The Korea Broadcasting Engineers & Technicians Association

방송기술저널

제226호 | 2016년 3월 2일 수요일

종합 ▶2면
SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병, 이제 공은 정부로

기획 ▶6면
3월 드라마 대전, 센 놈들이 몰려온다

오피니언 ▶7면
[칼럼] 천재가 나르샤

"특성화된 UHD 채널과 다채널 방송으로 지상파 존재 의미 입증해야"

정준희 중앙대 교수 "단순한 화질 개선만으로는 공공 서비스 확대할 수 없어"

정준희 중앙대 교수

지상파 초고화질(UHD) 방송 도입이 공공 서비스를 한 단계 더 도약시키는 계기가 돼야 한다는 의견이 제기됐다. 특성화된 UHD 채널을 비롯해 유료방송의 반대로 번번이 도입에 실패한 다채널 방송으로 무료 보편적 서비스라는 지상파방송의 존재 의미를 입증해야 한다는 것이다.

2월 19일 서울 여의도 KBS 신관 국제회의실에서 KBS 기술연구소 주최로 열린 'UHD 본방송 어떻게 대비할 것인가?' 세미나에 발제자로 나선 정준희 중앙대 교수는 "영국 BBC에서 수신료를 낼 생각이 없는 사람, 수신료를 낼 생각은 있지만 공영방송의 필요성을 잘 모르는 사람 등을 모아서 1주일간 BBC 없이 살아보게 하는 실험을 진행했다. 결과는 생각보다 놀라웠다. 대부분의 사람들은 자신들의 생각보다 훨씬 더 많이 BBC를 의지하고 있었다"며 "지상파 UHD 방송으로 사람들이 방송의 공적 가치에 대해 더 많이 경험할 수 있도록 해야 한다"고 말했다.

먼저 정 교수는 앞서 진행된 디지털 전환 정책을 분석했다. 그는 "디지털 전환으로 HD라는 새로운 시청 환경이 열렸고 수상기 시장의 성장 등 긍정적인 부분도 생겼지만 지상파 다채널 방송을 배제하고 고화질 위주의 정책만 추진해 궁극적으로 다채널에 따른 무료 보편적 서비스 확대라는 시청자 복리가 확대되지 못했다"며 지상파 UHD 방송과 함께 지상파 다채널화도 시작해야 한다고 강조했다.

또 "해외에서는 고화질 자체를 기초 서비스의 업그레이드라고 보지 않았다. 다채널을 기초 서비스 업그레이드의 기반으로 보고 고화질을 추가적으로 뒷받침해 나갔다"며 "고화질은 취약 계층 등 기기를 바꾸지 못하는 사람들에게는 큰 효용이 없기 때문에 UHD 본방송 시작 전에 어떤 공적 가치를 우선시해야 하는지 고민해볼 필요가 있다"고 덧붙였다.

사실 지상파 UHD 본방송과 다채널 방송을 동시 진행해야 한다는 이야기는 몇 년 전부터 꾸준히 제기돼 왔다. 지난해 말 한국방송학회 주최로 열린 '창조경제 활성화를 위한 보편적 UHD 방송 발전 방안 세미나'에서도 "지상파 UHD 방송이 단순한 화질 개선에 그치는 수준이라면 시청자들이 더 많은 비용을 지불하고 시청할 충분한 유인책이 되지 못할 것"이라며 "지상파 다채널, 유료방송 시장의 고도화와 함께 동시 추진돼야 한다"는 주장이 나왔다.

하지만 이 같은 주장에도 불구하고 방송통신위원회는 종합편성채널을 중심으로 한 유료방송 업계가 "지상파 방송사에 다채널이 적용되면 광고 쏠림이 발행해 종편을 비롯한 중소 방송채널사용사업자(PP)가 고사할 것"이라고 반대하자 EBS 외 다른 지상파 방송사의 다채널 허용 여부에 대해선 검토하고 있지 않다고 공개적으로 밝혔다. 지상파 방송사와 시민사회단체, 학계에서는 방통위가 유료방송 업계 눈치 보기에만 급급해 정작 중요한 시청자 복지 확대를 외면하고 있다고 보고 있다.

정 교수는 이어 △지상파 다채널화 동시 추진 △HD와 구별된 UHD 특화 채널 구현 △UHD와 HD, SD를 골고루 섞은 지상파 다채널 패키지 마련 등 점진적 고도화로 유인 △주파수의 효율적 활용과 주기적 업그레이드를 위한 미들웨어 방식 타진 등으로 시민들에게 제공할 수 있는 공공 서비스의 기초를 향상시켜야 한다고 주장했다.

특히 특성화된 UHD 채널이 필수적이라는 점을 분명히 했다. 정 교수는 "아날로그와 디지털 동시 송출 상황과 동일하게 HD를 릴레이하는 UHD 도입은 무의미하다"며 "UHD에 특화된 콘텐츠 예를 들어 영화나 TV영화, 스포츠, 다큐멘터리 등을 집중 제작·편성해 일종의 쇼케이스를 만들어야 한다"고 말했다.

그리고 이를 바탕으로 UHD 특화 채널 + HD(기본, 파생, 선택적 SD) 등을 패키지로 기초 서비스를 재편해야 한다고 주장했다. 그는 "4K 서비스뿐 아니라 이후의 8K 서비스나 미래의 기술 발달에 유연하게 대처하기 위해서는 지상파 기초 서비스가 주파수를 효율적으로 관리할 수 있는 가능성을 확대해줘야 한다"며 "이용자의 경제적 조건과 서비스 수요에 따라 기초 서비스 패키지를 달리할 수 있는 유연한 사고가 요구된다"고 설명했다.

또한 무료 보편적 서비스의 확대를 위해선 공영방송 등 공공 서비스를 담당하고 있는 주체의 재정 현대화가 동시에 진행돼야 한다고 강조했다. 정 교수는 수신료를 비롯한 공공 재원의 안정적 공급 방안 마련 외에 △UHD 특화 콘텐츠 제작에 한해 외주 비율 조정 △UHD 콘텐츠의 창구 다변화 △유료방송 공급 채널 영역에서 신유형 광고나 비즈니스 모형 확대 허용 등 새로운 수익 사업 범위를 확대해야 한다고 제안했다.

한편 이날 플로어에서는 "지상파 방송사는 디지털 전환 당시 정부가 약속했던 지원을 아직까지 받지 못하고 있고 그때부터 재정적인 어려움에 직면하고 있는데 이번에도 정부의 두루뭉술한 이야기만 믿고 엄청난 투자를 해야 하는 상황에 처해 있다"며 현실적인 불만을 토로했다.

백선하 baek@kobeta.com

CJ헬로비전 주총, SK브로드밴드 합병 승인…정부 선택에 영향 줄까

참석 주주 97% 찬성으로 합병안 통과
KT-LG유플러스 "정부 인허가 전 주총 강행은 법 위반 소지 있어"

CJ헬로비전이 임시 주주총회에서 SK텔레콤 자회사인 SK브로드밴드와의 합병안을 승인했다. 이제 정부가 SK텔레콤의 CJ헬로비전 인수합병만 허가하면 인터넷TV(IPTV)와 종합유선방송사업자(SO)를 공동 운영하는 미디어 공룡이 탄생하게 된다. 관련 업계에서는 이번 주총 결과가 정부의 결정에 어떤 영향을 미칠지 촉각을 곤두세우고 있다.

CJ헬로비전은 2월 26일 오전 9시 서울 누리꿈스퀘어 비즈니스타워 4층에서 임시 주총을 열고 SK브로드밴드와의 합병 계약서 승인안을 통과시켰다. 합병 계약서 승인은 참석 주주의 2/3 이상, 전체 발행 주식 수의 1/3 이상 찬성 시 이뤄지는데 이날 주총에는 전체 의결권이 있는 주식의 75.2%가 참석해 97.15%가 찬성했다. 전체 발행 주식 수를 기준으로 하면 73.06%가 찬성했다.

합병이 승인됨에 따라 CJ헬로비전의 상호는 SK브로드밴드주식회사로 변경됐고, 발행 가능 주식 수도 합병 전 1억 주에서 7억주로 바뀌었다. 전환사채와 신주인수권부사채도 합병 전 각각 2,000억 원에서 5,000억 원이 됐다.

신규 이사로는 이인찬 현 SK브로드밴드 대표이사, 김진석 현 CJ헬로비전 대표이사 등 7명이 선임됐고, 감사위원회 위원으로는 김선구 서울대 경제학부 교수와 오윤 한양대 법학과 교수, 남찬순 SK브로드밴드 사외이사 등이 선임됐다.

이날 주총에서 결정된 합병일은 4월 1일이다. 하지만 미래창조과학부와 방송통신위원회, 공정거래위원회 등 정부의 인허가 절차가 진행 중이어서 합병일은 변경될 가능성이 높다. 또한 정부가 인허가를 승인하지 않는다면 주총의 결정은 무산될 수 있다. 이 때문에 이제 모든 관심은 정부의 인허가 여부에 집중되고 있다.

한편 이날 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병을 반대하는 KT와 LG유플러스는 정부의 인허가 심사가 진행 중인 상황에서 CJ헬로비전이 주총을 개최하는 것은 방송법, 전기통신사업법 등 현행법을 위반할 소지가 크다고 문제를 제기했다.

이들은 "정부의 인허가 전에 CJ오쇼핑이 SK텔레콤의 의사대로 주총 의결권을 행사해 합병을 승인하는 것은 '경영권의 실질적 지배자가 정부의 주식 인수 승인 없이 지분에 대한 의결권을 행사할 수 없다'고 규정한 방송법(제15조의2 제3항)을 위반하고, 정부 인가 전에 주식양수도 계약의 후속 조치를 하지 못하도록 한 전기통신사업법 제18조 제9항 '기간통신사업의 양수·합병인가 심사기준 및 절차'에 위배되는 것"이라며 "법 위반 소지가 있는 주총을 열고 합병을 결의하는 것은 정부 판단에 일종의 압박을 가하는 행위로 비판받아야 마땅하다"고 지적했다.

하지만 이에 대해 CJ헬로비전은 "이번 임시 주총은 추후 정부의 인가가 있어야만 유효한 것으로 '정부의 인허가 불허 시 합병이 무효화될 수 있다'고 기업 공시에 명시했다"며 문제가 없다는 입장이고, 미래부 관계자 역시 "이번 주총 결과는 정부의 인허가가 이뤄지지 않으면 효력이 없다"며 "정부가 주총 결과에 영향을 받을 이유가 없다"고 이들의 주장에 선을 그었다.

백선하 baek@kobeta.com

디지털 방송기술의 길잡이
BROADCASTING & TECHNOLOGY
당신을 귀중한 회원으로 모십니다

월간 방송과기술 구독 회원 혜택
- '방송과기술' 정기 구독(연 12권)
- 각종 기술세미나 및 기술도서 안내문 발송
- KOBA(국제방송음향조명기기전) 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 : 02-3219-5635 / 팩스 : 02-2647-6813
- 위의 계좌번호로 무통장 입금 후 전화나 팩스로 알려주십시오.

한국방송기술인연합회
THE KOREA BROADCASTING ENGINEERS & TECHNICIANS ASSOCIATION

SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병

같은 주장만 반복된 SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병 공청회…"정부 입장 안 보여"

사실상 마지막 공청회 이제 공은 정부로

SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병을 두고 사실상 마지막 공청회가 열렸지만 찬반 양측은 기존 주장만 되풀이하고 정부 당국도 명확한 정책 방향을 내놓지 않아 별다른 소득 없이 마무리됐다.

미래창조과학부는 2월 24일 오후 2시 서울 양재동 더케이호텔서울에서 'SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병 공청회'를 개최했다. 이번 공청회는 미래부가 마련한 2번째 공청회로 사실상 마지막 의견 수렴 단계인 만큼 관련 업계의 관심이 집중됐다.

하지만 막상 뚜껑을 열어보니 내용물은 실망스러웠다. 마지막 의견 수렴 단계인 만큼 정부가 인수합병에 대한 구체적인 조건을 언급하거나 적어도 정책 방향성을 제시할 것이란 업계의 예측과 달리 정보통신정책연구원(KISDI)의 발표는 지금까지 논의된 찬성과 반대 의견을 정리하는 수준에 머물렀다.

