

2022.9.30 한국방송학회

〈국내 방송미디어 시장 경쟁력 강화를 위한 소유겸영 규제 개선방안〉 학술세미나

국내 미디어환경 변화를 고려한 방송소유 겸영 규제 개선 방안

서울과학기술대학교 IT정책전문대학원

이영주

목 차

01 연구배경

02 지상파 방송사업자에 대한
대기업 소유제한에 대한 논의

03 지상파 방송사에 대한
복수 소유 규제에 대한 논의

04 대기업 집단 지정 기준 완화가
방송시장에 미치는 영향

05 복수 소유규제 완화가
방송시장에 미치는 영향

06 맺으며

I. 연구배경 : 지상파 방송에 대한 대기업집단 지분 제한

방송법 8조 소유규제 주요 내용

- 방송법 8조 ②누구든지 대통령령으로 정하는 특수한 관계에 있는 자(이하 "특殊關係者"라 한다)가 소유하는 주식 또는 지분을 포함하여 지상파방송사업자 및 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 **주식 또는 지분 총수의 100분의 40을 초과하여 소유할 수 없다.**
- ③제2항에도 불구하고 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 기업집단 중 자산총액 등 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 기업집단에 속하는 회사(이하 "대기업"이라 한다)와 그 계열회사(특수관계자를 포함한다) 또는 「신문 등의 진흥에 관한 법률」에 따른 일간신문(이하 "일간신문"이라 한다)이나 「뉴스통신 진흥에 관한 법률」에 따른 뉴스통신(이하 "뉴스통신"이라 한다)을 경영하는 법인(特殊關係者를 포함한다)은 **지상파 방송사업자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 10을 초과하여 소유할 수 없으며,** 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 주식 또는 지분 총수의 100분의 30을 초과하여 소유할 수 없다.
- 시행령 제4조(소유제한의 범위 등) ① 지상파방송사업 및 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업을 경영하거나 그 주식 또는 지분을 소유할 수 없는 기업집단에 속하는 회사와 그 계열회사는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제2조제2호 및 제3호에 따른 기업집단 및 계열회사 중에서 같은 법 제14조에 따라 지정된 상호출자제한기업집단 중 상호출자제한기업집단으로 지정된 날을 기준으로 **자산총액이 10조원 이상인 기업집단에 속하는 기업으로** 한다.

1인 지분 제한

- 지상파 /종편/보도 1인 지분 제한 40%, 10조 이하의 자산규모를 가진 대주주에 한함

대기업 지분 제한

- 자산 규모 10조 이상의 대기업이 참여할 경우 지상파는 10%, 종편 및 보도는 30% 이내 소유 가능
- 강력한 진입 규제 : 지상파 방송이 여론에 미치는 영향력이 적지 않음을 전제로 자본의 힘이 방송에 미치는 영향력을 제한하는 규제

I. 연구배경 : 지상파 방송에 대한 대기업집단 지분 제한

방송법 시행령 4조 위반으로 시정명령 부과

1 (주)광주 방송의 최대 주주 호반건설(35.59% 소유)

- 호반건설 자산총액 10.7조원, 광주방송 자산 1,424억, 매출 287억
- 시정명령 유예 : 호반건설에서 제이디투자자로 최다액 출자자 변경 승인 신청서 제출

2 (주)울산 방송의 최대 주주 (주)삼라(30% 소유)

- SM그룹 자산 9조 9,500억원, 울산방송 자산 494억, 매출 174억
- 시정명령 부과
- (주)울산방송의 주식을 10/100 이내로 매각 혹은 상호출자제한 기업집단 지정 상태 해소해야 함

3 (주) SBS는 SBS 미디어홀딩스 흡수 (36.9%)

- 태영이 자산규모 11조로 공정위의 '2022년도 대기업집단 지정'에 포함
- 방통위는 (주)SBS M&C의 지분 40%를 보유 중인 SBS에 대해 <방송광고판매대행 등에 관한 법률>과 동법 시행령상 소유제한 규정을 위반했다는 이유로 6개월 내에 이를 해소하라는 시정명령을 내림
- SBS가 방송법 부칙 적용대상인지 검토 중*

