



National Assembly Research Service



온라인동영상서비스(OTT)의 쟁점과 개선 과제



현안보고서 Vol. 287

온라인동영상서비스(OTT)의 쟁점과 개선 과제

최진웅(과학방송통신팀 입법조사관)

2015. 12. 30.



국회입법조사처
NATIONAL ASSEMBLY RESEARCH SERVICE



동 보고서는 아래와 같은 **절차**와 **외부전문가**의 자문을 거쳐 작성되었습니다.

구 분	내 용
주제 선정	2015. 6. 30.
초고 작성기간	2015. 9. 1. ~ 2015. 11. 23.
초안 검토	과학방송통신팀 김유향 팀장
실무위원회 검토	2015년 12월 16일(목) 오후 3시 - 실무위원: 이인섭 사회문화조사실장 김 준, 김유향, 유의정, 이만우 팀장
외부전문가 자문	1. 전문가: 우형진 교수(한양대학교) 2. 요청일: 2015. 12. 16. 3. 답변일: 2015. 12. 18.
간행물 심의위원회 의결	2015년 12월 23일(수) 오후 3시 - 위원장: 임성호 국회입법조사처장 - 위 원: 문병철 정치행정조사실장 이인섭 사회문화조사실장 박출해 기획관리관 임동춘 경제산업조사실장 직무대리

요 약

온라인동영상서비스(OTT, Over The Top)란 인터넷이 가능한 다양한 기기를 통해 시청 가능한 방송을 의미하는데, 미디어의 이용이 전통적인 TV에서 인터넷으로 점차 변화하면서 OTT를 통한 미디어 소비가 지속적으로 증가하고 있다.

OTT의 등장으로 인해 다음과 같은 이슈들이 쟁점으로 떠오르고 있다. 첫째, OTT를 어떻게 규제할 것인가의 문제이다. OTT는 결국 방송서비스라는 점에서 동일하므로 방송에 준하여 규제를 강화해야 한다는 입장과 함께, OTT 시장의 정착을 위해 성급한 규제 강화는 신중해야 한다는 주장이 있다. 둘째, OTT의 지상파 방송 콘텐츠 계약과 관련된 이슈이다. 지상파 방송사와 OTT 간 방송콘텐츠 계약 문제는 사업자 간 자율협약에 맡겨야 한다는 주장이 있는 반면, 재송신 협상에 대한 사업자 간 해결이 요원한 현실에서 민간 자율에만 맡길 수 없다는 주장이 있다. 셋째, OTT의 성장과 더불어 본격화되고 있는 망 중립성을 둘러싼 대립이다. OTT를 통한 콘텐츠의 대규모 소비가 트래픽의 과부하를 야기할 수 있어 기존 망 중립성 원칙에 대한 재검토가 필요하다는 입장이 있는 반면, 객관적으로 트래픽이 과부하되고 있다는 검증 없이 망 중립성을 훼손해서는 안 된다는 입장이 있다. 넷째, OTT와 관련된 불법·유해 콘텐츠 유통을 어떻게 규제할 것인가의 문제이다. 불법 저작물의 유통 및 음란·선정적 인터넷 개인방송 등의 근절을 위해 법적 규제를 강화해야한다는 입장이 있는 반면, 법적 규제보다는 민간 자율 규제를 활성화하자는 입장이 있다. 마지막으로, 다국적 OTT의 국내 진입과 국내 방송통신시장에의 영향을 어떻게 볼 것인가의 문제이다. 세계 제1의 유료 OTT 사업자인 넷플릭스의 국내 진출을 앞두고, 이러한 다국적 OTT사업자의 국내 시장 진입이 국내 미디어 시장에 부정적 영향을 미친다는 견해와 그 영향력이 크지 않을 것이라는 견해

가 있다.

각 쟁점별로 해외에서의 논의 및 규제방향은 다음과 같다. 첫째, OTT에 대한 서비스 범주 확정 및 규제와 관련하여 미국과 일본은 방송서비스와 통신 서비스에 대해 기존 수직적 규제 체계를 유지하고 있어, OTT를 방송이 아닌 통신서비스로서 규제하고 있다. 반면 EU는 전송과 콘텐츠에 따라 “동일서비스, 동일규제”라는 수평적 규제 원칙을 확립하고 있어, OTT가 동일한 방송 콘텐츠를 제공한다면 방송과 동등한 규제의 대상이 된다. 둘째, 지상파 방송의 방송콘텐츠 계약의 경우 미국과 일본은 지상파방송과 OTT 사업자간 자율 협상을 통해 지상파 방송 프로그램 계약이 이루어지고 있으나, EU의 경우 OTT 사업자가 지상파 재송신에 따른 저작권료를 지불해야 하는지는 각 국가마다 상이하다. 셋째, 망 중립성과 관련하여 미국의 경우 망 중립성 보장을 법적으로 강하게 규율하고 있어 망 사업자가 임의로 OTT의 인터넷 트래픽을 관리하기 어려운 반면, EU는 미국과는 달리 망 중립성 보호에 대한 완화된 규제를 하고 있어 망 사업자가 OTT의 과도한 트래픽 소비를 관리할 수 있도록 하고 있다. 넷째, OTT와 관련된 불법·유해 콘텐츠 유통 규제에 있어 미국, EU, 일본은 불법 저작물 및 불법·유해 콘텐츠 유통에 대해 인터넷사업자의 면책 규정을 적용하여 사업자 부담을 경감하면서 자율 규제를 강조하고 있다. 마지막으로, 해외의 경우 다국적 OTT의 진입에 대한 시장의 대응은 각기 상이하였다. 넷플릭스와 같은 다국적 OTT와 협력하거나, 다국적 OTT와 경쟁할 수 있는 서비스를 신규 출시하거나, OTT 서비스를 철수하는 등의 모습을 보였다.

OTT의 본격적 성장을 맞이하여 개선 과제는 다음과 같다. 첫째, 국내 OTT 시장이 아직 초기 단계임을 고려할 때, OTT를 성급하게 방송서비스로 규정하기 위한 수평적 규제 도입보다는 현행 수직적 규제를 유지시키면서 시장상황을 지켜볼 필요가 있다. 다만 향후 미디어 시장을 모니터링 하면서, OTT가 기존 방송서비스의 경쟁 대상이 된다면 “동일 서비스, 동일 규제”라는

수평적 규제에 대한 논의가 있어야 할 것으로 보인다. 둘째, 지상파 방송 콘텐츠 가격을 결정하는 재송신 대가의 문제는 OTT만이 아닌 전체 미디어 시장 관점에서 논의될 필요가 있으며, 지상파 방송의 공공적 성격, 사업자간 계약의 예측 가능성을 보장하기 위해 지상파 재송신 대가 기준에 대한 합의가 필요하다. 또한 현재 법적 사각지대에 있는 OTT에 대해 기존 사업자의 경쟁제한적 행위로부터 사업자를 보호할 수 있는 제도적 장치 마련도 고민해보아야 한다. 셋째, 현재 국내 시장에서 OTT와 관련한 망 중립성 문제는 아직 시급한 사항은 아니므로 현 시점에서는 망 중립성과 관련해서 시장 상황에 맡겨 두고, 불공정 경쟁행위에 대해서만 현행 법규와 가이드라인을 기반으로 규제하며 대응하는 것이 바람직하다. 넷째, OTT의 성장을 가로막는 인터넷상 불법·유해 정보 유통을 막기 위해 법적 규제를 강화하는 것은 새로 성장하고 있는 OTT만이 아니라 국내 인터넷 전반의 경쟁력을 약화시킬 수 있으므로, 현행 법률 내에서 정부의 모니터링 및 사업자 자율 규제의 강화가 필요할 것으로 판단된다. 마지막으로, 넷플릭스와 같은 다국적 OTT의 진입의 영향이 명확히 예측되지 않는 시점에서 우선 국내 OTT 사업자와 해외 사업자가 동등하게 시장에서 경쟁할 수 있도록 국내 사업자에 대한 역차별적 규제는 신중해야 할 것이다.

차 례

□ 요약

I. 서론 / 1

II. 온라인동영상서비스(OTT)의 개념과 현황 / 5

- 1. OTT의 개념 5
- 2. 미디어 시장에서 OTT의 성장 7
- 3. 국내 OTT 시장 현황 10
- 4. OTT의 국내법적 지위 14

III. OTT 서비스에 대한 주요 쟁점 / 16

- 1. 국내의 방송·통신 규제와 OTT 규제의 방향 16
- 2. 지상파 방송사와 OTT 사업자 간 방송콘텐츠 계약 18
- 3. 망 중립성 20
- 4. 인터넷상 불법·유해 콘텐츠 유통 22
- 5. 다국적 OTT의 국내 진입 25

IV. 해외 사례 / 28

- 1. OTT 규제의 방향 28
 - 가. 미국 28
 - 나. EU 29
 - 다. 일본 30

2. OTT와 지상파 방송사의 콘텐츠 계약 제도	30
가. 미국	30
나. EU	32
다. 일본	34
3. OTT에 대한 망 중립성 규제	34
가. 미국	34
나. EU	36
4. 인터넷상 불법·유해 콘텐츠 유통 규제	38
가. 미국	38
나. EU	39
다. 일본	40
5. 다국적 OTT의 진입과 시장의 대응	41

V. 개선 과제 / 44

1. OTT 시장 상황을 고려한 규제 마련	44
2. 공정한 방송 콘텐츠 계약 제도 마련	46
3. 망 중립성 관련 불공정 경쟁 행위 제한	48
4. 불법·유해 콘텐츠 유통의 모니터링 강화	50
5. 다국적 OTT와 경쟁 가능한 기반 구축	54

VI. 결 론 / 56

□ 참고문헌

표 차례

[표 1] 미국의 OTT 서비스 이용자 현황과 전망(2014-2019)	7
[표 2] 매체 이용 빈도(해당 매체를 주5일 이상 이용하는 비율)	8
[표 3] 스마트폰 이용 여부와 TV 대체 효과	9
[표 4] 스마트폰 이용에 따른 TV 이용시간 감소 인식 비율	9
[표 5] 국내 OTT 시장 가치	10
[표 6] 주요 OTT 사업자 가입자 현황	11
[표 7] 국내 서비스 중인 주요 OTT 현황(2015.12.1. 기준)	12
[표 8] 2014년 온라인 불법복제물 모니터링 실적	23
[표 9] 미국 내 OTT별 이용자 현황	25

그림 차례

[그림 1] OTT 개념도	5
----------------------	---

I. 서론

- 다양한 첨단 디지털 기기의 등장에 따라 미디어 시청 행태가 기존 TV를 통한 방송 시청에서 인터넷을 이용한 시청으로 이동하고 있음
 - 과거 영화, 방송 등의 미디어 콘텐츠 소비는 주로 지상파 방송과 유료 방송을 통해 이루어져왔음
 - 1990년대 초반까지 KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송사를 통해 미디어 소비가 이루어졌으며, 1990년대 중반 이후 케이블 방송, 위성 방송, IPTV 등이 등장하면서 TV 시청 매체가 다양화되었지만, 여전히 TV를 통한 시청이라는 점에서 큰 변화는 없었음
 - 하지만 인터넷의 급속한 보급에 따라 PC, 스마트폰, 태블릿PC 등 인터넷을 기반으로 한 디지털 기기를 통해 미디어의 소비가 증가하고 있음
 - 기존에 이용자는 TV를 통해서 한정된 장소와 시간에서 미디어를 소비하였다면, 인터넷의 발전은 이러한 시공간의 제약을 완화시킴
 - PC, 스마트폰, 태블릿PC 등을 통해 언제 어디서든 인터넷에 연결하여 이용자가 원하는 영화, 드라마 등을 시청할 수 있게 됨
- 미디어 이용 행태의 변화에 따라 인터넷을 기반으로 한 동영상 서비스인 OTT(Over The Top)¹⁾가 미디어 시장에 지속적으로 진입해왔음
 - OTT 서비스는 실시간과 비실시간으로, 유료 혹은 무료 서비스로 이용자에게 언제 어디서든 제공될 수 있음

1) over the top이란 “...와 상관없이”란 의미를 갖고 있는데, 미디어로서 OTT란 기존 매체인 TV없이도 인터넷을 이용하여 다양한 미디어 콘텐츠의 시청이 가능한 매체를 의미함

- 인터넷을 통해 실시간 생방송으로 시청 가능할 뿐만 아니라 VOD(Video On Demand)를 통해 비실시간으로 원하는 시간대에 시청도 가능함
- 또한 프로그램 전체 시청은 유료로만 시청 가능한 경우가 많으나, 일부 콘텐츠의 경우 사업자가 무료로 이용자에게 제공하고 있음
- 현재, 국내에서 해외 OTT 서비스 외에 국내의 기존 방송 및 통신 사업자, 포털 사업자 등이 다양한 OTT 서비스를 제공하고 있음
 - 유튜브 등과 같은 해외 사업자 외에 국내 지상파 방송사, 케이블 방송사, 이동통신사, 포털 사업자 및 독립적 OTT 사업자들도 인터넷 사이트와 모바일을 통해 방송 프로그램 및 기타 콘텐츠에 대한 OTT 서비스를 제공하고 있음
- 해외의 경우 OTT가 기존 미디어 시장에서 산업적 경쟁력을 갖고 있으나 국내의 경우 OTT 서비스가 성장 단계에 있지만, 아직 산업적 경쟁력을 갖췄다고 판단하기는 어려움
 - OTT 시장이 발전한 미국의 경우 많은 소비자들이 가입비가 비싼 유료 방송을 해지하고 상대적으로 저렴한 인터넷을 통해 방송콘텐츠를 이용하고 있음
 - 미디어 시장에서 넷플릭스, 훌루 등 대형 OTT 사업자가 기존 방송 사업자와 경쟁하고 있음
 - 하지만 국내의 경우 케이블 방송, 위성 방송, IPTV 등 유료 방송 보급률이 90%를 넘어서는 등 아직까지 OTT보다는 TV를 이용하는 비중이 압도적임
 - 따라서 미디어 시장에서 대부분의 매출은 기존 방송 사업을 통해 발생하고 있으며, OTT의 경우 TV에 대한 부가서비스 시장으로 인식되고 있음
- 현재 국내 OTT 산업과 관련하여 제기되는 문제들은 다음과 같음

- 첫째, OTT는 방송서비스와 동일한 콘텐츠를 제공함에도 방송 관련 법률의 규제 대상이 되지 않아 기존 방송서비스와의 규제의 비대칭성 문제가 제기되고 있음
 - 둘째, 지상파 방송 사업자와 OTT 사업자 간에 방송프로그램 계약 갈등으로 인해 OTT 서비스를 통한 방송 콘텐츠 공급에 차질이 빚어지고 있음
 - 셋째, OTT는 인터넷 트래픽 소비가 큰 동영상을 주로 제공하고 있기 때문에 인터넷 망 사업자인 통신사로부터 망 비용 분담 문제가 제기되고 있음
 - 넷째, 인터넷상 불법적 방송 저작물의 유통 및 음란·선정적, 폭력적 내용의 인터넷 개인방송에 대한 규제 필요성이 지속적으로 제기되고 있음
 - 마지막으로, 다국적 OTT 사업자인 넷플릭스가 2016년 국내 시장에 진입할 것으로 예고하고 있어 국내 미디어 시장이 위축될 수 있다는 우려가 제기되고 있음
- 본 보고서는 OTT의 개념 및 현황, OTT와 관련되어 제기되고 있는 주요 쟁점 소개, 그리고 주요 쟁점별 해외 사례 및 법제도적 개선 방안에 대해 논의하고자 함
- 제 II장에서 OTT의 개념 소개, OTT의 성장 요인, 국내 OTT 시장 현황 및 현행 OTT에 대한 국내법상 지위 등에 대해 소개함
 - 제 III장에서는 OTT와 관련하여 현재 제기되고 있는 주요 쟁점들을 살펴볼 것임
 - OTT에 대한 수평적 규제, 지상파 방송사와 방송 콘텐츠 계약, 망 중립성, 인터넷상 불법·유해 콘텐츠 규제, 다국적 OTT 사업자의 국내 진입이 본 보고서에서 다룰 쟁점들임
 - 제 IV장에서는 OTT와 관련하여 미국, EU, 일본 등 주요 국가들의 사례를 조

사함으로써 시사점을 찾음

- 제 V 장에서는 각 쟁점별로 정책적, 법제도적 측면에서 향후 개선 과제에 대해 논의함

II. 온라인동영상서비스(OTT)의 개념과 현황

1. OTT의 개념

- OTT(온라인동영상서비스, Over The Top)란 기존의 TV가 아닌 인터넷이 가능한 다양한 기기를 통해 시청 가능한 방송을 의미함
- OTT는 인터넷을 통해 비디오 등의 콘텐츠를 TV 수상기가 아닌 다양한 인터넷 기기(PC, 태블릿PC, 스마트폰)를 통해 시청자에게 실시간 혹은 비실시간(VOD)으로 전달함
 - OTT는 인터넷을 통해 시청한다는 측면에서 지상파 방송, 케이블 방송, 위성 방송과 구별되며, TV가 아닌 인터넷 기기를 통해 시청할 수 있다는 측면에서 IPTV(Internet Protocol TV)와도 구별됨
 - OTT의 대표적인 예로 유튜브(Youtube), 아프리카(Afreeca) TV 등을 들 수 있음

<그림 1> OTT 개념도



자료: Brett Northart, Over-the-Top Video(최종검색일: Dec. 1, 2015),
 <<https://brettnorthart.wordpress.com/>>.

