

스포츠 중계권의 쟁점과 해결방안

:월드컵, 프로야구 중계사례를 중심으로

정용준

(전북대학교 신문방송학과 교수)

1. 문제의 제기

다채널뉴미디어 시대에 돌입하면서 인기 스포츠의 중계권 문제가 여러차례 사회적 쟁점으로 부각되었다. 스포츠를 통한 지구촌의 상호교류를 강조하던 올림픽과 월드컵마저 상업주의에 몰입하고, 다채널로 인기콘텐츠인 스포츠중계권에 대한 수요가 증가하면서 서부유럽과 미국을 중심으로 인기스포츠의 가격이 폭등하기 시작하였다. 예를 들어 월드컵 중계권료는 1998년 프랑스 대회에서 1047억원이었던 것이 2002 한일월드컵에서는 1조 가량으로 폭등하였다(송해룡, 2006).

국내에서도 2000년대 초반 다채널이 본격화되면서 스포츠중계권의 폭등이 여러차례 사회적인 쟁점으로 부각되었다. 초기에는 미국프로야구를 둘러싼 지상파방송사간의 독점중계권이 문제되다가, 점차 비지상파와 지상파방송사간의 대립으로 확대되었고, 중계권 갈등대상도 월드컵, 올림픽 등 전국민이 시청하는 범국가적 스포츠 행사로 확대되었다. 이에 국회에서는 2000년대 중반에 보편적 시청권규제를 실시하여 방송통신위원회를 통하여 대상목록과 우선방송사를 선정하고 있다. 아시아에서는 인도에 이어 두 번째로 보편적 시청권규제를 행사하는 국가가 되었다.

원칙적으로 일반국민들이 국민적 스포츠행사를 무료 혹은 저가로 시청하여야 한다는 보편적 시청권 규제의 타당성에 대해서는 반론을 제기하기 힘들다. 하지만 보편적 시청권규제가 입법취지와 같이 국민들의 볼 권리보다는 지상파방송의 기득권을 옹호하고, 시장의 자율적인 영역을 침해한다는 반론도 제기되었다. 지상파방송사들이 코리아풀이라는 공동협상방식을 통하여 유료방송의 시장진입을 방해하고 국제사회의 스포츠연맹으로부터 담합이라는 비난을 받고 있다는 것이다. 예를 들어 최근에 있었던 제2회 WBC는 지상파방송들이 국제입찰에 응하지 않다가 IB스포츠가 중계권을 획득하자, 고가매입 등을 이유로 비난을 하고, 방송통신위원회의 중개과정에서도 저가매입을 강요하기도 하였다는 것이다(아시아경제, 2009년 3월 7일자)

보편적 시청권 규제가 시행된지 몇 년이 지난 지금, 스포츠중계권의 쟁점과 대안을 점검해볼 필요가 있다. 이를 위해 보편적 시청권 규제에 대한 공익주의와 시장주의의 입장차이와 지상파와 유료방송 그리고 관련단체들의 시각을 점검해보고자 한다. 이를 통하여 국가별 보편적 시청권 규제의 맥락적 이해를 통하여 국내 상황과의 차이를 찾아보고자 한다. 다음으로는 1990년대 후반부터 최근까지 있었던 프로야구와 월드컵을 중심으로 한 스포츠중계권의 갈등사례를 분석하고자 한다. 이전에도 스포츠중계권을 둘러싼 지상파방송 3사간의 공동협약위반사례가 문제되기는 하였지만, 1990년대 후반 경인방송과 MBC가 박찬호선수가 활약하여 국내에서 인기를 얻었던 미국프로야구 독점권을 획득하면서부터 본격적으로 사회적인 문제로 비화되기 시작하였다. 이후 케이블채널인 XSports를 소유한 비지상파계열의 스포츠대행사인 IB스포츠가 MLB, 아시아축구연맹 주관축구경기에 이어 WBC중계권을 소유하면서 지상파방송과 비지상파간의 대립으로 확대되었고, 결국은 보편적 시청권 규제를 실시하게 되었다. 이처럼 사회적인 쟁점으로 부각된 스포츠중계권 갈등의 본질적인 문제점을 파악해보고자 한다. 마지막으로 보편적 시청권 규제의 약점을 보완할수 있는 대안을 모색하고자 한다.

2. 보편적 시청권 규제에 대한 시각과 입장

국민 스포츠의 보편적 시청권 논의는 1990년대 유료 TV가 시작되면서부터 일부 국가들을 중심으로 입법화되었다. 유료 TV 시대가 시작되면서 늘어나는 방송 사업자 간에 경쟁이 치열해지면서 영화와 스포츠 같은 핵심 프로그램이 무료 TV에서 유료 TV로 옮겨가기 시작한 것이다. 추가 비용을 지불하지 않는 시청자들은 흥미롭고 국가적 관심사인 프로그램을 시청하지 못하게 된 것이다. 이에 시청자들이 무료 혹은 수신료만으로도 인기 스포츠를 비롯한 핵심 프로그램을 시청하는 권리를 일부 국가들을 중심으로 입법화하게 되었다.

공익주의에서는 다채널 시대에 유료 TV의 스포츠 독점권은 국민적인 스포츠를 사유재(private goods)로 변화해 많은 국민들이 공공재(public goods)를 시청하지 못하므로, 법적 규제를 통해 국가적 통합을 유도하고 문화적 정체성과 관계된 중요한 행사의 무료 시청권을 보장해야 한다는 것이다. EC(1998)는 소비자들이 수신료 외에 추가 비용을 부담하지 않고 문화적 유산이나 국민적 통합을 유도하는 특별 행사의 유료 TV 독점권을 규제하는 것에 대해 찬성하고 있다. ‘국경 없는 TV 지침’의 3조 a항은 “일반 공중들이 올림픽, 월드컵과 UEFA와 같은 중요 이벤트에 폭넓게 접근하는 것을 보호하는 조치를 유럽연합국가들이 취할 수 있다”고 규정하고 있

다. 이처럼 공익주의 입장에서 국민 스포츠의 보편적 시청권은 방송 공익성의 하위 범주인 보편적 서비스를 보장하는 것이다. 이는 저렴한 가격으로 기간 통신 네트워크에 접근을 보장하는 통신의 보편적 서비스와 유사하다. 방송의 보편적 서비스는 아날로그 시대에는 TV 신호가 거의 전 가구에 도달하고, 모든 TV 서비스가 무료 혹은 수신료를 지불하면 시청할 수 있고 TV 수상기 가격이 저렴하므로 당연히 충족될 수 있었다.

