방송미디어통신위원회 보도자료 대체불가 대한민국

보도시점 2026. 11. 17.(화) 배포시점 배포 2026. 11. 17.(화) 15:00

방송미디어 산업 인공지능 전환 세미나 개최

- 방송미디어 인공지능 활용률 조사결과 31%…방송미디어 인공지능 전환 정책 방향 논의 -

2026년 방송·미디어 분야의 인공지능 활용률 조사결과를 공유하고 인공지능 전환 정책 방향을 논의하는 세미나가 열렸다.

방송미디어통신위원회(위원장 김종철)와 한국방송광고진흥공사(이하, 코바코)는 17일 서울에서 '방송·미디어 인공지능 전환(AX) 정책'을 논의하는 세미나를 개최했다.

세미나에는 코바코·지상파방송·IPTV 등 관계자와 방송학회 등 관계자와 산학연 전문가 50여 명이 참석해서 '2026년도 방송미디어 사업자의 인공지능(AI) 활용 실태조사 결과'를 공유하고 방송미디어 산업의 인공지능 전환(AX) 촉진을 위한 정책 방향을 논의했다.

실태조사는 9월부터 10월까지 지상파 방송사, 케이블·IPTV, OTT, 방송채널사용사업자(PP) 등 101개 방송·미디어 사업자를 대상으로 인공지능 활용 수준을 구체적으로 파악하고 인공지능 전환을 촉진하기 위해 진행됐다.

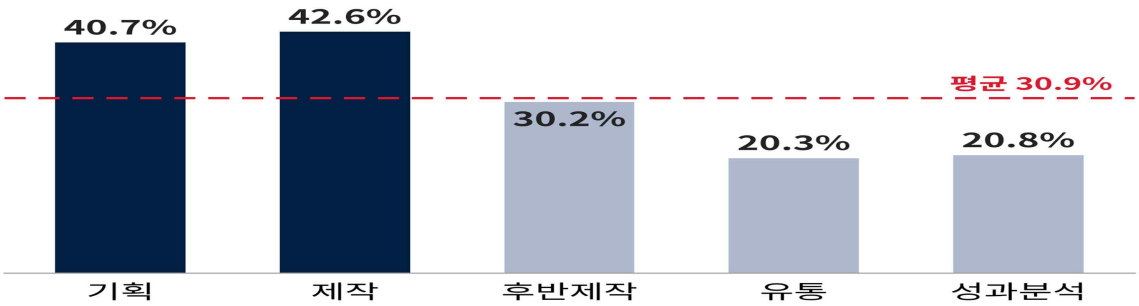
방송·미디어 전주기를 고려한 구체적인 활용 수준을 조사하기 위해 방송콘텐츠의 기획, 제작, 후반제작, 유통, 성과 분석 등 5개 분야에서 인공지능을 적용할 수 있는 대표 업무 25개를 선정하고, 사업자별로 선정된 업무별로 실제 인공지능 활용 정도를 조사하는 방법을 적용했다.



조사결과 101개 사업자의 88%가 인공지능을 사용한 경험이 있다고 답변했으나, 대표 업무 중에서는 평균 약 31% 정도 인공지능을 활용하고 있었다.

업무 분야별로는 기획(40.7%)과 제작(42.6%) 분야에서 평균 이상의 활용률을 보인 반면, 후반제작(30.2%), 유통(20.3%) 및 성과 분석(20.8%) 분야는 상대적으로 활용이 저조한 것으로 확인됐다.

