

방송광고독점판매대행 해소 시급

지난 12월 26일 한나라당 정병국 의원은 평화방송과의 인터뷰에서 "한국방송광고공사(이하 KOBACO)는 군사정권 아래서 방송을 통제하기 위한 수단으로 만들어졌는데 민주화된 이 시점까지도 이 제도에 젖어있는 측면이 있다"고 지적하며 정권이 바뀔 때마다 바뀌야 한다고 말하면서도 쉽게 손을 보지 못하는 것이 지금의 방송광고제도라고 말했다. 정 의원은 또 "이제는 더 이상 방송광고를 독과점으로 해서 독점운영하는 것은 맞지 않다"며 방송사의 경쟁력 제고나 국제적인 관례를 봐서도 단계적으로 공·민영 미디어랩을 도입해야 한다고 주장했다. 정병국 의원은 지난 2005년 11월 복수 미디어랩 도입 법안을 발의한 바 있다.

KOBACO존립의 명분 없다

광고계는 참여정부 내내 KOBACO의 방송광고독점판매제도의 부당성과 제도 개선의 필요성에 대해 주장해왔다. 수많은 논의와 국회 입법안 발의가 있었음에도 결과적으로 또다시 차기정부의 해결과제로 넘겨졌다. KOBACO 독점의 부당함에는 정부 부처 및 국회에서도 공감하고 있다. 지난 2000년 12월 규제개혁위원회는 방송광고판매대행사를 2개 이상 허가해 자유경쟁에 맡겨야 한다는 내용의 권고안을 결정한 바 있고, 공정거래위원회 또한 KOBACO의 독점이 시장의 경쟁을 원칙적으로 배제하는 불공정행위라고 지적한 바 있다. 지난 2005년에는 민주당 손봉숙 의원과 한나라당 정병국 의원이 각각 복수미디어랩 도입 법안을 발의하기도 했다.

이제는 더 이상 KOBACO의 독점체제를 끌고갈 어떠한 명분도 없다는 것이 광고업계는 물론 학계, 정계의 공통된 의견이다. 작년 4월 한미FTA 타결에 따른 광고시장의 완전개방으로 인해 KOBACO 해체가 불가피하다는 것이다. 문화관광부 역시 이러한 시대적 조류에 따라 작년 6월부터 방송광고판매제도개선TF를 구성해 방송광고독점판매대행 문제를 논의했었고, 다수의 미디어랩이 경쟁하는 완전경쟁체제로 해야 한다는 방향으로 결론이 모아졌으나 그 이후 어떤 움직임도 없이 답보상태로 만들어 차기정부의 숙제로 떠넘기고 말았다.

광고선진화 가로막는 주범

주지하다시피 지상파방송은 KOBACO와 KOBACO가 출자한 방송광고판매대행사를 통해서만 광고를 판매하도록 방송법 및 한국방송광고공사법을 통해 제한함으로써 실질적으로 정부가 방송광고 판매를 독점 대행하고 있다.

이러한 독점체제는 여러가지 문제를 양산한다. 특정 방송사의 인기프로그램과 비인기프로그램을 묶어서 판매하거나 TV와 라디오 프로그램을 묶어서 판매하는 경우, 심지어 종교방송이나 지역민방 프로그램 등을 묶어서 판매하는 끼워팔기나 패키지판매, 광고주와 계약한 프로그램을

사전협의 없이 일방적으로 편성을 변경해 광고송출이 중지되거나 변경되는 불방전용 등은 KOBACO가 독점판매라는 우월적 지위를 남용해 광고주의 선택권을 제한하는 대표적인 불공정 거래행위라고 할 수 있다. 이런 폐해로 인해 광고주는 불필요한 광고를 어쩔 수 없이 집행하게 되고, 시청률이나 광고타겟을 고려한 과학적인 광고집행에 어려움을 겪고 있다.

이는 방송사의 영업권을 법률로 제한하는 것으로 헌법이 보장하는 계약자유 원칙에 위배되는 위헌적인 요소를 안고 있다. 뿐만 아니라 KOBACO에 대한 사장 임명, 예산승인, 업무 감독을 문화관광부 장관이 하도록 하고 있어 실질적으로 방송영업을 정부에서 관장하는 것이나 다름없고 이는 언론의 독립성 보장에도 위배된다. 또한 KOBACO는 무자본 특수법인으로서 인위적 독점사업을 허용하여 잠재적 시장 진입자에 대한 평등원칙에도 위반된다. 지상파방송사업자가 광고료 14/100에 해당하는 금액을 KOBACO에 납부토록 하는 것 역시 민간방송사업자의 경우 헌법에서 보장하는 재산권 침해의 소지가 있으며 주주의 이익 배당권을 침해하고 있는 것이다.

방송법 개정 시급하다

KOBACO의 방송광고독점판매대행 해소는 더 이상 미룰 수 없는 새정부의 과제로 남았다. KOBACO의 방송광고 독점대행제도를 개선하고 방송사와 광고주간의 자율적 광고거래를 보장해야 한다. 다수의 미디어랩간 경쟁을 허용하고, 광고요금은 시장에서 시청률을 반영하여 책정될 수 있도록 자율화해야 한다.

먼저 새정부는 방송법 개정을 통해 미디어랩 시장의 경쟁을 허용해 방송사가 자율적으로 미디어랩을 선택할 수 있도록 해야 한다. 일부 미디어랩의 난립으로 시장 혼란을 우려하는 목소리도 있으나 이는 기우이다. 한시적으로 허가제를 도입해 완충적으로 조절할 수 있도록 하는 것이 해결책이 될 수 있을 것이다.

광고요금 또한 시청률이 반영되는 시스템이 확립되도록 해야 한다. 독과점 요금은 일반적인 공정거래법을 적용하여 규제하고, 종교방송 및 지방방송사의 재원 문제는 한시적 정부지원 등의 방법으로 문제해결을 할 수 있다. 