이에 반해 시장주의(소네 도시로, 2002)에서는 보편적 시청권규제가 기본적으로 표현의 자유를 제약하고 시장 거래를 제약한다는 것이다. 미국에서는 1970년대에 FCC의 인기 스포츠에 대한 보편적 시청권 규제(anti-siphoning rules)를 수정헌법 제1조의 표현의 자유를 위반한다는 이유로 무효 판결을 내렸다. 당시 FCC는 “만약 스포츠 이벤트가 유료 TV에서만 방송된다면 TV 오락물의 공공적 흥미는 감소되므로 보편적 시청권 규제가 필요하다”는 입장을 표방했다. 이에 대해 유료 케이블 채널인 HBO는 법정에 제소했고, 1977년 법원은 스포츠 프로그램의 케이블TV 전송이 공공의 이익에 부합하지 않는다는 증거가 없다는 이유로 FCC의 규칙을 무효화했다.¹⁾

스포츠의 보편적 시청권은 방송 이념의 대립뿐만 아니라 방송 사업자간 공정 경쟁 혹은 매체 간 균형 발전의 측면에서도 논쟁거리이다. 스포츠의 보편적 시청권이 무료 TV/지상파/공영 위주로 운영되는 것에 대해, 유료 TV/뉴미디어/지역 혹은 군소 규모의 지상파 사업자들은 반발을 하고 있다. 이들은 인기 스포츠에 대한 보편적 시청권은 유료 TV의 사업적 자유를 제약해 인기 스포츠와 영화를 핵심 콘텐츠로 삼아서 발달해 온 뉴미디어의 발전을 저해할 가능성이 있다는 것이다. 또한 일부의 유료 방송사들은(Foxtel, 2001)은 특별 지정 행사 목록 가운데 지상파방송이 실제로 방송한 것은 15%에 불과할 정도로 규칙의 실효성이 의문시되므로 이의 철폐를 주장하기도 했다.

이처럼 공영방송 혹은 무료 지상파 TV는 보편적 시청권의 법제화에 대체로 찬성의 입장을, 유료 TV와 군소 규모의 지상파 상업방송들은 반대의 입장을 개진하고 있다. 하지만 보편적 시청권이 법제화되지 않고 시장 원리에 의해 중계권료가 급등할 때에 발생하는 방송사의 부담에 대해서도 고려할 필요가 있다. 이전에도 스포츠 중계권료가 방송사 예산에서 차지하는 비중이 낮은 것은 아니었다. 미국에서는 TV 프로그램 예산의 15% 가량이 스포츠에 들어갔으며, 영국 위성방송 BSkyB는 스포츠 제작에 전체 프로그램 예산의 3분의 1 가량을 투입해 왔다. BBC는 올림픽이 열리지 않는 해에 보통 프로그램 예산의 4% 정도를 스포츠에 할애한다. 예산의 제한

1) <http://ftp.fcc.gov/Bureaus/Cable/Orders/1994/orcb4014.txt>

으로 인해 공영방송사들은 컨소시엄을 구성해서 스포츠 중계권료 전쟁에 참여하고 있는데, 유럽 공영방송사들의 컨소시엄은 1990-1998 월드컵 축구 중계권료로 3억 4400만 달러를 지불했다. 그런데 2002년 이후 중계권료 협상에서 18억 달러를 제시하고도 중계권을 획득하지 못하는 상황이 발생한 것이다. 따라서 공영방송사는 몇 개의 경기만을 중계할 수밖에 없는 상황으로 몰리고 있다(송해룡, 2001b).

호주 방송위원회(PCBI(Productivity Commission's Broadcasting Inquiry))는 현재의 안티 사이포닝 규칙이 방송 사업자와 스포츠 단체에 심각한 영향을 끼칠 수 있는 경쟁 제한적인 요소를 담고 있다고 지적했다. 특히 이 규칙은 무료 지상파방송이 방송권을 가지지 않는 특별 행사 목록에 대해서도 유료 방송사가 방송권을 획득하는 것을 제한하고 있다고 지적했다. 따라서 무료 지상파가 방송권을 합당한 이유로 가지지 않는다면, 유료 TV 사업자가 자유롭게 방송권을 획득할 수 있도록 권고했다. 따라서 특별 행사가 개시되기 6주 전까지 무료 방송사가 방송권을 획득하지 않는다면 자동적으로 리스트에서 삭제해 유료 TV가 방송권을 획득할 수 있도록 했다(ABA, 2000, p.14). PCBI의 권고안에 대해 관련 단체들은 찬반론(The Parliament of the Commonwealth of Australia House of Representatives, 2001)을 펼쳤다. 호주상업TV연맹(FACTS)은 무료 지상파방송에게 우선권을 주는 현재 제도에 대한 지지 의사를 표명했다. 반면 호주 유료 TV 및 라디오연맹(Australian Subscription TV & Radio Association)은 안티 사이폰 규칙이 폐지되어야 하며, 리스트 삭제 과정의 자동화는 유료 TV가 방송권을 획득하는 것에 도움을 줄 것이라고 했다.

이처럼 스포츠의 보편적 시청권은 방송 이념 및 방송 사업자 간의 이해관계로 인해 논쟁의 대상이 되고 있다. 대체로 공공서비스 전통이 강하고 유료 TV가 발달한 국가에서는 입법화를, 미국과 같이 시장 전통이 강한 국가에서는 입법화보다는 공정 경쟁문제로 다루고 있다. 반면 아시아 국가에서는 유료 TV가 발달하지 않았기 때문에 인도와 한국외에는 뚜렷한 입법화의 움직임을 보이지 않고 있다. 일본에서 1990년대 후반에 보편적 시청권규제 논의된바 있으나, 입법화되지 못하였다. 머로니와 어빈(Murroni & Irvine, 1998, p.35)은 특별 행사 목록의 자의적 선정 기준이 객관적이고 투명하게 선정되어 관련 사업자에게 대한 부정적인 영향을 최소화하는 방향으로 스포츠의 보편적 시청권규제가 개선될 필요가 있다고 주장했다. 즉, 1997년 영국의 특별 행사 목록에는 축구와 같은 인기 종목과 경마와 같은 비인기 종목이 함께 포함되었지만, 정작 럭비는 배제되어 자의적이라는 것이다. 따라서 국가 대표팀이 참여하는 경기 혹은 시청점유율과 같은 객관적인 잣대가 필요하다고 제안했다. 이를 위해 시청자들의 시청 습관과 기대치의 변화를 파악하고, 특별 행사 목록

의 지정에 앞서 시청자 집단과의 논의가 선행되어야 한다.

