

K플랫폼 해외진출을 위한 규제방안과 도전

-최근 주요국의 미디어플랫폼 규제에 관한 입법 및 집행의 비교분석-

정혜련 교수(법학박사,SJD/방송통신법,경제법) |
경찰대학 법학과

목차

- 1 서론
 - 2 통신미디어 플랫폼 및 산업의 개념과 특징
 - 3 주요국 입법 및 규제동향 (EU ·미국 ·일본 ·한국)
 - 4 비교 및 분석: 세 가지 규제 철학의 대비(제도적 대응 및 정책 방향)
 - 5 결론 및 정책 제언
- Q Q&A

1. 서론

플랫폼 경제의 확산과 방송미디어통신 시장의 플랫폼화
(Platformization of Media) - 유통·소비 전 과정의 플랫폼 지배

통신미디어의 공공성과 상업성 사이 구조적 긴장 심화

시장집중·공정보상 체계 붕괴·사회적 해악(가짜뉴스·혐오 표현 등) 가속화

유럽연합, 미국, 일본, 한국의 입법·정책

플랫폼은 커뮤니케이션·정보유통 방식 자체를 재편하여 사회·경제 구조 전반에 영향을 미치고 있으며, 플랫폼 사업자가 공론장의 관문(Gatekeeper)으로 부상하고 있다는 점에서 공공성에 대한 우려가 커지고 있음

플랫폼 경제

디지털 플랫폼이 촉진하는 경제·사회 활동

공공성

미디어의 사회적 가치와 정보 다양성

상업성

이윤 추구하고 알고리즘 기반 수익화

시장집중

플랫폼 자본의 지배력과 독점화 문제

2. 통신미디어 플랫폼 산업 정의 및 특징

정의: 온라인 플랫폼이 방송미디어통신을 아우르며 생산자와 이용자를 연결하는 다면시장(multi-sided market) 구조

구조적 특징: 참여자 증가에 따라 가치가 증대되는 네트워크 효과(network effect), 양면시장(two-sided market) 구조

기술적 기반: 알고리즘·데이터 중심 운영, 맞춤형 추천, 자동화된 콘텐츠 유통

가치사슬 변화: 생산·유통·소비 전 과정의 플랫폼화 (platformization of media)

시장 집중 메커니즘:
플랫폼 산업은 초기 이용자가 빠르게 몰리는 쏠림(tipping) 현상이 나타나며, 한계비용이 낮아 규모가 커질수록 경쟁자가 진입하기 어려운 자연독점 구조를 형성한다.

초기 이용자 ↑ → 가치 ↑ → 더 많은 이용자 유입 ↑ → 경쟁 약화(독점화)

다면시장 (Multi-sided market)

콘텐츠 제작자, 이용자, 광고주 등 다양한 집단을 연결하는 중개 플랫폼 구조

네트워크 효과 (Network effect)

사용자 증가에 비례하여 플랫폼의 가치가 기하급수적으로 증가하는 현상

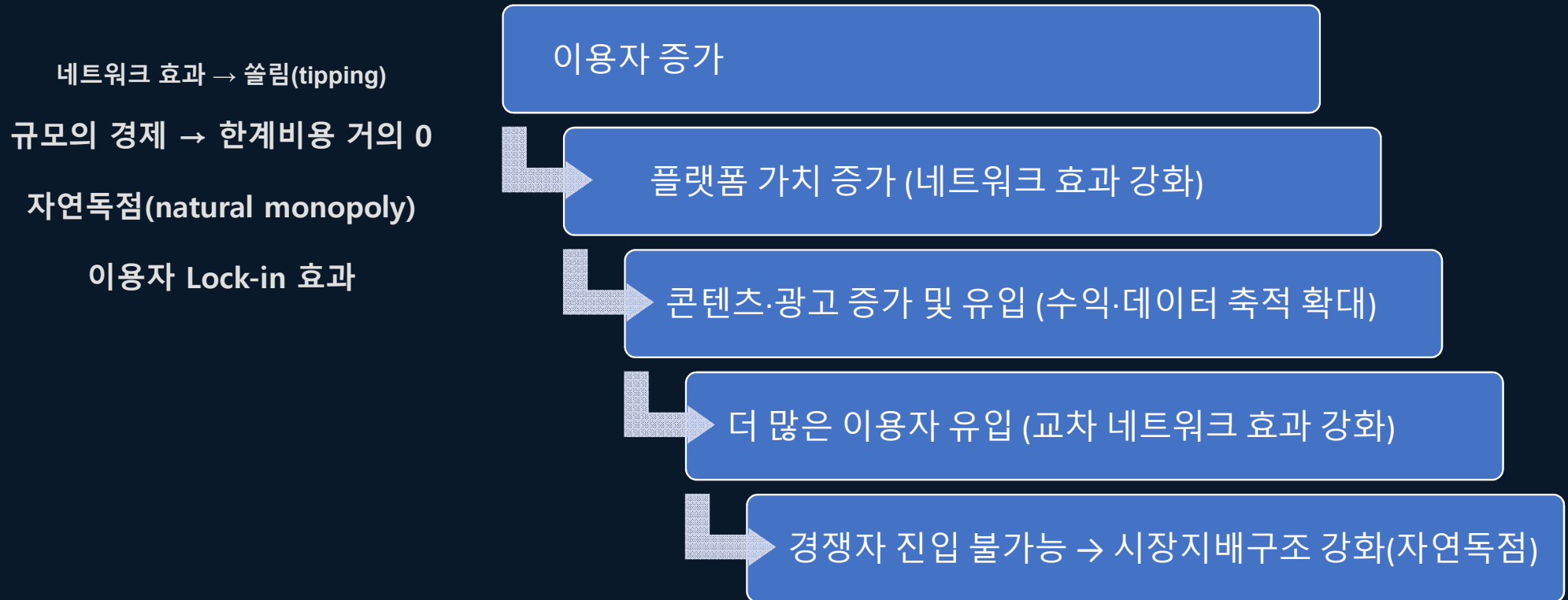
알고리즘·데이터 기반

인공지능과 빅데이터를 활용한 맞춤형 콘텐츠 추천 및 자동화된 유통

플랫폼화 (Platformization)

