

# MBC 김재철 사장의 노림수 적중?

## 방통위, 창원-진주 MBC 합병 허가

방송통신위원회(위원장 최시중, 이하 방통위)는 8일 상임위원회 전체회의를 열고 창원-진주 MBC 법인 합병에 관한 변경허가를 다수결로 의결하며 최종적으로 합병을 허가했다.

창원-진주 MBC 합병안은 지난달 20일 방통위 전체회의에 상정됐지만, 야당 추천 상임위원들이 지역 밀착 언론기능 강화를 주장하며 반대해 승인이 보류된 뒤 이날 다시 상정됐다. 그동안 야당 추천위원들은 “지역어론과 여론을 외면하는 지역방송 통폐합은 설득력이 없다.”라며 “창원-진주 MBC의 통폐합을 포함한 모든 통폐합 논의는 지역방송지원을 위한 기본 프레임인 미디어법안이 국회에서 통과 확정된 이후 진행해야 한다.”고 주장해왔다.

이번 방통위 상임위원회 전체회의는 시작부터 난관이었다.

창원-진주 MBC의 통폐합이 지역 방송의 미래를 해치고 다양성과 공익성을 무시하는 행위라고 주장하는 야당 추천위원인 양문석, 김충식 상

임위원은 앞서 언급한 대로 지역방송을 위한 기본 프레임인 미디어법안이 확정되어야 진행될 수 있다고 주장하며 특히 최근 MBC 김재철 사장의 사직과 복귀에 대한 철저한 규명이 먼저 이뤄져야 한다고 목소리를 높였다.

하지만 여당 추천위원들은 이번 통합안과 김재철 사장 문제는 별개라고 일축하며 관련 통폐합 안건을 논의하자고 주장했고, 항의의 뜻으로 사발까지 했던 양 의원은 회의장을 퇴장해 버렸다.

이런 상황에서 최시중 방통위 위원장은 안건 상정을 강행, “통폐합 문제는 반대 의견을 검토하면서 1년간 숙고의 시간을 가졌다.”고 전제하고 “찬성, 반대, 중립 의견을 성의 있게 경청해 변경 허가 조건에 반영했는데 두 분(양문석, 김충식 상임위원) 모습을 보니 못내 섭섭하고 서운하다.”고 말하기도 했다.

결국, 야당 측 상임위원이 강력히 반발하는 가운데 이번 창원-진주 MBC 통폐합은 가결되었고 방통위는 서부 경남지역의 지역성 보장 등을 위해 지역 보도 프로그램 편성 계획을 성실히 이행

하고 매 반기 종료 후 1개월 이내에 이행실적을 방통위에 제출할 것을 허가 조건으로 명시했다.

하지만 벌써 후폭풍이 만만치 않다. 지역 MBC 지키기 전국연대는 이날 “1968년 5월 31일 개국한 진주 MBC가 43년 3개월여 만인 오늘 공영방송 MBC를 속대발로 만들고 권력의 뜻에 따라 방송을 유린한 김재철에 의해 숨통이 끊어졌다.”며 “절차와 법적으로 하자가 있는 창원-진주 MBC 강제 통폐합을 끝내 승인한 방통위를 상대로 준엄한 법의 심판을 받게 하겠다.”고 밝혔다. 게다가 각계각층에서 이번 방통위의 합병 결정에 대해 비난여론이 들끓고 있으며 앞에서 밝혔다 싶히 야당 방통위원들이 강력 반발해 업무 보이콧까지 천명한 이상 이번 논란이 쉽게 가라앉지는 않을 전망이다.

또 앞으로 있을 언론인들의 집단 움직임에도 이번 통폐합 안건이 일정정도 영향을 미칠것으로 예상되고 있어 향후 귀추가 주목된다.



## EBS 건물 추가 붕괴할 수도

지난달 27일 서울 경기 등 중부지방을 강타한 기습폭우로 빗물과 토사가 건물을 덮쳐 방송 설비가 훼손되고 생방송이 중단되는 등의 피해를 입은 서초구 우면동 EBS 방송센터가 산사태로 건물 추가 붕괴 위험이 있다는 조사결과가 나왔다.

EBS는 한국시설안전관리공단(이하 공단)에 긴급 의뢰해 우면동 방송센터의 건물 구조 안전 여부, 주변 배수로 상태, 침수와 방송설비 훼손상태, 사면의 추가 붕괴 여부 등에 대한 안전 진단을 벌인 결과 “육안으로 건물의 구조적 위험성이 발견되지 않았으나 이번 산사태가 난 지역의 사면과

배수로 상태 등을 고려할 때 추가 붕괴 위험이 있다는 조사결과가 나왔다.”고 3일 밝혔다.

공단은 “27일 산사태 때 밀려든 토사에 붕괴된 세트실 가건물, 그리고 토사가 덮친 방송동 건물 주변은 사용과 출입을 막아야 한다.”고 덧붙였다.

이번 조사결과는 육안에 의해 진행된 예비 조사 결과로 정밀 조사결과와는 한 달 뒤 나올 예정이다.

EBS 방송센터가 들어 있는 한국교육개발원 건물은 1973년 지어졌고, EBS의 규모가 커지면서 기존 건물을 증축하는 방식으로 지금까지 사용해 왔다.



## 코리아뷰(KoreaView) 추진단, 장애인 단체 설명회

지난 2일 코리아뷰 추진단은 서울 여의도 이룸센터에서 장애인 및 장애인 단체를 대상으로 설명회를 했다. 이 자리에서 코리아뷰 김우성 부장은 2012년 아날로그 방송 종료와 디지털 방송 시작에 대한 개념을 전달한 뒤 그 추진배경과 구현 원리에 대해 설명했다.

김 부장은 코리아뷰가 ▲‘보편적 시청권’ 보장 ▲소외계층의 ‘디지털 정보격차 해소’ ▲폭력성과 선정성이 배제된 ‘클린채널’ 구축 ▲‘실질적 디지털 전환 가속화’ 등을 목표로 하며 디지털 시대 계층 간 정보격차를 없애기 위해 유료방송에 가입하기 어려운 경제적 약자와 소외계층을 대

으로 하는 무료 지상파 다채널 서비스라고 정의했다.

하지만 아직 코리아뷰는 방통위의 허가가 떨어지지 않았기 때문에 시범사업조차 하지 못한 상태다.

이에 김 부장은 “방통위는 코리아뷰가 시작돼 20개 채널을 무료로 방송하게 될 때 유료채널 사업자가 흔들릴 수 있다는 점을 고려해 좀 더 신중한 선택을 고민하고 있는 것 같다.”며 그러나 “최시중 방통위 위원장이 올해 연말까지 코리아뷰 허가 여부를 결정하겠다고 한 만큼 긍정적인 기대를 하고 기다리는 중”이라고 전했다.

문 의 : 한국이앤엑스 T. 02-551-0102 F. 02-551-0103 E-mail. koba@kobashow.com

주 최 : 한국이앤엑스, 한국방송기술인연합회  
후 원 : 지식경제부, 방송통신위원회, 서울특별시, KBS, MBC, SBS, EBS, 한국영상산업협회, 한국음향학회, 한국음향예술인협회, ETRI

# KOBAS 2012

## 제22회 국제방송 음향·조명기기전

22nd Korea International Broadcast,  
Audio & Lighting Equipment Show

2012.5월중

coex

www.kobashow.com

문화체육관광부

서울

ufi  
Approved  
Event





## 사설

## 창원-진주 MBC 합병과 방통위의 속셈

## 창원-진주 MBC 합병 의결

방통위가 창원-진주 MBC 합병을 결국 의결했다. 지난해 9월 20일 두 방송국이 합병 허가를 신청한 지 약 1년 만이다. 그동안 방통위는 각계의 의견을 수렴하고 모아 합당한 결론을 내리기 위해 노력했고 이제 실행에 옮겼다고 한다.

‘의결 수렴과 합당한 결론을 위한 노력’ 우선 이 부분부터 짚어보자.

지난달 20일, 방통위 전체회의에서는 창원-진주 MBC 합병을 위한 전체회의를 열었으나 추가 논의가 필요하다는 판단하에 의결을 보류했다. 이는 단지 ‘보류’였을 뿐이지만 지역 미디어의 필요성과 공공성을 살리기 위한 실낱같은 불씨가 살아남듯 했다. 바로 그때, MBC 김재철 사장의 사퇴 소가 시작되었다.

## MBC 김재철 사장의 노림수 적중?

김 사장은 방통위 전체회의에서 합병의결이 보류된 8일 뒤 전격적으로 사표를 던졌다. 사의 표명 이유는 ‘승 인보류에 대한 책임’이었다. 아마 이 순간 김재철 사장의 퇴진을 요구하던 많은 언론인의 심경은 복잡했을 것이다. 그런데 어느 순간 김 사장은 사퇴 이유를 슬그머니 ‘항의의 표시’라고 바꾸더니 묘하게 말을 흐리기 시작했다. 추상적이다. 너무 추상적이어서 그 의미가 희석된 느낌이 들 정도였다.

아니다다들까, 당장 비상이 걸린 방 문진은 김 사장의 사표를 반력하고 여 당추천 이사들은 재선임이라는 편법 까지 동원해 김 사장을 보호했다. 앞서 김 사장은 ‘사임은 의사표현의 도 구였다.’며 아예 발을 빼고 있는 상황 이었다. 그 덕에 김 사장은 전무후무 한 MBC 3선 사장이 될 수 있었고 압박을 느낀 방통위는 창원-진주 MBC 합병을 파행 의결했다. 화룡점정이다.

## 방통위는 산타클로스가 아니다

이번 창원-진주 MBC 합병 의결을 자세히 들여다보면 파행에 파행을 거듭하면서까지 무리하게 일을 추진하는 방통위의 모습이 고스란히 드러난다. 우선 합병을 의결하는 상임위원회 전체회의를 보자. 야당 측 위원들

이 격렬하게 반대함에도 불구하고 수적으로 유리한 여당 측 위원들은 머릿수로 밀어붙여 의결을 이끌어냈고, 그 덕에 대통령 직속기구인 방통위는 군열이 짝짝 가고 있다. 이쯤에서 방통위는 생각을 해봐야 한다. 종편 사업자에게 특혜를 주기 위해 안달이나 있는 것도 모자라 업무 파행까지 각오하며 김재철 사장의 어설픈 노림수에 놀아난 이유는 무엇인가? 모든 비난을 감수하면서 그렇게 선물들을 안겨주고 싶은 건가? 하지만 아쉽게도 방통위는 산타클로스가 아니다. 대통령 직속 정부기관이다.

