

## 700MHz 주파수 달라 너도 나도 아우성 이젠 행안부까지 요구 ... 통신진영 '버럭'

차세대 방송 및 뉴미디어 기술에 반드시 필요한 700MHz 주파수를 억지 논리를 내세운 통신사들이 '어론전'을 펼치며 군침을 흘리는 가운데, 이제는 행정안전부(이하 행안부)까지 해당 주파수를 요구하고 나섰다.

점입가경(漸入佳境)이 따로 없다.

약 1년여 남은 디지털 전환을 앞두고 뉴미디어의 발전을 위해 활용되어야 할 700MHz 주파수에 대해 아직 방송통신위원회(이하 방통위)의 명확한 할당 방침이 나오지 않은 틈을 타, 이제는 행안부까지 재난통신사업에 해당 주파수를 활용해야 한다고 나서고 있다.

그러자 주파수 정책 로드맵 부재를 여실히 드러내고 있는 방통위를 비롯해 자신들의 정책적

오류를 무시하고 자본주의의 논리만으로 국민의 공공재를 노리던 통신진영은 강력하게 반발하고 있다.

특히 통신진영의 전문가들은 데이터 트래픽과 통신사업의 발전을 이유로 700MHz 주파수를 할당받아야 하는 당위성을 강하게 주장하던 중이었기에 이번 행안부의 주장이 달갑지 않은 눈치다.

이유는 간단하다.

통신진영은 지금까지 '통신 사업의 발전'이라는 미명하에 해당 주파수 할당을 요구하고 있었지만 실상 '무제한 데이터 요금제의 남발로 인한 정책적 실패'와 '이윤만 추구하는 통신사'라는 원죄에서 벗어날 수 없다. 즉 자신들의 정책적 실패

와 더불어 '국민의 공공재'를 경제적인 잣대로만 판단한다는 비판에서 자유로울 수 없는 것이다. 이런 상황에서 비록 할당 확률은 적으나 행안부가 '재난통신사업'이라는 '공익'적인 가치를 내세우자 신경질적인 반응을 보이는 것으로 이해할 수 있다.

물론 이번 행안부의 방침은 쉽게 받아들여지기 힘들 전망이다. 방통위에서도 관련 사항을 전혀 고려하지 않고 있는 것도 사실이다. 많은 전문가들도 700MHz 주파수 활용에 있어 재난통신사업에 회의적인 반응을 보이고 있다.

그러나 700MHz 주파수에 대한 방통위의 정책적 결정이 지지부진한 사이 해당 주파수 할당에 관련된 논의는 지금도 진행 중이다.



## 빛고을 광주, 입체의 도시로 제3회 3D 한국국제영화제 열려

광주광역시와 영화진흥위원회가 주최하고 3D 한국국제영화제 조직위원회(3D KIFF)와 ㈜매경닷컴, MBN 매일방송이 주관하는 '제3회 3D 한국국제영화제(3D Korea International Film Festival)'가 11월 17일부터 21일까지 화려한 막을 올린다.

이 영화제는 아시아에서 유일한 3D 영화제로 미국, 유럽 등에서 제작된 다양한 영화를 상영할 뿐만 아니라 국내는 물론 해외 영화 제작자와 거장들을 초청해 관련 세미나와 컨퍼런스, 워크숍 등을 연다. 또 영화제 기간 동안 일반인 시사회를

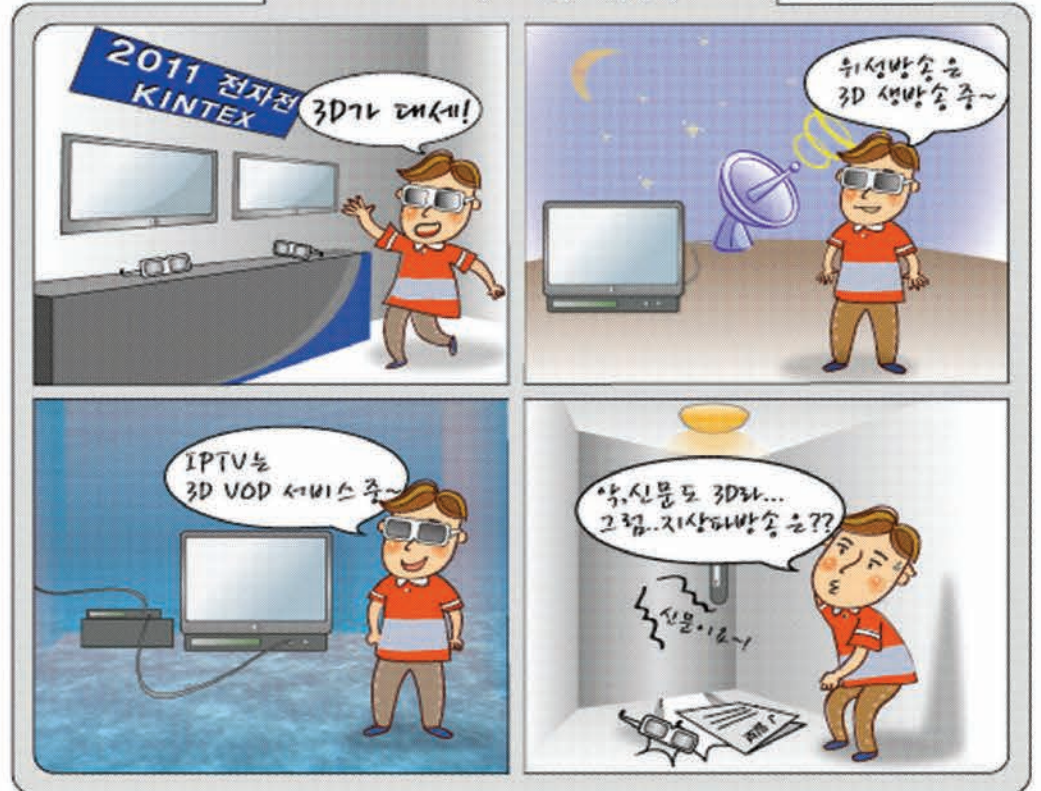
통하여 총 100여 편의 작품 중 50여 편이 매일 상영되며, 3D 컨퍼런스 및 세미나와 워크숍 등을 통하여 전세계의 3D 기술과 정보를 접할 수 있는 나만의 장이 조성될 예정이다.

특히 올해는 세계 최고의 3D EXPO인 'Dimension 3'와의 제휴로 인해 SEA REX (Dimension3 Festival 2011 [France] Best Entertainment & Best Stereography Awards 상 수상작) 같은 우수한 작품들이 출품될 예정이어서 국내 3D 영화팬들의 마음을 더욱 설레게 하고 있다.

만평  
제62화

### 3D가 대세!?

김성훈



## 2011 방송기술대상 공고

- 한국방송기술인연합회는 국내 방송기술 또는 연합회의 발전에 크게 기여한 방송기술인에게 "2011 방송기술대상"을 수여합니다.
- "2011 방송기술대상"의 수상자 추천 방법은 아래와 같습니다. 회원 여러분의 많은 참여 바랍니다.

### 1. 목적 및 대상

- 가. 국내 방송기술의 발전에 지대한 공헌을 한 회원
- 나. 방송기술 환경 개선, 업무 개선, 효율성 제고를 위한 새로운 기술 및 지식의 도입에 공이 큰 회원
- 다. 방송기술인 간 기술정보 교류의 활성화에 공이 큰 회원
- 라. 방송기술인의 자긍심과 한국방송기술인연합회의 발전에 크게 기여를 한 회원

### 2. 응모대상

- 가. 각 방송사의 현업에 재직 중인 한국방송기술인연합회 회원 중 각 방송사 기술인협회의 추천을 받은 회원
- 나. 각 방송사당 2인 이내 추천
- 다. KBS는 5인 이내, MBC는 3인 이내 추천

### 3. 시상내역

| 종류  | 대상자 | 시상내역              | 비고          |
|-----|-----|-------------------|-------------|
| 대상  | 1명  | 상패 및 NAB 2012 참관  | 2012년 4월 시행 |
| 우수상 | 3명  | 상패 및 CCBN 2012 참관 | 2012년 3월 시행 |
| 격려상 | 5명  | 상패 및 상금 30만 원     |             |
| 특별상 | 1명  | 상패 및 상금 50만 원     | 별도 선정       |

### 4. 심사일정

| 일자               | 내용     | 비고               |
|------------------|--------|------------------|
| 11월 2일           | 공고     |                  |
| 11월 3일 ~ 11월 25일 | 추천서 접수 | 마감일 도착분에 한하여 유효  |
| 11월 28일 ~ 12월 2일 | 심사     | 순위 결정            |
| 12월 8일(목)        | 시상     | 방송기술대상 시상식 및 송년회 |

### 5. 제출서류

- 가. 소정양식의 추천서(첨부)
- 나. 공적을 증명하거나 추천서를 보충 설명할 수 있는 자료 (필요시)
- 다. 제출방법
  - 각 사의 협회장이 취합하여 인터넷 메일로 파일 제출 (협회장의 메일로 발송한 경우 협회장이 추천한 것으로 인정) (kobeta@kobeta.com 제출 후 반드시 연합회 사무실로 전화 연락요망)
- 라. 문의 : 한국방송기술인연합회 사무처 ☎ 3219-5635~9)

### 6. 유의사항

- ▶금년도 공적에 한함(엄격히 적용함)
- ▶단, 2011년 이전의 기술이나 공적이라도 금년에 사용되었거나 효과가 발생한 경우는 허용
- ▶각 협회장은 수상 대상자에서 제외





## 사설

700MHz 주파수,  
그리고 통신사의 이중성

## 행정안전부의 700MHz 찌르기

저번 달 20일, 행정안전부와 한국 정보화진흥원은 재난안전통신망 기술 검증 공개 토론회를 열고 재난안전 통신망에 사용될 통신기술로 “기술 검증과 사업타당성을 종합적으로 검토한 결과 와이브로(Wibro)와 테트라(Tetra)가 가장 적합한 것으로 판단된다”고 밝혔다.

그런데 이 대목에서 의미심장한 문구가 삽입되어 있어 이목을 끌고 있다. 바로 행안부가 와이브로망의 경우 보안상의 이유로 700MHz 대역을 이용하는 자가망을 구축하겠다는 입장을 내세운 것이다. 700MHz 주파수, 모두가 생각하는 바로 그 주파수다.

## 방통위와 통신산업의 극한 ‘반발’

이에 방통위는 즉각 “재난망을 기존 테트라가 사용중인 800MHz 또는 상용망을 중심으로 진행하라고 공문을 보냈고 그 입장은 변함이 없다”며 “실무회의에서도 700MHz는 안된다”는 입장을 분명히 했다”고 말했다. 즉, 행안부의 이 같은 주장은 재고할 가치조차 없다는 뜻인데, 사실 이면을 살펴보면 방통위의 주장은 틀린 것이 없다. 행안부는 이번 발표를 통해 사실상의 ‘테트라’ 밀어주기를 시도하고 있다는 의혹을 받고 있으며, 무엇보다 인프라 구축에 들어가는 천문학적인 경비는 물론 700MHz 주파수를 활용하려는 의도 자체가 관점을 벗어난다. 심지어 “700MHz 대역에서 와이브로 자가망을 구축해 민간에서 운용하게 하는 것”이라 주장하는 행안부의 방침은 전기통신사업법 65조를 위반할 소지도 있다.

그런데 우리는 여기서 통신산업의 거의 경계에 가까운 반응에 의아함을 감출 수 없다. 친(親) 통신 언론사로 분류되는 이들은 거의 하루 간격으로 행안부의 이 같은 정책에 제동을 걸고 나선 것이다. 심지어 <황금 주파수 누더기 될까>는 자극적인 제목으로 행안부의 이번 정책을 강도 높게 비판하기도 했다.

## 그들이 비판하는 근거가, 공공재?

통신산업은 이번 행안부의 정책을 비판하며 아직 용도가 불확실한 700MHz 주파수는 국제표준을 감안하고 데이터 트래픽을 감안할 때 당

연히 통신산업에 할당 되어야 한다고 주장하고 있다. 여기까지는 별반 새로운 것도 없다. 그런데 행안부 주장을 반대하는 근거에 ‘공공재’라는 말을 언급해 눈길을 끈다.