미디어 생태계의 생산·유통·소비 전 과정이 플랫폼 중심으로 재편되는 현상

2. 통신미디어플랫폼 시장의 특징: 다면시장과 네트워크 효과



2. 통신미디어플랫폼시장의 특징: 미디어의 공공재 성격과 시장실패

공공재(public good)로서의 미디어: 비경합성(소비해도 감소하지 않음)과 비배제성(대가 지불 없이도 소비 가능)

시장실패: 양질의 뉴스·정보의 과소생산 현상 발생

시장에만 맡길 경우 사회적으로 바람직한 수준보다 과소 생산될 우려 (사적 이윤만으로 충분한 공급 불가)

정책적 함의: 공적 지원, 편집 독립성 보장, 정보 접근권 보호의 제도적 기반 필요

미디어는 공공재적 특성 때문에 시장에만 맡길 경우 사회적으로 바람직한 수준보다 과소 생산될 가능성이 크며, 이는 공영방송 지원·편성 의무 등 제도적 개입의 근거가 되어 왔음

비경합성

한 사람의 소비가 다른 사람의 소비 기회 감소시키지 않는 특성
(Non-rivalry)

+

비배제성

대가를 지불하지 않은 사람도 소비에 배제하기 어려운 특성
(Non-excludability)

=

공공재 특성의 미디어

2. 통신미디어 플랫폼의 특징: 플랫폼화의 부작용: 공공성 훼손

플랫폼 중심으로 미디어 환경이 재편되면서 미디어의 공공성이 훼손될 수 있다는 우려가 제기
이용자 참여와 광고 수익을 극대화하는 알고리즘 목표는 공론장의 질을 저하시키고, 미디어 본연의 정보 제공 및 감시 기능을 약화



알고리즘 편향과 필터 버블

이용자의 이탈을 막고 참여도를 극대화하려는 플랫폼 알고리즘은 이용자 개개인의 성향에 맞는 콘텐츠를 계속해서 제공하는 경향이 있습니다

"유튜브의 AI 추천 알고리즘은 이용자가 잘못된 정보나 확인되지 않은 내용의 영상 시청을 시작하면 이후에도 유사한 콘텐츠 위주로 계속 추천함으로써, 이용자가 신뢰할 만한 정보를 접하기 어렵게 만드는 경향이 확인되었다."



메아리 울림통 현상

이용자는 자신이 선호하는 콘텐츠와 유사한 내용만 반복적으로 접하게 되어 다양한 견해나 정보에 접촉할 기회를 잃고 메아리 울림통(echo chamber)에 갇힐 위험이 커짐

"이용자는 자신이 선호하는 콘텐츠와 유사한 내용만 반복적으로 접하게 되어 다양한 견해나 정보에 접촉할 기회를 잃고 메아리 울림통(echo chamber)에 갇힐 위험이 커진다."



허위정보 및 가짜뉴스 확산

알고리즘 편향은 가짜뉴스 및 잘못된 정보의 확산을 증폭시켜 미디어의 여론 형성 기능을 저해하는 심각한 문제로 지적

"유튜브의 AI 추천 알고리즘은 이용자가 잘못된 정보나 확인되지 않은 내용의 영상 시청을 시작하면 이후에도 유사한 콘텐츠 위주로 계속 추천함으로써, 이용자가 신뢰할 만한 정보를 접하기 어렵게 만드는 경향이 확인되었다."



사회적 여론 양극화

메아리 울림통과 필터 버블 현상으로 인한 알고리즘 편향은 사회적 여론 양극화를 심화시켜 민주사회의 건전한 여론 형성을 방해

"이러한 알고리즘 편향은 사회적 여론 양극화를 심화시키고, 가짜뉴스 및 잘못된 정보의 확산을 증폭시켜 미디어의 여론 형성 기능을 저해하는 심각한 문제로 지적된다."



시장 지배력 집중과 다양성 훼손

플랫폼 미디어산업은 특성상 승자독식 구조로 흐르기 쉽고, 소수의 거대 플랫폼이 시장을 지배하는 상황이 나타나고 있습니다. 한두 기업이 사실상 정보 유통을 장악하게 되면 미디어 다양성과 접근의 공정성이 위축될 위험

"시장 지배적 플랫폼은 우월적 지위를 이용해 자사 콘텐츠를 우대하거나 거래 상대방에게 불리한 조건을 강요하는 등 공정한 경쟁질서를 훼손할 가능성이 있다. 일부 글로벌 OTT 플랫폼이 막대한 트래픽을 유발하면서도 망 이용대가를 회피하는 문제가 공론화되었고, 플랫폼의 사회적 책임 회피에 대한 비판 여론이 형성되었다."



