

스트리밍 환경에서 방송의 사회·문화적 의미와 미래

노창희
카이스트 겸직교수

2021. 12. 27.

목차

1. 문제 제기
2. 미디어 생태계의 변화와 스트리밍 환경
3. '방송'을 바라보는 관점
4. 미래지향적인 미디어의 규범적 가치
5. 제언

목차

1. 문제 제기

2. 미디어 생태계의 변화와 스트리밍 환경

3. ‘방송’을 바라보는 관점

4. 미래지향적인 미디어의 규범적 가치

5. 제언

1. 문제제기

코로나는 스트리밍 환경의 보편화를 촉진시켰고, ‘방송’이라는 용어의 의미와 제도에 대해 다시 생각해 봐야 할 계기를 제공

스트리밍 환경의 보편화

- 코로나는 인터넷 기반 동영상 매체 이용의 보편화를 더욱 가속화 시켰음
- 기존의 레거시 방송사업자 뿐 아니라 플랫폼, 유통 사업자 등 거의 모든 영역의 사업자가 OTT 시장으로 진출해서 OTT로의 수렴과 분화가 발생하고 있는 상황

방송의 의미와 법체계 대한 관점 경합

- 시청자들이 일상적으로 사용하는 ‘방송’이라는 개념에 어떻게 접근해야 하는 지에서부터 방송이 가지고 있는 사회·문화적 의미에 대한 학술적 접근 필요
- 기존에 존재하는 방송법 체계를 기반으로 OTT와 같은 신유형 매체에 접근할 것이냐 혹은 ‘시청각미디어’와 같은 포괄적인 용어를 통해 방송을 포함한 전면적인 미디어 체계 개편에 접근해야 한다는 주장 등 여러 관점이 경합 중

미래지향적 방송 제도화에 대한 준비 필요

- 법·제도를 포함한 포괄적인 의미에서 미래지향적 방송 제도화에 대한 준비 필요
- 현재 환경에서 법·제도를 통해 문제를 해결해 나가는 데는 한계가 존재. 시청자, 사업자, 정부를 미디어 생태계에 참여하는 플레이어로 규정하여 접근하고 바람직한 새로운 ‘제도’의 형태는 어떻게 구현해 나가야 하는지에 대한 고민이 필요한 시점

목차

1. 문제 제기

2. 미디어 생태계의 변화와 스트리밍 환경

3. ‘방송’을 바라보는 관점

4. 미래지향적인 미디어의 규범적 가치

5. 제언

2. 미디어 생태계의 변화와 스트리밍 환경

< 미디어 패러다임의 변화 >

시기구분		특성
미디어 태동기	-1945년	<ul style="list-style-type: none"> 전신, 전화, 무선 등 통신 수단이 처음으로 등장 미디어 정책의 주된 목표는 국익과 관련된 국가적 홍보
공공서비스 중심기	1945년 – 1980년대/1990년대 초반	<ul style="list-style-type: none"> 미디어 시장에서 사회·문화적 가치 중시 유럽을 중심으로 공영방송을 중심으로 한 공공서비스가 미디어 생태계에서 중심적 역할을 수행 방송에서 '공익성'이 절대적인 규범적 가치로 작동
융합 이행기	1990년대 초반 - 2010년대	<ul style="list-style-type: none"> 미디어 시장의 독과점이 해체되고 사적 영역 성장 방송, 통신 뿐 아니라 생활 서비스까지 미디어 분야에 수렴되어 광범위한 융합이 진행 공익성과 산업성이 동시에 강조
스트리밍기 (코로나 이후)	2020년대 -	<ul style="list-style-type: none"> COVID-19로 인해 비대면 활동이 중요해 지면서 디지털 대전환 가속화 콘텐츠 소비가 스트리밍 중심으로 이루어짐 미디어가 재택근무의 중심이 되며, 미디어와 생활서비스의 융합이 활성화 레거시 미디어 성장 한계 봉착 콘텐츠 사용 대가, 망이용대가와 같은 레거시 사업자/인터넷 기반 사업자 간 분쟁 심화

