

# 방송, 규제개혁과 혁신 우리의 실천은 어디에 머물고 있나

2024. 11. 28. (목) 14:00

국회 의원회관 제2세미나실

## 방송 영역 공정 경쟁을 위한 해외 시청각미디어 규제 변화와 혁신

이창준

[changjunlee@skku.edu](mailto:changjunlee@skku.edu)

글로벌융합학과  
컬처앤티크놀로지전공



# 글로벌 시청각 미디어 환경의 변화

# 방송 영역에서의 공정 경쟁의 필요성

## 글로벌 미디어 플랫폼의 성장과 전통 방송사의 경쟁력 저하

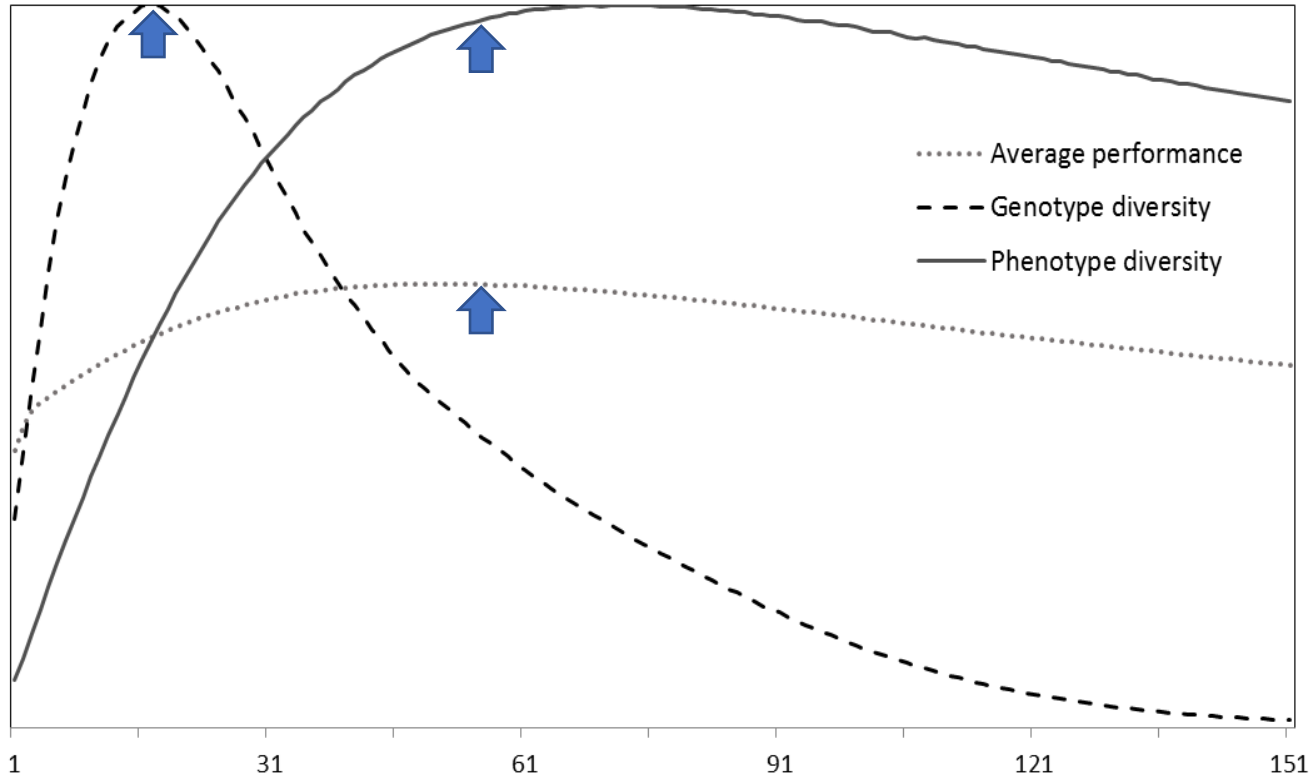
- 글로벌 OTT(Over-the-Top) 플랫폼(예: 넷플릭스, 디즈니+)의 성장으로 전통적인 방송사, 미디어 기업들이 시장에서 불리한 입장에 놓임.
- 2020년 기준 글로벌 OTT 시장 규모는 약 1,500억 달러로 추정되며, 매년 10% 이상의 성장률을 보임. 반면 전통적인 방송 시장은 정체 상태

## 미디어 다양성의 저하 우려

- 대형 글로벌 미디어 기업들이 독점적 지위를 강화할 경우, **콘텐츠 다양성이 감소할 가능성이 큼.**
- 독일 미디어 규제 당국의 보고서에 따르면, 대형 플랫폼의 시장 독점이 심화되면, 소규모 콘텐츠 제작자의 진입 장벽이 높아지고 미디어 콘텐츠의 다양성이 저하될 우려가 있음.
  - “플랫폼사업자는 방송주간협약에 명시된 항목들에 따라 채널이나 프로그램제공에 있어서 의견다양성기준을 충족해야하며 전송용량의 일부를 의무전송채널(Must Carry Channel)에 할애해야 하는 등의 제약을 받음”
  - “반면 플랫폼제공업체는 ‘플랫폼규정’의 적용대상으로서 이들이 이용자에게 프로그램을 제공할 때 프로그램 접근성(Zugangsoffenheit)과 프로그램 노출의 기회균등(Chancengleichheit), 콘텐츠에 대한 차별금지(Diskriminierungsfreiheit) 등을 보장하여야 한다. 이를 통해 궁극적으로는 의견의 자유로운 형성(freie Meinungsbildung)을 보장할 의무가 부여되고 있다.”
  - 그러나 방송주간협약에서 플랫폼사업자의 의무에 대해 명확한 규정을 내리고 있는 것과 달리 플랫폼제공업체의 의무를 명시하는 플랫폼규정의 근거는 찾기 어렵다.

# 거대 플랫폼과 콘텐츠 다양성

## How is content diversity changed under the gigantic platform environment?



Contents lists available at ScienceDirect

Technological Forecasting & Social Change



### The influence of giant platform on content diversity

Changjun Lee<sup>a,\*</sup>, Junseok Hwang<sup>b,1</sup>

<sup>a</sup> Lee Kuan Yew School of Public Policy, National University of Singapore, Singapore

<sup>b</sup> Technology of Management, Economics and Policy Program, Seoul National University, Seoul, South Korea



- (1) Genotype diversity is increasing rapidly at initial phase but after peak it is declining and converging to zero
- (2) As Genotype diversity is starting to decline, phenotype diversity and Average performance lose the power of growth
- (3) The power of sustaining growth in the ecosystem is **genotype diversity** not phenotype diversity



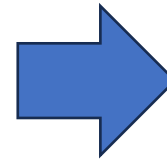
### 콘텐츠 발견성(discoverability) 문제

- 알고리즘 추천으로 인해 특정 콘텐츠 노출이 비대칭적.
- 특정 상업적 목표를 달성하기 위한 복잡한 메커니즘을 포함.
- 지역적 콘텐츠 보호 필요성 대두.

