



분노한 방송인, 동아일보 항의 방문 “1억 스위치 논란 사과하라”

지상파 방송기술인을 폄훼하고 왜곡한 동아일보의 '1급 이상 10명 중 6명꼴 무보직 ... 고액연봉 5년새 10%P 급증'기사에 대해 한국방송기술인연합회와 KBS 노동조합, 전국언론노동조합 KBS 본부가 정식으로 항의했다.

이에 앞서 5월 30일 동아일보는 지면을 통해 '재난의 KBS 대수술이 필요하다' <下> 경영도 낙제점, 방만 경영부터 수술하라' 시리즈를 연재하며 KBS를 포함한 모든 방송기술인들을 '스위치나 누르며 고액연봉을 타가는 사람들'로 규정했다. 기사의 대부분을 'KBS의 고액연봉 사례'에 할애하며 그 대표적인 사례로 '스위치나 누르며 1억 연봉을 타가는 방송기술인'을 지목한 것이다.

하지만 결론적으로, 동아일보의 지적은 도를 넘었다는 것이 중론이다. 현재 지상파 방송사 기술직은 지속적인 인력감축은 물론, 24시

간 종일방송의 여파까지 겹치며 현장 일손이 태부족이기 때문이다. 게다가 동아일보가 지적한 송출 업무의 경우 무료 보편적 미디어 플랫폼 구성에 있어 가장 핵심적인 요소다. 상업방송을 운영하는 종편의 모기업인 동아일보가 방송의 공적 플랫폼 중요성을 제대로 이해하지 못했다는 반론이 나오는 이유다.

이에 문명석 한국방송기술인연합회 부회장과 이후삼 차기 연합회장 내정자, 이현진 KBS 노동조합 부위원장, 함철 전국언론노동조합 KBS 본부 부위원장은 5월 30일 오후 3시 30분 동아일보 사옥을 항의방문해 해당 기사의 악의적인 편지를 정식으로 문제 삼았다. 이들은 항의 서한을 전달하는 한편, 동아일보의 진정성 있는 사과를 강하게 요구했다.

하지만 동아일보 김차수 편집국장과 문화부

장은 비공개 면담을 통해 “스위치를 누르면서 연봉 1억 원을 받아가는 KBS 방송기술인이 있다는 우스갯소리를 기사에 인용했다고 큰 문제가 있다고 보지 않는다”며 “기사 전반에 문제가 없다”는 입장을 보였다. 다만 이들은 “기사가 논란을 야기한 바는 인정하기 때문에 추후 내부 논의를 거쳐 적절한 대처를 하겠다”는 입장을 밝히기는 했다. 이후 동아일보에서는 정정보도 대신 자신들의 지면을 내줄테니 방송기술인의 입장을 담으라는 제안을 했으나, 한국방송기술인연합회와 KBS 양대 노조는 진정성 있는 사과와 정정보도를 요구하며 이를 거부했다.

일각에서는 이번 사태를 두고 종합편성채널을 운영하는 동아일보가 지상파 방송 플랫폼을 흔들며 모종의 이득을 원하는 것 아니냐는 의혹을 제기하고 있다. 이는 종편의 특성 과도 같은 '미디어 패권을 둔 저열한 정치공작의 일환'이라는 분석과 결을 함께한다.

동시에 동아일보의 보도를 접한 방송기술인들은 “특정 방송사를 공격하기 위해 특정 직군에 대한 없는 말을 지어내 기사를 쓰고 ‘우스갯소리’였다고 발뺌하면 그만인가”라며 “종일방송의 여파와 직군별 기술직 인력감축이 지속되는 상황에서 ‘아니면 말고’식의 기사를 쓴다는 것은 동아일보에 기본적인 언론윤리가 없다는 증거”라고 격앙된 반응을 보였다.

한편 동아일보는 방송기술인 1억 스위치 논란 기사와 별도로 '재난의 KBS 대수술이 필요하다' <上> 편'을 통해 KBS에 원색적인 비판을 가해 방송사 차원의 대응이 예고되고 있다. 또 송평인 동아일보 논설위원이 쓴 'KBS는 과연 필요한가' 칼럼 내용 중 KBS 과학재난부 여기자가 김시곤 전 보도국장의 발언을 노조에 고발했다는 칼럼의 내용도 사실과 다른 것으로 밝혀져 KBS 기자들이 법적으로 대응하겠다는 뜻을 분명히 했다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

길환영 KBS 사장 해임 결정 노조 파업 중단...대통령 해임 제청안 서명

6월 5일 KBS 이사회가 길환영 사장에 대한 해임안을 가결시켰으며 6월 10일 박근혜 대통령은 해임안에 정식서명했다. 이로써 길 사장은 2008년 정연주 사장에 이어 KBS 이사회가 해임한 두 번째 사장이라는 불명예를 안게 됐다. 방송문화진흥회에 의해 해임당한 김재철 MBC 사장까지 포함하면 공영방송 사장으로는 세 번째다. 최초의 PD 출신 사장 이자 재직 중 내부 승진을 통해 사장에 오른 첫 번째 사장이라는 상징성도 길 사장의 해임을 막지 못했다.

KBS 이사회는 KBS 본관에서 열린 이사회에서 길 사장 해임안에 대한 표결을 진행했다. 결과는 예측하기 어려웠다. 지난달 28일 KBS 이사회가 한차례 길 사장에 대한 해임안을 논의했으나 결론이 나지 않은 상황이고, 길 사장 스스로 사장직 수호에 대한 의지가 강했기 때문이다. 그런 이유로 일각에서는 6월 5일 이사회에서 정상적인 표결이 어려울 것이라는 전망을 하기도 했다. 여야 7:4의 구도에서 길 사장 퇴진에 반대하는 여당 이사들의 목소리도 상당했기 때문이다.

하지만 KBS 노동조합과 전국언론노동조합 KBS 본부 등 양대 노동조합이 길 사장의 퇴진을 요구하며 총파업에 돌입하고, 보직을 사퇴한 간부들이 힘을 보태면서 상황은 달라지기 시작했다. KBS 양대 노조와 연대한 시민사회단체 및 언론 현업인 단체가 길 사장의 퇴진을 요구하며 배수의 진을 쳤기 때문이다. 여기에는 보직을 사퇴한 간부들을 지역사로 발령내며 '보복인사' 논란을 초래한 길 사장의 자충수도 포함된다.

이에 6월 5일 KBS 이사회는 야당 이사들이 ▲보도통제 의혹 확산에 따른 공사의 공공성과 공신력 훼손(추후 삭제) ▲공사 사장으로서 직무 수행능력 상실 ▲부실한 재난보도와 공공서비스 축소에 대한 책임 ▲공사 경영실패와 재원위기 가속화에 대한 책임 등의 사유로 제출한 해임 제청안을 만일히 검

토한 후 2시간의 격론 끝에 결국 길 사장 퇴진이라는 카드를 뽑아들었다. 찬성 7에 반대 4표, 예상을 뒤엎는 이사들의 결정으로 결국 길 사장은 임기 3년의 절반만 채우고 자리에 서 물러나게 됐다.

앞으로 KBS 이사회는 박근혜 대통령에게 길 사장 해임안을 정식으로 제청하게 되며, 박 대통령이 이를 받아들이면 이후 정식 공모를 통해 새로운 사장을 뽑게 된다.

일단 KBS 양대 노조는 KBS 이사회의 결정을 존중한다는 입장이다. 이들은 청와대 보도통제 의혹을 받았던 길 사장의 퇴진이 선행된다면 총파업도 중단하겠다는 뜻을 여러차례 피력해 왔다. 당장 양대 노조는 길 사장 해임안이 가결되었다는 소식이 알려지자 총파업을 풀고 6월 6일 방송 현장에 돌아갔다.

하지만 불씨가 완전히 꺼진 것은 아니다. 길 사장이 퇴진한 이후 새로운 사장이 온다고 해도 불합리한 인사가 선임될 경우 엄청난 후폭풍이 발생할 여지가 있기 때문이다. 게다가 공영방송 지배구조 개선법의 완전 처리라는 숙제도 여전한 상태다. 또 길 사장이 이사회의 해임안에 대해 무효 소송을 제기한 부분도 돌발변수다. 다만 박근혜 대통령이 해임 제청안에 정식 서명함에 따라 길 사장의 퇴진은 기정사실화 됐다.

한편 KBS 이사회는 길 사장 해임안을 처리하며 상당한 고충을 겪었다는 후문이다. 특히 이길영 이사장을 비롯한 여당 이사들은 당초 길 사장 퇴진에 반대하는 입장을 분명히 했으나 KBS 양대 노조의 총파업으로 보도기능이 마비되고 KBS의 위상이 흔들리는 점에 상당한 부담을 느꼈다. 이에 길 사장이 직접 이사회를 찾아와 소명기회를 얻어 발언을 했지만, 7:4로 결정된 사장 해임안은 뒤집지 못했다. 이 과정에서 여당 측 이사 한 명은 투표 직후 이사회를 떠나며 사임을 표하기도 했다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

[성명서]

악의적인 KBS 매도! 친일·독재 부역 언론 동아일보는 사과하라!

동아일보가 2012년부터 유료 플랫폼으로 종편채널을 운영하면서 최근 조금의 시청률 상승으로 인해 대한민국 최고의 공영방송 KBS가 우습게 보였나 보다. 동아일보는 5월 30일 발행된 <재난의 KBS 대수술이 필요하다>는 기획 기사를 통해 “송출 스위치 한 번 올리고 연봉 1억 원 받는다”는 사실관계도 제대로 확인하지 않은 악의적인 기사를 실었다. 지상파 방송사의 근본이자 중요 업무인 송출 업무를 무시한 것이다.

KBS의 송출업무는 국민들과 방송을 연결하는 무료 보편 서비스인 지상파의 최종 전달업무이자 시청자와의 소통을 유지하는 핵심 업무이다. 동아일보가 대주주인 종합편성채널의 송출 업무와는 업무 수준이 하늘과 땅 차이다. 그 중요한 업무를 방송 엔지니어들이 수행하고 있다. KBS의 방송 엔지니어들은 기자, 프로듀서, 아나운서, 기획행정 등 KBS 내 다양한 직무들과 함께 중요하고 어려운 핵심 업무를 수행하고 있다. 기술기획부터 시설구축, 방송 제작과 송출 및 최종 송신업무까지 지상파 방송의 처음부터 끝까지 책임지는 직무이다. 최근에는 미디어 무한경쟁의 환경에서 뉴미디어 개발 등 다양한 신규직무까지 책임지고 있다.

동아일보가 악의적인 기획 기사를 통해 얻으려는 것은 무엇인가? 지상파 방송사의 방송 프로그램 송출 현장을 한 번이라도 방문하였다면 이런 악의적인 기사는 없었을 것이다. 과거의 시각에서 벗어나지 못한 채 언론인으로서의 기본적인 소양마저 부족한 기자를 통해 지상파를 비하하는 기사를 게재한 동아일보는 KBS 방송 엔지니어들에게 진심으로 사과하라. 그렇지 않을 경우 KBS와 방송 엔지니어들의 명예를 훼손한 대가를 톡톡히 치르게 될 것이다.

그리고 마지막으로 동아일보의 어제 일자 칼럼을 빔해 한마디만 돌려드리고자 한다. '일제 강점기 친일 부역, 군부독재시대 독재 부역, 동아일보는 과연 필요한가?'



사설

동아일보, 방송기술인이 우습나

특정 직군에 대한 경멸

거대 신문사 동아일보가 대형사고를 쳤다. 물론 동아일보의 파행은 슬프게도 익숙한 현상이 되었지만, 이번에는 차원이 다르다. 정치적 이념이나 오래된 색깔공세를 넘어 이제는 '방송기술인'이라는 특정 직군을 무시하고 나섰기 때문이다. 물론 '방송기술인'을 비하했다는 일차적인 분노도 크다. 하지만 더욱 치가 떨리는 것은, 동아일보의 편협한 잣대와 그들만의 지독한 선민의식 때문이다. 여기서 같은 언론사에 대한 동업자 정신까지 운운하지는 않겠다. 다만 동아일보가 다른 직군, 혹은 직업에 대한 기본적인 존중을 무시하고 있다는 점은 심각한 문제다.

동아일보의 만행

지난달 동아일보는 지면뉴스를 통해 '재난의 KBS 대수술이 필요하다'〈下〉경영도 낙제점, 방만 경영부터 수술하라' 시리즈를 연재하며 KBS를 포함한 대부분의 방송기술인들을 스위치나 누르고 한가하게 놀며 연봉 1억 원을 받아가는 '잉여인간'으로 분류했다. 치열해지는 미디어 플랫폼 경쟁 국면에서 24시간 종일방송의 여파로 방송기술인들의 과로로 인한 사고 소식이 끊이지 않는 가운데, 동아일보는 특유의 왜곡과 발 빠른 논란을 자초하고 있다.

지독한 뻔뻔함

현재 한국방송기술인연합회와 KBS 양대 노동조합은 동아일보를 정식으로 항의 방문했으며, 조속한

사과와 지면을 통한 정보보도를 요구하고 있다. 하지만 동아일보는 이를 거부하며 '우스갯소리를 기사에 인용한 것은 문제가 되지 않는다'는 입장을 되풀이하고 있다. 자신들이 놀리는 펜의 엄중함을 스스로 부정하는 셈이다. 심지어 동아일보는 한국방송기술인연합회와 KBS 양대 노조에게 사과 및 정정보도 대신 자신들의 지면을 할애할테니 '하고 싶은 말이 있으면 해라'는 뻔뻔함을 보이기도 했다.

동아일보의 총체적 문제가 보인다

이번 사태를 두고 동아일보의 후안무치함을 지적하기에 앞서, 우리는 그들의 기본적인 의식구조를 엿봐야 한다. 우스갯소리를 기사에 담아 특정 직군을 비하하고, 이를 사과하기는커녕 그 '대단한 자신들의 지면'을 할애하겠다고 '자비'를 베푸는 모습에서는, 마치 중세시대 절대 군주의 위용이 느껴질 정도다. 항상 낮은 자세에서 진실을 말하고 약자의 편에 서야 하는 언론인, 기본적인 정의를 떠나 너무나 태연하게 특정 직군 자체를 무시하는 태도를 보이는 것은 충격적이다. 도대체 무엇이 이들을 '선민의식'에 물들게 만들었는가.

현재 한국방송기술인연합회와 KBS 양대 노조는 동아일보의 진정성 있는 사과가 없을 경우 언론중재위원회 제소, 명예훼손 고발, 기자회견 및 집회, 불매운동까지 불사한다는 각오다. 문제해결의 답은 동아일보의 성의 있는 태도에 달려 있다.