2. 미디어 생태계의 변화와 스트리밍 환경

코로나로 인해 디지털 대전환이 가속화되면서 ‘방송’도 전환기를 맞이하였음

- 방송산업은 성장기를 지나 성숙기를 맞이하였으며, 미디어산업 전반이 대전환기를 맞이하여 여러가지 변화가 진행
- ‘방송’이라는 용어 자체에 대해 근본적으로 다시 접근해야 할 필요성 대두

방송산업 초창기

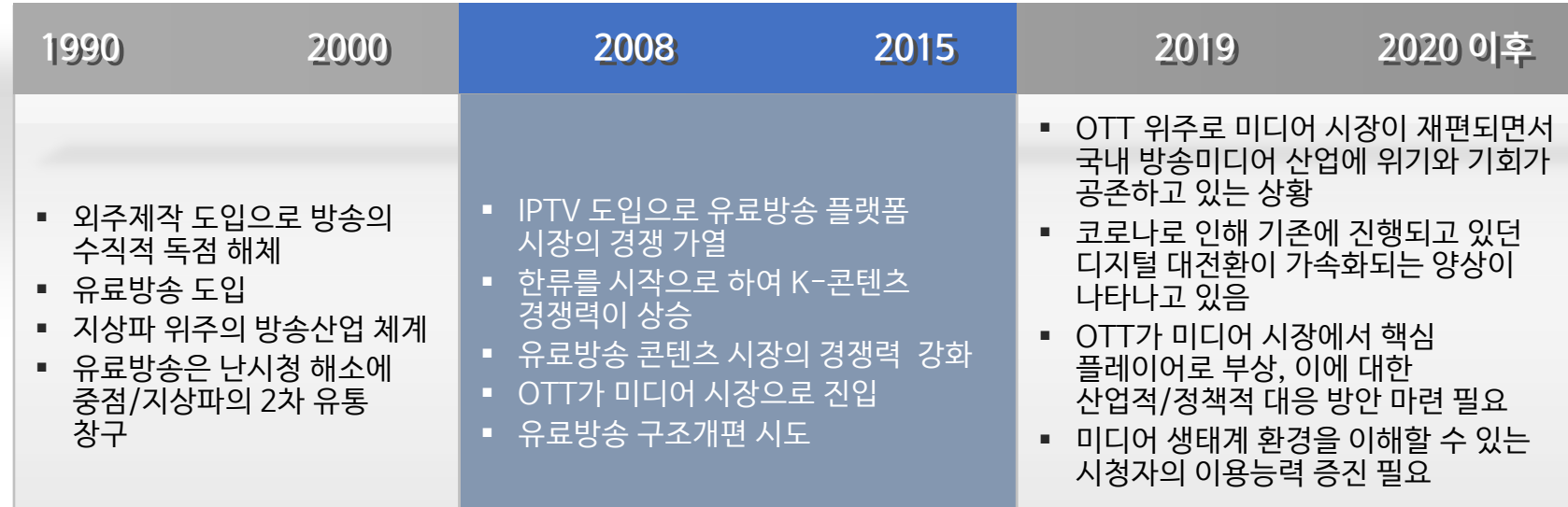
- 면허 기반의 강한 규제
- 아날로그/수직적 규제
- 방송 개념과 관련된 논란이 상대적으로 적음

방송산업 성장 및 성숙기

- 통합방송법 제정
- 디지털화/수직적 규제
- 방송 개념과 서비스가 갖는 수행성의 괴리 확대
- 융합기구 방통위 출범 및 미래부 출범에 따른 거버넌스 조정
- IPTV법 제정
- 방송 관련 제도 개편 필요성이 본격적으로 대두

미디어산업 대전환기

- 국내에서도 OTT의 본격적인 성장이 이뤄짐
- 관행적 의미의 방송 개념 고착화
- 규범적/법·제도적 측면의 논의 미흡
- 국내 사업자 역차별, 레거시에 대한 규제 혁신 등 단기 과제 해결 필요
- 방송의 개념 재설정과 그에 부합하는 법·제도 개선이 필요한 시점



