

시론 IMF 극복의 지혜 ⑧

따뜻한 손과 눈물

불교의 두 축은 선(禪)과 정토(淨土)이다. 선은 자력을 기반으로 하고 있고, 정토는 타력을 기반으로 하고 있다. 얼핏 모순되는 이 두 축이 불교를 이때쯤 살아있게 한 동력이라면 지나치겠는가. 논리적 이성적인 사람들, 학자들은 선을 선호한다. 그러나 감정적이고 종교적인 사람들, 대중들은 정토에 기운다.

제도를 개선하고 각 구성원의 실력을 길러 경쟁력을 갖추자고 외친다. 백번 지당한 말이다. 그렇지 않고 우리의 미래는 없다. 그러나 그건 나중의 일이다. 허리를 추스릴 사이도 없이 앙상히 드러난 물결에 부끄러워할 틈도 없이 현실의 고통이 급속히 밀려들고 있다. 실업자가 벌써 1백만명에 육박하고 있다. 그들의 자립적인 가족까지 최소 3백만, 그리고 이들을 지켜보며 가슴 아프고 눈물 흘릴 사람까지 1천만에 가까운 사람들이 벌써 고통의 바다 속에 있는 것이다. 우리의 전 국민은 그 고통의 자장과 와류 속에서 더 깊어 고통스러워 하며 한 세대를 건너나가야 할 것 같다. 나무 관세음, 나무 관세음보살 마하살.

기막힌 재앙과 환란을 견딜 힘은 어디에 있을까. 무엇보다 고통의 유대와 공감을 통한 희망의 확산이 절실하다. 메말랐던 눈물샘을 타고, 닫아두었던 가슴부터 열자. 제스처나 언어가 아니라 진정 고통을 아는 사람들의 따뜻한 손과 눈물만큼 위로와 용기가 되는 것은 없다. 동병상련(同病相憐), 가난한 살림에서 어려움을 함께 겪은 형제들의 우애가



한형조

(정문연교수·본지 논설위원)

성장의 구호에 가려 고통의 무게 망각했다

선은 물질적 풍요와 여유와 더불어 어 심화되는 반면, 정토는 삶의 고통과 번민과 더불어 자라는 경향이 있다. 가령, 서구에 불어닥친 선의 열풍을 떠올려보라. 넉넉해지고 편리해지는 일상에 물화(物化)되어 가는 자리에 절망하여 젊은이들은 선과 명상에서 불교를 모색한다. 반대로 전쟁과 가난 등 삶의 직접적 고통이 심화되고 속명의 무게가 짓누름 수목 사람들은 저 너머의 위안과 가호를 절실히 필요로 하게 된다. 중요한 대로, 절립된 자는 절립된 대로 소외와 고통은 삶의 일상이 되어왔다.

그래서 부처님이 말하셨다. "세계의 본질은 고통이다." 그것은 새길수록 위대하기 그 지없는 통찰이다. 우리의 외면적 안정은 거대한 고통의 바다 위에 떠 있는 한점 불안한 종이배일 뿐이다. 바람이 건듯 불고 물이 스며들면 일상의 안정 너머에 있는 삶의 적나라한 모습이 드러나기 시작한다. 그동안 우리는 성장의 구호에 가려 소외와 고통의 무게를 절실히 느끼지 못하고 지나쳐왔다. 현란한 TV에서 보듯 제스처와 코스튬이 진실을 가리고, 허세와 가벼움이 진정성과 심각성을 말살했다. 이제 우리는 다시 황량한 진실, 피하고 싶은 현실 앞에 섰다. 작년말 시작된 국가부도의 위험과 곧 이은 IMF 국제금융의 시대가 도래한 것이다.

이 어둠의 터널을 어찌할까. 학자와 경륜가들은 한 목소리로 시장경제원리를 통해 대외적 신뢰도를 회복하고, 부정부패가 만연한 고비용의 정치구조를 개선하며, 우리 사회의 비합리적 관행과

여유롭게 지낸 아이들보다 오히려 깊다. 작년 이웃돕기 성금모금이 예년보다 오히려 늘었다고 한다. 그러나 속이 더욱 결속이 커지듯, 어려운 속에서 친화와 유대는 더욱 강화되는 법이다. 그럴 때 슬픔은 오히려 힘이 된다.

내면의 적나라한 실체 만나는 훈련 시작하자

우리 모두 부화한 치장을 벗고, 검허하게 삶과 내면의 적나라한 실체와 만나는 훈련을 시작하자. 아만과 집착을 버리고 타인의 기쁨에 공감하고, 타인의 슬픔에 울어주는 자비에 가슴을 적시자. 가진 것을 덜어(畧捨) 고통을 함께 나누는 동체대비의 무량(無量)한 마음에 진정 무아(無我)의 소식이 있다. 그곳에 그리던 부처님의 세계, 서방의 정토(淨土)가 나뉘지니. 그 붉은 희망을 가슴에 품고 어둠과 괴로운 이 시절을 건너가자.

