

한국언론학회 2026 봄철 정기학술대회

# 어떻게 공공서비스미디어(PSM)로 재탄생시킬 것인가 | 통합미디어법의 방향 모색

2026년 5월 8일 (금) 16:10-17:30 (4부)  
여수엑스포컨벤션센터 세미나실 4

주최  한국언론학회 후원 **EBS**

# 어떻게 공공서비스미디어(PSM)로 재탄생시킬 것인가 I 통합미디어법의 방향 모색

일시

2026년 5월 8일 (금) 16:10-17:30 (4부)

장소

여수엑스포컨벤션센터 세미나실 4

주최 후원

 한국언론학회  EBS

## 프로그램

사회

강형철(숙명여대)

발제

홍원식(동덕여대)

통합미디어법과 공영방송의 새로운 항로:  
위상과 역할 재정립을 위한 논의

토론

노창희(디지털산업정책연구소), 봉미선(EBS), 윤장열(성공회대),  
이재민(MBC), 이현율(고려대)

## 기획취지

---

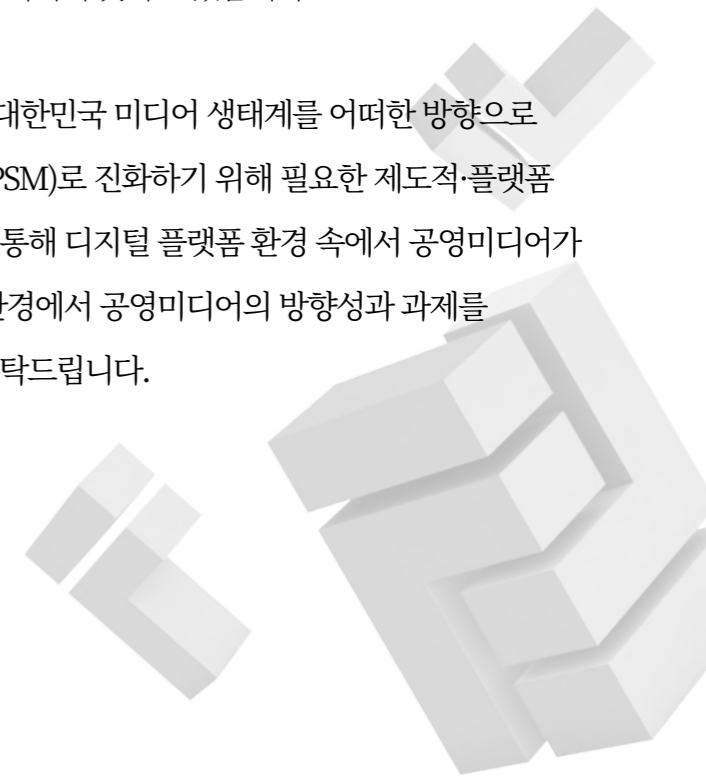
한국언론학회 2026 봄철정기학술대회 EBS 특별세션

# 어떻게 공공서비스미디어(PSM)로 재탄생시킬 것인가 I 통합미디어법의 방향 모색

최근 영국 BBC는 유튜브와 전략적 파트너십을 구축하며 디지털 환경에 부합하는 새로운 형태의 공공서비스미디어(PSM, Public Service Media)로의 전환을 시도하고 있습니다. 영국은 기존의 공영방송(PSB, Public Service Broadcasting)을 넘어선 디지털 플랫폼 기반 미디어 모델 구축을 위해 지속적으로 정책 및 법제 개편을 추진해 왔습니다. 특히 BBC의 재원 구조, 플랫폼 전략, 공적 책무에 대한 재정립을 중심으로 “누가 미래 미디어 환경의 중심이 될 것인지”에 대한 논의가 지속적으로 이루어지고 있습니다.

우리나라 역시 ‘통합미디어법’ 논의가 본격화되면서 급변하는 미디어 환경 속에서 공적 미디어의 역할과 방향성을 재정립해야 하는 시기에 있습니다. 그러나 현재 정책적 논의는 ‘산업 진흥’과 ‘동일 규제’ 등 제도적 영역에 치중되어 있으며, “미디어란 무엇인가”, “누가 공적 미디어의 핵심 역할을 수행해야 하는지”와 같은 근본적인 질문에 대한 논의는 충분히 이루어지지 못하고 있습니다.

이러한 문제의식을 바탕으로, 본 세션은 통합미디어법이 대한민국 미디어 생태계를 어떠한 방향으로 이끌어야 하는지, 그리고 공영방송이 공공서비스미디어(PSM)로 진화하기 위해 필요한 제도적·플랫폼 전략을 학문적·정책적 관점에서 논의하고자 합니다. 이를 통해 디지털 플랫폼 환경 속에서 공영미디어가 수행해야 할 공적 책무와 역할을 검토하고, 미래 미디어 환경에서 공영미디어의 방향성과 과제를 모색하고자 합니다. 회원 여러분의 많은 관심과 참여를 부탁드립니다.





# 통합미디어법과 공영방송의 새로운 항로: 위상과 역할 재정립을 위한 논의

홍원식(동덕여대)

---

# 통합미디어법과 공영방송의 새로운 항로: 위상과 역할 재정립을 위한 논의

홍원식 (동덕여대)  
with Gemini

---

---

## 목차

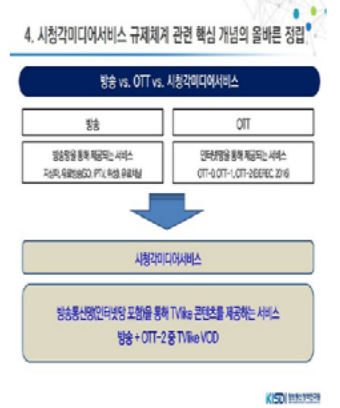
1. 논의배경
  2. 통합미디어법안 고찰
  3. 해외 사례
  4. 통합미디어법 추가 과제
  5. 결론 및 요약
-

# 1. 논의 배경

# 1. 논의 배경

## • 통합미디어법 논의의 진행

- 2020년부터 디지털 미디어 관계부처 합동 논의 시작
- **미디어콘텐츠산업융합발전위**: 윤석열 정부에서 방통위, 과기부, 문화부 합동으로 방송법제 개편을 위한 논의 진행하였으나, 실질적 개선은 거의 전무
- **방통위**: 2023년부터 시청각미디어서비스 법안에 대한 연구- 미디어법제 개편 연구반을 통해서 방송개념을 시청각미디어서비스로 확장하는 법제 마련 연구
- 방송과 온라인동영상 미디어에 대한 통합적 규제틀 마련 공영방송을 제외한 나머지 시청각미디어 사업자에 대한 수평적 시장분류 (2원화: 콘텐츠-플랫폼) 수평적 규제 체계 내에서 동일한 진입 규제 및 편성 규제 적용



