

지상파 MMS의 공공서비스 제고를 위한 전략방안

윤성옥(경기대 언론미디어학과 교수)

1. 문제제기

국내 지상파방송은 2012년 12월 31일 새벽 4시를 기해 아날로그 방송을 모두 종료하고 디지털 전환을 완료하였다. 1997년 디지털TV 전송방식이 결정된 이후 15년 만의 대장정이 마무리된 것이다. 정부는 지상파방송의 디지털전환을 추진하면서 고품질 방송, 다양한 콘텐츠, 양방향 서비스 등으로 시청자 복지를 증진시키고 방송사업자들에게 새로운 수익이 창출될 것이라고 장담했다. 세계방송 시장에서의 국가경쟁력을 생각하더라도 디지털 전환은 중요한 국정과제였다. 다행히 국내에서 지상파방송의 디지털 전환은 별 문제없이 순조롭게 이루어졌다고 평가할 수 있다.

그러나 지상파방송의 디지털 전환으로 과연 시청자들의 복지는 얼마나 향상되었는지에 대해서 후한 점수를 받기는 어렵다. 지상파방송의 디지털 전환이 완료되었지만 지상파 직접수신율은 10% 이내이다. 지상파방송의 디지털 전환으로 시청자들이 다양한 콘텐츠와 서비스를 제공받는지에 대해서도 동의하기 어렵다. 반쪽짜리 디지털 전환이라는 비판이 나오는 이유이다. 지상파방송이 플랫폼으로서의 지위를 회복하고 다시 경쟁력을 갖기 위해서는 △직접수신환경 개선, △다채널 서비스 도입, △뉴미디어 플랫폼으로서의 변화 등을 꾀해야 한다는 주장이 제기되고 있다.¹⁾

우리나라에서 지상파 다채널방송은 MMS(Multi-Mode Service)라는 명칭으로 소개된 바 있다. 기존 주파수 대역에서 1개 TV 채널을 제공하던 것에서 디지털 압축기술의 발전으로 MMS는 영상, 음성, 데이터 등 다양한 방식의 채널을 추가로 제공할 수 있는 서비스라는 의미로 사용하게 되었다. 국내에서 지상파 다채널 서비스 개념인 MMS는 2006년 월드컵 기간 중 처음 시험서비스를 통해 소개되었다.

이후 KBS가 주도적으로 다채널서비스인 K-View를 추진했지만 정부의 실행의지나 사업자간 협조 등이 원활하게 이루어지지 않으면서 지상파 다채널방송 논의는 지지부진했던 것이 사실이다.

국내 지상파 다채널 플랫폼 도입이 적극적으로 추진되지 못한 데는 반대 입장이 만만찮은 것도 이유였다. 디지털 전환에 따른 새로운 수익 사업이라는 점에서 지상파방송 사업자들은 다채널 서비스를 찬성하지만 기존 유료 다채널 플랫폼 사업자들이 새로운 경쟁자의 등장에 대해 선뜻 동의하기란 쉽지 않다. 특히 국내 방송시장에서 지상파방송의 위상을 고려할 때 경쟁 사업자에게 지상파방송의 독과점을 더욱 공고히 한다는 비판이 제기되고 있다.²⁾

지상파 MMS 도입에 대한 찬반론이 대립되는 가운데 2013년 12월 방송통신위원회·미래창조과학부·문화체육관광부가 공동으로 발표한 방송산업발전종합계획에 “시청자 복지 증진 및

1) 김광호(2013). ‘디지털 전환 이후 지상파 플랫폼의 역할과 과제’, 디지털 전환 이후 지상파방송 활성화를 위한 전략과 과제(방송학회 주최 세미나).

2) <http://www.etnews.com/201310300614>

사교육비 절감”을 위해 무료 다채널방송인 지상파 MMS 도입 방안을 마련하겠다는 내용이 포함되었다. 이 때부터 지상파 MMS 추진이 다시 탄력을 받기 시작했다. 방송통신위원회는 2014년 2월 시청자 선택권 확대를 위해 지상파 다채널방송 정책방안을 마련하겠다고 대통령 업무보고를 했다. 8월에 공표된 제3기 방송통신위원회의 비전 및 7대 정책에도 지상파 MMS 추진이 포함되면서 찬반논쟁이 재점화 되었다. 특히 종편채널과 같은 유료방송에 진입해있는 주요 신문사들이 광고총량제 허용과 함께 MMS 도입은 ‘지상파 특혜’ 정책이라는 비판을 거세게 제기한 바 있다.³⁾

실제 지상파 다채널 플랫폼 도입과 관련하여 우려의 목소리도 없지 않다. MMS를 통해 지상파방송의 채널이 늘어날 경우 지상파방송의 광고시장 독과점 심화, 다채널 서비스 도입에 따른 콘텐츠 차별화나 공적 서비스보다는 오락 등 지상파방송의 상업주의 심화 등의 문제점이 대표적이다. 그러나 지상파 다채널방송 도입은 어디까지나 국민들에게는 무료의 다채널 서비스를 제공하고 시청자의 선택권을 확대한다. 그런 측면에서 사업자들 입장에서 제기되는 도입 반대 논거를 상쇄할 만큼의 이익이 존재하는 것은 분명하다.

본고는 이제 막 출범한 국내 지상파 MMS 도입을 점검하고 향후 공공서비스 제고를 위해 정책방안을 제시하는 데 목적이 있다. MMS 시범서비스가 시작되었다고는 하지만 여전히 국내 지상파 MMS 문제는 유료방송 등 경쟁사업자들의 이해관계와 맞물리면서 여러 가지 해결해야 할 쟁점이 남겨져 있다. 채널의 허가방식, 재송신문제, 광고 및 편성규제 등이 대표적이다. 이에 따라 첫째 MMS 도입에 따른 국내 쟁점이 무엇인지 파악한다. 둘째 EBS를 중심으로 국내 MMS 도입 현황과 평가를 시도한다. 셋째 해외사례를 통해 지상파 다채널방송의 추진현황과 공공 서비스 특징을 도출한다. 넷째 결론적으로 국내 MMS가 공공 서비스를 제고하기 위한 전략방안과 정책적 과제는 무엇인지 제시한다.

