

2024.04.30. 토론회 <윤석열 정부 2년, 공공성 해체와 표현의 자유 억압>

# 대기업 미디어자본의 지배력 강화와 공공 영역의 해체

김동원

전국언론노동조합 정책실장

## 윤석열 정부 3년차의 미디어 정책

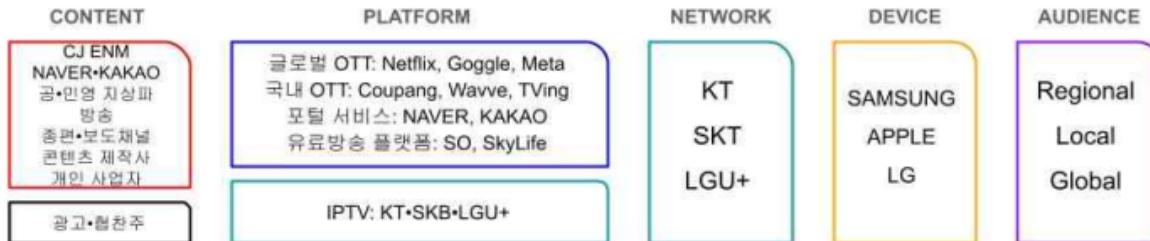
국무총리 산하 미디어·콘텐츠산업융합발전위원회

2024. 3. 14. <미디어·콘텐츠산업융합 발전방안>

방송통신위원회

2024. 3. 21. <2024년 주요업무 추진계획>

## 윤석열 정부 미디어 정책 분석의 기본 틀



**직접 진통:** 예산 지출 • 투자 촉진(펀드조성, 세제 혜택, 정부 보증) • 인력 양성 • 인프라 구축

**간접 진통/ 규제 완화:** 진입(인허가, 소유 경영) 규제 • 시장(점유율 등) 규제 • 내용(편성) 규제 • 광고 규제 완화 또는 폐지

**규제 강화:** 내용(심의) 규제 • 진입 규제 • 시장(거래) 규제 • 지적 재산권 보호 • 소비자 권리(개인 정보) 보호

**무의사결정:** 공공성 강화, 노동자 권리 보호 등의 필요한 부문에 대한 규제 • 진통 정책의 부재

## 윤석열 정부 3년차 미디어 정책 주요 과제

| 주제/주체          | 방송통신위원회   | 미디어콘텐츠융합산업발전위   |
|----------------|---|---|
| 법제 개편<br>규제 완화 | 통합미디어법(동일서비스 동일규제) 추진<br>주파수 및 서비스 효율화(구조조정)<br>허가승인 유효기간 확대<br>소유 겸영 규제완화<br>편성 광고 규제 완화 | 인허가제 규제 완화<br>소유겸영 규제 완화<br>광고 규제 완화<br>중소·지역방송 겸영 규제 완화(광고 및 외주편성 규제 완화) |
| 공정경쟁<br>체제수립   | 통신분야 불공정 행위 근절<br>외주제작 관련 불공정 행위 근절   | 외주사, 창작자, 종사자 권리 보호   |
| 산업발전           | OTT·콘텐츠 해외 진출 지원<br>위치정보서비스 규제 완화   | K콘텐츠 수출 지원<br>콘텐츠 제작과 AI 기술 접목 지원   |
| 미디어공공성(?)      | 플랫폼(포털) 제휴평가위 공정성 강화<br>자율규제 및 팩트체크 강화<br>방송심의 제제 강화·반복 위반 제재 강화<br>(공영방송 지배구조 개선)        |   |

## 콘텐츠 영역: 직접 진흥

- 투자 촉진

- 세제 혜택: 세액 공제율 확대

- 투자 촉진

- 모태펀드에서 미디어전략펀드(모펀드+민간자금)

- 정부재정 8백억원 + 민간자금 4천억원

- 콘텐츠 IP 펀드 및 OTT 특화 제작지원(OTT 공동보유 의무)

