

## 방송통신위원회 속기록

□ 회 의 명 : 제30차 방송통신위원회 회의

□ 회의일시 : 2019. 6. 19.(수) 09:31

□ 장 소 : 방송통신위원회 4층 회의실

□ 참석위원 : 이효성 위 원 장  
김석진 부위원장  
표철수 상임위원  
허 욱 상임위원  
고삼석 상임위원 (5인)

□ 불참위원 : 없 음

---

## 제30차 방송통신위원회 회의 속기록

---

【 09시 31분 개회 】

### 1. 성원보고

- 이효성 위원장
  - 김영주 의안·정책관리팀장, 성원 보고해 주십시오.
- 김영주 의안·정책관리팀장
  - 재적위원 전원이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

### 2. 국기에 대한 경례

- 김영주 의안·정책관리팀장
  - 국기에 대한 경례를 하겠습니다. 모두 일어서서 전면의 국기를 향해 주십시오. 국기에 대하여 경례, 바로. 자리에 앉아 주십시오.

### 3. 개회선언

- 이효성 위원장
  - 2019년도 제30차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

### 4. 전차 회의록 확인

- 이효성 위원장
  - 제28차 회의의 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

### 5. 회의공개 여부 결정

○ 이효성 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 1건 및 <보고안건> 1건이 상정되었습니다. 이 안건을 공개로 심의 하는데 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 그럼, 오늘 회의는 공개로 진행하겠습니다.

오늘 회의는 안건 심의의 효율성을 위해 <보고안건>, <의결안건>의 순으로 진행하도록 하겠습니다.

## 7. 보고사항

### 가. 「방송법」 일부개정안에 관한 사항

○ 이효성 위원장

- 먼저 <보고안건 가> “ 「방송법」 일부개정안에 관한 사항”에 대하여 김재철 방송광고정책과장님 보고해 주십시오.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 보고드리겠습니다. <1> 보고 사유입니다. 국정과제 추진계획 및 2018년 11월 9일 위원회에 보고된 「방송산업 활성화와 균형발전을 위한 방송광고 정책방향」에 따라 협찬제도 개선을 위한 「방송법」 일부개정안을 보고하기 위함입니다. <2> 개정 사유입니다. 방송광고시장 악화로 방송사업자의 협찬 의존도가 심화되고, 일부 방송프로그램과 홈쇼핑 프로그램의 연계 편성으로 인해 소비자 피해가 발생하는 등 협찬거래의 투명성 문제가 지속적으로 제기되어 왔습니다. 이에, 협찬제도가 건전한 제작재원으로 자리매김하고, 협찬거래의 공정성과 투명성을 제고할 수 있도록 법적 근거를 신설하는 등 「방송법」을 개정하고자 합니다. <3> 주요 개정 내용입니다. <1> 협찬의 법적 근거 마련입니다. 안 제2조22, 22의2, 22의3 관련입니다. 방송의 공정성·객관성 보장 및 협찬거래의 투명성 제고를 위한 전제로서 ‘협찬’ 및 ‘협찬주’의 개념을 신설하는 것입니다. 내용은 자료를 참조해 주시면 되겠습니다. <2> 협찬의 허용범위 명시입니다. 안 제74조제1항 관련입니다. 원칙적으로 협찬을 허용하되, 방송의 공정성을 저해할 우려가 있는 정치단체로부터의 협찬, 시사·보도 프로그램 등의 협찬은 금지합니다. 세부내용은 자료를 참고해 주시면 되겠습니다. 4페이지입니다. <3> 협찬의 종류는 대통령령으로 정하도록 했습니다. 안 제74조2항 관련입니다. 협찬의 종류는 대통령령으로 정하도록 위임의 근거를 마련하고자 합니다. <4> 필수적 협찬고지입니다. 안 제74조제3항과 제4항 관련입니다. 협찬고지 여부는 원칙적으로 사업자 자율로 하되, 협찬주가 판매하는 상품이나 용역의 효능을 다루는 경우 등 시청자의 이익을 보호할 필요가 있는 경우에는 협찬고지를 의무화 합니다. <5> 세부기준에 대한 위임 근거 마련입니다. 안 제74조제5항 관련입니다. 협찬 및 협찬고지의 방법, 세부기준 중 필요한 사항은 방통위 고시로 정하도록 위임 근거를 마련하는 것입니다. <6> 사업자의 불공정행위 금지입니다. 안 제74조의2제1항 관련입니다. 방송의 공정성 및 공공성을 제고하기 위하여 방송사업자 등은 협찬과 관련하여 협찬주에게 정당한 사유없이 광고효과를 주는 행위

등을 금지합니다. 자세한 내용은 자료를 참조해 주시면 되겠습니다. <7> 협찬주의 방송프로그램 간여 금지입니다. 안 제74조의2제2항 관련입니다. 협찬주가 협찬을 대가로 방송프로그램의 내용에 영향을 미치거나 편성에 간여할 수 없도록 하고자 합니다. <8> 자료의 보관 및 제출 의무입니다. 안 제74조의2제3항 및 제4항 관련입니다. 대통령령으로 정하는 일정 규모 이상의 방송사업자는 협찬관련 매출자료를 보관하여야 하며, 방통위가 「방송법」 위반 여부에 대한 사실확인을 위하여 자료 제출을 요구하는 경우 이에 따르도록 했습니다. 자세한 내용은 자료를 참조해 주시면 되겠습니다. <9> 법규위반 모니터링 및 불공정행위 실태과악 근거 마련입니다. 시청자미디어재단이 방송광고·협찬 관련 법규위반 행위에 대한 모니터링 및 방송사업자의 불공정행위에 대한 실태과악 업무 등을 수행할 수 있는 법적 근거를 마련하고자 합니다. 내용을 참조해 주시면 되겠습니다. <10> 행정제재 관련입니다. <가> 과징금 부과 사유 개정입니다. 안 제100조제1항 관련입니다. 기존에 협찬고지 규칙을 위반한 경우 과징금을 부과하던 것을 협찬의 허용범위를 위반한 사업자에 대해서 과징금을 부과할 수 있도록 개정하고자 합니다. <나> 과태료 부과입니다. 안 제108조제1항 관련입니다. 방송사업자 및 외주제작사가 협찬 또는 협찬고지 관련 규정을 위반한 경우 3,000만원 이하의 과태료를 부과합니다. 또한, 협찬주가 협찬을 조건으로 방송프로그램의 내용이나 편성에 간여한 경우에도 과태료를 부과할 수 있도록 하고자 합니다. 자세한 내용은 자료를 참조해 주시면 되겠습니다. <4> 향후 일정입니다. 입법예고 및 관계부처 협의와 규제위 심사, 법제처 심사를 거쳐 차관회의와 국무회의 순으로 진행하도록 하겠습니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 방송사업자 광고매출 말고 협찬매출이 많이 증가하고 있는 추세이고, 다양한 형태의 협찬주들이 실제 방송 프로그램 구성이나 편성에 영향을 미치는 경우들이 많습니다. 그래서 이것이 보다 명확하게 하자는 뜻에서 이 안건이 올라온 것이기 때문에 저는 원안에 동의합니다. 단지 본문 입법예고안에 있는 문안에 대해 분명하게 하기 위해 물어보고자 합니다. 5쪽에 나와 있는 입법예고안 제74조의2제1항제1호 “정당한 사유 없이 협찬주에게 광고효과를 주도록 방송프로그램을 제작·구성하는 행위”라고 되어 있는데 제작하는 행위는 이해를 하겠는데 구성하는 행위는 어떤 것을 염두에 두고 문구에 들어 있는지 궁금합니다.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 저희가 제작과 구성은 프로그램을 만드는 하나의 행위로 보고 동일한 유사한 의미로 쓰긴 한 것인데 제작과 구성이...