- 방송법 부칙 9조 2항 : 방송사업자의 소유제한에 관한 특례, 2000년 통합 방송법 제정이전에 방송사업 허가를 받은 사업자가 대기업으로 성장하는 경우, 8조의 소유제한 규정과 관계없이 원래 지분을 인정해준다는 내용

*한겨레(<https://www.hani.co.kr/arti/society/media/1050721.html>)

I. 연구배경 : 지상파 방송에 대한 대기업집단 지분 제한

<공정위의 대기업집단 지정 현황>

공시대상기업집단(자산 5조원 이상)



상호출자제한기업집단(자산10조원 이상)



공정위의 대기업집단 지정 기준 변경

- 2008년 GDP 1,154조원에서 2021년 2,057조원으로 78% 증가
- 공정위는 대기업 지정 기준을 GDP 기준으로 변경 : 국내총생산액의 1천분의 5에 해당하는 금액 이상인 기업집단을 상호출자제한기업집단으로 지정(공정거래법 31조 1항)

- 1) 경제규모의 성장으로 대기업집단 수가 증가
 - 2008년 17개, 21년 40개에서 22년 47개로 증가
 - 신규지정 : 두나무, 중흥건설, HMM, 태영, OCI, 세아, 한국타이어, 이랜드
 - 우리나라 명목 GDP가 2020년 1,933억에서 2021년 2,166억으로 약 12% 증가
- 2) 대기업 자산규모 기준의 변경 주기가 명확하지 않음

I. 연구배경 : 지상파 방송에 대한 대기업집단 지분 제한

- 2008년 방송사업자 전체 자산총액이 26조 2,000억원에서 2021년 92조 1,863억원으로 3.5배 증가, 경제규모 증가에 따른 경우 대기업지정기준도 이를 반영하여 개정할 필요 있음
- 자산규모를 기준으로 진입 및 소유규제를 적용하는 것은 기업의 정상적인 경영활동을 통해 늘어나는 자산규모를 억제해야 하는 불합리한 성격이 강함
 - 지상파 방송의 시장지배력과 여론에 미치는 영향력이 급감하는 미디어 환경이 되면서 타당성이 약화되고 있음
 - 지상파 방송에 대한 대기업집단의 지분 제한의 정책적 목표를 실현하는 수단으로 작동하지 못하고 있음
- MPP와 종편채널뿐만 아니라 OTT의 콘텐츠 투자액이 전체 지상파 방송사의 투자금액을 넘어서는 시점에서 진입/소유규제에 대한 진지한 검토가 필요

I. 연구배경 : 지상파 방송에 대한 대기업집단 지분 제한

■ 방송법 시행령 4조 7항

- 지상파 텔레비전방송사업자 또는 지상파 라디오방송사업자가 다른 지상파 사업자의 주식 또는 지분의 7/100 이상을 소유하는 경우
- 자신의 주식 또는 지분을 소유하고 있는 다른 지상파 는 다른 지상파 텔레비전 방송사업자 또는 지상파 라디오방송사업자의 주식 또는 지분의 5/100이상을 소유하는 경우
- 전체 지상파 방송사업자 수의 1/10을 초과하여 다른 지상파 방송 사업자의 주식 또는 지분을 소유하는 경우



- KBS와 MBC는 경영악화로 인해 광역화를 통해 경영 효율성의 제고 시도
- 지상파 민영방송은 복수 소유규제로 인해 광역화를 시도하지 못함
- 지역방송의 수익 모델이 위협받고 있음에도 정책적 목표 달성이 불확실하고 지역성 훼손이 우려되어 논의가 부족

Ⅱ. 지상파 방송사업자에 대한 대기업 소유제한에 대한 논의

- <공정거래법> 상 대규모기업집단의 경제적 영향력을 억제하는 규제 정책 : 대기업집단에 대한 사후 규제와 시장 감시의 역할 수행
 - 방송법, IPTV 사업법, 방송광고판매대행법, 신문법에 원용되면서 강력한 사전 진입 및 소유 규제로 작동
 - 방송법은 공정거래법보다 진일보한 기준 마련 : 2008년 방송법에서 자산총액 기준을 10조원으로 변경