- 보증·대출 등 제작비 조달 지원 다각화

- IPTV 3사의 iPICK을 통한 투자 유도 및 제작지원 연계

- 인프라 구축

- IP 콘텐츠 관련 인프라

- IP 인프라 구축

- 융복합 클러스터(고양), 수출거점(상암) 지원

- IP 관련 펀드 확대 및 IP 지원 사업 강화

- 첨단 제작 인프라 구축

- 인프라 구축

- 베추얼 스튜디오, 특수영상 클러스터 구축

- 1인 미디어 콤플렉스, 지역센터 확대

## 콘텐츠 영역: 직접 진흥

- 예산 지출

- 제작 및 수출 보증

- 콘텐츠 IP 보증, 수출특화 보증, 완성보증, 이자 지원

- AI 기술 활용

- 워크플로우 단계별 AI 기술 접목 강화

- 생성형 AI 활용(각본, 영상 편집, 무인 중계 등)

- 영상추천, 화질개선, 실시간 압축 전송 등 관련 기술개발 지원

- 방송 콘텐츠 해외 진출 지원

- 한-캐나다 시청각 공동제작 협정, 방송 공동제작 국제컨퍼런스

- 지역 방송사 해외 콘텐츠 마켓 참여 및 교류 협력 지원

- 예산 지출

- 공영방송 콘텐츠 제작 지원 확대

- EBS 중학프리미엄 및 온라인 콘텐츠 무료 제공

- 공익적 프로그램 제작지원

- EBS, 지역·중소방송, 국악방송 프로그램 제작지원(345억원)

- 아리랑 국제방송, KBS 대외방송 제작·송출 지원(242억원)

## 콘텐츠 영역: 직접 진흥

### • 평가

#### □ IP 보유 및 확보 가능한 대기업 지원 진흥 정책

- 영상 콘텐츠의 오리지널 IP 확보는 크리에이터 육성에서 시작하는 중장기 로드맵 필요
- OTT 콘텐츠의 다수가 웹툰 IP를 기반으로 함. 웹툰 IP의 다수 보유 사업자는 포털의 엔터 자회사들
- IPTV 3사의 공동콘텐츠 수급브랜드 iPIC을 통한 투자 유도
- IP를 이미 확보하고 있는 대기업 제작사 및 포털 사업자에 대한 세제 혜택, 미디어전략펀드, 제작 및 수출 보증 등 지원

#### □ 인프라 지원 정책은 박근혜 정부 정책의 모방?

- 융복합클러스터, 수출거점 등의 인프라 구축 지역은 기존 지역의 재활용

#### □ 공적 콘텐츠 지원은 제자리 걸음

- 공영방송 콘텐츠 제작 지원과 중소·지역방송 제작 지원 모두 전년 대비 제자리

## 콘텐츠 영역: 간접 진흥/규제 완화

- 진입 규제 완화

- 재허가(승인) 규제 완화

- 유료방송 재허가(승인)제 폐지

- 지상파·종편 유효기간 확대(5년→7년)

- 재허가(승인)시 부관 부과 원칙 사전 명시(기본계획)