앞서 언급했던 기사, 즉 사설 <황금 주파수 누더기 될까>를 보면 이런 대목이 나온다. (700MHz 주파수는) 가장 효율성이 높은 곳에 사용돼야 하고, 공공재라는 성격을 감안할 때 시장논리로만 해결할 수 있는 노릇도 아니다’

여기서 정식으로 묻고싶다. 무제한 데이터 요금제로 가입자를 마구잡이로 유지한 뒤, 해당 주파수가 고갈되자 말 그대로 경제적인 이득을 위해 뉴미디어 환경에 반드시 필요한 700MHz 주파수까지 손을 뻗치는 그들이 과연 국민의 ‘공공재’를 논할 자격이나 있는가.

만약 진정으로 주파수를 국민의 공공재로 활용할 계획이라면 애시당초 무제한 데이터 요금제로 인한 트래픽 증가에 책임을 지고 효과적인 대처방안을 내놓는 것이 순서였을 것이다. 그런데 그런 후속조치는 모두 빼놓고 이제와 행안부라는 예상치 못한 복병이 나타나자 주파수가 국민의 ‘공공재’라고 언급하는 것은 자독한 어불성설이 아닌가.

그래서 다시 주장한다. 700MHz 주파수는 국민의 공공재라고.

아마 통신산업에서는 행안부의 이번 주장을 통해 주파수 할당 논의가 ‘공공의 이익’이라는 프레임 안에서 논의되는 것 자체에 큰 부담을 느꼈을 것이다. 이젠 치킨런 게임을 주도하며 지독한 돈 잔치를 벌였던 통신사들의 원죄와도 같다.

그렇기 때문에 이런 상황에서 국민의 공공재를 주장할 수 있는 것은 지상파 방송사뿐이다. 이유는 간단하다. 주파수를 돈의 논리로 재단하는 것이 아닌, 무료 보편적 서비스를 추구하는 쪽이 더욱 ‘공익’의 개념에 앞서는 때문이다.

어찌됐든, 이번 행안부의 주장으로 인해 통신산업의 이기적인 이중성을 확인한 것은 뜻하지 않은 우연이리라.

이제 지상파 방송사들도 효과적인 700MHz 주파수 대응 정책에 있어 적극적인 정책 추진이 그 어느 때보다 절실한 시점이다.

## 약사법 개정, 종편과 제약사의 밀월?

종합편성채널(이하 종편) 개국이 초읽기에 들어가고 미디어렐 법안 문제를 둘러싼 첨예한 대립이 극에 달하는 지금, 제약사들의 종편 투자 현황이 새삼 주목받고 있다.

민주당 최종원 국회의원에 의하면 현재 종편 및 보도전문채널에 투자한 제약사는 총 11곳으로 상위 40개 제약사 중 11개 사가 여기에 투자했다고 밝혔다. 현재 이보다 더 많은 13개 제약사가 투자를 하고 있으며 금액은 총 230억 원에 달한다는 주장도 나오는 상황이다.

이와 관련해 언론소비자주권 국민캠페인을 비롯한 시민단체들은 “방송통신위원회(이하 방통위)가 종편이 가져가는 광고시장 파이를 더욱 키워주기 위해 제

약사들의 종편 투자를 좌시했으며, 동시에 의약품 광고시장을 키우려는 시도를 보이고 있다”며 강력히 반발하고 있다.

여기에 새삼 약사법 개정안 문제까지 겹치면서 상황은 점점 꼬여가는 형국이다. 후보 시절부터 약사법 개정을 반대하던 이명박 대통령은 최근 국민적인 여론을 의식하며 일반 슈퍼마켓에서도 간단한 의약품들을 판매하는 약사법 개정안을 김황식 총리가 대독한 2012년 예산안 시정연설을 통해 발표했다. 이 연설에는 약사법 개정을 위한 국민적 타당성을 역설하며 일반 의약품도 국민의 건강을 위해 일반 슈퍼에서도 판매할 수 있도록 하겠다는 의지가 담겨있다.

하지만 이 약사법 개정안이야말로 국민의 의약품 접근성을 감안해 정책적으로 풀어나가야 함에도 불구하고 현 정부는 종편에 광고이익을 더 몰아주기 위한 일종의 편법으로 활용했다는 주장이 일부 언론사로부터 흘러나오기 시작했다. 즉, 약사법 개정을 통해 제약사들의 광고 및 홍보를 위한 운신의 폭을 넓혀주었고 그 동력을 종편에 집중시켜 궁극적으로는 종편의 광고시장 영향력 확대에 초점을 맞추었다는 것이다.

물론 그 중심에는 방통위가 있다. 한편 전문가들은 가뜰이나 공정방송을 기대하기 힘든 신문 사업자 출신의 종편이 어떤 파행적인 행보를 보일지 큰 우려를 나타내고 있다.

## 법원 “CJ헬로비전 지상파 재송신 중단”

지상파 재송신을 둘러싼 지상파 방송사와 복수종합유선방송사업자(이하 MSO)의 갈등이 악화일로로 치닫고 있다.

지난달 28일 서울고등법원 민사5부(부장판사 노태약)는 KBS·MBC·SBS 등 지상파 방송3사가 지난 7월 CJ헬로비전을 상대로 낸 ‘저작권 침해 중지 가처분 간접경제 신청’을 받아들여 “피고

(CJ헬로비전)는 판결문 송달일로부터 디지털 방송 신규 가입자들에 한해 지상파 재송신을 하면 안 되며, 이를 어길 시 지상파 방송3사에게 각각 하루 5,000만 원씩을 지급하라”고 선고했다.

이에 CJ헬로비전은 디지털 방송 신규 영업을 중지하거나 1월 1억5,000만 원을 지상파 방송 3사에 지급해야 하는 선택의 기로에 놓이게 됐다. 최악의 경우

에는 지상파 재송신 전면 중단이라는 상황이 발생할 수도 있다.

한편 재판부가 판결문에서 “분쟁이 단기간 내에 방송통신위원회의 중재나 당사자 사이의 합의에 의해 종결될 것으로 보이지 않아 간접경제를 할 필요성이 있다”고 밝힘에 따라 방통위의 역할론이 또다시 도마 위에 올랐다.

## 한-미 FTA, 방통위는 OK?

한-미 FTA 국회 비준을 앞두고 여야 간 치열한 공방전이 예상되는 가운데 방송통신위원회가 <방송법 시행령>과 <방송프로그램 등의 편성에 관한 고시> 일부 개정안을 각각 입법예고해 눈길을 끌고 있다.

특히 이번 개정안에는 타국에서 제작된 애니메이션, 드라마 등의 콘텐츠 편성비율을 대폭 완화하는 방안이 포함되어 있어 방통위가 FTA 발효에 너무 적극적으로 나서는 것이 아니냐는 비판이 터져나오고 있다.

하지만 방통위는 “방송사업자의 편성 자율성을 제고하려는 것”이라고 주장하며 “국제적인 시대적 흐름에 따라가는 것 뿐”이라며 일축하고 있다. 그러나 한-미 FTA 반대 측에서는 “외국제작물 수입이 특정 국가에 몰릴 수 있다는 점에서 우려된다”는 의견을 밝히며 방통위의 정책에 반대하고 있다.

한편 이번 한-미 FTA 국회 비준을 앞두고 방통위가 입법예고한 개정안에는 국내제작 영화 편성비율을 20%, 국내제

작 애니메이션 편성비율을 케이블, 위성 방송, PP 등(지상파 제외)에 30%로 각각 완화하는 내용이 담겨있으며 ‘국내제작 영화’와 관련해 “방송사업자는 해당 채널별로 연간 전체 영화방송시간의 100분의 25 이상 편성해야 한다”고 적시되어 있는 것으로 알려졌다.

이는 국내 방송시장에 대대적인 후폭풍을 몰고올 것이 확실해 보이며 향후 방통위를 비롯한 유관 단체의 대처에 큰 관심이 쏠리고 있다.

## SBS 광고 직접영업 선언… ‘대혼란’



종합편성채널에 이어 SBS가 미디어렐(방송광고판매대행사)을 설립해 직접 광고영업에 나서기로 함에 따라 방송광고시장에 큰 혼란이 예상되고 있다.

SBS의 지주회사인 SBS미디어홀딩스는 지난달 27일 이사회를 열어 자본금 150억 원 규모의 (주)미디어 크리에이티브

설립을 공식 의결했다. SBS는 창사기념일인 이달 14일에 광고주들을 대상으로 설명회를 개최할 예정이다. SBS는 “종편 등장 등 미디어 환경이 급변하는 상황에서 국회의 미디어렐 입법을 마냥 기다릴 수만은 없다”며 독자 미디어렐 설립 이유를 설명했다.

그러나 SBS가 광고 직거래에 나설 경우 이미 직접영업을 선언한 종편뿐만 아니라 재원을 광고에 의존하고 있는 MBC 또한 독자 영입에 뛰어들 것이 뻔해 방송광고시장이 크게 요동칠 것으로 보인다. MBC는 이미 사무실까지 내고 광고 상주 인력을 10여 명 배치한채 상

황을 조율하고 있는 실정이다.

이에 전국언론노동조합은 성명을 내고 “SBS미디어홀딩스의 광고 직접영업 강행은 올바른 미디어렐 입법을 염원하는 시민들의 상식과 원칙에 반한다”며 미디어렐 설립을 철회할 것을 요구했다. 전국언론노동조합 SBS본부 역시 “본사의 광고재원 유출과 자율성 침해를 가져올 모든 책임을 SBS 경영진에 묻겠다”고 밝힌 뒤 “미디어생태계를 교란하고 SBS의 위상을 나락으로 떨어뜨릴 미디어홀딩스의 광고 독자영업을 모든 시민사회단체와 함께 끝까지 막아내겠다”고 선언했다.

## ‘한국방송기술인연합회 체육대회’ 성황리에 개최

한국방송기술인연합회(이하 연합회)는 지난달 29일 경기도 고양시 덕양구 지축동에 위치한 매미골에서 양창근 연합회 회장을 비롯한 연합회원 200여명이 참가한 가운데 체육대회를 성황리에 개최했다.

북한산 둘레길 등정으로 시작된 이번 체육대회는 전국 23개 방송사에서 모인 연합회원들이 각 방송사별로 팀을 나누어 팔씨름, 닭싸움, 코끼리코 릴레이 등 다양한 게임에 참가해 화합의 시간을 가졌으며, 체육대회의 하이라이트인 축구 대회에서는 CBS가 작년에 이어 또다시 우승(준우승 KBS)을 차지했다.



## 촌철살인(寸鐵殺人)의 한 마디

“**〈종편의〉문어발식 미디어 경영이야말로 부패의 온상. 영국도 마찬가지**”(영국 러프버러대 머독 교수)  
 ≡**방한 중 국내 일간지와 인터뷰하며…외국사제 좋아하는 윗분들 꼭 마음에 새겨주시길. 그런데 이름이 머독 이시네요. 아이러니하네.**

“**오늘 최종적으로 SBS네트워크의 기동을 이루는 지역민방 사장들도 뜻을 함께 했다.**”(우원길 SBS 사장)  
 ≡**미디어 광고영업사 미디어크리 에이트를 자회사로 편입시키며…정말? 정말인가요?**

“**MSO들과 종편사들의 집단협상은 고발조치가 가능하다.**”(조준상 언론연대 사무총장)  
 ≡**26일 국회에서 열린 ‘멈추지 않는 종편특혜, 채널배정 협상을 진단한다’ 토론회에서…우리나라는 종편 특혜라면 법까지 어길 기세**

## “방통위, ‘통과의례식’ 의견수렴 중단해야”

방송통신위원회가 지난달 20일 서울시 송파구 한국방송통신전파진흥원 18층 회의실에서 700MHz 주파수 대역에 대한 각계의 의견수렴 절차를 밟았으나 이는 일종의 ‘통과의례’에 불과하다는 비판이 제기되고 있다.

이번 의견수렴은 방통위, 학계, 방송사, 통신사, 가전사, 국제연구기관, 민간연구기관, 시민단체 등에서 모두 23명이 참여했으나 통신과 방송의 인적 구성 비율이 16대7이라는 극심한 불균형 상태에서 이뤄졌다.

특히 방통위는 통신 쪽에만 발제 기회를 부여했으며, 사전논의도 없이 일방적으로 발제 내용을 통보받은 지상파 방송사 측의 반발로 의견수렴 과정은 논의조차 이뤄지지 못하고 파행으로 끝난 것으로 알려졌다.

