The Korea Broadcasting Engineers & Technicians Association

방송기술저널

제230호 | 2016년 4월 27일 수요일

KOBA특집 ▶5면
WMF 2016, 5월 24일 개최… 미디어 특이점이 온다

참관기 ▶6면
NAB 2016을 다녀와서

오피니언 ▶7면
[칼럼] 골라 먹는 재미

KBS 기술 조직 조각났다…기술본부 기능 축소된 조직개편안 공개

KBS방송기술인협회 "TF 통해 단일안 만든 후 혁신추진단과 협의할 것"

KBS 기술 조직이 뿔뿔이 흩어질 위기에 처했다. 하루가 다르게 발전하는 차세대 방송 기술을 선도하는 역할을 했던 만큼 벌써부터 국내 방송 기술이 후퇴할 수도 있다는 우려가 나오고 있다.

최근 고대영 KBS 사장 직속 혁신추진단은 1실(전략기획실), 6본부(방송사업본부·미래사업본부·보도본부·제작본부·네트워크본부·운영본부), 3센터(영상제작센터·제작기술센터·라디오센터), 1사업부(드라마사업부)를 기본으로 하는 조직 개편안을 내놓았다. KBS 경영진은 4월 18일 조직개편안을 내놓고, 4월 20일 이사회에 보고했다. KBS 경영진은 다음 이사회에서 개편안을 통과시킨다는 계획이다.

이번 개편안에서 가장 눈에 띄는 부분은 기술본부가 네트워크본부로 재편되면서 그 기능이 상당 부분 축소됐다는 것이다. 기술본부 산하에 있던 기술관리국의 기술운영부와 기술기획부는 부서 자체가 사라졌다. 다만 기술관리국의 장비관리부 기능은 미래사업본부 산하 인프라투자국으로 들어갔다. 기술 개발의 큰 몫을 담당했던 기술연구소는 미래기술연구소로 바뀌면서 미래사업본부 산하로, 건설인프라주간은 운영본부 산하로 옮겨졌다.

제작기술센터도 마찬가지다. 제작기술센터 산하에 있던 TV송출부는 방송사업본부로 옮겨졌고, 제작기술운영부는 기존 TV기술국, 보도기술국, 라디오기술국, 중계기술국으로 녹아들어 TV기술운영국, 보도기술운영국, 라디오기술운영국, 중계기술운영국으로 명칭이 바뀌었다. 즉 방송 기술을 총괄 운영하던 기술본부와 제작기술센터의 기능이 방송사업본부, 미래사업본부와 운영본부로 뿔뿔이 흩어진 것이다.

KBS 내부 구성원들은 즉시 반발하고 나섰다. KBS방송기술인협회는 4월 19일 성명서를 통해 "당초 제작인프라본부가 될 것이라던 제작기술센터는 겨우 명맥만 유지하고, 기술본부는 지상파 송신망 구축·운영에 대한 업무만 남겨진 네트워크본부가 된다"며 "한 사람의 장기가 전국 팔도로 팔려나가듯 기술 조직이 뿔뿔이 팔려간다"고 격한 울분을 쏟아냈다. 이어 "지상파방송 사업자 역할의 중심 부서인 기술본부를 한낱 송신망 운용 부서로 축소시킨 이유가 무엇이냐"고 의문을 표했다.

한 방송사 관계자는 "기술본부는 지상파 방송사가 플랫폼 사업자의 지위를 유지할 수 있도록 기술 발전 추세에 맞춰 기획하고 운영하는 역할을 해왔는데 그 역할을 축소한다는 것은 KBS가 플랫폼 사업자의 지위를 포기한다는 것을 의미한다"며 "기술이라는 분야는 기획부터 시스템 기획 및 구축, 관리에 이르기까지 하나의 컨트롤 타워에서 총괄 관리해야 한다는 것을 경영진이 모르고 있는 것 같다"고 말했다.

이 같은 내외부 반응에 KBS 노동조합은 4월 19일 성명을 내놓고 "미디어 산업의 핵심 가치 사슬인 콘텐츠-플랫폼-네트워크가 수직계열화하고 있는 최근의 외부 환경 변화에 어떻게 대응할지, 기획-제작-유통-광고로 이어지는 업무 프로세스를 어떻게 유기적으로 결합해 효율화할지에 대한 고민이 없고 오히려 이들 부서들을 여러 본부에 산재시켜 효율성을 떨어뜨리고 있는 형국"이라며 "즉시 조직 개편 작업을 중단하라"고 촉구했다.

이번 개편안의 또 다른 특징은 직종 중심에서 사업 프로세스 중심으로 조직을 개편하면서 수익 극대화를 강조했다는 점이다. 혁신추진단은 본사 조직을 방송사업과 미래 사업 중심으로 재편하면서 마케팅 조직을 신설해 사업 수익을 극대화할 것이라고 말했다. 실제로 6개 본부 중 2개 본부 이름에 '사업'이라는 단어가 들어간다.

문제는 KBS가 공영방송이라는 점이다. 공영방송은 수신료 중심의 재원 구조를 통해 경쟁에서 자유로운 공정하고 공익적인 콘텐츠를 제작해야 하는 방송사다. 대표적인 공영방송으로 꼽히는 영국의 BBC는 수신료 비중이 약 70%를 차지하고 나머지 30%는 콘텐츠 유통 및 판매 수입이다. 광고 수입은 없다. 이 때문에 KBS 수신료 현실화 이야기가 계속 나오고 있는 것이다. 하지만 KBS는 공영방송임에도 불구하고 수익 극대화 전략을 추구하겠다는 의지를 이번 개편안을 통해 드러냈다.

프로덕션 경쟁 체제를 도입한 것도 주요 논란거리 중 하나다. KBS는 제작본부 산하에 TV 프로덕션 담당 그룹을 설치했다. 프로덕션 그룹은 내부 경쟁을 통해 방송사업본부의 제작투자담당그룹으로부터 투자를 유치해야 한다. 제작비 예산을 배정이 아닌 투자 개념으로 전환한 것이다. 혁신추진단은 "제작 투자 담당에 의한 투자 개념 도입으로 내부 관료주의를 타파하고 역량 분출의 기회를 확대하고자 한다"고 설명했지만 당장 돈이 되는 콘텐츠만을 생산하려고 한다는 지적이 나오고 있다.

전국언론노동조합 KBS본부는 4월 20일 성명을 통해 "광고 판매와 수익 증대가 중대 목표인 방송사업본부에서 과연 KBS의 공영적, 공익적 가치를 담보할 프로그램들에 대해 든든하게 지원해 주겠느냐. 지원은커녕 그 존속마저도 어려울 판"이라며 "민영방송의 개방적이고 경쟁적인 조직 체계, 업무 프로세스를 참고하라고 했더니 아예 공영방송 KBS를 '뻥튀기해놓은 tvN'으로 만들 작정"이라고 꼬집었다.

한편 KBS방송기술인협회는 4월 21일 긴급 협회원 총회를 갖고 기술본부와 제작기술센터 대표가 참여하는 긴급 태스크포스(TF)를 구성해 기술 부문의 조직 개편 단일안을 완성키로 했다. 이들은 TF에서 마련한 단일안이 개편안에 반영될 수 있도록 앞으로 혁신추진단과 협의해 나간다는 방침이다.

백선하 baek@kobeta.com

20대 국회 미리 보는 미방위…"야당 입김 강해질 것"

우상호, 강길부, 유승희, 송희경 의원 등 미방위行 예상

우상호 의원

강길부 의원

유승희 의원

송희경 의원

권미혁 의원

추혜선 의원

제20대 국회 개원까지 불과 한 달 남짓 남았다. 5월 30일부터 임기가 시작되는 20대 국회는 16년 만에 '여소야대' 구도로 짜여 그동안 추진돼왔던 미디어 정책의 방향성이 바뀔 수도 있다는 분석이 나오고 있다. 더불어민주당과 국민의당, 정의당의 목소리나 입장이 반영될 소지가 이전보다는 커졌기 때문이다.

전국언론노동조합이 정당별 미디어 공약을 비교 분석한 결과에 따르면 더민주와 국민의당, 정의당 등 야3당은 모두 공영방송의 지배구조 개선을 제시했다. 이들은 보도제작편성의 자율성을 확보하는 등 공영방송의 정치적 중립을 보장하겠다고 약속했다. 공영방송 지배구조 개선과 제작 자율성 확보 등은 지난 대선 때부터 대통령과 야당의 공약으로 제시됐었으나 현재 상임위원회 상정조차 어려운 상태다.

언론노조는 "공영방송 지배구조 개선부터 방송통신심의위원회 구성과 심의 방식에 대한 개선까지 구체적인 방안에서는 차이가 있으나 야3당의 공동 공약으로 제시됐다는 점은 의미가 있다"며 "20대 국회 회기 동안 시민사회단체와 야3당이 적극적인 개정안 추진에 나설 수 있을 것"이라고 기대를 표했다.

물론 여당인 새누리당은 언론의 자유와 독립을 비롯해 미디어와 관련된 어떠한 공약도 제시하지 않았지만 여소야대 구조인 만큼 야3당의 공약이 실현될 가능성이 높다는 게 대다수 전문가들의 분석이다.

또 더민주와 정의당은 현재 종합편성채널의 규제를 지상파와 동일한 수준으로 시행하자는데 의견을 같이하고 있다. 다만 동등 규제가 지상파의 규제 완화인지 종편의 규제 강화인지는 확실치 않은 상황이다.

국민의당과 녹색당은 인터넷을 포함한 망중립성 강화 방안을 공통 공약으로 내놓았다. 전 세계적으로 논란이 되고 있는 망중립성 문제는 20대 국회 회기 동안 쟁점이 될 것으로 보인다. 언론노조는 "그동안 망중립성 문제가 인터넷 포털 사업자와 이동통신 사업자 간 문제였다면 앞으로는 방송을 포함하는 콘텐츠 사업자들로 확대될 가능성이 높다"며 "구체적인 방안에서는 차이를 보이지만 야3당이 유료방송 사업자에 대한 규제 강화에 주목하고 있는 만큼 유료방송 사업자에게 부여되는 사회적 책무 역시 주목할 부분"이라고 말했다.

다만 노동 분야에서는 정당별 공약이 취약한 것으로 나타났다. 더민주는 비정규 인력의 노동권과 최저임금 보장에 초점을 맞추고 있고 정의당은 문화 산업 전반의 비정규직과 프리랜서 노동자의 노동 기본권 정상화를 공약으로 제시했으나 공통 공약이 없어 추진 동력이 약한 상태다.

이에 대해 언론노조 관계자는 "당장 급한 것은 정부와 여당의 노동개혁안 문제"라며 "노동개혁안이 통과된다면 더민주와 정의당이 제안한 공약은 사실상 발의조차 무의미해진다"고 말했다.

정당별 미디어 공약과 함께 미래창조과학방송통신위원회 구성에도 이목이 쏠리고 있다. '공룡 부서'라고 불리는 미래창조과학부를 포함하고 있음에도 국회의원들의 관심이 적은 비인기 상임위 중 하나로 꼽히는 미방위는 19대 국회에서도 정원보다 한참 미달됐었다.

20대 국회도 19대 국회와 별반 다르지 않을 것으로 조사됐다. 머니투데이 보도 결과에 따르면 20대 총선 당선자 234명 중 미방위를 1지망으로 선정한 당선자는 10명으로, 4명 중 1명이 배정을 희망하는 국토교통위원회와 명암이 엇갈리고 있다.

우선 현 미방위 소속인 강길부 의원은 미방위 잔류를 희망하고 있는 것으로 알려졌다. 강 의원은 지난해 10월 미방위에서 정보통신기술(ICT) 인터스트리 4.0을 비롯해 5개 사업의 울산 예산을 371억 원 증액해 1,033억 원으로 통과시킨 만큼 미방위 잔류 가능성이 높다. 미방위에서 야당 간사를 맡았던 우상호 의원과 미방위에서 잔뼈가 굵은 유승희 더민주 의원 역시 재선에 성공해 20대 국회에서도 미방위원으로 활동할 가능성이 높다. 그 외 과거 미방위 관련 상임위에서 활동한 바 있는 진영 의원과 한선교 의원의 미방위 활동도 조심스럽게 전망되고 있다.

