

방송기술교육원 ▶ 5면
[안내] 7월 교육 과정

참관기 ▶ 6면
[AES 2016] 3D 사운드, 가상이 아닌 현실로!!

오피니언 ▶ 7면
[칼럼] 우리의 방송은 없는가?

TTA, 지상파 UHD TV 송수신 정합 표준 채택

지상파 UHD 콘텐츠 암호화 기술 포함...콘텐츠 불법 유통 방지 가능



2017년 2월 지상파 초고화질(UHD) 본방송을 앞두고 UHD 기술 표준안이 확정됐다. 이번 표준안에는 콘텐츠 보호를 위한 암호화 기술도 포함돼 콘텐츠 불법 유통 해결에 큰 도움이 될 전망이다.

한국정보통신기술협회(TTA)는 6월 24일 오후 표준총회를 열고 '지상파

UHD TV 방송 송수신 정합' 기술을 표준으로 채택했다. 이번 표준은 미국 디지털 방송 표준화 기구인 Advanced Television Standards Committee (ATSC)에서 제정한 ATSC 3.0 Candidate Standard(CS) 기반으로 기존 지상파 디지털 방송 송수신 정합 규격

인 MPEG2-TS 대신 IP 기반 UHD 방송 시스템을 구축하는 것을 골자로 한다. IP 기반 방송 시스템이 구축되면 양방향 서비스를 중심으로 하는 다양한 맞춤형 부가 서비스는 물론 이동 중 송수신 서비스도 가능해진다.

이번 표준에는 그동안 논란이 됐던 콘텐츠 암호화 기술도 포함됐다. 콘텐츠 보호란 지상파에서 제공하는 UHD 콘텐츠를 합당한 시청 요건을 갖춘 수신 단말에만 정상적인 서비스가 되도록 하는 기능으로 직접 수신 가구들은 △공통 복호화 기능(CENC Descrambler) △UHDCP 클라이언트 △DP Manager △DPM Loader 등을 탑재한 TV 수상기를 구매해야만 UHD 콘텐츠를 볼 수 있다. 다만 이번 기술 적용은 직접 수신 가구에 한정된 것으로 유료방송 가입 가구는 해당되지 않는다.

당초 지상파 방송사와 유료방송 사업자, 가전사 등은 암호화 기술 채택 여부를 두고 공방을 펼쳤다. 유료방송 사업자

와 가전사 모두 별도의 암호화 해제 장치를 마련해야 하기 때문이다. 또 가전사의 경우 TV 수상기에 암호화 해제 장치를 탑재해야 하고, 국내용과 국외용을 별도로 제작해야 하기 때문에 반대의 목소리를 냈다. 하지만 지상파 방송사와 이동통신사가 한 빨azzo 양보해 '종합유선방송 사업자(SO), 위성방송사업자 및 인터넷 멀티미디어방송사업자(IPTV)에게 제공한 콘텐츠에 대해서는 본 표준을 적용하지 아니한다'는 문구를 넣는 것으로 접점을 찾았다.

관련 업계에서는 "지상파 방송사들은 '세계 최초 지상파 UHD 본방송'을 앞두고 있는 시점에서 명분을 지켰고, 유료방송 사업자들은 당장 암호화 해제 장치를 마련해야 하는 수고를 덜었으며, 가전사는 수상기 제조의 부담을 덜었다"는 평을 내놓았다.

사실 지상파 방송사를 비롯한 콘텐츠 제작 업계에서 저작권 침해 문제는 하루 이틀 된 문제가 아니다. 특히 한류 콘텐

츠의 해외 진출이 가속화되면서 저작권 침해 사례는 하루가 다르게 늘어나고 있다. 하지만 특정 기업의 노력만으로는 해결이 어려운 부분이 있고, 문화 상품 특성상 설불리 권리 행사에 나서면 반감을 사기 쉬울 뿐 아니라 지나친 집행은 외교적 문제를 초래할 수도 있어 해결 방안을 찾기 어려웠다.

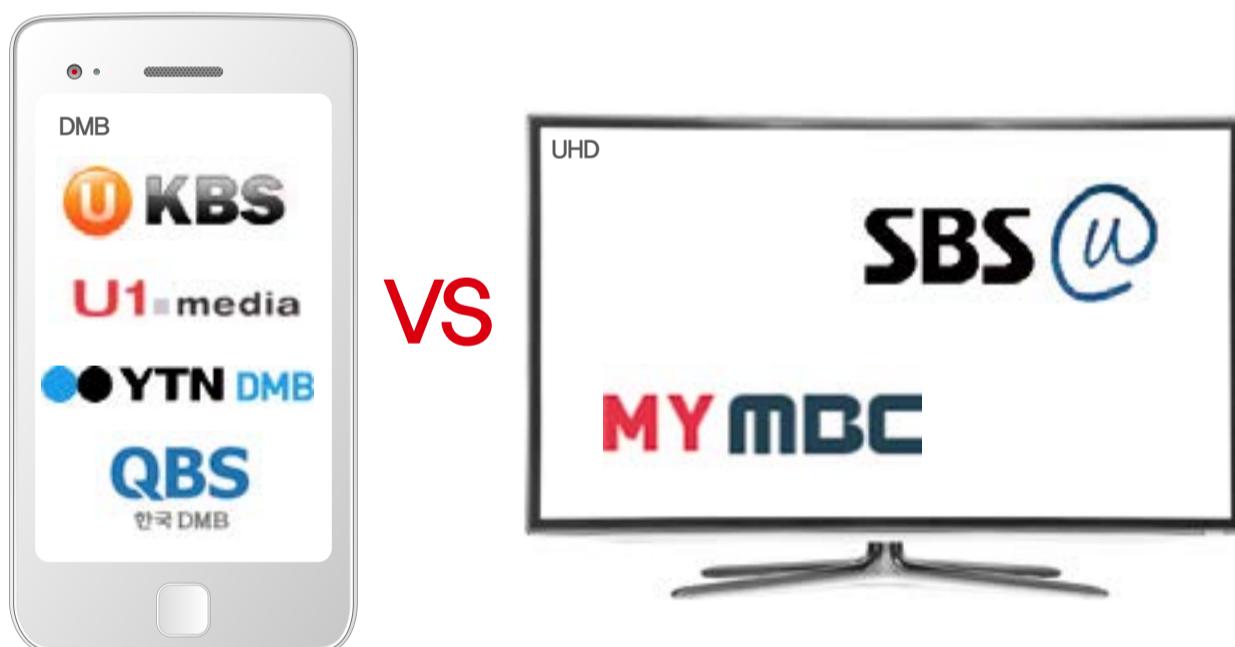
이에 대해 한 방송사 관계자는 "그동안 저작권 문제를 해결하기 어려운 부분이 있었는데 콘텐츠 보호 기술은 시청에 아무런 불편 없이 불법 배포나 복제를 막을 수 있기 때문에 앞으로 저작권 보호에 상당히 큰 도움이 될 것"이라고 말했다.

한편 산·학·연 전문가로 구성된 '지상파 UHD 방송 표준 방식 협의회'는 미국식 ATSC 3.0 표준 및 유럽식 DVB-T2 표준을 비교 검토하고 있으며 이르면 다음 달 초 공청회를 거쳐 국내 방송 환경에 적합한 지상파 UHD 방송 표준을 미래창조과학부에 건의할 것으로 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

MBC-SBS 빠진 지상파 DMB HD 서비스

업계 "공적 책무 방기" VS MBC-SBS "이동형 HD 방송에 집중"



존폐의 기로에 서 있는 지상파 DMB가 오는 8월부터 수도권을 중심으로 고화질(HD) 서비스를 시작한다. 하지만 인터넷 기반 동영상 서비스(OTT)인 '푹(poog)'을 운영하고 있는 MBC와 SBS가 HD 서비스

를 제공하지 않겠다고 밝혀 지상파 DMB의 HD 서비스 실현성에 의문이 제기되고 있다.

지상파 DMB는 브라질 리우데자네이루 올림픽이 열리는 8월 수도권을 중심으로

HD(1280*720) 서비스를 시작한다. HD 서비스가 시작되면 현재 QVG A(320*240)보다 12배 선명해진 화면을 볼 수 있다.

지상파 DMB 특별위원회 위원장인 오

수학 YTN DMB 상무는 "시청자 이용 형태 조사에서 불만족 사항으로 지적됐던 저화질 문제를 해결하고자 노력했다"며 "스마트 시대에 HD급 영상 품질과 프리미엄 콘텐츠 채널로 모바일 방송의 변화를 주도할 계획"이라고 말했다.

한때 황금알을 낳는 거위 대접을 받았던 지상파 DMB는 저화질, 모바일 전용 콘텐츠 부재, 수신 불량, 수익 모델 부재 등의 문제로 계속 내리막길을 걸어 지난 2011년 22.2%에서 2015년 18.9%로 이용률이 점점 감소하고 있다.

이 때문에 일부 전문가들은 지상파 DMB 서비스를 중단해야 한다는 의견도 내놓고 있으나 방송통신발전기본법 개정으로 지상파 DMB 끊김이 줄어들었고 화질 문제도 개선되고 있어 당분간 지켜보자는 의견이 대다수를 이루고 있다.

또한 보도에 따르면 지상파 DMB HD 서비스가 시작되면 수신제한시스템(CAS) 계약으로 수억 원대 수익이 생긴다. 단말기에 CAS를 탑재하면 시청자들이 방송 프로그램을 마음대로 녹화할 수 없게 되는데 보통 CAS를 적용할 때 제조사가 라이선스 비용을 지불한다는 것이다. 관련 업계에서는 지상파 DMB가 CAS 계약으로 약 100억 원대 수익이 생길 것으로 내다보고 있다.

하지만 MBC와 SBS가 지상파 DMB

HD 서비스에 참여하지 않겠다는 뜻을 밝히자 지상파 DMB HD 서비스가 어느 정도 효과가 있을지 의문을 제기하는 목소리가 커지고 있다.

관련 업계에서는 MBC와 SBS가 제공하고 있는 푹(poog)의 서비스가 HD 서비스와 겹치기 때문에 화질 개선에 참여하지 않는 것 아니냐는 지적이 나오고 있으나 MBC와 SBS 측은 이를 일축하며 "지상파 초고화질(UHD) 본방송이 시작되면 이동형 HD 방송이 가능하기 때문"이라고 설명했다. 지상파 DMB보다는 내년에 시작되는 이동형 HD 방송에 좀 더 집중하겠다는 뜻이다.

MBC와 SBS의 불참에 KBS를 비롯해 YTN, QBS, U1 등 나머지 지상파 DMB 사업자들은 당황스럽다는 입장이다. 시청률이 높은 MBC와 SBS가 HD 서비스를 하지 않으면 HD 서비스를 통해 재도약하고자 한 지상파 DMB의 전략 자체가 수포로 돌아갈 수 있기 때문이다.

이에 대해 업계 일각에서는 MBC와 SBS가 공적 책임을 방기하고 있다는 비판도 나오고 있으나 MBC와 SBS는 지상파 UHD 방송도 무료 보편적 서비스이기 때문에 문제없다는 입장은 내놓고 있어 지상파 DMB HD 서비스를 둘러싼 논란은 당분간 지속될 것으로 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

방송기술인상 선정

한국방송기술인연합회는 제24대 운영위원회 결정에 따라 분기별 방송기술인상을 제정했습니다.

