수 있고, 자신의 프라이버시가 보호되고 있음을 인지할 수 있어야 한다
투명성, 이동성과 상호운용성	캐나다 국민은 자신의 개인정보에 대한 분명하고 관리 가능한 접근권을 가지며, 과도한 부담 없이 자유롭게 공유 또는 이전할 수 있어야 한다
개방적이고 현대적인 디지털 정부	캐나다 국민은 이용하기 안전하고 손쉬운 현대적인 디지털 정부 서비스에 접근할 수 있어야 한다
공평한 경쟁의 장	캐나다 정부는 시장남용으로부터 소비자를 보호하는 동시에, 기업 성장을 촉진하고 디지털 및 데이터 혁신에 대한 캐나다 리더십을 분명히 하고자 온라인 시장에서의 공정경쟁을 보장할 것이다
선한 목적의	캐나다 정부는 국내외에서 가치 창출, 개방성 촉진과 삶의 질

데이터와 디지털	향상을 위해 데이터의 윤리적 이용을 보장할 것이다
강력하고 튼튼한 민주주의	캐나다 정부는 표현의 자유를 보호하고 투표 및 민주적 제도를 훼손하기 위한 목적의 온라인 협박과 가짜정보에 강력히 대응할 것이다
혐오와 폭력적 극단주의로부터의 자유	디지털 플랫폼은 혐오·폭력적 극단주의 또는 범죄 콘텐츠를 조장하거나 유포하는 데 사용되지 않을 것이다
강력한 집행과 실제적 책무성	상기 원칙들을 지지하는 법규 위반에 대해 명확하고 의미 있는 벌칙을 가할 것이다

출처: ISED (2019)에서 발췌하여 재구성.

7. 호주의 Tech Future

호주의 산업과학기술부(Minister for Industry, Science and Technology, IST)가 2018년에 발표한 “호주의 테크 미래(Australia’s Tech Future)” 보고서는 호주의 경제와 사회 발전에 디지털 테크놀로지가 지니는 핵심적인 중요성을 강조하고, 국가 전반의 디지털 경제를 발전하기 위한 주요 정책을 제안하고 있다. 정책분야는 사람, 서비스, 디지털 자원, 적극적인 환경 조성의 요소들로 구성되어 있는데, 구체적인 정책내용은 다음 <표 2-15>와 같다.

<표 2-15> 호주 Tech Future의 정책분야 및 정책내용

정책 분야	정책 내용
사람	<ul style="list-style-type: none"> 노동 시장에 관한 정보 개선 기업의 첨단 기술 도입 및 활용 역량 제고 자동화의 영향력 취약한 노동자들에 대한 재교육 혜택 지원 직능 연관성이 높고 최신회원 기술 확보 지원 디지털 기술 역량이 부족한 영역에 대한 인식 제고 디지털 기술과 기타 기본적 기술과의 조화 디지털 역량 수출을 통한 호주 경제 발전 도모 노년층, 여성, 호주 원주민, 장애인, 사회-경제적 빈곤층, 소외지역

	<ul style="list-style-type: none"> 주민 등을 지원 상품과 서비스 가격 등을 포함하여 지속적인 이용가능성 지원 농촌 및 소외된 지역 주민의 참여 촉진 노년층의 디지털 이용 능력 제고 디지털에 관한 젠더 격차 개선 온라인에서의 인권, 민주주의, 평화 보호 정부는 미래지향적이며 유연한 교육 프로그램, 기술 재교육 및 영역 전환 노동자 지원, 지역 특화된 지원, 생애교육 확대, 소규모 기업의 디지털 활용 역량 강화 지원, 보편적 서비스 보장, 병역자 및 저소득 이용 평가 및 지원 프로그램 운영, 여성 기본 교육 프로그램 강화, 여성 노동역량 증진 프로그램, 호주 시민 공동체 프로그램 지원, 인권강화 프로그램 지원 등
서비스	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 이용 경험 향상 신뢰 구축 디지털 이용 촉진 정부는 이용자 우선적이며 적합하고 이용이 용이한 디지털 전환, 디지털 서비스 개선, AI 활용, 가격 대비 만족스러운 서비스 제공, 우수한 서비스를 제공할 수 있는 전문 인력 구비 등
디지털 자원	<ul style="list-style-type: none"> 미래 지향적인 디지털 설계 안전한 디지털 인프라스트럭처 구축 데이터: 데이터 가치 창출 및 활용, 데이터 접근 확대, 프라이버시 및 안전 확립, 불필요한 장벽 제거, 데이터 활용 역량 격차 개선 정부는 디지털 인프라 건설, 네비게이션 및 위치 확인 서비스 증진, 높은 수준의 연구 인프라 지원, 스마트 시티 건설. 데이터 이용의 신뢰 구축, 데이터 접근성 제고, 데이터 과학 역량 구축 등
적극적 환경 조성	<ul style="list-style-type: none"> 기업하기 좋은 호주 건설 글로벌 디지털 경제에서 유리한 고지 선점 디지털 안전 확보 합목적적인 규제 시스템 개발, 기준의 일관성 확립 정부는 사이버 안전 전략의 신속한 이행, 국제 사이버 참여 전략 이행, 국내 사이버 안전 지원 시스템 구축, 호주 사이버 안전 산업 부문 발전, 규제의 품질 제고, 호주의 규제와 기준 간 조화, 산업 현대화(AI, 블록체인 등), 국제적 기준 및 디지털 유통 규칙 구축 등

출처: IST (2018)에서 발췌하여 재구성.

8. 싱가포르의 Smart Nation Singapore

싱가포르의 방송통신 분야의 주요 발전 전략은 2015 마스터 플랜(2006)을 시작으로, 20 스마트네이션 전략(2014), AI 싱가포르 전략(2017)으로 이어지고 있다. iN2015 마스터플랜은 싱가포르 정보통신 개발청에서 정보통신 인프라 구축을 통한 지능형 도시 실현을 위해 마련되었다. 2014년 스마트네이션은 도시문제 해결을 위한 정보통신 기술을 활용하려는 선제적인 전략이다. 2017년에 발표된 AI 싱가포르는 AI 원천 기술 확보를 통해 정보통신 분야의 경쟁력을 통한 글로벌 경쟁력을 강화하려는 노력이라 볼 수 있다.

<표 2-16> 싱가포르 방송통신 분야 주요 발전 전략 연혁

년도	발전전략	주요 내용
2006	iN2015 마스터플랜 (Intelligence Nation 2015 Master Plan)	차세대 정보통신 인프라 구축, 정보통신 산업역량 개발을 통한 싱가포르 정보통신 분야의 강화를 통한 삶의 질 향상 및 경쟁력 향상
2014	스마트 네이션 이니셔티브 (Smart Nation Initiative)	도시문제를 해결함으로써 삶의 질을 개선하고 새로운 경쟁력 기회를 창출, 정부와 시민이 공동으로 솔루션을 창출하여 강한 공동체 건설
2017	AI 싱가포르 (AI Singapore)	AI 원천기술 개발, 산업계 인공지능 혁신 촉진, AI 인재 양성을 통해 싱가포르의 국제적 경쟁력 향상

가. 싱가포르 Smart Nation Singapore

싱가포르는 2014년 “Smart Nation Singapore” 를 발표하였다. 이는 싱가포르를 스마트 국가로 건설하기 위한 3대 프로젝트인 National Digital Identity Framework, e-Payments, Smart Nation Sensor Platform으로 구성된다.

스마트네이션 계획은 2017년에 스마트네이션 이니셔티브로 업데이트 되었다. 스마트네이션 이니셔티브는 기존의 3개 사업에 시민의 이동성 향상을 위한 ‘Smart Urban Mobility’, 다양한 정부 서비스에 대한 접근성 향상을 위한 ‘Moments of Life’ 등 2가지 추진 과제를 추가하고 있다. 스마트네이션 이니셔티브는 싱가포르를 방송통신기술을 도시문제해결

에 적극 활용하려는 시도로 국가디지털 신원 프레임워크, 전자지불, 스마트네이션 센스 플랫폼, 스마트도시 이동성, 삶의 순간의 5가지 하위 프로젝트로 구성된다.

<표 2-17> 싱가포르 스마트네이션 이니셔티브 5대 프로젝트

5대 사업	주요 내용
국가 디지털 신원 프레임워크 (National Digital Identity Framework)	시민과 기업이 편리하고 안전하게 디지털 방식으로 거래하도록 지원함
전자지불 (e-Payments)	모든 사람이 쉽고 빠르게 안전하고 원활하게 지불할 수 있도록 지원함
스마트 네이션 센서 플랫폼 (Smart Nation Sensor Platform)	도시를 보다 살기 좋고 안전하게 만들어 줄 센서 및 기타 사물인터넷 장치의 설치를 가속화함
스마트 도시 이동성 (Smart Urban Mobility)	인공지능과 자율주행차를 포함하고 데이터 및 디지털 기술을 활용하는 등 대중교통 출퇴근을 한층 강화함
삶의 순간 (Moment of Life)	여러 정부기관에서 제공하는 서비스를 중관련 있는 정부 서비스를 묶음으로 시민들 인생의 중요 순간에 제공하여 시민들이 여러 정부기관의 서비스를 찾아다닐 필요가 없도록 지원함

출처: Smart Nation Singapore 홈페이지의 Strategic National Projects에서 재구성.

스마트네이션 이니셔티브의 실현은 기본·응용 분야 연구, 교육, 산업 생태계 조성, 공공분야 개혁, 인프라 조성, 규제, 디지털 포용, 글로벌 협력을 통해 구현해 가도록 하고 있으며 상세 내용은 다음 <표 2-18>과 같다.

<표 2-18> 싱가포르 스마트네이션 이니셔티브 8대 핵심 분야

핵심 분야	주요 내용
기본·응용 분야연구	<ul style="list-style-type: none"> ■ 스마트 솔루션 촉진 • 스마트 홈, 자율주행차, 로봇 기술을 활용한 의료 솔루션 등이 실생활에 도입될 수 있도록 지원

	<ul style="list-style-type: none"> ■ 실험문화 육성 및 지속적인 혁신 추진 • 혁신기업 발전을 위한 R&D 계획 수립 및 투자(Research, Innovation and Enterprise 2020)
교육	<ul style="list-style-type: none"> ■ 컴퓨터 활용 역량 구축 • 코딩과 컴퓨터 사고력을 키우는 Code@SG 운동, 기술습득 및 평생학습을 위한 SkillsFuture 프로그램 등 운영
산업생태계 조성	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지능정보기술 기반 제조업 혁신에 선도적 대응 • 제조업 혁신계획(Advanced Manufacturing and Engineering) 선정을 통해 제조 및 엔지니어링 산업 분야의 경쟁력 향상을 위한 기술개발 지원 ■ 생활연구소(Living Lab) 개념의 테스트베드 구축 • 테스트베드 확대를 통해 산업 및 스타트업 생태계 육성 • 실생활 속에 물리적 실험실을 개발하여 신기술을 체험하고 개념 입증 실험을 할 수 있도록 지원
공공분야 개혁	<ul style="list-style-type: none"> ■ 교통교통관리시스템 설치 및 모니터링 • 싱가포르 모든 대중버스에 교통관리 시스템을 설치, 버스의 위치와 배차 간격 등에 대한 정확한 모니터링, 향후 자율주행 기술 접목
인프라 조성	<ul style="list-style-type: none"> ■ 스마트 국가 플랫폼 인프라 구축 • 정부 기관 간에 유용한 데이터를 수집하고 공유, 활용할 수 있는 국가 인프라(SNP) 구축
규제	<ul style="list-style-type: none"> ■ 핀테크 규제 테스트베드 시행안 발표 • 기업들이 규제에서 한시적으로 벗어나 신규 핀테크 솔루션을 검증하고, 정부는 신속히 규제를 개선할 수 있는 시스템인 금융 규제샌드박스(Regulatory Sandbox) 실행
디지털 포용	<ul style="list-style-type: none"> ■ 생애 주기별 최적화 서비스 제공 • 공공 서비스 플랫폼을 통해 생애 주기별 서비스와 정보를 통합 제공하여 복수의 공공기관들을 방문해야 하는 번거로움을 해소
글로벌 협력	<ul style="list-style-type: none"> ■ 정부, 기술선도기업(국내외), 제조기업, 연구소 간 파트너십 강화

출처: 한국정보화진흥원 (2016)에서 발췌하여 재구성.

나. MCI의 Our Digital Singapore

최근 싱가포르의 디지털 발전계획을 잘 보여주는 사례는 2019년 7월에 발표된 “Our Digital Singapore” 이다. 디지털 싱가포르(Our Digital Singapore)는 싱가포르가 디지털 방식으로 변화함에 따라 기업, 노동자, 시민을 아우르는 포용적인 성장을 보장하기 위한 계

획이다. 이 계획은 크게 6개 분야의 정책으로 구성된다.

첫째, 디지털 생태계 전반에 걸친 유익한 환경을 조성하는 것이다. 구체적으로 지역 중소기업의 디지털화를 지원하며 프론티어 기술에 대한 투자를 강화하여 기술 생태계 변화를 이끌어가는 것을 내용으로 한다.

둘째, 디지털 경제를 위한 미래 인력 양성으로 구체적으로 젊은 인재를 양성하기 위한 학생 교육 강화와 디지털 경제를 위한 인력 역량을 강화하는 것이다.

셋째, 모든 싱가포르인이 디지털 혁신의 혜택을 누릴 수 있도록 보장하는 것이며, 디지털 리더로서의 강화와 필요 역량의 제고를 내용으로 한다.

넷째, 디지털 부문에서 글로벌 입지를 구축하는 것이다. 구체적으로 디지털 생태계를 지배하는 규칙과 표준에 대한 국제적 협의에 파트너로 참여하고, 아세안을 비롯한 지역 디지털 경제를 선도하는 디지털 거버넌스를 형성하는 것이다.

다섯째, 신뢰할 수 있는 인프라와 규제를 시행함으로써 디지털 생태계를 강화하는 것으로서, 구체적으로 5G를 비롯한 인프라에 사이버보안을 강화하고 AI를 비롯한 미래의 디지털 경제에 관한 적절한 규제를 마련하는 것을 내용으로 한다.

여섯째, 미래를 대비한 싱가포르를 위해 협력으로서, 싱가포르 국민의 아이디어를 활용하고 상호간의 에너지를 결합해 나갈 것을 담고 있다(MIC, 2019).

9. 이탈리아의 Industria 4.0 및 공공행정의 ICT 추진 3개년 계획

가. Industria 4.0

이탈리아 경제개발부와 재무부와 공동으로 추진하는 “Industria 4.0” 은 다양한 분야의 산업에 관련된 정책개발, 연구 및 인프라 투자를 통해 디지털 시대에 부응하는 국가적 발전전략이다. 동 계획은 이탈리아의 주요 기업들에게 하이테크 요소의 자산에 민간 투자를 촉진하기 위해 상당한 수준의 세금 감면 혜택과 더불어, 약 130억 유로에 달하는 공공투자를 제공하는 것을 핵심으로 삼는다. 이러한 투자는 주로 협업 로봇, 증강현실, 3D 프린터, 빅데이터 분석 소프트웨어 등 기술과 관련된 산업체를 위주로 이루어진다.

동 계획에 따르면, 고도화된 제조 솔루션(로봇, 통합센서 등), 3D 프린팅, 증강현실, 시

플레이션, 수직적·수평적 통합(Integration), 산업 인터넷, 클라우드, 사이버 보안, 빅데이터 등 9개 분야를 중점 육성 분야로 지정하였다. 이 과정에서 아래와 같은 4가지 영역에 대한 전략적 조치를 주요하게 수행한다(Italy' s Plan Industria 4.0).

- ① 기술에 대한 민간 투자의 촉진, 연구 개발, 혁신 지원 및 창업 기업에 대한 투자 촉진
- ② 산업 4.0 교육 프로그램 및 기술 개발 촉진, 디지털 역량 및 디지털 혁신 허브의 창출
- ③ 초고속 광대역 통신망 계획의 실현, 사물 인터넷 표준 통신 프로토콜의 정의
- ④ 민간 투자를 보장하기 위한 공적 조치, 혁신에 대한 대규모의 투자 지원, 글로벌 시장 진출의 활성화.

나. 공공행정의 ICT 추진 3개년 계획

AGID(Agenzia per L' Italia Digitale; Digital Italy Agency)는 유럽연합 차원에서 진행되는 정책에 발맞추어 이탈리아의 디지털 전환과 관련된 종합적인 정책을 입안하고 의제를 제기하는 총리실 산하의 디지털 전략기구이다. 따라서 새로운 정보통신 기술의 확산과 이를 통한 혁신과 경제적 성장을 도모하며, 특히 IT 관련 공공행정 시스템 도입을 위한 조정 및 지원의 역할, 공통의 법제 및 규제 기준을 마련하는 일을 주요 업무로 삼는다.

이탈리아 정부는 2019년 1월부터 AGID의 주도로 각 지역 및 지방 자치단체와 공동으로 국가 디지털화 전략인 “공공행정의 ICT 추진을 위한 3개년 계획(Piano Triennale ICT Italia 2019-2021)” 을 추진하고 있다(AGID, 2019). 이는 2015년부터 추진되고 있는 국가전략 프로젝트인 “전국 브로드밴드 플랜” 과 “디지털 성장전략 2014-2020(Strategy for Italian Broadband and Digital Growth 2014-2020)” 의 후속편에 해당한다. 이를 통해 국가적 디지털 전환에 필요한 행정 분야, 비즈니스 및 시민사회의 협력의 새로운 모델을 구축하고, 다양한 차원에서 제기되는 지원 기금의 마련 및 집행을 위한 통합적인 기준을 만들어 나가고자 한다. <3개년 계획>의 구체적인 내용과 정책 영역은 다음과 같다(AGID, 2019, pp. 23-26).

- ① 디지털 서비스의 보편화 : 시민들의 삶과 비즈니스 현장에 적용되는 보다 일관된 인터페이스, 서비스 및 콘텐츠 표준의 기준 및 규칙 정의

- ② 공공 서비스 분야에서의 디지털 생태계 조성 : 학교, 문화유산에서 농업, 산업 및 헬스 영역에 이르는 개별 영역별 디지털 행정 플랫폼의 확립
- ③ 시스템의 호환성 확보 : 시민, 기업, 공공기관 간의 정보, 플랫폼, 서비스 공유에 필수적인 호환성의 마련(기술 표준, 운영 가이드 라인 마련 등)
- ④ 공공 데이터 인프라 자원의 구축 : 데이터 관리 시스템 도입, 인프라 정비, 오픈 데이터 관리 등

10. 스위스의 Digital Switzerland

스위스 정부는 2018년 9월, 디지털 국가발전의 청사진을 제시하는 “디지털스위스 전략(Digital Switzerland)” 을 발표하였다. 이는 스위스가 2016년부터 시작된 디지털스위스 전략이 구체화된 결과물이라고 할 수 있다. 디지털스위스 전략은 스위스가 자국의 특수한 단점(협소한 국토, 적은 인구, 부족한 자연자원 등)과 장점(안정적인 정치 시스템과 높은 수준의 혁신능력 보유)에 대한 냉철한 평가를 바탕으로 디지털이야말로 미래를 시작하고 주도할 수 있는 절호의 기회라는 인식에 기반하고 있다. 이러한 맥락에서 디지털스위스 전략은 다음과 같은 네 가지 원칙하에 추진되고 있다. 첫째 인간중심의 원칙, 둘째, 디지털 역량을 펼칠 수 있는 공간을 부여하는 원칙, 셋째, 디지털 트랜스포메이션으로 인한 변화가 기존 구조의 변화를 용이하게 해야 한다는 원칙, 넷째, 이러한 전환 과정이 공동연대에 의해 이루어져야 한다는 것이다.

디지털스위스 전략의 핵심목표는 첫째, 스위스의 시민 및 거주인들 모두에게 동등하게 참여 기회 제공하고 이를 통해 연대성을 강화하는 것이다. 스위스에 거주하는 모든 이들은 디지털화에 따른 웰빙의 모든 기회를 동등하게 누릴 수 있다. 둘째, 보안, 신뢰 및 투명성 보장이다. 현실세계에서 안전한 스위스에서 거주하듯이 디지털 세계에서도 같은 정도의 안정성 확보하면서, 투명한 데이터 기반 서비스를 통해 신뢰를 높이고, 개성의 발현과 자기결정권을 존중하는 것이다. 셋째, 디지털화에 따른 역량 강화이다. 스위스 국민 누구나 디지털화의 기회를 쉽게 이용할 수 있도록 함으로써 역량이 더 강화되어야 한다는 것이다. 평생 학습 덕분에 인간은 디지털화된 정치, 사회, 문화 및 경제과정에 참여할 수 있

고, 자신의 행위 결과를 최대한 올바르게 평가할 수 있다. 넷째, 가치 창출, 성장 및 복지의 보장이다. 스위스는 혁신적이고 개방적인 국민으로서 강점을 구축하고 있으며, 혁신과 디지털 비즈니스 모델을 위한 제도환경을 만듦으로써 가치 창출, 성장, 복지가 최대한으로 달성될 수 있다. 시장 진입에 방해가 되는 장애물을 없애면 공공복리가 증대되고 공적 재원의 지속성이 보장된다.

디지털스위스 전략에서 달성하고자 하는 구체적인 액션플랜 중 여기에서는 “정치 참여”, “경제, 그리고 ” 데이터, 디지털 콘텐츠 및 인공지능 “에 대한 내용을 구체적으로 살펴보고 있다.

가. 정치 참여

미디어는 본질적으로 의견형성과 민주주의의 원활한 운영에 기여한다. 균형잡힌 정보, 투명성 및 정보원의 취급 가능성은 스위스의 근간을 이룬다. 또한, 스위스 국민 뿐 아니라 외국인들에게도 독립적이고 충분한 정보를 바탕으로 의견을 형성하고 정치에 참여할 수 있도록 해준다. 또한, 정치참여는 국민들의 민주적 삶의 참여를 반영한다. 기술의 발전은 새로운 형태의 정치 과정에 대한 참여를 가능하게 만들고, 국민의 수요를 변화시킨다. 정치적 영향력을 미칠 수 있는 수단에 아무런 장애 없이 접근할 수 있는 것은 모든 국민이 정치적이고 공적 삶에 자발적으로 참여할 수 있게 한다.

따라서 정치적 권리의 디지털화를 위해 공공정보 시스템의 투명성과 신뢰성은 매우 중요하며, 전자정부의 필요성이 바로 여기에서 도출된다. 전자정부는 공공행정 활동의 최적화를 위해, 특히 행정청과 국민 및 기업간의 상호작용 과정에서 기술의 발전을 활용해야 한다는 것이다.

한편, 미디어 분야의 공공서비스(der Service public)는 정치 참여를 촉진하고 민주주의를 강화시키는 매우 중요한 기제이다. 디지털화, 글로벌화 그리고 점점 세분화되는 미디어 환경, 특히 국민들이 전통적인 미디어보다는 인터넷 콘텐츠를 선호하는 환경에서 지향점으로서의 공공서비스는 정치적·사회적 상황을 더 잘 이해하기 위하여 지금까지보다 여전히 더 큰 의무가 부여된다. 이는 신뢰할 수 있고, 독립적이며, 질적 수준이 높은 미디어 콘텐츠를 인터넷에서도 전제하고 있는 것이다.

따라서 공공서비스는 이해, 단결, 정보교환을 촉진하고, 지역의 특성과 지방자치단체의

수요를 고려해야 한다. 공공서비스는 정치 참여를 지원하고, 민주주의를 강화시키며, 기본권을 보호한다. 스위스는 높은 수준을 보장하고 윤리적 책임감이 있는 저널리즘을 위해 노력을 다해야 한다.

나. 경제

스위스는 자원이 부족한 나라이기 때문에 디지털화로 발생하는 잠재력을 최대한 활용해야 한다. 이를 위해 가능한 한 디지털 비즈니스와 혁신을 위해 유리한 제도적 기반을 만들어야 한다. 사업자들은 최적으로 새로운 기술에 적응할 수 있어야 한다. 이를 위해 유연한 노동시장, 교육과 연구에서의 우월한 역량, 인프라 고도화가 필요하고, 이러한 강점이 미래에도 유지되어야 한다. 스타트업도 중요한 역할을 한다. 스타트업은 간과해서는 안 되는 혁신의 추동자이기 때문이다. 나아가 행정 또는 규제 장벽을 허물고 행정과 사업자간의 정보교환이 증점적으로 전개되어야 한다.

다. 데이터, 디지털 콘텐츠 및 인공지능

디지털 콘텐츠는 오늘날 여가 및 미디어 영역의 디지털 환경에서 가장 중요한 성장동력이다. 데이터 그 자체는 경제의 핵심적인 연료이다. 기술의 발전으로 데이터의 수집, 저장 및 처리가 가능해졌고, 이로 인해 새로운, 혁신적인 제품 및 서비스와 사무의 처리와 결정의 최적화를 위한 잠재력이 생겨났다. 데이터 경제에 유리한 제도적 기반은 경제적·사회적 부가가치를 창출할 수 있게 하고, 우리의 더 나은 일상에 기여하며, 중요한 경쟁력의 척도가 되고 있다. AI의 투입에 있어서도 이러한 논의는 그대로 적용될 수 있다. 동시에 데이터 활용에 따른 부작용과 리스크에도 항상 대비해야 한다.

제 3 장 4차 산업혁명 신산업 및 신규 서비스 활성화

제1절 인공지능(AI) 활성화

1. 미국의 American AI Initiative

트럼프 대통령은 2019년 2월 11일 인공지능 분야에서 미국의 리더십을 유지하기 위한 행정명령(Executive Order on Maintaining American Leadership in Artificial Intelligence)에 서명하였다. 트럼프 집권 이후 처음으로 발표된 인공지능 전략이라는 함의를 가지는 이 행정명령은 미국 경제와 안보를 지키기 위해 미국이 인공지능분야를 선도해야 한다는 트럼프 대통령의 생각을 반영한다(김규리, 2019, p. 2). 미국의 인공지능 분야 기술과 혁신을 촉진하고 보호하기 위한 목적의 이니셔티브는 민간부문, 학계, 그리고 인공지능에 관심이 있는 일반 대중 및 해외 파트너들과의 협력을 기반으로 한 범정부적 접근을 천명하고 있다. 동 이니셔티브는 인공지능 발전을 위해 연방정부가 추구해야 할 다섯 가지 핵심원칙을 다음 <표 3-1>과 제시하고 있다.

<표 3-1> 미국 AI Initiative의 5대 핵심원칙

핵심원칙	주요 내용
AI 연구개발 투자	연방기관들은 AI 관련 연구개발에 최우선적으로 투자해야 한다
AI 자원 개방	연방기관들은 인공지능 전문가, 연구자 및 업계에 연방 데이터, 모델과 컴퓨팅자원을 개방함으로써 공공의 신뢰와 개방자료의 가치를 높여야 한다
거버넌스 표준의 설정	연방기관들은 인공지능 발전과 활용에 대한 표준을 수립하여 인공지능 시스템에 대한 공공의 신뢰를 제고해야 한다
AI 전문인력 양성	미국 노동자들이 컴퓨터사이언스와 STEM(Science, Technology, Engineering and Math) 분야의 다양한 교육과 훈련 프로그램을 통해 AI 기술과 지식을 습득할 수 있도록 연방기관들은 펠로우

	십과 연구 프로그램을 우선시해야 한다
미국의 AI 비교우위 보호를 위한 국제환경 조성	행정부는 미국의 AI 연구개발과 AI 산업을 위한 시장 창출에 우호적인 국제환경 조성에 적극 나서야 하며, 연방기관들은 AI 기술 분야에서 미국의 이익을 보호하기 위한 액션플랜을 수립해야 한다

출처: 김규리 (2019), p. 3; The White House (2019)에서 발췌하여 재구성.

이 행정명령에 따라 미국과학기술위원회(National Science and Technology Council : NSTC) 산하 인공지능특별위원회(Select Committee on Artificial Intelligence)가 인공지능과 관련된 연구개발, 응용기술의 적용과 발전, 인력개발, 지원과 규정의 제정 등 연방 정부부처의 각종 활동을 조정하게 되었다(오일석, 2019, p. 3).

2. 영국의 AI Sector Deal

영국 정부는 2017년 향후 국가적 차원의 인공지능 분야의 발전방향과 핵심 정책을 담은 보고서 “Industrial Strategy: Artificial Intelligence Sector Deal” 를 발표하였다. 동 보고서에 따르면, 인공지능은 미래에 우리의 삶과 노동을 변화시킬 수 있는 핵심 기술로서 모든 국가의 모든 이들에게 생산성을 증대시키고 새로운 직업을 창출할 수 있는 매우 큰 잠재력을 지녔다. 영국이 직면하고 있는 인공지능 분야의 기회와 도전은 첫째, R&D, 기술, 규제 혁신에 투자를 통해 영국을 AI 및 데이터 기반 혁신의 국제적 중심국가로 건설하는 것이며, 둘째, 각 산업 부문이 인공지능과 데이터분석 기술을 통해 생산성을 증대할 수 있도록 지원하며, 셋째, 데이터 윤리 및 혁신 센터 개설, 영국의 사이버안전 역량 강화를 통해 국제적 범위에서 안전하고 윤리적인 데이터 이용을 주도하며, 넷째, STEM 및 기술과 컴퓨터 과학교육, 재교육 강화를 통해 자동화 환경에서 사람들이 취업에 필요한 능력을 갖추도록 지원하는 것이다. 영국은 세계 최고 수준의 인공지능의 사회적, 경제적 발전을 추진하기 위해 정부, 기업, 학계 간의 강력한 협력을 매우 중시하고 있으며, 보다 구체적으로 인공지능 분야를 발전시키기 위한 5대 핵심 분야와 분야별 정책목표를 다음 <표 3-2>와 같이 제시하고 있다.

<표 3-2> 영국 AI Sector Deal의 5대 핵심분야 및 정책목표

핵심 분야	정책 목표
아이디어	<ul style="list-style-type: none"> • 세계에서 가장 혁신적인 경제 구축을 목적으로 2027년까지 GDP의 2.4%를 R&D에 투자 • 관련 항목 세금 혜택 • 새로운 펀드에 7억 2500 파운드 투자를 통해 혁신가치를 확보
인간	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최고 수준의 고등교육 시스템에 상응하는 기술교육 시스템 구축 • 수학-디지털-기술 교육에 4억 6백 파운드 투자를 통해 과학, 기술, 공학, 수학(STEM) 능력 역량을 강화 • 국가 재교육 프로그램을 신설하여 디지털 관련 재교육에 대한 투자 확대
인프라	<ul style="list-style-type: none"> • 국가 생산성 투자 펀드를 31조 파운드로 증대하여 교통, 주택, 디지털 인프라 강화 • 인프라 투자 증대 및 지원금 확대를 통해 전기자동차 산업을 촉진 • 5G와 광섬유 네트워크 등 1조 파운드 가량의 공적 투자를 통해 디지털 인프라를 강화
비즈니스 환경	<ul style="list-style-type: none"> • AI 부문 생산력 증대를 위한 생명과학, 건설, 인공지능, 이동기술 분야의 정부-산업 간 파트너십 결성 • 혁신적, 잠재력 있는 기업들에 대한 지원 확대, 25억파운드 투자펀드 구축 • 중소기업의 생산성, 성장을 향상을 위한 효율적 평가 방안 마련 • 생산성이 낮은 통태일기업들을 향상시키기 위해 노력 • 산업계 및 학계 우수한 전문가들로 구성된 AI 위원회(AI Council) 창설, 정부 내 AI 담당 부처(Office for Artificial Intelligence) 조직, 데이터 윤리 및 혁신 센터(Centre for Data Ethics and Innovation) 구축을 통해 AI의 경제적, 산업적 잠재력을 극대화
지역	<ul style="list-style-type: none"> • 각 지역들은 지역 산업전략(Local Industrial Strategies)에 동의하여 경제적 기회 개선 및 지역 강화에 협력 • 도시 내 교통을 발전시키기 위한 도시변화펀드(Transforming Cities)를 창출하여 도시 지역의 생산성 강화와 연결성 향상을 도모 • 420억 파운드 규모의 교사 발전 정책(Teacher Development Premium)을 시험적으로 실시하여 낙후된 지역의 교육 시스템 고질화, 전문화 추진

출처: HM Government (2017)에서 발췌하여 재구성.

3. 프랑스의 AI for Humanity

프랑스는 인공지능 분야에 대한 정부 차원의 투자를 강화하는 정책 프로젝트를 본격적으로 추진하고 있다. 2017년에 시작된 “AI for Humanity” 프로젝트는 2018년 3월 28일에 프랑스 하원에 인공지능(AD) 관련 정책 보고서를 제출하였고(Villani, C. 2019), 엠마누엘 마크롱 대통령은 AI 기술 발전을 위한 전폭적인 지원을 약속함으로써, 이 프로젝트는 이제 본격적인 집행의 단계에 돌입하였다. 2019년 7월 3일에는 프랑스 정부와 기업들이 “인류를 위한 인공지능(AI for Humanity)” 선언문에 서명하는 행사가 개최되었다. 여기에는 프랑스 경제재정부와 글로벌 8개 기업(에어 리퀴드, 다쏘 항공, EDF, 르노, 사프란, 탈레스, 토탈, 발레오 등)의 대표자들이 참여하였다.

이 프로젝트의 핵심적인 내용을 담고 있는 보고서는 하원의원이자 수학자 출신인 세드릭 빌라니(Cédric Villani)가 작성하였다. 여기에는 디지털 분야의 내각 자문위원회(Conseil National du Numérique)의 연구진, 정책 담당자 및 유관 기관 전문가 총 8명이 참여하였다. 동 보고서에 따르면 현재 프랑스는 전 세계에서 인공지능에 관련된 학술논문을 가장 많이 발표하는 톱 4개국(중국, 미국, 영국, 프랑스)의 하나이다. 프랑스 학계에는 268개 연구소, 약 5,300명의 박사급 연구자들, 81개의 학교 및 대학에서 인공지능 관련 강의가 개설되어 있으며 인공지능에 특화된 석박사 학위가 18개가 있는 것으로 조사되었다. 그리고 약 270여 개의 스타트업 기업들이 해당 분야에 있는데, 이는 2010년부터 매년 평균 30%씩 늘어난 것이라고 한다. 매년 인공지능 관련 연구개발에 약 4억 유로의 재정이 투입되고 있다.

보고서는 무엇보다 인공지능 분야의 진흥을 위하여 핵심적으로 인공지능에 대한 연구개발 투자를 획기적으로 강화할 것을 주문한다. 예컨대 인공지능 관련 학제적인 연구소 네트워크의 수립, 인공지능 연구에 필요한 특수한 슈퍼컴퓨터의 도입, 그리고 연구 인력이 미국 기업들로 유출되는 것을 방지하기 위해 이들을 유인할 수 있는 공적인 지원 제도의 마련이다. 그리고 투자는 인공지능 기술을 적용할 수 있는 핵심 영역(건강, 교통, 환경, 국방)에 대해 집중적으로 이루어질 필요가 있음을 주장한다. 더불어 보고서에는 인공지능 기술의 발전이 야기할 수 있는 다양한 도덕적·윤리적 이슈에 대해서도 공적인 차원의 토론을 시작할 준비에 착수할 필요성이 함께 지적되어 있다. 구체적으로 보고서의 6개 파트의 주요 내용은 다음과 같다(Villani, C. 2019, pp. 14-23).

