

시 청 자 권익보호 동 향 리 포 트 VOL.03

시청자권익정보센터



01

정책이슈분석

인공지능 기술과 시청자 권익보호

01. 딥페이크기술 어떻게 바라봐야 하는가?

_ 노창희 디지털산업정책연구소 소장

02. 인공지능의 미디어 적용과 윤리 이슈에 대한

단상 _ 김도연 국민대 미디어전공 교수

딥페이크 기술 어떻게 바라봐야 하는가?

: 딥페이크 기술에 대한 정확한 이해의 필요성과 대응방향



노창희(디지털산업정책연구소 소장)

1. 생성형 AI 환경과 딥페이크에 대한 우려 증대

생성형 AI가 발전하면서 생성형 AI를 사회 각 분야에 어떻게 접목할 것인지가 중요한 화두로 대두되고 있다. 기술 발전은 긍정적인 영향만 주는 것은 아니기 때문에 기술의 진보가 가져올 수 있는 부작용에 대한 우려도 기대감만큼이나 커지는 것은 자연스럽다. 생성형 AI 관련하여 다양한 사회적 논의가 이뤄지고 있는 가운데 최근 들어 가장 크게 주목받고 있는 이슈 중 하나는 딥페이크 기술을 악의적으로 활용하면서 발생하는 범죄에 대한 대응이다.

딥페이크로 인한 사회적 피해가 늘어나면서 이에 대한 경각심이 커지고 있다. 국회와 관련 부처에서도 딥페이크로 인한 피해를 방지하기 위해 다양한 시도를 하고 있다. 디지털 대전환이 전 분야에 걸쳐 광범위하게 이뤄지고 있는 상황 속에서 가장 큰 위험으로 꼽히는 것 중 하나가 '가짜뉴스'라고 불리는 허위조작정보다. 딥페이크 기술로 인한 허위조작정보의 확산이 더욱 큰 경계심을 불러일으키고 있는 이유는 문자상으로 떠도는 허위조작정보와 달리 영상을 통해 허위조작정보가 유포되기 때문에 이용자들이 다른 유형의 정보보다 쉽게 사실이라고 받아들일 수 있다는 것이다. 또한, 동영상은 텍스트보다 빨리 정보를 받아들이는 것이 가능하고 더 큰 충격을 줄 수 있다는 점에 대해서도 유의할 필요가 있다.

홈 시큐리티 히어로(Home security heroes, 2024)에서 발표한 2023년 딥페이크 현황 보고서에 따르면 딥페이크 음란물(deepfake pornography)에 등장하는 53%가 한국 뮤지션과 여성 배우인 것으로 나타났다. K-POP의 인기와 대한민국 콘텐츠의 인기가 딥페이크에 활용되는 표적으로 이어지는 부작용으로 이어지는 측면이 있는 것이다. 또한, 기술 활용 측면에서 다른 국가들과 비교할 때 높은 역량을 가지고 있는 국내 이용자들의 특성을 고려할 때 대한민국에서 딥페이크 기술이 악용될 위험은 상존해 있는 상황이라고 할 수 있다.

'딥페이크(deepfake)'는 인공지능의 학습 방법으로 알려진 '딥러닝(deep learning)'과 허위 혹은 가짜를 의미하는 '페이크(fake)'가 결합된 합성어다. 딥페이크는 이미지와 동영상을 생성시키는 '생성형 AI'라고 볼 수 있다(김명주, 2024). 딥페이크 기술을 통해 만들어진 영상은 디지털화를 통해 조작된 영상을 의미한다(이민영, 2020).

딥페이크는 특정 인물의 형상, 음성 등을 조작할 수 있고 이를 통해 초상권을 침해하거나 명예를 훼손하는 등 특정인에게 막대한 피해를 초래할 수 있다는 점에서 악용할 경우 부작용이 클 수밖에 없다(최종선, 2023). 딥페이크

크 기술은 연예인, 정치인 등 유명인 중심으로 조작이 이뤄져 왔으나 최근에는 일반인을 대상으로 한 딥페이크 기술 활용 범위가 늘어나고 있어 부작용의 심각성은 더욱 커지고 있는 상황이다(신성원, 2023). 정치의 경우 미국에서 2018년 트럼프를 비판한 오바마의 가짜 동영상에 유죄판결이 내려진 바 있고, 2020년 영국에서 엘리자베스 2세의 가짜 동영상에 화제가 된 바 있다(허순철, 2022; Channel4, 2020. 12. 4).

하지만 딥페이크 기술이 악용될 여지만 있는 것은 아니다. ‘버추얼 휴먼(virtual human)’, ‘디에이징(de-aging)’ 기술 등 생성형 AI 기술이 가진 잠재력을 활용할 수 있는 긍정적 가능성도 큰 기술이 딥페이크다. 본 고에서는 딥페이크 기술로 인해 발생하고 있는 현상에 대해 사회·문화적인 관점에서 고찰해 보고 제도적 차원에서의 대응 방향과 이용자 차원에서의 대응 방향에 대해 살펴보고자 한다.

2. 딥페이크 기술의 사회·문화적 영향

딥페이크 기술은 앞서 언급했던 것처럼 긍정적인 잠재력도 가지고 있는 기술이지만 부정적인 측면에서 활용될 수 있는 사례들을 먼저 살펴보고자 한다. 현재 국내에서 논란을 불러일으키고 있는 사례들이 부정적 영향과 관련된 부분들이기 때문이다.

올해 10월 텔레그램에 ‘지인능욕방’을 통해 동창 등 지인 여성들의 얼굴을 합성하여 딥페이크 불법 영상물을 유포한 A씨가 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」과 「아동·청소년의 성보호에 관한 법률」 위반 혐의로 구속기소된 바 있다(노진균, 2024. 10. 25). 국내에서 딥페이크를 통한 성적 허위영상물에 따른 피해는 급증하는 양상을 보이고 있다.

<표 1> 성적 허위영상물 시정요구 현황(단위:건)

구분	심의	시정요구			
		이용해지	삭제	접속차단	계
2020년(6. 25.)	473	-	-	473	473
2021년	1,913	-	-	1,913	1,913
2022년	3,574	1	410	3,163	3,574
2023년	7,187	-	-	7,187	7,187
2024년 7월	6,435	-	-	6,434	6,434

※ 출처: 2020~2024년 7월 방송통신심의위원회의 성적 허위 영상물 시정 요구 현황. 방송통신심의위원회 제공(정인선, 2024. 9. 11) 재인용

방송통신심의위원회는 불법 합성을 통해 만들어진 성적 허위 영상을 2024년 1월에서 7월 사이 온라인 플랫폼 기업에게 6,434건을 접속 차단하도록 요구한 바 있다. 이는 2020년 473개와 비교할 때 10배를 훌쩍 뛰어넘는 수준이다(정인선, 2024. 9. 11). 뒤에서 살펴보겠지만 국회와 방송통신위원회, 방송통신심의위원회 등 정부와 관련 기관에서는 이와 관련하여 적극적으로 대응하겠다는 방침을 보이며 제도적 조치를 취하고 있다.

선거 과정에서 딥페이크 기술을 활용하여 여론을 특정 정치 집단이나 세력에게 유리하게끔 악용하려는 사례들도

늘어나고 있다. 딥페이크 기술로 제작된 허위조작 영상은 사칭된 정치인의 평판에 악영향을 미칠 뿐 아니라 선거에 대한 신뢰가 침식되는 결과를 초래할 수 있다(Insikt Group, 2024).

미국에서는 2024년 1월 예비 경선을 앞두고 바이든이 당원들에게 투표 거부를 독려하는 전화가 걸려 온 바 있는데 딥페이크로 만들어진 음성이었다(New York Post, 2024. 1. 23; 정선민, 2024 재인용). 이처럼 딥페이크 기술은 선거 시에 악의적으로 활용될 수 있기 때문에 이에 대한 대응 방안 마련이 필요한 상황이다.

선거의 경우 허위조작 영상이 단기간 내에 영향을 미쳐 선거 결과에 영향을 주게 되면 되돌릴 수 없는 결과가 초래될 수 있어 선거가 있는 여러 국가에서 2024년에 이에 대한 다양한 논의가 이뤄진 바 있다. 생성형 AI 기술의 발전은 딥페이크 악용 시에도 활용될 수 있어 앞으로도 선거와 관련된 딥페이크 관련 이슈는 앞으로도 사회적 논의의 대상이 될 것이다.

딥페이크가 유발할 수 있는 또 다른 부작용은 저작권 침해다. 저작권이 존재하는 저작물을 레퍼런스로 활용할 경우 저작권을 침해할 수 있다. 딥페이크를 활용하여 저작권자의 동의 없이 원저작물의 본질을 훼손하게 된다면 저작권법 제13조(동일성유지권)를 침해하는 결과를 가져오게 된다. 또한, 저작권자가 아닌 자가 딥페이크를 통해 복제할 경우 제16조(복제권)을 위반하게 되며, 2차적저작물을 작성할 권리가 없는 자가 딥페이크를 통해 2차적저작물을 작성하게 된다면 제22조(2차적저작물작성권)을 위반하게 된다(김찬술, 2021).

<표 2> 「저작권법」 상 딥페이크 제작물의 「저작권법」 위반 관련 조항

「저작권법」 제13조(동일성유지권)

제13조(동일성유지권) ①저작자는 그의 저작물의 내용·형식 및 제호의 동일성을 유지할 권리를 가진다.

②저작자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 변경에 대하여는 이의(異議)할 수 없다. 다만, 본질적인 내용의 변경은 그러하지 아니하다.

1. 제25조의 규정에 따라 저작물을 이용하는 경우에 학교교육 목적을 위하여 부득이하다고 인정되는 범위 안에서 표현의 변경
2. 건축물의 증축·개축 그 밖의 변형
3. 특정한 컴퓨터 외에는 이용할 수 없는 프로그램을 다른 컴퓨터에 이용할 수 있도록 하기 위하여 필요한 범위에서의 변경
4. 프로그램을 특정한 컴퓨터에 보다 효과적으로 이용할 수 있도록 하기 위하여 필요한 범위에서의 변경
5. 그 밖에 저작물의 성질이나 그 이용의 목적 및 형태 등에 비추어 부득이하다고 인정되는 범위 안에서의 변경

「저작권법」 제16조(복제권)

제16조(복제권) 저작자는 그의 저작물을 복제할 권리를 가진다.

「저작권법」 제22조(2차적저작물작성권)

제22조(2차적저작물작성권) 저작자는 그의 저작물을 원저작물로 하는 2차적저작물을 작성하여 이용할 권리를 가진다.

딥페이크 기술이 부정적인 영향을 미치는 것만은 아니다. 딥페이크 기술을 통해 버추얼 휴먼(virtual human)을 제작하여 다양하게 활용할 수 있다. 인공지능 기반 환경에서 버추얼 휴먼은 엔터테인먼트, 마케팅 등에서 기존의 한계를 뛰어넘는 가능성을 보여주고 있다. 또한, 넷플릭스에서 공개된 <아이리시맨>과 최민식이 주연을 맡아 화제를 모았던 디즈니플러스 오리지널 <카지노>에서는 딥페이크 기술을 활용하여 디에이징(de-aging)을 통해 고령의 연기자들이 다른 배우가 출연하지 않고 젊은 시절을 연기할 수 있는 기술적 기반을 제공하기도 했다. 김지현·강진숙(2024)은 딥페이크 기술을 통해 현실 재현을 통해 제공할 수 없는 경험을 제공할 수 있는 긍정적인 측면에서의 정치 참여를 독려할 수 있다고 지적하기도 한다. 이처럼 딥페이크는 긍정적으로 활용될 수 있는 잠재력도 가지고 있는 기술적 기반이다.

3. 딥페이크의 영향에 대한 제도적, 이용자 차원의 대응 방향

딥페이크 관련 범죄 중 상당 부분은 민법, 형법 등 기존의 법제도 내에서 처벌이 가능하다. 하지만 음란물 유통 등으로 인한 부작용이 늘어나면서 제도적 장치를 강화하고 있는 상황이다. 2020년 「성폭력 범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 개정으로 딥페이크 기술을 이용해 음란물을 제작 및 유통할 경우 처벌할 수 있게 되었고, 최근 딥페이크 기술을 활용한 범죄가 늘어나면서 2024년 9월 26일 개정안이 국회를 통과해 소지, 구매, 저장, 이용한 경우도 처벌 대상이 되게 되었고, 처벌의 강도도 높아졌다(이승민, 2024. 9. 30).

<표 3> 「성폭력 범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제14조의2(허위영상물 등의 반포등)

제14조의2(허위영상물 등의 반포등) ① 사람의 얼굴·신체 또는 음성을 대상으로 한 촬영물·영상물 또는 음성물(이하 이 조에서 “영상물등”이라 한다)을 영상물등의 대상자의 의사에 반하여 성적 욕망 또는 수치심을 유발할 수 있는 형태로 편집·합성 또는 가공(이하 이 조에서 “편집등”이라 한다)한 자는 7년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다.

② 제1항에 따른 편집물·합성물·가공물(이하 이 조에서 “편집물등”이라 한다) 또는 복제물(복제물의 복제물을 포함한다. 이하 이 조에서 같다)을 반포등을 한 자 또는 제1항의 편집등을 할 당시에는 영상물등의 대상자의 의사에 반하지 아니한 경우에도 사후에 그 편집물등 또는 복제물을 영상물등의 대상자의 의사에 반하여 반포등을 한 자는 7년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다.

③ 영리를 목적으로 영상물등의 대상자의 의사에 반하여 정보통신망을 이용하여 제2항의 죄를 범한 자는 3년 이상의 유기징역에 처한다.

④ 제1항 또는 제2항의 편집물등 또는 복제물을 소지·구입·저장 또는 시청한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다.

⑤ 상습으로 제1항부터 제3항까지의 죄를 범한 때에는 그 죄에 정한 형의 2분의 1까지 가중한다.

딥페이크 기술을 불법적으로 활용할 경우 형법, 정보통신망법 등을 통해 명예훼손으로 처벌받을 수 있다. 또한, 공직선거법을 통해 허위 사실 유포 금지 위반으로 처벌받을 수 있으며, 민법을 통해 손해배상에 대한 책임을 져야 할 수 있다.

