

## 방송통신위원회 속기록

회의명 : 제50차 방송통신위원회 회의

회의일시 : 2022. 9. 28.(수) 10:00

장 소 : 방송통신위원회 4층 회의실

참석위원 : 한상혁 위 원 장  
안형환 부위원장  
김 현 상임위원  
김효재 상임위원  
김창룡 상임위원 (5인)

불참위원 : 없 음

---

## 제50차 방송통신위원회 회의 속기록

---

【 10시 00분 개회 】

### 1. 성원보고

- 한상혁 위원장
  - 성원 보고해 주시기 바랍니다.
- 좌미애 의안·정책관리팀장
  - 재적위원 전원이 참석하셔서 성원이 되었음을 보고드립니다.

### 2. 국기에 대한 경례

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

### 3. 개회선언

- 한상혁 위원장
  - 2022년도 제50차 방송통신위원회 회의를 개의하겠습니다.

(의사봉 3타)

### 4. 전차 회의록 확인

- 한상혁 위원장
  - 제48차, 제49차 회의의 회의록과 속기록을 확인하고 접수하도록 하겠습니다. 제출된 회의록과 속기록에 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음)
- 김 현 상임위원
  - 잠깐만 말씀드리겠습니다. 지난회의 때 제48차 방통위 속기록 9쪽에 보면 제가 위원장님께 “지금 감사원 감사가 8월 26일 종결된 것으로 알고 있고, 9월 말에 그 결과를 통보받는 것으로

알고 있습니다. 그것이 변동이 있는지 여부를 사무처에서 확인해서 알려 주시기 바랍니다”라고 이야기했습니다. 그리고 마지막에 “다음 회의에 보고해 달라”고 부탁을 드렸는데 오늘 안전과 보고사항 중 감사원 감사에 대한 보고가 없어서 혹시 준비가 가능하면 안전 처리 후 이 문제에 대해서 보고를 받을 수 있는지 여쭙습니다.

○ 한상혁 위원장

- 오늘까지 답변이 가능하겠습니까?

○ 배중섭 기획조정관

- 사무처에서 사무처장은 오늘 다른 일로 참석하지 못했습니다. 제가 말씀을 듣기로는 “내부적으로 검토 중에 있다” 이렇게 알고 있습니다. 조금 시간을 주시면 좋겠습니다.

○ 김 현 상임위원

- 지금 사무처장이 병가를 내서 오늘 회의를 참석하지 못한 것으로 알고 있습니다. 그러면 사무처장이 공석일 경우에,

○ 배중섭 기획조정관

- 제가….

○ 김 현 상임위원

- 그러면 보고해 주시기 바랍니다. 제가 지난회의 때 공개적으로 말씀드렸고, 속기록상으로 그 부분에 대해서 보고해 달라고 요청을 했기 때문에 확인하는 바입니다.

○ 배중섭 기획조정관

- 예, 알겠습니다.

○ 한상혁 위원장

- 그러면 회의록과 속기록 내용에 대해서는 이의 없으신 것이지요?

○ 김 현 상임위원

- 예.

○ 한상혁 위원장

- 그러면 동의하신 대로 접수하도록 하겠습니다.

## 5. 회의공개 여부 결정

○ 한상혁 위원장

- 오늘 회의에는 <의결안건> 2건과 <보고안건> 1건이 상정되었습니다. 이 중에서 <의결안건 가> ‘한국교육방송공사 보궐이사 임명에 관한 건’은 인사에 관한 사항으로 위원회 회의 운영에 관한 규칙 제9조 제1항에 의거 비공개로 진행하고, 나머지 안건은 공개로 진행하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 그러면 안건 심의의 효율성을 위해 공개 안건을 먼저 심의하고 이어서 비공개 안건을 심의하도록 하겠습니다.

안건 심의에 들어가겠습니다.

## 6. 의결사항

### 나. 「방송법 시행령」 일부개정령(안)에 관한 건 (2022-50-186)

#### ○ 한상혁 위원장

- <의결안건 나> “ 「방송법 시행령」 일부개정령(안)에 관한 건”에 대해서 보고해 주시기 바랍니다.