< 방송미디어 업무 분야별 AI 활용률 >

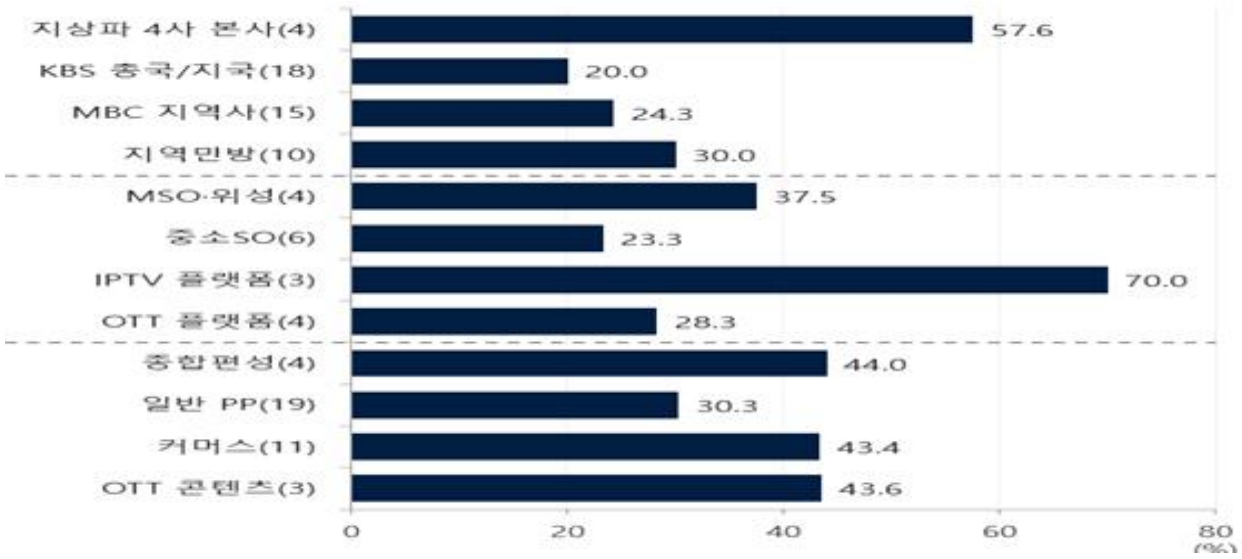


* 활용률 : AI로 할 수 있는 업무 가운데 실제로 AI를 쓰고 있는 업무의 비율
* 수행 응답사(분모) : 기획 86곳 · 제작 94곳 · 후반제작 90곳 · 유통 76곳 · 성과분석 78곳
* 출처 : 방미통위·코바코, 시청각미디어서비스 AI 활용 실태조사(2026), N=101

사업자 유형별로도 인공지능 활용률에 큰 편차를 보였는데, 지상파방송 4개사(KBS, MBC, SBS, EBS) 본사와 IPTV, 홈쇼핑방송, 종합편성채널방송 등은 인공지능을 활용할 수 있는 업무의 47% 정도에 활용하고 있었다.

반면 지역 방송국과 지역 민영방송, 중소 케이블TV, 일반 방송채널사업자 등은 26% 수준에 그쳐 사업자별로도 차이가 있는 것으로 확인됐다.

< 사업자 유형별 인공지능 활용률 >



실태조사 발표에 이어 참석자들은 방송미디어 산업 내 인공지능 활용률을 높이기 위한 다양한 정책에 대해 논의했다.

천지현 방송미디어진흥국장은 “우리 방송미디어 산업의 현 상황을 정확하게 이해하고 인공지능 전환이 가져올 기회와 위기 요인을 파악하는 일은 매우 중요하다”면서, “오늘의 논의를 바탕으로 방미통위가 추진 중인 정책을 한번 더 점검하고 현장에서 필요한 사업과 과제를 발굴해 추진하겠다”고 했다.

한편, 오늘 발표한 ’2026년도 방송미디어 사업자의 인공지능(AI) 활용 실태조사 결과’는 ‘생성형 AI 시대의 방송 미디어 AX 방안 연구’ 보고서를 통해 올해 말 공개할 예정이다.

담당 부서	방송미디어통신위원회 디지털방송미디어정책과	책임자	과 장	황소현 (02-2110-1620)
		담당자	사무관	성창원 (02-2110-1635)
관련 기관	한국방송광고진흥공사 미디어광고연구소	연구책임자	수석연구위원	박종구 (02-731-7423)
		배포담당	사 원	조민정 (02-731-7423)