

*외부필자의 기고는 본지의 편집방침과 일치하지 않을 수 있습니다.



문보경 칼럼

쇼핑원에 대한 기대와 우려

방송통신위원회가 쇼핑원의 중소기업 전용 홈쇼핑 방송채널사용사업을 승인함에 따라 TV홈쇼핑 시장은 6개 채널 시대를 맞이하게 됐다. 쇼핑원은 이르던 오는 9월 이후 첫 전파를 탈 예정이다.

쇼핑원은 대기업 위주로 운영되는 기존 홈쇼핑 채널과 달리 중소기업 제품을 80% 이상 판매하는 등 기존 홈쇼핑 채널과의 차별화를 꾀할 계획이다. 또, 중산층에 유용한 생활밀착형 상품군인 가정용품·패션리뷰·농수축산 제품 판매에 주력할 방침이다. 중소기업의 방송 제작비 지원, 재고부담 완화를 위한 직매제도, 홍보를 위한 공익 프로그램 편성 등도 기존 홈쇼핑과 차별화를 위한 전략이다.

방송통신위원회도 승인조건 등 정책 보완을 통해 중소기업 육성이라는 중소기업 홈쇼핑의 취지를 100% 살려갈 수 있도록 하겠다고 밝혔다. 심사위원회는 평가 결과와 함께 정책건의를 통해 판매 수수료율, 방송편성, 상품선정 등과 관련된 엄격한 기준 마련, 중소기업과 방송 발전을 위한 이익 일정부분 환원, 주요 주주의 공적책임과 건전성 확보 방안 마련 등을 제안한 바 있다. 방송원은 이러한 제안을 받아들여 중소기업 전용 홈쇼핑 취지를 살리겠다는 것이다.

중소기업 전용 홈쇼핑 채널을 통해 중소기업의 판로가 확대된다는 것은 두 손 들어 환영할 일이다. 그럼에도 불구하고 이번 중소기업 전용 홈쇼핑 채널 선정에는 다양한 시각이 존재했다. 반대로 있었고 우려 또한 많았다. 중소기업 전용 홈쇼핑 채널 선정을 두고 반대와 찬성이 엇갈렸던 것은 한국 유료방송시장의 현실 때문이다. 포화된 홈쇼핑 시장 상황을 악화시킨다는 것이다.

또한, 종합편성채널의 채널 배정을 위한 사전 작업일 것이라는 의혹의 시선과 과거 중소기업 판로 개척을 위해 허가된 우리홈쇼핑 전례를 들어 대기업 진출의 발판으로 번질 것이라는 우려도 존재했다. 기대감은 '중소기업 전용'이라는 문자 그대로 중소기업에 판로를 제공할 수 있을 것이라는 점에 서 나왔다.

이러한 우려와 기대는 양면성을 갖고 있다. 먼저 홈쇼핑 업체가 공멸할 것이라는 우려의 이면은 보자. 국내 시장이 협소하다는 점과 TV전자상거래(T커머스)까지 도입돼 갈수록 경쟁이 치열해지는 상황에 추가 홈쇼핑 선정은 홈쇼핑 업체에 큰 악재로 존재할 수 밖에 없을 것이다. 홈쇼핑 시장이 포화된 것은 사실이지만, 홈쇼핑 업체들이 폐쇄된 시장덕에 고성장하며 해의 진출의 발판까지 마련했던 것 또한 사실이다. 이권이 존재하는 사업을 언제까지 그들의 리그로 둘수만은 없는 일이다. 지난 2007년 3조4400억원 수준이었던 TV홈쇼핑 시장은 지난해 5조5000억원까지 늘었다. 온라인쇼핑협회에 따르면 올해 사상 처음 6조원을 돌파해 약 6조1200억 원까지 시장이 커질 것으로 예상되고 있다. 여기에 국내에서 기반을 다진 기업들이 해외 진출하는 것까지 감안하면 놀라운 성장이다.