이에 방송독립포럼에서는 25일 성명을 내고 “방통위의 업무처리방식은 의견수렴이라는 형식만 갖추었을 뿐 물밑에서 특정매체를 은밀하게 편드는 비민주적이고 기만적인 행태”라고 비판하며 의견수렴 절차를 중단할 것을 요구했다.

방송독립포럼은 “그동안 직접수신 시청자가 10% 이하로 떨어졌지만 디지털 방송으로 전환되면 이와는 다르다.”면서 “시청자 입장에서 볼 때 케이블 비용부담이 과거에 비해 매우 커지면서 직접수신의 욕구가 증대되고 있고, 디지털 방송으로 전환되면서 직접수신이 용이해진다면 직접수신 가구는 비약적으로 늘 수 있다”고 덧붙였다.

## 방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

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

정기간행물 등록번호 | 서울 도 06391

기사제보 · 광고문의

02-3219-5635

## 〈공지〉

## 1. 2011 가을 디지털 방송기술 컨퍼런스

▲일시 : 11월 3일 오전 10시 30분 ~ 오후 5시  
 11월 4일 오전 9시 50분 ~ 오후 5시

▲장소 : 방송회관 3층 회견장

▲내용 : 3일 - 주파수 활용계획 / 미디어렐 대책 / 지상파 다채널 서비스 토론회  
 4일 - 차세대 방송 전환 / 디지털 전환 토론회

## 2. 2011 방송기술대상 공모

▲대상 : 국내 방송기술의 발전에 공헌한 회원  
 ▲응모 : 각 방송사 기술인 협회장의 추천

## 3. 회원사 동정

▲JTV 전주방송 정현수 신임 기술인협회장 취임

## 옴브즈맨 코너(내가 편집장이면?)

1면 '2배 늘어난 디지털 전환 예산?' 기사는 129호 신문 보도의 후속인가요. 후속 보도라면 조금 더 자세한 내용을 담아 주시는 것이 좋을 듯합니다.  
 -석현상- (인천시 연수구 / 회사원)

방송기술저널은 기명기사로 운영되지 않더군요, 기자의 이름을 걸고 나오는 기사에 더 신뢰성이 가는 법입니다. 확보사 기자로서, 그 이유가 궁금해요.  
 -조민주- (경주시 동부동 / 경주대학교 학보사 기자)

〈방송기술저널〉은 독자 여러분의 소중한 의견을 귀담아 들겠습니다.  
 journal@kobeta.com 혹은 한국방송기술인연합회 공식 트위터(KOBETA.com)로 많은 의견 보내주세요.



# HTML5 기반 개방형 모바일 방송 서비스 플랫폼

김 상 훈  
KBS 기술연구소 차장



최근 C-P-N-T 영역 파괴적으로 벌어지고 있는 미디어의 스마트화도 TV보다는 모바일에서 보다 쉽게 전개될 가능성이 높다. TV는 다수가 공동 시청하는 개념이 강하고, 시청자와 TV간의 거리가 떨어져 있으며, lean back 속성이 있어서 스마트화의 성공 조건인 사용자의 능동성 확보에 일정 부분 한계가 있다. 반면 모바일은 개인 시청 개념이 강하고, 시청자의 손안에 있으며, lean forward 속성이 있어서 사용자의 능동성이 보장된다고 할 수 있다. TV를 시청하면서 관련 부가 서비스를 TV와 동기화하여 모바일 단말을 통해 제공하는 최근의 동향도 결국 TV의 부족한 사용자 능동성을 모바일 단말을 통해 채우고자 하는 시도이다. 일부에서는 모바일 단말은 화면 크기 제약이 있어 모바일 방송에서 스마트 서비스 제공에는 한계가 있다고 주장하지만, 최근 스마트 디바이스의 고해상도 및 고사양화 추세와 클라우드 미디어 서비스 활성화로 풀 브라우징이 확산되는 추세를 감안하면 화면의 제약은 더 이상 문제가 되지 않는다. 또한 스마트 서비스를 제공할 때 서버 단에서 개별 단말의 해상도 등이 쉽게 파악되기 때문에 단말의 상황에 맞는 UX를 갖추고 서비스를 제공하면 쉽게 해결될 문제이다.

현재의 스마트 열풍을 주도하고 있는 애플, 구글을 비롯한 IT 기업들의 스마트화는 모바일에서의 플랫폼 경쟁 양상으로 진행되다가, 최근 클라우드 기반 N스크린 서비스로 그 영역이 확대되는 추세이다. 모바일 방송에 있어 지상파 방송사도 T-DMB가 가진 장점을 기반으로 약점을 보완하면서 플랫폼화를 통해 모바일 서비스를 강화하는 전략이 필요하다. T-DMB의 가장 큰 장점은 이미 확보한 방대한 사용자 기반, 통신과 달리 동시 사용자 수와 무관하게 QoS 보장이 가능한 방송 네트워크에 있다.

또한, 직접 수신 비중이 작은 DTV와 달리 DMB는 T-DMB망을 통한 직접 수신 비중이 절대적인 양질의 인프라이다. 이러한 장점을 기반으로 IP 기반의 차세대 모바일 방송 도입을 포함한 광대역화와 서비스의 플랫폼화를 통해 모바일 방송에 대한 주도권 확보가 필요하다. 애플, 구글과 같이 경쟁력 있는 플랫폼/단말/콘텐츠를 기반으로 글로벌 스트리밍이 가능한 사업자, 망 경쟁력을 기반으로 QoS에서 앞서는 모바일 IPTV 서비스 제공이 가능한 통신사, 자체 플랫폼을 기반으로 콘텐츠 유통을 시도하고 있는 삼성, LG와 같은 단말 제조사, TV 콘텐츠를 모바일에서도 제공하고자 시도하는 케이블 사업자의 서비스가 4G의 상용화로 더욱 확산될 요건을 갖춘 지금 더욱 그러하다.

삼성 경제연구소에서 발표한 보고서에 의하면 플랫폼은 '핵심 서비스를 API 형태로 개방하여 다양한 응용 서비스를 가능하게 하는 개방형 인프라'로 정의할 수 있다. 서비스의 플랫폼화는 일반적으로 핵심 자산 발굴 및 강화로 가입자 확대에 집중하는 초기 단계, 핵심 자산에 대한 API 공개로 3rd party와 생태계를 구축하고 이를 기반으로 가입자를 더욱 확대하는 성장 단계, 성공한 핵심 서비스를 중심으로 다양한 분야로 서비스 영역을 수평 확장하는 성숙 단계의 순으로 진행된다. 현재 T-DMB는 초기 단계인 가입자 확대 측면에서 성공했기 때문에 플랫폼화에 유리한 고지를 점했다고 볼 수 있다.

이제 핵심 자산에 대한 API 공개 절차인 성장 단계로 진입해야 한다. 현재 T-DMB의 핵심 자산은 사용자 기반, QoS 보장 가능한 방송 네트워크가 있다. 그러나 핵심 서비스 측면에서 T-DMB는 아직도 시청자 참여가 불가능한 단방향 비디오 방송 위주로 제공되고 있다. 기존에도 BIFS와 DMB2.0과 같은 양방향 서비스에 대한 시도가 있었지만, 기술적으로 복잡하여 제작이 쉽지 않았고, 제조사와 이용자의 무관심과 비싼 데이터 요금으로 인하여 실패하였다. 최근 구글 안드로이드, 애플 iOS 등 개방형 플랫폼 중심의 시

장 변화를 기반으로 방송사 공동으로 스마트 DMB 어플을 개발하여 제공하고 있지만, T-DMB가 양방향 서비스를 제공하기는 여전히 쉽지 않은 상황이다.

다양한 플랫폼을 탑재한 크기와 사양이 다른 다양한 디바이스들의 등장으로 각각을 위한 양방향 서비스를 제작하고 공급하는 비용이 급증할 것이기 때문이다.

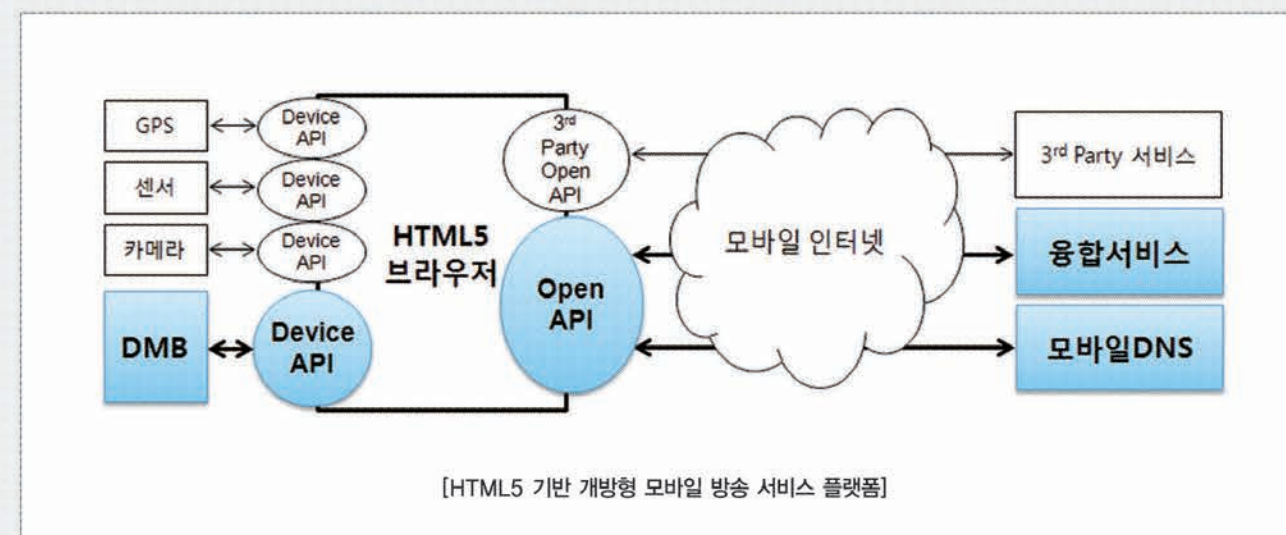
미래의 모바일 방송은 시청자들이 쉽게 방송에 참여하고 공유할 수 있고, 어느 단말에서든 쉽게 이용할 수 있어야 한다. 또한, 저렴한 비용으로 쉽게 양방향 서비스 제작이 가능해야 한다. 크로스플랫폼 기술로 주목받고 있는 HTML5를 활용한 웹 기반의 개방형 모바일 방송 서비스 플랫폼이 필요한 이유이다. 웹 기술은 애플이나 구글처럼 단말이나 OS를 보유하지 못한 사업자들이 다양한 단말에 서비스를 제공하기 위해 선택할 수 있는 최적의 대안이다. 글로벌 이동사들이 애플과 구글을 견제하기 위해 연합하여 만든 웹 플랫폼인 WAC, 페이스북이나 넷플릭스의 서비스 플랫폼도 웹 기술에 기반하고 있다.

KBS에서는 미래의 모바일 방송에 대비하여 웹 브라우저 및 웹 기술(HTML5, Javascript, CSS3)이 방송 및 양방향 서비스 제공의 핵심 역할을 수행하는 HTML5 기반 모바일 방송 서비스 플랫폼 연구를 수행하고 있다. 웹 플랫폼에서 DMB 수신과 재생은 웹 브라우저에서 Device API를 통해 처리 가능하며, 방송 연동 및 독립형 양방향 서비스는 REST 방식으로 설계된 Open API를 이용하여 제공한다. 방송과 웹 서비스를 연계하기 위한 각종 부가 정보는 모바일 DNS에서 제공하게 된다. 웹 표준에 기반하기 때문에 어퍼

한 단말에서도 구동 가능하며, 페이스북, 트위터 등과 같은 3rd party Open API와 매쉬업 서비스 제공이 쉽다.

