

통합미디어법 도입을 위한 제언

- 유럽연합, 독일, 영국 사례 분석을 중심으로 -*

윤 장 열**

국립부경대학교 미디어커뮤니케이션학부 박사후연구원

국문 초록

본 연구는 디지털 전환과 플랫폼 경제의 심화 속에서 제기되는 국내 통합미디어법 제정의 필요성과 그 방향성을 고찰한다. 특히 유럽연합의 시청각미디어서비스지침(AVMSD) 개정 과정을 중심으로, 독일과 영국의 미디어 법제 변화 사례를 비교 검토하며, 한국의 신문·방송·정보·통신에 걸친 규제체계가 구조적으로 전환되어야 할 정책적 함의를 도출한다. 기존 미디어 규제는 매체별 이원적 구조에 기반해 상이한 규제 기준을 적용해왔으나, 디지털 플랫폼의 부상은 이러한 수직적 규제를 수평적 규제로 전환할 것을 강하게 요구하고 있다. 이에 따라 본 연구는 통합미디어법이 갖추어야 할 핵심 원칙으로 '공공성과 상업성의 균형', '기술 독점에 대한 규제', '플랫폼 공공성의 확보', '공영미디어의 재정립'을 제안한다. 또한, 플랫폼 규제 강화와 디지털 권리 보장을 위한 법제화 방안, 공공 디지털 플랫폼 구축, 통합 규제 기구 설립의 필요성을 제시함으로써, 미디어 법·제도의 전면적 재구성을 위한 규범적·정책적 방향을 제시한다. 본 연구는 지난 15년간 논의에만 머물러온 통합미디어법 제정 논의를 비판적으로 검토하며, 향후 국내 미디어 정책의 체계적 설계를 위한 이론적

* 이 논문은 2025년 한국언론학회 봄철 정기학술대회의 '회복: 갈등의 시대, 언론(학)의 역할' 통합미디어법 기획세션 발표문을 수정, 보완한 것입니다. 발표 당시 유익한 토론을 해주신, 김도연, 김선미, 이상원, 한혜경, 홍평기 선생님, 그리고 최종 원고 완성 과정에서 많은 도움을 주신 익명의 논문 심사자 세 분께 진심으로 감사드립니다.

** fuberlinaryun@gmail.com

토대와 비교법적 시사점을 제공하는 데 목적이 있다.

주제어: 통합미디어법, 디지털 전환, 유럽연합, 독일, 영국, 플랫폼 공공성

목 차

- I. 들어가며
- II. 미디어 생태계의 변화와 법적 도전
 - 1. 디지털 전환과 미디어의 생산, 소비 구조의 변화
 - 2. 디지털, 플랫폼, 알고리즘 및 AI의 부상
 - 3. 국내 미디어 법체계의 변화와 논의 과정
- III. 유럽연합, 독일, 영국의 미디어 법제 개편 사례 분석
 - 1. 유럽연합
 - 2. 독일
 - 3. 영국
 - 4. 변화하는 유럽의 미디어 규제 모델
- IV. 비교 분석: 사례 검토가 주는 시사점
 - 1. 규제 철학과 정책 목표 설정
 - 2. 통합미디어법 제정 추진을 위한 제언
- V. 마치며: 국내 통합미디어법을 위한 제언
 - 1. 통합미디어법 설계를 위한 핵심 요소
 - 2. 결론 및 제언

I. 들어가며

급변하는 디지털 기술은 미디어 환경에 획기적인 변화를 초래하며, 기존의 방송·통신·인터넷 기반의 서비스 경계를 허물고 있다. 특히 글로벌 플랫폼 기업들의 시장 지배력이 강화됨에 따라 국내 미디어 산업의 구조적 불균형과 공공성 훼손, 그리고 공정경쟁 저해 등의 문제가 심화되고 있다. 이러한 변화는 기존 미디어 법제의 한계를 드러내며, 매체별로 분절된 법체계의 정합성과 실효성에 대한 근본적인 재검토를 요구하고 있다.

국내의 방송법, IPTV법, 전기통신사업법 등은 각각의 매체 특성에 기반해 제정되었으나, 현재의 디지털 융합 환경에서는 이러한 매체 중심의 규제가 기술 및 시장 현실을 충분히 반영하지 못하고 있다. 이에 따라

정부와 국회, 학계 등에서는 이른바 ‘통합미디어법’ 제정의 필요성이 제기되고 있으며, 수평적 규제체계의 구축, 디지털 공공성의 확보, 기술 독점에 대한 대응 등을 중심으로 다양한 논의가 전개되고 있다.

그러나 국내 논의는 여전히 개별 법령의 수정·보완 수준에 머무르거나, 정책적 수사에 치우친 감이 있으며, 실질적인 법제 통합의 방향성과 기준에 대한 체계적인 검토가 부족한 실정이다. 이런 점에서 유럽연합을 비롯한 해외 주요국들은 디지털 환경 변화에 대응하기 위해 기존 미디어 규제체계를 전면 개편하거나 새로운 통합 규범을 도입하고 있으며, 이러한 제도적 대응은 국내 논의에 있어 시사하는 바가 있다.

본 연구는 국내 통합미디어법 논의의 실질적 진전을 도모하기 위해, 유럽연합의 사례를 검토하고, 독일과 영국의 입법 사례를 종합적으로 분석함으로써 국내 통합미디어법의 규범적 방향성과 제도적 구성 방안을 제안하고자 한다. 특히 유럽연합이 제시한 시청각미디어서비스지침(AVMSD)과 유럽미디어자유법(EMFA)이 개별 국가인 독일과 영국에서 각각 미디어국가협약(MStV)과 미디어법 2024로 확장, 전환된 사례를 중심으로, 디지털 시대에 공공성을 확보하고 플랫폼을 규제하며 수평적 규제체계를 정립하기 위해 이들이 어떤 법제적 접근을 취하고 있는지를 면밀히 분석한다.

이러한 비교법적 고찰은 단순한 제도 이식이 아니라, 국내 현실에 적합한 법제 설계의 원칙과 우선순위를 모색하는 데 있는 한편, 이론적·실천적 기반을 제공할 수 있다. 또한, 본 연구는 공공 디지털 플랫폼의 필요성과 역할, 행정 구조 개편의 방향, 법 제도와 기술적 실천의 연계 등 구조적 전환의 조건을 통합적으로 검토함으로써, 미디어 정책의 향후 과제를 구체화하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 총 5장으로 구성되는데, 제2장에서는 국내 미디어 법제의 현황과 한계를 살펴보고, 통합미디어법 제정의 필요성과 쟁점을 정리한다. 제3장에서는 유럽연합, 독일, 영국의 미디어 법제 개편 사례를 중심으로 통합 규제체계의 구조와 특징을 분석한다. 제4장에서는 국내 통합미디어법의 설계 원칙과 핵심 요소를 제

안하고, 정책적 실현 가능성을 진단한다. 마지막 제5장에서는 본 연구의 주요 내용을 종합하며, 향후 과제와 정책적 함의를 제시한다.

II. 미디어 생태계의 변화와 법적 도전

1. 디지털 전환과 미디어의 생산, 소비 구조의 변화

디지털 전환은 미디어 생태계의 근본적인 변화를 일으켰다. 인터넷과 모바일 기술의 발달, 그리고 소셜미디어 플랫폼의 확산으로 미디어의 생산, 유통, 소비 방식을 전면적으로 재편되었다. 과거에는 신문과 방송처럼 일정한 시간과 공간에 기반을 둔 매체 소비가 일반적이었지만, 디지털 환경에서는 사용자가 언제 어디서나 원하는 콘텐츠를 선택적으로 소비하는 비선형적 소비 구조가 지배적이다. 또 알고리즘이 추천하는 콘텐츠를 개인 맞춤형으로 소비하는 방식이 보편화되면서, 미디어 경험은 점점 더 개인화되고 분산된 형태로 변화했다. 이러한 변화는 단순히 기술적 혁신에 그치지 않고, 미디어 산업의 경제적 구조에도 큰 변화를 일으켰다. 디지털 플랫폼 기업들은 단순히 광고 수익에 의존하지 않고, 사용자 데이터를 수집하고 분석하여 새로운 수익 모델을 창출한다. 따라서 데이터는 이제 자본의 새로운 형태가 되었으며, 이를 기반으로 한 플랫폼 중심의 경제 체제는 시장 집중과 독점을 심화시키고 있다. 이를테면, 구글, 메타, 아마존과 같은 소수의 글로벌 빅테크 기업이 데이터와 인프라를 독점하면서, 글로벌 미디어 시장에서 더욱 강력한 미디어 권력을 강화하고 있다. 이런 맥락에서 빅테크 기업의 금융화(Klinge et al. 2022)를 우려하거나, AI 제국이라는 비판(Tacheva et al. 2023)이 불거지고 있다.

디지털 전환이 가져온 또 다른 중요한 문제는 기존의 법적 규제체계가 급변하는 현실을 따라가지 못하고 있다는 점이다(이영주, 2024; 이종

관, 2023). 신문, 방송, 통신 등으로 구분된 전통적인 매체 규제 방식은 디지털 융합 환경에서는 유효성을 상실했다. 다시 말해, 매체 간의 경계가 허물어지면서 규제의 공백과 중복이 발생하고, 이는 소위 ‘공정경쟁’ 질서와 ‘공공성 약화’의 결과로 이어지고 있다(Dobusch, 2023). 특히 유튜브나 넷플릭스 같은 상업적인 글로벌 플랫폼은 국가 단위의 규제를 손쉽게 우회하면서 기존의 법체계를 무력화하고 있다. 이들은 콘텐츠 유통, 세금 징수, 사용자 권리 보호와 같은 영역에서도 전통적인 미디어 기업과는 전혀 다른 방식으로 작동하면서, 이에 대한 대응 방안이 요구되는 상황이다.

더 나아가 디지털 플랫폼 중심의 미디어 생태계는 미디어의 공공성을 심각하게 위협하고 있다. 전통적인 공영방송이나 언론은 일정한 사회적 책무를 수행해 왔지만, 디지털 플랫폼은 이윤 극대화를 최우선 목표로 삼기 때문에 사실성, 다양성, 접근성 같은 공공적 가치들은 점차 주변화되고 있다. 이에 따라 사회 전체의 정보 질서가 상업적 논리에 종속되면서 민주적인 공론장의 기반이 약화되는 문제가 제기되고 있다(김서중, 2023).

그뿐만 아니라, 경제적 측면에서는 데이터와 정보가 중요한 생산 요소로 부상하면서 자본의 축적 방식이 변화하고 있다. 사용자의 온라인 활동 데이터는 디지털 플랫폼 기업의 핵심 자산이 되었고, 이는 새로운 형태의 가치 생산과 이윤 창출을 가능하게 했다. 하지만, 이 과정은 심각한 불평등과 노동 착취 문제를 동반한다. 예를 들어, 유튜버나 인플루언서 같은 콘텐츠 생산자들은 플랫폼의 알고리즘과 수익 분배 체계에 종속된 채 ‘디지털 노동’을 수행해야 하며, 이들의 노동은 불안정하고 보호받지 못하는 형태로 이루어진다(Caraway, 2024). 이처럼 디지털 경제 속에서 나타나는 ‘프레카리아트(precariat)’ 현상은 노동의 가치와 권리에 대한 기존의 법적, 제도적 틀을 재성찰하게 한다(Standing, 2011).

이런 상황에서 급변하는 디지털 미디어 생태계를 정치경제학적인 관점¹⁾에서 보면, 디지털 전환은 단순히 기술의 진보가 아니라 자본주의

체제의 심화된 독점화라고 할 수 있다. 플랫폼 기업들은 법적 규제의 부재와 기술적 우위를 바탕으로 초과 이윤을 획득하며, 경제적 권력뿐만 아니라 문화적 영향력까지 확대하고 있다. 이들은 글로벌 차원에서 미디어 생태계를 지배하고 있으며, 국가 단위의 규제나 기존의 통제가 갈수록 어려워지고 있다. 따라서 오늘날 미디어 생태계 변화를 다룰 때는 단순한 기술 규제나 시장 조정 차원을 넘어서야 한다. 즉, 디지털 자본 권력에 대한 민주적 통제 방안을 마련하고, 데이터와 플랫폼 인프라를 공적 자산으로 재구성하는 논의가 필요하다(Dobusch, 2023; 윤장열, 2024b). 또한, 디지털 노동자들의 권리를 보호하고, 정보 접근성과 다양성을 보장하기 위한 새로운 법적·제도적 틀을 구축하는 논의가 필요하다(Caraway, 2024). 이는 단순한 산업 정책이 아니라, 디지털 시대의 민주주의를 재구성하는 데 필수적인 과제가 된다.

2. 디지털, 플랫폼, 알고리즘 및 AI의 부상

디지털 기술의 발전과 함께 플랫폼, 알고리즘, 인공지능(AI)이 미디어 생태계의 중심에 서게 되면서, 시장의 구조와 작동 방식은 기존과는 근본적으로 다른 양상을 보인다. 디지털 플랫폼은 단순한 콘텐츠 유통 경로를 넘어, 정보 접근의 경로를 독점하고, 이용자 행동을 세밀하게 조정하는 한편, 광고주와 콘텐츠 생산자를 연결하는 복합적 시장을 구축했다. 이 과정에서 알고리즘은 정보의 선별, 노출, 소비를 자동화하면서 인간의 선택 과정을 대체하거나 심층적으로 개입하게 된다. 한편, AI는 콘텐츠 제작과 분배의 여러 단계에 걸쳐 더욱더 적극적으로 작동, 개입하고 있다. 이러한 기술들은 미디어 소비의 패턴뿐만 아니라, 가치 창출과 시장 지배구조를 전면적으로 재편하고 있다.

1) 비판적 정치경제학은 경제학 분야의 주요 대안 중 하나로, 자본주의적 사회관계와 인간 삶의 모든 측면을 시장 교환의 순간으로 축소하려는 우연적 노력에 대한 비판을 제공한다(Caraway, 2024).

