

지령 200호 특집 ▶4면

〈방송기술저널〉이 주목한 이슈

지령 200호 특집 ▶5면

특별 좌담회 - 방송기술인들에게 길을 묻다

오피니언 ▶7면

종합편성 채널 3년, 여론 다양성은 구현되었는가?

KT 독과점 막는 ‘유료방송 합산규제’ 급물살

미래부·방통위, 통합방송법안 내년 상반기 국회 제출키로

케이블 TV, IPTV, 위성방송 등 전체 유료 방송을 하나의 시장으로 묶는 합산 규제가 가시화될 전망이다. 실질적인 점 유율제한 비율은 정해지지 않았다.

미래창조과학부와 방송통신위원회는 지난 11월 28일 방송법과 인터넷멀티미디

어방송사업법(이하 IPTV법)을 통합하는 ‘유료 방송 규제체계 정비법안’ 공청회를 통해 이같이 발표했다. 지난달 1차 공청 회 시 제외됐던 합산규제 내용이 이번 2 차 공청회에 포함된 것이다.

이날 발표된 법안에 따르면, 위성방송

을 포함한 유료 방송을 통합해 동일 서비 스 동일 규제의 원칙을 적용하게 된다. 특 히 IPTV(올레tv)와 위성방송(KT스카이 라이프)을 동시에 소유하고 있는 KT가 반대의사를 표명하고 있는 특수관계자 합산규제를 법제화하는 쪽으로 내용이 정리된 가운데 구체적인 합산규제안은 복 수안으로 제시됐다. 1안은 점유율 제한 비율을 대통령령으로 위임하는 방안이 며, 2안은 점유율제한을 33%로 하되 3년 후 일몰(재검토)하는 방안이다.

둘 중 어느 안이 채택되더라도 IPTV와 위성방송을 합쳐 현재 유료방송시장의 약 30%를 장악하고 있는 KT로서는 영 향을 받을 수밖에 없게 됐다. 이에 토론 자로 참석한 김형준 KT스카이라이프 부 사장은 “유료 방송 합산규제는 시청자의 시청 자유와 기업의 영업 자율권을 침해 하는 것으로, 1안과 2안 모두 수용할 수 없다”며 “동일 서비스 동일 규제가 목적이 라면 49%를 적용할 것을 제안한다”고 주 장했다.

이와 관련해 성기현 티브로드홀딩스

본부장은 “많은 언론이 합산규제를 얘기 하면서 ‘세계 유례없는 시장점유율’이라고 하는데 이는 사실과 다를 뿐 아니라 외국 의 경우 시장점유율 규제를 더욱 강하게 발동하는 나라들도 있다”면서 “현재의 유 료 방송 가입자 유착시장에서 49% 제한 을 말하는 것은 방송의 공공성에 대한 감 안 없이 오로지 시장 논리에 의해 관리 받겠다는 얘기밖에 안된다”고 말했다.

강혜란 여성민우회 정책위원은 “합산 규제는 (KT의) 로비로 인해 오랫동안 입 법이 지연돼 왔다”면서 “시행령으로 미루 는 1안은 변수가 많기 때문에 시장점유율 을 33% 제한하는 2안을 지지하며, 장기 적으로 독과점을 방지하는 것이 훨씬 중 요한 문제”라고 강조했다.

이날 공청회에서는 케이블TV와 위성 방송에만 허용하던 직접사용채널(이하 직 사채널)을 IP사업자들에게도 허용하되 향후에는 보도와 논평, 광고를 송출할 수 없는 공지채널로만 한정하는 안이 제시됐 다. 현행 방송법상 직사채널 운용범위 규 정이 없고, 직사채널 운용의 취지와 목적

이 사업자별로 제각각이며, PP와 유사하 게 채널을 운영하고 있다는 이유에서다.

이에 대해 박성호 MBC플러스 센터장 은 “채널 번호는 하나의 메뉴와 같다”며 “직사채널을 공지채널로 허용할 경우 자 사 상품 광고채널이 될 위험이 크고, 그렇 게 되면 채널 진입경쟁이 또 벌어질 수밖 에 없다”고 지적했다.

이밖에도 이번 통합방송법안에는 △ IPTV법상 종편 및 보도에 대한 소유제 한을 방송기준으로 바꾸고 △회계 분리 등 공정경쟁 법적 근거를 유료방송사업자 로 확대하며 △콘텐츠 동등 접근 규정을 폐지하고 △PP사업자 간 채널별(사업권) 양도·양수를 허용하며 △유료방송 이용요 금 중 VOD 및 부가서비스를 승인제에서 신고제로 전환하는 등의 안이 포함됐다.

미래부와 방통위는 이번 공청회에서 제 시된 의견 등을 반영해 통합방송법안(유 료방송 규제체계 정비법안=방송법 개정 안)을 12월 중에 최종 마련한 뒤 2015년 상반기에 국회에 제출한다는 방침이다.

곽재욱 jokwak@naver.com

내년 TV 시장 화두는? 꿈의 소재 ‘퀀텀닷’

세계 최대 가전제품 박람회인 ‘세계가 전전사회(Consumer Electronics Show, CES)’가 내년 1월 6일부터 9일 까지 미국 라스베이거스에서 열린다. 차세대 TV 시장 주도권을 잡기 위한 업체들의 신경전이 벌써부터 치열하게 전개되고 있다.

MWC, IFA와 함께 세계 3대 전시회 로 꼽히고 있는 CES는 미국가전협회 (Consumer Electronics Association, CEA) 주관으로 1967 년 뉴욕에서 1회를 개최했으며 1995년 부터는 매년 1월 라스베이거스에서 열 리고 있다.

CES 시작에 앞서 삼성전자와 LG전 자는 이미 CES 혁신상을 여러 부문에 서 수상하는 쾌거를 이뤘다. 특히 삼성

전자는 TV 부문에서 총 11개의 혁신상 을 받아 4년 연속 수상에 이어 역대 최 대 수상 기록을 세웠으며, LG전자 역 시 TV 부문에서 가변형 올레드 TV로 혁신상을 수상해 2012년 올레드 TV 공개 이후로 연속 수상의 기록을 이어 가고 있다.

혁신상 수상에서 볼 수 있듯이 내년 CES에서도 많은 업체들이 TV 부문에 화력을 집중할 것으로 보인다. 특히 차 세대 TV 시장을 선점하기 위한 삼성전 자와 LG전자, 소니의 경쟁이 올해보다 더 치열해질 것으로 예상된다.

업계에 따르면 삼성전자는 CES에서 ‘퀀텀닷(Quantum dot·양자점) UHD TV’를 선보일 것으로 보인다.

퀀텀닷은 나노미터 크기의 자체 발광

반도체 결정으로 ‘유기발광다이오드 (OLED)’처럼 천연색에 가까운 100% 수준의 화질을 구현한다. 이를 활용한 퀀텀닷 TV는 기존 LCD에 필름만 추 가하면 돼 별도의 설비투자가 필요한 OLED보다 저렴한 가격에 제품을 내놓 을 수 있다.

업계 관계자는 “퀀텀닷 TV는 OLED 의 대안으로 잠깐 스쳐가는 개념이 아 니라 당장 내년부터 프리미엄 제품군이 될 수 있는 제품”이라며 “그동안 퀀텀닷 필름에 들어가는 유해물질을 대체할 기술이 개발되지 않아 상용화가 이뤄지 지 못했는데 이번에 그 문제가 해결된 것으로 알고 있다”고 답했다. 그는 이어 “OLED는 이론적으로는 성능이 좋지 만 가격 경쟁력 확보에는 아직도 많은

CES, 내년 1월 6일 미국 라스베이거스에서 개막



시간이 필요해 시장 지배력 확보가 쉽 지 않다”고 설명했다.

삼성전자뿐 아니라 그동안 OLED TV를 주력제품으로 내놓은 LG전자도 CES에서는 퀀텀닷 TV를 공개할 것으 로 전망되고 있다. 상대적으로 가격 경 쟁력이 떨어지는 OLED TV에 집중하 기보다 역량을 분산시켜 퀀텀닷 TV를 또 다른 카드로 활용한다는 전략을 펼 칠 가능성이 높다는 분석이다.

아직까지 삼성전자와 LG전자 모두 CES에 어떤 TV를 내놓을지 함구하고 있어 그 실체가 정확히 드러나지는 않 았지만 내년 차세대 TV 시장의 최대 화 두가 퀀텀닷이라는 데에는 업계 전반에 서도 의심의 여지가 없는 상황이다.

국내뿐 아니라 일본의 소니 역시 지

난해 퀀텀닷 TV를 출시한 바 있고, 최 근 무섭게 성장하고 있는 중국의 TCL 도 다음 달에 퀀텀닷 TV를 출시한다 는 예정이어서 당분간 퀀텀닷 TV를 향 한 관심은 지속될 것으로 보인다.

한편 CES도 내년부터는 크게 달라 진다. 보도에 따르면 내년부터 CES는 테크 이스트, 테크 웨스트, 아리아 (ARIA) 등 3개 부문으로 나뉘며 기존 CES의 전시는 테크 이스트로 진행되 고 사물인터넷 등 최근 성장 중인 산 업 기술 등은 테크 웨스트로, 미디어 콘텐츠 마케팅 등은 아리아로 개최될 예정이다. 또한 내년 5월 상하이에서 는 CES 아시아가 새롭게 선보일 예정 이다.

백선하 baek@kobeta.com

700MHz 정책, 솔로몬의 지혜가 필요하다

“무선마이크와 통신 대역 겹쳐” 혼신 발생 우려

미래창조과학부의 원안대로 국가재난 안전통신망 주파수가 확정됨에 따라 700MHz 주파수의 나머지 대역을 둘러 썬 방송과 통신 업계 간 공방이 치열해지 고 있는 가운데 방송과 통신 모두가 공감 할 수 있는 색다른 해결책이 제시돼 관심 이 집중되고 있다.

최민희 새정치민주연합 의원은 ‘700MHz 대역 용도 관련 공청회’에서 재 난망 할당 이후 700MHz 대역의 나머지 88MHz 폭을 방송용으로 먼저 배분하고 UHD 전국 방송이 완료되는 2021년에 그 대역을 통신용으로 활용하자는 방안 을 제시했다.

최 의원은 “(모바일 광개토 플랜에 따 라 미래부가 통신에 할당하려 했던 40MHz 폭 중) 20MHz 폭을 무선마이크 용으로 사용하고 있기 때문에 700MHz 주파수를 통신용으로 쓰려면 2021년 이후에나 가능하다”고 말한 뒤 “현재 지상파 방송사의 계획대로 라면 2014년 기준으로 7년 뒤인 2021년에 지 상파 UHD 전국 방송이 가능한데, 2021 년은 공교롭게도 지상파 디지털 TV(DTV)가 종료되는 시점이니 현재

700MHz 주파수를 지상파 UHD 방송 용으로 활용하고 2021년에 DTV 대역으 로 방송용을 재배치하면 700MHz 주파 수는 2021년부터 통신이 활용할 수 있지 않느냐”고 설명했다.

국회 미래창조과학방송통신위원회 소 속 여야 의원들은 물론이고 학계에서도 최 의원의 제안이 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있는 묘안이라는 데 의견이 모아 지고 있다.

지상파 방송사에 따르면 UHD 전환은 수도권의 경우 3~4년, 전국은 7~8년 안 에 가능하다. 그렇다면 지상파 UHD 전 국 전환이 가능한 2021년에 현재 DTV 로 활용 중인 470~698MHz 대역으로 UHD 재배치가 가능하다는 것이다. 그 이후 700MHz 대역을 통신용으로 활용 해도 시간적으로 충분하다는 게 최 의원 과 방송 업계의 설명이다.

사실 모바일 광개토 플랜에 따라 700MHz 주파수 중 40MHz 폭을 지금 당장 통신용으로 할당한다고 해도 이미 그 대역에서 무선마이크를 사용하고 있 기 때문에 무선마이크 단속 유예 기간인 2020년 12월까지지는 700MHz 주파수를

활용할 수 없다.

지난 2008년 방송통신위원회는 4년의 유예기간을 거쳐 2012년 12월 31일 700MHz 대역 무선마이크 사용을 종료 키로 했다. 하지만 미래부의 홍보 부족으 로 700MHz 대역 무선마이크 사용이 지 속되고 있어 700MHz 대역 무선마이크 사용 중지로 인한 국민 피해액이 4,000 억 원에 달하는 것으로 알려지면서 무선 마이크에 대한 단속을 2020년 12월까지 미루기로 결정했다. 결국 2020년 12월까 지는 740~752MHz 대역에서 무선마이크를 사용할 수 있다는 뜻이다.

