

기획 ▶ 5면

방송계, 올해 국정감사 이슈는?

방송 기술 ▶ 6면

IBC 2014 참관기

오피니언 ▶ 7면

[칼럼] 지상파 뉴스의 변화가 절실하다

통합방송법, 반쪽짜리 되나?

“과도한 규제 완화는
방송 생태계 무너뜨릴 것”

미래창조과학부와 방송통신위원회가 비공개로 논의하고 있는 통합방송법이 방송계의 뜨거운 감자로 부상하고 있다. ‘동일 서비스, 동일 규제’ 원칙에 따라 방송 시장에서의 규제 완화와 차별 해소를 목적으로 하고 있는 만큼 통합방송법 제정은 방송 나아가 미디어 업계 전반에 상당한 영향을 미칠 것으로 보인다. 하지만 현재까지 진행된 통합방송법 논의들이 유료 방송 중심으로만 이뤄지고 있어 ‘반쪽짜리’ 법안이 될지도 모른다는 우려가 쏟아지고 있다.

박상호 공공성TF 연구위원은 9월 22일 오전 10시 국회의원회관 9간담회실에서 열린 ‘국감 이슈 연속 토론회-사업자 민원으로 얼룩진 정부의 방송 규제 완화’에 참석해 “통합방송법은 방송법과 IPTV법을 합치는 것을 전제로 거론되고 있는데 미래창조과학부는 통합유료방송법만 논의하고 있다”며 “통합유료방송법이 제정된다면 반쪽짜리 법에 머물 뿐만 아니라 유료방송법 자체가 사업자들의 민원의 장으로 전락할 수 있다”고 지적했다. 현재 미래부와 방통위가 운영 중인 ‘방송법 인터넷멀티미디어방송법(IPTV법) 규제체계 정비 연구반’ 일명 통합방송법 연구반은 유료 방송의 규제체계 중심으로 논의를 진행하고 있다.

이에 대해 박 연구위원은 “방송이라는 영역이 사적 영역과 공적 영역으로 무차라듯 구분될 수 없을 뿐만 아니라 광고를 두고 모든 방송 사업자가 이전투구를 하고 있는 상황에서 유료 방송 사업자만 규제 완화의 특혜가 제공된다면 방송 생태계에서 공적 영역은 축소될 수밖에 없다”고 말했다.

신태섭 동의대 교수 역시 유료 방송 중심의 규제 완화가 지상파방송 등 공적 서비스에 미치는 영향을 고려해야 한다고

주장했다. 신 교수는 “현재 진행되고 있는 유료 방송 중심의 과도한 규제 완화는 결국 돈을 낸 만큼 이용자 복지를 가져가라는 식으로 흐를 수 있어 상당히 위험하다”며 “야당 측에서 여당과 합의를 통해 길환영 방지법 등 그동안 논의되어온 공적 서비스 조항 등을 통합방송법에 포함시켜야 한다”고 제안했다.

이 같은 의견에 대해 연구반 활동을 하고 있는 이종관 미디어미래연구소 연구원은 “통합방송법 논의가 작은 부분부터 정비해 큰 틀로 나아가는 ‘미세조정방식’으로 이뤄지고 있어 공공성, 공익성과 같은 거대 담론에 대한 논의가 부족한 것은 사실”이라고 인정한 뒤 “UN의 Post-MDG 보고서에서도 ‘Leave no one Behind’ 즉 ‘누구도 소외되지 하지 않겠다’는 내용을 첫 번째 의제로 설정하고 있고, ITU 2014에서도 ‘시장의 힘만으로는 모든 것을 해결할 수 없다’는 내용을 의제로 설정하고 있는데 우리나라만 어긋나는 것 같다”며 공익적인 부분에 대한 논의도 함께 이뤄져야 한다는 부분에 동의를 표했다.

또한 제대로 된 통합방송법 제정을 위해 좀 더 체계적인 의견 수렴 과정이 필요하다는 지적도 제기됐다.

현재 통합방송법 논의는 비공개로 진행되고 있으며, 오는 11월 중 법안 작업을 완료해 내년 초 입법을 목표로 하고 있다고 전해지고 있으나 법안 완료를 한 달여 앞둔 지금까지도 공개된 내용이 없는 상황이다.

박 연구위원은 “2000년 통합방송법 마련 과정에서는 공공성과 산업성이라는 상충되는 가치 지향성을 하나로 담는 과정에 다양한 논의와 의견수렴의 장이 마련됐었다. 그러나 지금은 그때와 비교해서 첨예한 이슈가 더욱 많음에도 불구하고 미래부 주도의 연구반을 중심으로 밀실 연구로 진행되고 있다”고 지적했다.

김경환 상지대 교수도 “조금 시간이 더 걸리더라도 투명화된 논의 과정이 있어야 하지 않겠나”면서 “정부가 지향하는 정책



IBC 2014 세계 3대 방송 장비 전시회인 IBC 2014가 9월 12일부터 16일까지 5일 동안 네덜란드 암스테르담에서 개최됐다. 전 세계 170여 국가, 5만 2,000명 이상의 관련 전문가들이 참석하고, 1,500여 업체가 최신 방송 기술과 관련 제품을 시연한 이번 전시는 ‘IBC Big Screen Experience’, ‘IBC Contents Everywhere Europe’ 같은 독창적인 행사들을 통해 관람객들에게 변화되는 방송 환경의 새로운 모습들을 보여주었다.

방향을 던져 놓고 사회적 논의를 활발하게 형성해야 후에 미래부가 실패를 면할 수 있을 것”이라고 말했다.

정미정 공공미디어연구소 연구팀장 역시 “얼마 전 기사를 보니 방통위가 아직까지 구체적으로 정해진 바가 없다고 말하던데 11월 법안 제출을 앞두고 있는데 아직까지 정해진 것이 없다고 말한 것은 스스로 졸속 법안임을 증명하는 것 아니냐”면서 미래부와 방통위의 논의 과정을 비판했다.

한편 이날 토론회에서는 방송 영역에 대한 정부의 지배력 강화를 우려하는 목소리도 제기됐다.

김경환 상지대 교수는 “지난 통합방송법 논의도 방통위 안에서 논의되다가 유아무야됐는데 이번 통합방송법 논의는 미래부가 방통위의 권한을 가져오겠다는 의도로 시작된 것이어서 미래부와 방통위 간 거래로 기형적인 통합방송법이 나오는 건 아닌가 우려스럽다”고 말한 뒤 “더 큰 문제는 방송에 대한 정부의 지배력 강화”라고 강조했다.

그는 “정부가 컨트롤하기 쉬운 사업자에게 규제를 완화해주는 것 같다. 공정한 경쟁을 위한 환경 조성이라는 명분을 깔고 있지만 특정 사업자에게 유리한 환경이 조성되는 것 아닌가 하는 의문도 있다”고 우려를 표했다.

백선하 baek@kobeta.com

재난망 기술 방식 놓고 갑론을박

표준화 절차 남아 있는
PS-LTE ‘적합’ VS ‘부적합’

국가재난안전통신망(이하 재난망)에 공공안전 토탈에볼루션(PS-LTE) 기술 방식이 적합하지 않다는 주장이 제기됐다. 대규모 예산과 인력이 투입되는 만큼 기술 방식에 대한 충분한 검증이 이뤄져야 한다는 목소리가 끊임없이 제기되고 있어 재난망 구축을 둘러싼 진통이 상당할 것으로 예상된다.

9월 17일 오후 2시 서울 여의도 국회의원회관 제2세미나실에서 열린 ‘한국형 재난안전통신망 추진을 위한 정책 방향 공청회’에서 발제를 맡은 배성훈 한국과학기술정보연구원(KISTI) 박사는 “재난망 기술 방식으로 선정된 PS-LTE는 기술과 제품 개발 시 장기적으로 점진적 적용 확대가 가능하다는 점에서 바람직하지만 단기적으로는 PS-LTE 상용화보다는 스마트폰 무선 서비스(IP-PTT) 단말 방식이 현실적”이라고 주장했다.

IP-PTT에 와이파이, 위성 등 기존 통신망을 최대한 활용하고, T-DMB 등을 활용해 소용 채널을 강화하는 방식이 효

율적이라는 지적이다.