# 1. 논의 배경

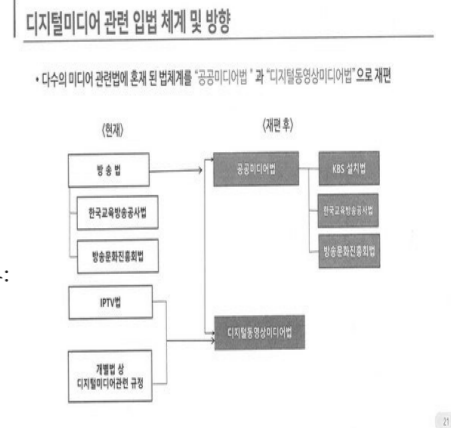
## • 통합미디어법 논의의 배경

- 2000년 통합방송법이 만들어졌지만, 오래되지 않아서 IPTV법(2008년)이 개별법으로 분리되며 다시 방송과 통신을 포괄할 수 있는 규제체계 (정책 거버넌스 + 통합 미디어법)에 대한 논의가 등장
- 2010년~2020년: 방송사업자간 경쟁이 심화되면서 개별 방송사업자의 수익성 저하. 지상파-유료방송 사업자간의 비대칭 규제에 대한 논의가 본격화, 주로 **광고 및 편성 규제의 차별성**이 부각되며 지상파 방송의 규제 완화와 **Silo 형식의 수직적 규제틀을 탈피한 사업자간 규제 형평성**을 주장
- 2020년~2024년: 넷플릭스와 유튜브 등 글로벌 OTT가 시장의 주류로 자리잡음. 기존 레가시미디어의 수익성 급격한 악화로 방송산업의 지속성에 대한 우려가 확산. **레가시미디어와 부가통신사업자간의 비대칭 규제가 핵심 쟁점**이 대두. **동일서비스 동일규제의 원칙과 경쟁법 기반의 사후규제체계**로 전환 필요성
- 2025년~현재: 방미통위로 규제 거버넌스 재편되었지만, 여전히 반쪽짜리 통합 규제체계. 부가통신사업자를 포괄할 수 있는 법률적 체계 필요성은 여전한 과제. 해외의 통합미디어법 체계에 대한 논의를 참조하여 **공영미디어서비스의 공적기능과 현저성(prominence) 보장**이 중점 논점으로 부각

# 1. 논의 배경

## • 통합미디어법 논의의 진행

- **과기정통부**: 미디어 관련법에 혼재된 법체계를 ‘공공미디어법’과 ‘디지털동영상미디어법’으로 재편: 미디어서비스를 공공영역의 디지털미디어서비스와 산업영역의 디지털미디어서비스로 분류를 추진
- 공공미디어법 영역에서는 공영미디어 사업자와 준공영미디어 사업자 구분: SBS와 같은 기존 민영지상파사업자는 공공영역에 포함되지 않음: 사적소유구조, 상업적 재원을 갖는 사업자들은 산업영역으로 분류: 콘텐츠 사업과 미디어사업 시장으로 구분



# 1. 논의 배경

## • 통합미디어법 논의의 진행

- 최민희 과방위원장 연구TF: 2000년 통합방송법 제정 이후 25년간 큰 변화가 없었던 기존 체계로는 OTT, 유튜브 등 급변하는 미디어 환경을 반영하기 어렵다는 문제의식이 배경이 되어 2025년 과방위원장 직속 TF 구성
- 공공영역과 시장영역으로 구분, 공영방송, 지상파방송, 종편, 보도 채널 등은 공공영역 대상. 시장영역은 1사업자(콘텐츠), 2사업자(플랫폼)으로 구분하여, 공정경쟁 환경 조성, 공익성 및 이용자 보호를 통합미디어법안 도입의 주요 목표로 제시
- “진흥을 위한 규제를 지향”: 디지털 혁신을 지원하기 위해 낡은 규제는 해소, 합리적 규제를 지향
- 수평적 규제체계의 필요성을 제시하면서도, 완전한 수평적 규제체계 보다는 서비스 유형과 영향력에 따른 차등 규제 원칙을 제시 (권오상, 2026)



출처: 이남표(2026)

# 1. 논의 배경

## • 요약 및 평가

- 국내 통합미디어법 논의는 주로 미디어 사업자간 경쟁 심화에 따른 사업자간 비대칭 규제 해소를 중심으로 전개되어 옴. 지상파 vs 유료방송 비대칭 규제 → 방송 vs 인터넷 미디어 비대칭규제로 논의의 핵심이 이동
- 비대칭 규제해소, 수평적 규제틀로 전환, 동일서비스 동일규제의 원칙이 강조되어왔으나, 실질적 논의 발전을 위해서는 단순히 인터넷 미디어까지 규제 영역의 확대 및 동일규제 원칙 적용 이상의 규제 목적에 기반한 차등화된 사업자 분류 및 규제 원칙이 필요
- 논의의 발전을 위해서는 통합적 규제 거버넌스 마련과 국제적 흐름에 뒤쳐지지 않는 체계적 연구 및 논의 체계가 필요하나, 부처간 협의체계 부재 및 연구와 논의 주체가 불안정한 상황

# 2. 통합미디어법안 고찰

# 2. 통합미디어법 고찰

## • 현재 방송법과 비교

구분	현행 방송법	통합미디어법(안)
핵심 개념	방송: 지상파, 유료방송(케이블, 위성, IPTV)	시청각미디어: 전파 및 전기통신설비를 이용한 모든 영상·음향 서비스
서비스 분류	방송사업(지상파, 전송망 등), 전광판방송 등	시청각미디어서비스: 콘텐츠 편성·배치 또는 채널 구성을 목적으로 하는 서비스
공공/시장 구분	명확한 법적 이분법 부재	공공영역 vs 시장영역으로 구분하여 규제 차등화

- 시장영역은 기술방식과 서비스 형태에 따라 유형을 구분
  - 1) 시청각미디어플랫폼: 1유형(설비보유: IPTV, CATV), 2유형 (설비미보유: OTT, VSP)
  - 2) 시청각미디어콘텐츠서비스: 실시간 채널, 비실시간 VOD, 이용자제작콘텐츠(크리에이터)

## 2. 통합미디어법 고찰

### • 핵심 규제 내용

- 1) 공공영역 시청각미디어 (지상파, 공영방송, 보도채널 등)
  - 공적 책무: 민주적 공론장 형성, 양질의 서비스 제공, 지역 다양성 구현 등의 의무 명시
  - 거버넌스: '사장후보국민추천위원회', 보도책임자 임명동의제, 편성위원회 운영 등 독립성 강화
  - 소유 제한: 대기업이나 신문사는 지상파 지분의 10%, 보도채널 지분의 30%를 초과 소유 금지
- 2) 시장영역 및 새로운 서비스 (OTT, 유튜브 등)
  - 진입 규제: 제1유형 플랫폼(IPTV 등)은 허가 대상, 2유형은 신고 또는 등록제
  - 이용자 제작 콘텐츠(1인 미디어): 일정 기준(수익, 구독자 수 등) 이상의 크리에이터는 신고 의무 부여, 협찬 고지 및 허위 홍보 금지
  - 국외 행위 적용: 국외에서 이루어진 행위라도 국내 시장이나 시청자에게 영향을 미치는 경우(예: 글로벌 OTT의 행위) 에도 통합미디어법 적용

