



제 4 2 8 회 국 회 ( 임 시 회 )  
제 2 차 문 화 체 육 관 광 위 원 회

# 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥에 관한 관한 법률안 검 토 보 고

■ 박정하의원임오경의원 대표발의(의안번호 제2208795호)

2025. 8.

문 화 체 육 관 광 위 원 회  
수석전문위원 천우정

# 목 차

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| I. 제안경위 .....                               | 1  |
| II. 제안이유 및 주요내용 .....                       | 1  |
| III. 검토의견 .....                             | 4  |
| 1. 제정안의 체계 .....                            | 4  |
| 2. 총괄적 검토 .....                             | 6  |
| 가. 개요 .....                                 | 6  |
| 나. 뉴미디어영상콘텐츠 산업 현황 .....                    | 7  |
| 다. 뉴미디어영상콘텐츠 산업 지원 정책 현황 .....              | 10 |
| 라. 고려되어야 할 사항들 .....                        | 12 |
| 3. 주요 조문별 검토 .....                          | 16 |
| 가. 목적과 정의 및 다른 법률과의 관계 .....                | 16 |
| 나. 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥 관련 계획의 수립·시행 .....        | 26 |
| 다. 전담기관 .....                               | 27 |
| 라. 실태조사 .....                               | 29 |
| 마. 창작·제작, 창업, 교육훈련, 해외진출, 기술역량강화 지원 등 ..... | 32 |
| 바. 사업자자율협의체 운영 .....                        | 35 |
| 사. 표준계약서 .....                              | 36 |
| 아. 보칙적 규정 .....                             | 39 |
| 자. 부칙 .....                                 | 40 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 4. 관계 부처의견 종합 .....   | 41 |
| 가. 과학기술정보통신부 의견 ..... | 41 |
| 나. 문화체육관광부 의견 .....   | 43 |

## ※ 참고자료

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 1. 뉴미디어영상콘텐츠 산업 등 지원 현황 ..... | 47 |
| 2. 22대 국회 유사 법률안 제출 현황 .....  | 49 |
| 3. 21대 국회 유사 법률안 제출 현황 .....  | 50 |

## I. 제안경위

가. 제 출 자 : 박정하의원·임오경의원 등 17인

나. 제 출 일 : 2025. 3. 11.

다. 회 부 일 : 2025. 3. 12.

## II. 제안이유 및 주요내용

### 1. 제안이유

최근 콘텐츠 소비 형태 변화로 유튜브, 숏폼, 버츄얼휴먼 등 뉴미디어 영상콘텐츠가 신성장 산업으로 부상하고 있음.

국민의 85.1%가 유튜브 등 온라인영상채널 콘텐츠를 이용하였고 숏폼 콘텐츠 이용률은 69.6% 수준임. 또한, 온라인영상채널콘텐츠산업 종사자는 2022년 기준 3.6만명으로 국내에서도 자리잡고 있으나, 국내 숏폼 및 버츄얼휴먼 시장은 초기 단계로 관련 육성 및 진흥에 관한 법 규정이 없어 창작자 보호 등에 한계가 있는 실정임.

이에 콘텐츠 소비 형태 및 플랫폼 변화에 맞춰 유튜브, 숏폼, 인공지능 등 신기술 기반 영상콘텐츠 생태계를 포괄하는 법률을 제정하여 국내 뉴미디어 영상콘텐츠 산업의 경쟁력을 강화하고 문화적 가치와 경제적 효과를 동시에 창출할 수 있는 토대를 구축하고자 함.

## 2. 주요내용

- 가. 이 법은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 기반을 조성하고 관련 사업자, 뉴미디어영상콘텐츠의 유통환경 등에 관한 사항을 정함으로써 뉴미디어영상콘텐츠의 창작과 제작을 활성화하고 국민의 문화적 삶의 질 향상과 문화산업의 발전에 이바지함을 목적으로 함(안 제1조).
- 나. 국가는 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 필요한 종합적인 시책을 수립·시행하고 이에 필요한 재원확보 방안을 마련하여야 함(안 제3조).
- 다. 문화체육관광부장관은 이 법의 목적을 효율적으로 달성하기 위하여 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 관한 기본계획을 과학기술정보통신부, 방송통신위원회 등 관계 중앙행정기관의 장과 협의를 거쳐 수립·시행하여야 함(안 제5조).
- 라. 문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 관한 시책을 효과적으로 수행하기 위하여 뉴미디어영상콘텐츠산업 업무를 전담하는 기관을 지정할 수 있음(안 제6조).
- 마. 문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥 정책을 효율적으로 수립·추진하기 위하여 뉴미디어영상콘텐츠산업 현황 및 종사자 활동 등에 관한 실태조사를 실시할 수 있음(안 제7조).
- 바. 문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 활성화를 위해 뉴미디어영상콘텐츠 관련 창작 및 제작, 창업, 교육훈련, 해외진출 및 기술역량강화를 지원할 수 있음(안 제8조부터 제12조까지).

사. 국가는 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자, 채널콘텐츠실연자, 온라인영상채널제공사업자 및 초단편영상콘텐츠를 전담하여 유통하는 사업자(이하 “뉴미디어영상콘텐츠사업자”라 함)가 참여하는 사업자자율협의체를 운영할 수 있음(안 제13조).

아. 문화체육관광부장관은 공정거래위원회, 과학기술정보통신부 및 방송통신위원회와 협의하여 뉴미디어영상콘텐츠 용역과 관련된 표준계약서를 마련하고 뉴미디어영상콘텐츠사업자 및 사업자단체에 대하여 이를 보급할 수 있음(안 제14조).

자. 문화체육관광부장관이 위탁한 업무에 종사하는 전담기관 등의 임직원은 「형법」 제129조부터 제132조까지의 규정을 적용할 때에는 공무원으로 봄(안 제16조).

### Ⅲ. 검토의견

#### 1. 제정안의 체계

- 제정안은 「뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥에 관한 법률」이라는 제명(題名) 하에 총 16개 조문으로 구성되어 있고, 시행일은 공포 후 1년이 경과한 날부터로 규정되어 있음.
- 제정안은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 육성 및 발전에 필요한 사항을 법률로 규정하여 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥 기반을 조성하여, 국내 뉴미디어 영상콘텐츠 산업의 경쟁력을 강화하고 문화적 가치와 경제적 효과를 동시에 창출할 수 있는 토대를 구축하려는 취지로서, 뉴미디어영상콘텐츠산업·온라인영상채널콘텐츠 등 뉴미디어영상콘텐츠산업 관련 용어에 대한 정의, 뉴미디어 영상콘텐츠산업진흥 관련 계획, 전담기관 지정, 관련 실태조사, 산업적 지원(창작 및 제작 지원, 창업 등 지원, 교육훈련 지원, 해외진출, 기술역량강화), 사업자자율협의체 설치·운영, 표준계약서 제정 및 보급 등으로 구성되어 있으며,
- 「한류산업진흥 기본법」, 「공예문화산업 진흥법」 등 통상적인 산업진흥 법률과 유사한 구조로서, 특이사항은 없는 것으로 보임.

## [ 제정안의 구성 ]

|                                              |                            |
|----------------------------------------------|----------------------------|
| 제1조(목적)                                      | 제10조(교육훈련 지원)              |
| 제2조(정의)                                      | 제11조(해외진출 지원)              |
| 제3조(국가 및 지방자치단체의 책무)                         | 제12조(뉴미디어영상콘텐츠 기술<br>역량강화) |
| 제4조(다른 법률과의 관계)                              | 제13조(사업자자율협의회 등)           |
| 제5조(기본계획의 수립 등)                              | 제14조(표준계약서의 제정·보급)         |
| 제6조(전담기관 지정 등)                               | 제15조(권한 등의 위임·위탁)          |
| 제7조(실태조사)                                    | 제16조(벌칙 적용에서 공무원 의제)       |
| 제8조(창작 및 제작 지원)                              |                            |
| 제9조(창업 등의 지원)                                |                            |
| <p>&lt;부칙&gt;</p> <p>공포 후 1년이 경과한 날부터 시행</p> |                            |

## 2. 총괄적 검토

### 가. 개요

- 사회 전반에 확산된 디지털 전환과 인공지능 등 새로운 문화 기술의 발전으로 영상콘텐츠산업이 급변하면서, 소비의 중심이 디지털·온라인 플랫폼으로 이동하고 전통적인 방송편성 및 제작기준이 해체됨에 따라 새로운 창작자와 사업자의 등장이 가속화되었음.
- 또한 온라인영상채널을 제공하는 플랫폼 기반 유통을 통해 1인 미디어 창작자의 경제적 성장과 창작자 주도의 콘텐츠 시장 확장이 가능해졌으며, 소비자 측면에서도 소비 행태가 변화하여, 유튜브·숏폼·버추얼휴먼 등 뉴미디어영상 콘텐츠가 새로운 성장 산업으로 부상하고 있음.
- 그러나, 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥의 명시적·구체적 근거가 없어 콘텐츠기업 육성, 창작자 보호에 한계가 있다는 지적이 있음.
- 이에, 제정안은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 체계적 진흥 기반을 마련함으로써 글로벌 시장에서 국내 기업·창작자 경쟁력을 높이려는 것으로, 입법취지에 공감할 수 있음.

## 나. 뉴미디어영상콘텐츠 산업 현황

- ‘뉴미디어영상콘텐츠’란 기존 영상콘텐츠 정책 범위에 포함되지 못한 온라인채널중심콘텐츠·짧은 길이 영상콘텐츠(이하 초단편영상콘텐츠)·인공지능 및 컴퓨터 그래픽 기술 등 문화기술을 활용한 가상인간이 활용된 콘텐츠(이하 문화기술융합영상콘텐츠) 등을 포함하는 개념임.<sup>1)</sup>
- 온라인영상채널콘텐츠의 경우 글로벌 크리에이터 시장 규모가 2027년까지 4,800억 달러로 성장할 것으로 전망되고, 초단편영상콘텐츠 시장의 경우 중국 시장 기준 2023년 373억 9천만 위안 (약 6조 9,029억원)으로, 전년 대비 267.65% 성장하였음.
- 아울러 문화기술융합영상콘텐츠 산업 글로벌 생산현황은 2022년 21억 8,832만 달러 규모를 기록하였고, 2028년까지 연평균 35.03% 성장해 132억 6,526만 달러 규모에 달할 것으로 전망됨.
- 각각의 구체적인 산업 현황은 아래와 같음.

---

1) 한국콘텐츠진흥원(2025). “뉴미디어영상콘텐츠산업 현황과 정책과제”. 통권 184호. 2025.1.15.

## 1) 온라인영상채널콘텐츠 산업 현황

| 구 분                        | 내 용                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 글로벌 플랫폼<br>이용 현황           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유튜브: 월간 활성 사용자 수(MAU) 약 25억 명(2024년 4월 기준)으로 2위</li> <li>- 글로벌 SNS 순위: 1위 페이스북(30억 명), 2위 유튜브(25억 명), 3위 인스타그램(20억 명)<sup>2)</sup></li> </ul> |
| 국내 플랫폼<br>이용 현황            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유튜브: 국내 SNS 중 MAU 4,634만 명으로 1위 (2024년 11월)</li> <li>- 유튜브: 4,634만명 카카오톡: 4,539만 명, 네이버: 4,341만 명<sup>3)</sup></li> </ul>                     |
| 글로벌 생산<br>현황               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 크리에이터 이코노미 시장 규모: 2023년 2,500억 달러 → 2027년 4,800억 달러로 성장 전망<sup>4)</sup></li> </ul>                                                            |
| 국내 생산 현황                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1인 미디어 창작자 수: 2019년 0.3만 명 → 2022년 3.9만 명 (13배 증가)<sup>5)</sup></li> <li>- 관련 사업소득: 880억 원 → 1조 1,400억 원 (13배 증가)</li> </ul>                  |
| 국내 이용자<br>동향 <sup>6)</sup> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 10대 미디어 이용자의 93%가 유튜브 사용</li> <li>- 전체 국민의 85.1%가 유튜브 등 온라인영상채널콘텐츠 이용</li> <li>- 숏폼 콘텐츠 이용률: 69.6%</li> </ul>                                 |

2) Statista(2024.5.) Most popular social networks worldwide as of April 2024, bu number of monthly active users.