#### ○ 강필구 미디어다양성정책과장

- <의결 나> 「방송법 시행령」 일부개정령(안)에 관한 건입니다. 의결 주문 「방송법 시행령」 일부개정령(안)을 [별지]와 같이 의결한다. 의결 이후 법제처 심사 등의 과정에서 자구, 체계, 문구수정 등에 관하여 필요한 사항은 위원장에게 위임한다. 제안 이유입니다. 방송사업자의 시청점유율 산정 시 (사)한국ABC협회의 자료뿐만 아니라 다른 기관의 자료도 활용할 수 있도록 「방송법 시행령」 개정안을 심의·의결하고자 합니다. 그간의 추진 경과입니다. 금년도 2월 시행령 개정(안)을 미디어다양성위원회의 서면 심의를 거친 바 있으며, 6월에는 시행령 개정(안)을 위원회 전체회의에 보고한 바 있습니다. 이후 관계부처 의견조회, 법령개정 사전영향평가, 입법예고를 실시하였으며, 개정안에 대한 이견은 없었습니다. 3페이지입니다. 주요 내용입니다. 문화체육관광부장관과 협의하여 지정하는 기관을 “신문부수 인증기관”에서 “구독률 산정 기관”으로 변경하는 것입니다. 이를 위해 (사)한국ABC협회 외 다른 기관도 구독률 산정기관으로 정할 수 있도록 개정하였습니다. 또한 일간신문 구독률 산정 시 통계작성기관이 작성한 다른 통계도 사용 가능하도록 수정하였습니다. 이를 위해 통계청의 장래 가구추계통계 외 인구총조사 등 통계작성기관의 다른 총가구 수 통계와 문체부가 조사한 구독률 자료도 활용할 수 있도록 관련 시행령 일부 조문을 삭제하였습니다. 법제처 사전심사 의견입니다. 신문 구독률 산정을 위해 “기관을 지정”하는 것은 법에서 규정되어야 할 사항으로 시행령에는 적절하지 않아, “정하는 기관의 자료를 활용”하도록 변경해야 한다는 것이 법제처 의견입니다. 또한 법령 정비 기준에 따라 준말, 띄어쓰기 등 일부 자구를 수정하였습니다. 다음 페이지입니다. 신·구조문대비표는 아래와 같습니다. 향후 추진 일정입니다. 금일 위원회에서 의결해 주시면 법제처 최종 심사를 거쳐 차관회의·국무회의 의결이 있을 예정입니다. 이후 개정 「방송법 시행령」을 시행할 예정입니다. 이상입니다.

○ 한상혁 위원장

- 위원님들 의견 말씀해 주십시오. 김효재 위원님 말씀하십시오.

○ 김효재 상임위원

- 신문협회가 이 시행령(안)에 대해서 의견이 있었지요? 신문협회 의견이 무엇입니까?

○ 강필구 미디어다양성정책과장

- 신문협회에서 의견 제출한 것은 (사)한국ABC협회를 계속 쓰게 해 달라는 것인데 시행령 자체가 (사)한국ABC협회를 배제하는 것이 아니고 향후 신뢰성이 회복되면 (사)한국ABC 협회도 쓸 수 있다고 이야기해서 이해했습니다.

○ 김효재 상임위원

- 신문협회에서 이해했습니까?

○ 강필구 미디어다양성정책과장

- 예, 이해했습니다.

○ 김효재 상임위원

- 그것을 동의한 것입니까?

○ 강필구 미디어다양성정책과장

- 예.

○ 김효재 상임위원

- 이것이 (사)한국ABC협회의 문제 때문에 다른 기관의 구독률 조사도 사용할 수 있도록 하는 시행령 개정(안)인데 (사)한국ABC협회의 감독기관은 문체부지요?

○ 강필구 미디어다양성정책과장

- 예, 그렇습니다.

○ 김효재 상임위원

- 문체부가 (사)한국ABC협회의 제도 개선 또는 그동안 있었던 문제들에 대한 감독과 개선이 어느 정도 이루어졌는지 체크가 되어 있습니까?

○ 강필구 미디어다양성정책과장

- 현재까지 진행 중인 것으로 알고 있고, 어느 정도까지 이루어졌는지는 다시 한번 확인해 봐야 합니다.

○ 김효재 상임위원

- 제 생각에는 이것이 (사)한국ABC협회의 조사는 전수조사이고 여기에서 다른 기관의 조사를

한다면 샘플조사가 될 텐데 그 샘플조사가 한국언론진흥재단에 의뢰되어 있지요?

