

## 2024년 미디어 공적 재원의 현황과 개선방향

최세경  
중소벤처기업연구원 수석연구위원

### 목차

- 1 들어가며
- 2 미디어 정책과 공적 재원의 범위
- 3 2024년 미디어 공적 재원의 현황과 문제점
- 4 균형 있는 미디어 정책을 위한 공적 재원의 운영 제언

### 요약

이 글은 OTT 서비스가 주도한 콘텐츠 한류 현상이 '외화내빈'의 명암이 교차하는 2023년 국내 미디어 시장 변화 상황을 바탕으로 미디어 관련 공적 자원 구조를 분석한다. 미디어 관련 공적 재원의 현황을 살펴보는 것은 정부의 미디어 정책이 어떠한 방향으로 설계되었는가를 이해하는 출발점이기 때문이다. 또한 재정립된 정책이 미디어 현장의 혼돈을 해결하는 데 부합하는지, 그리고 공적 재원은 정책의 목표를 달성할 수 있도록 적절히 분배되었는지를 판단하는 근거가 된다. 이에 본 글은 먼저 미디어 정책의 목표와 유형 및 수단, 그리고 미디어 관련 공적 재원의 범위를 고찰하고, 2024년도 미디어 관련 공적 재원의 구성과 분배 내역을 분석한 후 향후 정부의 미디어 정책에 부합하는 공적 재원의 조성 and 분배 등에 대한 개선방향을 제안하고자 한다.

## 1. 들어가며

2023년 국내 미디어 시장은 OTT 서비스가 주도한 콘텐츠 한류 현상의 명암이 교차하는 ‘외화내빈’의 모습을 보였다. 연초에는 코로나19 팬데믹 기간 동안 국내 미디어 생태계가 건강해진 만큼 콘텐츠 수출 증대와 수익구조 개선이 뚜렷할 것으로 기대되었다. ‘오징어 게임’, ‘지금 우리 학교는’ 등과 같은 한류 콘텐츠가 글로벌 시청자로부터 큰 인기를 얻자, 글로벌 OTT 플랫폼의 국내 제작 투자가 증가하고 국내 제작사의 협상력도 높아졌기 때문이다.<sup>1)</sup> 하지만 기대와 달리 국내 방송사와 OTT 플랫폼뿐만 아니라 다수 국내 제작사까지 수익 창출에 어려움을 겪었다.

넷플릭스, 디즈니플러스 등 글로벌 OTT 플랫폼의 제작 투자가 촉발시킨 제작비의 상승은 국내 방송사와 OTT 플랫폼의 콘텐츠 제작과 확보를 위축시켰다. 지상파방송사는 전통적으로 편성했던 수목 드라마의 슬롯(방송 프로그램 편성 자리)을 폐지했으며 종합편성채널은 드라마 편성을 대폭 축소했다. 그리고 글로벌 OTT 플랫폼과 오리지널 콘텐츠 경쟁에 나설 수밖에 없었던 티빙과 웨이브 등 국내 OTT 플랫폼은 막대한 투자에도 불구하고 요금 인상에 나서지 못해 적자만 눈덩이처럼 커졌다. 심지어 성장성과 수익성이 크게 증대할 것으로 전망되었던 ‘스튜디오드래곤’마저 국내 미디어산업의 업황 부진으로 2023년 4분기에 38억 원의 영업손실을 내며 적자 전환했다(연합뉴스, 2024.02.07).

이처럼 2023년 국내 미디어 시장이 외화내빈의 모습을 보였다면, 국내 미디어 제도는 그 공격 위상과 기능에 대한 도전을 받았다. 특히 코로나19 팬데믹 기간 동안 폭증한 OTT 서비스의 이용은 실시간 선형서비스(Live linear service)에 근거한 ‘공공서비스방송(Public service broadcasting)’의 위기를 가져왔다. OTT 서비스와 비교할 때, 지상파방송이

---

1) 코로나19 팬데믹 기간 동안 한국 드라마가 글로벌 시장에서 유명세를 치르면서 국내 드라마 제작사의 연간 제작 편수가 2020년과 2021년에 약 140편 수준에서 2022년에는 약 160편으로 증가했다(시사IN, 2022.10.14). 그리고 2022년 지상파와 방송채널사용사업자(PP)의 방송콘텐츠 수출액은 각각 2억 7,124만 달러와 2억 9,005만 달러로 전년 대비 27.1%와 31.9% 증가했으며, 방송영상독립제작사의 수출액은 2021년 2억 8,477만 달러로 전년 대비 41.5%의 높은 증가세를 기록했다(과학기술정보통신부 · 방송통신위원회, 2023; 문화체육관광부, 2023).

저조한 도달률로 다수 시청자에게 봉사하지 못했으며 다양한 계층에게 소구할 만큼 방송 서비스와 콘텐츠에서 차별성(Distinctiveness)을 실현하지 못했기 때문이다.

민주적 여론 형성의 핵심이라 할 수 있는 저널리즘 영역에서도 전통 미디어는 온라인 미디어의 도전을 받았다. 뉴스의 생산과 유통 과정에서 거대 포털의 영향력은 점차 커지고 있는 상황에서 국내 뉴스 신뢰도는 아시아·태평양 지역에서 가장 낮은 28%를 기록할 정도로 하락했기 때문이다(Reuters Institute, 2023). 이로 인하여 허위정보(Disinformation)와 가짜뉴스(Fake news)를 생산하고 유통한다는 비판의 대상이 포털, 동영상공유플랫폼 등 온라인 미디어를 넘어 신문, 방송 등 전통 미디어로까지 확장되었다.

이와 같은 미디어 현장의 혼돈은 곧 미디어 정책의 재정립이 필요함을 시사한다. 정책이 문제시된 현실을 개선하는 것인 만큼, 변화한 현실에 따라 정책의 목표와 대상이 달라질 수밖에 없다. 나아가 미디어 정책을 재정립한다면 미디어와 관련한 공적 재원(Public finance)도 재구성 또는 재분배해야 한다. 예산, 기금, TV수신료 등의 공적 재원은 정책을 집행하는 주요 수단일 뿐만 아니라 핵심 자원이기 때문이다. 실제로 정부는 2023년에 TV수신료의 징수 방식을 바꾸는 결정을 내렸고(중앙일보, 2023.07.25), 2024년도 정부 예산안에서 공공채널과 공익채널 관련 보조금 규모를 삭감했다(한국기자협회, 2023.09.12). 반대로 과학기술정보통신부(이하 과기정통부)는 국내 OTT 플랫폼, IPTV, 콘텐츠 스타트업 등을 지원할 목적으로 ‘디지털 미디어·콘텐츠 투자 펀드’ 조성에 1,000억 원을 투입한다고 밝혔다(시사IN, 2023.06.15).

