

국제방송기구 조사 및 협력방안에 관한 연구



이 보고서는 2009년 방송통신위원회 방송발전기금 조사연구사업의 연구 결과로서 보고서의 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

이 보고서를 방송통신위원회가 지원하여 수행한 ‘국제방송기구 조사 및 협력방안에 관한 연구’의 최종보고서로 제출합니다.

2009년 8월

주관연구기관 : 숭실대학교 산학협력단
책임연구원 : 박창희(숭실대학교 언론홍보학과 교수)
공동연구원 : 유승관(동명대학교 언론영상광고학부 교수)
 홍종배(한국전파진흥원 책임연구원)
연구보조원 : 박희상(숭실대학교 석사과정)

Contents

요약	viii
I	들어가는 글
1. 방송환경 변화 및 연구의 필요성	1
2. 국제방송기구 참여현황	6
3. 국제방송기구가 수행하고 있는 문화협력사업 현황	12
II	방송환경에 영향을 미치는 국외적 요인
1. 방송영상산업의 특성과 국제적 기류	16
2. 국제협력 강화가 필요한 대외 환경 요인	22
1) 탈냉전	22
2) 지구화와 세계화	23
3) 다원화	23
4) 선진화	24
5) 방송의 국제화	24
III	국제방송기구 현황 및 유관기관
1. IIC(International Institute of Communications, 세계방송통신기구)	26
1) IIC의 개요	26
2) IIC의 주요활동	27
3) 우리나라의 IIC 참여전략	35
2. AIBD(Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development)	37
1) AIBD의 개요	37

2) AIBD의 주요활동	50
3) 우리나라의 AIBD의 참여전략	59
3. 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블	60
1) 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블	60
2) 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 주요 활동	62
3) 우리나라의 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 참여전략 ..	89

IV

국제방송기구와의 효율적 연계방안

1. IIC	95
2. AIBD	96
3. 아·태 규제기구 라운드 테이블	97

V

결론 및 제언

Contents

표 목 차

<표 1> 세계 디지털 방송영상 시장의 규모 및 전망	3
<표 2> 국내 방송사들의 국제방송기구 가입 현황	8
<표 3> 주요 국제방송기구 개요	9
<표 4> 문화전문 민간 국제기구들의 이념과 목적	13
<표 5> 2009년 IIC 총회세션 주제	29
<표 6> 2008년 IRF 세션별 주제	30
<표 7> 2008년 IRF 발표자 개요 및 내용	31
<표 8> 2009년 IRF 세션별 주제	33
<표 9> AIBD 회원국 및 단체	39
<표 10> 아태 지역 규제 라운드 테이블 회의 개최국 현황	62
<표 11> 제4회 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 회의	63
<표 12> 제9회 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 회의	67
<표 13> 제10회 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 회의	68
<표 14> 제11회 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 회의	75
<표 15> 제12회 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 회의	76
<표 16> 제13회 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 회의	83
<표 17> 태국 주요 방송사업자 현황	86
<표 18> 브루나이 국가 및 미디어 관련 현황	87

Contents

그림 목 차

[그림 1] IIC의 주요활동	35
[그림 2] AIBD 조직도	44
[그림 3] AIBD 교육 및 연수프로그램	56
[그림 4] AIBD의 주요활동	59
[그림 5] 융합의 개념도 1	70
[그림 6] 융합의 개념도 2	71
[그림 7] 한국에서의 컨버전스 진행 상황도	72
[그림 8] 매체별 콘텐츠 기준	74
[그림 9] 말레이시아 방송통신산업 통계 현황	84
[그림 10] 아시아-태평양 규제기구 라운드 테이블 참여전략	92
[그림 11] 종합적인 국제방송기구 활용 및 참여방안	99

요 약 문

국제사회에서 다자간 협상, FTA와 같은 양자 간 협상 등 방송통신 관련 국제조약 및 협상의 중요성이 증대하고 있는 시점이다. 최근 국제방송기구의 역할과 중요성이 확대되면서 국가 간의 정책적 조정과 조화를 위한 협력의 장으로서의 역할이 더욱 중시되고 있다. 전 세계의 경제 및 사회발전에 있어서도 주도적인 역할을 수행하고 디지털로 인한 방송통신의 발전으로 그 특성상 국제기구 등에서의 합의가 각국의 정책 및 세계 방송통신시장 환경에 막대한 영향을 미치는 만큼 이에 적극적으로 시의적으로 대응하여야 할 필요성이 제기되고 있다. 따라서 우리나라도 이러한 총체적인 변화에 어떻게 대처해야만 하는가를 체계적으로 연구, 분석할 시점이 바로 지금이다.

특히, 방송의 사회문화적, 그리고 산업으로서의 영향력을 고려할 때 방송 및 통신을 아우르는 정책 및 규제기구 역할의 중요성은 더욱 가속화되는 가운데 개별국가 내의 방송통신 정책기구의 역할 이외에 국제기구를 통해 국제화되고 있는 방송 산업 또는 협력 분야에서의 거시적인 안목과 목표를 개발하고 상호 공조해야 할 필요성이 더욱 강조되고 있다. 뿐만 아니라, 급격한 디지털기술 발전과 방송통신의 융합으로 인한 방송영상의 세계시장 등의 환경변화로 산업적인 측면 뿐 아니라 정책과 규제를 포함한 방송통신관련 이슈들이 이제는 더 이상 1개 국가의 문제에 귀속되지 아니하고 양자 간 협력 혹은 다자간 협력 또는 국제적 기구를 통해서 논의되고 해결되는 경향이 확대되고 있는 상황이다.

본 연구는 급변하는 국제관계 및 방송통신 정책 환경 변화에 우리나라가 적절히 대응할 수 있는 지원 및 협력 그리고 정책을 수립하기 위한 대응방안을 제시하고자 했다. 이를 위해 본 연구는 대표적인 국제방송기구(AIBD, IIC, 아태규제기관 라운드 테이블)의 조직구성과 주요활동 현황, 국제방송기구간의 교류현황과 우리나라의 방송통신위원회와의 협력 현황, 그리고 향후 우리나라와의 교류확대 및 공동협력방안을 모색하고자 했다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 선진국을 중심으로 한 국제적인 방송기구라 할 수 있는 IIC는 정기적인 총회와 포럼을 개최함으로써 각 국의 규제기관 및 미디어 산업 종사자 그리고 학계

구성원의 방송과 정보통신에 관한 의견 및 토론을 교환할 수 있는 공론장의 역할을 수행하고 있다. IIC 참여를 통해 각 국가의 참가자들은 전 세계적인 방송과 정보통신의 국제적 흐름을 파악하고 있는 실정이다.

우리나라도 국가 규제기관인 방송통신위원회에서 총회 및 각 포럼에 직접적으로 참여하고 관련 방송국 및 미디어 산업 종사자들의 참여 및 활동을 유도하여 국제적 트렌드(trend)를 파악할 수 있는 기회로 삼는 것이 바람직하다. 또한 IIC 사무국과 National Chapter 사무국에 상주 직원의 파견과 IIC의 간행물에 적극 참여함으로써 IIC와의 긴밀한 정보 교류를 하는 것이 국제기구와의 협력 측면에서 전략적 차원의 접근이라 할 수 있다.

둘째, AIBD의 경우 1980년대 까지 AIBD에서 한국의 방송현업인도 방송 연수를 받아왔다. 현재 ABU는 각 방송사별로 관여하고 있으나, AIBD의 경우 상대적으로 참여가 미흡한 면이 있다. 특히 AIBD에는 KBS가 방송정책기구 보다 더욱 활발히 활동하고 있다. 따라서 ABU와 AIBD 공히 이 두 기구에서의 대표적 정부기관인 방송통신위원회의 더욱 활발한 참여와 활동이 필요하다.

독일의 프리더리치 에버트 재단(Friederich Ebert Foundation)은 AIBD에 직원을 파견해서 스폰서로서의 활동을 하고 있다. 그리고 프랑스의 경우도 전문 인력을 상주시켜 프로젝트 매니저의 기능을 담당하고 있다. 따라서 방송통신위원회의 경우도 예를 들어 ASEAN 국가를 대상으로 방송통신 정책 및 실무교육을 위한 서비스 오피스를 개설할 필요가 있다.

우리나라의 경우 방송통신위원회의 일정 예산이 필요하지만 프리더리치 에버트 재단에서 행하고 있는 것과 같은 큰 물적 지원보다는 인적네트워크 교류를 활성화시키기 위한 관리체제 구축을 위한 프로젝트 사무소의 역할을 프로젝트 매니저를 통해 하는 것이 현재로서는 더욱 이상적으로 보인다. 즉, 독립기구 설립이나 직접 많은 분담금을 투자하는 것 보다는 간접적인 방식이 바람직하다는 것이다.

예를 들어, 방송통신위원회와 방송국의 담당직원이 각 1-2명 정도 파견근무를 하면서 정책, 방송통신 기술, 교육, 장비 등에 대한 지원과 교육 등을 현지에서 담당할 수 있는 시스템을 고려할 수 있다. 왜냐하면 지금과 같이 방송국 직원이 파견되거나, 정기포럼이나 세미나에 참석하여 대외활동을 하고, 정보를 수집하는 방법으로는 적재적소에 어떤 지원이나 기획이 필요한지를 알고 적절하게 대응하는 데는 한계가 있기 때문이다. 또한 방송국 보다는 한국의 대표적인 방송통신 정책기구가 직접 현

지에서 활동한다면 한국의 대외적인 인지도를 더 높일 수 있고, 현지에서도 한국의 방송통신 산업과 필요한 정책에 대한 요구도 상당 부분 존재하고 있기 때문이다. 또한 한국의 방송통신 기술을 포함한 정보기술과 방송통신위원회의 정책 및 기능 등의 선도적 위상에 비해 관련 국제기구에서의 의사결정에 참여할 수 있는 전문 인력이 상당히 부족하다는 점을 고려할 때 이를 담당할 전문 인력의 양성 필요성이 매우 크다.

방송통신 관련 국제협력 기구에 직접 인력을 파견하여 전문가를 양성하는 것은 장기적으로 우리나라의 국익에도 도움이 되는 방법이라 판단된다. 이를 통해 방송통신위원회는 국내 관련 정부기관과 협력하여 미국, 서유럽, 일본 등 방송통신의 선도국의 해계모니에 대처할 수 있는 교섭력을 키워야 하고, 향후 중앙아시아 및 동남아시아 국가 등 개발도상국에 대한 우리나라의 방송통신의 발전경험을 교육 및 연수 등 지원 프로그램 등을 통해 널리 알려야 할 필요가 있다.

셋째, 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블과 관련해서는 이 회의에서 우리나라 방송통신위원회 국제기구담당관실은 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의에서 주도권을 선점하기 위해 우리나라가 아·태 규제기구회의 사무처를 운영해야 할 필요가 있다. 그리고 장기적 안목을 가지고 기술/장비/정책/콘텐츠 분야의 전문 인력을 아·태지역 개도국에 지속적으로 파견해야 하며, 우리나라의 우수한 기술/장비/정책/콘텐츠 등을 아·태지역 국가로 수출할 수 있는 교두보를 확보해서 국내 방송통신융합산업의 해외진출을 활성화해야 한다.

이상에서 언급한 대로 국제기구에 대한 개별적 참여를 통해 효율성을 높이기 위해서는 방송사와 함께 방송통신위원회의 인력이 직접 현지에 상주할 필요가 있다. 프로그램 제작, 방송통신기술 및 장비, 인적자원 교류 등 다양한 분야에서 현지에서 진행되는 업무를 시의 적절하게 수집할 수 있고, 방송통신위원회가 행사를 직접 진행하여 한국의 프로그램 제작팀이 일을 맡을 수도 있을 것이다. 그리고 개발도상국의 방송인들을 국내로 초청해 교육시키고, 글로벌 경쟁상황에서의 한국의 정책개발과 대응, 방송기술, 프로그램 제작 경험을 전수시킬 수 있는 기회도 더욱 많이 창출할 수 있을 것이다.

결국 우리나라 방송통신위원회 국제기구담당관실 역할은 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 급변하는 방송환경에 대응해서 아시아·태평양 지역의 방송규제 기관 간 정보와 인적 교류를 도모하고, 공동대응이 필요한 사항에 대한 협력체계를

구축해야 한다. 둘째, 다양한 국제방송규제기구 간 상호 공조를 통해 국가브랜드 향상 및 국내 방송통신융합산업의 해외진출을 활성화하기 위한 교두보를 확보해야 한다.

이러한 국제기구에 대한 다양하고도 집중적인 참여를 통해 일차적으로 국제기구 내에서의 영향력을 제고하고, 나아가서 한국의 방송정책기구인 방송통신위원회의 존재를 국제사회에 널리 알릴 수 있는 기회 확보를 통해 우리나라의 국제적 위상을 높이기 위한 제반노력이 지속적으로 요구된다.

I. 들어가는 글

1. 방송환경 변화 및 연구의 필요성

최근 디지털기술 발전과 방송통신 융합으로 인한 전반적인 환경변화는 기존에 설명되었던 방송과 통신의 근본적인 정의 및 개념 뿐 아니라, 방송 산업 및 시장을 비롯하여 국제적인 방송흐름에도 커다란 지각 변동을 동반하면서 변화를 일으키고 있다. 즉, 전통적인 방송과 통신에 대한 개념 규정 자체가 변화되는 것은 물론 디지털기술의 발전으로 어떠한 새로운 매체가 어떻게 또는 얼마나 탄생하게 될지 예측하기 어려워졌으며, 게다가 이로 인한 관련된 정책이나 제도가 아직 구체화되지 않은 상황에서 방송 산업의 변화를 예측 한다는 것은 쉽지 않은 일이다(김영덕 외, 2007).

특히 이러한 환경변화는 방송과 통신서비스를 함께 아우르는 네트워크 융합과 TPS(Triple Play Service) 및 QPS(Quadruple Play Service) 등을 결합한(bundling) 복합적인 서비스 융합, 사업자(산업) 및 단말기 융합 등을 초래하면서 다양한 매체와 채널이 급속하게 증가했으며, 신구매체(new or old media) 또는 이종 매체 간 융합으로 인한 시장 장벽이 철폐되었고, 세계 시장을 하나로 만드는 글로벌화 등 여러 가지 측면에서 혁명적인 변화를 일으키고 있다. 따라서 몇 년 전만 해도 방송과 통신이 서로 다른 영역으로 인식되면서 넓은 주파수 대역을 사용, 단방향으로 많은 정보를 전달하는 무료서비스가 일반적인 방송으로 규정되었으며, 통신은 비교적 협소한 주파수 대역을 사용, 쌍방향을 의미하는 유료서비스만으로 통용되어 왔었는데 이제는 매체 간, 산업 간 경계를 허물면서 그 변화의 융합속도는 더욱 빨라지고 있다.

이러한 변화는 과거 지상파방송, 케이블방송, 위성방송처럼 채널 중심으로 사업자가 정해지고 매체 정체성이 형성되는 경향이 지배적이었다면 향후 채널의 폭발적인 증가는 채널의 의미를 약화시키는 반면, 콘텐츠, 네트워크 그리고 플랫폼 중심으로 시장 지배력을 재편할 것으로 예상된다.

또한 그로 인한 산업구조의 확대는 과거 독과점을 누리며 제한된 전파로 운영되던 지상파방송의 환경과는 근본적으로 차이점을 보이고 있어 지금의 정부정책이나

규제만으로는 새로운 방송환경에 대처하기에는 미흡한 점이 있다. 따라서 방송과 통신의 융합, 산업의 거대화, 그리고 글로벌화로 인한 새로운 환경에 적극적으로 대처하기 위해서는 정책이나 제도면에서도 국제적인 교류와 협력 등을 고려해야 할 뿐만 아니라 좀 더 적극적이고 실천적인 변화의 필요성이 요구되어지고 있는 실정이다(박창희 외, 2005).

먼저 정책 측면에서 볼 때, 급속한 환경변화들은 일정 부분 규제의 공백으로 이어지거나 규제에 따른 사회적 비용의 증가를 동반하기 때문에 보다 거시적으로는 정책이나 시장의 불확실성을 한층 높이면서 불안정감이 조성될 수 있다. 또한 기술의 발전과 관련시장의 확대는 필연적으로 새로운 분야의 신규사업자 혹은 복합서비스 사업자의 등장을 예고하고 있으며, 이에 따른 경쟁의 증가는 규제의 형평성과 수용자 복지 등과 같이 전통적인 공익의 요소와 경쟁정책간의 조화에 관한 여러 가지 새로운 과제들을 표면화 시킬 가능성도 있다.

게다가 방송 산업의 국제화를 가속화시키고 이에 따른 방송시장에 대한 국제적 개방 압력도 강도 높게 이루어지고 있다. 특히 거대한 자본력을 바탕으로 제작, 유통 그리고 마케팅에서 우위를 선점하고 있는 다국적 기업의 경우, 현지화 전략을 통해서 타국의 방송영상산업에 뛰어들기 위해 노력하고 있으며, 이러한 증거로 다국적 기업과 이미 방송전반에서 선진화 되어 있는 국가들 및 그 국가들의 방송사들은 우리 방송시장에 대해서도 문을 강하게 두드리고 있는 실정이다(윤재식, 2003). 즉 시장논리를 바탕으로 한 경쟁과 규제완화의 흐름은 방송시장에도 예외는 아니어서 다자간 협정뿐만 아니라 최근의 한, 미 또는 EU FTA 같은 협정에서도 방송시장을 포함한 영상시장에 큰 변화가 예고되고 있는 실정이다.

이처럼 방송 산업의 국제화도 새로운 형태의 융합서비스 시장창출을 가능케 하면서 네트워크, 플랫폼, 단말기가 결합된 새로운 콘텐츠와 서비스가 나타나고 있다. 따라서 디지털 방송 전환 가속화로 인한 세계의 디지털 방송영상 시장은 2012년까지 연평균 14.4% 급성장 할 것으로 전망되고 있다(강익희 외 2008).

일반적으로 한 국가의 방송 산업 발전은 그 국가의 시장 규모나 구조적인 특징, 해당 시장을 구성하는 수용자의 규모도 중요하겠지만 최근에는 근접국 시장 형태나 지리언어적인 특성, 또한 국제적인 방송기구와의 협력 및 교류관계 등 다양한 변수에 의해 결정된다. 즉, 이러한 시장의 외연을 결정짓는 다양한 변수들이 어떻게 상호 영향을 주고받는가에 따라 시장의 모습은 달라질 수 있으며, 발전 속도나 발전

〈표 1〉 세계 디지털 방송영상 시장의 규모 및 전망

(단위: 백만 달러)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	연평균 성장률
전체	141,308	163,599	187,912	211,658	236,003	269,987	308,865	14.4%
디지털방송	67,414	77,112	87,593	98,985	110,051	124,797	141,519	13.4%
DVD	60,370	67,539	74,561	81,179	88,287	98,175	109,170	11.2%
IPTV	2,201	4,545	8,016	11,156	14,378	24,787	42,732	72.4%
애니메이션	11,324	14,403	17,742	20,339	23,287	28,107	33,925	20.7%

*출처 : PWC (2005) ; Digital Vendor (2005); MRG (2005) ; 소프트웨어진흥원 (2006) 문화체육관광부(2008) p.5에서 인용.

*2011, 2012년 수치는 연평균 성장률에 근거하여 재구성했음.

정도도 영향을 받게 될 것이다. 이러한 결과는 이미 국경을 넘어 거대미디어 그룹을 탄생시키고 있고, 이를 통해 확산되는 방송영상물은 국가별 정체성을 넘어 독자적인 논리를 대표하는 수준으로까지 거대화 되어가고 있다.

또한 융합 환경은 케이블방송과 위성방송 및 최근 IPTV를 통해 수 백 개의 채널이 제공되는 다매체 다채널 시대를 맞고 있으며, 새로운 서비스가 등장하고 규제완화를 통한 효율성이 강조되면서 치열한 적자생존의 논리가 방송시장의 근간을 흔들고 있다. 이미 방송영상 정책이 IMF, WTO 등 경제기구의 관심과 논의의 범주에 들어가게 되었고, 이로 인한 국가 간 갈등과 이해의 조정이 국제화 시대에 새로운 국제 문제로 떠오르게 되었다. IMF는 시장경제 논리를 내세워 미디어 기업의 글로벌화를 적극 지원하고 있고, WTO는 미디어 산업에서도 상품시장과 같은 단일시장을 만들기 위해 전 세계를 상대로 보호주의 정책을 철폐하거나 완화시키는 일에 주안점을 두고 있다. 이처럼 다자간 협상 속에서 협의하고 합의점을 이끌어내야 하는 만큼 협상 참여 국가들과의 관계와 각각의 지원, 규제 정책들을 서로 비교 검토해야 만이 효율적인 결과를 끄집어 낼 수 있다는 판단 하에 우리도 이러한 변화에 적절하게 대처하기 위해서는 장기적이며 체계적인 대응책이 마련되어야 된다는 시점에 놓여 있다(오정남, 2006).

따라서 본 연구는 급격한 디지털기술 발전과 방송통신의 융합으로 인한 방송영상의 세계시장 등의 환경변화로 산업적인 측면 뿐 아니라 정책과 규제를 포함한 방송

통신관련 이슈들이 이제는 더 이상 1개 국가의 문제에 귀속되지 아니하고 양자 간 협력 혹은 다자간 협력 또는 국제적 기구를 통해서 논의되고 해결되는 경향이 확대되고 있는 상황에서 우리나라가 이에 적절히 대응할 수 있는 지원 및 협력 그리고 정책을 수립하기 위한 대응방안을 제시하는 것을 목적으로 하고 있다. 즉, 방송의 사회문화적, 그리고 산업으로서의 영향력을 고려할 때 방송 및 통신을 아우르는 정책 및 규제기구 역할의 중요성은 더욱 가속화되는 가운데 개별국가내의 방송통신 정책기구의 역할 이외에 국제기구를 통해 국제화되고 있는 방송 산업 또는 협력 분야에서의 거시적인 안목과 목표를 개발하고 상호 공조해야 할 필요성이 더욱 강조되고 있다.

최근 국제방송기구의 역할과 중요성이 확대되면서 국가 간의 정책적 조정과 조화를 위한 협력의 장으로서의 역할이 더욱 중시되고 있으며, 전 세계의 경제 및 사회 발전에 있어서도 주도적인 역할을 수행하고 디지털로 인한 방송통신의 발전으로 그 특성상 국제기구 등에서의 합의가 각국의 정책 및 세계 방송통신시장 환경에 막대한 영향을 미치는 만큼 이에 적극적이고 시의적으로 대응하여야 할 필요성이 제기되고 있다. 따라서 우리나라도 이러한 총체적인 변화에 어떻게 대처해야만 하는가를 체계적으로 연구, 분석할 시점이라고 생각한다(서보현 외, 2002).

기존의 연구보고서나 논문들은 주로 한국 방송영상콘텐츠의 해외 수출이나 프로그램 유통 등의 분야에서 한류의 현상이나 콘텐츠의 수출확대를 위해 연구해 온 것들이 주류를 이루었다. 그리고 외국의 정책동향은 주로 방송영상산업진흥원이나 언론재단 그리고 지상파 방송사의 연구조직을 통해 현황 및 세계방송의 정보소식, 그리고 세계 방송정책에 대한 업데이트가 이루어져왔다. 그러나 이러한 해외방송동향은 주로 현황과 단편적인 정보에 치중할 수밖에 없었고, 정책기구의 정책방향에 대한 소개와 논의에 피상적인 설명만으로 치중해왔다. 즉 미국, 유럽, 아시아 개별 국가의 현황과 정책에 대한 소개는 지속적으로 이루어지고는 있으나, 국제적인 방송통신규제나 정책기구에 대한 현황과 조사, 또한 회원국이나 회원사로서의 역할, 국제교류나 협력방안에 구체적인 방안에 대해서는 매우 드물고 부족한 형편이었다.

따라서 본 연구는 급변하는 국제화시대의 방송환경의 정책과 의제는 국제적인 방송기구에 적극 참여하고 이들과 상호협력 하는 것이 절대적으로 필요하다는 명제하에 국제방송기구의 현황과 프로그램, 주요활동에 대한 조사를 목적으로 할 뿐만 아니라, 더 나아가 각 국제방송기구의 프로그램을 세부적으로 분석하여 우리나라

방송사나 유관 단체가 실질적인 차원에서 방송문화교류 및 상호협력 방안을 모색한다는 점에서 근본적인 차별성이 있다고 하겠다. 특히, 이를 통해 그동안 소홀했던 국제방송기구와의 공조와 협력을 통해 장기적으로 우리나라의 방송영상산업의 성장을 도모하고, 방송인 및 콘텐츠 교류, 공동투자 및 공동제작, 기술협력 등의 분야를 활성화할 수 있는 다양한 방안을 모색하며 결론적으로는 우리나라의 국제적 위상을 높이는데 있다 하겠다.

또한 본 연구는 이를 위해 주요 국제방송기구별 주요 정책 사안별로 전략적인 대응을 할 수 있는 종합적이고 유기적인 연구의 수행 및 지원체계를 수립하고, 주요 국제기구별 현안사항과 공통 현안을 파악하여, 기구별 대응전략과 현안별 대응전략을 수립하여 일관성 있고 효율적인 국제방송기구 참여를 위한 체계를 마련하고자 하는데 궁극적인 목적이 있다고 할 수 있겠다.

본 연구는 이를 위해 주요 국제방송기구별 주요 정책 사안별로 전략적인 대응을 할 수 있는 종합적이고 유기적인 연구의 수행 및 지원체계를 수립하고, 주요 국제기구별 현안사항과 공통 현안을 파악하여, 기구별 대응전략과 현안별 대응전략을 수립하여 일관성 있고 효율적인 국제방송기구 참여를 위한 체계를 마련하고자 하는데 궁극적인 목적이 있다. 이를 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 1) 대표적인 국제방송기구(AIBD, IIC, 아태규제기관 라운드 테이블)의 조직구성과 주요활동 현황은 무엇인가?
- 2) 대표적인 국제방송기구간의 교류현황과 우리나라의 방송통신위원회와의 협력 현황은 어떠한가?
- 3) 향후 우리나라와의 교류확대 및 공동협력방안은 무엇인가?

본 연구를 위해 현재 국제방송기구에 대한 기존연구와 논의가 거의 부재한 상황에서 기존에 나와 있는 참고 문헌과 인터넷 검색, 각 기구들의 자체 홈페이지를 방문하여 조직구성, 현황 등 1차적인 문헌조사를 실시하였다. 또한 그 동안 각 기구들의 회의에 참석하였거나, 각 기구들과 관련이 있는 방송사 전문가, 또는 관련 있는 전문가 등을 통한 심층 인터뷰를 하면서 정보 공유 및 협력방안을 모색하여 향후 한국의 각 기구들에 대한 참여 가능성을 파악하고, 공통적인 현안문제를 수집하여 공동협력 할 수 있는 구체적인 방안을 제시하려고 한다.

2. 국제방송기구 참여현황

과거 일반적인 국제간의 교류는 외교, 경제 및 국가 간 법적 계약관계에 국한하여 주로 이루어졌었다. 그러한 것이 최근에는 교통, 통신, 영상 등 다양한 분야에서 글로벌화를 표방하면서 여러 나라 또는 기관들이 상호 이해를 도모하고 존중하는 차원으로 발전하면서 국제교류의 의미도 국제통상이나 외교관계를 넘어서 다원화되어 가고 있다.

국제교류의 정의는 인종, 언어, 종교, 이념 등의 차이를 초월하여 개인, 집단, 기관, 국가 등 다양한 주체들이 다양한 형태로 각각의 우호, 협력, 이해증진 및 공동이익도모 등을 목적으로 상호 간에 공식 및 비공식으로 추진하는 협력관계를 의미한다. 따라서 외교가 국가와 국가 간의 법적 계약이며 교섭활동이라면 현대적 의미의 국제교류는 다양한 주체간의 다양한 형태의 협력행위이자 교류라고 할 수 있다(윤재식, 2007).

방송영상에서의 국제교류가 최근 활발히 이루어지는 이유는 방송영상자본의 국제적 이동과 방송영상콘텐츠의 국제 교역량의 증가에 기인한 것이라 할 수 있겠다. 과거 정치 문화적 차원에서 인식되었던 방송이 이렇게 경제적인 영역으로 전환되면서 글로벌 시장에서 국가적인 이익을 얻고자 하거나 국가 또는 적극적으로 활동하는 초거대 기업들에게는 새로운 국면을 맞이하고 있으며 각국 정부나 규제기관도 정책에 변화가 있어야만 하는 상황으로 인식되고 있는 것이다. 따라서 이러한 환경 변화에 국제교류가 없다면 국가적으로 방송영상을 통한 자국 보호가 힘든 상황에 놓이기 때문이다(오정남, 2006).

따라서 우리의 방송영상산업 또한 이러한 국제교류가 활발하게 진행되는 세계 변화의 흐름 속에서 국제 경쟁력을 갖추고 보다 큰 시장을 확보하기 위해서는 적극적, 능동적으로 국제교류의 한 가운데서 주요한 위치를 차지하고 있어야 할 것이다.

현재 국내 방송사들이 가입해 가장 많이 참여활동을 하는 국제방송기구로는 ABU(아시아태평양방송연맹), AIBD(아시아태평양방송개발원), PBI(세계공영방송협력기구), FIAT(국제TV아카이브연맹), NATAS(미국TV과학예술기구) 국제이사회, MT&R(방송박물관), IPI(국제언론협회), PFA(아시아언론재단), Asia-Pacific Regulatory Roundtable(아시아태평양규제 라운드 테이블) 등에서 다양한 형태의 회원으로 가입하여 활동을 하고 있다.

특히 국내 방송사들은 이들 국제방송기구의 총회를 비롯한 각종 회의나 세미나 등에 참석하여 이들 회원사들과 프로그램 교환, 공동제작 등의 형태로 프로그램 교류와 방송정보 교환, 방송계 현안 협의, 연수 참가 등을 하고 있다. 또한 이를 통해 세계 방송계 흐름을 파악하고 방송현안에 대해 능동적으로 대처해나가는 데 도움을 받고 있다(정정숙 외, 2005).

KBS, MBC(1966), SBS(1991), CBS(1992)가 모두 가입하고 있는 국제기구로는 ABU(아시아태평양지역 방송연맹)를 꼽을 수 있다. ABU는 1964년 7월1일 창립된 아시아 태평양지역 국가 및 방송기관들의 전문연합기구이며 현재 97개 기관이 회원으로 가입되어 있다. 특히 KBS는 일본 NHK, 말레이시아 RTM 등 11개 회원과 창설멤버로 활동하고 있다.

각 사는 ABU 총회나 이사회 등 관련회의에 참석하는데 특히 ABU 스포츠 스타디움 그룹 회의를 통해서 아시아게임이나 월드컵 중계관련 사항을 협의해 ABU POOL을 운영한 바 있다. 그 밖에 ABU를 통해 회원국 간 프로그램교환, ABU prize에 프로그램을 출품해 우리나라 프로그램을 해외에 알리는 데 효과를 보았다.

AIBD는 1977년 4월 창립되었으며 아시아 태평양 지역의 방송발전을 위한 교육훈련과 연구개발사업을 추진하는 방송연수기관이라 할 수 있다. 우리나라는 창립 때부터 회원으로 참가했으며 현재 브루나이, 중국, 인도네시아, 말레이시아, 싱가포르 등 26개국 43개 단체가 정회원(full members)으로 가입되어 있으며, 협회회원(affiliate members)으로는 44개국 88개 단체가 활동하고 있다. 또한 국제 파트너(international partners)로는 ABU, ITU(International Telecommunication Union), UNESCO 등 18개의 파트너들과 협력하고 있다(윤성옥, 1996).

우리나라는 (구)방송위원회가 2003년 7월부터 2007년 7월까지 집행이사국으로 활동하였고, 2009년 7월 AIBD 피지 총회에서 중국의 추천을 받아 만장일치로 차기 집행이사국에 선출(임기 2년)되었다(AIBD 연차총회결과보고, 2009).

IIC(국제방송통신기구)는 1967년 7월 세계 주요 방송사 사장, 통신기술 분야의 전문가들이 발기인이 되어 설립-본부는 영국 런던에 있으며 사회, 문화, 경제, 법률, 산업분야에서 방송통신정책을 분석, 평가하는 비영리 국제기구로 회원종류로는 법인회원(영리기관), 기구회원(비영리기관), 개인회원이 있다. KBS는 1978년 기구회원으로 가입해 총회에 참가했으나 2001년 탈퇴한 상태이다(윤성옥, 2003). 우리나라는 현재 방송통신위원회가 유일한 회원으로 참여하고 있다.