비례대표로는 새누리당에 IT 전문가로 영입된 KT 출신 송희경 당선자가 손꼽히고 있다. ICT 전문 국회의원이라는 꼬리표를 달겠다는 송 의원은 머투 조사에서도 미방위를 희망한 것으로 알려졌다. 정보화진흥원장을 지낸 김성태 새누리당 의원과 MBC 출신인 김성수 더민주 의원도 미방위행이 예상된다.

또 한국여성민우회 상임대표와 한국여성단체연합 상임대표를 지낸 바 있는 권미혁 더민주 의원과 언론개혁시민연대 출신으로 미디어 정책 전반을 꿰뚫고 있는 추혜선 정의당 의원도 미방위를 희망하고 있는 것으로 알려져 관심이 집중되고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

NAB 2016에선 무슨 일이?

NAB 2016 폐막…여전히 HDR, IP, 12G-SDI 등 화두

KOREA UHD관을 중심으로 선보인 국내 UHD 기술 '호평'

세계 최대 방송 장비 전시회인 NAB(National Association of Broadcasters) 2016이 4월 18일부터 21일(현지시간)까지 미국 라스베이거스에서 개최됐다.

NAB 2016의 최대 화두는 지난해와 마찬가지로 초고화질(UHD)이었다. UHD는 재작년부터 세계 최대 가전제품 박람회인 세계가전전시회(CES), 방송 장비 전시회인 유럽의 IBC, 일본의 InterBEE, 국내 KOBA에 이르기까지 모든 전시회를 꿰뚫는 이슈로 NAB 2016도 4K와 8K를 빼놓고는 말할 수 없을 정도로 많은 기기들이 전시됐다.

특히 지난해부터 활발하게 논의되기 시작한 12G SDI와 IP 기반 UHD 시설 구축에 대한 기술 구현 논쟁은 그 우위를 점치기 힘들 정도로 치열했다. 소니는 차세대 인터페이스로 기존 SDI(Serial Digital Interface) 기반의 인터페이스를 IP 기반의 인터페이스로 변경할 수 있는 워크플로우를 제시했다. Networked Media Interface는 LLVC(Low Latency Video Coder)를 이용해 고품질 영상을 3:1의 무손실 압축으로 4K 2채널의 영상 신호를 한 가닥의 10Gb 네트워크 케이블로 보낼 수 있어 보다 효율적인 신호 전송이 가능하다. 또한 SMPTE ST2002-6 표준을 지원함으로써 IP 환경에서 타 제품과의 연동이 가능하다. 정종완 한국방송기술인연합회 교육실장은 "TICO 압축 및 LLVC를 통해 압축하는 방식이 눈에 띄었고, 12G-SDI의 경우 4개 슬롯에 3G-SDI를 탑재하는 방식도 시연했으나 결국 다중 케이블의 결선 등은 향후 IP 선로로 갈 수밖에 없는 단점도 보였다"고 말했다.

또 이번 NAB에서는 전 세계 방송 관계자들이 국내 UHD 방송 기술과 장비를 체험할 수 있도록 'KOREA UHD 테마관'이 운영됐다. KBS·MBC·SBS 등 지상파 방송사와 삼성전자·LG전자를 비롯한 가전사, 한국전자통신연구원(ETRI) 등이 다양한 서비스를 시연했다.

NAB 2016을 방문한 최성준 방송통신위원회 위원장은 "해외 시장 개척을 위해 지상파 방송사와 국내 장비 업체 간 협업이 원활히 이뤄져 국내 업체의 기술력 향상을 이끌고 이를 통해 생산된 국산 방송 장비가 국내 방송사에 많이 사용될 수 있도록 노력하겠다"고 말했고, 최재유 미래창조과학부 제2차관은 "이번 행사를 통해 UHD 방송 강국으로 도약함과 동시에 국산 장비의 북미 시장 진출 기반이 마련됐다"며 "이 기회를 잘 살려 UHD 방송 산업이 성장할 수 있도록 관련 정책을 적극 추진할 것"이라고 말했다.

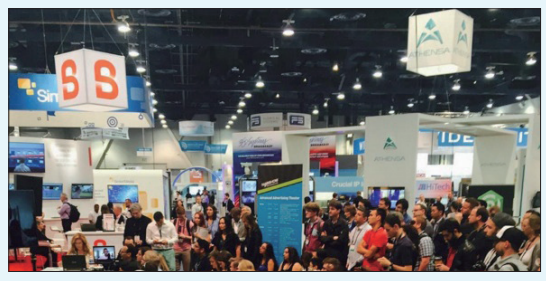
특히 ETRI는 △ATSC 3.0 LTDM 방송 시스템 기술 △방송망과 통신망을 연결하는 하이브리드 방송 시스템 △3D로 UHD를 보는 '융합형 3D TV 서비스 기술' △객체 기반 미디어 처리 기술 등을 선보여 많은 관심을 받았다.

많은 참관객들이 기대했던 8K UHD 장비들은 여전히 생각보다 적었다. 일본 총무성이 2020년 도쿄하계올림픽을 기점으로 8K-UHD를 활성화하겠다고 밝힌 만큼 8K 기술을 선보이는 업체는 주로 일본 방송사와 기업들이었다. 앞서 일본 NHK와 파나소닉은 2012년 5월에 세계 최초로 8K-UHD TV를 개발했으며, 지난해 10월에는 일본 샤프가 8K-UHD TV 상용 제품을 출시했다.

이번 NAB에서는 이케가미가 8K 카메라 촬영을 시연했으며, 일본 최대 통신 그룹인 NTT는 녹화부터 편집, 송출까지 할 수 있는 미디어 기기를 선보였다. 하지만 여전히 8K 관련 제품은 주로 카메라 정도에 머물렀으며 NHK의 8K 시연에 만족해야 했다.

이외에 가상현실(VR)과 드론 등은 전시회의 또 다른 축을 이뤘다. 고프로는 히어로4 블랙 카메라 여섯 대로 360도 동영상을 찍을 수 있는 VR 촬영 장비 '옴니'를 NAB 2016에서 최초 공개했으며 맞춤형 솔루션도 선보였다. 또 세계 최대 드론 업체인 중국의 DJI는 방송·영화 제작용 신형 드론 Matrice600(M600)을 공개했다. DJI의 경우 최근 홍대 근처에 DJI 플래그십 스토어를 개장하며 국내 영향력까지 넓히고 있어 국내 업체들의 관심이 집중됐다. 한 업계 관계자는 "DJI는 군사용 등을 제외한 일반 촬영·레저용 드론 시장에서도 70% 이상을 점유하고 있고 하드웨어뿐 아니라 콘텐츠 시장까지 확대하고 있어 국내 업체들이 따라가기 버거운 부분이 있다"며 "정부에서 관련 산업이 커질 수 있도록 지원하는 등 뒷받침해줘야 할 필요가 있다"고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com



KOBETA, NAB와 양해각서 체결

방송 기술 정보 교류 등 UHD 발전에 있어 실질적인 교류 협력 약속

NAB 2016 참관을 위해 미국을 방문한 한국방송기술인연합회(KOBETA)는 방송사와 기업 등을 방문해 초고화질(UHD) 발전 현황을 확인한 뒤 전미방송협회(National Association of Broadcasters, NAB)와 양해각서(MOU)를 체결했다.

KOBETA와 NAB는 향후 UHD 발전에 있어 실질적인 교류 협력을 약속했다. 양측은 △방송 기술 정보 교류 △각 기관 주최 연례국제회의 연사 교류 및 기술적 협력 후원 △공동 연구 프로젝트 실시 △방송의 미래 전략 공유 등을 이행할 것이라고 밝혔다.

이들은 이 자리에서 "두 조직은 평등과 호혜의 원칙에 따라 협력 촉진을 위한 노력을 다하고, 구체적인 행동을 수행하기 위해 조직 간 상호 협의를 지속적으로 이어가겠다"고 말했다.

강민정 mjkang@kobeta.com

국산 방송 장비, 미국 시장 진출 문 '활짝' 열렸다

RAPA, 미 지상파 방송사와 MOU 체결

미래창조과학부는 4월 19일(현지시간) 미국 지상파 방송사 주요 관계자들을 만나 차세대 방송 산업 활성화를 위해 한국 방송 장비 업체와 미국 방송사 간 협력 방안을 논의하고 한국전파진흥협회(RAPA)와 미 방송사 간 업무 협약(MOU)을 체결했다고 밝혔다.

이번 협약 체결은 NAB 2016 행사 참여와 연계해 미국 현지에서 진행됐다. 최재유 미래부 제2차관이 데이비드 스미스(David D. Smith) 싱클레어 방송사 그룹 CEO, 패트릭 라플라트니(Patrick D. Laplatney) 펄 TV 그룹 이사회 의장, 케빈 게이지(Kevin Gage) 원 미디어 CTO 등과 만나 차세대 방송 도입을 계기로 한미 간 협력 방안을 심도 있게 논의했다.

이번 협약은 국내 방송 장비 업계와 북미 방송사업자가 맺은 첫 번째 사례다.

협약의 주요 내용은 △미국 내 ATSC 3.0 테스트 시 국내 방송 장비의 우선 사용과 홍보 △ATSC 3.0 기반 서비스모델의 국제 표준화에 대한 공동 대응 △국산 장비 검증 등을 위한 미 방송사의 테스트베드 제공 △협약 내용 이행을 위한 공동추진단 결성 등이다.

이번 협약으로 세계 최대 방송 시장인 북미 지역의 지상파 방송사들에 우리나라의 UHD 방송 노하우를 전수해 향후 방송 기술의 국제 표준 선도 및 관련 제품 수출에 직접적인 효과가 있을 것으로 예상된다.

NAB에 참가 중인 방송 장비 업체 대표들은 "우리나라의 세계 최초 지상파 UHD 방송 도입과 더불어 미국 방송사 그룹과의 다자간 협약을 통해 국산 방송 장비가 미 방송국에 실제로 사용될 예정이므로 해당 기업의 인지도 및 제품의 신뢰도가 제고돼 향후 세계 시장 진출이 용이해질 전망"이라고 말했다.

최 차관은 "RAPA와 미국 방송사 단체들과의 협약 체결은 국내 방송 장비 발전을 위해 매우 뜻깊은 일이며 이 기회를 통해 국내 방송 장비 업체와 미국의 방송사가 힘을 합쳐 글로벌 UHD 방송 산업 생태계를 조성하는 데 노력해 줄 것"을 당부했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

TTA, ATSC와 UHD 표준화 협력 위한 양해각서 체결

UHD 방송 글로벌 주도권 확보 본격 시동

한국정보통신기술협회(TTA)는 4월 19일(현지시간) NAB 2016에서 미국디지털방송표준위원회(ATSC)와 초고화질(UHD) 표준화 협력을 위한 양해각서(MOU)를 체결했다고 밝혔다.

ATSC는 북미 지상파 디지털 TV 방송 표준을 제정하는 단체로 방송사와 제조사 등 134개의 회원사를 보유하고 있으며, 국내에서는 TTA를 비롯해 KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송사와 삼성전자, LG전자 등 13개사가 회원으로 활동 중이다.

TTA는 이미 지난 2010년 4월에 ATSC와 3D TV 표준 개발 및 보급을 위해 상호 협력키로 한 바 있으며 지상파 3D TV 송수신정합에 관한 TTA 표준을 ATSC 표준으로 반영하는 등 긴밀한 협력 관계를 유지해 왔다.

TTA는 "이번 MOU의 주요 내용은 협력 범위를 지상파 UHD TV 표준의 개발 및 보급으로까지 확대하는 한편 상대방의 표준을 사용하는 경우 저작권을 무료로 허하기로 한 것"이라고 설명했다. 이어 "이번 MOU 체결로 한미 양국이 상호 협력해 UHD TV 표준을 개발 및 보급할 수 있는 발판을 마련했으며 국내 개발 기술을 보다 체계적으로 미국 UHD TV 표준에 반영할 수 있게 됐다"면서 "국내 UHD TV의 미국 수출에도 큰 도움이 될 것"이라고 기대했다.

