

2011 디지털 방송 컨퍼런스 열려



이번달 3~4일 서울 목동 방송회관 3층 회견장에서 열린 '2011 가을 디지털 방송 컨퍼런스'가 약 500여 명에 이르는 학계 및 현직 방송기술인, 그리고 각계각층의 다양한 인사들이 참여한 가운데 성황리에 개최됐다.

'방송의 갈길은 묻다'라는 주제로 열린 이번 컨퍼런스는 양창근 한국방송기술인연합회 회장의 개회사를 시작으로 그 화려한 토론의 장을 열었으며 3일에는 KISID 여재현 그룹장과 한국방송협회 박상호 박사의 주파수 활용방안에 대한 발제가 이어졌고 송실대학교 김민기 교수와 MBC 이남표 전문연구위원의 미디어랩 논쟁관련 발제, 이어 오후에는 미래방송연구회 고우종 정책실장과 한국외국어대학교 심영섭 강사의 지상파 다채널 서비스 발제가 이어졌다.

그리고 서울과학기술대학교 박구만 교수의 사회로 '지상파 다채널 서비스 어떻게 준비되어야 하는가?' 토론회가 열리며 3일 일정을 모두 끝마쳤다.

이어 4일에는 EBS 서진수 뉴미디어기획부 차장의 방송 플랫폼에 관한 발제를 시작으로 SBS 박성규 라디오기술팀 부장의 UHDTV와 관련된 발제, 성균관대학교 송해룡 교수의 디지털라디오 정책 발제가 이어졌으며 뒤이어 미디어오늘 이정환 팀장의 SNS관련 발제와 KBS 장형준 3D 콘텐츠 제작단 단장의 3D관련 발제, KBS 박병열 기술기획부장과 DTV코리아 최천규 전략기획실장의 디지털 전환 관련 발제가 컨퍼런스에서 진행됐다.

그리고 마지막으로 한양대학교 정제창 교수의

사회로 '2012년 성공적인 디지털 전환을 위해서는' 토론회가 열리며 대단원의 막을 내렸다.

한편 이번 컨퍼런스는 발제를 맡은 발표자는 물론 당시 참관한 모든 사람들이 함께 공감하며 질문하고 답하는 '오픈-커뮤니케이션'의 모범적인 전형을 남겼다는 평가와 함께 다가오는 뉴미디어 시대에 방송기술인의 목소리는 물론 방송정책 전반의 목소리를 충실히 담아내 실질적인 해결책을 도출하기 위한 노력을 했다는 점에서 큰 의미를 가졌다.

또한 다양한 방송정책의 이슈에 다각적으로 접근해 모두의 공감대를 이끌어냈다는 점도 이번 컨퍼런스의 수확 중 하나이다.

〈최진홍 rgdsz@kobeta.com〉

컨퍼런스가 디지털 전환에 묻고 답하다

방송정책 전반에 있어 가장 중요하고 핵심적인 내용을 담아 진행된 이번 '2011 가을 방송 디지털 컨퍼런스'는 내용 하나하나 놓칠 수 없는 다양한 주제로 토론이 이어졌지만, 특히 눈길을 끌었던 부분은 '디지털 전환 정책'이었다. 4일 KBS 박병열 기술기획부장과 DTV코리아 최천규 전략기획실장의 발제를 시작으로 이어진 디지털 전환 논의는 한양대학교 정제창 교수의 사회로 진행된 성공전략 토론회에서 방점을 찍었다. 포문은 신진규 MBC 차장이 열었다. 신 차장은 "디지털 전환 이후 취약계층 대비가 부실하다"며 "직접수신률이 낮은 만큼 정부의 지원이 강화되어야 한다"고 주장했으며 여성민주회 강혜란 정책위원은 "디지털 정책 홍보가 미흡하고 그 이전에 직접수신을 상승과 난시청 해소를 위한 지상파의 노력이 선행되어야 한다"고 전했다. 이어 KBS 박병열 기술

기획부장은 가상중요 홍보에 대한 부족을 지적했고 DTV코리아 최천규 전략기획실장은 그에 대한 적절한 홍보방안을 주장하고 더 나은 지원을 약속했으며 방송통신위원회 신승한 과장은 "디지털 전환을 위한 유예기간과 향후 발생하는 주파수를 합리적으로 할당하기 위해 내부적으로 방침을 세우고 있다"고 전했다.

토론회는 주로 낮은 직접수신률과 난시청 해소 문제를 적극적으로 해결하고 향후 디지털 전환에서 오는 혼돈을 최소화해야 하며 문제가 되고 있는 '디지털 전환 이후 시청자가 설치해야 하는 안테나' 등에 대한 적극적인 지원과 홍보 방안으로 진행되었으며 토론회에 참석한 패널들 모두 주파수 재배치에 따른 정부의 손실보상이 있어야 한다는 것에도 깊은 정책적 공감대를 형성했다.

〈최진홍 rgdsz@kobeta.com〉

만평
제63화

막무가내 전학생(중편, 20번내 채널 요구)

김성훈



파나소닉 방수캠코더 HX-WA10 특별 판매

파나소닉 코리아(주)에서는 회사 창립 11주년을 맞아 현재 신문사 취재 기자들이 사용 중인 파나소닉 방수 캠코더 HX-WA10을 한국방송기술인연합회 회원들을 대상으로 특별 가격에 제공하고자 합니다.

1. 파나소닉의 'HX-WA10' 특별 판매 기간은 11월 14일 (월)부터 11월 25일 (금)까지 총 12일간이며, 가격은 299,000원입니다.
(참고: 번들-SD4G, CASE 제공. 정가 499,000원)
2. 파나소닉 코리아 서비스 사이트에 판매 관련 내용이 등재되는 것에 동의하시면, 구매하신 취재용 제품에 대해서는 기존 1년의 무상서비스 기간을 1년 6개월로 6개월 연장해서 제공해 드립니다.
단 제품의 재판매 시에는 1년 6개월의 무상서비스는 자동 취소 됩니다.
3. 제품 구입을 원하시는 분께서는 한국방송기술인연합회 홈페이지의 구매 신청서를 작성하셔서, 구매 신청서에 적혀 있는 메일 주소로 송부해 주시고, 구매 신청서에 기재된 계좌번호로 금액을 입금시켜 주시기 바랍니다.
4. 기타 문의 사항이 있으시면 파나소닉 코리아의 공식 판매 대리점인 대령네트워크(주)로 연락주시면 됩니다.
(연락처 : 대령네트워크 오성민 과장 02-592-9564, 02-592-9565)





사설

방송계를 휩쓴 검은 '부당거래'

불공정거래행위, 부당거래

류승완 감독의 2010년 영화 '부당거래'는 우리 사회 곳곳에서 암약하고 있는 기득권의 횡포와 그에 따른 음모, 그리고 폐단을 다소 과장되지만 사실적으로 그려낸 작품이다. 그리고 류승완 감독은 이 영화를 통해 소위 '힘을 가진 자들'이 우리 사회를 어떻게 병들고 무너지게 하는지 적나라하게 보여주고 싶었다고 한다.

그런데 요즘 방송가에서 때 아닌 부당거래 돌풍이 불고있다. 심지어 종류도 다양해서 내부거래와 불공정거래까지 그 범위가 광범위하다. 무슨 일일까.

방통위-종편의 부당거래

개국을 앞둔 종편의 채널할당을 둘러싸고 진통이 계속되고 있다. 종편은 공식공문까지 만들어 MSO들에게 전방위적 압박을 가하더니 이제는 20번대 이하의 황금채널을 요구하며 심지어 전국의 모든 MSO들에게 같은 번호를 할당하게 해달라고 때를 쓰고 있다. 이에 기존 군소 PP들은 반발하고 있지만 종편특혜의 최일선에서 뛰는 방통위는 귀를 닫아버리고 있다.

그런데 이런 상황에서 묘한 일이 벌어졌다. 지난달 24일 방통위 간부들이 서울 종로구 사무실에서 MSO 임원들을 만난 것.

양 측은 회합내용에 대해 함구하고 있지만 종편 채널배정 협상이 이루어지고 있는 민감한 시기에 방통위 간부가 MSO 임원들을 만난 것은 소위 말하는 '내부 압력'이라는 설이 유력하다. 그리고 그 회합을 기점으로 PP들의 경우 길면 1년 정도를 끝게되는 채널배정 협상이 종편의 경우 굵물살을 타 20번대 이하의 번호로 정해진 것은 결코 우연이 아니라는 것이다.

여기에 같은달 19일 방통위가 '유선 방송국설비 등에 관한 기술기준 일부

개정'이라는 기술개정 고시안을 통해 88MHz~108MHz 대역을 '음악방송대역' 또는 '종합유선방송대역'으로 복수 지정할 것은 PP들의 불만을 잠재우기 위한 방통위의 '꼼수'라는 지적도 있다. 사실이라면 당근과 채찍으로 방통위가 현안에 필요 이상으로 간섭하고 있는 것이다. 명백한 부당거래다.

SBS-미디어홀딩스의 부당거래

미디어랩 준비에 박차를 가하고 있는 SBS의 경우 조금 더 노골적이다. 지금 현재 SBS의 모회사이자 SBS미디어홀딩스의 최대주주인 태광건설은 국제청으로부터 강한 세무조사를 받고 있다. 여기에 SBS미디어홀딩스를 겨냥한 세무조사 이야기도 나오고 있는데, 이는 태광건설-SBS-홀딩스의 소유구조에서 내부거래로 인한 탈세 혐의 때문이라는 관측이 지배적이다.

덕분에 미디어랩을 의욕적으로 추진하던 SBS는 뜻하지 않은 암초를 만난 격이 되었다. 물론 추후 상황은 지켜봐야 알겠지만.

부당거래는 그 사회의 생태계를 오염시키는 가장 큰 주범이다.

그리고 뉴미디어를 준비하는 중요한 기로에 선 방송계는 더 이상 혼탁한 일에 매몰되지 않고 중심을 잡을 필요가 있다. 사실 지금 소개한 것 외에도 주파수 경매 당시 KT가 갑작스럽게 입찰을 포기한 것, 그리고 700MHz주파수를 둘러싼 논쟁과 디지털 전환을 앞두고 벌어지고 있는 무수한 의혹들도 많다.

그리고 이 모든 것이 단순히 의혹만을 제기하는 돈구름 잡기임을 소망하지만, 세상은 생각보다 가혹한 논리로 움직이는 법이다.

주무부처인 방통위의 올바른 중심잡기를 다시 한번 요구하는 바이다.

〈백선하 baek@kobeta.com〉

KBS 기술연구소 '30년 역사'

1981년 설립 이래 대한민국 방송기술사에 큰 족적을 남겨온 KBS 기술연구소가 11월 15일 창립 30주년을 맞이해 KBS 신관 공개홀에서 기념행사를 열었다. 이번 기념행사에는 KBS 김인규 사장의 축사를 시작으로 사내외 인사 400여 명이 참석했으며 유공 사원 및 업체 명사 순으로 진행되었다.

