

*외부필자의 기고는 본지의 편집방침과 일치하지 않을 수 있습니다.



문보경 칼럼

미디어랩 법안, 6월이 마지막 기회다.

2008년 11월 헌법재판소는 30년 가까이 지속된 방송광고판매 독점에 종지부를 찍었다. 지상파 방송 광고 판매 대행 독점이 헌법 불합치한다는 결정을 내렸으며 1년을 대체입법시한으로 줬다. 시한을 앞둔 2009년 말까지만 해도 미디어랩이라고 불리는 방송광고판매 대행회사 관련 법안은 정치권과 미디어 업계에 뜨거운 감자였다.

곳곳에서 관련 토론회가 열렸고, 정치권 아니 여당 내에서도 입장차가 뚜렷해 치열한 논쟁이 벌어졌다. 법안에 따라 존재가 갈릴 수 있는 종교방송과 지역방송에 대한 지원은 어떻게 해야 할 것인지, 민영 회사는 몇 개까지 허용할 것인지 등을 두고 첨예하게 대립되기도 했다.

그랬었다. 지금은 그렇게 논쟁하고 방송광고 경쟁체제 도입을 그랬던 일이 어느덧 머나먼 과거의 일처럼 느껴질 정도다. 대체 입법시한 내 관련 법을 만들기 위해 그렇게 분주하더니, 막상 1년이 지나고 나니 시간이 지날수록 중요도에서 더욱 밀려가고 있다. 신문지상이나 방송에서도 아주 가끔 다뤄질 뿐이다.

물론 정치권이 이 문제를 계속 방기하고만 있는 것은 아니다. 입법 중요성에 공감하고 우선 처리하겠다는 뜻을 끊임없이 밝히고는 있다. 포털에서 '미디어랩' 관련 기사를 검색해보자. 지난 2월, 그리고 4월, 국회가 열릴 때마다 우선 처리하겠다는 의원들의 의지가 담긴 기사를 찾을 수 있다.

지난 1월 당정협의회에서는 방송광고판매 경쟁체제 도입을 위한 미디어랩 입법 과제를 반드시 2월 국회에서 처리하자는 뜻을 모았다. 복수의 참석자들은 협의회에 참석했던 이들 모두가 더 이상 지체할 수 없는 시급한 입법과제라는 데 의견을 같이 했다고 전했다.

하지만, 2월 국회에서는 결론을 내지 못했다. 그나마 다행이었던 것은 여야가 4월 임시국회에서는 최우선 처리하자고 합의했다는 정도다.

다른 문제도 아니고 '입법' 문제다. 정치권이 관심을 갖지 않으면 절대로 해결될 수 없는 문제라는 뜻이다.

4월 국회가 지나고 6월 국회를 앞두고 있다. 6월 국회를 넘겨 12월까지 가게 되면 사실상 논의되기가 힘들게 될 것이다. 그 시기에는 법안보다 예산에 대한 논의가 우선한 탓이다. 그리고는 총선과 대선이 기다리고 있다. 정치권 최대 이슈인 선거를 앞두고 방송광고 시장을 걱정할 심도깊은 '논의'는 상식적으로도 기대하기 힘들다. 6월이 마지막이라는 이유다. 한달여간 정치권은 미디어랩에 대한 논의를 마무리해야 한다.

미디어랩 법안이 중요한 이유는 방송의 공익성과 공공성을 지키는 문제이기 때문이다. 방송광고 판매 대행회사는 광고 판매를 대행회사에 맡김으로써 방송 뉴스를 비롯한 콘텐츠가 광고주로부터 직접 영향을 받게 되는 것로부터 일정정도 막아주는 역할을 한다. 그보다도 이 제도는 우리나라에 종교방송, 지역방송 등 소수의 목소리를 대변하는 방송이 존재할 수 있는 근간이 됐다. 방송광고 직접 영업이 시작되면 보호막이 사라지는 것과 같다.