# 콘텐츠 발견성(discoverability) 문제

## 발견성 (Discoverability)

- 디지털 인터페이스 내에서 특정 콘텐츠가 발견될 가능성
  - 서비스 수준 검색 ex. 추천 시스템, 카테고리 분류 등
  - 하드웨어 수준 검색 ex. SVOD 앱 종료 이후에도 스마트 TV 홈 화면에 특정 콘텐츠가 표시
  - 수동적/우연한 발견 ex. 검색에 실패하였지만 이어서 추천되는 콘텐츠
  - 우선 순위가 지정된 결과 ex. 특정 콘텐츠의 전략적 푸시 프로모션
  - 사용자의 데이터 프로필에 맞춤형된 알고리즘 → “알고리즘” 같은 포괄적인 용어로는 축소할 수 없는 복잡한 방식임.
- 산업 전략과 큐레이션에 의해 형성.
  - SVOD 서비스 내에서 콘텐츠 표시 방식 (ex. 넷플릭스 안에서 오리지널 시리즈 > 다른 시리즈)
  - 커넥티드 디바이스의 인터페이스 내에서 SVOD 앱 및 콘텐츠 제공 방식 (ex. 스마트 티비에서 넷플릭스 > 티빙) → “Prominence”
- 발견성의 영향력
  - 단순 인터페이스 디자인의 문제가 아니라, 미디어 배포에서 가시성의 정치에 관한 것임.
  - “시청자를 특정 종류의 경험과 콘텐츠로 유도하여 다른 종류의 콘텐츠로부터 멀어지게 할 수 있는” 잠재력
  - “미디어 유통력의 새롭고 진화하는 위치”



## 핵심 질문

- 우선순위를 정해야 하는가? → X
- 누가 우선순위를 정할 것인가? (정부 vs. 플랫폼) → O
- 투명성과 공정성 확보 방법은? → O

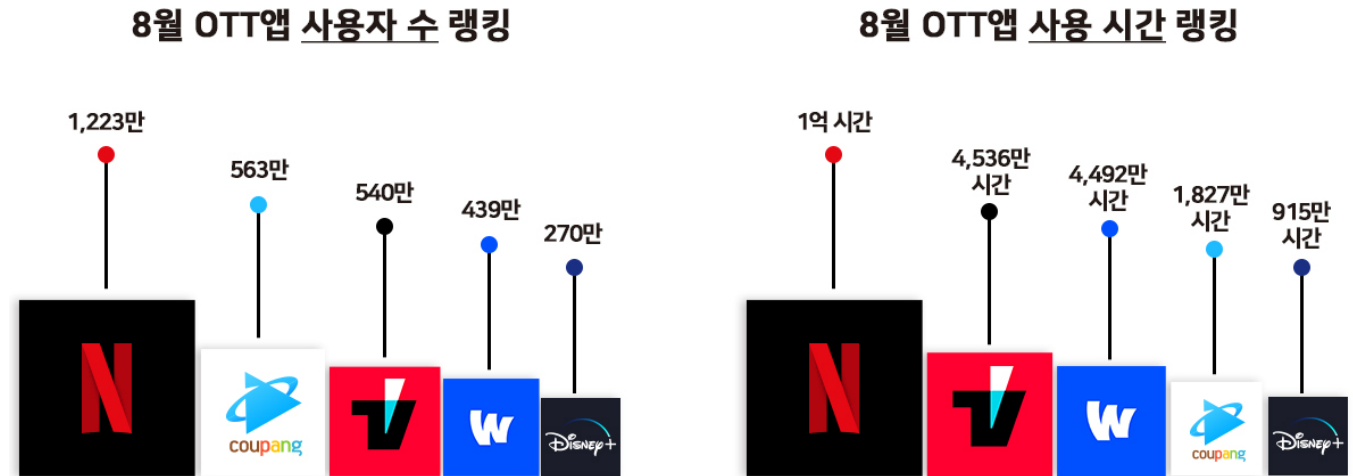
# 방송 영역에서의 공정 경쟁의 필요성

## 소비자의 콘텐츠 접근성 불평등

- 거대 플랫폼들은 자체 콘텐츠의 우선 배치 및 타 콘텐츠의 비노출 등을 통해 **소비자의 콘텐츠 선택권을 제한할 수 있음**.
- 유럽 연합은 AVMSD\* 개정을 통해 플랫폼의 콘텐츠 배치 방식에 대한 규제를 강화, 소비자의 다양한 콘텐츠 접근성을 보장하고자 함.

## 국내 방송 산업의 글로벌 경쟁력 약화

- 글로벌 플랫폼과의 공정한 경쟁을 위한 법적·제도적 장치가 부족할 경우, 국내 방송 산업이 경쟁력을 잃을 위험이 있음.
- 이러한 상황에 대응하기 위해 국내 OTT인 티빙과 웨이브가 합병 MOU를 체결(2023.12.4)하고 통합을 논의하기 시작했음 (진행중) → 규모의 경제를 통해 경쟁력을 제고하려는 노력



Source: [https://www.kca.kr/Media\\_Issue\\_Trend/vol61/KCA61\\_13\\_issue3.html](https://www.kca.kr/Media_Issue_Trend/vol61/KCA61_13_issue3.html)

\* AVMSD(시청각미디어서비스지침)는 유럽연합이 제정한 지침으로, 전통적인 TV 방송과 온라인 동영상 서비스를 포함한 시청각 미디어 서비스에 대한 규제 프레임워크를 제공하여 공정 경쟁과 문화적 다양성을 촉진하고자 하는 목적이 있음.

# 글로벌 시청각미디어 환경의 변화

## OTT 서비스의 급성장

- OTT 플랫폼(넷플릭스, 아마존 프라임 비디오, 디즈니+, 애플TV 등)의 빠른 성장으로 전통적인 방송국이 시장 점유율을 상실하고 있음.
- 2022년 세계 OTT 시장 규모는 약 2천억 달러로 추정되며, 2023년부터 2032년까지 연평균(CAGR) 26.3%씩 증가하여 2032년에는 2조 574억7천만 달러 규모에 이를 것으로 전망됨<sup>1)</sup>

## 디지털 기술 발전과 스트리밍 서비스 보편화

- 초고속 인터넷의 보급과 모바일 기기의 확산으로 스트리밍 콘텐츠에 대한 접근이 용이해짐. 이를 통해 기존의 방송 시청 패턴이 변화하고 있음.
- 2021년에는 전 세계 인터넷 사용자 중 90%가 온라인 비디오 콘텐츠에 접근할 수 있는 청중 도달 범위를 가졌습니다. 이 수치는 2023년까지 40억 명으로 증가할 것으로 예상<sup>2)</sup>

## 전통적인 방송과 온라인 미디어의 경계 모호화

- 방송사들도 디지털 전환에 맞춰 온라인 스트리밍 서비스(OTT 또는 자체 플랫폼)를 제공하면서 전통 방송과 온라인 미디어의 경계가 희미해짐.
- BBC는 iPlayer를 통해 온라인 스트리밍을 강화했으며, 한국의 KBS와 SBS도 온라인 서비스를 확대하고 있음.