또 기념행사가 끝난 후 신관 TV홀로

비에서는 '차세대 방송 발전을 위한 지상파 전략' 등 3개의 세미나가 연이어 열렸으며 동시에 KBS 기술연구소의 연구개발 및 장비 공개전시도 진행됐다. 한편 KBS 기술연구소측은 이번 30주년 기념행사와 함께 연구소 연혁과 연구개발실적 등을 담은 '한국방송 기술연구 30년사'를 발간할 예정이다.

〈최진홍 rgdsz@kobeta.com〉

종편 황금채널, 특혜의 종결자

종합편성채널(이하 종편)과 MSO사이의 채널배정협상 결과가 어느 정도 윤곽을 드러내고 있다. 종편이 20대 안쪽 번호를 가져갈 것이라는 주장에 접점 협이 실리는 분위기다.

현재 계속 종편과 채널배정협상을 벌이고 있는 MSO의 주요 관계자는 "17~20번, 14, 16, 18, 20번 등 순서만 바뀔 뿐이지 종편이 20번대 채널에 포함될 것은 분명해 보인다"고 전하며 "MSO의 입장에서 20번대 채널은 가지고 있는 최대의 자산인 만큼 아직 경쟁력을 검증받지 못한 종편 입장에서는 호재인 셈"이라고 말했다.

현재 서울을 중심으로 한 수도권 지역의 종편이 요구하는 지상파 인접 채널,

14~20번에는 대체로 MSO의 자체 PP들이 들어와 있는데 이는 케이블 TV 시청률의 62%(코바코 통계)를 점유하고 있는 지상파와 인접해 있어 시청률이 보장되기 때문이다. 그런 이유로 PP업계 관계자는 "시청률은 광고단가와 직결되기 때문에 개별 PP들은 매년 낮은 번호를 받기 위해 사활을 건 협상에 돌입한다"며 "때에 따라 협상 과정이 1년을 넘기는 경우도 있다"고 전했다.

그런데 최소한 종편에게는 이런 채널배정 협상이 남의 이야기일 뿐이다.

최근 종편들은 종편연합회 명의로 MSO들에게 집단공시공문을 보내 내놓고 황금채널배정을 요구하고 나섰고, 방송통신위원회(이하 방통위)가 직접 채널

배정 협상에 압박을 가하기도 했다.

여기에 한 관계자는 "다른 PP와의 채널계약기간이 올해 말 만료인데 12월1일 개국하는 종편 사정을 고려해 한 달이나 채널배정을 앞당긴 것"이라며 "지금까지 이런 경우는 없었다"고 말할 정도로 종편은 특혜의 최전선을 달리고 있다.

그러나 종편측은 모든 MSO들이 전국 종편 번호를 통일해주고 지상파 채널 사이에 들어가 있는 홈쇼핑 채널 대신 자신들이 들어가길 내심 바라고 있으며 방통위는 종편의 이러한 요구조건이 관철될 수 있도록 막바지 채널배정협상을 주의깊게 지켜보는 형국이다.

〈최진홍 rgdsz@kobeta.com〉

라디오, 뉴미디어의 웃을 입다



대표적인 올드 미디어로 분류되며 빠르게 변하는 뉴미디어 시대에 사라질 것으로 예상되었던 라디오가 다시 화려하게 부활하고 있다. 그리고 그 선봉에는 스마트 미디어가 있다.

최근 선진적인 인기를 끌며 정치권에도 영향을 미친 '나는 꼼수다'의 경우 팟캐스트로 제작된 미디어로서 애플의 아이팟(iPod)과 방송을 뜻하는 브로드캐

스트(broadcast)의 합성어가 말해주듯, 자동 업데이트 되는 관심 프로그램을 내려받아 아무 때나 들을 수 있는 새로운 개념의 맞춤형 개인 미디어다. 즉 신개념의 라디오 방송인 셈이다.

여기에 개인이 스마트폰 하나만 가지고 라디오 방송을 하는 앱이 등장하기도 했으며 심지어 무선 동아리와 같이 특정 앱을 프로그램화 시켜 디지털 라디오 신호를 통해 커뮤니티를 이루는 독특한 서비스가 탄생하기에 이르렀다.

한편 이러한 라디오의 뉴미디어화 현상은 그보다 앞선 인터넷 시대부터 활발하게 시작되었다는 관측이 지배적이다. 하지만 기존의 인터넷 라디오 플랫폼이 PC라는 고정매체에 한정되었다는 사실

을 인지해보면, 스마트 기기 시대를 맞이한 라디오 매체가 다시 한번 기술적 한계를 뛰어넘어 뉴미디어 시대의 중요한 역할을 수행하게 되었다는 것은 거의 정설이다.

또 한국방송광고공사에 따르면 일반 라디오의 청취 비율은 해마다 줄어드는 반면, DMB와 휴대전화 라디오 비율은 3%에서 6%로 상승했다고 밝혔다. 그리고 이 추세가 이어진다면 방송사들도 팟캐스트를 인터넷 라디오처럼 새로운 수익 창출 모델로 인식하게 될 것으로 보이며 개인과 휴대성에 특화된 신개념의 라디오 뉴미디어 시대가 도래할 것으로 전망되고 있다.

〈최진홍 rgdsz@kobeta.com〉

방통위 "23일까지 재송신협상 타결해라"

방송통신위원회가 지상파 프로그램 재송신 대가를 놓고 한 치 양보 없는 다툼을 벌이고 있는 지상파 방송사와 케이블 TV 방송사에 오는 23일까지 재송신 협상을 타결하라는 사실상 최후 통첩을 내렸다. 방통위는 지난 10일 오전 상임위원이 참여하는 긴급 간담회를 열고, 지상파 방송사와 케이블 TV 방송사들이 오는 23일까지 재송신 대가를 협상하지 못하고 방송 중단 등 시청자 권익을 침해할 시 가능한 법적·행정적 조치를 모두 취하겠다는 입장을 밝혔다.

방통위는 ▲지상파 방송사의 방송발전 기금 산정시 기준이 되는 광고매출액을 재송신료 수입을 포함한 총매출액으로 변경하는 방안 ▲케이블 TV 방송에서 지상파 방송의 채널을 변경할 때 지상파 방송사의 동의 절차를 폐지하는 방안 ▲케이블 TV 방송사의 자사 광고 시간을 축소하거나 폐지하는 방안 등 다양한 조치

를 취할 것이라면서 지상파 방송사와 케이블 TV 방송사를 압박했다.

지상파 방송사와 케이블 TV 방송사는 지난 7월부터 방통위와 방송사업자 및 관련 전문가 등으로 구성된 재송신협의회를 통해 재송신 대가 산정 문제를 논의해왔다. 하지만 지상파 방송사들이 재송신 대가로 일정금액을 지불할 것을 요구하는 반면 케이블 TV 방송사들은 원천적으로 유료화는 받아들이지 않겠다는 입장을 고수하면서 난항이 지속되어 왔다.

그러던 중 지난달 28일 서울고등법원 민사5부가 CJ헬로비전에 "디지털 방송 신규 가입자들에 지상파 방송 재송신을 하면 안 되고, 이를 어길 시 지상파 방송 3사에 각각 하루 5,000만원씩을 지급하라"고 선고(131호) 기사하면서 상황이 매우 급격하게 변하자 방통위가 권고문을 제시한 것이다.

하지만 일부에서는 이번 방통위의 권고문 채택이 생색내기가 아니냐는 지적도 나온다. 지상파 방송사와 케이블 TV 방송사의 재송신 문제가 2년 가까이 진행되는 동안 사실상 중재자 역할을 하지 못했다는 비판을 받아온 방통위가 지난달 재판부 판결로 또 다시 도마에 오르자 권고문을 공개적으로 발표했다는 것이다.

한편 방통위는 오는 23일까지 관련 협상을 마무리 짓고, 결과와 상관없이 종합유선방송 등 유료방송에서의 지상파 의무재송신 채널 범위에 대한 개선 방안을 검토하고 연내에 관련 제도개선안을 마련할 계획이지만 일각에서 지적하는 '주무부처인 방통위가 중재 통제력을 상실했다는 주장'도 비등한 상황이라 정책결정을 둘러싼 방통위의 해결능력도 시험대에 오른 형국이다.

〈백선하 baek@kobeta.com〉

"저널리즘에서는 여전히 TV가 강세"



지난 4일 한국언론학회 저널리즘분과, 한국외국어대 언론정보연구소, 한양대 커뮤니케이션 연구센터 공동 주최로 서울 행당동 한양대박물관에서 열린 'SNS와 저널리즘, 그리고 참여' 세미나에 발제자로 참가한 황유선 한국언론진흥재단 연구위원은 "저널리즘 측면에서

보면 여전히 TV와 같은 전통미디어에 대한 의존도가 높은 편이고, SNS에 대한 의존도는 높지 않은 편"이라며 앞으로 SNS가 1인 미디어 역할을 하며 저널리즘 측면에서 영향력이 커질 것이지만 이는 다소 주변적인 영역으로 한정될 가능성이 있다고 주장했다.

그는 또 "사람들이 뉴스를 볼 때 가장 자주 이용하는 미디어는 TV이며, 뉴스에 대한 신뢰도 역시 TV가 가장 높게 나타났다"고 분석했다.

이는 SNS가 걸리지 않은 정보를 유통시키면서 만들어내는 부작용에 대한 우려가 반영된 것으로 보인다. 제정된 서명대 저널리즘스를 교수 역시 이와 같

은 부작용을 우려하며 "최근 선거만 보아도 SNS에 인신공격성 비방이 난무하기도 했고 투표와 관련된 허위사실이 떠돌아 다니기도 했다. 트위터러인들이 자정능력을 통해 이런 부분을 극복하지 않는다면 앞으로 SNS가 지닌 사회적 의미와 중요성은 퇴색될 수밖에 없을 것"이라고 지적했다.

황 연구위원은 "다만 신문이나 방송보다 SNS로 먼저 뉴스를 본다는 점에서 SNS의 속보성이 저널리즘 영역에서 장점으로 부각될 수 있기 때문에 이를 긍정적으로 활용할 수도 있을 것"이라고 덧붙였다.

〈백선하 baek@kobeta.com〉

촌철살인(寸鐵殺人)의 한 마디

"[미디어랩에 대해]엄치가 없어 지상파에 더 참아달라는 소리를 차마 할 수 없다"(최시중 방송통신위원장)

☞2일 국회 문화체육관광방송통신위원회에 출석한 자리에서...지금 엄치않아야 하는 대상은 지상파뿐이 아닙니다.

"정태근 의원과 월과월부할 생각없다"(최시중 방송통신위원장)

☞9일 국회에서 열린 예산결산특별위원회 전체회의에서 정태근 의원과 설전을 벌이며...최씨는 월과월부할 해야겠습니다. 디지털 전환, 주파수, 종편 특혜, 미디어랩...혹 듣기 싫으신 것 아니죠?

"종합편성채널사업자와 복수종합유선방송사업자의 채널배정 협상에 보이지 않는 손이 작용하고 있다"

(김민기 송실대 교수)

☞미디어오늘과의 인터뷰 중...애덤 스미스가 무덤에서 화내겠네. 그러라고 보이지 않는 손이 나온 것은 아닐텐데요.

