

좌담회 미디어법 자유로운 경쟁이 바람직하다

정리 | 편집실



김기원 한국광고주협회 상무



한광식 삼성전자 상무



박형재 한국코카콜라 상무



구본진 LG전자 상무



서범석 세명대 교수

“공민영의 구분 없이 시장의 자율성을 존중하는 경쟁체제가 바람직하다.”

지난 7월 16일 여의도에서 있었던 미디어법 관련 광고주좌담회의 결론이다. 협회는 미디어법 법안이 국회 의결을 앞두고 있는 시점에서 현행 법안의 합리적 검토 및 향후 방송광고 판매방식의 바람직한 방향을 고찰해 보기 위해 좌담회를 개최했다. 이날 좌담회는 한광식 삼성전자 상무, 구본진 LG전자 상무, 박형재 한국코카콜라 상무, 그리고 서범석 세명대 교수가 토론자로 참석한 가운데 김기원 한국광고주협회 상무의 주재로 이루어졌다.

작년 헌법재판소의 한국방송광고공사(이하 KOBACO) 방송광고판매 독점에 대한 헌법불합치 결정으로 올해 말까지 방송광고판매의 실질적인 경쟁체제로의 전환이 불가피하게 되었다. 따라서 전반적인 방송광고판매에 대한 바람직한 방향과 헌선교 의원 법안이 헌법재판소 결정에 부합하는가에 대한 논의의 필요성이 있었다.

좌담회 토론자들은 방송언론의 압력을 완충해주는 역할과, 방송사의 경영안정화에 기여하는 등 그동안 KOBACO의 손기능이 없었던 것도 아니었으나 광고판매 독점에 따른 무리한 끼워팔기와 이로 인한 효율적인 광고집행이 어려웠던 것은 부인할 수 없는 사실이라고 말하며 경쟁미디어법 도입이 불가피하다고 말했다. 또한 우리나라 광고산업과 미디어시장이 커짐에 따라 현 체제의 한계가 드러났고, WTO, GATS, 한미FTA 등에 따른 방송광고시장 개방과 국내 광고산업의 효율성 제고를 위해서 경쟁미디어법의 도입은 시대적 요구라는 데에 의견을 같이 했다.

✦ 미디어법 입법 방향은 자유로운 경쟁체제가 바람직

우선 바람직한 미디어법 제도 개선 방향에 대해 논의를 하였다. 토론자들은 방송광고판매의 가장 바람직한 방향은 방

송사는 팔고 싶은 것을 팔고, 광고주는 사고 싶은 것을 사는 거래환경이 이루어지는 것이라고 말했다. 그럼에도 불구하고 우리나라는 방송광고를 산업이 아닌 통제의 대상으로 보기 때문에 미디어법을 통해 규제를 하려는 것이라고 지적했다. 다매체 시대에 지상파만을 따로 떼어놓고 통제를 하겠다는 의도가 있다면 이는 전근대적인 발상이라는 의견도 있었다. 콘텐츠뿐만 아니라 광고의 유통까지 통제하겠다는 발상이라는 것이다. 전세계적으로 정부가 나서서 광고판매방식을 어떻게 해라미라 통제하는 나라는 하나도 없다고 한다. 다양한 케이블 채널과 앞으로 IPTV의 활성화, 더 나아가 디지털 시대가 본격화되면 어떻게 광고미디어의 유통을 통제할 것인가 반문했다. 공공성과 공익성을 명분으로 방송콘텐츠를 규제하는 것은 차치하고라도 방송광고는 그야말로 광고주가 시간을 구매해 마케팅 활동을 하는 것인데 이를 규제하는 것은 문제가 있다는 지적도 있었다. 토론자들은 콘텐츠와 유통의 통제를 구분해야 한다고 지적하며 제한적 경쟁이 아닌 시장의 자율성을 존중하는 것이 바람직하다는 데에 의견을 모았다.