이런 맥락에서 플랫폼 중심의 생태계는 미디어 시장을 단일한 시장이 아니라, 다층적이고 복합적인 ‘연결 시장’으로 변화시켰다. 콘텐츠 제작자, 광고주, 소비자, 그리고 데이터 분석 업체 등이 하나의 플랫폼 생태계 안에서 상호작용하는 복합적인 가치 사슬을 이루고 있으며, 플랫폼은 이들 간의 거재를 중개하고 수수료를 통해 이윤을 창출한다(Neuberger, 2021). 이로 인해 시장을 획정하는 기준 또한 기존의 ‘산업별’ 또는 ‘서비스별’ 구분 방식으로는 더 이상 설명할 수 없게 되었다. 전통적인 신문, 방송, 영화 산업은 독립적인 시장이 아니라, 플랫폼 안에서 상호작용하고 융합하는 경향을 보이고, 사용자의 시간(time)과 주의(attention)를 둘러싼 경쟁이 중요하게 되었다(Crawford, 2015).

따라서 급변하는 디지털 미디어 환경에서는 시장을 규정하는 기준 자체를 새롭게 정립할 필요가 있다. 단순한 산업 분류를 넘어, 데이터의 수집과 이용, 알고리즘의 생산과 운영, 플랫폼의 중개 기능 등 새로운 시장 권력의 원천을 중심으로 시장을 재정의해야 한다. 또한, 시장의 지배력 판단 역시 전통적인 가격 경쟁이나 점유율만을 기준으로 삼을 수 없으며, 플랫폼이 보유한 데이터의 양, 네트워크 효과, 알고리즘의 투명성, 또는 사용자 전환 비용(switching costs) 등을 종합적으로 고려하는 방향으로 전환해야 한다.

이러한 맥락에서 새로운 법체계를 마련하는 작업은 단편적 규제 접근이 아니라, 디지털 시장 전체의 구조적 특성과 권력관계를 반영하는 종합적인 방향으로 나아가야 한다(이영주, 2024; 이종관, 2023). 예를 들면, 첫째, 플랫폼의 시장 지배력을 견제하고 공정경쟁을 촉진하기 위한 규제 프레임워크를 구축해야 한다. 이는 단순한 반독점 규제를 넘어, 데이터 접근권 개방, 상호운용성 강화, 알고리즘 투명성 확보 등을 포함하는 보다 적극적인 구조개혁형 규제가 필요하다. 둘째, 디지털 공공성을 회복하기 위한 원칙을 세워야 한다. 정보의 다양성, 접근성, 신뢰성을 보장하고, 플랫폼의 사회적 책임을 명문화하는 제도적 장치가 필수적이다. 셋째, 이용자 권리를 강화하는 방향으로 법체계를 재구성해야 한다. 데

이터 주권, 알고리즘 설명권, 개인화 서비스에 대한 선택권 등 사용자가 플랫폼과 데이터 이용 과정에서 실질적 통제권을 가질 수 있도록 법적 권리를 보장해야 한다.

결국, 디지털 시대의 법체계는 과거의 방송법, IPTV법, 또는 전기통신사업법 등을 단순히 연장하거나 수정하는 방식으로는 대응할 수 없다. 디지털 미디어 생태계가 기술, 경제, 사회 구조의 심층적 변화에 의해 재편되고 있는 만큼, 새로운 원칙에 기반해서 전체적인 법·제도 구조를 다시 설계하는 근본적인 접근이 필요하다. 이때 핵심은 시장 기능과 공공성의 균형을 어떻게 설정할 것인가이며, 민주적 가치와 사회적 통합을 지향하는 미디어 질서를 복원하고 확장하기 위한 국가의 적극적인 시장 개입이 필요하다(윤장열, 2024a). 디지털, 플랫폼, 알고리즘, 그리고 AI가 주도하는 지금의 디지털 미디어 시장에서는 법이 단순한 사후 규제 수단만 아니라, 새로운 사회적 원칙으로 기능해야 할 것이다.

3. 국내 미디어 법체계의 변화와 논의 과정

이런 맥락에서 국내 미디어 법체제를 살펴보면, 1980년대는 한국 언론 제도의 법적 기반이 형성된 시기였다. 1987년 민주화 운동의 흐름 속에서 ‘방송법’이 제정되었으며, 이후 여러 차례의 개정을 거치며 방송의 공정성·다양성·독립성을 보장하기 위한 장치들이 점진적으로 도입되었다. 1983년 제정된 ‘전기통신사업법’은 통신사업의 허가·등록 체계를 마련하고, 통신 질서 유지와 국가 안보 차원의 규제를 정당화하였다. 같은 해 제정된 ‘정기간행물의 등록에 관한 법률’은 언론의 자유와 편집권 독립을 명문화하고, 신문사 간 불공정 거래를 금지하며 언론산업의 발전을 도모하고자 했다.

2000년대에 들어서면서 디지털 미디어 환경 변화에 대응한 법제 정비가 본격화했다. 2000년 제정된 ‘정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률’은 온라인상의 불법 정보 유통과 개인정보 보호 문제를 다루

는 핵심 법률로 기능했고, 2008년 ‘인터넷멀티미디어방송사업법’은 방송·통신 융합 시대에 대응하는 새로운 방송 플랫폼의 법적 근거를 마련하였다. 이어 2009년에는 글로벌 OTT와 소셜미디어 확산에 대응하여 ‘디지털미디어콘텐츠산업 진흥법’이 제정되었다. 이처럼 2010년대까지 국내 미디어 관련 법제는 개별 매체와 산업 구조에 따라 분산적으로 구축되었으며, 그 결과 새로운 디지털 미디어 환경에 대한 포괄적·통합적 대응에는 점차 한계를 드러내기 시작했다. <표 1> 참조.

<표 1> 국내 방송, 전기통신 및 디지털 관련 주요 법령 정리

| 연도 | 최근 개정 | 법률명 | 주요 내용 |
|------|-----------|---|--|
| 1963 | 2023 | 방송법 | 방송사업 허가, 신고 및 프로그램 편성 기준, 공정성 의무, 외국인 투자 제한 |
| 1980 | 1987 (폐지) | 언론기본법 | 언론 통제를 목적으로 제정, 1987년 폐지, 이후 ‘방송법’과 ‘정기간행물의등록에관한법률’ 제정 |
| 1983 | 2025 | 전기통신사업법 | 부가통신사업자 규제 강화, 불법촬영 등 유통 방지 조치 강화 및 플랫폼 사업자 규제체계 개편 |
| 1987 | 2023 | 신문법 (신문등의 진흥에 관한 법률) | 1987년 ‘정기간행물의등록에관한법률’ 제정, 2005년 디지털 환경에 적합한 법률로 대체 |
| 2000 | 2023 | 정보통신망법 (정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률) | 온라인 서비스 책임, 불법 정보 차단, 개인정보 보호, 가짜뉴스 대응 |
| 2005 | 2022 | 언론중재법 (언론 중재 및 피해 구제 등에 관한 법률) | 명예훼손 피해구제, 정정 보도 청구 절차 간소화 |
| 2007 | 2022 | 온라인콘텐츠산업 발전법 | 웹툰, 웹소설 등 디지털 콘텐츠 산업 지원, 불법 유통 방지 |
| 2008 | 2020 | IPTV법 (인터넷멀티미디어 방송사업법) | IPTV 사업자 허가, 등록, 콘텐츠 공급의무, 네트워크 중립성 준수 |
| 2009 | 2023 | 디지털미디어콘텐츠 산업진흥법 | OTT, 소셜미디어 산업 육성, 해외 진출 지원 |

| | | | |
|------|------|--------------|--|
| 2011 | 2021 | 지역신문발전지원 특별법 | 지역신문 경쟁력 강화, 재정지원 및 독립성 보장 |
| 2020 | 2020 | 디지털 3법 | 개인정보보호법, 정보통신망법, 신용정보법 개정, 가명정보 개념 도입, 데이터 활성화 |

출처: 필자 구성

한편, 2010년대 후반부터는 이러한 분산적 법체계를 통합하려는 논의가 본격화했다. 이종관(2023)의 분석에 따르면, 통합미디어법 논의는 세 시기로 구분된다. 제1기는 2009년부터 2015년까지로, IPTV법과 방송법을 통합하려는 시도가 있었으나 입법으로 이어지지 못했다. 제2기는 2017년부터 2019년까지로 국회 중심의 논의가 이루어졌으며, 공영방송의 독립성과 OTT 규제 등도 포함한 개정안이 논의되었지만 역시 폐기되었다. 제3기는 2020년부터 현재까지로, 방송통신위원회(이하 방통위)와 과학기술정보통신부(이하 과기정통부)가 ‘시청각미디어서비스법’과 ‘디지털미디어서비스법’이라는 이름의 개정안을 각각 추진하고 있다. <표 2> 참조.

<표 2> 통합미디어법 논의 흐름과 주요 내용

| 시기 | 주요 주체 | 정책 방향 및 내용 | 특징 및 한계 |
|-----------|-----------|--------------------------------------|-----------------------|
| 2009~2010 | 방통위 | IPTV법 대비 통합 필요성 제기 연구반 구성 | 초기 논의, 산업 중심 시각 우세 |
| 2011 | 방통위 연구반 | 방송 역무 중심 재정의 시도 ‘미디어법’ 용어 도입 | 통합 범위 불명확, 방송중심 잔존 |
| 2012~2013 | 방통위 | 방송가치 재정립 논의 ‘방송발전 기본계획’ 수립 | 규범적 원칙 설정 시도, 실행계획 미흡 |
| 2015 | 국회 | 통합법안 발의 (수평적 접근) | 실질 논의 없이 폐기 |
| 2017~2019 | 국회, 전문가 | 외부 전문가 협력 통한 재논의 OTT/1인 미디어 중심 이슈 부각 | 기술변화 반영 노력, 통합논의 약화 |
| 2020 | 방통위/과기정통부 | 부처 주도 재논의 시작 정책 권한 갈등 | 정책 혼신, 규제 재정립 시도 |

| | | | |
|------|---------|-----------------------|---------------------------------------|
| 2022 | 방통위 | 법제정비 중장기 로드맵 초안 마련 | 정책 철학 모호, 구체 이행 계획 부족 |
| 2023 | 과기정통부 | 디지털 서비스 안전법 연구반 | 중복성 해소하는 규제체계 구축 방향 논의 |
| 2025 | 방통위 | 미디어특위 구성 통합미디어법 초안 예고 | 실질 입법 시도 가시화, 이해관계자 조정 필요 |
| 2025 | 국회, 전문가 | 더불어민주당 방송콘텐츠특별위원회 구성 | 공영방송 지배구조 개선, 미디어 정부 조직 개편, 통합미디어법 개정 |

출처: 필자 재구성(이종관, 2023 참조)

국내 통합미디어법을 둘러싼 논의에서, 과기정통부와 방통위는 법률의 적용 대상과 접근 방식에서 상이한 견해를 보이고 있다(이부하 외 2023; 최지연, 2024). 이를테면, 과기정통부는 ‘디지털미디어서비스’라는 개념을 중심으로 통합법 제정을 검토하고 있다. 이는 디지털 기술을 기반으로 OTT 등 다양한 동영상 콘텐츠를 제공하는 서비스를 포괄하며, 기술 중립적 관점과 융합적·진화적 시각에서의 접근을 강조한다. 디지털 기술의 발전과 매체 융합을 고려하여 전통적인 방송과 OTT를 동일 선상에서 다루고자 하는 시도이다. 반면, 방통위는 ‘시청각미디어서비스’라는 개념을 중심으로 법제화를 추진하고 있다. 이 개념은 네트워크 또는 기술과 관계없이 동영상 콘텐츠를 제공하는 모든 서비스를 포함하며, 미디어 형식과 기술 중립적인 접근 외에도 실질적 특성에 초점을 맞춘다. 방통위는 기존 방송과 OTT, 그리고 신규 기반 미디어 서비스까지 모두 포함하는 방식으로 접근하고자 한다(이영주, 2024). 이와 같은 정부 부처의 입장 차이는 입법 관할권 및 정책 우선순위에서도 드러난다. 과기정통부는 산업 진흥과 기술 혁신 측면에서 접근하는 반면, 방통위는 방송의 공공성과 이용자 보호를 강조하는 입장에서 법체계를 구상하고 있다. <표 3> 참조.

〈표 3〉 정부 부처 간의 통합미디어법 제정 이슈

| 디지털미디어서비스 | 구분 | 시청각미디어서비스 |
|---|----|------------------------------------|
| 디지털 기술을 근간으로 전통 방송과 OTT 등 동영상 콘텐츠를 제공하는 서비스 | 개념 | 네트워크 또는 기술에 관계없이 동영상 콘텐츠를 제공하는 서비스 |
| 기술중립적 관점과 융합적·진화적 관점에서 접근 | 관점 | 미디어 형식적·기술중립적 관점에서 접근하며 현상적 특성을 내포 |
| 지상파방송·유료방송 등 전통 방송과 OTT | 범위 | 전통 방송과 OTT, 신기술 기반 미디어 서비스 |
| 과학기술정보통신부 검토 | 의견 | 방송통신위원회 검토 |
| 시사점: 방송·OTT라는 범위는 사실상 동의하나 인공지능(AI)·빅데이터 등을 활용한 콘텐츠의 플랫폼화, 플랫폼의 콘텐츠화 현상과 전송계층에 대한 접근은 다소 상이 | | |

출처: 법무법인 세종(전자신문 재인용 <https://www.etnews.com/20221104000112>)

2020년대 중반에 접어들며 글로벌 플랫폼의 지배력 강화와 인공지능 기술 확산 등 새로운 환경에 대응하기 위한 입법과 정책이 가시화되고 있다. 대표적으로 2023년부터 2025년까지 정보통신망법, 전기통신사업법, 디지털미디어콘텐츠산업 진흥법 등의 연쇄적인 개정을 통해 온라인 플랫폼에 대한 책임 규정이 강화되고 있으며, 불법 촬영물 유통 방지, 허위정보 대응, 디지털 광고 규제 등도 주요 이슈로 부상하고 있다. 한편, 2023년에는 방통위가 발표한 ‘디지털·미디어 동행사회’ 정책 비전을 통해, 디지털·미디어 혁신 성장전략 추구, 미디어의 책임성 제고, 디지털 이용자 보호 강화 및 규범 확대 계획을 제시했다. 이는 2025년 방통위 신년 업무계획에서 재확인되는데, AI 이용자보호법, 온라인서비스 이용자보호법 제정 등 포괄적인 입법 계획이 제시되었다. 특히 플랫폼의 사회적 책임 강화를 위한 이용자 보호 중심의 규제 설계가 핵심 과제로 등장하였다(방송통신위원회, 2023, 2025).

