

# Culture & Technology 2

## (Media Policy, Law, and Literacy)

**Changjun Lee**

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

School of Convergence  
Culture & Technology Major



# **Current Issues** in Culture & Tech

# Current Issue: AI와 로봇이 바꾸는 미래 연구

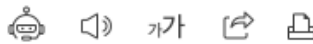
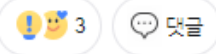


PICK ①

## AI와 로봇이 바꾸는 미래연구...더 빠르고 정확해진다[미래on]

입력 2023.10.03. 오전 5:30 · 수정 2023.10.03. 오후 3:55 [기사원문](#)

김승준 기자



구글 알파폴드 '예비 노벨상' 래스커상 2023년 수상  
로봇으로 빠르게 반복 연구...자동화 연구 시설 속속 도입 중

(서울=뉴스1) 김승준 기자 = 인공지능(AI)과 로봇 기술이 과학 연구 속도를 혁신할 것으로 기대 받고 있다.

경제협력개발기구(OECD)는 6월 AI 기술과 연구 생산성 증대를 살피는 보고서를 발간했다.

보고서에서는 반도체 및 제약 분야의 연구 생산성 저하를 짚었다. 반도체 집적도가 빠르게 증가한다는 '무어의 법칙'은 경제성과 기술의 한계를 만났다.

또 바이오 분야에서는 1970년에 비해 연구·개발(R&D) 투자는 9배 증가했지만 연구 생산성은 5배 늘어 나는데 그쳤다.

OECD는 이런 생산성 정체를 돌파할 수단으로 AI와 로봇을 짚었다.

보고서에서는 △기존 문헌 분석을 통한 새로운 지식 생성 △기계 학습을 통한 과학적 주장의 검증 △대규모 연구 지원 △데이터 분석 고도화를 통한 비용 최적화 등 경제성 확보 등을 기대했다.

과학 AI활용의 대표주자는 구글 딥마인드다.

단백질은 아미노산 사슬로 구성되는 데 아미노산 구성에 따라 꼬이고 얽히는 '단백질 접힘'이 일어난다. 접힘의 결과로 나타나는 복잡한 3차원 구조는 단백질의 활성 및 특성에 영향을 미친다.

딥마인드의 알파폴드는 기존의 데이터를 학습해 단백질 구조 예측을 하는데 관련 대회에서 역대 최고점을 기록하기도 했다.

이외에도 딥마인드는 화학 계산, 질병 유전자 변이 예측 등 다양한 과학기술 활용 AI를 발표하고 있다.


딥마인드는 단백질 구조 예측에 기여한 공로로 미국판 노벨생리의학상, '예비 노벨상'으로 여겨지는 래스커상을 2023년에 받기도 했다.

# Current Issue: 플랫폼과 독점, 반독점 소송

매일경제 [구독](#)

## "구글 검색시장 지배력 AI로 더욱 확장할 것"

입력 2023.10.03. 오후 5:19 · 수정 2023.10.03. 오후 7:08 [기사원문](#)

 정호준 기자

[추천](#) [댓글](#)

[공유](#) [인쇄](#) [목록](#)

나델라 MS CEO 법정서 주장



사티아 나델라 마이크로소프트(MS) 최고경영자(CEO·사진)가 구글의 검색 독점 체제 구축을 위한 반독점 행위를 비판했다. 특히 독점권을 계속 허용한다면 구글이 인공지능(AI) 시장에서도 지배력을 높일 수 있다며 우려를 표했다.

나델라 CEO는 2일(현지시간) 미국 워싱턴DC 연방법원에서 열린 구글 반독점 소송 재판에 증인으로 출석해 "구글이 검색 시장 지배력을 차세대 AI 기반 도구로 확장할 가능성이 높다"고 주장했다.

미국 법무부는 구글이 검색 엔진 시장에서 독점적 지위를 유지하기 위해 비용을 지불해가며 하드웨어·소프트웨어 기업에 영향력을 행사해 왔다고 보고 있다.

기본 검색 엔진을 탑재하기 위해 스마트폰 제조사 등에 수십억 달러를 지불하는 반독점 행위를 벌여 시장 경쟁을 제한했다는 것이다.

나델라 CEO는 "구글이 검색 광고로 벌어들이는 막대한 수익을 통해 새로운 AI 기반 검색을 경쟁사보다 더 잘 만드는 데 사용할 수 있는 콘텐츠 독점권을 확보함으로써 현재의 지배력을 가속화할 수 있다"며 구글의 기본 검색 엔진 독점권을 허용한다면 AI 시장에서도 구글의 지배력이 커질 것이라고 우려했다.

MS는 검색 엔진 '빙'을 서비스하고 있지만 시장조사업체 스탯카운터에 따르면 지난 9월 기준 구글은 전 세계 검색 엔진 점유율 91.58%를 기록하며 시장에서 압도적인 독점 체제를 구축하고 있다. 나델라 CEO는 이날 빙에 1000억달러(약 135조원)를 투자했다고 밝히면서도 구글의 시장 지배력은 인정했다.

# Current Issue: 국가별로 다른 미디어 정책과 법, 플랫폼 기업의 대응

연합뉴스 + 구독

## 광고없이 인스타 쓰려면 월1만4천원..."메타, EU서 구독료 검토"

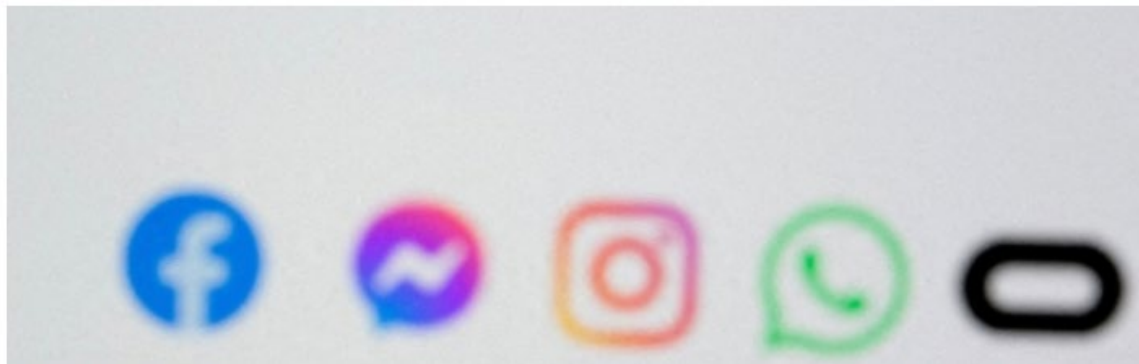
입력 2023.10.03. 오후 4:20 · 수정 2023.10.03. 오후 4:21 기사원문

김연숙 기자

추천 1



### 9월 규제당국에 보고...맞춤형 광고 제한 EU 규제 우회



(서울=연합뉴스) 김연숙 기자 = "광고를 보지 않고 인스타그램을 이용할 수 있다면 당신은 매달 10유로(약 1만4천원)을 낼 의향이 있습니까. 인스타그램에 페이스북까지 쓸 수 있다면 월 16유로(약 2만3천원)를 내겠습니까."

메타가 자사의 맞춤형 광고에 동의하지 않는 유럽 이용자들에게 월 구독료를 부과하는 방안을 검토 중이라고 미국 일간 월스트리트저널(WSJ)이 3일(현지시간) 보도했다.

보도에 따르면 메타는 지난달 유럽 본사가 있는 아일랜드와 유럽연합(EU) 규제당국과의 회의에서 이러한 내용을 자세히 설명했다. 이는 의견 수렴을 위해 다른 EU 개인정보 보호 규제 기관과도 공유됐다.

메타는 규제기관에 유럽 이용자들을 대상으로 앞으로 몇 달 안에 'SNA'(광고 없는 구독)라 불리는 이 상품을 출시하겠다고 밝혔다.

이용자들은 맞춤형 광고를 보면서 인스타그램, 페이스북에 계속해서 무료로 접속하거나, 돈을 내고 광고 없이 이용하는 방안 중 하나를 선택할 수 있다.

이용료는 데스크톱으로 결제할 경우 페이스북 또는 인스타그램 이용 시 매달 약 10유로, 추가 연결 계정은 각각 약 6유로다.

모바일에서 결제할 경우 인앱결제 방식으로 인해 월 13유로로 된다.

이 같은 전략은 EU의 규제를 우회하겠다는 전략으로, 현재로서는 유럽에서만 유효하다. WSJ는 미국에서도 광고 없이 인스타그램이나 페이스북에 돈을 내고 이용하는 선택권을 기대해서는 안 된다고 전했다.