물론 해외에는 미디어랩 제도를 운영하지 않은 나라도 있다. 철저하게 경쟁에 맡기는 것이다. 완전 경쟁은 때로는 경쟁력 있는 콘텐츠를 만드는 길이 될 수도 있다. 하지만, 그럴 경우 방송의 공익성 공공성은 크게 훼손될 수 있다. 시청자에게 도움이 되는 프로그램보다 시청자를 자극하는 프로그램, 광고주에게 매력적인 프로그램에 더 치중하게 될

것이라는 우려는 괜한 걱정이라고 할 수 없다.

미디어랩 체제를 '1공영 다민영'으로 할지, '1공영 1민영'으로 할지도 쟁점 중 하나다. 방통위는 민영 회사를 한 개로 규정하는 것은 당초 헌법재판소 판결 취지에 어긋난다며 다민영에 대한 입장을 밝힌 바 있다. 이 외에도 △지분 구조 △취약매체 지원 △업무 영역 등에 의견이 갈리고 있다.

이 같은 문제를 한 달 안에 정리하는 것이 쉽지 않을 것으로 보인다. 지난 2년 6개월간 논의된 문제이지만 시간이 지나도 쟁점이 좁혀질 기미는 보이지 않는다.

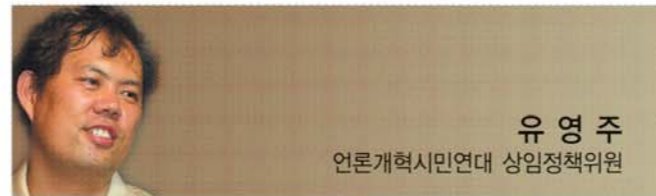
하지만, 최소한 이에 대한 활발한 논의라도 있어야 한다. 무엇이 대안이 될 수 있을지, 우리 방송광고 시장에 가장 적합할지 심도깊은 논의가 이뤄진다면 무법 기간이 길어지더라도 혼란은 막을 수 있다. 문제는 갈수록 입법 가능성은 낮아지는 데 관심도는 떨어지고 있다는 것이다.

이렇게 방기하다가는 소일고 외양간 고치기가 될 것이 분명하다. 문제는 외양간을 고칠 수 없는 지경까지 갈 수도 있다는 점이다.



문보경 전자신문 기자

신자유주의와 종합편성채널



유영주 언론개혁시민연대 상임정책위원

신자유주의 이론이 한국에 처음 소개된 것은 1995년 즈음이다. 연구자들을 중심으로 자본의 지구화 경향에 대한 이론을 소개하기 시작했고, 김영삼 정부 당시 신경영전략을 노동 현장에 적용된 신자유주의 방식으로 평가하였다. 이윽고 외환위기를 거치면서 김대중 정부가 사회 전 부문에 걸친 본격적인 신자유주의적 재편에 나섰다.

데이빗 하비에 의하면 지구적 경향으로서 신자유주의 이론의 특징은 대체로 다음과 같이 요약된다. 첫째, 강력한 개인적 사유재산권, 법에 의한 통치, 그리고 자유롭게 기능하는 시장과 자유무역체제를 선호한다. 둘째, 자신의 민영화를 추구하는 데 주도면밀하다. 이전에 국가가 운영했던 영역은 사적 영역으로 전환되어야 하고, 국가의 규제 부문은 탈규제되어야 한다. 셋째, 시장에서 개인적이고 개별적인 자유는 보장되어야 하지만, 개인들은 각자의 행동과 복지에 대해 책임져야 한다. 넷째, 자본의 부문 간, 지역 간, 국가 간 자유로운 이동성은 결정적인 것으로 간주된다. 상품과 자본의 이동에 관한 국가주권은 세계시장을 위해 기꺼이 포기되어야 한다. 다섯째, 그러나 신자유주의 이론가들은 민주주의에 대해서는 몹시 회의적이다. 전문가와 엘리트에 의한 통치를 선호하고, 민주적이고 의회에 의한 의사결정보다도 행정적 지시 체계나 사법적 결정에 의한 정부를 강력히 선호한다.

