광고정책 변화에 따른 지역방송의 생존전략

지난 8월 25일 부산유스호스텔에서 지역방송협의회 주최로 토론회가 열렸다. 신태섭 교수(부산동의대)와 김석환 편성국장(부산방송)은 각각 " 방송정책 변화가 지역방송에 미치는 영향, "" 미디어렙 도입에 대한 지역방송의 생존전략 "에 대해 발제를 맡았다. 토론에는 김기원 사무국장(한국광고주협회), 김정태 부장(방송위원회 정책2부), 박원기 연구위원(한국방송광고공사), 안주아 교수(광주대학교), 전성진 의장(지역방송협의회), 장혜경 광고사업부장(포항MBC)이 참석했다.

뉴미디어의 전망과 방송계의 정책

지난 9월 1일 목동 방송회관 3층 회견장에서 방송협회, 방송문화진흥회, 방송기술인연합회 주최로 뉴미디어의 전망과 방송계의 정책에 대한 세미나가 있었다. " 디지털케이블TV의 도입과 사업전망 " 성기현 상무(CJ케이블넷 기술전략실장), " IPTV의 동향과 전망 " 유희관 부장(KT 신사업기획실), " HSDPA와 와이브로의 경쟁적 사업 전망과 방송콘텐츠의 활용 " 한지형 연구원(엔터키너 리서치), " 4G의 최신 동향과 방송계에 대한 영향 " 도은주 책임연구원(엔터키너 리서치), " Cognitive Radio 기술 동향과 전망 " 김학선 교수(한밭대 정보통신컴퓨터공학부), " DMB 양방향 데이터방송의 동향과 전망 " 기정훈(YTN), " 방송사의 뉴미디어 대응 전략 " 박구만 교수(서울산업대 매체공학과)의 발제가 있었다.

방송광고산업의 쟁점과 전망 - PPL, 가상광고 어떻게 할 것인가?

지난 9월 8일 박형준 의원실 주최로 국회도서관 대강당에서 『방송광고산업의 쟁점과 전망-PPL, 가상광고 어떻게 할 것인가?』에 대한 세미나가 개최됐다.

이날 세미나에서는 정기현 교수(한신대 광고홍보학과)가 " 간접광고의 현황과 과제 "에 대한 발표가 있었으며, 토론자로는 문석현 부장(방송위원회 심의운영부), 이종민 차장(SBS 광고기획팀), 손병기 이사(중앙일보), 이남표 정책위원(민주언론운동시민연합), 박창식 이사(김종학프로덕션)가 참석했다.

DMB 시장의 전망과 공정경쟁 방안

지난 2005년 9월 9일 방송회관 3층 회견장에서 『DMB 시장의 전망과 공정경쟁 방안』을 주제로 한국방송학회 학술세미나가 개최됐다. 지난 5월 위성DMB가 본 방송을 실시하면서 본격적인 모바일 멀티미디어 방송시대가 열리고, 지상파DMB방송 역시 본 방송을 눈앞에 두고 있는 현시점에서 이동멀티미디어 방송의 조기 안정화와 타 매체와의 공정경쟁 및 균형 발전을 위한 논의의 장을 벌였다. 제1주제 " 모바일 방송 시대의 커뮤니케이션 " 발제는 김대호 교수(인하대학교 언론정보학과), 제2주제 " 위성 DMB와 지상파 DMB의 공존과 경쟁 "은 이만제 책임연구원(한국방송영상산업진흥원), 제3주제 " 위성 DMB의 콘텐츠 공급과 공정경쟁 "은 김영주 연구위원(한국언론재단)이 발제를 맡았다.

방송광고 판매대행, 이제는 경쟁이다

지난 9월 7일 프레스센터 12층 회의실에서 정병국 의원실 주최로 『방송광고 판매대행, 이제는 경쟁이다』라는 주제 아래 방송광고제도 개선을 위한 정책토론회가 열렸다. 김민기 교수(숭실대 언론홍보학과)가 " 방송광고 판매제도의 새로운 모색 "에 대한 발제를 맡았으며, 김재윤 의원(열린우리당), 이재웅 의원(한나라당), 송수근 과장(문화관광부 방송광고과), 박원기 연구위원(한국방송광고공사), 정성채 국장(MBC), 김기원 사무국장(한국광고주협회), 손병기 이사(중앙일보)가 토론자로 참석했다.

