

방송콘텐츠 개념의 제도적 정립을 위한 시론

An Essay on Constructing an Official Concept of Broadcasting Contents

조병한

한양대학교 문화콘텐츠학과

Byeong-Han Cho(bottleone@hanyang.ac.kr)

요약

이 논문은 방송콘텐츠의 개념이 제도적으로 정립되지 않음에 따라 발생한 문제를 살피고, 방송콘텐츠 개념의 범주와 의미를 제시하여 관련한 논의를 활성화하는데 그 목적이 있다. 콘텐츠 향유 패턴이 점차 파편화됨에 따라, 드라마·예능·다큐멘터리 등 방송콘텐츠는 전통적인 방송산업의 유통구조를 벗어나 N스크린을 통해 다양하게 향유되며 그 부가가치를 극대화한다. 그러나 법률상 방송콘텐츠의 개념은 방송산업의 전통적인 유통망에 종속되어 있거나, 심지어는 부재한 실정이다. 이 논문은 방송콘텐츠에 대한 새로운 정의를 제안하여 이와 같은 문제를 바로잡고자 하였다. 방송콘텐츠 개념 정의의 필요성을 원론적·법률적·산업적 측면에서 다각적으로 살핀 결과, 방송콘텐츠는 방송미디어로부터 독립된 새로운 개념으로 정의될 필요가 있었다. 이를 바탕으로 방송콘텐츠의 개념과 유형 분류에 관한 기존의 논의를 검토하여 방송콘텐츠 개념 정립을 위한 방향성을 확인하였고, 방송콘텐츠를 상위범주(교양, 오락)와 하위범주('다큐멘터리·시사교양·교육', '드라마·애니메이션·예능·음악·스포츠')로 구분하여 정의하는 방안을 제시하였다.

■ 중심어 : | 방송 | 콘텐츠 | 미디어 | 방송법 | 저작권법 |

Abstract

The purpose of this paper is to examine the problems caused by the lack of institutional establishment of broadcasting contents' concept, to present the categories and significance of broadcast contents concepts, and to promote discussions on defining broadcasting contents concepts. As the pattern of enjoying contents becomes fragmented, broadcasting contents such as dramas, entertainment, and documentaries are enjoyed in various ways through N-screens, beyond the distribution structure of the traditional broadcasting industry. But, the concept of broadcasting contents is subordinate to(or even absent from) the distribution structure of the broadcasting industry. This paper seeks to correct this problem by proposing a new definition of broadcasting contents. First of all, as a result of looking at the need to define the concept of broadcasting contents in various ways in principle, legal, and industrial aspects, broadcasting contents needed to be defined as a new concept independent of broadcasting media. Based on this, the existing discussions on the concept and type of broadcasting contents were reviewed to confirm the direction for establishing broadcasting contents concepts, and to define broadcasting contents into higher categories (liberal arts, entertainment), and lower categories ('documentaries, current affairs, education', 'dramas, animation, music, variety, sports').

■ keyword : | Broadcasting | Contents | Media | Broadcasting Act | Copyright Act |

I. 문제의 제기

아날로그 시대에 '영화를 본다'는 말은 '극장에 간다'는 말을 포함하고 있었다. 미디어와 그 미디어를 통해 서비스되는 콘텐츠가 결합되어 있던 것이다. 디지털 기술의 부재로 미디어와 콘텐츠를 분리할 수 없었기에 이들을 따로 떼어서 구분할 이유가 없었다. 그로 인해 당시에는 극장, 방송, 음반과 같은 서로 다른 미디어를 구별하는 것이 중요했을 뿐, '극장:영화', 'TV:드라마'처럼 미디어와 콘텐츠를 구분하는 것은 그다지 의미가 없었다.

하지만 디지털 기술의 등장으로 미디어와 콘텐츠는 분리되기 시작했다. 영화와 방송은 극장에서뿐만 아니라, IPTV·스마트폰 등 N스크린을 통해 향유되었고 음반은 해체되어 음원 단위 향유가 다수의 기기를 통해 이루어지게 되었다. 비로소 콘텐츠가 미디어로부터 해방되어 그 자체로서 존재감을 가지게 된 것이다. 그로부터 미디어 속에 들어가 있던 '콘텐츠'라는 용어가 미디어 밖으로 분리되어 나오기 시작했다[1].

그러나 미디어와 콘텐츠가 결합되어 있던 아날로그 시대의 잔재는 콘텐츠가 미디어로부터 분리된 지금에 이르러서도 여전히 남아 있다. '방송'이 그 대표적인 사례다. 현행 방송법은 방송을 "방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것"이라고 정의하며, 그 종류로 '텔레비전 방송', '라디오방송', '데이터방송(인터넷 등 통신망을 통하여 제공하거나 매개하는 경우는 제외)', '이동멀티미디어방송'을 열거하였다. 여기서 방송은 콘텐츠와 수용자를 매개하는 미디어로서 의미를 지닌다. 그런데 방송법은 '방송프로그램'을 "방송편성의 단위가 되는 방송내용물(방송법 제2조 17항)"이라 정의함으로써 방송프로그램을 방송에 종속된 개념으로 제한하였다. 콘텐츠를 독립적으로 정의하지 않고 미디어에 종속해둔 것이다.

하지만 현실은 방송법의 정의와 다른 양상을 보인다. 산업의 중심적인 미디어였던 지상파 방송사의 퇴조가 심화되며, 글로벌 VOD 서비스 등 신홍 플랫폼 기업의 영역이 점차 넓어지고 있다[2]. 그로 인해 드라마·예능 등의 방송콘텐츠를 방송법이 정의한 방송미디어 밖에서도 접할 수 있게 되었다. 예컨대 웨이브·티빙·넷플릭스 등 SVOD(Subscription Video On Demand) 서

비스나 유튜브·네이버TV와 같은 AVOD(Advertising Video On Demand) 서비스에서도 방송콘텐츠를 접할 수 있다. 법적으로는 콘텐츠가 미디어에 종속되어있지만 현실에서는 콘텐츠가 미디어를 넘나들며 향유되는, 법과 현실의 괴리가 발생한 것이다. 여기서부터 여러 혼란이 빚어지게 되었다.

먼저 방송법에서는 동일한 시장 내에 위치한 경쟁 사업자를 하나의 체계로 다루지 못하는 문제가 야기되었다. 기술 중립적 규제를 통해 시장의 경쟁을 증진시키기 위해서는 수평적 규제 체계, 즉 동일 시장을 동일하게 규제하는 체계가 구축되어야 한다[3]. 그러나 현행 방송법 체계는 방송 시장 내에 위치한 사업자를 미디어 중심으로 구분한 뒤, 각기 다른 규제를 적용하고 있다. 현행 법률이 규정한 국내 방송산업의 주요 사업자로 는 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자와 IPTV사업자가 있는데, 이들은 각각 방송법, IPTV법으로 구분된 별도의 규제 아래에 놓여있다. 게다가 최근 시장의 주요한 사업자로 급부상한 OTT서비스 사업자의 경우, 기존의 사업자와 경쟁 관계에 있음에도 불구하고 현행 규제 체계로 포섭할 수 없다. 인터넷을 통해 동영상 서비스를 제공하는 OTT는 전기통신사업법상 부가통신사업자로서, 신고만으로 사업자 지위를 득할 수 있고, 방송법상 방송사업자에게 적용되는 진입 규제, 소유 규제, 편성 규제, 광고 규제 등을 적용받지 않기 때문이다[4]. 인터넷을 통한 방송의 법적 지위가 전기통신사업법상 부가통신사업자에 해당함에 따라 방송의 내용을 규제함에 있어서도 문제가 있다. 콘텐츠가 방송법상의 '방송 프로그램'에 대한 규제가 아니라 '정보통신 콘텐츠'에 대한 보다 완화된 사후 심의를 받기 때문이다. 그로 인해 방송물이 실시간으로 송신된 이후 휘발되는 인터넷 개인방송에 대해서는 방송법상 문제가 되는 폭력적이거나 자극적인 콘텐츠에 대해 규제를 적용하지 못한다. 수직적 규제가 아닌 수평적 규제 방식으로 기존의 미디어와 같은 동일한 규제를 적용해야 레거시 미디어에서 적용하고 있는 시청자 보호 규칙을 개인방송에도 적용할 수 있다[5].

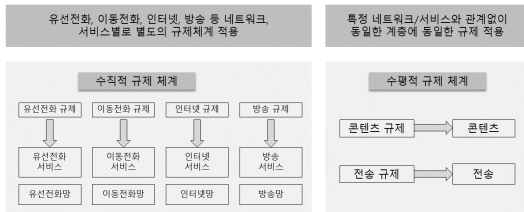


그림 1. 방송산업의 수직적 규제 체계와 수평적 규제 체계[6]

이미 해외에서는 수직적 규제 체계의 한계를 인지하고, 수평적 규제 체계로의 전환이 이루어졌다. 유럽연합은 전송계층(Transmission, Network)과 콘텐츠계층(Content)을 구별하고, 전송계층에서는 과거의 수직적 규제 체계에서 각각 차별화되어 있던 전송플랫폼을 하나의 규제 체계로 통일하고 있으며, 콘텐츠계층에서는 시청각미디어서비스와 정보사회서비스를 포함한 개념을 linear서비스와 non-linear서비스로 나누어 규제의 강도를 달리하고 있다[7]. 미국에서는 통신과 방송에 대한 전반적인 법률 개편은 이루어지지 않았지만, 수평적 규제 적용을 위한 제도적인 개선 노력을 지속하고 있으며[8], 일본은 2010년 기존 8개로 나뉘어 있던 통신 및 방송관련법을 통합하여 전송기술을 기준으로 4개로 분리되어 있었던 방송 관련법을 단일화하였다[9].

종래의 수직적 규제 체계는 새롭게 등장하는 서비스에 대한 규제의 공백을 막고 이들과 기존의 서비스들 사이에서 형평을 잃지 않는 규제를 하는데 한계가 있다 [10]. 각각의 층위를 기준으로 한 수평적 규제 체계로의 전면적인 수정이 이루어지지 않는다면, 앞으로도 방송 콘텐츠를 서비스하는 새로운 비즈니스 모델이 시장에 진입할 때 마다 규제의 공백을 감수하고서는 매번 새로운 법률을 만들어야 할 것이다. 이러한 혼란을 방지하기 위해서는 수평적 규제 체계로의 전환이 필요하며, 수평적 규제 체계로의 전환 과정에서는 무엇보다도 아직 제대로 정의되지 않은 콘텐츠 층위를 규정하는 일이 선행되어야 할 것이다.

