■ 공청회 생중계

[방송개혁위 방송정책 공청회 개최]

방송개혁위원회(이하 방개위)는 2월 22일 오전 9시 30분 프레스센터 20층 기자회견장에서 '방송개혁의 방향과 과제'를 주제로 공청회를 개최했다.

이날 공청회에서는 KBS-2TV 광고폐지 및 수신료 인상, 방송위원회의 위상, 지역민방 정상화 방안, 유선방송 정상화 방안, 국책방송 및 공공기관 운영 채널의 조정 방안, 위성방송 정책방안, 소유제한 및 진입규제 방안 등 쟁점사항들이 활발히 논의됐다.

특히 그동안 논란을 빚었던 KBS-2TV 광고폐지에 따른 수신료 인상 문제는 KBS의 공영성을 확보한 후 수신료를 인상해야 한다는 의견이 지배적으로 나타났다. 당장 광고를 폐지하기 보다는 KBS의 경영합리화와 공영성을 확보한 후 이를 전제로 광고폐지와 수신료 인상의 재원문제를 논의해야 한다는 것.

또한 방송광고심의는 방송위원회에서 사전심의를 하되 민간기구나 단체에 위탁하도록 규정하였으며, 중간광고는 현행대로 금지키로 결정했다. 이날 공청회를 통해 윤곽이 드러난 방개위의 방송정책 방향과 토론자들의 논의를 요약 정리한다.

- 편집자 주 -

1. KBS-2TV 광고폐지와 수신료

방개위는 KBS의 공익성 확보를 위해 1TV는 보도와 시사 위주의 종합편성 채널로, 2TV는 문화예술, 교양, 소수계층, 지역연계 등의 프로그램을 편성한다는 것. 이를 위해 KBS의 경영합리화와 프로그램의 공익성 제고를 전제로 2TV 광고를 폐지하고, 수신료를 현실적으로 인상하는 방안을 검토 중이다. 그러나 실시시기에 대해서는 이견이 많아 난항이 예상된다.

안정임 서울여대 교수는 수신료 인상 문제는 KBS가 경영합리화와 공영성을 확보한 다음에야 논의할 문제라고 지적하였으며, 정중헌 조선일보 논설위원은 KBS-2TV는 공영성 강화를 위해 광고를 폐지해야 한다고 말하고, MBC는 똑같은 공영방송인데 광고를 그대로 놔두어야 한다는 방개위의 방송정책은 자기모순이라고 지적했다. 그는 개인적으로 1공영 다민영체제가 바람직하다며, KBS-2TV와 MBC를 민영화할 필요가 있다고 말했다.

2. 방송광고 사전심의 유지

방송내용은 자율심의를 원칙으로 하고 사후 제재를 강화한다는 방침으로 결정됐다. 단 광고방송에 대해서만은 방송위원회에서 사전심의를 할 수 있도록 하며, 방송위원회는 방송광고에 대해 사전심의와 관련된 업무를 대통령령이 정하는 바에 의하여 민간기구나 단체에 위탁한다는 방침이다. 또한 심의는 매체별·채널별 특성을 고려하여 차별화하고 심의규정을 위반

한 경우 제재조치로서 일정액 이하의 과태료를 부과한다는 것.

애초 방송광고사전심의에 대해 광고주협회를 비롯한 광고관련단체는 사전심의로 인한 시간 지체와 위원회의 관료화에 따른 폐해를 지적하며 사전심의 폐지를 주장하였으며, 소비자단체는 사전심의 폐지시 광고내용으로 인한 사회적 충격 차단 방법이 사라진다며 반대해왔다. 광고업계에서는 방송광고심의가 민간에 위탁된다 하더라도 심의기구 및 심의위원 구성, 심의절차 등의 세부사항 등을 모두 방송위원회에서 결정하기 때문에 사실상의 정부에 의한 방송광고사전심의는 그래도 존속되는 것이라며 반대하고 있다.

광고업계에서는 매체사에 의한 자율적 사전심의나 광고주, 광고대행사, 방송사, 소비자가 참여하는 업계 자율심의기구에 의한 사전심의가 되어야 하며, 방송위원회는 사후심의를 하되 위반시 강력한 제재 방안을 마련하는 것이 필요하다고 지적하고 있다.

3. 방송위원회 위상 강화

방송위원회의 위상과 관련된 가장 큰 변화는 합의제 행정기구로 위원장이 의안 제출을 할 수 있는 준입법권과 심의결과에 대한 제재조치를 할 수 있는 준사법권까지 갖는 강력한 조직으로 강화된다는 점이다. 방송위원회의 직무와 관련해 방송기본계획 수립 등 방송정책권과 허가추천 등 실질적인 인허가권 및 방송발전자금 관리·운영 등을 총괄하며, KBS의 사장임명 제청과 예산 및 결산 승인, 방송문화진흥회 이사 전원 선임, EBS의 사장임명과 예산 및 결산 승인 등을 할 수 있도록 강화될 전망이다. 일부에서는 이번 방송위원회의 위상 강화에 대해 공보처의 부활이라며 강력 반발하고 있으며, 위원구성과 방송위 역할에 대해서도 의견이 분분하다.

권영성 서울대 교수는 방송위원회는 국가정보원처럼 대통령 소속기관으로 하되 그 직무는 독립하여 수행할 수 있도록 하여야 하며, 방송정책에 관한 명령은 대통령령으로 하되 대통령은 방송위원회의 결정이 존중될 수 있도록 하는 방안이 강구되어야하며, 위원 구성은 합의제 행정기구라는 측면에서 많을 필요가 없다며 9명 정도면 충분하다고 밝혔다.