3. 스포츠중계권 갈등 사례 분석

1990년대 후반부터 케이블TV와 위성방송 등의 다채널이 시작되면서 스포츠 중계권료는 급등하였다. 또한 박찬호선수의 미국 메이저리그에서의 선전, 월드컵 4강 신화, 여자농구들의 세계적인 골프우승 등으로 인하여 스포츠에 대한 사회적 관심은 매우 높아졌다. 이로 인해 지상파3사의 독과점이 다플랫폼 경쟁으로 확대되면서 사회적인 갈등으로 비화되었다. MBC가 코리안 풋볼을 무시하고 미국 메이저리그 야구 중계권(MLB)을 획득한 바 있고, 스포츠중계권 대행사인 IB스포츠가 여러 차례 주요 스포츠 중계권을 독점하기도 하였다. 또한 KBS도 아시아축구연맹(AFC)이 주관하는 모든 경기의 국내 독점 중계권을 획득하기도 하였으며, SBS는 월드컵과 올림픽을 독점하여 보편적 시청권 규제를 입법화하기에 이르렀다. 최근에는 에이클라 엔터테인먼트가 IPTV에 대한 국내프로야구 중계권을 두고 지상파방송과 갈등을 빚기도 하였다.

가. 월드컵 중계권

스포츠중계권 갈등이 본격적으로 전개된 것은 2002년 한일월드컵이다. 1998 프랑스 월드컵 대회까지 중계권료는 FIFA와 5개 대륙별 방송연맹(EBU, OTI, ABU, ASBU, URTNA)의 직접협상에 의해 결정됐다. 대륙별 방송연맹별로 중계권료를 차등 배분하고, 다시 대륙별 방송연맹 가입회원국끼리 분담비율을 정함으로써 비교적 쉽게 해결해 왔다. 그러나 2002년 대회부터는 키르히 미디어와 ISL이 수익사업권자로 지정되면서 상황은 달라졌다. 키르히 미디어와 ISL은 1998년 대회에 비해 10배 가까운 수익을 보장하는 조건으로 FIFA로부터 수익사업권을 넘겨 받았다.²⁾ 월드컵 중계권료는 1998년 프랑스 대회에서 1047억원이었던 것이 2002 한일월드컵에서는 1조 가량으로 폭등하였다.

2002년과 2006년 월드컵 스포츠 중계권은 금액과 협상조건에서 만족할만한 수준은 아니었다. 770억원에 2002년과 2006년 두 대회의 지상파, 위성, 케이블, 라디오, HDTV 등 방송관련 모든 매체와 웹 캐스팅을 포함하는 포괄적 권리를 확보

2) 키르히 미디어와 ISL은 마케팅권역을 나눠 키르히 미디어는 유럽지역, ISL은 아시아, 남미, 아프리카를 담당하면서 방송연맹이 아닌 개별방송사를 상대로 경쟁을 유도하는 전략을 구사하였다. 하지만 ISL이 파산하면서 키르히그룹이 이를 인수하여 개별국가들과 협상을 벌였다.

하였다. 협상을 주도한 코리안 풀측에서는 2006년의 경우는 한국대표팀의 본선진출이 좌절될 경우는 일정액을 감하도록 함으로써 위험부담을 줄였고, 중계권료도 1998년에 비해 20배를 약간 상회하는 수준으로 이미 협상을 타결지은 다른 나라들과 비교해서 결코 비싼 것은 아니라는 것이다.

월드컵이 열릴 때마다 상업적 이윤수단으로 활용하려는 월드컵 조직위와 대행사들과 맞서, 저렴하면서도 포괄적인 권리를 인정받는 것이 결코 쉬운 일은 아니다. 하지만 국내 중계권료의 시금석이 되는 일본이나 축구강국인 유럽의 경우와 비교해도 금액이 너무나 높다. 더군다나 2002년과 2006년 묶음과 지상파/위성/케이블/라디오/HD중계권 묶음 그리고 64게임 전경기 중계는 당시로서는 별반 매력이 없었다. 일본의 JC는 관심종목 40게임과 지상파와 위성 HDTV로 제한하여 중계권료를 우리보다 낮게 타결지었다.

〈표 1〉 2002 월드컵 한일 방송중계권 협상내용 비교

국가	협상 주체	금액	경기 중계범위	미디어 범위	패키지
한국	KP (지상파 3사)	3850만 파운드 (770억원)	64 전게임	-지상파, 위성, 케이블, 라디오 - HDTV, 웹 캐스팅	2002와 2006년
일본	JC(NHK와 민방 컨소시엄)	3305만 파운드 (661억원)	40게임	-지상파와 위성HDTV -데일리 하이라이트(매일 90분)	2002년
	스카이퍼펙 TV	135억엔 (약 1350억원)	64 전게임	-위성방송과 케이블TV	2002년

국가마다 월드컵방송에 대한 대응방식은 차이가 있지만, 대개는 방송컨소시엄 중심으로 단체협상을 추진하고 위성방송과 케이블TV가 개별협상을 하는 것이 일반적인 경우였다. 한국의 경우 지상파방송의 시장지배력이 높고 위성방송인 스카이라이프가 출범하기 직전이어서 한국방송단이 FIFA대행사와의 유일한 현지협상 파트너였다. 이에 비해 일본은 NHK와 5대민방외에도 스카이퍼펙TV, WOWOW, 주피터 텔레콤 등 유력한 케이블TV와 위성방송이 있어서 상대적으로 불리한 협상여건을 지니고 있다.

일본은 2000년 11월에 FIFA의 대행사인 ISL과, 한국은 2001년 10월에 키르히 그룹과 협상이 타결되었다. 일본은 2002년 월드컵의 40게임의 지상파/위성/HD에 한정하여 비교적 적은 금액인 661억원을 지불한 반면, 한국은 770억원에 2002년과 2006년 두 대회 64게임 전경기의 지상파/위성/케이블/라디오/HDTV 등 방송관련 모든 매체와 웹 캐스팅을 포함하는 포괄적 권리를 확보하였다. 이외에 일본은 위성방송인 스카이퍼펙TV가 일본방송단과는 별도로 약 1350억원에 64전게임의 생

중계권을 획득하였다.

한일 양국의 월드컵 중계권 협상은 인구 및 1인당 GDP, TV시청인구와 중계게임 수 등 많은 요소들이 차이가 있기 때문에 질적인 비교는 매우 어렵다. 그럼에도 불구하고 한국의 중계권료가 일본에 비해 지나치게 높았다. 2002년 한국방송단의 중계권을 약 400억원으로 환산하면 1998년 프랑스 월드컵 약 26억원(200만 달러)에 비해 약 20배 가량 급등한 반면, 일본은 지상파가 661억원, 위성방송인 스카이퍼펙 TV가 1350억원 가량으로 우리 4.5배 정도에 불과하다. 대체적으로 일본은 한국중계권보다 약 10배 정도 높다는 것이 전문가들의 일반적인 견해이다(이규창, 2001). 또한 2002년 한일월드컵 대회부터는 키르히 미디어 산하에 국제신호 제작 전문회사인 HBS(Host Broadcast Services)를 만들어 개최국 방송사들의 참여를 제한하였다. 이전에는 올림픽과 월드컵축구, 세계육상 등 대형 스포츠 이벤트는 개최국 방송사가 주축이 되고 부족한 부분은 다른 나라 방송사나 전문인력을 지원받는 방법으로 주관방송사(Host Broadcaster, HB)를 구성하였다. 월드컵 방송에서 방송3사가 똑같은 화면을 내보내는 전파중복을 감수해야 했던 것은 방송3사의 과열경쟁 탓도 있지만, 기본적으로는 FIFA가 방송중계권을 고가로 올리기위해 개최국의 주관방송권을 빼앗았기 때문이다.