앞서 지난 7월 31일 미래창조과학부는 현재 가용 주파수 중 가장 낮은 대역인 700MHz 대역 주파수 20MHz 폭을 활용해 다양한 멀티미디어 서비스 제공이 가능한 차세대 기술 방식인 PS-LTE로 재난망을 구축하기로 결정했다고 발표한 바 있다.

하지만 미래부의 발표 이후 재난망 구축 사업이 너무 졸속으로 추진되는 것 아니냐는 우려의 목소리가 제기됐다.

현재 운영 중인 재난망 관련 기능들에 대한 분석과 운영 방향 설정, 새로운 기술 도입에 따른 비교 분석 및 필드 실험 등 충분한 논의 없이 정부가 일방적으로 밀어붙이고 있다는 것이다.

이날 공청회에서 배 박사가 지적한 부분도 이 같은 우려의 연장선이다.

한 통신사 관계자 역시 “LTE 기술 방식에서 가장 우려되는 부분은 응답 속도”라며 “재난망에서 가장 중요한 부분 중 하나가 즉각 응답인데 현재 운용되고 있는 테트라 방식에 비해 LTE에서는 즉각 응답 부분이 떨어진다”고 우려했다.

▶ 2면에 계속

백선하 baek@kobeta.com



사단법인 방송기술교육원 10월 교육과정 안내 실감미디어와 방송조명

사단법인 방송기술교육원은 ‘미래미디어 방송기술 창의인재 양성사업’의 일환으로 ‘미래창조과학부 방송통신발전기금’을 지원받아 지상파방송 기술인의 재교육을 진행하고 있다. 10월 15일(수)부터 17일(금)까지 총 3일간 진행되는 ‘실감미디어와 방송조명’ 과정에서는 지상파 실감미디어(3DTV, 4k/UHDTV) 서비스에 대한 기본 개념과 제작 워크플로우 및 시스템 현황을 교육한다. 또한, 교육생들은 SBS 대표 개그 프로그램 <웃음을 찾는 사람들>의 녹화에 참여하여 방송 조명의 도면 작성, 시뮬레이션 및 활용에 대해 교육받는다. 교육 대상은 지상파방송 기술인 20명이며 교육 장소는 SBS 목동 회의실 및 등촌동 공개홀이다. 교육비 및 중식이 무료로 제공된다. (단, 기타 출장비·숙식비는 개별부담) 교육 접수는 9월 30일(화) 오전 10시부터 방송기술교육원 홈페이지(www.digitalpro.or.kr)에서 신청할 수 있다.



문의

연락처 서울사무실 02-3219-5640~1

홈페이지 www.digitalpro.or.kr

이메일 bea@kobeta.com

담당자 민서진 연구원

강릉-삼척 MBC 통폐합 ‘초읽기’

지역 MBC 통폐합 속도낼 듯 … “노사 대화로 추진돼야”

강릉 MBC와 삼척 MBC의 통폐합이 초읽기에 들어갔다.

방송통신위원회는 9월 4일 MBC가 제출한 강릉-삼척 MBC 법인 합병 변경 허가 심사 기본 계획안을 의결한 데 이어 9월 17일부터 10월 14일까지 시청자 의견 청취를 실시한다고 밝혔다. 방통위는 시청자 의견 청취를 마친 후 심사위원회 심사를 거쳐 10월 말 강릉-삼척 MBC의 법인 합병을 의결한다는 계획이다.

앞서 강릉 MBC와 삼척 MBC는 MBC 강원영동으로 회사명을 변경하고, 강릉 MBC와 삼척 MBC의 방송국, 방송구역은 현행 그대로 유지하되 강릉 방송국은 보도 중심으로 삼척 방송국은 제작 중심으로 운영하겠다는 내용의 변경 허가 신청서를 방통위에 제출했다. 강릉 MBC와 삼척 MBC는 “강원영동을 기반으로 하는 지역 방송 권역을 확대함으로써 규모의 경제를 실현하고, 지역 방송의 공공성을 구현할 것”이라며 “나이가 광역화로 인한 시너지를 통해 제작 투자를 활성화시키고, 지역 시청자들에게 보다 좋은 프로그램을 제공할 것”이라고 합병 목적을 설명했다.

이에 대해 방통위는 9월 4일 전체회의에서 △변경 허가 심사위원회 구성 및 심사 △지역성 확보를 위한 피합병 지역(삼척) 시청자 대상 의견 청취 △지역방송발전위원회 등의 의견 수렴의 과정을 거쳐 1,000점 만점에 650점 이상을 획득한 경우 합병을 허가키로 의결

했다.

강릉 MBC와 삼척 MBC의 합병은 지난 2012년 사측 주도로 진행되다 노조의 반발로 무산된 적이 있으나 최근 경영 악화로 노사가 합의하며 추진돼 진주-창원 MBC 통폐합과 같은 노조의 반발 문제는 거의 없을 것으로 예상된다.

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

하지만 일각에서는 MBC 경남이 통폐합 이후 별다른 시너지 효과를 내지 못하고 있다는 지적도 제기되고 있어 당분간 지역 MBC 통폐합에 대한 노사 합의가 어려울 것이란 전망도 나오고 있다. 지역 MBC 한 노조 관계자는 “지역 MBC 경영이 악화되면서 통폐합을 무조건적인 해결책으로 제시하고 있는데 MBC 경남만 보더라도 통폐합 이후 잡음이 끊이지 않고 있다”면서 “무조건적인 통폐합이 아닌 지역성, 다양성을 살릴 수 있는 여러 가지 방안을 강구해 보고, 그래도 통폐합이 답이라는 결론에 이를 경우 노사 대화를 통해 추진돼야 한다”고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

KT스카이라이프 DCS 영업 재개하나?

잠시 수면 아래로 가라앉았던 ‘접시 없는 위성방송’ DCS(Dish Convergence Solution) 논란이 또다시 불거지고 있다.

DCS는 접시 안테나를 설치하지 않고도 위성방송을 볼 수 있는 서비스다. 위성에서 전송한 방송 신호를 각 지역의 KT전화국이 수신해 IP(인터넷 프로토콜) 신호로 변환한 뒤 이를 KT 인터넷망을 통해 각 가정까지 송출하는 방법이다. 한 마디로 위성방송과 인터넷TV(IPTV)가 결합된 방식이다.

문제는 위성으로만 서비스를 해야 하는 KT스카이라이프가 유선망을 사용한다는 것이다. 이 때문에 DCS 서비스는 지난 2012년 8월 방송 역무 위반이라는 이유로 방송통신위원회로부터 서비스 중단 처분을 받았다.

하지만 그로부터 2년여가 지난 올해 8월 미래창조과학부는 ‘정보통신 진흥 및 융합 활성화에 관한 특별법(이하 ICT 특별법)’에 따른 신속 처리 및 임시 허가 운영 지침을 확정했다. 이 고시는 근거 법률 미비로 출시가 미뤄가 정보 통신 융합 기술 및 서비스를 신속하게 사업화할 수 있도록 하는 것이 목적이다.

KT스카이라이프는 DCS 영업 재개와 관련된 고시가 마련됐다고 보고 이달 중으로 미래부에 DCS 사업 임시 허가 신청서를 제출할 예정이다. 방통위로부터 서비스 중단 처분을 받은 지 2년여 만에 DCS 사업 재개 움직임을 보이고 있는 것이다.

사실 KT스카이라이프의 이 같은 움직임은 상반기 영업 실적 부진을 타개하기 위한 돌파구 마련과 연관돼 있다. 가입자 증가세가 정체되고, 해지자가 증가하는 현 상황을 타개할 카드가 절실하기 때문이다. 실제로 KT스카이라이프의 올해 2분기 기준 총 가입자는 424만 명으로 직전 분기 대비 2만 명가량 증가하는 데 그쳤다. 거의 최저 수준이다. 이에 반해 해지 가입자는 매분기 증가하고 있다.

이에 대해 KT스카이라이프 관계자는 “방통위가 DCS 서비스를 위법으로 판단할 당시에도 DCS가 신기술이므로 기술 발전 추세에 따라 어떤 방식으로 허용할지 검토할 수도 있다고 말한 만큼 ICT 특별법 고시 제정에 따라 임시 허가 신청서를 제출하는 방안을 고려하고 있다”면서도 “구체적인 일정은 아직 정해지지 않았다”고 말을 아꼈다.