강명구 서울대 교수는 방송위원회의 견제를 위해서는 반드시 인사청문회가 도입되어야 한다고 지적하였으며, 안정임 서울여대 교수는 공정성과 정치적 중립을 위해서는 위원의 자격요건을 구체적으로 정할 필요가 있다고 말했다. 김효석 정보통신정책연구원 원장은 방송의 패러다임이 변하고 있다며 방송위원회는 규제완화와 공정경쟁 환경을 조성하는데 노력해야 하며, 이를 위해서는 무엇보다 전문성이 확보되어야 할 것이라고 지적했다.

4. 방송·통신융합 재정립

방송·통신의 융합에 대처하기 위해 궁긍적으로는 방송위원회를 방송·통신위원회로 전환하며,

향후 구체적인 추진일정과 계획을 제시한다는 방침이다. 방송과 통신의 경계영역에 해당하는 인터넷방송, 주문형 비디오 등의 뉴미디어 서비스는 방송위원회에서 관장하며, 향후 설치될 방송·통신위원회의 기능, 정비대상 법령 및 구체적 출범시기 등에 대한 정책결정은 새로 출범하는 방송위원회 위원 임기내에 추진한다는 계획이다.

김효석 정보통신정책연구원 원장은 방송과 통신의 융합에 대처하기 위해서는 공익성과 산업성이 적절한 조화를 이루어야 하며, 종전의 방송에 대한 개념이 새롭게 재정립되어야 한다고 지적했다. 그는 방송·통신위원회는 새로 구성될 방송위원의 임기내가 아닌 만료되는 시점이 바람직하다고 말했다.

5. 지역민방의 정상화 방안

허가 방송권역 준수를 전제로 통신위성을 이용한 신호전송시 스크램블을 의무화하며, 케이블TV SO와 중계유선방송은 사업구역외에서 지역방송 재송신을 할 수 없도록 하였다. 또한 사실상 SBS의 네트워크화 되고 있는 지역민방의 정상화를 위해 최초 허가조건으로 제시한 로컬프로그램 편성을 준수토록 하였으며, 지역민방간 협의체 구성을 통해 로컬프로그램 중심의 편성을 유도하되 1년간의 유예기간을 둘 방침이다.

또한 방송사간 프로그램 공급이 공정하게 이루어지도록 하기 위해 SBS와 지역민방간에 이루어진 동일시간내 동일프로그램 편성 등을 골자로 한 방송업무협력에 관한 기본협정서를 시정토록 할 방침이다.

방송권역 확대는 증자 등을 통한 차입경영 의존 체질 개선과 일정비율 이상의 로컬프로그램 편성 충족시 1도 1사 기준으로 방송권역을 확대하되 부산방송과 울산방송은 M&A 후 방송권역 확대를 추진하며, 인천방송은 현행 방송권역을 그대로 유지하는 것으로 결정났다. 2단계로 수도권, 강원권, 충청권, 전라권, 경상권으로 대권역화 방안을 추진하며, 방송권역 확대 및 프로그램 교환방송시 광고단가는 재조정 한다는 방침이다.

김포천 호남대 교수는 지역민방의 방송의 품격이 떨어지고 있는 것이 문제라며, 지역민방의 정상화를 위해서는 소유와 경영의 분리, 지역민방간 공동제작 공동방송하는 방안이 마련되어야 한다고 지적했다.

6. 유선방송의 정상화 방안

케이블TV SO와 중계유선방송의 통합을 위해 1단계 조치로 동일 프랜차이즈 구역내 복수 SO를 인정하되 중계유선방송에 대한 SO 자격부여는 통합방송법 시행후 1차 SO지역은 6개월, 2차 SO지역은 2000년말까지 유예기간을 두었다.

또한 유예기간중에는 SO의 지상파방송의 녹음·녹화 재전송이 금지되며, 중계유선방송은 녹음·녹화는 허용하되 편집하여 송출하는 행위는 금지된다. 이번 결정에 대해 2차 SO는 정부 정책만 믿고 참여한 2,000여 중소기업을 사실상 고사시키는 것이라며 반발하고 있고, 중계유선방송은 2,000년말까지의 유예기간을 폐지해야 한다고 맞서고 있어 주목되고 있다.

7. 위성방송 정책 방향

위성방송사업자와 방송채널사용사업자의 사업구도로 확정된 위성방송의 도입 실시 시기는 통합방송법 통과 즉시 허용하는 쪽으로 결정났다. 단 위성방송사업은 대기업과 언론사, 외국자본의 경우 33% 범위 내에서 참여가 가능하고, 방송채널사용사업은 보도 또는 종합편성채널에 참여를 금지할 방침이다.

8. 방송 재정구조 개선방안

방송광고 영업대행체제는 공·민영 2개 방송광고 영업대행체제를 도입하며, 광고량 규제는 현행과 같이 시간별로 규제하되 제한적 시장가격을 반영할 방침이다. 광고수탁 수수료는 방송사 매출액 대비 광고 수탁수수료율을 차등 적용하며 중간광고는 현행대로 금지한다.

협찬고지방송은 새방송법에 근거규정을 명시하고 구체적인 허용범위·대상 등은 방송위원회 규칙으로 정한다는 입장이다. 방송발전자금의 조성범위는 지상파방송 광고매출액과 위성방송사업자 매출액, 케이블TV 지역사업권료, 방송사업자의 출연금, MBC의 공적기여금 등으로 조성하며 방송과 광고, 문화예술진흥사업에 사용한다는 방침이다. **(정리/곽혁)**