문제는 740~752MHz 폭이 모바일 광 개토 플랜에 따른 40MHz 폭과 겹친다 는 점이다. 모바일 광개토 플랜에서 통신 에 할 당 한 7 0 0 M H z 대 역 은 728~748MHz(상향), 783~803MHz(하 향) 등 총 40MHz 폭이다. 이 중 상향 대 역의 740~748MHz 대역이 무선마이크 대역과 겹친다.

이에 대해 일부 매체는 “주파수 사용량 을 100으로 본다면 이 중 90% 가량이 하향 대역에서 사용되고, 겹치는 대역도 8MHz 폭으로 크지 않아 간섭 가능성이

낮다”고 보도했으나 본지 조사 결과 이는 사실이 아닌 것으로 조사됐다.

한 방송사 관계자 역시 “상향 대역 8MHz 폭뿐 아니라 보호 대역에서도 4MHz 폭 혼신이 발생할 가능성이 있어 통신 할당 시 해당 대역에서 서비스가 불 가능한 상황”이라며 “주파수 혼신의 문제 는 국민들에게 불편함을 안겨줄 뿐”이라 고 지적했다.

앞서 지난 2010년 900MHz 주파수를 할당받은 KT 역시 간섭 문제로 주파수 를 제대로 사용하지 못한 바 있다.

당시 KT는 900MHz 주파수를 2,500 억 원에 할당받았으나 해당 대역에 LTE 기지국을 설치하자 RFID(전자태그), 고 출력무선전화기(코드리스폰, 900MHz 맥스 무선전화기) 등과 혼신을 일으켜 기 지국 설치를 중단했다. 통신 업계와 일부 매체의 주장대로 강행한다면 700MHz 주파수 대역에서도 이 같은 일이 반복될 수 있다.

앞으로 700MHz 주파수 정책은 국회 를 중심으로 논의될 예정이다. 국회와 미 래부, 방통위가 방송과 통신 업계 모두를 만족시킬 수 있는 솔로몬의 지혜를 찾는 다면 ‘700MHz 주파수 방송용 우선 분 배, 2021년 이후 통신용 사용’ 제안에 주 목하는 것도 하나의 방법이 될 것으로 보 인다.

백선하 baek@kobeta.com

2014 방송기술대상 시상식 및 송년회

초대합니다

지난 1년 동안
한국방송기술인연합회에
보내주신 관심과 후의에 깊이
감사드립니다. 본 연합회는
매년 격변하는 방송 환경 속에서
투철한 사명감을 바탕으로
방송 기술 발전에 크게 기여한
회원 여러분들을 대상으로
“방송기술대상” 을 시상하고
있습니다. 2014 방송기술대상
시상식 및 송년회에 초청하오니
부디 참석하시어 자리를
빛내주시기 바랍니다.

2014년 12월
한국방송기술인연합회창
이후 삼 드림

2014. 12. 11(목) 18시 30분
여의도 63컨벤션 3층 주니퍼룸

공운법 개정안, 연말 최대 이슈로 급부상

‘공공기관 운영에 관한 법률 개정안(공운법)’이 언론계의 뜨거운 감자로 떠오르고 있다. 새누리당은 KBS와 EBS를 공공기관으로 지정할 수 있는 공운법 개정안을 적극 추진 중인 반면 새정치민주연합을 비롯한 야당과 언론시민사회단체들은 강력 반발하고 있어 상당한 논란이 일고 있다.

지난 11월 13일 새누리당 의원 155명은 현행 공운법 제4조 2항 ‘기획재정부 장관은 KBS와 EBS를 공공기관으로 지정할 수 없다’는 조항을 삭제한 개정안을 발의했다. 새누리당은 재정 건전성에 심각한 문제가 있는 경우 기재부 장관이 해산을 요청할 수 있도록 한 것이 개정안의 주요 골자라며 공공기관의 개혁을 내세우고 있지만 이번 개정안의 가장 큰 문제는 KBS와 EBS 등 공영방송의 독립성을 보장하던 제4조 2항이 삭제됐다는 것이다.

당장 새정치민주연합을 중심으로 하는 야당과 전국언론노동조합, 민주언론시민연합 등 언론시민사회단체에서 거세게 반발하고 있다. 공영방송을 정부의 통제 아래 두려는 의도라는 지적이다.

언론노조는 성명을 통해 “KBS와 EBS를 공공기관으로 지정해 놓은 뒤 예산과 인사를 통제하고 나아가 입맛에만 맞는 보도와 프로그램만 편성하도록 감시하겠다는 마각을 노골적으로 드러낸 것”이라며 새누리당이 언론장악 의도를 노골화하고 나섰다고 비난했다.

언론노조의 지적과 같이 이번 개정안에는 ‘공공기관을 지정할 때는 법령상의 근거, 출연 등 재원구조, 지분보유, 정부보조, 사실상 지배력 확보 등의 정도를 종합적으로 판단하되 그 기준과 절차는 대통령령으로 정한다’는 규정도 삽입된 것으로 알려졌다. 개정안대로 적용한다면 정부가 KBS와 EBS를 공공기관으로 지정해 예산과 인사를 통제할 수 있게 되고 최악의 경우는 퇴출시킬 수도 있다.

민언련 역시 이 부분을 지적하며

“개정안이 통과되면 정부는 KBS와 EBS 인사에 합법적으로 개입할 수 있는 길이 열린다. 재정 상태에 따라 기재부 장관이 공영방송의 해산 절차까지 밟을 수 있으며 예산 및 결산권을 빌미로 방송 길들이기에 나설 환경이 갖춰진다”고 꼬집었다. 이들은 이어 “현재 EBS는 일산 통합 사옥 신축으로 재정 여건이 좋지 않아 당장 위기를 느낄 수밖에 없는 상황이고, KBS 역시 정부가 보도 통제권까지 가질 수 있기 때문에 그 피해는 심각하다”며 “저널리즘 기능의 마비는 곧 민주주의의 후퇴로 이어져 결국 피해는 고스란히 국민들에게 전가될 것”이라고 우려했다.

하지만 새누리당은 여당과 언론시민사회단체들의 이 같은 지적에 동의하지 않고 있다. 새누리당 소속 한 의원은 “방만 경영되고 있는 공공기관 개혁 차원에서 마련된 개정안일 뿐 KBS와 EBS 등 공영방송을 장악하기 위한 법률이 아니다”라며 “다른 공공기관이 그러하듯이 KBS도 적자임에도 불구하고 임직원들에게 1,000억 원이 넘는 연가보상비를 지급하는 등 방만 경영해오지 않았느냐. KBS도 다른 공공기관들처럼 개혁이 필요하다”고 말했다.

이에 대해 새정치연합 관계자는 “어떠한 이유에서도 공영방송에 대한 정부의 개입은 허용돼선 안 되는 것”이라며 “공운법 개정안은 결국 대통령이 KBS와 EBS의 사장을 임명하고 정권의 입맛대로 공영방송을 움직이려는 것이기에 즉각 철회해야 한다”고 주장했다.

새누리당이 당 차원에서 적극 추진하고 있는 만큼 공운법 개정안은 2015년 예산안 심사가 끝나는 대로 연말 최대 이슈로 부상할 것으로 보인다. 하지만 야당과 언론시민단체가 강력 반발하고 있어 개정안 통과까지는 어려울 것이라는 전망이 주를 이루고 있어 당분간은 공운법 개정안 내용을 놓고 상당한 진통이 예상된다.

백선하 baek@kobeta.com

대법원, “YTN 해직기자 3명 해고 정당” 판결

노조, “6명 전원 복직” 요구

‘낙하산 사장 반대’를 외치다 지난 2008년 10월 7일 YTN에서 해고된 해직기자들에 대해 대법원이 “3명의 해고는 정당, 3명의 해고는 무효”라는 최종 판결을 내려 논란이 되고 있다.

대법원은 지난 11월 27일 YTN 해직기자들의 해고무효 소송 선고 공판에서 해고된 6명 중 3명에 대해 ‘해고 적법’ 판결을 내리고, 나머지 3명은 출근 저지 투쟁 등에 가담한 정도와 횡수가 적어 해직까지 갈 사안이 아니라는 2심 판결을 유지했다. 이로써 ‘MB 대통령선거캠프’ 출신 사장 선임에 반대한 우장균, 권석재, 정유신 등 기자 3명은 해직이 무효화됐고, 노종면 전 전국언론노동조합 YTN지부장과 조승호, 현덕수 등 3명은 해고가 최종 확정됐다.

판결문은 “원고들이 징계대상 행위에 이르게 된 동기에 방송의 중립성 등 공적 이익을 도모한다는 목적이 담겨 있더라도 경영진 구성권과 경영주의 대표권을 직접 침해한 원고들의 행위는 징계해고 사유에 해당하고, 이는 피고의 징계재량권을 일탈·남용한 것이 아니다”라고 판시했다.

이번 대법원 판결에 대해 전국언론노동조합(이하 언론노조)은 ‘YTN 해고 정당 판결은 제2의 사법 해고다’ 제하 성명서를 내고 “결국 사법부는 정의를 외면하고 권력의 손을 들어주었다”고 비난했다. 아울러 “사법부는 언론자유를 말살

하고 언론 독립을 지키려 온몸을 던진 YTN 동지들을 잔인하게 짓밟은 권력에 게 면죄부를 주고 이들의 행위를 정당화시켰다”며 “지난 6년간 엄청난 고통 속에서 살아온 해직 기자들의 눈물을 씻어주는커녕 비겁하기 짝이 없는 정치적 판결로 ‘사법 해고’를 단행했다”고 비판했다. 같은 날 언론노조 YTN지부도 성명을 통해 “사측의 의지만 있다면 다른 3명도 언제든지 회사로 돌아올 수 있다”며 “오히려 대법원 판결에도 불구하고 노사가 함께 6명 전원 복직의 꿈을 이뤄낸다면 YTN에 엄청난 성장 동력이 될 것”이라고 주장했다.

그러나 이날 YTN 사측은 “결으로 내세운 주장이 다소 명분은 있다고 할지라도 사회의 근본적인 법질서를 무너뜨리는 행위는 용납될 수 없다는 법치주의의 원칙을 재확인한 것”이라며 “회사는 이번 대법원의 확정 판결을 계기로 YTN을 또 다시 혼란의 소용돌이에 빠뜨리는 어떠한 행위에 대해서도 단호하게 대처해 나갈 것임을 분명하게 밝혀두고자 한다”고 공식입장을 발표해 해고적법 판결을 받은 3명의 처분이 우려되고 있다.

한편 대법원 판결이 나온 직후 해직기자 6명을 포함한 언론노조 YTN지부는 서울 상암동 YTN사옥에서 6명 전원 복직을 요구하는 집회를 열었다.

곽재욱 jokwak@naver.com

유료 방송의 지상파 재송신료, PP처럼 ‘정률제’로?



11월 27일, ‘2014 미디어 산업 포럼’서 문제제기 ‘재전송 통한 자상파 수익 기준’ 현실과 달라

유료 방송 플랫폼이 지불하는 지상파 재송신료(CPS)를 콘텐츠가 창출한 가치를 감안해 PP 프로그램 사용료와 같이 정률제로 일원화해야 한다는 주장이 제기됐다. 하지만 지상파 측에서는 비율 산정 시의 모호성과 부당성을 이유로 반대 입장을 고수하고 있어 주목된다.

11월 27일 서울 여의도 렉스톤호텔에서는 (사)미디어미래연구소 주최로 ‘2014 미디어산업포럼’이 개최됐다. ‘유료 방송 시장 상생 생태계 조성을 통한 시청자 복지 제고방안’을 주제로 열린 이날 포럼에서는 이른바 ‘정률제’를 통한 프로그램 사용료 산정안이 이슈가 됐다.

현재 케이블TV, IPTV, 위성방송 등 유료 방송 플랫폼 사업자가 콘텐츠 사업자에게 지불하는 프로그램 사용료 산정은 지상파에 대해서는 ‘정액제’, PP에 대해서는 ‘정률제’로 운영되고 있다. 지상파에는 일률적으로 가입자당 월 280원의 CPS를 지급하는 반면 PP에는 방송통신위원회가 SO 디지털 전환율에 따라 정해놓은 배분비율을 기준으로 SO, IPTV, 위성방송이 협상을 통해 적정 CPS를 정하고 있다.

이날 발제에 나선 주정민 전남대 교수는 “유료 방송 플랫폼사업자들의 수신료 수익이 줄어드는 경우 정액제 기반의 지상파방송은 동일한 정액을 우선적으로 지불받는 반면 PP는 줄어든 수신료 수익

에서 일정 분량을 배분받을 수밖에 없어 차별적으로 지급될 가능성이 있다”면서 “플랫폼·콘텐츠 간 상생협력을 위해서는 지상파와 PP 시장의 거래 대가 산정을 일원화하는 방안과 더불어 유료 방송 플랫폼 사업자의 지불능력을 고려한 이용 대가 지불이 필요하다”고 주장했다.