○ 표철수 상임위원

- 방송프로그램을 제작하는 행위로 하면 되지, 구성이라는 것이 의미가 불분명하다고 봅니다. 이것은 굳이 없어도 되는 표현이 아니겠느냐는 뜻에서 말씀드립니다. 그다음에 6쪽에 나와 있는 제74조의2(협찬관련 사업자의 준수 의무)에 “협찬주는 협찬을 대가로 방송프로그램의 구성이나 내용에 영향을 미치거나 방송사업자의 편성의 독립성을 저해해서는 아니 된다”고

되어 있는데 편성의 독립성은 다른 법조항에도 이미 규정되어 있는 것입니다. '협찬주가 협찬을 대가로 방송프로그램의 구성이나 내용 그리고 편성에 영향을 미쳐서는 아니 된다' 이렇게 해도 될 텐데 굳이 '영향을 미치거나 방송사업자의 편성의 독립성을 저해해서는 아니 된다' 이렇게 어려운 표현으로 갈 필요가 있는지, 그 부분만 이야기하고 싶습니다.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 이 부분은 현재 고시에 있던 문구를 그대로 쓰다 보니까 이렇게 된 것인데, 좀 전에 위원님 말씀하신 대로 입법예고 과정에서 약간의 문구 조정은 있을 수 있습니다. 좀 전에 위원님 말씀하신 내용들을 반영해서 조금 단순화시켜 보겠습니다.

○ 표철수 상임위원

- 앞으로 입법예고할 때 법제처와 협의하는 과정이 있지요?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 예, 그 과정에서 계속 수정은 이루어질 수 있습니다.

○ 표철수 상임위원

- 좀 더 다듬어지면 좋겠습니다. 큰 취지에서 저는 원안에 동의합니다.

○ 이효성 위원장

- 다른 위원님 또 의견 있으면 말씀해 주시지요. 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 몇 가지만 이야기하겠습니다. 이것은 앞부분에 나와 있습니다만 제4기 방통위 그리고 새 정부 들어서 국정과제로 진행하고 있지만 과장님께서 잘 아실 것입니다. 이것이 꼭 현 정부 들어서 국정과제일 뿐만 아니라 지난 제3기 방통위 내내 국회 국정감사에서 지적된 사항입니다. 그것 알고 계시지요?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 예, 그렇습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 국회에서 어떻게 지적되었습니까? 요지만 간략하게 말씀해 주시지요.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 현재 협찬제도의 투명성 문제가 계속 제기되었습니다. 협찬거래와 집행과정, 그다음에 이것이 불투명하다는 문제가 제기되어서 그 이유 중 하나는 협찬에 대한 정의가 법적으로 없고, 협찬 고지만 규정하기 때문에 굳이 시사·보도 프로그램에서 협찬을 받더라도 고지하지 않으면 아무 문제가 없는 현재 이런 법규 해석이 이루어지고 있습니다. 그래서 그런 것 때문에 투명성을 제고하라고 지속적으로 제기가 되어 왔고 이에 따라 추진하게 된 것입니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 벌써 횡수로 하면 3, 4년 되었습니다. 그때 당시에 저도 있었기 때문에 말씀드리면 방송통신 위원회가 방송사들 협찬이 왜 이렇게 주먹구구식으로 운영되고 불투명하게 운영되는데 제도 개선을 하지 않고 있느냐는 지적들이 여야 의원들 가리지 않고 나왔습니다. 그래서 그때 당시 국회에 제출된 입법안도 있습니다만 시행령에 규정해야 할 것들을 상향 입법해서 '그러면 차라리 국회가 입법해 주겠다' 이런 식으로 국회에서 문제제기를 강하게 하였습니다. 그런데 우리가 3, 4년째 이것을 끌어 오고 있는 것입니다. 물론 지금 어려운 광고시장을 생각해 보면 협찬 제도를 통해 일정 정도 재원을 마련하는 것이 불가피한 부분은 인정합니다. 그러나 최소한 사업자들이 협찬을 받고, 또 협찬을 통해 마련된 재원을 제작비에 투여한다면 아주 투명하게 협찬을 유치하고 협찬의 재원이 어떻게 사용되는지 이러한 것들이 다 공개가 되어야 합니다. 그런데 지금 그렇게 됩니까? 과장님, 어떻게 되고 있지요?

○ **김재철 방송광고정책과장**

- 저희가 협찬에 대한 자료를 요구해도 사업자가 제출하지 않고 있습니다. 이유는 영업상의 비밀이라는 이유로 제출하지 않고 있는데 그것을 위해서도 사실관계 확인을 위해 필요한 경우에는 자료를 요구하면 방송사는 거부할 수 없도록 하는 것들을 추진하고자 합니다. 그렇게 되면 더 투명해질 것이라고 보고 있습니다.