한편, 조기 대선이 가시화된 지난 4월 말, 더불어민주당은 ‘미디어특별위원회’를 출범시키고 통합미디어법 제정을 본격화하겠다는 뜻을 밝혔다(방송·콘텐츠특별위원회, 2025). 플랫폼과 미디어, 통신을 아우르는 단

일 법체계 구축, 공영방송 지배구조 개선, 관련 정부 조직 개편까지 포함한 전면적인 개편이 예고되고 있다. 이와 더불어, 최근에는 일명 ‘해외 플랫폼 책임 강화 패키지법 1호’가 발의되며, 해외플랫폼에 불법 정보 삭제 명령과 과태료 부과를 강제하고자 한다(조인철 의원 대표발표 발의 개정법률안, 2025).

이처럼 한국의 미디어 법제는 1980년대의 제도화 과정을 거쳐, 2000년대의 디지털 전환에 대응하는 조정기를 지나, 2020년대에는 플랫폼 기반 사회에 부합하는 통합적인 법 제도로의 재편을 모색하고 있다. 이러한 변화는 기술 발전뿐만 아니라 정보의 공공성, 이용자 권리, 산업 구조의 개편 등 다양한 이슈와 맞물려 있어 향후 정책 설계에 있어 균형 있는 변화가 요구된다. 특히, 인공지능(AI)과 빅데이터 기반의 콘텐츠 플랫폼 확산이라는 새로운 환경 아래에서는 전통적 매체 구분이 점점 무의미해지고 있어, 정부 부처 간의 시각 차이를 좁히고 통합적인 법적 틀을 마련할 필요성이 더욱 강조되고 있다. 이런 점에서 다음 장에서는 해외의 미디어 법제 개편 사례를 살펴보고자 한다.

Ⅲ. 유럽연합, 독일, 영국의 미디어 법제 개편 사례 분석

1. 유럽연합

가. 시청각미디어서비스지침의 제정과 주요 내용

유럽연합의 방송 및 미디어 규제 정책은 1989년 ‘국경 없는 텔레비전 지침(Television Without Frontiers Directive, TVWF)’ 제정을 기점으로 본격화했다. 이 지침은 역내 텔레비전 방송의 자유로운 전송과 유통을 촉진하기 위해 경제적·법적 장벽을 제거하고, 회원국 간의 조화를 이루

려는 목적에서 도입되었다. TVWF는 소수자 보호, 프로그램 쿼터, 방송 광고 등에 대한 공통 가이드라인을 제시하되, 각국이 이를 바탕으로 보다 강력한 규제를 자율적으로 마련할 수 있도록 허용하는 방식이었다(이지현, 2022).

그러나 2000년 이후 디지털 기술의 급속한 발전과 함께 방송 환경이 다변화되면서 기존 텔레비전 중심의 규율 방식에는 한계가 드러났다. 특히 인터넷 기반 서비스와 융합형 미디어 서비스가 확산하자, 이에 부응하는 새로운 규제체계의 필요성이 제기되었다. 이에 따라 유럽연합은 기존 지침을 개정해 2007년 ‘시청각 미디어 서비스 지침(Audiovisual Media Services Directive, AVMSD)’을 도입하였다. AVMSD는 기존 TVWF의 원칙을 계승하면서도, 규제 대상을 주문형 콘텐츠와 같은 새로운 유형의 시청각 서비스로 확장하였다. 또한, 동일 서비스에 동일한 규제를 적용하는 ‘수평적 규제체계’를 도입하고, 콘텐츠의 영향력 및 이용자의 통제 가능성에 따라 차등적 규제를 적용하는 방향으로 변화하였다(Broughton Micova, 2020).

이후 넷플릭스, 유튜브 등 디지털 기반 동영상 서비스의 급속한 확산은 전통적인 방송사업자의 입지를 더욱 약화시켰고, 기존 AVMSD 체계가 이러한 새로운 플랫폼을 충분히 포괄하지 못한다는 비판이 이어졌다(European Commission, 2019). 이러한 문제의식을 바탕으로 EU는 2015년 ‘디지털 단일시장 전략(A Digital Single Market Strategy for Europe)’을 발표하여, 디지털 환경에 맞는 규제 틀 재정비와 콘텐츠 유통 생태계 개선을 위한 정책적 방향을 제시하였다. 이 전략의 일환으로 2016년 AVMSD 개정안이 발표되었고, 2018년 공식적으로 개정 지침(Directives 2018/1808/EU)이 발효되었다. 개정 지침은 기존 시청각 미디어 서비스의 개념을 더욱 확장하여, 주문형 서비스(VOD)뿐만 아니라 유튜브와 같은 ‘동영상 공유 플랫폼 서비스(Video Sharing Platforms)’까지 규제 대상으로 포함하였다(European Commission, 2020). 이는 특히 미성년자 보호, 증오 표현 규제, 언론 자유 보장 등의 새로운 사회적 이슈에 대응하

기 위한 조치이기도 하다.

마지막으로 개정된 AVMSD는 2020년 9월까지 모든 EU 회원국이 자국의 국내법에 반영하도록 규정하였으며, 유럽 미디어 규제의 통합성과 유연성을 동시에 확보하려는 노력이 지속되고 있음을 보여준다. 이와 같은 EU의 규제 정책은 기술 변화에 대응하면서도 공공성과 산업 발전을 조화시키려는 장기적 전략의 일환으로 평가된다(Broughton Micova, 2020). <표 4> 참조.

<표 4> 유럽연합의 방송·미디어와 디지털 관련 주요 법령 정리

| 연도 | 법령명(약칭) | 공식명칭 | 주요 내용 |
|------|-----------------------|---|--|
| 1989 | TVWF | 국경없는 텔레비전 지침 (Television Without Frontiers) | 유럽 차원에서 처음 도입된 방송 규제 |
| 2000 | ECD | 전자상거래 지침 제정 (Electronic Commerce Directives) | 정보사회서비스에 관한 규제 |
| 2007 | AVMSD | 시청각미디어서비스 지침 제정 (Audiovisual Media Services Directives 2007/65/EC) | 최초 제정, TVWF와 ECD 규제 대상을 확대 |
| 2010 | AVMSD 개정 | 시청각미디어서비스지침 (Directive 2010/13/EU) | 전통 방송과 주문형 서비스 규제 통합, 아동 보호, 광고 시간제한, 혐오 표현 금지 |
| 2015 | DMA 전략 | 디지털 단일시장 전략 발표 | 역내 디지털 경제활동 제약요인 제거 |
| 2016 | GDPR | 일반개인정보보호법 (Regulation 2016/679/EU) | 정보 주체 권리 강화, 데이터 이동권, 처리 투명성, 기업 책임 명확화 (2018년 시행) |
| 2018 | AVMSD 개정 | 시청각미디어서비스지침 (Directive 2018/1808/EU) | 유튜브·넷플릭스 등 플랫폼 포함, 혐오콘텐츠 규제 강화, 유럽 콘텐츠 비율 확대 |
| 2019 | 저작권지침 (DSM Directive) | 디지털단일시장저작권지침 (Directive 2019/790) | 플랫폼 저작권 책임 확대, 언론사 링크 사용료 권리, TDM 예외 도입 |

| | | | |
|------|--------------|---|--|
| 2019 | 유럽 접근성법 | European Accessibility Act (Directive 2019/882) | 전자책, ATM, 전자상거래, 스마트폰 등 디지털 제품·서비스 접근성 기준 도입 |
| 2022 | DSA | 디지털서비스법 (Regulation 2022/2065) | 불법 콘텐츠 대응, 알고리즘 투명성, 광고 표기, 초대형 플랫폼 규제 강화 |
| 2022 | DMA | 디지털시장법 (Regulation 2022/1925) | 구글·애플 등 ‘게이트키퍼’ 플랫폼 규제, 자사 우대 금지, 앱 사전 설치 제한 |
| 2024 | SLAPPs 대응 지침 | Directive 2024/1069 | 전략적 봉쇄소송(SLAPPs) 방지, 조기 기각 절차, 비용 부담 전가, 언론인 보호 |
| 2024 | EMFA | 유럽미디어자유법 (European Media Freedom Act) | 공영방송 독립성, 언론 자유 보장, 정부 간섭 금지, SLAPPs 간접적인 대응 조항 포함 |
| 2024 | AI Act | 인공지능법 (Artificial Intelligence Act) | 고위험 AI 분류 및 규제, 생체인식 기술 제한, 투명성·설명 가능성 요건 |

출처: 필자 구성

〈표 4〉와 같이 유럽연합은 2007년 시청각미디어서비스지침(AVMSD)의 제정을 계기로 디지털 플랫폼의 급속한 성장과 미디어 소비환경의 변화에 대응하기 위해 미디어 및 디지털 관련 법령을 본격적으로 정비해 나갔다. 이후 온라인 플랫폼의 불법 콘텐츠 유통과 알고리즘 투명성 문제를 다룬 디지털서비스법(DSA), 대형 플랫폼의 시장 지배력 남용을 규제하는 디지털시장법(DMA)을 제정하며 플랫폼 중심의 정보환경에 대한 통제력을 강화하였다(Harmeling, 2023). 그리고 2024년에는 언론 자유와 공영방송의 독립성을 보호하기 위한 유럽미디어자유법(EMFA)과, 고위험 인공지능 시스템에 대한 규제를 중심으로 한 인공지능법(AI Act)을 도입함으로써, 미디어와 정보 생태계 전반에 걸친 디지털 거버넌스를 본격적으로 구축해 나가고 있다.

나. 유럽미디어자유법의 제정과 주요 내용

유럽미디어자유법(European Media Freedom Act, EMFA)은 민주주의의 핵심 기반으로 기능하는 미디어가 정치권력의 개입, 플랫폼 기업의 시장 지배, 외부 세력의 정보 조작 등 복합적 위협에 직면하고 있다는 문제의식에서 출발하였다(Public Media Alliance, 2025; 박찬경, 2024). 이에 EMFA는 미디어의 편집 독립성과 경제적 지속가능성을 제도적으로 보장하고, 정보의 다양성과 신뢰성을 확보하기 위한 규제 프레임워크를 제시한다.

EMFA의 전문은 미디어가 여론 형성에 기여하는 ‘공공 감시권’으로서의 기능을 강조하며, 이를 침해하는 요소로 플랫폼 독점, 정보 유통의 단절, 허위정보 확산 등을 지목한다. 보호 대상은 전통적 뉴스뿐 아니라 책임 있는 편집이 수반되는 교육, 오락, 다큐멘터리, 토크쇼 등 다양한 콘텐츠로 확장되며, 기자뿐 아니라 기술직, 취재원 등 관련 종사자 전반을 포함한다(전문 2조). 이는 국내 통합미디어법 논의에서도 주목할 지점이다.

EMFA는 정치권력, 역외 세력, 기술·시장 기반 등 세 가지 위협 유형에 대응하고자 한다. 정치권력의 위협은 소유 구조 통제, 편집권 개입, 정부광고를 통한 간접적 통제 등으로 나타나며, 헝가리 사례가 이를 단적으로 보여준다(Ball, 2022). 역외 세력의 위협은 러시아 등 외국 정부의 허위정보 유포와 사이버 공격으로, 플랫폼 기반 위협은 거대 플랫폼(VLOP)의 불투명한 운영과 수익 불균형, 정보 유통 독점에서 비롯된다.

이에 대한 대응으로, EMFA는 편집권 보호 조항(제4조)을 통해 미디어 편집에 대한 물리적·기술적 개입을 금지하고, 예외적 개입 시 독립 규제 기구의 감사를 요구한다. 제25조는 공적 광고와 지원금의 공정하고 투명한 배분을 규정하며, 역외 개입 방지를 위해 플랫폼, 미디어, 시민사회 간 협력체계와 EU 차원의 모니터링을 제도화한다. 자본 권력으로부터의 보호를 위해 제6조는 소유 구조의 투명성을 위한 데이터베이스 구

축을 각국에 요구하고, 제22조와 제23조는 여론 다양성과 지속가능성을 고려한 시장 집중 평가 기준을 제시한다. 제18조는 플랫폼에 의한 자의적 정보 차단을 방지하기 위해 사전 고지와 이의제기 절차를 의무화한다.

EMFA는 유럽연합기본권헌장(EU Charter of Fundamental Rights) 제11조(표현의 자유)와 제22조(문화적·언어적 다양성 보호)를 근거로, 미디어 편집권의 독립을 유럽 기본권의 핵심 요소로 명시한다. 요컨대 EMFA는 미디어 자유와 다양성을 핵심 가치로 삼고, 정치적·경제적·기술적 위협으로부터 이를 방어하기 위한 유럽 차원의 규범적 대응체계를 정립한 법제라 할 수 있다.

2. 독일

가. 미디어국가협약(MStV)부터 디지털서비스법(DDG)의 제정까지

독일은 연방국가 체제의 특성상 방송 정책 권한이 각 주(州)에 분산되어 있으며, 이에 따라 방송 및 미디어 관련 법률은 16개 연방주 간의 협약 형태로 정립된다. 미디어국가협약(Medienstaatsvertrag, MStV)은 이러한 구조를 바탕으로 방송, 디지털 서비스, 텔레미디어 제공자들의 권리와 의무를 규율하는 핵심 법률로, 1991년의 방송국가협약(Rundfunkstaatsvertrag, RStV)을 대체하며 2020년 11월 7일부터 시행되었다. 기존 협약이 주로 라디오와 텔레비전 중심이었던 반면, MStV는 디지털 전환에 따른 미디어 환경 전반을 포괄하며, 스마트TV, 스트리밍 서비스, 블로그, 음성비서 등 다양한 매체를 규제 대상으로 포함한다.