## 방통위의 속셈은 따로 있다.

방통위는 이번 합병을 통해 ‘경쟁력 강화를 통한 시너지 효과 창출’이라는 목표를 내세우고 있다. 그 취지는 아주 좋다. 그리고 실제로 1997년 IMF 이후에 긍정적인 광역화 논의가 있기도 했었다. 물론 논쟁의 여지가 있지만, 광역화 논의가 현 김재철 사장이 처음 꺼낸 이야기는 아니라는 뜻이다. 그런데 왜 많은 이들이 이번 창원-진주 MBC 합병 의결에 반대하고 방통위의 정책에 반발하는 것일까. 답은 하나다. 의도가 불순하기 때문이다. 현 정권은 방송계에 친정권 인사를 곳곳에 심어두고 방송장악을 시도한다는 의심을 꾸준히 받아왔다. 이런 상황에서 MBC 사영화와 종편을 위한 사전 정치작업이 바로 지역 방송국 광역화라는 주장도 나오고 있다. 지난해 김우룡 전 이사장의 방문 친 취임 일성이 지역 MBC의 매각이 있다는 것을 기억해보라. 김 사장의 창원-진주 MBC 통합도 이와 맥을 같이한다고 할 수 있다. 방통위의 속셈은 바로 여기에 있다.

이번 방통위의 창원-진주 MBC 통합은 의결 단계부터 거센 비난을 불러왔고 MBC 김재철 사장에게 놀아난 것은 물론 해당 지역 주민들까지 통합에 대해 극렬하게 반대하고 있는 실정이다. 이런 상황에서 방통위는 통합을 무리하게 추진하는 것보다 전면적으로 계획을 재검토하여 합당한 결론을 내려야 할 것이다.

## 주파수, 통신사에 퍼주는 것만 능사가 아니다

지난 2일 LG유플러스가 사상 초유의 무선 데이터망 장애를 일으켜 가입자들의 데이터 서비스 자체가 불통되는 일이 벌어졌다.

LG유플러스는 이날 오전 8시부터 차례로 5분 동안 데이터 트래픽이 평소보다 5배 증가했으며, 이로 인해 무선인터넷 트래픽을 수용할 수 있는 관련 장비들의 과부하로 데이터 서비스 장애가 발생했다고 밝혔으며 결국 불편을 겪은 이용자들에게 보상료를 지급해야만 했다.

하지만 이번 사태에 대해 단순히 데이터 트래픽에 따른 촌극으로 생각해서는 안 된다는 의견이 지배적이다. 특히, 증가하는 트래픽에 통신회사들이 고심을 거듭하면서 자연스럽게 주파수 할당에 대한 주도권 싸움이 격화될 것이라는 것이 방송통신업계 안팎의 중론이다.

우선, 방통위는 지난달 20일 ‘모바일 공개토론회’를 발표하며 신규 주파수

를 발굴하고 통합방송법을 제정하는 일에 정책 드라이브를 걸기 시작했다. 하지만 이는 방통위가 주파수 문제를 방송통신의 미래를 위해 결정하는 것이 아니라 일반적으로 통신사에 몰아주기 위한 것이라는 비판이 대두되고 있다.

현재 지상파는 아날로그와 디지털 방송을 이원 송출하면서 408MHz 대역을 쓰고 있지만, 디지털 방송으로 완전히 전환하게 되면 698~806MHz까지 108MHz의 여유대역을 확보할 수 있다. 하지만 통신사들은 앞서 언급한 LG유플러스 데이터 통신 불통 등의 사례를 들며 이 주파수 대역폭이 반드시 필요하다는 입장이다.

그러나 바꿔 생각해보면 그동안 ‘무제한 요금제’ 운운하며 가입자들을 경쟁적으로 유치해 스스로 데이터 불통을 불러일으킨 통신사들이 3DTV, 디지털 TV 등 차세대 미래미디어를 구축해야 할 방송사들의 주파수에 욕심을 내고 있다는 해석이 가능하다.

## 언론노조, 8월 말 총파업 돌입하기로 결정

8월 8일부터 18일까지 투표 후 시작

전국언론노동조합(위원장 이강택, 이하 언론노조)은 지난달 28일 서울 정동 프란치스코 교육회관 대강당에서 16차 임시 대의원회를 열고 공정방송 복원과 종편방송 광고 직거래 저지를 위한 총파업 투쟁 일정을 확정했다.

이에 언론노조는 8월 8일부터 18일까지 총파업 찬반투표를 통해 이달 말 총파업을 시작한다. 구체적인 시점은 이강택 위원장이 결정한다.

이강택 언론노조 위원장은 임시 대의원회 자리에서 “8월 언론노조의 투쟁은 역사적 책무로 정세가 유동적인 상황에

서는 의지가 강하고 결의가 높은 쪽이 승리한다.”며 “8월 말 ~ 9월 초 강력한 투쟁을 전개하자.”고 강조했다.

이날 제출된 투쟁안은 22일 총파업 돌입 기자회견, 23일 총파업 출정식, 24일 범국민행동의 날, 25일 전국동시다발 행동의 날, 26일 총파업 투쟁 승리 결의대회, 29 ~ 30일 총파업 투쟁 승리, 1박 2일 투쟁 및 대국민 선전전이 계획되어 있다.

또 8월 말 언론노조 총파업에 맞춰 ‘조중동 방송 특혜저지와 공정방송 복원’을

여기에 최근 각종 동영상 사이트의 전송률이 지나치게 높고 ‘네이버 야구’, ‘카카오TV’ 등의 사례를 들며 데이터망의 과부하를 걱정하는 통신사들이 자신들의 영업방식은 생각하지 않고 방송 발전에 가장 필요한 재원을 무작정 빼내가려 한다는 비판도 더해지고 있다. 그리고 통신사들은 여전히 자신들의 영업방식인 ‘무제한 요금제’를 어찌지 못한 재방통위의 도움을 받아 주파수만 추가로 할당받으려는 움직임을 보이고 있다.

한편, 방송통신 전문가들은 “통신사가 무제한 요금제를 통해 고객을 경쟁적으로 유치하며 공격적인 마케팅을 펼친 결과 통신망이 과부하 되는 사태가 발생했다.”며 “이에 통신사들은 부족해진 망을 보충하기 위해 ‘카카오TV’이나 ‘네이버 야구’ 등 신개념의 사업자들을 비판하는 한편 방송사에 꼭 필요한 재원을 주파수 경매를 통해 요구하는 실정”이라고 지적하고 있다.



위한 범국민행동’을 출범시킬 예정이며 윤용관 청주방송 조합원을 부위원장으로, 정희찬 MBC본부 조합원을 사무처장으로, 박중석 KBS본부 조합원을 민주언론실천위 위원장으로 선출했다.

## 제주도 DTV 전환 시범사업, 아쉬움을 진단하다

2011년 6월 29일 오후 2시, 제주도는 국내 광역자치단체 중 최초로 아날로그 TV를 종료하고 디지털 방송으로 전면 전환했다. 이에 이웃 나라 일본도 전면 디지털 방송으로 전환하는 등 새로운 미디어의 시대적 요구가 거세지는 지금, 이번 시범사업을 통해 향후 대한민국의 디지털 방송 전환에 대한 분석들도 쏟아지고 있다.

제주지역은 직접수신 아날로그 TV 보유 세대가 19,519세대(제주지역세대의 9.0%), 공동주택 358개 단지, 65세 이상 노인 66,706명(11.7%)이었다. 이번 상황에서 DTV KOREA는 성공적인 디지털 전환을 위해 혼신의 힘을 다했으며 소기의 성과를 올렸다. 그러나 아쉬움은 남는다.

## ▲지원 사업의 부실

이번 제주도 DTV 전환을 통해 드러난 아쉬운 점은 주먹구구식 지원이 이루어졌다는 점이다. 디지털 전환을 위해 컨

버터를 지원받은 전체 1만 3천여 가구 가운데 ‘자카 설치’가 불가능한 수많은 가구가 컨버터를 받아만 놓고 방치한 사태는 이를 단적으로 보여준다. 여기에 전파의 수신점을 제대로 측정하지 못해 민원 발생률이 늘어난 점도 빼어난 대목이다. 또 견수와 실적 위주의 시공에 치중한 나머지 공사 업체가 영세하고 직원 교육이 제대로 이루어지지 않아 문제가 많았다는 주장도 제기되고 있으며 컨버터를 설치해 달라고 신청하고도 몇 달까지 기다려야 하는 사태가 발생해 이를 기다리다 지친 상당수 가구가 유료 방송에 가입한 것도 아쉬운 결과다.

## ▲홍보의 미흡

이번 시범사업에 대한 전반적인 홍보비는 1억 원이다. 그리고 유료 방송과의 이해관계로 말미암아 홍보에 제약을 받아 시청자의 불편을 유발했고 이는 자연스럽게 이번 시범사업의 홍보를 자막송 및 가상종료에 의존했다.

## 지상파 방송 재송신 협의회 구성 논의

지상파 방송 재송신 문제를 둘러싸고 저작권 분쟁을 매듭짓기 위한 협의회 구성 논의가 급물살을 타고 있다.

현재 이해관계 사업자들과 방통위는 협의회 구성을 위해 논의를 계속하고 있으며 재송신 협의회와 실무협의회 두 개를 만드는 방안이 논의되고 있다.

하지만 이번 협의회 구성에 대해 전문

가들은 “쉬운 일은 아닐 것”이라며 난관을 예상했다.

무엇보다 전문가들은 지상파 재송신 관련 법적 판결이 나온 직후 판결에 불복한 케이블 방송사들이 항소까지 한 상황에서 이번 재송신 협의회가 정상적인 절차를 밟아 효과적으로 운용되기가 어렵다는 견해를 보이고 있다.

## ▲콜센터의 역량부족

이번 시범사업 종료 후 민원이 폭증했으나 50명으로 구성된 상담 인력으로는 제대로 수용하지 못해 시청자의 원성을 사고 있다. 이는 당연히 민원이 신속히 처리되지 못하는 결과를 만들었고 이번 사업의 신뢰도에 심각한 파열음을 일으키고 있다. 2년 전 디지털 전환을 종료한 미국도 종료 당일 4,000명의 콜센터 인원을 대기했으며 특히 최근 디지털로 전환한 일본이 1,000명의 콜센터 인력을 두고도 민원이 폭주해 무려 17만 건이나 되는 문의를 받아내고 있다는 점을 감안하면 아찔한 결과다. 현재 이번 디지털 전환에 관련된 콜센터의 응대율은 20%대에 머물고 있지만, 최소 95%는 돼야 정상 응대율이라는 것이 많은 전문가의 지적이다.

성공적인 2013년 디지털 방송의 시작을 위해 전폭적인 지원과 홍보를 위한 가이드 라인이 절실한 것으로 보인다.

하지만 재송신 협의회가 필요하다는 것은 지상파 방송사와 케이블 방송사 양측 모두 공감하고 있으며 이에 대한 구체적인 논의가 진행되고 있다는 것도 고무적인 일이라는 분석도 많다.

이에 협의회 구성에 있어 그 어느 때보다 방통위의 중립적이고 공정한 역할이 기대되고 있다.

## “방송장비산업 연평균 7% 성장할 것”

국내 방송장비산업이 연평균 7%씩 성장해 2018년에는 시장규모가 3조 4,525억 원에 달할 것이라는 전망이 나왔다.