민서진 seojin@kobeta.com

방통위, SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병 심사 기준 공개

공적 책임 이행, 다양성 확보, 시청자 권익 보호 등 총 9개 항목 제시

방송통신위원회가 SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병에 대한 심사 기준을 공개했다.

방통위는 4월 22일 전체회의에서 △방송 서비스의 접근성 보장 가능성 △방송 서비스 공급원의 다양성 확보 가능성 △시청자 권익 보호 가능성 △(합병법인과 최대주주가 되고자 하는 자의) 공적 책임 이행 가능성 △콘텐츠 공급원의 다양성 확보 가능성 △지역 채널 운영 계획의 적정성 등을 골자로 하는 9개 심사 항목을 포함한 'CJ헬로비전 합병 변경 허가 사전 동의 심사 계획안'을 보고받았다.

심사 계획안은 SK텔레콤이 CJ헬로비전을 인수하고 자회사 SK브로드밴드와 합병하고자 미래창조과학부에 변경 허가 등을 신청한 데 따른 것으로 방송법에 따라 미래부가 유료방송 허가, 재허가, 변경 허가 동의를 요청하면 방통위는 심사에 착수, 사전 동의 여부를 결정하게 된다.

앞서 방통위는 별도의 심사위원회를 구성해 사전 동의 여부를 결정하겠다고 밝힌 바 있다. 그동안 미래부가 요청하는 사전 동의 중 유료방송 변경 허가 등의 사안에 대해서는 별도의 심사위를 구성하지 않고 사무처 내부에서 검토했으나 이번엔 영향력이 상당하다고 판단, 별도의 심사위를 구성키로 한 것이다.

심사위는 방통위 위원 간 협의를 거쳐 방통위 상임위원 또는 관련 단체 등에서 추천을 받은 외부 전문가로 구성되며, 4박 5일 동안 운영된다. 방통위는 그동안 SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A 관련 세미나나 토론회, 공청회 등에서 찬반 의견을 밝힌 인사 등은 배제하고 최대한 중립적인 인물로 심사위를 구성한다는 방침이다. 하지만 대다수 방송통신 전문가들이 이동통신 3사로부터 연구비를 지원받거나 관련 용역 보고서를 작성한 바 있고, 수많은 세미나와 토론회, 공청회 등에서 자신의 의견을 밝힌 바 있어 중립적이면서 전문적인 인사를 찾기 쉽지 않은 상황이다. 심사위를 구성 중인 미래창조과학부 역시 마찬가지다.

심사위를 대표하는 심사위원장은 외부 전문가가 될 수도 있고, 상임위원 중 한 명이 될 수도 있지만 심사위원장의 의견은 보고서에 포함하지 않기로 했다. 심사위가 심사 결과를 채택해 방통위에 제시하면 방통위는 이를 고려해 사전 동의 여부를 결정한다는 방침이다. 방통위 관계자는 "심사위의 보고서는 사전 동의 여부를 포함할 수도 있고, 단순히 의견만 정리해 전달할 수도 있다"고 설명했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

방송기술용어

제로 레이팅 Zero Rating

제로 레이팅은 특정 서비스의 트래픽을 사용자의 데이터 요금에서 계산하지 않거나 다른 서비스보다 저렴하게 계산하는 것이다. 이동통신사가 제공하는 동영상·음악 스트리밍 서비스를 이용할 경우 데이터 요금을 면제하거나 할인하는 것이 대표적이다.

제로 레이팅이 망 중립성(網中立性, Network Neutrality) 위반이라는 해석이 나오면서 논란이 되고 있다. 망 중립성은 통신사업자의 단말기기 이용 제한이나 특정 유형의 애플리케이션 이용 제한 등의 행위가 사회적 비용을 초래한다는 판단으로 제시된 개념이다.

실제 캐나다 방송통신위원회(CRTC)는 이동통신사 벨 모빌리티 등이 자사의 모바일 영상 서비스는 큰 폭의 요금 할인을 제공하면서 경쟁사의 서비스에는 높은 요금을 부과한 사례를 망 중립성 위반이라고 판단했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

막오른 주파수 쟁탈전…3조 원 '쩐의 전쟁' 시작됐다

4월 29일 오전 9시 TTA에서 경매 시작

'쩐(錢)의 전쟁'으로 불리는 주파수 경매가 시작됐다. 일각에서는 벌써부터 과열 경매에 대한 우려가 제기되고 있다. 지난 2013년 경매보다 최저 경쟁 가격이 1조 원 이상 많은 만큼 두세 배 이상 치열한 경쟁을 벌일 것이란 분석이다.

SK텔레콤과 KT, LG유플러스 등 이동통신 3사는 4월 18일 과천정부청사에 있는 미래창조과학부를 방문해 주파수 경매 참가 신청서를 제출했다. 오후 2시 KT를 시작으로 SK텔레콤과 LG유플러스가 한 시간 간격으로 접수를 마무리하고, 주요 임원이 직접 참석하는 등 이동통신 3사의 보이지 않는 신경전이 펼쳐졌다. 미래부는 이동통신 3사의 주파수 할당 신청 적격 여부를 검토한 결과 3사 모두 적격 대상으로 4월 25일 각사에 통보했다고 밝혔다.

이번에 할당될 주파수 및 대역폭은 △700MHz대역 40MHz폭(A블록) △1.8GHz대역 20MHz폭(B블록) △2.1GHz대역 20MHz폭(C블록) △2.6GHz대역 40MHz폭(D블록) △2.6GHz대역 20MHz폭(E블록) 등 총 5개 블록 140MHz폭이다.

각 사업자는 140MHz폭 중 최대 60MHz폭까지, 광대역 활용이 가능한 A, C, D블록은 최대 1개까지만 할당받을 수 있다. 이용 기간은 신규 공급 대역인 700MHz, 1.8GHz, 2.6GHz 대역은 주파수 할당일로부터 10년, 2.1GHz 대역은 5년이다.

이번 경매에서 가장 치열할 것으로 예상되는 주파수는 2.1GHz대역이다. SK텔레콤이 사용해 온 이 대역은 기간 만료로 매물로 나왔다. 만약 이 대역을 지켜내지 못한다면 전국 85개 시, 3만9,000개 기지국을 구축하는 데 투자한 비용을 날리고 기지국 이전 비용, 새로운 대역의 기지국 구축 비용을 새롭게 투입해야 하는 만큼 SK텔레콤의 과감한 베팅이 예상된다. 또한 이동통신 3사 중 유일하게 2.1GHz대역을 확보하지 못한 LG유플러스도 이 대역을 최우선 순위로 두고 있어 2.1GHz대역을 확보하기 위한 수 싸움이 치열할 것으로 보인다.

2.6GHz대역을 누가 확보할 것인가도 주요 이슈 중 하나다. 만약 LG유플러스가 2.6GHz대역 경매 대상을 다 확보할 경우 통신용으로 할당된 2.6GHz대역을 독점하는 상황이 발생한다. 2.1GHz대역과 마찬가지로 2.6GHz대역도 전 세계적으로 롱텀에벌루션(LTE) 용도로 쓰이고 있어 장비나 단말기 수급 등에 용이하다는 장점이 있다.

황금 주파수로 불리는 700MHz대역은 재난안전통신망 시범 사업자인 SK텔레콤과 KT가 경쟁을 벌일 것으로 예상된다. 하지만 미래창조과학부가 무선마이크 단속을 2020년 12월까지 미루기로 하면서 간섭 문제가 수면 위로 떠오르고 있다. 무선마이크로 인한 간섭 때문에 SK텔레콤과 KT가 700MHz 주파수의 효용 가치를 낮게 판단할 가능성도 있어 2.1GHz대역이나 2.6GHz대역처럼 치열한 경쟁으로 이어질지는 미지수다.

경매는 우선 1단계 동시오름입찰(50라운드)을 통해 낙찰자를 결정하고, 1단계에서 경매가 종료되지 않을 경우 2단계 밀봉입찰을 통해 낙찰자를 결정하는 혼합 방식을 적용한다. 입찰서를 작성하고 제출하는 제한 시간은 동시오름입찰 40분(라운드당), 밀봉입찰 4시간이다. 입찰 제한 시간을 감안하면 하루에 약 7라운드 내외로 진행되고, 최대 50라운드까지 진행된다면 최종 낙찰까지 약 8일 정도가 소요될 것으로 보인다. 경매는 4월 29일 오전 9시부터 한국정보통신기술협회(TTA)에서 시작될 예정이다.

최저 경쟁 가격은 A블록 7,620억 원, B블록 4,513억 원, C블록 3,816억 원, D블록 6,553억 원, E블록 3,277억 원이며 최종 할당 대가는 가격 경쟁을 통해 확정된다. 최종 낙찰가의 기준이 되는 입찰증분은 2013년 경매와 동일한 수준인 0.75%로 결정됐다.

미래부는 천문학적인 금액이 거래되는 만큼 보안에 각별히 신경 쓰겠다고 밝혔다. 경매장은 기본적으로 24시간 출입통제와 함께 도청 장치 유무를 매일 점검하고, 사전 등록해 보안 검사를 마친 경매용 사무기기 외에는 일체의 통신기기와 전자장치의 반입을 금지한다. 또 입찰실마다 입회자 2명이 상주하며 진행 안내를 하고, 입찰자 상호 간의 접촉을 금지한다.

전성배 미래부 전파정책국장은 "이번 경매가 공정하고 차질없이 진행될 수 있도록 경매 운영에 철저를 기하겠다"고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

뜨는 '종편' 지는 '지상파'…시청점유율 놓고 희비 엇갈려

2011년 이후 지상파 3사 계속 감소 VS 종편 꾸준히 상승
"종편 규제 지상파 수준으로 높여야" 지적 나와

현 방송 시장에서 모두 다 생존하기는 어려울 것이라고 했던 종합편성채널이 5년여 만에 부쩍 성장해 '종편 스타일'로 방송 시장의 한 영역을 차지하고 있다. 아직까지는 지상파 3사가 우위를 차지하고 있으나 언제 뒤바뀔지 모르는 일이다. 이에 일각에서는 종편 규제를 지상파 방송사와 같은 수준으로 높여야 한다는 지적이 나오고 있다.

방송통신위원회가 4월 15일 공개한 '2015년 TV 방송채널 시청점유율 조사 결과'에 따르면 KBS·MBC·SBS 등 지상파 3사의 시청점유율은 2011년 이후 계속 감소하고 있는 반면 종편 4사의 시청점유율은 2011년 이후 꾸준히 상승하고 있는 것으로 나타났다. 보도전문채널 역시 상승세를 이어가고 있다.

시청점유율은 전체 TV 방송에 대한 시청자의 총 시청 시간 중 특정 방송 채널에 대한 시청 시간이 차지하고 있는 비율로 시청률과는 다른 개념이다.

이번 조사에 따르면 1인당 1일 평균 시청 시간은 191분으로 지난해보다 7분 더 적게 시청한 것으로 나타났다.

주요 채널별 시청점유율은 KBS 1TV가 13.210%로 1위를 차지했으며 MBC 12.240%, KBS 2TV 11.288%, SBS 5.732%가 그 뒤를 이었다. SBS와 지역 민방의 시청점유율을 합한 SBS 네트워크의 시청점유율은 10.487%로 기록됐다.

눈에 띄는 점은 종편 채널인 MBN이 SBS에 이어 4위를 기록했다는 것이다. MBN의 시청점유율은 4.212%로 SBS와는 1.520%포인트 차이밖에 나지 않았다. 2011년 종편 개국 당시 대다수 전문가들이 내놓았던 "종편끼리 생존 경쟁에 나서면서 제로섬 게임이 심화돼 2개 정도의 사업자만 살아남을 것"이란 예측이 완전히 빗나간 것이다.