따라서 2024년도 미디어 관련 공적 재원의 현황을 살펴보는 것은 정부의 미디어 정책이 어떠한 방향으로 설계되었는가를 이해하는 출발점이라 할 수 있다. 또한 재정립된 미디어 정책이 미디어 현장의 혼돈을 해결하는 데 부합하는지, 그리고 공적 재원은 미디어 정책의 목표를 달성할 수 있도록 적절히 분배되었는지를 판단하는 근거가 된다. 이에 본 글은 먼저 미디어 정책의 목표와 유형 및 수단, 그리고 미디어 관련 공적 재원의 범위를 고찰하고, 2024년도 미디어 관련 공적 재원의 구성과 분배 내역을 분석한 후 향후 정부의 미디어 정책에 부합하는 공적 재원의 구성과 분배 등에 대한 개선방향을 제안하고자 한다.

## 2. 미디어 정책과 공적 재원의 범위

### 1) 미디어 정책의 목표와 유형

미디어 정책은 ‘정책목표’와 ‘정책유형’이라는 두 차원에 따라 세분화할 수 있다. 먼저 정책목표 차원은 흔히 미디어의 공익성과 공공성이라 할 수 있는 ‘미디어산업 발전’과 ‘민주주의 기여’로 구분이 가능하다. 전자는 콘텐츠 또는 서비스라는 상품을 통해 경제적 가치를 창출하는 활동인 미디어산업의 발전을 도모하는 정책이다. 그리고 후자는 민주주의에 필수적인 여론의 형성에 있어서 다원성과 다양성을 보장하거나 증진시키기 위한 정책을 지칭한다. 민주적 여론 형성을 위해 요구되는 언론의 자유, 방송 편성의 자유와 독립, 소수계층 이익의 대변, 문화공동체 형성 등에 관한 정책이 모두 후자에 속한다.

정책유형 차원은 ‘규제정책’과 ‘진흥정책’으로 나눌 수 있다. 규제정책은 강요적 기법으로, 개인이나 일부 집단의 행위를 제한하거나 제약하는 정책을 말한다. 주로 불공정한 경쟁 행위를 방지하기 위해 시장지배적 사업자의 활동을 제약하는 것처럼 다수를 보호할 목적에 따라 시행된다. 「방송법」 제71조에서 규정한 ‘국내 방송프로그램 의무편성비율’과 동법 제85조의2에 따라 ‘금지행위’는 가장 대표적인 미디어 규제정책이라 할 수 있다.

반면에 진흥정책은 개인이나 기업에게 권리와 이익, 서비스 또는 자금, 토지 등의 자원을 분배하여 정책 대상의 발전을 유도하거나 활성화시키는 정책을 지칭한다. 미디어산업 발전에서 가장 중요한 콘텐츠의 생산과 유통을 촉진하기 위해 그 제작비를 보조 또는 용자해 주거나, 균형 있는 여론 형성을 장려할 목적으로 지역 또는 중소 방송사의 프로그램 제작비를 지원하는 정책이 여기에 속한다.

이러한 진흥정책은 규제정책과 달리 정책을 이행하거나 실현할 수 있는 다양한 수단을 보유하고 있다. 예를 들어 R&D, 인력, 마케팅 등의 비용을 정부가 직접 제공하거나 아니면 용자와 투자와 같이 금융을 통해 자금을 지원할 수 있다. 조사와 통계, 시장동향 등의 정보를 제공하거나 중개지원조직을 활용하여 컨설팅을 제공하는 비금전적 지원도 진흥정책으로 자주 사용된다. 마지막으로 규칙을 정하는 법률의 제정, 인·허가, 기관 설립 등과 같은 제도의 형성 및 조직화, 그리고 사회문화적 환경 조성 등도 진흥정책에 속하는 정책수단이라 할 수 있다.

[표 1] 미디어 정책의 목표와 유형

	미디어산업 발전	민주주의 기여
규제정책	<ul style="list-style-type: none"><li>• 시장진입 규제(신규미디어 도입, 인허가)</li><li>• 미디어시장에서 불공정 경쟁행위 규제(방송사업자 금지행위 규제)</li><li>• 저작권 보호 규제(일방적 양도 요구 등의 자위남용 금지)</li><li>• 정보보안/개인정보 침해 규제</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 소유·점영 및 점유율 규제(다양성 측면)</li><li>• 편성/유통에서 다양성 규제(의무편성제도, 재송신, 채널구성 등)</li><li>• 시청자/이용자 권익보호(시청자위원회 운영, 이용악관 신고 등 방송사업자 의무사항)</li><li>• 콘텐츠 심의 및 등급 관련 규제</li><li>• 허위정보, 가짜뉴스 생산과 유통 규제</li><li>• 불법콘텐츠 생산과 유통 규제</li></ul>
진흥정책	<ul style="list-style-type: none"><li>• 미디어/콘텐츠 창업 및 신사업 발굴</li><li>• 미디어산업 발전요소 제공 및 활성화(자금, 기술표준, 시설인프라, 시장정보 등)</li><li>• 콘텐츠 제작투자 지원 및 창작경쟁력 활성화(스토리 발굴, 창의인재 양성 등)</li><li>• 비즈니스모델, 유통(서비스), 수출 등 지원</li><li>• 미디어산업 법제도 형성(세제혜택, 정책개발, 규제혁신 등)</li><li>• 미디어/콘텐츠 소비 촉진</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 국가기관방송사(KBS) 등 공영방송사 운영</li><li>• 공공채널, 공익채널 운영 보조금 지원</li><li>• 지역·중소방송사의 제작과 송출 지원</li><li>• 소외계층의 방송통신/콘텐츠 접근 확대</li><li>• 다양한 공익콘텐츠의 제작과 유통 지원</li><li>• 시청자/이용자 권익보호 및 참여 촉진(제작 등 참여활동, 미디어리터러시 등 지원)</li><li>• 미디어/언론 법제도 형성(방송평가, 정책개발, 규제혁신 등)</li></ul>

이상에서 살펴본 미디어 정책의 목표와 유형을 「방송통신발전기본법」, 「방송법」, 「문화산업진흥기본법」 등을 토대로 상세히 정리하면 [표 1]과 같다. 이를 보면 미디어 운영과 활동을 통해 민주주의에 기여하고자 하는 정책유형이 미디어산업 발전보다 더 다양하다는 것을 알 수 있다. 또한 정부가 지상파방송사와 같은 허가·승인 사업자에게 부과하는 공적 과업(Public remit) 대부분이 미디어 정책의 대상임을 알 수 있다.<sup>2)</sup>

2) 전통적으로 준공공재이며 ‘사상의 시장(market of idea)’이라 할 수 있는 방송의 경우 시장실패를 보완하면서 공익성 실현을 위해 ‘쌍무규제(bilateral regulation)’를 적용했다(방정배 외, 2008). 독점적 사업권 부여와 같은 경제적 특권을 보장하는 대신에 민주적 여론 형성에 기여할 수 있도록 방송활동에서 보도 공정성과 콘텐츠 다양성을 실현해야 하는 공적 책임을 부여한 것이다.