그런데 이 이론들은 실제로 신자유주의 국가에서 잘 이뤄지지 않는다. 현실 신자유주의 국가는 대개 과도적이거나 불안정한 정치형태를 보인다. 첫째, 신자유주의 국가는 시장 자유에 개입함으로써 경영 분위기를 창출하는 데 적극적이며 세계 정치체에서 경쟁적 실체로 활동한다. 둘째, 시장 강화를 위한 권위주의가 개인적 자유의 이상과 쉽게 어울리지 않는다. 가령 기업의 권력이 시민의 개인적 자유를 빼앗는다면 신자유주의의 약속은 무위로 돌아간다. 이 점은 작업장 뿐만 아니라 생활공간에 있는 개인에게도 적용된다. 셋째, 금융시스템의 통합성 보전은 중요하지만, 그 속에 있는 운영자들의 무책임하고 자아도취적 개인주의는 투기적 변동, 금융스캔들, 그리고 만성적 불안정성을 만들어낸다. 국제적 자유무역은 세계적 거버넌스를 필요로 한다. 넷째, 경쟁이라는 딱딱이 전면에 등장하지만, 현실에서는 중앙 집중화된 소수의 다국적 기업 간 과점적, 독점적, 초국가적 권력의 공고화가 촉진된다. 에너지 산업은 5대 초국적 기업들의 경쟁으로 축소되었고, AOL타임워너, 디즈니, 베텔스만, 뉴스코퍼레이션, 비아콤 그룹 등 5개의 미디어 다국적기업이 세계의 수백 개의 TV방송, 라디오방송, 신문, 잡지, 영화 스튜디오, 음반제작사, 출판사, 웹 포털사이트를 좌지우지한다. 다섯째, 대중적 수준에서 시장 자유를 향한 추동과 모든 것의 상품화는 너무 쉽게 사회적 불화를 만들어낸다.

그렇다면 신자유주의가 도입된 지 십수 년이 지난 한국의 상황은 어떨까. 가령 이명박 정부의 재정정책은 위기 시의 성장 및 확장정책 기조를 유지해왔다. 급리인상과 환율하락을 억제하고 투자 유도와 수출 증대를 통해 성장과 고용 증대를 도모하는 정책이다. 경제사상적으로 볼 때 케인즈주의 같은 확장정책은 신자유주의적 긴축정책보다 진보적인 정책으로 간주된다. 물론 이명박 정부의 재정정책 전체를 케인즈주의 정책으로 단정할 수는 없다. 부자감세, 민영화 정책 등에서 볼 수 있듯이 MB정부의 경제정책 기조는 분명 신자유주의에 입각해 있다. 그러나 신자유주의의 교리와 달리 현실 정책에서는 불가피하게 케인즈주의 요소의 도입을 포괄한다. 긴축과 탈조절이라는 신자유주의의 교리를 현실에서 교과서적으로 적용하는 게 불가능하기 때문이다.

금융의 경우 최소한의 규제의 조건을 갖추지 못한 것으로 평가된다. 가령 2003년 외환은행 론스타 매각 관련 지난 3월 10일 대법원 유죄 확정판결로 주가 조작 건은 일단락됐지만, 헐값 매각, 대주주 적격성, 배일에 가린 실제 투자자 문제 등 사태가 마무리될 기미가 안 보인다. 금감위와 금융감독 당국자들도 외국 자본이기 때문에 규제하지 못한다며 뒷집을 지고 있다. 그러나 금융위기가 터지던 또 언제든 공적 자금 투입을 거론할 것이다. 최근 광복중 미래기획위원장의 연금 주주권 강화 발언은 연기금의 주식투자를 기정사실로 받아들이게 한다. 국민연금금은 2008년 금융위기 당시 리먼, 메릴린치, AIG 등 투자로 600억원, 주택모기지 업체인 매니메이와 프레디맥 투자로 500억원을 날린 바 있다. 현재 자산의 17% 규모인 55조원을 국내 주식에 투자하고 있다. 노후소득 보장기금이라는 성격과 사회복지와 공공성을 감안한 안정성 대신 수익성을 쫓는 금융자본으로서의 성격이 강화되는 추세다. 교육과 보건 의료 부문 등도 영리법인 허용 등 시장화 정책이 꾸준히 추진되어 왔다.