주파수 분쟁의 다크호스 등장

행정안전부(이하 행안부)가 추가 주파수 할당이 필요한 자기망, 즉 700MHz 주파수 대역으로 재난안전통신망(이하 재난망)을 구축하겠다는 주장을 계속하고 있어 논란이 일고 있다.

이에 방송통신위원회는 난색을 표하고 있으며 700MHz 주파수는 방송과 통신 양 측에서 치열하게 할당 논리를 내세우는 만큼 재난망 사업 활용에 대해서 700MHz 주파수 논의 자체를 하지 않겠다는 뜻이 분명하다.

그러나 재난 및 안전관리법 제 74조는 재난관리책임·간급구조기관의 장이 정보통신체계를 구축할 수 있도록 규정하고 있고 전파법 제 9조에도 따르면 '방통위는 국가안보·질서 유지 및 인명 안전 필요성을 고려해 주파수를 분배해야 한다'는 조항이 있어 이렇게 행안부의 할당 주장이 계속될 경우 700MHz 할당 논의가 자칫 새로운 국면을 맞이할 수도 있다는 주장도 힘을 받고 있다. 동시에 방통위의 주파수 할당 로드맵 부재가 다시 한번 도마위에 오르고 있는 실정이다.

한편 행안부는 재난망 통신기술 방식에 의견수렴 과정을 거쳐 12월 말 예비타당성 조사를 신청할 계획이다.

〈최진홍 rgdsz@kobeta.com〉

방송기술저널

창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 양창근
편집주간 | 김성훈
편집위원 | 김건희 서상원 정진영
송주호 윤현철
취재기자 | 백선하 최진홍
기획실 | 강동균
인쇄인 | 은혜나루
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

“마음을 움직이는 방송기술인” EBS의 신입사원 삼총사



남 광 현
EBS 신입사원



남 대 현
EBS 신입사원



장 규 성
EBS 신입사원

오늘 인터뷰는 EBS 남광현, 남대현, 장규성 신입사원과 함께했다.

안녕하세요. 먼저 <방송기술저널> 구독자분들께 자기소개 부탁드립니다.

-남광현 : 저는 정보/기술 및 IT업무를 담당하게 될 남광현입니다. 그저 EBS가 좋아서 달려온 외집인생으로 불러주세요.(웃음)

-남대현 : 방송기술 파트를 담당하게 될 남대현입니다. 대학교에 다닐때부터 <방송기술저널>을 꼼꼼하게 구독했는데, 이렇게 인터뷰까지 하게 되어서 참 기분이 좋습니다. 잘 부탁드립니다.

-장규성 : 저도 남대현 사원과 같이 방송기술 파트를 맡게 된 장규성이라고 합니다. 지식채널e의 왕팬에서 이렇게 EBS의 새로운 가족이 되어 정말 기쁘게 생각합니다.

우선 EBS 입사동기부터 말씀해주세요.

-남광현 : EBS는 학창시절부터 저와 아주 친한 방송사였습니다. 공부할 때 EBS의 도움을 많이 받았거든요. 많은 분들이 그렇겠지만 저 역시 EBS의 강의 프로그램을 통해 공부를 했고, 자연스럽게 EBS 자체에 관심이 생긴 것입니다. 그리고 모든 준비가 끝나고 취업을 하게 되었을 때 EBS에 입사하기 위해 열심히 노력했습니다. 다행히 EBS에서 받아주셨고요.(웃음)

-남대현 : 저도 비슷합니다. 아무래도 학생의 입장에서 EBS가 큰 관심사일 수밖에 없었습니다. 그러다보니 자연스럽게 '내가 공부하는 이 프로그램을 만든 EBS는 뭘하는 곳일까'라는 궁금증이 생기고 그게 제 평생의 신념이 되었습니다.

-장규성 : 저는 조금 다릅니다. 학생 때부터 EBS 자체에 관심을 가지고 있었지만 거기에 보태서 '다큐멘터리'에도 흥미를 느꼈거든요. 특히 지식채널e의 경우 때로는 감성적인 코드로, 때로는 사회이슈적인 코드로 많은 사람들의 가치관에 영향을 미치고 움직이는 것을 본 이후로 '아, 이런 곳에서 일해보고 싶다'는 생각이 절로 났습니다. 교육방송이라는 패러다임에 충실한 EBS에 믿음도 있었어요.

알겠습니다. 다음 질문입니다. 지금 세 분은 수습기간이시죠?

일동 : 2011년 10월 10일자로 입사한 동기입니다.

그러면 수습기간은 어떻게 지내고 계세요?

-남광현 : 형과 동생, 때로는 부모 자식처럼이라고 할까요? 흔히 말하는 가족같은 분위기로 잘 지내다 보니 한 달 남짓한 수습기간 동안 너무 고맙고 소중한 기억밖에 없네요. 그런데 가끔 제가 방송용어 약자를 잘 몰라서, 아무래도 현장에서 쓰이는 말이다 보니 잘 모를 때가 많아서 속이 까맣게 타들어가고 있습니다.(웃음)

-남대현 : EBS의 기술 조직 자체가 그리 큰 규모라고 할 수 없지만, 그만큼 끈끈한 뭔가가 있습니다. 거기에 소수정예의 느낌이다보니 아무래도 개방적이고 분위기가 좋죠. 수습기간 동안 이런 것들을 몸소 체험하며 지내왔습니다.

-장규성 : '무엇을 상상하든 그 이상을 본다'라는 말이 있잖아요? 수습기간동안 선배들의 열정에 감탄하며 멋진 방송기술인이 되기 위한 첫발을 떼는 것 자체에 사실 다른 생각은 못했어요. 그리고 저도 용어문제. 현장에서 약어로 쓰이는 용어 때문에 남모름 고민이 많았답니다.(웃음)

선배들뿐 아니라 여러분의 열정도 저에게 느껴지는 것 같습니다. 알겠습니다. 그럼 질문을 좀 바꿔서, 방송기술 분야 중 특별히 관심을 가지고 있는 분야가 있다면?

-남광현 : 제가 IT쪽을 담당하다보니 아무래도 클라우드 시스템과 N-스크린 분야인 것 같습니다. 스마트한 시대에 발 맞춰 방송기술의 다음 지향점이라 생각합니다.

-남대현 : 저는 OHTV분야입니다. 이제 뉴미디어의 시대가 빠르게 도래할 것이고 높은 퀄리티를 원하는 시청자들이 점점 늘어날 것입니다. 그 최전선에서, 저는 어느 정도 역할을 해 낼수 있는 방송기술인이 되고 싶어요.

-장규성 : 증강현실(Augmented reality)분야입니다. 남광현 사원도 이야기 했지만 세상은 스마트해지고 있습니다. 그렇기 때문에 실질적으로 체감하고 쌍방향으로 교류가 가능한 증강현실



분야는 앞으로 다가오는 뉴미디어 시대의 블루칩이 될 것이라 확신합니다. 그렇기 때문에 개인적인 공부도 게을리 하지 않을 계획입니다.

흥미를 갖고 있는 분야가 다양하군요. 알겠습니다. 그럼 묻겠습니다. 대답하기 어려울 수 있지만 신입사원이기에, 어쩌면 현재 진행되고 있는 다양한 방송정책에 대해 좋은 의견을 제시할 수 있을 것 같습니다. 현재 진행되고 있는 다양한 방송정책 이슈에 대한 각자의 생각이 궁금합니다.

-남광현 : 신입사원인 저희들이 그런 부분을 짚어내는 것은 무리이지만(웃음) EBS만으로 문제를 국한시킨다면 고품질 전략의 확대가 아닐까합니다. 시청자들의 높은 요구를 받아들여 더욱 질 높은 고급 콘텐츠를 제작하는 것이 중요하다고 생각합니다.

-남대현 : 저는 디지털 전환이라고 생각합니다. 더 자세한는 디지털 전환 홍보요. 일본의 경우 디지털 전환을 앞두고 화면 오른쪽 하단에 '디지털 전환 D-00일'을 자막으로 매일 내보냈다고 해요. 2013년 1월 1일 성공적인 디지털 전환을 위해서는 우리도 홍보를 강화해야 한다고 생각합니다.

-장규성 : 저는 아주 민감한 이야기를 하겠습니다. 수신료 문제인데요. 현재의 수신료 제제로는 사실 빠르게 진행되는 뉴미디어의 속도를 따라잡기 어렵다고 생각합니다. 그리고 이 부분이 해결되지 않으면 남광현 사원이 말한 고품질 콘텐츠도 힘들어지고요.

수신료 현실화 문제요?

-장규성 : 물론 국민들의 공감대가 형성되고 지상파의 신뢰회복이 절실하다는 조건에서요. 저

는 수신료 현실화가 반드시 이루어져야 한다고 생각합니다. 2500원 중 70원 이상의 가치가 있는 EBS를 위해서, 국민과 뉴미디어를 위해서요.

알겠습니다. 그럼 화제를 조금 바꿔서, 입사 당시 이야기를 해볼까요? 노하우가 있으면 말해주세요.

-남광현 : 입사 이야기를 하시니까 다시 긴장되는 기분입니다.(웃음) 저희 EBS의 입사전형은 총 4단계입니다. 서류/전공시험 및 논술/실무역량 평가 및 인적성 평가/임원 면접 순인데요. 아무래도 EBS의 최근 뉴스를 섭렵하고 이슈를 머리에 기억한 채 나의 강점을 잘 피력하는 것이 중요하죠. 너무 판에 박힌 대답인가요?(웃음)

-남대현 : 저는 이런 말을 드리기 쑥스럽지만, 다른 분들에 비해 상대적으로 소위 말하는 스펙이 좋은 편은 아닙니다. 하지만 겁먹지 않았습다. 당당할 수 없는 상황에서도 당당하려 노력했고, 꿈을 포기 안했습니다. 그리고 가장 중요한 것은, <방송기술저널>을 많이 읽어 방송정책 이슈에 빠르게 따라가야 한다는 거죠.(웃음)

-장규성 : 저는 자기소개서가 중요하다고 봐요. 흔히 채용에 있어 자기소개서가 스펙 나열한 것 이상의 가치가 없다고 하는데...저는 생각이 다릅니다. 어차피 최종 임원면접에 가더라도 자기소개서를 바탕으로 하는 질문이 오기 마련입니다. 입사 전형 내내 '나'라는 사람의 기본 토대가 되는 것이 바로 자기소개서예요. 또 필기시험의 경우 전자공학이나 기타 방송기술용어 트렌드를 따라가고, 면접 스터디가 큰 도움이 되었다는 것도 말하고 싶습니다.

네. 그럼 마지막으로 EBS자랑 한번씩 하고 끝내겠습니다.

-남광현 : 우리는 불가능한 것을 극복하는 조직입니다. 그리고 그 안에서 방송기술인의 미래가 있다고 생각합니다. 서로를 향한 마음으로 더욱 열심히 앞으로 나가는 EBS입니다.

-남대현 : 방송통신융합에 발 빠른 EBS입니다. 그리고 그 최전선에 선 방송기술인의 일원이 된 것을 자랑스럽게 생각합니다.