○ **고삼석 상임위원**

- 방송의 협찬제도를 합리적으로 개선하고 투명하게 운영하도록 하는 것은 진작 끝났어야 할 사안입니다. 그렇기 때문에 이번 기회에 늦었지만 방송법 개정을 통해 협찬제도를 전면적으로 정비하고 무엇보다 투명하게 운영하도록 하는 것은 잘한 것입니다. 마지막 하나 지적할 것은 향후 일정입니다. 물론 규개위 심사, 법제처 심사가 있기 때문에 이것이 우리 일정대로 진행 되지 않을 수도 있습니다. 그런데 이것은 조금 느슨하다고 생각합니다. 지금 우리가 구체적으로 일정을 시간대별로 다 정할 수 없고 우리 뜻대로 돌아가지 않지만 하반기에 '차관회의·국무회의 의결' 이렇게 하는 것은 좀 그렇습니다. 그래서 국이나 과 차원에서는 데드라인을 정하십시오. 정기국회에 논의가 될 수 있도록 한다거나 이렇게 해야 합니다. 아시겠지만 내년 총선이 있으면 정기국회 예산도 그렇고 법안심의도 그렇고 약간 부실하게 진행될 우려가 있습니다. 이런 부분들에 대해서는 우리가 국회에 대해 할 것 다 해서 '법 만들어 주세요', '통과시켜 주세요' 이런 요구를 할 수 있어야 합니다. 그런 부분에 대해서 관리를 해주시기 바랍니다.

○ **김재철 방송광고정책과장**

- 최대한 앞당기도록 노력하겠습니다.

○ **양한열 방송기반국장**

- 일자에는 뒤에 포괄적으로 나와 있지만 실제로 중점 처리해야 할 법안으로 생각하고 있습니다. 최대한 신속하게 추진하도록 하겠습니다.

○ **이효성 위원장**

- 다른 의견 주시지요. 허 욱 위원님 말씀하십시오.

○ 허 욱 상임위원

- 최근 수년간 방송광고 매출이 하락하면서 방송사 협찬수익에 대한 의존도가 높아지고 있습니다. 특히 일부 종편사의 경우에는 협찬비율이 방송광고 매출을 웃돌기도 했습니다. 협찬 매출이 지속적으로 증가한 이유는 여러 가지 있겠지만 미디어 환경 변화에서 주요 원인을 찾을 수 있을 것입니다. 프로그램 밖에 존재하는 방송광고의 효율이 떨어지면서 광고주, 즉 협찬주는 프로그램 내 광고, 즉 간접광고와 가상광고에 대한 수요를 꾸준히 늘려가고 있습니다. 이러한 니즈를 파악한 방송사와 미디어렙사는 간접광고와 제작협찬을 하나의 상품으로 묶어 판매하면서 협찬매출의 비중이 급속히 늘어나고 있는 것입니다. 광고시장에서 협찬이 중요한 판매 채널임에도 불구하고 규제 사각지대에 있다 보니 다소 음성적인 거래방식이 있었고, 이에 대한 시청자단체 등의 비판이 꾸준히 제기되어 왔습니다. 협찬의 음성적인 거래방식이 예를 들면 홈쇼핑방송에서 판매 중인 상품과 동일한 상품을 유사한 시간대에 종편PP에 협찬하여 소개하는 이른바 연계편성을 꼽을 수 있습니다. 또한 정보제공 프로그램에서 협찬주의 특정한 상품 기능을 정보로 포장해서 방송하는 사례 등 협찬주가 방송프로그램 내용에 영향을 미치는 사례가 증가하고 있습니다. 이는 협찬에 대한 규제가 필요한 근거들이라고 생각합니다. 협찬은 그동안 사적 자치에 맡겨온 입법 영역과 협찬 의존도가 높은 제작 현실을 고려할 때 법률로 규제하는 것이 쉬운 일은 아닐 것입니다. 그러나 협찬이 방송의 공정성과 제작·편성의 자율성을 저해하지 않으면서도 건전한 방송제작 재원으로 자리매김할 수 있도록 법률에 최소한의 규제 근거를 신설하는 것은 반드시 필요합니다. 협찬금을 받고 우호적인 보도를 하거나 협찬주의 요구에 맞춰서 협찬주 상품이 광고효과를 얻도록 프로그램을 제작하는 경우 등 부작용에 대한 규제 요구는 이미 국회나 언론을 통해 수차례 지적되어 왔습니다. 해외사례를 보면 유럽연합의 시청각 미디어 서비스 지침이나 독일, 프랑스, 영국 등에서도 협찬에 대해 규제를 하고 있습니다. 협찬은 허용하되, 방송프로그램이 협찬을 받아서 제작된 경우에는 시청자 고지의무를 부과하고 있고, 협찬주는 방송의 공적책무와 편성권 독립에 영향을 미쳐서는 안 된다고 명시하는 등 협찬 규제는 이미 주요국에서도 시행되고 있는 것이 현실입니다. 따라서 방송법 개정안 원안 접수에 동의합니다. 고삼석 위원님께서 말씀하셨는데 저도 마찬가지로 의견입니다. 추진 일정이 하반기로 잡혀 있는 것이 너무 느슨하다고 느껴졌습니다. 그래서 20대 국회 일정을 잘 감안해서 추진 일정을 신속히 당겨주실 것을 당부드립니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 또 다른 위원님 말씀하십시오. 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김석진 부위원장

- 다른 위원님들이 다 지적을 많이 하셨으니까 저는 중복을 피해 몇 가지만 말씀드리겠습니다. 그동안 음성적으로 이루어지던 협찬이 투명하게 드러나게 되고, 또 거기에 대한 여러 가지 부작용도 이제는 미리 차단할 수 있다, 이런 것이 이번 입법에 의의가 아닌가 싶습니다. 그래서 협찬의 정의를 신설하고 허용범위를 명시한 것은 뒤늦게 근거를 마련했다는 점에서 의미를 찾을 수 있습니다. 여기 보면 이번에 가장 의미가 있다고 보는 것이 자료의 보관 및 제출 의무를 명시한 부분입니다. 그래서 매출규모도 나오지 않고, 매출규모가 나오지 않다

