



전국언론노동조합 총파업 23일부터 총파업 돌입

전국언론노동조합(이하 언론노조, 위원장 이강택)이 22일 여의도에서 기자회견을 시작으로 총파업을 실시했다. 이번 언론노조의 총파업은 현 정부 들어 4번째이며 71개 신문 및 방송사 1만 5천여 명의 조합원들이 참여했다.

22일 기자회견으로 잠시 숨을 고른 언론노조는 다음날인 23일 여의도 산업은행 앞에서 800여 명의 조합원이 참석한 가운데 '공정방송 복원과 조·중·동 방송 광고 직거래 저지를 위한 총파업' 출정식을 가졌으며 "언론을 바로 세우는 것이 민주주의를 지키는 것이라는 의무감으로 다시 총파업의 깃발을 들고 반민주·반언론과의 투쟁의 선봉에 선다."고 전했다. 그리고 "언론의 공정

성을 행위하고 조·중·동 방송의 특혜를 저지하는 승리의 그날까지 투쟁을 멈추지 않겠다."고 주장했다.

이 자리에서 이강택 언론노조 위원장은 "오늘은 그동안의 침묵과 침체를 뚫고 민주주의 전선에 언론노동자들이 서는 날"이라며 "조·중·동으로 황폐해지고 정권에 의해 무참히 짓밟힌 언론환경은 더 이상 용인할 수 없는 수준이다. 이제 우리는 자본의 하수인을 거부한다."고 선언했다.

이어 언론노조는 24일 서울, 경기, 대구, 광주, 부산 등 전국에서 '언론자유 행위 행동 투쟁'을 전개했으며 서울 명동에서도 '언론 장악 검은 유령들'이라는 주제로 퍼포먼스 행사를 가졌다. 또

25일에는 서울 여의도 한나라당 당사 앞에서 규탄대회를 여는 것과 동시에 같은 날 오후 7시 언론자유 수호 시민 문화제를 열어 '텔레비전에 내가 나왔으면 정말 좋겠네' 행사를 진행했다.

이후에 29일 야 5당 및 시민단체들의 언론노조 총파업 지지선언도 이어지며 총파업은 절정을 맞이했다.

한편 언론노조는 성명서를 통해 "미디어렙 법안 마련과 지역 방송국 강제 통폐합 중지, 종편사업자 황금채널 배정 및 특혜 저지를 위해 최선을 다하겠다."며 "신문 및 지역·종교 방송 매체 균형 성장 보장과 청부심의·공안검열 중단을 위해 서도 최선을 다해 싸우겠다."고 주장했다.



최악의 돈잔치, 주파수 경매 종료

SKT 1.8GHz, KT 800MHz, LGU+ 2.1GHz

돈잔치가 따로 없다

지난 17일부터 열렸던 주파수 경매가 29일 극적으로 막을 내린 가운데 LGU+가 최저입찰가격인 4,455억 원에 2.1GHz를, KT가 역시 최저입찰가격인 2,610억 원에 800MHz 대역 10MHz 폭을 가져갔으며 치열한 쟁탈전이 벌어졌던 1.8GHz 대역 20MHz 폭은 KT가 포기선언을 함에 따라 SKT가 9,950억 원에 낙찰받았다.

이에 SKT 측은 "LTE 주파수를 확보함에 따라 사업자 간 공정한 환경이 조성돼 고객에게 보다 질 좋은 서비스가 제공되기를 기대한다."며 "이번 확보된 주파수는 고객의 요구에 따라 LTE 용도로 효과적으로 활용할 계획"이라고 전했다.

이번 주파수 경매에서 단연 화두는 1.8GHz였다

경매 시작부터 다소 여유롭게 2.1GHz를 낙찰받은 LGU+를 제외한 KT와 SKT는 1.8GHz를 들

려싸고 한 치의 양보도 없는 접전을 펼쳤으며 '승자의 저주'가 우려되는 상황 속에서도 자신들이 반드시 해당 주파수를 할당 받아야 한다는 주장을 굽히지 않았다.

이에 주파수 가격은 하늘 높은 줄 모르고 치솟았고 결국 9,950억 원까지 금액이 올라가서야 SKT가 해당 주파수를 할당받는 것으로 일단락되었다.

하지만 1.8GHz 주파수 대역의 가격이 최저입찰금액에 2배인 9,950억 원까지 치솟은 것은 분명히 큰 문제라는 것이 전문가들의 지적이다.

우선 높아진 주파수 가격만큼 기업자들의 통신비가 상승할 것이며 이는 대한민국의 통신사업 전반에 큰 부담이 될 것이라는 주장이 힘을 받고 있다. 이는 곧 국민의 공공재인 주파수를 들려싸고 치열한 아귀다툼을 벌인 통신사들이 결국 그 책임을 통신 기업자들에게 떠넘길 수밖에 없다는 뜻이다.

아울러 1.8GHz 주파수를 확보하기 위해 KT와

SKT가 경매에 들어간 것 자체가 모순인데다 금액이 올라가는 동안 사태를 방관하기만 한 방송통신위원회(이하 방통위)도 책임을 피할 길이 없어 보인다.

방통위는 "최저입찰가인 4,555억 원에 추가되는 마케팅 비용의 기회비용을 고려할 때 사업자들의 최종낙찰가 이상의 가치를 생각하고 있는 것으로 알고 있다."며 "그런 측면에서 저주라고 얘기할 만큼의 가격은 아니라고 생각된다."고 밝혔지만, 이는 설득력이 없다는 것이 중론이다.

한편, 주파수를 들려싸고 통신사들의 '돈잔치'가 벌어진 상황에서 일각에서는 당연히 방송용으로 할당되어야 하는 700MHz도 통신사들이 활용해야 한다는 주장이 나와 곱지 않은 시선을 받고 있다.

여기에 다른 주파수 대역을 들려싸고 다시 한번 치열한 경매전쟁에 대한 위기감이 고조되는 가운데 방송업계도 촉각을 곤두세우고 있다.

추석 연휴로 인해 128호 방송기술저널은 9월 21일에 발간됩니다.

만평

60화 케이블 방송, 지상파 방송에 전송료 요구 김성훈



언론 생태계 파괴하는 모든 악습을 거부한다

미디어렙 법안 조속히 마련하고 지역 방송국 통폐합, 종편 특혜를 당장 중단하라

2011년 언론의 현실은 참담하다.

언론 생태계를 보호하는 최후의 보루인 미디어렙 법안이 여전히 국회에서 표류중이고 지역의 문화를 앞장서 창출해 낸 지역 방송국들이 정치적인 이유로 통폐합당하는 것은 물론 자신만의 논리를 앞세워 각종 특혜를 달라고 조르는 종합편성채널의 출범이 코앞에 닥쳐있다.

하지만 이런 상황에서도 주무부처인 방송통신위원회는 자신들의 눈과 귀를 막은 체 정권의 나팔수가 될 것이 뻔한 종편 사업자들에게 힘을 더 실어주지 못해 안달이 나있다.

만약 이대로 미디어렙 법안이 국회에서 처리되지 못하고 각종 특혜를 받은 종편 사업자들이 고삐 풀린 망아지 마냥 언론 생태계로 난입할 경우 선배 언론인들이 갖은 고초에

도 끊임없이 지켜온 소중한 언론 생태계는 힘 한번 써보지도 못하고 무너질 것이 불을 보듯 뻔하다.

여기에 공정언론의 든든한 버팀목이던 신문 및 지역·종교 방송 매체가 생존의 기로에 내몰리고 언론에 대한 청부심의·공안검열이 계속되는 것은 물론, 정작적인 소셜테이너 출연제한 정책이 이어지는 한 현재의 상황은 더욱 악화되고 있다.

이에 한국방송기술인연합회는 국회에서 미디어렙 법안을 조속히 처리할 것을 요구하며 지역 방송사의 강제적인 통폐합에 반대하고, 종편사업자들의 광고 직거래, 황금채널 배정과 케이블 의무 재송신 등 특혜 독과점에 대해 강력히 경고하는 바이다. 그리고 신문 및 지역·종교 방송 매체의 균형

발전을 보장하고 청부심의와 공안검열을 중단하는 것은 물론 소셜테이너 출연금지법을 조속히 폐지할 것을 요구한다.

아울러 주무부처인 방송통신위원회가 지금이라도 공정한 언론 생태계를 위해 노력하고 모든 현안에 적극적인 문제 해결 의지를 보이길 촉구한다.

- 국회는 조속히 미디어렙 법안을 마련하고 언론 생태계 파괴하는 종편 특혜주기를 중단하라!
- 지역 방송사의 강제 통폐합을 백지화하고 신문 및 지역·종교 방송 매체의 균형 발전을 보장하라!
- 언론에 대한 청부심의·공안검열을 멈추고 소셜테이너 출연금지법을 폐지하라!

