

# KISDI 이슈리포트

## 방송통신 융합시대 콘텐츠 계층의 규제방안 연구: 유럽연합 시청각미디어서비스 지침의 정책적 시사점

황준호 · 이상우

Korea Information Society Development Institute



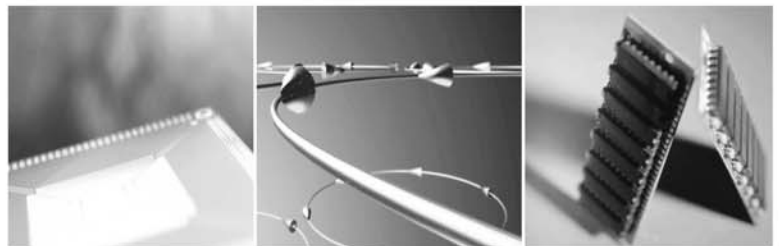
# KISDI 이슈리포트

## 방송통신 융합시대 콘텐츠 계층의 규제방안 연구: 유럽연합 시청각미디어서비스 지침의 정책적 시사점

2007. 12. 10

황준호 · 이상우

Korea Information Society Development Institute



요약

I | 서론

II | 국경없는 텔레비전 지침(1989년, 1997년)

III | 유럽연합 시청각미디어서비스 지침의 분석

IV | 결론 및 정책적 시사점



## 황 준 호

- [jhwang@kisdi.re.kr](mailto:jhwang@kisdi.re.kr), 02-570-4490
- 서울대학교 언론정보학 학사/석사
- 미국 The Pennsylvania State University Mass Communications 박사
- 현 통신방송정책연구실 책임연구원
- 저서: 통신방송 융합에 따른 제도 개선방안 연구, IPTV 도입을 위한 규제방안 검토-미국 케이블 프랜차이즈 규제정책의 시사점

## 이 상 우

- [leesw726@kisdi.re.kr](mailto:leesw726@kisdi.re.kr), 02-570-4080
- 연세대학교 화학 학사/석사
- 미국 Michigan state University 신문방송학 석사
- 미국 Indiana University 신문방송학 박사
- 현 통신방송정책연구실 연구위원
- 저서: WTO체제하의 방송 산업 변화에 대한 연구, 융합환경에 따른 네트워크 콘텐츠 규제, 통신과 방송의 환경변화에 대응한 정책 및 규제체계 연구, 다채널 유료방송시장의 경쟁에 관한 연구, 통신과 방송 산업의 규제논리 분석, 다채널 유료방송시장에서 프로그램 접근에 관한 연구, IPTV 도입을 위한 규제방안 검토-미국 케이블 프랜차이즈 규제정책의 시사점 등

◆ 본 글의 내용은 필자의 개인적 견해로서 정보통신정책연구원의 공식입장과는 무관합니다. ◆



## 요 약

방송통신 융합 환경이 도래하게 되면서, 기존의 텔레비전 방송을 중심으로 형성되어 온 방송 규제의 논리들이 점점 그 설득력을 잃어가고 있다. 다양한 전송기술의 발전과 융합으로 인한 다매체 다채널 시대의 급진전, 양방향 주문형 콘텐츠의 등장과 이로 인한 콘텐츠 소비패턴의 변화, 콘텐츠에 대한 이용자의 통제권 강화, 새로운 가치사슬에 입각한 경쟁적 산업구조의 등장 등은 전통적 방송규제의 논거들을 무력화시키고 있는 일련의 변화들이다.

이러한 환경변화에 대응하기 위하여, 유럽연합은 2007년 5월, 향후 시청각미디어 산업의 발전과 규제방안에 대한 구체적인 내용을 담고 있는 “시청각미디어서비스지침(Audiovisual Media Services Directive)”안을 발표하였다. 동 지침은 최근 방송과 통신의 융합 환경으로 인한 전체 시청각미디어 산업의 변화에 직면하여 콘텐츠 산업에 대한 규제들을 새롭게 재정비하고자 하는 의도에서 기획된 것이다.

이에, 본 연구는 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침에 나타난 콘텐츠 계층의 규제방안 내용을 주요 개념정의와 원칙들을 중심으로 면밀히 분석하여, 지침의 기본목적과 추진방향의 핵심적 논리를 파악하고, 이를 바탕으로 국내 콘텐츠 산업의 발전과 규제방안 정립에 필요한 정책적 시사점을 도출하고자 하였다.

분석 결과, 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침의 기본 의도는 무엇보다도 수신자의 자유와 원산지 원칙에 근거하여 시청각미디어서비스의 유럽 시장 내 자유로운 유통을 보장함으로써 유럽 단일 시장의 형성을 공고히 하고, 규제완화와 경쟁 활성화를 통해 시청각미디어서비스 산업을 발전시키고자 하는 것이었다. 이를 달성하기 위한 주요 정책 방안으로 1) 기술 중립적 원칙에 근거하여 텔레비전 방송과 주문형 서비스를 포함하는 콘텐츠 계층의 새로운 개념정의, 2) 콘텐츠의 제공방식에 따라 구분된 리니어 서비스와 넌리니어 서비스의 차별적 규제 적용, 3) 텔레비전 광고의 규제완화, 4) 타율적 국가주도의 규제와 자율적 산업주도의 규제를 혼합한 협

력규제의 강조를 들 수 있겠다.

이러한 분석 결과를 바탕으로, 본 연구는 방송통신 융합환경하에서 국내 현실에 적합한 콘텐츠 계층의 규제방안을 다음과 같이 제안한다. 첫째, 내용 중심적 콘텐츠 규제로부터 이용자의 접근과 선택을 강조하는 이용 중심적 콘텐츠 규제로의 전환을 제안한다. 구체적으로, 시장 내 공정경쟁을 제고할 수 있는 전송계층에서의 접근권 강화를 통해 사업자간 경쟁을 활성화함으로써, 다양한 콘텐츠 유통경로를 통해 양질의 콘텐츠가 제공될 수 있는 조건을 형성할 수 있다. 또한, 이용자의 콘텐츠 접근의 측면에서 보편적 서비스의 확대를 통해 이용자의 후생효과를 증진시켜 공익성 확보에 기여할 수 있을 것이다. 둘째, 협소한 의미의 콘텐츠 내용규제는 전송기술과 매체의 융합, 이용자의 통제권 강화 등을 고려하여 기존의 지상파방송을 중심으로 형성되어왔던 국가주도의 가부장적인 타율규제를 지양하고, 융합의 시대에 적합한 새로운 기준을 모색하여야 할 것이다. 이를 위해서는 양방향 및 주문형의 특징을 갖는 새로운 콘텐츠의 등장이 개인이나 사회에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 실증적, 이론적 연구들이 활발하게 진행되어야 할 것이다.

## I. 서 론

### 1. 연구의 배경

#### □ 디지털 기술발전으로 인한 방송통신 융합 환경의 도래

- 유무선의 다양한 대안적 전송기술의 발전과 융합으로 다매체 다채널시대가 급격히 진전되고 있음
  - 케이블, 위성기술은 물론, 무선케이블(MMDS), 인터넷, 모바일방송, WiBro, HSDPA 등 신규 융합 기술과 서비스의 등장은 기존의 방송규제의 핵심적 근거인 주파수의 물리적 희소성 논리를 약화시키고 있음
  - 인터넷의 등장과 다매체 다채널 시대의 도래로, 지상파방송을 중심으로 한 기존의 전통적 방송매체의 시장점유율, 시청점유율은 갈수록 하락하고 있음
- 디지털TV, IPTV, 모바일 방송 등 신규 융합 서비스의 등장으로 과거 불특정 다수의 수용자에게 일방향으로 콘텐츠를 제공하던 방식에서 이용자가 요구하는 콘텐츠를 양방향으로 제공하는 방식으로 변화하고 있음
  - 이용자가 스스로 제작에 능동적으로 참여하여 콘텐츠를 제공하고, 이를 공유하는 사용자제작 콘텐츠가 급증하고 있음
  - 이용자가 자신이 원하는 시간과 장소에서, 자신이 원하는 콘텐츠를 선택적으로 찾아서 이용하는 방식으로 변화되고 있음
  - 이에 따라, 콘텐츠에 대한 이용자의 통제가능성이 증대하고 있음
- 산업구조의 측면에서, 전통적 방송산업의 콘텐츠 제작, 패키징, 배급의 통합적 가치사슬에 기반을 둔 수직적 구조가 수평적 구조로 변화하고 있음
  - 산업의 각 가치사슬의 단계별로 사업자가 세분화되어 경쟁하는 구조로 변모함

- 다양한 신규 플랫폼들 간의 경쟁으로 인해 다양한 양질의 콘텐츠를 확보하는 것이 융합환경하에서 사업의 성패를 좌우하는 중요한 열쇠가 되고 있음

□ 방송통신 융합에 따른 콘텐츠 계층의 규제방안 전환의 필요성 대두

- 융합환경이 진전되면서 콘텐츠를 제공하고 소비하는 방식이 변화하고, 방송산업의 전반적 구조가 변화하고 있음에도 불구하고 방송산업의 규제철학과 규제방식은 전통적인 틀에서 크게 벗어나지 못하고 있음
  - 특히 우리나라의 경우, 현행 방송매체에 대한 각종의 타율적 규제조치들은 주파수의 희소성과 강력한 사회문화적 영향력에 의거한 공익성 확보라는 전통적인 지상파방송 중심의 규제논리에서 좀처럼 벗어나지 못하고 있음
  - 가령, 현행 방송법 및 시행령에서 규정하고 있는 프로그램 편성 기준으로서의 보도, 교양, 오락프로그램의 구분과 이에 대한 채널내 프로그램 편성비율 부과라든지, 지상파방송, 종합유선방송, 위성방송 등 방송사업자의 채널구성, 운용에 대한 과도한 규제 등은 바로 시대에 뒤늦은 방송규제의 사례 들임
- 최근, 2007년 5월 유럽연합은 향후 유럽 시청각미디어 산업의 발전과 규제방안에 대한 구체적인 내용을 담고 있는 “시청각미디어서비스지침(Audiovisual Media Services Directive)”안을 발표함
  - 동 지침은 1989년에 제정되고, 1997년에 한 차례 개정되어 현재에 이르고 있는 기존의 “국경없는 텔레비전 지침”을 계승, 발전시킨 것으로, 최근 통신과 방송의 융합환경으로 인한 전체 시청각미디어 산업의 변화에 직면하여 콘텐츠 산업에 대한 규제틀을 새롭게 재정비하고자 하는 의도에서 기획됨
  - 동 지침은 유럽연합이 지향하고 있는 유럽 단일 시장내에서의 자유로운 시장의 형성과 정보화사회를 맞이하여 새로운 방송통신 융합 산업의 육성을 위한 장기적 비전인 i2010-A European Information Society for Growth and