보니까 방발기금에 적용되는 부분도 연결이 안 되고 있습니다. 그래서 이런 부분도 앞으로 매출규모가 드러나면 다음 단계는 협찬에 대해서도 앞으로는 결국 방발기금을 부과하는 이런 방안까지도 같이 연계가 되어야 할 것입니다. 그래서 협찬 관련 매출 자료를 보관하고, 또 제출의무를 부과하는 것이 상당히 의미가 있다고 봅니다. 과징금과 과태료를 부과하는 조건을 구체적으로 명시했습니다. 다만, 한 가지 7페이지를 보시면 과징금 부과 사유를 개정하는 데 있어서 '협찬의 허용범위를 위반한 사업자에 대해서는 과징금을 부과할 수 있다' 이렇게 입법 예고안에 나갑니다. 그런데 이것이 현행 규정과 어느 부분이 달라졌는지 명확하지 않아서 물어보고자 합니다. 그래서 협찬의 허용범위를 위반이라고 되어 있는데 협찬위반 허용범위를 이번에 개정하는 것을 보면 2가지입니다. 정당이나 정치적 이해관계를 대변하는 단체로부터는 협찬을 받을 수 없고, 시사·보도, 논평 또는 시사토론 프로그램을 제작하는 경우에는 역시 협찬을 받을 수 없다, 이렇게 2가지만 규정되어 있습니다. 협찬의 허용범위를 위반한 구체적인 사항은 앞으로 고시에 명시가 됩니까?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 지금 말씀하신 2가지의 경우에는 과징금을 부과하고, 나머지 형태는 다 과태료를 부과하는 것으로 이원화되어 있습니다. 그런데 이전 법에는 관련법령이 없다 보니까 협찬고지 규칙 전체를 가지고 과징금을 부과할 수 있게 해 놓고 후에 과태료를 부과할 수 있게 되어 있었는데 이번에 정비한 것입니다. 그래서 정당이나 그다음에 시사·보도 프로그램에 협찬이 금지된 곳으로부터 받은 협찬에 대해서는 과징금을 부과하고, 다음 협찬을 받을 수 있는 영역에서 고지하지 않거나 잘못된 경우에는 과태료를 부과하는 것으로 이원화했다고 보시면 되겠습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그렇게 구분이 명확하게 됩니까?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 이번에 명확히 구분하였습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그것이 궁금해서 물어봤습니다. 이번에 협찬이 앞서 다른 위원님들도 지적하셨지만 해마다 20%씩 늘고 있습니다. 어떤 종편은 광고매출액보다도 오히려 협찬이 더 많은 경우도 드러나고 있는데, 그래서 '자료보관' 그것이 이번에 의미가 있다고 보기 때문에 매출규모 또 협찬의 종류, 어느 프로그램에 어떻게 들어가 있는지 그런 부분들이 분명하게 드러날 수 있게 되는 것입니까?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 예, 그렇습니다. 보관의무가 있기 때문에 사업자는 협찬을 받으면 반드시 관리할 의무가 생깁니다.

○ 김석진 부위원장

- 그것이 사업자 간에는 신경이 쓰이는 부분일 것입니다. 또 협찬주 입장에서 보면 그것이 어느

프로그램에 어디에 얼마가 나갔다는 자료가 드러나게 되면 또 압박을 받을 것입니다. 우리 종편에는, 또는 우리 방송사에는 왜 협찬을 안 해 줬느냐 해서 협찬주를 압박하는 수단으로 이용될 수 있기 때문에 '이런 부분은 영업비밀이다' 이런 식으로 해서 방어를 많이 할 것입니다. 그런 부분들을 어떻게 하면 투명하게 끌어낼 수 있는지 이런 부분은 앞으로 고시 개정 시 구체적으로 그런 부분들 손질을 잘해야 한다고 생각합니다. 그런 부분을 주문하고 저는 원안에 동의합니다.

○ 이효성 위원장

- 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 부위원장님께서 말씀하신 것 중에 제가 생각이 나서 말씀드립니다. 과장님, 지금 과장님 소관으로 설치되어 있습니까, 아니면 우리 위원회 차원에서 설치되어 있습니까? 부당한 방식으로 방송광고를 유치하는 경우에 대한 신고센터가 있습니까, 없습니까?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 방송광고 불공정행위 신고센터는 이전에 설치했었는데 지금 실적은 전혀 없지만 지난 정부 때 한번 설치해서 운영한 적이 있는 것으로 알고 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그것을 왜 설치했는지 배경을 아십니까? 바로 김석진 부위원장님이 말씀하신 우려를 사업자들과 광고주들에게 해소하기 위해 그것을 만든 것입니다. 그런데 신고 들어온 것이 있습니까?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 제가 작년 내내 이 자리에 오고 나서는 전혀 없었습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 하나도 없지요?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 예.

○ 고삼석 상임위원

- 그것이 비정상적이라는 것입니다. 아니, 어떻게 정부로부터 허가 내지는 승인받은 사업자들이 광고주들이 압박감을 느끼도록 해서 협찬유치나 광고유치를 합니까? 이런 불공정 그리고 비정상을 해소하자는 차원에서 그때 신고센터를 만들었습니다. 그런데 거기에 신고하는 사업자들이 하나도 없다는 것이 또 비정상입니다. 실제로 만나보면 그런 사업자들이 많이 있습니다. 광고제도를 투명하게 운영하는 것은 방송사업자를 압박하기 위한 것도 아닙니다. 지금까지 정말 인쇄매체뿐만 아니라 인허가 받은 방송매체마저도 이렇게 불투명하게 운영하고, 또 정부로부터 허가권을 받은 사업자임에도 불구하고 광고시장 내에서 광고주들을 압박한다는 그런

이야기들이 끊임없이 있어 왔지 않습니까? 제가 얼마 전에 전체회의장에서 이야기했지 않습니까? 그래서 이 부분들은 방송법 개정을 통해 협찬제도를 정비함과 더불어서 시장 내에서 협찬이 이루어지고 있는, 그리고 좀 더 넓혀 보면 광고가 이루어지고 있는 메커니즘을 잘 살펴봐야 합니다. 불공정한 행위, 그리고 금지행위 이런 것들이 이루어지지 않도록, 일어나지 않도록 해주시기 바랍니다. 특히 김재철 과장님이 방송광고정책과에 오셔서 여러 가지 정비를 많이 하고 계시지 않습니까? 그 부분들에 대해서는 상당히 잘하고 있다는 판단을 하고, 이것도 책임감을 가지고 잘 마무리해 주시기 바랍니다.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 알겠습니다.

○ 이효성 위원장

- 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 어차피 협찬 문제를 다루니까 다시 하나 알고 싶은 것이 있어서 물어보겠습니다. 미디어랩을 두지 않고 직접 광고영업을 하고 있는 YTN과 뉴스Y는 방송사가 직접 영업을 하기 때문에 그쪽 협찬 비중이 어느 정도 되는지 파악하고 계시면 알려 주시기 바랍니다.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 지금 YTN은 2017년 기준으로 협찬금액이 287억원 정도 되고, 연합뉴스는 70억원 정도 되는 것으로 통계가 나와 있습니다.

○ 표철수 상임위원

- 광고매출과 비교해서 비중이 어느 정도 되는냐는 것입니다.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 광고매출이 제가 알기로 보도PP들이 500억원 남짓 되는 것으로 알고 있습니다. 그렇게 되면 협찬이 287억원 약 300억원 정도 되니까 약 30%가 넘는 것으로 될 것 같습니다.

○ 표철수 상임위원

- 그래서 제가 다시 말씀드리지만 아까 존경하는 부위원장님께서 우려를 표현하셨고, 또 고 위원님도 지적하셨는데 방송사업자가 일반 광고주나 협찬해 줄 수 있는 곳에 직접 영업하는 것이 문제가 있다는 것입니다. 우리가 광고제도를 개편하면서 그 부분은 제가 전에도 말씀드렸지만 반드시 제도를 개선해야 한다는 것을 다시 말씀드립니다.