1) [https://www.kca.kr/Media\\_Issue\\_Trend/vol61/KCA61\\_13\\_issue3.html](https://www.kca.kr/Media_Issue_Trend/vol61/KCA61_13_issue3.html)

2) <https://www.researchnester.com/kr/reports/video-streaming-market/1158>

---

# 글로벌 시청각미디어 환경의 변화

---

## 글로벌 미디어 콘텐츠 소비 양상의 변화

- 시청자들은 더 이상 시간과 장소에 구애받지 않고 원하는 콘텐츠를 소비함. 이는 전통적인 방송사에서 제공하는 실시간 방송의 의존도를 낮춤.
- Nielsen 보고서에 따르면, COV19이후 스트리밍 소비가 증가했으며, 시청 시간대와 시청 디바이스에 많은 변화가 있음을 보여줌.
  - 스트리밍 소비 증가
    - 2020년 3월 한 달 동안 모든 연령대에서 비선형 콘텐츠 스트리밍이 증가
    - 25-54세 사이의 스트리밍 시청은 전년 대비 거의 100% 증가
  - 시청 시간대 변화
    - 오후 1시부터 4시 사이 스트리밍이 50% 이상 증가
    - 이전에는 거의 시청하지 않던 시간대에 스트리밍 소비 급증
  - 시청 디바이스 변화
    - 스마트 TV 및 멀티미디어 장치를 통한 인터넷 연결 콘텐츠 소비 증가
    - 2인 이상 스트리밍 시청자 수 LPM 시장에서 57%, 세트 미터 시장에서 46% 증가

## 국가 간 콘텐츠의 경계 약화

- 글로벌 플랫폼들은 전 세계적으로 동일한 콘텐츠를 제공할 수 있어, 국가 간 미디어 콘텐츠의 경계가 약해지고 있음.
- 이에 따라 로컬 콘텐츠와 글로벌 콘텐츠 간 경쟁이 치열해짐.
- 한국 콘텐츠(예: '오징어 게임')가 넷플릭스를 통해 전 세계에서 인기몰이를 하며 글로벌 경쟁력을 입증함.



# 해외 방송 규제 변화의 배경

---

# 유럽의 시청각미디어 서비스 지침(AVMSD) 개정 개요

---

## 주요 용어<sup>1)</sup>

- **시청각 미디어 서비스(Audiovisual media service):** 미디어 서비스 제공자의 편집 책임 하에 전자 통신 네트워크를 사용하여 일반 대중에게 정보를 제공하거나, 즐겁게 하거나, 교육하는 프로그램을 제공하는 서비스로, 방송 또는 주문형
- **주문형 시청각 미디어 서비스(On-demand audiovisual media service):** 미디어 서비스 제공자가 제공하는 시청각 미디어 서비스로, 사용자가 선택한 순간에 프로그램을 시청하고 미디어 서비스 제공자가 선택한 프로그램 카탈로그를 기반으로 개별 요청에 따라 시청할 수 있음
- **비디오 공유 플랫폼 서비스(Video-sharing platform service):** 비디오 공유 플랫폼 제공자가 편집 책임이 없는 프로그램, 사용자 생성 비디오 또는 둘 다를 일반 대중에게 제공하는 서비스로, 전자 통신 네트워크를 사용하여 정보를 제공하거나, 즐겁게 하거나, 교육하는 서비스로, 비디오 공유 플랫폼 제공자가 자동 수단 또는 알고리즘을 사용하여, 특히 표시, 태그 지정 및 시퀀싱을 사용하여 구성을 결정

1) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/audiovisual-and-media-services>

# 유럽의 시청각미디어 서비스 지침(AVMSD) 개정 개요

## AVMSD 개정의 목적<sup>1)</sup>

- 디지털 환경에서 공정한 경쟁을 촉진하고, 시청각 미디어의 다양성을 보호하며, 사용자 권리를 강화하기 위해 개정됨.
- 유럽연합은 디지털 플랫폼의 확산으로 전통 방송사와의 경쟁 불균형을 해소하고자 2018년에 AVMSD(시청각 미디어 서비스 지침)를 개정함.

## 디지털 플랫폼과 전통 미디어의 동일한 규제 적용

- 기존 방송 규제가 디지털 플랫폼에도 동일하게 적용되도록 규정. 이를 통해 방송사와 OTT 서비스가 **동일한 규제 하에 경쟁**할 수 있도록 조치.
- 넷플릭스, 유튜브 등 온라인 스트리밍 서비스들도 광고 규제, 콘텐츠 제작비 투자 등 전통 방송사와 동일한 규제를 받게 됨.

## 유럽 문화 콘텐츠의 보호와 진흥

- 유럽 콘텐츠 보호를 위해 OTT 서비스에 **유럽산 콘텐츠의 일정 비율** 이상을 포함하도록 의무화.
- AVMSD는 OTT 플랫폼에 **유럽 콘텐츠 최소 30%**를 포함하도록 요구하며, 이는 유럽 콘텐츠 제작사의 경쟁력 향상에 기여함.

1) <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/audiovisual-and-media-services>

# 유럽의 시청각미디어 서비스 지침(AVMSD) 개정 개요

## 광고 규제 강화

- 온라인 플랫폼을 포함한 모든 시청각 미디어에 광고 제한 규정을 강화하여 **어린이와 청소년 보호**에 집중.
- 광고 시간 규제와 어린이 대상 광고 금지 규정을 통해 사용자 보호를 강화함.
- 특히, 건강에 해로운 음식 및 음료에 대한 광고 규제가 포함됨.

## 이용자 권리 및 보호 강화

- 미성년자 보호와 혐오 콘텐츠 규제, 온라인 플랫폼에서의 **불법 콘텐츠 제거 절차 강화**.
- 유럽연합은 각국 규제 당국과 협력해 혐오 콘텐츠에 대한 규제와 신고 시스템을 강화하도록 플랫폼에 요구.

## 플랫폼 투명성 및 책임 강화

- 온라인 미디어 플랫폼에 대한 투명성과 책임 강화를 요구하여, **알고리즘 기반 콘텐츠 추천 시스템과 광고의 투명성 제공 의무화**.
- 시청자들이 알고리즘이 추천하는 콘텐츠나 광고가 어떠한 기준으로 노출되는지에 대한 명확한 정보를 받을 수 있도록 규제함.

---

# 유럽연합 (EU): 디지털 시장법 (DMA)

---

- **게이트키퍼 정의**

연간 매출액이 65억 유로 이상이거나, 월간 활성 사용자 수가 4500만 명 이상인 플랫폼을 운영하는 기업을 "게이트키퍼"로 정의: 구글, 애플, 아마존, 메타, 마이크로소프트 등이 여기에 포함됨.

- **게이트키퍼의 의무**

게이트키퍼로 지정된 기업은 자사 제품에 대한 우선 노출 금지, 사용자의 데이터 이식성 강화, 타사 서비스의 플랫폼 내 공정한 접근 보장, 자사 앱스토어 수수료에 대한 투명성 제공 등 다양한 의무를 이행해야 함.