문화부 방송광고과 송수근 과장은 이날 토론회에서 " 국내 광고의 경쟁력 확보 차원에서도 무엇보다 매체환경 변화에 맞춰가야 한다 "며, 현재 코바코 출자를 통한 1공영 1민영의 미디어렙 체제로 가는 것을 가장 깊이 있게 검토하고 있다고 밝혔다. 송 과장은 또 " 코바코의 독점 체제가 긴 세월동안 바뀌지 않았던 것은 집단의 이익과 방송환경 때문 "이었다고 말하며, 문화부의 정책 기준은 방송광고의 경쟁력 강화라고 강조했다. 복수 미디어렙의 도입시기와 관련해 송 과장은 " 방송구조의 개편과 동시에 미디어렙이 변화하는 것이 가장 좋은 경우로, 2000년 SBS가 출범할 때 같이 시행됐어야 했는데, 이미 시기가 지났으니 현재로서는 방송통신융합 등 전체 미디어시장의 변화를 고려해 도입하는 것이 바람직하다는 입장 "이라고 밝혔다.

한편 이경렬 한양대 교수는 " 현재 1공영 1민영 얘기를 하면서 공영은 100% 코바코가, 민영은 5년 동안 30%의 지분 참여를 얘기하는데, 코바코의 민영미디어렙 지분 참여에는 반대 입장 "이라고 밝히며, 코바코의 자회사도 아니고 지분 참여가 이루어지면 영향력을 미칠 수 있음을 간과해서는 안된다고 지적했다.

문광위 소속 한나라당 이재웅 의원도 " 코바코의 독점이 깨져야 한다는 데는 뜻을 같이 한다 "며 복수 미디어렙이 어떤 체제로 가야하는가에 대해서는 일단 시행을 하고 난 후에 개선해 나가는 것이 바람직하다고 말했다.

이날 발제를 맡았던 김민기 숭실대 교수는 " 논의 과정에서도 여러 의견이 많았지만 결국 1공영 1민영 체제로 가는 것에 여러 위원들이 동의를 했다 "며 " 일단 1공영 1민영으로 도입을 하고, 점차 보완해 완전경쟁 체제로 가는 것이 바람직하다 "고 말했다. 김 교수는 " 지금 신문이나 라디오방송들이 계속 반대를 하고 있는데, 일단은 경쟁체제로 만들어 놓는 것이 중요하다 "고 덧붙였다.

시장경제 원리가 지배하는 방송광고시장 조속히 만들어져야

지난 9월 7일 방송광고제도 개선을 위한 정책토론회에서 한국광고주협회 김기원 사무국장은 " 한국방송광고공사의 방송광고 독점판매 제도 개선은 더 이상 미룰 수 없는 과제 "라며 방송광고시장도 이제는 정부 통제를 중지하고 반드시 민간에 개방돼야 한다고 주장했다.

김 국장은 이날 토론자료를 통해 " 문광부는 이미 여러 차례 방송광고 제도 개선을 약속했으나 이행하지 않았다 "며 이번 결정마저 과거와 같이 용두사미로 끝난다면 더 이상 정부에 대한 신뢰를 기대할 수 없을 것이라고 못박았다.

또한 현재의 코바코 독점 체제가 헌법에서 보장한 계약자유의 원칙, 언론의 독립성 보장, 평등원칙에 위배되며, 주주의 이익배당권 침해 및 독점금지의 원칙에도 위배되는 등 위헌의 요소가 있다고 지적하며, 독점으로 인한 거래규제의 문제는 물론, 방송광고요금이 코바코에 의해 결정되는 가격규제의 문제와 광고시간까지 규제하는 이중규제가 심각해 시장의 수요과 공급에 있어 만성적인 불균형을 초래한다고 밝혔다.

한편 김 국장은 경쟁미디어렙이 도입되는 데 있어 방송이라는 특수매체를 감안하더라도 방송광고시장은 기본적인 수요와 공급 과정을 통해 방송광고의 물량과 가격이 조정되는 시장경제원리가 준수돼야 하며, 향후 새로 만들어질 미디어렙은 각 방송사의 영업권을 보장하거나 선택권을 보장해야 하고, 그 구성은 방송광고 주체들이 참여하는 형태가 바람직하다고 주장했다. 뿐만 아니라 방송광고 총량의 15-20%에 이르는 끼워팔기를 통한 판매 강요, 즉 일부 방송사들의 무임승차 혜택은 배제돼야 하며, 코바코의 역할은 단순한 판매미디어렙 수준으로 제한돼야 한다고 주장했다. 더 이상 코바코에 공익적 역할을 부여, 존속시키는 일은 없어야 한다는 설명이다. 그리고 방송광고에 부과하고 있는 각종 준조세를 폐지해야 한다고 덧붙였다.

코바코의 방송광고 판매 독점이 개선되면 상당한 시장변화가 예상되는데, 방송시장에서는 매체간 합리적 균형적 발전이 가능해질 것이고, 지역민방이나 종교방송 등 중소 방송국들도 경영 합리화를 통해 경쟁력이 강화될 것이라고 내다봤다. 한편 광고주에게는 광고집행의 자율성이 강화되면서 효율적인 광고집행이 가능해지고, 방송광고요금이 시장에 의해 차별화되기 때문에 중소기업의 광고기회도 많아질 것이며, 경기회복과 광고의 질적 수준도 향상될 것이라고 전망했다. KAA