2016년 2분기 방송기술인상 수상자는 다음과 같습니다.

김명권(SBS)

김수용(MBC)

김영석(JIBS)

김형조(OBS)

신일수(EBS)

이성주(KBS)

이제현(아리랑국제방송)

장재훈(CBS)

정재형(KBS)

한국방송기술인연합회

THE KOREA BROADCASTING ENGINEERS & TECHNICIANS ASSOCIATION

제20대 미방위 6월 28일 첫 가동…통합방송법·M&A 등 난제 산적

추혜선 정의당 의원, 미방위행 논의도 나올까



국회 미래창조과학방송통신위원회가 6월 28일 첫 상임위원회를 열고 미래창조과학부의 업무 보고를 시작으로 본격적인 활동에 들어갔다.

SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병(M&A)부터 통합방송법, 이동통신단말장치 유통구조에 관한 법률(단통법) 개정, 공영방송 지배구조 개선 문제, 수신료 현실화 등 해결해야 할 과제가 산적해 있어 첫 회의부터 적극적인 의견 개진이 이뤄졌다.

또한 무소속 윤종오 의원이 미방위 보이콧을 한

가운데 추혜선 정의당 의원의 미방위 배정 문제가 상임위 내부에서 논의될지 여부에도 관심이 집중되고 있다. 앞서 정세균 국회의장이 외교통일위원회 정수를 줄이고 미방위나 환경노동위원회 정수를 늘리는 방안을 제시했지만 새누리당에서는 반대 입장을 밝혔다.

정 의장은 6월 17일 3당 원내대표들과 만나 외통위 정수를 하나 줄이는 대신 미방위 또는 환노위 정수를 늘리는 안을 제시했으나 정진석 새누리당 원내대표는 난감하다는 반응을 보이며 “일단 당에서 협의해보겠다”고 말을 아꼈다. 이어 새누리당은 6월 18일 구두논평을 통해 “상임위 배정은 개인의 전문성이나 지역 안배 등을 고려해 배정하는 것이 타당하지만 모든 의원이 100% 만족하기란 불가능하다”며 “연쇄적인 조정 요구가 있따르면 ‘상임위 정수’ 원칙이 무너질 수 있다”고 우려했다. 주 의원의 상임위 조정이 불가능하다는 입장을 밝힌 것이다.

반면 더불어민주당과 국민의당은 정 의장의 제안

에 긍정적인 반응을 보였다. 더불어민주당은 “환노위 정수를 1명 늘리고, 외통위 정수를 1명 줄이면 되는 문제”라는 입장을 내놓았고, 국민의당 역시 “전문성을 갖고 온 사람들을 우선 배정해주는 게 맞다”며 “죽구 선수를 농구 코트로 보내는 게 과연 맞느냐”고 의문을 표했다.

매체비평우리스스로, 문화연대, 미디어기독연대, 민주언론시민연합, 새언론포럼, 서대문가재율리다오, 서울YMCA시정자시민운동본부, 언론개혁시민연대, 언론인권센터, 언론소비자주권행동, 진보네트워크센터, 표현의 자유와 언론탄압 공동대책위원회, 한국여성민우회미디어운동본부 등 언론 관련 13개 시민사회단체들도 “미방위에는 방송 통신 전문가가 필요하다”며 주 의원의 미방위 배정을 강력하게 요청하고 나섰다.

이들은 6월 20일 기자회견을 통해 “주 의원은 20년간 언론시민운동을 해온 미디어 정책 전문가로 언론 개혁을 공약으로 내세워 국민의 선택을 받

았고, 방송 통신 분야의 전문성을 바탕으로 의정 활동을 준비해왔다”며 “그간 미디어 정책 논의의 장에서 소외받았던 미디어 이용자, 지역의 시청자, 방송통신 노동자의 목소리를 대변할 수 있는 적임자로 꼽히고 있는 만큼 주 의원이 미방위에 배정돼 전문성을 마음껏 펼칠 수 있게 되기를 원한다”고 말했다. 또 “이미 상임위 배정을 끝마친 상황에서 쉽지 않은 일이라는 걸 알고 있지만 이런 복잡한 실태를 푸는 것이야말로 정치의 역할이고, 국민이 기대하는 ‘협치’의 모습이 아닐까 한다”며 “국민이 뽑은 나라의 일꾼들이 적재적소에 배치돼 제 역할을 다 할 수 있도록 국회의장과 교섭단체 원내대표들이 다시 한 번 중지를 모아 슬기로운 해법을 찾아주시기를 다시 한 번 간곡히 요청한다”고 덧붙였다.

하지만 야당과 시민사회단체의 요청에도 불구하고 새누리당의 입장에는 변화가 없어 주 의원의 상임위 배정 논란은 지속될 것으로 보인다.

한편 주 의원은 미방위 배치를 요구하며 국회 본청 로텐더홀에서 농성을 벌였으나 미방위 첫 회의가 시작되자 현실적 상황을 고려해 농성을 종료했다.

백선하 baek@kobeta.com

공영방송 지배구조 개선, 20대 국회에선 가능할까?

야3당 “최우선 과제로 추진할 것” 강한 의지 표현



세월호 참사 당시 검증 없는 받아쓰기 보도와 잇따른 오보를 냈음에도 불구하고 사과 한마디 없었던 KBS와 MBC 등 공영방송을 향한 비난이 아직까지 이어지고 있다. 최근 조사에 따르면 KBS의 뉴스 영향력이 3년 전에 비해 절반가량 떨어진 것으로 나타났다. 더 나아가 가장 신뢰하는 방송사로 종합편성채널 JTBC가 뽑히는 웃지 못할 일들까지 벌어지고 있다. 이에 더불어민주당, 국민의당, 정의당 등 야3당이 공영방송 지배구조 개선을 제20대 국회 최우선 과제로 삼는 등 강한 추진 의사를 내비치고 있어 여소야대 국회가 이 해묵은 과제를 해결할 수 있을지 여부에 관심이 쏠리고 있다.

6월 21일 서울 여의도 스카우트 빌딩 1층에서 KBS 8개 협회 주최로 열린 ‘공영방송 독립을 위한 방송법 개정’ 토론회에 참석한 야당 의원들은 한 목소리로 “8년 동안 진행된 언론 장악을 이번 기회에 바로잡겠다”며 강한 의지를 드러냈다. 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속인 이재정 더민주 의원은 “지배구조 개선과 관련해서는 이사회 구성을 늘리고 7:6 구조 등 동수로 가는 방향 등이 협상의 여지가 남아 있고, 제작·편성 규약과 관련해서는 민변 등 시민사회단체에서 제안하고 있는 안들이 있다”며 “더민주의 의지를 의심하시는 분들도 있는데 핵심 내용을 놓치지 않는 방식에서 가장 효과적인

방법을 찾고 있다”고 강조했다. 김경진 국민의당 의원 역시 “지난 8년 동안 방송이 얼마나 황폐화됐는지 봐왔다”며 “그동안 논의된 내용들이 방송법에 반영될 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

공영방송 지배구조 개선 문제는 하루 이틀 나온 이야기가 아니다. 공영방송의 공정성 논란이 있을 때마다 독립성 확보를 위해 이사회 구성과 사장 선임 방안 등을 검토해야 한다는 주장이 꾸준히 제기됐다. 하지만 여야의 의견 차로 매번 논의 자체가 물거품이 됐다.

이날 토론회에 참석한 참석자들의 발언도 이전 논의들과 크게 다르지 않았다. 정준희 중앙대 교수는 “이명박 정부에서 박근혜 정부로 이어지는 동안 ‘이사회의 정파적 구성-다수파에 의한 사장 선임-사장의 경영권과 인사권을 매개로 한 보도 및 제작 집단의 도구화-정파적 시각을 경영진과 제작진이 공유하는 일체화 현상 심화’라는 일련의 과정이 발생했다”며 “집권세력이 공영방송을 정치적 도구로 활용해 공영방송 제도 자체에 대한 무기력감과 불신감을 조장하고 있다”고 지적했다. 가장 대표적인 사건이 서두에 언급한 세월호 참사 보도다.

고민수 강릉원주대 교수 역시 “방송법은 방송 종사자의 자율권과 참여권 보장을 통해 전파 자원이라는 자원적 내지 매체적 특성에 기초해 의견 형성의 다양성 보장이라는 공적 과업을 실현하기 적합한 여건을 마련해야 하는데 현실은 그려지 못하다”고 꼬집었다. 경영권과 편성권이 분리돼 있지 않다는 지적이다.

다만 정 교수는 이전과 달리 여소야대 국면이 도래함으로써 야권에 의한 공영방송 제도 재편의 가능성은 높아졌다고 내다봤다. 실제로 20대 국회 개

월을 앞두고 야3당은 국회 방송공정성특위가 설계했으나 새누리당의 반대로 무산됐던 특별다수제, 13인 이사회 구성안 등을 바탕으로 공영방송 지배구조 개선에 나서겠다는 뜻을 밝혔다.

이어 정 교수는 △의석수에 따른 배분이나 여야 동수 구성 등으로 지배구조 변경 △편성 규약을 강화하는 등 전문적 조직 문화로의 이동 등을 단기 방안으로, △공영방송법 별도 제작이나 공영방송에 대한 규정 구체화, 공영방송위원회 신설 등으로 공영방송에 대한 사회적 신뢰를 높이는 포괄적 제도 개선을 장기 방안으로 제안했다.

하지만 이 같은 의견에 손관수 KBS 기자는 “방송법이 이번 권력에 의해 바뀌면 권력이 바뀔 때마다 바꾸려고 할 것인데 그것을 어떻게 방지하느냐가 핵심이지 않겠느냐”며 “그런 면에서 사장임명권 문제부터 해결해야 하지 않느냐”고 반박했다.

이에 대해 정 교수는 “법이란 것이 그렇게 쉽게 바뀔 수 있는 것이 아니다”라며 “핵심이 사장 선임이라고 하셨는데 제도에 앞서 원칙이 세워져야 하고, 그 원칙이란 게 나쁜 사람들이 배제될 수 있는 선임 방식이라고 생각한다”고 답했다.

한편 이날 이강택 KBS PD는 공영방송 지배구조 개선 가능 여부에 의문을 표하며 쓴소리를 냈다. 이 PD는 “7:6 구조 등은 향후 운영에 따라 얼마든지 과거로 돌아갈 수 있고, 당장 MBC 사장 선임이 내년인데 지금 나오고 있는 방안들의 실현 가능성은 생각하면 냉정하게 말해서 전혀 없다”며 “지배구조 개선에 대해 전반적으로 회의적”이라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com
전숙희 sh45@kobeta.com

케이블 업계 “SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병 조속히 결론내야”

학계, 시민사회단체, 지상파 등 “충분한 기간 두고 철저하게 심사해야”

케이블 업계가 SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병(M&A)에 대한 결론을 조속히 내달라고 촉구했다.

SK텔레콤은 지난해 12월 공정거래위원회와 미래창조과학부, 방송통신위원회에 CJ헬로비전과 M&A 협약을 신청하는 서류를 접수했으나 6개월이 지난 지금까지 공정위의 심사 결과도 나오지 않은 상태다. 이에 케이블 업계는 6월 15일 성명서를 내놓고 “정부의 M&A 심사가 지연되는 동안 방송통신 업계의 갈등의 골은 더 깊게 파이고 있다”며 “SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A에 대한 자체 있는 결론을 촉구한다”고 밝혔다.