이는 지상파와 유료 방송 플랫폼이 상호 기여하는 부분이 있는 만큼 각자의 손익을 고려해 대가를 산정해야 한다는 의미다. ‘재송신료’로 인해 발생하는 수익에서 ‘재송신에 소요되는 비용’을 제하고 총이익을 산출해 남은 이익을 상대방에 배분해야 한다는 것. 다시 말해 지상파든 유료 방송 플랫폼이든 이익이 많은 사업자가 이익의 절반을 상대방에게 지불해야 함당하다는 얘기다.

주 교수에 따르면 이 경우 ‘지상파’는 유료 방송 플랫폼이 난시청지역 가입자를 커버함으로써 얻게 되는 광고 수익이 ‘재송신료’로 인해 발생하는 수익이 되고, 재송신에는 비용이 들지 않기 때문에 ‘재송신에 소요되는 비용’은 제로가 된다. 반면 ‘유료 방송 플랫폼’은 지상파 방송 재송신으로 얻는 가입자의 수신료 증가분이 ‘재송신료’로 인해 발생하는 수익이 되고, 프로그램 재송신에 드는 방송설비·전송선로비·인력운영비 등이 ‘재송신에 소요되는 비용’이 된다.

하지만 이 같은 대가 산정 원칙은 기본

적으로 지상파가 재송신료로 얻게 되는 수익의 잘못된 이해에서 출발해 문제가 된다. 주 교수는 지상파의 수익을 ‘유료 방송 플랫폼이 난시청지역 가입자를 커버함으로써 얻게 되는 광고 수익’으로 정하고 있는 것과 달리 실제 지상파방송 광고료에 적용되는 커버리지는 ‘유료 방송 플랫폼 가입자 수를 포함한 지상파 시청률이나 시청자 수’가 아닌 ‘송신소 기지국에서 송출되는 전파가 도달할 수 있는 거리’를 기준으로 산출되고 있기 때문이다.

다시 말해 이는 유료 방송 플랫폼이 지상파 광고 수익과는 무관하다는 것을 의미한다. 더욱이 현재 지상파 3사를 합친 커버리지는 가시청 가구 비율 90%를 웃돌고 있어 유료 방송 가입자가 가입을 하지한다 해도 실내·옥외 안테나나 공시청 설비를 통해 지상파방송 직접 수신이 가능한 상황이다. DTV전환감시시청자 연대가 2012년 발표한 조사결과에 따르면, 지상파 채널이 잘 나올 경우 유료 방송을 하지할 의향이 있다고 답한 가구가 61.5%에 달했다.

이와 관련해 지상파 방송사 한 관계자는 “지상파 재송신료 산정을 정률제로 바꿔야 한다는 주장은 갈수록 매출이 줄어드는 케이블TV업체가 안전장치를 마련하기 위한 꼼수에 불과하다”며 “해당 업체가 방만한 경영을 하거나 과도한 결합상품 판매 등 잘못된 마케팅으로 입게 되는 손실까지 콘텐츠를 제공하는 지상파가 안게 되는 구조는 적절하지 않다”고 지적했다.

곽재욱 jokwak@naver.com

MBC 강원영동 내년 초 출범한다

MBC 노조 “노사 합의 사항 제대로 이행하라”

방송통신위원회가 강릉 MBC와 삼척 MBC의 법인 합병을 승인한 가운데 전국언론노동조합 MBC 본부가 노사 합의 사항 이행을 촉구하고 나섰다.

방통위는 11월 27일 개최된 제56차 전체회의에서 강릉 MBC와 삼척 MBC가 제출한 합병 변경 허가를 심사한 결과 1,000점 만점 중 기준 점수 650점을 넘어 총 705.33점을 받았으며 합병에 대한 변경 허가를 의결했다고 밝혔다.

앞서 방통위는 지난 9월 4일 MBC가 제출한 강릉-삼척 MBC 합병 변경 허가 심사 기본 계획안을 의결한 데 이어 9월 17일부터 10월 14일까지 시청자 의견 청취를 실시한 뒤 심사위원회 심사를 거쳐 강릉-삼척 MBC의 법인 합병을 의결했다.

방통위는 다만 시청자 의견과 심사위원회 심사 의견 등을 종합적으로 고려해 지역성 강화 및 시청자 권익 보호 등에 대한 조건과 권고사항을 부여했다. 구체적인 조건은 △공적책임 및 지역성 강화를 위한 편성 및 투자계획 이행 △시사 보도 프로그램 편성 확대 계획 마련 △시청자 권익 보호를 위한 시청자 불만처리 및 고충처리 계획 이행 등이고, 권고사항은 △방송 주파수의 효율적 사용 방

안 검토 및 수신환경 개선 노력 △방송 기술 발전에 대응하기 위한 자체 계획 수립 등이다.

방통위는 “강릉-삼척MBC 합병은 노사 합의로 이뤄진 법인 합병의 첫 사례인 만큼 지역성 강화를 위한 시청자 서비스 강화나 프로그램 품질 향상 등 조건과 권고사항을 지킬 수 있도록 정기적으로 점검하며 유도할 계획”이라고 말했다.

방통위의 법인 합병 승인이 결정되자 MBC 노조는 11월 28일 ‘강릉-삼척 MBC 구성원들의 눈물을 기억해야 한다’는 제목의 성명서를 통해 “강릉과 삼척 양사의 합병이 MBC 경남과 달리 노사 합의로 진행됐지만 그 이면에는 통합에 동의할 수밖에 없었던 강릉-삼척 구성원들의 피눈물이 있었다는 사실을 상기해야 한다”며 “이번 통폐합이 경영진의 정치적 목적 달성을 위한 수단으로 악용돼선 안 되고, 노사 합의 사항은 반드시 지켜져야 한다”고 강조했다.

이들은 “지역 지상파 광고 시장의 침체에 따른 타격뿐 아니라 그동안 유지돼오던 군소지역 배려의 불문율마저 깨지면서 양사는 최악의 경영 위기로 내몰렸다”며 “자본 논리의 질서를 기준으로 시행된 제로섬 게임의 결과, 벼랑 끝으로

내몰린 양사의 구성원들은 눈물을 머금고 생존을 위한 통합의 길을 선택할 수밖에 없었다”고 합병 배경을 설명했다. 이어 “큰 모멸과 상처 속에 진행된 통폐합이 더 이상 반복되지 않기를 바란다. 노사 합의 사항이 일부라도 파기된다면 즉각 투쟁의 깃발을 들어 올릴 것이다”라고 경고했다.

MBC 경남에 이어 MBC 강원영동이 출범되면서 지역 MBC의 통폐합은 더욱 속도를 낼 것으로 보인다. 지역 MBC 관계자는 “최근 지역 MBC 경쟁력이 약화되면서 내부적으로도 생존 방안 중 하나로 광역화를 심각하게 고민하고 있다”며 “다른 지역 MBC에서도 광역화로 인한 긍정적인 효과를 검토 중인 것으로 알고 있다”고 말했다.

하지만 일각에서는 MBC 경남이 통폐합 이후 별다른 시너지 효과를 내지 못하고 있다는 지적이 제기되고 있고 MBC 강원영동의 노사 합의 사항 이행 정도에 대한 평가도 진행돼야 하기에 당분간 다른 지역 MBC 통폐합은 진행되지 않을 것이라는 전망도 나오고 있어 지역 MBC 통폐합을 둘러싼 관심은 지속될 것으로 보인다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

씨앤엠, 대화 물꼬 텃다 노사 입장차 ‘팽팽’ … “해결까지는 상당 시간 걸릴 것”



씨앤엠과 협력업체 대표들 그리고 씨앤엠 협력업체 계약 종료 근로자를 대변하는 희망연대노동조합이 참여하는 3자 협의체가 11월 28일 첫 회의를 시작으로 본격적인 가동에 들어갔다. 109명 대량 정리 해고로 장기 노숙 농성, 고공 농성에 들어간 씨앤엠 노동자들과 사측이 3자 협의체 구성을 계기로 대화의 물꼬를 틀 수 있을지 관심이 집중되고 있다. 하지만 씨앤엠 사측이 여전히 노조 탄압은 부정하며 노조에 책임을 떠넘기는 태도를 보이고 있어 3자 협의체가 진정성 있는 대화의 창구가 될지는 아직까지 미지수다.

씨앤엠 협력업체 노동자들은 지난 7월부터 씨앤엠 대주주인 MBK파트너스가 입주한 서울파이낸스센터 앞에서 정리 해고된 109명의 복직을 요구하며 노숙 농성 중이다. 11월 12일부터는 협력업체 노동자 2명

이 근처에 설치된 25m 높이의 전광판에서 고공 농성을 벌이고 있다.

장기 노숙 농성에 이어 고공 농성까지 시작되자 장영보 씨앤엠 대표는 11월 26일 기자회견을 열고 사측과 협력업체, 희망연대노조가 참여하는 3자 협의체 구성을 제안했다. 3자 협의체를 통한 대화로 문제를 해결하자는 의지를 드러낸 것이다. 이날 장 대표는 “법적 책임이 없고 원청사로서 말하기 어려운 부분이 있어 그동안 나서지 않았지만 고공 농성 노동자들의 안전을 고려해 상생을 위한 도의적 책임을 실현하고자 나섰다”고 말했다.

11월 28일 오전 11시 장 대표를 주축으로 한 사측과 김병수 기가 사장·이창학 신성 사장·서동진 케인 사장 등 협력업체 대표들 그리고 이종탁 희망연대노조위원장·김진규 씨앤엠지부장 등이 참석한 3자 협의체 첫 회의가 개최됐다. 3자 협의체 제안 이후 이틀 만에 이뤄진 결과다. 희망연대노조는 이날 회의에서 씨앤엠 사측과 협력업체 대표들에게 진정성 있는 교섭을 요구했다고 밝혔다. 희망연대노조 관계자는 “원청사로서 씨앤엠이 고용 책임을 지고 있음을 분명히 했다”면서 “12월 1일부터 일주일간 집

중 교섭을 벌일 것”이라고 말했다.

3자 협의체가 본격적으로 가동되면서 씨앤엠 사태는 해결 국면으로 접어들었다. 하지만 희망연대노조를 중심으로 한 노동자 측은 해고자 복직 문제와 함께 고용 보장, 2014년 입단협 체결 등을 요구 사안으로 내세우고 있는 반면 씨앤엠 사측과 협력업체 측은 고공 농성에 나선 노동자들의 안전 보장을 중심으로 해고자 복직 문제부터 해결하자는 입장을 보이고 있어 문제 해결까지는 상당한 시간이 걸릴 것으로 전망된다.

한편 씨앤엠은 서울 경기 지역에 케이블 방송국 17개를 소유한 수도권 최대 규모의 복수종합유선방송사업자(MSO)로 ‘매각가치’를 높이기 위해 미래창조과학부 공무원들을 상대로 술과 골프 등 향응을 제공했다는 의혹을 받은 바 있다. 지난 2007년 MBK파트너스와 맥쿼리사모펀드(MKOF) 등 씨앤엠 주요 주주들은 일정 기간 수익률을 기대하고 출자했지만 씨앤엠 매각은 이들의 예상과 달리 좀처럼 풀리지 않고 있어 노사 갈등 문제가 제대로 해결되지 않고 이대로 진행된다면 매각 자체가 표류할 공산이 상당한 것으로 알려졌다.

백선하 baek@kobeta.com

‘통합 시청률’ 조사 필요성 공감대 형성

“다양한 플랫폼 시청 환경 고려돼야”

전통적인 TV 시청 패턴이 스마트폰이나 태블릿 PC 등으로 이동함에 따라 기존 시청률 조사 방식이 통합 시청률로 변경돼야 한다는 공감대가 확산되고 있다. TV 시청 행태가 변하고 있는 만큼 이를 통합할 수 있는 조사가 필요하다는 것이다. 하지만 스마트폰이나 태블릿 PC 그리고 주문형 비디오(VOD) 등 다양한 매체의 시청을 어떻게 측정할 것인지 등 과제가 산적해 있어 제대로 된 통합 시청률을 조사하기까지 상당한 진통이 예상된다.

황성연 닐슨코리아 부장은 11월 26일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 열린 ‘차세대 방송기술 세미나’에서 “스마트 미디어 이용자가 전체 인구 중 약 65%를 차지하고 있고, 이들 이용자가 특정 계층에 국한되지 않고 있어 전반적으로 방송 시청 패턴이 변화하고 있다”며 다양한 시청 행태를 통합해 조사할 수 있는 통합 시청률의 필요성이 대두되고 있다고 말했다.