미래부, 국가 재난망 TF 가동

국가 재난안전통신망 구축이 발 빠르게 진행되고 있다. 안전행전부가 10년 넘게 지지부진하게 끌여오던 국가 재난망 사업이 세월호 참사를 기점으로 대통령 담화를 거치며 속전속결로 진행되는 분위기다. 이미 안행부로부터 사업의 전권을 넘겨받은 미래창조과학부는 5월 30일 '재난안전통신망 TF 현판식'까지 치르며 의욕을 보이고 있다.

미래부를 중심으로 안행부, 기획재정부는 이미 관련 TF를 꾸린 상황이다. 동시에 미래부는 2017년까지 와이브로와 테트라가 아닌, LTE 방식의 국가 재난망을 구축한다는 목표로 15인 내외의 TF를 가동시켰다. 앞으로 15인으로 조

집된 TF는 다양한 공청회와 토론회를 열어 의견을 수렴해 국가 재난망 사업을 추진하게 된다.

하지만 700MHz 대역 주파수 현안 및 상용망과의 호환성, 기존 통신 서비스와의 충돌과 기술 방식에 대한 예비타당성이 생략된 상황에서 야기되는 각종 혼란은 TF의 앞날을 어렵게 만들고 있다. 게다가 700MHz 대역 주파수 할당에 있어 해당 주파수 대역을 모바일 광개도 플랜 2.0 일부 폐기를 전제로 '재난망+공공의 미디어 플랫폼'으로 묶는 방안이 거론됨에 따라 방송과 통신의 할당전도 안개 속으로 빠지고 있다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

대한민국, UHD 패널 시장 '접수'

대한민국이 국제 UHD 패널 시장에서 연일 상종가다. 2012년 삼성전자와 LG 전자가 84~85인치 UHD 디스플레이를 의욕적으로 출시했으나 중국과 일본에 독과점 계약을 맺고 있던 대만 제조사에 패널 분야에 있어 열세를 극복하지 못하던 상황이 반전을 맞은 셈이다.

5월 30일 시장조사업체인 디스플레이서치에 따르면 출하량 기준 올 4월 세계 UHD 패널시장 점유율은 대한민국이 46.3%로 대만(43.9%)을 추월한 것으로 밝혀졌다. 지난 1월만 해도 한국 점유율은 16.9%로 대만(70.3%)의 4분의 1 수준이었지만, 짧은 시간에 완전한 역전이 벌어진 것이다. 실제로 대한민국은 2월 33.2% 대 52.8%, 3월 40.3% 대 49.6%로 격차를 줄여오며 대만 제조사의 점유율을 바짝 추격해 바 있다.

지금까지 대만 제조사들은 UHD 패널 제작에 있어 낮은 가격으로 승부를 걸어왔다. 이를 바탕으로 대만의 제조사들은

국내 제조사의 절반에 가까운 가격으로 거대한 내수시장을 가진 중국과 막강한 기술력을 가진 일본에 독점적으로 패널을 제공해 왔다.

하지만 올해 삼성전자와 LG전자가 UHD 디스플레이 상용화 정책을 추진하며 보급형 UHD 디스플레이에 집중하자 낮은 가격을 경쟁력으로 삼은 대만 제조사의 행보에 비상이 걸렸다. 특히 40~50인치 UHD 디스플레이 보급에 방점을 찍은 국내 제조사들이 가격 경쟁력까지 구비한 대목은 대만 제조사 입장에서 재앙에 가까운 사태로 여겨진다.

한편 디스플레이서치는 올 4월 UHD 패널 글로벌 출하량은 134만 7000대로 3월(106만대)보다 27.1% 증가했으며 올해 연간 UHD 패널 출하량은 2201만 7000대로 지난해(307만 9000대)보다 7배 이상 늘어날 것으로 전망했다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

오늘부터 “공짜로 세상을 보자”

KBS 블로그 홍보 기자단 발대식



5월 29일 오후 4시 직접수신환경 개선을 통한 지상파 방송사의 경쟁력 강화를 위한 KBS 블로그 홍보 기자단 발족식이 열렸다. “공짜로 세상을 보자”라는 슬로건으로 지상파 직접수신환경을 홍보하고 이를 공격적으로 추진하기 위한 시청자 중심의 홍보 기자단이 탄생한 셈이다. 홍보 기자단은 KBS 신관 5층 기술본부 대회의실에서 첫 오프라인 모임을 갖고 향후 기자단 운영 및 발전 로드맵에 대한 심도 있는 논의를 시작했다.

이에 홍보 기자단의 탄생을 위해 산파 역할을 마다하지 않았던 김대현 KBS 네트워크관리국장은 현장에서 기자들과 만나 “현재 지상파 방송사가 낮은 직접수신율로 비판받고 있지만, KBS를 비롯한 지상파 방송사들은 막대한 예산을 통해 직접수신 커버리지 96%를 완성시켰다”며 “지상파 방송사는 지상파 MMS 및 UHD 발전을 통해 직접수신환경 개선을 통한 시청자 복지를 위해 최선을 다하고 있지만, 이를 뒷받침하는

홍보 활동이 제대로 수행되지 않은 감이 있다”고 말했다.

이어 김 국장은 “현재 대부분의 가구는 실내 안테나만 구비해도 무료로 지상파 방송을 시청할 수 있으며, 이러한 부분을 이 자리에 모인 기자단 여러분이 확실하고 정확하게 파악해 많은 분들에게 알려 주었으면 좋겠다”고 전했다.

마지막으로 김 국장은 “현재 지상파 방송사는 700MHz 대역 주파수 등 산적한 현안이 많은 상황이다. 무료 보편적 미디어 플랫폼의 미래를 위해 여러분이 직접수신 전도사가 되어주길 바란다”는 조언을 하기도 했다.

기자단 소개도 이어졌다. 이에 전문 기업 경영인인 유성수 기사는 “DTV KOREA 서포터즈 출신으로 지상파 직접수신은 물론 다양한 지상파의 가능성을 직접 목격했던 만큼, 이번 기자단 활동을 통해 올바른 수신환경 구축에 보탬이 되도록 노력하겠다”고 말했으며 회사원이자 DTV KOREA 서포터즈인 박준표 기자도 “TV를 구입하며 직접 실내 안테나를 달아 직접수신의 강점을 몸소 체험했던 경험이 있다. 엄청난 전문가가 아니지만 최선을 다해 노력하겠다”는 포부를 밝혔다.

대학생인 김중운 기사는 “근교무를 요양복지센터에서 하며 다양한 직접수

신환경의 가능성을 경험했으며, 이를 바탕으로 기자단 활동을 의욕적으로 해나가겠다”고 전했다. 같은 대학생인 이연옥 기사는 “용어가 어렵지만 직접수신은 그리 어려운 개념이 아니라고 생각한다. 시청자와 전문가의 사이에서 최선을 다 하겠다”고 말했다. 마지막으로 대학생 정지윤 기사는 “전자공학을 전공했기에 지상파 직접수신에 다각도의 접근이 가능할 것이라고 자부한다. 열심히 노력해 지상파 경쟁력 제고에 힘을 보태겠다”고 말했다.

기자단 소개가 끝나고 간단한 활동업무 브리핑이 이어진 후 기자단 전원은 KBS 사장 명의의 위촉장을 수여받았다. 이어 기자단은 KBS 본관 스튜디오를 견학하며 지상파 방송사의 강력한 미디어 플랫폼 인프라와 제작 전반을 체험하며 첫 일정을 성공적으로 소화했다.

“공짜로 세상을 보자”라는 슬로건으로 첫 발을 내딛은 KBS 블로그 홍보 기자단은 앞으로 지상파 직접수신을 제고 및 보편적 미디어 플랫폼 홍보를 위해 각자의 위치에서 본연의 임무를 수행할 방침이다. 이에 기자단 실무 총괄을 맡은 박승우 KBS 팀장은 “지상파 플랫폼 경쟁력 강화와 보편적 미디어 플랫폼의 당위성을 홍보하는 분야에 있어 본 기자단의 역할이 막중할 것”이라고 말했다. **최진홍** rgdsz22@kobeta.com

위성방송 UHD, 성공할까

유료방송인 케이블 IPTV가 UHD 상용화를 천명하며 본격적인 행보에 돌입한 가운데, 위성방송도 UHD 출사표를 던지며 뉴미디어 플랫폼 무한경쟁 시대를 열었다.

이날기 KT 스카이라이프 사장은 6월 2일 목동 KT체임버홀에서 열린 ‘SKYUHD 개국 기념식’에서 전국 UHD 채널 론칭을 선포하고 오는 12월 셋톱박스를 출시해 본격적인 상용화에 나설 것이라고 밝혔다. 앞으로 KT 스카이라이프는 2015년까지 총 3개의 UHD 채널을 선보여 ‘다채널 UHD 서비스’를 실시하며 이를 위해 KT 스카이라이프는 총 102억 원을 투자해 UHD 스튜디오, 편집시설, 제작 전문인력 육성은 물론 UHD 콘텐츠 부문에 투자한다.

현재 유료방송 업계는 UHD에 사활을 건 상황이다. 4월 10일 부분적 상용화에 돌입한 케이블은 HDMI 2.0을 내

장한 셋톱박스 출시에 맞춰 방송 커버리지를 넓히기 위한 행보에 나섰으며 IPTV도 셋톱프리 방식부터 다양한 기술을 적용한 UHD 서비스에 박차를 가하고 있다. 이런 분위기에서 일본과 세계 최조라는 타이틀을 공유했던 위성방송이 특유의 플랫폼 경쟁력을 바탕으로 어느 정도의 영향력을 발휘할지 관심이 쏠린다.

다만 위성방송 UHD에도 돌발변수는 있다. 특히 케이블과 IPTV같은 고질적인 UHD 콘텐츠 부족은 커버리지 측면에서 타 유료방송을 압도하는 위성방송 UHD의 미래를 결정하는 중요한 요소다. 이러한 부분을 의식한 듯 이 사장은 개국 기념식에서 유료방송 업계에 이어 제조사와 지상파에도 UHD 콘텐츠 투자 협력에 대한 의지가 필요하다고 강조했다. UHD 콘텐츠 제작에 있어 다른 진영과의 시너지 효과가 필요하다는 것을 재확인한 셈이다. 게다가

이 사장은 중소 PP의 UHD 콘텐츠를 통해 다른 유료방송과의 차별점을 지향하겠다는 야심찬 포부를 밝히기도 했다. 마지막으로 이 사장은 본격적인 UHD 활성화 시기를 2016년 이후로 전망하며 평창 동계올림픽이 열리는 2018년을 기점으로 UHD 대중화 현상이 시장에 안착할 것이라고 예상했다.

한편 케이블에 이어 IPTV, 위성방송의 UHD 상용화 선전이 이어지고 있지만 무료 보편적 뉴미디어 플랫폼인 지상파의 경우 표준통합모델과 전송방식도 확실하게 정해지지 못해 논란이 이어지고 있다. 현재 지상파 방송사들은 700MHz 대역 주파수를 활용한 실시간 지상파 UHD 실험방송에 돌입해 상당한 성과를 거두고 있지만, 이에 필요한 채워진 700MHz 대역 주파수 확보에 어려움을 겪으며 일시적으로 동력이 약해지는 분위기다.

최진홍 rgdsz22@kobeta.com

구글 크롬캐스트, 정체가 뭐야?

5월부터 아시아 최초로 국내에서 서비스되고 있는 구글 크롬캐스트를 둘러싼 논란이 뜨겁다. 지상파가 구글 크롬캐스트에 입점한 CJ 헬로비전과 SK플래닛의 콘텐츠 제공을 정식으로 문제삼자 유료방송 업계가 발끈하는 분위기다. 현재 월드컵 중계와 관련해 기본 CPS 지급 외 추가적인 금액을 주장하는 지상파의 문제제기와 유사한 문제다. 결국은 ‘금액’이다.

최근 지상파는 CJ 헬로비전과 SK플래닛에 VOD 형태로 구글 크롬캐스트에 지상파 콘텐츠를 제공하는 서비스를 중지하라고 요청했다. 현재 구글 크롬캐스트에는 CJ 헬로비전과 SK플래닛의 N-스크린 서비스가 기본으로 탑재되어 있다. 하지만 기본적인 지상파-유료방송 계약에는 CJ 헬로비전과 SK플래닛의 자사 N-스크린 서비스에 대해서만 명시되어 있다. 정리하자면, 지상파는 유료방송이 구글 크롬캐스트에 지상파 콘텐츠를 제공하는 것은 불합리하다고 판단한 것이다.

양측의 입장은 구글 크롬캐스트의 성

격에서 갈린다. 지상파는 구글 크롬캐스트가 일종의 플랫폼이라고 본다. 그렇기 때문에 2차로 가공되어 서비스되는 지상파 콘텐츠는 당연히 추가적인 과금 대상이라고 주장하고 있다. 하지만 유료방송은 구글 크롬캐스트 자체를 플랫폼이 아닌 부가 디바이스의 성격으로 이해한다. N-스크린 확장성의 끝에 구글 크롬캐스트가 있기 때문에 단지 서비스의 외연적 확대로 봐야 한다는 주장이다. 지상파와 유료방송의 주장은 양쪽 모두 일리가 있다는 것에 중론이 쏠린다. 지상파의 경우 자신들의 콘텐츠를 유료방송의 N-스크린 서비스에만 활용하도록 계약한 상황에서 추가적인 콘텐츠 서비스를 용인할 수 없다는 입장인 반면, 유료방송은 구글 크롬캐스트에 자신들의 N-스크린 서비스를 통한 지상파 콘텐츠 제공이 별도의 금액적 협의없이 추진되는 상황인 만큼, 보편적 미디어 플랫폼의 원칙에 입각해 지상파가 양보해야 한다는 반론을 펼치고 있다. 물론 여기에는 구글 크롬캐스트가 플랫폼이 아닌 부가 디바이스라는 전제가 깔려 있다.

사실 결론은 구글 크롬캐스트가 플랫폼이냐, 부가 디바이스냐는 원론적인 문제에 함몰되어 있다. 이 부분에 있어서 발전하는 기술을 따라잡는 심도 있는 논의를 거친 후 확장된 결론이 필요해 보인다.