케이블 업계는 “저가 요금의 열악한 수의 구조, 지

상파 재송신료 등 콘텐츠 수급 비용 가중, 사업자 규모의 한계, 속수무책인 이동통신 결합 판매 문제 등 케이블 업계는 현재 사중고에 시달리고 있다”며 “M&A가 위기 극복을 위한 유일한 정답일 수는 없겠지만 급변하는 방송 통신 환경에 대응하고 새로운 투자 유인을 마련하기 위해서는 지속적인 구조 개편이 필요하다”고 설명했다.

하지만 학계와 시민사회단체, 지상파 방송사를 비롯한 관련 업계 등에선 방송과 통신 사업자의 결합인 만큼 철저하게 심사해야 한다는 입장을 내놓고 있다. 이들은 “해외 규제 기관은 소비자의 편의와 시장에 미치는 영향을 면밀하게 분석하기 위해

중대 사안일 경우 최장 19개월까지 심사한다”며 “충분한 기간을 두고 공정한 의견 수렴을 하지 않는다면 비판을 피하기 어려울 것”이라고 경고의 목소리를 내고 있다.

정부 관계자 역시 “이동통신 1위와 케이블 1위의 결합이기 때문에 이번 M&A가 승인되면 방송 통신 시장 전반의 변화는 불가피하다”며 “SK텔레콤과 CJ헬로비전 등이 경영 악화 등을 호소하면서 빠른 결론을 요구하고 있지만 선부르게 판단할 수 없는 부분”이라고 말했다.

이에 대해 케이블 업계는 “이대로 가다가는 고사 할 수 있다는 위기감이 팽배해 있는 상황”이라며 “케이블 업계가 위기 타개를 위해 신기술 및 지역 서비스 강화 등 다방면의 자구노력을 기울이고 있는 만큼 이러한 노력이 헛되지 않도록 정부는 업계 스스로의 구조 개편 및 산업 경쟁력 확보를 위한 지원에

나서주기 바란다”고 밝혔다. 또 “M&A 인가 시에도 유료방송 중 유일하게 지역 채널을 제공하는 케이블의 고유 기능이 훼손돼서는 안 된다”며 “인수 기업이 지역 서비스를 유지·발전시킬 수 있도록 투자 계획을 철저히 이행토록 해야 한다”고 덧붙였다.

한편 현대원 신임 청와대 미래전략수석은 SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A 심사가 정부 절차에 따라 법에 맞게 이뤄져야 한다고 강조해 눈길을 끌었다. 현 수석은 “현재 공정위에서 심사를 진행하고 있고 이후 미래부와 방통위가 관련법에 따라 철저히 심사할 것”이라고 말한 뒤 청와대 개입 여부에 대해선 선을 그었다. 또한 올해 초 SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A에 대해 반대했던 것에 대해서는 “학자로서 개인적인 생각이었다”며 일각에서 제기되고 있는 청와대 반대설 또는 거부 사인에 대해서도 일축했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

2016년 PP 프로그램 사용료, 5,300억 원으로 협상 완료

케이블 ‘동결’·IPTV ‘8%인상’·위성방송 ‘3%인상’ 등

케이블, 인터넷TV(IPTV), 위성방송 등 유료방송 사업자와 방송채널사용사업자(PP) 간 올해 프로그램 사용료 협상이 완료됐다.

미래창조과학부는 6월 21일 2016년 프로그램 사용료 총액은 약 5,300억 원으로 지난해보다 3% 인상됐다고 밝혔다. 이는 유료방송 사업자의 수신료 수입(2015년 기준 1.9조 원) 중 약 27%, 방송 매출(2015년 기준 4.7조 원) 중 11%를 차지하고 있다.

프로그램 사용료는 케이블, IPTV, 위성방송 등 유료방송 사업자가 방송 프로그램을 제작해 공급하는

PP에게 지불하는 대가로 지난 2008년부터 최저 수준을 설정하고 유료방송 사업자와 PP 간 협상을 통해 구체적인 사용료를 정하도록 해왔다.

정부는 콘텐츠 산업 육성과 유료방송 시장 성장을 위해 PP 프로그램 사용료 협상을 지원하고, 합의 내용의 이행 여부를 관리·감독해왔다. 특히 올해부터는 ‘동일 서비스, 동일 규제’ 원칙에 따라 케이블 사업자에만 적용되던 이행 관리·감독을 IPTV와 위성방송까지 확대했다. 미래부 관계자는 “매출 및 가입자 증가 추세 등을 고려해 IPTV 3사는 지난해 대비 8% 인상된

금액을 지불하고 위성방송 사업자는 3% 인상된 사용료를 부담키로 했다”며 “다만 케이블의 경우 지난해 수준에서 동결됐다”고 설명했다.

미래부는 확정된 프로그램 사용료의 지급 이행 담보를 위해 케이블, IPTV, 위성방송 사업자에게 확정된 사용료를 재허가 조건으로 부과하고, 미이행 시 시정명령 조치를 취하는 등 관리한다는 계획이다.

한편 유료방송 사업자와 PP 간 자율 협상을 통해 결정되는 프로그램 사용료는 그동안 객관적인 산정 근거가 없다는 지적을 받아왔다. 이에 미래부는 유료방송

사업자와 PP 간 협상에 지속적으로 적용할 수 있는 ‘PP 사용료 산정 기준 가이드라인(가칭)’을 마련하고자 했으나 유료방송 사업자와 PP 모두 반대 의사를 내비쳐 난항이 예상되고 있다. 한 PP 관계자는 “유료방송 사업자들의 비용 공개가 투명하게 이뤄지지 않고 있어 가이드라인에 있어도 제대로 활용할 수 없다”며 “정부가 내놓은 방안은 정보 공개라는 사전 전제가 필요하다”고 말했다. 이에 대해 미래부는 “유료방송 시장의 공정한 거래 환경 조성 및 유료방송 산업의 선순환 구조 정착을 위해 유료방송 사업자와 PP가 함께 참여하는 상생협의체를 상설 운영키로 했다”며 “상생협의체에서 PP 프로그램 사용료 지급 기준 등도 논의할 예정”이라고 방침을 밝혔다.

강민정 mjkang@kobeta.com

‘지상파 중간 광고 허용’ 사회적 공감대 형성

“종편 여론전에 정부 정책 휘둘려”…“방송 정책에 대한 새로운 청사진 필요”

지상파 중간 광고 허용에 대한 사회적 공감대가 형성된 가운데 공익성, 공영방송, 공적 책무의 개념부터 방송법까지 심도 있는 재논의가 필요하다는 의견이 제기됐다.

6월 17일 오후 2시 30분 서울 중구 프레스센터에서 한국언론정보학회 주최로 열린 ‘방송 정책과 중간 광고, 분절과 접합에 대한 평가와 모색’ 세미나에 참석한 학계 전문가들은 “중간 광고에 대한 논의 자체는 20년 전과 크게 다르지 않지만 당시 반대 측에 섰던 학계와 시민사회단체 등의 입장에는 많은 변화가 있다”며 “이제는 중간 광고 허용 여부에 대한 논의가 아니라 공익성 및 공정성, 공영방송의 범주와 역할 등 방송법 전반을 다시 이야기해야 할 시점”이라고 입을 모았다.

중간 광고는 TV 프로그램 중간에 삽입되는 광고로 지상파를 제외한 케이블이나 종합편성채널에는 허용되고 있다. 45~60분 프로그램은 1회, 60~90분 프로그램은 2회, 90~120분 프로그램은 3회 이내로 최장 1분간 가능하다.

이수범 인천대 교수는 지상파 중간 광고 허용에 대해 어느 정도 사회적 합의가 이뤄졌다고 판단했다. 이 교수는 “지상파 광고총량제와 중간 광고에 대한 논의는 20년 전부터 이뤄졌는데 학계와 시민사회단체의 반응이 많이 달라졌다”며 “학계에서도 허용해줘야 한다는 입장이고, 과거에 반대했던 시민사회단체도 이제는 별다른 반응이 없다”고 말했다. 이어 “사회적으로 합의가 이뤄졌음에도 이런 세미나나 토론회가 계속 열리고 있다는 건 아직까지 우리나라에서 조중동의 영향력이 크다는 것을 의미한다”며 “미디어 산업이 치열한 경쟁 체제로 변화하는 상황에서 아직까지도 지상파가 중간 광고 허용을 요청하고 있어 상당히 서글프다”고 토로했다.

실제로 지상파뿐 아니라 한국광고학회 등 관련 학계에서도 지상파에 대한 중간 광고 허용을

지속적으로 주장하고 있다. 또한 광고계 주요 단체들도 정부와의 간담회 자리에서 지상파의 중간 광고 허용을 직접적·명시적으로 건의한 바 있다. 하지만 그럼에도 불구하고 종편은 여론전으로, 방송통신위원회는 종편 눈치 보기로 지상파 중간 광고 허용에 선을 긋고 있다.

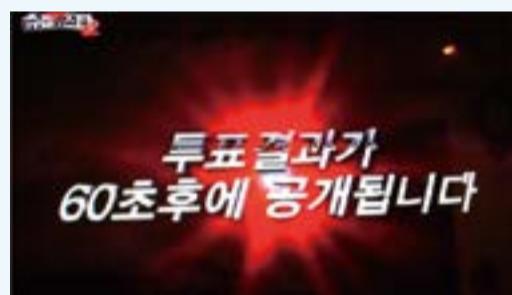
박상호 공공미디어연구소 연구팀장은 이 같은 정부의 태도를 두고 “원칙이 없는 상황에서 방송 정책이 이뤄지고 있기 때문에 여론에 좌우지되는 경향이 있다”며 “방송 정책에 대한 청사진이 필요하다”고 지적했다.

유홍식 중앙대 교수 역시 이에 공감을 표하며 현재의 방송법을 ‘누더기’에 비유했다. 유 교수는 “아이가 자라면 새 옷을 사줘야 하는데 그러지 않고 어릴 적 사준 옷 위에 자랄 때마다 모자란 팔과 다리를 덧붙이면 그 옷은 누더기가 된다”며 방송법도 마찬가지라고 꼬집었다. 1990년대 방송 발전과 함께 만들어진 방송법이 현재 방송 환경에 맞지 않는다는 것이다.

유 교수는 “현재 방송법을 보면 공영방송에 대한 이야기가 없다”며 “방송을 공영방송과 상업방송으로 나누고 각자의 역할에 대해 명확하게 하는 방송법 전반에 대한 논의가 시작돼야 한다”고 말했다. 이어 “방송 산업의 성장에 맞춰 정책도 변해야 하는 만큼 ‘동일 서비스, 동일 규제’ 원칙에 맞춰 지상파 중간 광고를 허용해야 한다”고 주장했다.

문상현 광운대 교수는 “MBC에 종편 4사와 다른 공적 책무를 요구하는 게 맞는지 모르겠다”며 “공영방송에 대한 논의와 함께 공익성과 공정성 그리고 공적 책무에 대한 개념부터 다시 잡고 가야 한다”고 말했다. 또한 “정부가 비대칭 규제를 적용하려면 그에 대한 정당한 명분을 제시해야 한다”며 정부의 책무를 강조했다.