- **위반 시 제재**

게이트키퍼 기업이 의무를 준수하지 않을 경우 매출액의 최대 10%에 해당하는 벌금을 부과하고, 반복 위반 시 매출액의 20%까지 벌금을 부과할 수 있음.

---

# 유럽연합 (EU): 디지털 서비스법 (DSA)

---

## 핵심 내용

### • 불법 콘텐츠 규제

- DSA는 플랫폼들이 불법 콘텐츠에 대응하는 책임을 강화.
- 특히 불법 콘텐츠를 신속하게 제거하고, 이에 대한 투명한 보고 체계를 마련해야 함.

### • 알고리즘 투명성

- DSA는 플랫폼 기업들이 추천 알고리즘의 원리를 공개하도록 요구.
- 이는 사용자가 자신에게 노출되는 콘텐츠와 광고에 대해 더 큰 통제권을 가지도록 하는 것을 목표로 함.
- 데이터 보호와 광고 투명성: 플랫폼들이 개인화된 광고를 노출할 때 개인정보를 어떻게 활용하는지에 대한 투명성을 강화하고, 사용자의 데이터 접근 및 삭제 권한을 보장함.

---

# 유럽연합 (EU): 디지털 서비스법 (DSA)

---

- DMA와 DSA는 단순한 규제를 넘어 **디지털 시장의 구조와 운영 방식**을 재정의하는 데 목적이 있음.
- 두 법안은 유럽연합이 디지털 시대의 경제와 사회에 적합한 공정 경쟁 환경을 구축하고, 플랫폼 기업들이 사회적 책임을 다할 수 있도록 새로운 기준을 제시.
- **글로벌 표준의 선도**
  - 유럽연합이 DMA와 DSA를 통해 제시한 규제는 전 세계적으로 **디지털 시장 규제의 표준**으로 자리 잡을 가능성이 큼.
  - 특히, 다른 국가들도 이러한 규제를 참고하여 자체적인 디지털 경제 정책을 수립할 것으로 예상됨.
- **빅테크 기업에 대한 영향**
  - 빅테크 기업들이 자신들의 사업 모델을 재검토하고, 더 투명하고 공정한 방식으로 운영하도록 압박하는 주요 수단이 될 것.
  - 글로벌 시장에서 새로운 경쟁의 장을 만들고, 소비자와 중소기업들에게 더욱 공평한 디지털 생태계를 제공하는 데 기여할 것으로 보임.

# 유럽연합 (EU): DMA와 DSA의 의의와 미래

## DSA

**[DSA]** 불법 콘텐츠 방치, 데이터 수집의 불투명성 등 콘텐츠 관리, 사용자 권리 보호에 관한 규제

### 불법 콘텐츠 방치

- 소셜 미디어 플랫폼이나 온라인 마켓플레이스가 허위 정보, 혐오 발언, 저작권 침해 콘텐츠 등 불법적인 콘텐츠를 방치하거나 관리하지 않는 경우.

### 사용자 데이터의 불투명한 처리

- 온라인 플랫폼이 사용자로부터 데이터를 수집하면서 이를 명확히 알리지 않거나, 사용자의 동의를 충분히 받지 않은 경우. (GDPR 동시 위반)

## DMA

**[동시 위반]** 게이트키퍼 기업이 시장 지배력과 콘텐츠 관리의 책임을 동시에 남용하거나 회피

### 사용자 데이터 수집을 통한 자사 서비스 강화 및 경쟁사 배제

- 소셜 미디어 플랫폼이나 검색 엔진을 운영하는 게이트키퍼 기업이 사용자 데이터를 방대한 규모로 수집하여 이를 자사 제품의 우선 노출에 활용하면서 경쟁사를 배제하는 경우.

### 자사 제품 홍보를 위한 불법 콘텐츠 활용과 경쟁 서비스 차별

- 게이트키퍼 기업이 자사 서비스나 제품을 홍보하기 위해 가짜 리뷰나 허위 광고 콘텐츠를 플랫폼에 우선 노출시키는 동시에 경쟁사의 서비스 노출을 의도적으로 억제하는 경우.

### 알고리즘 조작을 통한 경쟁사 제품 배제와 불법 콘텐츠 방치

- 플랫폼이 알고리즘을 통해 자사 제품을 우선적으로 노출하고, 경쟁사 제품이나 서비스의 노출을 의도적으로 줄이는 동시에, 플랫폼에 확산되는 불법 콘텐츠(허위 정보, 혐오 발언 등)를 적절히 관리하지 않는 경우.

**[DMA]** 자사 서비스 우선 노출, 상호 운용성 제한 등 경쟁 저해 및 시장 지배력 남용과 관련된 행위

### 독점적 자사 서비스 우선 노출

- 온라인 마켓플레이스나 검색 엔진 운영 기업(게이트키퍼)이 자사 제품이나 서비스를 검색 결과나 추천 목록에서 경쟁사보다 우선적으로 노출시키는 경우.

### 상호 운용성 제한

- 메시징 앱을 운영하는 게이트키퍼 기업이 자사 서비스와 경쟁사 서비스 간의 상호 운용성을 의도적으로 제한하는 경우.



# AVMSD, DSA, & DMA

법안 이름	초점	주요 적용 대상	목적	주요 규제 대상
AVMSD	시청각 미디어 콘텐츠	방송사, OTT 플랫폼	유럽 문화 보호, 미디어 콘텐츠의 공정한 경쟁	콘텐츠 규제, 광고, 유럽 콘텐츠 의무화
DSA	디지털 서비스	소셜 미디어, 전자상거래, 검색 엔진	불법 콘텐츠 제거, 사용자 보호	콘텐츠 관리, 플랫폼 투명성
DMA	디지털 시장 경쟁	게이트키퍼 (대형 플랫폼)	공정 경쟁 촉진, 독점 방지	시장 지배적 플랫폼의 반경쟁 행위

# 개별 국가의 규제 혁신 사례

---

# 시청각미디어 규제 동기와 배경

---

## The Silicon Valley Playbook: The Strong, Black Box

- Meta와 Google 같은 실리콘밸리 기업들은 강력한 소프트웨어와 추천 알고리즘을 통해 사용자 친화적인 서비스를 제공하면서도, 데이터와 광고 수익을 독점하고 있음. 이들은 파트너 콘텐츠 제작자에게 소비자 데이터 공개를 최소화하여 운영의 투명성을 유지하지 않음.
- 이러한 불투명성은 공정한 거래를 저해하며, 광고의 효과성을 파악하기 어렵게 만듦. 이에 따라 정책 입안자들은 공정하고 투명한 거래 환경을 조성하기 위해 데이터 공개와 알고리즘 투명성을 높일 규제 방안을 논의 중임.