열린마당

한국방송광고공사 존폐

성낙승 (불교방송 사장)

종교방송은 일반 상업방송과는 달리 특수한 목적으로 설립, 운영되고 있으며 그 공적 기능과 사회적 역할은 일반 방송에서는 찾아볼 수 없는 독특한 영역을 가지고 있다. 그러나 일부 공중과 방송사들의 주장대로 방송광고공사가 폐지돼 우리와 같은 특수방송이 공중과 방송사와 함께 광고수주 경쟁을 해야 한다면 종교방송이 가진 본래의 목적과 기능을 다하기 어렵다. 나아가 공중과 방송의 상업성과 막강한 힘에 눌려 그 존립 기반을 잃게 된다. 또 시청률 지상주의가 만연해 시청자의 구미에만 영합한 저질·폭력·선정성 프로그램이 기승을 부릴 것은 불을 보듯 뻔한 일이다. 공사 폐지로 인해 파

광고영업권 관리기구 절대 필요

생되는 문제는 여기서 끝나지 않는다. 힘있는 TV 매체는 수익증대를 위해 광고요금을 인상하고 광고주를 독점함으로써 특수방송의 광고매출은 급격히 감소해 방송사별 '부익부 빈익빈' 현상이 더욱 심화될 것이다. 이뿐만 아니라 프로그램 제작, 편성, 송출을 독점하고 있는 방송사가 광고영업권까지 소유하게 되면 세계적으로도 유례가 없는 비정상적 거대방송의 수직 구조를 갖게돼 오히려 방송산업의 비효율화를 초래하고 국제경쟁력을 약화시키는 결과까지도 예상된다. 방송사들이 경영난 극복을 구실로 방송광고영업권 환수를 외치고 있는 것도 타당하지 않다. 81년부터 현재까

지 공중과 방송사의 누적자는 약 8천억원에 이르고 있으며 IMF 사태 등으로 수많은 기업이 부도 및 경영난을 겪고 있지만 97년 MBC, SBS TV 양사의 단기 순이익은 320억원으로 추정되고 있다(자료출처 한겨레신문 1월15일자). 이같은 사실은 막대한 누적자의 행방이 확실치 않으므로 이는 오히려 방만한 경영에 따른 거품이 컸다는 것을 뒷받침 해주는 좋은 반증이다. 결론적으로 말하면 현 상황에서는 한국방송광고공사와 같이 매체를 종합 관에 대항하는 기구가 필요하며, 제도를 개선하더라도 충분한 검토를 통해 단계적으로 바뀌어 가는 것이 바람직하다고 판단된다.



종교방송 3사는 한국방송광고공사 폐지불가론을 강력히 제기하고 있다.

유재천 (한국방송학회 회장)

언론 공익성 극대화 위해 존속을

지금까지의 방송광고공사 존폐에 대한 논란은 시장원리를 배제한 독점체제가 초래하는 부작용과 조성된 공익자극 사용의 적법성 문제로 요약된다. 앞의 문제제기는 경제논리로 볼 때 정당하다. 하지만 뒤의 문제는 공익자극 조성 명분에 적합하게 자금을 사용할 장치를 마련하면 해결된다. 그러나 광고 시장 원리를 우리 상황에 도입할 때 현실적으로 실현하기 어려운 함정이 도사리고 있음을 간파해서는 안된다. 방송광고는 광고상품 자체의 성격과

함께 언론과 문화란 공익성과 직결돼 있는데 이 방송광고가 자유시장 논리에 방치되었을 때 공정거래가 이뤄진다는 보장이 없다는 점이다. 방송사들이 공익을 훼손하고 사익을 극대화 하는 행위를 자유라는 이름아래 정당화할 우려도 있다. 이와 함께 또다른 문제도 야기될 수 있다. 광고료는 시청률에 의해 결정된다 보니 방송사가 영업권을 갖게 되면 시청률 경쟁이 치열해질 것은 너무나 명확하다. 그 결과 프로그램의 저질화와 오락지향적 편성으로 획일화돼 시청자의 선택의 자유가 크게 제한되는 결과가 초래될 것이다. 높은 광고료와 대기업의 광고시간 독점으로 광고공사의 광고료 책정과 광고시간 배분으로 그나마 가능했던 중소기업의 광고 기회도 박탈당하게 된다. 또 광고주의 프로그램에 대한 영향력이 커짐에 따라 표현의 자유가 위축돼 창의력이 쇠퇴하고 국민의 알 권리가 축소될 위험이 크다. 이와 같은 문제들을 도의시키고 경제원리를 앞세워 공사의 폐지를 주장한다면 사회적 이익을 크게 저해할 것이다.