구조적 딜레마

통신미디어 시장의 플랫폼화는 유통소비 전반을 플랫폼이 지배하게 만들었으며, 이는 방송 미디어통신의 공공성과 상업성 사이의 구조적 긴장을 심화시키고 있음

플랫폼화

- 미디어 시장의 플랫폼화는 유통소비 전반을 플랫폼이 지배하는 구조로 변화
- 플랫폼 기업들은 콘텐츠 유통과 소비 과정에서 막강한 영향력 행사
- 전통적인 미디어 가치사슬이 해체되고 플랫폼 중심으로 재편
- 공공성보다 수익 극대화에 초점을 맞춘 비즈니스 모델 확산

알고리즘 편향

- 수익 극대화 목표가 공론장의 질을 저하시키는 알고리즘 설계로 이어짐
- 필터 버블과 메아리 울림통 현상으로 정보 편식 심화
- 이용자 관심을 끌기 위한 자극적 콘텐츠 우선 노출
- 허위정보 확산 및 사회적 여론 양극화 심화

시장 집중

- 승자독식 구조로 소수 거대 플랫폼이 시장 지배
- 미디어 다양성 위축 및 공정한 경쟁 질서 훼손
- 지역 미디어와 소규모 콘텐츠 제작자의 생존 위협
- 플랫폼 의존도 증가로 미디어의 자율성과 독립성 약화

3. 주요국의 입법현황: 주요국 규범 철학과 거버넌스 개관

	● 미국	● 유럽연합	● 일본	● 한국
규제 철학	Section 230 중심 면책 체계 플랫폼 성장 촉진	공영미디어(PSM) 전통 다층 규범체계 공적 가치 수호	최소 규제 원칙 공동규제(Co-regulation) 사업자 자율 개선 유도	이원적 규제에서 수평적 규제 모색 중 미디어-플랫폼 융합 대응
주요 법제	Section 230 면책 기반 반독점법/FTC 규제 지역저널리즘지원법(계류)	다층 규범체계: AVMSD, DSA, DMA, EMFA 게이트키퍼 규제 강화	특정 디지털 플랫폼 투명성·공정성 향상법 스마트폰 OS 경쟁촉진법	방송법 vs 전기통신사업법 온플법·온독법(발의) 디지털미디어법(모색중)

주요국의 미디어 플랫폼 규제 접근: 미국(Section 230 면책) - EU(AVMSD, DSA, DMA, EMFA) - 일본(공동규제) - 한국(이원적 규제 체계)

(1) EU: 다층 규범체계 개관

유럽의 공영미디어(PSM) 전통과 강력한 정책적 지원

EBU가 정확성·독립성·보편성 등 공영 가치와 디지털 전환 원칙을 제시, 회원국 제도의 기준점 역할

공공성과 시장의 균형을 위한 디지털 전환 가속화

다층적 규제 프레임워크 구축: AVMSD: 시청각 미디어 서비스
DSA: 디지털 서비스법 DMA: 디지털 시장법 EMFA: 유럽 미디어 자유법

다층 규제의 상보적 접근으로 공공성 확보

AVMSD (2018)

VOD 30% 유럽작품 의무

DSA (2022)

월 4,500만 명 이상 VLOP

DMA (2023)

게이트키퍼 규제

EMFA (2025)

Regulation (EU) 2024/1083

2025년 8월 시행

(1) EU: DSA 패키지

DSA 주요 부과 의무

불법 콘텐츠 삭제

호스팅 제공자에 대해 불법 콘텐츠 신고 메커니즘 구축 의무 부과

-> 온라인 플랫폼 서비스 제공자에 대해 판매자 신원확인 의무 부과

대규모 온라인 플랫폼 규제 강화

온라인 플랫폼 서비스 제공자에 대해 정보 제공 의무 부과:

- 분쟁 관련 정보
- 콘텐츠 조정을 위해 사용된 자동화 수단 관련 정보,
- 타겟 광고에 사용된 주요 매개변수 등 온라인 광고 정보

-> 모든 중개서비스 제공자는 이용조건에 콘텐츠 조정을 위한 정책/절차/조치/수단에 대한 정보를 포함해야 하며, 연 1회 관련 보고서 발간

투명성 강화

대규모 온라인 플랫폼 서비스 제공자에게만 부과되는 의무:

- 플랫폼 오용을 방지하기 위해 시스템 리스크 평가/원화/외부감사
- 규정준수 책임자 지정
- 연구자에 대한 데이터 접근 권한 제공
- 투명성 강화를 위해 추천 시스템의 주요 매개변수 공개 및 이용자 선택권 부여 등

(2) 미국: 플랫폼 중심 시장과 규율

상업 플랫폼 주도 시장 – 스트리밍 점유율 38.8%로 전통 미디어 추월 (Nielsen The Gauge), 뉴스 소비 플랫폼화 (Facebook 30%, YouTube 26%)

Section 230 중심 면책 및 사후규제

지역 저널리즘 붕괴 – 2022-23년에만 신문 뉴스룸 일자리 약 2천 개 감소, 신문 산업 전체 고용 7천 개 이상 감소, 신문 폐간 127건 (노스웨스턴대 메릴 스쿨 State of Local News 2024)

정책 대안 – Local Journalism Sustainability Act (세제지원), 공공 펀드, 미디어 리터러시 확대 논의

학계: 언론 등 방송의 특징이 강한 **미디어부문을 공공재로 보고 공공투자 확대·정책 개입 요청**

플랫폼 지배력

38.8%

스트리밍 점유율, 전통 미디어 추월

Section 230

플랫폼 면책 원칙

혁신 우선, 사후규제 중심
허위정보·선거 논란 이후에도 주로
사후적·사건별 집행(반독점, 소송)