〈표 2〉 국내 방송사들의 국제방송기구 가입현황

방송사/방송기관	국제방송기구	가입연도	자 격
KBS	ABU	1964	정회원
	EBU	1974	준회원
	NAB	1984	국제회원
	MT&R	1996	국제이사
	FIAT	1985	정회원
	IIC	1978	기구회원
		2001	탈퇴
	IPI	1974	개인회원
	NATAS	1982	KBS 사장 국제이사
PFA	1968	정회원	
MBC	ABU	1966	정회원
	EBU	1985	준회원
	IPI	1996	개인회원
	PBI	가입추진중	정회원
SBS	ABU	1992	추가 정회원
	NAB	1993	
	IPI	1991	개인회원
	PFA	1991	개인회원
EBS	ABU	1994	추가 정회원
	PBI	1992	정회원
CBS	ABU	1992	추가 정회원

〈표 3〉 주요 국제방송기구 개요

국제기구		창설/본부	회원수
ABU	Asia Pacific Broadcast Union 아시아태평양방송연맹 아시아·태평양 지역의 국제적 방송기관	1964 말레이시아	51개 국 102개 기관
AIBD	Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development 아시아태평양방송개발원	1977 말레이시아	26개 국
EBU	European Broadcasting Union 유럽방송연맹 유럽 각국의 방송단체(1국가 2기관)를 회원으로 하는 국제협력기구	1950 스위스	80개 국 1,207개 기관
NAB	National Association of Broadcasters 미국방송인협회	1922 미국	정회원 5,000여 개 기관 준회원 1,500여 개 기관 국제회원 19개 기관
PBI	Public Broadcasters International 세계공영방송협력기구	1991 비상설	55개 국 90여 개 기관
MT&R	Museum of Television & Radio 방송박물관	1975 뉴욕, LA	국제이사 23개 국 58명
FIAT	International Federation of Television Archives 국제TV아카이브연맹	1977 네덜란드	28개 국 70개 기관
NATAS	National Academy of Television Arts and Science 미국TV과학예술기구 국제이사회	1968 미국	38개 국 150개 기관 90여 명 방송경영진
IIC	International Institute of Communications 국제방송통신기구	1967 (이태리) 1977 영국	법인회원(영리기관) 32개 사 기구회원(비영리기관) 53개 사 개인회원 1,000여 명
IPI	International Press Institute 국제언론협회	1951 영국	85개 국 2,000여 명
PFA	Press Foundation of Asia 아시아언론재단 아시아신문인 회의의 재단	1968 필리핀	아시아지역 자유국가 16개 신문·방송사
OANA	Organization of Asian News Agencies 아시아태평양통신사기구 국제적 통신사기구	1961년 방콕	37개국 각국 통신사 간의 협력, 뉴스의 교류 촉진
UNRTO A	아프리카방송연맹 Union of National Radio & TV Org. of Africa 아프리카지역 국가 방송사들의 국제조직	1962년 세네갈 다카르	정회원 28개 기관, 준회원 1개 기관
FCC	Federal Communications Commission	1934년	방송 규칙 제정, 각주의 통신 및 국제통신 관장

	연방통신위원회 무선 및 유선에 의한 주통신(州通信)과 외국통신을 규제하는 미국 연방정부의 행정기관	미국	
NANAI	North American Newspaper Alliance Inc. 북아메리카신문연맹	1922년 미국	《뉴욕 타임스》에 기고하는 북아메리카 10개 신문의 평론가들이 조직한 특별 통신단체
ICUP	International Catholic Union of the Press 국제가톨릭신문출판인협회 교황청이 인준한 국제적인 가톨릭언론기구	1927년 스위스 제네바	신문, 출판 분야에서 협동과 친목으로 국제적인 가톨릭 활동의 증진
CPJ	The Committee to Protect Journalists 언론인보호위원회 언론자유 보호를 위해 활동하는 국제언론단체	1981년 미국 뉴욕	언론 탄압과 언론인에 대한 폭력 등 언론의 독립성을 침해하는 모든 행위에 대한 국제적 압력, 언론 탄압 사례를 알리는 연례보고서 발행 등
RWB	Reporters Without Borders 국경없는 기자회 세계 전역의 언론 자유 신장과 언론인들의 인권을 보호할 목적으로 설립된 국제적인 기자단체	1985년 프랑스 파리	9개 지부, 130개국에 특파원 파견 세계 각국 언론인들의 연대 및 언론인들의 인권 보호, 투옥된 언론인들의 변호, 세계 언론자유지수 발표
IFPP	International Federation of the Periodical Press 국제잡지연맹 잡지 출판업자들의 국제적인 조직	1925년 프랑스 파리	37개국 정기간행물에 대한 이익 보호, 회원들의 지위와 권위 향상 및 유대 강화, 상호교류의 증진과 협조
IFJ	International Federation of Journalists 국제기자연맹 자유주의 국가에 있는 언론단체들이 조직한 국제언론기구	1952년 벨기에 브뤼셀	104개 국 143단체 언론의 자유 추진과 기자들의 권익옹호, 자질향상, 직업상의 윤리규정 확보
NPC	National Press Club 내셔널프레스클럽 워싱턴에 있는 각국 신문·방송·통신 특파원들의 단체	1908년 미국 워싱턴	회원 4,500명 취재 활동에 관한 편의 제공, 기자 상호 간 친목 도모
IPA	International Publishers Association 국제출판협회 세계 출판업자들의 국제협약 단체	1896년 스위스 제네바	66개국 78개 회원 단체 세계 출판업자들의 권익도모
OTIA	Organización de la Televisión Ibero-americana 라틴아메리카텔레비전방송연합 에스파냐어·포르투갈어를 사용하는 텔레비전 방송기관의 국제방송조직	1971년 멕시코	에스파냐어·포르투갈어 사용 텔레비전 방송기관 사이의 방송프로그램 교류와 국제이해의 촉진 목적. 본부는 멕시코 멕시코시티

한편, 국내 방송사들은 국가 간 방송협력 차원에서 한일 방송사간 협력 및 교류를 일찍부터 실시하고 있다. 한일 방송사 간 교류 초창기는 전국 네트워크의 지상파방송을 중심으로 추진되었지만 1980년대 이후 KBS의 지방총국, MBC의 지방계열사로 확대되면서 지방방송사 간의 교류도 활발해졌다. 한국과 일본 방송사간 뉴스 및 취재협력 등으로 시작된 양국 방송사 간의 협력도 공동제작 상호연수, 프로그램 교류, 방송소재 상호이용, 공동사업 추진 등으로 분야를 확대해 나가고 있다. 특히, 1980년대 이후부터 KBS는 NHK, MBC는 후지 TV, SBS는 니혼 TV와 정기적으로 협력회의를 개최하고 있으며 이를 토대로 긴밀한 교류 협력 체제를 구축하고 있는 실정이다.

국내 방송의 해외진출 및 교류는 여러 가지 관점에서 고려되어야 한다. 과거 통신과 방송은 자연독점산업으로 시장의 개방화와는 무관한 분야로 인식되었으나, 기술 진전과 규제 완화에 따른 경쟁도입, 그리고 WTO, FTA 등 국제간 협상 등으로 시장이 글로벌화 되는 추세를 보임에 따라 그 인식이 바뀌고 있다. 즉, 방송시장은 문화적 파급효과와 국가 정체성 등에 대한 국가 간 논쟁이 지속되면서 서비스 교역에 관한 일반협정(General Agreement on Trade In Services)에서 처리하는 방향을 절충되는 것이 일반적 이었으나 미국 등 개방화 주도그룹은 FTA 협상과 같이 양자간 협약으로 방향 선회하여 방송영상서비스도 개방하는 추세를 보이고 있다. 그동안 시장개방에 있어 문화적 예외로 인정되었던 방송영상서비스에서 시장개방화 추세를 보인 것은 첫째, 디지털 기술의 진전과 인터넷 등 네트워크 확산 등으로 드라마 등 프로그램의 유통구조가 다양해졌고, 유통비용도 낮아지면서 각국의 방송영상에 자연스럽게 노출되는 환경과 둘째 방송영상서비스 자체의 특성인 규모의 경제, 범위의 경제를 활용, 생산한 재화를 통해 최대의 수익을 창출하고자하는 글로벌 기업들이 시장개방을 전략적으로 추진하고 있는 것으로 파악된다(박정수 외, 2008).

이러한 국제환경 변화에서 국내 영상산업은 경쟁력을 갖추고 시장 확보를 위한 노력을 꾸준히 해나가고 있으며 협소한 국내 영상시장에 안주하지 않고 해외시장 확대를 위해 1990년 이후 지속적으로 수출 증대를 모색하고 있다. 국내 방송영상물의 해외시장 확대를 위해서는 첫째, 미약한 국내 방송영상물 유통 체계를 정비하고 국내 방송영상물 유통체계의 혁신을 통해서 독과점적이며 기형화된 기존 방송영상 콘텐츠 유통질서를 확립하고 이를 통해 국내 시장은 물론 중국, 동남아시아, 미주 등 글로벌 시장을 상대로 한 공동 마케팅을 펼칠 필요가 있다. 둘째, 드라마 중심의

한류 열풍을 다른 장르의 개발을 통해 이어갈 수 있어야 한다. 셋째, 각 국가는 문화산업의 중요성을 깨닫고 자국 문화산업을 지원하고 보호하려는 정책을 펼치고 있는 상황에서 진출하고자 하는 국가의 시장상황에 따라 우리의 진출 전략 또한 차별화되어야 할 것이다(윤재식, 2003).

3. 국제기구가 수행하고 있는 문화협력사업 현황

전 세계를 대상으로 하는 대표기구인 유엔 산하기구와 유엔 전문기구들의 지향하는 바를 세 개의 키워드로 정리하면, 평화와 발전, 우호관계이다. 한편 지역의 통합을 도모하는 지역적 국제기구는 각 지역 내의 평화, 통합, 생존과 정부 간 협력 도모를 목표로 한다. 그리고 정부 간 기능기구들은 각 기능의 전문성에 초점을 맞추어, WIPO는 저작물의 세계적 보호, OECD는 세계경제개발과 세계무역의 확대를 추구한다.

민간 종합문화기구로서 문화다양성 협약을 이끌어내는 것을 목적으로 삼는 문화다양성국제네트워크(INCD: International Network for Cultural Diversity), 국제문화전문가단체회의(CCD: Coalition for Cultural Diversity)는 오직 그 목적을 위해 연대 활동을 추진해 왔다는 점이 특수하다.

INCD는 문화에 있어서 세계화의 획일화 경향에 반대하는 예술가와 문화단체의 세계적 네트워크로 방송, 출판, 음반, 순수예술, 영화 등을 망라한 70여 개국 500여 개 문화단체와 예술가들로 구성된 민주적 회원제 조직이다. 1998년 steering committee에 의해 조직되어, 2000년 21개국 70여 명의 문화계 대표들이 모여 공식 출범했다. CCD는 1998년 캐나다 퀘벡주의 문화단체 전문가들이 모여 출범되었다. 출판, 영화, 방송, 뉴미디어 등 분야에서 90여 개국, 600여 단체들로 구성되어 있다. 각 부문별 문화기구들은 각 예술 장르를 매체로 각 부문에서 활발한 협력과 교류를 수행하여 세계평화에 기여하고 국제사회를 풍요롭게 만들고 있다.

국제기구 중 유엔기구들의 경우, 1945년 2차 대전 이후에 전쟁이 없는 세계질서를 조성하고 확립하기 위한 의도에서 설립되었다. 이때 만들어진 전문기구인 유네스코도 문화적인 협력사업의 일차적인 목적은 인간의 지적, 도덕적 기반 위에 평화를 건설하여야 다시는 전쟁을 일으키지 않을 것이라는 철학적 이념에 기초하고 있다. UNDP는 개도국의 발전을 도모하기 위해 특별기금과 기술원조 기구를 통합하면서

〈표 4〉 문화전문 민간 국제기구들의 이념과 목적

종별	기구	이념과 목적
민간종합문화기구	INCD	문화에 있어 세계화의 획일화 영향에 반대
	CCD	문화주권을 보장하는 ‘문화협약’체결 및 문화다양성 증진계획과 실행
문학	PEN	문학을 통한 상호이해 촉진
연극	ITI	문화와 언어의 차이를 극복한 공연예술의 발전과 대변
도서관	IFLA	도서관의 이익과정보서비스, 사용자를 대변
박물관	ICOM	자연유산과 문화유산, 유형유산과 무형유산의 보존, 유지, 사회와의 소통
출판부문	IPA	출판과 읽을 권리 보호, 지역이나 국가에 관계없이 출판물 만들고 배포
방송부문	ABU	방송의 권익 보호와 발전 도모
건축부문	UIA	국적, 인종, 종교, 출신학교를 초월한 전 세계 건축가들의 결속
관광부문	PATA	아태지역 홍보, 관광산업 내 경쟁에서 회원의 우위 확보

출처: 정정숙 외(2005). 국제기구를 통한 문화협력사업 활성화 방안. 한국문화관광정책연구원 보고서. 171쪽.

세계 최대 규모의 경제개발 지원 사업을 전개해 오고 있다.

정부 간 국제기구는 이후 1960년대에 분출하였고, 1990년대 이후에는 뒤늦게 아시아태평양 지역에서 경제협력을 목적으로 APEC(아시아태평양 경제협력체) 등이 생겨났다.

민간 문화전문기구들은 문화예술계에 종사하는 민간의 자발적 필요에 의해 설립되어, 정부 간 기구에 비해 역사적인 궤적이 길다. 1940년대 이전에 설립된 것과 40년대에 설립된 것이 1/2씩 차지한다. 문화적 협력과 연대의 필요성은 어떤 정치, 경제적 목적보다도 일찍 각성된 것으로 보인다.

다만, 최근 세계화 등에 의해 문화의 획일성에 대한 우려와 미국의 전 세계 문화시장 지배 가능성이라는 위협에 대한 대응책으로 INCD, CCD가 생겨나 결국 2005년 10월21일 유네스코에서 문화다양협약 통과라는 결실을 맺었다.

국제교류재단이나 국제협력단과 같이 교류나 협력을 전담목표로 하지 않는 한 정

부 부처나 민간기구는 국내용 정책 입안과 집행에 인력과 예산을 투입할 수밖에 없다. 그러나 국제협력과 국민에 대한 서비스가 제로섬관계는 아니다. 국민에 대한 서비스도 교류와 협력으로 질적으로 향상될 수 있기 때문이다.

문화예술위원회가 국제교류를 목적으로 하는 지원 사업 중 국제기구를 매개로 하는 사업은 31개로 총 432개의 지원 사업 중 7%에 해당할 정도로 희소하다. 여기서도 50%만이 선정되어 16개의 사업만 지원을 받고 있다. 따라서 국제기구를 매개로 하는 교류 사업은 그 파급효과가 크기 때문에 적극 권장할 필요가 있다.

예를 들어 UNESCO는 아리랑상, 직지상 등을 통해 세계적으로 무형문화유산 보호와 기록유산 작업에 기여한 자에게 포상을 한다. 이외에도 문화다양성에 기여한 단체나 인물, 국제기구에서 활동이 우수한 우리 국민에 대한 포상 정책의 수립이 필요하다.

방송부문은 아시아 지역에서 충분히 주도적 관리자의 역할을 해왔으나 상대적으로 방송기구 안에서만 활동할 뿐 UNESCO와 같은 정부 간 국제기구와는 교감이 적었다. 그러나 KOICA의 개도국 방송연수인력에 대해 방송프로그램 제작 연수를 진행해 왔다. 이와 같이 아시아 지역 협력을 관리하고 방송연수 전문기관으로서의 능력이 대외적으로 인정된 방송사들은 UNESCO와 같이 할 수 있는 협력사업(일본 NHK의 세계유산 다큐멘터리 제작)을 기획하는 등 우리의 방송기술과 콘텐츠를 활용하여 세계문화계에 기여할 기회를 가져할 필요가 있다(정정숙, 2005).

국제기구를 통한 국제협력이 국제사회의 경제개발과 사회문화발전에 기여하고 평화를 추구하는 활동이라는 이념이 가장 상위의 목표라면 정부단위의 정책적인 목표는 국가이미지를 제고하고, 국가의 발언권을 확보하는 것이다. 이는 OECD가 미국의 분담금, 즉 최상위의 분담금 비율을 24.975%로 제한하고 있는 것을 보면 알 수 있다. 재정적 기여에 상응하는 발언권을 기대하는 것이 국가들의 입장이기 때문이다.

일본은 아시아에서 가장 활발하게 국제기구를 활용하고 있다. 정부 간 기구와 민간 기구를 포함하여 총 2338개의 국제기구에 가입하고 있다. 이는 우리나라의 1480개 보다 858개가 많은 숫자이다, 유네스코에서의 협약과 비준을 완료한 현황을 비교해 보아도 일본이 15개, 한국이 9개이다. 실제로 유네스코와 일본 NHK는 협약을 맺고 세계문화유산에 대한 다큐멘터리 시리즈물을 제작하고 있다. 이 경우 현재까지 제작된 40개의 다큐멘터리에서 아시아 것이 16개인데 이중 일본 지역이 3개이고

한국 문화유산에 대한 것은 하나도 없다.

반면 미국은 문화협력 부문에 큰 비중을 두지 않고 있다. UN에 대한 정치적 영향력 행사와 WTO를 통한 미국의 자유 시장에 대한 영향력을 중시하고 있을 뿐이다. 이에 비해 캐나다는 정치, 경제적 부문에서는 주도권을 행사하고 있지 않지만 문화다양성 협약과 관련하여 INCED와 CCD를 주도하는 등 막강한 영향력을 행사하고 있다.

일본은 정치군사적으로는 일미방위조약 등 미국의 우산 하에 있기 때문에 독자적인 목소리를 내기는 어렵고, 문화협력에 큰 비중을 두고 있다. 아세안과의 문화 협력 사업이나 UNESCO에서 사무총장 직위를 확보하고 있어 적극적인 문화협력 정책을 집행하고 있다.

재정적 기여도를 보아도 미국은 모든 기구에서 1위의 재정적 기여도를 보여주고 있다. 일본도 대부분 2위를 차지하고 있다. 한국의 경우는 10위권 안에 아직 들어가지 못하고 있다. 중국은 UNESCO와 UN에 9위로 분담금을 납부하고 있다. 국제기구 활동에 있어 기본 동력인 분담금은 상위 10위의 국가들이 거의 70% 이상을 차지하고 있다. 이를 보면 여타의 국가들은 국가의 위신하락을 방지하는 수준에서 매우 형식적으로 참여하고 있음을 알 수 있다.

한국의 경우 UNESCO와 UN에서는 11위를 차지하고 있지만 정작 수혜를 받았던 UNDP에는 23위로 분담금을 납부하고 있다. 지역기구 중에서 1997년부터 2004년까지의 총 재정 중 유럽 집행위가 300만 불을 기여했고, 일본도 360만 불을 기여하여 아시아에 있어서의 제1의 재정적 공헌자임을 드러낸다. 한국도 ASEM에 190만 불을 납부하고 있다(정정숙, 2005).

상기의 논의를 요약하면 전 세계를 시장화 하는 GATT 및 WTO 등 다자간 무역체제의 확산과 특정 국가 간 자유무역협정(FTA)이 확대됨에 따라 방송영상산업에서의 산업화와 세계화가 급속히 추진되고 있다. 이에 더해 방송은 경제적 측면에서 그 중요성이 점증하는 전략적 기간산업인 동시에 개인의 삶의 방식과 질에 큰 영향을 주고 자국민의 문화적 다양성과 국가별 고유문화를 보호 및 배양한다는 중요성 때문에 많은 관심의 대상이 되고 있다. 이러한 연유로 이에 상응하여 국제적으로는 공식적으로 각 정부를 대표하는 정부 연합조직의 성격을 가진 국제협력기구와 함께 민간협력기구의 활동의 중요성이 점증하고 있다. 또한 자유무역체제의 확산은 통신과 방송의 기술적 융합현상과 상승작용을 하면서 미디어산업의 경영과 규제환경에

대한 국가 및 국제정책기구의 역할과 국제기구에서의 공동대처에 대한 전략적 공조를 철저히 필요로 하고 있다.

II. 방송환경에 영향을 미치는 국외적 요인

1. 방송영상산업의 특성과 국제적 기류

전 세계를 시장화 하는 GATT 및 WTO 등 다자간 자유무역체제의 확산과 특정 국가 간의 자유무역협정(FTA) 등이 확대됨에 따라 방송영상 분야에서도 산업화와 세계화가 급속히 진전되고 있다. 1980년대부터 일부 선진국들에 의한 탈규제정책의 일환으로 이루어진 공공 방송의 민영화 영향과 함께 케이블 TV와 위성방송 등의 새로운 기술 및 매체의 도입에 따른 방송환경의 변화는 산업적 논리에 입각한 것이었고 방송의 산업적 위상을 높이는 결과를 가져왔다. 이제 방송영상산업분야는 21세기 최고의 유망산업 가운데 하나인 문화산업의 핵심 분야로 주목받고 있으며 방송영상 상품은 국제무역에서 중요한 교역물의 하나가 되었다.

방송영상산업은 다양한 산업분야에 걸쳐 있지만 일반적으로 서비스 시장으로 분류가 되는데, 일반제조업과는 다른 특징을 가지고 있다. 방송영상산업은 생산구조와 함께 서비스 산업으로서의 유통구조를 가지고 있으며 비교역적인(non-tradable)요소를 포함하고 있다. 즉, 불완전한 구매 정보 및 규모의 경제 등으로 인해 본질적으로 불완전 경쟁시장을 형성하고 있으며, 문화적 파급효과 내지 국가의 문화적 정체성의 문제로 인해 시장에는 다양한 규제가 존재하고 있고, 이러한 규제제도는 서비스 무역에 있어서 실질적인 무역장벽으로 작용되고 있어 단순한 자유경쟁을 어렵게 한다.

우리나라도 방송법상의 법규를 통해 방송영상산업에 있어서 외국으로부터의 방송 프로그램의 수입이나 외국인의 직접투자를 제한하는 시장규제를 함으로써 대외거래에서 일정 정도의 경쟁력을 확보할 수 있었다. 그러나 이제 이러한 진입장벽을 철폐하고 미국의 요구에 상응하는 시장개방을 결과하게 되는 한·미간의 FTA는 우리나라의 방송영상산업 및 시장에 지대한 영향과 변화를 가져오고 있다(나낙균, 2007).

1990년대를 넘어서면서부터 세계 방송계는 디지털화라는 기술적 변화와 방송의 산업화 그리고 방송자본과 콘텐츠의 세계화라고 하는 기술적, 산업적, 경제적 측면의 변화를 맞이하고 있다. 지금까지 방송은 방송전파의 유한자원적 특성과 동시성, 동소성에 기인하는 정치적 사회적 영향력으로 인해 타 매체에 비해 제도적 규제를 강하게 받아 왔는데, 이는 방송정책 결정과정에서 방송의 정치, 문화적 측면이 방송의 산업적 측면보다 우선적으로 고려되었기 때문에 나타나는 현상이다.

그러나 여러 가지 이유로 인해 방송 산업에 대한 경제적 논의가 국제적으로 활발히 전개되고 있다. 방송의 산업성은 경제적 또는 시장적 가치와 시청자를 강조하는데, 방송프로그램의 질을 논함에 있어서도 '시장에서 유통되는 소비자'의 개념이 강조되고 있다. 그리고 방송의 자유라는 개념도 국민의 언론의 자유를 지키기 위한 방송의 자유라기보다는 방송사업자의 경제적 자유의 개념으로 해석하는 특징이 있다. 따라서 규제의 원리도 소비자 복지에서 소비자 주권으로 이행되며, 서비스의 공공성 실현을 위한 프로그램 내용에 대한 규제보다는 독점 또는 과점을 제한하려는 목적의 시장 구조적 조정의 규제가 우선시된다. 사업적 입장에선, 일반재화와 마찬가지로 방송도 소비자의 선택을 넓히기 위해 비교우위가 있는 외국산 재화나 서비스의 수입이 강조되고 있으며, 적당한 시장개방을 통해 소비자의 방송서비스 선택범위를 넓혀 줌으로써 소비자의 잉여를 높여주고 방송사업자간의 경쟁을 촉진시켜 보다 높은 질의 방송을 제공받을 수 있다는 것이다(최현철 외, 1997).

방송시장의 개방은 다양한 종류의 서비스 교역이 자유롭게 이루어지는 것을 저해하는 제약요인의 완화 내지는 제거라고 할 수 있다. 방송은 문화적 매체로서 어느 사회에서나 문화적 정체성과 다양성에 지대한 영향을 미칠 뿐만 아니라, 사회의 민주적 의사결정 과정에서 중요한 역할을 수행하여 국가에 대한 중대한 영향을 끼칠 수 있다. 그 때문에 어느 국가도 이를 쉽사리 개방하지 않으려는 것이 일반적 현상이다. 따라서 방송의 국제적 교류는 문화교류의 상당부분을 담당하고 있으며 국가에 매우 중요한 의미를 갖고 있는 사안이다.

방송을 포함한 서비스산업은 처음으로 우루과이라운드 협상을 통해 국제상거래법상의 규율대상으로 포함되었는데 이를 통해 국제적 교역자유화를 추구하는 움직임이 본격화 되었다. 이러한 국제적인 개방움직임은 무엇보다도 서비스산업이 국제경제에서 차지하는 비중이 너무나 커져서 더 이상 국제상거래법이 이를 외면할 수 없게 되었기 때문인데, 여기서 특징적인 것은 일반 상품시장에서와는 달리 방송 및

서비스산업의 경우에는 미국을 포함한 선진 경제 국가들이 후발 공업국들에 대해 경쟁력 면에서 상대적으로 더욱 큰 비교우위를 점하고 있기 때문에 서비스산업을 다자간 국제상거래법의 규율범위 안에 포함시켜 시장개방을 추구하려고 한다는 것이다.

그러나 한편 방송시장에 대한 교역자유화는 방송이 한 사회 내에서 수행하는 문화적 기능의 중대성을 고려할 때 바람직하지 않다는 주장도 강하게 제기되고 있다. 이러한 주장의 중심에는 캐나다와 프랑스를 비롯한 유럽 국가들이 있으며 미국과 일본 등 일부 국가를 제외한 상당수의 국가들이 이에 대체로 동조하고 있다. 이 국가들은 방송뿐만 아니라 문화산업 전반에 걸쳐 비교우위를 바탕으로 한 자유교역 원칙의 적용을 반대하고 있는데, 이러한 반대가 단순히 문화에 대한 개념과 정의 및 영역에 대한 각 국의 이해의 차이에서라기보다는 오히려 미국의 세계문화에 대한 지배와 잠식에 대한 우려감이 내재되기 있기 때문이다(나낙균, 2007).

방송을 포함한 서비스 산업은 처음으로 우루과이 라운드 협상을 통해 국제상거래법상의 규율대상으로 포함되었는데, 이를 통해 국제적 교역자유화를 추구하는 움직임이 본격화 되었다. 특히 방송과 관련된 국제상거래 법은 크게 3가지로 구분될 수 있다. 첫째, 구체적 집행력을 갖고 있는 가장 광범위한 다자간 국제상거래법으로서 WTO(World Trade Organization)체제를 구성하는 GATT와 GATS를 들 수 있다. 둘째, 양자간 혹은 일부 국가 사이에 구속력을 가진 지역적 통상협상이다. 셋째, 일반적 강제력을 갖지는 않지만 자발적 참여로 인하여 관련 국가들 사이에서 높은 수준의 준수가 보장되는 통상문제에 대한 합의로 대표적인 예로 OECD의 각종 자유화 규약을 들 수 있다(심석태, 2004; 정윤식, 2006 재인용).

WTO체제의 출범으로 가시화된 세계무역체제는 공산품을 포함 농산물, 서비스 및 지적재산권 등에 이르기까지 포괄적인 분야에 대한 교역활동을 다루고 있다. WTO가 무역자유화를 추구하는 이유는 시장개방이 모든 국가들에게 이익을 가져다 준다고 생각하기 때문이다. 그러나 WTO가 미국 등 선진국의 이익만을 대변하고 있고 우리나라를 비롯한 중진국 및 개도국의 이익에 반한다는 주장도 팽배하다.

특히 문화시장의 개방을 의미하는 시청각 서비스 분야에서 미국을 중심으로 영화 상영, 라디오, TV방송 등의 제작 및 전송 서비스 등의 개방을 요구하고 있고, 추가로 배급 및 상영에 있어서의 수량 제한을 철폐할 것을 요구하고 있기 때문에, 시청각 분야의 경쟁력에서 상대적으로 열세에 놓여있는 국가에게는 이러한 문화시장 개

방 압력이 상당한 부담으로 작용할 수 있다(이상우, 2005).

원래 문화산업에 대한 국제상거래법상의 예외를 주장하고 있는 ‘문화예외론(cultural exception)’을 주창하는 국가들은 방송과 같은 문화산업은 ‘문화적 예외’를 적용해야한다고 보고 있다. ‘문화적 예외’ 개념은 우루과이 라운드 협상에서 일부 국가들이 상품이나 서비스의 교역에서 GATT의 일반적 규범을 그대로 적용할 경우 이들의 상업적 측면이 강조됨으로써 문화적 특수성을 침해할 수 있으므로, 이런 규범을 적용해서는 안 된다는 주장이다(나낙균, 2007).

미국은 WTO 출범 이전부터 국적을 기준으로 방송 프로그램 편성비용을 제한하는 유럽연합의 지침을 GATT에 제소하는 등 방송시장에서의 교역제한에 대해 강경한 입장을 취해왔다. 또한 미국은 디지털 애니메이션 등 콘텐츠에서 강세를 갖고 있는 일본과 함께 방송프로그램의 자유로운 교역실현을 목표로 ‘도하개발아젠다(Doha Development Agenda: DDA)’ 협상에 임하고 있다(심석태, 2004).

이러한 시점에서 DDA에서는 방송서비스를 포함한 시청각 서비스 분야가 미국과 유럽사이의 주요 쟁점으로 부각될 수 있다. 미국은 시청각 서비스 분야에서도 ‘서비스에 관한 일반협정(General Agreement on Trade in Service: GATS)’의 규율적용이 타당하다고 주장하면서 제한된 범위 내에서 보조금을 허용하는 방안을 제시하고 있는 반면, 유럽은 문화적 다양성을 유지해야 한다는 이유로 시청각 서비스 분야를 GATS 규율적용의 예외로 취급해야 한다는 주장을 하고 있다.

WTO협상에서 통신서비스와 시청각 서비스는 구분되어 있다. 비록 통신서비스와 시청각 서비스에 대한 별도의 구분된 정의를 담고 있지는 않지만, 양 서비스 시장 개방 협상의 법적근거인 GATS는 통신서비스와 방송서비스 구분에 대한 전통적 시각을 적절하게 반영하고 있다. GATS 통신부속서(Annex on Telecommunications)는 통신서비스가 ‘모든 전자기적 수단에 의한 신호의 전달 및 수신’이라고 정의한다. 또한 일반 공중 대상의 통신서비스를 정의하는 과정에서 ‘2개 이상의 지점 사이에서, 고객이 제공한 정보의, 실시간 전송’을 언급함으로써 특히 제한된 숫자의 이용자 간 양방향 송수신 및 통신 서비스의 콘텐츠 제작자가 이용자 스스로임을 강조하고 있다. 한편, 시청각 서비스에 대한 기존의 GATS분류(WTO, 1991)는 방송서비스의 중요한 속성이 제3자에 의한 콘텐츠 제작이라는 사실이 반영하여 시청각 서비스 분야를 제작과 전송으로 구분하고 있다.

통신서비스와 방송서비스는 개방현황에 있어서도 차이가 있다. 통신의 경우 우루

과이라운드(이하 UR)를 통해 우리나라를 비롯한 상당수의 WTO회원국이 관련시장을 전면 개방한 상태이고, 기본통신 서비스의 경우는 UR 기본협상의 하나인 기본통신협상을 통해 협상 타결로 전 세계시장의 약 90% 이상을 차지하는 55개국(69개 정부)이 전면적 또는 부분적으로 시장 개방을 약속한 상태이다. 반면에 시청각 서비스 분야는 많은 국가들이 개방에 부정적 입장을 취하고 있다.

원래 시청각 서비스 분야의 개방 문제는 20세기 초부터 상당한 논쟁거리가 되어왔고, 그 당시에는 대부분의 국가들이 외국문화로부터 자국의 문화가 보호되기를 원했기 때문에 외국의 시청각 서비스에 대해 높은 관세를 부과하거나 수입 쿼터를 적용함으로써 자국의 문화상품을 보호하고자 했다. 이후 국제연합의 특별기구로서 국제무역기구(ITO)의 설립이 논의되었으나 무산되었지만, 이러한 문제들이 공식적으로 다시 제기되었다. ITO의 설립과 함께 추진되어 온 ‘관세 및 무역에 관한 일반협정(GATT)이 1948년 1월에 23개국을 중심으로 체결되었는데, GATT는 잠정협정의 성격으로 시작되었음에도 불구하고 1948년부터 반세기 동안 국제무역을 관장하는 유일한 다자간 협정으로 존재했다. 그 당시 영화는 핵심사항 중 하나인 내국민대우의 의무로부터 면제되어야 한다고 주장하였고, 이러한 주장이 받아들여져 스크린쿼터를 보장하는 조항(Article IV)가 제정되었다.

그러나 미국은 시청각 서비스 분야에서 상당한 경쟁력을 가지고 있었기 때문에, 시청각 서비스의 자유로운 무역환경이 조성되기를 원했다. 미국의 지속적인 시청각 서비스 분야의 개방요구는 유럽연합을 중심으로 한 GATT 회원국들의 반대에 직면하고 있다. 결국 UR이 종료되었을 때, 13개국만이 시청각 서비스 분야의 양허를 허용했고, 그 이후 협상이 진행되면서 양허 안을 제출한 국가는 19개국으로 증가하였다. 통신서비스 분야에서 59개국이 양허 안을 제출하였다는 사실과 비교해 볼 때, 시청각 서비스 분야는 아직도 시장개방에 있어서 많은 국가들이 부정적인 입장을 견지하고 있음을 알 수 있다(이상우, 2005).

다음으로 지역 내 양자 간 협상인 한미자유무역협정(FTA) 체결 의미와 국내 방송콘텐츠산업의 미래 전략 차원의 논의를 살펴보면 다음과 같다. 2007년 4월 한국과 미국 양국 정부 간 타결된 한미자유무역협정(FTA)의 서비스/투자분과 협상결과 중 미디어 관련 부분의 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 방송법상 49%로 제한되어 있는 일반 PP(방송채널사용사업자)에 대한 직접투자 한도는 현행 49%를 유지하는 대신, 국내법인 설립을 통한 PP 투자는 현행 50%를 100%까지 허용(발효 후 3년 이

내, 단, 보도·종합편성·홈쇼핑 분야는 제외)했다. 둘째, 지상파방송에 적용되는 방송쿼터는 현행대로 유지했으나, PP 등에 적용되는 국산 프로그램 의무편성 비율(방송쿼터)을 완화하여 영화 부문은 현행 25%에서 20%로, 애니메이션 부문은 현행 35%에서 30%로 조정했다. 셋째, 특정 국가의 프로그램이 전체 외국산 프로그램 방영 비율의 특정 비율 이상을 점유하지 못하게 하는 1개국 쿼터를 현행 60%에서 80%로 확대(이와 같은 1개국 쿼터 완화는 지상파, 위성방송, 케이블(SO)에도 공히 적용)했다. 그밖에 외국방송 재송신에 대해서는 미래유보하고 더빙 및 지역광고를 불허했다.

이와 같은 협상 결과에 대해 케이블 TV업계나 시민단체들은 현재 성장 중인 뉴미디어업계의 콘텐츠 제작기반이 무너질 것을 우려하고 있다. 실제로 한미 FTA 협상 결과, 외국기업이 직접 국내 PP의 경영권을 행사하는 것은 제한되지만, 외국기업이 100% 지분을 가진 외국계 법인도 국내 자회사를 설립해 국내 PP를 운영하거나 기존 국내 PP의 지분을 100% 보유하는 것은 허용되었다. 이에 따라 한국산 프로그램을 제작하던 PP가 줄어들 것이고, 반대로 미국 프로그램의 수입 증가는 불가피해졌다. 결국 그나마 한국산 프로그램을 일정하게 제작했던 PP들은 지상파로부터 프로그램을 사서 편성함으로써 자체제작이 유명무실하게 될 위기에 봉착했다. 결과적으로 독과점시장이 형성되어 미국 프로그램 유통회사들은 지금보다 훨씬 더 높은 가격에 프로그램을 팔 수 있는 조건이 만들어지는 전형적인 악순환의 고리가 형성된 것이다.