<표 4> 성폭력처벌법 제외 인공지능을 악용한 허위조작정보에 관해 현행법상 적용 가능한 법률

구분	현행 법률	비고
형법	제307조(명예훼손) ②공연히 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자는 5년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다. 제308조(사자의 명예훼손) 공연히 허위의 사실을 적시하여 사자의 명예를 훼손한 자는 2년 이하의 징역이나 금고 또는 500만원 이하의 벌금에 처한다. 제309조(출판물 등에 의한 명예훼손) ①사람을 비방할 목적으로 신문, 잡지 또는 라디오 기타 출판물에 의하여 제307조제1항의 죄를 범한 자는 3년 이하의 징역이나 금고 또는 700만원 이하의 벌금에 처한다. 제313조(신용훼손) 허위의 사실을 유포하거나 기타 위계로써 사람의 신용을 훼손한 자는 5년 이하의 징역 또는 1천500만원 이하의 벌금에 처한다. 제347조(사기) ①사람을 기망하여 재물의 교부를 받거나 재산상의 이익을 취득한 자는 10년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금에 처한다.	허위사실 적시 명예훼손 등
정보통신망법	제70조(벌칙) ②사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 거짓의 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다.	비방 목적 거짓 사실로 인한 명예훼손
공직선거법	제82조의4(정보통신망을 이용한 선거운동) ②누구든지 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망(이하 “정보통신망”이라 한다)을 이용하여 후보자(후보자가 되려는 사람을 포함한다. 이하 이 조에서 같다), 그의 배우자 또는 직계존·비속이나 형제자매에 관하여 허위의 사실을 유포하여서는 아니되며, 공연히 사실을 적시하여 이들을 비방하여서는 아니된다. 다만, 진실한 사실로서 공공의 이익에 관한 때에는 그러하지 아니하다.	허위 사실 유포 금지
민법	제750조(불법행위의 내용) 고의 또는 과실로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 자는 그 손해를 배상할 책임이 있다.	손해배상

※ 출처: 최종선(2023)

기술적 차원에서의 대응도 이뤄지고 있다. 미국의 IT전문매체 엔가젯은 인공지능을 통해 만들어진 음성을 식별할 수 있는 기술을 개발했다. 이러한 기술 개발이 이뤄지고 있는 이유는 대통령 선거를 앞두고 있는 상황에서 딥페이크

크로 인한 여론 조작에 대한 우려가 높아지고 있기 때문이다(권상희, 2024. 10. 21).

한편, 위에서 살펴보았던 것처럼 선거 과정에서 딥페이크 기술이 악용되는 경우가 늘어나면서 아래의 <표 5>와 같이 정부 차원, 기업 차원에서 딥페이크 기술의 부작용을 보완하려는 움직임 늘어나고 있다.

<표 5> 선거 관련 딥페이크 주체별 대응 동향

국가	대응 동향
대한민국	· 공직선거법 개정을 통해 선거일 90일 전으로부터 선거 당일까지 딥페이크 제작, 편집, 유포, 상영 또는 게시하는 행위를 금지시켰음
미국	· 캘리포니아주는 선거법을 통해 선거 전 60일 이내에 특정 후보자의 평판을 저해하거나 유권자를 기만하는 미디어의 정보 유통을 금지하고 있음
주요 테크기업	· 네이버, 카카오, SK커뮤니케이션즈는 22대 총선 전 공정성, 신뢰성 등을 높이기 위해 선거 시 악의적 딥페이크 사용 방지를 위해 공동선을 채택한 바 있음

※ 출처: 정선민(2024)

지금까지 살펴본 것처럼 딥페이크를 통한 이용자 피해와 부작용을 방지하기 위한 각종 제도적 장치가 마련되어 있다. 또한, 향후 이러한 노력은 지속될 것으로 보이지만 빠르게 진화하는 생성형 AI 기술과 딥페이크 기술의 특성을 고려할 때 제도적 장치 못지않게 중요한 것은 이용자의 미디어 리터러시 함양이다. 제대로 된 영상의 출처를 확인하기 어려운 현재와 같은 환경에서 필요한 것은 우선적으로 지금의 환경을 정확하게 이해하는 것이다. 동영상 을 제공하는 플랫폼이 넘쳐나고 생성형 AI를 통해 동영상을 쉽게 제작하고 유통시킬 수 있는 환경에서는 동영상의 진위여부와 더불어 유용성을 따져보는 노력이 필요하다. 직접적인 피해를 주는 정보가 아니라도 소중한 내 시간을 갉아먹을 수 있는 무익한 콘텐츠를 식별하는 것도 중요하다. 내 관심사와 진실과는 무관한 수많은 소음이 떠돌아다니는 정보 환경에서 소음이 아닌 나에게 필요한 신호를 찾을 수 있는 능력이 필요한 시대다(Silver, 2020/2021). 현재와 같이 무분별한 위험에 노출될 수 있는 환경에서는 영상을 단순히 소비하는 것이 아니라 영상의 의미를 따져 묻는 '진지한 영상 독해' 등 이용자의 자발적인 능력 함양이 중요하다(노창희, 2024. 3. 1). 기술적 진화에 따른 위험을 회피하는 것을 넘어 나에게 도움이 되는 방식으로 활용하기 위해서는 지금의 환경을 정확하게 이해하기 위한 노력과 리터러시 함양이 필요하다.

<참고문헌>

- 권상희 (2024. 10. 21). 미 대선 앞두고 '딥페이크 감별' 기술 진화...가짜 AI 음성 무료 감지. <굿모닝경제>.
- 김명주 (2024). 선거 속 딥페이크, 그 실태와 윤리. <관훈저널>, 66권 2호, 115-123.
- 김지현·강진숙 (2024). 2030세대 이용자들의 딥페이크(Deepfake) 기술 경험에 대한 사례연구: 벤야민의 기술복제, 정치의 심미화 및 예술의 정치화 사유를 중심으로. <한국방송학보>, 38권 2호, 116-153.
- 김찬술 (2021). <신규 저작권 침해유형 및 이슈: 딥페이크와 저작권 침해>. 서울: 한국저작권보호원.
- 노진균 (2024. 10. 25). "여사친 옷벗겨줄까?"...'지인능욕방' 딥페이크 영상 410개 공유. <파이낸셜뉴스>.
- 노창희 (2024. 3. 1) 가성비 시대에 진지한 영상 소비는 왜 필요한가? <한국대학신문>.
- 신성원 (2023). 딥페이크 기술을 활용한 디지털 성범죄에 관한 연구. <한국치안행정논집>, 20권 4호, 147-168.
- 이민영 (2020). 딥페이크와 여론형성: 알고리즘의 권력화와 탈진실의 규제담론. <미국헌법연구>, 31권 1호, 199-241.
- 이승민 (2024. 9. 30). 딥페이크 범죄 2탄: 딥페이크 성범죄의 개념, 처벌 및 대응방법. <법무법인 세움>.
- 정선민 (2024). <'슈퍼 선거의 해' 딥페이크 정치 콘텐츠 악용 사례 및 대응 방안>. 진천: 정보통신정책연구원.
- 정인선 (2024. 9. 11). 1~7월 딥페이크 성범죄물 6400건 차단 요청...작년 전체 건수 육박. <한겨레>.
- 최종선 (2023). 인공지능과 허위조작정보에 관한 연구. <미디어와 인격권>, 9권 2호, 37-82.
- 허순철 (2022). 유튜브 딥페이크(deepfake) 영상과 허위사실공표. <미디어와 인격권>, 8권 1호, 1-47.
- Channel4 (2020. 12. 4). Deepfake queen to deliver Channel 4's alternative christmas message. News Release.
- Home security heroes (2024). State of deepfakes.
- Insikt Group (2024). Targets, objectives, and emerging tactics of political deepfakes. Recorded Group.
- Silver, N. (2020). The signal and the noise. 이경식 옮김 (2021). <신호와 소음>. 서울: 더퀘스트.

인공지능의 미디어 적용과 윤리 이슈에 대한 단상



김도연(국민대 미디어전공 교수)

1. 들어가며

인공지능(Artificial Intelligence)의 개념은 1950년대 처음 제안되었지만 이후 매우 제한된 일부 연구자들에 의해 이에 대한 연구가 붐을 이루다가 사그라지고를 몇 차례 반복하였다. 그런 과정을 거쳐 21세기 들어 인공지능 연구가 과학기술계와 산업계, 그리고 사회 전반의 엄청난 관심 속에 발전을 거듭하고 있다. 특히 인공지능망, 머신러닝, 딥러닝, 그리고 생성형 AI 같은 개념이 인공지능 발전의 핵심을 구성한다.

인공지능의 파급력을 일반인이 체감할 수 있었던 이벤트는 지금도 기억이 생생한 2016년의 알파고(AlphaGo) 바둑대국이었다. 당시 서울 포시즌스호텔에서 거행된 바둑대국에서 구글 딥마인드가 개발한 인공지능 알파고가 당시 세계랭킹 1위 이세돌 9단을 4승 1패로 꺾고 승리하여 전 세계에 인공지능의 존재와 위력을 확실히 각인시켰다. 2022년 말에는 오픈AI가 거대언어모델(LLM: Large Language Model)을 활용하여 개발된 GPT(Generative Pre-trained Transformer)3.5를 탑재한 생성형 AI인 챗GPT(Chat-GPT)를 시장에 출시하면서 본격적인 AI시대를 열었다.

2024년 10월 스웨덴 한림원이 발표한 과학 분야 노벨상 수상자의 상당수는 AI 연구와 관련 있는 인사들이었다. 노벨물리학상 수상자(존 홉필드, 제프리 힌턴) 모두, 그리고 노벨화학상 수상자 3명 중 2명(데미스 허사비스, 존 점퍼)은 딥러닝과 생성형 언어모델, AI 이미지 생성 모델 등의 연구로 오늘날의 생성형 AI 시대 개척에 이바지한 공로를 인정받아 영예를 안았다. 이렇듯 AI는 컴퓨터 사이언스와 IT 등 일부 분야에 국한된 기술이 아닌 인류의 미래를 변화시킬 대상으로 주목받고 있다.

AI는 미디어 분야에도 빠르게 활용되고 있다. AI 기술은 콘텐츠를 생성하거나 뉴스를 제작하고 추천하는데, 또는 뉴스와 콘텐츠를 필터링하고 검증하는 기능 등 다양한 형태로 미디어에 깊숙이 적용되고 있다. 아울러 AI는 미디어 이용자의 미디어 소비 방식을 변화시키기 시작하였다. 하지만 AI가 미디어에 적용되면서 여러 역기능과 윤리적 문제가 발생하리라 예상되는데, 이는 결코 가벼이 볼 수 없는 심각한 문제이다. 이 글은 인공지능이 미디어에서 활용되고 있는 사례를 살펴보고 아울러 발생할 수 있는 윤리적 문제들을 집어서 향후 이에 대한 대비책을 마련하는데 일조하는 것을 목표로 한다.

2. 인공지능과 미디어에의 활용

인공지능은 인간의 지능을 모방하여 데이터를 처리하고 학습하는 기술이다. 초기의 AI는 인간 신경계의 작동 원리를 단순히 모방하는 것에 주안점을 두었지만, 최근에는 딥러닝, 머신러닝 등을 활용하여 훨씬 더 진보된 형태로 발전하였다. 이러한 기술적 발전은 다양한 분야에서 AI를 실용적으로 활용할 수 있게 만들었고, 미디어 분야 역시 예외가 아니다.

미디어 분야에서 AI를 적용하는 것은 아직 시작 단계라 하겠다. 향후 더욱 다양한 영역에서 AI가 활용될 것이다. 지금까지의 사례를 중심으로 볼 때, 미디어 분야의 AI 활용은 크게 두 가지 주요 분야에서 활발한 듯하다. 첫째는, AI를 콘텐츠 생성 자동화에 이용하는 경우이다. 예를 들어, 뉴스 기사 작성에 AI를 활용하는 시스템을 구축하여 주어진 데이터를 바탕으로 자동으로 기사를 생성하고 있다. 특히, 증권 시장, 스포츠, 날씨 등 매일매일 발생하는 정형화된 뉴스의 작성에 AI 시스템이 이미 널리 사용되고 있다. 아직은 텍스트 위주의 뉴스 생성에 그치는 경우가 많지만, AI 앵커를 통한 실시간 뉴스 보도도 일부 시도되고 있어서 향후 활용은 더욱 넓어지리라 예상된다. AI를 이용한 음악 작곡이나 스토리 구성도 가능한 상황이라 창작자들의 우려도 적지 않다.

둘째는, AI를 기반으로 한 뉴스 추천·필터링 시스템이다. 이미 상당수의 뉴스 플랫폼과 소셜미디어가 개별 이용자의 선호·관심사를 데이터로 추적하고 분석하여 이를 바탕으로 이용자 맞춤형 콘텐츠를 추천하고 있다. 특히 AI는 이용자의 클릭 패턴과 검색 기록 등을 분석하여 방대한 데이터 속에서 특징을 추출하면서 콘텐츠 추천시스템을 계속 강화하고 있다. 넷플릭스 같은 OTT 플랫폼에서도 콘텐츠 이용 패턴, 인구 통계적 자료 등을 바탕으로 강력한 추천시스템을 구축하였다.

AI를 통한 콘텐츠 추천시스템을 마냥 반길 수만은 없다. 뜻하지 않은(?) 부작용도 발견되고 있기 때문이다. 음식도 편식은 좋지 않다고 하듯이, 이용자의 선호에만 따르는 추천은 정보의 편식과 편향을 불러오고 결과적으로 필터버블(Filter Bubble)을 가져온다. 개인이 가질 수 있는 고정관념은 더욱 강화될 것이고, 이를 기반으로 한 사회와 집단에 대한 편견은 공고해져서 확증편향으로까지 이어질 수 있다. 개인 차원에서도 이를 회피하기 위해 노력할 필요가 있고, 사회적 제도 차원에서도 이에 대비한 방지책이 요구된다.

