

# MBC 4.27 재보궐선거 투개표방송



성 시 훈  
MBC 기술연구소 차장

이번 4.27 재보궐선거 투개표방송은 3지역 국회의원 보궐선거와 1지역 광역단체장 외에도 6곳의 지역단체장 선거를 동시에 다뤄야 하는 '종합선물세트 선거'였다. 당일 치러진 광역의원/기초의원 선거를 배제하였음에도 방송사가 주력하는 4대 선거 중 대통령선거를 제외한 모든 종류의 선거 투개표데이터를 다뤄야 했다.

본사의 경우, 기술연구소가 포맷 개발을 담당하는 선거투개표방송은 규모와 상관없이 재보궐선거라고 해도 본선거처럼 기술적으로나 심적으로 부담스러운 방송임에 틀림없다. 그리고 그 무거운 짐을 기술연구소를 포함해서 보도국, CG실, 네트워크/DB 담당부서가 함께 나누고 있다. 이는 서로를 믿어야만 '실수를 줄일 수 있는' 어려운 작업임이 분명하다. 자칫 당선자가 잘못 방송되었다고 상상해보면 그 파장은 말하지 않아도 가늠할 수 있을 것이다. 이러한 오류는 개발자가 당연하다고 넘어갈 수 있는 사소한 실수에서 비롯된다.

이번 4.27 재보궐선거 투개표방송은 3지역(경기 분당을, 전남 순천, 경남 김해) 국회의원 보궐선거와 1지역(강원지사) 광역단체장 외에도 6곳의 지역단체장 선거를 동시에 다뤄야 하는 '종합선물세트 선거'였다. 당일 치러진 광역의원/기초의원 선거를 배제하였음에도 방송사가 주력하는 4대 선거 중 대통령선거를 제외한 모든 종류의 선거 투개표데이터를 다뤄야 했다.

선거가 임박하면서 각 지역 후보 이슈에 대한 국민적인 관심이 증폭되었다. 내년 두 차례의 선거(국회의원, 대통령) 전 마지막 선거이기 때문에 '내년 선거의 전초전'이라는 점이 강조되면서 거의 정치 본선거와 맞먹을 정도의 물량 투입과 사내의 관심이 집중되었다. 데이터의 다양함으로 인해 오류 가능성이 높아진 상황에서 개발팀에게는 더 많은 부담이 되었다.

결과적으로 본사는 데이터 오류없이 9:30 오전 뉴스부터 마감뉴스까지 정규뉴스 6회와 뉴스특보 1회를 무사히 방송하였다. 이번 방송을 위해서 관련 부서와 기획회의를 통해서 기존 재보궐선거방송에 비해서 많은 포맷을 준비하였고 콘텐츠를 다양화하였다. (전화면: 11개, 상시: 20개, 터치: 3개) 일반적인 재보궐선거에서 사용하는 전화면포맷과 하단상시포맷 뿐만 아니라 터치스크린을 이번 재보궐 선거의 분석 포맷에 적용함으로써 다이나믹한 화면과 분석 리포트를 할 수 있도록 차별화하였다.



[뉴스센터 내 설치된 터치스크린]

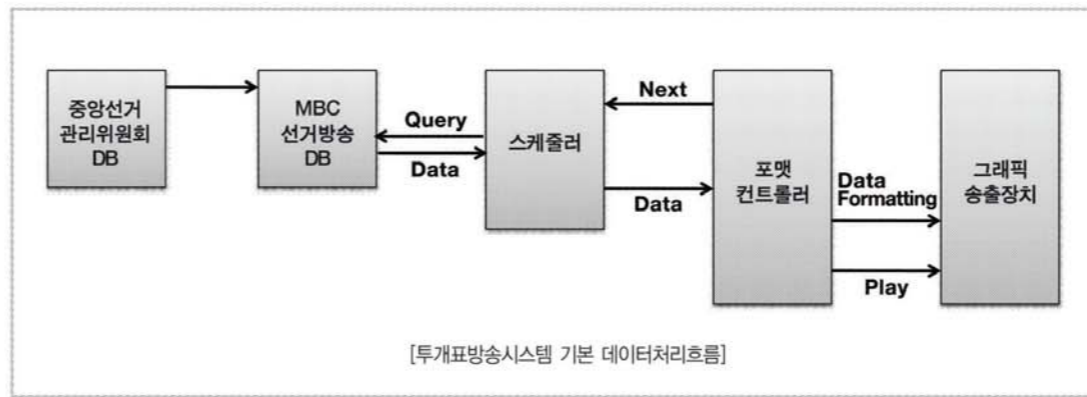
템플릿과 데이터를 매칭하도록 제어함으로써 적절한 시기에 그래픽 포맷을 송출하는 역할까지 수행한다. 그래픽 송출장비는 CG실에서 사전 제작한 그래픽 포맷 템플릿을 저장하고 있으며 포맷 컨트롤러의 제어를 받아서 포맷 준비 및 송출을 하게 된다. 이번 투개표방송에는 그래픽 장비로 지난 선거와 같이 Tomado 3D와 Wasp 3D를 사용하였다.