○ 이효성 위원장

- 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김석진 부위원장

- 두 분 위원님 말씀을 들어보니까 지금 우리가 협찬의 허용범위를 정당 또는 정치적인 단체, 두 번째 항목이 보도·시사토론 프로그램에는 협찬을 받을 수 없게 되어 있지 않습니까?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 예.

○ 김석진 부위원장

- 그런데 보도전문PP 같은 경우 대부분 보도·시사토론 프로그램을 방송하고 있는 매체라고 보는데 여기에 30~40%의 협찬 비중이 가고 있다는 것은 물론 직접적인 보도프로그램에 넣지는 않겠지요.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 주로 캠페인들을 많이 하고 있습니다. 보도PP들이 하는 것이 주로 캠페인을 하는데 지자체나 공공기관들 캠페인 할 때 협찬을 받는데 그것은 프로그램과는 관계가 없이 이루어지는 경우가 많습니다.

○ 김석진 부위원장

- 프로그램에 붙는 협찬이 아니고 중간중간 공익캠페인 비슷하게 그런 식의 협찬이 이루어진다고요?

○ 김재철 방송광고정책과장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그래서 이번에 허용범위를 분명하게 명시했기 때문에 그런 부분에 대한 모니터링이 철저하게 이루어져야 한다고 봅니다. 마치 우리가 협찬의 허용범위를 벗어날 경우는 과징금을 부과할 수 있도록 이번에 개정하지 않습니까? 보도PP에 대해서는 이런 부분을 반드시 준수하도록 이야기할 필요가 있습니다. 그래서 사업자에게 그런 부분 고지를 잘해 주기 바랍니다.

○ 김재철 방송광고정책과장

- 예. 법이 제정되면 이후에 교육도 시키는 절차를 진행하도록 하겠습니다.

○ 양한열 방송기반국장

- 그리고 단서조항으로 있습니다만 시사·보도 프로그램도 제작에 불가피하게 소요되는 장소나 소품은 할 수 있도록 예외조항으로 되어 있습니다. 말씀하셨지만 어쨌든 협찬을 받고도 협찬을 받는지, 총액 외에는 실제로 우리가 알 수 있는 것이 하나도 없었고, 그러다 보니까 계속 투명성 문제가 나왔습니다. 협찬고지를 하지 않으면 협찬을 받는지, 받지 않는지, 어떤 형태로 받는지 아무것도 공개되지 않아서 생기는 여러 가지 부작용과 문제를 해소해 보자는 취지입니다.

○ 이효성 위원장

- 정상적인 광고가 자꾸 줄기 때문에 협찬 이런 쪽 영업활동을 더 많이 할 것이기 때문에 관리를 더 철저하게 해야 할 것 같습니다. 그런 뜻에서 협찬을 법적인 틀 내로 끌어들이겠다는 것은 중요한 의의가 있을 것 같습니다. 다른 의견이 없으시면 이 안건은 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 접수하겠습니다.

6. 의결사항

가. 방송국 허가사항 위반 사업자에 대한 행정처분에 관한 건 (2019-30-121~135)

○ 이효성 위원장

- 다음은 <의결안건 가> “방송국 허가사항 위반 사업자에 대한 행정처분에 관한 건”에 대하여 이동석 지상파방송정책과장님 보고해 주십시오.

○ 이동석 지상파방송정책과장

- 보고드리겠습니다. <1> 의결주문입니다. ‘전파법 제25조를 위반해 방송국을 운영한 한국방송공사, (주)문화방송, 지역MBC, (재)기독교방송에 대해 과태료 및 과징금을 부과한다’입니다. <2> 제안이유는 방송국 허가증에 기재된 안테나 출력보다 낮은 출력으로 AM방송국을 운영하여 방송국 허가사항을 위반한 KBS, MBC, 지역MBC, CBS에 대한 행정처분(안)을 심의·의결하기 위함입니다. <3> 행정처분 대상 방송국입니다. 과태료, 과징금 부과 대상 사업자와 방송국은 아래 <표>를 참조해 주시기 바랍니다. <4> 경과사항입니다. 1회 적발의 경우 ‘18년 9월 과기부는 KBS 방송국의 출력위반을 적발하여 방통위에 행정처분을 의뢰하였고, 이후 ‘18년 10월 MBC·CBS 방송국의 출력위반을 적발하여 이에 대한 행정처분을 방통위에 의뢰하였습니다. 2회 적발의 경우 ‘19년 3월 과기부가 KBS ‘사랑의 소리’ 방송국에 대한 현장점검 중 출력위반 사실을 발견하고 이후 4월 KBS ‘한민족방송’, ‘사랑의 소리’ 출력위반을 적발하여 방통위에 행정처분을 의뢰하였습니다. <5> 전파법 위반사항입니다. 전파법 제25조(무선국의 운용)에 의거 방송사는 허가증 기재 범위에서 방송국을 운영하여야 하나, KBS, MBC 등 방송사는 허가증에 기재된 출력보다 낮은 출력으로 방송국을 운영하였습니다. 방송국별 허가출력, 운용출력, 위반기간 등은 아래 <표>를 참고해 주시기 바랍니다. <6> 피심인 의견입니다. 지난 1월 과태료, 과징금 부과처분(안)에 대하여 대부분의 사업자는 송신기 노후로 인한 보수 등의 이유로 출력을 저감하였다는 의견을 제출하였습니다. 사업자별 주요 내용은 <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 이어 2회 적발된 사업자의 처분을 고려한 과태료, 과징금 부과(안)에 대해 KBS 일부 방송국, CBS 등은 의견을 제출하지 않았으며, MBC 등은 이의가 없다는 의견 등을 제출하였습니다. <7> 행정처분(안)입니다. 1회 적발 사업자 KBS(7개소), MBC(12개소), CBS(5개소)에 대해서는 최초 위반으로 위반기간 동안 민원이 없어 국민에게 초래한 불편이 크지 않은 점 등을 고려하여 ‘과태료’만 부과하되, 송신기 노후화에 따른 유지보수 등을 위해 불가피하게 출력을 저감한 점, 출력위반 상태가 6개월 이상 지속된 점 등을 고려하여 기준금액 1개소당 100만원을 부과합니다. 2회 적발 사업자 KBS(2개소)에 대해서는 출력위반 사실이 적발된 이

후에도 위반행위를 시정하지 않고 지속적으로 출력을 위반하는 등 위반행위의 고의성을 고려하여 '과태료'와 '과징금'을 병과하고, 2회 모두 방송국의 출력위반 상태가 장기간 지속된 점 등을 고려하여 기준금액에서 50% 가중하여 부과합니다. 과태료는 1개소당 150만원이며, 과징금은 1개소당 2,254만 5,000원입니다. 사업자별 과태료, 과징금액은 아래 <표>를 참고해 주시고, 방송국별 세부내용은 다음 페이지를 참조해 주시기 바랍니다. 9페이지 향후 일정입니다. 오늘 안전을 의결해 주시면 이후 과태료 및 과징금 부과 사전통지 및 납부절차를 진행하겠습니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

#### ○ 이효성 위원장

- 보고받은 내용에 대해서 의견 있으시면 말씀해 주십시오. 허 옥 위원님 말씀하십시오.

