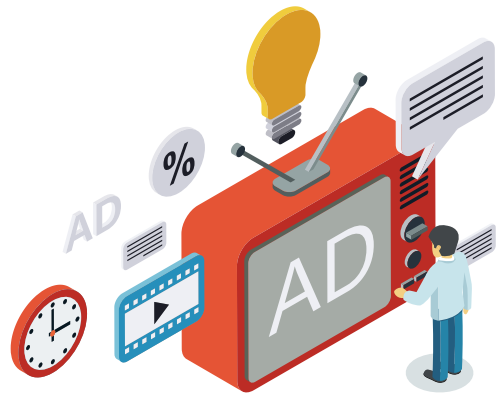


## 지상파 중간광고 도입, 광고주 72% 찬성



지상파TV의 중간광고 도입 여부에 대해 찬반논란이 계속되는 가운데, 광고주 10명 가운데 7명은 광고주목도와 광고효율성을 위해 중간광고 도입을 찬성한다는 조사 결과가 나와 주목되고 있다.

이시훈 계명대 교수는 지난 9월 20일 한국방송학회가 개최한 '방송프로그램, 중간광고, 그리고 시청자' 토론회에서 '방송 중간광고에 대한 광고주 인식 조사' 결과를 발표했다.

이번 조사는 지상파TV에 광고를 집행한 실적이 있는 100개 기업의 광고 담당자를 대상으로 진행됐으며, 이중 72%가 지상파 중간광고 도입에 찬성했다. 방송의 공공성 저하 등을 이유로 14%가 반대 의견을 제시했음에도 불구하고, 응답한 광고주의 84%는 지상파TV에 중간광고가 도입되면 집행하겠다는 의지를 내비쳤다.

전문가들의 심층 인터뷰 조사결과도 제시됐다. 이 교수는 "전문가 절대 다수가 지상파 방송 중간광고 재도입에 찬성했고, 그 이유로 방송 재원의 한계 극복, 플랫폼 구분의 무의미, 고객과의 다양한 커뮤니케이션 가능, 비대칭적 규제 해제 등을 꼽았다"고 설명했다.

그동안 지상파 중간광고 도입의 반대 이유로 가장 많이 제기됐던 '시청권 침해'에 관해서는 "전문가들은 지상파 중간광고가 시청권을 침해할 것이라는 주장에 동의하지 않고 있다"며 "오히려 유료 방송의 중간광고 경험으로 익숙한 시청환경이 됐다는 의견"이라고 덧붙였다. 아울러 "시청권 침해 문제는 중간광고와 관련이 없고, 양질의 콘텐츠 제작 환경을 만드는 것이 오히려 시청권의 확대에 기여한다"며 "유료방송과 모바일 콘텐츠의 광고시청 행태를 살펴보면, 양질의 콘텐츠 이용시 광고노출은 크게 문제되지 않는다는 의견이다"고 전했다.

한편 지난 6일 한국방송광고진흥공사(KOBACO)는 지상파 방송의 중간광고 도입시 신규 일자리 614개 창출될 것이라고 전망했다. 또한 지상파TV 매출은 2015년 광고비 기준으로 791억원 증가할 것으로 예측했고, 이에 따른 생산유발효과는 945억원, 부가가치유발효과 385억원이 증가해 국민 경제 전반에 파급 효과가 기대된다는 연구 결과를 발표했다.

그런가하면 최성준 방송통신위원회 위원장은 지난 9월 23일 서울 여의도 국회에서 열린 교육, 사회, 문화분야 대정부질문에 참석해 지상파방송의 중간광고 허용에 대한 의견을 피력했다. 최 위원장은 규제 개혁에 대한 입장을 묻는 새누리당 정우택 의원의 질의에 대해 "작년에 광고총량제를 비롯해 광고제도 개선을 했고, 현재 1년 정도 지났다"며 "그 효과에 대한 분석 결과를 보고 앞으로 추가적인 광고제도 개선에 관한 논의를 진행해 나가려고 생각하고 있다"고 답했다. 이어 그는 "중간광고 허용 같은 규제 개혁을 해주지 않으면 UHD 방송 등을 위한 지상파 방송의 투자가 이뤄질 수 없다고 판단한다"며 "방통위가 하는 일이 방송산업이 제대로 된 역할을 할 수 있도록 충분한 재원을 마련할 수 있도록 뒷받침해 주는 것이라고 생각한다"고 말했다.

최 위원장은 전날인 9월 22일 KBS1 라디오와의 인터뷰를 통해서도 중간광고의 필요성을 제기했었다. 당시 최 위원장은 "지상파방송이 공적 책무를 수행하기 위해서는 재원 구조가 안정되어야 한다고 생각한다"며 "방통위에서 광고제도의 추가적인 개선이 필요한지도 앞으로 검토할 것"이라고 전했다. **KAA**

유재형, 김다혜 기자 dahye@kaa.or.kr