같은 맥락에서 저작권법의 '방송'에도 문제의 소지가 있다. 저작권법은 제2조 제8항에서 방송을 공중송신의 하위 개념으로 '공중송신 중 공중이 동시에 수신하게 할 목적으로 음영상 또는 음과 영상 등을 송신하는 것'이라 정의하고, 수신성의 동시성 여부로 방송과 전송을 구분하였다. 저작권법 역시 미디어적 개념으로 방송을

정의한 것이다. 그리고 문화체육관광부는 저작권법과 동법 시행령에 의거 저작권 신탁관리업을 허가함에 있어서 방송 분야 단체의 신탁 범위를 각각 '방송실연자의 권리', '방송작가의 권리'로 한정하였는데, 방송콘텐츠에 대한 법률적 정의가 부재한 상황에서 방송을 신탁 범위로 한정함으로써 방송실연자와 방송작가의 권리를 저작권법이 정의한 방송에 한정하였다고 볼 수 있게 되었다. 저작권법이 정의한 방송은 사실상 TV방송만을 의미하며, OTT 서비스는 이에 포함되지 않는다. 그로 인해 한국방송실연자권리협회와 한국방송작가협회는 OTT를 통해 저작물이 유통되는 경우에 자신의 권리를 제대로 보호를 받지 못하고 있다.

창작자의 권리가 보호받지 못하는 열악한 환경에서는 창작자의 의욕 있는 창작활동을 기대하기 어려우며, 왕성한 창작활동을 통해서만 훌륭한 콘텐츠를 생산할 수 있고 관련 산업의 발전을 기대할 수 있다[11]. 동일한 저작물이 어떻게 전달되느냐에 따라 권리가 보호되기도 하고 혹은 전혀 보호되지 못하기도 하는 지금의 시스템이 지속된다면 창작자의 의욕이 저해될 수밖에 없다. 방송산업의 생태계를 지탱하는 창작자의 창작의욕이 저해된다는 것은 매우 심각한 문제다.

관점에 따라 저작권법이 정의한 방송이 방송 분야 저작권 신탁관리단체의 신탁 범위로서 방송에 해당하지 않는다고 간단하게 해석할 수도 있다. 그러나 한국방송실연자권리협회, 한국방송작가협회와 같은 저작권신탁관리단체는 저작권법에 근거하여 문화체육관광부의 허가를 받아 운영되는 까닭에 저작권법에서 규정한 방송 개념과 매우 밀접한 관계를 맺고 있다. 그러므로 권리 보호의 공백을 해소하기 위해서는 우선 저작권법이 방송콘텐츠의 개념을 인정해야 한다.

게다가 이미 방송미디어로부터 독립된 방송콘텐츠가 현실에 존재하는 만큼, 제도적으로 개념을 정의해야 할 필요가 있는 것이 사실이다. 이에 본고는 방송콘텐츠 개념 정립의 당위를 원론적·법률적·산업적 차원에서 구체적으로 살피고, 이를 바탕으로 방송콘텐츠 개념의 제도적 정립 방향성을 검토하여 개념의 정립방안과 그 의의를 제시하였다.

II. 방송콘텐츠 개념 정의의 필요성

1. 원론적 측면

사실 원론적 차원에서 미디어와 미디어의 내용을 구분하려는 시도는 난센스다. 미디어와 그 내용은 구분할 수 없는 대리보충적 관계에 있기 때문이다. 마셜 매클루언이 주장한 바, 모든 미디어의 내용을 이루고 있는 것은 언제나 또 다른 미디어가 된다[12]. 예컨대 스마트폰의 음악스트리밍서비스 어플리케이션은 스마트폰이라는 미디어의 내용이지만, 한편으로는 음원을 매개하는 미디어이기도 하다. 이처럼 모든 미디어는 무엇인가 매개하면서 그 자체로도 의미를 지니기 때문에 미디어와 미디어의 내용을 개념적으로 구분하기란 쉬운 일이 아니다.

방송미디어 역시 마찬가지이다. 용어를 사용하는 맥락에 따라, 방송미디어라는 용어는 방송프로그램을 유통하는 시스템을 지칭하기도 하고, 방송프로그램 그 자체를 의미하기도 한다. 방송콘텐츠 역시 방송미디어가 어떻게 사용되는지에 따라 다른 의미를 지니는데, 방송미디어가 방송프로그램을 유통하는 시스템을 지칭하는 경우에 방송콘텐츠는 드라마·예능·다큐멘터리 등 방송만의 변별적인 문화콘텐츠를 의미하며, 방송미디어가 방송프로그램을 의미하는 경우에는 화면과 음악에서부터 작가·연출자·실연자의 사상과 감정까지 매우 광범위한 의미를 지닌다.

미디어와 콘텐츠라는 용어는 어디까지나 상대적인 개념이다. 예를 들어 영화는 그 자체로서 중요한 미디어 입에 틀림없다. 영화를 통해 우리는 일정한 커뮤니케이션을 할 수 있기 때문이다. 그때 영화는 어떤 콘텐츠를 싣고 있는 미디어이지만 방송 또는 인터넷이라는 매스미디어와의 관계에서 보면 영화는 그 미디어에 담겨 있는 콘텐츠가 되는 셈이다. (중략)

따라서 영화라는 미디어 속에 담긴 콘텐츠를 하위 차원의 콘텐츠라고 한다면 방송, 인터넷과 같은 상위의 미디어 속에 담긴 콘텐츠로서의 영화는 상위 차원의 콘텐츠가 된다. 이러한 다른 차원의 콘텐츠들이 엄연히 존재하고 있음에도 불구하고 서로 다른 차원의 콘텐츠를 같은 차원의 콘텐츠로 착종함으로써 지금과 같은 용어 사용의 혼란이 빚어졌다고 할 수 있다.

이러한 관점에서 본다면 '미디어'건 '콘텐츠'건 분명하게 상위 차원과 하위 차원으로 나누어질 수 있고 하

위 차원으로 내려가면 콘텐츠는 미디어와 분리될 수 없는 관계를 가지고 있지만 상위 차원의 콘텐츠는 미디어와 분리될 수 있는 관계를 가지게 된다[13].

위 인용은 콘텐츠를 상위 차원과 하위 차원으로 구분하여 용어 사용의 혼란을 정리하였다. '영화', '음악', '방송', '게임' 등 우리가 흔히 문화콘텐츠라 일컫는 창작물을 미디어로 본다면 콘텐츠는 하위 차원의 용례가 되고, 창작물 자체를 콘텐츠로 본다면 상위 차원의 용례가 된다. 따라서 하위 차원의 콘텐츠는 창작물과 분리할 수 없지만, 상위 차원의 콘텐츠는 다른 미디어를 통해 유통되는 등 미디어와 분리될 수 있다. 같은 맥락에서 방송콘텐츠라는 용어를 상위 차원에서 사용하게 된다면 이는 드라마·예능·다큐멘터리 등 방송만의 변별적인 문화콘텐츠를 의미하지만, 하위 차원에서 사용하게 된다면 방송콘텐츠는 방송프로그램을 구성하는 자료·정보에서부터 창작자의 사상과 감정까지 매우 광범위한 의미를 지니게 된다.

본고는 이 글이 다루는 방송콘텐츠의 범주를 상위 차원의 개념으로 설정하였다. 본고의 목적이 방송콘텐츠가 미디어에서부터 분리된 현실과 방송콘텐츠를 미디어에 종속시켜둔 법 사이의 괴리를 논의하고 방송콘텐츠 개념 정의의 필요성을 제시하는 것인 까닭이다. 이후 본고가 다루는 방송콘텐츠는 방송미디어와 구분할 수 있는 상위 차원의 콘텐츠를 의미하며, 방송미디어는 방송콘텐츠를 매개하는 유통시스템을 의미한다. 이러한 관점을 견지하여 유와 종차에 의한 정의 방법을 통해 방송미디어와 방송콘텐츠의 개념을 보다 명확히 정의하였다.

'유와 종차에 의한 정의'는 그 개념이 속한 유개념과 그 종(種)만이 갖는 차이를 밝힘으로써 정의하는 방법을 말한다. 예를 들어 '인간은 이성적 동물이다'라는 게 그렇다. 여기에서 '동물'은 인간이라는 종이 속한 유(類)다. 그리고 '이성적'이라는 것이 소나 말처럼 같은 유에 속한 종들 가운데 인간이라는 종만이 가진 차이, 곧 종차(種差)다[14].

유와 종차에 의한 정의는 정의하고자 하는 개념을 포괄하는 상위 개념의 범주 속에서 정의하고자 하는 개념의 변별성을 언급하여 개념을 정의하는 방식이다. 방송

미디어 개념과 방송콘텐츠 개념의 유와 종차를 비교해 보면 개념 간의 차이 또한 명확해질 것이다.

유개념은 매우 분명하다. 방송미디어의 유개념은 미디어이고, 방송콘텐츠의 유개념은 콘텐츠이다. 방송미디어와 방송콘텐츠는 제도적인 정의 조항의 존재 여부에 있어서 차이가 있지만 모두 방송산업에서 공식적으로 널리 쓰이는 개념이다. 예컨대 방송통신위원회가 “활력있는 방송통신, 신뢰받는 미디어”라는 비전을 둔 것과, 한국콘텐츠진흥원이 12가지 사업 분야 중 하나로 ‘방송’을 설정한 것이 이를 방증한다[15][16].