실제로 지난 7월에는 국내 대표적인 시청률 조사 기관 중 하나인 TNmS가 지상파방송의 본방송과 재방송, 케이블, IPTV의 시청률을 합산한 통합 시

청률을 발표한 바 있다. 당시 TNmS는 “지상파로 본방송을 시청하지 않고, IPTV 등 다양한 플랫폼으로 시청하거나 파일을 내려 받아 보는 이들이 50%가 넘는다”면서 지상파 시청률로만 평가해서는 안 된다는 생각에 지난 5년 동안 통합 시청률을 준비해왔다고 밝혔다.

사실 통합 시청률이 필요하다는 의견은 이전부터 지속적으로 제기돼 왔다. 스마트폰과 태블릿 PC 등이 보편화되면서 이를 통해 방송을 보는 사람들이 늘었고, IPTV의 성장세로 본방송이 아닌 VOD로 방송을 보는 사람들도 증가했기 때문이다. 이 때문에 방송통신위원회도 지난해 N-스크린 시청 기록 산출 조사를 올해 신규 사업으로 편성해 스마트폰과 PC 시청률을 어떻게 조사해 반영할지 연구하겠다고 밝힌 바 있다. 현재 방통위는 시범 조사를 마친 것으로 알려졌다. 방통위 관계자는 “채널 산정을 위한 조사와 각 매체별 가중치 부여 등 아직 연구할 게 많다”며 충분한 연구를 진행한 뒤 기술적 검토를 거쳐 진행할 것이라고 설명했다. 문제는 통합 시청률 조사가 현실

적으로 어렵다는 것이다. 황 부장은 “통합 시청률의 필요성에 대해선 누구나 공감하고 있을 것”이라고 운을 뗐지만 “숨겨진 시청률을 측정하기 위해서는 VOD 시청도 넣어야 하는데 이게 만만치 않은 상황”이라고 말했다. 현실적으로 방송 사업자마다 가지고 있는 셋톱박스 데이터가 표준화돼 있지 않아 수치화가 어렵다는 것이다.

뿐만 아니라 아직까지 VOD를 시청률에 넣어야 되는지 말아야 하는지에 대한 사회적 합의도 이뤄지지 않았다. 일각에선 VOD의 경우 본방송 시청과 달리 빨리 보거나 점핑, 스킵 등이 가능하고 한 사람이 여러 번을 보면 여러 명이 본 것으로 적용될 수도 있는데 이것을 시청률 개념에 넣기엔 문제가 있지 않느냐는 지적도 제기되고 있다.

이처럼 새로운 시청률 조사 방식이 필요하다는 점에는 정치권과 업계 전반이 공감을 표하고 있으나 새로운 방식을 둘러싼 기준과 적용 방식에 대한 입장이 제각각인 만큼 통합 시청률 도입까지는 상당한 시간이 걸릴 것으로 보인다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

라디오, 보유율은 줄어도 청취율은 증가

실시간 라디오 방송 프로그램 청취율이 꾸준히 증가하고 있으며, 특히 18세 미만의 청취 비율이 늘어난 것으로 확인됐다.

이는 정보통신정책연구원(KISDI)이 최근 발간한 ‘KISDI STAT Report-스마트 시대의 실시간 라디오 청취’ 보고서에 따른 것이다.

KISDI 정보사회분석실 ICT통계분석센터 신지형 부연구위원은 보고서에서 한국 미디어패널 미디어 다이어리 조사 결과를 토대로 최근 4년간(2011~2014년) ‘실시간 라디오 방송서비스’ 이용자의 실태를 파악하고, 주 청취자들의 특성과 이용 장소, 이용 행태 및 연결방법 등을 통해 이용현황과 추이를 파악하고 있다.

한국미디어패널조사에 따르면, 매체이용의 개인화로 가정용 오디오기기 및 라디오 수신기의 보유율은 줄어들었으나 실시간 라디오 방송 프로그램 청취율은 증가하는 추세를 보이며 2011년 9.52%에서 약 47% 증가해 2014년에는 전체 인구의

약 13.99%가 실시간 라디오 방송을 청취하고 있는 것으로 나타났다.

특히 18세 미만 연령대의 청취자 비율은 2011년 대비 2014년 2.4배 증가했다. 2014년 기준 이들의 하루 평균 이용시간은 약 1시간 10분 정도이며, 상위 25%의 경우 하루 평균 3시간 정도를 소비하는 것으로 나타났다. 하루 평균 이용시간을 기준으로 헤비유저들(Heavy users, 이용시간 기준 상위 25%)의 특성을 살펴보면 남성이 여성보다 많고, 35세 이상 45세 미만 중장년층 이용률이 가장 높게 나타났다. 실시간 라디오 방송 청취 방법은 교통수단 이용 시 차량용 기기를 이용한 지상파 안테나 직접수신 방법이 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 2012년 약 0.8%에 불과했던 이동통신서비스를 이용한 연결방법이 2014년 약 3.4배 증가해 전체의 2.7%를 차지했다.

신 부연구위원은 “이번 연구는 최근 진화하는 디지털 디바이스와 다변화된 유

통경로를 통해 전파되는 라디오 콘텐츠의 소비양상을 잘 설명해주고 있다”며 실시간 라디오 방송 서비스는 다소 전통적 매체로 인식될 수도 있지만 라디오가 가지고 있는 고유한 특성과 편의성을 바탕으로 여타의 경쟁적 디지털 미디어의 출현에도 불구하고 청취자의 비율은 증가하고 있어 청취자의 특성을 잘 반영해 특화된 채널 혹은 콘텐츠의 제작을 바탕으로 수용자의 편익을 극대화할 수 있도록 정책당국의 적극적 지원이 필요하다”고 지적했다. 아울러 그는 “차량용 기기를 통해 지상파 안테나를 직접 수신해 청취하는 비율이 급속도로 높아지고 있고 현상 물입도가 상대적으로 낮고 보조적 미디어의 성격이 강한 라디오의 특성이 잘 반영된 것으로 보인다”면서 “뉴미디어와 자동차의 기술적인 융복합이 잘 이뤄진다면 향후 높은 성장 가능성이 있다”고 전망했다.

민서진 seojin@kobeta.com

기자수첩

친구 따라가는 700MHz 주파수 정책?

한때 세계 가진 시장을 평정했던 일본의 소니, 파나소닉, 샤프가 왜 몰락했을까. 전문가들은 서구 1등 기업들을 모방해 열심히 쫓아가던 ‘패스트 팔로어(Fast Follower)’였던 일본 기업들이 정작 선두에 올라서서는 ‘퍼스트 무버(First Mover)’가 되지 못했기 때문이라고 분석하고 있다. 남이 만들어 놓은 길을 따라가는 게 아니라 처음 시도하는 일을 스스로 개척해야 정상에 오래 남아있을 수 있는데 일본 기업들은 그러지 못했다는 것이다.

일본 기업들의 이 같은 몰락은 국내 초고화질(UHD) 경쟁력과 주파수 정책에 시사하는 바가 매우 크다. 이제 UHD 경쟁력 확보에 있어 우리나라도 퍼스트 무버로 나아가야 할 시기이기 때문이다. 이러한 점을 감안한다면 세계적으로 700MHz 주파수를 통신에 할당하는 게 추세이기 때문에 우리나라도 통신에 할당해야 한다는 일부의 주장은 오히려 시대에 뒤떨어진 발상이라고 볼 수 있다.

최근 일부 매체를 중심으로 미국과 일본, 프랑스의 예를 들며 세계 대부분의 국가들이 700MHz 대역 주파수를 통신에 할당하고 있기에 우리나라도 통신에 할당해야 한다는 보도가 나오고 있다.

하지만 미국과 일본, 프랑스 등의 국가와 우리나라는 지형적 상황과 현재 주파수 정책 및 활용이 다르기 때문에 그들의 주파수 정책을 무조건 따라가서는 안 된다.

먼저 미국의 디지털TV 주파수는 300MHz 폭으로 총 228MHz 폭인 우리나라보다 주파수 상황이 상대적으로 좋은 편이다. 뿐만 아니라 700MHz 대역 주파수 외에도 UHD에 사용할 수 있는 주파수가 남아 있다.

또 일본의 NHK는 지상파 사업자인 동시에 위성 사업자 지위도 갖고 있어 지상파를 통해 UHD 방송을 하지 않더라도 얼마든지 보편적인

UHD 서비스가 가능하다. 실제로 일본은 위성을 통한 UHD 방송 도입을 계획하고 있고 지난 6월부터는 통신 위성을 이용해 UHD 전용 채널 1개를 시험 운용 중이다.

또한 프랑스의 경우 700MHz 주파수를 통신에 할당하고 경제 대금을 국방 예산으로 쓴다는 보도가 나왔는데 본지의 조사 결과 이 역시 사실이 아닌 것으로 드러났다.

프랑스 방송통신 담당부처는 “주파수를 사용한 직접 수신을 보장하는 것은 모두의 목표이며 지상파방송의 현대화를 희생하면서까지(700MHz 주파수의 통신 할당을) 밀어붙일 생각은 없다”는 뜻을 분명히 밝혔고, 프랑스 시청각최고위원회는 700MHz 주파수를 UHD TV 등 지상파 신규 서비스용으로 재사용하는 것을 골자로 하는 보고서를 대통령과 의회에 제출하며 오는 2016년 지상파 UHD 방송 실시 계획을 발표하기도 했다. 다만 일부 보도에서 인용된 국방 예산 부분은 프랑스 ‘국방과 국가 안전 관련법’에 국방비 예산 총당을 위한 5개의 방안 중 하나로 언급됐던 것뿐이며 구체적으로 결정된 것은 없는 것으로 조사됐다.

결국 아직까지 지상파 UHD 방송을 도입한 국가는 없지만 일본은 물론 영국, 프랑스 등은 지상파 UHD 도입을 목표로 하고 있다. UHD 방송이 차세대 방송 서비스임에는 틀림없기 때문이다. 이제 선택해야 할 시점이다. 지상파 UHD 방송을 지금 당장 시작한 나라는 어디에도 없기 때문에 우리나라도 지상파 UHD 방송을 추진하지 않는 팔로어가 될지 아니면 퍼스트 무버로 나서 UHD 경쟁력을 확보할지. 남들이 하기 때문에 우리도 따라가야 한다는 주장은 비논리도 이런 비논리가 없다. 세상에서 가장 큰 바보가 남 따라 웃는 바보’라는 속담처럼은 되지 않아야 하지 않을까.

백선하 baek@kobeta.com

“종편 3년, 방송광고시장·저널리즘 손상”

한국언론정보학회 토론회서 문제제기

2011년 도입된 종합편성채널이 초기 출범 목표였던 방송 다양성 제고, 경쟁 활성화 등을 달성하지 못했을 뿐 아니라 방송 광고시장에 악영향을 미치고 저널리즘 측면에서도 퇴보하는 결과를 초래했다는 의견이 나왔다.

한국언론정보학회 주최로 지난 11월 20일 서울 중구 국가인권위원회 8층 배움터에서 열린 ‘미디어 산업 생태계 속의 종편채널 요인에 대한 평가’ 토론회에서 다수 패널들은 이 같이 지적했다.

먼저 김동원 공공미디어연구소 박사는 ‘방송 광고 시장의 격변기와 종합편성채널의 효과’라는 제목의 발제를 통해 “전체 방송 광고 시장이 감소세를 보이는 반면 종편으로의 광고 쏠림 현상이 두드러진다고 밝히고, 그러나 “종편의 광고 매출액이 증가하더라도 제작비를 낮추고, 저비용의 장르만을 제작한다면 방송시장 전체의 콘텐츠 경쟁력 고취는 불투명하다”고 주장했다.

실제 방송 광고 시장에서 괄목할 만한 증가율을 보인 곳은 종편이다. 전체 방송 광고 매출 총액이 2012년 3조 5,626억 원에서 2013년 3조 4,763억 원으로 863억 원 줄어든 가운데 종편은 1,709억 원에서 2,355억 원으로 646억 원이 증가했다. 반면 지상파는 전체 광고 시장 감소율보다 많은 1,158억 원이 줄어 들었다.

그렇지만 늘어난 종편의 광고 매출액이 질 좋은 프로그램 제작을 위한 투자로 이어진 것은 아니다. ‘보도 채널 과잉’이라

고 지적될 만큼 종편의 뉴스·시사 프로그램 비중이 높게 나타나고 있으며, 종편 4사 중 프로그램 제작비를 낮춘 채널A와 TV조선의 경우 뉴스·시사 프로그램 편성 시간이 일주일 1만 80분 중 각각 5,100분, 4,440분에 달하는 것으로 드러났다.

이와 관련해 토론회자로 참석한 정재민 카이스트 교수는 “종편 생길 때 제작비, 시간 측면에서 효율이 가장 높고 제작이 간편한 ‘정치토크쇼’가 판을 칠거라 생각했는데 아니나 다를까 그렇게 됐다”며 “이러한 상황에서 프로그램 제작 시장의 활성화 등 종편이 초기에 내걸었던 목표는 성취도가 썩 좋지 않다”고 평가했다.