2011년 8월 26일

 사설

정의 실종 시대, 언론의 역할을 다해야 한다

세상을 바로 세우는 언론

1980년 11월 12일 당시 보안사령관인 전두환 전 대통령을 위시한 신군부 세력은 전국의 언론매체들을 강제로 폐지, 통합한다고 전격 발표했다. 이에 수많은 언론매체는 비판기능을 상실했고 수많은 언론인이 진실을 밝혔던 편을 뺏기고 밀었다. 이것이 그 악명높은 언론통폐합(言論統廢合)이다.

하지만 이런 시련에도 불구하고 언론인들은 결코 의지를 꺾지 않았다. 서슬 시퍼런 감시와 검열의 시대에도 그들은 세상을 바꾸기 위해 노력했고 그 결실은 조금씩 빛을 보기 시작한 것이다. 그 덕에 우리는 자유로운 언론의 시대에 살고 있다. 적어도 그런 줄 알았다.

'대한민국 언론의 시계는 거꾸로 간다'

최근 막강한 자본력을 무기로 종편 사업자들이 방송 시장에 뛰어들고 있다. 새삼 놀랄지도 않지만, 종편방송이라는 이름으로 그들은 자본을 앞세워 미디어 생태계를 어지럽히려 하고 있다. 하지만 그에 대한 대처는 어떤가. 미디어 생태계를 지키기 위한 최소한의 안전장치인 '미디어법'은 여전히 국회에서 표류 중이고 종편 사업자들의 직접 광고 영업에 대한 욕심은 점점 노골화되고 있다. 여기에 종편 사업자들은 한 술 더 떠 홍금채널을 배경해 달라고 조르고 있으며 방송통신위원회는 50년 역사의 신문 사업자들을 '신생아'라 부르며 각종 특혜를 주고자 한다. 그렇다면 방송가는 어떤가. 상황은 더욱 안 좋다.

지역 방송국들이 다분히 정치적인 이유로 강제 통폐합되는 것도 모자라 정부의 청부심의·공안검열이 강화되고 있으며 최근에는 소셜테이너 출연 금지법이 국민의 웃음거리가 되고 있다. 그 덕에 언론의 공공성과 다양성을 추구하는 신문 및 지역·종교 방송 매체들은 생사의 기로에까지 섰다. 대한민국 언론의 시계가 제대로 거꾸로 가는 기분이다.

꼿꼿한 언론의 자존심을 지켜야 한다

수많은 악재가 겹치면서 언론은 지금 중대한 기로에 서있다. 상대적으로 자유로운 시대가 도래했지만 이제 강압적인 힘과 폭력 대신 '자본과 정치의 논리'가 식품처럼 몰아치는 형국인 것이다.

이제 많은 언론인은 자존심을 지켜야 한다. 소위 '돈'의 논리로 방송가를 장악하려는 종편 사업자들에게 최소한의 안전장치가 채워지도록 힘을 내야하며 다시는 정치적인 이유로 지역 방송국들이 통폐합되는 일은 없어야 한다.

여기엔 시대착오적인 '소셜테이너 출연 금지'나 '청부심의·공안검열'은 당장 폐지되도록 해야한다. 그리고 각 매체가 다양성을 가지고 올바르게 성장할 수 있는 환경을 조성해야 하며 지금이라도 미디어법 법안이 마련될 수 있도록 할 수 있는 모든 방법을 동원해야 할 것이다. 역부족이라고 생각할 수 있지만 이건 언론인들 스스로가 해야한다. 그 옛날, 언론통폐합이라는 전대미문의 악법에 대항했던 선배 언론인들처럼.

아이러니 속에서도, 시대를 살아가는 힘은 언론이다

1991년 여름, 당시 동아일보 김종배 편집국장은 언론자유를 위협하는 자본의 위험을 경고하며 이에 '대항'하기 위해 목소리를 높였다. 그러나 20여 년이 지난 지금의 상황은 어떤가. 소위 '자본'의 힘을 등에 업은 종편 사업자들이 미디어 생태계를 교란하기 시작했고 악재가 언론계 전반에 터지고 있다. 상황은 변하지 않았다. 오히려 아이러니해졌다.

이런 상황에서 시대를 살아가는 힘은 언론이라는 생명력을 잃지 말아야겠다. 지금은 위기 상황이고, 극복해야 할 난관이 있는 것뿐이다. 방통위도 이 점을 잊지 말고 정책 결정을 해나가야 할 것이다.

모바일 생태계 대격변 시작된다

구글, 모토로라 전격 인수

세계 최고 인터넷 강자 중 하나인 '구글'이 모토로라를 전격 인수했다.

이번 인수는 지난 15일 오전 4시 35분 (현지시간) 구글의 최고 경영자 중 하나인 래리 페이지의 발표로 세상에 알려졌으며 인수규모는 125억 달러, 우리 돈으로 13조 5,125억 원에 달한다.

현재 모토로라는 휴대전화 사업부인 '모토로라 모빌리티'와 통신장비 사업부인 '모토로라 솔루션스' 두 회사로 나뉘어져 있으며 이번 구글이 합병한 대상은 '모토로라 모빌리티'다.

한편 구글이 전격적으로 모토로라의 휴대전화 사업부를 인수한 것에 대해 전 세계 IT업체는 물론 모바일 생태계에 커다란 변화가 올 것으로 예측된다.

우선 구글은 자신들이 보유하고 있는 스마트폰 운영체제(OS)인 안드로이드를 바탕으로 공격적인 마케팅에 나설 복안이다. 게다가 애플, 삼성, 노키아로부터 끊임없이 저작권 공격을 당하던 구글이 성장동력을 다소 떨어지지만 한때 세계 휴대폰 시장을 호령했으며 현재도 엄청난 양의 특허를 가지고 있는 모토로라는 인수하면서 공세적인 위치를 점할 것으로 보인다.

한때 MS가 세계 최대의 안드로이드 폰 제조업체인 삼성전자에 특허 사용료로 안드로이드 폰 한 대에 15달러 수준

의 로열티를 요구했으며 2위 업체인 대만 HTC에도 비슷한 조건을 요구해 전방위적으로 압박했던 일이 있었다. 그러나 구글 입장에서 이 두 회사는 중요한 전략적 파트너임에도 불구하고 적절히 대처를 하지 못했다. 휴대전화 및 OS 분야에 뒤늦게 진출했기에 파트너를 방어할 특허가 부족했기 때문이다. 그러나 이번 모토로라의 인수로 반전의 계기가 찾아온 셈이다.

하지만 이번 인수합병은 '안드로이드 연합군'에게 그리 좋은 소식만은 아니라는 것이 많은 전문가들의 공통적인 견해다.

우선 구글은 휴대폰 특허를 소유한 모토로라를 인수함으로서 자체 안드로이드 OS를 곧바로 모바일 기기에 접목해 생산할 수 있는 길이 열렸다. 바꿔 말하면 구글의 OS인 안드로이드를 받아쓰며 기기를 제작하는 삼성같은 회사는 구글이 자체적으로 모바일을 제작하면 큰 타격을 입을 수 있다는 뜻이다.

이런 상황을 인식한듯 구글은 연신 "안드로이드 OS는 개방형 플랫폼으로 계속 사용될 것"이라며 우군 사업체들을 다독이고 있지만 상황이 언제나 급변할 수 있기에 삼성 등 안드로이드 OS 활용업체들은 긴장의 끈을 놓지 않고 있다.

미디어렙 법안, 언제 처리되나

8월 국회에서도 실패… 언론노조 "당장 처리해야"

미디어렙 법안이 결국 8월 국회에서 도 처리되지 못했다.

지난 6월부터 시작된 미디어렙 법안 처리에 대한 논의가 8월 국회에서도 결국 다루어 지지 못한 것이다.

이에 종합편성채널 사업자들은 노골적으로 개국에 맞추어 광고 직접영업을 준비하는 실정이며 이로 인한 미디어 생태계의 '악육강식의 논리'가 현실화되기 시작했다.

지난 9일 이강택 전국언론노동조합 위원장은 한나라당 황우여 원내대표를 만난 자리에서 미디어렙 법안에 대한 조속한 처리를 요구한 적이 있었으며 이에 황 원내대표는 반드시 8월에 미디어렙 법안을 처리하겠다는 다짐을 하기도 했



었다. 하지만 8월 임시국회에서 미디어렙 법안이 처리되기 위해 가장 활발히 움직여야 하는 한나라당 소속 국회 문화체육관광방송통신위원회(이하 문방위) 의원들은 언론노조와 미디어오늘들이 공동으로 벌인 미디어렙 설문조사 결과에서 1명을 제외하고는 일절 대답하지 않겠다는 의사를 전해와 실망감을 더했다.