## 2) 공적 재원의 범위

통상 정부 재정활동에서 공적 재원이란 예산에 편성되는 조세 수입과 기금 수입을 지칭한다. 하지만 정책 측면에서 공적 재원은 정책을 위해 분배된 세출 예산과 기금 지출뿐만 아니라 공익 목적을 위해 법률에 따라 민간에 부과하는 부담금까지 포함한다. 따라서 미디어 관련 공적 재원은 정부가 미디어 정책을 집행하기 위해 편성한 예산, 기금 등의 지출액 그리고 KBS, EBS 등 공영방송의 재원으로 사용되는 특별부담금 성격을 갖는 TV수신료라 할 수 있다.

미디어 정책은 「정부조직법」상 행정부에 속하는 「과학기술정보통신부(이하, 과기정통부)」와 「문화체육관광부(이하, 문체부)」, 그리고 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」에 따라 설립된 '방송통신위원회(이하, 방통위)'가 담당한다. 과기정통부는 주로 미디어산업 발전 측면에서 방송과 통신, 그리고 방송통신 융합에 대한 진흥을 담당하며, 방통위는 방송과 통신 및 방송통신 분야에서 규제와 이용자 보호에 관한 정책을 소관 한다. 마지막으로 문체부는 콘텐츠와 저작권을 기반으로 하는 문화산업과 문화미디어산업 전반에 대한 진흥을 담당한다. 이처럼 미디어 정책의 소관 권한이 여러 중앙행정기관으로 분산된 만큼 미디어 관련 공적 재원도 여러 정책에 걸쳐 분산되어 있으며, 관련 기금도 다양하다.

[표 2] 중앙행정기관별 소관 미디어 정책과 대상 및 기금

부처	소관업무	정책대상(미디어)	기금
과기정통부	방송·통신의 융합, 진흥 및 전파관리	정보통신·방송, 전파·방송, 통신, 방송통신(미디어, 콘텐츠, 광고 등), 방송서비스 및 산업(유료방송, 공익채널, 디지털방송 등)	정보통신진흥기금 방송통신발전기금
문체부	문화·예술·영상·광고·출판·간행물	문화산업(영화, 애니메이션, 음악, 비디오품, 게임물 등), 문화콘텐츠 및 디지털문화콘텐츠 저작권, 문화미디어산업(정기간행물, 방송영상, 광고, 출판, 인쇄, 뉴미디어 등)	문화예술진흥기금 영화발전기금 언론진흥기금 지역신문발전기금
방통위	방송과 통신 규제와 이용자 보호 등	방송통신, 통신(규제 및 심의), 방송(지상파방송, 지역방송, 방송광고, 방송심의, 방송평가 등), 방송통신이용자(시청자)	방송통신발전기금

현재 조성·운용되고 있는 미디어 관련 기금은 총 6개이나 이 중에서 '정보통신진흥기금'과 '문화예술진흥기금'은 미디어 사업자 또는 이용자와의 직접적인 관련성이 크지 않다. 정보통신진흥기금의 경우 ICT 연구개발, 기술 표준의 개발·제정 및 보급, 산업기반조성 등에 사용되기 때문에 미디어산업의 범위를 초월한다. 또한 문화, 순수예술 등을 진흥하기 위한 용도의 문화

예술진흥기금도 미디어산업 발전 또는 민주주의 기여가 궁극적인 정책목표라고 보기는 어렵다. 따라서 이 글에서는 ‘방송통신발전기금’, ‘영화발전기금’, ‘언론진흥기금’, ‘지역신문발전기금’에 중점을 두어 미디어 관련 공적 재원을 검토할 것이다.

### 3. 2024년 미디어 공적 재원의 현황과 문제점

#### 1) 과기정통부

과기정통부의 2024년도 전체 예산규모는 전년 대비 258% 증가한 약 25조 3,500억 원 규모이며 이 중에서 기금은 약 3조 1,000억 원으로 전체의 1223%를 차지한다. 하지만 미디어 관련 예산과 기금으로 제한할 경우 그 규모는 크게 감소한다. 정보통신, 방송통신, 전파방송 등의 정책에 지출하는 과기정통부의 2024년도 예산과 기금은 약 3조 1,376억 원이며, 이는 전년 대비 21.72%나 감소한 것이다. 그리고 미디어 정책과의 관련성이 가장 높은 ‘방송통신발전기금’의 2024년 지출 예산은 1조 652억 원으로 전년대비 14.49% 감소했다.<sup>3</sup>

**[표 3] 과기정통부 전체 예산 및 미디어 예산 추이** (단위 : 백만 원, %)

구분		2021년	2022년	2023년	2024년	전년대비증감률 (23년 대비 24년)
전체	예산	17,583,542	18,910,167	21,170,353	22,249,212	5.10
	기금	3,691,468	3,909,608	3,542,579	3,100,730	△12.47
	총계	21,275,010	22,819,775	24,712,932	25,349,942	2.58
미디어	예산	714,594	1,305,998	1,055,346	846,407	△19.80
	기금	2,841,277	3,153,927	2,952,956	2,291,230	△22.41
	방발	1,246,622	1,197,253	1,245,742	1,065,196	△14.49
	정진	1,594,655	1,956,674	1,707,214	1,226,034	△28.19
	총계	3,555,871	4,459,925	4,008,302	3,137,637	△21.72

1) 단위사업 기준으로 필자가 미디어 사업(예)을 선정하여 분류하여 계상  
2) 과기정통부의 인건비와 기본경비 및 운영 등에 관한 사업은 제외하고 계상  
자료 : 과기정통부, 각 연도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(확정)

3) 과기정통부의 예산에서 사업의 정책대상이 ‘정보통신’인지 아니면 ‘방송통신’인지를 구분하기 매우 어렵다. 따라서 ‘정보통신’과 관련한 모든 예산 사업과 ‘정보통신진흥기금’ 사업까지 포함하여 미디어 관련 사업으로 정리했다.