종편의 보도 프로그램 편성 확대는 시청자로 하여금 시사 이슈에 관심을 불러일으키고, 단순보도 이면의 해석을 제공하는 측면에서는 긍정적이라는 게 이날 패널들의 대체적 평가였다. 하지만 문제는 이른바 ‘과다 편성’에서 비롯되는 악영향이다. 이날 ‘종편의 보도 프로그램 왜 문제인가’를 주제로 발제에 나선 윤성욱 경기대 교수는 “과다 편성 문제는 불필요한 정보에 노출되는 것으로 끝나는 것이 아니라 현재의 종편이 진보 성향보다는 보수 성향에 가깝다는 측면에서 우리 사회의 양극화를 심화시키는 요인이 될 수 있다”면서 “더욱이 심층취재가 아닌 단순 집담 형태의 프로그램을 통해 시청자들이 사실과 의견을 혼돈하는 부작용을 낳을 수 있다”고 우려했다.

곽재욱 jokwak@naver.com

〈방송기술저널〉이 주목한 10대 이슈

‘무료 보편적 서비스’ 위한 도정(搗精)의 길

창간호부터 지령 200호에 이르기까지 〈방송기술저널〉이 앞서 걸어온 절반의 시간이 탄탄한 자리매김을 위한 안정화의 시기였다면,

이후 절반의 시간은 〈방송기술저널〉을 반석 위에 올려놓기 위한 도정의 시기였다. 그렇다면 101호에서 200호로 달려온 지난 4년 반(2010년 6월 30일자 ~ 2014년 12월 2일자) 동안 〈방송기술저널〉은 과연 어떤 이슈에 주목했으며, 어떠한 주장과 관점으로 방송기술인을 대변해 왔는지 정리해 본다.

❶ 지상파 재송신

지상파방송사와 유료방송사 간 ‘지상파 재송신’ 논쟁은 2010년에 이르기까지 반복되는 항고와 항소로 이어졌다. 그러던 중 케이블TV는 2010년 9월 결의문을 통해 “지상파 3사가 재송송료 요구를 철회하지 않을 시 재전송을 전면 중단한다”는 초강수를 두기에 이르렀다.

최악의 ‘블랙아웃’ 사태를 막기 위해 이 시점 방송통신위원회가 중재에 나섰지만 ‘의무재송신 확대’에 방점을 둔 까닭에 지상파와 유료방송 간 이견은 좁혀지지 않았다. 이후 2011년 4월 14일 MBC가 위성방송(KT스카이라이프)의 HD방송 재송신을 중단함으로써 최초의 ‘블랙아웃’ 사태가 벌어지기도 했으나, 결국 유료방송의 CPS(재송신료) 지불은 정착됐다.

이처럼 숨 막히는 공방 속에서 〈방송기술저널〉은 정당한 CPS를 요구하는 입장에서 서 발 빠르고 정확한 정보전달에 힘썼다. 특히 다수 논평을 통해 방송의 무료 보편적 기능을 의무재송신 확대와 동일시하는 반대 진영의 비논리를 꼬집고, 발전하는 기술력과 그에 따른 제작비용 상승 속에서 오로지 ‘수신료’를 무소불위로 여기는 부당성을 비판했다.

❷ 지상파 디지털 전환



2012년 12월 31일, 대한민국은 수도 서울의 아날로그 방송 송출을 중단함으로써 새로운 디지털 TV 시대를 열었다. 방통위가 전국 아날로그 방송 순차종료 결정을 내린 직후 8월 16일 울산광역시 를 시작으로 진행된 전국단위 아날로그 방송 송출이 완전히 종료됐다.

이와 같은 디지털 전환 시대의 개막을 다루면서 〈방송기술저널〉은 디지털 사각지대에 대한 관심을 대내외에 환기시켰다. 디지털 전환 이후 불가피한 채널재배치 작업, 수신 환경 개선, 공시청 설비 지원 등에 대해 2012년 상반기부터 2013년 하반기까지 관련기사를 강화하는 한편 작업현장을 르포로 전달했다. 또한 취재를 통해 디지털 방송 대비 자막고지 및 가상종료가 이뤄지고 있는 지역의 직접 수신율이 급격히 감소하고 있음을 밝혔으며, 시청자의 불만이나 유료매체의 공격적 영업 등에 대한 대응방안 강구를 촉구했다.

❸ 클리어콰 & DCS

지상파 디지털 전환이 완료되기 전인 2012년 7월 방통위가 무료 디지털 TV 수신 장치인 ‘클리어콰(Clear Qam)’를 TV에 내장하는 방식의 표준화를 추진해 논란이 일었다. ‘클리어콰 TV’는 별도의 셋톱박스 없이 디지털 화면을 시청하게 한다는 장점을 가지고 있는 반면 시청자를 저가의 케이블 상품에 묶어놓을 여지가 있어 진정한 디지털 전환을 불가능하게 하는 한계를 안고 있다.

또한 KT스카이라이프는 ‘접시 없는 위성방송(DCS:Dish Convergence Solution)’을 2012년

5월 도입했다 타 유료방송사업자들의 반발과 방통위의 방송 의무 위반 판정으로 3개월 만에 중단했다. DCS는 접시 모양의 안테나를 설치하지 않고 KT 전화국에서 위성 신호를 수신한 뒤 이를 IP(인터넷 프로토콜) 신호로 변환해 인터넷선을 통해 방송을 제공하는 방식으로, 서로 다른 서비스를 뒤섞는다는 점에서 전송수단 중심으로 규율해온 국내 방송정책과 상충된다.

미래창조과학부는 올해 4월 클리어콰 TV 가격을 인하하고, KT스카이라이프는 이달 안에 방통위에 DCS 사업 허가를 신청한다고 밝혀 여전히 논란이 되고 있다.

그동안 〈방송기술저널〉은 두 상품이 가지고 있는 기술적 문제점들을 지속적으로 제기하며 상식적 차원에서의 국민의 시청권 확보에 힘을 실었다.

❹ 지상파 MMS



MMS(멀티 모드 서비스)는 한 방송사의 주파수 대역 내에서 여러 가지 서비스(HD·SD방송채널, 부가서비스 등)를 동시에 제공하는 서비스로, 시청자 입장에서는 하나의 채널에서 두 가지 방송을 볼 수 있는 기술이다.

2010년 12월 지상파 방송4사(KBS, MBC, SBS, EBS)가 공동 사업추진을 약속하면서 장기간 표류하고 있던 무료 지상파 MMS가 수면 위로 떠올랐다. 하지만 유료방송업계의 견제가 만만치 않은 가운데 광고 쏠림 현상, 방송시장 영향력 확대 등을 우려해 허용이 보류된 상태다. 방통위는 지난 국정감사에서 “MMS는 광고 없는 무료방송으로 EBS에 한해 실험방송을 진행할 계획”이라고 밝혔다.

〈방송기술저널〉은 그동안 지상파 MMS와 관련해 지상파 콘텐츠의 무료 서비스를 유지하기 위한 재원 마련의 수단으로서의 허용을 주장해 왔다. 아울러 KBS의 ‘Korea-View’ 국회 시연(2011년 2월 16일자), 지상파4사의 (2014년 1월 1일자) 서울 및 경기 일부 지역 시험방송 소식을 헤드라인 뉴스로 다뤄 독자들의 관심을 집중시켰다.

❺ 지상파 UHD

국내 시장조사기관에 따르면 전체 TV 중 UHD TV 비중이 올해 13.4%에서 2020년에는 45.3%에 이른다는 전망이다. 업계 관계자들은 보급형 UHD TV가 나오고 있고, 중국 업체들의 저가 전략으로 UHD TV의 대중화가 이보다 빠를 것으로도 내다보고 있다.

그러나 전 국민에게 질 좋은 시청 서비스를 제공하는 공공적이고 공익적인 지상파 UHD의 상용화는 여전히 답보 상태에 있다. 지상파 UHD 전국방송을 가장 효과적으로 실현할 수 있는 700MHz 대역 주파수 분배와 관련해 정부와 통신업계의 이기주의가 자리 잡고 있는 것은 물론 이러한 이기주의가 한국정보통신기술협회(TTA)의 ‘지상파 UHD TV 방송 송수신 정합’ 표준 채택까지 가로

막고 있기 때문이다.

〈방송기술저널〉은 디지털 전환으로 DTV 시대가 열린 이후 TV 수신환경을 한 차원 업그레이드시켜 줄 UHD에 주목해 왔다. 아울러 회비에 비해해 투표권을 부여함으로써 통신사에 막강한 의결권을 부여하고 있는 TTA의 불합리한 의결구조에 대해서도 여러 차례에 걸쳐 문제를 제기했다.

❻ 700MHz 주파수

700MHz 주파수를 둘러싼 방송업계와 통신업계의 논쟁이 시작된 것은 2011년 9월 전후다. 국내에서 처음 실시된 주파수 경매에서 1.8GHz 주파수 가격이 통신사 간 과열경쟁으로 부작용을 남긴 직후였다.

〈방송기술저널〉은 2010년 한국방송기술인연합회 조사를 통해 지상파 주파수 부족사태에 대한 예단을 시작으로 700MHz 주파수를 둘러싼 통신업계의 억지주장을 기술적 전문성을 바탕으로 날카롭게 반박해 왔다. 또 과도한 무제한 요금제 도입으로 불러온 정책적 실패를 공공의 영역인 지상파 방송의 무료 보편적 시청권과 맞바꿔 만회하려 드는 재벌 통신사들의 속내를 파헤치고, 공공성을 외면한 채 대기업의 자본과 시장논리에 치우친 정부 및 관계기관의 각성을 끊임없이 촉구했다.

이러한 노력은 공공복리를 기본 목적으로 하는 주파수 사용 문제를 사회적으로 공론화시키는 데 일조했으며, 논의의 장을 국회로 넓혔다.

❼ 종편 출범

2010년 방송통신위원회가 종편 및 보도채널 사업자 선정을 실시하는 동안에도 시민단체 측은 마지막까지 ‘조·중·동 종편은 재앙’이라 외치며 불매·유권자 운동까지 불사한다고 경고했다. 종편 도입에 있어 가장 문제가 되는 것은 의무재전송, 채널특혜, 광고 특혜, 편성 및 심의 특혜, 방송발전기금 등의 배려였으며, 이러한 ‘비대칭 규제’가 결국 경쟁력이 부족한 사업자에게 특혜를 주는 것에 불과하다는 것이 시민단체 측의 반박이었다.

수많은 논란에도 불구하고 2011년 12월 MBN, JTBC, 채널A, TV조선 4개 종편이 출범했다. 얼마 전 종편 출범 3년을 맞아 한국언론정보화회가 주최한 토론회에서 다수 토론자들은 종편 등장 이후 국내 방송광고시장과 저널리즘이 심각하게 손상을 입었다고 평가했다.

〈방송기술저널〉은 종편 출범 이후에도 종편의 행보를 지속적으로 분석·보도해 왔다. 동시에 전체 방송시장과 방송환경에 악영향을 미치는 각종 특혜에 대해 문제를 제기하며 시정을 요구했다.

❽ 통합방송법

방송법과 인터넷멀티미디어방송법(IPTV법)을 하나로 합치는 통합방송법 제정 논의가 박근혜 정부 들어 가시화됐다. 미래부와 방통위가 공동연구반을 꾸려 그동안 밀실에서 진행했던 통합방송법안이 최근 두 차례 공청회를 통해 공개됐다.

시민사회단체 측에서는 지상파의 공적 역할 위주로 만들어진 기존 방송법에 유료방송이 통합될 경우 지상파 관련 규제가 완화될 가능성, 지상파 위주의 지원정책에 대한 변화 등을 우려하고 있다.

통합방송법안에 있어 최대 관심사는 IPTV(유투브 tv)와 위성방송(KT스카이라이프)을 동시에 소유

한 KT의 독과점을 막기 위한 유료방송 합산규제로 쏠리고 있다. 최근 열린 2차 공청회에서 미래부와 방통위는 합산규제를 도입하는 쪽으로 가닥을 잡았지만 현재 양 유료방송 사업을 합쳐 가입자 30%에 육박하고 있는 KT의 독과점을 막기 위해 시장점유율을 현행 방송법과 같이 33%로 정할지 그 이상으로 정할지에 대해서는 여지를 남겨 뒀다.

〈방송기술저널〉은 그동안 이뤄진 통합방송법안 논의를 시시각각 전달하며 통합법안을 통한 방송시장의 미래의 변화를 가늠하고 있다.