방송당일에는 뉴스센터에서 전화면포맷과 터치포맷을 담당해서 운용하고, TV주조정실에서 하단상시 포맷을 송출하였다. 시스템의 하드웨어 구성은 스케줄러 1세트, 그래픽 송출장비에 포맷 컨트롤러를 탑재한 워크스테이션 1세트가

송출이 시작되어서 타이틀 돌 때까지만 해도 국회의원과 광역단체장 선거 중 어느 곳도 개표가 되지 않고 있었다. 타이틀이 끝나고 헤드라인이 나가고 있을 때, 이제 포맷이 나가기 1분전 상황에서 강원지사 개표 데이터가 들어왔다. 이미 스케줄러에 이러한 상황을 예상해서 리스트를 작성해 놓았기 때문에 당황하지 않고 안정적으로 새로운 데이터로 포맷을 송출하였고, 뉴스데스크 TOP으로 투표데이터가 아니라 개표데이터를 방송할 수 있었다.

이런 기막힌 타이밍은 뉴스데스크 종료 무렵에도 있었다. 터치포맷을 방송하기 위해서는 국회의원과 광역단체장의 모든 지역의 개표데이터가 필요했지만 경기 분당을 지역의 개표만 개시가 지연되고 있었다. '뉴스데스크에는 터치포맷을 놓치는구나' 하는 순간 거짓말처럼 방송마감 전에 분당을 개표데이터가 넘어왔다. 부랴부랴 큐시트는 수정되었고 일기예보 직전에 무사히 터치포맷이 터치스크린 앞 기자의 리포트로 순조롭게 진행되었다.

앞서 밝힌 바와 같이 선거투개표방송은 기술연구소, 보도국, CG실, 네트워크/DB 담당팀뿐만 아니라 방송당일 이와 얽여서 돌아가는 보도기



[투개표방송시스템 기본 데이터처리흐름]



[뉴스센터 내 설치된 터치스크린]



[터치포맷 진행 방송화면]

기본적인 선거투개표방송시스템의 구성은 스케줄러, 포맷 컨트롤러, 그래픽 송출장비로 구성된다. 스케줄러는 중앙선거관리위원회로부터 본사 데이터베이스에 전송된 데이터 중에서 적절한 DB 쿼리를 통해서 포맷구성에 필요한 데이터를 포맷 컨트롤러에 전달하는 역할을 수행한다. 포맷 컨트롤러는 방송 송출에 필요한 포맷에 대한 데이터를 스케줄러에 요구하고, 얻어진 데이터를 가공해서 그래픽 송출장비 내 그래픽 포맷

기본적으로 한 조가 되며, 각 요구처마다 메인, 백업으로 2조씩 배치되었다. 방송 D-2에 방송시스템과 네트워크 구성을 필요 요소처에 구축 완료하였으며 전체 포맷에 대한 데이터 검증과 사전 리소스 검증을 기술연구소, 보도국, CG실, 네트워크 DB담당이 모여서 방송하기 전까지 3회 실시하였다.

이번 MBC 선거방송의 하이라이트는 누가 뭐라고 해도 '뉴스데스크'에서였다. 뉴스데스크 방

술부, TV송출부, 뉴스진행 등 모든 방송쟁이들이 함께 협조해야만 성공적으로 마무리할 수 있는 이벤트이다.

짧은 준비 기간임에도 각자 맡은 역할을 충실히 수행한 기술연구소 개발팀의 노고에 감사해 전하고, 준비 기간과 방송 당일에 성심껏 협조해 주신 관련부서 현업근무자 여러분에게 감사와 존경을 표하며 글을 마치고자 한다.

<3면에 이어>

장기적으로 수익성은 확보될 수 있지만, 단기적으로는 수익성 확보가 상대적으로 어렵다. 이럴 경우 통틀어 서비스가 성공하기 위해서는 가입자 규모가 확보되어야 한다.