출처 : 노창희(2020b)를 기반으로 일부 수정

2. 미디어 생태계의 변화와 스트리밍 환경

	방송 환경	스트리밍 환경	관계 설정 양식
법적 개념	<ul style="list-style-type: none">• 법적 정의와 미디어 수행성 사이의 괴리가 큼	<ul style="list-style-type: none">• 법적 개념 정의 및 범주화에 대해 다양한 관점이 경합	<ul style="list-style-type: none">• 중심축 설정에 따라 전혀 다른 접근이 가능
시청 환경	<ul style="list-style-type: none">• 시청의 확장성이 제한되어 있는 환경	<ul style="list-style-type: none">• '최적화(optimization)'에 대한 명확한 이해가 어려운 환경	<ul style="list-style-type: none">• 양자를 구분할 필요를 느끼지 못하거나 방송을 열등재로 인식할 수 있음
핵심 가치	<ul style="list-style-type: none">• 공익성• 공정경쟁• 시청자 복지	<ul style="list-style-type: none">• 표현의 자유• 망중립성• 이용자 편익	<ul style="list-style-type: none">• 방송의 사회적 책무를 줄이고 스트리밍 영역의 가치에 대한 기준을 설정할 필요가 있음

목차

1. 문제 제기

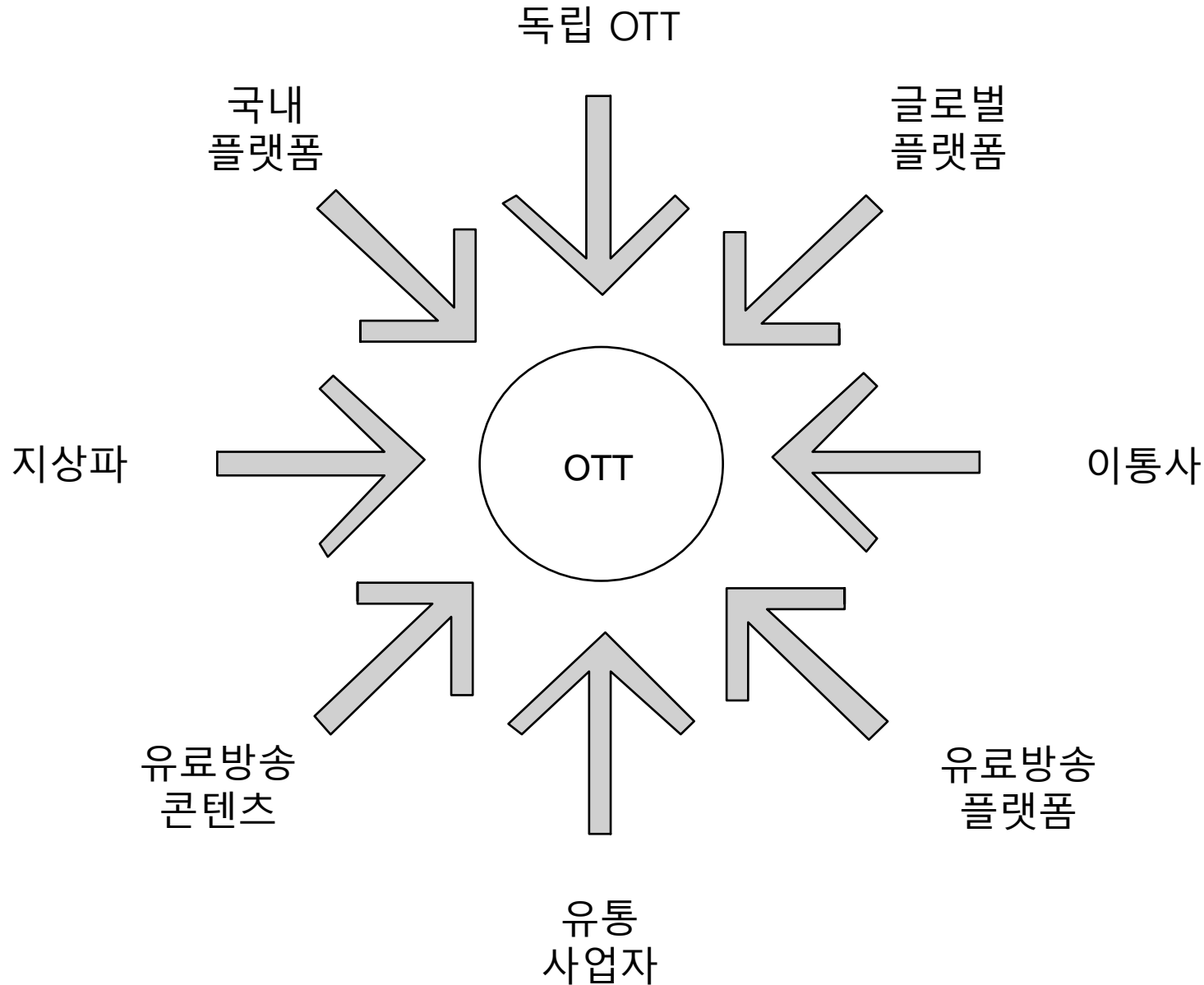
2. 미디어 생태계의 변화와 스트리밍 환경

3. ‘방송’을 바라보는 관점

4. 미래지향적인 미디어의 규범적 가치

5. 제언

3. '방송'을 바라보는 관점



OTT로의 수렴과 분화

- 미디어 사업자를 포함한 거의 전 영역의 사업자가 OTT 시장으로 진입하여 '수렴과 분화' 양상이 나타나고 있음(노창희, 2020c)
- OTT는 레거시 방송과 달리 사업자들이 가지고 있는 특성이 각기 상이하게 때문에 다양한 접근을 통해 경쟁을 벌이고 있는 있음