❾ 방송사 파업



MB 정권 시절 잇따른 낙하산 인사로 인해 2012년 MBC에서 시작된 공영방송 복구를 위한 총파업의 불길이 KBS, YTN, EBS까지 번져나갔다. 그러나 이 같은 구성원들의 파업에도 불구하고 사측은 “엄정대응”을 반복했으며, 경우에 따라 ‘해고’라는 극단의 조치까지 취했다.

지난 11월 27일 대법원이 YTN 해직기자 6명 가운데 3명은 해고 무효 3명은 해고 정당의 판결을 내려 다시금 방송계 안팎의 공분을 사고 있다. 또한 이번 대법원 판결이 MBC 2심 판결까지 이어져 좋지 않은 영향을 미칠 수도 있다는 우려도 나오고 있다.

그동안 〈방송기술저널〉은 방송사를 향한 정부의 언론탄압과 이에 저항하는 방송사 안팎의 상황을 발 빠르게 보도하며 그 실상을 사회에 알렸다.

❿ NCS

2013년 12월 정부가 국가직무능력표준(National Competency Standards, 이하 NCS)을 추진했지만 산업현장의 현실을 반영하지 못해 논란이 일었다. 방송기술 분야 역시 한국방송기술인연합회가 한국전파진흥협회(RAPA)와 공동으로 진행해 온 분류 체계와 상이해 문제가 되고 있다. 양 단체가 앞서 2월 전문가 타당성 검토에서 해당 내용을 전달했지만 결과가 바뀌어 나왔다.

정부가 발표한 NCS를 보면, 방송기술 분야 중 촬영·조명·음향·편집 등은 ‘대분류 08(문화 예술 디자인 방송 관련직)’, 중분류 문화 콘텐츠, 소분류 영상 제작’으로 분류하고 있다. 반면 연합회와 RAPA가 철저한 직무 조사와 광범위한 심층 분석을 통해 얻은 결과에 따르면, 해당 직군은 ‘대분류 20(정보 통신 관련직)’, 중분류 방송 기술, 소분류 방송 제작 기술’으로 분류하는 것이 적당하다.

〈방송기술저널〉은 취재를 통해 이번 사안이 정부부처로 구성된 운영위원회에서 제동이 걸린 것으로 파악해 한국산업인력공단 측에 시정을 요구하는 한편 즉각 보도를 통해 재논의를 위한 협상 테이블을 이끌고 있다.

정리 | 객재욱 jokwak@naver.com

특별 좌담회 방송기술인들에게 길을 묻다

〈방송기술저널〉이 지령 200호를 맞았다.

대한민국 유일의 방송 정책 및 기술 전문지인 방송기술저널은 그동안 발 빠른 취재로 국내 방송 그리고 기술 정책을 다루면서 ‘권력에 대한 비판과 감시’라는 언론의 역할을 해왔을 뿐 아니라 전국의 연합회원들로부터 도착하는 전문적인 식견 등을 반영해 기관지로서의 역할도 충실히 수행해 왔다. 이에 연합회원들을 대표하는 각 협회 집행부를 초대해 그동안 〈방송기술저널〉이 걸어온 길을 되짚어보고 앞으로의 발전 방향을 모색해보는 시간을 마련했다. 또한 앞으로 방송기술 나아가 방송기술인이 지향해야 하는 방향도 함께 논의해봤다.

참석자 : 이후삼 한국방송기술인연합회 회장, 김일양 MBC방송기술인협회 회장, 추신호 EBS방송기술인협회 회장, 김지완 SBS방송기술인협회 사무국장
진행 : 백선하 기자

〈방송기술저널〉이 1호(2003년 5월 20일)에서 100호(2010년 5월 19일)에 이르는 동안 많은 변화가 있었지만 100호에서 200호에 이르기까지 더 많은 변화를 시도했다. 변화에 대한 평가를 해본다면?



김일양 MBC협회장(김 회장)

계속 발전을 추구해왔다는 점에서 높이 평가한다. 저널 초기에 편집위원으로 활동한 적이 있다. 박성규 편집주장과 안현우 편집장 당시 디지털TV(DTV)에 대한 의제를 던지고 정확하게 진단하는

등 기술적인 것에만 집중하는 것이 아니라 사회적 여론을 환기한다는 목적으로 발행했는데 처음 목적대로 잘 유지되고 있다고 본다. 처음에는 저널이 제대로 자리매김할 수 있을지 반신반의했었는데 격주로 꾸준히 발행되고 있는 것을 보면 대단하다는 생각이 든다. 특히 포털사이트 다음과 뉴스검색제휴를 체결한 것은 저널 역사에 큰 획을 그은 일인 것 같다. 우리 즉 방송기술인들끼리 떠들고 마는 것이 아니라 저널의 기사를 여러 사람이 볼 수 있게 됐다는 부분이 중요하다.



이후삼 연합회장(이 회장)

(김 회장의 의견에) 공감한다. 최근 매체영향력을 보면 KBS-MBC-SBS-네이버 순으로 정리되고 있는데 포털사이트의 영향력이 점점 커지는 것 같다. 우리의 영향력을 확

대하기 위해선 다음 이외에 다른 포털사이트와의 연계도 필요하다. 다음과 뉴스검색제휴가 체결된 이후에 확실히 저널 기사를 보는 사람들이 많아진 것 같아서 상황이 예전보다 좋아진 것 같다.



김지완 SBS협회 사무국장(김 사무국장)

방송기술인들만의 주장을 담은 협회보로 시작해서 방송 기술 이슈를 공론화시키고 나아가 한국언론 발전에도 일조하는 저널의 모습을 갖추기까

지 많은 변화를 거듭한 것 같아 그동안의 변화는 상당히 긍정적으로 평가하고 있다. 300호 특집 때에는 격주간이 아니라 주간으로 발행될 수 있도록 앞으로도 더욱 발전하는 방향으로 나아갔으면 한다.



추신호 EBS협회장(추 회장)

방송기술 그리고 방송기술인의 위상 제고에 큰 역할을 했다고 본다. 지금까지도 충분히 잘해왔다. 다만 연합회원들이 조금 더 관심을 가질 수 있도록 연합회 내부에서

운동 아닌 운동 같은 것을 시도해봤으면 한다. 예를 들어 700MHz 주파수에 대한 중요 기사들이 있으면 연합회원들을 대상으로 메일이나 문자를 보내서 저널에 조금 더 관심을 가질 수 있도록 하는 것이다. 지금보다 더 많은 사람들이 저널 홈페이지를 방문한다면 네이버 등과 같은 포털과 뉴스검색제휴를 하는 데도 도움이 되지 않을까 생각한다.

〈방송기술저널〉은 국내 유일의 방송 기술 전문지로 일반 언론에서 다루지 않았던 700MHz 주파수를 공론화시켰을 뿐 아니라 반쪽짜리 디지털 전환인 클리어팜, 접시 없는 위성방송인 DCS 등의 기술적 문제점 등을 지속적으로 제기해왔다. 하지만 빛이 있으면 어두움이 있듯이 저널에도 부족했던 점이 분명히 있다. 가장 없는 평가 부탁드립니다.

● **김 사무국장** 구체적인 정보를 바탕으로 기술적 이슈를 정확하게 이해할 수 있는 기회를 제공하는 점은 저널의 최대 장점이지만, 다른 한편으로는 단점이 될 수도 있다고 본다. 일반 언론에서 어려워하는 700MHz 주파수 등 방송 관련 기술적 이슈를 심층적으로 분석해 공론화한다는 점은 분명히 저널의 장점이다. 하지만 이와 반대로 저널의 대부분이 기술적 이슈들로만 채워진다는 것은 단점이라고 본다. 다양성 부분에서 경쟁력이 떨어지기 때문이다. 현재 방송기술인들도 저널을 보지만 타 직종 방송인들 및 방송기술직을 준비하는 학생들도 저널을 구독하고 있다는 점을 감안한다면 전문적인 내용과 함께 간단한 기초 지식으로도 충분히 이해할 수 있는 일반적인 기사도 필요하다.

● **김 회장** (김 사무국장의 의견에) 전적으로 공감한다. 기술 이슈는 처음부터 쏙 관심을 가지고 있지 않는 이상 이해하기 어려울 수 있다. 처음 보는 사람이나 중간부터 관심을 가진 사람들도 기사를 읽고 바로 이해할 수 있도록 기초적인 설명이 들어간 기사가 필요하다고 본다. 매회 그런 기사를 실을 수는 없어도 한 달에 한 번 정도는 기술적 이슈 하나씩 정해 전반적인 상황을 이해할 수 있는 코너가 필요한 것 같다.

● **이 회장** 〈방송기술저널〉에는 방송도 있고, 기술도 있고, 저널도 있다. 방송과 기술뿐만 아니라 저널리뷰에도 치중하는 신문이 됐으면 한다. 방송기술인들이 볼 수도 있지만 방송국 내에는 방송기술뿐만 아니라 타 직군도 많이 있으므로 다른 직군에서도 쉽게 볼 수 있는 신문이었으면 좋겠다. 방송기술은 기술에 국한된 이슈가 아니다. 정치, 경제, 문화와도 연결될 수 있는 부분이 분명히 있다. 이런 부분들을 감안해서 저널 내 다양한 코너가 마련됐으면 한다.

● **추 회장** EBS 입구에 보면 저널뿐만 아니라 PD저널, 기자협회보, 카메라회보 등 다양한 신문이 놓여 있다. 그런데 다른 연합회 신문이나 협회보와 비교해보면 (앞서 다른 분들이 말씀하셨던



김지완(오른쪽부터) SBS협회 사무국장, 추신호 EBS협회장, 이후삼 연합회장, 김일양 MBC협회장이 지난 11월 26일 서울 여의도 KBS기술인협회 사무실에서 열린 특별 좌담회에서 방송기술의 현재와 미래에 대해 논의하고 있다.

것과 같이) 저널은 너무 기술적인 부분에만 치중해 있는 것 아닌가 하는 생각이 들기도 한다. 기술적 이슈도 좋지만 정치, 경제, 사회 등 사회 전반적으로 문제되고 있는 사안이 있으면 그 부분도 다뤘으면 좋겠다. 방송기술인이기에 앞서 사회 구성원이기 때문에 사회적 이슈에 대해 함께 생각해야 하지 않을까 생각한다.

현재 미디어뿐 아니라 모든 분야에서 기술이 사회를 이끄는 형상이 나타나고 있다. 이러한 상황에서 방송 기술의 위상이 어떻게 변하고 있으며 동시에 방송국 내에서 방송기술인들의 위상은 어떠한가.

● **김 사무국장** 시류를 타서 그런지 몰라도 그동안 콘텐츠의 중요성만 강조하다가 최근 들어 플랫폼 측면이 강화되다 보니 방송국 내부에서도 요즘 방송기술인들의 의견이 중요해지고 있는 것이 사실이다. 이런 흐름을 더 강화시켜 앞으로 기술적 인프라의 중요성과 콘텐츠 제작에 있어 방송기술인의 역할에 대한 중요성을 강조할 필요가 있다고 생각한다.

● **김 회장** 콘텐츠를 담을 수 있는 그릇인 디바이스가 엄청 많아졌다. 결국 방송국 입장에서 이익을 창출하기 위한 시장이 다양해졌다는 것을 의미한다. 그런데 기술을 모르고서는 새로운 시장인 디바이스에 접근할 수 없기 때문에 방송기술을 중심으로 새로운 부서가 생기기도 한다. 결과론적으로 이야기하자면 기술이 중요해져서 정책 입안자들도 방송기술인들의 의견을 중요하게 받아들이고 있다. 하지만 여기서 중요한 건 기술이 미디어 산업의 흐름을 이끌고 있는 만큼 더 많은 인력이 요구된다는 것이다. 위에서도 언급했듯이 새로운 시장인 디바이스에 접근하기 위해선 기술 인력이 필요하다. 이전에는 없었던 부분들이 기술을 중심으로 새롭게 형성되고 있기 때문에 이익 창출을 위해서도 경쟁력을 위해서도 방송사 내부, 미디어 시장 전반에 기술 인력들의 수요가 증가하고 있다.

● **이 회장** 기술이 없으면 방송 자체를 내보낼 수 없다. 지금까지 방송이 발전하는 데 기술은 주도적인 역할을 해왔고 앞으로도 그럴 것이다. 미디어 생태계에서 흔히 이야기 하는 C-P-N-D(콘텐츠-플랫폼-네트워크-디바이스)에서 기술이 개입되지 않은 곳은 없다. 그만큼 기술이 중요하다는 것이다. 또한 앞으로 방송국 내에서 방송기술인들의 위상은 지금보다 더 강화될 것이라고 생각한다. 정보통신기술(ICT) 분야의 혁신 아이콘인 스티브 잡스가 언급했듯이 '기술과 인문학의 만남'은 엄청난 시너지 효과를 발휘한다. 이 때문에 방송기술인의 성장 가능성이 높다는 것이다. (김 회장이 이야기 했듯이) 새로운 시장이 생겨남에 따라 방송기술인의 직업적 경계도 점차 확대되고 있다. 방송기술직군 자체가 수용할 수 있는 폭이 넓어지고 있다는 의미

다. 이런 시기에 방송기술인들이 이미 지니고 있는 기술적 지식에 인문학을 접목시킨다면 방송기술인들의 위상을 지금보다 훨씬 높일 수 있을 것이라고 본다.