-장규성 : 사장님이 자주 쓰시는 표현인데...저희는 'beyond' 그 자체입니다. 그리고 EBS 방송기술인들은 저력이 있습니다. 모두 일당백의 선배들이죠. 든든합니다.

인터뷰에 응해주셔서 감사합니다.

선배들에게 하고싶은 말

남광현 : 선배님들이 흔히 '뽕'이 바뀌고 있다고 하시잖아요? 그 격동의 순간에 제가 큰 힘이 되어드리겠습니다! 선배님들께 자랑스러운 EBS 방송기술인이 되겠습니다.

남대현 : 저는 콘텐츠의 질 향상에도 도움이 되는 멋진 방송기술인이 되고 싶습니다. 디지털(Digi-Log)적인 사람이 되겠습니다. 사랑합니다.

장규성 : 초심을 잃지않고 항상 이등병처럼 선배님들께 멋진 충성하며 많이 배우겠습니다. 이쁜 후배가 되겠습니다.

패기가 넘치고 기세가 일천한다는 말이 있다. 하늘을 흔들고 땅을 울리게 한다는 말이 있다. EBS 방송기술 분야를 혁신적으로 발전시켜 자신들의 이상을 실현 시키려는 이 '삼총사 신입사원'의 앞길에 무한한 성공과 축복이 함께하길 기원한다.



인터뷰를 하기위해 EBS 도곡동 본사 로비에 들어서자 신입사원으로 보이는 세 명의 남자가 눈에 들어왔다. 기자가 다가가 "안녕하세요" 인사하자 모두 일어나 반갑게 맞이해준다. 그런데 세 명. 뭔가 심상치 않다. 분명 신입사원인데 이들은 마치 10년 전부터 알고 지낸 사이처럼 너무나 편하고 친해 보이는 것이 아닌가. 그리고 그런 기자의 마음을 읽은듯 "가족같은 분위기"의 진수를 보여 드리죠"라고 웃는 한 신입사원의 미소도 흥미롭다. 그런데 심지어, 세 명의 신입사원 중 두 명은 형제라고 해도 믿음만큼 이름도 비슷하다.

이들의 이야기를 들어보자.

<정리/사진 최진홍 rgdsz@kobeta.com>



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, 네 번째 순서는 'UHDTV에 방송의 미래를 묻다'로 선정했으며, 앞으로 이어지는 특집에도 많은 관심 부탁드립니다.

- 1편-2011 방통위 국감을 진단하다
2편-700MHz 주파수, 핵심은 무엇인가?
3편-3D 기술과 영상 패러다임의 변화
4편-UHDTV에 방송의 미래를 묻다

가장 혁신적이고 가장 뛰어난 방송기술의 차세대 패러다임으로 평가받고 있는 UHDTV는 지금 이 시간에도 수많은 전문가들에 의해 변하고 발전하고 있다.

생생한 시청각장비의 기원을 넘어 그 이상의 목표점을 향해 지금도 진화하고 있는 UHDTV는 지금 이 순간에도 진화하고 변해가고 있는 것이다.

이에 이번 특집호에는, UHDTV의 모든 것을 한 눈에 알아볼 수 있는 장을 마련해 상상 그 이상의 미래를 엿보려 한다.



이근식
KBS 기술연구소

DTV 이후의 차세대 텔레비전을 이야기할 때 어김없이 등장하는 3DTV와 UHDTV(Ultra High Definition TV)는 이제 더 이상 새롭지 않다. 과거의 아날로그 방송은 2012년에 완전 종료되어 디지털 방송으로 전환될 예정이며, 현재의 DTV 이후의 TV 발전 방향으로 여러가지가 예측되고 있으나, 많은 전문가들은 실감형 콘텐츠 서비스, 즉 실감방송이 DTV 이후의 차세대 방송 발전 방향이라고 입을 모으고 있다. 실감방송의 대표적인 서비스로는 3DTV와 UHDTV가 꼽히고 있다. 3DTV는 기존의 평면 2차원 영상 서비스의 한계를 벗어나 3차원 입체감을 제공하며, UHDTV는 DTV보다 큰 화면과 높은 해상도를 제공함으로써 시청자에게 현장감과 사실감, 몰입감을 제공하는 서비스를 의미한다.

현재 3DTV는 많은 곳에서 그 모습을 볼 수 있으며, 3D 영상을 가정에서 즐길 수 있는 환경이 되어 있다. 굳이 방송을 통해서가 아니더라도 블루레이 등의 미디어를 통해 즐길 수 있게 되었다. 반면에 UHDTV는 아직 쉽게 접할 수 있는 미디어는 아니다. 3DTV에 비해서 영상제작과 디스플레이의 어려움이 있고, 제작된 영상도 데이터 양이 너무 많아 다루기 어렵기 때문이다. 여기서는 UHDTV의 정의, 생겨난 배경, 기술개발 현황 등을 이야기해 보고자한다.

UHDTV는 현재의 DTV 크기를 가로, 세로 방향으로 각각 2배 또는 4배로 키운 텔레비전으로 면적으로 따지면 4배에서 16배의 크기가 되며, 이에 걸맞는 해상도를 유지하기 위해 가로, 세로의 픽셀 수도 각각 2배(4K-UHD, 3,840x2,160) 또는 4배(8K-UHD, 7,680x4,320)로 증가시켜, 가정에서 70mm 영화 이상의 초고선명 비디오를 즐길 수 있도록 하는 방송기술이다. 그 외 빠른 동작을 보다 매끄럽게 표현할 수 있는 초당 60 프레임의 순차주사방식(현재 60 프레임 비월주사), 각 화소의 밝기와 색상을 보다 정밀하게 표현할 수 있는 12비트 할당(현재 8~10비트), 보다 현장감 있는 최대 22.2채널의 음향(현재 5.1채널)을 제공할 수 있도록 하고 있다.

그 결과 비약적으로 방대해진 비디오/오디오 데이터를 안정적으로 서비스하기 위해 고효율 부호화, 영상처리, 영상편집



이상진
SBS 기획팀

UHDTV 방송은 현재의 HD전송용량에 최대 16배의 전송용량이 더 필요한 방송 서비스이다. 아직은 지상파에서 서비스하기에는 부적합하지만, 전송 효율을 높이기 위한 새로운 전송방식 개발과 동영상 압축방식 개발이 활발히 이루어지고 있어 가까운 미래에 서비스가 가능한 것으로 예상된다.

특히 2013년 완료를 목표로 MPEG-H에서는 새로운 동영상 압축방식인 HEVC(High efficiency Video coding)기술과 MMT(MPEG Media Transport)라는 MPEG-2 TS를 대신해 IP 친화적인 AV전송이 가능한 새로운 Transport stream에 대해 표준화가 이루어지고 있어 UHDTV의 상용화를 앞당기고 있다.

또한, 고효율의 전송방식을 위해서 방송환경에 MIMO기술을 접목하려는 "Dual Polarization" 방식에 대한 시도가 다양한 산업체 측에서 기술제안이 이루어지고 있다.

UHDTV 방송은 단순한 화질의 개선만 이루어지는 것이 아니라, 고용량 전송기술을 바탕으로 동영상 이외에 다양한 서비스가 가능한 동영상과 연관된 데이터를 함께 전송할 수 있어 진정한 방통융합 서비스를 할 수 있도록 만들 수 있는 방송 서비스이다. 9시점 또는 16시점 무안경 3DTV와 다양한 카메라 앵글을 시청자가 선택해서 볼 수 있는 자유시점TV도 구현이 가능해지며, 방송망을 통한 VOD 서비스도 가능해질 것으로 본다.

일본은 NHK에서 꾸준히 방송관련 전시회를 통해 4K, 8K급 초고화질 영상을 선보이는 "Super High Vision"을 선보여 왔으며, 내년 2012런던 올림픽을 시범적으로 초고속 IP망과 위성망을 이용하여 시범 중계할 계획을 가지고 있다.

참고로, 우리 정부의 UHDTV 방송을 위한 서비스 로드맵은 다음과 같다.

우리 정부는 2015년을 시작으로 UHDTV 방송을 다양한 매체를 통해 시범서비스할 계획을 가지고 있으며, 현재 ETRI를 주관기관으로 다양한 연구기관들이 참여하여 연구 중에 있다.

전세계적으로는 주파수효율을 높일 수 있는 새로운 차세대 방송을 위한 전송기술이 제안이 되고 있다. DVB에서는 "Dynamic Broadcasting"이라는 다채널 환경에서 실시간, 비실시간 콘텐츠를 구분하여 방송망과 통신망을 모두 이용하여 전

현재를 말하다 - UHDTV 현황

및 대용량 데이터 전송기술과 디스플레이까지 모든 분야의 기술개발과 표준화가 필요한 상황이다. 고효율 부호화 기술의 경우 MPEG과 ITU-T가 2010년부터 공동으로 H.264/AVC 이후의 차세대 고효율 부호화 기술 국제표준 제정을 위하여 JCT-VC라는 표준화 기구를 설립하고, HEVC(High Efficiency Video Coding)라는 명칭으로 H.264/AVC 대비 두 배의 압축 효율을 갖는 부호화 기술개발을 추진하고 있다. HEVC는 향후 UHDTV의 유력한 부호화 기술이 될 것으로 기대되며 2012년 말경 표준화가 완료될 것으로 예상된다. 전송기술의 경우 2013년 방통위를 중심으로 KT와 ETRI에서 천리안 위성을 이용한 실험을 계획하고 있으며 KBS는 2012년 DVB-T2를 이용한 지상파 4K 송수신 실험을 준비 중에 있다.

UHDTV 기술개발은 DTV 시작 때와 마찬가지로 일본의 NHK가 주도하고 있다. NHK는 1995년 차세대 DTV 방송기술 개발을 목적으로 연구를 시작하여, 2000년 SHV(Super Hi-Vision) 개발 프로젝트에 본격 착수하여 카메라, 디스플레이, 전송, 부호화 기술 등 전 분야에 걸친 연구개발을 진행하고 있다. 그리고 2007년에는 H.264 인코더와 디코더 16개를 병렬로 구성하고 공개이بل 전송 및 위성 전송 기술을 이용하여 실시간 중계를 시연하였으며, 2012년에는 영국 BBC와 공동으로 런던 올림픽을 UHDTV 중계방송할 예정이다. NHK는 BBC 외에도 KBS, 이탈리아의 RAI와도 협력하고 있으며, KBS와는 상호 UHD 콘텐츠와 영상압축 실험 결과를 공유하는 협력을 하고 있다.

일본은 UHDTV의 전세계 확산을 위하여 SMPTE와 ITU-R에서 UHDTV 비디오 및 오디오 신호 규격 표준화를 주도하고 있으며, 제작 장비분야에서 앞서가고 있는 일본의 산업계는 시장을 선점하고자 신제품 출시를 계속하고 있다. 지난 NAB2011에서도 각종 카메라와 초대형 디스플레이와 프로젝터를 전시하며 기술력을 과시하였다. 연구개발 측면에서의 8K 카메라 시제품은 2003년 이후 계속 개발되고 있으나 상용제품으로는 2007년 RED ONE 4K 카메라와 2011년 소니의 F65 4K 카메라가 대표적이다. 미국은 방송분야에 있어서 아직 UHDTV 기술개발 및 적용이 활발히 이루어지고 있지 않지만,

디지털 시네마 분야에서는 4K급 이상의 디지털 시네마 표준을 수립하고, 4K 시네마 제작의 활성화와 더불어 디지털 4K 시네마관의 보급을 가속화하고 있다.