AI 자체가 반드시 긍정적이고 선한 목적으로만 사용되지 않으리라는 것도 주지의 사실이다. 오히려 인간의 능력을 확장하는 AI가 사악한 목적으로 활용될 여지는 얼마든지 열려있다. 구글과 듀크대 연구팀의 연구에 의하면 생성형 AI가 널리 쓰이기 시작한 2023년 초 이후 AI가 생성한 가짜 이미지와 이를 통한 허위조작정보가 많이 늘어난 것으로 나타났다(KBS보도 참조). 이제 생성형 AI 같은 도구를 통해 전문가가 아닌 사람들도 온라인에서 허위조작정보를 널리 퍼뜨릴 수 있고 실제로 퍼뜨리고 있다고 해석할 수 있다.

아이러니하게도 AI는 가짜 뉴스 탐지 및 검증에도 활용될 수 있다. AI가 뉴스의 출처, 문체, 내용 등을 분석하여 허위조작정보와 가짜 뉴스를 식별하고 뉴스이용자에게 이를 경고하는 시스템을 제공하는 것이다. 이미 구글을 비롯하여 MS, 메가(페이스북) 등에서 기계학습과 자연어 처리 기술을 활용하여 뉴스와 정보의 사실 여부를 평가하고 있다. 스파이, 스노프 등은 AI를 이용하여 콘텐츠 정보를 분석하고 평가하는 도구이다. 결국 미디어 이용자는

AI가 미디어에 활용되면서 허위조작정보와 가짜 뉴스가 만들어질 수 있음을 인지하고, 필요한 경우 이를 탐지하기 위한 도구로 다시 AI를 활용할 수도 있어야 한다.

3. 인공지능 미디어 활용에 따른 윤리적 문제

앞서 언급하였듯이 AI가 생성한 콘텐츠와 뉴스가 신뢰할 만한가는 매우 중요한 문제이다. AI가 뉴스를 작성하기 위해 특정 주제에 대해 광범위한 데이터를 모으고 분석할 때 그 과정에서 편향과 왜곡이 나타날 위험이 있다. AI가 수집하는 데이터에 편향되거나 부정확한 정보가 얼마든지 포함될 수 있기 때문이다. AI는 스스로 가치판단을 하기보다 데이터를 모으고 분석하며 학습하기 때문에, 데이터 속 오류와 편향을 그대로 축적하고 학습하여 이를 생성하는 콘텐츠에 그대로 반영하게 된다. 미디어 소비자는 AI가 생성한 오류나 편향이 담긴 정보와 뉴스에 그대로 노출되어 이를 사실로 받아들일 수 있다.

AI를 통한 추천시스템도 개발자의 의도는 미디어 이용자 본인보다도 더 본인의 취향을 정확히 파악하여 원하는 콘텐츠를 추천하려는 것이라고 주장할 수 있다. 그러나 이를 구현하는 과정에서 미디어 이용자의 개인 정보가 어떻게 수집되고 처리되는지에 대해서는 여러 논란이 이어지고 있다. 설사 읽기 힘든 작은 활자로 개인의 미디어 행동에 대한 데이터를 수집하는데 동의를 요구하여 (반강제적으로) 동의를 받았다 하더라도, 이것이 고스란히 서비스 제공자의 호스트 컴퓨터에 저장되고 AI가 이를 추천시스템에 활용하는 것은 별개의 문제일 수 있다. 수집된 개인 정보가 상상도 하지 않은 용도로 악용될 가능성과 이것이 그대로 정보 수집자의 손에 들어가는 프라이버시 침해 문제는 매우 심각한 결과를 낳을 수 있기 때문이다. AI를 지배하는 기업이나 기관이 나보다 나를 더 정확히 알고 있고 나의 지극히 개인적인 사항을 속속들이 알고 있다는 사실은 우리 모두의 마음을 매우 찝찝하게 한다. 그들이 나의 정보를 사악하게 쓰지 않기만을 바라야 하기 때문이다.

이렇듯 미디어에서의 AI의 활용은 사회적 역기능에 대한 우려도 상당하다. 미디어의 공공성과 사회적 책임이 오래 전부터 강조되어 온 만큼 미디어 종사자와 정보 생산자들에게 요구되는 수준의 공공성과 책임성을 AI에도 요구해야 한다는 주장이 제기되는 이유이다. 예를 들어, 추천 알고리즘이 특정 집단과 관련된 정보를 지나치게 부풀리거나 강조하거나 혹은 아예 차단할 때, 이런 정보를 추천받는 미디어 이용자는 알고리즘이 의도한 대로 조작되고 왜곡된 정보를 통해 세상을 바라볼 수 있다.

4. 인공지능의 윤리성 확보를 위해 무엇을 할 수 있나?

세상의 문제를 해결하려 할 때 먼저 생각하는 것이 법과 제도를 통한 규제이다. 새로운 기술로 '나쁜 짓'을 하지 못하도록 법과 제도로 막으면 문제가 해결될 것이라고 주장한다. 그러나 세상은 그리 간단하지 않으며 선과 악을 구분하는 기준도 때에 따라 다를 수밖에 없다. 법과 규제를 통한 방식으로는 단지 현재의 질서만이 유지될 뿐이고 현재와 다른 모습의 변화와 발전은 기대할 수 없다. 게다가 법과 규제는 사회 문제의 모습이 명확해졌을 때나 제정과 시행을 할 수 있어, 문제 발생에서 법 제정까지는 시간적 지체가 생길 수밖에 없다. 그러므로 우선 이슈에 대한 사회적 공론화를 진행하고 이해관계자 간 협의를 통해 기술이 사회 발전에 이바지하면서 해악을 최소화

화하도록 신사협정을 맺는 방식을 추구하는 것이 시간은 더 걸리더라도 합리적이다.

AI의 발전은 앞으로 더욱 본격화될 것이고 미디어에의 활용도 그 범위가 더욱 넓어지리라 예상된다. 현재까지 제기된 문제 해결을 위해서 우선 AI 개발과 활용 주체인 산업계와 정부, 그리고 학계 등의 연구자단체가 협력하여 규범적 합의를 하는 것을 생각할 수 있다. 예를 들어, 허위조작정보와 같은 불량 정보가 유통되고 추천되는 것을 막을 수 있도록 공정하고 투명한 AI 알고리즘을 확립하여 공개하도록 합의하여 시행하는 것이다. 또한, AI가 수집하고 처리하는 개인정보라도 민감정보 활용 등에서 프라이버시 보호하도록 약속하는 것도 필요하다. 그러나, 이런 주장이 이어져 왔지만 실제로 이루어진 예는 많지 않았다. AI의 개발과 활용 주체가 직접 나서지 않으면 이런 솔루션은 공허한 메아리에 불과할 수밖에 없다.

급기야 2023년 3월에는 AI의 발전이 인간의 통제를 벗어날 수 있다는 우려로 'AI의 연구개발을 6개월간 중단'하고 'AI의 안전한 활용을 위한 국제 규범을 제정'하자는 서명운동이 벌어지기도 하였다(조선경제, 2023.3.31.). 테슬라 CEO인 일론 머스크, <사피엔스>의 작가 유발 하라리, 애플의 공동창업자 스티브 워즈니악 등이 서명한 <AI 연구 일시 중단 요청문>에서는 AI가 가져올 수도 있는 잠재적 위험성과 통제 불능 상태에 이를 수 있는 우려를 강조하였다. 그러면서 앞만 보고 생각 없이 달리기보다 잠시 멈추어서 '우리가 어디에 있고 어디로 향하는지' 확인하고 점검하자고 촉구하였다. 그러나 이와같은 여론 주도자 그룹의 외침도 촌각을 다투며 개발에 매진하던 AI 개발자와 기업들의 앞길을 막지는 못하였다. 비록 6개월 AI 개발 중단이라는 목적을 이루지는 못하였지만, AI의 안전한 활용을 위한 국제 규범의 필요성에 대한 공감대는 확산하여 각국 정부는 물론이고 유럽연합을 비롯하여 여러 무대에서 이에 대한 논의가 진행되는 계기가 되기는 하였다.

5. 마무리

AI의 파급력이 강력할수록 AI에 대한 경계심도 높아가고 있다. AI에 대해 우려의 의견을 말하는 사람들도 AI의 발전을 완전히 멈추자고 하는 것은 아닐 것이다. 자칫 이에 대해 선부른 규제를 하는 것은 19세기 자동차 발명 시기에 영국에서 시행되었던 '붉은 깃발 법(Red Flag Act)'같은 우스꽝스러운 규제가 될 수도 있음을 명심해야 한다. 그런 점에서 AI의 연구와 개발에는 적극적인 지원과 성원을 보내되 AI로 발생할 가능성이 있는 여러 문제에 대해서는 사회적 안전장치를 마련하는 자세가 필요하다.

AI 기능을 활용할 미디어 이용자는 AI가 가질 수 있는 편향성과 AI를 거친 미디어 서비스의 프라이버시 침해 가능성 등을 인지한 채로 미디어를 이용하는 AI 리터러시를 갖추도록 해야 한다. 이를 위해서는 개인에게만 부담을 지우기보다 사회적인 미디어 리터러시 교육에 AI 리터러시 증진을 위한 내용을 담도록 해야 할 것이고, 이에 대해 미디어 콘텐츠로도 제작하여 노출시켜야 한다. 개인, 미디어, 정부 등이 함께 의지를 가지고 진행할 때 가장 효과가 높을 것이다.

정부는 선부른 규제책을 강구하기보다는 AI 리터러시를 포함하여 AI의 편의성과 함께 잠재적 위험을 사회 모두가 의식하도록 분위기를 '빌드업(build up)'하는 역할을 하는 것이 바람직하다. 2023년의 <디지털 권리장전> 발표나 2024년 제시한 <새로운 디지털 질서 추진계획>과 이에 덧붙여진 8대 핵심 과제는 정부의 진지한 빌드업의 일환

으로 받아들일 수 있다.

마지막으로 포스트 글로벌 시대에 AI와 같은 신기술은 더 이상 국경에 국한되지 않는다. 한 국가의 혼탁한 AI 생태계는 곧 인근 국가를 거쳐 전 세계로 악영향을 미치게 된다. 따라서 국가 간 협력을 통해 공정하고 투명한 AI 이용을 위해서 다자간 협력이 가능한 국제 기구 등에서 국제적 윤리 규범을 제정하여 함께 생태계를 지켜나가려는 노력이 요구된다.

02

국내동향

권익보호

- 방통위, 딥페이크 성범죄물 OUT! 전문가 토론회 개최
- 방통위, 텔레그램 청소년 보호책임자 지정 요청
- 방통위, 아이폰16 이용자 사기 피해주의보 발령
- 방통위, 「인공지능서비스 이용자 보호 민관협의회」 출범
- 강원시청자미디어센터, 비상방송 제작·송출 실제훈련 실시

방송참여와 권익증진

- '기후·환경 슛폼 영상공모전' 진행
- 「제6회 미디어교육 우수사례 공모전」 개최
- 광주시청자미디어센터·광주관광공사, 「제17회 청소년 방송콘텐츠 경연대회」 개최
- 초·중·고 교사 연수, 「디지털 미디어 리터러시, 수업과 만나다」 개최
- 2024년 음성-자막 변환 앱 '이어쥬' 시범서비스 운영

권익보호

방통위, 딥페이크 성범죄물 OUT! - 전문가 토론회 개최

방송통신위원회와 방송통신심의위원회, 시청자미디어재단은 9월 12일(목) 오후 3시 한국방송회관 3층 회견장에서 “딥페이크 성범죄영상물 OUT!- 현안 진단과 대책 모색”을 주제로 딥페이크 성범죄영상물 대응 전문가 토론회를 개최하였다.

금번 토론회는 권헌영 고려대 정보보호대학원장이 사회를, 최경진 가천대 교수가 “인공지능의 역기능과 피해 그리고 법제도 개선방향”, 정필운 한국교원대학교 교수가 “딥페이크 성범죄영상물 대응 전략”에 관하여 주제발표를 하였다. 토론에는 문기현 서울디지털성범죄 안심지원센터장, 김영규 한국인터넷기업협회 정책1실장, 김우석 방송통신위원회 디지털유해정보대응과장, 문성환 시청자미디어재단 미디어교육정책부장, 최순옥 네이버의깊이 이사, 이상룡 부산광역시교육청 장학관, 이은경 방송통신심의위원회 전문위원이 참석하였다.

제1주제 발표에서 최경진 교수는 인공지능이 지식재산권 침해, 개인정보 프라이버시 침해, 혐오·편향차별 등 윤리문제나 인권침해, AI피싱, 가짜뉴스, 선거와 가짜뉴스, 일자리 대체, 딥페이크 성범죄물 등 다양한 역기능을 초래할 수 있다고 제시했다. 이중 딥페이크 성범죄물의 경우 과거와 달리 제작이 쉬워지고, 비용이 저렴하며, 실제와 구분이 어려워지고, 인터넷을 통해 전 세계로 빠르게 확산되는 특징이 있다고 지적했다. 이로 인해 피해를 회복하기 어렵고, 아동·청소년을 비롯한 피해자의 인격을 파괴한다는 점에서 심각한 사회문제라고 강조했다. 인공지능의 발전을 저해하지 않는 동시에 역기능을 차단하기 위해서는 그 유형과 정도에 따라 차등적 접근이 필요하지만, 딥페이크 성범죄물의 경우 심각성을 고려할 때 기술적 규제와 강한 법적 제재가 필요하다고 강조했다.