- 이용자 입장에서 핵심적인 선택 요인이 상이하게 나타나고 있음

3. '방송'을 바라보는 관점

범주	시청각 미디어			
	방송			
	협회의 방송	법체계 상 방송	광의의 방송 (경계영역)	
	지상파	지상파		
		유료방송		
		PP		
		(...)		
			실시간 SVOD	
				비실시간 SVOD
				독립콘텐츠 기반 AVOD
기준	방송법상 방송의 정의	방송법상 방송사업자에 해당하는 경우	방송과 유사한 콘텐츠를 제공하는 주체	기존 방송과 다른 콘텐츠와 서비스를 제공하는 주체
	"방송"이라 함은 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중(개별계약에 의한 수신자를 포함하며, 이하 "시청자"라 한다)에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것		기준에 대한 설정 필요	

3. '방송'을 바라보는 관점

< (예시)기준 설정을 위한서비스 방식에 따른 OTT 서비스 분류 >

구 분		시청자 경험의 차이	
		실시간(linear)	비실시간(non-linear)
콘텐츠의 차이	방송 콘텐츠	①, ②	④
	독립 콘텐츠	③	⑤, ⑥, ⑦

① 기존의 방송콘텐츠를 실시간 다채널로 제공하는 경우

② 기존의 방송콘텐츠를 일회적으로 재송신하는 경우

③ 실시간으로 독립 콘텐츠를 제공하는 경우

④ 비실시간으로 기존의 방송콘텐츠를 제공하는 경우

⑤ 비실시간으로 독립콘텐츠를 제공하는 경우

⑥ 기존의 방송콘텐츠를 재가공하여 동영상 클립 형태로 제공하는 경우

⑦ 독립 콘텐츠를 동영상 클립 형태로 제공하는 경우

출처: 노창희·천혜선·박정인·이수연 (2016)을 기반으로 일부 수정

3. '방송'을 바라보는 관점

'방송'을 둘러싼 관점의 경합

- OTT와 같은 인터넷 기반 미디어의 성장으로 인해 제기되고 있는 미디어 관련 법체계 개편에 대해 '방송'을 중심으로 보는 것이 합당한지를 두고 관점이 경합하고 있는 상황