## 2. 통합미디어법 고찰

### • 주요 책무에 대한 기존 방송법과 비교

- 1) 다양성 보호 (Diversity)
  - 통합미디어법(안): '사회적 가치로서의 다양성' 강조
    - 대상 확대: 성별, 연령, 지역뿐만 아니라 '상대적 소수자'나 '이익 실현에 불리한 집단'의 목소리를 반영 명시
    - 콘텐츠 접근성: 다양한 계층이 콘텐츠 제작 및 편성에 차별 없이 참여하고 접근할 수 있는 권리로 보장
- 2) 보편적 시청권 (Universal Access)
  - 통합미디어법(안): 플랫폼의 종류와 관계없이 국민이 차별 없이 중요 행사를 시청할 수 있도록 하는 의무 규정
- 3) 핵심 가치
  - 동일한 점: 공정성, 객관성, 공적 책임, 편성의 독립성 등 민주적 여론 형성을 위한 핵심 가치 유지
  - 달라진 점 (새로운 책무 성격):
    - 보편적 적용: 과거에는 지상파나 종편 등에만 적용되던 공정성 의무를 '시장영역'인 OTT나 대형 플랫폼 등에도 차등적 확장
    - 디지털 책임: 딥페이크, 인공지능(AI) 생성 콘텐츠로 인한 피해 방지 등 기존 방송법에는 없던 디지털 미디어 특화 책임

## 2. 통합미디어법 고찰

### • 공영방송의 공적책무 규정

- 1) 공정성, 공익성 실현
- 2) 지역과 주변여건과 관계없이 양질의 서비스 제공
- 3) 공익에 기여할 수 있는 새롭고 창의적 콘텐츠 제공과 관련 기술 개발
- 4) 지역적 다양성 구현, 지역사회 균형 발전에 기여하는 콘텐츠
- 5) 국내외 대상의 민족문화와 가치 전달
- 6) 교육방송은 평생교육과 민주적 교육발전에 이바지

### • 공영방송 협약제도

- 공영방송사업자에 대해서는 협약제도 도입
- 협약은 공적 목적 제시, 이를 수행하는 구체적 방안과 책무, 공개적 투명한 평가 절차를 포함
- 공영방송에 대한 공적지원은 협약의 이행정도 와 평가결과에 따라서
- KBS1만 균형 편성의무, 협약에 따라서 구체적 비율 결정

## 2. 통합미디어법 고찰

### • 지원 및 진흥 관련 조항

- 다음의 항목들에 대해서 방미통위의 지원의무를 법률로 명시
- 3년마다 시청각미디어서비스 발전 기본계획 수립
- 제작 활성화 지원
- 기술개발 지원
- 해외진출 지원
- 전문인력 양성 지원
- 세제지원
- 지역 및 중소시청각미디어서비스 사업자 특별 배려
- 시청각미디어 진흥원 및 시청각미디어진흥협회 설립

### 3. 해외 사례

#### • EU 시청각미디어지침 (AVMSD)

- 유럽연합의 시청각미디어지침은 전통적 방송 뿐만 아니라 VOD 서비스와 OTT까지 포괄하는 규제 틀을 제공, 동일 서비스에 대한 수평적 규제체계로서 **이용자보호와 문화다양성 보호**를 주요 목적으로 제시
- 2007년부터 TV와 유사한 서비스 (TV like services)를 규제범위에 포함시키고, 2010년 방송과 VOD 서비스를 동일 서비스로 다루는 틀을 확립, 2018년 OTT와 VSP까지 포섭하는 규제틀로 확장하며 **쿼터제와 가시성 등의 원칙** 강화 (박성진, 2018)

구분	주요 내용 및 의무 사항	비고
적용 범위 확대	VOD/OTT (넷플릭스 등) 및 영상공유플랫폼(VSP) (유튜브, 페이스북 등)까지 규제 대상 포함	플랫폼의 사회적 책임 강화
유럽작품 쿼터제	주문형 서비스(VOD) 카탈로그 내 유럽작품 비율 최소 30% 확보 의무화	자국 문화 산업 보호
가시성(Prominence)	유럽작품을 단순히 보유하는 것에 그치지 않고, 이용자가 쉽게 발견할 수 있도록 노출 강화	UI/UX 상의 전략적 배치
이용자 보호	미성년자 보호: 유해 콘텐츠로부터 아동 노출 차단 조치 강화 소비자 보호: 광고 부적합 콘텐츠 및 투명성 제고	시청자 권익 증대
유해콘텐츠 대응	증오 표현, 테러 조장, 폭력 선동 등 유해 콘텐츠에 대한 플랫폼의 신속한 대응 및 관리 의무 명시	플랫폼의 관리 감독 책임
규제 차등화	전통적 방송 수준의 엄격한 규제를 적용하되, vsp에는 그 성격을 고려하여 유연한 수준의 의무 부여	서비스 특성 반영

### 3. 해외 사례

#### • 영국: 2022년 문화미디어스포츠투부 (DCMS) 방송백서 (Up Next, The government's vision for the broadcasting sector)

- 1) 공영방송 시스템 보완
  - 수신료 2년간 동결 후 물가인상에 따른 조정 (2027년 이후 새로운 모델 발굴)과 채무한계 확대 등 재정적 지원
  - VoD 서비스에 공영방송 콘텐츠 우선 노출 의무, 국가적 행사 VoD 서비스 의무 제공
- 2) 새로운 VOD 서비스 규제 체계
  - 글로벌 OTT 사업자에 대한 규제 감독 시스템 재정비 (유통방식과 관계없이 영국방송법에 준하는 규제 적용 원칙)
  - 영국의 방송영상서비스의 서비스 보호 및 활성화할 수 있는 법적 근거 마련
  - 글로벌 OTT에 OFCOM 심의 준수 의무 적용 + TV를 통해 이용되는 인터넷 서비스에 대한 규제 공백 대응
- 3) 영국내 방송영상 산업에 대한 지원
  - 방송 면허 연장: 공적책무 이행(remits)에 대한 간소화, 유연성 강화
  - 창조 산업 분야 사업자에 대한 세금 감면, 온라인 광고와 동등한 경쟁이 가능하도록 방송 광고 규제 개선

### 3. 해외 사례

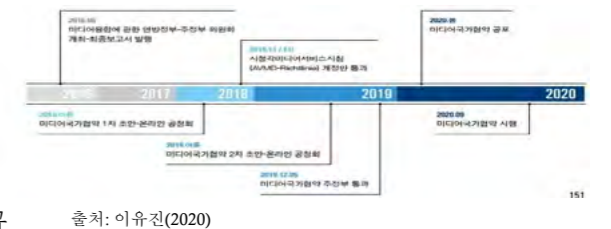
#### • 오프콤 미디어법 2024

- 1) 공영방송 콘텐츠의 필수 제공 및 가시성 보장
  - '텔레비전 선택 서비스' 개념 도입: TV 콘텐츠를 선택할 수 있는 플랫폼, 인터페이스 등 포괄 개념
  - 모든 선택서비스 상에서 **PSB를 두드러진 위치에 배치하는 법적 의무**: 이용이 쉽고 찾을 수 있게
- 2) 공영방송 체계 개혁
  - 공영방송의 임무(remit)을 새롭게 정의, 기존 공영방송사들에 보다 유연한 공영 의무 수행방식을 허용
  - 공영방송이 스트리밍, 웹사이트 또는 주문형 플랫폼을 통해 제공하는 콘텐츠도 공적 책무 수행으로 인정
  - 뉴스 및 어린이 프로그램 제공 의무는 유지
- 3) VOD 형 서비스에 대한 규제
  - 규제 공백을 보완, 오프콤에 VOD 규범을 제정하고 집행하도록 지정