정책대상을 방송사, OTT 플랫폼, 제작사 등 방송통신미디어로 국한할 경우 과기정통부의 미디어 관련 공적 재원 규모는 더 축소된다. 협소한 의미의 미디어산업을 지원하는 단위사업의 수가 9개에 불과하기 때문이다.<sup>4</sup> 이 중에서도 콘텐츠 관련 기술 개발이 아닌 방송프로그램 또는 OTT 서비스용 동영상 제작을 지원하는 단위사업은 ‘방송통신콘텐츠 진흥’이 유일하다. 여기에는 해외진출용 방송 및 OTT 콘텐츠, 공익형 방송콘텐츠, 1인 미디어 콘텐츠 등의 제작을 지원하는 ‘방송콘텐츠 진흥’, 그리고 콘텐츠 제작 투자 펀드에 출자하는 ‘디지털콘텐츠코리아펀드’라는 두 개의 세부사업으로 구분된다.

**[표 4] 과기정통부의 미디어 정책 관련 주요 사업과 예산 규모** (단위 : 백만 원, %)

재원	사업명	주요 내역	2023년	2024년	전년대비 증감률
일반회계	콘텐츠 진흥	VR/AR, 홀로그램, 1인 미디어 등 기술개발, 시설인프라 구축 등	50,060	7,511	△85.00
	문화콘텐츠산업 기술지원	실감콘텐츠 핵심기술 개발	33,030	44,874	35.86
	콘텐츠디바이스 기술개발	미디어지능화, OTT서비스 기술개발 등	113,960	110,148	△3.35
	방송통신콘텐츠 진흥	제작지원, 펀드 조성, SO지원 등	34,453	63,814	85.22
	방송산업 육성기반 구축	실태조사, 통계 구축	3,032	1,591	△47.53
방발기금	콘텐츠 진흥	VR/AR 융합 및 디지털 콘텐츠 개발, 산업기반 조성 등	139,354	63,208	△54.64
	디지털방송 전환	저소득층 디지털방송 시청지원	858	0	△100.00
	콘텐츠디바이스 기술개발	방송·스마트미디어 기술개발 등	107,088	103,390	△3.45
	전파방송산업 활성화	방송장비 개발과 상품화 지원 등	9,757	865	△91.13

자료 : 과기정통부, 각 연도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(확정)

더 심각한 문제는 미디어 정책을 위한 사업이 폐지되거나 미디어 사업자에 대한 직접적 지원이 되는 지출예산이 감소했다는 점이다. ‘콘텐츠전략 펀드’ 출자금 성격인 ‘디지털콘텐츠코리아펀드’ 사업 예산의 증액(23년 45억 원 → ’24년 350억 원)으로 ‘방송통신콘텐츠 진흥’ 사업의 전

4) 방송통신미디어 사업으로 구분한 9개 단위사업은 미디어의 범위를 매우 제한하여 적용했으며, 이 기준에 따른 과기정통부의 미디어 공적 재원의 규모는 2023년 4,915억 9,200만 원에서 2024년 3,954억 100만 원)으로 19.57% 감소했다.



체 예산은 85.22%나 증가했지만,<sup>5</sup> 방송사업자에 대한 보조의 성격이 큰 ‘방송콘텐츠 진흥’ 사업의 예산은 오히려 전년 대비 40.2%(’23년 299억 5,300만 원 → ’24년 179억 1,400만 원) 감소했다. 특히 ‘공익형 방송콘텐츠’의 제작 지원 규모가 2023년 38억 6,000만 원에서 2024년 20억 4,700만 원으로 감액되었다. 또한 미디어의 공익성을 실현하는 정책으로 저소득층과 취약계층의 UHD방송 수신을 지원하는 ‘디지털방송 전환’ 사업이 유일하게 있었으나 이마저도 2024년에 폐지되었다.

## 2) 문체부

문체부의 2024년도 미디어 관련 공적 재원은 전년 대비 3.04% 감소한 1조 3,682억 원으로 문체부의 전체 총예산 대비 14.17%에 해당한다.<sup>6</sup> 문체부 전체 총예산은 전년 대비 1.33% 증가했지만 미디어 공적 재원은 오히려 감소한 것으로 나타났다. 이처럼 문체부 소관의 2024년도 미디어 공적 재원이 감소한 것은 ‘영화발전기금’의 지출예산이 무려 40.09% 감소한 것이 영향을 미쳤다.

[표 5] 문체부 전체 예산 및 미디어 예산 추이 (단위 : 백만 원, %)

구분		2021년	2022년	2023년	2024년	전년대비증감률 (23년 대비 24년)
전체	예산	3,677,953	3,910,950	3,753,800	3,852,034	2.62
	기금	5,219,477	5,455,694	5,774,465	5,802,707	0.49
	총계	8,897,430	9,366,644	9,528,265	9,654,741	1.33
미디어	예산	920,014	1,023,339	1,126,144	1,172,628	4.13
	기금	340,554	248,156	285,041	195,590	△31.38
	영화발전기금	305,245	200,447	230,016	137,795	△40.09
	지역신문발전기금	1,261	9,525	9,832	9,837	0.05
	언론진흥기금	34,048	38,184	45,193	47,958	6.12
	총계	1,260,568	1,271,495	1,411,185	1,368,218	△3.04

1) 단위사업 기준으로 필자가 미디어 사업(22개)을 선정하여 분류하여 계상

2) 문체부의 인건비와 기본경비 및 운영 등에 관한 사업은 제외하고 계상

자료 : 문체부, 각 연도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(확정)

5) ‘디지털콘텐츠코리아펀드’ 운영은 종료되고 2024년부터 ‘콘텐츠전략펀드’를 신설하여 모태펀드에 350억 원을 출자했다. 다만 사업명은 그대로 ‘디지털콘텐츠코리아펀드’를 유지하고 있다.

6) 공연, 국악, 지역문화 등 콘텐츠산업과 연관성이 있다 할지라도 ‘순수예술’과 ‘문화’에 해당하는 예산사업과 ‘문화예술진흥기금’ 지출사업은 미디어 공적 재원의 범위에서 제외했다.