MStV는 유럽연합의 시청각미디어서비스지침(AVMSD)의 국내법 이행을 목표로 하며, 5년간의 국가 간 협의 끝에 2019년 합의가 이루어졌고, 2020년 최종 발효되었다(이지현, 2022). 이후 협약은 변화하는 디지털 환경에 대응하기 위해 수차례 개정되었으며, 이는 미디어변경국가협약(Medienänderungsstaatsvertrag, MÄStV) 형태로 각 주의 비준을 거쳐 효

력을 발생시킨다. 2022년 제2차 변경협약은 접근성과 청소년 보호 규정을 강화했으며, 2023년 제3차 협약은 공영방송의 디지털 전환에 따른 역할 조정을 반영하였다. 2024년 제4차 협약에서는 공영방송기관(ARD, ZDF, Deutschlandradio)의 투명성과 감독 체계를 강화하는 조항이 포함되었고, 가장 최근의 제5차 협약(2024년 10월 시행)은 유럽연합의 디지털 서비스법(DSA) 및 이를 이행한 독일의 디지털서비스법(Digitale-Dienst-Gesetz, DDG)과의 정당성을 확보하기 위한 내용을 담고 있다. 특히 지역 프로그램(Regionalfenster)에 대한 민간방송의 승인 절차가 명확히 규정되었다(TaylorWessing, 2024).

MStV는 총 9개 조항으로 구성되며, 제1조는 협약의 기본 원칙을, 제4조에서 제6조까지는 주요 공영방송사에 관한 내용을, 제7조와 제8조는 방송분담금에 관한 규정을 포함하고 있다. 주목할 점은 MStV가 방송 개념을 ‘선형적 정보 및 커뮤니케이션 서비스’로 재정의하며, 암호화 방송과 유료 방송도 포함된다는 점이다. 또한, 제54조는 평균 동시 접속자 수가 6개월간 평균 2만 명 미만이면 방송 허가 의무를 면제하고, 여론 형성에 미치는 영향이 경미한 경우에도 예외를 인정함으로써 디지털 환경에서의 규제 유연성을 확보하고자 한다(Frank, 2019).

다시 말해, MStV는 방송의 디지털화, 서비스 융합, 이용자 행태 변화에 대응하는 독일식 미디어 규제체계의 중심축으로 기능하며, 유럽연합의 법령과의 정합성, 공공성 확보, 규제 합리화라는 다층적 목표를 동시에 추구하는 제도적 틀이라 할 수 있다. <표 5> 참조.

<표 5> 미디어국가협약과 디지털서비스법의 주요 내용

| 구분 | 미디어국가협약(MStV) | 디지털서비스법(DDG) |
|-------|----------------|---|
| 시행일 | 2020년 11월 7일 | EU DSA: 2024년 2월 17일 전면 시행 독일 DDG: 2024년 5월 14일 시행 |
| 법적 성격 | 16개 주(州)의 국가협약 | EU 규정 및 이를 이행하는 독일 국내법(DDG) |

| | | |
|-------------|--|--|
| 배경 | 1991년 방송국가협약(RStV)을 대체하며 디지털 시대에 맞게 미디어 전반을 재구성 | EU 차원의 플랫폼 규제 강화, 온라인 서비스 투명성, 사용자 보호 강화 |
| 적용 대상 | 전통 방송, 디지털 미디어, 미디어 중개자, 스트리밍, 블로그 등 | 모든 디지털 중개 서비스 제공자 (SNS, 검색엔진, 쇼핑몰 등) |
| 주요 개념 | ‘선형적 정보 및 커뮤니케이션 서비스’로 방송을 재정의 → 암호화·유료방송 포함 | 온라인 콘텐츠의 불법성 판단, 사용자 권리 보호, 데이터 투명성 등 |
| 허가 요건 | 평균 동시 이용자 2만 명 미만, 허가 면제 | 대형 플랫폼에 엄격한 신고·조치 의무 부과 |
| 공영방송 관련 | ARD, ZDF, Deutschlandradio에 관한 조항 포함 디지털 시대 역할 조정 (2023년 3차 개정 포함) | 직접적 공영방송 관련 조항 없음 (플랫폼 운영의 공공성 차원에서 간접) |
| 투명성 및 책임 강화 | 2024년 4차·5차 개정에서 공영방송 경영 투명성, 감독 구조 개선 | 광고 투명성, 이용자 불만 처리, 감독기관 명확화 |
| 감독기관 | 각 주 미디어청 (Landesmedienanstalten) | 연방네트워크청(BNetzA), 개인정보보호위원회(BfDI), 연방범죄수사청(BKA) 등 |
| 개정 근거 | MÄStV 형식으로 주간 합의 필요 | DDG는 독일 의회 입법 과정에 따라 개정 |
| 특징 | 방송 개념 정교화 | 불법 콘텐츠 조치 의무사용자 권리 강화 DSA 위반 시 벌금 |

출처: 필자 구성

한편, 유럽연합의 디지털서비스법(DSA)은 온라인 플랫폼에서의 불법 콘텐츠와 유해 정보에 대한 효과적인 통제를 목적으로 도입된 새로운 규제체제로, ‘인터넷의 기본법’으로도 불린다. DSA는 특히 대규모 온라인 플랫폼(Very Large Online Platforms, VLOPs)에 대해 강화된 투명성 기준과 사용자 보호 의무를 부과하며, 광고 추적(Tracking)과 프로파일링(Profiling)에 관한 데이터 이용을 엄격히 규제한다(Davis, 2025).

독일은 이 EU 규범을 국내에 이행하기 위해 디지털서비스법(Digitale-Dienste-Gesetz, DDG)을 제정하고, 2024년 5월 14일부터 시행하였다

(Bundesregierung, 2023). 이로써 기존 텔레미디어법(TMG)과 네트워크시행법(NetzDG)이 폐지되었으며, DDG는 디지털 서비스 제공자의 책임을 명확히 규정하고 감독 체계를 일원화하는 방향으로 법체계를 재편하였다.

유럽연합의 DSA가 온라인 쇼핑몰, 검색엔진, 중개 플랫폼을 포함한 모든 디지털 서비스 제공자에게 불법 콘텐츠 제거, 이용자 보호, 정보 신뢰성 확보 의무를 부과했다면, 이에 따라 독일에서는 연방네트워크청(BNetzA)이 감독 권한을 부여받았다. 따라서 대형 플랫폼과 검색엔진은 2023년 8월부터, 모든 통신 사업자는 2024년 2월 17일부터 해당 규정을 준수해야 한다(Wikipedia).

이런 맥락에서 감독 체계 역시 기능별로 세분화되었다. 개인정보를 활용한 상업적 광고 금지와 관련된 집행은 연방정보자유및개인정보보호위원회(BfDI)가 담당하고, 미성년자 보호는 연방아동청소년미디어보호청(BzKJ), 범죄 수사는 연방범죄수사청(BKA)이 관할한다. 특히 BKA는 온라인상 불법 행위에 대한 보고서를 매년 연방정부에 제출해야 하며, 첫 보고서는 2025년 6월 30일까지 제출될 예정이다(Wikipedia).

이처럼 독일은 미디어국가협약(MStV)과 디지털서비스법(DDG)을 통해 전통적 방송 규제를 넘어, 디지털 플랫폼과 온라인 중개 서비스까지 포괄하는 통합적 미디어 법제를 구축하였다. 이는 디지털 기술의 급속한 진화와 복합적인 미디어 소비 양식 변화에 대응하기 위한 제도적 재구성으로, 공공성과 규제 정당성의 동시 확보를 지향하는 유럽형 규제 모델의 대표적 사례로 평가된다.

나. 강력한 입법, 행정 규제체계

독일의 미디어 정책은 기본법 제30조에 따라 16개 주 정부의 권한에 속하며, 통신 정책은 제73조에 따라 연방정부의 관할이다. 이러한 권한 분화는 방송과 통신의 규제 방식에 차이를 낳는다. 즉, 여론 형성과 밀접한 관련이 있는 방송은 주 정부의 권한 아래 엄격한 다원성 보호 규

제를 받는 반면, 통신은 주로 청소년 보호 및 소비자 보호 차원의 규제에 그친다(심영섭, 2024).

독일의 미디어 규제는 미디어국가협약(MStV)과 각 주의 주미디어법(Landesmediengesetz)을 통해 작동한다. MStV는 기존의 방송국가협약(RStV)을 대체하며, 디지털 환경에 부합하는 미디어 규제체계로의 전환을 핵심 목적으로 한다. 특히 MStV는 RStV와 비교할 때 다음과 같은 네 가지 주요 변화를 포함한다(Wikipedia). 첫째, 방송 프로그램에 대한 허가 요건이 완화되었다. 기존 RStV에서는 선형 방송에 광범위한 허가를 요구했으나, MStV는 평균 동시 이용자 수가 2만 명 미만인 경우 허가 요건을 면제함으로써 방송 진입 장벽을 낮추었다. 둘째, MStV는 텔레미디어에 대한 일반 규정을 신설하며, 여론 형성에 구조적으로 영향을 미치는 플랫폼 사업자(예: 구글, 페이스북, X 등)를 ‘미디어 중개자’로 정의하고, 이들의 책임과 의무를 법적으로 규정하였다. 셋째, ‘미디어 플랫폼’ 및 ‘사용자 인터페이스’ 또한 규제 대상으로 포함되었다. 이는 전통적인 방송 송출 네트워크뿐 아니라 Zattoo, MagentaTV 등 디지털 기반 텔레비전 서비스까지 포괄한다. 넷째, 광고 규제가 정비되었으며, 라디오·TV 광고, 스폰서링, 제품 배치 등 시청각 텔레미디어 전반에 대한 규제를 명문화하였다. 특히 광고의 투명성, 비차별성 원칙을 강조함으로써 콘텐츠 편향 및 정보 왜곡을 방지하고자 한다(미디어국가협약 제2조 15항).

MStV는 투명성과 공정성의 확보를 규제의 핵심 가치로 삼는다. 미디어 중개자는 콘텐츠의 수집, 선정, 배열에 사용되는 주요 기준—특히 알고리즘 기반 방식—을 사용자에게 명확히 고지해야 하며, 이를 통해 여론 형성 과정에서의 정보 왜곡을 방지하고, 정보 접근의 공공성과 다양성을 제도적으로 보장하고자 한다. 아래 <표 6>은 MStV가 규정하는 미디어 제공자의 유형을 요약한 것이다.

<표 6> 미디어국가협약의 미디어 제공자 유형과 규제 내용

| 구분 | 정의 | 주요 예시 | 법적 의무 및 규제 원칙 |
|---------------------------------------|---|--------------------------------------|---|
| 미디어 중개자 (Medienintermediäre) | 제3자의 저널리즘·편집 콘텐츠를 직접 종합하지 않고, 일반에 집계·선택·제공하는 텔레미디어 (2조16항) | Google, Facebook, YouTube | 콘텐츠에 불이익 없이 공정 배열, 의견 다양성 보장, 월평균 100만 사용자 이상 시 추가 의무 발생 |
| 미디어 플랫폼 (Medienplattform) | 방송 또는 편집된 텔레미디어를 묶어 제공하는 종합 텔레미디어 (2조14항) | Magenta TVZattoo, 케이블/ IPTV | 콘텐츠 다양성 확보, 여론 형성에 중요한 콘텐츠 검색 가능성 보장, 투명성과 차별 금지 의무 |
| 사용자 인터페이스 (Benutzeroberfläche) | 하나 이상의 미디어플랫폼 상품을 선택하도록 시각적으로 배열한 인터페이스 (2조15항) | 스마트TV 앱, 셋톱박스 UI | 공영방송/고품질 프로그램을 쉽게 찾을 수 있어야 함, 차별 없이 배열, 의무 프로그램 목록 기반 선호 표시 |
| 비디오 공유 서비스 (Video-Sharing-Dienste) | 텔레비전 프로그램 또는 사용자 제작 동영상을 제공하는 플랫폼. 주로 편집 책임 없음 (2조23항) | YouTube, TikTok | 청소년 보호 조치 이행, 유해 콘텐츠 규제, 이용자 신고 시스템 및 콘텐츠 관리 체계 필요 |

출처: 필자 재구성(Wikipedia: “Medienstaatsvertrag” 검색)

독일은 유럽연합의 디지털서비스법(DSA)을 국내법으로 수용하기 위해 2024년 5월 디지털서비스법(Digitale-Dienste-Gesetz, DDG)을 제정하였으며, 이에 따라 국가 차원의 조정 기구가 설치되었다(Davis, 2025). 이 역할은 기존의 통신·에너지 인프라 감독 기관인 독일연방네트워크청(BNetzA)이 수행한다. 또한, 개인정보와 관련한 규제 집행은 연방정보자유및개인정보보호위원회(BfDI)의 관할로, 특히 DSA 제26조 3항 및 제28조 2항에 따라, 미성년자를 대상으로 한 프로파일 기반 광고, 민감한 개

인정보(건강, 정치 성향 등)를 기반으로 한 광고 제공을 금지하는 조항을 감독한다. 관련 민원은 BNetzA의 중앙 민원 접수센터를 통해 BfDI에 전달된다(Wikipedia).

프로파일링은 자동화된 방식으로 개인의 성향, 행동 등을 평가하여 맞춤형 콘텐츠를 제공하는 기술로, 온라인 광고에 널리 활용되어 왔다. 그러나 특히 미성년자나 민감 정보와 관련된 영역에서는 개인정보 침해의 우려가 커, DSA는 이를 엄격히 제한하고 있다. 더불어 DSA는 ‘기만적 디자인 패턴(Deceptive Design Patterns)’을 금지함으로써 사용자가 비자발적 선택을 하도록 유도하는 시각·언어적 디자인 요소를 규제하고 있으며, 이는 기존 GDPR보다 명확하고 강화된 조항이다. 이와 함께 DSA는 공익 연구 기관의 대형 플랫폼 알고리즘 접근을 허용하여, 콘텐츠 노출 구조와 온라인 행태의 사회적 영향을 분석할 수 있는 제도적 기반을 마련하였다. 이는 플랫폼 투명성과 사용자 권리 강화를 위한 중요한 전환점으로 평가된다(Davis, 2025).