지난 4월 지식경제부(장관 최경경, 이하 지경부)는 한국전자통신연구원(이하 ETRI)·한국전자정보통신산업진흥회와 국내 방송장비산업 실태를 조사한 결과 디지털 전환, 신규 방송사업자 선정, 뉴미디어 방송 도입 등으로 국내 방송장비산업이 연평균 6.7%의 성장이 예상되는 전 세계 방송장비시장보다 더 높은 성장세가 예상된다

특히 그동안 미진했던 지상파 방송사의 디지털 전환이 올해와 내년 가속화될 것이라는 예상이 긍정적 요인으로 작용했다는 분석이다. 또 오는 2015년까지 신규 종합편성방송채널 사용사업자(이하 종편 사업자)가 약 3,000억 원, 보도전문방송채널 사용사업자(이하 보도채널 사업자)가 약 250억 원을 방송장비에 투자할 것이라는 점도 방송장비산업 성장에 큰 영향을 미칠 것으로 보인다.

이에 따라 국내 방송장비 업체의 매출액은 지난해 5,927억 원에서 6.1% 성장해 2012년에는 6,666억 원에 달할 것으로 예상됐다. 주력품목의 매출액은 내수가 3,351억 원, 수출이 1,300억 원으로 수출비중은 27.9%로 나타났으며, 주요 수출국은 중국, 미국, 유럽, 일본 순이었다. 국내 제조업체는 자사 제품의 품질수준을 평균 83.7점(100점 기준)으로 평가했으며 분야별로는 수신장비, 송출장비, 송신장비, 제작장비 순이었다.

하지만 국내 방송장비 국산화율이 25%에 불과해 국내 방송장비산업의 고도화가 필요하다는 지적이다.

현재 방송장비의 국산화율은 방송사가 15%, 비방송사가 25% 수준에 그치고 있는 것으로 추정됐다. 분야별로 보면 방송사는 수신장비, 송신장비, 송출장비, 제작장비 순으로 국산화율이 높게 나타났으며 비방송사는 조명 등 기타장비, 음향장비, 영상장비 순으로 국산화율이 높게 나타났다.

이에 지경부는 “국내 방송장비 업체가 기술경쟁력 부족, 마케팅 능력 및 브랜드 인지도 취약 등으로 수출을 통한 세계시장 진출에는 아직 한계가 있지만 최근 방통융합 등에 따라 신규 서비스들이 등장하면서 방송의 패러다임이 변하고 있어 IT강국인 우리에게 성장 기회가 되고 있다.”며 일부 분야에서는 경쟁력을 확보할 수 있을 것이라고 강조했다.

지경부는 이어 “국내 방송장비산업의 고도화를 위해 R&D에서 인프라, 마케팅에 이르기까지 종합적이고 체계적인 지원을 할 예정”이라고 덧붙였다.

## 방송기술저널

창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 양창근  
편집주간 | 김성훈  
편집위원 | 김건희 서성원 정진영  
송주호 윤현철  
취재기자 | 백선하 최진홍  
기획실 | 강동균  
인쇄인 | 은행나무  
주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층  
전화 | 02-3219-5635  
팩스 | 02-2647-6813  
트위터 | @KOBETA.com

정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

기사제보 · 광고문의

02-3219-5635

## 여야, 미디어법 법안 8월 처리 의지 천명

여야가 한목소리로 8월 국회에서 미디어법 법안을 처리하겠다는 의지를 밝혔지만 법안이 어떻게 처리될 것인지에 대해서는 한나라당과 민주당의 미묘한 온도 차가 감지되고 있어 귀추가 주목된다.

전국언론노동조합 이강택 위원장은 지난 9월과 10월 양일간 한나라당 황우여 원내대표와 민주당 김진표 원내대표를 만나 간담회를 가졌고 이 자리에서 여야 원내대표 모두 8월 국회에서는 반드시 미디어법 법안을 처리하겠다는 답변을 들었다.

9일 간담회에서 한나라당 황우여 원내대표는 “미디어법 법안은 8월 국회 처리가 한나라당의 원칙”이라는 점을 거듭 밝히며 “의총이라도 열어 미디어법 처리에 최선을 다해 보겠다.”고 밝혔다.

황 원내대표는 “이 문제를 대하는 데는 정치적 중립성과 보도의 공정성, 국민적 경제성이라는 3가지 원칙을 갖고 있다.”며 “언론계는 자율성이 중시돼야 할 분야이므로 가급적 언론계가 스스로 자율적인 합의안을 마련하길 기대한다.”고 말했다. 또 “중립적인 방통위가 ‘화해중개’를 해줄 필요도 있다고 생각

한다.”고 전했다.

또 10일 열린 간담회에는 민주당 김진표 원내대표가 “회랑 시국대회” 전까지 당 지도부와 문방위원 연석회의를 열어 미디어법 입법 문제를 핵심 이슈로 부각 시키겠다.”고 밝혔다. 그는 “언론의 공공성이 약화된 현 상황에서 미디어법 규제를 받지 않는 종편들이 들어와 시장을 교란하면 공영방송 시스템 등 언론계 전체가 붕괴될 수 있다는 국민적 공감대를 끌어내야 한다.”고 전하기도 했다.

하지만 한나라당과 민주당 모두 미디어법 법안을 8월 국회에서 처리하겠다고 공언하고 있어도 여전히 현격한 입장 차이를 보이고 있어 눈길을 끌고 있다.

특히 한나라당 황우여 원내대표가 “미디어법 법안에 대해 언론계가 자율적인 합의안을 마련하고 중립적인 방통위가 조정을 해야 한다.”고 언급한 대목은 사실상 기존의 입장에서 변한 것이 없음을 반증하고 있다는 지적이다.

한나라당 황 원내대표의 말과 다르게 방통위의 무조건적인 종편 감싸기가 계속되는 지금, 8월 국회 미디어법 법안을 처리를 둘러싸고 다시 한번 전문이 감돌고 있다.



# 진화하는 라디오



조영준  
EBS 교육방송연구소 차장

라디오라는 매체는 참 쉽다.  
걸어가면서 듣고,  
차를 타고 가면서 듣고,  
주부들이 부엌에서 일하면서 듣고,  
시장에서 상인들이 장사하면서 듣고,  
학생들이 공부하면서 듣는다.  
아니 그냥 들리니까 들을 뿐  
아무런 애를 쓰지 않아도 된다.  
무엇을 하면서 들을 수 있다는 점 때문에  
물이나 공기처럼  
존재감을 느끼지 못 할 때도 있으며,  
요즘같이 복잡해지고  
자꾸 스마트해지기를 강요하는 세상에는  
어울리지 않는 매체로  
인식돼 가는 것 또한 사실이다.



SOURCE : French, Herbert E., photographer, "Atwater Kent, Standing By Radio, and Seven Other People Listening to the Radio." National Photo Company, between 1920 and 1930. Prints and Photographs Division, Library of Congress.

## 라디오의 성장과 쇠락

인류가 전파를 발견한 이래 최초로 방송(broadcasting)<sup>1)</sup>을 한 매체가 라디오 방송이다. 1916년 뉴욕에서 라디오 정규방송을 처음으로 시작하였다고 하니 그 역사가 100년이 다 돼간다.<sup>2)</sup>

1차 세계대전은 전자산업 및 무선통신 산업을 급 성장시켰으며 신문을 압도하는 속보성으로 라디오 방송은 성장을 거듭하게 된다. 20세기 중반을 넘어 70년대까지도 전성기를 구가하였으나, 영상매체의 발달, 특히 컬러TV의 출현 이후 사양길로 접어들게 된다.

매체로서의 존재감을 잃어가던 라디오에 변화가 좀 생겼다. 90년대 접어들면서 100%에 가까운 라디오 보급율, 1천만대를 돌파한 자동차 문화, 소리에 민감한 신세대에 워크맨과 mp3의 보급, 개인주의적 성향 증가에 따른 청취형태의 변화 등으로 라디오가 새롭게 모바일 매체로 주목을 받게 되었다.

또 근래 들어 인터넷이 급속도로 보급되면서 인터랙티브티비에서 라디오는 한 번 더 변화를 맞이하고 있다. 2005~06년경에 나온 인터넷라디오는 라디오 프로그램을 오디오와 비디오, 그리고 게시판 등을 통한 양방향성까지 더해 라디오가 이제 더 이상 오디오 매체가 아닌 비디오와 데이터를 같이 볼 수 있고 들을 수 있는 멀티미디어 기기로의 확대를 가져오게 되었다. 그리고 인터넷 라디오는 청취자와 제작자 사이의 인터랙티브티비에서도 많은 발전을 가져오게 하였으며 이어 나온 트위터나 페이스북 같은 SNS(Social Network Service)가 라디오와 결합하는 징검다리 역할을 하게 되었다.

## 라디오와 SNS의 만남

프로그램 제작 측면에서 살펴보면 라디오의 기본적인 속성이나, 역할이라 할 수 있는 빈 시간을 부담 없이 잠깐 채워주는 일방향적 역할 외에 라디오를 이용하는 청취자들이 다양한 형태로 라디오 프로그램 제작에 참여하고 있다.

옛날 인터넷이 발달되기 전에는 엽서를 이용해 사연을 보내고 며칠이 지나 도착한 엽서를 선별하여 방송하려면 번거롭고 시간이 많이 걸린 반면, 인터넷이 발달한 요즘은 언제 어디서나 제작에 참여하여 사연을 다양한 문자 형태(인터넷 홈페이지 게시판, 핸드폰 문자 메시지, 인터넷라디오 게시판, 트위터 등)나 사진 같은 영상 형태로 올려 프로그램에 참여할 수 있다.



[EBS FM "세계음악 기행" 트위터 화면]

제작자들도 이러한 매체변화에 부응하여 청취자와의 상호작용을 중심으로 프로그램을 만들고자 노력한다. 예를 들면 생방송 진행 중 상황에 맞는 음악을 들려주고 보이는 라디오를 통해 그림을 올려 준다든지, 라디오를 진행하면서 주제를 올려 참가자들의 다양한 의견을 묻기도 한다. 라디오는 방송시간의 상당부분을 여러 경로로 방송에 참가한 사람들의 다양한 이야기를 중계함으로써 청취자들과 함께 만들어 가는 방송으로, 일체감을 느낄 수 있는 방송으로 성장하고 있다. 오디오를 중심으로 한 가벼운 매체인 라디오가 SNS를 만남으로써 다양하고 완전하게 인터랙티브티비를 구현하고 풍성해졌다고 볼 수 있다.

| 구분         | 특성                                                                  |
|------------|---------------------------------------------------------------------|
| 트위터        | - 140자 내의 단문 텍스트<br>- 휴대전화로 올릴 수 있어 장소에 구애 받지 않음<br>- 일상생활 및 생각의 공유 |
| 홈페이지 게시판   | - 무료, 장문<br>- 반응의 지연(delayed)                                       |
| 핸드폰 문자 메시지 | - 실시간, 유료<br>- 장소를 구애 받지 않음                                         |
| 편지, 엽서     | - 아날로그 방식<br>- 사연 중심, 시의성이 낮음                                       |

[라디오에 사용되는 소셜 네트워킹 별 특성]

## 자전거의 부활처럼

이렇듯 라디오는 끈질긴 생명력으로 이어오다가 디지털 전환이라는 새로운 국면을 맞아 변화를 시도하고 있다. 아직까지 새로운 서비스 모델이나 전환에 따른 구체적인 일정은 정해져 있지 않지만 각 지상파 라디오 방송사는 어떻게 전환을 해야 차별화된 서비스로 유리하게 판을 깔아갈지 고민하고 있을 것이다.

