

방통융합정책연구 KCC-2019-20

# 방송콘텐츠 글로벌 워킹그룹 구성 · 운영 방안 연구

A study on planning for the international working group  
on broadcast content

김유석/권오상/천혜선/김용희/전주혜/이순환/신혜인

2019. 12

연구기관 : (사)미디어미래연구소



방송통신위원회  
Korea Communications Commission

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

## 제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『방송콘텐츠 글로벌 워킹그룹 구성·운영 방안 연구』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2019년 12월

연구기관: (사)미디어미래연구소

총괄책임자: 김유석 실장

참여연구원: 권오상 연구위원

천혜선 연구위원

김용희 숭실대 조교수

전주혜 책임연구원

이순환 선임연구원

신혜인 연구원

# 목 차

## 요약문

제1장 서 론	1
제1절 연구배경 및 필요성	1
제2절 연구목적 및 범위	3
제2장 글로벌 방송콘텐츠 교류협력 현황	5
제1절 국제 방송 공동제작협정 및 지원정책	5
1. 국제 방송 공동제작 협정 추진	5
2. 국제 방송 공동제작 지원	7
제2절 국제콘텐츠마켓 및 국제기구 참가	9
1. 방송콘텐츠 국제콘텐츠마켓 개최 및 참가 지원	9
2. 국제기구 및 단체 활동	10
제3장 방송·ICT 분야 글로벌 교류협의회 사례분석	13
제1절 방송·ICT 분야 글로벌 교류협의회 현황	13
1. 아시아·태평양방송개발기구(AIBD)	13
2. 아시아·태평양 방송연합(ABU)	17
3. 인터넷 거버넌스 포럼(IGF)	21
4. 사이버스페이스총회(GCCS)	24
5. APEC 정보통신실무그룹(APEC TELWG)	26
6. 국제방송통신기구(IIC)	28
제2절 한국이 주도한 글로벌 교류협의회 현황	35
1. 아시아산림협력기구(AFoCO)	35

2. 글로벌녹색성장기구(GGGI) .....	40
제3절 글로벌 교류협약체 설립방식 및 요건 .....	44
1. 국제기구의 정의 .....	44
2. 국제기구 설립 방식에 따른 유형 .....	45
3. 국제기구 설립 요건 .....	49
제4장 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 추진방안 .....	52
제1절 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 구성·운영안 .....	52
1. 성격 및 명칭 .....	52
2. 목표 및 사명 .....	52
3. 회원의 자격, 역할 및 특전 .....	53
4. 조직구성 및 운영방안 .....	55
5. 사업의 종류 및 활동 .....	56
6. 분과 구성 .....	57
제2절 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 추진경과 .....	59
1. 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 설립 준비 및 제안 .....	59
2. 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 창립회원 모집 .....	60
3. 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 창립기념식 개최 .....	61
제3절 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 발전을 위한 제언 .....	67
1. 조직 구성 및 운영 체계화 .....	67
2. 국제적 위상 강화를 위한 아젠다 세팅 .....	68
참고문헌 .....	70
붙임1. BCBB 설립 제안(IBC 발표자료) .....	72
붙임2. BCBB 창립기념식 자료집 .....	80

## 표 목차

<표 3-1> AIBD 2012-2016(IDEA) .....	13
<표 3-2> 역대 사이버스페이스총회 개최현황 .....	26
<표 3-3> IIC 정부회원 등급별 혜택 .....	30
<표 3-4> IIC 기업회원 등급별 혜택 .....	31
<표 3-5> IIC 전문가회원 등급별 혜택 .....	32
<표 3-6> IIC의 논의주제 .....	33
<표 3-7> AFoCO 설립 연혁 .....	35
<표 3-8> AFoCO 설립협정 주요내용 .....	36
<표 3-9> ‘전략적 우선순위 분야(2019-2023)’ 내용 .....	39
<표 3-10> GGGI 설립 연혁 .....	41
<표 3-11> 국제기구/협의체 비교 .....	43
<표 3-12> 국제기구연맹(UIA)의 국제기구 요건 .....	44
<표 3-13> 정부간 기구의 장단점 .....	45
<표 3-14> 사무국 형태의 장단점 .....	46
<표 3-15> UN전문기구 방식의 장단점 .....	46
<표 3-16> UN보조기구 형태의 장단점 .....	47
<표 3-17> 유엔 당사국 총회의 결의에 따라 설립된 국제기구의 장단점 .....	47
<표 3-18> 글로벌 민관 파트너십 형태의 장단점 .....	48
<표 3-19> 기존 국제기구와 파트너십 관계에 있는 기구 .....	48
<표 3-20> 국회에서 “중요한 국제조직”임을 근거로 동의한 조약 .....	50
<표 4-1> BCBB 설립추진 연혁 .....	59
<표 4-2> ‘2019 방송 공동제작 국제 컨퍼런스’ 참석자들의 발언 .....	60
<표 4-3> BCBB 회원의 다짐(BCBB members’ pledge) 내용 및 서명식 .....	63

<표 4-4> BCBB 참석자 대표 인사(BCBB에 대한 기대) .....	64
<표 4-5> BCBB 회원들의 축하메시지(BCBB에 대한 기대) .....	65
<표 4-6> BCBB 창립선언(방송통신위원회 표철수 상임위원) .....	66

## 그림 목차

[그림 2-1] MIPTV 한국관 .....	10
[그림 2-2] 방통위 해외 미디어 교육 협력체계 모델 .....	11
[그림 3-3] AFoCO 조직도 .....	37
[그림 4-1] BCBB 조직도(안) .....	56
[그림 4-2] BCBB 홈페이지 .....	61
[그림 4-3] BCBB 창립기념식 프로그램 .....	62

# 요 약 문

## 1. 제 목

방송콘텐츠 글로벌 워킹그룹 구성·운영 방안 연구

## 2. 연구 목적 및 필요성

글로벌 방송콘텐츠 유통 확대 및 국경을 초월하는 다양한 정책적 이슈에 대응하기 위해 다자간 협력이 요구됨에 따라 각국 정부관계자, 기업, 학계 전문가 등이 참여하는 국제적 논의기구의 필요성이 증대되고 있다. 또한, 다양한 플랫폼 경쟁 속에 방송콘텐츠가 매우 중요해지고 있지만, 방송콘텐츠만을 전문적으로 논의하는 국제적 논의기구가 없다. 이에 따라 이 연구에서는 한국이 방송콘텐츠 미래비전 및 의제 설정을 주도하는 글로벌 워킹그룹 추진방안을 제안하고자 한다.

## 3. 연구의 구성 및 범위

상기 연구목적에 따라 국제 방송 공동제작협정 체결 및 지원, 국제콘텐츠마켓 및 국제기구 참여 등 기존 글로벌 방송콘텐츠 교류 현황을 살펴본다. 제3장에서는 방송·ICT 분야 글로벌 협의체 현황을 분석한다. 제4장에서는 ‘(가칭)글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹’ 추진방안과 향후 발전을 위한 제언을 제시한다.

## 4. 연구 내용 및 결과

가. 글로벌 방송콘텐츠 교류협력 현황

### 1) 국제 방송 공동제작

방송통신위원회는 다양한 국가 또는 지역공동체와 방송·시청각 분야의 공동제작



협정을 체결했으며, 협정 체결국가를 확대하기 위해 계속 노력하고 있다. 방통위가 기존에 체결한 공동제작협정은 양자 혹은 다자간 경제협력 협정을 근거로 추진하여 부속서 등의 형태로 그 일부를 구성하고 있다. 대체로 국내제작물 인정, 일정 수준 이상 재정적 기여도 등을 명시하여 당사국의 방송콘텐츠 제작부문에서 협력을 보호하는 내용이 포함되어 있다.

정부의 방송 공동제작협정이 체결되기 전에도 이미 국내 방송사, 제작사들은 해외 각국과 다양한 형태의 공동제작을 진행해왔다. 그러나 중소기업자들은 협력하고자 하는 국가의 정책과 규제 동향을 조사하고 대응하기 어려운 경우가 많다. 따라서 방통위가 방송 공동제작협정 체결에서 지원정책까지 총괄할 수 있는 주무부처로서의 역할을 확대하는 것이 바람직하다.

## 2) 국제콘텐츠마켓 및 국제기구 참여

민간부문에서 가장 활발한 교류가 이뤄지는 곳은 국제콘텐츠마켓이라고 할 수 있다. 다양한 분야 전문가들의 발표를 통한 트렌드 및 노하우 공유는 물론, 바이어/비즈니스 미팅을 통해 수출입 계약을 체결하거나 공동제작 등 협력 파트너를 찾을 수 있기 때문이다. 실제로 많은 사업자들이 수·출입 또는 협력 파트너를 발굴하기 위해 국제콘텐츠마켓에 적극적으로 참가한다. 정부도 BCWW, BCM 등 국제콘텐츠마켓을 개최하거나 국제콘텐츠마켓 참가 지원, 대표단 파견, 공동관 설치 등을 통해 방송콘텐츠 교류를 지원하고 있다.

또한, 정부는 방송 관련 국제적 이슈에 대응하고 교류를 활성화하기 위해 아시아·태평양방송개발기구(AIBD) 등 정부간 국제기구에 다양한 형태로 참여하고 있다. 한국은 2009년부터 AIBD 집행이사국으로 활동하고 있다. 국내 방송사업자들도 아시아·태평양방송연합(ABU) 등 민간 국제기구에 참여하여 공동의 목소리를 내거나 자국 방송업계의 이익을 대변하고 있다. 다만, 정부간 또는 사업자간 네트워크에 집중하고 있어, 정부-기업-학계 전문가 등이 모두 참여하는 입체적인 네트워크에는 한계가 있다.

## 나. 방송·ICT 분야 글로벌 협의체 사례분석

### 1) 방송·ICT 분야 글로벌 협의체

아시아·태평양방송개발기구(AIBD)는 아시아·태평양 지역 국가들에 대한 방송미디어·전기통신 개발 분야 지원 등을 위한 비영리 정부 간 조직이지만, 정부뿐만 아니라 방송사도 정회원으로 참여하고 있다. AIBD가 운영하는 국제회의 아시아미디어서밋(AMS)에는 유럽, 중동, 아프리카 등 전 세계 방송 관계자들도 참여하는 등 지역적 범위도 확대되고 있다.

아시아·태평양방송연합(ABU)은 아시아 및 태평양 지역 내 방송국들이 방송콘텐츠와 기술 교류를 목적으로 설립한 국제 비영리조직이다. 역내 지상파방송 회원사의 방송서비스 역량 증진을 목적으로 하는 조직으로서, 학계와 정부기관 등 다양한 분야의 전문가 참여는 제한적이라는 한계가 있다.

인터넷거버넌스포럼(IGF)은 인터넷 거버넌스 이슈에 대한 정부, 기업, 시민사회, 학계, 기술 커뮤니티, 이용자 등 다자간 정책적 논의를 위해 설립된 UN 산하 국제포럼이다. 열린 포럼의 특성상 합의나 조율을 이루지 못하고 각자의 입장표명과 확인 등 상징적 행위에 그치는 한계가 있지만, 단순히 정책토론을 넘어 주요 인터넷 관련 정책 이슈에 대해 ‘권고’ 등 구체적인 결과물을 생산하는 방향으로 변화하고 있다.

사이버스페이스총회(GCCS)는 사이버공간에 관한 국제 현안들에 대한 인식을 제고하고 협력을 강화하기 위해 출범했다. 장관급 국제포럼이지만 민간 참여도 개방되어 있다. 그러나 총괄 운영주체가 명확하지 않아 책임성과 정당성에 한계가 있다.

APEC 정보통신실무그룹(TELWG)은 APEC 경제·기술협력운영위원회 산하 11개 실무그룹 중 하나로, 아시아·태평양 지역의 전기통신 및 정보인프라 개선을 위해 설립되었다. TELWG는 역내 ICT 인프라 및 서비스 발전을 촉진하고, 효과적인 ICT 정책/규제를 개발하기 위해 정보공유 등 협력을 증진해왔다. 또한, 정보통신장관회의(TELMIN)는 한국 정상의 제안으로 창설되어 서울에서 제1차 회의를 개최하는 등 한국 정부가 주도적인 역할을 해왔다.

국제방송통신기구(IIC)는 방송 분야의 국제교류 및 협력 증진을 위한 비영리 국제기구로서 1969년 설립되었다. 정부, 기업, 전문가 회원으로 IIC의 규제기관포럼(IRF), 지역규제기관포럼(RRF) 등에 참여할 수 있다.

## 2) 한국 주도 글로벌 교류협의체

아시아산림협력기구(AFoCO)는 기후변화의 영향에 대응하기 위한 지속가능한 산림경영의 검증된 기술 및 정책을 구체적인 행동으로 변환시킴으로써 아시아 지역 내 산림협력을 강화하기 위해 한국 정부의 주도로 설립된 국제기구이다. 설립 과정에서 최초 제안과 재확인 등을 통해 설립 필요성을 국제사회에 환기시키고, 여러 차례의 준비회의를 통해 설립을 진행했다는 점에 주목할 필요가 있다.

글로벌녹색성장기구(GGGI)는 개발도상국의 녹색성장을 위해 한국이 주도한 정부간 국제기구로서, 한국이 의제를 주창하고 국제사회의 지지와 지원을 이끌어낸 국제기구라는 의미가 있다. 국제사회에 설립 필요성을 제안하고 비영리재단으로 설립한 후, 각국의 설립 협정을 체결함으로써 국제기구가 되었다.

## 3) 국제기구 설립방식 및 요건

국제기구란 국제조약에 입각하여 복수의 주권국가로 구성되어, 일정한 목적 하에 국제법상 독자적으로 존재하는 동시에 자체기관에 의하여 독자적인 행동을 하는 조직이다. 즉, 국제기구로 인정받기 위해서는 ①국제조약, ②복수의 주권국가, ③일정한 목적, ④독자적인 조직이 필요하다. 국제기구의 유형은 설립 방식에 따라 정부간기구, 사무국, UN전문기구, UN보조기구, UN 체제 내 당사국 총회의 결의에 따라 설립된 국제기구, 글로벌 민관 파트너십, 기존 국제기구와 파트너십 관계에 있는 기구 등 다양하다. 국제기구가 되기 위한 정형화된 절차는 존재하지 않지만, 국제법이나 국내법상 국제기구로 인정받을 수 있는 요건을 갖추는 것은 중요하다. 국제법상 국제기구 설립을 위해서는 ‘국제법인격’을 갖추어야 하며, 이는 국제법상 합의 문서를 통해 부여될 수 있다.

#### 다. 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 추진방안

##### 1) 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 구성·운영안

워킹그룹의 명칭은 “국경 없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹”으로, 영문 명칭은 “BCBB(Expert Working Group on the Broadcasting Content Beyond Borders)”로 한다.

BCBB의 목표는 방송콘텐츠의 다양성 증진 및 격차 해소를 위해 국경을 초월한 제작, 유통, 거래, 이용 환경을 조성하는 것이다. 방송콘텐츠의 미래 비전과 상생협력의 정책방향을 모색하기 위하여 창설되는 민·관·학·연 글로벌 논의기구로서 방송콘텐츠의 다양성 증진 및 포용적인 발전을 위해 ①누구도 방송콘텐츠에서 소외되지 않고 쉽게 접근할 수 있도록 기반을 조성하고, 방송의 사회적 기여를 제고하기 위해 노력하고, ②방송콘텐츠를 통해 각국의 지역적 문화와 가치를 보호하고 공유하며, ③국경 간 장벽을 최소화하여 방송콘텐츠 공동제작과 유통 활성화를 지향한다.

BCBB는 모든 국가의 방송콘텐츠 관련 정부 및 민간 전문가들이 회원으로 참여할 수 있도록 개방된다. 다만, 향후 총회에서 정하는 바에 따라 정회원, 준회원 등 구분하여 회비 납부 등의 의무와 권리에 차등을 둘 수 있다.

회원에게는 정기총회 및 BCBB 주최 국제행사 참석, BCBB 공동관 참여, 네트워크 및 파트너 탐색 기회, 각국 시장 및 정책/규제 정보 공유, 회원국 정부 지원제도 특전 추진 등 기회와 혜택(opportunities & benefits)을 부여할 수 있다.

회원의 역할(roles & responsibilities)은 공동 정책제안 및 이슈 발굴, 규제동향 공유, 제작환경 특수성에 대한 이해 증진, 공동제작 활성화, 분과별 보고서 및 워크숍 참가 등 활동에 적극적으로 참여하는 것이다.

조직구성 및 운영과 관련하여 의장, 이사회 및 사무국 산하에 분과(sub-groups)를 둔다. 총회는 회원 전원이 참여하는 최고의결기구로서 연 1회 개최를 원칙으로 한다. 이사회는 총회를 대신하여 업무를 원활히 수행하기 위한 운영기구로서, 이사 정원은 7-8인으로 하고 감사 1인을 선임한다. 한국에 사무국을 두고, BCBB 준비위원회 중에서 사무국장을 선임하여 이사회 간사 역할을 수행한다.

BCBB가 추진 가능한 사업은 ‘(가칭)국경 없는 방송콘텐츠 시장/정책보고서’ 발간, 총회 개최, 방송공동제작 국제컨퍼런스 공동개최, BCBB 공동관 설치, 국제학회/단체 등 공동사업 추진 등이 있다.

또한, 논의를 효율적이고 구체적으로 진행하기 위해 방송의 사회적 기여 분과, 지역친화 방송콘텐츠 분과, 공동제작 및 유통 분과 등 3개의 분과를 구성한다.

## 2) 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 추진경과

방송통신위원회와 미디어미래연구소는 2019년 5월부터 준비회의를 통해 BCBB 설립안을 마련하고, 2019년 6월, ‘방송 공동제작 국제 컨퍼런스(IBC)’에서 설립을 제안하고 참석자들의 지지를 받았다. 이후 홈페이지 개설, 창립회원 모집 등 본격적인 BCBB 설립과정을 진행하여 2019년 11월말 기준, 25개국에서 100명 이상의 전문가들이 BCBB 창립회원으로 참여했다.

BCBB 창립기념식은 2019년 11월, 부산시청자미디어센터 공개홀에서 개최했으며, 베트남, 태국, 캄보디아 등에서 방한한 BCBB 회원 등 국내외 방송 관련 정부기관, 공공기관, 사업자, 연구기관, 학계 전문가들이 참석했다. 창립기념식 참석자들은 회원을 대표하여 협력을 약속하는 “BCBB 회원의 다짐”에 서명했다. 기념식에 참석하지 못한 회원들은 축하영상(중국, 영국) 및 축전(영국, 터키, 이탈리아, 베트남, 말레이시아, ABU 등)을 통해 BCBB 창립을 축하했다.

## 3) 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 발전을 위한 제언

BCBB가 중장기적으로 방송콘텐츠 분야를 대표하는 국제기구로 발전하기 위해서는 조직과 체계를 명확히 하는 것이 중요하다. 이를 위해 총회를 개최하여 초대회장 등 이사회를 구성하고, 체계적 운영을 위해 사무국 개설 및 법인화 등 향후 법적 행위를 할 수 있는 근거를 마련할 필요가 있다.

조직 운영 측면 외에도 BCBB의 논의결과를 선언문이나 보고서 등의 형태로 정리하여 다른 국제기구 등에 전달함으로써, 국제사회의 방송콘텐츠 분야 아젠다로 채택할 수 있도록 추진하여 위상을 강화할 필요가 있다.

## 5. 정책적 활용 내용

이 연구에서 도출된 글로벌 협의체 사례분석 등 연구결과를 기초로 글로벌 방송 콘텐츠 워킹그룹 설립 및 발전방안을 수립하는데 활용할 수 있다. 또한, 향후 해외 방송시장 진출 및 교류협력 활성화, 방송콘텐츠의 글로벌 제작, 유통 관련 이슈에 대비한 정책적 대응방안 마련에 활용할 수 있다.

## 6. 기대효과

이 연구 결과를 바탕으로 전 세계의 산·학·연 및 정부기관 등이 참여하는 협력기구로 발전할 수 있는 (가칭)글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 구성·운영방안 수립에 활용할 수 있다. 한국이 글로벌 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹(가칭)을 제안하고 추진함으로써, 방송콘텐츠 관련 주요 글로벌 이슈와 규범에 관한 주도권을 선점할 수 있을 것으로 기대된다. 또한, 향후 한국이 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 의장국으로서 전 세계의 방송콘텐츠 정책에 관한 미래비전 및 의제설정에도 중요한 영향력을 갖게 될 것이다.

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구배경 및 필요성

### 1. 글로벌 방송콘텐츠 유통 환경변화에 대응

글로벌 방송콘텐츠 유통이 확대되고 국경을 초월하는 다양한 정책적 이슈가 발생함에 따라, 이에 대응하기 위한 국가별/권역별 다자간 협력 필요성이 증대되고 있다. 방송프로그램 수·출입, OTT 등 온라인 방송콘텐츠 유통 증가는 문화적 교류와 시장을 확대하는 기회인 동시에 문화정체성, 국가간 정보격차, 분쟁 등 공동으로 해결할 과제를 남겼다. 특히, 국가간 방송콘텐츠 생산, 이용 측면의 격차 해소를 위해서는 국제적 차원에서의 노력이 필요하다.

예전에는 ‘방송’이 한 사회의 문화와 가치관·정체성을 담고 있다는 점에서 보호와 규제 위주의 정책이 주를 이루었다. 그러나 IT 기술의 진보와 다양한 서비스 발전으로 인해 방송콘텐츠는 국경을 초월하여 인류 공통의 보편적 정서와 공감대가 형성돼 가고 있고, 다양하고 새로운 문화를 접하는 기회가 많아지고 있다. 국경을 초월하여 발생하는 방송콘텐츠 유통으로 인해 한 나라의 노력만으로는 대응할 수 없는 여러 가지 이슈들을 야기하고 있다. 정보통신의 발달은 방송콘텐츠와 관련된 다양한 분야의 국제협력 활동을 요구하고 있다.

이제는 방송콘텐츠 분야에서 각국의 전문가들이 ‘국가’라는 틀에 구애받지 않고, 방송 환경의 변화에 따라 방송 콘텐츠 제작·유통 등에 대해 미래지향적으로 논의할 수 있는 협의체가 필요한 시점이다. 이에 따라 방송 분야에서도 이미 국가 간 협력이 진행되고 있으며, 양자 간 협력 이외에 다자간 협력의 무대로서 국제기구들 및 단체들이 활동하고 있다. 이는 전 세계적으로 방송콘텐츠 관련 기술 발전과 교류 확대에 따라 경제적·사회적 혜택뿐만 아니라 여러 가지 도전과 위협에 직면한 상황에서 방송콘텐츠를 향유할 수 있는 기회를 보장·확대하고 각종 폐해를 최소화할 수 있

는 글로벌 미래 규범 및 원칙을 확립하기 위한 것이다. 이해관계가 상충하는 주요 의제와 관련된 각국 입장을 조율하고 공감대를 형성하기 위해 산업계, 학계/연구계 전문가 등이 참여하는 논의기구 및 협의체 도입 추진방안을 검토할 필요가 있다. 이처럼 방송콘텐츠의 국경을 초월하는 유통 확대 등 시장환경 변화에 따라 공동으로 추구해야 할 글로벌 핵심 가치, 정책적 수단 등을 논의하는 대화의 장을 마련하는 등 더 높은 수준의 국제협력이 요구되는 상황이다.

## 2. 글로벌 방송콘텐츠 정책 주도

다양한 플랫폼 경쟁 속에 방송콘텐츠가 매우 중요해지고 있지만, 방송콘텐츠만을 전문적으로 논의하는 국제적 논의기구가 없다. 이에 따라 한국이 글로벌 방송콘텐츠 시장에서 거둔 성과와 위상에 부합하는 글로벌 방송콘텐츠 정책 분야 주도적 역할을 담당하기 위해 미래비전과 추진과제를 제시할 필요가 있다.

경제협력개발기구(Organization for Economic Cooperation and Development; OECD), 국제전기통신연합(International Telecommunication Union; ITU), 유네스코(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; UNESCO) 등 국제기구들도 주요 선진국이 주도하는 미디어 분야 개발원조와 협력을 활발하게 진행하고 있다. 미디어 분야 협력사업은 ①미디어 개발(media development), ②개발을 위한 커뮤니케이션(communication for development), ③공공외교(public diplomacy), ④미디어 인프라(media infrastructure) 구축 등 다양한 형태로 이뤄지고 있다. 국제사회는 정보사회세계정상회의(World Summit on the Information Society; WSIS)를 통해 매년 ‘세계정보화사회의 날’ 회의를 통해 정보 부국과 정보 빈국간 정보격차를 해소하기 위한 논의를 지속하고 있다.

한편, UN은 2015년 9월 “한 사람도 소외되지 않도록 한다(Leave No one Behind)”는 슬로건 하에 ‘지속가능개발목표(Sustainable Development Goals; SDGs)’라는 국제개발협력 아젠다를 제시했다(UN, 2015).<sup>1)</sup> 구체적으로 사회발전, 경제개발, 환경보



호, 평화, 협력 등 5개 분야 17개 목표를 2030년까지 달성한다는 계획을 발표했다. 특히, 17개 목표 중 10번째 목표는 국가 내, 국가 간 모든 불평등을 감소 및 국제사회에서 개발도상국의 영향력 확대를 위해 배려하도록 하고 있다. 이 같은 국제협력 환경에서 모든 국가의 시청자들이 방송콘텐츠 접근권 등에서 소외되지 않도록, 국가별/권역별 방송통신 인프라 차이 등으로 인한 방송콘텐츠 접근권의 불평등과 차별 해소를 위한 협력이 요구된다.