KISDI는 제1세션과 제2세션으로 나눠 각각 '방송통신 시장 경쟁에 미치는 영향', '방송의 공익성 및 유료방송 발전에 미치는 영향'에 대한 발제를 진행했다. 제1세션 발제를 맡은 여재현 KISDI 통신실장은 이번 인수합병이 이동통신, 이동통신 및 알뜰폰, 초고속 인터넷, 유료방송, 결합상품에 의한 시장지배력 강화와 전이 등에 미치는 긍정적·부정적 영향력을 분석한 뒤 요금 인상, 서비스 품질, 통신 및 ICT 생태계에 미치는 영향, 국제 경쟁력 및 공익에 미치는 영향 등에 대한 찬반 의견을 발표했다. 이어 이종원 KISDI 방송제도그룹장은 제2세션 발제를 통해 이번 인수합병이 지역성과 공정성 측면에서 어떤 긍정적·부정적 영향을 미치는지 또 유료방송 경쟁력과 콘텐츠 산업 발전은 어떤 방향으로 진행될지 밝혔다.

토론자로 나선 패널들은 학계, 시민사회단체, 업계, 관련 협회 등으로 다양했지만 그들 역시 기존 입장만 되풀이했다. 먼저 SK텔레콤과 CJ헬로비전, 전성훈 서강대 교수, 최성진 서울과학기술대 교수 등은 "이번 인수합병은 방통 융합이라는 추세에 맞춰 플랫폼 역량을 강화하는 것으로 글로벌 경쟁력을 확보할 수 있다"며 찬성 입장을 밝혔다. 특히 최성진 서울과기대 교수는 "최근 케이블 업계에서 수익 배분 문제가 큰 이슈로 떠오르고 있는데 이를 미루어볼 때 콘텐츠 사용료는 계속 오르고 있고, 앞으로 더 오를 것이다. 바로 이 때문에 CJ헬로비전이 수익이 나는데도 불구하고 매각 절차를 밟은 것"이라며 "인수합병을 통한 새로운 서비스 창출 외엔 돌파구가 없다"고 말했다. CJ헬로비전 관계자 역시 "인수합병을 반대하는 쪽의 의견을 모아보면 결국 현상 유지를 하자는 것"이라며 "최근 몇 년 동안 인터넷TV(IPTV)에 가입자를 빼앗기는 등 경영 상황이 악화되고 있어 어떻게든 돌파구를 찾아야 했다"고 덧붙였다.

하지만 KT와 LG유플러스, 박추환 영남대 교수, 최영묵 성공회대 교수, 강혜란 한국여성민우회 정책위원, 조성동 방송협회 연구위원 등은 최성진 교수의 의견에 반대 입장을 내놓았다. 최영묵 성공회대 교수는 "케이블을 마치 지금 사라져야 하는 존재로 이야기하는데 이해할 수 없다"며 "소고기값이 조금 떨어졌다고 일 잘하는 소를 트랙터 공장에 팔아넘기려 하는 상황"이라고 꼬집었다. KT 관계자도 "결국 투자와 경쟁으로 살아남겠다는 게 아니라 인수합병으로 손쉽게 가입자를 확보하겠다는 의지"라며 반대 측 의견에 공감을 표했다.

방송 산업 활성화와 일자리 창출에 대한 의견도 또 엇갈렸다. SK텔레콤과 CJ헬로비전은 "합병 법인은 케이블과 IPTV 서비스를 지금과 같이 그대로 진행할 것이고 고용 승계 역시 의무화할 것"이라고 밝혔지만 반대 측을 설득하기에는 부족했다. 최영묵 교수는 "'1+1=1'이 되는데 어떻게 일자리가 늘어나느냐"며 의문을 표했고, 조성동 연구위원 역시 "하청업체를 비롯해 정규직 외에 비정규직도 엄청 많은데 분명 이 부분에 대한 문제도 생길 것"이라며 "오랜 기간 숙고한 뒤 인수합병에 대한 결정을 내려야 한다"고 제안했다. 줄곧 인수합병에 찬성한다는 뜻을 밝힌 최성진 교수도 이 부분에 대해서는 "합병 법인이 콘텐츠 투자 등으로 방송 산업을 활성화시킬 것이라고 하는데 그건 믿지 못하겠다"고 말했다. KT 관계자도 공감하며 "SK텔레콤과 브로드밴드가 그동안 보여준 행태를 보면 투자를 많이 하지는 않을 것"이라고 부연했다.

현재 정부가 추진하고 있는 통합방송법이 확정된 이후 인수합병 여부를 판단해야 한다는 의견도 나왔다. 최영묵 교수는 "현재 국회에서 '동일 서비스, 동일 규제'를 원칙으로 통합방송법을 논의하고 있기 때문에 '현행법상 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병에 별다른 하자가 없다'는 주장은 적합하지 않다"며 "입법 후 법에 입각해 다시 논의해야 한다"고 말했다. 조성동 연구위원도 "다양한 의견이 나오고 있는 만큼 단기간이 아니라 1년 이상 길게 보고 진지하게 논의해야 한다"며 "단기간에 결정한다면 미래부 역시 책임을 회피하기는 힘들 것"이라고 경고의 목소리를 냈다. 그는 또한 "SK텔레콤과 CJ헬로비전도 '어떻게 하겠다'가 아니라 반대 측에서 불안하게 생각하고 있는 부분들에 대해 구체적인 대안을 내놓으며 설득해 나가야 할 것"이라고 덧붙였다.

결국 이번 공청회를 끝으로 미래부의 공식 의견 수렴 절차는 모두 마무리됐다. 하지만 미래부를 비롯한 정책 당국이 4월 1일로 예정된 인수합병일에 맞춰 인허가 절차를 마무리할지는 미지수다. 앞서 미래부는 여러 차례 이번 인수합병 인허가 심사를 정해진 일정에 따라 진행시키겠다는 입장을 밝혀왔고, 그동안 미래부가 추진해온 정책 방향을 미루어 볼 때 승인 가능성은 높지만 일각에서는 시민사회단체를 비롯해 정치권에서도 반대 의견을 내놓고 있는 만큼 쉽사리 결정하지는 못할 것이란 전망도 나오고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병…"먼저 통합방송법 재논의 이뤄져야"

방송통신실천행동, 'SK텔레콤 독점 규제 및 방송통신 공공성 보장 방안' 토론회 개최

SK텔레콤의 CJ헬로비전 인수합병을 두고 찬성 측과 반대 측이 갑론을박하고 있는 가운데 이보다 먼저 통합방송법에 대한 재논의가 이뤄져야 한다는 주장이 나왔다.

방송통신실천행동은 2월 18일 오후 2시 참여연대 느티나무홀에서 'SK텔레콤의 독점 규제 및 방송통신 공공성 보장을 위한 정책 방안'을 주제로 토론회를 주최했다. 이 자리에 발제자로 나선 김동원 전국언론노동조합 정책국장은 "통합방송법에 대한 재논의를 통해 미디어 산업에 대한 정책 방향을 정하고 이후에 인수합병에 대한 논의가 이뤄져야 한다"고 주장했다. 현재 국회에서 계류 중인 통합방송법을 살펴보면 이번 인수합병에 다양한 범위에 걸쳐 영향을 줄 조항들이 있다는 것이다.

김 정책국장은 "통합방송법의 기본 골자가 독과점 시장을 견제하는 것"이라며 "통과되지 않은 법이지만 정부의 정책 방향이 그렇다면 이번 인수합병 건에 대해서도 그 방향을 두고 논의돼야 할 것"이라고 지적했다.

이날 토론자로 참석한 심영섭 한국외대 미디어커뮤니케이션학부 외래교수는 "인수합병 후 어떤 폐해가 발생할 수 있고 어떻게 해결할 수 있는지 입증할 법적 책임이 있음에도 SK텔레콤과 CJ헬로비전이 이를 방관하고 있다"고 꼬집었다.

또한 심 교수는 SK텔레콤의 4만8천 개의 일자리를 창출하겠다는 발표에 대해서도 "어떻게 창출하겠다는 것인지 구체적인 안을 내놓는다면 제 우려는 우려로 끝나겠지만 그렇지 않다면 이 4만8천은 허수일 뿐"이라고 강하게 비판하며 SK텔레콤이 이 사안에 대해 구체적인 방안과 계획을 제시할 것을 요구했다.

한편, 이날 토론회에는 이번 인수합병에 대해 이용자의 권리를 시청권에만 집중할 것이 아니라 미디어 참여권에도 중점을 둬야 한다는 의견이 나왔다. 허경 전국미디어센터협의회 사무국장은 "이미 가입자들은 가입자로만 살고 있지 않다"며 적극적으로 미디어 제작에 참여하며 방송의 지역성에 일조하고 있는 이용자들의 사례를 소개했다.

이어 허 사무국장은 "지역 주민이 방송의 주체로서 직접 미디어에 참여하고 이용자이자 생산자로 변모해 가는 시대의 변화 속에서 미디어가 가지고 있는 공적 역할과 존재 가치에 대해서 생각해봐야 한다"고 말하며 현 상황에서 미디어와 방송이 가지는 의미를 다시 한 번 생각해 볼 것을 촉구했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

"SK텔레콤과 CJ헬로비전 합병은 방송 생태계 황폐화시킬 것"

한국방송협회, SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병 반대 의견서 제출

지상파 방송사들이 SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병에 반대 입장을 밝혔다. 지상파 방송사들의 협의체인 한국방송협회는 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병에 따른 문제점들을 지적하며 합병 승인을 불허해야 한다는 의견서를 2월 15일 미래창조과학부에 제출했다.

방송협회는 "금번 인수합병은 경쟁 사업자를 포획하고 제거하는 방식으로 통신 산업을 잠식한 SK텔레콤이 방송 시장의 경쟁 사업자도 제거하려는 경쟁 파괴적 인수합병"이라며 "이번 인수합병이 승인되면 방송 플랫폼 시장은 다자간 경쟁에서 거대 통신사들이 지배하는 독과점 시장으로 전환될 것"이라고 우려했다. 또한 "합병이 강행될 경우 콘텐츠 저가화로 몸살을 앓고 있는 방송 콘텐츠 산업은 급격하게 황폐화될 것"이라고 덧붙였다. 이동통신 사업자들의 결합판매 과정에서 방송 상품이 초저가 미끼 상품으로 활용되고 있다는 것은 공공연한 사실이다. 이 때문에 방송통신위원회는 지난해 9월 결합상품의 공짜 마케팅에 관한 제재 조치를 내리기도 했다. 방송협회는 이 같은 현실을 지적하며 "특정 이동통신사의 방송 플랫폼 과점을 강화시킬 경우 '콘텐츠 제값 받기'는 더욱 요원해질 수밖에 없다"고 말했다.

또 방송협회는 이번 인수합병이 현행 방송법뿐 아니라 개정 중인 통합방송법에도 명시된 '방송 사업자의 독과점적 지배 제한 및 공정경쟁 확보' 조항에 위배된다고 지적했다.

방송협회 관계자는 "통합방송법에 따르면 인터넷TV(IPTV)와 케이블방송이 동일 서비스로 간주되므로 SK텔레콤의 CJ헬로비전 주식 인수에도 소유 제한이 적용돼야 한다"며 "관련법이 정비되고 있는 입법 공백 상태에서 이 문제를 섣불리 승인하는 것은 정부 정책의 연속성과 법적 일관성을 해칠 수 있고, 정부가 법이 정비되기 전에 특정 기업에 혜택을 주기 위해 심사를 서둘렀다는 의혹을 살 수 있다"고 말했다. 통합방송법 입법이 우선 완료된 이후에 승인 여부를 판단하는 것이 당연하다는 것이다.

방송 영역의 공공성과 선거 공정성 침해 가능성에 대한 우려도 제기했다. 방송협회는 CJ헬로비전 23개 사업 구역에서 선출되는 국회의원이 총 지역구의 1/3에 달하는 76명이고 지방자치단체장이 87명이라며, 인수합병이 허용되면 재벌기업인 SK텔레콤이 선거에 개입해 방송의 공정성 및 선거의 중립성도 훼손할 것이라고 밝혔다. 방송협회 관계자는 "이번 인수합병 건은 독과점 문제 및 공공성 훼손에 관한 우려가 많은 만큼, 근거도 없는 경제 활성화 여론몰이에 휘말려 성급하게 추진돼선 안 된다"며 정부의 승인 불허를 촉구했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

T-커머스 시장도 DMB 전철 따를까?