MBC 파업 초읽기

막판 의견조율 중… 9~10월 유력

언론노조의 종파업과 별개로, 전국언론노동조합 MBC 지부(이하 MBC 노조)가 종파업 일정을 9월 혹은 10월로 정했다. 하지만 아직 모든 일정이 확정된 것은 아니며 MBC 경영진과의 마지막 의견조율이 변수다. 이에 MBC 노조 측 관계자는 "아직까지 파업 시기가 확정된 것은 아니다. 사측이 전향적인 입장을 취하지 않을 경우에 파업에 돌입할 것이다"고 밝혔다. 노조는 이미 18일 '2010 임단협 쟁취와 공영방송 MBC의 정상화를 위한 종파업' 파업 찬반투표에서 77.6%의 찬성을 얻고 파업을 할 수 있는 상황이다. 이런 상황에서 김재철 MBC 사장은 이번 종파업에 대해 진지하게 임하겠다고 밝히는 등 애초 '이번 파업은 불법'이라는 입장에서 한발 물러난 상황이며 단체협약 본 교섭 진행을 약속

반면 민주당 문방위 의원 8명 전원은 종편 광고 직거래를 금지하는 입법을 8월 국회에서 처리하는데 '찬성한다'고 밝혔다.

이런 상황에서 지난 23일부터 열린 언론노조 총파업을 통해 '미디어렙 법안 처리'에 대한 목소리가 길수록 높아지고 있다. 이강택 언론노조 위원장은 종파업 현장에서 '미디어렙 법안이 처리되지 않으면 자본에 언론의 입이 막힐 것이다'고 주장하기도 했다.

6월을 넘어서 8월 임시국회에서도 논의 조차 되지 않은 미디어렙 법안을 둘러싸고 언론계의 반발이 심해지는 가운데 정치권은 어떤 판단을 내릴 것인지 귀추가 주목되고 있다.

한 상황이다.

하지만 김 사장의 이런 태도 변화에도 불구하고 파업이 예정대로 실시될 것이라는 전망이 우세하다. 우선 김 사장이 22일부터 노조 측과 대화를 시작했으나 노조 측은 "파업을 연기시키기 위한 명분 쌓기다"는 의심의 눈초리를 보내고 있는 상황인데다 김 사장과 노조가 여전히 상호불신의 대립각을 세우고 있어 파업은 피할 수 없다는 의견이 지배적이다.

아직 여러 가지 변수가 있어 극적인 타결의 가능성은 있지만, MBC 파업은 초읽기에 들어갔다.

"종편, 적은 투자로 지상파 방송 앞설 수 없어"



며 디지털 시대라는 현실 상황으로 볼 때 방송을 할 수밖에 없다고 지적했다.

하지만 양 부장은 이러한 시대적 흐름에도 불구하고 결국 3~5년 뒤에는 1~2 개의 종편조차 살아남기 힘들 것이라고 전망했다. 그는 "기존 신문의 영향력 등으로 온갖 특혜가 쏟아지겠지만 현실적으로 종편이 시청 점유율 1%를 확보하는 것도 쉽지 않을 것"이라고 말했다. 그는 이어 "시청 점유율은 제작비와 비례

한다. 좋은 콘텐츠가 잘 팔리는데 좋은 콘텐츠는 비싸다. 하지만 종편이 현재 지상파 방송사처럼 연간 4,000억 원씩 투자할 수는 없을 것이다. 아마 1,500억 원에서 많아 봐야 2,000억 원 정도일 것인데 이 정도의 투자로는 시청 점유율 1%를 확보하기 어려울 것이다."고 덧붙였다.

최진순 한국경제 전략기획국 기자 역시 종편의 성공 여부에 대해 부정적인 전망을 내놨다. 최 기자는 "콘텐츠에 지속적으로 투자할 수 있는 곳이 많지 않을뿐더러 뉴스 보도에 있어서도 차별성을 갖기 어렵다."며 "종편이 적은 투자로 지상파 방송을 앞서는 건 불가능하다."고 주장했다.

KISA(원장 서종렬)의 주관 하에 열리는 이번 행사는 KBS미디어, MBC, SBS 인터내셔널, EBS, 아리랑 TV 등 5개 주요 방송사업자가 참여해 드라마, 다큐멘터리, 3D 콘텐츠 등 다양한 방송콘텐츠를 선보였다.

방통위는 "이번 쇼케이스를 통하여 그동안 국내 방송콘텐츠의 진출이 부진하였던 중남미 지역에서 우리 방송 콘텐츠에 대한 새로운 비즈니스 기회가 창출될 것"이라며 기대하고 있다.

9월 광고시장 호전될 듯

9월 국내 광고시장이 8월에 비해 호전될 것이라는 전망이 나왔다.

한국방송광고공사(사장 이원창, 이하 코바코)는 지난 11일 국내 광고시장의 경기변동을 나타내는 9월 '광고경기 예측지수(KAI, Korea Advertising Index)'가 125.4를 기록해 전월인 8월에 비해 광고

경기가 호전될 것이라고 밝혔다.

이번 결과는 광고주들이 비수기인 7~8월을 지나 9월부터 본격적으로 마케팅 활동에 나서는 이른바 '계절적 성수기' 요인이 반영된 것으로 보인다. 특히 9월에는 명절인 추석이 있어 '명절 특수' 요인과 함께 반영된 것으로 풀이된다.

매체별 9월 예측지수는 TV 122.2, 신문 111.1, 케이블TV 115.6, 라디오 107.5, 인터넷 112.9로 조사 대상 매체 모두 전월대비 광고비가 증가할 것으로 나타났다. 한편 이번 조사는 7월 27일부터 8월 5일까지 설문이 이루어져 해외 발 경제 변수 요인은 반영되지 않았다.

연합뉴스TV, 방통위에 행정소송 제기

연합뉴스TV가 방송통신위원회를 상대로 행정소송을 제기했다.

연합뉴스TV는 지난 18일 매일방송(대주주 매일경제)의 보도채널 MBN의 폐업일 연기 승인이 부당하다며 방통위를 상대로 '폐업일 변경신청 승인처분 취소' 청구 소송장을 서둘러 제기했다.

연합뉴스TV는 "방통위가 지난 7월 22일 매일방송의 보도채널 사용사업 폐업일(2011년 9월 30일)을 12월 31일로 연장했다는 사실에 따라 연합뉴스TV는 매일방송이 보도채널을 폐업할 때까지 실질적

으로 보도채널 사업자의 지위를 획득할 수 없게 됐다."고 주장했다.

지난 5월 방통위는 매일방송의 종합 편성 방송채널 사용사업을 승인하면서 기존 보도채널의 폐업 예정일을 2011년 9월 30일로 하라는 조건을 부과한 바 있다. 그러나 지난 7월 22일 매일방송은 채널 개국 준비가 늦어지고 있다며 폐업 연기를 신청했고, 방통위는 이를 받아들여 폐업일을 2011년 12월 31일까지로 연장했다.

이에 연합뉴스TV는 당초 계획했던 10월 1일 개국을 전제로 할 경우 올해 말까

지 3개월 동안 영업수익 52억 5,000만 원을 포함해 약 367억 5,000만 원의 손해를 입게 될 것으로 보고 있다.

연합뉴스TV는 "연합뉴스TV가 보도채널 사용사업의 승인을 받아 개국을 준비 중인 상황에서 방통위가 이런 결정을 내린 것은 재량권의 범위를 벗어나 위법하다."고 주장했다.

한편 폐업 연기를 신청한 MBN 측은 "12월 개국을 목표로 하고 있지만 실제 10월 이후면 시범운영이 어느 정도 완료된다. 하지만 다른 종편과 일정을 맞춰 추진할 예정"이라고 말했다.