2. 국내 지상파 다채널방송 정책과 쟁점

1) 지상파 다채널방송과 방송사업자 허가방식

우선 국내 법제에는 방송, 방송사업, 방송사업자를 체계적으로 구분하여 정의하지 않고 있어 다소 혼란스러운 측면이 있다. 방송법 안에 방송, 방송사업, 방송사업자를 상위에서 하위 개념으로 구분하여 정의한 듯하지만 뒤이어 별개로 추가 방송-방송사업-방송사업자를 별개로 열거하는 경우(중계유선방송-중계유선방송사업-중계유선방송사업자 등), 방송법에는 규정하고 있지 않지만 방송법 시행령에는 등장하는 경우(지상파텔레비전방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 등)가 존재하고 있다. 따라서 지상파 다채널 플랫폼 도입에 앞서 지상파 다채널 플랫폼 방송-지상파 다채널 플랫폼 방송사업-지상파 다채널 플랫폼 방송사업자 식으로 체계적으로 법제화 할 것인지, 아니면 방송법 조항을 관대하게 해석하여 시행할 것인지 선택할 필요가 있다.

둘째, 방송법을 관대하게 해석한다면 별다른 법제 개편 없이 지상파방송이 다채널 서비스를

3) http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/07/31/2014073100261.html

할 수도 있다. 그러한 근거로는 우선 방송법상 지상파방송이 다채널 서비스를 하는 위성방송과 동일하게 ‘지상의 무선국을 관리·운용하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업’이라고 정의되고 있고(방송법 제2조 2호 가목), 방송채널사용사업이 ‘지상파방송사업자·종합유선방송사업자 또는 위성방송사업자와 특정채널의 전부 또는 일부 시간에 대한 전용사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하는 사업’이라고 규정(방송법 제2조 2호 라목)하고 있기 때문이다.

셋째, 지상파방송, 방송채널사용사업에 대한 정의로 본다면 지상파 다채널 플랫폼 도입이 무리가 없다고 해석되지만 여전히 이 사업을 행하는 사업주체, 사업범위에 대한 법적 근거는 취약하다. 지상파방송이 다채널 운용을 할 수 있는 여지는 있다고 하더라도 그 채널의 성격, 채널 수 등 사업 범위에 대해 규정이 없다. 지상파 DMB도 채널 구성과 운용에 대한 명시적 조항이 있는데(방송법 제70조, 방송법 시행령 제53조), 그보다 영향력이 큰 일반 지상파방송의 채널 구성과 운용을 법적 근거 없이 마음대로 할 수 있다고 주장하는 것은 현실적으로 타당성이 떨어진다. 또한 방송법 시행령에 등장하는 방송채널사용사업자도 독립된 사업자 지위를 부여하기에는 이들 사업자의 승인과 등록 요건이 법률로 마련되어 있지 않으므로 현재로서는 법적 안정성이 떨어진다.

<표 1> 방송법상 사업자 분류(방송법과 인터넷 멀티미디어 방송사업법)

<표 2> 방송법 시행령(제1조의2(용어의 정의))의 방송사업자 구분과 정의

--	--

또는 하나 이상의 SDTV 채널을 포함하여야 한다고 정하고 있다.

〈표3〉 무선설비규칙

	.	.

현재 방송사별로 다채널 방송의 기술방식을 MPEG-2로 할 것인지, MPEG-4로 할 것인지 입장이 다소 다르다. 지상파 다채널 플랫폼에서 기술방식을 MPEG-2로 할 경우 현행 규칙을 개정할 필요가 없지만 만약 MPEG-4를 병행 한다면 무선설비규칙을 개정할 필요가 있다.

〈표 4〉 지상파 다채널 플랫폼 전송방식 개편방안

3) 지상파 다채널방송 도입과 방송광고 규제

(1) **현행 방송광고 규제**

① 방송광고 판매방식

유료방송의 경우 대부분 광고직접판매 방식을 취하고 있지만 지상파방송의 경우 미디어랩을 통해 방송광고 위탁판매를 하도록 하고 있다. 그런데 지상파 다채널 플랫폼이 도입되면 해당 채널은 광고판매 방식을 어떻게 적용해야 할지 문제가 될 수 있다.

현행 방송광고판매대행 등에 관한 법률 제5조에 따르면 ‘지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 또는 종합편성방송채널사용사업자는 광고판매대행자가 위탁하는 방송광고 외에는 방송광고를 할 수 없다’고 명시하고 있다. 즉 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자, 종합편성방송채널사용사업자는 직접 판매를 금지하고 있는 것이다.

<표 5> 방송광고 판매방식 규제(방송광고판매대행 등에 관한 법률)

② 방송광고 허용범위, 시간, 횟수, 방법 규제

방송광고는 방송법 제73조(방송광고 등)를 통해 규제하고 있다. 제1항은 방송광고와 방송프로그램을 구분하도록 하고 있으며, 특히 어린이를 주시청대상으로 하는 방송프로그램의 경우 광고임을 밝히는 자막을 표기하도록 규정하고 있다. 제2항에서는 방송광고의 종류를 방송프로그램광고, 중간광고, 토막광고, 자막광고, 시보광고, 가상광고, 간접광고로 구분하고, 이러한 방송광고의 허용범위, 시간, 횟수, 방법 등은 대통령령으로 정하도록 하고 있다.

제3항은 상품소개 및 판매에 관한 전문편성을 행하는 방송의 경우 그 방송내용물을 방송광고로 보지 않는다는 예외조항이고, 제4항은 비상업적 공익광고 의무편성 관련 조항이다.

<표 6> 방송법상 방송광고 관련 규정

방송법 제73조 제2항에 따라 방송법 시행령 제59조(방송광고) 제2항은 지상파방송사업자, 종합유선방송사업자/위성방송사업자, 이동멀티미디어방송사업자별 방송광고의 허용범위, 시간, 횟수, 방법 등을 규정하고 있다. 특기할 만한 사항은 해당 법조항에서 지상파방송사업자와 지상파방송채널사용사업자, 종합유선방송사업자·위성방송사업자와 방송채널사용사업자, 지상파이동멀티미디어방송사업자와 지상파이동멀티미디어방송채널사용사업자, 위성이동멀티미디어방송사업자와 위성멀티미디어방송채널사용사업자는 각각 동일한 방송광고 규정을 적용한다는 점이다.

<표 7> 방송법 시행령에 따른 방송광고 규제

경쟁 상황을 고려하여 추후 점차적으로 규제를 완화하는 것이 바람직할 수 있다.