이와 마찬가지로 중소기업 전용이라는 점에 대한 기대감도 그리 낙관할 만한 상황은 아니다. 중소기업 전용이라는 것이 오히려 중소기업의 판로를 가로 막을 수도 있고, 중소기업 판로를 개척하기 위해서는 기존 홈쇼핑을 규제하는 것이 더 효율적일 수도 있다.

이미 10% 내외의 매출을 책임져온 대기업의 가전제품 비중이 기존 홈쇼핑 시장에서 점점 줄어들고 있다는 것은 시사하는 바가 크다. 과거에는 매출 증가를 위해 대기업 제품을 우선적으로 편성했지만, 마진이 약한 대기업 제품이 홈쇼핑 판매에 마냥 반가운 것만은 아니다. 다시 말해 기존 홈쇼핑에서도 마진이 높은 중소기업 제품을 강화할 만한 이유가 있다는 것이다. 또한, 다수의 중소기업들은 자사의 제품 이미지 추락을 우려해 중소기업 전용 홈쇼핑을 이용하지 않겠다는 뜻을 내비치기도 했다.

이러한 복잡한 상황 속에 중소기업 전용 홈쇼핑은 선정됐고, 오는 9월이면 전파를 탈 것으로 보인다. 애초의 취지를 살리기 위해서는 앞으로의 과제가 더 많다는 뜻이다.

여기에 또 하나의 문제가 남아있다. 유통이 아닌 방송의 관점에서 생기는 채널배치의 문제가 그것이다.

중소기업 홈쇼핑 채널 선정은 홈쇼핑 채널을 연번제로 묶기 위한 전초전이라는 지적이 있었다. 종합편성채널에 기존 홈쇼핑 채널 번호를 배정하고 홈쇼핑채널은 뒤로 보낼 것이라는 예측이다. 하지만 이 같은 조치는 많은 사업자들의 벽에 부딪힐 것으로 보인다. 그들의 수익성을 제한하는 처사가 될 수 있기 때문이다.

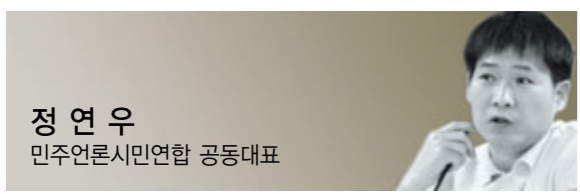
물론 쇼핑원은 후발주자로서 소비자 접근성이 높은 지상파 채널 전후의 '황금채널'을 확보하기가 쉽지 않을 것으로 보인다. 기존 홈쇼핑 업체들이 케이블방송사업자(SO)로부터 채널을 따내기 위해 지불하는 금액은 업체당 당게는 연간 800~1000억원에 이른다. 쇼핑원 초기 납입자본금이 1000억원임을 감안하면 쉽게 감당하기 힘든 액수다.

그럼에도 불구하고 채널 번호는 유료방송사업자의 권한이며, 간접적으로는 시청자의 권한이다. 결국 시장에서 이기기 위해서는 시청자를 끌만한 경쟁력있는 방송을 내보내는 것이 홈쇼핑사업자와 방송사의 활일이다.

이제 9월이면 중소기업 홈쇼핑도 전파를 타게 된다. 시장에 보다 빨리 안착하기 위해서는 당사자들이 비판과 문제 제기 모두 겸허하게 안아 앞에 놓인 숙제를 풀어갈길 기대한다.



문 보 경 전자신문 기자



정 연 우 민주언론시민연합 공동대표

장자연 사건, 진실뒤에 숨은 언론

조선일보는 <사건 뒤에 숨은 어둠의 세력 밝혀내라>는 사실을 통해 재수사를 촉구했다. 그 사실이 구차한 진실숨기기가 아니라 조금이라도 진정성이 있다면 탐사보도 팀이라도 구성하여 진실을 규명하고 의혹을 파헤치려는 모습을 보여 주어야 하지 않겠는가? 다른 언론들도 냄비 끓듯이 요란을 떨다가 슬그머니 잊어버리는 보도태도를 되풀이 하지 않기를 촉구한다.