문체부의 미디어 공적 재원에서 일반 예산의 지출 규모는 4.13% 증가했으나, ‘미디어 산업육성’이라는 단위사업은 전년대비 78%나 감소했다. ‘메타버스 콘텐츠산업 육성’과 ‘영화 산업 육성 및 지원’도 전년대비 지출예산이 크게 감소한 단위사업이다. ‘미디어산업육성’ 사업의 예산이 크게 감소한 것은 국가기간통신사인 ‘연합뉴스’ 지원비가 2023년도 278억 6,000만 원에서 2024년 50억 원으로 82.1% 급감했기 때문이다. ‘영화산업 육성 및 지원’ 사업의 경우, 2023년 일반회계에서 영화발전기금으로 전출된 800억 원이 2024년에 전액 삭감되자 기금 사업의 지출을 축소할 결과로 추정된다. 실제로 영화발전기금을 통해 영화 창작과 제작을 지원하는 ‘영화 창·제작 지원’이라는 세부사업은 전년대비 64%(2023년 297억 5,600만 원 → 2024년 107억 2,500만 원) 삭감되었다. 마지막으로 2021년 문재인정부 시절에 추진된 ‘메타버스 콘텐츠산업 육성’은 메타버스 콘텐츠 제작과 메타버스 플랫폼을 통한 공급 등 모든 내역에서 지출 규모가 크게 삭감되었다.

**[표 6] 문체부의 미디어 정책 관련 주요 사업과 예산 규모** (단위 : 백만 원, %)

재원	사업명	주요 내역	2023년	2024년	전년대비 증감률
일반회계	문화콘텐츠산업진흥 환경 조성	수출, 투자, 전문인력 양성 지원	323,065	508,086	57.27
	문화콘텐츠산업 육성	영상, 음악, 대중문화, 게임 등 지원 (콘텐츠진흥기관 운영 지원 포함)	300,865	311,914	3.67
	문화콘텐츠산업기술 지원	콘텐츠 기술개발, R&D 인력 양성 등	85,746	77,042	△10.15
	저작권인식 제고 및 보호활동 강화	저작권보호, 기술 및 표준화 지원	65,394	54,551	△16.58
	저작물이용·유통환경 조성	유통지원, 식별체계구축, 보호기술 개발 및 표준화 등	33,379	30,446	△8.79
	미디어산업육성	접지 지원, 국가기간통신사 지원 등	29,776	6,550	△78.00
	방송영상콘텐츠 및 광고산업 활성화	방송영상콘텐츠 지원(제작, 유통 등) 국제방송(아리랑TV) 지원 등	141,765	134,049	△5.44
	출판산업 육성	출판콘텐츠 지원(제작, 유통 등)	47,414	42,929	△9.46
	메타버스 콘텐츠산업 육성	메타버스 콘텐츠 제작 지원 (예술, 전통문화, 한류 등 연계)	16,240	7,061	△56.52
	영화산업 육성 및 지원	영화 지원(제작, 유통, 인력양성 등)	72,944	46,677	△36.01
기금	지역신문발전 지원	지역신문 역량(취재) 및 구독 지원	8,251	8,251	0.00
	언론(신문)발전 지원	뉴스유통, 뉴스신뢰성제고, 디지털혁신 등 지원	20,223	19,024	△5.93

자료 : 문체부, 각 연도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(확정)

반면에 전년대비 지출 규모가 가장 늘어난 미디어 관련 단위사업은 ‘문화콘텐츠산업진흥 환경 조성’이다. 콘텐츠 제작 투자 펀드에 출자하는 ‘K-콘텐츠 펀드출자(2023년 1,900억 원 → 2024년 3,400억 원)’, 그리고 콘텐츠상품의 수출을 지원하는 ‘문화콘텐츠 국제협력 및 수출 기반 조성(2023년 544억 3,900만 원 → 2024년 742억 3,300만 원)’이라는 세부사업이 전년보다 크게 증가한 영향이다. 이들 세부사업에서 미디어 지원과 관련하여 지출예산이 증액된 주요 내역을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 수출용 콘텐츠의 제작 투자를 장려할 목적으로 ‘콘텐츠 수출 펀드’에 900억 원을 출자했다.<sup>7)</sup> 둘째, 글로벌 OTT 서비스 시장을 공략하기 위한 ‘콘텐츠 전략펀드’를 신설하여 450억 원을 모태펀드에 새로 출자했다. 이는 과기정통부와 공동으로 조성하는 펀드이며, 전술한 바와 같이 과기정통부 역시 2024년에 350억 원을 새로 출자했다. 셋째, 콘텐츠 수출을 지원하는 해외 현지의 ‘콘텐츠 비즈니스센터(10개소 추가 개설)’ 및 ‘해외콘텐츠 기업지원센터(1개 신설)’ 운영을 대폭 확대했다(2023년 101억 7,300만 원 → 2024년 219억 5,000만 원).

한편, 방송사, 아리랑TV, 독립제작사 등을 직접 지원하는 ‘방송영상콘텐츠 및 광고산업 활성화’ 사업의 경우 전년보다 지출예산 규모가 소폭 감소했다(△5.44%). 그에 속하는 세부사업을 살펴보면, 중소 제작사의 방송영상콘텐츠 제작과 수출을 지원하는 ‘방송영상콘텐츠산업 육성’은 전년대비 9.7% 감소함으로써(2023년 1,234억 6,300만 원 → 2024년 1,114억 5,200만 원) 중소 제작사의 직접적 지원이 더 축소되었다. 반면에 ‘아리랑TV’의 운영을 지원하는 ‘국제방송 지원’ 사업의 지출 규모는 2023년 147억 3,200만 원에서 2024년 199억 5,400만 원으로 증액되었다.

### 3) 방통위

방통위가 소관 하는 모든 예산과 기금 사업은 미디어 관련 공적 재원이라 할 수 있다. 다만 과기정통부와 문체부의 미디어 공적 재원에서 두 부처의 인건비와 기본경비를 제외한 만큼, 방통위 역시 이러한 기준을 동일하게 적용할 경우 2024년 미디어 공적 재원의 총예산은 전년대비 4.67% 감소한 약 2,212억 원이다. 이는 2024년 과기정통부 미디어 공적 재원(3,954억

7) 2023년까지 모태펀드의 문화계정에 속하는 6개의 콘텐츠 펀드에 1,900억 원을 출자하던 것을 2024년에 5개 콘텐츠 펀드로 재편하면서 ‘콘텐츠 수출 펀드’를 새로 마련한 후 전체 출자 규모를 2,700억 원으로 증액했다.