메타의 계획은 맞춤형 광고를 위해 이용자의 데이터를 처리하기 전 이용자에게 동의를 구하라는 EU 규제기관의 요구를 충족하는 방법의 하나로 특별히 제시된 것이라고 WSJ는 설명했다.

EU는 그동안 이용자의 동의를 구하지 않고 맞춤형 광고를 표시하는 기능을 제한해왔다. 이는 메타의 주요 수익원을 위협하는 요인이 되고 있다.

# Current Issue: K-웹툰 is a new 흥행 공식 (드라마 → 웹툰 역확산)

아이뉴스24 (+) 구독

## OTT에서 흥하면 웹툰 원작 '역주행'...조회수 166배 급증

입력 2023.10.03. 오후 1:21 기사원문

정유림 기자

1 2

🔊 🔊 📄 📄

| 4분기에도 웹툰 원작 드라마 잇따라 공개...드라마 흥행→웹툰 재조명 효과 관심

웹툰 원작 드라마가 넷플릭스와 디즈니플러스 등 온라인 동영상 스트리밍(OTT) 서비스에서 흥행하면 웹툰 원작이 역주행하는 현상이 이어지고 있다. 4분기에도 기대작이 다수 공개될 예정이어서 웹툰 업계가 들떠 있다.



왼쪽부터 넷플릭스 '이두나!' 포스터, 네이버웹툰 원작 '이두나!' 표지, 네이버웹툰 원작 '비질란테' 표지, 디즈니플러스 '비질란테' 포스터 [사진=네이버웹툰-디즈니플러스]

3일 업계에 따르면 올 4분기에는 거래, 이두나!, 비질란테 등 웹툰 원작 드라마들이 OTT에서 잇따라 공개될 예정이다. 동명의 네이버웹툰이 원작인 범죄 스릴러 드라마 거래는 10월 6일 웨이브에서 공개된다. 원작 웹툰은 2020년 네이버웹툰 공모전 우수상작이다.

10월 20일 넷플릭스 오리지널 시리즈로 나오는 이두나는 동명의 네이버웹툰을 원작으로 한 로맨스 드라마다. 11월에는 디즈니플러스에서 비질란테가 선보인다. 동명의 네이버웹툰을 원작으로 한 액션 스릴러로, 낮에는 법을 수호하는 경찰대생이지만 밤이면 법망을 피한 범죄자들을 직접 심판하는 주인공 김지용과 주변 인물들의 이야기를 그린다.

수년 전 연재가 끝난 웹툰이라도 드라마가 흥행하면 역주행하는 게 일반적이다.

네이버웹툰의 마스크걸, 카카오웹툰의 무빙은 동명의 드라마가 각각 넷플릭스와 디즈니플러스에서 공개된 이후 매출과 조회수가 급증했다.

방영 전후를 비교하면 웹툰 원작의 매출과 조회수 모두 많게는 100배 이상 증가하기도 했다. 2015년 8월부터 2018년 6월까지 네이버웹툰에서 연재된 마스크걸은 방영일 한달 전 10일과 방영일 이후 10일 합산 조회수와 거래액이 각각 121배, 166배 증가한 것으로 집계됐다.

2015년 다음웹툰(현재 카카오웹툰)에서 연재된 무빙은 방영 2개월 전과 비교해 조회수가 35배 늘었다. 디즈니플러스 오리지널 시리즈 공개에 맞춰 2주 간 기획전을 진행했던 동안 매일 카카오웹툰 조회수 상위 5위 안에 이름을 올렸다.

업계 관계자는 "네이버와 카카오에서 인기몰이한 웹툰은 드라마나 영화로 만들었을 때도 주목을 받는 '흥행 보증 수표'라는 인식이 있다"며 "OTT와 같은 유통 채널은 독점 콘텐츠를 확보할 수 있고 네이버나 카카오도 매출 증가 등에서 수혜를 얻는 만큼 앞으로도 웹툰 원작 드라마나 영화 제작이 이어질 것"이라고 평가했다.

# Current Issue: 새로운 전선: IPTV vs. OTT vs. 홈쇼핑PP

더스쿠프  구독중

PICK ①

## OTT에 뺨 맞고 홈쇼핑에 뺨 내주고... IPTV 자화상 [IT+]

입력 2023.10.03. 오전 9:18 기사원문

이혁기 기자

👍 2 💬 4

더스쿠프 IT 언더라인  
경쟁력 떨어진 IPTV의 선택  
시장 성장률 정체기 들어서  
급성장한 OTT에 상대 안 돼  
수익성 악화할 가능성도 있어  
홈쇼핑 업체 '탈IPTV' 가속화  
정부 요구도 까다로워져

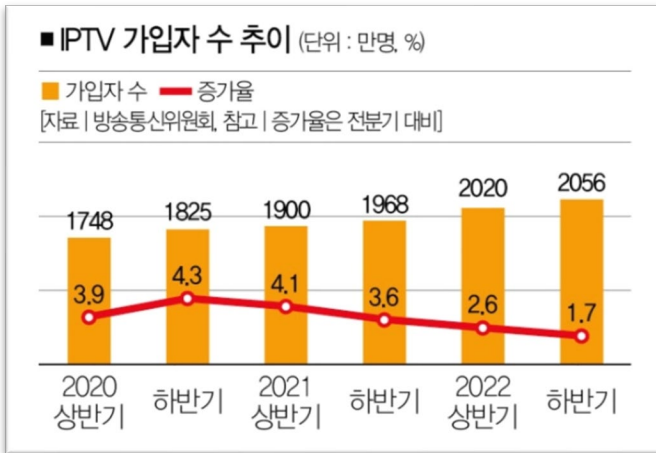
### OTT 상대 안 되는 IPTV

이런 상황에서 IPTV가 찾은 해결책은 크게 2가지입니다. 하나는 '적과의 동침'입니다. OTT와의 경쟁에서 이길 수 없다면 OTT 업체와 연계해 시너지를 꾀하겠다는 게 IPTV 업체들의 전략적 선택입니다.

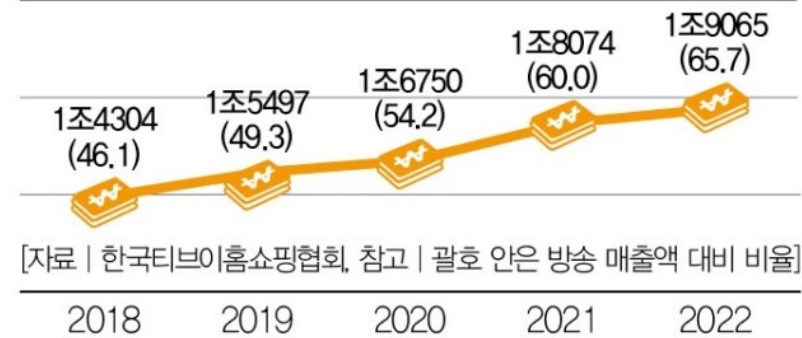
지난해 KT가 국내외 OTT 콘텐츠를 한곳에서 볼 수 있는 서비스 '미디어 포털'을 자사 IPTV인 '지니 TV'에 도입한 게 대표적입니다. 최근엔 LG유플러스가 자사 IPTV 서비스인 U플러스tv에서 OTT 서비스 '티빙'을 볼 수 있도록 라인업을 개편하고 전용 요금제를 출시했습니다. SK브로드밴드도 현재 OTT 서비스를 한곳에서 검색할 수 있는 포털 '플레이제트'를 운영 중입니다.

다른 하나는 '수익성 증대'입니다. 방송 외 다른 사업의 수익성을 높여 실적을 끌어올리겠다는 겁니다. 그 중심엔 IPTV의 주요 콘텐츠 중 하나인 '홈쇼핑'이 있습니다. IPTV에 홈쇼핑은 알찬 수익원 중 하나입니다.

한국티브이홈쇼핑협회에 따르면, 홈쇼핑 업체들이 IPTV 등 유료방송 사업자에 내는 송출 수수료는 2018년 1조4304억원에서 지난해 1조9065억원으로 연평균 8.0%씩 증가하고 있습니다. 수수료율도 같은 기간 46.1%에서 65.7%로 급격히 늘었습니다.