다시 햇볕을 보려던 사건이 다시 묻혀지고 있다. 검찰은 장씨의 전 소속사 대표 등 당량 2명만 불구속 기소했다. 이들에게도 '절대 강요'는 제외한 채 폭행과 명예훼손 혐의만 적용했다. 핵심이후인 성 접대는 그냥 덮어버렸다.

언론은 의혹을 추적하여 진실을 파헤치기는커녕 경찰 발표만 따라 보도를 하다가 급세 잊어버렸다. 사회적 추문은 언론으로서의 아주 좋은 먹잇감이다. 대중들의 관음증을 이용하여 돈벌이를 할 수 있기 때문이다. 특히 기득권층의 탈법과 반인륜적 행위 그리고 성파문은 대중들에게 더할 나위 없는 카타르시스를 느끼게 해준다. 적당히 분노를 불러일으키고 자극하면 오랫동안 울궤먹을 수 있는 장사거리란 말이다. 그런데 그런 탐스런 재료를 상업적 이속에 밝은 언론들이 외면했다.

2년 전에는 조선일보가 언론들이 제대로 보도하지 못하게 막았다. 명예훼손 등을 운운하며 으름장을 놓았다. 겁을 먹은 것인지 대부분의 언론에서는 이 사건을 다루는 것을 매우 부담스러워했다. 장씨가 편지에서, 국회의원이 국회에서, 시민단체가 성명서에서, 조선일보 사장이라고 분명히 밝혔는데도 각 언론들은 조선일보라고 감히 말 못하고 유력 언론사 등으로 보도하며 눈치를 살폈다. 국민들의 알 권리 보다는 그 유력 언론의 갑박이 두려웠던 까닭이라고 볼 수밖에 없었다. 만약 그 명단에 나오는 인물이 신문사 사장이 아니었다면 언론들이 그토록 몸을 사리지는 않았을 것이다. 단순히 동업자 bzw 기차원만으로는 해석되지 않는다. 그 덕분에 리스트에 오른 다른 사람들도 실명이 공개되는 망신은 좀 면했다. 물론 누리꾼들이 진실을 추적하여 어지간한 사람은 다 알게 되었지만 그래도 여전히 영향력이 있는 주요 언론에서 거론되는 것과는 다를 것이다. 이번에 신정아씨의 자서전에서 거론된 정운찬 전총리 관련 보도와는 사뭇 비교된다. 신씨의 일방적 주장일 뿐 사실인지는 아직 확인되지 않았다. 그런데도 훗미거리로 각 언론들은 잇달아서 보도했다. 일반적으로 유서는 다른 어떤 자백보도보다 더 증거능

2기 방송통신위원회는 무엇을 할 수 있을까?



김 서 중 성균관대학교 신문방송학과 교수

최시중 1기 방송통신위원회장이 유임하는 2기 방송통신위원회가 출범하였다. 최시중 위원장이 유임하였음을 강조하는 것은 최 위원장으로 인해 2기 방송위원회의 활동이 1기와 그리 달라지지 않을 것이라 예측하기 때문이다. KBS, MBC, YTN 등 방송장악, 미디어 관련법 개악, 조중동대 종편 선정 등과 같이 지금의 방송환경을 최악으로 만들어 놓은 것은 최시중 위원장의 작품이다. 최위원장은 이제 여기서 더 나아가 종편 살리기에 나설 것이라고 본다. 따라서 2기 방통위에게 무엇인가를 기대한다는 것 자체가 난망하지 않을까 한다. 하지만 그래도 방통위에 대해 당위론적 기대를 해볼 수도 있고, 어려운 환경에서나마 야당 추천 방통위원들이 조금이나마 이루어내기를 기대하면서 2기 방통위에 대해 몇 가지 기대를 적어 본다.