○ 강필구 미디어다양성정책과장

- 예, 그렇습니다.

○ 김효재 상임위원

- 그 샘플조사를 위해서 국고가 들어가는데 전수조사를 두고 샘플조사까지 해야 하는지 의아하기 때문에 기본적으로 이 문제가 (사)한국ABC협회의 문제를 해결하느냐, 해결하지 않느냐에 달려 있고, 현재의 법령으로는 시청점유율 산출을 위해서 어쩔 수 없이 이런 시행령을 개정하고 있는데 문체부와 협력해서 빨리 (사)한국ABC협회가 정상화되어서 국고가 낭비되는 일이 없도록 당부해 주시기 바랍니다. 저는 그런 것을 조건으로 찬성하겠습니다.

○ 한상혁 위원장

- 다른 분 말씀해 주십시오. 김창룡 위원님 말씀하십시오.

○ 김창룡 상임위원

- (사)한국ABC협회는 그동안 문체부에서 (사)한국ABC협회의 자료의 신뢰도라든가 조작 논란이 내부적으로 나왔고, 이런 것 때문에 문체부에서 여러 차례 시정할 수 있는 기회를 줬지만 (사)한국ABC협회가 신뢰 회복에 실패해서 결국은 우리가 이 자료를 쓰는데 상당히 애로사항이 있고 문제점이 많다고 해서 부득이하게 구독률 다른 산정기관을 찾는 결과가 됐습니다. 결국은 우리 위원회의 문제가 아니라 문체부와 (사)한국ABC협회의 문제이기 때문에 우리 방통위 입장에서는 어떤 형태로든 선택할 수 있는 범위를 넓혔다는 점에서 저는 이런 조치가 불가피하게 나오지 않았나 생각합니다. 원안에 동의합니다.

○ 한상혁 위원장

- 김효재 위원님, 이런 조건에서 찬성하신다는 말씀은 조건부 찬성이라는 것입니까?

○ 김효재 상임위원

- 문체부와 이 문제와 관련해서 국가기관 간 (사)한국ABC협회의 정상화를 방통위가 촉구해야 한다고 보는 것입니다. 왜냐하면 그렇게 하지 않을 경우 결국은 샘플조사를 위해서 매년 몇 억씩의 국고가 낭비되는 결과가 초래될 것이기 때문에 그런 것들을 외면한 상태에서 이렇게 편법으로 시행령을 바꾸는 것은 바람직하지 않다고 보는 것입니다.

○ 한상혁 위원장

- '조건부 찬성'이라는 말씀이 저희 의결하는 과정에서 어떻게 작용해야 할지 애매해서, 부처 간 협의하는 것은 협의하는 것대로 내버려 두고, 안전에 대해서 명확하게 입장을 밝혀 주시는 것이 좋을 것 같습니다.

○ 김효재 상임위원

- 이 안은 제가 반대할 수 없는 상황입니다. 우리로서는 빠져나갈 구멍이 없는 것입니다.

○ 한상혁 위원장

- 찬성한다는 의견으로 받아들이겠습니다. 다른 분 말씀해 주십시오. 김 현 위원님 말씀하십시오.

○ 김 현 상임위원

- 사무처 원안에 동의합니다.

○ 한상혁 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 안형환 부위원장

- 원안에 동의합니다.

○ 한상혁 위원장

- 위원님들 모두 원안에 동의하는 의견이었습니다. 그러면 이 안건을 원안대로 의결하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 가결되었습니다.

## 7. 보고사항

### 가. 2022년도 지상파·중편PP·홈쇼핑 간 연계편성 현황점검 결과에 관한 사항

○ 한상혁 위원장

- <보고안건 가> “2022년도 지상파·중편PP·홈쇼핑 간 연계편성 현황점검 결과에 관한 사항”에 대해서 보고해 주시기 바랍니다.