3) 유튜브, 모바일 이용자 1년째 1위…구글 시장 영향력 강화(2024.12.4.). 연합뉴스

4) [전문가 칼럼] 크리에이터 이코노미(2024.10.21.). 조선비즈.

5) 국세청(2024) 1인 미디어 창작자 종합소득세 신고 현황

6) 한국콘텐츠진흥원(2024). “숏폼 콘텐츠의 시대, 이대로 괜찮은가?”. 주간리포트. 제259-2호.

## 2) 초단편영상콘텐츠 산업 현황

| 구분               | 내 용                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 글로벌<br>시장<br>현황  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 시장: 2023년 기준 숏폼 드라마 시장 규모 373억 9천만 위안 (약 6조 9,029억 원), 전년 대비 267.65% 성장(중국 영화 시장의 약 70% 규모)<sup>7)</sup></li> <li>- 릴샷 (ReelShot): 2년간 누적 순수익 2,200만 달러 (약 293억 원), 수익 중 미국 시장 비중 69%</li> <li>- 드라마박스 (DramaBox): 2024년 1분기 다운로드 700만 건 이상, 중화권·동남아시아 중심, 수익 중 미국 시장 비중 57%<sup>8)</sup></li> </ul> |
| 국내<br>플랫폼        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 탑릴스: 2024년 4월 출시, 중국 숏폼 드라마 포함한 오리지널 제공</li> <li>- 비글루: 2024년 7월 출시, 국내 숏폼 드라마 최초 일본 진출, 크래프톤으로부터 1,200억 원 투자 유치</li> <li>- 숏차: 2024년 9월 출시, OTT 왓차 런칭 숏폼 플랫폼</li> </ul>                                                                                                                                |
| 산업<br>특징 및<br>전망 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 숏폼 드라마 제작비용: 18~25만 달러 수준<sup>9)</sup></li> <li>- 촬영 기간 짧고 유연한 제작 구조로 변화하는 미디어 환경에 빠르게 대응 가능</li> <li>- 향후 AI 등 기술 활용에 따라 저비용 고효율 제작 확대 예상 → 시장 성장 가능성 긍정적</li> </ul>                                                                                                                                   |

## 3) 문화기술융합영상콘텐츠 산업 현황

- 문화기술융합영상콘텐츠 중 가상의 인간형 피사체가 중심이 되는 콘텐츠를 ‘가상인간융합영상콘텐츠’라 하며, 컴퓨터그래픽 기술과 얼굴 및 동작 인식 기술 등의 발전을 통해 성장하고 있는 분야임.
- 가상인간융합영상콘텐츠는 완전히 가상의 인물을 구현하여 콘텐츠를 제작하는 ‘버추얼 휴먼’ 기반 콘텐츠, 실연자의 연기를 실시

7) 한국저작권위원회(2024). 중국의 숏폼드라마, 웹소설의 연장선에서 글로벌 시장 진출. 저작권 이슈 브리프2024-2-4

8) 센서타워 스토어 인텔리전스(2024)

9) 中 숏폼 드라마 부상에 ‘한국적인 K-숏폼 정의해야...’(2024.11.19.). 연합뉴스.

간으로 반영하는 ‘버추얼 유튜버’, ‘버추얼 아이돌’ 등의 콘텐츠로 세분화할 수 있으며 시장 현황은 아래와 같음.

| 구분             | 내 용                                                                                                              |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 글로벌 버추얼 유튜버 시장 | 2022년 21억 8,832만 달러 규모 기록<br>2028년까지 연평균 35.03% 성장, 132억 6,526만 달러 규모 전망 <sup>10)</sup>                          |
| 중국 버추얼 휴먼 시장   | 2021년 이후 연평균 36.34% 성장 전망 <sup>11)</sup><br>2023년까지 1,747억 위안(약 33조 원) 규모로 성장 전망 <sup>12)</sup>                  |
| 국내 버추얼 휴먼 사례   | 가상 아이돌 ‘플레이브’, 2024년 8월 디지털 싱글 발매 후 멜론 <sup>13)</sup> TOP100 1위 기록<br>개발사 Vlast 2023년도 매출액 약 114억 <sup>14)</sup> |

- 또한, 가상인간융합영상콘텐츠 비즈니스는 콘텐츠 제작 및 유통, IP 라이선스 판매 및 각종 마케팅 등 범위를 확대할 가능성이 높음.

#### 다. 뉴미디어영상콘텐츠 산업 지원 정책 현황

- 정부는 제6차 방송영상진흥계획(2022.12.)과 디지털 미디어·콘텐츠 산업혁신 및 글로벌전략(2022.11.18.) 등 관계부처 합동회의에서 방송영상콘텐츠 산업이 IP 중심으로 개편될 것을 예상하여, OTT·메타버스·크리에이터 미디어를 3대 디지털 미디어로 설정하고 개인미디어 크리에이터 양성 등 기반 조성 및 지원사업을 추진할 것을

10) MarketWatch,  
<https://www.marketresearchreports.com/global-vtuber-virtual-youtuber-industry-research-report-2023-competitive-landscape-market-228036>

11) Emergen Research. (2024)

12) Statista. (2022)

13) 카카오엔터테인먼트에서 운영하는 대한민국의 유료 음원 서비스

14) ‘시공간 넘어’ 가상 아이돌 플레이브, 스타트업 블래스트 현실 K-엔터 접수하다’(2025.3.5.). 비즈니스포스트.

제시하는 등 정부 시책으로 관련 산업을 지원함.

- 뉴미디어영상콘텐츠산업 및 유사 산업에 대한 부처별 정책지원은 다음과 같음.

(단위: 백만원)

| 사업구분       | 주무부처      | 사업수행기관      | 사업내용                                                                                   | 관련예산  |
|------------|-----------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 운영·제작지원    | 문화체육관광부   | 한국콘텐츠진흥원    | 뉴미디어 신기술 콘텐츠 랩 운영 지원                                                                   | 2,100 |
|            |           |             | 뉴미디어 방송영상콘텐츠 제작지원                                                                      | 1,155 |
|            | 과학기술정보통신부 | 한국전파진흥협회    | 크리에이터미디어 산업 기반 조성(IP 경쟁력 확보)                                                           | 900   |
|            |           |             | 1인 미디어 콤플렉스 조성                                                                         | 4,157 |
| 인력양성       | 문화체육관광부   | 한국콘텐츠진흥원    | 1인 광고 콘텐츠 창작자 양성                                                                       | 670   |
|            | 과학기술정보통신부 | 한국전파진흥협회    | 전업·신직업(커머스크리에이터, 크리에이터 PM) 육성                                                          | 2,650 |
|            |           |             | 대구 뉴테크 융합지원 플랫폼 구축                                                                     | 800   |
| 유통·해외진출 등  | 문화체육관광부   | 한국콘텐츠진흥원    | 신규 유망매체(FAST 등) 현지화 지원                                                                 | 1,500 |
|            | 과학기술정보통신부 | 한국전파진흥협회    | 글로벌미디어 산업행사                                                                            | 550   |
|            |           |             | 실태조사                                                                                   | 250   |
| 시청자 미디어 교육 | 방송통신위원회   | 한국지능정보사회진흥원 | 전 국민(1인 크리에이터 포함) 대상 디지털 윤리·사이버 폭력 예방 교육, 캠페인 등                                        | -     |
|            |           | 시청자 미디어재단   | (유아) 찾아가는 놀이형 교육, (청소년) 교육과정 연계 교육, (청장년) 1인 미디어 콘텐츠 기획, 촬영, 편집 등 미디어 전문 인재 양성 교육 지원 등 | -     |

## 라. 고려되어야 할 사항들

- 제정안에 대해서는 과학기술정보방송통신위원회에 유사 법안이 계류중으로 문화체육관광부가 수용의견인 반면 다음과 같이 과학기술정보통신부가 수용 불가 의견을 제시하고 있는바 과학기술정보통신부, 방송통신위원회 등 관련 부처의 의견을 법안 심사에 참고할 필요가 있어 보임.
- 제정안과 유사한 취지와 내용을 담은 법안으로 현재 「디지털크리에이터 육성 및 지원에 관한 법률」(이해민의원 대표발의, 의안번호2202987)<sup>15)</sup> 및 「디지털크리에이터(1인 미디어 창작자)산업진흥법안」(최형두의원 대표발의, 의안번호 2209306)<sup>16)</sup>이 각각 발의되어 과학기술방송통신위원회에 계류 중임.
- 이 두 타 위원회 소관 법률안에 대해서 문화체육관광부는 제정안이 국민의 문화적 삶의 질 향상과 문화산업 발전을 목적으로 하는 것과 달리 과방위에 계류중인 법률안은 디지털크리에이터 육성을 통한 국민경제 성장을 목표로 하고 있다는 입장임.
- 또한 제정안은 문화적 요소를 고려한 콘텐츠를 유형별로 세분화하여 정의하였고 기획창작업자 및 실연자 등 다양한 주체를 개념화하여 적용범위로 삼고 있는 점에 비해, 타 법률안은 창작·제작자(디지털크리에이터)에 초점을 두고 있는 차이점이 있다는 의견임.

---

15) 과방위(2024.11.20. 소위원회부)

16) 과방위(미상정)

- 문화체육관광부는 이처럼 목적과 법률 적용범위의 차이가 있어 제정안과 타 위원회 계류 법률안에는 정책지원 세부사항에서 차이가 존재한다고 보고 있음.

|    | 뉴미디어영상콘텐츠산업<br>진흥법(안)                                                                   | 디지털크리에이터 육성 및<br>지원법(안)                                                     | 디지털크리에이터산업<br>진흥법(안)                                                        |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 목적 | 문화적 삶의 질 향상과<br>문화산업 발전<br>영상콘텐츠산업 진흥                                                   | 디지털크리에이터 육성<br>및 국민경제 기여                                                    | 디지털크리에이터 산업<br>진흥 및 성장기반 조성<br>을 통한 국민경제 기여                                 |
| 정의 | -콘텐츠 및 제공 채널<br>등 창제작자, 기획자,<br>실연자 등 중심<br>-온라인영상채널콘텐츠,<br>초단편콘텐츠, 문화기술<br>융합 콘텐츠 등 포괄 | -디지털 크리에이터(모든<br>종사자를 크리에이터로 봄)<br>-디지털 크리에이터제작<br>물(크리에이터가 제작,<br>유통한 콘텐츠) | -디지털 크리에이터(모든<br>종사자를 크리에이터로 봄)<br>-디지털 크리에이터제작<br>물(크리에이터가 제작,<br>유통한 콘텐츠) |

- 정책지원 세부 사항을 살펴보면, 법률안 간 주요한 차이가 있는 조항은 다음과 같음.