방송법 시행령	
2000	자산순위 30대 기업집단
2002	자산총액 3조원 이상(종편, 보도PP 겸영 및 소유 제한)
2004	자산총액 3조원 이상(지상파방송, 종편, 보도PP 겸영 및 소유 제한)
2008~	자산총액 10조원 이상(지상파방송, 종편, 보도PP 겸영 및 소유제한)

*출처 : 노종화(2021), 허욱, 이영주(2022)

Ⅱ. 지상파 방송사업자에 대한 대기업 소유제한에 대한 논의

■ 미디어 소유 규제의 목적

- 여론 다양성 유지를 위해 신문-방송간 교차 소유 제한
- 대기업집단의 참여를 제한하는 국가는 없음

■ 대기업집단의 지분 제한의 결과

- 공영방송과 민영방송을 공공 서비스를 수행해야 할 동일한 범주로 포함하면서 민영 방송에 대한 공익적 규제 본격화
- 공익론 입장에서 사회문화적 가치실현이 책임을 다해야 한다는 요구와 경영 효율성을 제고하면서 경쟁력을 제고해야 한다는 요구 사이에서 혼란을 겪고 있음(오경수, 2006)
- 지역 민영 방송이 방송 프로그램을 전달하는 유통망의 기능을 상실, 시장구조적 문제 해결 필요(조영신, 2012)
- 민영방송이 지속적인 혁신이나 투자를 통해 방송산업발전을 견인하지 못함(이종관, 2021)



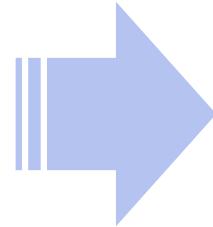
■ 대안 제시

- 소유와 경영 분리, 편성위원회, 재허가 심사제도를 통해 감독, 시청 점유율 규제로 대체(정용준, 2009)
- 민영 방송의 1인 지분을 49%로 확대할 경우 지역 방송이 콘텐츠 경쟁력을 갖출 수 있음(정인숙, 2009)
- 민간영역은 효율성, 자율성, 창의성 및 방송산업 혁신과 성장을 추구할 수 있도록 정책 재설계(이상원, 2021)
- 20조원으로 대기업집단 지정기준 상향조정(이종원 외, 2020)
- 대기업 지분 비율을 10%에서 30-40%로 상향 조정할 필요가 있음(이영주, 2021)

Ⅲ. 지상파 방송사업자에 대한 복수 소유 규제에 대한 논의

■ 복수 소유규제 도입 배경

- 지역민방의 자체 제작이 부족하여 서울방송의 방송프로그램을 중계하는 상황에서 서울방송이 지역민방의 주식을 소유함으로써 지역 민방의 지역성 및 독립성 약화(이진로, 2004)
- 2020년 말 기준 태영은 서울방송과 강원방송(7%) 보유, 미디어월홀딩스는 제주방송(10.5%)와 경인TV (11.84%) 보유



■ 부정적 성과

- 방송권역이 협소, 인력과 제작비 규모의 제약을 받음(김재영, 2020)
- 콘텐츠 투자의 기대효과, 광고 효율성이 낮아 광고 집행의 유인 효과 적음(김충식, 2015; 변상규, 2020; 이상기 외, 2009)
- 자체제작 프로그램의 시청률이 낮아 광고판매 하락, 경영난, 콘텐츠 재투자 감소(이형숙, 권상집, 2018)
- 지역민방의 광고 매출 2011년 2,204억원에서 2020년 936억원으로 지난 10년간 116% 감소(방통위, 2020)