① 데이터에 관한 보다 특화된 경제 정책의 추구

- 유럽 차원의 데이터 생태계 구축: 공유 데이터베이스의 구축, 공공의 이익을 도모하는 데이터에 대한 개방, 저작권을 둘러싼 문제 해결 등
- AI 사업자의 국제 무대에서의 가시성 강화: AI 사업자들의 국제 경쟁력 강화를 위한 다양한 지원 정책 강구
- 4대 전략 섹터에 대한 지원 강화: 4대 영역 (헬스, 환경, 교통-모빌리티, 국방 영역)에 대한 투자 강화, 각 영역의 생태계 구성원들(기업, 연구자, 공공기관 등) 간 데이터 공유 및 다양한 형태의 플랫폼 등 협력 시스템 구축, 시장 내의 다양한 혁신적 구상들이 자유롭게 산업 내로 흘러들 수 있도록 하는 시스템 구축 등
- AI의 시범 무대로서의 국가: 정부, 공공기관들을 통합하는 조정 기구 도입, 공공 섹터에서 AI와 관련된 제품과 서비스 적극 구매 등

② 보다 유연하고 확산 가능한 연구 기능의 확충

- 인공지능 연구환경 개선: 연구기관 및 교육기관의 통합 조정기구 기구 신설, 프랑스 및 해외 연구인력 결집 및 연구환경 혁신, 각급 민간기업에 맞는 AI 솔루션 개발 및 네트워크 구축
- AI 분야 역량이 있는 신진 연구인력 확보: 두뇌유출을 대비하는 정책 도입, 연구인력에 대한 합당한 보상, 대학원 등 고등교육과의 연계, 특히 공공 연구기관 연구환경 및 시스템 정비

③ 노동 및 고용 영역에 대한 영향력의 기대 및 실험

- 인공지능 시대 노동 및 고용의 변화에 대한 대비: 미래 노동과 고용에 대한 연구, 직업 교육 구조의 개혁, 자동화로 인한 위기 직종들에 대한 대책 마련 등
- 직업 교육에 대한 투자: 새로운 형태의 재원 조달 방안 모색, 신산업 분야에서 발생하는 고용위기에 대한 사업자 부담 원칙 검토 등
- 미래를 대비하는 AI교육 확대: AI에 대한 교육 프로그램을 대학 이상의 교육기관 전 과정(학사, 석사, 박사)으로 확대

④ 환경 친화적인 경제에 기여하는 인공지능

- 녹색 인공지능에 대한 비전: 인공지능 산업이 지구환경 및 기후변화에 미치는 영향에 대한 고려
- 환경 관련 데이터 개방: 녹색 인공지능의 실현을 위한 환경 관련 데이터(기상정보, 농업, 교통, 에너지, 생물다양성, 기후, 재난, 에너지 생산 및 소비 등) 개방

⑤ 인공지능 윤리

- 인공지능에 관한 윤리적 이슈 검토: 알고리즘에 대한 정보 공개 및 투명성 이슈, 개인 정보 및 사생활 보호 등에 관한 투명하고 전문적인 검토
- 인공지능 윤리 이슈의 체계화: 특정 인공지능 기술이 사생활 보호에 끼치는 영향에 대한 평가, 개인정보 보호를 위한 법제, 기술에 의한 차별적 결과에 대한 평가 등
- 인공지능 윤리위원회 신설: 인공지능 윤리업무를 전담하는 위원회 신설 법제화, 위원회는 독립적 지위를 가지고 연구자나 기업체의 특정 기술의 선택에서 발생할 수 있는 윤리적 딜레마들에 대하여 검토하고, 이에 대한 기준을 제공하는 것을 목표로 함

⑥ 보다 개방적이고 다양한 인공지능

- 인공지능이 비즈니스를 넘어 인류 생활에 직접 영향을 미치는 새로운 기계적 수단임을 인식하고, 인공지능을 통해 평등이 훼손되지 않을 수 있도록 다양성 추구
- 알고리즘의 편향성을 해소할 수 있는 다양한 디지털 교육 제공
- 인공지능이 모두에게 이로울 것이 될 수 있도록 사회적 혁신과 성찰의 중요성 인식

4. 독일의 AI Strategy

독일 연방정부는 2018년 11월, 국가적 차원의 인공지능 발전전략인 “Artificial Intelligence Strategy” 를 3개 부처(연방교육연구부 the Federal Ministry for Education and Research, 연방경제에너지부 the Federal Ministry of Economics and Energy, 연방고용사회부 the Federal Ministry of Labor and Social Affairs)가 공동으로 발표하였다. 동 전략에 따르면, 향후 2025년까지 5년간 독일은 총 30억 유로를 투자하여 AI 산업을 국가 핵심 중추산업으로 발전시킬 계획이다.

독일의 AI 전략은 세 가지 정책목표를 갖는다. 첫째, AI 기술의 개발 및 활용 과정에서 독일과 유럽을 글로벌 선도적 지위로 만들고 독일의 미래 경쟁력을 확보하는 것이다. 둘째, 사회에 유용한 AI의 책임 있는 개발과 활용을 보장하는 것이다. 셋째, 광범위한 사회적 대화와 적극적인 정치적 수단으로 AI를 윤리적, 법적, 문화적, 제도적 용어로 사회에 통합시키는 것이다. 이같은 3대 정책목표 하에 12개 핵심 분야를 아래와 같이 천명하고 있다.

- ① 혁신의 원동력으로서 독일과 유럽의 AI 기술혁신 연구 강화
- ② 데이터 기반 AI 기술응용을 위한 혁신 경쟁 체고 및 유럽차원의 클러스터 조성
- ③ 역량있는 중소기업 지원 확대
- ④ AI 기술을 활용한 신규 비즈니스 창출 지원
- ⑤ 노동과 고용시장의 구조적 변화
- ⑥ 직업교육 강화 및 유능한 인재, 전문가 육성
- ⑦ 공공분야에서의 AI 활용 확대
- ⑧ AI를 활용한 데이터 개방 및 이용 활성화
- ⑨ 규제프레임워크의 개선
- ⑩ 표준화 추진
- ⑪ 전국적, 국제적 연계 및 협력 확대
- ⑫ 시민사회와의 지속적인 소통에 기반한 정책개발

출처: The Federal Government (2018b), pp. 12-45에서 발췌하여 재구성.

5. 일본의 AI Strategy 2019

일본의 최근 첨단 기술 분야 정책의 중심에는 AI가 중요한 위치를 차지하고 있다. 일본은 2019년 3월 29일 통합혁신전략추진회의를 통해 “인간 중심의 AI 사회 원칙” 과 “AI 전략 2019” 를 확정지었다. 지난 2017년에 발표한 바 있는 인공지능기술전략에 이어 2년 만에 발표된 정부 계획으로 일본의 인공지능 정책을 종합적으로 담고 있다. “인간중심의 AI 사회 원칙” 에는 일본이 추구하는 인간 존엄성, 다양성, 지속가능성이라는 AI 사회의 3대 이념과 이를 위한 7가지 사회 원칙이 제시되었다. “AI 전략 2019” 에서는 AI 사회의 실현과 글로벌 AI 리더십 확보를 위한 일본 정부의 전략이 포함되어 있다. 구체적으로 AI 인력육성을 위한 교육 개혁, 연구개발체제, AI를 통한 산업 및 사회 혁신, 데이터기반 정비, 국제 협력 관련 세부 목표와 추진 과제들이 담겨 있다(소프트웨어정책연구소, 2019).

첫째, 인공지능 정책에 대한 접근방식으로서 AI 사회원칙을 일곱가지로 내세우고 있다. 구체적으로 인간중심의 원칙, 교육, 리터러시 원칙, 보안 확보 원칙, 공정경쟁 확보 원칙, 공정성, 설명 책임 및 투명성 원칙의 7가지이다. 구체적 내용은 다음 <표 3-3>과 같다.

<표 3-3> 일본의 AI 사회원칙

원칙	내용
인간 중심	<ul style="list-style-type: none"> • AI의 이용이 인간의 기본적 인권을 침해해서는 안됨 • AI는 인간 노동의 일부를 대체할 뿐이며 인간을 보조함 • AI를 이용함에 있어 인간이 스스로 어떻게 이용해야 할지를 판단 • AI보급 과정에서 모든 사람이 혜택을 누릴 수 있도록 사용하기 쉽게
교육 및 리터러시	<ul style="list-style-type: none"> • 양극화 및 약자가 발생하지 않도록 유아, 초중등, 사회인, 고령자 등 교육에서 폭넓은 리터러시 교육 • 누구나 리터러시 교육으로 AI, 수리, 데이터과학 교육을 받을 수 있도록 함 • 대화식 교육 환경 및 배우는 자와 상호 연계할 수 있는 환경이 AI를 통해 구축 • 교육 환경 정비는 행정당국, 학교, 민간, 시민이 주체적으로 참여
보안 확보	<ul style="list-style-type: none"> • AI 이용에 따른 위험 평가와 위험 저감을 위한 연구 개발 추진 및 리스크 관리 • 단일 또는 소수의 특정 AI에 대한 의존성에 유의

공정경쟁 확보	<ul style="list-style-type: none"> • 지배적인 지위를 이용해 부당한 데이터 수집 및 주권 침해가 일어나서는 안 됨 • AI 이용에 의해 부와 사회적 영향력이 일부 이해관계자에게 부당 편중되면 안 됨
공평성, 설명 책임 및 투명성	<ul style="list-style-type: none"> • AI의 설계 사상에 인종, 성별, 국적, 정치적 신념, 종교 등의 배경에 따라 부당차별해서는 안 되며 모든 사람을 공평하게 인식 • AI를 이용하고 있다는 사실, AI에 이용되는 데이터 취득 방법 및 사용 방법, AI 동작 결과의 적절성을 담보 하는 시스템 등 용도 및 상황에 대해 적절한 설명 • AI의 제안을 이해하고 판단하기 위해 AI의 이용, 채택, 운영에 대해 열린 대화의 장이 적절하게 개최되어야 함 • AI의 데이터 내지 알고리즘의 신뢰성을 확보하는 시스템 구축
혁신	<ul style="list-style-type: none"> • 대학, 연구기관, 기업 간 협업, 연계, 유연한 인재의 이동 촉진 • AI 관련 품질, 신뢰성 확인, 데이터 수집, 정비, AI 개발, 테스트, 운영 등 공학적 측면뿐만 아니라 윤리적, 경제적 측면에서의 학문 수립과 발전 촉진 • 데이터가 독점되지 않고 국경을 넘어 효율적으로 이용될 수 있는 환경 마련되어야 하며 AI 연구 촉진을 위한 글로벌 연계 • AI를 가속화하는 컴퓨팅 자원, 고속 네트워크가 공유, 활용되는 연구개발 환경 마련

출처: 소프트웨어정책연구소 (2019)에서 발췌하여 재구성.

둘째, 인공중심의 AI 사회원칙을 바탕으로 AI 추진전략을 수립하고 있다. 해당 전략은 Society 5.0의 다양한 포용 지속가능 사회를 목표로 한다. 보다 구체적인 전략 목표는 AI 시대에 대응하는 인재 육성과 확보, AI를 활용한 산업 경쟁력 강화, AI 기술체계 수립과 운영을 위한 제도 정비, AI 관련 국제적 네트워크 구축의 4가지로 구성되어 있다. 이러한 전략목표를 달성하기 위한 구체적인 추진 전략은 다음 <표 3-4>와 같다.

<표 3-4> 일본의 AI 전략 (2019)

분야	내용
교육개혁을 통한 AI 인재 육성과 확보	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 사회의 기초 지식으로서 수리, 데이터 과학, 인공지능을 국민 모두가 갖춰야 할 소양으로 보고 이에 알맞은 교육 목표를 설정

연구개발 촉진	<ul style="list-style-type: none"> • AI의 기초 및 기반 기술 연구 개발 프로그램(AI-CORE) • AI의 산업계 응용 연구 • AI에 의한 포용성 실현을 위한 연구 개발 프로그램 • 다양한 창의 혁신 연구 프로그램
산업 기반 정비 및 사업화	<ul style="list-style-type: none"> • 복지(건강, 의료, 돌봄) • 농업 • 국가 안전 및 재난 방지 • 교통 인프라 및 물류 • 지방혁신(스마트시티) 등 5개의 중점 분야를 선정
AI 핵심 공동 기반으로 데이터 기반 정비	<ul style="list-style-type: none"> • AI를 위한 데이터 기반 구축으로 중점 5개 분야에 있어서 AI를 활용하기 위한 데이터 연계 기반 • AI를 위한 신뢰체계 구축. 미국, 유럽 등과 국제 상호 인증이 가능한 신뢰 데이터 연계 기반을 구축하고 정비 • AI를 위한 네트워크구축. 5G 네트워크 확산을 포함해 일본 전역에서 AI 활용이 가능하도록 네트워크 기반의 고도화, 안전, 신뢰성 확보
디지털 정부 구현	<ul style="list-style-type: none"> • AI를 활용해 공공서비스의 편리성과 생산성을 향상
인공지능 국제 협력	<ul style="list-style-type: none"> • 국제사회에서 AI 관련 리더십 확보를 위해 정기적으로 계획을 수립하고 검토하며 제도, 기술개발 및 구현에 있어 세계적으로 주목을 받는 선도적 성과 창출

출처: 소프트웨어정책연구소 (2019)에서 발췌하여 재구성.

6. 캐나다의 Pan-Canadian AI Strategy

캐나다 정부가 2017년에 발표한 “Pan-Canadian AI Strategy”는 전 세계에서 가장 먼저 국가적 차원에서 공표된 인공지능 발전전략이다.⁷⁾ 캐나다 정부는 2017년에 정부 산하 연구기관인 CIFAR(Canadian Institute for Advanced Research)을 인공지능 연구개발과 활

7) 캐나다 정부는 일찍이 1983년에 정부 산하 연구기관인 혁신기술연구소(CIFAR, Canadian Institute for Advanced Research)로 하여금 AI 연구프로그램을 런칭하도록 한 이후 꾸준히 AI 연구개발을 위한 기반을 확보해오고 있다(CIFAR 홈페이지, <https://www.cifar.ca/ai/pan-canadian-artificial-intelligence-strategy>)

성화를 위한 핵심 주체로 지정하고, Amii(the Alberta Machine Intelligence Institute), the Vector Institute, Mila(the Montreal Institute for Learning Algorithms), 및 기타 대학, 병원 등 기관들을 공동 참여기관으로 구성하였다.

캐나다의 인공지능 발전전략은 2017년에만 1억 2,500만 달러의 예산을 투입하는 범국가적인 사업이며, 다음 네 가지 목표를 제시하고 있다. 첫째, 우수한 인공지능 연구자 및 전문가 양성, 둘째, 인공지능 연구개발에 특화된 과학기술 우수 3개 지역(에드몬튼, 몬트리올, 토론토)의 상호 연계, 셋째, 경제·윤리, 정책, 법률 분야에서 인공지능의 글로벌 리더, 넷째 전국의 인공지능 연구 커뮤니티 지원 등이다(Futureoflife Institute 홈페이지, AI Policy-Canada).

한편, 인공지능 개발을 위한 다양한 프로그램도 운영하고 있다. 첫째, Canada CIFAR AI Chairs Program으로 5년간 총 8,650만 캐나다달러를 투입하고, 글로벌 수준의 머신러닝, 자율주행차, 인공지능 신경망, 기후변화 등을 연구한다. 둘째, CIFAR AI4Good National Training Program으로 미래 인공지능 연구를 선도할 대학원생과 대학생을 양성하고, 지원하는 프로그램이다. 셋째, CIFAR AI & Society Program으로 인공지능 사회에서 대두하게 될 의료문제, 민주주의, 기후변화, 아동, 취약계층 등 현안들을 논의하기 위해 다양한 분야의 산업 및 정부 전문가들을 참여하게 하는 프로그램이다(CIFAR 홈페이지에서 인용).

7. 싱가포르의 AI Singapore

AI 싱가포르는 싱가포르의 강점인 풍부한 데이터를 기반으로 AI 분야에 대한 경쟁력을 확보하기 위한 전략이다. 이를 위해 연구 및 인력 양성을 중점에 두고, 이를 통해 산업생태계와의 연계를 통해 확산시키려는 의도이다. AI 싱가포르에서도 일본과 동일하게 AI 분야의 발전전략과 함께 AI 윤리에 대한 부분이 강조되고 있다는 사실은 눈여겨볼 만하다. 해당 전략은 정부와 민간이 함께 AI 거버넌스를 구축하고, AI 개발과 적용 과정에서의 위험에 대비하기 위해 AI 가이드라인을 제정하고 있다.

AI 싱가포르는 ① AI 기반연구(AI Research), ② AI 활용 프로젝트 지원(AI Technology), ③ AI 전문가 육성촉진(AI Innovation)을 위한 이니셔티브인 AI Singapore(AISG) 추진의 3대

이니셔티브로 구성되어 있다. 그리고 이를 추진하기 위하여 정부 기관, 민간기업·기관과 대학으로 구성된 AI Singapore 기관을 설립하고 예산을 지원한다. 예산은 NRF에서 지원하며 5년간 약 1.5억 달러(약 1,800억 원) 지원받고 있다.

<표 3-5> 싱가포르 AI Singapore의 주요 내용

분야	주요 내용
기본·응용 분야연구	<ul style="list-style-type: none"> AI 관련 기술문제 해결 및 AI의 안전·신뢰 확보를 위한 연구개발 지원 AI 연구 역량을 위한 주요 목표 설정하고, 경진대회를 통해 목표분야를 고려하여 영향력 있는 프로젝트를 선정하여 지원(매 5년)
인재개발 및 유치	<ul style="list-style-type: none"> 산업 분야 AI 혁신을 위한 프로젝트 및 인재양성 프로그램 운영 100개 기업의 수요별 AI 전문가를 육성하기 위해 약 9개월 동안 학습과 현업 경험 제공, 지원금을 제공하여 전문인력 적극 양성
교육	<ul style="list-style-type: none"> 수준에 맞는 AI 전문역량 교육을 받을 수 있도록 프로그램을 세분화 초중고, 일반인, 대학, 산업종사자, 전문가별로 AI 교육 프로그램 파이프라인을 만들어 교육 프로그램을 제공
산업 생태계 조성	<ul style="list-style-type: none"> 국가 우선 과제 해결을 통해 경제·사회적 영향력 창출 헬스케어, 교육, 도시 혁신, 금융 4개 분야 프로젝트 선정해 5년 지원 AI가 잠재적으로 사용이 많이 될 분야의 기술에 2-3년 지원
윤리	<ul style="list-style-type: none"> AI 가이드라인을 배포하고 AI 거버넌스를 만들어 윤리적 위험 대비 정부, 민간위원, 연구기관(대학)을 중심으로 AI 거버넌스를 구축하여 AI 가이드라인을 개발하고 활용을 장려

출처; 한국정보화진흥원 (2019). p. 101에서 재인용

8. 이탈리아의 AI at the Service of Citizens

이탈리아 정부는 2017년 9월부터 정부 차원에서 AI 진흥정책을 추진하기 위한 태스크포스를 AGID 주도로 설립하였다. 이 태스크포스에는 인공지능 관련 업계 및 정책기관 및 약 450개의 다양한 공공 기관 및 민간 전문가들이 참여하였다. 이들은 행정 영역에 인공지능을 도입하고 활용함으로써 시민들에게 보다 나은 품질의 행정 서비스를 제공하는 방안 에 대한 검토, 향후 활용될 수 있는 인공지능 서비스와 응용 분야에 대한 검토, 그리고 인

공지능의 활용이 야기하는 윤리적·사회적 영향에 대한 예비적 검토를 주된 임무로 삼았다. 이 태스크포스를 통해 “인공지능 관찰기구(Observatory on Artificial Intelligence)”가 설립되었는데, 이는 소셜네트워크에서 인공지능을 활용한 공공 토론에 대한 분석을 목적으로 한다.

2018년 3월, AGID에서는 “시민을 위한 인공지능(AI at the Service of Citizens)”라는 제목의 백서를 간행하였다(AGID, 2018). 이 백서는 태스크포스를 통해 논의되었던 다양한 인공지능 활용 방안에 대한 공공 섹터 및 민간 섹터에서의 토론을 바탕으로 구성되었다. 여기에는 또한 인공지능을 어떻게 하면 사회적 불평등을 제거하는 데 도움이 되는 방향으로 활용함으로써 보다 나은 공공 서비스를 제공할 수 있을지에 대한 주요한 제안들이 담겨 있다. 그 외에도 윤리적, 법적, 기술적, 문화적 차원에서 인공지능의 도입과 활용이 야기할 수 있는 이슈들을 다루고 있다. 이 보고서에 명시된 10가지 정책 제안 사항들은 다음과 같다(AGID, 2018, pp. 73-74).

- ① 인공지능 솔루션 개발을 위한 국가적 플랫폼 개발
 - 데이터, 코드 및 모델의 수집
 - 인공지능 시스템 출시에 앞서 공개적으로 테스트를 조직하고 실행함으로써, 시스템의 수행성을 평가하고 시스템의 비정상적 요소나 편향의 확산을 제어
 - 기술과 솔루션의 실험에 적절한 정보 자원의 제공
- ② 행정기관 데이터를 기반으로 한 인공지능 알고리즘을 통해 사생활 침해나 시민의 안전에 위해가 발생할 우려가 있는 경우 그 개발 결과를 미리 예비적으로 공개
- ③ 새로운 연산언어 시스템 자원을 통해 이탈리아어 자연어 처리에 기반한 서비스 개발
- ④ 행정기관이 제공하는 서비스와 상호작용하는 개인화 및 추천 시스템 개발 및 서비스의 질적 향상 도모
- ⑤ 인공지능 시스템의 사회적, 경제적 효과 측정 및 예측하는 업무를 담당하는 공공기관 창설
- ⑥ 인공지능 영역에서 활동하는 직업 역량에 대한 인증을 통해 해당 역량을 사회적으로 확산 및 행정기관의 인공지능 솔루션을 이해하고 운용할 수 있는 새로운 직종 창출

- ⑦ 인공지능 영역을 “Industria 4.0” 정책의 핵심적인 혁신 영역으로 부각
- ⑧ 공공 영역에 인공지능 솔루션을 정착하는데 필요한 연구, 기업, 혁신 영역, 공공·민간 영역, 국내·유럽 차원의 협력 지원
- ⑨ 인공지능에 관한 학제간 연구 센터 설립
 - 인공지능 관련 윤리에 대한 공공 토론의 활성화
 - 새롭게 등장하는 윤리적 문제들에 관한 비판적 성찰의 활성화
 - 규제, 법제 및 기술적 해결책을 둘러싼 기술적이고 사회적인 고려 사항들을 변화시킬 수 있는 전문가 및 시민들의 참여 조건 활성화
 - 안보라는 관점에서 인공지능의 활용에 대한 원칙과 통제 체계를 규정함으로써, 모든 유럽 국가들이 인공지능을 통해 데이터 공유를 보다 활성화하고 또 이에 대한 통제 수준을 한층 강화

제2절 4차 산업혁명 신규 서비스 기반 구축

1. 미국의 5G FAST Plan

미국 백악관의 직속기관인 과학기술정책실(Office of Science and Technology Policy, OSTP)을 콘트롤 타워로 연방항공국, FCC, 국방부, 무선통신산업협회, 위성산업협회 등이 참여하는 범국가적 주파수 정책의 일환으로 FCC가 5G Plan을 추진하고 있다. 2018년에 발표된 동 계획을 살펴보면, 첫째, 5G 서비스를 활성화하기 위해 추가적으로 주파수를 제공 하는 것이다. 이를 위해 고대역(High-Band) 및 극고주파(millimeter-wave spectrum) 주파수를 우선적으로 제공하고 있다. 그밖에도, 중대역(Mid-Band), 저대역(Low-Band), 비면허 대역의 주파수를 공급하기 위한 노력을 기울이고 있다.

둘째, 인프라 정책을 개선하여 민간 기업들이 5G 네트워크에 투자하도록 독려하고 있다. 이를 위해 FCC는 연방 단위, 주 단위, 지역 단위에서의 5G 인프라 구축에 장애가 되는 규칙들을 개혁하는 한편 신속한 인프라 구축을 위한 새로운 규칙들을 도입하고 있다.

셋째, 5G 네트워크 활성화를 통해 미국인들의 디지털 혜택을 확대하기 위해 넓은 규제들을 현대화하고 있다. 구체적으로, FCC는 “Restoring Internet Freedom Order”를 채택하여 인터넷의 개방성과 자유를 증진하는 한편, 사업자의 투자와 혁신을 동시에 도모하고자 하였다. 또한, 5G 구축의 속도를 높이고, 비용을 절감하기 위해 새로운 네트워크가 기존 전기설비에 연결되는 사항을 관리하는 규제를 개선하였다(One-Touch Make-Ready). 그밖에도, 5G 데이터 활용제고를 위한 요금규제 완화, IP망으로의 전환 간소화를 위한 규칙 개정, 국가안전망 보호를 위한 조치 등을 포함하고 있다(FCC, 2018b).

2. 영국의 디지털 인프라 구축 및 데이터 산업 활성화

앞에서 살펴본 영국의 “UK Digital Strategy 2017”의 내용 중 가장 큰 비중을 차지하는 분야는 디지털 산업 분야 발전에 해당하는 “디지털 영역: 디지털 기업의 창업 및 성장의

최고 요충지로서 영국 건설”이라고 할 수 있다. 이는 “UK Digital Strategy 2017”이 브렉시트 이후 영국이 디지털 경제 분야에서 주도권을 성취, 유지, 발전시키려는 궁극의 목표를 지닌다는 점에서 매우 당연하기도 하다. 따라서, 여기에는 “UK Digital Strategy 2017” 내용 중 방송통신 분야의 신산업 기반구축에 관련된 사안들을 보다 구체적으로 살펴 보았다.

첫째, 영국 정부는 디지털 인프라 확대 및 연결성을 제고하기 위해 완벽한 광섬유망을 포함한 미래형 브로드밴드 완성을 주요 사업으로 추진하고 있다. 먼저, 디지털 인프라 투자환경을 조성하기 위해 영국 정부는 디지털 커뮤니케이션 기업이 다양한 방향에서 공정하고 합리적인 조건에 따라 인프라에 접근할 수 있도록 지원한다. 또한 모바일 플래닝 법안을 통해 기업 플래닝에 해당하는 제도적 요건을 완화하여 빠르고 다양하게 소규모 주체들(small cells)이 성장할 수 있도록 돕는다. 한편, “Digital Economy Bill 2017”의 전자 커뮤니케이션 코드 항목에서 장소 공유를 활성화함으로써 효율적인 인프라 이용이 이루어질 수 있도록 한다.

아울러 OFCOM에서는 강력하고 안정적인 규제 체제를 마련하여 브로드밴드에 대한 정보가 소비자들에게 정확하게 전달될 수 있도록 유도한다. 한편, 영국의 보편적 서비스 책무에 기반하여 2020년까지 완수를 목표로 영국의 모든 개인, 사업체, 공중은 이용가능한 가격 수준의 초고속 브로드밴드 연결을 요구할 권리를 지니게 된다. 영국 정부는 차세대 미래형 네트워크(광섬유망, 5G)의 건설을 촉진하기 위한 방대한 연구 및 투자를 위해 국가 생산성 투자 기금과 디지털 인프라 투자기금을 투입할 예정이다.

둘째, 영국 정부 역시 디지털 시대 데이터 산업의 활성화를 위한 전략적인 정책들을 추진하고 있다. 영국의 데이터 경제는 영국 경제 발전의 핵심 분야로, 2015-2020년 5년간 2,410억 파운드 정도의 경제적 수익을 창출한 것으로 조사된 바 있다. 데이터 경제를 촉진시키기 위해 강력한 데이터 인프라 구축, 높은 수준의 규제 유연성 확보, 데이터 리더십을 갖춘 노동력, 다수 시민들의 데이터 이용 능력 향상 등의 요소들이 제안되고 있다. 또한, 공공의 데이터를 개방하여 이를 산업적으로 이용하는 방안도 활발히 제시되고 있다. 가령, “시티매퍼(Citymapper)”는 런던 공공 데이터 플랫폼에서 공개된 교통 데이터를 활용한 앱으로 효율적인 인터페이스에 도시 이동성과 생활환경 관련 정보들을 제공하여 시민들에게 커다란 인기를 얻었다. 런던에서 이용되는 아이폰 스마트폰의 절반에서 시티매

퍼 앱이 이용되고 있으며, 이는 뉴욕, 파리, 베를린으로까지 수출되었다.

데이터 경제의 성취 못지않게 데이터 수집, 분석, 사용에 대한 공공 신뢰 및 이용자들에게 대한 데이터 권리와 책무를 충실하게 수행하는 점 또한 매우 중요하다. 정보심의기구(The information Commissioner's Office: ICO)와 소비자 보호 그룹들은 이용자들이 자신의 데이터를 책임성 있게 통제할 수 있도록 돕고 있으며, 특히 ICO는 이용자들이 프라이버시 권리와 행동을 올바르게 취할 수 있도록 안내하고 있다. 또한 공공기관과 학계에서 데이터 과학에서의 윤리(Ethical Framework for Data Science, Cabinet Office, 2016)나 현재 데이터 거버넌스에 대한 평가 작업을 수행하고 있다(Royal Society, British Academy). 시민의 안전을 보장하면서도 기업과 기술이 데이터의 잠재력을 최대화할 수 있는 방법에 대한 성찰 과정이 꾸준히 진행되고 있음을 알 수 있다. 대표적으로 인공지능(학습, 사고, 분류 등의 인간 행위 요소들을 시뮬레이트 할 수 있는 기술들의 연합체)에 대해 정부의 과학 부처가 “인공지능: 미래의 정책 결정에 관한 기회와 함의” 보고서를 발간했고, 정부의 데이터를 효율적이고 윤리적으로 관리, 공개, 사용하기 위한 검토 및 평가 작업이 계속되고 있다.

3. 프랑스의 블록체인 기술 활성화

프랑스에서 블록체인 기술과 가상화폐(암호화폐)에 관한 이슈가 국가적인 차원에서 처음으로 제기된 것은 프랑스에서 국외탈세, 자금세탁 등 금융범죄를 감독하는 Tracfin(Traitement du renseignement et action contre les circuits financiers clandestins)이 2011년 한 보고서(Tracfin, 2011)를 통해 비트코인과 같은 가상화폐가 경제사기, 자금세탁, 테러리즘 지원 등의 불법적인 용도로 사용되고 있다는 내용을 발표하면서 공론화되었다.

이와 같이 초기에 부정적인 분위기에서 논의가 촉발된 프랑스의 가상화폐 이슈는 2016년부터 시작된 블록체인 기술에 대한 다양한 연구⁸⁾ 이후 이를 국가적 차원에서 양성화하는 방향으로 급진화하게 된다. 그 결과로 유럽연합의 국가 중에서는 최초로 2016년 4월에

8) 다수의 프랑스 은행이 참여하여 블록체인 플랫폼 Corda의 개발을 연구한 the R3 consortium의 연구, 국책 재정연구기관인 the Deposits and Consignments Fund가 설립한 블록체인 혁신 실험랩 등이 2016년에 진행되었다.

crowd-lending 플랫폼을 통해 중소기업에 대상으로 하는 암호화폐에 관한 등록을 제도화하는 최초의 법령(조례 형태)인 “Ordinance No. 2016-520 of 28” 를 공포하였다. 또한, 2017년 12월에 “Ordinance No. 2017-1674” 를 다시 공포하면서 블록체인 기술을 활용한 암호화폐와 ICOs(initial coin offerings)에 대한 제도적 준비를 이어갔다. 그 결과 2018년 5월에 “기업성장과 변화를 위한 행동계획 법안 (The Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises, PACTE)을 입안하면서 디지털 자산 서비스 및 ICO를 위한 제도적 틀을 확립하게 되었다 (Hubert de Vauplane & Victor Charpiat, 2019에서 인용).

PACTE법은 디지털자산 서비스 제공업체와 ICOs를 위한 법적 틀을 확립하고 가상화폐 산업 규제당국의 기능을 강화하는 것을 목적으로 하고 있다. 즉, 블록체인을 활용한 가상화폐에 대해 명확한 규제 환경을 조성함으로써 글로벌 무대에서 산업적 우위를 선점할 뿐 아니라 불법 활동을 감시할 통제력도 함께 보유하겠다는 의지를 담고 있다. 이와 연속선상에서 프랑스의 금융시장관리당국(AMF)은 새로운 가상화폐 산업 규제법의 세부사항을 발표하였는데, 가상화폐 중개인과 대리점, 거래소 사업자 등을 포함하는 가상화폐 관리 서비스 제공업체에게 면허를 부여하고 AMF의 감독을 받도록 규정하였다. 또한, 디지털 자산 보호 서비스를 제 3자에게 제공하기를 원하는 서비스 제공업자나 법정 입찰의 대가로 디지털 자산을 구입, 판매하기를 원하는 서비스 제공업자는 AMF에 의무적으로 등록할 것을 권고하는 내용도 발표하였다 (한국과학기술기획평가원, 2019, p. 30-31). PACTE법 공포 이후, 프랑스는 유럽연합에서 블록체인과 암호화폐의 규제프레임워크의 도입과 정책 담론을 가장 선도적으로 진행하고 있는 국가로 탈바꿈하고 있다.⁹⁾

9) PACTE 공포 직후, 경제부 장관 Bruno Le Maire는 한 블록체인 컨설팅 회사와의 간담회 자리에서 “블록체인에 관하여 초보자였던 내가 열정적인 지지자로 변하는데는 겨우 1년 밖에 걸리지 않았다. 이제 프랑스는 유럽에서 블록체인과 암호화폐 분야의 혁신을 이끌어가는 가장 선도적인 국가가 될 것이다” 라고 공언하기도 하였다(SLUDGEFEED, 2018년 5월 16일자).

4. 독일의 신규 서비스 활성화 기반 조성을 위한 제도 정비

가. 연방경제에너지부 “혁신을 위한 공간”

독일의 경제부처인 연방경제에너지부(Bundesministerium für Wirtschaft und Energie)는 혁신을 위한 자유공간(Freiräume für Innovation)이라는 안내서를 발간하였다. 즉, 규제샌드박스(Reallabore)에 대한 지침서인 것이다. 여기서는 규제샌드박스가 무엇인지, 규제샌드박스의 활용을 위해 필요한 것들은 무엇인지, 실제 이에 필요한 근거법과 규제샌드박스의 요건, 그리고 그 실무에 대해 설명하고 있다. 이 안내서 제일 마지막 부분의 별첨에는 규제샌드박스의 기능을 하는 실험조항(Experimentalklausel)을 규정하고 있는 현행 법률 등을 소개하고 있다. 그 중 방송분야와 관련해서 바이에른주 미디어법 제30조가 소개되고 있는데, 여기에서는 새로운 기술, 프로그램 및 텔레미디어를 활용하여 제한된 기간의 파일럿 프로젝트 및 영업은 허용된다고 규정하고 있다. 작센-안할트주 미디어법 제20조도 마찬가지로 실험조항의 기능이 있다. 2년씩 총 4년의 기간동안 파일럿 프로젝트가 허용된다고 규정하고 있다. 이때의 프로젝트란, 새로운 전송기술, 새로운 방송콘텐츠 및 새로운 텔레미디어를 시험하는 것이라고 정의하고 있다. 프로젝트가 종료된 다음에는 작센-안할트주 미디어청이 종료보고서를 만들고, 이를 평가하여, 공개해야 한다. 특히 새로운 방송콘텐츠를 활용한 프로젝트를 위해서는 허가(Zulassung)가 필요하다. 그리고 이 경우에도 적용되는 미디어법 규정은 일부 열거되어 있다.

나. 소비자보호

연방방규제청은 소비자보호 문제를 전담하는 부서인 Grundsatzfragen Verbraucherschutz¹⁰⁾를 새롭게 설치하였다. 2019년에는 소비자보호 영역에서 연방방규제청의 활동을 외부에서 더 가시적으로 볼 수 있도록 할 예정이라고 한다. 이를 위해 온오프라인 영역에서의 활동 정보제공을 소비자 이익에 더욱 초점을 맞추고, 소비자가 궁금해하는 질문에 대한 짧은 영상물 외에도 SNS를 적극적으로 활용할 계획이다. 뿐만 아니라, 소비자 및 관련 단체와 전문가와의 소비자보호를 주제로 한 간담회 개최를 기획하고 있다. 소비자보호에 대한 정보 및 자료를 제공하기 위해 소비자의 수요와 니즈를 파악하기 위한

10) 이를 번역하면 소비자보호의 근본문제이다.

설문조사도 진행될 예정이다.

구체적인 소비자보호의 내용은 전화번호를 이용한 소비자 피해(Rufnummernmissbrauch)¹¹⁾, 불법스팸전화, 과도한 상품권유 전화 등을 사전에 예방하기 위한 적극적인 조치들을 취하고 있다. 이러한 유형의 소비자 피해는 경쟁질서에도 악영향을 미칠 수 있다.

연방방규제청은 2017년부터 사업자 및 전문가 집단과 투명성을 통일적으로 어떻게 제고시킬 것인지에 대한 대화를 지속해오고 있다. 특히 제품 및 서비스 설명 시 투명한 정보제공에 초점을 두고 있다. 통일적이고 소비자 친화적인 정보의 설명을 위해 연방방규제청은 다양한 계약유형별로 표준 상품 및 서비스 설명서를 개발하였다. 인터넷 서비스의 경우 업로드/다운로드 속도 등에 대한 중요한 정보가 투명하게 제공될 필요가 있다. 이에 대한 객관적인 측정결과도 동시에 공개되어야 할 것이다.

뿐만 아니라, 표준 소비자 불만처리 절차를 개발하여 소개하기도 하였다. 이 절차에는 특히 계약서상 명시되어 있는 인터넷 속도가 나오지 않을 경우 불만을 제기하기 위하여 갖춰야 할 형식적인 요건이 규율되어 있다. 연방방규제청은 소비자 불만을 사업자에게 전달하고 이에 대한 입장을 표명할 것을 요청한다. 사업자는 인터넷 속도가 약속된 바에 미치지 못할 경우에는 입장을 표명할 수 있는데, 연방방규제청은 사업자의 대안에 대해 평가하고 지속적으로 사업자와 대화를 이어나가며 문제를 해결하기 위해 노력한다.

다. 네트워크 고도화

독일은 기가인터넷이 가능한 네트워크 구축 및 고도화가 통신 분야에서 가장 중요한 의제이다.¹²⁾ 경제와 사회의 디지털화와 네트워크화는 독일의 혁신동력이자 경쟁력이고 이를 위한 기반은 네트워크이기 때문이다(Bundesnetzagentur 홈페이지). 기가인터넷에 대한 수요는 높은 반면, 이에 대한 높은 투자비용은 적극적인 투자의 걸림돌이었다. 이러한 배경

11) 이를 직역하면 전화번호 남용이다.