✦ 헌선교 의원 법안, 현재 결정 반영 못해

다음으로 헌선교 의원 법안에 대한 논의가 있었다. 우선 헌선교 의원 법안의 요지를 살펴보면, KBS와 EBS는 KOBACO에서, MBC와 SBS는 방송사별 미디어법을 두는 한편, KOBACO 내 시청률검증위원회, 방송광고균형발전심의위원회를 설치, 운영하고, 미디어법협회 등의 기구를 설치할 수 있도록 하고 있다. 보다 세부적으로 보면, 허가제에 의한 부분 경쟁체제를 도입, 1공영 다민영체제 안에서, 미디어

법의 지분은 1인 최대 51%까지 소유를 허용하고 있다. 다른 미디어법의 복수투자는 불허하고, 공정거래위원회가 정한 대기업 집단과 정당은 지분 소유를 금지하고 있다. KOBACO는 1,000억 원의 자본금과 방송광고대행공사로 전환해 KBS2와 EBS의 광고판매를 전담하는 것으로 하고, 아울러 방송발전기금을 인상해 이를 통해 종교방송, 취약방송을 지원토록 하고 있다. <표1 참조>

이와 관련 좌담회 토론자들은 헌선교 의원 법안이 작년도 헌법재판소의 결정을 제대로 반영하고 있지 못하다고 평가했다. 작년도 헌법재판소 결정의 핵심은 실질적인 경쟁체제로 전환해야 한다는 것이었다. 그러나 헌선교 의원 법안은 SBS와 MBC는 방송사별 미디어법을, KBS와 EBS는 KOBACO에서 광고판매대행을 하며, 미디어법에서 케이블 TV의 영입이 가능토록 해석되는 바, 이는 또다른 문제의 소지가 있다고 지적했다. 이는 근본적으로 지상파TV를 정보독점의 도구로 생각하기 때문이며, 과거 방송광고 독점판매와 크게 다르지 않은 불완전경쟁이라고 덧붙였다. 아울러 공민영의 구분 없이 다수의 미디어법이 경쟁하는 자유로운 경쟁체제가 바람직하다는 데에 의견을 모았다.

✦ 한시적 허가제 가능하나 향후 등록제 전환해야

사업자 허가방식에 있어서는 다음과 같은 의견이 있었다. 헌법재판소는 사업자 허가방식에 있어 방송사의 직접판매를 금지함으로써 위탁각제를 허용하고 있으며, 허가제를 제시하고 있다. 헌선교 의원 법안에서도 공민영 미디어법으로 구분해 방송광고대행공사의 기허가를 인정하고, 민영에 대해서는 재정, 공공성, 경영적정성 등을 고려해 허가제를 도입할

것을 제안하고 있다.

그러나 토론자들은 방송광고에서 공공성, 공익성을 논하는 것 자체가 문제라고 지적하며, 공공성, 공익성을 어디까지 규정할 것이며, 이를 법제화할 논리적 근거가 없다고 입을 모았다. 기본적으로 미디어법은 판매영업을 하는 회사인데, 기관적 성격을 띠다보니 공공성, 공익성을 명목으로 영향력을 행사하려는 것이라고 지적했다. 또한 공영체제를 유지함으로써 우월적 지위를 통한 실질적인 경쟁이 불가능할 수도 있으며, 허가제를 통한 진입규제로 민영미디어법의 수를 통제해 진정한 의미에서의 경쟁체제 도입이 불가능할 것이라고 지적했다.

근본적으로 공민영 구분 없이 다수의 미디어법이 활동할 수 있도록 등록제를 도입해야 하나, 여건상 어렵다면 한시적인 허가제를 도입해 다수의 미디어법이 경쟁할 수 있도록 해야 한다고 말했다. 또한 일정 요건만 갖추면 허가를 해주는 시스템이 되어야 할 것이라고 덧붙였다. 아울러 일정기간이 경과된 후에는 다수의 미디어법 허용을 위한 등록제 도입을 검토해야 할 것이라고 말했다. 공영방송대행 지정 조항은 자칫 경쟁체제 도입의 효과를 제한할 우려가 있는 바, 별도의 대행 기준을 명시해야 할 필요가 있다는 의견도 있었다.

✦ 다수 미디어법 허용해 자율경쟁체제이뤄야

미디어법 개수 및 공민영 구분과 관련해서는 다음과 같은 의견이 있었다. 헌선교 의원 법안에 따르면 KBS와 EBS는 KOBACO에서, MBC와 SBS는 방송사별로 미디어법을 두도록 하고 있다. 그러나 토론자들은 이 법안대로라면 1사 1법체제인데, 그것을 경쟁체제라고 하기에는 부족한 측면이