최진홍 rgdsz22@kobeta.com

춘철살인(寸鐵殺人)의

한 마디

“스위치를 누르면서 연봉 1억 원을 받아가는 KBS 방송기술인이 있다는 우스갯소리를 기사에 인용했다고 큰 문제가 있다고 보지 않는다”(김차수 동아일보 편집국장)

☞5월 30일 ‘1급 이상 10명 중 6명 골 무보직, 고액연봉 5년새 10%P 급증 기사에 대해 해명하며…동아일보 편집국장이 할 일 없이 자리에 앉아 결재만 하며 연봉 1억 원을 번다는 우스갯소리를 들은 적 있는데, 이것도 기사?’

“지상파 직접수신이 제일 쉽다”(공

짜로 세상을 보자’ 블로그 홍보 기자단)

☞5월 29일 ‘공짜로 세상을 보자’ 블로그 홍보 기자단 발대식에서…안테나가 없으면 옷걸이도 가능! 지상파 직접수신의 가능성은 무궁무진하다!

방송기술교육원

6월 교육과정

6월에 실시하는 교육은 집체교육 3개 강좌 ‘UHDTV와 차세대 방송’, ‘디지털 신호시스템 관리(2차)’, ‘방송 IT 및 네트워크 실무(1차)’, ‘방송 IT 및 네트워크 실무(1차)’ 및 제 1차 지역 교육 세미나(대구)다. ‘UHDTV와 차세대 방송’ 과정은 지상파 방송사의 700MHz 대역 주파수를 활용한 UHD 실험 방송에 대비하여 관련 개요 및 기술 동향 파악을 교육 목적으로 6월 12일(목)부터 13일(금)까지 양일간 진행된다. ‘디지털 신호시스템 관리(2차)’ 과정은 디지털 제작 및 송출 시스템의 안정적 운용을 위한 디지털 비디오와 오디오 전송 관련 타이밍 측정 및 조정 교육과 TS 전송품질 측정을 위한 운용자 실무 교육을 진행하며 교육 일정은 6월 17일(화)부터 20일(금)까지 총 4일간 운영된다.

‘방송 IT 및 네트워크 실무(1차)’ 과정은 IT 네트워크 중요성 증가에 따른 실무 기술 능력을 강화하고 파일기반 방송시스템 핵심기술 습득을 통한 방송환경 변화에 대비하고자 6월 24일(화)부터 27일(금)까지 총 4일간 진행된다. 수강생은 각 과정당 지상파 방송기술인 15명을 대상으로 하며 교육 장소는 KBS 수원센터 인제개방빌 내 방송기술교육원 102호 강의실이다.

모든 교육은 무료로 진행된다(단, 교육생 출장비, 숙식비는 개별 부담) 교육 접수는 5월 27일(화) 오전 10시부터 방송기술교육원 홈페이지(http://www.digitalpro.or.kr)에서 신청 가능하다.

민서진 soejin@kobeta.com

〈문의〉

서울사무실 02-3219-5640, 5642
수원교육장 031-219-8261~2
E-mail : bea@kobeta.com

방송기술저널

창간! 2003년 5월 20일

발행인 | 최동환
편집주간 | 이성의
편집위원 | 서상원 안창준 송주호 박명석
편집장 | 최진홍
취재기자 | 백선하 이진범 강민정 민서진
기획실 | 강동균
인쇄인 | 성진&화성프린트
주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
전화 | 02-3219-5635
팩스 | 02-2647-6813
트위터 | @KOBETA.com

정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

기사제보 광고문의

02-3219-5635

LG전자, DVB-T2도 고려한다?

UHD 전송방식인 DVB-T2와 ATSC 3.0을 두고 미래창조과학부가 미온적인 반응을 보이는 사이 ATSC의 종주 기업으로 여겨지는 LG전자가 DVB-T2 전송방식을 염두에 둔 행보를 보여 관심을 끌고 있다.

현재 지상파 3사는 4월 5일 KBS를 시작으로 700MHz 대역 주파수를 활용한 지상파 UHD 실험방송을 순차적으로 실시하고 있다. 이런 상황에서 LG전자는 각 지상파 방송사의 디스플레이 기능에 방점을 찍은 기술 지원으로 훌륭한 역량을 선보이는 중이다. 일본의 소니가 국내 제조사와 달리 UHD 디스플레이는 물론 촬영, 편집, 송출 등 다양한 인프라를 공격적으로 확대해 UHD 생태계를 점령하는 상황에서 비록 디스플레이의 한계를 벗어나지 못했지만 UHD 전송방식에 대한 고민을 바탕으로 자신의 영역을 넓히는 LG전자의 당찬 행보는 상당한 호응을 얻는 중이다.

여기에 최근, LG전자가 관악산 송신소에서 DVB-T2 방식으로 송출되는 HEVC 코덱(코덱에 대한 기술적 판단에는 이견이 없다) 지상파 UHD 신호를 자사의 디스플레이로 구현해 관심을 끌고 있다. 최근 막을 내린 NAB 2014에서

ATSC 3.0 전송방식을 통한 지상파 UHD 시연을 성공적으로 실시한 이후 DVB-T2 방식의 호환성을 스스로 증명한 것이다. 이에 일각에서는 ATSC의 종주 기업인 LG전자가 ATSC 3.0에 이어 DVB-T2 방식에 있어서도 상당한 강점을 드러냈다고 평가하고 있다.

하지만 이번 지상파 UHD 시연에 있어 LG전자가 DVB-T2 전송방식을 성공시켰다고 이들이 DVB-T2에 ATSC 3.0만큼의 역량을 신장시켰다고 보기에는 무리가 따른다. 현재 ‘필드’에 나온 기술에는 DVB-T2 수신카드를 활용해 일부 UHD 디스플레이에서 지상파 UHD 콘텐츠를 시청할 수 있기 때문이다. 즉, LG전자의 DVB-T2 방식 시연은 수신 튜너만 장착한 상태에서 실시되었기에, 기술적인 측면에서 볼 때 큰 의미가 없다는 것이 중론인 셈이다.

물론 LG전자가 지상파 UHD 실험방송 정국에서 상당한 역할을 수행하고 있음은 부정할 수 없다. 최근 막을 내린 KOB 2014에 출품된 지상파 UHD 디스플레이는 대부분 LG전자의 제품이었으며 각 지상파 실험방송에 실질적으로 활용되는 디스플레이도 기술적 적합성을 고려해 LG전자의 제품이 큰 부분을 차지하고 있다. 하지만

2015년 12월 표준이 정해지는 ATSC 3.0은 대한민국 지상파 UHD 전송방식에 걸맞지 않는다는 것에 무게가 실린다. 4월을 기점으로 유료방송이 속속 UHD 상용화를 천명한 상황에서 2015년 표준이 정해지는 ATSC 3.0은 그 기술적 우월함을 고려한다고 해도 지상파 UHD 상용화 일정과는 절대 보폭을 맞출 수 없다.

만약 미래부가 지상파 UHD 정국에서 전송방식을 정할 때 이미 시장이 확보된 DVB-T2 방식이 아니라 ATSC 3.0을 정한다면, 2000년대 중반 디지털 전송방식을 두고 첨예하게 대립했던 역사가 반복될 수 있다.

LG전자는 국내 제조사 최초로 1993년 DVB 회원사에 가입한 이후 유럽을 중심으로 하는 DVB 회원사와 긴밀한 협조를 이어가고 있다. 또 NAB 2014 이전에 열렸던 국제적 IT 전시회에서 DVB-T2 방식을 정식으로 활용한 UHD 시연에 성공한 사례도 있다. ATSC의 종주 기업이라는 타이틀을 가지고 있는 상황에서 DVB 기술에도 막강한 역량을 보유한 LG전자가 지상파 UHD 실험방송 정국에 깊숙이 개입하며 상황은 점점 복잡해지고 있다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

일본은 이미 8K를 보고 있다

NHK, ‘기술연구소 공개 2014’



5월 29일부터 6월 1일까지 열린 NHK(일본 방송협회)의 방송 기술연구소 공개행사가 성황리에 끝났다. 이 자리에서 NHK는 6월 2일부터 시작된 4K 시험방송 시연보다 8K에 방점을 찍은 기술시연을 메인으로 배치해 관심을 끌었다.

실제로 후지사와 슈이치 NHK 기술연구소 소장은 “2020년 도쿄 올림픽을 기점으로 8K의 저변을 확대하겠다”고 밝히기도 했다. 4K에 있어 대한민국 상용화 시점보다 다소 늦은 출발을 보였지만(6월 2일), 이미 일본은 8K에 방점을 찍은 기술발전을 염두에 두고 있다는 뜻으로 해석된다.

8K에 있어 일본의 사전포석은 무서울 정도다. NHK 방송 기술연구소 공개행사에 앞서 지난달 20일 NHK는 8K 하이브리드 캐스트 서비스에까지 가능한 기술을 미리 선보였는데, 이는 방송과 통신을 연계해 서비스하는 동일한 기술이 존재하고 있음에도 불구하고 상당한 관심을 끌었다. 이미 상용화된 서비스를 4K를 넘어 8K까지 대입하는 기술적 진보를 자랑했기 때문이다.

게다가 8K 하이브리드 캐스트 서비스를 구현

하기 위해서는 그에 필요한 차세대 다중화 방식인 MPEH-H MMT과 대응되는 송수신 장치가 필수적이다. 그런데 이미 일본은 해당 기술적 진보를 통해 그 인프라적 영역을 크게 넓힌 셈이다. 참고로 다중화 방식에 있어 필요한 MMT는 2014년 3월 NHK가 ISO/IEC의 국제 규격으로 승인받았다. 이밖에도 일본은 실시간 공간 해상도 변환 장치를 비롯해 이미 8K를 커버할 수 있는 다양한 부가 기술을 성공시키고 있다. 이미 막강한 기술력을 자랑하는 디스플레이부터 다양한 해상도와 더불어 고신호 폴스펙 인터페이스 개발도 상용화 전철을 밟고 있는 것이다.

물론 상황은 약간 다르지만, UHD 발전에 있어 세계 최초 유료방송 UHD 상용화라는 달콤한 미용에만 빠져 부분적 서비스만 서두르며 보편적 뉴미디어 플랫폼 확장에 대한 일말의 고민도 없었던 대한민국의 미래창조과학부와 방송통신위원회가 반드시 염두에 두어야 하는 부분이다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

주파수, 각자의 약점은?

KOBA(국제방송음향조명기기전) 2014의 화두는 UHD였다. 특히 지상파 UHD는 무료 보편적 뉴미디어 플랫폼 구축이라는 점에서 상당한 관심을 받고 있다.

4월 5일 KBS를 시작으로 MBC와 SBS도 속속 700MHz 대역 주파수를 활용한 지상파 UHD 실험방송에 돌입한 현재, UHD 시대는 의외로 빨리 도래하는 분위기다. 하지만 정부의 유료방송 중심의 정책추진과 더불어 지상파 UHD 표준정합모델 미비, UHD 전송방식 등에 대한 이견으로 지상파 UHD는 사실상 표류하고 있다. 국제적인 인지도를 바탕으로 UHD 인프라를 공격적으로 구축하고 있는 지상파에 있어서는 상당한 손실인 셈이다. 게다가 700MHz 대역 주파수를 UHD 자원으로 활용하고자 하는 방송사, 모바일 트래픽 해소를 위해 활용하려는 통신의 충돌은 국가 재난망 구축과 더불어 상당한 난관을 예고하고 있다.

결국 700MHz 대역 주파수 할당 문제는 정치적인 문제로 수렴될 가능성이 높아졌다. 방송과 통신의 충돌과 더불어 통합 공공안전망, 즉 LTE 방식의 국가 재난망을 더한 새로운 주파수 배분 모델이 등장하느냐, 아니면 국가 재난망을 살리는 방향에서 방송과 통신이 각각의 주파수 할당을 원하는 ‘동상이몽적 모델’이 등장하느냐

는 전적으로 협의와 진영논리에 좌우될 확률이 높다.

다만 주파수 배분에 있어 국가 재난망이라는 변수를 건어내면 의외로 간단한 정답에 도달할 가능성이 있지만, 현재 대통령 담화까지 등장한 상황에서 해당 가능성은 미비한 수준이다.

그러나 이런 상황에서 주파수 배분을 위한 방송과 통신의 주장이 가지는 허점을 살펴면, 추후 발생하는 소모적인 논쟁을 미연에 방지할 수 있다. 우선 방송, 지상파의 경우 해당 주파수를 활용한 UHD 서비스를 내세우고 있으나 직접수신을 미비에 따른 강력한 파급효과에 대한 설명이 빠져있어 문제가 된다. 전국적인 미디어 플랫폼 인프라가 제 역할을 해내지 못하는 부분이 700MHz 대역 주파수를 활용한 지상파 UHD의 가능성을 빼앗는 셈이다.

하지만 통신의 허점은 더 심각하다. 우선 통신은 주파수 부족에 따른 모바일 트래픽 해소를 이유로 해당 주파수를 원하고 있지만 이는 설득력이 떨어진다는 것이 중론이다. 이는 통신 3사가 경쟁적으로 무제한 데이터 요금제를 출시하고 있는 부분에서 설명할 수 있다. 또 해당 주파수의 글로벌 통신 활용의 경우 알려진 바와 다르게 많은 국가는 해당 주파수를 통신에 할당하지 않고 있다. 있다 하더라도 방송에게 여분의

주파수를 반드시 챙겨주는 형식이다.

실제로 미국의 경우 700MHz 대역 주파수 중 758~775MHz 대역을 PPDR, 즉 공공용으로 활용하고 있다. 국가 재난망 논란이 있기 전 모바일 공개로 플랜 2.0에 따라 통신이 내세웠던 글로벌 모델과는 출발부터 다른 셈이다. 또 일본도 755~765MHz 대역에 ITS, 일종의 가드밴드를 배치시켰으며 GE 06 플랜에 입각해 470~790MHz 대역을 지상파 방송용으로 할당한 유럽의 경우 통신이 주장하는 해당 주파수 글로벌 활용과는 완전히 다른 이야기다. 물론 각국이 사이사이 통신활용을 완전히 배제한 것은 아니지만, 땅이 좁고 산악지형이 대부분인 국내의 사정을 살펴야 한다는 주장과 더불어 주파수 전송방식 효율에 있어서도 완전히 배제되는 부분은 상존한다. 결국 해당 주파수 글로벌 통신 활용설은 실체가 없는 허상인 셈이다.