Employment Initiative의 맥락 하에서 콘텐츠 산업의 발전과 규제방향을 제시하고 있음

## 2. 연구의 목적

- 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침에 나타난 콘텐츠 계층의 규제방안 분석
  - 융합시대를 맞이하여 콘텐츠 계층의 규제내용을 새롭게 개정한 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침의 내용을 면밀히 분석하여, 개정의 기본목적과 추진방향의 핵심적 논리를 파악함
    - 동 지침에서 사용되고 있는 주요 개념들에 대한 정의와 주요 원칙들을 분석함
    - 기존의 지침내용이 새로운 지침에서 어떻게 변화되었는지를 비교분석하여, 융합환경에 대응하는 유럽연합의 콘텐츠 산업 발전전략을 이해하고자 함
  
- 국내 콘텐츠 산업의 발전과 규제방안 정립을 위한 정책적 시사점 도출
  - 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침분석을 토대로, 융합환경에 적극적으로 대처하면서도 국내 현실에 적합한 콘텐츠 계층의 규제방안을 모색하고자 함
    - 유럽연합의 지침을 무비판적으로 그대로 수용하기 보다는, 이에 대해 제기되고 있는 다양한 비판적 의견을 동시에 검토함으로써, 국내 콘텐츠 산업의 발전을 위한 규제방안에 도움이 되는 정책적 시사점을 도출하고자 함



## II. 국경없는 텔레비전 지침(1989년, 1997년)

### □ 국경없는 텔레비전 지침 형성의 배경

- 1980년대에 들어, 케이블방송과 위성방송의 발전으로 국경을 넘나드는 방송에 대한 범유럽 차원의 일관된 규제의 필요성이 대두하였으며, 갈수록 늘어나는 방송영상산업에서의 대미적자를 해소하기 위하여 이에 대항할 수 있는 유럽 전체의 단일한 방송시장 발전에 대한 관심이 급증하기 시작함
  - 이러한 배경 하에서 1984년 유럽공동체위원회가 발표한 “Television Without Frontiers”라는 제목의 녹서(Green Paper on the Establishment of the Common Market for Broadcasting, Especially, by Satellite and Cable)는 범유럽 차원의 단일한 방송시장 건설과 규제방안을 마련하기 위한 최초의 시도였음
- 1984년 녹서에서는 다음과 같은 세 가지 목적을 분명하게 표명하고 있음<sup>1)</sup>
  - 첫째, 유럽의 통합과 유럽 공동체의 자유민주주의 건설을 위한 방송의 중요성을 보여주고자 함
  - 둘째, 라디오 및 텔레비전 방송 프로그램의 제작, 송신, 재송신을 위한 사업자들과 이를 향유하는 수용자들에게 미칠 유럽경제공동체 차원의 조약 설립의 필요성을 인식시키고자 함
  - 셋째, 이번 녹서를 통하여 공식적인 지침안이 유럽의회와 평의회에 제출되기 이전에, 개별 회원국들의 방송과 지적재산권 분야에 대한 상이한 법적

1) to demonstrate the importance of broadcasting(radio and television) for European integration and in particular, for the free democratic structure of the European Communities: to illustrate the significance of the Treaty establishing the European Economic Community(EEC Treaty) for those responsible for producing, broadcasting and re-transmitting radio and television programmes and for those receiving such programmes: and to submit for public discussion the Commission's thinking on the approximation of certain aspects of Member States' broadcasting and copyright law before formal proposals are sent to the European Parliament and to the Council(EC, 1984, p.15).

측면들을 위원회 내에서 충분히 토론할 수 있는 계기를 제공하고자 함

- 녹서 발표 이후 약 5년간 광범위한 토론을 거쳐 1989년 10월 3일 유럽공동체는 전체 유럽방송 단일시장의 포괄적인 규제방향을 제시하고 있는 이른바 “국경없는 텔레비전 지침”(Television Without Frontiers Directive)을 채택함
  - 이 지침은 10년이 지난 1997년, 그간의 방송환경의 변화를 고려하여 한번 개정되었지만, 개정정도는 그리 포괄적이지 못했음

#### □ 국경없는 텔레비전 지침(1989년, 1997년)의 기본 목적과 방향

- 국경없는 텔레비전 지침은 유럽연합내의 텔레비전 방송관련 서비스 시장의 경제적, 법적 장벽을 제거하여 범유럽 차원의 방송시장 건설을 위해 회원국들의 국내법을 재정비하는 것을 주요 목적으로 하고 있음
  - 즉, 이 지침은 유럽통합과정의 주요한 원칙인 이른바 “Four Fundamental Freedoms”<sup>2)</sup> 중 물질적 상품과 서비스 및 시설의 자유로운 이동의 원칙을 방송분야에 적용시킴으로써 유럽의 단일방송시장을 건설하고자 하는 노력이라고 할 수 있음(Nenova, 2007, p.6; Seifert, 2007, pp.26~27)
- 국경없는 텔레비전 지침의 기본방향은 다음의 세 가지로 정리될 수 있음<sup>3)</sup>

2) 유럽연합의 단일시장 형성과 시장 내 자유로운 거래행위를 위하여 EC 조약, ECJ(유럽사법재판소)의 판례법, 유럽의회의 입법 등이 규정한 네 가지 기본적인 영역을 일컫는 것으로 상품(goods), 서비스(services and establishment), 노동력(persons, including workers), 그리고 자본(capital)의 자유로운 이동을 말한다.

3) The Directive aims to ensure the free movement of broadcasting services within the internal market and at the same time to preserve certain public interest objectives, such as cultural diversity, the right of reply, consumer protection and the protection of minors. It is also intended to promote the distribution and production of European audiovisual programmes, for example by ensuring that they are given a majority position in television channels' programme schedules.

(유럽연합 홈페이지 <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/l24101.htm>에서 인용)

- 첫째, 유럽 단일방송시장내 자유로운 유통질서의 형성
  - 둘째, 문화적 다양성, 반론권, 소비자 보호, 미성년자 보호 등의 공익성 확보
  - 셋째, 유럽 시청각 프로그램의 제작과 유통의 활성화
- 요약하면, 국경없는 텔레비전 지침은 기본적으로 시장 자유주의적 패러다임에 근거하여 유럽 시청각미디어서비스 산업의 단일화와 경쟁력 제고에 필수적인 충분한 조건들을 제시하는 규제완화적 방향을 지향하는 것으로 해석할 수 있음(Nenova, p.6)



### Ⅲ. 유럽연합 시청각미디어서비스 지침의 분석

#### 1. 새로운 시청각미디어서비스 지침 제정의 배경과 기본방향

##### □ 지침 제정의 배경

- 방송과 통신의 융합으로 인해 야기된 콘텐츠 계층의 환경변화에 적절한 규제 방안 수립의 필요성이 대두함
  - 인터넷이나 모바일 기술을 텔레비전 서비스와 같은 기술과 서비스의 융합, 디지털TV와 3G네트워크, PPV, VOD와 같은 주문형서비스의 활성화, 시청각콘텐츠의 peer-to-peer 교환, 전통적 시청행태의 변화, 새로운 광고기법의 등장으로 인하여 전통적 방송서비스의 규제를 위해 마련되었던 국경없는 텔레비전 지침도 새로운 변화를 요구받게 됨
  - 가령, 이용자의 선택과 주문에 의해 제공되는 새로운 콘텐츠 서비스의 경우, 기존의 국경없는 텔레비전 지침에는 그 근거조항이 없기 때문에 원산지의 원칙(country of origin)의 적용을 받을 수 없게 되는 문제가 발생함
  - 따라서 새로운 기술을 통해 제공되는 새로운 형태의 콘텐츠 서비스에 대해서도 국경 간 원활한 서비스 공급이 가능하게 해 줌으로써 유럽연합 내 콘텐츠 서비스에 대한 경쟁을 활성화시키고 문화다양성의 증진에 기여할 수 있는 규제체계 도입의 필요성이 제기된 것임
- 이에, 전통적인 텔레비전 방송서비스만을 대상으로 하고 있었던 기존의 국경없는 텔레비전 지침을 융합환경에 맞도록 전면적으로 개정해야 한다는 의견들이 2003년부터 본격적으로 제기됨
  - 2005년 12월, 유럽공동체 위원회는 기존의 국경없는 텔레비전 지침 개정안을 발표
  - 2007년 3월, 위원회의 개정안에 대한 추가 개정작업을 거쳐, 2007년 5월 24

일 “시청각미디어서비스 지침”안을 확정

〈표 1〉 시청각미디어서비스 지침 제정 논의 경과

시기	주요 내용
2003년 1월 6일	EC의 TVWF 개정 필요성 제기(TVWF 개정을 위한 프로그램 및 일정 제안)
2003년 상반기	EC는 discussion papers, 공청회 등을 통해 TVWF 개정에 대한 의견 수렴
2004년 9월, 2005년 2월	두 차례의 포커스 그룹 논의
2005년 12월 13일	TVWF 개정초안 발표
2006년 11월 13일	유럽평의회의 개정초안 일반원칙 합의
2006년 12월 13일	유럽의회의 개정초안 일반원칙 합의(Ms. Hieronymi's Report 채택)
2007년 3월 29일	EC는 새로운 AVMS 최종 개정안 발표
2007년 5월 24일	EC는 Audiovisual Media Service Without Frontiers 채택
2007년 말	시행 예정
~2009년 말	회원국들은 국내법에 포함