지역 저널리즘 위기

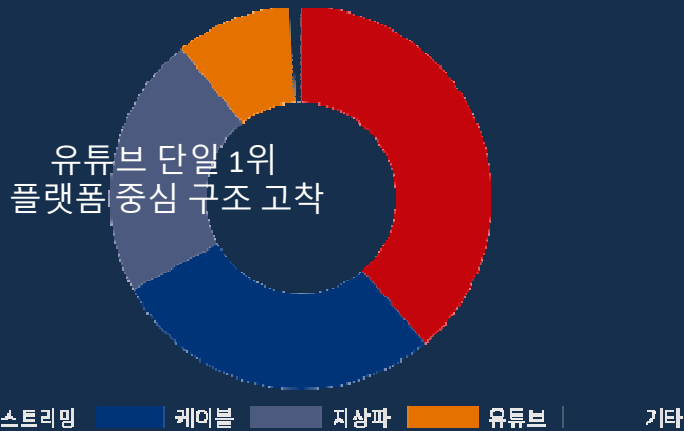
뉴스 사막 확대

2022-23년 폐간 127건, 일자리 2천 개 감소

(2) 미국: 미디어 소비 트렌드

미국 미디어 시장은 상업 플랫폼이 지배적이며, 스트리밍과 소셜미디어가 콘텐츠 유통을 주도하고 있습니다.

스트리밍 점유율

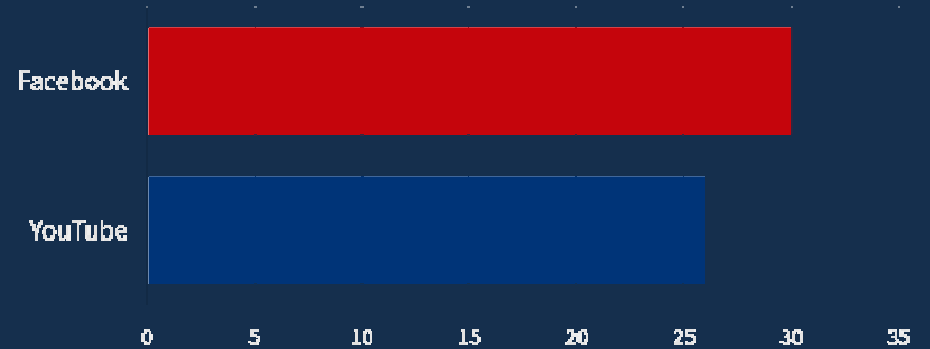


38.8%

2024년 5월 기준 스트리밍 서비스가 TV 시청 점유율 38.8%로 케이블 28.2%, 지상파 22.3%를 앞서며 유튜브가 9.7% 차지

출처: Nielsen The Gauge (2024년 5월)

소셜미디어 뉴스 소비



30%

2023년 퓨 리서치 센터 조사에 따르면, 미국 성인의 30%가 페이스북에서, 26%가 유튜브에서 정기적으로 뉴스를 소비

출처: Pew Research (2023)

(2) 미국: 미디어 생태계 위기

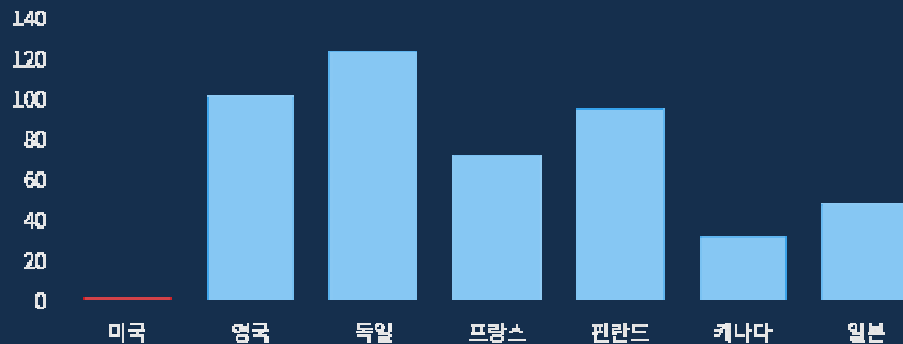
미국의 미디어 생태계는 공영미디어 재정 취약성과 지역 저널리즘의 쇠퇴라는 이중고에 직면해 있습니다. 특히 지역 뉴스 생태계의 붕괴는 정보 격차와 민주주의 약화로 이어지고 있습니다.



빅테크플랫폼의 미디어플랫폼 시장 잠식에 따른 공영미디어 재정 취약성 가속화

(정치적 주기에 따라 예산-준립 논란 상시화)

미국의 공영미디어 1인당 지원금은 \$1.40로, 영국(\$101), 독일(\$124), 프랑스(\$73) 등 타 선진국과 비교해 현저히 낮은 수준입니다.



출처: 논문 p.7 "공영미디어 1인당 \$1.40"



지역 저널리즘 위기

지역 뉴스 사막화 현상이 가속화되고 있으며, 최근 조사에 따르면 2022-23년 단기기간에 심각한 축소가 진행되었습니다.