원, 방송통신미디어 기준)의 55.94% 그리고 2024년 문체부 미디어 공적 재원(1조 3,682억 원)의 16.17%에 해당한다. 그리고 방통위의 미디어 공적 재원에 해당하는 총예산 중 ‘방송통신발전기금’의 지출예산은 약 2,011억 원으로 90.91%를 차지한다.

[표 7] 방통위 전체 예산 및 미디어 예산 추이 (단위 : 백만 원, %)

구분		2021년	2022년	2023년	2024년	전년대비 증감률
전체	예산	52,068	50,758	49,323	49,118	△0.42
	기금	195,173	205,378	211,396	201,142	△4.85
	총계	247,241	256,136	260,719	250,260	△4.01
미디어	예산	23,771	22,430	20,883	20,042	△4.03
	기금	195,173	205,378	211,126	201,142	△4.73
	총계	218,944	227,808	232,009	221,184	△4.67

1) 단위사업 기준으로 필자가 미디어 사업(9개)을 선정하여 분류하여 계상  
 2) 방통위의 인건비와 기본경비 등에 관한 사업은 제외하고 계상. 단 규제기관이라는 점에서 이와 관련한 활동을 지원하는 ‘방송통신운영 지원’ 사업은 포함  
 자료 : 방통위, 각 연도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(확정)

방통위 소관의 미디어 공적 재원을 단위사업 기준으로 살펴보면, 2023년에 가장 규모가 컸던 ‘방송인프라 지원’ 사업의 지출예산이 가장 많이 감소한 반면에, ‘방송콘텐츠 경쟁력 강화’ 사업은 전년대비 지출예산의 증가율이 15.43%로 가장 컸다. 지출예산 규모가 상대적으로 큰 ‘미디어 다양성·공공성 확보’와 ‘안전한 인터넷정보 활용기반 구축’ 사업도 전년대비 증가폭이 상당히 큰 것으로 나타났다. 지출예산의 증감률이 컸던 단위사업을 중심으로 어떠한 세부사업에서 지출예산의 변화가 크게 나타났는지 살펴보면 다음과 같다.

지출예산의 증가율이 가장 큰 ‘방송콘텐츠 경쟁력 강화’ 사업의 경우, 중소기업의 방송광고를 지원하는 ‘혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원(2023년 15억 9,100만 원 → 2024년 23억 5,600만 원)’과 소상공인의 방송광고를 지원하는 ‘지역 밀착형 방송광고 활성화 기반 구축(2023년 21억 3,200만 원 → 2024년 28억 6,800만 원)’의 증액이 가장 크게 영향을 미쳤다. 인터넷 이용자 보호를 위한 환경 조성 및 안전한 인터넷 정보 활용을 촉진하는 ‘안전한 인터넷정보 활용기반 구축’에서는 ‘불법유해정보 차단기반 마련(2023년 31억 7,700만 원 →

2024년 46억 6,200만 원)’과 ‘위치기반정보산업 활성화 기반 구축(2023년 11억 7,000만 원 → 2024년 19억 7,000만 원)’이라는 세부사업의 지출예산이 크게 증가했다. 전자는 부가통신사업자의 불법유헤정보 차단활동을 규제하는 사업이라면 후자는 위치정보사업자의 경쟁력을 강화하거나 산업기반을 조성하는 사업이다.

그리고 방송통신 분야의 규제정책에 필요한 모니터링, 심사 및 평가, 위원회 운영 등을 지원하는 일반회계 사업인 ‘방송통신운영 지원’의 경우, ‘행정효율성 증진 및 능력 개발’ 사업의 지출예산이 전년대비 크게 증가했다(2023년 1억 2,100만 원 → 2024년 3억 600만 원). 하지만 해당 세부사업은 방통위 직원의 역량을 증진하기 위한 교육훈련비라는 점에서 미디어 공적 재원의 증가라고 보기는 어렵다.

**[표 8] 방통위의 미디어 정책 관련 주요 사업과 예산 규모** (단위 : 백만 원, %)

재원	사업명	주요 내역	2023년	2024년	전년대비증감률 (23년 대비 24년)
일반회계	공정하고 안전한 방송통신 기반구축	이용자보호 평가, 시장조사 분석, 불법스팸 대응 등	8,628	8,033	△6.90
	방송인프라 지원	공영방송사 운영 지원(KBS, EBS)	7,741	7,088	△8.44
	방송통신 운영지원	법정위원회 운영, 공익채널평가, 허가심사 및 방송재난관리 지원 등	4,514	4,921	9.02
기금	방송인프라 지원	공영방송사, 공익채널, 지역·중소방송사 제작 지원 등	76,229	61,710	△19.05
	미디어 다양성·공공성 확보	미디어다양성조사, 경쟁상황평가 등 방송광고 및 불공정행위 규제 지원 청각장애인 등 소외계층 지원 언론중재위 및 방심위 운영 지원 등	73,379	78,025	6.33
	시청자 권익 보호 및 참여 활성화	시청방송참여, 공동체라디오 등 지원 (시청자미디어재단 지원)	26,582	23,133	△12.97
	방송콘텐츠 경쟁력 강화	조사통계/통합정보체계, 방송평가, 방송광고 및 OTT 산업 지원	8,365	9,656	15.43
	방송통신운영 지원	정책연구, 국제협력, 재난방송 운영 등	7,479	7,286	△2.58
	안전한 인터넷정보 활용기반 구축	인터넷이용자 보호 등 (클린인터넷, 사이버윤리 등)	19,092	21,332	11.73

자료 : 방통위, 각 연도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(확정)

지출예산 증액 규모가 가장 큰 ‘미디어 다양성·공공성 확보’ 사업에서는 ‘소외계층 방송 접근권 보장’ 사업이 2023년 157억 1,800만 원에서 2024년 201억 7,600만 원으로 가장 큰 폭으로

증가했다. 시각 및 청각 장애인용 방송수신기 보급, 장애인방송 제작 지원, 자막·수어방송 시스템 개발 및 기술표준 등을 지원하는 것으로 ‘민주주의 기여’를 위한 진흥정책에 해당한다. 또한 가짜뉴스와 허위정보 규제를 위해 사실 여부를 점검하는 ‘인터넷 환경의 신뢰도 기반 조성’ 사업도 지출예산이 상당 수준 증가했다(2023년 6억 1,000만 원 → 2024년 10억 2,700만 원).