개최국이 주관방송사로 선정되지 못하여 잃는 손실은 매우 크다. 주관방송사로 선정되면 대회의 모든 경기와 행사에 대한 권리를 가지게되며 조직위원회로부터 일정액의 지원을 받는다. 또한 주관방송사로 선정되면 중계방송 기술력을 인정받고, 대외적인 미지지가 크게 높아진다. 하지만 2002 월드컵에서는 키르히그룹의 자회사인 HBS가 주관방송사가 되고, 국내방송사는 보조적인 하청기업의 역할만 담당하여 개최국의 효과가 반감되었다. 실제 개막식 행사를 중개하기로 했던 HBS가 난색을 표명하자, 지상파 3사연합인 한국방송단이 HD와 SD방식으로 중계하였으나 FIFA의 규제 때문에 선진 방송기술력의 테스트 효과는 가져오지 못하였다.

이후 SBS는 2012년과 2016년 동하계 올림픽과 2010년과 2014년 월드컵중계권을 독점하면서 사회적인 갈등은 정점으로 치달았다. SBS의 올림픽과 월드컵 중계권 독점에 대해, 공영방송인 KBS와 MBC가 9시뉴스와 관련프로그램을 통하여 연일 비난과 공격을 하였다. KBS와 MBC는 SBS가 방송3사의 연합단체인 한국방송협회 주관으로 공동 협상(KP: 코리안 풀)하기로 한 협약을 깨고, 엄청나게 폭등한 가격으로 월드컵과 올림픽을 ‘씩쓸이’하여 국부유출을 하였다는 것이다. 이에 대해 SBS는 월드컵과 올림픽 중계권의 가격인상은 자연스러운 시장동향이며, 외국스포츠대행사가 중계권을 독점하려는 것에 대해 어쩔 수 없이 중계권 계약을 하였다고 대응하였다.

요약하자면 한국방송단은 일본에 비해 FIFA 대행사의 시장지배전략에 종속되어 높은 중계권료와 활용가치가 떨어지는 패키지 상품들을 구매하였다. 그 결과 지상파 3사는 높은 중계권료를 충당하기 위해 중복편성을 과도하게 편성하였다는 것이다. 또한 한국방송단은 컨소시엄을 구성하였음에도 불구하고 이전의 박찬호선수가 활약하는 미국 메이저리그 야구중계권 분쟁 때문에 회원사간의 결속력이 떨어 있었다는 것도 불리한 협상을 한 요인이다.

또한 미디어와 스포츠단체들의 시장지배전략이 반드시 성공하였다고 보기는 어렵다. 인기스포츠 연맹에 협상의 주도권을 빼앗긴 방송사들이 경영수지가 맞지 않아 불평이 매우 심하며, 실제 많은 방송사업자들이 파산하였다. 키르히미디어 그룹과 ISL은 2002년과 2006년의 월드컵방송중계권을 28억 스위스 프랑(약 2조2000억원)을 지불하면서 파산하였고, 영국의 지상파디지털인 ITV Digital은 3년간 프리미에르 축구리그의 독점중계권료로 3억1,500만 파운드(약 5,828억원)을 지불하면서 파산하였다.

나. WBC와 프로야구

스포츠대행사인 IB스포츠가 4년간 미국메이저리그야구 중계권(MLB)에 이어, 아시아축구연맹(AFC)이 주관하는 모든 경기의 국내독점중계권과 WBC 중계권을 독점하면서 여러차례 사회적인 갈등이 야기되었다. 최근에는 KBO의 중계권대행사인 에이클라가 IPTV에 대한 프로야구 중계권을 두고 지상파 및 케이블스포츠 채널들과 갈등을 빚기도 하였다.

이전의 스포츠중계권 갈등이 지상파3사간의 제한적인 경쟁과 코리안폴 위반정도에 그친 반면에, 비지상파와 다채널로 스포츠중계권이 확대되었다. IB스포츠의 중계권 획득에 대하여 언론보도는 대체적으로 양비론적 태도를 견지하고 있다. 스포츠 상업주의에 의한 가격폭등도 문제이지만, 중계권을 잃은 지상파도 자업자득이라는 것이다. 경인방송에 이어 MBC가 ‘코리아 폴’을 깨고 엄청난 가격폭등을 일으키면서 미국메이저리그 야구에 대한 독점중계권을 획득한 경험이 있다. 즉 주요 지상파가 스포츠 상업주의를 부추긴 주범이라는 것이다. 뿐만 아니라 지상파들은 매체파위를 앞세워 미국프로여자골프중계권(LPGA)을 고가로 구입하였고, 중계권을 획득한 스포츠에 대해서도 일부만 중계하거나, 씨름 등의 비인기종목에 대해서는 철저히 외면한 것이 사실이다(경향신문 2005년 8월 10일).

오히려 스포츠중계권을 획득한 IB스포츠 측에서는 지상파에 독점되어 온 인기스포츠 중계권을 여러 매체에 재판매하기 때문에 ‘매체간 균형발전’에 도움이 되며,

스포츠산업의 부가가치가 커진다는 주장을 하고 있다(중앙일보, 2005년 8월 2일/연합뉴스, 2005년 8월 5일자). 중계시간이 한정된 지상파보다는 뉴미디어 전문채널을 통한 전 경기 생중계가 오히려 시청자들의 보편적 시청권을 증가시킨다는 것이다.

특히 제2회 WBC중계권을 둘러싼 지상파방송과 IB스포츠의 중계권 협상은 많은 문제점을 나타내었다. 우선 지상파방송은 MLB의 WBC 국제입찰에 응하지 않았다. 뉴미디어 중계권까지 포함한 묶음 중계권을 구매한 IB스포츠가 재판매를 시도하자, 불경기로 인한 광고판매부진 등을 이유로 낮은 가격을 고집하였다. 이에 국민들이 시청하지 못할 위기에 처하자, 국민관심행사가 아닌 WBC를 규제기관인 방송통신위원회가 개입하여 낮은 가격에 지상파방송에 재판매하는 결과를 초래하였다. 광고부진 등을 이유로 제시하였던 지상파 방송들은 엄청난 광고수익을 얻었으며, 결과적으로 IB스포츠는 막대한 손해를 감수하였다.

