

■ 특집

특집 I

참여논점 : 한국방송광고공사 '방개위 제안대로 공·민영 복수 미디어렐 제한경쟁체제 도입'

이주룡 / 한국방송광고공사 홍보부장

방개위는 공·민영 복수 미디어렐에 의한 제한적 경쟁체제 도입을 제안했고, 방송법 및 그 시행령에서는 지상파방송의 광고판매대행은 한국방송광고공사와 한국방송광고공사가 출자한 신설 미디어렐만이 할 수 있도록 했다. 이로써 공공론자와 시장론자 사이에 5년간 치열하게 전개되어온 방송광고 제도개혁의 기본 방향을 둘러싼 논란과 공방은 일단 매듭지어졌다.

그 매듭의 핵심은 방송의 공공성 확보를 우선으로 하되, 방송의 공공성을 훼손하지 않는 범위 내에서 시장원리를 도입하자는 것이다. 이는 방송광고 제도에서 공공성 원리와 시장경쟁 원리 양자를 조화시키자는 일종의 절충이다. 제1의 길(국가의 전통적 규제)도 아니고, 제2의 길(시장중심의 탈규제)도 아닌, 제3의 길(공공성과 시장의 조화)을 선택한 것이다.

공공성 보호를 위한 제한경쟁을 내용으로 하는 제3의 길을 실현하기 위해서는 ①공·민영 미디어렐간의 업무영역 구분 ②신설 미디어렐에 대한 일정 규모의 공적자본 한시출자 ③신설 미디어렐에 대한 방송사 출자의 엄격한 제한 등 3가지가 필수적이다.

이 3가지 필수조건이 충족되지 않을 경우, 방송광고의 구조적 공급부족, 방송의 공공성 확립 및 방송광고 거래의 공정성 보장을 위한 법제의 미비 등으로 ①방송의 과도한 상업주의화 ②방송광고요금의 급격하고 과도한 인상 ③방송사에 대한 특혜시비 ④전체 언론의 균형발전 훼손 등의 폐해는 필연적이다.

첫째, 공영방송의 대행기구를 지정하는 공·민영미디어렐간 업무영역 구분은 공·민영 방송체계에서 공영방송의 공익성·공공성을 보장하기 위한 필수조치이다. 공영방송사가 미디어렐을 자유롭게 선택할 경우, 미디어렐에 대한 공영방송사의 영향력은 절대적으로 커지게 되며, 사실상 직접영업 효과를 갖게 된다. 이는 방송사의 편성·제작기능과 광고영업기능의 분리라는 세계적 추세뿐만 아니라 방개위 제안 및 방송법 제정의 기본정신에도 위배된다

둘째, 신설 미디어렐에 대한 일정 규모의 공적자본 한시출자 역시 필수적이다. 공적자금 한시출자는 공정경쟁을 제한하는 것이 아니라 거꾸로 공정경쟁을 보장하며, 방송광고산업 발전을 위한 인프라 공유 등을 촉진한다. 신설 미디어렐에 공적자금 출자가 배제되고 민간자본으로만 구성되는 경우, 공적 견제장치가 미흡한 현상태에서 이윤극대화를 위한 급격한 요금인상 및 강압판매, 덤핑, 리베이트 등 과거 불공정한 부당 판매행위가 재현될 것은 불보듯 뻔하다.

셋째, 신설 미디어렐에 대한 방송사 출자의 엄격한 제한도 필수적이다. 신설 미디어렐에 대한 방송사 출자는 ①방송광고 거래로부터 방송 공공성·공익성 보호 ②방송광고 거래과정의 공정성 확보 ③미디어렐 소유와 경영의 분리 등 3가지 조건을 전제로 했을 때 긍정적이다. 그렇지만, 현재는 위 세 조건이 모두 크게 미흡한 상태다. 그러므로, 방송사의 출자는 방송사가 미디어렐 경영에 영향력을 미칠 수 없는 정도의 최소치 이내로, 달리 말해 출자로 인한 방송사의 추가 이윤이 최소화되는 수준으로 한정되는 것이 합당하다.

이와 관련해서는, 경영참여를 금지하는 한에서 최소한의 제한적 출자를 허용하거나, 방송환경 변화와 위에서 언급한 3가지 조건 보완이 추진되는 3~5년간은 정책적으로 방송사 출자를 유보하는 정책이 필요하다.