Ⅲ. 지상파 방송사업자에 대한 복수 소유 규제에 대한 논의

Literature Review

- 전국적 네트워크를 가진 방송사보다 독립방송사가 지역뉴스를 많이 공급(Alexander & Brown, 2004)
- 방송사의 소유 형태보다는 히스패닉이 우세한 시장에서는 히스패닉 앵커가 적용, 다양성이 방송사의 소유 형태에 따라 달라지지 않음(Coffey, 2018)
- 방송시장의 경쟁수준에 따라 다양성이 결정(Yanich, 2010)
- 개별 방송사의 재무적 능력이 뛰어나고 시장 경쟁 수준이 높은 시장에 있는 방송사들이 지역뉴스를 더 많이 제공(Yan & Park, 2005)



- **FCC** : 2017년 Duopoly Rule 개정
 - 방송-신문, TV-라디오간 교차 소유 제한 규정 폐지
 - 최소 8개의 독립방송사가 존재할 경우 2개 이상 소유할 수 있다는 조건 폐지. 사례별로 검토하기로 함
 - 시청 가구 수 상한선을 39% 제한 유지
- **영국** : 지상파 민영 방송사에 대한 소유제한이 없음. 지역시장에서 2개의 분리된 상업적인 미디어가 존재해야 함
- **프랑스** : 전국 미디어는 1인 소유제한, 디지털 TV는 7개까지 소유 가능, 시청 점유율 37.5%까지 허용
- **독일** : 시청점유율 30% 외에 모든 소유규제 폐지

Ⅲ. 지상파 방송사업자에 대한 복수 소유 규제에 대한 논의

<주요 방송사업자 매출액 추이>

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	15/20변화율
KBS	15,324	14,714	14,163	14,199	13,456	13,522	-12%
MBC	11,826	11,292	9,216	9,102	8,745	9,045	-23.5%
SBS	7,517	7,775	7,163	8,473	7,076	7,054	-6.1%
지역민방	2,488	2,262	2,409	2,323	2,352	2,099	-15.6%
CJ계열	7,455	7,698	7,696	8,645	9,452	14,385	92.9%
중앙계열	2,743	2,672	3,926	4,319	4,090	3,041	10.8%

자료 : 2020년도 방송시장경쟁상황평가

- 지상파 방송사의 총 매출은 감소하는 추세, MBC의 매출 감소가 2015년 대비 -23.5%로 가장 크며, 지역민방은 -15.6% 감소
- 매출 규모 측면에서 MBC와 SBS의 총 매출은 CJ 계열보다 작고, 지역민방의 총 매출은 종편 계열의 총 매출보다 낮음
- CJENM의 미디어 부문 매출액이 1조 7천억으로 추정
- 방송사는 기대 수익을 기준으로 콘텐츠 투자를 결정하는데, 매출이 감소하는 상황에서 지상파 방송사들은 고비용 드라마를 축소 편성하고 있으며, 비용 효율화를 추구

Ⅲ. 지상파 방송사업자에 대한 복수 소유 규제에 대한 논의

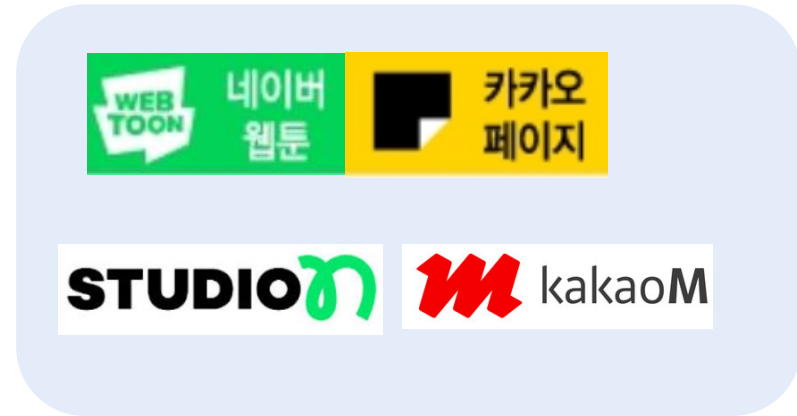
<CJENM>



<JTBC>



<네이버와 카카오>



라이선스 사업

- 종편채널과 MPP는 글로벌 시장 진출을 위해 스튜디오 체제로 전환, 외부 투자를 유치해 콘텐츠 역량을 강화하고 콘텐츠 판매 수익을 늘리는 중
- 스튜디오드래곤 : 2022년 6,200억원 추정, 시가총액 2조
- 콘텐츠리중앙 : 2022년 매출 9,343억원 추정, 시가총액 5339억원