창자의 선택의 자유가 크게 제한되는 결과가 초래될 것이다. 높은 광고료와 대기업의 광고시간 독점으로 광고공사의 광고료 책정과 광고시간 배분으로 그나마 가능했던 중소기업의 광고 기회도 박탈당하게 된다. 또 광고주의 프로그램에 대한 영향력이 커짐에 따라 표현의 자유가 위축돼 창의력이 쇠퇴하고 국민의 알 권리가 축소될 위험이 크다. 이와 같은 문제들을 도의시키고 경제원리를 앞세워 공사의 폐지를 주장한다면 사회적 이익을 크게 저해할 것이다.

방송광고공사는 어떤 곳

1981년 설립된 한국방송광고공사는 한국방송광고공사법에 의해 설립된 법인으로서, 창립후 MBC, KBS, SBS 등 공중과 방송과 BBS(불교방송), PBC(경회방송), CBS(기독교방송) 등 종교 방송, 4개 지역민방의 방송광고 영업대행을 주업무로 맡고 있다. 방송광고 운영을 대행해 얻은 광고료 수익금의 81%를 각 방송사에 제공하며 광고회사에 지급하는 대행수수료와 광고영업에 따르는 최소한의 공사 운영경비 등을 제외한 광고료의 4%를 공익자금으로 조성해 언론, 방송, 광고문화발전을 위한 조사·연구사업 지원과 방송위원회, 방송개발원, 언론중재위원회, 언론연구원 등 언론유관단체에 자금을 지원하고 있다. 또 프레스센터와 건립해 언론 공익 실현에 이바지 하고 있으며 예술의 전당과 같은 문화예술진흥시설 건립에 일조하고 있다. 공사가 운영하고 있는 광고교육원은 광고산업의 국제 경쟁력 강화와 광고의 질적 향상을 위해 87년 개원한 이래 현재까지 1만여명의 광고인을 교육해 오고 있다. 광고교육원은 또한 89년 9월 세계에서 19번째, 아시아에서는 2번째로 국제광고협회(IAA)로부터 공식기관으로 인정받아 국제 광고인들과 어깨를 나란히 하고 있다.

정진민 (MBC 홍보1팀장)

방송 자율-독립성 보장차원 폐지

81년 광고공사 설립시부터 88년 제6공화국 출범까지는 KBS·MBC 양대 방송만 광고를 실시했다. 일체의 민간 방송이나 민영적 위상을 허용치 않던 시기가 공영방송과 일부 종교방송외에는 존립할 수 없었기 때문에 당연히 광고공사의 설립명분, 즉 방송은 공영성 추구에 전념하게끔 한다는 것이 성립 가능했었다. 그러나 88년 이후 정부는 MBC 보유 주식을 방송문화진흥회에 출연함으로써 MBC는 5공시절 다른 위상을 갖게 되었고 SBS 역시 민간방송으로 허가됨으로써 방송구조 자체가 공·민영 이원제도로 바뀌게 되었다. 그후 광고를

하지 않던 종교방송까지 상업광고가 허용되었고 이때부터 지역민방의 개국으로 사실상 2공영·다민영 체제가 정립된 지금도 광고공사는 공중과 방송사의 영업을 차별없이 독점하는 기구로 남게 됐다. 그러나 방송환경이 달라지고 IMF 및 WTO체제에 따른 시장개방 상황하에서 현행 방송광고의 영업독점은 외국기업들의 집중 비판 대상이 되고 있다. 이와 같이 그동안 논란이 됐던 공익자극 운영제도 개선과 달라진 매체환경에 적응해 나가기 위해서는 방송광고의 영업권 환수는 불가피하다.

하는 결말들이 되고 있다. 왜냐하면 방송사의 주된 재원조달 수단인 방송광고 영업권 없이는 방송의 독립성과 자율성이 보장될 수 없기 때문이다. 공익자극 조성 및 운영도 문제가 된다. 현행제도대로 공익자금을 광고공사 수입금에서 조성한다면 법인세를 추가로 부담해야 하는 어려움이 있다. 그러나 방송사가 기부형식을 취할 경우 법인세 부담은 해소될 수 있다. 이와 같이 그동안 논란이 됐던 공익자극 운영제도 개선과 달라진 매체환경에 적응해 나가기 위해서는 방송광고의 영업권 환수는 불가피하다.

IMF에 삶에 희망과 용기를 불러 일으킨 생활지침서. '초판 1개월만에 재판 돌입!!' 책한권으로 전가족이 좋아하여 알찬 선물입니다. 대 상: 초중등부, 대학부, 일반부. 저 자: 성자와 범부가 함께 읽는 금강경. 발행처: 바른법연구원. 문의: 02-337-1636