제2주제 발표에서 정필운 교수는 딥페이크 성범죄물 대응전략에는 다양한 접근방식이 존재할 수 있는데, 기술적 측면에서 딥페이크를 탐지할 수 있는 기술개발과 지원, 교육적 측면에서 시민의 미디어 리터러시 역량 제고를 위한 교육과 홍보 활성화, 산업적 측면에서는 사업자 자율규제 강화를 지적했다. 나아가 법적 측면에서 온라인서



딥페이크 성범죄영상물 대응 전문가 토론회
 딥페이크 성범죄영상물 OUT!
 - 현안 진단과 대책 모색

일시 | 2024. 9. 12.(목) 15:00~17:00
 장소 | 방송회관 3층 회견장

주최 | 방송통신위원회 방송통신심의위원회 시청자미디어재단

프로그램

개회식	김태규	방송통신위원회의 위원장 직무대행 · 부위원장
환영사	류희림	방송통신심의위원회의 위원장
축사	최철호	시청자미디어재단 이사장
좌장 및 사회	권헌영	고려대학교 정보보호대학원장
발제자	최경진	가천대학교 법과대학 교수 한국인공지능법학의 회장
발제자	정필운	한국교원대학교 일반사회교육과 교수 한국인터넷법학의 회장
토론자	문기현	서울디지털성범죄 안심지원센터장
	김영규	한국인터넷기업협회의 정책1실장
	김우석	방송통신위원회의 디지털유해정보대응과장
	문성환	시청자미디어재단 미디어교육정책부장
	최순옥	네이버의깊이(주) 이사
	이상룡	부산광역시교육청 장학관
	이은경	방송통신심의위원회의 전문위원
폐회(장려)		

※ 토론회는 방송통신위원회의 유튜브 채널(youtube.com/@방송통신심의위원회)을 통해 실시간 중계됩니다.



비스제공자에게 일정한 의무를 부여하고 이를 위반한 경우 제재를 가하는 방식과 딥페이크 성범죄물 제작유포 행위자에 대한 처벌 강화가 필요하다고 강조하였다.

이어진 토론에서도 딥페이크 성범죄물 대응을 위한 사업자 자체 노력, 정부와 유관기관의 대응체제, 피해자 지원 등에 관한 다각적인 논의가 이어졌다. 토론자들은 예방 측면에서 아동·청소년의 딥페이크 성범죄물 제작유포가 심각한 범죄라는 점을 주지시키기 위한 미디어 리터러시 교육 강화와 유관기관과의 긴밀한 협력 대응체계 구축, 피해 발생 시 신속 심의, 확산방지를 위한 차단과 삭제, 피해자 지원, 워터마크 표시, 딥페이크 성범죄물 제작유포자 처벌 강화 등이 필요하다는데 공감대를 형성하였다.

방송통신위원회, 방송통신심의위원회, 시청자미디어재단은 이번 토론회에서 제시된 전문가 의견을 향후 정책에 적극 반영하여 딥페이크 성범죄물로 인한 피해가 발생하지 않도록 하는 동시에 피해가 발생 시 긴밀한 협조체제 하에 신속한 심의, 차단, 삭제, 지원 등의 대응이 이뤄질 수 있도록 하겠다고 밝혔다.

 더 알아보기 : 방송통신위원회 > 알림마당 > 보도자료 ([Click](#))

방통위, 텔레그램 청소년 보호책임자 지정 요청

방송통신위원회는 9월 12일 텔레그램에 청소년보호책임자 지정 관련 자료제출 요청공문을 공식 송부하였다. 이는 텔레그램이 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하, 정보통신망법) 제42조의3 및 동법 시행령에 따른 청소년보호책임자 지정 의무 사업자에 해당하는지를 확인하기 위하여 자료제출을 요청한 것이다.

방송통신위원회는 최근 텔레그램 서비스에서 채널이나 대화방 접속 링크주소와 비밀번호를 불특정 다수에게 배포하는 사례가 늘어나고, 이러한 채널이나 대화방이 불법정보 유통의 온상이 되고 있음에 따라, 텔레그램에 대하여 정보통신망을 건전하고 안전하게 이용할 수 있는 환경을 조성하기 위하여 청소년보호책임자 지정 의무를 강제할 필요가 있다고 판단하였다.

청소년보호책임자 제도는 정보통신망에서 아동·청소년을 보호하기 위하여 일정규모 이상의 부가통신사업자에게 부과되는 법적 의무이다. 대상사업자는 임원급 또는 청소년보호와 관련된 업무를 담당하는 부서의 장을 청소년보호책임자로 지정해야 하며, 자신이 제공하는 정보통신서비스망에서 청소년유해정보의 차단 및 관리, 청소년 보호계획 수립 등 청소년 보호 업무를 이행하여야 한다.

그동안 텔레그램은 한국뿐만 아니라 각국 정부기관과의 소통에 극도로 소극적으로 대응해 왔으나, 방통위는 지속적으로 텔레그램에 대해 의무이행을 통지할 계획이며, 지속된 요구에도 불응 시 단계적 제재 강화방안을 모색할 계획이다.

🔗 더 알아보기 : 방송통신위원회 > 알림마당 > 보도자료 ([Click](#))

방통위, 아이폰16 이용자 사기 피해주의보 발령

방송통신위원회는 2024년 9월 5일(목) 보도자료를 통해 애플의 아이폰16 출시를 앞두고 허위·과장·기만 광고를 통한 휴대폰 사기판매 피해가 발생할 수 있다며 이용자의 각별한 주의를 당부했다.

최신 스마트폰을 저렴하게 판매한다면서 온라인카페, 블로그, 밴드 등을 통해 은밀히 영업하는 일명 '성지점'의 경우, 실제로는 이통사가 제공하는 선택약정 할인, 신용카드 제휴할인 등을 유통점이 할인하여 주는 것처럼 설명하여 이용자를 현혹할 수 있다는 것이다.

이러한 속임수 판매로 인한 피해를 예방하려면, 터무니없이 저렴한 구매금액을 제시받은 경우 할인조건과 잔여 할부금 등을 꼼꼼하게 확인하여야 하고, 이해되지 않는 부분에 대해서는 추가적인 설명을 요구할 필요가 있다.

방송통신위원회는 이통사에 불법지원금 자제 등 시장안정화를 당부하는 한편, 이통사·방송통신이용자보호협회와 함께 민원신고 유통점과 온라인 영업을 하는 판매점을 중심으로 사전승낙서 게시여부를 모니터링하는 한편, 허위·과장·기만 광고 등 속임수 판매로 인한 이용자 피해예방을 위한 현장점검을 강화할 계획이다.

 더 알아보기 : 방송통신위원회 > 알림마당 > 보도자료 ([Click](#))

방통위, 「인공지능서비스 이용자 보호 민관협의회」 출범

방송통신위원회와 정보통신정책연구원은 7월 19일(금) 양재동 엘타워에서 국내외 인공지능기술 및 정책동향을 분석하고 인공지능서비스 이용자 보호정책 방안 논의를 위하여 「인공지능서비스 이용자 보호 민관협의회」 제1차 회의를 개최하였다.

그동안 방송통신위원회는 다양한 지능정보서비스(AI, 메타버스, 빅데이터, 사물통신, 클라우드 컴퓨팅 등 신기술 기반서비스) 관련 이해관계자와 이용자보호 정책방안 등을 논의하기 위하여 「지능정보사회 이용자보호 민관협의회」를 운영하여 왔다. 2024년부터 인공지능시대에 걸맞게 「인공지능서비스 이용자 보호 민관협의회」(이하, 민관협의회)로 확대개편하여 운영하게 되었다.

민관협의회는 학계, 산업계, 법조계, 시민단체 등 각계 전문가 36명으로 구성되었으며, 위원장은 이원우 교수(서울대 법학전문대학원)가 임명되었다. 발족식 후에는 '인공지능서비스 이용보호법' 제정 방향과 법률의 주요 내용에 관하여 정보통신정책연구원 권은정 박사의 발표가 이뤄졌다.

방송통신위원회는 인공지능(이하, AI)의 잠재적 위험성과 부작용으로부터 이용자를 보호하기 위하여 AI 이용자보호법 제정을 추진하여 왔다. 기존 정보통신서비스와 차별되는 AI 환경에 맞춰 △AI 유형별 차등 규제 △AI 생성물 표시제 △이용자 설명요구권 보장 △분쟁조정제도 △AI 이용자보호업무 평가 등 제도 도입을 검토 중이다.



발표 후 민관협의회 위원들은 법률 내용에 대한 다양한 의견을 제시하였으며, 방송통신위원회는 이를 종합적으로 반영하여 금년 하반기 AI 이용자보호법을 마련하고 입법절차를 진행할 예정이다.

❖ 더 알아보기 : 방송통신위원회 > 알림마당 > 보도자료 ([Click](#))

강원시청자미디어센터, 비상방송 제작·송출 실제훈련 실시

지난 8월 20일 방송통신위원회, 시청자미디어재단, KBS, 춘천시, 춘천경찰서, 2포병 여단 등 7개 기관은 2024년 을지연습 실제훈련 일환으로 춘천시 박사로 소재 강원시청자미디어센터에서 비상방송 제작·송출 훈련을 실시하였다. 적의 공격으로 인하여 방송국 시설이 파괴된 상황을 가정하여 진행된 이번 훈련은 KBS 춘천방송국 인력이 강원시청자미디어센터로 이동, 비상시 국민의 재산과 생명을 보호하기 위한 행동요령에 관한 사항을 센터의 시설·장비로 제작·송출하는 방식으로 이뤄졌다. 또 춘천시, 경찰소방군 등은 적의 공격으로부터 강원시청자미디어센터를 보호하기 위하여 각자의 역할에 따라 방호 훈련을 실시하였다.

방송통신위원회와 시청자미디어재단은 전국 12개 광역·시·도에 시청자미디어센터를 구축·운영하고 있으며, 전국 17개 광역·시·도에 1개 센터 구축을 추진하고 있다. 평상시 시청자미디어센터는 전 국민의 미디어·활용 능력 제고를 위한 미디어교육, 미디어체험 기회 제공, 방송제작 시설·장비 이동 등을 지원하고 있다. 그러나 전시에는 방송국 기능 수행을 위한 방송사 제작센터로 전환되어 비상방송을 제작·송출하게 된다.

 더 알아보기 : 방송통신위원회 > 알림마당 > 보도자료 ([Click](#))

방송참여와 권익증진

'기후·환경 숏폼 영상공모전' 진행

환경부가 주최하고, 시청자미디어재단과 한국환경연구원이 주관하며, 울산시청자미디어센터가 운영하는 「기후·환경 숏폼 영상공모전」이 7월 8일(월)부터 10월 7일(월)까지 진행되고 있다.

기후변화 속 지구를 지키는 생활 실천 아이디어(기후변화 및 기후위 기적응 자유주제)에 관한 숏폼 영상(60초 이내)을 모집하며, 국민 누구나 응모할 수 있다.

시상내역은 청소년부와 일반부 총 1,200만원이다. 대상(환경부장관 상)은 1명(팀)에게 200만원이 수여된다. 최우수상은 청소년부(시청자미디어재단 이사장상) 2명(팀), 일반부(한국환경연구원 원장상) 2명(팀)에게 총 280만원(각 70만원)이 수여된다. 우수상은 청소년부(울산시청자미디어센터 센터장상) 4명(팀), 일반부(국가기후위기적응센터 센터장상) 4명(팀)에게 총 320만원(각 40만원)이 수여된다. 장려상은 청소년부(울산시청자미디어센터 센터장상) 20명(팀), 일반부(국가기후위기적응센터 센터장상) 20명(팀)에게 총 400만원(각 10만원)이 수여된다.

심사는 1차와 2차로 진행된다. 1차는 10월 중 전문가 서면심사를 거쳐 수상 후보자(53명)를 선정한다. 심사기준은 주제적합성(30%), 표현성(30%), 완성도(20%), 대중성(20%)의 합계 순위이다. 2차는 10월 말에서 11월 초 사이 장려상을 제외한 상위 13개 작품 대상 현장심사(작품발표)로 진행되며, 대상부터 우수상까지 순위를 결정한다. 심사기준은 별도 안내된다. 결과발표는 11월 중 시청자미디어재단, 한국환경연구원 홈페이지 및 SNS 채널, 수상자 개별통보 방식으로 이뤄진다. 별도 시상식은 개최되지 않으며, 상장과 시상금은 수상자에게 개별 전달된다.

🔍 더 알아보기 : 시청자미디어재단 공지사항 ([Click](#))



「제6회 미디어교육 우수사례 공모전」 개최

방송통신위원회가 주최하고 시청자미디어재단이 주관하며, 전국미디어센터협의회의 협력으로 「제6회 미디어교육 우수사례 공모전」이 진행되었다. 다양한 미디어교육 우수사례를 발굴·공유하고, 미디어교육의 중요성에 대한 인식 제고와 확산 분위기를 조성하기 위하여 진행되는 이번 공모전은 올해 6회를 맞았다.

공모분야는 청소년미디어교육, 사회미디어교육, 미디어교육 수기이며, 공모기간은 8월 7일(수)부터 9월 30일(월)까지 8주이다. 응모자격은 미디어교육 경험이 있는 교사, 강사 및 개인이다. 개인 또는 팀(단체)으로 참여가 가능하며, 중복지원은 가능하나 중복 수상은 불가하다. 응모방법은 시청자미디어재단 홈페이지(www.kcmf.or.kr)에 게시된 서류를 작성하여 이메일로 제출하면 된다.

시상규모는 방송통신위원장상(대상) 등 11점, 총 상금은 850만원이다. 청소년 미디어교육 분야, 사회 미디어교육 분야의 경우 대상(방송통신위원회 위원장상), 최우수상(시청자미디어재단 이사장상), 우수상(전국미디어센터협의회 이사장상) 각 1점씩 선정한다. 상금은 각각 200만원, 100만원, 50만원이다. 미디어교육 수기 분야는 대상 1점, 최우수상과 우수상 각 2점을 선정한다. 훈격은 앞서와 동일하며, 상금은 각각 50만원, 30만원, 20만원이다.

9월 30일 서류접수가 완료되면, 10월에 적격성 검토, 1차 예선 심사, 2차 본선 심사, 시상식이 진행될 예정이다. 적격성 검토에서는 제출자격, 표절여부, 미비서류 등이 이뤄진다. 1차 예선 심사는 5명 이내의 외부 심사위원이 서류심사를 진행하여 2차 본선심사 대상자를 선정한다. 2차 본선심사는 5명 이내 외부 심사위원의 현장 발표심사를 통하여 상장 훈격을 결정한다. 최종결과 발표와 시상식은 10월 23일(수) 진행될 예정이다.