### ■ 홈쇼핑 송출 수수료 추이 (단위: 억원, %)



### ■ OTT가 불러온 나비효과



**Media law**



# A Framework of Law in Korea (Rep. of)

## 헌법

- **국가의 기본 법률:** 헌법은 국가의 근본적인 법률로서, 다른 모든 법률과 정책이 그 아래에 규율되어야 함
- **권리와 의무 규정:** 헌법은 국민의 기본적인 권리와 의무, 그리고 국가 기관의 역할과 권한을 명시
- **안정성과 질서 제공:** 헌법은 국가와 사회의 안정성과 질서를 유지하기 위한 기본적인 틀을 제공
- 추상성, 개방성, 미완성성

## (개별)법률

- **특정 목적 또는 주제:** 개별 법률은 특정한 목적이나 주제에 대한 규제와 지침을 제공
- **입법 절차를 거침:** 개별 법률은 대체로 입법 기관에서 심의, 토의, 수정, 그리고 승인을 거친 후에 공포
- **하위 법률:** 개별 법률은 대부분의 경우, 헌법이나 기본법 등 상위 법률에 의거하여 만들어지며, 이러한 상위 법률에 위배되지 않아야 함
- 헌법을 구체화하는 (개별) 법률

## 기본법

- **특별한 법률:** 기본법은 일반적인 법률과는 달리 특별한 주제나 분야에 적용되는 법률
- **고유한 규칙 및 절차:** 기본법은 해당 분야에서만 적용되는 특별한 규칙이나 절차를 설정하는 경우가 많음
- **상위 법률과의 관계:** 기본법은 해당 분야의 법률이나 정책을 정립할 때 상위 법률과의 관계를 명확히 할 수 있음.
- 법률간의 모순, 저촉 방지하기 위해 당해법 영역의 기본원칙, 효율적 거버넌스에 대한 규정 (예)환경정책기본법,교육기본법



# 미디어의 발전과 법의 탄생

1450년경 구텐베르크 독일 마인츠에서 금속활자를 이용한 인쇄공장 설립

→ 새로운 인쇄 기술(혁신)이 유럽 전역으로 퍼져나감

→ 글과 그림으로 표현, 인쇄해 전파하는 새로운 미디어를 즐김

→ 교권과 왕권 등 기존 권력을 비판, 조롱하는 출판물도 늘어남

정부가 처음 사용한 무기:

1) 허가제(Licensing)와 검열제(Censorship) 등장: 정부의 허가를 받아야 출판 가능

2) 명예훼손(libel) 등장: 진실이든 아니든 정부를 비판하는 표현물의 출판을 금지

(심지어 진실에 기반을 둔 비판일 수록 정부를 무너뜨릴 위험성이 더 크다고 판단)

1733년 *젠거*(John Peter Zenger), 식민지 총독 비판 기사 → 다음 해 명예훼손 혐의로 체포

→ 1735년 배심원은 무죄를 선언 → 새로운 '명예훼손법'이 틀을 잡기 시작

# 미디어의 발전과 법의 탄생

- 1787년 미국, 세계 최초로 성문헌법을 제정.
  - 당시 헌법은 국가기관의 권력관계만 규정
- 1791년 미국 수정 헌법 제1조 (The First Amendment)
  - 언론의 자유는 국민의 권리 중 가장 앞에 위치
  - 이 때 **권리장전 (Bill of Right)**이라 불리는 국민의 권리가 헌법에 규정
- 1890년 **프라이버시권** 등장
  - 사진기 (새로운 기술)과 황색저널리즘 → 새로운 유형의 사생활 침해 → **프라이버시권** 등장
  - The right to privacy (프라이버시에 대한 권리) by Samuel Warren & Louis Brandeis
    - 미국 법학계에서 가장 많이 인용되는 논문

새로운 기술 → 새로운 유형의 사생활 침해 → 다른 유형의 프라이버시 침해의 위험 → 지속적 개정이 필요

# 미디어의 발전과 법의 탄생

- 1920년대 초 방송의 발전 - **공익성** 규제 등장
  - 지상파방송이라는 새로운 미디어가 등장 → 주파수 대역폭의 한계가 존재 (신문과 다른점) → 무허가 방송국 난립 → 1927년 라디오법 개정: 방송허가를 받은 자만 지정된 주파수에서 지정된 시간에 방송하도록 규제
  - **방송규제의 논거: 공익성**
  - 소수의 허가 받은 방송사만 방송 → 정부는 방송의 내용에 대해 간섭할 수 있는 논리 등장
- 1990년대 중 언론독과점화 - **엑세스권** 등장
  - **신문시장이 독과점화** → 신문에 대해서도 방송과 마찬가지로 강한 규제를 할 수 있다는 논리 등장
  - 1967년 배론(Jerome Barron) 교수: 언론사에 대한 접근권 (Access to the press) 논문: 사상의 자유시장은 실패, 독점적 신문에 적극적 책임을 부과해야 한다고 주장
- 1990년대 말 인터넷 일상화 - **ISP 규제** 등장
  - 인터넷을 통해 정보를 주고 받으며 이를 중개하는 인터넷 서비스 제공자 (ISP)의 역할이 커짐 → **ISP 책임론** 등장
  - 뉴스를 직접 생산하는 신문사보다 이를 중개하는 **포털을 통한 소비가 늘어남**
  - 포털에서 일어나는 타인의 대한 글, 펴(공유), 댓글 등: 새로운 유형의 저작권침해, 프라이버시침해, 명예훼손 생김

# 정부규제와 사전검열금지의 원칙

---

## 1. 표현의 자유에 대한 제한 및 제한의 정당성

1) 과잉금지의 원칙

2) 명확성의 원칙과 위축효과

## 2. 사전검열금지의 원칙

# 표현의 자유

- **표현의 자유: 누구나 누릴 수 있는 인권**

- 1948년 12월 10일 UN 채택 **세계인권선언(The Universal Declaration of Human Right)**

인간은 누구나 박탈할 수 없는 권리를 갖는다. 표현의 자유를 인권의 하나로 열거

- **대한민국 헌법 제21조 ① 모든 국민은 언론·출판의 자유와 집회·결사의 자유를 가진다.**

- 다른 기본권과 표현의 자유가 충돌하는 상황: **국가의 헌법질서 속에서 이해해야 함**

- **미국:** 최고의 헌법적 가치: **자유** → 언론의 자유가 더 중시되는 경향

- **독일:** 최고의 헌법적 가치: **인간의 존엄성**

→ 인간의 존엄성 도출되는 일반적 인격권 vs. 언론의 자유 충돌 상황: 일반적 인격권을 더 중시하는 경향

- **한국:** 최고의 헌법적 가치: **인간의 존엄성**

- 미국과 달리 국민의 모든 자유와 권리를 제한할 수 있음

- 헌법 제 37조 제 2항 "국민의 모든 자유와 권리는 **국가안전보장 질서유지 또는 공공복리를 위하여 필요한 경우에 한하여 법률로써 제한할 수 있다**"

# 과잉금지원칙

- 헌법이 규정하는 제한의 정당성

- (1) 국가안전보장/질서유지 또는 공공복리라는 목적을 위하여
- (2) 필요한 경우에 한하며
- (3) 국회가 제정한 법률로써만 가능

- 주로 (2), (3)이 논란

- '필요한 경우'란 규제로 달성하고자 하는 공익이 그러한 규제에 제한되는 사익보다 큰 경우
- 필요한 경우가 아닌데 규제: 과잉제한 → 헌법에 위반: 이를 '과잉금지원칙'
- 과잉제한 여부는 일반적으로 목적의 정당성, 수단의 적합성, 침해의 최소성, 법익의 균형성이라는 4가지 기준을 적용해 판단
- 침해의 최소성이 애매: 기준은 일반적으로 같은 목적을 달성하기 위해 달리 덜 제한적 수단이 없는지 (Less restrictive alternatives, LRA)를 검토하는 것

# 표현의 자유를 제한하는 규제

미국: 표현의 자유를 제한하는 두 가지 규제가 존재

**내용기반규제**  
(Content-based regulation)

- 위헌심사 기준: LRA 적용

**내용중립규제**  
(Content-neutral regulation)

- 시간, 장소, 방법 제한  
(time, place, and manner restriction)
- 구체적이고 명확하기만 하면 헌법에  
위배되지 않음

- 한국의 경우 미국처럼 확립된 기준은 없지만 **표현내용을 살펴보는 규제가** 그렇지 않은 규제보다 **표현의 자유를 침해할 소지가 더 크므로 더 엄격히 심사해야** 한다는 점에 대해서는 이의가 없음.