이 시점에서 라디오를 사랑하는 사람으로써 한 가지 바람이 있다. 지상파 TV는 디지털 전환에 따른 혜택을(이들때면 MMS, KoreaView 등 다채널 서비스, 데이터 방송 같은 양방향 서비스) 전파의 주인인 국민들에게 충분히 돌려주지 못하고 지상파의 부족한 부분을 케이블 TV(다채널)나 IPTV(양방향), DMB(모바일) 등 다른 쪽에서 보완하게 만든 정책적 오류를 범했다. 하지만 라디오는 그렇지 않았으면 한다. 생산자와 소비자 사이에 인터랙티브티가 충분히 구현되고 다른 보완재가 없어도 그 자체로 충분하고 완전했으면 한다.

자전거가 최근 고유가와 화석연료에 따른 지구 온난화, 건강이라는 웰빙 트렌드와 맞물려 다시 뜨는 것처럼, 라디오 방송도 소나기처럼 화려하게는 아니라도 복잡한 세상에 우리의 마음을 적셔주는 보습비처럼 은은하게 인식되는 미디어로 우리 곁에 있었으면 좋겠다.

1) 원래는 농경사회에서 씨를 뿌린다는 개념에서 나왔다고 한다.  
2) 최초의 방송국은 1920년 11월2일 미국 피츠버그 KDKA 라디오이고, 우리나라는 1927년 서울의 경성방송국(JODK)가 1Kw의 전파출력으로 개시 함.

# 알고 계십니까?

## 2012년 12월 말까지 지상파 아날로그TV 방송은 모두 디지털 방송으로 전환됩니다

2008년 3월 제정된 '디지털 전환 특별법'에 따라 2012년 12월 지상파 아날로그TV 방송이 종료되고, 완전한 디지털 방송 시대가 열립니다. 2012년 이후 지상파 디지털TV 방송을 시청하려면 디지털TV 또는 기존 아날로그TV에 지상파 디지털 컨버터를 연결해야만 볼 수 있습니다. 또한 HDTV 실내 안테나를 이용하면 보다 간편하고 편리하게 지상파 디지털TV 방송을 수신할 수 있습니다.

### 디지털 전환의 혜택

#### 1. HD급 고화질에 풍부한 음향

선명해지고 넓어진 화면, 입체음향으로 고품격 방송 프로그램을 향유할 수 있습니다.

#### 2. 데이터 정보도 얻고 프로그램까지 한 눈에!

전자프로그램 가이드(EPG)를 통해 프로그램 시작 시간을 확인할 수 있으며, 데이터 방송을 통해 뉴스, 날씨, 증권, 교통정보 등 유용한 정보를 제공합니다.

#### 3. 아날로그TV 방송보다 용이한 수신

지상파 디지털TV 방송은 아날로그 방송과는 달리 HDTV 실내 안테나로도 쉽게 수신됩니다.



디지털TV로는 지금도 지상파 디지털 방송을 보실 수 있습니다.

※ 유료방송(케이블·위성·IPTV) 가입자는 지상파TV 디지털 전환에 영향을 받지 않습니다.

2012년 이후에도 아날로그TV를 그대로 사용할 수 있습니다.

지금 보유하신 아날로그TV를 이용하여 지상파 디지털TV 방송을 시청하고 싶으신 분들은 아날로그TV에 지상파 디지털 컨버터를 연결하시면 지상파 디지털TV 방송을 시청하실 수 있습니다.



디지털 전환에 대한 문의는 방송통신위원회 국번없이 1335번 또는 DTV KOREA 상담전화 02)3219-6360~1

인터넷 <http://www.dtv.go.kr>, <http://www.dtvkorea.org>로 연락주세요.



# 재난방송의 미래를 진단하다

7월 27일, 폭우로 서울은 물에 잠겨 버렸다. 하루 동안 서울시 전역에 내린 비는 301.5mm에 육박했으며 도시의 기능은 마비되고 지하철이 침수되었으며 우면산 일대의 산사태로 인명 피해가 난 것은 물론 EBS 방송센터가 침수되는 초유의 사태가 일어났다.

게다가 이번 폭우로 전국에서 34명이 숨지고 4명이 실종되었으며 춘천 산사태로 아까운 대학생 13명이 숨지고 서울 서초구 일대에서는 16명이 목숨을 잃었다. 재산 피해도 심각했다. 전국적으로 401세대 620명의 이재민이 발생한 가운데 66,093호가 정전피해를 입고 서울 199동을 포함한 주택 720동이 침수되는 등 하루 사이 내린 비로 수도권 일대는 아수라장이 됐다.

그러나 이런 위기 속에서도 가장 필요한 정보를 발 빠르게 제공하는 재난방송이 있기에 국민들은 비교적 신속하게, 그리고 정확하게 피해규모를 집계하고 만약의 사태에 대비할 수 있었다.

하지만 많은 이들이 노력하고 있음에도 불구하고, 우리의 재난방송 시스템이 100% 완벽한 것은 아니다. 그 현실을 직시하여 외국의 재난방송을 참고하고 우리의 재난방송 시스템을 비교 분석하여 냉정하게 진단해 보자.



## 1. 일본 지진·후쿠시마 원전사고를 통해 본 NHK의 재난방송

옛날부터 심각한 재해재난에 시달려온 일본답게 그들의 재난방송 시스템도 수준급이다. 일본 재난방송 주관 방송사인 NHK는 재난이 일어났을 때 즉시 활용 가능한 비상헬기가 14대에 이르는 것은 물론 재난지역을 신속하게 파악할 수 있는 원격조정 카메라는 460여 개, 24시간 감시망을 확보할 수 있는 CCTV는 4,000여 곳에 구축하고 있다. 게다가 학제에 따르면 NHK의 경우 전체 예산의 3%인 3천억 원의 비용을 재난방송에 투입하고 있으며 10여 명 내외의 전문가 집단이 1년 365일 방송 모니터링을 하고 있다. 이처럼 강력한 장비 인프라를 구축한 NHK는 국가적인 재난에 직면했을 때 그 역할을 다한다.

지난 2011년 3월 11일 오후 2시 46분, 동일본 일대를 강타한 지진으로 대형 쓰나미가 물려와 후쿠시마, 미야기 현 등 많은 지역이 초토화되고 수많은 인명 피해를 입은 것은 물론 원전사고까지 일어나는 참사가 발생했다. 그러나 불행 중 다행으로 이 비극 속에서도 NHK의 재난방송 시스템은 빛을 발했다. 우선 NHK는 강진이 발생하자 놀랍게도 2초 후인 오후 2시 46분 48초에 강진 발생 속보 자막을 내보냈고 뉴스특보는 채 2분도 안 걸린 오후 2시 48분 19초부터 시작했다. 그리고 바로 한 시간 뒤에 센다이(仙臺) 상공에 헬리콥터를 띄워 도로·주택·비닐하우스 등이 쓰나미에 휩쓸리는 모습을 생중계했다. 여기에 후속 보도로 실시간 재난지역의 위치와 피해 정도를 내보내며 미리 구축한 '지진 등 재난에 대비한 사전 매뉴얼'을 활용해 위기 상황을 세세하게 전달했다. 게다가 단순 정보 전달에 치우치지 않고 일본 동북부 지방의 지방자치단체와 연계하여 빠른 대피지역 안내와 추후 피해 예상을 분석하여 정보를 제공해 2차 인명 피해를 막는 데 큰 역할을 했다. 당시 최초 지진이 발생했을 때 일본의 간나오 총리는 국회에서 참의원 회의에 참석해 어린이 수당관련 질문을 받고 있었는데 이 회의를 생중계하던 NHK가 의사당의 상들리에가 흔들리는 순간 재난방송 체제로 전환했다는 일화는 지금도 회자되는 이야기다. 물론, 감정적이지 않고 자극적이지 않는 방송보다 태도도 높은 평가를 받았다.

NHK는 끊임없이 발생하는 일본의 자연재해를 보도하면서 자연스럽게 보도 시스템을 꾸준히 업그레이드해왔다. 그 연장 선상에서 NHK는 재해 정보를 더욱 신속하게 전달하기 위하여 2007년부터 진도 6 이상의 지진이 발생할 경우 버튼 하

나만 누르면 간단하게 속보가 방송될 수 있는 조기경보시스템(EWBS: Emergency Warning Broadcasting System and Early Warning System)을 운용했다. 원래 2분 정도는 소요되어야 내보낼 수 있는 재해정보를 이제는 3초 만에 TV 화면에 내보낼 수 있게 되었다는 것이다. 여기에 지진 발생 10초 전까지 거슬러 올라가서 VTR을 녹화해주는 텔롭(Telop)이란 장치를 전국에 배치해 더 생생한 뉴스 영상을 제공하고 있다.



## 2. 대한민국 재난방송 시스템의 현주소

방송통신위원회 규칙 제26호(재난방송 실시에 관한 기준)는 현재 국가재난이나 비상사태에서의 의무적으로 재난방송을 실시하도록 규정하고 있다. 그리고 지난 7월 27일 서울에 내린 기록적인 폭우로 인해 우리나라의 방송사들도 재난방송을 시작했다.