○ 김우석 방송시장조사과장

- 보고드리겠습니다. <1> 보고 사유입니다. 지상파·중편PP의 건강(기능)식품을 소개하는 프로그램과 인접한 시간대에 홈쇼핑채널에서 동일하거나 유사한 상품을 판매하는 방송프로그램 편성 현황 등 점검결과를 보고드리기 위함입니다. 경과사항은 보고를 생략하겠습니다. 점검 개요입니다. 대상사업자는 지상파방송사 5개사(6개 채널), 중편PP 4개사, 홈쇼핑 12개사(17개 채널)입니다. 점검대상 기간은 2022년 7월 1일부터 7월 31일 1개월입니다. 점검방법은 지상파·중편PP의 건강정보프로그램 방송 시간 및 방송 종료 후 1시간 이내에, 홈쇼핑에서 관련 상품 판매방송을 편성한 현황과 건강정보프로그램의 협찬사실 자막고지 이행여부 등을 확인하였습니다. 다음 점검 결과입니다. <가> 종합 분석 결과입니다. 지상파·중편PP의 경우 지상파 2개 채널, 중편PP 4개 채널의 51개 건강정보프로그램에서 총 447회 연계편성하였으며, 전년도 점검기간 대비 건강정보프로그램은 증가하였으나 연계편성은 감소한 것으로 나타났습니다. KBS1·2, EBS, OBS의 경우 연계편성이 없는 것으로 확인되었습니다. 홈쇼핑PP의 경우 TV홈쇼핑 7개 채널, 데이터홈쇼핑 10개 채널에서 지상파·중편PP의 건강정보프로그램에 총 754회 연계편성 되었으며, 전년도 점검기간 대비 비슷한 수준인 것으로 나타났습니다. 연도별 연계편성

현황은 아래 <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 다음 지상파·중편PP의 사업자 기준 분석 결과입니다. 지상파는 총 7개 프로그램이 71회 연계편성 되었으며, MBC 3개 프로그램 46회, SBS 4개 프로그램 25회 편성되어, 양사 모두 전년도 점검기간 대비 감소한 것으로 나타났습니다. 다음 쪽입니다. 중편PP는 총 44개 프로그램이 376회 연계편성 되었으며, 전년도 조사 기간에 비해 건강정보프로그램은 MBN을 제외한 중편3사 모두 증가하였고, 연계편성 횟수는 MBN, 채널A는 감소하였으나, TV조선, JTBC는 증가한 것으로 나타났습니다. 지상파·중편PP 연계편성 현황은 <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 다음 최다프로그램은 지상파는 MBC '기분 좋은 날'이 44회 연계편성 되었고, 중편PP는 TV조선 '굿모닝 정보세상'이 36회 연계편성 되었습니다. 다음 쪽입니다. 본방송·재방송 편성현황은 연계편성 총 447회 중 본방송 217회 (48.5%), 재방송은 230회(51.5%)로 전년도 점검기간 대비 재방송 비율이 높은 것으로 나타났으며, 지상파는 본방송 위주, 중편PP는 재방송 편성이 높은 것으로 나타났습니다. 다음 중복 연계편성은 지상파·중편PP의 건강정보프로그램 1건에서 홈쇼핑 상품판매 방송은 최대 6건까지 연계하여 편성되었으며, 이러한 중복 연계편성은 총 191건으로 나타났습니다. 요일·시간대별로 보면 평균 편성횟수는 토요일이 17.8회로 가장 높았으며, 주요 편성시간대는 오전 5시~7시 사이로 나타났습니다. 다음 쪽입니다. 요일·시간대별 연계편성 현황은 <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 다음 홈쇼핑 사업자 기준분석입니다. TV홈쇼핑 7개 채널에서 총 460회 연계편성 되었으며, NS홈쇼핑 90회, 롯데홈쇼핑 81회, CJ온스타일 68회 등이 편성 되었습니다. 데이터홈쇼핑은 10개 채널에서 총 294회 연계편성 되었으며, 겸업 홈쇼핑 5개 채널 80회, 전용 홈쇼핑 5개 채널 214회로 확인되었습니다. 다음 쪽입니다. 홈쇼핑사업자 연계편성 현황은 <표>를 참고해 주시기 바랍니다. 다음 쪽입니다. 연계편성 유형입니다. 총 754회 중 지상파·중편PP 건강정보프로그램보다 먼저 시작한 1유형은 149회, 방송 중 시작한 2유형은 491회, 방송 종료 후 1시간 이내에 시작한 3유형은 114회로 확인되었습니다. 다음 협찬사실 자막고지 현황입니다. 지상파·중편PP의 연계편성된 건강정보프로그램 447회 모두 재허가·재승인 조건에 따른 협찬사실 자막고지 3회를 실시한 것으로 확인되었습니다. 다음 쪽입니다. 지상파·중편PP 방송사는 협찬사실 자막고지 문구에 건강프로그램에서 소개하는 재료 성분을 명시하여 고지하였습니다. 향후 계획입니다. 연계편성 점검 및 모니터링 강화 방안으로 연계편성 현황 정기점검 및 협찬고지 위반, 소비자 오인, 광고효과 등에 대해 방심위와 협조하여 모니터링을 강화하고, 홈쇼핑사업자의 자율규제 강화 방안으로 홈쇼핑 사업자가 건강(기능)식품 납품사업자에게 지상파·중편PP의 건강정보프로그램에 협찬 등을 강요하지 않도록 기본거래계약서에 명시하는 방안을 사업자와 협의해서 추진하겠습니다. <붙임>으로 지상파·중편PP-홈쇼핑채널 연계편성 프로그램 현황 1부, 사업자별 연계편성 최다프로그램 현황 1부, 홈쇼핑채널별 연계편성 상품판매 주요 현황 1부, 연계편성 방송 프로그램별 협찬고지 문구 1부, 지상파·중편PP-홈쇼핑채널 연계편성 분석 현황 1부를 첨부 하였습니다. 이상 보고를 마치겠습니다.