또한, 한류콘텐츠의 확산 및 스마트 미디어 등 기술의 발달과 미디어 시장의 글로벌화에 따라 정치적, 산업적 차원에서 아시아 지역 내, 또는 아시아-태평양 지역에서도 미디어 관련 국제협력 및 공적개발원조(Official Development Assistance; ODA) 필요성이 증가하고 있다. 선진국과 개발도상국 간의 정보격차의 문제, 개발도상국 내부에서의 정보격차 문제가 전 세계적인 차원에서 다 함께 풀어나가야 할 문제로 인식되고 있다. 방송·미디어 시장의 국가 간 경쟁이 개발도상국으로 확장되고 있으나, 개발도상국의 미디어 환경 기반이 취약해 미디어 산업, 콘텐츠 수출 확대에 장애가 된다는 점도 작용한 것으로 평가된다. 한국 정부도 2019년도 ODA 예산으로 약 3조2천억원을 책정하여 부처별 유·무상 원조사업을 추진하고 있다.

## 제 2 절 연구목적 및 범위

이 연구는 방송콘텐츠 미래비전 및 의제설정을 주도하는 글로벌 워킹그룹 추진방안 마련을 목적으로 한다. 이에 따라 기존 글로벌 방송콘텐츠 교류 현황을 살펴보고, 방송·ICT 분야 글로벌 협의체 현황 및 시사점을 도출한다. 이를 바탕으로 ‘(가칭)글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹’ 추진방안을 수립한다.

- 
- 1) SDGs는 UN시스템작업반, 지속가능발전목표 공개작업반 등 워킹그룹의 논의를 거쳐 수립되었다. 새천년개발계획(Millennium Development Goals, MDGs)을 토대로 제정되었다. UN 내부의 소수 인원만 참여한 기존 MDGs와 달리 개별 국가들의 시민사회, 기업, 연구소 등 다양한 집단의 사람들이 참여하고 있다.

제2장에서는 국제 방송 공동제작협정 체결 및 지원, 국제콘텐츠마켓 및 국제기구 참여 등 기존 글로벌 방송콘텐츠 교류 현황을 살펴본다. 제3장에서는 방송·ICT 분야 글로벌 협의체 현황 및 시사점을 분석한다. 방송·ICT 분야 국제기구의 조직 구성 및 운영방식은 물론, 한국 주도로 설립된 국제기구의 설립과정에 대해 분석한다. 이와 함께 국제기구 설립방식에 따른 유형 및 설립요건을 살펴본다. 제4장에서는 ‘(가칭)글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹’ 추진방안과 향후 발전을 위한 제언을 제시한다. 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 구성·운영안에는 성격과 명칭, 목표와 사명, 회원의 자격, 역할 및 특전, 조직구성 및 운영방안, 사업의 종류 및 활동, 분과구성 방안 등이 포함된다. 또한, 설립 준비 및 제안, 창립회원 모집에서 창립기념식에 이르기까지 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 추진경과를 정리한다. 마지막으로 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 발전을 위한 제언을 통해 향후 방송콘텐츠 분야를 대표하는 국제기구로 발전하기 위해 필요한 사항들을 제시한다.

이 연구 결과를 바탕으로 전 세계의 산·학·연 및 정부기관 등이 참여하는 협력기구로 발전할 수 있는 ‘(가칭)글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 구성·운영방안’ 수립에 활용할 수 있다. 한국이 방송콘텐츠 분야 글로벌 협의체를 제안하고 추진함으로써 국제사회의 방송콘텐츠 아젠다를 선도하고, 방송콘텐츠 관련 주요 글로벌 이슈와 규범 등 정책결정과정에 관한 주도권을 선점할 수 있을 것으로 기대된다. 향후 한국이 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 의장국으로서 전 세계의 방송콘텐츠 정책에 관한 미래 비전 및 의제설정에도 영향력을 갖게 될 것이다. 또한, 국내 방송사 및 제작사들이 다양한 지역과 국가의 협력 파트너를 만나 제작역량과 경쟁력을 강화하고, 글로벌 시장에 보다 활발하게 진출할 수 있게 될 것으로 기대한다.

## 제 2 장 글로벌 방송콘텐츠 교류협력 현황

### 제 1 절 국제 방송 공동제작협정 및 지원정책

#### 1. 국제 방송 공동제작 협정 추진

방송통신위원회는 다양한 국가나 지역공동체와 방송 또는 시청각 분야의 공동제작협정을 체결했으며, 협정 체결국가를 확대하기 위해 계속 노력하고 있다. (구)방송위원회는 EFTA(2006년 9월), 싱가포르(2007년 7월)와 방송 프로그램 공동제작협정, 방통위는 캄보디아(2009년 10월)와 방송콘텐츠 공동제작협정, EU(2011년 7월)와 문화협력의정서(시청각), 호주(2014년 12월), 인도(2015년 5월), 뉴질랜드(2015년 12월) 등과 시청각 공동제작협정을 체결했다. 2018년에는 중국, 캐나다, 베트남, 태국 등과 공동제작협정을 추진했으며, 2019년 3월 베트남과 TV프로그램 공동제작협정을 체결했다. 또한, 2019년 6월에는 터키 라디오·TV 최고위원회(Radio and Television Supreme Council; RTUK)와 방송 공동제작협정 추진을 위한 업무협약을 체결하고 논의를 계속하고 있다.

방송 공동제작협정은 FTA를 통해 근거조항이 마련된 국가와 방송프로그램의 공동제작 활성화 및 교류 촉진을 위해 정부 간에 체결하는 협정을 의미한다. 방송 공동제작협정이 체결되면, 당사국이 투자하거나 인력이 참여한 공동제작 프로그램이 양국에서 자국 프로그램으로 인정되어 해외 방송프로그램에 적용되는 각종 규제(예: 편성 제한 규제 등)를 받지 않고 방송할 수 있게 된다.

방통위가 기존에 체결한 공동제작협정은 자유무역협정(Free Trade Agreement; FTA) 또는 포괄적 경제동반자 협정(Comprehensive Economic Partnership Agreement; CEPA) 등 양자 혹은 다자간 경제협력 협정을 근거로 추진하여 부속서 등의 형태로 그 일부를 구성하고 있다.<sup>2)</sup> 협상에 따라 국가별 협정의 세부 내용은 차이가 있지만, 대체로 국내제작물 인정, 일정 수준 이상 재정적 기여도 등을 명시하여 당사국의 방

송콘텐츠 제작부문에서 협력을 보호하는 내용이 포함되어 있다. 가장 최근에 체결된 한-베트남 공동제작협정 역시 한-ASEAN FTA(2007년 6월 발효)를 근거<sup>3)</sup>로 추진했으며, 협정에 따라 승인된 공동제작물은 자국 TV 프로그램에 부여하거나 부여할 수 있는 모든 혜택을 누릴 권리가 있음을 규정했다.

특히, 한-베트남 방송 공동제작 협정 제9조(제도적 매커니즘)<sup>4)</sup>에 따른 후속조치로 양국 정부의 고위급 담당자와 방송사 등이 참여하는 ‘공동위원회’를 구성하기로 합의했다. 이에 따라 양국 방송콘텐츠 교류에 실질적인 도움이 되는 구체적인 협력 방안을 논의할 수 있게 되었다. 이를 계기로 방통위가 2019년 서울에서 개최한 방송 공동제작 국제 컨퍼런스(International Broadcasting Co-production Conference; IBCC)에서 ‘베트남 포럼’과 ‘베트남 특별관’을 운영하여 양국 지역 방송사들이 교류하고 공동제작협정의 실질적 혜택을 창출할 수 있도록 비즈니스 네트워킹 및 계약 체결을 지원했다.

또한, 신남방, 신북방 국가들과 공동제작협정 추진 등에 관한 MOU를 체결하여 방송콘텐츠 교류협력을 공고히 하고 있다. 예를 들어, 2019년 6월 터키 RTUK와 방송 공동제작협정 추진을 위한 업무협약 체결을 계기로 국장급 협의체를 발족시키는 등 방송콘텐츠 교류 활성화를 위한 정부차원의 국제협력을 진행하고 있다.

---

2) 중국과도 한-중FTA <부속서 8-다>를 근거로 방송공동제작협정을 추진하기 위해 노력하고 있다. 해당 부속서에는 양 당사국의 텔레비전 드라마, 다큐멘터리 및 방송용 애니메이션에 대한 양 당사국 간 공동제작을 장려하고, 텔레비전 드라마와 애니메이션 공동제작 협정 관련 협상을 개시할 것을 합의한다고 명시되어 있다.

3) 한-ASEAN FTA 서비스 협정 제4장 제27조(기타 조항)

5. 아세안 회원국들은 이 협정에 따라 방송프로그램의 공동생산에 관하여 한국과 각자 양자 협정을 체결할 수 있고, 그러한 양자 협정은 협정 당사국들에게만 적용된다

4) 한-베트남 공동제작협정 제9조(제도적 매커니즘) 2. 어느 한쪽 당사국의 지정 당국은 이 협정과 관련된 모든 사안을 논의하기 위한 공동위원회의 설치를 요청할 수 있으며, 다른 쪽 당사국은 그러한 요청을 적절히 고려한다. 공동위원회가 설치될 경우, 공동위원회는 각 당사국의 관련 부처 및 기관의 적절한 고위관리로 구성된다. 공동위원회는 양 당사국이 합의한 시간과 장소에서 이 협정과 관련된 사안을 논의한다.

## 2. 국제 방송 공동제작 지원

정부의 방송 공동제작협정이 체결되기 전에도 이미 국내 방송사, 제작사들은 해외 각국과 다양한 형태의 공동제작을 진행해왔다. 국제 공동제작은 각국의 경쟁력과 취약점을 상호 보완할 뿐만 아니라, 공동의 시장을 확보할 수 있기 때문에 사업자들이 적극적으로 나서는 것이다. 프로그램 제작 후 포맷이나 판권을 수출하면서 제작 노하우를 전수하는 기존 방식에서 벗어나, 프로그램 기획부터 방영까지 전 과정에서 해외 파트너와 협업하는 형태로 변화하고 있다. 또한, 방송 콘텐츠의 글로벌 유통이 늘면서 ‘현지화’의 중요성도 높아지고 있다. 그러나 중소기업자들은 협력하고자 하는 국가의 정책과 규제 동향을 조사하고 대응하기 어려운 경우가 많다. 특히, 중국과 같이 규제 리스크가 상대적으로 큰 국가의 경우, 큰 시장잠재력에도 불구하고 적극적으로 공동제작을 추진하기 어렵다.

이 같은 상황에서 방통위가 공동제작협정 서명과 공동제작 승인을 담당하는 관할 당국으로서 적극적으로 체결하거나 추진하고 있는 공동제작협정이 실제 방송공동제작으로 이어지고 활성화되기 위해서는 방송사 또는 제작사들이 공동제작을 통해 얻을 수 있는 제작비 지원 등 혜택에 대한 동기부여를 강화할 필요가 있다. 현재 정부 부처별로 방송통신협력협정 이행 지원사업<sup>5)</sup>, 국제방송문화교류지원사업<sup>6)</sup> 등을 통해 일정 요건을 갖춘 국제 공동제작에 대한 제작비를 지원하고 있다. 그러나 공동제작 활성화를 위한 제작비 지원사업은 협정체결 소관부처인 방통위가 아닌 문화체육관광부나 과학기술정보통신부가 맡고 있다. 이로 인해 공동제작 활성화를 위한 제작비 지원 등 종합적인 정책수립 및 집행이 어려운 실정이다.

- 
- 5) 과학기술정보통신부의 2019년 방송프로그램 제작지원 공고에 따르면, 방송통신협력협정 체결국(37개국)과의 방송프로그램 공동제작에 대해 건당 최대 2억원을 지원한다. 단, 공동제작 협정국 포함 5개국 이상 참여 시 최대2억원을 지원할 수 있다.
  - 6) 문화체육관광부의 2019년 국제방송문화교류지원(국제공동제작) 공고에 따르면, 작품당 최대 2.5억원을 지원하며, 방송영상독립제작사는 총제작비의 10% 이상, 방송사는 총제작비의 30% 이상 현금 자부담이 필요하다.

따라서 방통위가 방송 공동제작협정 체결에서 지원정책까지 총괄할 수 있는 주무 부처로서의 역할을 확대하는 것이 바람직하다. 기존에 다른 부처에서 이미 실행하고 있는 공동제작비 지원 정책과 별도로, 방통위가 방송통신발전기금을 활용하여 국내 공동제작 지원사업을 마련하는 방안도 검토할 필요가 있다. 이때, 방송 공동제작 관련 제작비 지원은 물론, 분쟁해결 지원, 관련 법령 재정비 등이 포함될 수 있다. 공적재원을 통한 직접적인 제작비 지원 외에도 공동제작 투자비에 대한 세제 혜택 등을 통해 국내 공동제작자들이 제작비 투자 부담을 줄이거나 더 많은 투자를 통해 재정적 기여를 높일 수 있을 것이다. 재정적 지원 외에 필요한 지원에 대해 장르별, 공동제작 방식별로 수요를 조사하여 정책에 반영할 수도 있다.

또한, 공동제작에 대한 제작비 지원방식도 단순히 제작비 일부를 지원하는 형태를 넘어 프랑스<sup>7)</sup>, 캐나다<sup>8)</sup> 등 자국 방송영상산업 진흥에 적극적인 국가의 사례를 참고하여 다양화할 수 있다. 예를 들어 방송통신발전기금 등을 통한 제작비 투자에 따라 발생한 수익에 대해 기여비율에 따라 기금으로 회수하여 재투자하는 방식으로 지원을 받는 공동제작자의 도덕적 해이를 극복하고, 제작비 지원 규모를 늘려 공적 기금 지원에 따른 공동제작의 성과를 극대화할 수 있을 것으로 기대된다.

---

7) 프랑스는 방송 관련 기금(Taxe sur les Services de Télévision; TST)을 통해 방송 프로그램 제작비를 지원하고 있으며, 투자 또는 융자 형태의 지원방식을 모두 활용하고 있다. 투자를 통해 수익이 나는 경우 해당 비율에 따라 회수하여 다시 기금에 투입함으로써 선순환 구조를 만들고 있다.

8) 캐나다는 미디어기금(Canada Media Fund; CMF)을 통한 제작비 지원뿐만 아니라, 투자, 융자, 보증, 선급금, 보조금 등 금융지원(financial support), 세액 공제(tax credit)와 같은 재정지원(fiscal support) 등을 다양하게 실시하고 있다.

## 제 2 절 국제콘텐츠마켓 및 국제기구 참가

### 1. 방송콘텐츠 국제콘텐츠마켓 개최 및 참가 지원

민간부문에서 가장 활발한 교류가 이뤄지는 곳은 국제콘텐츠마켓이라고 할 수 있다. 다양한 분야 전문가들의 발표를 통한 트렌드 및 노하우 공유는 물론, 바이어/비즈니스 미팅을 통해 수출입 계약을 체결하거나 공동제작 등 협력 파트너를 찾을 수 있기 때문이다. 실제로 많은 사업자들이 수·출입 또는 협력 파트너를 발굴하기 위해 국제콘텐츠마켓에 적극적으로 참가한다.

정부도 BCWW(Broadcast Worldwide)<sup>9)</sup>, BCM(Busan Contents Market)<sup>10)</sup> 등 국제콘텐츠마켓을 개최하거나 국제콘텐츠마켓 참가 지원, 대표단 파견, 공동관 설치 등을 통해 방송콘텐츠 교류를 지원하고 있다. 정부 대표단은 국제콘텐츠마켓에 참가한 다른 국가 또는 국제기구 관계자들과 면담 등을 통해 국제협력을 강화하고 있다.

방통위는 MIPTV(Marché International des Programmes de Télévision)의 주빈국(Country of Honor) 행사를 유치함으로써 한국 방송콘텐츠의 글로벌 진출 기회를 마련하고 있다. (구)방송위원회가 2005년 MIPTV의 주빈국으로 참여하여 ‘한국의 날(Korea Day)’ 행사를 진행한 이후 한국 콘텐츠에 대한 국제적 관심이 증가함에 따라 ‘한국관’을 별도로 운영해왔다. 2019년에는 국내·외 방송관련 기업 174개사, 36개국 국내외 바이어 2,622명이 참석했다. 방통위는 2020년에도 MIPTV 주빈국으로서 국제 콘텐츠마켓에 진출해 판로를 확대할 수 있도록 ‘방송콘텐츠 국제마켓 주빈국 유치’ 사업 관련 9.6억원의 예산을 편성했다.

---

9) BCWW는 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 주최하는 아시아 최대 규모의 방송영상콘텐츠 마켓으로서, 전시, 상영회, 비즈니스 매칭, 제작발표회 등 비즈니스 중심으로 운영된다. 이 행사를 통해 국내 방송영상콘텐츠 수출 제고 및 국내외 관계자들이 네트워크를 형성하고 있다.

10) BCM은 문화체육관광부와 부산광역시가 주최하는 국제방송영상전문전시로서, 방송·영상 관련 투자, 마켓, 컨퍼런스, 아카데미, 네트워킹 등으로 구성되어 있다.

[그림 2-1] MIPTV 한국관



출처: 한국콘텐츠진흥원

해외 주요 방송콘텐츠마켓 참가 지원을 통한 방송콘텐츠의 수출 촉진을 위한 정부 차원의 국제방송영상마켓 참가지원도 이뤄지고 있다. 한국콘텐츠진흥원은 방송콘텐츠 판권을 보유한 국내 방송사(중편, 일반 PP 포함), 제작사, 배급사 등을 대상으로 6개 전략마켓<sup>11)</sup> 한국공동관 참가지원 및 수출상담, 홍보마케팅 지원, 스크리닝, 참가마켓의 방송콘텐츠 상영회(MIPDOC<sup>12)</sup>, MIPJUNIOR<sup>13)</sup> 등에 콘텐츠 등록지원 등을 실시하고 있다. ‘2019 홍콩 국제영화 & TV마켓’에서도 한국공동관을 운영해 25개 방송콘텐츠 기업이 400여건의 상담을 진행했다.

## 2. 국제기구 및 단체 활동

정부는 방송 관련 국제적 이슈에 대응하고 교류를 활성화하기 위해 아시아·태평양 방송개발기구(Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development; AIBD)<sup>14)</sup> 등 정부간 국

11) FILMART, MIPTV, STVF, MIPCOM, TIFFCOM, ATF

12) MIPTV의 다큐멘터리 프로그램 전문마켓

13) MIPCOM의 어린이 대상 프로그램 마켓

14) AIBD는 아시아·태평양 지역 방송인 연수, 프로그램 시상 등 방송발전과 연구를 지원하기 위해 1977년 설립된 국제기구



제기구에 다양한 형태로 참여하고 있다. 한국은 2009년부터 AIBD 집행이사국으로 활동하고 있다.

방통위는 AIBD와 연계하여 아시아·태평양 지역에서 미디어 교육 캠페인, 연구활동 지원 추진을 검토하고 있다. 2017년에는 AIBD 관계자, 아·태지역 주한 대사를 초청하여 시청자미디어센터 등 한국형 미디어 교육 현장 방문 및 시청자 권익증진 사업을 홍보하고 국가별 협력방안을 논의했다. 새로운 미디어 기술 등장에 따른 역내 개발도상국 국민의 미디어 역량 강화와 건강한 미디어 이해를 위한 국제 캠페인, 연구 활동을 추진하기 위한 것이다.

[그림 2-2] 방통위 해외 미디어 교육 협력체계 모델



출처: 방송통신위원회

2019년 11월, 방통위는 AIBD 및 시청자미디어재단과 함께 아시아·태평양 지역 미디어 교육의 공동 발전 방향을 모색하는 ‘아시아 태평양 지역 미디어 교육 정책 세미나’를 개최했다. “지능정보사회 미디어교육 정책의 의의”라는 주제로 열린 이 세미나에는 말레이시아, 미얀마 등 AIBD 회원 8개국 미디어 교육 담당자들이 참석하여 역내 미디어교육 협력 네트워크를 구축했다.

한편, 한국의 방송·미디어 관련 공적개발원조(ODA)는 대부분 ICT 분야에 초점을 맞춰, 정보통신정책 및 기술 분야에 대해 개발 컨설팅, 초청연구, 기술협력 형태로 진행되어왔다. (구)방통위의 개도국 방송통신 ODA 사업이 대부분 미래부로 이관되어 현재 과기정통부가 주도함에 따라 ICT 분야에 치중되어 방송콘텐츠 분야 ODA는 상대적으로 미흡한 편이다.<sup>15)</sup> 그러나 2017년 8월 AIBD 총회에서 한국이 집행이사국으로 재선되는 등 국제사회에서 방송개발원조 관련 위상이 높아짐에 따라 방송콘텐츠 분야 해외지원 및 협력을 확대할 필요성이 높아졌다.

정부뿐만 아니라 국내 방송사업자들도 아시아·태평양방송연합(ABU) 등 여러 민간 국제기구에 참여하여 공동의 목소리를 내거나 자국 방송업계의 이익을 대변하고 있다. 이처럼 정부와 민간부문 모두 국제사회의 일원으로서 다양한 협력활동을 펼치고 있다. 다만, 정부간 또는 사업자간 네트워킹에 집중하고 있어, 정부-민간-학계 등이 모두 참여하는 입체적인 네트워킹에는 한계가 있다.

---

15) 과기정통부는 개도국 ODA의 일환으로 정보접근센터 구축·운영(2016~2017년, 4,594백만원), 정보통신방송 정책 자문(2015~2017년, 3,940백만원), 방송환경 개선 지원(2013~2017년, 3,856백만원) 등을 진행했다.

## 제 3 장 방송·ICT 분야 글로벌 교류협약체 사례분석

### 제 1 절 방송·ICT 분야 글로벌 교류협약체 현황

#### 1. 아시아·태평양방송개발기구(AIBD)

##### 가. 설립배경 및 목적

아시아·태평양방송개발기구(Asia-Pacific Institute of Broadcasting Development, AIBD)는 아시아·태평양 지역 국가들에 대한 방송미디어·전기통신 개발 분야 지원 등을 위한 비영리 정부 간 조직(Inter-Governmental Organization; IGO)으로 UNESCO 결의를 통해 1977년 설립되었다.<sup>16)</sup> 초창기에는 13개국만 참여했으나, 현재 총 26개 회원국 정부와 방송사가 참여하고 있다.

AIBD의 비전은 “정책 개발 및 인력 개선을 통하여 아태지역에서 전자 미디어 환경의 활성화와 응집력을 도모”하는 것이다.<sup>17)</sup> 이에 따른 미션은 ①권역 내 전자미디어 정책의 논의 및 협력 장려, ②국제협력을 위한 지역 플랫폼 제공, ③회원국의 개발 수요에 부합하는 인적 자원 개발 지원, ④회원국 컨설팅 지원 등이다.

<표 3-1> AIBD 2012-2016(IDEA)

구분	내용
"I(interest)"	역내 회원 이익 극대화 및 협력 분야 확대에 기여
"D(dialogue)"	아시아미디어썸밋(Asia Media Summit) 등 모든 수준의 대화를 강화
"E(exploration)"	회원들의 발전 요구에 부응하는 새로운 협력 분야 탐구
"A(accommodation)"	상호 이해와 존중을 강화하고 서로의 관심사와 문화를 수용

자료: AIBD

16) Agreement establishing the Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development

17) Agreement on AIBD's New Vision, Mission and Objectives

#### 나. 조직 및 운영

AIBD의 조직은 협정에 따라 총회(General Conference)와 집행이사회(Executive Board), 사무국장(Director)으로 구성되어 있다. 사무국장 산하 프로그램국에는 AIBD의 활동을 관장하는 프로그램 매니저들이 소속되어 있다. 말레이시아 정부가 의장국이며, 사무국은 쿠알라룸푸르에 소재하고 있다.

총회는 AIBD의 모든 회원으로 구성되는 의결기구로서 개정협정 제8조에 근거하여 설치되었다.<sup>18)</sup> 매년 정기총회를 1회 개최하되, 집행이사회의 자문을 받아 의장이 요청하는 경우 특별회의를 개최할 수 있다. 투표권은 정회원에게만 주어진다.

의장(President)과 부의장(Vice President)은 총회에서 2년마다 각 1인씩 선출한다. 1회에 한하여 연임할 수 있으며, 임기 만료 2년 후에는 중임도 가능하다. 사무국장은 총회의 간사(Secretary) 역할을 하지만 투표권은 없다. 의장의 동의를 얻어 공여국의 대표, UN 전문기구, AIBD에 대한 공헌이 인정되는 후원자 또는 협력단체를 참관회원(observer)으로 초청할 수 있으며, 해당 참관인 역시 투표권은 주어지지 않는다. 총회는 ①의장과 부의장 선출, ②집행이사회 선임, ③사무국장 임명, ④운영 및 관리에 관한 정책결정, ⑤예산 및 사업계획 승인, ⑥비정회원 자격 신청 승인, ⑦협정 개정 승인 등의 권한을 갖는다.

집행이사회 이사국은 9개국이며, 총회 의장국과 사무국장은 당연직(Ex officio)으로 참여한다. 집행이사회는 AIBD의 운영 및 관리에 관하여 정책 결정과 지침, 예산 승인, 사업계획 승인, AIBD 규칙 승인 등의 권한을 수행한다. 집행이사회의 임기는 2년으로, 첫 회의에서 의장을 선출한다. 한국은 AIBD 집행이사국으로 선출되어 활동하고 있다.

