

# 광고 미디어 시장 환경에 맞는 입법 추진해야

김상훈 | 인하대 언론정보학과 교수



작년 11월 헌법재판소는 한국방송광고공사(이하 KOBACO)의 방송광고 독점판매에 대한 헌법불합치 결정을 내렸다. 헌법재판소는 KOBACO의 독점개시 기한을 올해 말까지로 결정하였다. 따라서 정부는 경쟁체제의 미디어렐 제도를 도입하기 위해 12월말까지 관련 법 개정 작업을 하고 있다.

방송통신위원회(이하 방통위)의 업계에 따르면 방통위는 허가제(5년)에 의한 미디어렐 설립 방안을 마련하고, 미디어렐의 업무영역을 기존 지상파방송뿐만 아니라 케이블TV, IPTV, 인터넷 등으로 확대하는 방안을 적극 검토하고 있다. 방통위는 검토보고서(미디어렐 경쟁체제 도입-주요 검토사항을 중심으로)를 통해 미디어렐 숫자는 허가제에 의한 1공영 1민영 체제가 최선의 모델로 판단된다고 분석했다. 하지만, 동시에 미디어렐 소유규제 완화와 함께 문화 개방 의지도 밝혀, 미디어렐 숫자가 3개 이상이 될 가능성도 배제하지 않았다. 신설될 민영 미디어렐의 소유지분은 대기업·중소기업·외국기업·신공사·뉴스통신사 등 기업군 1개 회사 최대 30%, 방송사 1사 최대 20%, KOBACO 등 공적지분 10% 등으로 다양화하면서, 공적지분은 시장안정화(3년) 이후 해소하는 방안을 검토 중이다. 지역민방이나 종교방송 등 취약매체 지원을 위해서는 지상파 방송 3사 매출점유율 상한제 도입이나 방송발전기금 납부 면제(190억원), 전파료 인상을 통한 지역방송사 지원(300억원) 등을 검토하고 있다.

### ✦ 한선교 의원 법안의 주요 골자

미디어렐이란 'media representative'의 줄인 말로 매체사(media)를 대신하여 광고시간 또는 지면을 판매하는 회사를 말한다. 미디어렐이 미국에서 통용되는 말이라면 영국에서는 판매회사(sales house)라는 용어가 보편적으로 사용되고 있다. 또 미디어렐과 유사한 개념으로 구매전문회사

(buying company, media independent)가 있는데, 이들은 광고주와 광고회사를 대신하여 광고시간과 지면을 구매하는 회사를 말한다. 즉 미디어렐이 매체사의 입장에서 광고를 대신 판매하는 회사라면 구매전문회사는 광고주와 광고회사의 입장에서 광고를 대신 구매하는 회사라고 할 수 있다.

국내에서 미디어렐에 대한 논의가 시작된 것은 방송광고 영업의 독점권을 KOBACO에 두었던 것을 방송법을 개정하면서 독점권을 폐지하여 지상파방송사업자는 한국방송광고공사 또는 대통령령이 정하는 방송광고판매대행사가 위탁하는 방송광고물 이외에는 방송광고를 할 수 없다(제73조 제5항)고 규정하면서부터이다. 하지만 이후 방송광고판매대행사의 설립을 위한 입법 과정에서 이해당사자간 논란을 빚어 오면서 미디어렐 제도에 관한 주장이 양분되어 있는 실정이다. 지난 국민의 정부'에서는 방송법과 한국방송광고공사법의 개정을 통해 형식적인 방송광고 영업의 독점권을 해소하였지만, 실질적인 후속 입법 작업이 중단됨으로써 제도개혁의 완성을 이루지 못한 상황이라고 할 수 있겠다. 하지만 앞서 언급했듯이 헌법재판소의 헌법불합치 결정으로 새로운 방송광고판매제도를 위해 미디어렐법이 추진되고 있다.

지금까지 국내 미디어렐에 대한 논의는 시장경쟁원리에 입각하여 자유로이 미디어렐을 운영할 수 있고, 방송사의 미디어렐에 대한 선택권을 보장하는 것을 주된 주장으로 하는 완전경쟁론과, 소유구조, 공민영 업무영역, 방송사의 선택권 등에서 제한을 두되, 복수의 미디어렐 제도를 도입하자는 제한경쟁론이 팽팽하게 맞서고 있는 상황이다.