현재 케이블 및 IPTV는 UHD 상용화를 통해 새로운 시장을 공략하고 있다. 하지만 지상파는 정부정책의 졸속에 따른 동력 상실로 상당한 위기에 직면해 있다는 것이 정설이다. 특히 주파수 수급 상황에서 구 방송통신위원회의 40MHz 폭 통신 할당이 법적 효력이 없다는 점과 더불어, 모바일 공개로 플랜 2.0을 기본부터 바뀌어 한다는 주장이 설득력을 얻고 있다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

[IT] 다음-카카오의 결합, 판도 바뀌나

새로운 시너지 효과나, 찻잔 속 태풍이나

다음커뮤니케이션과 카카오가 합병 계약을 체결했다. 통합법인의 이름은 ‘다음카카오’이며 양사는 오는 8월 주주총회 승인을 기점으로 합병에 필요한 모든 절차를 마칠 생각이다.

시장의 반응은 긍정적이다. 현재 다음은 국내 온라인 시장이 모바일로 옮겨 가는 상황에서 강력한 영향력을 발휘하지 못한 반면, 카카오는 모바일 영역에서 상당히 강력한 인프라를 구축한 상태이기 때문이다. 벤처기업을 표방한 카카오가 막대한 자금력을 가지지 못해 모바일 시장에서의 우위를 해의 진출 및 기타 영역의 공격적인 투자로 이어가지 못했던 점을 감안하면, 양사의 합병은 양쪽이 부족한 점을 거의 완벽하게 커버할 수 있다는 장점이 있다.

실제로 이러한 점만 고려해도 네이버의 독주 체제를 어느 정도 견제할 수 있다는 분석이 가능하다.

게다가 카카오는 강력한 모바일 인프라를 바탕으로 상당한 실적을 올렸지만 게임 외에는 별다른 성장동력을 찾지 못한 상태다. 하지만 다음은 대한민국 인터넷 역사를 관통하는 대표성에 이어 상당한 콘텐츠를 쌓아둔 상태다. 이러한 부분도 양사의 합병이 주는 시너지 효과로 평가된다.

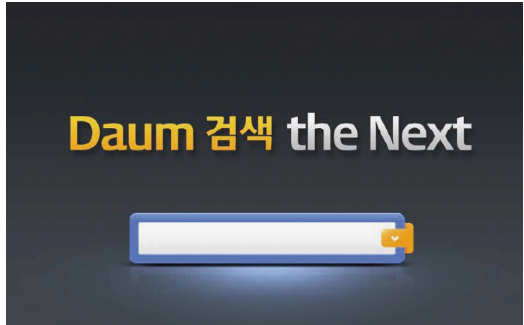
한 마디로 양사의 합병은 서로가 부족한 부분은 절묘하게 채워주는 신의 한수라는 평가가 업계의 전반적인 시각이다.

하지만 일각에서는 양사의 합병이 위험한 결정이라는 평도 나온다. 우선 지배구조상 주인이 없는 것으로 여겨지던 다음이 이번 합병으로 주인, 즉 오너가 생겼다는 것에 주목할 필요가 있다. 다음의 대주주이자 창업자의 지분이 현재 14.1%인 상황에서 카카오의 우회상장을 위해 김범수 카카오 의장이 통합법인의 실제 ‘오너’가 될 공산이 높기 때문이다. 지금 상황에서 카카오가 다음을 인수하는 형식으로 통합이 진행되면 김범수 의장은 통합법인의 30%에 달하는 지분을 확보할 것으로 보인다. 참신하고 새로운 집단운영체제를 표방하던 다음이 오너의 지휘를 받는 통합법인 체제로 정비되면 지금까지 다음 본연의 색을 상실할 수 있다는 분석이 나오는 상황이다.

그러나 이러한 ‘불안요소’는 사실상 의미가 없다는 반박도 있다. 다음과 마찬가지로 카카오도 신선하고 참신한 경영을 통해 이름을 떨쳤던 만큼, 양사의 합병은 그 자체로 시너지의 결정판이 될 것이라는 주장이 강한 설득력을 가지기 때문이다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

방송기술저널, 제2의 도약을 시작



한국방송기술인연합회(회장 최동환)가 발행하는 방송 및 방송기술 정책 기관지인 방송기술저널(발행인 최동환/편집주간 이성의/편집장 최진홍)이 KOBA(국제방송음향조명기기전) 2014 직전인 5월 17일부터 포털 사이트 [다음]과 정식으로 뉴스검색제휴에 돌입했다.

이에 기존 뉴스검색제휴를 실시하던 개방형 포털 사이트 [ZUM]과 더불어 [다음]과 검색제휴를 하고 있는 [네이트]를 비롯한 다양한 창구에서 본지의 기사 콘텐츠를 제공받을 수 있게 되었다. 뉴스검색제휴 심사를 앞두고 있는 [네이버]를 제외하고, 현존하는 4대 포털 중 3개 포털에서 본지의 뉴스 콘텐츠를 확인할 수 있는 셈이다.

동시에 본지는 페이스북 및 트위터를 통한 독자적인 뉴스 콘텐츠 통로도 확보하는 중이다. 이미 ‘방송기술저널 페이스북 페이지’와 ‘한

국방송기술인연합회 공식 트위터’를 통해 실시간으로 뉴스 콘텐츠를 제공하고 있으며 이외에도 일부지만 ‘방송기술저널’의 이름으로 [위키트리]를 통한 SNS 전반 및 [네이버]를 포함한 전 포털 뉴스검색도 진행하고 있고 방송기술저널 기자 개인 자격으로 ‘오마이뉴스’에도 뉴스 콘텐츠를 제공하고 있다.

전국 방송사 및 정부, 국회, 대학, 일반인에게 제공되는 오프라인 방송기술저널도 또 다른 도약을 준비하고 있다. 총 8면으로 구성되는 본지 오프라인판은 온라인 뉴스 콘텐츠와는 또 다른 느낌의 심층적 보도를 준비하고 있으며, 다양한 영역에서 제 역할을 수행하기 위해 노력하고 있다.

한편 본지 발행인이자 한국방송기술인연합회 최동환 회장은 “포털 사이트와의 제휴를 비롯한 다양한 업무협조를 통해 뉴미디어의 발전과 보편적 미디어 플랫폼의 진화, 여기에 따르는 일침까지 불사하는 언론으로서의 역할에 최선을 다 하겠다”고 밝혔으며, 이성의 편집주간은 “심도 있는 뉴스 콘텐츠를 더욱 다양하게 확산시킬 수 있는 방안을 찾겠다. 방송기술저널이 국내 유일의 방송기술 정책지로서 확실하게 자리매김 할 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

“MSO 인수합병으로 SO의 지역성 약화돼서는 안 돼”

최성준 방송통신위원회 위원장이 지난달 30일 한국케이블TV방송협회 임원진, 5대 MSO 및 개별 SO 대표와 간담회를 가졌다.

최 위원장은 이 자리에서 MSO 중심의 인수합병 등으로 인해 지역밀착형 매체인 SO의 기능이 약화되는 것은 아닌지 우려를 표하며, SO 특유의 기능이 약화되지 않도록 노력해 줄 것을 당부한 것으로 알려졌다.

실제로 관련 업계에서도 케이블 방송에 대한 규제 완화 정책이 SO의 공적 책무로 규정되어 있는 지역성을 약화시키고 있다는 지적이 제기되고 있다. SO의 한 관계자 역시 “케이블 방송

사의 경쟁력이 약화된 것은 경영 효율화를 위해 지난 2005년부터 계열 SO 통합 운영을 강화하면서부터”라면서 “케이블이 매체 경쟁력을 강화하기 위해선 지역성부터 회복해야 한다”고 말했다.

최 위원장은 이외에도 지상파 방송 재송신 관련 갈등이 확산되고 있는 상황에서 원만한 협상이 이뤄지도록 노력함으로써 국민의 시청권이 침해되지 않도록 유익해 줄 것을 요청하면서 최근 UHDTV 상용화 등 케이블 방송의 노력을 치하한 것으로 전해졌다.

백선하 baek@kobeta.com

고삼석 방통위원, 지각 임명

청와대가 고삼석 방송통신위원회 상임위원을 정식으로 임명했다. 그동안 자격요건이 맞지 않는다며 임명을 거부하던 입장을 번복하고 전격적인 판단을 내린 셈이다. 이에 방통위는 “청와대가 고 상임위원을 정식으로 임명했다는 소식을 안전행정부로부터 받았다”며 “9일 오후부터 정식으로 방통위 상임위원으로 활동한다”고 밝혔다.

고 상임위원은 지난 2월 27일 국회에서 무기명 투표를 통해 총 240명 투표 중 찬성 217표, 반대 11표, 기권 12표로 추천됐다. 하지만 청와대는 고 상임위원이 경력기준인 15년을 채우지 못했다며 임명을 거부했으며 당시 국회 미래창조과학방송통신위원회장 여당 간사인 조해진 새누리당 의원도 “중앙대 신문방송학과 객원강사, 청와대 국내언론행

정관(4급), 청와대 홍보기획행정관(3급), 사단법인 미디어 미래연구소 선임연구위원 5년 4개월의 근무 기간 중 어느 것도 방통위 설치법이 규정한 자격요건을 충족하지 않는다”며 논란을 키웠다. 하지만 마땅한 대안이 없는 상황에서 청와대가 고 상임위원의 임명을 무조건 반대하기는 어려웠다는 것이 중론이다. 청와대 ‘핵심’이 고 상임위원의 임명을 노골적으로 방해한다는 의혹까지 제기된 상황에서 파행으로 치닫는 방통위를 방지하기는 무리가 따르기 때문이다. 여기에 야당 추천인사인 김재홍 상임위원이 방통위의 편향성을 지적하는 공개 기자회견을 열어 고 상임위원의 임명을 촉구한 것도 원인으로 분석된다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

청와대 홍보수석에 윤두현 내정

사의를 표명한 이정현 청와대 홍보수석의 후임으로 윤두현 디지털 YTN 사장이 차기 홍보수석으로 내정됐다. 윤 내정자는 1960년 경북 경산에서 태어나 대구 심인고와 경북대 영문학과를 졸업했으며 건국대 행정대학원을 나왔다. 이후 서울신문 기자로 언론인 생활을 시작했으며 1995년 YTN이 개국하자 이직했다. YTN 보도국 국제부장, 정치부장, 제작팀장, 해외사업팀장, 홍보심의팀장, 보도국장, 디지털 YTN(현 YTN 플러스) 사장 등을 역임했다.

민경욱 청와대 대변인은 브리핑을 통해 “정부

가 추진하는 국가개조작업에 대한 정부의 정책을 설명하고, 국민의 이해와 협조를 구하는 소통의 책임자로 판단해 임명했다”고 내정 이유를 전했다.

하지만 윤 내정자를 둘러싼 논란은 상당한 편이다. 윤 내정자가 YTN 정치부장과 보도국장을 역임하던 당시 여당 편향적 보도로 도마 위에 올랐던 전력이 있기 때문이다. 게다가 윤 내정자는 YTN 민간인 사찰 의혹 당시 내부문건에 ‘친 정권 언론인’으로 분류되어 홍역을 치른 적도 있다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

KT, 위성방송과 IPTV 사이에서 고민 위성방송 정체에 UHD가 기폭제 될까

위성방송과 IPTV를 보유한 KT의 고민이 깊어지고 있다. 시장 잠식 및 추진동력의 이분화가 ‘변수’로 부각되는 분위기다.

KT는 위성방송과 IPTV를 모두 보유한 상태다. 이는 종합 미디어 그룹을 천명한 KT의 가장 든든한 자산이다. 케이블을 제외한 모든 유료방송 플랫폼을 보유하고 있다는 것은, 다양한 성장 정책의 수립과 인프라적 확장 측면에서 상당한 강점이기 때문이다. 하지만 역설적으로, KT는 위성방송과 IPTV를 모두 보유하고 있기 때문에 딜레마도 가진다.

특히 하나의 회사가 두개의 플랫폼을 가지고 있다는 이유로 경쟁 유료방송 플랫폼의 노골적인 견제를 받는 부분은 뼈아프다. 최근 국회에서 불발되긴 했지만 유료방송 점유율 합산법이 추진되며 KT의 성장가도에 커다란 암초로 부각된 부분이 가장 극적인 대목이다. 점유율 규제에 있어 경쟁자인 케이블 방송이 권역별 규제 완화를 통한 광역화 전철을 밟고 있는 상황에서 KT의 점유율 규제 합산 논란은 상당한 파열음을 내포한다. 일단 이 문제는 내년 말 제정을 목표로 하는 통합 방송법에서 일차적으로 다뤄질 예정이다. 대부분의 이해 관계자들이 위성방송과 IPTV의 점유율 규제에 있어 ‘강력한 견제’를 원하는 상황에서 향후 KT의 대응에 관심이 쏠리고 있다.

하지만 점유율과 관련된 논란이 이전의 여지

가 없는 특혜의 박탈이라는 측면에서 마이너스가 아닌 제로의 개념을 가진다면, KT의 IPTV인 올레TV가 위성방송인 KT 스카이라이프의 시장을 지속적으로 잠식하는 부분은 심각한 마이너스적 요소다. 실제로 올레TV가 IPTV를 넘어 전체 유료방송 시장의 슈퍼파워로 부각되는 사이 위성방송인 KT 스카이라이프의 가입자수는 2011년 205만 명에서 꾸준히 감소하고 있다. 여기에 KT 스카이라이프와 올레TV를 결합한 OTS 가입자수가 폭발적으로 증가하는 대목에 주목해야 한다. OTS 가입자수는 2011년 120만 3804명에서 지난해 223만 2808명으로 2배 가까이 증가했다. 그 사이에 KT 스카이라이프는 상당한 가입자 이탈을 경험해야 했다.

물론 KT 스카이라이프의 가입자 이탈을 전적으로 형제인 올레TV의 책임으로 돌릴 수는 없다. 하지만 올레TV와 OTS 가입자가 지속적으로 증가하는 상황에서 경쟁자인 케이블 방송사도 별다른 성장 동력을 보여주지 못하고 있다는 점을 감안하면, KT 스카이라이프 가입자 상당수가 올레TV와 OTS로 넘어가고 있다는 분석이 가능해진다.

이런 상황에서 KT 스카이라이프, 즉 위성방송의 가장 강력한 경쟁력인 넓은 수신 커버리지도 별 도움이 되지 못하고 있다. 위성방송은 당초 난시청 해소를 위한 공익적인 요소로 출발했을만큼 막강한 수신 커버리지를 가지는데, 현재 대한민국은 대부분의 가정이 인터넷 회선을 보유하고 있다는 것이 문제다. 당연히 수신 커버리

‘트래픽 폭증’ 우려가 현실로

LTE 데이터 무제한 요금제 실시에 따른 트래픽 급증 우려가 현실로 드러났다. 이에 따라 무리하게 무제한 요금제를 도입한 통신 업체가 무제한 요금제 폐지 또는 네트워크 기술로 트래픽 폭증 문제를 스스로 해결해야 한다는 목소리가 다시 힘을 얻고 있다.