4. 보편적 시청권 규제의 문제점

보편적 시청권은 국민적 스포츠를 사유재(private goods)로 변화해 많은 국민들이 공공재(public goods)를 시청하지 못하므로, 법적 규제를 통해 국가적 통합을 유도하고 문화적 정체성과 관계된 중요한 행사의 무료 시청권을 보장해야 한다는 것이다. 이러한 취지로 2007년 방송법에서 '보편적 시청권(universal access)'의 법제화가 이루어졌다. 방송법에서 '보편적 시청권은 국민적 관심이 매우 큰 체육경기 대회 그 밖의 주요행사 등에 관한 방송을 일반 국민이 시청할 수 있는 권리를 말한다'라고 규정하여 스포츠뿐만 아니라 시청자들의 국민적 관심사를 모두 포함하고 있다.

방송법에 의한 보편적 시청권 규제의 주요 내용은 다음과 같다. 우선, 방송법 76조2항에서는 방송통신위원회가 보편적 시청권보장위원회의 심의를 거쳐 국민관심행사를 고시하도록 하고 있다. 보편적 시청권 보장위원회는 방송통신위원장이 방송통신위원회의 동의를 거쳐 7인 이내로 위촉하되, 규칙으로 방송 및 체육관련, 시청자단체 등 유관기관에서 5년이상 활동한자 등으로 규정하고 있다(방송통신위원회규칙 제9호).

〈표 2〉 주요 유럽 국가들의 특별 행사 목록

국가	종목	내용
독일	올림픽	Summer & Winter
	축구	UEFA European Championship & FIFA World Cup - each match played by German national team, opening, semifinals, final FA Cup: semi-finals & final Champion League, Cup Winners Cup, UEFA Cup - each match played by German national team
이탈리아	올림픽	Summer & Winter
	축구	European Championship & World Cup -final & each match played by Italian national team Each match played by Italian national team whether in Italy or overseas Champion League & UEFA Cup - semi-finals & final played by Italian national team
	사이클	Tour of Italy
	자동차 경주	F1 Grand Prix in Italy
	음악	St.Remo Music Festival
프랑스	올림픽	Summer & Winter
	축구	European Championship & World Cup - each match played by French national team, semi-finals, final French Football Cup Final
	사이클	Tour de France
	럭비	Five Nations Championship Rugby matches involving French Team

보편적 시청권을 법제화한 국가에서도 개별 국가의 사정과 시기에 따라 특별행사 목록이 조금씩 다르다. 대체로 유럽 연합의 ‘국경 없는 TV지침 97/36’ 3a에서, ① 전통적으로 무료 방송사에 의해 방송되었고, 많은 국내 시청자들이 시청한 이벤트, ② 회원 국가의 문화적 정체성에 중요한 이벤트, ③ 국가 대표팀이 참가한 주요 국제 경기 이벤트, ④ 회원 국가에 중요한 공익성이 있는 이벤트 가운데 두 가지 이상의 요건을 충족시킬 것을 가이드라인으로 제시했다(Solberg, 2002).

영국은 문화부 장관이 자문 그룹(The Advisory Group on Listed events)을 결성해 특별 지정 행사의 리스트를 제안토록 했는데, 이 제안을 근거로 스포츠의 특별 지정 행사를 결정했다. A 리스트 행사는 무료 지상파방송사에 의한 생중계권이 합리적인 가격으로 이루어져야 하며, B 리스트 행사는 비지상파방송사가 생중계권을 가지고 있으면, 무료 지상파방송사에 2차 중계권을 제공해야 하는 것이다. 무료 지상파에 의한 의무 중계 경기인 A급 특별 지정 행사는 첫째, 국민적인 공감성이 있어 국민을 통합하는 이벤트와 국민적인 연중행사이고, 둘째, 탁월한 국내 혹은 국제

적인 스포츠 이벤트, 국가를 대표하는 스포츠 팀 혹은 선수가 출장하는 경기의 두 조건을 만족시키는 경우가 그 기준이 된다. 이처럼 국민 통합을 유도하거나 국가 대표팀이 출전하는 경기를 A리스트로 선정하고 있다. 특이한 것은 영국에서 가장 인기가 높은 프리미어 리그가 특별 행사 목록에 선정되지 않았다는 것이다. 이는 프리미어 리그가 인기는 높지만 국민적 통합 혹은 국가 대표성과는 무관하기 때문이다.

호주는 1992년 방송법 115조에 의해 문화부(Communications, Information Technology and the Arts) 장관이 시청자들이 무료로 시청할 수 있는 행사 목록을 지정한다. 특별 행사 목록에는 경마, 미식 축구, 럭비, 크리켓, 축구, 테니스 등이 포함되어 있다.³⁾ 호주는 전통적인 인기 종목인 경마, 풋볼, 럭비, 축구뿐만 아니라 자동차 경주, 골프 등 다양한 종목이 특별 행사 목록으로 규정되어 있는 것이 특징이다. 독일은 동계와 하계 올림픽, 유럽 챔피언십과 월드컵(독일팀 경기, 개막전과 준결승, 그리고 결승전), 독일 FA컵 준결승과 결승전, 독일 전국 프로 축구팀들의 홈경기과 어웨이 경기, 독일팀이 출전하는 유럽 축구 클럽 경기(Champions League, Cup Winners' Cup, UEFA컵)가 규제 대상이다.

이탈리아에서 '사회적으로 중요한 이벤트'는, ① 이탈리아에서 널리 관심 있는 이벤트, ② 이탈리아 문화적 정체성을 강화하는 이벤트, ③ 국가 대표팀이 참가하는 국제 이벤트, ④ 전통적으로 무료 TV에서 방송해 온 이벤트라는 네 가지 조건 가운데 적어도 두 가지 이상을 충족해야 한다.⁴⁾ 동계와 하계 올림픽, 월드컵과 이탈리아 팀 경기, 유럽축구선수권대회(The European Football Championship)와 이탈리아 팀 출전 경기, 이탈리아 프로 축구 모든 경기, 챔피언스 리그(Champions League)와 UEFA 컵, The Tour of Italy Cycling이 규제의 대상이다.⁵⁾ 이탈리아는 보편적 접근권의 특별 행사 목록에 스포츠뿐만 아니라 산레모 가요제라는 음악 페스티벌도 포함되어 있다. 이는 보편적 접근권의 대상이 스포츠에 한정될 필요가 없다는 것을 의미한다.