□ 새로운 시청각미디어서비스 지침의 기본방향

- 정보통신기술이 사업자의 비즈니스 모델과 산업구조에 미치는 전반적인 영향력을 고려하여 유럽의 정보통신 기술과 미디어 산업의 활성화 제고에 역점을 둠
  - 융합시대 정보통신산업과 미디어산업의 경쟁제고와 법적 안정성을 위한 최적의 조건을 보장하기 위함
  - 아울러, 문화적, 언어적 다양성 확보를 통한 공익성 제고에 힘씀
- 새롭게 등장하고 있는 주문형 시청각미디어서비스에도 적용될 수 있는 일관성 있는 콘텐츠 규제방안의 마련이 필요함
  - 기존의 “국경없는 텔레비전 지침”에서 다루지 않았던 주문형 서비스의 유



럽 내 단일시장에서의 자유로운 유통과 경쟁을 위해 새로운 지침은 콘텐츠 계층의 범위를 새롭게 확대함

- 경제적, 문화적 서비스로서의 시청각미디어서비스에 대한 강조
  - 시청각미디어서비스가 정보의 자유로운 흐름, 의견의 다양성, 미디어 다원성을 통한 민주사회의 발전과 교육, 문화 및 일반국민의 생활에 미치는 막대한 영향력을 감안할 때, 융합환경에 적합한 규제방안의 정립이 절실히 요구됨

## 2. 시청각미디어서비스 지침의 주요 내용

### □ 주요 용어들의 개념 정의

- 시청각미디어서비스(Audiovisual Media Service)는 “미디어 서비스 제공업자가 편집권을 갖고 일반 공중에게 정보, 오락, 교육의 프로그램 제공을 주된 목적으로 유럽의회 및 평의회 2002/21/EC 지침 2조a항에서 정의하고 있는 전자통신네트워크<sup>4)</sup>를 통해 제공하는 서비스”라고 정의됨(1조a)<sup>5)</sup>
  - 지침에 나타난 시청각미디어서비스 정의에는 수용자들에게 일방향적으로 제공되는 리니어 형식의 텔레비전 방송 서비스와 수용자들의 요청에 의해

4) electronic communications network, means transmission systems and, where applicable, switching or routing equipment and other resources which permit the conveyance of signals by wire, by radio, by optical or by other electromagnetic means, including satellite networks, fixed(circuit-and packet-switched, including Internet) and mobile terrestrial networks, electricity cable systems, to the extent that they are used for the purpose of transmitting signals, networks used for radio and television broadcasting, and cable television networks, irrespective of the type of information conveyed;

5) a service as defined by Articles 49 and 50 of the Treaty which is under the editorial responsibility of a media service provider and the principal purpose of which is the provision of programmes in order to inform, entertain or educate, to the general public by electronic communications networks within the meaning of Article 2(a) of Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council.

서 제공되는 네티니아어 형식의 주문형 서비스가 모두 포함

- 편집권(Editorial Responsibility)은 미디어서비스 제공업자의 역할과 시청각 미디어서비스의 개념을 정의하는데 매우 핵심적인 개념으로(recital 17), 동 지침에서는 “텔레비전 방송의 시간 편성표나 주문형 서비스의 카탈로그를 통해서 프로그램의 선택과 구성에 미치는 효과적인 통제력의 행사”라고 정의됨(1조 ab)<sup>6)</sup>
  - 하지만, 편집권의 개념이 제공되는 콘텐츠나 서비스에 대하여 국내법상 규정된 모든 법적 의무사항을 반드시 의미하는 것은 아님<sup>7)</sup>
  - 개별 회원국들은 편집권의 개념, 특히 “효과적인 통제”의 개념에 대하여 보다 상세하게 규정할 재량권을 가짐
- 미디어서비스 제공업자(Media Service Provider)는 “시청각미디어서비스의 시청각 콘텐츠의 선택에 대한 편집권을 갖거나, 서비스가 구성되는 방식을 결정하는 자연인 또는 법인”을 의미함(1조 b)<sup>8)</sup>
  - 동 지침의 미디어서비스 제공업자의 개념정의에는 편집권이 제3자에게 있는 프로그램을 단순히 전송하는 자연인이나 법인은 포함되지 않음(recital 14a)<sup>9)</sup>
- 텔레비전방송(Television Broadcasting or Television Broadcast)은 “미디어서비스 제공업자에 의해 프로그램 편성표에 따라 동일한 시간에 시청(simultaneous viewing)할 수 있도록 제공되는 시청각미디어 서비스”를 의미함(1조 c)<sup>10)</sup>

6) the exercise of effective control both over the selection of the programmes and over their organisation either in a chronological schedule, in the case of television broadcasts, or in a catalogue, in the case of on-demand services.

7) Editorial responsibility does not necessarily imply any legal liability under national law for the content or the services provided.

8) the natural or legal person who has editorial responsibility for the choice of the audiovisual content of the audiovisual media service and determines the manner in which it is organised:

9) the definition of media service provider does not include natural or legal persons who merely transmit programmes for which the editorial responsibility lies with third parties.

- 동 지침에서는 리니어 시청각미디어서비스(linear audiovisual media service)와 동일한 의미로 사용됨
- 주문형 서비스(On-Demand Service)의 개념은 “미디어서비스 제공업자에 의해서 선택된 프로그램의 카탈로그 내에서 이용자가 개별적으로 요청한 프로그램을 이용자가 선택한 시간에 볼 수 있도록 미디어서비스 제공업자가 제공하는 시청각미디어서비스”라고 정의됨(1조 e)<sup>11)</sup>
  - 동 지침에서는 넌리니어 시청각미디어서비스(non-linear audiovisual media service)와 동일한 의미로 사용됨
- 상업적 시청각 커뮤니케이션(Audiovisual Commercial Communication)은 “직간접적으로 상품, 서비스, 또는 경제활동을 추구하는 자연인이나 법인의 이미지를 홍보하기 위해 제작된 음성을 포함하거나 포함하지 않는 이미지”라고 정의됨(1조 f)<sup>12)</sup>
  - 상업적 시청각 커뮤니케이션은 유료나 자기홍보의 목적으로 프로그램의 전후 또는 중간에 포함되는 것으로, 주된 형태로는 텔레비전 광고, 스폰서십, 텔레쇼핑, 간접광고(product placement) 등이 있음<sup>13)</sup>
- 간접광고(product placement)는 상품, 서비스, 또는 상표를 유료로 혹은 이와

10) an audiovisual media service provided by a media service provider for simultaneous viewing of programmes on the basis of a programme schedule;

11) an audiovisual media service provided by a media service provider for the viewing of programmes at the moment chosen by the user and at his/her individual request on the basis of a catalogue of programmes selected by the media service provider;

12) images with or without sound which are designed to promote, directly or indirectly, the goods, services or image of a natural or legal entity pursuing an economic activity.

13) Such images accompany or are included in a programme in return for payment or for similar consideration or for self-promotional purposes. Forms of audiovisual commercial communication include, inter alia, television advertising, sponsorship, teleshopping and product placement.

상응한 대가로 프로그램 내에 직접 포함시키거나 간접적으로 제공하는 모든 형태의 상업적 시청각커뮤니케이션으로 정의됨(1조 k)<sup>14)</sup>

- 쿼터규제를 통해 유럽문화의 독창성과 고유성을 보호하고자 하는 유럽작품 (European Works)은 동 지침에서 다음과 같이 정의됨
  - 유럽공동체 회원국에서 제작된 작품들<sup>15)</sup>
  - 유럽평의회 “European Convention on Transfrontier Television”에 합의한 유럽공동체 제3자 국가들에서 제작된 작품들로 동 지침 1조항(ii)의 조건을 충족하는 경우<sup>16)</sup>
    - \* 위에 해당하는 하나 또는 그 이상의 국가에서 설립된 하나 또는 그 이상의 제작자들에 의해서 제작된 작품들<sup>17)</sup>
    - \* 위에 해당하는 하나 또는 그 이상의 국가에서 설립된 하나 또는 그 이상의 제작자들에 의해서 감독되거나 실제로 통제되는 작품들<sup>18)</sup>
    - \* 위에 해당하는 국가들의 공동제작자들의 총 공동제작 비용에의 기여가 크거나, 공동제작이 위의 국가들 밖에 설립된 제작자들에 의해서 통제되지 않는 경우<sup>19)</sup>
  - 유럽공동체와 제3자 국가들 간에 합의한 시청각분야에 관한 프레임워크하에서 공동 제작된 작품<sup>20)</sup>

14) any form of audiovisual commercial communication consisting of the inclusion of or reference to a product, a service or the trade mark thereof so that it is featured within a programme, in return for payment or for similar consideration.

15) works originating from Member States;

16) works originating from European third States party to the European Convention on Transfrontier Television of the Council of Europe and fulfilling the conditions of point(ii);

17) they are made by one or more producers established in one or more of those States;

18) production of the works is supervised and actually controlled by one or more producers established in one or more of those States;

19) the contribution of co-producers of those States to the total coproduction costs is preponderant and the co-production is not controlled by one or more producers established outside those States.