백선하 baek@kobeta.com



방통위 “모바일에 수신료 부과 안 한다” 해명

헤럴드경제 ‘모바일로 TV봐도 수신료’ 기사에 반박

방송통신위원회가 수신료 부과 대상을 모바일 IT 기기로 확대하는 것을 검토하고 있다는 보도에 대해 해명 자료를 내놓았다.

방통위는 6월 20일 “지난 5월부터 해외 공영방송 제도 전문가와 미디어, 법률, 경영·회계 분야의 전문가 등 8인으로 공영방송 재정연구회를 구성 및 운영하고 있지만 모바일 IT 기기에 대해 수신료를 부과하는 방안은 전혀 논의한 바 없다”며 헤럴드경제 보도에 선을 그었다. 헤럴드경제는 이날 오전 보도를

통해 “방통위가 ‘공영방송(KBS) 재정연구회’를 구성해 공영방송 재원 구조 분석과 수신료 제도 개선 방안 마련 작업을 시작했다”며 “융합 시대 방송 수신기 다양화 추세와 영국, 스웨덴 등 외국의 사례를 참고해 수신료 부과 대상 범위를 현재 컬러 TV 수상기에서 TV 수신 카드가 장착된 컴퓨터, 스마트폰, 지상파 DMB 등으로 확대하는 방안도 검토하고 있다”고 밝혔다. 이어 “KBS가 수신료 조정안을 방통위에 제출할 경우 방통위는 검토 의견서를 첨부해 국회에 제출할 예정”이라고 덧붙였다.

이에 대해 방통위는 “연구회에서는 우리나라 공영 방송의 재원 구조 분석 및 수신료 산정 절차 등 해외 주요국(영국, 독일, 프랑스, 일본) 공영방송 수신료 제도와 비교 연구해 공영방송 재원 구조의 안정성 제고 방안만 논의할 예정”이라고 설명했다.

하지만 방통위의 해명에도 불구하고 일각에선 가능성을 열어두고 있다. 일부 언론은 “스마트폰 등장 이후 방송 시청 행태가 급격하게 바뀌고 있어 KBS 수신료 인상안이 논의될 때마다 ‘스마트폰 수신료’ 논란이 꼬리를 물고 있다”며 “방통위가 해외 사례를 중심으로 논의하고 있다고 했는데 영국에서도 휴대폰을 TV 수신 기기 범주에 포함시키고 있다”고 보도

했다. 이어 “방통위 관계자가 KBS가 수신료 인상안에 이 같은 내용을 포함시켜 제출하면 그때 가서 검토할 것이라고 밝혔다”며 논의 가능성성이 높다고 전망했다. 실제로 KBS는 지난 2013년 모바일 기기로 수신료 징수 범위를 확대하는 정책 건의서를 제출한 바 있다. 당시 KBS는 TV 수신 수단이 TV 수상기 외에 인터넷, 모바일 기기 등으로 대체되는 현실을 반영해 수신료 부과 대상을 ‘TV 수상기’가 아닌 ‘TV 수신 기기’로 개념을 확대해야 한다며 수신료 징수 범위의 확대를 중장기 정책으로 제안했다. 하지만 부정적인 여론이 좀처럼 가라앉지 않자 “수신료 인상안과는 별개의 장기 정책 제안”이라며 철회를 요청했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

롯데홈쇼핑, ‘영업정지’ 처분에 행정소송으로 맞대응

“구체적인 시점은 집행정지 가처분 신청 후 잡힐 듯”



‘6개월 황금시간대 영업정지’ 처분을 받은 롯데홈쇼핑이 영업정지 처분에 대한 행정소송을 진행한다.

롯데홈쇼핑은 최근 임시 이사회를 열고 미래창조과학부의 행정 처분에 대해 집행정지 소송을 제기하기로 했다고 6월 20일 밝혔다.

다만 롯데그룹의 비자금 조성 의혹과 압수수색 등 혐의를 감안해 소송 제기 시점은 이달 말이나 돼야 구

체적으로 잡힐 것으로 보인다. 롯데홈쇼핑 관계자는 “임시 이사회에서 행정소송을 하기로 했지만 언제 소송을 제기할지는 아직 결정하지 않았다”며 “추후 상황을 봄가면서 결정할 예정”이라고 말했다.

앞서 롯데홈쇼핑 협력사 비상대책위원회는 6월 15일 강원도 롯데홈쇼핑 대표와 긴급 면담을 통해 법적 대응을 요구했다. 이들은 “영업정지 처분을 받은 지 20여 일 이 지난 지금까지 롯데홈쇼핑은 어떠한 대책도 마련하고 있지 않다”며 “즉각적인 가처분 소송 제기 등 실질적인 대책을 마련하라”고 촉구했다.

비대위는 “미래부가 제시한 피해 구제 방안은 현실성을 없을 뿐 아니라 오히려 다른 홈쇼핑 중소협력업체들에게 역차별을 야기하는 미봉책에 불과하기 때문에 미래부의 대책을 받아들일 수 없다”며 “영업권과 나아가 생존권마저 위협받는 상황에서 롯데그룹을 겹칠 수사 등의 영향으로 자칫 미온적 입장을 취한다면 우리들의 생존을 위협하는 것임을 확실히 인식하고 행동할 것”이라

수신료 전기 요금 분리 고지 청구 또다시 기각

서울고법 “TV 수신료, 전기료 통합 징수는 적법”

전기 요금에 TV 수신료를 통합 징수하는 것이 공익에 부합한다는 판결이 항소심에서도 유지됐다.

서울고등법원 행정6부(부장판사 이동원)는 6월 15일 최용익 언론소비자주권행동(언소주) 공동대표 등 6명이 “수신료를 분리해서 고지하기를 거부한 처분을 취소해달라”며 한국전력공사를 상대로 낸 소송 항소심에서 원심과 마찬가지로 원고 패소로 판결했다.

지난해 10월 30일 1심 재판부는 전기 요금에 수신료를 통합해 징수하는 것이 정당하다고 판결했다. 당시 재판부는 “한전이 수신료와 전기 요금을 결합해 징수함으로써 국민이 받는 불이익이란 이미 확정된 수신료 납부 방식을 변경할 때까지 일시적으로 증가하는 부담에 불과하다”며 “불이익이 결코 크다고 볼 수 없다”고 말했다.

1심에 이어 2심 재판부 역시 “수신료는 법적으로 공익사업의 경비를 조달하는 특별부담금의 성격을 지녔다”며 “수신료와 전기 요금을 결합해서 징수할 경우 징수하는 비용이 현저히 줄어들고 수신료 납부 수치도 증가하는 등 공영 방송 시행을 위한 경비 조달이라는 공익이 크다”고 설명했다. 수신료와 전기 요금을 한꺼번에 징수함으로써 생기는 공익이 불이익보다 크다고 본 것이다. 또한 “불이익이 있을 경우 납부

신청을 통해 분리 징수할 수 있는 기회도 마련돼 있다”고 덧붙였다.

언소주는 수신료와 전기 요금을 함께 고지하면 수신료를 체납했다는 이유로 전기가 끊기는 경우가 벌어져 부당하다고 주장했지만 법원은 이를 받아들이지 않았다. 단전과 통합 징수 문제가 무관하다고 본 것이다.

이에 언소주는 6월 15일 서울 서초구 서울고등법원 본관 앞에서 기자회견을 열고 “단전의 위협을 무기로 시청자들로부터 강탈하고 있는 지금의 수신료 제도는 전 세계에서 유일무이하다”며 “시청자가 원하면 수신료와 전기료를 분리·고지 징수해야 한다”고 촉구했다.

이들은 이어 “모든 가구의 수상기 보급을 전제로 전기료에 합산 부과하는 방식은 전근대적인 수취 체제에서나 등장하는 것이고, 이후 이의 신청 과정을 통한 개별 민원 신청이라는 구제 시스템은 수신료 납부 시스템 자체가 주먹구구식으로 진행되고 있음을 보여주는 것”이라며 “수신료 납부 방식 과정에 오류가 있다”고 지적했다.

최용익 언소주 공동대표는 “KBS가 공영방송의 역할을 제대로 못하고 있는데 수입을 그대로 가져가서는 안 된다”며 “대법원까지 가서 법적 판단을 받아보겠다”고 상고 의지를 드러냈다.

민서진 seojin@kobeta.com



출할 예정”이라고 덧붙였다.

이에 대해 방통위는 “연구회에서는 우리나라 공영

방송의 재원 구조 분석 및 수신료 산정 절차 등 해외

주요국(영국, 독일, 프랑스, 일본) 공영방송 수신료 제도와 비교 연구해 공영방송 재원 구조의 안정성 제고 방안만 논의할 예정”이라고 설명했다.

하지만 방통위의 해명에도 불구하고 일각에선 가능성을 열어두고 있다. 일부 언론은 “스마트폰 등장 이후 방송 시청 행태가 급격하게 바뀌고 있어 KBS 수신료 인상안이 논의될 때마다 ‘스마트폰 수신료’ 논란이 꼬리를 물고 있다”며 “방통위가 해외 사례를 중심으로 논의하고 있다고 했는데 영국에서도 휴대폰을 TV 수신 기기 범주에 포함시키고 있다”고 보도

했다. 이어 “방통위 관계자가 KBS가 수신료 인상안에 이 같은 내용을 포함시켜 제출하면 그때 가서 검토할 것이라고 밝혔다”며 논의 가능성성이 높다고 전망했다. 실제로 KBS는 지난 2013년 모바일 기기로 수신료 징수 범위를 확대하는 정책 건의서를 제출한 바 있다. 당시 KBS는 TV 수신 수단이 TV 수상기 외에 인터넷, 모바일 기기 등으로 대체되는 현실을 반영해 수신료 부과 대상을 ‘TV 수상기’가 아닌 ‘TV 수신 기기’로 개념을 확대해야 한다며 수신료 징수 범위의 확대를 중장기 정책으로 제안했다.

하지만 부정적인 여론이 좀처럼 가라앉지 않자 “수신료 인상안과는 별개의 장기 정책 제안”이라며 철회를 요청했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

방송기술용어

화이트 스페이스 와이파이 White Space Wi-Fi

화이트 스페이스 와이파이(White Space Wi-Fi)는 TV 방송용으로 할당된 주파수 대역 가운데 사용하지 않는 주파수 대역, 방송용 유튜브 주파수 대역(TV White Space)을 이용한 무선 인터넷 서비스다. 국내에서는 슈퍼 와이파이(Super Wi-Fi)로 더 잘 알려져 있다.

기존 Wi-Fi에 비해 도달 거리는 3배, 건물

들어간 상품에 대해서는 책임질 것”이라며 조금만 기다려 달라고 당부했다.

롯데홈쇼핑은 행정소송에 앞서 이르면 다음 주 초 집행정지 가처분 신청을 한다는 계획이다. 롯데홈쇼핑이 행정소송을 진행하려면 영업정지 처분일로부터 90일 이내인 8월 24일까지 가처분 신청을 제기해야 한다.

백선하 baek@kobeta.com

전숙희 sh45@kobeta.com

떠오르는 OTT 산업, 국내에서도 通할까?

미래부, ICT 정책해우소서 OTT 발전 방안 논의

미국과 유럽을 중심으로 인터넷 동영상 서비스(Over The Top, OTT) 시장이 빠르게 성장하고 있다. OTT는 인터넷을 통해 콘텐츠를 볼 수 있는 서비스로 아직 국내에선 인지도가 높지 않지만 인터넷망이 고도화돼 성장 잠재력이 상당할 것이라는 전망이 나오고 있다. 이에 정부도 OTT 산업 활성화를 위한 정책적 지원을 아끼지 않겠다는 방침을 밝혔다.