12) 연방방규제청의 2019년 주요 정책의제의 논의 순서를 보면, 가장 먼저 소비자보호가 나오지만, 연방방규제청이 통신, 에너지, 교통 분야를 모두 소관하기 때문에, 이 분야 모두를 포괄하는 공통된 의제인 소비자보호가 가장 먼저 언급된 것으로 추정된다. 그 이후 통신, 에너지, 교통 등 각 분야별 의제를 다루고 있는데, 통신 분야에서 가장 먼저 등장하는 의제가 바로 네트워크 구축 및 고도화 이슈이다.

에서, 한편으로는 투자 및 경쟁친화적인 시장환경의 조성을 위해 제도를 만들고 기존의 규제를 유연하게 적용하는 논의가 필요하다. 통신규제의 개혁과 유연화를 통해 네트워크 고도화를 위한 투자를 유인하기 위한 충분한 자유공간(Freiräume)를 만들어주는 것이다(BMWi 홈페이지). 다른 한편으로는 디지털초고속망설치촉진법(DigiNetzG)과 같이, 비용을 절감할 수 있는 조치라는 경제적 관점에서의 고려도 필요하다. 연방망규제청은 규제의 유연화(Flexibilisierung)와 근본적인 경제적 문제 및 DigiNetzG의 망공동이용 대가기준(Entgeltmaßstäbe)의 적용가능성에 대해 의견수렴절차(Konsultationsverfahren)를 진행한 바 있다. 결론적으로는 경제적 문제, 특히 경쟁의 쟁점이 중요하다는 것이다. 특히 DigiNetzG의 망공동이용 대가기준의 적용에 대한 논의가 핵심이었다.

라. 5G

독일은 5G 시대에 유럽에서의 선두주자가 되어야 한다. 5G는 인터스트리 4.0, 자율주행차, IoT 등과 같은 혁신서비스의 발전에 기여한다. 기가사회에 대한 점증하는 요구는 양질의 디지털 인프라 구축을 위해 주파수규제가 미래지향적일 것을 필요로 한다. 신속하고, 유연하며, 수요지향적인 5G의 출발을 위해서는, 주파수는 수요친화적으로 할당되어야 한다. 이는 2020년에는 2GHz 대역의 주파수이용권, 2021년에 풀리는 3.6GHz 대역의 주파수이용권에 바로 적용되어야 할 논리이다. 대개의 경우, 5G 주파수에 대한 수요에 비해 공급이 부족하기 때문에, 주파수이용권은 경매를 통해 부여된다. 물론, 제조업 분야에 사용되는 5G는 신청에 따라 주파수의 이용권한을 부여하는 경우도 있다. 독일에서는 2019년 5월에 처음으로 5G 경매가 있었는데, 연방망규제청은 연방 전역에서 5G의 신속한 출범을 위한 절차에 돌입하였다. 또한, 고사양의 모바일 브로드밴드를 활용한 철도, 운항로, 고속도로 등 교통로와 일반 가구에 대한 공급과 관련된 할당조건을 부가하였다. 지방에서의 서비스 제공 품질을 높이기 위해 낙찰자로 하여금 화이트 스페이스에서 추가적인 무선국을 세울 것을 주문하기도 하였다. 이 밖에도 서비스제공자, 다른 네트워크사업자, 신규사업자 등과 함께 협력할 수 있는 방안에 대하여 협상해야 할 의무가 있다. 예컨대, 로밍, 인프라 셰어링, 무선설비의 공동사용이 협력의 대상이다. 연방망규제청은 조정자로서의 역할을 수행하며, 이러한 협상의무가 관철되도록 감독할 것이다.

마. 스마트교통시스템(Intelligente Verkehrssystem)

연방망규제청은 EU 표준화위원회에서 적절한 기술적 보조수단 및 시스템을 통한 교통 안전을 제고하는 의제설정에 적극적으로 지지한 바 있다. 이 시스템은 교통사고를 줄이고, 교통 위험상황을 조기에 인지하여 대응하게 하며, 교통량을 조절하여 교통의 흐름을 개선할 수 있다. 우선 연방망규제청은 현재 개발중인 시스템간의 상호호환성 확보를 가장 중요하게 생각하고 있다. 특히 치명적인 위험상황에서는 그 위험 요소들이 무엇인지 포착하는 것, 그리고 각 위험영역에서 운행하는 자들에게 조기에 경고하는 것은 확실히 보장되어야 한다. 추가적으로 스마트교통시스템과 지리적으로 인접한 주파수대역 간에 혼신없는 공존을 확보하는 것도 중요하다.

바. 기존서비스의 보호 및 공정한 경쟁

디지털 전환은 새로운 제품과 서비스를 제공할 뿐 아니라, 전통적인 시장의 로직을 무너뜨리기도 하는 것이다. 공정거래법도 디지털화된 사회에 부합하도록 개정되어야 할 것이다. 현행 공정거래법에 따른 남용 규제를 디지털사회의 관점에서 접거해야 하는 상황이다. 뿐만 아니라, 디지털 전환을 적극적으로 형성하고, 특히 디지털 경제, 공유경제 및 디지털플랫폼에 대한 미래지향적 규율을 만들 필요가 있다. 이때, 새로운 플랫폼과 기존의 시장참여자들간의 공정경쟁을 보장하기 위해, 독일 연방경제에너지부가 주도하여 광범위한 논의절차를 시작하였고, 그 첫 결과물은 디지털플랫폼 백서(Weißbuch zu Digitalen Plattformen)로 출간하였다.¹³⁾ 여기에서 중점적으로 초점이 맞추어져 있던 목표는 공정경쟁을 기초로 한 투자와 혁신의 포용성장을 가능하게 하고, 개인의 기본권과 정보주권을 보장하는 것이다.

디지털플랫폼 백서에서 제시된 디지털 전환 시대의 공정경쟁 기반조성과 관련된 내용 중 기존서비스를 보호하기 위한 논의는 OTT의 level playing field에 대한 것이다. OTT 서비스와 같은 혁신서비스는 기존의 제품과 서비스를 일부 대체하거나 이에 대한 위협요인이다. 특히 독일의 경우 whats app과 같은 메신저 서비스가 기존의 통신서비스의 비즈니스 영역을 대체하고 잠식하는 것에 대한 우려가 많았다. 이에 독일은 소비자보호, 개인정보보

13) 이 백서는 2017년에 출간되었다.

호, 보안의 경우, 동일 시장에서 경쟁하는 메신저 서비스와 같은 전통적인 통신서비스 영역과 whats app과 같은 OTT 서비스가 동일한 규율을 받도록 할 것임을 명확히 밝히고 있다. 잘못된 방향으로 발전할 경우 사후에 개입하여 조정하고 개별 사안을 심사할 수 있는 유연한 규율을 도입하기 위해 노력할 것이라고도 하였다. 이에, 구속적인 감독절차를 규정하고, 필요한 경우, 추가적으로 오늘날 아직 알려져 있지 않은 미래 서비스를 고려할 수 있는 시스템을 제안하고 있다(BMWi 홈페이지).

사. 글로벌 조세 경쟁

글로벌 디지털 시장에서 디지털플랫폼간의 공정한 경쟁에는 특히 디지털 비즈니스 모델에 대한 조세정책 · 집행 관점에서의 공정성도 포함된다.

독일은 국제적인 조세덤핑경쟁(Steuerdumpingwettbewerb)는 막아야 한다고 판단하고 있다. OECD의 공정한 국제 조세경쟁을 위한 액션플랜은 의미 있는 출발이라고 평가하고 있다. 독일은 애플의 조세거래(Steuerdeal) 및 특정 기업을 위한 선택적 우대혜택에 대한 EU의 정부 보조금 지원 금지 규제를 강력히 지지한다는 입장이다. 2016년 EU는 아일랜드 정부가 애플에 대하여 불법적인 조세적 편익을 제공하였다고 판단한 바 있다. 나아가 법인세 부과시 EU에 통일적으로 적용할 수 있는 매출조사와 측정을 위한 최소기준을 만드는 EU 차원의 노력에 지지를 표명하였다(BMWi, Weissbuch - Digitale Plattformen, S. 66.).

5. 일본의 Local 5G 확산 전략

일본은 5G의 빠른 전국적인 확산을 유도하고, 5G를 기반으로 하는 새로운 서비스와 산업의 창출을 위해 local 5G 주파수 확산 전략을 추진하고 있다. local 5G란 대규모 통신사업자 외에도 중소 규모 기업이나 각 지역의 다양한 주체들(공공기관, 건물주, 토지 소유주 등) 다양한 분야에서 5G 주파수를 활용할 수 있게 해주는 개념이다. 5G는 기존 유선 LAN 망과 대비하여 망구축과 운용이 효율적이고, WiFi 대비 넓은 커버리지, 품질(QoS) 및 보안 등의 측면에서 장점이 있어 산업 현장이나 기업 입장에서는 매력적인 무선망 기술로 인식되고 있기 때문이다. 2018년 12월부터 일본 총무성에서 검토하기 시작한 Local 5G 확산 전

략의 추진 현황을 살펴보면 아래와 같다 (손장우, 2018; 정보통신정책연구원 내부자료에서 인용).

- Local 5G용 주파수를 건물 소유주, 토지 소유주에게 할당하는 방침 천명
- 옥내(건물 내)와 옥외(공장)의 제한된 지역과 공간에서 Local 5G 이용
- 4.5GHz 대역의 200MHz와 28GHz 대역의 900MHz를 Local 5G용으로 할당할 예정
- 주파수 면허의 주체는 본인 건물 내 또는 본인 소유의 토지 내에서(임차 포함), 해당 소유자에게 면허를 부여하는 것을 기본으로 하고, 소유자로부터 시스템 구축을 의뢰 받은 자도 그 범위 내에서 면허 취득 가능
- 그 외 타인의 건물 또는 토지에서 이용하고자 하는 경우에는 고정통신으로 한정
- 일정 기간 경과 후 해당 대역의 이용도가 낮거나, 이유 없이 비효율적인 기술을 활용하고 있는 것이 명확해지는 경우 이용방안에 대한 재검토 등 이용효율성 확보를 위한 조치를 시행
- 전국망 사업자는 (현재로서는) 로컬 5G 대역의 면허 취득이 불가하며, 전국망 사업자가 로컬 5G 면허 자체는 취득하지 않고, 제3자의 로컬 5G 시스템 구축을 지원하는 것은 가능. 단, 로컬 5G 서비스를 보완하기 위한 목적으로 전국망 서비스 대역을 이용하는 것은 가능
- 전파이용료는 연간 기지국 1국당 2,600엔, 옥상이동국 1국당 360엔(예정)
- 28GHz 대역의 100MHz를 우선 제도화 (2019년 6월)
- 전국망 사업자의 서비스를 보완하기 위한 목적으로 로컬 5G 대역을 이용하는 것은 불가
- 주요 이용사례 : 공장, 회사/오피스, 공항, 항만, 병원, 경기장, 상업시설(백화점 등), 공사 현장, 철도, 지자체, 공공, 역, 아파트 등
- 주요 참여 기업 : 파나소닉, 히타치, 후지쯔, NEC, 도시바, 소니, 노키아, CATV 사업자, 한신전기철도, JTower 등

6. 캐나다의 Innovation Canada

캐나다 연방정부는 모든 산업 분야에서 혁신적 아이디어를 바탕으로 하는 개인과 기업을 지원하기 위한 일환으로 온라인 플랫폼 “Innovation Canada” 를 2018년 1월에 런칭하였다. Innovation Canada는 다양한 분야에서 혁신적인 아이디어를 개발하고, 응용하고, 비즈니스화하는 기업, 혁신자 및 이용자들이 자신의 필요와 요구에 부합하는 공적인 재정지원과 다양한 컨설팅 정보를 보다 용이하게 접근하기 위해 연방정부가 온라인상에 설립한 원스탑 서비스로 2017년에 발표된 캐나다의 혁신 전략플랜 “Innovation and Skills Plan” 사업 중 하나이다. 혁신을 추구하는 기업이나 혁신자들은 Innovation Canada의 홈페이지를 방문하여 다양한 방법의 공적 지원 서비스의 혜택에 접근할 수 있는데, 현재 해당 홈페이지에 연계된 협력 서비스에는 다음과 같은 것들이 있다(Innovation Canada 홈페이지)

① Innovative Superclusters Initiative

: 대기업과 스타트업 간 연계, 연구기관과 정부 간 연계 등을 통한 비즈니스 중심적 혁신 클러스터를 지원하는데 총 9억 5천만 달러에 달하는 재정지원을 투입

② Strategic Innovation Fund

: 5개 분야(R&D 장려, 기업의 성장과 확대 촉진, 대규모 투자 유인, 기업-연구기관-비영리 단체 간 협력을 통한 산업 및 기술발전, 국가적 혁신 생태계 지원)에 대해 캐나다 정부는 2018년에 총 2억 5천만 달러를 지원

③ Innovative Solutions Canada

: 일상 생활에서 혁신가들의 R&D 및 프로토타입의 테스트를 위해 총 1억 4,500만 달러의 펀드를 조성하여 지원

④ Explore!P

: 캐나다의 “IP Marketplace” 로 일컬어지는 Explore!P는 기업, 창의인재, 혁신가들로 하여금 공공기관이 보유하고 있는 지적재산권을 검색하고, 혁신에 활용할 수 있도록 매칭을 지원하는 검색 시스템

⑤ Clean Growth Hub

: 캐나다의 경제, 산업의 성장 과정에서 환경친화적인 기술을 장려하기 위한 목적으로

각종 정보(기술, 규제, 지원 등)를 제공하는 사업으로 2017년에 총 23억 달러 투입

⑥ Accelerated Growth Service

: 캐나다 기업이 성장하는데 필요한 핵심적인 정부 서비스(재정지원, 수출관련, 혁신, 비즈니스 정보 등)를 지원하는 서비스이며, 캐나다 혁신과학경제개발부에서 운영하고 있는 10개의 연방정부 및 지방정부의 지원 프로그램¹⁴⁾과 연계하여 제공

7. 싱가포르의 Payment Services Act

싱가포르가 2019년 1월에 입안한 Payment Services Act (PSA)는 디지털 시대 기술의 발달로 변화하고 있는 지불수단 시스템과 결제 방법에 관한 규제틀을 정립한 법이다. 동 법은 지불 서비스 제공자로 하여금 서비스 시스템에 대한 규제 예측성을 제고하고, 소비자 안전을 도모하며, 신규 핀테크 산업을 활성화하기 위한 다각적인 조치를 포함하고 있다. PSA의 규율을 받는 지불 서비스는 계좌개설, 국내송금, 국제송금, 가맹점 인수, 전자화폐 발행, 디지털 토큰, 환전 등 총 7가지이다. 또한, 동 법의 적용대상은 싱가포르 내에서 이상의 7가지 서비스를 제공하는 사업자는 물론, 디지털 토큰을 발행하거나 중개하는 사업자까지를 모두 포함한다. PSA의 적용 대상에 포함되는 지불 서비스를 제공하는 사업자는 동 법 제42조에 규정된 절차에 따라 싱가포르 통화청의 지정을 받거나, 제6조 제4항에 규정된 허가를 받아야 한다.

무엇보다도 PSA는 통화청(the Monetary Authority of Singapore; MAS)으로 하여금 금융안정성과 효율성 제고를 위해 필요한 지불 시스템을 보다 체계적으로 규제할 수 있도록

14) Business Development Bank of Canada (BDC), Export Development Canada (EDC), Global Affairs Canada (Trade Commissioner Service), National Research Council (Industrial Research Assistance Program (IRAP) and Concierge), Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA), Canada Economic Development for Quebec Regions (CED), Federal Economic Development Agency for Southern Ontario (FedDev), Federal Economic Development Agency for Northern Ontario (FedNor), Canadian Northern Economic Development Agency (CanNor), Western Economic Diversification Canada (WD) 등

중요한 지불시스템을 지정하고, 사업자를 규제하는 지정제도 프레임워크(Designation Framework)와 함께, 다른 한편으로는 소비자에게 제공되는 소매 지불 시스템에 초점을 두고 지불 서비스 제공 사업자를 허가하는 프레임워크(Licensing Framework)의 두 축을 동시에 추진하는 규제틀을 확립하고자 한 것이다(MAS 홈페이지).

먼저, 지정제도 프레임워크에 따르면, 통화청(MAS)은 싱가포르 국내에서 널리 사용되거나 다른 결제체계에 영향을 미치는 중요한 결제 서비스를 동 법 제42조에 규정된 절차에 따라 지정할 수 있다. 지정제도는 과거 “결제시스템에 관한 법률(the Payment Systems Act 2006)” 에서도 규정되어 있었는데, 싱가포르 국내 금융 안전을 도모하고 시장효율성을 보장할 수 있는 제도라고 판단되어 이 법률에서도 그대로 유지하지만, 새로운 결제시스템의 등장 등을 고려하여 금융 시스템의 효율성과 경쟁을 보장하기 위해 추가 지정할 수 있도록 근거를 마련하였다.

한편, 허가제도 프레임워크에 따르면, 통화청은 허가제도를 통해서 각각의 결제서비스 제공자가 제공하는 서비스의 범위와 규모에 맞추어 광범위한 규제가 가능하다. 동 법 제6조 제2항에서 규정하고 있는 면허제도는 환전면허(Money-changing license), 일반결제기관 면허(Standard payment institution license), 주요결제기관면허(Major payment institution license) 등 3가지가 있다.

한편, PSA는 디지털 결제토큰 서비스에 대한 규제, 즉 가상화폐에 대한 규제의 내용도 포함하고 있다. 동 법은 암호화폐를 가치저장수단(거래 또는 교환의 매개체)으로 인정하고 이에 대한 규제 조항도 신설하였는데, 싱가포르 국내에서 디지털 결제토큰을 거래하거나 교환하는 모든 서비스 제공자들이 자금세탁 방지와 테러자금 조달 방지 요건을 충족하도록 요구하는 동 법 제14조에서 제21조까지 추가적인 의무를 부과하고 있다 (이현균, 2019, pp. 85-92에서 발췌하여 재구성).

제 4 장 방송통신 서비스 공공성 강화

제1절 방송제도 개선 정책동향

1. 영국 OFCOM의 A New Future for PSB

OFCOM은 2019년 7월에 공공서비스 방송(Public Service Broadcasters: PSBs)이 고품질의 콘텐츠를 제공할 수 있도록 하기 위한 광범한 조치를 발표했다. 이는 역사적으로 가장 우수하며 튼튼한 기반을 갖추고 있다고 평가되었던 영국의 공공서비스 방송시스템이었지만, 최근 들어 글로벌 주문형(On-Demand) 플랫폼과 인터넷 서비스(Netflix, Amazon Prime Video, Youtube 등)와 격렬한 경쟁을 해야 하는 상황에서, 공공서비스 방송을 발전시키기 위한 목적을 지닌다. 그 조치들의 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 공공서비스 방송의 현실위기를 극복하고 공공성을 유지하기 위한 정책제안들이다. 1) 유료방송 플랫폼에서 PSB 채널(BBC One, BBC Two, ITV, STV, Channel 4, S4C, Channel 5)의 현저성(prominence)을 제고하고, 2) 프로그램 안내 메뉴에서 이용자가 PBS 프로그램을 쉽게 찾을 수 있어 이용을 촉진하도록 규칙을 개선하는 것이다. 이것이 실행되기 위해서는 현재 온라인 플랫폼과 서비스에 대해 규제할 수 없도록 되어 있는 OFCOM의 규제범위 확대를 합법화하는 절차가 의회에서 이루어져야 한다.

둘째, 온라인 플랫폼 디바이스(스마트 TV, 셋톱박스, 스트리밍)에서 PSB 콘텐츠와 채널의 현저성을 제고하는 법 개정을 정부에 제안하는 내용이다. 이는 단지 PBS의 고품질 콘텐츠에 대해서 뿐 아니라 특정 장르(어린이, 시사보도, factual 콘텐츠)에 대한 고려를 포함할 수 있다.

셋째, ITV, Channel 4, Channel 5에 고품질 및 오리지널 어린이 프로그램의 제작과 편성을 확대하는 책임을 부여하는 것이다. 이를 통해 ITV는 오리지널 어린이 프로그램 개발 및 청소년을 위한 온라인 뉴스와 시사보도 프로그램 개발을 위한 예산을 10% 증액하고, Channel 4는 청소년을 위한 디지털 서비스를 개시하며, Channel 5 역시 어린이 프로그램

에 대한 예산 증액 및 방송 시간을 확대할 예정이다.

넷째, 방송사업자, 제작사, 정부, 의회, 규제기구, 사업자, 시청자, 지역대표자들이 등이 광범위하게 참여하는 PSB의 미래에 관한 전 사회적 포럼 (Small Screen: Bid Debate)의 구성을 제안하였다. 이 포럼에서는 PSB 콘텐츠 아울렛, PSB 보호 방안, 온라인에서의 고품질 영국 콘텐츠 확보 등의 사안에 대해 논의하고, 그간의 PSB 수행 정도에 대한 보고서를 발간할 예정이다(OFCOM 홈페이지, A new future for public service broadcasting)

2. 프랑스 문화부의 방송제도 개혁안

프랑스의 공영방송 제도는 2020년 벽두부터 대단히 큰 폭의 변화를 눈앞에 두고 있다. 이는 2019년 9월 프랑크 리에스테르(Franck Riester) 문화부 장관의 방송제도 개혁 추진방안의 발표와 더불어 시작되었다(Ministère de la Culture, 2019). 문화부는 공식적으로 디지털 시대에 프랑스의 문화 주권을 지키는 것이 이번 방송법 개혁의 최대 목적이라고 밝히고 있다. 그리고 문화 주권을 지키는 일은 상업적 논리에 우선해 다양성, 다원성, 창의성 등 프랑스의 가치를 지키는 것이며, 아울러 방송 사업자와 인터넷 사업자들 간의 동등하고 평등한 경쟁이 이루어질 수 있도록 하는 것임을 강조한다.

프랑스에서 방송제도, 특히 지상파 공영방송에 대한 제도 개혁은 2010년대 이후 정권이 두 차례 바뀌면서 꾸준히 예고되었던 과제이다. 특히 디지털 미디어 환경으로 본격적으로 진입한 상황에서 기존의 지상파 공영방송이 방송시장 내에서 보다 경쟁력을 갖추면서도 동시에 보다 공공성을 증진시킬 수 있는 제도적 방안을 마련하는 과제는 대단히 어렵지만 꾸준히 고민되어 왔던 과제였다고 할 수 있다. 더불어 이 조치는 2019년부터 프랑스의 경쟁위원회(Autorité de la concurrence)¹⁵⁾ 차원에서 추진되었던 디지털 미디어 시장에 대한 규제 완화 개혁안이 본격적으로 제출되는 시점과 맞물려 있다. 경쟁위원회의 개입은 기존 방송법의 규제를 받는 사업자와 이로부터 벗어난 디지털 사업자 간의 비대칭 규제에 관한 오랜 문제 제기를 해소하려는 목적을 가지고 있다. 2019년의 방송제도 개편안은 바

15) 한국의 공정거래위원회에 해당하는 기구

로 이러한 맥락에서 향후 중요한 변화의 플랜을 담고 있는 것이라고 하겠다(최지선, 2019).

① 공영방송사 조직 개편 : 채널 통합, 공영방송 경영진 선출 방식 변경

계획안에 포함된 내용 가운데 가장 가시적인 것은 공영방송사 조직의 통합이다. 계획안은 공영방송 영역에 영국의 BBC와 같은 통합 공영방송사 모델을 도입하는 것을 분명한 목표로 명시하고 있다. 따라서 현재 TV와 라디오 분야에서 별도의 법인으로 존재하는 국내 방송채널(France Télévisions, Radio France), 해외방송 채널(FMM, France Médias Monde), 그리고 국립영상원(INA, L'Institut National de l'audiovisuel)을 하나의 조직(법인)으로 통합한다는 것이다. 다만 여기에는 프랑스와 독일 정부의 합작 채널인 아르테(Arte), 그리고 프랑스 및 프랑스어 사용국가들(벨기에, 스위스, 캐나다)의 정부(외교부)가 공동으로 출자하여 운영하는 해외방송 채널인 TV5는 그 특수한 위상 및 정부재원 구조로 인해 포함되지 않는다.

다음은 통합된 공영방송사의 경영진(대표이사) 임명 방식의 변화이다. 현재 프랑스 방송 위원회가 지원자를 접수받고 심사하여 임명¹⁶⁾하는 방식에서, 앞으로는 해당 공영방송사의 이사회(Le conseil d'administration)가 대표이사를 지명하는 방식으로 바뀔 예정이다. 현재 프랑스 공영방송사 프랑스텔레비지옹(France Télévisions)의 이사회는 5년 임기의 총 14명의 이사로 구성된다. 대통령(정부)이 5명, 의회가 2명(상·하원 각 1명), 방송위원회가 5명 그리고 시민사회 대표가 2명의 추천권을 가지고 있다. 이러한 이사회 구성 방식 역시 통합 이후에는 어떤 형태로든 변경될 예정이다.

② 규제기구의 개편 : 방송위원회와 아도피(Hadopi)의 통합 - ARCOM

방송위원회와 아도피(Hadopi)를 통합한 새로운 규제기관인 ARCOM(방송디지털규제위원회, L'Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique)을 출범하겠다는 계획을 포함하고 있다. Hadopi(Haute autorité pour la Diffusion des œuvres et la Protection des droits sur Internet; 인터넷상의 표현물 및 권리 보호를 위한 고등위원회)는 인터넷 공간에서의 유해 표현물이나 불법 콘텐츠에 대한 감시 및 규제 역할을 담당하는

16) 2009년 이후 방송위원회의 임면권으로 바뀌었다.

기관으로 2009년 11월에 처음 창설된 기구이다. 이 기구는 지난 10년 동안 끊임없이 방송 위원회, 통신위원회 등과 규제 영역 및 임무의 중복 문제에 대한 문제 제기에 시달려 왔다. 더불어 이러한 성격의 정부 기구의 존재가 표현의 자유에 대한 직접적인 침해가 아닌 지에 대한 끊임없는 논란도 함께 야기되었다. 따라서 그동안 Hadopi를 방송위원회, 통신규제위원회(ARCEP), 개인정보보호위원회(CNIL) 등의 기관들과 어떤 형태로 통합할 것인지에 대한 다양한 정책 제안이 오랫동안 이루어진 바 있으며, 이번 계획안을 통해 방송위원회와 통합하는 것으로 제안되고 있다.

이번 규제기구 통합의 또다른 의미는 그동안 레거시 미디어와의 형평성 차원에서 디지털 콘텐츠 혹은 서비스(동영상 스트리밍 플랫폼, 유튜브 등의 동영상 공유 플랫폼, 소셜네트워크 서비스 등)에 대한 규제 공백을 제거해야 한다는 점을 공식화한 것으로 해석할 수 있다.

③ 지상파 방송 광고 및 편성 규제 완화

우선 방송 광고에 대한 규제가 대폭 완화된다. 그동안 민영방송에 대해서만 1시간 30분이 넘는 편성시간을 가진 드라마나 영화의 경우 중간광고를 1회 허용한 것을 3회까지 허용할 계획이다. 또 광고와 광고 사이에 최소 20분 이상의 프로그램 진행 시간을 확보하도록 제한하는 규정도 폐지될 예정이다. 물론 공영방송에 대해서는 여전히 중간광고가 금지된다. 더불어 지역별로 서로 다른 시청자들을 겨냥해서 서로 다른 광고를 내보내는 것을 허용할 예정이다.

방송에서의 영화 편성에 대한 규제도 완화된다. 이는 2019년 2월 경쟁위원회가 디지털 플랫폼들과의 역차별 문제로 인해 폐지를 권고한 내용을 수용한 것이다. 즉 특정 요일과 시간대(현재는 수, 금, 토요일의 프라이 타임(19-23시))에 영화 편성을 금지한 규정은 사라진다. 이 조항은 원래 1990년대 이후 자국 영화산업(극장산업) 보호라는 이유로 방송법에 처음 도입된 것이었다. 하지만 오늘날과 같은 영화 소비 환경에서 이러한 조항을 고집하는 것은 더 이상 무의미할뿐더러, 규제의 비대칭성이라는 논란을 함께 야기할 수 있다는 판단에서 이번 계획안에서 대대적인 수정이 가해진 것으로 평가할 수 있다.

④ 자국 영화 및 영상물 제작 투자: 해외 OTT 사업자에게도 동일한 의무 부여

1990년대의 자국 영상산업 보호라는 맥락에서 처음 도입되었던 방송사의 영화 및 영상물(드라마, 다큐멘터리) 제작 투자 및 배급 의무에 대한 규정 역시 개편된다. 기존의 규제 제도는 프랑스의 지상파 방송사들에게 문화적 다양성의 수호 및 국내 영상산업 보호를 목적으로 자국어 및 유럽어(영어 제외)로 제작되는 영상물의 창작 진흥을 위해 전년도 수익의 3.2%를 프랑스 영화를 포함한 유럽 영화 제작에, 전년도 수익의 15%를 국내 방송 영상물 제작에 투자해야 한다고 규정하였다. 하지만 그동안 이 조항은 넷플릭스, 아마존 등의 스트리밍 디지털 플랫폼들에게는 적용되지 않았다.

아직 구체적인 수치가 정해진 것은 아니지만, 일단 방송사들에게 부과된 제작 투자 의무 비율(편수, 금액)을 완화하는 대신, 넷플릭스나 아마존 등과 같은 동영상 콘텐츠 스트리밍 서비스 플랫폼들에게도 동일한 의무 조항을 부과한다는 계획이다. 이것 역시 경쟁위원회가 제안하였던 비대칭 규제 해소라는 맥락에서 진행되는 것이다. 만약 이 조항이 현실화되고 나면 스트리밍 플랫폼 사업자들은 대략 수익의 최소 16% 정도를 프랑스 영화 및 영상물 제작에 의무적으로 투자해야 할 것으로 예상되고 있다.

그리고 문화부는 이들 플랫폼들이 투자 의무를 준수하지 않을 경우에는 더 이상 프랑스에서의 사업을 불허할 것이라는 강력한 입장을 함께 천명하였다. 그렇지만 이 문제를 둘러싼 현실적인 난관은 여전히 크다. 넷플릭스나 아마존 등은 여전히 해외 법인이며, 프랑스 시장에서의 구체적인 영업 성과가 공개된 적도 없기 때문이다. 때문에 투자 의무 조항은 사업 불가 조치라는 카드까지 연결되어 있는 것으로, 결국 이 문제에 관해 어떤 형태로든 변화를 이끌어 낼 가능성이 매우 크다.

3. 독일 주미디어청의 방송협약 개정

EU 회원국은 2020년까지 최근 EU 시청각미디어지침 개정 사항을 국내법으로 전환해야 한다. 방송협약 개정의 계기를 맞이하면서, 미디어 환경 변화에 맞는 규제총결도 배우려는 노력도 동시에 진행 중이다. 라디오나 TV 방송콘텐츠를 전통적인 미디어사업자만 제작하는 것이 아니라, 개인과 전문적인 유튜버 및 스트리머도 제작자로 등장하는 시대를 맞이했기 때문이다. 방송협약 개정의 중점은 인터넷과 시대정신(Zeitgeist)이다. 방송협약에서

‘방송’ 개념의 핵심 징표였던 시대에 뒤떨어진 전송수단인 주파수는 이제 ‘통신’ 이라는 전송수단으로 대체된다. 방송협약 2차 개정안에 따르면, 방송 정의의 핵심적인 변화는 “공중에게 동시수신을 목적으로 저널리즘적 성격의 콘텐츠를 편성표에 따라 ‘통신을 수단으로’ (mittels Telekommunikation) 동영상이나 음성을 송신하거나 전송하는 것” 이다. 현행 방송협약에 따른 방송의 개념에는 전송수단으로 ‘주파수를 이용하여’ (unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen)라는 표현이 명시되어 있다. 이로써, 온라인과 오프라인, TV, 스트리밍, 인터넷플랫폼 간의 차별 없는 규제가 이루어질 수 있는 것이다. 저널리즘(journalistisch-redaktionell)¹⁷⁾에 따른 신중의무(Sorgfaltspflicht)의 위반은 TV나 라디오 뿐 아니라 온라인도 마찬가지도 허용되지 않는다. 그러나 텔레미디어 콘텐츠가 이러한 신중의무를 위반하더라도 이에 따른 제재는 존재하지 않는다. 의도적인 허위정보(Desinformation)의 유포에 효과적으로 대응하기 위해서는 이와 같은 규제의 흠결이 메워져야 한다는 것이 주 규제기관 협의체인 die Medienanstalten의 견해이다(die Medienanstalten 홈페이지). 온라인 아직 불분명한 것은 실시간 유튜브 채널이나 트위치 채널도 방송에 해당하여 방송협약상 면허가 필요한 것인지 여부이다. 사안마다 필요여부에 대해 다른 판단이 내려졌는데, 이에 대한 통일적인 기준을 정립하는 것이 필요하다는 지적이 있다.

현행 방송협약 제2조제3항에 따르면, 잠정적으로 실시간 시청할 수 있는 사람의 수가 500명 미만이면 방송협약상 방송이 아니라고 본다. 반대해석을 하면, 500명 이상이 실시간으로 시청가능한 웹TV나 웹라디오는 방송법상 방송개념에 해당되는 것이다. 이 때 실시간 방송인지, 저널리즘적 성격을 갖는지, 편성행위를 하는지 등이 고려된다(die Medienanstalten 홈페이지). 방송협약상 방송에 해당하면, 진입규제인 허가(Lizenz)를 받아야 하고, 그 이외의 방송법상 규제의 대상이 된다. 그런데 500명 이상의 동시접속은 충분히 충족할 수 있는 상황이다. 핵심 쟁점은 편성표에 따른 스트리밍이나인데, 이는 해석의 문제이다. 따라서 방송협약 제20조b제1항을 신설하여 방송협약에 따른 면허를 받을 필요가 없는 방송(Zulassungsfreie Rundfunkprogramme)이라는 표제의 규정을 두었다. 구체적

17) 해설 없는 live web cam은 저널리즘적 성격이 없지만, 여러 카메라를 투입하는 것, 카메라 촬영 기법을 활용하여 특정 장면을 선택하거나, 어떠한 사건의 경과에 대해 해설을 하는 것은 저널리즘적 성격이 있는 것을 보아야 한다.

으로 제1호에서는 개인과 대중의 의견형성에 큰 영향을 주지 않는 방송프로그램은 방송협약상 면허가 필요없다고 하고 있고, 제2호에서는 지난 6개월 평균 동시접속자가 2만 이하인 방송프로그램도 면허가 필요 없는 것으로 명문화하였다. 현재의 500명보다 더 규모가 크고, 6개월 평균치를 기준으로 삼고 있다는 점이 특징적이다. 이들 규정에 대한 상세는 주미디어청이 자치규칙(Satzung)으로 정할 수 있도록 위임근거도 마련해두고 있다.

■ 인터넷 미디어 환경을 반영한 방송의 개념 재정립

- ① “공중에게 동시수신을 목적으로 저널리즘적 성격의 콘텐츠를 편성표에 따라 통신을 수단으로(주파수를 이용하여) 동영상이나 음성을 송신하거나 전송하는 것”
- ② 단, 동시접속 500명 이상이라도 다음 경우는 방송면허 필요없음
 - 개인과 대중의 의견형성에 큰 영향을 주지 않는 방송프로그램
 - 지난 6개월 평균 동시접속자가 2만 이하인 방송프로그램

4. 일본 총무성의 방송제도 개혁방안

일본은 방송통신 서비스의 공공성 강화를 위한 제도개선을 꾸준히 진행해 오고 있다. 주요한 변화로 미디어 시장 구조 변화와 TV 방송의 미래(2017), 방송제도 개편 방안(2018) 등이 있다. 먼저, 2017년의 미디어 시장 구조 변화와 TV 방송의 미래에서는 환경변화에 따른 TV방송의 발전 방향 제시하고 있다. 구체적으로 첫째, NHK의 TV, 인터넷 동시방송 추진, 둘째, 지역 민방 활성화: 합병, 중앙-지역 네트워크, 지역신문과 제휴, 셋째, 하이브리드 캐스트 활성화: 부가서비스, 4K/8K 서비스 등의 내용이 포함된다.

또한, 2018년의 방송제도 개편 방안은 방송규제 완화를 통한 방송 활성화로 통신과 경쟁을 위하여, 첫째, 방송심의기준 마련, 방송심의회 설치, 장르별 균형편성 의무 폐지, 둘째, 방송의 정치적 공평성 조항 (4조) 삭제, 셋째, 1개 기업 복수매체 소유 및 외국자본 참여 제한 규제 폐지, 넷째, 방송사업 분류 수평규제체계 도입: 콘텐츠와 설비로 이원화 등을 내용으로 하고 있다. 이상의 내용을 정리하면 다음 <표 4-1>과 같다.