"재허가 강화해 T-커머스 채널 수 감축해야" '동일 서비스, 동일 규제' 원칙에 따라 기술 규제 정비 필요

방통 융합 시대로 접어들면서 새로운 블루오션으로 떠올랐던 T-커머스가 올드미디어도 뉴미디어도 아닌 애매한 위치에서 내리막길을 걷고 있는 DMB의 전철(前轍)을 밟을 수도 있다는 우려의 목소리가 나오고 있다. '황금알을 낳는 거위'로 화려하게 등장한 DMB는 사업 악화에 따른 누적 적자로 위성 DMB는 서비스 종료, KBS·MBC·SBS 등 지상파 3사와 YTN DMB·한국 DMB·유원미디어 등 중소 사업자 등 총 6개 사업자가 경쟁하고 있는 지상파 DMB는 연간 총 광고 매출이 약 100억 원에 불과한 상황이다. 이중 지상파 계열이 아닌 YTN DMB·한국 DMB·유원미디어 등 중소 사업자는 누적 적자가 심화돼 프로그램 조달도 버거운 상태다.

2월 18일 한국언론학회가 주최한 '스마트 미디어 시대, T-커머스 발전 방향' 세미나에 참석한 최성진 서울과학기술대학교 교수는 DMB 시장을 언급하면서 "지상파 계열사 외에 나머지 3개 중소 사업자가 고사 직전에 있는 DMB처럼 T-커머스 시장도 몰락할 수 있다"며 "단기적으로 재허가 심사를 강화해 홈쇼핑 사업자와 T-커머스 사업자의 수를 감소시키고, 중기적으로 '동일 서비스, 동일 규제' 원칙을 정립하는 등 규제를 정비해야 한다"고 말했다.

현재 TV 홈쇼핑 시장에는 GS홈쇼핑, CJ오쇼핑, 현대홈쇼핑, 롯데홈쇼핑, NS홈쇼핑, 홈앤쇼핑, 1M Shopping 등 7사가 있고, T-커머스 시장에는 GS마이샵, CJ오쇼핑플러스샵, 현대홈쇼핑플러스샵, 롯데OneTV, NS샵플러스, K쇼핑, 쇼핑&T, B쇼핑, 신세계쇼핑, W쇼핑 등 10개사 경쟁하고 있다.

문제는 TV 홈쇼핑과 T-커머스 사업 사이에 큰 차이가 없다는 것이다. 결국 업체들의 난립과 그로 인한 생존 경쟁으로 홈쇼핑과 T-커머스 시장은 레드오션으로 전락하고 있다. 실제로 지난해 공영홈쇼핑과 T-커머스 사업자의 시장 진입 후 홈쇼핑 시장의 성장률 저하가 확연하게 나타나고 있다. 게다가 지난해 개국한 8개의 T-커머스 사업자 중 5개는 이미 홈쇼핑 채널을 가지고 있다. 총 17개의 사업자가 경쟁하고 있지만 실질적으로는 12개 사업자인 것이다.

최재섭 남서울대학교 교수는 "사실상 홈쇼핑 사업자 5개사가 2개의 홈쇼핑 채널을 가지고 있는 것"이라며 "TV 홈쇼핑과 T-커머스 사업의 겸영이 결과적으로 시장지배력을 심화시키고 있다"고 지적했다. 이어 최 교수는 "TV 홈쇼핑 겸영 T-커머스의 경우 연동형으로 전환하는 등 채널 수를 자체적으로 감축하는 노력이 필요하고, 규제기관에서도 1기업 2채널 문제를 어떻게 해야 하는지 고민해야 한다"고 덧붙였다.

하지만 학계의 이 같은 지적에 홈쇼핑 관계자는 "(홈쇼핑 사업자들이 T-커머스 활성화를 위해 움직이고 있지 않다고 하는데) 사업자별로 제공하고 있는 서비스나 활성화 정도가 다를 수밖에 없다"며 "정당하게 허가를 받은 사업인데 겸영을 이유로 비판받는 것은 적절하지 않다"고 반박했다.

백선하 baek@kobeta.com

방송기술용어

팬텀 파워(Phantom Power)

팬텀 파워는 레코딩 스튜디오에서 사용되는 콘덴서 마이크에 공급되는 전원을 말한다. 콘덴서 마이크는 미세한 소리까지 잘 받아들여 스튜디오 녹음으로 많이 사용하는데, DC 전원을 공급해야 작동한다. 전원 공급 시에 별도의 라인을 사용하지 않고 마이크 케이블에 중첩해서 공급하는 방식 및 전원이 팬텀 파워인 것이다. 질 좋은 콘덴서 마이크는 통상 48V 팬텀 파워를 사용한다.

전숙희 sh45@kobeta.com

MBC '쇼! 음악중심' 2월 13일부터 한 달간 UHD-HD 동시 생방송

2017년 2월 UHD 본방송 준비 박차

MBC가 2월 13일부터 한 달 동안 〈쇼! 음악중심〉을 초고화질(UHD)과 고화질(HD)로 동시 생방송 한다고 밝혔다.

지상파 HD 방송(채널 11-1번)과 UHD 실험 방송(채널 52-1번)에서 동시 생방송 되는 〈쇼! 음악중심〉은 UHD 전용 카메라로 제작돼 스튜디오의 생생한 현장감을 시청자들에게 전달할 예정이다.

그동안 여러 차례 진행된 UHD 실험 방송은 드라마나 다큐멘터리 중심으로 사전 제작된 프로그램을 송출하거나 일부 스포츠 프로그램에 한해 UHD 생방송을 진행했었다. 하지만 스튜디오에서 제작하는 음악 쇼 프로그램을 촬영, 제작, 송출, 수신에 이르기까지 UHD 방송 전체 과정을 생방송으로 진행하는 것은 국내 최초다.

이번 실험 방송은 MBC가 전체를 총괄하고, K2E, Visual Research, TV Logic, Pixtree 등의 국내 업체와 Sony, Ikegami, Fujinon, Canon 등 해외 업체의 지원과 협조를 통해 진행된다.

MBC는 이번 실험 방송을 시작으로 UHD 전송방식 비교, 각종 장비 간 UHD 신호 호환, 제작 스튜디오와 주조정실 간 최적 전송 네트워크 구축, HDR(High Dynamic Range) 신호 송수신 등 다양한 기술적 검토를 병행해 UHD 본방송 시스템 구축에 박차를 가한다는 방침이다.

한편 MBC 〈쇼! 음악중심〉은 매주 토요일 오후 3시 50분에 방송된다.

백선하 baek@kobeta.com

차세대 지상파 실감 방송 시장의 길을 열다

ETRI, 미국 VHF 채널에서 ATSC 3.0 기술 검증

국내 연구진이 미국 현지에서 고주파 대역인 VHF 채널을 통해 차세대 지상파방송 표준인 ATSC 3.0 송수신 기술을 검증하는 데 성공했다.

한국전자통신연구원(ETRI)는 ㈜클레버로직과 ATSC 3.0 송수신기를 개발해 전미방송협회(The National Association of Broadcasters, NAB)와 함께 미국 오하이오주 클리블랜드시에서 VHF 채널을 통해 필드 테스트를 성공적으로 수행했다고 2월 18일 밝혔다.

본 필드 테스트는 NAB의 요청에 의해 진행된 것으로 미국 본토 환경에서 ETRI가 개발한 장비로 지난 1월부터 약 한 달간 진행됐다.

ETRI는 디지털 TV의 신호 측정을 위해 연구진이 만든 ATSC 3.0 송수신기와 고출력 장비 등을 사용해 테스트에 참여했다. 테스트는 △하나의 방송 채널에서 4K UHD와 이동 HD 방송을 동시에 제공할 수 있는 LDM 모드 △기존 ATSC 1.0과 동일한 방송 구역을 가지는 고정 수신 모드 △ATSC 1.0과 동일한 전송 용량을 가지는 고정 수신 모드 △매우 열악한 채널 환경에서도 동작하는 실내 수신 모드 등으로 나눠 진행됐다.

린 클라우디(Lynn Claudy) NAB 부회장은 "본 필드 테스트는 VHF 채널을 활용한 세계 최초의 ATSC 3.0 기술 검증으로 향후 북미 주파수 경매 및 방송 정책 결정에 크게 기여할 것"이라고 말했다.

허남호 ETRI 방송시스템연구부 부장도 "연구원이 보유한 다양한 핵심 기술을 미국에서 성공적으로 검증함으로써 북미 방송 시장에서의 기술 영향력을 높일 예정"이라고 말했다.

한편 ETRI는 지난해 4월 미국에서 개최된 세계 최대 방송장비 전시회인 'NAB Show 2015'에 LDM 기술을 출품하고 그 우수성을 인정받아 'NAB 기술혁신상'을 수상한 바 있다. 또 지난해 9월에는 국제표준기구인 ATSC에서 제정 중인 ATSC 3.0 표준의 하드웨어 검증 단계인 표준 후보(Candidate Standard)에 채택되는 성과를 거둔 바 있다.

ETRI는 "ETRI가 개발한 LDM 기술을 포함한 ATSC 3.0이 국제 표준으로 최종 승인될 경우, ETRI는 핵심 표준 특허 확보를 통한 기술료 창출과 초기 ATSC 3.0 방송 시장에서 우위를 점하는데 기여할 것"이라고 기대했다.

백선하 baek@kobeta.com

UHD 1인 방송 시대 열린다

SK텔레콤, MWC 2016서 'UHD 생방송 플랫폼' 등 혁신 기술 대거 선보여

스마트폰 하나로 초고화질(UHD) 실시간 방송이 가능한 시대가 열렸다.

SK텔레콤은 2월 22일부터 25일까지 나흘간 스페인 바르셀로나에서 열린 '모바일 월드 콩그레스(Mobile World Congress, MWC) 2016'에서 △UHD 생방송 플랫폼 △클라우드 스트리밍 △8K 슈퍼 인코더 등 차세대 미디어 플랫폼과 혁신적인 기술을 대거 선보였다.

먼저 1인 방송에서도 UHD 생중계가 가능한 'UHD 생방송 플랫폼'은 ▲스마트폰으로 영상을 찍고 ▲영상을 자체 애플리케이션이나 다중채널네트워크(Multi Channel Network, MCN)로 전달해 생중계하고 ▲생중계 중 방송 제작자와 시청자 간 채팅이나 멀티미디어 콘텐츠를 주고받는 양방향 소통이 가능한 플랫폼으로 1인 방송에 최적화돼 있다.

SK텔레콤은 "UHD 생방송 플랫폼은 스마트폰으로 촬영한 UHD·Full HD 영상을 생중계할 수 있다는 장점이 있다"며 "UHD 동영상 촬영이 가능한 스마트폰이 다양해지면 이 플랫폼의 효용 가치도 높아질 것"이라고 말했다. 현재 대부분의 기존 스마트폰 중계 플랫폼은 HD급 수준의 영상 전송만 가능한 상태다.

또 UHD 생방송 플랫폼은 SK텔레콤이 자체 개발한 '고속 모바일 스트리밍 기술'을 통해 스마트폰에서 찍은 영상을 시청자에게 3초 이내 전달한다. 기존 스마트폰 중계 플랫폼이 약 5~15초의 시간이 걸린다는 점을 감안하면 최소 1.6배~5배 정도 빨라지는 것으로 스포츠 생중계, 재난 방송, 실시간 모바일 강의 등 즉각적인 양방향 소통이 필요한 영역에서 유용하게 활용될 수 있다.

스마트폰 생중계뿐 아니라 녹화 방송, 중간 광고 삽입, 통계 분석 등 전문 방송국 수준의 솔루션도 클라우드 형태로 제공한다. 특히 이 플랫폼은 시청 지역에 따라 각기 다른 연령별 맞춤형 광고를 실시간으로 제공할 수도 있다.

SK텔레콤 관계자는 "UHD 생방송 플랫폼에서 전송한 영상을 대형 방송국 송출 시스템과 연결하는 기술도 개발 중으로 향후 아마추어 1인 방송뿐 아니라 방송사에서도 스마트폰으로 생중계가 가능하도록 지원할 예정"이라고 덧붙였다.

SK텔레콤은 이외에 8K UHD 영상을 실시간으로 압축하는 '8K 슈퍼 인코더' 기술도 공개했다. 8K UHD 콘텐츠를 미디어 서버에서 실시간으로 압축해, 고객의 IPTV나 스마트폰 등으로 끊김 없이 전송하는 기술로 SK텔레콤은 자사 전시관에서 삼성전자가 제공한 110인치 8K SUHD TV를 통해 초고화질 영상이 압축되는 과정을 생생하게 전달했다.

8K UHD 콘텐츠를 압축 없이 전송하기 위해서는 수십Gbps급 네트워크가 필요하지만 8K 슈퍼 인코더 기술을 이용하면 콘텐츠를 최대 1:200비율로 압축해 100Mbps~1Gbps급 네트워크에서도 8K UHD 콘텐츠의 원활한 전송이 가능하다.