4) 지상파 다채널방송 도입과 재송신 규제

(1) 방송법상 재송신 규제

현재 방송법상 종합유선방송사업자, 위성방송사업자(위성DMB 제외), 중계유선방송사업자는 KBS, EBS를 동시재송신 하도록 규정하고 있다(방송법 제78조 제1항). 그런데 KBS, EBS가 수 개의 지상파방송채널을 운용하는 경우 동시재송신하는 채널은 미래창조과학부장관이 지정·고시하는 1개 채널로 국한한다(방송법 제78조 제2항). 유료방송이 의무적으로 동시재송신하는 지상파채널에 대해서는 저작권법상 보장받는 동시중계방송권을 제한하고 있다.

미래창조과학부는 위성방송사업자는 KBS1, 종합유선방송사업자·중계유선방송사업자는 방송 구역 내 KBS1(지역채널)을 동시재송신 채널로 고시하였다(미래창조과학부고시 제2013-131호).

<표 8> 방송법상 재송신 규제

*위성DMB 제외, IPTV 동일 규정(인터넷 멀티미디어 방송사업법)

(2) 지상파 다채널방송 도입과 재송신 규제 쟁점

지상파 의무재송신 규제에 대해서는 국내에서 논란이 많다. KBS1, EBS 채널을 지상파채널 전체로 확대하는 방안, 의무제공 제도를 도입하는 방안 등이 논의된 바 있다. 지상파 의무재송신 제도는 사업자 입장이 첨예하게 대립되는 대단히 복잡한 쟁점이다. 따라서 이하에서는 현행 의무재송신 채널 범위 내(KBS, EBS)에서 다채널 서비스가 도입되었을 경우로 국한하여 논의를 하는 것이 필요하다.

지상파 다채널방송이 도입되면 지상파방송사들이 운용하는 채널이 증가하는데 유료방송의 지상파채널 의무재송신 범위를 어디까지 해야 할지 법제를 보완할 필요가 있다. 그러나 현행 법제는 지상파방송이 수개의 채널을 운용하는 경우를 상정하여 고시를 통해 의무재송신 채널을 정하도록 하였다. 물론 이러한 조항이 지상파방송의 다채널 서비스를 염두한 것으로 보기는 힘들다. 입법 당시 KBS(1, 2TV 채널)의 문제를 해결하기 위한 것이라고 보는 것이 더 타당할 것이다.

그러나 ‘지상파방송이 수개의 채널을 운용하는 경우’와 관련하여 방송법이 명시하고 있는

만큼 지상파 다채널 플랫폼을 도입하더라도 그대로 적용하여도 무방할 것으로는 판단한다. 즉 지상파방송이 다채널을 운용하더라도 유료방송이 동시재송신해야 하는 지상파채널을 고시로 결정하는 방식을 그대로 유지하는 것이다.

다만 방송법(제78조 제2항)에 따르면 지상파방송사업자가 수개의 채널을 운용하는 경우 의무재송신해야 하는 지상파채널을 1개로 국한하고 있는데 이를 그대로 유지할 것인지, 의무재송신 채널 수를 보다 확대할 것인지는 더 고민할 필요가 있다.

〈표 9〉 지상파채널 의무재송신 규제 개편방안

5) 지상파 다채널방송 도입과 편성규제

(1) 국내 방송프로그램 편성규제 관련 쟁점(방송법 개정사안)

방송법상 현재 국내 모든 방송사업자는 국내 방송프로그램, 외주제작 프로그램이 의무편성 규제를 적용받으며 구체적인 비율은 시행령 또는 고시로 정하고 있다. 따라서 지상파 다채널 플랫폼 도입 시 해당 채널들 역시 방송법 제71조에 따라 국내 방송프로그램 편성규제, 외주제작 프로그램 편성규제를 적용하면 된다(구체적인 의무비율 적용은 시행령이나 고시 개정 사항).

다만 방송법 제71조 제3항에는 지상파방송, 종합편성채널, 애니메이션 전문채널 등에 국내 신규 제작 애니메이션 의무편성을 규정하고 있는데 여기에 지상파 플랫폼에서 제공되는 채널들을 모두 포함시킬지 여부는 향후 법제 개편에 있어 쟁점이 될 수 있다.

지상파 다채널 플랫폼 채널을 지상파방송과 동일하게 간주하여 신규 제작 애니메이션 편성 규제를 적용한다면 현행법제를 그대로 유지하여도 무방하다고 판단한다. 그러나 만약 지상파 다채널 플랫폼에서 제공되는 주채널을 제외한 부채널(특히 전문편성일 경우)의 경우 국내 신규 제작 애니메이션 의무편성규제를 적용하는 것이 타당하지 않다고 판단한다면 방송법 제71조 제3항에 예외조항을 마련할 필요가 있다.

(2) 매체별 의무편성 규제(방송법 시행령 개정사안)

① 국내제작 프로그램 의무편성

국내제작 의무편성 비율은 매체별로 차등적용하고 있다. 방송법 시행령은 매체를 다음과 같이 구분하고 있다. ‘지상파방송사업자/지상파방송채널사용사업자’, ‘종합유선방송사업자/위성

방송사업자’, ‘지상파방송채널사용사업자를 제외한 방송채널사용사업자’로 크게 세 범주로 나눠 규제를 차별적으로 적용한다.

따라서 지상파 다채널 플랫폼 도입 시 국내제작 의무편성 비율 적용은 지상파방송/지상파방송채널사용사업자의 수준으로 규제하는 현행 법률을 그대로 유지하는 방안(제1안), 지상파방송이 제공하는 전문편성 채널과 지상파방송채널사용사업자를 종합유선방송사업자/위성방송사업자와 동일하게 규제 완화하는 방안(제2안), 지상파방송이 제공하는 전문편성 채널과 지상파방송채널사용사업자를 방송채널사용사업자와 동일하게 규제 완화하는 방안을 검토할 수 있다(제3안). 또한 현행 방송법 시행령은 그대로 유지하는 대신 고시를 통해 지상파 다채널 플랫폼에서 제공되는 채널별 국내제작 의무편성 규제를 차등 적용하는 안도 가능할 것이다(제4안).

<표 10> 지상파 다채널 플랫폼 도입 시 국내제작 의무편성 개편안

② 외주제작 프로그램 의무편성

외주제작 프로그램 의무편성의 경우 방송법 시행령(제58조)에서 매체별 차등 조항을 마련하고 있다. 외주제작 프로그램 의무편성 규제대상은 크게 ‘지상파방송사업자/지상파방송채널사용사업자’, ‘종합편성을 행하는 방송사업자’로 구분한다.

