



중간광고 및 광고총량제 도입에 관한 연구

인하대 안대천 교수는 방송광고시장의 활성화 방안으로 '중간광고 및 총량제 도입에 관한 연구'에 대해 주제발표를 하였다. 안 교수는 국내 광고시장의 현황, 방송광고 편성 운용 규제, 현행 편성 규제 개선의 필요성 등을 짚어보고 지상파의 중간광고 및 총량제 도입이 광고산업시장의 파이를 키우는 데 도움이 될 것이라고 하였다.



안 교수는 광고산업집약도(GDP 대비 광고비 비중)를 볼 때 선진국의 경우 약 2% 수준인데 반해 한국은 OECD 평균인 1.2%에도 미치지 못

하는 0.7%수준이라고 전하며 2002년 월드컵 이후의 광고시장 성장은 정체 상태로서 광고산업이 위기에 빠져있다고 하였다. 이런 광고시장의 쇠퇴 속에서 특히 지상파 방송의 점유율의 감소가 눈에 띈다고 전했다. 즉 인터넷 매체와 유료방송이 성장 추세를 보인 반면 지상파 3사의 광고수익은 2001년도와 비교해 볼 때 감소하였다는 것이다. 또한 방송광고시장을 전망해 보았을 때 종합편성채널이 도입됨에 따라서 지상파나 유료방송, 케이블TV 쪽은 직접적인 영향을 받을 것이며 타 매체들에게도 간접적인 영향을 줄 것이기 때문에 그에 따라 경쟁이 가속화 될 것이라고 예측하였다. 안 교수는 광고시장이 정체돼 있는 상황에서 매체간 경쟁만 심화될 것이기 때문에 광고시장의 파이를 키우는 일이 시급하며 이를 위해서는 중간광고와 총량제 도입이 가장 효과적인 방안이 될 것이라는 의견을 내놓았다.

중간광고와 총량제를 통한 편성규제 완화

현재 국내 광고 규제는 매체간 균형 발전을 위해

매체 및 플랫폼별로 광고를 규제하는데 특히 방송의 경우 광고량, 광고방법, 거래방식 규제 등의 비대칭규제를 적용하고 있다고 한다. 허나 이는 전통 매체 영향력 감소로 점유율 하락에도 불구하고, 광고규제가 지속적으로 이뤄져 심각한 위기 상황이라고 전했다. 안 교수는 비대칭규제의 대표적인 것이 전체 광고시간 제한이라며 지상파의 중간광고 및 총량제 도입이 광고산업시장의 파이를 키우는 데 도움이 될 것이라고 전했다. 방송광고 총량제는 방송광고의 종류, 시간, 횟수, 방법에 대해 법률로 규제하지 않고 전체 광고량만 규제하는 것이다. 구체적인 운용방법은 방송사의 자율편성권을 보장하는 제도로 총량제를 통해 방송편성의 탄력성을 확보하고 방송광고의 수급 불균형을 해소하여 과학적이고 효율적인 광고집행이 가능토록 해야할 것이라는 의견을 내놓았다. 또한 안 교수는 대부분의 선진국의 경우 중간광고를 포함하는 방송광고 총량규제를 실시하고 있으며, 종편 도입에 따른 광고시장 구조 변화와 뉴미디어의 급성장에 따른 지상파 수익 악화, 그리고 뉴미디어 시대에 따른 시청자의 방송선택권 강화를 현행 편성 규제 개선의 필요성으로 들며 방송환경, 광고시장 경쟁 상황, 국제 표준 등을 고려한 중간광고 및 총량제 도입의 필요성을 주장하였다. **KAA**

<표 2> 국내 지상파 TV 광고 허용량

유형	허용기준	시간당 허용량
프로그램광고	방송프로그램 시간(광고 시간 포함)의 10/100	6분(10%)
토막광고	매시간 2회, 매회 4건, 매회 1분 30초 이내	3분(5%)
자막광고 (ID/이어서)	매시간 4회, 1회 10초, 화면의 1/4이내	40초(1.1%)
시보광고	매시간 2회, 1일 10회, 1회 10초 이내	20초(0.6%)
계		10분(16.7%)

<표 3> 케이블 TV의 중간광고 허용 횟수

프로그램 구분	횟수
45분~60분 프로그램	1회
60분~90분 프로그램	2회
90분~120분 프로그램	3회
120분 이상 프로그램	4회
중간광고 시간 및 개수 규제 : 한개의 프로그램 당 1분, 4건 이내로만 허용	

<표 1> 매체별 국내광고비

구분 (단위:억)	방송				인쇄		인터넷			총계
	지상파	유료	기타	홈쇼핑	신문	잡지	검색광고	DA	전자상거래	
1991	7,665	1,736	685	1,573	10,196	1,253	500	1,423	1,012	19,114
2009	22,205	7,794	1,178	19,031	15,007	4,388	8,250	4,180	14,150	96,477
CAGR	6.09%	18.16%	7.01%	23.09%	2.17%	7.21%	49.25%	14.42%	24.80%	9.41%