사무국장은 총회에 의해 임명되며, 총회의 결정이나 지침의 수행, 사업계획안 및

---

18) 1977년 설립 이후 연례회의(Annual Gathering) 및 관리위원회(Governing Council)가 운영되다가 1999년 제25차 연례회의에서 개정된 협정에 따라 현행 체제로 격상되었다(이강규, 2009).

예산안 준비, 사업계획 집행 등 AIBD 업무 전반을 담당한다. 사무국장은 협정 제11조 일반규정에 따라 행정, 재정, 인사규칙 등을 채택할 수 있으며, AIBD 교육 프로그램 등을 담당하는 프로그램 매니저 등의 직원을 두고 있다. AIBD 직원은 ‘UN 특권과 면제에 관한 협약’에 부합하는 지위와 특권 및 면제를 받는다.

#### 다. 회원

UN 아시아·태평양 경제사회위원회(Economic and Social Commission for Asia and the Pacific; UNESCAP) 회원 및 준회원인 모든 국가는 AIBD의 회원자격을 갖는다. 정회원(Full members), 준회원(Affiliate members)으로 구분되며, 이와 별도로 파트너(Partners)가 있다. 정회원 자격은 주권 국가와 방송 당국이 지정하여 초청한 자로 제한된다. 총회에 참석한 정회원만이 투표권을 갖게 되며, 준회원 등은 AIBD 총회에서 의결권이 없다. 개정협정 제15조(원협정의 서명국 또는 계약당사국의 비준·수락)와 제16조(원협정의 서명국이 아닌 국가의 가입)에 의하여 협정의 당사국이 된 국가는 AIBD의 정회원이 된다. 현재 26개 국가의 정부 및 방송사가 정회원<sup>19)</sup>이며, 준회원<sup>20)</sup> 가입자격은 제한이 없다. 투표권은 없지만 ABU, UNESCO, ITU, UNDP 등이 창립 기구이자 투표권 없는 파트너로 참여하고 있다.

#### 라. 주요활동

##### 1) 연수 프로그램 및 자문 서비스

AIBD의 가장 중요한 활동 중 하나는 연수 프로그램 및 자문 서비스라고 할 수 있다. 이는 회원들의 수요를 파악하여 맞춤형 프로그램으로 운영되고 있다. 아시아·태평양 및 기타 지역의 국가에서 35,000명 이상이 AIBD 교육 프로그램에 참가했다.

---

19) AIBD의 26개 정회원은 아프가니스탄, 방글라데시, 부탄, 브루나이, 중국, 캄보디아, 피지, 프랑스, 인도, 인도네시아, 이란, 대한민국, 라오스, 말레이시아, 몰디브, 미크로네시아, 미얀마, 네팔, 파키스탄, 파푸아 뉴기니, 필리핀, 사모아, 싱가포르, 스리랑카, 태국, 베트남

20) 현재 준회원으로 67개 방송사가 참여

AIBD의 연수 프로그램은 ①교육 디자인 및 멀티미디어 전달 시스템(instructional design & multimedia delivery system), ②커뮤니티 방송(community broadcasting), ③ 공공서비스방송(public service broadcasting), ④저널리즘(journalism), ⑤기술 및 뉴미디어(technology & new media), ⑥창의적인 콘텐츠 편성(creative content for programming), ⑦건강과 과학(health & science), ⑧성 주류화(gender mainstreaming), ⑨경영 및 기업가(management & entrepreneurial), ⑩어린이와 청소년(children & youth), ⑪아카이빙 및 가상 라이브러리(archiving & virtual libraries) 등이 있다.

또한, AIBD는 인적 자원 개발 및 역량 강화를 돕기 위해 소액의 수수료 또는 무료로 회원에게 자문서비스를 제공한다. 이러한 자문 서비스는 라디오 및 텔레비전 관련 모든 분야를 포괄하며, 특히 새로운 기술, ICT, 조직의 구조 및 구조 조정, 인터넷 및 미디어 법률 및 정책을 다루고 있다. 또한, 수요자의 요청이 있는 경우 특별히 설계된 과정을 제공한다.

한국의 방송사는 AIBD 설립 초기인 1980년대까지만 해도 주로 연수 프로그램의 수혜자였으나, 2006년부터 KBS가 AIBD와 공동으로 아·태지역 방송사에 컨설턴트를 파견하는 등 공여국으로서 선진 방송제작기법, 시스템구축 및 운용기술 등을 전수하고 있다.

## 2) 역내 협의체 마련 및 운영

AIBD는 아시아미디어서밋(Asia Media Summit; AMS)를 비롯한 각종 국제회의 및 협의체를 운영하고 있다. AMS는 아시아·태평양 지역의 미디어 환경 변화에 따른 문제에 방송사, 언론사 및 정부 유관 부처 등이 공동으로 대응하기 위한 역내 정상급 대화기구로서, 2004년부터 매년 개최되고 있다. AMS의 주요 의제는 경제발전, 빈곤퇴치, 에이즈 퇴치, 인종·종교·문화적 갈등 해소, 여성 인권 신장, 문화적 소외 계층 등 소수자 권익 확대 등이다. 2019년 제16차 AMS는 ‘Media Digitalization Focusing on Developing Markets’을 주제로 캄보디아에서 개최되었으며, 2020년 제17차 AMS는 네팔에서 개최될 예정이다.

### 3) AIBD Awards

AIBD는 제휴를 맺은 방송연맹들과 후원사의 지원을 바탕으로 World TV Awards, AIBD RADIO & TV AWARDS 2019 등의 부문으로 양질의 프로그램을 선정하여 상을 수여하고 있다. 이는 문화 다양성, 종교적 이해, 관용 및 평화와 같은 주요 문제에 대한 청중의 인식을 증진시키는데 미디어가 수행하는 중요한 역할을 인식하기 위한 것이다.

### 4) 출판물

AIBD는 주요 회의결과와 주요 방송관련 이슈에 대해 AIBD Annual Media Research(AAMR) 등의 출판물을 통해 발표하고 있다.

#### 마. 특징

아시아·태평양 지역을 대상으로 하는 정부간 조직이지만, 정부뿐만 아니라 방송사도 정회원으로 참여하고 있다. AIBD가 운영하는 AMS에는 유럽, 중동, 아프리카 등 전 세계 방송 관계자들도 참여하는 등 지역적 범위도 확대되고 있다.

## 2. 아시아·태평양 방송연합(ABU)

### 가. 설립배경 및 목적

아시아·태평양 방송연합(Asia and Pacific Broadcasting Union; ABU)은 아시아 및 태평양 지역 내 방송국들이 방송콘텐츠와 기술 교류를 목적으로 1964년 설립한 국제 비영리조직이다. 아시아·태평양 지역의 방송기술 발전을 촉진하고, 각국 방송사 간 협력을 강화하기 위해 설립되었다. ABU는 세계방송연맹(World Broadcasters' Union; WBU)의 회원기구로서 방송사를 위한 주파수 예약, 운영 및 기술 방송 표준 및 시스템의 조화 및 방송 조약의 마무리와 같은 공통된 문제에 대해 다른 지역 방송 조합과 긴밀히 협력한다.

ABU 정관은 회원사들이 역동적인 미디어 환경에서 방송 서비스를 발전시킬 수

있도록 지원하는 것을 비전으로 규정하고 있다. 또한, 회원자격, 조직, 재원 등을 규정하고, 공동윤리규정(A Common Code of Ethics)에 따라 지역 내 가치와 문화의 다양성을 존중하도록 명시되어 있다.

#### 나. 조직 및 운영

##### 1) 지도부

ABU의 지도부는 회장 1인, 부회장 3인, 사무총장 1인으로 구성된다.

##### 2) 이사회(Administrative Council)

ABU 이사회는 정기 총회에서 3년 임기로 정회원 및 추가 정회원 중 17명으로 선출된다. 이사회는 연 2회 회의를 통해 ABU의 정책 결정 및 재정에 대한 검토 및 기타 현안들에 대해 논의한다.

##### 3) 사무국(ABU Secretariat)

사무총장 산하에 기술부, 프로그램부, 법무부, 출판부, 스포츠부, 뉴스부, 아시아비전 등의 부서를 두고 있다. 사무총장은 이사회와 총회에 각종 사안에 대해 보고하고, 사무국은 행정, 채용, 홍보 및 해외업무, 재정 및 정보 시스템 등을 담당한다.

#### 다. 회원

ABU는 4개 대륙 71개국에서 270명 이상의 회원을 보유하고 있다. 회원등급은 정회원(full members), 추가 정회원(additional full members), 준회원(associate members), 제휴회원(affiliate members) 및 기관회원(institutional members)으로 구분된다. 현재 정회원은 41개국 56개사, 추가 정회원은 35개국 68개사, 준회원은 29개국 47개사, 제휴회원은 33개국 95개사, 기관회원은 8개 기구가 참여하고 있다.

##### 1) 정회원

역내 주권 국가에 있는 무료방송사는 ①방송사가 위치한 국가 내에서 국가적인 성격의 혹은 국가적 차원의 중요성을 지닌 방송 서비스를 제공하고, ②실제로 그들



스스로의 편집권을 가지고 프로그램 보도의 상당 부분에 해당하는 프로그램을 제작하거나 주문 제작하는 경우 경우에 한해 정회원, 추가정회원 또는 준회원이 될 수 있다. 국가별 정회원은 2개사로 제한하여 ABU 법령 개정, 공직자 선출 및 신입 회원 입회 승인 등에 대한 투표권의 균형을 맞춘다. 정회원의 회비는 가입 방송사의 연간 운영비에 따라 결정된다.

#### 2) 추가 정회원

추가 정회원은 정회원과 동일한 조건에서 독립 국가뿐 아니라 특별행정구역 등 비독립지역까지 범위가 확대된다. 정회원과 동등한 권한을 갖지만 투표권은 제한된다. 회비 역시 정회원보다 낮은 수준에서 방송사의 연간 운영비에 따라 결정된다.

#### 3) 준회원

가입비를 징수하는 방송사도 준회원으로 가입할 수 있다. 준회원은 정회원 및 추가 정회원과 동일한 자격을 갖지만, 투표권이 없으며 이사회의 이사국으로 선출될 수 없다. 회비 결정방식은 동일하나 정회원과 추가 정회원에 비해 상대적으로 적다.

#### 4) 제휴회원

아시아 태평양 지역의 방송 개발을 지원하기 위한 이니셔티브를 수행하기 위해 방송산업에 관여하고 있으나 방송사가 아닌 경우, 규제기구 등도 일정 회비(US \$1,512~5,000)를 납부함으로써 제휴회원이 될 수 있다.

#### 5) 기관회원

주로 ABU와의 상호 회원 인정을 기반으로 국제기구에 제공되는 자격이다. ABU 이사회의 초청에 의해 기관회원 자격이 부여될 수 있다.

### 라. 주요활동

#### 1) 기술부

기술부(Technical Department)는 ABU 회원 기술부서의 대표로 구성된 기술위원회

(Technical Committee)를 통해 모든 정책사항을 결정한다. 또한, ABU 기술상(ABU Engineering Awards)을 운영하여 친환경 방송기술 증진에 대한 기여 등에 대해 시상한다. 기술국은 18명으로 구성되며 기술위원회 회의와 함께 연례회의를 진행한다. 또한, 회원사에 서비스 표준 개선 등을 위한 기술자문 서비스를 제공한다.

## 2) 프로그램부

프로그램부(Program Department)는 뉴스, 다큐멘터리 교환, 어린이TV 프로그램 아 이템 교환 등의 활동을 담당한다. ABU 상(ABU Prizes)의 선정과 시상을 담당하며, 포럼, 워크숍 등을 개최하기도 한다. 또한, 프로그램위원회는 ABU 총회에서 매년 모임을 갖고, 프로그램을 소개하거나 활동을 보고함으로써 회의에 적극적으로 참여 한다. 의장과 부의장은 2년 임기로 선출된다.

## 3) 스포츠부

스포츠부(Sports Department)는 아시아 및 태평양 지역의 방송사에 하계 올림픽, FIFA 월드컵 및 아시안 게임 등 스포츠 이벤트 중계권 협상 및 콘텐츠 제공을 위해 방송사와 권리 보유자 사이의 연결 고리 역할을 한다. 회원을 대신하여 협상 및 계약 체결, 스포츠 시장 등에 관한 정보 제공, 스포츠 이벤트 관리 등에 이르기까지 다 양한 업무를 수행한다.

## 4) 아시아비전

아시아비전(Asiavision)은 운영센터를 통해 회원사간 일간 뉴스를 교환한다. 또한, 매월 최고의 뉴스를 제공한 회원을 대상으로 아시아비전 어워드(Asiavision Awards) 를 시상한다.

## 5) 출판부

마지막으로 출판부는 ABU 웹 사이트와 분기 별 간행물인 ABU 뉴스 및 ABU 기 술 검토를 통해 홍보 및 커뮤니케이션 업무를 수행한다.

#### 마. 특징

ABU는 아시아비전 TV 뉴스 교환, 공동제작, 프로그램 교환 및 기술, 프로그래밍, 법률 및 경영 컨설팅, 산업 및 국제회의, 국제 주파수 계획 및 조정 등 다양한 서비스를 운영한다. 또한, 주요 스포츠 행사에 대한 권리를 협상하고 지역에 대한 보도를 조직한다. 또한, 매년 유명한 ABU 상, TV 노래 및 라디오 노래 축제를 개최한다. 다만, 역내 지상파방송 회원사의 방송서비스 역량 증진을 목적으로 하는 조직으로서, 학계와 정부기관 등 다양한 분야의 전문가 참여는 제한적이라는 한계가 있다. 아·태지역 방송 산업계의 콘텐츠 관련 동향 및 주요 이슈를 살펴볼 수 있다. 또한, 유럽방송연맹(EBU), 아랍방송연맹(ASBU), 아프리카방송연맹(AUB), 북미방송협회(NABA) 등 다른 지역 방송연맹과 함께 방송관련 기구들의 연합체인 세계방송연맹(WBU)을 구성하고 있다.

### 3. 인터넷 거버넌스 포럼(IGF)

#### 가. 설립배경 및 목적

인터넷 거버넌스 포럼(Internet Governance Forum; IGF)은 인터넷 거버넌스 이슈에 대한 정부, 기업, 시민사회, 학계, 기술 커뮤니티, 이용자 등 다자간(multi-stakeholder)의 정책적 논의를 위해 설립된 UN 산하 국제포럼이다. 2003년 제네바 정보사회세계정상회의(World Summit on the Information Society; WSIS)에서 인터넷 거버넌스가 거론된 이후 인터넷 거버넌스 실무그룹(Working Group on Internet Governance; WGIG)을 구성해 IGF 설립을 본격적으로 추진했다. 2005년 튀니지에서 열린 WSIS의 결과문서인 <정보사회를 위한 튀니스 아젠다(Tunis Agenda for the Information Society)> 제72항에 따라 연례 공개포럼 형태로 IGF 포럼을 개최하기로 했다. 2006년 아테네에서 처음 개최했으며, 이후 개최국을 달리하며 매해 개최하고 있다.<sup>21)</sup>

---

21) 72. We ask the UN Secretary-General, in an open and inclusive process, to convene,

IGF는 <UN 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights)> 19조<sup>22)</sup>에 명시된 표현의 자유를 인터넷 공간에서 실현하는 것을 목적으로 한다. 이에 따라 개방성, 보안성, 다양성, 접근성, 인터넷자원, 디지털 격차, 능력배양, 유연한 지식재산권

---

by the second quarter of 2006, a meeting of the new forum for multi-stakeholder policy dialogue—called the Internet Governance Forum (IGF). The mandate of the Forum is to:

- a. Discuss public policy issues related to key elements of Internet governance in order to foster the sustainability, robustness, security, stability and development of the Internet.
- b. Facilitate discourse between bodies dealing with different cross-cutting international public policies regarding the Internet and discuss issues that do not fall within the scope of any existing body.
- c. Interface with appropriate intergovernmental organizations and other institutions on matters under their purview.
- d. Facilitate the exchange of information and best practices, and in this regard make full use of the expertise of the academic, scientific and technical communities.
- e. Advise all stakeholders in proposing ways and means to accelerate the availability and affordability of the Internet in the developing world.
- f. Strengthen and enhance the engagement of stakeholders in existing and/or future Internet governance mechanisms, particularly those from developing countries.
- g. Identify emerging issues, bring them to the attention of the relevant bodies and the general public, and, where appropriate, make recommendations.
- h. Contribute to capacity building for Internet governance in developing countries, drawing fully on local sources of knowledge and expertise.
- I. Promote and assess, on an ongoing basis, the embodiment of WSIS principles in Internet governance processes.
- j. Discuss, inter alia, issues relating to critical Internet resources.
- k. Help to find solutions to the issues arising from the use and misuse of the Internet, of particular concern to everyday users.
- l. Publish its proceedings.

22) 1948년 12월 10일에 UN 총회에서 채택된 세계인권선언 제19조는 “모든 사람은 의견의 자유와 표현의 자유에 대한 권리를 가진다. 이러한 권리는 간섭없이 의견을 가질 자유와 국경에 관계없이 어떠한 매체를 통해서도 정보와 사상을 추구하고, 얻으며, 전달하는 자유를 포함한다”고 명시되어 있다.

보호 등을 논의하며, 모든 이해당사자가 의견과 시각을 교환하고 발표하는 ‘다자간 협력모델(Multi-stakeholder Model)’을 추구한다.

#### 나. 조직 및 운영

##### 1) 자문위원회

자문위원회(Multi-stakeholder Advisory Group; MAG)는 2006년 5월 17일 유엔 전 사무총장인 코피 아난(Kofi Annan)에 의해 사무총장을 도와 인터넷 거버넌스 포럼을 개최하기 위한 목적으로 설립되었다. 당시 자문위원회는 각국 정부, 민간 부분, 대학, 기술단체 등 시민사회로부터 지명된 46명으로 구성되었다. 자문위원회 내의 다양한 이해관계자들은 평등한 참여가 보장된다.

##### 2) 사무국(Secretariat)

사무국은 자문위원회의 활동을 지원하며, 제네바에 소재를 두고 있다. UN 사무총장은 2006년 2월 공개 자문회의에서 자문위원회와 사무국을 인터넷 거버넌스 포럼의 주요 기관으로 규정했다.

##### 3) 한국 IGF(한국 인터넷거버넌스포럼)

IGF에는 각국에 국가 IGF(National IGF)를 두고 있으며, 한국 IGF는 2018년 2월, 공식 인정되었다. 한국 IGF는 2012년부터 매해 포럼을 개최하고 있으며, 2017년부터 행사 결과보고서를 발간하여 세계 IGF에 전달하고 있다. 한국 IGF는 아태지역 IGF 및 세계 IGF와의 연계를 통해 한국의 이해당사자들이 지역 및 세계적 차원의 논의에 보다 적극적으로 참여할 수 있는 창구가 되고 있다.

#### 다. 회원

IGF 사무국은 다양한 이해 관계자 그룹의 기부를 통해 자금을 조달하며, 주최국이 연례 IGF 회의 개최와 관련된 비용의 대부분을 부담한다. 모든 기부금은 UN 재무 규칙 및 규정과 기타 해당 지침, 절차 및 관행에 따라 관리 및 회계 처리된다.

#### 라. 주요활동

IGF는 인터넷 거버넌스 정책에 대한 직접적인 의사결정권한은 없지만, 참여자들 간의 논의를 촉진하기 위해 다양한 워크숍을 개최하고 있다. 학자들과 정부 대표자들 뿐만 아니라 토론과 시민사회의 구성원들도 이 논의과정에 참여할 수 있다.

한국 IGF는 2012년부터 매해 개최했으며, 2014년부터는 다자간 이해당사자가 참여하는 프로그램위원회를 구성하여 행사를 준비하고 있다. 2017년부터 행사에 대한 최종 보고서를 발간하여 세계 IGF 사무국에 전달하고 있다.

#### 마. 특징

IGF는 2010년까지 포럼의 방향성을 정하지 못하고 국제 기초 사안들만 논의하다가 2010년 이후 이슈를 좁히면서 공식 의사결정 포럼의 기능을 수행하기 시작했다. 여러 주체가 함께 모여 서로의 시각을 공유했다는 의미가 있으나, 열린 포럼의 특성상 합의나 조율을 이루지 못하고 각자의 입장표명과 확인 등 상징적 행위에 그치는 한계가 있다. 그럼에도 불구하고 IGF는 인터넷 관련 공공정책 이슈와 관련하여 정부, 기업, 시민사회, 학계, 기술 커뮤니티, 국제기구 등 다양한 이해당사자 사이의 대화를 촉진하고, 새로운 인터넷 관련 이슈들이 제기되며, 개발도상국이나 새로운 참여자의 정책 역량을 강화하는데 큰 역할을 해온 것으로 평가된다. 나아가 단순히 정책토론에 그치는 것이 아니라, 주요 인터넷 관련 정책 이슈에 대해 ‘권고’ 등 보다 구체적인 결과물을 생산하는 방향으로 변화해가고 있다.

### 4. 사이버스페이스총회(GCCS)

#### 가. 설립배경 및 목적

사이버스페이스총회(Global Conference on Cyberspace; GCCS)는 사이버공간에 관한 국제 현안들에 대한 인식을 제고하고 협력을 강화하기 위해 2011년 11월 런던에서 출범했다. 2011년 2월, 뮌헨안보회의의 당시 영국 헤이그 외교장관이 60여개국에

‘사이버스페이스에 관한 런던 회의’ 초청장을 발송했다. 헤이그 장관은 전 세계 네티즌들을 대상으로 트위터와 페이스북 등 소셜미디어를 통해 의견이나 질문을 받아 사전에 선별된 의견과 질문을 회의기간 중 발표하고 의제에 반영했다.

이후 GCCS는 정부, 민간 부문, 시민 사회의 사이버 능력 배양 강화, 사이버 공간에서 책임 있는 행동 규범 논의, 사이버 공간에서 실질적인 협력을 촉진하기 위해 개최국을 바꿔가며 격년으로 열리고 있다.

#### 나. 조직 및 운영

사이버스페이스총회는 사무국 등 체계적인 조직이 구성되어 있지 않다. 다만, 총회에서 차기 개최국을 정하는 방식으로 운영되고 있다.

#### 다. 회원

별도의 회원을 모집하지 않고 각국의 관련부처 장관을 중심으로 다양한 분야의 전문가들이 참여하는 형태로 개방되어 있다. 2011년 런던 총회에서 700여명이 참석했으며, 2013년 서울총회에서는 1600여명의 대표단, 2017년에는 100개국, 1800여명이 참석했다.

#### 라. 주요활동

사이버공간 기본원칙에 대한 공감대 형성을 위해 사이버 보안, 사이버 범죄, 국제 안보, 사회경제적 혜택, 역량강화 등 분야별 세부의제를 선정하여 논의하고, 그 결과를 의장선언(Chair's Statement) 등의 형태로 발표한다. 2011년 런던 총회에서는 경제적 혜택 및 개발, 사회적 혜택, 사이버 범죄, 안전하고 신뢰 가능한 접속 보장, 국제 안보 등 모두 5가지 이슈가 대두됐다. 이후 2012년 부다페스트 총회까지는 서방 국가 중심으로 진행되었으나, 2013년 서울 총회를 계기로 아프리카, 중남미 등 개도국을 포함하여 다양한 국가와 이해당사자들이 참여하기 시작함에 따라 개도국과의 협력 강화 의제가 추가되었다. 2013년 서울 총회에서도 <인터넷 경제의 미래를 위한 서울선언문>을 채택했다. 서울 총회에는 87개 국가와 18개 국제기구 대표, 기업·시

민 대표 등 1,600명이 참석했다. 이후 2015년 헤이그 총회에서는 시민단체(Global Partners Digital)가 운영을 맡아 ‘시민사회 자문위원회’를 구성하는 등 시민사회의 참여를 적극 지원했다. 2017년에는 인도 뉴델리에서 “모두를 위한 사이버 : 지속가능 발전을 위한 안전하고 포괄적인 사이버스페이스”를 주제로 개최되었다.

<표 3-2> 역대 사이버스페이스총회 개최현황

차수	연도	개최지	주제
1차	2011	영국 런던	사이버스페이스에서 허용 가능한 행동 규범
2차	2012	헝가리 부다페스트	자유와 번영을 위한 (사이버 공간의) 신뢰와 안전
3차	2013	한국 서울	개방되고 안전한 사이버 공간을 통한 글로벌 번영
4차	2015	네덜란드 헤이그	건강한 글로벌 사이버 생태계
5차	2017	인도 뉴델리	모두를 위한 사이버 : 지속가능 발전을 위한 안전하고 포괄적인 사이버스페이스

마. 특징

사이버스페이스 관련 이슈를 논의하는 장관급 국제포럼이지만 민간부문의 참여도 개방되어 있으며, 의장선언문도 각 국가를 구속하는 결정이 아니라 국제적 담론을 형성하기 위한 것이다. 런던에서 시작하여 매 회의마다 주관하는 국가가 있지만, 총괄적인 운영주체가 명확하지 않아 책임성과 정당성에 한계가 있다.

5. APEC 정보통신실무그룹(APEC TELWG)

가. 설립배경 및 목적

APEC 정보통신실무그룹(Telecommunications and Information Working Group, TELWG)은 APEC 경제·기술협력운영위원회 산하 11개 실무그룹<sup>23)</sup> 중 하나로, 아시

23) APEC은 주요 분야별 실무그룹회의(working group meeting), 분야별 장관회의(sectoral



아. 태평양 지역의 전기통신 및 정보인프라 개선을 목적으로 1990년 5월 설립되었다. 역내 ICT 인프라 및 서비스 발전을 촉진하고, 효과적인 ICT 정책/규제를 개발하기 위해 정보공유 등 협력 증진, ICT의 효과적 사용 및 안전하고 신뢰할 수 있는 ICT 환경 조성을 통해 사회 및 경제발전을 향상시키는 것을 목표로 한다.