| 정책지원<br>수단    | 뉴미디어영상콘텐츠<br>산업 진흥법(안)                                                                                           | 디지털크리에이터<br>육성 및 지원법(안) | 디지털크리에이터<br>(1인 미디어<br>창작자)산업<br>진흥법(안) |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------|
| 기본계획<br>수립    | -문체부 장관이 관계<br>중앙행정기관장과<br>협의를 거쳐 수립·<br>시행<br>-콘텐츠산업진흥 기<br>본계획에 반영된 경<br>우 그 부분에 대하<br>여는 기본계획이 수<br>립된 것으로 본다 | 없음                      | 없음                                      |
| 창작 및<br>제작 지원 | -뉴미디어영상콘텐츠<br>기획창작업자, 채널<br>콘텐츠실연자 지원<br>-독립제작사 우선지원<br>가능                                                       | 없음                      | 없음                                      |

| 정책지원<br>수단                              | 뉴미디어영상콘텐츠<br>산업 진흥법(안)             | 디지털크리에이터<br>육성 및 지원법(안)                                     | 디지털크리에이터<br>(1인 미디어<br>창작자)산업<br>진흥법(안)                     |
|-----------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 종합정보시스템                                 | 없음                                 | - 디지털 크리에이터<br>관련 정보 종합관리<br>및 제공을 위한 종<br>합정보시스템 구축·<br>운영 | - 디지털 크리에이터<br>관련 정보 종합관리<br>및 제공을 위한 종<br>합정보시스템 구축·<br>운영 |
| 기술역량<br>강화                              | -기술역량 강화를 위<br>해 영상콘텐츠 제작<br>지원 가능 | 없음                                                          | 없음                                                          |
| 우수 인력<br>발굴 및<br>육성                     | 없음                                 | -다양한 분야 및 형<br>태의 제작물 제작·<br>유통·이용을 위한<br>우수 인력 발굴 및<br>육성  | -다양한 분야 및 형<br>태의 제작물 제작·<br>유통·이용을 위한<br>우수 인력 발굴 및<br>육성  |
| 금융 지원                                   | -독립제작사 신고한<br>사업자 대상<br>융자지원       | -신용보증기금을 통<br>한 보증제도 수립·<br>운영                              | -신용보증기금을 통<br>한 보증제도 수립·<br>운영                              |
| 작업환경<br>개선                              | 없음                                 | -디지털 크리에이터<br>작업환경 개선 사업                                    | -법률·재정 자문 지<br>원 등 디지털크리에<br>이터 작업환경 개선<br>사업               |
| 지원체계                                    | -전담기관 지정                           | -전담기관 지정<br>-지원센터<br>운영(지원센터 업무<br>범위 적시)                   | -전담기관 지정<br>-지원센터<br>운영(지원센터 업무<br>범위 적시)                   |
| 건전한<br>유통환경                             | 없음                                 | -제작물에 포함되어<br>서는 안되는 정보<br>등에 관한 가이드라<br>인, 행동강령            | -제작물에 포함되어<br>서는 안되는 정보<br>등에 관한 가이드라<br>인, 행동강령            |
| 제작물 등<br>관련 계약                          | -표준계약서<br>제정·보급                    | -신의에 성실한 계약<br>체결<br>-표준계약서 제정·보급                           | -신의에 성실한 계약<br>체결<br>-표준계약서 제정·보급                           |
| 디지털<br>크리에이터<br>미디어서비스<br>제공 관련<br>준수사항 | 없음                                 | -디지털크리에이터미<br>디 어 제 공 사 업 자 의<br>준수 사항 규정                   | -디지털크리에이터미<br>디 어 제 공 사 업 자 의<br>준수 사항 규정                   |

- 문화체육관광부는 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥에 필요한 사항을 규정하여 국내 기업·창작자 경쟁력을 높이려는 입법 취지와 내용에 동의하며, 글로벌 시장에서 미국과 중국 등 해외 뉴미디어영상콘텐츠기업의 성장세를 고려할 때, 국내 콘텐츠 사업자의 경쟁력 제고를 위한 제정법 마련이 시급하다는 의견임.
- 반면, 과학기술정보통신부는 다음의 사유로 인해 제정안을 수용하기 어렵다는 입장임.

| 관련조항                      | 수용불가<br>의견 내용       | 수용불가의견 요지                                                                                                                                 |
|---------------------------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 제2조(정의)                   | 개념의<br>모호성          | 뉴미디어영상콘텐츠산업의 개념이 불명확하고 법적<br>명확성이 부족함                                                                                                     |
|                           | 정의의<br>중복성          | 기존 「문화산업진흥기본법」, 「콘텐츠산업 진흥<br>법」 정의로도 충분히 포섭 가능                                                                                            |
|                           | 기술종속적<br>정의         | 기술 중립적이지 않고 특정 기술·형식 기준으로 정의<br>되어 유연성이 떨어짐                                                                                               |
|                           | 전통적<br>접근 방식        | ‘창작자 경제’ 중심의 산업 현실을 반영하지 못함                                                                                                               |
| 제7조<br>(실태조사)             | 실태조사의<br>중복         | 과기부가 수행 중인 기존 조사와 중복되어 실효성<br>부족                                                                                                          |
| 제8조(창작<br>및 제작<br>지원)     | 불합리한<br>우선 지원<br>대상 | 독립제작사 우선 지원 조항이 소규모 디지털크리<br>에이터 현실과 괴리                                                                                                   |
| 제9조(창업<br>등의 지원)          |                     |                                                                                                                                           |
| 제14조(표준<br>계약서의<br>제정·보급) | 주무부처<br>설정<br>부적절   | 국정과제(27-5번), '22년 「디지털 미디어·콘텐츠 산업<br>혁신 및 글로벌 전략」, '24년 「미디어·콘텐츠 산업<br>융합 발전방안」(융발위), 「청년친화 서비스 발전<br>방안」에 과기부가 추진하기로 결정된 과기부 소관<br>정책 사항 |
| 조항 외                      | 유사법안과<br>중복         | 이해민의원안 및 최형두의원안과 규율 내용 중복                                                                                                                 |
|                           | 정부 정책과<br>배치        | 비상경제장관회의 <sup>17)</sup> , 국무총리 주재 회의 <sup>18)</sup> 등에서<br>과기부 주관으로 명시된 정부 결정과 상충                                                         |

17) 비상경제장관회의('22.11.18)('24.3.13)

18) 미디어·콘텐츠산업융합발전위원회('24.3.13., 국무총리 주재, 문체부 등 관계부처 합동)

### 3. 주요 조문별 검토

#### 가. 목적과 정의 및 다른 법률과의 관계

##### 1) 제정안 요지

- 「뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥에 관한 법률」 제정의 목적(안 제1조)
- ‘뉴미디어영상콘텐츠산업’ 및 해당 산업과 관련된 용어에 관한 정의 규정(안 제2조)

##### 2) 제정안 조문

**제1조(목적)** 이 법은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 기반을 조성하고 관련 사업자, 뉴미디어영상콘텐츠의 유통환경 등에 관한 사항을 정함으로써 뉴미디어영상콘텐츠의 창작과 제작을 활성화하고 국민의 문화적 삶의 질 향상과 문화산업의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “뉴미디어영상콘텐츠산업”이란 디지털미디어 기술의 발전으로 등장한 이용자와의 심도있는 상호작용과 시간과 장소의 제약없는 접근성을 기반으로 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망(이하 “정보통신망”이라 한다)을 통해 유통되는 영상콘텐츠로서 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성(이하 “문화적 요소”라 한다)이 내재된 제2호부터 제4호까지의 콘텐츠(이하 “뉴미디어영상콘텐츠”라 한다) 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업을 말한다.
2. “온라인영상채널콘텐츠”란 온라인영상채널제공사업자가 공급하는 온라인영상채널을 통하여 이용자에게 제공되며, 경제적 부가가치를 창출할 목적으로 볼 수 있게 하거나 보고 들을 수 있도록 제작된 영상콘텐츠로서 문화적 요소가 내재된 콘텐츠(보도 분야의 영상콘텐츠는 제외한다)를 말한다.
3. “초단편영상콘텐츠”란 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조제12호의2의 온라인비디오물을 재생시간이 매우 짧은 영상콘텐츠로 분할하여 각각의 영상콘텐츠의 전부 또는 일부가 대가를 받고 시청에

제공될 수 있게 하되, 이 분할된 영상콘텐츠를 연속하여 재생하면 하나의 온라인비디오물로 구성되는 것으로서 문화적 요소가 내재된 콘텐츠를 말한다.

4. “문화기술융합영상콘텐츠”란 인공지능 등을 포함한 문화콘텐츠 제작 관련 기술을 기반으로 정보통신망을 통한 매체환경에 특화된 문화적 요소가 내재된 영상콘텐츠로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 영상 콘텐츠를 말한다.

가. 인공지능 및 모션캡처 등의 기술을 기반으로 가상의 인간형 피사체(실연자의 연기·구연 등을 통해 마련된 데이터를 기초로 하여 구현한 경우를 포함한다)로 구현된 영상콘텐츠

나. 인공지능을 기반으로 이용자의 선호를 반영하여 콘텐츠의 내용을 특정 이용자 기반으로 구성할 수 있도록 제작된 영상콘텐츠

다. 그 밖에 대통령령으로 정하는 문화기술융합영상콘텐츠

5. “뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자”란 뉴미디어영상콘텐츠 창작 및 제작에 있어 전체를 기획하고 책임을 지거나, 그 창작 및 제작 등과 관련된 경제활동을 영위하는 자 또는 이와 관련된 용역을 제공 또는 알선하거나 이를 위하여 채널콘텐츠실연자 등에 대한 훈련·지도·상담 등을 하는 영업을 하는 자를 말한다.

6. “온라인영상채널”이란 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자, 채널콘텐츠실연자 또는 이용자가 온라인영상채널제공사업자와 사용계약을 맺고 정보통신망을 통해 영상콘텐츠를 제공하는 콘텐츠 유통 서비스의 단위로서, 다음 각 목의 어느 하나를 기반으로 이용자가 구분하여 인식할 수 있도록 구성된 것을 말한다.

가. 채널의 명칭

나. 채널 운영 사업자 또는 계정

다. 채널이 제공하는 콘텐츠의 주요 기획창작업자 또는 실연자

7. “온라인영상채널제공사업자”란 온라인영상채널의 이용 및 공급 서비스 제공을 통하여 온라인영상콘텐츠를 유통하는 사업자를 말한다.

8. “채널콘텐츠실연자”란 온라인영상채널콘텐츠의 창작에 실연의 방법으로 참여하는 사람을 말한다.

(이하생략)

**제4조(다른 법률과의 관계)** 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 관하여 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바에 따른다. 다만, 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자와 채널콘텐츠실연자가 「대중문화예술산업발전법」의 적용을 받는 경우에는 같은 법을 이 법에 우선하여 적용한다.

### 3) 검토사항

- 안 제1조는 제정안이 뉴미디어영상콘텐츠의 창작과 제작을 활성화하고 국민의 문화적 삶의 질 향상과 문화산업의 발전에 이바지함을 목적으로 한다고 규정함.
- 안 제2조는 동법에서 사용되고 있는 용어를 정의하고 있는바, 가장 큰 특징은 뉴미디어영상콘텐츠산업을 먼저 정의한 후 이를 구성하는 초단편영상콘텐츠·문화기술융합영상콘텐츠·온라인영상채널 등을 규정하고 있으며 그 내용은 다음과 같음.