〈표 4-1〉 일본의 방송제도 개혁방안 주요 내용

방안	주요 내용
2017년 미디어 시장 구조 변화와 TV 방송의 미래	<ul style="list-style-type: none"> • 방송 환경변화에 따른 TV방송의 발전 방향 제시 • NHK의 TV, 인터넷 동시방송 추진 • 지역 민방 활성화: 합병, 중앙-지역 네트워크, 지역신문과 제휴 • 하이브리드 캐스트 활성화: 부가서비스, 4K/8K 서비스 등 * 2018년 12월 NHK 8K 서비스 등
2018년 방송제도 개편 방안	<ul style="list-style-type: none"> • 방송제도 완화를 통한 방송 활성화로 통신과 경쟁 • 방송심의기준 마련, 방송삼의회 설치, 장르별 균형편성 의무 폐지 • 방송의 정치적 공정성 조항(제4조) 삭제 • 1개 기업복수매체 소유 및 외국자본 참여제한 규제 폐지 • 방송사업 분류 수평규제체계 도입: 콘텐츠와 설비로 이원화 *공영방송 NHK에 대해서는 적용하지 않음

5. 캐나다 CRTC의 시청각콘텐츠 활성화

캐나다 방송통신 주무부처인 CRTC는 2018년 5월, 디지털 및 인터넷 융합시대 캐나다 시청각 콘텐츠의 활성화를 위한 새로운 정책적 접근을 제안하는 보고서(Digital report on the future of programming in Canada)를 발표하였다. 동 보고서에 따르면, 다양한 유형의 시청각 콘텐츠(음악, 영화, 방송 등)가 기존 방송매체보다는 온라인을 통해 유통, 소비되는 패턴이 보다 확대되는 현상 그 자체는 긍정적이라고 할 수 있다. 하지만, 이러한 새로운 생태계의 변화 속에서 전통적으로 우수한 품질의 콘텐츠를 제공해왔던 기존 매체들이 생존의 위협에 놓이고 있으며, 특히 온라인 유통의 또 하나의 특성인 글로벌화로 인해 캐나다 고유의 콘텐츠가 점점 쇠퇴하고 있다는 점을 강조한다. 이에 CRTC는 급변하는 시청각 콘텐츠 생태계의 지속발전과 캐나다 문화의 보존을 동시에 추구할 수 있는 새로운 방향의 정책적 접근을 다음과 같이 제시하고 있다. 첫째, 캐나다 고유의 문화를 반영하는 우수한 품질의 콘텐츠 제작과 유통을 확대해야 한다. 둘째, 캐나다 방송시스템으로부터 혜택을 받는 생태계의 모든 플레이어들에게 이에 상응하는 사회적, 문화적 책임을 부여해야 한다.

셋째, 빠르게 변화하는 기술과 소비자 수요에 부합할 수 있는 혁신적이고 지속적인 정책을 도입해야 한다.

이상에서 설명한 세 가지 정책적 접근방법을 달성하기 위해서는 다음 세 가지의 정책적 수단을 병행할 것을 제안하고 있다. 첫째, 특정 사업자에만 적용되는 관행적인(prescriptive) 면허체계를 캐나다에서 시청각 콘텐츠서비스를 제공하는 모든 플레이어들에게 적용되는 포괄적이고 구속력 있는(comprehensive and binding) 서비스 규약으로 전환하여 생태계 운영을 위한 비용을 보전한다. 둘째, 텔레비전, 라디오, 무선, 유선 인터넷 서비스 사업자들이 모두 참여하는 콘텐츠 제작 및 유통 생태계의 지속발전을 위한 재원 전략을 재구조화해야 한다. 셋째, 전국적 규모와 섹터 간 상생전략을 통해 캐나다 시청각 콘텐츠 산업을 발전시켜야 한다

CRTC의 세 가지 정책제안을 요약하면, 새로운 디지털 인터넷 융합 생태계 속에서 기존 매체와 경쟁하면서도 낮은 수준의 규제와 의무를 부여받고 있는 온라인 콘텐츠 서비스에 대해 실질적인 책임을 부과하겠다는 정책적 의지의 표현이라고 할 수 있다. 동일한 맥락에서 CRTC 의장은 2020년 1월 기자회견을 통해 넷플릭스나 아마존프라임비디오 같은 글로벌 인터넷 동영상 서비스 사업자들이 하여금 여하간의 방식으로 캐나다 콘텐츠를 위한 재정적 의무를 지워야 한다고 밝혔으며, 향후 이같은 의무가 투자의 형태가 될지, 조세의 형태가 될지 아직은 미지수이다(the Globe and Mail, 2020년 1월 9일자).

6. 스위스의 미디어 육성법 및 디지털 플랫폼 정책

가. 미디어 육성법

2019년 8월 28일에 미디어를 육성하기 위한 법안을 제안하였다. 이 법안은 2020년 상반기에 의회에 제출될 예정이다. 이 법안은 특히 온라인 미디어를 육성하기 위한 재정적 수단을 규정하고 있다. 특히 더 많은 일간지와 주간지가 지금보다 간접적인 출판지원(Presseförderung)에 따른 혜택을 볼 것이라고 예상된다.

원래는 지난해에 전자미디어법 개정안(Bundesgesetz über elektronische Medien)이 제안

된 바 있었고, 이에 대한 의견수렴절차가 진행되었다. 전자미디어법 개정안은 기존의 라디오 및 TV 방송법(Bundesgesetz über Radio und Fernsehen)을 대체할 목적으로 2016년부터 추진되던 것이었다. 이 법안의 의도한 핵심 목표는 저널리즘의 품질을 높이는 미디어콘텐츠 제작과 제공이었다. 특히 디지털환경에서도 내용적으로 시사, 교육, 문화, 오락, 스포츠 분야에서 광범위한, 다양한, 포괄적인 스위스 미디어콘텐츠를 활용할 수 있도록 하는 것이었다. 그러나 이에 법안에 대한 반대 의견이 상당했다. 많은 사람들이 경제적으로 어려움을 겪고 있는 일간지 등 출판 미디어의 상황을 지적하였고, 시급히 조치를 취해야 할 필요가 있다는 의견을 제시하였다. 가장 핵심된 주장은 지역 공공서비스인 라디오와 TV를 보호해야 한다는 것이었고, 출판에 대한 재정지원을 높여야 한다는 것이었다.

미디어는 스위스에서 주요한 민주적·국가정책적 기능을 수행한다. 미디어는 국민에게 정보를 제공하고, 직접 민주주의에 필수적인 논쟁을 가능하도록 한다. 그러나 신문의 수익이 지속적으로 하락하고 있고 편집국을 통합하거나 부서를 없애야 할 상황에 직면하였다. 동시에 디지털화가 가속화되고 있다. 이에 정부는 미디어를 지원하는 것이 의미있고 필요하다고 판단하였다.

정부는 라디오 및 TV 법률에서 온라인 미디어를 지원할 것을 제안하고 있다. 국민은 점점 온라인 콘텐츠를 통해 정보를 제공받고 있다. 온라인 콘텐츠의 민주주의 정치적 의미는 증가하고 있다. 그러나 디지털 미디어에 지불할 여력은 줄어들고 있다. 정기구독과 광고를 통한 재정의 충당은 갈수록 어려워져만 간다. 정부는 디지털 유료콘텐츠의 매출에 연동하여 온라인 미디어를 지원하고자 한다. 디지털 미디어콘텐츠를 판매하고 이러한 방식으로 저널리즘 서비스를 온라인 영역에서 장기간 투자한 자가 지원의 대상이다. 정부는 중기적으로 1년에 5천만 프랑크(약 585억)가 필요하다고 판단하고 있다. 일정부문 편집행위가 이루어지고, 지속적으로 발간되며, 저널리즘 기준의 준수를 전제로 지원이 이루어진다. 일단은 기한을 정해서 지원을 한 다음, 그 효과에 대한 평가를 거쳐 이러한 제도를 지속할 것인지를 판단하고자 한다.

뿐만 아니라, 모든 미디어 섹터에서의 지원가능성을 확장하고 있다. 즉, 교육 및 평생교육기관, 통신사(news agency), 자율규제조직 및 전자 미디어를 위한 IT 프로젝트도 지원이 대상이 될 수 있다.

공영방송(SRG)와 지역의 라디오 및 TV 방송사업자도 마찬가지로 중요한 여론형성 관련

서비스를 제공한다. 이러한 미디어를 위한 기반 조건을 바꿀 의도는 없다. 따라서 정부는 이들 미디어가 안정적으로 서비스를 제공할 수 있도록 할 예정이다.

■ 연방평의회, 온라인 미디어 및 신문 활성화법 제안

- ① 온라인 미디어 지원: 디지털 유료 콘텐츠 매출에 연동하여 지원
- 향후 연간 약 5천만 프랑(약 585억) 지원
- ② 공영방송(SRG), 지역/광역 TV와 라디오에 대한 지원 지속
- ③ 신문산업에 대한 지원 확대 (3천만 프랑에서 5천만 프랑으로)
- ④ 그밖에 교육기관, 통신사, 자율규제기구, 전자미디어 프로젝트도 지원 대상에 포함

나. 미디어 플랫폼

EMEK는 2017년부터 ‘경제·사회적 관점에서의 디지털 시대 미디어 특별성’이라는 연구주제로 분석을 하면서 디지털 미디어에 대한 주제에 관심을 갖고 있었다. 이 주제의 보고서와 토론회에서는 다음의 주제가 논의되었다.

첫째, 오늘날의 디지털 환경을 고려하였을 때 기술중립적이고 여론형성 기능을 갖는 미디어(publizistische Medien)를 직접 육성할 필요가 있다. 둘째, EMEK는 공공서비스사업자(Service-public-Anbieter) 구상에 찬성하며, 공영방송은 디지털 환경에 적응해야 한다는 시각에 동의한다. 셋째, EMEK는 국민이 여론을 포괄하면서 다양한 미디어 콘텐츠를 제공받는 것의 중요성을 주목한다. 이는 네트워크에 대한 접근, 망중립성 및 알고리즘에 대한 규제를 통해 보장된다. 이러한 맥락에서, 이용자의 미디어 리터러시 능력도 요청된다. 이용자들이 미디어를 적극적으로 이용할 수 있어야 할 뿐 아니라, 정보원의 신뢰성 및 이익을 판단하고, SNS와 작동방식을 이해할 수 있어야 한다.

논의를 정리하면 결국 디지털플랫폼이 전통적인 미디어와 저널리즘에 대한 도전이라는 것은 분명하다. 디지털플랫폼은 기존의 미디어와 부분적으로 경쟁에 놓여 있으며, 정치적 정보 및 소통과정과 그것의 활용에도 영향을 미친다.

이러한 논의를 계기로 EMEK는 미디어인터넷플랫폼(Internetmediär)에 대한 연구를 심화시키고 있다. 우선적인 연구대상은 즐거움(Unterhaltung), 통신수단, 지식을 제공하는 플랫폼이다. 정보와 지식을 매개하고 주목을 받는 방법이 핵심적인 요소이다. 마찬가지로 플랫폼

품이 전통적인 미디어와 미디어사업자, 저널리즘, 대중의 근본질서(Konstitution), 민주주의적인 의견형성과 결정과정에 영향을 미치는지도 논의의 대상이다.

2018년 7월에 이를 주제로 한 전문가 토론회를 개최하였는데, Frank Lobigs 교수는 직간접적인 네트워크 효과에 주목하였다. 특히 플랫폼의 게이트키퍼 정도에 대한 사항과 상업 플랫폼은 여론형성과 관련된 콘텐츠에 있어 긍정적인 요인인지, 또는 오히려 위험인자인지에 대해 다루었다. Abraham Bernstein 교수는 디지털플랫폼의 구조에 대해 설명하였다. 특히 알고리즘이 개인과 공동체의 정보조달 및 분배과정과 최종 결정에 얼마나 영향을 미칠 수 있는지의 문제에 초점을 두었다. 2018년 10월에는 이 분야에 대한 규제가 필요한지, 그렇다면 규제는 어떠한지에 대한 논의가 있었다.

7. 주요국 공영방송 수신료 논쟁

가. 독일

2013년에 새롭게 개정된 독일의 공영방송 수신료 제도에 대한 법적 논쟁이 2018년 7월 연방 헌법재판소의 판결로 일단락되었다. 법적 논쟁의 핵심은 2013년에 개정된 독일 공영방송 수신료 제도개선의 내용 중 1인 가구가 다인 가구에 비해 손해를 보게 된다는 것이었다. 가령, 독일에서 여러 사람이 함께 거주하는 주거형태(Wohngemeinschaft)에서는 거주자들이 돈을 모아 함께 17.5 유로를 내면 되지만, 혼자 거주하는 경우에는 1인이 모두 17.5 유로를 감당해야 한다. 또한 한부모 가정도 부모 양쪽이 모두 돈을 버는 가정과 똑같은 비용을 내야하며, 주택을 두 곳 소유하고 있는 경우에도 한 곳은 일상적으로 이용하지 않는데도 불구하고 시청료를 두 배로 내야한다. 한편, 시청자단체들은 이번 기회에 실제로 공영방송 TV를 시청하지 않음에도 수신료를 내도록 하는 현행 제도에 대한 위헌심판도 동시에 요구하였다.

2018년 독일 연방 헌법재판소는 독일 방송은 독일 전역에 송출되고 이는 독일의 모든 사람들이 수신기를 통해 이를 접할 수 있는 가능성이 생기기 때문에 개인이 수신기구를 보유하고 있는지 여부, 콘텐츠를 이용하고 싶은 의도가 있는지 여부는 중요하지 않다고 수신료 부과에 대해서는 헌법 합치 판결을 내렸다. 다만, 주택이 두 채인 사람에게 수신료

를 두 번 내도록 하는 것은 헌법에 합치하지 않으므로, 입법자는 2020년까지 관련법을 개선하도록 하였다(이유진, 2018).

나. 프랑스

프랑스 공영방송 수신료를 둘러싼 논쟁은 2019년 한 해 동안 프랑스 시청자들의 많은 관심을 끌었다. 결론적으로 말하면 수신료 폐지는 없던 일이 되었다. 대신 현재의 소비자 경제 상황을 고려하여 2000년대 이후 처음으로 수신료가 전년보다 인하(2019년 139유로, 2020년 138유로)되는 일이 벌어졌다.

수신료 논쟁은 2019년 3월 29일, 프랑스 재무장관(Le ministre des comptes publics)인 제랄드 다르마냥(Gérald Darmanin)이 정부 차원에서 수신료 폐지를 제안하면서 시작되었다. 이는 마크롱 정부가 추진하던 2020년 주민세(taxe d'habitation) 폐지 정책과 연동된 것이다. 프랑스 정부는 고질적인 수신료 미납 사태를 방지하고자 2003년부터 여타 조세와의 통합 징수 시스템(이는 통합공과금 납부라는 한국의 수신료 징수 모델을 도입한 것)을 도입하였고, 이후 공영방송 수신료는 주민세와 통합 징수되기 시작하였다. 그런데 마크롱 정부가 막상 주민세를 폐지하고 나면, 연간 약 130유로 이내의 공영방송 수신료 징수에 기존의 조세 징수 시스템을 그대로 유지해야 하는 문제가 발생하게 되었다(Le Monde, 2019. 3. 29). 하지만 결과적으로 정부 차원에서 수신료 폐지 논쟁을 무효화하면서 일단락되었다.

다만, 다양한 스크린으로 방송을 시청가능한 디지털 시대에 가구당 TV 수신기를 기준으로 수신료를 연 단위로 부과하는 시스템이 과연 효율적인 것인지에 대한 논쟁은 프랑스에서도 조만간 이슈가 될 공산이 크다고 하겠다. 이미 영국과 독일에서 도입된 다수 스크린을 대상으로 가구당 부과되는 통합 수신료 제도는 현실적인 대안이 될 수 있을지 모르나, 프랑스 사회에서는 아직 사회적 합의에 도달하지 못하고 있다.

덧붙여, 현재 프랑스 정부가 새롭게 추진하고 있는 공영방송 구조의 개편 계획과 맞물려 장기적으로 안정적인 수익원을 공영방송이 어떻게 확보할 것인지에 대한 논쟁은 이제 다시금 제기되고 있는 국면이라 하겠다. 실제로 공영방송사의 통폐합 과정에서 일부 채널들(France 4, France Ô 등)의 폐지 문제가 다시금 수면에서 떠오르면서, 통합 수신료 체계에 대한 논의 역시 늦어도 2021년부터 문화부의 주도로 전면적으로 재개할 것이라는 관측이 지배적이다.

다. 일본

일본은 2017년 NHK 방송의 수신료 납부와 관련한 방송법 규정에 대해 대법원 합헌 판결이 내려진 바 있다. 일본 방송법 64조는 “텔레비전 등의 방송 수신설비를 설치한 세대나 사업소는 NHK와 수신계약을 하지 않으면 안 된다”고 규정하고 있고, 이에 따라 수신료를 받고 있다. 이에 대해 소송을 제기한 측은 이 규정에 대해 “벌칙이 없고 노력 의무에 지나지 않는다. 계약을 강제하는 규정이라고 하면 헌법에 위반된다”고 주장했고, 이에 대해 NHK측은 “방송법이 정하는 풍요롭고 좋은 방송을 하기 위해 수신료 제도는 불가결하며, 합리성이나 필요성이 있다”고 반론해 왔다.

이에 대해 일본최고재판소 대법정은 NHK가 수신계약 신청에 응하지 않은 도쿄도(東京都) 내의 한 남성을 대상으로 제기한 소송과 관련, TV 등을 설치한 사람에게 수신계약을 의무화한 방송법 규정은 헌법에 위배되지 않는다고 판결했다. 보다 구체적으로 최고재판소는 지급의무의 강제가 표현의 자유 및 알 권리를 충족하는 것으로서 입법재량으로 허용된다고 판단했다. 또 그 외에 쟁점이 되고 있었던 지급의무의 발생 및 소멸시효 진행의 ‘시점’에 대해서는, 소비자의 승낙이 없을 경우 판결 확정으로 계약이 성립하고 ① 수신설비 설치 시부터 지급의무가 발생하며 ② 소멸시효는 판결 확정 시부터 진행한다고 판단했다(법률신문, 2017년 12월 11일자, 연합뉴스 2018년 12월 6일자).

라. 스위스

스위스에서는 2018년에 방송수신료 폐지를 내용으로 한 국민투표가 진행된 바 있다. 71.6%의 국민은 방송수신료가 유지되어야 한다고 투표하였다. No-Billag 투표라고도 불렀는데, Billag은 방송수신료를 징수하는 대행기관의 상호였다. 특히 인터넷 시대에서 전통적인 스위스 미디어의 역할에 대한 논의가 활발했던 시점이었다. 방송수신료 폐지 국민투표 사례는 스위스의 직접 민주주의 체제에서 일어날 수 있는 특수한 예이다. 스위스에서는 매년 수많은, 때로는 폭발력이 강한 정치적 의사결정이 국민투표로 정해진다. 방송수신료 폐지 국민투표 결과, 방송수신료가 유지되지만, 이미 스위스 공영방송사는 방송수신료가 유지될 경우 혹독한 개혁을 단행하겠다고 예고한 바 있다. 이미 2019년 수신료 금액도 451 스위스 프랑(52만원)에서 364 스위스 프랑(42만원)으로 인하되었다(Zeit Online, 2018).

제2절 콘텐츠 규제 정책동향

1. 온라인 유해물 규제

가. 영국의 온라인 유해물 백서

영국 DCMS는 2019년 4월 온라인 유해물 규제에 관한 방안을 담은 백서형태의 “Online Harms White Paper”를 발표하였다. 동 백서가 발표된 배경은 온라인상에서 각종 불법물과 유해물이 범람하여 민주주의적 가치와 토론을 훼손할 우려가 있으며, 어린이 보호와 이용자들의 정서적 건강과 안위를 위협하는 현상이 증폭되고 있기 때문이다. 또한, 테러리스트의 위협이 가중되고 있으며, 아동성 착취나 허위조작정보의 폐해 역시 악화되고 있는 것이다.

영국 정부는 온라인 유해성 백서를 통해 세계 최고 수준의 온라인 유해물 규제에 관한 기본 프레임워크를 제시하고 있는데, 이번엔 새롭게 제안된 온라인 유해물 규제 프레임워크가 지향하는 비전을 다음과 같이 설명하고 있다.

- 1) 자유롭고, 개방적이며 안전한 인터넷 환경 조성
- 2) 온라인 환경에서 사업자들은 이용자가 안전하며, 범죄적 테러리즘 행위나 국가 안위를 위협하는 활동을 방지해서는 안됨
- 3) 온라인에서의 표현의 자유 보장
- 4) 사업자 주도적 자율규제 독려
- 5) 유해한 행위를 억제할 수 있는 인터넷 규칙 및 규범 마련
- 6) 온라인 안전을 혁신하고 발전시키는 산업생태계 구축을 통해 디지털경제 활성화
- 7) 시민들이 온라인에서의 위협성을 이해하며, 부당한 행위 및 온라인 유해성을 접했을 때 올바르게 대처할 수 있도록 함. 어린이는 각별한 보호를 받도록 함
- 8) 시민들의 온라인 안전을 유지하기 위한 글로벌 협력체계 구축
- 9) 온라인 기업과 서비스에 대한 공중의 신뢰 제고

이상의 규제 프레임워크 비전 하에 온라인 안전을 확보하기 위한 방안은 다음과 같다.

- 1) 정부는 사업자가 이용자의 안전에 대한 책임을 지며 자신이 제공하는 서비스 범위에

해당하는 콘텐츠나 행위에 의해 이용자 폐해가 발생했을 경우 해당 유해성에 대해 조치하도록 하는 보호의 책무를 정립한다.

- 2) 이 보호의 책무의 준수는 독립적인 규제 기관에 의해 감시되고 부과된다.
- 3) 본 규제틀 안에 포함되는 모든 기업은 그들이 보호의 책무를 충족하고 있음을 제시할 수 있어야 한다. 어린이와 취약한 이용자들을 포함하여 보호의 책무 수행에 관한 명확하고 이용 가능한 조건 및 요건이 갖추어져야 한다. 규제 기관은 얼마나 효과적으로 본 조건과 요건들이 집행되고 있는지를 평가한다.
- 4) 규제 기관은 이러한 법적 의무를 위반하는 사업자들에 대해 효과적인 개선 행위를 취하도록 요구할 권한을 지닌다. 여기에는 벌금 부과 및 상급 책임자에 법적 책임을 부여할 권한이 포함된다.
- 5) 사업자는 이 새로운 책무를 충족시켜야 한다. 규제 기관이 구체적인 실행 코드를 확립하며, 만약 사업자가 정해진 코드 외의 방법으로 책무를 수행할 시에는 규제기관에 그 대안적인 방법의 적합성 및 효과를 정당화하여 설명해야 한다.
- 6) 국가 안전이나 아동의 신체적 안전에 대한 위협을 고려하여, 정부는 테러리스트 행위 또는 아동 성적 착취 및 위해에 관한 실행 코드의 기준에서 규제기관을 지도할 권한을 지니며 이 코드는 반드시 내무부의 승인을 거쳐야 한다.
- 7) 불법적 유해물(폭력 야기, 불법적 상품이나 서비스 판매 등)에 관련된 코드에 대해, 규제기관은 위협에 적절히 대응할 수 있는 코드를 실행하기 위한 법적 조치를 집행한다.
- 8) 투명성의 문화를 발전시키기 위해, 신뢰와 책무성은 새로운 규제틀의 핵심적인 요소가 된다. 규제자는 사업자로부터 그들 활동의 범위, 해당 플랫폼의 유해 콘텐츠 현황, 그것에 대처하기 위한 기업의 조치 등을 포함한 연간 투명성 보고서를 요구할 권한을 지닌다. 이 보고서는 규제기관에 의해 온라인 공개되어 이용자 및 부모가 인터넷 이용에 대한 충실한 정보에 근거하여 판단을 내릴 수 있도록 활용된다. 규제기관은 알고리즘의 콘텐츠 선별 효과 등을 포함한 추가 정보 제공을 요구할 수 있고 사업자가 기존 혹은 신생의 유해성에 대해 적극적으로 보고하도록 촉구할 수 있다.
- 9) 규제기관은 사업자가 독립적인 연구자들이 적절한 안전망 안에서 그들의 데이터에 대해 보다 잘 접근할 수 있도록 규정을 개선하도록 독려하고 감시한다.

- 10) 사업자들은 이용자들이 쉽게 접근할 수 있는 이용자 불만 제기 통로를 제공하도록 감시한다. 사업자들은 이용자들의 불만 제기 사항에 경해진 기한 내에 응답해야 하며, 그 사항에 관해 규제적 기준에 상응하는 방식으로 조치해야 한다.
- 11) 이용자들이 자신의 이해가 정당하게 존중되고 있음을 확신할 수 있도록 독립적인 평가 시스템이 구축될 필요가 있다. 이용자들의 필요를 방어하기 위하여 '강력 불만(super complaint)'을 제기할 수 있는 기관을 지정하는 방안 등을 포함한 여러 방식들이 검토되는 중이다.
- 12) 새로운 규제 틀의 적용에 앞서 사업자들이 온라인 유해성에 대한 조기 행동을 취할 것을 권고한다.
- 13) 아동 성착취 및 위해나 테러리즘 같은 가장 심각한 형태의 온라인 공격에 대해서 사업자들은 해당 콘텐츠나 불법 행위의 확산을 막기 위한 보다 적극적인 행동을 취해야 한다.

한편, 온라인 유해물 백서에서 밝힌 규제 대상 범위는 다음과 같다.

- 1) 이용자 간 UGC의 공유 및 소통을 가능하도록 모든 서비스 사업자에 적용되며, 시청각 미디어 서비스 사업자는 제외된다.
- 2) 구체적으로 소셜미디어 서비스 플랫폼, 파일 호스팅 사이트, 온라인 공개 포럼, 문자 서비스, 검색 엔진 등이 다양하게 포함된다.
- 3) 규제기관은 위협에 기반을 두며 비례적인 접근 방식(risk-based and proportionate approach)을 취한다. 이는 규제기관은 플랫폼 규모나 유해도의 심각도로 인해 이용자들에게 가장 거대하고 명백한 위협을 가하는 사업자를 우선적으로 규제함을 뜻한다.
- 4) 해당하는 모든 사업자는 불법 콘텐츠와 행위에 대한 대처를 비롯한 보호의 책무를 충실하게 이행해야 하며, 규제기관의 정보 요구 및 이용자들의 불만 사항 및 제안을 적절하게 처리해야 한다.
- 5) 프라이버시 보호를 위해서, 엄격하게 규정된 불법 콘텐츠에 대한 감시 기능은 사적 채널에는 적용되지 않는다. 사적인 커뮤니케이션의 정의 및 이에 대한 조치 방식에 대해서는 현재 검토 중이다.

덧붙여, 온라인 안전에 관한 독립적인 규제기관은 다음의 성격과 기능을 지닌다.

- 1) 독립적인 규제 기관은 충분한 자원, 전문지식, 수행역량을 갖추고 새로운 규제들을 신속히 이행, 감시, 집행한다.
- 2) 규제기관은 위협에 기초하며, 가장 큰 증거 및 유해의 위협이 있거나 아동 및 취약계층이 위협해지는 행위나 콘텐츠에 대해 우선적으로 조치한다. 그 방안으로 규제기관은 증거 향상을 위해 영국 리서치 및 혁신(UK Research and Innovation: UKRI)을 비롯한 여러 협력자들과 공조한다. 규제 기관은 유해한 행위나 콘텐츠에 대처하기 위한 합리적이고 실용적인 요건 및 방법을 사업자에 제시한다(유해성의 종류, 유해성의 위협, 가능한 조치 자원 및 기술 등).
- 3) 규제기관은 혁신, 이용자의 온라인 권리 보호에 대한 법적 의무를 지며, 프라이버시나 표현의 자유가 침해되지 않도록 각별히 유의해야 한다. 규제기관은 진실에 대한 감시(policing truth)나 온라인 정확성에 대해서는 책임지지 않는다.
- 4) 현재 정부는 신설 규제 기관 여부를 검토 중에 있다(이상 DCMS, 2019b).

나. 독일의 NetzDG 개정¹⁸⁾

NetzDG(Netzwerkdurchsetzungsgesetz)는 독일 형법상 처벌대상이 되는 SNS에서의 혐오 발언(Hate Speech)을 다룬다. 주미디어청 이러한 NetzDG를 지원하는 규제기관이다. 그런데 NetzDG는 불법적인 콘텐츠를 만든 사람에 대한 것이 아니라, 불법적인 콘텐츠에 대한 민원처리(Beschwerde) 시스템을 구축할 의무를 지는 플랫폼사업자가 규제의 중점이다.

주미디어청과 주미디어청의 기관인 청소년미디어보호위원회(Kommission für Jugendmedienschutz)는 청소년미디어보호협약(Jugendmedienschutz-Staatsvertrag)의 규정을 준수하는지를 감독한다. 즉, 내용심의와 콘텐츠제공자의 책임을 다룬다. 이에 반해, NetzDG의 소관부처인 법무청(Bundesamt für Justiz)은 플랫폼을 통한 민원신청을 감독한다.

18) 이하의 내용은 연방하원 권리 및 소비자보호 상임위원회에서 NetzDG에 대한 공청회에서의 die Medienanstalten 입장을 정리한 문건(die Medienanstalten, 2019)을 요약 정리한 것이다.

NetzDG나 청소년미디어보호협약은 SNS에서 특정 독일 형법 규정을 위반한 것이 확인된다면 제재한다는 점에서 공동된다. 이 점에서 NetzDG와 청소년미디어보호협약은 규제 목적이 다르기는 하지만, 서로 중첩되는 영역이 존재하게 된다. 플랫폼사업자나 NetzDG에 따라 설치된 자율규제기관이 수행하는 콘텐츠의 모니터링과 삭제조치는 주미디어청과 청소년미디어보호위원회의 업무에 직접적인 영향을 미친다. 이론적으로는 하나의 불법 콘텐츠에 대해 검찰, 법무청, 자율규제기관, 청소년미디어보호위원회가 모두 관여할 수 있는 것이다. 각 기관 간의 해석이 달라질 수 있고 의견일치를 못 볼 가능성도 있다. 따라서 최소한 NetzDG의 소관부처인 법무청과 청소년미디어보호위원회 간의 정보교환을 제도화할 필요가 있다. 위법을 판단하기 위한 통일적인 기준을 수립하고, 자율규제기관을 승인할 경우 법무청과 청소년미디어보호위원회의 합의를 요구하는 제도도 필요하다.

NetzDG는 인터넷 영역에서의 법집행을 민간이 담당함에 따르는 위협¹⁹⁾을 감추고 있다. 민간사업자인 플랫폼사업자들이 기본권과 관련된 표현의 자유에 대하여 판단을 내리는 것이다. 페이스북과 같은 민간사업자가 어떠한 콘텐츠가 불법적이고 합법적인지를 심사하고 판단하는 것은 문제가 있다는 지적은 예전부터 있었다. 플랫폼사업자는 자율규제기구인 FSK(Freiwillige Selbstkontrolle)의 재원을 지원하는 자로서 NetzDG의 운영에 영향을 미칠 수 있다는 점에서 주미디어청은 비판적인 시각을 견지하고 있다. 방송 분야의 자율규제기구와 시스템이 성공적으로 운영되고 있는 이유는 자율규제기구와 청소년미디어보호위원회의 승인절차를 거쳐야 하고, 이 점에서 규제당국의 일정 부분의 간여가 있기 때문이다.

불법 콘텐츠를 플랫폼사업자가 삭제할 경우, 불법 콘텐츠를 제작한 자는 눈에 띄지 않게 된다. 검찰이나 주미디어청이 불법 콘텐츠에 대한 규제를 하게 되면, 범위반의 원인을 제공한 자인 불법 콘텐츠를 제작하는 자에 집중하게 된다. 범위반에 대해 형벌, 과태로, 기타 행정제재를 결부시켜야지만, 불법을 저지른 자로 하여금 ‘위법한 행위에 대한 인식’(Unrechtbewusstsein)을 심겨줄 수 있다. 따라서 NetzDG와 미디어규제 간의 중첩되는 부분을 적절히 조화시켜 활용해야 한다.

19) 이를 법집행의 민영화에 따르는 위협이라고 한다.

다. 프랑스의 온라인 혐오표현 근절법

2019년 7월 9일, 프랑스 의회에서는 혐오표현 근절을 위한 새로운 법률안(Proposition de loi visant à lutter contre les contenus haineux sur internet, ‘아비아 법(Loi Avia)’)이 하원을 통과하였다. 핵심적으로 이 법은 테러리즘, 전쟁 및 반 인류적 범죄에 대한 옹호, 차별의 유발, 불법 음란물, 인간의 존엄성을 훼손하는 콘텐츠, 그리고 미성년자에 대한 유해물을 혐오표현물로 규정하고, 이러한 콘텐츠는 24시간 이내에 소셜 네트워크, 디지털 플랫폼 및 검색 엔진에서 삭제되어야 한다는 것을 규정한다. 에 대한 규제 및 제재 조항을 담고 있다. 이를 이행하지 않을 경우 최대 125만 유로(약 16억 원)의 과태료를 해당 사업자에게 징수하게 된다. 이 법안은 2019년 12월 17일에 프랑스 상원을 통과하였고, 2020년 1월 8일부터 법안 공포 및 실행을 위한 구체적인 후속 작업에 돌입하였다.

프랑스의 경우 인종, 종족, 종교 등의 이유로 소수자나 소수집단을 차별하는 행위는 오랫동안 형법에 의한 처벌 대상이었다. 1972년 제정된 차별방지법(플레방법, loi Pleven)은 사회적으로 인종적, 종족적, 종교적, 성적 취향 등의 이유로 공공연히 특정 집단이나 인물에 대한 명예훼손이나 모욕, 차별 행위를 행하는 것을 형사 처벌의 대상으로 삼는 최초의 법적 조치였다. 이 조치는 이후 개정 형법에, 그리고 언론법에도 그대로 반영되었다. 실제로 현재까지도 유효한 언론 기본법인 1881년 제정 <언론 자유에 관한 법률(Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse)>의 개정을 통해 언론 매체의 활동과 관련하여 그 내용이 포함되었다. 하지만 당대부터 이는 표현의 자유와 관련된 많은 논란을 야기하였다. 특히 역사 수정주의의 문제와 관련된 수많은 이슈들을 둘러싼 법정 공방이 한동안 지속되었다. 1990년 7월 13일 게소 법(Loi Gayssot)을 통해 역사 수정주의적 견해들의 표현이 ‘반 인류적 범죄에 대한 옹호’ 로 규정되고, 이 내용은 다시 1992년 개정 형법에 포함됨으로써 이 문제를 일단락짓는 듯하였다.

그렇지만 인터넷 공간에서의 여론 표출이라는 새로운 미디어 환경에 맞게 새로운 형태로 형법 및 차별방지법의 규정들을 실효성 있게 구현해야 한다는 문제 제기는 지속적으로 이루어졌다. 2018년 3월 엠마누엘 마크롱 대통령은 프랑스의 유대인단체 대표자들과의 회동에서 당시 문제가 된 알레리계 프랑스 작가인 카림 아멜랄(Karim Amellal)의 유대인 비판 온라인 표현들이 혐오표현에 해당하는 것은 아닌지를 살펴보는 위원회의 결성을 약속하면서, 새로운 법률 제정의 프로젝트가 시작되었다. 당시 비판의 직접 당사자였던 여당

의원 라티티아 아비아(Laetitia Avia)이 주도한 위원회는 2018년 9월 20일자로 총리실에 보고서를 제출하였다. 이 보고서에는 규제 대상인 ‘혐오 콘텐츠’ 에 대하여 대단히 폭넓은 규정을 내렸다²⁰⁾. 그리고 그 속에 담긴 20개의 정책 제안 중에는 혐오표현의 확산 방지를 위해 인터넷 공간, 특히 인터넷 플랫폼 사업자들에 대한 강력한 규제가 필요하다는 내용이 담겨 있었다.

이 법을 통해 이제 온라인에서 혐오 콘텐츠를 발견한 시민들은 누구나 이를 관련 기관(방송위원회)에 신고할 수 있게 되었다. 그럴 경우 방송위원회는 해당 신고 내용을 검토하고, 그 내용이 맞으면 플랫폼 회사에 삭제를 요청한다. 24시간 내에 해당 내용이 삭제되지 않으면 최대 125만 유로의 과태료가 부과된다. 법안의 초안에는 방송위원회가 해당 업체의 글로בל 총 매출액의 4%까지 과태료를 물릴 수 있도록 하였지만, 이 내용은 입안 과정에서 삭제되었다(Le Monde, 2019년 3월 29일자). 플랫폼 사업자는 삭제와 동시에 중요 콘텐츠 게재자에게 삭제 사실을 통보해야 한다. 다만 신고 남발을 막기 위해 허위 신고를 할 경우에는 15,000유로(약 2천만 원)의 벌금이 부과된다.