실시간 방송과 인터넷 서비스를 하나의 플랫폼에서 구동하기 때문에 각종 융합 서비스는 물론 향후 클라우드 기반 방송 서비스로 확장하기도 용이하며, Device API를 추가하면 DMB가 아닌 어떠한 방송에서도 쉽게 활용 가능하다. HTML5 기반 모바일 방송 플랫폼에서 방송은 Device API로 접근 가능한 하나의 웹 컴포넌트가 되고, Device API를 통해 수신한 방송 콘텐츠는 HTML5의 Video 태그를 이용해 별도의 방송용 디코더 없이도 간단하게 처리 가능하다. 방송 수신을 위한 하드웨어는 디코더 없이 RF 수신 기능과 베이스밴드 복조 기능만 갖추면 되기 때문에 간단한 구조를 갖게 되고, 가격 경쟁력은 더욱 강화된다.

HTML5 기반 개방형 모바일 방송 서비스 플랫폼이 T-DMB에 적용된다면 단순 비디오 시청에 머물던 T-DMB에도 많은 변화가 있을 것이다. 시청자들은 웹 브라우저에서 T-DMB에 접근하여 방송과 연동한 다양한 종류의 웹 서비스를 쉽게 이용할 수 있고, T-DMB 난시청 지역에서는 통신망을 통해 연속적으로 방송을 수신할 수 있다. 또한, T-DMB와 통신망에서 동시에 비디오 데이터를 수신하고, 이를 결합하여 고화질 방송을 이용하는 하이브리드 서비스도 이용 가능하다. T-DMB와 인터넷 스트리밍을 통합 제공하는 다채널 서비스, SNS와 연계한 시청자 참여형 서비스, 시청자 선호 프로그램을 추천하여 제공하는 맞춤형 서비스, DTV와 DMB 서비스를 결합하여 제공하는 3DTV와 다채널 융합형 서비스도 이용 가능하다.



## NLE 과정

### 1. 교육목적

- 기본적 Nonlinear Editing 능력 습득
- Mac OS 기본사용법 및 FCP를 이용한 일반적인 편집 기초과정

### 2. 교육일정, 대상

- 일정 : 2011. 11. 08(화) ~ 11. 11(금), 1회 추가
- 장소 : 디지털 방송기술 교육센터 (KBS 인제개발교육원 內 : 수원소재)
- 수강생 구성 : KBS, MBC, SBS, EBS 등 지상파 방송사 직원 20명
- 강사 : FCP 국제공인강사 요구상  
FCP 국제공인강사 보조강사

### 3. 방송사별 배정인원

| 방송사                  | 배정인원    | 비고          |
|----------------------|---------|-------------|
| KBS                  | 6       |             |
| MBC                  | 4       |             |
| SBS                  | 4       | 전체 차수 배정인원임 |
| EBS                  | 2       |             |
| 지상파 방송사<br>(지역민방 포함) | 방송사 별 1 |             |

\* 초과접수 시 실습장비 수량 관계로 수강인원 조정 예정

### 4. 교육 커리큘럼

| 일자  | 시간            | 과목                                 | 추천강사             |
|-----|---------------|------------------------------------|------------------|
| 1일차 | 09:30 ~ 10:00 | 교육안내                               | 진행자              |
|     | 10:00 ~ 12:00 | Final Cut Studio(FCS)소개            | 오규상<br>(임형태/박성룡) |
|     | 12:00 ~ 13:00 | 중식                                 |                  |
|     | 13:00 ~ 14:00 | Final Cut Pro(FCP) Beginner        |                  |
| 2일차 | 14:00 ~ 18:00 | Rough Cut 편집                       | 오규상              |
|     | 09:30 ~ 12:00 | Trimming/Transition                |                  |
|     | 12:00 ~ 13:00 | 점심                                 |                  |
|     | 13:00 ~ 15:00 | Render & RT / Audio Mixing         |                  |
| 3일차 | 15:00 ~ 18:00 |                                    | 오규상              |
|     | 09:30 ~ 12:00 | FCP User 설정                        |                  |
|     | 12:00 ~ 13:30 | 점심                                 |                  |
|     | 13:30 ~ 16:00 | Filter                             |                  |
| 4일차 | 16:00 ~ 18:00 | Motion                             | 오규상              |
|     | 09:30 ~ 12:00 | Marker활용                           |                  |
|     | 12:00 ~ 13:00 | 점심                                 |                  |
|     | 13:00 ~ 16:30 | Text / Freeze Frame Input / Output |                  |
|     | 16:30 ~ 17:00 | 설문조사                               | 진행자              |

### 5. 접수방법

- 11월 07일(월)까지 인터넷 홈페이지 ([www.digitalpro.or.kr](http://www.digitalpro.or.kr)) 를 통한 온라인 접수
- 각사 교육담당자의 교육인원 확정 후 교육생이 직접 온라인 접수

### 6. 기타

- 교육비 : 무료
- 교육생 출장비, 숙식비는 각사 자체부담
- 기타 문의사항은 디지털 방송기술 교육센터 (서울 : 02-781-5163~4, 수원 : 031-219-8261~4)로 연락 바랍니다.



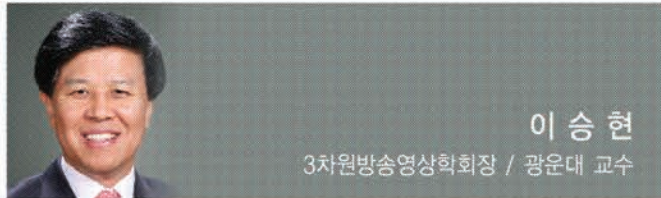
# 3D 기술과 영상

새로운 방송기술을 발굴하고 알리며 다양한 관련 정책의 여론을 선도하는 국내 유일의 방송기술 정책지 <방송기술저널>은 2011년 10월 5일 129호부터 '2011 방송가 핵심 키워드를 읽는다' 특집을 신설하여 독자 여러분에게 더욱 생생하고 깊이 있는 소식을 전하고자 합니다.

이에 <방송기술저널>은 최근 이슈가 되고 있는 기술정책은 물론 향후 중·장기적으로 꾸준히 보강해 나가야하는 방송정책을 소개하고 진단함으로써, 독자 여러분과 함께 호흡하고 생각하는 '언론'의 역할을 다하려 합니다.

그 연장선상에서, 세 번째 순서는 '3D 기술과 영상 패러다임의 변화'로 선정했으며, 앞으로 이어지는 특집에도 많은 관심 부탁드립니다.

1편-2011 방통위 국감을 진단하다  
2편-700MHz 주파수, 핵심은 무엇인가?  
3편-3D 기술과 영상 패러다임의 변화



이승헌

3차원방송영상학회장 / 광운대 교수

## 3DTV 기술 현황 및 전망

### 1. 서론

3D 매체의 전개는 항상 디스플레이와 콘텐츠 사이의 다툼이 먼저나 달갑지 않게 느껴지는 문제였다.

영화 사업에서 그러한 교착 상태는 디지털의 등장 덕분에 처음에 CG 애니메이션으로 공급되었고 지금은 라이브 액션 3D 영화와 관련되어 잘 해결될 것 같아 보인다.

TV 사업에서 그것은 또 다른 이야기이다. 방송용 3D 미디어에서는 50년대 3D 영화의 황금시대와 같이 의존할 만한 대규모 연재물이 없다. 따라서 TV 사업 종사자는 성공한 3D 영화 작품을 볼 수 있고 그로부터 배울 수도 있다. 어떤 종류의 3D 방송이 실습을 통해 배울 수 있도록 당신을 선회시킬 수 있을까? 3D 시네마는 성공의 길을 만들었던 긴 역사를 가지고 있지만, 3D TV는 우리가 배워야 할 것이 많은 신생 고아이다. 전 세계적으로 제작자들은 대부분 스포츠 이벤트와 콘서트를 위한 3D 콘텐츠를 제작하면서 동시에 배우고 있다.

현재 사용하는 안경은 편광 렌즈를 사용한 수동형이거나 전 기광학 셔터를 사용한 능동형이다. 과거에 제공된 제품 기능과 동일하다. 물론 양쪽 기술에는 장점과 단점이 있다. 아무도 안경사용이 필요한 3DTV에 대해 대중 쪽의 수용 수준을 예측할 수 없기 때문이다. 모든 주요 TV 제조업체 및 카메라, 주문형 집적회로, 셋톱박스, 블루레이 플레이어의 제조업체, 케이블 회사는 말할 것도 없고, 위성 방송회사, 인터넷 프로토콜 제조업체, TV 인프라의 근간을 위한 멀티플렉싱 및 스위칭 장치 제조업체들 모두가 엄청난 노력과 어마어마한 비용을 쏟아 부었음에도 불구하고, 현장에 있는 모든 사람들은 개별 선택 장치, 즉 안경이 있는 3D TV를 대중이 수용할지에 대해 큰 도박을 하고 있다.

별도의 안경이 필요 없는 무안경식 TV 시스템이 개발되어 적당한 가격에 판매될 수 있다면, 안경을 쓰고 보는 영상의 화질과 동일하다면, 그것은 성공적이라고 말할 수 있다.

이를 위한 기본적인 기술은 약 1세기 동안 개발되고 있다. 무안경 디스플레이에 사용되는 선택 기술이 무엇이든 간에 해결되어야 할 문제 중의 하나는 엄청난 양의 정보를 보여주어야 한다는 것이다. 다수의 시점이 필요하다는 것이다. 평면적인 3D 디스플레이에 필요한 2개의 시점보다 100개의 시점과 같은 무언가 필요하다. 이것은 엄청난 대역폭이나 필요한 정보를 재구성하기 위한 수단이 필요하게 된다. 다시점 디스플레이는 보다 실용적이며 재구성 문제를 해결하기 위해 수많은 작업이 진행되어왔다. 그러나 적어도 현재 디바이스보다 한 자릿수 더 많은 픽셀이 요구되는 디스플레이 패널은 어떻게 할 것인가? 이와 같이 안경이 필요 없는 오토스테레오스코픽(autostereoscopic) 3DTV 문제가 해결될 거라고 믿지만, 언제 TV에 적용될 수 있을지는 확실할 수 없다.

본고에서는 3D 콘텐츠 제작에서부터 3D 디스플레이까지 3DTV 시스템의 구현을 위해 필요한 현재의 기술 현황을 살펴보고, 3DTV의 미래를 전망해 보고자 한다.

## 2. 3DTV 기술 현황

### 2-1 3D 촬영

#### <3D 카메라용 리그>

3D용 캠코더의 새로운 세대가 진화하고 있음에도 불구하고 리그는 자신의 전문 영역인 특정 환경에서 당신의 눈이 원하는 곳에 카메라를 놓을 수 있는 복잡한 기계 조립품이다. 3D 카메라 리그는 3D 카메라 함대의 제독 함선이 되어, 절대 기대를 밀 돌리지 않고 여러분들이 추구하는 3D 영상을 촬영할 수 있을 것이다. 전 세계 3D 리그 제조사를 간단히 선별하면 다음과 같다.

- 21st Century 3D, Jason Goodman
- 3ality Digital
- 3D Film Factory
- 3D Rigs
- Dimension 3, Dan Symmes
- E3D Creative
- Element Technica
- HinesLab StereoCam
- Kemer Optical
- Kronomav
- PACE
- Pacific FX
- Parallax3
- P+S Technik
- Redrock Micro
- Stereoscopic Technologies
- SwissRIG

#### <3D 리그용 2D 카메라의 요구조건>

매우 광범위한 카메라가 3D 제작에 사용된다. 소비자용 캠코더부터 가장 좋은 디지털 시네마 카메라까지, 많은 2D 카메라가 3D 장치에 사용되기에 적합하다는 것을 발견하게 될 것이다. 그 말은 모든 카메라가 3D용으로 사용하기 좋다는 것은 아니다. 어떤 2D 카메라가 3D 장치에 어울리는지 그 필수 요건을 살펴보기로 한다.

**젠락:** 모든 카메라가 동시에 움직이고 비디오 스위처에서 원활하게 섞이도록 해준다.

HD 3단계(tri-level) 젠락이 필수이다.

**기계 장치 설계:** 3D 리그에 카메라를 설치하기 위한 2개의 핵심 요소는 안정된 삼각대 소켓과 돌출되지 않은 마이크이다.

**디지털 아웃:** 디지털 아웃(digital out)은 3D 모니터링에 필수이며, 외부 DDR에서 압축을 풀거나 높은 비트 전송률로 기록할 수 있다. SDI 아웃 단자는 HDMI와 함께 일반적으로 이용되고 있다.

**글로벌 또는 롤링 셔터:** 전자 센서에서 광자를 얻기 위해 동시에 모든 포토사이트를 시작하고 멈춰서, 한 번에 전체 영상을 얻는 것을 글로벌 셔터(global shutter)라 한다. 또 다른 옵션은 센서 표면을 따라 순서대로 픽셀에 맞춰서 스캔하는 것이며, 롤링 셔터(rolling shutter)로 알려져 있다. 표준은 상단에서 하단으로 스캔하는 것이다.

