

방송광고 규제 개선에 거는 기대



방송통신위원회(이하 방통위)는 1월 27일 '2015년 주요 업무 계획'을 발표하고, 칸막이식 광고규제에서 프로그램 편성시간당 총량제로 개선하고, 가상·간접광고 규제도 완화해 방송 콘텐츠 투자기반을 확충하기로 했다. 다만 지상파방송의 중간광고 시행 여부에 대한 언급은 없어 아쉬움을 남겼다. 작년에 추진이 무산된 광고총량제 도입이 올해 중지부를 찍을 수 있을지 귀추가 주목되고 있다.

작년 시행 계획 지지부진, 올해는 추진해야

지상파 방송광고의 총량제, 중간광고 도입은 방송광고 균형발전위원회가 구성됐던 2013년 6월부터 본격적인 논의를 시작해, 그해 12월 방송통신위원회, 미래창조과학부, 문화체육관광부가 공동 발표한 '창조경제 시대의 방송산업 발전 종합계획'에서 제도 개선 로드맵이 제시되고, 같은 시기 방송광고균형발전위원회도 '창조경제를 견인하는 방

송광고시장 활성화 계획(안)'을 발표하면서 광고업계의 기대를 모았다. 이후 2기 방송통신위원들의 임기만료와 3기 위원들의 임명 등을 거치며 방송광고 제도 개선 계획은 탄력을 받지 못했고, 작년 8월 7일 제3기 방송통신위원회가 주요 정책과제의 하나로 연내 광고총량제 추진을 발표, 이후 12월 19일 방송통신위원회가 또 다시 광고총량제 추진을 골자로 하는 방송광고 규제완화 방안을 발표했을 뿐, 신문협회를 비롯한 케이블, 종편사 등의 반대여론에 부딪쳐 지지부진한 행보를 보이고 있었다.


편성 자율성 제고, 가상·간접광고 확대 추진

방통위는 '광고 축소 → 콘텐츠 후퇴 → 한류동력 저하'라는 악순환을 벗어나기 위해 광고종류(프로그램광고, 토막광고, 자막광고, 시보광고)별 칸막이 규제를 걷어내고 '프로그램 편성시간당 총량제'를 도입한다고 밝혔다. 방송

프로그램 편성시간당 총량제를 도입하여 프로그램과 광고편성의 자율성을 제고하되, 지상파방송 및 유료방송 간의 차별성은 유지하기로 했다.(현재 입법예고 중) 가상·간접광고 역시 창의성을 발휘되기 힘든 상황임을 고려해 허용범위 및 허용시간의 확대 등을 추진하기로 했다. 가상광고는 현재 스포츠중계에서만 가능한데 앞으로는 교양·오락·스포츠 보도 프로그램에도 허용하고, 유료방송은 현행 5/100에서 허용시간을 확대한다는 게 주요 골자다. 다만 어린이를 주 시청대상으로 하는 프로그램과 보도 프로그램 등은 제외된다. 간접광고 역시 유료방송에서 현행 5/100인 것을 허용시간을 확대하고, 구체적인 허용범위는 시행령에서 규정할 예정이다. 이번 광고총량제, 가상광고, 간접광고는 '15년에 공청회 등 의견 수렴을 거쳐 시행령 개정을 추진하기로 했다.

이 밖에도 신유형 광고 등 새로운 광고기법을 방송광고에 적용할 수 있도록 방송법에 근거를 마련하기로 했다.

시행령 개정에 중간광고 시행도 포함돼야

광고계에서는 이번 발표에 지상파 중간광고 시행이 제외된 것에 대해 우려하고 있다. 광고총량제와 중간광고는 함께 시행되어야 한다는 게 업계의 공통된 의견이었고, 방송광고균형발전위원회와 학계에서도 중간광고가 제외된 광고총량제는 의미가 없다는 의견을 여러 차례 피력했었다. 향후 시행령 개정 과정에서 반드시 추가되어야 할 개선 과제는 지상파 중간광고 시행이다. 지상파의 중간광고 금지는 글로벌 시대의 방송 콘텐츠 경쟁에 있어 우리나라 방송 콘텐츠의 경쟁력을 약화시키는 대표적인 규제로 꼽히고 있다.  이수지 susie@kaa.or.kr



〈표〉 현재 방송광고 규제 현황

유형	정의	지상파 방송	유료 방송														
광고총량제	광고유형에 관계없이 최대 광고 송출시간을 정하는 제도	-	시간당 평균 10분, 매시간 최대 12분 이내 ※ 단, 2시간 이상 프로그램은 18분, 매시간 최대 15분 이내														
방송프로그램광고	방송프로그램의 전후에 편성되는 광고	방송프로그램시간 (방송프로그램 광고시간 포함)의 10/100 이내	-														
토막광고	방송프로그램과 방송프로그램 사이에 편성되는 광고	매시간 2회, 매회 1분30초 이내	토막광고를 할 경우, 매시간 2회, 매회 1분40초 이내														
자막광고	방송프로그램과 관계없이 문자 또는 그림으로 나타내는 광고	매시간 4회, 매회 10초, 화면 1/4 이내	자막광고를 할 경우, 매시간 6회, 매회 10초, 화면 1/4 이내														
시보광고	현재시간 고지 시 함께 방송되는 광고	매시간 2회, 매회 10초, 매일 10회 이내	-														
중간광고	1개의 동일한 방송프로그램이 시작한 후부터 종료되기 전까지 사이에 그 방송프로그램을 중단하고 편성되는 광고	금지 ※ 단, 운동경기, 문화·예술행사 프로그램은 허용	프로그램 길이에 따라 허용횟수가 다름 <table border="1"> <thead> <tr> <th>회</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>분</td> <td>45</td> <td>60</td> <td>90</td> <td>120</td> <td>150</td> <td>180</td> </tr> </tbody> </table> ※ 매회 광고시간 1분 이내	회	1	2	3	4	5	6	분	45	60	90	120	150	180
회	1	2	3	4	5	6											
분	45	60	90	120	150	180											
가상광고	방송프로그램에 컴퓨터 그래픽을 이용하여 만든 가상의 이미지를 삽입하는 형태의 광고 ※ 운동경기 분야에 허용	해당 프로그램시간의 5/100, 화면 1/40이내 ※ 프로그램 전에 가상광고 포함여부를 자막 표기	좌 동														
간접광고	방송프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 그 상품을 노출시키는 형태의 광고 ※ 오락과 교양분야에 허용	해당 프로그램 시간의 5/100, 화면 1/40이내 ※ 프로그램 전에 간접광고 포함여부를 자막 표기	좌 동														