| 용어           | 정의                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 특징                                                                                                                    |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 뉴미디어영상 콘텐츠산업 | 디지털미디어 기술의 발전으로 등장한 이<br>용자와의 심도있는 상호작용과 시간과 장<br>소의 제약없는 접근성을 기반으로 「정보<br>통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한<br>법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신<br>망(이하 “정보통신망”이라 한다)을 통해 유<br>통되는 영상콘텐츠로서 예술성·창의성·<br>오락성·여가성·대중성(이하 “문화적 요<br>소”라 한다)이 내재된 제2호부터 제4호까<br>지의 콘텐츠(이하 “뉴미디어영상콘텐츠”라<br>한다) 또는 이를 제공하는 서비스(이들의<br>복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용<br>등과 관련한 산업을 말한다. | -영상콘텐츠 또는<br>영상콘텐츠 제공<br>서비스의 제작·유통·이용 등과 관<br>련한 산업<br>-이용자와 상호작용<br>-시간·장소 제약없는<br>접근성<br>-정보통신망으로 유통<br>-문화적 요소 내재 |
| 온라인영상 채널콘텐츠  | 온라인영상채널제공사업자가 공급하는 온<br>라인영상채널을 통하여 이용자에게 제공<br>되며, 경제적 부가가치를 창출할 목적으로<br>볼 수 있게 하거나 보고 들을 수 있도록<br>제작된 영상콘텐츠로서 문화적 요소가 내<br>재된 콘텐츠(보도 분야의 영상콘텐츠는 제<br>외한다)를 말한다.                                                                                                                                                                 | -온라인영상채널<br>을 통한 제공<br>-영상콘텐츠<br>-경제적 부가가치<br>창출 목적<br>-보도 분야 제외                                                      |

| 용어                 | 정의                                                                                                                                                                                                                                                                               | 특징                                                                                                                                     |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 초단편영상 콘텐츠          | 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조제12호의2의 온라인비디오물을 재생시간이 매우 짧은 영상콘텐츠로 분할하여 각각의 영상콘텐츠의 전부 또는 일부가 대가를 받고 시청에 제공될 수 있게 하되, 이 분할된 영상콘텐츠를 연속하여 재생하면 하나의 온라인비디오물로 구성되는 것으로서 문화적 요소가 내재된 콘텐츠를 말한다.                                                                                              | -짧은 재생시간으로 분할<br>-유료제공<br>-연속재생시 하나의 온라인비디오물로 구성되는 콘텐츠                                                                                 |
| 문화기술 융합영상 콘텐츠      | 인공지능 등을 포함한 문화콘텐츠 제작 관련 기술을 기반으로 정보통신망을 통한 매체 환경에 특화된 문화적 요소가 내재된 영상콘텐츠로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 영상콘텐츠를 말한다.<br>가.인공지능및모션캡처등의기술을기반으로 가상의인간형피사체(실연자의연기·구연등을통해마련된데이터를기초로하여구현한경우를포함한다)로구현된영상콘텐츠<br>나.인공지능을기반으로이용자의선호를반영하여콘텐츠의내용을특정이용자기반으로구성할수있도록제작된영상콘텐츠<br>다.그밖에대통령령으로정하는문화기술융합 영상콘텐츠 | -AI 등을 포함한 문화 콘텐츠 제작 기술 기반<br>-정보통신망을 통한 매체 환경에 특화<br>-문화적 요소 내재<br>-가상인간형 피사체 (실연자 기초 구현 포함)<br>-이용자의 선호를 반영해 내용을 이용자 기반 구성 가능한 영상콘텐츠 |
| 뉴미디어 영상콘텐츠 기획 창작업자 | 뉴미디어영상콘텐츠 창작 및 제작에 있어 전체를 기획하고 책임을 지거나, 그 창작 및 제작 등과 관련된 경제활동을 영위하는 자 또는 이와 관련된 용역을 제공 또는 알선하거나 이를 위하여 채널콘텐츠실연자 등에 대한 훈련·지도·상담 등을 하는 영업을 하는 자를 말한다.                                                                                                                              | -기획자<br>-제작자<br>-용역 제공자<br>-훈련·지도·상담 영업                                                                                                |
| 온라인영상 채널           | 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자, 채널콘텐츠실연자 또는 이용자가 온라인영상채널제공사업자와 사용계약을 맺고 정보통신망을 통해 영상콘텐츠를 제공하는 콘텐츠                                                                                                                                                                                               | -정보통신망 이용<br>-영상콘텐츠 제공<br>-명칭·사업자·계정·기획창작업자 및                                                                                          |

| 용어             | 정의                                                                                                                                 | 특징                                       |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|                | 츠 유통 서비스의 단위로서, 다음 각 목의 어느 하나를 기반으로 이용자가 구분하여 인식할 수 있도록 구성된 것을 말한다.<br>가.채널의명칭<br>나.채널운영사업자또는계정<br>다.채널이 제공하는 콘텐츠의 주요기획창작업자 또는 실연자 | 실연자를 기반으로 이용자가 구분해 인식할 수 있는 콘텐츠 유통서비스 단위 |
| 온라인영상 채널제공 사업자 | 온라인영상채널의 이용 및 공급 서비스 제공을 통하여 온라인영상콘텐츠를 유통하는 사업자를 말한다.                                                                              | -온라인영상콘텐츠 유통 사업자                         |
| 채널콘텐츠 실연자      | 온라인영상채널콘텐츠의 창작에 실연의 방법으로 참여하는 사람을 말한다.                                                                                             | -실연자                                     |

- 제정안은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 문화적 요소를 반영하여 산업·콘텐츠 중심으로 관련 용어를 규정하며, 산업종사자를 제작자·기획자·실연자 등으로 세분화해 규정하고 있음.
- 이는 제정안과 유사한 「디지털크리에이터 육성 및 지원에 관한 법률안」 제정안<sup>19)</sup> 및 「디지털크리에이터(1인 미디어 창작자)산업 진흥법안」 제정안<sup>20)</sup> 관련용어를 제작자(디지털크리에이터)

19) 「디지털크리에이터 육성 및 지원에 관한 법률안」(이해민의원 대표발의, 의안번호 2202987) 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “디지털크리에이터”란 1인 이상의 창작자 또는 사업자(공동사업자를 포함한다)로서 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망(이하 “정보통신망”이라 한다)을 이용하여 창의성·전문성이 내재되어 있는 부호·문자·음성·음향·이미지·영상 등(이들의 복합체를 포함한다)이 포함된 자료 또는 정보를 제작·유통하는 자를 말한다.
2. “디지털크리에이터미디어서비스”란 디지털크리에이터가 제작한 자료 또는 정보(이하 “디지털크리에이터 제작물”이라 한다)를 정보통신망을 통해 이용자에게 전송하거나 이를 유통·관리할 수 있는 수단 등을 제공하는 것을 말한다.
3. “디지털크리에이터미디어서비스제공사업자”란 디지털크리에이터미디어서비스를 제공하는 자로서 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자를 말한다.

20) 「디지털크리에이터(1인 미디어 창작자)산업 진흥법안」(최형두의원 대표발의, 의안번호 2209306)

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

위주로 적용대상을 포괄적으로 규정하는 것과 차이가 있음.

- 제정안은 산업 및 콘텐츠를 중심으로 적용대상으로 규정하고 있어, 산업 생태계의 확장에 용이하고, 문화산업 정책과 원활한 연계를 기대할 수 있어 보임.
- 또한 제정안은 지원대상을 영상콘텐츠로 명확히 규정하고 있어, 지원대상의 범주를 명확히 할 수 있어 보임.
- 다만 문화적 요소를 적용대상의 판단 근거로 삼고 있고, 이는 「문화산업진흥기본법」 제2조의 “문화상품<sup>21)</sup>” 개념 요건 중 일부인 문화적 요소 부분만을 차용하고 있음. 문화적 요소를 규정하는 것만으로는 그 범위가 추상적일 수 있는 만큼, 여러 개념 요건을 결합한 「문화산업진흥기본법」 상 문화상품 정의를 인용할 필요가 있어

- 
1. “디지털크리에이터”란 1인 이상의 사업자(공동사업자를 포함한다)로서 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망(이하 “정보통신망”이라 한다)을 이용하여 창의성·전문성이 내재되어 있는 부호·문자·음성·음향·이미지·영상 등(이들의 복합체를 포함한다)이 포함된 자료 또는 정보(이하 “디지털크리에이터 제작물”이라 한다)를 제작하여 제4호에 따른 디지털크리에이터미디어서비스제공사업자를 통해 유통하는 자를 말한다.
  2. “디지털크리에이터산업”이란 경제적 부가가치를 창출하는 디지털크리에이터 제작물과 이를 이용자에게 제공하기 위해 운영하는 채널 등의 기획·제작·배포·광고·이용제공 등의 서비스와 관련한 산업을 말한다.
  3. “디지털크리에이터미디어서비스”란 다음 각 호의 요건을 모두 충족한 것을 말한다.
    - 가. 「전기통신사업법」 제2조제12호의2에 따른 온라인 동영상 서비스(이하 “온라인 동영상 서비스”라 한다) 중 디지털크리에이터가 이용자에게 디지털크리에이터 제작물을 전송하거나 유통·관리할 수 있는 수단 등을 제공하는 서비스
    - 나. 온라인 동영상 서비스 중 정보통신망을 통해 디지털크리에이터와 이용자, 이용자 간에 디지털크리에이터 제작물의 제공·이용·공유 등 상호작용을 촉진하는 서비스
  4. “디지털크리에이터미디어서비스제공사업자”란 디지털크리에이터미디어서비스를 제공하는 자로서 국내 서비스 제공에 따른 총매출액·이용자 수 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자를 말한다.
- 21) 「문화산업진흥기본법」 제2조 제2호 2. “문화상품”이란 예술성·창의성·오락성·여가성·대중성(이하 “문화적 요소”라 한다)이 내재되어 경제적 부가가치를 창출하는 유형·무형의 재화(문화콘텐츠, 디지털문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠를 포함한다)와 그 서비스 및 이들의 복합체를 말한다.

보임. 또한, 현재 사용되는 기술을 중심으로 콘텐츠의 종류를 정의하는바 향후 기술의 발전에 따라 콘텐츠에 대한 정의를 추가하는 등 개정사항이 존재할 수 있다는 점을 고려하여 검토해야 할 필요성이 있어 보임.

○ 안 제2조제4호 중 인공지능 용어에 대해서는 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」 제2조<sup>22)</sup>의 인공지능 정의를 인용할 필요가 있어 보임.

○ 안 제2조에 대한 관련부처의 의견은 다음과 같음.

○ 과학기술정보통신부는 아래와 같은 사항을 고려하여 본 조문안을 수용하기 어렵다는 의견을 제시하였음.

- 안 제2조는 정의하는 뉴미디어영상콘텐츠산업의 개념이 모호하고 법적 명확성이 부족하며, 뉴미디어는 시간 흐름, 기술 발전, 미디어 환경 등 사회 변화에 따라 의미가 계속해서 변화하는 개념이므로 산업의 고유 명칭으로 사용하는 것은 실효성과 지속가능성이 낮고,

- 「문화산업진흥 기본법」, 「콘텐츠산업 진흥법」 등 기존 법률에 디지털콘텐츠, 디지털문화콘텐츠, 멀티미디어콘텐츠를 정의하고 있어, 제정안의 정의 범주는 모두 기존 법률 정의에 포함 가능할

---

22) 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “인공지능”이란 학습, 추론, 지각, 판단, 언어의 이해 등 인간이 가진 지적 능력을 전자적 방법으로 구현한 것을 말한다.(이하생략)

것으로 보이며,

- 영상콘텐츠를 추상적이고 모호하게 정의하여 대상을 특정하기 어렵고, 영상콘텐츠 간에 구별 실익이 없는 것을 세부적으로 구별함.
- 또한, 해당 산업의 주체가 콘텐츠가 아닌 ‘크리에이터’임을 고려할 때, 법률은 크리에이터의 경제적 활동과 플랫폼과의 상호작용까지 포괄할 수 있는 실효적 규율 방안을 포함해야 하지만, 제정안은 콘텐츠 제작에 초점을 둔 전통적 접근에 머무르고 있어, ‘크리에이터 중심 경제구조’라는 크리에이터 산업의 본질을 충분히 반영하지 못하는 측면이 있음.