SK텔레콤은 "가까운 미래에 8K UHD TV와 초고해상도 모바일 기기 보급이 확산되면 이 기술은 유무선 네트워크 과부하를 줄이는 핵심 기술로 자리 잡을 것"이라고 설명했다.

8K 슈퍼 인코더는 본격적인 가상현실(Virtual Reality, VR) 시대를 여는 데 있어 필수 기술로도 평가받는다. VR 기기 이용 고객이 Full HD급 화질로 360도 가상체험을 하기 위해서는 VR 콘텐츠 자체가 4K·8K UHD 수준으로 제작돼야 하기 때문이다. 이 때문에 SK텔레콤 측은 향후 8K 슈퍼 인코더가 실시간 VR 방송·라이브콘서트·스트리밍 게임 등 초고용량의 VR 콘텐츠를 실시간으로 전송하는 핵심 기술로 자리 잡을 것으로 내다보고 있다.

현재 SK텔레콤은 8K 슈퍼 인코더의 원천기술인 HEVC(High Efficiency Video Coding) 표준화에 참여해 라이센서(Licensor) 자격을 보유하고 있다.

박진효 SK텔레콤 Network기술원장은 "아마추어 1인 방송부터 전문 방송까지 미디어 산업 영역은 점점 세분화되고 시장이 커지고 있는 추세"라며 "이번 MWC에서 시대를 앞서가는 미디어 혁신 기술을 선보인 것을 기반으로 다양한 글로벌 미디어 플랫폼 사업자들과 협력을 모색해 나갈 것"이라고 말했다.

민서진 seojin@kobeta.com

SBS, 윤세영 회장-윤석민 부회장 등기이사 추천…책임 경영 강화

"신속한 의사결정으로 급변하는 미디어 환경에 적극 대처할 것"

SBS미디어그룹은 2월 18일 이사회에서 윤세영 SBS 회장을 지주 회사인 SBS미디어홀딩스의 등기이사로, 윤석민 부회장을 SBS의 등기이사로 각각 추천했다고 밝혔다. SBS미디어그룹은 대주주의 책임경영을 강화하기 위한 방침이라고 설명했다.

SBS미디어홀딩스와 SBS는 각각 3월 말 정기 주주총회의 결의를 거쳐 윤세영 회장과 윤석민 부회장을 등기이사로 선임할 예정이다. 이로써 윤석민 부회장은 SBS미디어홀딩스와 SBS, 그리고 계열사인 SBS콘텐츠허브, 세 회사의 등기이사를 겸임하게 된다.

SBS 미디어그룹은 "이번 결정은 지난해 11월 창사 25주년을 맞아 선언한 '제2의 창업'을 보다 강력하게 추진하기 위한 의지의 일환"이라며 "책임 경영을 실현하고 신속한 의사결정을 통해 급변하는 미디어 환경에 적극적으로 대처하고 뉴미디어 분야를 선도하겠다는 의도"라고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

EBS엔 무슨 일이?

방통위, EBS 감사에 배인준 전 동아일보 주필 선임

EBS 노조 "공정성이 생명인 감사에 이념편향 인사라니 방통위는 제정신인가"

방송통신위원회는 2월 19일 제9차 전체회의를 개최해 EBS 감사로 배인준(63) 전 동아일보 주필을 선임했다. 하지만 야당 측 상임위원을 비롯해 전국언론노동조합 EBS지부에서도 "배 전 주필이 EBS 감사로서 업무에 대한 전문성이 떨어지고, 공정성과 객관성도 부족하다"며 반발하고 있어 상당한 후유증을 예고하고 있다.

배 전 주필은 서울대 철학과를 졸업하고 1977년 동아일보에 입사했다. 이후 경제부장, 논설위원실장, 논설주간, 한국신문방송편집인협회 회장 등을 역임했다. 방통위는 한국교육방송공사법에 따라 결격사유 해당 여부를 확인한 뒤 배 전 주필을 최종 임명할 예정이다. EBS 감사 임기는 임명일로부터 3년이다.

하지만 이날 야당 측 김재홍 부위원장과 고삼석 상임위원은 배 전 주필이 EBS 감사에 적절치 않다며 표결을 거부했다.

EBS 노조도 감사 선임 하루 전인 2월 18일 '공정성이 생명인 감사에 이념편향 인사라니 방통위는 과연 제정신인가'라는 제목의 성명서를 통해 "편향적인 인사를 선임하려는 불법적인 시도를 즉각 철회하라"며 "편향적 인사의 감사 선임을 강행한다면 현행 방송법 위반이라는 역사의 오점으로 길이 남게 될 것"이라고 비판했다. 이들은 "배 전 주필이 현직 시절에 쓴 몇 편의 칼럼을 보면 그가 갖고 있는 이념적 편향성이 적나라하게 드러나 있다"며 "언론인의 기본 덕목인 중립성을 상실한 것은 물론이거니와 누가 보더라도 특정 정파와 이념에 대한 편향성이 노골적"이라고 지적했다. 현행 방송법 제5조 방송의 공적 책임, 제6조 방송의 공공성과 공익성에 명백히 저촉되는 인물이라는 것이다. 또 "EBS는 헌법에 보장된 교육의 정치적 중립성을 지켜야 할 의무가 엄중하게 부여돼 있는 공영방송이고, 감사라는 직책은 그야말로 공정성과 객관성을 생명으로 하는 자리"라며 "그것이 좌든 우든 편향적인 인사가 EBS에 발붙일 곳은 그 어디에도 없다"고 덧붙였다.

전숙희 sh45@kobeta.com

EBS, 2월 29일 2016년 개편 단행

행복-미래-감동과 가치를 키워드로 하는 편성 개편

EBS가 2월 29일 교육 공영방송으로서 사회적 소명을 다하고 시대와 시청자들의 요구에 부응하기 위해 '행복', '미래', '감동과 가치'를 키워드로 하는 2016년 편성 개편을 단행했다.

먼저 EBS는 저출산·초고령화 사회로의 진입, 'N포 세대'로 대변되는 청년 세대의 좌절, 높은 사교육비 등 경제적·사회적 문제의 어려움을 극복하고 미래에 대한 희망을 준비하고자 인재 양성의 방향과 비전을 모색하는 대기획 〈글로벌 인재 전쟁〉과 우리 교육의 현주소를 진솔하게 담아내고 아젠다를 제시하는 〈교육 대기획-대학〉, 〈공부의 배신〉 등 교육 대기획 시리즈를 선보인다. 또 교사와 학생들에게 필요한 학습법 및 최신 입시 정보를 MCN 형식으로 제공하는 〈공부법 특강-미라클〉, 〈입시 핫라인-학과 선택/입시 정보〉, 최고의 육아전문가들이 부모들의 궁금증과 고민을 상담하는 '인터넷 라이브 육아학교 PIN'의 방송 버전 〈EBS 육아학교〉 등 학생들과 부모, 교사들을 위한 실용적인 교육 콘텐츠를 2TV와 플러스 채널을 중심으로 대거 편성한다.

뿐만 아니라 다양한 학문 분야의 주요 지식을 소개하는 클립형 콘텐츠 〈세상의 모든 법칙〉, 우리나라 방방곡곡을 다각도로 깊이 있게 조망하는 신개념 토크쇼 〈숨은 한국 찾기〉, 여러 석학들을 통해 삶의 지혜와 비전을 제시하는 〈EBS 특별기획 통찰(洞察)〉 등 대한민국 대표 지식 채널로서의 자리매김을 공고히 하고 가치 있는 지식을 전하는 콘텐츠들을 새롭게 선보인다. EBS는 미래와 세상을 향한 또 하나의 키워드로 중국을 고려해 중국이 가진 문화와 경제적 역량이 커지는 현실을 진단하고 중국에 대한 이해의 폭을 넓히며 우리 사회의 시사점을 찾기 위한 〈빅뱅 차이나〉, 〈차이나 리포트〉, 〈니하오 차이나〉 등 다수의 프로그램을 방송할 예정이다.

또한 은퇴 이후의 삶을 재발견하고 가치 있고 건강한 삶을 위한 중장년층 대상 프로그램을 대거 편성한다. 액티브 시니어들의 주요 관심사에 대한 실질적 정보를 제공하는 〈낭랑108세〉, 늦깎이 문해 학습자들의 도전을 다룬 〈성인문해교육 프로젝트-공부하기 좋은 날〉, 시니어 인턴 프로젝트 〈젓가락 행진곡〉, 5, 60대의 시선에서 바라본 생활 심리 다큐멘터리 〈인생 사계절〉 등을 만나 볼 수 있다.

유아·어린이 채널로 어린이들의 사랑을 받아온 EBS는 올해에도 창의력과 인성을 키우기 위한 7개의 신규 애니메이션과 다수의 라이브액션 프로그램을 편성한다. '뽀통령'이라 불리는 뽀로로가 새로운 이야기로 시청자들을 찾아오고, '초통령' 보니와 하니는 새로운 코너와 인서트 프로그램으로 즐거움을 줄 예정이다. 특히 국내 최초 한중합작 특수 촬영 드라마 〈레전드히어로 삼국전〉은 국내를 넘어 중국과 아시아 어린이들의 관심과 사랑을 받을 것으로 기대를 모으고 있다. 다큐 명가(名家)로서 세계적 수준의 다큐멘터리를 꾸준히 선보이는 EBS는 야생동물의 부성과 양육법을 담은 〈아버지의 이름으로〉, 인간과 호랑이, 자연의 공존의 이야기를 담은 〈시베리아 호랑이〉 등 고품격 자연 다큐멘터리와, 동양 철학의 깊이를 담은 〈제자백가: 절망을 이기는 철학〉, 경제 패권의 비밀을 고찰하는 〈패권의 비밀〉 등 명품 인문·사회 다큐멘터리를 선보일 예정이다.

강민정 mjkang@kobeta.com

“개별 SO 저작권 침해” 인정…또다시 지상파 손들어준 법원

청주지방법원 “CCS충북방송의 무단 재송신은 불법”

법원이 지상파 방송사가 각 지역의 종합유선방송사업자(SO)를 상대로 제기한 재전송료(CPS) 손해배상 소송에서 또다시 지상파 방송사의 손을 들어줬다. 지난달에 이어 이번 달에도 지상파 방송사의 저작권에 무게를 둔 판결이 나옴에 따라 법원의 판결이 재송신 갈등 해결의 실마리가 될 수 있을지 관련 업계의 이목이 쏠리고 있다.

청주지방법원 민사 제11부(윤성묵 부장)는 2월 18일 SBS와 청주방송이 CCS충북방송을 상대로 제기한 손해배상 청구 소송에서 CCS충북방송이 지상파 방송사의 저작권을 침해했다며 개별 SO의 손해배상 책임을 인정하는 원고 승소 판결을 내렸다.

앞서 지난 1월 13일 서울중앙지방법원도 지상파 방송 3사가 남인천방송을 비롯한 개별 SO 10개사를 대상으로 제기한 CPS 소송에서 개별 SO의 저작권 및 저작인접권 침해 등 불법 행위를 인정해 원고 일부 승소 판결을 내린 바 있다.

지상파 방송사들의 협의체인 한국방송협회는 “서울중앙지방법원에 이어 청주지방법원도 재송신 대가를 지급하지 않고 무단으로 지상파방송을 재송신하는 행위가 불법이고 이에 대한 손해배상 청구가 지상파 방송사의 적법한 권리 행사임을 확인해줬다”며 법원의 판결을 환영했다.

SBS는 “사업자 간 정당한 계약 없이 무단으로 이뤄지고 있는 개별 SO의 재송신이 지상파의 권리를 침해하는 명백한 불법 행위 그 이상 그 이하도 아님이 연이은 판결로 거듭 확인됐다”며 “개별 SO는 하루빨리 정당한 계약을 통해 불법행위를 중단해야 할 것”이라고 촉구했다.

방송협회는 다만 법원이 통상 280원인 CPS를 인정하지 않고, 가입자당 170원의 손해배상 금액 산정 기준을 제시한 점은 아쉽다고 밝혔다. 청주지방법원은 CCS충북방송의 손해배상 금액을 11억 5,400만 원으로 내놓으면서 SBS와 청주방송에 대해 각각 70대 30의 비율로 지급하라고 판결했는데 CPS를 170원으로 적용했다.