방송미디어의 종차는 방송을 유통시스템으로 정의한 방송법의 정의에서 확인할 수 있다. 방송법 제2조 제1항은 “‘방송’이라 함은 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중(개별계약에 의한 수신자를 포함하며, 이하 “시청자”라 한다)에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것”이라 정의한 바 있다. 이후 방송의 종류를 ‘텔레비전방송’, ‘라디오방송’, ‘데이터방송’, ‘이동멀티미디어방송’으로 열거하였는데, 열거된 방송의 종류로 말미암아 “전기통신설비에 의하여 송신하는 것”이라는 문구가 송신의 내용(콘텐츠)이 아닌 송신하는 행위 그 자체를 의미한다는 것을 알 수 있다. 방송법이 열거한 방송의 종류(텔레비전방송, 라디오방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송)는 방송미디어를 의미하기 때문이다.

이처럼 방송법의 방송 정의가 방송미디어를 의미하므로, 방송미디어의 종차는 방송법에서 규정된 바와 같이 “전기통신설비에 의하여 송신”하는 것으로 보는 것이 타당하다.

방송콘텐츠는 유통시스템과 분리되는 콘텐츠 그 자체를 일컫는데, 방송콘텐츠의 하위범주로는 드라마, 예능, 다큐멘터리 등이 있다. 방송법 제2조 제17항은 방송프로그램을 ‘방송편성의 단위가 되는 방송내용물’이라 정의하였는데, 본 조항은 방송미디어에 방송의 내용물을 종속시켜 방송콘텐츠 개념의 독립성을 훼손하였다. 예컨대 영화, 음악, 게임 등 방송콘텐츠가 아닌 여타 장르의 콘텐츠가 방송에 편성되더라도, 이 또한 현행법의 정의에 의하면 방송프로그램이므로 여타 장르의 콘텐츠와 드라마·예능 등 방송만의 고유한 콘텐츠가 전혀 구분되지 않는다.

그러므로 방송콘텐츠 개념에 대한 제도적 합의를 이

끌어내기 위해서는 별도의 심층적인 논의가 필요할 것이다. 다만 이번 장에서는 논의 중인 콘텐츠로서 종차의 성격을 개괄적으로나마 확인하기 위해 우선 방송콘텐츠의 종차를 ‘드라마, 예능, 다큐멘터리 등 TV를 통해 방영되어온 장르’라고 설정하였으며, 이와 관련한 본격적인 논의는 본고의 3장에서 다루었다.

상기 논의를 토대로 정리한 방송미디어, 방송콘텐츠의 유와 종차는 다음 [표 1]과 같다.

표 1. 방송미디어·방송콘텐츠의 유와 종차

구분	유	종차
방송미디어	미디어	전기통신설비에 의하여 송신(인터넷 등 통신망을 통하여 제공하거나 매개하는 경우 제외)
방송콘텐츠	콘텐츠	드라마, 예능, 다큐멘터리 등 TV를 통해 방영되어온 장르

[표 1]과 같이 방송미디어와 방송콘텐츠는 유개념에 있어서부터 다른 범주를 지니며, 종차의 측면에서는 완전히 구별된다. 하지만 방송미디어와 방송콘텐츠 사이에 명확한 차이가 있음에도 불구하고, 기존의 방송에 대한 논의는 대부분 유통시스템, 즉 방송미디어에 한정되어 있었다. 그로 인해 ‘방송’이라는 단어는 미디어로서의 개념만을 지닌 단언어로 간주되었다.

물론 ‘방송’ 개념의 출발이 방송미디어에 있음은 자명한 사실이다. 방송이 태동한 무렵에는 디지털 기술의 부재로 콘텐츠와 미디어가 분리될 수 없었기 때문이다. 그러나 디지털 기술의 발달로 콘텐츠는 결합되어 있던 특정 미디어와의 종속 상태에서 벗어나, 다양한 미디어를 횡단하며 독립된 가공물로서 콘텐츠 향유자에게 지적·정서적 만족감을 제공하게 되었고, 이를 지칭할 필요로 인해 비로소 콘텐츠 개념 정립의 필요성이 대두되었다[17]. 현실에서 방송콘텐츠가 방송미디어를 떠나 여러 미디어를 통해 향유되는 까닭에, 방송미디어에 종속되지 않은 독립적인 방송콘텐츠 개념이 필요해진 것이다.

2. 법률적 측면

방송콘텐츠를 다루는 주된 법률은 방송법이다. 먼저 방송법이 정의하고 있는 방송의 정의를 살펴보도록 하겠다. 다음은 방송법 제1조와 제2조의 일부이다.

제1조(목적) 이 법은 방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(용어의 정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “방송”이라 함은 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중(개별계약에 의한 수신자를 포함하며, 이하 “시청자”라 한다)에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것으로서 다음 각목의 것을 말한다. (이하 각목 생략)
15. “방송편성”이라 함은 방송되는 사항의 종류·내용·분량·시각·배열을 정하는 것을 말한다.
17. “방송프로그램”이라 함은 방송편성의 단위가 되는 방송내용물을 말한다.

방송법은 궁극적으로 방송의 발전과 공공복리의 증진을 목적으로 하여 방송산업 전반을 규제하는 매우 중요한 법이다. 그러나 위 조항은 2000년 1월 12일에 제정된 뒤 지금까지 수정되지 않은 채 유지되어온 것으로, 20여 년 간 변화한 오늘날 방송시장의 모습을 적절히 담아내지 못하고 있다.

무엇보다도 방송법은 방송을 방송프로그램으로 정의하고, 방송프로그램을 방송으로 정의하여 방송프로그램의 개념을 형해화하였다. 이러한 순환논리의 오류로 인해 무엇이든 전기통신설비에 의하여 송신하기만 하면 방송프로그램이라 부를 수 있게 된 것이다.

이 조문이 처음 만들어진 2000년에는 방송프로그램이 대부분 방송사업자의 유통시스템을 통해 시청자에게 전달되었으므로, 말 그대로 방송프로그램은 방송편성의 단위가 되는 내용물에 불과했다. 그러나 시장은 변화했고, 방송콘텐츠 향유 행태는 N스크린으로 파편화되었다. 이제 방송콘텐츠는 방송사의 유통시스템을 벗어나 다양한 미디어를 통해 향유된다. 이에 대한 방송법의 문제에 대해 홍대식·김성유는 다음과 같이 지적하였다.

방송프로그램은 그 용어상으로도 “방송”을 내포한 형식 자체에도 문제가 있지만 방송법상 방송 편성의 단위가 되는 방송내용물로 정의되어(제2조 제17항) 객체적 성격이 강하다는 점에서 독립적인 의미를 갖기

어렵다는 문제도 안고 있다. 방송 편성의 개념이 VOD 서비스와 같은 비선형 서비스를 포괄하지 못하는 한정적인 의미를 갖고 있는 상태에서 방송내용물의 범위가 그 한계를 넘을 수 없기 때문이다. 이는 전송 계층과 콘텐츠 계층을 구분하지 않고 통합적으로 접근하는 수직적 규제 체계의 한계이기도 하다[18].

방송프로그램이 방송 편성의 단위로 정의됨으로써 독립적인 의미를 갖기 어려우며, VOD 서비스와 같은 비선형 서비스를 다루지 못한다는 홍대식·김성유의 지적은 매우 타당하다. 방송콘텐츠는 전통적인 송신 형태를 탈피하고 여러 SVOD 플랫폼을 통해 유통되며, 때로는 짧은 시퀀스 단위의 클립 영상으로 분할되어 AVOD 플랫폼을 통해 유통되기도 한다. 게다가 미디어 환경은 언제든지 새로운 송신방법을 만들어낼 수 있다.

홍대식·김성유가 언급한 것처럼 이는 전송 계층과 콘텐츠 계층을 구분하지 않는 수직적 규제 체계의 한계이다. 현행 방송법은 방송 개념을 전송 계층으로 정의한 뒤, 콘텐츠 계층을 전송 계층에 종속시킴으로써 독립적인 방송콘텐츠 개념을 규정하지 않았다. 방송법이 새로운 송신방법을 반영하지 못하는 문제를 근본적으로 해결하기 위해서는 방송콘텐츠를 명확히 정의하여 전송 계층과 콘텐츠 계층을 나누어 규제하는 수평적 규제 체계가 도입되어야 할 것이다.

저작권법 또한 미디어로서의 방송 개념만을 다루고 있다. 저작권법은 방송을 “공중송신 중 공중이 동시에 수신하게 할 목적으로 음·영상 또는 음과 영상 등을 송신하는 것”이라 정의하였다. 방송콘텐츠 개념을 배제하고 미디어로서의 방송만을 정의한 것이다. 물론 저작권법의 방송은 공중송신의 하위범주에 해당하는 송신방법을 의미하는 것으로서, 저작물의 이용 형태에 따라 권리를 부여하는 저작권법 체계에 부합하는 의미를 지닌 용어이다. 그러나 현실로 시선을 돌리는 순간 용어의 부작용은 문제를 초래한다. 현실에서는 방송이라는 용어가 방송미디어를 의미할 뿐만 아니라 콘텐츠로서도 의미를 지니기 때문이다. 법이 ‘방송’에 부여한 제한된 의미와 현실에서 ‘방송’이 지니는 풍부한 의미 사이의 괴리로 인해 오해의 소지가 발생하였고, 그 결과 방송콘텐츠 제작에 참여한 권리자의 저작(인접)권이 제대로 보호되지 못하는 상황이 발생하고 있다.

우리나라는 저작권법 제105조 제1항에 따라 저작권

신탁관리업에 대한 허가 제도를 운영하고 있다. 소관부처인 문화체육관광부는 각 신탁관리단체마다 신탁 가능한 범주를 지정하고 있는데, 총 13개의 신탁관리단체 중 방송과 관련한 권리를 신탁하는 단체로는 한국방송실연자권리협회와 한국방송작가협회가 있다.

한국방송실연자권리협회는 방송실연자(텔런트, 성우, 코미디언, 방송인 등)의 권리를 신탁관리하는 단체이며, 한국방송작가협회는 방송작가의 권리를 신탁관리하는 단체이다. 이 단체들은 각자 영상제작자와 협회원의 저작권 이용에 대한 계약을 체결하고 이를 바탕으로 방송사가 방송프로그램을 복제, 배포, 방송, 전송하는 경우에 발생하는 저작권 사용료를 방송사로부터 징수하여 개별 회원에게 분배하고 있다[19].