단지적 과제로 보면 종편과 지상파 사이의 비대칭 규제를 시정하는 것이 우선적인 과제다. 이미 법과 시행령에 따라 성립되어 있는 지상파와 종편에 대한 비대칭 규제를 수정하는 것에 반대할 사람도 있을 것이다. 하지만 수용자의 관점에서 볼 때는 지상파나 종편이 거의 동일한 방송이라는 점을 고려하면 시장에서 공정한 경쟁이 이루어지도록 비대칭규제를 철폐하는 것이 마땅하다.

비대칭규제 중 무엇보다도 심각한 것은 지상파는 방송권역에 의존하는 지역방송시스템인 것에 반해 종편은 전국방송이라는 점이다. 지금 지상파는 수입의 감소를 감수하고서라도 지역 단위로 지역 프로그램을 일정부분 제작 방송하고 있다. 이는 지자체를 보완하고, 지역성, 지역문화를 보호하기 위한 공익적 노력이다. 종편이 기술적으로 어쩔 수 없이 전국방송을 하더라도 지역 프로그램 편성비율을 높이도록 강제해서 지역성을 담보하도록 요구할 필요가 있다. 또 방송법 시행령 53조 1항에 따라 유료방송들이 종편을 의무 전송하도록 하고 있는 것 역시 시정해야 한다. 지상파 중 KBS1과 EBS만 의무 재전송하도록 하고 있는 것에 비해 모든 종편을 의무 전송하도록 하고 있는 지금의 제도는 불합리하다. 과거 종편을 의무 전송하도록 한 것은 지금과 달리 대기업이나 신문이 진입할 수 없는 조건 속에서 중소기업 보호라는 의미와 외주전문채널을 겨냥한 정책적 배려가 작용한 결과다. 기본 전제가 달라진 지금까지 유지하는 것은 특혜다.

또 종편이 방송광고판매에서 직접 영역을 하도록 방치하고 있는 점도 큰 문제다. 뉴스를 하는 종편과 광고주의 직거래가 어떤 파행적 결과를 초래할지 망약관화하다. 지금 신문 광고 판매 현장에서 벌어지고 있는 각종 편법들을 생각하면 더욱 우려가 된다. 따라서 종편 역시 방송공공성을 위해 간접 판매, 의무위탁을 하고 있는 지상파의 미디어렐제도를 적용 받도록 해야 한다. 광고총량제 적용, 비상업적 공익광고 의무 차별, 광고시간·횟수 차별, 생수 등 광고품목 규제 차별 등

여타 광고제도에서 발생하는 비대칭 규제 역시 철폐해야 마땅하다. 편성에서도 국내제작프로그램 편성 비율, 외주제작 프로그램 편성 비율, 국내제작 애니메이션 편성 비율 등에서 종편은 지상파에 비해 그 의무가 적다.

종편에 대한 기존 특혜를 철폐해야 한다는 주장은 종편을 규제하자는데 목적이 있는 것은 아니다. 지상파와 다를 바 없는 종편이 도입되고 상업적 이전투구를 벌임으로써 그 동안 지상파 중심으로 지켜온 방송 공공성이 깨지는 것을 막자는 의미다. 그런 점에서 2기 방통위의 최우선 과제라 할 것이다. 그런데 이런 기존 비대칭규제를 철폐하기는커녕 1기 방통위에서는 SO의 영업자유를 침해하면서 종편에 황금채널을 연 번으로 배정하거나 더 나아가 지상파 자리에 종편을 배정하겠다는 이야기까지 나왔다. 최시중 위원장은 소위 취약 방송들까지 내고 있는 방송발전기금을 종편에게는 유보할 수 있다는 발언도 했다. 2기 방통위의 신이 더 높다.