기본 규칙은 3D를 보면서 촬영하고 싶다는 것이다. 3D로 작업을 모니터링해야 한다. 흑백 모니터에서 칼라 장면을 모니터링하지 않고, 헤드셋 없이 레벨 수준 측정만 보고 사운드를 녹화하지 않을 것이다. 마찬가지로 이유로, 3D를 볼 수 없는 상태에서 3D를 촬영해서는 안 된다.

#### <스테레오스코픽 영상 분석기>

디지털 예술로서 스테레오스코피는 영상 처리 어플리케이션으로부터 많은 혜택을 받고 있다. 실황 제작이나 장면 셋업의

경우, 새로운 장비는 컴퓨터 이용 모니터링(computer-aided monitoring)이라는 포괄적 이름으로 설명될 수 있는 새로운 일련의 도구를 갖추고 시장에 나오고 있다. 이러한 도구는 우리가 사용하던 수동 영상 처리를 훨씬 뛰어 넘으며, 처리 과정에는 수많은 과학과 인공 지능 비트가 포함되어 있다.

영상 분석의 목적은 왼쪽과 오른쪽 영상 간의 관계를 이해하는 것이다. 기본적인 영상 분석은 대응점(correspondence point)을 제공하는 반면, 복잡한 분석은 장면을 설명하는 상당한 양의 메타데이터를 만들어 낸다. 따라서 결과는 모니터링 도우미로 사용되던가, 장치의 구동기를 제어하고 결국에는 영상 도메인에서 3D를 수정하는데 사용될 수 있다. 현재 시장에는 3ality, Binocle, Sony, HHI/KUK에서 나온 4가지의 고가 제품이 있다.



### 2-2 3D 영상의 녹화

대부분의 3D 테이크는 라이브로 방송되기 보다는 후반 작업을 위해 녹화된다. 2D에서처럼, 데이터의 녹화된 품질과 결과적인 양은 영상의 사용을 위해 설정된다. 3D 녹화장치에서 기대할 수 있는 기능은 분명, 동시에 2개의 리코더를 가지고 하는 옛날식 3D 녹화는 끝났다. 현대의 스테레오스코픽 리코더는 2배의 2D 대역폭을 자랑하며 3D 스트림을 녹화한다.

**메타데이터 기록하기:** 메타데이터 기록은 3D에서 가장 중요한 문제이지만 해결책이 있는 문제는 아니다. 표준이나 아직 발표된 조정도 없는 판매업체의 솔루션이 여전히 전사회를 지배하고 있다.

### 2-3 3D 영상의 편집

3D 편집이 가능한 세 가지 유형의 제품이 있다:

- 2D 편집 제품군을 위한 3D 플러그인 (CineForm 코덱 또는 Stereo3D Toolbox)
- 3D 편집 제품군 (Avid 또는 Sony Vegas)
- 디지털 매개 제품군 (Assimilate의 Scratch, Iridas의 Speedgrade, Quantel의 Pablo)

### 2-4 3D 마스터링, 공급, 배급

시청자에게 보낼 3D 프로그램을 제작하는 것은 2D에서처럼 거의 동일한 사업이다. 업계가 3D 표준을 동의하고 장비를 업그레이드할 때까지, 앞으로 몇 년 동안 배급된 콘텐츠는 2D 채널을 통해 돈벌이를 해야 한다. 이러한 이행은 이벤트 야의 촬영과 방송 설비에서 아주 조만간 시작될 것이며, 모든 공급 및 배급 채널에 배치될 때 까지는 최대 10년이 걸릴 것이다. 물론 이미 블루레이를 통해 공급되고 있는 완전 3D인 패키지 콘텐츠는 제외한다.

### 2-5 3DTV를 위한 디스플레이

소비자용 3D 디스플레이는 3D를 보여줄 수 있는 역량은 가지고 있지만, 세트장이나 로케이션에서 사용하게끔 설계되지는 않았다. 이 디스플레이는 배터리로 작동하지 않으며 대부분 디스플레이용으로 처리된 3D 영상이 필요하다.

- 디스플레이
- 입력 포맷
- 안경
- 리어 프로젝션 DLP TV
- 체크보드 FC
- DLP 링크 능동형 또는 송신기가 있는 IR
- 3D 호환 프로젝터
- 120Hz 능동형 스테레오
- DLP 링크 능동형 또는 송신기가 있는 IR
- 플라즈마 LCD와 같은 능동형 3DTV
- 대부분의 FC 포맷
- 능동형 제품 호환
- 수동형 3DTV / 대부분의 FC 포맷
- 수동형, RealD 시네마 안경 호환





# 패러다임의 변화

## 3. 3DTV 전망

### 3-1 전 세계 3D TV 채널

- 일본: 위성 BS11
- 한국: Sky 3D
- 영국: BSkyB Channel 3D, Virgin Media VoD
- 미국: New York Network Cablevision, Discovery 3D, ESPN 3D, DirecTV VoD 서비스
- 호주: Fox Sports
- 러시아: 삼성과 제휴한 PlatformHD
- 브라질: RedeTV
- 프랑스: Orange, Numericable, Canal+의 3D 방송
- 스페인: Canal+ 3D

### 3-2 미래의 3DTV

“3D는 유행인가 아니면 단순한 과대광고인가?” 또는 “1950년대 그랬던 것처럼, 3D가 얼마나 빨리 다시 사라질까?”와 같은 반복되는 질문이 있다. 이러한 질문은 몇 년 동안 유효한 관심사로 간주하기로 하고, 3D의 최근 전개와 활동으로부터 3DTV의 전망을 추론해 보도록 하자.

3DTV는 사전 예약 엔터테인먼트가 될 것이다.

오래 지속되지는 않겠지만 3D 시네마를 보기 위해 외출 계획을 세우는 것처럼, 처음에는 일반 방송에 대해 하는 것 이상으로 3D 관람을 위해 계획을 세워야 한다. 이것은 새로운 미디어 배치에 따른 일반적인 영향이다. 홈 시네마의 경험은 종종 당신이 보고 있는 콘텐츠 유형을 공유하면서, 극장 시네마 경험과 더 가까워 질 것이다. 마찬가지로, 3D 시네마는 라이브 콘서트, 스포츠 경기 그리고 특별 상영이나 세계 초연과 같은 대체 콘텐츠를 포함하며 지역 극장에 초대된 TV 파티로써 홈 엔터테인먼트에 더 근접하게 될 것이다. 밤새 즐서서 기다리는 팬들은 새로운 형태의 파티일 수 있다.

3DTV는 스테레오스코픽 아트 개발을 가속화할 것이다.

시네마에서 프로젝트 개발은 수년이 걸리며, 허가에서 개봉



까지 걸리는 소요 시간은 약 2년에서 3년이다. 어쨌든 아바타는 개발하는데 10년이 걸렸고 제작에 5년이 걸렸다. 이것은 TV 기술과 스토리텔링 기술에 있어서는 금지된 양의 시간이다.

TV 프로그램 제작의 경우 가장 긴 시간은 1년이다. 그리고 대부분의 경우 스토리텔링 도구를 창작하여 토크쇼와 시트콤에서 일반적으로 사용되는 것 사이에는 불과 몇 달 뿐이 없다. 뉴스의 경우 몇 주이거나 심지어 며칠이다.

뮤직 비디오 TV 채널이 3D가 되면, 스테레오스코픽 창조성은 지금과 다른 형태로 발전할 것이다. 자연과 동물 TV 채널이

3D가 되면 흔해진 세부적인 야생동물의 근접 사진과 화려한 풍경을 보여주는 “우리가 당신을 거기로 데리고 가겠습니다”라는 프로가 가장 인기를 끌 것이다.

스포츠 경기가 얼마나 관심을 끌 것인가를 알고 싶다면, 2010년에 제작된 FIFA 3D 경기를 보거나 2011년 대구세계육상대회 3D 경기를 보면 된다. 3DTV에서 스포츠 경기가 제작되는 동안 제작자들이 3D 제작 기술을 배우고 확대하는 것을 목격하면서, 스테레오스코픽 라이브 제작은 바로 우리 눈앞에서 성장할 것이다.

## 4. 맺음말

평면 3DTV 시스템의 성공적인 구현을 위해 풀어야 할 당면들 중에서 가장 중요한 것은 카메라 필수조건이다. 뉴스, 시트콤, 다큐멘터리, 스포츠와 같은 모든 종류의 TV 콘텐츠에는 특정 카메라 유형이 필요하다. 현재 대부분 서둘러 조립해 개조한 카메라 장치를 가지고 있다. 업계에서 처음부터 다시 설계한 통합 카메라가 필요하다. 텍스트 박스를 어떻게 처리할 것인가, 개별 콘텐츠 제공업자가 선호하는 상이한 포맷을 어떻게 조정할 것인가, 그리고 기타 등등과 같은 수많은 다른 문제들도 해결해야 한다. 한 가지 재미있는 문제는 대형 극장 스크린용으로 제작된 콘텐츠를 가정의 TV나 손안의 작은 스크린에서 볼 경우, 또는 그 반대 경우에서의 콘텐츠의 적합성이다.

게다가 미학적으로 풀어야 할 문제도 있다. 편안한 콘텐츠를 제작하는 것이 사업의 최우선 사항이다. 사진 접근법이 콘텐츠와 결부되어야 한다. 3D 매체가 워낙 새로운 것이기 때문에, 이 시점에서는 창조적인 사람들이 그것을 촉진해야 한다. 몇몇 사람들은 확고한 의견을 가지고 있지만 업계가 3DTV용 콘텐츠를 양산한 역사가 너무나 적기 때문에 이러한 의견의 대다수는 경험에 근거하고 있지 않다. 그것은 우리가 발견의 시대에 있다는 것을 의미하며, 사람들이 개방적인 한 줄을 수도 있다. 그러나 우리가 엄격한 규칙이 아닌가하고 생각하는 것이 진정으로 절대적인 진리인지 아닌지, 아니면 사람들이 3D 영상을 보고 배움에 따라 조만간 규칙이 바뀔 것인지 는 알 수 없다.

현재 3DTV가 기술과 경제적인 배경 면에서 3D 시네마에 몇 년 뒤쳐져 있지만, 3D 시네마에서 잘 확립된 3D 콘텐츠가 3D 게임, TV 채널, 3D 주문형 비디오(MOD)를 가지고 3DTV와 함께 당신의 거실로 밀어닥칠 것이다. 3D 영화가 다량으로 제작되고 있고, 전 세계에서 3DTV 채널은 방영을 위한 수천 시간분의 프로그램을 찾고 있다. 오늘날, 3D는 더 이상 과장 장남감이 아니다. 그것은 중요한 장비가 필요한 진지한 사업이다.



강 성 옥

한국HD방송(주) 제작사업국장

## 2011년 ‘3D제작의 진화’ 그 현장에서...

가끔 역사는 변해야만 하는 어떤 축적된 여건과 상황 속에서 성숙된 후 일정 시기나 기회를 거치면서 진보해 가는 느낌을 받는다.

3D 콘텐츠 제작도 그렇게 방송인들에게, 그리고 시청자들에게 다가온 듯하다.

2009년 말 제임스 카메론의 <아바타>를 통해 우리가 3D 영화를 접했다면,

2010년 한국의 시청자들은 SKY3D를 통해

3D 방송을 안방에서, 가전매장에서, 그리고 신문기사를 통해 알게 되었을 것이다.

3D 방송의 시작은 디지털 선도자로 HD방송 환경을 꾸준히 투자해온 ‘스카이라이프’에서 아주 우연한

상황에서 시작되었다. 당시 ‘스카이라이프’ 대부분의 기술파트 의견은 현재의 위성방송 셋톱박스에서는 3D 영상의 구현이 불가능하다고 이야기 하는 것이

대세였다. 그래서 우리들도 당연히 2010년 당시의

기술로는 3D방송이 현실적으로 어렵다고 알고

지내왔고, 또 정부기관에서는 L/R분리된

Full Resolution 송출방식의 3D 방송을 계획하고

있는 걸로 알았기에 3D 방송은

그야말로 ‘아주 먼 나라 이야기’ 였다.