국내 기업이 막대한 투자비용을 투입해 구축한 뉴미디어 플랫폼을 통해 미국의 콘텐츠가 무제한적으로 유통됨과 아울러 PP의 제작기반이 붕괴될 경우, 상당수의 PP가 의존하고 있는 미국 프로그램 판권 가격 상승에 따른 부담으로 플랫폼 사업자들은 그만큼 디지털 전환이나 서비스 품질 제고에 대한 투자를 줄일 수밖에 없고, 플랫폼 사업발전에도 악영향을 미치게 될 것으로 전망된다.

국내 방송콘텐츠시장의 붕괴는 단지 콘텐츠산업 측면뿐만 아니라 대량의 미국 프로그램이 국내 시장을 지배하게 됨으로써 야기되는 문화적인 측면의 부정적인 영향이 더 큰 문제라는 점에서 상황이 심각하다. 이와 관련하여, 보편적 콘텐츠의 증대에 따른 내용 다양성의 감소와 쿼터제 완화에 따른 국내 영상물 제작·편성 감소, 저가 수입 콘텐츠 급증 그리고 공익 프로그램의 감소가 야기하는 사회 문화적인 부정적 영향에 보다 주목해야 한다는 주장도 제기되었다(정인숙, 2007).

한국케이블TV방송협회는 PP산업이 시장이 본격적으로 개방되는 2011년에 약 5조(홈쇼핑 제외)의 매출 증가를 예상하고 있다. 그러나 협회는 FTA의 직접적인 피해가 매출액 중 약 70%에 이를 것으로 예측하면서, 미국 자본의 영향에 우려를 표하고 있다. 특히 이런 피해는 판권료 상승에 따른 경영상의 어려움과 국내 PP 자체 제작물의 감소, 그리고 영세 PP의 도산과 약 30%의 직접 고용 인력의 감소 등에 따른 것이라고 진단했다.

요약하면 미국의 FTA는 1998년 까지만 해도 미국의 문화상품에 대한 입장이 무역협정에서 문화상품을 다른 일반상품과 차이 없이 동일하게 취급해야 한다는 입장에서 출발한다. 그런데 2000년 말 WTO 서비스 무역 이사회에 제출한 미국정부의 의견서를 보면 기존의 우루과이라운드 협상이 그동안 주로 영화의 제작, 배급과 시청각 상품 및 서비스와 지상파 방송에만 치중했다는 평가를 내렸다. 반면 디지털 시대의 시청각산업 분야는 영상기술이 무한히 발전하면서 무역을 좀 더 투명하고 예측가능하며 개방적으로 바꿀 수 있게 되었다고 진단하면서 새로운 기술변화에 대한 자유무역의도를 드러내고 있다. 이로서 미국은 문화적 예외를 인정하지 않고, 협상국이 자국문화 보호를 위해 시행하는 다양한 문화정책을 자유무역을 저해하는 비관세장벽으로 규정하여 폐지하려던 기존의 완고한 입장을 바꾸어, 협상의 방향을 새로운 디지털 분야로 확장하면서 더욱 능동적으로 FTA 협상을 주도하고 있는 것으로 보인다(나낙균, 2007).

이밖에도 방송 프로그램 유통의 국제화 비중이 높아지는 가운데 이를 적극적으로 활용할 수 있는 한류지속 방안이 모색되어야 할 필요성이 있기에 정보교환의 창구로서의 국제방송기구의 적절한 활용이 요구된다.

2. 국제협력 강화가 필요한 대외 환경 요인

1) 탈냉전

1990년대 이후 국제질서는 냉전시기를 벗어나 체제 경쟁과 체제 간 대립의 정치 문화로부터 탈피하여 체제 구별 없이 국가 간 교역과 이동이 활발해지고 있다. 개방과 협력이 외교적 특정 계층의 업무로 국한되는 것이 아니라 불특정 다수 일반 시민의 삶에 침투하고 있다.

그러나 탈냉전은 모든 국가 정책에서 체제 간 경쟁이 아닌 국가대 국가의 경쟁을 더욱 가열시켜 과거의 동서 냉전구도는 현재 지역통합체간 경쟁구도로 세계질서가 개편되고 있다. 따라서 국제기구를 통한 문화 협력 사업에 대한 관심은 자연히 세계적이고 보편적인 국제기구 UN 뿐 아니라 지역통합체인 국제기구에 이르기 까지 확장되고 있다.

2) 지구화와 세계화

경제적으로 WTO(국제무역기구)가 세계 경제교역의 규칙을 지배하고 있다. WTO는 물질 자원과 인적자원의 소통에 있어 국가 간에 어떤 특혜나 특정 손실이 없는 이상적인 자유무역체제를 지향하고 있다. WTO는 결국 현 국제시스템에서 가장 큰 규모의 경제력과 정책과위를 가진 미국의 입장을 가장 우선적으로 반영한다.

따라서 과학과 교통통신의 발달로 이미 지구화가 진행되어가고 있는 것에 더하여 경제적인 WTO 규범이 지배하는 세계화가 증첩되고 있다. 이에 따라 WTO의 부정적 측면에 대응하는 지역통합체들이 다수 등장하고, 양자 간 다자간의 FTA도 2005년 기준으로 117건이나 체결된 상태다. 중요한 점은 이들 지역통합체들이 상호간에 경제적인 특혜만을 추구하는 것은 아니고, 윤리적 측면에서 선진국 평가가 국가 브랜드 이미지를 상승시킨다는 점을 의식하여 해당 국제기구 내에서 문화 협력 사업을 수행하고 있다는 사실이다.

3) 다원화

국제사회 운영의 주체가 다원화되고 있다. 아직도 주권국가가 국제질서를 좌우하는 핵심 주체인 것은 확실하지만, 주권 국가만이 국제질서의 주체라고 주장할 수 없는 것이 현 시대의 흐름이다.

평화와 환경, 인권 등을 이슈로 한 국가의 경계를 넘나드는 보편적인 문제들은 정부의 강제적 공권력이 미치는 범위를 넘어서 존재한다. 바닷물과 공기가 국경의 경계 안에 머물러 있을 수 없는 것과 마찬가지로, 따라서 국제기구와 NGO의 활동력이 증가하고 파급효과도 크다. 또한 국제기구 내에서 구성원들이 결의하여 그들의 희망사항을 법으로 통과시킬 경우 그 법은 국내법과 동일한 효과를 가진다.

만약 그 수준이 법이 아닌 결의사항이라 할지라도 그 결의사항은 간과하거나 무시할 경우 국제여론이라는 전 세계적 비판을 받을 수 있다. 미국이 교토의정서의 비준을 파기했을 때 세계적인 비판이 비등했던 것을 상기해보면 국제여론의 비판적 성격을 결코 간과할 수 없다. 이와 같이 문화의 영역도 오직 한 국가만이 주체가 되어 관행적이고 주고받기 식으로 수행하던 이벤트적 교류를 넘어서고 있다.

4) 선진화

1, 2, 3차 산업 각 부문의 생산 도구와 기술의 발달로 서구와 아시아 선진국에서는 생존의 1차적인 필요성을 넘어서서 풍요로운 시대에 걸 맞는 문화적인 삶 및 삶의 질을 추구하는 욕구와 소비가 증대하고 있다.

따라서 문화적인 삶을 영위하고자하는 국민들의 집합체인 국가는 국가의 위신 혹은 국가의 브랜드가치를 높여 자국 국민들의 정체성을 높여주는데 기여해야 한다. 이를 통해 국민들이 대내적으로는 풍요로운 문화를 향유하게 할 수 있을 뿐 아니라 대외적으로도 선진 국민으로 대우받을 수 있는 기본 풍토를 조성해야할 요구를 받고 있다.

지금까지 제시한 대외적인 요인 들 중에서 우리나라는 특히 다원화, 선진화 요인에 영향을 많이 받고 있다. 문화 NGO 들의 양적, 질적 팽창으로 국제 활동의 요구가 높아지고 있기 때문에 이들을 어떻게 체계적으로 지원해서 국가의 위신과 브랜드가치를 높일 것인가가 매우 중요한 과제가 된 것이다. 그리고 선진화도 중요한데 191개 UN회원국 중 재정기여도가 10위(2002년 기준), 세계 10-15위의 경제국 등 한국의 국제적 위상이 높아졌기 때문에 이에 상응하는 역할에 대한 내적 필요와 외적 압력이 맞물리고 있는 상황이다(정정숙, 2005).

5) 방송의 국제화

방송환경의 변화에 따른 방송의 국제화는 방송 산업의 구조변화, 매체 소유의 집중화와 다각화, 제작과 재원의 국제화, 방송프로그램의 세계적 배급과 유통으로 특징지어진다. 방송의 국제화는 이념의 대결에서 기술경제에 입각한 지역 간 시장경쟁의 시대, 정보와 미디어 교류의 시대에서 기인한다고 볼 수 있다. 세계시장은 더

이상 국적과 기업 간의 구분 없이 다양한 연합과 공유의 논리가 지배하는 시장이 되었으며 이는 방송환경에도 적용되고 있는 것이 현실이다. 방송의 세계화, 국제경쟁력 강화는 궁극적으로 방송 프로그램의 무국적화 현상을 발생시키고 있다. 결국 무국적화의 개념은 21세기의 세계 단일시장 개념과 그 맥을 같이 한다고 볼 수 있으며 방송 프로그램의 국제적 유통으로 귀결되고 있다.

이에, 국내 방송의 국제화는 국제화된 프로그램의 개발에서 출발점을 찾을 수 있다. 이를 위해 국내 방송의 국제경쟁력 강화의 조건을 살펴보면 첫째, 방송사 내적 환경차원에서 제작방식의 선진화 둘째, 조직개편과 인력자원의 관리 효율화 셋째, 프로그램차원에서 문화적 할인율의 최소화와 국제공동 제작 활성화 넷째, 외적 환경 차원에서 틈새시장 개척과 방송의 산업적 인식 제고 등을 말할 수 있다(강태영, 1996).

III. 국제방송기구 현황 및 유관기관

1. IIC (International Institute of Communications, 세계방송통신기구)

1) IIC의 개요

IIC는 방송 분야의 국제교류 및 협력 증진을 위해 설립된 비영리 국제기구로서, 1960년 UNESCO에서 IBI(International Broadcasting Institute: 국제방송기구)의 설립을 논의하기 시작하여, 1967년 이탈리아에서 IBI라는 명칭으로 설립되었으나, 1971년 런던으로 옮겼으며, 1977년 현재의 명칭으로 변경되었다. 현재 IIC는 독립적, 학술적, 비영리적 단체를 표방하고 기부 및 프로젝트 등으로 예산을 마련하고 있는 실정이다. 또한 IIC는 이사회에 의해 운영되며 선출된 위원단의 자문을 받고 있다.

IIC의 활동목표는 모든 사람들의 커뮤니케이션 접근(access)을 증진하기 위하여 전 지구적 대화와 협력을 추구하는 것이고 방송통신융합이라는 복합적 성격을 다루기 위해 인터넷, 방송, 통신, 활자, 뉴미디어 등 커뮤니케이션의 모든 영역을 다루고 있다. 또한, 각국의 규제기관 및 정책담당자 외 방송사, 미디어회사, 학계 등이 참여하고 있다.

조직 면에서는 IIC의 운영방향을 논의하는 이사회(Board of Directors)가 구성되어 있으며 이사회는 회장을 포함한 7인으로 현재 Oxford 대학 교수, 변호사, IT 컨설팅사 매니저 등이 활동하고 있으며 무보수 책임이고 연 1회 대면회의가 있다. 현 회장(President)은 EBU(European Broadcasting Union)의 회장(2000-2006)을 역임한 Arne Wessberg가 맡고 있다. 자문 기능을 담당하는 위원단(Trustees)은 무보수로 종신위원 3명을 포함한 총 12명으로 구성되어 있고 현재는 Oxford 대학교수, 방송사 및 통신사업체 경영진들이 활동하고 있다.

또한, 실질적 운영을 담당하고 있는 사무국은 영국 런던에 위치하고 있으며 사무국장(Director General)은 옥스퍼드대 교수인 Andrea Millwood Hargrave가 역임하고 있으며 사무국 직원으로는 저널 에디터, 회계사 등이 있다.

회원국 현황은 약 70개 국가의 규제기관 및 방송사가 참여하고 있으며 한국은 방송통신위원회가 IRF 회원 자격으로 참여하고 있다. 그리고 개인 회원으로 각 국의 방송인과 학자가 참여하며 찬조 및 기부회원은 액수와 자격에 따라 회원자격을 달리 하고 있다.

Telecoms and Media Forum회원(Telecoms and Media Forum Membership)은 12개월간 각 Forum에 네 명까지 참가가 가능하고 총회와 국가별 회의 외 비기밀 및 기밀 회의 참여가 가능하다. 또한, 12개월간 기밀 유지되는 보고서(briefing papers)의 수신을 할 수 있다. IRF(International Regulators Forum)회원(International Regulators Forum Membership)은 각 국가의 규제당국만 신청이 가능하며 International Regulators Forum에 2명까지 무료로 참가할 수 있다.

또한, 총회 참가비의 할인, 지역별 회의 무료 참가, Telecoms and Media Forum 참가 등의 혜택이 주어진다. 전용 웹사이트 토론 게시판 접근권한과 타 규제당국과의 의견교환 및 규제정책에 관한 IIC 본부에 조언 역할 등을 할 수 있다. 개인회원(Individual Membership) 자격은 컨퍼런스 및 국가별 회의에 참여할 수 있으며 웹사이트 토론 게시판 접근이 가능하다. 기관회원(Institutional Membership)은 비영리기구도 신청이 가능하며 총회 및 국가별 회의 참여시 할인 혜택이 주어진다.

2) IIC의 주요활동

주요업무로는 국제규모 컨퍼런스 및 세미나 개최(Annual Conference, Telecoms and Media Forum, International Regulators Forum), 지역규모 총회(chapter) 개최, 정기간행물(Intermedia) 발간 및 정보제공 웹사이트 운영 등이 있다.

(1) 총회(Annual Conference)

총회(Annual Conference)는 연 1회 개최되며 통상적으로 2일간 총회 주제에 따른 발제와 주제별 그룹(breakout group) 토의가 이루어진다. 참가 주체는 정부, 학계, 업계에 이르는 다양한 참가자들이 최신 정보통신 정책과 발전에 관한 의견 교환 및 토론을 한다. 총회는 각 국가를 옮겨 다니면서 개최 국가의 커뮤니케이션 관련 기관에서 주관하게 되어있다.

2008년 39차 총회(Annual Conference)는 “Trends in Global Communications : Capturing the High Ground in an Uncertain World”라는 제목으로 2008년 11월 3일부터 4일까지 홍콩(HongKong)에서 개최되었다. 이 총회의 의제로 통신기술의 급격한 발전이 사회경제 전반에 미치는 영향을 점검하고 민간업자 및 규제기관의 대응 방향을 논의 하였으며 브로드밴드 개발 및 망 접근성, 통신 스펙트럼 분배 혹은 경매의 문제, 휴대폰의 통합 가능성에 따른 플랫폼과 콘텐츠의 문제, 규제와 경쟁의 상호관계, 모바일 TV 등 신기술의 사회적 영향 및 경제적 의미, 21세기 개인정보의 사회 경제적 의미 등의 세부 논의 의제들이 다루어졌다. 발제자로는 영국, 홍콩, 캐나다, 일본 등 방송통신규제기관, ITU 부사무총장, OECD 수석 경제학자, 방송사(BBC, Radio TV 홍콩) 경영진, 통신사(Cisco, NTT, Nokia) 경영진 등이 발표하였다.

세부적인 세션주제는 세션 1: Keynote Communications Perspectives, 세션 2: The Broadband Experience: Taking stock and mapping futures, 세션 3: Small Screen, Big Scream: How much has the mobile really delivered, how much more to come? 세션 4: 그룹 1: Spectrum management in an era of rapid technological change. 세션 4: 그룹 2: The evolution of communications regulation - the role of competition policy 세션 4: 그룹 3: Quality broadcasting: an inevitable victim of digital distribution? 세션 5: The Evolving Content Market: Public policy implications of a multi-platform world 세션 6: 그룹 4: What next for mobile TV? 세션 6: 그룹 5: Unleashing the market for audiovisual content in new media 세션 6: 그룹 6: Net neutrality, where are we now? 세션 7: The Individual and the Internet? The Use and Abuse of Personal Information 또한, 부대행사 격으로 2008년 10월 31일 홍콩에서 제2차 International Media Literacy Research Forum: “Promoting Media Literacy”가 개최되었다. 의제로는 격변하는 방송통신환경에서 일반인들의 지식 공유를 위하여, media literacy를 정의하고, 규제당국과 업계가 기여할 수 있는 바를 논의 하였다. 세부 주제는 주제 1: What is Media Literacy and What is the Forum? 주제 2: Promoting Media Literacy: The Regulators’ Role 주제 3: The future challenges for media literacy 였다.

한편, 2009년 40차 IIC 총회(Annual Conference)는 Trends in Global Communications: Wrestling with unpredictability 라는 주제로 2009년 10월 26일부터 27일까지 캐나다 몬트리올에서 개최될 예정이다. 아래의 <표 5>는 2009년 총회 세션

주제를 요약한 것이다.

<표 5> 2009년 IIC 총회세션 주제

세션	주 제
1	행동의 융합-소비자의 기대 외면(Convergence in Action-Consumers Defying Expectations)
2	미디어 플랫폼의 합성과 조화-통신이라는 체스판에서의 이익 전략(Mixing and Matching Media Platforms-Maneuvering for Advantage on the Communications Chess Board)
3	브로드밴드의 미래(Broadband Futures)
4	개별 토론(Breakout Groups) (1) 통신과 경제위기-조사(Communications and the economic crisis-taking stock) (2) 웹 2.0 이후는?(What next after Web 2.0?) (3) 멀티미디어 권리라는 정글에 길을 닦기 (Clearing a path through the multimedia rights jungle)
5	통신과 규제-다시 시작할 때인가?(Communications and Regulation-Time to Start Over?)
6	개별 토론(Breakout Groups) (4) 모바일이나 무선이 개도국에 있어 초고속 전송 솔루션이 될 것인가? (Will mobile or wireless prove to be the broadband delivery solution for developing countries?) (5) 사회적 미디어, 네트워킹 및 공공장: 함의는 무엇이고, 미래는 어떠한가?(Social media, networking and the public space: what are the implications and future?) (6) 인터넷-개방성에 한계가 있는가?(The internet-are there limits to its openness?) (7) 2015년 통신 세상의 양질의 콘텐츠를 위한 새로운 경제 모델 정의 (Defining a New Economic Model for High Quality Content in the Communications World of 2015)

출처: 이강규(2009). 방송관련 국제기구 및 단체 현황. KISDI 방송통신정책, 21(16), 29쪽.

(2) IRF(International Regulators Forum)

IIC의 International Regulators Forum은 연 1회 개최를 원칙으로 하고 총회(Annual Conference) 전 2일간 규제의 여러 측면에 관해 발제 및 토론이 이루어진다. 세계 각국의 규제 당국 대상으로 invitation-only로 진행이 되며, 기밀회의에서 규제에 관한 각국의 입장과 경험을 공유한다.

2008년 International Regulators Forum은 2008년 11월 1일부터 2일까지 홍콩에서 개최되었다. 의제로는 규제의 미래상: 공동 및 자기 규제의 의미, 모바일 TV, 디지털 TV 등 신기술 규제, 공공성과 시장성의 균형, 규제와 경제의 상호관계 브로드밴드 개발 및 망 접근성 등으로 정해졌다. 발제자로는 영국, 뉴질랜드, 인도, 호주, 캐나다, 홍콩 등의 각 국 규제기관장들이 나섰다. 세부 세션 주제로는 세션 1: Regulatory approaches for the future - is co and self - regulation the answer? 세션 2: Does the delivery system matter? - regulating digital television 세션 3: Regulation of mobile television services and dealing with regulatory asymmetry 세션 4: Delivering NGNs for the public benefit 세션 5: Public values and public service - will the market provide? 세션 6: Spectrum allocation - what works and what doesn't? 세션 7: Workshop on Regulation and Competition 등이 있었다. 한편, 2009년 IRF는 2009년 10월 24일부터 25일까지 캐나다 몬트리올에서 개최된다.

2008년 IRF에서는 상기 7개 세션과 관련하여 기초연설 및 개회사 발표를 포함하여 총 12명이 발표를 하였다. 아래의 <표 6>과 <표 7>은 2008년 IRF 세션별 주제와 발표내용을 요약한 것이다.

<표 6> 2008년 IRF 세션별 주제

세션	주 제
1	미래를 향한 규제 접근법-공동 및 자율 규제가 해답인가?(Regulatory approaches for the future-is co and self-regulation the answer?)
2	전달체계가 중요한가?-디지털 TV 규제(Does the delivery system matter?-regulating digital television)
3	모바일 TV 서비스 규제와 규제 비대칭 해결(Regulation of mobile television services and dealing with regulatory asymmetry)
4	공익을 위한 NGNs의 도입(Delivering NGNs for the public benefit)
5	공적인 가치와 공영 서비스-시장이 제공할 것인가?(Public values and public service-will the market provide?)
6	스펙트럼 분배-효율적 분배와 비효율 분배(Spectrum allocation-what works and what doesn't?)
7	규제와 경쟁에 관한 워크숍(Workshop on Regulation and Competition)

출처: 이강규(2009). 방송관련 국제기구 및 단체 현황. KISDI 방송통신정책, 21(16), 25쪽.

〈표 7〉 2008년 IRF 발표자 개요 및 내용

번호	발표자	주제	주요내용
1	Daniel R Fung	Hong Kong	<ul style="list-style-type: none"> - 홍콩 방송통신산업 규제 소개 • 기존 방송규제와 통신규제는 각각 방송법과 통신법에 따르며, BA(Broadcasting Authority)와 TA(Telecommunications Authority)가 집행을 담당 • 방통융합 추세에 맞춰 홍콩은 Communications Authority라는 통합 기구가 방송과 통신 모두를 규율하도록 현재 입법화 추진 중임
2	Ling Pek Ling	Singapore	<ul style="list-style-type: none"> - 제목: 융합시장의 경쟁 이슈들 (Competition Issues in Convergent Markets) - 융합에 따른 경쟁 변화, Cross-leveraging의 부정적 효과, 서비스 번들링, 배타적 콘텐츠 협정(ECA), 경쟁입찰 가격상승, 소비자에 대한 경쟁의 효용성, Cross-leveraging · 독점에 대한 규제적 접근 등에 대해 소개
3	Roberto Napoli	Italy	<ul style="list-style-type: none"> - 제목: 아날로그 전환과 디지털 시대로의 이행 관리 (Managing analogue switch-over and transition to digital era) - DTT 규제 골격 개발, DTT 시장 진화, DTT 디코더 시장, DTT 네트워크에 대한 TV 프로그래밍, AGCOM의 규제활동, 아날로그 전환일정, 모바일 TV 규제 골격 등 이탈리아 상황을 소개
4	Modipe Chris Nkwe	Botswana	<ul style="list-style-type: none"> - 제목: 보츠와나 방송 산업의 난점 극복 (Overcoming challenges in the broadcasting industry in Botswana) - 보츠와나의 지리적 · 인구적 어려움, 공영 방송 상황, 규제기구 · 사업자 및 정책입안자간의 관계, 신기술과 시장, 규제기구의 역할, 지역적 특수성 등을 설명
5	Mohamed Sharil Tarmizi	Malaysian	<ul style="list-style-type: none"> - 제목: 모바일 TV 서비스 규제와 규제의 비대칭성(Regulation of Mobile Television Services and Dealing with Regulatory Asymmetry) - 융합에 기초한 골격, CMA 1998에 따른 규제 원칙, 콘텐츠 · 어플리케이션 · 네트워크 서비스 · 네트워크 시설 등 통신 및 멀티미디어 분야의 융합 CMA 1998를 위한 허가, 허가 환경, 모바일 TV 플랫폼, 콘텐츠 측면에서 규제의 비대칭성 등 말레이시아 상황을 소개

<계속>

번호	발표자	주제	주요내용
6	Paris Mashile	South Africa	- 제목: 공익을 위한 NGN의 도입 (Delivering NGNs for the Public Benefit) - 브로드밴드의 성장, 메타컴퓨팅 등에 따른 브로드밴드 수요의 증가, 엔터테인먼트 산업 · 교육 · 헬스케어 · 재택근무 · 국가안보 등 브로드밴드 응용영역에 대하여 설명
7	Robin Blake	Britain	- 제목: 공동 및 자율규제에 대한 Ofcom의 접근방법(Ofcom's approach to co and self-regulation) - 시청각미디어서비스 지침 등 유럽의 상황, 규제 시점에 대한 초기 평가, 규제 시행시기에 대한 결정 요소 등을 소개
8	Y K Ha	Hong Kong	- 제목: 홍콩의 스펙트럼 관리 (Spectrum Management in Hong Kong) - 스펙트럼 정책 골격을 소개하고, 향후 과제들로 스펙트럼거래, 최저경매가격의 결정, AIP 계획, 디지털 배당 등을 소개
9	Dominic Sheehan	Newzealand	- 제목: 미래를 위한 규제 접근법-공동 및 자율규제가 해답인가? (Regulatory Approaches For the Future-Is Co and Self-Regulation The Answer) - 뉴질랜드의 상황을 과거, 현재, 미래로 나눠 뉴질랜드 방송사, 콘텐츠 표준, 공동규제 등에 소개함
10	Leonard Katz	Canada	- 별도 제목 없음 - 공공의 가치와 공공 서비스를 시장이 제공해야 하는가라는 질문에서 출발하여 집중(concentration), 콘텐츠, 그리고 이 두 가지를 결합하여 소수의 시청자 집단을 대상으로 한 정책 등에 대해 설명하고 Local Programming Improvement Fund에 대해 언급
11	Marion Lai	Hong Kong	- 별도 제목 없음 - 홍콩 라디오 스펙트럼 간략 소개
12	Lyn Maddock	Australia	- NGN의 사회적 이익, 디지털 및 모바일 세계에서 의 범용엑세스, 비용 부담, 다중 플랫폼 기술의 출현과 규제를 오스트레일리아의 상황과 함께 소개

출처: 이강규(2009). 방송관련 국제기구 및 단체 현황. KISDI 방송통신정책, 21(16), 26-27쪽.

아래의 <표 8>은 2009년 IRF 세션 별 주제를 요약한 것이다.

<표 8> 2009년 IRF 세션 별 주제

세션	주 제
1	- 규제의 역할-어느 정도면 충분한가? 어떠한 다른 규제 관행이 간극을 메워줄 수 있는가?(The role of regulation-how much regulation enough? What other regulatory practices can fill the gaps?) - 디지털 시대에 아날로그적 규제?(Analogue regulation in a digital world?)
2	다중 플랫폼에 대한 규제(Regulating across multiple platforms)
3	인터넷의 개방성과 그에 대한 규제(The openness of the net and regulating it)
4	'기존 방송'에 대하여 새로운 경제성을 불어넣을 수 있는 규제기구의 역할은 무엇인가?(What is the regulator's role in encouraging the new economies for 'conventional broadcasting')
5	스펙트럼 이슈(Spectrum Issues)
6	시장의 발전-합병 또는 다양화?(The Development of markets-consolidation or diversification?)

출처: 이강규(2009). 방송관련 국제기구 및 단체 현황. KISDI 방송통신정책, 21(16), 28쪽.

(3) Telecoms & Media Forum

Telecoms & Media Forum은 연 3회 세계 각지에서 개최되며 통신업계, 미디어 콘텐츠 업체 및 소수의 규제 당국(미국의 FCC, 아시아와 호주의 규제당국, 영국의 OFCOM 등)이 작업반(working group) 형식으로 구성되어 주제에 대하여 논의하는 형식을 갖고 있다. 중점적으로 논의되는 주제는 통신과 미디어 융합, 탈규제(deregulation) 및 경쟁에 관한 정책의 변화 등이 있다. 각각의 프로그램 들은 포럼 회원간의 긴밀한 논의로 구성되어진다.

한편, 2009년 3월 25일부터 26일까지 벨기에 브뤼셀에서 열린 Brussels Telecoms & Media Forum의 의제는 방송통신 융합과 ICT의 사회 경제적 영향 및 규제기관의 입장, 브로드밴드의 접근성: 기술 및 대중친화도와 관련성, 망사업자간 경쟁 및 투자: 경제적 가능성 혹은 새로운 규제 모델, 기계간 네트워크 혹은 상호 연결이 보안 및 프라이버시에 미치는 영향, 업계와 규제기관의 입장 등 이었다.

상세한 세션주제는 세션 1: Communications and the crisis - Funding, competitive and regulatory implications 세션 2: What kind of universality in the broadband age? 세션 3: Next generation access networks - How to develop their full potential? 세션 4: The "Internet of Things" - Its future and implications 였다. 이 포럼에서의 발제자는 EC(European Commission) 정보통신 미디어 사무국 책임자, European 투자은행 ICT 사무국장, Vodafone 경영진, European Data Protection 법률 고문, Warwick 대학교수 등이 맡았다.

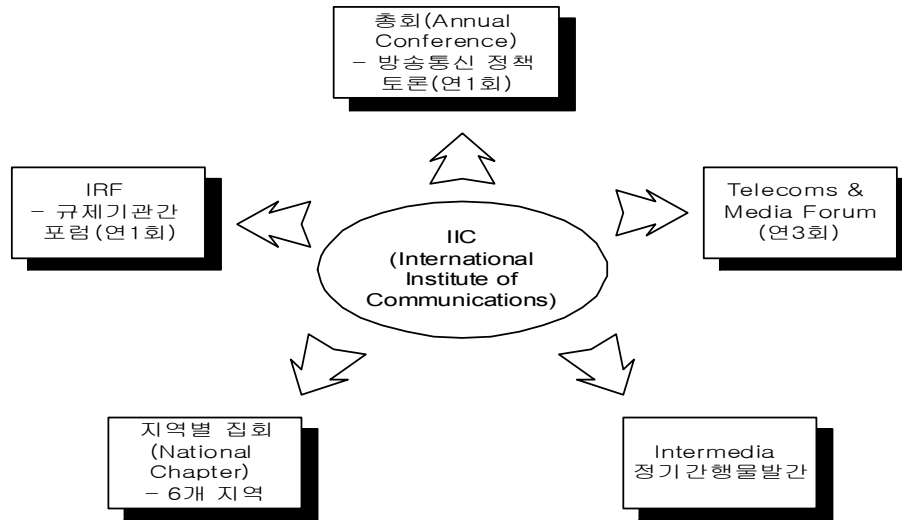
(4) 지역별 집회(National Chapter)

IIC는 호주, 아시아(홍콩), 캐나다, 프랑스, 이탈리아, 영국 등 6개 지역에 National Chapter를 두고 방송, 통신, 미디어, IT관련 학자, 경영진, 정부관계자 사이의 해당 지역에 맞는 정책 관련 의견 교환을 할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 집행부(Executive)에서 의장(Chairman) 1인과 사무총장(Director) 2인을 두고 있다.

(5) Intermedia 정기간행물 발간

IIC에서는 "Intermedia"라는 정기간행물을 연 6회 발간하고 있다. Intermedia는 방송통신 전 영역(broadcasting, telecommunication, new media)에 있어 새로운 정책을 주로 다루고 있으며 콘텐츠, 기술, 소유(ownership), 지리 등의 융합(convergence)을 다루기 위해 기존의 원칙과 실습의 변화 분석에 목표를 두고 있다. 이 정기간행물의 내용은 규제 정책 관련 뉴스 브리핑, 신기술 및 그에 따른 새로운 사회현상 분석들을 담고 있다.

[그림 1] IIC의 주요활동



3) 우리나라의 IIC 참여전략

IIC의 활동은 총회(Annual Conference), IRF(International Regulators Forum), Telecoms & Media Forum 등의 국제회의 활동과 지역별 집회인 National Chapter 그리고 정기간행물 ‘Intermedia’ 발간 등으로 나누어 볼 수 있다.

또한, IIC의 국제협력 활동으로는 총회 및 IRF 등 컨퍼런스 개최에 있어 국가 및 국제기구와 협조하고 있는 실정이다. IIC와 함께 협력하고 있는 각 국 규제기관으로는 영국의 OFCOM(Office of Communication)와 미국의 FCC 등이 있으며 국제기구로는 ITU, European Commission, EU ICT 관련 산하기관, OECD 등이 있다.

지금까지 IIC에서 우리나라의 국가 규제기관(Regulator)인 방송통신위원회의 참여나 활동은 미약하였다고 볼 수 있다. IIC는 활동목표로써 추구하고 있는 커뮤니케이션 접근 증진의 전 지구화와 방송통신의 융합이라는 명제 아래 각 국가의 규제기관, 미디어 산업 종사자 및 학계의 구성원 등이 모여 실질적인 각국의 미디어 현황 및 규제정책에 대한 논의의 장을 마련하고 있는 것이 사실이다. 매년 개최되는 총회(Annual Conference)는 각국 규제기관인 정부, 미디어

업계, 학계 등 다양한 분야의 참가자들이 방송과 정보통신에 관한 주제로 의견 교환과 토론을 하고 있다. 우리나라도 규제기관인 방송통신위원회가 미디어 업계와 학계와 함께 IIC 총회에 적극적으로 참여하여 전 세계적인 방송과 정보통신의 국제적 흐름(trend)을 파악하고 이를 우리나라 실정에 적용 발전시키려는 시도가 필요하다고 본다.

특히, IIC의 IRF(International Regulators Forum)은 총회가 열리기 전에 개최되는 invitation-only의 각 국가의 규제기관간의 포럼으로 기밀회의에서 각 국의 규제에 관한 정책을 서로 공유하는 자리이다. 우리나라도 방송통신위원회에서 세계 각국의 방송과 정보통신 정책에 대한 정보를 교환 및 수집할 수 있는 기회로 적극 활용하는 것이 정책적 발전을 도모할 수 있는 방법이라 볼 수 있다.