○ 이에 대해 문화체육관광부는 다음과 같은 의견을 제시하였음

- 법률 용어 명확성은 정의 규정의 구체성을 통해 확립되는 것으로, 제정안의 뉴미디어영상콘텐츠산업은 각 하위 개념 요건을 통해 구체화 되고 있어 법 적용의 실효성이 부족하다고 볼 수 없고,
- 기존 법률에서 디지털 기반 콘텐츠를 포괄적으로 정의하고 있다 하더라도, 포괄적 입법만으로 특정 산업에 대한 진흥 정책을 마련하고 규율하기에 한계가 명확하여 산업별 특성에 따라 영화, 애니메이션 등 개별 법률이 제정·운영되고 있는 점을 고려할 때, 뉴미디어영상콘텐츠산업 역시 별도의 정의와 진흥 근거를 마련할 필요성이 있으며,

- 온라인영상채널콘텐츠, 초단편영상콘텐츠, 문화기술융합콘텐츠 등은 각기 구체적인 요건을 통해 정의되어 있어 법적 모호성이 크지 않고, ‘문화적 요소’ 또한 문화산업진흥기본법상 문화상품의 정의에 포함되는 기본요건으로 진흥 정책 추진 과정에서 분야별 전문가 의견 수렴 등을 통해 구체화되어 적용되므로 추상적이거나 모호하다고 할 수 없음.
- 또한, 국내 법체계에서는 새로운 법률을 제정할 때 기존 법률과의 정합성을 고려해야 하며, 단순히 특정 시장 및 플랫폼 내 통용되는 용어라는 이유만으로 그 용어가 법률적 정의로서 정합성과 정당성을 갖는다고 판단할 수 없는바, 과기부가 뉴미디어영상콘텐츠 산업 및 그 종사자를 대체할 수 있는 본질적 용어로 제안하고 있는 ‘디지털크리에이터’의 개념은 정보통신망에서 소비할 수 있는 모든 종류의 콘텐츠를 장르, 산업, 직종별 종사자의 직무 특성을 고려한 구분(제작 및 유통 등) 없이 포괄하여 통칭하고 있는 것으로, 해당 개념이 정보통신망 기반 콘텐츠산업에 대한 본질과 경제 구조, 고유한 특성을 이해하고 실효적으로 대응하는 개념이라는 주장을 받아들이기 어렵다는 의견을 제시하였음.
- 한편 문화체육관광부는 방송통신위원회가 ‘뉴미디어영상콘텐츠’ 내 ‘온라인영상채널콘텐츠’(안 제2조제2호)에 대해서만 ‘보도 분야 제외’ 단서가 있어, 다른 콘텐츠(‘초단편영상콘텐츠’, ‘문화기술융합영상콘텐츠’)와 불균형이 있다는 의견을 수용하여 ‘뉴미디어영상콘텐츠

츠' 개념 전체에 '보도 분야'를 제외하는 단서를 규정할 수 있다는 입장임.

- 다음 안 제4조는 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 관하여 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바에 따른다고 규정하여 이 제정안이 일반법적인 성격을 가지고 있음을 규정하면서도, 단서를 두어 뉴미디어영상콘텐츠기획작업자와 채널콘텐츠실연자가 「대중문화예술산업발전법」의 적용을 받는 경우에는 같은 법을 이 제정법에 우선하여 적용하도록 규정하고 있음.

## 나. 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥 관련 계획의 수립·시행

### 1) 제정안 요지

○ 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥에 관한 기본계획 수립(안 제5조)

### 2) 제정안 조문

**제5조(기본계획의 수립 등)** ①문화체육관광부장관은 이 법의 목적을 효율적으로 달성하기 위하여 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 관한 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 과학기술정보통신부, 방송통신위원회 등 관계 중앙행정기관의 장과 협의를 거쳐 수립·시행하여야 한다. 다만, 「콘텐츠산업 진흥법」 제5조에 따른 콘텐츠산업 진흥 중·장기 기본계획에 기본계획이 반영된 경우 그 부분에 대하여는 기본계획이 수립된 것으로 본다.

②기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥을 위한 정책의 기본방향
2. 뉴미디어영상콘텐츠산업의 기반 조성에 관한 사항
3. 뉴미디어영상콘텐츠산업 관련 전문인력 양성 및 권익향상에 관한 사항
4. 뉴미디어영상콘텐츠산업 관련 행사의 활성화, 국내외 협력 및 교류
5. 뉴미디어영상콘텐츠 지식재산권 보호에 관한 사항
6. 뉴미디어영상콘텐츠 창작·제작 활성화에 관한 사항
7. 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥을 위한 자원 확보에 관한 사항
8. 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥을 위한 제도 개선에 관한 사항
9. 뉴미디어영상콘텐츠산업과 관련된 중앙행정기관의 역할 분담에 관한 사항
10. 뉴미디어영상콘텐츠산업 관련 통계 조사·관리에 관한 사항
11. 그 밖에 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥을 위하여 필요한 사항

③그 밖에 기본계획의 수립·추진 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

### 3) 검토사항

- 안 제5조는 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 관한 기본계획(이하 “기본계획”)의 수립·절차 등에 대해 규정하고 있으며, 「콘텐츠산업 진흥법」의 체계를 따른 것으로 보이나, 「공예문화산업 진흥법」 등 다른 산업진흥법과 같이 수립주기를 5년 등으로 특정하는 방안을 검토할 수 있어 보임.

## 다. 전담기관

### 1) 제정안 요지

- 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥에 관한 시책을 효과적으로 수행하기 위하여, 관련 업무의 전담기관을 문화체육관광부장관이 지정할 수 있도록 함.(안 제6조)

### 2) 제정안 조문

**제6조(전담기관 지정 등)** ①문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 관한 시책을 효과적으로 수행하기 위하여 뉴미디어영상콘텐츠산업 업무를 전담하는 기관(이하 “전담기관”이라 한다)을 지정할 수 있다.  
②국가는 예산의 범위에서 전담기관의 운영에 필요한 경비의 일부를 보조할 수 있다.  
③그 밖에 전담기관의 지정, 지정취소 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

### 3) 검토사항

- 안 제6조는 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥 관련, 전문성을 갖춘 전담기관 지정 및 운영을 통해 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥 정책의 체계적·효율적 추진을 도모하려는 취지로 보임.
- 다만, 전담기관의 수행 업무 등에 대해서 일반적으로 전담기관은 조사·연구·개발, DB구축·관리 등의 업무를 수행하고 있다는 점을 고려할 때 「공예문화산업 진흥법」 제16조제2항과 같이 전담기관의 구체적인 업무범위를 규정하는 방안을 검토할 수 있어 보임.

「공예문화산업 진흥법」 제16조(전담기관의 지정 등) ①문화체육관광부장관은 공예문화산업의 진흥에 필요한 사업을 효율적으로 수행하기 위하여 공예문화산업 진흥 업무를 전담하는 기관(이하 “전담기관”이라 한다)을 지정할 수 있다.

②전담기관은 다음 각 호의 사업을 한다.

1. 공예문화산업에 관한 조사·연구·개발 및 그에 대한 지원
2. 공예문화산업 활성화를 위한 유통·전시·홍보 및 그 지원
3. 국제교류 및 해외진출에 관한 지원
4. 우수공예품의 지정
5. 공예품에 관한 데이터베이스의 구축 및 표준화
6. 그 밖에 전담기관의 지정 목적을 달성하는 데 필요한 사업

③국가는 전담기관의 운영 등에 필요한 경비를 지원할 수 있다.

④전담기관의 지정 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

## 라. 실태조사

### 1) 제정안 요지

- 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥정책 수립·추진을 위한 실태조사 근거 규정(안 제7조)

### 2) 제정안 조문

**제7조(실태조사)** ①문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥 정책을 효율적으로 수립·추진하기 위하여 뉴미디어영상콘텐츠산업 현황 및 종사자 활동 등에 관한 실태조사를 실시할 수 있다.

②문화체육관광부장관은 제1항에 따른 실태조사를 하기 위하여 필요한 경우에는 「공공기관의 운영에 관한 법률」에 따른 공공기관, 뉴미디어영상콘텐츠 관련 사업자 또는 단체에 대하여 자료의 제출 등을 요청할 수 있다. 이 경우 요청을 받은 자는 특별한 사유가 없으면 요청에 따라야 한다.

③제1항에 따른 실태조사의 내용, 범위 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

### 3) 검토사항

- 안 제7조는 문화체육관광부장관으로 하여금 뉴미디어영상콘텐츠 산업의 진흥을 위한 정책의 수립·추진을 위하여 실태조사를 할 수 있도록 하고, 요청을 받은 자는 특별한 사정이 없으면 협조할 의무를 규정하고 있음.
- 이는 뉴미디어영상콘텐츠산업의 종사자 수, 매출액 등 뉴미디어 영상콘텐츠산업 진흥정책 수립을 위한 기초자료를 확보하고, 산업 내 종사자 활동 및 이용행태에 관한 조사를 통해 산업 동향 파악 및 정책 자료를 수집하려는 취지로 보임.

○ 다만, 제정안은 실태조사를 재량규정으로 두고, 시행 주기에 대해 별도로 규정하고 있지 않은데, 실태조사를 의무규정으로 하고 시행 주기를 법률에 명시한 입법례가 있고, 실태조사 결과는 행정기관 등이 생성·취득·관리하는 공공데이터<sup>23)</sup>로서, 해당 자료에 대한 국민의 접근성·활용성을 제고할 필요가 있다는 측면에서 실태조사의 의무/재량 여부, 시행주기, 결과 공개 등에 대해 종합적으로 검토할 수 있어 보임.

**[실태조사를 재량규정으로 둔 입법례]**

「밀산업 육성법」 제6조(실태조사) ① 농림축산식품부장관은 밀산업 육성과 수급 및 가격 안정에 필요한 시책을 수립·시행하기 위하여 매년 밀, 밀가루 및 밀가공품의 생산·유통·소비 등에 관한 실태조사를 실시할 수 있다.

**[실태조사를 의무규정으로 둔 입법례]**

「공예문화산업 진흥법」 제7조(실태조사) ① 문화체육관광부장관은 공예문화산업의 진흥을 위한 정책의 수립·시행을 위하여 공예문화산업에 관한 실태조사를 정기적으로 실시하여야 한다.

**[실태조사를 의무규정으로 두고 시행주기 및 공표의무를 규정한 입법례]**

「노인복지법」 제5조(노인실태조사) ① 보건복지부장관은 노인의 보건 및 복지에 관한 실태조사를 3년마다 실시하고 그 결과를 공표하여야 한다.

23) 「공공데이터의 제공 및 이용 활성화에 관한 법률」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

2. “공공데이터”란 데이터베이스, 전자화된 파일 등 공공기관이 법령 등에서 정하는 목적을 위하여 생성 또는 취득하여 관리하고 있는 광(光) 또는 전자적 방식으로 처리된 자료 또는 정보로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다.

가. 「전자정부법」 제2조제6호에 따른 행정정보

「전자정부법」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

6. “행정정보”란 행정기관등이 직무상 작성하거나 취득하여 관리하고 있는 자료로서 전자적 방식으로 처리되어 부호, 문자, 음성, 음향, 영상 등으로 표현된 것을 말한다.

- 해당 안 제7조에 대한 관련부처의 의견은 다음과 같음.
- 과학기술정보통신부는 아래와 같은 사항을 고려하여 제정안의 실효성이 부족하다는 의견을 제시하였음.
  - 안 제7조의 실태조사는 이미 과학기술정보통신부가 2023년부터 ‘디지털크리에이터미디어산업실태조사’를 통계청에서 국가통계로 승인을 받아 매년 조사결과를 발표하고 있으며,
  - ‘디지털크리에이터 활동현황 조사’를 통해 종사자의 활동 현황을 파악하고 있어, 문화체육관광부 주관의 실태조사는 중복 입법으로 제정의 실익이 낮을 것으로 보임.
- 이에 대해 문화체육관광부는 다음과 같은 의견을 제시하였음.
  - 제정안에서 다루는 영역은 과학기술정보통신부의 디지털크리에이터와 대상 및 특성이 상이하며, 문화체육관광부는 유료OTT-온라인영상채널(‘무료OTT’)-숏폼-FAST 등 뉴미디어영상콘텐츠 산업 분야 소비 현황을 파악한 「OTT콘텐츠 이용행태조사」를 실시(‘23~’24) 하고 있으며, 동 조사는 국가승인통계로 등록 예정임. (2025년 6월 기준, 국가승인통계 등록 최종 단계(‘25.7월초 예정))
  - 과학기술정보통신부가 실시한 ‘디지털크리에이터미디어산업 실태조사’는, 유튜브·인터넷을 통해 동영상을 제작·유통하여 수익을 발생시키는 모든 업체를 디지털크리에이터미디어기업으로 보는 조사 방식으로, 조사 표본이 지나치게 광범위하여 제정안에 규율된 뉴미디어영상콘텐츠산업 실태조사와 같이 특정 콘텐츠산업

생태계를 파악하고 종합진흥 정책을 수립하는 기반으로 보기는 어려움.