-
- 20) 입법 과정에서 이 규정 모두가 채택되지는 않았다(Avia, 2018, pp. 217-222 참조).
- ① 인터넷을 통해 특정 개인이나 집단에 대하여 그들의 출신지, 특정 종족·민족·인종 또는 종교에의 소속 혹은 비소속을 이유로 행해지는 모욕
 - ② 인터넷을 통해 특정 개인이나 집단에 대하여 그들의 성별, 성적 취향, 젠더 정체성 혹은 장애를 이유로 행해지는 모욕
 - ③ 반 인류적 범죄에 대한 옹호
 - ④ 테러리즘 활동의 고취 및 옹호
 - ⑤ 인종적 증오의 선동
 - ⑥ 특정 개인에 대하여 그들의 성별, 성적 취향 또는 성적 정체성, 장애 및 아동 포르노 등을 통한 증오
 - ⑦ 폭력의 선동, 특히 성범죄 및 성차별적 범죄의 선동
 - ⑧ 성희롱
 - ⑨ 매춘 알선
 - ⑩ 미성년자를 대상으로 한 포르노그래피적 성격을 가진 이미지나 표상을 촬영, 녹화 또는 유통하는 행위
 - ⑪ 어떤 수단을 통해서든 테러리즘, 포르노그래피 또는 어떤 형태로든 인간의 존엄성을 저해하거나 미성년자들을 육체적으로 위험한 상황에 빠뜨릴 수 있는 속성을 가지는 것들을 선동하는 폭력적인 메시지를 생산, 전달, 유통하는 행위

라. 캐나다의 온라인 증오물 규제

2019년 6월, 캐나다 의회(정의와 인간기본권 위원회)는 온라인에서 증오 표현 및 범죄를 근절하기 위한 법적 대응을 위한 제언을 담은 보고서 “Taking Action to End Online Hate” 를 발표하였다. 동 보고서는 온라인 증오를 근절하기 위하여 필요한 사전작업 네 가지를 먼저 제시하고, 이를 토대로 총 아홉 가지의 정책적, 제도적 방안을 제언하고 있다. 먼저 필요한 네 가지 작업으로는 온라인 증오(online hate)에 대한 개념 정의, 온라인 증오의 실태 파악, 온라인 증오에 관한 국민 교육 강구, 사업자 규제 수단 강구이다. 이러한 사전작업을 바탕으로 동 보고서가 제안한 아홉 가지 제안은 다음 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2> 온라인 증오 근절을 위한 캐나다 의회의 정책 제안

정책 제안	내용
온라인 증오 교육을 위한 투자	정부는 법집행 관련 공직자(공무원, 판사, 검사 등)들이 온라인 증오의 심각성과 근절의 중요성을 인식하고, 대처할 수 있도록 필요한 교육을 위해 적극 투자
경험의 공유	정부는 캐나다 전역의 관련 법집행 기구들에게 온라인 증오에 관한 실태와 대처 등에 관한 데이터와 경험을 공유하도록 노력
민간기관과 정부기관 간 실태파악 격차 해소	중중 온라인 증오에 관한 실태파악이 민간기간과 정부기간 간에 차가 나는 경우가 많은데, 이를 해소할 수 있도록 정부와 민간기간 사이에 개방적인 소통과 조율이 필요
온라인 증오 실태파악	온라인 증오에 대한 명확한 개념정의를 바탕으로 전국적 규모로 온라인 증오에 관한 데이터 확보, 분석 및 지역기관과 공조
온라인 증오 규제	다양한 각급 기관들과 협조하여 온라인 증오를 근절할 수 있는 다각적인 규제 방안 마련
온라인 증오에 관한 개념정의	인종, 혈연, 민족, 언어, 성적지향, 성별, 성적체성, 종교 등 다양한 요인들로 인해 발생하는 온라인 증오에 관한 개념 정립
사회적 처방 제공	다양한 유형의 인권단체들과 함께 공조하여 사회적인 차원에서 온라인 증오를 근절할 수 있는 방안 마련
온라인 플랫폼 및 인터넷 서비스 사업자 의무	관련 사업자들이 하여금 증오물을 모니터링하고, 문제를 보고하고, 신속하게 해결할 수 있도록 필요한 규정을 마련
인증제도	온라인 플랫폼 사업자들이 하여금 콘텐츠 인증을 통해 이용자가 이를 식별할 수 있도록 함

출처: House of Commons, Canada (2019). pp. 40-42.

2. 허위정보 및 가짜뉴스 규제

가. 프랑스의 허위정보 근절법

2018년 12월 22일자로 제정된 프랑스의 ‘정보조작에 대처하는 법률(Loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l’information)’ 은 허위 조작정보(fausses nouvelles, disinformations)이 인터넷 및 소셜 네트워크를 통해 급속도로 퍼져나가는 것을 방지하기 위한 목적을 가진다. 전 세계적으로 유사한 예를 찾기 힘든, 소위 ‘가짜뉴스’ 방지를 위한 법률에 해당한다. 때문에 이 법은 상원에서 두 번이나 부결되고 또 헌법위원회의 판단을 거치는 등, 오랫동안 많은 논란을 야기한 바 있다.

이 법은 명백하게 선거와 관련된 법 조항의 개정이다. 즉 이 법은 - 최근 국내에서 시도되고 있는 유사한 입법안들과는 달리 - 우선 선거법 및 국가조직법의 차원에서 발의된 것이다. 즉 선거 시기의 가짜뉴스 혹은 허위조작정보를 구체적인 대상으로 이미 기존 법률에 의해 확립된 법적 조치들을 대선 캠페인에 확대 적용하는 것을 핵심 내용으로 삼는다. 즉 선거 중에 발생할 수 있는, 허위정보를 이용해 선거를 방해하는 시도를 저지하는 것이 법의 핵심적인 목표이다. 구체적으로 선거 기간 중에 인터넷과 소셜 미디어를 통해 왜곡된 정보를 전파하는 행위를 사법부가 개입하여 중지시킬 수 있다는 것이다. 여기서 사법부는 선거 기간인 경우에는 반드시 선거와 직접 관련이 없더라도, 또 해당 내용이 언론을 통해 보도되었는지 여부와 무관하게 그 내용을 판단의 대상으로 삼을 수 있다. 그런 면에서 프랑스 정부의 입장은, 이 법률의 제정은 곧 선거 관리와 관련된 사안을 규정하는 내용에 대한 수정이라는 차원에서, 사실상 국가조직법 개정이라고 간주한다.

이 법은 크게 네 가지 내용을 가지고 있다.

첫째는 선거 기간에 유포되는 허위조작정보에 대하여 법원이 48시간 이내에 유포 중지 등의 법적 조치를 취할 수 있으며, 디지털 플랫폼이나 검색 엔진, 소셜 미디어 사업자들은 이 조치를 즉각 이행해야 한다는 점이다. 즉 누군가 선거 기간(선거 3개월 전부터 선거일 당일까지) 동안 “다가올 선거에 영향을 미칠 가능성이 있는 허위정보” 를 공표한 경우, 판사는 긴급하게 플랫폼에 “허위정보의 배포를 막기 위한 모든 필요한 조치” 를 요구해야 한다. 또한 정보의 진실성과 관련해 이의가 제기된 이후 판사는 48시간 이내에 관련 콘텐츠의 진실성 여부를 파악한 후, 이에 대한 삭제 명령을 내려야 한다.

실상 프랑스 정부가 이와 같은 입법안을 통과시킨 배경에는 허위조작정보를 선거 국면에 활용하는 사례에 대한 실질적인 개입이 현행 조항으로는 사실상 어려운 상황과 밀접한 관련이 있다. 선거기간의 여론 역동성을 고려한다면 이 법의 핵심은 얼마나 짧은 시간 내에 법원이 이에 개입하여 판단을 내릴 수 있는지에 관한 문제일 것이다. 여기서 허위조작정보의 구체적인 내용을 해당 이슈에 대한 전문가가 아닌 판사가 개인적으로 짧은 시간 내에 사안을 이해하고 양측의 상반된 주장을 듣고 추가 서류를 요청하는 과정을 거쳐, 48시간 내에 판결을 내리는 것이 가능한지에 대한 문제제기는 물론 계속되고 있다. 이에 대해 기간을 72시간으로 연장하자는 주장에서 판사에게 이런 권한을 부여하는 것 자체를 반대하는 주장에 이르는 다양한 논란은 여전히 계속되고 있다. 아울러 어떤 허위조작정보가 이 법의 적용대상이 되는지에 대한 문제 역시 중요하다. 여기에 대해 이 법은 해당 정보가 ‘명백하게 허위’이며, 의도적이고 또 대량으로 배포되어야 한다고 명시하고 있다.

둘째, 이와 관련하여 법률은 플랫폼 사업자, 검색 엔진 및 소셜 네트워크 사업자에게 대하여 허위조작정보의 확산 방지에 함께 노력해야 한다는 의무 규정을 도입하였다. 이와 관련하여 ‘온라인 플랫폼의 투명성과 정보에 대한 의무’ 조항에 대해 주목할 필요가 있다. 이 조항은 공적 토론과 관련된 정보의 유통과 관련하여, 개인 데이터 사용에 대한 공정하고 명확하며 투명한 정보를 사용자에게 제공해야 한다는 내용을 포함한다. 아울러 온라인 플랫폼 사업자는 방송위원회와의 협력을 통해 공공질서를 어지럽히거나 투표의 진정성에 영향을 미칠 가능성이 있는 허위조작정보의 확산을 방지하기 위한 조치를 취해야 한다는 것이다. 실제로 이 조항이 지나치게 강력한 규제라는 관점에서 페이스북, 구글, 마이크로소프트 그리고 트위터 등 주요 거대 디지털 플랫폼이 모여 만든 협회인 Asic(Association des services Internet communautaires, 인터넷 커뮤니티 서비스 협회)가 2018년 10월에 CNIL(프랑스 정보자유국가위원회)와 유럽연합 집행위원회에 해당 조항을 비판하는 공개 서한을 보내기도 하였다.

셋째, 방송위원회의 역할 변화, 혹은 권한 강화이다. 이 법은 특정 국가(외국)가 의도적으로 자국의 선거에 영향을 미치기 위해 허위조작정보를 배포하는 경우, 방송위원회가 그 국가의 영향 아래 통제되는 방송 서비스에 대해 방송중지 명령을 내릴 수 있는 권한을 부여한다. 보다 구체적으로 “외국 국가에 의해 통제되거나 외국 국가의 영향 하에 있는” TV 방송이 프랑스 국가의 근본적인 이해를 침해하는 경우, 이 채널의 전송을 중단시킬 수

있는 권한을 부여한다는 것이다. 이는 과거 미국 대통령선거에 러시아 정부가 개입하였는지를 둘러싼 논란을 거치면서 도입된 규정이다. 아울러 이 법은 대중들의 온라인 커뮤니케이션 양식, 비판적 정보 읽기 등과 같은 미디어 리터러시 교육에 대한 조치들을 방송위원회가 수행할 것을 함께 규정하였다.

알려진 대로 이 법에 대한 프랑스 정부의 공식적인 입장은 물론 허위조작정보에 대한 규제를 통해 민주주의를 위협하는 세력으로부터 프랑스 시민들의 공적·정치적 활동의 자유를 보장한다는 것이다. 이를 위한 인터넷 콘텐츠의 투명성 강화를 위한 노력은 향후에도 계속되어야 한다는 주장이다. 하지만 이 법이 지나치게 2020년 지방선거를 앞두고 중요 정치 일정과 관련된 정치적 이해에 민감하게 구성되어 있으며, 궁극적으로 이러한 측면이 표현의 자유 확장에 위배된다는 여론 역시 제정 당시부터 지금에 이르기까지 적지 않다. 이 점이 바로 프랑스 사회가 이 법률을 어떤 형태로 적용하면서 개선해 나갈 것인지에 대한 지속적인 관심이 여전히 필요한 이유일 것이다(진민정, 2018).

나. 싱가포르의 온라인 허위정보 및 정보조작 방지법

싱가포르는 2019년 10월 2일 “온라인 허위정보 및 정보조작 방지법(일명 가짜뉴스법)”을 발표하였다. 해당 법에 따르면 가짜뉴스를 전부 또는 일부, 명시적 또는 문맥상 의미를 불분하고 허위(false)이거나 오도(misleading)하는 진술로 정의하고 있다. 이러한 가짜뉴스의 규제대상은 개방형/폐쇄형 인터넷 SNS, MMS, SMS 등 매우 광범위하다. 이에 따라 페이스북이나 트위터 등 온라인 플랫폼 업체에 정부가 가짜뉴스라고 판단한 게시물에 대해서는 각 부처 장관이 판단 및 행정명령(수정, 삭제)을 내리고, 규제기관인 IMDA가 명령을 집행할 수 있다. 또한 허위정보 게재에 대한 처벌과 행정명령 불이행 처벌 조치를 담고 있어 국가안전, 공중보건, 공공안전, 국제관계, 선거, 차별 등 게재하는 경우 온라인 플랫폼들은 최대 100만 싱가포르달러(약 8억 7,000만원)의 벌금을 내야 하며, 개인 유포자의 경우, 5년 이하의 징역 또는 5만 싱가포르달러 이하의 벌금에 처해질 수 있다. 특히 해당 허위 사실이 봇(소프트웨어 로봇)이나 가짜 계정에 의해 유포되었을 경우 최대 형량은 각각 징역 10년, 벌금형 10만 싱가포르달러로까지 늘어나게 된다.

2019년 11월에는 가짜뉴스법에 따른 첫 적용 사례가 발생하였다. 신문보도에 따르면, 온라인상의 거짓과 조작으로부터의 보호법 사무국은 야당인 진진싱가포르당(PSP) 소속 브래

드 보이여 의원에게 페이스북 글의 정정 명령을 내렸다. 차기 총리가 유력시되는 형 스위
 킷 재무장관의 지시로 내려진 이번 정정 명령은 보이여 의원에게 문제가 된 페이스북 포
 스프의 맨 위에 정정 안내문을 게재하도록 했다. 해당 포스트는 싱가포르 국부펀드인 테
 마섹과 싱가포르 투자청(GIC) 등의 투자 결정에 정부가 개입했다는 내용 등을 담고 있다.
 정부 웹사이트는 “보이여 의원이 올린 거짓말에 관한 정정과 해명”이라는 제목으로 당
 시 보이여 의원의 페이스북 포스트 위에 거짓(false)이라는 붉은 글씨의 빨간딱지를 붙인
 뒤 거짓말들(falsehood)이라는 소제목 아래 페이스북 글 내용을 조목조목 반박하고 있다
 (한국정보화진흥원, 2019b)

다. 영국의 허위조작정보와 가짜뉴스 보고서

영국 의회의 미디어문화스포츠 위원회는 18개월의 조사를 마치고, 2019년 2월에 “허위
 조작정보와 가짜뉴스” 보고서를 발표하였다. 이 보고서에서 제안된 향후 과제 및 결정 사
 항은 다음과 같다.

첫째, 테크놀로지 기업이 독립적인 규제 기관에 의해 감시를 받기 위한 윤리강령 코드
 구성

둘째, 규제 기관은 기업이 코드를 위반했을 때 법적 조치를 행할 권한을 지님

셋째, 정부는 현재의 선거 관련 커뮤니케이션 법률을 수정하고, 영국 선거에 외국으로부터
 터 영향력이 가해지는 경우에 관한 법률 제정

넷째, 소셜미디어 기업은 확인된 허위조작정보를 비롯한 유해한 콘텐츠를 삭제할 의무
 를 지님

3. 인플루언서 마케팅 규제

가. 미국의 Disclosures 101 for Social Media Influences

미국 공정거래위원회(FTC)는 온라인상에서 소셜미디어서비스 인플루언서의 광고, 협찬
 노출에 관한 가이드라인인 “Disclosures 101 for Social Media Influences” 을 2019년 11월
 에 발표하였다. 가이드라인의 주요 내용을 살펴보면, 소셜미디어 인플루언서가 자신의 소

설 포스트에 노출되는 상업적 광고나 협찬을 언제, 어떠한 방식으로 구독자에게 노출할
 것인지를 구체적으로 제시하여 주고 있다.

첫째, “When to disclose” 에 해당하는 내용으로 인플루언서는 해당 브랜드 상품과 경
 제적, 고용적, 개인적 및 가족적 관계가 있는 경우에 이 사실을 알리도록 하고 있다. 경제
 적 관계란 단지 직접적인 금전에 국한하지 않고, 상품을 노출하는 것에 대한 반대급부로
 여하의 경제적 이익(할인, 특전 등)을 받았을 때를 의미한다.

둘째, “How to disclose” 에 해당하는 내용으로 인플루언서는 이용자들이 해당 사실을
 쉽고 명확하게 인지할 수 있도록 표시하도록 하여야 한다는 원칙을 견지하고 있다. 구체
 적으로는 스냅챗이나 인스타그램과 같은 온라인 플랫폼에 사진 위에 공지사항이 명확하게
 병치될 수 있도록 하여야 한다. 또한, 동영상에서는 음성과 화면이 다른 음성이나 화면과
 겹치지 않도록 분명하게 위치되어야 한다. 만약에 라이브 스트리밍의 형태로 전달되는 경
 우에는 이용자들이 공지사항 전체를 인지할 수 있도록 주기적으로 반복되어야 한다. 한편,
 제시되는 공지사항은 “Thanks to Acme brand for the free product” , “advertisement” ,
 “ad” , “sponsored” 등과 같이 누구나 이를 광고성 메시지로 인식할 수 있는 분명한 단
 어를 사용하여야 한다 (FTC, 2019).

나. 독일의 인플루언서 마케팅 규제

유럽의회 선거 전에 Rezo라는 유튜버의 “기민당(CDU)를 무너뜨리자(Die Zerstörung
 der CDU!)” 라는 동영상이 유포되면서 격렬한 논쟁이 있었다.²¹⁾ 그 이후로 인플루언서는
 정치적 의견형성(politische Meinungsbildung)에 현저한 영향을 미칠 수 있다는 점은 분명해
 졌다. 정치적인 뿐만 아니라 사소한 개인적인 테마에 대한 인플루언서의 표현의 자유 역
 시도 중요하다.

또한, 인플루언서의 마케팅 규모가 증가함에 따라, 광고의 올바른 표시가 중요한 문제가
 되고 있다. 온라인에서의 광고의 규제에 대한 확실한 입장이 정리되지는 않았으나, 독일
 연방정부나 연방카르텔청(소비자 보호 관점에서)의 고려대상에 오르기 시작하였고, 주들

21) 이하의 내용은 die Medienanstalten 홈페이지에 게시되어 있는
<https://www.die-medienanstalten.de/veranstaltungen/termin/news/watchdog19-influencer-zwischen-meinungsfreiheit-und-politischer-werbung/>의 내용을 요약정리한 것임

은 정치적 선전(politische Werbung)에 대한 규율을 방송협약에 새롭게 도입하려고 하고 있다. 몇 년 전부터 주 규제기관 협의체는 SNS에서 광고의 내용을 어떻게 표시해야 하는지에 대하여 FAQ 형식으로 다루기 시작하였다.²²⁾ 유튜브, 페이스북, 인스타그램과 트위터는 그 사이에 ‘광고표시의 툴’ (Tool zur Kennzeichnung)을 제공하고 있다.

22) 실제 die Medienanstalten은 그간 SNS에서의 광고 규제에 대한 FAQ를 정리한 『Werbekennzeichnung bei Social Media-Angeboten』을 발간한 바 있다.

제 5 장 방송통신 분야 정부기관의 혁신 사례

제1절 관·산·학 협력 사례

1. 미국의 Digital Promise

비록 최근 사례는 아니지만 2011년에 백악관이 디지털 교육기술의 개발을 위한 비영리 민간협력 단체로 출범시킨 “National Center for Research in Advanced Information and Digital Technologies” (일명 Digital Promise)는 관·산·학 협력의 좋은 사례이다. 첨단 디지털 기술의 교육과 연구개발을 촉진함으로써 미국의 국제적 경쟁력을 향상시키는 것을 주된 목적으로 하고 있다(한국인터넷진흥원, 2011).

Digital Promise를 운영하는 이사회에는 John Morgridge (Cisco 명예회장), Larry Grossman (전 NBC News 회장), Irwin Jacobs (Qualcomm 공동창업자), Gilman Louie (In-Q-Tel 창업자), Eamon Kelly (Tulane University 명예총장), Mark Dean (IBM 부회장), Shae Hopkins (Kentucky Educational Television 사장), Shirley Malcom (미국과학진흥회 회장) 등 IT업계, 방송업계, 학계, 과학계 등 다양한 분야의 전현직 전문가들로 구성되었다.

Digital Promise 운영의 핵심 과제는 첫째, 혁신적인 지식기술의 발굴, 둘째, 새로운 교육 상품(기술, 시스템)에 대한 신속한 성공가능성 판별을 위한 방법 도출, 셋째, 교육기술 분야에 대한 투자가 촉진될 수 있도록 시장환경을 조성하는 것이다. 이러한 3대 핵심 과제를 구체적으로 실현하기 위해 ① 혁신적인 학교 연합체 구성, ② 사이버 교육에 대한 국립과 학재단의 투자, ③ 교육기술 시장에 관한 새로운 분석기법 도입, ④ 교육기술의 성공가능성 판별을 위한 연구자 모임 결성, ⑤ STEM 비디오 게임 대회 개최, ⑥ 선도 비디오 게임 회사가 주최하는 교육기술 경연대회 개최 등 다양한 내용의 추진계획들이 이후 속속 발표되었다(The White House, 2011에서 발췌)

2. 영국의 Digital Skills Partnership

영국은 정부 정책을 추진하는 과정에서 정부와 민간기업, 그리고 학계 간의 협력 시스템이 매우 활발하고, 효율적으로 추진되고 있는 국가라고 평가할 수 있다. 본 보고서 2장에서 다루었던 다양한 영국의 디지털 방송통신 분야 추진전략들 가운데 관·산·학 협력의 사례를 잘 보여주는 몇 가지 사례를 소개하기로 한다.

첫째, 영국의 디지털 전략(UK Digital Strategy 2017)의 추진전략 중 “디지털 기술과 포용”에 해당하는 “디지털 기술 파트너십(Digital Skills Partnership)”은 그 하나의 사례이다. 동 사업은 디지털 격차 해소를 위한 기본적인 디지털 스킬에서부터 디지털 경제 시대에 다양한 분야에서 필요한 심화된 디지털 기술에 이르기까지 폭넓은 범위의 디지털 역량을 제고하는 것을 목적으로 다양한 사업을 진행하고 있다.

보다 구체적으로 동 사업에서는 다양한 분야의 협력을 이끌어내기 위해서 다음 세 가지 우선순위를 설정하고 있다. 1) 혁신적인 디지털 기술 프로그램을 계획·발전·조율하고, 디지털 격차를 해소하고, 성공사례를 공유하며, 디지털 스킬의 중요성에 대한 인식을 제고하기 위해 영국 전역에서 다양한 분야 간 협업을 촉진한다. 2) 중소기업, 자선단체들의 종사자들과 참가자들의 디지털 역량을 제고하여 디지털 기술이 제공하는 생산성 향상 등의 혜택을 누리기 위한 지원을 확대한다. 3) 일선의 교사들이 세계최고 수준의 디지털 컴퓨팅 커리큘럼을 가르칠 수 있는 지식과 기술을 습득하기 위해 기업 등 다양한 행위자들과 협력하여 각급 학교를 지원한다. 개별 지역에서는 해당 지역의 중소기업, 관련 정부기관, 자선단체 등이 참여하는 Local DSPs를 설립하여 디지털 역량 제고를 위한 각종 사업을 진행하며, 정부는 펀드를 조성하여 DSPs를 재정적으로 지원한다. 동 사업은 DCMS를 주축으로 그 외에도 교육부, 비즈니스에너지산업전략부, 노동연금부, 지자체 등 다양한 정부기관이 참여한다(Digital Skills Partnership 홈페이지).

둘째, 영국 정부는 영국을 전 세계에서 디지털 기업이 가장 잘 발전할 수 있는 국가로 육성한다는 기치하에 영국 정부는 다각적인 클러스터나 네트워크를 구성하여 기업, 공공기관, 교육·연구기관들이 참여하는 R&D 사업을 착실하게 진행해오고 있다. 대표적인 프로젝트로 “디지털 캐터펄트(Digital Catapult)”를 들 수 있다. 디지털 캐터펄트에는 기술 전문가, 기업의 창의적인 전문가, 학자 등이 연합하여 새로운 아이디어와 서비스 및 상품

을 개발하는데 역점을 두고 있다. 동 사업에서 핵심적으로 추진되고 있는 핵심 기술로는 1) 데이터 기반의 블록체인과 스마트 기술, 사이버안전, 2) 연결성을 지향하는 사물인터넷, LPWAN(Low-Power Wide-Area Networks), 5G 네트워크, 3) 인공지능과 머신러닝, 4) 몰입과 실감기술에 해당하는 증강현실, 가상현실, 혼합 리얼리티, 인간-기계 인터페이스 등이 있다.

셋째, 영국 정부는 영국이 세계 디지털 경제를 선도할 수 있도록 모든 국민들이 디지털 사회에 충분히 참여할 수 있도록 필요한 디지털 이용기술을 지녀야 한다는 “모두를 위한 디지털 역량(digital capability for all)”을 강조한다. 이에, 영국 정부는 학교 교육에서부터 평생 교육에 이르기까지 다양한 채널로 디지털 교육을 진행하고 있다. 이 교육 프로그램들에는 학교 뿐 아니라 지역 도서관을 포함한 공공 기관이 근간을 이루며, 이에 다수의 국내의 기업 및 조직이 참여하고 있다. 디지털 역량 향상을 위한 관·산·학 프로그램의 사례로 새롭게 창설된 ‘디지털 포용 위원회(Digital Inclusion Council)’는 기업과 자선단체의 주요 임원들과 정부가 함께 하는 교육 프로그램이며, 공공 도서관들은 BBC(Make it Digital 프로그램), BT, 바클레이은행 등과 협력하여 아동이나 사회적으로 소외된 이들을 위한 디지털 교육을 실시해 오고 있다. 또한 국립 시민 서비스(National Citizen Service)와 라스베리 파이 재단(Raspberry Pi Foundation)은 청소년들을 대상으로 한 코딩 및 디지털 제작, 디지털 창업 교육 등을 진행하면서 그들의 경력 개발에 도움을 주고자 한다. 더불어 ‘사이버퍼스트걸 대회(Cyberfirst Girls competition)’, ‘Mums in technology’, ‘SheMeansBusiness’ 등 디지털 테크놀로지에 대해 거리감을 느끼는 여성들을 위해 특화된 교육 프로그램들이 다양한 관·산·학 파트너십을 통해 다수 진행되고 있다.

넷째, “UK Digital Strategy 2017”에서 제시된 광범위한 주제들에서 방송통신 또는 미디어 커뮤니케이션 분야에 밀접하게 연관되는 사항으로 사물인터넷을 들 수 있다. 영국은 사물인터넷 R&D 부문에서 세계 선도적인 위상을 지니고 있으므로 이미 엄청난 규모의 연구 프로젝트를 진행해 오고 있다. 이 프로젝트들의 특징은 이미 여러 차례 서술되었듯이, 지역사회, 대학, 산업체의 긴밀한 연합체를 구성되고 정부는 적극적인 지원자로 존재한다는 점에 있다. Cityverve(맨체스터 시의 IoT 개발 및 교통/에너지/헬스/문화 응용 프로그램), NHS 시험 조사(IoT의 헬스 및 케어 혁신 시험 프로그램), IoT 사업 및 혁신을 위한 지원 프로그램(Digital Catapult, Future Cities Catapult 등), 인프라스트럭처와 도시에 관한 연

구 협력기구(UK Collaboratorium for Research in Infrastructure and Cities) 등이 그 일부 예이다.

3. 일본의 AI Strategy 2019 추진체계

일본의 AI전략 정책을 위한 추진체계를 살펴보면, 정부, 국가연구기관, 시민사회, 경제단체 등 참여를 매우 강조하고 있다. 이를 위해 첫째, 총무성, 문부과학성, 경제산업성 소속 국립연구기관을 연계하는 “AI기술전략회의”를 정책추진의 콘트롤 타워로 기본계획 수립을 수립한다. 둘째, 민간 전문가(일본 AI지능학회)가 제시한 AI 윤리강령(2017년)과 총무성의 AI 연구개발 가이드라인(2017)을 토대로 인간 중심의 AI사회 원칙을 발표(활용 목적, 유의사항 등)하였다. 셋째, 일본경제단체연합회는 AI기술전략회의에서 산업연계회의를 주도하면서 일본 기업들이 실천해야 할 AI 활용 원칙과 전략을 정부에 건의하였다.

또한 중점분야 기술 확보를 위해 부처 간 협업 및 인재양성이 강조되고 있다. 이를 위해 문부과학성, 경제산업성, 총무성 산하 연구기관의 AI 분야 협업을 통해 시너지 효과 필요성을 강조하여 문부과학성(이화학연구소-AIP센터), 경제산업성(산업기술종합연구소-인공지능연구소), 총무성(정보통신연구기구-뇌정보통신융합연구소)으로 구성된 협업 연구를 강조하고 있다. 또한 2020년 이후 AI 분야 인재난을 해소하기 위해 대학과 산업계의 공동연구 추진 등 인재육성의 필요성이 지속적으로 강조되고 있다.

4. 캐나다의 인공지능 산학연 네트워크 구축

캐나다 혁신기술연구소(CIFAR)는 인공지능과 관련한 연구기관, 대학교 및 기업체와의 협력 프로젝트를 주도적으로 추진하고 있다. 지역별 인공지능 연구소 간에 유기적으로 협업하는 체계를 구축하여 연구 범위를 확대하고 유의미한 결과를 도출하는 것을 목표로 한다. 2017년 연방정부는 산학연 연계를 통한 혁신기술 개발과 고용창출, 경제성장 도모를 골자로 하는 슈퍼클러스터 프로젝트(SI, Innovation Superclusters Initiative)를 시행하였다. 2018년부터 2023년까지 인공지능, 농업, 생명과학, 첨단제조업, 해양 등 5개 분야 연구개발

프로젝트에 총 C\$ 9.5억(약 8,078억 원)의 예산을 투입할 예정이며, 국내외 기업, 대학교, 연구기관, 비영리단체 또는 공공기관으로 구성된 법인 형태의 컨소시엄이 지원 대상이다.

슈퍼클러스터 프로젝트(SI)에 최종 선정된 인공지능 분야 컨소시엄인 SCALE AI²³⁾는 2023년까지 인공지능 기술을 기반으로 한 스마트 공급망 관리 시스템을 구축할 계획이다. 이에 정부는 해당 프로젝트에 5년 간 C\$ 2.9억(약 2,466억 원)을 지원할 예정이며, 향후 10년 간 국내총생산 C\$ 165억(약 14조 306억 원) 증가 및 16,000개의 신규 일자리 창출을 기대하고 있다.

또한, 캐나다 정부는 인공지능 시장의 확대를 위해 국내외 인공지능 전문가들이 결집해 있는 주요 대학교와 연구소를 중심으로 클러스터를 조성하고 있다. 지역별로는 토론토, 몬트리올, 에드먼턴, 밴쿠버, 워털루 등에 인공지능 클러스터가 형성되어 있다. 2018년 기준으로 캐나다에는 약 600개 이상의 인공지능 기업이 활동하고 있는데, 토론토에 약 210개, 밴쿠버 130개, 몬트리올 120개, 워털루 65개, 에드먼턴 20개 정도의 인공지능 기업이 위치하고 있다.

구체적으로 캐나다 정부는 Vector Institute(토론토), MILA(몬트리올), AMII(에드먼턴) 등을 대표적인 인공지능 연구기관으로 지정하고, 인공지능 육성정책(Pan-Canadian Artificial Intelligence Strategy)을 시행하고 있다. 먼저, 2017년에 온타리오 주정부는 주요 대학 내 인공지능 석사 프로그램을 확대하고 졸업자 수를 2023년까지 연간 1,000명으로 하겠다는 방침의 일환으로 토론토에 Vector Institute를 설립하였다. Vector Institute는 2017년 3월 온타리오 주정부와 30여개 이상의 민간 기업의 투자(총 C\$ 1.35억(약 1,144억 원))로 발족되었고, 2018년에는 투자기업이 41개사로 늘어났다.

다음으로 몬트리올 대학교의 인공지능 연구소인 MILA(Montreal Institute for Learning Algorithms)는 딥러닝의 권위자 중 한 명인 요슈아 벤지오 교수가 이끌고 있으며, 주요 연구 분야는 딥러닝 기반의 패턴인식, 컴퓨터 비전, 자연어처리, 빅데이터, 헬스케어 등이다. MILA는 2017년부터 몬트리올 대학교뿐만 아니라 맥길대학교, 폴리테크 대학교 등과 제휴하여 공동 연구개발을 추진 중에 있다.

23) 컨소시엄은 Optel, Air Canada, NEXT Canada, IVADO, University of Waterloo 등 110개사 이상으로 구성되었다.

끝으로, 앨버타 대학교의 인공지능 연구소 AMII(Alberta Machine Intelligence Institute)는 강화학습 창시자인 리처드 서튼 교수를 중심으로 운영되고 있다. 알파고를 개발한 딥마인드는 2017년 강화학습 연구소 Deepmind Alberta를 설립한 뒤 AMII와 연구 협력을 체결한 바 있다. AMI는 향후 인공지능 기반의 이미지 및 비디오 분석 등 컴퓨터 비전, 자연어처리, 강화학습 분야에 대한 연구개발을 통해 신사업을 개척할 계획을 가지고 있다(KOTRA, 2019)

5. 싱가포르의 AI 전략 추진 협력 거버넌스

싱가포르의 “AI Singapore Strategy” 중 Trustworthy AI 구현을 위한 거버넌스 구축은 관·산·학 협력 사례를 매우 잘 보여주고 있다. 협력 거버넌스 전략은 성공적인 AI 전략을 구축하는데 있어 정부, 민간, 연구기관을 세 개의 축으로 한 거버넌스를 구축하는 것이다. 특히 AI 연구에서 나타날 수 있는 위험을 사전적이고 협력적으로 방지하고, 신뢰할 수 있는 AI 구현을 위해 AI 가이드라인을 개발하는 등 성과물을 위한 협업을 진행하게 된다.

정부는 AI 활성화를 위한 신뢰가능한 거버넌스를 적극적으로 구축하고, 전문가를 포함한 위원회의 구성 논의를 보고서 등으로 발간한다. 민간은 정부와 원활한 상호 협력을 위해 또한 위원회를 구성하고, AI 가이드 라인 등에 대한 의견이나 관련 이슈에 대해 정부에 적극적인 의견을 제기하고 정보를 공유하게 된다. 또한 AI 정책에 있어 연구의 중요한 한 축인 연구기관과 대학은 다양한 프로그램을 개발하고 연구를 촉진하게 된다. 해당 거버넌스에 따른 내용을 보다 상세하게 소개하면 다음 <표 5-1>과 같다.

<표 5-1> 싱가포르의 신뢰할 수 있는 AI구현을 위한 거버넌스 구축

참여주체	주요 역할
정부	<ul style="list-style-type: none"> • IMDA는 국가적으로 AI 도입 활성화를 위한 거버넌스를 구축하고, 신뢰가능한 AI 연구 결과(가이드라인)를 배포 • 2017년 11월부터 약 20-30명의 정부 전문가들로 전문가 위원회를 구성하여 지속가능한 AI에 관해 논의를 위한 거버넌스 구축 • 해당 논의의 결과로 싱가포르 PDPC는 2018년 6월, Discussion Paper on Artificial Intelligence (AI) and Personal Data를 발간 • 2019년 1월에는 지속가능한 AI에 관한 기본틀을 제시한 보고서(Model Artificial Intelligence Governance Framework)를 발간하여 AI 가이드 사용을 장려
민간	<ul style="list-style-type: none"> • 민간기업과 정부의 원활한 피드백을 위해 Advisory Committee를 구성하여 중간 커뮤니케이션 역할을 담당 • IMDA에서 구성한 Advisory Committee는 민간기업 전문가 약 11명으로 구성되며, 신뢰가능한 AI 가이드라인에 따른 민간기업 이슈, 일자리 이슈 등에 관한 정보를 공유하고 논의
연구기관 및 대학	<ul style="list-style-type: none"> • AI Singapore 등 연구기관, 싱가포르 국립대학(NUS), 경영대학(SMU)이 협력하여 정부 정책에 따른 신뢰 가능 AI 연구를 촉진 • AI Singapore는 싱가포르 내 대학 등 다양한 기관과의 협력을 통해 프로그램을 개발하고, 연구를 지원 • SMU의 CAIDG(Centre for AI and Data Governance)는 AI와 데이터 거버넌스와 관련된 연구를 통해 법률과 정책을 마련하며, 아시아 지역의 기관들과의 대화를 촉진

출처; 한국정보화진흥원 (2019c)에서 발췌하여 재구성.

이러한 거버넌스를 통해 기술 자체를 규제하지 않으면서 교육이나 대화를 통한 지속적인 신뢰구축과 협업을 통해 신뢰할 수 있는 AI 생태계를 조성하고자 한다. 이를 통해 기업이 스스로 관련 윤리 준칙을 지키면서 활용을 촉진하도록 2020년부터는 IMDA 측에서 Self Assessment Guide를 제시하고 지속 지원하고 있다.

거버넌스의 운영을 보다 자세히 살펴보면 선발 기업이 ① 가이드라인을 통해 신뢰 가능한 AI와 관련된 사례를 도출하게 하고 → ② 기업이 IMDA와 피드백을 통해 정책을 지속해서 개발 → ③ 추후 후발 기업이 빠르게 신뢰 가능 AI와 관련된 사례와 정보를 공유하게

된다(한국정보화진흥원, 2019)

정부는 가이드라인 개발과 사용장려, 연구비 지원 등을 통한 역할을 수행하며, 민간위원회는 기업에 선진사례를 제공하는 한편 기업의견을 수렴하여, 일자리 등의 이슈를 정부에 건의한다. 연구기관은 대학과 역량 교육 및 인력 양성을 협력하고 이러한 사업 추진 결과를 정부와 공유하게 된다(한국정보화진흥원, 2019).