대체로 외국에서는 월드컵과 올림픽, 국가대표출전경기가 국민관심행사에 포함되는 것이 일반적이다. 2008년 8월 현재 방송통신위원회는 국민관심행사로 동하계 올림픽과 국제축구연맹이 주관하는 월드컵으로 선정하였다. 또한 방송통신위원회는 축구국가대표팀 A매치, 월드컵 예선경기, WBC, 아시안게임 등을 국내전체가구의 60-75%가 시청하는 국민관심행사로 검토중이며, 국내프로야구 등 종목별 프로경기

3) http://www.acma.gov.au/ACMAINTER.2883838:STANDARD:1571095584:pc=PC_91823

4) http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twf/3bis/consolidated_measures2002_en.pdf

5) http://www.itc.org.uk/itc_publications/codes_guidance/sports_code/index.asp 참조.

는 제외할 방침임을 밝힌 바 있다. 또한 정보통신정책연구원 주최 세미나에서는 국민관심행사의 범위를 ‘국가대표가 출전하는 경기’로 설정해야 한다는 의견이 제시되기도 하였다(문화일보, 2009년 4월 23일자).

〈표 3〉 스포츠 보편적 시청권의 우선 방송사 기준

	우선 방송사	내용
영국	무료 지상파	- A급 특별 행사를 방송할 수 있는 질적 기준을 만족하는 방송사는 가시청 범위가 전 영국 인구의 95%를 넘는 무료 지상파 - B 리스트 행사는 비지상파방송사가 생중계권을 가지고 있으면, 무료 지상파방송사에게 2차 중계권을 제공 의무
호주	무료 지상파	- 안티 사이포닝 규칙: ABC, SBS의 공영방송이나 인구 대비 50%의 커버리지를 넘는 상업 무료 방송 사업자들이 특별 행사에 대한 방송권을 유료 TV에 대해 우선권을 가짐 - 안티 호딩 규칙: 특별 행사의 방송권을 가진 상업방송사가 방송권 전체를 활용하지 않는다면 미사용분에 대해 ABC와 SBS에 정상적인 요금을 받고 양도
독일	무료 TV	- 인구 2/3 이상이 시청 가능한 방송 사업자
이탈리아	무료 지상파	- 특정 방송사의 스포츠 중계권 한도 60%
덴마크	무료 TV	- 특정 방송사의 해당 스포츠의 독점권 소유를 허용하되, 시청자 도달 범위가 90%를 넘지 않으면 다른 방송사와 계약을 체결해 국민의 상당수가 무료 TV 시청 의무
인도	공영방송사	- 방송위원회가 지정하는 스포츠 및 국가적 행사에 대해 공영방송사가 국내 중계권을 가지지 않을 때 특정 방송사가 생방송 독점 중계권을 가질 수 없음 - 이 조항에 불응하면 17만5000달러의 벌금형을 부과

둘째, 국민관심행사에 대한 우선방송사의 선정기준이 지상파방송 위주로 이중적인 잣대로 설정되어 있다. 주요 국가들은 유료 TV의 독점권에 우선해 지상파 무료 TV 혹은 공영방송에 우선적인 방송 권리를 부여하고 있다. 영국의 A 리스트 행사는 무료 지상파방송사에 의한 생중계권이 합리적인 가격으로 이루어져야 하며, B 리스트 행사는 비지상파방송사가 생중계권을 가지고 있으면, 무료 지상파방송사에게 2차 중계권을 제공해야 하는 것이다. A급 특별 행사를 방송할 수 있는 질적 기준을 만족하는 방송사는 가시청 범위가 전 영국 인구의 95%를 넘는 무료 지상파여야 하는데, 2005년 이 기준을 만족시키는 방송사는 BBC1, BBC2와 채널3(ITV1)과 채널4이다(Ofcom, 2005). 이에 의해 2002년 한일 월드컵은 A급 특별 지정 행사이므로 BBC1과 ITV1이 64경기 가운데 56경기를 생중계하고 나머지 8경기는 BBC2와 ITV2에서 방송하기 위해 ITC의 동의를 받았다.

호주의 안티 사이포닝 규칙은 가능한 많은 국민들이 무료로 특별 지정 행사를 시청하도록 장려하는 것이 목적이지만, 특별 행사 목록의 생방송권에 대해서는 다루지 않았다. 이런 이유로 호주 정부는 안티 호딩 규칙(Anti-hoarding rule)을 제정했

다. 이는 특별 행사의 방송권을 가진 상업 방송사가 방송권 전체를 활용하지 않는다면, 미사용분에 대해 ABC와 SBS에 정상적인 요금을 받고 양도하고, 전국 방송사업자들은 이를 상호 간에 제공해야 한다는 것을 의무화한 것이다. 정부는 2002년과 2006년 월드컵 경기에서 안티 호딩 규칙을 강제했다. 이에 의하면 ABC, SBS의 공영방송이나 인구 대비 50%의 커버리지를 넘는 상업 무료 방송 사업자들은 특별 행사에 대한 방송권을 유료 TV에 대해 우선권을 갖는다. 장관은 특정한 사유가 있을 때에는 리스트에서 특정 행사를 배제할 수도 있다. 가령 무료 방송사들이 특별 행사에 대한 방송권을 가질 기회가 있음에도, 합당한 사유로 이를 획득하지 않을 때에 가능하다. 또한 장관이 최소한 경기 개시 30일 전까지는 특별 행사 지정 여부를 공표해 방송 사업자들이 이에 대비할 수 있도록 하게끔 했다. 덴마크에서는 해당 스포츠의 독점권을 소유하되, 시청자 도달 범위가 90%를 넘지 않는 채널들은 다른 방송사와 계약을 체결해 '국민의 상당수가 무료 TV의 생중계 또는 녹화 중계를 통해 경기를 시청할 수 있도록 해야 한다'고 규정했다.⁶⁾ 인도의 방송법에서는 방송위원회가 지정하는 스포츠 및 국가적 행사에 대해 공영방송사가 국내 중계권을 가지지 않을 때 특정 방송사가 생방송 독점 중계권을 가질 수 없도록 했다. 이 조항에 불응하면 17만5000달러의 벌금형을 부과한다. 이처럼 스포츠의 보편적 시청권을 법제화한 대부분의 국가에서는 무료 지상파방송 사업자 혹은 공영방송사를 특별 행사 목록의 우선 방송사로 지정하고 있다(정용준, 2006).