## 명확성의 원칙

---

- 국민의 기본권 제한은 국회가 제정한 법률에 의해서만 가능하다.
  - 여기서 파생되는 원칙이 '명확성의 원칙' 과 '포괄위임금지의 원칙'
- **명확성의 원칙**: 국민의 자유와 권리를 제한하는 법률은 그 내용이 명확하여 건전한 상식과 통상적 법감정을 가진 국민이 그 의미를 이해할 수 있어야 한다.
  - 명확하지 않은 법률로 표현의 자유를 제한할 경우 사람들이 위반할까 두려워 표현행위를 자제하는 위축효과(chilling effect)가 발생할 수 있다.
- **포괄위임금지의 원칙**: 국민의 자유와 권리를 제한하는 법률이 부득이하게 제한 내용을 하위규범인 시행령에 위임하려면 구체적으로 범위를 정해서 시행해야 한다

# 사전검열금지의 원칙

법률로도 언론의 자유를 제한할 수 없는 특수한 경우가 있음! 바로 **검열!**

- 헌법 제21조 ②언론·출판에 대한 허가나 검열과 집회·결사에 대한 허가는 인정되지 아니한다.
  - **검열은 법률에 근거가 있어도 허용되지 않음**
  - 검열은 행정권이 주체가 되어 사상이나 의견 등이 발표되기 이전에 예방적 조치로서 그 내용을 심사, 선별하여 발표를 사전에 억제하는 것을 말함
- 절대 금지되는 사전검열 행위
  - (1) 일반적으로 허가를 받기 위한 표현물의 제출의무,
  - (2) 행정권이 주체가 된 사전심사절차,
  - (3) 허가를 받지 아니한 의사표현의 금지,
  - (4) 심사절차를 관철할 수 있는 강제수단 등 네 가지 요건을 갖춘 경우
    - 법원이 특정 TV 프로그램에 대해 방영금지 가처분 결정을 내리는 것은 검열에 해당하지 않는다.  
법원의 심사는 행정권이 주체가 된 사전심사가 아니기 때문.

# 명예훼손과 인격권 보호

- **명예훼손:** 표현의 자유에서 한계를 설정하는 중요한 내용
  - **명예:** 그 사람에 대한 사회적 평가
  - **명예권은 인격권의 구체적인 모습:** 누구나 마음대로 표현할 수 있지만 다른 사람의 명예를 훼손하는 표현까지 허용되지는 않는다는 것
  - 하지만 '표현'하다보면 알게 모르게 다른 사람의 명예를 훼손하는 일이 발생하기도 함
  - 명예 보호와 언론의 자유가 충돌할 때 일반적으로 명예를 중시하는 사회인가, 표현의 자유를 중시하는 사회인가에 따라 비교형량의 결과가 달라질 수 있다.
- **헌법 제21조 ④** 언론·출판은 타인의 명예나 권리 또는 공중도덕이나 사회윤리를 침해하여서는 아니된다. 언론·출판이 타인의 명예나 권리를 침해한 때에는 피해자는 이에 대한 피해의 배상을 청구할 수 있다.  
→ **명예훼손이 발생하면 민사상 불법행위가 되고, 형사상 범죄가 된다.**

# 명예훼손과 인격권 보호



아래 내용을 자세히 설명해줘:

명예훼손이 발생하면 민사상 불법행위가 되고, 형사상 범죄가 된다.



명예훼손이 발생할 경우, 그 행위는 민사와 형사 양쪽에서 문제가 될 수 있습니다.



## 민사상 불법행위

민사상으로 명예훼손이 발생하면, 피해자는 민사소송을 통해 손해배상을 청구할 수 있습니다. 민사법은 개인 간의 권리와 의무에 관한 법률입니다. 명예훼손의 경우, 피해자의 사회적 평판이나 신용이 손상되었다고 판단되면, 그로 인한 손해에 대한 배상을 청구할 수 있습니다. 이는 재산적 손해뿐만 아니라 정신적 고통에 대한 배상도 포함될 수 있습니다.

## 형사상 범죄

형사상으로는 명예훼손 행위가 형사코드에 따라 처벌될 수 있습니다. 형사법은 사회 구성원이 지켜야 할 규칙과 그 규칙을 어길 경우 받게 될 처벌을 규정한 법률입니다. 명예훼손을 행한 자는 일정한 형사처벌(예: 벌금, 징역 등)을 받을 수 있습니다.

이 경우에는, 피해자 개인이 아니라 '국가'가 법을 어긴 자를 기소합니다. 따라서, 형사상 명예훼손에 대한 소송은 피해자의 의지와는 별개로 진행될 수 있습니다.

## 민사와 형사의 병행

명예훼손의 경우에는 민사소송과 형사소송이 병행될 수 있습니다. 즉, 피해자는 민사상으로 손해배상을 청구하면서 동시에 형사상으로 가해자를 고소할 수 있습니다. 이 두 가지 절차는 독립적으로 운영되므로, 하나의 사건에 대해 민사와 형사 양쪽에서 다른 결과가 나올 수도 있습니다.

# 명예훼손의 구성

(1) 공연히

(2) 사실을 적시하여

(3) 타인의

(4) 명예를 훼손한 자는

(5) 그에 대한 책임이 있다. 그러나

(6) 공공의 이익을 위한 경우로

(7) 그 내용이 진실이거나 또는

(8) 진실이라고 믿을 상당한 이유가 있는

때에는 그러하지 아니한다.

- (1) 다수의 사람에게 전파
- (1) 한 사람에게 전파하더라도 그 사람이 다수에게 전파할 가능성이 있으면 '공연히'
- (2) 간접적이고 우회적인 표현을 사용해도 전체 취지에 비추어 어떤 사실의 존재를 암시하고 이로써 특정인의 사회적 가치가 침해될 가능성이 있을 정도의 구체성이 있을 때
- (3) 타인은 특정인을 의미 (자연인뿐 아니라 법인 포함)
- (3) 죽은 사람에 대한 명예훼손도 인정
- (4) 명예훼손: 품성, 덕성, 명성, 신용 등 인격적 가치에 대해 사회로부터 받는 객관적 평가를 침해
- (7) 진실성은 전체 취지를 살펴볼 때 중요한 부분이 객관적 사실과 합치되는 사실이면 인정
- (8) **상당성 요건**은 1988년 대법원 판례로 인정
- (8) 엄격히 해석하면 사회적 부조리에 대해 의혹을 제기하는 일이 위축되기 때문

# 공인이론

- **상당성 요건**은 표현의 자유를 신장하는 결과를 가져왔으나, 상당성을 사안별로 판단할 수밖에 없는 한계
- **공인이론**은 공인과 사인을 구분하여 상당성 판단을 달리 하는 이론
  - 즉, 공인에 대해서는 명예훼손을 쉽게 인정하지 말자는 이론
- 1964년 뉴욕타임스 사건에서 시작되어 발전함
  - **공직자의 공적 활동에 대해서는 자유로운 비판이 가능해야** 하므로 공직자가 자기의 공무에 대한 비판에 대항해 낸 소송에서는 일반 사건보다 훨씬 엄격한 요건을 요구해야 함
- **한국: 대법원 2002년 도입**
  - “공적 존재에 대한 공적 관심사안과 사적인 영역에 속하는 사안 간에는 심사기준에 차이를 두어야 [한다]”
  - “다만, 어떠한 정보에 접한 언론이 그 주요 내용의 정확성에 **미심쩍은 부분이 있음을 충분히 알 수 있음에도 불구하고** 가능한 방법을 다해 그 의문점을 해소함으로써 진실이라고 믿을 만한 상당한 근거가 있는지 여부를 합리적으로 판단하지 아니하고 **단지 손쉬운 몇 가지 미진한 조사에 의해 이를 진실이라고 속단한 채 보도했다면** 그 후 그 내용이 허위로 드러난 경우 현저히 상당성을 잃은 것이라고 보아 **그 책임을 면하기 어렵다**”고 함.