6. 스위스의 연방정부 자문위원회 EMEK

EMEK는 연방평의회(Bundesrat)²⁴⁾와 연방정부에 대한 자문위원회이다. EMEK는 스위스 방송시장을 모니터링하고 분석하며 선별된 문제에 대한 권고를 제시하는 임무를 수행한다. 자문 기능 외에 EMEK는 고유한 사무에 대한 소관을 갖는다. 자신의 권고사항 뿐만 아니라 자신의 분석 결과를 대중에 대하여 적절한 방식으로 대중에게 제시한다. EMEK는 미디어 관련 문제에 대한 공론을 증진시키는 역할을 한다. EMEK는 연방평의회에 의해 2012년 11월에 정부조직법 제57조 이하의 법적 토대를 갖고 설치되었으며,

EMEK 위원²⁵⁾은 연방평의회가 선임하는데, 이들은 총 15인 이내로 구성되며 연방정부 외의 민간 전문가이면서 동시에 미디어 관련 분야(출판사, 라디오 및 TV 단체, 공영방송사, 미디어 학자, (평생) 교육, 뉴미디어, 광고 분야, 저널리즘, 시민단체 등) 전문가 그룹, 기관, 단체를 대변한다. 즉 선임된 위원들은 민간 전문가로서 다양한 접근법과 입장을 대변한다. 위원 중 1인을 위원장으로 2인을 부위원장으로 연방평의회가 선임한다. EMEK 사무처장은 EMEK의 임무 수행 시 EMEK에게 자문을 제공하고 지원하는 기능을 담당한다.

EMEK를 설치함으로써 연방평의회는 빠르게 변화하는 미디어 환경에 대응할 수 있었다. 이를 통해 미디어 분야에 대한 연방평의회는 항상 고품질의 성과를 달성해내고, 폭넓고 미래지향적인 전문지식을 요구하게 된다. 스위스 전자미디어법 개정과정²⁶⁾에서

EMEK는 전자미디어법 개정에 관한 발의주도를 하고 있는 연방 방송통신정책청에 자문기능을 수행하면서, 의견을 교환하고 연방 방송통신정책청의 전자미디어법 개정 프로젝트 책임자에게 다양한 정보를 제공하였다. 예컨대, EMEK와 연방 방송통신정책청의 전자미디어법 개정팀은 핵심적인 쟁점을 심화시켰는데, 이 쟁점은 특정 의견에 대해 투표를 통해 추려진 것이었다. 온라인 동영상 이외의 온라인 텍스트 및 디지털 정기구독 등의 육성, 상업라디오 문제, 지역언론의 문제, 새로운 독립 미디어규제기관(KOMEM)의 창설 등의 의제들이 그 예이다. 또한, 연방 환경교통에너지통신부 장관과 2018년 9월 3일에 의견을 교환하였다. 의제는 당시 쟁점이 되고 있던 전자미디어법 개정안에 대한 사항이었다. EMEK는 연방 환경교통에너지통신부 장관과 정부에 대한 내적 자문(interne Beratung)이라는 핵심 임무를 장관과의 만남을 통해 이행한 것이다.

24) 연방평의회는 의회에서 선출되는 7명의 각료(장관)들로 구성되는데, 연방평의회가 사실상 정부로서 내각의 역할을 수행한다.

25) EMEK는 위원회(Kommission)이기 때문에, 그 구성원(Mitglieder)은 위원이다.

26) EMER, Jahresbericht 2018, S. 5.

제2절 정부의 책임성·투명성·소통 강화 사례

1. 미국 FCC의 공공 협의 및 자체 혁신

가. FCC의 공공 협의

FCC 규칙제정과정에서 일반 공중의 의견 청취는 매우 중요한 요소로 간주된다. FCC가 규칙제정과정에서 다양한 방식으로 공중의 참여를 장려하는 이유는 FCC가 통신법이 부여한 FCC의 권한과 의무 때문이다. FCC는 최소한 공적 재원인 주파수 사용에 대한 허가를 부여하는 권한을 지녔기 때문에 의회는 그러한 권한의 사용과 FCC의 결정이 공공의 이익(public interest)에 복무해야 한다고 통신법에 명기하였다. 이는 FCC가 공중의 요구와 이익이 무엇인지 이해하기 위해 적극적으로 일반 공중과 소통해야 한다는 것을 의미한다(Obar, 2010, p. 76). 비록 공공의 이익이 무엇인지에 대한 끊임없는 논쟁이 아직도 이어지고 있지만, 공중의 다양한 목소리를 듣고 정책결정과정에서 그들의 다양한 의견을 반영하는 것이 공익에 복무하는 중요한 방식이라는 데에는 이견이 없다.

물론 실제로 일반 공중의 목소리가 정책결정과정에서 어느 정도의 실효성을 갖는지 혹은 FCC가 공중의 의견을 어느 정도나 중시하는지 등에 대해서는 의문이 제기되어 왔다. 그럼에도 불구하고 공중의 참여가 공익 구현에 핵심적인 요소이며 이는 직접민주주의의 외현이라는 주장은 꾸준히 제기되어 왔다. 그런 점에서 FCC가 공중의 참여를 규칙제정과정의 중요한 요소로 간주해야 한다는 통신법의 요구는 공익에 복무해야 한다는 FCC의 법적 책무와 불가분의 관계라고 할 수 있다. 다시 말하면, FCC가 공익에 복무하는가에 대한 여부는 FCC 규칙과 결정 자체의 공익적 성격 못지않게 그러한 규칙과 결정에 도달하는 과정의 적절함과 공중의 참여가 얼마나 충실히 이루어졌는가에 의해서도 평가된다(Bachrach, 1967).

일반 공중은 FCC가 수행하는 활동에 다양한 방식으로 참여할 수 있다. 공중의 참여를 활성화하기 위해 FCC 역시 필요한 정보를 상세히 제공하고 있으며 참여 절차 역시 효율화하고 있다. 먼저 FCC는 공중의 참여를 돕기 위해 자신의 활동과 중요 정책 이슈 등에 대한 상세한 정보를 제공한다. FCC 기록문(FCC Record)은 규칙제정 관련 문서들과 여타 위원회 활동 등을 모아 놓은 공식적인 문서이다. 여기에는 연방 공보에 실렸던 정보들도

포함되는데 보통 2주에 한 번씩 발행된다. 통신법은 FCC로 하여금 전년도 활동에 대한 상세한 연차보고서(Annual Performance Reports)를 의회에 제출하도록 요구하고 있다. 연차보고서에는 FCC가 다루는 정책문제들에 대한 소개와 의견, 전략계획의 내용과 수행 성과, 개별 부서(Bureau)의 활동 내역 등이 기록되어 있어서 일반 공중이 FCC 최근 활동에 대한 정보를 얻는데 유용한 자료가 된다. 이밖에도 FCC는 다양한 행사를 일반 공중에게 알리고 언론에 관련 뉴스를 제공하는 활동을 지속적으로 하고 있다.

일반 공중이 정책결정과정에서 참여하는데 자원이 될 수 있는 다양한 정보를 제공하는 한편, 실제로 정책결정과정에서 영향을 미칠 수 있는 절차들을 제도화하고 방법을 효율화하는데 노력하고 있다. 이러한 노력은 FCC가 그동안 발표해 온 전략계획에 중요한 목표로 설정되어 있는 것에서도 잘 알 수 있다. 회의공개법인 연방양지법(Federal Sunshine Law)은 연방정부가 회의를 사전 예고하고 공개하도록 요구하고 있다. 특별한 경우를 제외하고는 회의 뿐 아니라 의사록도 즉각 공개해야 한다. FCC 역시 위원회 회의의 일정과 장소를 일주일 전에 연방공보 등을 통해서 공개하고 있다. 일반 공중은 홈페이지를 통해서도 회의 일정과 의제 등에 대한 정보를 손쉽게 얻을 수 있다. FCC가 일반에게 공개하지 않은 정보에 대한 열람이나 접근을 원하는 경우 정보공개법(FOIA: The Freedom of Information Act)에 의거해 FCC 홈페이지나 우편을 통해 정보공개를 요청할 수 있다. 기밀정보로 분류되거나 공개 예외를 인정받은 경우 공개할 의무는 없다. 하지만 정보공개법에 의거 요청 접수 20일 이내에 정보공개요청에 답변해야할 의무가 있다.

일반 공중이 FCC의 정책결정과정에서 참여하는 가장 보편적인 방법은 FCC가 제안한 규칙에 대해 의견을 표명하거나 FCC로 하여금 특정 규칙을 제정해달라고 요구하는 것이다. 이에 대해서는 이미 FCC가 규칙을 제정하는 과정에 어떻게 일반 공중의 의견을 청취하는지 절차를 들어 설명했다. 30일간의 의견청취 기간에 공중은 제안한 규칙들에 대해 자신의 의견을 통해 혹은 위원회 홈페이지에 전달할 수 있다. 인터넷기술의 발전으로 인편이나 우편을 통해서만 이뤄졌던 의견 청취가 전자적인 방식(Electronic Comment Filing System)으로 PC나 모바일 기기 등을 통해서도 가능해진 것이다. 개인 혹은 다양한 단체의 이름으로 제출한 의견은 제출자의 정보와 함께 수정이나 편집 없이 홈페이지에 공개되고 손쉽게 검색을 통해 열람이 가능하다.

나. FCC의 자체 프로세스 개혁

FCC개혁과 관련한 전략계획의 내용을 좀 더 살펴보면, 위원회는 의회 승인을 받는 제정의 안정성과 유능한 인적자원 확보를 전략목표 성취 여부를 좌우하는 핵심 요인들로 인식하고 있다. 또한 FCC 개혁이라는 전략 목표를 성취하기 위해 구체적 전략(strategies)을 제시하였다. 이러한 전략들에는 다음과 같은 것들이 있다.

- FCC의 책무성(accountability)과 효과성을 촉진하고자 투명성 제고 및 일반 공중에게 제공되는 정보를 늘리는 정책을 시행한다. 또한 이러한 정보를 공중에게 웹사이트를 통해 제공한다.
- 새로이 도입될 규제의 경제 분석 절차를 채택한다.
- 비효율적인 낡은 규제를 찾아내 재검토하고 필요한 경우 폐지하는 규제개혁을 지속적으로 추진한다. 기존 규제들에 대한 비용편익 분석과 주의 깊은 검토과정을 통해 법에서 규정한 위원회의 책임과 미션을 성취해야 한다.
- 합리적 비용으로 현실의 문제들을 해결하는데 실패한 규칙들을 찾아내고, 폐지 혹은 개선하는 지속적 과정을 통해 혁신, 일자리 증가와 소비자 복지를 촉진한다.
- 유능한 전문가들을 지속적으로 충원하고 전문 인력의 역량을 유지하기 위해 훈련프로그램을 운영한다.
- 보편적 서비스 기금 프로그램에 대한 개선된 감시 및 내적 통제 기능을 확립함으로써 프로그램 운영을 개선하고 사기, 낭비 및 오용을 줄인다.
- 현재 7개 국(Bureau)과 10개 실(Office)로 구성된 위원회 조직에 경제 분석을 담당할 Office of Economics and Data를 추가로 설립한다.

2. 영국 OFCOM의 자체 혁신 노력 및 국민 참여

가. OFCOM의 자체 혁신

방송통신 규제기구인 Ofcom의 “Annual Plan 2019/20” 를 살펴보면, 우선시되는 9개의 핵심 의제 중 하나로 Ofcom의 정책과 규제 업무의 혁신에 관한 내용을 포함하고 있다. 다시 말하면, Ofcom은 새로운 기술의 변화에 조응하도록 자체 서비스를 혁신하고 개선하기

위해 노력해야 함을 강조하고 있다. 또한, 타 정부부처나 타 분야 규제기구와 협력을 통해 업무혁신을 위한 경험을 공유하고, 상호 벤치마킹하는 것을 권고하고 있다.

보다 구체적으로, 내년도 회계기간 동안에 중점을 두어야 할 업무혁신을 위한 노력은 다음과 같다. 첫째, Ofcom의 데이터 접근성 향상 및 분석 역량을 제고하는 것이다. Ofcom이 보유하고 있는 데이터를 보다 쉽게 이용하고 접근가능하게 하는 것과 데이터 분석에 필요한 도구와 프로세스를 개선하고, 분석역량을 제고하는 것은 정책개발에 도움이 될 수 있기 때문이다. 둘째, 취약계층을 보호하기 위한 공조체계를 강화하는 것이다. 취약계층의 요구를 반영하고, 지원하기 위해 다양한 분야의 산업계 및 타 정부부처와 공조를 강화하는 것이다. 특히, Ofcom이 포함되어 있는 UK Regulators Network와의 공조를 강화하여 취약계층에게 필요한 최소한의 기준을 마련하는데 초점을 맞추어야 한다. 셋째, 온라인을 통한 정보의 유통과 소비가 본격화되고 있는 환경변화에 부응할 수 있도록 Ofcom의 모든 업무와 프로그램을 온라인을 통해 접근가능할 수 있도록 준비하는 것이다(Ofcom, 2019).

나. OFCOM의 시청자 이용행태 및 의견조사

영국의 방송통신규제기구인 OFCOM은 일반 국민 이용자들을 대상으로 각종 미디어 이용행태 조사에 머물지 않고, 미디어 관련한 다양한 이슈들에 대한 국민들의 의견을 직접 정기적으로 조사하여 관련 분야 이슈에 대한 규제정책을 개발하고, 입안하는데 중요한 자료로 활용하고 있다. 구체적인 사례를 살펴보면, 다음과 같다. 먼저 “Children and Parents: Media Use & Attitudes Report” 는 가정 내 어린이와 부모를 대상으로 하여 미디어 이용시간, 미디어 기기의 보유 및 이용실태, 콘텐츠 소비, 소셜미디어·스트리밍서비스·게임 이용실태, 뉴스 소비 등에 대한 실태조사를 기본 조사항목으로 포함하고 있다. 여기에 온라인 미디어 이용환경에 대한 어린이들과 부모의 의견 및 우려사항 등을 함께 조사함으로써 온라인 미디어 이용환경의 변화에 따라 새롭게 불거지고 있는 부작용들에 대한 모니터링은 물론 필요한 규제의 도입을 위한 기초자료로 활용하고 있다. 구체적으로 조사문항의 몇 가지 사례를 살펴보면 다음과 같다.

- 어린이들은 인터넷상에서 노출되고 있는 해로운 콘텐츠로부터 이용자를 보호하는 것이 중요하다고 생각하는가?

- 어린이들은 미디어 이용시간과 기타 다른 활동 사이에서 균형을 갖추고 있다고 생각 하는가?
- 어린이들이 소셜미디어 이용을 통해 행복하다고 느끼거나 친구들과 더 친밀하다고 느끼는 긍정적인 측면이 있는가?
- 어린이들은 TV나 인터넷을 통해 얻는 정보, 광고 등에 대해 얼마나 진실하고 정확하다고 인식하고 있는가?
- 어린이들은 인플루언서들이 특정 브랜드 상품의 혜택을 받고 인터넷상에 올리는 브랜드 콘텐츠에 대해서 얼마나 인지하고 있는가?
- 어린이들은 BBC, 유튜브, 구글과 같은 미디어 기업들이 어떻게 수익을 창출하는지 알고 있는가?
- 어린이들은 온라인에서 다양한 내용의 부정적 콘텐츠(불건전물, 증오물, 위협물 등)에 대한 어떤 경험을 하고 있으며, 이를 대처하는 방법을 알고 있는가?
- 부모들은 자녀의 TV, 인터넷, 모바일, 게임 등의 이용환경 및 콘텐츠에 대해 어떠한 우려를 가지고 있는가?
- 부모들은 자녀의 인터넷 이용과 관련하여 어떠한 개입을 하고 있는가? (대화, 이용규칙, 관리감독, 필요한 기술조치 등)

OFCOM은 그 외에 “Adults’ Media Use & Attitudes”, “UK Audience Attitudes to the Broadcast Media”, “Attitudes to Offensive Language” 보고서를 통해 각종 미디어에서 제공되는 프로그램에 대한 품질, 불쾌지수, 선정성, 폭력성, 저급언어, 유해성, 관련 규제(프로그램 규제, 아동보호, 광고규제 등)에 관한 인식과 의견을 정기적으로 조사하고 있다.

3. 프랑스 디지털공화국법 제정의 시민참여

이 법은 동시에 프랑스에서 최초로 클라우드소싱을 활용한 입법 과정을 밟아서 제정된 것이라는 특징을 가진다. 국가 디지털 전략의 수립이라는 과제와 함께, 구체적으로 2년 넘은 기간에 걸쳐 진행된 직접 참여를 디지털 기술을 통해 실현시킴으로써, 디지털 국가 전

락이 명실상부하게 공적 참여와 토론 과정 자체를 자신의 중요한 구성 요소이자 토대로 삼도록 만드는 실험이 이 법의 제정 과정에서 이미 시작된 것이다. 그런 의미에서 이 법은 시민들의 직접 참여를 통한 디지털 민주주의를 통한 입법의 투명성, 다양한 이해 집단의 의견수렴을 통해 보편적 대의 민주주의의 한계를 보완할 수 있는 혁신 대안으로 주목할 필요가 있을 것이다.

이 법은 요약하자면 두 차례의 온라인 클라우드 소싱을 이용한 시민 참여형 입법을 추진하였다. 하나는 2014년 10월부터 2015년 2월까지 1차 의견수렴을 통한 전략보고서 발간의 단계이고, 다른 하나는 2015년 9월부터 10월까지 2차 의견수렴을 통한 법안 초안 수정의 단계이다. 우선 이 법안의 초안은 우선 다양한 분야의 전문가들과 정부의 싱크탱크로 구성된 입법제작실험실(law-making fab lab)에서 작성되었다. 그 과정에서 1차 의견수렴 단계에서의 의견을 반영한 보고서 <Ambition numérique>가 2015년 6월에 발간되었다.

이 보고서는 디지털국가자문회의(Conseil national du numérique)에서 브누아 티유랭(Benoit Thieulin)과 얀 보네(Yann Bonnet)가 주도하였던 ‘디지털 야망(Ambition numérique)’ 이니셔티브를 통한 의견수렴 및 정책 검증의 과정의 산물이었다. 원래 ‘디지털 야망’ 이니셔티브는 프랑스와 유럽연합이 공동으로 추진하는 국가 디지털 전환 전략의 일환으로 시행된 의견수렴의 절차로 도입된 것으로, 현재 프랑스 정부가 운영하고 있는 공공정책 관련 의견 청취 사이트(<https://www.vie-publique.fr/consultations>)의 하위 영역의 하나이다. 이는 인터넷 혹은 디지털과 관련된 정부의 주요 정책이나 법안이 발표될 경우, 이에 대해 의견 개진을 원하는 시민들은 누구나 참여할 수 있는 공간을 제공함으로써, 이를 해당 법안이나 정책의 채택 과정에 반영하는 시스템으로 도입된 것이다.

의견수렴은 온라인 플랫폼이 주된 수단이었지만, 여기에 오프라인 공청회, 워크숍도 함께 병행하는 방식을 채택하였다. 온라인 플랫폼에는 크게 4가지 테마로 구성된 26개의 주제에 관해 전문가, 기관, 개인 등 약 5천 명이 제안한 17,678개의 의견에 등록되었다. 이를 바탕으로 프랑스 4개 지역에서 관계자는 물론 시민사회의 주요 대표자들이 참여하는 토론회가 공공토론회위원회(Commission nationale du débat public, CNDP)의 참여를 통해 약 70여 차례 릴레이로 개최되었다. 여기서 나온 의견은 티유랭과 보네가 편집한 <디지털 야망> 보고서 속에 총 2,300명의 각계 전문가와 시민들이 제안한 총 17,678건의 의견(정책 제안 1,435건, 의견 표명 1,973건, 정보 제공 494건, 투표 참가 13,759건)으로 반영되었다

(Thieulin, B. & Bonnet, Y. 2017, p. 21).

그리고 2015년 10월 18일까지 계속된 공개 의견 청취 과정과 함께 시작되었다. 의견 청취는 이 법을 제안한 주무부서인 디지털장관실이 소속되어 있는 프랑스 재정경제부의 홈페이지²⁷⁾를 통해 이루어졌다. 홈페이지를 통해 시민들의 자유로운 토론과 의견교환을 거쳐, 이 의견을 반영한 수정 법률안이 만들어지는 과정을 거쳤다. 이렇게 만들어진 수정안은 2015년 11월에 확정되어, 국사원(Conseil d'Etat)에 제출되었다.

2016년 1월 19일, 그리고 1월 26일에 의회에서 토론 및 표결에 부쳐졌다. 의회에서의 논의에서는 처음에는 공공 데이터 이용, 망 중립성 문제, 온라인 플랫폼에 대한 의무조항 및 온라인 상의 개인정보 이용 문제가 주된 토론의 대상으로 떠올랐다. 하지만 이 법에는 동시에 최대다수의 이용자들에게 고속 인터넷을 접속하게 만드는 조건, 초고속 인터넷 및 모바일 통신망 구축 속도의 확산, 그리고 경제적인 빈곤층의 통신요금 미납 시에도 인터넷 접속을 유지할 수 있는 권리의 문제들도 주요한 논의 대상이었다.

4. 캐나다 정부기관의 공공 협의

앞에서도 언급했듯이 공공협의과정은 캐나다 정책결정 및 규제과정에서 매우 중요한 절차로 제도화 되어있다. 이는 방송통신정책을 만드는 정부부처인 ISED와 규제기구인 CRTC에서도 마찬가지이다. 탈규제를 적극적으로 추진한 경제관련 부처의 특성상 ISED와 그 전신이었던 산업부의 공공협의과정에서는 시민단체보다는 산업 관련 이해당사자의 발언권과 영향력이 지배적이었다는 비판도 있다. 하지만 CRTC 역시 정부기구로서 탈규제적 시각으로 방송통신 규제를 적용해왔다는 점에서 큰 차이는 없다고 하겠다.

ISED와 CRTC 모두 홈페이지에 과거와 현재 진행 중인 공공협의 이슈에 대한 정보를 상세히 게시하고 있다. 직접 방문, 우편, 전화, 홈페이지, 트위터와 유튜브 등의 소셜미디어를 통해 의견 청취 의제나 청문회 등의 행사 관련 정보를 제공하고 직접 의견을 제출할 수 있다. 사업자나 일반 소비자 등의 고객을 상대하는 조직 특성 상 CRTC의 정보 제공이 훨

²⁷⁾ 이 내용은 해당 사이트(<https://www.economie.gouv.fr/projet-loi-numerique>)에 아카이브로 보존되어 있다.

씬 더 상세하고 사용자 편의적이다. 반면 ISED의 경우 홈페이지 정보는 덜 직관적이고 이용이 조금 불편하다는 평을 받기도 한다.

캐나다 국민을 위원회 활동에 중심에 놓는다는 슬로건을 잘 반영하듯이 CRTC의 공공협의 관련 정보 제공과 절차는 크게 흠잡을 데가 없다. CRTC는 홈페이지에 간략한 5분 가이드를 통해 공공협의에 참여하는 다양한 방법을 소개하고 있으며, 수화로 이를 설명하는 유튜브 동영상도 함께 게시되어 있다. 또한 공공협의를 위해 마련한 다양한 청문회, 비공식 토론회, 포럼 같은 행사 소식도 홈페이지 초기 화면에 게시하고 있다. CRTC에 의견을 제출할 수 있는 방법에는 여러 가지가 있지만, 현재로는 홈페이지를 통해서 의견을 제출하는 방식이 가장 일반적인 것처럼 보인다.

일반 공중이 CRTC에 의견을 내고 참여하는 방법에는 크게 세 가지가 있다. 첫 번째는 가장 단순한 형태로 방송 통신 서비스나 서비스사업자에 대한 질문을 하거나 불만을 제기하는 것이다. CRTC 고객센터를 이용하거나 온라인 질문 또는 불만처리양식에 해당 내용을 적어 제출하면 된다. 제출된 질문이나 불만은 관련 조직이나 직원이 처리하게 되는데 질문과 불만의 내용이 개인을 넘어 일반 공중에 관련된 사항이라는 판단이 되면 공식적으로 협의절차에 들어가게 된다. 홈페이지 '협의공지' (Notice of Consultation)에 해당 내용이 고지되고 일반인들의 의견을 구하는 절차가 시작되는 것이다.

두 번째 방법은 '공적의사진행절차' (public proceedings)에 참여하여 의견을 내는 것이다. CRTC에서 논의되는 다양한 규제 이슈들 중 공중의 의견을 청취할 필요가 있는 경우, 홈페이지 '의견청취 개시' (Open for Comment)에 게시하고 정해진 기간 동안 공중의 의견을 구한다. 이슈에 관련된 정보는 '협의공지' 페이지를 통해 제공되고, 해당 이슈에 관심이 있는 개인 혹은 단체 누구나 자신의 의견을 표명할 수 있다.

마지막 방법은 개인이나 조직이 특정 이슈에 대해 결정을 내려달라고 CRTC에 요청하는 것이다. 신청이 받아들여지기 위해서는 대다수 국민들에 영향을 미치는 이슈여야 하는데 대체로 기존 규제를 수정하거나 새로운 규제를 만들어달라는 요청이 많다. CRTC는 결정을 내리기 전에 해당 이슈에 관련되는 당사자들과 논의하는 절차를 거친다. 공식적인 절차에 들어가면, 신청자는 자신의 주장과 그에 대한 소명자료들을 구비한 문서를 CRTC에 제출해야 한다. 제출된 신청서를 검토한 후 CRTC는 기각하거나 공적의사진행절차에 올려 의견청취 절차를 진행하게 된다.

5. 호주의 Client Service Charter

호주의 모든 정부기관은 일반 국민과 다양한 이해관계자들을 포함하는 고객들에게 효율적이고 책임 있는 행정 서비스를 제공하기 위한 “고객 서비스 헌장(Client Service Charter)”을 마련하고 있다. 이 고객 서비스 헌장은 1999년에 제정된 공공서비스법에 따라 호주의 공공서비스위원회(Australian Public Service Commission)가 정립한 “호주 공공서비스의 가치 및 행동강령(Australian Public Service Code of Conduct and the Australian Public Service Values)”에 의거하여 각 정부부처가 고객 서비스에 대한 국민의 권리와 절차를 명시하고 있다.

먼저, 행정고객으로서 국민이 갖는 권리는

첫째, 정부기관은 “프라이버시법(the Privacy Act 1988)”에 따라 고객의 사생활을 철저히 보호해야 한다.

둘째, 국민은 “정보자유법(Freedom of Information Act 1982)”에 따라 정부기관이 보유하고 있는 공공자료에 대한 접근권을 갖는다.

셋째, 고객의 피드백과 민원접수는 진지하고, 공정하게 처리되어야 한다.

넷째, 어떠한 경우에도 고객은 각종 차별금지법(Commonwealth anti-discrimination laws)에 의거하여 차별적 대우를 받지 않는다.

한편, 고객 서비스 헌장은 고객이 민원을 접수하는 경우에 어떠한 절차를 따르게 되는지에 대해서도 다음과 같이 상세하게 명시하고 있다.

- ① 해당 민원을 해결할 수 있는 부서에 민원을 제기 →
- ② 신청한 민원이 20일 이내에 만족스럽게 해결되지 않는 경우, Client Service Manager와 접촉하여 민원의 내용과 해결방법을 소명 →
- ③ Client Service Manager는 10일 이내에 고객에게 민원 처리 상황 공지(해당 민원의 처리과정, 민원처리 담당자에 대한 구체적인 정보, 기타 중요 정보 등) →
- ④ 해당 민원에 대한 조사 및 결과 설명 →
 - 해당 민원사항이 정부기관의 구조적인 문제와 관련된 것이라면 재발방지를 위한 조치를 발동
 - 해당 민원사항이 정부기관의 고객 서비스 개선에 도움이 되는 사안이라면 개선을

위한 최대한 노력을 투입

⑤ 민원처리 결과에 불만족하는 경우, 고객은 The Commonwealth Ombudsman에 제신청(DCA 홈페이지, Client Service Charter)

6. 스위스의 공영방송 운영과 감독에 관한 협력 시스템

스위스는 독일과 달리 공식적인 의견수렴절차가 규정되어 있다. 특히 스위스 공영방송사(SRG)의 허가 및 그 변경 시 공적 가치(Public Value)로 정의되는 심사사항을 확정하고 이것이 지켜지는지를 감독할 때 의견수렴절차가 존재한다. 그러나 예컨대 몇 년 전에 SRG의 콘텐츠가 온라인으로 새롭게 투입되고 유통될 수 있는지 등과 같이 언제나 합의(consensus)에 이르지 못하는 경우에는, SRG에 면허를 주었던 규제당국은 조정안(Kompromissvorschlag)을 제시할 수 있었고, 그 경우 이해관계자들에게 수용력을 제고할 수 있는 것이다.

그리고 SRG의 공적 책무의 준수 여부 뿐 아니라, 지역방송사업자의 허가의 경우도 스위스에서는 독립 미디어 연구기관이 활용되고 있다. SRG의 방송성파에 대한 주기적인 공개 보고서를 발간한다. 지역방송사업자의 경우 2년 마다 외부에 의해 독립적으로 평가되는데, 이는 스위스 방송통신규제당국인 Bakom은 관련 방송사업자의 허가를 발급하기 위한 협상의 카드로 활용된다.

그밖에, 스위스에서는 정부의 정책연구보고서 발간에 즈음하여 연구보고서 주제와 관련한 토론회를 심도 있게 진행하는 특징을 보인다. 특히 디지털 시대에서 미디어의 특별성을 다룬 정책연구 주제에 대해 55명의 관심 있는 이해관계자가 라운드 테이블에 참석하여 보고서에서 제안한 권고들에 대해 토론을 하였다고 한다. EMEK는 처음으로 이해관계자들과 이러한 방식의 대화를 추진했던 것이었는데, 해당 연구주제에 대한 외부의 비판적인 시각과 디지털화 부문에서의 장애 테마에 대한 새로운 영감을 얻을 수 있었다고 하고 있다.

제 6 장 결론: 방송통신 발전전략 및 정부혁신 방안

제1절 해외 주요국 시사점

1. 미국

미국 방송통신 정책 의제 및 추진 체계에 대한 분석을 통해 우리나라 방송통신분야 정부혁신을 위한 몇 가지 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, FCC는 2009년 이후로 디지털 융합과 스마트 미디어 확산이라는 방송통신시장의 기술 경제적 변화에 발빠르게 대응하는 규제정책을 추진해 왔다. 특히 방송통신기술 최선진국이자 가장 큰 시장이라는 미국의 비교우위를 극대화하기 위한 정책기조를 유지해 왔다. 실제 FCC가 2009년 이래 내놓은 전략안들은 시장상황과 규제환경이 급변할 때마다 즉각 변화를 통해 수정해 왔다. 전략목표의 수정과 이에 따른 세부정책목표나 수행목표의 재설정 역시 기술과 시장변화에 최적화되도록 신속히 이뤄져 왔다. 많은 국가에서 규제정책이나 전략안이 일종의 선언으로 그치거나 디지털시대의 빠른 변화에 뒤처져 무용지물이 되는 경우가 많다는 사실을 고려해 보면 FCC의 대응은 시사하는 점이 많다.

둘째, FCC는 혁신 및 경쟁 친화적 규제 환경 구축이라는 기조를 흔들림 없이 유지해 왔다. 디지털시대의 기술 혁신과 경제성장의 핵심 행위자가 민간 기업이라는 시장 주도적 규제관은 미국의 오래된 정책이념이기도 하다. 인프라 구축부터 서비스 제공에 이르기까지 혁신을 통해 이익을 추구하는 민간 기업이 주도해야 하며, 이를 위해 FCC는 공정경쟁 보장과 기업의 혁신추구동기 촉진에 주력해야 한다고 역설한다. 혁신 및 경쟁 친화적 규제정책이 내세우기는 쉬워드 실제로 규제기관의 속성상 추구하기 어려운 과제이다. 정치적 간섭과 경제적 포획으로 부터 자유로워야 가능한 뿐 아니라 규제기관의 존재감에 부정적인 영향을 미치는 경우가 많기 때문이다. 민간기업의 속성상 사회적 가치에 무심하거나 이윤추구욕과 상충될 때 규제기관이 언제 어떤 방식으로 개입할 것인가도 쉽지 않은 문제이다. 그럼에도 불구하고 시장 친화 및 혁신 촉진적 규제관점을 분명히 해온 FCC의 입장은 특히 우리가 배워야 할 필요성이 있다.

셋째, FCC는 민간기업의 역할을 강조하는 시장 친화적 정책기조를 유지해왔지만, 다른 한편으로 공익에 복무해야 한다는 위원회의 임무를 소홀히 하지 않는다. 역사적으로 보편적 서비스(universal service)와 디지털 격차 해소에 대한 관심은 FCC 정책 우선순위에서 항상 상위에 있어 왔다. 원치 않는 커뮤니케이션과 프라이버시 침해 등으로부터 이용자를 보호하는 규제정책 역시 공익 복무에 대한 FCC의 명확한 헌신을 보여준다. 1934년 통신법이 규정한 것처럼 인종, 성별, 연령, 지역 등에 상관없이 적절한 가격에 방송통신서비스를 이용할 수 있도록 해야 한다는 FCC의 미션이 전략계획과 이를 실현하기 위한 정책들에서 구체화되고 있는 것이다. 중요한 점은 이러한 디지털 격차 해소와 이용자보호라는 공익적 목표들이 앞에서 언급한 시장친화적인 정책기조와 조화되도록 노력한다는 사실이다. 인프라 구축과 양질의 서비스 제공, 보편적 서비스 기금 제원 마련과 운용 등에서 기업주도적이고 시장친화적인 방식을 추구하는 것 역시 이러한 맥락에서 이해할 수 있다. FCC의 경험을 통해 사회적 가치를 중시하는 우리나라 방송통신위원회가 상충돼 보이는 두 가지 가치와 목표를 조화시키는 방법에 대한 시사점을 얻어야 할 것이다.

넷째, 통신법이 FCC 설립 이전부터 강조하고 제도화해 온 공공협의의 절차는 FCC가 만드는 규제와 각종 이슈들에 대해 내리는 결정들에 명분과 정당성을 제공해 준다. 탈규제 추세와 방송통신이 국가경제에 기여하는 비중이 높아지면서 일반 시민이나 단체의 발언권이 약화되는 경향은 분명하게 나타난다. 민간 기업에 비해 이들의 영향력은 미미하다는 비판도 있다. 하지만 이는 단지 미국에만 국한된 현상은 아니다. 그럼에도 불구하고 전문가 집단과 일반 공중을 FCC 규칙제정과 의사결정 과정에 능동적으로 참여시키는 제도적 절차는 충분히 평가받아야 한다. 정책결정과정에서 일반 공중과 시민단체의 목소리가 들리게 하는(voice heard) 것만으로도 적지 않은 의미가 있기 때문이다. 이를 위해 FCC가 방법론적으로 만들어 놓은 참여 절차, 그리고 그러한 절차를 적극적으로 알려서 실제 공중의 참여가 이루어지게 하는 노력 등은 우리가 반드시 배워야 할 점이라고 하겠다.

마지막으로, FCC의 지속적인 조직 혁신 노력 역시 주목할 만하다. FCC는 2009년 발표한 첫 전략계획에서 FCC의 현대화를 전략목표로 제시한 이래, 운영에서의 탁월성 추구하고 프로세스 개혁을 이후 계획들에서 중요한 전략목표로 제시했다. 선진국의 모든 정부조직이나 규제기구는 조직 혁신과 운영의 효율화를 지속적으로 추구한다. 하지만 공식적으로 조직 혁신과 운영 과정의 개혁 등을 여타 다른 정책목표들과 함께 외부에 제시하는 일은 많

지 않다. 전략목표로 설정되는 순간 의회나 일반 대중 등 이해당사자들의 주시 대상이 되기 때문이다. 그 부담을 자초하는 행위가 쉽지 않은 이유다. FCC는 조직혁신의 전략 목표에 더해 수행목표들(performance goals)을 설정하고 이를 성취하기 위한 다양한 전략들(strategies)을 제시하고 있다. 단순히 수사에 그치지 않고 개혁의 구체성을 담보하겠다는 의미로 이해할 수 있다.

2. 영국

영국의 방송통신 및 디지털 기술 규제 접근법은 첫째, 기술의 부상에 대응하는 혁신적인 규제(emerging technology, innovative regulation)로 요약된다. 해당 표현은 주요 규제 관련 보고서 서두에 항상 강조되어 제시되고 있다. 방송통신 나아가 기술과 경제 정책이 연구와 교육의 활동 및 성과에 기반을 두고 있으며, 새로운 테크놀로지에 대해서도 연구와 교육의 성장 촉진이 우선적으로 도모되고 그 과정에서 산출되는 성취를 근간으로 해서만이 산업적이고 경제적인 수익을 창출할 수 있다는 점을 근본 원리로 취한다. 따라서 연구 활동에 대해 대규모의 투자와 지원이 국가적인 차원에서 이뤄지고 있다. 이뿐 아니라 각 지역에서 아동과 청소년 뿐 아니라 직업인과 일반 시민에 이르기까지 일반적인 교육이 보편화, 전문화의 두 개 트랙에서 병행되고 있다.