최근 미래창조과학부가 내놓은 무선 데이터 트래픽 현황 통계에 따르면, 지난 4월 말 기준 국내 LTE 가입자들의 데이터 트래픽은 69,402 테라바이트(TB)로 역대 최고치를 기록했다. 이는 3월 말 기준인 66,613 TB보다 약 3,000 TB 늘어난 것으로, 전년 대비 61.4% 증가한 수치다. LTE 데이터 무제한 요금제로 인한 트래픽 급증이라는 우려가 현실로 나타난 것이다.

앞서 이동통신사들은 무제한 요금제를 출시하면서 “데이터 사용량에 따른 속도 제한 등 다양한 안전장치를 마련했다”며 트래픽 폭증 문제가 발생할 가능성은 높지 않다고 밝힌 바 있다. 이동통신사들의 말대로 아직까지는 트래픽 대란으로 인한 블랙아웃 등의 문제가 발생하지는 않았다. 하지만 무제한 요금제 출시 한 달 만에 데이터 트래픽이 3,000 TB 늘어난 것을 볼 때 앞으로 무제한 요금제 가입자가 꾸준히 증가한다면 트래픽 폭증 문제는 피할 수 없을 것으로 보인다.

당장 이번 달부터 걱정이다. 브라질 월드컵이 시작되면 각종 모바일 콘텐츠가 증가

하는 만큼 데이터 트래픽이 급증할 것으로 예상되기 때문이다. 한 이동통신사 관계자 역시 “무제한 요금제 가입자들이 이용하는 서비스 중 70~80%가 음악과 영상 등 멀티미디어 콘텐츠에 집중돼 있다. 월드컵이 시작되면 다양한 모바일 콘텐츠가 나오는 만큼 데이터 트래픽이 급증할 수밖에 없다”며 고민을 토로했다.

이처럼 무제한 요금제에 따른 트래픽 폭증과 서비스 품질 저하가 통신 업계의 이슈로 부각되면서 스몰셀이 업계의 주목을 받고 있다. 일반적으로 우리가 쓰는 CDMA나 3G, LTE 등 모든 통신의 기본은 기지국인데 기지국 사이사이에 중첩되거나 비는 부분이 생긴다. 이런 기지국 사이의 공백을 메우거나 경계면에서 간섭이 생길 경우 필요한 것이 바로 소형 기지국인데, 스몰셀이 바로 이러한 작은 영역을 담당하는 소형 이동통신 기지국이다. 스몰셀 구축은 곧 작은 네트워크 인프라를 보다 촘촘하게 깔아 데이터 트래픽을 분산시키고 속도와 커버리지를 높인다는 것을 의미한다. 스몰셀을 활용하면 많은 사람들이 모이는 경기장이나 변화가, 고층 사무실 건물과 같은 환경에서 네트워크 과부하로 데이터 서비스 품질이 저하되는 현상을 방지할 수 있다.

하지만 통신 업체가 스몰셀 등 네트워크 기술로 트래픽을 관리하는 것에 주력하기보다 추가 주파수 확보에 열을 올리고 있어 논란이 되고 있다. 시민사회단체를 중심으로는 “LTE 가입자 확보와 가입자당 월평균 매출액(ARPU)을 높이기 위해 (트래픽 폭증이 우려됨에도 불구하고) 무제한 요금제를 도입한 이동통신사들이 트래픽 폭증을 해결하기 위해 추가 주파수가 필요하다고 주장하는 것은 말이 되지 않는 일”이라며 트

래픽 문제는 이동통신사들이 무제한 요금제를 폐지하고, 기술적으로 네트워크를 관리함으로써 해결해야 할 문제라고 지적하는 목소리가 제기되고 있다.

사실 이동통신사들이 내놓은 무제한 요금제는 도입부터 많은 논란을 불러왔다. 통신 네트워크 건설형 업체인 아리아에스(Arieso)가 내놓은 보고서에 따르면 전 세계 LTE 데이터 사용자 중 상위 0.1%에 해당하는 초다량 이용자(헤비유저)가 LTE 데이터의 절반 이상을 소비하는 것으로 나타났다. 이에 관련 업계와 학계를 비롯한 전문가들은 “무제한 요금제를 도입하지 않는 것이 헤비유저 일부를 억제하는 효과가 있다. 무제한 요금제를 도입한다면 트래픽 폭증 문제는 당연히 따라올 수밖에 없는 문제”라고 지적했다. 하지만 당시 통신 업계에서는 “다양한 안전장치를 마련한 만큼 트래픽 폭증 문제는 없을 것”이라며 무제한 요금제를 도입했다. 이러한 상황에서 통신 업체가 추가 주파수를 요구하는 것은 이치에 맞지 않는다는 것이 시민사회단체와 방송 업계의 목소리다. 주파수의 공공성을 무시하고 트래픽 문제를 이유로 700MHz 대역 주파수를 통신 쪽에 할당해서는 안 된다는 것이다.

최성준 방송통신위원회 위원장이 첫 기자단 오찬에서 “무제한 데이터 서비스가 진정한 소비자를 위한 것인가 생각해 볼 필요는 있다”면서 “지하철이나 길거리에서 동영상만 보면서 이동하는 것이 건전한 사회인지 사회 여론 입장에서 생각해봐야 할 문제”라고 언급한 것 역시 이러한 사회적 분위기를 염두에 둔 것으로 해석된다.

많은 이들의 우려에도 불구하고 무제한 요금제로 데이터 폭증을 가져온 통신 업체가 과연 트래픽 폭증 문제를 어떻게 해결해 나갈지 귀추가 주목되고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

단신 뉴스

방송통신위원회는 방송 시청에 어려움을 겪고 있는 시·청각 장애인과 난청 노인들의 편리한 TV 시청을 돕기 위해 시·청각 장애인용 방송 수신기와 난청 노인용 방송 수신기를 무상으로 보급한다고 지난 2일 밝혔다. 앞서 방통위는 소외계층의 TV 시청권 보장을 위해 2000년부터 청각 장애인용 자막 방송 수신기, 시각 장애인용 화면해설 방송 수신기, 난청 노인용 방송 수신기를 보급해 왔으며, 2012년에는 방송 사업자에게 자막·화면해설·수화방송 등 장애인 방송을 의무화한 바 있다. 올해는 장애인 방송 의무화 방송 사업자를 156개 사업자로 확대하고 방송법 개정을 통해 장애인용 방송 수신기 보급의 명확한 법적 근거를 마련하였으며, 장애인과 난청 노인들이 방송을 편리하게 시청할 수 있도록 시·청각 장애인 1만 2천 명에게 59.8cm(23.6") TV를, 난청 노인 3천 명에게는 음성 증폭기를 무료로 보급할 예정이다.

수신기는 저소득층(기초생활수급자, 차상위계층)에 우선 보급하며, 현재 시·청각 장애인 방송 수신기는 읍·면·동 주민센터와 한국방송통신전파진흥원에서, 난청 노인용 방송 수신기는 지역 노인종합복지관과 한국노인종합복지관협회에서 접수받고 있으며 7월 31일까지 신청하면 된다.

백선하 baek@kobeta.com

하이테라 모빌펑크(Hytera Mobilfunk GmbH)가 칠레 산티아고시 지하철 시스템의 보안 무선 커뮤니케이션을 위한 ‘테트라 무선통신 시스템’(TETRA radio system) 공급 계약을 체결했다. 최근 국가 재난망 사업의 추진을 두고 기존 테트라와 와이브로가 탈락되고 LTE 방식의 통합 안전공공망을 구축하기로 결정한 국내 사정과는 거리감이 있어 보인다. 특히 국내 코레일의 통합 안전공공망 채택에 있어 칠레의 상황은 시사하는 바가 크다. 이번 계약 체결식은 산티아고에서 양측이 참여한 가운데 이뤄졌다. 하이테라 모빌펑크(Hytera Mobilfunk)는 현지 파트너인 SICE 칠레(SICE Chile)와 긴밀히 협력해 산티아고 메트로(Metro de Santiago) 지하철망에서 안전하고 효과적으로 운영할 수 있는 디지털 음성 및 데이터 통신을 제공할 예정이다. 하이테라는 이 중대한 구축 사업에서 산티아고 메트로의 전 노선을 커버할 수 있는 4개의 테트라 스위칭 노드와 77개의 테트라 기지국을 공급하게 된다. 이 사업은 하이테라의 테트라 무선 통신 시스템인 ‘엑

세스넷-T IP’를 이용해 기존 지하철 노선인 1호선, 2호선, 4호선, 4A 호선과 신설될 3호선, 6호선을 커버하는 프로젝트다. 하이테라는 운영 효율을 더욱 높이기 위해 지하철 제어실을 위한 디스패처 워크 스테이션 42개와 음성녹음 시스템을 함께 구축할 계획이다.

민서진 soejin@kobeta.com

방송통신위원회는 2014년 12월 말에 방송국 허가유효기간이 만료되는 한국교육방송공사 등 5개 지상파 방송 사업자 및 관악 등 7개 공동체 라디오 방송사업자 20개 방송국에 대한 재허가 기본계획을 심의·의결하였다. 이번 방통위의 결정에 따라 지역 미디어로 자리잡는 공동체 라디오에 대한 관심이 높아질 것으로 보인다. 아울러 방송 사업자에 대한 현상실사 및 의견청취 등 실질심사를 강화하여 재허가 심사의 실효성을 확보할 예정이다. 심사위원회는 지상파 방송과 공동체 라디오 방송 심사위원회를 분리하여 각각 구성하고, 각 심사위원회별로 심사위원장 1인과 방송, 법률, 경영·회계 등 전문분야별 심사위원 8인 등 총 9인으로 구성하여 운영할 계획이다. 재허가 심사항목 및 배정은 방송법 제10조 및 제17조에 근거해 재허가 심사 기본방향 및 중점 심사기준을 반영해 구성하되, 지상파 방송 사업자의 경우 2013년에 대부분의 지상파 방송사(38개 방송사, 262개 방송국) 재허가를 심사함에 따라 사업자간 형평성, 재허가 심사의 일관성 등을 고려하여 2013년도 재허가 심사항목 및 배정을 동일하게 적용키로 하였다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

방송통신위원회 최성준 위원장은 취임 이후 처음으로 광고 관련 단체장 간담회를 개최하여, 방송사 및 광고업계 대표들과 방송 광고 시장 활성화 방안을 모색하고자 머리를 맞댔다. 점점 시장이 축소되는 광고시장에 대한 방통위 차원의 지원 정책에 관심이 쏠리고 있다. 최 위원장은 5월 30일 이순동 광고협회장, 이정치 광고주 협회장, 이용모 방송협회장, 양휘부 케이블TV협회장, 이원창 방송광고진흥공사 사장, 전종건 미디어크리에이트 사장, 이종원 디지털미디어산업협회장, 김이환 방송광고균형발전위원회 등 광고 관련 단체장들의 의견을 청취했다. 이 자리에서 최 위원장은 “광고 산업이야말로 상상력을 이용해 콘텐츠를 만들어 내는 창조경제의 주춧돌”인데 “금년 들어 지상파 방송광고 규모가 14.1% 감소하는 등

지에 있어서도 IPTV의 강세가 이어지고 있다.

종합 미디어 그룹을 표방하는 KT의 입장에서 KT 스카이라이프는 상당한 골치다. 강력한 수신 커버리지가 무용지물이 되고 있으며 가입자도 줄어들어 수익성이 감소되고 있기 때문이다. 여기에 점유율 제한을 받지 않는다는 초월적 지위도 국회 등의 논의에서 심각한 위협을 받는 상황이다. 심지어 형제인 IPTV와의 가입자 경쟁전에서도 밀리고 있다.

하지만 UHD 정국에 접어들며 KT 스카이라이프의 미래에도 서풍이 비추는 분위기다. IPTV는 인터넷 회선을 중심으로 UHD를 서비스하기 때문에 화소 및 비트레이트율 등에서 많은 문제점을 노출하지만 위성방송은 데이터 전송량 등에 있어 비교우위를 가지고 있기 때문이다. 실제로 IPTV는 지상파 HD 화면을 서비스할 때도 직접수신 화면에 비해 상당히 많은 문제점을 노출했다. 물론 위성방송도 약점을 가지고 있지만, 상당한 투자가 선행되어야 하는 IPTV UHD보다는 유리한 고지를 점한 상태다.

물론 이러한 유리함도 결국 KT의 입장에서 는 별 의미가 없다. 하지만 일본이 위성방송 UHD에 발점을 찍었던 근거를 바탕으로 KT 스카이라이프의 UHD가 성공적으로 시장에 안착한다면 그 파급력은 상당할 것으로 보인다. 여기에 국회에서 추진되는 KT 미디어 플랫폼 견제가 통한 방송법이라는 굴목을 거치며 KT에 게 일정정도 유리하게 진행되고, 만약 IPTV가 직접사용채널이라는 선물까지 받아 광역화 노선을 추진하는 케이블과 정면승부를 벌인다면, SOD 활성화와 DCS 허용을 전제로 KT 스카이라이프의 틈새 공략은 상당한 성과를 거둘 가능성이 높다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

백선하 baek@kobeta.com

[인터뷰] “지상파 방송은 건강식품, 꼭 권하고 싶다”

이정옥 DTV KOREA 사무총장

지상파 방송이 무료 보편적 미디어 플랫폼을 기반으로 한다는 사실은 상식이다. 하지만 이 상식이 제대로 통하지 않는 세상에서, 비정상의 정상화를 위해 직접 움직이며 행동하는 사람이 있다. 지상파 방송사의 아전 사령부라 불리는 DTV KOREA의 이정옥 사무총장, 그를 KOBA 2014가 열리는 현장에서 만났다.

[본 인터뷰는 KOBA Daily에도 실렸습니다]



방송기술저널 : DTV KOREA에 대한 소개를 부탁드립니다.

이정옥 사무총장 : 대한민국 지상파 방송은 2012년 12월 31일 아날로그 방송이 종료되었습니다. DTV KOREA의 임무가 바로 올바른 아날로그 방송 종료 및 디지털 전환을 적극적으로 추진하는 것입니다. 하지만 디지털 전환이 완료된 지금 DTV KOREA의 임무는 지상파 방송의 활성화입니다.

방송기술저널 : DTV KOREA의 중점 사업을 소개해 주세요.