### 3. 해외 사례

#### • 독일, 미디어국가협약(MStV) 시행

- 2020년 기존 방송국가협약(RStV)를 미디어국가협약으로 대체
- 기존 방송국가협약이 전통적 방송에 대한 중간 협약이었던 것과 달리, 미디어국가협약은 기존 방송과 인터넷상의 모든 텔레미디어 서비스(미디어 플랫폼, 미디어중개자, 영상공유서비스)를 포괄하는 규제를 마련
- 통합적 규제틀을 새롭게 마련하는 핵심 이유를 기존 방송 뿐만 아니라 인터넷 기반 매체를 포괄하는 여론의 영향력 평가를 기반으로 하는 **여론 다양성 제고**에 있음을 명확히 함
- 여론 영향력에 따른 차등 규제 원칙을 적용하고 있음. 여기서 구분되는 핵심 원칙은 **'저널리즘적 편집을 거치는 텔레미디어'** 여부



구분	기존 방송국가협약 (RStV)	미디어국가협약 (MStV)
중심 개념	방송 (Broadcasting)	시청각 미디어 서비스 (Audiovisual Media)
주요 대상	TV, 라디오	TV, OTT, SNS, 검색엔진, 알고리즘
핵심 가치	방송의 자유, 공공성	여론의 다양성, 알고리즘 투명성
규제 방식	허가 중심의 엄격한 규제	영향력에 따른 차등 규제 및 신고제 확대

### 3. 해외 사례

• 독일, 미디어국가협약(MStV) 차등 규제 주요 내용

1) 저널리즘 미디어에 대한 엄격한 책무 (제19조 관련)

- '저널리즘적 성격의 온라인 서비스'에는 높은 수준의 의무가 부여: 저널리즘적 주의 의무(사실확인, 공정성, 객관성), 공표 의무(책임자 공표), 반론보도 및 정정 의무

2) 미디어 중개자(Media Intermediary)에 대한 투명성 의무

- 알고리즘을 통해 콘텐츠를 노출하는 검색엔진(구글), SNS(페이스북), 뉴스 애그리게이터 등은 알고리즘 투명성, 비차별 원칙 책임

3) 미디어 플랫폼에 대한 '검색 용이성(Findability)' 의무

- 플랫폼은 '공적 가치가 높은 콘텐츠'를 우선 배치: 공영방송이나 지역 방송 등 공적 책무를 수행하는 저널리즘 콘텐츠는 메뉴의 첫 화면이나 찾기 쉬운 위치에 배치(Prominence) 의무

4) 텔레미디어(Telemedia) 및 일반 서비스에 대한 완화된 규제

- 개인 블로그, 취미 사이트, 쇼핑몰 등 저널리즘적 성격이 없거나 여론 형성에 기여도가 낮은 일반 온라인 서비스(텔레미디어)는 최소한의 규제

규제 대상	적용 기준	주요 규제 내용
저널리즘 미디어	뉴스, 시사, 여론 형성 기여	사실 확인 의무, 공정성, 반론권 보장
미디어 중개자	알고리즘 기반 콘텐츠 배열	알고리즘 투명성, 비차별적 노출 의무
미디어 플랫폼	콘텐츠 묶음 제공 (UI/UX)	공적 가치 콘텐츠의 검색 용이성 보장
일반 텔레미디어	정보 제공, 상업적 목적 등	최소한의 공표 의무 및 불법 정보 금지

### 3. 해외 사례

• 독일 방송분담금 제도 전환 및 현재 판결

- 2013년 기존 '방송수수료' 방식의 수신료를 '방송분담금' 제도로 전환: 모든 가구 및 기관으로 징수 대상을 확대하는 결정. 즉, 실제 이용을 전제로 하는 비용이 아니라, 공영방송이라는 제도를 유지하기 위한 공적 분담금 의미
- 스마트폰, PC 등을 통한 방송 수신 가능한 상황에서 TV 소지 여부에 따른 수신료 징수는 사실상 불가능
- 공영방송이 민주주의 필수요소로서 기능하기 위해서는 안정적인 재원 기반이 필요하므로 이를 거부하는 것은 위헌 결정
- 디지털 미디어 환경에서 특정 플랫폼의 여론 집중과 필터버블을 초래할 위험이 있으므로, 공영방송의 경쟁력 유지가 필요함. 이를 위해 추가적인 콘텐츠제작비용 및 기술투자 비용 필수적이며, 안정적인 재원 보장 되어야 함(이도영, 2025)
- 2012년 대비 분담금제도가 시행된 2013년 약 9,000억의 추가 공영방송 재원 확대, 높은 징수율 유지

구분	기존 방송수수료 (~2012)	현재 방송분담금 (2013~)
부과 기준	TV, 라디오 등 수신 기기 소유 여부	가구(거주지) 단위
논리	실제 이용에 대한 대가(수수료)	공영방송 제도 유지 위한 기여(분담금)
징수 방식	방문 확인 및 기기 별 차등 부과	가구당 단일 금액(등록 시스템 연동)

### 4. 통합미디어법 추가 과제

### 4. 통합미디어법 추가 과제

• 공영방송과 민주주의

- 유럽방송연합(EBU, 2023) 보고서는 **공영방송과 민주주의의 상관관계를 확인** (주대우, 2023)
- 공영방송의 재정과 점유율이 안정성 확보될 수록, 민주주의의 건정성이 높게 평가됨. 사회의 부패성 인식, 민주주의 참여, 정치적 관심, 정치 문화, 강력한 지도자에 대한 인식 등의 여러 항목에서 공영방송과 높은 상관관계를 보임
- 즉, 공영방송의 역할이 민주적 시스템에 대한 사회적 신뢰를 높이며, 이는 사회통합 기반으로 기능하고 있음을 보여줌



## 4. 통합미디어법 추가 과제

### • 공영방송의 위기 심화

- 실질적 공적책무 수행능력: 수신료 정상화는 여전히 난망한 가운데, 공영방송을 포함한 기존 방송 이용자 숫자와 이용 시간이 감소하며 방송광고를 통한 자원 확보에도 큰 어려움이 발생. 대표적으로, KBS는 2023년 735억 적자 → 2024년 881억 적자 → 2025년 1000억 이상(?) 추정
- 방송의 공익성은 본래 지역을 기반으로 하는 공동의 이익(즉, 지역성)을 전제. 하지만, 지방 소멸의 시대적 특성과 함께 지역 방송기반의 붕괴도 가속화. 공영방송의 지역 기반을 유지할 수 있는 물적 토대와 중앙-지역의 네트워크 체계의 지가 어려워지는 상황
- 공영방송의 위기는 단순히 분리징수 여부에 따른 일시적 재원의 문제가 아니라, 인터넷 기반 미디어의 확장으로 규모의 경제에서 뒤쳐진 공영방송이 갖는 시장경쟁력의 상대적 약화, 인력 및 자원유출, 공적기능 수행의 품질 저하 등 공공영역의 종합적 위기