한국방송실연자권리협회와 한국방송작가협회의 신탁 범위는 '방송실연자의 권리', '방송작가의 권리'로 방송에 국한되어 있다. 그로 인해 이 협회들은 OTT 사업자와 단체 협약을 맺지 못하고 있다. 저작권법상 OTT의 저작물 이용이 '전송'에 해당하는 까닭이다[20]. 저작권법상 방송과 전송은 수신에 동시성 여부로 변별된다.

하지만 최근 OTT 플랫폼의 비약적인 성장으로 방송실연자와 방송작가는 이미 수많은 OTT 오리지널 콘텐츠 제작에 기여하였으며, 이러한 추세는 앞으로도 지속될 전망이다.

저작권은 근본적으로 저작물에 대한 권리이므로 송신방법에 따라 권리 보호의 여부가 결정되는 것은 적절하지 않다. 이 문제를 해결하기 위해서는 저작권법이 지금처럼 공중송신의 방법으로써 방송을 미디어적 개념으로 정의하는 동시에, 저작물의 층위에서 방송콘텐츠의 개념을 인정해야 할 것이다.

방송법과 저작권법이 방송을 미디어적 개념으로 국한함에 따라 초래된 문제를 해소하기 위해서는 방송콘텐츠의 개념을 제도적으로 명확히 정의해야 할 것인데, 이를 위해서는 우선 기존의 입법 시도를 검토해볼 필요가 있다. 방송콘텐츠의 개념 정의와 관련한 입법 시도는 방송법 전부개정법률안(2019년 1월 11일 김성수의원 대표발의), 영상진흥기본법 전부개정법률안(2020년 9월 8일 이광재의원 대표발의)에서 찾아볼 수 있다.

방송법 전부개정안(2019년 1월 11일 김성수의원 대표발의) 제2조(정의)

2. "방송콘텐츠"란 전기통신설비를 이용하여 시청자에게 송신되는 영상·음성·유형·데이터 등과 이들로 조합된 방송내용물을 말한다.
3. "방송프로그램"이란 방송편성의 단위가 되는 방송콘텐츠를 말한다.
4. "방송사업"이란 방송을 행하는 다음 각 목의 사업을 말한다.
 - 가. 지상파방송사업: 방송을 목적으로 하는 지상의 무선국을 관리·운영하며 이를 이용하여 방송을 하는 사업
 - 나. 유료방송사업: 방송국, 유무선의 설비(전기통신설비를 포함한다) 또는 광대역통합정보통신망 등을 이용하여 시청자와의 계약에 따라 여러 개의 채널단위, 채널별 또는 방송프로그램별로 대가를 받고 그 방송을 제공하는 사업
 - 다. 방송콘텐츠제공사업: 지상파방송사업자 또는 유료방송사업자와 일정한 계약을 체결하여 방송콘텐츠를 제공하는 사업
5. "방송사업자"란 방송사업을 하는 지상파방송사업자, 유료방송사업자, 방송콘텐츠제공사업자 및 공동체라디오방송사업자를 말한다.
6. "지상파방송사업자"란 지상파방송사업을 하기 위하여 제11조 제1항에 따라 허가를 받은 자를 말한다.
7. "유료방송사업자"란 유료방송사업을 하는 자로서 다음 각 목의 자를 말한다.
 - 가. 다채널 유료방송사업자: 이용자와의 계약에 따라 방송채널 또는 방송프로그램을 대가를 받고 제공할 목적으로 제11조제2항에 따라 허가를 받거나 제11조제4항에 따라 승인을 받은 자
 - 나. 부가유료방송사업자: 방송을 수신하여 중계 송신(방송편성을 변경하지 아니하는 녹음·녹화를 포함한다. 이하 같다)하거나 이용자와의 계약에 따라 정보통신망(광대역통합정보통신망을 이용하여 일정한 품질이 보장되어 제공되는 경우를 제외한다)에서 방송프로그램을 이용자에게 판매·제공할 목적으로 제11조제3항에 따라 승인 또는 등록을 하거나 신고를 한 자
8. "방송콘텐츠제공사업자"란 방송콘텐츠제공사업을 하는 자로서 다음 각 목의 자를 말한다.
 - 가. 방송채널사용사업자: 지상파방송사업자 또는 유료방송사업자와 특정채널의 전부 또는 일부 기간에 대한 전용사용계약을 체결하고 그 채널을 사용하여 방송프로그램을 제공할 목적으로 제11조 제5항에 따라 등록을 하거나 승인을 받은 자
 - 나. 인터넷방송콘텐츠제공사업자: 정보통신망에서 방송프로그램을 이용자에게 판매·제공하는 유료방송사업자에게 방송프로그램 또는 개인창작영상을 활용한 콘텐츠를 공급·판매할 목적으로 제11조 제6항에 따라 신고하거나 신고한 것으로 보는 자

방송법 전부개정법률안(2019년 1월 11일 김성수의원 대표발의)은 제2조 제8항의 방송콘텐츠제공사업자를 규제하기 위해 동조 제2항에서 방송콘텐츠를 규정하였다. 이는 제2조 제8항 나목에서 인터넷방송콘텐츠 제공사업자를 규정하여 지금까지 방송법의 규제 범위 밖에 있었던 OTT사업자를 포섭하려 하였다는 점에 의의가 있다.

그러나 해당 법률안은 방송콘텐츠를 '방송되는 내용물'로 정의함으로써 여전히 방송콘텐츠를 미디어에 종속시켰다. 사실상 기존의 '방송프로그램'이라는 용어만을 간단히 '방송콘텐츠'로 교체한 것이다.

게다가 개정안 제2조 제7항의 나목은 부가 유료방송 사업자를 이용자와 계약을 체결한 사업자로 규제하였는데, 그로 인해 이용자와 계약을 체결하는 SVOD OTT의 법적 지위는 부가 유료방송사업자가 되고, AVOD OTT의 법적 지위는 부가통신사업자가 된다. 동일한 시장에 서로 경쟁 관계에 있는 사업자를 다르게 규정하는 문제가 재차 발생한 것이다. 또 프리미엄 서비스 이용여부에 따라 SVOD 서비스를 제공하기도 하고, AVOD 서비스를 제공하기도 하는 유튜브의 경우 두 가지의 법적 지위를 동시에 가지게 된다[21]. 기본적으로 SVOD의 정체성을 갖지만, 무료로 클립영상을 제공하기도 하는 여타 OTT의 경우에도 상황은 마찬가지이다. 해당 법이 실제로 적용된다면, 방송시장에서 대체재의 관계를 이루는 사업자 간 법적 지위가 상이한 문제, 개개 사업자가 복수의 법적 지위를 가지는 문제 등 여러 혼란이 발생할 것이다.

본고의 서두에서 서술하였듯이, 동일 서비스를 제공하는 사업자에게 동일한 지위를 적용하지 못하는 문제는 근본적으로 수직적 규제 체계의 한계다. 방송법 전부개정법률안(2019년 1월 11일 김성수의원 대표발의)은 방송콘텐츠를 독립적으로 정의하지 않고 수직적 규제 체계를 유지한 채 OTT 사업자를 규제 체계로 포섭하는데 집중하여 여전히 기존의 방송법과 같은 문제를 내포하게 되었다. 이것은 방송미디어와 방송콘텐츠의 개념상 차이를 반영하지 않았기 때문에 발생한 오류일 것이다.

또 다른 입법 시도는 영상진흥기본법에서 이루어졌다. 영상진흥기본법 전부개정법률안(2020년 9월 8일

이광재의원 대표발의)은 영상미디어콘텐츠, 방송영상콘텐츠, 온라인영상콘텐츠를 다음과 같이 정의하였다.

영상진흥기본법 전부개정안(2020년 9월 8일 이광재의원 대표발의) 제2조(정의)

1. "영상미디어콘텐츠"란 연속적인 영상과 이에 따르는 음성·음향 등으로 이루어진 창작물을 이용자가 보고 들을 수 있거나 이용자와 상호작용할 수 있도록 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망(이하 "정보통신망"이라 한다)을 통하여 전송하거나 전달하는 매체와 결합된 콘텐츠를 말한다.
3. "방송영상콘텐츠"란 영상미디어콘텐츠로서 「방송법」 제2조제1호의 방송의 편성단위가 되는 방송내용물을 말한다.
4. "온라인영상콘텐츠"란 정보통신망(「방송법」 제2조제1호의 방송은 제외한다)을 통하여 전송되거나 전달되도록 제작 또는 가공·처리된 것으로서 경제적 부가가치를 창출할 목적으로 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성을 체화시킨 영상미디어 콘텐츠를 말한다. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것은 제외한다.
 - 가. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물
 - 나. 「방송법」 제2조제3호에 따른 방송사업자(이하 "방송사업자"라 한다)가 제작한 보도물
 - 다. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 인터넷뉴스서비스

영상진흥기본법 전부개정법률안(2020년 9월 8일 이광재의원 대표발의)은 '영상미디어콘텐츠'를 미디어를 통해 전달되는 영상이라 정의한 뒤, 이를 방송영상콘텐츠와 온라인영상콘텐츠로 양분하였다. 방송영상콘텐츠의 정의에 있어서는 「방송법」과의 중복 규제를 피하고자 '방송의 편성단위가 되는 방송내용물'로 정의하여 방송법 전부개정안(2019년 1월 11일 김성수의원 대표발의) 제2조 제2항의 정의와 별반 다르지 않게 되었다.

그러나 온라인영상콘텐츠의 정의에 있어서는 문화산업 기본법 제2조 제4항의 문화콘텐츠 정의를 참고함으로써 콘텐츠로서 정체성을 명확히 하였다. 문화산업 기본법 제2조 제4항은 문화콘텐츠를 "문화적 요소가 체화(體化)된 콘텐츠"라고 정의하였는데, 여기서 문화적 요소는 동법 제2조 제2항에서 언급한 바 "예술성·창의성·오락성·여가성·대중성"이다. 개정안 제2조 제4항의

온라인영상콘텐츠 정의에는 문화산업기본법이 정의한 문화적 요소가 열거되어 있다. 온라인영상콘텐츠를 정의함에 있어서 문화콘텐츠로서의 성격을 명확히 언급한 것이다. 비록 온라인영상콘텐츠는 방송을 포함하지 않는 개념이지만, 미디어에 종속되지 않은 콘텐츠로서 개념 정의의 가능성을 시사한다.