서울중앙지방법원도 지난달 판결에서 CPS를 190원으로 직권 조정한 바 있다. 서울중앙지법은 개별 SO의 사업 규모, 디지털 전환율, 매출액 등을 감안해 직권으로 손해배상 금액을 정했다고 설명했다. 개별 SO의 사업 규모와 매출액이 MSO·인터넷TV(IPTV) 등과 다르기 때문에 동일한 CPS 적용은 부당하고, SO의 재송신이 난시청 해소에 기여한 점이 있기 때문에 CPS 280원은 부당하다는 것이다.

법원이 잇따라 CPS 280원을 인정하지 않는 판결을 내놓자 한 유료방송 관계자는 “지상파 방송사에서 CPS 금액 인상을 요구하고 있는데 법원에선 280원도 인정하지 않고 있다”며 “직접 대놓고 이야기하지는 않지만 지금 상황에서 지상파 방송사의 CPS 인상 요구를 받아줄 유료방송 사업자는 없을 것”이라고 말했다. 법원이 내놓은 CPS가 재송신 협상에 상당한 영향을 미칠 것이란 의미다.

이에 대해 방송협회는 “청주지방법원이 CPS 170원을 제시한 것은 CCS충북방송이 최근 영업적자를 기록하는 등 경영 상황이 좋지 않다는 점을 고려한 판단으로 보인다”며 “재판부가 어떤 근거로 손해배상 금액을 산정했는지 면밀히 살펴본 후 향후 항소를 통해 통상 이용료가 280원임을 명확하게 입증할 것”이라고 밝혔다.

백선하 baek@kobeta.com

정치 편향 종편 문제…“다양성으로 객관성·중립성 확보해야”

심의 기구 독립, 청소년 보호 시간대 퇴출 등 의견도

최근 종합편성채널의 시사 토크 프로그램에서 지나치게 정치 편향적이거나 사실 근거 없는 발언이 이어지며 시민단체와 학계 등에서 언론의 중립성 상실을 우려하는 목소리가 높아지는 가운데, 현 상황의 더 큰 문제는 다양성을 잃은 것이라는 지적이 나왔다.

한국기독교교회협의회 언론위원회는 2월 25일 오후 2시 서울 정동 프란치스코 교육회관에서 ‘종합편성채널이 연출하는 한국 사회 이대로 좋은가’ 토론회를 개최했다. 이 자리에서 토론자로 나선 이정훈 서강대 언론문화연구소 선임 연구원은 “다른 나라에도 종편 같은 채널이 있지만 모두 우리나라 같지는 않다”며 “종편 자체도 문제지만 좋은 목소리가 없기 때문에 더 큰 문제가 되는 것”이라고 꼬집었다.

이 연구원은 “정치·경제·미디어 세 가지 체제는 유권자·소비자·시청자 없이도 굴러가는 방향으로 갖춰져 가고 있다”고 설명하며 “이런 국면에서 객관성·중립성을 확보하기 위해서는 무슨 이야기라도 자유롭게 할 수 있는 다양성이 필요하다”고 말했다.

시청자의 목소리가 큰 영향력을 발휘하지 못하는 체제 안에서 하나의 언론이 중립성을 가지기를 요구하는 것은 현실성 떨어지는 무리한 요구라는 것이다. 따라서 다양한 입장과 시각의 언론이 골고루 존재할 수 있도록 해 전체 합으로 봤을 때 객관성을 갖출 수 있는 환경이 마련돼야 한다는 것이다.

이날 토론회에는 정치 편향적인 종편의 문제를 지적하며 방송심의기구의 독립과 청소년 보호 시간대에서 프로그램을 퇴출해야 한다는 의견도 나왔다.

김력균 전국언론노동조합 정책국장은 종편에 너그러운 심의 기준을 지적하며 “심의위원 구성의 객관성과 심의의 실효화를 위해 방송심의기구를 독립시켜야 한다”고 말했다. 대통령 직속 기구로 설립돼 있는 방송통신위원회와 민간독립기구라고 하지만 사실상 정부 산하에 있는 방송통심심의위원회에 대한 개혁이 필요하다는 것이다.

유민지 민주언론시민연합 기획부장은 종편의 시사 토크 프로그램이 청소년 보호시간대에 많이 편성돼 있는 점을 지적하며 “정치 냉소주의, 성차별, 사회적 약자 폄훼 등의 발언을 일삼는 종편 프로그램을 청소년 보호 시간대에 방송하지 못하도록 해야 한다”고 강력하게 주장했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

2016년 광고 시장 큰 변화 예상

초 단위 시청률 반영한 ‘ARA 통합 플랫폼’ 구축된다

KT스카이라이프, 중소개별 PP와 ‘ARA 통합 플랫폼 상생 협력 MOU’ 체결

시청률을 초 단위로 분석하고 해당 광고를 처음부터 끝까지 시청한 경우에만 광고료를 정산하는 광고 플랫폼이 도입된다.

KT스카이라이프는 2월 24일 상암동 본사 대회의실에서 동아TV, 푸드TV, 홈스토리, 아시아N, GTV 등 중소개별 방송채널사용사업자(PP) 5개사와 ‘ARA 통합 플랫폼 구축을 통한 광고사업 상생 협력 업무 협약(MOU)’을 체결했다고 25일 밝혔다.

ARA(Advanced Realtime Advertising)는 빅 데이터 솔루션을 활용해 개발된 실시간 채널 종량제 광고로 시청률을 초 단위로 분석하고 해당 광고를 처음부터 끝까지 100% 시청한 경우에만 광고료를 정산한다. 광고주는 PC와 스마트폰으로 채널별·시간대별 광고 시청 현황을 초 단위로 파악할 수 있고, 광고 시장은 정확한 광고 시청 정보를 바탕으로 이뤄지는 거래로 투명한 체계를 구축할 수 있다는 장점이 있다.

지난해 10월 KT스카이라이프는 KT스카이라이프가 송출하는 90개 실시간 채널 스팟 광고에 ARA를 도입했고 출시 3개월 만에 광고 수주액 10억 원을 돌파할 정도로 광고주로부터 뜨거운 관심을 받고 있다.

KT 스카이라이프와 중소 PP는 이번 MOU를 통해 기존 스팟 광고에만 적용되던 ARA를 PP 프로그램 광고로 확대하는 통합 광고 상품을 출시한 뒤 향후 ARA를 인터넷TV(IPTV), 케이블 등 타 플랫폼으로 확장할 것이라는 ‘ARA 통합 플랫폼 구축 계획’을 밝혔다.

KT스카이라이프 관계자는 “먼저 이번 MOU를 통해 우선적으로 상생 협력 강화에 나선 5개 PP에게 초 단위로 광고를 분석한 빅 데이터를 공유하고 종량제 통합 상품을 구성해 실질적인 광고 매출을 늘릴 계획”이라며 “이후 가시적 성과를 바탕으로 ARA 통합 광고를 상반기 내 30개로 확대하고 장기적으로는 전체 유료방송 플랫폼에도 ARA를 공유해 방송 광고 선순환 생태계를 조성할 계획”이라고 설명했다.

윤용필 KT스카이라이프 콘텐츠융합사업본부장은 “ARA는 지금까지 신뢰성과 가성비를 바탕으로 단기간 내 가시적 성과를 창출했다”며 “새롭게 선보일 ARA 통합 플랫폼을 통해 방송광고의 경쟁력을 획기적으로 개선하고 매출 증대에 힘쓰겠다”고 밝혔다.

백선하 baek@kobeta.com

코바코, 중국 방송 광고 시장 본격 진출

중국 CCTV와 광고판매대행 계약 체결

한국방송광고진흥공사(코바코)가 중국 방송 광고 시장에 본격 진출한다.

코바코는 2월 22일 중국중앙방송국(CCTV)과 광고 판매 대행 계약을 체결했다고 밝혔다. 이번 계약으로 코바코는 CCTV 방송 광고의 한국 내 독점 판매대행권을 확보하게 됐다. 앞으로 CCTV에 광고를 원하는 한국 내 기업들은 코바코를 통해 CCTV의 방송 광고를 구매해야 한다.

앞서 코바코와 CCTV는 지난해 9월 중국 북경에서 양사 간 협력 양해각서(Memorandum of Understanding, MOU)를 체결했다. 그 결과 이번 설(중국 춘절)을 기점으로 ‘효’를 주제로 한 공익광고 공동 캠페인을 제작해 방송 중이다.

코바코는 “이번 계약으로 CCTV의 한국 내 광고 판매 통로가 만들어졌다”며 “국내 기업들의 중화권 마케팅에 유용한 채널이 만들어진 것”이라고 설명했다. 또한 “특히 중국 내 현지 법인이 미비하거나 중국 광고 매체에 대한 전문 지식이 없는 기업들도 코바코를 통해 원스톱으로 CCTV에 광고를 집행할 수 있게 됐다”고 덧붙였다.

코바코의 CCTV 판매 대행은 간편하고 투명한 거래뿐 아니라 중국 마케팅에 대한 종합 컨설팅을 받을 수 있어 관련 업계의 관심이 집중되고 있다. 코바코 관계자는 “중국 시장에 진출하는 수출 기업과 중소기업, 해외 홍보가 필요한 지자체나 공공기관 등 국내 광고주의 다양한 수요에 부응해 효과적인 마케팅 지원 서비스를 제공할 예정”이라고 말했다.

한편 CCTV는 중국 유일의 국가급 방송사로 중국 전역을 커버하고 있으며, 13억 명이라는 세계 최고의 가시청 인구를 보유한 방송사다.

강민정 mjkang@kobeta.com

3월 광고 시장, 반등세로 돌아선다

코바코 “계절적 성수기 기대감 반영돼”

3월 국내 광고 시장이 봄철 성수기를 맞아 활발해질 것으로 전망된다.

한국방송광고진흥공사(코바코)가 국내 광고 시장의 경기 변동을 파악하기 위해 매월 조사, 발표하고 있는 ‘광고 경기 예측 지수(Korea Advertising Index, KAI)’에 따르면 3월 종합 KAI는 133.2로 2월 대비 상승할 것으로 보인다.

지난 12월부터 금년 2월까지 겨울철 광고 비수기를 맞아 저조했던 광고 경기를 감안할 때 3월 광고 시장은 전 매체가 대부분 전월 대비 증가세로 돌아설 전망이다. 이 같은 전망은 개학과 함께 봄이 시작되는 계절적 요인으로 기업들이 본격적인 마케팅 활동에 들어가기 때문인 것으로 분석되고 있다.

다만 최근 국내 경제 상황이 매우 불안정한 상태에 직면하고 있어 소비 심리가 급반전하기는 어려울 것으로 보인다. 코바코 관계자는 “대외적으로 중국 증시의 불안정에 이어 일본의 마이너스 금리 영향과 저유가로 인한 중동 및 신흥 산유국 경기 악화로 국내 기업의 대외 경쟁력이 떨어지면서 수출이 하락세를 면치 못하고 있다”며 “이러한 영향으로 내수 소비 시장이 위축되는 가운데 최근 북한 변수가 발생해 소비 심리가 개선되지는 않을 것”이라고 설명했다.

매체별로 살펴보면 지상파TV 115.9, 케이블TV 117.3, 라디오 109.6, 신문 114.0, 인터넷 131.4로 나타났다. 경기 여건이 좋지 않은 상황에서 마케팅 여력이 있는 대기업 중심으로 지상파TV와 인터넷, 케이블 매체에 중점적으로 광고를 집행할 것으로 예상된다.

업종별로는 서비스(게임 및 온라인 콘텐츠 포함) 업종이 인터넷 매체에 광고를 대폭 증가시킬 것으로 나타났고 수입 자동차를 비롯해 아웃도어 등 패션 업종, 제약 및 의료 업종도 증가가 예상된다. 삼성전자의 갤럭시 S7의 출시와 한국GM 등 수입 자동차 광고 물량이 3월달에 예정돼 있어 이들 업종의 성장세가 눈에 띌 것이다.

한편 KAI는 주요 500대 기업을 대상으로 웹조사 패널을 구축해 매월 정기적으로 다음 달 주요 광고 매체별 광고비 증감 여부를 조사해 지수화한 것이다. 해당 업종의 광고주 중 광고비 지출이 늘어날 것이라는 응답한 숫자가 많으면 100이 넘고, 그 반대면 100 미만이 된다.