이 가운데 재난주관 방송사인 KBS가 지상파 방송 가운데 가장 먼저 오전 5시를 기해 기상특보를 시작했고 뒤를 이어 SBS와 MBC도 긴급 재난방송을 시작했다. 특히 재난방송 주관 방송사인 KBS는 기상청 자료를 실시간으로 수신해 기상 방송에 필요한 그래픽 화면을 제작하는 기상 그래픽 전용 시스템, CCTV를 KBS 뉴스센터에 연결해 활용할 수 있는 재난 모니터링 센터를 가동했으며 이 외에도 재난방송 긴급 자막 표시 시스템을 통해 본격적인 재난방송을 진행했다. 하지만 일본 NHK가 비상헬기를 14대를 구축하고 있는 반면 KBS는 1대에 불과할 정도로 인프라가 열악하기 때문에 효과적인 재난방송을 위해서는 공격적인 투자가 필요하다는 것이 중론이다. 이에 KBS의 경우 6월 27일 디지털 재난방송시스템을 구축하고 'KBS 재난방송 정보센터'를 개소해 소방방재청이 운영하는 전국 각지의 CCTV 2,000대의 영상을 수신하게 되었고 DMB 재난정보 시스템도 갖추었다. 또 과학재난부까지 신설해 재난방송의 질적인 향상을 위해 박차를 가하

고 있다. 헬기도 현재 1대뿐인 것을 2015년까지 연차적으로 3대로 확충시킬 예정이다. 그렇게 되면 수도권, 영남권, 호남권으로 권역별 헬기를 운용할 수 있을 것이다. 또한 현재 32곳에 설치한 원격조정 HD급 카메라를 86개소로 확대시킬 계획이다. 여기에 MBC 기술연구소는 방송사 최초로 스마트폰 제보/중계 시스템을 도입해 2010년 11월 30일부터 서비스를 시작, 재해재난 발생 시 방송 카메라가 채 담지 못한 생생한 영상 및 뉴스를 재난방송에 활용할 수 있게 되었다. 또 SBS를 비롯한 각 방송사는 소방방재청과 방송망을 형성해 통신망을 구축해 시청자들에게 발 빠른 정보를 주기 위해 노력하고 있다. 하지만 올해 초 최시중 방송통신위원장 인사청문회에서 문화체육관광방송통신위원회 의원들이 국내 재난방송의 열악함을 지적했듯이 개선의 여지는 많다.



## 3. 우리의 재난방송, 더 나아진 미래를 확신해야 한다.

이번 서울 폭우 사태로 알 수 있듯이 재난방송은 철저한 인프라 구축과 투자, 그리고 지속적인 관심이 있어야 제대로 그 기능을 발휘할 수 있다. 특히 성공적인 재난방송으로 평가받은 일본의 NHK처럼 최첨단 장비와 보도 가이드 라인을 구축하기 위해서는 그 어느 때보다 KBS, MBC, SBS 등 지상파 3사의 재난방송 시스템이 강화되어야 한다. 또 전적으로 송출망에 의지하고 있는 케이블 TV 가입자의 경우 그 망이 유실되었을 때 발



빠르게 지상파 재난방송을 시청할 수 있는 방안도 강구되어야 한다. 현재 20세대 이상이 사는 다세대 주택이나 아파트에서는 절체스위치를 달거나 중계용 소출력 무전기를 구비해 재난방송을 수신할 수 있지만 이 시스템은 완벽하지 못하다.

그렇기 때문에 효과적인 재난방송 시스템을 더욱 업그레이드하기 위한 방송사들의 노력이 소중해지고 있다. 앞서 언급했듯이 KBS는 'KBS 재난방송 정보센터'와 '과학재난부'를 신설했으며 행정안전부·소방방재청·기상청과 중앙단위 재난방송 업무협약을 맺고 각 지자체단체와도 재난방송 협약의 범위를 넓혀가고 있다. 또 '재난



방송 알라미' 112명을 적극 가동해 재난 시 정보 전달은 물론 대응능력을 높여간다는 복안이며 단말기 보급대수가 4,000만 대에 달하는 DMB를 적극 활용해 재난경보 데이터 방송을 위한 협약을 맺었다.

가장 확실한 재해재난 정보전달과 분석 및 파악을 위해 지상파 방송사들은 본격적인 재난방송 시스템의 시작을 알리고 있다. 다양한 장비 및 기체들을 활용한 방안은 물론 심각한 재난 시 송출망이 끊어져 방송이 끊겨버리는 케이블 시청자들을 위한 재난방송 시스템도 연구가 계속되고 있다.

사실 이 부분은 매우 중요한 부분인데, 재해재난의 특성상 한전주가 무너지고 송출선이 끊기면 케이블 방송은 당연히 중지되며 시청자들은 정보에 소외되어 버리고 만다. 지상파 방송사의 재난방송 중요도가 높아지는 것에는 이런 이유도 있다.

지방자치단체는 물론 정부기관과의 협약을 통한 재난 방송 시스템의 강력한 인프라 구축이 더해진다면 지상파는 명실공히 '한국형 재난방송 시스템'의 성공적인 사례가 될 수 있다.

[한국방송기술인연합회]



한국방송기술인연합회

## 「한국방송기술인연합회」 홈페이지 개편!!

- 한국방송기술인연합회 club.kobeta.com
- 방송과기술 magazine.kobeta.com
- 방송기술저널 journal.kobeta.com
- 모바일 방송기술저널 m.kobeta.com

www.kobeta.com



# 재난방송의 미래를 위해



김 명 남  
KBS 플랫폼개발운영부/뉴미디어기획 차장

대한민국도 더 이상 재난 안전지대가 아니다. 갈수록 심해지는 기상악화에 인재까지 겹쳐 그 어느 때보다 재난방송의 중요성이 대두되는 지금, KBS 플랫폼개발운영부/뉴미디어기획 김명남 차장을 만나 이야기를 나누었다.

—안녕하세요. 우선 대한민국의 재난방송 현황에 대해 말해주세요

—대한민국 재난방송의 형태는 ‘긴급뉴스’입니다. 보도팀에서 주축이 되어 이루어지는 속보성 뉴스인데요. 재난방송의 중요성이 부각되고 있는 지금 더 많은 투자를 통해 그 질과 양을 늘려가고 있습니다.

—대한민국의 재난방송 시스템을 다른 나라와 비교하면 어떻게요?

—아직 부족한 부분이 있는 것이 사실입니다. 이웃 나라 일본의 경우 NHK를 보면, 긴급취재 헬기 14대에 원격조정 카메라 500여 대, CCTV는 4,000대 정도를 확보하고 있습니다. 우리와는 차이가 나는 편이지요.

그러나 사실 대한민국과 일본의 경우 다른 점이 분명히 있기 때문에 이를 단적으로만 보고 판단할 수 없습니다. 일본의 경우 워낙 옛날부터 재해재난이 많았기 때문에 정부나 국민의 생각이 애초부터 다르죠. 그리고 대한민국이 인프라 부분에서는 부족할 수 있지만 KBS 재난방송 정보센터 개소나 과학재난부 신설 그리고 최근 방송사와 소방방재청 사이의 유기적인 라인이 강화되고 있어서 곧 정상궤도에 오를 것이라 봅니다.

—대한민국만의 재난방송 특징을 꼽는다면 무엇이 있을까요?

—저희는 재난방송이 꼭 재난이 터지고 나서 시작한다는 개념을 버리고 싶습니다. 물론 그것이 중요하긴 하지만 ‘예방적 재난방송’이 사실 더 가치가 있는 법입니다. 그래서 ‘예방적 재난방송’의 질적 향상으로 피해를 대비하는 자세를 견지하고 실제 재난이 닥쳤을 때 빨리 대응할 수 있는 기술적인 시스템 구축에도 박차를 가하고 있습니다.

—재난방송의 자격조건이 있다면 무엇이 있을까요?

—예방적 재난방송이 아닌 실제적 재난방송이라면 당연히 신속한 정보전달과 정확한 데이터를 만들어 유기적인 대응방안을 찾는 것이라고 생각합니다. 그러기 위해서 방송사들은 보다 정확하고 접근성이 높은 재난방송을 위해 기술적인 준비를 계속하고 있습니다. 그 연장 선상에서 지상파 DMB를 활용한 재난방송 시스템이 있겠죠.

—지상파 DMB를 활용하는 시스템 말인가요?

—네. 재난방송에서 DMB의 가치가 빛을 발하

니다. KBS는 지난해 세계 최초로 지상파 DMB를 통해 모바일 재난방송을 시작한다고 발표했습니다.

이 재난경보 데이터방송은 재난발령 지역과 위험도, 재난코드 등의 디지털 데이터를 전송하면 수신기가 적절하게 재난정보를 표출하는 방식이며 자막, 음성, 알람, 진동과 같은 여러 형태로 재난을 알리미죠. 방통위는 DMB방송 기능의 휴대전화기 재난방송 신호를 자동으로 인지해 영상이나 음성 또는 메시지형태로 위급상황을 알리는 DMB 재난방송 서비스를 오는 2015년까지 상용화한다는 목표를 내놔고요. 터널이나 기타 수신이 어려운 지역도 쉽게 커버할 수 있는 방안을 모색 중입니다.

—재난방송에 있어 새로운 장을 마련하기 위해 노력하고 있다는 말씀이시군요.

—네. 사실 재난방송에 하나의 방법만 존재해서는 곤란합니다. 재난이라는 것 자체가 어떤 일이 벌어질지 모르는 예측불허의 사태니까요. 그래서 지상파 DMB를 활용하고 기타 여러 가지 방법들을 통해 재난방송 본연의 임무인 ‘정보전달’이 가능해야 합니다. 사실 이런 관점에서 재난방송의 주 관은 지상파 방송사가 맡아야 한다고 생각합니다.

—더 자세히 말해 주시겠어요?

—지상파 방송사들은 오랜 세월 구축한 튼튼한 인프라가 있습니다. 산사태가 나서 한전주가 휩쓸려가도 재난방송의 임무를 어느 정도 해낼 수 있습니다. 게다가 ‘커버리지’ 자체가 더 넓고 강력합니다. 그렇기 때문에 지상파 방송사들이 재난방송의 주관이 되는 것이 당연하죠. 그것은 의 무라고 생각합니다.

—마지막으로 하고 싶은 말이 있으시다면

—재난방송에 대한 관심을 정부가 더 쏟아 주었으면 하는 바람이 있습니다. 재난은 전 국민적 위기상황이라는 인식 하에 정말 중요한 방송의 책무니까요.

재난방송 주관 방송사인 KBS 김명남 차장은 인터뷰 내내 더 열심히 일하는 동료들을 두고 자신이 이야기를 해 많이 미안하다고 거듭 말했다. 사실 그의 말대로 재난방송에 대한 전 방송사의 구성원들은 지금 이 시간에도 훌륭한 재난방송 시스템을 위해 노력하고 있다. 그 노력 그대로, 대한민국 재난방송의 훌륭한 성공사례를 기대한다.

## 지상파방송의 재난방송 역할과 공시청 시설의 중요성



박 성 규  
SBS라디오기술팀 부장/정보통신기술사  
미래방송연구회 학술국장

최근 지구촌 곳곳에서 지진과 해일과 화산을 비롯하여 홍수와 폭설과 산불 피해가 속출하는 기후와 자연환경의 변화로 인해 수많은 사람들의 생명과 재산 피해가 발생하고 있다. 더구나 우리나라는 남북한이 군사적으로 대치하고 있어 도발과 전쟁의 위험에 항상 노출되어 있는 상황에서 자연적 재난과 함께 인위적 재난에 대한 긴장의 끈도 놓을 수 없다. 그러므로 국민의 생명과 재산을 지키고 국가의 안녕을 위하여 종합적인 재난대피 훈련과 재난방송의 중요성이 더욱 강조되고 있다.