방송 개념 확장

- OTT의 일부를 방송으로 보자는 논의는 지속적으로 제기되어 왔음
- 정인숙(2020)은 이를 '규제포섭론'이라고 명명하고 OTT를 방송에 포섭하기 위한 접근이라고 보고 있음. 아울러, 국회 OTT 관련 입법안들이 규제포섭론에 입각한 시도라고 보고 있음
- OTT를 방송법 체계에 편입시키고자 하는 것은 방송 개념을 확장하려는 시도라고 할 수 있음

새로운 범주 설정

- 국내 방송법 체계의 문제점은 지속적으로 제기되어 왔으며, OTT와 같은 신유형 매체의 활성화를 계기로 전면적인 법체계 개편이 필요하다는 주장이 대두
- 이준웅(2019)은 새로운 매체가 등장할 때마다 '방송'과의 유사성을 기준으로 판단하는 것에 대한 문제점을 지적하고 '시청각매체'라는 관점에서 매체 정책에 대해 새롭게 접근해야 한다고 지적
- 이는 새로운 범주 설정 필요성을 제안하는 방식

3. '방송'을 바라보는 관점

< 방송 접근 방식에 따른 함의 >

구분		함의
방송 개념 확장	유용성	<ul style="list-style-type: none"> ■ 방송과 OTT 간 유사성이 높아지면서 나타나는 문제에 상대적으로 빠른 법 개정 가능 ■ 레거시 방송미디어에 적용되고 있는 낡은 규제 개선을 전면적으로 실시 할 수 있는 계기가 될 수 있음
	한계	<ul style="list-style-type: none"> ■ 방송의 정의와 분류체계 등 현행 방송법 체계가 가지고 있는 문제에 대한 근본적인 해결이 어려움 ■ 새로운 매체가 등장할 때마다 사업자의 정의를 추가하는 등 소모적인 논란이 지속될 수밖에 없음
새로운 범주 설정	의의	<ul style="list-style-type: none"> ■ 방송법을 포함한 방송, 미디어 관련법이 가진 근본적인 한계를 극복하는 것이 가능 ■ 실제 미디어가 수행하는 기능에 부합하는 실효성 있는 법·제도 운영 가능
	한계	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회적 논의를 거쳐야 하는 등 현실적으로 극복해야 하는 장벽이 많아 장기간이 소요되는 것이 불가피함 ■ 현행 법체계 안에서 해결해야 하는 현안 과제가 산적한 상황에서 후순위로 밀릴 가능성을 배제하기 어려움

목차

1. 문제 제기

2. 미디어 생태계의 변화와 스트리밍 환경

3. ‘방송’을 바라보는 관점

4. 미래지향적인 미디어의 규범적 가치

5. 제언

4. 미래지향적인 미디어의 규범적 가치

방송이 추구해 왔던 규범적 가치

- 기존에 방송이 추구해 왔던 규범적 가치는 ‘공익성’, ‘공정경쟁’, ‘시청자 복지’ 중심으로 이뤄져 왔음
- 미흡했던 부분을 보완하면서 새로운 미디어의 규범적 가치를 제시할 필요가 있는 시점

