



유료방송시장의 변화와 전망

지난 3월 25일 여의도 사학연금관리공단에서는 사단법인 한국언론인협회 주최로 '종합편성채널 선정에 따른 방송제도 정착방안' 세미나가 열렸다. 이날 세미나에서 송종길 경기대 교수는 '유료방송시장의 변화와 전망'에 대한 주제발표를 통해 유료방송시장에서 플랫폼 사업자들의 경쟁이 치열해지면 새로운 콘텐츠를 등장시키기 보다는 기존 수용자들에게 인기 있는 콘텐츠 위주로 편성할 확률이 높으며, 본방이나 자체 제작비율을 높이고 그에 따른 인센티브를 강화하는 방송 콘텐츠의 품질 제고 정책이 필요하다고 주장했다.

송종길 교수는 2011년 유료방송시장은 사업자 사이에 치열한 경쟁이 벌어지는 가운데 산업구조에 근본적인 변화가 일어나기 시작하는 해가 될 것이라고 전했다. 한정된 시장에서 서의 매출 증가는 물론, IPTV와 같은 저가 출혈 경쟁, 아날로그 케이블TV 가입자를 두고 케이블TV와 IPTV간 경쟁으로 인해 플랫폼 사업자 사이의 인수합병이 커질 것이 예상된다고 밝혔다.

콘텐츠 영역의 변화와 경쟁력 강화

현재 방송광고 시장의 경우 3조 2,000~3,000억 원 규모에서 정체되어 있는데, 지상파 방송의 경우 지속적인 하락세를 보이고 있다. 이러한 상황에서 종편PP의 도입은 미디어레프를 포함한 방송광고 규제 완화의 본격화를 촉진할 것이라고 송 교수는 전망했다.

예상되는 광고 규제 완화로는 첫째, 민영미디어레프 관련이 슈다. 송 교수는 민영미디어레프 도입이 지상파 방송광고 영업의 자율성을 확대하고 광고요금 산정에 시장원리를 적용함으로써 지상파 방송 수익 확대에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 내다보았다. 따라서 종편PP의 경우 기존 지상파 방송의 광고수익을 가져오기보다는 인쇄나 뉴미디어 매체에서 광고를 차지할 가능성이 높다고 보고 지역방송, 종교방송 등의 광고수익 기반이 약화될 가능성에 대해 언급했다. 특히 종편PP의 경우 방송광고 판매가 미디어레프를 거치지 않고 직접영업이 허용될 경우 시청률 경쟁과 영업력이 떨어지는 PP에 미치는 영향이 클 것으로 예상했다.

두 번째는 방송광고 확대를 위한 규제완화가 예상된다

전했다. 종편PP 도입 이후 방송광고 시장에서의 경쟁 완화를 위해 지상파 방송 중간광고 허용, 간접광고 확대 적용, 광고총량제 허용 등 광고시장 확대를 위한 각종 규제가 완화될 것으로 내다봤다. 또한 전문의약품 등 방송광고 금지품목 완화도 추진될 것으로 전망했다.

<표> 미디어법 개정에 따라 예상되는 규제완화 조치

제도개선	주요내용
제작비 협찬제도 개선	자체제작 프로그램에 대한 제작비 협찬 허용
방송광고 규제개선	간접광고, 협찬고지 개선
	방송사와 외주사 상생을 위한 제작협찬, 간접광고 허용
	방송광고 금지품목 완화
	전문의약품 등 광고금지 품목에 대한 규제 완화
광고제도개선	광고총량제 및 중간
	지상파 중간광고 허용, 광고총량제 개선
민영미디어레프 도입	민영미디어레프 허용으로 지상파 광고판매 시장 경쟁 도입

※ 출처 : 하나금융경영연구소(2011). 종합편성채널도입이 방송산업에 미치는 영향. 『하나산업정보』, 제3호, 2011. 1. 19.

송종길 교수는 유료방송시장에서 플랫폼 사업자들의 경쟁이 치열해지면 새로운 콘텐츠를 등장시키기보다는 기존 수용자들에게 인기 있는 콘텐츠 위주로 편성할 확률이 높으며, 본방이나 자체 제작비율을 높이고 그에 따른 인센티브를 강화하는 방송 콘텐츠의 품질 제고 정책이 필요하다고 주장했다. 또한 서비스와 콘텐츠의 이동성 증가로 소비자 관심이 세분화됨에 따라 미디어사업에서 관심경제(Attention Economy)의 중요성이 부각되고 있다고 설명했다. KAA

유재형 기자 yoojh1999@kaa.or.kr