미래부 관계자 역시 “KT스카이라이프 쪽에서 임시 허가 신청서 제출을 고려하고 있는 것은 알고 있다”며 “ICT 특별법 고시를 근거로 DCS 서비스를 허가해 줄지에 대한 것은 내부에서도 아직 정해진 바가 없고, KT스카이라이프가 신청서를 제출하면 TF를 통해 논의할 예정”이라고 말했다.

업계 전문가들은 미래부가 DCS 서비스를 허용할 가능성이 높다고 전망하고 있다. 하지만 KT스카이라이프가 DCS 사업을 재개하기까지 순탄치만은 않을 전망이다. 케이블 방송 등 유료 방송 업계와 KT의 독과점을 우려하는 시민사회단체의 거센 반발이 예상되기 때문이다.

케이블 업계는 “기술 발전에 앞서 공정 경쟁 환경부터 조성하는 것이 우선”이라며 “케이블과 IPTV에 가입자 수 제한이 있는 것과 달리 위성방송은 가입자 모집에 제한이 없으므로 공정 환경 조성 이후 DCS 서비스 도입 여부를 결정해야 한다”는 입장이다. 또한 DCS 서비스는 단순 기술 결합 방식으로 ICT 특별법 상 임시 허가 기준인 정보 통신 융합 기술의 요건을 충족시키지 못한다고 주장하고 있다.

게다가 법적 논란을 잠재울 수 있는 DCS와 같이 단순히 기술 방식을 혼합한 서비스 등도 허용한다는 내용을 담고 있는 방송법 개정안(새누리당 홍문종 의원 발의)도 여전히 국회 계류 중이어서 DCS 사업 재개까지는 아직 갈 길이 멀어 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

“‘TV 화이트 스페이스’ 활용, 무분별”

미래부, TV 화이트 스페이스 활용 시연회 개최

‘TV 화이트 스페이스(이하 TVWS)’를 활용한 시범 서비스 시연회가 열린다. 일각에서는 과도한 TVWS 활용이 시청자들의 시청권을 침해할 우려가 있다는 지적이 끊임없이 제기되고 있어 TVWS 활용을 둘러싼 논란이 확산되고 있다.

미래창조과학부는 9월 24~25일 양일간 제주도 행원리와 사계리 등 TVWS 시범 서비스 운영 지역에서 지방자치단체 정보화 담당자, 지역별 테크노파크 관련자, 시범 서비스 지역 주민들을 대상으로 시범 서비스 중인 사업들의 시연회를 개최한다.

TVWS란 국내 아날로그 TV의 디지털 전환에 따라 TV 방송용 주파수 대역(470~698MHz) 가운데 방송 사업자가 사용하지 않는 주파수 대역을 의미한다.

구 방송통신위원회는 전파 자원의 효율적 이용을 위해 이 주파수 대역을 활용하기 위한 로드맵을 담은 기본 계획안을 확정했고, 지난해 7월 미래부가 시범 서비스 사업자(MBC와 CJ헬로비전, 제주테크노파크, 위월드, 한국전력공사 등 5개 컨소시엄)를 선정했다.

미래부 관계자는 “이 주파수 대역이 소규모 통신망 구축 시 기존 와이파보다 전파 도달 범위가 넓고, 전파 투과 능력이 뛰어나 저렴한 비용으로 넓은 커버리지를 확보할 수 있기 때문에 지역별로 특화된 서비스를 제공할 수 있다”며 효율적 전파 활용을 위한 계획이라고 설명했다.

이번 시연회에서는 한국전력공사가 시행

하는 스마트그리드(지능형 전력망) 서비스와 제주테크노파크의 도서 산간 지역 와이파이 서비스 등이 시연된다.

미래부는 시연회 계획 발표와 동시에 “TVWS는 설비를 갖춘 누구나 무료로 쓸 수 있다. 활용도가 높은 것에 비해 많이 알려지지 않아 우선적으로 지자체를 대상으로 홍보할 계획”이라고 밝혔다.

그러나 미래부의 이 같은 정책은 TVWS의 기본 개념을 이해하지 못한 움직임이라는 비판에서 자유롭지 못하다.

TVWS는 각 채널의 경계선에 비워진 부분으로 전파 간섭을 최소화하기 위한 장치 중 하나다. 이 때문에 무분별한 TVWS 활용은 그 자체로 시청자의 시청권을 위협할 가능성이 높다.

한 지상파 방송사 관계자는 “지상파 방송이 노출되고 있는 주파수 대역 사이에서 통신 서비스를 제공할 경우 전파 간섭은 불가피하다”며 TVWS 활용은 방송에 영향을 주지 않는 선에서 최대한 세밀하게 이뤄져야 한다고 지적했다. TVWS는 비어있는 공간이 아니라 전파 간섭 없는 방송을 위한 완충지대란 것이다.

이에 대해 미래부는 지상파 사업자들과는 2011년에 이미 연구반을 구성, 검토 및 논의 끝에 TVWS 활용이 지상파방송을 간섭하지 않다는 결론을 내리고 출력 제한 등 기술 기준을 제정했으니 문제될 것이 없다는 입장이다.

하지만 일각에서는 TVWS 발굴에 앞서

행해지는 무선 인지(Cognitive Radio, 이하 CR) 기술 작업이 졸속으로 이뤄진 점을 지적하고 있다. CR은 기존의 방송 서비스를 보호할 수 있도록 주변의 전파 환경을 측정해 사용하지 않는 채널을 찾아주는 역할을 한다.

문제는 데이터베이스 작업에서 지상파방송에 영향을 미치지 않는 기준을 ‘방송사 허가증 내부의 방송 구역’과 ‘전파 시뮬레이션 교집합’으로 단순 산출했다는 점이다. 한 업계 관계자는 “지상파방송 전파가 도달하는 모든 지역을 1순위로 보장하고, TVWS를 발굴해야 함에도 불구하고 미래부는 전파의 속성을 무시한 채 평면적 단순적 수치 계산에만 몰두했다”고 비판했다.

TVWS는 방송 사업자들이 전파 혼란 간섭을 우려해 시청자들의 시청권을 보호하기 위한 방편으로 일부러 비워놓은 부분이다. 따라서 TVWS를 ‘노는 주파수 대역’으로 인식하는 미래부의 주파수 활용 계획은 ‘전제부터가 잘못된 정책’이라는 비판을 면키 어려운 상황이다.

지상파 방송사 관계자는 “디지털 전환 이후에도 난시청 문제가 해결되지 않고 있는 상황에서 TVWS를 마치 남아도는 주파수인 것처럼 인식하고 정책을 펼치는 것은 시청권을 염두에 두지 않는 무책임한 정책”이라면서 “미래부의 정책이 변화 없이 진행될 경우 보편적 방송 서비스 자체가 붕괴될 수도 있다”고 경고했다.

백선하 baek@kobeta.com

인천아시안게임, 지상파 UHD로 본다



2014 인천아시안게임을 초고화질(UHD) 방송으로 즐길 수 있다. 현재 KBS와 MBC, SBS 등 지상파 방송사들은 인천아시안게임 중 일부 경기를 4K UHD로 제작해 실시간으로 송출하고 있다. KBS는 배구 경기, MBC는 개 폐막식과 육상 경기, SBS는 비치발리볼 경기를 4K UHD로 실시간 송출한다. 아시안게임 사상 처음으로 모든 콘텐츠를 Full HD로 제작하는 것에

서 한발 더 나아가 Full HD 방송보다 4배 이상 선명한 4K UHD 방송도 구현해 보겠다는 것이다.

특히 아시안게임 4K UHD 방송은 2014 브라질월드컵 생중계 실험 방송에서 한 단계 발전된 것으로 브라질월드컵 방송이 현장에서 제작된 UHD 방송 신호를 국내 방송이 받아서 보내준 것이라면 이번에는 방송 신호 자체를 직접 제작하는 것이다.