둘째, 관·산·학의 적극적인 연합체 구성 원리가 두드러진다. 주요 대학 뿐 아니라, 국내의 대규모와 중소기업체들, 지역 정부 및 커뮤니티가 연합한 클러스터가 구성되고 중앙 정부는 이러한 연합체가 생성되고 활동할 수 있도록 촉진, 지원하는 주체로 존재한다.

셋째, 문 열어두기 정책으로 요약되듯이 정부의 개방적이되 효율적인 규제 태도는 새로운 테크놀로지가 산업적으로 현실화하고 성장하기 위한 긍정적인 환경을 구성할 수 있다. 특히 디지털 테크놀로지처럼 변화가 급격하고 다양하며 경쟁이 심화된 영역에서 효율, 신속, 개방의 원칙을 근간으로 하는 정책적 방향은 매우 중요하다.

넷째, 기업 친화적인 정책이되, 시민의 복지 및 사회적 선의 중요성을 잃지 않는 균형이 중요하다. 디지털 역량 교육 제공과 데이터 관련한 부분들에서 나타났듯이, 이용 주체로서

의 소비자 권리뿐 아니라 개인의 사적 권리, 삶의 질, 공공성 확보 등의 다양한 가치들을 지키고 누리야 하는 주체로서 시민의 권리와 의무가 균형적으로 강조된다.

다섯째, 정책 수립 및 추진 방식에서 정부 부처, 공공 기관과 조직, 전문가 집단, 시민사회 들 간의 긴밀한 통제-감시-공조 체계가 활성화된다. 본문에서 사례들이 소개되었듯이, 하나의 전략적 정책이 구상되는 시기에 이미 협력과 평가 주체가 구성되고 그 규모와 대체적인 시기까지 정해지고 있다.

3. 프랑스

2020년 프랑스의 방송통신 발전전략 및 정부혁신 방안의 구체적인 사례들을 살펴보면 결국 지난 10년 동안의 미디어 환경 변화를 적극 반영하기 위해 추진한 다양한 정책적 노력들이 어느 정도 가시화되는 단계에 접어들었다고 평가할 수 있다. 새로운 디지털 미디어 서비스의 보편화가 가져온 미디어 생태계의 변화를 규제 혹은 진흥의 관점에서 반영하는 노력은 한편으로는 레거시 미디어와 신규 디지털 플랫폼 간의 비대칭적 규제 완화를 위한 제도적, 정책적 결과물을 맺고 있다.

다른 한편으로는 온라인 혐오표현이나 허위조작정보와 같은 새로운 이슈에 대해 기존의 규제 원칙을 재확인하고 이를 디지털 공간으로 적극 확장시키는 입법 노력을 과감히 추진한 것 역시 눈에 띈다. 그 과정에서 공공 서비스로서의 공영방송의 새로운 미래 개척을 위한 제도 개혁 및 진흥 방안을 놓고 다시금 지혜를 모아 나가는 과정에 돌입하였다고 하겠다. 우리로서는 동시에 추진하기 매우 어려운 과제들을 해결해 나가는 정책적 목표와 원칙들에 대한 재검토 및 고찰의 작업을 여전히 진행할 필요가 있다는 시사점을 제공해 주고 있다.

4. 독일

독일은 EU의 정책 아젠다를 주도하면서 상당한 영향력을 행사하는 국가이다. EU 회원국의 규범 제·개정 과정에서 차지하는 독일의 지위를 고려했을 때, 방송통신 분야와 4차

산업혁명 관련 정책, 전략과 거버넌스 차원의 몇 가지 주목할 시사점을 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, SNS와 유튜브와 같은 플랫폼에 대한 적극적인 규제 관련 고민을 엿볼 수 있다. 전통적인 방송이 갖는 기능과 영향력에 못지않게 SNS와 유튜브가 성장하였고, 이로 인한 여론의 왜곡과 가짜뉴스의 성행 등 다차원의 부작용도 목격되고 있다. 이에, 방송과는 동일하지는 않지만, 전통적인 방송의 규제를 SNS와 유튜브와 같은 새로운 미디어에 어떻게 적용할 것인지 또는 뉴미디어의 특성을 얼마나 고려하여 규제의 고유성을 추구할 것인지에 대한 논의가 지속되고 있는 상황이다. 특히 최근 방송법(방송협약) 개정안에 이러한 새로운 변화를 적절히 반영하려는 노력을 볼 수 있다. 방송 개념에서 '주파수를 이용' 한다는 개념요소를 '통신을 수단으로' 하는 징표로 대체함으로써 전송수단에 의존하지 않고 방송법의 규제를 받을 수 있도록 하는 가능성을 열어두었다. 또한, 인터넷플랫폼을 통한 인플루언서 마케팅이 사실상 방송에서 금지하는 광고의 효과를 갖는다는 점을 염두한 새로운 광고의 가이드를 안내하고 있다. 기존의 가짜뉴스에 대한 근거법인 NetzDG에 대해 재평가하고, 규제관할권 중복, 플랫폼 사업자에 의한 자율규제 체계 등에 대한 문제에 대한 논의를 지속하고 있다.

둘째, 4차 산업혁명과 관련한 AI 전략, 디지털 전략, 하이테크 전략 등 다양한 정책전략을 수립함을 통해 EU 내에서 주도권을 잃지 않으려는 노력을 알 수 있었다. 또한, 2017년도 디지털 장관회의를 주관한 이후 규제샌드박스 운용과 그 법적 근거인 실험조항, 그 운용사태에 대한 관심도 꾸준히 기울이고 있다. 동시에 이러한 기술발전과 규제의 특례에 따른 사회적 문제에 대한 인식과 그 해결방안을 제시하고 있다.

셋째, 전통적인 통신 및 네트워크에 대한 대응 전략도 주목해야 한다. 5G 주파수의 기능과 중요성을 고려한 주파수이용 및 할당 정책의 수립, 네트워크 고도화와 고도화된 네트워크의 구축, 네트워크 자원의 효율적 사용을 위한 사업자 상호간의 협력과 규제완화 등의 강조는 우리에게도 시사하는 바가 크다.

5. 일본

일본은 다른 선진국과 마찬가지로 빅데이터나 AI 등의 첨단 디지털 기술을 활용하여 국가 전체의 변화와 발전을 도모하기 위해 총력을 기울이고 있다. 특히 전통적인 제조업 강국으로서 AI를 접목하여 4차산업혁명의 적극적으로 선도하고 있다. 일본의 방송통신 정책 사례를 통해 시사점을 서술하면 다음과 같다.

첫째, 일본의 방송통신정책은 총무성에서 총괄하고 있다는 점에서 방송과 통신 분야, 진흥과 규제 영역에 따라 추진체계가 나누어진 우리나라와 차별된다. 일본은 일상적인 방송통신 정책의 추진은 총무성을 중심으로 이루어지지만 국가의 중요한 전략적 과제에 대해서는 범부처적으로 대응하고 있다. 즉, 일본의 인공지능 전략에서도 볼 수 있듯이 인공지능을 국가 전략 과제로 받아들이고 문부과학성이나 경제산업성 단일 부처 차원이 아닌 범부처 차원에서 접근하고 있다.

둘째, 일본은 Society 5.0 전략의 연장선상에서 지속적으로 정책을 수정하고 있으며, 2018년 IT신전략을 통해 첨단 디지털 기술을 활용하여 해당 산업 뿐 아니라 사회, 경제, 교육의 전 국가적 변화를 도모하기 위해 총력을 기울이고 있다. 이를 위해 국민 데이터 활용 추진을 강력하게 추진하고 있으며, 정부와 민간의 통합 데이터 포탈을 민간과 정부, 지자체, 연구기관 등과의 협력을 통해 추진하고 있다.

최근 일본의 정보통신 분야 정책의 방향은 다른 선진국과 마찬가지로 AI 정책에 있다. 일본은 2019년 AI 전략을 국가수준에서 마련하고 운영하고 있다. 특히 AI정책에서 인간중심의 원칙 선언 등을 통해 원칙을 마련하고 있으며, 사회 산업의 전영역의 발전을 도모하기 위한 근간으로 교육혁신과 인재양성을 강조하고 있다.

셋째, 방송규제와 관련하여 NHK 수신료 제도 합헌은 우리나라에서도 논쟁이 되고 있는 공영방송 수신료와도 관련이 있다. "편향된 방송에 불만이 있다"며 제기된 재판에 대해 최고재판소가 합헌으로 판결함으로써 국민이 공평하게 재원을 부담하여 NHK를 유지하는 제도의 합헌성을 사법부가 인정하게 되었다.

6. 캐나다

캐나다 방송통신 정책 의제 및 추진 체계에 대한 분석을 통해 우리나라 방송통신분야 정부혁신을 위한 몇 가지 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, 캐나다는 방송통신정책제정기능과 규제기능이 이원화되어 있는 시스템을 가지고 있다. 행정부처인 ISED가 방송통신에 관련된 주요 정책을 만들고 결정하며, 유사사법부 기능을 수행하는 CRTC는 방송통신분야의 규제를 담당한다. 미국의 FCC가 방송통신규제를 통합하여 규제하는 방식과 유사하다고 보면 된다. 물론 2006년 텔레커뮤니케이션 정책 패널 리뷰에서 지적한 것처럼 ISED가 주파수 관련 규제를 담당하고 있어 완벽한 기능 분리가 이뤄지지 않았지만, 우리나라처럼 방송규제와 통신규제가 분리되어 혼선과 비효율을 낳는 상황과는 비교할 바가 아니다. 방송통신융합이 보편적 트렌드가 되는 환경에서 일찍부터 방송통신을 아우르는 규제시스템을 발전시킨 캐나다의 정책적 해안은 평가해 줄만 하다.

둘째, 할리우드로 상징되는 세계 최고의 콘텐츠 경쟁력을 지닌 미국을 이웃으로 둔 캐나다는 문화주권(cultural sovereignty)에 대한 관심이 클 수밖에 없다. 특히 디지털 기술 발전으로 방송통신산업의 경제적 중요성이 커지면서 캐나다 콘텐츠의 문화적, 경제적 경쟁력을 키우는데 상당한 정책적 노력을 기울이고 있다. 콘텐츠산업 진흥을 위해 다양한 지원책을 마련하고 있을 뿐 아니라 문화적, 언어적 다양성을 보호하기 위한 정책들도 적극적으로 시행하고 있다. 캐나다 콘텐츠의 해외시장 경쟁력을 강조하는 한편 국내적으로는 쿼터제를 시행해 자국 콘텐츠 보호에도 적극적이다. ISED가 발표한 <디지털 캐나다 150>의 ‘캐나다 콘텐츠’와 CRTC <3개년 계획>의 ‘창조하다’(Create)라는 전략목표는 캐나다가 얼마나 자국 콘텐츠 보호와 진흥에 중요한 가치를 부여하고 있는지 명확히 보여 준다. 언어적으로 문화적으로 공통점과 유사점을 가진 미국과 국경을 마주하면서도 자국의 문화주권을 지키고 콘텐츠 산업의 경쟁력을 강화하기 위한 캐나다의 정책적 노력은 우리에게도 많은 시사점을 준다고 하겠다. 인류의 전 세계적 확산으로 우리나라 콘텐츠 정책은 수출과 국제경쟁력 강화에 지나치게 치중되는 경향이 있다. 국내 콘텐츠 시장 육성과 보호에도 힘쓰는 한편 시장성이 떨어지지만 가치가 있는 고유한 콘텐츠 발굴과 보호에도 정책적 관심을 보이는 균형 있는 접근이 필요하다고 하겠다.

셋째, 캐나다는 미국과 마찬가지로 공공협의 절차를 정책결정과정에서 매우 중요시한다. 시장중심의 정책성향이 두드러져 민간부문의 영향력이 압도적인 미국과 비교해 볼 때 캐나다는 상대적으로 일반 공중과 시민단체들이 참여하는 공공협의와 숙의(deliberation)에 더 큰 가치를 부여한다는 생각이 든다. 특히 CRTC는 모든 활동의 중심에 공중의 참여와 개입을 위치시킨다고 명시할 만큼 공공협의에 대한 신념이 강하다. 특히 공공협의절차 제도화와 이에 대한 운영은 부러울 정도이다. 유사한 전통과 제도를 가진 미국 FCC에 비해 서도 캐나다 CRTC의 공공협의 절차 운영이 훨씬 세심하고 사용자 지향적이다. 대표적으로 CRTC 홈페이지에 구축해놓은 공중참여 시스템은 훨씬 직관적이고 상세하다. CRTC 공공협의에 참여하는 방법을 홈페이지에 상세하게 설명한 ‘5분 가이드’나 장애를 가진 개인을 위해 제작한 유튜브 수화 안내 동영상은 감탄이 절로 나올 정도이다. 우리나라 방송통신위원회도 홈페이지에 정책참여와 민원 제기 등을 위해 시스템을 구축해 놓았지만 사용자 편의성이 떨어지고 홍보에 적극적이지 않아 참여가 매우 적고 형식적 운영이라는 인상을 준다. CRTC가 공중의 자발적 참여를 촉진하기 위해 세심하게 만들어 놓은 절차와 홍보방식을 참조한다면 많은 도움이 될 것이다.

7. 호주

호주의 방송통신 관련 규제 정책을 살펴볼 때 특히 유의미한 점은 사회 전체의 복지를 위한 보편성 이념과 체제, 그리고 그러한 과제들이 점진적으로지만 얼마나 충실하게 되어 가고 있는가를 검토하기 위한 정밀한 평가 제도이다. 사회의 복지 측면에서 워낙 다수의 설들에 걸쳐 다양한 인종들로 구성된 호주 사회에서 문화적 다양성과 자율성을 지지하는 한편, 새로운 커뮤니케이션과 미디어 테크놀로지의 발전을 추진하는 균형적인 정책 틀이 중시된다. 또한 전통적 미디어와 부상하는 미디어 간의 안정적인 조화를 이루면서 양 영역을 함께 현대화하는 전략이 도모된다. 따라서 특히 새로운 첨단 테크놀로지에 자본 투자 및 시장 확대가 이루어지는 대가로 전통적 미디어가 낙후되는 부작용을 막기 위한 정책이, 속도는 천천히 그러나 그 폭과 깊이는 넓고 정교한 방식으로 진행되고 있다.

아울러 이러한 정책적 필요가 단지 슬로건에 그치지 않고 실제로 얼마나 충실하게 수행

되고 있는가를 투명하게 진단하기 위한 평가 제도가 개발되어 있다. 다양한 미디어 영역 간의 균형과 조화를 중시하면서, 포용적인 연결성을 사회적으로 증진하고자 한다. 이러한 미디어 정책은 궁극적으로 디지털 경제 성장이라는 대의로 수렴된다.

8. 싱가포르

싱가포르는 빅데이터, AI, 블록체인, 스마트시티 등의 디지털 기술을 활용하여 지능정보화 시대를 국가 발전의 계기로 활용하려 하고 있다. 이는 스마트네이션 국가전략과 후속 조치들에서 지속적으로 나타나고 있으며 AI 싱가포르 등에서 전략에서 성과를 거두고 있다. 싱가포르 사례로부터 방송통신 분야의 시사점을 서술하면 다음과 같다.

첫째, 싱가포르는 추진체계 측면에서 MCI가 통신과 방송을 포함한 방송통신과 새로운 신기술 융합 분야를 함께 다루고 있다. 또한 방송통신 정책에서 진흥 정책과 규제정책을 함께 수립하고 있다. MCI를 중심으로 방송통신 정책이 기획, 실행, 운영되고 있으며 AI 경쟁력 지표나 WEF의 국가경쟁력 순위 등에서 나타나듯이 성공적인 성과를 보여주고 있다. 도시 국가 규모의 싱가포르의 특징을 반영하여 스마트도시 전략을 국가 수준에서 성공적으로 점목시키고 있는 것으로 보인다.²⁸⁾

둘째, 싱가포르 방송통신 분야에서 가장 역할을 두고 있는 사항은 스마트네이션 전략과 AI 전략이라 할 수 있다.²⁹⁾ 스마트네이션 전략은 첨단 디지털 기술을 활용한 국가 경쟁력 향상과 시민들의 삶의 질 증진을 위한 싱가포르의 핵심전략이라고 볼 수 있다. 풍부한 데이터를 기반으로 한 AI 전략은 민관 거버넌스를 통해 국가적 전략으로 진행되고 있으며 AI 분야에서 앞서나가기 위한 인재 전략으로 이어지고 있다.

셋째, 방송통신 분야의 규제로서 가짜뉴스법이 올 10월에 제정되어 운영되고 있으나, 이를 정치적으로 이용한다는 비판도 함께 제기되고 있다. 제정 당시 인권단체에서는 악용의

28) 4차 산업혁명과 디지털 전환에서 가장 주목받는 국가 중 하나가 싱가포르이다. 싱가포르의 WEF의 국가경쟁력 순위에서도 꾸준히 최상위권을 유지하고 있다. 또한 최근 발표된 글로벌도시 AI준비지수 2019에서도 전체 1순위를 차지하고 있다.

29) 이와 함께 통신 분야에서 블록체인 기술의 허용을 통한 블록체인 기반 경제 선도, 5G 분야의 투자에 대한 국가적 노력도 이루어지고 있다.

우려에 대해 이의 제기를 한 바 있으며, 12월 16일 기사에 따르면 4건의 적용 사례가 전부 야당을 향한 것으로서 정치적으로 악용되고 있다는 점에서 나타나듯이 적용 과정에서 문제점이 나타나기도 한다.³⁰⁾

9. 이탈리아

이탈리아의 경우 2010년대 남부유럽을 강타한 경제 위기에서 탈피하기 위한 국가 전략적 과제로서 모바일, 초고속 인터넷, 소프트웨어 분야에 대한 대대적인 투자 계획을 수립하고 집행하고 있는 상황이다. 그런 면에서 방송통신 발전전략과 정부 혁신은 그 자체로 디지털 사회의 핵심 전제이자 주요 투자의 영역으로 자리잡고 있는 대표적인 사례가 바로 이탈리아라고 할 수 있다. 하지만 방송통신 영역이 지난 십수년 동안 과도하게 모바일 네트워크 중심으로 발전하는 과정에서 레거시 미디어의 인프라에 대한 투자가 여전히 위축되어 있으며, 또한 소프트웨어 및 IT 분야에서 대단히 불균형한 발전 정도를 보여주는 문제를 여전히 해결하지 못하고 있다는 점을 지적할 필요가 있다. 더불어 이탈리아 사회 전반적인 디지털화의 정도가 여전히 뒤쳐진 것으로 평가할 수 있는 상황에서, 사회 전체적인 디지털화의 강력한 국가 전략을 보다 효율적으로 추진할 필요성은 여전히 크다 하겠다.

10. 스위스

스위스는 천연 자원이 다른 EU 국가에 비해 상대적으로 빈약하지만, 우수한 인적 자원이 강점을 보인다는 측면에서 보면, 우리나라와 유사한 경쟁 환경에 갖고 있다고 볼 수 있다. 다만, 일반적인 주요국의 국가조직과는 다른 내각제와 정부부처 시스템을 운영하는 특

30) 이른바 가짜뉴스법으로 불리는 Pofma는 10월 2일 발효 이후 지금까지 4차례 적용됐다. 이 중 세 건이 야당 인사가 올린 글이나 페이스북 포스트 등에 대한 것이다. 나머지 한 건은 페이스북 측을 대상으로 한 것이지만, 정정 명령을 받은 반정부 인사가 이를 거부하자 당국이 페이스북 측에 해당 포스트에 정정 공고를 게시할 것을 요구해 관찰한 경우다. <https://www.hankyung.com/international/article/201912169063Y>

성을 지니고 있다는 점도 충분히 감안하여야 한다. 이를 전제로 스위스로부터 얻을 수 있는 주요 시사점은 다음과 같다.

첫째, 스위스는 인구의 수가 적다는 장점을 직접민주주의 강화로 승화시키고 있다. 디지털 기술의 발전은 이러한 직접민주주의 요소와 제도를 심화시키는 원동력이다. 특히 민주주의에 있어 미디어의 중요성에 주목하면서, 전통적인 미디어 외의 인터넷을 활용한 새로운 온라인 미디어도 민주주의에 대한 영향을 고려할 때 일정한 질적 수준을 담보할 수 있도록 책무를 부담해야 한다고 강조한다.

둘째, 미디어 육성을 위한 재정적 지원을 담은 법안이 제안되었다. 지역 공공서비스인 라디오와 TV를 보호하고 출판에 대한 재정지원을 의도한 것이다. 디지털 사회로 전환된 미디어 환경에서 이들의 온라인 미디어에 대한 투자를 지원하기 위한 목적이다. 원래는 디지털환경에서도 내용적으로 일정 수준의 품질을 유지하기 위한 전자미디어법 개정안이 제안된 바 있었지만, 이에 대한 반대가 높아 전통 미디어에 대한 지원책을 담은 법으로 수정되었다.

셋째, 스위스의 정치체제적 특성에 따른 관·산·학 협력과 민간과의 소통 사례도 참고할 만하다. 연방평의회(Bundesrat)와 연방정부에 대한 자문위원회인 EMEK는 스위스 방송 시장을 모니터링하고 분석하며 선별된 문제에 대한 권고를 제시하는 임무를 수행한다. EMEK는 스위스 전자미디어법의 발의를 주도했던 연방 방송통신정책청에 자문기능을 수행하면서, 의견을 교환하고 연방 방송통신정책청의 전자미디어법 개정 프로젝트 책임자에게 다양한 정보를 제공하였다. 또한, 스위스는 공영방송사(SRG)의 허가 및 그 변경 시 공적 가치(Public Value)로 정의되는 심사사항을 확정하고 이것이 지켜지는지를 감독할 때 공식적인 의견수렴절차가 존재한다. 지역방송사업자의 허가의 경우도 스위스에서는 독립 미디어 연구기관이 활용되고 있다.

제2절 방송통신 발전 대응 및 정부혁신 방안 제언

본 보고서는 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 방송통신 분야의 산업 활성화와 서비스의 공공성 강화를 위해 해외 주요국들은 과연 어떠한 내용으로, 어떠한 방식으로 국가적 차원의 대응전략을 추진하고 있는지를 살펴보았다. 이를 바탕으로 우리나라 방송통신의 발전을 위한 대응전략과 이를 추진하기 위한 정부혁신 방안에 대해 다음과 같이 제언하고자 한다.

1. 인터넷 서비스 활성화 및 규제 완화

무엇보다도 방송통신 분야에서 인터넷을 활용하는 미디어와 서비스에 대한 활성화와 규제를 조화하는 정책적 대응이 필요하다. 주요국들의 사례에서도 살펴보았듯이 방송과 통신 분야에서 레거시 서비스를 시장, 이용, 그리고 영향력 측면에서 대체해가고 있는 인터넷 서비스에 대한 활성화 정책을 기본전략으로 채택하면서도 인터넷 서비스에 대한 제도적 정비를 통해 규제의 공백을 메우고, 신규 산업 간 규제의 균형을 맞추어가려는 노력 또한 동시에 진행되어야 한다.

본 보고서에서 그 내용을 직접 다루지는 않았지만, 시청각미디어서비스 분야에서 유럽 연합 회원국들에게 구속력있는 규율 가이드라인을 제시해주고 있는 시청각미디어서비스 지침의 2018년 개정안은 바로 인터넷 활성화와 규제를 조화한 대표적인 사례라고 할 수 있다. 동 지침은 2007년 이후 시청각미디어서비스를 리니어(실시간) 서비스와 넌리니어(주문형) 서비스로 이원화하여 규제를 차별하고 있는데, 경쟁력이 약화되고 있는 리니어 서비스, 특히 실시간 TV 방송서비스에 대해서는 규제완화 기초를, 반면 경쟁력이 강화되고 있는 넌리니어 서비스에 대해서는 규제강화 기초를 취하고 있다. 또한, 그동안 시청각미디어 서비스 지침에 포함되지 않았던 동영상 공유 플랫폼 서비스(유튜브와 같은 인터넷 동영상 서비스)를 이번 지침 개정안에 포함함으로써 부정적 영향을 견제하기 위한 최소한의 조치를 담고 있다.³¹⁾

31) 유럽연합의 2018년 시청각미디어서비스 지침 개정안에 대한 보다 자세한 내용은 정보통신정책연구원 (2018b)을 참고할 것.

이후 본 보고서에서도 살펴보았듯이 독일, 영국, 프랑스 등 유럽연합 회원국들은 물론 캐나다, 싱가포르 등에서 이미 도입되었거나 현재 제안되고 있는 인터넷 서비스에 대한 각종 규제조치들(독일의 소셜네트워크서비스 규제법, 영국의 온라인 유해물 규제 법, 프랑스의 온라인 혐오표현 근절법 및 허위정보 근절법, 캐나다의 온라인 중오물 규제, 싱가포르의 온라인 허위정보 및 정보조작 방지법, 미국과 독일의 인플루언서 마케팅 규제 등)은 영향력이 급속도로 확대되고 있는 인터넷 서비스의 건전한 환경을 조성하기 위한 각국의 규제정책이 서비스와 산업의 활성화 정책방향과 어긋나지 않음을 잘 보여주고 있다.

최근 우리나라에서도 특히 방송분야에서 인터넷 동영상 서비스를 둘러싼 제도 개선의 필요성이 꾸준히 제기되고 있다. 요약하자면, 현행 관계법상 통신서비스(부가통신서비스)로 분류되는 인터넷 동영상 서비스가 방송법상의 규제를 받는 방송서비스와 경쟁하게 되면서 발생되고 있는 제도 개선의 필요성이다. 즉, 인터넷이라는 새로운 네트워크와 플랫폼을 활용하는 동영상 서비스를 활성화해야 한다는 측면과 방송과 통신의 규제 이원화로 인해 발생되고 있는 방송서비스에 대한 규제 역차별과 소셜네트워크형 동영상 서비스(일명 동영상 공유 플랫폼)로 인해 발생되고 있는 다양한 부작용(가짜뉴스, 중오물, 유해물 등)에 대한 규제를 강화해야 한다는 입장이 대립하고 있다.

인터넷 서비스를 활성화하면서도 새롭게 발생하고 있는 문제들(규제 불균형, 콘텐츠 유해물 등)을 해결하기 위한 기본전략은 경계의 재설정과 규범체계의 정비에 바탕을 두어야 한다. 먼저, 경계의 재설정이란 현재 우리나라의 방송과 통신을 아우르는 서비스 분류체계를 재정비하는 작업이다. 2000년대 초반 인터넷 융합의 시대가 본격적으로 도래하게 되면서 주요국들(특히 유럽 국가들)은 방송과 통신 분야에 대한 기존의 수직적 서비스 분류체계를 수평적 규제체계로 전환한 반면, 우리나라는 아직도 방송과 통신을 엄격하게 구분하는 수직적 규제체계를 유지하고 있다. 최근에 우리나라도 통신서비스 분류체계를 기간통신서비스와 부가통신서비스로 간소화하고, 기간통신서비스에 대한 규제완화를 단행함으로써 수평적 규제체계가 지향하는 경쟁 활성화 기초를 도입하였다. 하지만, 아직도 방송과 통신 서비스 사이에는 엄격한 구분이 존재하고 있으며, 더욱이 방송서비스 내에서도 수평적 분류체계가 도입되지 못하고 있는 현실이다.

경계의 재설정이 필요하고 중요한 이유는 경계를 어디 지점에 설정하느냐에 따라 경쟁

의 지형과 규제의 적용이 달라지기 때문이다. 가령, 기존 유료방송 서비스와 신규 인터넷 동영상 서비스를 하나의 경계 내에 동일한 서비스로 간주하느냐, 아니면 각각 서로 다른 경계를 갖느냐에 따라 시장에서의 경쟁구도가 변하게 되고, 적용되는 규제도 달라진다. 따라서 경계의 재설정은 단순히 규제관할법을 구분한다는 일차원적인 의미에 그치지 않고, 다양한 서비스들이 규제 불균형으로 인한 차별을 받지 않고 공정한 환경 하에서 경쟁할 수 있는 서비스 활성화의 기반이 될과 동시에 해당 서비스에서 발생되고 있는 각종 부작용에 대한 특화된 규제를 적용하여 개선할 수 있는 규제체계의 전환을 의미한다.

덧붙여, 방송과 통신 서비스에 대한 경계를 재설정하기 위해 다음 두 가지 사항이 반드시 고려되어야 한다. 첫째, 경계의 재설정은 바로 다름 아닌 이용자의 관점에서 시작되어야 한다. 이용자의 관점에 의한 경계의 재설정이야 말로 수평적 규제체계의 가장 중요한 기본 토대라고 할 수 있다. 그 이유는 방송망과 통신망이라는 물리적으로 다른 네트워크를 사용한다고 하더라도 제공되는 서비스들이 이용자의 관점에서 동일(유사)하다고 인식된다면 동일한 서비스로 분류해야 한다는 것이 수평적 규제체계의 핵심이기 때문이다. 둘째, 경계의 재설정은 특정 경계 내에 속하는 서비스 군의 존재 가치와 지향 가치를 설정하는 작업과 동시에 병행되어야 한다. 가령, 유럽연합은 수평적 규제체계를 설계하는 과정에서 방송통신 서비스를 크게 네트워크 계층과 콘텐츠 계층으로 구분하고, 네트워크 계층의 서비스에 대해서는 경쟁 활성화를 통한 산업 발전을, 콘텐츠 계층에 대해서는 공공성 강화를 통한 사회문화적 가치 제고를 지향하고 있다. 따라서 경계의 재설정과 경계 내 서비스에 대한 의 가치정립은 디지털로 융합되고 있는 인터넷 시대에 방송과 통신서비스의 산업 활성화와 사회문화적 가치를 제고하는 중요한 축이라고 할 수 있다.

2. 국민의 디지털 역량 및 디지털 윤리 제고

디지털 시대 방송통신 분야 발전을 위한 기본 토대가 되는 일반 국민들의 디지털 역량과 디지털 윤리를 제고하여야 한다. 본 보고서에서도 살펴보았듯이, 주요국들의 디지털 방송통신 발전전략은 관련 서비스와 산업의 활성화를 피하면서도 동등한 수준의 비중으로

국민들의 디지털 역량과 디지털 윤리를 제고하는 내용을 핵심적인 의제로 삼고 있다. 주요국의 이같은 정책의제 설정은 세 가지 측면에서 함의를 갖는다.

첫째, 경계의 융합과 혁신의 시대로 대변되는 4차 산업혁명 시대에 방송통신 산업과 문화의 발전은 결코 정부와 기업의 노력으로만은 달성될 수 없다. 이제 더 이상 국민 또는 이용자는 단순히 주어지는 것을 소비하는 수동적인 존재가 아니며, 따라서 많은 분야에서 기발한 상상력과 창의적인 아이디어를 갖춘 일반 대중의 기반이 없는 사회나 국가가 성공하기는 힘들다. 최근 전 세계적으로 가장 많은 이용자를 보유하고 있는 유튜브의 대성공은 전 세계 각지에서 다양한 수준과 내용의 동영상 업로드하고, 이를 공유하는 일반 이용자들이 없었다면 상상할 수 없는 일이다.

둘째, 방송통신 분야에서 제공되는 대부분의 서비스들이 일반 국민과 이용자들을 “가진 자(digital haves)”와 “가지지 못한 자(digital have-nots)”로 양극화시키는 기제로 작용하고 있다는 점이다. 흔히 디지털 시대에 사회적 자본으로 일컬어지는 신기술과 신규 서비스에 대한 활용능력과 이를 뒷받침하는 경제적 자본을 일정 정도 갖춘 국민과 그렇지 못한 국민의 디지털 격차가 점점 확대되고 있는 추세이다. 뿐만 아니라, 방송통신 서비스들이 일회적으로 비용을 지불하고 이용하는 구매 시스템에서 지속적으로 비용을 투입해야 하는 구독 시스템으로 전환되고 있기 때문에, 경제적으로 취약한 계층의 디지털 격차는 더욱 심화될 수 있다. 따라서, 주요국들은 디지털 시대 방송통신 산업 발전의 양적인 성장만이 아닌 균형적인 성장을 추구하기 위해 전체 국민들의 디지털 역량을 제고하고, 디지털 격차를 해소하는 정책을 매우 중요한 비중으로 다루고 있다.

셋째, 최근 인류가 경험하고 있는 신기술과 신서비스의 등장과 발전은 그 자체로 인류의 자체적인 노력으로 인한 축복의 산물이긴 하나, 발전의 속도와 범위가 매우 빠르고 광폭적이어서 이에 대한 가치와 규범이 그 속도와 범위를 따라가지 못하는 상황이 종종 발생하고 있다. 그 결과, 새로운 기술과 서비스의 혜택이 때로는 인간의 예측가능성을 벗어나기도 하며, 때로는 악용될 수도 있는 다양한 시나리오에 직면하고 있다. 인공지능의 획기적인 발전과 빠른 속도는 그 대표적인 사례라고 할 수 있다. 따라서 국가적으로, 산업적으로 인공지능 기술의 발전을 대부분의 국가에서 4차 산업혁명의 핵심 발전분야로 성장시키기 위한 다각적인 노력을 기울임과 동시에 인공지능 시대에 필요하고 바람직한 윤리의 정립을 위한 대책도 함께 정비해가고 있는 것이다. 우리나라에서도 2019년 2월, 방송통신

위원회가 이용자 보호를 위한 중장기 정책으로 “통신 이용자 보호 종합계획”을 발표한 바 있다. 동 계획은 국민이 중심이 되는 통신 복지를 구현한다는 비전 하에 4대 목표, 8대 전략, 21개 추진과제를 다음 <표 6-1>과 같이 제시하고 있다.

<표 6-1> 방송통신위원회 통신 이용자 종합계획의 주요 내용

4대 목표	8대 전략	21개 추진과제
이용자 중심의 보호체계 확립	이용자 피해 대응 및 규제체계 확립	<ul style="list-style-type: none"> ■ 통신분쟁조정제도 도입 ■ 맞춤형 피해구제 기준 마련 ■ 통신장애에 대응 및 피해보상 강화
	이용자 보호체계 강화 및 불편사항 개선	<ul style="list-style-type: none"> ■ 이용자보호 업무 평가 확대 ■ 플로팅 광고 등 이용자 불편사항 개선 ■ 불법스팸, 피싱 대응체계 고도화
이용자의 역량 및 권리 강화	이용자 역량 강화 및 정보격차 해소	<ul style="list-style-type: none"> ■ 통신서비스 이용정보 제공 확대 ■ 이용자 활용역량 제고 및 정보격차 해소
	인터넷 역기능 대응 강화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 불법 유해정보 유통 차단 ■ 청소년 이용환경 개선 ■ 허위조작정보 자율규제 기반 조성 ■ 건전한 인터넷 이용문화 확산
공정한 생태계 조성으로 이용자 편익 제고	이용자 중심의 시장 규제체계 개선	<ul style="list-style-type: none"> ■ 단말기 유통시장 투명화를 위한 가계통신비 부담 경감 ■ ICT 생태계 환경변화에 따른 이용자 권익보호
	상생환경 조성 및 불합리한 차별 해소	<ul style="list-style-type: none"> ■ 통신시장 불공정 행위 개선 ■ 인터넷 플랫폼 시장 불공정행위 개선 ■ 국내외 인터넷사업자 간 규제형평성 제고
지능정보화시대 이용자 보호 체계 정립	4차 산업혁명 등 ICT 환경변화에 대응하는 규범 정립	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지능정보화시대 이용자 보호 규범 정립 ■ AI 이용자 보호를 위한 법제도 정비
	이용자보호 법제 정비 및 거버넌스 개선	<ul style="list-style-type: none"> ■ 이용자보호기본계획 법제화 및 법령 정비 ■ 이용자보호정책 강화를 위한 조직 효율화

<표 6-1>에서 보듯이, 방송통신위원회의 통신 이용자 보호 종합계획은 이용자 보호, 이용자 역량 및 권리 강화, 이용자 편익 제고, 이용자 보호체계 확립 등 매우 폭넓은 내용의

정책목표와 추진과제를 제시하고 있다. 필자 역시 이같은 이용자 보호 종합계획이 차질없이 추진되어 소기의 목적을 달성할 수 있을 것으로 기대한다. 다만, 방송통신위원회의 이용자 보호 종합계획은 이용자 보호를 거대 주제로 하는 정부의 정책과제의 성격이 강하다.

이에, 본 보고서는 일반 국민의 디지털 역량과 디지털 윤리를 제고하기 위한 또 하나의 방안으로 디지털 융합시대를 반영하는 “이용자의 디지털 권리와 디지털 윤리에 관한 헌장(이용자 헌장)”을 마련할 것으로 제안한다. “이용자 헌장”은 정부가 추진하는 구체적인 정책의제라기보다는 방송통신 서비스를 이용하는 이용자의 권리에 관한 기본 이념을 정립하는 규범적 선언의 성격을 갖는다고 할 수 있다. 본 보고서에서 살펴본 캐나다의 “디지털 헌장”이 좋은 사례라고 할 수 있다. 캐나다의 “디지털 헌장”은 비록 디지털 헌장은 공식적인 법적 효력을 갖지는 않지만, 캐나다의 디지털 방송통신 분야 혁신을 위한 규범적 프레임워크로서 향후 관련 정책과 법제도에 다양한 방식으로 반영될 것으로 전망된다.