- OTT는 다양한 형식으로 제공되고 있는데 현재 크게 3가지로 분류해 볼 수 있음
 - 1인 방송 등과 같이 시청자가 직접 방송콘텐츠를 제작하고 플랫폼 사업자는 이를 지원하는 형태인 MCN(Multi Channel Network)이 있으며, 유튜브, 아프리카 TV가 이에 해당함
 - 대표적인 인터넷검색서비스사업자인 구글(Google)은 유튜브를 통해 OTT 서비스를 제공하고 있으며, 유튜브의 경우 주로 시청자가 자체 제작한 동영상을 무료로 제공하고 있음
 - 국내 MCN 사업자로는 아프리카 TV를 들 수 있으며, BJ(Broadcasting Jackey)로 불리는 진행자들이 다양한 콘텐츠를 제공하고 있음
 - 기존 방송·통신사업자들이 자사 콘텐츠 재판매 혹은 플랫폼을 확장하여 OTT를 제공하는 사례가 있는데, 대표적으로 훌루(Hulu), 폭(Pooq), 티빙(Tving), 모바일 IPTV 등을 들 수 있음
 - 미국 지상파 방송사 NBC, ABC, 폭스TV의 훌루, 국내 지상파 방송사 연합의 폭, 종합유선방송사업자인 CJ 헬로비전의 티빙은 각각 자사 및 계열사의 방송콘텐츠를 OTT 플랫폼을 통해 2차로 판매하고 있음
 - 이동통신 3사는 모바일 IPTV를 통해 기존 IPTV를 확장하여 모바일을 통해 인터넷 동영상 시청이 가능하도록 하고 있음
 - 독립적 플랫폼을 통해 OTT를 제공하는 사례로는 넷플릭스(Netflix), 판도라(Pandora) TV 등을 들 수 있음
 - 전 세계적으로 가장 큰 규모의 유료 OTT 사업자인 넷플릭스는 독립적 플랫폼을 통해 영화, 드라마 등 상업적 콘텐츠를 제공하고 있으며, 이와 유사한 국내 플랫폼 기업으로는 판도라 TV 등이 대표적임

2. 미디어 시장에서 OTT의 성장

- 인터넷 이용자의 증가 및 스마트폰을 비롯한 다양한 스마트기기의 보급에 따라 해외에서도 OTT를 통한 미디어 시청이 증가하고 있음
- 세계 미디어 시장을 주도하고 있는 미국의 경우 2015년 현재 인터넷 사용자의 약 70%, 인터넷 동영상 소비자 중 약 90%가 OTT를 이용하는 것으로 조사됨
 - 2015년 현재, 인터넷 이용자의 69.7%가 OTT를 이용하고 있으며, 이러한 비중은 지속적으로 증가하고 있는 추세임
 - 인터넷을 통해 동영상을 시청하는 이용자 중 OTT를 이용하는 비중도 2015년에는 88.6%로 10명 중 9명이 이용할 것으로 추산됨

[표 1] 미국의 OTT 서비스 이용자 현황과 전망(2014-2019)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
이용자(백만명)	173.0	181.0	186.9	191.9	196.2	199.6
증가율(%)	5.6	4.6	3.3	2.7	2.3	1.7
인터넷 이용자중 비중(%)	68.4	69.7	70.4	70.9	71.5	72.1
디지털미디어 시청자중 비중(%)	88.4	88.6	88.8	89.0	89.1	89.3

자료: eMarketer, “Seven in 10 US Internet Users Watch OTT Video”(최종검색일: Oct. 25, 2015), <<http://www.emarketer.com>>.

- 국내의 경우도 미디어 수용 행태가 TV에서 인터넷으로 점차 변화하고 있으며, 특히 스마트폰 사용에 따라 인터넷 이용이 크게 증가하고 있음
- 2009년 이후 TV의 이용 빈도는 감소하고 있는데 비해 인터넷(스마트폰 포

함) 이용 빈도는 전반적으로 증가하고 있음

- 매체 이용 빈도를 보면 TV는 지속적으로 감소하여 2014년에는 78.4%의 비율을 보임
- 반면 인터넷(스마트폰 포함) 이용 빈도를 보면 증가 추세를 보이는데, 특히 스마트폰 이용이 큰 영향을 미치면서 2014년에는 70.8%의 비율을 보이며, 이는 TV 이용률에 근접한 비율임

[표 2] 매체 이용 빈도(해당 매체를 주5일 이상 이용하는 비율)

(단위: %)

	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
N	6,404	6,409	6,669	6,441	6,240	6,042
TV	83.9	82.6	81.6	81.4	79.4	78.4
라디오	20.2	16.2	14.8	12.5	11.8	9.5
신문	22.2	18.5	16.5	12.2	10	8.2
인터넷	46.2	45.2	44.4	52.6	65.8	70.8
스마트폰	-	-	-			

주) N: 총 조사가구 가구원수

자료: 정보통신정책연구원, “주요 항목별 시계열 자료”(최종 검색일: 2015.10.23.), <<http://www.kisdi.re.kr>>.

○ 인터넷, 특히 스마트폰 이용은 TV 이용을 대체하는 요인이 되고 있음

- 스마트폰 사용자의 경우 신규매체 이용이 TV 시청을 대체하는 효과가 32.6%인데, 스마트폰 비사용자와 비교할 때, 스마트폰 이용자일수록 TV 시청을 줄이고 스마트폰을 통한 미디어 소비가 증가되는 것으로 조사됨

[표 3] 스마트폰 이용 여부와 TV 대체 효과

구분	대체효과
스마트폰 이용자	32.6%
스마트폰 비이용자	5.0%

주) 대체 효과: 신규매체(인터넷, DMB, 스마트폰) 이용에 따라 TV콘텐츠를 이용하는 시간이 감소한 비율

자료: 방송통신위원회, 『2014 방송매체이용행태조사』, 2014.

- 특히 젊은 층의 경우 노년층에 비해 스마트폰 이용에 따른 TV 이용 시간의 감소가 두드러짐
 - 스마트폰이 TV 이용을 감소시킨다고 인식하는 비율은 20대가 42.4%로 가장 높고, 그 다음으로 10대(37.6%), 30대(36.5%), 40대(30.1%)임
 - 반면 노년층의 경우 스마트폰이 TV 이용을 대체한다고 인식하는 비율은 60대 이상이 9.6%로 가장 낮고, 50대도 19.3%에 그침

[표 4] 스마트폰 이용에 따른 TV 이용시간 감소 인식 비율

세대별	비율
10대	37.6%
20대	42.4%
30대	36.5%
40대	30.1%
50대	19.3%
60대 이상	9.6%

자료: 방송통신위원회, 『2014 방송매체이용행태조사』, 2014.

- 미디어 이용 행태의 구조적 변화에 따라 OTT와 같이 스마트기기를 통한

미디어의 이용이 지속적으로 증가할 것으로 예상됨

- 인터넷이 가능한 스마트기기를 이용한 미디어 시청 비중이 증가함에 따라 과거와 같이 실시간 방송 시청의 비중은 적어지고 VOD와 같은 비실시간 방송을 통한 시청이 증가될 것으로 예측됨
 - OTT의 경우 기존 TV와는 달리, 실시간 방송 외에 VOD를 통해 시청자의 선택에 따라 시간과 공간의 제약 없이 시청 가능함
- 현재까지는 미디어 시장에서 지상파 방송 및 유료 방송 등이 주도적 위치를 차지하고 있으나, 인터넷을 기반으로 한 방송 시청이 가속화되고 있으므로 향후 OTT 시장은 더욱 확대될 것으로 예상됨

3. 국내 OTT 시장 현황

- 2015년 현재 국내 OTT 시장은 약 2,600억원의 가치로 추정되며 2020년에 3배 이상 증가하여 약 7,800억원의 시장 가치를 보일 것으로 예측됨
- OTT 시장 가치는 지속적으로 증가하고 있으며 2012-2020년 기간 동안 연평균 성장률은 28%에 이를 것으로 추산됨

[표 5] 국내 OTT 시장 가치

(단위: 억원)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	누적 합계	연평균 성장률 (*12~'20)
OTT	1,085	1,490	1,926	2,587	3,069	4,149	5,136	6,345	7,801	33,589	28.0%

자료: 정부 합동, 『스마트미디어 산업 육성 계획(2015-2020)』, 2014.12.5.

- OTT 시장은 지속적으로 확대되고 있으나, 기존 미디어 시장(지상파 방송 및 유료 방송 시장)과 비교하여 아직 초기 시장 단계에 있음
 - 매출액 측면에서 지상파 및 유료 방송 시장의 비중이 여전히 압도적이며, OTT 시장은 기존 방송 시장과 비교 대상이 되지 않을 만큼 적음
 - 기존 유료 방송사의 경우 유료가입자를 통해 수익을 얻고 있으나, OTT 서비스는 가입자 수에 비해 유료가입자의 비율이 매우 낮은 것이 현실임
 - 전체 가입자 면에서 티빙은 700만, 호핀은 500만, 폭은 300만, 이동통신 3사는 각 100-200만으로 추산되고 있으나, 이 중 유료 가입자는 소수에 그치고 있음

[표 6] 주요 OTT 사업자 가입자 현황

구분	티빙(Tving)	호핀(Hoppin)	폭(Pooq)	KT	SKT	LGU+
가입자수(명)	700만	500만	300만	100-200만		

자료: 강일용, 「나를 중심으로 이동하는 멀티미디어 - N스크린」, 『IT 동아』, 2015년 9월 23일자.

- 국내 OTT 시장의 경우, 지상파 및 유료 방송사·통신사·포털·독립적 플랫폼 사업자 등이 서비스를 제공하고 있음
 - 지상파방송사업자인 KBS, MBC, SBS는 폭을 통해 주로 자사 방송콘텐츠를 실시간 혹은 비실시간으로 제공하고 있음
 - 종합유선방송사업자인 CJ 헬로비전은 실시간, 비실시간 방송인 티빙을 운영하고 있으며, 현대HCN은 실시간 방송인 에브리온 TV(무료서비스)를 제공하고 있음

- 국내 제1의 방송채널사업자(PP)인 CJ E&M은 자사 콘텐츠를 빙고(Vingo) TV를 통해 제공하고 있음
- KT, SKT, LGU+ 등 통신 3사는 모바일을 통해서 실시간, 비실시간 방송인 올레TV(KT), Btv(SK), 유플러스HDTV(LGU+)를 제공하고 있음
 - SKT 계열사인 SK 브로드밴드는 모바일 IPTV인 Btv모바일뿐만 아니라 비실시간 VOD방송인 호핀(유료서비스)도 제공하고 있음
- 국내 제1의 포털사인 네이버는 TV캐스트, 카카오는 TV팟·카카오TV를 통해 실시간 혹은 비실시간 방송을 제공하고 있음
- 독립적 플랫폼 사업자로서 아프리카 TV는 개인방송을 중심으로 실시간 방송 및 VOD를 제공하고 있으며, 판도라 TV는 VOD를 통해 무료로 다양한 콘텐츠를 제공하고 있음
- 해외 사업자로서 구글은 주로 시청자 제공 영상을 유튜브를 통해 VOD 형태로 제공하고 있음

[표 7] 국내 서비스 중인 주요 OTT 현황(2015.12.1. 기준)

구분	사업자	서비스	비고
지상파방송사	KBS, MBC, SBS	POOQ	방송(지상파, 종합편성채널, 보도전문채널 제공), 영화 실시간/VOD, 유료·무료 제공
통신사	KT	올레TV 모바일	모바일에서만 이용 가능(모바일 IPTV), 방송(지상파 방송 일부 제외), 영화 실시간/VOD 유료·무료 제공
	SK 브로드밴드	Btv모바일	
	LGU+	U+HDTV	
	SK 브로드밴드	호핀	방송, 영화, VOD 유료 제공
종합유선방송사	CJ헬로비전	티빙	방송(지상파 방송 제외), 영화 실시간/VOD 유료·무료 제공
	현대HCN	에브리온TV	방송(지상파 방송 제외), 영화 실시간 무료 제공(일부 성인 콘텐츠, 영화 유료)

II. 온라인동영상서비스(OTT)의 개념과 현황

구분	사업자	서비스	비고
방송채널사업자	CJ E&M	VingoTV	방송(CJ&M 제작 방송), 실시간·비실시간, 무료 제공
포털사	네이버	TV 캐스트	방송, 시청자제작영상 실시간/VOD, 무료 제공
	카카오	TV 팟	방송, 시청자제공영상 실시간/VOD, 무료 제공
		카카오TV	방송, 시청자제공영상 실시간/VOD, 무료 제공, 카카오톡과 연동하여 사용
독립적 플랫폼	아프리카	아프리카TV	시청자제공영상 중심, 실시간/VOD, 유료·무료 제공
	판도라	판도라TV	시청자제공영상 중심, VOD, 무료 제공
해외사업자	구글	유튜브	시청자제공영상 중심, VOD, 유료·무료 제공

- 최근 OTT 서비스는 PC, 스마트폰, 태블릿PC가 아닌 일반 TV에서도 서비스를 제공받을 수 있도록 활용 기기의 범주를 확대하고 있음
 - 미라캐스트(Miracast) 기술을 이용하여 OTT를 TV에서도 제공받을 수 있음
 - 미라캐스트 기술이란 스마트폰을 TV와 연동시켜 TV에서 OTT 프로그램을 시청 가능하도록 만드는 기술임
 - 미라캐스트 기술의 대표적인 예는 구글의 크롬캐스트, 티빙의 티빙스틱, 에브리온 TV의 에브리온 TV마스터 등을 들 수 있음
 - 전자업체도 스마트 TV와 OTT 서비스를 연동한 서비스를 제공하고 있음
 - 기존 스마트 TV에서도 유튜브, 폭과 같은 OTT 앱을 스마트 TV에 설치하여 대형 화면을 통해 OTT 서비스를 제공받을 수 있음
 - 최근에 삼성전자의 TV 플러스, LG전자의 채널 플러스처럼 전자업체가 직접 OTT 서비스를 스마트 TV를 통해 제공하고 있음
- 국내 OTT 사업자는 지상파 콘텐츠 의존도가 아직 높은 편이나 점차 자체 콘텐츠를 확보하는 방향으로 나아가고 있음
 - 스마트기기 이용시 이용하는 주요 콘텐츠의 비중을 보면 지상파 프로그램의

비중이 아직은 큼

- 2014년 기준으로 OTT내 시청 비중을 보면 지상파 다시보기가 47.1%, 이 슈가 되는 주요 동영상 36.2%, 영화 31%, 케이블 다시보기가 26.3%임²⁾
- 하지만 최근에 유료 방송 사업자 등이 제공하는 콘텐츠가 인기를 끌면서 OTT는 지상파 방송 프로그램에 절대적으로 의존하기보다 방송 콘텐츠 공급 을 다양화하고 있음
- 지상파 방송과의 프로그램 계약 결렬 이후 티빙, 통신 3사의 모바일 IPTV에서는 방송의 경우 지상파 방송 콘텐츠 없이 유료 방송 콘텐츠를 제공하고 있음
- 에브리온 TV의 경우도 초기부터 지상파 방송 프로그램 없이 유료 방송 콘텐츠를 제공해왔음
- 포털사의 OTT에서도 “신서유기”, “유일랍미” 등 웹드라마를 제공하고 있음

4. OTT의 국내법적 지위

- OTT는 방송서비스가 아닌 통신서비스로 규제되고 있음
- OTT는 사실상 방송서비스를 제공하고 있는 것으로 볼 수 있으나 「방송법」의 규제 대상은 아님
- 현행 「방송법」 제2조에서 방송사업자는 지상파방송사업자, 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자, 공동체라디오방송사업자로 한정되고 있으며 OTT와 같은 인터넷방송사업자의 규정은 별도로 존재하지 않음

2) 김가영, 김성민, 「스마트미디어 이용동향」, 『전자통신동향분석』 제29권 제2호, 2014.