방통위는 "지난해 대비 올해 채널A 0.864%포인트, MBN 0.680%포인트, JTBC 0.331%포인트, TV조선 0.227%포인트 등 종편 4사 모두 시청점유율이 상승했다"며 2011년 이후 종편 4사의 시청점유율이 지속적으로 상승하고 있다고 설명했다.

종편의 상승세와 달리 지상파의 경우 지상파 3사와 계열 방송채널사용사업자(PP)를 포함한 시청점유율도 하락하고 있는 것으로 나타났다. 방통위에 따르면 계열 PP를 포함한 지상파 3사의 시청점유율은 2011년 71.872%, 2012년 69.730%, 2013년 64.216%, 2014년 61.286%, 2015년 58.203%로 지금 추세라면 내년이나 내후년에는 50% 이하가 될 가능성이 높다.

이에 따라 관련 업계에서는 종편의 성장세를 반영해 지상파와 동일한 수준으로 규제해야 한다는 목소리가 나오고 있다. 대표적인 종편 특혜로 거론되고 있는 중간 광고, 1사 1렙, 의무전송채널, 방송발전기금 면제 등의 정책을 철회해야 한다는 지적이다. 더불어민주당 역시 이 같은 현실을 반영해 종편 규제 강화를 미디어 분야 공약으로 내놓았다.

한 업계 관계자는 "종편 개국 당시 수많은 특혜를 주었는데 지상파의 영향력이 줄어들고 케이블과 종편의 영향력이 상대적으로 커지는 만큼 종편에 주었던 특혜를 거두어야 할 시기가 됐다"며 "새로 꾸려지는 국회가 달라진 미디어 환경을 최대한 반영해 지상파의 규제를 어느 정도 완화하고, 종편 역시 지상파 수준으로 맞춰 '동일 서비스, 동일 규제' 원칙을 정립해 나갔으면 한다"고 말했다.

강민정 mjkang@kobeta.com

4·13 총선 개표 방송 '기술력' 빛났다

KBS '시청률 압승' MBC '정확한 예측력' SBS '다양한 스토리텔링으로 꿀잼'

©방송 화면 캡처

새누리당이 제1당 자리를 더불어민주당에 내주면서 4·13 총선이 마무리됐다. 16년 만에 여소야대 정국이 재연된 이번 총선은 그 어떤 선거보다 많은 관심을 받았다. 선거에 대한 관심은 개표 방송으로 이어졌다. KBS·MBC·SBS 등 지상파 3사와 종합편성채널 JTBC는 개표 방송 준비에 온 힘을 쏟았고, 각종 신기술이 적용된 개표 방송은 시청자들의 시선을 집중시켰다.

KBS는 화려한 볼거리보다는 정보 전달에 집중했다. 기존 개표 방송 스타일로 진행된 KBS는 가장 높은 시청률을 기록하며 다시 한 번 개표 방송의 최강자임을 확인했다. 타사에 비해 CG 활용 등은 적었지만 이번 선거에서 여론조사와 출구조사 결과가 왜 다르게 나왔는지 상세하게 설명하는 등 시청자의 이해를 돕는 개표 방송 기본에 충실했다는 평을 받았다.

또 선거 방송 최초로 국회 로텐터홀에서 실시간 투개표 정보를 증강현실(AR)로 전달했으며, 출구조사 결과와 실시간 개표 상황을 보여준 폭 24m, 높이 4m의 'K-Wall'은 마치 아이맥스 영화관에 앉아 있는 듯한 느낌을 주었다.

비록 시청률은 KBS보다 낮았지만 이번 개표 방송에서 가장 돋보인 방송사는 SBS였다. KBS나 MBC 등 다른 지상파 방송사와 달리 오전부터 개표 방송을 시작한 SBS는 자칫 딱딱하고 지루할 수 있는 개표 방송을 다양한 형식의 스토리텔링으로 풀어내면서 재미와 정보라는 '두 마리 토끼'를 모두 잡았다는 평가를 받고 있다.

최근 인기리에 막을 내린 SBS '육룡이 나르샤'를 패러디한 '잠룡이 나르샤'는 김무성, 김종인, 안철수의 대역을 내세워 마치 사극 한 편을 보는 듯한 묘미를 안겨주었고, 각 당 대표들이 3D 지도를 놓고 작전을 짜는 모습을 보여준 '총선 삼국지' 역시 많은 네티즌들의 반응을 이끌어냈다. 실제로 총선 당일 '스브스'는 트위터 실시간 트렌드에서 상위권을 차지했고, '투표 이행시' 참여도 상당했다.

뿐만 아니라 '반지의 제왕'을 패러디한 '절대배지를 찾아서'에서는 찾아보기 전에는 그 누구도 잘 알 수 없었던 다선 의원들을 보여주면서 그들의 특징을 살린 타이틀을 걸어 누구나 쉽게 이해할 수 있도록 했다. SBS 개표 방송의 간판격인 '총선 마라톤' 역시 지난번보다 더 발전했다는 평이 나오고 있다.

또한 SBS는 개표 방송 사상 처음으로 전 지역구별 읍면동별 판세 정보를 제공했다. 서울 송파구에 사는 송모(44)씨는 "개표가 된 동과 아직 개표가 되지 않은 동이 어디인지 그리고 각 동에서는 어느 후보를 지지하고 있는지 정확하게 보여줘 우리 지역구 표심이 어떻게 움직이는지 알 수 있었다. 또 신도시가 생겨 젊은 층이 많이 유입돼 표심이 지난번과 달리 움직였다고 설명하는 등 그 지역구의 배경 설명도 함께 이뤄져 선거 결과도 납득하기 쉬웠다"며 SBS 개표 방송에 칭찬을 아끼지 않았다.

상암 신사옥에서 첫 개표 방송을 한 MBC는 깔끔했다는 평이 제일 많았다. 특히 MBC는 정확한 해석과 예측 결과로 눈길을 끌었다. 투표가 종료된 오후 6시 정각에 발표된 지상파 3사의 공동 출구조사 결과에서 MBC는 새누리당 의석수를 118~136석, 더불어민주당 의석수를 107~128석이라고 예측해 실제 결과에 가장 근접했다. 또 격전지가 유독 많았던 이번 선거에선 통계학자들이 만든 당선 확률 예측 시스템인 스페셜 M도 제역할을 톡톡히 해 놀라운 예측력을 선보였다.

또 '달려라 국회로'라는 설명과 발랄한 배경 음악으로 후보들의 경쟁 상황을 표현하기도 하고, 사각링 위에서 한 판 붙은 것 같은 모습으로 현 경쟁 상황을 표현해 개표 방송의 지루함을 피했다.

손석희 앵커가 이끈 JTBC 개표 방송은 비지상파 1위를 기록했다. 특히 JTBC는 유시민 작가와 전원책 변호사를 한 자리에 모아 총선 판세를 예측하고 각 후보에 대한 분석을 내놓아 젊은 유권자들의 관심을 끌었다. 또한 페이스북 라이브를 통해 개표 방송의 비하인드 스토리를 전하는 등 SNS를 활용했다.

백선하 baek@kobeta.com

EBS 다큐멘터리, 중국 대륙 진출한다

EBS, 후난TV 골든 이글 다큐멘터리 채널과 총 68억 해외 공동 제작 계약 체결

EBS 다큐멘터리가 중국 대륙 진출을 본격화한다. EBS는 후난TV 골든 이글 다큐멘터리 채널(Golden Eagle Documentary Channel, GEDC)과 지난해 12월부터 추진해 온 다큐멘터리 해외 공동 제작 계약을 체결했다고 밝혔다. 앞서 EBS와 GEDC는 지난 1월 다큐멘터리 국제 공동 제작 및 교류 협력을 위한 업무협약을 체결한 바 있다.

GEDC는 올해 1월 중국 전역을 대상으로 하는 다큐멘터리 전문 위성 채널을 런칭시켰고 현재 리얼리티, 자연 다큐, 휴먼 다큐 등 다양한 형태의 다큐멘터리를 중국 시청자들에게 선보이고 있다. GEDC의 모방송사인 후난 TV는 2015년 기준 광고 매출액 1조 8천억 원을 기록했고, 시청률 기준 중국 1위의 방송사다. 김영희 PD의 예능 프로그램 〈폭풍효자〉, 황치열이 중국 대륙을 휘어잡고 있는 〈나는 가수다〉 모두 후난 TV 산하 위성 채널에서 제작, 방송되고 있다.

EBS와 GEDC는 이번 계약을 통해 〈빅 뱅 차이나 Bing Bang China〉, 〈샹시 Xian Xi 湘西〉, 〈디 오리진 The Origin: 세계 문명의 시작〉 등 총 3개의 다큐멘터리를 공동 제작한다. 10부작 다큐멘터리 〈빅 뱅 차이나 Bing Bang Chian〉는 드론, VR, 인공지능 등과 관련한 각종 창업과 기술 개발에 힘을 쏟고 있는 중국의 젊은이들이 어디로 달려가고 있는가 라는 질문 아래 그들의 도전과 향후 중국의 미래상을 담은 다큐멘터리로 2016년 하반기 방송될 예정이다. 장가계를 품고 있는 후난성 서부 지역의 자연 풍광과 인간, 문화유산 등을 담아낸 6부작 다큐멘터리 〈샹시 Xian Xi 湘西〉와 불, 물, 나무, 금속, 흙이라는 다섯 가지 자연 요소(natural elements)를 아시아인들은 어떻게 이해하고 제어해 왔는가를 과학과 기술의 관점에서 풀어보는 아시아 과학문명사 〈디 오리진 The Origin: 세계 문명의 시작〉은 2017년 하반기에 방송될 예정이다.

제작 방식도 기존의 공동 제작 방식보다 발전했다. EBS-GEDC가 기획, 자료 조사 단계부터 긴밀한 협력 체제를 갖췄고, 이미 PD들 간에 구체적인 프로그램 내용들이 오가고 있다. 뿐만 아니라 〈샹시 Xiang Xi 湘西〉의 경우에는 EBS PD가 직접 중국 스텝들과 함께 1년 이상 중국 현지에서 제작함으로써 EBS가 쌓아 온 다큐멘터리 제작 노하우도 전수할 예정이다.

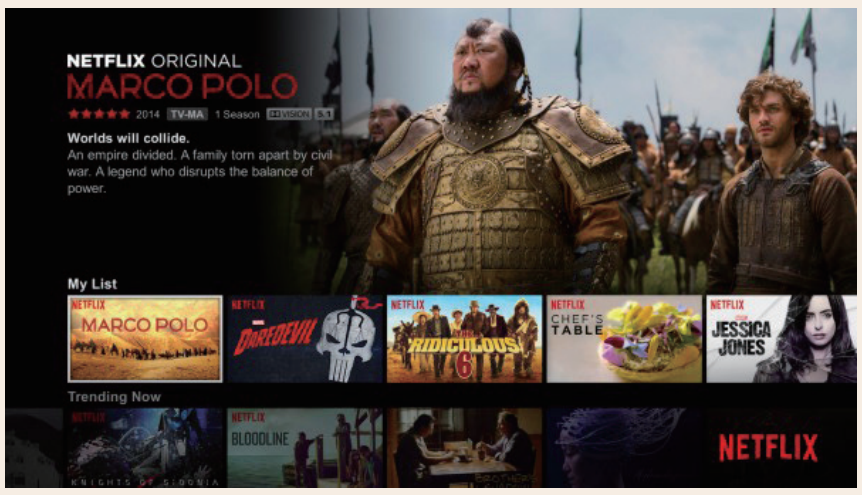
세 프로젝트에 투여되는 총 제작비는 68억 원, 570만 달러(USD)이며 한국과 중국이 5대 5의 매칭 펀드로 구성된다. 특히 〈빅 뱅 차이나 Big Bang China〉와 〈디 오리진 The Origin〉은 미래창조과학부(방송통신위원회, 한국방송통신전파진흥원)의 제작 지원금 투입이 확정됐다. 이번 계약은 규모나 금액 면에서 전례를 찾아볼 수 없는 글로벌 콘텐츠 시장의 개가로 평가를 받고 있다.