1면에 이어▶ 이에 대해 김사혁 정보통신정책연구원(KISDI) 부연구위원은 “배

박사가 제안한 IP-PTT는 주로 화물이나 수송, 운송, 공장 등에서 쓰이고 있어 기본적인 서비스 품질 보장(QoS)이 안 된다”고 지적한 뒤 “상용 LTE망+UHF/VHF(음성)+테트라(PTT)로 구성되는 형태인데 기술 방식별 역할, 구축 비용 등에 대한 검토가 없는 상황이고, 이 같은 구성을 제안한 사업자가 없다”며 현 시점에서 PS-LTE 기술 방식이 아닌 형태의 단계적 재난망 구축은 무용지물일 가능성이 높아 불합리하다고 답했다. 강성주 미래부 정보화전략국 국장은 “PS-LTE망이 구축되기 전까지 기존 재난망을 최대한 활용하는 게 맞다”며 배 박사의 제안도 고려하겠다고 말했다. PS-LTE 기술 방식 결정에 대한 변경이 없음을 간접적으로 나타낸 것이다. 하지만 이 같은 답변에도 불구하고

PS-LTE 기술 방식을 둘러싼 논란은 끊이지 않고 있다. 서흥수 KBS 기술기획부장은 “PS-LTE는 표준화 관련 문제로 불완전한 기술이다. 재난에 필수적인 직접 통화, 단말기 중계, 단독 기지국 모드 등이 표준화 문제로 빠져 있는 상황인데 표준화 완료 시점이 2018년으로 예상되고 있다”며 “정부의 재난망 구축 완료 시점인 2017년까지 구축된 모든 인프라는 알맹이 없는 재난망”이라고 일침을 가했다.

한편 이날 공청회에선 700MHz 대역 주파수 활용에 대한 부분도 재검토돼야 한다는 의견이 제기됐다.

서 부장은 “방송사 입장에서 주파수 문제를 제기하는 것이 이해당사자로서 조심스럽지만 합리적인 방안을 찾는다는 의미에서 말씀드린다”며 “700MHz 대역 주파수가 △사용의 즉시성 △넓은 통달 거리로 인한 망 구축 비용 절감 등의 근거로 선정

이를 위해서 KBS는 소니코리아로부터 4K 라이브 방송용 카메라(PMW-F55) 4세트를 포함해 UHD 제작 장비를 공급받기도 했다. 소니코리아 관계자는 “UHD 라이브 제작을 위해 지원한 이번 장비들은 브라질월드컵에서 이미 입증된 제품들로 제품들과 함께 기술 인력도 지원할 것”이라고 말했다.

이에 따라 UHD 방송용 업스케일링 애플리케이션이나 프로그램이 있는 UHD TV를 가지고 있는 가정에서는 아시안게임 중 일부를 UHD로 볼 수 있다.

동시에 삼성전자 등 제조업체의 발견에도 분주해지고 있다. 커브드 UHD TV를 앞세운 삼성전자는 ‘인천아시안게임 공식 커브드 TV 특별전’을 준비해 9월 30일까지 아시안게임 공식 커브드 TV를 구매한 고객들에게 최대 100만 포인트를 제공한다. 또한 13년형 UHD TV를 구매한 고객들도 인천아시안게임을 UHD로 볼 수 있도록 ‘에볼루션 키트’를 무상 증정하는 이벤트도 진행 중이다.

강민정 mjikang@kobeta.com

됐는데 이 같은 특성은 VHF LOW(54~88MHz) 대역이 가장 적합하다”고 제안했다. VHF LOW 대역이 700MHz 대역 주파수보다 통달 거리, 투과력 부분에서 월등히 우수하고 현재 용도가 없어서 즉시 이용도 가능하다는 것이다.

한 시민사회단체 관계자 역시 이에 대한 의문을 표했다. 그는 “그동안 재난망에 수익원의 금액이 투자됐다고 하는데 재난망 구축에 앞서 이에 대한 반성이 있어야 하고, 이 과정에서 여러 가지 대안을 살펴봐야 했었다. 재난망 주파수로 사용 가능한 대역은 700MHz 대역 외에 1.8GHz, 2.6GHz 대역 등이 있다. 다른 주파수 대역도 존재하는데 왜 그동안 논의조차 되지 않았던 700MHz 대역 주파수가 갑자기 등장했는지 이해가 되지 않는다”고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

씨앤엠, 가입자 ‘뺑튀기’에 ‘차별’까지



종합유선방송사업자 C&M(씨앤엠)이 또 다시 악재를 맞았다. 미래창조과학부 공무원들에게 술과 골프 등 향응을 제공했다는 의혹을 받은 지 얼마 지나지 않아 가입자 부풀리기 의혹에 휩싸였다.

9월 18일 을지로위원회 소속인 은수미 새정치민주연합 의원은 “씨앤엠 전체 가입자 245만 명 중 10% 가량인 28만 명이 실제로는 존재하지 않는 ‘유령 가입자’인 것으로 조사됐다”며 매각을 앞두고 있는 씨앤엠이 가입자 수를 뺑튀기해 몸값을 부풀렸다고 주장했다.

은 의원에 따르면 씨앤엠은 △아파트 단

체계약과 같은 공청 가입자 수 위조 △이미 해지한 가입자를 정상 가입자로 유지하는 방법 등을 통해 가입자 수를 부풀렸다.

은 의원의 주장대로라면 씨앤엠은 약 2,800억 원의 가치를 부풀린 셈이다. 한 케이블 업계 관계자는 “현재 서울을 기준으로 봤을 때 케이블 가입자 1명이 늘어날 때마다 매각 가치는 100만 원 정도 올라간다”며 28만 명을 매각 가치로 환산하면 2,800억 원 정도라고 말했다.

가입자 수 부풀리기 의혹이 사실로 밝혀지면 씨앤엠 매각 작업에도 상당한 영향이 있을 것으로 보인다. 올해 초 태광그룹 계

열의 티브로드홀딩스가 씨앤엠 인수 의향을 내비쳤지만 씨앤엠이 제시한 가격과 티브로드홀딩스에서 제시한 가격의 차가 1조 원 정도 벌어져 매각 작업이 공전을 거듭했기 때문이다.

이에 대해 한 케이블 업계 관계자는 “씨앤엠이 매각에 유리한 조건을 제시하기 위해서 가입자 수를 부풀린 의도도 있겠지만 가입자 수를 부풀리면 영업이익률 유지에 도움이 되는 연간 매출을 허위로 발생시킬 수 있고, 가입 가구 규모에 따라 지급받는 홈쇼핑 수수료의 수익 감소를 막을 수도 있는 현실적인 이유도 있다”고 설명했다.

한편 방송통신위원회는 씨앤엠을 상대로 가입자 차별 여부에 대한 진상 조사에 착수했다. 업계에 따르면 지난 7월 관련 신고를 접수한 방통위는 씨앤엠에 조사관들을 급파해 이용자 차별 여부를 들여다보고 있다. 신고에 따르면 씨앤엠은 같은 상품 가입자 간에도 매달 이용 요금을 다르게 부과하고 있다. 보통 상품에 뒤늦게 가입한 사람을 대상으로 각종 할인을 제공하고, 요금이 비싸다고 항의한 사람에게는 추가 할인 혜택을 준다는 것이다.

이에 대해 은 의원은 “한 동네에서 씨앤엠의 같은 상품을 이용하는 가입자 간 최대 6배의 요금 차이가 나는 경우도 있는 것으로 나타났다”며 제대로 된 조사가 필요하다고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

IFA 폐막, UHD TV 대세

“지상파 UHD 방송으로 경쟁력 확보해야”



이들은 세계 최초로 퀀텀 닷(양자점) TV를 공개하고, 이르면 올해 말 늦어도 내년 상반기에 상용화하겠다고 발표했다. 퀀텀 닷 TV는 LCD를 이용하되 백라이트 LED에 퀀텀 닷 필름을 입힌 것으로, 퀀텀 닷 TV가 출시되면 OLED TV보다 저렴한 가격으로 OLED급 영상을 즐길 수 있게 된다. TCL은 퀀텀 닷 TV에 이어 또 하나의 세계 최대 제품, 110인치 커브드 UHD TV를 공개했다.

물론 중국 업체들이 내놓은 제품들은 시제품이어서 완성도 측면에서 다소 떨어진다는 평가를 받기도 했다. 하지만 최근 중국 업체들의 기술력이 상당히 높아졌다는 부분은 인정해야 한다는 평가가 대다수였다. 우리나라와 일본 그리고 중국 업체 간 기술력의 차이가 거의 없어졌다는 것이다.

업계 전문가들은 “IFA 2014를 통해 중국 업체들의 경쟁력을 확인했다”며 “우리나라가 한 발짝만 잘못 디터도 전 세계 UHD 시장에 설 자리가 없어질 거란 이야기가 사실이 됐다”고 우려했다.

한편 시장조사기관 디스플레이서치는 전체 TV 중 UHD TV 비중이 올해 13.4%에서 오는 2020년에는 45.3%에 이를 것이라고 내다봤다.