3D 방송의 역사는 아주 은밀히 그리고 조용히 축적된 여건과 상황을 준비해 왔고, 그 진화 타이밍을 지속적으로 노력 왔다고 볼 수 있을 것이다.

2009년 11월 20일, 운명의 날이 다가왔다. 그날이 우리를 3D역사 속으로 너무나도 급작스럽게 밀어 넣었다. 평소 알고 지내던 콘텐츠 사업자와 3D 디스플레이를 준비하는 회사의 대표가 회사를 찾아와 현재 ‘스카이라이프’ 기술로도 3D 방송이 가능하니 위성기술 TEST를 해보고자 제안한 것이다. 우리는 일단 디지털방송의 선도자로서 기술테스트는 가처 있다고 판단하여 기술TEST 날짜를 잡고 스카이라이프의 임원들과 기술진, 연출진들이 모인 가운데 3DTV도 처음으로 외부 협찬을 받아 설치는 마음으로 ‘스카이라이프’ 4층 Test-bed실에서 진행하게 되었다.

그리고 긴장된 마음으로 SIDE BY SIDE 제작된 15분물의 어린이 콘텐츠 <Song art of Ecology>를 위성으로 쏘아 올렸다. (당시 우리를 대부분은 ‘SIDE BY SIDE’나 ‘적정환경’이 아니라 ‘팩시브 방식’ 등에 문외한이었고 대부분의 용어는 처음 듣는 감동 없는 언어의 나열일 뿐이었다),

잠시 후 6초 후, 우리 눈앞에 스튜디오 인형들이 입체감 있게 깊숙이 들어가기도 튀어나와 보이기도 하면서 3D 입체방송이 구현되고 있는 게 아닌가? 그날, 그 시간, 그 자리에 참가했던 대부분의 사람들이 3D 역사 속으로 아주 우연히 빨려 들어 갔던 순간이었다.

그날 이후, 우리 제작진들은 한국인들이 갖고 있는 디지털 시대의 최고의 잠정인 ‘Hunry-up’ 정신으로 2010년 1월 시험방송을 개시했고, 3Ality社 Rig가 장착된 ‘3D 중계차’ 구축,

3D VOD서비스 시작 등 정신없이 3D 역사의 한 가운데를 좌충우돌하면서도 우직하게 달려왔다고 할 수 있다. 현재까지 제작된 콘텐츠가 K-POP 콘서트, 골프레슨, 여행/자연 다큐멘터리 그리고 프리메리그3D 중계 등 150여 시간에 이르렀고 콘텐츠 분야 또한 다양하다.

특히 2010년 11월말 일본의 위성방송인 ‘스카이 퍼펙’을 통해 K-1 위성생중계, 2011년 9월에 성공리에 마친 ‘2011 대구세계육상선수권대회’ 3D 생중계는 3D 방송역사에 빨려 들어온 우리들이 3D의 선발투수로서 역할을 성실히, 그리고 우직하게 감당하고 있다는 자부심을 가질 만큼 소중한 경험이었다. ‘2011대구세계육상선수권대회’ 3D 생중계는 3D 인프라가 엄청나게 부족한 상황에서 KBS 기술진들이 보여준 공동작업을 향한 파트너십정신은 향후 3D Player이 함께 공유해 가면서 3D 방송의 광고시장이 활성화 될 때 까지 우리에게 필요한 “융합”과 “연대정신”이라고 본다.

SKY3D 제작진들은 항상 3D 콘텐츠시장에 대한 두려움과 외로움을 갖고 3D 제작에 임하고 있다고 본다. 왜냐하면 처음 시작했고 어디에도 “기준점”과 “좌표”도 없다. 누구나 한 마디씩 할 수 있고 비난할 수 있다. 첫 눈 내린 후 새벽길을 나서는 사람이 짝을 수밖에 없는 발자국에 대한 두려움과 혼자 가면서 동료를 찾고 서로 일으켜 세워야하는 외로움 마음 같은걸 우리는 항상 느낀다.

국내 유일한 3D 중계차 임대 시에도 이 원칙을 항상 갖고 있다. 3D 중계차 손익도 맞춰야 하지만 3D 콘텐츠 시장도 활성화 시켜야하는 운명파도 같은 길을 우리는 가야 한다.



혼자 살 수 있는 세상이 아니지 않는가?

가끔 물어 온다. 3D시장의 전망을 어떻게 보냐고? 이런 때 나의 대답은 한결같다. “3D시장의 미래는 2011년 MIPCOM에서 SKY3D가 제작한 콘텐츠의 우수성을 인정받아 12개국에 50만불 이상 판매 계약을 체결할 정도로 확대일로에 있다”고 말씀드리고, “단지 우리가 3D방송에 어느 날 밀려왔듯이 또 다른 변화가 우리를 또 어디론가 인도할 것이다”

적어도 그 변화의 가운데 우리는 서 있고 싶다. 아주 우연히 또 다른 변화가 우리를 이끌지라도 우리는 오늘도 3D콘텐츠 활성화를 위해 아주 능동적으로 즐거운 마음으로 선발투수의 책임과 고통을 묵묵히 품으로 감당하며 가고 싶다. 그렇게 3D는 우리에게 오는 듯 하다.

19세기 처음 등장한 TV는 그동안 시대적 요구에 따라 SD에서 HD로, 그리고 이제는 뉴미디어를 아우르는 3D까지 다양한 모습으로 세상에 등장했다.

그렇기에 얼마 전 국내에서 열린 글로벌 3D포럼에서 ‘3D 활용비율이 2015년에는 55%에 이를 것’이라는 관측이 나왔으며 킨텍스에서 열린 KES 2011에서도 3D가 차세대 방송의 미래를 보여준 것이다.

이제 앞으로 다양하고 손쉬운 3D 시대의 도래로 인해 현재 애플의 ISO처럼 3D만의 생태계가 탄생할 것이라고 주장이 힘을 받고 있다. 또 IPTV와 스카이라이프를 위시한 매체, 심지어 얼마전 큰 화제가 되었던 모 일간지의 3D 지면을 통해서 유추하건데, 이제는 굳이 영화 아바타의 예를 들지 않아도 충분히 3D의 시대가 오고 있음을 인지할 수 있다. 물론 지상파도 대구육상대회 등 큰 스포츠 이벤트의 경우 3D를 접목한 신개념 방송을 통해 많은 시청자들의 사랑을 받기도 했다. 여기에 EBS는 최근 지상파에서는 최초로 ‘한반도의 공룡’이라는 3D 영화를 제작해 개봉하는 단계에 이르렀다. 그렇게 세상은 뉴미디어 시대로 흘러가고 있으며 이런 상황에서 지상파 방송사가 갈 길은, 사실 정해져 있다고 볼 수 있다. 상대적으로 역량을 기울이지 못하는 현 방송지형의 정책을 완전히 바꾸고 변화시켜 3D의 시대를 당당한 걸음걸이로 맞이해야 하는 것이다. 디지털 전환 이후로 확보할 수 있는 700MHz 주파수의 지상파 할당 근거를 여기서도 찾을 수 있다.

(한국방송기술인연합회)



# “뿌리깊은 나무처럼” SBS의 든든한 버팀목을 만나다



박 영 수  
SBS 기술담당 부분부장

인터뷰 대상자인 그를 처음 보았을 때 인상은, 옛날 어느 마을에 하나씩은 있었을 것 같은 아름드리 나무였다.

오랜 시간 동안 한 곳을 푹푹하게 지키며 비비람이 몰아칠땐 든든한 울타리가 되어주고, 따사로운 햇살이 내릴땐 그 잎사귀 하나하나에 싱그러움을 머금고 은은히 웃어주는 나무. 물론 부하직원에게는 약간 무서운 분일 수도 있겠구나... 지레짐작하기도 했지만, 그래도 박영수 기술담당 부분부장은 말투 하나하나에 품격이 묻어나는 '뿌리깊은 나무를 닮은 멋있는 사람'이었다.

역사를 간직한 사람의 뒷모습은 아름드리 나무와 많이 닮아있는 법이니까.

오늘 인터뷰는 SBS 박영수 기술담당 부분부장 과 함께했다.

안녕하세요. 먼저 <방송기술저널> 구독자분들께 자기소개 간단히 부탁드립니다.

-네. SBS 박영수 기술담당 부분부장입니다. 1981년부터 KBS 기술본부에서 처음 방송기술인의 길을 걷기 시작하다가 1991년, 현재 직장인 SBS로 왔습니다.(웃음) 창사멤버 중 한명이죠. 그리고 그렇게 한 길로 주욱 달려오다보니 어느덧 여기까지 다다르게 되었습니다.

## HD-NDS...SBS 뉴스제작 기술의 자존심

경력에 비해 나이를 유추해봐도 훨씬 젊어 보이시는데 놀랍군요.(웃음) 곧바로 본격적인 인터뷰를 시작하겠습니다. SBS 이야기를 먼저 해볼까요? 요즘 방송가의 중요한 이슈 중 하나인 ASO와 DTV 전환에 대해 SBS는 어떻게 대응하고 있나요?

-SBS는 거의 모든 부분에서 디지털 전환이 끝났습니다. 스튜디오, 편집 및 음향시설과 같은 제작, 송출부문은 거의 100% 완료죠. 여기에 최근 영상 취재 카메라나 지방은 물론 해외 지국의 카메라도 모두 HD전환 했습니다. 송신부도 방송국과 기간 중계소, 방송 보조국이 이미 전환되었고 올해말 전환 완료 예정에 있습니다.

순조롭게 진행중이라는 말씀이시군요. 알겠습니다. 그렇다면, SBS 기술이야기를 할 때 빼놓을 수 없는 것이 바로 뉴스 제작 및 송출의 디지털 전환인데요. 소개 부탁드립니다.

-SBS는 2004년부터 뉴스제작을 위해 파일 기반 네트워크 시스템, 이른바 NDS(News Digital System)를 개발하여 도입했습니다. 8월부터는 SBS가 방송하는 모든 뉴스를 HD-NDS로 전환 완료했지요. 개발기간 내내 기술인들은 물론 기자, 촬영기자 등과 협의를 통해 안정적인 시스템이 될 수 있도록 최선을 다했다고 생각합니다.

## HD-NDS에 대한 부연설명을 더 부탁드립니다.

-이 시스템을 도입한 이후 뉴스 제작부터 송출까지 파일기반으로 전용망을 통해 운용이 가능해지고, 그러다보니 제작 시간이 단축됨은 물론 각종 속보상황에도 신속히 대응할 수 있게 되었습니다. 또 서버나 스토리지가 모두 이중화 되어 있어서 시스템이 안정적이죠.

한 마디로 NDS 자체가 파일기반 시스템이고, 전용망을 통해 운영되는 구조다보니 확실히 전보다 제작시간이 단축되고 그에 따른 뉴스제작의 질이 더욱 상승되었다는 뜻이군요.

-맞습니다. 긴급한 상황일 때 손쉽게 모든 작업을 디지털화하기 때문에 작업시간이 단축되고, 당연히 뉴스제작의 질이 상승하는 겁니다.

## HD-PDS...SBS 프로그램 제작 기술의 미래

그런데 제가 들기론 뉴스에 사용되는 NDS 말고 교양, 예능, 드라마 프로그램에도 네트워크 제작기반이 도입된다면서요?

-네. 국내최초 도입인데요. 교양은 물론 예능, 드라마 프로그램을 위한 네트워크 제작 시스템인 PDS(Program Digital System)가 올해 말 완전히 구축이 끝날 예정입니다. 이 시스템이 완전히 정착되면 앞으로 제작 시스템의 패러다임을 모두 바꿀 것이라 확신합니다. 예를 들어 볼까요? 이제 예능 프로그램의 경우 막대한 양의 자막을 담당 PD가 동영상 위에 원하는 시간과 위치에 지정해서 의뢰하면 의뢰 받은 자막 제작자가 바로 제작이 가능해집니다. 이렇게 되면 작업의 속도가 빨라지고 일에 대한 집중도가 상승하는 것은 물론 자연스럽게 프로그램의 질적 향상을 불러옵니다. 또 작가들은 영상 프리뷰 작업을 통해 쉽고 빠르게 프리뷰를 하게 됩니다. 옛날에는 프리뷰 한 번 하려면 테이프들을 모두 복사해서 일일이 아날로그식으로 조그(jog)를 돌려가며 했지만 이제 디지털로 빠르게 작업할 수 있는 셈이죠. 저희는 이런 일련의 작업들을 보다 효율적이고, 직관적으로 할 수 있도록 하기 위해 뉴스제작시스템인 NDS와 프로그램 제작시스템인 PDS를 더욱 발전시킬 계획입니다.