#### ○ 허 옥 상임위원

- 이번 안전은 전파법 제25조(무선국의 운용) 조항을 위반해서 허가증에 기재된 출력보다 낮은 출력으로 무선국을 운용한 피심인들에게 과태료 및 과징금을 부과하는 안전입니다. 이 안에 대해서 원안에 동의합니다. KBS와 MBC, CBS 등 피심인 등은 송신기 노후화에 따른 잦은 고장과 부품 수급의 어려움, 낙뢰 등에 따른 송신기 보호를 위해서 불가피하게 낮은 출력을 유지할 수밖에 없었다고 주장하고 있습니다. 경청할 만한 의견이긴 하지만 위반기간이 모두 장기간인 점을 고려할 때 방송사 의견은 수용하기 어렵다고 생각합니다. 전파의 희소성 원칙에 따라 독점적인 사업권한을 부여받은 방송사업자가 정부에서 허가한 대로 방송국을 운영하지 않는 것은 정부와의 신의성실의 원칙을 위반한 것으로서 엄정하게 행정처분을 할 수밖에 없습니다. 이외 사무처에 특별한 당부를 드리고자 합니다. 오늘 안전을 통해서 AM 라디오의 운영실태와 문제점이 드러났고, 라디오방송의 주무부서로서 우리 위원회가 이제 AM라디오의 정책 전환을 결단할 때가 되었다고 생각합니다. 잘 아시다시피 AM방송은 이미 표준FM으로 수신이 가능하고 통신망을 이용한 실시간 스트리밍 방식의 청취가 일반화 되고 있습니다. 따라서 AM방송국은 일부 국제방송을 제외하고는 청취자가 없는데도 허공에 전파만 발사하면서 비용을 축내는 방송사의 골칫덩어리로 전락한 것이 현실입니다. 2017년을 기준으로 KBS의 경우에 인건비를 제외한 AM방송국 시설 유지비용에만 연간 70억원이 소요 되는 등 AM방송국 유지의 경제성에 대한 문제제기가 지속되고 있습니다. AM송신시설은 게다가 대부분 30년 이상 경과되어서 잦은 고장과 수리를 위한 부품조달에 어려움도 있습니다. 또한 중파방송의 특성상 처음에 도심 외곽 평지에 위치했던 송신소가 도시의 확장으로 도심에 편입되면서 시설의 이전이나 폐소 민원이 발생하고 있는 것도 사실입니다. 물론 AM라디오의 폐소 여부를 결정하는 데는 정책적 고려를 해야 할 사안들도 있습니다. 먼저 AM라디오는 지하 대피소나 장애물로 가려진 장소에서도 청취가 가능하고 송신소가 저지대에 위치해 있기 때문에 파괴되더라도 쉽게 복구할 수 있는 장점 등으로 인해서 전시, 또는 재난 매체로서의 그 효율성이 뛰어 납니다. 특히 AM라디오 주파수를 사용하지 않을 경우에 국제 전기통신연합(ITU)에 즉시 통지해야 하고, AM라디오 주파수를 활용하지 않게 되면 나중에 추가 수요가 있더라도 다시 사용하기가 쉽지 않습니다. 이 점이 그동안 AM방송국 폐소 결정을 주저하게 만든 핵심 이유였습니다. 하지만 이번 행정처분을 계기로 방통위와 과기정통부가 AM라디오가 필요한지, 존치할 경우에 어떻게 효율화할 것인지 그리고 주파수를 어떻게 활용할 것인지 등 제반사항에 대해 진지하게 검토할 시점이 되었다고 봅니다. 나아가 당장

할 수 있는 것부터 신속하게 검토하고 추진했으면 좋겠습니다. 안전에서 제기된 AM송신기의 고효율 변조 모드 운영이 가청권 유지 등에서 별 문제가 없다면 허용하도록 기술기준을 개정하는 혁신적 규제완화 정책을 펼칠 것을 당부드립니다. 이상입니다.

○ 이효성 위원장

- 또 다른 분 의견 있으면 주시지요. 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 제가 사전에 의견청취 할 때도 말씀드렸습니다만 제 의견을 간단히 말씀드리겠습니다. 이 사안을 보고 있으면 장기간에 걸쳐 허가증에 기재되어 있는 출력을 낮춰서 운영한 것입니다. 물론 기술의 발전이나 장비의 성능에 따라 커버리지에는 문제가 없었다, 이런 이야기를 하는데 그 부분도 일리는 있습니다. 그러나 기본적으로 허가를 받은 사안에 대해서 변경이 있으면 반드시 그것은 승인을 받아서 해야 합니다. 특히 이 부분은 우선 과기부에 신고를 하도록 되어 있는 사안이지 않습니까? 신고했을 때 과기부가 승인해 주지 않으면 문제가 있지만 안정성을 생명으로 하는 방송장비의 경우 일단 그러한 기술장비에 대해 방송사 자체적으로 임의로 그렇게 할 것이 아니라 검증도 받아야 하고 정부가 또 인정해 주어야 합니다. 이번 사안을 보면서 KBS 관계자들이 전파법에 대해 무지했거나 아니면 정부의 행정체계를 무시했다, 저는 그렇게 규정하였습니다. 저는 이 사안을 KBS 관계자들이 상당히 안일하게 봤다고 생각합니다. 무엇보다도 우리가 위반사항에 대해 제재를 하기 위해 조사한 바에 따르면 KBS 내부에서 이 사안에 대해 제대로 보고가 안 됐기 때문에 1차 적발된 그곳의 그 사안 그대로 2차에 또 적발이 됐던 것 아니겠습니까? 과장님, 그것에 대해서 말씀해 주십시오.

○ 이동석 지상파방송정책과장

- 화성송신소의 경우 적발되었음에도 불구하고 내부적으로 소통이 잘 되지 않아서 소장이 계속 운용한 것으로 알고 있습니다.