한편 지출예산이 크게 감소한 단위사업의 구체적 내용을 살펴보면, 방송사 및 제작사 등의 제작과 송출 또는 운영의 비용을 직접 보조하는 세부사업의 지출예산이 감소한 것을 알 수 있다. 방송발전기금 사업과 일반회계 사업에서 모두 지출예산이 크게 감소한 ‘방송인프라 지원’ 사업의 경우, ‘아리랑TV 국제방송 지원’과 ‘국악방송 지원’ 세부사업의 지출예산이 크게 감소했으며 ‘KBS 대외방송 프로그램 제작 지원’과 ‘EBS 방송인프라 개선’ 등의 세부사업도 상당 규모 감액이 이루어졌다.

그리고 전년대비 지출예산 증감률이 컸던 ‘시청자 권의 보호 및 참여 활성화’ 사업의 경우, 대부분의 감액은 시청자미디어재단의 운영을 지원하는 ‘시청자미디어재단’의 지출예산이 크게 감소한 영향으로 보인다(2023년 252억 8,400만 원 → 2024년 216억 6,500만 원). 공동체라디오방송의 프로그램 제작을 지원하는 지출예산은 전액 삭감이 이루어진 반면에 지상파 방송사, 중편채널과 보도전문채널 등의 시청자참여프로그램 제작비를 지원하는 사업의 지출 예산은 소폭 증액되었다.

**[표 9] 방통위의 방송사 지원 주요 사업과 예산 증감 현황** (단위 : 백만 원, %)

방송사	세부사업	재원	2023년	2024년	전년대비증감률
KBS	KBS 대외방송 송출지원	일반회계	6,089	5,766	△5.30
	KBS 대외방송 프로그램 제작 지원	방발기금	6,352	5,034	△20.75
EBS	EBS 방송인프라 개선	일반회계	1,652	1,322	△19.98
	EBS 프로그램 제작지원	방발기금	35,468	32,774	△7.60
공익채널	아리랑TV 국제방송 지원	방발기금	23,423	13,430	△42.66
	국악방송 지원	방발기금	6,456	5,842	△9.51
기타	지역·중소방송사 콘텐츠 경쟁력 강화	방발기금	4,530	4,530	0.00
	공동체라디오 방송콘텐츠 경쟁력 강화	방발기금	200	0	△100.00
	시청자방송참여활성화 지원 (시청자참여프로그램 제작 지원)	방발기금	1,368	1,468	7.31

자료 : 방통위, 각 연도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(확정)

이상을 종합하면 방통위의 2024년도 미디어 공적 재원에서 증액이 이루어진 사업은 그 지원 대상이 방송사업자가 아니라는 점을 알 수 있다. 중소기업 또는 소상공인 방송광고를 지원하는 사업의 경우 방송사도 혜택을 받지만 직접적인 수혜자는 중소기업과 소상공인이다. 방송사가 간접적인 혜택을 보더라도 미디어 정책의 목표인 '미디어산업 발전'과 '민주주의 기여'와의 직접적 관련성은 크지 않다.

반면에 공영방송사와 공익채널 등의 제작과 송출 및 운영을 직접적으로 보조하는 사업의 지출예산은 크게 감소했다. 문체부가 아리랑TV의 국제방송활동에 지원하는 지출예산을 증액했다라도 아리랑TV를 지원하는 방송발전기금 지출예산이 42.66% 감소한 것은 경영에 큰 부담으로 작용할 것이다. 또한 과기정통부가 공익형 방송콘텐츠 제작 지원의 지출예산을 감액한 상황에서, 지역·중소 방송사의 콘텐츠 제작과 유통 지원 규모는 유지한 채 공영방송사인 KBS와 EBS 방송활동에 대한 지원을 축소할 것을 주목해야 한다. 즉, 방통위가 '민주주의 기여'라는 정책목표를 위해 그동안 다양한 방송사를 지원했던 직접적 보조가 2024년에 크게 축소되었다.

#### 4. 균형 있는 미디어 정책을 위한 공적 재원의 운영 제언

지금까지 2024년 미디어 공적 재원의 현황과 그 증감 내역을 살펴봤다. 가장 두드러진 특징을 두 가지로 요약할 수 있다. 하나는 콘텐츠 한류 현상을 계기로 콘텐츠 제작 투자와 수출을 확대하기 위한 미디어 정책 관련 지출예산이 크게 증가한 것이다. 예를 들어 2024년에 신설된 '콘텐츠 전략펀드'의 출자 규모만 800억 원이다. 다른 특징 하나는 민주주의 기여를 위해 다양한 미디어의 제작과 운영을 지원하던 미디어 정책 관련 지출예산이 감액된 것이다. KBS, EBS의 공공서비스방송 활동 및 연합뉴스의 기간통신서비스 지원뿐만 아니라 중소 방송사 또는 제작사의 제작과 송출 및 유통(수출) 지원까지 축소되었다. 대신 중소기업과 소상공인 광고 활동을 지원하는 방식으로 지역 중소방송사의 매출에 간접적 혜택을 제공하는 사업의 지출예산이 증액되었다. 종합하면, 2024년 미디어 공적 재원의 분배 현황을 볼 때 '민주주의 기여'를 실현하고자 하는 미디어 진흥정책이 상대적으로

덜 배려되었다고 간주할 수 있다.

미디어 시장은 ‘재화’와 ‘사상’을 증개하는 ‘이중시장(Dual market)’의 특성을 지닌다(Baker, 2001). 미디어가 서비스하는 콘텐츠(정보)는 경제적 가치를 갖는 상품이면서 진리를 위해 서로 경쟁하는 다양한 견해와 관심이기도 하다. 이러한 특징 때문에 미디어 정책은 ‘미디어산업 발전’과 ‘민주주의 기여’를 동시에 지향해야 한다. 더구나 이 두 정책의 목표는 상호 보완적인 성격도 강하다. 다양한 방송사, 제작사 등이 다양한 콘텐츠를 생산하고 제공하는 것은 민주주의에 기여할 뿐만 아니라 미디어 시장에 창의성을 공급하고 동태적 혁신성을 높임으로써 미디어산업 발전을 촉진한다.

더불어 정부가 공영방송사, 기간통신사 등의 운영을 지원하는 것도 국내 미디어산업 발전을 위해 반드시 필요하다. 이들이 제공하는 공공서비스방송과 기간통신서비스가 미디어 시장의 전반적인 품질을 높이는 긍정적 압력으로 작용하기 때문이다. 또한 이들이 국내 미디어 산업과 저널리즘 영역에서 안정적 일자리를 제공하고 창의적 역량을 키우는 창의인재 양성의 장이었음을 간과하지 말아야 한다. 마지막으로 넷플릭스, 디즈니플러스 등과 같은 글로벌 OTT 플랫폼과 다수 국내 제작사 간에 공정한 거래가 가능하려면 토종 OTT 플랫폼이 시장력을 보유한 강력한 경쟁자로서 기능해야 한다.