한편, 독일의 주(州) 미디어법(Landesmediengesetz)은 각 주정부가 제정하는 법률로, 민간 방송사의 허가·감독을 규율한다. 대부분의 주는 독자적인 미디어법을 보유하고 있으나, 베를린-브란덴부르크, 함부르크-슐레스비히홀슈타인 등 일부는 공동 법률 체계를 운영한다. 예컨대 바덴뷔르템베르크(LMedienG), 바이에른(BayMG), 브레멘(BremLMG), 니더작센(NMedienG), 노르트라인베스트팔렌(LMG NRW) 등의 주법이 존재하며, 동부 지역(작센, 작센안할트, 튀링겐 등) 또한 개별 법률을 채택하고 있다(die-medienanstalten, n.d.).

이러한 분산적 체계는 독일 기본법에 따라 방송 정책이 연방정부가 아닌 주정부의 권한임을 반영한 결과이다(ibid.). 다만 기술 환경 변화와 디지털 미디어의 확산은 전국 차원의 법적 정합성과 규제 일관성 확보 필요성을 제기해 왔으며, 이에 따라 연방주들은 방송국가협약(RStV)을 공동으로 운영해 왔다. 그러나 RStV의 제도적 한계가 드러나면서, 2020년부터 보다 현대화된 미디어국가협약(MStV)이 이를 대체하게 되었다.

MStV는 주간 협력을 통해 디지털 시대에 적합한 미디어 규제체계를 구성하려는 제도적 전환의 일환이다(die-medienanstalten, 2024).

3. 영국

가. 미디어법 2024의 제정과 내용

영국은 지난 20여 년간 변화하는 미디어 환경에 대응하여 방송 및 영상미디어 법제를 점진적으로 개편해 왔다. 2003년 제정된 커뮤니케이션법(Communications Act)은 방송 서비스를 중심으로 규제체계를 정립했으며, 이후 유럽연합의 시청각미디어서비스지침(AVMSD)을 반영하면서 주문형 비디오(VOD) 서비스와 동영상 공유 플랫폼(VSP)까지 규제 범위를 확대하였다. 2009년에는 넷플릭스 등 구독형 OTT 서비스를 ‘주문형 프로그램 서비스(on-demand programme service)’로 분류하고, 2020년에는 유튜브와 같은 이용자 제작 콘텐츠 기반 플랫폼을 ‘동영상 공유 플랫폼 서비스(video-sharing platform service)’로 정의하며 제도를 정비하였다(Kelham, 2024). 비록 영국은 2020년 1월 유럽연합을 탈퇴했으나, 탈퇴 협정에 따라 일정 기간 유럽연합의 지침을 국내법에 반영하였다.

이러한 제도 개편은 온라인 기반 VOD 서비스의 급속한 확산과 이에 따른 시청 행태 변화에 대한 대응이었다. 특히 코로나19 팬데믹 기간 동안 영국 내 OTT 이용은 급증하였고, 2020년 기준 전체 가구의 75% 이상이 OTT 또는 TV 다시 보기 서비스를 이용한 것으로 나타났다. 넷플릭스와 아마존 프라임은 각각 약 1,480만 가구와 950만 가구의 가입자를 확보했고, 디즈니 플러스도 출범 첫해에 340만 이상의 가입자를 유치하며 빠르게 성장하였다(Sweney, 2020).

OTT의 확산은 시청자의 콘텐츠 소비 방식을 근본적으로 변화시켰다. 실시간 방송 소비는 감소하고, 알고리즘 기반 추천 시스템과 다기기 이용이 보편화되면서 전통적 공영방송(PSB)의 콘텐츠 전달력은 약화되었

다. 이에 따라 Ofcom과 문화미디어스포츠부는 글로벌 OTT 기업의 자본력 및 기술력이 영국 방송산업 전반에 미치는 부정적 영향을 경고하였다(김남두, 2024). 예컨대, 영국 독립 제작사의 시간당 콘텐츠 제작 예산이 평균 200만 파운드 이하인 반면, 글로벌 OTT는 최대 600만 파운드를 투입할 수 있어 제작 경쟁력의 불균형이 발생하고 있다는 분석이 제기된다.

또한, 유튜브나 넷플릭스와 같은 플랫폼이 콘텐츠 유통의 주요 관문으로 기능하면서, 공공적 목적의 PSB 콘텐츠가 상대적으로 덜 노출되는 현상이 발생하고 있다(Sweney, 2019). 이는 콘텐츠 접근의 주도권이 플랫폼으로 이동하고 있으며, 공공서비스 미디어(PSM)의 역할이 위협받고 있음을 시사한다.

이러한 문제의식에 대응하여 2024년 제정된 미디어법(Media Act 2024)은 방송과 OTT 간 규제 형평성을 높이고, 영상미디어 서비스 전반에 대한 통합적 규제체계를 마련하였다. 특히 공공서비스 미디어의 지속 가능성과 공공성을 보장하기 위한 법적 기반을 강화하는 데 초점을 두고 있으며, 이를 통해 영국은 변화하는 디지털 환경에서도 공공성·다양성 중심의 미디어 질서를 재정립하려는 제도적 노력을 본격화하고 있다. <표 7> 참조.

<표 7> 영국의 방송 및 디지털 관련 주요 법령 (2010~2024)

| 연도 | 법령명 | 주요 내용 |
|------|--|---|
| 2010 | 디지털 경제법 2010 (Digital Economy Act 2010) | 디지털 경제의 전략적 비전, 저작권 보호 강화, 인터넷 도메인 관리, 채널 4 방송사 기능 조정 등 디지털 미디어 관련 규정 도입. |
| 2017 | 디지털 경제법 2017 (Digital Economy Act 2017) | 전자통신 인프라 및 서비스 관련 정책을 다루며, Ofcom의 권한 확대, 정부 데이터 공유 허용 및 상업적 포르노 웹사이트에 대한 연령 도입. |
| 2018 | 데이터 보호법 2018 (Data Protection Act 2018) | EU의 GDPR을 기반 영국 내 데이터 보호 기준 강화, EU 탈퇴 이후에도 독자적인 데이터 보호 체계 유지. |

| | | |
|------|---|--|
| 2023 | 온라인 안전법 2023 (Online Safety Act 2023) | 온라인 불법 콘텐츠 규제 및 아동 보호 의무를 부과, Ofcom에 규제 권한을 부여. |
| 2024 | 미디어법 2024 (Media Act 2024) | 2003년 통신법 이후 가장 중요한 방송법, 공영방송사(PSB)의 디지털 플랫폼에서의 콘텐츠 제공 공식 인정, 넷플릭스·디즈니+ 등 대형 스트리밍 서비스에 Ofcom 규제 적용 및 스마트 TV·스트리밍 기기에서 PSB 앱 우선 노출 의무화. |
| 2024 | 디지털 시장, 경쟁 및 소비자법 2024 (Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024) | 경쟁법 1988과 기업법 2002를 개정, 디지털 시장에서의 공정 경쟁을 촉진, 소비자 보호 강화 및 외국 정부의 미디어 소유 제한 도입. |

출처: 필자 구성

2024년 제정된 영국의 미디어법(Media Act 2024)은 디지털 미디어 환경 변화에 대응하여 기존 방송 규제를 전면 개편한 입법 사례로 평가된다. 동법은 특히 공영방송(PSB)의 공공서비스 책무 이행 방식을 온라인 영역으로 확장하고, 주문형 서비스(VOD), 음성 기반 플랫폼 등 새로운 미디어 형태에 대한 규제체계를 재정비하는 데 초점을 두었다(김남두, 2024). 첫째, 공영방송의 책무 이행 방식에 있어, Ofcom은 기존의 선형 방송 편성 중심 규제를 넘어서, PSB 사업자들이 온라인 플랫폼을 통해서도 공공서비스 콘텐츠를 유연하게 제공할 수 있도록 허용하였다. 순수 외주 제작물과 신규 창작물에 대해서는 채널 편성 시간 기준의 할당이 가능해졌으며, 주문형 콘텐츠 역시 의무 프로그램 쿼터 충족 수단으로 인정되었다. 다만, 보도, 어린이, 예술, 과학, 종교 등 공익적 장르에 대해서는 여전히 실시간 방송 의무가 유지된다. 둘째, ‘국민적 관심 등재 이벤트(listed events)’, 예컨대 올림픽과 같은 중요 스포츠 중계의 경우, 기존에는 무료 지상파 방송을 통해서만 생중계할 수 있었으나, 개정법에서는 BBC iPlayer, ITVX와 같은 공영 OTT 앱을 ‘지정된 인터넷 프로그램 서비스(Designated Internet Programme Services, DIPS)’로 분류하여 온라인에서도 생중계할 수 있게 했다. 셋째, 디지털 플랫폼에 대한 규제

역시 강화되었다. 문화미디어스포츠부 장관은 주요 온라인 TV 플랫폼—예컨대 스마트TV, 스트리밍 스틱 등—을 지정하고, PSB 앱이 사용자 인터페이스에서 눈에 띄는 위치에 배치되도록 하는 ‘현저성(prominence)’ 보장 의무를 부과할 수 있게 되었다. 라디오 플랫폼의 경우, 실시간 서비스에 부당한 수수료를 부과하는 행위가 금지되며, 사용자는 광고 없이 콘텐츠에 즉시 접근할 수 있어야 한다는 조건이 명시되었다. 넷째, VOD 서비스에 대해서도 Ofcom이 방송심의 기준에 따르는 수준의 콘텐츠 심의 및 광고 규제를 적용할 수 있는 권한을 부여받았다. 해외 사업자 역시 일정 조건을 충족할 경우 영국 내 규제 대상에 포함될 수 있다. 장애인 접근성 향상을 위한 별도의 규정 역시 시행이 예고되어 있다.

다시 말해, ‘미디어법 2024’는 방송과 OTT 간 경계를 해소하고, 공공서비스 미디어의 공적 책무를 디지털 환경에서도 실효적으로 구현하기 위한 법적 틀을 마련했다. 이는 영국 미디어 규제체계의 구조적 전환이자, 공영미디어의 지속가능성과 디지털 접근권 보장을 동시에 도모한 정책적 실험으로 평가될 수 있다.

나. Ofcom의 역할: 규제기관을 넘어 정책 조정자

영국 미디어 규제 개혁 과정에서 Ofcom은 단순한 집행기관을 넘어, 규제체계 전환을 주도하는 핵심 정책 조정자로 기능하고 있다(Ofcom, 2024). 특히 디지털 환경 변화에 따른 방송 제도의 한계를 진단하고, 이를 공공서비스방송(PSB)에서 공공서비스 미디어(PSM)로 확대 전환할 필요성을 제기한 점은 Ofcom의 정책 주도력을 보여주는 대표적 사례이다.

2021년 발표된 보고서 Small Screen: Big Debate는 변화하는 미디어 이용 양식에 대응해, 실시간 방송 중심의 전통적 PSB 체제를 넘어 온라인 기반의 주문형 콘텐츠까지 포함하는 공공미디어 체제로의 전환을 제안하였다(Ofcom, 2021). 이 보고서는 공공성 확보, 외주제작 의무의 온라인 적용, 방송 면허제도의 유연화 등 실질적 제도 개선 방안도 함께

제시하였다. 이후 2022년 문화미디어스포츠부(DCMS)는 Up Next 백서를 통해 PSB 체계의 현대화와 법 개정을 공식화하였으며, 이는 2024년 제정된 미디어법(Media Act 2024)에 반영되었다. 비록 'PSM'이라는 용어가 명시적으로 사용되지는 않았지만, Ofcom의 권고 사항이 전반적으로 법안에 수용되었다는 점에서 제도화된 성과로 평가할 수 있다.

한편, Ofcom은 방송 외 온라인 플랫폼 규제 분야에서도 선제적 역할을 수행해 왔다. 2018년 발표된 Addressing Harmful Online Content 보고서에서는 온라인상 유해 콘텐츠로부터의 보호와 표현의 자유 간의 균형, 그리고 규제의 투명성과 집행력 확보를 핵심 원칙으로 제시하였다(Ofcom, 2018). 이에 기반하여 영국 정부는 2019년 Online Harms White Paper를 발간하였고, 이는 2023년 Online Safety Act 제정으로 이어졌다. 해당 법은 온라인 플랫폼에 대해 불법 콘텐츠와 아동 유해 콘텐츠 차단 의무를 부과하여, 플랫폼의 공적 책임을 법제화한 중요한 사례로 꼽힌다(김남두, 2024).

또한 Ofcom의 뉴스 소비 분석 및 미디어 집중 보고서는 뉴스 시장 규제 개편에도 영향을 미쳤다. 디지털 전환 이후 뉴스 소비의 중심이 인쇄 매체에서 온라인으로 이동함에 따라, 기존 기업법이 온라인 뉴스 플랫폼에 대한 적절한 규제를 제공하지 못한다는 한계가 제기되었다(김남두, 2024). 이에 정부는 2024년, 온라인 뉴스 유통 플랫폼과 디지털 간행물을 포함하는 규제 개정안을 마련하였다. 이 개정은 Ofcom의 데이터를 기반으로 시장의 공정성과 뉴스 다양성 확보를 병행하려는 정책적 시도였다.

결론적으로, Ofcom은 영국 미디어 규제체계의 현대화를 주도하며 방송과 온라인 영역을 아우르는 통합적 규제 모델 구축에 기여하였다. 이는 규제기관이 단순한 감시·집행의 기능을 넘어, 공공성과 시장 사이의 균형을 설계하는 전략적 조정자로 진화하고 있음을 보여준다. 영국의 사례는 디지털 플랫폼 시대에 적합한 규제 거버넌스 모델을 모색하는 국제적 논의에도 중요한 시사점을 제공한다.