● **추 회장** 사실 콘텐츠도 내용만을 의미하진 않는다. 콘텐츠 속에도 기술이 포함돼 있다. 음향이나 조명, 편집 없이 어떻게 좋은 콘텐츠가 만들어 질 수 있느냐. (다른 분들도 계속 이야기 하셨듯이) 인문학만 전공한 사람들이 기술을 접목시키는 것보다는 기술을 전공한 사람들이 인문학을 접목시키는 것이 훨씬 쉬운 것 같다. 한 마디로 기술 직군은 활용도가 높은 직군인 것이다. 그렇기 때문에 음향이나 조명, 영상, 편집에만 얽매이지 말고 방송기술이 인문학을 접목해 조금 더 방송기술의 분야를 확대해 나갔으면 한다. 충분히 가능하다고 생각한다.

마지막으로 방송기술 그리고 방송기술인들의 위상 강화를 위해 저널이 어떠한 방향으로 발전해야 한다고 본다.

● **김 사무국장** 방송기술인의 집단지성을 활용해 방송기술 미래의 가능성을 제시하는 아이디어 공유의 장이 됐으면 한다. 수도권뿐 아니라 지역에서 근무하는 방송기술인들의 적극적 참여를 유도해 방송기술의 집단지성을 발휘할 수 있도록 하는 역할을 저널이 해주길 기대한다. 또한 방송기술인을 꿈꾸는 학생들도 쉽게 접할 수 있는 저널이 됐으면 하는 바람이 있다.

● **김 회장** 방송기술의 방향성을 제시할 수 있는 부분도 필요한 것 같다. 저널뿐만 아니라 월간 방송과기술, 방송기술교육원에도 다 해당되는 부분인데 기존의 방송기술 그리고 방송기술인에만 초점을 맞추는 것이 아니라 앞으로의 방송기술, 방송기술인에도 관심을 가져주길 바란다.

● **이 회장** 위에서 여러 번 언급했듯이 방송기술이라는 분야의 스펙트럼이 상당히 넓다. 제작뿐만 아니라 정책까지 상당히 많은 부분에 들어 있다. 그런데 현업인들은 각각의 업무 자체가 제한적이다 보니 현재 미디어 시장의 방향이나 방송의 변화 방향을 파악하지 못하는 경우가 많다. 이럴 때 저널이 필요한 것 같다. 미디어 시장의 동향을 파악하고 앞으로의 방향성을 제시한다면 기존의 저널이 가지고 있던 정책적인 이슈화와 함께 또 다른 표지석이 될 수 있다고 본다.

● **추 회장** 방송기술이 앞으로 인문학을 접목해 확대해 나갔으면 하듯이 저널도 기술에만 국한되지 않고 조금 더 다양한 이슈를 다뤘으면 좋겠다. 방송기술인들에게 방송기술이 이러한 방향으로도 나아갈 수 있다는 것들을 제시했으면 한다. 정리 | 백선하 baek@kobeta.com

지령 200호 축하 메시지

〈방송기술저널〉의 의미를 되새기며 소통의 장이 될 수 있도록...

이성의 편집주간(SBS 방송기술인협회장)



지난 2003년 5월 20일 창간호를 발행한 〈방송기술저널〉이 2010년 5월 19일 지령 100호를 거쳐 2014년 말 드디어 지령 200호를 맞았다. 비록 등장이 늦은 감은 있었지만 일반 대중과 전문 기술인 그리고 방송 관련 종사자들의 소통의 장이 생긴다는 측면에서 꼭 필요한 일이었음은 분명하다.

〈방송기술저널〉은 격주간 지면 발행으로 시작해 온·오프라인 동시 정보 제공 매체로 발전한 데 이어 지금은 국내 포털사이트 다음과 뉴스검색제휴를 체결해 기사를 제공하고 있다. 또한 '모바일 〈방송기술저널〉'로도 뉴스를 볼 수 있도록 했다. 한국방송기술연합회보다는 작은 단체 소식지에서 출발한 〈방송기술저널〉은 어느새 신속하고도 심층적인 보도를 통해 '자지만 알찬' 국내 유일의 방송기술 전문지로 자리매김하는 성과를 이루고 있는 중이다.

창간호가 발행되던 시기에 우리 방송기술 환경은 DTV 전송방식 재검토가 이슈였다. 당연히 〈방송기술저널〉은 디지털 방송 시대를 맞아 편향되지 않은 DTV 전송방식의 도입을 주장했고, 방송기술인의 입이 되기 위해 충실하였다. 그 상황은 지령 200호가 발간되는 시기에도 달라지지 않았다. 지면 대부분이 UHD TV 기사와 700MHz 방송 주파수의 향방에 관한 글로 가득하다. DTV 전송방식 논란과 지상파 UHD TV 이슈의 공통점은 역대 정부나 지금 정부 모두 지상파 방송사의 존재 이유를 인정하려 들지 않는다는 점이다.

지상파방송은 현재 중요한 도전에 직면해 있다. 케이블 4월, 위성 7월, IPTV는 9월에 이미 UHD 상용화를 마쳤고 통신은 이제 방송 주파수까지 넓히고 있다. 이에 비해 지상파 UHD TV 표준은 '잠정표준'으로 만들어 지연시키고 있고, 더 나아가 추진계획 자체가 없다. HD 이후 세대의 방송기술 도입에 관한 로드맵을 세우고 구체화하는 일도 지상파 방송사의 몫이 되어 버렸다. 이러한 환경에서 '지령 200'이라는 숫자는 〈방송기술저널〉이 걸어온 자취를 돌아보고 그 역할을 되새겨 보라는 의미일 것이다.

〈방송기술저널〉은 국내 지상파 방송기술 분야의 유일한 언론이다. 그래서 지금까지 해온 것처럼 기획, 특집을 통해 정부 정책의 불편부당함을 비판 및 감시하고, 통신 신문의 정보 호도에도 대응해야 한다. 방통 융합 시대에는 방송 분야뿐 아니라 ICT 전반이 우리의 관심과 기사의 대상이다. UHD TV는 물론 IoT(사물인터넷), 5G를 포함한 이통 방송, 유료 방송, 콘텐츠 산업 등 지상파방송에 영향을 미치는 정보를 그 의미와 함께 정확하게 전달하는 역할도 다할 것이다.

또한 〈방송기술저널〉은 그 주인인 방송기술인들의 '소통의 장'이다. 구성원의 많은 참여를 바탕으로 불통이 없고, 의사소통이 물처럼 흐르도록 만드는 일이 중요하다. 그래서 간단히나 인터뷰를 통해 방송 현업인들이 손쉽게 참여하도록 하고, 쏟아지는 정보의 의미도 듣는 코너를 개설할 생각이다. 말하고, 듣고 보고, 참여하는 적극적인 관심만이 우리의 새로운 미래를 보장할 것이다.

〈방송기술저널〉 200호 발행을 축하하며...

박성규 전 편집주간 (SBS라디오기술팀 부장)



한국방송기술인연합회의 〈방송기술저널〉 200호 발행을 축하합니다. 2010년 5월에 100호 발행을 하였는데 벌써 200호를 발행하게 되었습니다. 〈방송기술저널〉은 2000년에 〈방송기술인연합회보〉라는 이름으로 창간호를 발행하고, 방송의 사회적 미디어 역할과 방송기술인들의 위상을 지키며, 빠르게

진화하는 방송기술의 발전 상황을 알리는 데 그 역할을 다할 것임을 공표하였습니다. 그러나 미처 제7호를 발간하기도 전에 A4 용지 1페이지짜리 문서로 작성되어 이메일 전송과 인쇄물 배포 등 두 가지 형식으로 유포되는 (디지털전환 특보)로 전환하게 되었습니다.

〈디지털전환 특보〉는 당시 한국방송기술인연합회가 주장하는 '디지털 방송 전송방식 비교실험 및 재검토 요구' 투쟁 상황과 정부의 부정적 반응을 빠르게 세상에 전달하는 메신저 역할을 하였습니다. 〈디지털전환 특보〉의 특징은 당시 전화 모뎀에 의존했

던 이메일 데이터 전송능력의 한계에 최적화된 전략이었으며, 빠르고 신속하게 다양한 계층의 대량의 수신자에게 전달되는 특보 전송의 효과는 매우 컸습니다. DTV 전송방식의 문제점을 그저 단순한 기술적 장단점으로 축소시키려는 정부의 의도를 사회적 중대한 이슈로 부각시키는 데 특보는 중요한 역할을 하였습니다. 결국 한국방송기술인연합회의 'DTV전송방식 비교실험과 재검토 요구'는 기술인들의 목소리가 국가의 정책적 결정에 잘못을 지적하는 중요한 사례로 역사에 남게 되고, 향후에도 방송기술 정책에 방송기술인들의 지식과 경험 및 의견을 정부와 사회가 귀를 기울리게 되는 모델이 되었습니다.

2005년 디지털전송방식이 미국방식으로 재합의된 후 〈디지털전환 특보〉 발행은 중단되고, 한 동안 방송기술인들의 허탈한 목소리는 소강상태에 빠져 들었습니다. 그러나 2006년 지상파방송이 추구하려는 MMS(다채널 서비스)방송 역시 정부의 고의적 불허방침으로 위기에 빠졌을 때, 연합회는 이번에는 〈DTV전환 특보〉라는 이름으로 MMS특보 발행을 다시 시작하였습니다. 특보가 가지고 있는 또 하나의 특징은 발행 주기가 따로 있는 것이 아니고, 사건 발생 시점과 사건의 중요도에 따라 수시로 발행하는 신속성에 있습니다. 그러나 작은 지면의 한계 때문에 다양한 의견 게재가 어렵고, 충실한 설명이 부족하다는 단점이 있었습니다. 이러한 이유로 인해 2006년 연합회는 〈DTV전환 특보〉 제20호를 계기로 발행을 중단하고, 신문의 재창간을 시도하게 됨으로써 2000년에 발행되었던 호수에 이어서 〈방송기술인연합회보〉 제7호부터 재창간 하게 되었습니다. 그 후 방송기술인연합회보는 다시 〈방송기술저널〉로 이름을 바꾸어 오늘의 제200호 발행에 이르기까지 방송기술인의 목소리를 세상에 알리는 역할을 다하고 있습니다.

최근 지상파 UHD TV 방송 주파수 할당과 본방송 추진이 정부와 통신사의 의도에 의해 표류하고 있어 다시 사회적 이슈로 떠오르고 있습니다. 지상파 UHD TV 방송 성공의 관건은 이용자의 미디어 이용 행태의 시대적 변화에 맞추어 언제 어디서나 누구나 쉽게 스마트폰과 태블릿PC 등 다양한 형태의 수신기로도 수신할 수 있는 강인한 전파에 의한 편리한 수신환경 구축이 더 중요한 변수일 것으로 예상됩니다. 강인한 전파 환경을 위해 UHD TV 방송용으로 충분한 주파수가 확보되어야 합니다. 이에 〈방송기술저널〉은 또다시 공익적 목적의 지상파 UHDTV방송의 보편적 서비스 활성화를 위해 본연의 노력을 다할 것으로 기대합니다. 〈방송기술저널〉의 건투와 번창을 기원합니다.

방송의 공공성 수호를 위한 기준이 되시길...

김동준 공공미디어연구소 소장(본지 특별 기고자)



〈방송기술저널〉 200호 발행을 축하드립니다.

1987년 창립 이래 한국방송기술인연합회는 갈수록 축소되어 가는 방송의 상업화와 시장 논리에 맞서 방송의 공공성 수호를 위해 많은 일들을 해내셨습니다. 그러나 여전히 작금의 시대는 방송의 공공성은 위축되고, 무한경쟁 시대에 내몰려 공영방송 조차도 그 역할과 기능을 제대로 수행하기 어려운 상황입니다. 특히, 최근 정부는 국민 소유의 주파수마저도 상업 논리를 적용해 상업화의 도구로 사용하려는 움직임도 보이고 있습니다. 그 과정에서 한국방송기술인연합회가

최전선에 나서 적극적인 투쟁을 해왔습니다. 공공재인 주파수가 보편적인 서비스를 위해 사용되지 않는다면, 향후 공공의 영역은 더 이상 남아있지 못하게 될 것입니다. 지금껏 해오신 것처럼, 주파수의 공적 활용을 위해 한국방송기술인연합회가 주축이 되어 공공성 수호에 앞장 서 주시기를 부탁드립니다. 또한 현재와 미래에는 방송기술의 영역이 더욱 진화하고 발전해 나갈 것으로 전망됩니다. 따라서 방송기술에 대해 전문적인 식견을 가지고 있는 방송기술인 연합회의 역할은 더욱 중요해질 수밖에 없습니다. 진화되고 발전된 방송기술이 상업적 영역에만 그치지 않고 공적으로 활용될 수 있는 방안을 마련하는 데 힘써 주시길 당부합니다.