- OTT는 「전기통신사업법」상 부가통신사업자로서 규제되고 있음
 - 동법상 전기통신사업은 ‘기간통신사업’, ‘별정통신사업’, ‘부가통신사업’으로 구분되고 있으며 각기 상이한 규제를 받고 있음
 - ◆ 기간통신사업자는 자체 망을 갖고 전화나 인터넷 등 통신 역무를 제공하는 자(예: 통신 3사)이며, 별정통신사업자는 자체 망이 없어 기간통신사업자의 망을 대여하여 통신서비스를 제공하는 자(예:알뜰폰)이며, 그 외 OTT를 포함한 통신사업자는 모두 부가통신사업자로 분류됨
- 따라서 통신서비스인 OTT는 방송서비스에 대한 규제보다 약한 규제를 받고 있음
 - 지상파방송, 종합유선방송, 위성방송은 「방송법」의 규정을 받고 있으며, 방송의 성격상 공공성이 강조되어 진입규제, 소유규제, 겸영규제, 방송심의규제, 요금규제 등 다양한 규제를 받고 있음
 - 그러나 OTT는 현행법상 방송서비스가 아니기 때문에 이러한 방송 영역의 규제는 받지 않고 있으며, 「전기통신사업법」상으로도 부가통신사업자로서 사업자 “신고” 외에 별도의 규제를 받고 있지 않음
- 다만 OTT는 개별법상 정보통신서비스제공자, 온라인서비스제공자로서 법적 지위를 갖고 있어 관련 규제의 대상이 됨
 - OTT 사업자는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 「정보통신망법」)상 정보통신망을 통해 정보를 제공하기 때문에 정보통신서비스 제공자에 해당함(동법 제2조 제1항 3호)
 - OTT 사업자는 「저작권법」에 따라 정보통신망을 통해 저작물을 전송하도록 서비스를 제공하는 자로서 온라인서비스제공자에 해당함(동법 제2조 30호)

Ⅲ. OTT 서비스에 대한 주요 쟁점

1. 국내의 방송·통신 규제와 OTT 규제의 방향

- 우리나라의 경우 수직적 규제³⁾를 통해 방송과 통신을 별도로 구분하여 규제하고 있으며, 현재 OTT는 통신서비스로서 규제하고 있음
 - OTT는 방송과 통신이 융합된 새로운 매체이지만, 현재 융합법 체계가 마련되지 않은 상황이기에 통신서비스를 규제하는 「전기통신사업법」에 근거하여 규제되고 있음
- 따라서 OTT의 규제방향에 대해서는 방송서비스로서 규제를 강화해야 한다는 입장과 아직 산업이 충분히 성장하지 않은 상태에서 성급한 규제 강화는 신중해야 한다는 입장으로 나누어지고 있음⁴⁾
 - 먼저, 기존 TV와 OTT가 동일한 방송서비스임에도 상이한 규제를 받는다는 것은 규제의 비대칭성을 야기하기 때문에 동일한 방송서비스에 대해서는 동일한 규제가 필요하다는 차원에서 수평적 규제의 도입을 주장하는 논의가 있음
 - 현행 방송사업자는 「방송법」과 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」(이하 「IPTV법」)에 명시적으로 규제 대상으로 열거되어 있지만, OTT 등 스마트

3) 수직적 규제란 방송과 통신을 각각 상이하게 규제한다는 원칙이고, 수평적 규제란 방송과 통신을 별도로 구분하지 않고, 실질적으로 동일한 사항에 대해서는 동일하게 규제한다는 원칙임

4) 규제 강화의 입장은 강제원, 「수평적 규제틀 적용의 타당성 연구: OTT를 중심으로」, 『방송통신연구』 제84호, 2013.을 참조; 규제 강화에 신중한 입장은 정윤식, 「미디어 환경변화와 유료방송규제체계의 재정립」, 유료방송법제 통합의 기본원칙과 방향 기획세미나, 2014.를 참조 바람

미디어와 관련해서는 별도의 규정이 없기 때문에 해당 서비스를 방송과 관련한 법률로는 규제하지 못함

○ 반면, OTT 서비스가 아직 시장에서 안착되지 않은 상황에서 비교적 규제가 적은 현행 통신 규제를 유지해야 한다는 입장이 있음

- 이런 입장은 현재 OTT가 방송서비스를 대체하지 않아 비대칭 규제에 따른 시장의 부정적 요인이 크지 않고, 오히려 규제 강화로 인해 스마트미디어 산업의 위축 및 외국 사업자와의 역차별 문제를 발생시킬 수 있다는 것임

□ OTT에 대해 「IPTV법」내에서 방송서비스로 규제하려는 법안이 국회에 계류되어 있으나, 정부는 OTT에 대해 별도의 규제를 마련하고 있지 않음

○ 정부는 현 단계에서는 유료방송에 대한 수평적 규제에 정책의 주안점을 두며, OTT 등 스마트미디어에 대한 규제정비는 중장기 과제로 남겨두었음

- 정부의 유료방송 규제체제 정비의 기본 방향은 기존 「방송법」과 「IPTV법」을 통합하는 것으로서, 「방송법」 개정안(2015.11.26. 정부 발의)이 현재 계류 중이며 동법안의 주요 목표는 유료방송 간에 매체별로 별도의 법으로 규율되어 야기된 규제의 불균형 문제를 개선하는 것임
- 기존 종합유선방송사업, 위성방송사업, 인터넷멀티미디어사업을 통합하여 유료방송사업으로 규정하고, 유료방송사업에 대해서는 ‘동일서비스 동일규제’의 원칙을 적용함⁵⁾
- 이처럼, 정부가 마련한 유료방송통합법 계획에는 OTT와 같은 융합서비스에 대한 규제를 언급하고 있지 않으며, 정부는 OTT와 같은 스마트미디어에 대해서는 현행법 체계를 유지한다는 입장임

5) 미래창조과학부·방송통신위원회, 『유료방송 규제체제 정비법안』, 2014.11.28.

- ◆ 다만, 스마트미디어를 현행 「전기통신사업법」상 부가통신역무로 관리하며 특별한 규제를 할 계획은 없으나, 장기적으로 시장의 경쟁 상황을 보면서 수평적 규제체계로의 전환을 검토할 것이라고 밝힘⁶⁾
- 반면 「인터넷멀티미디어 방송사업법」 일부개정법률안(2013.12.4. 남경필 의원 대표 발의)에서 OTT 등과 같은 스마트미디어를 정의하고 다음과 같은 규제를 마련함
 - 법안에서는 단말기 종류와 실시간 방송프로그램 여부에 따라 스마트미디어에 대해 차등적 규제를 실시하는 안을 담고 있음
 - 또한 스마트미디어에 대해 외국인 주식소유제한, 경쟁상황 평가, 약관 신고, 금지행위 등의 규제 조치를 마련하고 있음

2. 지상파 방송사와 OTT 사업자 간 방송콘텐츠 계약

- 지상파 방송사와 OTT 사업자 간에 프로그램 재송신료 및 VOD 협상 문제로 인한 갈등은 OTT 산업의 성장에 장애로 등장하고 있음
- 국내 미디어 시장은 지상파 방송 콘텐츠에 대한 의존도가 여전히 높으며, 이러한 콘텐츠 경쟁력을 바탕으로 지상파 방송사는 OTT 사업자에게 프로그램 재송신 및 VOD 가격 인상을 요구하고 있으나, 비용 인상 문제를 두고 지상파 방송사와 OTT 사업자 간의 갈등이 계속되고 있음
 - 지상파 방송사는 OTT 사업자가 정당한 프로그램 사용 대가를 지불하지 않으면서 상업적 이익을 얻고 있다는 입장인데 반해 OTT 사업자는 지상파 방송사가 시장의 힘을 바탕으로 과도한 대가를 요구한다고 주장함

6) 미래창조과학부 외, 『스마트미디어산업 육성계획』, 2014.12.5.

- 실제, 지상파 방송사는 2014년 브라질 월드컵 중계 재송신 비용을 모바일 IPTV에 추가로 요구하였으나 모바일 IPTV가 이를 수용하지 않으면서, 2014년 6월에 지상파 월드컵 중계 재송신이 이루어지지 않은 사례가 있음
 - 이외에도 지상파 방송사와 모바일 IPTV 간에 지상파 방송 재송신 계약이 결렬됨에 따라 모바일 IPTV에서 지상파 콘텐츠 제공이 어려움을 겪고 있음
 - 또한 지상파 방송사와 티빙 간의 재송신료 인상 갈등이 해결되지 않으면서 지상파 방송사가 소송 절차에 들어갔으며, 2015년 11월 서울 중앙지법에서 티빙의 지상파 방송 재송신을 금지한다는 판결이 나와 현재 티빙에서 지상파 방송이 제공되지 않고 있음
- 지상파 방송사와 OTT 사업자 간 방송콘텐츠 계약 문제는 오랜 기간 지속되어온 지상파 방송사와 유료 방송사와의 재송신 문제의 연장선에 있음
- 「방송법」상 의무재송신 채널인 KBS-1TV, EBS외에 KBS-2TV, MBC, SBS 채널은 방송사업자 간에 자율 협상의 대상이나 재송신 대가를 둘러싸고 방송사 간 분쟁이 계속되고 있음
 - 지상파 방송사는 자율 협상 대상 채널에 대한 현행 CPS(가입자당 재송신료) 280원이 저가로 책정되었으므로 가격 인상이 필요하다는 입장임
 - 유료 방송사의 경우 지상파 방송의 공익적 성격을 고려할 때 의무 재송신 채널의 확대 혹은 재송신료 대가 산정의 객관적 기준이 선행되어야 한다는 입장임
 - 유료방송사업자들 대부분이 OTT 사업도 하고 있는 현실에서 OTT가 부담하는 CPS도 지상파 방송과 유료 방송 간 계약에 준하여 처리되고 있음

- 예를 들어 CJ 헬로비전의 티빙의 경우 유료 방송과 동일하게 CPS 280원을 지불하며 실시간 지상파 방송 재송신, VOD 계약을 체결해왔으나, 지상파 방송사의 CPS 가격 인상 요구로 인해 재계약이 이루어지지 않음
- 지상파 방송사와 OTT 사업자 간에 방송 프로그램 계약 분쟁에 대해 프로그램 계약 문제는 민간 자율에 맡겨야 한다는 입장과 방송사 간 분쟁이 해결되지 않는 현실에서 정부의 개입이 필요하다는 입장이 대립됨
- 지상파 방송 재송신 대가 산정에 대한 견해의 대립이 있음
 - 지상파 방송사는 재송신 대가 산정은 사적 계약에 따른 사업자간 자율에 맡겨야 한다는 주장이나, OTT 사업자는 재송신 대가에 대한 명확한 기준이 제시되어야 한다는 입장임
- 프로그램 계약 분쟁 조정 제도의 도입에 있어서도 견해 대립이 있음
 - 지상파 방송사는 사적 계약이라는 입장에서 기존 분쟁 조정 제도 강화에 반대하는 입장이나, OTT 사업자는 계약 분쟁 조정을 위해 정부의 역할을 강조하면서 분쟁 조정 제도 강화를 주장하고 있음

3. 망 중립성

- 인터넷을 통해 OTT를 이용하는 비중이 폭발적으로 증가하면서, 망 사업자와 콘텐츠 제공 사업자 간 망 중립성⁷⁾ 논쟁이 야기되고 있음

7) 망 중립성(Net neutrality)이란 인터넷서비스제공자(Internet Service Provider, ISP)가 인터넷을 통해 정보를 제공하는 콘텐츠 사업자(Contents Provider, CP)의 인터넷 사용을 배제 혹은 차별해서는 안 된다는 개념임. 예를 들어 인터넷망을 제공하는 인터넷 서비스제공자 KT가 인터넷 망을 이용하여 콘텐츠를 제공하는 특정 OTT 서비스의 인터넷 이용을 타 OTT 사업자와 비교하여 차별적으로 제공해서는 안 된다는 것임

- OTT 사용 인구의 증가는 트래픽의 증가를 필연적으로 야기하고 있어 망 중립성을 둘러싼 논쟁이 제기되고 있음
 - 네트워크 사업자가 인터넷 과부하를 이유로 OTT의 고화질 방송프로그램이 시청자에게 전달되는 속도를 저하시키거나, 차단하는 등 망 관리를 시도할 수 있음
 - 이미 미국의 경우에는 네트워크 사업자인 컴캐스트(Comcast)가 인터넷 과부하를 이유로 OTT 사업자인 넷플릭스를 차단하면서 크게 논쟁이 야기된 적이 있음
- OTT 시장을 둘러싼 사업자 간 경쟁 및 새로운 서비스의 등장으로 인해서도 망 중립성 문제가 크게 대두될 전망이다
- 네트워크 사업자인 통신사가 OTT 서비스를 제공하고 있는 현실에서 경쟁업체인 타 OTT 사업자들에 대해 망 이용 대가 분담을 제기할 수 있음
- 기존 방송 사업자 이외에도 현재 스마트TV에 OTT를 결합한 서비스가 시장에 출시됨으로 인해 통신사와 전자업계 간에도 망 중립성 문제가 대두될 수 있음
 - 과거 국내에서 스마트 TV 제조사인 전자업계와 통신사 간에 망 중립성 문제가 대두되어 2012년 2월 네트워크사업자 KT는 삼성전자 스마트 TV에 대해 망 차단 조치를 취한바 있음
 - ◆ KT는 스마트 TV 동영상 서비스로 인한 인터넷 과부하를 이유로 삼성전자에 인터넷 망 이용 대가를 요구하였으나 이에 대한 협상이 이루어지지 않자 인터넷 접속을 차단하였음
 - ◆ 이에 대해 삼성전자 측은 KT가 주장하는 인터넷 과부하에 대해 인정하기 어려우며, 망 중립성에 대한 원칙이 확정되지 않은 상황에서 접

속 차단 결정은 수용할 수 없다고 비판한 바 있음

- UHD 방송 기술의 발전에 따라 OTT에 고용량의 UHD급 영상이 방송되는 경우 망 중립성 문제는 더욱 심화될 것임
- OTT를 통해 이루어지는 다양한 방송콘텐츠의 대규모 소비는 트래픽의 과부하를 야기할 수 있어 망 중립성의 엄격한 보장에 반대하는 입장이 있는 반면, 객관적으로 트래픽이 과부하되고 있다는 검증 없이 망 중립성을 훼손해서는 안 된다는 입장이 있음
- 네트워크 사업자인 통신사의 경우 트래픽 과부하로 인해 네트워크 사업자의 망 투자 추가 비용이 발생하기 때문에 OTT 사업자가 필요한 비용을 함께 부담해야 한다는 입장임
- 반면, OTT 사업자는 망 중립성의 원칙을 견지하면서, 통신사의 투명한 네트워크 이용 공개, 시장지배력에 의한 가격 결정이 이루어지지 않도록 정부의 개입이 필요하다는 입장임

4. 인터넷상 불법·유해 콘텐츠 유통

- OTT의 성장과 더불어 인터넷상 불법저작물, 인터넷 개인방송 내 음란, 선정적, 폭력적 콘텐츠의 유통 등의 문제도 제기되고 있음
- OTT에서 제공되는 영화, 드라마 등의 콘텐츠가 온라인에서 불법으로 유통되어 합법적인 OTT 서비스에 경영상 불이익을 주고 있음
 - 과거 VHS(비디오테이프)나 DVD와 같은 오프라인상 불법 저작물 유통과 다르게 인터넷을 통한 불법 저작물의 확산은 그 규모와 속도에 있어 비교할 수 없음

- 주로 웹하드, 토렌트, 포털을 통해 온라인상 불법 저작물이 유통되고 있으며, 장르별로 보면(2014년 기준) 영화의 불법 복제물 시장규모가 가장 크며(2014년: 15,274백만원), 그 다음으로 방송의 순서임(2014년: 3,559백만원)⁸⁾
- 또한 포털, SNS 등을 통해 불법 스트리밍 링크 사이트가 노출되어 이를 통해 불법저작물을 이용자가 무료로 제공받고 있음

[표 8] 2014년 온라인 불법복제물 모니터링 실적

순위	유통경로	2014년	
		건	점
1	P2P	80,666	4,447,825
2	토렌트	660,168	55,183,865
3	웹하드	696,792	79,812,635
4	포털	154,004	1,588,931
5	스트리밍 링크 사이트	343,017	706,238
	소계	1,934,647	141,739,494

자료: 한국저작권단체연합회·저작권보호센터, 『2015 저작권 보호 연차보고서: 2014년 기준 불법복제물 유통실태 조사』, 2015.