이정옥 사무총장 : 서두에서 말했지만 지상파 방송의 활성화를 위해 노력하는 조직입니다. 그리고 더 나아가 직접수신을 제고를 통한 사회적 기여를 목표로 삼고 있어요. 현재 대한민국은 디지털 전환을 완료하며 상당히 강력한 직접수신 인프라를 구축하게 되었는데 아직 많은 시청자들이 이러한 사실을 잘 모르고 있습니다. 저희는 지상파 직접수신을 제고를 통한 공익적 미디어 활동을 궁극적인 목표로 삼아 다양한 활동을 추진하고 있습니다.

방송기술저널 : 지상파 직접수신에 대한 강한 자부심이 엿보입니다.

이정옥 사무총장 : 사실이니까요.(웃음) 현재 대한민국은 96% 이상의 디지털 커버리지를 가지고 있습니다. 그런데

평생 무료로 지상파 방송을 볼 수 있는 방법이 있음에도 불구하고 유료방송에 가입해야만 지상파 방송을 볼 수 있다고 믿는 분이 많아요. 하지만 단언하자면, 지상파 방송의 힘은 강력한 직접수신을 제고 가능성에 있습니다. 대부분의 지역에서 직접수신을 할 수 있습니다. 이 부분은 명확히 하고 싶습니다.

방송기술저널 : 알겠습니다. 그렇다면 지상파 직접수신에 강한 자부심을 느끼는 이유가 궁금합니다. 근거가 있나요?

이정옥 사무총장 : 우선 지상파 디지털 전환이 완료되며 강력한 직접수신 인프라가 구축되었다는 점이며, 두 번째는 지상파 자체의 역량에서 기인하는 부분입니다. 특히 두 번째는 상당히 의미 있는 대목입니다. 만약 유료방송에서 지상파 콘텐츠를 시청할 수 없다면 어떻게 될까요? 아마 대부분 유료방송을 탈퇴할 것입니다.

즉, 콘텐츠에서 강점을 보이고 있다는 것이죠. 하지만 지상파의 진정한 강점은 이러한 콘텐츠와 막강한 플랫폼이 결합했을 때입니다. 콘텐츠와 플랫폼이 함께 발전하는 지상파는 그 자체로 강력한 유인효과를 가집니다. 당연히 이러한 지상파 직접수신에 강한 자부심을 느낄 수밖에 없습니다.



방송기술저널 : 하지만 낮은 직접수신율에 대한 비판은 여전히 있습니다.

이정옥 사무총장 : 지상파가 막강한 장점을 가지고 있지만, 직접수신율이 낮은 것은 사실입니다. 저는 직접수신의 가능성을 믿지만, 현실은 정반대인 셈이죠. 하지만 저는 이렇게 생각합니다. ‘배가 기울고 있다고 해서 모든 것을 버리고 죽음만을 기다릴 것인가?’ 아닙니다. 배가 기울고 있으면 다시 솟아오를 수 있도록 해야 합니다. 직접수신을 제고는 절대 포기할 수 없는 가치입니다.

방송기술저널 : 알겠습니다. 그렇다면 ‘배를 솟아오를 수 있게 하는’ DTV KOREA의 전략을 소개해 주세요.

이정옥 사무총장 : DTV KOREA는 ‘이삭줍기’를 불사하며 틈새시장을 노린 지상파 직접수신을 제고를 위해 물불을 가리지 않고 있습니다. 이미 많은 시청자들이 다채널에 익숙해져 있는 상황이지만 포기하지 않고 지상파 방송을 ‘소개’하는 중입니다. 그 일환으로 실내 안테나 보급 사업을 통해 실질적인 직접수신을 제고를 위해 나서고 있습니다. 당장 대형 제조사를 만나 실내 안테나 대중화를 위해 설득하고 또 설득했던 일이 기억납니다. 지금이야 지상파 직접수신이 가능한 실내 안테나를 쉽게 찾아볼 수 있지만 당시만 해도 어려운 일이었습니다. 그렇기 때문에 저희는 제조사를 만나 실내 안테나의 가격을 내리고 이를 쉽게 구입할 수 있도록 가전제품 매장에 진열해 달라고 끈질기게 요청했습니다. 여기에 1만 개에 가까운 실내 안테나를 직접 배포해 가시적인 직접수신을 제고에도 나섰습니다. 또 직접적인 공시청 지원 설비에 대해서도 나서고 있습니다. 19세대 이하 공동주택 공시청 설비를 적극 지원해 10만 단지의 5%에 해당되는 가구에 지상파 직접수신이 가능하도록 만들었으며 이외에도 지방자치단체와 적극 협조해 다양한 직접수신 지원에 나서고 있습니다. 동시에 DTV KOREA 홍보대사로 다양한 연령대에서 사랑받는 아역배우 송민하 양과 송혜 선생님을 위촉해 ‘친근한 홍보’에



도 무게를 두고 있습니다. 최근 발표된 방송산업발전 종합계획 등에서도 확인할 수 있듯이 정부는 방송을 하나의 산업으로 규정하고 불필요한 생존경쟁으로 내몰고 있지만, 저희는 지상파 방송이 ‘공익적 측면’에서 반드시 살아남아야 하는 마지막 보호구역이라는 것을 믿고 있기에 이를 위해서는 최선을 다해 움직일 생각입니다.

방송기술저널 : DTV KOREA의 치열한 고민을 엿볼 수 있었습니다. 그렇다면, 가장 기본적인 질문입니다만 “왜 지상파 방송인가”요.

이정옥 사무총장 : 지상파 방송은 건강식품에 비유하고 싶습니다. 당장 학부모가 원하는 청정하고 깨끗한 방송 플랫폼에 기반했기 때문이지요. 게다가 지상파는 ‘마지막 보루’라는 점도 명확히 합니다. 최근 전 국민을 비탄에 잠기게 만든 세월호 참사 당시 현장 근처에 있는 ‘동거차도’라는 곳에 일시적으로 통신 신호가 물리머 커다란 문제가 된 적이 있었습니다. 당연히 ‘동거차도’ 같은 낙도에 유료방송은 없었습니다. 하지만 지상파 직접수신이 가능했습니다. 재난상황에 닥쳤을 때 유일하게 의지할 수 있는 정보 전달 매개체가 바로 지상파입니다.

방송기술저널 : 마지막으로, DTV KOREA의 사무총장으로써 한 마디만 한다면?

이정옥 사무총장 : 지상파 디지털 전환은 끝났습니다. 이제 지상파의 활성화가 DTV KOREA의 지상 과제입니다. 당연히 지상파 방송사의 적극적인 협력이 필요한 순간이라고 봅니다. 저희 DTV KOREA는 ‘지상파 방송사의 아전 사령부’라는 별명을 좋아합니다. 이 별명에 걸맞는 용기와 투지로 지상파 직접수신을 제고라는 공익적 목표를 달성하기 위해 최선을 다 하겠습니다. 최소의 비용으로 최선의 효과를 창출하기 위해 노력하겠습니다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

지상파 직수율은 20% 이상이다 잘못된 통계의 오류, 이제는 고치자

지상파 UHD부터 CPS 논란까지, 지상파와 관련된 논의에서 빠지지 않는 단어가 있다. 바로 ‘직접수신율’이다. 지상파의 무료 보편적 미디어 플랫폼을 편취하고자 하는 이들은 모두 낮은 지상파 직접수신율을 무기로 삼아 공략하는 것이 일종의 ‘공식’으로 굳어졌다. 이들은 말한다. 직수율이 6~7% 아니냐고, 과연 그럴까?

지상파 직수율을 둘러싼 논란이 심해질수록, 많은 전문가들은 낮은 직수율을 문제 삼아 지상파 방송사의 미래를 성급히 재단하곤 한다. 700MHz 대역 주파수 및 지상파 MMS, UHD-TV 발전도 마찬가지다. 유료방송 및 시민사회 단체들은 지상파의 낮은 직수율을 문제 삼아 지상파 플랫폼의 기능을 축소하고 이를 공격하는 상황에 기계적으로 익숙해져 있기 때문이다.

이러한 논리의 중심에는 직수율 7%라는 수치가 강하게 박혀 있다. 하지만 전혀 다른 분석도 있다.

우선 2012년 기준 방송매체 이용행태 조사를 보자. 해당 조사에 지상파 직수율은 2010년 7.8%, 2011년은 9.0%, 2012년은 7.9%로 산정되어 있다. 그런데 조사항목이 묘하다. 유료방송 가입 가구 비율의 한 부분을 차지하고 있는 지상파 직수율표에는 ‘지상파만 이용’이라는 항목이 표시되어 있다. 즉 지상파만 이용하는 가구가 7.9%라는 뜻이다.

결론적으로 ‘지상파만 이용’이라는 항목은 실제 직수율과 괴리감이 있다. 해당 항목 조사는 말 그대로 직접수신 안테나를 세운 가구만 그 대상으로 한정했기 때문이다. 여기에

는 TV를 2대 이상 가지고 있으면서 케이블 및 IPTV 등 유료방송과 직접수신을 병행하는 수치가 빠져있으며 TV가 한 대 있더라도 유료방송과 직접수신을 병행하는 수치도 빠져있다.

후자의 경우 평소에는 직접수신을 통해 TV를 시청하다가 VOD 및 부가 서비스를 즐기고 싶으면 유료방송 셋톱박스를 연결하는 가구를 가정한 것이다. 즉, ‘지상파만 이용’이라는 항목은 말 그대로 직수율의 최소평균치만 산출했다는 결론이다. 물론 여기에는 직수율 가구에 대한 명확한 정의가 필요할 것이다.

여기서 우리는 2010년 인구주택 총조사도 참고할 필요가 있다. 2010년 10월 22일부터 11월 15일까지 총 24일간 대한민국 전체가구 10%에 달하는 180만 가구를 대상으로 실시된 본 조사는 거의 유일한 전수조사라고 봐도 무방하다. 데이터를 참조해 보자. 조사 당시 DTV KOREA는 방통위에 의뢰해 직수율을 산정한 결과 ‘13.3%’라는 수치가 나왔다. 2012년 방송매체 이용행태 조사와 비교해 두배에 육박하는 결과를 얻은 것이다.

상술하자면, 2012년 방송매체 이용행태와 같은 ‘안테나만 시청’ 수치는 9.2%, ‘안테나+복합시청’ 수치는 17.7%가 나온 상황에서 복합시청 중 직수율과 관련 없는 가구 수를 배제한 수치가 13.3%라는 뜻이다.

하지만 여기에도 통계의 오류가 있다. 통계 설문지에서 인구주택 총조사 설문지 36번 항목을 보면 ‘이 가구에서 보

유하거나 이용하고 있는 정보통신기기와 이용 중인 서비스는 어떤 것입니까?’라는 질문과 함께 아날로그 TV, 디지털 TV, 개인용 컴퓨터, 팩스, 인터넷 회선(이하 보유기기)과 안테나를 통한 시청, 케이블 TV 시청, 위성을 통한 TV 시청, 인터넷 TV 시청, 해당 없음(이하 시청행태)을 선택할 수 있도록 했다.

여기서 직접수신에 해당되는 항목은 ‘안테나를 통한 시청’인데 이 수치가 9.2%다. 이렇게 되면 공시청으로 직접수신을 하는 가구가 ‘안테나를 통한 시청’에 잡히지 않았을 확률이 높아진다. 아파트나 공동주택에서 공시청을 통한 직접수신을 하는 가구의 경우, 해당 가구가 일일이 안테나를 세우는 것이 아니기 때문에 직접수신을 하는 가구가 ‘안테나를 통한 시청’에 체크하지 않고 다른 항목에 기입할 가능성이 높다는 뜻이다. 이렇게 되면 9.2%라는 수치도 높아진다.

DTV KOREA 및 디지털시청100%재단의 활발한 공시청 지원을 염두에 둔다면 충분히 실현 가능한 시나리오다. 당연히 방통위가 산정한 직수율 13.3%라는 수치도 더 높게 잡아야 한다.

‘안테나+복합시청’의 단순 수치인 17.7%를 기준으로 해당 수치는 상승할 것이며 단순 수치의 가감폭도 좁아질 것이다. 방통위의 계산법, 즉 ‘안테나+복합시청’ 17.7%에서 직접수신으로 인정할 수 있는 13.3%의 간극이 더 좁아진다는 뜻이다. 안테나를 일일이 세운 직수율 가구만 산정한

2012년 방송매체 이용행태 조사는 직수율의 최저 평균치로 봐도 무방하다. 당연히 2012년 7.9%라는 수치는 정당성을 상실하게 된다. 그리고 2010년 인구주택 총조사에서 참고할 수 있는 3개의 수치, 즉 안테나만 시청(9.2%), 안테나 복합시청(17.7%), 방통위가 인정한 직수율(13.3%)은 설문의 방법 및 복합시청을 포함한 수치의 조정 등으로 더욱 상승한다는 결론이 나온다.

이렇게 되면 직수율은 가정이지만, 알려진 바와 달리 20%에 육박한다는 계산이 나온다. 물론 여기에서 180만 조사 가구에 대한 타당성도 따져야 한다. 지역별, 연령별 조사 대상에 따라 직수율은 편차가 크기 때문이다. 실제로 지역 및 시간대별로 직수율 조사는 상당히 유동적인 데이터를 산출하기도 한다.

물론 직접수신율이 20%에 육박한다고 해서 그 수치가 높은 것은 아니다. 더 노력해야 하는 부분이다. 하지만 이러한 해석이 지상파 방송사의 직접수신을 제고 노력 정당성에 의미하는 바가 크다는 것은 확실하다. 중요한 것은 97%에 육박하는 디지털 커버리지와 현재 알려진 직수율 데이터가 지나치게 하향평가 되었다는 점이다. 전체 가구 수에서 유료방송 가입자를 빼고 계산하는 단순한 조사방법으로는 진짜 직수율을 잡아낼 수 없다. 확실하고 실질적인 지상파 직접수신 파악이 필요하다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

UHD, 춘추전국 시대 맞이한다

UHD의 빛과 그림자



케이블, IPTV에 이어 위성방송까지 UHD 상용화에 뛰어들며 대한민국 UHD 플랫폼 시장은 춘추전국(春秋戰國) 시대를 맞이했다. 원활한 콘텐츠 공급과 강력한 플랫폼 인프라를 구축한 지상파 방송사가 일부 진영의 노골적 정치적 공세로 흔들리는 사이 유료방송의 UHD 정책이 각개전투를 벌이는 분위기다. 여기에 콘텐츠 투자 및 디스플레이 생산과 전용 셋톱박스 출시라는 ‘열쇠’를 쥔 제조사의 협력이 조미의 관심사로 떠오르며 상황은 시계제로에 빠졌다.