먼저 완전경쟁을 지지하는 한나라당의 한선교 의원의 대표발의로 미디어렐 도입 방안이 포함된 방송법 등 일부 개

정안'이 국회에 지난 5월 상정되었다. 이 법안의 주요 골자는 다음과 같다. 첫째, 입법의 형태는 의원입법으로 방송법 일부 개정(제73조 등 관계조항 개정)과 미디어렐 관련 근거법인 한국방송광고공사법은 폐기한다. 둘째, 미디어렐 도입 형태로는 방통위 허가제로 방송의 공공성 확보를 위해 지상파 방송사업자의 직접 영업을 금지하고, 1공영(KBS2, EBS 등 지정), 다민영을 허용한다. 또한 1인 최대 51% 소유와, 다른 미디어렐사 지분 소유를 불가하게 하고, 공영위가 정한 대기업 집단, 정당 등은 지분 소유를 불가하게 하고 있다. 또한 KOBACO를 폐지하고 대신 정부가 전액 출자한 자본금 1000억원의 한국방송광고대행공사를 설립하여 KBS, EBS의 광고를 판매하고, 취약매체 지원을 위한 전담기구로 활용하고자 하고 있다.

### ✦ 최문순 의원, 제한경쟁 도입 권고

반면 최문순 민주당 의원은 '완전경쟁체제인 1사 1렐'은 공공성을 해칠 우려가 있다'며 반대하고 있다. 최 의원은 '1사 1렐은 방송통신위원회와 SBS에서 지지하는데, 각 방송사가 미디어렐사를 하나씩 갖고 경쟁을 하게 되면 경쟁구도가 과열돼 방송이 광고에 영향을 받게 될 우려가 있다'며 어느 정도 제재를 뒤야 한다'고 주장하고 있다. 지난 4월 최 의원은 주축로 국회에서 열린 민영미디어렐 도입 관련 토론회에서 KBS는 1공영 1민영의 제한경쟁체제를, SBS는 1사 1렐의 완전경쟁체제를 주장한 바 있다. MBC는 언론관계법과 MBC 민영화 논란 등이 마무리된 후 입장을 밝히겠다고 말한 바 있으나 지금은 명백히 자사의 미디어렐을 원하고 있는 것으로 파악되고 있다. 미디어렐 소유 구조와 관련해서도

KBS는 방송사들의 미디어렐 지분을 제한해야 한다고 했으며, SBS는 방송사가 51% 이상의 지분을 갖도록 해야 한다고 주장했다. 이와 관련해 최 의원은 'SBS의 주장처럼 방송사가(미디어렐의) 지분 50% 이상을 갖게 되면 일종의 자회사처럼 돼 광고가 직접 프로그램에 영향을 미칠 수 있다'면서 '현재 시민사회단체는 10% 이하로 제한하자는 의견이 있는데, 이 부분에 대해 의견조정이 필요하다. 개인적으로 제한이 필요하다고 생각한다'고 말했다.

최 의원은 민영미디어렐 도입으로 타격을 입을 지역·종교방송에 대한 지원 방식으로 연계판매를 제안했다. 최 의원은 '지역·종교방송의 문제는 여론 다양성과 민주주의와 관련한 문제'라면서 'CBS-MBC, PBC-KBS 등 패기지로 광고를 묶어 팔게 되면 비교적 규모가 작은 방송사의 광고판매도 안정적으로 보장할 수 있다'고 말했다. 이어 '(연계판매의) 구체적 비율은 시뮬레이션을 해야겠지만 명문화된 규정으로 넣어 강제하는 방안이 있어야 할 것'이라고 강조했다. 대통령령 혹은 고시로 하는 방안에 대해선 '경제체제는 것이 언젠가 자사 이기주의로 돌아갈 가능성을 담보하고 있는 만큼 수시로 변경할 수 있는 대통령령, 고시보단 법안에 포함시켜야 한다는 생각'이라며 반대했다. 한편, 최 의원은 '종교·지역방송에 대해 취약매체라는 용어를 쓰는데 그 자체가 공공성에 대한 이론을 흐드는 것인 만큼 사용혜선 안 된다는 생각'이라며 '연계판매 등 보완책을 마련하는 게 민영미디어렐 도입 정책의 핵심'이라고 말했다.

결론적으로 최 의원의 주장을 포함하여 민주당은 1공영 1민영'의 제한적인 미디어렐 경쟁 체제를 도입할 것을 권고하고 있다. 즉, 미디어렐 2개사가 경쟁을 통해 전체 지상파와