- 인터넷 개인방송의 경우, 불법·유해 콘텐츠가 유통되는 경로가 되고 있음
 - 방송통신심의위원회는 3대 악성 인터넷 방송을 선정하였는데, 3대 악성 방송이란 음란방송(성행위, 자위행위), 막장방송(욕설, 폭력, 혐오), 도박 조장방송(도박, 스포츠베팅 사이트 안내)을 말함⁹⁾

8) 한국저작권단체연합회·저작권보호센터, 『2015 저작권 보호 연차보고서: 2014년 기준 불법복제물 유통실태 조사』, 2015.

9) 양정우, 「실시간 인터넷 ‘음란 방송’ 퇴출 돌입... 감시망 가동」, 『연합뉴스』, 2015년 1월 26일자.

- 인터넷 개인방송에서는 BJ라고 불리는 1인 혹은 다수의 진행자들이 다양한 포맷의 방송을 진행하고 있는데, 시청자는 BJ에게 유료 상품(예: 별풍선, 팝콘)을 선물하며, BJ는 해당 상품을 환전하여 개인 수익으로 이용하고 있음
 - BJ는 주요 수입원인 유료 상품(예: 별풍선, 팝콘)을 확보하기 위해 더욱 선정적이고, 폭력적인 소재의 방송을 내보내고 있음
- OTT에서 제공되는 콘텐츠의 불법적 온라인 유통과 OTT 내에 불법·유해 콘텐츠 근절을 위해 법적 규제의 강화를 주장하는 입장과 자율 규제를 강화하자는 입장이 있음
- 온라인상 불법 저작물 유통을 막기 위해 정보통신서비스제공자의 의무와 책임을 강화해야 한다는 입장과 사업자 자율 규제에 맡겨야 한다는 입장이 있음
 - 영화, 드라마 등 온라인상 불법 저작물의 경우 유통의 범위가 광범위하고, 유통되는 속도 또한 빠르기 때문에 웹하드, 포털 등과 같은 정보통신서비스제공자에게 불법 정보에 대한 사전적 감시(monitoring) 의무를 부과하고 이를 어기는 경우 처벌해야 한다는 주장이 제기됨
 - 반면 저작권 침해뿐만 아니라 다양한 불법 정보에 대해 현실적으로 민간 사업자가 사전적으로 모니터링 하는 것은 어려움이 많으며, 또한 이러한 의무 위반시 형사벌에 처하는 것은 사업자에게 과중한 부담을 야기하므로 사업자 자율 규제에 맡겨야 한다는 견해가 있음
 - 인터넷 개인방송 내 불법·유해 정보의 유통 근절을 위해 사용자와 이용자에 대한 법적 조치 강화를 주장하는 입장과 자율 규제를 활성화하자는 주장이 있음
 - 인터넷 개인방송에서 일어나는 선정적, 욕설, 폭력적 내용을 근절하기 위

해서는 본인인증절차 의무화, 방송 내용의 심의, 등록제 강화 등 법적 조치를 강화해야 한다는 주장이 있음

- 반면 수많은 인터넷 개인방송을 모두 모니터링하고 법적으로 규제하는 것은 현실성이 떨어지기 때문에 사업자 자율 규제를 강화함으로써 인터넷 개인방송의 건전화를 유도해야 한다는 주장이 있음

5. 다국적 OTT의 국내 진입

- 세계 제1의 유료 OTT 사업자인 넷플릭스가 내년 1월 한국 시장에 진입을 발표하면서 OTT시장의 성장 및 기존 방송, 통신 시장에 미칠 영향에 대해 기대와 우려가 교차하고 있음
- 미국의 OTT 시장에서 유튜브 이용자가 가장 많으나 유료 사업자 중에는 넷플릭스의 이용자수가 가장 많으며 2015년 현재 미국 내에서 1억 1,430만명이 이용하고 있음

[표 9] 미국 내 OTT별 이용자 현황

(단위: 백만)

사업자	2014	2015	2016	2017	2018	2019
유튜브	163.5	170.7	176.1	180.7	184.7	187.8
넷플릭스	94.9	114.3	126.9	134.9	139.4	143.0
아마존	57.4	65.2	73.2	79.9	85.1	88.6
홀루	51.6	59.9	67.0	73.7	78.8	82.2
계	173.0	181.0	186.9	191.9	196.2	199.6

자료: eMarketer, “Seven in 10 US Internet Users Watch OTT Video”(최종검색일: Oct. 25, 2015), <<http://www.emarketer.com>>.

- 가입자 면에서도 넷플릭스는 2015년 3분기 현재 전 세계적으로 6,900만명이 넘는 가입자¹⁰⁾를 확보하고 있는 제1의 글로벌 OTT 사업자임
 - 특히 독자 제작한 “하우스 오브 카드(House of Cards)”의 대성공으로 콘텐츠 제공 플랫폼으로서만이 아니라 콘텐츠 제작자로서도 그 위상을 크게 인정받음
- 넷플릭스의 국내 진출이 국내 미디어 시장에 미칠 영향에 대해 우려가 제기되고 있음
 - 넷플릭스의 진입이 국내 유료방송에 대한 코드 커팅(Code-cutting)을 발생시켜, 국내 유료방송사업자의 존립에 큰 영향을 미칠 수 있음
 - 코드 커팅이란 이용자가 유료방송서비스를 해지하고 타 서비스로 가입하는 것을 말하는데, 미국의 경우 OTT 시청을 위해 상대적으로 가입비가 높은 유료방송을 해지하는 코드 커팅 현상이 나타나고 있음
 - 한국의 경우에도 강력한 콘텐츠 경쟁력에 기반한 해외 OTT의 진입으로 인해 유료방송사업자에 대한 코드 커팅의 우려가 있음
 - 또한 넷플릭스와 국내 유료방송사의 연계에 따라 현재의 유료방송시장 구도에 변화를 가져올 수 있음
 - 현재 케이블방송, 위성방송, IPTV가 한정된 국내 방송시장을 두고 가입자 경쟁을 하고 있는 현실에서 해외 OTT와 국내 유료방송사와의 제휴는 국내 미디어 시장의 변화를 가져올 수 있음
 - 예를 들어 넷플릭스와 국내 IPTV 사업자가 제휴를 통해 IPTV 내에서 넷플릭스 서비스를 제공한다면, IPTV에 대한 가입자 수요가 커지면서 유료

10) Statista, Number of Netflix streaming subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 3rd quarter 2015(최종 검색일: Dec. 1, 2015), <<http://www.statista.com>>.

방송사 중 IPTV의 점유율이 확대될 수 있음

- 반면 넷플릭스의 진입이 국내 미디어 시장에 큰 영향을 미치지 않을 것이며, 오히려 국내 콘텐츠 시장의 성장을 가져올 것이라는 의견도 있음
- 그 근거로는 국내의 미디어 콘텐츠 소비환경과 국내소비자의 소비행태를 감안할 때, 해외 방송콘텐츠에 대한 국내 이용자 수요가 국산 콘텐츠와 비교하여 압도적으로 높다고 보기 어려우며, 국내 유료방송시장 자체가 저가 시장으로 형성되었기 때문에 유료방송시장을 탈퇴하여 넷플릭스에 가입하는 코드 커팅이 일어나기는 어렵다는 것임
- 더욱이 국내 방송사업자와 해외 OTT 간의 제휴의 경우에도 사업자간 경제적 이해 득실 차이(예: 수익 분배 등에 대한 이견)로 인해 쉽게 이루어지지 않을 수 있다는 전망도 있음
- 오히려 넷플릭스의 진입으로 인해 국내 콘텐츠가 국내외적으로 활발히 유통될 수 있으며, 이를 통해 국내 콘텐츠 산업이 성장할 수 있다는 견해도 제기되고 있음

IV. 해외 사례

1. OTT 규제의 방향

가. 미국

- 방송서비스와 통신서비스에 대한 수직적 규제체계를 유지하고 있으며, OTT는 통신서비스로 분류하여 규제하고 있음
- 미국에서 방송과 통신은 단일법인 「연방통신법」(Communication Act)을 통해 규제하고 있지만, 실제 동법에서는 지상파방송, 유료방송, 통신서비스를 각각 별도로 규정하고 있음
 - 방송은 지상파방송, 케이블방송, 위성방송을, 통신은 공중통신서비스와 정보서비스로 분류하여 규제하고 있음
- 「연방통신법」에서 OTT는 “정보서비스”로 분류되어 인터넷 규제 관련 법률의 적용을 받고 있음
 - OTT는 통신서비스 중 기간통신사업자(common carriers)가 아닌 정보서비스사업자로서 분류되고 있으며, 진입장 신고 의무 외에 별다른 규제를 받고 있지 않음
 - 참고로 케이블 및 위성방송 등 유료방송사업자를 멀티채널동영상배급사(MVPD, Multichannel Video Programming Distributor)로 분류하여 규제하고 있으나, OTT와 같은 융합서비스 사업자는 현재 MVPD에 포함되지 않고 있음

나. EU

- EU는 방송과 통신을 수직적으로 별도로 규제하는 것이 아니라, 전송과 콘텐츠에 따라 “동일서비스, 동일규제”라는 수평적 규제 원칙하에 규제하고 있으며, OTT 서비스도 이러한 규제의 대상이 되고 있음
- 회원국에 법적 권고 효력이 있는 지침(Directive)¹¹⁾을 통해, 방송과 통신을 따로 구분하지 않고, 전송과 콘텐츠에 따라 방송·통신사업자를 수평적으로 규제하고 있음
 - 전송계층은 일정 조건을 만족하여 등록(general authorization)하면 사업을 개시할 수 있도록 완화된 규정을 두고 있음
 - 콘텐츠 계층은 시청각미디어서비스와 정보사회서비스로 분류되며, 방송에 해당하는 시청각미디어서비스는 실시간과 비실시간이냐에 따라 차등하여 규제되고 있음
- OTT 서비스는 시청각미디어서비스에 해당되며, 실시간 방송 혹은 비실시간 방송 여부에 따라 다른 규제를 받게 됨
 - 「시청각미디어서비스지침」에 따르면, “텔레비전”이란 편성계획에 따라 실시간으로 동영상 서비스를 제공하는 것이며, “주문형 동영상”은 이용자의 요청에 따라 방송프로그램을 비실시간으로 제공하는 것을 의미함
 - 즉 OTT가 편성 계획에 따라 실시간 방송을 한다면 텔레비전으로 간주되어 방송규제를 받게 되며, VOD를 통해 서비스를 제공한다면 주문형 동영상으로 간주되어 텔레비전과 상이한 규제를 받게 됨

11) 전송 계층과 관련된 EU 지침은 “규제프레임워크지침”, “인가지침”, “접근지침”, “보편적서비스지침”, “경쟁지침”, “개인정보와 프라이버시보호지침” 등 6개 지침이며, 콘텐츠 계층과 관련된 EU 지침은 “시청각미디어서비스지침”과 “전자상거래지침”임

다. 일본

- 방송 및 통신은 별도의 수직적 규제 체계 하에 있으며, OTT 서비스의 경우 통신서비스로서 규제되고 있음
- 일본은 방송과 통신에 대한 수평적 규제 도입 대신에 2010년에 방송 관련법을 통합하는 것으로 마무리 지었음
 - 2010년 방송관련법(「방송법」(放送法), 「유선라디오방송법」, 「유선텔레비전방송법」, 「전기통신역무이용방송법」)을 통합하여 새로운 「방송법」을 만들었음
- 그러나 새로운 「방송법」에서도 OTT 서비스는 규제의 대상이 아님
 - 동법에서는 방송을 기간방송과 일반방송으로 구분하고 있으며, 지상파방송과 위성방송은 기간방송으로, 케이블TV, IPTV는 일반방송으로 분류하고 있으며, OTT와 같은 서비스는 별도의 규정을 두고 있지 않음
- 따라서 OTT를 포함한 인터넷 서비스는 현행 「전기통신사업법」에 따라 규제되며, 방송서비스와 비교하면 보다 완화된 규제를 받고 있다고 할 수 있음

2. OTT와 지상파 방송사의 콘텐츠 계약 제도

가. 미국

- 역사적으로 상업방송이 발전한 미국은 방송시장의 자유를 강조하면서, 사업자간 자율 협상을 통해 지상파 방송 프로그램 계약이 이루어지고 있음
- 미국의 경우 주요 지상파 방송(NBC, ABC, 폭스TV) 등은 상업적 민영방송으로서 타 사업자와 프로그램 계약은 전적으로 사적 계약에 맡겨져 있음

- 다만, 방송사업자에 대해서 재송신 동의 및 의무 재송신 제도를 통해 일정 부분 사적 계약에 제약을 두고 있음
- OTT는 방송서비스로 규제되고 있지 않기 때문에 지상파 방송에 대한 재송신 동의 및 의무 재송신의 대상이 아님
 - 케이블, 위성 방송 등 유료 방송은 상업방송사의 허락 없이 방송사의 신호를 재송신을 할 수 없으며, 이를 재송신 동의(Retransmission consent)라고 함
 - 재송신 동의가 이루어지면 방송사 간 사적 계약으로 재송신료가 결정됨
 - 하지만 지역의 상업방송 및 비상업방송사들은 케이블방송사에게 재송신을 요구할 수 있으며, 이를 의무 재송신(Must carry)이라고 함¹²⁾
 - 의무 재송신이 이루어지면 방송사는 재송신료를 요구할 수 없는데, 상업 방송사는 3년마다 재송신 동의와 의무 재송신 중 하나를 선택할 수 있음
 - 하지만 OTT의 경우 방송서비스가 아니므로 이러한 재송신 동의 및 의무 재송신 제도의 대상이 아님
- OTT의 경우 지상파 방송의 재송신을 하는 경우 저작권자의 허락이 있어야 하므로 콘텐츠 공급은 사업자의 자율 계약에 맡겨 있음
 - 미국 OTT 사업자 에어리오(Aereo)사는 인터넷을 통해 뉴욕주 가입자들에게 지상파 채널을 전달하는 서비스를 시작하였으나, 지상파 방송사들은 에어리오가 대가 없이 자사 콘텐츠를 제공하는 것은 저작권 침해라고 주장함
 - 이에 연방대법원은 지상파 방송의 저작권을 인정하면서 케이블방송과 마찬가지로 에어리오가 지상파 콘텐츠에 대한 재송신료를 지불해야 한

12) Federal Communications Commission, Cable Carriage of Broadcast Stations(최종 검색 일: Nov. 1, 2015), <<https://www.fcc.gov>>.