TELWG 설립 이후 1994년 11월, APEC 정상회의에서 한국 정상의 제안과 APEC 정상들의 합의로 정보통신장관회의(TELMIN)이 창설되었다. 이후 1995년 5월 서울에서 제1차 정보통신장관회의(TELMIN1)를 개최하고, <아. 태 정보인프라 개발을 위한 서울선언문(Seoul Declaration)>을 채택했다. 2019년 10월에는 서울에서 APEC TEL 하반기 정례회의가 개최되어, APEC 21개 회원경제<sup>24)</sup> 정부대표, 관련 기업 및 전문가 등 100여명이 참석했다.

#### 나. 조직 및 운영

TELWG는 자유화 운영그룹(Liberalisation Steering Group; LSG), ICT 개발운영그룹(ICT Development Steering Group; DSG), 보안 및 번영 운영그룹(Security and Prosperity Steering Group; SPSG) 등 분야별 운영그룹을 두고 의제설정 및 사업 프로그램을 실행하고 있다. LSG는 ICT 분야의 무역과 투자 자유화 및 원활화, 경쟁과 투명성 제고 등 효율적인 정책 및 규제 프레임워크를 논의한다. LSG 산하 상호인정협정TF(Mutual Recognition Arrangement Task Force; MRA TF)<sup>25)</sup>는 전기통신기기 적합성 평가 및 기술규정의 동등성에 관한 상호인정협약(MRA)을 추진한다. DSG는 브로드밴드에 대한 보편적 접근 달성, 사회·경제적 발전을 위한 ICT 활용을 촉진한다. SPSG는 네트워크, 인프라, 서비스, 기술, 애플리케이션 및 전자상거래의 보안과 신뢰를 증진한다.

---

ministerial meeting) 및 정상회의(leaders' meeting) 등의 논의과정을 갖고 있다.

24) 한국, 일본, 중국, 베트남, 태국, 말레이시아, 싱가포르, 대만, 홍콩, 필리핀, 브루나이, 러시아, 파푸아뉴기니, 인도네시아, 호주, 뉴질랜드, 캐나다, 미국, 멕시코, 페루, 칠레 등

25) 2015년에 Conformity Assessment and MRA Task Force로 명칭 변경

다. 회원

APEC 회원경제 참가국이 TELWG에 참여할 수 있다.

라. 주요활동

TELWG의 3개 운영그룹과 TF는 정보통신 장관과 APEC 정상들이 설정한 우선순위를 해결하는 프로젝트를 제안하고 실행한다. 2015년 제10차 TELMIN에서는 ①ICT 혁신 개발 및 지원, ②안전하고 탄력적이며 신뢰할 수 있는 ICT 환경 촉진, ③역내 경제통합 촉진, ④디지털 경제 및 인터넷 경제 향상, ⑤협력 강화 등의 우선순위 영역을 규정한 2016~2020년 TEL 전략행동계획(TEL Strategic Action Plan)을 승인했다.

마. 특징

TELWG은 아·태지역을 대표하는 국제기구 산하의 실무그룹으로서, 역내 ICT 인프라 및 서비스 발전을 촉진하고, 효과적인 ICT 정책/규제를 개발하기 위해 정보공유 등 협력을 증진해왔다. 워킹그룹 역시 기존 국제기구의 실무그룹으로 편입하는 방안도 검토할 수 있다. 또한, TELMIN은 한국 정상의 제안으로 창설되어 서울에서 제1차 회의를 개최하는 등 주도적인 역할을 해왔다.

## 6. 국제방송통신기구(IIC)

가. 설립배경 및 목적

국제방송통신기구(International Institute of Communications; IIC)는 방송 분야 국제 교류 및 협력 증진을 위한 비영리 국제기구로 1969년 설립되었다. 1960년 UNESCO(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)에서 IBI(International Broadcasting Institute) 설립 논의를 시작했으며, 1977년 1월, 현재 명칭(IIC)으로 변경되었다. 사무소도 이탈리아 로마에서 영국 런던으로 이전했다.

IIC는 전 세계 모든 사람들이 통신에 대해 자유롭게 접근할 수 있는 접근성 향상

을 목표로 한다. 이에 따라 세계 방송계의 교류와 협력 촉진, 방송이 사회에 미치는 영향, 새로운 방송기술의 도입에 따른 문제점, 개도국 방송에 대한 자문 등이 IIC의 주요 기능이 된다. 이러한 목표를 실현하기 위해 IIC는 방송통신융합이라는 글로벌 트렌드에 부응하여 인터넷, 방송, 통신, 활자, 뉴미디어 등 커뮤니케이션의 모든 영역을 논의대상에 포함하고 있다. 또한, 규제기관 및 정책담당자 외에 방송사, 미디어 관련 기업, 전문가 등이 모두 참가하고 있다.

#### 나. 조직 및 운영

이사회(Board of Directors)는 의장(President) 포함 7인이며, 교수, 변호사, 사업자 등 다양한 인사들로 구성되어 있다. 위원단(Trustee)은 이사회와 마찬가지로 학계, 방송 및 통신 사업자 등 종신위원 3명 포함 총 13명으로 구성되어 있다.

IIC의 예산은 회원들의 기부금과 프로젝트 수주 등을 통해 충당하고 있다. 기부금은 회원 자격에 따라 차이가 있다. 이렇게 조성된 기금은 이사회에서 관장한다.

#### 다. 회원

IIC에는 규제기관, 통신·미디어·테크놀로지 관련 기업뿐만 아니라 변호사, 애널리스트, 컨설턴트 등이 참여할 수 있다. 회원 자격은 정부 회원(Regular Membership), 기업 회원(Industry Membership), 전문가 회원(Associate Membership), IIC 미래 지도자 회원(IIC Future Leaders) 등으로 구분된다. 각각 연회비에 따라 IIC 전략파트너(IIC Strategic Partner), 정회원(Full Regulator/Industry Member) 등 회원등급에 따라 혜택이 차등적으로 제공된다. 이외에 퇴직자, 학자, 소기업 및 특정 상황의 개인을 위한 할인 회원(concessionary memberships) 제도도 있다.

##### 1) 정부회원

IIC는 정책입안자 및 규제기관들이 광범위한 사회적 혜택을 위한 최적의 규제 및 정책 프레임워크를 찾을 수 있도록 돕는다. 정책 문제를 논의하기 위해 합법적이고 중립적인 환경에서 독립적인 국제포럼을 제공한다. 매년 규제기관포럼(International

Regulators' Forum; IRF)이 개최되며, 그 외에도 1년 내내 지역별 행사가 있다. 모든 회원은 참석 여부와 무관하게 회의 보고서와 IIC의 연중 토론내용을 요약한 Annual Review가 제공된다.

<표 3-3> IIC 정부회원 등급별 혜택

구분	IIC전략파트너 (IIC Strategic Partner)	정회원 (Full Regulator Member, IRF)	소규모 국가 규제기관 (Small Nations Regulators' Forum)
연회비	£12,000	£5,000	무료
혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TMF, 각국 지부(chapter) 회의 무료 참석</li> <li>• 모든 회의 전체보고서 수령(참석여부 무관)</li> <li>• 연감 무료, InterMedia 무료 구독, 행사/회의 연설 초대</li> <li>• 연례회의 참가비 25% 할인</li> <li>• 클로즈드 네트워킹을 위한 만찬 정기 개최</li> <li>• 이벤트, 사이니지, 웹 사이트에 고지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TMF, 각국 지부(chapter) 회의 무료 참석</li> <li>• 모든 회의 전체보고서 수령(참석여부 무관)</li> <li>• 연감 무료, InterMedia 무료 구독, 행사/회의 연설 초대</li> <li>• 규제기관만 지역규제 기관포럼 및 국제규제 기관포럼 참석 가능</li> <li>• 연례회의 참가비 20% 할인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SNRF 연례회의 무료 참석</li> <li>• IRF와 연례회의 참가비 할인</li> <li>• SNRF 회원 전용 온라인 포럼 접근</li> </ul>

출처: IIC

## 2) 기업회원

IIC는 비즈니스 및 정책 결정의 교차점에서 규제기관의 고위관계자와 업계를 통합하여 다층적인 솔루션을 모색한다. IIC는 기업회원으로 참여해야 하는 이유로 규제기관 고위관계자와의 신뢰 기반 관계 형성, “규제 샌드박스”의 활동과 새로운 아이디어 테스트, 정책입안자와 규제기관의 기술 및 시장 트렌드 대응방식에 대한 통찰력, 상업적이고 광범위한 사회적 이익을 위한 최고의 정책 프레임워크에 대한 합의, 융합 디지털 생태계의 신규 트렌드 이해 등을 제시하고 있다.

<표 3-4> IIC 기업회원 등급별 혜택

구분	IIC전략파트너 (IIC Strategic Partner)	정회원 (Full Industry Member)	IIC 미래지도자 포럼 (Future Leaders' Forum)
연회비	£12,000	£5,000	£500
혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모든 회의 전체보고서 수령(참석여부 무관)</li> <li>• 연감 무료, InterMedia 무료 구독, 행사/회의 연설 초대</li> <li>• TMF, 각국 지부(chapter) 회의 무료 참석</li> <li>• IIC회의 의제설정 자문 패널 초대</li> <li>• 연례회의 참가비 25% 할인</li> <li>• 클로즈드 네트워킹을 위한 만찬 정기 개최</li> <li>• 이벤트, 사이니지, 웹 사이트에 고지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연감 무료, InterMedia 무료 구독, 행사/회의 연설 초대</li> <li>• TMF, 각국 지부(chapter) 회의 무료 참석</li> <li>• 모든 TMF 회의 보고서 수령(참석여부 무관)</li> <li>• 연례회의 참가비 20% 할인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 회원기구에 속한 개인은 무료</li> <li>• 자신의 지역에서 열린 TMF 회의에 초대</li> <li>• 전세계 지부회의 무료 참석</li> <li>• 연례회의 참가비 50% 할인</li> </ul>

출처: IIC

### 3) 전문가 회원

IIC는 비즈니스 및 정책 결정의 교차점에서 규제기관의 고위관계자와 업계를 통합하여 다층적인 솔루션을 모색한다. IIC는 변호사, 컨설턴트, 애널리스트들이 전문가 회원으로 참여해야 할 이유로 정책입안자와 규제기관의 기술 및 시장 트렌드 대응방식에 대한 통찰력, 고위관계자 및 업계 전문가와 신뢰 기반의 상호 유익한 관계 형성, 융합 디지털 생태계의 정책 및 경제 동향, 패널 참여 등을 통한 전문성 홍보, 중립적인 환경에서 정책 토론의 모든 측면 청취 등을 제시했다.

<표 3-5> IIC 전문가 회원 등급별 혜택

구분	IIC전략파트너 (IIC Strategic Partner)	정회원 (Full Associate Member)	IIC 미래 지도자 포럼 (Future Leaders' Forum)
연회비	£12,000	£1,500	£500
혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모든 회의 전체보고서 수령(참석여부 무관)</li> <li>• 연감 무료, InterMedia 무료 구독, 행사/회의 연설 초대</li> <li>• TMF, 각국 지부(chapter) 회의 무료 참석</li> <li>• IIC회의 의제설정 자문 패널 초대</li> <li>• 연례회의 참가비 25% 할인</li> <li>• 클로즈드 네트워킹을 위한 만찬 정기 개최</li> <li>• 이벤트, 사이니지, 웹 사이트에 고지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연감 무료, InterMedia 무료 구독, 행사/회의 연설 초대</li> <li>• TMF, 각국 지부(chapter) 회의 무료 참석</li> <li>• 모든 TMF 회의 보고서 수령(참석여부 무관)</li> <li>• 연례회의 참가비 20% 할인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 회원기구에 속한 개인은 무료</li> <li>• InterMedia 무료 구독</li> <li>• 자신의 지역에서 열린 TMF 회의에 초대</li> <li>• 전세계 지부회의 무료 참석</li> <li>• 연례회의 참가비 50% 할인</li> </ul>

출처: IIC

#### 4) 미래 지도자 회원

35세 이하의 전문가들은 미래 지도자 회원으로 참여할 수 있다. 기존 회원기구(단체)에 속한 개인은 미래 지도자 회비가 무료이며, 그 외에는 연회비 £500를 납부해야 한다. IIC의 미래 지도자 네트워크(Future Leaders' Network)는 젊은 전문가들이 네트워크를 구축하고 국제적인 동료들로부터 배울 수 있는 기회가 제공된다. 회원의 대다수가 국가 규제 당국의 이사회, 산업계의 수석 전략팀 및 법률 회사의 실무 책임자지만, 가장 혁신적이고 흥미로운 아이디어 중 일부는 신흥 시장과 신흥 개인에서 나온다.

미래 지도자 회원이 되면, IIC의 통신/미디어 정책, 규제 관련 계간지인 InterMedia, 논의결과를 정리한 Annual Review를 무료로 이용할 수 있다. 또한, 연중

개최되는 IIC 지부(Chapter) 행사에 무료로 참여할 수 있으며, TMF 행사 참가비를 대폭 할인한다. 그 외에도 온라인 토론 플랫폼을 통해 동료들에게 자신을 소개할 수 있으며, 자료 공유 등 개별적인 교류도 가능하다. IIC는 회원을 대상으로 자체 교육 훈련과정, 시니어 회원과 1대1 멘토링 등을 추진하고 있다.

라. 주요활동

IIC는 새로운 방송기술의 경제적·법률적 제반 문제 연구, 방송이 사회에 미치는 효과에 관한 연구, 개발도상국들의 방송기관에 대한 원조조언, 방송과 교육 문제에 관한 연구, 프로그램 교환을 위한 국제적 방송도서관 설립, 정기간행물 InterMedia 출판 등 활동을 하고 있다. IIC는 규제모델 및 거버넌스, 디지털 전환과 혁신, 콘텐츠의 미래, Competition policy, 주파수 및 접근, 프라이버시/보안/보호 등 6가지 분야에 대한 이슈를 총회, 행사, 워크숍, InterMedia 기사 등을 통해 논의한다.

<표 3-6> IIC의 논의주제

주제	주요내용
규제모델 및 거버넌스	공동규제, 수평규제 등 규제모델
디지털 전환과 혁신	인공지능(AI), 머신러닝, 스마트카, IoT, 디지털경제
콘텐츠의 미래	비즈니스모델, 플랫폼 파워, 다양성 보호와 규제 측면의 과제
경쟁정책	건강한 경쟁환경, 혁신과 투자, 망중립성
주파수 및 접근	주파수경매, 상호운용성, 5G의 미래, 연결기술, 디지털 소외
프라이버시, 보안, 보호	안전한 데이터 유통, 사이버보안, 블록체인 등

출처: IIC

1) 규제기관포럼(IRF)

규제기관포럼(IRF)은 IGF 연차회의와 더불어 CPR Week(Communications Policy and Regulation Week)을 구성하는 중요 행사다. CPR Week는 융합 통신, 디지털 미

디어 및 테크놀로지 산업에 미치는 큰 그림을 다루는 워크숍 등의 이벤트로 구성된다. IRF는 독립적인 국제포럼으로서 법정 규제기관들만 참여하는 비공개 회의로서, 현재와 미래의 정책이슈에 대해 논의한다.

### 2) 지역규제기관포럼(RRF)

IRF가 주최국의 규제당국이 주관하는 정부 고위당국자간의 비공개 회의인 반면, 지역규제기관포럼(Regional Regulators' Forum; RRF)은 TMF 전, 후나 저녁식사 중에 즉흥적으로 개최되기도 하며, 친밀하고 비공식적인 네트워킹과 토론이 가능하다. 또한, 통신미디어포럼(Telecommunications and Media Forum; TMF)은 국제적인 행사지만 비공식적인 성격의 모임으로서 비회원도 무료로 참석할 수 있다

### 3) 국가별 지부(Chapter) 활동

IIC는 여러 나라에 지부(Chapter)를 두고 있으며, 모든 회원들이 무료로 지부 행사에 참여할 수 있다. 각 지부는 지역 차원에서 정책입안자, 규제기관 및 업계의 관계를 증진하고, 지식과 정보를 공유하기 위해 IIC와 함께 활동한다.

#### 마. 특징

IIC의 IRF, RRF, 그리고 TMF는 채텀하우스룰(Chatham House Rule)에 따라 회의가 진행된다. 이는 영국 왕립 국제문제연구소의 별칭에서 유래되었으며, 회의에 나왔던 안전에 대해서는 말해도 되지만 누가 회의에 있었는지는 밝히면 안 되는 규칙이다. 이에 따라 회원들은 이 같은 방식으로 논의된 IRF, RRF 또는 TMF 회의결과를 받아들일 수 있다.



## 제 2 절 한국이 주도한 글로벌 교류협약체 현황

### 1. 아시아산림협력기구(AFoCO)

#### 가. 설립과정 및 목적

아시아산림협력기구(Asian Forest Cooperation Organization, AFoCO)는 기후변화의 영향에 대응하기 위한 지속가능한 산림경영의 검증된 기술 및 정책을 구체적인 행동으로 변환시킴으로써 아시아 지역 내 산림협력을 강화하기 위해 한국 정부의 주도로 2018년 11월 설립된 국제기구이다. 한국 정부는 기후변화, 사막화방지 등 국제적인 산림이슈에 대응하고 산림분야 아시아 역내 선도적 위치 확보를 위해 AFoCO의 설립을 제안했다. 초기에는 아세안 10개국으로 시작했으나, 2018년 4월, 회원국 범위를 범아시아로 확대하는 협정이 발효되면서 현재 부탄, 동티모르, 몽골, 카자흐스탄도 참여하고 있다. 주요 협력분야로는 산림 탄소 축적량 향상 및 관련 이니셔티브 지원, 삼림 벌채 및 산림 황폐화, 산림 부문의 역량 구축 및 연구개발 강화, 산림 관련 국제 노력과 글로벌 이니셔티브를 기반으로 하는 파트너십 구축 등이 있다.

<표 3-7> AFoCO 설립 연혁

연도	주요내용
2009년 6월	'기후변화 대응을 위한 국제기구' 설립 제안(한-아세안 특별정상회의)
2009년 10월	제12차 한-아세안 정상회의(태국) 의장성명으로 AFoCO 설립 의지 재확인
2011년 11월	'한-아세안 산림협력 협정' 체결(제14차 한·아세안 정상회의(인도네시아))
2012년 9월	아시아산림협력기구 사무국 개소(서울)
2015년 9월	'아시아산림협력기구 설립 협정' 채택
2018년 4월	'아시아산림협력기구 설립 협정' 발효
2018년 7월	RETC교육센터 개소(미얀마 양곤)
2018년 11월	창립총회 개최

AFoCo 설립과정은 2009년 6월 제주도에서 개최된 한-아세안 특별정상회의에서 한국 정부의 제안으로 시작되었으며, 2009년 10월 태국에서 열린 제12차 한-아세안 정상회의에서 의장성명으로 AFoCO 설립 의지를 재확인했다. 이후 2011년까지 작업그룹회의를 5차례 진행하면서 준비한 결과, 2011년 11월 인도네시아 개최된 제14차 한-아세안 정상회의에서 <한-아세안 산림협력 협정>이 체결되었다. 해당 협정이 2012년 8월 발효됨에 따라 2012년 9월 서울에 한-아세안 산림협력 협정 사무국을 개소했다.

<표 3-8> AFoCO 설립협정 주요내용

구분	내용
목적	아시아산림협력기구는 지속가능한 산림경영과 기후변화 대응을 위하여 검증된 기술 및 정책을 구체적인 행동으로 변환시킴으로써 지역 내 산림협력을 강화하기 위하여 설립
성격 및 본부	아시아산림협력기구는 정부 간 기구로 설립되며, 그 본부는 대한민국에 위치함
법인격	아시아산림협력기구는 법인격을 가지며, 그 기능 수행과 목적 달성을 위하여 필요할 수 있는 법적 능력을 가짐
회원국	아시아산림협력기구의 회원 자격은 지리적으로 아시아 지역에 위치한 국가에 개방됨
기관	아시아산림협력기구의 주요 기관은 총회 및 사무국이며, 총회의 승인으로 보조기관을 설립할 수 있음
특권·면제	아시아산림협력기구는 그 적절한 기능 수행을 위하여 소재국과 합의된 특권 및 면제를 향유함
협정발효	협정은 대한민국의 문서를 포함하여 다섯 번째 비준서, 수락서 또는 승인서가 기탁된 날 후 30일째 되는 날 발효함

이후 2013~2015년까지 6차례의 ‘기구 확대협상회의’를 통해 2015년 9월, 회원국의 범위를 아시아 전체로 확대하는 <아시아산림협력기구 설립 협정문>을 채택했다. 그 후로도 수차례의 ‘아시아산림협력기구 준비회의’ 등을 거쳐 2018년 4월, 아시아

산림협력기구 발효됨에 따라 2018년 11월, 창립총회를 개최하면서 공식 출범했다. 창립총회에는 동남아시아 8개국, 중앙아시아 4개국 등 총 13개 회원국의 대표단 총 60여명이 참석하여 총회규정, 사무국 재무·복무규정, 사업전략, 사업운영규정, 활동 계획과 예산 등을 승인·채택했다.

나. 조직 및 운영

총회(Assembly)는 AFoCO의 최고의사결정기구로서, 협정 당사국이 임명한 대표자로 구성되어 매년 정기세션을 개최한다.<sup>26)</sup>

사무국(Secretariat)은 사무총장(Executive Director)과 사무차장(Vice Executive Director) 산하에 기획예산과(Planning and Budget Division)와 협력사업과(Cooperation and Project Division), RETC교육센터(Regional Education and Training Center)로 구성된다. 기획예산과는 전략홍보팀, 운영지원팀을, 협력사업과는 개발평가팀, 실행관리팀을, RETC교육센터는 교육조정팀, 지원관리팀을 각각 두고 있다. RETC교육센터는 AFoCO 회원국의 산림분야 전문인력 양성을 위한 교육훈련 프로그램을 위해 2018년 7월 미얀마 양곤에 설치했다.

[그림 3-3] AFoCO 조직도



출처: AFoCO

26) 제1회 총회는 2018년 11월 서울, 제2회 총회는 2019년 4월 경주에서 개최되었다.

#### 다. 회원

AFoCO는 국제조약에 근거하여 설립된 정부간 국제기구로서 협정 가입국(한국, 베트남, 동티모르, 부탄, 미얀마, 캄보디아, 브루나이, 인도네시아, 라오스, 필리핀)과 서명국(몽골), 미서명 참관국(싱가포르) 등 14개국 정부가 참여하고 있다.

당사국(Party)은 <아시아산림협력기구 설립 협정>에 서명하고 비준서를 기탁하여 동 협정에 가입한 국가로서 총회에서 의결권한이 있다. 서명국(Signatory Country)은 협정에 서명하였으나, 아직 비준서를 기탁하지 아니한 국가가 해당된다. 마지막으로 참관국(Observer)은 비준서를 기탁하지 아니한 서명국가 또는 미서명국가, 기구에 대해 총회에서 5년간 옵서버 자격이 부여된 국가 또는 기구를 의미한다.

#### 라. 주요활동

AFoCO의 주요활동은 지역협력사업과 랜드마크 프로그램으로 구분된다. 우선, 지역협력사업은 지역산림협력의 모델을 제시하고 역내 기후변화 대응 및 녹색성장 역량강화에 기여할 수 있도록 한다.

랜드마크 프로그램은 아세안 국가간의 자원적, 기술적, 자금의 불균형을 협력과 자원분할로 대응하려는 시도이다. 지역교육훈련센터(RETC) 건립, 교육 및 훈련을 통한 산림분야 역량강화, 산림훼손지 복원 및 모델링 조성 등 장기적인 효과를 위한 기술이전을 중심으로 이루어져 있다.

AFoCO는 파트너십, 회원 중심, 역량, 투명성, 형평성 및 지속가능성을 핵심 가치로 삼고, 2023년까지 5대 ‘전략적 우선순위 분야(Strategic Priority Areas 2019-2023)’를 선정하여 추진한다. 이는 ①전 세계 최대 3%의 산림 면적을 증가시키는 글로벌 목표 달성, ②특히 임업 부문에서의 적응을 위한 정책 접근을 추구하면서 기후 변화에 관한 파리 협정 이행, ③임업 관련 활동을 통한 생계 및 소득 개선을 통해 회원국에 기여하기 위한 것이다.