Telecoms & Media Forum은 연 3회 개최되는 탈규제(deregulation) 및 경쟁에 관한 정책을 논의하는 포럼으로 IRF와 달리 규제당국 뿐 아니라 미디어 산업 종사자 및 학계 구성원들이 참석하고 있다. 우리나라도 방송통신위원회와 더불어 각 방송사(KBS, MBC, SBS) 및 통신업체의 관심과 참여를 고려하여 각 국가의 방송통신융합 등의 산업적 측면을 파악할 수 있는 기회로 삼는 것이 필요하다.

IIC는 National Chapter를 호주, 아시아(홍콩), 캐나다, 프랑스, 이탈리아, 영국 등 6개 지역에 두고 있는데 이는 해당 지역의 정책 교환의 원활함을 위한 기회를 제공하고 있는 것이다. 우리나라는 영국에 있는 IIC 사무국에 방송통신위원회의 상주직원을 파견하는 것을 고려할 수 있을 뿐 아니라 홍콩에 있는 아시아 지역 National Chapter에 상주 직원의 파견을 통해서 IIC에서 개최하는 총회(Annual Conference), IRF(International Regulators Forum) 그리고 Telecoms & Media Forum 등에서 논의되어지는 다양한 의견 및 정책과제 들의 효율적인 접근을 추구하여야 한다.

한편, IIC는 지금까지 다양한 형태의 출판(publishing)활동을 하고 있다. 각 국가 전문가들이 서술한 각국의 방송 및 정보통신 관련 현황 보고서를 발행하고 있으며 'intermedia'라는 정기간행물을 연 6회 발간하고 있다. 우리나라도 IIC 각종 포럼 활동 및 사무국과의 긴밀한 관계를 통해 우리나라의 방송 현황 및 제도 등을 IIC 회원국에게 알릴 수 있는 보고서 발간 및 정기간행물 게재에 적극적인 자세를 견지하여야 한다.

IIC의 회원으로써 우리나라의 방송통신위원회 위상은 한국의 방송 및 정보통신 분야의 전체적 수준에 비해 미미하였다 볼 수 있다. IIC의 총회, IRF, Telecoms & Media Forum 및 National Chapter 등의 다양한 활동에 방송통신위원회가 주도적으로 방송과 정보통신 산업계 및 학계의 참여를 유도하고 방송통신위원회에서 상주 직원을 파견하여 각종 정책 및 정보를 파악하는 것이 국제기구를 통한 국제협력 측면에서 매우 효율적인 전략이라 본다.

2. AIBD(Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development)

1) AIBD 개요

ABU와 UNESCO가 말레이시아 정부의 도움을 받아 1977년 설립한 국제기구로 아시아 태평양 지역 방송사를 대상으로 방송연수 및 각종 세미나와 워크샵을 실시하고 있다. 설립이후 약 14,000명의 방송인이 AIBD의 연수 프로그램에 참여했다. 현재 ABU와 AIBD는 말레이시아 쿠알라룸푸르에 있는 RTM 방송사의 연수원 건물에 자리 잡고 있다.

AIBD(Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, 아시아태평양방송개발기구)는 아시아 태평양지역 내 회원국의 방송문화 및 기술향상을 위한 교육훈련과 연구개발을 위해 설립되었으며, 우리나라는 방송협회가 창립 시기인 1977년부터 가입한 이후 현재 방송통신위원회가 회원으로 참여하고 있다. 그 동안 정부 간 기구였으나 2002년부터 규정 개정을 해 방송사들에게도 회원가입 자격이 부여되었다. 방송협회는 AIBD의 방송인 연수에 우리나라 방송인들을 추천해 해마다 다양한 연수활동에 참가시키고 있다. 또 AIBD 총회에도 매년 방송협회 사무총장이 참석해 주요 의사결정에 참여하고 있으며 특히 작년 북경에서 열린 2002년 총회에서는 AIBD상 베스트웹사이트부문에 방송협회가 추천한 KBS 웹사이트가 선정되기도 했다.

이 기구는 현재 말레이시아에 본부를 두고 있고, 매년 아시아 미디어 회의(Asia Media Summit)를 개최하고 있다. 이 회의에는 아시아태평양 지역, 아프리카, 유럽, 북미, 중동의 학자, 정책기구 종사자, 방송 및 통신사업자 등 다양한 인원이 참석하고 있다. 올해는 5월 26~5월 27일 중국 마카오에서 개최되었다. 이 기구의 스폰서로

는 프리드리치 에버트 재단(Friederich Ebert Foundation), UN, UNDP, ITU, UNICEF 등이다.

최근 회원국이 날로 증가하여, 아시아태평양국가와 유럽, 아프리카 국가도 가입했다. 9개의 기구가 새로 가입(나이지리아, 피지TV, Pacific Islands News Association(PINA), 태국공영방송(TPBS), TVN(프랑스), YA Media(영국), 커뮤니케이션스 피지(피지), 아시아엔터테인먼트 컨설팅(벨기에), 교육방송 콘소시엄(인디아))하여 2009년 6월 현재 정회원 총 26개국(43개 단체)과 준회원 총 44개국(91개 단체)가 회원으로 가입되어 있다.

AIBD 회원(국)이 누릴 수 있는 장점으로 각종 워크숍 등의 개최는 이 기관의 인적교류와 인적자본의 중심적 역할로 볼 수 있다. 이외의 디지털전환, 프로그램 교환, 미디어 법, 자본구축, 자문 등 AIBD는 회원(국)에게 다양한 혜택을 주고 있다.

이외에도 아시아 정상회의, 아시아-유럽 다이올로그(Asia-Europe Dialogue)는 급변하는 미디어업계의 의제를 공유하는 싱크탱크의 역할을 하고 있고, AIBD의 출판물도 무시할 수 없는 정보교환의 수단으로 역할하고 있다. 그리고 빈곤, 건강의료, 교육, 어린이, 여성, 질병, 기후변화, 환경문제, 문화다양성, 분쟁예방 및 해결, 평화구축 이벤트, 미디어 개발 및 이용 문제, 서로의 제작경험 공유, 국제적 파트너십 구축 등에서 다양한 역할을 목표로 하고 있다.

또한 AIBD는 대화와 라운드 테이블을 통해 전 세계적으로 어려운 경제상황에서 미디어업계와 정책기구가 효율적인 경영을 할 수 있는 정보를 제공하고자 노력하고 있다. 정상회의(The Summit of Heads of States)는 정책담당자가 정상들과 주요미디어 의제와 현안에 대해 의견을 공유하고, 서로 의제를 교환하는 중요역할을 하고 있다.

최근 AIBD는 미디어와 사회재단 위원회(Board of the Media and Society Foundation)로부터 ISO 9001과 ISAS BC 9001 인증(ISAS BC 9001 Certificate)을 받기도 해서 명실 공히 전자미디어와 관련된 정책결정과 기술교환 및 교육과 연수, 인적 교류의 핵심적인 역할을 담당하는 국제기구로서의 능력을 객관적으로 인정받았다(Director's Report, 2009).

AIBD는 총회와 사무국, 집행이사회, 전략기획팀, 그리고 프로그램국으로 구성되어 있다. 현재 사무국은 사무총장을 포함하여 4인이 있고, 프로그램국에는 2인의 비서와 7인의 프로그램 매니저가 있어 총 9인으로 구성되어 있다.

◇ AIBD 정회원(풀멤버) 국가 및 기관

정회원: 26개국(아프카니스탄, 방글라데시, 부탄, 브루나이, 중국, 캄보디아, 피지, 프랑스, 인도, 인도네시아, 이란, 한국, 라오스, 말레이시아, 몰디브, 미아마, 네팔, 파키스탄, 파푸아 뉴기니아, 필리핀, 사모아, 싱가포르, 스리랑카, 태국, 베트남)

〈표 9〉 AIBD 회원국 및 단체

*2009년 6월 기준

정회원(Full Members): 43개 단체 (26개국)		
국가	약어	단체
아프카니스탄 (Afghanistan)	RTA	Radio-Television of Afghanistan
방글라데시 (Bangladesh)	BB	Bangladesh Betar
	BTB	Bangladesh Television
	NIMC	National Institute of Mass Communication
부탄 (Bhutan)	BBSC	Bhutan Broadcasting Service Corporation
브루나이 (Brunei Darussalam)	RTB	Radio Television Brunei
캄보디아 (Cambodia)	RNK	Radio National of Cambodia
	TVK	National Television of Cambodia
중국 (China)	SARFT	State Administration of Radio, Film and TV
피지 (Fiji)	FBCL	Fiji Broadcasting Corporation Limited
프랑스 (France)	MAE	Ministry of Foreign Affairs
인도 (India)	DD	Doordarshan
	AIR	All India Radio
인도네시아 (Indonesia)	TVRI	Televisi Republic Indonesia
	RRI	Radio Republic Indonesia
이란 (Iran)	IRIB	Islamic Republic of Iran Broadcasting
한국 (Korea)	KCC	Korea Communications Commission
	KBS	Korean Broadcasting System
라오스 (Laos)	LNR	Lao National Radio
	LNTV	Lao National Television
말레이시아 (Malaysia)	RTM	Radio Television Malaysia

몰디브 (Maldives)	TVM	Television Maldives
	VOM	Voice of Maldives
		Ministry of Information, Arts and Culture
마이크로네시아 (Micronesia)		Federated States of Micronesia Broadcasting Services
미얀마연방 (Myanmar)	MRTV	Myanma Radio and Television
네팔 (Nepal)	RNE	Radio Nepal
	NTV	Nepal Television Corporation
파키스탄 (Pakistan)	PBC	Pakistan Broadcasting Corporation
	PTV	Pakistan Television Corporation Limited
파푸아뉴기니 (Papua New Guinea)	NBC/PNG	National Broadcasting Corporation of Papua New Guinea
필리핀 (Philippines)	PBS	Philippines Broadcasting Service
	PTNI	Peoples Television Network, Inc.
사모아 (Samoa)		Samoa Broadcasting Service
싱가포르 (Singapore)	MDA	Singapore Media Development Authority
		Media Corporation of Singapore, Pte Ltd.
스리랑카 (Sri Lanka)	ITN	Independent Television Network
	SLBC	Sri Lanka Broadcasting Corporation
	SLRC	Sri Lanka Rupavahini Corporation
태국 (Thailand)	NBT	National Broadcasting Services of Thailand
	TPT	TV Pool of Thailand
베트남 (Vietnam)	VOV	Radio, The Voice of Vietnam
	VTV	Vietnam Television

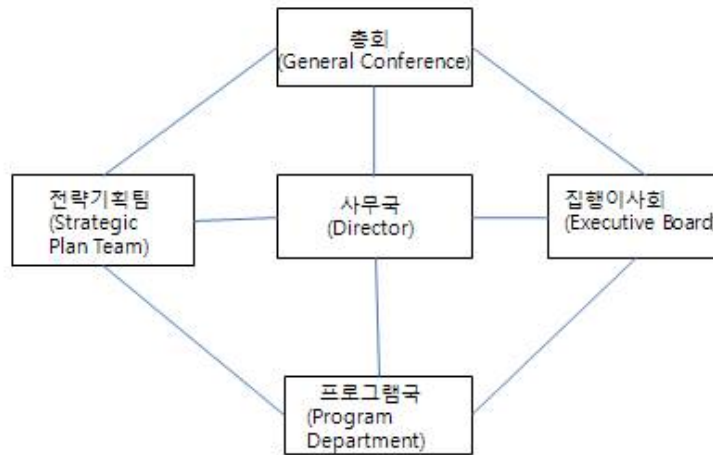
협회회원(Affiliate Members): 91개 단체 (44개국)		
국가	약어	단체
아프가니스탄 (Afghanistan)	SMO	SABA Media Organization
호주 (Australia)	ABC	Australian Broadcasting Corporation
		Broadcast Australia
방글라데시 (Bangladesh)		Channel I
	Radio FM	Radio Broadcasting FM (Bangladesh) Co. Ltd.
벨기에 (Belgium)		Consulting Asia Entertainment Co. Ltd.
부탄 (Bhutan)		Centennial Radio, Chenzig Communications
캐나다 (Canada)	FRIE NDS	FRIENDS of Canadian Broadcasting
	MIC	Management Institute of Canada
	RCI	Radio Canada International

피지 (Fiji)	CFM	Communications Fiji Ltd
	FTV	Fiji TV
	MAI TV	MAI TV (Fiji) Limited
	PINA	Pacific Islands News Association
프랑스 (France)	CFI	Canal France International
	INA	L'Institut National de l'Audiovisuel
	RFI	Radio France International
	RFO	Reseau France Outre-Mer
	TVN	TV Numeric
독일 (Germany)	TV5	TV5 Monde (Chaine de la Francophonie)
	DW	Deutsche Welle
	IPS	Inter Press Service International News Agency
홍콩 (Hong Kong SAR, China)		PerConsult, Germany
		Prix Jeunesse International
	RTH K	Radio Television Hong Kong
인도 (India)	CEM CA	Commonwealth Educational Media Centre for Asia
	CEC	Consortium for Educational Communication
	NDT V	New Delhi Television Ltd
인도네시아 (Indonesia)	RiaNo vosti	RIA Novosti
		Trans TV
이탈리아 (Italy)	RAI	Radiotelevisione Italiana
카자흐스탄 (Kazakhstan)		Khabar Broadcasting Agency
키르기스스탄 (Kyrgyzstan)	STRB C	State TV and Radio Broadcasting Company of the Kyrgyz Republic
마카오 (Macau SAR, China)	TDM	Teledifusã
말레이시아 (Malaysia)	ASTR O	ASTRO All Asia Networks plc
	HELP	HELP University College Sdn Bhd
	NTV7	NatSeven TV Sdn Bhd
	TV3	Sistem Televisyen Malaysia Berhad
몰디브 (Maldives)		YA Media Ltd.
	Atoll	Atoll Investment (Maldives) Pvt. Ltd.
	VTV	Island Broadcasting Company Pvt. Ltd.
모리셔스 (Mauritius)	MMC	Maldives Media Company
	MBC	Mauritius Broadcasting Corporation
마이크로네시아 (Micronesia)	Roll'e ms	Roll'ems Productions Palau, Inc.

몽골 (Mongolia)		Channel 25 Television
	MNP RT	Mongolia National Public Radio and Television
		Mongolian Education Channel
		Press Institute of Mongolia
	TV5	TV5 Mongolia
	TV9	TV9 Mongolia
	UBS	Ulaanbaatar Broadcasting System
미얀마연방 (Myanmar)	MRT V-4	Forever Group Co. Ltd.
		Mandalay City FM
네팔 (Nepal)	AFN	Antenna Foundation Nepal
	ACOR AB	Association of Community Radio Broadcasters Nepal
	CC	Communication Corner (Ujyaalo 90 Network)
네덜란드 (Netherlands)	RN	Radio Netherlands
나이지리아 (Nigeria)	VON	Voice of Nigeria
파키스탄 (Pakistan)	GEO TV	GEO TV
	HUM TV	HUM TV
		PACT Radio
	PEMR A	Pakistan Electronic Media Regulatory Authority
	Power 99 FM	Power99 FM Network
	STN	Shalimar Television Network
	SAF MA	South Asian Free Media Association
	WAQ T TV	WAQT Television
팔레스타인 자치정부 (Palestine)	PNN	Palestine News Network
파푸아뉴기니 (Papua New Guinea)	MNL	Media Niugini Limited (EMTV)
카타르 (Qatar)	Aljazeera	Jazeera Space Channel TV
루마니아 (Romania)	ROR	The Romanian Radio Broadcasting Company
러시아 (Russia)	RTR	Russian State Television and Radio Broadcasting Company
사우디아라비아 (Saudi Arabia)	MOCI	Ministry of Culture and Information
솔로몬군도 (Solomon Islands)	SIBC	Solomon Islands Broadcasting Corporation

남아공 (South Africa)		Cii Broadcasting (Pty) Ltd.
	SABC	South African Broadcasting Corporation Limited
스리랑카 (Sri Lanka)	TMO L	The Maharaja Organisation Limited
	TVE AP	TVE Asia Pacific
	YAT V	Young Asia Television
수단 (Sudan)	SRTC	Sudanese Radio and Television Corporation
탄자니아 (Tanzania)	TBS	Tanzania Broadcasting Services
태국 (Thailand)	TPBS	Thai Public Broadcasting Service
동티모르 (Timor-Leste)	RTTL	Ráã
통가 (Tonga)	TBC	Tonga Broadcasting Commission
터키 (Turkey)		Cihan News Agency - Turkey
영국 (United Kingdom)	CBA	Commonwealth Broadcasting Association
	TF	The Thomson Foundation
바누아투 (Vanuatu)	VBTC	Vanuatu Broadcasting and Television Corporation
예멘 (Yemen)	YGCR TV	Yemen General Corporation for Radio & TV
국제 파트너(International Partners)		
Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU)		
Asian Media Information and Communication Centre (AMIC)		
Centre for International Migration and Development (CIM)		
Commonwealth of Learning (COL)		
프랑스 외무부		
Friedrich Ebert Foundation (FES)		
Global Knowledge Partnership (GKP)		
GMAI Newslines		
Goethe Institut		
Hoso-Bunka Foundation		
International Telecommunication Union (ITU)		
Japan International Cooperation Agency (JICA)		
Southern African Broadcasting Association (SABA)		
The Eurasian Media Forum		
UNESCO Principal Regional Office for Asia and the Pacific (UNESCO-PROAP)		
United Nations Development Programme (UNDP)		
United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UN-ESCAP)		
United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)		

[그림 2] AIBD 조직도



다음은 한국과의 주요 협정내용(정관)이다(아시아 태평양 방송개발 연구원 설립 개정 협정: 외교통상부고시 제2001-434호, 관보 제14972호, 2001. 12. 8. 참조). 정관에는 AIBD의 설립부터 목적, 기능 등의 내용이 있어 이 기구의 성격과 주요활동을 일차적으로 파악할 수 있다. 그리고 총회의 역할과 기능, 위원장의 권한과 회원자격, 회원유지 및 탈퇴 등에 대한 원칙이 담겨있어 이에 대한 검토가 필요하다.

- 1999년 7월 21일 이슬라마바드에서 채택
- 2001년 12월 14일 발효
- 2001년 12월 8일 공포(외교통상부 고시 제434호)
- 2001년 12월 14일 대한민국에서 발효

전 문

정의
제1조 설립

제2조 회원자격

1. 국제연합아시아 태평양경제사회위원회의 회원 및 준회원인 모든 국가는 AIBD(이하 연구원)의 회원자격을 가진다. 협정 제15조 또는 제16조의 규정에 의하여 협정의 당사국이 된 국가는 연구원의 정회원이 된다.
2. 국제전기통신연합(ITU), 국제연합개발계획(UNDP) 및 국제연합교육과학문화기구(UNESCO)는 연구원의 창설기구로서, 투표할 권리 없이 총회에 참석한다.
3. 아시아 태평양 방송연맹은 연구원의 창설기구로서, 투표할 권리 없이 총회에 참석한다.
4. 공영, 민영의 여부를 불문하고, 주로 전자미디어를 다루는 방송관련 국내센터 및 국내연구원과 단체는 총회의 승인을 얻을 것을 조건으로 연구원의 협회회원(affiliate member)의 자격을 신청할 수 있다. 협찬회원은 총회에서 투표할 권리를 가지지 아니한다.
5. 상기 2개 범주에 포함되지 않는 기타 방송단체는 총회의 승인을 얻을 것을 조건으로 연구원의 특별회원의 자격을 신청할 수 있다. 특별회원은 국제연합의 승인을 얻은 국가의 단체여야 하며 총회에서 투표할 권리를 가지지 아니한다.
6. 국제연합의 승인을 얻은 국가의 방송외의 단체 및 개인은 총회 의장의 승인 하에 원장이 정한 조건에 따라 총회기간 중에 참관인의 자격을 원장에게 신청할 수 있다.

제3조 목적

1. 전자미디어 정책의 구체화를 지원하기 위한 논의 및 대화를 증진한다.
2. 전자미디어의 개발 및 수렴에 관한 회원 간의 긴밀한 지역 내 협력을 증진한다.
3. 전자미디어의 개발을 위하여 할당된 자원의 가장 효율적인 사용을 장려하기 위한 공공분야와 민간분야간의 협력을 증진한다.
4. 지속적인 인적자원의 개발을 장려하기 위한 전자미디어의 운영을 촉진한다.
5. 전자미디어분야에서 공동 연구 한다.
6. 국제협력과 제휴를 위하여 강력한 지역적 연계를 구축한다.
7. 아시아 태평양방송연맹을 보조하고 보완한다.

제4조 기능

1. 전자미디어의 개발에 있어서의 국제협력을 위한 아시아 태평양 지역에서의 중심적 역할의 수행
2. 전자미디어 관련 정책, 인적 자원 및 기술개발에 관한 정보의 교환과 토론을 위한 지역적인 장의 제공
3. 회원국의 국내방송연수기관의 활동을 공유하고 지원하기 위한 장소로서의 역할 수행
4. 회원국내 방송종사자의 전문능력을 개발하기 위하여 고안된 지역적, 소지역적 및 국가적 차원의 훈련과정, 세미나 및 워크샵의 조직
5. 개발지향적 방송훈련과 관련된 교육과정, 교재 및 방법의 고안
6. 회원국의 경제, 사회개발과 관련된 방송 상의 문제에 관한 조사 및 비교연구의 수행
7. 교육과 개발목표를 지향하는 프로그램의 원형 및 모델의 생산
8. 방송 및 관련 주제에 관한 정보의 수집, 분석 및 배포의 조직화
9. 회원국의 요청에 따른 자문 및 협의의 제공

제5조 소재지

연구원은 그 본부를 말레이시아 쿠알라룸푸르에 둔다.

제6조 사용언어

제7조 법적지위

제8조 총회

1. 연구원에 총회를 둔다. 총회는 모든 회원으로 구성하며 매년 정기회의를 1회 개최한다. 총회에 참석하는 정회원만이 투표할 권리를 가진다.
2. 총회는 집행위원회의 자문을 받아 의장이 요청할 경우 특별회의를 개최할 수 있다.
3. 총회에 2년마다 정회원의 다수결로 선출되는 의장 1인과 부의장 1인을 둔다. 현직 의장단은 재선될 수 있으나 1회에 한하여 연임할 수 있다. 그러나 임기 만료후 2년 이상이 경과한 경우에는 동 의장단은 다시 선출될 수 있다.
4. 연구원의 원장은 총회의 간사가 되며 투표할 권리를 가지지 아니한다.
5. 총회의 간사는 의장의 동의를 얻어 공여국의 대표, 국제연합 전문기구, 연구원

에 대한 공헌이 인정되는 후원자 또는 협력단체를 참관인으로서 초청할 수 있다. 초청받은 참관인은 참가할 권리는 있으나 투표는 행할 수 없다.

6. 총회는 다음 각목의 권한을 가진다.

- 1) 의장과 부의장을 선출한다.
- 2) 연구원의 집행위원회를 선임하되, 최초의 회의 시에는 집행위원의 수, 선출조건 및 집행위원회의 기능에 관하여 결정한다.
- 3) 연구원의 원장을 임명한다.
- 4) 연구원의 운영 및 관리에 관하여 원장에게 정책결정 사항과 지침을 부여한다.
- 5) 연구원의 예산 및 사업계획을 승인한다.
- 6) 연구원의 행정, 재정 및 인사 규칙을 승인한다.
- 7) 연구원의 협회회원 자격의 신청을 승인한다.
- 8) 이 협정의 개정을 승인한다.
- 9) 이 협정에서 인정하는 기타 기능을 직접 또는 위임하여 수행한다.

제9조 원장 및 직원

1. 연구원에 총회가 임명하는 1인의 원장을 둔다.
2. 원장은 총회의 결정, 지침의 수행, 연구원의 사업계획안, 예산안의 준비, 연구원의 사업계획의 집행 및 연구원의 업무에 관한 전반적인 총괄, 지휘, 관리의 책임을 진다.
3. 원장은 집행위원회의 승인을 얻을 것을 조건으로 연구원의 1급 직위 직원을 임명한다.
4. 원장은 기타 모든 직위에 대한 임명권을 가진다.

제10조 재정 및 자산

1. 연구원의 모든 정회원(full member), 준회원(associate member) 및 협회회원(affiliate member)의 납입금이 납부되는 공동기금이라고 칭하는 기금을 설치한다. 총회는 연간 납입금에 관한 기본 단위의 가치와 납부 규모 및 방법에 관하여 수시로 결정을 내릴 수 있다.
2. 정부나 방송, 학술, 연구기관 및 재단과 국제기구로부터 재정지원의 방식으로 접수된 기타 기여금은 다음 각목과 같이 공동기금에 납입된다.

- 1) 창설회원, 정부, 국제연합 전문기구 또는 협력단체로 부터의 공여금
- 2) 비회원국, 단체 또는 개인이 연구원으로부터 제공받은 훈련 및 역무에 대하여 원장이 정한 비율에 따라 연구원에 납부하는 수수료
- 3) 연구원이 접수한 기타 자발적, 무조건적 재정지원
3. 후원자의 기여금은 연구원의 예산외 활동의 이행을 목적으로 한 별도의 기금인 국제사업지원기금(이하 “지원기금” 이라 한다)에 납부된다.
4. 연구원의 기능수행 및 필요한 경우에 기타 활동의 계속적이고 적절한 수행의 촉진을 위하여 소요되는 모든 경비는 공동기금에서 충당한다.
5. 연구원의 원장은 총회가 승인한 예산 및 재정규칙에 따라 연구원의 재정 및 기금의 적절한 관리에 관하여 책임을 지며, 공동기금 및 지원기금의 수입과 지출에 관한 별도의 연례보고서를 총회에 제출한다.
6. 공동기금으로 부터의 모든 인출은 승인된 예산의 수권범위 안에서나 원장 또는 원장이 지명하는 직원의 특별권한의 범위 안에서 수행된다. 다만, 지출은 주어진 한도 안에서 이루어져야 한다.
7. 연구원에 대한 모든 현물기여는 연구원의 자산으로 취급한다.

제11조 일반규정

제12조 편의, 특권 및 면제

제13조 기타 국내 및 지역 연구원과 국제기구와의 관계

연구원은 그 기능수행과 목적추구에 있어서 국내, 지역 및 국제기구와의 긴밀하고 효과적인 협력수단을 제공하기 위하여 이들과 적절한 협정 또는 약정을 체결할 수 있다.

제14조 개정

1. 계약당사국은 총회의 간사를 통하여 이 협정의 개정을 제안할 수 있다. 간사는 접수된 개정문안을 1월 이내에 다른 계약당사국과 수탁자에게 통고한다.
2. 총회 개최 3월전까지 모든 회원에게 개정안이 회람되는 것을 조건으로 총회의 간사는 의장의 동의를 얻어 개정안을 차기 총회에 제출한다.
3. 회람된 개정안은 최소한 모든 정회원의 3분의 2이상의 다수결에 의하여 채택된다. 채택된 개정안은 총회의 간사에 의하여 국제연합 사무총장에게 통고되

며, 국제연합 사무총장에게 기탁된 때에 즉시 발효한다.

4. 수탁자는 연구원의 원장과 모든 회원에게 개정협정이 발효되었음을 통보한다.

제15조 원 협정의 서명국 또는 체약당사국의 비준 및 수락

제16조 원 협정의 서명국이 아닌 국가의 가입

제17조 발효

제18조 유보

제19조 탈퇴

정관내용 중 중요한 점을 살펴보면, 첫째, 제2조 2항 회원자격에 따라 국제전기통신연합(ITU), 국제연합개발계획(UNDP) 및 국제연합교육과학문화기구(UNESCO)는 연구원의 창설기구로서, 투표할 권리 없이 총회에 참석하기는 것이 가능하다. 이는 AIBD가 국제전기통신연합, 국제연합개발계획, 국제연합교육과학문화기구와 상당히 밀접한 관계를 가지고 있고, 이들 단체의 후원을 받고 있다는 점을 시사한다. 그리고 제2조 3항은 아시아·태평양 방송연맹은 연구원의 창설기구로서, 투표할 권리는 없지만 총회에 참석할 수 있다고 되어 있어 이 기구에서 파생된 AIBD의 존립근거와 아시아·태평양 방송연맹과의 관계를 보여준다.

둘째, 제 3조 목적 1항에서 6항까지 전자미디어 정책의 구체화를 지원하기 위한 논의 및 대화를 증진, 전자미디어의 개발 및 수렵에 관한 회원 간의 긴밀한 지역 내 협력 증진, 전자미디어의 개발을 위하여 할당된 자원의 가장 효율적인 사용을 장려하기 위한 공공분야와 민간분야간의 협력 증진, 지속적인 인적자원의 개발을 장려하기 위한 전자미디어의 운영 촉진, 공동 연구, 국제협력과 제휴를 위하여 강력한 지역적 연계 구축을 목적으로 명시하고 있고, 7항에서 아시아 태평양방송연맹을 보조하고 보완한다는 점을 분명히 명시하고 있다.

셋째, 제 8조 2항에서 총회는 집행위원회의 자문을 받아 의장이 요청할 경우 특별 회의를 개최할 수 있고, 동조 3항에 의하면 현직 의장단은 재선될 수 있으나 1회에 한하여 연임할 수 있다. 그러나 임기 만료 후 2년 이상이 경과한 경우에는 동 의장단은 다시 선출될 수 있다고 규정하고 있어 의장단 선출이 일부 국가나 인물에게 편중되거나 장기적인 집권에 의해 영향력이 지속될 수 있는 가능성이 있음을 시사

한다.

넷째. 제8조 6항 총회의 권한에서 총회는 의장과 부의장 선출이외에 연구원의 집행위원회를 선임, 집행위원의 수, 선출조건 및 집행위원회의 기능 결정, 연구원의 원장 임명, 연구원의 운영 및 관리에 관하여 원장에게 정책결정 사항과 지침 부여, 연구원의 예산 및 사업계획 승인까지 매우 다양한 권한이 있음을 알 수 있다.

다섯째, 제 9조 원장 및 직원에서 원장(사무총장)은 총회의 결정, 지침의 수행, 연구원의 사업계획안, 예산안의 준비, 연구원의 사업계획의 집행 및 연구원의 업무에 관한 전반적인 총괄, 지휘, 관리의 책임을 지고(2항), 집행위원회의 승인을 얻을 것을 조건으로 연구원의 1급 직위 직원을 임명하고(3항), 기타 모든 직위에 대한 임명권을 가진다(4항)고 명시하고 있어 원장의 권한이 매우 막중하다는 점을 알 수 있다.

2) AIBD의 주요활동

(1) 정보교환과 네트워크(국제 및 지역내 미디어 다이올로그)

① 총회(general conference)

2009년 7월 20일에서 23일까지 제35회 AIBD 정기총회(general conference)와 제8차 일반총회와 관련 미팅이 피지에서 열렸다. 참고로 2007년 총회에서는 세계 시청각 자료 아카이브 구축의 필요성을 제언하고, 언론종사자 표현의 자유와 인권보호를 위한 UN 의장의 보호를 위한 리포트 정리를 촉구하고, 공적공간에서 무선인터넷 사용의 보장과 장애인, 노년층, 소외계층의 요구에 맞는 방송서비스 제공 등에 공동 노력할 것을 협의하였다.

② AMS(Asia Media Summit)

올해 AMS(Asia Media Summit)는 2009년 5월 마카우에서 개최되었다. 2008년에는 말레이시아에서 개최되었고, 2010년은 중국 북경에서 5/24~5/26 개최될 예정이다. AIBD와 ASBU의 미디어 파트너십 커미티의 3rd 미팅은 2009년 5월 25일 마카우에

서 열렸다. 그리고 2011년 베트남 하노이, 2012년 인도 뉴델리, 2013년 인도네시아 발리에서 개최예정이다.

③ 세계전자미디어포럼(World Electronic Media Forum)

2007년 12월 10일에서 12월 11일 말레이시아 쿠알라룸푸르에서 제3회 세계전자미디어포럼이 개최되었다. 세계전자미디어포럼은 ITU에 의해 조직된 행사로서 각 나라의 대통령이나 수반, UN 대표, 산업계 관계자, 시민단체 등이 참가하여 미디어 발전, 방송통신 융합 등이 어떻게 인류에 이바지할 것인가와 같은 대 주제를 토론하는 회의이다. 원래 세계전자미디어포럼은 '정보와 사회를 위한 세계회의(Wsis: World Summit on the Information Society)'에서 출발한 후 코피 아난 유엔의장이 2년마다 각 지역을 순회하며 개최하는 행사로 제안하여 정례화 되었다.

세계방송연맹(World Broadcasting Union) 행사로서 개발과 협력을 위한 스위스 기구와 세계지식파트너쉽(GKP: Global Knowledge Partnership)이 협력 파트너로서 참여한 행사는 ABU, AIBD, 아시아 미디어 정보센터(Asia Media Information and Communication Center)에 의해 개최되었고, 일본의 겐치 하시모토 현재 ABU 회장이 오프닝 리마크를 한 바 있다.

④ Asia-Pacific and Europe Media Dialogue

2006년 9월 11일에서 13일까지 UNESCO 본부에서 개최된 이후 세계 라디오 네덜란드(RNW: Radio Netherlands Worldwide) 주관으로 2009년 11월 9일에서 10일간 네덜란드 암스텔담에서 개최될 예정이다.

⑤ 정보와 방송에 대한 국가별 대표회의(Heads of States on Information and Broadcasting)와 미디어 개발을 위한 파트너 위원회(PCMD: Partnership Committee for Media Development)

제1회 정보와 방송에 대한 국가별 대표회의(Heads of States on Information and Broadcasting)가 2011년 인도네시아 발리에서 개최될 예정이고, AIBD와 파트너의

관계를 강화하기 위한 미디어 개발을 위한 파트너 위원회(PCMD: Partnership Committee for Media Development)가 2009년 5월 28일 마카우에서 개최되었다. 이 위원회는 AMS 개최시 함께 개최하는 것으로 합의하고, Walter Fust와 Hugues D. Annoux가 회장으로, 김은주 박사가 부회장으로 선출되었다. 이 위원회는 향후 UN, UNESCO, ITU, UNICEF, UN-ESCAP의 최고관리자와의 접촉을 통해 미디어 개발 문제에 대해 관심을 촉구하고 관계를 강화하기로 의결하였다.

(2) 프로젝트, 교육 및 연수

2008년 7월부터 2009년 6월 까지 1535여개의 방송사업자에게 혜택을 준 총 70건의 교육 및 연수 프로그램을 실시하였고, 주요 세부내용은 다음과 같다.