20) works co-produced in the framework of agreements related to the audiovisual sector concluded bet-

- 위의 조항들에 의해서 유럽작품으로 정의되지 않지만, 회원국과 제3자 국가들 간에 합의한 쌍무적 공동제작 협약의 프레임워크하에서 제작되는 작품들의 경우, 유럽공동체의 공동제작자가 총 제작비용의 과반수를 공급하고, 회원국의 영토 밖에 설립된 제작자들에 의해서 통제되지 않는 경우에는 유럽작품으로 간주함<sup>21)</sup>

□ 원산지 국가 원칙

- 원산지 국가 원칙의 개념 정의(2조1항)
  - 모든 회원국은 특정 회원국 관할권 하에 있는 미디어서비스 제공업자에 의해서 전송되는 모든 시청각미디어서비스들이 그 특정 회원국의 법률규정을 따르도록 보장해야 함<sup>22)</sup>
- 원산지 국가 원칙은 유럽 시청각미디어서비스 시장의 단일화를 위한 가장 핵심적 원칙으로 1989년 “국경없는 텔레비전 지침”이래 계속해서 존속되고 있음
  - 원산지 국가 원칙은 유럽의 시청각미디어서비스 산업의 통합과 경쟁력을 제고함과 동시에, 유럽연합내 미디어 다원성을 제고하기 위해 단지 하나의 원산지 국가만이 시청각미디어 서비스 제공업자에 대한 법 집행권을 가지게 하는 것임

ween the European Community and third countries and fulfilling the conditions defined in each of these agreements.

- 21) Works that are not European works within the meaning of point ( i ) but that are produced within the framework of bilateral coproduction treaties concluded between Member States and third countries shall be deemed to be European works provided that the Community coproducers supply a majority share of the total cost of production and that the production is not controlled by one or more producers established outside the territory of the Member States.
- 22) Each Member State shall ensure that all audiovisual media services transmitted by media service providers under its jurisdiction comply with the rules of the system of law applicable to audiovisual media services intended for the public in that Member State.

- 동 지침에서 원산지 국가 원칙은 리니어 미디어서비스와 네티니어 미디어 서비스에 모두 적용
- 원산지 국가 원칙을 적용하기 위해 미디어서비스 제공업자의 회원국을 판단하는 기준은 동 지침의 2조3항에서 다음과 같이 제시하고 있음
  - 한 미디어서비스 제공업자가 특정 회원국내에 헤드오피스를 가지고 있으며, 그 회원국 안에서 시청각미디어서비스에 대한 편집권의 결정이 이루어지는 경우, 그 미디어서비스 제공업자의 원산지는 그 특정 회원국이 됨<sup>23)</sup>
  - 한 미디어서비스 제공업자의 특정 회원국에 헤드오피스를 가지고 있지만, 시청각 미디어서비스에 대한 편집권 결정이 다른 회원국에서 이루어지는 경우, 시청각미디어서비스의 사업행위에 관련된 노동력의 상당부분이 이루어지는 회원국에 따르며; 노동력의 상당부분이 복수의 회원국에서 이루어지는 경우에는 헤드오피스가 있는 회원국에 따르며; 노동력의 상당부분이 회원국이 아닌 곳에서 이루어지고 있는 경우라 할지라도, 특정 회원국의 법률체계에 준하여 사업을 최초로 시작한 그 특정 회원국의 경제와 지속적으로 실질적인 관계를 유지하고 있다면 그 특정 미디어서비스 제공업자의 원산지로 인정함<sup>24)</sup>

23) (a) the media service provider has its head office in that Member State and the editorial decisions about the audiovisual media service are taken in that Member State;

24) (b) if a media service provider has its head office in one Member State but editorial decisions on the audiovisual media service are taken in another Member State, it shall be deemed to be established in the Member State where a significant part of the workforce involved in the pursuit of the audiovisual media service activity operates: if a significant part of the workforce involved in the pursuit of the audiovisual media service activity operates in each of those Member States, the media service provider shall be deemed to be established in the Member State where it has its head office: if a significant part of the workforce involved in the pursuit of the audiovisual media service activity operates in neither of those Member States, the media service provider shall be deemed to be established in the Member State where it first began its activity in accordance with the system of law of that Member State, provided that it maintains a stable and effective link with the economy of that Member State;

□ 수신자의 자유 보장

- 동 지침은 시청각미디어서비스의 유럽연합 내 자유로운 유통을 보장하기 위해 2조a항(1)에서 회원국들은 수신자의 자유를 보장하여야 하며, 다른 회원국들로부터 전송되는 시청각미디어서비스의 재전송을 제한해서는 안 된다<sup>25)</sup>고 규정하고 있음
- 반면, 2조a(2)에서는 텔레비전 방송의 경우, 다른 회원국들로부터 전송되는 텔레비전 방송이 명백하고도 심각하게, 동 지침의 3b, 또는 22조(1), (2)를 위반할 경우<sup>26)</sup>에는 위에서 규정한 수신자의 자유를 잠정적으로 제한할 수 있도록 함
  - 시청각미디어서비스가 인종, 성별, 종교, 국적에 근거하여 증오를 유발하는 경우(3b)<sup>27)</sup>
  - 시청각미디어서비스가 특히 음란물이나 폭력물로 인해 미성년자의 신체적, 정신적, 도덕적 발달을 심각하게 해치는 경우(22조(1))<sup>28)</sup>
  - 위의 22조(1)항의 규정은 다른 텔레비전 방송프로그램이 아닌 프로그램에 까지 확대 적용될 수 있지만, 단, 방송시간의 선택이나 기타 다양한 기술적 장치에 의해서 미성년자들이 일반적으로 그러한 방송프로그램을 듣거나 보

25) Member States shall ensure freedom of reception and shall not restrict retransmissions on their territory of [...] audiovisual media services from other Member States for reasons which fall within the fields coordinated by this Directive.

26) (a) a television broadcast coming from another Member State manifestly, seriously and gravely infringes Article 22 (1) or (2) and/or Articles 3b:

27) Member States shall ensure by appropriate means that audiovisual media services provided by providers under their jurisdiction do not contain any incitement to hatred based on race, sex, religion or nationality.

28) Member States shall take appropriate measures to ensure that television broadcasts by broadcasters under their jurisdiction do not include any programmes which might seriously impair the physical, mental or moral development of minors, in particular programmes that involve pornography or gratuitous violence.

- 는 것이 여의치 않은 경우라면 확대하지 않음(22조(2))<sup>29)</sup>
- 만약, 이러한 프로그램들이 별도의 표기 없이 제공되는 경우에는 회원국들은 프로그램 중간에 음성적 경고나 또는 시각적 상징을 통해 이러한 사실을 사전에 알려야 함(22조(3))<sup>30)</sup>
- 한편, 주문형 서비스의 경우에도 다음의 조건들의 경우에는 수신자의 자유를 제한할 수 있는 조치를 취할 수 있도록 함(2조a(4))
- 미성년자 보호, 인종, 성별, 종교, 국적에 의한 증오물 유발을 포함한 형사범죄의 예방이나 조사, 탐지, 구속을 위한 공공정책의 목적으로
  - 공공보건의 보호를 위해
  - 국가보안, 방위를 포함하는 공공보안을 위해
  - 투자자를 포함한 소비자의 보호를 위해
- 이와 관련하여 동 지침은 3조에서 보다 포괄적으로 각 회원국들로 하여금 유럽공동체 법규에 상응하는 한, 자신의 관할권 안에서 미디어서비스 제공업자들에게 보다 구체적이고 엄격한 규제를 부과할 수 있는 재량권을 부여하고 있음<sup>31)</sup>
- 하지만, 국가별 재량권에 기초한 조치들은 반드시 객관적이고, 비차별적이어야 하며, 추구하고자 하는 목적에 적합하고 비례적이어야 할 것을 강조하

29) The measures provided for in paragraph 1 shall also extend to other programmes which are likely to impair the physical, mental or moral development of minors, except where it is ensured, by selecting the time of the broadcast or by any technical measure, that minors in the area of transmission will not normally hear or see such broadcasts.

30) Furthermore, when such programmes are broadcast in unencoded form Member States shall ensure that they are preceded by an acoustic warning or are identified by the presence of a visual symbol throughout their duration.

31) Member States shall remain free to require media service providers under their jurisdiction to comply with more detailed or stricter rules in the areas covered by this Directive provided that such rules are in compliance with Community law.



고 있음<sup>32)</sup>

- 또한, 개별 국가 내에서는 효과적인 규제집행을 위해 공동규제와 자율규제를 병행하는 것을 적극적으로 권장하고 있음<sup>33)</sup>

□ 모든 시청각미디어서비스에 적용되는 규정들

- 동 지침은 3조a에서 각 회원국들은 자신의 관할권 안에 있는 미디어서비스 제공업자들이 이용자들에게 다음의 정보를 쉽게, 직접적으로, 지속적으로 제공할 것을 규정하고 있음<sup>34)</sup>
  - 미디어서비스 제공업자의 이름
  - 미디어서비스 제공업자의 지리적 주소
  - 미디어서비스 제공업자의 이메일 주소와 웹사이트 주소
  - 규제기구와 감독기구에 대한 정보
- 3조b에서는 다른 회원국들로부터 전송되는 시청각미디어서비스가 인종, 성별, 종교, 국적에 근거하여 증오를 유발하는 경우에는 2조a항에서 규정하고 있는 수신자의 자유를 잠정적으로 제한할 수 있도록 함
- 또한, 동 지침은 미디어서비스 제공업자들로 하여금 그들의 서비스가 시각, 청각 장애인들에게 보다 잘 접근할 수 있도록 할 것을 강조하고 있음(3조ba)<sup>35)</sup>

32) Such measures shall be objectively necessary, applied in a non-discriminatory manner, be suitable for attaining the objectives which they pursue and may not go beyond what is necessary to attain them.

33) Member States shall encourage co-and/or self-regulatory regimes at national level in the fields coordinated by this Directive to the extent permitted by their legal systems.

34) Member States shall ensure that audiovisual media service providers under their jurisdiction shall make easily, directly and permanently accessible to the recipients of the service at least the following information:

35) Member States shall encourage media service providers under their jurisdiction to ensure that their services are gradually made accessible to people with a visual or hearing disability.