하지만 업계 관계자들은 보급형 UHD TV가 나오고 있고, 중국 업체들의 저가 전략으로 UHD TV의 대중화가 생각보다 빠르게 진행되고 있어 2020년보다 앞당겨질 것으로 전망하고 있다.

이에 대해 한 방송계 관계자는 “UHD 상용화가 속속 진행되고 있는데 우리나라의 경우 유료 방송 중심의 정책으로 인프라가 제대로 안 갖춰지고 있다. 콘텐츠 부족 역시 유료 방송 중심의 UHD 정책의 결과를 아닌가”라며 “UHD TV가 향후 전 세계 TV 시장을 움직일 방향으로 만큼 지상파 UHD 방송으로 제작 인프라를 확충하고, 다양한 콘텐츠를 확보해 UHD 경쟁력을 갖춰야 할 것”이라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

사양길로 접어든 3D 방송

KT스카이라이프, 연내 3D 방송 중단 선언

불과 몇 년 전만 해도 초고화질(UHD) 방송과 함께 차세대 방송으로 주목받던 3D 방송 사업이 사양길로 접어들었다. 지난해 BBC가 3D 방송 사업을 접은 데 이어 국내에서 유일하게 3D 방송 사업을 진행해온 KT스카이라이프가 3D 방송 중단을 선언했다. 전 세계적으로 3D 방송 사업에 대한 근본적인 회의론이 제기되고 있다.

KT스카이라이프는 9월 15일 3D 영상 전용 채널인 ‘스카이 3D’ 운영 중단을 선언하면서 연내 3D 방송 사업을 정리하겠다고 밝혔다. 3D 전용 채널을 운용한지 약 5년 만이다. KT스카이라이프는 3D 방송 주파수를 UHD 방송 주파수 대역으로 활용해 UHD 방송 사업에 집중하겠다는 의지를 드러냈다.

KT스카이라이프가 3D 방송 중단을 선언한 가장 큰 이유는 수익성 때문인 것으로 알려졌다. 영화 〈아바타〉로 3D 돌풍이 불었지만 ‘아바타 열풍’ 이후 3D 수요가 크게 줄어들었기 때문이다. KT스카이라이프 관계자는 “2010년부터 매년 100억 원 이상의 제작비를 투입해 3D 콘텐츠 확보에 열을 올렸지만 기대만큼의 시청자층을 확보하지 못했다”면서 3D 방송 중단 배경을 설명했다.

KT스카이라이프는 신성장 동력 확보 차원에서 지난 2010년 1월 3D 전용 방송을 시작했지만 3D 방송 수요가 기대에 미치지 못하자 2012년부터는 유료 방송 서비스를 중단하고 기존 콘텐츠를 재방송하는 형태로 채널을 운영해왔다.

하지만 지난해 미국 최대 스포츠 채널인 ESPN과 영국의 BBC에서도 3D 방송을 중단하는 등 전 세계적으로 3D 사업이 침체일로를 걷자 올해 들어 KT스카이라이프도 3D 방송 중단이라는 전략적 결정을 내린 것으로 보인다.

광운대학교에 ‘전파연구센터’ 개소

미래창조과학부는 9월 17일 광운대 캠퍼스 내에 미래 통신의 기반이 되는 전파 기술을 연구하는 전파연구센터(RRC)를 개소했다고 밝혔다. 전파연구센터 설립에는 아주대, 한밭대, 알에프코어, 극동통신 등이 참여했다.

전파연구센터는 앞으로 3년간 미래부로부터 15억 원, 민간에서 약 5억 원을 지원받아 준밀리미터파 대역(20~30GHz) 차세대 안테나 및 데이터 송수신 관련 핵심 기술을 개발하고 이를 시스템화하는 연구를 수행한다.

전파연구센터에서 연구하게 될 차세대 안테나 기술은 무선 통신에 사용되는 전파

업계 전문가들은 “보급형 등장으로 인한 UHD TV 판매 증가가 콘텐츠 부족, 안정성 문제 등 그동안 지속적으로 제기된 문제와 겹쳐 KT스카이라이프의 결정에 큰 영향을 미친 것으로 보인다”고 분석했다.

그동안 콘텐츠 부족 문제는 3D 인기 하락에 가장 큰 원인으로 지목돼 왔다. 일반 프로그램에 비해 2~3배의 제작비가 투입돼야 하고, 제작기간 역시 2~3배 이상 소요되기 때문에 3D 콘텐츠 확보 문제는 지속적으로 제기될 수밖에 없었다. 한 방송계 관계자는 “디지털 전환에 많은 노력을 쏟아 부은 지 얼마 안 되는 시점에서 3D 열풍이 불었다”면서 “3D 열풍이 한창 불 당시 방송계에서 3D 콘텐츠를 제작할 만한 여건이 되지 않았다”고 말했다. 전용 안경을 껴야 하는 불편함과 눈의 피로도 문제도 3D 인기 하락의 한 부분을 차지했다.

이러한 상황에서 또 다른 차세대 방송으로 UHD 방송이 등장했고, 보급형 UHD TV가 나오면서 UHD 방송이 전 세계적 대세로 떠오르게 된 것이다. KT스카이라이프 관계자는 “최근 전 세계 박람회 가보면 다 UHD 밖에 없다. 제조업체에서도 이제 더 이상 3D TV를 내놓지 않고 있다”며 “이제는 UHD에 역량을 집중시켜야 할 시기”라고 말했다.

이에 대해 몇몇 전문가들은 “무안경 3D 기술도 초입기에 들어갔고, 3D TV가 궁극적으로 지향하고 있는 홀로그램에 대한 투자가 늘어난 만큼 3D 산업이 사양길에 접어들었다는 진단은 아직 이른 것 같다”는 분석을 내놓고 있지만 전 세계적으로 3D 방송 산업에 대한 회의론이 제기되고 있는 만큼 3D 방송 산업의 앞길이 밝지만은 않아 보인다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

의 형태를 제어해 데이터 전송 속도를 높이는 것으로, 5세대(5G) 통신은 물론 백홀, 레이더, 위성통신, 차량용 센서 등에 폭넓게 응용될 것으로 기대된다. 아울러 센터는 국내외 대학, 기업, 출연연과 협력 네트워크를 구축해 차세대 안테나 기술의 교류 및 연구 거점의 역할을 맡게 된다.

조규조 미래부 전파정책국장은 “대학의 우수한 연구 역량을 산업계로 파급할 수 있는 생태계 조성이 필요한 실정”이라며 “이번에 설립되는 전파연구센터가 산학연 공동 연구와 협업 활성화를 위한 교두보가 될 것”이라고 기대했다.

민서진 seojin@kobeta.com

재난보도준칙 마련됐다

5개 언론단체 공동으로 ‘재난보도준칙’ 선포

세월호 참사를 계기로 재난 발생 시 언론의 취재와 보도 기준을 담은 재난 보도준칙이 마련됐다.

한국방송협회, 한국기자협회, 한국신문협회, 한국신문방송편집인협회, 한국신문윤리위원회 등 5개 언론단체는 9월 16일 오전 서울 중구 한국프레스센터에서 기자회견을 열고 재난보도준칙을 선포했다.

재난보도준칙(이하 준칙)은 이날부터 시행되며 준칙의 제정에 참여했거나 준칙에 동의한 언론사가 이를 어기면 각사가 속한 심의기구의 제재를 받게 된다. 지금까지 국내에서 개별 언론사 또는 개별 단체가 보도준칙을 제정한 사례는 있었지만 언론단체들이 공동으로 준칙을 마련한 건 이번이 처음이다.

이날 선포된 준칙은 전문과 3개의 장(章), 부칙 그리고 총 44개의 조문으로

구성됐다. 준칙의 전체적인 내용은 재난 보도의 우선 가치를 신속성보다는 정확성에 두는 방향으로 제정됐다.

준칙의 핵심으로 볼 수 있는 제2장 취재와 보도는 △일반 준칙 △피해자인권 보호 △취재자의 안전 확보 △현장 취재 협의체 운영 등으로 세분화됐다.

앞서 지난 8월 25일 열린 공청회 자리에서 심규진 한국신문방송편집인협회 부회장(동아일보 콘텐츠기획본부장 겸 대기자)이 “준칙을 만드는 과정에서 여러 사항을 둘러싸고 이견이 있었으며, 현재 마련된 준칙 또한 완벽하지 않기 때문에 적당한 시점에서 재검토하고 개정하는 과정을 거쳐야 한다”고 언급한 만큼 이날 선포된 준칙은 시행 과정에서 보완해 나갈 것으로 보인다.