○ 한상혁 위원장

- 의견 말씀해 주십시오.

○ 김효재 상임위원

- 오늘 보고는 사무처가 지상파·중편사업자와 12개 홈쇼핑사업자를 대상으로 7월 한 달간

편성 현황을 조사한 결과입니다. 그 결과, 홈쇼핑채널 기준 총 754건의 연계편성이 있었고, 이는 전년도 756건과 비슷한 수준입니다. 한 달간 총 754건이면 하루 25건으로 연계편성이 일상화되었다고 볼 수 있습니다. 연계편성이 법으로 금지되는 것은 아닙니다. 어찌 보면 연계편성은 중소기업자들에게 유용한 판촉수단입니다. 문제는 연계편성 방식으로 제작된 프로그램의 경우 방송사가 사실상 협찬을 받고 만든 홍보성 성격이 강하다는 데 있습니다. 시청자들이 이를 단순히 유익한 정보로 받아들이고 제품의 효능을 실제보다 과장되게 받아들일 위험이 크다는 점입니다. 이번 보고서에서는 이런 문제들이 상세히 보고되지는 않았지만 앞으로 소비자 오인, 광고효과 등 내용적인 면에서도 관심을 가지고 모니터링을 할 필요가 있습니다. 연계편성 관련 또 다른 문제는 협찬사실 자막고지 규정 자체와 관련된 문제입니다. 재허가·재승인 조건이라는 것이 필요하다고 다 부과되는 것은 아니고, 특정사업자가 재허가·재승인 당시 법에 근거하여 부족한 점이 있고, 일정기간 동안 보완할 점이 있는 경우에 그 개선방안을 재허가·재승인 조건에 넣는 것이 원칙이라고 생각합니다. 사무처에서는 협찬사실 자막고지 규정을 이렇게 재허가·재승인 조건으로 계속 들지, 지속적으로 운영할 규정 인지에 관해 검토해 주시기 바랍니다. 만약 후자라면 우리가 이것을 향후 별도 제도화할 필요가 있다고 보입니다. 이상입니다.

○ **한상혁 위원장**

- 다른 분들 의견 말씀해 주십시오. 김창룡 위원님 말씀하십시오.