우리나라의 재난방송은 민방위본부와 소방방재청과 연결된 국가 행정기관과 방송사들의 사이렌과 방송에 의해 국민 모두가 일사불란하게 잘 움직이도록 30년 넘게 훈련되어 왔다. 그러나 지금까지의 재난방송과 훈련은 주로 북한의 공습에 대비한 공습대비 훈련과 화생방 훈련 그리고 화재진압 및 화재탈출 훈련에만 집중되어 왔다. 문자 그대로 재난방송이 라기보다는 민방공 경보 방송과 훈련인 셈이다. 최근 국내외의 대규모 자연재앙과 피해 사례에서 보듯이 다양한 재난과 재앙이 발생하고 있다. 재난방송과 국민 대피는 빠르고 정확한 상황전달이 매우 중요하다. 아울러 국민 모두가 평상시엔 긴급상황이든 모든 경우에 어떻게 재난방송을 수신할 수 있는냐는 문제 역시 매우 중요한 의미가 가진다고 볼 수 있다.

지금까지 재난방송은 행정기관과 방송사의 의무와 절차만 규정해 왔지만 이제는 방송 송출에서부터 국민 모두의 수신 단말기에 이르기까지 End-to-End 재난방송의 전달 경로의 구체적인 방법과 공청 시설 규정과 의무사항이 재난방송법으로 명시되어야 한다고 본다. 재난방송 공시청시설은 아파트를 비롯하

여 공동주택과 공공건물 및 대형건물 그리고 지하철과 공동대피시설 등의 지상파 TV와 DMB 및 라디오 청취가 가능하도록 규정을 두어야 시청자의 위치와 이동에 따라 끊임없는 수신이 가능하게 된다.

재난방송은 모든 경우의 열악한 상황에서도 국민 모두에게 지속적으로 전달되어야 한다는 점을 중요하게 인식해야 한다. 이러한 관점에서 지상파방송은 대출력 무선 전파를 이용하므로 재난상황 전달에 있어 가장 큰 장점을 가지고 있다. 지상파방송은 송신소가 파괴되지 않는 한 무선전파로 전달된다. 시청자가 집에 있거나 도로에 있거나 야외에 있어도 재난방송을 시청하거나 청취할 수 있는 환경을 만들어 줄 수 있는 중요한 수단이 바로 지상파방송이다. 우리는 오래전부터 언제 어디서나 정보를 전달받는 수단으로 라디오를 이용해 왔다. 이제는 동영상 전달과 다양한 지역에서의 시청자 제보 영상 연결이 매우 중요하게 되었다. 시청자는 재난이 우려되는 시기와 장소가 있을 때 가급적 외출을 삼가하며 TV를 통하여 재난방송과 뉴스에 집중하게 된다. 만약 지하철이나 차량을 통해 이동 중이거나 대피 중일 때에는 주로 DMB와 라디오에 의존하게 된다. 그러나 시청자가 피해를 피하기 위해 가장 오랫동안 장시간 시청하면서 정보를 얻는 매체는 결국 지상파 TV이므로 지상파방송 TV와 DMB 그리고 라디오 모두가 상호 보완 매체로서 공동으로 재난방송으로 묶여야 한다.

방송국 시스템은 보도취재 인력이나 중계차 시스템 그리고 뉴스편성 모두가 TV를 중심으로 이루어지고 있다. TV의 영상을 받아서 DMB로 재송신되고 있지만 DMB가 대도시 서비스 위주로 되어 있고 아직 농어촌과 산악지형에서는 시청에 어려움이 있다. 대신 라디오는 전국 모든 지역에서 시청이 가능하지만 동영상 전달이 안 되어 정확한 상황전달이 어렵다. 그러므로 지상파방송이 재난방송으로 제대로 역할을 하기 위해서는 TV와 DMB 그리고 라디오방송이 모두 재난방송으로 임무가 주어지고, 아파트를 비롯하여 공동주택과 관공서 및 대형건물에서는 반드시 지상파방송을 수신할 수 있는 시설을 갖추도록 재난방송법으로 강제되어야 함을 강조하고자 한다.



## 디지털 방송기술의 길잡이

B R O A D C A S T I N G & T E C H N O L O G Y

당신을 귀중한 회원으로 모십니다

### 한국방송기술인연합회 회원 혜택

- '방송과 기술' 정기 구독(연 12권)
- 각종 기술세미나 및 기술도서 안내문 발송
- KOB(국제방송장비, 음향기기전)전시회 무료 입장권 및 안내 자료 발송
- 기타 본 연합회가 주최하는 행사에 초대

### 회원 가입방법

- 1년간 8만원 / 6개월 5만원
- 계좌 : 씨티은행 187-00275-245 (주)월간 방송과기술(예금주)
- 전화 : 3219-5635 팩스 : 2647-6813
- 위의 계좌번호로 무통장 입금 후 전화나 팩스로 알려주십시오.



## 아버지와 아들과 그 아들과

김성훈 방송기술저널 편집주간

생각해보니 나는 한 번도 아버지께 책 선물을 해 드린 적이 없는 것 같다.

그런데 아버지가 된 지금, 초등학교 4학년 아들이 난 생 처음 아빠의 생일 선물이라고 주는데 받아보니 책이다. 동생 자주 괴롭히고 말을 잘 듣지 않던 개구쟁이 아들이 이제 철이 들어서 아빠에게 선물이란 걸 할 정도가 되었다니, 가슴이 울컥 메어온다.

솔직히 나는 일찍 홀로 되신 아버님을 모시느라 목소리 죽이고 성질 누르며, 딸 아들 세 녀석을 나름대로 잘 키우고 있다고 자신했다. 그러나 아무래도 활동이 왕성한 사내애는 계집애들보다 자주 야단을 맞고 혼나기 일쑤였다. 더구나 아빠는 회사업무가 바쁘다는 핑계로 아내 일을 덜어줄 생각도 못하고 기껏 꾸짖고 매를 드는 것으로 역할을 때울 뿐이었다. 그게 나왔다.

그런데 철없다고 생각했던 내 아들이 아무것도 한 게 없는 아빠에게 요새 가장 잘 팔린다는 베스트셀러라며 책을 선물로 준 것이다! 아들이 주는 선물인데 동화책인 줄 기쁘지 않으랴. 그런데 책 선물을 받으며 흐뭇한 마음으로 발걸음을 옮기는 순간, 내 머리에는 울분 긴 와병 끝에 눈을 감으신 아버지 얼굴이 스친다. 정작 나는 아버지 생전에 책 한 번 선물한 적이 없었던 것이다. 아버지는 학교선생님을 오래 하였고, 연배 중에서는 책을 가까이하는 쪽에 끼는 분이셨다. 그런 분께 왜 멋진 장정의 명저 한 권을 골라 드릴 생각을 못했을까. 결국 나는 아빠로서도 아들로써도 아무런 자격도 못 갖춘 채 나이만 먹은 셈이다. 손에 걸리는 책장의 기억이 시렵다.



그런데 회사 밖에도 나와 비슷한 사람이 많을까보다. '전방위 문화칼럼니스트'라는 직업명을 가진 고흥욱 씨의 책을 보고 든 생각이었다. 사실 20년간 야근을 밥 먹듯 하고, 잦은 출장에다 방송기술인협회 일까지 겹쳐서 이 세상에 나보다 더 바쁜 사람은 없는 줄 알았는데 이 분이 쓴 '아빠의 자격'이라는 책 제목을 보고 꼭 나를 위한 책 같아서 구매를 했다. 그리고 아들을 둔 대한민국 40대 아빠는 전부 나 같다는 것을 깨달으며 위안을 삼았다. 결국 이 책은 아들이 준 선물에 더하여 나와 내 아들을 위해 내가 스스로에게 선물한 책이 된 셈이다.

'아빠의 자격'의 저자 고흥욱은 영화기획자에 음식·와인평론가, 유럽전문 여행작가, 방송(라디오) 고정출연까지 겸하고 있으니 누구 못지않게 바쁜 사람으로 보였다. 그러던 저자는 어느 날 중 3짜리 사춘기 아들과 대화가 똑 끊겨 있다는 생각이 퍼뜩 들면서 대오각성을 한다. 아빠의 질문이라야 "공부해라." "학원 갔나?" "밥은?" 하는 게 다였

고, 아들은 "응." "아니." "할 거야."라는 단답형 대꾸로 응하는 10초짜리 대화를 나누는 게 전부였다니 각성을 할 만도 하다. 그런데 그렇게 지내다 보면 어느새 아버지는 늙고 아들은 청년이 되어 서먹서먹하고 대면대면한 부자관계로 각기 제 갈 길로 가리라는 위기감이 저자에게 엄습하더라. 그래서 결심한 것이 아들과 아빠 단둘이서만 가는 길고 긴 유럽여행이었다. 남을 위한 유럽 기행서를 몇 권이나 쓰고도 아들과는 여행다운 여행 한 번 못해왔더니 아들과 함께 하는 유럽 여행은 '아빠의 자격'을 갖추기 위한 큰 결심이었던 셈이다.

아빠는 막 추진 중이던 상당한 액수의 프로젝트를 눈물로 접었고, 아들은 방학에 이은 3주간의 무단결석을 감수하고서 42일간의 긴 유럽 배낭여행을 떠난다. 그리고 이어진 여행은 모험의 연속이었다. 지중해 해변에서는 아들이 실종되어 패닉 상태에 빠지고, 알함브라 궁에서는 아들의 욕실에 부들부들 떨고, 열병에 걸린 아빠가 생전 처음 받은 아들의 간호... 한여름 내리쬐는 열탕의 남유럽과 서유럽을 발로 직접 걸으며 긴 시간을 보내자 부자는 30초 나누던 대화를 5분, 10분이 넘게 나누게 되더라.

사실 '아빠의 자격'을 갖추기 위해 길 나선 아빠에게 관광과 체험은 뒷전이었고, 아들의 생각이 무엇인지, 기쁘고 슬프고 화내고 심각한 표정은 무엇인지를 10년 만에 알게 된 것이 가장 큰 수확이었다고 한다. 저자가 태어나서 '유일하게 잘한' 일은 아들과의 긴 여행이었다니! 그리고 아들은 돌아와 고등학교 1학년이 되어 치른 첫 시험에 전교 2등을 끊는다.

〈고씨 부자의 유럽 42일 생존기〉라는 부제가 붙은 이 프로젝트는 결국 성공으로 마감한다. 아들의 전교 2등이 문제가 아니라, 아들이 노력하지 않고 얻을 수 있는 것은 아무것도 없다는 것을 깨달은 것만으로도 성공이었고, 아빠는 혼내기만 하던 아들을 이해할 줄 알게 되었다는 것으로 상을 받은 것이다.