미래창조과학부는 6월 16일 서울 종로 프레스센터에서 '제20차 정보통신기술(ICT) 정책해우소'를 개최했다. 이번 정책해우소에는 국내 OTT 관련 플랫폼 업체, 콘텐츠 제작사, 학계·연구 기관 등에서

관련 전문가들이 나와 국내 OTT 산업 및 시장 환경을 재조명하고 활성화 방안에 대해 논의했다.

발제자로 나선 이종관 전문위원(법무법인 세종)은 세계 최고 수준의 유·무선 인프라, 스마트 기기 보급률, 미디어 서비스 이용률 증가 추이 등을 고려할 때 국내 OTT의 성장 가능성은 충분하다고 평가했다. 다만 기존 방송 콘텐츠에 대한 높은 의존도, 독자적인 비즈니스 모델 부족, 특화된 서비스 개발 지체 등으로 인해 성장 모멘텀이 부족한 상황이라고 설명했다.

실제로 국내 OTT 서비스는 지상파 방송사의 품

(pooq), CJ헬로비전의 티빙, 현대HCN의 에브리온 TV 등으로 지상파 또는 유료방송의 모바일 부가 서비스 수준에 머물러 있다. 또한 세계적인 OTT 사업자인 넷플릭스가 진출했지만 아직까지는 별다른 영향력을 미치지 못하고 있는 상황이다.

한 업계 관계자는 "OTT 산업이 미래 성장 동력인 것은 분명하지만 국내 방송 산업의 특성 예를 들면 저가 구조, 지상파 의존도 등에 의해 성공 여부를 장담할 수 없는 것도 사실"이라고 말했다.

이에 대해 이날 참석자들은 "OTT 산업이 확산형 성장에 도달하기 위해선 기존 미디어와의 서비스 차별화를 통한 새로운 가치 창출에 초점을 두어야 한다"며 "새로운 가치 창출만이 방송 미디어 산업의 선순환 구조를 형성하는 기폭제로 작용할 것"이라고 입을 모았다.

또한 이들은 OTT 산업이 스마트 미디어 시대에 부합하는 대표적인 창조 산업으로서 적극 육성이 필요하다는 입장에 공감하며, 미래 가치 발굴 차원에서 산업진흥을 위한 정책적 지원 필요성을 제기했다. 이제 막 태동하는 단계에 있는 만큼 기존 미디어 산업의 틀 안에서 규제하기보다는 활성화와 진흥 중심의 정책이 필요하다는 것이다.

최재유 미래부 2차관은 "우수한 인재와 세계 최고 수준의 IT 인프라가 갖춰져 있는 만큼 국내 OTT 산업의 미래 가치는 밝다"면서 "이번 정책해우소를 계기로 현장 중심의 OTT 산업 진흥 정책을 지속적으로 발굴·추진하고 스마트 미디어 산업의 선순환 생태계 구축을 위한 정책적 지원을 아끼지 않겠다"고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

NCS, “통용성을 갖추는 것이 지향점”

방송통신ISC, 'NCS 공개 설명회 및 토론회' 개최



능력 중심 사회 실현을 목표로 추진 중인 국가직무능력표준(NCS)이 지금까지 어떻게 진행됐는지 점검하고 그 활용 가능성에 대해 공유하는 자리가 마련됐다.

방송통신기술산업인적자원개발위원회(방송통신ISC)는 6월 17일 오후 2시 한국전파진흥협회 대강

당에서 방송·통신·인터넷 산업의 기업과 일반인을 대상으로 NCS 공개 설명회 및 토론회를 개최했다. 기조 발표를 맡은 이의찬 방송통신ISC 사무총장은

"NCS의 용어만 가지고도 지향하는 능력 단위가 어디까지인지 상호 인식되도록 하는 것이 지향점"이라며 "NCS가 통용성을 갖출 수 있도록 여러 기관과 협력하며 소통하나가겠다"고 포부를 밝혔다.

NCS(National Competency Standards)는 산업 현장에서 직무를 행하기 위해 요구되는 지식·기술·태도 등을 산업부문별, 수준별로 체계화한 것으로, 직무에 필요한 능력을 체계적으로 교육하고 개발해 산업 현장과 인적 자원 개발의 효율성을 제고하고자 한다.

이번 설명회에서는 그동안 개발해 온 NCS, NCS 기본 자격을 공개하고 이를 효과적으로 활용할 수 있는 다양한 ICT 산업 분야를 제시했다. 또, NCS 개발에 직접 참여해 온 전문가들이 NCS 기반 자격, 일학습병행제 등 산업 현장에서 NCS를 활용할 수 있는 다양한 방법을 소개했다.

방송통신ISC의 설명에 따르면 지금까지 NCS는 1만2천여 명의 산업 분야별 전문가가 참여해 847개를 개발했고 산업 현장에 맞는 인력 양성을 위해 13개 산업별 인적자원개발위원회를 구성해 개발·보완해 왔다. 교육·훈련 등 NCS 활용 과정에서 제

기된 다양한 개선 의견을 수렴해 올해 1월부터 검증·보완하고 있으며 6월 말경에 최종 확정·고시할 계획이다.

NCS 기반 자격 개발에 직접 참여한 오창근 TNS정보통신 대표는 국가기술자격과 NCS 기반 자격의 차이점을 설명했다. 우선 NCS 기반 자격은 운영 주체가 산업계로, '우리 직원에게 이런 능력이 있었으면 좋겠다'는 산업 현장의 현실적인 요구가 반영됐으며 평가 방식에서도 일관적인 국가기술자격과 달리 NCS 기반 자격은 다양한 방식을 활용해 능력을 평가한다. 즉 무엇을 알고 있는가보다 무엇을 할 수 있는가에 초점을 맞춘 현장형 자격이라는 것이다.

이어진 질의·응답 시간에는 IoT, 빅데이터, 클라우드, 디지털 사이니지 등 최근 이슈가 되고 새롭게 성장하고 있는 산업 분야의 NCS가 어떻게 진행되고 있는지에 대한 질문이 이어졌다. 이 사무총장은 "우선순위가 더 높아 먼저 해결해야 할 부분들이 있다"며 관련 작업이 빠르게 진행되지 못하는 점에 유감을 표시하면서 "NCS 개발 건의서를 만들어 작년에 정부에 제출했으며 필요성에 대해서는 잘 알고 있다. 현재의 NCS를 보완하는 등 효율적인 방식으로 진행하겠다"고 답했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

광고 특수는 사라진 지 오래"라면서 "다만 가상 광고에 대한 거부감이 미미한 만큼 가상 광고 부분은 긍정적인 요인으로 작용할 수도 있을 것"이라고 입을 모았다. 광고 업계도 "어려운 경기 상황이 이어지면서 광고 시장 역시 침체기를 이어가고 있다"며 "일부 업종의 올림픽 특수가 기대되기는 하지만 광고 시장이 전반적으로 활기를 띠기는 어려운 상황"이라고 말했다. 한편 응답자의 과반수(59.7%)는 대한민국의 올림픽 최종 성적을 6~10위로 예상했다.

코바코는 "리우 올림픽과 같이 방송 광고 분야와 연관된 빅이슈가 발생할 때마다 관련 마케팅 조사를 수행해 그 결과를 업계 및 국민들과 공유할 계획"이라며 "이는 기관 자체 생산 데이터를 민간에 개방하는 정부 3.0 정책의 일환"이라고 설명했다.

강민정 mjkang@kobeta.com

‘리우 올림픽’ TV 시청량 늘고, 지상파 위력 빛 발할 듯

설문 조사 결과 “75.4%가 평소보다 TV 더 보고, 93.4%가 본방 사수”

오는 8월 열리는 제31회 리우데자네이루 올림픽에서 시청자들이 가장 기대하는 종목은 축구인 것으로 조사됐다. 한국방송광고진흥공사(코바코)가 수도권에 거주하는 10~59세 남녀 4,300여 명을 대상으로 리우 올림픽에 대한 설문 조사를 실시한 결과 시청자들이 가장 기대하는 종목은 축구(53.8%), 양궁(33.1%), 리듬체조·수영(14.6%), 유도(9.9%) 순으로 나타났다. 또 가장 보고 싶은 선수로는 손흥민(27.2%), 손연재(26.1%) 등이 꼽혔다.

코바코 관계자는 "응답자의 88.2%가 올림픽이 기대된다"고 답했고, 75.4%는 올림픽 기간 중 평소보다

TV 시청 시간을 늘릴 것이라고 응답했다"며 "올림픽 중계를 시청할 것이라고 한 응답자도 88.2%에 달해 리우 올림픽에 대한 국민적 관심도가 매우 높은 것으로 분석된다"고 설명했다.

또 응답자의 82.3%는 올림픽을 지상파로 시청하겠다고 했다. 올림픽 중계 시청 시 지상파 중에서 가장 선호하는 채널은 MBC(38.6%)인 것으로 밝혀졌다. 응답자는 MBC의 선호 사유로 '해설진이 좋아서(48.7%)', '평소 이미지가 좋은 채널이라서(31.7%)' 등을 주로 꼽았다. 코바코는 "MBC가 2014 리우 월드컵의 성공적 중계, MLB 독점 중계 등을 통해 구축

한 프리미엄 스포츠 채널 이미지가 응답자에게 영향을 미친 것으로 풀이된다"고 말했다.

올림픽 중계 시 나오는 가상 광고에 대한 시청자 반응도 우호적으로 조사됐다. 코바코에 따르면 응답자의 61.3%는 가상 광고가 시청에 방해되지 않기 때문에 거슬리지 않는다고 답했고, 31%는 가상 광고를 관심 있게 볼 것이라 하는 등 전반적으로 가상 광고에 우호적인 태도를 보였다.

이에 일각에서는 지상파 방송사들의 반짝 광고 효과를 기대하는 목소리도 나오고 있지만 실제 광고 관계자들은 "대형 스포츠 이벤트로 인한 지상파

아리랑국제방송 신임 사장에 문재완 한국외대 교수

언론노조 “제2의 방석호 체제 꿈도 꾸지 말라” 경고

문화체육관광부는 6월 21일 아리랑국제방송 사장에 문재완(55) 한국외국어대 교수를 임명했다고 밝혔다.

문 사장은 '호화 해외 출장' 논란에 휩싸인 방석호 전 사장의 후임으로 임기는 2019년 6월 20일까지다.

문 사장은 서울대 법학과 출신으로 매일경제신문 기자와 한국외국어대학교 법대 교수를 거쳐 대통령실 방송통신정책자문위원, 국회 미디어발전국민위원회 위원, 방송문화진흥회 이사 등을 역임했다.

하지만 전국언론노동조합을 비롯한 시민사회단체에서는 "문 사장은 MB정권의 언론 장악이 본격

화된 이후 대통령실 방송통신정책자문위원, 국회 미디어발전국민위원회 위원 등을 역임하며 종합편성채널 출범 등 미디어법 개악을 적극 옹호해왔다"며 "제2의 방석호 체제는 꿈도 꾸지 말라"고 반발했다.

이어 "문 사장이 방석호 전 사장과의 연을 이유로, 위기 극복과 혁신 대신 제2의 방석호 체제를 택한다면 언론노조는 아리랑 구성원들과 함께 주저하지 않고 아리랑국제방송을 바로 세우기 위한 총력투쟁에 나설 것"이라고 경고했다.