<표 3-9> '전략적 우선순위 분야(2019-2023)' 내용

구분	내용
맞춤형 복원 및 재조립 모델 시작	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대상 커뮤니티에서 현지 맞춤형 복원 및 재조립 모델 구축</li> <li>• 대상 지역 사회, 자연 서식지 및 산림 생태계의 이익을 위해 산림 경관 복원의 균형 잡힌 통합 접근 방식에서 이러한 모델의 채택 및 적용</li> </ul>
기후변화 적응 접근방식의 연구개발 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 임업 적응 접근법에 대한 과학적 연구의 시행</li> <li>• 관련 적응 방법론 및 접근 방식을 적용하기 위해 취약한 회원국의 정책 채택</li> </ul>
산림 관련 재해에 대한 체계적인 관리 소개	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산림 관련 재난 통제 및 관리를 위한 시범 장소 설립</li> <li>• 적절한 기술 기반 예방 및 제어 조치 적용</li> </ul>
지역 생활 개선 및 지역 사회 기반 소기업 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대상 지역의 생태계 서비스, 생태 관광 및 지역 사회 기반 기업 개발에 대한 지불에 관한 모범 사례 식별 및 구현</li> <li>• 대상 국가에서 관련 정책 채택 촉진</li> </ul>
제도적 역량 강화, 자원 다각화 및 지역 활동 촉진	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회원국의 다양한 사회 경제적 환경 관련 제도적 역량 강화</li> <li>• 다른 조직과의 협업 확대</li> </ul>

마. 특징

비록 방송이나 ICT 관련 분야는 아니지만, 한국 정부가 설립을 주도한 국제기구라는 점에서 AFoCO 설립과정을 살펴보았다. 한국 정부는 국제기구 설립을 위해 우선 아세안 국가들에 AFoCO 설립을 제안하고 협상을 통해 <한-아세안 산림협력협정>을 체결하고 사무국을 설치하는 것부터 시작했다. 이후, 최초 제안 취지와 같이 아세안 중심의 회원국을 범아시아로 확대하기 위해 ‘아시아산림협력기구 설립 협정’을 추진했다. 이 과정에서 최초 제안과 재확인 등을 통해 설립 필요성을 국제사회에 환기시키고, 여러 차례의 준비회의를 통해 설립을 진행했다는 점에 주목할 필요가 있다.

## 2. 글로벌녹색성장기구(GGGI)

### 가. 설립과정 및 목적

글로벌녹색성장기구(Global Green Growth Institute; GGGI)는 개발도상국의 녹색 성장을 위해 한국이 주도한 정부간 국제기구로서, <글로벌녹색성장기구 설립에 관한 협정>을 근거로 설립되었다. 2010년 국내에서 재단법인 설립 후 2012년 6월, UN 지속가능발전 정상회의(UN Commission on Sustainable Development; UNCSD 또는 리우+20)<sup>27)</sup>에서 설립협정에 서명함으로써 국제기구로 전환되었다.<sup>28)</sup> 이에 따라 명칭도 ‘글로벌녹색성장연구소’에서 ‘글로벌녹색성장기구’로 바뀌었다. 녹색기후기금(Green Climate Fund; GCF) 본부 한국 유치에 이어 GGGI를 설립함으로써 한국은 녹색성장 전략은 글로벌녹색성장연구소(GGGI), 재원은 녹색기후기금, 기술은 녹색기술센터(Green Technology Center; GTC)가 각각 담당하는 체계를 갖추게 되었다.

GGGI는 개도국의 녹색성장 전략 및 정책개발을 지원하기 위해 프로그램의 개발 및 이행, 역량배양, 모범사례의 공유 및 협력기관에 대한 지원을 제공함으로써 전지구적 기후변화 문제에 대처하는 동시에 경제성장을 목적으로 한다. 이에 따라 ①녹색성장 모델의 개발·전파, ②개도국 녹색성장 지원, ③연구·네트워크 구축을 목표로 삼고 있다. 우선, 지속가능한 경제성장 및 에너지안보 등의 목적을 통합적으로 추구하는 새로운 글로벌 패러다임으로서 녹색성장 모델의 발전과 전파를 지원한다. 둘째, 녹색성장 전략 및 정책을 수립 및 이행하고자 하는 개발도상국을 지원하며, 녹색성장정책의 파급효과 및 모범사례 확대, 역량 배양 및 국제협력 증진에 기여한다. 셋째, 국제수준의 연구 및 사업을 수행하는 녹색성장 전문기관으로서 이론 정립, 국가별 사업 추진, 양자·다자간 협력 강화 및 기후변화 관련 네트워크를 구축한다.

---

27) 1992년 브라질 리우데자네이루에서 개최된 ‘리우-92’ 이후 10년마다 개최되는 환경 관련 유엔정상회의로서, 리우+20에서는 녹색경제(Green Economy) 의제를 채택했다.

28) 브라질 리우에서 반기문 유엔 사무총장과 슈미트 덴마크 총리 등 15개국 대표가 GGGI(Global Green Growth Institute)의 국제기구화에 대한 협정에 서명했다.

<표 3-10> GGGI 설립 연혁

연도	주요내용
2008년 8월	‘저탄소 녹색성장’을 국가 발전의 새로운 비전으로 천명
2009년 12월	GGGI 설립 제안(제15차 기후변화협약 당사국총회 기조연설)
2010년 6월	서울에 비영리재단 글로벌녹색성장연구소(GGGI) 설립
2011년	해외지부 설치(덴마크 코펜하겐, UAE 아부다비)
2012년 6월	‘GGGI 설립 협정’ 서명 (브라질 리우)
2012년 10월	GGGI 설립협정 발표, 국제기구 출범 및 창립 총회 (서울)
2013년 6월	OECD 개발원조위원회(DAC)에서 공적개발원조(ODA) 적격성 획득
2013년 12월	UN총회 옵서버(Observer) 지위 획득

나. 조직 및 운영

총회(Assembly)는 GGGI 회원국 전체로 구성되는 최고 의결기관으로서, 2년에 한번 정기 회의를 갖는다. 총회는 이사회 회원 선출, 사무국장 임명, 설립 협정의 개정 에 대한 검토, GGGI 업무의 전반적인 방향에 대한 조언, GGGI의 목표달성 과정에 대한 검토, 사무국의 전략, 운영 및 재정에 관한 보고, 협력 파트너십 및 다른 국제 기구와의 연계에 대한 지침 제공 등을 수행한다.

이사회(Council)는 GGGI의 주요 의사결정기관으로서 본부소재지국 1석, 공여국 (Contributing members) 5석, 총회에서 선출된 개도국 5석, 민간전문가 5석 및 투표권 없는 사무총장(Director-General) 1석 등 2년 임기의 17석으로 구성된다. 한국은 본부 소재국이자 최대 공여국으로서 상임이사국 역할을 수행하고 있다. 이사회는 총회의 지도하에 GGGI의 전반적인 활동을 운영한다. 여기에는 총회 임명을 위한 사무국장 지명, GGGI의 전략, 연간 업무 프로그램 및 예산 승인 및 결과 검토, 모니터링 및 평가 프레임워크, 감사 재무제표 승인, 자문위원회(Advisory Committee) 신규 회원 승인, 국가 프로그램 선정기준 승인, 소위원회 회원국 및 총회가 위임한 기타 기능 의 승인 등이 포함된다.

GGGI는 별도로 개최되던 정기총회와 이사회를 2016년 이후 합동 개최하며, 총회 회장과 이사회 의장을 1인이 겸임하고 있다.<sup>29)</sup> 의장은 2년 임기(연임 가능)의 민간 이사 자격으로 GGGI 총회와 이사회를 주재하고, UN기후변화당사국총회, UN총회, UN환경총회 등 주요 국제회의에 GGGI 대표로 참석한다. 사무국은 집행기관으로서 서울에 본부를 두고 20여개국에 지역사무소를 운영하고 있다. 기구 설립 후 3년 동안 한국 정부가 운영자금을 부담했으며, 이후 외국 정부 등의 출연금으로 운영하고 있다.

#### 다. 회원

창립회원국은 한국, 덴마크, 호주, 캄보디아, 코스타리카, 에티오피아, 가이아나, 키리바시, 멕시코, 노르웨이, 인도네시아, 파라과이, 파푸아뉴기니, 필리핀, 카타르, 영국, UAE, 베트남 등 18개국으로 시작해 현재 28개국으로 확대되었다. 현재 재정 기여국은 한국, 노르웨이, 덴마크, 영국, UAE, 카타르, 호주, 인도네시아 등이며, 참여 회원국은 가이아나, 르완다, 멕시코, 몽골, 바누아투, 베트남, 세네갈, 에티오피아, 요르단, 캄보디아, 코스타리카, 키리바시, 태국, 파라과이, 파푸아뉴기니, 페루, 피지, 필리핀, 헝가리, 라오스 등이다.

#### 라. 주요활동

GGGI의 주요업무는 개발도상국이 환경적으로 지속 가능한 경제개발을 할 수 있도록 ①경제개발에 대한 자문을 제공하고, ②한국의 발전 경험을 공유하며, ③연구 활동을 통해 녹색 성장 모델을 제시하는 것이다. 또한, 글로벌녹색성장서밋(Global Green Growth Summit; GGGS)<sup>30)</sup>, 글로벌녹색성장포럼(Global Green Growth Forum; 3GF)<sup>31)</sup>, G20 녹색성장 의제 관련 의제 관리·개발 등 국제협력을 추진한다.

---

29) 현재 의장은 반기문 전 UN사무총장이 맡고 있다.

30) 매년 한국에서 개최되는 녹색성장 회의

31) 매년 덴마크에서 개최되는 녹색성장 민·관 협력포럼



마. 특징

GGGI는 한국이 의제를 주창하고 국제사회의 지지와 지원을 이끌어낸 국제기구라는 의미가 있다. 국제사회에 설립 필요성을 제안하고 비영리재단으로 설립한 후 각국의 설립 협정을 체결함으로써 국제기구가 되었다. 따라서 방송콘텐츠 관련 분야는 아니지만, 향후 국제기구로 발전을 위해 설립과정을 참고할 필요가 있다.

<표 3-11> 국제기구/협의체 비교

기구	목적/성격	조직/운영
AIBD	(목적) 방송정책개발 (성격) 정부간기구 (지역) 아시아	(회원) 정부/방송사 (재원) 회비 (조직) 총회, 집행이사회, 사무국
ABU	(목적) 지회원사 이익 도모 (성격) 국제 비영리단체 (지역) 아시아태평양	(회원) 지상파방송사 (재원) 회비 (조직) 지도부, 이사회, 사무국
IGF	(목적) 다자간 인터넷거버넌스 논의 (성격) UN산하 국제포럼 (지역) 전세계	(회원) 공개포럼 (재원) 기부금, 주최국 (조직) 자문위원회, 사무국 및 지부
GCCS	(목적) 사이버공간협력 촉진 (성격) (지역) 전세계	(회원) 관련부처 장관 (재원) 개최국 부담 (조직) 없음
APEC TEL	(목적) ICT인프라, 정책개발 (성격) APEC 실무그룹 (지역) 아시아태평양	(회원) APEC 회원국 (재원) APEC 지원 등 (조직) 분야별 운영그룹
IIC	(목적) 방송/인터넷/통신 정책협력 (성격) 비영리 국제기구 (지역) 전세계	(회원) 정부/기업/전문가 (재원) 회비, 프로젝트 (조직) 이사회, 위원단 및 국가별 지부
AFoCO	(목적) 역내 산림협력 (성격) 정부간기구 (지역) 아시아	(회원) 정부 관련부처 (재원) 분담금(한국, 아세안 등) (조직) 총회, 사무국
GGGI	(목적) 개도국 녹색성장 지원 (성격) 정부간기구 (지역) 전세계	(회원) 정부 (재원) 한국(3년), 회원국 정부 출연금 (조직) 총회, 이사회, 사무국

### 제 3 절 글로벌 교류협의체 설립방식 및 요건

#### 1. 국제기구의 정의

국제기구란 국제조약에 입각하여 복수의 주권국가로 구성되어, 일정한 목적 하에 국제법상 독자적으로 존재하는 동시에 자체기관에 의하여 독자적인 행동을 하는 조직이다. 즉, 국제기구로 인정받기 위해서는 ①국제조약, ②복수의 주권국가, ③일정한 목적, ④독자적인 조직이 필요하다. 이는 다양한 국가에 속해있는 회원들의 협정에 의해 설립되고, 회원들의 협력을 통해 ‘공동의 이익’을 추구하는 항구적 체제 또는 조직을 보유하는 연합체를 의미한다. 정부간 기구(Intergovernmental Organization)만 아니라, 국제법적 법인격을 가진 주체들이 다양한 모습으로 등장함에 따라 여러 국가의 국민들 개인이나 법인격 있는 실체들에 의해 합의되어 설립된 사적 기관도 국제기구에 포함될 수 있다. 조직의 규모, 정치적 성향, 이념, 활동 분야, 본부의 지리적 위치, 분류상 명칭, 기구의 성격이 공적인지 등은 무관하다.

#### <표 3-12> 국제기구연맹(Union of International Associations; UIA)의 국제기구 요건

<ul style="list-style-type: none"><li>① 최소 3개국 이상을 포함</li><li>② 국제적 사항을 목적으로 함</li><li>③ 회원은 완전한 투표권을 가지고 있는 최소 3개국 이상의 개별적, 집단적 참여가 있어야 하며, 당해 기구가 활동하고자 하는 분야에 있어 적절한 자격을 가지고 있는 개인 또는 실체에 대해 개방되어 있어야 함</li><li>④ 현장은 회원에게 주기적으로 집행기관 및 직원을 선출하는 권한을 부여함으로써 공식적인 조직을 규정하고 있어야 함</li><li>⑤ 모든 직원이 일정 기간을 초과하여 동일한 국가의 국민으로 구성되어서는 안 됨</li><li>⑥ 최소 3개국 이상으로부터 실질적인 재정적 기여가 있어야 하며, 회원에게 이익을 배분하기 위한 시도를 해서는 안 됨</li><li>⑦ 현재의 활동증거를 제시할 수 있어야 함</li><li>⑧ 규모, 정치적 성향, 이념, 활동 분야, 본부의 지리적 위치, 분류상 명칭, 기구의 성격이 공적인지 등은 국제기구 여부를 결정하는데 관련이 없음</li></ul>
--

출처: UIA

## 2. 국제기구 설립 방식에 따른 유형

### 가. 정부간 기구

정부간 기구는 두 개 이상 국가가 협정이나 조약을 통해 공통된 국제적 목표를 달성하기 위해 설립된다. 앞서 살펴본 AIBD와 한국이 주도한 AFoCO, GGGI 등이 정부간 기구에 해당한다. GGGI의 경우 3개 비준을 설립조약 발효조건으로 하여 단기간에 기구 설립이 가능했다. 이 방식은 회원국으로부터 적절한 수준의 독립성, 국제사회의 공신력, 다른 국가, 국제기구, 개발파트너들과 협력 관계를 맺는 데 상대적으로 유리하다. 반면, 재원을 제공할 수 있는 비국가 행위자(민간 부문)의 위상과 역할이 축소되고, 설립조약 발효를 위해 필요한 일정 수의 국가 동의를 받는 데 보통 2-3년 정도 시간이 소요된다.

<표 3-13> 정부간 기구의 장단점

장점	단점
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 회원국으로부터 적절한 수준의 독립성 확보 가능</li> <li>· 국제사회에서 공신력 높음</li> <li>· 다른 국가, 국제기구, 개발파트너들과 협력 관계를 맺는 데 상대적으로 제약을 덜 받음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 재원을 제공할 수 있는 비국가 행위자(민간 부문)의 위상과 역할이 축소</li> <li>· 설립조약 발효를 위해 필요한 일정 수의 국가 동의를 받는 데 보통 2-3년 정도 시간이 소요</li> </ul>

### 나. 사무국

사무국은 정부간 기구와 간헐적 외교 프레임워크의 과도기적 단계라고 할 수 있다. 정부간 협정을 체결하여 만들지만, 조직구조가 간단하다. 한국이 주도한 국제기구 중에서 AFoCO 아시아산림협력기구가 사무국 형태로 시작했다. 이는 단기간 내에 가시적인 성과를 낼 수 있으며, 계약당사자 수를 최소화하면 발효시간을 단축할 수도 있다. 그러나 국제적 업무수행에 제한이 있고, 총회나 이사회 등 거버넌스를 가진 정부간 국제기구로 전환 문제가 다시 논의될 수 있다.

<표 3-14> 사무국 형태의 장단점

장점	단점
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 단기간 내에 가시적인 성과를 낼 수 있음</li> <li>· 계약당사자 수를 최소화하면 발효시간 단축 가능</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국제적 업무수행에 제한 존재</li> <li>· 전체적인 거버넌스를 가진 정부간 국제기구로 전환 문제가 다시 논의될 수 있음</li> </ul>

#### 다. UN전문기구

유엔체제 안의 전문기구로 경제, 사회, 문화, 보건 등 국제사회 전문분야별 독립된 국제조약에 따라 설립된 별도의 법인격 갖춘 국제기구를 의미한다. 국제노동기구(International Labour Organization; ILO), UNESCO, 국제부흥개발은행(International Bank for Reconstruction and Development; IBRD) 등이 포함된다. 이는 정부간 국제기구와 유사한 장점을 가지며 ‘전문기구의 특권과 면제에 관한 협정’에 따라 별도의 협약도 필요하지 않다. 다만, 유엔 전문기구로 법적 지위를 변경하기 위해 정부 간 국제기구 설립 헌장 체결 후 유엔 경제사회이사회와 제휴협정이 필요하기 때문에, 설립에 장기간이 소요된다. 또한, 독립성과 운영의 자치 측면에서 제약을 받을 수 있다.

<표 3-15> UN전문기구 방식의 장단점

장점	단점
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 정부간 국제기구와 유사한 장점</li> <li>· ‘전문기구의 특권과 면제에 관한 협정’에 따라 별도의 협약 불요</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 설립에 긴 시간 소요 (유엔 전문기구로 법적 지위를 변경하기 위해 정부 간 국제기구 설립 헌장을 체결한 후 유엔 경제사회이사회와 제휴협정 필요)</li> <li>· 독립성과 운영 자치 측면에서 제약</li> </ul>

#### 라. UN보조기구

유엔 총회 권한으로 보조기구를 설립할 수 있으며, 유엔개발계획(United Nations Development Programme; UNDP), 유엔아동기금(United Nations International

Children's Emergency Fund; UNICEF) 등이 이에 해당된다. 이 방식은 특권과 면제에 관한 국제연합의 협약이 존재하므로 설립협정에 별도의 규정을 두거나 별도의 협약이 필요하지 않다. 그러나 UN전문기구와 동일하게 업무의 독립성과 운영 자치에 제약이 우려되며, 유엔총회에서의 다수의 지지를 받기 어려운 측면이 있다.

<표 3-16> UN보조기구 형태의 장단점

장점	단점
· 특권과 면제에 관한 국제연합의 협약이 존재하므로 설립협정에 별도의 규정을 두거나 별도의 협약 불요	· 업무의 독립성과 운영 자치에 제약 우려 (전문기구와 동일) · 유엔총회에서의 다수지지 어려움

마. UN 체제 내 당사국 총회의 결의에 따라 설립된 국제기구

유엔 체제 내에 당사국 총회에서 국제기구를 설립하는 경우가 있다. 녹색기후기금(Global Climate Fund; GCF), 적응기금(Adaptation Fund; AF) 등이 이에 해당한다. 이 경우 유엔의 세계은행(World Bank), 유엔개발계획(United Nations Development Programme; UNDP), 유엔환경계획(United Nations Environment Programme; UNEP)과 유엔산업개발기구(United Nations Industrial Development Organization; UNIDO) 등의 전문성을 활용하여 운영할 수 있다. 그러나 자신을 설립한 당사국 총회의 간섭을 받을 수밖에 없는 거버넌스로 인해 의사결정과정의 효율성 및 재원 배분 절차의 신속성이 저해될 수 있다.

<표 3-17> 유엔 체제 내 당사국 총회의 결의에 따라 설립된 국제기구의 장단점

장점	단점
· 유엔의 세계은행, 유엔개발계획, 유엔환경계획과 유엔산업개발기구의 전문성을 활용하여 운영할 수 있음	· 자신을 설립한 당사국 총회의 간섭을 받을 수밖에 없는 거버넌스로 인해 의사결정과정의 효율성 및 재원 배분 절차의 신속성이 저해될 수 있음

바. 글로벌 민관 파트너십

국제사회의 당면 문제를 효율적으로 해결하기 위해 공공부문의 정치적 의지와 민간 부문의 재원을 결합하여 설립한다. 대부분의 글로벌 펀드는 이 방식으로 설립되는 경우가 많다. 이는 재원을 가진 비국가행위자가 의사결정과정에 적극적으로 참여하는 것이 가능하다. 그러나 이해관계가 있는 국가들과 특권·면제에 관한 개별협정 체결이 어렵다.

<표 3-18> 글로벌 민관 파트너십 형태의 장단점

장점	단점
· 재원을 가진 비국가행위자가 의사결정과정에 적극적으로 참여 가능	· 이해관계가 있는 국가들과 특권·면제에 관한 개별협정 체결 어려움

사. 기존 국제기구와 파트너십 관계에 있는 기구

조직 자체는 국제기구가 아니지만 기존 국제기구와 파트너십 약정을 체결하고 업무를 공동으로 수행하면서 유사 기능을 하는 형태이다. 이 방식의 경우 파트너십 관계에 있는 기존 국제기구의 법인격, 행위능력, 특권 및 면제 원용할 수 있다. 반면, 업무의 독립성과 운영의 자치에 제약이 따르며, 조직의 안정성이 낮다. 기존 국제기구의 일방적 결정에 의해 법적 지위가 박탈될 수 있기 때문이다.

<표 3-19> 기존 국제기구와 파트너십 관계에 있는 기구

장점	단점
· 파트너십 관계에 있는 기존 국제기구의 법인격, 행위능력, 특권 및 면제 원용 가능	· 업무의 독립성과 운영의 자치에 제약이 있을 수 있음 · 조직의 안정성 낮음(기존 국제기구의 일방적 결정에 의해 법적 지위 박탈 가능)

### 3. 국제기구 설립 요건

#### 가. 국제기구 설립에 관한 일반적인 요건

앞서 살펴본 바에 따르면 국제기구가 되기 위한 정형화된 절차는 존재하지 않는다. 다만, 국제법이나 국내법상 국제기구로 인정받을 수 있는 요건을 갖추는 것은 중요하다.

#### 나. 국제법상 설립요건

국제법상 국제기구 설립을 위해서는 ‘국제법인격’을 갖추어야 하며, 이는 국제법상 합의 문서를 통해 부여될 수 있다. 국제법인격은 국제적으로 법적 권리, 의무 및 권한을 보유할 수 있는 능력으로, 국제법상 법인격이 인정되기 위해서 법적으로 국제소송을 제기함으로써 권리를 유지할 수 있는 능력을 가진 실체가 있어야 함을 의미한다. 국제법상 합의문서는 조약에 한정되지 않으면 국제법상 규율되는 기타문서에 의해서도 국제기구는 설립할 수 있다.

국제기구가 계약체결 등 법적 행위를 할 수 있는 행위능력이 필요하며, 국제기구 설립을 위한 협약 시 행위능력에 대한 내용을 포함하는 것이 일반적이다. 일반적으로 회원의 국내법을 준수할 것을 조건으로 그 기능의 수행과 목적 달성을 위해 필요한 국내법적 능력을 향유한다고 규정한다.

#### 다. 국내법상 설립요건

현행 헌법 제 60조 1항은 “국회는 상호원조 또는 안전보장에 관한 조약, 중요한 국제조직에 관한 조약, 우호통상항해조약, 주권의 제약에 관한 조약, 강화조약, 국가나 국민에게 중대한 재정적 부담을 지우는 조약 또는 입법사항에 관한 조약의 체결·비준에 대한 동의권을 가진다”라고 규정하고 있다. 여기서 규정된 “중요한 국제기구에 관한 조약”이 의미하는 중요한 국제기구는 국제사회에서의 비중, 회원국과의 관계에 있어서 독자성 정도, 설립 목적 및 기능에 있어서 주권제약적인 요소 또는 입법 사항을 포함하고 있는지 여부 등을 종합하여 판단해야 한다. 단순히 행정적·

기술적·관리적·전문적인 성격을 가진 조직의 경우 여기에 해당하는 중요한 국제조직이라고 할 수는 없다. 이때, “주권제약에 관한 조약”의 개념정의를 명확히 하기 어려우나 국가의 영토에 대한 배타적 관할권 또는 인적 관할권을 배제하거나 제한하는 내용, 통치권(입법·사법·행정)을 제한하는 내용을 가지는 조약을 의미한다.

<표 3-20> 국회에서 “중요한 국제조직”임을 근거로 동의한 조약

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제연합헌장및 사법재판소규정(조약 제1059호)</li> <li>- 국제노동기구헌장(조약 제1066호)</li> <li>- 세계무역기구 설립을 위한 마라케쉬 협정(조약 제1265호)</li> <li>- 경제협력개발기구에 관한 협약(조약 제1358호)</li> <li>- 국제재생에너지기구(IRENA) 규정(조약 제 2010호)</li> </ul> |
|--|

대한민국과 녹색기후기금 간의 녹색기후기금의 본부에 관한 협정에서는 GCF 직원의 특권과 면제, 이사회 이사의 특권과 면제, 임무 수행 중인 전문가의 특권과 면제 등을 규정하고 있음에 따라, 우리나라가 GCF와 그 직원 등에 대하여 상기와 같은 특권과 면제를 부여하는 것은 국내 법원의 민·형사 재판관할권, 과세 등 국가행정권 및 입법권의 행사를 제한하는 것이므로, “주권의 제약에 관한 조약”에 해당되는 것으로 판단한다.

“국가나 국민에게 중대한 재정적 부담을 지우는 조약”은 국가가 국고로부터 재정지출을 하거나 차관협정 또는 차관지불보증협정 등과 같이 주 채무나 보증 채무를 부담하는 것을 의미한다. 이 같은 재정 부담이 중대한 것인지 여부를 판단하기 위해 우리나라 경제력의 규모, 재정 부담으로 인하여 우리가 얻는 이익의 정도, 조약 가입에 따른 비용 지출에 관하여 국회가 예산상 승인했는지 여부, 법률상 지출이 예정되어 있는지 여부, 이미 책정되어 있는 예산 사업의 수행을 위한 부담인지 여부, 계속적인 재정 부담이 증가될 것으로 예상되는 경우 등을 종합적으로 고려한다.