즉, 실시간 플랫폼에 종속되지 않고 이중 플랫폼에도 진출해서 가입자 규모를 확대할 수 있다는 가능성을 사업자에게 보여줘야 한다. 다양한 VOD 서비스가 출현하고 이를 선택적으로 소비자가 취사선택할 수 있는 구조를 만들어 주어야 할 필요성이 있다. 이를 위해서는 VOD의 서열적 지위를 실시간과 동등한 수준으로 격상할 필요가 있다. 아주 단순화하면 실시간 서비스를 소비자가 선택할 수 있듯이, VOD 서비스도 소비자가 선택할 수 있는 구조로 전환해야 한다는 것을 의미한다.

이상 정도가 현재의 방송통신위원회의 규제 권한 속에서 스마트 TV를 육성할 수 있는 정책이다. 스마트 TV 등은 현행 방송법의 규율 대상이 아니라는 점에서 직접 지원 내지 육성은 어렵다. 따라서 스마트 TV가 시장에 출현할 수 있는 환경 조성이라는 차원에서 접근해야 한다. 가격 상한제 폐지와 점유율 제도 완화 등을 통해서 유료 방송 시장을 정상화하고, 부가서비스로 되어 있는 VOD 서비스를 실시간에 준하는 서비스로 격상시켜서 VOD 시장내 경쟁을 촉진하는 것 정도가 될 것이다. 이 밖에 고려할 것들은 인력제도의 개선 정도가 해당될 수 있다. 현재의 인력제도는 방송 콘텐츠 제작에 집중되어 있다. 스마트 TV용

콘텐츠는 방송과 non-broadcast의 영역 구분을 사실상 허물고 있다. 따라서 소위 '융합형 인제'를 육성하는 인력제도를 손질해야 한다는 정도가 방통위가 할 수 있는 마지노선이 아닐까 싶다.

끝으로 방송 규제의 근간인 공익 개념에 대해서 고민해 보면서 글을 마칠까 한다. 물론 조금 성급해 보일지 한다. 시장이 형성될 지 여부가 불명확한 상황에서 자칫 규제가 선행적으로 만들어질 경우에는 시장 자체가 형성되는 것을 차단할 여지가 있기 때문이다. 그러나 그럼에도 불구하고 미리 검토해 보는 것은 최소한 대응이란 관점에서 유효하다. 현재까지 방송 시장에 적용되었던 공익 개념은 Walled Garden 하에서 만들어진 것이다. OTT와 스마트 TV 환경은 기본적으로 개방 환경이라는 점에서 폐쇄적 시장에서 만들어진 공익 개념을 있는 그대로 적용하는 것은 다소 무리가 있다. 따라서 개방형 환경에 적합한 공익 개념을 정립하고 이에 맞추어 방송 서비스를 규율하는 것이 바람직하다. 아쉽게도 공익적 관점에서 논의되는 개념이 대략 수십 개에 달한다는 연구 결과가 있는 것을 보면 국내에서는 정확한 공익 개념이 정립되어 있지는 못하다. 방송법 제1장 제1조에는 "방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익보호와 민주적 여론형성 및 국민문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다"고 취지를 밝히고 있는 것으로 보아, 여론 형성과 국민문화의 향상, 방송의 발전과 공공복리 증진에 직간접적으로 영향을 미치는 것들을 '공적 책임'의 결과물로 파악한다는 정도만

알 수 있을 뿐이다. 또한 제 10조에서 방송사업자를 선정하는 기준으로 방송의 공적책임, 공정성, 공익성의 실현가능성과 지역적, 사회적, 문화적 필요성과 타당성 등을 언급하고 있는 것으로 보아서 일단 공정성과 지역성, 다양성 등을 공익의 개념에 포함시키는 것이 무방할 듯 보이며, 소유 규제나 점유율 규제 등을 통해서 특정 사업자가 시장을 지배하는 행위를 차단하고, 독과점적인 위치를 점하고 있는 지상파 등을 규율하기 위해서 외주제작 의무제 등을 도입한 것으로 볼 때 '경쟁주의' 역시 주요한 공익적 가치로 평가한다고 볼 수 있다. 이렇게 볼 경우 FCC가 공익 개념의 하부 개념으로 사용하고 있는 지역주의(Localism), 다원주의(Diversity), 그리고 경쟁주의(Competition)와 어느 정도 부합하고 있다. 미국적 개념을 그대로 차용해서 사용하는 것이 다소 무리이지만, 현실적으로 공익 개념의 구체화가 이 글의 목적이 아닌 만큼 무리를 감안하고 이야기를 진행해 보고자 한다.