미디어 공적 재원이 ‘미디어산업 발전’ 관련 정책을 중심으로 분배되는 것은 다음의 세 가지 구조적 한계에서 기인한 측면이 있다. 첫째, 규제와 진흥 정책에 따라 분산된 미디어 정책 거버넌스이다. 방송통신 산업 진흥과 미디어 및 콘텐츠 산업 진흥을 소관 하는 과기정통부와 문체부는 ‘민주주의 기여’를 위한 미디어와 저널리즘 진흥에 소극적일 수밖에 없다. 역으로 방송과 통신 규제 그리고 이용자보호를 소관 하는 방통위는 ‘민주주의 기여’에 필요한 미디어 진흥정책을 수행하는데 있어 자원과 역량의 한계가 있다.

둘째, 정보통신진흥기금과 방송통신발전기금의 용도 유사성이다. 두 기금의 주요 재원은 「전파법」에 따른 주파수할당 대가이다. 주파수할당 대가의 45%는 방송통신발전기금으로, 55%는 정보통신진흥기금으로 조성된다. 이처럼 재원이 동일하다 보니 두 기금의 용도와 분배 내역에서 유사성이 매우 높다. 특히 과기정통부가 운용하는 방송통신발전기



금을 보면 방송사업자, 제작사 등을 지원하는 사업은 매우 부족하며, 정보통신진흥기금과의 차이를 알 수 없을 정도다.

셋째, 방송통신발전기금 조성의 정당성과 형평성 부족이다. 방송통신발전기금의 또 다른 주요 수입원은 허가·승인 방송사업자로부터 매년 매출액의 일정 비율을 징수하는 분담금이다. 문제는 방송사업자 분담금이 초기에는 독점적 사업권에 따른 초과수익의 환수 성격이었으나, 전통 방송산업이 정체기에 들면서 초과수익이 아닌 영업 부담으로 변모한 것이다. 전송수단에 관계없이 동영상 콘텐츠를 놓고 거대 포털, 동영상 공유플랫폼, OTT 플랫폼이 방송사와 직접 경쟁하고 있으나 이들은 방송통신발전기금을 부담하지 않고 있다. 그로 인하여 방송통신발전기금의 조성규모가 점차 감소할 뿐만 아니라 부담자인 방송사업자, 제작사 등에게 돌아갈 수혜 규모도 감소하는 악순환이 발생하고 있다.

따라서 ‘미디어산업 발전’이든 ‘민주주의 기여’이든 미디어 정책에 투입되는 공적 재원을 확대하고 공정하고 효율적으로 운영하려면 이러한 구조적 한계를 해결해야 한다. 우선 미디어 정책 거버넌스를 일원화할 필요가 있다. 적어도 방송통신미디어 중심으로 진흥정책과 규제정책을 일원화하고 그에 대한 예산과 기금을 통합하여 운영할 수 있어야 한다. 유료방송, 지상파방송, OTT 플랫폼, 방송영상 등 각 정책에서 사용되는 명칭은 각각 다르지만 시장에서는 이미 그 차이의 경계가 사라진 상황을 고려하여 정책 추진체계를 일원화해야 한다.

둘째, 정보통신진흥기금과 방송통신발전기금의 조성의 운영 주체를 분리하고 그 용도에서 차별성을 확보해야 한다. 이미 주파수할당 대가의 더 많은 비중이 정보통신진흥기금으로 출연되는 만큼, 방송통신발전기금은 방송통신미디어를 대상으로 한 규제와 진흥 정책의 재원으로만 모두 사용하는 것이 바람직하다.

셋째, 방송통신발전기금 징수 대상을 더 확대할 필요가 있다. 허가·승인 방송사업자의 초과수익을 환수하는 것이 아니라 공공복리증진을 위해 모든 미디어 사업자에게 부과하는 ‘특별부담금’ 성격으로 변경할 필요가 있다. 그리하여 국내에서 사업을 영위하는

포털, 동영상공유플랫폼, OTT 플랫폼 등의 모든 미디어 사업자에게 방송통신발전기금을 징수할 수 있어야 한다.

마지막으로 모든 미디어 사업자의 특별부담금이라는 성격에 맞게 ‘민주주의 기여’를 위한 미디어 정책에 공적 재원을 더 적극적으로 분배해야 한다. 특히 방송통신발전기금의 30% 이상을 공영방송사의 운영과 중소 방송사 및 제작사 제작, 공익 콘텐츠 제작 그리고 시청자 및 이용자 권익 보호 등에 분배하는 것이 필요하다.

---

#### 참고문헌

과학기술정보통신부. 각년도 예산 및 기금운영계획 사업설명자료.

과학기술정보통신부 · 방송통신위원회 (2023). 「2023년도 방송산업 실태조사 보고서」.

문화체육관광부. 각년도 예산 및 기금운영계획 사업설명자료.

문화체육관광부 (2023). 「2023년도 방송영상산업 백서」.

방송통신위원회. 각년도 예산 및 기금운영계획 사업설명자료.

방정배 외 (2008). 「방송통신융합시대 공영방송 규제 제도화 방안」, 방송통신위원회.

시사인 (2022.10.14). ‘오징어 게임’ 이후 1년, 드라마 판이 바뀌었네. (<https://www.sisain.co.kr/news/articleView.html?idxno=48604>)

시사인 (2023.06.15). 정부, 토종 OTT에 2,000억 투자...“넷플릭스 게 쏘거라”. (<https://www.sisaon.co.kr/news/articleView.html?idxno=151195>)

연합뉴스 (2024.02.07). 스튜디오드래곤 지난해 영업이익 14.3% ↓ ... 매출은 역대 최대. (<https://www.yna.co.kr/view/AKR20240207095251527>)

중앙일보 (2023.07.25). [속보] 방통위, ‘KBS 수신료 분리징수’ 시행령 개정안 처리. (<https://www.joongang.co.kr/article/25174978#home>)

한국기자협회 (2023.09.12). KBS-120억, YTN-77억... 공적지원 예산 줄줄이 삭감. (<https://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=54301>)

Baker, C. E. (2001). Media, Markets, and Democracy, Cambridge University Press.

Reuters Institute for the Study of Journalism (2023), Reuters Institute Digital News Report 2023.