## 4. 통합미디어법 추가 과제

### 1) Prominence 조항 추가

- 기존 방송법은 공공채널(공익, 종교, 장애인채널)의 운용에 대한 의무만 규정하고 있음. 현재 논의되고 있는 통합미디어법안에서도 아직까지 공공채널의 지정과 운용에 대해서만 진입규제 차원에서 기존 방송법과 동일한 수준으로 규정
- 반면, 개정된 AVMSD, 독일 MStV, 영국 미디어법 등은 공통적으로 공적가치가 있는 콘텐츠에 대해서 가시성(Prominence)과 발견가능성(Findability)의 책무를 규정하고 있음. 이는 단순 지침이 아니라, 독일의 경우 '첫 화면에 배치' 또는 '검색시 우선' 등 구체적 조항으로 명시, 영국은 '적절한 수준으로 노출'의 의무 부여
- 영국은 PSB 콘텐츠에 대해서, 독일은 주미디어청에서 어떤 콘텐츠가 우선 노출되어야 하는지 결정하도록 (ARD, ZDF, 공적가치가 인정된 민간방송 등) 규정
- 디지털 플랫폼에서 공적가치가 있는 콘텐츠가 우선 노출되기 위해서는, 우선 노출 대상의 콘텐츠 재전송에 따른 콘텐츠 제공 협상(Must Offer + Must Carry 원칙)이 있어야 함 → 영국 Ofcom은 합리적 대가 산정 협상을 책임지고 강력한 중재권 행사하도록 규정

## 4. 통합미디어법 추가 과제

### • 공공영역의 회복과 통합미디어법

- 통합미디어법에서 공공영역과 시장영역을 구분하는 이유는 시장에서 충족되지 못하는 미디어의 공적 책무를 공공영역에 부여하여 시청자들에게 필요한 서비스를 제공하겠다는 의미일 것임
- 하지만, 현재 논의되고 있는 통합미디어법은 공영방송 협약제도 도입 등 일부 개선이 있지만 단순히 공공영역과 시장영역을 구분하여 소유, 편성 규제를 구분하는 단계에서 크게 벗어나지 못하고 있음. 반면, 유럽의 주요 사례들은 시장효율성을 높이기 위한 수평적 규제들 마련의 단계를 넘어서, 공공영역(저널리즘 미디어)의 기능이 실질적으로 수행될 수 있는 별도의 방안을 통합 미디어규제들에 보완하는 단계로 넘어가고 있음을 보여줌
- 공공영역을 구분하여 필요한 공적책무가 부여되기 위해서는, 이를 이행할 수 있는 실질적 기반(노출, 자원 등)에 대한 적극적 방안에 대한 고민도 함께 필요한 시점

## 4. 통합미디어법 추가 과제

### 2) 수신료 산정위원회 근거 조항 추가

- 기존 방송법은 TV 수신료 소지에 따른 수신료 납부의무만 규정하고 있음. 수신료 결정은 한국방송공사 관련 법조항에서 이사회에서 심의, 의결후 방송통신위원회와 국회 승인의 절차로 진행되도록 규정
- 반면, 독일 MStV의 경우는 공영방송의 재원이 수신료에 기반하도록 규정하고, 이를 독립적인 조사기관을 통해 산정하도록 명문화함. 이러한 근거조항에 기반하여, KEF(수신료산정위원회)가 구성되며 이를 통해서 정치적 영향력에서 상대적으로 독립된 공영방송의 재원이 산정되고 운영될 수 있음
- 통합미디어법에서는 공영방송 협약에 대한 규정에서 '공적 지원은 협약의 이행도와 평가'와 연계한다는 조항이 있지만, 여전히 공영방송의 주요 재원으로서 수신료의 성격을 명시적으로 규정하지 않으며, 수신료의 결정과 관련한 조항도 여전히 한국방송공사 단위의 하위 조항으로 분류되고 있음
- 공영방송 재원의 안정성을 높일 수 있도록 통합미디어법에서 수신료의 성격과 수신료 결정 방식에 대한 근거 조항이 추가될 필요가 있음

## 5. 결론

### 5. 결론 및 요약

#### • 공영방송의 역할과 통합미디어법

- 보편적서비스의의무를 지는 공영방송은 특정목표시청자를 대상으로 하는 다른 매체들과 달리 무차별적 전달을 통해서 시민들간의 상호이해를 높이고 그 사회에 **기준을 제시하여 사회통합에 기여**한다는 점에서 '변별성'(distinctiveness)을 갖고 있음(강형철, 2012). 다른 어느 때 보다도 민주적 원칙에 대한 공동체 합의 지향, 공통의 미적 경험을 유대감 등 공영방송의 사회통합의 변별성이 필요한 때임
- 국내에서 통합미디어법은 시장효율성을 높이기 위한 제도 정비의 성격에서만 많은 논의가 있었지만, 유럽의 사례는 디지털 환경에서 '미디어 공공성의 회복을 위한 제도적 도전'(윤장열, 2025)으로 통합미디어법 성격이 자리잡고 있음
- 최근 논의되고 있는 국내 통합미디어법은 그동안 동일 서비스 동일 규제의 슬로건에서 한걸음 나아가 공공 영역과 시장영역을 차별화하는 현실적 법안으로 구체화되고 있음. 특히, 그동안 규제 공백 상태에 있었던, 온라인제공플랫폼서비스, 공유플랫폼서비스에 대해서 규제틀에 포섭하기 위한 모색으로서 의미있음

### 5. 결론 및 요약

#### • 통합미디어법의 정책적 지향

- 하지만, 그동안 우리의 통합미디어법의 논의가 개별 사업자들의 비대칭 규제 해소 요구에 의해 추동되었기 때문에 그 이상의 통합미디어법을 통해 달성하고자 하는 정책적 목적은 충분히 논의되지 못했으며, 최소한의 미디어 정책의 방향성이 명확하게 제시된 바도 없음.
- 미디어 정책 방향성에 대한 논의가 기반되지 않은 상황에서, 통합미디어법은 구체적 조항들로 점차 현실화되고 있음. 각 영역으로 구분되는 사업자들에 대한 개별적 반발과 각 사업자에게 적용되는 규제 조항의 합목적성 논란은 불가피할 것으로 보임. 통합미디어법을 계기로 미디어산업과 한류 이상의 (사회통합과 같은) 거시적 미디어정책의 목적과 방향에 대해서도 고민이 필요함.
- 관련하여, 본 발제에서는 공공영역과 시장영역으로 구분에 원칙적인 동의를 전제로, 공공영역이 실제로 구현되기 위한 적극적 실행 조항들에 대해서는 논의가 충분하지 않다는 점을 지적하고, 이에 대해 공공영역이 실제 보장될 수 있는 방법론적 보완으로 1)Prominence 조항, 2) 공영방송 재원에 대한 근거 조항을 통합미디어법에 추가할 것을 제안함

### 주요 참고문헌

- 강형철. (2012). 공영방송 저널리즘의 사회적 역할. <언론보도와 인격권>, 123, 58-63.
- 권오상. (2026). 시청각미디어서비스법의 주요 내용과 입법방향. <국회 과방위원장 통합미디어법 TF(안) 발표 및 시청각미디어 서비스법 제정방향 논의를 위한 토론회>
- 박성진. (2018). EU 개정 시청각미디어서비스 지침이 발표되다. <저작권동향>. 2018, 23호
- 이남표. (2026). 시청각미디어서비스법의 필요와 개요. <국회 과방위원장 통합미디어법 TF(안) 발표 및 시청각미디어서비스법 제정방향 논의를 위한 토론회>
- 이도영. (2025). 공영방송의 재정 위기와 헌법적 대응: 한국과 독일의 비교 분석. <디지털콘텐츠학회논문지>, 26(4), 907-920.
- 이유진. (2020). 독일 새 '미디어법'에서 빠져나갈 플랫폼은 없다. <신문과방송> 2020. 2월호
- 윤장열. (2025). 통합미디어법 도입을 위한 제언: 유럽연합, 독일, 영국 사례 분석을 중심으로. <미디어와 인격권>, 11(2), 103-151
- 주대우. (2023). 유럽방송연합, 공영미디어관련해다양한보고서발표-공영미디어와민주주의발전,상관관계보여. KBS 공영미디어 연구소. 해외방송정보. 12월호