민서진 seojin@kobeta.com

2016년 방송 정책의 주요 이슈와 정책 방향

올해는 국내 방송 시장 및 관련 정책 방향에 있어서 매우 중요한 모멘텀을 갖는 한 해가 될 것으로 전망되고 있다. 특히 SK텔레콤의 CJ헬로비전 인수와 같이 방송 정책의 틀과 방송 시장 구조에 상당한 영향을 줄 것으로 예상되는 대규모 인수합병이 발생하고 있으며, 심화되고 있는 경쟁 및 관련된 분쟁 양상의 다양화, 4월 총선과 20대 국회의 출범 등 방송 정책에 영향을 가져올 수 있는 중요한 대내외적 이슈들이 산재해 있다. 물론 다양한 정책 이슈들 중에서 기존의 이슈들이 여전히 누적돼 유지되고 있는 경우도 있고, 새롭게 대두되는 이슈들도 있다. 따라서 현시점에서는 전체적인 방송 시장을 조망하고 방송 정책의 방향에 대해 다시 한번 재검토하는 것이 필요하다 하겠다. 따라서 본 고에서는 올해 방송 정책 관련 핵심 이슈와 요구되는 정책 방향에 대해 주요 매체별로 논의해 보기로 한다.

이 종 관
미디어미래연구소 정책연구실장

지상파방송 부문의 주요 이슈와 과제

지상파방송 부문의 주요 정책 이슈는 크게 공영방송 수신료, 광고제도 개선, 재송신 제도 개선으로 볼 수 있다.[1)]

첫째, 2013년 12월 10일 KBS 이사회에서 의결된 수신료 조정안(월 2,500원 → 월 4,000원)이 2014년 2월 28일 방통위를 거쳐 국회에 제출됐으나, 통과되지 못하고 계류된 상태다. 변화된 방송 환경에 따라 공영방송의 재원 구조 정상화 목적으로 KBS 수신료를 현실화하는 시도가 반복(2007, 2010, 2013년)되고 있음에도 불구, 여전히 현실화되지 못하고 있으며, 이번 19대 국회에서도 통과가 어려울 것으로 예상되는 상황이다.

둘째, 광고제도 개선과 관련해 지상파 광고총량제 개선 및 협찬 간접광고 제도 개선이 이뤄졌으나 지상파방송 광고 시장에 대한 활성화 효과는 미흡한 상태로 알려져 있다. 특히 지상파 방송사 측에서는 방송 광고 시장에서의 경쟁 상황이 개선(2014년 기준 HHI 1,570)됐고, 광고총량제 효과가 미미함에 따라 중간광고 도입을 통한 콘텐츠 제작 재원 확보 필요성을 제기하고 있다. 그러나 이에 대해 유료방송PP, 종편, 신문사 등에서는 광고비 쏠림 현상에 따른 경쟁 상황의 악화, 시청자 단체에서는 시청권의 훼손 등의 이유를 들어 완강히 반대하는 상황이 반복되고 있다.[2)]

셋째, 2009년 이후 재송신 관련 분쟁이 격화되고 있으며, 최근 약 60개에 가까운 소송이 진행되고 있는 실정이다. 실시간 방송의 블랙아웃은 물론 VOD 공급 중단 및 이에 대응한 유료방송 플랫폼의 광고 송출 중단 등 분쟁 유형이 확대되고 있는 모습이다. 지상파 측은 지상파 콘텐츠 저작권에 대한 정당한 대가 지급은 당연하다는 반면, 유료방송 측은 지상파가 요구하는 CPS 수준이 과도함은 물론 지상파의 보편적 서비스 제공 책무를 위반하고 있다는 주장이 대립 논리의 주를 이루고 있다.

재송신과 관련해 규제기관의 개입이 블랙아웃 방지와 같이 단편적으로 이뤄지고 있음에 따라 미국과 유사한 형태로 재송신 분쟁에 대한 접근(사법적 접근)이 이뤄지는 양상을 보이고 있는데, 결국 재송신의 제도적 측면과 사적 계약 분쟁 측면 간의 균형점을 어떻게 찾아야 하는지가 관건이라 하겠다. 향후 올림픽, 월드컵 등 주요 국민적 관심 행사의 중계권과 맞물려 분쟁 양상은 격화될 가능성이 높으며, 이는 지상파와 플랫폼 간의 영향력·시장력 변화에 따라 재송신 계약이 가변적으로 나타날 전망이고, 유료방송 시장에서의 M&A도 이러한 협상력에 영향을 미칠 것으로 예상된다.

유료방송 플랫폼 부문의 주요 이슈와 과제

올해 상반기에 가장 큰 이슈는 SK텔레콤의 CJ헬로비전 인수합병이라고 할 수 있다. 2015년 11월 2일 SKT와 CJ오쇼핑 이사회에서 SKT의 CJ헬로비전 주식인수를 의결한 이후, 현재 합병 절차가 진행 중이다. 이번 M&A는 통신 사업자가 유료방송 플랫폼 사업자에 대한 최초의 M&A라는 점, 권역 사업자(CJ헬로비전)의 전국 사업자(SK브로드밴드) 합병 및 전국과 지역의 복수 유료방송 사업면허를 보유하게 된다는 점, 유료방송 시장에서 MSP 수직계열 구조의 해체라는 특징이 존재한다. 이번 M&A는 방송 정책에 대한 전방위적인 영향을 미침과 동시에 향후 경쟁 사업자의 대응 M&A 발생 가능성, 케이블TV SO의 매각 추진 등과 맞물려 방송 시장 전반의 구조 개편을 야기할 가능성이 높다. 방송의 가치와 정책철학적 측면에서는 공공성과 지역성, 다양성에 영향을 미칠 가능성이 매우 높으며, 특히 방송 가치 보호를 위한 사전적 구조 규제 중심의 국내 방송규제 체계의 한계가 이번 M&A를 통해 표출됐다는 점에서 높은 정책적 시사점을 갖는다. 방송 산업 정책적 관점에서는 방송 시장에서의 유효 경쟁 정책 도입 필요성, 통신 시장의 지배력 전이에 따른 방송 시장의 집중 독점화 문제, 결합상품 경쟁에 따른 방송 콘텐츠 부문의 황폐화 등의 우려가 존재하는 한편, 시장 기능에 따른 매체 간 대체 퇴출 경로의 형성, 방송 시장으로의 자본 유입과 투자 확대 등의 순효과도 기대할 수 있다.

둘째, 결합상품 중심의 경쟁이 보편화되면서 방송 상품의 저가화에 따른 방송 시장 생태계의 취약화 이슈가 있다. 방송통신 결합상품에 방송 상품을 부상품화해 방송 상품의 이용 요금을 무료 수준에 가깝게 책정하는 양상이 발생함에 따라, 방송 시장의 생태계가 교란되고 있다는 것인데, 즉, 결합상품이 갖는 영향 중 수평적 시장에서의 경쟁제한성 외에, 수직적 시장에서 상류 시장의 수익성 악화와 생태계 교란 문제가 발생할 수 있다는 것이다. 이에 따라 플랫폼 부문에서는 동등결합 여부에 따라 독점적 상품의 시장지배력이 경쟁적 시장으로 전이된다는 문제가 존재하고, 콘텐츠 부문에서는 방송 상품의 저가화에 의한 PP 시장 수익 배분의 모수가 하락해 PP 시장의 수익성 및 건전성이 악화됨에 따라 콘텐츠 산업 활성화 및 유료방송 시장의 활성화를 저해할 가능성이 높다는 지적이 있다.

방송 콘텐츠 부문의 주요 이슈와 과제

방송 콘텐츠 부문에서 대두될 것으로 보이는 이슈의 첫 번째는 광고 시장에서 비대칭 규제가 유효한지 여부이다. 2013년 전체 방송 광고 시장에서 지상파방송 3사 계열의 광고 매출 기준 시장점유율은 2013년 65.0%를 차지해 전년 대비 1.4%p 하락했으며 종편 4사는 7.3%를 차지해 전년 대비 2.2%p 증가했다. 특히 CJ E&M의 약진과 종편PP의 성장에 따라 지상파 계열PP를 제외한 지상파방송 3사(관계 지상파 방송사 포함)의 점유율은 지속적으로 하락해 2013년 54.4%를 기록했다. 이에 따라 시장 경쟁 상황에 입각한 지상파와 유료방송 간의 비대칭 규제 논리가 취약해 지고 있으며, 지상파 진영에서는 지상파-유료방송 간 비대칭 규제의 완화를 주장하기 시작하고 있다. 이는 결국 방송 광고 시장의 경쟁 상황이 빠르게 개선돼 경쟁적 시장으로 평가된다고 한다면 현행 지상파와 유료방송 간의 비대칭규제를 유지해야 할 필요성이 약화될 수 있다는 것이고, 이는 전술한 중간광고 도입 논의와도 관련이 있다.

둘째, 유료방송 PP시장과 관련해 올해 상반기로 예정된 T커머스 채널(10개)의 재승인을 앞두고 플랫폼에서 경쟁적으로 T커머스 채널을 편성하고 있음에 따라 선호 채널 대역에서의 PP 송출 기회가 축소되고 있다는 지적이 있다. 즉, 기존 TV홈쇼핑(7개)과 더불어 선호 채널 대역(50번대 이하)에 17개의 상품 판매형 채널이 편성돼 홈쇼핑 채널이 과도하다는 우려와 함께 개별PP가 선호 채널 대역에서의 송출 기회가 제한된다는 지적이다.

셋째, 방송 콘텐츠 제작 시장에서의 외주제작 제도 개선 이슈가 있다. 2015년 방송법 개정에 따른 특수관계자 외주비율 폐지에 따라 외주인정 기준 및 외주편성 비율 고시의 개정이 추진 중인데, 외주인정 기준의 핵심 이슈는 수익배분 및 저작권의 인정기준 포함 여부며, 외주편성 비율의 경우 현행 고시된 비율 수준의 유지 또는 확대 여부라 할 수 있다. 드라마 장르의 외주사는 대형화가 이뤄지거나 중국 자본이 진입하고 있는 반면, 독립외주사는 여전히 영세한 상황으로 외주 시장의 양극화가 심화되고 있기 때문에 외주 시장의 건전한 발전 정책이 필요하다는 것이다.

방송 정책 방향

이와 같이 다양한 정책적 이슈가 존재하는 상황에서 2016년 상반기 방송통신 분야 최대 이슈 중 하나가 SK브로드밴드와 CJ헬로비전 간의 합병이라는 점을 고려하면 올해 우선적으로 요구되는 정책 방향은 방송 시장 구조 변화에 대응할 수 있는 정책의 점검과 개선이다. 단기적인 관점에서 보면 본 합병이 방송 시장에 가져올 수 있는 충격을 고려해 합병 심사 절차의 신중한 운영이 필요하고, 특히 변경 허가와 관련해서는 방송통신위원회의 사전동의를 공익성 심사에 준하도록 운영하는 정책 재량이 필요하다. 나아가 중장기적으로는 방송법을 개정해 향후 방송법에 공익성 심사 규정을 도입하는 방안의 검토도 필요하다.

한편, 방송 시장의 경쟁 정책과 관련해서는 2015년에 마련된 결합상품 규제 가이드라인의 재개정을 위한 논의가 다시 이뤄질 필요가 있다. 전술한 방송 시장 구조 변화 과정에서 나타난 방송 시장의 취약성을 반영해 방송 상품이 포함된 결합상품에 대해서는 별도로 규제하는 방안을 검토할 필요가 있다. 특히 유료방송 요금 규제가 상이한 상황에서 기존의 할인율 규제 방식의 실효성이 낮기 때문에 방송 상품에 대한 별도의 결합 규제가 필요할 수 있으며, 구조 개편과 더불어 결합상품 규제는 지상파와 PP에 대한 CPS 및 수익배분 구조에도 영향을 미치기 때문에 방송 산업 전반의 거시적 관점으로 접근해야 할 것이다. 이 외에 광고규제 및 비대칭규제 논의 역시 경쟁 정책 차원에서 점검할 필요는 있을 것으로 보여진다. 나아가 국내 방송 시장에서 약자로 분류되는 지역 중소 지상파 방송사, 개별PP, 독립 외주 제작사 등에 대한 정책의 개선을 추진함과 동시에 경쟁력 강화 정책도 수반돼야 할 것이다.

현재 국내 방송 시장은 전 매체에서 다양한 분쟁 유형 발생 가능성이 매우 높은 상황으로, 분쟁 조정 관련 규제기관의 정책 마련이 시급하다. 2014년 발의된 방송법 개정안(방송 분쟁 조정, 재정제도 도입, 직권조정, 방송유지재개명령권 도입 등)에서 일부 규정들이 삭제되고 통과됨에 따라 방통위의 ADR(대안적 분쟁조정제도) 제도가 완비된 상태라고 보기 어려운 측면이 있다. 최근 VOD 분쟁 사례에서 보듯이 분쟁 조정의 범위와 대상, 분쟁 조정의 효력 등에 있어서 회의적 시각이 존재한다. 따라서 향후 ADR 제도의 완비성을 도모하기 위해 분쟁 조정의 범위와 대상 확대, 재정제도 도입 등을 다시 추진할 필요가 있다.