127건

2022-23년 신문 폐간 수

2,000개

뉴스룸 일자리 감소

7,000개+

산업 전체 고용 감소

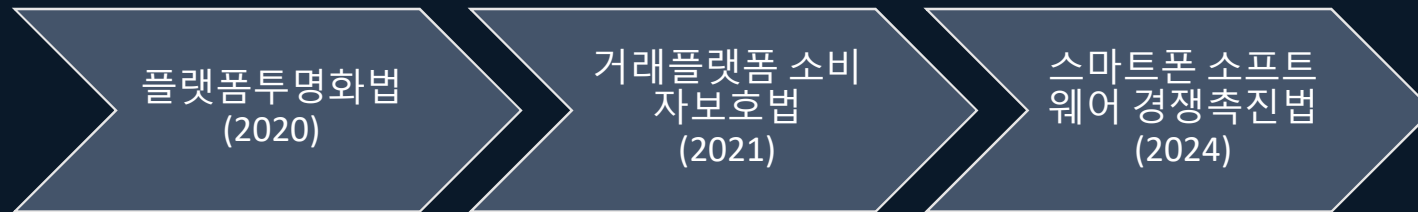
출처: 논문 p.7 "2022-23년 신문 폐간 127건, 뉴스룸 일자리 2천 개 감소, 산업 전체 고용 7천 개 이상 감소"



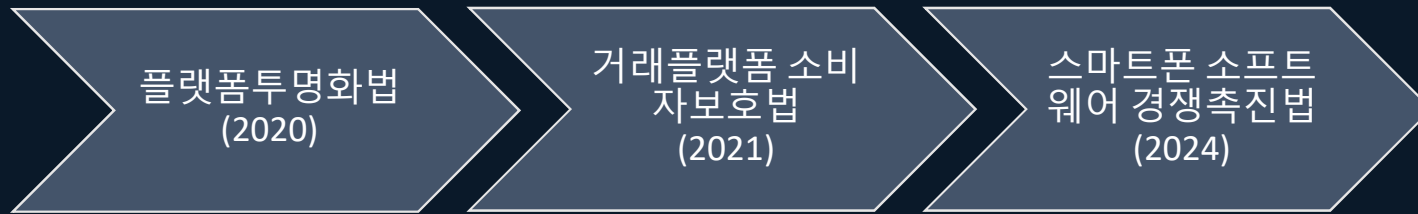
미국: 혁신과 수익성 잠식이 공존, 규범 논의는 진자처럼 흔들리는 중

(3) 일본: 개관

- 일본은 최근 몇 년간 플랫폼 규제와 관련하여 세 가지 주요 법안을 제정하였다.



(2) 일본: 미디어플랫폼 관련 규제 법안



1. 플랫폼투명화법 (2020년)

목적 : 디지털 플랫폼의 투명성과 공정성을 높여 공정한 경쟁을 촉진

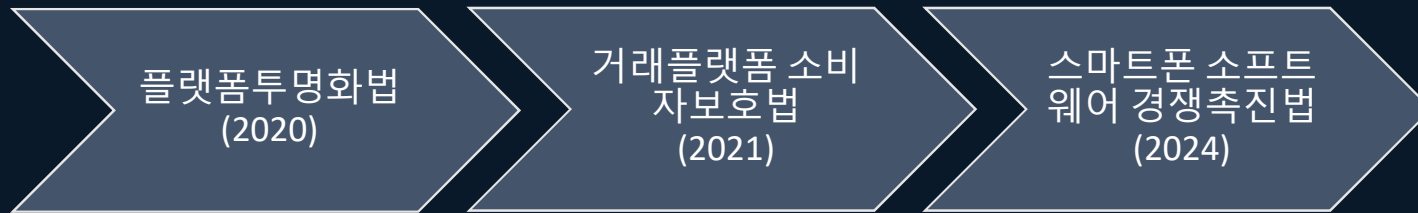
규제대상 : 특정 디지털 플랫폼 제공자로 지정된 사업자로서 지정 기준은 연매출 규모

규제 내용

- (1) 거래조건 공개 의무
- (2) 공정성 확보 의무
- (3) 자기평가보고서 제출
- (4) 정부 감독 강화

자율규제 + 공동규제, 위반 시 행정조치 및 벌금 부과 가능

(3) 일본: 미디어플랫폼 관련 규제 법안



2. 거래플랫폼 소비자보호법 (2021년)

목적 : 거래플랫폼을 통해 이루어지는 통신판매에서 소비자의 이익 보호

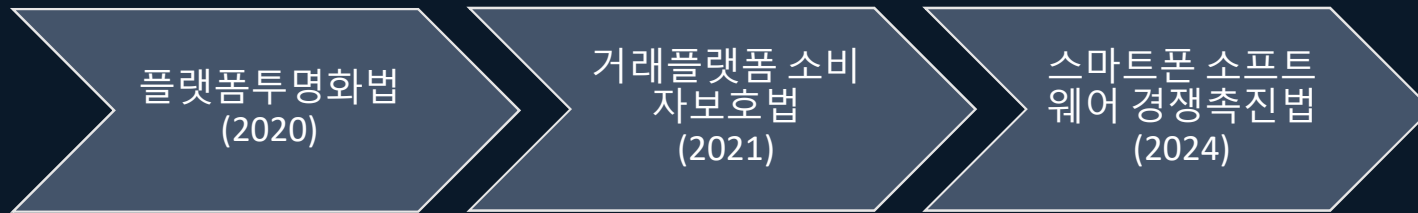
규제대상 : 모든 거래플랫폼 제공자 (사전지정 없음)

규제 내용

- (1) 거래플랫폼 제공자의 협력 의무
- (2) 행정부 개입 가능
- (3) 소비자 정보 요청 권리

관민협의회를 통하여 정부/플랫폼사업자/소비자 단체 등이 협력하는 공동규제 방식

(3) 일본: 미디어플랫폼 관련 규제 법안



3. 스마트폰 소프트웨어 경쟁촉진법 (2024년)