방송기술저널

창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 윤창근

편집주간 | 김성훈

편집위원 | 김건희 서상원 장진영

승주호 윤현철

취재기자 | 박선하 최진룡

기획실 | 강동균

인쇄인 | 은행나무

주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송학관 15층

전화 | 02-3219-5635

팩스 | 02-2647-6813

트위터 | @KOBETA_com

정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

기사제보 · 광고문의

02-3219-5635

EBS 국제다큐영화제 폐막
'마라톤 보이' 대상 수상



2011 대구세계육상선수권대회, 방송 중계의 미래를 보다

국제신호 제작과 IBC, 중계 시스템

이번 대회의 주관방송사인 KBS는 안정적인 국제신호 제작을 위해 혼신의 힘을 다했다. 국제신호의 기술포맷은 비디오 HD-SDI 1080i/60Hz, 16:9(4:3safe), 오디오 스테레오, 4채널 임베디드 (-20dBFS)이며 IBC는 MCR, HL제작실, 브리핑룸 등으로 구성되어 있다. 특히 MCR은 중계장소에서 보내오는 신호를 잡아 IBC에 있는 각 방송사에 신호를 보내며 국내 또는 해외 중계회선을 연결해주는 24시간 교대근무로 만일의 상황을 대비한다. 또 국제신호는 물론 다른 방송사들의 단독신호가 집중되는 Contribution 네트워크와 수신한 국제신호를 동시에 전송하는 프로세션에 다른 방송사들에 공급하는 회선인 Distribution, 그리고 IBC내의 개별 송출신호를 외부로 연결시키며 외부로 연결하는 Transmission도 준비되어 있다. 또 경기의 생생한 감동을 전하기 위한 중계자는 6대이며 보조 캐빈을 활용해 중계 간극을 성공적으로 메워가고 있다.

특히 이번에 눈에 띠는 부분은 모든 미디어 관련 시설을 스타디움 안에 설치한 것이다. 방송 제작, 보도, 사진 등 미디어 업무별 특성을 고려해 작업 공간을 배치하였고, 동선을 최소화하는 등 업무 효율을 높일 수 있도록 배려했다. 실제로 MPC/IBC에서 경기장 취재석이나 기자회견실 공동취재구역까지 도보로 2분이 채 안 걸리며, 스



타디움 서편에 위치한 미디어 식당과 등록 센터도 5분이면 오갈 수 있다.

IBC는 더 자세히 살펴보면 지하 1, 2층에 IAAF 조직위, 주관방송사(HB) 사무실과 주조정실(MCR), 아카이브룸 등 주관방송사(HB)의 주요 제작 시설들과 개별 방송사(RH)들의 사무실이 배치돼 있고, TV 콘퍼런스룸과 들어서는 지상에는 중계 차량 구역, 방송 전력 공간, 중계 위성 구역 등이 자리해 있다.

그리고 육상의 꽃이라 불리는 마라톤 중계에 있어 KBS는 선수와 함께 이동하는 중계차 2대와 마라토너의 건강 및 표정 등을 생생하게 전하는 오토바이 3대, 공중에서 선수의 동선을 포착하는 중계헬기 2대를 비롯해 고정중계차 2대도 투입 할 예정이다. 이는 이슈가 되었던 KBS의 히말라야 앤나프로나 등정 생방송 중계 당시 활용되었던 중계 노하우가 녹아있는 시스템으로, 성공적

인 중계 시스템의 모범이라 불릴 만 하다.

또 가상그래픽 중계자는 Viz Arena 그래픽 장비를 활용해 경기에 대한 이해도를 높이고 여기에는 카메라 2대가 장착되어 있다.

중계의 꽃, 카메라

육상경기는 인간의 한계에 도전하는 스포츠 대회인 만큼 중계에 있어 얼마나 역동적이고 생생한 영상을 담아내는가가 핵심이다. 이에 KBS는 이번 대회 중계에 있어 특수 카메라들을 적극 활용해 대회의 감동을 신속하게 자세하게 시청자들에게 보여줄 준비를 했다.



1. Aerial Camera

육상 트랙을 달리는 선수들의 모습을 허공에서 자세하게 활용할 수 있는 카메라로서 경기장 네 모서리에 와이어를 통한 도르래를 고정, 2개의 조이스틱을 활용해 원하는 그림을 잡을 수 있게 한다. Gyro 방식의 HD 카메라며 선수가 트랙의 피니쉬 라인에 들어서는 장면은 물론 시상식을 장엄하게 표현할 때 유용하게 사용되었다.

2. High Speed Camera와 Rail Cam

High Speed Camera는 육상경기와 같이 순간적인 움직임이 많은 중계에서 효과적으로 활용되는 카메라다. 초당 1000프레임 촬영이 가능하며 이번 대회에는 벨트린 세계육상선수권대회에서 활용한 Hi Motion 미디어 시스템이 활용되었다. 그리고 Rail Cam은 레일을 따라 달리며 선수들의 동선을 빠르게 따라가는 카메라며 여러 가지 약점을 보완해 카메라 신호와 리모트 컨트롤을 케이블이 유선을 따라 움직이게 했다.

3. Crane Cam과 Sports Camera

Crane Cam은 장대높이 뛰기 중계에 그 힘을 발휘했다. 일반적인 지미질 카메라가 잡을 수 없는 높은 위치를 커버할 수 있으며 9.2m까지 확장 가능하다. 그리고 Sports Camera는 던지기 종목 등에서 일반 카메라만이 포착할 수 없는 장면을



잡아내는 것에 쓰였으며 케이블 구조가 간단해 유동적인 상황대처에 따른 활용이 가능하다.

HD 3DTV 중계

이번 중계기술에서 눈에 띠는 부분은 HD 3DTV 실험방송이다. 8월 26일 KBS는 국내 기전업체와 공동으로 하이브리드 3D TV 방송기술 개발을 완료했다고 발표했으며 성공적으로 이를 진행시켰다. 하이브리드 3DTV는 기존의 방송망과 인터넷망을 연동, 초고화질(풀 HD) 3DTV를 구현하는 신기술이며 3D 방송프로그램의 좌영상은 지상파 채널, 우영상은 인터넷망으로 전송한다. 하이브리드 3DTV 수신기는 서로 다른 망으로 전송된 좌우영상을 결합해 3D영상으로 구현하고 이를 위해 3Ality 3대를 비롯한 카메라 5대, 녹화기 2대와 LSM 등을 구축했다.

그 외 중계 인프라

성공적인 중계를 위해서는 인프라 자체가 중요 한 것도 사실이다. 이를 위해 한국전자통신연구원(ETRI)은 이 대회에 참가하는 각국 VIP와 기업인, 관람객을 대상으로 AT-DMB(고전송률) 시장과 디지털멀티미디어방송과 모바일 3D IPTV를 선보였다. AT-DMB는 현재 방송 중인 DMB와 호환하면서도 가용 서비스 채널을 최대 두 배까지 늘릴 수 있는 첨단 기술이며 DMB 서비스 채널 축소 없이 수익창출을 위한 다양한 데이터 방송이 용이하다. 이를 위해 대구 팔공산 KBS 송신기에 관련 인프라가 설치되었으며 대회가 끝나는 9월 4일까지 시연이 이어진다.

또 스포츠 중계에 있어 조명의 역할이 중요한 만큼 필립스에서는 선수, 심판, 관람객의 시야를 확보뿐만 아니라 선수의 움직임을 빠르게 따라다니는 중계카메라의 특성을 잘 살릴 수 있도록 스포츠 조명시스템을 제공했으며 이로 인해 국제육상경기연맹(IAAF)가 정하고 있는 최소 밝기 기준인 1,800勒克斯를 크게 상회하는 2,250勒克斯의 조명을 확보했다.

세계육상선수권대회 조직위원회의 목표는 대구세계육상선수권대회를 역대 최고의 명품대회로 치르는 것이라고 천명했다. 이에 조직위는 대구스타디움, 선수촌 등 대회 시설에는 첨단 기술을 동원했으며 전광판도 6개의 화면으로 분할할 수 있는 초대형으로 교체, 주전광판(24m×9m)과 보조전광판(17m×9m)은 기존보다 1.5배나 커졌다. 승용차로 경기장과 7분 거리에 있는 선수촌도 호평을 받고 있으며 다양한 인프라를 투입해 세계 최고 수준의 대회를 준비했다.

그리고 그 위상에 걸맞게 방송사들의 중계 시스템도 단연 세계최고 수준으로 구축되었으며 지금 이 순간에도 중계 기술의 신기원이 열리고 있는 상황이다.

2011 대구세계육상선수권대회. 이 훌륭한 대회의 성공적인 개최를 기원하는 마음을 넘어, 대한민국 중계 기술의 끝없는 비약을 꿈꾼다.

<한국방송기술인연합회>



디지털 방송기술의 길잡이

BROADCASTING & TECHNOLOGY

당신을 귀중한 회원으로 모십니다

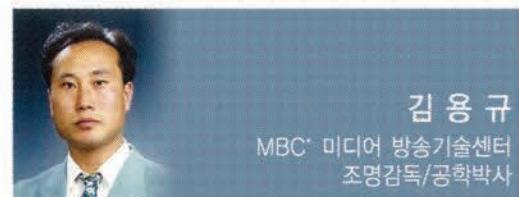
한국방송기술인연합회 회원 혜택

- '방송과 기술' 정기 구독(연 12권)
- 각종 기술세미나 및 기술도서 안내문 발송
- KOBA(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.