끝으로 방송법과 IPTV법을 통합한 방송법 개정안(통합법제)이 19대 국회에서 통과되기 어려운 상황으로 예상됨에 따라, 향후 20대 국회의원 구성이 완료되면 재발의를 추진하고 조속한 입법을 추진할 필요가 있다.

1) 이 외에도 지상파 부문에서는 UHD방송 도입, MMS 본방송 개시 이슈 등이 있다. 현안이기 보다는 중장기 정책 방향에 가까운데, 유료방송 시장에서의 M&A 등으로 인해 방송의 공공성이 취약해지는 상황에서 무료 보편적 지상파 플랫폼의 강화를 위해 UHD 방송의 도입과 MMS의 확대 정책이 필요하다는 지적도 있다.

2) 한편, 2017년으로 예정된 결합판매 고시 개정(비율 재조정, 매체사 재배분, 신규 방송사 할증비율 폐지 등)에 대비하여 방송광고 결합판매 제도 개선 논의도 시작되고 있다.

3월 드라마 대전 센 놈들이 몰려온다

새해를 맞이하고 설을 보내도 시작이라는 느낌이 들지 않았는데 3월 문턱에 서고 나니 비로소 무언가가 시작하는 것 같다. 아이들은 새로운 학교와 친구들 생각에 들떠있는 요즘, 방송가는 새로운 드라마의 첫 방송을 앞두고 설레고 있다. 3월에는 드라마의 대격전이 치러질 예정이다. 〈미세스캅2〉, 〈피리부는 사나이〉, 〈굿바이 미스터 블랙〉 등 많은 드라마가 3월 초부터 말까지 첫 방송을 앞두고 있으며 〈태양의 후예〉와 〈돌아와요 아저씨〉는 2월 24일 첫 방송을 선보이며 3월 대전에 조금 일찍 들어섰다. 이번 호에서는 주목할만한 특징 4가지를 중심으로 3월에 선보일 드라마를 소개해보고자 한다.

사전 제작 드라마

3월 대전을 앞둔 수많은 드라마 중에서도 연일 화제를 불러일으키고 있는 것은 KBS2의 〈태양의 후예〉다. 송혜교가 2013년 SBS 〈그 겨울, 바람이 분다〉 이후 3년 만에 드라마로 시청자에게 찾아왔으며, 송중기가 2년간의 군 생활을 마치고 복귀작으로 선택한 작품이기 때문이다. 〈비밀〉, 〈연애의 발견〉의 이응복 PD와 〈시크릿 가든〉, 〈상속자들〉을 성공시킨 김은숙 작가라는 든든한 제작진도 있다. 120억이라는 드라마에서는 좀처럼 없는 막대한 제작비와 그리스에서 이뤄진 해외 촬영도 빼놓을 수 없다. 그리고 무엇보다도 이 드라마가 주목받고 있는 이유는 100% 사전 제작 드라마라는 점이다.

사전 제작 드라마는 이전에도 없었던 것은 아니지만 최근 들어 그 비중이 계속 늘고 있다. 〈태양의 후예〉처럼 100%까지는 아니더라도 반 정도의 분량을 미리 촬영해두는 반(半)사전 제작이 특히 많다.

촬영 날이 되도 나오지 않는 쪽대본 이야기는 방송가는 물론 시청자에게도 익숙한 이야기였고 비판받아 왔다. 그런 가운데 사전 제작은 열악한 드라마 제작 환경을 개선하는 좋은 흐름이다. 제작진도 더 높은 완성도의 작품을 보여줄 수 있고 시청자의 만족도도 높여줄 수 있다.

이런 장점에도 불구하고 그동안 사전 제작이 잘 이뤄지지 않았던 이유는 리스크 때문이다. 열심히 제작해놓고서 판매가 되지 않으면 이미 지출된 제작비를 회수할 방법이 없다. 작은 제작사의 경우 자칫하면 부도 위기로 내몰릴 수도 있다.

그러나 이제 상황이 변했다. 중국 시장의 문이 열렸기 때문이다. 중국에서 드라마를 방송하기 위해서는 6개월 전에 프로그램 방영 계획을 보고하고 3개월 전에 작품 전체에 대한 심의를 받아야 한다. 사전 제작을 하지 않을 수 없는 구조다. 〈태양의 후예〉는 이 같은 심의를 통과하고 2월 24일 한국과 중국에서 동시 방영을 시작했다.

사실 우리나라에서는 100% 사전 제작 드라마가 성공한 사례가 많지 않다. 반사전 제작으로 방영된 tvN의 〈치즈인더트랩〉은 호평을 받던 방영 초기와 달리 결말을 코앞에 두고 이야기의 흐름에 대해 시청자의 불만이 터져 나오고 있다. 그렇다 해도 이미 촬영은 모두 끝나 시청자의 의견을 반영할 수도 없는 상황이다. 이런 문제를 사전 제작 때문이라고 해야 할까, 사전 제작임에도 준비가 부족했다고 해야 할까?

〈태양의 후예〉를 기대하고 있는 이들 중에는 100% 사전 제작 드라마가 가질 수 있는 탄탄한 스토리, 감각적인 연출, 높은 완성도를 바라는 이들이 적지 않다. 이제 와 무슨 말을 들어도 이미 주사위는 던져진 상황에서 〈태양의 후예〉가 어떤 결실을 볼지 궁금하다.

시즌제 드라마

또 하나 눈에 띄는 작품은 시즌제 드라마인 SBS의 〈미세스캅2〉다. 경찰로는 백점이지만 엄마로서는 빵점인 정의롭고 뜨거운 심장을 가진 경찰 아줌마의 활약을 통해 대한민국 워킹맘의 위대함과 애환을 그리는 드라마로 지난해 여름 시즌1을 방영했다.

시즌제 드라마는 전편의 설정을 그대로 가져와 소재만 바꿔 제작하는 것으로 미국에서 처음 개발됐다. 케이블 채널에서는 〈신의 퀴즈〉, 〈특수사건 전담반 TEN〉, 〈막돼먹은 영애씨〉, 〈응답하라 시리즈〉와 같이 많은 시즌제 드라마를 볼 수 있다. 〈응답하라 시리즈〉의 경우 3시즌 동안 뜨거운 호응을 얻으며 시즌제 드라마의 성공 사례로 꼽힌다. 〈막돼먹은 영애씨〉 또한 시즌15가 2016년 방영 예정되면서 전무후무한 기록을 세우고 있다.

시즌제 드라마는 성공한 드라마를 활용한다는 점에서 시청률과 인기가 보장돼 실패할 확률이 낮다. 시즌1의 성공을 보았기 때문에 광고나 협찬도 쉽게 들어온다. 그러나 이상하게도 지상파 방송사의 시즌제 드라마는 성적이 그리 좋지 못했다. 애초에 지상파방송에서는 시즌제 드라마가 많은 편은 아니다. KBS의 〈학교〉, 〈아이리스〉, 〈드림하이〉 정도를 꼽을 수 있을 텐데 〈아이리스2〉와 〈드림하이2〉의 경우 전작만큼 흥행하지는 못했다. 그 이유야 결과를 보고 이야기하자면 많겠지만, 개인적으로 꼽는 이유는 이 작품들이 과연 진짜 시즌제 드라마였는가 하는 점이다. 〈학교〉, 〈아이리스〉, 〈드림하이〉 모두 전작과 배경만 같을 뿐, 새로운 배우와 전혀 다른 별개의 스토리로 시즌2를 끌어간다. 전작의 팬들이 시즌2를 봐야 할 이유의 상당 부분이 사라지는 것이다. 시즌제가 흔한 미국의 경우, 주요 인물의 큰 변동 없이 5년, 10년씩 이야기를 이어가는 경우가 대부분이다. 아역 배우가 어른이 돼가는 모습을 보는 경우도 많다. 배역을 바꿨다가 시청자가 떠나가는 경우도 적지 않다.

반면 〈미세스캅2〉의 경우 주인공인 '아줌마 경찰'은 김희애에서 김성령으로 바뀌게 됐지만, 주변 인물들은 시즌1과 같은 배우들이 연기한다. 같은 캐릭터를 다른 배우가 하는 것이 아니라 FBI 연수를 마치고 강력팀에 온 '새로운 팀장'이라는 자연스러운 이야기 연결을 취하고 있다. 전작을 리셋하고 아무것도 없었던 것으로 하지 않은 것이다. 〈미세스캅2〉가 기대되는 이유다.

원작을 둔 드라마

소설, 만화, 웹툰 등 이미 성공한 좋은 작품을 토대로 드라마를 제작하는 일은 이제 흔한 일이 됐다. 시즌제 드라마처럼 원작으로 성공 가능성이 어느 정도 확인됐으며 원작의 인기를 가져올 수 있기 때문이다. 덕분에 분기마다 원작을 둔 드라마가 많이 제작되고 있는데, 3월 역시 다르지 않다.

우선 SBS의 〈돌아와요 아저씨〉는 우리나라에서는 '철도원'으로 이름을 알린 아사다 지로의 소설 '츠바키야마 과장의 칠일'이 원작이다. 이미 일본에서 큰 인기를 얻어 2003년에는 연극 무대에 오르고 2006년에는 영화로 제작됐으면 2009년에는 드라마로 제작된 바 있다. 〈돌아와요 아저씨〉는 원작 소설의 핵심인 '역송 체험'을 모티브로 가져왔다. 역송 체험은 생애 미련을 버리지 못한 죽은 사람의 혼이 못다 한 일을 마무리 지을 때까지 이승으로 돌아오는 것이다. 〈돌아와요 아저씨〉에서는 가족보다 일을 앞세우며 일만 하다가 과로로 사망한 김영수(김인권 분)와 20년 넘게 깡패로 살아오다 사고로 사망한 한기탁(김수로 분)의 혼이 이해준(정지훈 분)과 한홍난(오연서 분)의 몸을 빌려 이승으로 돌아온 뒤 벌어지는 일들을 담으며 2월 24일 첫 방송을 선보였다.

두 번째로, 우리나라 순정만화계에서 절대 빼놓을 수 없는 황미나 작가의 '굿바이 미스터 블랙'을 드라마로 만나게 된다. MBC에서 3월 16일 첫 방송을 앞두고 있는 〈굿바이 미스터 블랙〉은 〈내 마음이 들리니〉, 〈보고싶다〉를 집필한 문희정 작가가 극본을 맡아 기대를 모으고 있다. 복수를 위해 몇 번의 죽음 위기를 겪는 남자가 신분 위장을 위해 가짜 결혼식을 올린 신부로 인해 사랑과 인간에 대한 신의를 회복하는 이야기로 로맨스 드라마에서 좋은 결과를 내온 이진욱과 문채원이 열연하며 2월 22일 첫 촬영에 들어갔다.

세 번째는 해출링의 웹툰 '동네변호사 조들호'를 원작으로 하는 KBS2의 〈동네변호사 조들호〉다. 잘나가는 변호사 조들호가 검찰의 비리를 고발해 나락으로 떨어진 후 인생 2막을 여는 이야기를 그리는 드라마로 들판의 호랑이라는 이름 뜻처럼 괴상하고 괴팍하며 괴짜인 변호사 조들호의 활약이 기대된다. 최근 예능으로 활약하고 있는 박신양이 조들호 역을 맡아 2011년 〈싸인〉 이후 5년 만에 브라운관에서 연기를 선보이며 3월 28일 첫 방송을 앞두고 있다.

지상파 방송사 VS 케이블 채널

마지막으로 3월 드라마 대전에서 눈여겨 볼만한 점은 지상파 방송사와 케이블 채널의 대결이다. 지상파와 케이블이 직접 같은 시간대를 두고 시청률 경쟁을 하는 드라마는 없지만, 최근 케이블 채널의 잇따른 성공으로 지상파 방송사의 위기를 말하는 이들이 적지 않다.

tvN에서 좋은 반응을 보이며 방영 중인 〈시그널〉의 경우 SBS에서 퇴짜 맞은 전력이 드러났다. 방송사에서 시놉시스가 전전하는 것은 흔한 일이지만 SBS에서 PD가 정해지고 방송 일시까지 논의되던 중 시청률이 잘 나오지 않는 '장르물'이라는 이유로 편성 불발된 〈시그널〉이 8%가 넘는 시청률을 기록하면서 이런 사실이 주목받고 있다.

tvN은 〈시그널〉의 후속작으로 3월 18일 〈기억〉을 준비하고 있다. 알츠하이머를 선고받은 로펌 변호사 박태석이 남은 인생을 걸고 기억을 잃어가면서도 끝내 지키고 싶은 삶의 소중한 가치와 가족애를 그린 드라마다. 오랫동안 안정적인 연기를 선보여 오다가 〈미생〉으로 주목받은 이성민이 박태석 역을 맡았다. 게다가 〈부활〉, 〈마왕〉, 〈상어〉로 이어지는 복수 3부작으로 유명한 박찬홍 감독과 김지우 작가가 다시 한 번 뭉치면서 많은 기대를 모으고 있다.