## Aggregators Versus Contributors

- 플랫폼과 SVOD 서비스는 자신들이 제작한 콘텐츠가 아닌 외부 콘텐츠를 주요 수익 자원으로 삼고 있음. 지역 뉴스 미디어와 같은 소규모 콘텐츠 제공자들은 플랫폼을 통해 콘텐츠를 배포하지만, 플랫폼이 얻는 수익에 비해 이들이 얻는 이익은 미미함.
- 이와 같은 불균형을 해결하기 위해 일부 국가들은 플랫폼이 콘텐츠 창출과 보급에 기여하도록 요구함.
- **캐나다:** 플랫폼과 SVOD 서비스가 캐나다 시장에 기여하도록 포괄적 규제 방안을 마련함. 캐나다 정부는 넷플릭스와 같은 SVOD 서비스가 캐나다에서 얻는 수익의 일정 비율을 지역 콘텐츠 제작에 투자하도록 규제함.

# 시청각미디어 규제 동기와 배경

## European Union: **Supranational** Strategic Regulation

- 유럽연합(EU)은 디지털 플랫폼과 SVOD에 대한 규제를 강화하여 공정한 경쟁과 유럽 콘텐츠 보호를 목표로 함. EU의 2018 Audiovisual Media Services Directive(AVMSD)는 비디오 온디맨드 서비스가 최소한 30% 이상의 유럽 콘텐츠를 포함하도록 규정함.
  - 프랑스: EU 저작권 지침에 따라 프랑스는 '링크 세금'을 도입해 Google과 같은 플랫폼이 뉴스 콘텐츠를 재사용할 때 저작권 보상을 하도록 함
- ⇒ 유럽연합은 플랫폼과 SVOD 간의 규제 균형을 맞추기 위해 **초국가적 접근을 채택**하고 있음

## Canada: A **'Big Bang'**, Omnibus Approach

- 캐나다는 방송과 통신 법령을 전면 개정하여 모든 온라인 콘텐츠 제공자를 규제 대상으로 포함시키는 '빅뱅' 방식의 포괄적 접근을 시도함.
- Broadcasting and Telecommunications Legislative Review 보고서는 모든 미디어 콘텐츠 제공자가 캐나다 미디어 커뮤니케이션 부문에 공평하게 기여해야 한다는 규정을 제안함.
- 넷플릭스와 같은 SVOD 서비스는 캐나다 내 수익의 일정 비율을 지역 콘텐츠 제작에 투자해야 함. 이를 통해 캐나다 시장에 진입하는 모든 미디어 콘텐츠 제공자가 캐나다 문화와 주권에 기여하도록 하는 것이 목표임.

## Australia: **Part Big Bang, Part Softly Softly**

- 호주는 디지털 플랫폼과 SVOD에 대한 별도의 접근 방식을 취하면서도, 뉴스와 미디어 콘텐츠의 지속 가능성을 위해 다양한 규제를 도입하고 있음.
- 예를 들어, 뉴스 미디어와 디지털 플랫폼 필수 협상 코드(NMBC)를 통해 Google과 Facebook이 호주 뉴스 콘텐츠에 대해 공정한 보상을 하도록 의무화함.
- SVOD 서비스와 관련된 문화적 규제는 '소프트 로우(soft law)' 접근을 통해 점진적으로 확장하는 전략을 채택함. 이 접근법은 디지털 플랫폼과 전통 미디어 간 불균형을 해소하고, 플랫폼의 사회적 책임을 강화하기 위한 장기적 규제 기반을 마련함.

# 각국의 시청각미디어 규제 접근법

국가/단체	접근법	주요 규제 및 정책
유럽연합 (EU)	초국가적 규제 접근 방식을 통해 회원국들 간 규제 일관성을 유지하면서 플랫폼과 SVOD의 유럽 콘텐츠 기여를 요구함.	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Audiovisual Media Services Directive (AVMSD):</b> SVOD가 유럽 콘텐츠의 30% 이상을 포함하도록 요구함.</li><li><b>Link Tax:</b> 플랫폼이 뉴스 콘텐츠 재사용 시 저작권 보상을 하도록 함.</li></ul>
캐나다 (Canada)	방송법 및 통신법을 포괄적으로 개정하여 모든 온라인 콘텐츠 제공자가 공평하게 기여하도록 요구하는 빅뱅 방식의 개혁 시행 방안을 제안함.	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Broadcasting and Telecommunications Legislative Review:</b> 모든 미디어 콘텐츠 제공자가 캐나다 콘텐츠 제작에 일정 비율 기여하도록 함. 넷플릭스 등 SVOD는 캐나다 내 수익의 일부를 캐나다 콘텐츠 제작에 투자하도록 규정함.</li></ul>
호주 (Australia)	뉴스 미디어와 디지털 플랫폼 간 협상을 필수적으로 요구하는 행동 강령을 도입하면서, 점진적 소프트 로우 접근 방식을 채택함.	<ul style="list-style-type: none"><li><b>News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code:</b> Google과 Facebook이 호주 뉴스 콘텐츠에 대한 공정 보상 요구.</li><li><b>Soft Law Approach:</b> SVOD 서비스에 대해 단계적으로 규제 확대.</li></ul>
미국 (US)	실리콘밸리 기업의 알고리즘 광고 모델은 사용자 데이터를 독점하며, 규제보다는 혁신 중심의 운영 방식에 초점을 맞추고 있음.	<ul style="list-style-type: none"><li>규제 대신 소비자 친화적 서비스와 혁신에 집중하며 알고리즘 제어로 사용자 데이터를 수집. 공식적인 플랫폼 규제는 미미한 상황.</li></ul>
프랑스 (France)	링크 세금을 도입하여 Google이 뉴스 콘텐츠를 재사용할 때 저작권 보상을 하도록 요구함.	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Link Tax:</b> EU의 저작권 지침에 따른 보상 정책 시행.</li></ul>

---

# 영국: Ofcom의 규제 변화 및 미디어 다양성 확보 방안

---

## Ofcom의 역할 및 규제 변화 배경

- Ofcom(영국 방송 통신 규제 기관, like 방통위)은 방송, 통신, 인터넷 서비스 전반을 규제하는 역할을 담당함.
- 디지털 미디어의 급성장과 글로벌 플랫폼(넷플릭스, 유튜브 등)의 영향력 확대에 따라 전통 방송사와의 경쟁 불균형을 해소하기 위해 규제 변화 필요성이 제기됨.
- 2017년 Ofcom은 영국 공영방송(BBC)의 규제 권한을 넘겨받았으며, 이후 BBC와 민간 방송사 간의 공정 경쟁을 보장하기 위한 역할이 더욱 강화됨.

## BBC와 민간 방송사 간의 공정 경쟁 보장

- BBC는 공공 자금(수신료)으로 운영되는 공영 방송이므로, 자금력에서 우위를 점함. 이를 감안해 Ofcom은 BBC가 **공영 서비스의 역할을 충실히 하면서도, 민간 방송사와의 공정 경쟁을 보장하는** 규제 방안을 마련함.
- BBC는 특정 시간대에 자사 콘텐츠를 우선 배치하거나, 독점 콘텐츠 제공 등 민간 방송사에 불리한 행위를 제한받음.
- 대신 공공 서비스 차원의 교육, 다큐멘터리, 뉴스 등 비상업적 콘텐츠를 강화하도록 유도.

