



# PP시장 개방의 선결 과제

● 황 근 | 선문대 언론광고학부 교수

## 이상한 게임 한미FTA 방송시장 개방

이번 한미FTA 협상은 처음부터 끝까지 정말 이상한 게임이었다. 정부는 한미FTA를 통한 시장 개방이 국가적으로 이익임을 물론이고 해당 산업에도 유익할 것이라는 점을 시종 일관 강조해 왔다. 하지만 원천적으로 글로벌 경제에 편입되는 것 자체를 반대한 일부 시민단체들은 물론이고, 실제 관련 산업계에서도 강력하게 반대하는 목소리가 끊이지 않고 있다. 그래서 그런지 협상이 종료된 이후에도 한국과 미국 모두 적지 않은 잡음에 시달리고 있는 것을 볼 수 있다.

방송분야에 대한 협상 결과도 마찬가지였다. 실제 2년을 넘게 끌어왔던 한미FTA 협상 과정에서 방송분야가 의제로 등장한 것은 협상 말미에 이르러서였다. 물론 정부측에서는 그동안 PP시장은 프로그램 절대 부족으로 어려움을 겪고 있었고, 실제로 미국을 중심으로 한 외국프로그램 편성비용이 잘 지켜지지 않고 있다는 현실적 문제점을 해소해준다는 명분을 내걸었다. 하지만 PP사들을 중심으로 한 방송계에서는 다른 한미FTA 협상분야에서 유리한 조건을 끌어내기 위해, 상대적으로 국내 시장에서 기반이 취약하고 조직적 저항력이 약할 것으로 생각되는 PP시장을 일종의 속죄양으로 내놓은 것이 아닌가 하는 의구심을 가지고 있는 것이 사실이다.

이처럼 방송시장 개방과 관련하여 평가와 시각들이 크게 차이는 나는 이유는 당사자들 할 수 있는 방송사업자들이 국내 중간수요자와 국내 공급자라는 이중적 성격을 가지고 있기 때문이다. 한미FTA를 통해 외국 프로그램들이 아무런 제약

없이 국내에 유입될 수 있다 하더라도 그 수효를 조정할 수 있는 여지를 국내 공급자인 방송사업자들이 가지고 있는 것이다. 따라서 극단적으로 해외 프로그램 수입 쿼터가 폐지된다 해도 자체 프로그램 사용을 고집할 경우 개방효과는 크게 반감될 수 있다.

이는 이번 한미FTA 방송시장 협상 결과가 우리 방송시장에 미칠 영향을 가늠하게 해주는 중요한 부분이다. 즉, 시장 개방 효과는 현재 각 사업자들이 처해있는 시장에서의 위치와 경쟁상황에 따라 다를 것이라는 점이다. 한미FTA 협상 결과가 우리 방송시장에 미칠 영향은 결국 국내 방송시장 구조와 밀접한 관계를 가지고 있는 것이다.

## PP시장 개방의 명·암

이번 한미FTA 협상에서 PP와 관련해서 최종 타결된 조항은 크게 3가지이다.

첫째, PP에 대한 외국인 간접투자 100% 허용, 둘째, 비지상파방송(PP, SO, 위성)사의 영화, 애니메이션 국내 제작 쿼터 완화, 셋째, 수입 방송프로그램 중 1개국 프로그램 쿼터 60%에서 80%로 완화이다.

이러한 시장개방 폭이 과연 얼마나 큰 영향을 미칠 수 있을 것인가에 대해서는 논란이 있을 수 있다. 우선 외국인 간접투자에 대해서도 논란의 여지가 많다. 부정적인 시각에서 보면, 간접투자라고 하지만 형식적인 페이퍼 컴퍼니(paper company)를 통해서도 충분히 국내시장에 진입할 수 있고,

실제 진출하려고 하는 사업자들이 자기 채널브랜드를 강조하는 <디즈니> <HBO> <뉴스 코퍼레이션> 같은 메이저 방송사들이고 수직적, 수평적으로 계열화된 사업자들로서 그 파장 효과가 엄청난 것이라고 주장한다. 반면에 그렇게 부정적으로만 볼 수 없다는 시각도 적지 않다. 일단 국내 유료방송시장을 지배하고 있는 케이블TV시장에서 SO와 같은 플랫폼사업자가 절대 우월적 지위에 있다는 점을 들고 있다. 그러므로 외국 PP들이 독자적으로 진입하기 보다는 MSO, MSP와 합작하는 간접적 진입을 시도할 가능성이 있어 실제로 그 파괴력은 크게 약화될 것이라는 주장이다.