우리나라는 UHDTV 제작장비를 제외한 전 분야에서 세계적 수준을 유지하고 있다고 보여진다. 차세대방송표준포럼 내의 UHDTV 워킹 그룹에서 UHDTV 비디오/오디오 표준화가 진행되고 있으며, 산업계와 학계에서는 차세대 고효율 영상압축 기술개발 및 표준화를 위해 MPEG과 ITU에 적극 참여하고 있다. 국내 디스플레이 업체들은 다양한 4K 디스플레이를 개발 완료하여 전시회 등에 선보이고 있으며, 전문가용으로는 일부 판매도 하고 있다. UHDTV 콘텐츠 제작에 있어서도 KBS는 2010년에 드라마 '추노'를, 2011년에 '공주의 남자'를 4K UHDTV 카메라를 이용하여 제작한 사례가 있으며, UHDTV 콘텐츠는 아니지만 영화 '국가대표'가 4K로 제작되었다. 우리나라 정부(방통위, 지경부)도 '미래전략 및 전략제품' 중에 UHDTV를 포함하여 각종 연구개발사업을 지원하고 있다. 방통위는 현재 UHDTV 관련 방송기술, 전송표준, 방송시스템 연구개발과제 등을 추진하고 있으며, 지경부는 2018년 평창 동계올림픽 중계 방송에 3DTV와 UHDTV를 적용하고자 연구개발사업을 계획하고 있다.



UHDTV를 위한 Global 노력 시작!



[그림] 차세대방송서비스로드맵 (KCA.2011)

송함으로써 실제 RF 대역의 소모를 줄여 새롭게 활용이 가능한 여유대역을 확보할 수 있는 기술을 제시하고 있으며, ATSC에서는 "Cloud Broadcasting"을 통하여, 간섭제거 기술을 바탕으로 White space를 활용할 수 있으며, SFN구성과 Local 방송모두가 가능한 미래 기술을 제시하고 있다.

바로 이러한 부분적인 노력을 통합하는 지상파의 차세대 방송을 위한 global한 노력이 올해 초부터 전세계의 국제 표준화 기관(ATSC, DVB), 방송연합체(EBU, ABU), 방송사(NHK), 연구기관(DTV NERC, ETRI)을 중심으로 시작이 되었으며, 그 첫 번째 Concrete 한 모임이 11월 10일~11일 양일간 중국 상하이에서 Summit 형태로 개최가 되었다.

전세계의 방송관련 주요 기관의 Senior급들이 모두 모이는 의미있는 자리이며, 2일간 광대역 통신망 생태계에서 방송의 역할- 차세대 지상파 방송 시스템을 위한 노력, 주파수 문제 등에 대해 발표 및 논의가 진행되었다. 특히 주목할 것은 2011년 11월 11일 11시 11분 11초에 전세계의 방송관련 주요기관이 공동선언(Declaration)을 "지상파방송의 미래를 위한 글로벌

시도"라는 제목으로 했다는 사실이다. 이 공동선언은 미래 지상파 방송을 위해 다양한 기술적 요구사항을 함께 정리하고 전세계가 단일 방송표준을 지향하며, 이를 위해 글로벌한 기술공유를 한다는 내용이 주 골자이다. 이 선언문에는 ATSC, DVB, EBU등 국제방송관련 기관의 의장과 NHK, PBS, CBC, Globo TV Network등과 같은 방송사의 CTO, 그리고 CRC(캐나다), ETRI(한국), NERC(중국)등과 같은 연구기관 소장들이 서명을 통해 선언문의 공동 의지를 함께 했다.

앞으로 이러한 UHDTV를 향한 국제적 움직임이 방송계의 큰 흐름으로 자리를 잡을 것으로 예상된다. 우리도 방송망을 지키기 위해 그리고 방송이란 이름으로 살아남기 위해 미래 지상파 서비스를 위해 노력을 함께 기울여야 할 때이다. 그러나, 이러한 UHDTV서비스를 위해 선행되어야 할 중요한 과제인 방송서비스를 위한 주파수 확보가 아직 미결로 남아있다. DTV 전환 이후에 확보되는 700MHz대역이 현재 남아 있는 대역 중 가장 방송에 적합한 대역이므로 지상파의 UHDTV 서비스를 위해 당연히 할당을 받아 미래를 준비해야 할 것이다. 이는 뉴미디어 발전의 필수조건이다.

송의 미래를 묻다



박 구 만 교수
서울과학기술대학교

본 글에서는 UHDTV의 기술 개발 현황을 짚어보고, 기술 개발시 고려사항 뿐만 아니라 서비스가 어떻게 발전해갈지도 예상해보고자 한다. UHDTV는 최대 22.2채널까지의 음향 서비스, 8K(7680×4320), 4K(3840×2160)의 영상 해상도를 가지면서 기존 방송과 현격히 차별화된 현장감, 사실감, 입체감 등을 제공해준다. NHK의 자료를 보면 관중석을 포함한 미식축구 경기장을 8K영상은 선수의 등번호도 식별 가능할 정도로 선명하다. 특히 블루레이와 같은 차세대 저장매체의 등장과 4K 카메라로 제작한 양질의 할리우드 영화가 본격적으로 보급되기 시작하면 4K 디스플레이에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되고 있다. 그러나 아직까지 국내외적으로 UHDTV 산업이나 시장이 성립하기 전 단계이기 때문에 UHDTV를 통한 수익창출에 대한 기대치가 낮아 원천기술 연구 및 표준화에 대한 투자가 본격적으로 이루어지지 않고 있다. 그럼에도 불구하고 글로벌 시장과 한국 문화의 확산을 위해서는 보다 공격적으로 원천기술 및 서비스 개발이 필요하며, 이를 위해서는 정부의 장기적인 정책적 지원이 필요하다. 지금부터 UHDTV의 특징을 좀 더 분석해서 적합한 기술 개발 및 서비스 모델을 제시하고 어떻게 발전해나갈 것인지 예측해 보기로 한다.

1. 기존의 UHDTV 기술 및 서비스 개발 동향

1.1 UHDTV기술 개발 동향

UHDTV 개발은 8K 해상도를 의미하는 SHV(Super High-Vision)라는 이름으로 일본이 주로 개발해오고 있으며, NHK는 영국 BBC, 이태리 RAI와의 협력을 통해 전송 시연을 하였다. 일본 HITACHI는 2011년 152인치 4K 플라즈마 디스플레이를 개발하였고, NHK는 샤프와 공동연구를 통하여 2011년 85" 8K LCD 모니터를 개발 완료하였다. 국내의 경우, 삼성전자가 지난 2008년 82인치 120Hz 4K-LCD 디스플레이와 10월에 63인치 4K-PDP 디스플레이를 공개한 바 있으며, LG디스플레이는 2010년 CES에서 84인치 4K-LCD 디스플레이를 전시하는 등 관련 기술력을 확보하고 있다.

1.2 UHDTV 시범 서비스 동향

일본은 2015년부터 위성기반의 UHDTV 실험방송을 계획하고 있고, 2020년에 위성망을 통한 전국 방송을 목표로 관련된 전 분야의 기술을 개발하고 있다. 또한 지상파 전송을 위해 OFDM과 MIMO(Multiple-Input Multiple-Output)를 적용한 고효율 전송 시스템을 개발 중이다. UHDTV가 가정에 보급되고 일반화되기 위해서는 지상파에서 UHDTV의 전송 여부가 중요한 변수이다.

2. UHDTV개발은 어떤 점이 고려될 것인가

2.1 전 분야의 동시개발

UHDTV는 초고품질 방송 콘텐츠 획득에서부터 저장, 편집, 부호화, 전송, 디스플레이, 기기간 인터페이스에 이르기까지 전 분야에서 새로운 기술개발 및 표준화가 요구된다. 특정 부분을 우선적으로 선택해서 집중하기보다는 우리의 기술력이 약한 영상 입력부인 카메라를 제외한 나머지 부분을 동시에 개발함으로써 상용화 시기가 늦어지지 않게 할 필요가 있다.

2.2 비디오 부호화기의 선택

UHDTV급 비디오는 기존 HD 비디오 대비 최소 4배에서 최대 96배 많은 데이터량을 가지고 있다. 따라서 UHD급 비디오를 주어진 전송대역폭에 맞추기 위해서는 비디오 압축기술이 대단히 중요하다. 현재 JCT-VC(Joint Collaborative Team on Video Coding: 국제 표준화 기구인 ITU-T, ISO/IEC가 공동으로 설립한 비디오 부호화 표준개발 협력팀 명칭)에서는 차세대 비디오 압축 표준화를 위해서 HEVC(High Efficiency Video Coding) 표준화 작업을 진행하고 있다. HEVC는 H.264/AVC 대비 약 2배의 압축성능 향상을 목표로 하고 있으며, 2013년 1월에 FDIS(Final Draft International Standard)가 나올 예정이다. 8비트 4:2:0 4K비디오는 15Mbps까지 압축하고, 8K경우 60Mbps까지 낮출 수 있다. HEVC가 목표로 하는 압축 성능을 달성하고 고도화된 전송망 기술이 합쳐진다면 UHDTV 서비스가 가능할 것이다. 그럼에도 불구하고 3DTV까지 포함하는 UHDTV의 장기적인 로드맵을 고려할 때 HEVC 이후에 나올 부호화기나 HEVC extension정도의 기술을 부호화 표준으로 삼을 가능성도 높다고 할 수 있다.

2.3 지상파를 통한 전송방안

일본의 NHK와 영국 Ofcom의 예측을 참조하면, OFDM과 MIMO를 적용했을 때 기존의 전송 효율을 4배까지 높일 수 있기 때문에 UHDTV를 지상파에서 전송할 수 있을 것으로 본다. 또한 HEVC를 적용하면 실험 단계에서는 채널당 2개 프로그램까지도 전송할 수 있다. [표]를 보면 8K영상에서도 HEVC를 적용하면 6MHz 대역에서 한 개의 프로그램을 전송할 수 있다.

[표] 압축기술과 전송기술에 따른 전송 가능한 프로그램 수

해상도	적용 부호화기	압축률	Bit rate	전송가능 비트율	6MHz에서 전송가능 프로그램 수
4K	H.264/AVC	100:1	30Mbps	OFDM/MIMO 적용시 : 60Mbps	2
	HEVC	200:1	15Mbps		4
8K	H.264/AVC	100:1	120Mbps		0.5
	HEVC	200:1	60Mbps		1



2.4 주파수 대역 할당

700MHz 대역을 방송사에 재할당할 경우 3DTV와 UHDTV 서비스가 가능할 것으로 보인다. 최소한 4개 채널들이 단일 주파수망을 구성하여 광역화해도 타부 채널까지 고려했을 때 700MHz대역의 상당부분을 지상파가 사용할 수 있어야만 3DTV와 UHDTV 서비스가 가능해진다.