따라서 지상파 다채널 플랫폼 도입 시 제공되는 채널에 외주제작 의무편성 규제를 지상파방송/지상파방송채널사용사업자와 동일하게 적용하고자 한다면 현행 법률을 그대로 유지하면 가능하고(제1안), 종합편성을 행하는 방송사업자 기준으로 규제완화하는 방안(제2안), 일반 방송채널사용사업 기준으로 규제를 폐지하는 방안(제3안)을 고려해볼 수 있다. 또는 현행 방송법 시행령은 그대로 유지하는 대신 고시를 통해 지상파 다채널 플랫폼에서 제공되는 채널별 외주 의무편성 규제를 차등 적용하는 안도 가능할 것이다(제4안).

<표 11> 지상파 다채널방송 도입 시 외주제작 의무편성 방향

③ 그 외 편성규제

그밖에 국내 제작 영화·애니메이션·대중음악 의무편성 규제, 한 국가 제작 프로그램 편성규제는 고시 개정 사항이므로 생략한다.

3. 국내 지상파 MMS 추진현황과 특징

1) 지상파 다채널방송 실험방송 실시와 문제점

지상파 다채널방송인 MMS는 1999년 7월 재정경제부, 문화관광부, 산업자원부, 정보통신부, 환경부가 참여한 정부 5개 부처 차관회의에서 확정발표된 '디지털 지상파TV 조기방송 종합계획의 방송채널 운영방안'에 이미 소개되었다. 그러다가 2000년 통합방송법에 따라 방송위원회가 발족되면서 논의가 사라졌다.

그러다가 2005년 10월 19일부터 12월 20일까지 방송위원회 산하로 디지털방송전환추진점검반이 운영되었는데 여기서 정책 건의한 16개 과제 중 하나가 지상파 MMS였다.

지상파 방송사들은 2005년 말, DTV 멀티캐스팅 기술실험에 성공하고 곧이어 2006년 초에는 몇 번의 공개시연을 실시했다. 2006년 4월 11일에는 KBS, MBC 관계자들이 방송위원회에서 방송위원들을 대상으로 DTV 멀티캐스팅 기술 시연회를 실시했고, 5월 23~26일에 개최된 KOBA 2006 및 기술컨퍼런스를 통해 MMS 서비스가 일반에게 공개되기도 했다. 이어 2006년 5월 29일, KBS와 MBC, SBS, EBS 등 지상파 방송4사가 월드컵 기간에 DTV의 MMS 시범서비스를 허용해달라고 요청함에 따라 방송위원회는 30일에 개최된 상임위원회 회의에서 시험방송의 허가를 결정했다.

이에 따라 2006년 6월 5일 MBC·SBS·EBS가, 8일에는 KBS가 는 MMS 시험방송을 시작했다. KBS는 2개 채널에서 각각 HD와 SD 방송, 데이터방송 3개 등 모두 10개의 멀티모드 서비스를 방송했다. 주요 방송내용을 살펴보면 KBS, MBC, SBS는 월드컵 위주의 프로그램을 편성했고, EBS는 수능 특강 및 교육 프로그램을 편성했다.

당시 MMS 시험방송 기간 동안은 수신기가 신호를 수신하지 못하거나 화면이 열화되고 채널 이동시 오작동이 발생한다는 보고도 있었다. 그러나 이후 실시된 'MMS 서비스로 인한 화질 변화에 대한 이론적 검토'와 '시청자 설문조사 및 화질비교 실험조사'에서는 HD 프로그램 화질의 열화정도는 대부분의 시청자들이 분별하기 어려운 수준인 것으로 판단되었고, 수신기 오작동의 경우 일부 수신기 제작사가 SD 부가서비스를 고려하지 않고 HD-only 용으로 제작하여 발생한 것으로 확인되었다.

그러나 시험방송 1주일이 지난 2006년 6월 14일, 방송위는 시험방송의 대폭적인 축소를 결정했다. 7월 10일까지 예정됐던 기간을 6월 말로 단축하고, 방송시간도 오전 6시에서 오후 6시 중 HD 방송시간으로 축소했다. 지상파의 HD 방송시간대는 주로 오후 6시 이후여서 실제로는 MMS 시험방송가능 시간이 일일 기존 6~8시간에서 1~3시간으로 크게 축소된 셈이다. 방송형태도 HD급 주채널과 SD급 부채널 1개로 제한되었다.

한편 방송통신위원회는 2013년 하반기 전문가 정책 연구반을 운영하여 지상파 다채널방송의 기술검증, 정책방향 등을 검토하였다. 2013년 10월에는 다채널 기술검증위원회를 결성하였고, 2014년 수도권 실험방송 실시 및 직접수신가구 설문조사, 온라인 설문조사, 전문가 화질평가 등을 실시하였다. 2014년 방송통신위원회의 주관 하에 지상파방송사, 가전사 등이 참여한 실

험방송에서는 TV수신기 오작동 및 화질열화에 대한 검증을 1차 목표로 하였다(그림 참조). 특히 2006년 지상파 MMS 실험방송에서 일부 수신기에서 화질 열화와 함께 TV오작동 문제가 발생하면서 실험방송이 중단되었기 때문이다.

<그림1> 다채널 실험방송에 의한 방송 화질 열화 문제



<표 12> 2014년 지상파 다채널 실험방송 추진

번호	일정	추진 사항	비고
1	2013. 12. 9	실험방송 허가	KBS
2	~ 2013. 12. 20	다채널 방송 시스템 구축 완료 RF 송신 시스템 구축 완료	KBS
3	~ 2014. 01. 12	실험전파 발사 및 시스템 점검 & 보완	수신가구설정
4	~ 2014. 01. 09	실험국 준공검사	KBS
5	~ 2014. 01. 26	KBS 송출실험(2주)	KBS 모드
6	~ 2014. 02. 09	EBS 송출실험(2주)	EBS 모드
7	~ 2014. 02. 23	MBC 송출실험	MBC 모드
8	~ 2014. 03. 09	SBS 송출실험	SBS 모드
9	2014. 03. 22 ~ 2014. 04. 2	설문조사를 위한 실험방송	
10	~ 2014. 4. 30	KBS 송출실험	KBS 단독 운영
11	~ 2014. 7. 30	기상재난 채널 실험방송 KOBA전시 및 수신기 개발 지원용 실험 방송	KBS 단독 운영

2014년 실험방송에서는 시청자를 대상으로 시청경험 조사, 온라인 설문조사, 주관적 화질 평가 등으로 기술검증을 시도하였다. 당시 시청자들의 방송사별 희망장르는 KBS1의 부채널은 뉴스/보도, 다크가 높게 나왔고, KBS2의 부채널은 예능, 드라마(연속극)가 높게 나왔다. MBC는 드라마(미니시리즈), 드라마(연속극)이 높게 나타났으며, SBS는 예능, 드라마(미니시리즈)가 희망 장르로 나타났다.