다시 한 번 〈방송기술저널〉 200호 발행을 축하드리며, 방송기술인연합회의 발전과 회원여러분의 건승을 기원합니다. 그리고 그간 방송의 공공성 수호를 위해 노력해 주신 이후삼 회장과 집행부, 사무처, 〈방송기술저널〉 기자분들에게 깊은 감사의 말씀을 전합니다.

〈방송기술저널〉, 방송기술 준비생들의 든든한 조력자

정수현 예비 방송기술인



제가 2년 전 방송기술인이 되고 싶어 처음 본 신문이 〈방송기술저널〉이었습니다. 그때부터 지금까지 집으로 배달돼 오는 신문과 스마트폰을 통해서 늘 〈방송기술저널〉을 보고 있습니다. 이런 〈방송기술저널〉이 200번이나 나왔군요. 진심으로 축하합니다. 제가 방송기술직을 준비하면서 가장 힘들었던 점

은 최신 방송기술 시사였습니다. 일반 뉴스나 신문에서 최신 방송기술에 대한 정보를 얻기란 한계가 있었습니다. 그렇게 고민하다 'KOBIA'에 가서 우연히 접한 〈방송기술저널〉과 〈월간 방송과 기술〉은 전공 서적과 비교할 수 없을 정도로 저에게 큰 조력자였습니다. 현재 700MHz 대역이나 Clear QAM, 8VSB 이슈 등 알기 어려운 것들에 대해서 자세히 알 수 있는 유일한 매체였습니다. 특히 지난 2000년대 초 디지털 TV 방식 전환 과정에서 있었던 문제를 2회에 걸쳐 칼럼으로 게재해 주셔서 제가 미처 알지 못했던 방송기술의 과거도 알 수 있었습니다. 단순히 방송기술의 소개가 아닌 이 기술이 왜 필요하고 지상파 방송사에 어떤 점에서 적용돼야 하는지까지 알 수 있어, 논술이나 면접을 준비하는 사람이라면 꼭 봐야 할 필수 지침서 같은 것이 〈방송기술저널〉이라고 생각합니다. 앞으로 방송기술직을 꿈꾸는 모든 분이 〈방송기술저널〉을 읽고 좋은 정보를 많이 얻었으면 좋겠습니다. 혹시 모르실까봐 알려드리면 방송기술인연합회 홈페이지에서 신청하면 무료로 받아보실 수 있어 경제적으로도 부담이 없습니다.

〈방송기술저널〉에 바라는 점이라면, 우선 모바일 아이폰용 애플리케이션을 만들어 아이폰 사용자들도 편리하게 앱으로 구독할 수 있도록 신경을 써주시는 하는 것입니다. 그리고 〈월간 방송과 기술〉 내 '우리 부서를 소개합니다'나 방송기술직 합격자분들의 수기가 올라오기도 하지만 입사 후 어떤 일을 하게 되는지 알지 못하는 취업 준비생들을 위해 입사 후 어떤 일을 하게 되는지, 방송기술이 무엇인지와 같은 기본적인 내용과 채용정보 등을 전해주시면 더욱 좋겠습니다.

방송기술인연합회와 〈방송기술저널〉의 무궁한 발전을 기원합니다.



그림 박성규

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

칼럼



김동준
공감미디어연구소 소장

종합편성채널 3년, 여론 다양성은 구현되었는가?

념을 혼용하여 사용하는 경우도 존재한다. 그만큼 다양성과 다원성은 유사한 개념으로 이해된다고 할 수 있으며, 이를 명확하게 구분하는 것이 곤란함을 반증하는 것이라고 할 수 있다. 그러나 다양성과 다원성의 개념은 분명 차이가 있다. 다양성과 다원성을 개략적으로 정리하면, 다양성(diversity)은 차이가 있거

종편에서 극히 일부의
다원성을 충족한다고 볼
수 있더라도 다양성은
전혀 달성되었다고 보기
어렵다. 여론 독과점이
‘차별적(다양성)
복수성(다원성)’이
보장되지 못하는
상태라는 점을
고려한다면 종편의 3년은
오히려 여론 독과점을
심화시켰다는 해석이
맞을 것이다.

나 차이들을 갖는 상태(the condition of being different or having differences)이며, 다원성(plurality)은 하나 이상이 되는 상태(the state of being plural)라고 정의할 수 있다. 즉, 다양성은 ‘차별성’을 강조하는 개념이며, 다원성은 ‘복수성’을 강조하는 개념으로 이해된다.

이러한 관점에서 종편을 평가하자면, 다양성을 충족했다고 보기 어렵다. 아니 오히려 훼손했다는 평가를 하는 것이 맞을 것이다. 물론 신규 방송사 4개가 설립되었으니, 복수성의 개념에 가까운 다원

성 측면은 일정 부분 달성되었다고 평가할 수도 있겠다. 그리고 종편 4사가 뉴스와 시사 프로그램의 공급 과잉을 초래하고 있다는 점을 고려하면, 적어도 시사 보도 프로그램의 다원성은 충족(?)되었을 수도 있겠다. 실제 최근 한 연구에 따르면, 주간 단위 뉴스와 시사 프로그램을 합친 편성량은 TV조선이 5,100분으로 가장 많고, 채널A 4,440분, MBN 3,410분, KBS1 2,975분, JTBC 2,725분, MBC 2,320분, SBS 2,145분, KBS2 630분 순이다. 그러나 다원성의 충족도 딱 여기까지다. 이는 특정 장르에 치중한 다원성 충족으로, 타 장르의 입장에서 보면 다원성도 턱없이 부족한 상황이다. 게다가 종편의 뉴스나 시사 프로그램에 출연하는 패널은 소위 보수 성향에 가까운 인사들로 구성되어 있고, 프로그램의 포맷이나 다루는 주제들도 극히 제한적이다. 주로 대담 혹은 토론의 이름으로 보수 성향의 전문가 패널들과 정치 이슈를 이야기하는 수준의 스튜디오 제작물들이다. 즉, 다양성이라는 가치는 절대 달성되지 못했다는 의미다.

필자는 지난 7월 30일 재보궐 선거의 선거방송심의위원으로 활동한 바 있다. 당시 한 종편 채널의 시사 프로그램에 대해 공정성 위반 가능성이 제기되어 제작진의 의견 청취를 요구했던 적이 있다. 해당 프로그램은 사회자를 포함한 다수가 보수적 성향의 인사로 분류될 수 있었고, 실제 방송에서도 친 정부여당 측을 옹호하는 입장을 여과 없이 발언했다. 반대로 야당 측에 대해서는 매우 부정적 발언들을 쏟아냈다. 그 반대의 입장을 견지한 패널은 딱 1명뿐이었다. 그런데 의견을 제시하기 위해 찾아온 제작진의 발언에서 필자는 경악하지 않을 수 없었다. ‘최소한’의 균형을 맞추었다는 것이다. 최소한이라나... 최소한의 균형도 균형이라고 할 수 있을까? 이러한 사례에서 보듯이 종편에서 극히 일부의 다원성을 충족한다고 볼 수 있더라도 다양성은 전혀 달성되었다고 보기 어렵다. 여론 독과점이 ‘차별적(다양성) 복수성(다원성)’이 보장되지 못하는 상태라는 점을 고려한다면 종편의 3년은 오히려 여론 독과점을 심화시켰다는 해석이 맞을 것이다. 종편으로 인한 여론 다양성을 주장했던 당시의 학자들은 이러한 상황에 대해 뭐라 말할지 궁금해진다.

사설

국영방송 만들려는 공운법 개정안 당장 철회해야

새누리당이 KBS와 EBS를 공공기관으로 지정할 수 있도록 하는 ‘공공기관 운영에 관한 법률(공운법)’ 개정안을 발의해 논란이 되고 있다. 새누리당은 방만 경영으로 얼룩진 공공기관의 개혁을 내세우고 있지만 새정치민주연합과 시민사회단체들은 공운법 개정안 자체가 공영방송을 국영방송으로 만들겠다는 의도를 드러낸 것이라고 거세게 반발하고 있어 적지 않은 파장을 몰고 올 것으로 보인다.

공운법은 지난 2006년 12월 공공기관의 경영 합리화와 운영의 투명성 제고를 목적으로 제정됐다. 공공기관은 정부출연기관, 정부지원액이 총수입액의 2분의 1을 초과한 기관 등을 대상으로 기획재정부 장관이 지정하도록 했으며 이사회 운영과 예산회계 부분 등도 세세하게 명시해 놓았다.

공운법이 제정될 당시에는 KBS와 EBS도 공공기관으로 포함시켰으나 이후 부정적인 의견이 지배적으로 제기되면서 ‘KBS와 EBS를 공공기관으로 지정할 수 없다’는 제4조 2항이 신설됐다.

문제는 이번엔 발의된 개정안에서 ‘기재부 장관은 KBS와 EBS를 공공기관으로 지정할 수 없다’는 현행 공운법 제4조 2항이 삭제됐다는 것이다. 개정안이 통과되면 KBS와 EBS는 당장 공공기관으로 지정돼 예산과 인사는 물론 보도를 비롯한 방송 프로그램 제작까지 정부의 영향력 아래 놓이게 된다.

말 그대로 공영방송이 아닌 국영방송이 되는 것이다.

이 같은 우려에 오히려 새누리당은 KBS의 방만 경영으로 국민들이 내는 수신료가 줄줄 새고 있다며 KBS가 공공기관으로 지정되면 경영과 회계가 투명해질 수 있다는 입장을 내세우고 있다. 공공기관의 방만 경영을 개선하기 위한 것일 뿐 KBS나 EBS를 통제하기 위한 방안은 아니라는 것이다.

하지만 공영방송은 어떠한 상황에서든 또 어떠한 이유를 들더라도 정부가 직접 개입해서는 안 되는 영역이다. 공운법 제정 당시 노무현 대통령이 끝까지 밀어붙였음에도 불구하고 정치권과 언론계, 시민사회단체들의 반대로 결국 KBS와 EBS의 공공기관 지정 제의 조항이 신설된 것도 이와 같은 이유다. 어떤 명분으로든 공영방송에 대한 정부의 개입을 허용해서는 안 된다는 것이 사회적 공감대이기 때문이다.

물론 방만 경영 등의 문제가 있을 수 있다. 하지만 이러한 문제는 KBS나 EBS의 지배구조 개선으로도 충분히 개선할 수 있는 부분이다. 오히려 기형적인 지배구조를 개선하는 것이 근본적인 해결책이 될 수도 있다.

공공기관이 아닌 지금도 KBS와 EBS에는 낙하산 논란이 끊이지 않고 있다. 이러한 상황에서 KBS와 EBS가 공공기관으로 지정된다면 국영방송으로 전락되는 것은 시간문제다.

새누리당은 당장 공운법 개정안을 철회해야 한다. 공운법 개정안 대신 공영방송의 지배구조 개선이라는 더 근본적인 해결책을 내놓아야 할 시점이다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 이후삼
편집주간 | 이성의
편집위원 | 백낙운, 이승호, 안창준, 최권용, 나경록
취재기자 | 백선하, 객재옥, 이진범, 강민정, 민서진
기획실 | 강동균
인쇄인 | 성전&화성프린원

주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
전화 | 02-3219-5637
팩스 | 02-2647-6813
트위터 | @KOBETA_COM
홈페이지 | www.kobeta.com
정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

기사제보 광고문의 02-3219-5635 / kobeta@naver.com

언론을 보는 맑은 창!

미디어오늘
www.mediatoday.co.kr

국내 최고의 미디어비평 전문 주간신문 미디어오늘에서 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)

언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

Next!!

KOBASHOW 2015



25회 국제방송 · 음향 · 조명기기전

KOREA INTERNATIONAL BROADCAST
AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW2015.05.19-22
COEX, SEOULwww.kobashow.com

주 최 한국방송기술인연합회 · 한국이앤엑스

후 원 미래창조과학부 · 산업통상자원부 · 방송통신위원회 · KBS · MBC · SBS · EBS · OBS · 한국음향학회 · 한국음향예술인협회 · 한국전자통신연구원

특별후원 CBS · 아리랑국제방송 · tbs

문의 한국이앤엑스 (02)551-0102 / koba@kobashow.com

ufi
Approved
Event

산업통상자원부