목적 : 앱스토어와 OS 시장의 독점 방지 및 공정한 경쟁 촉진

규제대상 : 특정 소프트웨어 사업자로 지정된 사업자

규제 내용

1. 금지사항 : 앱스토어 경쟁 제한 금지, OS기능 제한 금지 자사 결제 시스템 강제 금지, 검색 결과 자사 우대 금지
2. 준수사항 : 데이터 취득이용 조건 공개 의무, 이용자 데이터 이전 조치 의무, 브라우저 기본 설정 변경 가능하도록 조치, 앱 설치삭제 시 이용자 동의 확보 의무

(3) 일본: 공동규제 거버넌스(도식)



일본의 공동규제(Co-regulation) 모델은 정부의 법적 프레임워크와 사업자의 자율규제를 결합
정부는 법적 기반을 제공하고, 자율규제기구는 구체적 가이드라인 개발과 이행을 평가하며, 플랫폼 사업자는 이를 자율적으로 이행.
이러한 접근법은 특정 디지털 플랫폼 투명성 및 공정성 향상에 관한 법률(2021)과 스마트폰 특정 소프트웨어 경쟁촉진법(2024)에 반영

(3) 일본: 최소·공동규제 접근

플랫폼에 대한 일본의 경쟁정책은, 지금까지는 '기존 경쟁법 체계 내에서의 대응' 을 표방해왔다고 할 수 있음

기본 노선: 정부 가이드라인 + 사업자 자율규제의 공동규제(Co-regulation) 원칙

특정 디지털 플랫폼의 투명성 및 공정성 향상법 (2021) 2021 대형 플랫폼 지정·의무 부과 방식

스마트폰 특정 소프트웨어 경쟁촉진법 (2024) 2024 제3자 앱스토어 허용, 자사 결제 시스템 강제 금지

정보유통플랫폼 대처법 개정 최근 불법정보 대응, 자발적 개선 유도

일본 공동규제 핵심 요소

최소규제

정부 개입 최소화, 시장 자율성 중시

공동규제

정부와 민간의 협력적 규제 체계

지정형 의무

특정 대형 플랫폼만 규제 대상으로 지정



자체 규칙 마련과 자발적 개선 유도

투명성

운영 정보와 알고리즘 투명성 의무화

유연한 집행

사전예방과 사후대응의 균형적 접근

(4) 한국: 개관

2020년 이후 온라인 플랫폼의 경제사회적 영향력이 전 세계적으로 급증해왔다.
이에 플랫폼사업자의 시장지배력 전이와 소비자 종속에 대한 우려가 확산되며 플랫폼사업자의 불공정행위에 대한 규율 필요성이 대두되었다.

규제 흐름



(4) 한국: 규제 흐름



1. 뉴노멀법 (2017년)

“뉴노멀법”이란, 인터넷 시대의 새로운 규범의 창설이라는 의미이다. 2017년 플랫폼 사업자에 대해 사회적 책임을 강화해야 한다는 전제로 국회는 <전기통신사업법 일부개정법률안>, <방송통신발전 기본법 개정안>, <정보통신망법 일부개정법률안> 등을 추진했다. 그러나 법안은 국회를 통과하지 못하고 임기만으로 폐기되었다.

특징

- (1) 기간통신사업자의 규제원리를 차용하는 것 (분담금부과, 경쟁상황평가, 회계정리의무)
- (2) 언론사 유사 역할을 강조함으로써 인한 행위규제를 강화 (모니터링의무, 공익광고의무 등)

비판

- 평등의 원칙, 비례의 원칙 위반 : 기금 총당을 위한 분담금을 플랫폼사업자에게 부과
- 플랫폼서비스의 특성인 탈영토성 및 글로벌성을 반영하지 못함.
- 우리 기업에게만 불리한 결과

(1) 한국: 규제 흐름



2. 온라인플랫폼 공정화법 (2020년)

온라인 플랫폼 서비스에 대한 강력한 규제법안이 2020년 및 2021년에 걸쳐 추진되었다.

특징

- (1) 적용대상이 광범위 - 사전에 일정 규모의 사업자를 지정하고 이들을 사전규제의 대상으로 규정
- (2) 거래에 대한 사전규제 - 서면계약서 제공의무, 계약 내용 법정화, 계약 변경 사전통지의무
- (3) 위반행위에 대한 사전처리에 대한 특칙규정

당시 학계 및 산업계의 반대와 적용의 실효성에 대한 문제가 제기되었으며, 이어 윤석열 정부가 입각하면서 디지털 플랫폼 대한 공적 규제 대신 '자율규제'를 정책으로 채택하며 법안 추진이 중단되었다.

(4) 한국: 규제 흐름



3. 자율규제 (2022~2023년)

2022년 8월 정부가 '플랫폼 민간 자율기구' 를 출범하여 4개 분과에서 안건을 논의하였다.

분과	발표내용	세부내용
갑을	오픈마켓 자율규제 방안	<ul style="list-style-type: none"> - 입점계약 관행 및 분쟁처리 절차 개선 - 상생 및 입점업체 부담 완화 방안 등
소비자 이용자	오픈마켓 소비자 집단피해 신속대응 방안	- 사기쇼핑몰 등으로 인한 소비자피해의 확산 방지를 위한 선제적 대응 방안
혁신공유 민관협력	플랫폼 사회가치 제고를 위한 8대원칙 이행선언	- 포용성 강화, 사회문제 대응, 신뢰 구축, 안정성 제고 등 주요원칙과 기업별 사례

(4) 한국: 규제 흐름



4. 플랫폼 경쟁촉진법(안)

정부는 자율규제를 채택한지 2년이 되지 않아 공정위가 추진하려는 플랫폼 경쟁촉진법(안)을 지지하며 다시 입장을 바꿨다.