2) 지상파 다채널방송 추진현황과 쟁점

방송통신위원회, 미래부, 문화체육관광부가 합동으로 발표한 ‘방송산업발전종합계획’에도 시청자 복지 증진 및 사교육비 절감을 위해 무료로 서비스되는 지상파 다채널방송(MMS) 도입 방안을 마련하겠다는 내용이 포함되어 있었다(2013년 12월). 2014년 2월 대통령 업무보고 시 방송통신위원회는 시청자 선택권 확대를 위해 지상파 다채널방송 정책방안을 마련하겠다고 밝힌 바 있다.

그런데 지상파 다채널방송에 대한 방송사 입장은 약간씩 차이가 있다. EBS는 교육방송의 특성상 다양한 계층별 채널이 필요하므로 조기 진입을 적극적으로 희망하였으나 이에 반해 SBS의 경우는 다채널 방송 실시에 다소 소극적인 의사표명을 보이고 있다. 특히 광고없이 지상파 다채널방송을 도입한다면 민영방송으로서는 굳이 참여할 이유가 없기 때문이다. MBC는 시범 방송에는 우선 참여하되 본 방송 시에는 광고 허용을 요구할 가능성이 높다고 알려졌다.

지상파 다채널방송의 전송방식에 있어서도 입장 차이를 보인 바 있다. 방송통신위원회는 보다 많은 시청자가 시청가능한 MPEG-2 방식을 선호하는 입장을 취했다. EBS도 방송프로그램 특성상 고화질 속성이 크게 중요하지 않으므로 MPEG-2방식을 선호하는 것으로 알려졌다. 반면 미래부, KBS, MBC, SBS는 고화질 방송을 유지하기 위해 MPEG-4를 선호한다. 가전사도 수상기 보급에 유리한 MPEG-4를 선호하고 있다고 한다.

방송통신위원회는 2014년 12월 무료 보편서비스 확대 및 사교육비 절감 등을 위해 EBS 다채널방송의 시범서비스 도입방안을 의결하고 2015년 2월 4일 시범서비스 실시를 위한 방송국 변경을 허가하였다. 이에 따라 2월 11일 EBS 2채널이 출범하였고 본격적으로 국내 지상파 다채널방송의 시범서비스가 실시되었다. EBS는 지상파방송 10-2번 채널을 통해 초·중학, 외국어 교육콘텐츠 중심으로 방송을 하고 있다. EBS는 2채널을 통해 시청자의 매체선택권을 높이고, 가계의 높은 사교육비 부담 경감, 지역별·소득수준별 교육격차 해소에 기여할 수 있다고 밝혔다.

EBS2 채널은 전체의 90%를 초중고 교육과 영어 학습 콘텐츠로 편성하고 있다. 초등, 중학 콘텐츠는 주요 교과목의 내용을 수준별, 단계별로 만들어 공교육을 보완하고자 노력했고, 영어 프로그램의 경우 세대별, 연령별로 맞춰 방송하고 있다.

그런데 EBS의 시범서비스 채널(10-2번)은 지상파를 통해 송출되므로 실내외 TV 안테나를 설치하거나 공동주택 공시청망에 TV단자를 연결해야 수신이 가능하다. 국내에서는 지상파방송 직접수신율이 10%도 되지 않는다. 케이블, 위성, IPTV 등 유료방송에서 재송신되지 않는 대부분의 시청자들이 접근할 수 없기 때문에 지상파 다채널방송의 실시 의미가 크지 않다.

이에 따라 EBS2 채널이 출범한 이후 케이블방송에서 재송신 문제를 두고 업계 간 갈등이 야기되었다. 지상파방송사업자는 EBS 2채널이 1채널과 같은 주파수를 그대로 이용해 방송을 하는 만큼 1개의 채널로 보고 EBS 2채널도 재송신해야 한다는 입장이다. 반면 케이블방송은 방송법상 의무재송신 채널은 KBS 1TV와 EBS 1TV로 규정되어 있어 2채널의 경우 의무재송신 채널이 아니라는 주장이다.

특히 한국방송협회는 2015년 2월 12일 성명을 통해 “EBS 다채널방송을 가입자들이 시청할 수 없도록 재송신을 임의로 중단한 케이블업계의 부당행위를 규탄한다”며 재송신 중단의 즉각

철회를 촉구했다. 이미 수차례 실험방송을 통해 기술검증을 완료했음에도 케이블방송업계가 기술적 오류 발생 가능성을 이유로 EBS 다채널방송에 대해 인위적 신호변경을 가함으로써 아날로그 케이블에서 재송신하지 않고 있다는 것이다.

이에 대해 케이블TV방송협회도 해명자료를 내어 “EBS2는 의무재송신 채널이 아니기 때문에 케이블TV가 시청자에게 송출할 의무도, 임의로 송출할 수 있는 권리도 없다”고 반박했다. 또한 MMS 시험방송 및 테스트 과정에서 구형 디지털TV에서 발생한 기술장애에 대한 검증이 아직 완벽하지 않다는 입장도 밝혔다.

결국 방송통신위원회가 나서 2월 13일 EBS와 케이블방송사업자가 EBS 2채널의 재송신 원칙에 합의하게 된다. 합의내용은 ‘조속한 시일 내에 EBS2, 채널을 방송법 제78조에 따른 의무재송신에 준하여 재송신하고 EBS는 저작권료를 요구하지 않는다’는 원칙이다. 이어 4월 1일 방송통신위원회는 보도자료를 통해 양측이 합의한 재송신 원칙에 따라 재송신계약을 체결하였으며 4월부터는 EBS 2채널이 81개 케이블방송사의 아날로그상품 가입자를 대상으로 재송신 된다고 밝혔다. 또한 디지털상품 가입자에 대해서도 채널변경에 약관변경 신고 등 행정 절차를 마무리하는 대로 4월 중 재송신할 계획이라고 발표했다.