3. UHDTV 서비스가 어떻게 발전할 것인가

3.1 해외 사례를 통한 서비스 방향 예측

조만간 대형 스포츠 이벤트 등을 공용 타입의 글로벌 IP 네트워크를 이용해서 전송하고 상영하는 서비스가 등장할 것이다. 영화관 등에 팬들이 모여 대형 스크린 이벤트를 관람하는 등의 서비스도 활성화될 것으로 보인다. 단, 국제간 전송을 위해서는 전용선이나 초고속 인터넷 위성을 사용해야 하는 고비용의 통신비가 부담이 된다.

UHDTV 영상의 해상도에 있어서 일본은 8K를 목표로 개발을 하는 반면 영국은 4K에 대한 서비스 계획을 세우고 있다. 한편 콘텐츠 및 소프트웨어에 경쟁력이 있는 미국은 헐리우드 스튜디오를 중심으로 4K급 디지털 시네마 제작에 주력하고 있으며 8K급 비디오 서비스도 검토를 시작했다.

3.2 실감미디어로서의 가치부여

실감 미디어로서 3DTV와 UHDTV를 든다면, 시청 용이성, 휴먼 팩터 등 여러 문제로 인해 3D 서비스는 한계를 나타낸다. UHDTV를 통한 실감미디어의 실현을 먼저 구체화한 이후, 3DTV에 대한 생리적 불편함을 해결하고 또한 전송효율을 높인 후 3D UHDTV 서비스로의 로드맵을 구상하는 것이 적절한 대안일 수 있다.

3.3 3D와의 관계설정

3DTV는 관련 기술 개발의 파급효과가 크다. 또한 입체에 의한 사실감이 더 크다. 그러나 제한된 주파수 공간에서 3DTV와 UHDTV를 동시에 방송하는 것은 현실적으로 매우 어렵다. 따라서 동일 대역에서 시간대별로 두 가지 서비스를 번갈아가며 제공하는 것이 가능할 것이다. UHDTV는 제작 용이성과 장시간 시청이 가능하기 때문에 먼저 UHDTV방송을 하고 3D는 기존의 HDTV 해상도로 방송하는 방안이 바람직해 보인다.

3.4 Smart TV의 활성화

UHDTV는 대형 모니터가 필수적이기 때문에 시청자에게 다양한 화면과 정보를 제공해주는 스마트 TV의 활성화에 크게 기여할 것이다. 대화면을 통해 기존의 TV가 제공하지 못하는 고해상도 영상을 보여줄 뿐만 아니라 고품격 정보, 효과적인 교육 서비스, 실제의 느낌이 강화된 다양한 서비스가 제공될 것이다. 이로 인해 Smart TV 발전 속도도 크게 향상될 전망이다.

3.5 미디어 생태계의 가치 네트워크 형성

UHDTV는 가정 내에서 정보를 소통하는 중심적 역할을 수행할 수 있을 것이다. 또한 다양한 형태의 UHDTV 서비스 모델을 구축함으로써 미디어 생태계의 가치 네트워크를 주도적으로 형성해 나아갈 수 있다.

3.6 IPTV와 UHDTV

지상파나 위성으로 UHDTV 서비스를 제공하기 위해서는 여유 대역을 확보해야 하기 때문에 우선적으로 IPTV망을 이용해서 IPTV 사업자가 UHDTV를 프리미엄 서비스로 제공하는 것이 현실적으로 빠를 수 있다. IP망에서 VOD형태로 UHDTV를 HEVC로 전송할 경우 20~30Mbps의 전송속도를 보장할 수 있다.

3.7 8K와 4K에 대한 전략적 접근

1) 8K

일본은 8K를 지향하고 있다. 실감 효과를 느끼기 위해서는 100인치 이상의 화면 크기가 필요하며 이 해상도에서는 8K 정도가 되어야 화질이 만족스럽다. 장기적으로 8K 개발을 목표로 할 경우 상당기간 이에 대한 과감한 투자와 고급인력의 배치 등이 필요하다. 또한 기존 HDTV와 명확한 차별화를 위해서는 8K를 장기적 목표로 하는 것이 타당하지만 아직 아날로그로 부터 디지털 전환도 큰 부담이 되는 방송사 입장에서 UHDTV에 대한 서비스 계획을 세우기 어려운 현실이다.

2) 4K에 대한 전략적 입장

8K를 선택할 경우 상용화하기까지 앞으로 10~20년 정도의 오랜 기간이 소요될 수 있다. 반면에 4K는 비교적 빠른 시기에 상용화가 가능하여 산업의 조기 활성화도 촉진시킬 수 있다. 8K는 일반 가정을 대상으로 상용화하기 어려운 실정이기 때문에 단말기, 소비전력 등의 측면에서 시장에서의 보급이 어려운 상황이다. 또한 대역폭 요구량이 4K에 비해 4배 정도 크다. 그러나 4K는 국내 기술로 실현 가능성이 높고 영상 획득이 더 용이하고 4K로 제작된 영화 콘텐츠를 거의 변경 없이 방송 콘텐츠로 사용할 수 있다.

3.8 응용 대상

UHD 콘텐츠를 제작할 경우 공공장소 시청(운동장, 영화관, 종합 스포츠 중계관), Digital Signage(실내 공간 및 옥외 광고판), 예술전시, 과학 분야, 문화, 의료, 교육, 안전보안 분야에 활발하게 활용될 것으로 전망된다.

맺음말

본 글에서는 UHDTV에 관련된 최근 기술 및 서비스 개발 동향을 간단히 소개하고 어떤 요소들을 고려하면서 기술 개발과 서비스를 해야 할지 모색해 보았다. 또한 어떻게 발전해갈지도 구상해 보았다.

구글, 온라인 채널 '공습 준비 완료'



구글을 모기업으로 하는 유튜브가 온라인 채널 100개를 출범시킨다는 계획을 내세우며 할리우드 제작사나 미디어 회사 등에 제작비 1억 달러를 미리 지급하고, 초기 투자자금을 회수하면 이들 개발자에게 광고수익의 55%를 주기로 했다고 밝혔다. 동시에 TV 네트워크와 케이블 방송계가 충격에 빠졌다. 구글의 공습이다.

널리 알려진바와 같이, 구글은 모바일을 넘어 온라인 생태계의 가장 강력한 매체로 자리잡아 오고있다. 검색엔진을 기반으로 하는 플랫폼 사업자로서 웹2.0 시대의 절대강자로 군림해온 그들은 특유의 개방성을 바탕으로 매니아적인 '유저 활성화' 정책으로 존재감을 더욱 강력하게 되새김해주었다. 이런 구글이, 다시 한번 바람을 일으키기 시작한 것이다. 사실 최근 구글의 행보가 심상치않았다. 아니, 그 이상의 파괴력과 잠재력을 과시하며 beyond, 즉 그 이상을 넘보는 듯하다. 모바일 생태계를 넘어 온라인 생태계 전체가 구글의 걸음 하나하나에 숨죽이고 지켜보는 추세다.

현재 구글은 온라인에서 케이블 TV에 대적하는 콘텐츠 파트너십을 구축하기 위해 수십억 달러를 쏟아 붓고 있다. 그리고 그런 구글을 등에 업은 유튜브는 유명인들과 제휴하여 수백개 유튜브 채널을 쏟아낼 전망이다. 또 구글은 이 여세를 몰아 25억 달러의 온라인 광고시장 뿐만 아니라 600억 달러가 넘는 TV 광고시장도 넘보고 있다. 가히 대대적인 물량공세다. 여기에 최근 론칭한 구글 TV의 파괴력은 시간

이 갈수록 점점 그 강도를 더하고 있다. 이미 미국인의 20% 정도가 TV를 통해 온라인 콘텐츠를 시청하고 있다는 설문 조사가 나온 가운데 앞으로 별도의 케이블 방송을 시청하지 않더라도 이제 하루 24시간 구글 TV로 온라인 콘텐츠 수백개를 보는 시대가 열린 것이다. 상상해보면 그 여파는 더욱 아찔한 수준이다. 집에 걸린 벽걸이 TV에서 컴퓨터 앞에 앉아서 부팅하고 사이트에 찾아들어가 시청할 수 있는 콘텐츠들이 간단한 리모콘 조작으로 시청 가능해진 것이다.

이에 전문가들은 거대한 패러다임의 변화라는 것에 의견을 같이한다. 특히 진정한 의미의 TV와 인터넷의 융합이라는 점에서 이번 구글의 시도는 아예 100여 년간 이어진 '시청의 역사'를 단숨에 바꿔버릴 것이라는 전망도 나오고 있다. 또 본격적으로 90년대 미디어의 새시대를 열었던 케이블 TV가 이제 역사속으로 사라질 것이라는 주장도 조심스럽게 흘러나오고 있다.

한편 구글은 이러한 시도 자체가 케이블 TV를 '소멸'시키는 것이 아닌 '공생'을 위한 것이라고 주장하고 있다. 그러나 수백개의 온라인 콘텐츠를 거실에 있는 소파에 앉아 리모콘과 키보드로 조작되는 TV로 시청하는 장면은 구글의 공생 주장에 어울리지 않는다.

이러한 구글의 전략을 통해 국내 사정을 들여다보면 상황은 더욱 답답해지기만 한다.

IPTV를 통한 새로운 시청 서비스를 제공하겠다고 야심차게 주장한 국내 통신사의 서비스들이 새로운 패러다임을 제공하지 못한 채 단순히 '다시보기 VOD'서비스로 연명하는 것을 감안했을 때 구글의 이러한 전략은 향후 국내에도 큰 파장을 불러일으킬 것으로 예상된다.

모토로라를 인수하며 모바일 생태계의 '특허 강자'를 넘어 '안드로이드의 맹주'가 된 구글이 온라인 생태계의 콘텐츠를 집약해 자연스럽게 TV의 영역에 뛰어든 지금. 진정한 미디어로 불릴 수 있는 기존의 매체들은 새로운 진화와 퇴보를 반복하고 있다. 그리고 이는 우리나라 미디어 정책에 전격적으로 반영될 소지도 커지고 있다.

〈최진홍 rgdsz@kobeta.com〉

〈공지〉

1. 2011 방송기술대상 공모

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

2. 방송기술저널이 더욱 스마트해 졌습니다

뉴미디어 시대를 맞아, 방송기술저널이 더욱 똑똑해 졌습니다.
- 공식 트위터(KOBETA.com)를 통해 주요뉴스 및 공지 서비스
- 네이버 오픈캐스트 한국방송기술인연합회(KB595)를 통해 1주일에 1번 생생한 방송정책뉴스가 구독자분들을 찾아갑니다. 또 '네이버 오픈캐스트 스마트폰 어플리케이션'을 다운로드 하시면 방송기술저널의 주요 기사를 스마트폰을 통해 서비스 받을 수 있습니다.
(네이버 오픈캐스트 가입 : 네이버 검색창에 '오픈캐스트' 검색 후 해당 사이트 클릭, 로그인한 다음 오픈캐스트 검색창에 '한국방송기술인연합회' 검색하고 결과물에 '구독하기' 클릭)

3. 대전 3D 영상산업전

- ▲일시 : 2011. 11. 11~12
- ▲장소 : 대전컨벤션 센터
- ▲내용 : 컨퍼런스 및 산업전, 3D 체험행사 및 세미나 개최

움브즈맨 코너 (내가 편집장이라면?)