주요내용

- (1) 구체적인 연매출액과 시장 점유율, 이용자 규모 등을 기준으로 '지배적 플랫폼 사업자'를 미리 지정해 사전 규제
- (2) 지배적 플랫폼 사업자에 대해 끼워평가/자사우대/최혜요구 대우/멀티호밍 등을 제한

(4) 한국: 입법·정책 평가 및 소결

규제이원화 체계 - 전통 방송(방송법, 허가제)과 플랫폼(전기통신사업법, 신고제)의 분리 규율

쟁점: '동일 서비스-동일 규제' 원칙, '망 무임승차' 논란

주요 입법 시도: 온라인 플랫폼 중개거래의 공정화에 관한 법률안(온플법): 거래 투명성·공정성
온라인 플랫폼 독점규제에 관한 법률안(온독법): 시장지배력 남용 억제

미래 방향: 수평적 규제로의 전환 시도 ('디지털미디어법', '시청각미디어서비스법' 논의)

현행 규제 체계

방송법

전기통신사업법

주요 쟁점

규제이원화

동일서비스-동일규제

망 무임승차

새로운 입법 시도

온플법

온독법

미래 방향

디지털미디어법

수평적 규제

시청각미디어서비스법

4. 비교 및 분석: 세 가지 규제 철학의 대비

	미국 (시장/자유주의)	EU (공공성/규범주의)	일본 (공동/실용주의)
규제 철학	Section 230 중심 면책 체계, 플랫폼 성장 촉진	공영미디어 전통 기반, 다층 규범체계, 공적 가치 수호	최소 규제 원칙, 사업자 자율 개선 유도, 공동규제
핵심 기제	Section 230 (안전 피난처), 사후규제 중심	DSA/DMA (차등 책임제), AVMSD, EMFA	특정 디지털 플랫폼 법 (거래 투명화), 스마트폰 OS 경쟁촉진법
장점	<ul style="list-style-type: none"> 혁신 우선, 사후규제 중심 (PPT p.13) 플랫폼 기업의 기술 혁신 및 성장 극대화 	<ul style="list-style-type: none"> 다층 규제의 상보적 접근으로 공공성 확보 사회적 영향력에 따른 공적 책무 차등 부과 	<ul style="list-style-type: none"> 특정 대형 플랫폼만 지정 규제 (혁신 동력 저해 방지) 정부 개입 최소화, 유연한 집행
단점	<ul style="list-style-type: none"> 지역 저널리즘 위기 및 뉴스 사막화 가속 독점 기업의 폐해 및 사회적 해악 대응 미흡 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 우대, 데이터 접근 등 핵심 문제에 설명 의무에 그쳐 실효성 부족 소규모 플랫폼까지 규제 대상에 포함하여 혁신 저해 우려 	<ul style="list-style-type: none"> 규제의 실효성이 사업자의 자발적 노력에 의존 입점업체를 위한 강력한 사적 집행 단(단체소송 등) 미흡 지배력 남용 억제보다 투명성 제고에 초점



미국 모델: 안전 피난처와 레그테크

- Section 230은 플랫폼의 제3자 콘텐츠 책임을 면제
안전피난처 제도와 레그테크제도 도입
- 혁신 촉진과 사회적 책임 사이의 균형점 모색



일본 모델: 거래 투명화

- '특정 디지털 플랫폼' 지정 방식 채택
- 거래조건 투명성 확보에 집중
- 사업자의 자발적 노력에 의존하는 한계
- 강력한 사적 집행 수단(단체소송 등) 미흡



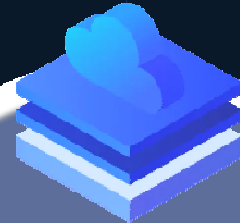
EU 모델: P2P 규정과 실효성

- P2P 규정을 통해 약관법적 접근으로 입점업체의
예측가능성 보장
- 자사 우대 등에 금지가 아닌 설명 의무에 그침
- 투명성 의무와 알고리즘 설명 책임 강화
- 실효성 확보를 위한 집행력 강화 필요



규제 모델 비교 분석

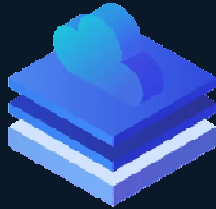
- 미국: 혁신 중시, 사후규제 중심
- EU: 공공성 중시, 사전규제 강화
- 일본: 실용주의적 접근, 최소 규제
- 각 모델의 장단점 조합한 한국형 모델 필요



규제 메커니즘 심화 분석

4. 비교 및 분석: 세 가지 규제 철학의 대비

한국의 법제



한국의 통신미디어 플랫폼 규제는 과도기적 상황에 놓여 있음.