---

# 영국: Ofcom의 규제 변화 및 미디어 다양성 확보 방안

---

## 다양한 미디어 플랫폼에서의 공정 경쟁 촉진

- Ofcom은 다양한 미디어 플랫폼에서 공정한 경쟁을 보장하기 위해 방송사들이 자사 콘텐츠를 스트리밍 서비스와 같은 디지털 플랫폼에서도 제공하도록 독려함.
- 민간 방송사인 ITV, Channel 4도 자체 스트리밍 서비스를 통해 시청자들에게 접근하며, 전통적인 TV 방송 외에도 다양한 경로로 시청할 수 있는 환경 조성.

## 미디어 다양성 확보를 위한 정책

- Ofcom은 미디어 다양성을 보호하고 증진시키기 위해 BBC를 비롯한 주요 방송사들이 지역사회, 성별, 인종, 연령 등 다양한 사회적 배경을 반영한 콘텐츠 제작을 의무화함.
- Ofcom의 2021년 보고서에 따르면, BBC의 전체 방송 콘텐츠 중 20% 이상이 지역사회 관련 콘텐츠로 구성되며, 미디어 다양성 기준을 준수하는 방송사로 평가됨.

---

# 영국: Ofcom의 규제 변화 및 미디어 다양성 확보 방안

---

## 다양한 콘텐츠 접근성 보장

- 영국은 미디어 접근성을 높이기 위해 공공 서비스 방송사들이 자막, 음성 해설, 수화 방송 등의 서비스를 제공하도록 규정함. 이러한 정책은 장애인 등 취약계층의 콘텐츠 접근성을 높이는 데 기여함.
- Ofcom은 공공 서비스 방송사들이 주요 방송 시간대에 자막 서비스를 제공할 것을 의무화하였고, BBC와 ITV가 이를 준수함.

## 독립 콘텐츠 제작자 보호 및 지원

- Ofcom은 독립 콘텐츠 제작자들이 방송사들과 공정한 계약을 맺고, 방송에 배치될 수 있도록 보호하는 규제를 마련함. 이를 통해 미디어 산업 내 다양한 창작자들이 활동할 수 있는 환경을 조성함.
- Ofcom은 영국 방송사들이 전체 콘텐츠의 일정 비율을 독립 제작자들이 생산한 콘텐츠로 채우도록 권장함(독립 콘텐츠 비율 25% 이상).

## 규제 변화의 결과

- 이러한 규제 변화는 BBC와 민간 방송사 간의 공정한 경쟁을 촉진하고, 미디어 다양성 및 콘텐츠 접근성을 강화하는 효과를 가져옴.
- 영국의 주요 방송사들은 규제 변화 이후 시청률과 시청자 만족도가 꾸준히 상승했으며, 공공 서비스 방송의 역할 강화와 민간 방송의 경쟁력 증대 모두 긍정적인 성과를 보임.
- 이러한 Ofcom의 규제 변화(혁신)는 영국 내에서 미디어 다양성을 증대시키고, 방송사 간의 공정한 경쟁 환경을 구축하는 중요한 역할을 하고 있음.



# 독일: 미디어 규제법 개정과 공영 방송과 민간 방송의 상생 모델

## 미디어 규제법 개정 배경

- 독일은 전통적으로 공영 방송(ARD, ZDF)과 민간 방송 간의 상호 보완적 관계를 유지해 왔으나, 글로벌 OTT 플랫폼의 확산으로 전통적인 미디어 산업이 큰 도전에 직면함.
- 이러한 배경에서 독일은 **미디어 규제법을 개정**하여 공영 방송과 민간 방송의 상생을 도모하고, 글로벌 플랫폼과의 공정 경쟁을 촉진하고자 함.

## 공영 방송과 민간 방송의 상생을 위한 규제 변화

- 공영 방송인 ARD와 ZDF는 공공의 이익을 반영하는 프로그램을 제작하고, 민간 방송은 상업적 콘텐츠를 제작하는 상호 보완적 모델을 유지함.
- 공영 방송은 교육, 뉴스, 지역사회 관련 프로그램을 중심으로 공공 서비스를 제공하며, 민간 방송은 오락성과 광고 수익을 중심으로 운영.
- 독일 헌법재판소는 공영 방송이 공공 서비스 미디어로서 필수적인 역할을 한다고 판결하면서, 이를 보호하는 규제를 유지.

# 독일: 미디어 규제법 개정과 공영 방송과 민간 방송의 상생 모델

## 미디어 다양성 확보와 규제

- 독일은 공영 방송사와 민간 방송사가 미디어 다양성을 보장하기 위해 **일정 비율의 독립 제작 콘텐츠를 의무적으로 포함하도록 규정**함.
- ARD와 ZDF는 **방송 콘텐츠 중 25% 이상을 독립 제작자로부터 제공**받아 다양한 시각을 반영하도록 하고 있음.

## OTT 플랫폼과의 공정 경쟁 촉진

- OTT 서비스에 대해서도 **광고 규제 및 공공 서비스 방송과 동일한 규제를 적용하는 방안을 도입**하여 글로벌 플랫폼이 시장을 독점하지 못하도록 함.

# 프랑스: 방송 콘텐츠 규제 변화와 해외 콘텐츠 접근성 확대

## 프랑스 방송 콘텐츠 규제 변화 배경

- 프랑스는 전통적으로 자국 문화와 콘텐츠를 보호하는 정책을 강력하게 시행해 왔으나, 글로벌 플랫폼의 확산으로 자국 콘텐츠와의 경쟁이 치열해짐.
- 이에 따라 프랑스 정부는 해외 콘텐츠에 대한 규제를 완화하는 동시에, 자국 콘텐츠 제작을 장려하는 새로운 규제 모델을 도입함.

## 해외 콘텐츠 접근성 확대를 위한 정책 변화

- 프랑스는 기존의 강력한 보호주의 정책에서 벗어나 글로벌 플랫폼과의 공정한 경쟁을 위해 해외 콘텐츠 접근성을 확대함.
- 사례: 넷플릭스와 같은 글로벌 OTT 플랫폼은 프랑스 내에서 제공되는 콘텐츠 중 일정 비율을 유럽 콘텐츠로 구성해야 하며, **프랑스 영화에 대한 일정 투자 의무**가 부여됨(30% 규정).

## 프랑스 콘텐츠 제작 장려를 위한 법적 대응

- 프랑스는 자국 콘텐츠 제작자를 보호하고, 글로벌 시장에서 경쟁력을 유지할 수 있도록 자금 지원과 세금 감면 정책을 강화함.
- 근거: 프랑스 문화부는 매년 3억 유로 이상을 자국 영화와 방송 콘텐츠 제작에 투자하며, OTT 플랫폼도 이에 따른 투자 의무를 부여받음.

## 콘텐츠 배급의 투명성 강화

- 프랑스는 콘텐츠 배급의 공정성을 보장하기 위해 방송사 및 OTT 플랫폼이 자사 콘텐츠를 과도하게 우선 배치하지 않도록 규제.
- 사례: 방송사와 OTT 플랫폼이 추천 알고리즘을 통해 자사 콘텐츠를 우선 배치하는 행위를 제한하는 규정이 도입됨.