# 프라이버시법의 발전

---

1. 프라이버시 침해와 구제
2. 프라이버시권, 사생활의 비밀과 자유, 인격권
3. 프라이버시권과 개인정보 보호

# 프라이버시 침해와 구제

---

- 프라이버시의 법적 보호 필요성을 처음 제시
  - 1890년 워렌과 브랜다이스의 논문 '**프라이버시에 대한 권리**'(The Right to Privacy)
- 처음 프라이버시권이 등장하던 시기: '**사생활의 보호**'가 중시
  - 혼자 있을 권리 (The right to be let alone)
  - 1960년 프로서 교수는 프라이버시 침해를 (1) 사적인 공간 또는 사항의 침입, (2) 난처한 사적 사항의 공개, (3) 잘못된 인상을 심어주는 행위, (4) 성명 또는 초상 등의 도용 등 네 가지로 유형화
- 우리나라 판례 태도: 사적 영역의 침입이 **사회통념상 일반적으로 인정되는 수인가능성을 넘어서면** 위법한 것이고, 그렇지 않으면 적법한 것이다



## 프라이버시권, 사생활의 비밀과 자유, 인격권

---

- 미국에서 프라이버시권은 **사생활에 관한 의사결정의 자유**를 의미하기도 한다. (예) 낙태권
- 한국 헌법은 **제17조(사생활의 비밀과 자유)**,  
제16조(주거의 자유),  
제18조(통신의 비밀 불가침)로 상세히 규정됨
- 헌법 **제10조**는 **인간으로서의 존엄과** 가치 및 행복추구권을 명시하고 있는데, 헌법재판소는 헌법 제10조에서 개인의 자기운명결정권을 도출하고 있다. (예) 낙태권
- 미국의 프라이버시권에 해당하는 유럽의 권리는 **인격권**
- 한국에서 인격권은 헌법 제10조가 보장하는 인간의 존엄과 가치에서 유래한다고 이해

## 프라이버시와 개인정보 보호

---

- 1967년 웨스틴 교수는 프라이버시를 “개인, 집단 또는 기관이 자신에 관한 정보를 언제, 어떻게, 또 어느 범위에서 다른 사람에게 전달할 것인지 결정할 수 있는 요구”라고 정의
- 한국 헌법재판소는 개인정보에 대한 통제권을 개인정보자기결정권이라고 설명하고, 헌법상 권리로 인정
- 유럽 국가들은 대체로 개인정보의 보호를 인격권 보호의 관점에서 접근한다. 따라서 개인정보의 활용보다 보호를 더 중시한다.(EU의 개인정보 보호지침)

# 위기 상황에서의 규범과 프라이버시



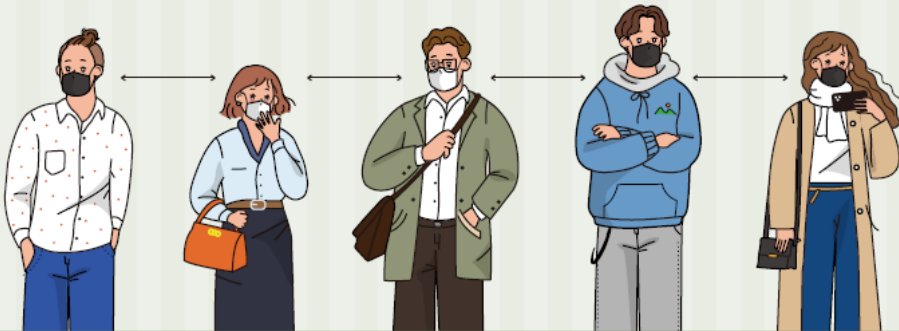
KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI ICT데이터사이언스연구본부 연구자 및 산학연 전문가들이 참여하여 매월 15일과 30일에 온라인으로 배포합니다.



특집: 제10회 한국미디어패널 학술대회 발표 논문

## 사회적 거리두기 강화가 개인의 프라이버시 우려에 끼치는 영향

The Effect of Tightening Social Distancing on Privacy Concern



이창준 (부교수, 한양대학교 정보사회미디어학과)

**KEYWORDS** Social distancing, Privacy concern, Causal inference, Difference in Difference

2020년과 2021년의 미디어 패널 조사 시점 사이에 사회적 거리두기가 수도권 지역이 다른 지역에 비해 더욱 강화된 것을 활용하여, 사회적 거리두기 정책의 강화와 프라이버시 우려 사이의 인과 관계를 추론하였다. 분석 결과, 사회적 거리두기 강화는 프라이버시 우려를 낮추는 경향이 있다는 것을 발견할 수 있었다. 위기 상황 속에서 다른 국가에 비해 높은 정보 공개와 규제로 인해 한국의 거리두기정책은 성공한 방역 모델로 남았지만 이로 인해 낮아진 프라이버시 우려에 대해서는 재고찰이 필요한 시점이다.

By utilizing the fact that social distancing policy got stronger in the metropolitan area than in other areas between the media panel survey duration in 2020 and 2021, this study tried to infer a causal relationship between the reinforcement of social distancing policy and privacy concerns. Result shows that tightening social distancing tends to lower privacy concerns. Now is the time to reconsider the privacy concern that has been lowered due to the high level of information disclosure and regulation.

November. 15

22/21

22-20호 (22.10.30)

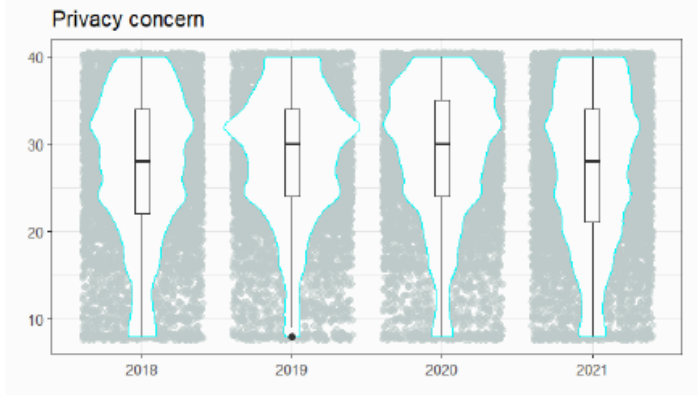
### 01 문제제기

- 코로나 바이러스 확산이 시작된 2020년 2월 이후, 한국은 2020년 3월 22일부터 5월 5일까지 대인간의 접촉을 최소화하기 위해 '사회적 거리두기'를 실시함
- 이러한 조치 속에서 공공보건의 긴급성이라는 사회적 가치와 개인의 프라이버시 우려가 충돌하는 상황이 발생
- 개인정보에는 성별, 연령, 거주지, 동선 등 프라이버시 수준이 높은 정보가 포함되지만 한국은 코로나19 종식이라는 대의를 위해 개인정보는 공개할 수도 있다는 것에 어느 정도 암묵적인 동의를 보임
- 본 연구는 코로나19로 인한 사회적 거리두기 강화 정책이 개인의 프라이버시 우려에 어떤 영향을 끼치는지 알아보고자 함

### 02 탐색적 데이터 분석

- 개인의 프라이버시 우려의 추이를 분석하기 위해 KISDI(정보통신정책연구원)에서 제공하는 한국 미디어패널 데이터의 2018년에서 2021년까지 4개년 자료를 활용
- 프라이버시 우려에 대한 총 8개 변수간 상관분석 실시한 결과, 모든 변수가 0.68~0.81 사이의 높은 상관관계를 가지고 있는 것을 확인하여 본 연구에서는 8개 항목을 합산하여 프라이버시 우려에 대한 대표 변수로 활용함
- 프라이버시 우려에 대한 계산 변수의 2018년부터 2021년까지 4년간 분포 변화는 [그림 1]과 같음
- 프라이버시 우려는 2018년에 비해 2019년에서 평균이 상승, 2020년까지는 비슷한 분포가 이어지다가 2021년에 평균이 다시 감소하는 추이를 보임

[그림 1] 최근 4개년 프라이버시 우려 변수의 분포 변화

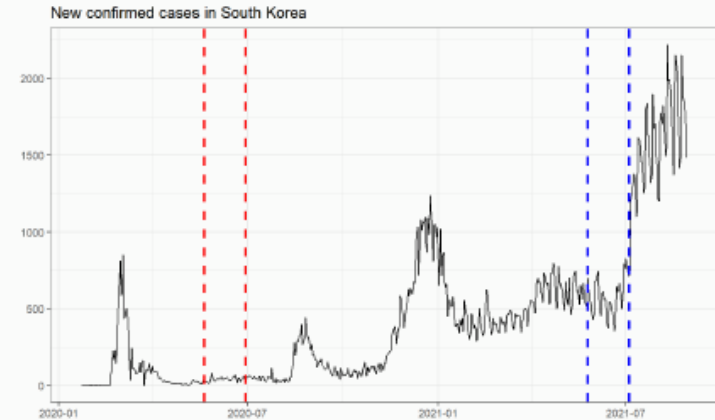


# 위기 상황에서의 규범과 프라이버시

## 03 연구 방법

- 본 연구는 사회적 거리두기 강화가 개인의 프라이버시 우려에 끼친 영향에 대한 인과 분석을 위해 지역별 사회적 거리두기 정책 변화를 도구 변수로 활용한 회귀 모델을 도입함
- [그림 2]는 코로나 신규 확진자 누적 추이로, 붉은 실선 사이가 2020년 한국미디어패널조사 시점이며, 푸른 실선 사이가 2021년 조사 시점임
- 2020년 6월 한국미디어패널 설문 조사기간 (붉은 실선)에 신규 확진자는 거의 0인 상황이었기에 강화된 거리두기 정책을 도입하지 않았고, 그 이후는 2차 확산이 진행되었기에 강화된 사회적 거리두기 정책이 서울과 수도권을 중심으로 시행됨

[그림 3] 한국의 코로나19 신규 확진자 추이 (2020년 2월부터 2021년 8월까지)



일상이었던 사회적 거리두기 → 역사 속으로..