글로벌녹색성장 설립에 관한 협정에서는 우리나라가 기여회원으로서의 의사를 가지고 있고, 이에 따라 최소한 3년간 미화 1,500만 달러 이상의 기여를 제공할 것



이므로 국회의 비준동의 대상이 된다.

“입법사항에 관한 조약”은 조약내용이 국내법에 저촉되어 국내법의 수정·변경을 요하는 경우, 국내법의 제정 없이는 조약을 국내에서 시행할 수 없는 경우, 국내법에 근거가 없이 국민의 권리·의무사항을 정하는 경우 등의 입법사항을 포함한다.

한국 정부가 설립을 추진한 GGGI의 협정안 제2조는 GGGI가 계약을 체결하거나 재산을 취득·처분하거나 법적 절차에 참여할 수 있는 등 정관상 기능 수행에 필요한 법률행위능력을 가진다고 함으로써 GGGI에 국내적 법인격을 부여하고 있는바, 이는 법인은 법률의 규정에 의함이 아니면 성립하지 못하도록 하고 있는 민법 제31조<sup>32)</sup>에 비추어 볼 때, 국내법에 대한 특례를 정하는 것으로서 입법사항에 관한 조약에 해당하는 것으로 판단한다.

---

32) 민법 제31조(법인성립의 준칙) 법인은 법률의 규정에 의함이 아니면 성립하지 못한다.

## 제 4 장 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 추진방안

### 제 1 절 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 구성·운영안

#### 1. 성격 및 명칭

이 연구에서 제안하는 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹은 각국 방송콘텐츠 시장/정책 정보공유 및 글로벌 방송콘텐츠 미래비전과 정책방향을 모색하기 위한 글로벌 민·관·학·연 전문가 집단이다. 구성원 측면에서 정부간 기구나 사업자 협의체와는 달리 방송콘텐츠 관련 정책 및 시장을 주도하는 전문가들의 참여가 개방되어 있다. 지리적으로도 특정 지역이나 권역을 대표하는 단체가 아니라 전 세계의 모든 대륙, 모든 국가를 대상으로 한다.

이 같은 성격을 반영하여 워킹그룹의 명칭을 “국경 없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹”으로 한다. 다만, 국경이나 경계의 존재를 부정(without borders)하거나 단순히 국경 간의 교류(cross borders)만을 의미하는 것이 아니라, 국가 또는 지역간에 존재하는 차이를 인정하면서 이를 초월하는(beyond borders) 가치를 추구한다. 따라서 워킹그룹의 영문 명칭을 “BCBB(Expert Working Group on the Broadcasting Content Beyond Borders)”로 제안한다.

#### 2. 목표 및 사명

BCBB의 목표는 방송콘텐츠의 다양성 증진 및 격차 해소를 위해 국경을 초월한 제작, 유통, 거래, 이용 환경을 조성하는 것이다. 방송 콘텐츠에 특화된 글로벌 전문가 집단으로서, 정부나 민간의 모든 참가자들이 각자의 전문성을 살려서 아젠다를 제시하고 토론을 통해서 이를 실행 가능한 수준으로 구체화하도록 한다.

BCBB는 방송콘텐츠의 미래 비전과 상생협력의 정책방향을 모색하기 위하여 창설되는 민·관·학·연 글로벌 논의기구로서 방송콘텐츠의 다양성 증진 및 포용적인 발

전을 위해 ①누구도 방송콘텐츠에서 소외되지 않고 쉽게 접근할 수 있도록 기반을 조성하고, 방송의 사회적 기여를 제고하기 위해 노력하고, ②방송콘텐츠를 통해 각국의 지역적 문화와 가치를 보호하고 공유하며, ③국경 간 장벽을 최소화하여 방송콘텐츠 공동제작과 유통 활성화를 지향한다.

우선, 누구도 방송콘텐츠에서 소외되지 않고 쉽게 접근할 수 있도록 기반을 조성하기 위해, 다양한 정책적·기술적 조치를 통한 정보격차를 해소한다. 또, 미디어·정보(Media & Information) 리터러시 확산을 위해 미디어교육 인프라 확충 및 인력 양성을 위해 노력한다. 이와 함께 방송을 통한 사회·경제적 변화 등 각국의 지속적인 경제 성장과 포용적 발전을 위한 커뮤니케이션 수단으로서 방송 활용모델 개발을 추진한다.

둘째, 방송콘텐츠를 통해 각국의 지역적 문화와 가치를 보호하고 공유하기 위해, 방송 콘텐츠 제작에 활용할 수 있는 각 지역의 문화적 자산을 발굴한다. 방송을 통한 각 지역 간 문화적 교류를 촉진하여 지역과 글로벌(local-global) 방송산업에서 문화적 다양성을 제고한다. 또한, 지역의 문화적 정체성과 문화유산을 보전할 수 있는 정책방안을 발굴한다.

셋째, 국경 간 장벽을 최소화하여 방송콘텐츠 공동제작과 유통을 활성화하기 위해, 현재 방통위가 개최하고 있는 ‘방송 공동제작 국제 콘퍼런스(IBC)’를 공동으로 추진한다. 개별 국가, 또는 국제기구 등이 참여하는 공동제작 지원정책 기금 마련 등 투자 확대방안을 추진한다. 공동제작을 저해하는 문화적·제도적 장애요인 및 개선방안을 연구하고, 지역(local)-권역(regional)-글로벌(global) 수준의 다각적이고 지속적인 공동제작 활성화 방안을 도출한다.

### 3. 회원의 자격, 역할 및 특전

#### 가. 회원의 자격

앞서 언급한 바와 같이 BCBB는 직종이나 지리적 제한을 두지 않고 있으므로, 모

든 국가의 방송콘텐츠 관련 정부 및 민간 전문가들이 회원으로 참여할 수 있도록 개방된다. 다만, 향후 총회에서 정하는 바에 따라 정회원, 준회원 등 구분하여 회비 납부 등의 의무와 권리에 차등을 두는 것은 가능하다. 다른 여러 국제기구와 단체들도 정회원, 준회원, 기관회원 등 회원의 자격과 형태를 달리하고 있다.

#### 나. 기회와 혜택

BCBB 회원에게는 다음과 같은 기회와 혜택(opportunities & benefits)이 주어진다.

첫째, 정기총회는 물론, 현재 방통위가 개최하고 있는 ‘방송 공동제작 국제 콘퍼런스(IBCC)’ 등 국제행사에 참석할 수 있으며, 연사로 참석하는 경우 무료로 초청할 수 있다.

둘째, BCBB 국제콘텐츠마켓에 설립을 추진하는 “BCBB 공동관”에 참여하여 지역친화 방송콘텐츠 등의 글로벌 확산 기회를 제공한다.

셋째, BCBB 회원간 네트워킹 및 협업 파트너 탐색 기회를 제공한다. 전 세계 방송사, 제작사뿐만 아니라 정부관계자, 공공기관, 학계, 연구기관 등으로 구성된 BCBB 회원간의 클로즈드 미팅을 통해 다양한 비즈매칭, 인력마켓, 잡인터뷰 등이 이뤄질 것으로 기대한다.

넷째, 슈팅가이드, 공동제작 편람 등 각국 시장 및 정책/규제 정보를 공유한다. 이 경우 홈페이지를 회원 로그인 형태로 업그레이드 하고, 회원과 비회원 정보의 차별화하는 방안도 고려할 수 있다.

다섯째, 정책제안 보고서 작성 또는 워크숍 참여시 “KCC 글로벌 자문위원(가칭)” 위촉장을 발급하고, 각국 정부에서도 동참할 수 있도록 권고한다.

#### 다. 회원의 역할

BCBB 회원의 역할(roles & responsibilities)은 다음과 같은 활동에 적극적으로 참여하는 것이다.

첫째, 공동으로 방송콘텐츠 관련 정책을 제안하고, 각국별 시장 및 정책 관련 이슈와 대안을 발굴한다.

둘째, 각국 규제 동향을 공유하여 사전에 협력 상대국의 규제, 정책 변화 등에 대비할 수 있도록 한다.

셋째, 각국 제작환경의 특수성을 공유하고 이해를 증진할 수 있도록 노력한다.

넷째, 각국의 국제공동제작 지원사업에 대한 정보를 공유하여 공동제작을 활성화할 수 있도록 한다.

다섯째, 분과별 시장/정책보고서 작성, 분과별 워크숍 등에 참여한다.

#### 4. 조직구성 및 운영방안

##### 가. 임원

의장, 이사회 및 사무국 산하에 분과(sub-groups)를 두고, 분과별로 명망 있는 인물을 분과장으로 선임한다. 분과장이 각 분과의 세부논의와 보고서 작성 등을 주도한다. 또한, 긴밀한 업무연락 등 협력체계 구축을 위해 국가별 사무국을 구성하여 각국 정부, 유관기관, 민간부문을 조정하도록 권장할 필요가 있다. 앞서 살펴본 IGF나 IIC는 지역별/국가별 지부를 두고 있다. 다만, 총회를 개최하여 초대의장 등 임원을 선출할 때까지 BCBB 준비위원회의 장(방통위 상임위원)이 임시의장을 맡도록 한다. 이사회, 분과장 등도 총회에서 선출 또는 추인하는 것이 바람직할 것이다.

##### 나. 총회

총회는 회원 전원이 참여하는 최고의결기구로서 연 1회 개최를 원칙으로 한다. 총회에서는 정관 제·개정, 임원의 선출 및 해임, 사업계획, 예·결산, 그 외에 이사회의 의결을 거쳐 총회에 상정하는 사항을 다룬다. 다만, 회원은 의결권이 있는 회원과 그렇지 않은 회원으로 구분할 수 있다. 예를 들어 회비 납부여부 또는 규모에 따라 정회원과 준회원 등으로 차등을 두는 방안도 도입 가능하다.

##### 다. 이사회

이사회는 총회를 대신하여 업무를 원활히 수행하기 위한 운영기구로서, 이사 정

원은 7-8인으로 하고 감사 1인을 선임한다. 효율적 의사결정을 위해 (임시)의장, 분과장을 당연직 이사로 하여 이사회를 구성하고, 필요시 추가로 이사를 선임할 수 있다. 이사회는 회원의 가입·탈퇴, 회원의 이사 승인, 분과 사업, 기구내 조직 설립, 운영규정, 회비, 사무국의 직제 및 정원에 관한 사항, 정관 또는 총회에서 위임된 사항, 이외 의장이 부의하는 사항을 다룬다.

#### 라. 사무국

한국에 사무국을 두고, BCBB 준비위원회 중에서 사무국장을 선임하여 이사회 간사 역할을 수행한다. 다만, 향후 총회에서 이와 관련하여 주인을 받을 필요가 있다.

[그림 4-1] BCBB 조직도(안)



### 5. 사업의 종류 및 활동

BCBB의 목표와 사명에 따라 수행해야 할 사업은 다음과 같다.

첫째, 정기적으로 ‘(가칭)국경 없는 방송콘텐츠 시장/정책보고서’를 발간한다. 각 분과의 목적 및 논의결과에 따라 별도의 보고서를 작성하는 것도 가능하다. 예를 들어 ‘방송의 사회적 기여’ 분과에서는 ‘국가별 방송의 사회적 기여 지수’에 관한 논의를 진행하고 관련 리포트를 발간할 수 있다.

둘째, 회원국마다 BCBB 총회를 순회 개최한다. 또한, 총회의 성과를 정리하여 “국경 없는 방송콘텐츠 선언/협약” 등으로 발표하고, 국제기구 등에 제출하여 채택할 수 있도록 한다. 여러 국제기구/협의체들이 총회나 연구회 등의 논의결과를 정리

한 다양한 형태의 결과문서(선언문, 협약 등)를 발표함으로써 관련 분야에서 국제사회에 기여하고 있다.

셋째, 현재 방통위가 개최하고 있는 ‘방송 공동제작 국제 콘퍼런스(IBCC)’를 ‘공동제작 및 유통 분과’의 사업으로 연계하여 공동으로 추진한다.

넷째, 국제 방송콘텐츠마켓에 BCBB 공동관(부스) 설치를 추진한다. 각 지역의 문화적 다양성을 반영하는 방송콘텐츠의 국제교류를 활성화한다는 점에서 ‘지역친화 방송콘텐츠 분과’의 주요 사업으로 추진할 수도 있다.

다섯째, 국제학회/단체와 국제포럼을 공동개최하거나 공동선언 등 협력사업을 추진한다. BCBB의 논의결과를 공유하여 국제사회에서 영향력을 확대할 필요가 있다.

## 6. 분과 구성

### 가. 방송의 사회적 기여 분과

‘방송의 사회적 기여 분과’는 포용적 사회 구현을 위한 도구로서 방송기술의 혁신과 접근권 확대 방안을 논의한다. 주요 아젠다는 ①방송을 통한 사회·경제적 변화 등 각국의 지속적인 경제 성장과 포용적인 발전을 위한 커뮤니케이션 수단으로서 방송의 활용 모델 개발, ②4차 산업혁명에 따른 인공지능, AR/VR, UHD 등 기술발전이 따른 방송제작 및 유통 환경의 혁신적 변화에 대응한 기술 격차 해소 방안, ③고령화, 개인화 등 사회문제에 대응하는 보편적인 정보 서비스로서 방송의 기여방안 등이 있다.

### 나. 지역친화 방송콘텐츠 분과

‘지역친화 방송콘텐츠 분과’는 방송콘텐츠 제작 및 유통에서 국가간, 지역간 다양한 문화와 가치의 공유기회 확대 방안을 모색한다. 주요 아젠다는 ①방송에서 다원주의, 문화적 다양성 보장 방안, ②각 국가 및 지역의 문화 자산 발굴과 방송콘텐츠 제작·활용 촉진 방안, ③글로벌화에 대응하여 국가별, 지역별 문화적 정체성 보전

과 문화유산 전수를 위한 방송콘텐츠 제작 활성화 방안, ④지역콘텐츠의 글로벌 유통 등 각 국가간, 지역간, 지역단체간 다양한 협력 모델 발굴 등이 해당된다.

#### 다. 공동제작 및 유통 분과

‘공동제작 및 유통 분과’의 목표는 국가간 방송콘텐츠 공동제작 및 글로벌 유통 활성화를 위한 협력 방안을 도출하는 것이다. 주요 아젠다는 ①방송 공동제작 및 유통 촉진을 위한 민간 투자 활성화 방안, ②방송 공동제작을 저해하는 문화적·제도적 장애요인 검토와 개선방안, ③양자간·다자간 공동제작 및 유통활성화를 위한 정책 제언, ④민간 기구, 개별 국가, 또는 국제기구가 주도하는 공동제작 지원정책 기금 마련 등이다.



## 제 2 절 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 추진경과

### 1. 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 설립 준비 및 제안

방송통신위원회와 미디어미래연구소는 ‘(가칭)글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹’ 설립을 추진하기 위해 2019년 5월부터 준비회의를 통해 워킹그룹 설립안, 회원모집, 홍보, 창립기념식 계획안 수립 및 진행상황 점검 등을 실시했다. 이를 통해 ‘국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹(Expert Working Group on the Broadcasting Content Beyond Borders; BCBB)’의 비전과 사명, 조직구성 및 운영방식 등에 대한 계획안을 마련하고, 홈페이지 개설, 창립회원 모집 등 본격적인 BCBB 설립과정을 진행했다.

<표 4-1> BCBB 설립추진 연혁

시기	내용
2019년 5월	제1차 준비회의 : BCBB 설립안 수립
2019년 6월	BCBB 설립 제안 및 동의
2019년 7월	제2차 준비회의 : BCBB 회원모집 및 홍보계획 수립
2019년 8월	BCBB 홈페이지 개설 및 창립회원 모집
2019년 9월	제3차 준비회의 : 창립기념식 계획안 수립
2019년 10월	제4차 준비회의 : BCBB 창립기념식 준비현황 점검
2019년 11월	BCBB 창립기념식 개최

방통위가 2019년 6월, 서울에서 주최한 ‘방송 공동제작 국제 콘퍼런스(International Broadcasting Co-production Conference; IBCC)’에서 BCBB 설립을 공식적으로 제안하고, 향후 설립 추진방안에 대한 국내외 전문가들의 의견을 구했다. 이 자리에 참석한 12개국 정부기관, 사업자들은 BCBB의 설립 필요성과 추진계획에 대해 동의와 지지를 표명했다.

<표 4-2> ‘2019 방송 공동제작 국제 컨퍼런스’ 참석자들의 워킹그룹 관련 발언

참석자	발언요지
Koichi Okumura (ABU 프로그램국 국장)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다자간 협력을 위해 공통된 테마를 발굴하는 것이 중요</li> <li>• 공동제작 성공의 가장 중요한 요인은 사전준비인데, 워킹그룹이 이에 대해 기여할 수 있을 것으로 기대함</li> </ul>
Nguyen Thanh Chung (베트남 MIC 심의관)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KCC의 이니셔티브를 높이 평가하며, 콘텐츠, 비즈니스, 정책을 아우르는 협력이 이루어질 것으로 기대</li> </ul>
Peter Treahcer (영국 C21 Media 영업이사)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 워킹그룹이 규제와 정책을 명확히 함으로써, 국제적인 협력 활성화에 도움이 될 것으로 예상</li> <li>• 특히 글로벌 플랫폼과 로컬 콘텐츠의 관계 발전에 기여할 것으로 예상함</li> </ul>
Tatyana Alieva (우즈베키스탄 Tashkent 부국장)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 법적으로 기술적 협력을 용이하도록 하는데 집중 필요</li> <li>• 특히 산업적으로 덜 발달된 국가에 대한 배려가 중요</li> </ul>
이원형 (CJ ENM 글로벌기획제작 팀장)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 워킹그룹이 나라별로 상이한 법/규제에 대한 설명과 각국의 문화에 대한 이해도 제고를 위해 지원한다면, 공동제작에 도움이 많이 될 것</li> </ul>

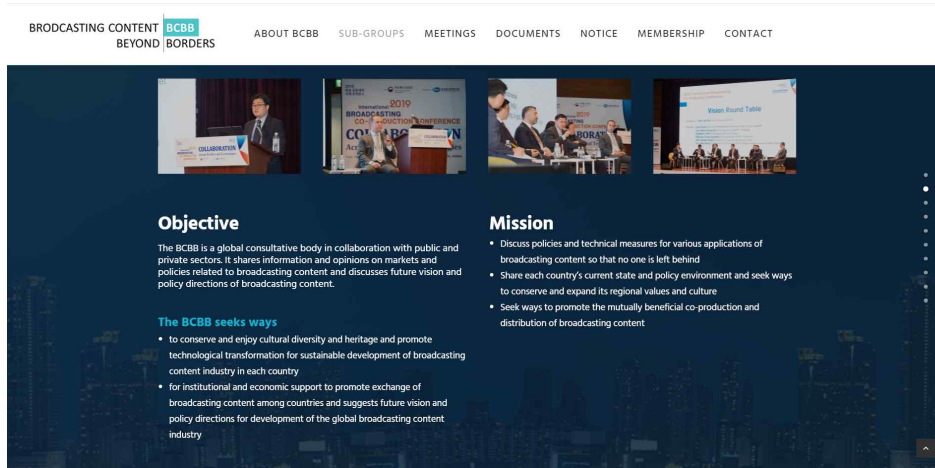
## 2. 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 창립회원 모집

2019년 8월, BCBB 홈페이지(www.bcbnet.org)를 개설하고 본격적으로 창립회원 모집을 시작했다. 우선 IBCC 참석자(정부, 기업, 학계 등)를 대상으로 방통위 공문을 첨부한 이메일 초대장을 발송했다. 또한, 국내외 주요 방송 관련 학회, 협회, 유관기관 등<sup>33)</sup>에 회원모집 공지 등 홍보를 요청했다.

그 결과 2019년 11월말 기준, 25개국에서 100명 이상의 전문가들이 BCBB 창립회원으로 참여했다. 회원 구성은 영국 Ofcom, 터키 RTUK 등 방송정책 담당기관과 방송사, 제작사, 배급사, 연구기관, 학계, 법조계 등으로 다양하다.

33) Pacific Asian Communication Association(PACA), Korean American Communication Association(KACA), 한국방송학회, 한국방송협회, 방송영상제작사협회, 한국케이 블TV방송협회, 방송채널진흥협회 등

[그림 4-2] BCBB 홈페이지



### 3. 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 창립기념식 개최

BCBB 창립기념식은 2019년 11월, 부산시청자미디어센터 공개홀에서 개최했다. 베트남, 태국, 캄보디아 등 해외에서 방한한 BCBB 회원 등 국내외 방송 관련 정부 기관, 사업자들이 참석했다.

방통위 한상혁 위원장은 축사를 통해 “이제 방송은 지구촌 시민들의 문화 향유와 공동의 발전을 위해 다양한 주제를 발굴하고 기술혁신을 고민할 때이며, 소통, 공감, 교류, 협력의 가치가 이곳에서 구현되기를 기대한다”고 밝혔다. 방통위 표철수 상임 위원은 BCBB 준비위원장으로서 BCBB의 임시의장을 맡아 창립을 선언함으로써, 글로벌 방송콘텐츠 논의기구를 주도하고 리더십을 선점할 수 있는 토대를 마련했다. 표 위원은 창립선언에서 “우리는 문화, 경제, 역사, 정치적 차이와 경계를 넘어서 다양하고 새로운 가치를 만들어내기 위해 노력할 것”이라고 말했다. 특별초청 연사인 캄보디아 우정통신부(MPTC)의 Geo Rim 차관급고문은 “국경을 넘어서는 교류, 방송콘텐츠의 미래”라는 주제로 발표했다. 이 자리에서 그는 일방적인 거래를 통해서만 공동제작 협력관계가 지속될 수 없다고 강조했다. 또한, 실질적이고 성공

적인 공동적인 파트너가 되기 위해 글로벌 저작권에 기반한 ‘국제 공동제작 플랫폼 (International Co-production Content Platform)’을 만들자고 제안했다.

또한, 창립기념식에 참석한 정부, 공공기관, 연구기관, 사업자 등이 회원을 대표하여 협력을 약속하는 “BCBB 회원의 다짐”에 서명하며, 앞으로의 활동계획에 대한 기대와 소감을 표시했다. 기념식에 참석하지 못한 회원들은 축하영상(중국, 영국) 및 축전(영국, 터키, 이탈리아, 베트남, 말레이시아, ABU 등)을 통해 BCBB 창립을 축하했다.

[그림 4-3] BCBB 창립기념식 프로그램



Time	Program	
17:00~17:05	Registration	
17:05~17:10	Introduction of BCBB	<b>Kweon, Osang</b> Chief Director of Media & Future Institute
17:10~17:15	Congratulatory Speech (video)	<b>Han, Sang-hyuk</b> Chairman of Korea Communications Commission
17:15~17:20	Declaration of Foundation (video)	<b>Pyo, Chul-soo</b> Commissioner of Korea Communications Commission
17:20~17:40	Special Speech	<b>Cooperation Beyond Borders, the Future of Broadcasting Geo Rim</b> Ranking Secretary of State Advisor to MPTC, Cambodia
17:40~17:50	Members' Speeches	Sub-group on the Social Contribution of Broadcasting Sub-group on the Local friendly Broadcasting Content Sub-group on the Co-production and Distribution
17:50~18:00	Signing Ceremony	BCBB Foundation Declaration

<표 4-3> BCBB 회원의 다짐(BCBB members' pledge) 내용 및 서명식

국경 없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹(Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders; BCBB)은 방송콘텐츠의 미래 비전과 상생협력의 정책방향을 모색하기 위하여 창설되는 민·관·학·연 글로벌 논의기구로서,

우리 회원들은 그 창설 취지에 공감하며 방송콘텐츠의 다양성 증진 및 포용적인 발전을 위해 아래와 같이 활동하고자 한다.

1. 누구도 방송콘텐츠에서 소외되지 않고 쉽게 접근할 수 있도록 기반을 조성하고, 방송의 사회적 기여를 제고하기 위해 노력한다.
2. 방송콘텐츠를 통해 각국의 지역적 문화와 가치를 보호하고 공유한다.
3. 국경 간 장벽을 최소화하여 방송콘텐츠 공동제작과 유통 활성화를 지향한다.