다고 판결함¹³⁾

- 따라서 OTT의 경우 지상파 방송 프로그램을 공급받기 위해서는 사업자 자율 계약에 따라 합법적 비용을 부담해야 함

나. EU

- 역사적으로 미국과 달리 지상파 방송의 공공성이 강조되어 온 유럽의 경우 지상파 방송 재송신의 저작권이 면제되는 경우가 있음
- 「저작권지침」(Directive No. 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society)에 따르면 실시간 재송신에 대한 저작권 보호 여부를 각국에 맡기고 있음
 - 동 지침 제3조 1항에서 대중에 대한 저작권자의 권리를 규정하고 있는데, 회원국은 유무선 수단에 의해 특정 장소와 시간에서 대중이 저작물을 이용하는 것에 대해 저작권을 ‘인정’하거나 ‘금지’하는 배타적 권리를 제공해야 함¹⁴⁾
- 미국과 달리 상업적 지상파 방송이 아닌 무료 보편적 서비스로서 공영방송이 발달한 유럽은 의무 재송신 제도를 통해 지상파 방송의 저작권이 면제되기도 함
 - 「보편적서비스지침」(Directive 2002/22/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on universal service and users' rights

13) 최진원, 「방송 패러다임의 변화와 저작권법의 역할 - 혁신과 불법의 경계: OTT를 중심으로」, 『정보법학』 제19권 제1호, 2015.

14) EUR-Lex, Access to European Union Law(최종 검색일: Nov. 5, 2015), <<http://eur-lex.europa.eu/>>.

relating to electronic communications networks and services (Universal Service Directive) 제31조에서 의무 재송신(Must carry)을 권고하고 있으나, 구체적 내용은 각 국의 재량에 맡기고 있음¹⁵⁾

- 즉 회원국은 라디오와 TV방송채널을 재송신하기 위한 합리적인 의무 재송신 의무를 부과할 수 있으며, 어떻게 의무 재송신에 대해 보상할 것인지 회원국에 맡기고 있음
- 예를 들어 영국의 경우 의무 재송신에 대해서 지상파 방송의 저작권이 면제되고 있으며, 오히려 지상파 방송사가 유료 방송사의 재송신에 대한 비용을 지불하고 있음

□ OTT 서비스의 경우 지상파 방송 재송신의 위법성은 각 국가마다 상이함

- 영국의 경우 지상파 방송은 의무재송신 대상이므로 유료방송사는 별도의 비용 없이 지상파 방송을 재송신할 수 있으나, OTT는 무료 재송신을 금지함
 - 영국 법원은 OTT 서비스인 TVCatchUp이 지상파 방송을 수신하여 실시간으로 영상을 무료로 재송신하는 것을 위법하다고 판정한 바 있음
- 유럽의 경우 OTT의 지상파 재송신의 위법성에 대해 국가에 따라 판단이 상이함¹⁶⁾
 - 따라서 OTT는 지상파 채널을 사적 계약을 통해 합법적 저작료를 지불하거나, 무료로 지상파 채널을 사용할 수 있음

15) EUR-Lex, Access to European Union Law(최종 검색일: Nov. 5, 2015), <<http://eur-lex.europa.eu/>>.

16) 최진원, 「방송 패러다임의 변화와 저작권법의 역할 - 혁신과 불법의 경계: OTT를 중심으로」, 『정보법학』 제19권 제1호, 2015.

다. 일본

- 「방송법」에 지상파 재송신과 관련하여 재송신 동의와 의무 재송신 제도를 규정하고 있으나, OTT는 방송서비스가 아니므로 동 규정의 적용 대상이 아님
- 재송신 동의는 「방송법」 제11조에 규정하고 있는데, 동 규정에 따르면 방송사업자는 타방송사업자의 동의를 받지 않고 방송을 수신하여 재방송해서는 안 됨
- 의무 재송신은 「방송법」 제140조에서 규정하고 있으며, 동 규정에 따르면 지상파기간방송(텔레비전에 한함)의 수신에 장애가 발생하는 지역에서 일반 방송사업자로서 유선전기통신설비를 이용하여 텔레비전 방송을 행하는 자(총무대신이 지정하는 자)는 지상파기간방송을 수신하여 변경 없이 동시 재전송해야 함¹⁷⁾
- 하지만 OTT는 「방송법」이 아닌 「전기통신사업법」의 규제를 받고 있기 때문에 재송신 동의 및 의무재송신의 대상이 아님
 - 따라서 OTT 사업자는 합법적인 저작권료를 지불하고 사적 계약을 통해 지상파 방송프로그램을 구입해야 함

3. OTT에 대한 망 중립성 규제

가. 미국

- 미국의 경우 망 중립성 보장을 법적으로 강하게 규율하고 있기 때문에 망

17) houko.com, 法庫(최종 검색일: 2015.10.10.), <<http://www.houko.com>>.

사업자가 상업적 이유로 OTT에 대한 인터넷 이용을 차별하거나 차단할 수 없음

- 망 중립성과 관련하여 미국 연방통신위원회(FCC)는 2010년 12월 「인터넷 개방을 위한 명령」(Open Internet Order)을 발표한 바 있으며, 2015년 2월 26일 새로운 개정안을 제시하면서 망 중립성을 강하게 보호하고 있는데, 주요 내용은 다음과 같음¹⁸⁾
 - 개정안은 유선 인터넷과 무선 인터넷 모두에 적용함
 - ◆ 2010년 「인터넷 개방을 위한 명령」이 망 중립성 원칙을 유·무선 인터넷에 대해 차등 적용한 것과는 달리 2015년 개정안은 유·무선 인터넷 모두에게 적용하고 있음
 - 명백한 기준 원칙(Bright Line Rules)으로서 다음 세 가지를 들고 있음
 - ◆ 차단금지(No Blocking): 인터넷망사업자는 합법적인 인터넷콘텐츠, 앱, 서비스, 기기로의 접근을 막지 않아야 함
 - ◆ 차별금지(No Throttling): 인터넷망사업자는 인터넷콘텐츠, 앱, 서비스, 기기에 대해 인터넷 트래픽을 손상시키거나 저하시켜서는 안 됨
 - ◆ 유료우선권금지(No Paid Prioritization): 인터넷망사업자는 특정 콘텐츠 및 서비스를 위해 인터넷 트래픽의 차별을 두어서는 안되며, 따라서 급행회선(fast lane)¹⁹⁾과 자사 콘텐츠서비스에 특혜를 주어서도 안 됨
 - 확대된 투명성 원칙(Greater Transparency)을 규정함
 - ◆ 인터넷망사업자는 인터넷 사용과 관련된 요금, 비용, 추가요금, 상한트

18) Federal Communications Commission, News(최종 검색일 June 5, 2015), <<http://www.fcc.gov>>.

19) 급행회선 제공이란 인터넷망사업자에게 높은 가격을 지불하는 인터넷 콘텐츠에 대해 더 빠른 인터넷 속도를 보장하는 서비스를 제공하는 것을 말함

래픽을 공개해야 하며, 이와 함께 패킷 손실도 공개해야 함

- 합리적인 네트워크 관리(Reasonable Network Management)를 규정함
 - ◆ 인터넷서비스제공자는 합리적인 네트워크 관리(Reasonable Network Management)를 할 수 있는데, 이는 인터넷망사업자가 그들의 네트워크를 상업적 이유가 아닌(not business), 기술적 혹은 공학적인 면에서 조정할 수 있음을 의미함
- 따라서 개정된 「인터넷 개방을 위한 명령」에 따르면 유무선 인터넷을 이용한 OTT에 대해 다음과 같은 조치가 취해져서는 안됨
 - OTT가 인터넷망을 차단받거나, 인터넷 사용의 차별을 받거나, 특정 OTT에 대한 망 특혜가 있어서는 안됨
 - 인터넷망사업자는 경제적 이유로 OTT에 대한 인터넷 트래픽 관리를 해서는 안되며, 인터넷 트래픽 소비에 대해 투명하게 공개해야 함

나. EU

- EU는 미국과는 달리 망 중립성을 엄격하게 보호하고 있지는 않기 때문에 망사업자가 최소한의 인터넷 서비스 품질을 유지하기 위해서 OTT의 인터넷 트래픽을 조정할 수 있음
- 2009년 개정된 「보편적서비스지침」(DIRECTIVE 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council)에 따르면 네트워크 사업자는 인터넷 서비스의 질(Quality of service) 유지를 위한 필요 조건을 정할 수 있음
 - 회원국의 규제기관은 네트워크 트래픽 저하를 방지하기 위해 네트워크 사업자가 최소한의 인터넷 서비스 질을 유지하기 위한 필요조건을 정할 수 있도록 보장해야 함(제22조 3항)²⁰⁾

- 다만, 최소한의 인터넷 서비스 질을 유지하기 위해 인터넷망사업자가 트래픽 관리를 할 수 있으나, 반경쟁적 인터넷 트래픽 관리에 대해서는 모니터링의 필요성을 강조하고 있음
 - 유럽의회는 2011년 11월 17일 망 중립성과 관련된 결의(European Parliament resolution of 17 November 2011 on the open internet and net neutrality in Europe)를 발표하였으며, 현 단계에서 망 중립성에 대한 추가적인 규제 조치를 할 명확한 필요성은 없음을 밝힘(H항의 2)
 - 하지만 수직적 결합기업에서 인터넷 트래픽 관리에 대한 반경쟁적이고 차별적 행위를 할 개연성(potential)이 있으며(H항의 3) 유럽전자통신규제기구(BEREC)와 함께 위원회가 이러한 트래픽 관리에 대해 모니터링을 할 필요가 있음을 규정함(H항의 6)
 - 합리적인 트래픽 관리는 망 혼잡으로 인해 이용자가 방해받지 않도록 하기 위해 필요하며, 이런 관점에서 망의 작동 능력과 안정성, 그리고 서비스의 질을 충족하기 위해 인터넷 트래픽을 측정할 수 있음(H항의 15)²¹⁾
- 따라서 EU의 망 중립성 관련 지침들에 따르면 회원국들의 인터넷망사업자가 최소한의 인터넷 품질 유지를 위해서 OTT에 대한 인터넷 트래픽 관리를 할 수 있는 재량이 부여됨

20) EUR-Lex, Access to European Union Law(최종 검색일: Nov. 5, 2015), <<http://eur-lex.europa.eu/>>.

21) The European Parliament, European Parliament resolution of 17 November 2011 on the open internet and net neutrality in Europe(최종 검색일: 2015.8.23.), <<http://www.europarl.europa.eu/>>.

4. 인터넷상 불법·유해 콘텐츠 유통 규제

가. 미국

- 웹하드, 포털 등의 정보통신서비스제공자에게 불법 저작물에 대한 면책 규정이 적용됨(US.Code. 17-512(a)-(d))
 - 저작권 침해 정보를 매개하는 정보통신서비스제공자가 저작권 침해를 반복하는 자에 대해 이용을 정지시키는 정책을 실시하고, 저작권자가 자신의 저작물을 확인하거나 보호할 수 있는 기술 조치를 정보통신서비스제공자가 방해하지 않는 경우 책임이 제한됨(US.Code. 17-512(i))
 - 또한 저작권 침해 행위를 인지 못하거나, 저작권 침해로부터 상업적인 이익을 얻지 않거나, 저작권 침해에 대해 통지 받고 즉시 자료를 삭제하거나 접근 불능조치를 하는 경우 면책됨(US.Code. 17-512(c)(1)(A)-(B))
- 인터넷 방송에서 음란물, 폭력물의 유통은 불법은 아니며, 청소년 보호를 위해서도 인터넷 방송을 별도로 규제하고 있지 않음
 - 음란, 폭력물 등 공격적 정보(offensive material)의 유통에 대해 인터넷 방송사 등의 정보통신서비스제공자의 책임을 면제하고 있음
 - 정보통신서비스제공자를 직접적인 정보제공자로 보지 않기 때문에(US. Code 47-230(c)(1)), 음란 및 폭력물의 유통에 대해 책임을 지지 않음
 - 다만, 음란·폭력물 유통 방지를 위해 인터넷 방송 사업자와 같은 정보통신서비스제공자가 선의로 해당 정보의 유통을 막을 수 있도록 규정하고 있음
 - 인터넷 방송사와 같은 정보통신서비스제공자는 음란하고 외설적이고, 지나치게 폭력적이거나 학대성 정보, 불쾌감을 유발하는 정보를 ‘선의를

갖고'(good faith) 접근을 제한하는 경우 민사상 책임을 지지 않음(U.S. Code 47-230(c)(2)(a))²²⁾

나. EU

- 「전자상거래지침」(Directive 2000/31/EC)에서 저작권 침해 등 불법 정보에 대해 웹하드, 포털 등 정보통신서비스제공자의 면책 규정을 두고 있음
- 동지침상 정보통신서비스제공자는 ‘단순 정보 매개’의 기능을 한 경우, 불법 정보에 대한 실제적 인식(actual knowledge)을 하지 못하는 경우, 실제적 인식을 통해 이러한 정보를 즉시 삭제하거나 접근차단을 한 경우, 혹은 법원이나 행정기관이 해당 정보의 삭제 혹은 접근 차단을 명령한데 대해 실제적 인식을 하여 해당 정보를 신속히 삭제 혹은 접근 차단을 하는 경우, 정보통신서비스제공자의 면책을 규정하고 있음(제12조, 13조, 제14조)
- 또한 동 지침에서 정보통신서비스제공자는 불법정보에 대한 일반적인 감시 의무(No general obligation to monitor)를 지지 않음(제15조)²³⁾
- 인터넷 방송에서 음란물, 폭력물 유통 자체가 불법은 아니며 청소년 보호 목적을 위해 인터넷 방송을 규제할 수 있으나, 이 경우에도 비상업적인 1인 방송은 규제 대상이 아님
- 1989년 「국경없는 텔레비전지침」(Television without Frontiers Directive)에서는 TV만을 규제하였으나, 2010년 「시청각미디어서비스지침」(Audiovisual Media Services Directive)을 통해 TV와 유사한 방송을 규제할 수 있게 되었음

22) Office of the Law Revision Counsel, United States Code(최종 검색일: Nov. 1, 2015), <<http://uscode.house.gov/>>.

23) EUR-Lex, Access to European Union Law(최종 검색일: Nov. 5, 2015), <<http://eur-lex.europa.eu/>>.

- 동 지침은 미성년자의 보호를 위해 회원국이 사업자에게 미성년자의 육체적, 정신적, 도덕적 성장에 해로운 텔레비전 및 주문형 동영상 콘텐츠를 미성년자가 정상적으로 시청할 수 없도록 적절한 조치를 취하도록 규정하고 있음(제12조, 제27조)²⁴⁾
- 다만 동 지침에서 주문형 동영상(VOD)이 아닌 TV와 경쟁하지 않고, 비상업적으로 개인에 의해 제작된 개인 방송은 규제의 대상이 아님[[21]]

다. 일본

- 「특정전기통신역무제공자의 손해배상책임의 제한 및 발신자정보의 개시에 관한 법률」(特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律)에서 저작권 침해 등 권리 침해 정보 유통에 대해 OTT 등 정보통신서비스제공자에 대해 면책 규정을 두고 있음
- 동법에서는 정보통신서비스제공자가 권리침해정보의 유통을 방지하는 기술적 조치가 불가능하거나, 권리침해 사실을 알만한 상당한 이유가 없는 경우에는 권리 침해로부터 손해배상책임이 면책됨(제3조 제1항, 제2항)²⁵⁾
- 음란, 폭력성을 이유로 인터넷 방송을 규제하지는 않으며, 다만 인터넷 방송을 포함한 인터넷 사업자의 경우, 청소년 보호를 위해 노력할 의무를 규정하고 있음
- 「청소년이 안전하게 안심하고 인터넷을 이용할 수 있는 환경 정비 등에 관한 법률」(青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備

24) EUR-Lex, Access to European Union Law(최종 검색일: Nov. 5, 2015), <<http://eur-lex.europa.eu/>>.

25) e-Gov, 法令検索(최종 검색일: 2015.9.1.), <<http://law.e-gov.go.jp/>>.