## 마. 창작·제작, 창업, 교육훈련, 해외진출, 기술역량강화 지원 등

### 1) 제정안 요지

- 창작 및 제작 지원, 창업 지원, 교육훈련 지원, 해외진출 지원, 기술역량강화에 대한 국가의 지원근거를 마련함. (안 제8조부터 제12조까지)

### 2) 제정안 조문

**제8조(창작 및 제작 지원)** 문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠의 창작을 활성화하고 우수한 영상콘텐츠의 제작을 촉진하기 위하여 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자와 채널콘텐츠실연자에게 대통령령으로 정하는 바에 따라 필요한 지원을 할 수 있다. 이 경우 「문화산업진흥기본법」 제10조의3에 따라 독립제작사 신고를 한 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자를 우선적으로 지원할 수 있다.

**제9조(창업 등의 지원)** ①문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠산업에 관한 창업을 활성화하고 창업자의 안정적인 성장·발전을 위하여 필요한 지원을 할 수 있다.

②문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠산업의 경쟁력을 강화하기 위하여 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자 중에서 「문화산업진흥기본법」 제10조의3에 따라 독립제작사 신고를 한 자에게 필요한 재원의 전부 또는 일부를 융자하거나 그 밖의 지원을 할 수 있다.

**제10조(교육훈련 지원)** ①문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자 및 채널콘텐츠실연자가 되고자 하는 자의 전문성과 역량을 강화하기 위하여 교육훈련을 지원할 수 있다.

②문화체육관광부장관은 제1항에 따른 교육훈련을 효율적으로 지원하기 위하여 전담기관 또는 대통령령으로 정하는 관련 기관이나 단체가 이를

위탁 또는 대행하게 할 수 있으며, 이에 필요한 비용을 보조할 수 있다.

**제11조(해외진출 지원)** ①문화체육관광부장관은 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자 및 채널콘텐츠실연자의 해외시장 진출을 촉진하기 위하여 관련 기술 및 인력의 국제교류, 국제행사 참가, 영상콘텐츠 현지화 등의 사업을 지원할 수 있다.

②문화체육관광부장관은 제1항의 지원을 효과적으로 추진하기 위하여 전담기관 또는 사업자로 구성된 단체, 영상콘텐츠의 해외시장 진출 및 현지화에 전문성이 있는 기관 또는 단체에 사업을 위탁 또는 대행하게 할 수 있으며, 이에 필요한 비용을 보조할 수 있다.

**제12조(뉴미디어영상콘텐츠 기술역량강화)** ①문화체육관광부장관은 문화기술융합콘텐츠 등 뉴미디어영상콘텐츠 관련 기술역량 강화를 위하여 새로운 디지털미디어 기술을 활용한 영상콘텐츠 제작을 지원할 수 있다.

②제1항에 따른 영상콘텐츠 제작 지원 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

### 3) 검토사항

○ 안 제8조부터 제12조까지는 창작·제작 지원, 창업 등 지원, 교육훈련 지원, 해외진출 지원, 기술역량강화 등 뉴미디어영상콘텐츠산업의 진흥에 관한 시책들로서, 각 사업 추진의 법적 근거를 명확히 함으로써 예산확충 및 사업확대의 계기를 마련하려는 취지로 보이며, 다른 산업진흥법과 비교할 때 특이한 사항은 없어 보임.

○ 해당 조문에 대한 관련부처의 의견은 다음과 같음.

○ 과학기술정보통신부는 안 제8조 및 제9조와 관련해 아래와 같은 사항을 고려하여 본 조문을 수용하기 어렵다는 의견을 제시하였음.

- 제정안은 지원 대상에서 기존 방송, 영상 등 독립제작사를 우선적으로 지원하도록 하여, 개인이나 5인 이하 소규모 사업체가 대

부분인 디지털크리에이터 산업의 주요 지원대상과 거리가 멀고,

- 독립제작사는 기존 법률에서 지원대상에 포함되고 있으므로 우선 지원대상이 중복되며, 영세한 크리에이터 사업체보다 상대적으로 규모가 있는 독립제작사가 정부지원의 우대를 받는 불합리한 상황이 발생 가능함.

○ 이에 대해 문화체육관광부는 다음과 같은 의견을 제시하였음.

- 뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥법에서는 해당 분야에 진출한 방송 영상독립제작사를 우선 지원할 수 있도록 하고 있으나, 안은 독립제작사 신고에 관한 규제 등의 적용과는 관계가 없으며.
- 2024 방송영상산업백서에 따르면 ‘23년 방송영상독립제작사의 52.4%가 10인 미만 사업체(5인 미만 사업체 29.7%)에 해당하고, 뉴미디어영상콘텐츠 제작지원 사업 수혜 대상 중 1인 크리에이터에서 방송영상독립제작사로 성장, 콘텐츠 제작사로 자리 잡는 사례가 확대되고 있는바, 개별창작자를 독립제작사 등 영상콘텐츠 기업으로 성장하도록 육성하고 산업을 진흥하는 것이 제정안을 통해 수립하는 정책이 지향하는 것으로, 영세한 기업이나 창작자를 소외할 수 있다는 우려는 타당하지 않음.

○ 한편 방송통신위원회가 안 제10조 및 제11조와 관련하여 방송통신위원회도 교육 훈련 지원 및 해외 진출 지원사업을 추진 중이므로 제정안의 '문화체육부장관'을 '정부'로 주어를 수정할 필요가 있다는 의견을 제시한바, 문체부는 이를 수용 가능하다는 입장임.

## 바. 사업자자율협의체 운영

### 1) 제정안 요지

- 뉴미디어영상콘텐츠산업의 공정한 유통 환경 조성을 위한 사업자 자율협의체 운영 근거 규정(안 제13조)

### 2) 제정안 조문

**제13조(사업자자율협의체 등)** ①국가는 뉴미디어영상콘텐츠산업의 공정한 유통 환경 조성을 위하여 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자, 채널콘텐츠실연자, 온라인영상채널제공사업자 및 초단편영상콘텐츠를 전담하여 유통하는 사업자(이하 “뉴미디어영상콘텐츠사업자”라 한다)가 참여하는 사업자 자율협의체(이하 “자율협의체”라 한다)를 운영할 수 있다.

②자율협의체는 뉴미디어영상콘텐츠의 유통 특성에 따른 부문별로 구성하여 운영할 수 있다.

③자율협의체에 참여하는 사업자와 창작자는 공정한 유통환경 조성에 필요한 사항에 관하여 자율적으로 규약(이하 “자율규약”이라 한다)을 정할 수 있다.

④문화체육관광부장관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 자율협의체의 활동과 자율규약 확산을 지원할 수 있다.

### 3) 검토사항

- 안 제13조는 사업자자율협의체 운영을 위한 근거 규정으로, 관련 사업자들이 자율적으로 협의체를 구성하고 규약을 정할 수 있게 함으로써 현장 중심의 실효성 있는 유통 질서를 구축하고, 창작·실연자와 뉴미디어영상콘텐츠사업자 간 불균형한 계약 관계나 불공정 행위를 방지하고 예측 가능한 거래 관행을 조성하려는 취지로 보임.

- 또한, 공정한 유통 환경을 보장하여 뉴미디어영상콘텐츠산업 내 불공정 거래를 방지하고 참여자 간 신뢰를 구축해 공정한 유통 환경을 조성하여 창작·제작자 권익 보호 및 시장 질서 확립을 균형 있게 도모할 수 있을 것으로 기대됨.

## 사. 표준계약서

### 1) 제정안 요지

- 문체부 장관은 관계기관과 협의를 통해 뉴미디어영상콘텐츠산업에 적용될 수 있는 표준계약서를 제정, 보급할 수 있음.(안 제14조)

### 2) 제정안 조문

**제14조(표준계약서의 제정·보급)** ①문화체육관광부장관은 공정거래위원회, 과학기술정보통신부 및 방송통신위원회와 협의하여 뉴미디어영상콘텐츠 용역과 관련된 표준계약서를 마련하고 뉴미디어영상콘텐츠사업자 및 사업자단체에 대하여 이를 보급할 수 있다. 다만, 뉴미디어영상콘텐츠기획창작업자와 채널콘텐츠실연자가 「대중문화예술산업발전법」에 따른 대중문화예술용역에 관련한 계약을 체결하는 경우에는 같은 법 제8조에 따른 표준계약서를 우선하여 활용하도록 권고할 수 있다.

②문화체육관광부장관은 제1항에 따른 표준계약서를 사용하는 뉴미디어영상콘텐츠사업자 및 사업자단체에 대하여 제8조부터 제12조까지의 지원을 하는 경우 우대할 수 있다.

③문화체육관광부장관은 제1항에 따른 표준계약서를 제정 또는 개정하는 경우에 자율협의체 및 관련 사업자단체 등 이해관계자와 전문가의 의견을 들어야 한다.

### 3) 검토사항

- 안 제14조는 표준계약서의 제정 및 보급에 관해 규정하고 있으며, 표준계약서를 통해 불공정 계약 방지 및 사업자의 권리를 보호해 공정한 계약문화가 정착될 수 있으며, 계약표준화로 분쟁을 예방할 수 있어 보임.
- 해당 조문에 대한 관련부처의 의견은 다음과 같음.
- 과학기술정보통신부는 아래와 같은 사항을 고려하여 안 제14조를 수용하기 어렵다는 의견을 제시하였음.
  - 크리에이터 대상의 표준계약서는 국정과제(27-5번), '22년 「디지털 미디어·콘텐츠 산업혁신 및 글로벌 전략」, '24년 「미디어·콘텐츠 산업융합 발전방안」(융합발전위원회), 「청년친화 서비스 발전방안」에서 과학기술정보통신부가 추진하기로 결정된 사안으로, 안 14조는 다부처 의사결정 결과와 배치되어 보임.
- 이에 대해 문화체육관광부는 다음과 같은 의견을 제시하였음.
  - 제정안에서 다루는 산업적 영역은 과학기술정보통신부의 디지털 크리에이터와 대상 및 특성이 상이하고,
  - 안 제14조는 새롭게 성장한 영상콘텐츠산업 분야에 특화된 표준계약서를 마련하여 보급하고자 하는 것으로, 온라인 기반의 영상콘텐츠 공급에 관한 표준계약서는 문체부 장관 고시로 마련되어<sup>24)</sup>있어, 기존 표준계약서를 뉴미디어영상콘텐츠산업 특성에 맞게

---

24) 디지털콘텐츠(영상) 공급 표준계약서(문화체육관광부 고시 제2023-1호)

개정하여 사용할 수 있는 만큼, 안 제14조는 별개 정책 사항으로  
다부처 의사결정 사항에 배치되는 사안이라 볼 수 없음.

- 또한, 표준계약서는 산업 내에서 활동하는 종사자 간의 권리관계  
와 구조를 파악하여 제정해야 함에도, 과학기술정보통신부에서  
제안하는 ‘디지털크리에이터’는 기본적인 콘텐츠 공급 과정에서부  
터 상이한 계약 주체로 다뤄야 할 제작·유통 사업자를 통합하여  
디지털크리에이터로 정의하고 있고, 영상콘텐츠 산업 내 주요 행  
위자인 실연자에 대해서도 명확한 지위 규정이 없어, 종사자 보  
호를 위한 표준계약서 수립에 한계가 있어 보임.

---

**제1조(계약의 목적)** 본 계약은 "을"이 "갑"에게 온라인 서비스용 영상콘텐츠를 제공하고, "갑"은  
그 대가로서 "을"에게 정보제공료를 제공함에 있어서 당사자들의 권리의무, 관련 업무 및 절차,  
분쟁발생시 그 해결의 기준 등을 규정하여 이를 준수하도록 함으로써 분쟁을 조속히 해결하고  
상호간의 이익을 증진하는데 그 목적이 있다.