○ **김창룡 상임위원**

- 방송프로그램과 상품판매를 연계시킨 연계편성 문제는 시청자의 정당한 시청권을 방해하거나 오도할 위험이 있다는 지적은 꾸준히 제기되어 왔는데, 김효재 위원님이 말씀하신 것처럼 이제 연계편성은 일상화가 된 것이 아닌가 생각되는데 이런 문제의 심각성 때문에 국회에 관련 법안이 제출되어 있지만 제대로 논의조차 되지 못하고 있습니다. 문제는 지속적으로 발생하고 있고, 때로는 악화되는 양상도 보이고 있는데 올해 본 위원회 조사에서 MBC, SBS와 같은 지상파방송사들의 연계편성은 많이 줄어들어 다행스럽습니다. 지난해 국정감사에서 지적을 받은 후 각 방송사들이 자정노력을 한 결과라고 합니다. 그렇지만 종편사업자인 MBN, 채널A는 연계편성이 줄어들었습니다. 그렇지만 TV조선, JTBC는 오히려 늘어났는데 방송편성의 자유라는 측면에서 법으로 강제하기 힘든 측면이 분명히 있습니다. 그래서 자율규제로 유도하려고 행정기관에서는 노력하지만 이처럼 방송사별로 편차가 매우 큽니다. 법 제정으로도 수익과 직결된 연계편성 문제를 해결하기는 저는 쉽지 않다고 생각합니다. 따라서 먼저 현실적으로 행정력을 최대한 강화할 필요가 있습니다. 프로그램 내용을 주로 모니터하는 방심위와 협조하는 것이 굉장히 중요한데 방심위와 어느 정도 협조가 되는지 저는 잘 모르겠습니다. 협찬고지를 위반하거나 소비자를 오인하는 프로그램에 대해서는 빠짐없이 적발해서 자율규제를 유도할 수 있어야 되겠습니다. 또한 실질적으로는 연계편성을 실행하는 홈쇼핑사들에 대해서도 조치를 취해야 합니다. 지금 사무처에서 “건강정보프로그램에 협찬 등을 강요하지 않도록 기본거래계약서에 명시하는 방안을 마련하겠다” 이렇게 보고를 했는데 이것이 얼마나 실질적으로 억제효과가 있는지 지켜보겠습니다. 사업자들의 정당한 편성권이나 영업권은 보장해 주어야 합니다. 그렇지만 일부 시청자를 기만하거나 오관을 유도하여 수익을 극대화하려는 시도는 제약이 가해져야 할 것으로 봅니다. 이상입니다.

○ **한상혁 위원장**

- 김 현 위원님 말씀하십시오.

○ **김 현 상임위원**

- 하나 확인을 하겠습니다. 지난 4월에 방통위와 과기부 간 과장급 회의 협의를 통해서 홈쇼핑 방송사업자의 자율규제 및 재승인 심사 조건 부과 등을 협의했는데 혹시 과기부 입장과 현재 진행되는 상황이 있는지에 대해서 간단하게 설명을 부탁드립니다.

○ **김우석 방송시장조사과장**

- 위원님께서 말씀하신 대로 저희가 홈쇼핑사업자를 소관하고 있는 과기부와 지난 4월 1일 과기부 OTT활성화지원팀과 저희 과에서 면담을 한 바 있습니다. 저희가 연계편성에 대해서 위원회의 이러한 우려들 그리고 그동안 모니터링을 계속해 왔던 결과 등을 설명하고 과기부에서도 저희 지상파와 종편방송을 하는 쪽에서 재허가·재승인 때 행정적인 조치를 했던 부분처럼 홈쇼핑 측면에서도 그런 부분을 고려할 수 있는지를 협의했습니다. 구두로 들은 답변 내용으로는 과기부가 재승인 심사를 할 때 위원회의 입장을 고려하겠다는 담당팀장의 구두답변이 있었습니다. 그 이후 저희가 추가로 협의하거나 또 재승인 심사가 진행된 사항은 없기 때문에 추가적인 말씀을 드릴 수 있는 사항은 없습니다.