〈2면 한-미 FTA, 방통위는 OK?〉기사는 최근 이슈가 되고 있는 FTA가 방송정책 분야에서도 적용된다는 사실을 조명한 것 같아 뜻깊은 것 같습니다. 앞으로 방송정책분야뿐 아니라 다양한 사회의 이슈속에서 방송정책분야의 앞길을 보여주는 기사가 많이 나오길.
-주정석- (서울시 중구 / 학생)

〈2면 SBS 광고 직접영업 선언...대호란〉기사에서 홀딩스의 세무조사 이야기가 나왔음에도..없더군요. 이거 아주 중요한 문제 아닌가요? -박성환- (서울시 동대문구 / 학생)

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

민주주의와 자본주의의 결혼은 끝나지 않았다



월가가 점령당했다. 한 무리의 젊은이들이 월스트리트 한복판에 텐트를 치고 노숙할 때만 해도 아무도 이들을 주목하지 않았다. 그러나 '1%에 맞선 99%의 투쟁, 점거하라'는 슬로건을 앞세운 이 젊은이들이 노숙하는 시간이 길어지면서 그 주장에 공감하는 이들이 늘어났고, 이 운동은 미국 전역과 전 세계로 확산되고 있다.

국가별로 약간의 차이가 있긴 하지만 빈부격차와 실업이 공통의 화두로 떠오른 이 전 지구적 운동은 '성장 위주의 자본주의'라는 기존 체제가 한계에 도달했음을 보여주고 있다.

'1%대 99%', 20대 80으로 상징화되어 있었던 사회가 1대 99의 사회로 전락했다. 그리고 99%의 생존권은 더 이상 보장되지 않고 있다.

99%들은 금융위기의 핵심에서 세계경제를 어려움에 몰아넣고있는 구제금융으로 살아나 보너스 잔치를 벌인 금융권에 분노하고 있다. 이 분노는 사회 1%에 대한 분노로, 그리고 자신들의 보이지 않는 미래에 대한 분노로 이어진다. 현재 미국의 청년 실업률은 전체 실업률 9%의 2배인 약 18%다.

10명 중 2명이 직장이 없다는 것이다. 다른 나라도 크게 다르지 않다. 결과적으로 성장 위주의 기존 자본주의 시스템이 최종적으로 중상층을 몰락시키면서 빈곤층을 확대시킨 것이다.

물은 아래로 흐르지 않았다. 기본 시스템은 부의 분배에 앞서 부를 창출해야 한다고 주장했다. 파이의 절대적인 크기가 더 커지면 가난한 사람들에게 돌아가는 몫도 더 커질 것이라는 주장이다.

하지만 현실은 그렇지 않았다. 상류층의 부는 아래로 흘러내리지 않고 위에만 고여 있었다. 오히려 강력한 복지 시스템을 갖춘 국가, 예를 들면 스웨덴·핀란드와 같은 북유럽 국가의 상류층 부가 중산층, 빈곤층으로 흘러내는 것이 훨씬 쉬웠다. 세금과 소득 이전 정책이라는 제

도가 있기 때문이다. 이는 물이 밑으로 내려오기 위해서는 복지 국가라는 전기펌프가 필요하다는 것을 보여준다.

이번 운동에서 주목할 점은 한 가지 더 있다. 바로 조직화된 단체나 지도자가 없다는 점이다.

이는 바로 99%의 의견을 있는 그대로 수렴할만한 정당이 없기 때문이다. 하지만 소셜 네트워크로 연결된 시위대는 자유로운 의사소통을 통해 스스로 토론을 하고, 운동을 조직하고, 참여를 독려했다. 그럼에도 그들이 내세우는 메시지는 흔들리지 않았다. 이것은 정당으로 대변되는 기존 대의민주주의가 현실을 직시하지 못하고, 국민들의 요구를 제대로 반영하지 못하고 있다는 뜻이다.

그렇기에 기존 정치에 한계를 느낀 시민들이 직접 정치에 뛰어들고 있는 것이다. 최근 기존 정당체제를 비판한 안철수 교수에 대한 폭발적 지지현상과도 맥을 같이 한다.

"민주주의와 자본주의의 결혼은 끝났다" 이 때문에 슬라보예 지체크와 같은 일부 진보주의자들은 이러한 주장을 내놓으며 큰 변화를 갈망하고 있다.

하지만 자본주의는 시대에 맞게 스스로의 모습을 고칠 수 있는 자기치유 능력을 가지고 있다. 1930년대 대공황 때도 케인스식으로 극복했고, 1980년 인플레이션 때도 대처와 레이건식으로 극복했다.

아마 이번에도 복지 자본주의라는 새로운 모습으로 그 생명력을 유지할 수 있을 것이다. 민주주의도 마찬가지다. 자본주의가 시대에 맞게 모습을 고치는 동안, 대의민주주의도 정당정치의 한계를 극복하는 모습을 보일 것이라고 생각한다. 이제 자본주의와 민주주의는 새로운 모습으로 변화와 발전을 갈망하는 99%들에게 새로운 해답을 내놓아야 할 것이다.

〈백선하 baek@kobeta.com〉

지역 디지털 전환 과정 - 제주지역 방송기술 교육

□ 목적

- 디지털 방송기술 교육 개최로 지역 방송기술인의 디지털 마인드 확산 및 직무능력 향상
- 현장실무 및 뉴 미디어 관련 지식 정보교류로 지역 우수 방송기술 인력양성

□ 세미나 일정

일 시 : 2011년 11월 17일(목), 10:30~17:00

장 소 : 설문대 여성문화센터 2층 다목적 실

참석범위 : 제주지역 지상파 방송사 직원

□ 세부 계획

시 간	교 육 내 용	강 사
10:30~10:50	교육안내 및 방명록 작성	교육진행자
10:50~11:00	인 사 말	한국방송기술인연합회
11:00~12:30	미래 방송의 발전방향과 대응전략	방송협회 박상호
12:30~14:00	☞ 중 식	
14:00~15:30	일본 ASO 현황 및 사례	KBS 김민중
15:30~17:00	3DTV, UDTV 기술의 이해	SBS 이상진 박사

☞ 상기과정 및 세부일정은 교육진행 상황에 따라 변경될 수 있습니다.

□ 교육접수

- 인터넷 홈페이지(www.digitalpro.or.kr) 를 통한 온라인 접수 및 현장 접수
- 각사 교육담당자의 교육인원 확정 후 교육생이 직접 온라인 접수

□ 기 타

- 교육비 : 무료
- 교육생 출장비는 각사 자체부담
- 기타 문의사항은 한국방송협회 왕중남(02-3219-5569) 문의바람.

□ 찾아오시는 길

- 주소 : 제주시 선덕4로 18 설문대여성문화센터 064-710-4202~7

*외부필자의 기고는 본지의 편집방침과 일치하지 않을 수 있습니다.

심영섭
한국원대 언론정보학부 강사

우리나라는 2013년 1월 1일 새벽을 기해 지상파 아날로그 방송을 디지털로 전면 전환할 예정이다. 그러나 지상파 디지털 전환을 위한 준비는 아직도 불충분하며, 지상파 디지털 플랫폼에 대한 운영주체와 자원마련, 채널구성과 관련한 제반 법률과 정책적 기준조차도 아직까지 명확하지 않다. 정책의 목표를 평가할 때, 가장 중요한 기준으로 제시되는 명확성과 방향성이 불분명하고 사회적 합의도 없는 상황이다. 이러한 상황에서 지상파 방송이 디지털로 전격적으로 전환되면 정책의 정당성이나 효율성, 합리성은 확보하기 어려울 것이다. 그런 이유로 각 방송사들이 지상파 디지털 방송의 채널구성과 콘텐츠 전략을 세우기 위해 수행되어야 하는 전제조건은 무엇이 있는지 살펴보고자 한다.

첫째, 지상파 디지털 방송의 멀티플렉스(MUX)의 운영주체와 채널구성을 누가 할 것인가의 문제이다. 독일의 경우처럼 TV송신 및 중계시설을 모두 국가가 설치하여 운영하기 때문에, MUX의 구성과 채널배정을 주미디어청이 담당한다. 그러나 영국의 경우에는 공영방송사와 상업방송이 송신 및 중계시설 설치와 운영을 담당함으로써, MUX의 운영과 채널배정도 공익서비스방송을 제공하는 사업자가 담당하고 있다. 우리나라의 경우, 제도적으로 영국의 사례를 참조할 수 있다. 현실적으로 지상파 송신 및 중계시설을 설치하고 운영하는 소유주체인 지상파방송사가 지상파 디지털 멀티플렉스 사업자가 되고, 영국처럼 멀티플렉스 사업자에게 망관리를 책임지는 대신 일정수의 MUX면허를 부여할 수 있을 것이다. 유류채널의 경우에는 멀티플렉스사업자가 별도의 지상파 디지털 채널사업자 면허를 부여받은 자에게

디지털 방송의 채널구성과 콘텐츠 전략 전제조건

임대할 수 있도록 시장에서의 자율경쟁을 허용할 수 있다. 이 경우에도 지상파로 송출되는 방송은 공익적 서비스를 지향하도록 하고, 채널에 대한 규제권한은 전적으로 방송통신위원회가 맡아야 한다.

둘째, 이러한 면허부여를 고려할 때 새로운 지상파 디지털 멀티플렉스 사업자와 지상파 디지털 채널 사업자에 대한 법적 정의가 필요하다. 아직까지 방송법에는 지상파 디지털 방송을 운영할 주체로 '지상파방송사업자'에 대한 정의만 있을 뿐, MUX를 운영하는 주체와 채널사업자에 대한 규정은 불명확한 상황이다.

이 경우에 지상파 디지털 채널사업자에게 종합편성의 의무를 부여할지 아니면 전문채널도 허용할지에 대해서도 법적인 정의가 명확해야 한다. 또한 일부 지역의 지상파와 같이 지상파 디지털 멀티플렉스 사업자가 되기에는 지상파 디지털도달률(망설치율)이 현저하게 떨어지는 경우에 어떻게 대처할 것인가에 대한 대안도 필요하다.

셋째, KBS와 EBS, MBC, SBS(지역민방 포함)의 공익적 서비스의 범위와 역할이 법적으로 불분명하지만, 관행적으로 4대 지상파 방송사의 공익적 서비스의 범위가 다를 것을 고려하면 채널신설 및 콘텐츠 전략은 다를 수 밖에 없다. 이에 따라 채널구성 및 운영도 영국의 프리뷰와 독일의 MUX별 면허방식이 혼용될 수 있을 것이다. KBS나 EBS의 경우에는 공익적 서비스를 중심으로 채널을 구성할 수 있도록 허용하고, MBC와 SBS는 공익적 서비스를 제공하는 주채널 1개를 바탕으로 나머지 채널을 자체적으로 전문편성하거나 지상

파 디지털 면허사업자에게 임대하여 지상파 디지털 전환 비용을 충당할 수 있도록 허용할 수 있다.

