



박현수
단국대 교수

서는 종편 4사의 협력이 무엇보다 중요할 것이다. 사실 종편채널은 3년 안에 승부를 내야 한다. 3년 후에는 스마트TV가 대중화돼 채널은 아무 의미 없게 될 것이다.

손병기 채널 번호에 관한 얘기인데, 공정 경쟁의 기반이 되는 채널은 반드시 지상파와 인접한 번호가 주어져야 한다. 종편이 출범하게 된 배경은 지상파의 한계 때문이다. 여론 다양성 확보, 시청자의 선택권 확대 등을 담보하기 위해서는 기존 채널 체제에서 벗어나 새로운 패러다임으로 새 틀을 짜야 한다. 많은 산통을 겪고 출범하는 종편이 제대로 자리잡을 수 있도록 제도적 정비를 하는 것이 미디어법 입법취지와 맞다. 많은 시청자들이 보아야 여론의 다양성이 확보되고 새로운 콘텐츠로 시청자 복지 증진이라는 본래의 목적을 달성할 수 있다.

광고 영업 방안

임호균 지난 6월 임시국회에서 미디어랩 법안 처리에 대한 논의가 한창일 때 협회는 공식적으로 종편채널에 대해서는 케이블TV와 동일한 법을 적용해 각사의 경영 상황에 맞게 판단해 미디어랩을 활용하거나 직접영업을 선택할 수 있게 해야 한다는 의견을 냈다. 협회는 일관되게 '1공영 다민영'의 미디어랩 체제를 주장해왔다. 미디어랩 문제에 대한 입장은 어떠한가.

손병기 탈규제가 시대의 흐름이다. 종편을 새로운 규제의 틀로 묶어버리면 종편 출범의 본래 취지는 퇴색된다.



제가 광고주 입장이라도 어느 정도 시청률을 예상하고, 효과에 대한 보장은 어떻게 해줄 것인가가 관건 아니겠는가. GRP 보장해 주고, 효율성만 담보해주면 광고 왜 안 들어가겠나. 지금까지 국내에서 30여 년간 해왔던 이상한 판매방식을 종식시키고 종편이 새롭게 시작하는 거 아니겠는가.



몇 발자국 못가서 주저앉을 수도 있다. 공정한 경쟁의 룰과도 맞지 않다. 기존 시장 플레이어는 막강한 기득권을 갖고 있다. 신규 채널을 동일 규제로 묶는다면 공정하지 않다. 학계에서도 이런 이슈를 제기해야 한다. 지금 방송 구도는 종편 출범 이전의 시장 구도를 근간으로 하고 있다. 이제는 전체 틀이 바뀌어야 한다.

지상파, 종편, 케이블로 카테고리를 짓지 말고 점유율을 기준으로 하는 규제가 맞다. 예를 들어 시청률 5%대 이상은 카테고리 A로 묶는 것이다. 카테고리 A 아래의 작은 점유율을 가진 매체들은 자유영업을 보장하고, 그들 중에서 점유율이 높아지면 카테고리 A에 들어가는 식이다. 이렇게 하면 과점현상도 제어할 수 있고 불필요한 과잉 규제 논란에서 벗어날 수 있다. 초기 종편채널이 굉장히 어려울 텐데, 처음부터 지상파와 동일한 틀 속에 가두는 것은 문제가 있다.

박혁규 다 아는 얘기지만 2008년도 헌법재판소의 KOBACO 독점영업에 대한 헌법불합치 판정으로 독점방송영업은 안 된다는 게 법의 입장이다.

큰 취지에서 보면 모든 산업이 규제 완화로 가고 있는데 유독 방송광고산업에 있어서만은 아직도 규제 완화 속도가 더딘 것 같다.

종편채널 각사의 입장이 다 다른 상황에서 각자의 컬러에 맞게 자율적으로 영업을 하도록 하는 게 바람직할 것이다.