

특집 I

참여논쟁 : SBS - 경쟁체제 도입이라는 본래의 취지를 살리자

박희설 / SBS 홍보팀장

지난 20년동안 KOBACO란 국영 미디어렐에 의해 방송광고 영업이 독점되어 온 현실을 개선하고자하는 논의가 현재 활발히 진행중이다. 그러나 논의 내용을 들여다보면 이는 개선이 아니라 개악으로 가지 않는가 하는 우려를 갖지 않을 수 없다. 정부와 개혁당사자인 KOBACO가 추진하는 방향을 보면 독점해소에 의한 경쟁체제 확립이라는 개혁취지는 온데 간데 없음을 발견한다.

KOBACO가 100% 출자하는 공영 미디어렐과 지배적 출자(30%)를 하는 민영방송 담당 미디어렐을 설립하여 결국 방송광고 영업을 여전히 독점시키겠다는 내용이다. 지금의 KOBACO가 3개의 회사로 나누어진다는 것에 다름없다. 이것이 개혁의 진실한 모습일까? 오히려 국민의 정부가 진검승부의 각오로 추진하고 있는 공공부문 개혁(작은 정부)에 역행하고 있는 것이 아닌지...

주지하다시피 미디어렐이란 매체사의 私的 계약에 의해 광고시간이나 지면을 판매 대행하는, 전적으로 매체사의 필요에 의해 탄생한 자생적인 회사이다. 따라서 기본적으로 방송광고 영업은 방송사 자율에 맡겨야 한다. 방송광고 판매제도는 5공 이전으로 돌아가야 한다. 전파의 공공성을 부분적으로 인정하여 방송의 독과점적 소유제한을 하고 있는 것으로 알고 있지만 방송광고 판매제도의 공영화가 방송의 공공성을 담보할 수는 없다.

일부 주장대로 만약 KOBACO체제가 방송의 공익성을 담보한다면 지난 20년 동안 방송의 공공성 시비는 없었어야 할 것이다. 이는 오로지 방송위원회와 방송사, 학자, 시민단체의 몫이다. 오히려 방송사의 수입원을 정부의 통제하에 둬으로써, 언론에 대한 간섭을 하려 한다는 오해를 낳을 수도 있다.

그러나 KOBACO체제의 급격한 변화가 시장에 줄 충격을 우려하여 과도기적 체제로 부득이 미디어렐이 필요하다면 이는 지극히 한시적으로 운영되어야 할 것이다. 이 경우에도 민방 미디어렐에의 KOBACO지분 참여는 공정한 경쟁체제를 무너뜨릴 것이므로 허용해서는 안될 것이다. 방송광고 시장의 70%를 장악하고 있는 공영 미디어렐을 100%장악하고 있는 KOBACO가 마이너인 민영 미디어렐에 또 참여한다면 그 민영 미디어렐의 독립성은 크게 훼손될 것이기 때문이다.

또한 민영 미디어렐이 정부의 권력과 광고주의 영향력으로부터 방송을 보호하고 안정적으로 경영재원을 조달하여 견제와 균형을 이룰 수 있도록 하기 위해서도 방송사는 30%정도의

자본참여를 하여야만 한다. 그러나 방송사의 전횡을 우려하는 의견도 있을 수 있으므로 다음과 같은 제도적 장치를 갖출 것을 제안한다.

첫째, 독립성, 공익성 확보를 위해 사외이사 50%이상 구성

둘째, 정책집행 및 경영의 독립성, 투명성을 위해 사외이사가 2/3이상 참여하는
감사위원회 설치

셋째, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률상 시장지배적 사업자로 지정

넷째, 중소기업 광고기회 확보를 위한 특별 조항 설치

이를 통해 미디어렐의 독립성, 공익성, 공정성을 확보할 수 있을 것이다.