🔗 더 알아보기 : 시청자미디어재단 공지사항 ([Click](#))

제6회 미디어교육 우수사례 공모전
2024.08.07(수) - 2024.09.30(월)

공모기간
2024. 8. 7(수) ~ 9. 30(월)

공모대상
미디어교육 경험이 있는 교사·강사 및 수강생 개인 또는 팀

시상규모

분야	구분	상금
청소년 미디어교육	대상	200만원
	최우수상	100만원
	우수상	50만원
사회 미디어교육	대상	200만원
	최우수상	100만원
	우수상	50만원
미디어교육 수기	대상	50만원
	최우수상	30만원
	우수상	20만원

지원방법
제출서류 작성 후, 이메일 제출
mcsl@kcmf.or.kr

문의처
www.kcmf.or.kr
*참가료: 없음

주최: 방송통신위원회 | 주관: 시청자미디어재단 | 협력: 전국미디어센터협의회

광주시청자미디어센터·광주관광공사가, 「제17회 청소년 방송콘텐츠 경연대회」 개최

시청자미디어재단 광주시청자미디어센터와 광주관광공사가 공동으로 주관하는 「제17회 청소년 방송콘텐츠 경연대회」가 9월 28일(토) 김대중컨벤션센터 4층 컨벤션홀에서 개최되었다. 방송제작에 관심이 많은 청소년에게 꿈과 끼를 발산할 수 있는 기회를 제공하고자 마련된 이 대회는 <2024 광주 ACE Fair> 특별행사의 일환으로 진행되었다.

<2024 광주 ACE Fair>는 아시아문화중심도시 광주의 대표브랜드 전시회로 2006년부터 매년 개최되는 콘텐츠 종합전시회이다. 올해는 9월 26일(목)부터 29일(일)까지 'Seeding IP, Digging Content'라는 주제로 4일간 개최되었다.

청소년이 직접 공연과 방송중계를 동시에 진행하는 형태의 경연이라는 점이 이 대회의 가장 큰 특징이다. 중고등학교 재학생 또는 13~18세 청소년은 공연조와 방송조로 이뤄진 팀을 구성하여 참가할 수 있다. 광주시청자미디어센터는 8월 19일(월)까지 예선신청을 접수하였다.

본선큐연은 중고등부 각 5팀이 방송조(10분)-리허설(10분)-녹화(1회)를 진행하여 결과물을 제출하는 방식으로 이뤄졌다. 방송 및 공연 콘텐츠 전문가로 구성된 심사위원들은 카메라 구성, 화면전환, 공연 완성도 등을 기준으로 심사를 진행하여 수상팀을 선정하였다.

시상은 대상(문화체육관광부 장관상) 각 1팀, 최우수상(광주광역시 시장상) 각 1팀, 우수상(광주광역시 교육감상) 각 1팀, 장려상(시청자미디어재단 이사장상) 각 2팀, 지도자상(시청자미디어센터장상) 각 1팀에게 수여되었다. 부상으로는 대상 각 80만원(총 160만원), 최우수상 각 60만원(총 120만원), 우수상 각 50만원, 장려상 각 40만원(총 160만원), 지도자상으로 상장이 수여되었다.

❶ 더 알아보기 : 시청자미디어재단 공지사항 ([Click](#))

2024 광주에이스페어 GWANGJU ACE FAIR 전국 유일무이! 우리의 공연이 생중계 된다!!

청소년 제17회 방송콘텐츠 경연대회

예선 접수 8.19.(월) 자정까지

공동주관 시청자미디어재단 광주시청자미디어센터 GTO 광주관광공사

본선 경연장은 이렇게 진행됩니다

청소년 방콘대 본선큐연

방송조 (10분)
장내장리 및 역할별 정위치
카메라 조작법 숙지
공연자 마이크 착용 및 소름 정리

리허설 (10분)
정위치 완료 후 10분 카운트
방송&공연팀 자율 리허설
리허설 중 녹화 가능(녹화본 제출가능)

녹화 (1회)
PD '큐'사인에 따라 녹화시작
(중단 후 재녹화 불가)
녹화 후 최종 완성본 제출

제17회 청소년 방송콘텐츠 경연대회 시상내역

시상명	후 격	중/고	부상금	비 고
대상	문화체육관광부 장관상	1 / 1	80(160)	1차 심사 후 본선무대공연 대상팀 지도자
최우수상	광주광역시 시장상	1 / 1	60(120)	
우수상	광주광역시 교육감상	1 / 1	50(100)	
장려상	시청자미디어재단 이사장상	2 / 2	40(160)	
지도자상	시청자미디어센터장상	1 / 1	상장	

수상특전 본선 무대 공연작은 KCTV 광주방송 방영 및 그에 따른 방송 채널로 자급

초·중고 교사 연수, 「디지털 미디어 리터러시, 수업과 만나다」 개최

교육부와 전국 시도교육청이 주최하고 시청자미디어재단이 주관하는 「디지털 미디어 리터러시, 수업과 만나다」 교사연수가 9월 30일부터 11월 9일까지 진행되고 있다. 이번 연수는 미디어 환경의 빠른 변화 환경에 발맞춰 디지털 미디어 리터러시 함양, 수업에 바로 적용하는 미디어 리터러시 교수학습 설계 등을 주제로 전국 초·중·고등학교 교사를 대상으로 이뤄졌다.

지난 9월 11일(수)부터 26일(목)까지 미디어 리터러시에 관심이 있는 전국 초·중·고등학교 교사 180명을 선착순 모집하였으며, 연수는 온라인과 오프라인 병행 총 13차시(온라인 7차시, 오프라인 6차시)로 진행되고 있다.

온라인 연수는 시청자미디어재단 '미디인' 플랫폼(9.30~10.9)과 유튜브 생중계 방식(10.12)으로 진행된다. 교육내용은 '미디어 리터러시와 미디어 리터러시 교육 톺아보기(1차시)', '디지털 미디어의 빛과 그림자, 디지털 속 우리의 모습(2차시)', '미디어 리터러시 교육의 방향성과 학교 교의 역할(3차시)', '학교 교육과정 속 디지털 리터러시 교육 주요내용(4차시)', '수업에 바로 적용하는 미디어 리터러시 교육 교수학습 방안(5차시)', '지금, 왜 우리에게 미디어 리터러시가 필요한가?(6차시)', 학교 그리고 교사는 무엇을 가르쳐야 할까?와 '미래 사회를 준비하는 교사의 자질과 역량(7차시)'이다.

오프라인 연수는 10월 19일부터 11월 9일까지 매주 토요일 대전, 부산, 경기 시청자미디어센터에서 진행된다. 연수내용은 '미디어 리터러시와 아동·청소년의 미디어 이용(1차시)', '청소년의 안전한 미디어 이용을 위한 학교, 교사의 역할(2차시)', '미디어 리터러시 수업 실천 사례 살펴보기', '안전한 미디어 이용 학습주제를 중심으로 수업 설계하기(1, 2(4, 5차시)', '안전한 미디어 이용 지도안 공유회(6차시)'이다.

초·중·고 교사 연수
디지털 미디어 리터러시, 수업과 만나다

교육내용·일정

- 디지털 미디어의 빛과 그림자, 디지털 속 우리의 모습
- 교육과정 속 디지털 미디어 리터러시 교육 주요내용
- 수업에 바로 적용하는 미디어 리터러시 교육 교수·학습 설계 등

구분	방법	차시	일정	비고
온라인	VOD	5차시	9.30(수) ~ 10.9(목)	시청자미디어재단 '미디인' 플랫폼
	실시간	2차시	10.12(토), 14시~16시	유튜브 생중계 라이브
오프라인	집합연수	6차시	10.19(토) 10시~17시	대전시청자미디어센터
			10.26(토) 10시~17시	부산시청자미디어센터
			11.9(토) 10시~17시	경주시청자미디어센터

모집안내

- 모집기간 : 2024년 9월 11일(수) 09:00 ~ 9월 26일(목) 18:00까지
- 모집대상 : 디지털 미디어 리터러시에 관심 있는 초·중·고 교사
- 모집정원 : 전국 180명 (선착순 마감)
※ 센터당 60명 (초·중·고등별 20명)

접수방법 : 시청자미디어센터, 부산시청자미디어센터, 경기시청자미디어센터

접수문의

- 접수처 : 광고내 내 구글폼 제출
- 문의 : 시청자미디어재단 미디어교육정책부 (☎02-6900-8392)

신청을 하시면 상제 교육내용도 확인해 보세요!

신청을 하세요!

더 알아보기 : 시청자미디어재단 공지사항 ([Click](#))

2024년 음성-자막 변환 앱 '이어줌' 시범서비스 운영

시청자미디어재단은 청각장애인의 모바일 미디어 이용환경 개선을 위한 음성-자막 변환 앱 '이어줌' 시범서비스를 7월부터 상시 제공하고 있다.

이어줌은 미디어의 음성신호를 수집하여, 실시간 자막으로 자동 변환해 영상과 함께 화면에 표시하는 앱 서비스이다. 아이오에스(iOS) 또는 안드로이드(Android) 기반 모바일 기기(스마트폰, 태블릿PC 등)에 이어줌 앱을 설치하면 이용할 수 있다. 주요 기능은 실시간 자막 제공(영상을 클릭하면 실시간 자막 생성), 자막 설정 옵션(이용자 편의에 따라 위차크가색상화자분리 등 변경 가능)이다.

이어줌 앱을 이용하려면, 먼저 앱스토어 또는 구글 플레이스토어에서 '이어줌'을 검색하여 다운로드를 받아야 한다. 설치가 완료되면 모바일 기기 화면에 이어줌 아이콘이 생성된다. 아이콘을 클릭하여 앱을 실행하고 회원가입 절차를 마치면, 원하는 방송서비스를 실시간 자막과 함께 이용할 수 있다. 이어줌 앱 설치방법에 관한 자세한 사항은 유튜브에서 확인할 수 있다.

- ▶ iOS 기반 이어줌 앱 이용안내 영상 ([Click](#))
- ▶ 안드로이드 기반 이어줌 앱 이용안내 영상 ([Click](#))

이어줌 앱 이용 관련 문의는 카카오톡 채널 [이어줌] 추가, 대표전화(1522-1631), 이메일(jin1403@kcmf.or.kr)로 할 수 있다. 또한 앱 개선을 위한 온오프라인 설문과 인터뷰 진행을 위하여 8월부터 11월까지 참가자를 모집하고 있다.

❖ 더 알아보기 : 시청자미디어재단 공지사항 ([Click](#))



03

해외동향

권익보호

- 일본 시청자 권익보호 제도 현황

일본 시청자 권익보호 제도 현황

동북아시아에 위치하고 있는 일본은 37만 8,000km²(한반도 약 1.7배)의 면적과 1억 2,404만 명(2024년 4월 기준)의 인구를 갖고 있다. 2023년 기준 GDP는 4조 2,100억 달러, 1인당 GDP는 3만 3,810달러를 기록하고 있다. 국가형태는 입헌군주제, 정부형태는 내각책임제, 의회는 양원제(참의원, 중의원)이다.

일본의 방송규율은 총무성이 담당하고 있다. 일본은 1945년 2차 세계대전 종전 이후 전파청이 방송·통신 업무를 담당하다가, 1950년 6월 미국 FCC를 모델삼아 총리부 외국(外局)에 독립행정위원회인 전파감리위원회를 설치하여, 관련 업무를 담당케 하였다. 그러나 독립행정위원회는 책임의 명확성을 결여하여 능률적인 사무처리가 어렵다는 판단에 따라 1952년 전파감리위원회를 폐지하고, 우정성이 관련 업무를 담당하였다. 이후 2001년 1월 행정기구 개편에 따라 우정성이 총무성에 통합되었다. 총무성은 우정성의 방송·통신 관련 정책, 행정, 규제 업무를 계승하였다.

일본의 방송규율 목적은 공공복지 증진과 방송의 건전한 발달이다. 일본 「방송법」 제1조는 방송의 최대한 보급과 효용성 보장, 방송의 불편부당과 진실 및 자율을 보장하여 방송에 의한 표현의 자유 확보, 방송종사자의 직책을 명확히 하여 방송이 건전한 민주주의 발달에 이바지 할 것이라는 원칙에 따라 방송을 공공복지에 적합하도록 규율하고 건전한 발달을 도모하는 것을 목적으로 한다고 밝히고 있다.¹⁾

일본의 방송체제는 공영방송과 민간방송으로 대별된다. 공영방송에는 NHK(日本放送協会, Nippon Hoso Kyobai)와 방송대학학원이 있다. NHK는 수신료를 재원으로 운영되며 국내방송과 국제방송을 제공한다. 방송대학학원은 방송으로 수업을 받고 대학 학위를 취득할 수 있게 해주는 원격교육기관이다. 방송광고, 이용요금 등을 재원으로 운영되는 민간방송은 지상계, 위성계, 케이블TV로 나뉜다.

방송현황

• 공영방송

NHK(日本放送協会, Nippon Hoso Kyobai)는 일본의 공영방송이다. 전신은 1925년 3월 라디오방송으로 시작된 도쿄방송국(Tokyo Broadcasting Station)이다. 1926년 도쿄방송국 포함 3개 방송국 합병으로 NHK가 설립되었고, 1950년 6월 1일 「방송법」에 의거 공영방송사로 재편되었다.

「방송법」 제15조부터 제27조까지는 NHK에 관한 사항을 규정하고 있다. 동법 제15조에서 NHK는 공공의 복지를 위하여 전국에서 널리 수신할 수 있도록 좋은 방송프로그램으로 구성된 국내기간방송을 실시하고, 동시에 방송 및 그 수신자의 진보·발전에 필요한 업무를 실시하고 더불어 국제방송 및 협회국제위성방송을 실시함을 목적으로 한다

1) <https://laws.e-gov.go.jp/law/325AC0000000132>

고 규정하고 있다.²⁾ 이에 따라 NHK는 자사의 궁극적 임무(mission)를 건강한 민주주의 발전에 기여하는 것이라고 밝히고 있다.³⁾ NHK는 공정한, 고품질 방송프로그램을 제공하고, 프로그램은 정부나 민간기관으로부터 영향을 받아서는 안 되며, 평가(rating) 또는 제3자의 이익으로부터 영향을 받지 않고, 광범위하고 균형 있는 프로그램을 제공해야 할 책임을 지고 있다.