알겠습니다. 이미 상용화된 NDS와 올해 말 구축 완료되는 PDS를 통해 네트워크 제작기반을 더욱 활성화하여 궁극적으로는 프로그램의 질적 향상을 유도한다는 말씀이시군요.

-그렇습니다. 그리고 이 모든 것이 바로 대용량 아카이브 시스템의 도입으로 가능해진 겁니다. 앞으로 저희 SBS는 전 그룹사의 콘텐츠를 통합 및 관리할 수 있는 '그룹 통합 아카이브'를 구축하는데 더욱 주력할 예정입니다.

## 그룹 통합 대용량 아카이브 시스템이요?

-NDS와 PDS 등이 바로 네트워크 기반, 파일 제작 기반 시스템입니다. 그리고 우리는 이 모든 시스템들을 넘어 앞으로 다가올 다양한 방송 시스템에 대비하기 위해 그룹 통합 아카이브 시스템을 구축하려 합니다. 이에 SBS는 전 계열사의 콘텐츠를 표준화, 규격화하여 관리할 수 있는 시스템을 통해 콘텐츠 유통은 물론 뉴미디어 환경에서도 한 발 앞서나갈 계획입니다.

## SBS는 내 운영

네, 잘 알겠습니다. SBS에 대한 자부심으로 일하시는 모습이 눈에 선하네요. 그럼 화제를 조금 바꿔서, SBS 기술인의 자랑을 조금 해볼까요?

-저희는 기술인력이 타 방송사에 비해 소수로 구성되어 있습니다. 그러다보니 조직운영에 역력이 없다는 점이 늘 아쉬운 부분이죠. 그러나 소수인 만큼 저희는 구성원 모두 '정예'로 단련되었다는 이야기를 드리고 싶네요. 그리고 효율을 극대화시켜 방송 운영에 대한 전반적인 모든 일을 책임지고 수행하는 '멀티 플레이어'들이라고 자랑하고 싶습니다. 또 아무래도 기민하게 움직이는 조직이다 보니 새로운 변화에도 신속하고 빠르게 움직이죠.(웃음)

그 신속함의 최대 장점으로 나타난 것이 바로?

-NDS와 PDS입니다. 그리고 이러한 것들로 인해 SBS는 더욱 발전적인 모습으로 나아갈 수 있게 되었습니다. NDS의 경우 100% 전환 완료된 이후로 이제 뉴스 프로그램의 '질' 자체가 확연하게 변했습니다. 여기에 PDS도 올해 말에 100% 완료되면 국내 최초로 모든 시스템을 파일기반으로 제작하는 여건이 완성되는 것이죠. 방송기술의 업무 효율을 높이고 제작의 완성도 자체를 상승시키는 이런 시도들이 SBS의 자랑입니다.(웃음) 저희 자랑이 너무 과했나요? 하지만 진심입니다.



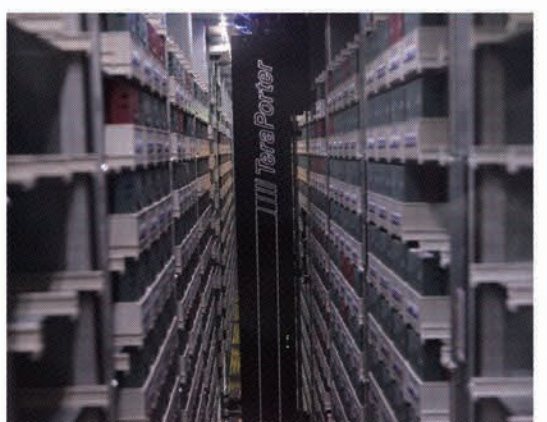
알겠습니다. 마지막 질문입니다. SBS의 창사 멤버로서의 소감과 앞으로 예비방송기술인을 꿈꾸는 분들에게 한 마디 하신다면?

-이제 SBS는 제 인생 같습니다. '너는 내 운명' 이랄까요.(웃음) 창사 당시에 기술인력 10명에서 출발해서 정신없이 달려오다 보니 벌써 20년이 흘렀네요. 지금 생각해보면 모든 것이 다 추억이고, 과거이자 미래며, 또 지금을 살아가는 현재 같습니다. 1995년 위성지국, SNG 등 보도 기술 개선팀부터 1989년부터 준비해서 1998년 디지털 TV를 국내최초로 시험방송 했던 일, 또 10년 전에 HD 중계차를 SBS자체 기술로 구축했던 일들, 아. 이 중계차는 지금도 활용하고 있습니다.(웃음) 여튼 이 모든 것들이 바로 지금의 저를 이끌어주는 모든 것들입니다. 변화에 대한 대처

말이죠. 예비 방송기술인을 꿈꾸는 분들에게 하고 싶은 말도 여기에 있습니다. 최근에는 또 한번 방송가에 새로운 바람이 불고 있습니다. 바로 IT 기술이지요. 모든 제작 시스템이 다시 한번 네트워크 기반, IT 기술개발로 변하고 있습니다. 이 부분을 반드시 주지하시고 공부하시면 좋은 방송 기술인이 될 듯합니다.

긴 시간 인터뷰해 주셔서 감사합니다.  
-감사합니다.

SBS의 기술개발은 지금도 앞으로 나아가는 현재 진행형이다. 그의 건승을 빈다.



[SBS 아카이브실]



[SBS 인제스트실]



\*외부필자의 기고는 본지의 편집방침과 일치하지 않을 수 있습니다.

윤 석 진  
충남대학교 국문학과 교수, 드라마평론가

## 종편 채널 개국과 방송 산업 기상도

한국 방송계의 지각 변동이 시작되고 있다. 우여곡절 끝에 2011년 3월에 채널 승인장을 교부받은 4개 종편 채널이 12월 개국을 목표로 서서히 시동을 걸고 있기 때문이다.

보도나 오락 또는 드라마나 스포츠 등 하나의 분야에 국한되었던 기존의 케이블 채널과 달리 지상파 방송과 마찬가지로 모든 분야의 방송을 24시간 내내 방송할 수 있다는 점에서 종편 채널의 개국은 미디어 환경을 급격하게 변화시킬 가능성이 크다. 종편 채널 개국으로 인한 미디어 환경 변화는 한국 방송 산업의 기회이자 위기이다. 방송 콘텐츠의 다양성을 추구하겠다는 종편 채널의 명분이 현실화된다면 다양한 콘텐츠를 기반으로 방송의 산업적 기반이 확고해질 수 있기 때문에 기회라고 할 수 있지만, 만약 그 명분이 허울에 그친 채 이전투구 식의 시청률 경쟁에만 치중한다면 그러잖아도 허약한 방송 산업의 기반 붕괴라는 위기 상황에 직면할 수도 있기 때문이다.

개국을 앞둔 4개 종편 채널의 라인업을 살펴보면 '방송 콘텐츠'의 다양성이 아니라 '방송 채널'의 다양성에 그칠 공산이 크다. 주지하다시피 방송 프로그램은 크게 보도와 교양 그리고 드라마와 예능으로 구성된다. 종편 채널의 프로그램 역시 이러한 틀에서 크게 벗어나기는 어렵다. 하지만 기존의 방송 콘텐츠와 다르지 않은 라인업으로 새로운 채널에 대한 시청자의 기대감을 충족시켜주기는 어렵다. 지상파 3사와 케이블 채널만으로도 방송 콘텐츠는 이미 충분하기 때문이다. 따라서 종편 채널의 특성을 살린 참신한 프로그램들이 기획·제작되어 방송 콘텐츠의 다양성을 담보

할 필요가 있다. 만약 종편 채널의 프로그램들이 지상파 3사와 별반 다를 바 없다면, 방송 콘텐츠의 다양성 확보라는 명분은 허울에 지나지 않게 될 것이다.

그럼에도 불구하고 드라마 분야에 국한해서 본다면, 방송 콘텐츠의 다양성 확보가 불가능한 것만은 아닌 것으로 예측된다. '뮤지컬 드라마'와 같은 새로운 장르나 '주말 시트콤'과 같은 새로운 형식의 시트콤처럼 일부 종편 채널의 드라마들을 통해 새로운 장르와 양식의 실험 가능성이 보이기 때문이다. 이러한 실험 정신을 바탕으로 새로운 장르 드라마의 사전 전자제를 과감하게 시도하고, '일일·월화·수목·주말' 등으로 양식화되어 있는 지상파 방송 3사와 다른 새로운 편성 전략을 수립한다면 종편 채널의 경쟁력 강화는 어렵지 않을 것이다.

종편 채널의 특화된 드라마가 시청자의 이목을 집중시키면 자연스럽게 장르적·양식적으로 틀에 박힌 지상파 방송 3사 중심의 드라마에 변화가 일어날 것이고, 그 결과 방송 콘텐츠가 다양해지는 경향이 나타날 것이다.

종편 채널의 개국은 지상파 방송사와의 관계에서 절대 약자로서 '올'의 위치에 놓일 수밖에 없었던 외주 제작사의 위상에도 변화를 가져올 것으로 예측된다. 아무리 좋은 기획이고 작품이어도 방송사의 '편성'을 받지 못하면 무용지물이 될 수밖에 없는 방송 현실에서 새로운 채널의 등장은 외주 제작사의 열악한 환경을 개선하는 계기가 될 수 있을 것으로 기대되기 때문이다. 실제 종편 채널과 상관없이 기획 및 제작되었으나 이런저런 이유로 지상파 방송에 편성되지 못했던 일부 드라마가 새로 개국하는 종편 채널에 편성

된 사례를 보면, 이러한 기대가 근거 없는 것만은 아닐 것이다. 하지만 종편 채널이 안정기에 접어들었을 경우, 종편 채널 역시 '갑'의 자리에서 외주 제작사를 좌지우지 할 수 있기 때문에 이런 효과는 한시적일 수밖에 없을 것이다.

일부 새로운 시도에도 불구하고 대부분의 종편 채널 드라마들이 지상파 3사와 마찬가지로 방식으로 제작·편성된 것은 아쉬운 지점이다. 그러잖아도 '드라마 공화국'이라는 별칭이 붙을 정도로 드라마가 차고 넘치는 현실에서 장르적이거나 양식적인 측면에서 차별화되지 않은 종편 채널의 드라마들이 방송 산업을 기형적으로 왜곡시킬 수 있다. 게다가 개국 초기에 채널 인지도를 올리기 위해 스타급 배우와 작가 그리고 연출자를 대거 영입하는 과정에서 한국 드라마 산업 규모를 뛰어넘는 예산을 투입한 것도 장기적으로는 부정적인 요인으로 작용할 가능성이 크다. 편당 제작비를 무한대로 늘릴 수 없는 열악한 제작 현실에서 일부 스타급 배우와 작가 그리고 감독의 개런티로 제작비의 상당 부분이 지출되면 그만큼 다른 부분에서 손실을 감내해야 하며, 이런 비정상적인 현실이 개선되지 않는다면 한국 드라마 산업의 미래를 낙관하기 어렵기 때문이다. 이미 지상파 방송 드라마 제작 현실에서 나타난 이러한 부작용은 종편 채널 개국을 계기로 점점 더 악화될 것으로 우려된다. 산술적 개념으로 연간 드라마 제작 편수가 증가하는 것을 마냥 환영하기 어려운 것도 그래서이다.

방송광고시장이 포화 상태에 이른 상황에서 종편 채널의 개국으로 치열한 광고 유치 전쟁이 예고되어 있는 것도 우

려스럽긴 마찬가지이다. 한계에 이른 방송광고시장 문제를 해결하기 위해 그동안 법적으로 금지했던 간접광고(PPL)를 허용했지만, 그 결과는 참담하기만 하다.