한편 프로그램 쿼터 완화에 따른 영향력에 대해서도 상반된 주장이 상존하고 있다. 우선 그 효과가 클 것으로 보는 입장은, 영화나 애니메이션 같은 국내 프로그램 기반이 매우 열악한 장르에 외국프로그램 쿼터 완화는 국내 방송시장을 급속히 황폐화시킬 것이라는 주장이다. 더구나 이들 외국 프로그램 공급업자들이 국내에서 프로그램을 제작 공급하는 것이 아니라 미국에서 사용된 프로그램의 재 활용 창구로 국내 PP들이 이용됨으로써 지금도 열악한 영화 드라마 애니메이션 제작 기반을 결과적으로 붕괴시킬 것이라는 점을 강조하고 있다.

하지만 일부에서는 실제 지금 우리 유료방송 채널들이 지상파방송 드라마 오락 프로그램들의 재 활용 창구로 전략한 상태에서, 질 높은 미국 드라마나 영화들을 정상적으로 편성할 수 있다면 도리어 PP시장의 정상화와 소비자 후생이 높아질 것이라는 주장도 만만치 않다. 인터넷 부가서비스, 홈쇼핑 채널 수수료와 같은 방송외적 수입을 극대화하기 위해 플랫폼사업자가 PP들을 약탈하는 왜곡된 유료방송시장 구조를 개선하는 데 효과가 기대된다는 주장이다.

## 개방효과 우리 사업자들의 문제

이처럼 한미FTA 방송시장 개방효과에 대해 상반된 의견이 맞서고 있는 이유는 우리 방송시장이 정상적이지 않다는 것을 단적으로 보여 주는 것이다. 때문에 최근에 여러 학자 혹은 관련기관들에서 내놓은 한미FTA가 PP시장에 미치는 영향에 대한 수량적 전망들이 피부로 체감되지 않는 이유도

여기에 있다. 그것은 이해당사자들이 자신들이 입장에서 산출된 것이 많고, 앞에서 언급한 각자 판단하고 있는 개방이 미치는 영향에 대한 상반된 원천적 시각들을 전제로 하고 있기 때문이다.

결국 시장개방 효과는 양적인 문제가 아니라 우리 방송시장의 구조적 문제점에서 파생된 질적인 문제가 중요하다 할 것이다. 누구나 알고 있는 사실이지만, 우리 방송시장은 방송프로그램이 재화로 교환되는 시장이 아니라 많은 가입자를 확보해 광고주 혹은 홈쇼핑 채널사용사업자, 인터넷 서비스에 판매하는 왜곡된 시장이다. 그러므로 방송프로그램을 제작·편성·공급하는 PP가 아닌 이른바 TPS에 승부를 걸고 있는 SO들이 지배하는 시장이다. 여기에 3개 지상파방송

사업자가 지상파독과점 구조를 바탕으로 직접 채널 혹은 개별 프로그램 판매방식으로 PP시장을 지배하고 있는 구조다.

이러한 상황에서 한미FTA를 통한 외국 프로그램 수입규제 완화는 각각의 사업자들이 처한 입장에 따라 유리한

혹은 불리한 상황으로 전개될 수 있다. 따라서 이 같은 환경 변화를 계기로 유리한 입장을 더욱 견고하게 혹은 반전의 계기로 삼기 위한 사업자들이 경쟁이 치열하게 전개될 가능성이 높다. 때문에 가장 우려되는

것은 단순히 몇 %의 시장개방 폭이 아니라 우리 사업자들이 경쟁적으로 외국 채널사업자 혹은 프로그램 확보에 열을 올리는 상황이다. 실제로 일부 MPP의 경우, '장기적으로 외국사업자 직접 진입이 허용되면 대주주가 될 수 있다'는 이번 계약을 했다는 소문도 돌고 있다.

결국 한미FTA가 한국 PP시장에 미치는 영향은 협상결과 그 자체보다 이를 계기로 국내 사업자들이 국내시장에서의 유리한 입지 조성을 위해 외국사업자와 불리한 조건에서 타협 혹은 공모하는 우리 방송사업자의 문제일 가능성이 높다. 물론 상업적 이익을 목적으로 하는 이들 사업자들의 전략을 문제 삼기보다는 지금과 같이 잘못된 우리 방송시장 구조를 정상화시키는 것이 중요하다. 항상 물난리는 가장 약한 방파제의 틈에서 시작 되는 것처럼, 한미FTA로 인한 문제는 우리 방송의 '약한 고리의 틈'에서 시작될 가능성이 높다. **김기현**