**제2조(용어의 정의)** 본 계약서에서 사용되는 용어의 정의는 다음과 같고, 정의되지 않은 용어는  
관련법령 및 상관습에 따라 해석한다.

1. ‘영상콘텐츠’(이하 ‘콘텐츠’라 한다)라 함은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법  
률」 제2조 제1항 제1호의 규정에 의한 정보통신망에서 사용되는 부호·문자·음성·음향·이  
미지 또는 영상 등으로 표현된 자료 또는 정보로서, 그 연속적인 영상을 기계나 전자장치로  
재생하여 볼 수 있거나 보고 들을 수 있으며 송수신할 수 있는 것을 말한다.
2. ‘서비스’라 함은 "갑"이 온라인상 접속 가능한 단말기를 통하여 이용자에게 콘텐츠를 제공하  
는 행위를 말한다.
3. ‘시스템’이라 함은 서비스를 위하여 "갑" 또는 "을"이 혹은 "갑"과 "을"이 공동으로 개발·구  
축하여 운영하는 서버 및 홈페이지 기타 이와 유사한 것을 말한다.
4. ‘이용자’라 함은 서비스에 가입한 회원 또는 서비스에 가입하지 아니하고 콘텐츠를 이용하는  
자를 말한다.
5. ‘정보제공료’라 함은 "을"이 "갑"에게 콘텐츠를 제공함으로써 취득하는 대가를 말하며, ‘정보이  
용료’라 함은 이용자가 콘텐츠를 이용한 대가로서 "갑"에게 납부해야 하는 요금을 말한다.
6. ‘매출액’이라 함은 "갑"이 이용자에게 청구한 정보이용료 등 "을"이 제공한 콘텐츠로 인해 발  
생한 수입의 합계를 말한다.

## 아. 보칙적 규정

### 1) 제정안 요지

- 권한의 위임·위탁, 벌칙 적용에서 공무원 의제에 관한 규정(안 제15조 및 제16조)

### 2) 제정안 조문

**제15조(권한 등의 위임·위탁)** ①이 법에 따른 문화체육관광부장관의 권한은 그 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사 또는 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다)에게 위임할 수 있다.

②문화체육관광부장관은 이 법에 따른 업무의 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 전담기관 등에 위탁할 수 있다.

**제16조(벌칙 적용에서 공무원 의제)** 제15조제2항에 따라 문화체육관광부장관이 위탁한 업무에 종사하는 전담기관 등의 임직원은 「형법」 제129조부터 제132조까지의 규정을 적용할 때에는 공무원으로 본다.

### 3) 검토사항

- 안 제15조는 문화체육관광부장관의 권한을 시·도지사 또는 기초자치단체장에게 위임하거나, 업무의 일부를 전담기관 또는 관련기관·법인이나 단체에 위탁할 수 있도록 하려는 것으로 타 입법례와 비교할 때 특이한 사항은 없는 것으로 보임.
- 안 제16조는 벌칙 적용에서 공무원 의제 규정으로 안 제15조제2항에 따른 위탁업무에 종사하는 전담기관 등의 임직원에게 대해서는 「형법」 상 뇌물에 관한 죄(「형법」 제129조부터 제132조까지)로 적용 벌칙의 범위를 규정하고 있음.

## 자. 부칙

### 1) 제정안 요지

- 공포 후 1년이 경과한 날부터 시행

### 2) 제정안 조문

#### <부 칙>

이 법은 공포 후 1년이 경과한 날부터 시행한다.

### 3) 검토사항

- 제정안은 시행령 정비, 전담기관 지정 등을 고려하여 법률 시행  
유예기간을 1년으로 규정하고 있으며, 이는 타 입법례와 비교할 때  
특이사항은 없는 것으로 보임.

#### 4. 관계 부처의견 종합

##### 가. 과학기술정보통신부 의견

###### 1) 과학기술방송통신위원회 계류 제정안과 중복

- 문화체육관광부는 과학기술방송통신위원회에 2024년 8월 발의된 「디지털크리에이터 육성 및 지원에 관한 법률」(이해민의원 대표발의, 의안번호 2202987)(이하 「디지털크리에이터법」)에 대해 문화체육관광부 소관 기존 법률(「콘텐츠산업 진흥법」 등), 지원 사업, 실태조사, 표준계약서 보급, 공정생태계 및 안전한 콘텐츠 이용환경 조성을 위한 제도와 중복된다는 입장으로 ‘수용불가’의 견을 제기한 바 있음.
- 그러나, 제정안의 규율 대상, 지원 내용 등이 「디지털크리에이터법」과 거의 유사하고, 「디지털크리에이터법」이 종사자 권리보호와 플랫폼 대상의 실효적 수단(준수사항, 상생협력 등)을 보다 규율하고 있음에도, 문화체육관광부는 제정안만을 찬성할 것인지에 대한 입장 정리가 필요하다는 의견을 제시하였음.

###### 2) 정부조직법 및 국정과제 상 주무부처 설정의 타당성 부족

- 과학기술정보통신부는 정부조직법 29조에 따라 방송·통신의 융합·진흥 사무를 관장하고, 직제령에 따라 정보통신·방송 융합에

다른 관련 법령의 제·개정, 정보통신·방송 융합서비스 활성화, 인터넷 기반 서비스의 활성화, 뉴미디어 방송 활성화, 신규 방송 통신미디어사업에 대한 정책 수립 사무를 관장함.

- 그런데, 크리에이터 산업은 플랫폼 기반의 융합서비스로 전기통신 사업법에 따른 부가통신서비스 영역에 해당하므로 과학기술정보통신부 소관이며, 크리에이터 산업 진흥은 정부 국정과제(27-5번)에도 과학기술정보통신부를 주관기관으로 방통위, 문체부는 협조 부처로 명시하고 있음.

### 3) 정부 공식 의사결정과 배치

- 과학기술정보통신부는, 문화체육관광부 등 다부처가 참여한 정책 안건에 ‘디지털크리에이터법’ 제정을 추진하기로 부처 간에 숙의 과정을 거쳐 공식 의사결정을 완료함.
- 또한 국무총리 주재 ‘미디어·콘텐츠 산업융합 발전방안(’24.3)’에도 크리에이터 산업 관련 과제는 과학기술정보통신부 주관 과제로 명시적으로 지정된바 제정안은 정부정책 안건에서 결정된 정부 공식 의사와 배치된다는 의견을 제시하였음.

## 나. 문화체육관광부 의견

### 1) 과학기술방송통신위원회 계류 제정안과 비중복

- 문화체육관광부는 「디지털크리에이터 육성 및 지원에 관한 법률」이 ‘정보통신망을 이용하여 제작 및 유통되는 콘텐츠’ 전 산업과 관련 종사자·기업을 포괄하여 규율하고 있어, 개별 콘텐츠 장르별 진흥법 및 진흥 정책 체계와 중복 및 충돌한다는 점을 들어 수용 불가 의견을 제출하였음.
- 그러나, 제정안은 디지털크리에이터법과 같이 온라인을 통하여 유통되는 모든 콘텐츠에 관하여 정의, 규율하고 있지 않으며, ‘온라인영상채널콘텐츠’, ‘초단편영상콘텐츠’, ‘문화기술융합영상콘텐츠’ 등 별도 개념으로 영상콘텐츠산업에 한정해 명확히 구체화 된 체계를 갖추고 있어 콘텐츠산업 내 타 법률과 충돌 또는 중복되지 않음.
- 아울러, 유튜버 소속 기획사의 다수가 대중문화예술기획업을 등록하고 있는 실제 산업 생태계의 현실을 반영하여, 관계 법률과 관계에서 「대중문화예술산업진흥법」을 우선 적용하도록 함으로써 콘텐츠산업 내 타 법률 및 정책 체계와의 모순 또는 충돌을 철저히 방지하고 있음.
- 따라서, 「디지털크리에이터법」에 대한 기존 입장과 제정안에 관한 의견이 충돌하거나 모순되는 지점은 없으며.

- 과기부의 1인 미디어 창작자 등 유튜버 사업에 관하여, ‘온라인영상채널콘텐츠’를 육성하는 업무를 공동으로 추진하고자 한다면 진흥 관련 조항의 소관 부처를 문체부 장관이 아닌 정부로 수정 수용 가능하다는 의견을 제시하였음.

## 2) 정부조직법 상 문화체육관광부 소관 법률

- 문화체육관광부는 정부조직법 제36조에 따라 문화, 예술, 영상, 광고에 관한 사무를 관장하고 있으며, 직제령에 따라 문화미디어산업 진흥, ‘뉴미디어영상콘텐츠산업의 육성 및 지원’ 사무를 관장하고, 영화, 애니메이션, 음악, 비디오물, 게임물, 멀티미디어문화콘텐츠, 캐릭터, 만화 및 디지털문화콘텐츠 등 문화산업진흥에 관한 사무를 관장하고 있음.
- 아울러 영상, 게임, 음악, 웹툰, 웹소설을 비롯해 수많은 분야의 콘텐츠 창작·제작자가 온라인을 이용해 콘텐츠를 제작하거나 유통한다는 사유만으로 부가통신사업자로서 과학기술정보통신부 정책 대상이 된다고 볼 수 없는 것처럼, 뉴미디어영상콘텐츠산업 내 콘텐츠창작자 및 제작사, 실연자 등이 정보통신망을 이용하는 사업을 영위하거나 참여한다는 사실만으로 이를 ‘부가통신서비스영역에 해당하여 과학기술정보통신부 소관’이라 할 수 없음.

- 또한, 제정안이 과학기술정보통신부 국정과제의 실행, 추진에 영향을 주는 바가 없고, 디지털크리에이터 육성에 관한 업무와 별개로 뉴미디어영상콘텐츠산업 육성과 진흥은 문체부 고유 관장 사무이기에 제정안은 문화체육관광부 소관 법률이라는 의견을 제시하였음.

### 3) 정부 공식 의사결정과 배치 없이 추진 가능

- 과학기술정보통신부는 부처 간 논의 과정에 ‘디지털크리에이터산업’의 범위는 유튜버 등에 한정적으로 적용될 것이라고 설명해 왔고, 콘텐츠산업과 별개의 산업 영역으로 정책을 수립하겠다는 의사를 밝혀왔으나, 과학기술방송통신위원회에서 발의된 「디지털크리에이터법(안)」은 기존 「콘텐츠산업 진흥법」 등에 규정된 ‘콘텐츠<sup>25)</sup>’ 개념을 그대로 차용하여, 정보통신망에서 제작·유통되는 콘텐츠를 모두 ‘디지털 크리에이터 제작물’로 정의하고 이를 제작하거나 유통하는 ‘1인 이상의 창작자 및 사업체’를 디지털크리에이터로 정의해, 사실상 온라인에서 콘텐츠를 유통하는 모든 사업체가 포함되는 광범위한 정의를 제안하고 있어, 불수용 의견을 제출한 바 있음.

---

25) 「콘텐츠산업진흥법」 제2조1호 “콘텐츠”란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다.

- 「디지털크리에이터법(안)」에 관한 의견과 별개로, 뉴미디어영상 콘텐츠산업은 1인·소형 크리에이터만 중점적으로 활동하는 시장이 아니며, 유튜브 등에 국한되지도 않음. 제정안은 온라인영상채널(유튜브, 치지직 등), 초단편영상콘텐츠(숏폼), 문화기술융합영상 콘텐츠(버추얼휴먼, 인공지능 활용) 등 다양한 신규 시장을 포괄하고 있음.
- 현재 뉴미디어영상콘텐츠 산업에서는 기존 콘텐츠 창작·제작기업이 보유 콘텐츠 지식재산(IP) 또는 인적자원을 활용해 신유형 콘텐츠 제작·유통에 도전하고 부가가치를 창출하고 있어, 문화체육관광부는 제정안을 통해 영상콘텐츠산업의 신성장 시장으로서 뉴미디어시장을 육성하려는 것임.
- 과학기술정보통신부의 정책 추진과 관련해서는, 디지털크리에이터에 관한 법률의 정의 및 규율 범위를 콘텐츠산업 및 영상산업진흥 정책에 혼란을 미치지 않도록 수정하거나, 방송법 등과 같이 「뉴미디어영상콘텐츠산업 진흥에 관한 법률」에도 정부 공동 진흥 조항 등을 도입하는 방식으로 관련 지원 정책 수립이 충분히 가능할 것으로 판단된다는 의견을 제시하였음.