3D 영상을 위한 방송조명



김용규

MBC 미디어 방송기술센터
조명감독/공학박사

최근 들어 영화는 아날로그에서
디지털 시네마 시대로 접어들면서
좌우 영상을 일치시키는 입체영상기술이
진화하고 있다.

이에 따라 2012년 12월 HD 방송이 완전히
디지털화로 전환되는 시점을 앞두고 있는
TV 방송변천과정에서 기존 영상과
다른 차원의 영상이라는 점에서 기존 TV에
영향을 미치고 있다.

현재 다양한 3DTV 수상기의 출시와 3D
입체제작에 대한 비약적인 기술개발이
활발히 진행하고 있으나 이에 따른 양질의
국내 3D 콘텐츠 제작능력은
아직 초기 단계라 할 수 있다.

따라서 기술적으로 완성도 있는
3D 프로그램을 만들려면 촬영의 전 단계에
조명의 빛은 카메라의 시차와 더불어 공간에
입체감을 부여해주는 매우 중요한 요소로
작용할 것이다.

는 3DTV는 기존의 2DTV 조명보다 동적인 입체
감을 구현하는데 있어, 조명에 의한 빛의 정보에
따라 공간상의 거리 및 위치를 부여할 수 있다.
[그림 1]은 3D 카메라의 수직, 수평리그 방식에
따른 조명의 입사비교를 나타내고 있다.

기존에 단안의 2차원 정보로부터 많은 3D 정보
를 얻을 수 있듯이, 3D 영상에서는 입체감을 살려
주는 정확한 방송조명연출이 필요하다. 미래에 지
속적인 기술개발로 TV 카메라는 결국 인간의 눈
에 가까운 감도특성을 통해 진화할 것이다. 이에 따라
자연스런 영상을 TV에 재구성하기 위해서 조
명은 입체감을 생성하는 3D 카메라 원리를 충분히
이해함으로써 실감영상을 상승시킬 수 있다.

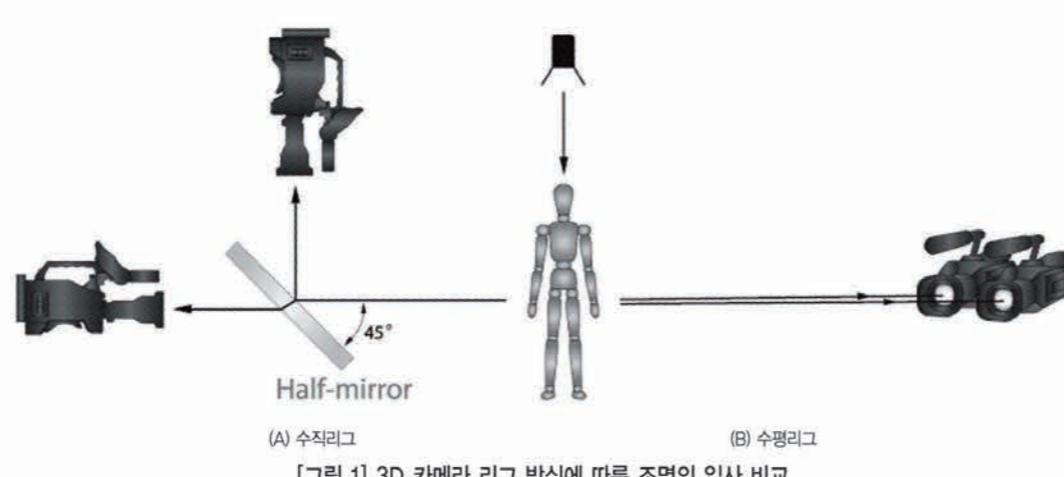
수평리그에서 근접 촬영 시 렌즈가 커서 65mm
이상 떨어짐으로 이런 단점을 보완하여 개발된
것이 근접 촬영이 용이한 수직(직교) 리그이다. 각
각의 카메라마다 하프 미러(Half mirror), 즉 반투
명 거울에 의해 빛이 정확히 1/2로 각각 분리하여
전달하는 방식이다. 이로 인해 전체 조명광량의
50%는 카메라에 직접 투과되고 나머지 50%는
반사되어 위의 카메라로 들어간다. 그로인해 실
제적인 영상의 밝기보다 카메라 전체의 밝기가
줄어들어 각 카메라의 노출 값이 순차되는 단점
이 생긴다. 이를 위한 조명으로 수평리그 리그보다
수직리그의 영상제작에서 기존 프로그램에 따른
조명보다 약 2배 더 밝게 하는 광량이 풍부한
조명연출이 필요하다. 고품질의 3D 촬영을 위해
크고 복잡한 카메라 리그는 감독의 연출을 위해
간편하게 제작되어야 하고, 기존 HD 카메라를
활용할 수 있게 소형화하는 기술개발 또한 필요
하다.

3D 조명

기존의 TV는 깊이가 없는 2차원의 영상이므로
단안적인 깊이 지각 요인, 즉 조명은 빛과 그림자
를 이용해서 영상의 깊이를 만들어 주어 시간과
공간을 인식하도록 작용한다. 인간의 눈은 매우
어두운 곳에서 밝은 곳까지 물체를 볼 수 있지만,
TV 카메라는 카메라 조리개에 적당한 밝기가 필요하다. 카메라와 눈을 비교할 때, 인간의 눈은 배
경의 섬세함뿐 아니라 사물의 표면까지 명확하게
볼 수 있는 것은 넓은 다이나믹 레인지(Dynamic range)를 가지고 있기 때문이다. 카메라의 경우
TV 표준에서 규정한 제한적인 비디오 레벨을 가지고 있으므로 구현하기 쉽지 않고, 카메라의 노
출을 밝은 부분에 맞추면 사람의 피부는 어둡게
표현된다. 따라서 조명은 카메라의 이러한 단점
을 세부적인 선명도를 통해 드러나게 함으로써
극복해 준다. 그리고 피사체에 대한 새로운 접근
을 가능토록 하기 때문에 TV 조명이 영상에 있어
중요한 위치를 차지한다. [표 1]은 2DTV 조명과
3DTV 조명을 비교하였다.

구분	2DTV 조명	3DTV 조명
전달 방법	단안 렌즈로 촬영	두 개의 렌즈를 65mm 분리 촬영
보는 방법	직접 두 눈으로 시청	안경착용하고 시청
촬영 방법	클로즈업에서 롱 샷	거리에 따른 리그의 혼용
조명 기법	섬세하고 자연스러운 HD조명	피로감이 없고 입체감 있는 3D조명
강조 방법	클로즈업 샷(정적 이미지)	풀 샷(동적 이미지)
명도 표현	넓은 영역의 콘트라스트	과도한 콘트라스트 사용자제
컬러 표현	다양한 색 재현	진출, 후퇴 색 및 채도, 컬러 강도 고려
보는 환경	밝다	어둡다
보는 화면	다양하다	크다

[표 1] 2DTV 조명과 3DTV 조명의 비교



[그림 1] 3D 카메라 리그 방식에 따른 조명의 입사비교

현재 HDTV는 2D로 제작된 화면으로 TV 카메
라의 렌즈가 하나로, 우리가 한 눈으로 연거자를
바라보는 것과 같다. 두 눈 중 한 눈을 가리고 피
사체를 보면 평면적이고 입체감이 사라지기 때문
에 TV나 영화에서는 3점(Three Point) 조명기법
을 이용하여 인물의 입체감을 표현하고 있다. 따
라서 인물의 입체감과 질감을 살리기 위해서 TV,
영화에서는 백 라이트, 펄 라이트 등을 인물에 비
추어 입체감을 나타내고 있다.

기존의 TV는 2차원 매체이며, 3DTV를 구현하
기 위해 3차원 형태들을 제시하기 위해서는 피
사체에 대한 조명이 중요하며 그 값에 따라 입체감
이 틀려지기 쉽다. 인물 위주의 클로즈업 샷에서
3D 효과는 훨씬 더 커져 연기자의 감정 변화의
느낌을 더욱 잘 표현할 수 있다. 인물의 머리와 몸
체에 후광 느낌의 윤곽선을 만들어주는 백 라이
트는 배경으로부터 인물을 거리감을 주어 입체감
있게 만들어 주는 전통적인 조명기법이다. 3D 방
송에서도 3점 조명에 의한 역광은 입체감을 만들
기 위해 모든 장면에 기본적으로 충족되어야 할
것이다. 펄 라이트는 키 라이트의 보조 라이트로
써 키 라이트에 의해 생기는 어두운 부분을 보상
한다. 이러한 펄 라이트의 역할은 보조적 수단에
서 뿐만 아니라 3D 영상에서는 측광, 에지(Edge)
라이트 라이트로서 신체의 선을 살려주는 조명으
로 응용될 것이다.