- 2020년 11월 정부는 코로나 2차 확산에 위기감을 느끼고 새로운 5단계 사회적 거리두기 정책을 [표 1]과 같이 도입하였고 주로 신규 확진자가 서울·경기지역을 중심으로 증가하였기 때문에 12월 8일부터 다음 해인 2021년 2월 14일까지 수도권 2.5단계, 비수도권 2단계의 차별을 둠

[표 1] 사회적 거리두기 정책 (2020.11.1.)

구분	1단계	1.5단계	2단계	2.5단계	3단계
	생활방역	지역유행단계		전국유행단계	
	생활속거리두기	지역적유행개시	지역유행 급속전파	전국적 본격 유행	전국적 대유행
중점관리시설	이용인원 제한	이용인원 제한 강화	유흥시설 5종 집합 금지 이외 시설은 21시 이후 운영중단	직접판매 홍보관 노래연습장 집합금지	필수시설 외 집합금지
국공립시설	정상운영		마스크착용 의무화	이용인원 제한	운영중단
학교 수업	밀집도 2/3 원치	밀집도 2/3 준수	밀집도 1/3 원치	밀집도 1/3 준수	원격수업
모임/행사	500명 이상 행사는 지자체 신고 협의	축제 등 일부 행사는 100인 이상 금지	100인 이상 금지	50인 이상 금지	10인 이상 금지

- 이로 인해 2020년 조사와 2021년 조사 사이에 수도권과 비수도권과의 사회적 거리두기 강화 정책의 차등이 발생하게 되었는데 본 연구는 이러한 지역적 사회적 거리두기의 강도 차이를 활용하여 사회적 거리두기 강화와 프라이버시 우려와의 인과 관계를 추론하고자 함
- 거주 지역이 서울 또는 경기도일 경우, 사회적 거리두기 강화 지역(Social distance treatment) 변수를 1로 두고, 나머지 경우를 0으로 둠
- 여기에 사회적 거리두기가 강화된 시점인 2021년도 더미 변수( $y_{2021}$ )를 곱하여 이중 차분 변수(사회적 거리두기 강화 지역  $\times y_{2021}$ )를 생성함
- 통제 변수로 인구 통계학 요인(성별, 연령, 교육수준)과 미디어 활용 변수(임금 수준, 통신사 더미, 무제한 데이터 요금제 활용 여부 등)를 고려함

# 위기 상황에서의 규범과 프라이버시

## 위기 상황에서 한번 낮아진 프라이버시에 대한 인식, 다시 회복 할 수 있을까? (if yes, how?)

### 04 연구 결과

[표 2] 사회적 거리두기 강화가 개인의 프라이버시 우려에 끼치는 영향

VARIABLES	(1)	(2)	(3)
	Pooled OLS	with FE	with RE
사회적 거리두기 강화 지역 * y2021	-0.029*** (0.004)	-0.027*** (0.004)	-0.028*** (0.004)
사회적 거리두기 강화 지역	0.059*** (0.003)	0.027 (0.032)	0.058*** (0.003)
연도(ref: 2018)			
2019	0.009*** (0.002)	0.010*** (0.003)	0.010*** (0.002)
2020	0.022*** (0.003)	0.027*** (0.003)	0.024*** (0.003)
2021	-0.010*** (0.003)	-0.005 (0.003)	-0.009*** (0.003)
통제 변수			
성별	Yes	No (고정효과)	Yes
연령	Yes	Yes	Yes
교육 수준	Yes	Yes	Yes
임금 수준	Yes	Yes	Yes
통신사	Yes	Yes	Yes
무제한 데이터 요금제	Yes	Yes	Yes
Constant	0.685*** (0.013)	0.669*** (0.022)	0.664*** (0.012)
Observations	33,429	33,429	33,429
R-squared	0.082	0.019	
Number of pid		11,061	11,061

Note: Robust standard errors in parentheses \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

- 모든 모델에서 이중 차분 변수로 쓰인 사회적 거리두기 강화 지역 변수와 2021년 더미 변수의 교차항이 음의 방향으로 유의하게 나타났으며(p<.001) 정책 효과 계수도 모든 모델에서 거의 동일함: 이는 사회적 거리두기의 강화가 개인의 프라이버시 우려를 낮추는 결과를 초래했다는 것으로 해석할 수 있음
- 거리두기의 강화로 인해 디지털 전환(원격근무 등)이 가속화되었고, 2차 확산이 심했던 서울·경기 지역의 사회적 공포로 인해 개인정보 유출에 대한 우려보다는 공공보건에 대한 가치가 상대적으로 높아지면서 프라이버시 우려가 낮아졌다는 설명이 가능함
- 사회적 거리두기 강화 지역 변수는 Pooled OLS 모델과 확률 효과 모델에서만 양의 방향으로 유의했음. 이는 수도권에서 비수도권으로 또는 그 반대로의 이동이 4년간 적었기 때문이며 비수도권에 비해 수도권에 거주하는 개인의 프라이버시 우려가 코로나19의 확산과는 상관없이 상대적으로 조금 더 높았음을 알 수 있음
- 2021년 들어 전체적인 프라이버시 우려가 낮아진 것은 앞서 수행한 탐색적 분석 결과와 맥을 같이함

### 05 논의 및 결론

- 본 논문은 2018년부터 2021년까지의 4개년도 한국미디어패널조사 데이터를 활용하여 사회적 거리두기 정책의 강화가 개인의 프라이버시 우려에 끼치는 영향에 대한 인과 관계를 추론함
- 사회적 거리두기 강화 지역과 2021년의 연도 더미의 교차항인 이중 차분 변수가 음의 방향으로 유의미했으며, 이를 통해 사회적 거리두기의 강화가 개인의 프라이버시 염려를 낮춘다는 인과 관계를 추론해낼 수 있었음
- 본 연구는 사회적 거리두기 강화와 개인의 프라이버시 우려와의 관계를 규명하였지만, 여전히 두 개의 사건 사이의 많은 매커니즘과 스토리가 결여된 한계가 존재함
- 향후 연구에서는 어떤 심리로 프라이버시 우려가 낮아졌는지와 이를 다시 회복시키는 방안에 대한 논의가 필요함

# 방송의 자유와 공정성 심의

---

1. 방송의 특성과 방송의 자유
2. 방송의 공정성 심의

# 방송의 특성과 방송의 자유

---

- **방송의 특수성**

- 1) 주파수의 한계와 태생적 독과점
- 2) 침투성
- 3) 영향력

- **방송법상 조항**

- 1) 방송의 공적 책임(제5조)
- 2) 방송의 공정성과 공익성(제6조)

## 방송의 공정성 심의

- **공정성 원칙:** 방송사업자가 공적으로 중요한 논쟁거리를 보도할 때 이해관계인에게 평등하게 기회를 제공하여야 하며, 균형 잡힌 방식으로 방송하여야 한다
  - 그러나 공정성은 표현의 자유와 상충될 우려가 있기 때문에 법으로 강제하기 어려운 내용.
- 한국은 공정성의 원칙을 법으로 강제하는 것이 특징(방송법).