- 지침 3조c에서는 회원국의 관할권 내에 있는 미디어서비스 제공업자들이 저작권자와 합의한 기간을 벗어나서 극영화(cinematographic works)를 전송할 수 없도록 하고 있음(3조c)<sup>36)</sup>
- 한편, 동 지침은 상업적 시청각커뮤니케이션에 대하여 다음의 구체적인 의무 사항을 명시하고 있음(3조d)
  - 상업적 시청각커뮤니케이션은 그 자체로서 쉽게 구별되어야 함. 은밀한 상업적 시청각커뮤니케이션<sup>37)</sup>은 금지됨
  - 상업적 시청각커뮤니케이션은 잠재의식적 기법을 이용해서는 안 됨
  - 상업적 시청각커뮤니케이션은 인간의 존엄성을 훼손해서는 안 되며, 성별, 인종, 민족, 국적, 종교, 신조, 장애, 연령, 성적지향에 의한 차별을 포함하거나 조장해서는 안 됨
  - 담배와 관련된 모든 종류의 상업적 시청각커뮤니케이션은 금지됨
  - 주류와 관련된 상업적 시청각커뮤니케이션은 미성년자를 타겟으로 하면 안 되며, 무분별한 주류의 소비를 조장해서도 안 됨
  - 처방전에 의해서만 구입할 수 있는 의약품이나 의학적 치료와 관련된 상업적 시청각커뮤니케이션 역시 금지됨
  - 상업적 시청각커뮤니케이션은 미성년자들에게 도덕적, 신체적으로 해를 끼쳐서는 안 됨
  - 한편, 동 지침은 개별 회원국들로 하여금 미디어서비스 제공업자들로 하여금 부적합한 상업적 시청각커뮤니케이션에 관한 자율적 윤리강령을 제정할

36) Member States shall ensure that media service providers under their jurisdiction do not transmit cinematographic works outside periods agreed with the rights holders.

37) surreptitious audiovisual commercial communication means “the representation in words or pictures of goods, services, the name, the trade mark or the activities of a producer of goods or a provider of services in programmes when such representation is intended by the media service provider to serve advertising and might mislead the public as to its nature. Such representation is considered to be intentional in particular if it is done in return for payment or for similar consideration.”(1조h항)

것을 권고함

- 또한 스폰서 프로그램에 대해서도 동 지침은 다음의 의무사항을 명시하고 있음(3조e)
  - 텔레비전 방송의 경우, 스폰서 프로그램의 편성이 미디어서비스 제공업자의 책임성과 편집 자율성을 침해서는 안 됨
  - 스폰서 프로그램을 통해 특히 특별 홍보 등을 통해 특정 상품이나 서비스의 구매에 직접적인 영향을 주어서는 안 됨
  - 스폰서 프로그램은 명칭, 로고, 또는 스폰서와 관련 상징물에 의해서 분명히 인지 가능해야 함
  - 시청각미디어서비스 또는 기타 프로그램은 담배를 제조하거나 판매하는 사업자의 스폰서를 받아서는 안 됨
  - 의료제품이나 의학적 치료 관련 사업자가 시청각미디어서비스 또는 기타 프로그램의 스폰서를 통해 자신의 이름이나 이미지를 홍보할 수는 있지만, 구체적인 의료제품이나 치료를 홍보해서는 안 됨
  - 뉴스와 시사프로그램은 스폰서를 받을 수 없으며, 회원국들은 아동 프로그램, 다큐멘터리, 종교 프로그램 중간에 스폰서십의 로고를 보이게 하는 것을 금지할 수도 있음
  
- 간접광고에 대한 규제(3조f)
  - 기본적으로 간접광고는 금지됨
  - 개별 회원국의 판단에 따라 극영화, 시청각미디어서비스용 영화나 시리즈물, 스포츠 프로그램, 연예오락 프로그램의 경우 간접광고를 허용할 수 있음
  - 개별 회원국의 판단에 따라 프로그램 내에 삽입되는 소도구나 경품과 같이 특정 상품이나 서비스를 대가없이 삽입되는 경우 간접광고를 허용할 수 있음
  - 아동용 프로그램에서는 위에서 허용한 해당사항이 적용되지 않음
  - 텔레비전 방송의 경우, 간접광고를 포함하는 프로그램들은 어떠한 상황에

- 서도 미디어서비스 제공업자의 책임성, 편집 자율성을 해쳐서는 안 됨
- 간접광고는 특정 상품이나 서비스의 구매나 임대를 직접적으로 조장해서는 안 됨
  - 시청자들로 하여금 간접광고에 대하여 분명히 인지 가능하도록 하여야 하며, 간접광고를 포함하고 있는 프로그램들은 시청자의 입장에서 혼동을 일으키지 않도록 프로그램의 도입이나 종결부분 또는 중간광고 후 프로그램이 재개될 때 이를 인지 가능하도록 하여야 함
  - 어떠한 프로그램에서도 담배관련 상품이나 의료제품의 간접광고는 허용되지 않음

□ 주문형 서비스에만 적용되는 규정들<sup>38)</sup>

- 미디어서비스 제공업자들이 제공하는 주문형 서비스가 미성년자의 신체적, 정신적, 도덕적 발달을 해치지 않도록 적절한 조치를 취할 것을 규정하고 있음(3조g)<sup>39)</sup>
- 또한, 동 지침은 주문형 서비스에 대해서도 유럽작품의 제작과 권리확보(rights acquisition)에 대한 재정적 지원, 프로그램 카탈로그에서 유럽작품의 비율조정과 현저성(prominence)을 통해 유럽작품의 제작과 접근을 활성화할 것을 강조하고 있음(3조h)<sup>40)</sup>

38) 위에서 열거한 지침의 3조a항부터 3조f항까지는 주문형 서비스와 텔레비전 방송서비스에 모두 적용되며, 3조g항 및 3조h항은 주문형 서비스에만 적용됨

39) Member States shall take appropriate measures to ensure that on-demand services provided by media service providers under their jurisdiction which might seriously impair the physical, mental or moral development of minors are only made available in such a way that ensures that minors will not normally hear or see such on-demand services.

40) Member States shall ensure that on-demand services provided by media service providers under their jurisdiction promote, where practicable and by appropriate means, production of and access to European works. Such promotion could relate, inter alia, to the financial contribution made by such ser-

□ 텔레비전 방송에서의 독점적 권리와 단신뉴스보도에 대한 사항

- 지침 3조i(1)는 특정 회원국이 사회적 중요도가 높다고 간주되는 이벤트를 자신의 관할권내에 있는 방송사업자(broadcasters)들이 독점으로 방송함으로써 그 회원국 공중의 상당수들로 하여금 무료 텔레비전에서 그러한 이벤트를 생방송이나 녹화방송으로 접근할 수 있는 가능성을 박탈할 수 없도록 조치를 취할 수 있다고 명시하고 있음<sup>41)</sup>
  - 관련 회원국은 사회적 중요도가 높다고 간주되는 이벤트에 대한 목록을 작성할 수 있으며, 이러한 목록은 투명하고 분명하게 작성되어야 하며, 적절하고 실질적인 시간적 여유를 가지도록 하여야 함
  - 이러한 목록에 따라, 관련 회원국은 그러한 이벤트가 전체 또는 부분적으로 생방송으로 제공될 것인지, 녹화방송으로 제공될 것인지 결정할 수 있음
- 단신뉴스보도와 관련하여 동 지침 3조j(1)에서는 유럽공동체 내에 존재하는 어떠한 방송사업자들도 관할권내에 특정 방송사업자에 의해서 제공되는 공중에게 관심이 높은 이벤트에 대해서 공정하고, 적절하고, 비차별적으로 접근할 수 있도록 할 것을 규정하고 있음<sup>42)</sup>

vices to the production and rights acquisition of European works or to the share and/or prominence of European works in the catalogue of programmes proposed by the service.

41) Each Member State may take measures in accordance with Community law to ensure that broadcasters under its jurisdiction do not broadcast on an exclusive basis events which are regarded by that Member State as being of major importance for society in such a way as to deprive a substantial proportion of the public in that Member State of the possibility of following such events via live coverage or deferred coverage on free television. If it does so, the Member State concerned shall draw up a list of designated events, national or nonnational, which it considers to be of major importance for society. It shall do so in a clear and transparent manner in due and effective time. In so doing the Member State concerned shall also determine whether these events should be available via whole or partial live coverage, or where necessary or appropriate for objective reasons in the public interest, whole or partial deferred coverage.

42) Member States shall ensure that for the purpose of short news reports, any broadcaster established

- 보다 구체적으로 동 지침은 개별 회원국들로 하여금 방송사업자들이 중요 이벤트를 전송하는 방송사업자들로부터 short extracts를 자유롭게 선택할 수 있도록 함(3조j(2))<sup>43)</sup>

□ 텔레비전 프로그램의 보급과 제작의 활성화를 위한 사항들

- 동 지침 4조와 5조에서는 유럽작품의 제작과 유통의 활성화를 위한 다음과 같은 사항들을 규정하고 있음
  - 방송사업자들(broadcasters)은 뉴스, 스포츠, 이벤트, 게임, 광고, 텔레텍스트 서비스, 텔레쇼핑에 할당된 시간을 제외한 전송시간의 과반(a majority proportion)을 유럽작품을 위해 따로 떼어놓아야 함(4조1항)<sup>44)</sup>
  - 유럽작품에 대한 비율 배정은 방송사업자의 공중에 대한 정보, 교육, 문화, 오락 기능에 대한 책임과 관련하여 적절한 기준에 근거하여 전향적으로 이루어져야 함(4조1항)<sup>45)</sup>
  - 한편, 5조에서는 회원국의 재량에 따라 뉴스, 스포츠, 이벤트, 게임, 광고, 텔레텍스트 서비스, 텔레쇼핑에 할당된 시간을 제외한 전송시간의 적어도 10% 이상을, 편성예산의 적어도 10% 이상을 외부독립제작사에 의해서 제작된 유럽작품을 위해 떼어놓을 것을 규정하고 있음<sup>46)</sup>

in the Community has access on a fair, reasonable and non-discriminatory basis to events of high interest to the public which are transmitted on an exclusive basis by a broadcaster under their jurisdiction.