넷째, 현실적으로 지상파 디지털 채널을 신설하는 것이 어렵다는 것을 고려하면, 지상파방송사와 기존의 케이블채널사업자의 일부채널을 지상파 디지털 방송에서 송출할 수 있는 법제 정비도 필요하다. 이 경우에도 지상파방송에 대한 광고 및 편성관련 규제와 케이블방송에 대한 광고 및 편성관련 규제에 차이가 있기 때문에, 지상파의 경우에는 자회사인 케이블채널을 지상파로 전환하는데는 일정한 비용과 편비가 불가피 할 것으로 예상된다.

다섯째, 채널구성의 경우 공익적 서비스와 수익성이라는 두가지 축을 고려해야 한다. 공익적 서비스는 디지털 방송의 기술적 해택을 취약 계층을 포함한 전 국민을 대상으로 무료로 확대보급하고, 유료 플랫폼의 다채널 양방향 서비스에 대한 경쟁력 있는 공공 대안으로서의 기본적 서비스를 제공해야 한다. 또한 지상파 방송사가 운영하고 있는 기존 콘텐츠를 효과적으로 재활용함으로써 공적 재원이 투입된 공공 문화자산의 사회적 도달범위와 이용 가능성을 높이는 데 있다. 또한 그동안 상업방송이나 공공방송이 공급하지 못했거나 공급하지 않았던 필수적인 공공서비스를 지상파 디지털 다채널을 통해 구현할 수 있을 것이다. 그러나 수익성 또한 중요한 기준이 될 것이다. 공영방송마저도 전체 예산에서 수신료 수입이 이미 절반이하로 떨어져있다. 그래서 수익성을 고려할 수 밖에 없는데, 이 경우에 케이블과 위성, IPTV 등 다른 플랫폼에 진입한 채널사업자와의 갈등이 불

가피할 것으로 예상된다. 또한 광고수입에 의존하고 있는 지상파방송사도 공익적 서비스 의무를 수행하기 위해서는 채널구성 과정에서 수익성을 고려할 수밖에 없다.

여섯째, 그러나 지상파 디지털 전환을 둘러싼 가장 큰 현안은 방송법 제44조가 규정하고 있는 '새로운 기술적 진보에 맞춰 방송프로그램을 공급'이 제대로 이루어지지 않는다는 점이다. 지상파 디지털 방송의 직접 수신률이 현재처럼 10%이하에서 최소 25% ~ 40%대로 올라가기 이전에는 별도의 채널을 신설하는게 비효율적이고 비경제적일 수밖에 없다. 그래서 확대된 디지털 공공서비스를 뒷받침하기 위한 공적 재원 마련이 필요하다. 디지털 지상파 다채널 양방향 서비스를 제공하기 위해서는 수신료의 추가 확충이 필요하다. 만만 그것이 공중의 가계에 부담을 줄 경우 이를 해결하기 위한 방안으로 디지털 전환을 위한 별도의 공적 재원을 마련해야 한다.

이러한 조건들이 충족된다면 지상파 디지털 플랫폼에서는 기존의 지상파채널이외에 그동안 소외되었던 분야인 지역네트워크, 재난정보, 어린이청소년, 다문화와 비인간동물과 국가적 스포츠행사를 주로 편성할 국민스포츠 채널 등이 신설될 수 있을 것이다. 그러나 이러한 지상파 디지털 방송의 성공을 위해서는 직접수신율과 시청률을 높이는 것이 중요하다. 이를 위해 현재로서는 디지털 지상파 수신을 위한 안테나 보급과 송출시설의 확충이 시급하다. 현실적으로 지상파 디지털 방송을 시청하기 위한 안테나조차 시청에서 간편하게 구매할 수 없는게 우리가 당면한 현실이다.

오경수
(사)미디어전략연구소 미디어산업정책팀 팀장

장애인방송 고시제정의 의미

방송이 추구하는 이념적 가치는 공익성이다. 또한 수용자 복지증진은 방송의 공익성을 실현하는 중요한 영역이다. 수용자 복지증진은 사회구성원 누구나 방송서비스에 다양하고 완성도 있는 방송서비스에 접근하고 이용할 수 있어야 한다는 개념을 말한다.

그러나 경제적 능력, 신체적 장애, 지리적 한계 등 여러 이유로 모든 사람들이 방송서비스에 접근하여 할 수 있는 것은 아니다. 특히 시청각 장애를 갖고 있는 장애인의 경우 방송서비스에 접근과 이용이 가능하다고 하더라도 폐쇄자막, 화면해설, 수화와 같은 장애인방송이 제공되지 않는다면 방송서비스를 제대로 이용하기 어렵다.

이런 점에서 지난 2010년 5월 '장애인차별 금지 및 권리구제 등에 관한 법률'이 개정되면서 방송사업자와 인터넷멀티미디어방송사업자의 장애인방송 제공이 의무화되었다. 이에 방송통신위원회는 2011년 7월에는 방송법 69조를 개정하여 방송사업자의 장애인방송 제공이 의무화되었다. 방송사업자와 인터넷멀티미디어방송사업자의 장애인방송 제공은 이제 선택이 아니라 필수가 된 것이다.

이러한 상황에서 관건은 장애인방송을 누가 얼마나 제공해야 하는가에 대한 기준을 마련하는 것이다. 즉, 장애인방송을 제작하고 전송하기 위해서는 일정한 투자가 수반되어야 한다.

그런데 사업자마다 경영여건이 다르고 시청각장애인의 방송 프로그램에 대한 수요에 차이가 있다. 따라서 모든 사업자에게 획일적인 기준을 적용하는 것이 아니라, 사업자의 경영여건과 시청각 장애인의 시청수요를 고려한 최적의 장애인방송 제공 수준을 찾아내는 것이 관건이다.

이런 점에서 장애인방송 고시안에서는 먼저 장애인방송 제공의무를 크게 장애인방송 편성의무, 장애인방송 성실제공의무, 장애인방송 유행표시의무로 구분하였다. 장애인방송 편성의무란 일정 비율 이상의 장애인방송을 제작·편성해야 하는 의무를 말한다. 장애인방송 성실제공의무는 방송프로그램을 제작·편성·송신·재송신하는 과정에서 장애인방송이 중단 또는 누락되지 않도록 성실하게 제공해야 하는 의무를 말한다. 장애인방송 유행표시의무란 시청각장애인이 장애인방송의 방송여부를 쉽게 인지할 수 있도록 방송프로그램이나 홈페이지에 장애인방송 제공여부와 제공되는 장애인방송의 유형을 표시하는 의무이다.

한편 장애인방송 편성의무와 관련하여 고시안은 필수지정사업자와 고시의무사업자로 구분하였다. 필수지정사업자는 장애인방송 제작여건과 시청각장애인의 시청수요 등을 감안하여 장애인방송을 의무적으로 제공해야 하는 사업자로서, 지상파방송사업자·종합PP·보도PP·위성방송사업자(직사채

널)가 이에 해당된다. 고시지정사업자는 방송통신위원회가 매년 지정·공표하는 사업자로서 종합유선방송사업자(지역채널), 방송채널사용사업자(홀쇼핑PP, 일반PP), IPTV CP가 이에 해당된다. 성실제공의무와 유행표시의무의 경우 필수지정사업자, 고시의무사업자, IPTV사업자가 해당된다. IPTV사업자의 경우 방송프로그램을 제작하지 않는다는 점에서 성실제공의무와 유행표시의무만 부담한다.

장애인방송 편성의무 비율과 관련하여 지상파방송사업자는 2014년까지(지역지상파방송사는 2015년까지) 자막 100%, 화면해설 10%, 수화방송 5%를 제작·편성해야 한다. 위성방송사업자와 종합유선방송사업자는 자막 70%, 화면해설 10%, 수화 4%를 편성해야 한다. 방송채널사용사업자, IPTV CP는 2016년까지 자막 70%, 화면해설 5%, 수화 3%를 편성해야 한다. 나아가 사업자들의 장애인방송 제공의무 이행실적 평가, 장애인방송 제작비 지원 등의 조정, 장애인방송 활성화 방안 연구 등을 위하여 장애인방송시청보장위원회를 구성한다. 이 위원회는 장애인방송 제공의무 이행실적 평가를 위한 평가기준과 방법을 마련하고 실적평가를 담당한다. 이 과정에서 사업자는 제작여건 상 불가피하게 장애인방송 편성이 어려운 방송 프로그램에 대해서는 소명을 통해 실적산정 예외인정을 받을 수 있다. 이밖에 장애인방송 시청편의 제고를 위하여 주문형비

디오 등 비실시간방송에 대해서도 사업자는 장애인방송 제공을 위해 노력하도록 권고하고 있다.

수익을 우선하는 사업자에게 장애인방송 제공은 쉬운 일이 아니다. 그러나 시청각장애인을 포함하여 누구나 방송서비스에 접근하고 이용할 수 있어야 한다는 시청자 권익증진을 실현하기 위해서는 사업자의 사익이 일정 정도 유보되어야 한다. 시장원리에 맡겨서는 장애인방송 제공이 이뤄지기 어렵기 때문이다.

현재 보건복지가족부에 등록된 시청각 장애인은 약 50만 명, 난청노인은 약 200만 명으로 추산된다. 한국은 2000년에 전체 인구 중 65세 이상 인구가 7% 이상을 차지하는 고령사회에 진입했고, 2018년에는 고령사회(65세 이상 인구가 14% 이상), 2026년에는 초고령사회(65세 이상 인구가 20% 이상)에 진입할 것으로 전망되고 있다. 이는 시간이 지날수록 신체적 어려움으로 방송서비스 이용이 어려운 인구가 늘어날 것이라는 사실을 의미한다. 이런 점에서 지금의 장애인방송 고시제정은 미래의 나를 위한 것일 수 있다. 장애인방송은 사업자가 시청각 장애인만을 위해 제공하는 혜택이 아니라, 모든 사람들이 사회로부터 고립되지 않고 다른 사람과 소통하면서 더불어 살아가는데 필요한 기본적 서비스인 것이다.



디지털 방송기술의 길잡이

BROADCASTING & TECHNOLOGY

당신을 귀중한 회원으로 모십니다

한국방송기술인연합회 회원 혜택

- '방송과 기술' 정기 구독(연 12권)
- 각종 기술세미나 및 기술도서 안내문 발송
- KOB(국제방송장비, 음향기기)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.

KOBA 2012 제22회 국제방송 음향·조명기기전

22nd Korea International Broadcast,
Audio & Lighting Equipment Show

5.29~6.1

coex

주 최 한국이앤엑스 | 한국방송기술인연합회

후 원 지식경제부 | 방송통신위원회 | 서울특별시 | KBS | MBC | SBS | EBS | OBS
(예정) 한국영상산업협회 | 한국음향학회 | 한국음향예술인협회 | 한국전자통신연구원

www.kobashow.com