전술한 문제들이 1기에서 가능했던 것은 사실 방통위의 독립적 구조에서 비롯된 측면이 있다. 비록 정부조직법 상 정부 기구라 하더라도 방통위는 설치할 당시 취지로 볼 때 합의회적 독립기구였다. 하지만 실제 방통위 설치법은 위원장의 독립제적 권한을 강화시켜 놓았다. 최시중 위원장을 이를 최대한 활용했다. 또 과거 방통위원회는 가능한 표결을 피하고 합의에 따라 처리하려는 전통이 있었다. 정파적 결정을 가능한 피하려는 방송 정책기구의 선택이었다. 하지만 최 위원장이 이끄는 1기 방통위는 그런 모습과 전혀 달랐다. 2기 방통위가 합리적 논의에 따라 방송 공공성을 우선하는 정책을 시행하기 위해서는 방통위를 실질적 합의회 기구로 운용하기 위한 제반 노력이 먼저 이루어져야 한다.

그런 논의구조를 확보한 속에서도 비로소 방통위는 방송공공성 강화를 위해 디지털 지상파의 수신환경 개선, 수신료 제도의 사회화, 지상파 사용 주파수의 합리적 배분, 관련 정책 등 공공적 정책을 실시할 수 있을 것이다. 우선 무료보편 서비스로서 지상파 방송의 직접 수신율을 높이는 것은 공공적인 지상파 방송의 경쟁력 확보를 위해 필수적인 정책이다. 아날로그 시절과 달리 디지털 시기에는 적은 비용으로 직접 수신율을 획기적으로 높이는 것이 가능하다는 점을 적극 고려해야 한다.

또 최근 갈등을 빚고 있는 수신료 인상은 공영방송답지 못한 KBS의 현실에서 비롯한 측면이 있어 동의할 수 없지만, KBS가 정상화한다 할지라도 국민 주머니에서 나오는 수신료를 KBS 주도가 아니라 사회적 합의를 거쳐 합리적으로 인상하도록 하는 제도의 완비는 매우 중요하다. 즉 독립적 수신료 위원회 설치도 2기 방통위의 중요한 과제라 할 것이다.

더 나아가 방통위는 지금 아날로그 방송에 사용하는 주파수와 디지털에 배정된 주파수의 일부를 회수하고자 한다. 이를 수익이 남는 새로운 사업(통신)에 배정하겠다는 것이다. 하지만 지상파에 배정된 주파수를 회수하여 수익사업을 하는 것이 바람직한 것인가에 대한 의문이 있다. 최소한 무료보편 서비스인 지상파 디지털의 안정적 서비스를 보장하는 수준의 주파수 정책을 정립하는 것이 매우 중요하다.

이 외에도 많은 과제가 있겠지만 그 어떤 것이든 방통위가 산업자본이 아니라 국민을 위한 공공기구임을 자임할 때 비로소 가능하다는 점이 더 중요하다.

력이 크다고 한다. 그렇다면 장씨의 편지는 신씨의 자서전 보다는 훨씬 믿을 만한 정보라는 의미다. 그런데 장씨의 편지에 나온 사람은 철저히 감추고, 신씨의 자서전에 나온 인물과 행적은 온전히 까발리는 기준이 무엇인지 모르겠다. 장씨는 공인이나 국민을 알권리가 사생활보호보다 앞선다고는 할 수 있겠다. 그러나 스스로 일등 신문이라 주장하는 신문사의 사장이 동반성장위원장보다 사회적 영향력이 적다고 믿을 사람은 많지 않을 것이다. 동반성장위원장은 임기가 짧은 자리이지만 언론사 사주는 사실상 임기가 없다는 점에서 그렇다.