▶4면에 계속

이진범 jnb1001@kobeta.com

‘MBC 미래방송포럼’ 출범



MBC가 급변하는 미디어 환경에 대응하고, 글로벌 미디어 그룹으로 도약하기 위한 전략을 논의하는 ‘MBC 미래방송포럼’을 발족했다.

MBC 미래방송포럼은 9월 17일 서울 상암 신사옥 경영센터 M라운지에서 권재홍 MBC 부사장, 김정기 한양대 교수 등이 참석한 가운데 출범식을 갖고 공식 활동에 들어갔다. 총 10명의 학계 인사들로 구성된 MBC 미래방송포럼 위원장에는 김정기 한양대 교수가, 부위원장에는 이재현 서울

대 교수가 호선됐다.

권 부사장은 환영 인사를 통해 “상암동 시대를 맞아 새로운 비상을 꿈꾸는 MBC는 새로운 방송 환경에 어떻게 선도적으로 적응해 나아가야 하는냐는 문제에 직면해 있다”고 전제하고 “시대에 맞는 콘텐츠는 무엇인지, 앞으로 어떠한 사업 모델을 끌고 나아가야 하는지 등 근본적인 고민을 하고 있는 만큼 포럼 위원들이 MBC가 나아갈 큰 틀을 잡아주고 미래 방송의 길을 제시해 주기를 부탁한다”고 말했다.

이어 김정기 위원장은 “글로벌 미디어 시장을 선점하는 MBC의 전략 수립을 위해 생산적이고 결실 있는 포럼이 되도록 노력하겠다”는 포부를 밝혔고, 이재현 부위원장은 “도쿄올림픽이 개최되고, 중국이 공격적인 콘텐츠 전략을 구체화할 2020년은 우리나라 방송의 향후의 위상을 가늠할 시금석이 될 것인 만큼 새로 출범한 MBC 미래방송포럼이 개별 방송사를 넘어 우리나라 방송이 나아갈 전략을 모색하는 중차대한 장이 되도록 노력하자”고 말했다.

MBC는 안광한 시장 취임 이후 글로벌 미디어 그룹으로 도약하기 위해서는 외부 전문가의 시선으로 MBC의 문제를 진단하고 미래 전략을 도출해 낼 필요가 있다고 판단, 뉴미디어와 방송 정책 분야의 명망 있는 전문가들을 중심으로 미래방송포럼 위원 선정 작업을 진행해 왔다.

한편 MBC 미래방송포럼은 매월 한 차례씩 미래전략본부 산하 미래방송연구실 주관으로 포럼을 개최하고 여기에서 나온 전문가들의 의견을 회사 경영에 적극 반영할 방침이다. 또 매월 둘째 주 수요일에 열리는 포럼에 부장급 이상 보직자들도 참석해 급변하는 방송 환경에 대한 이해를 높이고 포럼위원들이 제시하는 아이디어를 공유토록 할 방침이다.

민서진 seojin@kobeta.com

유료 방송 UHD 확대에 ‘제동’

SK브로드밴드, 셋톱박스

이용한UHD 서비스 ‘잠정 중단’

초고화질(UHD) 방송 시장을 둘러싼 유료 방송의 주도권 잡기 경쟁에 제동이 걸릴 것으로 보인다.

9월 16일 업계에 따르면 SK브로드밴드가 10월 말까지 UHD 가입자 모집을 잠정 중단했다. UHD 서비스 출시 보름 만의 일이다. SK브로드밴드 관계자는 “(셋톱박스 물량 부족으로) 10월 말 이후에 UHD 가입자 모집을 시작할 예정이지만 정확한 시점은 그때 가봐야 알 것 같다”며 구체적인 답변을 피했다.

앞서 9월 1일 SK브로드밴드는 셋톱박스를 이용한 UHD 서비스를 개시하고 첫 가입자를 유치했다고 밝혔다. 당시 SK브로드밴드는 영화와 애니메이션, 다큐멘터리 등 UHD 전용 콘텐츠를 다시보기(VOD)로 선보이고, 콘텐츠 제공 업체와 협력해 UHD 콘텐츠 종류를 더 확대할 것이라고 말했다.

하지만 한 달도 채 안 돼 서비스 잠정 중단에 이른 것이다. 관련 업계에서는 “셋톱박스 물량을 확보하지 않은 상태에서 서비스를 개시했다”며 당분간 셋톱박스를 이용한 UHD 서비스 시장의 위축세가 이어질 것으로 보인다고 분석했다.

실제로 SK브로드밴드뿐만 아니라 같은

날 셋톱박스 UHD 서비스를 개시한 KT도 비슷한 상황인 것으로 알려졌다. KT는 ‘올레 기가 UHD tv’라는 이름의 셋톱박스 기반 UHD 서비스를 내놓으며 UHD 전용 채널을 통해 24시간 내내 UHD 콘텐츠를 무료로 제공하고, 최신 영화 등을 추가로 확보해 연내 500여 편의 UHD 콘텐츠를 제공할 예정이라고 밝혔지만 SK브로드밴드와 마찬가지로 콘텐츠 확보와 셋톱박스 물량 부족 문제에 시달리고 있다.

SK브로드밴드가 셋톱박스를 이용한 UHD 서비스를 잠정 중단함에 따라 UHD 전용 셋톱박스 출시를 앞두고 있는 CJ헬로비전, 티브로드, 씨앤엠 등 케이블 방송사에 관심이 집중되고 있지만 케이블 업계에서는 별다른 영향을 받지 않는 모습이다.

한 케이블 방송 관계자는 “지난 4월부터 UHD 서비스를 해 온 만큼 셋톱박스를 이용한 서비스도 IPTV 보다 앞설 것”이라며 “IPTV가 셋톱박스 물량 확보로 서비스를 중단했다고 해서 케이블의 UHD 전용 셋톱박스 출시가 늦춰지지는 않을 것”이라고 말했다.

하지만 일각에서는 콘텐츠 확보도 안 된 유료 방송 업계가 내놓고 있는 UHD 서비스 자체가 시기상조라는 지적도 꾸준히 제기되고 있어 유료 방송 시장의 UHD 서비스 위축세는 당분간 지속될 것으로 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

“OTT 시장 선점하자”

유료 방송 사업자들 경쟁 가속화 … 유료 방송 보완재 될 것

전 세계적으로 돌풍을 일으키고 있는 동글형 OTT(Over the top)가 국내 미디어 시장에도 안착하자 OTT 시장을 선점하기 위한 유료 방송 사업자들의 경쟁이 가속화되고 있다.

OTT는 방송이나 통신 사업자 또는 제3의 사업자가 인터넷을 통해 드라마나 오디오 등의 다양한 콘텐츠를 제공하는 서비스다. 스마트폰과 태블릿 PC 등 다양한 기기에서 원하는 시간에 원하는 프로그램을 볼 수 있다는 장점이 있다. 대표적으로 티빙(tving)이나 푸크(pooq)처럼 인터넷으로 실시간 방송을 볼 수 있는 것도 OTT 서비스 중 하나다.

여기서 발전된 동글형 OTT 서비스는 셋톱박스가 구글 크롬캐스트처럼 동글 형태로 휴대성이 뛰어나다는 장점이 있다. USB처럼 생긴 이 기기를 TV의 HDMI 포트에 꽂기만 하면 무선 인터넷 망(WiFi)으로 기존 TV를 통해 OTT 서비스는 물론이고 기존 TV를 스마트 TV처럼 이용할 수 있다.

방송 편성 시간에 구애받지 않고 원하는 시간에 보고 싶은 주문형 비디오(VOD)를 볼 수 있다는 점에서 기존 유료 방송이나 스마트 TV 등의 서비스와 비슷해 보이지만 유료 방송에 가입하지 않아도 되고, 스마트 TV를 구입하지 않아도 된다는 점에서 1인 가구를 중심으로 빠르게 확산되고 있다. 휴대용 OTT 기기만 한 번 구입하면 언제 어디서든 폭넓게

활용할 수 있다.