[그림 2]는 수평, 수직리그 방식과 일체형 방식



[그림 2] 수평, 수직리그 방식과 일체형 방식의 입체 카메라



(A) 3D 시험방송 중인 음악프로그램



(B) 흥보용 3D 드라마 제작현장

품질에 주요 결정요인이 된다. 따라서 명암표현
에 있어 2D기반의 TV에서 콘트라스트 차이가 크
면 부자연스러운 영상이 만들어짐으로 조명을 부
드럽게 하고 확산시켜 완만한 콘트라스트 비율을
만든다. 3D 영상 또한 큰 시차와 과도한 콘트라스
트 비율은 3D를 무력화 시킬 수 있으므로 그런
제작환경을 피하는 것이 좋다. 특히 피사체와 배
경이 대조가 심할 때는 어두운 부분을 완화시키
고 밝은 부분을 약하게 함으로서 전체적인 화면
에 적절한 콘트라스트 비율의 조명기법이 요구된
다.

전망

1950년대 3D 연구는 영화에서 꾸준히 진행되
어 왔으며, 방송조명은 3DTV, UHDTV 등 미래의
TV에서도 보다 해상도 높고 사질감 있는 영상구
현을 할 것으로 본다.

급속히 전개되는 TV 변화의 흐름 속에 앞으로
전개될 3D 방송제작에 있어 규격화된 계측기나
방송장비, 표준화 등이 아직 마련되지 않고 있다.
향후 이런 조건이 구비되고 분위기가 조성되면
입체영상에 있어 조명은 수치적이고 정량화된 알
고리즘을 구축해 방송현장에서 시행착오의 경험
을 줄이고, 고품질의 3D 영상을 구현할 것이라 예
상된다.

미래의 조명은 TV의 진화에 따라 조명 프로세
스에서 창의적인 조명기법과 다양한 조명장비들
이 영상품질 향상을 위해 계속 등장하고 발전해
나갈 것으로 전망한다.

3D 영상을 위한 방송조명은 기존의 2D 조명에
서 입체감을 내는 요소와 3D에서 입체감을 내는
요소를 잘 혼합하여 접목시키는 것이 중요하다.
또한 질감을 살려주면서 고스트가 없는 편안한
3D 시청환경을 조성해주는 자연스런 조명이 되
도록 해야 한다. 이런 맥락에서 3D 영상의 조명은
영상 콘텐츠를 이루는 기술적, 예술적, 심리적 측
면뿐 아니라 영상언어로써, 인간의 감성을 다루
는 실제와 같은 환경을 재현해줌으로 시청자와의
새로운 커뮤니케이션을 도모하고 있다.

기존 TV에서는 빛에 의한 강한 콘트라스트는
주위의 시선을 집중할 수 있다. 반면 3DTV에서
큰 명암대비는 피사체의 입체감을 증가시켜주는
것이 아니라 오히려 감소시킬 수 있으므로 빛과
그림자의 톤과 농담 등 강약 변화를 이용한 그림
자를 완화 시켜주는 부드러운 조명기법이 요구된
다. [그림 3]의 (A)는 2010년 7월 지상파 공동 3D
시범방송으로 UHF 66채널에서 방송중인 음악
프로그램이며, (B)는 MBC 드라마넷의 흥보용 3D
를 활용 중인 드라마 별순검 프로그램의 제작현
장 장면이다.

명암비는 장면 또는 이미지의 가장 밝은 요소
및 가장 어두운 요소의 비율로 피사체의 이미지

(참고문헌)

- 김용규, 방송조명연출, 커뮤니케이션북스, 2007,
- Bernard Mendiburu 저, 이성현 역,
3D 입체영화 제작기술, 진생미디어, 2010

“다양해지는 시청자의 요구를 충족시키기 위해 더 열심히 뛵니다”



김무연
KBS 뉴미디어 미래미디어 전략국 차장

세상이 발전하는 만큼 방송에 대한 시청자의 요구도 다양해지고 있다. 뉴미디어 시대가 본격적으로 열리고 수많은 매체가 모두의 눈을 즐겁게 하는 ‘새로운 방송 패러다임의 시대’가 시작되는 것이다. 이런 상황 속에서 시시각각 변하는 방송 환경을 꾸준히 구축하고 만들어가며 내일을 준비하는 방송기술인이 있다.

뉴미디어 콘텐츠 말씀이신가요?

-네. 한 마디로 가치있는 콘텐츠를 어떤 서버 스스로 제공할 것인가를 고민하는 업무라고 보시면 되겠네요. 파일 기반 뉴미디어 관련 기획업무라고 보면 됩니다. N-스크린 서비스에 스마트 폰과 패드(Pad)형 서비스까지...향후 미래 미디어 전반적인 전략을 짜고 KBS에만 국한되지 않는 다양한 콘텐츠 서비스를 통해 더욱 높아진 시청자의 눈높이를 맞추는 일입니다.

입사하신지는 얼마나 되셨나요?

-1995년 2월 1일 입사했습니다. 입사 5년차까지 송신업무를 담당했고 그 후에 스튜디오 디지털 전환 설계, 관리 업무를 했습니다. 그 이후 3년 동안 미래미디어 기획업무를 하고 있지요.

KBS에 입사하신 계기가 있나요?

-원래 방송기술에 관심이 많았어요. 그래서 입사공고가 났을 때 정말 당연하다는 듯 지원을 했고 다행히 제 꿈을 이룰 수 있었습니다. 제 손끝에서 이뤄지는 방송의 퀄리티는 정말 아는 사람이 아니면 잘 모를 겁니다.(웃음)

김무연 차장의 웃음은 따뜻함과 함께 웬지 모를 묘한 ‘자신감’이 물어나오는 듯 했다.

지금까지 근무하시면서 기억에 남는 일이 많으셨을 것 같아요.

-근무하는 동안 참 많은 일이 있었죠. 저에게

는 모든 것이 다 기억에 남을 만한 일이었습니다. 하지만 굳이 말한다면 저는 ‘지금’이라고 말하고 싶네요. 요즘 신입사원을 대상으로 제작기획 강의를 하고 있어요. 수많은 신입사원들이 자신만의 꿈을 가지고 입사를 하고, 저는 그들에게 부족하지만 제가 할 수 있는 모든 것을 주고 싶어하죠.

신입사원 기획강의를 할 때 주로 어떤 말을 하시나요?

-여러가지 이야기를 하지만 저는 특히 스페셜리스트(Specialist)보다는 제너럴리스트(Generalist)가 되라고 합니다. 즉 멀티 플레이어(Multiplayer)가 되라는 거죠. 세상은 다양성의 시대고 하나의 기술로 모든 것을 처리하는 시대가 아니라고 생각합니다. 방송국도 마찬가지예요. 방송국의 구성원 중 기술인이 50%가 넘습니다. 그만큼 중요한 위치에 있다는 거죠. 이런 연장선상에서 저는 신입사원들에게 다양한 업무를 처리하는 ‘다재다능한’ 인재가 되라고 합니다. 또 그 런 직원을 방송국에서 더 좋아해요.(웃음)

들려오는 말에는 신입사원들에게 더 자세한 조언을 하신다면데요?

-약간의 로드맵을 짜주는 정도입니다. 처음에는 큰 줄기의 일들을 해보고 입사 후 10년 까지 자신만이 할 수 있는 업무에 완벽한 전문가가 되라는 거죠. 그리고 자신만의 업무환경을 구축하는 겁니다. 이렇게 3단계로 이야기 하곤 해요.

급변하는 제작환경 속에 방송기술의 미래가 있다.

네, 알겠습니다. 김 차장님께 교육을 받은 신입사원들은 행운아네요.(웃음) 그럼 질문을 바꾸겠습니다. 요즘 가장 관심 있는 분야는 무엇인가요?

-아무래도 파일기반 제작환경이죠. 그리고 관련 분야에서는 우리의 수준이 꽤 높다고 자부합니다. 특히 제가 관심을 두고 있는 부분은 테이프

리스(Tapeless) 카메라와 NLE 등인데요. 이런 인프라들이 사실 업종나개 중요한 부분이라고 생각합니다. 특히 KBS는 NLE를 ‘파이널컷-프로’로 확정했고 코덱도 애플사의 코덱으로 정한 상태지만, 아직 테이프리스 카메라는 확정하지 않았습니다. 아주 민감한 상황이기도 한데요. 카메라라는 것 자체가 촬영자와 편집자의 관점에 따라 받아들이는 것이 극명하게 갈리기 때문에 이러한 것들을 선정하기 위해서는 많은 노력이 필요하다고 봅니다. 저도 이런 인프라적인 부분들을 빨리 정하고 나아가기 위해 관심을 가지고 지켜보고 있습니다.