# 스웨덴: 독립 콘텐츠 제작자 지원을 위한 법적 변화

## 스웨덴 미디어 산업의 배경

- 스웨덴은 미디어 산업에서 독립 제작자의 비중이 크며, 독립 콘텐츠 제작자를 보호하고 지원하는 다양한 정책을 도입함. 이는 독립 제작자들이 글로벌 플랫폼과의 경쟁에서 살아남을 수 있도록 돕기 위함.
- 스웨덴은 방송사들이 전체 콘텐츠 중 최소 30% 이상을 독립 제작자들로부터 공급받아야 한다는 규정을 유지하고 있음.

## 독립 제작자 보호를 위한 법적 변화

- 스웨덴 정부는 독립 콘텐츠 제작자의 권리를 보호하고, 그들의 작품이 공정하게 배급될 수 있도록 법적 지원을 강화함.
- 스웨덴 미디어 규제 기관은 공영 방송사가 독립 제작자들과 공정한 계약을 맺고, 그들의 작품을 합리적인 가격에 배급할 수 있도록 규제.

## 스웨덴의 공정한 경쟁 환경 조성

- 스웨덴은 독립 제작자가 공영 방송 및 민간 방송, 그리고 글로벌 플랫폼을 통해 공정하게 콘텐츠를 제공할 수 있는 환경을 구축함.
- 스웨덴의 방송사와 스트리밍 플랫폼은 독립 제작자의 콘텐츠를 일정 비율 이상 포함해야 하며, 자사 제작 콘텐츠와 동등한 배급 조건을 적용받음.

## 지역 콘텐츠 및 소수 언어 보호

- 스웨덴은 소수 언어와 지역 콘텐츠의 중요성을 강조하며, 지역사회를 반영한 독립 콘텐츠 제작을 장려하고 자금 지원을 제공함.
- 스웨덴 공영 방송사인 SVT는 지역 언어 콘텐츠 제작에 연간 1억 크로나 이상의 예산을 투입함.

---

# 북미와 남미

---

## 북미(미국): 자유 시장과 콘텐츠 규제의 균형

- 미 연방통신위원회(FCC): 미국은 자유 시장을 중시하면서도, 미디어 다양성과 공정 경쟁을 유지하기 위한 특정 규제와 지원을 하고 있음
- 1949년 도입된 공정성 원칙(Fairness Doctrine)은 방송사들이 다양한 의견을 반영하도록 했으나, 1987년에 폐지되었고, 그 이후 미국은 미디어 다양성을 보장하기 위해 독립 제작자와 소수 민족 미디어를 보호하고, 방송사의 과도한 합병을 방지하는 규제들을 도입함.
- FCC는 미디어 집중 규제를 통해 대형 미디어 기업의 독과점을 막으려 하며, 공익성을 보장하기 위해 방송사들이 지역사회 이슈와 공공의 이익을 다루도록 장려함.

## 남미(브라질, 아르헨티나): 미디어 집중 억제와 공공 이익 보호

- 브라질과 아르헨티나는 미디어 집중을 막고, 독립적인 미디어 제작자를 보호하는 강한 규제 정책을 채택해 왔음
- 브라질은 2011년에 미디어 법 개정을 통해 공영 방송을 보호하고, 대형 미디어 기업의 시장 독점을 제한.
- 아르헨티나는 2009년 미디어 법을 통해 대형 미디어 기업의 콘텐츠 시장 점유율을 제한하고, 독립 미디어의 역할을 강화. 이를 통해 미디어의 민주적 역할을 강조하고 다양한 콘텐츠 생산을 장려.

# 규제 혁신의 시사점

---

# 공정 경쟁을 위한 규제 중요성

---

## 플랫폼과 SVOD 간의 규제 접근법을 통합해야 할 필요성

- 전 세계 국가들은 플랫폼과 SVOD 간의 규제 격차를 해소하기 위해 문화적, 정보적, 경쟁적, 사회적 측면의 규제를 통합하려는 노력을 하고 있음.
- **호주:** NMBC(National Media and Broadcasting Code)는 플랫폼과 전통 미디어 간 불균형을 바로잡기 위한 전 세계적 기준을 마련하고 있으며, 글로벌 규제 정책 조정을 위한 시도로 평가됨.
- 디지털 플랫폼과 SVOD 서비스가 전통 미디어와 뉴스 산업에 미치는 영향을 규제하기 위해 국가 간 협력이 필수적.
- 장기적으로는 글로벌 차원의 정책 조정과 협력이 이루어져야 할 것이며, 이는 공정하고 지속 가능한 미디어 생태계를 구축하는 데 기여할 것.

---

# 공정 경쟁을 위한 규제의 중요성

---

## 디지털 시대의 불균형 해소

- 디지털 플랫폼의 성장으로 전통적인 방송사와 온라인 미디어 간 경쟁이 불균형해짐. 규제는 이러한 불균형을 완화하고 공정한 시장 환경을 조성하는 핵심 도구가 됨.
- 유럽연합의 AVMSD 개정은 OTT 서비스와 전통 미디어에 동일한 규제를 적용하여 경쟁 불균형을 해소하려는 시도로 평가됨.

## 미디어 다양성 보호

- 대형 글로벌 플랫폼이 시장을 독점할 경우, 미디어 다양성이 훼손될 가능성이 큼. 공정 경쟁 규제는 다양한 미디어 콘텐츠와 제작자의 생존을 보장하고, 시청자에게 다양한 선택권을 제공함.
- 독일, 프랑스, 스웨덴 등은 독립 콘텐츠 제작자를 보호하기 위한 규제를 도입하여 미디어 콘텐츠의 다양성을 증대시킴.
- 다양한 정책 목표는 국가마다 다르기 때문에 만능 해결책은 없음.
  - 캐나다, 호주 → SVOD 내 현지 콘텐츠의 발견성
  - EU → 지역 (유럽) 콘텐츠의 발견성
  - 영국 → 커넥티드 기기에서 PSB 콘텐츠의 발견성



---

# 공정 경쟁을 위한 규제的重要性

---

## 소비자 권익 보호

- 공정한 경쟁은 콘텐츠 품질의 향상을 유도하고, 소비자들에게 더 많은 선택과 권리를 제공함. 규제는 대형 플랫폼의 독점적 행위로부터 소비자를 보호하고, 투명한 서비스 제공을 유도함.
- 영국 Ofcom은 광고 규제와 미디어 투명성을 강화하여 시청자들이 더 나은 서비스를 받을 수 있도록 규제함.

## 지역 및 국가 콘텐츠 보호

- 글로벌 플랫폼의 확산으로 인해 각국의 지역 콘텐츠와 문화적 특성이 희석될 위험이 있음. 규제는 자국의 콘텐츠 산업을 보호하고, 지역 문화의 유지 및 발전을 촉진하는 데 중요한 역할을 함.
- 프랑스는 유럽 콘텐츠 의무 비율(30%)을 통해 자국과 유럽의 콘텐츠를 보호하고, 넷플릭스와 같은 글로벌 플랫폼에 대한 투자 의무를 부과함.