① AMAI, GMAI(Global Media AIDS Initiative)

2007년 GMAI 산하에 AMAI를 설치하여 에이즈에 대한 다양한 워크숍을 개최하였다. 7개월 동안 100명의 프로듀서가 관여(8개국: 스리랑카, 인디아, 미얀마, 베트남, 캄보디아, 네팔, 방글라데시, 몽고)하여 에이즈문제를 정확하고, 효과적으로 다룰 수 있는 방안에 대해 교육받았다.

② 미디어 법 교육(부탄)

AIBD가 UNESCO의 도움을 받아 2009년 1월 새로운 민주국가인 부탄의 수도에서 명예훼손, 사생활 침해, 혐오언론 등 부탄의 미디어 종사자들을 대상으로 미디어 법과 윤리에 대한 워크숍을 개최하였다.

③ 시민기자를 대상으로 한 태국에서의 워크숍

캐나다펀드와 AIBD, 태국 공영방송(TPBS)는 공동으로 태국 남부 파타니(Pattani) 지역에서 4번의 워크숍을 개최하였다.

④ 미디어 현장 종사자와 교육자들을 위한 트레이닝 프로그램 개최

IPDC-UNESCO 프로젝트의 일환으로 AIBD는 업계와 학계를 공통대상으로 교육자이자 트레이너로서 급변하는 미디어 환경에 맞는 커리큘럼 개발과 교육방법에 대한 프로그램을 2009년 2월 중앙아시아 카자흐스탄에서 개최하였다.

⑤ 탐사저널리즘 교육 워크숍 개최

프레드리치 어버트 스티푼트(Friedrich Ebert Stiftung)과 프랑스 외무부, CFI(Canal France International)의 후원으로 5일 동안 인도네시아에서 탐사저널리즘 종사자의 의견교환과 프로그램 제작에 대한 워크숍 개최. 몰래카메라, 은폐취재, 정치문제 보도, 부패 폭로 등 다양한 탐사보도기법에 대한 교육을 실시하였다.

⑥ 환경문제 의제설정을 위한 미디어의 역할을 위한 워크숍

2009년 2월 공공복지 방송협회(CBA: Commonwealth Broadcasting Association)는 50여개의 미디어 단체들과 통가에서 기후변화 대처를 위한 지역워크숍을 개최하고 기후변화를 위한 국가별 미디어대표의 구성, 기후변화 대처에 대한 방송사업자의 지역별 상호협력방안, 최대다수의 시청자에게 기후변화관련 정보를 전달하는 방법모색 등에 대한 메모랜덤을 발표하였다.

⑦ 유네스코/AIBD/IRIB(Islamic Republic of Iran Broadcasting) 트레이닝 프로그램

아프카니스탄 카불에서 2008년 10월에서 2009년 2월까지 기술과 프로그램 등과 관련된 19개의 트레이닝 프로그램을 실행하였다.

⑧ 마우리티우스방송국(MBC)에 디지털 기술교육

AIBD와 ABU는 디지털 기술에 대한 지식을 Mauritius Broadcasting Corp.에 전

수하였다.

⑨ 교육수요분석 워크숍

교육수요분석에 관한 워크숍이 2009년 사우디, 시리아, 마우리타니아에서 개최되었다. 2008년에도 비슷한 성격의 워크숍이 예멘, 수단에서 개최된 바 있다.

⑩ 2009년, 2010년 HDTV, TV 다큐, 드라마, 오디오, 아카데미 코스, 뉴스 프로덕션 트레이너를 위한 트레이닝을 예정하고 있고, 프로그램 교환을 진행 중에 있다.

⑪ 어린이를 위한 어린이대상 프로그램 제작을 위한 워크숍 개최

2008년 10월 14일에서 18일까지 한국의 EBS와 UNESCO의 지원으로 AIBD는 인도네시아의 TVRI, Metro TV, Trans TV 등 3개 방송사 현업인 17명으로 대상으로 교육을 실시하였다.

⑫ 국제 공동제작

28개국에서 46개 프로듀서가 참가하여 "I am..."이라는 3~5분가량의 최소 30개 프로그램의 시리즈물을 공동 제작하였다.

⑬ 환경문제와 관련된 국제 공동제작

우리나라의 KBS 부장급 프로듀서와 덴마크 프로듀서와 함께 유럽 4개국과 아시아 4개국이 공동 참여하여 9세~15세 어린이 및 청소년을 위한 환경문제 다큐멘터리를 공동 제작하였다.

⑭ 이란 방송국(IRIB: Islamic Republic of Iran Broadcasting)과 함께 이란 방송인 교육담당자들을 위한 워크숍 실시

유네스코의 후원을 받아 테헤란에서 2008년 10월 이란의 방송인 교육담당자를 대상으로 교육방법에 대한 공통적인 방법과 효율적 전달 기술을 위한 워크숍을 개최하였다.

⑮ TV 드라마 시리즈 포맷에 대한 지역 코스 개최

2007년 11월 2주 동안 베이징에서 중국 라디오, 필름, 텔레비전 관할 정부부처(SARFT: State Administration Radio, Film and Television)의 주최로 드라마 시리즈 포맷 개발에 대한 코스를 개설하였다.

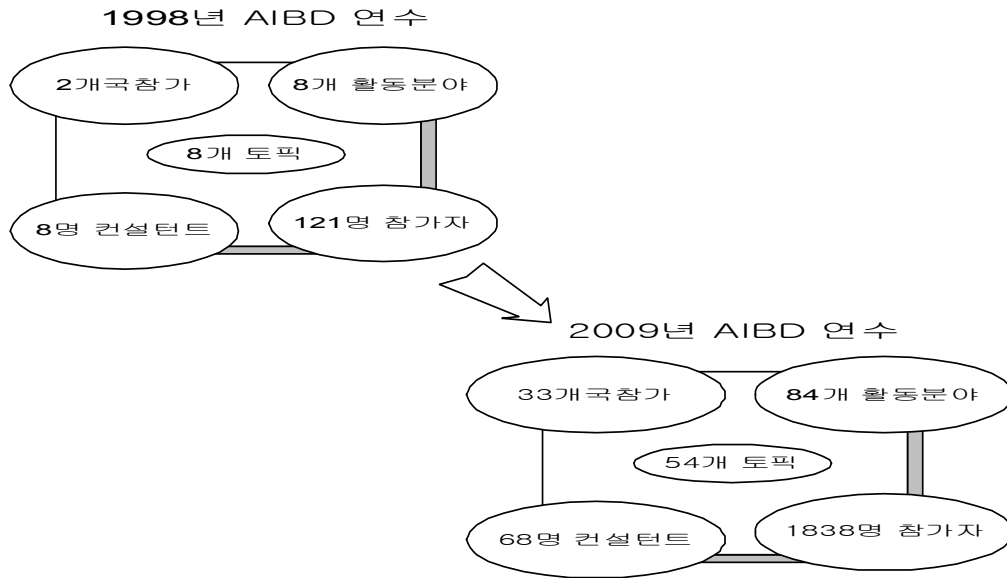
⑯ 2009년 연수(training) 프로젝트는 다음과 같다.

<젠더와 프로그래밍>이 태국 방콕에서 8/24-8/28간 있었다. <환경에 대한 유럽-아시아 다큐멘터리 공동제작>이 6/1-7/1간 EBU, ASEF(Asia-Europe Foundation)와 공조하여 열렸다. 프로덕션과 관련하여 <엔터테인먼트 프로그램 제작과 연출>이 시리아 다마스쿠스에서 7/5-9/7간 실시되었다. 그리고 몰디브에서 7/20-7/31간 <트레이너를 위한 연수>가 있었고, 나디(피지)에서 7/18-7/19간 <미디어법>에 대한 연수프로그램이 개최되었다.

종합적으로 요약할 때 AIBD는 2008년 7월부터 2009년 6월까지 프로그래밍, 뉴스, 엔지니어링, ICT 등의 연수(training)을 실시하였으며 54개의 토픽으로 짜여진 84개 코스를 33개국 1838명이 참가하였다.

또한, AIBD의 연수(training)프로그램은 양적인 면에서 많은 성과를 거두고 있다. 즉, 1998년에 8개의 토픽으로 2개국에서 8명의 컨설턴트, 8개의 활동분야와 121명의 참가인원을 보였는데 2009년에는 54개 토픽으로 33개국에서 68명의 컨설턴트, 84개의 활동분야와 1838명의 참가인원으로 규모가 성장하였다. 아래의 [그림 3]은 1998년과 2009년의 연수 및 교육활동을 비교해 종합적으로 보여주고 있다.

[그림 3] AIBD 교육 및 연수 프로그램



(3) 교류협력

① UN-ESCAP과의 협력

UN-ESCAP(United Nations Information Services Economic and Social Commission for Asia and the Pacific)과 AIBD는 공동제작(co-production)과 만년 개발목표에 대한 장기협약을 체결하였다.

② 제3회 아시아 태평양과 유럽 미디어 회담개회

2009년 11월 9일에서 10일까지 네덜란드 암스테르담에서 유럽과 아시아 국가의 방송협력방안, 효율적 경영과 콘텐츠개발, 경제위기에 적합한 미디어 어젠다 등을 협의할 계획이다.

③ ASBU(Arab States Broadcasting Union)와의 전략적 상호협력 관계

구축

사우디아라비아와 조인트 벤처 TV프로그램("I am")을 공동제작하고 아시아와 중동 각국의 어린이가 출연하였다. 또한 프로그램 교환을 협의할 계획에 있다.

두 기관의 협력관계는 2008년 1월 튀니스(Tunis)에서 개최된 ASBU 27회 정기총회에서 시작되었고, 첫 번째 회의는 2008년 1월 ASBU/AIBD 미디어 파트너십 커미티가 환태평양 국가와 아랍국가의 공동협력 관계 구축을 위해 말레이시아 쿠알라룸푸르에서 열린바 있다.

④ AIBD & ITU 협력강화

ITU와 아시아지역에서 새로운 기술을 최적화하는 4년 계획을 맺었다. ITU 아시아태평양 지역사무국장(Head of the ITU Regional Office for Asia and the Pacific)인 김은주박사와 체결했고, 2009년 3월 ITU가 아시아정상회의(AMS)와 정상회의(Summit of Heads of States)에 참가하기로 결정했다.

⑤ 유네스코(UNESCO)와의 대화

2년간 동남아시아의 미디어 발전 토론을 위한 유네스코 관계자와 회담을 개최하고, IPDC 프로젝트를 AIBD와 유네스코가 공동으로 추진할 예정이다.

⑥ The Association of Southeast Asian Nations(ASEAN)과 협약체결

AIBD 원장은 태국공영방송(TPBS: Thai Public Broadcasting Service)과 인도네시아 방문을 통해 AMS와 워크숍 참가를 독려하고, 공동협력 방안을 위한 협약을 체결하였다. 2009년 AMS와 피지에서 열리는 총회개최와 2011년 1st 정상회의에 대해 협의하였다. 이외에 프로그램 공동제작과 디지털 방송 발전 공동추진 등에 대해 협의하였다.

⑦ MBA 프로그램 개설

HELP 대학교와 Management Institute of Canada는 AIBD와 공동으로 미디어와 커뮤니케이션 분야의 경영학석사 프로그램을 개설하였다.

(4) 시상

AIBD, ASBU, SABA(South-Africa Broadcasting Association), CBA는 2004년부터 World TV Award를 제정하였다. 주제는 두 가지로 분쟁해결에 공헌한 베스트 다큐멘터리와 종교이해를 위한 베스트 다큐멘터리에 대한 시상을 하고 있다.

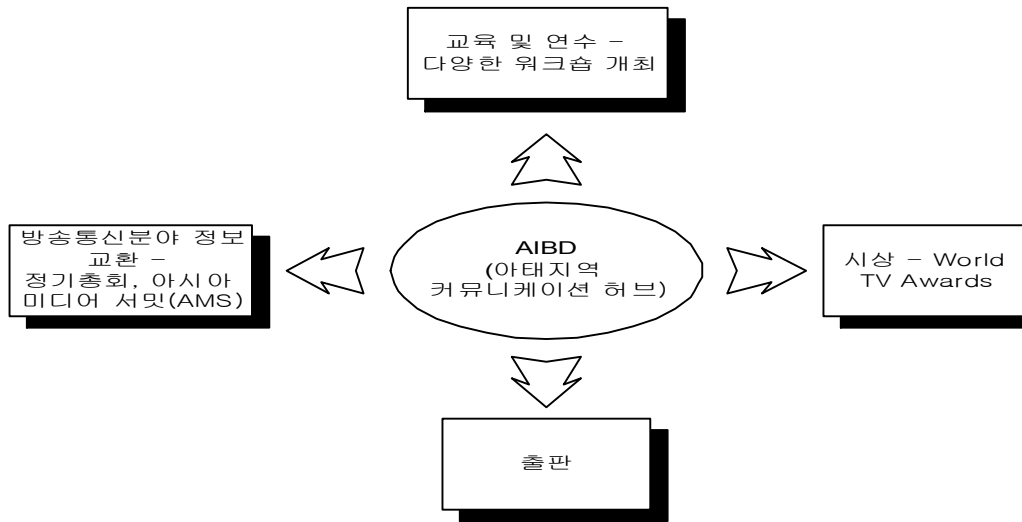
한편 AIBD 사무총장은 CBA(Commonwealth Broadcasting Association)에서 공익적 방송에 기여한 공로로 2009년 2월 수상한 바 있다. 이 행사는 CBA(Commonwealth Broadcasting Association) Awards 행사와 함께 진행되었다. 이외에 CBA-Rolls-Royce상은 CBC의 CBS 프로그램에게 돌아갔고, CBA-World Bank상은 인디아 뉴델리 TV(NDTV)가 수상했다. 과학보도와 프로그램을 위한 CBA-UNESCO상은 인디아 라디오 프로그램을 수상했고, 국제인권보호를 위한 CBA-Amnesty 상은 BBC Worldwide에, 혁신적 엔지니어링을 위한 CBA-IBC상은 호주방송이 수상했다.

(5) 출판

AIBD는 2008년 9월부터 2009년 7월까지 The Asia Summit 2009, 공영방송을 위한 아시아 태평양국의 접근, 방송윤리원칙에 대한 핸드북, 방송과 문화적 다양성(DVD), HIV와 AIDS에 대한 프로그램 제작 PD를 위한 핸드북을 발간했다. 그리고 공영방송을 위한 가이드북 제작 교육에 참여하여, 프리더리치 에버트 재단의 후원으로 AIBD 회원국을 위한 공영방송 가이드라인 저서를 발간하였다. 그리고 2009년에서 2010년 발간 예정인 출판물은 다음과 같다.

- AIBD/CBA/FES의 미디어와 선거에 대한 핸드북
- AIBD/CBA의 중소방송국의 수익극대화 전략에 대한 핸드북
- HIV 커뮤니케이션에서의 최소한 요구되는 질적 기준
- 제작자 및 교육자를 위한 핸드북

[그림 4] AIBD의 주요활동



3) 우리나라의 AIBD 참여전략

상기에서 살펴본 바와 같이 AIBD는 방송과 관련된 국제기구로서 매우 다양한 활동을 하고 있다. 따라서 한국의 경우 이 기구의 활동에 실용적인 방법으로 적극 참여할 필요가 있을 것으로 보인다. 먼저 AIBD는 이란출신의 사무총장이 10년 동안 재임하며 강력한 리더십을 발휘하고 있고, 상주하는 중국과 파키스탄 출신의 전략 기획팀 직원 1-2명이 대다수의 프로그램을 기획하고 운영하고 있어 이들과의 면대면(face to face) 접촉을 통해 친밀한 관계를 만들어야 할 필요가 있다. 그리고 현재 까지 AIBD는 방송정책기구의 참여보다는 민간방송사를 포함한 방송사의 참여와 협력이 활발한 점을 감안해야 한다. 또한 영향력 있는 국가로서는 스웨덴과 독일, 프랑스 이외에는 아시아 국가에서 주도적인 국가가 없는 것으로 판단되고 특히 방송을 제외한 문화산업 분야의 국제기구에 주도적인 역할을 하고 있는 일본의 영향력이 상대적으로 미약하여 우리나라의 입장에서는 AIBD에 참여하고 이 기구를 적극 활용하는 것이 효과적이라 판단된다. 또한 AIBD는 원래 ABU의 후원으로 설립된 기구이고, 같은 건물을 쓰고 있다. 이러한 성격을 감안하여 ABU와의 관계도 소홀

히 하지 않는 것이 필요하다.

보다 적극적인 방법으로는 각 나라의 대통령이나 수반, UN 대표, 산업계 관계자, 시민단체 등이 참가하여 미디어 발전, 방송통신 융합 등이 어떻게 인류에 이바지할 것인가와 같은 대주제를 토론하는 회의인 세계전자미디어포럼(World Electronic Media Forum)이나, Asia-Pacific and Europe Media Dialogue과 같은 회의를 한국에서 개최하여 우리나라에 대한 대외적 위상과 인지도를 홍보하는 방안이 이상적이라 생각된다. 이외에도 정보와 방송에 대한 국가별 대표회의(Heads of States on Information and Broadcasting)와 미디어 개발을 위한 파트너 위원회(PCMD: Partnership Committee for Media Development)에 대한 한국 개최를 고려할 수 있겠다. 특히 미디어 개발을 위한 파트너 위원회(PCMD: Partnership Committee for Media Development)는 한국인 김은주 박사가 부회장으로 선출되어있는 상황이고, UN, UNESCO, ITU 등과의 협력을 강화할 예정이므로 이를 적극 활용할 필요가 있다.

다음으로 우리나라의 뉴미디어와 방송통신융합 정책기구인 방송통신위원회의 업무와 정책방향을 적극 홍보할 필요가 있는데 이를 위해서는 아시아, 아프리카, 중동 국가에 대한 방송정책에 대한 지원교육이 효과적으로 판단되고, 방송사 차원에서는 저개발국가에 대한 방송기술지원과 기존에 EBS나 KBS가 행해 왔던 어린이를 위한 교육프로그램이나 다큐멘터리 공동제작에 적극 참여하는 방안이 요구된다.

마지막으로 한류의 지속과 국제적인 차원에서 우리나라의 콘텐츠 수출을 활성화하기 위해서는 한국 TV드라마에 대한 소개와 포맷에 대한 워크숍을 개최하여 한국 드라마에 대한 이해를 도모하고 홍보하는 기회를 마련해야 할 것이다.

3. 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블

1) 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 개요

방송과 통신의 융합으로 방송 환경이 바뀌면서 아시아-태평양 지역 국가들의 방송규제 방식이 변하고 있다. 대부분의 국가들이 상당히 빠르게 방송과 통신 환경변화에 규제 완화 및 진흥 정책을 가지고 대처하고 있다. 라운드테이블 참가국들은 뉴미디어와 기존미디어간의 경계가 모호해지는 현실을 경험하고 있고, 디지털 환경

에 적합하도록 아날로그 시대의 규제체계에 변화가 필요하며, 각 국의 경험을 공유하면서 자국에 적합한 통합규제기구를 적극적으로 운영하고 있다. 우리나라도 새로운 방송환경에 걸맞은 방송통신위원회와 같은 통합규제기구가 제 역할을 다할 수 있는 법·제도적 토대가 시급히 마련되어야 할 것이다.

아·태 규제기구 라운드테이블(the Regulatory Roundtable for Asia and the Pacific) 회의는 급변하는 방송환경 하에서 주체적인 방송 및 뉴미디어 체계를 구축하고, 공동대응이 필요한 사항에 대해 상호협력관계를 마련하기 위해 마련된 아시아·태평양 연안 국가들의 방송 관련 규제기구 간 비공식 협의체이다. 즉, 아시아 태평양 지역 국가의 방송 규제 기구 대표들이 한자리에 모여 방송통신융합에 따른 대응 전략을 함께 고민하는 모임이라 할 수 있다.

비공식 국제회의로서의 라운드테이블 회의는 방송과 통신의 융합으로 대변되는 규제환경의 변화, 인터넷의 발달에 따른 국제화의 급진전, 자국의 문화적 정체성과 주권을 지키기 위한 소위 로컬 콘텐츠(local contents) 육성과 관련된 정보를 교환·논의하기 위해 설립되었다. 라운드테이블 회의 참가자들은 각 국가 방송규제기관 대표자급들이고, 회의는 매년 회원국이 번갈아 가며 개최하며, 회의에서 다음 개최지를 결정하고 있다.

아·태 규제기구 라운드테이블 회의는 1996년 호주방송위원회(ABA: the Australian Broadcasting Authority) 위원장인 피터 웹의 제안으로 당시 우리나라의 (구)방송위원회, 종합유선방송위원회를 포함한 일본, 대만, 싱가포르, 말레이시아, 뉴질랜드, 호주, 홍콩, 필리핀, 태국 등 아시아·태평양 각국이 동의하여 발족했다. 지역내 유일한 방송규제기구간 협의체인 이 회의는 1996년 싱가포르에서 열린 1차 회의를 시작으로 일본(97년 2차 회의), 한국(98년 3차 회의), 싱가포르(99년 4차 회의), 뉴질랜드(2000년 5차 회의), 베트남(05년 10차 회의), 중국(06년 11차 회의), 싱가포르(07년 12차 회의), 말레이시아(08년 13차 회의)에서 개최되었고, 2009년에 14차 회의가 열릴 예정이다. <표 10>은 1996년 1차 회의부터 2008년 현재까지 아·태 지역 규제 라운드테이블 회의를 개최한 국가들을 보여주고 있다.

아·태 회의의 운영은 매년 전년도 회의에서 참가국 대표들 간 협의에 의해 다음년도 회의의 개최지가 결정되며 당해년도 회의 개최국은 회의 준비 및 진행에 따른 모든 경비 및 예산을 자체 부담해야 한다. 현재 정보적 접근이 가능한 연도별 회의 내용 및 주요 활동을 살펴보면 다음과 같다.

〈표 10〉 아·태 지역 규제 라운드테이블 회의 개최국 현황

회의연도 및 차수	개최국 및 장소
1996년 제1차 회의	싱가포르
1997년 제2차 회의	일본 동경
1998년 제3차 회의	한국 서울
1999년 제4차 회의	싱가포르
2000년 제5차 회의	뉴질랜드 웰링턴
2001년 제6차 회의	말레이시아 쿠알라룸푸르
2002년 제7차 회의	호주 시드니
2003년 제8차 회의	대만 타이베이
2004년 제9차 회의	한국 서울
2005년 제10차 회의	베트남 하노이
2006년 제11차 회의	중국 베이징
2007년 제12차 회의	싱가포르
2008년 제13차 회의	말레이시아
2009년 제14차 회의	미정

2) 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 주요 활동

(1) 제4회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블

제 4회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의는 1999년 8월 30일-9월 1일 사이에 싱가포르에서 개최되었다. 이 회의에는 한국, 일본, 호주, 말레이시아, 대만, 싱가포르 등 13개국 24명이 참석하였다. 회의 주제는 새롭게 변화하는 각국의 방송규제방식과 방송통신융합 사례 및 대처방안에 대한 논의였고, 구체적인 회의 내용은 경쟁을 촉진하기 위한 폭넓은 규제 완화 및 자율규제 강조에 관한 사항들이었다. <표 11>은 제 4차 회의에 대한 개괄을 보여주고 있다.

제4회 아·태회의에서 논의된 구체적인 회의내용을 살펴보면 첫째, 경쟁을 촉진하기 위한 폭넓은 규제 완화 논의와 둘째, 자율규제에 대한 강조가 있었다.

먼저, 경쟁을 촉진하기 위한 폭넓은 규제 완화 논의와 관련해서 지식에 기초한 경제를 실현하기 위해서는 뉴미디어 성장이 필수적이라는 생각을 가진 싱가포르는 최소규제를 지향하고 있으며, 말레이시아는 98년에 통과된 방송통신법(the

<표 11> 제4회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의

구분	내 용
회의주제	새롭게 변화하는 각 국의 방송규제방식과 방송통신융합 사례 및 대처 방안
일시	1999년 8월 30일-9월 1일
장소	싱가포르
참석자	한국, 일본, 호주, 말레이시아, 대만, 싱가포르 등 13개국 24명
회의내용	경쟁을 촉진하기 위한 폭넓은 규제 완화 및 자율규제 강조

Communications and Multimedia Act)과 말레이시아 방송통신위원회법(the Malaysian Communications and Multimedia Act)에 규제완화를 기본원칙의 하나로 천명하였음을 발표했다. 또한 오래전에 규제정책에 관한 컨설팅보고서 작성을 완료한 홍콩은 1995년 3개의 통신사업자를 허용하는 등 규제를 완화한 데 이어 케이블 TV와 전화사업의 교차진출, 위성을 비롯한 유료서비스의 개방, 교차소유 허용 등을 골자로 하는 방송과 통신의 융합, 디지털방송에 대비한 폭넓은 규제완화를 단행하였음을 보고했다.

규제 완화의 대표적인 예는 뉴질랜드다. 뉴질랜드는 1994년 전 분야에 걸친 규제 완화를 시행했으며, 방송분야도 예외가 아니었다. 미국에도 존재하는 외국인 참여 제한을 포함한 소유구조에 관한 규제가 뉴질랜드에서는 전혀 이뤄지지 않을 정도다. 방송국에 대한 허가제도 존재하지 않으며 정부에서 이용 가능한 방송용 주파수가 있을 경우 경매에 부처 최고액 낙찰자에게 일정기간 할당할 뿐이다. 이는 시장이 주파수 구매기업을 건전하게 만든다는 철저한 시장논리에 근거하고 있다.

그 다음 자율규제 강조와 관련해서 규제완화에 따른 음란물의 유입 등 부정적 측면으로부터 사회를 보호하기 위한 대안으로 강조되고 있다. 싱가포르 방송위원회(SBA: the Singapore Broadcasting Authority)는 업체들이 SBA가 제시한 인터넷 심의규정(the Internet Code of Practice)을 준수하도록 권고하고 있으며, 웹사이트 등급제를 채택하도록 유도하고 있다. 특히, 음란물로부터 어린이와 청소년을 보호하기 위해 부모들에게 인터넷 관련 정보를 제공한 후 자녀를 지도하도록 하는 미디어 교육에 주력하고 있다. 뉴질랜드에서는 자율규제가 불만족스러운 경우에만 규제기구가 개입하고 있다. 태국도 2000년 대대적인 규제개혁을 실행하면서 자율규제를

강조하고 있다.

문화정체성과 주권을 지키기 위해 자국 프로그램의 편성을 의무화하는 쿼터시스템에 대한 상당수 국가들이 관심을 표명했다. 예를 들면, 싱가포르의 TV나 라디오와 같은 전통적인 매체뿐만 아니라 인터넷과 같은 뉴미디어에 있어서도 질 높은 자국 프로그램의 편성을 강조하고 있는데, 그 이유는 정보화의 진행과 함께 국민들의 뉴미디어 활용 비중이 점점 더 커지기 때문이다. 뉴질랜드도 자국 프로그램과 어린이 프로그램 그리고 소외계층 대상 프로그램에 있어서는 어려움을 겪고 있다. 현재 우리나라 통합방송법이 종전의 외국 프로그램 쿼터제에서 국내 프로그램 쿼터제로의 전환을 명시하고 있다.

한편, 쿼터제의 필요성과 「서비스분야 무역에 관한 일반협정(GATS: the General Agreement on Trade in Services)」으로 대표되는 일련의 시장개방 압력에 대응하는 논리를 정리하고 있는 호주방송위원회의 발제문을 살펴보면, 호주는 쿼터제가 필요한 첫 번째 이유를 가격 경쟁력 때문이라고 주장했다. 투자비용을 자국에서 회수한 후 싼값으로 수출하는 프로그램과 경쟁하기는 어렵다는 것이다. 또한 미국과 같이 큰 매체·광고시장을 지닌 국가들에 비해 상대적으로 열악한 시장 환경을 지닌 호주 프로그램의 경쟁력은 떨어질 수밖에 없다는 것이다. 따라서 미국의 시장개방 압력에 굴복하면 미국 영상산업의 경쟁력과 크기 그리고 세계시장의 판도 등을 고려하면 호주의 영상산업은 도태될 것이고, 그렇기 때문에 쿼터제는 유지돼야만 한다는 것이 호주방송규제기구의 주장이다. 호주정부의 입장도 ABA와 마찬가지로 쿼터제를 유지하겠다는 것이다.

이와 함께 ABA는 방송과 통신의 융합으로 새롭고 더욱 다양한 영상서비스가 가능해진 현 시점에서 쿼터제를 통해 문화적 주권을 지키기 위해서는 좀 더 조심스러운 접근방법을 취해야 한다는 점도 지적하고 있다. 다시 말해, 문화를 지켜야 한다는 당위론만을 주장하는 것이 아니라 쿼터제를 통해 호주 사회가 얻을 수 있는 혜택이 경쟁의 제한으로 발생하는 비용을 초과하는지 또는 개방으로 인한 혜택보다 클 수 있는지를 면밀히 살펴야 한다는 것이다.

이 같은 검토과정을 거쳐야만 불필요하게 경쟁을 제한하는 요소들을 제거할 수도 있고, 또한 공익의 사회적·문화적·경제적 차원들 간의 형평을 유지하는 쿼터제의 논리적 근거를 마련할 수 있다는 것이다. 이러한 방향에 따라 현재까지 이뤄진 연구들과 공청회 등을 통해 수렴한 의견들은 쿼터제의 유지를 강력하게 뒷받침하고 있

으나, 그럼에도 불구하고 이는 GATS 협상에서 지속적으로 압력을 받을 것이라는 ABA의 지적은 주목할 만한 것이다.

우리나라와 비슷한 시기에 출범한 대만의 케이블TV는 엄청나게 빠른 속도로 발전하고 있으며, 채널수도 100여개에 달한다. 실제로 대만에서는 70여개의 SO가 CNN과 HBO 등 20여개의 외국 채널과 80여개의 국내 채널을 송출하고 있다. 대만의 전파매체산업은 90년대 들어 엄청나게 성장했다. 지난 93년에 33개였던 라디오 방송국 수는 8차례에 걸친 진입규제 완화로 현재 102개에 이르며, 허가되지 않은 소위 「지하방송국(underground radio station)」도 200여개에 이른다. 지상파TV는 현재 3개의 민영방송과 1개의 공영방송으로 이뤄져 있는데, 소위 「제4의 방송국(the 4th station)」으로 부르는 케이블TV로부터의 심각한 도전에 직면하고 있다.

이러한 치열한 경쟁상황은 당초의 허가목적에 대한 위반, 프로그램의 질적 저하와 상업화, 기만광고의 등장, 케이블TV업계의 독과점 문제, 사업자간의 불공정 행위에 의한 궁극적인 시청자 피해의 발생, 전문 제작인력과 자본부족 문제 등을 야기하고 있다. 이를 위해 대만 정부는 TV사업자들의 기업공개, 소비자 권리의 보호와 강화, 음란폭력 프로그램 거부운동, 등급제의 시행, 광고의 규제, 관련법의 개정 등을 채택하거나 추진하고 있다.

대만의 경우, 먼저 구조규제를 완화해 그에 따른 경쟁의 가열로 발생하는 문제점들을 보완하고 후에 행위규제를 강화하는 것이라고 할 수 있다. 이러한 현상은 미국 등 선진국의 경우 진입장벽을 허무는 구조규제의 완화와 등급제 도입 등으로 대표되는 행위규제의 강화가 동전의 양면처럼 이뤄지는 것과는 확연히 다른 규제의 방향이라고 할 수 있다. 따라서 대만의 TV산업이 상업적으로 성공했다고 할 수 있는지, 그리고 아주 짧은 기간에 100여개에 이르는 다채널이 협소한 대만의 매체시장에서 과연 어떻게 작동하는지 체계적으로 살펴보는 것이 필요하다.

구조규제의 완화와 행위규제의 강화(예: 통합방송법에 규정된 등급제의 도입)와 완화(예: 심의의 폐지)를 복합적으로 진행하는 우리나라의 경우와 비교 분석하는 것이 필요하다. 예를 들면, 말레이시아의 경우 방송과 통신을 모두 총괄하는 미국의 FCC와 유사한 기능을 수행하는 말레이시아 방송통신위원회(CMC: Malaysian Communications and Multimedia Commission)를 1999년 초 발족했는데 97년부터 준비를 시작해 98년에 관련법들을 통과시켰다. 그 법들이 얼마나 많은 내용을 담고 있으며, 얼마나 잘 만들어졌는지를 확인하기는 힘들지만 지상파방송과 케이블TV

등 소위 대중전파매체만을 총괄하는 통합방송법 제정에 5년을 허비한 우리나라와 비교해보면 시사하는 바가 크다.

(2) 제9회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블

제 9회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의는 2004년 11월 4일-5일 사이에 한국 서울 신라호텔에서 개최되었다. 이 회의에는 한국을 포함해 미국, 일본, 호주, 뉴질랜드, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아, 인도, 대만, 홍콩 등 총 11개국 23명의 각국 방송규제기구 대표들(인도네시아 방송위원회 위원장, 호주 방송위원회 위원, 말레이시아 통신 및 멀티미디어 위원회 위원, 싱가포르 미디어발전위원회 위원 겸 총재, 뉴질랜드 방송기준위원회 사무총장 등 포함)이 참석했고, 미국과 홍콩이 옵저버 자격으로 참석하였다. 회의 주제는 디지털 시대에서의 방송통신융합에 대비한 비전과 대응전략에 대한 논의였고, 구체적인 회의 내용은 방송과 통신이 융합하는 새로운 미디어 환경 및 위성방송 월경 문제에 관한 사항들이었다. <표 12>는 제 9차 회의에 대한 개괄을 보여주고 있다.

제 9회 아·태 회의에서 논의된 구체적인 사항들을 살펴보면, 첫째, 방송통신융합에 따른 신규 서비스의 등장과 이에 대한 규제 정책방안, 둘째, 관련 법·규정 재 정비 및 방송통신규제기구 통합 방안, 셋째, 차별화된 내용규제방안, 넷째, TV프로그램의 유해 콘텐츠 규제방안 문제, 다섯째, DMB 및 데이터방송 등 뉴미디어 방송 관련 신규 서비스를 소개하는 프로그램 운영 등에 관한 사항들이었다.