백선하 baek@kobeta.com

KBS 라디오 프로그램 3편, ‘2016 뉴욕 라디오 페스티벌’ 수상

‘나는 ‘위안부’가 아닙니다’ · ‘수교 반세기, 만나지 않는 평행선’ · ‘꿈을 그리는 소리, 자장가’

KBS 라디오 프로그램 3편이 '2016 뉴욕 라디오 페스티벌'에서 상을 받았다.

KBS는 6월 20일(현지 시간) 뉴욕에서 열린 2016 뉴욕 라디오 페스티벌 시상식에서 광복 70주년 특별 기획 2부작 〈나는 ‘위안부’가 아닙니다〉가 국내·국제 사건 부문에서, 한일국교정상화 50주년 특집다큐멘터리 〈수교 반세기, 만나지 않는 평행선〉이 역사 부문에서, 〈꿈을 그리는 소리, 자장가〉가 음악 부문에서 각각 동상을 수상했다고 밝혔다. 3개 부문 수상

은 KBS가 뉴욕 라디오 페스티벌에 출품한 이후 최다 수상 기록이다.

KBS는 "이번 수상으로 지난 2011년부터 6회 연속 수상하며 라디오 프로그램의 우수성과 국제적 경쟁력을 입증했다"고 강조했다.

한편 뉴욕 라디오 페스티벌은 지난 1957년 시작되어 올해로 59년째 개최되는 최고 권위의 국제 라디오상이다.

민서진 seojin@kobeta.com

2016년 2분기 방송기술인상 시상식 개최

EBS, CBS, 아리랑국제방송, JIJS 등 9명 방송기술인상 수상



한국방송기술인연합회는 6월 23일 오전 11시 서울 목동 방송회관 15층에서 2016년 2분기 방송기술인상 시상식을 열었다. 방송기술인상은 국내 방송기술 발전에 공헌하고, 기술 정보 교류를 활성화하는 등 방송기술인의 위상을 크게 높인 이들에게 매 분기별 수여되는 상으로 2014년에 제정됐다.

2분기 방송기술인상 수상자는 다음과 같다. (가나다 순) △김명권(SBS) △김수용(MBC) △김영석 (JIJS) △김형조(OBS) △신일수(EBS) △이성주 (KBS) △이제현(아리랑국제방송) △장재훈(CBS) △정재형(KBS)

전숙희 sh45@kobeta.com

[차세대 방송 조명 실습] 교육 안내서

1. 교육 목적

- MBC '듀엣가요제' 조명 제작 과정 현장 교육
- 음악 프로그램 조명 디자인, 조명 큐시트 및 조명 시뮬레이션의 이해
- 쇼 조명의 셋업, 디자인 기본 교육 (쇼 조명에 관한 전반적인 내용 및 정보 전달)
- 2K / 4K 카메라에 대한 조명 디자인에 고찰

2. 교육 일정

- 교육 기간 : 2016.07.04.(월) ~ 07.06.(수), 총 3일
- 교육 대상 : 지상파 방송기술인 10명(조명 업무 관련자만 신청 가능)
- 교육 장소 : 1, 3일차 MBC(상암)
2일차 SBS 프리즘 타워(상암), SBS 제작센터(일산)

※ 현장 교육의 특성상 서울 상암동과 일산 탄현센터 두 곳에서 교육이 진행되오니 유의하시기 바랍니다.

3. 접수 방법

- 6월 21일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

4. 기타

- 교육비 : 무료(중식 및 기타 체재비 개별 부담)
- 담당자 : 강민정 과장, 민서진 연구원
- 문의사항 : 사무실 02-3219-5640~1 / 교육장 031-219-8261~2
- E-mail : bea@kobeta.com

[UHD 방송기술 전문 교육(1차)] 교육 안내서

1. 교육 목적

- 지상파 UHD 방송 개국을 앞두고, 그동안 지상파 방송사가 추진해온 UHD 방송 도입을 위한 노력과 성과에 대한 공유
- 지상파 UHD 방송 도입의 필요성과 앞으로 방송사가 살아남기 위해 필요한 전략 소개
- UHD 방송 관련 정책 추진 사항 소개
- CIE 표준을 기반으로 한 Color Science의 기본 이해
- UHD 방송 표준의 핵심 파라미터의 이해
- UHD 방송에 있어서의 색 재현 작업에 대한 이해 및 고려 사항에 대한 확인
- 각사 UHD 방송 제작 워크플로와 제작 사례 소개
- 4K, 8K 및 VR 등 카메라 동향

2. 교육 일정

- 교육 기간 : 2016.07.11(월) ~ 07.13(수), 총 3일
- 교육 대상 : 지상파 방송기술인 20명
- 교육 장소 : 서울 목동 방송회관 13층 방송기술교육원(5호선 오목교역 2번 출구)

3. 접수 방법

- 6월 21일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

4. 기타

- 교육비 : 무료(중식 및 기타 체재비 개별 부담)
- 담당자 : 강민정 과장, 민서진 연구원
- 문의사항 : 02-3219-5640~1
- E-mail : bea@kobeta.com

차세대 방송 교육을 선도하는
방송기술교육원
BROADCASTING ENGINEER ACADEMY

[DTV 송신 시스템] 교육 안내서

1. 교육 목적

- 송신 시스템의 주파수 관련 필수 측정 장비인 S.A에 대한 이해
- Spectrum Analyzer 원리 및 구조 이해와 실제 측정 실습 및 사례 공유
- 도시바 DTV 송신 시스템 운영 및 유지 보수를 통해 안정적 운영과 정비 역량 제고
- 각종 채널 콤바이너 원리 및 이해로 송신 리소스의 효율적 운영
- 급전 및 안테나 계통 원리 및 정비 사례를 통한 방송 장애 예방
- FM 매체 특성에 대한 이해
- FM 무선국 수검 항목 및 FMAB 사용법
- DMB 송신기의 유지 보수 능력 향상 및 SFN 기술의 이해
- 남산 송신소(KBS, MBC, SBS 등) 견학 방문

2. 교육 일정

- 교육 기간 : 2016.07.19(화) ~ 07.22(금), 총 4일
- 교육 대상 : 지상파 방송기술인 15명
- 교육 장소 : 1, 2, 3일차 KBS수원센터 인재개발원 내 송신실습실
4일차 서울 남산 송신소(KBS, MBC, SBS 등)

※ 현장 교육의 특성상 KBS수원 인재개발원과 서울 남산 송신소 두 곳에서 교육이 진행되오니 유의하시기 바랍니다.

3. 접수 방법

- 6월 28일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

4. 기타

- 교육비 : 무료(중식 및 기타 체재비 개별 부담)
- 담당자 : 강민정 과장, 민서진 연구원
- 문의사항 : 사무실 02-3219-5640~1 / 교육장 031-219-8261~2
- E-mail : bea@kobeta.com

[오디오 MIXING & MASTERING] 교육 안내서

1. 교육 목적

- 라이브 음악 프로그램의 마이킹 및 멀티트랙 레코딩
- 실시간 송출 라이브 음악 프로그램에서의 효율적인 믹스 방법 고찰
- 현장감을 살릴 수 있는 AMU 및 DAW를 이용한 믹스다운 및 방송용 음원 마스터링
- 현재 음향 업무를 담당하고 있는 음향 감독들을 위한 실무 과정
- 장비의 사용 방법을 강의하기 보다는 보컬 편집, 보컬 튜닝, 믹싱 밸런스, 마스터링 등 실무적 과정에 중점
- '글로벌 오디오 전문가 양성 과정' 전달 교육 포함(AES Convention 참관기)
- 140회 AES CONVENTION 교육 내용 전달
- 라우드니스 음량 규제 시행 관련 현황 파악 및 현업 적용

2. 교육 일정

- 교육 기간 : 2016.07.26(화) ~ 07.28(목), 총 3일
- 교육 대상 : 지상파 방송사 기술인 10명(오디오 업무 관련자만 신청 가능)
- 교육 장소 : MBC 골든마우스홀 라디오공개방송 '화음', 목동 방송회관 13층 방송기술교육교장

3. 접수 방법

- 6월 21일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

4. 기타

- 교육비 : 무료(중식 및 기타 체재비 개별 부담)
- 담당자 : 강민정 과장, 민서진 연구원
- 문의사항 : 02-3219-5640~1
- E-mail : bea@kobeta.com

3D 사운드, 가상(Virtual)이 아닌 현실(Reality)로!!

장덕언 KBS 라디오기술국 음향 감독

2016 AES Paris Convention

AES Convention은 AES(Audio Engineering Society, 국제오디오공학회)가 주관하는 세계에서 가장 큰 오디오 행사로 컨벤션과 콘퍼런스가 매년 유럽과 미국 대륙을 오가며 두 번씩 개최된다. 참가자는 세계적으로 저명한 오디오 전문가와 미디어 그룹의 다양한 프로그램을 통해서 최신 기술 정보와 트렌드를 공유할 수 있으며 그들과 교류의 장을 마련할 수 있다. 특히, AES Convention은 장비 전시보다 실제적인 강의에 집중하고 오디오 초보자부터 전문가에 이르기까지 모든 레벨의 프로그램과 세션이 총망라돼 있어 한 번에 심도 있는 교육을 받을 수 있다. 이것이 바로 AES Convention의 차별성이고 참석자들이 열광하는 이유다.

140회를 맞은 AES Convention이 4일간의 대장정을 마치고 2017년 베를린 개최를 기약하며 지난 6월 7일 폐막했다. 6월 4일부터 7일까지 프랑스 파리 'the Palais des Congrès'에서 열린 AES Paris는 컨벤션 참가자 사전 등록률이 61% 신장하고 전시 브랜드 수가 2배를 기록하는 등 뜨거운 관심과 열기 속에 명실공히 2016년 전 세계에서 가장 크고 뜨거웠던 오디오 행사로 자리매김했다.

AES Paris Convention의 화두는 단연 3D 입체 음향이었다. 구현하는 방식에 차이가 있을 수는 있겠으나 컨벤션 기간 거의 모든 세션과 프로그램의 지향점은 한 방향이었다고 해도 과언이 아니다. 최근 가상 현실(Virtual Reality, VR)이 산업 전반에 걸쳐 차세대 트렌드로 급부상하면서 음향 산업에서도 더 실감나는 3D 입체 음향 콘텐츠를 생산하기 위한 연구와 시도가 활발하다. 이제는 단순히 오디오를 듣는다는 전통적인 개념을 넘어서 실제 녹음 현장에 있는 것과 같은 현장감과 몰입감을 느끼게 해 주는 실감 오디오 기술이 대세로 부각하고 있는 것이다.

만 시간의 법칙과 온고이지신(溫故而知新)

한 분야의 전문가가 되기 위해서는 적어도 만 시간 이상의 꾸준한 노력과 경험이 필요하다는 만 시간의 법칙. 이 법칙을 실제 시간으로 환산해보면, 어떤 일에 하루 3시간씩 꼬박 10년을 쉬지 않고 투자해야 한다. 참으로 흥미로운 법칙이지만 10년이라는 시간은 누구에게나 결코 짧은 시간이 아니며 포기하지 않고 끝까지 할 수 있다는 보장도 없다. 그래서 인고의 세월 끝에 성공이라는 달콤한 열매가 맺히는지도 모르겠다. 그러나 현실은 환상적인 이론과 완벽하게 맞아떨어지지는 않는다. 방송국에 입사해 운 좋게도 가장 선호하는 음향 분야에서 꾸준히 10년을 일해 왔지만, 아직도 현장에선 낯선 상황을 종종 마주한다. 시비를 가릴 수는 없지만 좋아하는 것과 잘하는 것에는 상당한 거리감이 있다. 좋아하는 일을 누가 봐도 잘해야만 소위 말해서 '전문가'라는 타이틀을 얻을 수 있는 것이다.