가장 대표적인 것이 지난 5월에 출시된 구글의 크롬캐스트다. 구글 크롬캐스트는 출시 한 달 만에 2만여 대의 판매량을 기록하며 미국에 이어 국내에서도 OTT 돌풍을 일으켰다. 구글 크롬캐스트 국내 출시 이전엔 현대HCN과 판도라TV가 합작 설립한 에브리온TV에서 한국판 크롬캐스트라 불리는 ‘에브리온TV 캐스트’를 출시했다. 인터넷을 통해 방송 프로그램을 시청하는 OTT 서비스와 미라캐스트가 결합된 에브리온TV 캐스트 역시 TV HDMI 단자에 연결하면 에브리온TV가 제공하는 250개 채널을 스트리밍으로 시청할 수 있다. 가격도 6만 원대 선으로 저렴한 편이다.

최근에는 CJ헬로비전에서 ‘티빙스틱’을 내놓으며 OTT 시장 선점에 나서고 있다. CJ헬로비전 관계자는 “모바일에서 보던 티빙 화면과 비슷한 느낌이지만 티빙스틱에선 실시간 방송이 흘러나오고 채널 변경도 가능하다”며 “티빙과 TV가 적절하게 조합된 것으로 보면 된다”고 설명했다. 티빙스틱의 가격 역시 5만 9,900원으로 에브리온TV 캐스트와 비슷한 수준이다.

관련 업계에서는 이와 같은 추세라면 2~3년 안에 OTT 시장이 미디어계의 대세로 떠오를 것이라고 보고 있다. 현재 구글 크롬캐스트, 로쿠, 홀루, 아마존, 넷플릭스 등을 중심으로 OTT 서비스를 제공하고 있는 미국의 경우 소비자들이 유

료 방송 플랫폼보다 OTT 서비스를 선호하고 있는 것으로 나타나고 있는 만큼 우리나라도 조만간 OTT 서비스를 이용하는 소비자들이 늘어날 것이라는 분석이다.

하지만 OTT 서비스는 유료 방송의 대체재가 아닌 보완재가 될 가능성이 높다. 업계 관계자는 “미국에서는 OTT 서비스가 확대되면서 케이블을 끊고 OTT 서비스로 옮겨 타는 사람들이 급격히 늘어나 ‘코드커팅(cord cutting)’이라는 단어까지 유행했지만 국내 유료 방송의 경우 요금이 미국과 달리 저렴한 수준이어서 가입자의 이탈은 크지 않을 것”이라고 내다봤다.

실제로 OTT 서비스를 내놓고 있는 국내 유료 방송 사업자들의 경우 주요 타깃층을 △1인 가구 △직접수신가구 △세컨드 TV를 가지고 있는 가구 △기숙사나 여행지 등 외부에서 VOD를 보고자 할 경우 등으로 분류하고 있다.

이에 대해 업계 관계자는 “유료 방송 사업자들이 OTT 서비스를 제공하고 있는 만큼 국내는 미국과는 다른 형태로 OTT 서비스가 진행될 것”이라며 “유료 방송과 OTT 서비스와의 결합, 해외 진출 등 다양한 OTT 서비스 확대를 모색하고 있다”고 설명했다.

한편 국내 OTT 가입자 수는 지난해 2,000만 명에서 올해 2,250만 명 선까지 늘어날 것으로 전망되며, 시장 규모는 지난해 500억 원에서 올해는 1,000억 원까지 성장할 것으로 예상된다.

백선하 baek@kobeta.com

이춘호 EBS 이사장 ‘노골적인 친박 정치활동’ 드러나

최민희 의원, 이춘호 이사장 퇴진 촉구

새정치민주연합 최민희 의원이 이춘호 EBS 이사장의 퇴진을 촉구하고 나섰다. 감사원의 비리 혐의를 밝혔음에도 불구하고 EBS 내부의 퇴진 요구에 꺾이지 않고 있는 이 이사장의 태도에 변화가 있을지 주목된다.

최 의원은 9월 18일 “이춘호 EBS 이사장이 EBS 이사장을 맡고 있는 기간에, 자신이 대표로 맡고 있는 여성단체를 통해 친여성향의 정치 활동을 펼쳐왔다”며 “진작에 물러났어야 할 이춘호 이사장은 편향된 정치활동으로 EBS 이사장 자리를 더럽힌 것에 책임을 지고 즉각 사퇴해야 할 것”이라고 주장했다.

문제가 된 단체는 ‘마중물여성연대’라는 여성 단체로, 이 이사장은 다른 여성 2인과 함께 이 단체의 공동대표를 맡고 있다. 2011년 3월 24일 창립된 마중물여성연대는 ‘친이명박단체’로 출발해 2012년 대선 과정에서는 새누리당 박근혜 후보 지지선언에 동참하는 ‘친박’ 성향의 활동도 펼쳤다.

최 의원은 “마중물여성연대가 발표한 성명은 순수한 여성 단체로서 발표할 수 있는 성명이지만, 엄정한 정치적 중립을 지켜야 할 공영방송이자 교육

방송의 이사장이 공동대표를 맡고 있는 단체임을 보자면, 노골적으로 한쪽 후보를 편드는 부적절한 행위를 한 셈이다”라고 지적했다.

또한 이 단체는 포럼을 개최했는데 5회부터 7회까지는 ‘대한민국의 미래, 대선주자에게 듣는다’는 주제로 개최하면서 김문수, 정몽준, 임태희 등 모두 당시 새누리당 대선 예비후보들만 초대해 강연회를 열었고, 11회부터 13회까지는 ‘2014 지방선거와 여성정치지도자 육성’을 주제로 3차례에 걸쳐 이혜훈 새누리당 최고위원, 김성태 새누리당 국회의원, 홍문종 새누리당 사무총장을 초대해 강연회를 여는 등 새누리당 소속의 정치인만 초청해 강연을 진행했다.

이에 대해 최 의원은 “EBS 복무규정에 의하면 직원은 정치 활동에 참여하거나 정치 단체의 구성원이 되어서는 안 된다고 돼 있는데 이사장 스스로 복무규정을 위반했다”고 비판한 뒤 “감사원에서도 비리 지적을 받은 이사장은 진작에 물러났어야 했다. 이제라도 스스로 물러나야 할 것”이라고 거듭 촉구했다.

백선하 baek@kobeta.com

“지상파 중간 광고는 ‘비정상의 정상화’”

라디오 · 지역 방송사, 중간 광고 시행 촉구

라디오 지역 방송사들이 지상파방송의 중간 광고 시행을 강력 촉구하고 나섰다.

CBS 등 라디오 방송사 8개사와 지역 MBC 18개사, KNN 등 지역 민영 방송사 9개사는 9월 18일 공동 성명을 내고 “방송 광고 제도의 정상화를 위해 지상파방송에 게만 부과되는 낮은 광고 규제는 사급히 혁파되어야 한다”고 주장했다.

이들은 성명서를 통해 ‘지상파 중간 광고 시행’이 급심한 침체에 빠져 있는 라디오 방송과 지역 방송을 다시 활성화시킬 수 있는 필수적인 대안이라고 밝히며, 일부 신문사와 유료 방송의 악역적인 주장과는 다르게 지상파방송의 중간 광고 시행은 ‘비정상의 정상화’라고 강조했다.

현재 ‘방송광고판매대행 등에 관한 법률’

은 방송의 다양성과 공공성 구현을 위해 지상파방송 3사의 광고 판매 시 라디오 지역 방송사 광고도 일정 비율 함께 판매하도록 정하고 있다. 그러나 최근 지상파방송의 광고 매출이 급감함에 따라 연쇄적으로 라디오 지역방송사들도 고사 위기에 몰리고 있다.

강민정 mjikang@kobeta.com

격, 다양한 성향의 매체들이 ‘취재 인파’를 이루는 상황에서 협의체를 누가, 어떻게 구성할 수 있을지 모르겠다”며 구성 자체에 의문을 표했다.

한편 언론단체들은 이날 준칙 선포에 이어 정부 당국에 대한 요구 사항 4개 항을 발표했다. 이들은 “정확하고 신속한 재난 보도를 위해서는 언론 못지않게 정부와 재난 관리 당국의 정확하고 신속한 정보 공개와 이에 대한 신뢰가 전제돼야 한다”고 강조하면서 “재난보도준칙이 규정한 ‘재난 현장 취재 협의체’와 ‘재난 상황 언론 브리핑 매뉴얼’을 마련하라”고 요구했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com



국정감사

“방통위 ‘빅 데이터 가이드라인’
현행법 위반”

김보라미 변호사 문제제기

방송통신위원회가 마련한 ‘빅 데이터 개인 정보보호 가이드라인(안)’(이하 가이드라인)이 개인정보보호법 및 정보통신망법과 충돌하고, 헌법상 프라이버시 보호와 자기결정통제권을 침해한다는 주장이 제기됐다.