4. 변화하는 유럽의 미디어 규제 모델

지금까지 유럽연합의 법제 개편과 개별 국가로서 독일과 영국의 입법 사례를 살펴보았다면, 디지털 환경에 적응하면서 이들의 미디어 규제 체계가 어떻게 변화했는지 검토할 필요가 있다. 이와 관련하여 De Blasio와 Selva(2021)는 프랑스, 독일, 영국, 벨기에, 이탈리아, 체코, 핀란드, 스웨덴, 네덜란드, 라트비아, 리투아니아 등 11개 유럽 국가의 미디어 규제 모델을 분석하고, 이들이 소셜 플랫폼 시대의 사회적 책임성을 기존 규제체계 안에서 어떻게 수용하고 있는지를 유형화하여 제시한 바 있다. 이 연구는 디지털 플랫폼 시대의 미디어 공공성과 규제 정당성이라는 과제를 각국이 어떻게 제도적으로 대응하고 있는지를 비교 분석하는 데 있어 유용한 이론적 틀과 실천적 통찰을 제공한다. 연구에 따르면 첫째, 국가 중심의 규제 모델은 강력한 입법 및 행정 조치를 통해 미디어의 공공성과 책임성을 제도화하는 방식이다. 프랑스와 독일이 대표적 사례로, 미디어 소유 구조의 투명성 확보, 공적 재원의 책임 있는 운용, 민간 미디어에 대한 공공 통제를 핵심 원칙으로 한다. 이 모델은 가짜뉴스와 혐오 표현 등 디지털 위기에 대응하기 위한 위기관리형 규제로서 유효하며, 플랫폼 기업에 대한 책임성 강화 및 공영미디어의 공공재적 기능 확립을 위한 법적 기반 마련에 활용될 수 있다. 둘째, 독립 규제기관 중심 모델은 국가의 개입은 최소화하되, 정치로부터 독립된 규제기관을 통해 미디어 시장을 감독하는 체계이다. 이탈리아와 체코 등이 여기에 해당하며, 규제기관의 전문성과 시민사회의 감시 기능이 동시에 작동할 때 실효성을 확보할 수 있다. 셋째, 공동 규제(co-regulation) 모델은 미디어 기업과 시민사회 간의 자율성과 협력을 기반으로 한다. 영국, 벨기에, 네덜란드는 옴부즈맨 제도, 시청자위원회, 윤리강령 등의 기제를 통해 미디어의 사회적 책임을 강화하고 있다. 이는 자율과 협의를 중시하는 방식으로, 시청자 참여 확대, 언론 자율규범 강화, 내부 편집권 독립 등을 통해 실현 가능성이 높다. 넷째, 자기 규제 모델은 미디어 종사자들이

스스로 윤리적 기준과 책임 체계를 구축하는 방식을 중심으로 한다. 스웨덴과 핀란드가 대표적이며, 언론의 자율성과 신뢰 기반의 공동체적 문화가 제도적 토대를 이룬다.

이처럼 유럽의 미디어 규제 모델은 국가 주도의 규제에서 자율적 협력 기반의 모델까지 연속적으로 분포되어 있으며, 각 모델은 미디어의 공공성, 표현의 자유, 시장의 자율성, 사회적 책임 간의 균형을 달리 구성하고 있다. 아래 <표 8>은 독일과 영국을 포함한 유럽 국가의 미디어 규제 모델을 요약한 것이다.

<표 8> 유럽 국가의 미디어 규제 모델

| 모델명 | 대표 국가 | 제도적 구조 | 주요 특징 |
|--|-----------------------------|--|--|
| 강력한 입법, 행정 규제 모델 (Statist Legal Model) | 프랑스 독일 | 국가 주도 규제 (정부 또는 의회 산하 기관) | 미디어 규제에 국가 개입이 강함 소유·생산·자금 조달의 투명성 법제화 미디어 사업자에 의무와 제약부과 |
| 독립규제기관 모델 (Independent Regulator Model) | 이탈리아 체코 등 동유럽 | 특별 독립기구가 주도 (예: AGCOM) | 의회/정부로부터 독립된 기관이 규제 제한적 규제 권한, 강력한 모니터링· 제재 미디어-정당 관계의 투명성 강조 |
| 공동규제 모델 (Co-Regulation Model) | 벨기에 네덜란드 영국 | 시민사회·미 디어 내부 참여 기반의 윤리 기준 설정 | 정부·미디어·시민사회 간 협력 옴부즈맨, 내부 감시제도 발달 규범은 존재하되 법적 제재는 약함 |
| 규제된 자기 규제 모델 (Regulated Self-Regulation Model) | 스웨덴 핀란드 라트비아 리투아니아 | 자율적 자기 규제 및 정부의 최소 개입 | 정보 자유와 자율적 반응성 중시 미디어 자유화 이후 자율규제체계 발전 언론 행동 강령의 자발적 수립 |

출처: 필자 구성

IV. 비교 분석: 사례 검토가 주는 시사점

1. 규제 철학과 정책 목표 설정

디지털 융합 시대에 접어들며 유럽연합과 독일, 영국은 기존의 미디어 규제체계를 넘어, 기술 발전과 사회 변화에 유연하게 대응할 수 있는 새로운 미디어법의 틀을 구축하고 있다. 이들 국가의 정책 개편에서 공통으로 확인할 수 있는 핵심 원칙은 아래 <표 9>과 같다.

<표 9> 유럽연합, 독일, 영국의 미디어 규제 철학과 정책 목표

| 유럽연합 | 독일 | 영국 | 주요 원칙 |
|------------------------------------|--------------------------------|---|--------------|
| AVMSD 개정 통해 방송·온라인 동일 규제 적용 | MStV(미디어국가협약)에서 플랫폼·인터페이스까지 포함 | 미디어 규제 원칙을 방송·온라인에 일관되게 적용 | 기술 중립성 |
| DSA/DMA 통해 플랫폼 책임 강화, 시장 지배력 규제 | 게이트키퍼 플랫폼 정의 및 규제 강화 | 거대 플랫폼에 책임 부여, 자율규제와 법적 규율 병행 | 플랫폼 공정성 |
| 공영미디어 디지털 확장 및 알고리즘 투명성 강조 | 공공가치 콘텐츠 보장 및 사회적 다양성 확보 | PSB(공영방송) 역할 재정의 및 디지털 콘텐츠 투자 의무화 | 공공책임과 민주주의 |
| DSA에서 미성년자 보호·프라이버시·알고리즘 투명성 포함 | 사용자 보호 조항 강화, 청소년 보호법과 연계 | Online Safety Act로 아동 보호, 유해 콘텐츠 규제 명문화 | 이용자 보호 |
| 미디어 다양성 확보 위한 유럽 문화콘텐츠 쿼터 유지 | 지역·소수자 콘텐츠 포함 의무 및 편성 다양성 강조 | 지역 방송 콘텐츠 의무 유지 및 다양한 목소리 보장 강조 | 표현의 자유와 다양성 |
| 플랫폼의 콘텐츠 조절 책임 명문화 (신고·삭제 등 절차 규정) | 플랫폼 뉴스 선택·추천의 공정성 확보 의무 명시 | 온라인 플랫폼의 콘텐츠 관리 책임 법제화, 신속 삭제 의무 도입 | 콘텐츠 책임과 거버넌스 |

출처: 필자 구성

우선, 기술 중립성의 원칙은 전통적인 방송 기술과 디지털 기반의 미디어 서비스 간 구분이 점차 모호해진 현실을 반영하여, 특정 전송 수단에 따른 차별적 규제가 아닌 서비스의 내용과 사회적 영향에 기반한 규제를 지향한다. 예컨대 유럽연합은 시청각미디어서비스지침(AVMSD)을 개정하여 방송과 VOD 등 다양한 콘텐츠 유통 채널에 동일한 규범을 적용하도록 하였고, 독일은 미디어국가협약(MStV)을 통해 온라인 플랫폼 역시 ‘미디어 중개자’로 분류하며 규제의 범위를 확장했다.

두 번째로 중요한 원칙은 플랫폼 공정성이다. 이는 디지털 시장을 지배하는 대형 플랫폼 사업자들의 영향력을 견제하고, 공정한 경쟁 환경을 조성하며, 알고리즘 기반 콘텐츠 유통의 투명성과 책임성을 확보하고자 하는 것이다. 유럽연합의 디지털시장법(DMA)은 특정 플랫폼을 ‘게이트키퍼’로 지정하여 자의적인 시장 지배를 방지하였고, 독일은 플랫폼 추천 시스템의 공정성과 다양성 확보를 위한 의무 조항을 명시하였다. 영국 또한 플랫폼 규제 강화와 자율규제의 법적 준비를 병행하는 방식을 택하고 있다.

세 번째는 미디어의 공공책임과 민주주의 기능 강화이다. 이는 미디어가 여전히 공적 담론을 가능하게 하고 민주주의를 지탱하는 주요 기반이라는 인식을 바탕으로, 신뢰할 수 있는 정보 제공과 공영미디어의 디지털 전환을 제도적으로 지원하는 방향으로 전개된다. 유럽연합은 공적 가치가 있는 콘텐츠에 대한 국가의 재정지원을 허용하고 있으며, 독일은 공공성 있는 콘텐츠의 접근성과 우선 배치 원칙을 제도화하였다. 영국은 공영방송(PSB)의 역할을 재정립하고, 디지털 콘텐츠 제작 및 사회통합 기능을 확대하는 정책을 추진하고 있다.

네 번째 원칙은 이용자 보호다. 디지털 환경에서는 아동·청소년 보호, 프라이버시 보장, 콘텐츠 선택권 등이 이전보다 더 중요한 쟁점으로 부상하고 있으며, 이에 대한 제도적 대응이 요구되고 있다. 유럽연합은 디지털서비스법(DSA)을 통해 아동 대상 광고를 금지하고, 온라인 플랫폼의 위험 요소에 대한 사전 대응 체계를 의무화하였다. 독일은 청소년 보

호법과의 연계를 통해 연령 인증 시스템을 도입하고, 플랫폼의 콘텐츠 등급 분류를 제도화하고 있다. 영국은 온라인 안전법(Online Safety Act)을 통해 유해 콘텐츠에 대한 플랫폼의 관리 책임을 명시하고, 신속한 대응 의무를 부여하고 있다.

다섯 번째로는 표현의 자유와 미디어 다양성 보장이 있다. 디지털 환경에서는 콘텐츠 유통의 알고리즘 편향으로 인해 소수자 목소리나 지역 콘텐츠가 배제될 위험이 존재하며, 이를 극복하기 위한 규범적 대응이 요구된다. 유럽연합은 소위, 유럽산 콘텐츠 쿼터제를 도입하여 문화적 다양성을 확보하고 있으며, 독일은 방송 편성에서 지역성과 소수자 콘텐츠의 확보를 강조하고 있다. 그리고 영국은 지역 뉴스 제작을 장려하는 한편, 다양한 커뮤니티의 목소리를 공공미디어 시스템 안에서 반영하는 방안을 추진 중이다.

마지막으로, 콘텐츠 책임과 거버넌스의 원칙은 플랫폼이 콘텐츠 유통의 중심적 주체로서 일정한 책임을 져야 한다는 점을 명확히 한다. 허위 정보, 혐오 표현, 불법 콘텐츠의 유통을 방지하기 위해 플랫폼은 콘텐츠 관리 정책을 투명하게 운용하고, 신고 및 삭제 절차를 명확히 해야 한다. 유럽연합은 디지털서비스법(DSA)을 통해 이러한 책임을 명문화하며, 독립적인 외부 감사 시스템까지 도입하고 있다. 독일은 알고리즘 기반 뉴스 추천의 기준을 공개하도록 법제화하였으며, 영국은 유해 콘텐츠 제거 지연 시 과징금 부과 등 실질적 제재 수단을 마련하고 있다.

2. 통합미디어법 제정 추진을 위한 제언

앞서 살펴본 바와 같이, 유럽연합과 주요 유럽 국가들은 디지털 전환에 따른 미디어 질서의 재편에 대응하기 위해 공통된 규범적 원칙을 바탕으로 법·제도적 개혁을 적극적으로 추진하고 있다. 이들의 사례는 단순히 개별 국가의 정책에 국한되지 않으며, 디지털 시대에 적합한 미디어 거버넌스를 모색하는 세계적 흐름을 반영한다는 점에서 국내 통합미

디어법 제정 논의에 중요한 시사점을 제공한다.

특히 국내 통합미디어법의 설계는 기존의 법률 통합이나 행정체계 조정 수준을 넘어, 디지털 환경에서의 미디어 공공성과 민주주의의 원리를 어떻게 재구성할 것인가에 대한 정치경제학적 과제로 접근해야 한다. 이는 시장 구조의 재정립, 주무 부처 간 권한 배분, 기술적 규제 메커니즘의 설계뿐 아니라, 미디어 이용자 권리 보호와 플랫폼 책임성 강화를 포괄하는 전방위적 정책 설계가 필요하다는 점을 시사한다.

이러한 맥락에서 유럽연합, 독일, 영국의 법제 개편 및 정책 사례는 디지털 플랫폼 규제, 공공서비스 미디어(PSM)의 재정의, 콘텐츠 접근성과 다양성 보장, 온라인 광고 및 알고리즘 투명성 확보 등 다양한 측면에서 제도적 실험을 수행해 왔으며, 이는 한국형 통합미디어법의 내용과 구조를 구상하는 데 유용한 비교 기준이 될 수 있다. 이에 따라 아래 <표 10>는 유럽 사례를 기반으로 국내 통합미디어법 제정과 관련한 주요 쟁점과 정책적 제안 사항을 항목별로 요약한 것이다.