AES Paris에는 4일간 140여 개의 다양한 프로그램이 진행됐다. 컨벤션의 가장 큰 이슈인 3D 입체 음향과 관련 있는 프로그램이 주류를 이루는 가운데 음향의 기본이라고 할 수 있는 마이크로폰에 대한 다양한 주제 발표와 스테레오 녹음, 믹싱에 관한 튜토리얼과 워크숍도 간간이 진행됐다. 3D 입체 음향을 논하는 자리에 다소 이색적인 이벤트처럼 여겨지기도 했지만 '옛것을 익히고 새것을 알아야 한다'는 공자님의 온고이지신(溫故而知新)이라는 가르침이 새삼 떠올랐다. 그런 의미에서 이번 컨벤션은 오디오의 기본에서부터 최신 기술과 이슈까지 모두 접할 수 있는 종합 선물 세트와 같았다. 더군다나 지난 10여 년간 방송 음향 분야에서 맡은 주요 업무가 라디오 프로그램 생방송 제작, 클래식 음반 제작(녹음, 믹싱, 마스터링), 녹음 제작 스튜디오에서 대중음악 녹음, 믹싱 업무였기 때문에 세계적 수준의 오디오 전문가의 다양한 제작 테크닉과 노하우를 다룬 프로그램은 우선으로 참여하려 했다. 특히, 현업과 밀접한 관련이 있는 스테레오 제작 환경에서의 최적화된 마이크 세트업, 실제 보컬 레코딩에서 활용할 수 있는 마이크 선별법 및 수음 방법, 음악 레코딩 프로세스와 믹싱 노하우에 관한 튜토리얼은 큰 흥미를 끌었다.

컨벤션이 열리는 4일간 참여한 프로그램은 총 18개이고 주요 내용은 아래와 같다.

- 마이크로폰 세트업과 사용 테크닉에 관한 튜토리얼 및 워크숍
- 음악 믹싱과 마스터링 관련 튜토리얼 및 워크숍
- 3D 입체 음향(Surround/Binaural Sound)의 미디어 그룹 시연 – Audio Projections
- 파리 인근 유명 제작 현장 견학 – Technical Tours

Just Listen!! "Audio Projections"

AES Paris Convention에 새롭게 시도된 프로그램이 바로 "Audio Projections"이다. 3일간 이어진 이 시리즈는 각종 튜토리얼이나 워크숍 등을 통해 소개된 다양한 미디어 그룹의 3D 오디오를 직접 들어볼 좋은 기회였고 각각 준비한 시스템을 통해 들어본 3D 오디오는 체험을 넘어서 생생한 현장감과 몰입감을 느끼게 해 주었다. 3D 오디오는 자현하는 방식에 따라 멀티채널을 이용한 서라운드 방식과 스테레오 재생 환경에서 가상으로 서라운드 입체 음향을 구현하는 바이노럴(Binaural) 방식으로 나눌 수 있다. 이들은 멀티채널 스피커와 헤드폰이라는 서로 다른 매체를 통해 음원을 재생하지만, 미치 리스너(Listener)가 녹음한 현장에서 듣는 듯한 느낌을 받을 수 있도록 현장의 사실감과 공간감을 최대한 입체적으로 전달하려는 같은 목적을 가지고 있다.

Audio Projections은 Auro3D(Belgium)의 헤드폰으로 구현한 'Binaural Audio'와 Sono Luminus(USA)의 9.1채널 "Immersive Audio"를 시작으로 총 12개의 세션이 진행됐다. Dolby Atmos와 더불어 영화 음향에서 각광받고 있는 Auro3D에서는 9.1채널, 11.1채널, 13.1채널 라우드 스피커를 활용한 3D 오디오와 헤드폰을 통해 자체 틀인 Auro-Matic으로 업믹싱(Up-mixing)한 바이노럴 오디오를 선보였고, BBC와 Radio France는 3D 입체 음향 포맷에 맞는 방송 콘텐츠를 제작해 대중에게 공개했다. 특히, 최대한 자연 그대로의 소리(Natural Acoustic)를 심미적인 감각으로 제작한 N&Neu Records(Spain)의 9.1채널 'Contemporary Music in 3D Audio'는 파노라마처럼 느껴지는 사운드의 자연스러움과 몰입감으로 마치 소리를 보는(See) 듯한 느낌이 들었고 세션의 대미를 장식하기에 손색이 없을 정도로 인상적이었다.



Auro 3D 13.1CH Format



Contemporary Music Recording

※ Auro3D Surround Format

- Auro3D 9.1CH Format = 5.1CH + 4CH(상단)
- Auro3D 11.1CH Format = 5.1CH + 5CH(상단) + 1CH(상단 중앙)
- Auro3D 13.1CH Format = 7.1CH + 5CH(상단) + 1CH(상단 중앙)

세션이 같은 시간대에 중복돼 모든 세션에 참여할 수는 없었지만, 경험한 모든 3D 콘텐츠는 스테레오나 5.1채널 서라운드의 수평적인 음장감을 넘어서 3차원 공간의 입체감과 콘텐츠의 현장감을 그대로 느낄 수 있어 상당히 만족스러웠다.

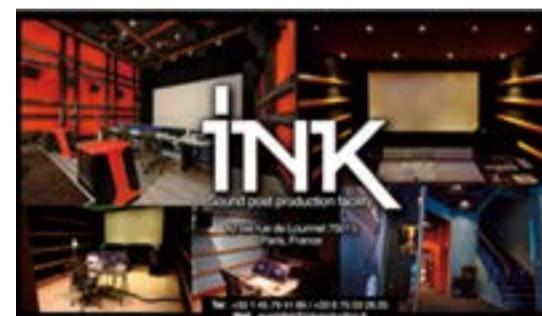
Technical Tours

컨벤션의 백미 중 하나인 테크니컬 투어(Technical Tours)는 파리 인근에 있는 유명 스튜디오, 오페라 극장, 박물관 등의 현장을 견학하는 프로그램으로 컨벤션 참가자들에게 인기가 폭발했다. 테크니컬 투어에 참여하기 위해서는 컨벤션 모든 세션을 이용할 수 있는 'All Access Badge'를 구매해야 하고 개별 투어마다 추가 요금(25~30유로)을 내야 했다. 더군다나 한정된 인원에 선착순 등록까지! 그럼에도 불구하고 테크니컬 투어의 인기는 상상 이상이었다. 프랑스뿐만 아니라 세계적으로 유명한 스튜디오와 오페라 극장을 직접 보고 체험하는 좋은 기회를 잡기 위해 등록 첫날부터 참가자들의 줄이 길게 늘어섰고 티켓 오픈 하루 만에 무료 투어를 제외한 모든 테크니컬 투어 신청이 마감되는 진풍경이 벌어졌다. 다행히 필자는 일찍 서두른 덕분에 원하는 투어에 참여하는 행운(?)을 거머쥘 수 있었지만 나중에 AES 테크니컬 투어에 참여하려는 계획이 있는 분은 미리 알고 꼭 서두를 것을 추천한다.

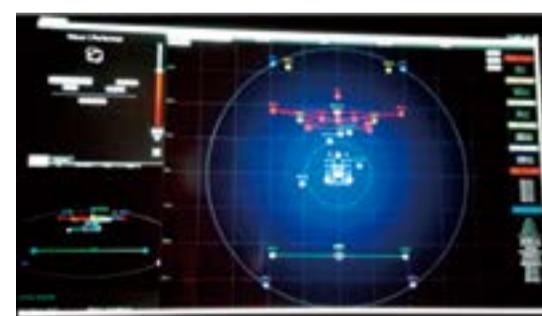
Sonic Emotion/Ink Production

(4, June, 13:30~16:30)

Ink Production은 프랑스에서 최초로 Dolby Atmos 믹싱 스테이지와 EXP Meyer Sound 라우드 스피커 시스템을 갖춘 최고의 시설로 영화나 TV 콘텐츠의 더빙과 사운드 후반 작업에 오랜 전통을 갖고 있다. 이번 투어는 시설 견학과 사운드 믹싱 기술 개발 파트너인 Sonic Emotion Labs가 개발한 'Wave I' 프로세서를 포함한 Atmos 믹싱 스테이지 3D Wave Field Synthesis 데모를 선보였다. 실제 제작된 음악과 함께 제작 프로세스에 관한 설명이 이어졌고 Euphonix사의 System5 MC 믹싱 콘솔과 I-pad 애플리케이션으로 Wave I Performer(3D 사운드 제작 툴)의 개별 소스를 리모트로 조작하면서 3D 공간의 생생한 방향감과 입체감을 느끼게 해 주었다. 또한, 바이노럴 렌더링 툴을 이용해 헤드폰용 3D 사운드 시연도 이어졌는데 Meyer 스피커를 통해 들은 국내 극장에서 느껴본 Atmos 3D 입체 사운드와는 다른 몰입감을 느낄 수 있었다.



Ink Production 내부 시설



Wave I Performer : Binaural Sound 제작 툴

Ferber Studio (5, June, 09:00~11:00)

Ferber Studio는 그레미상을 세 번이나 수상한 엔지니어 René Ameline에 의해 1973년에 설립됐다. 당시 수석 엔지니어의 명성과 탁월한 스튜디오 음향 때문에 Frank Zappa, Nina Simone, Black Sabbath, Jean-Michel Jarre, Neil Young과 같은 전 세계 톱클래스 아티스트들이 녹음을 마쳤고 수많은 명곡이 이 스튜디오에서 탄생했다. 70, 80년대에는 영국의 Abbey Road Studios와 견주어도 손색이 없을 정도로 유명세를 떨쳤지만 90년대 이후에는 디지털 오디오 기술과 홈레코딩 시스템의 발전으로 스튜디오 산업 전반의 하향세를 겪으면서 함께 힘든 시기를 보내기도 했다. 현재는 오케스트라 녹음이 가능한 A 스튜디오(200m²)와 대중음악 녹음을 위한 B 스튜디오(80m²)를 기반으로 5.1채널 후반 작업과 미디 작업이 가능한 스튜디오를 추가함으로써

옛 영광을 다시 찾을 시도를 계속하고 있다. 또한 영화 음악과 TV 음향, 사진, 광고에 이르기까지 포트폴리오를 다각화하려는 노력도 함께하고 있다.



Studio A



Studio A Control Room



Studio B



Studio D 5.1CH Room

Opéra Bastille (6, June, 08:30~11:00)

아침 일찍부터 서둘러 테크니컬 투어에 참여했다. 원래는 세계적으로 건축 음향이 탁월하고 건축물 자체가 아름답기로 유명한 가르니에 오페라 극장을 투어를 가고 싶었지만 꼭 듣고 싶은 세션과 시간이 겹치는 바람에 차선책으로 선택한 투어였다. 하지만 낮은 기대와는 다르게 공연장의 탁월한 어쿠스틱과 미로처럼 얹힌 통로를 지나 마주한 대극장의 웅장함은 기대를 넘어 매표되기에 충분했다.