### • 방송법과 방송통신심의위원회

- 1) "방송에 의한 보도는 공정하고 객관적이어야 한다." (방송법 6조 1항)
- 2) 심의규정 위반시 방송통신위원회의 제재 가능 (100조)

- 현재 방송의 공정성 확보와 관련된 전반적 직무는 방송통신위원회(방통위) 권한, 방송내용의 공정성 및 공공성에 대한 심의업무는 방송통신심의위원회(방통심위)의 고유한 권한
- 공정성 원칙은 신문에는 적용되지 않음



# 인터넷의 등장과 ISP 책임론

---

1. 인터넷 규제와 사상의 자유시장
2. ISP 책임론

# 인터넷 규제와 사상의 자유시장

- 인터넷은 **표현행위에 혁명을 가져옴** → **쌍방향 표현행위**
  - 인터넷은 표현의 자유의 이론적 기초인 **사상의 자유시장** (the marketplace of ideas)을 가능케 하는 매체
  - 또한 방송처럼 태생적 한계로 인해 국가의 간섭이 필요한 영역이 아니고 신문처럼 **자유**를 누릴 수 있는 미디어
- **2002년 헌법재판소는 인터넷을 '가장 참여적인 시장', '표현촉진적인 매체'라고 평가하고, "인터넷상의 표현에 대하여 질서위주의 사고만으로 규제하려고 할 경우 표현의 자유의 발전에 큰 장애를 초래할 수 있다."**고 판시
- 하지만, 인터넷의 **부정적 영향도** 큼
  - 누구나 표현의 자유 주체로서 활동할 수 있는 가능성과 누구나 명예훼손이나 사생활 침해의 피해자가 될 수 있는 우려가 동시에 공존
  - 익명성에 기대서 올리는 표현은 대면 커뮤니케이션보다 가혹하기 쉽고, 신속한 정보확산이라는 환경은 명예훼손적 정보가 급속히 전파되는 것을 도움.
  - 또한 한번 게재된 글은 잘 지워지지 않고 흔적이 남음

# 인터넷 규제와 사상의 자유시장

---

- 인터넷이 일상화되면서 표현의 자유와 인격권이라는 두 가지 간 조화와 균형을 이루기 위해 마련된 '명예훼손법' 등 **기존의 법과 제도가 여전히 적절한 것인지** 고찰이 필요
- 어떤 미디어가 야기하는 피해의 정도가 다른 미디어와 다르다면 그 미디어를 달리 취급할 수 있음: 일반 명예훼손죄보다 출판물에 의한 명예훼손죄가 더 가중처벌
- **2012년 헌법재판소는** 임시조치 제도와 통신심의 및 시정요구 제도에 대하여 합헌 결정을 내렸다. 인터넷이 **신속성, 확장성, 복제성을 가지고 있어서 불법정보가 확대 재생산될 가능성이 높기 때문에 이를 막기 위해서** 어느 정도 유연한 해석이 필요하다고 판단한 것이다.

# ISP 책임론

- ISP 책임론은 인터넷포털과 같은 인터넷 공간에서 명예훼손과 같은 불법행위가 발생하였을 경우, “불법행위를 직접 한 사람은 물론이고 그 불법행위가 발생한 인터넷 공간의 관리자에게도 책임을 물릴 수 있는가”하는 문제에 대한 논의
- 발행인(publisher)과 배포인(distributor)의 구분
  - 신문에서 명예훼손과 같은 불법행위 발생: 저자 + 신문이나 책을 발행한 사람, but 신문 가판대(서점) 주인은 책임지지 않음
  - ISP는 발행인인가 배포인인가
  - 포털에게 과도하게 책임을 부과할 경우 ISP는 책임 경감을 위해 명예훼손적 발언을 색출, 편집, 통제 → 표현의 자유 위축 가능성 존재
- 대법원 2009년 전원합의체 판결:
  - (1) 명예훼손적 게시물의 불법성이 명백하고, (2) 피해자로부터 게시물의 삭제 및 차단요구를 받았거나, 그렇지 않았더라도 그 게시물의 존재를 인식할 수 있었음이 외관상 명백히 드러나며, (3) 그 게시물에 대한 관리·통제가 기술적·경제적으로 가능한 경우에는 ISP에게 불법행위책임이 있다.
- 개인정보 주체가 ISP를 상대로 자신에 관한 글을 삭제해달라고 요청할 수 있는 권리가 있는가?
  - 잊힐 권리(right to be forgotten)의 문제

# Media Policy

# 1. 미디어 정책의 개념

- 정책의 사전적 정의

- “**공공문제를 해결하고자 정부에 의해 결정된 행동방침**을 말한다”(이종수, 2009)
- 정부가 제시하는 정책은 우리 사회가 직면한 다양한 문제를 우선적으로 해결하려는 목적

- 미디어 정책

- 미디어와 연계된 다양한 문제나 쟁점을 해결하기 위한 정부의 행동방침을 의미
- 미디어는 방송, 통신, 콘텐츠, 잡지, 출판, 신문 등 다양한 영역을 포괄
- 문화체육관광부(신문, 출판, 잡지), 과기정통부와 방송통신위원회(방송 및 통신), 콘텐츠의 경우 그 유형에 따라 정책담당 행정부서가 중복



# 1. 미디어 정책의 개념

---

## • 방송 분야 정책

- 방송은 국가 자산인 주파수를 이용해 여론을 환기하고 오락물을 제공하는 등 다양한 기능을 담당
- 시장경쟁이 증가하는 상황에서 방송의 사적 활용에 대한 중요성이 증가 (OTT의 등장으로 인해 경영 위기)
- 하지만 여전히 방송시장은 **공공성이 중요한 의미를 갖는 독특한 시장**
  - 방송 시장은 공공성과 공익성의 중요성이 크기 때문에 시장경쟁이나 효율성 등과 같은 정책방향으로는 포괄할 수 없는 특성이 있음
- 방송분야의 미디어 정책은 역사적으로 **‘공익론’**과 **‘산업론’**의 관점으로 나뉘어 시행 (규제 vs. 진흥)
- 방송분야 미디어는 **‘공익성’**이라는 사회적 목표도 지니지만 동시에 콘텐츠를 제작, 편성, 유통하는 **‘산업’**으로서의 경제적 목표도 지님
- 미디어 정책은 **‘공익론’**과 **‘산업론’** 중 어느 관점으로 접근하느냐에 따라 추구하는 정책의 목표, 규제 접근방식, 실현방법 등이 달라짐

## 2. 방송미디어 정책 유형

---

### • 규제정책

#### 1) 소유·경영 규제 정책

- **1인 지분 소유 제한**, 신문사 뉴스통신사 **대기업의 지분 제한**, **외국자본 제한** → 방송이 자본에 휘둘리지 않도록
- 지상파 방송의 경우, **외국자본 투자 금지** → 지상파가 국익이 아닌 해외에 휘둘리지 않도록
  - 종합편성 및 일반 PP 채널은 차등적으로 제한
- 신문사의 방송보도채널 소유 제한(SO, 위성 포함) → 종합편성채널만 허용
- 정당의 방송사업 소유 제한 → 특정 정치 그룹에 유리할 수 없도록
- 지상파방송·종합유선방송·위성방송 사업자는 시장 점유율과 사업자 수를 고려해 규제 → 약간의 유드리
- 방송채널사용 사업자(PP)의 경우 매출액 제한 → (??)
- 특정 인터넷 멀티미디어 방송제공 사업자(IPTV)의 **시청점유율 제한** → (??)



## 2. 방송미디어 정책 유형

---

- 규제정책

- 2) 진입 규제 정책

- 진입 규제정책은 **허가 승인 등록** 등의 방식이 있음
- 지상파방송 및 공동체 라디오방송 사업을 하려면 방송통신위원회의 ‘**허가**’
- 위성방송, 케이블방송은 과기정통부(구, 미래창조과학부) 장관의 ‘**허가**’
- **홈쇼핑** 채널은 과기정통부(구, 미래창조과학부) 장관의 ‘**승인**’
- **종합편성채널과 보도전문PP**는 방송통신위원회의 ‘**승인**’
- 일반PP채널, 전광판방송, 음악유선방송 사업의 경우 과기정통부에 ‘**등록**’
- 특정 사업자가 방송사업에 참여하기 위해서는 정부의 심사기준을 ‘**충족**’

## 2. 방송미디어 정책 유형

---

- 규제정책

- 3) 경쟁 규제 정책

- 방송 사업자 간의 공정경쟁을 보장하고 방송의 공적 책임을 담보
      - 방송분쟁조정(방송분쟁조정위원회 설치)
      - 미디어 다양성 정책(미디어다양성위원회 구성)
      - 방송시장 경쟁상황 평가(경쟁상황평가위원회)
      - 금지행위 정책(<방송법> 제85조의2 제1항)
    - 미디어의 다양성 보장을 위한 시청률 제한 규제
      - ‘전체 텔레비전 방송에 대한 시청자의 총 시청시간 중에서 특정 방송 사업자의 시청시간이 100분의 30을 초과할 수 없게 하는’ 정책
      - 특정 사업자가 일방적으로 여론을 주도할 수 없도록 제한하고 여론의 다양성을 보장하려는 목적