Ⅲ. 지상파 방송사업자에 대한 복수 소유 규제에 대한 논의

<한국 방송영상산업 시장 전망 : 단위 US million \$>

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
TV광고	2,740	2,788	2,813	2,729	3,065	3,115	3,069	3,097	3,090	3,087
인터넷 광고	5,694	6,247	6,572	7,219	8,631	9,872	10,829	11,397	11,874	12,264
전통TV 홈비디오	4,657	4,745	4,671	4,704	4,713	4,759	4,769	4,785	4,805	4,828
OTT 비디오	498	580	717	1,089	1,603	1,901	2,144	2,337	2,458	2,580

*출처 : PwC(2022) Global Entertainment & Media Outlook

- TV 광고는 2017년부터 2026년까지 12.6%, TV 및 홈 비디오 매출은 3.1% 상승
- 반면 인터넷 광고는 115%, OTT 비디오 서비스는 393% 상승할 것으로 전망
- TV 광고 수익 감소로 지상파 방송사의 경영 성과가 향후 5년간 더욱 악화될 가능성이 큼
- 규제 환경이 지속되는 한 지상파 방송의 콘텐츠 투자는 감소할 수밖에 없음

IV. 대기업집단 지정 기준 완화가 방송시장에 미치는 영향

현행 대기업집단 지정 기준 유지

- 공영방송과 민영방송이 수행해야 할 공익적 역할에 대한 기대가 동일하게 유지
 - 자산 규모를 유지해야 하는 민영방송사는 방송산업에 대한 적극적 투자를 하기 어려워짐
 - 제작인력 감축 및 제작비용을 낮추는 전략을 택할 수 있음
- 민영 방송사가 지상파 방송사업을 포기할 가능성이 커짐
 - 서울방송을 제외한 개별 민영방송사의 방송매출합은 2,391억원, 7개사가 2020년 적자 기록
 - OBS를 제외한 지역민방의 제작비 2020년 310억원
- 동일한 규제 환경이 지속되어 SBS의 SBS M&C 의결권이 10%로 제한될 경우 이익 극대화를 추구하는 다른 주주의 요구가 있을 경우 지역 민방의 광고 결합 판매 수익 및 전파 수익을 담보할 수 없음

IV. 대기업집단 지정 기준 완화가 방송시장에 미치는 영향

대기업집단 지정 기준을 자산 규모 10조원 이상으로 상향 조정

- 공영방송과 차별화된 방송 정책이 민영방송에 적용됨을 시사, 민간 영역의 미디어 서비스에 대한 혁신과 투자가 본격화
- GDP 인상을 고려할 경우 자산규모 10조~30조에 있는 26개 기업이 추가 진입 가능
- 진입가능한 기업에 해당하는 카카오,네이버, 넷마블, 넥슨은 콘텐츠산업에 이미 참여, 글로벌 시장 진출
 - 네이버 2020년 콘텐츠 부문 매출 4,523억원 카카오 1조 9,971억원
 - 네이버는 스튜디오드래곤에 지분 투자, 왓패드 6,700억원 인수, 네이버 웹툰/웹소설 기반으로 Viacom CBS 스튜디오 제작 영상물을 paramount+에 서비스 예정
 - 카카오는 타파스, 래디쉬 1조 1,0000억원에 인수 SKTelecom과 전략적 제휴
 - 넷마블는 카카오게임즈(5.64%), 하이브(25.04%)에 투자, 스튜디오 드래곤과 업무협약
 - 넥슨은 AGBO 스튜디오에 6,000억원 투자, YG엔터테인먼트, 네이버, 위지웍스튜디오, 엔피와 공동으로 스튜디오 설립, VFX 및 XR 콘텐츠 제작 집중