○ **김 현 상임위원**

- 제가 방통위원으로 임명받아서 활동한지 2년이 넘어가는데 이 문제가 사실은 앞서 두 위원님께서 지적했고 여러 차례 걸쳐 지적된 문제입니다. 방송사의 신뢰를 이용해서 허위·과장 정보가 전파를 타고 나가는 것이고, 이것을 본 시청자들은 공신력을 믿고 물건을 구입했으나 피해가 되는 사례가 많습니다. 그리고 지금 현재 연계편성과 관련해서 모니터가 1년에 한 차례 특정하지 않은 2021년도에는 3월에 있었고, 2022년도 7월 한 달 정도 기간만 가지고 모니터를 하기 때문에, 그 나머지 기간에 어떤 일들이 진행됐는지 저희들은 알 수 없는 것입니다. 예를 들어 연예인이 나오고 연예인의 엄마가 나오고 의사가 나와서 병원에 가서 골다공증에 대한 진료를 받고 진찰을 받았는데 “어떻게 물건을 추가로 하는 것이 좋겠습니까?”라고 의사에게 상담하면 “어떠어떠한 물품을 먹어야만 지금 몸 상태를 회복할 수 있다”라고 이야기하고, 한편에서는 그와 관련된 광고와 물건이 판매됩니다. 이 정도로, 이전에는 간단하게 진행자와 의사 이렇게 나와서 하던 방식에서 벗어나서 연속극 형태로 진행되고 있습니다. 드라마와 연속극 형태로 나오고, 특히 연예인들이 출연해서 가족 간에 그런 대화가 이루어지기 때문에 훨씬 더 드라마틱하게 보이고, 흥미를 더 유발해서 현혹시키는 것이 훨씬 더 고도화되고 있습니다. 그런데 저희가 모니터 하는 방식은 방심위가 할 수 있는 것은 한 달입니다. 한 달 잡아서 지상파는 줄어들고 없어지고 종편은 계속 확대된 형국으로 나타나고 있고, 협찬고지 3회 그것도 아닌 경우도 많습니다. 일상적으로 당장 어제 모니터한 것으로는 1회 고지가 됐습니다. 지금과 같이 진행이 지속적으로 된다면 개선책은 요원하다, 피해는 버젓이 국민들만 본다, 특히 연로하신 분들이 많이 속는 것이지요. 그래서 이 부분에 대해서 연구과제로 해서 어떻게 개선할 것인지에 대해 저는 올해, 내년에 편성해서 집중적으로 관리해야 할 필요성이 있다, 개선책에 대해서 관리할 필요가 있다고 봅니다. 지금 다양한 형태의 공청회, 토론회가 방송정책국이나 방송기반국이나 이용자정책국에서 진행

되는데 이와 관련한 공청회나 토론회를 본 적이 제 기억에는 없습니다. 연계편성이나 협찬 고지, 과대광고 이런 것들이 우리 국민들의 실생활에 얼마나 침투해서 부정적 영향을 미치는지, 이것을 개선하기 위해서 각 기관 간 협조·협력을 어떻게 강화시켜낼 것인지 이런 부분에 대해서 충분한 논의 및 검토가 있어야 한다고 생각합니다. 마지막으로 방송통신위원회가 이것뿐만 아니라 모니터에 대한 근본적 개선을 위한 노력, 다양한 분야의 방통위와 연관되어 있는 사업에 대한 모니터 강화에 대한 근본적 개선 방안이 함께 마련되어야 하는 것이 아니냐는 점을 사무처에 주문하는 바입니다. 사무처 원안에 동의합니다.

○ 한상혁 위원장

- 부위원장님 말씀하십시오.

○ 안형환 부위원장

- 누차 거론되어 왔지만 연계편성은 시청자의 합리적 선택을 막고 시청자를 기망하는 행위로 까지 이어질 수 있습니다. 위법 여부를 떠나서 시청자의 권익보호 등 방송의 공익성을 위해 서라도 방송사업자들의 연계편성 자체를 당부드립니다. 사무처에서 연계편성 현황 점검과 모니터링에 고생 많으셨습니다. 원안에 동의합니다.

○ 한상혁 위원장

- 연계편성 문제는 여러 차례 이야기되어 왔던 것이고 입법도 시도되어서 그간 국회에 계류 중인 것으로 알고 있습니다. 단순한 모니터링뿐만 아니고 입법과정도 적극적으로 챙겨주시기 바랍니다. 그러면 이 안건은 위원님들의 의견에 따라 원안대로 접수하고자 합니다. 위원님들, 이의 없으십니까? (“예” 하는 위원 있음) 접수되었습니다.

【 10시 27분 비공개회의시작 】

**가. 한국교육방송공사 보궐이사 임명에 관한 건 (2022-50-185) (비공개)**

**8. 기 타**

○ 한상혁 위원장

- 오늘 상정된 안건 처리는 이것으로 마치겠습니다. 다른 논의사항 있으십니까? (“없습니다” 하는 위원 있음) 그러면 차기 회의는 추후 공지하겠습니다. 수고하셨습니다.

**9. 폐 회**

○ 한상혁 위원장

- 이상으로 2022년도 제50차 방송통신위원회 회의를 마치겠습니다.

(의사봉 3타)

【 10시 56분 폐회 】