43) Member States shall ensure that such access is guaranteed by allowing broadcasters to freely choose short extracts from the transmitting broadcaster's signal with, unless impossible for reasons of practicality, at least the identification of their source.

44) Member States shall ensure where practicable and by appropriate means, that broadcasters reserve for European works a majority proportion of their transmission time, excluding the time appointed to news, sports events, games, advertising, teletext services and teleshopping.

45) This proportion, having regard to the broadcaster's informational, educational, cultural and entertainment responsibilities to its viewing public, should be achieved progressively, on the basis of suitable criteria.

- 마찬가지로, 독립제작사가 제작한 유럽작품에 대한 비율 배정은 방송사업자의 공중에 대한 정보, 교육, 문화, 오락 기능에 대한 책임과 관련하여 적절한 기준에 근거하여 전향적으로 이행되어야 하며, 추가적으로 제작된 지 5년 이내의 최신 유럽작품에 대해서도 충분한 비율을 할당할 것을 규정함<sup>47)</sup>
- 유럽작품 쿼터규제를 보다 실천적으로 수행하기 위하여 동 지침은 회원국들로 하여금 2년마다 이에 대한 보고서를 제출하도록 하고 있음(4조3항)
  - 보고서에는 유럽작품 비율에 대한 통계적 정보와 비율 미이행시 이에 대한 소명자료, 그리고 개선방안을 포함하도록 함
  - 평의회는 국제적 맥락 하에서 유럽공동체 시장의 발전을 고려하여 향후 5년 내에 유럽작품 쿼터규제에 대한 리뷰를 통해 개선사항을 점검할 것임

□ 텔레비전 광고와 텔레쇼핑에 관한 사항들

- 동 지침에서는 텔레비전 광고와 텔레쇼핑에 관한 다양한 규제조항들을 포함하고 있는데, 가장 중요한 원칙으로서 텔레비전 광고와 텔레쇼핑은 “편집 콘텐츠(editorial content)”와 쉽게 구별되어 인지 가능하여야 한다고 명시하고 있음(10조)<sup>48)</sup>

46) Member States shall ensure, where practicable and by appropriate means, that broadcasters reserve at least 10% of their transmission time, excluding the time appointed to news, sports events, games, advertising, teletext services and teleshopping or alternately, at the discretion of the Member State, at least 10% of their programming budget, for European works created by producers who are independent of broadcasters.

47) This proportion, having regard to broadcasters' informational, educational, cultural and entertainment responsibilities to its viewing public, should be achieved progressively, on the basis of suitable criteria; it must be achieved by earmarking an adequate proportion for recent works, that is to say works transmitted within five years of their production.

48) Television advertising and teleshopping shall be readily recognizable and distinguishable from editorial content.

- 광고와 텔레쇼핑은 잠재의식적 기법을 사용해서는 안 됨
- 은밀한 광고와 텔레쇼핑 또한 금지됨
- 광고나 텔레쇼핑이 프로그램 중간에 삽입될 경우, 회원국들은 프로그램의 전체적 완성도와 제작권자의 권리가 침해되지 않도록, 적절한 시간 간격, 광고 시간, 프로그램의 특징 등을 신중하게 고려하여야 함(11조(1))<sup>49)</sup>
  - 텔레비전용 영화(시리즈물, 연속물, 다큐멘터리 제외), 극영화, 뉴스 프로그램의 경우 매 30분마다 한 번씩 중간광고를 할 수 있음(11조(2))
  - 아동용 프로그램은 프로그램의 시간이 30분이 넘는 경우에 한하여 30분마다 한 번씩 중간광고를 허용함(11조(2))
  - 어떠한 경우에도 종교관련 프로그램에는 중간광고를 할 수 없음
  - 텔레비전 광고와 텔레쇼핑 광고는 시간당 최대 12분을 초과할 수 없음(18조(1))
- 담배 관련 광고나 텔레쇼핑은 금지됨(3조d(d), 12조)
- 주류제품과 관련된 텔레비전 광고와 텔레쇼핑은 다음의 기준을 따라야 함(15조)<sup>50)</sup>
  - 미성년자를 대상으로 하는 주류제품의 광고나 텔레쇼핑을 해서는 안 되며,

49) Member States shall ensure, where advertising or teleshopping is inserted during programmes, that the integrity of the programmes, taking into account natural breaks in and the duration and the nature of the programme, and the rights of the right holders are not prejudiced.

50) (a) it may not be aimed specifically at minors or, in particular, depict minors consuming these beverages; (b) it shall not link the consumption of alcohol to enhanced physical performance or to driving; (c) it shall not create the impression that the consumption of alcohol contributes towards social or sexual success; (d) it shall not claim that alcohol has therapeutic qualities or that it is a stimulant, a sedative or a means of resolving personal conflicts; (e) it shall not encourage immoderate consumption of alcohol or present abstinence or moderation in a negative light; (f) it shall not place emphasis on high alcoholic content as being a positive quality of the beverages.



- 주류제품을 소비하는 미성년자를 묘사해서도 안 됨
  - 주류제품을 소비를 신체능력의 향상이나 운전과 연결 지어서는 안 됨
  - 주류제품의 소비가 대인관계나 이성간(성적관계 포함)의 문제에 도움이 된다는 인상을 심어주어서는 안 됨
  - 주류제품이 치료에 효과가 있다든지, 기타 개인적인 혼란을 치유하는 각성이나 안정의 효과가 있다는 주장을 해서는 안 됨
  - 무절제한 주류제품의 소비를 조장해서도 안 되며, 금주나 절제 있는 주류제품의 소비를 부정적인 것으로 묘사해서도 안 됨
  - 특히 알코올 도수가 높은 주류제품을 품질이 좋은 것처럼 강조해서도 안 됨
- 동 지침의 16조에서는 미성년자 보호를 위한 텔레비전 광고규제 사항을 매우 구체적으로 다음과 같이 제시하고 있음(16조(1), (2))<sup>51)</sup>
- 텔레비전 광고나 텔레쇼핑은 미성년자의 미성숙함(inexperience or credulity)을 이용하여 제품이나 서비스를 구매하도록 해서는 안 됨
  - 또한, 텔레비전 광고나 텔레쇼핑은 미성년자들이 광고되는 제품이나 서비스를 구매하기 위해 부모나 타인을 설득하도록 조장해서는 안 됨
  - 텔레비전 광고나 텔레쇼핑은 미성년자가 부모나, 선생님, 기타 타인들에게 가지고 있는 특별한 신뢰관계를 악용해서는 안 됨
- 스폰서 프로그램에 대한 17조의 조항은 위에서 언급한 3조e항의 내용에 준함

51) 1. Television advertising shall not cause moral or physical detriment to minors, and shall therefore comply with the following criteria for their protection:

(a) it shall not directly exhort minors to buy a product or a service by exploiting their inexperience or credulity; (b) it shall not directly encourage minors to persuade their parents or others to purchase the goods or services being advertised; (c) it shall not exploit the special trust minors place in parents, teachers or other persons; (d) it shall not unreasonably show minors in dangerous situations.

2. Teleshopping shall comply with the requirements referred to in paragraph 1 and, in addition, shall not exhort minors to contract for the sale or rental of goods and services.

□ 텔레비전 방송에서의 반론권에 대한 사항들

- 동 지침 23조에서는 텔레비전 프로그램이 잘못된 사실을 전달함으로써 발생하는 문제에 대한 반론권을 다음과 같이 보장하고 있음(23조)
  - 텔레비전 프로그램의 잘못된 사실전달로 인해 자연인이나 법인의 명성이 침해되었을 때 반론권이나 이에 상응하는 조치를 취할 수 있음(23조(1))<sup>52)</sup>
  - 회원국들은 반론권이나 이에 상응하는 조치를 실질적으로 행사하는 것이 부당한 조건들에 의해서 방해받지 않도록 보장하여야 함(23조(1))<sup>53)</sup>
  - 특히 회원국들은 반론권이나 이에 상응하는 조치를 위한 절차가 진행될 수 있도록 충분한 시간을 제공하여야 하며, 이러한 절차들은 다른 회원국에 거주하는 자연인이나 설립된 법인에게도 해당됨

3. 새로운 시청각미디어서비스 지침의 특징

□ 기술 중립적(technology-neutral) 원칙에 근거한 콘텐츠 계층의 개념정의

- 새로운 지침은 규제대상이 되는 콘텐츠 계층의 범위를 기술이나 네트워크의 종류에 상관없이 기존의 텔레비전 방송(리니어 시청각미디어서비스)뿐만 아니라 주문형 서비스(넌리니어 시청각미디어서비스)를 모두 포함하고 있음
  - 새로운 시청각미디어서비스의 기본 개념(리니어와 넌리니어를 포함하여)은 일반 공중을 대상으로, 상당한 영향력을 미치는 매스미디어 서비스를 의미함(recital 13)

52) Without prejudice to other provisions adopted by the Member States under civil, administrative or criminal law, any natural or legal person, regardless of nationality, whose legitimate interests, in particular reputation and good name, have been damaged by an assertion of incorrect facts in a television programme must have a right of reply or equivalent remedies.

53) Member States shall ensure that the actual exercise of the right of reply or equivalent remedies is not hindered by the imposition of unreasonable terms or conditions.