추덕담 EBS 교육다큐부 부장은 "이번 프로젝트는 단순히 제작 인력과 제작비가 결합되는 측면을 넘어, '아시아 과학 문명'이라는 공통의 주제, 산업적 관점에서 중국의 미래를 예측할 수 있다는 양측의 현실적인 관심을 반영한 기획이다"라며 "향후 다큐멘터리 해외 공동 제작의 좋은 전범이 될 것"이라고 밝혔다.

민서진 seojin@kobeta.com

‘넷플릭스’ 발판 다지기 나서나

“올해 말까지 HDR 콘텐츠 150시간 이상 늘릴 것”
“자체 제작 콘텐츠인 봉준호 감독의 〈옥자〉 촬영도 시작”



초기 성적표가 썩 좋지 않았던 넷플릭스가 자체 제작 콘텐츠와 High Dynamic Range(HDR) 기술을 적용한 콘텐츠 확대로 내실 다지기에 나섰다. 미국 드라마 마니아층을 중심으로 높은 이용률을 보여주고 있는 넷플릭스가 수준 높은 콘텐츠 공개로 일반 시청자들까지 끌어 모을 수 있을지 관심이 집중되고 있다.

넷플릭스는 4월 19일 공식 블로그를 통해 오는 8월까지 HDR 프로그램을 100시간 이상 추가하고, 연말까지 150시간 이상을 추가할 예정이라고 발표했다.

HDR은 영상 산업이 4K로 진화하는 과정에 도입된 개념으로 고화질(HD) 영상에서는 구현하지 못했던 하이라이트 부분의 디테일을 살리면서 생생한 현장감을 선사한다. 기존 HD 카메라에서 일반적으로 사용하던 Rec.709 Gamma는 최대 밝기를 100%까지 표현할 수 있지만 HDR Gamma 곡선의 경우 종류에 따라 최대 10,000%까지의 밝기를 표현할 수 있다. 기존 영상에서는 구현하지 못했던 극단적인 밝기 및 콘트라스트 표현이 가능해짐에 따라 실제보다 더 실제 같은 영상을 제공할 수 있는 것이다.

이 같은 HDR 기술은 시청자에게 새로운 영상 체험을 제공할 뿐 아니라 스토리텔링의 또 다른 도구로 활용될 수 있기 때문에 영상 서비스 업계에서는 HDR이 새로운 부가가치를 창출할 것이라는 기대를 하고 있다.

넷플릭스는 “불과 얼마 전까지만 해도 온라인 동영상은 화질이 선명하지 못하고 버퍼링이 계속됐으나 UHD 4K와 HDR 기술 덕분에 인터넷에서 최고 품질의 동영상을 시청할 수 있게 됐다”며 HDR 콘텐츠 확대 계획의 배경을 설명했다. 이어 “4K 기술에서 더 많은 화소 수를 지원한다면 HDR 기술은 깊이가 더욱 깊고 품질이 뛰어난 화소를 제공한다”며 “새로운 HDR 기술은 그 어떤 기술보다 현실적인 사물 표현이 가능하므로 선글라스를 찾아 끼고 싶을 정도로 실감 나고 특별한 시청 경험을 시청자에게 제공할 것”이라고 강조했다.

넷플릭스의 4K 콘텐츠가 처음보다 10배 이상 늘어난 것처럼 HDR 콘텐츠도 이와 비슷한 속도로 늘릴 계획이라고 밝혔다. HDR이 적용된 프로그램은 〈위험한 대결(A Series of Unfortunate Events)〉, 〈블러드라인(Bloodline)〉, 〈셰프의 테이블(Chef’s Table)〉, 〈불꽃(Hibana)〉, 〈시도니아의 기사(Knights of Sidonia)〉, 〈마블 데어데블(Marvel’s Daredevil)〉, 〈마블 아이언 피스트(Marvel’s Iron Fist)〉, 〈마블 제시카 존스(Marvel’s Jessica Jones)〉, 〈마블 루크 케이지(Marvel's Luke Cage)〉, 〈마블 디펜더스(Marvel’s The Defenders)〉, 〈두 오버(The Do-Over)〉, 〈리디큘러스 6(The Ridiculous Six)〉 등으로 넷플릭스 UHD 요금제에 가입하고 돌비 비전(Dolby Vision) 또는 HDR 기능이 탑재된 TV를 보유한 경우에만 시청이 가능하다. 다만 일각에서는 넷플릭스가 현재 지원하고 있는 4K UHD 화질도 UHD 기준으로 볼 때 최저에 해당해 HDR 기술 역시 완벽하게 구현되지는 않을 것이라는 목소리도 나오고 있다.

넷플릭스는 이외에도 봉준호 감독의 신작 〈옥자〉 촬영을 4월 22일 시작했다고 밝혔다. 넷플릭스의 자체 제작 콘텐츠인 〈옥자〉는 영화 〈설국열차〉, 〈괴물〉, 〈마더〉 등을 연출한 봉 감독의 신작 영화로 플랜B, 루이스 픽처스, 케이트 스트리트 픽처 컴퍼니가 공동 제작하며 틸다 스윈튼, 제이크 질렌할, 폴 다노가 주연을 맡았다.

‘미자’라는 이름의 어린 소녀가 자신의 가장 친한 친구인 거대 동물 옥자가 막강한 다국적 기업에 의해 납치되는 것을 막으면서 벌어지는 이야기를 담은 〈옥자〉는 내년에 넷플릭스를 통해 공개되며 미국에서 한시적으로 극장에서도 개봉될 예정이다.

백선하 baek@kobeta.com

SK브로드밴드, HDR 기술 IPTV에 적용…“실감 영상 극대화”

SK브로드밴드-SK텔레콤, HDR 지원 인코더와 셋톱박스 개발

InterBEE(International Broadcasting Equipment Exhibition) 2015에서 소니는 HDR 감마의 표준으로 인식하고 있는 ST2084 이외에 NHK와 BBC가 HDR 방송에서 사용하고자 하는 Hybrid Log Gamma를 시연했다. Hybrid Log Gamma를 사용해 작업한 HDR 영상을 HDR과 SDR로 같이 송신할 경우 별도의 작업을 할 필요가 없다.

지난해 말부터 TV 시장 최대 화두로 떠오른 HDR 콘텐츠를 인터넷TV에서도 볼 수 있게 됐다.

SK브로드밴드는 4월 19일 HDR 콘텐츠를 인터넷TV(IPTV)에 전송하는 인코딩 기술과 셋톱박스를 개발해 시범 적용했다고 밝혔다.

본래 사진 관련 용어인 HDR은 밝기가 다른 사진을 연속 촬영한 뒤 하나로 합쳐 사진의 품질 즉 지나치게 밝은 부분과 너무 어두워서 뭉개지는 부분을 개선하는 것을 일컫는 말이다.

방송 콘텐츠에서는 화면의 명암을 분석해 어두운 곳은 더 어둡게, 밝은 곳은 더 밝게 표현하는 기술로 깊은 입체감을 세밀하게 표현해 실제 눈으로 보는 장면과 가장 흡사한 영상을 구현해낸다.

그동안 SK브로드밴드는 SK텔레콤과 함께 4K UHD IPTV(830만 화소) 및 8K UHD IPTV(dir 3,300만 화소) 기술을 개발해 적용하는 등 대용량 트래픽 처리 기술 및 압축 기술을 지속 개발해왔다. 이번에 개발한 HDR 지원 인코더와 셋톱박스도 그 연장선이다.

SK브로드밴드 측은 “이번에 개발한 인코딩 기술을 이용해 HDR 콘텐츠를 실시간으로 IPTV 망에 전송, 가입자들이 셋톱박스를 통해 영상을 볼 수 있도록 했다”고 설명했다.

최근 TV 제조사뿐 아니라 콘텐츠 제작 업체, 서비스 사업자들도 HDR 기술 경쟁을 벌이고 있다. TV 제조사들은 생산하는 TV에 HDR 기술을 적용해 선보이고 있고, 20세기폭스, 워너브라더스, 디즈니 등 해외 콘텐츠 업체들은 HDR 기술이 적용된 콘텐츠를 제작하고 있다. 뿐만 아니라 넷플릭스, 유튜브, 아마존 등 플랫폼 사업자들도 HDR 기술이 적용된 콘텐츠 확보에 적극적으로 나서고 있다.

이에 대해 유지창 SK브로드밴드 네트워크부문장은 “미디어 서비스 시장에서 영상의 품질은 중요한 경쟁력의 한 요소”라며 “B tv의 영상 품질을 좌우하는 콘텐츠 전송 기술과 셋톱박스를 통한 재생 기술을 지속적으로 개발할 것”이라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

360도 영상 콘텐츠 ‘홍수’ 시대…상하좌우 어디로든 볼 수 있다

“시청자가 원하는 다양한 각도에서 볼 수 있어 현장감 넘쳐”

360도 영상 콘텐츠가 홍수를 이루고 있다. 유튜브와 아프리카 TV는 360도 영상을 올려 공유할 수 있는 기능을 추가하는가 하면 LG유플러스는 예능부터 스포츠까지 360도 가상현실(VR) 주문형 비디오(VOD)로 제공한다. 이뿐 아니라 방송통신위원회와 부산시는 360도 VR 기술을 적용한 홍보 영상을 공개해 VR에 대한 관심을 이끌어내고 있다.

먼저 유튜브는 360도로 촬영한 동영상을 실시간으로 올리고 시청할 수 있는 ‘360도 라이브 스트리밍’ 기능을 4월 19일부터 선보인다고 밝혔다. 360도 동영상은 촬영자가 선택한 시점으로 시야가 고정됐던 기존 동영상과 달리 재생 도중 키보드나 마우스 등을 활용해 보고 싶은 방향이나 지점을 선택할 수 있는 영상을 말한다. 지난해 3월 이 기능을 처음 선보일 때는 녹화된 영상에서만 지원됐는데 이번에는 생중계 영상까지도 360도로 감상할 수 있게 됐다. 촬영과 방송은 모두 360도 촬영 기능이 있는 카메라를 연결한 PC로만 할 수 있으며 시청은 PC와 모바일에서 다 가능하다.

아프리카TV는 VR 영상을 생방송 도중 내보낼 수 있는 ‘위드(With) VR’ 기능을 선보인다고 4월 20일 밝혔다. 위드 VR 기능으로 개인 방송 진행자(Broadcast Jockey, BJ)가 생방송 중 미리 제작한 360도 VR 영상을 보여주면서 누리꾼들과 소통할 수 있다. 예를 들어 역사 교육 방송을 진행하는 BJ는 수업을 진행하는 도중 360도 VR용으로 촬영한 역사적 장소를 보여주면서 설명을 이어갈 수 있다. 아프리카TV는 “시청자들은 BJ가 로딩한 VR 영상을 보면서 실제 현장을 방문한 듯한 몰입감과 현장감을 느낄 수 있다”고 설명했다.

LG유플러스는 KBS의 대표 예능 프로그램인 〈1박 2일〉부터 프로 야구, 게임까지 360도 VR 콘텐츠로 즐길 수 있다고 밝혔다. 5월 1일부터 시작되는 서비스로 본 방송이 끝난 뒤, 출연자 이동 차량 내부 모습, 휴식 장면, 미방송 영상 등 본방송에서 볼 수 없었던 생생한 클립 동영상을 LTE비디오포털에서 상영한다.

KT도 MBC플러스와 전략적 제휴를 맺고 4월 15일부터 ‘올레tv모바일’에서 주간 아이돌 360도 VR 콘텐츠를 제작하고 있다.

방통위와 부산시도 VR 영상 홍보에 나섰다. 방통위는 4월 7일 오후 360도 VR 기술을 시험 적용한 5분 40초 분량의 기관 홍보 영상을 공개했다. 국내 기업의 VR 홍보 영상 제작도 흔치 않은 상황에서 제작된 것이어서 관련 업계의 많은 관심을 받고 있다. 영상은 총 2편으로 1편은 시청자인 국민이 방통위원장의 안내를 받으며 방통위가 어떤 업무를 수행하고 있는지 지켜보는 듯한 드라마 형식이며 2편은 방통위의 부서별 소관 업무를 설명하는 형식이다.