等に関する法律)제5조(관계사업자의 책무)에서는 “인터넷의 이용에 관한 사업을 하는 자는 해당사업의 특성에 맞게 청소년이 인터넷을 이용하는데 있어 청소년유해정보를 열람할 기회를 최소한도로 하는 조치를 강구하도록 노력해야 함”을 규정하고 있음

- 하지만 이러한 노력을 해태할 경우에 사업자에 대한 처벌 규정은 별도로 두고 있지 않음²⁶⁾

5. 다국적 OTT의 진입과 시장의 대응

□ 글로벌 OTT 사업자인 넷플릭스는 2010년부터 해외 진출을 전방위적으로 확대하고 있음

○ 넷플릭스는 2010년 캐나다를 시작으로 하여 2011년에 남미, 2012년에 북유럽 지역으로 진출하였으며 현재 50여개 국가에서 서비스를 제공하고 있음

- 2012년에 영국, 아일랜드, 덴마크, 스웨덴, 노르웨이, 핀란드로 진출함
- 2013년에는 네덜란드에 진출하였으며, 2014년에는 독일, 프랑스, 스위스, 오스트리아, 벨기에, 룩셈부르크로 진출을 확장하였음
- 2015년에는 호주, 뉴질랜드, 일본에 진출한 바 있음²⁷⁾

□ 넷플릭스의 진입에 대한 해외 미디어 사업자의 대응은 넷플릭스와의 협력, 경쟁상품 신규출시, 사업 철수 등 각 국의 시장 및 기업 상황에 따라 상이하게 나타남

26) e-Gov, 法令検索(최종 검색일: 2015.9.1.), <<http://law.e-gov.go.jp/>>.

27) 네이버인터넷산업연구실, “넷플릭스의 글로벌 진출 현황”(최종 검색일: 2015.12.1.), <<http://nter.naver.com/naverletter>>.

○ 협력을 통한 공존

- 영국의 버진미디어(Virgin media), 스웨덴의 컴헴(Com Hem), 덴마크의 와우(Waoo) 등 유료방송사들은 넷플릭스와 제휴해 자사의 셋톱박스를 통해 시청자가 넷플릭스를 제공받을 수 있도록 함
- 이들 사업자들은 넷플릭스가 TV의 대체재가 아니라 보완재가 될 수 있고, 이를 통해 가입자가 OTT로 이동하는 코드 커팅을 막을 수 있다고 생각함
- 아시아 최초로 넷플릭스가 진출한 일본의 경우도 통신사인 소프트뱅크와 넷플릭스가 제휴하여 넷플릭스 서비스를 제공하고 있음

○ 경쟁서비스 출시

- 넷플릭스와의 제휴를 선택한 사업자와는 달리 일부 방송사업자들의 경우 넷플릭스와 직접 경쟁하는 전략을 선택함
- 즉 기존 실시간 방송서비스에 넷플릭스와 같은 VOD 서비스를 추가하여 이용자를 확보하고, 기존 콘텐츠 업체와 관계 강화를 통해 방송서비스 시장의 우위를 확보한다는 것임
- 예를 들어 스위스의 스위솜(Swissom)의 경우 기존의 IPTV에 월정액 기반의 VOD 서비스를 추가하여 제공할 계획을 발표한 바 있으며, 오스트리아의 ORF는 OTT 서비스 사업자인 플리미트(Flimmit)를 인수한 후 넷플릭스와 경쟁할 수 있는 VOD 서비스를 온라인상에 출시함

○ 기존 OTT 서비스 철수

- 독일에서는 프랑스 미디어 사업자 비벤디(Vivendi)가 소유한 VOD서비스 와치에버(Watchever)의 매각이 결정됨
- 이러한 사업 매각 결정은 넷플릭스의 본격 상륙에 따라 큰 폭의 사업 적

- 자가 예상됨에 따라 OTT 서비스를 정리하기로 한 것으로 관측되고 있음
- 넷플릭스의 진입이 보다 확대될 경우 파산하거나 사전에 매각하는 미디어 사업자들이 더욱 증가될 것으로 예측되며, 또한 미디어 사업자 간에 인수합병도 더욱 가속화될 것이라는 예측도 있음²⁸⁾

28) 방송통신진흥본부 방송통신기획부, 「넷플릭스, 유럽 진출 강화로 현지업체 대응 본격화」, 『트렌드 포커스』, 2014.

V. 개선 과제

1. OTT 시장 상황을 고려한 규제 마련

- 해외 사례 및 현재 스마트미디어 시장 상황을 고려할 때, OTT에 대한 시급한 규제 마련의 필요성은 크지 않으므로 한동안은 현행 수직적 규제를 유지시킬 필요가 있음
- OTT에 대한 규제 방식은 국가들마다 상이함
 - 한국, 미국, 일본은 OTT와 같은 스마트미디어를 방송이 아닌 통신 관련 법으로 규제하고 있어, 방송서비스에 비해 완화된 규제를 하고 있음
 - 반면, 방송통신서비스에 대해 수평적 규제 체제 원칙을 취하고 있는 EU 국가들의 경우 OTT는 방송 규제의 대상이 될 수 있음
- 기존 방송(지상파 및 유료방송) 시장과 OTT 시장이 규모와 경영 성과 면에서 상호 비대칭적인 상황에서 대칭적인 수평적 규제를 적용하는 것은 국내 OTT 사업자의 경쟁력을 저하시킬 수 있음
 - 유료방송 시장과 비교할 때 국내 OTT의 시장 크기는 비교 대상이 될 수 없을 만큼 작을 뿐 아니라, 불법 저작물의 유통 등의 문제로 OTT 운영에도 어려움이 많음
 - 아울러 고착화된 저가의 유료방송으로 인해 OTT 서비스의 가격 경쟁력도 크지 않아, 미국과 같이 이용자가 유료방송을 끊고 OTT로 전환하는 코드 커팅도 현재 발생하지 않음
 - 이처럼 OTT 서비스 운영에 어려움이 많고, 시장에서도 기존 방송서비스와 동등한 경쟁력을 갖지 못한 상태에서 대칭적 규제는 OTT 사업자의

부담을 가중시킬 수 있음

- 향후 미디어 시장을 모니터링 하면서, OTT가 기존 방송서비스의 경쟁 대상이 된다면 기존 수직적 규제를 통해 규제하는 것은 한계가 있기 때문에 “동일 서비스, 동일 규제”라는 수평적 규제의 법제화 논의가 있어야 할 것으로 보임
 - 우리나라의 「방송법」 개정을 보면 수직적 규제체계 유지를 위해 새로운 방송서비스가 도입되면 새로운 규정을 추가하는 식의 수정이 지속적으로 이루어져 왔음
 - 그러나 OTT와 같은 새로운 방송서비스가 지속적으로 시장에 진입한다는 점을 고려할 때, 장기적으로는 동일서비스에 대하여 동일 규제를 한다는 수평적 규제 원칙의 도입을 검토할 필요가 있음(이에 대해 정부나 학계에서도 어느 정도 합의가 이루어졌다고 볼 수 있음)
- 다만 수평적 규제를 도입하는 경우 다음의 사항을 고려해야 할 것임
 - 방송을 실시간 방송과 비실시간 방송으로 분류하고, 차등 규제하는 방안을 고려할 수 있음
 - EU의 경우 편성 계획에 근거한 실시간 방송의 경우, 대중에게 비차별적으로 전송되기 때문에 사회적 영향력이 크며, 이로 인해 비실시간 방송에 비해 강한 방송 규제를 받도록 하고 있음
 - 우리의 경우도 향후 OTT를 방송 개념에 포함하는 경우, OTT가 실시간 방송이냐, 비실시간 방송이냐에 따라 차등적 규제 여부를 검토해야 할 것임
 - 다만, 실시간 방송에 대한 규제의 경우에도, 공영 및 민영 방송간의 차별적 규제는 필요하다고 판단됨

- 동일한 방송콘텐츠를 제공한다고 해도 시장 경쟁보다는 ‘공공성’이 강조되는 공영방송사업자와 ‘공공성’보다는 시장 경쟁을 통한 ‘상업성’이 강조되는 민영방송사업자를 동일하게 규제하기는 어려움
- ◆ 공영방송사업자의 경우에는 소유, 진입, 내용 규제의 측면에서 민영방송사업자에 비해 보다 강화된 규제를 부담할 수 있을 것임
- ◆ 다만, 이 경우 OTT 등 스마트미디어서비스 사업자는 지상파민영방송사업자, 유료방송사업자와 동일한 규제를 받는 것이 타당할 것으로 보임

2. 공정한 방송 콘텐츠 계약 제도 마련

□ 지상파 재송신 대가 기준의 마련이 필요함

- 현재 지상파 방송과 유료 방송뿐만 아니라 지상파 방송과 OTT 서비스 간에도 재송신료의 기준이 명확하지 않음
- 유료 방송 콘텐츠의 수요가 증가하고 있지만, 아직 지상파 콘텐츠에 대한 수요가 높은 상황에서 유료 방송 및 OTT 서비스에 있어 지상파 콘텐츠의 공급은 중요함
- 그러나 유료 방송사 및 OTT 사업자의 측면에서 보면, 지상파 방송사의 재송신료 인상 요구가 명확한 기준이 없기 때문에 지상파 방송의 인상 요구를 수용하기 어려운 문제가 발생함
- 지상파 재송신 대가 기준은 OTT 서비스 차원을 넘어선 미디어 시장 전체 관점에서 논의되어야 할 것이며, 시장에서 해결이 어렵다면 정부의 중재 하에 재송신 대가 산정의 최소한의 범위를 마련할 필요가 있음
- 지상파 방송과 유료 방송 간에 지상파 재송신 분쟁은 해결되지 않고 반

복되어 왔으며, 최근에 지상파 방송과 OTT 서비스 간의 재송신 문제도 크게 다르지 않음

- 해외에서 재송신 대가 협상은 사업자 자율에 맡겨 있는 경우가 많지만, 국내의 경우 지상파 방송이 갖고 있는 시장 지배력 그리고 지상파 방송이 갖는 공공적 성격을 고려할 때 사적 계약에 대해 일정 부분 제한할 수 있음
 - 따라서 지상파 재송신 대가 기준 마련이 지금과 같이 사업자 간에 이루어지지 않고, 법정 소송을 통해 장기간 갈등이 야기되는 상황에서 정부의 중재 하에 대가 산정의 기준이 되는 최소한의 범위를 도출하는 것을 고려해야 함
- OTT에 대한 기존 사업자의 경쟁제한적 행위로 인해 사업자간 분쟁이 있을 경우, 이를 해결하기 위한 제도적 장치 마련도 고민해 보아야 함
- 방송 콘텐츠 공급 등 방송에 관한 분쟁의 경우 「방송법」 제35조의 3에 “조정”제도를 마련하고 있으나, 법적으로 방송서비스가 아닌 OTT 서비스는 조정의 대상이 아님
 - OTT의 경우 「전자통신사업법」에 재정 제도가 마련되어 있어 당사자 간에 합의가 이루어지지 않아도, 방송통신위원회가 독자적으로 분쟁을 마무리하는 효력을 가지고 있으나, 지상파 방송과 OTT 사업자 간에 프로그램 계약 분쟁은 동법상 재정 대상이 되기에 어려움이 있음
 - 따라서 이러한 조정 및 재정 제도 사각에 존재하는 OTT 서비스가 시장에서 일어나는 불공정거래행위로부터 보호될 수 있도록 제도적 장치 마련을 논의해야 함
- 이러한 제도적 방안 외에, OTT 사업자들도 자체 콘텐츠 경쟁력을 강화시

키는 노력도 함께 이루어져야 할 것임

- 해외 글로벌 OTT 사업자들도 단순히 콘텐츠 거래증개만이 아니라 자체 콘텐츠를 생산·유통하여 성공하는 사례가 증가하고 있음
 - 넷플릭스의 경우 초기에는 기존 영화 및 방송사업자와 계약을 통해 방송 콘텐츠를 공급받았으나, “House of cards”의 흥행 성공에서 보듯이 자체 콘텐츠 경쟁력을 키우고 있음
- 국내 OTT 사업자들도 수요자에 부합하는 독자적 콘텐츠 공급을 늘림으로써 사업 경쟁력을 확보하는 것이 필요함
 - 최근 국내 OTT 사업자들의 경우 웹드라마 등 고유 콘텐츠를 유통시키는 사례(예: TV 캐스트의 신서유기)가 발견되고 있는데 이는 매우 긍정적 방향이라 할 수 있음

3. 망 중립성 관련 불공정 경쟁 행위 제한

- OTT를 둘러싼 망 중립성 이슈는 외국의 경우 망사업자와 OTT사업자 간의 분쟁의 형태로 발생하고 있으나, 국내의 경우 가전사와 통신사 간의 의제가 될 것으로 전망됨
- 국내의 경우, 미국과 달리 독립적인 플랫폼을 갖고 있는 OTT 서비스의 인터넷 트래픽 사용이 크지 않음
- 오히려 TV에 OTT 서비스가 결합되는 비중이 증가됨에 따라 전자업계와 통신사 간에 트래픽 비용 부담에 대한 갈등이 일어날 소지가 있음
- 국내법에서는 미국과 같은 망 중립성 보장을 명확히 규정하고 있지는 않지만, 국내법의 해석 및 가이드라인을 통해 망사업자의 불공정 경쟁행위의

규제를 검토할 수 있음

○ 「전기통신사업법」의 적용

- 망 중립성 관련 부당 행위의 경우 제3조 제1항의 역무의 제공 의무 위반, 제50조 제1항의 금지행위 위반에 해당할 수 있음

○ 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」(이하 「공정거래법」)의 적용

- 인터넷서비스제공자의 접속 차단과 전송 차별은 불공정거래행위를 금지하는 제23조 제1항 위반에 해당할 수 있음

○ 방송통신위원회의 「망중립성과 인터넷 트래픽 관리에 관한 가이드라인」(2011.12.26.) 및 「통신망의 합리적 관리·이용과 트래픽 관리의 투명성에 관한 기준」(2013.12.4.)의 참고

- 「망중립성과 인터넷 트래픽 관리에 관한 가이드라인」에서 인터넷 트래픽 관리 조치가 있는 경우 이를 이용자에게 고지해야 한다는 투명성 원칙(제3항), 합리적인 트래픽 관리를 제외한 인터넷 서비스 차단 금지(제4항)와 차별 금지 원칙(제5항), 합리적 트래픽 관리의 원칙(제6항), 적정 수준의 인터넷 품질을 유지하는 선에서 급행회선(fast lane)과 같은 관리형 서비스의 허용(제7항)을 명시하고 있음
- 동 가이드라인 중 합리적 트래픽 관리와 트래픽 관리의 투명성과 관련한 구체적 내용을 정하기 위해 2013년 「통신망의 합리적 관리·이용과 트래픽 관리의 투명성에 관한 기준」을 제정하여 운영하고 있음

□ 현재 OTT의 경우 보다는 오히려 다른 미디어의 네트워크 트래픽이 높은 현실에서 망 중립성 문제는 다른 미디어들과 연계하여 논의되어야 할 것임

○ OTT 외에 대량 동영상, mVoIP, 스마트 TV 등이 인터넷 트래픽의 증가 요인이 되었지만, 이러한 서비스가 실제 트래픽의 폭발적 증가를 가져와 통신사

의 경영 악화를 초래하고, 이로 인해 콘텐츠 제공자에게 네트워크 투자를 위한 비용 분담을 요구해야 하는지에 대해서는 각각의 입장이 상이함으로 면밀한 검토가 필요함

- 다만, 현재 국내 인터넷 시장의 경우, 유선 인터넷은 여유분의 트래픽을 유지하고 있으며, 무선 인터넷은 요금제를 통해 트래픽에 대해 조정하고 있으므로 망 중립성을 법률로 강제하는 것이 시급한 문제인지는 의문임
- 따라서 현 시점에서는 OTT 서비스 확대에 의한 망 중립성 논의에 대해서는 시장 상황을 지켜보고, 불공정 경쟁행위에 대해서는 현행 법규와 가이드라인을 기반으로 규제하는 것이 필요함
- 불공정한 인터넷망의 차단 및 차별에 대해서는 「전기통신사업법」과 「공정거래법」을 적용할 수 있을 것임
 - 「망중립성과 인터넷 트래픽 관리에 관한 가이드라인」과 「통신망의 합리적 관리·이용과 트래픽 관리의 투명성에 관한 기준」이 상기 법률들을 적용할 경우 망 중립성과 관련한 불공정 시장행위를 판별할 수 있는 기준을 제시할 수 있다고 볼 수 있음
- 따라서 정부는 가이드라인을 통해 현행법에 규정되어 있는 불공정 시장행위를 해석, 적용함으로써 망 중립성과 관련한 사업자에 대한 불공정 시장행위를 규제할 수 있을 것임

4. 불법·유해 콘텐츠 유통의 모니터링 강화

- OTT 내에 합법적 콘텐츠 유통을 저해하는 온라인상 불법 저작물의 유통을 막기 위해 사업자의 법적 모니터링 의무는 불법 콘텐츠 유통을 막는 효과