올림픽과 월드컵과 같은 국민관심행사에 대해서는 90%이상으로 설정하여 무료지상파방송 기준이 설정되어 있다. 현재 방송법에서는 국민전체가구 수가 60/100-75/100으로 설정되면서, 올림픽과 월드컵과 같은 국민적 관심이 큰 행사는 90/100으로 설정하여 영국식 모델을 따르고 있다(방송통신위원회고시 제2008-107호 고시). 하지만 보편적 시청권 규제를 처음시행하여 우선방송사와 국민관심행사의 선정기준에 대한 사회적 논의가 부족하고 시장에 주는 영향력 등이 아직은 불분명한 상태에서 우선방송사에 대한 이중 잣대를 활용하는 것은 시기상조인 것으로 보인다. 60-75%의 설정기준은 현실적으로 지상파방송과 케이블TV를 의미하기 때문에 위성방송과 IPTV같은 마이너플랫폼은 배제된다. 또한 보편적 시청권의 개념이 무료로 국민들이 시청할수 있는 권리라는 것을 감안한다면, 유료플랫폼인 케이블TV가 포함된 것 자체가 모순이라고 할수 있다. 만약 60-75%의 설정기준이 이중적으로 적용된다면 무료로 시청할수 있는 보편적 시청권의 실효성이 의문시된다는 것이 전문가들의 대체적인 견해이다(아이뉴스. 2009년 4월 13일자).

셋째, 보편적 시청권 규제가 국민들의 보편적 시청권보다는 과도한 경쟁방지라는

6) 『방송동향과 분석』, 1999년 6월 15일.

다른 정책수단으로 바뀐 측면이 있는 것이 사실이다. 방송법 76조에서는 프로그램 공급을 ‘공정하고 합리적인 가격’으로 제공하고 76조 4와 5에서는 공동계약과 순차편성을 권고하였다. 이에 대해 윤성옥(2008, 61-62면)은 공정하고 합리적인 가격의 기준이 모호하고, 구체적인 산정기준을 정하는 것도 쉽지 않아서 법률의 처벌행위에 대한 명확성의 원칙에 위배된다고 지적하고 있다. 또한 <독점규제 및 공정거래에 관한 법률>의 시장지배적 남용행위금지나 불공정 거래행위 금지 등과도 중복규제이며, 방송사업자의 재산권 침해나 직업의 자유 등과 관련하여 위헌논란이 발생할 가능성도 있다고 문제제기를 하였다. 중계방송권의 공동계약 권고와 순차편성 권고는 권고라는 법적 실효성의 문제뿐만 아니라 담합을 법으로 보장하는 국제적인 규범의 위반으로도 볼수 있다. 이외에도 공동계약이나 순차편성은 방송사업의 자율적인 판단으로 이루어져야 할 사항이지, 법으로 규정할수 있는 사항은 아니다. 또한 76조 3에서 보편적 시청권 보장을 위한 조치로 방송위원회의 사무처직원이 방송사업자의 사무소 또는 사업자에 출입하여 조사토록 하였는데, 이는 방송통제수단으로 악용될 소지가 있다.

5. 대안의 모색

이상으로 스포츠중계권의 현황과 규제에 대해 살펴보았다. 1990년대 후반부터 스포츠의 상업주의가 가속화되고, 다채널플랫폼으로 수요가 증가하면서 인기스포츠의 중계권 가격은 폭등하였고, 이로 인해 플랫폼간의 경쟁이 치열하게 되어 보편적 시청권 규제가 유럽과 국내에서 도입되었다. 유럽 국가들이 보편적 시청권을 도입한 것은 국민적관심사인 스포츠행사에 대한 방송을 국민들이 추가적인 부담없이 시청할수 있어야 한다는 공익서비스 내지 보편적 서비스의 일환이라고 할수 있다. 유럽을 중심으로 보편적 시청권규제가 도입된 것은 BBC와 ARD와 같이 공공서비스 방송의 전통이 뚜렷하고, 축구 등의 국민 스포츠가 오랫동안 토대를 굳건히 한 사회적 전통이 자리잡고 있다. 이는 상업방송과 경쟁하며 공공서비스 기반이 부족한 국내공영방송의 현실이나, 유럽과 같이 국민적 스포츠로 뿌리내리지 못한 국내와는 사회문화적으로 차이가 나는 것이 사실이다.

예를 들어 BBC는 여왕의 존재와 마찬가지로 수신료만으로 운영되며 상업방송과 차별되는 국민의 방송이라는 국민적 합의가 전제된다. 주지하다시피 보편적 시청권 규제는 지상파 방송사업자들에게는 국민적 스포츠의 방송권을 보장하는 커다란 혜택을 우선적으로 부여하고 있다. 방송사업자간의 자유로운 계약이나 공정경쟁 보다는 국민들의 보편적 시청권을 우선하기 때문에 국민의 방송인 공영방송을 우선 방

송사로 선택한 것이다. 영국과 유럽에서 공영방송 보다는 무료지상파방송을 우선방송사로 선정한 것은 루퍼트 머독의 BSkyB라는 유료방송 플랫폼에 대항하는 지상파 방송간의 이해관계가 일치한 것이다. 영국에서도 초기에 BBC를 우선방송사로 선정해야 한다는 움직임이 있었으나, 지상파방송업방송의 반발로 무료지상파로 입법화 되었다. 인도와 호주의 입법과정에서는 공영방송사를 다른 지상파방송보다 우선한다는 원칙이 입법화되었다.

국내에서는 비지상파방송의 스포츠중계권 독점을 방지하기 위하여 지상파방송의 로비로 이루어진 것이 보편적 시청권 규제이다. 이 과정에서 상업방송과 똑같이 광고경쟁을 하고 상업적 편성을 하는 기간공영방송사로서의 공공서비스 특전을 별도로 부여하기 힘들었던 것이 사실이다. 하지만 현 정부가 국가기간방송법을 통하여 광고재원을 줄이고 공영방송의 정체성을 정립하는 작업을 추진중이다. 따라서 공영방송으로서의 정체성이 부족한 시점에서 보편적 시청권 규제를 한 것은 시기상조였다고 할 것이다. 더욱이 우선방송사 기준을 60-75%와 90%라는 이중 잣대를 설정한 것은 지상파위주의 혜택이라는 비판을 피하기 위하여 케이블TV를 포함한 것으로 판단된다. 이로써 올림픽과 월드컵정도를 제외하면, 보편적 시청권 규제는 마이니 플랫폼만 배제할뿐 규제의 실효성이 약한 것이 사실이다.

두 번째로 축구와 테니스, 크리켓 등 국민적 스포츠로 자리잡은 서부유럽과 달리 국내에서는 국민적 스포츠의 전통이 약한 것이 사실이다. 80년대부터 프로야구가 출범하여 인기를 얻었지만, 시기에 따라 부침이 심하며 대중적인 인기를 얻은 것은 월드컵과 올림픽 정도이다. WBC에서 좋은 성적을 거두면서 국민적 인기를 얻었지만, 이는 MLB의 전세계적 상업주의 스포츠이벤트의 성격이 강하다. 따라서 올림픽과 월드컵 정도외에는 국민적 공감대를 얻었다고 판단하기에는 무리가 따른다. 따라서 영국과 같이 A급과 B급으로 국민관심행사를 이중적으로 분류하기에는 아직은 시기상조인 것으로 판단된다.