부산시는 전국 최초로 도심 구석구석을 360도 VR로 관광할 수 있는 영상물을 만들었다. ‘360도 BUSAN’은 다양한 각도에서 현장을 촬영, 기존의 평면 영상과 달리 시청자가 시야를 상하좌우로 돌려봄으로써 현장감을 느낄 수 있도록 하는 최신 영상 기법이 적용됐다. 부산시는 3·1절 기념으로 ‘360도 BUSAN’을 선보인 이래 4월 9일에는 ‘낙동강유채꽃축제’를 보고 싶어 하는 시민들을 위해 또 한 번 360도 VR 영상을 공개했다. 이 영상은 공개 하루만에 페이스북 동영상 조회 수 2만2,000여 회, ‘좋아요’ 수 1,000여 개가 달리는 등 인기를 끌었다.

업계 관계자는 “360도 영상 콘텐츠가 VR 중심으로 빠르게 확산되고 있다”면서 “VR을 위한 하드웨어는 기대 이상으로 빠르게 개발이 진행되고 있고 가격도 생각보다 빠른 폭으로 낮아지고 있는 반면 콘텐츠 문제가 계속 지적됐었는데 기업부터 지상파 방송사, 정부 부처까지 VR 콘텐츠에 많은 투자를 하고 있어 올해가 지나면 VR 콘텐츠 부족 문제가 어느 정도는 해결될 수 있지 않을까 싶다”고 기대를 표했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

MBC, 키스위 모바일과 모바일 부가 방송 서비스 협약 체결

김종훈 키스위 모바일 회장 “MBC 콘텐츠를 빛낼 수 있게 돕겠다”

MBC와 키스위 모바일(KISWE Mobile)이 4월 12일 모바일 부가 방송 서비스와 관련된 업무협약을 체결했다.

이날 김종훈 키스위 회장은 “MBC와 MOU를 체결할 수 있어 영광”이라며 “앞으로 상호교류를 통해 MBC의 콘텐츠를 빛낼 수 있게 돕겠다”고 말했으며 안광한 사장 역시 “이 인연을 소중하게 가꿔나가자”고 화답했다.

한편 키스위 모바일은 모바일 라이브 콘텐츠 솔루션 기업으로 모바일 기기 사용자가 스포츠 중계 등을 사용자 맞춤형으로 볼 수 있도록 하는 소프트웨어 기술을 보유하고 있다. 또한 멀티 카메라를 이용해 보고 싶은 각도로 게임을 시청할 수 있고, 실시간으로 올라오는 선수들의 통계자료도 손쉽게 볼 수 있다.

농구 황제 마이클 조던이 투자한 것은 물론 주력 멤버들이 김 회장과 함께 근무했던 美 벨연구소 출신인 것으로 알려졌다. 1조 원의 벤처신화, 벨연구소 최연소 사장, 미국에서 가장 영향력 있는 10명의 아시아인 등 수많은 수식어를 가진 김종훈 씨가 회장직을 맡아 국내 IT 업계에서 큰 관심을 모으고 있다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

충북권 지역 방송기술 세미나 교육 안내

2016년 4월 교육 과정

교육 목적
- 지역 방송기술인의 기술 및 정책적 직무능력 향상 도모
- 미디어 환경 변화, loudness 및 UHDTV 등 차세대 방송기술에 대한 정보 교류를 통한 지역 우수 방송기술 인력 양성

교육 일정
- 교육 일정 : 2016.4.28.(목), 13시 ~ 18시
- 교육 대상 : 지상파 방송기술인 30명 내외(타 직군 수강 가능)
- 교육 장소 : CJB청주방송 7층 강당(충북 청주시 서원구 사운로 59-1)

접수 방법
- 4월 11일(월) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 사전 신청 및 4월 28일(목) 교육 당일 현장 신청
  ※ 사전신청자에 한하여 교육 당일 현장에서 강의교재를 드립니다.

기 타
- 교 육 비 : 무료
- 담 당 자 : 강민정 과장, 민서진 연구원
- 문의사항 : 사무실 02-3219-5640~1 / 교육장 031-219-8261~2
- E-mail : bea@kobeta.com

‘WMF 2016’ 5월 24일 개최…미디어 특이점이 온다

‘인공지능 전문가’ 장병탁 서울대 교수, ‘VR 전문가’ ARTE의 케이 메세버그 등 강사로 나서

장병탁

케이 메세버그

마크 레프코비츠

제2회 월드미디어포럼(WMF)이 5월 24일 서울 강남구 코엑스 콘퍼런스룸 401호에서 ‘미디어 특이점이 온다(The Media Singularity is near)’를 주제로 열린다.

한국방송기술인연합회가 주최·주관하는 WMF는 전 세계 미디어 시장의 변화를 진단하고 발전 방향을 예측해 미래를 대비하기 위한 국제 포럼으로 지난해부터 ‘국제 방송·음향·조명기기 전시회(KOBA)’ 첫날 개최되고 있다.

올해는 ‘특이점(singularity)’을 키워드로 더 이상 신문으로 대표되는 인쇄 매체, 방송으로 대표되는 대중 매체 등으로 한정되지 않는 미디어 시장의 변화를 살펴보고 미디어 시장이 어느 방향으로 발전해 나갈지 예측해보고자 한다.

일반적으로 특이점은 어떤 기준을 상정했을 때 그 기준이 적용되지 않는 점을 이르는 용어로 물리학이나 수학 등의 학문에서 주로 사용해왔다.

하지만 지난 2005년 세계적인 미래학자이자 사상가인 커즈와일이 저서 〈특이점이 온다〉를 통해 과학기술의 발전이 생물학적 인간을 뛰어넘는 미래 인류를 전망하면서 사회 전반에서 특이점이란 단어를 주목하기 시작했다.

최근 알파고와 이세돌 9단의 대결을 통해 특이점이 다시 주목받기 시작했다. 일각에선 이세돌 9단의 패배가 인류 역사의 변곡점이 될 것이라고 하면서 특이점이 출현했다고 진단했다. 이에 대해 구글에서 인공지능(AI) 연구를 하고 있는 커즈와일은 특이점이란 단순히 인간의 지능을 넘어서는 것이 아니라 기술적 창조가 가능한 시대가 온다는 것이라며 패러다임에 변화가 일어날 것이라고 주장했다.

WMF 2016에서는 AI 분야의 전문가인 장병탁 서울대 교수를 모셔 AI의 등장이 미디어 산업의 특이점이 될 것인지 또한 AI가 현재 미디어 시장에 어떤 영향을 미치고 있으며 앞으로 어떤 역할을 해나갈 것인지 살펴보고자 한다.

이외에 유튜브 아시아·태평양 지역 파트너 제품 솔루션 총괄을 맡고 있는 ‘마크 레프코비츠’와 프랑스·독일 협력 공영방송인 ARTE에서 가상현실(VR)을 연구하고 있는 ‘케이 메세버그’ 등 글로벌 미디어 전문가 3명이 강사로 나선다.

메인 세션 외에 심화 세션에서는 ‘미디어 산업의 새로운 내일 열다’라는 주제로 인터넷과 모바일 그리고 AI 등 미디어 플랫폼의 확장과 이에 따른 콘텐츠 제작의 다양화 등을 중심으로 강사들이 한자리에 모여 고민하는 자리를 마련했다.

WMF 2016 총괄 기획을 맡고 있는 도기태 한국방송기술인연합회 정책실장은 “기술의 진보가 가져올 새로운 전환점 ‘미디어 특이점’에 주목하고, 우리 삶을 근본적으로 바꿀 이 혼돈의 패러다임 속에서 기술과 콘텐츠를 바탕으로 진화를 거듭하고 있는 미디어 혁신과 시대를 꿰뚫는 변화의 인사이트에 대해 논의할 것”이라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

KOBA 26th CONFERENCE
KOREA INTERNATIONAL BROADCAST AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW
국제 방송·음향·조명기기 전시회
2016

국제 방송기술 콘퍼런스

한국방송기술인연합회
THE KOREA BROADCASTING ENGINEERS & TECHNICIANS ASSOCIATION
www.kobeta.com

▸ **주제** : Broadcasting, Touching your Emotion 방송, 감성을 연결하다
▸ **주최** : 한국방송기술인연합회 한국이앤엑스
▸ **후원** : 미래창조과학부 방송통신위원회 한국방송 미디어공학회
▸ **장소** : COEX 3층 Conference Center ▸ **문의** : 한국방송기술인연합회 02-3219-5635~42
▸ **세미나 사전 등록(유료, 5월 20일 등록 마감)**
1) 온라인 사전 등록은 KOBA 홈페이지**www.kobashow.com** 에서 하실 수 있습니다.
2) 사전 등록
▷ 회원/학생 : 25일(6만 원), 26일(6만 원), 27일(2만 원)
/ 25·26일(11만 원) / 25·27일, 26·27일(7만 원) / 25·26·27(12만 원)
▷ 일반(비회원) : 회원/학생에서 2만 원 추가
3) 현장 등록 : 사전 등록에서 2만 원 추가
※콘퍼런스 유료 등록을 하신 분은 전시회 참관이 무료입니다.

25수

강의실	세션	시간	주제	소속 및 강사
307호	Beyond Definition	10:30~11:20	새로운 방송 패러다임을 이끌 차세대 지상파 UHD 방송 표준기술	김규현 경희대학교 교수
		11:35~12:25	UHD 본방송 준비 현황 : ATSC3.0 실험방송을 중심으로	전성호 KBS 기술연구소 책임연구원
		13:40~14:30	아직 끝나지 않은 지상파 디지털 전환, UHD	조삼모 SBS UHD 추진단 차장
		14:45~16:30	ATSC 3.0 Standard Overview, Latest Developments in the Standard and Equipment to Bring ATSC 3.0 to Air	Joe Seccia GatesAir product development manager (에이브넷)
308호	Smart Media	10:30~11:20	1인 미디어와 MCN	대도서관(나동현) (주)엉클대도 대표
		11:35~12:25	스마트폰 방송 제작 시스템	김현순 KBS 기술연구소 책임연구원
	Future Media	13:40~14:30	IP Video Routers & Switches MDX 4090의 개요 및 일본 NHK의 도입 배경	NAKAMURA KAZU Media Links (동양디지털)
	Pre-Engineer ※특별무료세션	14:45~15:35	2016 방송기술 주요 이슈 점검	김상진 SBS 뉴미디어개발팀 부장
		15:50~17:20	**방송엔지니어 , 나는 이렇게 입사했다! Season 2**	3~5년차 방송기술직 사원 (KBS, MBC, SBS, EBS, CBS, YTN)
317호	Audio & Lighting in Future	10:30~11:20	VR 오디오 기술과 차세대 방송 및 미디어	오현오 가우디오디오랩 대표
		11:35~12:25	5G 시대의 라디오방송	안영기 CBS ICT R&D센터장
		13:40~14:30	차세대 음향 표준 - Dolby AC4	Dolby
		14:45~15:35	UHD 스튜디오 조명 - KBS 4K 대하사극 “징비록”과 “장영실”을 중심으로	임상철 KBS TV기술국 조명감독
		15:50~16:40	상암 MBC 스튜디오 설계와 조명시스템 구축	오승철 MBC 영상기술부 차장
318호	VR & Drone	10:30~11:20	VR을 비롯한 디지털콘텐츠 산업육성 정책방향	김영문 미래창조과학부 디지털콘텐츠과장
		11:35~12:25	360 VR 비디오 제작 기법	전우열 VentaVR 대표
		13:40~14:30	고품질 VR 콘텐츠 제작 및 방송 활용 사례 - MBC	박은석 MBC 종합편집부 팀장 (VFX Supervisor)
		14:45~15:35	고품질 VR 콘텐츠 제작 및 방송 활용 사례 - SBS	김태완 SBS A&T 감독
		15:50~16:40	고품질 VR 콘텐츠 제작 및 방송 활용 사례 - KBS	KBS 중계기술부 드론 전문 감독