NHK 경영체계는 경영위원회, 감사위원회, 집행부로 이뤄져 있다. 「방송법」 제28조부터 제41조까지는 경영위원회에 관한 사항을 규정하고 있다. 12명으로 구성되는 경영위원회는 NHK의 경영방침이나 업무운영에 관한 중요사항을 의결하는 역할을 수행한다. 「방송법」 제42조부터 제48조까지는 감사위원회에 관한 사항을 규정하고 있다. 감사위원회는 경영위원 중 3인 이상을 감사위원으로 임명함으로써 구성된다. 이들은 정기적으로 감사위원회를 개최하여 NHK의 업무에 관한 보고를 받고, 필요하면 조사를 실시하여 경영위원회에 활동 내용을 보고한다. 「방송법」 제49조부터 제63조는 임직원에 관한 사항을 규정하고 있다. NHK임원은 회장 1명, 부회장 1명, 이사(7인 이상 10인 이내)로 구성된다.

NHK는 국내방송과 국제방송을 수행한다. 국내방송에는 지상파TV 2개, 라디오방송 3개, 위성TV 3개 등 총 8개 채널이 있다. 국제방송에는 NHK WORLD JAPAN이 있다. NHK WORLD JAPAN은 해외 거주 자국민을 위한 일본어 TV방송, 외국인을 위한 영어 TV방송, 18개 언어로 세계 각지에 제공하는 라디오방송을 운영한다. 디지털서비스에는 무료와 유료이 있다. 수신료 기반 무료 서비스에는 일반 시청자 대상의 NHK플러스(NHK+), NHK온라인, 인터넷 라디오가 있다. 재해 등 공익목적 정보를 다른 사업자에게 제공하는 경우도 무료이다. 반면 일반 이용자를 대상으로 제공하는 NHK온디맨드(NHK オンデマンド), 방송을 마친 프로그램 등을 다른 사업자에게 제공하는 경우는 유료이다.

NHK는 「방송법」에 의거 설립된 특수법인으로, 정부 등 이해관계자로부터 간섭을 받지 않고 자주적으로 설립 목적을 달성하기 위하여 사업수입의 대부분을 수신료에서 충당한다. 「방송법」 제64조 제1항에 의거 NHK 방송 수신 설비를 설치한 자는 NHK와 수신계약을 체결하고 수신료를 납부하여야 한다. 다만, NHK 방송수신계약 추이를 살펴보면 2019년 4,522만 건을 정점으로 하락세를 보이고 있다. 2022년의 경우 4,448만 건(위성계약 2,266만 건, 지상계약 2,180만 건, 특별계약 2만 건)을 기록했다. 2023년 10월 기준 NHK 월수신료는 지상파계약 1,100엔, 위성계약 1,950엔이다. 선납 시 할인이 적용되며 지불수단에 따른 금액 차이는 없어졌다. 2023년 10월 인하 전 수신료는 지상파계약 1,225엔(계좌이체, 신용카드 지불), 1,275엔(우편환 지불), 위성계약 2,170엔(계좌이체, 신용카드 지불), 2,220엔(우편환 지불)이었다.

2) <https://laws.e-gov.go.jp/law/325AC0000000132/>

3) <https://www.nhk.or.jp/corporateinfo/about/assets/pdf/plan2024-2026.pdf>

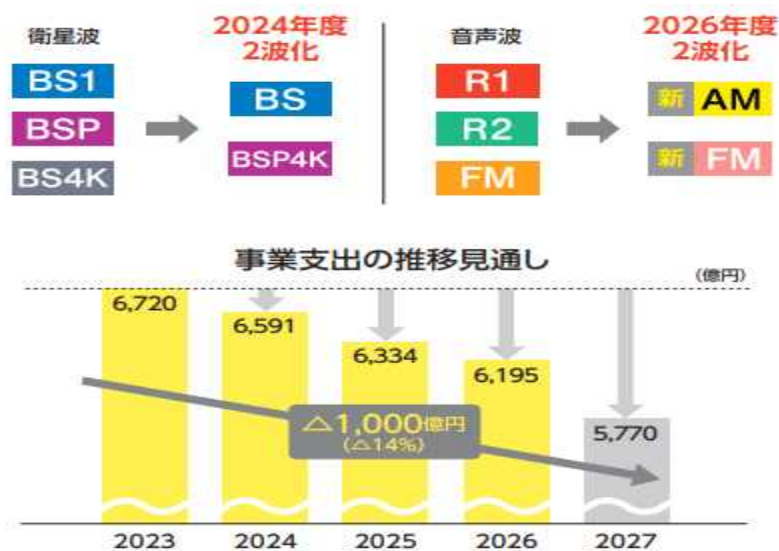
<표 26> 수신료(세금포함, 2023년 10월 기준)

계약유형	월간 수신료	6개월 선납	12개월 선납
지상파 계약(지상파만 시청)	1,100엔	6,309엔	12,276엔
위성 계약(지상파 및 위성 시청)	1,950엔	11,186엔	21,765엔

※ 출처 : NHK홈페이지⁴⁾

NHK는 <2024-2026 경영계획>에서 총사업수익이 2024년 6,021억 엔에서 2026년 5,945억 엔으로 감소할 것으로 전망하였다. 수신료 수입은 5,810억 엔에서 5,655억 엔으로 감소할 것으로 예상하였다. 이에 NHK는 사업 지출개혁을 통하여 비용을 절감하겠다는 입장이다. 콘텐츠 총량을 축소하고, 설비 투자를 줄여 1,000억 엔을 경감한다는 계획이다. 기존 TV채널을 3개에서 2024년 2개로 줄이고, 라디오방송도 3개 채널에서 2개 채널로 축소한다는 계획이다. 이 외에도 현행 수신료 제도를 유지하는 가운데 공평부담을 실현하기 위하여 시청자와의 접점(디지털·서면·대면·외부단체 등)을 개발확대하고, 계약신청·지불의 편리성이나 NHK에 대한 이해를 높이는 새로운 영업방식을 추진하고, 콘텐츠 유통혁명에 발맞춰 수신료 이외의 수입을 확대를 도모한다는 입장이다.

< NHK 사업지출개혁 >

※ 출처 : NHK 경영계획 2024-2026년도 설명자료, p. 11.⁵⁾

한편, 방송대학학원은 방송으로 수업을 받고 대학 학위를 취득할 수 있게 해주는 원격교육기관이다. 사회인, 가정 주부 등 고등학교 졸업자에게 대학 진학기회를 폭넓게 제공하기 위하여 1981년 「방송대학학원법」에 의거 설립되

4) <https://www.nhk.or.jp/corporateinfo/viewer/receivingfee/>5) https://www.nhk.or.jp/info/pr/plan/assets/pdf/2024-2026_setsumei.pdf

었다.⁶⁾ 방송대학학원은 방송대학을 설치하여 운영하는 학교법인이다. 방송을 이용한 수업과 함께 전국 각지에서 대면수업도 진행한다.

• 민간방송

민간방송은 NHK와 방송대학학원을 제외한 방송을 말한다. 방송광고, 이용요금 등을 재원으로 운영되는 민간방송은 지상계, 위성계, 케이블TV로 나눌 수 있다. 총무성 백서에 따르면, 2023년 말 민간방송사 수는 지상계 537개사(342개 커뮤니티방송사 포함), 위성계 41개사, 케이블TV 456개사(2022년 기준)가 있다.

전국방송인 NHK와 달리 민간방송은 일본 「전파법」에 따라 지역단위로 전파사용 면허를 취득해야 한다. 이에 일정 지역을 방송구역으로 하는 다수의 로컬방송국이 독립회사로 존재한다. 그런데 이들 로컬방송국은 네트워크를 형성하여 프로그램을 공유한다. 니혼테레비계열(NTV), TBS테레비계열(TBS), 후지테레비계열(CX), 테레비아사히계열(EX), 테레비도쿄계열(TX)이 대표적인 민방네트워크이다. 또 일본은 뉴스 네트워크, 방송 네트워크, 라디오 네트워크 등을 각각 구축하고 있어 하나의 로컬방송국이 복수의 네트워크에 가맹하는 것도 가능하다. 민방네트워크에서 중심적 역할을 담당하는 로컬방송국을 키국이라고 한다. 관동 지역 5개 로컬방송국(니혼테레비, TBS, 후지테레비, 테레비아사히, 테레비도쿄)이 키국이다. 여기에 간사이 지역 5개 로컬방송국(요미우리테레비, 마이니치테레비, 간사이테레비, 아사히방송, 테레비오사카)을 합하여 10개 키국이라고 부르기도 한다. 민방네트워크에 속하지 않은 로컬방송국은 독립 로컬방송국이라고 한다.

위성계는 위성기간방송과 위성일반방송으로 나뉜다. 위성기간방송 중 BS디지털방송은 (주)방송위성시스템의 인공위성을 통해 NHK, 방송대학학원 및 민간방송사업자(2023년 말 기준 21개사)가 방송하고 있으며, 그중 9개사가 4K, 8K 방송을 하고 있다. 동경 110도 CS방송은 스킵JSAT 인공위성을 통해 민간방송사(2023년 말 20개사)가 방송하고 있다. 위성일반방송의 경우, 스킵JSAT 인공위성을 통해 민간방송사(2023년 말 기준 3개사)가 방송하고 있다.⁷⁾

케이블TV⁸⁾는 지상파TV방송 난시청 해소를 목적으로 1955년 군마현(群馬県)의 이카호에서 공동수신 실험을 한 것이 그 시작이다. 케이블TV는 서비스 제공지역에 광섬유 케이블이나 동축 케이블을 부설하여, 케이블TV국의 센터와 지역 내 가정을 각각 케이블로 연결하여 방송서비스나 통신서비스를 제공한다.

양질의 방송을 시청할 권리 보호

• 기간방송보급계획 및 신규사업자 진입 제한

총무성은 「방송법」의 목적을 달성하기 위하여 <기간방송보급기본계획>(총무성 고시 제405호, 2023년 12월 1일

6) https://www.moleg.go.kr/mpbleg/mpblegInfo.mo?mid=a10402020000&mpb_leg_pst_seq=125808

7) 일본의 위성방송은 인공위성 종류에 따라 방송위성(BS, Broadcast Satellite)과 통신위성(CS, Communication Satellite)로 구분된다. 총무성은 위성 궤도 상 동경 110도에 위치하여 같은 궤도에서 나오는 전파를 이용하는 BS방송과 동경 110도 CS방송을 '위성기간방송'으로, 124/128도 CS방송을 '위성일반방송'으로 구분하고 있다.

8) https://www.catv-jcta.jp/p/service/broadcast.html#block_02

시행)을 작성·수립한다. 기본계획에 따라 총무성은 방송대상지역과 설립될 방송국 숫자, 방송프로그램 수 등을 결정하고 그에 따라 전파를 할당한다.

• 매스미디어 집중배제 원칙

매스미디어 집중배제 원칙은 가능한 한 많은 사람에게 방송할 수 있는 기회를 제공함으로써 방송에 의한 표현의 자유를 가능한 한 많은 사람이 향유할 수 있게 하는 것을 목적으로 도입되었다(「방송법」 제91조 등). 매스미디어 집중배제 원칙의 특례나 지배관계 기준의 구체적 비율에 대해서는, 「방송법」의 위임을 받은 「총무성령」(기간방송의 업무와 관련된 특정 임원 및 지배관계의 정의와 표현의 자유 향유 기준의 특례에 관한 성령, 2015년 총무성령 제26호)에 규정되어 있다.⁹⁾

매스미디어 집중배제 원칙은 동종매체 간 겸영규제 측면에서 동일지역 내 복수국 지배금지(원칙적으로 1개 사업자가 2개 이상의 방송국을 지배하지 못함), 이종매체 간 겸영규제 측면에서 3사업 지배금지(원칙적으로 하나의 사업자가 신문, 방송, 라디오의 3개 사업을 지배하지 못함)라고 할 수 있다. 지상파방송은 1개 방송사업자가 지배 가능한 방송국 수는 원칙적으로 1개로 제한된다. 위성방송은 신청자가 보유 가능한 트랜스폰더(transponder) 수에 상한을 두는 형태로 적용된다.¹¹⁾

외국인 소유제한 관련하여, 일본은 2005년 10월 「전파법」 및 「방송법」 개정으로 방송국에 관한 외자규제의 간접출자제한 제도를 도입했다. 이에 지상파방송사에 대한 외국인 소유규제는 직접출자비율과 간접출자비율을 계산해 외국인이 의결권의 1/5 이상 보유할 수 없도록 하였다.

• 방송사업자 (재)허가인정 정책

중파방송, 단파방송, 초단파방송, 텔레비전방송 및 초단파다중방송 등 지상기간방송(커뮤니티방송, 임시 일시적 목적을 위한 방송, 수신장애 대책 중계방송 제외)을 행하는 지상기간방송국은 총무성의 (재)면허 및 인증을 받아야 한다. 지상기간방송국의 면허 및 지상기간방송의 업무 인정 유효기간은 5년이다.

또한 총무성은 <기간방송용주파수사용계획>에 따라 방송국을 관리·운영하는 기간방송국제공사업자에게 위성기간방송국 면허를 부여한다. 면허조건은 경리적 기초, 기술적 능력, 기술기준 적합성, 외국인 배제(1/3 이상 출자 제한, 외국인 임원 제한) 등이다. 또한 <기간방송보급계획>에 따라 방송편성의 편집주체인 위성기간방송사업자에게 위성기간방송 업무인정을 부여한다. 면허조건은 경리적 기초, 기술적 능력, 대중매체 집중배제 원칙, 외국성 배제(1/5 이상 출자 제한, 외국인 임원 제한) 등이다.

• 4K·8K방송 정책

9) https://www.tele.soumu.go.jp/horei/law_honbun/00004680.html#shoshi-inf-span

10) <https://www.tele.soumu.go.jp/j/sys/media/>

11) 위성방송의 경우 디지털기술을 활용한 새롭고 다양한 추가적 서비스 제공을 통해 방송발전에 기여하는 역할을 부여받고 있다. 이에 보다 활력 있고 내실 있는 방송발전을 명분 삼아 지상파방송에 비하여 한결 완화된 매스미디어 집중배제 원칙을 적용받고 있다.