[서명자]

김재철 국장대행(방송통신위원회), Geo Rim 차관급고문 (캄보디아 MPTC), Michael Couto 최고운영책임자(캄보디아 교육방송네트워크), Jackkit Sangkittiwan 파트너(태국 타임컨설팅), Nguyen Van Hiep 국장(베트남 NETVIET), 김문연 회장(방송채널진흥협회), 박명진 팀장(방송통신위원회), 권오상 센터장(미디어미래연구소), 류위훈 센터장(부산시청자미디어센터)

<표 4-4> BCBB 참석자 대표 인사(BCBB에 대한 기대)

참석자	발언요지
김재철 국장대행 (방송통신위원회)	BCBB를 통해 방송콘텐츠와 인류문화 발전에 기여할 수 있도록 방통위가 종합적으로 지원할 것임. 특히, BCBB의 산·학·연 전문가들의 중심에는 항상 시청자가 있어야 한다고 생각함
Geo Rim 차관급고문 (캄보디아 MPTC)	한-아세안 협력에 기여하도록 노력하겠음. 모든 분들이 힘을 합쳐서 방송콘텐츠 발전을 이뤄가기를 희망함
Michael Couto 최고운영책임자 (캄보디아 교육방송)	BCBB 창립기념식에 참석하게 되어 큰 영광이며, BCBB의 멤버가 되어 대단히 기쁨
Jackit Sangkittivan 파트너 (태국 타임컨설팅)	공동제작 및 콘텐츠 유통 촉진을 위한 BCBB의 일부가 되어 창립기념식에 참석하게 되어 기쁘며, BCBB를 태국에서 홍보하겠음
Hiep Nguyen 국장 (베트남 NETVIET)	BCBB 창립을 통해 더 나은 프로그램을 제작하고 시청자 권리를 증진할 수 있는 방안을 함께 논의하고, 앞으로 더 실질적인 결과를 얻을 수 있을 것으로 기대함
김문연 회장 (방송채널진흥협회)	방송채널진흥협회장이자 부산영화제에서 아시아콘텐츠어워드의 심사위원으로서 더욱 뜻깊은 마음으로 BCBB의 창립을 함께하게 되어 영광임. 훨씬 더 알맹이 있는 결과를 만들어 모임으로 거듭날 수 있기를 기대함
박명진 팀장 (방송통신위원회)	방송이 현재 상태에 머물러 있으면 미래는 누가 어떻게 준비하는가 하는 고민으로, 콘텐츠만 집중적으로 논의하는 논의기구를 발족시키고자 제안했음. 이를 실현시킬 수 있도록 노력해주신 미디어미래연구소에 감사함. 이제 태동기로 출범하는 BCBB가 더욱 내실을 갖출 수 있길 바램
권오상 센터장 (미디어미래연구소)	오늘 창립기념식은 이제 시작이라고 생각하며, BCBB 창립 준비위원으로서 BCBB가 앞으로 더 큰 일을 할 수 있도록 노력하겠음
류위훈 센터장 (부산시청자미디어센터)	동네축구가 강해야 프로축구와 국가대표가 강한 것처럼, 시청자가 수용자에 그치지 않고 적극적인 발신자로서 방송콘텐츠 발전에 이바지할 수 있도록 노력할 것임

<표 4-5> BCBB 회원들의 축하메시지(BCBB에 대한 기대)

참석자	발언요지
<p>Maria Donde 영국 OFCOM, 국제 콘텐츠 정책 담당</p>	<p>우리는 '국경없는 방송콘텐츠 전문가'그룹에 지속적으로 참여할 것임. 앞으로도 지속적으로 국경없는 방송콘텐츠 전문가 그룹에 기여하기를 희망함</p>
<p>Nihat ÇAYLAK 터키 RTUK 국제관계관</p>	<p>터키 라디오 및 TV 최고위원회를 대표해서, 방송통신위원회 회장과 미디어미래연구소에게 진심어린 감사의 말씀을 드립니다. BCBB 전문가 그룹은 다양한 국가와 문화, 지역과 공통의 가치를 모으는 기회가 될 것임. 우리는 터키에서 가정친화적 방송콘텐츠의 제작을 지지하고, 국제적으로는 가정과 어린이들을 보호하기 위한 공동제작을 위해 열정적인 지원을 할 계획임. 보편적인 가치 측면에서, 우리는 미래를 위해 아이들과 청소년의 육체적, 정신적 건강에 긍정적인 라디오와 TV방송을 위한 공동제작을 하고자 함. 방송과 콘텐츠부문의 협력을 위해 BCBB의 회원이 된 것을 기쁘게 생각함</p>
<p>Koichi Okumura ABU 사무국장</p>	<p>아시아-태평양 방송연합 사무국을 대표하여 앞으로도 BCBB의 활동에 지속적으로 참여하기를 희망함</p>
<p>Kok Yin Wah, 말레이시아 HTV Entertainment Limited 대표</p>	<p>말레이시아 HTV 엔터테인먼트 유한회사를 대표해서, BCBB의 창립을 축하함</p>
<p>Teresa Potocka 영국 센스터픽처스 대표 &amp; 창립자</p>	<p>국경없는 방송콘텐츠 전문가 그룹에 참여하게 된 것을 영광으로 생각함. 방송과 미디어 부문의 고유한 특성을 보호하고, 현재의 미디어산업 동력을 강화하는 BCBB의 정신에 공감함. 앞으로도 국경에 상관없이 시청자에게 더 많은 혜택이 돌아가는 포용적인 방송환경 구축을 위해 더 많은 논의가 이뤄지기를 진심으로 기대함</p>
<p>Pham Kim Oanh &amp; Le Ahn Mai 베트남 하노이TV 국제교류팀</p>	<p>BCBB 창립식이 앞으로 우리의 위대한 활동의 첫 시금석이 될 것으로 믿음. 창립식이 성공적이기를 기원함</p>
<p>Francesca Paola Ricci 이탈리아 RAI 국제 리서치콘텐츠 전략 담당</p>	<p>BCBB, 특히 지역친화적인 방송콘텐츠를 위한 서브그룹의 일원이 된 것을 매우 기쁘게 생각함. 문화, 정보, 지식의 협력과 교류는 우리 방송사업자들의 미래에 매우 중요한 일이기에 다른 전문가들을 빨리 만나게 되기를 희망함</p>

<표 4-6> BCBB 창립선언(방송통신위원회 표철수 상임위원)

안녕하십니까?

저는 국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹(BCBB)  
임시의장을 맡은 방송통신위원회 상임위원 표철수입니다.

방송통신위원회와 미디어미래연구소는  
2019년 6월 20일 대한민국 서울에서 열린 방송 공동제작 국제콘퍼런스에서  
국경 없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹(BCBB)의 창설을 제안했습니다.

각국의 콘퍼런스 참석자들은 BCBB의 창설 취지에 공감하면서,  
향후 활동에 기대감을 보이셨고,  
그 결과, 적극적인 회원가입이 이어졌습니다.

BCBB 설립 준비위원회를 대표해서  
회원님께서 보내주신 지지와 성원에 깊이 감사드립니다.  
우리는 문화, 경제, 역사, 정치적 차이와 경계를 넘어서  
다양하고 새로운 가치를 만들어나가기 위해 노력할 것입니다.

이 같은 정신은 BCBB의 이름에도 반영되어 있습니다.  
“경계가 없다(without borders)”가 아니라,  
모든 “경계를 초월하는(beyond borders)”  
범지구적인 사랑을 받는 방송콘텐츠를 추구합니다.

저는 오늘 이 자리에 참석하신 창립회원, 그리고 내빈들과 함께  
기쁜 마음으로 BCBB 창립을 선언합니다.

서로의 차이를 존중하고 격차를 줄일 수 있는  
제도적·기술적 장치들을 도출하기 위해서  
다양한 방식의 적극적인 협력을 기대합니다.

감사합니다.



### 제 3 절 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹 발전을 위한 제언

#### 1. 조직 구성 및 운영 체계화

앞 장에서 정리한 것처럼 이 연구에서 제안한 글로벌 방송콘텐츠 워킹그룹이 BCBB라는 이름으로 2019년 11월 창립기념식을 갖고 공식 출범했다. 또한, 비교적 단기간에 많은 국가에서 다양한 전문가들이 회원으로 참여하는 성과를 거두었다. 이는 방송콘텐츠에 대한 국제적 협력의 필요성과 BCBB의 목표에 대해 전 세계적으로 많은 공감대를 갖고 있다는 것을 의미한다.

현재 BCBB는 임의단체 형태로 출범한 태동기로서 본격적으로 활발한 활동을 통해 국제적인 영향력을 점차 확대해 나가야 하는 단계다. 그러나 앞서 제2장에서 살펴본 국제기구 또는 글로벌 협의체 중에는 뚜렷한 운영주체가 없어 체계화되지 못하고 지속적인 역량을 발휘하지 못하는 경우도 있다. 따라서 BCBB가 중장기적으로 방송콘텐츠 분야를 대표하는 국제기구로 발전하기 위해서는 조직과 체계를 명확히 할 필요가 있다.

##### 가. 총회 개최 및 정관 제정

우선, 조속한 시일 내에 총회를 개최하여 초대의장을 선출하고 이사회를 구성할 필요가 있다. 현행 임시의장 체제를 벗어나 회원으로부터 선출된 임원을 통해 조직의 대표성을 확보하기 위한 것이다. 따라서 총회 개최 전에 회원들을 대상으로 의장 및 이사회 등에 출마 또는 추천할 수 있도록 창구를 열어둘 필요가 있다.

총회에서는 의장과 이사회 선출뿐만 아니라 조직구성 및 운영에 관한 사항을 명문화한 정관을 제정하고 회원들의 추인을 받는 과정이 필요하다. 정관에는 명칭, 목적 및 사명, 의장 및 이사회, 사무국, 재원 주요 사업 등을 포함하도록 한다. 역시 정관 내용 등에 대해서도 총회가 열리기 전에 기존 회원들의 의견을 수렴하는 과정이 필요할 것이다.

#### 나. 사무국 개설 및 법인화

BCBB 회원관리 등 실무를 담당할 사무국을 한국에 설치할 필요가 있다. 총회 개최 전에 사무국을 개설하는 경우, 총회에서 사무국 설치를 포함한 정관을 통해 추인을 받는 과정이 요구된다.

초기에는 현행과 같이 임의단체로 출발하더라도, BCBB 독립법인을 설립하거나 비영리 공익재단(방송콘텐츠진흥재단 등) 사업으로 운영하는 방안을 검토할 필요가 있다. 해외 각국 정부, 기업, 국제기구 등과 각종 MOU 또는 계약을 체결하거나 기부금, 회비 납부 및 정산 등을 담당하는 주체의 법적 근거를 명확히 해야 하기 때문이다. 임의단체 형태로는 이 같은 법적 행위를 하는데 있어서 여러 가지 제약이 따를 수밖에 없다. 향후 국제기구로 위상을 강화하기 위해서도 앞서 살펴본 바와 같이 국제법상 국제기구 설립을 위해서는 ‘국제법인격’이 요구된다.

#### 다. 재원 마련

초기에는 BCBB 설립을 제안한 한국 정부에서 최소한의 운영경비를 충당할 수 있을 것이다. 그러나 향후 국제기구로의 전환을 추진할 경우 다른 국제기구들과 마찬가지로 각국 정부의 부담금, 회원들의 회비, 각종 기부금 등을 다양한 형태로 재원을 마련하는 것도 고려할 만하다. 회비 또는 기부금 납부 등에 따른 회원의 권리와 혜택 등에 차등을 두는 방식들도 다양하게 검토할 필요가 있다.

## 2. 국제적 위상 강화를 위한 아젠다 세팅

### 가. 분과별 온라인 포럼 활성화

우선, BCBB 홈페이지를 통해 회원들이 자유롭게 온라인 포럼을 제안하고 개설·운영하는 방식으로 전환이 필요하다. 기존 홈페이지는 회원모집을 위해 BCBB를 소개하는 브로셔 성격이 강했지만, 앞으로는 본격적으로 분과별 온라인 포럼을 활성화하여 구체적인 논의의 성과를 낼 있도록 개편할 필요가 있다. 이를 위해 우수 온

라인 포럼 개설·운영자를 선정하여 시상하는 등 논의를 활성화할 수 있는 혜택과 인센티브를 마련하는 것이 중요하다.

나. 국제사회에 보고서 발표

이와 같은 온라인 포럼, BCBB 총회 또는 분과별 논의결과를 선언문이나 보고서 등의 형태로 다른 국제기구 등에 전달함으로써, 국제사회의 아젠다로 채택할 수 있도록 추진할 필요가 있다. 총회의 성과를 담은 “국경 없는 방송콘텐츠 선언 또는 협약”이나 분과별 논의결과를 ‘국가별 방송의 사회적 기여 지수’ 보고서 등으로 발표함으로써 국제사회에 관련 아젠다를 환기시키고 관련 논의를 선도할 수 있을 것이다. 나아가 다른 국제기구나 국제학회들이 이 같은 결과물을 인용하거나 공동으로 발표할 수 있도록 노력할 필요가 있다.

또한, 현재 방통위가 개최하고 있는 ‘방송 공동제작 국제 콘퍼런스(IBCC)’나 국제 방송콘텐츠마켓 등에 BCBB 공동관(부스)을 설치하여 각 지역의 문화적 다양성을 반영하는 방송콘텐츠 공동제작 등 국제교류를 활성화하는 사업을 적극적으로 추진하는 것도 국제적인 위상을 높이는 방안이 될 수 있다.

## 참 고 문 헌

### 국내문헌

- 고상원·주성희·김창완·노은정·오채주 (2018), 방송공동제작 협력강화: 2018 방송공동제작 해외시장 분석(말레이시아, 베트남, 싱가포르, 인도네시아, 태국 5개국). 정책자료 18-17, 방송통신위원회.
- 김유석·권오상·남승용·이순환 (2018), 한·중 FTA 서비스무역 후속 협상 개시에 따른 방송 프로그램 공동제작협정 관련 대응방안 연구. 방통융합정책연구 KCC-2018-29, 방송통신위원회.
- 배기형 (2010), <국경 없는 TV, 경쟁하는 프로그램>, 커뮤니케이션북스.
- 이강규 (2009), 방송관련 국제기구 및 단체 현황. <정보통신정책연구>, 제21권 16호, 정보통신정책연구원.
- 이종관·김유석·전주혜 (2014), 글로벌 미래 ICT 비전 제시를 위한 장관회의 의제 개발 연구. 방송통신정책연구 14-진흥-091, 미래창조과학부.
- 주성희 (2016), 다자간통상시대 국가간 방송공동제작협정의 함의. <KISDI Premium Report>, 16-01, 정보통신정책연구원.
- 김일환·기진기·이종관·남승용·김유석·이종영·성지연·전주혜·안자영(2012), 국제 사이버공간 포럼 대응전략 연구. 방송통신미래전략체계연구 지정 2012-05. 방송통신위원회.

### 국외문헌

- AFoCO (2018), Agreement on the Establishment of the Asian Forest Cooperation Organization.
- AIBD (1977), Agreement establishing the Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development.

APEC (2015), APEC Telecommunications and Information Working Group Strategic Action Plan 2016-2020.

GGGI (2017), Agreement on the Establishment of the Global Green Growth Institute.

ITU (2005), Tunis Agenda for the Information Society.

UN (2015), Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development.

\_\_\_ (1948), Universal Declaration of Human Rights.

#### 웹사이트

국제기구연맹([www.uia.org](http://www.uia.org))

국제방송통신기구([www.iicom.org](http://www.iicom.org))

글로벌녹색성장기구([www.gggi.org](http://www.gggi.org))

아시아산립협력기구([www.afocosec.org](http://www.afocosec.org))

아시아·태평양방송개발기구([www.aibd.org.my](http://www.aibd.org.my))

아시아·태평양 방송연합([www.abu.org.my](http://www.abu.org.my))

인터넷거버넌스포럼([www.intgovforum.org](http://www.intgovforum.org))

APEC 정보통신실무그룹([www.apec.org](http://www.apec.org))

BCWW([www.bcww.kr](http://www.bcww.kr))

BCM([www.ibcm.tv](http://www.ibcm.tv))

MIPCOM([www.mipcom.com](http://www.mipcom.com))

MIPTV([www.miptv.com](http://www.miptv.com))

## 붙임1. BCBB 설립 제안(IBCC 발표자료)

The International Broadcasting Co-production Conference

---

Experts Working Group on  
**Broadcasting Content Beyond Borders**

---

**Session III. Experts Round Table**  
"Prospects & Challenges For International Broadcasting Co-Production  
Across Borders And Technologies"

June 20, 2019

Osang Kweon  
Chief Director of Media & Future Institute

**INDEX** Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

---

**I. CHALLENGES AND OPPORTUNITES**

Broadcasting Content as a new cultural phenomenon across the world  
Providing new opportunities

**II. PROPOSITION**

OBJECTIVE  
MISSION  
SUB-GROUP AGENDA  
ORGANIZATION  
ACTMTIES  
SCHEDULE

---

2 |

## CHALLENGES AND OPPORTUNITES

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

3 |

### Broadcasting Content as a new cultural phenomenon across the world

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

#### Production of Broadcasting Content Without Borders/Platforms

- The broadcasting industry has already entered an era of collaboration in which production factors (capital, format, producer, actor, post-production, production facilities, etc.) in various countries are shared
  - Producers from Korea and Viet Nam have cooperated in the production of <Running Man- Chay Di cho chi>, a Vietnamese version of SBS <Running Man>
- Broadcasting content is distributed through the Internet, as well as through traditional distribution channels across the world
  - "Love Distance", a web drama co-produced by Korea and Indonesia, was aired across the world through the Internet
  - <Phi Promo>, a Turkish soap opera, was translated in Korean and aired in Korea with support of Korea Communications Development Fund
- Sharing production know-how, technology and resources helps production of value-added broadcasting content and realization of the cultural mosaic → Positive-sum strategy

4 |

## New opportunities

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

### Cultural Diversity and heritage

- Provide future generations, who will consume broadcasting content regardless of borders by OTT, satellite broadcasting and global media in the globalized era, to enjoy cultural diversity and find their cultural identities through broadcasting
- Seek cultural resources and promote creativity across the world and deliver cultural heritage to future generations through vigorous production of broadcasting content
- Co-production and distribution of broadcasting content promotes bilateral and multilateral cultural exchange and mutual understanding

5 |

## New opportunities

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

### Technological Transformation

- Importance of technologies and capabilities of producing broadcasting content is rising due to the characteristic of broadcasting content production as a technology-based service
- It is necessary to seek ways to share opportunities and capabilities of technological transformation to benefit all
- Establishment of a global consultative body, such as bodies in information and communications technologies and the international standard fields where global cooperation is active, is needed to discuss present and future issues on broadcasting content

The Korea Communications Commission proposes to establish an "Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders" as a global experts network to promote cultural exchange and cooperation through broadcasting content production

6 |



## II

### PROPOSITION

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

#### OBJECTIVE

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

##### Purpose

- The "Working Group" is a global consultative body in collaboration with public and private sectors,
- It shares information and opinions on markets and policies related to broadcasting content and discusses future vision and policy directions of broadcasting content

##### Objective

- The "Working Group" seeks ways to conserve and enjoy cultural diversity and heritage and promote technological transformation for sustainable development of broadcasting content industry in each country
- It also seeks ways for institutional and economic support to promote exchange of broadcasting content among countries and suggests future vision and policy directions for development of the global broadcasting content industry

8 II

## MISSION

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

### 1 Social Contribution of Broadcasting

Discuss policies and technical measures for various applications of broadcasting content so that no one is left behind

### 2 Development and Support of Local-friendly Broadcasting Content

Share each country's current state and policy environment and seek ways to conserve and expand its regional values and culture

### 3 Support of Co-production and Distribution of Broadcasting Content

Seek ways to promote the mutually beneficial co-production and distribution of broadcasting content

9 |

## SUB-GROUPS

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders



10 |

## SUB-GROUP AGENDA

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

### Social Contribution of Broadcasting

#### Agenda

- Develop broadcasting models as a means to support sustainable economic growth of each country and inclusive development of all classes
- Discuss ways to cope with changes in production and distribution due to technological development such as AI, AR/VR and UHD
- Seek ways to contribute as a universal information providing service in response to aging and individualizing society

#### Goals

- (Balanced development) Reduce digital divide in order for everyone to participate in society and get access to information through broadcasting
- (Inclusive society) Establish an inclusive broadcasting environment for everyone to benefit from technological development

11 |

## SUB-GROUP AGENDA

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

### Local-friendly Broadcasting Content

#### Agenda

- Discuss ways to ensure pluralism, cultural diversity and cultural respect in broadcasting
- Seek national and regional cultural heritage for various application in broadcasting content production
- Promote production of local-friendly broadcasting content to conserve national and regional identities and cultural heritage in response to globalization
- Develop cooperation models among countries and regions on the global distribution of local broadcasting content

#### Goals

- (Pluralism) Provide opportunities to share culture and values from different countries and regions
- (Sustainable growth) Promote sustainable growth of each country's broadcasting industries through transnational cooperation

12 |

## SUB-GROUP AGENDA

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

### Co-production and Distribution

#### Agenda

- Seek ways to attract investment to promote co-production and distribution of broadcasting content
- Discuss cultural and institutional obstacles and solutions to co-production of broadcasting content
- Provide policy directions to promote bilateral and multilateral co-operation and distribution of broadcasting content
- Raise funds through private, national, or international organizations to support co-production of broadcasting content

#### Goals

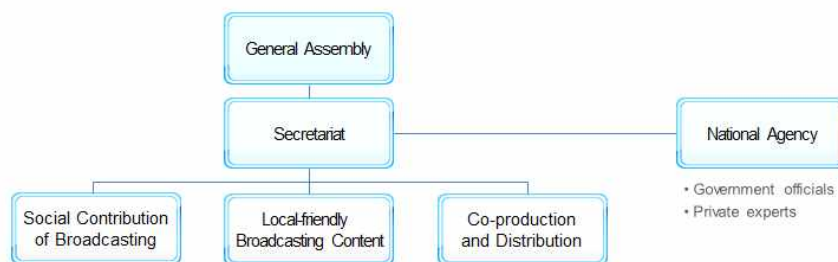
- (Promotion of co-production) Promote co-production of broadcasting content for higher quality
- (Reciprocity) Seek fair and mutual benefits through co-production of broadcasting content
- (Consolidation of Networks) Establish co-production platforms and networks

13 ||

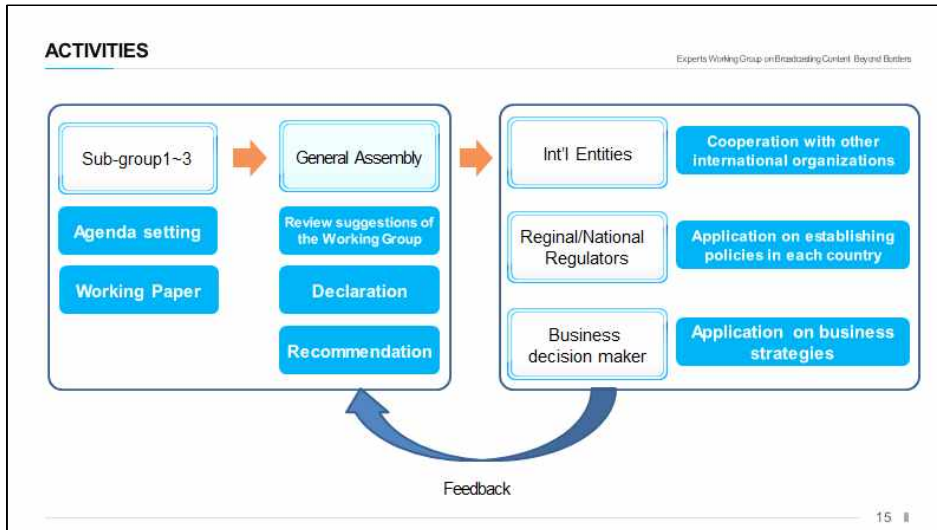
## ORGANIZATION

Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

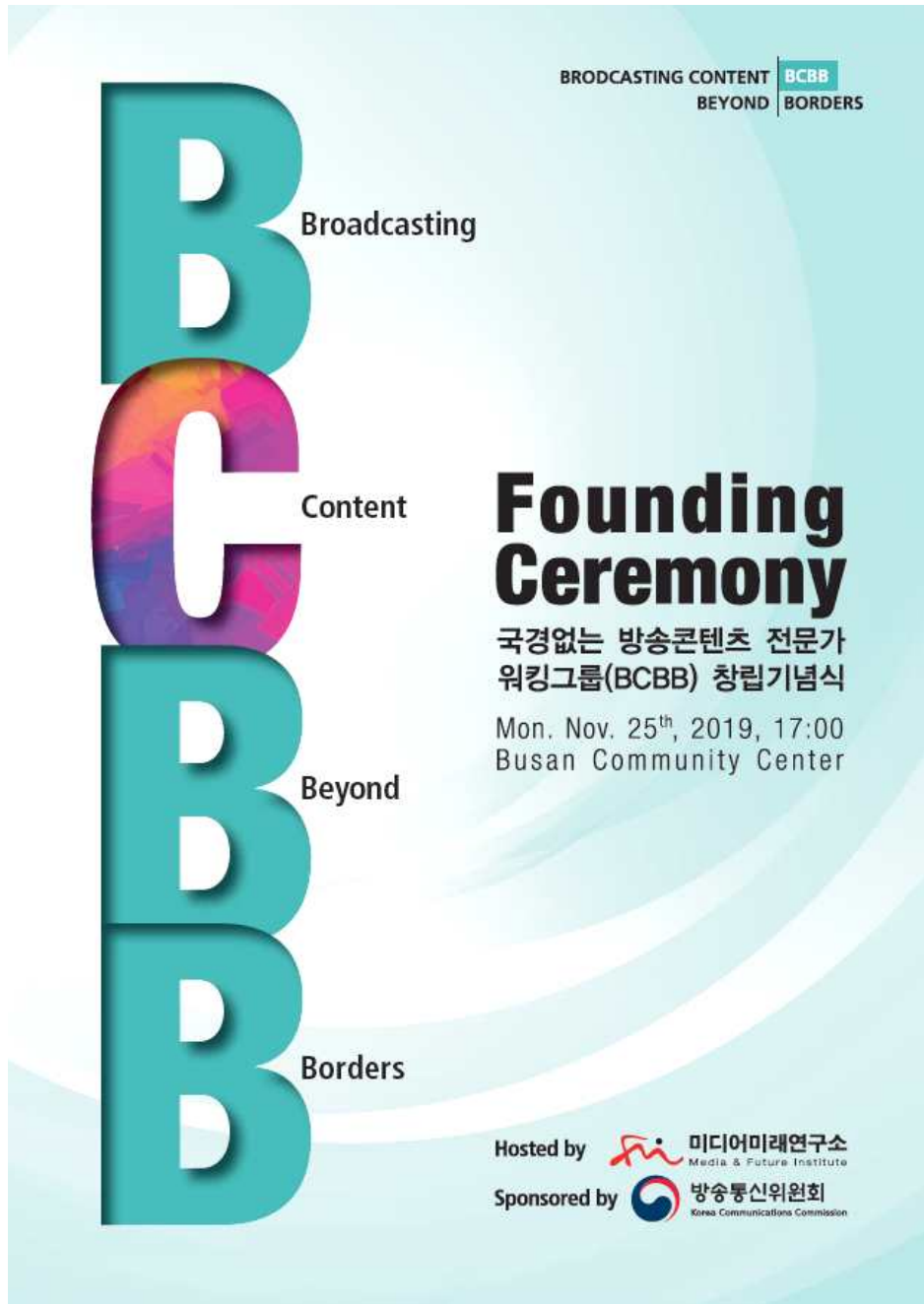
- Three sub-groups for in-depth discussions on the mission and achievement of goals
- Cooperation with the General Assembly, Secretariat and national agencies



14 ||



붙임2. BCBB 창립기념식 자료집





The poster features a large vertical acronym 'BCBB' on the left. The 'B' at the top is teal, the 'C' in the middle is multi-colored (orange, purple, pink), and the two 'B's at the bottom are teal. To the right of each letter is its corresponding word: 'Broadcasting', 'Content', 'Beyond', and 'Borders'. In the top right corner, the text 'BROADCASTING CONTENT BEYOND BORDERS' is displayed, with 'BCBB' in a teal box. The main title 'Founding Ceremony' is in large, bold black font. Below it, the Korean text reads '국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹(BCBB) 창립기념식'. The date and location are 'Mon. Nov. 25<sup>th</sup>, 2019, 17:00 Busan Community Center'. At the bottom, it says 'Hosted by 미디어미래연구소 Media & Future Institute' and 'Sponsored by 방송통신위원회 Korea Communications Commission'.