그럼 차장님의 개인적인 생각으로는 어떻게 진행될 것 같나요?

-글쎄요. 접점을 찾는 것이 중요하겠죠. 파일기반 제작환경의 중요한 인프라는 모두가 동의하는 방식으로 진행되어야 하고 설령 그것이 불가능하더라도 가장 대승적인 해결책으로 진행되어야 한다고 생각합니다. 그렇기 때문에 클라우드(Cloud) 시스템도 중요하죠.

클라우드 시스템 말인가요?

-네. 사실 아직까지는 중요도가 그리 높다고



볼 수 없지만 앞으로 방송가의 화두는 클라우드 시스템, 콘텐츠 딜리버리가 될 것이 분명합니다. 이건 신입사원 교육에서도 제가 강조하는 부분이고 앞으로 방송기술인을 꿈꾸는 학생들에게도 강조하고 싶은 부분인데요. 예전처럼 송출하고 송신하며 방송하는 시대는 저물어가고 있습니다. 다양성과 시청자의 수 많은 요구를 받아들이는 시스템이 대세가 될것이기 때문입니다. 이 클라우드 시스템은 지금 수많은 방송기술인이 관심을 가지고 있는 것으로 알고 있습니다. 저도 그렇고요.

계획의 큰 틀 아래서, 모든 것을 꿈꾼다

네, 알겠습니다. 그렇다면 마지막으로 차장님의 꿈을 듣고 싶습니다.

-꿈이라고 말하기 거창하지만 저는 업무적으로 자리에 연연하지 않고 역량을 충분히 갖춘다음 방송기술의 전반적인 로드맵을 설정하는 사람이 되고 싶습니다. 지금도 기획부서에 있지만 사실 커다란 그림을 그리고 좌표를 설정하는 일이 중요거든요. 많이 부족하지만 저는 그런 사람이 되고 싶으며 그 꿈을 이루기 위해 열심히 내공을 쌓을 생각입니다.



모든 일에는 청사진이 필요한 법이다.

하지만 소소한 일들을 처리하는 사람은 많아도 커다란 그림을 그려 계획을 수립해 나갈 수 있는 사람은 흔하지 않은 것이 현실이다.

이런 상황 속에서 김무연 차장은 뉴미디어 방송 기술을 위한 로드맵을 그리고 실천할 수 있도록 지금도 열심히 노력하고, 공부하고 있다.

“시청자의 모든 요구를 들어줄 수 있어야죠”라고 웃는 그의 앞길에 성공만이 있길 기원해 본다.

「한국방송기술인연합회」 홈페이지 개편!!

● 한국방송기술인연합회

club.kobeta.com

● 방송과기술

magazine.kobeta.com

● 방송기술저널

journal.kobeta.com

● 모바일 방송기술저널

m.kobeta.com

*외부필자의 기고는 본지의 편집방침과 일치하지 않을 수 있습니다.

주파수 경매, 앞으로가 더욱 중요하다

문보경
전자신문 기자

국내 처음으로 치러진 주파수 경매가 마무리됐다. 29일 KT가 1.8GHz 대역에 대한 입찰을 포기하면서, SKT가 9,950억 원에 이 대역을 가져갔다. 대신 KT는 800MHz에 단독 입찰해 최저경쟁가격 2,610억 원에 낙찰 받았다.

지난 17일부터 국내 처음으로 진행된 주파수 경매는 800MHz, 1.8GHz, 2.1GHz 대역이 대상이었다.

방송통신위원회가 7월 주파수 경매에 관한 주파수 할당 신청서와 주파수 이용계획서를 접수받은 결과 SKT, KT, LGU+ 등 이동통신 3사가 신청했다. 할당 공고사항 부합 여부, 무선국 개설과 사업허가 결격사유 해당 여부 등의 할당신청 적격심사를 한 결과 모두 적격으로 확인됐다.

이에 앞서, 방송통신위원회는 2.1GHz 경매에 KT와 SKT의 입찰을 배제함으로써 LGU+가 단독 참여했다. 2.1GHz 대역은 스마트폰 이용자 1,000만 시대를 맞아 급증하는 무선트래픽을 수용할 수 있는 대역으로 꼽히며 이통 3사가 치열한 확보경쟁을 벌여왔다. 방통위는 유효경쟁 차원에서 LGU+의 손을 들어준 것으로 풀이된다. 2.1GHz 대역에 대한 각 사의 필요성은 모두 같지만 가용대역 120MHz 폭 가운데 SKT와 KT가 이미 80% 이상을 보유하고 있다는 점 때문이다.

이로 인해, 가장 치열한 접전은 1.8GHz에서 벌어졌다. KT 입장에서는 기존 20MHz와 새로운 대역을 둑어 서비스할 경우 속도가 2배가량 빨라진다. SKT는 KT를 견제해야 하는데다, 매물로 나온 800MHz 대역을 사들여도 효용성은 떨어진다. 현재 다른 800MHz 대역에서 서비스 중인 LTE 대역과 당장 연계하기 어렵다는 이유다. SKT는 예상대로 800MHz 입찰에는 참여하지 않았고, KT도 막판에 1.8GHz를 포기하면서 입찰에 들어갔다.

각 대역별 주파수 경매 최저경쟁가격은 800MHz는 2,610억 원, 1.8GHz과 2.1GHz는 각각 4,455억 원이었다.

경매 형태는 '동시오픈 입찰 방식'으로 진행됐다. 같은 날, 같은 시간에 참가대상 기업 모두 입찰서를 제출하는 형태로 진행한다. 동시오픈은 상한가는 있지만 하한가는 정해져 있다. 전 입찰에서 최고 가격의 1% 이상을 써내야 한다. 무제한으로 입찰에 참여할 수 있고 입찰을 포기하면 자연스럽게 승자가 결정된다. 이러한 방식 때문에 주파수 가격은 경매가 진행될 때마다 급격히 올랐다. 예상대로 경매가는 이미 두 배를 넘어섰다. 4,455억 원에서 시작된 1.8GHz 주파수 경매는 24일 경매가가 8,000억 원을 넘어서더니 9,950억 원까지 치솟았다.

1.8GHz의 가치는 8,000억 원에서 1조 원 사이로 추정된다. 더러는 1조 5,000억 원까지 가치를 인정하기도 한다.

전문가들은 1조 원대 초반에서 경매가 끝날 것으로 내다봤다. KT와 SKT 양측이 여전히 입찰의지를 보였지만, 가격 대비 효용성을 고려하면 1조 원 이상은 두 회사 모두 쉽지

않다는 분석이 지배적이었다. 결국 KT가 주말을 앞두고 유예신청을 했다.

주말 숨고르기를 통해 KT는 1.8GHz 포기를 택했다. 사회적 논란 및 국가적 손실을 초래하는 것을 방지하기 위해서라는 것이 이유다. KT는 "이번 경매가 무한경쟁으로 치닫을 경우 소비자 요금전가에 대한 우려의 시각 등을 감안하여 추가 입찰참여를 중단한다"며 "이 재원을 클라우드 컴퓨팅, 콘텐츠 산업 활성화 및 중소기업 상생 등에 적극 활용하여 국내 IT산업 발전에 기여할 계획"이라고 밝혔다.

사실 두 회사 모두 입찰 가격이 8,000억 원을 넘어가면서 부담을 느껴 온 상황이었다. 역대 주파수 할당 가격에 비춰 볼 때 8,000억~1조 원 사이가 주파수 적정 가치지만 이전 대역과 비교해 경제성이 떨어진다는 지적도 있었다. 이에 따라 내심 7,000억~8,000억 원 정도를 적정 가격으로 보았으나 1조 원에 임박하자 바짝 긴장했다.

방통위가 연말 정도에 추가 주파수 대역을 발굴해 발표할 계획이라고 밝힌 바 있어, 새로운 주파수 대역이 경매에 나올 가능성도 비춰지고 있다. 현재 거론되는 대역은 디지털 TV 전환에 따른 700MHz 대역과 2.6GHz 대역 등이다.

이러한 상황을 종합해 보면, 승자의 저주에 대한 우려가 나올지도 하다. 승자의 저주는 낙찰자가 지나치게 비싼 대가를 치른으로써 오히려 사업이 더 힘들어지는 것을 말한다. 통신비 상승 문제도 고려해야 한다.

어찌됐건 경매는 끝이 났다. 이제 SKT가 9,950억 원을 내고 1.8GHz 대역 내 폭 20MHz를 10년간 쓴다. 이제 무엇보다 새 주파수 이용효율을 높이는 게 중요하다. SKT는 3년 내 인

구 기준 30%, 5년 내 60%를 포함하는 통신망 구축 의무를 성실히 지켜야 한다.