문 의 처

02)6788-5380

## 참고1

## 뉴미디어영상콘텐츠 산업 등 지원 현황

|      | 예산<br>(단위:백만원) | 사업수행<br>기관            | 주요내용(실적)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------|----------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| '23년 | 10,073         | 한국<br>콘텐츠<br>진흥원<br>등 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 신기술 기반 콘텐츠 랩 운영지원 3,600백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- AR, MR, XR 등 새로운 제작 기술이 적용된 방송 영상콘텐츠의 기획개발 지원 및 역량강화</li> <li>* (실적) 창작자 129인 육성, 기획안 34편 발굴</li> </ul> </li> <li>○ 뉴미디어 방송영상콘텐츠 제작지원 5,723백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 웹콘텐츠 제작지원 및 뉴미디어 시상식 개최</li> <li>* (실적) 웹드라마, 웹예능·교양, 신기술 기반 방송 영상콘텐츠 제작지원 21편, 우수 콘텐츠(4편) 및 미디어사업자(2개사) 포상</li> </ul> </li> <li>○ 1인 광고콘텐츠 창작자 양성 750백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>* (실적) 정규, 실무과정 80명 수료</li> </ul> </li> </ul>                                                                                        |
| '24년 | 9,633          | 한국<br>콘텐츠<br>진흥원<br>등 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 뉴미디어 랩 운영 지원 2,160백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 웹,모바일 기반 드라마 기획개발 지원 및 역량강화</li> <li>* (실적) 창작자 76인 육성, 기획안 54편 발굴</li> </ul> </li> <li>○ 뉴미디어 방송영상콘텐츠 제작지원 5,723백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 웹콘텐츠 제작지원 및 뉴미디어 시상식 개최</li> <li>* (실적) 웹드라마, 웹예능·교양 제작지원 18편, 우수 콘텐츠(5편) 및 미디어사업자(2개사) 포상</li> </ul> </li> <li>○ 신규 유망매체(FAST 등) 현지화 지원 1,000백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>* (실적) 12개사, 7개 언어권 현지화 지원</li> </ul> </li> <li>○ 1인 광고콘텐츠 창작자 양성 750백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>* (실적) 정규, 실무과정 97명 수료</li> </ul> </li> </ul> |
| '25년 | 5,425          | 한국<br>콘텐츠<br>진흥원<br>등 | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 뉴미디어 신기술 콘텐츠 랩 운영지원 2,100백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 웹·모바일 기반 방송영상콘텐츠의 기획개발 지원 및 신기술 접목 방송영상콘텐츠 기반조성</li> </ul> </li> <li>○ 뉴미디어 방송영상콘텐츠 제작지원 1,155백만원               <ul style="list-style-type: none"> <li>- OTT 특화 단편(숏폼) 제작지원 및 뉴미디어 시상식 개최</li> </ul> </li> <li>○ 신규 유망매체(FAST 등) 현지화 지원 및 비즈매칭 지원 1,500백만원</li> <li>○ 1인 광고콘텐츠 창작자 양성 670백만원</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                 |

| 부처                  | 구분               | 사업 내용                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 예산<br>(백만원)                                                          |
|---------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 과<br>기<br>부         | 제작<br>지원         | <input type="checkbox"/> 방송콘텐츠 진흥(1131-301) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 크리에이터미디어 산업 기반 조성 900백만원(한국전파진흥협회) <ul style="list-style-type: none"> <li>- IP 경쟁력 확보(콘텐츠 제작 및 해외진출용 재제작 지원) 900백만원(20개사×45백만원)</li> </ul> </li> <li>○ 1인 미디어 콤플렉스 조성(1131-320) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 콤플렉스 운영 4,157백만원(한국전파진흥협회) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 크리에이터, 크리에이터미디어 스타트업 대상 입주공간 및 특화 제작시설 지원</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>                                                      | 5,057                                                                |
|                     | 인력<br>양성         | <input type="checkbox"/> 방송콘텐츠 진흥(1131-301) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 크리에이터미디어 산업 기반 조성 3,450백만원(한국전파진흥협회) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전업·신직업(커머스크리에이터, 크리에이터 PM) 육성 2,650백만원(83팀×32백만원)</li> <li>· (전업) 콘텐츠 경쟁력 강화 컨설팅 등 지원 (신직업) 특화교육 운영, 취창업 연계 지원</li> <li>- 대구 뉴테크 융합지원 플랫폼 구축 800백만원</li> <li>· 대구 중심 지역 대학 연계 뉴테크 기술인재 육성, 뉴테크 콘텐츠 제작 지원 등 추진</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                             | 3,450                                                                |
|                     | 유통<br>등          | <input type="checkbox"/> 방송콘텐츠 진흥(1131-301) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 크리에이터미디어 산업 기반 조성 800백만원(한국전파진흥협회) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기반조성 800백만원(글로벌미디어산업행사 550백만원, 실태조사 250백만원)</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 800                                                                  |
|                     | 총 계              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 9,307                                                                |
| (참고)<br>방<br>통<br>위 | 시청자<br>미디어<br>교육 | <input type="checkbox"/> 건전한 사이버 윤리문화 조성(3251-307) 6,140백만원(한국지능정보사회진흥원) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 건전한 사이버 윤리문화 조성 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전 국민(1인 크리에이터 포함) 대상 디지털 윤리·사이버 폭력 예방 교육, 캠페인 등</li> </ul> </li> <li>○ 시청자미디어재단 지원(3133-303) 22,433백만원(시청자미디어재단) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 미디어 역량교육 강화 <ul style="list-style-type: none"> <li>- (유아) 찾아가는 놀이형 교육, (청소년) 교육과정 연계 교육, (청장년) 1인 미디어 콘텐츠 기획, 촬영, 편집 등 미디어 전문 인재 양성 교육 지원 등</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> | 기업 및<br>종사자<br>지원 등<br><br><u>산업 진흥</u><br><u>관련</u><br><u>예산 없음</u> |

## 참고2

## 22대 국회 유사 법률안 제출 현황

| 법률명<br>(의안번호)                                                 | 주요내용(조항)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 발의일      | 심사경과                                                               |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------|
| <p>디지털 크리에이터 육성 및 지원에 관한 법률 (2987)</p> <p>*이해민 의원(혁)</p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• (정의) ▲‘디지털크리에이터’: 정보통신망을 이용해 창의성·전문성이 내재되어 있는 부호·문자·음성·음향·이미지·영상(및 이들의 복합체) 등이 포함된 자료 또는 정보를 제작·유통하는 1인 이상 창작자/사업자 ▲‘디지털크리에이터제작물’: 디지털크리에이터가 만든 자료 또는 정보</li> <li>*(적용범위) 온라인을 통해 유통되는 ‘모든 종류의 콘텐츠’ 및 창작자·사업자를 대상으로 적용</li> <li>• (지원조항) 교육훈련, 우수인력육성, 사업화, 해외진출, 금융지원, 작업환경 개선 등 지원</li> <li>• (실태조사) ‘디지털크리에이터’ 및 ‘디지털크리에이터미디어서비스제공사업자’ 실태조사 및 자료 제출 요구권 등 규정</li> <li>• (유통환경 및 협약체결) 사업자단체 행동강령 및 가이드라인 제정·시행, 협약체결 권장 및 이행실적 평가 등</li> <li>• (계약 및 표준계약) 신의성실의무, 표준계약서</li> <li>• (준수사항) 디지털크리에이터미디어서비스제공사업자의 준수사항</li> </ul>                                    | ‘24.8.20 | <p>과학기술<br/>정보방송<br/>통신위원회<br/>(‘24.11.20.<br/>소위원회부<br/>*계류중)</p> |
| <p>디지털 크리에이터 (1인 미디어 창작자)산업 진흥법안 (9306)</p> <p>*최형두 의원(힘)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• (정의) ▲‘디지털크리에이터’: 정보통신망을 이용해 창의성·전문성이 내재되어 있는 부호·문자·음성·음향·이미지·영상(및 이들의 복합체) 등이 포함된 자료 또는 정보를 제작하여 디지털크리에이터미디어서비스제공사업자를 통해 유통하는 1인 이상 사업자, ▲‘디지털크리에이터제작물’: 디지털크리에이터가 만든 자료 또는 정보</li> <li>*(적용범위) 디지털크리에이터미디어서비스제공사업자를 통해 유통되는 ‘모든 종류의 콘텐츠’ 및 사업자를 대상으로 적용</li> <li>• (지원조항) 교육훈련, 우수인력육성, 사업화, 해외진출, 금융지원, 작업환경 개선 등 지원</li> <li>• (실태조사) ‘디지털크리에이터’ 및 ‘디지털크리에이터미디어서비스제공사업자’ 실태조사 및 자료 제출 요구권 등 규정</li> <li>• (유통환경 및 협약체결) 사업자단체 행동강령 및 가이드라인 제정·시행, 협약체결 권장 및 이행실적 평가 등</li> <li>• (계약 및 표준계약) 신의성실의무, 표준계약서</li> <li>• (준수사항) 디지털크리에이터미디어서비스제공사업자의 준수사항</li> </ul> | ‘25.3.24 | <p>과학기술<br/>정보방송<br/>통신위원회<br/>(발의,<br/>미상정)</p>                   |

### 참고3

### 21대 국회 유사 법률안 제출 현황

| 법률명<br>(의안번호)                                                                 | 주요내용(조항)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 발의일      | 심사경과                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------|
| <p>개인미디어<br/>콘텐츠산업<br/>진흥에 관한<br/>법률<br/>(2110601)</p> <p>*전용기 의원(민)</p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• (목적)개인미디어콘텐츠의 창작 활동을 활성화 하고 산업 전반의 발전을 위한 기반을 조성함으로써 국민의 문화생활의 질을 제고</li> <li>• (정의) ▲개인미디어콘텐츠, ▲개인미디어콘텐츠창작자, ▲개인미디어콘텐츠기획업 등 정의</li> <li>• (지원근거) ▲교육훈련, ▲해외진출, ▲홍보사업, ▲금융 지원등</li> <li>• (추진체계) 개인미디어콘텐츠 지원센터 지정, 전담기관 지정</li> <li>• (사업자신고) 개인미디어콘텐츠기획업의 등록</li> <li>• (계약 및 표준계약) 표준계약서 제정·보급</li> <li>• (준수사항) 디지털크리에이터미디어서비스제공 사업자의 준수사항</li> </ul>                                                                                                                               | '21.6.4. | 문화체육<br>관광위원회<br>(‘21.6<br>상임위 회부,<br>회기만료) |
| <p>디지털<br/>크리에이터<br/>육성 및<br/>지원에 관한<br/>법률<br/>(26665)</p> <p>*박성중 의원(힘)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• (정의) ▲‘디지털크리에이터’: “디지털크리에이터”란 1명 또는 상시 10명 미만의 근로자를 사용하는 사업자(공동사업자를 포함한다)로서 정보통신망을 이용하여 창의성·전문성이 내재되어 있는 부호·문자·음성·음향·이미지·영상 등 (이들의 복합체를 포함한다)이 포함된 자료 또는 정보를 제작·유통하는 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자</li> <li>• (지원조항) 교육훈련, 우수인력육성, 사업화, 해외진출, 금융지원, 작업환경 개선 등 지원</li> <li>• (실태조사) ‘디지털크리에이터’ 및 ‘디지털크리에이터미디어서비스제공사업자’ 실태조사 및 자료 제출 요구권 등 규정</li> <li>• (자율규제) 디지털크리에이터 등에 자율규제로서 행동강령 정하여 시행하도록 함</li> <li>• (계약 및 표준계약) 신의성실의무, 표준계약서</li> <li>• (준수사항) 디지털크리에이터미디어서비스제공 사업자의 준수사항</li> </ul> | '24.5.2  | 과학기술<br>정보방송<br>통신위원회<br>(미상정,<br>회기만료)     |