종합편성채널과 조중동방송 도입으로 특징지어진 미디어 부문은 규제 당국의 강력한 의지를 바탕으로 한 경쟁체제로의 재편으로 평가된다. 2008년 12월 신문법, 방송법 개정안 발의 취지는 △사양화 길을 걷고 있는 신문산업의 성장동력 확보 △글로벌 미디어그룹의 육성 △방송산업에서 지상파 독과점 해소 및 경쟁체제 도입 △신규 일자리 2만여 개 창출 등이었다. 법 개정 취지는 대체로 허구임이 입증되었지만 현실은 개정안에 따라 작동되고 있다. 말하자면 법 개정 취지는 공공재로서의 방송에 대한 사유화의 도전이었고, 미디어에 있어 공유재의 종화, 즉 신자유주의적 국가가 주도하는 강탈에 의한 축적이었다. 더군다나 법 개정의 수혜 당사자인 조중동신문이 계급계층으로는 자본가집단과 특권을 누리는 과두지배 및 중산층의 이해를, 정치분파로서는 수구보수 정치세력의 이해에 충실해왔다는 점에서 이론의 여지가 없다. 따라서 조중동방송의 출현은 미디어 사유화 정책과 방송에 대한 정치선전 도구화 구상의 착종으로, 조중동에 대한 규제 당국의 굴욕을 의미한다. 해답의 실마리는 강력한 규제를 통한 제어에 있다. 신자유주의적 규제와 시장화! 정책을 민주적 국가 개입을 통한 규제와 공공성 정책으로 전환하면 된다.

DTV 송출시스템 운용과정

교육목적

- DTV 신호구성 및 송출시스템 이해
- DTV 송출시설에 대한 운용 및 관리 능력 향상
- DTV 송출시스템 측정 및 운용 실습

일 정

- 1차 : 5월 17일 ~ 5월 19일 (화~목 / 2박3일)
- 2차 : 9월 06일 ~ 9월 08일 (화~목 / 2박3일)

장 소

- 디지털 방송기술 교육센터(KBS 인제개발교육원 內: 수원 소재)

방송사별 배정인원 (총 20명)

| 방송사 | 배정인원 | 비고 |
|------------|------|-------------------------------|
| KBS | 6 | - 추가 배정가능 - 1, 2차 전체 배정 인원 |
| MBC | 4 | |
| SBS | 2 | |
| EBS | 2 | |
| 지역 민방 및 기타 | 6 | |
| 합계 | 20 | |

교육 커리큘럼

| 일차 | 시간 | 과목명 | 강사 | 비고 |
|-----|---------------|--------------------------------|-----------|----|
| 1일차 | 09:30 - 10:00 | 교육안내 및 사전시험 | 진행자 | |
| | 10:00 - 12:00 | Digital Baseband/Video / Audio | KBS 이근식 | |
| | 12:00 - 13:00 | 중식 | | |
| 2일차 | 13:00 - 18:00 | Baseband Video/Audio 측정 | 텍트로닉스 정동호 | |
| | 09:30 - 12:00 | 디지털 Audio의 모든것 | 고일상사 한용희 | |
| | 12:00 - 13:00 | 점심 | | |
| 3일차 | 13:00 - 18:00 | DTV 송수신 정합 | KBS | |
| | 09:30 - 12:00 | DTV 송출시스템 실습 | PI 유승오 | |
| | 12:00 - 13:00 | 점심 | | |
| | 13:00 - 14:30 | 수신 알고리즘 | LG연구소 황진하 | |
| | 14:30 - 16:00 | DTV 다채널 서비스(MMS) | KBS 이동준 | |
| | 16:00 ~ | 설문조사 | | |

*상기 사항은 사정에 따라 변경 될수도 있음

접수방법

- 5월 16일(월)까지 인터넷 홈페이지(www.digitalpro.or.kr)를 통한 온라인 접수
- 각사 교육담당자의 교육인원 확정 후 교육생이 직접 온라인 접수

기 타

- 교육비 : 무료
- 교육생 출장비는 각사 자체부담
- 기타 문의사항은 디지털 방송기술 교육센터 (서울 : 02-781-5163~4, 수원 : 031-219-8261~3)로 연락 바랍니다.