토론

어떻게 공공서비스미디어(PSM)로  
재탄생시킬 것인가  
통합미디어법의 방향 모색

이재민(MBC)  
봉미선(EBS)

한국언론학회 2026 봄철 정기학술대회 EBS 특별세션  
 어떻게 공공서비스미디어(PSM)로 재탄생시킬 것인가 I: 통합미디어법의 방향 모색  
 통합미디어법과 공영방송의 새로운 항로: 위상과 역할 재정립을 위한 논의

영토 전쟁에 갇힌 통합미디어법: '넷플릭스 9시 뉴스'가 현실이 된다면?

이재민(MBC)

미디어 정책과 산업을 취재하고 있는 MBC 정책협력국 기자 이재민입니다. 시장에서 효율성만 좇을 게 아니라 '미디어 공공성'이라는 본연의 목적을 절대 잊어서는 안 된다는 발제에 공감합니다. 매일 여의도와 과천, 국회와 방송미디어통신위원회를 오가면서 정책이 만들어지는 민낯을 보고 있습니다. 현장에서는 명분보다 실리를 앞세우는 부분도 있고, 관할 문제가 뒤엉키기도 합니다.

■ 콘텐츠 중심 논의가 필요합니다.

도표로 만들어서 공공 영역, 시장 영역을 나눠서 보면 지도처럼 간명합니다. 그러나 지도는 실제 지형과 다릅니다. 이론과 개념은 불연속이지만 법이 작동하는 세상은 연속적입니다. 현실에서는 공영방송과 콘텐츠 서비스가 엮이고, 보도채널과 플랫폼 서비스가 묶일 수 있습니다. 특히 통합미디어법이 담을 세상처럼 변화가 극심한 영역에서는 조문 하나하나보다 법의 취지가 더 중요할 수도 있습니다.

새로운 플랫폼이 나오면 어떻게 할 건지, 대책을 지금 만들기 어렵습니다. 경계가 허물어지는 부분이 있는데요. 테슬라 FSD, 풀 셀프 드라이빙이 이미 있지 않습니까. 미래에 자율주행 자동차에 들어갈 모니터는 방송 미디어입니까, 통신 매체입니까. 아직 답이 없습니다. 공중에 떠다니는 화면을 집집마다 갖게 되면 어떻게 됩니까. 분류하기 어려울 때가 분명히 올 테고, 그때는 통합미디어법의 취지인 공정한 미디어 생태계로 돌아가야 할 겁니다.

발제문에서 '부처간 협의 체계 부재'라는 말이 와닿았습니다. 지난달 국회에서 열렸던 '디지털 크리에이터법 공청회'가 생각났는데요. 그 자리에 계신 분들 중 일부는 공청회가 통합미디어법 제정을 둘러싼 전쟁의 전초전이자 예고편이라고 평가했습니다.

2024년 부산국제영화제 개막작이 넷플릭스 사극 '전,란'이었습니다. 넷플릭스 사극은 문체부 관할입니까, 과기정통부 관할입니까, 방미통위 관할입니까. 물론 OTT 관할 부처가 정해져 있지 않아서 그렇습니다. 답답하니까 현장에서 일하는 공무원은 이런 얘기

도 합니다. ‘관할은 그냥 정치적으로 결단을 하고, 어디서 하는지가 중요한 게 아니니까 그냥 일이 되게 해 달라’. 관할을 양보하더라도 일이 돌아가게 해 달라고 현장에서는 간절하게 얘기합니다.

크리에이터라는 한 가지 범주를 두고도 어려운데, 통합미디어법은 모든 미디어를 아울러야 하기 때문에 더 어려울 수 있습니다. 지상파 예능 PD 한 분은 “요즘 잘 만든 요리를 섬에서 파는 것 같다”고 합니다. “어차피 아무도 안 오는 데서 왜 이려고 있지? 강남이든 성수든 노점을 펼쳐서라도 팔아야 되는데, 자릿세를 많이 내더라도 팔아야 되는데. 왜 이려고 있지?”라고 말합니다. 이미 넷플릭스, 유튜브가 시장을 장악하고 여론까지 움직이는 상황에서, 기존 방송사들을 울타리로 구분해서 규제하는 게 얼마나 실효성이 있는지 의문을 품는 겁니다.

#### ■ 넷플릭스가 뉴스를 한다면 어떨까요.

엄청난 자본력과 수많은 가입자를 가진 넷플릭스가 '9시 뉴스'를 매일 저녁 스트리밍한다면 어떻게 될까요. 물론 현행법상 스트리밍 서비스, 즉 OTT는 부가통신사업자이고 보도 기능을 할 수 없습니다. 그러나 전통적인 백화점식 뉴스를 탈피하면 가능합니다. OTT가 르포나 시사 다큐멘터리, 대담 형태 오리지널 콘텐츠를 제작해서 서비스하는 건 현행법으로도 가능합니다. 유튜브 창작자가 시사 콘텐츠를 올리는 일과 마찬가지로 그냥 '인터넷 콘텐츠'로 보기 때문입니다.

상상의 영역이 아니라, 널리 알려지지 않은 실제 사례도 있습니다. 한 글로벌 OTT 기업에서 시사 프로그램 제작을 검토하다가 무산된 적이 있습니다. 이름만 들으시면 알 만한 유명 앵커를 섭외하려고 했고요. 연예인도 섭외를 했습니다. 형식은 교양이나 예능 같았지만 사실상 뉴스나 시사 프로그램이었습니다. 기획을 했고 제작 단계에서 무산됐지만, 이미 눈앞에 다가와 있는 현실입니다.

미디어 사이 칸막이를 허물어서 수평적 규제로 간다고 하지만, 공적 책임을 어떻게 부과할지가 어려운 문제입니다. 발제문에 나온 독일 미디어국가협약(MStV, 이하 독일 협약) 사례가 돌파구가 될 수 있는데요. 규제 패러다임은 '누가 만드느냐', 즉 소유 구조에서 '어떤 콘텐츠를 제공하느냐'하는 영향력으로 이동했습니다. 철학 사조 변화 같기도 한데요. 생산 수단을 갖고 있는 자를 규제하는 게 아니라 사회적 효과를 더 중요하게 보는 겁니다. 어떤 매체든 '저널리즘 편식을 거치는 미디어'로 여론 형성에 영향을 미치면, 동일한 공적 책임과 사실 확인 의무를 지도록 합니다.