- 는 있으나, 국내외 규제 및 시장에 대한 영향을 고려할 때 신중해야 함
- 국내에서는 이미 불법저작물 유통을 막기 위한 사업자 사전적·사후적 조치가 마련되어 있음
 - 「저작권법」 제102조에 온라인서비스제공자의 저작권 위반 면책 규정이 있으나, 제104조에서 P2P, 웹하드 등 저작권 침해 발생빈도가 높은 특수한 유형의 온라인서비스제공자의 경우 저작물이 불법적으로 전송되는 것을 막는 기술적 조치를 해야 할 의무가 있음
 - 또한 문화체육관광부장관은 사후적으로 온라인서비스제공자에게 불법 복제 저작물 혹은 불법 복제를 막기 위한 기술적 보호조치를 무력하게 만드는 프로그램을 전송 중단 혹은 삭제명령을 할 수 있음(제133조의2 제1항, 제133조의3 제1항)
 - 해외의 규제와 현실적 여건을 고려할 때 사전적 모니터링 의무화 등 법적 규제 강화는 사업자에게 과도한 책임을 지울 수 있음
 - 미국, EU, 일본 등 해외의 경우 사전적 모니터링을 법규로 의무화하고 있지 않으며, 현실적으로 저작권 침해 등 불법정보 유통을 위한 모니터링 시설을 갖추기 위한 인력, 조직 등을 갖추는 것은 과도한 사업상 비용을 발생시켜 인터넷 산업의 발전에 부정적인 영향을 미칠 우려가 있음
 - 따라서 법적 규제 강화 이전에 사업자가 불법저작물 유통에 대해 자율 규제를 강화하도록 유도할 필요가 있음
- 다만 기존 불법저작물의 유통경로였던 웹하드, 토렌트 등과 달리 최근 증가하고 있는 동영상 스트리밍 링크 사이트에 의한 불법 저작물 유통에 대해서는 방송통신심의위원회의 모니터링을 강화하고 제재하는 것이 필요함
- 판례에 따르면 스트리밍 링크 사이트 자체는 저작권 침해에 해당하지 않아

직접적인 제재에 어려움이 있음

- 대법원 판결(2010.3.11.)에 따르면 인터넷 링크(Internet link)는 저작물의 위치 경로를 나타낸 것에 불과하므로 저작권자의 복제권, 전송권, 전시권을 침해했다고 보기 어려움²⁹⁾
- 하지만, 스트리밍 링크 사이트의 경우 주로 해외에 서버를 두고 있어 게시물에 대한 삭제 요청이 어렵고 다수의 불법 저작물이 존재하므로 「정보통신망법」상 차단 조치를 통해 불법 저작물의 유통을 막을 필요는 있음
- 「정보통신망법」 제44조의 7 제1항 9호에 따라 모든 범죄 목적의 정보를 불법정보로 규정하고 있으므로, 링크사이트에 게재되는 불법 저작물도 동법의 규제 대상이 됨
- 국내법 집행이 어려운 해외 사이트의 경우 대부분 방송통신심의위원회의 차단 조치가 이루어지는 만큼 다수의 불법 저작물이 유통되는 해외 스트리밍 링크 사이트에 대해서도 적극적인 사이트 차단 조치가 필요함
- 인터넷 개인방송의 불법·유해 정보에 대한 다양한 법적 규제는 입법 목적은 타당하나, 다음과 같은 한계를 갖고 있음
- 본인인증절차 의무화를 통해 유해적 내용의 개인방송으로부터 미성년자를 보호할 수 있으나, 현재 인터넷 개인방송사들이 자율적으로 본인 확인제를 실시하고 있으며, 이에 따라 청소년의 19금 방송 시청을 제한하고 있음
- 시청자등급표시 의무화를 통해 미성년자가 시청 가능한 방송을 사전에 공지할 수 있으나, 인터넷 개인방송의 경우 다수의 방송이 존재하고, 사전 프로그램 편성에 의한 방송이 아니므로, 현실적으로 시청자등급표시가 쉽지 않음
- 등록제로의 전환의 경우, 사업자에게 불법정보 유통 방지를 위한 기술조치

29) 대법원, “주요 판결”(최종 검색일: 2015.10.12.), < <http://www.scourt.go.kr>>.

등을 등록 요건으로 하여 해당 정보의 유통을 방지할 수 있으나, 이러한 사전적 요건이 사업자에게 과도한 부담으로 작용할 수 있음

- 인터넷 개인방송에 대한 법적 규제 강화는 정치적으로는 표현의 자유 침해, 경제적으로는 국내 OTT 사업자 전반의 규제 강화로 연결될 수 있음
 - 과거 “나는 꿈수다”의 규제에서 보는 것처럼, 1인 방송이 다양한 소통의 장을 마련하고 사회적 담론 형성을 통한 국민의 정치사회화라는 긍정적 기능도 있음에도 불구하고 일부 문제점만으로 규제한다면, 인터넷 개인방송 전반의 표현의 자유 위축을 가져올 수 있음
 - 또한 해외의 경우 인터넷 개인방송에 대해 별도로 규제하고 있지 않은 점, OTT가 제공하는 서비스 중 하나인 개인방송을 규제하는 것은 OTT 전반에 걸친 규제 강화로 연결될 수 있다는 점에서 법적 규제 강화는 국내 OTT 산업 경쟁력을 약화를 가져올 수 있음
- 인터넷 개인방송에 대한 법적 규제의 강화 이전에 우선 현행법 내에서 정부의 모니터링 강화 및 사업자 자율 규제의 강화가 필요할 것으로 판단됨
 - 법적 규제 강화를 통해 유해 방송으로부터 미성년자 보호 및 건전한 인터넷 환경 조성이라는 사회적 공익을 달성할 수 있으나, 법적 규제의 현실적 타당성과 정치·경제적 차원에서 규제의 적정성 측면에서 한계를 가지고 있음
 - 또한 현행법 하에서 사후적으로 인터넷 개인방송을 규제할 수 있기 때문에 불법·유해정보에 대한 방송통신심의위원회의 모니터링을 보다 강화하는 것이 필요할 것으로 보임
 - 「정보통신망법」 제44조의 7 제1항에서 온라인상 음란물, 청소년보호표시가 없는 청소년유해매체물, 타법률을 위반한 정보의 유통은 금지됨
 - ◆ 동 정보가 유통될 경우, 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률

시행령」 제8조 제2항에 의거하여 방송통신심의위원회는 사업자에게 시정요구를 할 수 있는데, 현재 불법·유해방송의 경우, 인터넷방송사업자에게 BJ의 이용자 해지 조치를 요구하고 있음

- 불법, 유해 인터넷 방송에 대한 사후적 모니터링 강화와 함께 현행 인터넷방송사업자에 의한 자율 규제를 강화하는 것이 필요함
 - 현실적으로 수많은 개인방송을 국가가 사후적으로 모니터링하는 것은 한계가 있으므로 사업자의 자율적인 모니터링과 유해 매체물에 대한 사업자 자체의 제재 조치를 강화하는 것이 필요할 것으로 판단됨
 - 따라서 개인방송에 대해 이용자가 상시적으로 신고할 수 있도록 기술적 조치를 사전에 마련하고, 이를 통해 불법·유해 방송을 진행하는 BJ에 대해 영구 탈퇴 등 제재 조치를 강화하는 것이 필요함

5. 다국적 OTT와 경쟁 가능한 기반 구축

- 국내의 경우 해외와 같이 넷플릭스가 본격 진출한 상황이 아니기에 국내 시장에 대한 영향을 명확히 예측하기는 어려움
 - 넷플릭스가 독자적 플랫폼이 아닌 콘텐츠 공급자로 유료 방송사와 제휴하여 진출할 경우에 기존 유료 방송 시장 구도에 영향을 줄 수 있음
 - 넷플릭스와 유료 방송사와의 제휴를 통해 유료 방송에 앱(apps) 형태로 넷플릭스의 콘텐츠가 공급될 가능성이 있으며, 이 경우 넷플릭스에 대한 수요가 특정 유료 방송의 가입자 수 증대 등 변화를 가져올 수는 있음
 - 하지만 넷플릭스의 주요 콘텐츠는 미국 드라마이고 최신 영화 보다는 고전 영화를 대상으로 하여 국내 수요가 크다고 보기 어렵기 때문에 국내 유료 방

송사 및 OTT 사업자가 공급하고 있는 VOD 시장에 미치는 영향력이 제한적일 수도 있음

- 더욱이 한국의 유료 방송 시장의 경우 해외와 비교할 때 가입비가 저가로 형성되어 있을 뿐만 아니라 국내에서 유료 OTT 서비스에 대한 수요도 낮은 상태에서 넷플릭스가 기존 미디어 시장에 미치는 영향력이 크지 않을 수 있음
- 넷플릭스의 국내 시장에 대한 영향력 예측이 어려운 시점에서 우선 넷플릭스와 같은 다국적 OTT의 진입을 규제의 역차별이란 관점에서 접근할 필요가 있음
- 넷플릭스와 같은 글로벌 미디어 기업이 국내에 진입하는 상황에서 국내 OTT 서비스에 대한 규제 강화는 결국 이러한 국내법적 규제를 받지 않는 해외 OTT 서비스와 비대칭적 규제를 가져오고, 이는 결국 국내 OTT 서비스의 경쟁력 약화로 이어질 수 있을 것임
 - 따라서 국내 OTT 사업자가 해외 OTT 사업자와 공정한 경쟁이 가능할 수 있도록 국내 사업자를 역차별할 소지가 있는 법적 규제에는 신중해야 할 것임

VI. 결론

- 미디어 이용 행태 측면에서 TV보다 PC, 스마트기기를 통해 미디어를 소비하는 비중이 증가함에 따라 OTT를 통한 미디어 소비가 지속적으로 증가할 것으로 예상됨
- 이러한 미디어 이용 행태의 변화에 발맞추어 국내 OTT 시장의 경우, 지상파 및 유료 방송사·통신사·포털·독립적 플랫폼 사업자 등이 다양한 OTT 서비스를 제공하고 있음
- 기존 미디어(지상파 방송 및 유료 방송)와 비교하여 아직 OTT 서비스는 시장에 안착되었다고 보기 어렵지만, OTT 서비스의 성장 가능성이 매우 크다는 점 그리고 OTT 서비스의 확산이 국내 방송·통신 시장에 미치는 영향이 크다는 것을 감안할 때, OTT 서비스의 본격적 확산을 염두에 둔 입법적 규제의 재정비가 요청되고 있음
- OTT와 관련된 쟁점들로서는 수평적 규제, 지상파 방송사와 방송콘텐츠 계약, 망 중립성, 불법·유해 콘텐츠 유통 규제, 다국적 OTT의 국내 진입으로 인한 국내 미디어 시장의 영향 등을 들 수 있음
 - 하지만 이러한 이슈들은 플랫폼, 콘텐츠, 디바이스, 네트워크 사업자들 간에 복잡한 이해관계가 있어서 문제 해결에 어려움이 있음
- 국내의 경우 OTT 시장이 형성되는 단계에 있기 때문에, 기본적으로 성급한 규제보다는 시장을 활성화하는 조치가 필요하며, 쟁점별 개선 과제는 다음과 같이 정리할 수 있음
- 국내 OTT 시장이 충분히 성숙하지 않은 상황에서 OTT에 대한 시급한 규제

마련의 필요성은 크지 않으며 현행 수직적 규제를 유지시키고, 장기적으로 OTT 시장 상황을 고려하여 수평적 규제에 대해 검토할 필요가 있음

- 미디어 시장 전체 관점에서 지상파 방송 재송신 대가 산정의 최소한의 범위를 마련할 필요가 있으며, 불공정 시장 행위로부터 OTT를 보호할 수 있는 제도적 장치 마련도 고민해야 할 것임
- 망사업자와 OTT사업자 간의 망 중립성 이슈와 관련해서 당분간 시장 상황에 맡겨 두고, OTT에 대한 불공정 경쟁행위에 대해서는 현행 법규와 가이드라인을 기반으로 규제하는 것이 바람직함
- OTT를 통한 인터넷상 불법·유해 정보의 유통에 대해서는 법적 규제의 강화보다는 현행 법률 내에서 정부의 모니터링 강화 및 사업자 자율 규제의 강화가 필요할 것으로 판단됨
- 다국적 OTT 서비스의 도입 시 국내 OTT 서비스가 해외 사업자와 역차별 받지 않도록 규제 마련에는 신중해야 할 것임

참고문헌

- 강일용, 「나를 중심으로 이동하는 멀티미디어 - N스크린」, 『IT 동아』, 2015년 9월 23일자.
- 강재원, 「수평적 규제틀 적용의 타당성 연구: OTT를 중심으로」, 『방송통신연구』 제84호, 2013.
- 김가영, 김성민, 「스마트미디어 이용동향」, 『전자통신동향분석』 제29권 제2호, 2014.
- 네이버인터넷산업연구실, “넷플릭스의 글로벌 진출 현황”(최종 검색일: 2015.12.1.), <<http://nter.naver.com/naverletter>>.
- 대법원, “주요 판결”(최종 검색일: 2015.10.12.), < <http://www.scourt.go.kr>>.
- 미래창조과학부·방송통신위원회, 「유료방송 규제체계 정비법안」, 2014.11.28.
- 방송통신위원회, 『2014 방송매체이용행태조사』, 2014.
- 방송통신진흥본부 방송통신기획부, 「넷플릭스, 유럽 진출 강화로 현지업체 대응 본격화」, 『트렌드 포커스』, 2014.
- 양정우, 「실시간 인터넷 ‘음란 방송’ 퇴출 돌입... 감시망 가동」, 『연합뉴스』, 2015년 1월 26일자.
- 정보통신정책연구원, “주요 항목별 시계열 자료”(최종 검색일: 2015.10.23.), <<http://www.kisdi.re.kr>>.
- 정부 합동, 『스마트미디어 산업 육성 계획(2015-2020)』, 2014.12.5.
- 정윤식, 「미디어 환경변화와 유료방송규제체계의 재정립」, 유료방송법제 통합의 기본원칙과 방향 기획세미나, 2014.
- 최진원, 「방송 패러다임의 변화와 저작권법의 역할 - 혁신과 불법의 경계: OTT를 중심으로」, 『정보법학』 제19권 제1호, 2015.
- 한국저작권단체연합회·저작권보호센터, 『2015 저작권 보호 연차보고서: 2014년 기준 불법복제물 유통실태 조사』, 2015.
- e-Gov, 法令検索(최종 검색일: 2015.9.1.), <<http://law.e-gov.go.jp/>>.

eMarketer, Seven in 10 US Internet Users Watch OTT Video(최종검색일: Oct. 25, 2015), <<http://www.emarketer.com>>.

EUR-Lex, Access to European Union Law(최종 검색일: Nov. 5, 2015), <<http://eur-lex.europa.eu/>>.

Federal Communications Commision, Cable Carriage of Broadcast Stations(최종 검색일: Nov. 1, 2015), <<https://www.fcc.gov>>.

Federal Communications Commission, News(최종 검색일 June 5, 2015), <<http://www.fcc.gov>>.

houko.com, 法庫(최종 검색일: 2015.10.10.), <<http://www.houko.com>>.

Northart, Brett, Over-the-Top Video(최종검색일: DEC. 1, 2015), <<https://brettnorthart.wordpress.com/>>.

Office of the Law Revision Counsel, United States Code(최종 검색일: Nov. 1, 2015), <<http://uscode.house.gov/>>.

Statista, Number of Netflix streaming subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 3rd quarter 2015(최종 검색일: Dec. 1, 2015), <<http://www.statista.com>>.

The European Parliament, European Parliament resolution of 17 November 2011 on the open internet and net neutrality in Europe(최종 검색일: 2015.8.23.), <<http://www.europarl.europa.eu>>.