공익의 하부 개념으로서 지역주의, 다원주의, 그리고 경쟁주의가 3대 원칙처럼 간주되고는 있지만, 기본적으로 공익 개념은 경쟁주의에 근간하고 있다. 조영신(2007)은 커뮤니케이션 기업의 인수 합병을 분석하면서 FCC가 최우선적으로 경쟁주의에 근간해서 공익 심사를 하고 있음을 계량적으로 보여주고 있다. 이는 경쟁이 활발해질 경우 다원주의와 지역주의 역시 확보될 수 있다는 선행적 원칙에 근거하고 있다. 이런 맥락에서 규제 당국은 새로운 신규 사업자를 선정하거나 독과점 행위를 차단함으로써 시장 내에 합리적인

경쟁 수준이 유지될 수 있어야 한다고 믿어왔다. 이는 기본적으로 주파수가 희소하다는 점, 그리고 방송사업의 경우 초기 매물비용이 높아서 아무나 손쉽게 방송 사업을 할 수 없다는 점이 작용한 것이다. 그러나 개방 환경에서는 이러한 매물비용이나 희소성 원칙 등이 근본적으로 제거된다. 개방형 환경은 말 그대로 시장 진입과 퇴출이 자유롭다는 것을 의미한다. 스마트폰 어플리케이션 시장이 단기간에 활성화된 것도 바로 이러한 개방형 시장의 특성을 반영한 것이다. 따라서 규제 당국이 인위적으로 경쟁을 촉진시켜야 할 필요가 없게 된다. 즉, 경쟁주의 우선 원칙이 근본적으로 도전받게 된다는 것을 의미한다. 반면에 시장에서는 수익성이 절대선이다. 수익성이 확보되지 않는 어떠한 콘텐츠나 방송서비스도 개방형 환경에서는 생존할 수 없다. 폐쇄적 환경에서는 상대적으로 진입 장벽이 높기 때문에 일단 시장에 들어올 경우에는 어느 정도의 생존 조건이 확보된다. 실제로 공급 초과하고 있을 수 있는 국내 방송채널사용사업자 시장에서 퇴출되거나 하는 경우가 매우 희박하다. 최대 수익을 확보할 수는 없지만, 최소 수익은 확보가 가능한 시장이라는 것을 의미한다. 그러나 개방형 환경에서는 최소 수익을 지향하는 사업체가 생존할 수가 없다. 지속적인 혁신과 개발을 통해서만 소비자의 관심을 이끌어 낼 수 있다는 점에서 근본적으로 대중지향적이며, 수익 지향적인 서비스가 대세를 이룰 수밖에 없다. 이 경우 다양성 확보가 매우 중요해진다. 문제는 다양성을 확보하는 방식이 이전과 다를 수밖에 없다는 점이다. 앞서 폐쇄적 시장에서는 경쟁과 진입 규제를 통해서 사업자의 진

출을 허용하되, 안정된 시장이라는 근거로 다양성을 유지하기 위한 일련의 규제를 채택할 수가 있다. 그러나 개방형 환경에서는 Positive Policy 보다는 Negative Policy가 주된 정책 수단이라는 점에서 규제를 통한 다양성 확보는 불가능하다. 따라서 시장이 제공하지 못하는 콘텐츠에 대해서는 규제 당국이 적극적으로 개입해서 지원 육성해야 할 필요가 있다. 이는 마치 시장 시스템을 근간으로 하고 있는 미국의 공영 방송의 모토(motto)가 시장이 제공하지 않는 콘텐츠의 개발 및 보급이라는 점에서도 알 수 있다. 즉, 소외 계층이 직접 방송 서비스를 할 수 있도록 지원해야 하고, 시장에서 제공하지 못하는 콘텐츠를 발견 및 육성해서 소비자에게 직접 제공할 수 있도록 적극적으로 개입해야 한다는 것을 의미한다.

정리하면 과거의 다양성이 사업자의 행위를 규제해서 일정 정도의 다양성을 확보하는 방식이었다면, 개방형 환경에서는 규제 당국이 직접 나서서 전체 다양성을 충족시킬 수 있는 콘텐츠를 개발하고 보급해야 한다는 것을 의미한다. 이런 의미에서는 공영 방송의 역할이 보다 중요해진다. 결국 폐쇄적 시장에서의 공익성은 경쟁 우선주의 원칙이 적용되었지만, 개방형 환경에서는 다양성 우선주의 원칙이 정립되어야 한다는 것을 의미한다.