방송은 바쁘다. 밤이 없고 낮도 없다. 경제 일간지에 근무하는 친한 친구가 하는 말이 경제지라 해도 그것을 읽는 사람은 경제활동만 하며 사는 것이 아니기에, 정치기사도 읽고 문화기사도 교육기사도 읽는다. 그 말을 들으니 뭔가 퍼뜩 떠오른다. 나도 '전문가 바보'가 되고 싶지는 않다. 방송기술인만이 아니라 아이들의 아빠이고, 아내의 남편이고, 자전거광이고, 열심히 사는 대한민국의 중년 남성이다. 그리고 그 중에서 한 가지, 회사업무도 잘하고 아빠의 자격도 잘 갖춘 아빠였으면!

## 추리소설로 더위를 잊는다

〈너무 친한 친구들〉〈백설공주에게 죽음을〉

햇살이 이글거리는 한 여름, 시원한 나무 그늘에 앉아 얼음으로 가득 찬 음료 한 잔을 마시면서 등줄기가 서늘해지는 추리·공포 소설을 읽는다면 이보다 더 좋은 휴가가 어디 있을까?

더위가 절정에 달하면서 제철을 만난 '여름용' 소설들이 봇물을 이루고 있다. 연일 이어지는 불볕더위에 등골이 오싹한 추리, 스릴러, 공포 소설을 읽는 것도 나름 여름나기에 도움이 될 듯해 몇 권 골라봤다.



### - 너무 친한 친구들

냉철한 카리스마 수사반장 보덴슈타인과 남다른 직관으로 사건을 풀어나가는 감성 형사 피아 콤비가 등장하는 '타우누스 시리즈' 중 두 번째 작품이다. 벨레 노이하우스 작가는 아직 이름을 알리기 전이었던 2007년 크리스마스 시즌 당시, 이 소설을 자비로 출판해 '해리포터 시리즈'보다 더 많은 판매고를 기록하며 주목받았다.

월드컵 열기로 뜨거운 2006년 6월 어느 날, 수사반장 보덴슈타인에게 동물원 우리에서 사람 손이 발견됐다는 전화가 걸려온다. 피해자는 인근 고등학교 교사이자 도로 확장 건설을 반대하던 열혈 환경운동가 파울리. 학생들에게는 영웅으로 칭송받던 그이지만 성적 문제로 그를 협박하던 학생부터, 집 문제로 소송을 제기하려던 전 부인, 동물 사육 방식으로 갈등을 빚었던 동물원장, 과거 문제로 최근 심한 말다툼을 한 친구, 도로 확장을 둘러싸고 몸싸움을 벌인 시의원까지 그의 죽음을 바라던 이 또한 너무나 많았다. 수사가 진행될수록 수상한 인물은 늘어만 가는 가운데 형사 피아는 유력 용의자인 동물원장 산더와 재벌가 미청년 루카스로부터 동시에 구애를 받으면서 객관성을 잃기 시작한다.

도로 확장 계획을 반대하던 환경운동가의 죽음과 그 이면에 자리한 인간 욕망을 다룬 이 소설은 등장인물들 간의 복잡한 관계와 생각지 못한 반전으로 읽으면 읽을수록 빠져드는 스토리의 힘을 갖고 있다.



### - 백설공주에게 죽음을

2010년 독일 아마존이 선정한 최고의 베스트셀러 중 하나로 32주간 독일 아마존 베스트셀러 1위를 기록한 책이다. '타우누스 시리즈' 중 네 번째 작품으로 폐쇄적인 작은 마을을 배경으로 그곳에서 일어나는 일련의 사건과 그 속에 숨은 인간 내면의 추악한 본성을 밀도 있게 파헤친 수작이다.

차가운 비밀이 내리던 날, 눈꽃처럼 아름다운 소녀가 실종된다. 이야기는 여자친구들을 죽였다는 죄명으로 10년 동안 감옥살이를 한 토비아스가 출소하면서 시작된다. 시체가 발견되지 않은 상황에서 순전히 정황증거만으로 재판이 이루어졌고, 당사자인 토비아스는 사건 당일의 기억이 전혀 없다. 자신이 정말 살인을 했는지, 아니면 억울한 누명을 썼는지조차 알지 못한 채 토비아스와 그의 가족은 마을 사람들의 괴롭힘을 당한다. 여기에 엄마의 남친친구에게 대들다가 촌 동네로 쫓겨 온 아멜리. 그리고 형사 보덴슈타인과 피아 콤비가 11년 전 사건에 관심을 가지기 시작하면서 마을에선 또다시 일련의 사건들이 반복되기 시작한다.

어릴 때부터 글쓰기에 대한 열정을 주체할 수 없었던 저

자의 말처럼 이 작품은 웬만한 책 두 권 분량을 너끈히 넘긴다. 그러나 지루해할 틈이 없다. 수많은 등장인물들이 모두 의심스럽고, 그들 모두 용의자가 될 수 있는 근거가 충분하다. 시종일관 누구를 믿어야 하고, 누구를 경계해야 하는지 알 수 없다. 게다가 마지막에 등장하는 반전은 무릎을 '탁' 치게 만든다. 흔히 말하는 '책에서 손을 뗄 수 없다'는 말의 참뜻을 느낄 수 있는 책이다.



**2008**

**Digital**

**Broadcasting**

**Technicians**

**30,000원**

· 주문 : kobeta@kobeta.com

· 문의 : 커뮤니케이션박스

02-3700-1275

한국방송기술인연합회

02-3219-5635

## 디지털방송기술 총람 2008



디지털  
방송기술  
총람  
저자

이 창 형  
KBS 예능기술팀 차장

박 성 규  
SBS NQC부장, 정보통신기술사

김 상 철  
MBC 중계기술국 차장

박 창 목  
KBS 디지털인프라팀 차장

김 영 석  
MBC 모바일기술부 차장

Chapter 1. 디지털방송 개요

1.1 텔레비전의 기초

1.2 디지털 방송 기초기술

1.3 디지털 TV

Chapter 2. 지상파방송 전송방식

2.1 ATSC 전송방식

2.2 DVB-T 전송방식

2.3 ISDB-T 전송방식

2.4 DMB-T/H 전송방식(중국방식)

Chapter 3. 위성방송 전송방식

3.1 위성 중계

3.2 통신위성

3.3 지역위성

3.4 무궁화 위성

3.5 디지털 위성방송

3.6 위성이동중계 SNG

3.7 DVB-S2

3.8 위성 DMB

Chapter 4. 이동수신방송 전송방식

4.1 지상파 DMB(T-DMB)

4.2 위성 DMB(S-DMB)

4.3 DVB-H

4.4 MediaFLO

4.5 ONE SEG Mobile

4.6 HSDPA (MBMS)

4.7 WiBro

Chapter 5. 디지털라디오 전송방식

5.1 디지털라디오의 송신과 수신

5.2 Analog 라디오 방식별 비교

5.3 디지털라디오 전송방식

Chapter 6. 데이터방송 방식 비교

6.1 ACAP

6.2 OCAP

6.3 DVB-MHP

Chapter 7. HD중계 전송 기술

7.1 HD중계 방송

7.2 중계방송의 구분

7.3 중계 전송망

7.4 비압축 통합 광전송망

7.5 SNG 전송망

7.6 방송용 전용회선

7.7 대형행사 중계 현장 전송망

Chapter 8. DTV 응용서비스

8.1 MMS(Multimedia Message Service)

8.2 IDTT

8.3 SDOOS

Chapter 9. HDTV 영상 제작기술

9.1 HDTV 기술적 특징

9.2 HDTV 영상 제작 기술

9.3 HD 영상 제작 기법

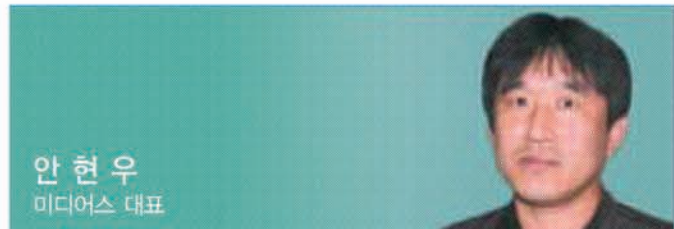
9.4 DVE 제작 기술

부록 HD 방송 포맷/방송기술 요약



\*외부필자의 기고는 본지의 편집방침과 일치하지 않을 수 있습니다.

## 김재철 사표 ‘쇼’의 효과는?



안 현 우  
미디어스 대표

현재 방송통신위원회에서는 방송시장 확장에 대한 물밑 논의를 진행하고 있는 것으로 알려졌다. 방송시장 확장에 대한 논의의 필요성은 오래전부터 제기돼 왔던 사안이다.

하지만 방송시장 확장에 앞서 공영방송체제에서 유료방송체제로 방송환경이 전환되고 있다는 지적은 크게 틀리지 않는다. 2011년 말 출범할 4개나 되는 종합편성채널과 특채, 성공을 장담할 수 없는 지상파방송사의 디지털 전환이 가리키는 것은 유료방송체제로의 돌임을 의미한다.

얼마 전 방통위는 창원-진주 MBC 통폐합을 승인 의결했다. 이에 앞서 김재철 MBC 사장은 사표 소라는 해프닝을 일으켰다. 방통위 통폐합 승인 보류에 대한 항의 차원에서 사퇴할 생

각은 없으면서 사표를 제출했다. 방통위 압박용이라는 점을 분명히 했다.

창원-진주 MBC 통폐합 의결로 지역MBC 18개 계열사는 17개로 줄어들게 됐다. 이어 2, 3차의 지역 MBC 통폐합이 예고된 상황이다. 광역화라는 이름으로 진행되는 통폐합에 덩치를 줄여 경쟁력을 갖추려는 의도가 없는 게 아니다.

하지만 통폐합은 지상파방송사를 새로 만드는 것만큼이나 따져볼 문제가 많은 게 사실이다. 우선 시청자에게 기대보다는 불안감을 안겨줄 수 있다. 시청자는 변화를 싫어하기 마련이다. 지역에 뿌리를 둔 지역방송사라면 간과할 수 없는 문제다. 이번 통폐합은 지난한 과정을 지나며 로컬비율 현행 유지, 연주소 유지 등을 조건으로 갖게 됐다.

하지만 두 개의 물음은 여전히 유효한 상황이다. 하나는 ‘방송법에 따른 통폐합이나’라는 문제와 또 하나는 ‘통폐합의 효과를 찾을 수 있을 것인가’라는 문제제기다. 통폐합 추진의 적법성은 향후 법원의 판단에 의해 가려질 것으로 보인다. 진주 MBC 주주들은 진주·창원MBC를 상대로 2개의 민사 소송과

1개의 위헌법률심판제청을 제기한 상황이다.

또한 통폐합의 효과는 향후 진행과정을 등을 통해 확인될 것으로 보인다. 하지만 이번 통폐합 결과를 놓고 보면 “왜 굳이 합병을 해야 하는가”에 대한 근거를 찾기 힘들다. 통폐합 효과로 “연간 12억 원의 영업수지 개선 효과가 발생한다”는 입장을 밝힌 것으로 알려졌다. 그러나 실제로는 방송 중계차 2대 가운데 1대를 고화질(HD)로 전환하지 않고, 이를 ‘중복투자 방지’를 통한 영업수지 개선으로 주장하고 있다는 지적이 있다.