그리고 또 하나의 장르물 〈피리부는 사나이〉도 3월 7일 tvN에서 선보인다. 과거 기업 협상가였던 천재 협상가 주성찬(신하균 분)이 경찰 내 위기협상팀의 외부자문위원으로 팀을 도우며 많은 사건의 배후에 있는 '피리부는 사나이'라는 미스테리한 인물에 맞선다. 협상이라는 독특한 소재를 중심으로 하는 수사물에, 탄탄하고 짜임새 있는 스토리와 연출로 호평을 받은 〈라이어 게임〉의 김홍선 감독과 류용재 작가가 다시 한 번 의기투합했다.

이렇게 러브라인은 잠시 내려놓은 참신한 소재의 드라마를 왜 지상파 방송사에서는 볼 수 없는 걸까? 지상파 방송사도 억울한 심정을 말하자면 끝이 없다. 케이블 채널에 비해 공공성과 도덕성 같은 기준은 물론이고 시청률에 대한 기대가 높은 지상파 방송사에서 모험을 강행하기란 쉽지 않다. 2011년 김은희 작가의 〈싸인〉을 SBS에서 방영하며 마지막 회 시청률 22.1%라는 큰 성공으로 같은 작가의 〈유령〉, 〈쓰리데이즈〉같은 장르물을 잇따라 편성해보기도 했지만 기대만큼 결과물이 좋지 않았다. 이런 가운데 이번 3월 드라마 대전에서 케이블 채널의 성공이 계속 이어질지, 지상파 방송사의 자존심을 세울 수 있을지 귀추가 주목된다.

전숙희 sh45@kobeta.com

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

칼럼

천재가 나르샤

오건식
SBS 뉴미디어개발팀 부국장

알베르트 아인슈타인이 100년 전에 예언했다던 '중력파'의 존재를 실증했다고 해 과학계가 난리다. 완성된 지는 25년이나 됐지만 본격 가동된 지는 6개월밖에 안 된 라이고(레이저 간섭계 중력파 관측소)에서 그 실체를 증명했다고 한다. 그 측정 원리는 중력파가 지나가면 공간을 변형시키기 때문에 미리 알고 있는 거리가 약간이라도 변형이 되는지 여부를 가지고 판단했다고 한다. 실제로 길이가 4km가 넘는 위치에 거울을 놓고, 그 거울 사이에 레이저를 여러 번 왕복시켰을 때 발생하는 시간의 변화를 측정해 중력파가 지나갔음을 판별했다고 한다. 처음으로 13억 광년 떨어진 곳에서 두 블랙홀이 합쳐지면서 발생한 중력파를 관측했다고 한다. 중력파의 검출이 우연이 아님을 입증하기 위해 3,000km 떨어진 곳에 똑같은 시설을 만들어 두 곳에서 같은 결과가 나왔음을 가지고 비교 증명했다고 한다.

100년 후에나 증명이 될 정도의 사안을 미리 예견한 과학적 상상력이란 측면에서 보면 아인슈타인은 천재임에 분명하다. 일반인은 비교적 요즈음 영화인 '인터스텔라'를 보면서도 블랙홀의 존재 자체를 믿기 어려운데, 블랙홀은 당근 있는 것이고 블랙홀이 충돌하면 이러이러한 중력파가 나올 것이라는 예측을 100년 전에 했다는 것이 놀라울 따름이다. 아마 중력파에 대한 생각은 일반상대성 이론 발표보다 더 일찍 했을 것이니, 아이디어 자체는 100년이 더 됐을 것이다. 우리는 매일 지나다니던 거리가 어느 날은 좀 더 멀어 보이거나 좀 더 가까워 보인 적이 있었을 것이다. 지금 생각하면 혹시 중력파가 지나가서가 아니었을까? 어쩌면 단지 '기분 탓'이 아니라 실제로 중력파를 경험했었는지도 모를 일이다.

> 과학기술 발전은 연속적으로 이뤄지지는 않는 것 같다. 가끔 천재들이 나타나서 툭 한마디 한 것이 비약적인 발전의 토양이 되는 것이다. 이른바 Quantum Jump.

비교적 최근의 또 다른 물리학계 업적으로는 2013년 힉스(Higgs) 입자의 발견을 들 수가 있다. 1964년에 영국의 물리학자인 피터 힉스가 기본 입자들에 질량을 부여하고 사라진다는 입자의 존재를 예측했고, 그 입자의 존재를 50년 만에 증명했다는 것이다. 존재 자체를 입증만 하면 노벨상감이라고 해 과학자들이 스위스의 CERN(유럽입자물리연구소)에서 치열하게 경쟁을 했던 적이 있다. 다행스럽게도(?) 그 해 노벨 물리학상은 힉스 입자의 존재 예측을 한 힉스 교수와 벨기에의 알글레르 교수에게 수여됐다. 물론 힉스 입자의 발견은 사기라는 이들도 있었다. 독일의 한 물리학자는 '힉스 입자는 사기다(The Higgs Fake)'라는 책까지 펴내 가면서 노벨위원회가 속았다고 했다. 어디에나 사촌이 땅 사면 배 아픈 이들이 있는 것 같다.

이런 사례들을 보면 과학기술 발전은 연속적으로 이뤄지지는 않는 것 같다. 가끔 천재들이 나타나서 툭 한마디 한 것이 비약적인 발전의 토양이 되는 것이다. 이른바 Quantum Jump.

며칠 전 평창동계올림픽 D-2년 특별세미나에 다녀왔다. 주최인 미래부 홈페이지에 들어가 봐도 세미나 개최에 대한 안내가 없었고, 구글링을 해도 실체를 알기 어려웠던 행사였지만 어떻게 알고는 많이들 참석했다. 그 세미나의 부제는 '방송과 통신이 함께 하는 평창 ICT 동계올림픽'이었다. 발표 내용을 요약하면 평창 동계올림픽은 'UHD+5G+IoT'의 시연장이 될 것 같다. 대략은 아는 내용이었지만 발표를 듣고서 씁쓸했던 점은 방송은 뱁새걸음, 통신은 황새걸음이라는 것을 다시 확인한 것이었다. 방송 진영에서는 4K UHD가 방송될 수 있도록 나름 별의별 현란한(?) 방법을 다 고안하고 또 도입해서 6MHz Band 내에 HD 대비 4배의 정보량을 보낼 수 있게 됐다. 통신 진영에서는 2018년 평창 동계올림픽에 5G 서비스를 도입하고, 2020년에는 상용 서비스를 개시한다고 한다. 현재 4G LTE 서비스의 속도는 최대 300Mbps이다. 이것도 통신사가 CA 기술을 통해 달성하고 있다고 주장하는 수치다. 그런데 5G는 20Gbps 이상의 속도를 달성하겠다고 하니 지금보다 최소 70배가량 빠른 속도다. 실제로 올해 WMC에서 이 속도의 시연을 했다고 한다. LTE 상용화된 것이 2011년이니 10년도 안 돼서 70배를 달성하겠다는 것이다. 방송은 거의 20년 만에 4배도 벅찬데.

이제 방송기술에도 천재가 나와야 할 것 같다. Quantum Jump할 수 있는 무언가를 제시할 수 있는 엔지니어를 찾아보자. 주변에 기인이라고 소문난 방송 엔지니어가 있으면 다시 봐야 할 것 같다. 혹시 6MHz 내에 방송 신호 100Mbps 보내는 것은 일도 아니라는 하는 이는 없는지, 요즘 이슈가 되고 있는 LDM을 10개라도 쌓아서 보낼 수 있다고 우기는 동료는 없는지. 조만간 천재를 못 찾으면 힉스 입자 발견 때처럼 '5G는 사기다'라고 외쳐야 할지 모른다. 평창올림픽의 기운을 타고 방송기술계에 천재가 출현하기를 애타게 바란다. 부디 내려 주소서~

사설

지상파 UHD 활성화 위해 중간광고 허용과 수신료 현실화돼야

작년 12월에 미래창조과학부와 방송통신위원회가 지상파 UHD 방송 도입을 위한 정책 방안을 발표하면서 2017년 2월 수도권 지역부터 시작해 단계적으로 전국적인 UHD 방송 환경을 구축하겠다는 계획을 내놓았다.

이에 따라 지상파 3사는 실무진을 구성하고 투자 계획을 수립하는 등 분주한 모습이다. 하지만 이면에는 2027년까지 UHD 전환에 소요되는 6조8천억의 재원 마련을 어떻게 해야 할지, 당장 어느 정도까지 시설 투자를 해야 하는지 전전긍긍이다.

이는 2012년까지 디지털 전환 사업을 하면서 지금의 재정적인 위기를 초래한 과거의 경험이 또다시 재현되지 않을까 하는 우려 때문이지 않을까 생각한다. 물론 최근까지 세계적인 경제 불황에 유료방송이나 종합편성채널의 선전으로 지상파의 광고가 급감해 각 지상파의 경영 위기가 그 어느 때보다 고조돼 있기도 하기 때문이다.

지상파 UHD 방송은 침체된 방송 관련 산업을 부흥시키고 DTV 전환 시 실패했던 직접수신율을 끌어올려 고품질 실감방송의 체험을 소득 격차 없이 모든 국민에게 무료로 제공해 보편적 복지를 향상시킨다는 데 큰 의미가 있다.

예전에는 프리미엄 서비스라 단정 짓기도 했지만 현실화된 수상기 가격이나 더 실감방송에 접근하는 UHD 신 기술뿐 아니라 지금 떠오르는 VR(가상현실)에 쓰일 양질의 콘텐츠를 많이 생산하기 위해서라도 지상파 UHD 방송은 더 이상 선택이 아닌 반드시 가야 할 길로 규정되고 있다.

문제는 재원 마련이다. 앞에서도 언급했지만 갈수록 경기불황과 다매체의 영향으로 지상파의 광고는 급감하고 있다. 정부 관련 부처에서는 UHD 관련 대부분의 예산이 콘텐츠 제작에 들어가는 만큼 지상파에서 재원 마련을 해야 한다고 하지만 지금까지 유료방송시장에 우호적인 비대칭 규제로 지상파는 여력이 없는 형국이다.

정부 관련 부처도 민관펀드 조성을 통해 콘텐츠 제작 지원을 하겠다고는 하지만 올해도 511억이나 들어가는 시설 투자와 제작 비용은 당장 중간광고허용이나 협찬고지규제 완화 등의 현실적인 정책적 지원이 이뤄지지 않으면 힘든 부분이다.

미래창조과학부와 방송통신위원회가 정말 세계 최초 지상파 UHD를 활성화해 다시 한 번 한류를 일으키고 방송 산업을 부흥시키고자 한다면 적극적인 수신료 현실화와 중간광고 허용, 협찬고지 완화, 방송통신발전기금 사용 등 정책적 지원을 아끼지 말아야 한다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발 행 인 | 이후삼 편집주간 | 유주열
편집위원 | 백낙운, 이승호, 남태현, 최권용, 나경록
취재기자 | 백선하, 이진범, 강민정, 민서진, 전숙희
기 획 실 | 강동균
인 쇄 인 | SJC성전
주 소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
전 화 | 02-3219-5637
팩 스 | 02-2647-6813
트 위 터 | @KOBETA_COM
홈페이지 | www.kobeta.com
정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

기사제보 광고문의 02-3219-5637 / kobeta@naver.com

언론을 보는 맑은 창!
미디어오늘
www.mediatoday.co.kr

언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

국내 최고의 미디어비평 전문 주간신문 미디어오늘에서 깊이 있고 발빠른 미디어세계를 만나십시오.

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

KOBA 2016

26회 국제방송 · 음향 · 조명기기전

KOREA INTERNATIONAL BROADCAST
AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW

2016.05.24-27
COEX,SEOUL

www.kobashow.com

주 최 한국이앤엑스 · 한국방송기술인연합회

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

특별후원 CBS · 아리랑국제방송 · tbs

문 의 한국이앤엑스 02-551-0102 / koba@kobashow.com

산업통상자원부 ufi Approved Event 서울특별시