## 혁신 촉진

- 규제는 경쟁을 유도하여 혁신을 촉진하는 중요한 역할을 함. 공정한 경쟁 환경은 신생 기업이나 독립 제작자가 혁신적인 콘텐츠를 제공할 수 있는 기회를 확장시킴.
- 남아프리카공화국과 스웨덴은 독립 제작자에게 콘텐츠 제작 기회를 보장하는 법적 환경을 마련함으로써 다양한 창의적 콘텐츠가 등장하도록 장려함.

# 공정 경쟁을 위한 규제의 중요성

## 혁신 촉진

- 규제는 경쟁을 유도하여 혁신을 촉진하는 중요한 역할을 함. 공정한 경쟁 환경은 신생 기업이나 독립 제작자가 혁신적인 콘텐츠를 제공할 수 있는 기회를 확장시킴.
- 남아프리카공화국과 스웨덴은 독립 제작자에게 콘텐츠 제작 기회를 보장하는 법적 환경을 마련함으로써 다양한 창의적 콘텐츠가 등장하도록 장려함.

## 글로벌 플랫폼의 책임성 강화

- 대형 플랫폼은 거대한 시장 지배력을 행사하지만, 책임 있는 경영을 통해 시장 내 공정성을 유지할 필요가 있음. 규제는 이러한 플랫폼이 책임을 다하도록 유도하고, 독과점적 행위를 억제함.
- 디지털 서비스법(DSA)과 디지털 시장법(DSM)은 글로벌 플랫폼이 책임 있는 콘텐츠 배포와 사용자 보호에 집중하도록 강제하고 있음.

## 새로운 미디어 환경에 대응하는 규제의 유연성 필요

- 미디어 환경은 빠르게 변화하고 있으며, 규제도 이에 맞춰 지속적으로 개정되어야 함. 경직된 규제는 혁신을 저해할 수 있기 때문에 유연하고 실효성 있는 규제 체계가 필요함.
- 유럽연합의 AVMSD 개정은 디지털 미디어 환경의 변화를 반영하여 플랫폼에 새로운 규제를 적용함으로써 공정한 경쟁 환경을 유지하고 있음.

# 유연한 규제의 필요성

## 규제의 유연성

- 규제 당국은 기술 및 비즈니스 모델의 변화로 인해 시행되기 어렵거나 빠르게 구식이 될 위험이 있는 조치를 도입하는 것을 경계함.  
(영국, 캐나다, EU의 어떤 제안도 구체적인 발견성 요건을 법률에 명시하진 않고, 일반적인 원칙과 예시만 제시함)  
→ 구체적으로는 업계와 협의하여 결정하도록 맡김
- 비용, 운영 상의 영향, 논란의 정도에 따라 다양한 정책 메커니즘이 존재.
  - 업계 수용 가능 옵션 (낮은 저항)
    - 규제당국의 감사 허용, 콘텐츠 라벨링, 전용 랜딩 페이지, 큐레이션된 콘텐츠 컬렉션 등  
→ 비교적 쉽게 구현 가능. (ex. 한국 TOP 10 시리즈 등)
  - 논쟁의 여지가 있는 옵션 (높은 저항)
    - 콘텐츠의 우선순위 지정, 검색 결과 우선 노출, 추천 알고리즘 변경 등  
→ 상업적으로 민감한 정보를 공개해야 함.
      - 삼성, LG, Sky : 사용자 경험 저하, 업계에 불합리한 비용 부과, 향후 서비스 및 인터페이스 디자인의 혁신을 저하.
      - Digital Europe 연합 : 규정 준수 요건은 가벼운 터치여야 함.
      - 넷플릭스 : 자체 검색 설계가 편향되지 않고 효과적으로 콘텐츠와 소비자의 취향을 매칭하는 가장 좋은 방법임.

---

# Challenges and Pitfalls

---

## 글로벌 SVOD 기업의 지역별 규제 준수 문제.

- SVOD 기업과 스마트 TV 기업의 상업적 계약 문제.
- SVOD에 대한 규제가 너무 심할 경우 특정 시장에서 철수, 서비스 제공 중단하는 문제가 생길 수 있음
  - 2014년 스페인에서 구글 뉴스 철수.
  - 2020년 유튜브에서 덴마크 음악 삭제.
  - 2021년 호주에서 구글 검색을 철수하겠다고 위협.
- Universal 만능 규칙은 없음. 그러나, 아무것도 하지 않는 대안도 매력적이지 않음.
- 기존 미디어와 문화 정책 목표를 훼손하지 않으면서도 발견성의 공간을 제공해야 함.

---

# 마치며..

---

## 글로벌 미디어 환경의 변화에 따른 규제의 필요성

- 디지털 전환과 글로벌 OTT 플랫폼의 성장은 방송 산업에 있어 새로운 기회이자 도전 과제를 제시하고 있음.
- 공정한 경쟁 환경을 조성하고, 다양한 미디어 콘텐츠가 지속적으로 창출될 수 있도록 규제와 정책의 적응력이 필요함.

## 공정 경쟁과 미디어 다양성 보장의 중요성

- 방송과 디지털 플랫폼 간의 불균형 해소를 위한 규제는 미디어 다양성 확보의 핵심이며, 독립 제작자와 소규모 사업자들의 진입 장벽을 낮추는 데 중요한 역할을 함.
- 공공 서비스 방송과 민간 방송, OTT 플랫폼 간의 공정한 경쟁이 시청자들에게 더 높은 품질의 콘텐츠를 제공할 수 있는 기반이 됨.

## 혁신을 촉진하는 규제의 유연성

- 미디어 산업의 빠른 변화에 맞춰 규제도 유연하고 실효성 있게 변화해야 함. 경직된 규제는 오히려 혁신을 저해할 수 있기 때문에, 혁신과 경쟁을 촉진하는 규제 체계를 구축하는 것이 중요함.

---

# 마치며..

---

## 글로벌 플랫폼과 로컬 콘텐츠의 균형

- 글로벌 플랫폼의 성장과 함께, 각국은 자국의 콘텐츠와 문화를 보호하고 육성하기 위한 규제적 개입이 필요함. 특히, 로컬 콘텐츠에 대한 투자를 촉진하고, 다양한 콘텐츠가 생산될 수 있도록 지원해야 함.

## 한국 방송 규제의 향후 방향

- 해외 사례에서 볼 수 있듯이, 한국 방송 산업도 공정한 경쟁을 보장하고, 글로벌 플랫폼과의 균형을 맞추기 위한 규제 개혁이 필요함.
- 방송사와 OTT 플랫폼 간의 상호 보완적 역할을 강화하고, 한국 콘텐츠의 글로벌 경쟁력을 유지할 수 있도록 지속적인 혁신과 정책적 지원이 요구됨.

## 지속 가능한 미디어 생태계 조성

- 공정한 경쟁과 혁신을 촉진하는 규제를 통해 방송 산업의 지속 가능성을 확보하고, 미래 미디어 환경에서도 다양한 콘텐츠와 창작자들이 활동할 수 있는 생태계를 조성해야 함.