[NARS-----

현안보고서 발간 일람

호 수	제 목	발간일	집필진
제286호	지역자율형 사회서비스 투자사업의 현황 및 개선방안	2015.12.30.	김주경
제285호	균형 인구 산정과 정책적 함의	2015.12.24.	유재국
제284호	지역방송의 현황과 개선방향	2015.12.23.	김여라
제283호	국내 영화 온라인 부가시장의 활성화를 위한 과제	2015.12.17.	김휘정
제282호	공공조달 부정당업자 제재제도의 주요 쟁점과 개선방안	2015.12.10.	김민창 권순조
제281호	외국인 국내 토지소유 관련 제도의 쟁점과 개선 과제 -제주특별자치도를 중심으로-	2015.12.9.	이창호
제280호	우리나라 노동시장의 유연성과 안정성: 현황과 과제	2015.12.9.	김 준
제279호	무인항공기 비행안전 제고를 위한 입법·정책 과제	2015.12.8.	김송주
제278호	정보저장매체에 관한 압수·수색제도의 문제점과 개선방안	2015.12.3.	박지영
제277호	정보교환을 통한 담합 행위의 효과적인 규제를 위한 개선방안	2015.12.3.	강지원 김애진
제276호	지적재조사사업의 현황과 개선 과제	2015.11.25.	김진수
제275호	의안자동상정제의 입법영향 분석	2015.11.11.	전진영
제274호	리스 및 렌탈 용어와 소비자 보호 관련 쟁점	2015.11.2.	홍정아 최지현
제273호	기술금융 활성화를 위한 정책과제	2015.10.28.	조대형

호 수	제 목	발간일	집필진
제272호	정부위원회의 현황과 개선방향	2015.9.10.	박영원
제271호	인터넷상 주민등록번호 수집금지 정책의 안정적 운영방안	2015.9.10.	심우민
제270호	재정준칙 정립을 통한 재정규율 강화	2015.9.10.	정도영
제269호	대체거래소(ATS) 설립의 쟁점과 개선방향	2015.9.10.	원종현
제268호	통신감청제도의 문제점과 개선방향	2015.9.10.	이재일
제267호	재외국민선거제도의 운영현황 및 개선과제	2015.9.10.	임채진 김종갑
제266호	공공임대주택 관리비 제도 개선을 위한 정책과제	2015.9.10.	장경석
제265호	요양병원 관리·감독 강화 및 제도 개선	2015.9.10.	김주경 김은표 이만우
제264호	산업재해은폐에 대한 실태조사 및 제도개선방향	2015.9.10.	이혜경
제263호	한국형 전투기 개발 계획: KF-X 사업(보라매사업)	2015.9.10.	형혁규 김예경
제262호	제주 국제학교의 운영 및 관리 실태와 개선방향	2015.9.10.	이덕난 정찬미 유지연
제261호	특별사면권의 남용 문제와 개선방안	2015.8.19.	이혜미
제260호	국가연구개발사업 기술료 제도의 현황과 개선과제	2015.7.29.	권성훈
제259호	김정일·김정은 후계체제 비교를 통한 김정은 통치리더십 분석	2015.6.25.	이승열
제258호	국가인권기구 국제조정위원회(ICC) 등급판정 보류: 내용, 경과와 권고사항	2015.6.18.	조규범
제257호	산업폐수 배출관리 현황과 개선방안	2015.6.9.	김경민

호 수	제 목	발간일	집필진
제256호	사업조정제도의 실효성을 위한 법률 개정 과정의 분석과 시사점	2015.6.8.	박충렬
제255호	농업인의 소규모 식품가공업 지원 조례 제정 현황과 개선과제	2015.6.5.	장영주
제254호	도시재생사업의 추진 현황과 개선과제	2015.6.4.	이창호
제253호	국가중요농업유산제도의 운영 현황과 개선 방안	2014.12.31.	배민식
제252호	해외건설 발전을 위한 정책과제	2014.12.31.	조주현
제251호	외국 주요 선박사고 조사와 사후 제도개선의 시사점	2014.12.31.	이상팔 배재현
제250호	항만분야 최소운영수입보장제도 적용현황 및 개선방안	2014.12.31.	서영재
제249호	학교안전교육의 문제점과 개선방안	2014.12.31.	조인식
제248호	도시 내 공동주택 노후화에 따른 정책적 과제	2014.12.31.	장경석
제247호	교원 명예퇴직 수용률 하락의 문제점과 개선방안	2014.12.30.	이덕난
제246호	「남녀고용평등 및 일·가정 양립 지원에 관한 법률」의 육아기 근로시간 단축제도에 대한 입법영향분석	2014.12.26.	한인상
제245호	우리나라 연금 체계의 현황과 과제	2014.12.24.	원종현
제244호	중소기업 수출지원 정책의 문제점과 개선방안	2014.12.24.	전은경
제243호	기존담 재평가의 문제점 및 개선방안	2014.12.24.	김진수
제242호	공공기관 재무건전성 제고를 위한 과제	2014.12.23.	권순조
제241호	한·중·일 농식품의 상대적 비교우위 분석과 당면 과제	2014.12.19.	최세중
제240호	가계부문 에너지 이용실태와 에너지복지정책 방향	2014.11.5.	유재국

호 수	제 목	발간일	집필진
제239호	비투자형 크라우드펀딩 법제화의 쟁점과 입법적 개선과제	2014. 9. 11.	김정주
제238호	헌법개정절차의 쟁점과 개선과제	2014. 7. 30.	김선화
제237호	동의를결제도의 문제점과 입법과제	2014. 7. 28.	이건목
제236호	독일 지방의회의원 선거제도의 특징 및 2014년 바이에른 지방선거	2014. 7. 22.	김종갑
제235호	항공사고조사제도의 쟁점과 향후 과제	2014.7.15.	김송주
제234호	아이돌봄서비스사업의 현황과 개선방안	2014.7.4.	조주은
제233호	자격시험에서의 공무원 경력인정제도의 문제점과 개선방안	2014.7.2.	김남영
제232호	기술영향평가제도의 현황과 개선과제	2014.6.20.	권성훈
제231호	지방자치단체장직 인수·인계 현황과 향후 과제	2014.6.9.	하혜영
제230호	국내 신·재생에너지 보급의 문제점과 개선방안	2014.5.27.	김건식
제229호	한류지수의 개선방향과 정책 활용도 제고를 위한 과제	2014.5.9.	김휘정
제228호	2013 칠레 대선 결과와 시사점	2014.5.2.	김영일 이정진
제227호	공익신고자 보호제도의 현황과 입법적 개선과제	2014.3.18.	박영원 이주연
제226호	「공직선거법」 제47조 제3항 및 제4항 국회의원 후보자 여성할당제의 입법영향분석	2014.2.12.	전진영
제225호	2013년 독일 연방하원 선거제도의 개정내용 및 특징	2014.1.27.	김영일 김종갑
제224호	국제사회의 대북제재 : 현황과 과제	2013.12.31.	이승현
제223호	「가정폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」상 가정폭력행위자 대상 상담조건부 기소유예제도의 입법영향분석	2013.12.31.	조주은

호 수	제 목	발간일	집필진
제222호	지방자치단체 옥외광고물 관리현황과 향후 과제	2013.12.31.	하혜영
제221호	군 영창제도의 쟁점과 개선방안	2013.12.31.	형혁규 김선화 김성봉
제220호	재판방송의 쟁점과 과제	2013.12.31.	조규범
제219호	미충족 의료 파약을 위한 미치료를 지표 개선방안	2013.12.31.	김주경
제218호	기초연금 도입 논의와 향후과제	2013.12.31.	원시연
제217호	가계 식품비를 이용한 식품 소비 복지지표의 개발	2013.12.31.	장영주
제216호	의료폐기물 관리제도의 문제점과 개선방안	2013.12.30.	김경민
제215호	장애인활동지원제도의 문제점과 개선방안	2013.12.30.	박주연
제214호	대학평가지표 개선방안 -퍼지 다기준 의사결정법을 이용하여-	2013.12.30.	조주현
제213호	코넥스시장의 현황 및 개선방향	2013.12.30.	김정주
제212호	「한국국제협력단법」 제18조의2(국제빈곤퇴치기여금)의 입법영향 분석	2013.12.27.	유웅조
제211호	주요국의 정치자금 투명성 관리제도	2013.12.26.	이현출 임채진
제210호	공공임대주택 재정지원의 쟁점과 과제	2013.12.26.	장경석
제209호	「최저임금법」 제6조5항[택시근로자 최저임금 산입범위]에 대한 입법영향분석	2013.12.26.	한인상
제208호	북한이탈주민 정착·지원정책의 현황 및 과제	2013.12.26.	이승현
제207호	국내 영화산업의 다양성 확보를 위한 과제	2013.12.20.	조형근
제206호	수도권 도시철도 요금체계의 문제점과 과제	2013.12.19.	박준환

호 수	제 목	발간일	집필진
제205호	「정보통신망법」상 임시조치 규정에 대한 입법영향분석	2013.12.18.	김유향 심우민
제204호	예비타당성조사제도의 쟁점 및 개선방안	2013.12.18.	조주현 정도영 박준환
제203호	북한 경제·핵무력 병진노선의 특징과 평가	2013.12.17.	김갑식
제202호	「건설근로자의 고용개선 등에 관한 법률 일부개정법률안」의 규제영향분석	2013.11.29	김 준
제201호	천연가스 직도입 확대가 가스 및 전력 시장에 미치는 영향	2013.11.15.	유재국
제200호	남북경협 현황과 과제: 정치·경제학적 접근을 중심으로	2013.11.7.	이승현
제199호	주방용 오물분쇄기에 의한 음식물류 폐기물 처리의 주요 쟁점 및 과제	2013.9.26.	이동영
제198호	주요국 의회의 의원에 대한 지원제도	2013.8.21.	김영일 전진영
제197호	법제화 커버드본드의 현황과 정책과제	2013.8.16.	김효연
제196호	핀란드 초·중등 교육제도의 특징 및 시사점	2013.8.5.	이덕난
제195호	연근해어선 감척사업의 현황과 개선방향	2013.7.29.	유제범
제194호	공동주택 층간소음의 현황과 개선 과제 -주택의 건설기관과 관리방안을 중심으로-	2013.7.24.	이창호
제193호	복지사업의 '중복' 및 '편중' 현황과 과제	2013.5.6.	이만우 김영수
제192호	수도권규제관련 해외정책 동향과 과제	2013.4.17.	이창호
제191호	군사법원법상 관할관·심판관제도 개선방안	2013.4.5.	한석현 이재일
제190호	일본 중의원 총선 결과 분석 및 자민당 정권의 주요 정책 전망	2013.3.13.	이현출 김유정
제189호	국가 수자원 조사 선진화 방안	2013.2.28.	이기하

호 수	제 목	발간일	집필진
제188호	국회의원 비례대표 선거제도 개선방안의 시뮬레이션 분석	2013.2.26.	김종갑
제187호	청년 고용현황과 정책과제	2013.2.20.	박기현
제186호	부가가치세 간이과세제도의 문제점 및 개선방안	2013.2.19.	서동국 허원
제185호	김정은 정권 출범의 특징과 향후 전망	2013.1.18.	김갑식
제184호	유아교육·보육과정의 통합에 따른 문제점과 개선방향	2013.1.15.	전형진
제183호	「행정기관 소속 위원회의 설치운영에 관한 법률」상 중복 위원회의 설치제한 조항의 입법영향분석	2013.1.14.	박영원
제182호	「국회법」개정안 중 의안자동상정제와 안건신속처리제의 입법영향분석	2013.1.9.	전진영
제181호	「의료법」및「약사법」상 리베이트 제재 강화조항의 입법영향 분석	2012.12.31.	김주경
제180호	「아동복지법」상 학대 피해아동 보호의 문제점과 개선방안	2012.12.31.	이여진
제179호	노동조합 및 노동관계조정법 상 근로시간면제제도 관련 조항의 입법영향분석	2012.12.31.	한인상
제178호	MVNO 활성화 현황과 향후 과제	2012.12.31.	이정윤 이승현
제177호	외국인학교·외국교육기관·국제학교의 주요쟁점과 과제	2012.12.31.	유의정 이덕난
제176호	저작물 자유이용 활성화를 위한 과제	2012.12.31.	조형근
제175호	문화복지의 동향과 문화복지사업의 개선 방향	2012.12.28.	김휘정
제174호	국가영어능력평가시험(NEAT)의 주요 쟁점 및 개선방향	2012.12.27.	이덕난 유지연
제173호	한·칠레 자유무역협정(FTA)의 수출효과 분석과 시사점	2012.12.26.	최세중 김봉주
제172호	서비스산업의 발전을 위한 정책과제	2012.12.6.	조주현

호 수	제 목	발간일	집필진
제171호	「근로기준법」 적용범위 확대 방안	2012.12.5.	한인상
제170호	「산업재해보상보험법」상 특수형태근로종사자 가입 특례조항의 입법영향분석	2012.11.23.	김 준
제169호	헌법재판관 공백방지를 위한 입법개선방안	2012.11.13.	김선화
제168호	에너지·환경정책 관련 투자자 ISD 사례연구-바덴팔 대 독일 정부의 경우	2012.11.8.	최준영
제167호	2012 미국대선: 민주당과 공화당의 정책 비교	2012.11.5.	이정진
제166호	「공직선거법」상의 SNS선거규제 조항에 대한 입법영향분석	2012.10.18.	김유향 심우민
제165호	보건의료 취약계층 건강 보호 정책	2012.10.12.	김주경
제164호	대체적 분쟁해결제도(ADR)법제의 주요 쟁점과 입법과제 : 조정을 중심으로	2012.9.14.	이건목
제163호	교육지원청 개편 정책의 쟁점 및 개선방안	2012.9.13.	이덕난
제162호	국민연금급여의 국가 지급책임과 연계한 기금운용 개선방향	2012.8.24.	원종현
제161호	선거방송의 쟁점과 개선방안	2012.8.22.	김여라
제160호	한강 수계관리기금 관리정책의 개선방안	2012.8.8.	김경민
제159호	형사조정제도의 운영 현황과 개선 과제	2012.7.13.	이혜미
제158호	가정폭력 예방 및 피해자 보호정책 현황과 개선과제	2012.6.25.	조주은
제157호	전력계통운영시스템(EMS) 운용 현황과 개선 방안	2012.6.15.	유재국
제156호	제18대 국회 입법 활동 분석	2012.6.7.	전진영
제155호	「위치정보보호법」상의 동의규정에 대한 입법영향분석	2012.5.31.	김유향 심우민

호 수	제 목	발간일	집필진
제154호	국회 원구성 과정의 특징과 문제점	2012.5.17.	전진영
제153호	실업통계의 문제점과 개선과제	2012.5.14.	박기현
제152호	스마트TV의 현황과 정책과제	2012.5.10.	조희정
제151호	IT 생태계 구조변화에 따른 IT 추진 체계 개편 방향	2012.4.25.	조주현 정도영 유재국 김민지 박영원 조희정 심우민
제150호	경전철 사업의 문제점과 개선방안	2012.4.16.	김형진
제149호	식품산업 산업연관분석과 정책방향	2012.4.6.	장영주 정도영 김봉주
제148호	총액한도대출제도의 현황 및 개선방안	2012.3.27.	권순영
제147호	국회의원 선거구획정의 문제점과 개선방향	2012.3.26.	김종갑
제146호	디지털 환경에서 영상물 유통 규제 개선방안: 영상물 등급분류 제도를 중심으로	2012.3.23.	조형근
제145호	문화외교와 국제문화교류 부문 정책수행체계의 개선방안	2012.3.13.	김휘정
제144호	「기업구조조정촉진법」의 입법영향분석 - 경제적 효과를 중심으로 -	2012.2.21.	원종현
제143호	북핵 일괄타결 협상안과 6자회담: 추진현황과 정책과제	2012.1.25.	이승현

현안보고서 제287호

발 간 일 2015년 12월 30일
발 행 임성호
편 집 사회문화조사실 과학방송통신팀
발 행 처 **국회입법조사처**
서울특별시 영등포구 의사당대로 1
TEL 02·788·4710
인 쇄 경성문화사 (TEL 02·786·2999)

1. 이 책자를 허가 받지 않고 복제하거나 전재해서는 안 됩니다.
 2. 내용에 관한 자세한 사항은 집필자에게 문의하여 주시기 바랍니다.
 3. 전문(全文)은 국회입법조사처 홈페이지(<http://www.nars.go.kr>) 'NARS 발간물'에 게시되어 있습니다.
-

ISSN 2005-3215
발간등록번호 31-9735044-001346-14

© 국회입법조사처, 2015

현안보고서 제287호

온라인동영상서비스(OTT)의 쟁점과 개선 과제