협찬 제품을 노출시키기 위해 방송 프로그램의 내용이 바뀌면서 드라마를 보는 것인지 광고 방송을 보는 것인지 혼란스러울 정도로 시청 주권에 문제가 생기고 있기 때문이다. 이처럼 간접 광고의 폐해가 갈수록 심각해지는 현실에서 케이블 채널과 마찬가지로 종편 채널에 허용된 '중간광고'가 드라마를 비롯한 방송 프로그램의 내용에 어떤 영향을 미칠지 예의 주시해야 한다. 간접광고의 폐해가 심각한 상황에서 중간광고 역시 드라마의 질적인 완성도에 균열을 일으킬 수 있기 때문이다.

광고주들을 대상으로 열린 채널 설명회에서 드러난 라인업만으로 종편 채널 개국 이후의 방송 환경을 예측하는 것은 쉽지 않은 일이다. 하지만 겉핥기 단계의 종편 채널이 만약 지상파 방송과 마찬가지로 편성 전략을 구사한다면, 치열한 시청률 전쟁터에서의 생존을 장담하기 어려운 것만은 분명해 보인다. 종편 채널이 방송 콘텐츠의 다양성 확보라는 개국 명분을 현실화하기 위해서는 기존의 지상파 방송이나 케이블 채널과 다른 특화된 방송 콘텐츠를 확보할 필요가 있다. 2011년 12월 이후 본격적으로 모습을 드러낼 종편 채널이 한국 방송 산업의 질적인 성장을 견인하는 계기가 되길 바라는 마음만은 간절하다. 더불어 종편 채널이라는 미지의 세계가 열리기 전에 방송의 공정성과 공익성을 다시 한 번 마음속에 새길 필요는 있음을 강조하고 싶다.

이 지혜  
민주언론시민연합 모니터 부장

## “서울시장 선거 방송보도” 함량 미달

10.26 서울시장 보궐선거 관련 방송3사 보도는 언론보도의 기본을 망각한 부실·편파보도였다. 이명박 정권의 방송장악 이후 방송3사의 보도가 '하향 평준화' 됐다고는 하지만 최소한의 '기제적 중립'조차도 지키지 못하는 함량 미달의 보도를 양산했다.

### 방송3사, 한나라당 네거티브 공세 적극 호응

방송3사 보도에서 가장 두드러진 문제는 한나라당의 네거티브, 흑색선전을 여과 없이 내보내며 사실상 적극 호응했다는 점이다. 한나라당은 당 대표와 대변인 등이 앞장서서 양손인 양, 학력과 경력, 딸의 법대 전과, 강남 전세아파트 문제 등에 대해 연일 의혹을 부풀렸고, 국회 대정부 질문도 박 후보에 대한 의혹제기의 장으로 삼으며 '박원순 공격'에 열을 올렸다. 이 같은 한나라당의 의혹제기는 사실이 아니거나 지나치게 '부풀려진 것'으로 드러났다.

하지만 방송3사 보도에서 구태 정치라는 비판을 받고 있는 한나라당의 네거티브 공세를 비판하거나 검증하는 보도는 찾아 볼 수 없었다. 기껏해야 한나라당의 네거티브 공세에 대한 박 후보 측의 비판을 나열하는데 그쳤다.

KBS는 사실이 아닌 것으로 드러난 사안조차 제대로 보도하지 않았다. 일례로 한나라당이 주장했던 하버드 로스쿨 허위 경력 의혹은 하버드에서 보낸 초청장이 공개되면서 사실이 아닌 것으로 드러났다. 15일 MBC와 SBS는 관련 내용을 보도했지만 KBS는 <췌 주말...민심 행보>(10.15)에서 "박원순 후보

측은 학력 의혹을 제기한 나경원 후보측 안형환 대변인과 강용석 의원을 검찰에 고소했고, 나후보 측은 박후보의 해외 학력 의혹을 추가로 제기하며 공세를 이어갔다"고 전하는데 그쳤다. 한나라당의 네거티브 공세가 사실이 아닌 것으로 드러났다는 설명은 일질 신지 않은 것이다.

방송3사는 흑색선전, 네거티브 공세를 "검증"이라고 강변하며 합리화하는 한나라당 측의 일방적 '프레임'에 맞추고, 박 후보 측이 한나라당의 악의적 공세에 대응하고 나서자 "검증 공방" 운운하며 양측이 함께 공방을 벌이는 것으로 몰아가기도 했다.

KBS는 <"의혹검증""흑색선전">(10.16)에서 앵커멘트부터 "검증공방도 뜨겁다"며 한나라당의 '검증'에 대한 박 후보 측의 반발을 나열하며 공방식으로 보도했다. 17일 기사 제목도 <검증공방 가열>로 달았고, 18일 <한 표라도 더... 총력유세>에서도 "검증 공방도 더욱 격화되고 있다"는 앵커멘트로 시작했다. MBC와 SBS도 제목과 멘트에서 "검증 공방", "검증 공격"이라는 표현을 사용했다.

### 나경원 '의혹'은 제대로 보도 안 해

반면 방송3사는 나경원 후보에 대해 제기되는 문제나 의혹은 제대로 보도하지 않는 편파보도 행태를 보였다. 나 후보는 선거운동 초반 '자위대 거지 해명', '장애 청소년 알뜰 목욕', '노무현 전 대통령 사저 비난 발언' 등으로 문제가 됐지만 방송3사는 관련 내용을 제대로 보도하지 않았다. 이후 14일 정봉

주 전 열린우리당 의원이 2005년 나 후보가 부친 소유 사학재단의 감사를 배제해달라고 청탁했었다는 의혹을 제기했다. 재산 의혹도 제기됐다. 나 후보가 서울 신당동에 건물을 17억 원 정도에 샀다가 지난 해 30억 원에 되팔아 13억 원의 시세차익을 냈다. 또 나 후보가 재산등록에서 700만 원으로 신고한 2개 텃 다이아몬드 반지에 대해 통상적으로 최고 8천만 원~1억 원이 나가고 평균 시가는 약 3천만 원대라며 축소 신고한 것 아니냐는 의혹이 제기된 바 있다.

하지만 방송 3사는 이런 문제를 제대로 보도하지 않았다. 지난 10월 10일부터 19일까지 방송 3사 메인뉴스에서 나경원, 박원순 후보에게 제기된 '의혹'을 얼마나 다뤘는지를 비교해 본 결과 KBS와 SBS는 나 후보에 대해 각각 5건, 4건인 반면, 박 후보에 대해 제기된 의혹은 2배 이상 많은 KBS 10건, SBS 9건이다. MBC도 나 후보 관련 의혹은 8건, 박 후보 관련 의혹은 12건으로 박 후보에 대한 의혹 보도가 더 많은 것으로 나타났다.

### KBS, 노골적 '나경원 띄우기' 보도행태

특히 KBS는 나 후보에 대한 노골적인 '띄우기' 행태마저 보였다. 선거스케치 보도에서 인용된 나 후보와 박 후보의 직접 멘트를 분석한 결과 나 후보의 경우 정책관련 발언이 7건이었지만, 박 후보는 2건에 불과해 큰 차이를 보였다. 이번 선거에서 나 후보 측은 흑색선전, 네거티브 공세에 앞장섰지만 KBS 보도만 본다면 나 후보는 정책선거를 '주도'하고 있는 것처럼 보인다. KBS는 18일 보도에서 외식업계 집회에 참석한 나 후

보 측이 카드 수수료 인하 등에 대해 "해결책을 제시했다"고 멘트하기도 했다.

방송3사가 네거티브 선거전에 앞장서면서 정책보도는 사실상 실종된 상황이다. 모니터 기간 동안 방송3사에서 서울시장 후보들의 정책을 다룬 보도는 각 1건씩에 불과했다. 그나마도 보도 내용은 각 후보의 정책을 단순 나열하거나 총론적인 평가를 내놓는데 그쳤다.

방송3사가 한나라당의 네거티브 공세를 적극 증폭하고 나서면서 결과적으로 한나라당의 네거티브 공세가 '먹히는' 상황을 만들었다.

무엇보다도 네거티브 위주의 선거보도는 민의를 철저히 왜곡한다는 점에서 문제가 심각하다. 이번 서울시장 선거는 시작부터 '안철수 돌풍'이 거세게 불며 '새로운 정치', '변화'를 바라는 시민들의 요구가 높다는 것을 보여줬고, 선거 결과에서도 이는 사실로 드러났다. 그러나 선거기간 내내 '새로운 정치'라는 의제는 한나라당과 언론의 네거티브 공세에 묻혀버리고 말았다. 방송3사는 이렇게 '나쁜' 선거보도를 내보냈지만, 선거 이후에도 반성의 기미조차 보이지 않고 있다.

심지어 방송3사는 선거 이후 평가보도에서도 이번 선거가 '이명박 정권에 대한 심판'이라는 핵심적인 사실을 언급하지 않았다. 10.26 재보궐선거 시작부터 끝까지 방송3사는 국민이 아닌 권력논치 보기에 급급했고, '최악의 선거보도'라는 불명예를 안게 됐다.



## 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
- 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.



# 2011 가을 디지털 방송 컨퍼런스

‘2011 가을 디지털 방송 컨퍼런스’는 매년 11월에 개최되고 있으며, 2006년을 첫 해로 올해로 6회를 맞이하고 있습니다. 가을 컨퍼런스에서는 올해의 방송기술 관련 이슈를 정리하고 방송의 미래 방향을 살펴보는 기회가 될 것입니다. 이번 컨퍼런스는 ‘방송의 갈 길을 묻다’라는 주제로 주파수 활용과 미디어랩, 차세대 방송, 지상파 다채널 서비스와 디지털 전환 관련 토론회 등에 관한 내용으로 국내외 저명한 강사를 초청하여 다양한 기술과 서비스에 대한 명 강의를 제공합니다.

일시 | 2011년 11월 3일(목)\_4일(금)

장소 | 방송회관 3층 회견장

주최 | 한국방송기술인연합회, 한국방송협회, 미래방송연구회

후원 | 한국이앤엑스, DTV KOREA

\*사전등록 \_ [www.kobeta.com](http://www.kobeta.com)(공지사항 참조) 사전등록자 무료(자료집 포함)

## Session 1 : 11월 3일(목)

| 시 간         | 발표 주제                     | 강 사                   |
|-------------|---------------------------|-----------------------|
| 09:30~10:00 | 사전등록 명단 확인, 현장등록          |                       |
| 10:00~10:30 | 개회사 : 가을 컨퍼런스를 맞이하여       | 양창근 연합회장              |
| 10:30~11:15 | 주요국의 700MHz 이용 동향         | KISDI 여재현 그룹장         |
| 11:15~12:00 | 방송주파수 활용방안                | 한국방송협회 박상호 박사         |
| 12:00~13:00 | 점심식사                      |                       |
| 13:00~14:00 | 미디어랩의 문제와 전망              | 숭실대학교 김민기 교수          |
| 14:00~15:00 | 경쟁시대 방송 공공성과 미디어랩 논쟁의 재검토 | MBC 이남표 박사            |
| 15:00~15:40 | 지상파 다채널 서비스모델과 기술개발현황     | 고우종 정책실장(미래방송연구회)     |
| 15:40~16:20 | 지상파 다채널 서비스 콘텐츠 전략        | 한국외국어대학교 심영섭 강사       |
| 16:20~17:30 | 지상파 다채널 서비스 토론회           | 사회 : 서울과학기술대학교 박구만 교수 |

## Session 2 : 11월 4일(금)

| 시 간         | 발표 주제                                 | 강 사                |
|-------------|---------------------------------------|--------------------|
| 09:50~10:30 | 플랫폼, 방송 그리고 전략                        | EBS 서진수 차장         |
| 10:30~11:10 | UHDTV와 방송의 미래                         | SBS 박성규 부장         |
| 11:10~12:00 | 디지털라디오, 정책에 대한 새로운 성찰                 | 성균관대학교 송해룡 교수      |
| 12:00~13:00 | 점심식사                                  |                    |
| 13:00~13:40 | 미디어 빅뱅과 소셜 커뮤니케이션                     | 미디어오늘 이정환 팀장       |
| 13:40~14:40 | 2011 대구세계육상 3D 중계방송<br>-3D 제작실례를 중심으로 | KBS 장형준 차장         |
| 14:40~15:20 | 디지털 전환 추진현황                           | KBS 박병열 부장         |
| 15:20~16:00 | 디지털 전환 성공전략                           | DTV 코리아 최천규 전략기획실장 |
| 16:00~17:30 | 디지털 전환 성공전략 토론회                       | 사회 : 한양대학교 정제창 교수  |