일본은 2018년 12월 1일 위성을 통한 4K·8K 본방송을 개시했다. 일본 방송서비스고도화추진협회(A-PAB, The Association for Promotion of Advanced Broadcasting Services)¹²⁾¹³⁾에 따르면, 4K BS 9개 채널, 8K BS 1개 채널 등 10개 채널이 방송되고 있으며, 4K·8K 위성방송 시청가능기기 보급대수는 2024년 7월 말 기준 누적 2,027만 5,000대를 기록하였고, 2028년 4,000만 대 이상 돌파를 목표로 한다고 밝혔다.¹⁴⁾

< 4K·8K 채널 현황 >



※ 출처: <https://www.apab.or.jp/4k-8k/satellite/>

나아가 총무성은 2023년 7월 18일 정보통신심의위원회 자문을 거쳐 위성방송에서 제공되고 있는 4K·8K 방송을 지상파방송에 도입하기 위한 기술표준을 발표하였다. 차세대 지상파방송 해상도는 2K와 4K이다. 4K는 BS위성방송과 동일하다. 8K는 조건부로 채용했다. 현재는 8K 화질 담보가 어렵기 때문에 향후 압축기술과 전송기술이 발전하면 채택한다는 계획이다(안창현, 2013).¹⁵⁾

• 방송심의

일본은 언론표현의 자유 보장에 관한 사항을 많은 부분 개별 방송사 자율에 맡기고 있다. 각 방송사가 자율적으로 프로그램 내용을 심의하며, 필요 시 외부 독립적인 제3자 심의기관에 추가 심의를 의뢰하기도 한다. 만약 시청자가 개별 방송사 내부 방송프로그램 심의기관(법정필수기구)이나 방송윤리·프로그램 향상기구(BPO) 등 제3자 기관이 수행한 심의결과에 만족하지 못하는 경우 법원을 통하여 사법적 해결을 도모하는 것이 일반적이다.

「방송법」 제6조와 제7조는 방송사업자로 하여금 방송프로그램 심의기관을 의무 설치하도록 규정하고 있다. 심의기관은 7명 이상의 위원(기간방송을 실시하는 방송사업자 제외)으로 구성하여야 한다. 심의기관은 방송사업자의 자

12) 방송서비스고도화추진협회는 아날로그방송이 디지털방송으로 이행할 때 핵심적인 역할을 담당할 '디지털방송추진협회(DPA)'와 4K·8K 등 방송고도화를 추진해 온 '차세대방송추진포럼(NexTV-F)'이 통합되어 2016년 4월 1일 발족한 단체이다. 역할은 방송 및 방송 관련 서비스의 고도화를 추진하고 관련 사양의 검토나 검증·평가 실시, 텔레비전 기술 기반을 이용한 새로운 산업, 문화의 창성에 공헌하여 공공복지 증진과 국민생활 향상에 기여하는 것 등이다.

13) <https://www.apab.or.jp/>

14) <https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/news/24/01465/>

15) 안창현(2023.7.31.) 日 총무성, 지상파 4K 방송 기술표준 발표. 『해외방송정보 ISSN 2951-2816(Online)』, KBS공영미디어연구소. <https://program.kbs.co.kr/online/office/pmi/pc/board.html?smenu=25ac38>

문에 응하여 심의를 하고, 그 외에도 방송사업자에 대하여 의견을 개진할 수 있다. 방송사업자는 프로그램 기준 및 방송프로그램의 편집에 관한 기본계획을 정하거나 변경할 때 심의기관에 자문을 하여야 한다. 방송사업자는 심의기관이 방송사업자의 자문에 응하여 한 답변 또는 방송사업자에게 개진한 의견의 내용 및 그 밖에 심의기관의 의사 개요 등에 관한 사항을 공표하여야 한다.

방송윤리·프로그램 향상기구(Broadcasting Program Organization, 이하, BPO)는 NHK, 민영방송연맹(민방련)이 설치한 제3자 기관이다. 방송에서의 언론·표현의 자유를 확보하면서 시청자의 기본적 인권옹호를 위하여 방송의 고충과 방송윤리 문제에 대응한다. BPO는 2024년 3월 기준 NHK, 민방련, 민방련 회원사(207개 사)로 구성되어 있다. 3개 위원회와 평의원회, 이사회, 사무국으로 이뤄져 있다. 이중 3개 위원회와 관련하여 방송윤리검증위원회¹⁶⁾는 문제가 있다고 지적된 프로그램에 대하여 취재·제작 본연의 자세나 프로그램 내용에 대하여 조사를 하고, 방송윤리상의 문제 유무를 심의·심리하여 그 결과를 위원회 결정으로 공표·게재한다. 방송인권위원회¹⁷⁾는 방송으로 인한 명예, 사생활 등의 인권침해를 당했다는 신청을 받고 심리하여 인권침해가 있었는지 여부, 방송윤리상의 문제가 있었는지 여부를 판단한다. 청소년위원회¹⁸⁾는 청소년이 시청하기에 문제가 있다거나 청소년 출연자의 취급이 부적절하다는 등 시청자 의견으로 지적된 프로그램에 대해 논의하고, 필요에 따라 심의하고 의견을 공표한다. 또 전국의 중고생 모니터로부터 텔레비전·라디오 프로그램에 대한 리포트를 매월 제출받아 논의하고 있다. 이외에 제작자와의 의견교환이나 방송과 청소년의 관계에 대하여 연구·조사를 수행한다.

방송내용에 대한 불만을 처리 받을 권리 보호

• 방송사

개별 방송사는 자사 홈페이지 등을 통하여 시청자 의견, 문의, 민원 등을 접수할 수 있는 창구를 마련하고 있다. 예를 들어, NHK는 '의견 및 문의' 메뉴에서 전화번호, 메신저, 소셜미디어를 안내하고 있다. 또 NHK프로그램, 수신료, 텔레비전 영상에 관한 자세한 정보를 제공하고 있다.

16) https://www.bpo.gr.jp/?page_id=799

17) https://www.bpo.gr.jp/?page_id=950

18) https://www.bpo.gr.jp/?page_id=958

< NHK 의견 및 문의 >



更新情報

2024.10.17	週刊みなさまの声(10月7日～10月13日) NEW
2024.09.24	月刊みなさまの声(8月) NEW
2024.05.22	年間まとめ(2023年度 みなさまからの声の総数と内訳) NEW

※ 출처 : NHK 홈페이지¹⁹⁾

TV아사히의 경우도 문의 메뉴를 통하여 자사에 관한 의견, 문의, 민원 등에 대응하고 있다. FAQ형태의 질문과 답변을 상단에 배치하고 있고, 하단에는 프로그램에 대한 사항과 TV아사히에 대한 사항으로 나누어 문의할 수 있게 배치하고 있다. 이외에 전화를 통해서도 문의할 수 있게 번호를 안내하고 있다.

• 방송윤리·프로그램 향상기구(BPO)

BPO는 방송프로그램에 대한 시청자의 의견을 전화, 팩스, 이메일, 우편 등으로 접수한다. 이들 의견은 매일 요약 정리되며, 위원회(Committee) 안건으로 상정된다. 특정 프로그램이나 방송사에 대한 의견은 해당 방송사에게 통보된다. 주요 의견의 요약본은 매월 BPO 웹사이트에 게시된다.

19) <https://www.nhk.or.jp/css/>

< BPO 의견접수 페이지 >

BPO 放送倫理・番組向上機構
Broadcasting Ethics & Program Improvement Organization

放送による人権侵害の申立て | 放送へのご意見はこちら

English | サイト内検索 | 文字サイズ: 小 中 大

▶ BPOからのお知らせ

TOP | BPOについて | 放送倫理検証委員会 | 放送人権委員会 | 青少年委員会 | 視聴者のご意見

視聴者のご意見

視聴者からのご意見について

放送番組へのご意見を送る

視聴者意見を読む

視聴者からのご意見について

BPOでは放送に関して皆さまの意見をお伺いしています。

※問題のご指摘や、批判のほかにも推奨のご意見、要望などもお寄せください。

放送(番組)へのご意見はこちら

「視聴者意見を読む」はこちら

放送による人権侵害の申立て

放送人権委員会のページへ

頂いたご意見は・・・

○ BPOの各委員会に「視聴者意見」として報告され、委員会活動で活用させていただきます。なお、視聴者には、聴取者が含まれます。

○ 特定の番組や放送局に関するご意見は、当該放送局に送られます。

○ BPOのホームページや刊行物に掲載される場合があります。(匿名)
(※個人名、放送局名は原則削除し、要約する場合があります。)

※ ご意見には原則として、返信、回答をいたしません。(人権侵害の申立てを除く)
※ ご意見でいただいた個人情報、BPO個人情報保護方針に基づき、適切に取り扱います。

※ 출처 : BPO 홈페이지²⁰⁾

의견이 접수되면 BPO는 각 위원회에 시청자 의견으로 보고되어 위원회 활동에 활용된다. 특정 프로그램이나 방송사에 대한 의견은 해당 방송사로 보내진다. 시청자 의견은 BPO의 홈페이지나 간행물에 게재되는 경우가 있다(개인명, 방송구명은 원칙적으로 삭제하고, 요약하는 경우도 있으며, 의견에는 원칙적으로 회신을 하지 않음).

BPO의 연도별 시청자 의견 접수 현황은 다음과 같다.

< BPO 시청자 의견 접수현황 >

민원접수	2018		2019		2020		2021	
전화	3,880	23.1%	3,936	18.8%	2,280	10.3%	1,911	9.2%
이메일	12,681	75.5	16,687	79.9	19,438	88.0	18,485	89.2
팩스	85	0.5	107	0.5	143	0.7	170	0.8
우편	148	0.9	165	0.5	221	1.0	160	0.8
계	16,794		20,895		22,082		20,726	

※ 출처 : BPO 홈페이지²¹⁾

20) https://www.bpo.gr.jp/?page_id=967

21) https://www.bpo.gr.jp/?page_id=967

격차 없이 보편적 방송서비스를 제공받을 권리 보호

• 장애인방송

총무성은 시각·청각 장애인을 위한 방송의 보급을 위하여 「시각·청각 장애인 전용 프로그램의 방송 노력 의무화」, 「자막방송·해설방송·수어방송에 있어서 보급 목표의 책정, 실시상황의 공표」, 「자막 프로그램, 해설 프로그램, 수어 프로그램 등의 제작 촉진」을 실시하고 있다.

시각·청각 장애인을 위한 프로그램 방송 노력 의무화와 관련하여, 1997년 「방송법」이 개정되어 텔레비전 방송사로 하여금 자막 프로그램·해설 프로그램을 가능한 한 많이 마련하도록 해야 한다는 방송 노력 의무가 신설되었다. 이에 따른 행정지침으로 총무성은 「자막방송보급 행정지침(1997.11.)」, 「시청각장애인을 위한 방송 보급 행정지침(2007.10.)」, 「방송분야 정보접근성에 관한 지침(2018.2. 책정 2023.10. 개정)」을 마련하여 왔다.

「방송분야 정보접근성에 관한 지침(2023.10. 개정)」의 주요내용은 다음과 같다. 첫째, 자막방송(데이터방송이나 오픈자막에 의해 프로그램의 대부분이 설명되고 있는 경우를 포함)은 6시부터 25시까지의 시간 중 연속으로 18시간 동안 자막을 부여할 수 있는 모든 방송프로그램에서 자막방송을 제공하여야 한다고 규정하고 있다. 다만, 방송 시간에서 대규모 재해 등이 발생했을 경우에는 시간대에 관계없이 가능한 한 신속하게 대응해야 한다. 또 자막부여 가능한 모든 방송프로그램이란 ①기술적으로 자막을 부여할 수 없는 방송프로그램(예: 현재로서는 여러 사람이 동시에 대화를 나누는 생방송 프로그램) ②외국어 프로그램 ③대부분 기악으로 연주되는 음악 프로그램 ④권리 처리상의 이유 등으로 자막을 부여할 수 없는 방송프로그램을 제외한 모든 방송프로그램으로 정의하고 있다. 이외에 BS1, BS 프리미엄 및 BS4K가 'NHK BS' 및 'NHK프리미엄4K'로 프로그램 개정이 이루어진 경우 당분간 'NHKBS' 및 'NHKBS프리미엄4K'에 대하여 가능한 한 목표에 근접하도록 자막을 부여하도록 하였다.

< 자막방송(※1) >

	보급목표 대상		목표	비고
	방송시간	방송프로그램		
NHK	6시부터 25시 까지 연속된 18시간	자막부여 가능 한 모든 방송 프로그램 (「자막부여 가능 한 방송프로그 램」이란 다음과 같은 방송프로그 램을 제외한 모 든 방송프로그램 ① 기술적으로 자막을 부여할 수 없는 방송프 로그램(예: 현재 로서는 여러 사 람이 동시에 대 화를 나누는 생	·모든 대상 방송프로그램에 자막 부여	·교육방송, BS1, BS4K 및 BS8K는 최대한 목표에 근 접하도록 자막 부여(※2) ·BS프리미엄은 대상 방송프 로그램 전부에 자막 부여(※ 2)
지상계 민영방송 (현역국 제외)	(대규모 재해 등 이 발생했을 경 우에는 이 시간 대에 관계없이 가능한 한 신속 하게 대응)	① 기술적으로 자막을 부여할 수 없는 방송프 로그램(예: 현재 로서는 여러 사 람이 동시에 대 화를 나누는 생	·모든 대상 방송프로그램에 자막 부여	·독립U국에 대해서는 가능 한 한 많은 프로그램에 자 막 부여
(현역국)			·2027년도까지 대상 방송프 로그램의 80% 이상에 자막 부여. 가능한 모든 대상에 자막 부여	
방송위성에 의한 방송 (NHK의 방송 제외)			·2027년도까지 모든 대상 방송프로그램의 50% 이상 에 자막 부여. 가능한 한	·2000년도에 방송을 개시한 종합방송을 실시하는 사업 자 이외의 방송사업자에 대

		방송 프로그램) ② 외국어 프로그램 ③ 대부분 기악으로 연주되는 음악 프로그램 ④ 권리 처리상의 이유 등으로 자막을 부여할 수 없는 방송프로그램)	모든 대상에 자막 부여	해서는 2027년도까지 가능한 한 대상 전부에 자막 부여
통신위성에 의한 방송 유선텔레비전방송			·당분간은 가능한 한 많은 방송프로그램에 자막 부여	

※1 자막방송에는 데이터방송이나 오픈자막에 의해 프로그램 대부분이 설명되고 있는 경우를 포함한다.