- 부관 부과 사유 공개

- 소유·겸영 규제 완화

- 대기업 지상파 방송 소유제한 GPD 일정 비율과 연동

- 일반PP, 홈쇼핑 외국인 지분 제한 폐지

- 지상파방송간 겸영, 지상파-케이블 간 겸영 상한 완화

- MBC는 제외

- 내용(편성) 규제 완화

- 제작원·장르별 의무 편성 완화

- 1개국 수입물 및 오락물 편성 규제 폐지

- 순수외주제작 의무편성 완화

- 지역M(20% 이상), 지역민방(3.2% 이상) 대상 완화

- 중소 케이블TV 지원

- 한시 허용 중인 지역채널의 커머스 방송 제도화 추진

## 콘텐츠 영역: 간접 진흥/규제 완화

### • 광고 규제 완화

#### □ 광고유형 단순화 및 총량제 완화

- 프로그램 내/외, 기타광고로 단순화

- 프로그램별 편성시간 당 광고시간(20% 이하) 제한 완화

#### □ 품목별 광고금지·제한 규제 완화

- 특정 품목에 대한 광고 금지 단계적 완화

- 조제유류, 고열량 저영양 고카페인 식품 등

#### □ 크로스미디어렙 도입 검토

- 미디어렙사의 방송 연관 온라인 광고 결합판매 허용

### • 광고 규제 완화

#### □ 타이틀 스폰서십 도입

- 협찬주명 프로그램 제목 사용 단계적 허용

- 지역R 프로그램의 정부공공기관 제목협찬 우선 허용

- 일부 방송사만 해당되는 제작협찬 규제 폐지 검토

## 콘텐츠 영역: 간접 진흥/규제 완화

### • 평가

#### □ 방송사업자의 규제완화 요구를 그대로 반영

- 재허가(승인)으로 규제해야 할 공적 책임 부여와 소유/경영 분리 원칙 폐기
- 유료기간 확대가 아닌 실효성있는 이행조건 점검 방안이 필요
- 사업평가 및 계획 심사 이전 부관 부가 조건 원칙 공개의 모순

#### □ 사주의 지배력 강화를 위한 소유 경영 규제 완화

- 사주의 지위재(관계재) 확보를 위한 방송 소유 방임
- 모기업의 경영상태 악화에 종속되는 방송사 지위 위험성 증가

## 콘텐츠 영역: 간접 진흥/규제 완화

### • 평가

#### □ 자체제작 비용 축소 허용

- 제작원 장르별 편성 규제 완화에 따른 구매물과 재방 비율 증가
- 중소·지역방송의 자체 제작 동기 부여 축소

#### □ 미시적 광고규제 완화

- 수요측(광고주)보다 공급측(방송사) 중심의 뒤늦은 정책
- 방송광고시장 자체의 위축 대응 방안 부재
  - 크로스미디어렙 도입의 난관: 방송사의 수수료 부담, 미디어렙 조직의 인터넷 광고 영업 역량 부재
- 타이틀십 스폰서 도입에 따른 협찬물 확대 및 제작 역량 축소 위험
- 방송광고결합판매제도 위헌 및 중소·지역방송 광고시장 위기에 대한 대책 부재

## 콘텐츠 영역: 규제 강화

- **공정환경 조성 및 권리보호 강화**

- 외주제작사 및 종사자 관련

- 방송사업자-외주제작사 불공정행위 금지행위로 포함
- 방송사-외주사 공정거래 가이드라인 이행 점검
- 창작자의 저작권 보호: 콘텐츠 분쟁위원회 실효성 강화
- 표준계약서 사용 의무화, 노무 법률 관련 컨설팅

- 방송채널 대가산정 합리화

- 유료방송플랫폼-PP 간 콘텐츠 사용료 관련 기준 마련
  - 산정기준: 사용료 산정 고려요소, 지급 총액 등
  - 선계약-후공급 원칙

- **내용 규제 강화**

- 방송심의규정 구체화

- 현행 17개 심의규정 구체화
  - 주관적 해석, 모호한 규정의 조항 구체화
  - 매체별 등급분류 기준 조정

- 방송의 공정성 심사 평가 강화

- 12월 KBS1DTV, MBC DTV 재허가 심사 적용
- 방송평가의 공정성·객관성 등 공적책임 평가 강화
  - 위반시 감점 확대, 공정성 평가항목 추가 발굴
- 심의규정 반복 위반 방송사 제재 강화(하반기 심사)