이 회의에서 결의된 구체적인 사항들을 살펴보면, 첫째, 방송과 통신이 융합하는 새로운 미디어 환경에 부응하기 위하여 방송과 통신의 통합규제기구가 필요하다는 데 인식을 같이 했다. 둘째, 대부분의 참가국들은 인터넷방송과 VoIP 및 휴대전화 등과 같은 방송통신융합서비스에 대해 규제를 할 것인지, 한다면 어떻게 할 것인지에 관한 선택의 문제에 부딪히고 있기 때문에 통합 방송통신규제기구가 없는 다수의 참가국들은 새로운 융합 환경에 적절하게 대응하기 위하여 방송과 통신의 관련 법규와 규제기구의 통합이 있어야 한다는 데 인식을 같이 했다. 셋째, 참가국들은 국민적 기대에 부응하기 위한 공익의 제고, 통신 산업의 성장을 위한 투자의 확대, 디지털 전환의 촉진, 공정거래의 증진, 유해물로부터의 어린이 보호 등을 포함한 일반적인 규제원칙의 중요성에 대하여 의견을 같이 했다. 넷째, 다큐멘터리 프로그램

〈표 12〉 제9회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의

구분	내 용
회의주제	디지털 시대에서의 방송통신융합에 대비한 비전과 대응전략
일시	2004년 11월 4일-5일
장소	한국 서울
참석자	한국을 포함해 미국, 일본, 호주, 뉴질랜드, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아, 인도, 대만, 홍콩 등 총 11개국 23명
회의내용	방송과 통신이 융합하는 새로운 미디어 환경 및 위성방송 월경 문제

과 같은 양질의 문화콘텐츠 교류는 회원국 간 이해를 증진하고 문화 다양성을 제고시킬 것이라는 데에 견해를 같이 했다. 다섯째, 인공위성을 통한 방송콘텐츠의 월경 문제를 다루기 위하여 한국을 비롯한 일본, 호주, 인도 등이 참여하는 실무팀 구성 합의했다. 여섯째, 1998년 회의에서 채택한 위성방송 콘텐츠의 월경 문제를 해결하기로 하고, 회원국들 간 관련 정보 교환 및 ABU와 같은 국제기구와의 협조하기로 합의했다. 일곱째, 위성방송 월경 문제 해결을 위하여 한국, 일본, 호주 및 인도와 이해 당사국 등이 참여하는 워킹그룹을 다시 가동하여 관련 국제기구와의 협의를 거쳐 해결방안을 제시하는 보고서를 준비하여 차기 회의에 보고하기로 합의했다.

9차 회의를 통해 우리나라는 방송 및 통신규제기관의 통합을 준비하고 있는 호주나 대만사례를 비롯해 이미 통합된 단일규제기관이 있는 미국 등의 경험 등에 대한 구체적인 정보를 입수함으로써 우리나라 방송 및 통신 규제와 관련해서 많은 도움을 얻었다.

(3) 제10회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블

제10회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의는 2005년 11월 24일-25일 사이에 베트남 하노이에서 개최되었다. 이 회의에는 한국을 포함해 호주, 일본, 싱가포르, 말레이시아 등 5개국 방송규제기구 대표들이 참석하였다. 회의 주제는 디지털 시대의 방송통신 네트워크 융합과 방송의 디지털화에 관한 논의였고, 구체적인 회의 내용은 디지털 융합 기술과 각국 문화의 고유성에 관한 사항들이었다. 〈표 13〉은 제10차 회의에 대한 개괄을 보여주고 있다.

<표 13> 제10회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의

구분	내 용
회의주제	디지털 시대의 방송통신 네트워크 융합과 방송의 디지털화
일시	2005년 11월 24일-25일
장소	베트남 하노이
참석자	한국, 호주, 일본, 싱가포르, 말레이시아 등 5개국 방송규제기구 대표 들
회의내용	디지털 융합 기술과 각국 문화의 고유성

제10회 아·태 회의는 주최국인 베트남을 비롯해 한국, 일본, 호주, 싱가포르 등 참가 규모가 5개국에 그치는 등 참가국 규모가 작아서 논의의 효율성이 떨어졌고, 다음 주최국을 결정하지도 못했다는 문제점이 있었으나, 콘텐츠 교역 증대방안이 차기 회의 의제로 거론되는 등 의제개발 측면에서는 성과를 거두었다.

제10차 회의의 발표 내용을 살펴보면, 먼저 Mr. Hoang Huu Luong(Director of Journalism, MOCI)이 기조연설을 했다. 그 내용은 첫째, 전기통신산업 특히 방송 산업에서 전송수단의 디지털화가 현재 전략적 목적이다. 둘째, 그렇지만 텔레비전 프로그램의 제작관련 기술표준의 상이함이 문제로 대두됨. 예컨대 디지털 프로그램 제작기술표준과 관련해 같은 회사가 MPEG-2 또는 MPEG-4 등 상이한 기술표준을 내놓고 있는데 어떠한 방식을 선택하여야 하는가는 디지털 전환의 마스터플랜을 결정함에 있어 의문으로 제기되고 있다. 셋째, 따라서, 이러한 기술표준에 대한 의견교환은 베트남은 물론 아시아 태평양지역의 방송국사이에 방송프로그램의 교환을 촉진시키는 것은 물론 베트남의 디지털 전환관련 비용을 줄일 수 있는 좋은 기회가 될 것으로 생각 된다. 각국의 기술표준 선택에 관한 사항 및 경험을 공유하는 자리가 되길 바란다. 넷째, 디지털기술은 또한 여러 종류의 커뮤니케이션 형식 예컨대, 라디오, 텔레비전 그리고 인터넷 등을 융합하도록 촉진하고 있다. 여기서 새로운 기술개발에 관한 지침을 어떻게 제공할 것인가라는 문제와 전송시스템에서 전통적인 많은 커뮤니케이션 유형의 융합이 진행되고 있는데 이와 관련해 전기통신 네트워크 상에서 정보의 흐름을 어떻게 조절할 것인가의 문제가 제기되었다. 다섯째, 이러한 문제들에 대한 많은 의견교환을 통해 이번 회의가 디지털시대 방송 산업의 발전을 위한 유익한 논의의 장이 되길 바란다 등의 내용이었다.

제10회 회의에서는 호주, 일본, 한국, 싱가포르 등 4개국의 방송규제기구 대표들이 주제관련 발표를 했다. 첫째, 호주의 경우 Dr. Gerrard Anderson(ACMA, Australia)은 호주는 2005년 1월 ABA와 ACA를 통합하여 ACMA를 창설하였는데 ACMA의 주요 직무로는 주파수 계획과 관리, 기술표준, 면허할당과 갱신 그리고 인쇄물을 제외한 매체에 대한 규제, 소비자 보호와 교육 등이라고 발표했다. 그에 따르면, ACMA는 커뮤니케이션 속성의 변화, 콘텐츠, 기술 그리고 네트워크의 컨버전스에 따른 새로운 산업과 소비자와 시민의 필요에 대응하기 위한 적합한 규제체계 정립의 필요성에서 창설이유를 찾을 수 있음. 이러한 ACMA는 3명의 상임위원과 4명의 비상임위원으로 구성되며, 현재까지 의장이 선출되지 않은 상태이다. ACMA의 규제철학은 역동적이고, 예측불가능하며 급변하는 규제환경에서 산업계의 창의성과 경쟁을 저해하지 않고, 산업계가 법적 의무를 충실히 이행하도록 하는 것이다. 호주의 디지털 텔레비전 방송은 2005년 1월 시작되었으며, 방송사들은 아날로그와 함께 SD급 방송을 함께 방송하고 있고, 방송사들은 HDTV방송을 년 간 최소한 1040시간 방송하여야 한다. 디지털 라디오는 Eureka 147방식을 사용하며, 정부는 지역 방송사업자의 디지털 전환에 대한 자금지원을 고려하고 있고 지역 방송의 경우 DRM 방식이 적용될 것으로 보인다. 시드니지역에서 2003년 시험서비스가 시작된 새로운 디지털 서비스인 데이터방송(Datacasting)의 경우 상업방송은 허용되지 않으며 2007년 1월 1일 이후 데이터방송사는 가입자를 대상으로 동영상 서비스를 제공할 수 있다. 2005년 7월 BA(Broadcasting Australia)가 BSB 주파수 대역을 이용해 시험서비스를 시작한 DVB-H서비스의 경우 인터넷 접속과 함께 현재 15개 텔레비전 채널이 제공되고 있으나, 최고 25-30개가 제공될 수 있을 것으로 보인다. 이동형 서비스와 관련 주파수의 이용과 할당, 콘텐츠 규제 그리고 이동전화를 통해 제공되는 프리미엄서비스에 대한 새로운 규칙의 제정으로 요약될 수 있다.

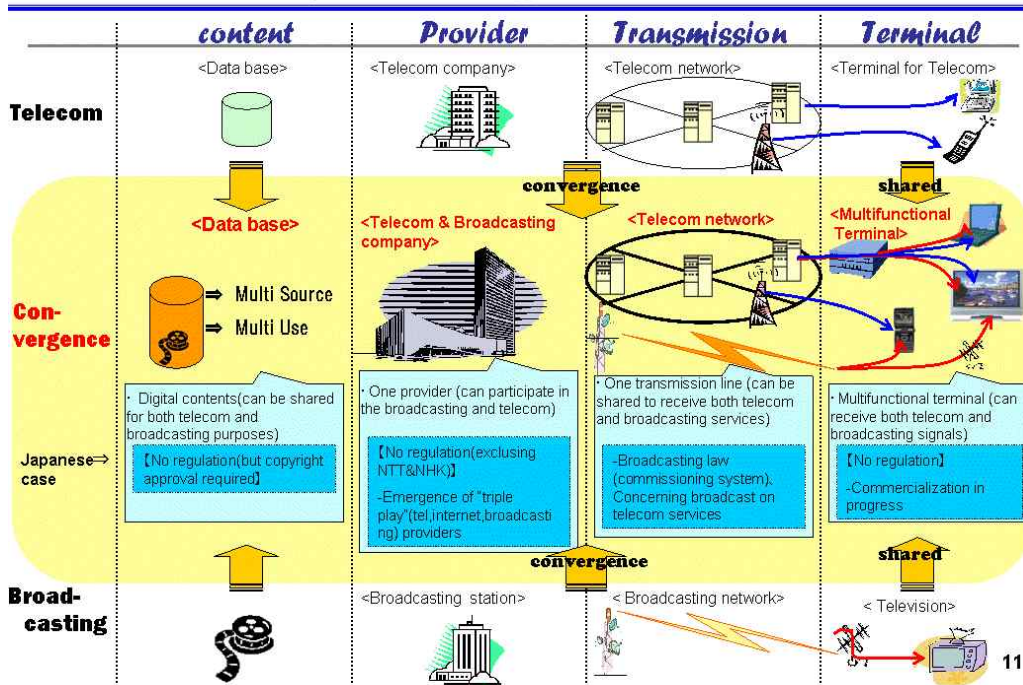
둘째, Mr. Yoshiyuki Takeda(MIC, Japan)에 따르면 일본의 경우 지상파 디지털 방송은 2011년 전환을 목표로 추진되고 있고, 지상파 디지털 방송 허가는 아날로그 방송프로그램과 동일한 프로그램을 하루 전체 방송시간의 2/3을 방송하여야 하며, 주간 전체방송시간의 50%이상을 HDTV 방송하여야 할 것을 조건으로 한다. 일본의 지상파 디지털방송 시스템(ISDB-T)은 미국이 채택하고 있는 ATSC방식 또는 유럽에서 채택하고 있는 DVB-T방식보다 고정형과 이동형에 모두 적합한 다양한 변조가 가능하다는 장점을 갖고 있다. 방송과 텔레커뮤니케이션의 융합은 광대역

통신과 디지털 텔레커뮤니케이션 그리고 방송의 확산을 포함해 기술혁신의 사회적 맥락 내에서 분명한 진보이다.

또한 유선에서의 융합은 다른 특성을 갖는 하나 또는 그 이상의 전송선로가 디지털방송의 전송수단으로 선택가능하다는 것을 의미한다. 즉, IP 멀티캐스팅 기반시설과 위성은 지상파방송 전송선로의 확대 내지 전송선로의 융합을 의미한다. IP 멀티캐스팅 전송기반시설은 공중에게 지상파 디지털방송을 제공할 수 있는 저렴하고, 효과적인 전송시설이다. 이동 방송수신은 이동전화와 결합형 그리고 이동 인터넷과의 결합 형태로 나타난다. 이동 방송수신도의 질적 향상은 ISDB-T시스템의 채택을 통해 가능하다.

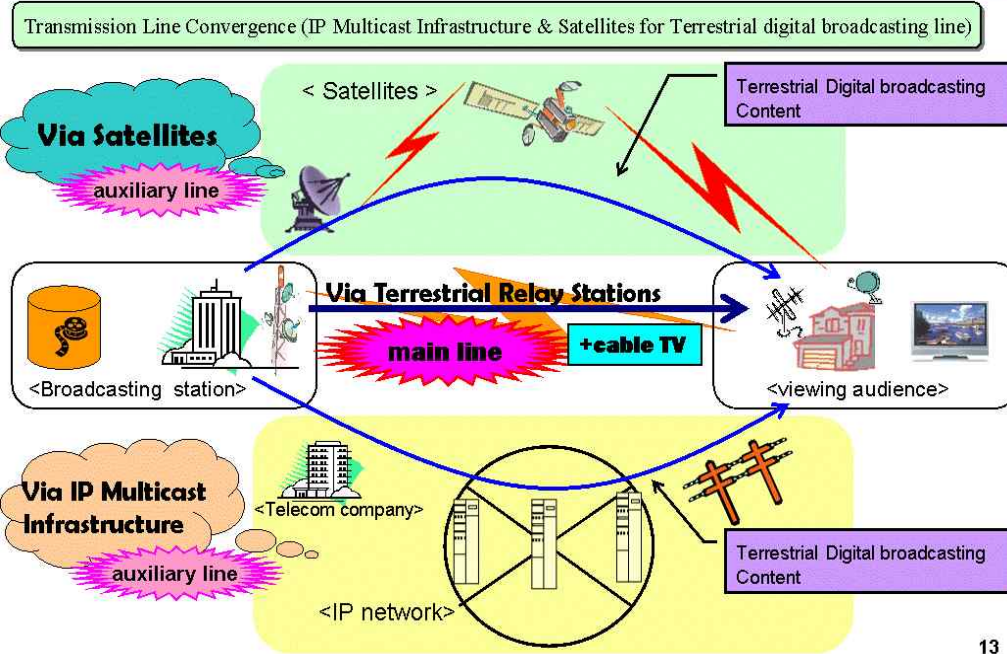
[그림 5] 융합 개념도 1

2-2 Basic Concept of Convergence-2



*출처 : 일본 총무성 라운드 테이블 발표 슬라이드

2-4 Basic Concept of Convergence-4



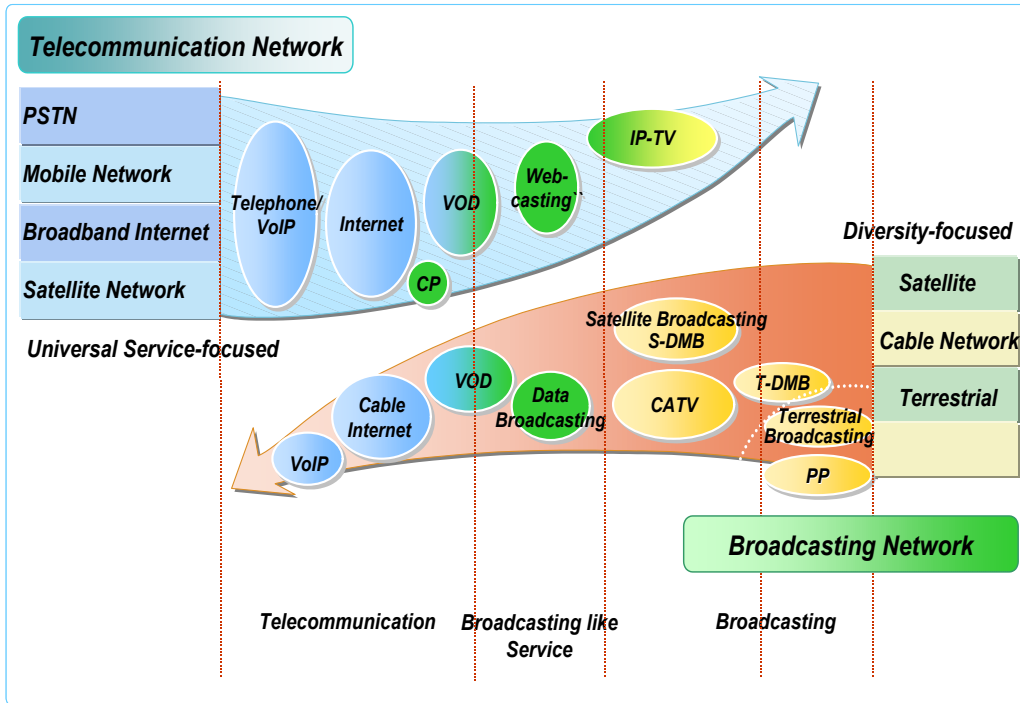
13

*출처 : 일본 총무성 라운드 테이블 발표 슬라이드

셋째, 한국의 경우 (구)방송위원회의 양희부 과장(KBC, Korea)에 따르면, 한국은 90년대 아날로그 방송시대에서 2005년 현재 디지털 방송과 방송·통신 융합 환경으로 급속히 진화하고 있다. 지상파디지털방송은 95% 보급률을 목표로 2010년 디지털 전환을 완료할 계획이며, 이를 위해 주당 HDTV 방송시간을 늘려나가고 있다. 또한, 지난 2004년 3월 방송법의 개정으로 이동멀티미디어 방송이 도입되었고, DMB는 디지털 멀티미디어 방송을 의미하며 이는 한국에서 제공되는 새로운 방송서비스이다. 위성DMB(S-DMB)는 올해 5월부터 서비스를 시작하여 현재 30만 명의 가입자가 보유하고 있으며, T-DMB는 6개 사업자가 선정되어 12월부터 수도권지역에 서비스될 예정이다. IPTV의 경우 KT, 하나로 통신 등에서 서비스를 제공할 계획으로 있으며, 유선기반의 광대역 인터넷과 같이 이동하면서 광대역 인터넷서비스를 이용할 수 있는 Wibro는 또 하나의 이동형 서비스로 내년 6월부터 서비스를 할 계획이라는 내용의 발제가 있었다.

[그림 7]은 한국에서의 통신네트워크와 방송네트워크의 진화양상을 보여준다.

[그림 7] 한국에서의 컨버전스 진행 상황도



*출처: (구)방송위원회의 양회부 과장 발제문

방송·통신융합시대 최종 목표는 휴머니즘에 기반을 둔 지식정보사회 건설로 세 부적인 정책목표는 첫째, 수용자 복지와 권리 증진. 둘째, 공론 활성화를 통한 민주적 가치 고양. 셋째, 지식정보사회 촉진과 문화적 다양성 추구임. 넷째, 방송과 통신, 네트워크와 콘텐츠 산업 간의 공정경쟁 촉진과 산업의 균형발전의 추구. 다섯째, IT와 함께 콘텐츠의 지적재산권을 보호하는 기술의 개발 육성, 국제적 협력 등을 통한 콘텐츠산업(CI)을 체계적으로 육성하고 경제성장의 견인 등이다.

융합시대 정책수단으로는 첫째, 네트워크 중립성에 기반을 둔 방송과 통신의 개념 재정립. 둘째, 기존 수직적 분리체계에서 수평적 체계로의 전환. 셋째, 공정경쟁정책의 수립. 넷째, 콘텐츠 진흥. 마지막으로 융합 환경에 능동적으로 대처하기 위한 방송·통신단일 규제 정책 총괄기구의 설립 등이 있다. KBC는 현재 방송과 통신 양 산업을 총괄할 수 있는 새로운 위원회를 설립하기 위하여 의회, 정보통신부, 시민단체 등 관련 기관 및 단체들과 광범위한 협의를 진행하고 있다.

넷째, 싱가포르의 경우 Cecilia Yip(mda, Singapore)은 mda의 설립배경과 역할을

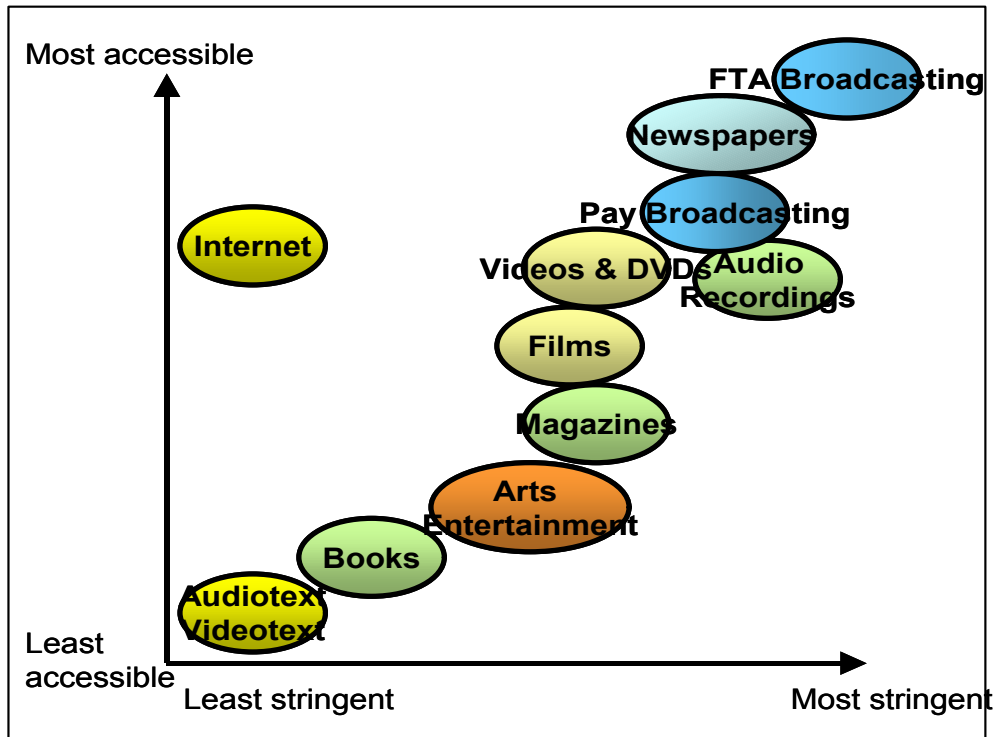
중심으로 발표를 했다. 그녀에 따르면, mda는 2003년 1월 1일 싱가포르 영화위원회(Film Commission)와 영화출판부 그리고 싱가포르 방송위원회(Singapore Broadcasting Authority)가 합쳐져 출범하였다. mda는 미디어 회사들이 활동하기 위한 생산적인 사업 환경을 조성하고, 싱가포르 시청자들의 의견을 반영하는 콘텐츠를 보장하며, 국가공동체적 가치를 증진시킴고자 한다.

싱가포르의 산업동향을 살펴보면, 500개가 넘는 WiFi 핫스팟이 설치·운영되고 있으며 Sintel, Starhub, M1등 3개사가 3G 서비스를 실시하고 있음. 아울러 내년에 IPTV서비스를 제공할 계획을 세우고 있다. 3G서비스 사업자는 스트리밍 비디오 콘텐츠 제공과 다운로드 서비스, 그리고 인스턴트 메시징 서비스와 기상정보 등을 제공하고 있다.

문제는 3G, 인터넷, iTV, 무선 광대역 플랫폼에서의 비디오 스트리밍과 같은 컨버전스 서비스에서 콘텐츠를 어떻게 규율할 것인가에 있다. 즉, 전통적인 미디어에 적용되던 엄격한 기준을 새로운 광대역 기술과 서비스에 그대로 적용하는 것이 새로운 기술의 보급에 도움이 될 것인가? 그리고 어떻게 유해물로부터 청소년을 보호할 것인가? 의 문제이다. 이러한 문제를 해결하기 위한 방안으로 mda는 규제완화 입장에서 자율적이고 협동적인 규제를 추구하고, 미디어 교육을 정책기조로 하였다. “방송서비스”는 싱가포르에서 전체 또는 일부 공중의 수신을 목적으로 암호화여부와 무관하게 신호를 전송하는 서비스를 의미한다. 따라서 사적인 의사소통과 관계되거나 완전히 사적 의사소통과 관련된 것은 방송서비스에 포함되지 않는다. 즉, 둘 또는 그 이상의 사람들 사이에 이루어지는 의사소통은 사적인 통신의 속성을 갖는다는 것이다. 싱가포르에서는 [그림 8]에서 보는 바와 같이 매체에 따라 콘텐츠에 대한 기준이 상이하게 이루어지고 있다.

제10차 회의를 통해 얻은 교훈은 방송과 통신 네트워크가 융합되는 디지털시대에 고려되어야 할 중요한 과제 가운데 하나는 분명 각국의 고유한 문화를 어떻게 보존할 것인가에 있다는 것이다. 따라서 문화다양성을 유지하기 위한 보다 더 구체적인 방안에 관한 의견교환이 필요하고 아울러 문화교류 증대 역시 중요한 과제인 만큼 콘텐츠 교역 증대방안에 대한 논의가 차기회의에서 논의될 필요성이 있다. 이 회의는 라운드테이블의 안정화를 위해 각국의 규제기관간의 국제협력 강화 필요성을 주창한 회의였다고 할 수 있다.

[그림 8] 매체별 콘텐츠 기준



*출처: (구)방송위원회의 양회부 과장 발제문

(4) 제11회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블

제11회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의는 2006년 11월 5일(일요일)에 중국 베이징 Landmark Hotel에서 개최되었다. 이 회의에는 중국, 한국, 일본, 싱가포르, 베트남 등 5개국의 15명 방송규제기구 대표들이 참석하였다. 회의 주제는 디지털 시대의 방송통신 네트워크 융합과 방송의 디지털화에 관한 논의였다.

이번 회의에서는 싱가포르 MDA 대표와의 오찬에서 그간 아·태 라운드테이블의 준비 및 운영에 많은 문제점이 있었음을 지적하였고 특히, ABU 총회와 라운드테이블이 함께 진행되었던 부분이 더 이상 의미를 갖기 힘들다는 판단 하에 향후 별도로 진행 하는데 동의하였다(차기 ABU 총회는 이란에서 열릴 계획임). 이에 MDA 측은 차기 라운드테이블을 싱가포르에서 주최하겠다고 하며 (구)방송위원회 위원장의 참석을 위해 공식 초청장을 송부할 것임을 전달하였다. MDA는 2007년 Broadcast

Asia 행사와 라운드테이블을 연계해 6월 경 개최할 계획이다. 이에 따라 우리 측은 향후 기존 회원국들의 참여를 독려하여 참여도를 높이고 유럽 규제기관 회의체인 EPRA와 유사한 형태로 발전시키는 방안을 모색해 볼 것을 제안하였다. <표 14>는 제11차 회의에 대한 개괄을 보여주고 있다.

<표 14> 제11회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의

구분	내 용
회의주제	디지털 시대의 방송통신 네트워크 융합과 방송의 디지털화
일시	2006년 11월 5일(일요일)
장소	중국 베이징 Landmark Hotel
참석자	중국, 한국, 일본, 싱가포르, 베트남 등 5개국의 15명 방송규제기구 대표들
회의내용	네트워크 융합과 디지털 방송

(5) 제12회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블

제12회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의는 2007년 6월 21일-23일 사이에 싱가포르에서 개최되었다. 싱가포르 미디어개발위원회(MDA-Media Development Authority)¹⁾가 주최한 이 회의에는 한국, 일본, 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 호주, 브루나이, 대만, 라오스 등 아시아-태평양 지역 방송규제기관 대표들이 참석하였다. 회의 주제는 방송 프로그램: 멀티채널, 멀티플랫폼 세계에서 질과 적합성의 확보에 관한 논의였다. 특히 이번 회의는 다양한 환경변화에 따른 규제와 산업의 대응 방향을 모색하기 위해 올해에는 규제기관 대표만 참가하는 아·태 라운드테이블의 전통을 깨고 CASBAA 대표를 초청하여 회의를 진행했고 이를 통해 보다 유익하고 다양한 정보가 교환될 수 있었다.

이번 회의에서 Tan Chin Nam MDA 위원장은 규제기관들은 뉴미디어 환경으로 인해 직면하고 있는 어려움뿐만 아니라 새로운 기회에 적응할 수 있도록 시야를 재조정해야 하고, 다른 지역에 비해 아시아 태평양권의 인터넷 광고 및

1) 정보통신 기술의 발달과 미디어의 융합 현상에 대응하기 위해 2003년 Singapore Broadcasting Authority, Films and Publications Department, Singapore Films Commission을 통합하여 Media Development Authority를 설립함.

비용이 가장 빠른 속도로 증가하고 있으며 이동 통신의 성장도 가장 높은 수준으로 이동방송에 대한 전망도 밝다고 지적하였다. 또한 그는 정보통신 기술의 발달과 미디어의 융합 현상에 대응하기 위해 2003년 Singapore Broadcasting Authority, Films and Publications Department, Singapore Films Commission을 통폐합하여 Media Development Authority를 설립하였고, 이와 함께 Media 21이라는 정부 계획 하에 싱가포르의 글로벌 미디어 도시화 추진이 이루어지고 있음을 보고했다. <표 15>는 제12차 회의에 대한 개괄을 보여주고 있다.

<표 15> 제12회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의

구분	내 용
회의주제	방송 프로그램: 멀티채널, 멀티플랫폼 세계에서 질과 적합성의 확보
일시	2007년 6월 21일-23일
장소	싱가포르
참석자	한국, 일본, 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 호주, 브루나이, 대만, 라오스 등 아시아-태평양 지역 방송규제기관 대표들
회의내용	참가국의 방송프로그램 현황 및 콘텐츠 규제

또한 Christopher Chia MDA 사무총장은 미디어환경과 규제기관의 변화라는 제목의 발제를 통해 첫째, 급변하는 미디어 환경은 산업에 종사하는 구성원의 변화에서 시작되었고, 방송사업자와 통신사업자(telcos)가 공존하며 경쟁하는 구조가 형성되었다. 동시에 새로운 기기들의(DVR) 등장으로 규제의 어려움은 가중되고 있고 이에 더해 제작자와 소비자가 합쳐진 prosumer 층이 등장해 UCC(UGC) 등의 콘텐츠가 활개를 치고 있다. 둘째, 이러한 환경 변화를 고려하여 싱가포르는 규제에 있어서의 light touch 정책을 펴고 있고 유해 콘텐츠나 종교적으로 민감한 콘텐츠 등 최소한의 가이드라인을 제시하고 이에 위반되지 않는 한 자유롭게 시장에 진입하고 경쟁할 수 있는 환경 조성에 주력하고 있다. 셋째, MDA는 디지털 TV에도 주안점을 두고 정책을 펼치고 있으며 이와 관련하여 지난 5월 ASEAN 정보통신 장관회의에서 ASEAN의 디지털 방

송표준을 DVB-T로 결정한 것을 높이 평가하며 이로서 싱가포르는 보다 탄력을 받아 디지털 TV를 본격적으로 추진하여 규제의 틀을 마련하는 한편 시청자에 대한 안내 및 교육도 병행할 예정임을 보고했다.

Debra Richards, CEO, ASTRA는 규제, 뉴 서비스, 뉴 플랫폼의 동향이라는 제목의 발제문을 통해 첫째, ASTRA는 1997년 설립되어 호주의 유료 TV 산업을 대표하며 규제기관과 심의, 해적행위, 주파수 관리, 환경 기준 등을 논의하고 있고 둘째, 1995년부터 시작된 유료 TV(STV) 시장은 8개 사업자가 있으며 27%의 시장점유율로 시청자수는 6백50만에 달한다. 셋째, 주요 관계 기관 및 단체는 연방 의회, 총리, 정부, 예산처, 통신·정보기술·예술부 장관, 법무부장관, 국회의원, 규제기관(ACMA, ACCC), 시민, 산업, 국제사회로 볼 수 있다. 넷째, 유관 법률은 Broadcasting Services Act 1992(ACMA), Radio Communications Act, Trade Practices Act(ACCC), Telecommunications Act 등이다. 다섯째, Broadcasting Services Act의 목표는 호주의 정체성 및 문화 다양성 추구, 수준 높은 프로그램 제공, 공평하고 정확한 정보의 전달, 지역사회 기준 준수 및 시청자 불만처리, 유해 콘텐츠로부터 아동의 보호 등으로 요약할 수 있다고 보고했다.

일본의 경우, Sato Tatsuya, 일본 총무성 정보정책과장은 유비쿼터스 네트워크 사회-ICT의 글로벌 협력이라는 제목의 발제문을 통해 첫째, 일본은 유비쿼터스 사회 구현을 위한 정부 정책의 일환으로 “언제, 어디서나, 무엇이든, 누구나” 접속할 수 있는 환경을 구축하려한다.

둘째, 지상파 방송의 디지털 전환 목표는 2011년 7월로 계획하고 있으며 그 과정에서 One Seg 서비스를 개시하여 디지털 지상파 방송을 이동 수신기로 수신하게 된다. 한 개 채널(6MHz)을 13개 segment로 나누어 이중 1개를 이동 수신기를 위해 사용하고 나머지 12개 segment는 고정 수신기를 위해 사용하고 있다. 셋째, 2011년까지 일본 전역에서 인터넷 사용이 가능하도록 하고 2008년까지 주요 도시에 인터넷이 보급되지 않는 비율을 0%로 줄이는데 주력하고 있고, 이중 90% 이상 초고속 인터넷 망 구축을 목표로 하고 있다. 넷째, 총무성은 2006년 9월 관련 법체계 정비를 위한 계획을 발표하였다. Telecommunications Business Law의 개정을 통해 사업 제한을 완화하고 Broadcast Law 개정을 통해 디지털 방송을 현실화하고 Law Concerning

Broadcast on Telecommunications Service의 제정을 통해 통신 서비스를 통한 방송의 합법화를 추진할 예정이다. 다섯째, 현재로서는 통신망을 통한 방송 콘텐츠 제공이 불가능하며 인터넷 상의 유해 콘텐츠에 대한 규제 등이 문제로 제기되고 있음을 보고했다.