<표 10> 국내 통합미디어법의 주요 쟁점과 제안 내용

| 주요 쟁점 | 제안 내용 |
|----------|--|
| 법제의 목적 | 표현의 자유 + 공공성 + 디지털 권리 보장 |
| 시장 구분 | 기능적·플랫폼 기반 재구성 (콘텐츠, 데이터, 네트워크, 플랫폼 시장 등) |
| 규제 원칙 | 투명성, 독립성, 상호운용성, 공공성 |
| 총괄기구 | 독립적 통합 미디어위원회 신설 또는 방통위의 재편 |
| 중점 규제 영역 | 데이터 권리, 플랫폼 노동, 알고리즘 감시, 디지털 공공재 확보 |
| 공공플랫폼 구축 | 공영방송 주도의 공공 디지털 플랫폼 + 시민 참여형 공론장 설계 |

출처: 필자 구성

향후 한국형 통합미디어법은 단순한 법률 통합을 넘어, 플랫폼 중심의 디지털 미디어 질서에 적극적으로 대응하는 새로운 정책적 전환을 요구

한다. 특히 미디어 공공성 회복, 시장 지배력 견제, 민주적 규율을 위한 원칙 확립이라는 측면에서 통합미디어법은 핵심적 역할을 수행할 수 있다. 이를 위해 본 연구는 통합미디어법 제정을 위한 세 가지 핵심 사안을 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, ‘시장 구분 방식의 재정의’는 디지털 플랫폼 생태계의 복합성과 권력 구조를 이해하는 데 핵심적이다. 기존의 이원적이고 기술 중심적인 산업 분류 방식은 미디어 환경의 기능적 융합과 데이터 중심 경제의 현실을 제대로 반영하지 못한다. 유럽연합은 디지털서비스법(DSA)과 디지털시장법(DMA)을 통해 정보 유통 기능, 데이터 기반 수익 모델, 인프라 제공, 플랫폼 노동 등 각 기능을 중심으로 새로운 시장 질서를 정립하고 있으며, 이는 국내에서도 유사하게 기능 중심 및 생태계 기반의 시장 구분 원칙으로 확장될 수 있다. 예컨대, 뉴스·영상 콘텐츠와 같은 정보 전달 시장은 플랫폼의 유통 알고리즘과 추천 방식이 공공적 기준을 준수하는지에 대한 규제가 필요하며, 이는 독일과 유럽연합의 디지털미디어 서비스법에 따른 플랫폼 책임 강화 조항과 맥을 같이 한다. 데이터 기반 시장은 광고, 개인화 추천, 위치 정보 수집 등을 중심으로 수익을 창출하는 구조이며, 이와 관련한 데이터 소유권 명확화와 알고리즘 윤리 기준 설정이 요구된다. 접속 및 인프라 시장은 통신망, CDN, 클라우드 서비스 등 기반 시설 제공에 해당하며, 독일과 유럽연합의 망 중립성 보장 정책은 이 시장의 공공성을 지키기 위한 제도적 토대를 제공한다. 마지막으로, 크리에이터, 인플루언서와 키드플루언서, 디지털 플랫폼 노동자들이 종사하는 노동·생산 시장에서는 노동권 보장과 법적 지위 제도화가 필요하며, 이는 플랫폼 노동 규제 논의가 활발한 영국의 사례에서도 공통적으로 강조되는 지점이다. 전통적 미디어법은 주로 방송과 신문 같은 정보 전달 수단을 중심으로 했지만, 디지털 플랫폼 시대에는 미디어의 범위가 콘텐츠의 유통, 소비, 생산, 저장, 수익화 방식 전체를 포괄한다. 콘텐츠 생산자, 유통 플랫폼, 알고리즘, 데이터 수집과 광고 등은 이제 하나의 미디어 시스템으로 작동한다. 따라서 미디어법이 시장 구분을

다룬다는 것은, 단순한 산업 분류가 아니라 미디어 권력 구조를 어떻게 규제할 것인가에 대한 규범적 설계를 포함하는 것이다. <표 11> 참조.

<표 11> 미디어 시장의 구분: 기능과 생태계 중심

| 구분 | 내용 | 정책적 대응 |
|---------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 콘텐츠 시장 | 뉴스, 영상 콘텐츠 유통 (OTT, 검색, SNS 등 포함) | 공공성 기준에 따른 유통 규제 (투명성, 알고리즘 설명 등) |
| 데이터 시장 | 광고, 개인화 추천, 위치 정보 등 데이터 수익화 | 데이터 소유권, 활용 투명성, 알고리즘 윤리 기준 제정 |
| 네트워크 시장 | 통신망, CDN, 클라우드 등 | 망 중립성, 망 사용료 문제 등 인프라 공공성 보장 |
| 플랫폼 시장 | 크리에이터, 인플루언서, 배달/디지털노동 및 인터넷 플랫폼의 권력화 | 노동권 보장, 공정한 수익 분배, 플랫폼 기업의 사회적 책임 강조 |

출처: 필자 구성

둘째, ‘행정부처 간 역할 재조정 및 거버넌스 설계’ 또한 중요한 과제이다. 현재의 부처 구조는 플랫폼 생태계의 속도와 복잡성을 따라가지 못하고 있으며, 법률의 유기적 운용에도 한계가 있다. 따라서 방송통신위원회를 중심으로 한 총괄 조정 기구를 강화하되, 부처 간의 기능별 전문성과 민주적 책임성을 분산시켜야 한다. 이는 유럽연합 집행위원회와 DG CONNECT 간 역할 분담²⁾, 독일의 연방 차원의 법적 규제의 틀과 개별 연방주의 독립적인 운영 방식, 그리고 영국의 Ofcom 모델을 참고할 수 있다. 구체적으로는 방통위가 통합미디어법의 조정자 역할을 하되 독립성을 강화하고, 과기정통부는 ICT 진흥 중심에서 디지털 공공정책의 설계와 기술 감시 주체로 전환되어야 한다. 공정거래위원회는 플랫폼 독점력 규제의 핵심 주체로서 알고리즘 감시 권한까지 확보해야 하며, 개인정보보호위원회는 단순한 보호 기능을 넘어서 데이터 기반 경제 전반의 규제 권한을 확장해야 한다. 또한 문화체육관광부나 여성가족부는

²⁾ https://en.wikipedia.org/wiki/Directorate-General_for_Communications_Networks,_Content_and_Technology

표현권, 아동·청소년 보호, 미디어 리터러시 정책과 연계되어야 하며, 이러한 다부처 체계는 ‘디지털 규제 권력’을 민주적으로 구성하기 위한 설계로서 의미가 있다. <표 12> 참조.

<표 12> 정부 부처 간 역할 조정 및 거버넌스 재설계

| 부처/기구 | 현재 역할 | 개선 방향 |
|---------------|------------------------------|---|
| 방통위 | 방송·통신 규제 (정책+심의 혼합) | 통합법의 총괄 조정 기구, 기구 독립성 강화 |
| 과기정통부 | ICT 진흥, AI 기술 중심 | 기술 규제 중심에서 디지털 공공정책 중심으로 전환 |
| 공정위 | 시장 경쟁 감시 | 플랫폼 독점력 규제의 핵심 주체화 알고리즘 감시 권한 부여 |
| 개인정보 보호위원회 | 개인정보 보호 | 데이터 기반 경제 규제의 권한 강화 공공데이터 거버넌스 조정 기능 |
| 문화부, 여성가족부 | 콘텐츠 지원, 영상 심의 및 아동·청소년 보호 | 디지털 문화권, 표현권, 미디어 리터러시 정책 연계 강화 |

출처: 필자 구성

셋째, 플랫폼 자본의 독점적 영향력에 대응하기 위한 ‘기술적·제도적 통합 규제 메커니즘 구축’은 필수적이다. 기술적 수단으로는 알고리즘 투명성과 설명 가능성을 법제화하고, 개인화 추천 해제 권한(default opt-out)을 사용자에게 보장함으로써 정보 선택의 자율성을 확대해야 한다. 유럽연합의 경우, DSA를 통해 플랫폼의 자동화 시스템에 대한 설명 책임을 제도화했으며, DMA는 플랫폼 간 상호운용성을 강제하고, 일정 규모 이상의 기업에 ‘게이트키퍼’ 의무를 부과함으로써 구조적 독점을 견제하고 있다. 이와 같은 규제 원칙은 국내에서도 충분히 적용할 수 있다. 예를 들어, 데이터 이동권(portability) 보장을 통해 플랫폼 간 경쟁을 유도하고 사용자 주체성을 강화할 수 있으며, 공공영역에서는 공영방송이나 공공플랫폼 중심의 디지털 공론장 실험이 병행되어야 한다. 이는 영국 BBC의 ‘BBC Together’³⁾나 독일 ARD, ZDF와 함께 해외 6개 공영

³⁾ <https://www.bbc.co.uk/taster/pilots/bbc-together>

방송사가 진행하는 ‘Public Spaces Incubator(이하 PSI)’ 실험 등과 같은 공공적 플랫폼 전략을 국내에 적용하는 방식으로 구체화할 수 있다(윤장열, 2025).

결론적으로, 통합미디어법은 법 제도의 정비를 넘어, 플랫폼 자본주의에 대응하는 새로운 미디어 거버넌스를 설계하는 정치경제학적 과제이다. 유럽연합과 독일, 영국의 법제 개편은 단순히 규제 방식을 제시하는 것을 넘어, 디지털 시대의 민주주의와 공공성 회복을 위한 제도적 실험이자 전략적 도전이었다. 국내에서도 이러한 맥락을 반영하여, 시장 재구성, 부처 역할 재설정, 기술·제도 통합 규제의 삼중 구조를 포괄하는 통합미디어법 제정을 추진해야 할 것이다.

V. 마치며: 국내 통합미디어법을 위한 제언

1. 통합미디어법 설계를 위한 핵심 요소

본 연구는 국내 통합미디어법 설계를 위해 다음과 같이 5개 핵심 요소를 제안한다. 첫째, 통합미디어법은 기술 융합 시대에 부합하는 수평적 규제체계로의 전환을 핵심 과제로 삼아야 한다. 기존의 방송, 통신, 플랫폼 간 구분은 디지털 환경에서 점차 무의미해지고 있음에도, 한국의 현행 법제는 여전히 매체별 수직 규제를 유지하고 있다. 이에 따라 OTT, 소셜미디어, 플랫폼 등 새로운 미디어 서비스는 규제 사각지대에 놓이며, 일관된 규율이 어려운 상황이다. 반면 유럽연합은 이미 2002년부터 기능 중심의 수평적 규제체계를 도입해 왔으며, 2018년 AVMSD 개정을 통해 넷플릭스, 유튜브, 페이스북 등 플랫폼을 포함한 시청각미디어서비스 전반에 공통 규제를 적용하고 있다. 이는 기술 변화에 유연하게 대응하고, 기존 방송과 플랫폼 간 규제 형평성을 확보하기 위한 조

치다. 한국도 이와 유사하게 기술 중립성과 기능 중심 원칙에 기반한 수평적 규제체계를 설계할 필요가 있다.

둘째, 통합미디어법은 공공성과 상업성의 균형을 고려한 미디어 생태계 설계를 지향해야 한다. 디지털 시대에는 기존 공영방송뿐 아니라 다양한 플랫폼 사업자들이 정보 전달과 여론 형성에 핵심 역할을 수행하고 있다. 따라서 새로운 법제는 방송과 플랫폼, 공영과 민영을 이분법적으로 구분하는 대신, 모든 미디어 주체가 사회적 책임을 공유하도록 구조화해야 한다. 이는 산업 경쟁력과 공공성의 조화를 모색하는 방향이어야 하며, 특히 뉴스, 저널리즘, 공적 콘텐츠의 지속 가능성을 보장하는 제도적 장치가 병행되어야 한다.

셋째, 유해 콘텐츠에 대한 대응과 신뢰 기반 조성도 중요한 과제다. 허위정보, 혐오 표현, 가짜뉴스 등은 플랫폼을 통해 빠르게 확산되며 사회적 갈등을 증폭시키는 요인이 된다. 이에 대한 대응은 단순한 삭제나 차단을 넘어서, 콘텐츠 제공자와 플랫폼 사업자에 대한 윤리 기준 설정과 책임 강화로 이어져야 한다. 유럽의 AVMSD 개정 사례처럼 이용자 보호를 위한 절차적 규범과 자율규제와 공동규제의 혼합 모델이 적극 고려되어야 하며, 이는 시민의 표현 자유를 침해하지 않으면서도 공적 신뢰를 구축하는 방향이어야 한다.

넷째, 통합미디어법의 실효성을 확보하기 위해서는 행정체계 개편과 규제기관 재정립이 필수적이다. 현재 방송통신위원회, 과학기술정보통신부 등 관련 부처 간의 권한 분산은 일관된 정책 추진을 어렵게 만들고 있다. 새로운 미디어 환경을 규율하기 위해서는 기존 방송법, IPTV법, 정보통신망법 등 과편화된 법제를 통합하고, 행정기관 간 역할을 재조정하여 책임성과 효율성을 높여야 한다. 특히 플랫폼과 콘텐츠, 이용자 보호를 아우르는 정책 조정 기능이 강화되어야 하며, 이에 따른 법적, 조직적 재설계가 수반되어야 한다.

다섯째, 통합미디어법은 단순한 제도 정비를 넘어, 디지털 민주주의의 규범적 기반을 재정립하는 비전을 담아야 한다. 알고리즘 편향, 플랫폼

독점, 불투명한 광고 시스템 등은 단지 기술 문제가 아니라 민주주의와 공공성을 위협하는 구조적 위협이다. 이에 대응하기 위해 통합미디어법은 정보 접근권, 표현의 자유, 여론 다양성 보장을 핵심 원칙으로 삼고, 시민 권리를 중심에 둔 규범적 틀을 마련해야 한다. 이는 ‘디지털 사회 계약’의 재구성으로 이어져야 하며, 기술 변화 속에서도 공동체의 가치와 권리가 존중되는 미디어 질서를 수립하는 데 기여해야 한다.

2. 결론 및 제언

결론적으로, 통합미디어법은 기존의 방송법, IPTV법, 정보통신망법 등 개별적으로 분리되어 있던 미디어 관련 법률들을 하나로 통합하여, 급변하는 디지털 환경에서의 미디어 작동 원리와 공공적 책임을 보다 종합적으로 규율하고자 하는 시도이다. 이 법은 단순히 규제체계를 효율화하려는 행정적 목적에 머무르지 않고, 미디어를 통한 여론 형성, 표현의 자유, 정보 접근권 등 민주주의 핵심 요소들을 디지털 시대에 맞게 재정립하는 규범적 의미를 지닌다. 통합미디어법의 가장 중요한 의의는 미디어 환경의 융합과 기술 진보 속에서 발생하는 공백과 불균형을 해소하고, 모든 미디어가 공통적으로 따라야 할 공공성, 다양성, 투명성의 원칙을 일관되게 적용할 수 있는 법적 기반을 마련한다는 데 있다. 특히 플랫폼 기반 콘텐츠 유통이 지배적인 현실에서 기존 방송법만으로는 다룰 수 없는 알고리즘 편향, 데이터 기반 여론 조작, 디지털 광고 시장의 불투명성 같은 새로운 문제들을 포괄적으로 규율할 수 있는 틀을 제공한다. 또한, 통합미디어법은 기존 전통매체 중심의 규제 틀에서 벗어나, 인터넷 기반 플랫폼, 소셜미디어, OTT 서비스 등 다양한 뉴미디어까지 포함하는 포괄적 관점에서 시민의 권리와 미디어의 사회적 책임을 재정의한다. 이로써 단순히 미디어 산업을 지원하거나 규제하는 차원을 넘어, 민주주의 사회의 지속가능성을 위한 미디어 생태계의 공공적 기초를 다시 세우는 법적 장치로 기능할 수 있다. 따라서 통합미디어법은 기술적

변화에 유연하게 대응하는 동시에, 미디어의 본질적 공적 역할을 강화하고 재확인하는 중요한 제도적 전환점이라 할 수 있다.