더불어 영상진흥기본법 전부개정안은 제2조 제4항의 각목에서는 각각 「게임산업진흥에 관한 법률」, 「방송법」, 「신문 등의 진흥에 관한 법률」의 정의를 근거로, 게임물·보도물·인터넷뉴스서비스를 온라인영상콘텐츠의 범주에서 제외하여 변별적인 온라인영상콘텐츠 개념을 정립하였다. 개념의 범주가 과도하게 넓어지는 것을 방지하기 위해 여타 법률의 정의를 활용한 것이다. 비록 온라인영상콘텐츠는 방송을 포함하지 않는 개념이기에 방송콘텐츠 개념을 정립함에 있어서 연관성이 떨어지지만, 미디어로부터 독립적인 콘텐츠 개념 정립을 시도한 선행 사례로써 의의를 지닌다. 방송콘텐츠의 개념 역시 여타 장르의 영상물 또는 문화콘텐츠에 대비하여 배타적으로 정의되어야하므로, 그 변별성을 명확하게 규정하기 위해서는 여타 법률의 정의 조항을 언급하여 개념의 범주를 확정하는 작업이 필요할 것이다.

이렇듯 지금까지 방송을 다루어온 법률은 방송이 아닌 다른 미디어로 유통되는 방송콘텐츠가 엄연히 존재하는 현실을 적절히 반영하지 못하고 있다. 그러므로 법과 현실의 괴리를 해소하기 위해 독립적인 방송콘텐츠 개념이 절실히 필요한 상황이다.

3. 산업적 측면

방송콘텐츠의 개념은 법률적으로 정의된 바 없으나, 이미 콘텐츠산업 현장에서는 방송콘텐츠 개념을 사용하고 있다. 다음 [표 2]는 주요 OTT 플랫폼의 UI에 나타난 콘텐츠 구분을 정리한 것이다.

표 2. OTT 플랫폼의 콘텐츠 구분 (2021년 5월 26일 기준)

구분	장르
넷플릭스	TV프로그램
	영화
웨이브	방송
	해외시리즈
	영화

티빙	영화플러스
	LIVE
	라이브
	방송
네이버 시리즈온	영화
	클립
	방송
쿠팡플레이	TV
	영화
	생중계
	교육

웨이브, 티빙, 네이버 시리즈온은 모두 '방송'이라는 용어를 플랫폼이 취급하는 콘텐츠의 장르로 사용하고 있다. 넷플릭스는 'TV프로그램', 쿠팡플레이는 'TV'라는 용어를 사용하고 있으나, 실제로 취급 중인 콘텐츠를 살펴보면 드라마·예능프로그램·다큐멘터리 등 웨이브, 티빙, 네이버 시리즈온의 '방송'과 동일한 장르를 말하는 것으로 보인다.

그러나 법률적으로 OTT는 방송이 아니다. 방송법이 제2조 제1항 다목에서 "인터넷 등 통신망을 통하여 제공하거나 매개하는 경우"는 방송의 범주에서 제외한다고 규정하였기 때문이다. 그럼에도 불구하고 OTT 플랫폼이 콘텐츠를 구분할 때 방송이라는 용어를 쓰는 까닭은 무엇일까?

먼저 OTT 플랫폼이 영화와 방송을 동일한 층위에서 구분하고 있다는 사실에 주목해보자. OTT 플랫폼이 영화와 방송(또는 TV프로그램)을 구분하는 이유는 두 가지가 서로 다른 장르의 콘텐츠이기 때문이다. 오늘날 영화와 방송은 OTT 플랫폼에서 함께 유통되고 있지만, 미디어와 콘텐츠가 결합되어 있던 아날로그 시대에는 서로 다른 유통구조를 지니고 있었다. 상이한 유통구조를 통해 유통된 까닭에 각 유통창구에 가장 적합한 스토리텔링 형식을 가지게 된 것이다.

아날로그 시대에 영화는 영화관에서 보아야 했고, 방송은 거실에 놓인 TV를 통해 시청해야 했다. 서로 다른 유통구조는 수익을 창출하는 방식의 차이를 가져왔다. 영화는 한 편의 영상을 입장료를 받고 보여주는 구조였으며, 방송은 광고료를 받고 시청자에게는 무료로 영상을 보여주는 구조였다. 그로 인해 영화는 입장료를 낼

수 있을 정도로 한 편의 영상이 충분한 분량의 서사를 가지고 있어야 했고, 방송은 광고 수익을 확보하기 위해 매주 더 많은 시청자가 시청하도록 화제성을 끌어올리는 것이 중요했다. 결국 영화는 준비된 서사를 통상 100분에서 140분의 분량으로 담아내는 형식을 취하게 되었고, 방송은 서사를 수회에 나누어 대부분 60분에서 80분의 분량으로 제작하는 형식을 가지게 되었다.

이후 디지털 기술의 등장으로 방송과 영화의 경계가 허물어지기 시작했으며, 심지어 동일한 미디어(OTT 플랫폼)를 통해 유통되기 시작했다. 그로 인해 영화와 방송은 기존의 유통망으로부터의 종속 관계에서 벗어났다. 다만 분리되었던 과거의 관성으로 인해 콘텐츠의 장르적 특성이 남게 되었다. '영화상영관', '방송미디어'라는 미디어로부터 독립된 콘텐츠로서 '영화', '방송' 장르가 자리를 잡게 된 것이다. 그렇지 않고서야 법률이 정의한 '방송'과는 사실상 무관한 OTT서비스가 자신이 취급하는 콘텐츠의 장르를 '방송'이라 명명할 수 없을 것이다.

이제 방송콘텐츠는 드라마·예능·교양·다큐멘터리 등 하위범주를 이루는 여러 장르로 구성된다. 그리고 방송 콘텐츠의 각 장르는 스토리텔링 양상에 있어서 변별적인 특성을 지닌다. 예컨대 드라마는 작가의 대본에 따라 배우가 연기하는 캐릭터가 사건을 전개해가는 형식이며, 예능프로그램은 제작진에 의해 기획된 포맷을 기반으로 출연진이 비교적 자유롭게 시청자에게 즐거움을 주는 형식, 다큐멘터리는 사실을 창조적으로 재해석한 정보를 전달하는 형식을 가지고 있다.

이러한 방송콘텐츠의 장르별 스토리텔링 특성은 장르별 방송콘텐츠 제작환경 사이에 상당한 수준의 차이를 만들어왔다.

드라마는 작가를 중심으로 제작되며, 투입되는 자본의 규모가 여타 방송콘텐츠 장르에 비해 크다. 다매체·다채널로 확대된 미디어 산업의 시각에서 바라볼 때, 드라마는 방송콘텐츠 중에서도 창구 효과를 통해 규모의 경제를 가장 잘 실현시켜 줄 수 있는 콘텐츠이다 [22]. 최근 인지도를 확보한 웹소설, 웹툰의 지적재산권을 확보하여 드라마로 영상화하는 장르 전환이 활발히 이루어지고 있다.

반면 예능은 작가를 비롯한 제작진에 의해 기획된 포

맷을 바탕으로 드라마에 비해 상대적으로 낮은 제작비로 제작된다. 대부분의 경우 종영 시기가 특정되지 않은 채로 제작되며, 일단 하나의 포맷이 구성되어 인지도와 호응을 얻기 시작하면 안정적인 시청률과 수익을 보장한다[23].

또 다큐멘터리는 현실을 담아내는 목적을 지니고 제작된다는 점에서 드라마나 예능과 근본적으로 구별된다. 또 해외에서 높은 인지도를 가지고 있으며, 최근 넷플릭스에서의 성공 가능성이 높아지고 있다[24].

그러므로 형식만을 놓고 보자면 드라마, 예능, 다큐멘터리가 같은 카테고리 안에 속할 이유는 전혀 없다. 드라마, 예능, 다큐멘터리는 서로 확연히 다른 특성을 지니고 있기 때문이다. 다만 이들은 공통적으로 오랫동안 방송미디어를 통해 유통된 까닭에 '방송'이라는 동일한 콘텐츠적 유개념을 공유한다. 그로 인해 방송(미디어)되지 않더라도 방송(콘텐츠)이라 부를 수 있게 된 것이다. 이러한 까닭에 방송콘텐츠는 각각의 컨텍스트를 지닌 여러 영상콘텐츠 장르를 포괄하는 개념으로 정의되어야 한다.

III. 방송콘텐츠 개념 정의를 위한 시론

1. 개념 정립의 방향성 모색

방송콘텐츠는 드라마, 예능, 다큐멘터리 등 변별적 특성을 지닌 하위 장르를 포괄하는 개념으로 의미를 지닌다. 이에 본고는 방송콘텐츠 세부 장르를 고찰하여 방송콘텐츠 개념을 정의하는 방안을 제시하고자 한다. 물론 방송산업을 둘러싼 다양한 이해관계가 존재함에 따라 현실적으로 방송콘텐츠의 개념을 정립하기 위해서는 각 이해관계자의 의견을 두루 수렴한 뒤 그 접점을 모색해야 할 것이나, 본고의 목적은 우선 기초자료로써 하나의 견해를 제시하여 논의를 활성화하는데 있음을 밝힌다.

지금까지는 방송콘텐츠의 장르를 구분할 공식적인 기준이 매우 빈약하였던 것이 사실이다. 법률적으로는 유일하게 방송법의 사례를 찾아볼 수 있는데, 방송법은 방송편성을 규제하기 위해 방송 분야를 보도, 교양, 오락으로 구분하였다. 이러한 방송법의 구분은 방송편성

을 규제하기 위한 수단이라는 점에서 의미가 있지만, 분류의 범주가 과도하게 넓은으로 인해 실제 방송콘텐츠의 장르 현황을 드러내지 못한다는 한계를 지닌다. 예컨대 방송콘텐츠의 가장 대표적인 장르인 '드라마'와 '예능'은 콘텐츠의 내용면에서나 제작 과정에서나 서로 확연한 차이를 보이지만, 방송법의 구분에 의하면 '드라마'와 '예능'은 모두 '오락'에 해당될 뿐이다[24].