지상파 방송사는 현재 700MHz 대역 주파수를 활용한 UHD 실험방송에 돌입한 상황이다. 4월 5일 실시간에 방점을 찍은 KBS는 비교적 상위대역인 66번 채널(782MHz~788MHz)을 할당받아 UHD 스포츠 중계를 기점으로 본격적인 행보에 돌입했으며 MBC는 52번 채널(698MHz~704MHz), SBS는 53번 채널(704MHz~710MHz)을 받아 현재 UHD 방송을 실시하고 있다. 전송방식은 DVB-T2며 HEVC 압축방식을 활용한다. 하지만 지상파 UHD의 앞날은 어둡다. 우선 자원인 700MHz 대역 주파수 문제다. 현 시점에서 해당 주파수의 할당을 위해 미래창조과학부와 방송통신위원회는 공동 연구반을 꾸려 논의를 이어가고 있지만 모바일 트래픽 해소를 앞세운 통신사의 논리가 정치적, 경제적 우위를 바탕으로 위력을 발휘하는 중이다.

통신 스스로가 무제한 요금제 출시 및 모바일 IPTV 활성화 정책으로 주파수 공급에 이상이 없다는 것을 고백했음에도 막강한 통신사의 로비에 주파수 공동 연구반의 결정이 휘둘릴 가능성은 높은 편이다.

여기에 해당 주파수에 국가 재난망을 구축하는 문제까지 겹치며 상황은 파국으로 치닫고 있다. 최시중 위원장 시절 구 방통위는 전체회의를 통해 700MHz 대역 주파수 상하위 40MHz 폭을 통신에 할당하기로 의결하고, 이를 미래부가 모바일 공개로 플랜 2.0에 포함시켰다. 이런 상황에서 일부

전문가들은 해당 주파수 대역을 국가 재난망+통신으로 묶자는 주장을 내세우고 있다.

그러나 통신 상하위 40MHz 폭 할당이 방통위원장 고시가 아니라라는 점을 들어 방송에서는 이를 파기하고 해당 주파수를 국가 재난망+방송으로 구축하자는 대안을 주장하고 있다. 현재 국가 재난망이 LTE 방식의 통합 공공안전망 방식으로 수렴되며 미래부가 TF까지 꾸린 상황이다. 늦어도 7월에 구체적인 방식이 등장할 것으로 보이는 가운데, 해당 주파수에 국가 재난망 구축을 전제한 상황에서 남은 대역에 방송을 할당할지, 통신을 할당할지를 두고 장고가 깊어지고 있다.

하지만 지상파 UHD의 걸림돌은 주파수만 있는 것이 아니다. 전송방식에 대한 이견도 장기간 조정을 보이고 있다. 현재 실시되는 지상파 UHD 실험방송에는 DVB-T2 방식이 활용되고 있지만 미래부는 DVB-T2와 ATSC 3.0 사이에서 전송방식을 명확히 하지 않았다.

이런 상황에서 ATSC 종주 기업인 LG전자가 NAB 2014 행사를 통해 지상파 UHD 시연을 실시하며 ATSC 3.0을 선보여 눈길을 끌었다. 이는 국내 지상파 UHD 전송방식에 있어 ATSC 3.0이 대체로 굳어질 단초로 해석될 여지가 있다. 심지어 한국언론학회 세미나에서도 지상파 UHD 전송방식을 논하며 ATSC 3.0을 내세우기도 했다.

하지만 그 기술적 우위를 감안한다고 해도 2015년 12월 표준이 정해지는 ATSC 3.0은 지상파 UHD 상용화 시기를 늦출 가능성이 높다. 자칫 2000년 중반 디지털 전송방식 논란이 재연될 수 있다는 뜻이다.

또 지상파 UHD 표준정합모델도 TTA의 석연치 않은 기술보고서 하향채택을 겪으며 굴곡이 깊어지고 있다. 우선 늦어도 7월에 표준정합모델이 정해질 것으로 보이지만, 이마저도 다른 유료방송 UHD 표준정합모델과 비교해서 상당히 늦다.

LTE-TDD 국가 재난망은 어떨까?

2.5GHz 주파수를 활용하라

세월호 참사를 기점으로 국가 재난망 사업이 본궤도에 오르고 있다. 박근혜 대통령의 대국민 담화를 기점으로 관련 정부부처가 발 빠르게 움직이는 분위기다. 5월 27일 안전행정부와 미래창조과학부, 기획재정부는 공동 보도자료를 통해 국가 재난망을 조기 구축한다는 뜻을 밝혔으며 기재부는 지금까지 국가 재난망의 발목을 잡았던 예비 타당성 조사도 생략하겠다는 통 큰 결단을 내리기도 했다. 이에 황범순 안행부 재난안전망추진기획단장은 “이번 발표는 박근혜 대통령이 일주일 전 담화문을 통해 언급한 재난망 사업에 대한 ‘조속한 결론’의 의지를 반영한 것”이라고 말했다.

방식은 LTE로 굳어지고 있다. 사실상 기술독점과 고립 문제가 있는 테트라(TETRA)와 와이브로(WiBro) 대신 경찰, 소방, 지방자치단체 등 구호·구조 기관이 음성 통신 이외에 영상전송, 관제, 멀티미디어 메시징 기능이 가능한 LTE가 물망에 오르고 있다.

분위기도 좋다. 가장 현실적인 대안으로 여겨지는 LTE를 활용한 국가 재난망을 구축할 경우 기존 테트라 방식은 10년 동안의 투자 운영비를 감안하면 총 1조7,000억 원이라는 막대한 비용이 소요되지만 현재 물망에 오른 LTE 방식은 절반 수준인 8,000억 원에 불과할 것으로 파악된다. 물론 전용 망으로 구축할 경우 비용은 높아지지만 국가 재난망의 핵심인 ‘안정성’에 있어서는 상당한 강점을 가지게 된다. **(본 원고는 국가 재난망을 전용망으로 구축한다는 전제로 작성했습니다.)**

통신 3사는 국가 재난망 사업에 전력을 다하고 있다. 이번 국가 재난망 사업에 정부의 의지가 모임에 따라 해당 사업을 따내면 ‘국가로부터 인정받는 기술력’을 보유했다는 반증이기 때문이다. 이에 KT는 자신들이 독보적인 육해공 네트워크 인프라를 가지고 있으며 위성파 디지털 기반 테트라 주파수공용방식(TRS)의 통신기술도 보유하고 있음을 강조하는 한편, 관피아 논란을 무릅쓰고 안행부 출신 공무원까지 영입해 국가 재난망 전담팀을 구성하여 조직적으로 대응하고 있

다. 또 LTE에 강점을 가진 LG유플러스는 네트워크 사업부서에서 전사적으로 나서며 국가 재난망 사업을 추진하겠다는 의지를 보이고 있으며 SKT는 한국철도기술연구원과 컨소시엄을 구성한 미래부가 지난 3월 발주한 PS(공공안전) LTE 연구 수행 기관으로 선정된 만큼, 가장 강력한 경쟁력을 보유하고 있다는 평가다.

이런 상황에서 많은 전문가들은 LTE 국가 재난망을 구축할 최상의 주파수 대역을 물색하는 중이다. 우선 가장 강력한 후보지는 700MHz 대역 주파수다. 방송과 통신이 할당 전장을 펼치고 있는 해당 주파수가 국가 재난망에 적격이라는 평가에 대다수다.

미래부는 공식적인 발표는 하지 않았으나 사실상 700MHz 대역 주파수를 국가 재난망에 활용할 방침을 세워두고 있다. 최시중 위원장 시절 구 방송통신위원회에서 해당 주파수 상하위 40MHz 폭을 통신에 할당한 상황에서 현 미래부가 모바일 공개로 플랜 2.0을 통해 이를 확정했고, 여기에 국가 재난망 대역을 삽입한다는 뜻이다.

하지만 반론도 만만치 않다. 해당 주파수의 통신 상하위 40MHz 폭 할당이 방통위원장 고시가 아니기 때문에 법적인 효력이 없으며, 이에 무제한 요금제 및 모바일 IPTV 활성화로 주파수가 부족하지 않음을 반증한 통신을 빼고 무료 보편적 UHD 플랫폼이 가능한 방송과 국가 재난망이 해당 주파수에 포함되어야 한다는 주장이 고개를 들고 있기 때문이다.

현재 해당 주파수에서는 지상파 방송사들이 UHD 실험방송을 실시하는 중이다. 그런데 지상파 UHD는 HEVC 압축방식이 사실상 결정된 상황에서 전송방식에 있어 현실적인 DVB-T2냐, 몽상적인 ATSC 3.0이냐를 두고 논쟁이 예고되고 있으며 지상파 UHD 표준정합모델이 늦어지는 상황이다. 4월 케이블과 IPTV, 6월 위성방송의 UHD 상용화가 실시된 상황에서 지상파 UHD 가능성은 요원한 셈이다.

게다가 지상파 방송은 다양한 주파수를 점유한 통신과 달

이처럼 지상파 UHD가 주파수 수급, 전송방식, 표준정합모델 등의 문제로 막강한 플랫폼 인프라를 제대로 활용하지 못하는 사이 유료방송의 발걸음은 빨라지고 있다.

특히 4월 10일 UHD 상용화를 선언한 케이블의 행보가 매섭다. 이들은 UHD 콘텐츠 전문회사인 홀츠오이스를 통해 UHD 전용채널 유맥스(U-max)를 개국하고 제조사와 공동으로 소프트웨어 셋톱박스를 제작해 케이블 UHD 저변을 공고히 한다는 방침이다. 이미 지난 2월 4대 케이블 MSO는 삼성전자와 협약을 맺고 셋톱박스 개발을 적극적으로 타진하는 한편, 10만 대 공동구매 결정을 내린 바 있다.

하지만 케이블 UHD의 사정도 만만치 않다. 최우선 과제는 콘텐츠 수급이다. 케이블에서는 관련 인프라를 육성하기 위해 6,500억 원 수준의 투자를 실시하고(지난해 6억을 이미 투자한 것을 포함해 2014년 110억, 2015년 120억, 2016년 170억 총 406억을 투입할 예정/시설투자에는 2017년까지 모두 6082억 원을 투자할 예정) UHD 협의체의 콘텐츠 분과가 제안한 ‘올프우 펀드’가 탄력을 받는다 해도 200분에 미치지 못하는 콘텐츠는 분명히 문제다. 물론 5월을 지나 6월에 접어들며 콘텐츠 확보에 탄력을 받은 상황이지만(현재는 6000분) 계약 불발 및 콘텐츠 제작 미비는 케이블 UHD의 미래를 어둡게 만들고 있다.

게다가 케이블이 UHD 상용화를 천명한 4월 10일부터 실제 UHD 방송을 볼 수 있는 권역은 CJ헬로비전 13개 SO, 티브로드 19개 SO, 씨앤엠 7개 SO 등에 불과하다. 39개 권역에서만 소프트웨어 내장 셋톱박스를 통해 UHD 시청이 가능하다는 뜻이다.

여기에 HDMI 2.0 내장 셋톱박스 개발 추이 등을 감안하고 2014년 UHD 디스플레이 모델의 국지성이 더해지면 상용화라는 단어와는 거리가 있어 보인다. 물론 연말에 제조사와 협력한 셋톱박스를 통한 반전의 기회는 있지만, 4월 10일 상용화 일시를 감안하면 케이블 UHD의 경쟁력은 타 유료 방송에 비해 인프라적 측면에서 약점을 가진다.

여기에 케이블 업체를 주도하는 MSO의 실적이 악화되는 부분도 변수다. 경제지 [머니투데이]에 따르면 4대 케이블 MSO의 작년 매출이 10% 증가했지만 영업이익은 도리어 20% 이상 감소한 것으로 드러났기 때문이다. 다양한 이유가 제기되고 있지만, 8VSB 허용에 따른 전환비용과 더불어 UHD에 대한 공격적 투자가 성장지표에 영향을 미친 것으로 보인다.

상대적으로 소소하게 추진된 IPTV UHD는 셋톱프리 방식의 UHD가 가장 눈에 들어온다. 다만 IPTV의 특성상 낮은 UHD 스펙이 걸림돌이다. 실제로 IPTV는 스펙에 대한 구체적인 공개자료가 없지만, 본지 취재결과 기본적인 해상도에 30fps에 불과한 프레임, 8bit 이하로 예상되는 컬러비트, 타 플랫폼에 비해 현저히 낮은 색 재현률은 타 플랫폼에 비해 경쟁력이 낮다.

다만 VOD에 집중한 서비스 방식을 채택하며 연말 셋톱박스 보급에 박차를 가하면 저변확대를 성공시킬 가능성은 높다.

가장 늦게 UHD 상용화를 선언한 위성방송은 유료방송 중 기본적인 인프라 측면에서 상당한 강점을 가진다. 6월 2일 개국한 SKYUHD를 통해 야심찬 출시표를 던진 위성방송은 출발부터 전국을 커버리지로 삼아 강력한 동력을 끌어 올리고 있다.

실제로 이남기 KT 스카이라이프 대표는 UHD 개국 기자회견에서 “국내 최초로 전국 동시 UHD 시대를 열었다”고 선포하며 “앞으로 다가올 통일시대에 복합을 포함한 한반도 전체에 UHD 방송 서비스를 제공할 수 있는 채널은 SKYUHD가 유일하다”고 강조했다.

상용위성 무궁화 6호를 활용해 HEVC 방식으로 UHD 콘텐츠를 전송하는 위성방송은 연말까지 자체·공동 제작, 국내외 판권 구매 등으로 230시간 분량의 UHD 콘텐츠를 확보한다는 방침이다. 위성방송 UHD에 있어 전국을 커버리지로 삼았다는 것 외에 특기할 만한 부분은 다채널 UHD 서비스다. 또 고화질(HD) 올레TV스카이라이프(OTS)에 이어 UHD OTS도 출시한다는 방침은 상당한 호평을 받고 있다.

다만 위성방송도 셋톱박스 문제로 인해 본격적인 상용화 시기는 연말은 되어야 할 것으로 보인다. 또 고질적인 콘텐츠 문제가 상존하는 부분도 변수다.

