

방송법 시행령 일부 개정, 미디어 변화 본격화 전망

작년 7월 31일 공포된 개정 방송법 시행령이 지난 1월 19일 국무회의에서 의결됐다. 이에 따라 방송통신위원회는 2월부터 신문사 발행부수인증기관 선정과 미디어다양성위원회 구성을 마무리하고 본격적으로 종합편성 및 보도전문채널 사업자 선정작업에 착수할 예정이다. 가상, 간접광고 역시 합법적 근거가 마련돼 관련업계의 기대를 모으고 있다. 방송법 시행령 개정안을 살펴보고 주요 변경내용을 짚어본다.



먼저 방송광고와 방송사업자에 대한 정의가 확대되면서 가상광고와 간접광고 허용이 포함되었다. 신문 방송경영도 허용됨에 따라 본격적으로 종합채널 및 보도전문채널 사업자 선정을 위한 정부의 발빠른 움직임이 시작될 것으로 보인다. 방송통신위원회(이하 방통위)는 올 상반기 중편 참여 신문사에 대한 부수 실사와 함께, 심사기준 발표 및 공청회를 개최할 예정이고 서류심사를 끝으로 올 하반기 최종적으로 중편 및 보도전문채널 사업자를 선정할 계획이라고 밝혔다.

이에 따라 방송법에 진출하고자 하는 일간신문사는 지정된 인증기관을 통해 직전사업연도의 전체 발행부수와 유통판매부수를 공개하고, 재무제표 등 전년도 회계자료를 제출해야 한다. 방통위는 인증기관으로 한국ABC협회, 한국리서치, 일부 회계법인들을 조만간 지정할 것으로 보인다.

특히 통계청의 장래가구추계통계를 활용해 산정하겠다고 밝힌 구독률은 20%가 넘는 경우 해당 신문사는 방송진입이 금지된다. 그러나 이에 대해 실제 구독률이 20%가 넘는 신문사는 없는 것으로 알려져 있으며, 참고로 작년도 한국광고주협회가 조사, 발표한 2009미디어리서치(전국 1만명, 95%신뢰수준에서 ±1.0p)에서 가장 높은 구독률로 나타난 조선일보사가 9.6%의 구독률로 조사된 바 있다.

또한 방통위는 '미디어다양성위원회'를 구성해 방송시장에 진출하고자 하는 신문사의 구독률을 시장점유율로 환산하는 방식 등에 관한 결정을 할 예정이다. 구체적으로는 법조계, 학계, 업계 전문가 7~9명으로 위원회를 구성하고 운영에 관한 내용을 명시할 계획이다.

특히 광고계는 가상광고와 간접광고 시행에 주목하고 있다. 가상광고나 간접광고 모두 시청자에게 생소하거나 낯설지는 않다. 그러나 이번의 합법적 허용을 발판삼아 업계에서는 약 300억원의 간접광고 시장이 형성될 것으로 전망하고 있다. 가상광고 역시 광고시장에 활력을 불어넣을 것으로 기대하고 있다. 가상광고와 간접광고의 허용범위는 모두 방송프로그램시간의 5%, 화면의 25% 이내로, 가상광고는 스포츠 중계방송에 한해, 간접광고는 교양 및 오락프로그램에 한해 허용된다. 방통위는 이와 관련 광고시장의 질서 확립을 위해 빠른 시일내 가상광고나 간접광고에 대한 편성 및 운용에 대한 가이드라인을 마련할 방침이다.

한편 정부는 지상파방송사업과 종합유선방송사업간의 상호진입을 허용하고 그 범위를 33%로 제한했으며, 종합유선방송사업 등에 대한 허가 승인 유효기간을 5년으로 연장하였다. 그리고 2008년 6월 위헌 결정이 난 방송광고사전심의에 대한 규정을 삭제하고, 방송사업자가 방송광고에 대해 자체적으로 사전심의하거나 방통위에 신고한 방송관련 기관 또는 단체에 위탁심의를 가능할 수 있도록 명시함으로써 업계의 자율심의회에 대한 이해를 제고했다.

이번 방송법 시행령 개정안에 대해 일부에서는 불공정하고 형식적이라는 지적도 있다. 그러나 단영미디어랩 도입, 디지털 전환 등 방송시장의 큰 변화의 흐름 속에서 침체되어있는 광고 시장이 활성화되어 글로벌한 경쟁력을 확보할 수 있는 기회의 발판으로 삼고 실효를 거두기 위한 노력이 필요한 시점이다.