이러한 점에서 본 연구는 미디어 환경의 급격한 변화에 대응하기 위해 해외의 법 제도 개편 사례를 분석하고, 이를 토대로 한국형 통합미디어법 제정의 필요성과 관련 정책 방향에 대한 기본적인 입장을 제시하고자 했다. 그러나 본문에서 제안된 정책적 고려 사항들이 실제 입법안에 반영되기 위해서는 보다 구체적인 법률 초안 수준의 제안과 이해관계자 간 조정 메커니즘에 대한 정밀한 분석이 추가로 필요하다. 또한 본 연구는 제도적 틀의 재설계에 중점을 두었으나, 기술 발전의 속도, 산업 구조의 유동성, 이용자 권리 보장 등 복합적인 요소들을 동시에 고려한 실행 가능한 규범 설계에 관한 후속 연구가 요구된다. 향후 연구에서는 국내 정치·사회적 맥락에 대한 면밀한 검토와 함께, 제도 설계의 현실적 제약 조건과 조정 전략에 대한 구체적 방안을 제시할 필요가 있다.

■ 참고 문헌

- 김남두 (2024). <영국의 「미디어 법 2024」에 따른 방송·OTT 규제 변화>. <초점>, 2024년 10월호(통권 2호), 진천: 정보통신정책연구원.
- 김서중 (2023). 언론의 위기, 민주주의의 위기: 공공성 중심 정책으로 돌파해야. <황해문화>, 제119호, 313-321.
- 미디어스 (2025, 3, 12). “민주당, 통합 미디어법제 위한 ‘미디어특위’ 추진.” URL: <https://www.mediaus.co.kr/news/articleView.html?idxno=312163>
- 박아란 (2025). 언론 자유 개념의 확장과 재구성: 법원 판결과 유럽연합 미디어자유법(EMFA)를 중심으로. <커뮤니케이션 이론>, 제21권 제1호, 5-43.
- 방송통신위원회 (2023). <디지털·미디어 동행 사회를 위한 2023 방송통신위원회 업무계획 보도자료>. URL: <https://kcc.go.kr/user.do?mode=view&page=A05030000&dc=K05030000&boardId=1113&cp=1&boardSeq=54540>
- 방송통신위원회 (2025). <신뢰받고 활력있는 디지털·미디어 동행사회 실현을 위한 2025 방송통신위원회 업무계획 보도자료>. URL: <https://kcc.go.kr/user.do?boardId=1113&page=A05030000&dc=K00000200&boardSeq=65109&mode=view>
- 박찬경 (2024). 유럽미디어자유법의 이해와 함의: 초연결시대, 다시 언론의 독립성을 위하여. <언론중재>, 통권 171호, 52-63.
- 심영섭 (2024). 미디어 콘텐츠에 대한 공동규제: 독일에서의 규제된 자율규제 시사점을 중심으로. <미디어와 인격권>, 제10권 제1호, 37-72.
- 이부하·허순철·강기봉 외 (2023). <디지털·미디어 환경변화에 대응하는 디지털·미디어 규범 마련 연구> (방통융합정책연구 KCC-2023-29). 서울: 방송통신위원회.
- 이영주 (2024). 통합미디어법의 입법 방향에 대한 제언. <언론중재>, 통권 171호, 16-31
- 이지현 (2022). OTT 서비스 규제체계에 관한 법적 연구. 성균관대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 이종관 (2023). 방송영상 산업 발전을 위한 통합미디어법제 제정 방향 및 바

- 람직한 미디어혁신위원회의 역할 제언. <방송문화>, 통권 424호, 7-26.
- 윤장열 (2024a). 디지털 시대, 국가의 언론지원: 독일의 자금지원정책 변화와 정당성 논의. <한독사회과학논총>, 제35권 제1호, 40-78.
- 윤장열 (2024b). 빅데이터 시대에 공공서비스미디어의 역할 재고찰. <문화기술의융합>, 제10권 제6호, 461-470.
- 윤장열 (2025). 글로벌 플랫폼 시대의 공영방송: 해외 6개 공영방송사의 Public Spaces Incubator 프로젝트. <계간 방송문화>, 통권 433호, 113-126.
- 조인철의원 대표발의 개정법률안 (2025. 4. 14). <정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 일부개정법률안(조인철의원 등 10인)>. URL: https://likms.assembly.go.kr/bill/billDetail.do?billId=PRC_M2K5L0K4K1S0Q1R4P1Q0O2P5X7X0W3
- 최지연 (2024). <OTT플랫폼의 공정경쟁 시장 조성을 위한 합리적 규제체계 개편방안 연구>. (연구보고 24-06). 한국법제연구원.
- 최진웅 (2020). 통합방송법 1·2차 논의 과정이 남긴 쟁점과 과제. <언론중재>, 통권 제155호, 22-33.
- 한국기자협회 (2025. 4. 22). “민주당, 방송·콘텐츠특위 첫 출범...‘대선 과정에서 공약화’.” URL: https://www.journalist.or.kr/ezview/article_main.html?no=58391
- Ball B. L. (2022, December 6). The European Media Freedom Act: What’s at stake?, *Global Forum for Media Development*. retrieve from https://gfmf.info/emfa-whats-at-stake/?utm_source=chatgpt.com
- Micova, S. B. (2020). The Audiovisual Media Services Directive: Balancing liberalisation and protection (Draft). In B. Elda and P. L. Poer (eds.), *Forthcoming Handbook on EU Media Law and Policy* (pp. 264-281), Florence: Edward Elgar Publishing.
- Bundesregierung (2025, January 17). Ein Jahr Digital Services Act. Das Gesetz ueber digitale Dienste. retrieve from <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/gesetz-ueber-digitale-dienste-2140944>
- Caraway, B. (2024). *Digital Media Economics: A critical introduction*. London: Sage Publications.
- Davis, W. (2025, February 19). WhatsApp is now a very large platform in the EU, and will face tougher regulation. *The Verge*. retrieve from

- https://www.theverge.com/news/614445/whatsapp-channels-ver-y-large-platform-vlop-digital-services-act-eu?utm_source=chatgpt.com
- Crawford, M. B. (2015). *The world beyond your head: On becoming an individual in an age of distraction*. Farrar, Straus and Giroux.
- De Blasio, E., & Selva, D. (2021). Who Is Responsible for Disinformation? European Approaches to Social Platforms' Accountability in the Post-Truth Era. *American Behavioral Scientist*, 65(6), 825-846. <https://doi.org/10.1177/0002764221989784>
- Department for Digital, Culture, Media & Sport (2024, November 6). Press release. Media merger laws to be modernised for the digital age. Retrieve from <https://www.gov.uk/government/news/media-merger-laws-to-be-modernised-for-the-digital-age>
- Department for Digital, Culture, Media & Sport (n.d.). Online Harms White Paper. Retrieve from <https://www.gov.uk/government/consultations/online-harms-white-paper/online-harms-white-paper>
- die-medienanstalten (n.d.). Ueber uns. Retrieve from <https://www.die-medienanstalten.de/ueber-uns/>
- die-medienanstalten (2024, October 1). Staatsverträge und Gesetze Medienstaatsvertrag (MStV). Retrieve from https://www.die-medienanstalten.de/service/rechtsgrundlagen/medienstaatsvertrag/?utm_source=chatgpt.com
- Dobusch, L. (2023). Chancen des Öffentlich-Rechtlichen Rundfunks. In J. Legrand, B. Linden et al. *Welche Oeffentlichkeit brauchen wir?* (pp. 99-109). Springer.
- European Commission (2019, September 23). Audiovisual media services directive brochure. Retrieve from https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/audiovisual-media-services-directive-brochure?utm_source=chatgpt.com
- European Commission (2020, June 19). Mapping of the regulation and assessment of the nationality of European audiovisual works. Retrieve from <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/mapping-regulation-and-assessment-nationality-european-audiovisual-works>
- Europäische Kommission (n.d.). Gesetz ueber digitale Dienste. Retrieve

- from https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_de
- Frank, B. (2019, December 4). Gilt fuers Netz, was fuers Fernseh gilt? *Sueddeutsche Zeitung*. Retrieve from <https://www.sueddeutsche.de/medien/medienstaatsvertrag-youtube-instagram-fernsehen-1.4708118>
- Harmeling, T. (2023, October 9). Key differences between the Digital Markets Act (DMA) and the Digital Services Act (DSA). *Usercentrics*. Retrieve from <https://usercentrics.com/knowledge-hub/differences-between-digital-markets-act-and-digital-services-act/>
- Kelham, A. (2024, June 6). The Media Act 2024. *Lewis Silkin*. Retrieve from <https://www.lewissilkin.com/insights/2024/06/06/media-bill>
- Klinge, T. J., Hendrikse, R., Fernandez, R., & Adriaans, I. (2022). Augmenting digital monopolies: A corporate financialization perspective on the rise of Big Tech. *Competition & Change*, 27(2), 332-353.
- Neuberger, C. et al. (2021). *Kooperative Medienplattformen in einer kuenftigen Medienordnung*. Bundesbeauftragte für Kultur und Medien der deutschen Bundesregierung. Retrieve from <https://doi.org/10.5167/uzh-207346>
- Ofcom (2021). Small screen: Big debate - Recommendations to Government on the future of Public Service Media.
- Ofcom (2024). Media Act 2024 Factsheet. Retrieve from <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/public-service-broadcasting/Update-on-implementing-the-Media-Act-December-2024>
- Public Media Alliance (2025, February 27). As EMFA's implementation grows closer, why concerns over its effectiveness remain. Retrieve from <https://www.publicmediaalliance.org/eu-emfa-implementation-reforms/>
- Standing, G. (2011). *The Precariat: The New Dangerous Class*. Bloomsbury.
- Sweney, M. (2019, July 4). Ofcom wants laws to protect UK companies' public service content. *The Guardian*. Retrieve from https://www.theguardian.com/media/2019/jul/04/ofcom-wants-laws-protect-uk-public-service-content?utm_source=chatgpt.com
- Sweney, M. (2020, December 27). Lockdown drives UK TV streaming

customers to more than 32m. *The Guardian*. Retrieve from https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2020/dec/27/netflix-amazon-and-disney-push-uk-to-more-than-32m-tv-streaming-customers?utm_source=chatgpt.com

Tacheva, J. & Srividya, R. (2023). AI Empire: Unraveling the interlocking systems of oppression in generative AI's global order. *Big Data & Society*, 10(2).

TaylorWessing (2024, May 14). DDG lays the foundation for enforcing the EU Digital Services Act in Germany. Retrieve from https://www.taylorwessing.com/en/insights-and-events/insights/2024/05/ddg?utm_source=chatgpt.com

Wikipedia. Gesetz über digitale Dienste 검색어 참조. Retrieve from https://de.wikipedia.org/wiki/Gesetz_%C3%BCber_digitale_Dienste (2025. 6. 23 검색일)

Wikipedia. Medienstaatsvertrag 검색어 참조. Retrieve from <https://de.wikipedia.org/wiki/Medienstaatsvertrag> (2025. 6. 21 검색일)

Wikipedia. Online Safety Act 2023 검색어 참조. Retrieve from https://en.wikipedia.org/wiki/Online_Safety_Act_2023 (2025. 6. 20 검색일)

ABSTRACT

Toward a Comprehensive Media Law**- Focusing on the Cases of the EU, Germany, and the UK -**

Yun, Jang-Ryol

Researcher, Pukyong National University

This study explores the necessity and normative direction of introducing a comprehensive media law in South Korea, in response to the structural limitations of the country's current media regulation amid accelerating digital transformation and the rise of platform-based services. The existing legal framework, fragmented across separate laws for broadcasting, newspapers, telecommunications, and online content, was designed based on a vertically segmented, medium-specific logic that no longer aligns with the realities of a convergent media environment. The increasing dominance of digital platforms and algorithmic content distribution necessitates a shift toward a horizontally integrated regulatory model that can address cross-sectoral challenges. Through a comparative legal analysis, this study examined the European Union's revised Audiovisual Media Services Directive as a foundational reference point while drawing on legislative developments in Germany and the United Kingdom. These cases offer practical insights into how regulatory regimes can evolve to manage digital convergence, platform accountability, and the preservation of public values in increasingly commercialized and data-driven media ecosystems. Based on this comparative inquiry, the study proposes four normative

principles that should guide the formation of a comprehensive media law in South Korea: (1) the balancing of public interest with commercial sustainability; (2) effective regulation of technological and economic monopolies; (3) safeguarding of digital publicness as a democratic imperative; and (4) redefinition of public service media in a platform-centric context. Additionally, this research outlines institutional and legal recommendations, including the establishment of a unified media regulatory authority, enhanced transparency and accountability obligations for digital platforms, strengthened digital rights protections for users, and the development of public digital infrastructure. By addressing the 15-year legislative stagnation surrounding media reform in Korea, this study offers a theoretical foundation and comparative policy insights for reconfiguring national media governance in a way that is future-oriented, democratically grounded, and responsive to the challenges of the digital era.

Keywords: Comprehensive Media Law, Digital Transformation, European Union, Germany, United Kingdom, Platform Publicness

[논문투고일 2025. 6. 20. 논문수정일 2025. 7. 18. 게재확정일 2025. 7. 21.]