SBS는 장자연씨의 편지를 입수하였다고 보도하여 덮혀진 듯하던 장씨 사건이 다시 세상에 모습을 비추었다. 편지는 가짜라는 결론이 내려졌지만 편지의 내용마저 가짜는 아니다. 2년전 확인된 장씨 친필에서 나온 내용이 이번에 좀 더 자세히 다시 나온 것 뿐이다. 경찰은 편지가 진짜냐 아니냐로 초점을 몰아갔고 대부분 언론들도 덩달아 경찰발표에 따라 편지 조작여부나 필적 감정 결과를 중심으로 보도하는 데 머물렀다. 진실이 얼마나 밝혀졌으며, 의혹 중 어떤 것들이 여전히 남아있는지, 그리고 여성 연예인들의 인권실태가 얼마나 개선되었는지, 경찰과 검찰이 의혹을 제대로 밝히지 못한 이유가 무엇인지 등에 대해서는 입을 닫았다. 이번 SBS보도가 나오자 가장 당황했던 것 역시 조선일보인 듯하다. 2년 전에는 발췌하고 야에 보도를 못하게 틀어막던 자세에서 이번에는 오히려 적극적 해명에 나섰다. 페이스북이나 트위터 등이 중요한 정보 확산의 통로 구실을 하는 마당에 침묵하고 있으면 의혹만 커질 뿐이라고 판단한 듯하다. 편지에 나오는 조선일보 사장은 조선일보가 아니라 스포츠조선사장이라고 주장하고 부실 수사를 한 경찰을 비판하면서 재수사를 해야 한다는 사실을 신기도 했다. 그렇다면 재수사의 계기를 만든 SBS의 보도에 오히려 적극 힘을 실어주어야 하는 것이 일관된 입장일 것이다. 그 의혹의 실체를 밝히기 위해 적극적인 취재를 해야 마땅하다. 이번 보도가

조선일보를 악의적으로 공격하기 위한 것으로 발췌한 것이 아니라 진실을 추적하여 밝혀야 한다는 것이다. 그런데 조선일보는 SBS의 무책임한 보도를 비난하는 기사를 여러차례 내보냈다. 일부에서는 SBS의 지주회사와 지배구조 문제에 대해서 취재를 했다는 이야기도 들린다. 도무지 이해가 잘 되지 않는다. 겉으로는 재수사를 촉구하는 듯 하면서 2년전에 보도를 못하게 다른 언론사를 압박했던 것을 실행에 옮긴 것 아닌가 하는 의문이 든다. 다른 언론사도 이 사건을 다시 들추어 내지 못하게 하여 사건을 덮어 버리는 결과를 가져오게 될 것이다. 이에 맞장구치듯 SBS는 보도국장 등을 서둘러 보직 해임하며 중징계했다. 오보였다손 치더라도 이토록 신속하게 중징계를 내린 배경이 궁금하다. 현실적인 악의가 없고 공익을 위한 것이며 진실이라고 믿을 만한 상당한 이유가 있으면 결과적으로 오보가 되었을지라도 명예훼손조차 되지 않는다.

이 편지는 진짜라고 믿을 만한 여러 가지 근거가 있었다. 분량이나 내용 등으로 볼 때 가짜라고 판단하기 어려웠으며 보도하기 전에 필적 감정을 거쳤다고 한다. 그런데도 신속한 징계를 내리는 것은 이번 보도가 경연인의 뜻이 아니었다는 것을 외부에 의도적으로 보여주려 했던 것 아닌가 하는 의혹이 들 수도 있다. SBS는 특별취재팀을 구성하고 후속보도를 하겠다고 했다. 그것이 시민사회나 국민들의 기대나 내부 기자들의 반발을 무마하기 위한 쇼에 그치지 않기를 바랄 뿐이다. 언론이 침묵하면 힘있는 자들의 파렴치한 범죄는 덮혀버리고 진실과 정의는 더욱 요원해진다. 조선일보는 <사건 뒤에 숨은 어둠의 세력 밝혀내라>는 사실을 통해 재수사를 촉구했다. 그 사실이 구차한 진실숨기기가 아니라 조금이라도 진정성이 있다면 탐사보도 팀이라도 구성하여 진실을 규명하고 의혹을 파헤치려는 모습을 보여 주어야 하지 않겠는가? 다른 언론들도 냄비 끓듯이 요란을 떨다가 슬그머니 잊어버리는 보도태도를 되풀이 하지 않기를 촉구한다.