#### ■ 어떻게 영향력을 측정할까요.

콘텐츠 중심 규제로 가기 위해서는 반드시 넘어야 하는 산이 있는데요. 영향력을 측정하는 '방법'입니다. 현실적으로 한계가 있습니다. 계속 새로운 플랫폼이 나오면 영향력 계산식을 바꿔야 하는 거죠. 독일 협약의 핵심은 '여론 형성의 영향력에 따른, 차등 규제'입니다. 저널리즘 미디어에는 사실 확인이나 공정성 같은 엄격한 책무를 묻고, 미디어 중개자에게는 알고리즘이 투명해야 한다는 의무를 지우는 방식이죠. 다만 여론 영향력을 누가, 어떻게 측정할 건지가 어렵습니다.

방미통위에서 최근 '시청 점유율'을 발표했습니다. 여전히 TV 수상기 중심입니다. 종이신문 구독률에 0.48을 곱해서 TV 시청 점유율과 더하는 방식입니다. 방미통위 위원들 지적이 이어졌습니다. “디지털 시대에 이 방법이 맞냐”, “IPTV는 이미 자동으로 계산이 되지 않냐”는 말이 나왔고요. “포털이나 소셜미디어 노출이 빠지고 종이신문만 넣는 게 맞느냐”는 말도 나왔습니다. 한 위원이 “관성적, 관행적으로 하면 안 된다”고 얘기했습니다.

스마트폰과 PC, 스트리밍 서비스까지 확장해서 이른바 '통합 시청 점유율'을 산정하겠다고 계속 논의하고 있지만, 사업자들 이해 관계와 데이터 측정 방식을 두고 결론을 내지 못하고 있습니다. 기존 매체 점유율도 제대로 통합하기가 어렵습니다. 이런 상황에서 포털 사이트 메인 화면이나 대형 유튜브 채널의 '여론 영향력'을 정밀하게 측정해서 규제할 수 있을지 모르겠습니다. 기준이 뭐가 될지 생각해 봐야 하는데요. 체류 시간, 클릭 수, 노출 빈도 등을 생각해 볼 수 있습니다. 여기서도 노출 빈도는 개별 매체 힘보다 플랫폼 알고리즘에 따라 결정되는 경우가 많습니다.

독일 협약 모델은 지향해야 할 방향이기는 한데요. 현실에서 작동하려면 독립적이고 정교한 '측정 방법'에 대해서도 논의해야 합니다. 통합미디어법을 설계하시는 분들께서 이상과 현실의 간극을 메워 주셔야 합니다.

#### ■ 재원 문제도 중요합니다.

공적 책무, 교육, 지역, 재난 방송 등등 공공서비스미디어, PSM이 짊어져야 할 의무가 많습니다. 재난 방송 제대로 해라, 지역 균형 발전에 기여해라, 글로벌 미디어에 맞서서 고품질 콘텐츠를 만들어 내라, 이렇게 요구 사항은 끝이 없습니다. 정작 역할을 수행하는 데 필요한 '재원' 얘기는 거의 없습니다. 말하기 부담스럽고 수신료나 공적 분담금 논의는 쉽게 꺼내기 어려운 말이기도 합니다.

미디어 역할과 영역을 완전히 새롭게 하겠다면서, 정작 바탕이 될 재원 구조 개편을 논의에서 배제하면 안 됩니다. 올해 미디어발전위원회, 미발위를 정상 가동하면 통합미디어법 논의는 급물살을 탈 겁니다.

여전히 많은 사람들은 PSM을 과거의 'KBS, MBC, EBS'라는 물리적인 건물과 조직, 방송사로 한정해서 생각합니다. 그러나 이제는 방송사라는 생산 수단이 아니라, 공론장에서 필수적인 공공 서비스가 더 중요합니다. PSM은 확증 편향과 허위조작정보 위협 속에서 공론장에 내려져 있는 신뢰의 닻(Trust Anchor), 앵커 역할을 해야 합니다.

공공 미디어는 시민들이 언제든 믿고 의지할 수 있는 검증된 정보를 갖고, 중심을 잡아야 합니다. 유튜버들이 유명해지면 지상파 예능에 나옵니다. 이미 지상파라는 채널 자체가 공적 인증 수단입니다. 그냥 돈이 아니라 상징 자본을 갖고 싶은 의미도 있습니다.

지원하고 진흥할 때도 방송사라는 '그릇'에 돈만 부어주는 방식은 이제 어렵습니다. 공적 가치를 가진 '콘텐츠' 자체를 지원하는 방식으로 바뀌어야 합니다. 다양한 플랫폼에 콘텐츠를 유통할 수 있도록 개방형 PSM 생태계를 만들 수도 있을 겁니다. 지금 모이신 분들이 스마트폰을 켜서, 유튜브 쇼츠를 돌려보면 취향이 파편화돼 있을 겁니다. '사람들 사이에 섬이 있다, 그 섬에 가고 싶다'고 할 때 공공서비스미디어, PSM이 섬을 연결하고 공론장을 만들 수 있을 거라고 생각합니다.

## 한국언론학회 2026 봄철 정기학술대회 EBS 특별세션

### 어떻게 공공서비스미디어(PSM)로 재탄생시킬 것인가 I: 통합미디어법의 방향 모색

#### 통합미디어법과 공영방송의 새로운 항로: 위상과 역할 재정립을 위한 논의

봉미선(EBS)

#### 1. 들어가며

홍원식 교수의 발제문 「통합미디어법과 공영방송의 새로운 항로」는 미디어 법 체계를 개편함으로써 디지털 플랫폼 시대에 미디어 공공성을 실현할 것인가에 대한 방향을 제시하고 있다. 발제문에서 통합미디어법 논의의 경과를 체계적으로 정리하고, EU 시청각미디어서비스지침(AVMSD), 영국 미디어법, 독일 미디어국가협약(MStV) 등 해외 사례를 비교 분석하면서 국내 논의가 어디까지 왔고 무엇이 부족한지를 짚고 있다.

통합미디어법 논의가 '규제체계 정비' 차원에서 나아가야 함을 강조하고 있다. 홍 교수는 국내 미디어 산업을 무한 경쟁 속에서 생태계 붕괴 직전에 몰린 상황으로 진단했다. 지상파방송과 공영방송은 광고시장 축소, 시청시간 감소, 글로벌 OTT 확장이라는 삼중 압박 속에서 사실상 생존 위기에 놓여 있다. 발제문에서 말한대로 일시적이지 않다는 데 심각성이 있다.

지금 우리에게서 추상적인 논의가 아니라 실질적인 회복 방안이다. 익사 직전의 인명구조를 위해서는 보호막을 치고 구명튜브를 던져야 한다. 통합 미디어법 제정으로 국내 미디어 산업의 공적경쟁 질서를 세워야 한다. 비정상적인 공영방송 재원 기반을 바로 잡아야 한다. 그럼으로써 다시 콘텐츠 경쟁력을 회복하여 제작 생태계를 살리고 미디어 주권을 지켜야 한다.

#### 2. 글로벌 OTT 시대, 국내 미디어 생태계 보호가 우선 과제

현재 국내 방송광고 시장은 구조적으로 급감하고 있다. 한국방송광고진흥공사(KOBACO)와 방송통신위원회 자료를 종합하면, 국내 지상파 광고 매출은 최근들어 더욱 급격히 감소했다. 디지털 광고시장은 유튜브·메타·넷플릭스 등 글로벌 플랫폼 중심으로 흐르고 있다. 특히 유튜브는 한국인의 영상 소비 시간을 사실상 장악했고, 넷플릭스는 국내 드라마 제작 생태계 자체를 흡수하는 수준까지 영향력을 무한 확장하고 있다.

