

## 회원사를 위한 방송통신 법률 상식 ②

# T-커머스 제도 규제완화 필요한가



정수용

법무법인 세종 변호사  
syjung@shinkim.com

T-커머스(TV 전자상거래)란 양방향 서비스가 가능한 디지털화된 TV를 통해 발생하는 상거래 서비스를 의미한다. 이렇게 광범위하고 딱딱한 정의를 내리면 T-커머스(TV전자상거래)의 실체가 과연 무엇인지에 대해 의문이 생기는 것도 사실이지만 쉽게 이야기 하자면 TV에서 리모컨으로 물건을 사거나, 은행거래, 주식거래 또는 음식배달을 시키거나 영화나 음악을 VOD(Video on Demand) 형식으로 유료로 시청하는 것은 모두 T-커머스(TV 전자상거래)의 범주에 포함된다.

2009년 실시간 IPTV가 도입되면서 언론이나 소문 등을 통하여 IPTV의 매력으로 소개되었던 것 중의 하나는 차원이 다른 양 방향의 T-커머스(TV 전자상거래) 서비스가 가능하다는 것이었다.

예컨대, 요즘 TV 방송에서 특정 드라마가 속칭 뜨게 되면 항상 드라마에 출연하는 연예인들이 착용한 옷이나 액세서리 등이 큰 인기를 끌기 마련인데(김남주 목걸이, 김태희 목걸이 등은 드라마에 별 관심이 없는 사람들도 인터넷 등을 통해 한번 짚은 이야기를 들어 보았을 것이다), IPTV의 경우 방송을 시청하면서 이러한 상품 등을 리모컨으로 바로 구입할 수 있다는 것이었다. 상당히 호기심이 동하는 이야기가 아닐 수 없는데, 실시간 IPTV가 도입된 지 2년이 지난 지금에도 위와 같은 내용의 T-커머스(TV 전자상거래) 서비스를 경험해 본 사람은 거의 없을 것이다.

물론 2009년 8월 IPTV 전용 스포츠채널인 IPSN이 IPSN에서 실시간 중계하는 김연아 선수의 아이스 쇼를 보면서 김연아 선수가 착용한 액세서리와 공연음악 CD 등의 상품 구매를 위해 리모컨으로 연락 받을 전화번호를 입력하면, 콜 센터에서 시청자에게 전화를 연결한 뒤 신용카드, 무통장 입금 등을 통해 결제하는 방식의 T-커머스(TV 전자상거래)가 이루어진 사실은 있었지만, 아마도 이러한 서비스가 이루어졌다는 사실 자체를 모르는 사람이 더 많을 것이다.

그렇다면, 현행 법상 위와 같은 형식의 T-커머스(TV 전자상거래) 서비스(전문적인 용어로는 프로그램 연동형 T-커머스(TV 전자상거래)라고 부른다)는 가능한 지 의문이 드는데, 결론부터 말하자면 상당히 어렵다고 할 수 있다.

인터넷 멀티미디어 방송사업법(이하 IPTV 사업법) 제21조 및 시행령 제20조는 IPTV의 방송프로그램의 편성에 관하여 방송법 및 그 시행령을 준용하도록 하고 있는데, 방송법은 방송 프로그램과 방송광고를 엄격히 구분하면서, 일정 시간 이상 방송 프로그램과 방송광고를 같이 내보내는 것을 제한하고 있기 때문이다.

또한, 이러한 T-커머스(TV 전자상거래)의 제공을 하여는 사업자는 IPTV 사업법 제18조에 따라 방송통신위원회로부터 승인을 얻어야 하는데, 현재 방송통신위원회의 승인을 얻은 사업자는 10개 사업자(홈쇼핑 계열 5개사와 비홈쇼핑 계열 5개사)로 한정되어 있어서 다양한 상품의 구비 및 소비자에 대한 폭넓은 정보 제공이 사실상 어렵다는 점 역시 문제로 지적되기도 한다.

그렇다면, T-커머스(TV 전자상거래)를 활성화하기 위한 방안은 어찌 보면 매우 간단하다고 할 수 있는데, 바로 IPTV 사업법 시행령 제20조를 개정하여 IPTV 프로그램 방송화면에서 프로그램 명칭, 출연자 성명 등 본 프로그램과 연동된 내용을 바탕으로 상품 광고 및 판매를 가능하게 하면 될 것이다.

그러나, 이러한 규제완화에 대해서는 우려의 목소리도 있다. 일단, 이러한 규제완화에 대해서는 첫째로 공공재인 방송프로그램을 통해서 T-커머스(TV 전자상거래) 사업을 영위하면서 수익을 창출하는 것이 국민 정서상 허용되느냐는 주장도 있다. 또한, TV 홈쇼핑의 경우에도 홈쇼핑 중독자들이 많다는 점이 사회문제가 되기도 하는데, 프로그램 연동형 T-커머스(TV 전자상거래)를 허용하면 소비자들의 충동적 구매가 늘어나 오히려 더 큰 사회문제가 될 것이라고 주장하는 사람들도 있다.

그러나, 방송의 공공재로서의 성격은 전파의 공공성에서 비롯된 것으로서 지상파 방송도 아닌 유료가입자를 상대로 한 IPTV가 지상파와 같은 공공성에 대한 엄격한 구속을 받는다고까지 보기는 어려울 것이다. 또한 쇼핑중독의 문제도 현재의 방문, 통신 판매법령에서와 같이 물품의 구매기간부터 일정기간 동안에 구매 철회권(소위 Cooling-off 제도)을 인정하는 등 이미 존재하는 소비자보호 법령의 엄격한 적용을 통하여 대부분 해결할 수 있을 것이다.

물론, T-커머스(TV 전자상거래)에 대한 규제완화는 T-커머스(TV 전자상거래)가 방송의 디지털화 및 방송통신융합 시대의 성장동력으로서 무한한 잠재력을 가지고 있다는 점에 비추어 볼 때 위와 같은 부작용에도 불구하고 규제를 완화하여야 할 필요가 있는지 여부를 신중하게 검토하여 이루어져야 할 것이다.

다만, 앞으로 다가올, 아니 이미 다가온 통신방송융합시대에 소비자가 인터넷을 통하여 방송 프로그램을 다운 받아 시청한 후, 링크된 인터넷 쇼핑몰을 통하여 간접 광고된 상품을 구매하는 것과 IPTV에서의 프로그램 연동형 T-커머스(TV 전자상거래) 규제를 완화하는 것 사이에 달리 규제하여야 할 어떠한 차이점이 존재하는지 여부에 대해서는 분명히 고민할 구석이 있을 것이다.

법무법인 세종(대표 김두식)은 2010년 12월 13일, 협회와 양해각서(MOU)를 체결하고, 법률적 대응이 쉽지 않은 중소기업의 디지털미디어업체들에게 저작권, 계약, 보안 등 법률적 분쟁이 있을 경우 무료법률상담 서비스를 제공하고 있다.