전통 미디어와 플랫폼 간 규제 이원화, 국내외 사업자 간 역차별, 그리고 수평적 규제로의 전환 시도가 주요 쟁점

규제 이원화와 지체 현상

- 전통 방송(허가제)과 플랫폼(신고제)을 분리하는 규제 이원화 체계 유지
- '동일 서비스 동일 규제' 적용 어려움
- 규제 지체 현상으로 인한 정책 효과성 저하
- 급변하는 미디어 환경에 대응하지 못하는 낮은 규제 프레임워크

기울어진 운동장 (역차별)

- 국내 사업자 엄격 규제 vs. 해외 빅테크의 규제 책임 회피
- 국내 사업자의 경쟁력 약화 및 역차별 심화
- '망 무임승차' 논란 등 이원화 체계의 주요 쟁점 파생
- 글로벌 스탠다드와의 정합성 부족

수평적 규제로의 전환

- 온플법/온독법 등의 입법 시도
- 디지털미디어법/시청각미디어서비스법 논의 진행
- 수평적 규제 전환을 통한 규제 형평성 확보 모색
- 글로벌 규제 흐름을 반영한 체계적 접근 필요

4.비교 및 분석: 세 가지 규제 철학의 대비(원칙과 목표)

규제 원칙: 수평규제(서비스 중심), 비차별, 비례·차등책임

정책 목표: 공공성·다양성·혁신·경쟁의 균형적 달성

접근 방식: 수직적·사일로 규제에서 수평적·통합 규제로 전환

KPI 지표: 효과성 측정 및 모니터링

📈 신뢰도 - 미디어 콘텐츠 및 플랫폼에 대한 공적 신뢰

👤 접근성 - 다양한 콘텐츠와 서비스에 대한 보편적 접근

🌈 다양성 - 소유, 의견, 콘텐츠, 소스 다양성

🔍 투명성 - 알고리즘, 소유구조, 의사결정 과정

수평규제

서비스 유형 기준 동일 규제

비차별

플랫폼 간 공정한 경쟁 환경

차등책임

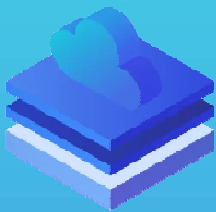
규모·영향력 비례 의무 부과

공공성
Public

다양성
Diversity

혁신
Innovation

경쟁
Competition



4. 비교 및 분석: 세 가지 규제 철학의 대비

제도적 대응 및 정책 방향

플랫폼 시대의 미디어 환경에서는 공공성과 상업성 간의 구조적 긴장을 해소하기 위한 체계적인 제도적 대응이 필요

이를 위해 매체 중립적 관점에서 수평적 규제 체계를 도입하고, **플랫폼의 규모와 영향력에 따른 차등화된 책임**을 부여하며, 알고리즘 운영의 투명성을 확보하는 것이 중요함.

수평적 규제 체계 도입

- 매체 중립 관점에서 유사 서비스에 일관된 원칙을 적용하여 규제 형평성 확보
- 전통적인 수직적/사일로 규제 방식에서 수평적/통합 규제 체계로 전환
- 미디어 서비스의 특성과 기능에 따라 일관된 규제 원칙 적용
- '동일 서비스-동일 규제' 원칙을 통한 공정 경쟁 환경 조성

규모와 영향력에 따른 차등 책임

- 플랫폼의 사회적 영향력과 시장 지배력에 비례한 차등 책임 원칙 적용
- 초대형 플랫폼(MOP 벤치마킹)에 대한 엄격한 의무 부과
- 위험 평가 및 위험 완화 조치 의무화
- 중소 플랫폼에는 상대적으로 완화된 규제로 혁신 촉진

알고리즘 투명성 확보 및 설명 의무

- 알고리즘 운영 원칙, 소유구조, 의사결정 과정 등의 투명성 의무화
- 추천 알고리즘의 주요 매개변수 공개 및 설명 의무 부과
- 정기적인 외부 감사 및 리스크 평가 시스템 도입
- 공공성다양성혁신경쟁의 균형적 달성에 기여

4. 비교 및 분석: 세 가지 규제 철학의 대비

지속가능한 통신미디어 생태계 조성 전략

법적 규제만으로는 플랫폼 시대의
미디어 공공성을 확보하기 어려움.

지속가능한 미디어 생태계를
위해서는 공적 자원 확대, 공영
플랫폼 혁신, 미디어 리터러시
교육, 그리고 국제 협력 네트워크
구축 등 다양한 보완책이 필요

이러한 종합적 접근을 통해 건강한
미디어 환경을 조성할 수 있음

공적 자원 및 저널리즘 지원

- 비영리 저널리즘 부문(탐사/지역 뉴스)에 대한 공적 기금 및 직접 지원 확대
- 공영미디어(PSM)의 자원 안정성 및 편집 독립성 보장

공영공공 플랫폼의 혁신

- 이용자 경로 변화에 대응하는 디지털 네이티브 플랫폼 구축 가속화
- 공적 가치를 구현하는 혁신적 서비스 모델 개발

미디어 리터러시 교육 강화

- 시민의 비판적 정보 분별력 향상을 위한 미디어 리터러시 교육 확대
- 공적 신뢰도 및 정보 접근성 제고를 위한 교육 프로그램 개발

글로벌 규제 협력 네트워크 구축

- 초국적 플랫폼 규제 실효성 제고를 위한 국제 협력 체계 구축
- EU 등과의 규제 협력 및 정보 공유 네트워크 적극 참여

5. 결론 및 정책 제언

요약

공공성-상업성 균형을 위한 플랫폼 규제 프레임워크 재설계 필요

수평적 규제와 차등 책임 원칙에 기반한 미디어·플랫폼 정책 체계

국가별 모델: 미국(자유주의·면책), EU(공동체·사전규제), 일본(최소·공동규제)

한국 제언: ①플랫폼 규모별 의무 차등화 ②알고리즘 투명성·감사 ③공영·공공 플랫폼 육성 ④지역·다양성 지원

핵심 가치
공공성 · 다양성 · 혁신 · 경쟁

규제 철학
수평적 규제 + 차등 책임

정책 방향
알고리즘 투명성 & 감사

한국형 모델
공공 플랫폼 + 지역 다양성

감사합니다

 lawknp@police.ac.kr

 lawwisc@gmail.com