방송통신위원회는 EBS2 채널의 케이블방송 재송신이 실시되면 전국 총 1,400만여 가입자가 다채널서비스를 이용할 수 있게 됨으로써 사교육비 부담 경감과 지역별·소득수준별 교육격차 해소 효과가 증대될 것이라고 했다. 그러나 시민단체를 중심으로 시청자들은 방송통신위원회의 정책에 대해 비판적인 입장이다. 매체비평우리스스로, 미디어세상열린사람들, 서울YMCA 시청자시민운동본부, 참교육을위한전국학부모회, 한국여성민우회 미디어운동본부는 공동으로 ‘시청자관점에서 본 지상파 다채널서비스’를 주제로 세미나를 개최했다. 이 자리에서 ‘지상파 방송 4사 가운데 EBS만 MMS를 시작했을 뿐만 아니라 EBS 2TV에 대한 후속지원을 하지 않고 EBS를 제외한 나머지 지상파의 MMS 도입과 관련해서도 정확한 로드맵을 제시하지 않고 있다’는 문제점이 우선적으로 제기되었다. 특히 MMS에 대한 시청자 접근성, 채널 선택권 보장을 위해서는 직접수신에 대한 노력이 선행되어야 한다는 점도 지적되었다. 직접수신 문제가 해결되지 않은 상태에서 지상파 MMS의 실시란 유료방송에 채널을 더 추가하는 결과만 초래한다는 비판이다.

4. 해외의 지상파 MMS 추진현황과 특징

1) 지상파 다채널 정책 추진

미국에서는 케이블과 위성방송의 폭넓은 보급으로 인해 지상파 다채널 추진은 그리 큰 의막 없었다. 오히려 디지털 방송은 HDTV의 경쟁력 확보 차원에서 추진되었다. 반면 영국, 독일, 프랑스에서 디지털TV의 전환은 곧 지상파 다채널 서비스를 의미했다. 지상파방송사들은 다채널 서비스를 하기 위해 디지털 전환을 서두르고 국민들에게는 채널선택권의 확장이라는 혜택을 주었다.

지상파 다채널 플랫폼 규제는 미국이나 독일의 경우 지역에 기반하고 있고 지역마다 제공되

는 채널 서비스도 상이하다. 영국과 프랑스의 경우는 각각 런던과 파리를 중심으로 지상파 다채널 서비스가 제공되고 지역 방송사업자들이 재중계하는 방식이다.

2) 지상파 다채널 운용과 서비스 유형

미국과 독일에서는 케이블/위성방송 가입가구가 높은 비율을 차지하고 지상파 직접수신가구가 10%에 불과하다. 따라서 지상파 다채널 방송을 허용했지만 유료채널을 허용하지 않았다. 이들 국가들에서 민영방송이 다채널 서비스에 소극적인 이유이기도 하다. 영국과 프랑스에서는 지상파 다채널 방송에 유료채널도 허용하고 있다. 이들 국가들은 상대적으로 케이블/위성방송 가입가구 비율이 낮기 때문이다. 이에 따라 주요 해외국가들의 지상파 다채널 방송은 3가지 유형으로 구분된다. 유료서비스를 중심으로 다채널을 구성하는 모델(영국의 ONdigital 사례), 무료모델(미국, 독일), 무료모델을 바탕으로 프리미엄 서비스 등 일부 제품에만 유료로 채택하는 하이브리드 모델(영국 Freeview, 프랑스)이다.

3) 지상파 다채널 방송의 허가방식

미국은 지상파 다채널 방송을 허용하면서 새로운 방송사업자를 허가하지 않았다. 채널 수의 증가보다는 HDTV방송을 정책목표로 했기에 기존 방송사업자들의 기득권을 인정해주었다. 반면 영국, 프랑스, 독일은 SDTV 중심으로 방송채널을 늘리겠다는 목표를 가졌기에 지상파 다채널 방송을 도입하면서 공영방송과 민영방송 등에게 신규채널을 허가하는 방식을 취했다. 채널선정에는 무료방송, 지역방송, 다원주의, 공영방송 등의 기준이 중시되었다.

4) 지상파 다채널 방송의 성과와 전망

미국은 전체 가구의 11% 정도만 지상파 다채널 방송을 이용하고 있다. 일부 공영방송을 중심으로 한 지상파 다채널 서비스의 효력이 크지 않다. 반면 영국, 프랑스의 경우 지상파 다채널 서비스 도입 이후 위성/케이블 방송 등의 가입가구수가 감소하거나 성장세가 둔화되었다. 결국 국가별로 정책 목표와 시장상황에 따라 지상파 다채널 플랫폼의 영향력과 서비스 형태는 매우 상이해질 수 있음을 확인하였다. 국내의 경우 이미 지상파 디지털 전환을 완료한 시점에서 지상파 다채널 서비스를 도입하고자 한다. 따라서 지상파 다채널 플랫폼을 도입하는 데 있어 정책적 목표를 어디에 둘 것인지가 매우 중요한 대목이라 할 수 있다.

<표 13> 해외의 지상파 다채널 플랫폼 현황

대해 이해관계에 있는 사업자간 대립이 되더라도 대체로 합의하는 정책목표가 바로 정보격차 해소이다. 향후 디지털시대 국민들의 정보격차 해소는 반드시 필요한 정책 영역이라는 것이다. 이는 해외사례, 시장분석을 고려해도 바람직한 정책방향이라고 판단된다. 국내에서 EBS가 사교육비 절감 등을 이유로 다채널방송을 먼저 시행할 수 있었던 이유도 마찬가지이다. 정보격차 해소 차원에서 지상파 다채널방송 도입의 정당성이 인정되고 다른 사회적 저항도 최소화 할 수 있다.

특히 국내에는 유료방송 가입가구 비율이 높아 국민들이 이미 다채널 서비스에 익숙하기 때문에 지상파 다채널방송을 활성화 하는 데 현실적인 한계가 있다. 또 다채널 서비스가 지상파 사업자들에게 디지털 전환을 촉진하기 위한 유인책으로도 작용하는 데 한계가 있는 상황인데다가 시장에서의 수익 성과도 매우 비관적이기 때문이다.