문제는 시장 지배력 확대에 비해 글로벌 OTT의 공적 책임은 거의 부과되지 않고 있다는 점이다. 국내 방송사는 편성규제, 광고규제, 공적책무, 지역성, 재난방송 의무 등을 부담하지만, 글로벌 플랫폼은 상대적으로 자유로운 상태에서 국내 광고시장과 콘텐츠시장을 흡수하고 있다. 발제문이 지적하듯, 국내 통합미디어법 논의가 “방송 vs 인터넷 미디어 비대칭 규제” 문제로 이동한 이유도 여기에 있다.

이런 상황에서 통합미디어법은 미디어법을 한 데 모은 통합 수준에 그쳐서는 안된다. 국내 미디어 생태계를 보호하기 위한 방파제이어야 한다. EU의 AVMSD는 매우 중요한 시사점을 제공한다. 유럽은 이미 넷플릭스와 같은 OTT에 대해 유럽작품 제공 의무 쿼터를 부과하고 있다. 공공적 콘텐츠를 이용자가 쉽게 찾을 수 있도록 '가시성(Prominence)'까지 규정하고 있다.

통합미디어법에는 글로벌 플랫폼 시대에도 자국 콘텐츠 산업과 문화 정체성을 지키기 위한 전략적 보호장치가 담겨

야 한다. 프랑스·독일 등은 OTT 사업자에게 일정 비율 이상의 자국 콘텐츠 투자 의무와 기금 부담까지 부과하고 있다. 우리도 더 이상 “시장 자율”만 이야기할 단계가 아니다.

### 3. 서둘러 만들어야 할 세가지 핵심 장치

통합미디어법은 최소한 다음 세 가지를 담아야 한다.

**첫째, 글로벌 OTT에 대한 국내 매출 기반 기금 또는 부과금 체계 마련이다.**

**둘째, 국내 콘텐츠 투자 의무 및 한국 콘텐츠 쿼터제 도입이다.**

**셋째, 공적 가치 콘텐츠의 현저성(Prominence)과 발견가능성(Findability) 보장이다.**

특히 현저성 문제는 매우 중요하다. 디지털 시대에는 “채널이 존재하는가”보다 “첫 화면에 노출되는가”가 더 중요하다. 아무리 양질의 공영 콘텐츠를 제작해도 플랫폼 알고리즘에서 밀려나면 시청자에게 도달할 수 없다. 독일과 영국이 공영 콘텐츠 우선 노출을 법률로 규정하는 이유도 바로 여기에 있다.

### 4. 국내 미디어 경쟁력 재생, 핵심은 안정적 자원 구조

발제문은 공영방송 위기의 핵심 원인으로 자원 기반 붕괴를 지적하고 있다. 실제 KBS는 최근 수년간 대규모 적자가 이어지고 있으며, 지역방송 역시 존립 자체를 걱정해야 하는 상황으로 내몰렸다. 여기서 중요한 것은 공영방송 재원이다. 이는 대한민국 미디어 주권과 직결된다. 무료보편서비스를 제공하는 지상파방송이 붕괴할 경우, 결국 뉴스·교육·재난·지역 콘텐츠 공급 기반 자체가 약화될 수밖에 없다.

특히 EBS는 시장 논리만으로 유지하기 어려운 대표적 공공서비스다. 교육 콘텐츠는 수익성이 낮지만 사회적 효용은 매우 크다. 어린이·청소년 콘텐츠, 평생교육 콘텐츠 역시 마찬가지다. 시장에만 맡길 경우 필연적으로 축소될 수밖에 없다.

따라서 통합미디어법 논의에서 반드시 병행되어야 하는 것이 재원충당 모델 개편이다. 발제문이 제안한 ‘수신료 산정위원회’ 설치의 매우 의미 있는 대목이다. 독일은 이미 2013년 기존 TV 보유 기반 수신료 체계를 ‘방송분담금’ 체계로 전환했다. 이는 단순 시청 대가가 아니라 민주주의와 공영미디어 시스템 유지를 위한 사회적 분담이라는 철학에 기반하고 있다.

실제로 독일 헌법재판소는 공영방송의 안정적 재원이 민주주의 유지에 필수적이라는 점을 강조했다. 스마트폰과 OTT 시대에 TV 보유 여부를 기준으로 수신료를 징수하는 방식은 이미 현실성을 상실했다는 판단이었다. 그 결과 독일은 분담금 제도 전환 이후 스트리밍 시대에 대응할 수 있는 추가 재원을 확보했다.

한국 역시 이제는 “수신료가 되겠어?”라는 자조를 넘어, 어떤 방식으로 공적 미디어 재원을 안정적으로 확보할 것인가에 대한 사회적 논의를 시작해야 한다. 공영방송의 독립성은 거버넌스만으로 확보되지 않는다. 안정적이고 예측 가능한 자원 구조가 함께 가야 한다.

### 5. 고품질 콘텐츠와 보편적 서비스 환경 구축

통합미디어법의 궁극적 목표는 단순 규제 정비가 아니다. 국민에게 어떤 미디어 서비스를 제공할 것인가에 대한 사회적 합의가 핵심이다.

발제문은 공영방송의 공적책무로 양질의 서비스 제공, 창의적 콘텐츠 개발, 지역 다양성 구현, 민족문화 창달 등을

제시하고 있다. 이는 결국 고품질 콘텐츠 제작 생태계와 직결된다. 그러나 지금 제작 현장은 급속히 위축되고 있다. 광고 감소와 제작비 상승, 인력 유출이 동시에 진행되면서 창의성과 실험성이 위축되고 있다. 공영방송마저 시청률 경쟁에 매달리면 장기적인 콘텐츠 투자와 미디어 공공성은 유지되기 어렵다.

결국 필요한 것은 제작자율성과 안정적 투자 환경이다. 고품질 다큐멘터리, 어린이 프로그램, 탐사보도, 지역 콘텐츠, 교육 콘텐츠는 단기간 수익만으로 유지되지 않는다. 공적 지원과 제도적 보호가 반드시 필요하다. 민주주의와 문화 다양성을 유지하는 공공 인프라차원에서 접근해야 한다.

### 6. 더욱 확장된 논의 기대

발제자는 후반부에서 공영방송과 민주주의 문제를 중요한 추가 과제로 제시했다. 매우 중요하고도 본질적인 과제들이다. 결국 통합미디어법은 민주주의 인프라를 어떻게 유지할 것인가에 대한 질문으로 이어져야 한다. 글로벌 플랫폼 시대에도 국내 미디어 생태계가 살아남고, 공적 가치가 유지되며, 국민이 양질의 콘텐츠를 보편적으로 누릴 수 있도록 만드는 것. 그것이 지금 통합미디어법 논의가 지향해야 할 핵심 방향이라고 본다.

지금까지 국내 논의는 주로 사업자 간 이해관계와 비대칭 규제 해소에 집중되어 왔다. 그러나 앞으로는 국내 미디어 생태계 전체를 어떻게 복원할 것인가라는 더 큰 차원으로 논의가 확장될 수 있기를 기대한다.

끝.