IV. 대기업집단 지정 기준 완화가 방송시장에 미치는 영향

20조원 이상 상향 조정할 경우

- 지상파 방송사와 IPTV 3사 및 CJ와의 겸영 가능성 없음 (CJ 자산 규모가 30조 이상)
- 현대홈쇼핑(18조)이나 NS홈쇼핑(13조) 사업자가 지상파 방송 사업에 참여할 수 있지만 가능성은 매우 낮음

대기업집단의 지분 참여율을 10%에서 30% 증가할 경우

- 지상파 방송만 대기업집단의 지분을 10%로 유지하는 것의 타당성이 약함
- 유료방송 사업에 진출한 대기업 집단이 지역케이블TV를 통해 지상파 민방 간 겸영 시도 가능
- 지역 케이블 TV와 지역 민방간 겸영은 경영 효율성 증가, 지역 콘텐츠 공급 늘릴 수 있음

방송사	방송사	10% 이상 소유 주주	지분	기업집단	자산	
지상파	SBS	SBS 미디어홀딩스	38.1%	태영	9.8조	
	울산방송	삼라	30.0%	SM	10.5조	
유료방송 사업자	에스케이 브로드밴드	SK텔레콤	74.3%	SK	239.5조	
	케이블 브로드밴드		100%			
	엘지헬로비전 LG유플러스	LG유플러스	50%	LG	151.3조	
	KT 스카이라이프 현대 HCN	KT	50.0%	KT	37.7조	
PP	CJ이엔엠	CJ	40.1%	CJ	34.7조	
홈쇼핑	우리홈쇼핑	롯데쇼핑	53.5%	롯데	117.8조	
	GS홈쇼핑	(주)GS	36.1%	GS	67.7조	
	공영홈쇼핑	농협경제지주	45.0%	농협	63.6조	
	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대그린푸드	25.0%	현대백화점	18.3조
			현대백화점	15.8%		
			현대퓨처넷	100%		
	NS홈쇼핑	NS홈쇼핑	하림지주	48.0%	하림	13.0조
			경우	2.0%		
올품			5.1%			

*출처 :허욱, 이영주(2022) 지상파 민영 방송의 소유 규제완화가 방송시장에 미치는 영향에 대한 고찰

V. 지상파 복수 소유 규제 완화가 방송 시장에 미치는 영향

- 2020년 지역민방 재무제표 및 2019년 GRDP(지역내 총생산)

	총매출액	방송매출	방송 프로그램 제작비	로컬 자체방송비율 (%)	시청 점유율	광역권 총매출액		광역권 GRDP ('19)
						호남권	406.8억	
광주방송 전주방송	254.5 152.3	241.9 148.9	200 93	31.8 29.8	0.469 0.266	호남권	406.8억	170.3조
대전방송 청주방송	269.1 122.9	219.9 116.9	158 92	32.1 29.9	0.553 0.226	충청권	392.0억	237.6조
케이엔엔 울산방송	501.9 139.0	394.4 134.4	265 99	34.3 29.6	0.933 0.164	동남권	640.9억	281.6조
티비씨	355.3	255.0	196	32.3	0.803	대경권	355.3억	164.8조
제주방송	114.2	111.0	80	26.8	0.055	제주	114.2억	20.3조
지원	181.0	172.7	102	24.5	0.199	강원	181.0억	48.8조
OBS 경인TV	304.3	304.3	262	100	0.341	인천	304.3억	90.0조

자료: 2020년 방송사업자 재산상황공표집, 시청점유율 산정결과, 방송산업실태조사보고서, 「지역소득」(2021.8.)