둘째 채널 구성과 운영 방향은 시청자 수요조사를 기반으로 해야 한다. 지상파 다채널 방송의 공공서비스를 제고를 자칫 교양이나 다큐멘터리 장르로 인식해서는 아니된다. 물론 우리 국민들에게 접근권을 보장해야 할 최소한의 정보, 지식도 있겠지만 그들이 원하는 콘텐츠를 제공하는 것도 필요하다. 시청자에게 필요한 것과 시청자들이 원하는 것에 있어 균형적으로 접근해야 할 것이다. 따라서 지상파 다채널 방송의 채널 구성과 운영 문제는 시청자들의 의견이 무엇보다 중요하다. 그런 측면에서 시청자 수요조사를 기반으로 적절한 콘텐츠가 제공될 수 있도록 해주는 것이 가장 이상적이다.

셋째 공공서비스를 수행할 수 있는 재원 확보 방안도 필요하다. 만약 시장에서 시청자들이 지상파 다채널방송을 통해 원하는 콘텐츠가 있다면 이를 제공할 수 있는 재원이 있는지도 살펴야 한다. 즉 지상파 다채널방송이 광고 재원없이 시청자들이 원하는 콘텐츠를 제공할 수 있다면 문제가 없겠지만 그렇지 않다면 광고 재원도 마련해주어야 한다는 것이다.

시청자들이 신규로 제작한 드라마, 오락 등의 장르를 선호한다면 이를 제공할 수 있는 재원이 확보되어야 시청자들이 원하는 콘텐츠를 제공할 수 있다. 따라서 시청자들이 원하는 콘텐츠가 무엇인지 살펴보고 이후 재원이 가능한가, 가능하지 않다면 어떻게 재원을 확보해줄 것인가로 접근하는 것이 바람직하다.

넷째 가급적 지상파 다채널 방송이 공공서비스를 제대로 제공할 수 있도록 체제를 하루속히 구축할 필요가 있다. 즉 현재 유료방송사업자들의 반발 등으로 EBS부터 순차 시행하고 있지만 이는 온전한 다채널방송을 제공하는 데 많은 한계를 보일 수밖에 없다. 반쪽자리 서비스이거나 일부 시행하는 데서 오는 시청의 불편함은 초기 서비스를 성공적으로 정착시키는 데 많은 장애가 된다. 또 사업을 준비하는 사업자에게도 재원은 투입해야 하는데 회수가 어려운 상황을 만들어준다. 결국 소극적 투자가 서비스 질의 저하로 이어져 지상파 다채널 방송 정책의 실패로 이어질 수 있다.

다섯째 지상파 다채널방송은 직접수신 환경에 대한 개선이 전제되어야 한다. 이미 유료방송 가입률이 90%에 달하는 국내 환경에서 지상파방송의 직접수신을 문제를 개선해야 하는가라는 필요성은 점차 힘을 잃어가고 있다. 또 과연 지상파방송의 직접수신을 개선하는 것이 가능하겠냐는 현실적인 한계도 지적되고 있다. 그런데 만약 지상파방송의 직접수신을 개선하지

않고 현행 유료방송 시스템을 유지한다면 지상파 다채널 방송을 도입하는 의미가 매우 퇴색될 수밖에 없다. 이 문제는 정책기관과 지상파방송사들간의 심도있는 논의가 먼저 이루어져야 할 것이다.

2) 지상파 다채널 플랫폼 허가방식

지상파 다채널 플랫폼을 도입할 경우 지상파 다채널 플랫폼 방송, 지상파 다채널 플랫폼 방송사업, 지상파 다채널 플랫폼 방송사업자라는 개념을 체계적으로 도입하는 방안을 보다 면밀하게 고민할 필요가 있다. 즉 전반적으로 현행법제에서 방송-방송사업-방송사업자를 체계적으로 정비하면서 지상파 다채널 플랫폼이라는 제도를 도입하는 게 바람직하다는 것이다.

그런데 현행 방송법을 관대하게 해석한다면 법률을 크게 개정하지 않고 지상파 다채널 플랫폼을 도입하는 것도 가능하다고 본다. 다채널 서비스를 제공하고 있는 위성방송과 유사하게 지상파방송이 ‘~~지상파~~ 무선국~~을~~ ~~플랫폼~~ 활용·이용하며 이를 이용하여 방송을 행하는 사업’(방송법 제2조 2호 가목)이라고 규정하고 있으며, 방송채널사용사업이 ‘지상파방송사업자·종합유선방송사업자 또는 위성방송사업자와 ~~특정~~ 채널의 전부 또는 일부 시간에 대한 전용사용계약을 체결하여 그 채널을 사용하는 사업’(방송법 제2조 2호 라목)이라고 규정하고 있기 때문이다.

~~말지~~ ~~지상파~~ 방송, 방송채널사용사업에 대한 방송법상 규정으로 본다면 지상파 다채널 플랫폼을 도입하는 것이

<표 4-13> 지상파 다채널 플랫폼 도입과 허가방식

3) 지상파 다채널방송의 전송방식

현재 방송표준방식은 미래창조과학부 장관이 전파법 제37조에 따라 고시하도록 하고 있다. 이에 따라 미래창조과학부는 무선설비규칙을 고시하였는데 부호화 기본 알고리즘을 MPEG-2로 고시하고 있다(미래창조과학부고시 제2014-50호 제21조 제1항 제3호).

지상파 다채널 플랫폼 도입에 있어 전송방식을 MPEG2로만 하는 안(제1안), MPEG4를 병행하는 안(제2안)으로 입장이 나뉘고 있다. 제1안의 경우 기존에 보급되어 있는 DTV에 수신가능하므로 별도의 셋톱박스 없이 보급이 가능하다는 장점과 HD1+SD1채널이라는 단점이 있고, 제2안의 경우 2HD채널이라는 장점과 MPEG4 기술방식의 일부 수신기에만 적용가능하다는 단점이 있다.

제1안은 별도의 법개정 없이 가능하고 제2안의 경우 무선설비규칙 제21조 제1항 제3호, 제6호를 개정해야 한다. 방송표준방식 변경은 이해관계자의 의견을 청취하는 과정을 법으로 의무화하고는 있지만 미래창조과학부 소관사항이다.