세 번째로 영국의 BSkyB와 같이 지상파방송의 독과점을 위협하는 독과점적 유료방송 플랫폼이 국내에서 등장하였다고 보기에 는 무리가 따른다. 비지상파스포츠대행사가 중계권을 일부 가지고 있으나 창구의 협소함으로 인하여 지상파방송이 거부하면 협상력이 부족하다고 할수 있다. BSkyB는 지상파방송을 무시하고 스카이원에서 프리미어리그를 독점적으로 중계하여 지상파방송에 버금가는 영향력을 얻었다. 반면 국내에서는 유료방송의 핵심 콘텐츠를 지상파방송이나 자회사가 공급하고 있다. 따라서 지상파방송사가 협상력을 발휘해야 할 대상은 국내 비지상파스포츠대행사가 아니라 스포츠중계권을 가진 국제스포츠연맹들이라고 할수 있다. 가격이 급등한다고 해서 공동계약이나 순차편성을 법으로 규정하고 과도하게 규제기관이 개

입하는 것은 국제적으로 담합이라는 비판을 받을 소지가 다분하다.

스포츠중계권의 사회적 갈등을 이용한 지상파방송과 일부 국회의원들의 입법화과정으로 시작된 것이 보편적 시청권 규제이다. 지상파독과점에서 다채널플랫폼으로 수요가 증가하면서 인기스포츠의 가격급등에 대한 효율적인 대책이 어려운 것이 현실이다. 국제스포츠연맹이 각국의 지상파 풀에 대하여 담합이라는 비판을 하면서 심지어는 보편적 시청권규제까지 무력화하려고 시도하는 것도 사실이다. 그럼에도 불구하고 보편적 시청권을 명분으로 특정방송플랫폼에게 혜택을 부여하고 무리한 입법으로 과도한 규제를 하는 것은 개선되어야 한다. 오히려 공영방송으로서의 정체성을 뚜렷하게 하고 당분간은 명확한 국민관심행사인 올림픽과 월드컵 등으로 대상목록을 최소화하면서 시장에서의 영향력, 국제적인 중계권 역학관계 등을 면밀하게 파악하는 것이 우선되어야 한다.

<참 고 문 헌>

1. 국내문헌

김낙회·김호 역(1999). 《스포츠 마케팅》, 서울: 나남 출판.

방송위원회(2000). 《프랑스방송법》, 방송조사자료 2000-3.

소네 도시로(2002). “월드컵 중계권과 보편적 접근권 연구”, 한국방송영상산업진흥원 주최 세미나 《2002 월드컵 방송을 위한 한·일 전문가 토론회》, 2002년 5월 10일.

송해룡(2006). 《스포츠중계권 분쟁 해소방안 연구》, 방송위원회.

윤석민(1999). “다채널 상황하의 수용자 복지와 보편적 방송영상서비스”, 《한국언론학보》 제44-1호, 한국언론학회.

윤성옥(2008). 보편적 시청권과 방송시간, 『방송문화』 2008년 3월호, 한국방송협회.

이규창(2001). "월드컵 중계권 계약 경향과 전망", 《방송문화》 2001년 11월호.

이연(2002). “한일 월드컵 방송보도 및 프로그램 비교”, 한국방송영상산업진흥원 주최 세미나 《2002 월드컵 방송을 위한 한·일 전문가 토론회》, 2002년 5월 10일.

여현철(2001). "마케팅은 확대, 방송판권은 거품일어", 《방송21》 2001년 7월호.

정용준(2000). 《디지털 위성방송과 영상소프트웨어》, 나남.

정용준(2002). 2002 한일 월드컵 방송의 문제점과 대안 모색, 《언론과학연구》 제2권 2호.

정용준(2006). 《시민사회와 방송개혁》, 커뮤니케이션북스.

하운금(2002). “국내방송사의 편성과 프로그램 내용”, 《방송21》 2002년 7월호.

히로세 이치로(1994). 공진성·김동수 역(1995), 《일본의 스포츠 마케팅》, LG애드.

<방송통신위원회규칙 제9호>

<방송통신위원회고시 제2008-107호>

<문화일보>. 2009년 4월 23일자

<아시아경제>. 2009년 3월 7일자

<아이뉴스>. 2009년 4월 13일자

2. 외국문헌

Australian Broadcasting Authority(2000). *Investigation into the Implementation of the anti-hoarding rules*, Sydney:ABA.

online http://www.aba.gov.au/abanews/news_releases/2000/36nr2000.htm

DCMS(2001). *Coverage of Sport on Television: A DCMS leaflet*.

EC(2000), Official Journal of the European Communities. 2000년 9월 29일자, 11월 18일자.

online http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twf/3bis/consolidated_measures_2002_en.pdf

FCC(1994). *Sports Programming Migration Final Report*, FCC 94-149.

online http://www.fcc.gov/Bureaus/Miscellaneous/News_Releases/nrmc4077.txt

Fox Sports(2001). *Submission to the Australian Broadcasting Authority's Investigation-Review of the Anti-Siphoning List*.

Foxtel(2001). *Foxtel Submission to the Australian Broadcasting Authority Review of the Anti-Siphoning List*.

online <http://www.aba.gov.au/tv/investigations/projects/anti-si/submissions.htm>

ITC(2002). *ITC Code on Sports and other Listed and Dedignated Events*(revised January 2002).

o n l i n e
http://www.itc.org.uk/itc_publications/codes_guidance/sports_code/index.asp

Kirch Media(2001). *Submission to ITC Code on Sports and other listed events*.

online <http://www.kirchsport.com/inhalt/news/pdf/PressPack.pdf>

Murroni C. & Irvine N.(1998). *Access Matters*, IPPR.

Peacock Committee(1986). *Report of the Committee on Financing the BBC*, London: HMSO.

Schaub. A.(2002). *Sports and Competition: Broadcasting Rights of Sports Events*.

The Parliament of the Commonwealth of Australia House of Representatives(2001). *Broadcasting Legislation Amendment Bill(NO. 2) 2001: Explanatory Memorandum*.

Tambini D.(2000). *Universal Internet Access: A Realistic View*, IPPR/Citizens

Online Research Publication.

3. 참고 웹사이트

<http://ftp.fcc.gov/Bureaus/Cable/Orders/1994/orcb4014.txt>

http://www.acma.gov.au/ACMAINTER.2883838:STANDARD:1571095584:pc=PC_91823

http://europa.eu.int/comm/avpolicy/regul/twf/3bis/consolidated_measures2002_en.pdf

http://www.itc.org.uk/itc_publications/codes_guidance/sports_code/index.asp .