이러한 문제를 극복하고 세부적으로 장르별 방송편성을 규제하기 위해 방송통신위원회는 1993년, 2004년, 2012년 세 차례에 걸쳐 방송프로그램의 유형 분류에 관한 연구를 시행하였다[25-27]. 매년 방송 프로그램의 분류기준에 대한 편성조사가 마련되지 않아 연구의 결과가 법적 효력을 갖추지는 못하였지만, 방송프로그램의 장르를 구분한 기초자료로써 가치가 있기에 그 중 최근에 이루어진 <방송 프로그램의 세부 분류기준 및 도입방안 연구>를 검토하여 시사점을 확인해보았다. <방송 프로그램의 세부 분류기준 및 도입방안 연구>는 방송법의 보도, 교양, 오락의 삼분법 아래 [표 3]과 같은 세부 분류기준을 도입하였다.

표 3. <방송 프로그램의 세부 분류기준 및 도입방안 연구>의 방송 프로그램 분류체계와 프로그램 유형 정의[27]

삼분법	유형	정의
보도	뉴스	'좁은 의미로' 국내외 사고, 사건, 쟁점, 과정 등과 관해서 앵커를 중심으로 기자가 사실보도와 의견보도를 제시하는 프로그램과 비정규 편성보도 프로그램(기자회견, 특별행사중계, 재난방송 등)
	시사정보	사회 전 분야에 걸쳐서 시사에 대한 정보 프로그램의 의미(정통 뉴스 프로그램과 토론 프로그램은 제외)
교양	다큐멘터리	사실에 입각해서 주제를 심도있게 파고 들면서 보통 야외촬영을 통해서 현실의 다양한 모습을 그려내는 프로그램
	생활정보	일상생활에 도움이 되는 실용지식이나 상식, 시의적절하고 흥미있는 정보와 화제거리를 안내하거나 소개하는 프로그램
	토론	사회적 현상과 과정에 관한 문제에 대해서 의견을 제시 교환하면서 문제를 분석, 설명, 평가하고 여론을 조성하는 공론의 영역을 만들어가는 프로그램
	교육·문화예술	유아교육을 목적으로 하거나 정규 교과과정을 다루거나 그에 준하는 학습을 목적으로 하는 프로그램, 일반인을 대상으로 사회 교양 강좌 및 직업 교육 프로그램, 전통문화 예술과 현대문화 예술 등을 다루는 프로그램
오락	드라마	서사(narrative)구조를 지니는 허구적 구성물(fiction)
	버라이어티쇼	토크 버라이어티 쇼, 토크 쇼, 연예사상식 등의 오락 쇼 프로그램
	오디션 / 서바이벌 프로그램	음악, 경쟁, 게임, 토크 등으로 구성되면서 서바이벌(survival)과 퍼포먼스(performance)를 중심으로 구성되는 리얼리티 쇼
	토크쇼	오락, 인간흥미를 중심으로 스튜디오에서 제작되는 프로그램

음악쇼	대중음악 일반을 다루는 프로그램
퀴즈/게임쇼	지식이나 재치, 실력을 겨루는 프로그램
코미디	개그맨이나 코미디언의 연기 비중이 높거나 프로그램 전체의 목적이 희극적 성격이 강한 프로그램
영화	극장 상영을 목적으로 제작된 서사가 있는 허구물
스포츠	모든 종류의 스포츠 프로그램을 포함하되 스포츠 뉴스와 특정 스포츠의 교습을 목적으로 하는 프로그램은 제외
애니메이션	실사영화와 다르게 다양한 제작방식을 통해서 구현되는 장르로 셀 애니메이션, 클레이 애니메이션, 페이퍼 애니메이션, 3D 애니메이션 등을 의미

방송통신위원회의 연구는 방송전문가를 대상으로 심층토론을 진행하고, 일반 시청자를 대상으로 프로그램 유형 인식조사를 실시하는 등 연구 과정에 있어서 상당한 수준의 타당성을 갖추었다. 더불어 기존 보도, 교양, 오락의 삼분법을 존치하여 법적 안정성을 지님과 동시에 각 구분 아래에서 세부적으로 장르를 구분함으로써 범주가 과도하게 넓은 기존 한계를 극복하고자 한 점에서 의의를 지닌다.

하지만 장르의 세부분류 기준이 일부 지엽적이거나 모호한 측면이 있다. 예컨대 오락 분야 토크쇼 유형을 “오락, 인간흥미를 중심으로 스튜디오에서 제작되는 프로그램”이라 정의하였는데, 스튜디오에서 제작되지 않지만 토크쇼의 포맷을 지닌 프로그램이 실제로 존재하므로 해당 정의에는 오류가 있다. 지엽적인 유형 정의로 인해 상위범주 오락에는 포함되나, 하위범주를 선택하기 어려운 경우가 발생하는 것이다. 또 시사정보의 속성과 토크쇼의 속성을 동시에 지니는 등 여러 가지 속성을 동시에 지니는 경우도 발생할 수 있다. 특히 오락 분야에 속한 예능프로그램의 경우, 하나의 프로그램이 버라이어티쇼, 토크쇼, 음악쇼, 퀴즈/게임쇼 등 회차별로 다양한 유형을 지니는 경향을 보이는데 [표 3]의 분류에 의하면 이 경우에는 프로그램을 특정 유형으로 분류하는 것이 불가능하다. 결과적으로 해당 보고서에 나타난 방송프로그램 분류는 개개 유형을 세밀하게 정의하고자 시도하였다는 점에서 의의가 있으나, 일부 정의의 범주를 지엽적으로 규정하여 실제 방송콘텐츠를 분류하는 데 한계를 지닌다.

문화콘텐츠 주무부처인 문화체육관광부는 공식적인 방송콘텐츠 장르 구분을 밝히지 않은 상황이다. 각종 보고서나 지원 양식에 단편적으로 장르를 구분한 바 있

으나, 개개 연구보고서나 지원 양식 사이에는 장르 구분 기준에 차이가 있다. 그중 하나로 <방송영상 산업백서>가 있는데, 문화체육관광부의 산하기관인 한국콘텐츠진흥원은 산업적 측면에 초점을 맞추어 2011년부터 해마다 <방송영상 산업백서>를 발간해왔다. <방송영상 산업백서>는 방송영상 프로그램을 크게 '드라마', '예능/오락', '교양/다큐', '뉴스/시사'로 구분하였다[28].

그런데 <방송영상 산업백서>가 구분한 방송영상 프로그램 구분을 그대로 방송콘텐츠의 구분으로 보기는 어렵다. 보도 기능에 치중된 '뉴스/시사' 프로그램을 문화콘텐츠의 하위범주에 속한 방송콘텐츠의 장르로 보는 것은 타당하지 않다. 문화산업진흥기본법은 제2조 제4항에서 문화콘텐츠를 "문화적 요소가 체화된 콘텐츠"라고 정의하였는데, 문화적 요소란 동법 동조 제2항에서 기술한 바, 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성을 말한다. 뉴스/시사 프로그램에는 상기 언급된 문화적 요소가 체화되어 있다고 보기 어렵다. 비록 문화산업진흥기본법이 규정한 문화적 요소가 절대적인 것은 아니지만, 보다 기준을 완화하여, 시청자에게 정서적인 만족감을 제공한다고 보기도 어려우므로 문화적 요소를 내포하고 있다고 볼 수 없다. 유개념의 문제로 인해 방송 프로그램으로 분류할 수 있으나, 방송콘텐츠의 장르로 분류하기에는 부적절한 것이다.

2. 개념의 제도적 정립을 위한 시도

방송콘텐츠의 장르 구분은 방송통신위원회 보고서의 구분처럼 지나치게 지엽적이어서는 안 되지만, <방송영상 산업백서>의 구분처럼 콘텐츠에 해당하지 않는 개념을 포함해서도 안 된다. 이를 위해 본고는 방송콘텐츠의 장르를 큰 틀에서 우선 오락과 교양으로 구분한 뒤, 오락과 교양의 하위범주로 세부적인 방송콘텐츠 장르를 명시하는 방안을 제안한다. 방송미디어를 다루는 방송법이 방송프로그램을 '보도', '교양', '오락'의 범주로 구분하였으므로, 콘텐츠로서 속성을 가지지 못한 '보도'만을 제외하고 '교양'과 '오락'을 방송콘텐츠의 장르 중 상위범주로 설정함으로써 기존 법체계와 조화를 모색하는 것이다.

하위범주로는 기준에 논의된 모든 방송콘텐츠의 세부 장르를 교양과 오락으로 구분하여 포섭해야 한다.

세부 장르는 과학기술정보통신부와 문화체육관광부의 각 연례 보고서를 참고하였다. 과학기술정보통신부와 방송통신위원회는 <방송산업 실태조사 보고서>를 2001년부터 매년 발간해오고 있으며, 문화체육관광부는 <콘텐츠산업 통계조사 보고서>를 2010년부터 매년 발간해오고 있다. 가장 최근에 발간된 <2020년 방송산업 실태조사 보고서>와 <2019년 콘텐츠산업 통계조사 보고서>는 서로 다른 부처에서 발간된 것임에도 불구하고 방송콘텐츠를 매우 유사하게 구분하고 있다 [29][30].

표 4. 유관부처의 보고서에 드러난 방송콘텐츠의 장르

구분	유관부처	장르
2020년 방송산업 실태조사 보고서	과학기술 정보통신부, 방송통신위원회	드라마, 다큐멘터리, 애니메이션, 오락, 영화, 보도, 음악, 스포츠, 교육, 교양(문화예술), 기타
2019년 콘텐츠산업 통계조사 보고서	문화체육관광부	드라마, 다큐멘터리, 애니메이션, 오락, 음악, 교양, 교육, 보도, 스포츠, 기타

<2020년 방송산업 실태조사 보고서>와 <2019년 콘텐츠산업 통계조사 보고서>에 나타난 방송콘텐츠 장르 구분은 매우 유사하다. 과학기술정보통신부·방송통신위원회가 '영화'를 언급한 것을 제외하고는 완전히 일치한다. 일치한 방송콘텐츠의 장르는 방송법의 구분보다 구체적이며, 이미 산업 현황을 분석하기 위한 틀로 기능하고 있다는 점에서 상당한 수준의 타당성을 갖추고 있다. 이에 두 보고서의 장르 구분을 토대로 하위범주의 장르를 검토하였다.