- 텔레비전 방송서비스(리니어서비스)는 아날로그 및 디지털 텔레비전, live streaming, 웹캐스팅, 주문형 서비스(near-VOD)를 포함함
  - 동일한 미디어서비스 제공업자에 의해서 년리니어 서비스 방식으로 제공되는 리니어 시청각미디어서비스나 텔레비전 프로그램은 리니어 전송에 적용되는 규제를 받아야 함(recital 14b)
  - 주문형 서비스는 텔레비전 방송과 동일한 수용자를 대상으로 경쟁하며, 이용자들로 하여금 서비스 성격과 접근수단에 대해 규제적 보호를 예상할 수 있는 텔레비전과 유사한(television-like) 특징을 갖는 것으로 해석하고 있음(recital 13a)
  - 그럼에도 불구하고, 지침의 기본목적이라 할 수 있는 시청각미디어서비스의 자유로운 흐름과 경쟁의 원칙에 근거하여 프로그램의 개념은 텔레비전 방송의 발전을 고려하여 탄력적으로 해석되어야 할 것임을 분명히 함(recital 13a)
  - 명확히 구분 가능한 리니어서비스와 년리니어 서비스가 동시에 제공될 때에는 각각에 해당하는 규제를 받음(recital 14b)
- 새로운 시청각미디어서비스의 개념은 경제활동과 관련된 시청각 콘텐츠를 제공하는 서비스에 한정됨
- 제한된 수용자에게 전달하는 이메일, 개인 간 서신, 개인 웹사이트, 사적 개인들 간의 공유나 교환을 목적으로 하는 서비스의 제공이나 유통은 동 지침의 규제영역에 해당하지 않음(recital 14)
  - 시청각콘텐츠 그 자체가 서비스 제공의 주된 목적이 아닌, 가령 상품이나 기타 비시청각서비스와 관련하여 부수적으로 제공되는 정보, 광고, 또는 시각적 요소 등은 지침의 규제영역에 해당하지 않음(recital 14)
  - 추천, 복권, 도박, 온라인 게임, 검색엔진 등의 서비스는 기본적으로 규제대상에 포함되지 않지만, 도박이나 추천을 방송하는 경우에는 규제를 받아야 함(recital 14)

- 온라인 신문, 온라인 잡지, 라디오 서비스는 해당하지 않음(recital 15, 16)
- 시청각 프로그램과 함께 제공되는 자막 서비스, 전자프로그램가이드(EPGs)는 포함되지만, 순수 문자 서비스는 포함되지 않음(recital 16)

〈표 2〉 시청각미디어서비스 지침의 규제 적용범위 사례

	시청각미디어 서비스지침 적용	시청각미디어 서비스지침 미적용
Film, Tele Films, serials on demand	○	
Sport events on demand	○	
Entertainment shows on demand	○	
Reality shows on demand	○	
Video reports of concerts and live arts performances on demand	○	
TV news reports on demand	○	
Advertising-other than text and still images-delivered in connection with on demand services mentioned above	○	
Advertising-pop-up clips other than text and still images-not delivered in connection with on demand services mentioned above		○
Video clips inserted in web-sites when the main purpose is not the delivery of audiovisual content but to deliver information on the activities(commercial and non commercial) of the site owner		○
Animated images inserted on press(newspapers, periodicals, agencies) websites - if of ancillary nature		○
Blogs for non-commercial purposes		○

콘텐츠의 특징에 따른 차별규제(two-tier approach) 적용

- 본 지침은 콘텐츠 계층의 규제범위를 리니어 서비스와 넌리니어 서비스를 포

- 함한 모든 시청각미디어서비스에 두고 있지만, 리니어 서비스와 넌리니어 서비스 간에는 규제의 차별성이 존재함
- 넌리니어 서비스의 경우, 이용자 선택 및 통제의 측면과 사회에 미치는 영향력의 측면에서 리니어 서비스보다는 낮은 수준의 규제를 적용함
  - 구체적으로, 넌리니어 서비스에 대해서는 아래 <표 3>에서 정리한 바와 같이 본 지침의 3a부터 3h에 해당하는 규제만을 적용함(recital 28)

**<표 3> 넌리니어 시청각미디어서비스에만 적용되는 규제조항들**

해당조항	규제 내용
3조a항	- 미디어서비스 제공업자, 규제기구, 감독기구의 정보(이름, 지리적 주소, 이메일, 웹사이트 주소) 제공
3조b항	- 인종, 성별, 종교, 국적에 근거하여 증오를 유발하는 시청각미디어서비스에 대한 수신자의 자유 제한 규정
3조ba항	- 시각, 청각 장애인들에 대한 시청각미디어서비스의 용이한 접근
3조c항	- 저작권 계약 기간을 지난 극영화(cinematographic works) 전송 금지
3조d항	- 상업적 시청각커뮤니케이션 관련 포괄적 규제사항
3조e항	- 스폰서 프로그램에 대한 규제사항
3조f항	- 간접광고와 관련한 규제사항
3조g항	- 미성년자에 미치는 영향력과 관련한 규제사항
3조h항	- 주문형 서비스의 유럽작품 활성화 준수사항

- 반면, 텔레비전 방송과 같이 이용자의 선택, 통제권이 상대적으로 약하고, 사회에 미치는 영향력이 지대하다고 판단되는 리니어 시청각미디어서비스에 대해서는 위의 <표 3>의 규제조항들을 포함하여 그밖에 3조i항부터 23조까지를 적용함

〈표 4〉 리니어 시청각미디어서비스에 적용되는 규제조항들

해당조항	규제 내용
3조항	- 사회적 중요도가 높은 이벤트에 대한 텔레비전 방송의 독점권 규제
3조항	- 단신보도에 관한 텔레비전 방송의 독점권 규제
4조~9조	- 유럽작품의 제작, 유통의 활성화를 위한 규제
10조~20조	- 텔레비전 광고와 텔레쇼핑에 관한 규제
22조	- 텔레비전 방송의 미성년자 보호 규제
23조	- 텔레비전 방송의 반론권 사항

□ 텔레비전 광고규제의 완화

- 이번 지침에서 광고는 규제완화의 측면을 분명히 보여주고 있는데, 그 하나는 텔레비전 광고의 시간의 확대임
  - 전체 총 일일 광고시간 제한 규정이 폐지되었고, 다만 시간당 20%(최대 12분)를 초과할 수 없도록 하였음(18조(1))
  - 기존에 '97년 지침에서 매 40분마다 한 번씩 중간광고를 삽입할 수 있었던 조항을 매 30분으로 축소됨(11조(2))
  - 뉴스시사 프로그램과 다큐멘터리의 경우, 중간광고에 대한 기존의 규제(30분이 넘는 프로그램의 경우, 30분마다 한 번씩 중간광고 허용)가 폐지되었음
  - 아동용 프로그램의 중간광고 규제는 존속됨
- 또한, 새로운 광고기법으로 각광받고 있는 간접광고(product placements)를 제한된 범위 내에서 일부 허용함
  - 기본적으로 간접광고는 금지하면서도, 개별 회원국의 판단에 따라 극영화, 시청각미디어서비스용 영화나 시리즈물, 스포츠 프로그램, 연예오락 프로그램의 경우 간접광고를 허용할 수 있도록 함(3조f)
  - 그럼에도 불구하고, 아동용 프로그램, 담배, 의료품의 간접광고 금지, 미디어서비스 제공업자의 편집 자율성 보호 등의 의무사항을 추가적으로 명시

하고 있음

□ 협력규제(co-regulation)를 강조

- 유럽 콘텐츠 시장의 단일화를 지향하면서도, 개별 회원국들 간의 상이한 이해관계를 조율해야 하는 유럽연합의 특성을 감안하여 동 지침에서는 국가규제와 자율규제를 혼합한 협력규제 개념을 고안해 냄
  - 협력규제는 가능한 조건 하에서 개별 회원국의 지침이행에 대한 재량권을 인정하고, 타율적인 국가규제와 산업의 자율규제를 조화롭게 유지하는 고리의 역할을 전향적인 대안으로 인식됨





## IV. 결론 및 정책적 시사점

## 1. 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침 개정의 기본 의도는 무엇인가?

- 원산지 원칙에 바탕을 둔 시청각미디어서비스의 유럽 내 자유로운 유통을 보장하여, 유럽의 단일한 시청각미디어서비스 시장을 공고히 하고자 함
  - 시청각미디어서비스 지침은 기존의 텔레비전 방송서비스에만 적용되었던 원산지 원칙을 새로운 주문형 시청각미디어서비스에 동일하게 적용함으로써 국경을 넘나드는 주문형 서비스의 유럽 시장 내 수신의 자유를 보장하고자 하는 것임
- 콘텐츠 계층의 포괄적인 규제방안을 제시하는 동 지침에서 주문형 서비스를 포함한 것은 수신의 자유, 원산지 원칙에 근거한 콘텐츠의 자유로운 유통을 신규 시청각미디어서비스에도 적용함으로써 시장과 산업의 활성화를 위한 것이지, 기존의 방송적 규제를 넘어서 서비스에까지 확대 적용하는 것은 아님
  - 지침에서도 리니어서비스와 넘리니어 서비스에 대해서는 차별적 규제가 적용되어야 함을 언급하고 있으며, 각각에 해당하는 규제사항을 별도로 분리하여 열거하고 있음
  - 개별 회원국들이 다른 회원국들로부터 전송되는 콘텐츠에 대하여 규제를 가할 수 있는 구체적인 조건들<sup>54)</sup>을 열거하고 있지만, 이는 어디까지나 국경을 넘어 제공되는 콘텐츠가 자국의 공공의 복리나 안전을 심대하게 저해하는 경우에 한하여 개별 국가들의 재량권을 인정하는 조항들로서 새로운 신규 시청각미디어서비스에 대한 규제강화나 기존 방송규제의 확대적용으로 해

54) 시청각미디어서비스가 인종, 성별, 종교, 국적에 근거하여 증오를 유발하는 경우(3b): 시청각미디어서비스가 특히 음란물이나 폭력물로 인해 미성년자의 신체적, 정신적, 도덕적 발달을 심각하게 해치는 경우(22조(1)); 미성년자 보호, 인종, 성별, 종교, 국적에 의한 증오물 유발을 포함한 형사범죄의 예방이나 조사, 탐지, 구속을 위한 공공정책의 목적; 공공보건의 보호; 국가보안, 방위를 포함하는 공공보안; 투자자를 포함한 소비자의 보호(2조a(4))