## 콘텐츠 영역: 규제 강화

### • 공영방송 공적책임·공공성 강화

#### □ 수신료 징수제도 안착 지원

- 공영방송의 안정된 공적책무 수행을 위한 다양한 재원 마련
- 수신료 관련 회계 분리, 사용내역 공개 등 투명성 강화

#### □ 공적 책임 강화

- 이사회 구성 등 공영방송 지배구조 개선방안과 협약제도
  - 국회 논의 및 법안 발의시 적극 검토 및 지원

## 콘텐츠 영역: 규제강화

- 평가

- 반복되나 성과없는 공정환경 조성

- 방송사-외주사 간 공정거래 가이드라인은 이행 실패 파악이 우선
    - 약 3년 간 5기 방통위에서 시행한 방송사 비정규직 실태조사 공개 우선

- 방송심의를 통한 내용 규제 강화

- 심의규정의 구체화와 공정성 객관성 평가 강화는 모순
    - 하반기 재허가 사업자(KBS1TV, MBC) 대상 표적 심의 예고
    - 방통위 자율규제 연구용역 결과 공개 필요

## 콘텐츠 영역: 규제강화

- 평가

- 공영방송의 공적 재원 방안 부재

- 분리고지를 통한 수신료 재원 축소는 비가역적 재원 축소
    - 정부 예산(기금)을 통한 재원은 정부 통제만 강화
    - 유료방송 플랫폼 수신료에 통합 징수하는 방안 등 실행 가능한 대안 준비 필요(22대 국회)
      - IPTV 3사의 방송통신결합판매로 인한 유료방송 월정액 수신료 축소
      - 유료방송 가입자의 공영방송 수신료 '이중 납부'라는 문제 제기에 합리적 징수 방안을 제시해야 함