먼저 '영화가 방송콘텐츠의 장르가 될 수 있는가'하는 의문이 제기될 수 있다. 영화는 방송콘텐츠와 유사한 영상콘텐츠이며 방송 채널을 통해 영화가 상영되기도 한다. 하지만 [표 2]에 나타난 OTT 플랫폼의 UI에서도 보이듯이 일반적으로 방송콘텐츠와 영화는 서로 다른 장르로 여겨진다. 게다가 방송산업의 외부에 별도의 영화산업이 존재하며, 마케팅 타겟에 있어서도 유의미한 차이를 가지므로 영화를 방송의 장르로 치부하는 것에 는 무리가 있다.

앞서 검토한 한국콘텐츠진흥원의 <방송영상 산업백서>와 마찬가지로 <2020년 방송산업 실태조사 보고서>와 <2019년 콘텐츠산업 통계조사 보고서> 또한 '보도'를 콘텐츠의 장르로 보았는데, 앞서 서술하였듯이 보

도 프로그램은 문화적 요소가 체화되어 있지 않으므로 콘텐츠의 장르로 보기 어려울 것이다.

영화와 보도를 제외하면 ‘기타’ 장르를 포함하여 총 9개의 장르가 남는다. 그런데 ‘기타’ 장르의 경우 특정한 장르를 의미하기보다는 여타 장르에 해당되지 않는 장르를 나타내기 위해 사용되는 분류일 뿐만 아니라 상위범주인 ‘교양’과 ‘오락’으로 구분할 수도 없으므로, 독립적인 장르로 보기 어렵다. 게다가 상위범주를 무력화하는 회색 지대로 기능할 여지가 있으므로 ‘기타’는 장르 구분에서 제외하는 것이 바람직하다.

‘기타’를 제외하고 남은 나머지 8개 하위범주의 장르 중 ‘교양’은 상위범주의 ‘교양’과 혼동을 일으킬 우려가 있으므로 유사어인 ‘시사교양’으로 교체하였다. 같은 이유에서 ‘오락’ 장르의 명칭을 ‘예능’으로 대체하였다.

그 결과로 도출된 방송콘텐츠의 장르는 [표 5]와 같다.

표 5. 방송콘텐츠의 장르

상위범주	하위범주
교양	다큐멘터리, 시사교양, 교육
오락	드라마, 애니메이션, 예능, 음악, 스포츠

우선 방송콘텐츠는 교양, 오락 장르로 크게 구분된다. 교양 장르에는 다큐멘터리, 시사교양, 교육이 해당되고, 오락 장르에는 드라마, 애니메이션, 예능, 음악, 스포츠가 해당된다. 물론 [표 5]의 구분은 산업의 트렌드에 따라 탄력적으로 변화해야 한다. 방송콘텐츠산업의 변화에 따라 새로운 장르가 추가될 수 있으므로, 하위범주에 속하지 않은 콘텐츠 중 특정 장르가 형성되는 현상이나 콘텐츠 중 일부가 새로운 특성을 가지는 현상을 지속적으로 관찰해야 할 것이다. 새로운 하위범주가 나타났다면, 이를 재분류하여 새롭게 구분해야 한다.

3. 새로운 방송콘텐츠의 정의

이러한 장르 구분을 토대로 본고가 제시하는 새로운 방송콘텐츠의 정의는 다음과 같다.

“방송콘텐츠란 대중에게 전송하거나 전달할 목적으로 제작된 가공물로서 문화적 요소(「문화산업진흥 기본법」 제2조제2호에 따른 문화적 요소)가 체화된 영상콘텐츠로 다음 각 목의 장르를 지닌 것(「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 게임물, 「영화 및

비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 영화에 해당하는 것은 제외한다)을 말한다.

가. 교양 장르: 다큐멘터리, 시사교양, 교육

나. 오락 장르: 드라마, 애니메이션, 예능, 음악, 스포츠

본고는 방송콘텐츠의 개념이 특정 미디어와의 종속 관계에서 벗어나기 위해서는 방송법이 정의한 협의의 방송 개념의 범주를 확장해야한다고 보았다. 방송법의 상위범으로서 헌법은 제21조에서 방송 개념을 암시하고 있다. 헌법 제21조 제1항이 규정한 ‘언론·출판의 자유’, ‘집회·결사의 자유’는 대의민주주의 국가에서 국민 의사형성과정에 기여하는 표현의 자유에 대한 기본권을 의미하지만 구체적으로는 언론의 자유, 출판의 자유와 함께 방송의 자유를 포함하고 있으며, 이를 토대로 헌법 제21조를 전체적 맥락에서 해석하게 되면 국민의 여론 형성에 기여하는 의사표현의 자유에 기여하는 매체로서의 방송의 자유의 특성을 인식할 수 있고, 헌법상 방송의 개념도 그러한 관점에서 추론이 가능하다 [31]. 다시 말해 헌법상 방송의 개념이 대중에게 메시지를 전달함으로써 여론의 형성과 의사표현의 자유에 기여하는 광의의 범주를 지닌 바, 수단과 방법을 차치하고 대중에게 전송하거나 전달한다는 목적 자체가 광의의 방송 개념이라 볼 수 있을 것이다. 이는 방송콘텐츠가 다양한 미디어를 통해 대중에게 전송되는 오늘날의 방송환경을 보다 적절히 반영한 정의일 것이다.

방송콘텐츠를 정의함에 있어서 광의의 방송 개념을 적용하는 것은 규제대상을 확정하기 위해서도 의미가 있다. 서비스의 대상을 일반 공중으로 한정해야 사적으로 제작된 콘텐츠를 규제의 범주에서 제외할 수 있기 때문이다. 이미 시청각미디어서비스지침을 마련하여 수평적 규제 체계를 적용하고 있는 유럽의 사례에서도 ‘서비스 대상이 일반 공중이어야 한다는 것’은 규제의 범위를 정하기 위한 중요한 조건이다[32].

다음으로 방송콘텐츠의 요건을 ‘제작된 가공물’, ‘문화적 요소(「문화산업진흥 기본법」 제2조제2호에 따른 문화적 요소)가 체화된 영상콘텐츠’라고 하였는데, 이는 방송콘텐츠의 문화콘텐츠적 속성을 의미하는 것이다. 문화콘텐츠가 향유자로 하여금 지적·정서적 만족감을 불러일으키기 위해서는 개개 자료와 정보가 적절히 가공되어 문화적 요소를 지녀야 한다. 문화적 요소의 개

범은 문화산업의 기반을 조성하는 목적을 지닌 문화산업기본법이 제2조 제2호를 통해 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성이라 규정한 바 있으므로, 이를 차용하였다. 문화콘텐츠적 속성을 규정하는 해당 요건이 배제될 경우 방송콘텐츠를 구성하는 하위 층위의 콘텐츠, 예컨대 개개 화면이나 음향도 방송콘텐츠가 되어 개념의 범주가 과도하게 넓어질 우려가 있다.

더불어 여타 영상을 기반으로하는 문화콘텐츠 장르와 구별을 위해 「게임산업진흥에 관한 법률」에 따른 게임물, 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 따른 영화를 개념의 범주에서 제외하였다.

방송콘텐츠를 교양과 오락으로 분류하는 것에 대해 모호하다는 지적이 있을 수 있으나, 현행 방송법이 이미 교양/오락/보도의 삼분법으로 방송편성을 규제하고 있으며, 그 역사가 매우 오래되었다는 사실을 간과할 수는 없다. 그러므로 기존의 기준을 준용함으로써 상위 범주의 층위에서는 법적 안정성을 도모하고, 하위 범주의 층위에서 각 장르를 명시하는 것이 타당할 것이다.

다큐멘터리·예능 등 하위범주에 속한 각각의 장르의 세부적인 정의는 법적으로 규정하는 것보다 소관부처의 연례 보고서나 고시를 통해 탄력적으로 정의하거나, 그렇지 않으면 아예 시장의 해석에 맡기는 방법이 낫다고 본다. 각 장르의 스토리텔링 양상은 트렌드의 변화에 따라 매우 역동적이기 때문이다. 이미 방송콘텐츠 제작 환경이 이미 장르별로 세분화된 까닭에, 세부 장르에 대한 법적 정의가 별도로 존재하지 않더라도 그로 인한 혼란이 발생할 가능성은 미미하다. 게다가 앞서 언급한 <방송 프로그램의 세부 분류기준 및 도입방안 연구>의 사례가 시사하는 바, 지역적인 세부 정의는 오히려 혼란을 초래할 수 있다.

저작권법에서는 다음과 같이 제4조(저작물의 예시 등)를 통해 방송콘텐츠의 개념을 명시할 수 있다.

저작권법 제4조(저작물의 예시 등) 제1항
7. 방송콘텐츠(방송법 제2조 제0항), 영화(영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률 제2조 제1항) 그 밖의 영상저작물

저작권법은 어문저작물, 연극저작물, 미술저작물, 건축저작물, 도형저작물에 대해 예시를 통해 개념의 범주

를 규정하고 있다. 예컨대 어문저작물에 대해서는 ‘소설·시·논문·강연·연설·각본 그 밖의 어문저작물’이라 규정하는 방식이다. 이처럼 저작권법이 저작물의 종류를 단지 예시로써 열거하는 까닭에 구체적인 방송콘텐츠 개념을 명문화하는 작업은 불필요할 것이다. 그러나 방송콘텐츠를 영화와 동일한 층위에서 영상저작물의 하위범주로 언급함으로써, 저작권법 내 방송콘텐츠 개념의 가능성을 암시할 수 있다. 이후 권리자의 권리 공백을 해소하기 위해 방송실연자와 방송작가의 신탁 범위를 “실연자의 방송콘텐츠에 대한 권리”, “작가의 방송콘텐츠에 대한 권리”로 수정하는 방안을 제안한다.