베트남의 경우, Nguyen Tri Dung, 베트남 문화공보부 부국장은 베트남의 모바일 TV 발전이라는 제목의 발제문을 통해 첫째, 2006년까지 베트남의 이동통신 가입자는 천백 만에 달하며 2010에는 삼천육백만이 될 것으로 예상하고 있다. 둘째, 이를 기반으로 2006년 11월 VTC 모바일 TV는 DVB-H 표준을 이용한 이동방송을 개시했다. 2007년 5월 현재 5,000여명의 가입자를 확보하였으며 월 수신료는 6.5 미달러이다 (가입비 30미달러는 이동단말기 가격에 포함). 현재 8개 채널과 1개 소비자 서비스 채널이 운용되고 있다. 셋째, 전통적인 TV는 주시청 시간이 19시에 23시이나 이동방송의 주시청 시간은 하루 종일 고루 퍼져 있으며 인기 장르도 짧은 단편 위주로 스포츠, 음악, 코믹물, 뉴스 등임. 넷째, 문제는 이동방송용 프로그램 단가가 너무 높아 어려움을 겪고 있으며 관련 법안도 아직 검토 단계에 있어 내년을 목표로 법제 준비를 추진하고 있음을 보고했다.

대만의 경우, Juang Hsiu, Government Information Office(GIO)의 방송부 국장은 타이완 방송 산업의 개괄이라는 발제문을 통해 첫째, GIO는 Executive Yuan의 대변인을 겸직하는 장관을 수장으로 라디오, TV, 광고 콘텐츠를 관장하고 방송 인허가를 담당했으며 방송 산업 발전을 위한 예산 지원 및 공모를 주관하고 있다. 둘째, 방송 미디어 분야 개혁을 위한 정책 일환으로 정부, 정당 및 국방부의 방송 사업에 대한 영향력 행사를 금지하는 조치가 내려졌으며 Public Television Service에 대한 예산 지원 증액이 추진되었다. Public Television Service에 대한 지원은 27 million(USD)에서 2007년에는 42 million(USD)로 증액되었다. 셋째, Radio and Television Act 2003의 개정을 통해 정부, 정당 및 국방부의 방송 사업에 직·간접적으로 투자할 수 없도록 명시(제5조)하고, 넷째, 2006년 2월 NCC가 설립되어 GIO를 대체하는 독립 기관으로 통신, 정보, 방송 분야를 관장함. 인허가, 심의, 사업자간 분쟁조정 등은 NCC에서 담당하되 방송 산업의 진흥 및 Public Television Service의 질적 성장과 관련된 사항은 GIO가 담당하고 있다. 다섯째, NCC와 GIO는 라디오·TV 정책 수립 및 관련 분

야의 발전을 위한 논의를 상호 협력 하에 진행하고 있음을 보고했다.

브루나이의 경우, Pengiran Dato Ismail Mohamed는 ASEAN의 디지털방송 로드맵이라는 발제를 통해 첫째, ASEAN은 10개 회원국으로 구성되어 있으며 5.6억 인구로 총 GDP가 1,060B(USD)에 달하며 무역 규모는 1,440B(USD)이다. 둘째, ASEAN Digital Broadcasting Forum은 정보와 경험 공유, 액션 플랜 도입, digital divide의 완화 및 다양성 속의 화합을 목표로 하고 있다. 셋째, 지난 5월 자카르타 선언에서 아세안 회원국들의 공통 디지털 지상파 방송 표준을 DVB-T로 발표하였다. 다섯째, 기술·산업적 측면에서 관련 인프라 구축에 주력하고 정책 측면에서는 규제 이슈를 다루며 콘텐츠와 관련해서는 디지털 전환에 따른 의제를 위해 3개 작업반 그룹을 설립했다. 여섯째, 이러한 결정은 기회가 될 수도 있으나 도전이기도 하다. 다양성 속에서 화합 도출, 경제 수준의 격차, 지식·디지털·임금의 격차, 명확한 비즈니스 모델의 부재 등 극복해야 할 과제가 많음을 보고했다.

호주의 경우, David Brumfield, Executive Manager, Digital Action Task Force, ACMA는 호주의 디지털TV 대체-아날로그 종료의 길이라는 발제를 통해 첫째, 2012년까지 아날로그 switch off를 위해 Digital Action Plan이 필요. 둘째, ACMA의 역할은 주파수 및 디지털 채널 편성, 연구·모니터링·보고, 산업분류 코드 및 표준 개발, 디지털 전환으로 인한 효과 분석, 장관 정책 보좌 등으로 요약할 수 있음. 셋째, 특히, 디지털 전환을 위한 연구 조사가 강조되어야 하고 넷째, 5년에 걸친 디지털 TV의 수용 및 전환에 대한 준비 정도를 연구해야 하며 디지털 전환에 대한 소비자들의 입장에 대한 질적인 조사가 필요하다. 다섯째, 현재 존재하는 가정의 디지털 기기 현황 및 소비자들의 경험을 토대로 한 구매환경에 대한 조사도 필요하다. 여섯째, 디지털 수신기의 수신 감도에 대한 연구를 통해 수신이 어려운 지역 확인을 위한 3개년 계획도 추진하고 있음을 보고했다.

말레이시아의 경우, Mohd Ali Hanafiah, Senior Director, Content, Consumer & Network Security Division, MCMC는 융합된 세계에서 콘텐츠 관리와 규제라는 발제를 통해 첫째, 정보화 시대의 도래에 따른 전략으로 1998년 Communications and Multimedia Act를 제정, MCMC를 설립했다. MCMC는 독립기관의 지위를 갖고 있으나 정책적으로는 장관의 지휘를 받을 수 있다. 둘째, 관련법은

Communications Multimedia Act 1998, Postal Services Act 1991 및 Digital Signature Act 1997으로 방송, 통신 사업자는 물론, 우정 및 디지털 인증 사업까지 관장한다. 셋째, MCMC는 유관 시장을 Content Applications Service, Applications Service, Network Services, Network Facilities로 분류하고 관련 사업자의 사회 영향력에 따라 개별(individual), 집단(class) 및 면제(exempt)로 인허가 절차를 구분하고 넷째, MCMC의 다각적인 노력에도 불구하고, 여러 과제에 직면해 있다. 방송, 모바일 방송, 인터넷 등 다양한 플랫폼들이 모두 다른 표준을 갖고 있다. 장기적으로 단일화가 필요하고, 국내 콘텐츠 진흥을 위한 노력도 필요해 쿼터 등 지원책을 유지하고 있으며 MCMC 외에 중복되는 규제기관들로 인해 업무의 효율성 등이 문제시되고 있음을 보고했다.

싱가포르의 경우 Amy Chua, MDA 미디어 콘텐츠 부장은 멀티-플랫폼 세계에서 콘텐츠 관리라는 발제를 통해 첫째, 싱가포르에는 1개 지상파 방송사(MediaCorp)가 6개 채널을 운영하고 있으며 StarHub Cable Vision이 95개 채널을 제공하고 있음. 최근 SingTel을 비롯하여 4개 IPTV 사업자가 시험 방송을 하고 있음. 현재 싱가포르 가구의 58%가 초고속 인터넷망으로 연결되어 있으며 연내 75%까지 증가가 예상됨. 둘째, 이는 StarHub 가입 비율이 43%인 것에 비취 IPTV의 가능성을 예상할 수 있음. 또 싱가포르는 Wireless@SG 계획에 따라 금년 9월까지 시내 5000여 곳에 무선 인터넷 접속 가능 구역을 설정해 누구나 무료로 무선 인터넷에 접속할 수 있도록 할 계획임. 셋째, 현재까지는 매체별 규제수준의 차이를 유지하고 있음. 지상파를 가장 높은 수준으로 규제하고 유료 TV, VOD 순으로 완화된 규제가 적용됨. Internet은 light touch 대상으로 기본 원칙만이 있을 뿐임. 넷째, 그러나 앞으로는 매체별 규제에서 콘텐츠의 종류 및 그 소비 형태에 따른 규제로 바뀌어야 함. 즉, push와 pull 미디어로 구분하여 지상파, 이동 방송과 같은 전자는 높은 규제 수준을 유지하고 소비자가 선택해서 볼 수 있는 후자는 낮은 수준의 규제를 하자는 것임을 보고했다.

한국의 경우, 광진희 (구)방송위원회 국제교류부장은 디지털 방송 콘텐츠: 멀티-미디어 세계에서 질과 적합성의 확보라는 발제를 통해 첫째, 미디어산업구조는 플랫폼과 네트워크 중심에서 콘텐츠 중심으로 산업구조가 변화됨. 미디어변화의 특징은, 매스미디어 중심에서 이용자 중심의 personal media로의 변화이며, 점차 시간과 공간의 제약에서 벗어나 이동성이 강화됨. 둘째, 2007년 주요 방송환경 변화 변수는

4가지임. ① 한미FTA 체결(2007.6) 추진으로 방송콘텐츠산업에 변화가 예상되고, ② 국회는 IPTV법과 방송통신위원회 설치법 마련을 위해 ‘방송통신특별위원회’를 구성(여야위원 총 19인으로 구성)하였으며(2007.1-12), ③ 방송디지털특별법 제정을 추진하고, ④지역지상파 DMB를 전국으로 확대 실시할 전망이다. 셋째, Multi-platform과 contents에 대한 policy issues와 관련하여, 새로운 플랫폼이 등장하는 경우, 플랫폼별로 다른 콘텐츠가 개발될 것인가, 동일한 콘텐츠가 대중적인 인기를 얻을 것인가의 문제가 제기됨. 국내DMB 이용률 조사(2006.12, KOBACO)에 의하면, 이동방송이라 하더라도 드라마, 스포츠, 뉴스 등 기존 지상파방송채널에 대한 선호도가 가장 높고, 새로운 콘텐츠 수요도는 1.3%로 극히 미미한 흥미로운 점을 발견함. 넷째, 멀티플랫폼시대 KBC가 추구해야 하는 content policy의 세 가지 핵심요소는 creativity, diversity and quality임. 이 세 가지 요소는 콘텐츠 산업을 발전시키고 방송의 공익성을 확보하는 중요한 원동력이 될 것임. Content policy는 1) market based approach와 2) non-market based approach의 두 가지 차원으로 구분하여 공익성을 추구할 수 있음. 1) market based approach는 주로 콘텐츠산업을 promotion하기 위한 것임. 이를 위해서는 제작을 육성하고, 공정한 유통 환경을 조성하고, 프로그램내용에 대한 평가를 통해 방송프로그램의 질을 제고하기 위한 것임. 2) content의 공익성을 추구하기 위한 non-market based policy로는 다음의 두 가지 정책을 예로 들 수 있음. 멀티플랫폼 시대에 방송프로그램의 질을 확보하고, 다양성과 공익성을 구현하기 위해서는 현재 쿼터 시스템의 개선이 필요함. Must carry rules for public channels로서, 이것은 시장에서 생산되지 않고 보호해야 할 공익, 비상업적 콘텐츠를 공익채널로 지정하여 유통을 보장해주는 제도임(*KBC는 2006년에 문화, 교육, 환경, 과학, 예술 등 9개 분야에 총 16개 채널을 공익채널로 지정).

다섯째, 멀티플랫폼 시대 정책모델로는 정부와 산업계, 시민사회, 가정이 모두 규제에 동참하는 co-regulation model이 바람직함. 콘텐츠 관련 정책이슈와 정부의 역할에 있어서, 창의적 콘텐츠의 개발과 육성, 유통거래의 공정경쟁 질서 조성, 콘텐츠에 대한 공정한 access 정책, 공익 콘텐츠 개발 및 유통 보장, 소비자 보호, 지재권 보호 등이 점차 중요해질 전망이다. 여섯째, 멀티플랫폼 시대 방송정책의 핵심은 콘텐츠이며, 콘텐츠산업 육성과 공익성제고를 위해서는 한축은 시장중심의 경쟁촉진과 진흥정책, 다른 한축은 공익성추구를 위한 규제정책이라는 양면 정책이 필요함. 특히 콘텐츠산업진흥을 위해서 KBC는 국제간 공동제작 활성화 등 글로벌한 정책을

적극적으로 추진할 계획임을 보고했다.

(6) 제13회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블

제13회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의는 2008년 10월 29일(수)과 30일(목) 양일간 말레이시아 쿠알라룸푸르 임피아나 호텔(Impiana Hotel)에서 개최되었다. 말레이시아 방송·통신·멀티미디어 위원회(MCMC)²⁾가 주최한 이 회의에는 한국, 싱가포르, 인도네시아, 태국, 브루나이, 미얀마, 말레이시아 등 7개국 20명 아시아·태평양 지역 방송규제기관 대표들이 참석하였다. 회의 주제는 관리-효과적인 규제기구의 지속적이고 신뢰할 수 있는 산업 창출에 관한 논의였다. 특히 이번 회의는 올해 라운드테이블은 말레이시아 정부가 방송통신 융합 10주년을 기념하여 개최하는 「Experiencing Convergence : My Broadband Conference and Exhibition」(’08.10.28.~30. 말레이시아 에너지수자원멀티미디어부 및 MCMC 공동주최)과 동일 기간에 개최되었다.

이번 회의에서는 참가국의 방송분야 정책 및 규제현황, 법·제도, 방송사업자 현황 등을 발표했다. 첫째, 말레이시아의 경우, 1998년에 방송통신멀티미디어위원회 설치법(MCMCA)이 통과되고, 11월부터 시행되었다. 근거법령으로는 기술표준, 허가, 보편적 서비스, 스펙트럼, 방송사 징계, 요금을 다루는 Communications and Multimedia Act 1998 (CMA)와 Postal Services Act 1991 (PSA) 및 Digital Signature Act 1997 (DSA)가 있다.

말레이시아 방송 규제기관으로는 TV를 포함한 민간이 운영하는 모든 방송활동을 관장하며, 1998년 커뮤니케이션 & 멀티미디어법 따라 MECM 산하에 커뮤니케이션·멀티미디어 위원회 (Malaysian Communications & Multimedia Commission)를 설치하여 말레이시아의 커뮤니케이션과 멀티미디어 활동을 감독하고 규제하며, 동법을 집행하는 권한을 부여받은 에너지·커뮤니케이션·멀티미디어부(MECM : Ministry of Energy, Communications & Multimedia)가 있다. MECM의 주요 권한 및 기능은 (1) MECM 장관에게 통신·멀티미디어 제반사항에 관한 정책자문, (2) 소비자 선택의 다양성과 기업의 투자, 경쟁력 재고위한 통신·멀티미디어법 조항의

2) MCMC(Malaysian Communications and Multimedia Commission)

: 1998년 설립된 말레이시아 에너지·수자원·커뮤니케이션부 산하의 방송, 통신, 멀티미디어 규제기관으로 아시아 지역 최초의 통합 규제기관임.

〈표 16〉 제13회 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의

구분	내 용
회의주제	관리 - 효과적인 규제기구의 지속적이고 신뢰할 수 있는 산업 창출
일시	2008년 10월 29일(수) - 30일(목)
장소	쿠알라룸푸르 임피아나 호텔(Impiana Hotel)
참석자	한국, 싱가포르, 인도네시아, 태국, 브루나이, 미얀마, 말레이시아 등 7개국 20명 아시아·태평양 지역 방송규제기관 대표들
회의내용	참가국의 방송분야 정책 및 규제현황, 법·제도, 방송사업자 현황 등 발표

개정, 건의, 검토, 집행 및 시행, (3) 통신·멀티미디어 산업, 방송기기 관련 인허가, (4) 법 조항외의 모든 통신·멀티미디어 관련 사항 규제, (5) 통신·멀티미디어 활동 감시·감독, (6) 통신·멀티미디어 산업 육성 및 장려, (7) 통신·멀티미디어 사업자의 자율 규제 장려 등, (8) 통신·멀티미디어 사업자의 자유로운 위원회 자료 및 기기 활용, (9) 통신·멀티미디어 기술적 지원을 위한 기술 규약 제정, (10) 무선 주파수 스펙트럼 관리, 전자주소 부여, (11) 통신·멀티미디어관련 국제회의, 국제협상 주제, (12) 통신·멀티미디어관련 국가 정책 목표 전파 및 장려, (13) 우표 발행 인허 등이다.

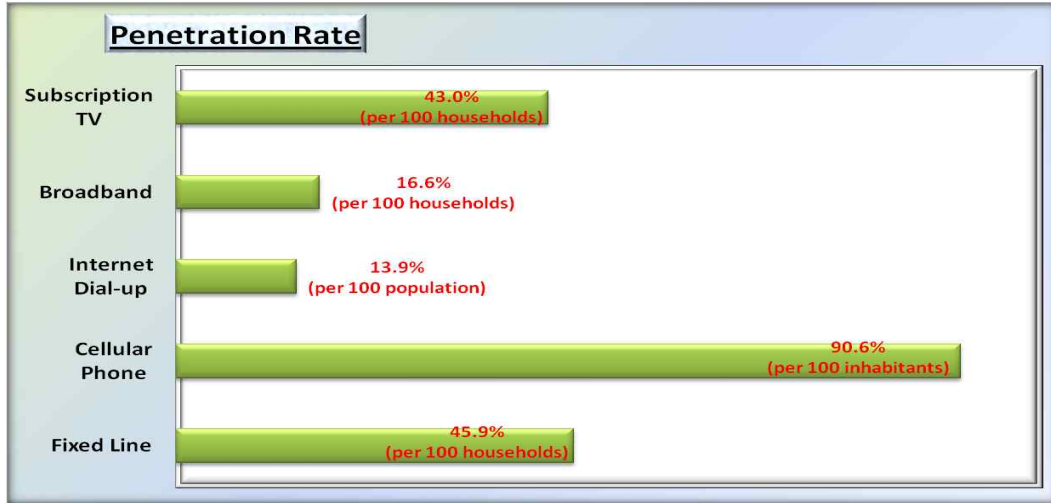
또한 정보부(Ministry of Information)는 2개의 국영방송인 TV1과 TV2에 대한 인사나 프로그램이 법률이나 정책, 방송조례에 어긋날 경우 이에 대한 조치 가능하나, 영화제작의 법률적 문제를 제외하고는 민영방송에 대한 법적권한 없다. 내무부(Ministry of International Affairs)는 Film Censorship Act에 따라 공중에게 배포되는 모든 자료, 특히 오디오, 비디오물들이 공공과 국가의 안보를 해치지 않도록 사전검열을 행하고 검열기준은 주로 종교문제, 사회문화적 가치문제, 인종문제, 섹스와 폭력에 관한 문제들이다. 위성방송(ASTRO)를 제외한 모든 방송물은 사전에 심의를 통해 허가, 삭제 후 허가, 방송 불가 판정을 받고 있다.

외국방송 편성 규제 비율은 프로그램의 60%이상을 Bahasa Melayu(말레이어)로 제작하여야 하고, 편성 프로그램의 80%이상이 국내제작방송이어야 한다.

말레이시아 방송 산업 현황은 (1) TV 보급률 : TV 수상기 85% 보급 (일반 TV 3,575,000대, 디지털 TV 1,200,000), (2) 방송언어 : 말레이어, 영어, 중국어, (3) 1984년 탈규제가 실시된 이후 지상파, 위성방송, 케이블 3가지 매체 운영, (4) 1998년

이후 부터 통신 및 멀티미디어에 대한 개방정책 시행, (5) 방송 광고 시장규모는 약 2800억 원('02)이다. 말레이시아 방송통신 산업 통계현황을 살펴보면 [그림 9]와 같다.

[그림 9] 말레이시아 방송통신산업 통계현황



*말레이시아 - 인구 : 2,700만 명 / 전체 가구 수 : 6백만 가구

*출처: 말레이시아 방송통신멀티미디어위원회 Eneng Faridah Iskandar 과장 발제문

지상파방송사 현황(TV, Radio)과 관련해서 국영방송으로는 Ministry of Information 산하에 RTM(Radio TV Malaysia)이 있다. 이것은 1963년 12월 설립된 전국방송으로, 대국민 선도를 위한 국영방송 체제이다. TV는 RTM 1, RTM 2가 있고 라디오는 Radio Malaysia가 6개 채널 방송중이다. 특히 CH2에서 진실(MBC), 불꽃(SBS) 등을 방영하고 있다. RTM의 경우 1998년 이후 민간이행을 시도하고 하고 있으나 모기업의 선택이 늦어지고 있는 실정이다. 민영방송은 1984년 설립, 연예·오락위주의 전국방송인 TV3(가을동화, 겨울연가 등 방영)가 있고, 1998년 설립된 전국방송인 NTV7는 팝콘(SBS), 첫사랑(KBS)등을 방영하고 있다. 현재 말레이시아는 TV3, NTV7, TV1와 2이 3대 경쟁 축을 이루고 있으며, TV4가 설립되기도 했으나 98년 폐쇄되었으며, CH9(2003 개국)은 제3의 상업 방송국으로 수도권 젊은 층을 대상 타겟으로 하고 있다.

위성디지털TV로는 ASTRO가 있는데 사용위성은 Measat이고, MBNS(Measat

Broadcast Network Systems, Sdn Bhd)이 소유하고 있다. 가입자 수는 100만 이고, 서비스 현황은 40 TV 채널, 16 Radio 채널, 2개 유료채널로 구성되며 24시간 방송을 하고 있다. 위성 서비스는 1996년 10월에 시작되었고, 서비스 가능 지역은 말레이시아 전역, 인도, 필리핀, 베트남, 인도네시아, 대만, 싱가포르, 브루나이 등 동남아시아 지역이다. 유료 방송시장을 거의 독점한 상황이며, 상도(MBC), 올인(SBS) 등을 방영하고 있다.

둘째, 태국의 경우 <태국 헌법 1997(Constitution of Thailand 1997)> 제40조에 따르면, “전파를 배분하거나 방송 및 통신 산업을 관장하는 독립적인 기관(들)을 설립하여야 한다”로 규정하고 있다. 동 헌법에 근거하여, 방송통신서비스에 대한 주파수 할당 및 규제 조직법 2000(The Organization of Frequencies Allocation and Regulation on Broadcasting and Telecommunication Services Act 2000)과 방송법(Broadcasting Act)이 입안되었으며, 이 법들은 국가 전파 자원 사용의 효율성을 높이기 위하여 방송위원회(National Broadcasting Commission)와 통신위원회(National Telecommunication Commission)의 설립을 명시하였고, 곧 NTC는 출범시키고, NBC는 출범을 준비 중 이었다. 그러나, 2006년에 쿠데타가 발생하면서 헌법이 개정되어 이른바 <태국 헌법 2007 (Constitution of Thailand 2007)>이 제정되었고, 동 헌법에서는 “전파를 배분하거나 방송 및 통신 산업을 관장하는 단일 규제기관을 설립하여야 한다”로 규정하고 있다. 동 헌법에 근거하여, 새로운 조직법과 방송법 2008이 만들어졌고, 방송과 통신을 아우르는 단일 규제기관인 방송통신위원회(National Broadcasting & Telecommunication Commission)의 설립 근거가 마련되었다. 현재 방송통신위원회는 설립 준비 중에 있으며, 방송통신위원회가 설립될 때까지 기존의 통신위원회와 총리실 산하의 공보처 국가방송담당국에서 방송과 통신규제 업무를 담당하고 있다. 태국 주요 방송사업자 현황을 살펴보면 <표 17>과 같다.

셋째, 브루나이의 경우, 2008년 5월, 브루나이 정부는 방송 분야의 구조개편을 선언하였다. 그동안 총리실에서 수행해오던 방송관련 규제업무를 통신부(Ministry of Communications)로 이관하기로 결정했다. 따라서 통신부에서 방송사업 허가, 기금징수, 내용 규제 등과 같은 방송관련 규제업무를 수행하게 될 것이다. 하지만 브루나이 국영 TV 및 라디오와 공보기능은 그대로 총리실에 남게 되었다.

이번 업무 이관은 방송 서비스를 향상시키기 위한 정부의 노력의 일환으로 업계

〈표 17〉 태국 주요 방송사업자 현황

구분	숫자	비고	채널명
지상파 TV	16개	국영	Ch3, Ch 5, Ch7, CH9, Ch11, Thai PBS
지상파 라디오	524개	국영. 각 방송사별로 운영방식은 상이함.	
공동체 라디오	4,000여개	법적 미비로 인해 아직 정식 허가증을 교부하고 있지는 못함.	
케이블 방송	77개		
위성방송	-		
IPTV	-		

*출처: 태국 공보처 Tri Bunchua 과장 발제문

에 긍정적인 발전을 가져올 것으로 기대하고 있다. 단일 부처에서 방송과 통신을 관장하게 됨으로써 효율적인 규제가 가능해 질것으로 예상된다. 2008년 10월 현재 브루나이는 2개의 지상파TV 채널과 6개 지상파 FM 라디오 채널, 1개 유료방송 공급자가 있다. <표 18>은 브루나이 국가 및 미디어 관련 현황을 보여주고 있다.

넷째, 인도네시아의 경우, 인도네시아 방송·통신 관련 법령 및 기관 개요를 살펴 보면, Telecommunication Act 1999로 인해 통신 및 IT부 (우정 및 통신국), 인도네시아 통신 규제청이 생겼고, Broadcasting Act 2002로 인해 방송위원회, 지역 방송위원회, 통신 및 IT부 (통신설비 및 정보보급국)이 탄생했다. 최근 들어 Electronic Transaction Act 2007를 통해 통신 및 IT부 (텔레매틱스 응용국)가 신설되었다.

인도네시아 방송분야 주요 사항으로는 3가지 종류의 지상파방송(국영방송, 민영방송, 지역방송)이 있고, 방송위원회(Indonesia Broadcasting Commission)는 방송분야, 특히 내용규제를 담당하기 위해 설립되었으며, 방송위원들은 의회에서 임명한다. 방송위원회, 지역 방송위원회의 추천을 통해 통신 및 IT부 장관명의로 방송 허가자가 나가며, 방송 허가 업무는 통신 및 IT부 및 방송위원회간 협의를 통해 이루어진다. 인도네시아 방송법의 기본원칙은 내용의 다양성과 소유구조의 분산, 국가 정체성의 유지 등이다. 과거에는 모든 전국방송 TV 사업자들은 5년 이내에 지역 TV방송사

〈표 18〉 브루나이 국가 및 미디어 관련 현황

인구 Population	385,000
총 가구수 Number of households	65,000
국가면적 Land area	5,765 Sq KM
수도 Capital	Bandar Seri Begawan
화폐단위 Local Currency	Brunei Dollar
국내총생산 GDP	B\$ 8,769.2 million (2004)
1인당 국내총생산 GDP Per Capita	B\$ 24,500
유선전화 Main Telephone Lines	79,554
무선전화 가입자 Cellular subscriber	397,013
인터넷 가입자 Internet user	51.16 of total population
TV 수상기 Receivers	250,000
TV 보급률	99 %
Cable TV 가입 가구	35,000

*출처: 브루나이 통신부 Abdul Mutalib Pehin Yusof 차관보 발제문

업자를 통해 방송하도록 규정하였고 그 결과, 지역 TV방송사업자들은 TV 네트워크를 설립하게 되었다. 아날로그 방송환경 하에서는 주파수 자원의 제한성 때문에 허가대상이 제한되어 있었다(1 주파수, 1개 서비스 지역, 1개 사업자).

방송분야 개황을 살펴보면 먼저 지상파 TV는 4천만 TV 수상기 보급, 전 국토의 80%를 커버리지로 하고 있고, 670개 라디오 FM 사업자가 있으며, 대부분 민영방송이다. 그 다음 유료 방송으로는 케이블 방송 및 위성방송 서비스가 제공되고 있으며, 가입자 수는 약 100만 명 정도이며, 주로 대도시에 집중되어 있다. 끝으로 디지털 방송은 2008년 8월에 TELKOM과 TVRI간 협력으로 디지털 시험방송이 시작되었고, 내년까지 디지털 방송관련 정책 및 규제방안을 완성할 계획이며, 기술표준은 DVB-T로 채택 예정이다.

다섯째, 싱가포르의 경우, 미디어발전위원회(Media Development Authority) 출범 과정 및 권한과 기능을 소개했다. 미디어발전위원회의 출범배경은 싱가포르 방송위원회(Singapore Broadcasting Authority)와 영화출판부(Films and Publications Department)와 영화위원회(Singapore Film Commission)가 2003년 1월에 통합되어 설립되었다. 구성을 살펴보면 정보통신문화부(MITA) 장관에 의해 관리·감독을 받는 산하청 형태이고 위원은 위원장 1인, 5명이상 16명 이하의 위원들로 구성되어

있으며, 임기는 3년을 넘지 않는 범위에서 장관이 임명하는 형태이다. 정보통신 분야는 MITA산하 IDA(Information Development Authority)가 관할하고 있다. 정책 방향은 미디어 산업 육성에 중점을 두는 한편 공정경쟁을 유도하는 것이며, MDA의 관할권은 예술, 엔터테인먼트, 영화, 인터넷, 출판, 라디오, TV, 비디오, 비디오 게임 등을 포함하고 있다. 전략 목표는 (1) 미디어 교역의 중심지로서 싱가포르 건설, (2) 자국내 제작 콘텐츠 수출, (3)미디어 탠런트 풀 확대, (4) 사업 환경 개선을 위한 규제완화 검토 등이다.

또한 싱가포르는 국제 미디어 중심도시로 거듭나기 위한 'Media 21' 발표했다. 그 내용을 살펴보면, (1) 2012년 까지 미디어 분야의 GDP기여도를 현재의 1.7에서 3%로 성장할 수 있도록 목표 설정, (2) 미디어 산업에 10,000명의 일자리 창출 (현재 44,000명 종사), (3) 칸느 영화 시장, MIPCOM, MIPTV, 방송통상협상, 홍콩, 미국 영화 시장에 적극적인 참여 등이다.

미디어발전위원회의 권한 및 기능을 살펴보면, (1) 싱가포르 미디어산업 발전정책 수립, (2) 공익에 부합하는 미디어서비스의 적절한 범위에 관한 규범 마련, (3) 내용의 질과 균형, 주제의 범위 면에서 싱가포르 미디어서비스의 높은 수준 확보, (4) 방송사업자들의 공공방송 편성 장려 및 규제, (5) 미디어 서비스의 내용에 공익 또는 공공질서, 국민화합에 반하거나 바람직하지 않거나 품위 저해 방지, (6) 예술 엔터테인먼트, 딜러면허, 인터넷 사업자 허가, 신문 인허가, 해외방송 TV 승인, 위성 방송 면허, 수신전용TV 허가, 비디오 인허가, (7) 자국내 방송 면허, 차량 이동 라디오 면허, 이동 TV 방송면허 부여, (8) 미디어 비즈니스 센터운영: 방송, 인터넷 모바일 등에 기술적인 지원이나 기업간의 온라인 오프라인 네트워킹 제공, 원스탑 정보제공 영상 콘텐츠 개발 지원 (9) 미디어 교육, 미디어 인력 개발, 영화, 디지털 콘텐츠와 기술개발, 인터넷 공공 교육, 시장 개발, 공동제작, TV 콘텐츠 개발, 디지털 TV 개발 등에 대한 재정지원 등이다.

내용 규제와 관련해서 MDA는 매체가 도달하는 범위와 영향력에 따라 차별화된 내용규제를 적용하고 있는데 기본원칙은 방송사업자들의 자율규제를 유도하면서 규제기관과의 협력을 추구하는 공동 규제(co-regulation)이다. 또한 시청자들의 요구와 기대에 부응하기 위해서 약 250명의 9개 자문위원회를 상시운영하고 있다.

싱가포르 미디어 환경을 살펴보면 7개 지역 지상파 방송 채널 (Mediacorp. 소유), 43개 라디오 방송국 (FM 및 DAB), 케이블 방송(Starhub가 1999년에 최초로

케이블 방송 시작. 현재 100개 채널이 넘는 케이블 서비스 제공), HDTV 10개 채널(Mediacorp이 1개, Starhub가 4개, SingTel이 5개 제공), 모바일 방송(1,500여개의 버스, 택시, 페리, 쇼핑몰, 식당가 등에서 제공)이 있다. IPTV와 관련해서는 2단계 허가 제도를 도입하고 있는데 전국(nationwide) 및 틈새시장(niche) 단위로 허가 체계의 이중화를 의미 한다. 먼저 틈새시장(Niche)단위 사업자를 전국단위 서비스 제공업자와 다른 허가체계를 적용하는 이유는 IPTV사업을 활성화 시키고 더 많은 작은 사업자들을 시장에 끌어들여 경쟁을 통해 서비스를 향상시키고자 하는 목적이 있고 이는 결국 소비자들에게 더 많은 선택권을 부여한다는 점에서도 의의가 있다고 할 수 있다. 2008년 10월 현재 IPTV는 8개 서비스 제공사업자(1개 전국단위, 6개 틈새시장, 1개 임시)가 있고, SingTel이 제공하는 전국단위 사업자인 <mio TV>는 130개가 넘는 채널과 VOD, IPTV 서비스를 제공하고 있으며, <RAZOR TV>등과 같은 6개의 틈새시장(niche) 사업자가 있다.

3) 우리나라의 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 참여전략

방송통신융합시대 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의에서 우리나라 방송통신위원회 국제기구담당관실 역할은 매우 중요하다. 방송통신위원회 국제기구담당관실은 첫째, 급변하는 방송환경에 대응, 아시아·태평양 지역의 방송규제기관 간 정보와 인적 교류를 도모하고, 공동대응이 필요한 사항에 대한 협력체제를 구축해야 하며, 둘째, 국·내외 방송통신 정책 환경 변화(규제완화와 진흥 정책)를 바탕으로 다양한 국제방송규제기구 간 상호 공조를 통해 국가브랜드 향상 및 국내 방송통신융합산업의 해외진출을 활성화하기 위한 교두보를 확보해야 한다.

특히, 한류의 영향으로 우리나라 방송시장의 현황과 성공원인에 대한 지역내 국가들의 관심은 지대하다. 따라서 한국은 아시아-태평양 지역의 선도국가로서 지역내 방송발전 및 방송분야 협력을 강화하기 위해 주도적인 역할을 해야 할 책임과 명분을 갖고 있는 바, 향후 라운드테이블의 지속적인 성공을 위해서는 한국의 참여와 역할은 더욱 중요해지고 있다. 라운드테이블이 지역내 유일한 방송규제기관들의 회의체라는 점을 고려할 때, 국제협력사업의 기반강화 차원에서 우리 위원회도 방송정책주무기관으로서 동 회의를 정책적으로 지원하여 지역내 공동 관심사에 대한 동향을 파악해야 한다. 다음은 우리나라의 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 참

여전략이다.