방통위는 첫 경매였던 만큼 그간 지적된 사안을 보완하겠다고 밝혔다. 이참에 주파수 경매 자체에 대한 점검도 필요하다. 주파수 경매제가 과연 최선의 정책 수단인지 점검해 보자는 목소리도 높아지고 있기 때문이다.

디지털이동전화, PCS, IMT-2000, 와이브로까지 우리나라에서 주파수 할당은 곧 신규 서비스 정책이었다. 경매제는 정부가 앞으로 이 역할을 하지 않겠다는 뜻이다. 심사 할당 때마다 얼마나 로비와 특혜 시비에 시달릴 필요는 없을 것이다. 하지만 신규 서비스를 통한 관련 산업 활성화와 국민 편의 증대라는 정책적 목표를 달성하길 어렵다. 일례로 할당받은 사업자가 주파수만 확보한 채 투자를 하지 않기도 한다. 이 때 투자를 강제해야 하는데 경매제엔 그 근거가 없다.

경매제에 의존하다보면, 할당이 필요한 분야가 소외될 수도 있다. 방송업계에서는 디지털 지상파TV 방송용 주파수 외에 차세대 방송을 위한 주파수가 필요하다고 목소리를 높이고 있다. 향후에는 고화질(HD)TV보다 4~16배 선명한 UHDTV나 3차원(3D)업체 방송이 도입될 것으로 전망된다. 이러한 차세대 서비스에 대한 준비 없이는 막상 이를 도입하려고 할 때 주파수 부족으로 늦어질 수밖에 없다는 것이다. 신규 주파수 할당은 공공 분야, 특히 재난안전 쪽에서도 필요하다. 일본 대지진과 지난 7월 폭우를 경험하면서 빼저린 경험을 한 터다.

방송통신융합과 방송사에 거는 기대

박재홍
한국 방송공학회장

돌아보면 한국에서도 이미 트라이버전스의 기회는 있었다. 통신사가 지배적 지위를 가졌던 때, 통신망과 고객의 접점을 기반으로 단말의 하드웨어와 소프트웨어에 대해 확실한 '깁'의 지위를 가졌었을 뿐만 아니라 직접 단말제조업을 벌였으며, '깁' 지위로 콘텐츠와 소프트웨어에 대한 불가침 수준의 영향력을 행사하여 왔다. 그러나 통신사들은 눈앞의 이익수치를 극대화하는데 그칠 뿐 진정한 융합에 의한 혁신을 이루지 못한 것이 치명적 한계였다는 점을 기억할 필요가 있다.

방송통신분야에서 융합이 폭넓게 회자된 것은 IPTV를 이야기하면서부터일 것이다. IPTV의 융합은 통신사가 주도하는 융합이다. 스마트 TV란 애플, 구글, 삼성전자가 주도하는 또 다른 융합 플랫폼이다. 이러한 융합 속에서 방송사는 콘텐츠의 대가를 더 받거나 콘텐츠 앱을 통하여 더 많은 수익을 얻는 것을 기대할 수 있다고 생각한다면 그 뿐일 수 있다.

2012년 말이면 지상파 방송이 디지털로 전환하면서 잉여 주파수를 회수하여 다른 용도로 활용하게 될 것이다. 뿐만 아니라 미국으로부터 시작된 White Space에서의 Cognitive Radio

기술은 곧 남아있는 방송주파수의 틈새에서 마저 그 주도권이 구글이나 애플 또는 MS에게 넘어가는 것을 예고하고 있다. 방송사는 언제든 "No!"라고 말할 수 있고 그럴 기회는 남아 있겠지만 이러한 움직임은 거대한 물결처럼 몰려 올 것이다. 그러나 "No!"라는 피켓을 든 채로 파도 속으로 가라앉는 결과를 초래할지 모른다.

정말 그 뿐일까? 그렇지 않을 수 있다. 방송사에게는 '콘텐츠'가 있다. 또한 위험과 위협으로 다가오는 White Space의 Cognitive Radio에도 오히려 올라 탈 수 있는 기회가 분명 있다. 현상적으로는 트라이버전스가 콘텐츠와 애플리케이션을 일거에 끌어 간 것으로 보인다. 하지만 시간이 흘러도 무게의 중심은 콘텐츠와 애플리케이션에 더 가까이 있을 것이다. 문제는 여전히 입체적이고 효과적으로 융합을 이끌 수 있는 것이다. '내가 가진 것'에 집착해서는 혁신을 이루어 낼 수 없다. 혁신의 물결 속에서 혜엄칠 수밖에 없는 자가 내가 가진 통나무만을 고집한다면 영원히 뗏목도 범선도 없을 것이다. 결국 언젠가는 역사의 물결 속으로 가라앉고 말 것이다. 방송사들이 단기

적인 시청률에 급급하지 않고 참으로 판도를 바꿀 수 있는 혁신을 향한 진취성을 발휘할 때다.

필자는 누구보다도 방송사들이 스스로 거센 물결을 만들어내는 글로벌 미디어 그룹이 되기를 기대한다. 그러나 방송사에게는 어찌 보면 더 큰 문제가 있다. 규제이다. 특히 자본과 소유 구조에 대한 규제가 가장 큰 문제로 판단된다. 규제란 때로는 족쇄이기도 하고 때로는 보호막이기도 하다. 글로벌 미디어 기업이 되기 위해서는 자본의 유입과 축적이 가능한 구조여야 하나 현재의 방송사에게 이는 불가능해 보인다. 문제의 원천은 방송사를 바라보는 정치, 문화, 산업 세 개의 시각 중 정치적 시각에 있다고 판단된다. 방송사들이 '더 크고 새로운 창조'를 위하여 보호막 밖으로 과감히 나설 필요가 있다. 한편, 우리의 방송계와 방송을 둘러싼 정치권, 미디어 전문가 그리고 방송사가 글로벌 기업이 되기를 기대하는 국민들에게 방송에 대한 규제가 걸림돌이라는 인식이 좀 더 커지기를 바란다.

스티브 잡스가 스탠퍼드 대학의 졸업식에서 남긴 마지막 말이 생각나는 때이다. "Stay hungry. Stay foolish."

언론을 보는 맑은 창!

미디어오늘
www.mediatoday.co.kr

언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

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

구독신청 : 전화 02-2644-9944(미디어오늘 판매팀)
인터넷 : www.mediatoday.co.kr 정기구독신청 이메일 : help@mediatoday.co.kr
구독료 : 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)

미래를 바꾼다. KAIST 과학저널리즘대학원



과학저널리즘상 공모(상금 2,000만원)

KAIST는 한해 동안 과학관련 기사/프로그램 중에서 우수작을 선정하여 시상합니다. 금년에는 세계적으로 큰 영향을 준 일본 후쿠시마 원전사고 관련 보도를 대상으로 시상할 예정입니다. 원자력사고 보도는 물론 사고에 따른 국내외 과학기술정책 경제 산업 사회 문화 영향을 분석 보도한 기사/프로그램을 아래 접수처로 보내주시면 감사하겠습니다.

- 제출물 : 기사 또는 프로그램의 복사본, 작품 설명서와 제작자 소개서
(가능하면 이메일 접수, 프로그램 경우 CD 포함)
- 제출기한 : 2011년 9월 16일
- 문의 : KAIST 과학저널리즘대학원, 담당자 윤미경
042-350-4092
- 접수처 : yoonc1014@kaist.ac.kr
- 평가기준 : 정확성, 균형성, 정시성, 예견성 등
- 시상식 : 2011년 10월 6일(목) 16시, 서울 프레스센터
- 홈페이지 : <http://sj.kaist.ac.kr>

2012학년도 KAIST 과학저널리즘대학원 학생모집

■ 입학전형일정

- 원서접수 : 10월 6일(목) ~ 17일(월)
- 1차 합격자 발표 : 11월 16일(수) 17시 이후
- 면접시험 : 11월 18일(금) ~ 23일(수)
- 최종합격자 발표 : 12월 8일(목) 17시 이후
- 모집인원 : 석사학위과정 30명 내외

■ 교육과정

- 학위과정 : 석사
- 수업형태 : 주말과정(토)
- 수업연한 : 2년제
- 학기운영 : 년 3학기 제

■ 모집대상

미디어분야 종사자, 미래전략기획 및 홍보분야 전문 희망자 등

■ 입시설명회 개최

- 일시 : 9월 24일(토) / 10월 1일(토) / 10월 8일(토) 19:00
- 장소 : 서울 강남구 도곡동 캠퍼스

■ 문의 및 홈페이지

- 문의 : 042-350-4092, 4202
- 홈페이지 : <http://sj.kaist.ac.kr>