석해서는 안 될 것임

- 시청각미디어서비스 지침의 경제적, 산업적 의도는 광고규제의 대폭적인 완화에서도 엿볼 수 있음
  - 총 광고시간의 증가, 중간광고 규제완화, 간접광고 허용 등은 콘텐츠 사업자의 안정적 재정조달을 위한 탈규제적 조치로서 유럽 방송 및 콘텐츠 산업의 활성화를 위한 정책적 전환을 의미함
  - 물론, 광고물의 내용과 관련한 다양한 규제사항들(미성년자보호, 주류, 담배, 의약품 광고물)은 이전의 지침보다 강화된 측면이 있음
  - 하지만, 광고내용 규제강화는 특히 미성년자들 대상으로 하는 콘텐츠의 해악적 측면에 대한 강도 높은 규제를 의미하는 것으로, 광고일반의 규제강화로 해석되어서는 안 될 것임

## 2. 유럽연합의 시청각미디어서비스 지침에 존속된 유럽작품의 쿼터규제는 바람직한가?

### □ 유럽작품 쿼터규제에 대한 다양한 견해들

- 동 지침의 4조, 5조, 6조에서 규정하고 있는 유럽작품에 대한 쿼터규제가 실제로 유럽연합의 방송제작 환경에 어떠한 영향을 주었는가를 조사한 연구에 따르면, 상반된 주장을 동시에 내포하고 있음
  - 1993년 전체 TV 방송시간의 52.1%에 달했었던 유럽제작물들의 비율이 2002년 57.4%로 증가하였고, 전체 TV 방송시간에서 독립제작사에 의해 제작된 프로그램이 차지하는 비율도 1993년 16.2%에서 2002년 20.2%로 증가하였음(Graham & Associates, 2005)
  - 반면, 시청점유율이 3%이상인 핵심채널(primary channel)들은 높은 제작비가 소요되는 프로그램의 제작 비중을 축소시켰음이 발견되었음(Graham

& Associates, 2005)

- 이는 쿼터규제로 인해 유럽연합 제작물의 비중이 높아지기는 하였으나, 쿼터규제를 준수하기 위해 저질의 콘텐츠가 양산될 소지가 있음을 의미함

#### □ 유럽작품 쿼터규제의 문화적 다양성 제고 논리에 대한 비판

- 유럽작품에 대한 쿼터규제는 문화적 다양성이라는 명목 하에 경쟁력이 떨어지는 유럽연합에 속한 기업들의 생존권을 국가가 나서서 보장해주는 보호주의적 성격을 지닌다고 할 수 있음
  - 쿼터규제의 존재가 유럽연합의 대미 무역적자를 해소시켜 주거나 유럽연합의 콘텐츠 제작물의 경쟁력을 향상시켜 수출증대로 이어졌음을 입증하는 연구는 거의 없음
- 문화적 다양성은 정부의 규제에 의해 이루어지기 보다는 소비자들의 다양한 관심과 이러한 관심들을 충족시켜 주고자 하는 미디어사업자들의 유인에 의해 자연스럽게 확보될 수 있음

### 3. 방송통신 융합환경하에서 국내 현실에 적합한 콘텐츠 계층의 규제방안은 무엇인가?

- 내용 중심적 콘텐츠 규제로부터 이용자의 접근과 선택을 강조하는 이용 중심적 콘텐츠 규제로의 전환
  - 디지털 융합 기술의 발달은 과거에 공급자가 일방향적으로 전달하는 완성된 콘텐츠를 수동적으로 받아들이기만 했던 수용자의 시대에서, 이용자 자신이 필요로 하는 콘텐츠를 자신이 원하는 시간과 장소에서 선택하여 사용하는 시대로 변화시키고 있음

- 전송계층에서의 접근권에 대한 규제는 콘텐츠 영역의 공익성 확보에 영향을 미칠 수 있음
  - 유럽연합의 접근지침(access directive)은 미디어서비스 전송사업자의 시장진입을 자유롭게 함으로써 콘텐츠 유통경로의 확대와 다양성 제고를 목표로 하고 있음
  
- 접근권에 대한 규제를 통해 보편적 서비스의 확대 추구
  - 보편적 서비스 개념은 최근 들어 유료방송이 증가하면서 방송서비스의 공익성 확보를 위한 기본적인 규제방안으로 논의되고 있음(이상식, 2003)
  - 유럽연합의 2002년 보편적 서비스 지침에서도 비록 강제조항은 아니지만, 공중에게 전송되는 지상파 라디오와 텔레비전 방송의 의무재전송을 위한 네트워크에는 케이블, 위성방송은 물론, 상당한 수의 최종 사용자가 사용하는 네트워크 또한 포함될 수 있음을 명시하고 있음
  - 향후 기술의 발전과 네트워크의 보급여부에 따라, 보편적 서비스의 범위는 확대될 것이며, 이는 이용자의 후생효과를 증진시켜 공익성에 기여할 것임
  
- 전송계층에서의 접근권 규제가 콘텐츠 영역에 미치는 영향력에 대한 주장은 향후 도래할 미디어 환경이 공급자 위주의 환경에서 이용자의 능력과 선택에 의존하는 방향으로 진화되어 가고 있는 방향과도 부합하다고 할 수 있으므로, 전송계층에 대한 규제와 콘텐츠 계층에 대한 규제가 융합되는 정책 융합의 필요성이 부각될 전망이다

□ 콘텐츠 계층에 대한 타율적 규제에서 자율적 규제로의 전환

- 전송계층과 콘텐츠 계층 간의 정책융합에도 불구하고, 콘텐츠 계층 고유의 규제목표는 유지되어야 함
  - 콘텐츠의 내용에 대한 규제는 한 사회가 지향하고 있는 사회문화적 가치기준과 밀접한 관련이 있기 때문에, 음란물이나 폭력물 등에 대한 규제는 정당화 됨

- 그러나 콘텐츠 규제의 목표를 추구하는데 있어서 규제수단의 변화가 필요함
- 현행 국내 방송법상에 시행되고 있는 콘텐츠의 내용규제는 아직도 전통적인 지상파방송 중심의 강력한 사회문화적 영향력에 근거하고 있음
  - 다양한 미디어서비스 전송 사업자와 콘텐츠 서비스 사업자가 경쟁하고 있는 융합의 시대에 이제 더 이상 시청자는 포박당한 수용자가 아니라는 점을 염두에 두어야 할 것임
- 국내 채널편성규제는 사업자나 이용자 측면보다는 규제자 중심의 타율적이고 권위주의적 측면에 초점을 맞추고 있음
  - 가령, 유료방송의 채널운용과 관련하여 의무적으로 제공되어야 하는 공공 채널, 종교채널, 공익채널이 무려 20여개에 이르고 있음
  - 문제는 의무제공 채널이 양적으로 너무 많다는 것이 아니라, 이러한 채널들을 지정하는 기준이 매우 자의적이고, 또한 실제적 필요성에 근거하는지의 여부 또한 불분명
  - 한편, 국내 방송 프로그램 및 영화, 애니메이션, 대중음악의 국내 프로그램 편성비율(방송법 시행령 제57조), 외주제작 방송프로그램의 편성비율(방송법 시행령 제58조) 등은 방송법 제4조에서 규정하고 있는 방송사업자의 편성의 자율권과 독립성을 침해할 수 있음
  - 또한, 국내 제작 및 외주 제작 프로그램에 대한 보호주의적 규제조치가 과연 국내 방송영상산업의 경쟁 활성화와 프로그램의 다양성 제고에 얼마만큼의 실질적 효과가 있을 것인지 의문임
- 융합환경에서 새롭게 등장하고 있는 양방향, 주문형 콘텐츠 제공방식이 개인이나 사회에 미치는 영향력에 대한 실증적, 이론적 연구들이 진행되어야 할 것임
  - 객관적인 분석과 심도 있는 이론적 토대 하에서 보다 현실적이고, 실질적인 콘텐츠 계층에 대한 정책방안이 마련되어야 함



## 참 고 문 헌

- 이상식(2003) 공익성과 보편적 서비스 개념의 비교연구. 『한국언론정보학보』, 20호, pp.111~139.
- Commission of the European Communities(1997). Directive 97136/EC of the European Parliament and of the Council of 30 June 1997: Amending Council Directive 89/552 EEC on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities.
- (2007). Amended proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council Amending Council Directive 89/552/EEC: On the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the pursuit of television broadcasting activities(“Audiovisual media services without frontiers”)
- Cuilenburg, J. & McQuail, D.(2003). Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication* 18(2), pp.181~207.
- Damjanovic, D.(2007). Sector-specific Regulation at Infrastructure Level In M. Holoubek, D. Damjanovic, & M. Trainer(Eds.), *Regulating Content: European Regulatory Framework for the Media and Related Creative Sectors*. pp.91~118. The Netherlands: Kluwer Law International.
- European Commission(May, 1984). Television Without Frontiers: Green Paper on the establishment of the common market for broadcasting, especially by satellite and cable COM(84)300.
- European Union(2002a). Directive 2002/19/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on access to, and interconnection of, electronic

- communications networks and associated facilities(Access Directive).
- European Union(2002b). Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services(Framework Directive).
- \_\_\_\_\_ (2002c). Directive 2002/22/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services(Universal Service Directive).
- Graham & Associates(2005). Impact Study of Measures Concerning the Promotion of Distribution and Production of TV Programmes Provided for Under Article 25(a) of the TV Without Frontiers Directive, Final Report Prepared for the Audiovisual, Media, and Internet Unit of DG Information Society.
- Nenova, N.B.(2007). The Reform of the EC Audiovisual Media Regulation: Television without Cultural Diversity. Working Paper No 2007/06. NCCR Trade Regulation.
- Seifert, M.(2007). Fundamentals of Community Law and Policies(Including Funding Programmes) Governing the Content Industry. In M. Holoubek, D. Damjanovic, & M. Trainer(Eds.), *Regulating Content: European Regulatory Framework for the Media and Related Creative Sectors*, pp.25~60. The Netherlands: Kluwer Law International.
- Valcke, P. & Stevens, D.(2007). Graduated regulation of regulatable content and the European Audiovisual Media Services Directive: One Small Step for the Industry and One Giant Leap for the Legislator? *Telematics & Informatics*, 24, pp.285~302.