첫째, 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의에서 각국이 발표한 방송통신 융합산업 현황보고 및 각 국가들과의 긴밀한 의견·정보교환을 바탕으로 각국의 방송통신융합산업 규제제도와 진흥제도의 실행 결과를 정밀 분석해야 한다. 특히, 우리나라의 산업과 연계해서 아·태 지역을 우리나라 산업이 진출한 분야와 규모에 따라 국가별로 그룹핑 해야 한다. 그 다음 방송통신위원회에서 목표와 명분을 세우고 자금(fund)을 지원하면 우리나라 사업자나 방송사에서 지정 국가에 방송통신융합시스템 구축하여 인프라설립 프로젝트를 수행하도록 해야 한다. 예를 들면, AIBD의 Korea fund는 DMB 사업 지원금으로만 사용하도록 규정하고 있다.

둘째, 각국의 방송통신융합산업 규제제도와 진흥제도의 장점과 단점을 공익성과 산업성이라는 두 가지 큰 축을 기준으로 정밀 분석한 후 공정하고 객관적인 평가를 내려야 한다. 그 다음 아·태 지역 국가의 방송통신융합산업 규제제도와 진흥제도가 우수하다고 평가되면 그러한 규제 및 진흥 제도나 모델을 적극적으로 벤치마킹하거나 혹은 우리나라의 방송환경 및 상황에 적합하도록 수정한 후 적용할 필요가 있다.

셋째, 분석 및 평가 결과를 바탕으로 각 국이 방송통신융합 산업분야에서 가장 중점을 두고 있는 분야와 가장 우선적으로 필요한 분야가 무엇인지를 기술/장비/정책/콘텐츠 측면에서 분석할 필요가 있다. 우리나라의 방송통신융합산업(기업체나 방송사)과 각 국의 정책대표들을 연결시켜서 우리나라의 우수한 기술/장비/정책/콘텐츠 등을 아·태지역 국가로 수출할 수 있는 교두보를 확보해야 한다. 일본의 예를 살펴보면 개발도상국에 아무런 대가를 바라지 않고 장기적 비전하에 기술자나기술자문 등의 인력을 지속적으로 파견하고 있다. 이것은 차후 개도국의 방송통신융합 기반시설 구축사업에서 우선권을 확보하려는 의도하고 하겠다. 특히, 우리나라의 콘텐츠 수출은 한류와 직접 연결시켜야 하고, 우수한 IT 기술 및 운영은 아·태지역 개발도상국의 방송통신융합산업 인프라 구축과 연계해야 한다. 이를 위해 우리나라도 장기적 안목으로 네 가지 분야(기술/장비/정책/콘텐츠) 전문 인력을 개도국에 무상으로 지속적으로 파견할 필요가 있다.

넷째, 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블을 활성화 및 정례화를 하기 위해서

는 방송통신위원회 국제기구담당관실이 주도적 역할을 수행해야 한다. 특히 아·태 규제기구회의 사무처³⁾를 운영할 필요가 있다. 방송통신위원회 국제기구담당관실·기업체·방송사 간의 긴밀한 공조를 통해 네 가지(기술/장비/정책/콘텐츠) 분야별 전문가 운영위원회를 구성하고 운영할 필요가 있다. 또한 방송통신위원회 국제기구담당관실에서 국제기구회의의 전담 상주 인력을 파견해야 한다. 상주 인력을 파견함으로써 아태지역 각국의 방송통신융합 관련 동향과 방송통신융합 관련 정보 수집 및 교환이 가능하다. 또한 매년 개최국 선정 문제로 고민하고 있는 아·태 규제기구회의를 우리나라에서 정기적으로 개최하거나 혹은 다른 나라에서 개최할 경우 적극적인 인적, 재정적 지원을 해야 한다.⁴⁾ 예산은 방송·통신·융합 사업자나 방송사와의 긴밀한 협조를 통해 기술 및 장비 전시회나 박람회 등을 동시에 개최하여 일정부분 확보가 가능하기 때문에 방송·통신·융합 관련 사업자와 방송사도 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의에 참여시킬 필요가 있다. 뿐만 아니라 지금까지 수행해 온 각국 방송통신주무기관의 과장급이나 차장급 라운드테이블 회의와 더불어 방송통신장관급 회의 등 한층 더 수준 높은 국제회의를 개최할 필요가 있다.

끝으로 아·태지역의 방송통신융합 환경의 변화 및 과정을 총괄할 아·태 방송통신융합 규제기구의 공동 설립이 필요하다. 급변하는 방송통신융합 환경에 제대로 적응하고 또 변화를 이끌어 가기 위해서는 아·태지역 각국의 방송통신융합 관련 규제기구를 공동으로 설립해서 정기적인 모임과 회의를 통한 공동 대처 방안을 마련해야 한다. [그림 10]은 효율적인 우리나라의 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 참여전략을 그림으로 보여주고 있다.

3) 아시아-태평양 지역내 유일한 방송규제기관 협의체이나, 세계규제기관포럼(International Regulator's Forum) 및 유럽지역규제기관회의(European Platform of Regulatory Authority) 등 타 규제기관 협의체와 달리 사무처나 연회비가 없어 실질적 운영에 애로사항이 많음.

4) 연회비가 없기 때문에 회의개최에 소요되는 비용을 개최국이 부담하여야 하므로 매년 회의개최국을 결정하기가 매우 어려움.

[그림 10] 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 참여전략



IV. 국제방송기구와의 효율적 연계방안

국제방송기구와의 효율적 연계방안을 논의하기에 앞서 먼저 우리나라의 방송통신 위원회의 역할에 대해 살펴 볼 필요가 있다. 그 후 상기 논의한 세 개의 국제기구와의 연계방안을 제언하도록 한다. 우리나라 방송통신위원회는 IIC, AIBD, 아·태규제기구 라운드테이블 등 다양한 국제방송규제기구와 국제교류 및 협력 방안을 강구할 필요가 있다. 즉, 각 국 방송규제기구 간 ‘직접적이고 지속적인’ 접촉 창구(Contact Points)를 우리나라 방송통신위원회 국제기구담당관실을 중심으로 구축해야 한다. 방송·통신·융합 분야의 인적교류, 기술교류 및 정보 교환과 더불어 방송통신 융합시대에 적합한 정책 및 규제기능 일원화 관련 정보 교환을 해야 한다. 뿐만 아니라 아·태지역 각 국의 정부기구 및 사업자가 참여하는 특별위원회를 구성해 향후 디지털 전환계획을 공동으로 수립해야 하고 방송·통신·융합 주무당국 간 협력 관련 MOU를 체결해야 한다.

방송·통신·융합 주무당국 간 협력 관련 추진 가능한 MOU의 내용을 구체적으로 살펴보면, (1) IPTV, DMB 등 신규서비스 관련 정책 교류, (2) 첨단 방송·통신·융합 기술 및 프로그램 제작 관련 양국 산업 간 협력 촉진, (3) 방송·통신·융합 콘텐츠 저작권 보호 협력, (4) 방송프로그램 교환(다큐멘터리 프로그램과 같은 양질의 문화콘텐츠 교류) 및 방송·통신·융합 인력 교류 촉진, (5) 방송·통신·융합 관련 국제행사에 각 국 대표 초청 및 적극 참여하는 등 협조, (6) 방송·통신·융합 장비(하드웨어, 소프트웨어) 기술 포합, 기술표준화협의회 구성, (7) 수출·수입 방송·통신·융합 프로그램의 유해 콘텐츠 규제방안(유해물로부터 어린이 보호방안) 공동 협력, (8) 디지털 전환의 촉진, DTV 전환일정 및 여유 주파수 이용계획 협력, (9) 항공기 및 선박내 이동전화 이용에 대한 규제 방안 논의, (10) 국민적 기대에 부응하기 위한 공익성의 제고 분야 협력, (11) 방송·통신·융합 산업의 성장을 위한 투자의 확대 협력, (12) 방송·통신·융합 분야에서 공정거래의 증진을 위한 공조, (13) 인공위성에 의한 방송프로그램의 전파월경 문제 상호 공조를 위한 실무팀 공동 운영 등이다. 특히, 최근 들어 전 세계가 주목하고 있는 녹색성장을 위한 방송·통신·융합 관련 Green IT 산업 육성 방안을 공동으로 강구할 필요가 있다. 구체적으로, 그린 방송·통신·융합 기술 및 장비 제작 사업 공동 추진, 방송·통신·융합 기술 및 장비 관련 폐기물 처리 공동 강구 및 그린 환

경보호/보존 프로그램 공동 제작 및 유통 등을 활성화시킬 수 있는 방안이 세부적으로 마련되어야 한다.

이를 위해 다음의 방송통신위원회 국제기구담당관실 직제⁵⁾ 중 “선택과 집중”이 필요하다.

1. 방송통신 관련 국제기구에 관한 정책의 수립·추진
2. 방송통신 관련 국제협약·협정의 체결·이행 및 제·개정에 관한 사항
3. 국제전기통신연합, 아·태전기통신협의회 등 통신 분야 국제기구의 운영 및 정책개발에 관한 사항
4. 국제방송통신기구, 아·태 방송개발기구 등 방송 분야 국제기구의 운영 및 정책개발에 관한 사항
5. 경제협력개발기구, 국제연합개발계획 등 다자개발기구의 방송통신 분야 정책형성 및 국제협력에 관한 사항
6. 방송통신관련 국제기구 및 국제행사의 유치·지원에 관한 사항
7. 방송통신 관련 국내 전문가의 국제기구 진출 지원에 관한 사항
8. 방송통신에 관한 국제기구와의 공동합작사업의 개발 및 참여에 관한 사항
9. 국제기구를 통한 개발도상국과의 방송통신 분야 인적교류 및 협력 등 국제정보격차 해소에 관한 사항
10. 국제정보격차 해소를 위한 방송통신 분야 인력교류 및 양성과 정책자문에 관한 사항
11. 유럽·아시아 및 아시아·태평양 지역 연구망 관리기구의 운영 지원에 관한 사항
12. 정보통신기술 아시아·태평양 훈련센터의 운영 지원에 관한 사항
13. 방송통신 관련 양자·다자간 정부 회의, 협력위원회 및 지역협력체의 구성·운영에 관한 사항
14. 방송통신 관련 지역별 국제협력 동향정보의 수집·분석 및 데이터베이스의 구축·운영
15. 국제 방송프로그램의 공동제작 지원에 관한 사항
16. 방송통신 관련 민간협력의 확대 및 지원에 관한 사항

5) 방송통신위원회와 그 소속기관 직제 [시행 2009.5.6] [대통령령 제21474호, 2009.5.6, 일부개정]

1. IIC

지금까지 우리나라의 국가 규제기관(Regulator)인 방송통신위원회의 IIC에서의 활동은 미약하였다고 볼 수 있다. IIC는 각 국가의 규제기관, 미디어 산업 종사자 및 관련 학계의 구성원 등이 모여 종합적인 각 국의 미디어 현황 및 규제 정책에 대한 논의를 하고 있다. 총회(Annual Conference)에서는 관련 미디어 종사자 및 참가자들이 방송과 정보통신에 관한 주제로 의견교환과 토론을 하고 있으며 우리나라도 규제기관인 방송통신위원회가 미디어 업계 및 학계와 함께 총회에 적극적으로 참여하여 전 세계적인 방송과 정보통신의 국제적 흐름(trend)을 파악하고 이를 우리나라 실정에 적용 발전시키려는 시도가 필요하다고 본다.

특히, 각 국가의 규제기관들의 비공개 포럼인 IIC의 IRF(International Regulators Forum)에 우리나라의 방송통신위원회가 적극적으로 참여함으로써 세계 각국의 방송과 정보통신 정책에 대한 정보를 교환 및 수집할 수 있는 기회로 적극 활용하는 것이 정책적 발전을 도모할 수 있는 방법이라 볼 수 있다.

IIC의 탈규제(deregulation) 및 경쟁에 관한 정책 포럼인 Telecoms & Media Forum에도 우리나라의 규제기관인 방송통신위원회가 주축이 되어 참여하고 더 나아가 각 방송사(KBS, MBC, SBS) 및 통신업체의 관심과 참여를 독려하여 각 국가의 방송통신융합 등의 산업적 측면을 파악할 수 있는 기회로 삼는 것이 필요하다.

IIC의 National Chapter는 전 세계 6개 지역에 두고 있는데 우리나라는 영국에 있는 IIC 사무국에 방송통신위원회의 상주직원을 파견하는 것과 함께 홍콩에 있는 아시아지역 National Chapter에 상주 직원의 파견을 통해서 IIC에서 개최하는 총회(Annual Conference), IRF(International Regulators Forum) 그리고 Telecoms & Media Forum 등에서 논의되어지는 다양한 의견 및 정책과제들의 효율적인 접근을 추구하여야 한다.

한편, IIC의 출판 분야에 대해서도 우리나라의 방송통신위원회가 관심을 두어 IIC에서 발간하는 정기간행물 intermedia 및 출판물에 우리나라의 방송 현황 및 제도 등을 소개하여 IIC 회원국에게 우리나라의 미디어 현황 및 활동을 알릴 수 있는 자세를 견지하여야 한다.

IIC에서 우리나라의 방송통신위원회 위상은 한국의 방송 및 정보통신 분야의 전체적 수준에 비해 상대적으로 낮은 것이 사실이다. IIC의 총회, IRF, Telecoms & Media Forum 및 National Chapter 등의 다양한 활동에 방송통신위원회가 주도적으로 방송과 정보통신 산업계 및 학계의 참여를 유도하고 방송통신위원회에서 상주 직원을 파견하여 각종 정책 및 정보를 파악하는 것이 국제기구를 통한 국제협력 측면에서 효과적인 전략이라 볼 수 있다.

2. AIBD

AIBD는 이란출신의 사무국장이 10년 동안 재임하며 강력한 리더십을 발휘하고 있고, 상주하는 중국과 파키스탄 출신의 전략기획팀 직원 1-2명이 대다수의 프로그램을 기획하고 운영하고 있어 이들과의 면대면(face to face) 접촉을 통해 친밀한 관계를 만들어야 할 필요가 있다. 그리고 현재까지 AIBD는 방송정책기구의 참여보다는 민간방송사를 포함한 방송사의 참여와 협력이 활발한 점을 감안해야 한다. 또한 영향력 있는 국가로서는 스웨덴과 독일, 프랑스 이외에는 아시아 국가에서 주도적인 국가가 없는 것으로 판단되고 특히 방송을 제외한 문화산업 분야의 국제기구에 주도적인 역할을 하고 있는 일본의 영향력이 상대적으로 미약하여 우리나라의 입장에서는 AIBD에 참여하고 이 기구를 적극 활용하는 것이 효과적이라 판단된다. 또한 AIBD는 원래 ABU의 후원으로 설립된 기구이고, 같은 건물을 쓰고 있다. 이러한 성격을 감안하여 ABU와의 관계도 소홀히 하지 않는 것이 필요하다.

보다 적극적인 방법으로는 각 나라의 대통령이나 수반, UN 대표, 산업계 관계자, 시민단체 등이 참가하여 미디어 발전, 방송통신 융합 등이 어떻게 인류에 이바지할 것인가와 같은 대 주제를 토론하는 회의인 세계전자미디어포럼(World Electronic Media Forum)이나, Asia-Pacific and Europe Media Dialogue과 같은 회의를 한국에서 개최하여 우리나라에 대한 대외적 위상과 인지도를 홍보하는 방안이 이상적이라 생각된다. 이외에도 정보와 방송에 대한 국가별 대표회의(Heads of States on Information and Broadcasting)와 미디어 개발을 위한 파트너 위원회(PCMD: Partnership Committee for Media Development)에 대한 한국 개최를 고려할 수 있겠다. 특히 미디어 개발을 위한 파트너 위원회(PCMD: Partnership Committee for Media Development)는 한국인 김은주 박사가 부회장으로 선출되어있는 상황이고,

UN, UNESCO, ITU 등과의 협력을 강화할 예정이므로 이를 적극 활용할 필요가 있다.

다음으로 우리나라의 뉴미디어와 방송통신융합 정책기구인 방송통신위원회의 업무와 정책방향을 적극 홍보할 필요가 있는데 이를 위해서는 아시아, 아프리카, 중동 국가에 대한 방송정책에 대한 지원교육이 효과적으로 판단되고, 방송사 차원에서는 저개발국가에 대한 방송기술지원과 기존에 EBS나 KBS가 행해 왔던 어린이를 위한 교육프로그램이나 다큐멘터리 공동제작에 적극 참여하는 방안이 요구된다.

마지막으로 한류의 지속과 국제적인 차원에서 우리나라의 콘텐츠 수출을 활성화 하기 위해서는 한국 TV드라마에 대한 소개와 포맷에 대한 워크숍을 개최하여 한국 드라마에 대한 이해를 도모하고 홍보하는 기회를 마련해야 할 것이다. 이와 같은 업무를 효율적으로 하기 위해서는 현지과건을 고려할 수 있는데 방송통신위원회와 방송사의 직원이 하나의 팀을 이루어 전자는 전체적인 지원과 기획, 정책관련 홍보 및 지원업무를 담당하고, 방송사의 직원은 실제적인 차원에서 기술지원, 콘텐츠 교육, 공동제작 등의 다양한 프로그램 운영을 맡는 방안이 이상적이라 판단된다.

3. 아·태규제기구 라운드테이블

아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의에서 우리나라 방송통신위원회 국제기구담당관실 역할은 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 급변하는 방송환경에 대응해서 아시아·태평양 지역의 방송규제기관 간 정보와 인적 교류를 도모하고, 공동대응이 필요한 사항에 대한 협력체제를 구축해야 한다. 둘째, 다양한 국제방송 규제기구 간 상호 공조를 통해 국가브랜드 향상 및 국내 방송통신융합산업의 해외 진출을 활성화하기 위한 교두보를 확보해야 한다.

전략적인 측면에서 첫째, 우리나라의 산업과 연계해서 아·태 지역을 우리나라 산업이 진출한 분야와 규모에 따라 국가별로 그룹핑한 다음, 방송통신위원회에서 목표와 명분을 세우고 자금(fund)을 지원하면 우리나라 사업자나 방송사에서 지정 국가에 방송통신융합시스템 구축하여 인프라설립 프로젝트를 수행하도록 해야 한다.

둘째, 각국의 방송통신융합산업 규제제도와 진흥제도의 장점과 단점을 공익성과 산업성을 기준으로 분석한 후 객관적인 평가를 내린 후 필요시 적극적으로

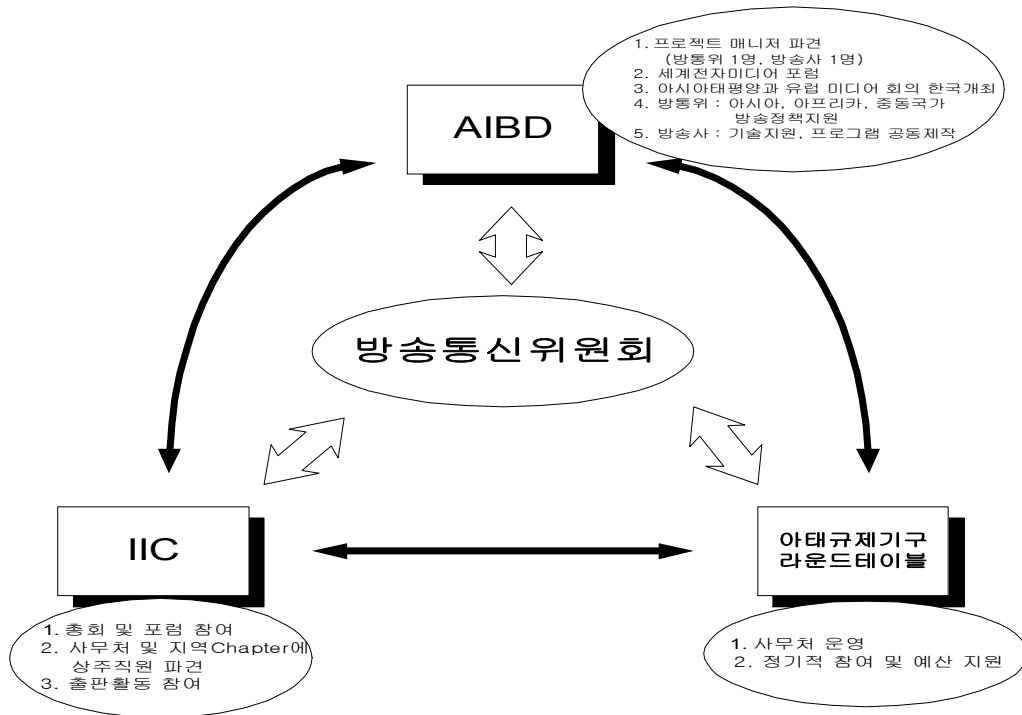
벤치마킹하거나 혹은 우리나라의 방송환경에 적합하도록 수정한 후 적용해야 한다.

셋째, 각 국이 방송통신융합 산업분야에서 가장 중점을 두고 있는 분야와 가장 우선적으로 필요한 분야가 무엇인지를 기술/장비/정책/콘텐츠 측면에서 분석해서 우리나라의 우수한 기술/장비/정책/콘텐츠 등을 아·태지역 국가로 수출할 수 있는 교두보를 확보해야 한다. 특히, 우리나라의 콘텐츠 수출은 한류와 직접 연결시켜야 하고, 우수한 IT 기술 및 운영은 아·태지역 개발도상국의 방송통신 융합산업 인프라 구축과 연계해야 한다. 이를 위해 우리나라도 장기적 안목으로 네 가지 분야(기술/장비/정책/콘텐츠) 전문 인력을 개도국에 무상으로 지속적으로 파견해야 한다. 뿐만 아니라 방송통신위원회 국제기구담당관실·기업체·방송사 간의 긴밀한 공조를 통해 네 가지(기술/장비/정책/콘텐츠) 분야별 전문가 운영위원회를 구성하고, 국제기구의 전담 상주 인력을 파견해야 한다.

넷째, 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블을 활성화 및 정례화 하기 위해서 우리나라가 아·태 규제기구회의 사무처를 운영해야 한다. 또한 지금까지 수행해 온 각국 방송통신주무기관의 과장급이나 차장급 라운드테이블 회의와 더불어 방송통신장관급 회의를 개최해야 한다.

다섯째, 아·태지역의 방송통신융합 환경의 변화 및 과정을 총괄할 아·태 방송통신융합 규제기구의 공동 설립해야 한다.

[그림 11] 종합적인 국제방송기구 활용 및 참여 방안



V. 결론 및 제언

국제사회에서 다자간 협상, FTA와 같은 양자 간 협상 등 방송통신 관련 국제조약 및 협상의 중요성이 증대하고 있는 시점이다. 상기 논의한 방송통신 산업을 둘러싼 대내외 환경과 국제기구의 현황에 대한 논의와 주요활동에 대한 조사를 중심으로 향후 우리나라의 방송통신 산업에 도움이 될 수 있는 국제협력 활동에 대한 시사점을 제언하면 다음과 같다.

IIC는 선진국을 중심으로 한 국제적인 방송기구라 할 수 있다. IIC는 정기적인 총회와 포럼을 개최함으로써 각 국의 규제기관 및 미디어 산업 종사자 그리고 학계 구성원의 방송과 정보통신에 관한 의견 및 토론을 교환할 수 있는 공론장을 마련하고 있다. 이를 통해 각 국가의 참가자들은 전 세계적인 방송과 정보통신의 국제적 흐름을 파악하고 있는 실정이다.

이에 우리나라도 국가 규제기관인 방송통신위원회에서 총회 및 각 포럼에 직접적으로 참여하고 관련 방송국 및 미디어 산업 종사자들의 참여 및 활동을 유도하여 국제적 트렌드(trend)를 파악할 수 있는 기회로 삼는 것이 바람직하다. 또한 IIC 사무국과 National Chapter 사무국에 상주 직원의 파견과 IIC의 간행물에 적극 참여함으로써 IIC와의 긴밀한 정보 교류를 하는 것이 국제기구와의 협력 측면에서 전략적 차원의 접근이라 할 수 있다.

AIBD에 대해서는 1980년대 까지 AIBD에서 한국의 방송현업인도 방송 연수를 받아왔다. 현재 ABU는 각 방송사별로 관여하고 있으나, AIBD의 경우 상대적으로 참여가 미흡한 면이 있다. 특히 AIBD에는 KBS가 방송정책기구 보다 더욱 활발히 활동하고 있다. 따라서 ABU와 AIBD 공히 이 두 기구에서의 대표적 정부기관인 방송통신위원회의 더욱 활발한 참여와 활동이 필요하다.

그런 면에서 독일의 프리드리치 에버트 재단(Friederich Ebert Foundation)의 활동을 참고할 필요가 있다. 이 기구는 AIBD에 직원을 파견해서 스폰서로서의 활동을 하고 있다. 그리고 프랑스의 경우도 전문 인력을 상주시켜 프로젝트 매니저의 기능을 담당하고 있다. 따라서 방송통신위원회의 경우도 예를 들어 ASEAN 국가를 대상으로 방송통신 정책 및 실무교육을 위한 서비스 오피스를 개설할 필요가 있다.

이를 위해서는 방송통신위원회의 일정 예산이 필요하지만 프리드리치 에버트 재단에서 행하고 있는 것과 같은 큰 물적 지원보다는 인적네트워크 교류를 활성화시

키기 위한 관리체제 구축을 위한 프로젝트 사무소의 역할을 프로젝트를 매니저를 통해 하는 것이 현재로서는 더욱 이상적으로 보인다. 즉, 독립기구 설립이나 직접 많은 분담금을 투자하는 것 보다는 간접적인 방식이 바람직하다는 것이다.

예를 들어 방송통신위원회와 방송국의 담당직원이 각 1-2명 정도 파견근무를 하면서 정책, 방송통신 기술, 교육, 장비 등에 대한 지원과 교육 등을 현지에서 담당할 수 있는 시스템을 고려할 수 있다. 왜냐하면 지금과 같이 방송국 직원이 파견되거나, 정기포럼이나 세미나에 참석하여 대외활동을 하고, 정보를 수집하는 방법으로는 적재적소에 어떤 지원이나 기획이 필요한지를 알고 적절하게 대응하는 데는 한계가 있기 때문이다. 또한 방송국 보다는 한국의 대표적인 방송통신 정책기구가 직접 현지에서 활동한다면 한국의 대외적인 인지도를 더 높일 수 있고, 현지에서도 한국의 방송통신 산업과 필요한 정책에 대한 요구도 상당 부분 존재하고 있기 때문이다. EBS와 KBS의 담당자의 경우도 방송사 소속 현업PD가 AIBD의 컨설턴트로 참여하고 있기 때문에 한국의 대표성을 알리기에는 한계가 있다는 점을 지적했다.

또한 한국의 방송통신 기술을 포함한 정보기술과 방송통신위원회의 정책 및 기능 등의 선도적 위상에 비해 관련 국제기구에서의 의사결정에 참여할 수 있는 전문 인력이 상당히 부족하다는 점을 고려할 때 이를 담당할 전문 인력의 양성 필요성이 매우 크다. 이러한 측면에서 볼 때도 방송통신 관련 국제협력 기구에 직접 인력을 파견하여 전문가를 양성하는 것은 장기적으로 우리나라의 국익에도 도움이 되는 방법이라 판단된다. 이를 통해 방송통신위원회는 국내 관련 정부기관과 협력하여 미국, 서유럽, 일본 등 방송통신의 선도국의 헤게모니에 대처할 수 있는 교섭력을 키워야 하고, 향후 중앙아시아 및 동남아시아 국가 등 개발도상국에 대한 우리나라의 방송통신의 발전경험을 교육 및 연수 등 지원 프로그램 등을 통해 널리 알려야 할 필요가 있다.

아시아-태평양 규제기구 라운드테이블과 관련해서는 이 회의에서 우리나라 방송통신위원회 국제기구담당관실은 아시아-태평양 규제기구 라운드테이블 회의에서 주도권을 선점하기 위해 우리나라가 아·태 규제기구회의 사무처를 운영해야 할 필요가 있다. 그리고 장기적 안목을 가지고 기술/장비/정책/콘텐츠 분야의 전문 인력을 아·태지역 개도국에 지속적으로 파견해야 하며, 우리나라의 우수한 기술/장비/정책/콘텐츠 등을 아·태지역 국가로 수출할 수 있는 교두보를 확보해서 국내 방송통신융합산업의 해외진출을 활성화해야 한다.

상기에서 언급한 대로 국제기구에 대한 개별적 참여를 통해 효율성을 높이기 위해서는 방송사와 함께 방송통신위원회의 인력이 직접 현지에 상주할 필요가 있다. 프로그램 제작, 방송통신기술 및 장비, 인적자원 교류 등 다양한 분야에서 현지에서 진행되는 업무를 시의 적절하게 수집할 수 있고, 방송통신위원회가 행사를 직접 진행하여 한국의 프로그램 제작팀이 일을 맡을 수도 있을 것이다. 그리고 개발도상국의 방송인들을 국내로 초청해 교육시키고, 글로벌 경쟁상황에서의 한국의 정책개발과 대응, 방송기술, 프로그램 제작 경험을 전수시킬 수 있는 기회도 더욱 많이 창출할 수 있을 것이다.

이러한 국제기구에 대한 다양하고도 집중적인 참여를 통해 일차적으로 국제기구 내에서의 영향력을 제고하고, 나아가서 한국의 방송정책기구인 방송통신위원회의 존재를 국제사회에 널리 알릴 수 있는 기회 확보를 통해 우리나라의 국제적 위상을 높이기 위한 제반노력이 지속적으로 요구된다. 뿐만 아니라 방송통신위원회의 이러한 정책적 역할과 노력을 우리나라 방송통신 산업과 연계하여 우리나라 산업이 세계적으로 뻗어나갈 수 있는 교두보를 확보해야 할 것이다.

참 고 문 헌

<국내문헌>

- 강태영(1996). 방송프로그램의 국제경쟁력.
- 권호영(2001). <국내 TV프로그램의 무역>, 2001 방송인 ‘디지털 시대, 국내 방송산업의 발전방안’, 한국방송협회, 2001. 6. 7.
- 김영덕(2007). 일본내 방송한류 현황과 전망. <KBI 포커스> 통권36호, 2007.9.3.
- 김호기(2000). 지구문화와 모더니티의 세계화. <사회와 문화>, 제12집, 1-19.
- 나낙균(2007). 한미 FTA 방송부분 협상결과의 평가와 방송영상산업의 대응방안, 방송통신 융합과 한미 FTA 체결 이후 방송영상산업 시장의 활로 모색, 한국방송학회 세미나 및 보고서, 2007. 11, 31-58.
- 박정수·최봉현(2008). 방송통신서비스의 해외진출 지원방안. 2008. 12. 산업연구원 보고서.
- 박창희·나낙균 (2005). 매체융합시대 방송영상산업정책의 방향과 원칙에 관한 연구. <한국방송학보>, 19(4), 253-306.
- 서보현 외(2002). 국제기구의 주요정보통신정책 이슈에 대한 효과적 대응방안 연구, 정보통신정책연구원.
- 심석태(2004). 『문화적 예외와 방송시장 개방』. 나남.
- 아시아 태평양 방송개발 연구원 설립 개정 협정(외교통상부고시 제2001-434호, 관보 제14972호, 2001. 12. 8.
- 오정남(2006). WTO/DDA 서비스 협상에서 방송시장 개방에 관한 연구, 경남대 경영대학원 석사논문.
- 윤성옥(1996). 국내방송사 대외협력 및 교류현황, <방송문화>, 5-21.
- 윤성옥(2003). 프로그램 교류, 세계방송흐름에 발맞출 수 있어 도움, <방송문화>, 34-3.
- 윤재식(2003). 『WTO와 방송시장개방』, 커뮤니케이션북스
- 윤재식(2004). <‘한류’와 방송영상 콘텐츠 마케팅>, 커뮤니케이션북스.
- 윤재식(2007). ‘한류’ 위기 극복을 위한 신시장 교류 확대와 네트워크 구축방안

- 카스피해 연안국을 중심으로. 한국언론학회 주최 "2007년 방송한류의 성과와 과제" 세미나 발제집, 2007. 12, 35-63.
- 이강규(2009). 방송관련 국제기구 및 단체 현황. KISDI <방송통신정책>, 21(16), 통권 469호. 1-48.
- 이상우(2005). 통신·방송 융합과 방송시장개방-유럽과 미국의 사례를 중심으로. <한국방송학보>, 19(1), 142-177.
- 정윤식(2006). 방송시장개방 법제와 정책. 한국방송학회 2006 가을철 정기학술대회 발표논문집, 457-489.
- 정인숙(2007). 한미 FTA체결에 따른 PP시장 전망과 활성화 방안, 디지털 미디어트렌드. 2007년. 5월호., vol 13, 미디어미래연구소.
- 정정숙 외(2005). 국제기구를 통한 문화협력사업 활성화 방안. 한국문화관광정책연구원 보고서.
- 최현철·박천일·안석환·안재경(1997). 국내 위성통신·방송활성화 및 관련 산업 육성 방안에 관한 연구. 정보통신부.
- AIBD 연차총회 결과보고(2009). 내부자료.

<외국문헌>

Director's Report (2009). AIBD 총회 발표용 내부자료.

<신문 및 인터넷 자료>

- 김지연(2006). 아이뉴스24. "방송콘텐츠 진흥 경험 공유하자"...한-인도네시아, 2006년 11월 23일
- 김재철(2006). 디지털데일리. 한국 방송정책의 세계화, 방송위가 된다, 2006년 11월 23일
- 김창현(1999). 전자신문 테마특강. 아·태지역 방송규제 변화 동향, 1999년 10월 12일
- 방송통신위원회 국제기구담당관실 내부자료. 2005, 2007, 2008.
- 세계방송통신기구(www.iicom.org)

아시아태평양방송개발기구(www.aibd.org.my)

안길섭(2005). 디지털데일리. 방송위 ‘아·태 규제기구 라운드테이블’ 참석, 2005
년 11월 21일

이설영(2004). 아이뉴스24. “방통융합 해법 찾는다” ... 아태지역 방송규제기구
한자리, 2004년10월 28일

이설영(2004). 아이뉴스24. 제9회 아-태 방송규제기구 라운드테이블, 2개 결의안
채택, 2004년 11월 07일

방송통신위원회 지정 2009-02

국제방송기구 조사 및 협력방안에 관한 연구

발행일 2009년 12월 (비매품)

발행인 최시중

발행처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20 (세종로100번지) 방송통신위원회

대표전화 : 02-750-1114

E-mail : webmaster@kcc.go.kr

Homepage : www.kcc.go.kr

인쇄처 드림이노플래너스