BROADCASTING CONTENT **BCBB**  
BEYOND BORDERS

**B** Broadcasting  
**C** Content  
**B** Beyond  
**B** Borders

**Founding Ceremony**  
국경없는 방송콘텐츠 전문가 워킹그룹(BCBB) 창립기념식  
Mon. Nov. 25<sup>th</sup>, 2019, 17:00  
Busan Community Center

Hosted by  미디어미래연구소  
Media & Future Institute

Sponsored by  방송통신위원회  
Korea Communications Commission

## Program

Time	Program	
17:00~17:05	Registration	
17:05~17:10	Introduction of BCBB	<b>Kweon, Osang</b> Chief Director of Media & Future Institute
17:10~17:15	Congratulatory Speech (video)	<b>Han, Sang-hyuk</b> Chairman of Korea Communications Commission
17:15~17:20	Declaration of Foundation (video)	<b>Pyo, Chul-soo</b> Commissioner of Korea Communications Commission
17:20~17:40	Special Speech	<b>Cooperation Beyond Borders, the Future of Broadcasting</b> <b>Geo Rim</b> Ranking Secretary of State Advisor to MPTC, Cambodia
17:40~17:50	Members' Speeches	Sub-group on the Social Contribution of Broadcasting Sub-group on the Local friendly Broadcasting Content Sub-group on the Co-production and Distribution
17:50~18:00	Signing Ceremony	BCBB Foundation Declaration

## Progress Report



Kweon, Osang  
Chief Director of Media & Future Institute

Chief Director, Broadcasting and Telecom Policy Center, Media & Future Institute  
Adjunct Professor, Yonsei University Law School  
Committee Member, Telecommunications Special Committee, Korea Communications Standards  
Commission  
Ph.D. in Law, Yonsei University



**Introduction of BCBB** Case studies on co-production of broadcasting content between Korea and ASEAN

---

**Experts Working Group on  
Broadcasting Content Beyond Borders**


---

  
**Founding Ceremony**  
 Progress Report

Nov. 25, 2019

Osang Kweon  
 Chief Director of Media & Future Institute

**Progress Report** Experts Working Group on Broadcasting Content Beyond Borders

Year 1 Year n

Ideas & Benchmarking	Formation	Agenda Setting	Founding Ceremony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suggestion of WG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Open for Participation</li> <li>- Government officials</li> <li>- Private experts</li> <li>• Establishment of SG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inquiry on agenda priorities</li> <li>• Setting agenda for each SG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Official establishment</li> </ul>

• Jun. 20, 2019, IBCC (International Broadcasting Co-production Conference) • Nov. 25, 2019, BCBB Founding Ceremony

2 / 8

**Progress Report**

Osang Working Group on Establishing Content Report/Books

**102 members from 25 countries (Nov. 20<sup>th</sup>, 2019)**

CONTINENT	OCCUPATION	SUBGROUPS
ASIA : 65	GOVERNMENT : 7	SG1 : 27
EUROPE : 21	INDUSTRY : 51	SG2 : 12
AMERICA : 11	ACADEMY : 32	SG3 : 39
AFRICA : 3	CONSULTING : 5	N/A : 24
OCEANIA : 2	RESEARCH : 7	

3 |

Osang Working Group on Establishing Content Report/Books

**THANK YOU**

osang.kweon@mfi.re.kr

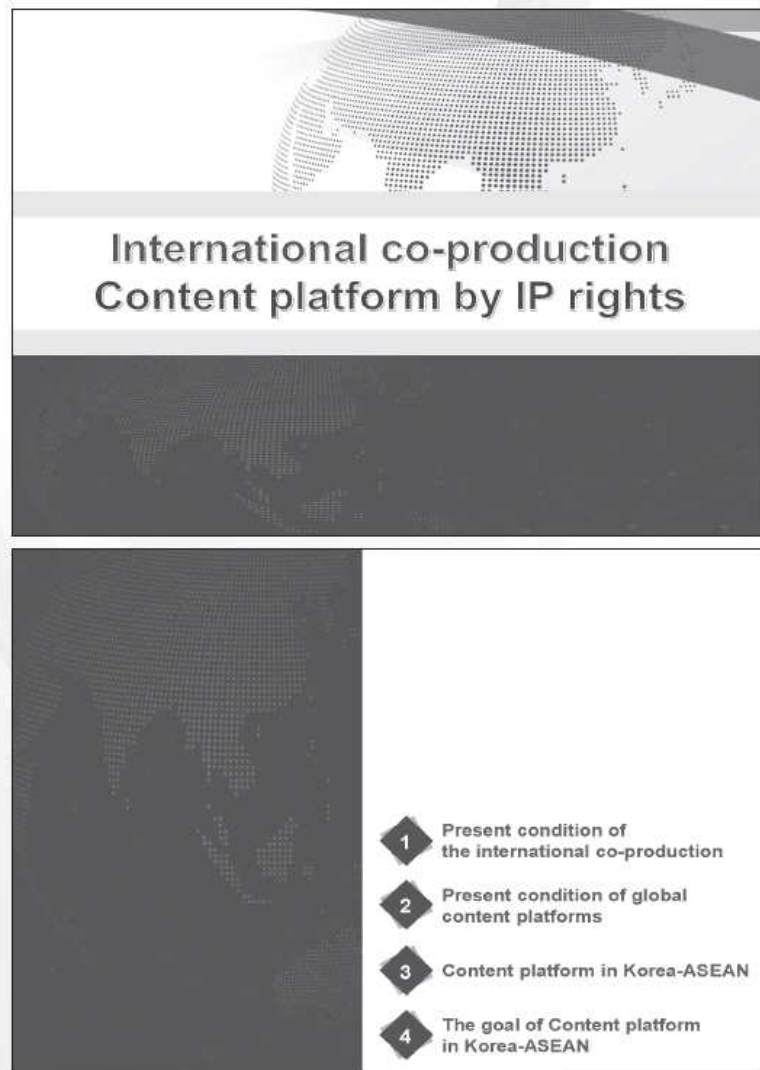
4 |

## Cooperation Beyond Borders, the Future of Broadcasting



Geo Rim  
Ranking Secretary of State Advisor to MPTC, Cambodia

His Excellency, Mr. Geo Rim is Ranking Secretary of State Advisor to Ministry of Post and Telecommunications in Kingdom of Cambodia. He was the Managing Director of Apsara TV(Cambodia People's Party) station in Cambodia. He was also educator and consultant in Ministry of Information that was charge for all TV stations in Cambodia. And he launched Korea MBC into CNC-MBC that was Cambodia terrestrial TV station in Cambodia in 2015. Prior to Cambodia, he got the certificate of Professional Program in Producing in UCLA, School of Theater, Film and Television and was selected the accomplished a producing fellow with a short film, "Sippie". And he studied American Film Institute MFA as a producing fellow in US. And he was the agent of China Film Group, Co-Production in Beijing, China in 2004. In education, he completed Ph.D programs of Culture Content in Korea University in Republic of Korea in 2008 and got Master Degree of Theater Arts in State University of New York at Albany in 1993. He studied Asian Theater MFA in University of Hawaii, at Manoa. He got BA Degree of Theatre in Eastern Washington University in America. Currently, he has coordinated a lot of works between MPTC and MSIT(Ministry of Science and ICT) and between MPTC and KCC(Korea Communications Commission) in Republic of Korea.



**International co-production  
Content platform by IP rights**

- 1 Present condition of the international co-production
- 2 Present condition of global content platforms
- 3 Content platform in Korea-ASEAN
- 4 The goal of Content platform in Korea-ASEAN

 **1. Present condition of international co-production**

**Purpose of co-production**

- Overcoming any political and diplomatic limitations for the export of Korean wave entertainment, especially in the Northeast Asia territories, and enable sustainable overseas expansion of strong Korean wave content.
- Seeking out mutual interests, increase communication between global communities, manage and maintain the flow of content, and offset any side effects (anti-Korean sentiment or counter-Korean sentiment) through cooperation between countries.
- Respecting the cultural heritages and values of participating countries, seek out mutual interchange between countries, and create a feedback structure that mutually accepts other country's cultures.
- Developing human resource through industrial-educational cooperation in the content industry, global human market network and commercialization of content production.

**How to establish successful co-production**

<b>Make a detailed plan</b>	<b>Build personal connections and networks</b>
<b>Build from International experience</b>	<b>Participate in International tours</b>
<b>Start small and grow big</b>	<b>Seek out experienced partnerships</b>
<b>Request assistance along the way</b>	<b>Establish crisis management teams</b>

 **1. Present condition of international co-production**

**Protocol process for the co-production**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propose ideas for content</li> <li>• Choose a coordinator for the project</li> <li>• Participation of broadcasting companies that are interested in the project. Collect the companies' opinions and utilize the opinions for the project</li> <li>• Decide which broadcasting companies will join the project, create a pre production team, and start to plan for the project</li> <li>• Decide a project proposal that will be used and broadcasting companies that will join the project.</li> <li>• Decide a production method for producing content and confirm detail information of the productions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Develop a profit model and prepare production budget</li> <li>• Revise financing and decide which method will be used to procure the production cost</li> <li>• Adjust the consultations related to copyrights and financing</li> <li>• Conclude the contract of coproduction</li> <li>• Create a production team and begin production</li> <li>• Conduct a professional research about 'The Korean Wave' phenomenon (research on different countries, age groups, and academic background)</li> </ul>
---	---

**Special speech** Cooperation Beyond Borders, the Future of Broadcasting

## 1. Present condition of international co-production

Limits of co-production

- Since Phase 1 is primarily focused on introducing the cultures between countries, Phase 2, which is primarily focused on generating profits, is currently insufficient
- Because storytelling can be very culture-specific, the re-editing of original content is required for cross-cultural co-production purposes
- Related to cross-cultural co-production partnerships, various partners or agencies may hold conflicting political or business interests

Countermeasures for co-production

- Continuous and detailed communication is required to insure mutual understanding
- Sufficient preparation is required for unexpected situations in order to minimize risk and solve problems immediately
- Clarifying each partner's role and responsibilities in any co-production helps insure that relationships are built on trust, mutual respect, and understanding

## 2. Present condition of global content platform

Overseas platform

- YouTube(85.6%), Netflix, Facebook, Instagram, TikTok, Dailymotion

Domestic platform

- Africa tv(3.3%), Naver tv(2.0%), Podbbang, Kakao tv, Oksusu(2019.12. 30 Termination of service)

Integrated OTT platform  
Launching of (Wavve)

- Oksusu of SKT & Combination launching of the three terrestrial television companies
- Established on 18th September, 2019
- 300 billion won planned investment thru 2023
- Goal of five million paying member by 2023

Problems of (Wavve)

- The service was unstable at early stage
- Members who own 1 minute preview passes often experience service errors
- Members often cannot see contents lists due to errors
- CJ ENM and JTBC contents are not here

## 2. Present condition of global content platform

### YOUTUBE

#### Present condition of users

- Global login users per month - 1.5 billion
- One billion hours viewed every day
- Net number of domestic monthly users - 31 million (30,830,000)
- Time watching - 1077 minutes per viewer 1 month (domestic)
- Net number of mobile users per month - 25 million (domestic)
- Due to expanded demographics, 30% (7 million) of mobile users are now 50 years old or older

#### Type of content (view)

- Cover 8.198 million
- ASMR 3.210 million
- HOW TO 1.322 million
- OOTD 1.135 million
- Mukbang (eating) 1.080 million
- Other popular contents : beauty, kids, v-long, and others

#### Sales of domestic video AD

(unit: one hundred million won)

YouTube	Facebook	Naver	Daum	SBS	POOQ
1,169	930	249	164	51	49
40.7%	32.4%	8.7%	5.7%	1.8%	1.7%

- Google currently does not provide official sales figures, however The Wall Street Journal estimates annual sales to be 11 to 20 billion dollars which 10 to 18% of Google's overall sales
- YouTube commands over 40.7% of domestic video AD sales. Sales estimates are approximately 116.9 billion won

<Sources : Korea Multi Channel Network Association>

## 2. Present condition of global content platform

### Profit model of YouTube content creation

#### Advertising through Google AdSense

- Insert advertising banners on channels earns income whenever someone clicks on them

#### Sponsor and personal advertisement

- Sponsor and ad revenue through product marketing and a brand's direct personal contact

#### Video Advertisement

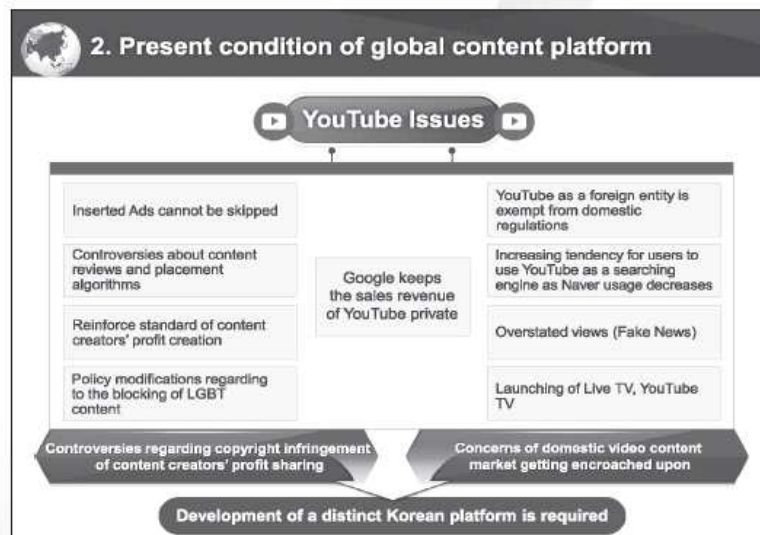
- Inserted video ads at the beginning of videos earns revenue for each viewing

#### Super chat sponsor

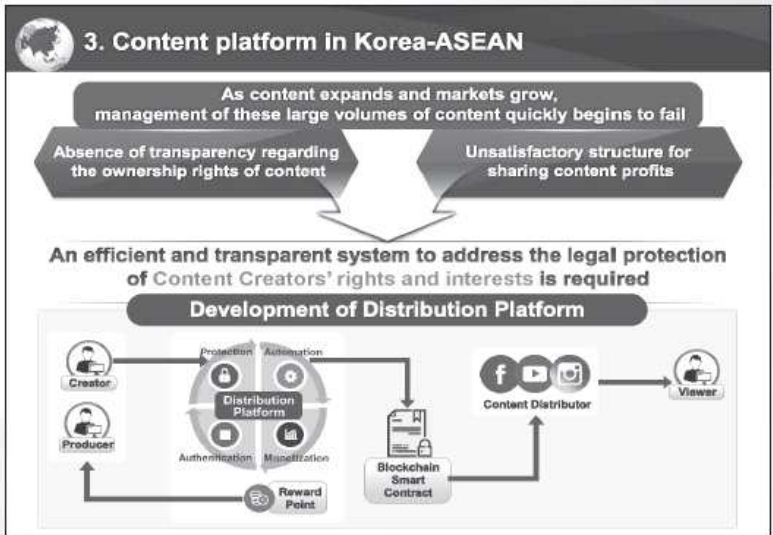
- Estimated 500 thousand won per day in sponsorship commissions (approximately 30% revenue) - actual figures not available to the public

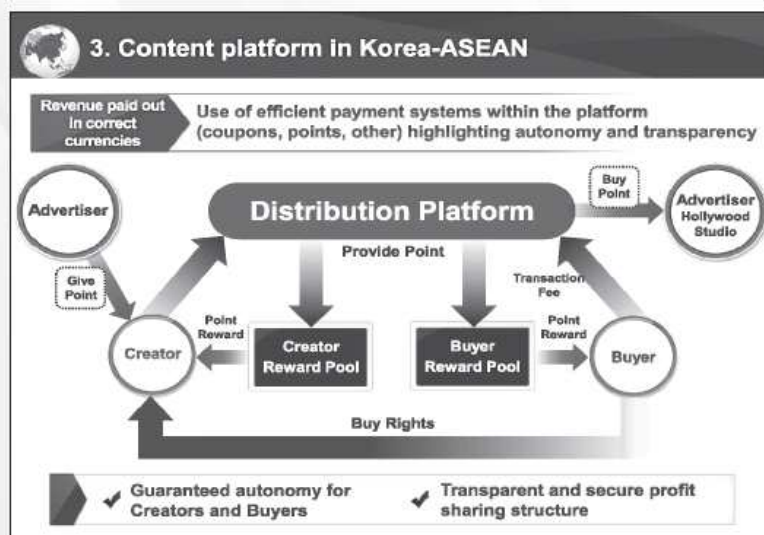
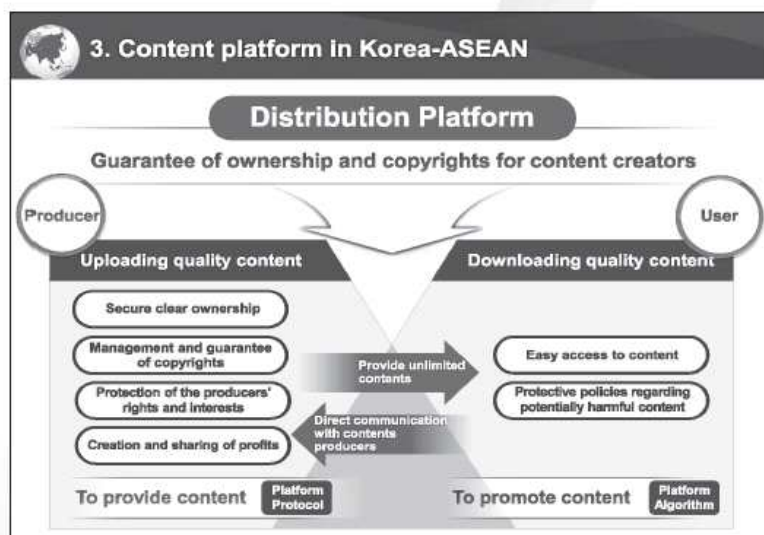
- Highly efficient advertisement targeting based on user's gender, age, hobbies and interests
- Minimum profit based on 1000 accumulated subscribers and recent 4000 hours of viewing time per year
- Determines an advertisement's value based on the quality of the content, the number of hits, its average continuous viewing time, and its dedicated viewership (subscribers)
- Google uses key-word search algorithms to maximize ad placement within YouTube. This increases the content creator's potential profit through Google's ad pricing auctions

Special speech Cooperation Beyond Borders, the Future of Broadcasting

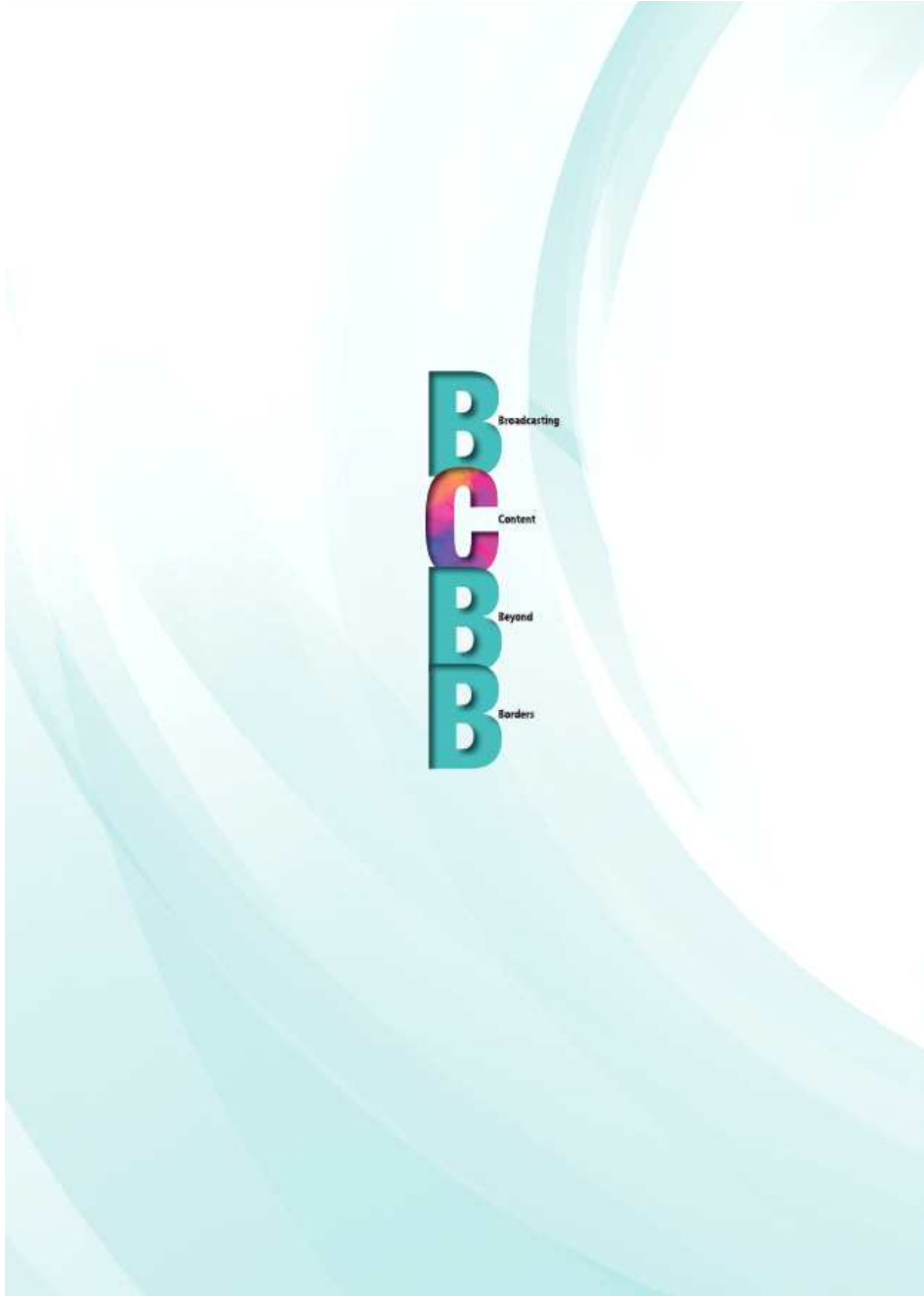












● 저 자 소 개 ●

---

김유석

- 한림대 언론정보학부 졸업
- 고려대 언론학과 석사
- 고려대 언론학과 박사수료
- 현 미디어미래연구소 실장

천혜선

- 이화여대 신문방송과 졸업
- 이화여대 신문방송학과 석사
- 뉴욕주립대 커뮤니케이션학 박사
- 현 미디어미래연구소 연구위원

전주혜

- 고려대 사회학과 졸업
- 고려대 언론학과 석사
- 고려대 언론학과 박사수료
- 현 미디어미래연구소 책임연구원

신혜인

- 한국외대 언론정보학과 졸업
- 현 미디어미래연구소 연구원

권오상

- 연세대 경영학과 졸업
- 연세대 경영학과 석사
- 연세대 법학과 박사
- 현 미디어미래연구소 연구위원

김용희

- 숭실대 경제학과 졸업
- 숭실대 경영학과 석사
- 숭실대 경영학과 박사
- 현 숭실대 경영학과 조교수

이순환

- 고려대 법학과 졸업
- 고려대 법학과 석사
- 고려대 법학과 박사수료
- 현 미디어미래연구소 선임연구원

방통융합정책연구 KCC-2019-20

**방송콘텐츠 글로벌 워킹그룹 구성·운영 방안 연구**

---

2019년 12월 31일 인쇄

2019년 12월 31일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장

발행처 방송통신위원회

경기도 과천시 관문로 47

정부과천청사

TEL: 02-2110-1323

Homepage: [www.kcc.go.kr](http://www.kcc.go.kr)

---