바스티유 오페라 극장은 1889년 개관한 파리에서 가장 큰 오페라 극장이다. 당시 파리를 대표하던 가르니에 오페라 극장(1875년 개관)이 낡고 수용 공간이 부족해 새로운 현대식 대중 오페라 극장이 필요해서 프랑스혁명 200주년을 기념해 바스티유 감옥이 있던 자리에 지어졌다. 당시 2,700여석의 엄청난 규모를 자랑하며 오페라와 발레를 위한 대극장. 연극과 현대 무용을 위한 원형 극장. 기타 공연과 전시가 열리는 스튜디오 등으로 이뤄져 있다. 총 24명의 엔지니어 중 8명이 사운드를 담당하고 6명이 비디오를 담당한다고 했다. 무대와 객석 사이 아래쪽에는 80인조 오케스트라를 위한 공간이 있었고 스테레오 마이크와 20~30개의 스폰 마이크를 조합해서 녹음을 위한 수음을 하고 있었다. 극장의 흔적은 1.6초이고 객석에 도달하는 반사음이 최대한 자연스럽게 회절하도록 유연한 곡선으로 마감돼 있었다. 마침 베르디의 오페라 'Aida'가 상연 중이어서 리허설을 참관하는 행운이 있었는데 대극장을 올리는 배우들의 노래와 오케스트라의 연주는 전율이 느껴질 정도로 풍성하고 자연스러웠다.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

| 오피니언 |

우리의 방송은 없는가?

칼럼

김동준
공공미디어연구소 소장

2009년 10월 23일 영국의 BBC 앞에서는 시청자들이 BBC에 항의하는 시위를 벌인 바 있다.

당시 BBC 최고의 토크 프로그램이었던 〈퀘스천 타임(Question Time)〉 출연자로 극우정당인 국민당(BNP, British National Party)의 대표인 '닉 그리핀(Nick Griffin)'이 예고되자, 이에 항의하는 시청자들이 시위를 주도한 것이다. '닉 그리핀'은 인종차별이나 동성애 혐오주의적 발언을 서슴지 않았던 인물이었다. 이에 영국 시청자들은 "우리가 낸 수신료를 인종차별을 서슴지 않는 정당의 목소리를 듣는 데 사용할 수 없다"며 시위를 시작했다. 그리고 조금은 지난 이야기지만, 이 시위 장면은 BBC를 포함한 세계 각국의 언론에 보도된 바 있다. 당시 언론에 비친 장면에서 한 시위 참가자가 들고 있는 피켓을 볼 수 있었다. 거기에는 'NO! RACISM AND HOMOPHOBIA ON OUR TV'이라고 적혀 있었던 것을 기억한다. 즉, '우리의 TV에서 인종차별과 동성애 혐오증이 등장하는 것을 반대한다'는 의미다.

여기에서 'OUR TV'라는 표현에 주목할 필요가 있다. 이는 영국 시민들이 갖고 있는 BBC에 대한 인식을 단적으로 보여주는 것으로, 그들은 BBC를 'OUR TV' 즉, '우리의 TV'로 표현한 것이다.

특정 이슈가 발생했을 때, 국내의 공영방송사 앞에서도 집회나 시위가 발생한다. 그러나 '우리의 KBS, 우리의 MBC, 우리의 EBS'라는 피켓이나 구호 등의 표현을 본 적이 없다. 집회, 시위뿐만 아니라 시청자들이 특정 공영방송에

“

시청자들이 특정 방송사를
'우리의 방송'이라고
인식하는 것은 기본적으로
그 방송사에 대한 믿음에
기반을 둔다. 방송사에
대한 믿음은 그 방송사가
진정으로 시청자를 위하고
시청자에 봉사하며
시청자를 응원할 때
생겨나며, 이는 시청자가
방송사를 지켜주며
지지하는 태도로 나타날
것이다.

”

대해 '우리의 TV' 혹은 '우리의 방송'이라고 표현하는 경우도 기억이 나지 않는다. 왜 우리는 우리의 수신료가 사용되는 공영방송에 대해 '우리의 TV', '우리의 방송'이라는 표현을 쓰지 않았던 것일까? 답은 간단하다. 시청자들은 이들 방송을 우리의 방송으로 느끼지 않기 때문이다.

지난달 KBS는 조직 개편을 통해 수신료 추진단과 다큐멘트 추진단을 폐지했다고 한다. 아무리 수신료 인상안이 몇 차례 좌절됐다고 하더라도 공영방송은 수신료를 포기해서는 안 된다. 국민이 낸 수신료는 공영방송의 독립과 자율을 보장할 수 있는 최적의 재원이자 공영방송에 대한 국민들의 최소한의 지분이기 때문이다. 그렇기 때문에 한국의 공영방송은 끊임없이 수신료 현실화에 대해 노력해야 한다. 그럼에도 불구하고 KBS

가 이러한 조치를 취한 것은 공영방송으로서의 가치와 가치를 구현하기 위한 노력을 하지 않겠다는 의미로 밖에 해석되지 않는다. 다큐멘트 추진의 축소도 같은 맥락이다. 한국을 대표하는 방송이라면, 시청자를 위한 서비스를 개발하고 선도적으로 추진해야 한다. 그러나 이 역시도 의지가 없는 것으로 밖에 보이질 않는다.

뿐만 아니라 지난 4월 KBS는 유일한 매체 비평 프로그램인 〈미디어 인사이드〉의 폐지 이후, 최근 〈KBS 뉴스 옴부즈맨〉 역시 폐지를 결정했다. 언론의 옴부즈맨 제도는 독자나 시청자 또는 소비자의 불만을 수렴해 이를 시정하는 제도다. 즉, 시청자와 전문가의 참여를 통해 KBS 뉴스의 공정성 등을 점검하고 이들의 목소리를 듣는 프로그램이다. 이마저 폐지를 결정했다는 것은 시청자의 목소리, 참여를 축소하는 행위로 연결될 수밖에 없다. 게다가 이러한 결정에 시청자가 고려됐을지 회의적이다.

시청자들이 특정 방송사를 '우리의 방송'이라고 인식하는 것은 기본적으로 그 방송사에 대한 믿음에 기반을 둔다. 방송사에 대한 믿음은 그 방송사가 진정으로 시청자를 위하고 시청자에 봉사하며 시청자를 응원할 때 생겨나며, 이는 시청자가 방송사를 지켜주며 지지하는 태도로 나타날 것이다.

영국 국민들이 정부보다 BBC를 더 신뢰한다는 공공연한 말이 있다. 실제 2003년 BBC는 이라크 전쟁에 관해 사실과는 다른 영국 정부의 정보 조작의혹을 보도하는 심각한 오보를 냈지만, 당시 여론조사에서 영국 국민은 영국 정부보다 BBC를 3배가량 더 지지하는 것으로 나타났다. 또한 BBC는 '공영방송 BBC가 지니고 있는 의미는 공정하고 옳다고 믿는 편에 서는 것이다. 공정하고 옳은 원칙 중 하나는 시청자'임을 밝히고 있다. 뿐만 아니라 BBC는 "시청자는 우리가 하는 모든 일의 중심이다"라고 천명하고 있다. 그만큼 BBC는 영국 국민에게 신뢰를 받고 있으며, 또한 영국 국민은 BBC를 지키기 위해 노력하는 것이다.

과연 언제쯤 우리는 진정으로 '우리의 방송'이라고 표현할 수 있는 방송을 만날 수 있을까?

사설

세계 최초의
지상파 UHD 성공을 바라며

현재 방송계에서는 성공적인 지상파 UHD 본방송 시대를 열기 위한 노력이 한창이다. 그동안의 지상파 UHD 추진 진행 과정을 보면 참으로 숨 가쁘게 진행돼 왔다. 2015년 700MHz 주파수 배정을 둘러싼 논란이 일 때만 해도 무료 보편적 서비스를 위한 지상파 UHD 방송의 꿈은 멀게만 느껴졌다. 마침내 지난해 7월 700MHz 주파수 배정 논란이 일단락되면서 그 꿈을 향한 불씨가 다시 살아났다. 2017년 2월 본방송 개시를 목표로 지상파 UHD 방송 생태계의 토대를 마련했다는 의미에서 매우 중요한 사건이었다.

성공적인 지상파 UHD 본방송을 위한 두 번째 단계를 통과해온 했지만 앞으로 풀어야 할 과제도 만만치 않다. 우선 가전사와 첨예한 입장 차이를 보이고 있는 내장형 수신 안테나 문제이다. 어떻게든 제품 단가를 낮추어 수익을 극대화하기 위한 제조 업계의 입장도 이해가 안 가는 것은 아니지만 그렇다고 하더라도 시청자의 무료 보편적 복지가 더 우선되는 가치이기 때문에 전향적인 마인드가 필요한 시점이라고 본다. 아무리 고품질의 콘텐츠를 제공한다 해도 적절한 수신 환경이 만들어지지 않으면 공허한 메아리가 될 수 있기 때문이다. 또한 기존에 보급된 200만 대 가까운 UHD TV의 업그레이드 문제도 해결해야 할 과제 중 하나다. 전송방식이 새롭게 채택이 돼 시행될 만큼 이전에 보급된 수신기에 대한 업그레이드 문제 해결을 위한 각 계의 노력이 필요한 시점이다.

마지막으로 본방송을 위해 시설 투자 및 콘텐츠 제작에 막대한 재원을 들여야 할 방송사의 재원 문제가 남아 있다. 방송 광고 시장의 급격한 축소로 재원 마련에 어려움을 겪고 있는 방송사를 위한 재정적 지원 방안이 절실히 필요해 보인다. 본지에서 여러 차례 언급한 바 있는 중간 광고 허용이 한 방법이다. 방송 광고가 호시절일 때 적용되던 지상파의 중간 광고 역차별 정책을 이제는 과감히 걷어내야 할 때이다. 다음 단계로 나아가 진정한 UHD 성공을 위해 정부, 방송사, 가전사 등 각 계의 지혜가 요구되는 시점이다.

방송기술저널

창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 이후삼 편집주간 | 유주열

편집위원 | 백낙운, 이승호, 남태현, 최권용,

나경록

취재기자 | 백선하, 이진범, 강민정, 민서진,

전숙희

기획실 | 강동균

인쇄인 | SJC성전

주 소 | 158-715 서울시 양천구 목동

923-5 한국방송회관 15층

전 화 | 02-3219-5637

트 위 터 | @kobeta_journal

페이스북 | www.facebook.com/kobetajournal

홈페이지 | journal.kobeta.com

정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

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

언론을 보는 맑은 창!

미디어
오늘
www.mediatoday.co.kr

언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

국내 최고의 미디어비평 전문 주간신문 **미디어오늘**에서 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)

KOBA 2017
www.kobashow.com



27회 국제방송·음향·조명기기전

**27th KOREA INTERNATIONAL BROADCAST
AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW**

2017.05.16-19 | COEX

주 최 한국이엔엑스·한국방송기술인연합회

후원(예정) 미래창조과학부·산업통상자원부·방송통신위원회·서울특별시·KBS·MBC·SBS·EBS·OBS·한국음향학회·한국음향예술인협회·한국전자통신연구원

특별후원 CBS·아리랑국제방송·tbs

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