무엇보다 간과할 수 없는 것은 방송법 위반 논란이다. 세밀히 따져봐야 할 문제를 사표 ‘쇼’로 뛰어넘었다는 지적이 가라앉지 않는다. 방송법 위반 논란은 지역 MBC 2, 3차의 통폐합 추진 과정에서도 재연될 가능성이 높다.

현행 방송법 제8조 제8항은 방송 사업자 간 상호 주식소유를 엄격하게 제한하고 있다. 진주·창원MBC 합병의 경우, 서울 MBC는 1인 주식 보유 제한 비율과 지상파 방송 사업자 지분을 뛰어넘는 지분을 보유하게 된다. 이에 대해 통합을 반대하는 쪽에서는 “방송사업자 간 상호 주식 소유를 엄격하게 제한하

고 있는 방송법 제8조 제8항에 정면으로 위배되는 것”이라고 지적하고 있다.

최시중 방통위원장의 말대로 미디어빅뱅은 통폐합이라는 표피를 쓰고 MBC를 휩쓸고 있다. 앞서 이야기한 방통위가 논의하고 있는 방송시장 확장도 미디어빅뱅의 다른 이름이 아닐지 우려된다.

현재 방통위는 마지막 방송규제완화를 손질하고 있다. 몇 차례의 규제 완화가 진행됐으며 이제는 현재의 케이블 SO 규제를 아예 풀겠다는 움직임이다. 이는 방송시장 확장보다 앞설 것으로 예상된다.

최 위원장의 미디어빅뱅 시대, MBC는 광역화라는 이름의 지역 통폐합을 얻어냈다. 손익계산서를 따져보더라도 대표적인 공영방송인 지상파 MBC가 현 정부 여당으로부터 얻은 게 많아 보이지 않는다.

MBC 스스로의 방송시장 확장은 지역MBC 통폐합이 아닌데 MBC만 모르고 있는 것 같다.

## 핫 미디어, 쿨 미디어 그리고 나가수 프로그램

오 창 호  
부경대학교 교수

매체 비평 혹은 프로그램 비평과 관련해서 매우 유용한 개념 중의 하나로 매체학자 맥클루언이 제시한 핫 미디어(hot media)와 쿨 미디어(cool media)라는 것이 있다. 맥클루언이라는 학자 자체가 찬사와 비난을 동시에 받는 사람이기 때문에 이 개념 또한 논란이 많고 일반적으로 통용되고 있지는 않다. 그러나 이 개념은 그가 제시한 많은 개념 중에서도 대표적인 개념이라고 할 수 있고 매체 혹은 프로그램을 바라보는 매우 독창적인 관점을 제시하고 있기 때문에 한번 살펴볼 필요는 충분하다.

그에 따르면, 인쇄매체는 핫 미디어이고 TV매체는 쿨 미디어이다. 그리고 후진국이 차갑다면, 선진국은 뜨거우며, 시골사람은 차가운 반면 도시 사람은 뜨겁다고 말한다. 또 돌도끼는 차가운 반면, 쇠도끼는 뜨겁다고 말한다. 세미나가 뜨거우면, 연설은 차갑다고 말한다. 들은 시간에 묶인 것으로 차갑고, 종이는 공간을 횡적으로 통합하는 것으로 뜨겁다고 한다. 그리고 하나의 매체가 경우에 따라서 차갑기

도, 뜨겁기도 하다고 말한다. 예컨대 영화와 라디오로 대표되는 뜨거운 매체 시대의 재즈는 뜨거운 재즈였지만, 라디오와 영화가 곧 최초의 충격이 흡수된 이후에는 차가운 재즈가 되었다고 주장한다.

쿨 미디어와 핫 미디어를 구분하는 기준이 명쾌한 것은 아니다. 그런데 그가 제시하는 여러 기준 중에서도 매체가 제공하는 감각정보의 강도 혹은 밀도라는 기준은 매우 참신하다. 그에 따르면 뜨거운 매체는 단일한 감각정보를 고밀도로 집중시킨 것이고, 차가운 매체는 전체적인 감각정보를 저밀도로 분산시킨 것이다. 예컨대 다섯 가지 감각 정보 중 어느 특정 감각 정보만을 선택적으로 처리하는 매체는 뜨거운 매체고, 다섯 가지 감각 정보를 골고루 처리하는 매체는 차가운 매체라는 것이다. 또한 같은 매체라고 하더라도 정보의 밀도가 집중된 방식으로 처리하면 그것은 뜨거운 매체가 되고, 정보의 밀도가 분산된 방식으로 처리하면 차가운 매체가 된다. 이러한 기준에서 보면 시각정보만이 동원되는 인쇄매체는 뜨거운 매체가 되며, 시각정보는 물론 청각정보가 동원되는 TV는 차가운 매체가 된다. 당연히 인간이 직접적인 경험을 통해 다섯 가지 감각정보를 동시에 처리하는 신체매체는 가장 차가운 매체가 된다.

그리고 이러한 매체는 인간의 심리에 일정한 영향을 미치게 되는데, 핫 미디어는 최면 상태를 불러일으키고, 차가운

매체는 환각 상태를 불러일으키는 경향이 있다. 최면 상태란 주의가 한 곳에 집중되어 주변의 일들을 모두 잊어버리고 한 가지 일에만 몰두하게 되었을 때 나타나는 심리현상이다. 예를 들어 공부를 열심히 하면 모든 정신이 공부에 집중되어 누가 옆에서 부르는 것도 모르게 되는데, 이것도 일종의 최면 상태라고 할 수 있다. 이 상황에서 다른 감각들은 마비되기 때문이다. 반면 환각 상태란 외부 자극이 없음에도 불구하고 어떤 소리나 형상을 지각하거나 혹은 외부 자극에 대해 현저하게 왜곡된 지각을 하는 경우를 말한다. 예컨대 모든 정보를 직접적인 신체적 접촉을 통해서 얻는 원시부족민들은 신화와 역사, 사실과 의견, 현재와 과거 등등을 구분하지 못하는데, 이렇게 몽롱한 의식 상태는 일종의 환각상태라 할 수 있다.

이런 기준에서 볼 때, 『나는 가수다』프로그램은 매우 뜨거운 프로그램이다. 우선 프로그램의 형식 자체가 경연의 행태를 취하고 있어 경쟁의 긴장감을 고도화하고 있다. 경쟁은 대결 구도가 분명할수록, 그리고 그 성패의 결과가 극단적일수록 사람들을 긴장시키고 흥분하게 한다. 치열한 경쟁과 그 결과로서 승자와 패자로 나뉘는 것만큼 드라마틱한 것이 어디 있을까? 또한 이 프로그램은 스튜디오 자체가 음악적 효과를 최대화할 수 있도록 첨단장비와 시설로 꾸며져 있다. 가수는 다양한 재능 중에서도 음악적 재능에 최대한

초점을 맞추어 노래를 한다. 그야말로 목소리 하나로 승부하겠다는 것이다. 또한 관객은 가장 집중된 분위기에서 가수가 소개될 때마다 최대한의 기대를 갖고 가수의 노래에 집중한다. 가수는 이러한 기대와 무대를 배경으로 극도의 긴장감을 가지고 노래를 하는 것이다. 카메라는 역시 긴장감을 고조하는 배경음악과 가수 그리고 방청객의 표정을 클로즈업으로 잡아 시청자의 감정이입을 극대화시킨다. 방송 동안 시청자들은 프로그램 기획자의 포로가 되는 것이다.

가수란 무엇일까? 그것은 문자 그대로 노래하는 사람을 말한다. 그것은 꼭 노래하는 것을 직업으로 하는 사람만을 의미하지 않는다. 우리는 누구든지 노래할 수 있고, 따라서 누구든지 가수가 될 수 있다. 그러나 나가수 프로그램을 보고 있으면 역시 가수는 천부의 재능을 갖고 있는 사람만이 될 수 있는 것이란 생각이 든다. 보통 시청자들은 그저 노래를 듣기만 하는 사람으로 만족해야겠다는 생각이 든다. 최근 아이돌 그룹에 밀려 방송에서 소외되었던 출연한 가수들은 이 프로그램을 통해 모처럼 새로운 기회를 얻었는지 모르겠다. 그러나 그것이 음악일까? 음악은 잘하는 사람이든 못하는 사람이든, 잘하면 잘하는 대로 못하면 못하는 대로 즐길 수 있어야 한다. 완벽한 음악이 중요한 것이 아니라 모든 음악이 그대로 좋은 것이다.

언론을 보는 맑은 창!

**미디어오늘**  
www.mediatoday.co.kr

언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

국내 최고의 미디어비평 전문 주간신문 **미디어오늘**에서 깊이 있고 빠른 미디어세계를 만나십시오.

구독신청 : 전화 02-2644-9944(미디어오늘 판매팀)  
인 터 넷 : www.mediatoday.co.kr 정기구독신청 이메일 : help@mediatoday.co.kr  
구 독 료 : 1년 5만원, 3년 13만원, 5년 20만원, 평생독자 100만원 (우편 및 택배 발송)  
구독료 납부 : 지로 매월 20일경 지로용지 발송, 무통장입금 국민은행 407501-01-002289 (예금주 : 미디어오늘)



**SONY**  
make.believe

**CX**  
CINEALTA™

Super 35mm  
Exmor™ CMOS

**F3**



ASSIGN 4

AUTO  
WHT BAL

### PMW-F3 슈퍼 35mm Exmor™ CMOS, PL 마운트 캠코더

PMW-F3K(35mm/50mm/85mm PL 마운트 단초점 렌즈 포함) PMW-F3L(렌즈 미포함)

- SxS™ 메모리 카드 · XDCAM EX 워크플로우 운용 · 슬로우 & 퀵 모션 촬영
- HD-SDI 싱글링크 및 S-Log HD-SDI 듀얼링크 지원 · HDMI 단자 탑재



Sony Korea Corp. / Broadcast & Professional Division Company

- 제품정보 : <http://bp.sony.co.kr> ■ 기술지원 : (국번없이)1588-7313 <http://bpeng.sony.co.kr>
- 대리점 : 서울 / (주)베스코에스아이(02)716-9722 · (주)지엠에스(02)2165-8777 · (주)캐스트정보(02)3453-5148 · (주)한국에픽스(02)322-3264 · (주)나라오름(02)707-0707  
부산 / (주)아이엘비테크(051)257-7081 · 제니스디지털(051)638-2210 · 대구 / (주)진영아이앤씨(053)381-2100 · 광주 / (주)수창미디어(062)654-2500
- A/S센터 : (주)참택엔지니어링(02)784-9912 부산지사(051)861-5866 · (주)시오인포(02)796-0433 용산지점(02)718-0434 · (주)방송아트텍(02)783-3050  
· (주)나스텍(02)780-3040 · 포엘(02)761-9577



**Exmor**  
Super35 CMOS

**XDCAM EX**