



중편 4개사도 기본적으로 초기에는 광고단가 체계가 비슷하게 갈 것이고 시간이 지나면 자연스럽게 조정이 될 것이다. 시청률이 턱없이 안 나오는데 광고주가 시청률 높은 채널이랑 똑같은 가격을 지불하지는 않을 거 아닌가.

신문과 방송 광고를 묶어서 판매한다는 것은 관련 법도 틀리고, 판매방식이나 영업방식도 다르기 때문에 가능하지 않을 것이다. 모기업이 신문사다 보니 그런 기우가 있을 수 있는데 현재로서는 그런 계획을 갖고 있지 않다.



박혁규  
TV조선  
광고사업본부장

선은 보도를 제외한 대부분을 외주를 줄 계획이며, 초기 콘텐츠 투자 비중을 높이려고 한다. 편성 구조는 지상파와 비슷하지만 초기 콘텐츠 차별화 전략이 필요하기 때문에 보도 비중은 다른 데와 비슷하게 가 되, 신문기업으로 양질의 콘텐츠를 계속 생산해왔기 때문에 이런 영향력을 살려 특화된 보도로 차별화한다는 전략이다.

정성관 콘텐츠 부분은 핵심이고 많은 고민을 하고 있다. 기본적으로는 MBN은 젊은층을 타겟으로 한다. 때문에 김수미, 신동엽 주연의 시트콤 계약을 했고, 콘텐츠 품질은 지상파 수준으로 갈 건데, 그걸 24시간 다 할 수는 없고 나머지 부분을 어떻게 채울 것인가 하는 측면이 있다. MBN은 계속 뉴스를 해왔기 때문에 뉴스의 보도국 시스템이 현재로서는 가장 앞서있고 뉴스를 활용해서 조정할 수 있는 장점이 있다. 개인적으로 3년 안에 중편 중 하나가 지상파를 이길 수 있을 것이라고 기대한다.

#### 채널 확보 방안

김상훈 채널 확보는 어떻게 해나갈 계획인가. 4개사가 같이 협상할 건지 아니면 각사별로 하고 계신지, 미결 과제인 채널 확보 문제의 진행상황에 대해 말씀해주시기 바란다.

박영균 채널만 선정되면 바로 방송할 수 있는 준비를 각사가 다 해냈다. 채널 선정은 기본적으로 중편과 케이블이 자율적인 협상에 의해 결정하는 게 원칙이라고 생각한

다. 수많은 SO하고 중편이 개별 협상을 하다보면 12월 1일 개국은 쉽지 않을 것이다. 자율협상이라는 큰 원칙을 벗어나지 않는 선에서 효율적인 협상을 하기 위해 여러 가지 방식을 생각하고 있고, SO도 각각의 채널과 개별 협상을 하기에는 비효율적인 측면이 있기 때문에 효율을 우선시하는 방향으로 진행하고 있다. 현재는 진행 중이기 때문에 이정도로 말씀드리겠다.

손병기 중편사들이 사안별로 공동 협상을 하고 있는 것으로 안다. 현재 큰 이슈가 두 개다. 채널 번호와 미디어랩이 그것이다. 공동 관심사인 제도적 환경 정비에 대해서는 이해관계가 일치한다. 개별 사안별로는 선의의 경쟁도 있을 수 있다고 본다.

박혁규 12월 1일 개국을 목표로 최대한 노력하고 있다. 가급적 전국적으로 통일된 번호를 받았으면 좋겠다는 바람이 있는데, Must Carry 채널이고, 지상파에 버금가는 콘텐츠를 많이 쏟아 낼 것이기 때문에 좋은 번호로 잘될 것이라 기대하고 있다.

박현수 수도권역과 MPP만이라도 동일 번호로 하고 싶다는 얘기인데, 만약 중편을 위한 4개 번호가 10번째 중반이다 그러면 4개사가 번호를 정해야 하지 않나.

박혁규 중편 Zone을 만드는 게 중요하다. 중편채널의 중요성을 감안할 때 로우채널로의 컨센서스는 형성이 돼 있으니 좋은 채널을 가져갈 수 있을 것이다.

정성관 누가 몇 번 채널을 갖는가보다 중편 4개사가 함께 어디에 자리 잡느냐가 중요하다. 가장 이상적인 것은 지상파 사이에 들어가는 것인데, 이 부분에 있어