공익성

- 독립성
- 표현의 자유
- 공론장
- 공정성
- 다양성
- 지역성

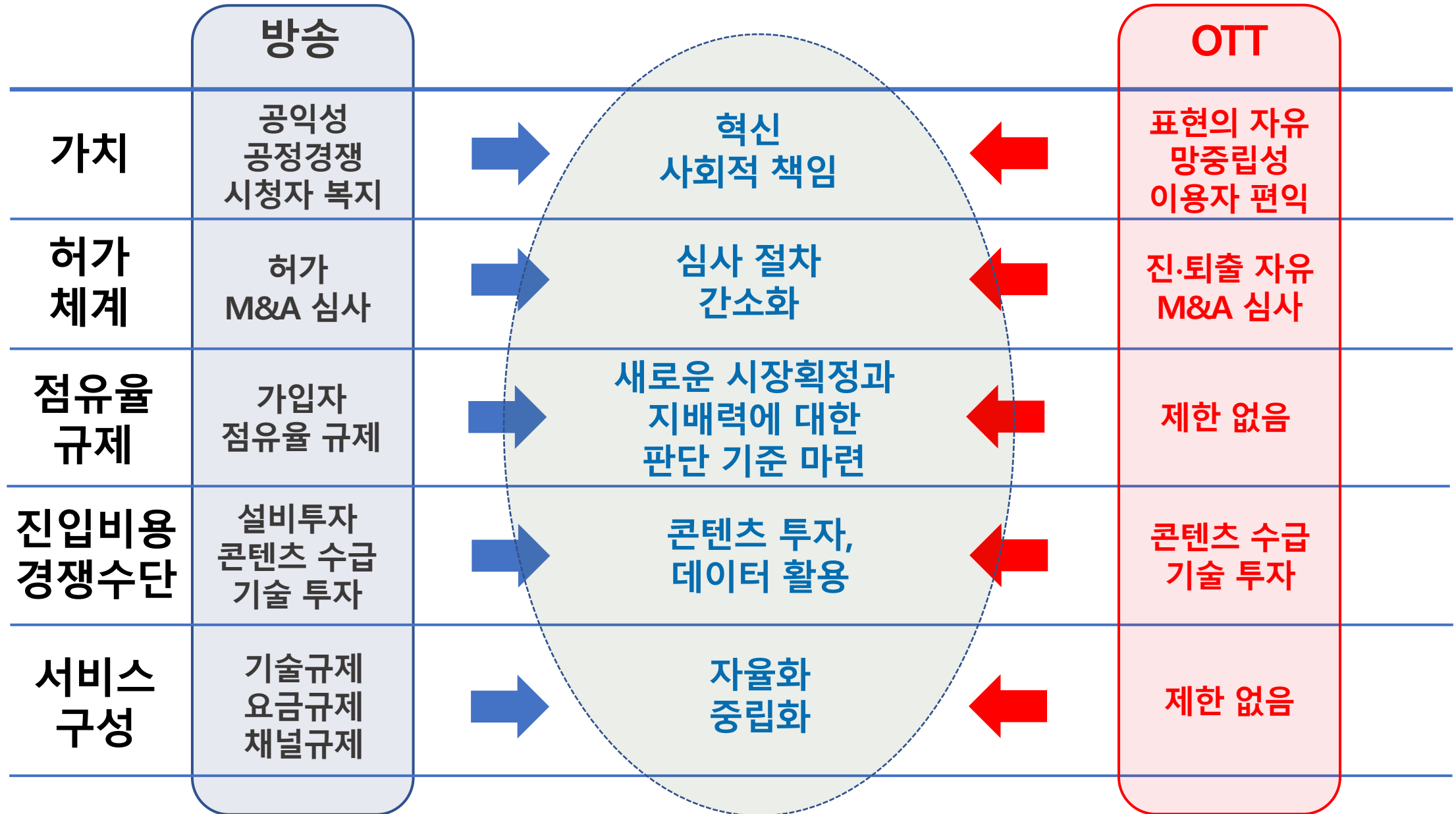
공정경쟁

- 방송산업발전
- 매체균형발전
- 보편적 서비스
- 기업결합의 적정성
- 혁신

시청자 복지

- 소외 계층 보호
- 시청자권익/소비자 이익 보호
- 미디어 리터러시
- 시청자 참여
- 품질

4. 미래지향적인 미디어의 규범적 가치



1. 연구 목적

2. 미디어 환경 변화

3. 국내 콘텐츠 시장 경쟁력 분석

4. 전문가 조사 결과

5. 시사점 및 제언

방송 개념에 대한 학술적 검토와 새로운 미디어 생태계의 제도화가 필요한 시점

방송 개념과 기존 법체계 재정비

- ‘방송’이 새로운 개념으로 대체된다고 하더라도 기존에 방송이 추구해 왔던 규범적 가치와 실질적인 수행 방식에 대한 학술적/정책적 관점의 접근 필요
- 이를 기반으로 기존의 방송 개념과 법체계를 재정비하는 것이 필요