○ 고삼석 상임위원

- 그래서 사전 의견청취 때 여러 위원님들께서 내부 매뉴얼 개선 등 개선사항을 KBS에 요구 하였습니다. 제재 결정과 별개로 해서 매뉴얼 개선 등 KBS 내부 개선사항에 대해 점검해 주시기 바랍니다. 그리고 허 옥 위원님께서 잘 말씀해 주셨지만 MBC, CBS 대다수 사업자들이 송신시설의 낙후, 노후를 이야기하고, 또 외산제품을 쓴 곳은 부품업체가 철수해서 부품을 공급할 수 없다는 소명을 하고 있지 않습니까? 이것은 큰 문제지요. 지상파 송중계망을 근간으로 운영되는 지상파방송사들이 비록 AM이지만 송신 설비가 낙후되었다, 노후되었다, 또 부품을 제때 확보할 수 없어서 출력저감 등 이러한 문제가 발생했다, 이것은 대단히 큰 문제지요. 이 문제들도 지상파들과 협의해서 동일한 문제들이 계속 발생할 것인지, 그러면 그 부분에 대해 어떤 개선책을 세울 것인지에 대해서도 잘 점검해 주시기 바랍니다.

○ 이효성 위원장

- 다른 위원님 말씀하십시오. 김석진 부위원장님 말씀하십시오.

○ 김석진 부위원장

- 앞서 두 위원님께서 잘 지적해 주셨습니다. 저는 중복되지 않게 제 의견을 내겠습니다. 저는 이 사안을 보면서 한심한 생각이 들었습니다. 특히 KBS가 국가기간방송인데 두 차례나 같은 사안으로 적발되고 시정되지 않았다는 것은 정말 정부의 행정체계를 무시하거나 아니면 고위원님 말씀대로 무지했거나 둘 중 하나 아니겠습니까? 그런데 기간도 보면 제1AM의 경우 2012년부터 길게는 10년 8개월이나 위반하였습니다. 이것이 제1라디오입니다. 가장 간판 라디오인데 10년 8개월이나 저출력으로 위반사항을 그대로 방치해 두고 있다는 것입니다. 그래서 이런 부분들이 기술발전으로 저출력을 통해 고효율로 갈 수 있다면 빨리 기술기준을 개정하자, 이렇게 사업자들이 먼저 제안하거나, 그래서 실제로 우리가 활용해 보니까 이것이 고효율이라, 비용도 절감된다, 전력이 고출력보다도 저출력으로 가면 상당 부분 전력 사용비가 낮아지는 것으로 들었습니다. 그래서 그런 것이 있으면 행정부와 상의를 해야지요. 그런데 너무나 안일하게 대처해 왔다는 것입니다. 저는 태도를 지적하는 것입니다. 지난번 강원도 산불 재난방송 때도 KBS는 국가기간 재난방송으로서의 기능을 제대로 하지 못해서 질타를 받았습니다. 이런 부분들이 지금 한두 건이 아닌 것이지요. 가뜰이나 KBS의 방만한 운영, 또 인건비에 역대 연봉자가 60%나 된다는 부분, 이런 부분들이 다 터져 나오는데도 아직까지 2018년 9월에 적발된 사안이 월 3월까지도 시정이 되고 있지 않다는 것입니다. 그런 부분들을 다시 한 번 지적합니다. 특히 '한민족방송'이 설립된 이후 연해주까지 또 단둥 중국까지 우리 동포들이 듣고 있는 방송들입니다. 수백억원의 지원을 받는 사업인데 저출력으로 6년 8개월간 방송해 왔습니다. 그러면 그 부분에 대해서 KBS 측은 청취자 피해가 없다고 주장을 하는데 데이터가 나왔습니까? 조사한 자료가 우리에게 제출되었습니까?

○ 이동석 지상파방송정책과장

- 현재 필드테스트 결과는 이번 달 말에 정리되어서 나오는 것으로 알고 있습니다.

○ 김석진 부위원장

- 지금 고효율·저출력 장비를 가지고 방송을 해서 커버리지가 연해주까지 가고 있다고 주장을 하는데 데이터가 없습니다. 그것을 이번에 본격 조사를 하고 있는 것이 아닙니까? 결과물은 아직 안 나왔지요? 이달 말에 나오니까?

○ 이동석 지상파방송정책과장

- 예, 그렇습니다.

○ 김석진 부위원장

- 그것을 사업자는 일방적으로 아직 청취자 피해가 없다고 주장하는데 무슨 근거로 그런 이야기를 하는지, 그런 부분에 대해 따져 봐야 할 것입니다. 그래서 위반기간이 너무 길었다는 부분, 또 국가기간방송으로서의 태도에 문제가 있다는 것, 그래서 이런 부분들을 확실하게 KBS 쪽에 지적해서 다시는 이런 일이 없도록, 위반이 없도록 해야 할 것입니다. 그리고 그 장비가 그렇게 우수하고 기술발전으로 저출력을 통해 커버리지가 다 지장이 없다면 빨리 기술기준을 개정하도록 서둘러야 할 것입니다. 그것은 앞서 두 분 위원님께서 말씀해 주셨으니 저는 그것으로 갈음하겠습니다. 어쨌든 이번 기간에 심지어는 고의성까지도 엿보입

니다. KBS가 그렇게 10년간 묵살하고 있었다는 부분은 굉장히 안이하고 직무유기이고, 또 고의성까지 있다고 봅니다. 그래서 이런 부분을 이번에 확실하게 짚어 주시기 바랍니다.

○ 이효성 위원장

- 표철수 위원님 말씀하십시오.

○ 표철수 상임위원

- 아까 허 욱 위원님께서 AM라디오의 효율성도 말씀하셨고, 향후 AM주파수 문제도 거론하셨고, 다른 두 분 부위원장님과 고 위원님도 문제를 지적하셨으니까 저는 짧게 말씀드리겠습니다. 지난번 이 안건을 다루기 전에 KBS로부터 의견진술 하는 과정이 있었는데 그 과정에서 드러났다시피 KBS가 장비관리를 제대로 하지 않았다는 것도 사실로 드러났습니다. 출력을 최대한 할 수 있는 범위보다도 더 높게 장비 출력기준이 설정되어 있는데 그것을 절반으로 줄여서 운영하다가 출력을 다시 높이니까 작동이 안 됐다, 이것은 장비관리를 제대로 하지 않았다는 것입니다. 그래서 KBS가 여러 가지 측면에서 정말로 부실한 구석이 한두 군데가 아닙니다. KBS 전반적으로 보도에서부터 프로그램에서부터 이런 기술부문까지 모든 부문이 KBS가 부실하다는 것을 지적하고 싶습니다. 특히 조금 전에 부위원장님도 말씀하셨지만 KBS는 '한민족방송' 이런 것 등을 하기 때문에 다른 방송과 달리 국고가 지원되고 있습니다. 그래서 이런 국고를 별도로 지원받으면서까지 이렇게 부실하게 운영하고, 그다음에 기술기준도 위반해서 오랜 기간을 이렇게 운영하는 것은 굉장히 문제가 있다고 생각합니다. 이 처분은 처분대로 명확하게 하겠지만, 앞으로 KBS가 모든 부분에서 더 국가기간방송으로서, 특히 국민의 수신료로 운영되는 방송으로서 모든 파트가 근무하는 자세부터, 그다음에 광고시장이 어렵고 이런 등등이 많이 있지만 자구노력이 함께 더 치열하게 개선되어야 한다고 생각합니다.