## 플랫폼 영역: 직접 진흥

- 국내 OTT의 해외진출 다각화

- OTT-콘텐츠 협력형 글로벌 진출 확대

- 국내 스마트TV 내장 FAST 채널에 국내 OTT 콘텐츠 제공

- ICT 진출 해외 거점 연계 활용

- 현지 OTT·IPTV 간 계약, 스마트TV+OTT 결합형 진출 지원

- 글로벌 홍보 및 유통 등 통합 지원

- 글로벌 행사 개최 및 참가 지원

- 국내 OTT 해외 홍보: Global OTT Awards, 국제OTT포럼

- 미래 미디어 육성

- 메타버스 미디어 콘텐츠 육성

- 가상환경 3D 제작 공간(스튜디오 등) 구축

- 엔터테인먼트 방송콘텐츠 기반 메타버스 미디어 서비스

- 기술기반 스타트업 육성

- 메타버스 유망 기업 및 미디어콘텐츠 스타트업 지원

## 플랫폼 영역: 간접 진흥/규제 완화

- 시장 점유율 규제 완화

□ 유료방송, 일반PP 시장 점유율 제한 폐지

○ 일반PP 전체매출 49% 이하 제한 폐지

○ SO, IPTV 전체 가입자수 1/3 제한 폐지

- 채널 운용 자율성 제고

□ 70개 채널운용 의무 폐지

○ 현행 70개 이상 채널운용 의무는 사업자 채널 편성권 제약

○ 다양성 지역성은 사업자 자율 준수, 결과 공표

## 플랫폼 영역

- 평가

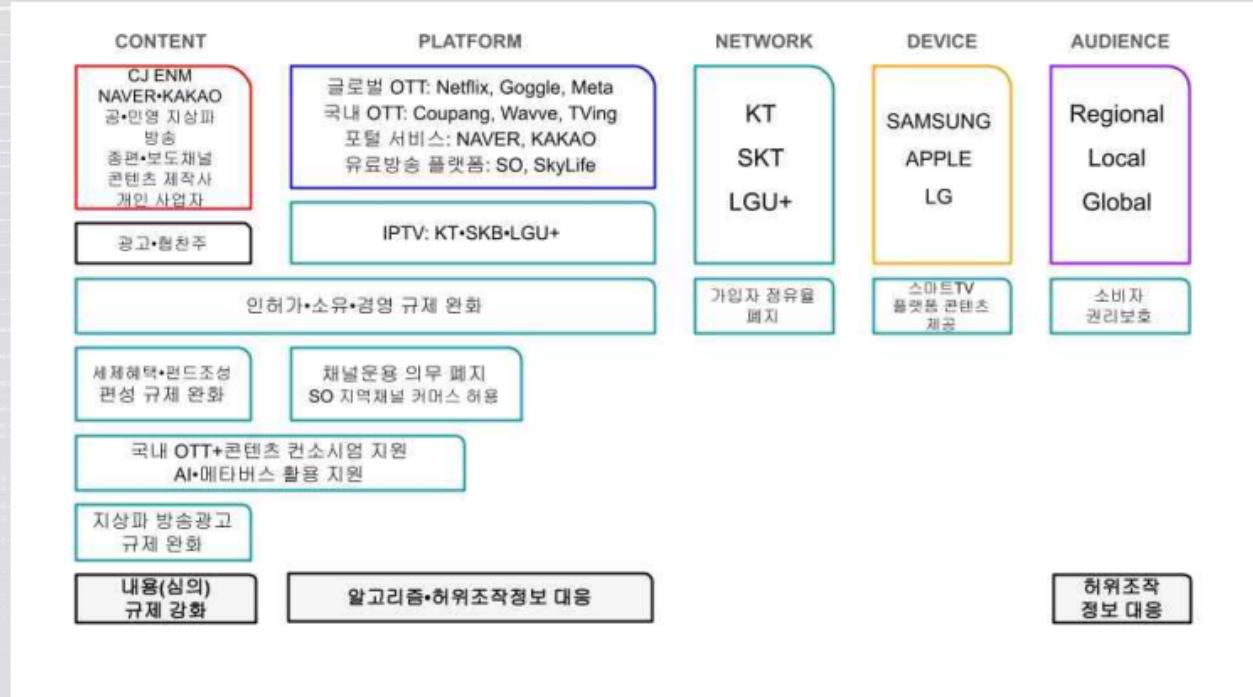
- 통신3사의 무한 경쟁 허용

- IPTV의 전체 가입자수 제한 폐지는 딜라이브 인수, 방송통신결합판매 경쟁을 더욱 격화
    - 채널 운용 의무 폐지는 IPTV 3사의 채널 편성권력을 더욱 강화
    - 유료방송플랫폼-PP 간 공정한 콘텐츠 대가 산정 무력화
    - 국내 미디어 시장 내 통신3사의 지배력 더욱 강화

- 글로벌 콘텐츠 육성과 국내 OTT 육성 중 어디에 집중?

- IP 보유 가능 대기업과 자본력을 갖춘 통신3사에 대한 콘텐츠 지원
    - 넷플릭스 등 글로벌 OTT의 IP 독점 방지 및 국내 콘텐츠 편성 요구 등의 대응책 부재
    - 가입자 점유율을 높이지 못하는 국내 OTT에 대한 대책 부재: 글로벌 가입자 확대?
    - 넷플릭스 망사용료 부과 관련 소송 등 글로벌 OTT 전략에 대한 분석 부재

## 윤석열 정부 3년차 미디어 정책의 기조



## 윤석열 정부 3년차 미디어 정책의 기조

- 통신3사가 주도하는 네트워크·플랫폼 사업에 필요한 규제 및 진흥 영역 콘텐츠로 확대
- IP 보유 네이버·카카오 플랫폼의 콘텐츠 지배력 강화 지원
- 글로벌 플랫폼에 대한 대응 정책 없이 국내 플랫폼 사업자를 통한 K-콘텐츠 육성 전략
- 보도기능의 콘텐츠·플랫폼 부문에는 내용 규제 강화
- 공영방송 지배구조 개선 및 분산된 규율체제의 통합 계획 부재

미디어 대기업의 정책 로비에 포획된 규제체제

5기 방통위에서 진행한 시청각미디어법(가칭) 등 규제·진흥 및 각종 위원회의 재정립을 위한  
22대 국회 미디어개혁특별위원회 설치 필요

감사합니다