## 2. 방송미디어 정책 유형

### • 규제정책

#### 4) 편성 규제, 채널 규제, 심의 규제 정책

- **편성 정책**은 보도, 교양, 오락 등 다양한 장르의 프로그램들을 균형 있게 편성하기 위한 규제 정책
  - 장르별 편성 규제를 통해 지상파 방송사의 지나친 오락화 방지와 동시에 교양 프로그램 등과 같은 장르의 프로그램 편성을 이끌기 위한 목적
  - 공영방송인 KBS는 시청자가 직접 제작한 프로그램도 매월 100분 이상 편성
- **채널 정책**은 채널의 다양성, 사회적 약자 배려, 공익 추구 등 방송의 사회적 역할을 구현하기 위한 목적
  - 다채널 사업자는 종합편성채널, 보도전문채널과 **공공채널, 종교채널, 장애인복지채널** 등도 의무 전송해야 함
  - 케이블SO는 각 지역별로 **지역채널을 1개씩 의무전송**하도록 규제
- **방송심의 정책**은 공정성, 공익성(보도), 윤리성(내용), 상업성(자본, 광고) 등을 고려
  - 방송통신심의위원회가 주로 담당
  - 매체 간 심의등급이 차별화된 데다 채널 간 형평성 문제도 고려해야 하기 때문에 규제조항이 많고 매우 복잡함

## 2. 방송미디어 정책 유형

---

- 규제정책

- 5) 주파수 표준화 정책

- 방송의 기술적 측면과 관련된 규제

- 방송은 주파수 사용에 대한 기술적 사항에 대해 <전파법>의 규율을 받음
      - 국내 <방송법>에는 주파수는 공공재이며 국민의 재산으로 규정하기 때문에 공공의 이익과 복지를 위해 사용되는 것을 기본으로 함
      - 지상파 방송 사업자는 주파수 사용에 대해 다른 방송 사업자보다 훨씬 높은 수준의 규제를 받음
      - 유료방송을 시청하기 어려운 경제적 사회적 취약 계층에게는 일정 수준 이상의 무료 미디어 복지제도를 시행

## 2. 방송미디어 정책 유형

---

- 진흥정책

- 1) 외주지원 정책

- 국내 제작물과 외주 제작물의 의무편성을 통해 국내 프로그램 및 제작사의 안정적인 방송유통망과 수입을 보장하는 정책 (like Screen quotas)
      - 1991년 도입된 의무편성 제도가 있음에 불구하고 방송사와 제작사 간의 불공정 거래는 개선되지 않음
      - 2004년 방송통신위원회는 **표준계약서를 도입**
      - 2005년 **외주제작물의 공정 거래에 대한 법률**도 제정
      - 외주지원 정책에 대해 미국처럼 외주정책을 폐지해야 한다는 주장과 유럽처럼 외주정책의 보완장치를 추가로 마련해 실효성을 보다 강화해야 한다는 주장이 대립
      - 각각의 입장은 외주제작 업체를 다양화하고 육성함으로써 방송산업의 경쟁력을 제고하려는 접근과 방송사의 효율화와 집중투자를 뒷받침하려는 접근이 갈등

## 2. 방송미디어 정책 유형

### • 진흥정책

#### 2) 예산지원 정책

- 국가예산을 통한 사업자 지원은 우수 방송 콘텐츠의 제작이나 국제 경쟁력 확보, 다양성 증가 등의 정책 목표
- 방송통신위원회의 **4대 진흥전략**
  - (1) 제작지원 예산 규모 지속적 확대 및 서비스 활성화 R&D 추진
  - (2) 콘텐츠 제작 전문인력 인프라 확충
  - (3) 방송 콘텐츠 경쟁력 제고 및 국내외 유통인프라 확대
  - (4) 플랫폼-콘텐츠 시장의 건전한 생태계 조성
- **예산지원** 정책
  - (1) 프로그램 제작비 지원
  - (2) 세금감면
  - (3) 전문 인력 교육
  - (4) 프로그램 해외수출 지원

국제 : 국제일반

### "넷플릭스, 오징어게임 254억 투자...다른 인기작의 1회 제작비"

중앙일보 | 입력 2021.10.15 06:43 업데이트 2021.10.15 06:59

이지영 기자 [구독](#)



경제 매체 비즈니스 인사이더는 넷플릭스가 9부작 ‘오징어 게임’에 들인 투자비는 회당 238만 달러(약 28억원)로 추정된다면서 “최근 몇 년 동안 스트리밍 플랫폼의 급증은 콘텐츠 제작비 경쟁을 초래했지만 다른 인기 작품과 비교하면 훨씬 적은 돈이 들었다”고 진단했다.

비즈니스 인사이더에 따르면 넷플릭스 인기작 ‘기묘한 이야기’와 ‘더 크라운’의 한 회당 투자비는 각각 800만 달러(약 95억원), 1000만 달러(약 119억원)다.

디즈니 플러스와 애플TV 플러스, 아마존 비디오 등 다른 스트리밍 업체들이 주력 콘텐츠에 영화 제작비와 맞먹는 돈을 쏟아붓는 현실과 비교하면 ‘오징어 게임’의 **가성비**는 더욱 두드러진다.

### 3. 미디어 정책 패러다임의 변화

---

- 국내 미디어 산업 패러다임의 변화

- 지상파방송 사업자, 유선방송 사업자, 위성방송 사업자, 프로그램 제작 공급사업자, 기타 방송 등으로 구성
- 디지털 기술로 인한 방송산업의 변화로 인해, 방송정책 패러다임 역시 디지털 미디어 환경에 적합한 방향으로 변화

- 해외 미디어 산업 패러다임의 변화

- 세계 미디어 정책은 여론과 문화의 다양성을 보장하며 국제 경쟁력을 갖출 수 있도록 자유경쟁을 지원하는 방향으로 변화
- **미국**은 다양성과 자유경쟁을 보장하는 차원에서 미디어정책을 집행
- **유럽**은 중소 독립제작사를 보호하기 위한 다양한 규제정책을 펼침
  - **프랑스**: 문화다양성과 자국 프로그램의 정체성을 매우 중시하는 지원정책
  - **영국**: 미디어의 공영성을 강조하고 공익성 심사제도 등 공익적 측면에 엄격
  - **독일**: 프랑스와 영국보다는 규제 완화 정책을 펼치나 시청점유율 제한정책 등 일부 규제 정책은 계속 유지

## 4. 미디어 정책의 미래

---

- 미디어 정책은 고정된 것이 아니라 미디어 환경에 따라 적응하고 변화하는 특성을 가짐
- 미디어 정책의 가장 중요한 본질 중의 하나는 이와 같은 정책 결정을 통해 국민 모두가 영향을 받는 공공 쟁점의 해결을 추구하는 것
- 미디어 정책의 효과는 국민 모두에게 돌아가는 동시에 사업자의 이익도 중요한 영향을 받을 수 있다는 것



## 4. 미디어 정책의 미래

---

- 최근에는 미디어의 디지털화와 글로벌화에 따라 **미디어 정책의 복잡도는 더욱 증가**하는 추세
  - 지상파 방송사의 방송 프로그램 재송신이나 VOD와 연계된 쟁점은 시청자의 시청권, 방송사의 재산권 행사와 맞물려 갈등이 촉발
  - 미디어 시장의 글로벌화를 통해 해외 사업자의 국내시장 진입이 늘어나며 이에 따른 효율적인 규제 방식에 대한 논의도 증가
  - 글로벌 OTT 사업자인 넷플릭스가 국내시장에 진입하면서 국내 유료방송 플랫폼 사업자와의 경쟁이나 사업추진에 따른 여러 가지 쟁점의 모색이 필요
- 시청자의 여론과 사업자에게 미치는 영향 등을 감안해 공공의 이익을 극대화할 수 있는 방향이 우선되어야 함

## 5. 토의

---

- 미디어 정책에는 무엇이 있으며 방송미디어에 더욱 많은 규제정책을 적용하는 이유는 무엇인가.
- 규제정책이 이루어지는 이유는 무엇인가.
- 국가예산을 통해 특정 미디어 산업이나 시장을 활성화하는 이유는 무엇인가.
- 미디어 정책이 국내외의 환경변화에 따라 바뀌는 이유는 무엇인가.