KAA 정리 | 이순임

※ 방송법 시행령 일부개정령안 주요 내용

1. 방송광고 규정범위 및 방송사업 허가범위 확대
법 제73조제2항에 따른 방송광고에서 공익광고, 가상광고 및 간접광고의 허용범위(시간/횟수 또는 방법)에 대한 기준(제59조2항)을 따른다. 또한 일간신문을 경영하는 법인이 주식 또는 지분을 소유하고 있는 법인이 지상파 방송사업의 허가를 신청하는 경우나 종합편성 또는 보도전문편성을 하는 방송채널사용사업의 승인을 신청하는 경우(제10조1항3호)에는 제4조제2항에서 정하는 자료(제53조4항)를 제출하여야 한다.
2. 일간신문의 경영 투명성 확보를 위한 부수인증기관 지정 추진
법 제8조제4항에 따라 지상파방송사업자, 종합편성 또는 보도에 관한 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자의 주식 또는 지분을 소유하려는 일간신문을 경영하는 법인은 주식 또는 지분을 소유하려는 날이 속하는 사업연도의 직전 사업연도 1년간의 다음 각 호의 자료를 방송통신위원회에 제출하여야 한다(제4조2항)
④ 법 제8조제4항에 따른 구독률은 「통계법」 제3조제3호에 따른 통계작성기관이 조사·발표하는 장래가구추계통계에 따른 총가구수 중 해당 사업연도의 직전년도 총가구 수에서 특정 일간신문의 연평균 유료구독 가구 수 중 해당 사업연도의 직전년도 연평균 유료구독 가구 수가 차지하는 비율로 산정한다.
3. 신유형 방송광고인 가상광고 및 간접광고 본격적인 시행
① 법 제73조제2항제6호~7호에 따른 가상/간접광고의 허용범위·시간·횟수 또는 방법 등은 다음 각 호의 기준에 따른다 ② 방송사업자는 방송프로그램에 가상/간접광고가 포함되는 경우 해당 프로그램 방송 전에 가상광고가 포함되어있음을 자막으로 표기하여 시청자가 명확히 알 수 있도록 하여야 한다.
- 3.1 가상광고(제59조의2)
1. 운동경기를 중계하는 방송프로그램의 경우에 한정하여 가상광고를 할 수 있다.
2. 경기 장소 등에 있는 선수나 심판, 관중 위에 가상광고를 노출시켜서는 아니된다.
3. 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 가상광고를 할 수 없다.
4. 방송사업자는 가상광고를 하려는 경우 해당 경기 주관단체 또는 중계방송권을 보유하고 있는 자 등 이해관계자와 사전에 협의하여야 한다.
5. 가상광고는 해당 방송프로그램시간의 100분의5를 초과할 수 없다. 다만, 경기장에 설치되어 있는 광고판을 대체하는 방식의 가상광고는 그러하지 아니하다.
6. 가상광고의 노출크기는 화면의 4분의1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우 3분의1을 초과할 수 없다.
- 3.2 간접광고(제59조의3)
1. 방송분야 중 오락과 교양분야에 한정하여 간접광고를 할 수 있다. 다만, 어린이를 주시청대상으로 하는 프로그램과 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송프로그램의 경우에는 간접광고를 할 수 없다.
2. 간접광고는 방송프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치거나 방송사업자의 편성의 독립성을 저해해서는 아니된다.
3. 간접광고를 포함하고 있는 방송프로그램은 해당 상품을 언급하거나 구매·이용을 권유하는 내용을 방송해서는 아니된다.
4. 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 간접광고를 할 수 없다.
5. 간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 노출시간은 해당 방송프로그램시간의 100분의5를 초과할 수 없다. 다만, 제작상 불가피한 자연스러운 노출의 경우는 그러하지 아니하다.
6. 간접광고로 노출되는 상표, 로고 등 상품을 알 수 있는 표시의 크기는 화면의 4분의1을 초과할 수 없다. 다만, 이동멀티미디어방송의 경우 3분의1을 초과할 수 없다.
4. 지상파방송사업과 종합유선방송사업(SO)의 상호진입
법 제8조제6항 본문에서 대통령령이 정하는 범위를 초과하는 경우, 지상파방송사업자가 특정종합유선방송사업자의 주식 또는 지분을 100분의 33을 초과하여 소유하는 경우 및 종합유선방송사업자가 특정지상파방송사업자의 주식 또는 지분을 100분의 33을 초과하여 소유하는 경우(제4조5항4호/5호)에 해당한다.
5. 사전심의대상 방송광고 규정 삭제 및 방송광고 사전심의의 위탁
제21조2(사전심의 대상 방송광고) 법 제32조제2항에서 대통령령이 정하는 방송광고'라 함은 방송사업자가 행하는 텔레비전방송광고·라디오방송광고 및 데이터방송광고(동영상 및 음성이 포함된 방송광고에 한한다)로서 다음 각 호의 방송광고를 제외한 방송광고를 말한다(삭제)
6. 미디어다양성위원회 구성 및 운영을 위한 기본계획 마련
법 제35조의4제3항제4호에 따른 여론 다양성 보장을 위하여 필요한 사항이 신설되었으며, 이를 구성 및 운영하기 위한 방안도 마련되었다. 미디어다양성위원회의 직무는 신문 구독률의 시장점유율 환산 기준·방법을 결정하고 방송종사자에 대한 미디어 다양성 교육을 실시한다. 그 밖에 방송의 여론 다양성 증진을 위해 필요하다고 인정하여 방송통신위원회 위원장이 요청하는 사항(제 21조의4)으로 한다. 또한 미디어다양성위원회를 구성하고 운영하는 등의 방안에 대해서는 ① 법 제35조의4에 따른 미디어다양성위원회는 위원장 1명을 포함한 7명 이상 9명 이하의 위원으로 구성한다. ② 미디어다양성위원회 위원장은 방송통신위원회 위원장이 미디어다양성위원회의 위원중에서 지명한다. ③ 미디어다양성위원회 위원은 다음 각 호에 해당하는 사람 중에서 방송통신위원회 위원장이 위촉한다. ④ 미디어다양성위원회 위원의 임기는 2년으로 하며, 한 차례만 연임할 수 있다. ⑤ 미디어다양성위원회장이 부득이한 사유로 직무를 수행할 수 없을 때에는 방송통신위원회 위원장이 지명하는 위원이 그 직무를 대행한다. ⑥ 미디어다양성위원회는 직무수행과 관련하여 전문적인 사항을 검토하기 위하여 필요한 경우 분과위원회를 둘 수 있다. ⑦ 제1항부터 제6항까지에서 규정한 사항 외에 미디어다양성위원회의 운영과 분과위원회의 구성·운영 등에 필요한 사항은 방송통신위원회규칙(제21조의5)으로 정한다.