IV. 결론

본고는 방송콘텐츠가 독자적으로 여러 미디어를 횡단하는 현실과, 방송콘텐츠가 방송미디어에 종속된 제도 사이의 괴리에 주목하여, 방송콘텐츠 개념 정의의 필요성을 논하였다. 원론적·법률적·산업적 측면에서 방송콘텐츠의 개념을 정의해야 할 필요성을 검토한 결과, 방송콘텐츠는 엄연히 방송미디어와 다른 의미를 지니고 있기에 방송콘텐츠를 독립적으로 정의해야 할 필요가 있었다. 그리고 방송콘텐츠는 드라마·예능·다큐멘터리 등 각각 변별적인 특성을 지닌 장르를 포괄하는 개념으로 유의미하므로, 독립적인 방송콘텐츠 개념 정의를 위한 방법으로 장르를 상위 차원과 하위 차원으로 나누어 규정하는 방안을 시론적 차원에서 제시하였다.

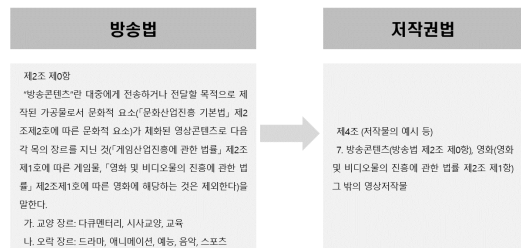


그림 2. 새로운 방송콘텐츠 개념의 정립안

이 글이 제시하는 방송법의 독립적인 방송콘텐츠 정의에 따르면, 방송콘텐츠는 더 이상 방송미디어에 종속

된 개념이 아니다. 특정 미디어와의 종속관계에서 벗어난 방송콘텐츠는 여러 미디어를 통해 유통될 수 있는 문화콘텐츠의 장르를 의미한다. 그렇다면 방송법은 시장 내에 위치한 사업자를 콘텐츠의 층위와 미디어의 층위로 나누어 수평적으로 규제할 수 있는 기반을 마련하게 된다. 수평적 규제 체계로의 전환을 위해서는 이외에도 여러 과제들이 산적하여 있겠으나, 미디어적인 협소한 범주에 국한되었던 방송 개념을 콘텐츠의 층위까지 확장한다는 점에서 본고의 방안은 수평적 규제 체계로의 전환을 위한 점진적 개선책의 주춧돌이 될 것이다.

더불어 저작권법에서는 방송법에 새로이 정립된 방송콘텐츠를 영상저작물의 예시로 언급함으로써 방송을 미디어에만 국한된 개념이 아닌, 독립된 콘텐츠로서 개념으로 인정할 수 있을 것이다. 저작권법이 방송콘텐츠 개념을 인정하게 되면 방송콘텐츠 제작에 기여한 권리자, 즉 방송실연자와 방송작가는 저작권법상 방송이 아닌 공중송신 행위인 OTT 플랫폼의 방송콘텐츠 이용에 대해서도 권리를 보호받을 수 있다.

방송콘텐츠 개념의 제도적 정립 방안을 제시한 본 연구의 의의는 실제 산업과 법률 사이의 방송 개념 이해에 대한 괴리, 그로 말미암아 발생한 OTT 플랫폼에 대한 규제 미비와 저작권자의 권리 공백을 극복하고자 하는 데 있다. 핵심은 방송이라는 용어가 각각의 문법을 지닌 드라마·예능·교양 등 여러 장르를 포괄하는 콘텐츠로서 성격을 지님에도 불구하고 무언가를 전기통신 설비에 의해 전달한다는 미디어적 개념으로만 정의되었다는 것이다. 이것은 방송을 콘텐츠로 이해하는 정부기관과 방송을 미디어로 이해하는 정부기관이 양립한 데다, 방송을 다루는 가장 주요한 법률인 방송법이 방송을 미디어로 접근하는 정부기관의 소관으로만 다루어진 현실에 상당 부분 기인한 것으로 보인다. 그러므로 문제를 근본적으로 해소하기 위해서는 부처 간 긴밀한 소통과 협력이 반드시 필요할 것이다.

이외에도 방송산업은 다양한 이해관계자의 유기적인 관계로 구성되어 있다. 그러므로 방송콘텐츠 개념이 실제로 입법화되기 위해서는 여러 이해관계자의 의견을 포괄적으로 검토하여, 보다 심층적인 차원의 논의를 진행해야 할 것이다. 더불어 해외의 사례를 조사하여 시사점을 도출하는 후속 연구도 이루어져야 할 것이다.

방송콘텐츠의 개념에 대한 논의가 활성화되어, 제도가 현실로부터 괴리된 근본적인 문제를 해소할 수 있기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 윤지영, *오가닉미디어*, 오가닉미디어랩, p.85, 2016.
- [2] 김일중, 손태영, 김치호, “OTT 플랫폼의 한국 드라마 서비스 확대와 드라마 제작사의 전략 변화: 동적역량 관점(Dynamic Capabilities View)을 중심으로,” *인문콘텐츠*, 제59호, p.186, 2020.
- [3] 김수원, 김대원, “OTT 서비스의 유형과 주요국의 규제 정책에 대한 고찰,” *인터넷정보학회논문지*, 제20권, 제6호, p.145, 2019.
- [4] 정영주, 박성순, “한국 OTT 논의 지형의 특성과 정책적 함의: 개념과 정책 방안 논의를 중심으로,” *방송과 커뮤니케이션*, 제20권, 제3호, p.6, 2019.
- [5] 임한솔, 정창원, “국내외 인터넷 개인방송 규제현황 및 규제 방향성 제언,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제20권, 제2호, pp.252-257, 2020.
- [6] 이상우, 황준호, 김성환, 정은옥, 신호철, 오수민, 송정석, 김원식, *통신방송 융합환경하의 수평적 규제 체계 정립 방안에 관한 연구*, 정보통신정책연구원, p.36, 2007.
- [7] 최우정, “수평적 규제체계에서 방송콘텐츠 규제의 법적 문제점,” *언론과 법*, 제16권, 제3호, p.8, 2017.
- [8] 고순주, “EU, 미국, 일본의 방송통신에 관한 수평적 규제 법체계 개편 비교분석,” *과학기술법연구*, 제13권, 제2호, pp.214-215, 2008.
- [9] 김수원, 김대원, “OTT 서비스의 유형과 주요국의 규제 정책에 대한 고찰,” *인터넷정보학회논문지*, 제20권, 제6호, pp.151-152, 2019.
- [10] 홍대식, 김성유, “스마트 미디어 환경에서의 방송 개념의 재정립,” *방송통신연구*, 제78호, p.40, 2012.
- [11] 김기복, “시청각 실연자(視聽覺 實演者)의 권리보호 방안,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제12호, p.177, 2014.
- [12] 마셜 매클루언 저, W. 테런스 고든 편, 김상호 역, *미디어의 이해*, 커뮤니케이션북스, p.32, 2011.
- [13] 박상찬, “문화콘텐츠’ 개념 정립을 위한 시론,” *한국언어문화*, 제33집, pp.189-190, 2007.
- [14] 김용규, *설득의 논리학*, 웅진지식하우스, p.200, 2020.

- [15] <https://kcc.go.kr/user.do?page=A04010400&dc=K04010400>, 2018. 5. 31.
- [16] <https://www.kocca.kr/cop/businessinfo/list.do?year=2019&menuNo=200955>, 2018. 5. 31.
- [17] 박상천, “문화콘텐츠’ 개념 정립을 위한 시론,” 한국언어문화, 제33집, pp.201-202, 2007.
- [18] 홍대식, 김성유, “스마트 미디어 환경에서의 방송 개념의 재정립,” 방송통신연구, 제78호, p.20, 2012.
- [19] 문화체육관광부, 한국저작권위원회, *한국저작권보호원, 2018 저작권백서*, pp.224-226, 2019.
- [20] 조항주, “OTT 서비스와 협회의 발전 방안,” 한국방송실연자권리협회보, 제74호, p.5, 2021.
- [21] 임재주, *방송법 전부개정법률안 및 한국방송공사법안 검토보고서*, 과학기술정보방송통신위원회, pp.63-64, 2019.
- [22] 박재복, *글로벌 시대의 방송콘텐츠 비즈니스*, W미디어, p.69, 2015.
- [23] 김유정, “예능 프로그램 편성 변화의 특징과 배경,” 방송트렌드&인사이트, 제19호, p.19, 2019.
- [24] 한국콘텐츠진흥원, *방송영상콘텐츠 제작산업 경쟁현황 분석*, pp.143-144, 2020.
- [25] 안정임, 송현경, 전경란, *텔레비전 프로그램 유형 분류 기준에 관한 연구*, 방송위원회, 1993.
- [26] 주창윤, *텔레비전 프로그램 장르 설정 기준에 관한 연구*, 방송위원회, 2004.
- [27] 주창윤, 황성연, 유승현, *방송 프로그램의 세부 분류 기준 및 도입방안 연구*, 방송통신위원회, 2012.
- [28] 한국콘텐츠진흥원, *2019 방송영상 산업백서*, p.245, 2020.
- [29] 과학기술정보통신부, 방송통신위원회, *2020년 방송산업 실태조사 보고서*, p.138, 2020.
- [30] 문화체육관광부, *2019년 콘텐츠산업 통계조사 보고서*, p.167, 2020.
- [31] 권형돈, “헌법상 방송개념과 OTT서비스의 방송법적 규제 정당성,” 언론과법, 제18권, 제1호, pp.15-16, 2019.
- [32] 송영주, “유럽연합 회원국의 시청각미디어서비스지침 이행 사례를 통해 본 신유형 방송 서비스 규제의 한계,” 미디어 경제와 문화, 제15권, 제3호, p.64, 2017.

저 자 소 개

조 병 한(Byeong-Han Cho)

정회원



- 2016년 2월 : 한양대학교 ERICA 문화콘텐츠학과(문학사)
- 2020년 2월 : 한양대학교 일반대학원 문화콘텐츠학과(문화콘텐츠학석사)
- 2020년 2월 ~ 현재 : 한국방송실연자권리협회 기획운영팀
- 2021년 3월 ~ 현재 : 한양대학교

일반대학원 문화콘텐츠학과 박사과정

〈관심분야〉 : 문화콘텐츠 기획, 문화원형, 콘텐츠 IP