방송시장 경쟁 및 경영 효율성에 미치는 영향

- 규모의 경제 실현을 위한 충청권, 호남권, 동남권을 중심으로 광역화 추진 가능성이 있음.
- 통합할 경우 매출 규모가 가장 큰 지역은 KNN과 울산방송이 있는 동남권(640억), 호남권(406억), 충청권(392억)
- 제작 시설과 장비를 공유함으로써 중복투자를 줄이고 제작 인력 전문화를 통해 경영합리화, 공동제작 투자 증대, 프로그램 유통 활성화(윤희각 외, 2017; 주정민 외, 2015)
- 시청자 수가 확대되면 전파료 수익과 광고결합판매 수익이 제고될 수 있음



지역성에 미치는 영향

- 지역방송의 광역화에 대한 부정적 견해가 제시되었으나, 지역민방은 KBS나 지역MBC와 소유 구조와 경영방식이 상이하기 때문에 복수 소유 규제 완화를 통한 긍정적 효과가 더 클 것으로 예상됨.
- 현재 지역민방송의 충분한 취재 및 제작인력, 방송장비, 시설을 보유하지 못함. 방송프로그램 제작비가 매우 낮으며 자체편성비율이 25~34% 수준, 시청점유율은 1% 미만
- 시장실패가 발생하면서 지역 콘텐츠가 과소 공급되고 있음. 현재 수준보다 지역 콘텐츠가 더 적게 공급될 가능성이 낮음.

*출처 :허욱, 이영주(2022) 지상파 민영 방송의 소유 규제완화가 방송시장에 미치는 영향에 대한 고찰

V. 지상파 복수 소유 규제 완화가 방송 시장에 미치는 영향



경영진과 민방 구성원들간의 갈등 가능성

- 대주주의 영향력이 강한 지상파 민방 간 인수합병이 전개될 경우 구조 조정이나 직원 복지 등의 문제로 갈등 유발 가능성이 큼
- 최다액 출자자 변경 승인심사 및 재허가 심사를 통해 공공성과 공익성이 훼손되지 않도록 제도적 장치 마련 필요



지역성의 약화 및 소외지역 발생

- 확대된 권역 내에 새로운 중앙 집중 구조 형성으로 지역성이 약화될 수 있음
- 그러나 지역 콘텐츠의 품질 경쟁력을 높이지 않으면 지역 콘텐츠 제작이 감소하고 시청자로부터 더욱 외면 받을 수 있음
- 지역 뉴스 제작이 감소하지 않도록 정교한 정책 설계 필요



규제 개선 효과 미미할 수 있다는 우려도 존재

- 시장 실패가 발생하는 영역, 새로운 자본이 유입되지 않을 가능성이 있음
- 정책 개입으로 지역 지상파 산업의 활성화가 일어나지 않을 가능성



VI. 맺으며

정책적 제언

- **민영 지상파 방송에 대한 정책은 콘텐츠 중심의 미디어 생태계와 맞지 않음**
 - 콘텐츠 제작 측면에서의 규모의경제 효과를 창출해야 함
 - 국내 대기업은 지상파를 포함한 플랫폼이 아닌 콘텐츠 제작 역량 강화 및 IP 확보에 노력 중
- **방송법의 현실 적용성 제고**
 - 공정거래법 제 21조 3항을 참고, 3년마다 국민경제 규모의 변화, 대기업집단의 자산총액 변화, 여론 지배력의 변화를 고려하여 대기업 지정 기준 조정 필요
 - 이를 방송법 및 방송법 시행령, 방송광고판매대행법 시행령에 반영하여 개정해야 함
- **사전 규제에서 사후 규제로 전환**
 - 지역성과 다양성은 지역성을 구현하는 매체들의 건전한 경영 상태에서 실현될 수 있음.
 - 지상파 방송사와 유료방송 사업자간 교차 소유를 허용함으로써 경영 여건이 개선되고 콘텐츠 제작 유인을 높일 필요가 있음.
 - 대기업집단의 지상파 방송 지분 10%, 대기업집단, 일간신문의 종합편성 및 보도 채널 지분 30%를 확대, 관점 다양성을 해치지 않는 범위에서 시청 점유율규제를 통해 사후 규제로 전환 필요
- **지상파 공영방송과 민영방송에 대한 방송의 공공성 및 공적 책문에 대한 차별적 의무 부과**
 - 지역성 제고는 공공 지상파 중심으로 정책 설계, 민영 지상파 방송과 종합편성채널은 프로그램 뉴스 및 정보의 질을 제고함으로써 시청자들의 선택의 폭 확대