미디어 생태계의 새로운 제도화

- 현재의 미디어 생태계는 법·제도의 정비만으로 환경의 변화에 대응하는 것이 불가능
- 시청자, 사업자, 정부가 새롭게 형성되어 가는 ‘미디어 생태계’라는 제도 내에서 협력할 수 있는 방법을 찾아가는 것이 바람직하며, 방송의 새로운 개념화도 이러한 차원에서 이뤄지는 것이 바람직

스트리밍 생태계를 이해하기 위한 맥락적 상상력

- ‘시청자’라는 존재의 정체성에 대해 근본적으로 다시 검토해 볼 필요가 있음. 수용자, 이용자라는 개념만으로는 시청자라는 용어가 가지고 있는 함의를 충분히 이해하기 어려운 측면이 존재(노창희, 2021)
- 기술적으로 시청자가 최적의 편의를 누리 수 있는 환경이 조성되었지만 역설적으로 시청자가 미디어의 작동방식을 이해하는 것은 더욱 어려워지고 있어 ‘스트리밍 생태계를 이해하기 위한 맥락적 상상력(노창희, 2020. 8. 10)’이 필요한 시점

- 강명현 (2015). 미디어 환경변화와 공정경쟁 정책의 방향. <방송통신연구>, 91호, 9-34.
- 강형철 (2013). 방송환경 변화 아래 공익에 대한 도전과 개념변화: 한국 방송학 논문 메타 분석. <정보통신정책연구>, 20권 4호, 33-71.
- 김재영·박규장 (2005). 디지털 시대의 방송 공익성과 지상파방송 정책 패러다임. <사회과학연구>, 16호, 49-69.
- 노창희 (2020a). 포스트 코로나 시대 미디어 생태계의 향방. <방송문화>, 421호, 89-106.
- 노창희 (2020b). 유료방송 혁신을 위한 규제 개선 방향. <미디어리더스 포럼 '국내 미디어 생태계 지속 성장을 위한 과제'발제문>.
- 노창희 (2020c). 스트리밍으로 인한 미디어 생태계의 수렴과 분화. <방송트렌드&인사이트>, 24호, 25-31.
- 노창희 (2020. 8. 10). 스트리밍 이해 위한 맥락적 상상력. <아이뉴스24>.
- 노창희 (2021). 스트리밍 시대의 텔레비전 그리고 시청자. 한국국제문화교류진흥원 역음 (2021). <코로나19 이후의 한류>(154-185). 서울: 한국국제문화교류진흥원.
- 노창희·천혜선·박정인·이수연 (2016). <OTT 활성화 정책사례 조사분석>. 나주: 한국방송통신전파진흥원.
- 백미숙·홍종윤·윤석민 (2007). 국회 문화관광위원회 논의에 나타난 '방송정책이념': 종합유선방송법, 통합방송법 제·개정안(1991-2004)을 중심으로. <한국방송학보>, 21권 2호, 305-350.
- 윤상길 (2019). 한국방송정책 가치규범의 '과거와 미래 사이': 가치규범의 작동양식에 대한 시론(時論)적인 역사적 접근. <한국언론학보>, 63권 1호, 253-285.
- 이준웅 (2019). 시청각매체 역무의 폭발 시대와 우리나라 방송정책. <방송문화>, 418호, 10-37.
- 정용준 (2006). 보편적 서비스와 수용자 복지. <방송연구>, 63호, 31-58.
- 정인숙 (2020). 글로벌 OTT의 확산에 따른 미래 예측과 정책 대응. <방송통신연구>, 109호, 9-32.
- van Cuilenburg, J., & McQuail, D. (2003). Media policy paradigm shifts: Towards a new communications policy paradigm. *European Journal of Communication*, 18(2), 181-207.

감사합니다.