26목

강의실	세션	시간	주제	소속 및 강사
307호	Beyond Definition	10:30~11:20	UHD 제작사례와 워크플로우	김현민 SBS 편집기술팀 감독
		11:35~12:25	파나소닉의 UHD 압축 코덱 및 IP 전송기술 & UHD 라인업 - 프로덕션에서 라이브 방송까지	김경민 파나소닉코리아 과장
		13:40~14:30	Sony 4K IP Live System with HDR	박영철 소니코리아 과장
		14:45~15:35	UHD 드라마 제작 전환의 의미와 실제	강규원 KBS 편성정책부 촬영감독
		15:50~16:40	Grass Valley 4K IP 방송 솔루션 및 트렌드 소개	윤현동 삼아디엠에스 이사
308호	Audio & Lighting in Future	10:30~11:20	라우드니스 기반 음량규제 시행 대비 준비현황	박찬호 SBS 편집기술팀 차장
		11:35~12:25	레코딩과 라우드니스	장인석 상명대학교 문화기술대학원 교수
	Beyond Definition *무료진행	14:00~16:40	**토론회 : UHDTV 방송 도입과 지상파방송 서비스의 미래**	사회 : 한동석 경북대 교수 (UHD 실무위원장) 발제 : 김광호 서울과학기술대 교수
317호	Future Media	10:30~11:20	미디어 파사드와 홀로그램, 그 다음	이동진 더부스터 뉴미디어 New Media Supervisor
		11:35~12:25	UHD HDR 기술의 미래 - Dolby Vision	Dolby
		13:40~14:30	글로벌 라디오 플랫폼 동향과 시사점	임재윤 MBC 미래방송연구소 차장
		14:45~15:35	DAB+ 하이브리드 서비스 소개	호주 CRA
		15:50~16:40	Coaxial Cable for 12 GHz 4K Video Transmission	Mr. Steve Lampen Belden Multimedia Technology Manager
318호	Smart Media	10:30~11:20	딥 러닝의 현재 그리고 미래	윤성로 서울대학교 교수
		11:35~12:25	분산 미디어 환경과 대응전략	강정수 연세대 커뮤니케이션연구소 전문연구원
		13:40~14:30	한국 방송콘텐츠산업 과제: 스마트 한류 전략	신상민 성신여대 미디어커뮤니케이션학과 교수
	VR & Drone	14:45~15:35	증강현실 기술의 현황과 미래 전망	우운택 카이스트 CT대학원 교수
		15:50~16:40	360° 영상 기반 VR 콘텐츠 플랫폼 구축 및 운영 사례	윤승훈 자몽 대표

27금

강의실	세션	시간	주제	소속 및 강사
307호	Beyond Definition	10:30~11:20	고품질 HD-to-UHD 비디오 변환 기술	이대열 한국전자통신연구원(ETRI) 연구원
		11:35~12:25	지상파 UHD 방송 부가서비스	이동관 MBC 기술연구소 책임연구원
				김상진 SBS 뉴미디어개발팀 부장
		13:40~14:30	ATSC 3.0 물리계층 전송 기술	이학주 삼성전자 수석연구원
		14:45~15:35	방송콘텐츠 제작 및 평가에 활용가능한 빅데이터 분석법	최홍규 EBS 연구위원
308호	Future Media	10:30~11:20	(초)다시점/LF 기반 무안경 3DTV 기술개발 동향	이광순 한국전자통신연구원(ETRI) 책임연구원
		11:35~12:25	디지털 홀로그래픽 디스플레이 기술	박민식 한국전자통신연구원(ETRI) 책임연구원
		13:40~14:30	TV Loudness 모니터링 분석	이상운 남서울대학교 교수
		14:45~15:35	지상파 UHD IBB 표준화 및 서비스 전망	이동준 KBS 기술관리국 팀장

※콘퍼런스 일정은 사정에 의해 변경될 수 있습니다.
※강사 및 세부 내용은 KOBA 홈페이지 (www.kobashow.com)를 참고하시기 바랍니다.

NAB 2016을 다녀와서

정종완 한국방송기술인연합회 교육실장

■ 개요

전시회 명칭 : NAB Show 2016(국제방송장비전시회)
일정 : 2016.4.18~4.21
장소 : 미국 라스베이거스 컨벤션센터

■ NAB 2016 주요 동향 및 이슈

서론

미국을 포함 전 세계 방송 장비가 전시되며 1,500여 개 이상의 업체가 참가한 세계 3대 전시회 중 하나인 NAB 2016이 지난 4월 18일부터 22일까지 4일간 미국 라스베이거스 컨벤션센터에서 개최됐다. 이번 전시회 및 콘퍼런스는 세계 최대의 방송 기술 및 장비 박람회로서, UHD 4K, 8K 방송 기술 관련 표준 동향과 관련 장비 제조사들의 시연과 시제품 발표, 그리고 삼성전자와 LG전자 등 국내 기업의 시연과 중소기업 개발 장비 등의 시연 등 한국 공동관과 K-UHD 테마관 등도 주목할만했다.

특히 UHD 방송의 표준으로 확실시 되는 ATSC 3.0에 대한 비디오 코덱, 오디오 코덱 관련 제조사와 시제품 등은 SOUTH HALL, NORTH HALL 주요 부스를 중심으로 전시 및 시연을 했다. 내년 2월 본방송을 목표로 하고 있는 국내의 UHD 추진 계획을 볼 때 이번 NAB 2016의 전시회 및 콘퍼런스는 최종 준비 및 점검을 할 수 있는 중요한 자리였다고 할 수 있다.

방송통신위원회에서는 최성준 위원장을 포함해 20여 명의 참관단을 통해 국내 지상파 UHD 방송 준비 사항과 관련 장비제조사 동향을 파악했고, K-UHD 체험관을 주관한 미래창조과학부는 최재유 차관을 비롯한 RAPA, ETRI 등 산하기관 공무원들이 전시회를 참관했다. 무엇보다 이번 전시회장 내의 큰 부분을 차지한 것은 4K UHD TV 전송 및 압축 코덱 장비, 그리고 솔루션 관련이었다. 다만 전미 방송사업자들의 관심도가 다소 낮은 것이 국내의 상황과 비교될 정도였다.

방통위 및 미래부 전시회 공동 참관

이번 NAB 2016은 최성준 방통위원장과 최재유 미래부 차관 등 정부 관료 및 산하기관 단체의 참관으로 한국관과 K-UHD 체험관 등 다채로운 전시 시연과 더불어 콘퍼런스 발표 등도 이뤄졌다.

K-UHD 체험관

콘퍼런스 발표

4K UHD TV 장비 관련

무엇보다 이번 전시회의 최대 화두는 4K UHD TV 제작 장비다.

우선 송출, 송수신 및 셋톱 등 통합 솔루션 장비 업체인 GRASS VALLEY과 HARMONIC, BLACK MAGIC DESIGN, EVERTS, TV LOGIC, AVID 등과 기존 방송 제작 업체인 SONY, PANASONIC, CANON, IMAGE 등은 최신 4K 제작 장비와 전송 선로, 송출 장비 등에 대한 다양한 제품군을 선보이고 시연했다.

미국의 경우 ATSC 3.0이 지상파 UHD TV 표준으로 확정시 되고, 비디오 코덱은 HEVC, 오디오 코덱은 AC-4로 확정됨에 따라 이에 맞춘 다양한 제품들이 소개됐다. 최대 이슈인 전송의 경우, IP 방식과 12G-SDI 방식이 업체 간 첨예한 경쟁 구도 상황이었다. TICO 압축 및 LLVC(SONY의 경우)을 통해 IP 전송 시 12G를 10G로 압축하는 방식 또한 눈에 띄었다. 12G-SDI 방식의 경우 4개 슬롯에 3G-SDI를 탑재하는 방식 등도 시연했으나, 결국 다중 케이블의 결선 등은 향후 IP 선로로 갈 수밖에 없는 단점을 보여줬다.

GRASS VALLEY

BLACK MAGIC DESIGN

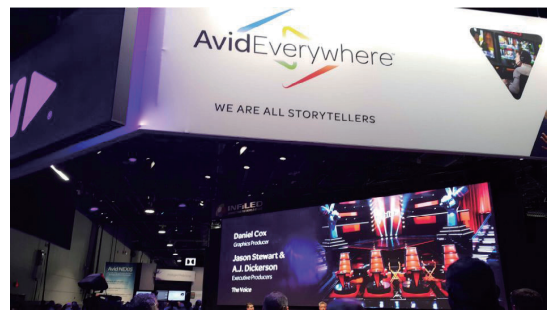
EVERTZ

HARMONIC

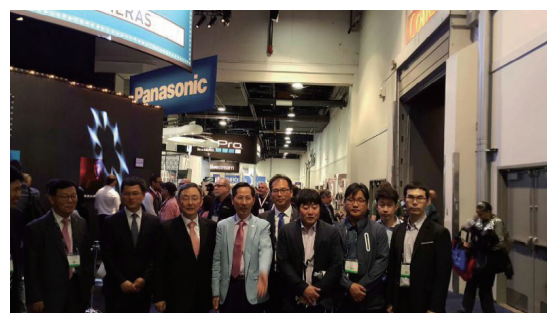
4K UHD TV 실험 방송 시연 관련

이번 NAB 2016에는 미국 내 제조사들을 중심으로 ATSC 3.0 송수신 시연이 있었다. ATSC 3.0 워크플로우의 라이브 전반에 대한 데모를 전제로 한 이번 시연은 국내에서도 지상파 방송사와 합동으로 실험 방송을 했던 GATESAIR와 DIGITAL ALERT SYSTEMS, DOLBY, HARMONIC, LG, ZENITH, TRIVENI 등이 공동으로 참여했다. (현장에서는 PILOT-NAB Labs라고 표현함)

현장에서는 콘텐츠 서버와 송수신 압축 코덱, ESG 등을 포함한 장비와 LAS 인근의 중계소를 통한 송수신 전송 시연이 이뤄졌다. 다만 미국 지상파 방송사들의 참여 없이 4K UHD 관련 업체들만으로 시연이 이뤄진 점이 다소 국내 상황과 상이하다하겠다. 4K UHD TV의 핵심 기능인 HDR과 ESG, 재난 신호 전송 등이 소개됐다.



AVID



PANASONIC

CANON

SONY

시연 부스 전경

콘텐츠 서버 및 ESG 소개

참여 업체 장비

이와 별도로 NHK 연구소에서는 8K UHD TV 중계차 시연이 있었다.

일본의 사단법인 '차세대방송추진포럼(NexTV-F)'를 중심으로 NHK 공영방송, 민영방송, 정부 산하연구단체 등을 위주로 개발된 이번 8K UHD TV시연은 리우올림픽 제작(라이브는 아님)에 참여할 예정이라고 한다. 하지만 전송(제작 장비와 주변 장비 간)관련 표준과 기준 등의 문제가 현안 사항이라고 한다.

GATESAIR 社 ATSC 3.0 장비 시연 (별도 부스 시연)

ATSC 3.0 표준화 동향 관련

현재 미국은 비디오 코덱은 HEVC, 오디오 코덱은 AC-4로 확정된 상태다. 관련 장비 제조사에서 해당 표준 및 기준으로 개발 중으로 알려져 있다.

반면 국내의 경우, 오디오 코덱은 AC-4와 MPEG-H 중에서 미확정 단계다.

ALL-IP와 SFN망의 필드테스트 및 검증을 위해서는 정부·산업·지상파 사업자들의 발 빠른 대처와 협력이 필요할 것이다.

방통위 미팅 관련

4월18일 월요일 최성준 방통위원장 등 20여 명의 방통위 및 산하기관 공무원들과 현지에서 전시관 의전과 오찬 미팅이 있었다. 오전 10시부터 오후 1시까지 10여 개의 글로벌 기업 부스 방문 및 질의응답 등이 있었으며, K-UHD 체험관을 방문해 지상파 방송사의 UHD 준비 현안 등에 대한 중요한 시간을 나눌 수 있었다.