그런데 전송방식은 MPEG2보다는 MPEG2+MPEG4 방식이나 탄력적으로 선택할 수 있는 방안을 검토할 필요가 있다. 전문가들은 MPEG2가 결함이나 단점이 있다고 보지는 않는다. 다만 MPEG4가 앞선 기술이고 장기적으로 미래서비스에 적용하거나 MPEG4의 초기보급 문제는 정책적으로 해결할 수 있다는 근거를 제시하고 있다. 물론 MPEG2+MPEG4 방식이 많은 지지를 받는다고 보기는 어렵고 찬반의견이 팽팽하게 대립된다는 측면에서 보다 면밀하게 살펴볼 필요가 있다. 전송방식은 기술상 어느 것이 우위에 있느냐는 기술정책적 판단이기보다는 어쩌면 지상파 다채널 플랫폼의 사업 주체나 형태에 따른 결정사항일 수 있다. 즉 지상파 다채널 플랫폼 제도를 어떻게 도입할 것인지 먼저 결정하고 그 다음 기술방식을 결정하는 것도 방법이다.

4) 지상파 다채널방송의 광고규제

국내에서 지상파 다채널 플랫폼 도입에 반대하는 이유 중 하나는 지상파 다채널 플랫폼 도입에 따른 광고시장의 영향력이다. 따라서 지상파 다채널 플랫폼 도입에 있어 광고규제는 가장 핵심 쟁점이 된다.

우선 방송광고 판매방식의 경우 현행법상 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자, 종합편성방송채널사용사업자는 직접 판매를 금지하고 반드시 광고판매대행자에게 위탁판매 하도록 다른 매체와 차별하고 있다.

방송법에서 방송광고의 허용범위(종류/시간/횟수/방법)는 ①지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자, ②종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자, ③지상파이동멀티미디어방송사업자(채널사용사업자), 위성이동멀티미디어방송사업자(채널사용사업자)' 크게 세 범주로 나눠 규제의 정도를 달리하고 있다.

지상파 다채널 플랫폼을 도입하더라도 광고판매 방식이나 광고허용 범위를 현행수준으로 유지하고자 한다면 법 개정을 하지 않아도 무방하다. 현행법상 이미 광고규제는 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자를 동일하게 적용하도록 마련하고 있기 때문이다. 지상파 다채널 플랫폼에서 추가로 제공되는 채널의 경우 유료매체 수준으로 광고규제를 완화한다면 법률 개정이 필요하다. 그런데 종합편성채널도 유예기간을 두긴 하였으나 직접 광고판매 금지 등 지상파 수준의 규제를 적용하고 있는 점, 지상파 다채널 플랫폼 도입에 있어 광고허용 자체에 부정적 여론이 있다는 점 등을 고려하여 규제 완화보다는 현행을 유지하는 안이 현실적일 수 있다.

5) 지상파 다채널방송 도입과 재송신 규제

현행 방송법상 유료매체의 지상파 재송신 규제는 KBS1, EBS만 의무재송신하도록 규정하고 있다(의무재송신 채널의 경우 저작권법상 동시중계방송권 제한). 특히 현행 방송법에는 지상파 방송이 수개의 채널을 운용할 경우 미래창조과학부장관이 사업자별로 지정고시하는 1개의 채널만 의무재송신하도록 규정하였다. 방송법에 규정되어 있는 '지상파방송이 수개의 채널을 운용할 경우'가 지상파 다채널 서비스를 염두해둔 것으로 보기에 한계가 있으나 그 입법취지와 별개로 새로운 서비스가 도입되더라도 현재 명문화되어 있는 조항을 그대로 적용하여도 무방하다고 ~~판단~~ **판단**하였다다채널

우, 방송법 시행령에 규정되는 경우, 규칙/고시로 규정되는 경우 등 상이하다. 편성규제는 크게 ①국내 방송프로그램 편성규제 ②외주제작 방송프로그램 편성규제로 구분된다.

국내 방송프로그램 편성규제는 세부적으로는 국내 제작 프로그램, 국내 제작 영화·애니메이션·대중음악, 국내 신규 제작 애니메이션, 한국 제작 영화·애니메이션·대중음악 편성규제로 나뉜다. 국내 신규 제작 애니메이션을 제외하고 나머지 편성규제에서는 모두 지상파방송사업자와 지상파방송채널사용사업자를 동일하게 취급하고 있다. 국내 신규 제작 애니메이션 편성규제는 지상파방송사업자, 종합편성채널사용사업자, 50% 이상 애니메이션을 편성하는 채널사용사업자의 경우에만 적용한다.

외주제작 방송프로그램 편성규제 역시 지상파방송사업자와 지상파방송채널사용사업자를 동일하게 취급하고 있다.

이에 따라 지상파 다채널방송 도입에 있어 편성규제 개편방안은 다음과 같이 제안해볼 수 있다.

우선 지상파 다채널방송 도입에서 추가되는 부채널에 국내 신규 제작 애니메이션 편성규제를 적용하기 위해서는 방송법 개정(제71조 제3항)이 필요하다. 특히 현행법에서는 다른 편성규제와 달리 국내 신규 제작 애니메이션 편성규제에만 ‘지상파방송채널사용사업자’의 개념이 도입되어 있지 않다. 따라서 방송법 제71조 제3항 국내 신규 제작 애니메이션 편성규제에서 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자, 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자, 대통령령으로 정하는 비율이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자가 동일하게 적용받도록 개정안을 검토해야 할 것이다. 아울러 시행령 개정을 통해 지상파방송에서 제공되는 종합편성채널, 애니메이션 전문편성 채널의 경우에만 국내 신규 제작 애니메이션 편성규제를 적용하는 방안을 적용하는 것이 필요하다. 지상파 다채널 플랫폼에서 제공되는 문화예술, 다큐멘터리 전문채널에까지 국내 신규 제작 애니메이션 편성규제를 적용하는 것은 타당하지 않다고 판단하기 때문이다.

국내 제작 방송프로그램, 외주제작 프로그램 의무편성 규제는 현행 시행령 유지, 고시 개정 정도가 바람직하다. 이들 규제는 현행 법제에서 시행령을 통해 ‘지상파방송 및 지상파방송채널사용사업자’를 동일하게 취급하여 다른 매체와 차별적으로 적용하고 있고 구체적으로 채널별 의무편성 비율은 고시로 정하고 있다. 따라서 지상파 다채널방송 도입 시 정책적으로 판단하여 탄력적으로 채널별 국내 제작, 외주제작 프로그램 의무편성 비율을 고시하면 큰 무리가 없을 것으로 판단한다.

그 외 국내 제작 영화·애니메이션·대중음악, 한 국가 제작 프로그램 편성규제 역시 고시로 구체적인 편성비율을 정하도록 하고 있는 현행법제를 그대로 적용해도 문제가 되지 않는다. 지상파 다채널방송에서 제공되는 채널별로 해당 의무편성 비율을 고시해도 되기 때문이다.