※2 BS1, BS프리미엄 및 BS4K가 'NHKBS' 및 'NHK프리미엄4K'로 프로그램 개정이 이루어진 경우 당분간 'NHKBS' 및 'NHKBS프리미엄4K'에 대하여 가능한 한 목표에 근접하도록 자막을 부여하는 것을 목표로 한다.

해설방송의 경우, 보급목표 대상은 7시에서 24시까지 권리처리상의 이유 등으로 해설을 부여할 수 없는 방송프로그램을 제외한 모든 방송프로그램이다. 여기서 「권리처리상의 이유 등에 의해 해설을 붙일 수 없는 방송프로그램」이란 ①권리처리상의 이유로 해설을 부여할 수 없는 방송프로그램 ②2개 국어 방송이나 부음성 등 2개 이상의 음성을 사용하고 있는 방송프로그램 ③5.1ch 서라운드 방송프로그램 ④주 음성에 부여하는 빈틈없는 방송프로그램으로 정의하고 있다.

화면해설 목표와 관련하여 NHK와 지상계 민영방송(현역국 제외)은 2027년까지 대상 방송 프로그램의 15% 이상, 현역국은 10% 이상, BS위성방송은 5% 이상, CS위성방송과 케이블방송은 당분간은 가능한 한 많은 방송프로그램에 자막 부여로 설정되어 있다.

< 해설방송(※3, ※4, ※5) >

	보급목표 대상		목표	비고
	방송시간	방송프로그램		
NHK	7시에서 24시	권리처리상의 이유 등으로 해설을 부여할 수 없는 방송프로그램을 제외한 모든 방송프로그램	·2027년도까지 대상 방송프로그램의 15% 이상에 해설 부여	·교육방송에 대해서는 2027년도까지 대상 방송프로그램의 20% 이상에 해설 부여 ·방송위성에 의한 방송(※5)에 대해서는 가능한 한 목표에 근접하도록 해설 부여
지상계 민영방송 (현역국 제외)		(「권리처리상의 이유 등에 의해 해설을 붙일 수 없는 방송프로그램」이란 다음에 제시하는 방송프로그램	·2027년도까지 대상 방송프로그램의 15% 이상에 해설 부여	
(현역국)			·2027년도까지 대상 방송프로그램의 10% 이상에 해설 부여 노력	·독립U국에 대해서는 가능한 한 많은 프로그램에 해설 부여
방송위성에 의한 방송		①권리처리상의	·2027년도까지 대상 방송프	·2000년도에 방송을 개시한

(NHK의 방송 제외)		이유로 해설을 부여할 수 없는 방송프로그램 ②2개 국어 방송이나 부음성 등 2개 이상의 음성을 사용하고 있는 방송프로그램 ③5.1ch 서라운드 방송프로그램 ④주 음성에 부여하는 빈틈없는 방송프로그램)	로그래의 5% 이상에 해설 부여 노력	종합방송을 실시하는 사업자 이외의 방송사업자에 대해서는 가능한 한 목표에 근접하도록 해설 부여
통신위성에 의한 방송 유선텔레비전방송			·당분간은 가능한 한 많은 방송프로그램에 해설 부여	

※3 대규모 재해 시 등에 벨소리와 함께 긴급임시 문자슈퍼로 송출하는 경우, 가능한 한 읽어주는 등 음성으로 전달하도록 노력한다.

※4 평시에 시청자의 생명안전과 관련된 정보를 벨소리와 함께 긴급임시 문자슈퍼로 송출하는 경우에 대해서도 가능한 한 읽어주는 등 음성으로 전달하도록 노력하여야 한다.

※5 BS1, BS프리미엄 및 BS4K가 'NHKBS' 및 'NHKBS프리미엄4K'로 프로그램 개정이 이루어진 경우 당분간 'NHKBS' 및 'NHKBS프리미엄4K'에 대하여 가능한 한 목표에 접근하도록 해설을 부여하는 것을 목표로 한다.

수화방송의 경우, 2027년까지 NHK에 주당 평균 30분 이상, 지상계 민영방송(현역국 제외)에 대하여 주당 평균 15분 이상 수화를 부여하는 것으로 제시되어 있다. 또한 대규모 재해 시 등에 수화통역자가 동석하는 회견 등을 중계할 경우 가능한 한 수화를 반영하도록 노력할 것을 규정하고 있다.

< 수화방송(※6) >

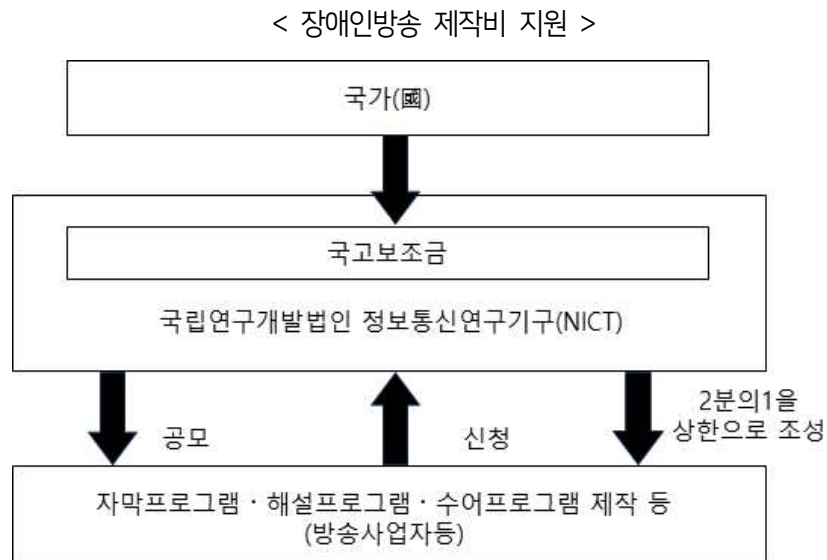
	목표	비고
NHK (방송위성에 의한 방송 제외)	·2027년도까지 주당 평균 30분 이상 수화 부여	·교육방송에 대해서는 2027년도까지 주당 평균 5시간 이상 수화 부여
지상계 민영방송 (현역국 제외)	·2027년도까지 주당 평균 15분 이상 수화 부여	

※6 대규모 재해 시 등에 수화통역자가 동석하는 회견 등을 중계할 경우, 가능한 한 수화를 반영하도록 노력한다.

• 자막 프로그램, 해설 프로그램, 수화프로그램 등의 제작 촉진

일본은 시각청각 장애인등이 텔레비전 방송을 통하여 정보를 얻는데 필요한 자막 프로그램, 해설 프로그램, 수화 프로그램 등을 제작하는 방송사업자 등에 대하여 국가 일반회계보조금을 기반으로 운영되는 국립연구개발법인 정보통신연구기구(NICT)가 제작비의 2분의 1을 상한으로 지원하고 있다. 이 조성제도는 1993년부터 「신체 피해자의 권리 증진으로 하는 통신·방송 신체장애자 이용 원활화 사업의 추진에 관한 법률(1993년 법률 54호)」에 근거

해 정보통신연구기구(NICT)가 위성방송 수신대책기금 운용이익을 기반으로 자막 프로그램과 해설 프로그램 제작을 지원하던 것에서 시작하였다. 그 후 1997년에 일반회계 보조금이 추가되었고, 1999년에 수화프로그램, 2010년에 수화 번역 영상을 각각 지원 대상에 추가하여 제도를 확충해 왔다. 2010년부터는 일반회계 보조금만으로 운영되고 있다.



※ 출처 : 총무성 홈페이지²²⁾

또한, 총무성은 2018년부터 텔레비전 방송에서 뉴스 프로그램 등을 담당할 수 있는 수화통역 육성을 위한 연수를 지속적으로 실시하고 있다.

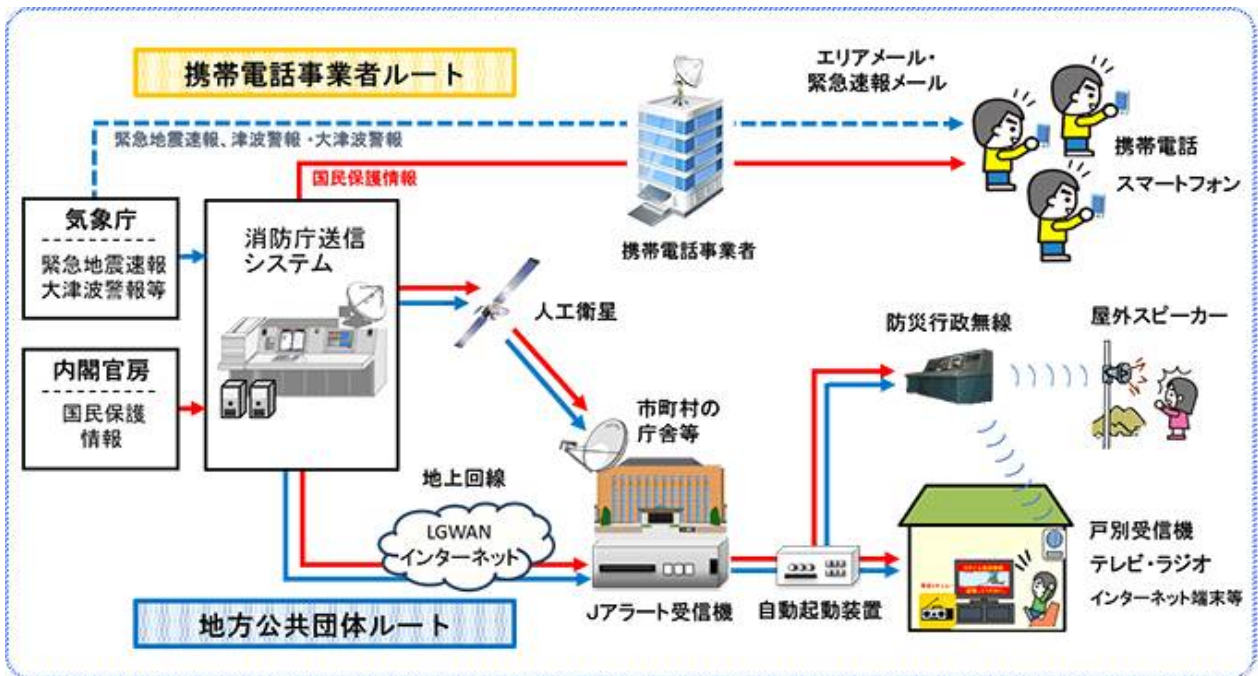
• 재난방송

일본은 환태평양조산대에 위치하고 있어 지진이 자주 발생한다. 화산활동 역시 활발하다. 이에 재난관리 및 방송 시스템을 지속적으로 발전시켜 인적·물적 피해를 줄이고 있다. 기상청, 문부과학성, 내각관방, 소방청 등 중앙정부 기관과 지방공공단체가 함께 재난정보를 수집하여 중앙재난관리시스템에 제공하여 재난상황 및 피해규모를 신속히 파악하고, 국민에게 관련 상황을 즉각 알릴 수 있는 전국순간경보시스템, 이른바 J-경보(Jアラート)를 구축하고 있다. 재난정보는 지진정보, 해일정보, 화산폭발정보, 기상정보, 유사 관련 정보로 분류하여 상황에 맞는 경보가 발령 되도록 하고 있다(정상구 외, 2016).²³⁾

22) https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/b_free/b_free02b.html

23) 정상구·박현호·조경섭·이용태(2016). 일본의 재난관리 및 방송시스템 현황, 『전자통신동향분석』, 제31권 제3호, 112-121.

< 전국순간경보시스템(J-경보) >



※ 출처 : 총무성소방청 홈페이지²⁴⁾

전국방송인 NHK는 「재해대책기본법」에 따른 지정 공공기관으로서 대규모 재해가 일어났을 때 이재민의 생명과 재산을 지키기 위한 방재정보를 신속하고 정확하게 전달할 책임을 지고 있다. 「재해대책기본법」은 지정 공공기관으로 하여금 방재업무계획(防災業務計画)을 작성하여 내각총리대신에게 보고하고 그 요지(要旨)를 공표하도록 요구하고 있다. 재난방재계획의 주요내용은 재해 발생 시 재해대책본부 설치, 방재시설·설비의 정비와 확충, 직원에 대한 방재교육 실시, 방재훈련 실시, 재해응급대책 계획(방송대책, 방송시설, 수신, 관계기관 정보제공), 재해복구 등이다.

또한 폭풍·호우·홍수·지진·대규모 화재·기타에 의한 재해가 발생했을 경우 그 피해를 줄이기 위하여 재해지의 지방공공단체 등(재해대책방송을 실시하기에 적합한 단체)은 임시적, 일시적 목적으로 임시재해방송국(FM방송국)을 개설할 수 있다. 방송프로그램은 재해지역 이재민에 대한 지원 및 구호활동 등의 원활한 실시를 위하여 필요한 범위 내에서 이뤄진다. 임시재해방송국을 개설하려면 「전파법」에 따른 신청절차를 밟아 방송국 면허를 얻어야 한다. 다만, 재해발생 시에는 임시조치로 신속히 면허를 받을 수 있다. ①자치단체가 종합통신국에 전화 등으로 면허를 신청하면, ②종합통신국이 구두로 면허를 부여하고, ③자치단체는 임시재해방송국을 개설할 수 있다. 추후 정식으로 신청서류(무선국 면허신청서, 무선국사항서, 공사설계서)를 제출해야 한다.

24) <https://www.fdma.go.jp/about/organization/post-18.html>

본 보고서는 시청자미디어재단 시청자권익정보센터에서 발간하는
「시청자 권익보호 동향 리포트」입니다.
시청자 권익정보 플랫폼 '미디어인(Medi人)' 홈페이지에 방문하시면
보다 많은 정보를 얻으실 수 있습니다.

<https://www.mediin.or.kr>