NAB 미팅 관련

4월 19일 화요일 오후 3시 30분부터 1시간가량 진행된 NAB와의 미팅은 NAB EVP인 SAM과 부사장 CLOUDY 등과 연합회장단과 있었다. 현재 미국, 한국의 UHD TV 방송 준비 현황과 ATSC 3.0 표준화 동향, 그리고 향후 지상파 미래 방송 서비스 등에 대한 정책적 현안에 대해서도 논의했다.

마지막으로 양 협회 간의 MOU 체결도 이뤄져 향후 방송 기술 교류와 콘퍼런스 및 포럼 시 상호 간 발표자 교류, 그리고 연구 개발 프로젝트 및 미래 전략에 대한 상호 교류 등을 담았다.

결론

K-UHD 체험관을 필두로 내년도 본방송을 준비하는 국내 상황과 달리 미국 내 지상파 방송사업자 및 전 세계 지상파 사업자는 다소 소극적인 분위기였다. 각종 케이블 및 OTT 업체, 포스트프로덕션 업체 등을 우선 공급 대상으로 하는 4K UHD TV 관련 업체들의 물량 공세에 오히려 현지에서는 VR과 드론, 특수 카메라 등이 이슈가 되고 있는 듯했다.

2017년 본방송과 2018년 평창동계올림픽 4K UHD TV 방송을 목표로 전진하고 있는 국내 지상파 방송사의 노력이 헛되지 않도록 정부 관련 기관과 산업체, 그리고 연구기관 간의 면밀한 협조 공조 체계가 이뤄지기를 다시 한 번 기대해 본다.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

골라 먹는 재미

칼럼

오건식
SBS 뉴미디어개발팀 부국장

20대 국회의원 총선거가 끝났다. 방송사에 있어서 선거 방송이란 일종의 계륵 같은 것이라는 생각이었다. 대략 반나절의 방송을 위해서 몇 달 이상을 준비해야 하고, 들인 노력에 비해 성과는 크게 빛나지 않는 프로그램이 선거 개표 방송인 것이다. 필자가 '해 봐서' 조금은 안다. 그러나 이번 선거 개표 방송을 보면서 이전과는 좀 다르다는 생각이 들었다.

이번 총선거 개표 방송에 지상파 및 종편 각 사가 나름 기술적인 준비를 많이 했다. 그 결과로 화면에는 로봇 팔이 왔다 갔다 하기도 하고, 삼국지나 유명 영화의 기운이 스멀스멀 올라오기도 하고, 정통파 스타일의 친숙한 개표 화면을 볼 수도 있었다. 무엇보다 각 사 엔지니어들의 노고에 박수를 보낸다. 특히 선거 후보자 등록 막판까지 후보자가 결정되지 않았거나, 소위 '옥새가 나르샤'로 표현되는 사건 등으로 선거 개표 방송 시스템을 Field Test 할 수 있는 물리적 시간이 적었을 것이라는 사실에서 더욱 경의를 표한다. 시청자들은 공천 과정의 혼란을 즐겼을지 모르겠지만 방송 Staff들은 죽을 맛이었을 것이리라.

그런데 이번 총선 개표 방송의 가장 큰 특징은 채널별로 선호도가 확실하게 갈린다는 점이다. 어느 채널이 더 좋다거나 나쁘다는 것이 아니라 채널별로 성격이 많이 다르기 때문에 이전같이 치열하게 경쟁할 필요가 없어 보였다. 개표 예측이나 결과를 전하는 포맷의 차이가 연령별, 지역별 시청선호도의 차이를 나았다. 같은 포맷을 사용하면 경쟁은 필연적이다. 그러나 서로 다른 장르라고 하면 굳이 크게 신경 쓸 필요가 없다. 같은 개표 결과를 가지고 전달하는 방식을 어느 채널은 보도로, 어느 채널은 예능으로, 또 어느 채널은 보도 제작으로 접근했으니 시청자는 골라 먹기만 하면 되는 것이다. 그런 의미에서 각 사 간 선거 개표 방송의 시청률에 연연해 할 필요는 없어 보인다. 이는 드라마와 다큐를 같은 잣대로 평가하지 않는 이치와 같다.

> 앞으로 선거 개표 방송이 보도 프로그램인가, 스토리를 갖는 다큐인가에 대한 시각 차이가 선거 개표 방송의 장르를 결정할 것이다. 그리고 이 차이가 향후 선거 개표 방송에서 메뉴 및 화면 개발의 경향을 결정지을 것 같다. 분명히 좋다거나 나쁘다거나 하는 관점이 아니라 다양한 취향의 Spectrum을 만족시킬 수 있는 것인가의 문제일 것이다. 심지어 '19금' 선거 개표 방송도 기대해 본다.

심지어 기본적인 Stance마저 장르를 달리하면 달라질 수 있다고 본다. 당연히 보도라면 공정성이 주된 Stance가 될 것이다. 그러나 예능적인 관점에서 접근하면 공정성을 크게 훼손하지 않는 범위에서는 약간 다른 Stance가 허용될 수 있다고 본다. 예를 들어 스포츠에선 편파적인 중계방송이 인기를 끌고 있다. 크게 보면 전 우주를 통틀어서 정말로 '공정함'이란 것이 존재하는지 모르겠다. 한일전 스포츠 중계방송은 전 우주적으로 보면 당연히 편파 방송이다. 이러한 면에서 선거 개표 방송도 볼거리에 비중을 두다 보면 일정 부분 편파적으로 보일 수밖에 없을 것이다. 실제로 개표 방송 Staff 중 일부는 준비한 메뉴 중에서 '보다 센(?)' 것들이 방송을 타지 못했다고 아쉬워하기도 했다.

결론적으로 이번 총선 개표 방송은 이전의 서로 유사한 보도 형태에서 진일보한 것으로 평가하고 싶다. 전체적인 판세나 득표 현황이 궁금한 시청자가 선택하는 채널과 다른 시각과 분석을 제공하는 채널이 공존하는 다양성이 좋지 않은가? 이렇게 다양성을 추구하는 방송이 돼야 할 이유는 많이 있을 것이다. 그중에서 가장 큰 이유는 시청자층이 세분화되고 있다는 점이다. SBS 초창기에 '대결, 20 vs 40'이라는 예능 프로그램이 있었다. 20대 여러 명의 패널이 한 편, 40대 여러 명의 패널이 또 다른 한 편으로 나와서 퀴즈 등의 대결을 하는 예능 프로였다. 나름 세대 차이를 반영하고자 하는 프로그램이었는데, 그로부터 20년 정도 흐른 지금은 노령화와 SNS 등장 등의 이유로 당연히 나이대별 구분을 더욱 여러 개로 해야 할 것이다. 할 수만 있다면 '애늙은이들'만 따로 구분해야 할지도 모른다. 그러므로 이전같이 간단하게 중장년대 청년의 구도가 아니다.

다만 대체로 젊은 세대는 능동적이라서 개표 현황을 보고 싶은 지역구가 있으면 선관위 홈피에 접속해서 바로바로 알 수가 있고, 나이 든 세대는 방송에서 보고자 하는 지역구가 나올 때까지 기다리는 경향이 있다. 그러므로 방송사끼리 의도한 바는 아니었겠지만 이번 선거 개표 방송은 채널 간 역할 분담이 비교적 잘 된 모범적 경우가 됐다.

앞으로 선거 개표 방송이 보도 프로그램인가, 스토리를 갖는 다큐인가에 대한 시각 차이가 선거 개표 방송의 장르를 결정할 것이다. 그리고 이 차이가 향후 선거 개표 방송에서 메뉴 및 화면 개발의 경향을 결정지을 것 같다. 분명히 좋다거나 나쁘다거나 하는 관점이 아니라 다양한 취향의 Spectrum을 만족시킬 수 있는 것인가의 문제일 것이다. 심지어 '19금' 선거 개표 방송도 기대해 본다.

마지막으로 칼럼 쓰시는 분들 중에 마무리를 어떤 식으로 할지 고민인 분들의 공통적인 방법을 사용토록 하겠습니다. '여러분의 생각은 어떻습니까?'

사설

우리나라가 UHD 시대의 주역으로 거듭나기 위해서는

전 세계 방송계의 차세대 트렌드를 주도 하고 방송의 현주소를 가늠해 볼 수 있는 NAB 2016이 미국 라스베이거스에서 열렸다. 지난해와 마찬가지로 올해도 주요 화두는 UHD였다. 미국과 일본 그리고 중국을 중심으로 차세대 먹거리인 UHD 방송 시장을 선점하기 위한 기술을 앞다투어 내놓았고, 우리나라도 예외는 아니었다.

2017년 2월 세계 최초로 지상파 UHD 본방송을 준비하고 있는 우리나라는 지상파방송 3사와 가전사, 한국전파진흥협회(RAPA), 한국전자통신연구원(ETRI) 등이 함께 'KOREA UHD 테마관'을 구성해 대대적인 홍보 활동을 펼쳤다. 정부 차원에서도 최성준 방송통신위원회 위원장과 최재유 미래창조과학부 제2차관이 직접 방문해 참가자들을 격려하고 UHD 추진에 대한 정부의 의지를 표명했다. 특히 최 위원장은 UHD 서비스의 개발과 상용화를 적극적으로 지원하겠다고 밝히면서 국내 메이저 방송사에서 국산 장비 업체 등과 협력해서 세계 시장 개척을 위해 노력해 달라고 당부했다.

최 위원장의 말처럼 성공적인 무료 보편적 지상파 UHD 본방송을 위해서는 정부와 방송사, 가전사 등 각 부문의 긴밀한 협조가 필수적이다. 그런 점에서 방통위를 중심으로 한 정부에서 지상파 UHD 방송에 대한 지원 의지를 갖고 있다는 것은 상당히 고무적이다. 하지만 말뿐이 아닌 진정한 지원이 이뤄지기 위해서는 과감한 규제 철폐 등 정부의 정책적 지원이 무엇보다 중요하다.

먼저 짚어볼 부분은 UHD특별법 제정을 통한 제도적인 지원이다. 이제 지상파 UHD 본방송이 1년도 채 남지 않았다. 지금 이 시점에서 사업 진행의 속도를 내기 위해선 특별법 제정밖에 없다. 또한 지상파 방송사는 최근 몇 년간 광고 수익이 가파르게 감소하고 있다. 지상파 UHD 본방송을 위한 UHD 콘텐츠 투자조차 어려운 상황이다. 이런 상황에서 꺼낼 수 있는 카드는 중간 광고 허용밖에 없다. 현재 정부는 케이블과 종합편성채널에만 중간 광고를 허용하고 있다. 하지만 예전과 달리 이제 지상파와 케이블, 종편의 차이는 거의 없는 상황이다. 심지어 케이블의 중간 광고 단가가 지상파 최고 단가를 앞지르고 있다. 정부가 중간 광고 허용을 다시 한 번 깊게 검토해봐야 하는 이유다.

아무리 좋은 서비스가 있어도 시청자가 외면하면 성공할 수 없다. 그렇기 때문에 지상파방송은 언제 어디서나 수신이 가능한 환경 조성이 필수적이다. 실내 수신을 위한 TV수상기의 내장 안테나 의무 장착 및 모바일 수신을 위한 휴대폰 수신칩 기본 장착은 그 첫걸음이 될 것이다. 가전사와의 이해관계가 첨예한 부분으로 정부 부처의 조정역할이 요구된다. 또한 공동주택의 공시청 시설 유지에 관한 부분도 법적으로 보장해야 할 것이다.

다시 한 번 강조한다. 서두에서도 말했듯이 정부와 지상파 방송사, 가전사 등의 협력이 절실한 때이다. 8K를 바라보고 나아가는 일본과 가격 경쟁력으로 바짝 뒤쫓아오는 중국 사이에서 우리나라가 살 방법은 지상파 UHD 본방송을 통한 경쟁력 확보밖에 없다. 정부도 지상파 없이 차세대 방송에서 경쟁력을 확보할 수 없고, 가전사 역시 지상파의 도움 없이는 콘텐츠 확보가 어려운 상황이다. 협력만이 차세대 방송 시장에서 살아남을 방법이라는 것을 다시 한 번 명심해야 할 때다.

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