이로써 대한민국 UHD 시장은 춘추전국 시대를 맞이했다. 하지만 무료 보편적 뉴미디어 플랫폼 발전이 정치적·경제적 문제로 인해 흔들리고 유료방송의 ‘약점’이 여전한 부분은 일말의 불안을 남기고 있다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

포인트는 와이브로가 시분할 방식을 활용한다는 것에 있다. 당연히 글로벌 시장 점유율을 끌어 올리고 있는 ‘중국발 LTE-TDD’에 대응하고 계승하기 위해 와이브로 주파수 대역을 활용할 여지가 생긴다. 이에 시의적절하게도 제4 이동사를 준비하는 KMI가 2.5GHz 대역에서 LTE-TDD를 준비하고 있다. 당연히 주파수 먹는 하마인 와이브로 2.5GHz 대역에서 KMI가 LTE-TDD 방식의 국가 재난망을 구축하면 불필요한 소모전을 해결할 단초가 된다. 물론 2.5GHz의 다른 대역에서 와이브로를 서비스하는 KT와 SKT의 주파수 반납도 대안이지만, 이를 통해 양사에 국가 재난망 사업 참여를 독려하는 것이 아니라, KMI를 중심으로 LTE-TDD 방식의 막강한 국가 재난망 구축을 위해 와이브로를 활용하는 2.5GHz 전체를 활용하는 것이 대승적으로 긍정적이다.

물론 이미 2.5GHz 대역 주파수 공고가 난 상황에서 KMI의 6번째 도전이 좌초될 확률도 있다. 그리고 2.5GHz 대역 주파수를 일단 ‘와이브로’로 점유하는 통신사도 가입자 보호 등의 이유로 더불어 ‘반납’에 대한 불만이 있다. 사업을 포기하고 싶지만 포기하지 못했던 역사와 더불어, 다양한 법적인 문제들이 산적해 있기 때문이다. 국가 재난망이 LTE로 구축된다고 해도 비용 등의 문제로 상당한 잡음이 발생할 것은 자명하다.

하지만 이러한 ‘수고’를 감안하고 2.5GHz 대역의 LTE-TDD 국가 재난망은 상당히 매력적이다. 우선 방송과 통신의 첨예한 대척점인 700MHz 대역 주파수 논란에서 자유롭고, 거의 사장된 기술의 주파수 대역을 활용한다는 측면에서 주파수 활용도에 있어 강점을 가진다. 다만 KMI가 신생업체라는 점과, 2.5GHz 다른 대역을 와이브로로 점유하는 통신사의 반발은 변수가 될 것이다. 하지만 LTE-TDD로 국가 재난망을 수렴하면, 의외로 골치아픈 문제가 단박에 사라진다. 물론 와이브로가 활용하는 대역을 기존 통신사와 협조하는 방안도 생각할 수 있다.

최진홍 rgdsz2@kobeta.com

본 기고글은 본지의 편집방향과 다를 수 있습니다.

국가 재난망 사업에는 전제가 필요하다

성 종 원 참소리지역연대 상임대표(전 한중대학교 교수)

2003년 대구 지하철 참사를 시작으로 2014년 세월호 참사를 거치며 우리사회는 오랫동안 국가 재난망 구축을 기다려 왔다. 5월 27일 정부는 박근혜 대통령 대국민 담화 후속조치 중 하나로 공동 보도자료를 통해 국가 재난망 사업을 조기에 추진하겠다는 방침을 밝혔기 때문이다. 대통령의 말 한 마디에 국가 재난망은 지지부진한 역사의 정체를 떨치고 새로운 동력의 발판을 잡았다. 이에 기획재정부의 경우 막대한 비용이 드는 사업임에도 불구하고 예비타당성 조사도 면제하기로 하는 등, 발 빠른 조치로 관심을 끌고 있다. 국가 재난망 사업이 테트라(TETRA)와 와이브로(WiBro) 방식에서 갈피를 잡지 못할 때, 감사원의 지적과 예비 타당성 조사의 부처함이 논란이 되었던 점을 감안하면, 정부의 행보는 상당히 빠르다.

하지만 LTE 방식의 통합 안전공공망 형태로 국가 재난망이 자리를 잡는다 해도 필수적인 전제는 필요하다. 세월호 참사를 통해 국가 재난망의 가능성이 그 어느 때보다 탄력을 받았다고 하지만 졸속으로 추진되면 오히려 국가적 재난상황에서 약이 아닌 독이 될 가능성이 높기 때문이다. 실제로 국가 재난망을 둘러싼 우려의 목소리는 상당한

편이다. 사실상 기술독점과 고립 문제가 있는 테트라와 와이브로 대신 데이터와 영상 등 재난에 입체적으로 대응할 수 있는 LTE 기술이 선정될 것으로 전망되는 부분은 고무적이나, 해당 방식의 기술적 노하우를 완전히 무시하고 LTE에 맹목적으로 집중한 국가 재난망은 피해야 한다. 물론 기술적 이질감이 주요 원인으로 작용하기는 하겠지만, 정치적인 문제로 볼 때 와이브로와 테트라 방식의 국가 재난망 인프라 속성을 무시해서는 성공적인 외연확대가 불가능하다. LTE 기술은 4세대 이동통신 상용화가 이뤄진만큼 기술 검증이 수월하고 단말기 및 시스템 개발이 활발하다. 또 데이터 서비스 구현이 가능해 재난 현상의 생생한 정보를 입체적으로 전파, 관리할 수도 있다.

그러나 와이브로와 테트라가 결합한 국가 재난망의 기본 인프라를 100% 바꾸면 기술적 완성도에 있어 문제가 발생할 여지가 있다. 물론 이 과정에서 국가 재난망만 바라보며 와이브로와 테트라의 기술적 향상을 추진한 업체들의 회생 가능성도 열어두어야 할 것이다.

주파수 배분에 대한 전제도 있다. 현재 700MHz 대역 주파수에 국가 재난망을 구축하자는 논의가 활발한 것으로

알고 있는데, 여기에는 전적으로 찬성하지만 다른 대안이 있음을 간과해서는 곤란하다. 현재 LTE 상용망을 활용해 재난망을 구축할 경우 테트라 방식은 10년 동안의 투자 운영비를 산출할 경우 1조7,000억 원이 소요되지만 LTE 방식은 8,000억 원에 불과할 것으로 내다보고 있다. LTE 독자망으로 구축할 경우 비용은 올라가지만 안전성을 높일 수 있다는 장점이 있다.

이런 상황에서 2.5GHz의 주파수로 LTE-TDD 방식을 통해 제4이동통신을 준비하고 있는 KMI(한국모바일인터넷)이 대안으로 부상할 수 있다. 제4 이동통신이 허가되면 LTE-TDD를 활용한 새로운 국가 재난망이 가능하기 때문이다. 물론 여기에는 국가 재난망 사업에 자존심을 걸고 나서는 기존 통신 3사의 반발을 넘어야 한다는 숙제가 있지만, 700MHz 대역 주파수가 방송과 통신의 치열한 할당 전쟁터라는 점을 고려했을 때 신규 사업자에게 국가 재난망을 맡긴다는 부담만 차치한다면 훌륭한 전제요, 대안일 수 있다.

현재 와이브로가 쓰는 2.5GHz 대역 주파수를 국가 재난망 사업에 활용하는 방안도 큰 그림에 삽입될 전제다. 물론

특히 논란이 벌어질 가능성이 있지만, 치열한 광대역 주파수 대역을 두고 방송과 통신의 반발을 사느니, 차라리 기술적 사장으로 접어드는 와이브로 대역을 활용하는 것이 훌륭한 대안일 수 있다.

다만 상용망과 전용망에 대한 논의가 빠르게 논의될 경우, 주파수와 상관없는 국가 재난망 구축이 급물살을 탈 여지도 있다. 통신사들도 이를 은근히 바라는 눈치다. 전용망과 상용망이라는 형식을 통해 억 단위의 금액을 절약할 수 있기 때문이다. 하지만 여기에서는 국가적 사업을 졸속으로 추진했다는 비판을 피하기 위해 무리한 사업방향 설정을 피해야 한다는 숙제도 있다. 상용망의 경우 현재 통신사들이 점유한 주파수로 충분히 서비스가 가능하지만, 전용망의 안정성에는 그 인프라적 속성이 크게 미치지 못하기 때문이다.

지금 국가 재난망은 맹목적으로 700MHz 대역 주파수 중심으로 흘러가고 있다. 하지만 여러 가지 대안과 전제가 무시되고 오로지 '직진'만 되풀이한다면 10년 넘게 끌어온 국가 재난망 사업이 다시 무너질 공산이 크다.

선거정국에서 종편의 존재감은 대단했다?

이 형 원 1인 미디어 '소스' 대표

6.4 지방선거가 끝났다. 출구조사와는 다르게 의외로 여당이 선방했다. 여당은 서울을 빼앗지 못했으나 인천을 수복했고, 나머지 텃밭도 무난히 지켜냈다. 세월호 참사를 기점으로 대통령을 지키자는 여권의 목소리가 호소력을 가졌다는 이야기도 있다. 물론 야권도 무난한 성적표를 받아들긴 했다.

하지만 우리가 깨어있는 시민의 이름으로 선거가 끝났다고 해서 모든 것을 잊으면 곤란한 것처럼, 지방선거 정국에서 활발하게 움직였던 종합편성채널을 잊으면 곤란하다. 특히 전국언론노동조합과 민주언론시민연합이 지방선거 정국에서 지속적으로 발간한 공정선거보도 감시단의 보고서는 충격적이다. 특히 선거 직전 종편이 보여준 행태는 할 말을 잃게 만든다.

감시단에 따르면, 5월 31일 고승덕 서울시 교육감 후보의 딸이 SNS를 통해 “생물학자 아버지 고승덕은 교육감 자격이 없다”는 글을 써 파문이 일자 고 후보가 다음 날인 6월 1일 기자회견을 열어, 딸의 글이 문용린 서울시 교육감 후보 측과 전혀 집안인 박태준 일가의 '정치공작' 가능성을 제기했다. 이에 문 후보 측은 '명예훼손'과 '공직선거법 위반'으로 고 후보를 고소하겠다고 밝혔다.

그러자 주말에 편성된 TV조선과 채널A의 시사토크 프로그램에서는 고 후보를 둘러싼 이슈에 대해 중점적으로 다루며 일부 프로그램은 보수 진영의 선거캠프의 일원이 라도 되는 양 적극적으로 선거개입 발언을 내놨다.

실제로 TV조선 <돌아온 저격수> 6월 1일에 출연한 김성욱 씨는 “보수 후보로 고승덕 후보가 나왔는데 보수라는 것은 가치라는 측면에서 보면, 가정이라든가, 국가라든가 사회의 핵심적인 가치를 지키는 것에 보수주의의 가장 중요한 가치로 삼고 있는데, (이번 건이) 쟁점이 된다면 보수 후보로서 경쟁력은 약간 치명타를 입게 될 것”이라고 말한 뒤 “결과적으로 보수 진영 내부에서의 싸움이 진보 진영에 어부지리를 주는 것이 아니냐는 우려도 보수층에서는 나오고 있다. 이런 부분 참고 하셨으면 좋겠다”고 발언했다. 보수층이 분열하면 진보진영 후보가 어부지리로 당선될 것이라는 우려를 여과없이 방송한 것이다. 명백한 중립의 의무를 저버린 행태다.

채널 A <이동관의 노크>에서는 서울시장 선거 관련 정몽준 후보가 들고 나온 이른바 '농약급식' 프레임에 대해 언급했다. 여기서도 중립의 의무는 무시된다. 사회자와 출연자 황태순 씨는 “먹거리 안전이야말로 학부모들에

게 매우 중요한 문제”라면서 “이 문제의 핵심은 '농약'이 아니라 박원순 후보의 '위선' 문제”라고 정리했다. 그러면서 그는 “정 후보 캠프의 정무적 판단이 부족한 것 같다”며 “정 후보의 전략이 좀 더 세밀하지 못했다”고 한탄했다. 그러자 출연자 김미현 씨는 “(정 후보가)본인이 뭘 잘하는가를 선택했어야 하는데, 치열한 경선을 치르다보니깐 모두 소진해서 접화를 못해 안타깝다”고 말하기도 했다. 방송을 통해 특정 후보의 행동에 안타까움을 보여준 심정을 여지없이 보여준 것이다. 이 정도면 중립이 아니라, 노골적인 편파방송이다.

감시단에 말한 것처럼, 선거 기간 동안 방송이라면 정치적 중립을 유지해야 할 의무가 있다. 이는 신문과 방송 모두에게 해당되는 것이다. 그런 이유로 각 캠프나 진영의 입장을 전하고 싶다면, 노출 시간 및 주장 등을 형평에 맞게 보장해야 한다. 기계적인 중립이라도 조성되어야 한다는 것이다. 그러나 선거를 코앞에 둔 종편에서는 여전히 친정부 여당 성향의 패널들이 몰려나와 새누리당 승리를 위한 전략과 야권에 대한 새누리당의 공격 포인트를 집요하게 이슈화했다.

방송은 국민의 재산인 전파를 재원으로 한다. 그렇기

때문에 국회 미래창조과학방송통신위원회 야당간사인 유승희 의원은 방송법 개정안을 처리하며 노사동수 편성위원회에 방점을 찍었던 것이다. 이는 방송의 파급력을 전제로 하는 최소한의 안전장치였다. 하지만 이는 결국 실현되지 못했고, 종편은 노사동수 편성위원회라는 제어장치를 망실하고 말았다. 선거정국에서 이러한 실책이 더욱 뼈아프게 느껴지는 이유는 무엇일까. 전파를 재원하는 하는 방송사라면, 특정 집단의 이익을 노골적으로 대변하기보다는 정파적인 입장을 떠나 최소한의 언론적 양심을 지켰어야 한다. 이런 관점에서 지방선거 정국에서의 종편의 행태는 심히 유감스럽고, 한편으로는 불안하기 그지없다. 언론의 진영주의 논리가 더욱 깊숙이 박히며 사태를 복잡하게 만드는 느낌이다. 만약 이대로 폭주하는 종편을 방치한다면, 대한민국은 미디어의 위기를 넘어 온 사회에 걸친 불신의 골짜기로 인해 절망하고 말 것이다. 종편의 선거보도는 보도가 아니라 대변이었다. 이러한 부분이 지방선거에 상당한 영향을 미쳤을 것이라는 것은 자명하다. 이러한 반발이 방송통신심의위원회와 기타 정부 유관부처에 접수된 것으로 안다. 정부의 판단이 기다려진다. 기대하지는 않지만.



디지털 방송기술의 길잡이

B R O A D C A S T I N G & T E C H N O L O G Y

당신을 귀중한 회원으로 모십니다

월간 방송과기술 구독 회원 혜택

- '방송과기술' 정기 구독(연 12권)
- 각종 기술세미나 및 기술도서 안내문 발송
- KOB(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

Next!!

KOBASHOW 2015



25회 국제방송 · 음향 · 조명기기전

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

주 최 한국방송기술인연합회 · 한국이앤엑스

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

특별후원 CBS · 아리랑국제방송 · tbs

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