본 보고서가 제안하는 “이용자 헌장”의 핵심적인 의미는 이용자를 보호의 대상으로 여기는 소극적인 의미로 접근하지 않고, 이용자를 자신의 권리와 의무를 행사하는 자율적이고 책임있는 주체로서 위상을 정립한다는 데에 있다. 디지털·인터넷 융합시대 미디어 기술과 서비스의 발달은 이용자도 하여금 더 많은 역량과 책임을 요구하고 있다. 과거의 수동적인 수용자는 미디어 서비스와 콘텐츠가 제공하는 다양한 가치와 내용을 잘 이해하는 독해 능력만을 필요로 하였으나, 다양한 유형의 서비스와 콘텐츠가 늘어나면서 이용자 스스로 합리적 판단을 통해 선택하고 다양한 서비스를 자신에게 유익하게 조합할 수 있는 미디어 리터러시 역량이 요구되고 있다. 따라서 과거의 수동적인 이용자 능력과 권리를 의미하는 서비스와 미디어 리터러시와 이용자 보호 개념은 미디어와 서비스의 선택, 이용, 참여, 생산의 모든 과정에서 주체적으로 참여하고 자신의 권리와 의무를 이행하는 이용자 주권(sovareignty)개념으로 확대되어야 한다.

보다 구체적으로 이용자 주권의 개념은 ① 미디어 서비스를 주체적으로 이용하고 그에 대한 효과와 성과에 대해 책임을 질 수 있는 미디어 역량(competence), ② 서비스의 제반 과정에서 자기 권리를 주장할 수 있는 이용자 권리(right to service)로 구성할 수 있다. 한편, 이용자 주권을 원천적으로 향유할 수 없는 취약계층에 대한 이용자 보호 정책은 융합

미디어 생태계 환경에서도 지속적으로 추진되어야 함은 당연하다. 수많은 신규 미디어 플랫폼, 디바이스, 콘텐츠에 정상적으로 접근할 수 없는 장애인, 저소득층, 고령층 등에 대한 접근성(access) 제고도 함께 추진되어야 한다. 끝으로, 콘텐츠 측면에서도 소수 취약계층의 관심사와 이해관계를 반영할 수 있는 내용의 다양성을 제공하는 정책이 필요하다.

3. 방송서비스 활성화 및 공공성 강화

인터넷 동영상 서비스의 확산과 성공으로 최근 들어 올드 미디어 또는 레거시 미디어라고 일컬어지는 방송서비스의 저하된 경쟁력을 회복하고, 공공성을 강화하는 특단의 대책이 필요하다. 물론, 여기에서 제안하는 레거시 방송서비스의 경쟁력 회복과 공공성 강화 정책은 앞서 경계의 재설정을 위한 규제체계 정비에서 다루었듯이 같은 경계 내에서 방송서비스와 경쟁하는 인터넷 동영상 서비스를 배제한 방송서비스 우대 정책을 의미하는 것은 아니다. 다시 말하면, 방송통신 융합시대에도 무선 주파수를 활용하는 지상파방송과 특수한 공적 목적을 추구하기 위해 별도로 설립된 공영방송의 활성화 및 공공성 강화 정책을 의미한다.

본 보고서에서도 살펴보았지만, 4차 산업혁명 시대 방송통신 서비스의 다각화, 고도화에도 불구하고 전통적인 방송미디어 서비스의 산업적, 사회문화적 중요성을 쉽게 간과하고 있는 국가는 찾아보기 힘들다. 주요국 중에서 특히 공영방송 제도가 정착, 확립되어 있는 국가들(영국, 프랑스, 독일, 일본, 호주, 캐나다, 스위스 등)은 디지털 인터넷 시대에 기존에 전통적인 방송미디어들이 경쟁력을 잃어가고 있는 변화에 대응하고자 핵심적인 방송서비스라고 할 수 있는 지상파방송과 공영방송의 경쟁력 및 공공성 강화를 중요한 의제로 채택하고 있다. 비록 인터넷을 활용한 다양한 유형의 시청각미디어서비스가 시청률, 광고수익, 영향력 등 모든 측면에서 기존 방송서비스를 위협하거나 때로는 추월하고 있지만, 아직도 여전히 고품질 콘텐츠, 공정한 뉴스, 다양한 주체의 콘텐츠, 사회적 통합과 정체성을 갖는 콘텐츠 등 민주주의와 다원주의 사회를 지속가능하게 하는 핵심 콘텐츠들의 생산, 유통, 소비의 핵심에 전통적인 방송서비스가 자리하고 있다. 프랑스 문화부와 일본 총무성이 추진해가고 있는 방송제도 개혁방안, 영국 OFCOM의 공공서비스방송(PSB)의 미래를 위

한 제언, 캐나다 CRTC의 시청각콘텐츠 활성화 정책, 그리고 독일, 프랑스, 일본, 스위스의 공영방송에 대한 안정적인 재원 확보 정책 등이 바로 그러한 사례들이다.

현재 우리나라는 전 세계가 인정하는 방송콘텐츠 제작역량과 이용역량을 보유하고 있으면서도 제도적으로는 지상파방송 시대의 낡은 규제철학의 존속과 산업적으로는 인터넷 동영상 서비스의 확산으로 서비스 활성화는 물론 공공성의 가치 실현도 쉽지 않은 형국이다. 더욱이, 공영방송과 민영방송 간 공적 책무의 범위와 사적 자율성을 구분하는 제도적 장치가 불분명하여 공영방송의 상업화(광고수익 의존, 콘텐츠 유료 판매, 프로그램 동질화 등)가 심화되고 있으며, 반면 민영방송은 자율성 축소(소유·경영 제한, 광고규제, 편성규제, 내용규제 등)로 인한 경쟁력 약화의 문제가 발생하고 있다.

따라서, 본 보고서는 레거시 방송미디어 서비스의 활성화와 공공성 강화를 위해 다음과 같이 세 가지 정책적 제안을 하고자 한다.

첫째, 지상파방송에 대한 경계의 재설정과 규제 차별화 정책이 필요하다. 즉, 다시 말하면, 공영방송과 민영방송의 명확한 구분과 각각의 방송분야에 따른 규제의 차별화를 의미한다. 비록 현실적인 규제 적용의 단계에서 현행 방송규제도 공영방송과 민영방송의 구분하는 제도적 장치가 전혀 없는 것은 아니지만 여전히 지상파방송이라는 대분류에 따라 공영방송과 민영방송에게 동일하거나 비차별적인 공적 책임을 부과하고, 규제를 적용하는 경우가 많다. 가령, 영국의 지상파방송 제도를 살펴보면, 공공서비스방송(public service broadcasters)이라는 범주로 지상파방송에 대한 공적책임과 규율체계를 가지고 있으면서도, 국가기간방송으로서 공영방송 BBC에 대해서는 매우 분명하게 차별적인 방송의 위상과 공적 책무, 그리고 규제제도를 견비하고 있다. 대체적으로 공영방송의 전통이 확립되어 있는 국가의 경우, 공영방송과 민영 지상파방송을 명확하게 구분하는 제도적 장치를 운영하고 있다.

따라서 우리나라의 경우, 공영방송과 민영방송을 명확하게 구분하는 정책의 핵심 관건은 ① 모든 지상파방송을 영국과 같이 공공서비스방송으로 범주화하고 지상파방송에 대한 공적 책임을 높은 수준으로 유지할 것인가, ② 현재의 이원적 공영방송(KBS, MBC) 제도를 계속 유지할 것인가, ③ 공영방송이 아닌 민영 지상파방송의 공적 책임의 수준을 대폭 완화할 것인가의 문제로 요약될 수 있다.³²⁾

둘째, 공영방송의 공공성 강화를 위한 다각적인 정책 마련이 필요하다. 공영방송의 공공성 강화를 위한 첫 번째 정책은 민영방송과는 차별화된 공영방송만의 공적 책무를 명확하게 정립해야 하는 것이다. 이는 앞에서 언급한 바와 같이 공영방송과 민영방송 간에 경계를 재설정하는 작업으로 공영방송의 공적 책무를 강화하는 가장 우선적인 제도적 장치라고도 할 수 있다. 공영방송의 공적 책무를 명확하게 정립하는 방식은 다양할 수 있다. 공영방송만을 위한 별도의 법(공영방송법)을 제정할 수도 있고, 공영방송만을 관리감독하는 별도의 규제기구(공영방송위원회)를 설립할 수도 있고, 공영방송사와 규제기관 간에 공적 책무에 관한 구속력있는 협약서를 작성할 수도 있다. 다만 본 보고서에서는 특정 방식에 대한 결론을 제안하기 보다는 공영방송의 공적 책무를 새롭게 정립하는 작업이 선연적이고 추상적인 법조항이나 규제 가이드라인을 제정하는 것에 그쳐서는 안된다는 점을 강조하고 싶다. 다시 말하면, 공영방송 공적 책무 재정립은 방송프로그램의 제작, 편성, 유통, 소비의 전 과정에서 구체적으로 공영방송사가 해야 할 일과 해서는 안되는 일을 명확하게 제시해주어야 한다. 가령, “공영방송은 방송의 지역성 실현을 위해 노력해야 한다” 가 아닌 “공영방송은 방송의 지역성 실현을 위해 지역프로그램(명확한 정의를 포함)을 최소 몇 시간 이상 제작, 편성해야 한다” 는 방식이어야 한다. 따라서 공영방송의 공적 책무를 재정립하기 위해 변화된 방송환경 하에서 공영방송이 추구해야 할 중요 가치(공정성, 다양성, 지역성, 균형성, 사회통합, 기술혁신 등)를 추출하고, 각각의 가치를 실제 방송에서 구현할 수 있는 명확한 기준이 제시되어야 한다.

공영방송의 공공성 강화를 위한 두 번째 정책은 공영방송의 안정적 재원확보에 관한 것이다. 현재 우리나라의 연간 공영방송 수신료는 3만원으로 주요국들과 비교해도 매우 낮은 수준이다. 구체적으로, 해외 주요국의 연간 공영방송 수신료를 살펴보면, 영국 약 26만원, 일본 약 15만원, 프랑스 약 18만원, 독일 약 28만원 수준이다.³³⁾ 물론, 공영방송 수신료 인상은 공영방송사의 경영 효율화와 공적 책무 강화라는 전제하에서만 가능하다. 또한, 준조세적인 성격을 띠는 수신료 인상에 대한 국민적 부담도 중대한 고려사항이다. 하지만,

32) 본 보고서는 지상파방송의 경계 재설정(공영방송과 민영방송의 명확한 구분)이라는 관점에서 고려해야 할 세 가지 관건이슈를 제안하는 것에서 마치고자 한다. 이에 대한 결론을 제시하는 것은 본 연구의 범위를 벗어나는 것이라고 판단되기 때문이다.

33) 정보통신정책연구원 (2018c). p. 56 참조.

최근의 대내외적 방송환경의 변화와 그 속에서 공영방송의 사회적 필요성에 대한 사회적 합의가 마련된다면 공영방송 수신료 인상은 우선순위에서 결코 뒤지지 않는다. 다만, 공영방송의 재원 안정성이 확보된 이후에는 공영방송 콘텐츠의 유료 판매 금지, 광고 금지, 경영 효율화 등 상응하는 조치가 병행되어야 할 것이다.

셋째, 공영방송으로 간주되지 않는 민영 지상파방송과 유료방송 서비스(플랫폼, PP)의 경쟁력 회복을 위한 대책이 마련되어야 한다. 현재의 방송환경을 염두에 둘 때 공적 재원의 혜택을 받지 않으며, 유사한 인터넷 동영상 서비스와 비교하여 높은 수준의 규제를 적용받는 민영 지상파방송과 유료방송 서비스에 대해 융합 환경에 적합한 규제범위와 수준의 제조정이 필요하다. 앞서서도 강조하였지만, 민영 지상파방송과 유료방송 서비스는 거시적인 동영상 서비스 시장에서 인터넷 동영상 서비스와 실제 경쟁하고 있는 방송사업 분야이다. 물론, 경계의 설정 여부에 따라 민영 지상파방송, 유료방송, 인터넷 동영상 서비스의 경쟁 관계가 달라질 수 있겠지만, 최소한 현재의 방송규제의 범위와 수준을 완화하는 정책기조가 도입되어야 한다. 도입 가능한 규제완화의 대표적인 선택지는 소유·경영의 제한규정³⁴⁾을 완화하는 것이다. 방송서비스 시장이 소수의 사업자들에 의해 운영되도록 하는 규제된 과점상태가 유지되던 과거에 기초되었던 소유·경영 규제 수준은 대폭 완화될 필요가 있다. 이를 통해 양질의 자본력을 가진 사업자가 방송시장에 진입하여 투자 확대 → 서비스 및 품질 제고 → 수익성 제고 → 투자확대라는 선순환적 생태계를 구축해야 한다. 그밖에 광고시간 1일 총량제, 광고판매 자율화 등을 포함한 광고규제 완화도 레거시 방송서비스의 경쟁력을 회복하는데 중요한 마중물이 될 것으로 판단한다.

34) 지상파방송의 경우 1인 지분 40%, 외국자본 금지, 대기업 10%, 일간신문·뉴스통신사 10%. 종편과 보도PP의 경우 1인 지분 40%, 외국자본 금지 20% 및 10%, 대기업 30%, 일간신문·뉴스통신사 30%. 유료방송 플랫폼의 경우 외국자본 49%, 일간신문·뉴스통신사 49%의 소유규제가 적용되고 있다. 한편, 방송사업별 경영규제는 정보통신정책연구원 (2018c). p. 78 참조.

4. 4차 산업혁명 시대의 핵심 기술 및 서비스 인공지능 활성화

인공지능 기술혁신과 서비스 활성화를 위한 국가적 차원의 종합적인 발전 전략을 마련해야 한다. 인공지능은 4차 산업혁명을 견인하고 있는 다른 신기술(빅데이터, 클라우드, IoT, 블록체인, 3D 프린팅, 자율주행, 로보틱스, 5G, 가상현실·증강현실·혼합현실 등)과는 달리 타 기술과의 연계성, 다양한 서비스로의 확장성, 혁신적 기술과 윤리적 규범의 상호작용성 등의 측면에서 4차 산업혁명의 시대를 완성하는 가장 통합적인 분야이다. 본 보고서에서도 살펴보았듯이 이미 해외 주요국들도 인공지능 발전을 위한 국가적인 차원의 발전전략을 앞다투어 추진해가고 있다.

우리나라도 2019년 12월에 총 20개³⁵⁾에 달하는 정부부처가 참여한 “인공지능(AI) 국가전략”을 발표하여 본격적인 글로벌 AI 경쟁에 참여하게 된 것은 매우 고무적이라고 할 수 있다. 우리나라의 인공지능 발전전략은 “IT 강국을 넘어 AI 강국으로”라는 비전 하에 2030년까지 디지털 경쟁력 세계 3위, 지능화 경제효과 455조원, 삶의 질 세계 10위를 달성한다는 목표를 새우고 있다. 동 발전전략은 3대 분야, 9대 전략, 100대 실행과제로 구성되어 있는데, 이를 구체적으로 살펴보면 다음 <표 6-2>와 같다.

<표 6-2> 한국의 인공지능(AI) 국가전략의 주요 내용

3대 분야	9대 전략	100대 실행과제 중 주요 내용
세계를 선도하는 인공지능 생태계 구축	인프라 확충	<ul style="list-style-type: none"> ■ 공공·민간 데이터 개방 ■ AI 혁신 클러스터 확산
	전략적 기술개발	<ul style="list-style-type: none"> ■ AI 반도체 핵심기술 개발 ■ 차세대 AI 연구 선제 투자
	과감한 규제 혁신	<ul style="list-style-type: none"> ■ 포괄적 네거티브 규제 ■ AI 시대 대비 법제정비단 발족
	스타트업 육성	<ul style="list-style-type: none"> ■ AI 올림픽 개최

35) 과학기술정보통신부, 기획재정부, 교육부, 법무부, 국방부, 행정안전부, 문화체육관광부, 농림축산식품부, 산업통상자원부, 보건복지부, 환경부, 고용노동부, 국토교통부, 해양수산부, 중소벤처기업부, 방송통신위원회, 공정거래위원회, 인사혁신처, 식품의약품안전처, 특허청

		<ul style="list-style-type: none"> ■ AI 스타트업 투자·지원
인공지능을 가장 잘 활용하는 나라	인재양성 및 국민교육	<ul style="list-style-type: none"> ■ AI 관련학과 신설 ■ AI 교원 기업 겸직 허용 ■ AI 융합전공 개설 ■ 직군별 AI 역량 함양 ■ 초중등 SW 필수교육 ■ 전 국민 AI 평생교육
	전 산업 AI 활용 전면화	<ul style="list-style-type: none"> ■ 대형 AI 융합 프로젝트
	최고의 디지털 정부	<ul style="list-style-type: none"> ■ 차세대 지능형 정부 구현 ■ AI 기반 공공서비스 혁신
사람 중심의 인공지능 구현	포용적 일자리 안전망 구축	<ul style="list-style-type: none"> ■ 국민 취업제도 ■ 사회보험 적용 확대 ■ 일자리 정보 플랫폼
	역기능 대응 및 윤리 확립	<ul style="list-style-type: none"> ■ AI기반 사이버침해 대응체계 고도화 ■ 글로벌 수준의 AI 윤리체계 정립

우리나라의 인공지능 국가전략 역시 해외 주요국의 AI 전략들에서 강조하고 있는 주요 내용들 가령, 연구개발 투자, 핵심기술 개발, 인재 양성, 전 국민 교육, 전 산업 생태계 조성, 데이터 개방, 디지털 정부, 윤리 확립 등이 포함되어 있다. 다만, 본 보고서는 AI를 둘러싼 글로벌 경쟁의 현실과 국제 협력의 중요성이라는 시각에서 AI 기술과 서비스에 관한 글로벌 표준을 선점하기 위한 국제 사회에서의 정책담론에 우리나라가 적극적으로 선도적으로 참여할 것을 제안하고자 한다.

그 이유는 첫째, 최근 전 세계적으로 화두가 되고 있는 플랫폼 경제의 맥락에서 인공지능 역시 기술과 서비스가 확산되고 이용되는 과정에서 기술 표준과 플랫폼화의 중요성이 부각될 것으로 전망된다. 우리나라의 다양한 문화 콘텐츠(음악, 게임, 영화, 방송)가 창의성과 품질의 측면에서 세계적으로 인정을 받고 있으면서도 그 성과를 산업적인 차원에서 그대로 잊지 못하는 것도 바로 글로벌 유통 플랫폼의 부재에 기인하는 바가 크다. 인공지능 역시 기술개발의 단계를 지나 대규모 유통과 소비의 단계에 들어서면 글로벌 플랫폼의 중요성이 부각될 것이며, 이는 곧 글로벌 표준을 선점하기 위한 국제사회의 경쟁에서 얼마나 우월한 위치를 차지하는가에 달려있다고 할 수 있다.

둘째, 글로벌 표준과 플랫폼의 선점이라는 이슈는 다른 한편으로 글로벌 규제와 밀접하게 연관되어 있다. 물론, 우리나라도 AI 분야에서 글로벌 규제의 주도권을 잡기 위한 의지의 일환으로 이번 국가전략에서도 글로벌 수준의 윤리체계를 정립한다는 내용을 담고 있다. 하지만, 본 보고서는 글로벌 수준의 인공지능에 관한 윤리체계가 규제체계를 확립한다는 전략으로는 부족하다는 입장이다. 일례로, 현재 국내에서 유통되고 있는 글로벌 인터넷 동영상 서비스(넷플릭스, 유튜브 등)의 확산에 따른 제도 정비를 하는 과정에서 국내법을 적용하지 못해 발생하고 있는 규제의 사각지대, 규제의 역차별, 규제의 실효성 저하는 바로 우리가 글로벌 규제담론을 이끌어가고 있지 못하기 때문이다. 따라서 인공지능 기술과 서비스의 발전을 위한 국가 전략에 글로벌 규제담론에의 적극적인 참여와 선도라는 지향점이 반드시 포함되어야 한다는 점을 강조하고 싶다.

5. 정부 부처 간 공조 시스템 및 관·산·학 협력 시스템 구축

정부부처 간 효율적이고 체계적인 공조 시스템을 더욱 활성화하고, 더 나아가 관·산·학이 각자의 역량을 최대한 투입하면서도 이를 조화하는 협력 시스템을 구축해야 한다. 4차 산업혁명 시대 방송통신 발전을 위한 핵심 키워드는 경제의 융합에 대한 효율적이고 체계적인 국가적 차원의 대응이라고 할 수 있다. 이러한 맥락에서 살펴본 주요국들의 정책 추진체계는 다양한 분야의 정부부처 간 공조 시스템과 관·산·학 협력의 중요성을 다시금 일깨워주고 있다. 분석 대상이 된 10개국 어디에도 방송통신 발전의 모든 정책과 규제를 일괄적으로 통합하여 운영하고 있는 거대한 정부 거버넌스의 사례는 일본(총무성)의 경우를 제외하면 거의 발견할 수 없었다.³⁶⁾ 현대사회의 고도화로 산업 분야가 한편으로는 더욱 세분화되면서, 다른 한편으로는 상호 연계성이 심화되는 추세를 감안할 때 정부조직

36) 가령, 싱가포르의 경우에도 정보통신 분야를 관장하는 통합부처인 정보통신부(Ministry of Communications and Information)가 존재하고, 그 산하기관으로 사이버안전청(Cyber Security Agency of Singapore), 정보미디어개발부(Infocomm Media Development Authority), 국립도서관이사회(National Library Board), 개인정보보호위원회(Personal Data Protection Commission)가 있지만, 각각 별도의 거버넌스 구조와 전략적인 목표를 가지고 운영되고 있다.

을 어떻게 효율적으로 구조화하는가 하는 제도적 방안을 모색하는 것도 중요하지만, 그보다는 연관 정부부처 간 공조 시스템을 어떻게 구축하는가 하는 과제가 더 중요하게 부각되고 있다. 본 보고서에서도 해외 주요국에서 추진 중에 있는 다양한 분야의 국가전략을 살펴보았지만, 그때마다 새로운 정부조직이나 특별 기구를 만들기보다는 특정 부처나 컨트롤 타워를 핵심 주축으로 하여 다양한 계위의 정부기관(연관 중앙 정부부처, 지역정부 등)과 산학연 기구들이 체계적으로 참여하는 시스템을 통해 협력하고 있다.

가령, 영국의 “Digital Skills Partnership” 과 “Digital Catapult” 미국의 “5G FAST Plan” 과 “Digital Promise” 는 관·산·학 협력의 대표적인 사례들이다. 영국의 “Digital Skills Partnership” 는 DCMS를 주무 추진부처로 교육부, 비즈니스에너지산업전략부, 노동연급부, 지자체 등 다양한 정부기관은 공적 지원의 주체가 되며, 개별 지역에서는 중소기업, 지역단체 등이 참여하여 실제 국민들의 디지털 역량 제고를 위한 각종 사업을 진행한다. “Digital Catapult” 는 영국이 혁신산업의 지원을 위해 특별히 설립한 “Innovate UK” 를 정점으로 다각적인 클러스터와 네트워크를 구성하여 기업, 공공기관, 교육·연구기관들이 참여하는 R&D 사업을 진행하고 있다. 한편, 미국의 “5G FAST Plan” 은 백악관의 직속기관이 과학기술정책실을 컨트롤 타워로 연방항공국, FCC, 국방부, 무선통신산업협회, 위성산업협회 등이 참여하는 범국가적 주파수 고도화 정책이며, Digital Promise는 백악관이 비영리 민관협력 단체로 출범시킨 “National Center for Research in Advanced Information and Digital Technologies” 를 추진 주체로 IT업계, 방송업계, 학계, 과학계 등 다양한 분야의 전직, 현직 전문가들로 구성되었다.

물론, 우리나라도 정부부처 간 공조 시스템과 관·산·학 협력의 사례가 없는 것이 아니며, 성공사례가 없는 것도 아니다. 또한, 해외의 사례들에서도 보듯이 국가전략 프로젝트에는 항상 정부부처가 중심이 되어 관·산·학 협력을 추진해나가고 있는 것도 우리의 상황과 크게 다르지 않다. 다만, 본 보고서는 다음 두 가지 사항을 제언하는 것으로 정부부처 간 공조 시스템과 관·산·학 협력 시스템의 중요성을 강조하고자 한다. 첫째, 특정 분야를 발전시키기 위한 국가 전략을 추진함에 있어 컨트롤 타워(주무 부처, 책임 부처)의 위상과 역할을 좀 더 강화할 필요가 있다. 둘째, 관·산·학 협력 시스템을 기획하고 운영하는 과정에서 산업계와 학계(연구계)의 자율성과 책임성을 더욱 더 높여야 한다.

참 고 문 헌

<국내 문헌>

- 김규리 (2019). 미국 인공지능 관련 최신 정책 동향. 한국정보화진흥원. 스펙셜리포트 6호, pp. 1-4.
- 김미림 (2018). 싱가포르의 성장전략 추진 현황과 시사점. 대외경제정책연구원, KIEP 기초자료 18-25.
- 법률신문 (2017년 12월 11일자), 일본 최고재판소, NHK 수신료 제도 합헌 판결. <https://m.lawtimes.co.kr/Content/Article?serial=123692>
- 소프트웨어정책연구소 (2019). 일본의 인공지능 전략 동향 : AI 전략 2019. https://spri.kr/posts/view/22689?code=industry_trend
- 손장우 (2018), 일본 정부(총무성)의 5G 확산 전략: 기업이 와이파이어처럼 쓸 수 있는 5G 자영 주파수 할당 작업 개시. <https://www.netmanias.com/ko/post/blog/14177/5g-edge-iot-mec/strategy-of-japan-government-for-5g-deployment-local-5g>
- 연합뉴스 (2018년 12월 6일자). 日 대법원, NHK 수신료 부과 합헌 판결.
- 오일석 (2019). 미국 인공지능 행정명령과 우리에게 대한 시사점. 국가안보전략연구원. 이슈브리프 통권 110호, pp. 1-6.
- 윤법진 (2016). 싱가포르 스마트시티 프로젝트 ‘스마트 네이션’ (Smart Nation), 국가 비전선포 미래형 도시국가 건설에 착수, Chindia Plus November/December, pp. 56-57.
- 이유진 (2018). 독일 공영방송의 수신료 논쟁, 마침표 찍다. 한국국제문화교류진흥원, 통신원리포트. http://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=15733&page=1&find=독일 공영방송의&search=title&search2=독일
- 이현균 (2019). 싱가포르 결제서비스에 관한 법률의 주요 내용과 시사점. 최신외국법제정보 제4호, pp. 85-92.

정보통신정책연구원 (2018a). 4차 산업혁명 시대 방송통신 분야 법제 및 발전전략에 관한 국내외 동향연구.

정보통신정책연구원 (2018b). 인터넷·모바일 기반 신유형 융합서비스 법제도 개선방안 연구.

정보통신정책연구원 (2018c). 미래지향적 방송제도 개선방안 연구.

진민정 (2018). 프랑스 정보조작대처법, 결국 통과되다. 슬로우 뉴스. 11월 21일자.
<https://slownews.kr/71699>

최지선 (2019). 프랑스판 BBC 탄생 담은 방송 개혁안 시동. 신문과 방송 587호, pp. 127-129.

한국과학기술기획평가원 (2018). 독일 하이테크전략 2025 주요내용 및 시사점. 과학기술&ICT 정책·기술 동향, 130호, pp. 1-11.

한국과학기술기획평가원 (2019). 프랑스, 가상화폐 및 ICO 규제 완화 추진. 과학기술&ICT 정책·기술 동향, 142호, pp. 30-31.

한국산업기술진흥원 (2016). 독일 디지털전략 2025 주요내용. 산업기술정책브리프, 6호.

한국정보화진흥원 (2019a). 디지털 트랜스포메이션 성공전략. 주요국 국가정책 분석을 중심으로. IT & Future Strategy 제5호.

한국정보화진흥원 (2019b). 싱가포르, 가짜 뉴스 방지법 제정. 지능정보사회 해외법제동향 no.3.

한국정보화진흥원 (2019c). Data Rich 국가에서 AI 혁신 국가로: AI 산업혁신 현장을 가다. NIA Special Report 2019-9.

한국정보화진흥원 (2018). 일본 IT 신전략 세계 최첨단 디지털 국가 창조 선언·국민 데이터 활용 추진 기본계획(안), NIA Special Report 2018-13.

한국정보화진흥원 (2016). 싱가포르의 4차 산업혁명 대응과 전략. NIA Special Report 2016-7.

한국인터넷진흥원 (2011). 美 백악관, 디지털 교육기술 혁신을 위한 민관협력단계 Digital Promise결성. 주간인터넷동향 10월 2주.

KOTRA (2019). 인공지능 산업 거점으로 각광받고 있는 캐나다 시장.
<https://news.kotra.or.kr/user/globalBbs/kotranews/782/globalBbsDataView.do?setIdx=243&dataIdx=174162>

<해외 문헌>

AgiD (2018). AI at the Service of Citizens. <https://ia.italia.it/assets/librobianco.pdf>

AgiD (2019). Piano Triennale ICT 2019-2021 Italia (Three-Year Plan for ICT).
<https://docs.italia.it/media/pdf/pianotriennale-ict-doc-en/stabile/pianotriennale-ict-doc-en.pdf>

ARCEP (2019). Le rapport d'activité (édition 2019). le 9 juillet 2019.
<https://www.arcep.fr/larcep/les-rapports-publics-dactivite-de-larcep.html>

ACMA (2019). Corporate Plan 2019-20.

Avia, L.(2018). Rapport sur la proposition de loi, après engagement de la procédure accélérée, de Mme Laetitia Avia et plusieurs de ses collègues visant à lutter contre la haine sur internet.
<http://www.assemblee-nationale.fr/15/pdf/rapports/r2062.pdf>

Bachrach, P. (1967). The theory of democratic elitism: A critique. Boston: Little, Brown and Company.

Bundesnetzagentur 홈페이지.
https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Sachgebiete/Telekommunikation/Unternehmen_Institutionen/Markregulierung/massstaebe_methoden/ftth_fttb_Ausbau/ftth_fttb_Ausbau-node.html

BMWi 홈페이지. <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/digitalisierung.html>
<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/digitalisierung.html>

CIFAR 홈페이지, <https://www.cifar.ca/ai/pan-canadian-artificial-intelligence-strategy>

CRTC (2017). CRTC 3 Year-Plan.

CRTC (2018). News Release. New approaches are needed to maximize opportunities of the digital era, says CRTC. 5월 31일.
<https://www.canada.ca/en/radio-television-telecommunications/news/2018/05/new-approaches-are-needed-to-maximize-opportunities-of-the-digital-era-says-crtc.html>

CSA (2019). Refonder la regulation audiovisuelle : les 20 propositions du CSA.

DCA (2019). 2019-20 Corporate Plan.

DCA 홈페이지.
<https://www.communications.gov.au/who-we-are/department/client-service-charter>

DCMS (2019b). Online Harms White Paper.

DCMS (2019b). Annual Report and Accounts for the year ended 31 March 2019.

DCMS. UK Digital Strategy 2017 홈페이지. <https://www.gov.uk/government/publications/uk-digital-strategy/uk-digital-strategy>

die Medienanstalten 홈페이지.

die Medienanstalten (2019년 5월 7일). Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung zum Netzwerkdurchsetzungsgesetz im Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz des Deutschen Bundestages. <https://www.die-medienanstalten.de/service/pressemitteilungen/meldung/news/der-algorithmusbasierten-medienzukunft-mit-moderner-regulierung-begegnen/>

<https://www.die-medienanstalten.de/themen/zulassung/>

Digital Skills Partnership 홈페이지. <https://www.gov.uk/guidance/digital-skills-partnership>.

Fachkräfteportal (2019년 1월 4일). Transparenz schaffen und Vielfalt stärken – Themen der Medienanstalten für 2019. <https://www.jugendhilfeportal.de/fokus/digitalisierung-und-medien/artikel/transparenz-schaffen-und-vielfalt-staerken-themen-der-medienanstalten-fuer-2019/>

FCC (2018a). Strategic Plan 2018-2022.

FCC (2018b). The FCC’s 5G FAST Plan. <https://docs.fcc.gov/public/attachments/DOC-354326A1.pdf>

FCC Initiatives 홈페이지. <https://www.fcc.gov/about-fcc/fcc-initiatives>

Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (2016). Digital Strategy 2025.

FTC (2019). Disclosures 101 for Social Media Influences.

Futureoflife Institute. 홈페이지. AI Policy-Canada. <https://futureoflife.org/ai-policy-canada/>

HM Government (2017). Industrial Strategy: Artificial Intelligence Sector Deal.

House of Commons, Canada (2019). Taking Action to End Online Hate.

Innovation Canada 홈페이지. <https://www.ic.gc.ca/eic/site/080.nsf/eng/home>

ISED (2019). Canada’s Digital Charter: Trust in a Digital World

IST (2018). Australia’s Tech Future: Delivering a Strong, Safe and Inclusive Digital Economy.

Le Monde (2019. 3. 29). Gérald Darmanin propose la suppression de la redevance

audiovisuelle. https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/03/29/gerald-darmanin-propose-la-suppression-de-la-redevance-audiovisuelle_5442951_3234.html

MA HSH 홈페이지. MA HSH-Gutachten “Transparenz bei Medienintermediären“.

<https://www.ma-hsh.de/infotehek/publikationen/ma-hsh-gutachten-transparenz-bei-medienintermediaren-zusammenfassung.html>

MAS 홈페이지. <https://www.mas.gov.sg/news/media-releases/2018/new-regulatory-framework-to-enhance-payment-services-in-singapore>.

MIC (2019). Our Digital Singapore. Media Factsheet.

MIC (2018). Information and Communications in Japan: White Paper 2018.

Minister of Industry (2014). Digital Canada 150.

Ministère de la Culture (2019. 9. 13). Les objectifs du projet de loi sur l’ audiovisuel. <https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Les-objectifs-du-projet-de-loi-sur-l-audiovisuel>

Obar, J. (2010). Democracy or Technology? An Analysis of Public and Expert Participation in FCC Policymaking. A Dissertation in Mass Communications Submitted to Pennsylvania State University.

OFCOM (2019). Ofcom’s Annual Plan: Our Programme of Work for 2019/20.

OFCOM 홈페이지. A new future for public service broadcasting. <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/features-and-news/new-future-for-public-service-broadcasting>

Simon, J. P. (2017. 8. 2). Le retard numérique de l’ Italie est-il réel? La Revue des médias. <https://larevuedesmedias.ina.fr/e-retard-numerique-de-litalie-est-il-reel>

SLUDGEFEED (2018년 5월 16일자). French Economic Minister Calls for France to Lead Blockchain and Cryptocurrency Innovation. <https://sludgefeed.com/bruno-le-maire-wants-france-to-lead-blockchain-innovation/>

Smart Nation Singapore. Strategic National Projects. <https://www.smartnation.sg/what-is-smart-nation/initiatives/Strategic-National-Projects>

Spiegel (2019). Amazon darf “Pastewka“-Folge nicht mehr zeigen. 1월 21일자.

<https://www.spiegel.de/kultur/tv/pastewka-amazon-darf-folge-das-lied-von-hals-und-nase-nicht-mehr-zeigen-a-1249186.html>

The Federal Government (2018a). Research and innovation that benefit the people: The High-Tech 2025;

The Federal Government (2018b). Artificial Intelligence Strategy.

The White House (2011). Fact Sheet: Digital Promise Initiative.

<https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2011/09/15/fact-sheet-digital-promise-initiative>

The White House (2019). Executive Order on Maintaining American Leadership in Artificial Intelligence. February 11.

The Globe and Mail (2020). CRTC chair says it's inevitable streaming companies like Netflix will have to fund Canadian content.

<https://www.theglobeandmail.com/canada/article-crtc-chair-says-its-inevitable-streaming-companies-like-netflix-will/>

Thieulin, B. & Bonnet, Y. (2017). Ambition numérique : pour une politique française et européenne de la transition numérique. Paris : La Documentation française.

<https://cnnumerique.fr/files/2017-10/CNNum-rapport-ambition-numerique.pdf>

Tracfin (2011). Rapport d'activité 2011.

Villani, C. (2019). Donner un sens à l'intelligence artificielle: Pour une stratégie nationale et européenne. Paris : La Documentation française.

Zeit Online (2018년 3월 4일자). Große Mehrheit gegen Abschaffung der Rundfunkgebühren.

<https://www.zeit.de/kultur/2018-03/schweizer-laut-trendrechnung-gegen-abschaffung-der-rundfunkgebuehren>

저 자 소 개

황 준 호

- 서울대 언론정보학과 학사/석사
- 미국 펜실베이니아주립대 언론학 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

노 은 정

- 학과 졸업
- 학 석사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

방통융합정책연구 KCC-2019-01
4차 산업혁명 시대 해외 주요국 방송통신 핵심
정책의제 및 정책 추진체계 분석을 통한
정부혁신 방안 연구

2019년 12월 일 인쇄

2019년 12월 일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장

발행처 방송통신위원회

경기도 과천시 관문로 47

Homepage: www.kcc.go.kr

인쇄 인성문화