○ 이효성 위원장

- 제가 보기는 차제에 AM방송에 대한 근본적인 검토도 이루어져야 할 것으로 보입니다. 기술 발전에 의해 FM으로 대체가 가능한데 AM을 언제까지 끌고 갈 것인지 우리가 정책적인 차원에서 검토해서 빨리 방안을 마련해 주시기 바랍니다. 보고받은 내용에 대해서 더 이상 의견이 없으면 이 안건은 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으시지요? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

## 8. 기 타

○ 이효성 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마쳤습니다. 다른 논의사항 있으십니까? 고삼석 위원님 말씀하십시오.

○ 고삼석 상임위원

- 지난주 출장 갔다 왔으니까 그것도 간략히 보고드릴 겸 제 의견을 말씀드리겠습니다. 지난주

출장으로 인해 부재중일 때 위원회 전체회의에서 허위조작정보 자율규제 협의체 구성 관련해서 상당한 논쟁이 있었던 것을 제가 회의록을 보고 알았습니다. 마지막에 위원장님께서 적절히 잘 정리해 주셨기 때문에 제 의견을 덧붙이지는 않겠습니다. 그리고 제가 해외 출장 가기 전에 자유한국당 민경욱 대변인의 논평에 대해서는 별도로 입장문을 냈습니다. 그 입장문의 내용에 대해서는 익히 잘 아시리라고 생각하고 추가로 말씀드리지 않겠습니다. 대신 용어를 통일하겠습니다. 회의에 나왔던 것은 페이크뉴스(Fake News)니까, 이것과 관련된 아·태지역 국가들 중심으로 동향이 어떤 것인지를 제가 설명드림으로써 제 의견을 대신 하고자 합니다. 지난주 12일부터 14일까지 앙코르와트가 있는 캄보디아 씨엠립에서 '미디어의 디지털화'를 주제로 Asia Media Summit, 즉 AMS 2019 행사가 개최되었습니다. 이 행사에는 아시아태평양지역 국가를 중심으로 전 세계 42개국에서 정부 정책 책임자 그리고 방송사 CEO 및 관계자 등 역대 최대 규모인 600여명이 참여했습니다. 저는 이번 AMS 2019 행사에서 개막식의 메인 행사에 '디지털 혁명시대 대한민국 미디어 정책'이라는 주제로 주제발표를 했습니다. 지금 아시아 태평양 국가들이 아직 지상파의 디지털 전환을 완료하고 있지 못한 상태에서 우리나라의 디지털 전환 경험을 공유하고, 특히 5G 시대의 콘텐츠전략, 그리고 한류 확산 전략에 대해 설명드렸습니다. 그리고 개막식이 있던 오후에 장·차관들이 참여하는 사이드라인 미팅(Side line meeting)에서 바로 페이크뉴스와 관련된 논의를 했습니다. 이번 행사의 주관기관인 아·태 방송개발기구 임원진들과 각국에서 온 장·차관들이 이 회의에 참석했습니다. 참석자들은 페이크뉴스가 개인의 권리와 미디어의 신뢰성 훼손, 그리고 민주주의와 심지어 국가 안보까지 위협하고 있다는 데에 인식을 같이 하였습니다. 이에 대해 아·태 국가들은 조화롭고 포용하는 사회를 보호하기 위해서 함께 노력하며, 페이크뉴스에 공동으로 대응하기 위한 로드맵이 필요하다는 데 의견을 같이 하였습니다. 앞으로 향후 페이크뉴스가 사회에 미치는 영향분석과 적절한 대응방안 마련을 위해서 '(가칭) 앙코르 페이크뉴스 이니셔티브(Angkor Fake News Initiative)' 수립에 착수하기로 하였습니다. 특히 논의의 성격상 AIBD와 유네스코 등 중립적인 국제기구가 논의를 주도해 나가도록 한다는 데 의견을 모았습니다. 아시다시피 최근에 보도가 되었습니다만 페이크뉴스는 단순한 거짓말이나 유언비어로 볼 수만은 없습니다. 인공지능 등 첨단기술의 발전으로 지난해에는 '딥페이크(deepfake)'라는 첨단 영상 편집기술까지 등장한 그러한 페이크뉴스가 나왔습니다. 최근 미국에서는 정치적인 페이크뉴스에 대해서는 의회에서 청문회까지 열 정도로 대응하고 있고, 특히 사업자들 중심으로 해서 자율규제를 어떻게 할 것이냐? 즉, 페이크뉴스에 대한 개념 정의, 그다음에 규제 대상에 대한 규정, 그리고 규제 방법까지 논의하고 있습니다. 이것은 일부 사업자나 특정한 기관에서 막을 수 없는 정도까지 이르고 있습니다. 그래서 이 부분에 대해서는 당연히 표현의 자유, 언론의 자유는 보장되어야겠지만 페이크뉴스가 우리 사회의 신뢰를 떨어뜨리고 기존 미디어의 신뢰성까지 훼손하는 이러한 것들을 방치해서는 안 된다고 봅니다. 그렇기 때문에 우선 민간에서 자율적으로 이와 관련된 논의가 이루어질 수 있도록 논의의 장을 만들어 주고, 그리고 그에 대해서 조치들이 필요하다면 정부가 적극적으로 지원하고 정책적인 고민들을 해주는 그러한 공동의 노력이 필요하지 않느냐는 생각입니다.

## ○ 이효성 위원장

- 다른 위원님들 더 의견 없으시지요? ("없습니다" 하는 위원 있음) 그러면, 차기 회의는 6월 26일 오전 9시 30분에 개최하도록 하겠습니다. 수고하셨습니다.

## 9. 폐 회

○ 이효성 위원장

- 이상으로 2019년 제30차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 10시 25분 폐회 】