법무법인 나눔의 김보라미 변호사는 9월 15일 오후 4시 서울 여의도 국회의원회관에서 열린 ‘국감 이슈 연속 토론회-빅 데이터 가이드라인이 개인정보보호라고?’에 참석해 “가이드라인은 공개된 개인 정보의 경우 동의 없이 수집할 수 있도록 돼 있다”며 공개된 개인 정보도 정보 주체한테 명백한 이익이 될 때만 동의를 얻지 않고 수집 또는 이용할 수 있다고 명시한 개인정보보호법과 정보통신망법에 어긋난다고 지적했다.

현행법 범위 안에서 제정돼야 하는 고시 성격의 가이드라인이 오히려 현행법을 무력화시킬 수도 있다는 것이다. 뿐만 아니라 현행법과 상충하는 가이드라인이 시행될 경우, 각종 법률과의 충돌 문제로 기업의 안정적인 기업 활동을 방해할 수도 있다.

이 자리에 참석한 김영홍 함께하는 시민행동 정보인권국장도 “끊임없이 설명 신원을 요구하고 확인하는 한국 인터넷 생태계에서는 빅 데이터 기술의 프로파일링(개인 정보의 자동화된 처리를 통해 개인의 특성 등을 도출한 것)에 대해 더욱 엄격히 통제해야 한다”며 “가이드라인은 거꾸로 무차별적인 프로파일링을 허용하고 있다”고 비판했다.

또한 김 변호사는 주민등록번호와 관련된 시스템을 먼저 걷어내고 그 이후에 빅 데이터 규제 논의를 시작해야 한다고 말했다. 그는 “개인정보보호법을 통해 주민등록을 합부로 사용할 수 없도록 했지만 예외 규정이 많아 여전히 주민번호를 사용하고

있는 것이 현실”이라며 “모든 분야의 연결자로서 역할을 하는 주민번호의 존재가 유지되는 한 그 어떠한 규제를 강화하더라도 산업 진흥, 이용자 보호 모두 불가능하다”고 강조했다.

현재 방통위는 빅 데이터 산업의 활성화를 도모하고, 개인 정보의 오 남용을 방지한다는 목적으로 가이드라인을 추진하고 있지만 사업자가 사전 동의 없이 개인 정보의 수집 이용할 수 있다는 내용이 포함돼 시민사회단체를 중심으로 거세게 반발하고 있다.

경실련, 진보네트워크센터, 함께하는 시민행동 등의 시민사회단체는 “개인은 인터넷에서 다양한 의사소통을 하면서 때때로 이름, 사는 곳, 직업, 취향 등 개인 정보를 남기게 되는데 이것이 개인 정보를 동의 없이 수집하고 분석, 가공하도록 허락하는 것은 아니다”라며 개인 정보 자기 결정권을 훼손하는 가이드라인 제정에 강력 반대했다.

앞서 국회입법조사처 역시 ‘데이터 개인정보 보호 가이드라인과 입법 과제’ 보고서를 통해 “결과적으로 가이드라인은 개인정보보호법, 정보통신망법과 같은 개인 정보 보호 법률들의 해석상 한계를 넘어서는 측면이 있다”면서 “동의 요건의 문제는 헌법상 기본권으로 보장되는 개인 정보 자기 결정권의 실현 수단 성격을 갖기에 완화를 위해서는 사회적 차원의 합의가 필요하다”고 지적한 바 있다.

하지만 이 같은 사회적 반발과 지적에도 불구하고 방통위는 아직까지 가이드라인 재검토에 관한 입장을 내놓지 않고 있어 가이드라인을 둘러싼 논란은 당분간 계속될 것으로 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

방송 지배 구조 개선 논의
또다시 수면 위로

“제작 자율성 확보 등 당장 적용 가능한 것부터 시작해야”

국정감사를 앞두고 공영방송 지배 구조 개선 논의가 또다시 수면 위로 급부상하고 있다. 수년째 제자리걸음에 머물러 있는 공영방송 지배 구조 개선 논의가 이번 국정감사에서는 실마리를 찾을지 주목된다.

9월 15일 오후 2시 서울 여의도 국회의원회관 9간담회실에서 언론개혁시민연대, 민주언론시민연합, 전국언론노동조합, 새정치민주연합 우상호 유승희 최민희 송호창 의원실 주최로 열린 ‘국감 이슈 연속 토론회-더 이상 미룰 수 없는 방송 지배 구조 개선, 해법은 무엇인가’에 참석한 최진봉 성공회대 교수는 “방송이 방송법에 명시된 공적 책무를 수행하기 위해서는 지배 구조 개선이 반드시 이뤄져야 한다”며 현재 진행되고 있는 통합방송법 개정 논의에 방송사 지배 구조 개선 내용도 포함시켜야 한다고 주장했다.

사실 공영방송의 지배 구조 문제는 하루 이틀 제기된 문제가 아니다. KBS와 MBC 등 공영방송의 이사회 구성과 사장 선임 구조 자체가 정부와 집권 여당의 입김에 예속될 수밖에 없는 구조이기 때문이다. 현 지배 구조를 개선하지 않고서는 공정성 시비에서 절대 자유로울 수 없다. 이러한 이유 때문에 지난 10여 년 동안 공영방송의 지배 구조를 개선하기 위한 다양한 방안들이 제기돼 왔다.

이날 최 교수가 제시한 △공영방송 지배 구조 개선 방안 △민영방송 지배 구조 개선 방안 △방송사 이사 및 사장 자격 요건 강화 △이사회 운영의 투명성 확보 △방송 프로그램 제작 자율성 확보 등도 그동안 제안돼 온 내용의 연장선에 있다.

다만 최 교수는 이전에 공영방송에 초점을 맞춰던 논의에서 한 단계 더 나아가 민영방송도 아우르는 방안들을 제안했다. 최 교수는 “방송법에 명시된 방송의 공적 책임과 시청자 권익 보호, 민주적인 여론 형성이라는 방송의 사회적 책무는 공영방송과 민영방송에 관계없이 모든 방송 사업자에게 공통으로 부여된 의무”라며 방송사 전체의 지배 구조 개선이 필요하다고 지적했다.

먼저 공영방송의 지배 구조 개선을 위해선 MBC, EBS의 이사회 규모를 KBS 이사회(11명) 규모와 동일하게 맞추고 여야 각각 4인, 여야 합의로 3인을 추천한 뒤 여야 합의 추천 인사 중에서 이사장을 호선토록 하는 방안을 제안했다. 또한 방송통신위원회의 이사 추천과 사장 임명 권한을 없애고, 국회 미래창조과학방송통신위원회 산하에 공영방송 이사회보조

천위원회를 설치해 이사를 추천토록 했다. 공영방송의 사장 역시 이사회추천 위원회와 마찬가지로 국회, 시청자, 종교, 여성 등 15개 분야를 대표하는 30인의 위원으로 구성해 사장 후보자의 3배수를 추천토록 하는 방안을 제안했다.

SBS와 같은 민영방송의 지배 구조 개선과 관련해서는 방송 사업자의 주주 대표, 종사자 대표, 시청자 대표가 각각 2명씩 참여하는 기구를 만들어 그 기구에서 합의를 거쳐 추천한 사람 중에서 사장과 이사를 선임토록 하는 방안을 제시했다. 또 주식이나 지분 총수의 1,000분의 2 이상을 보유한 사람은 사외이사를 포함한 전체 이사 수의 3분의 1을 초과할 수 없도록 제한하고, 방송법이나 노동관계법을 위반해 유죄 확정 판결을 받은 사람도 임원이 될 수 없도록 제한할 필요가 있다고 지적했다.

최 교수는 또 KT 사외이사를 겸직해 논란이 일었던 이춘호 EBS 이사장의 사례를 들며 “공영방송 이사장이 방송 통신 법인의 이사를 겸직하는 것을 제도적으로 금지하고, 방송 통신 관련 규제기관 및 정부행정부처에 재직하고 있거나 퇴직한 날로부터 3년이 경과되지 않은 사람, 방송 통신 법인의 의결권 있는 발행 주식의 100분의 1 이상을 소유한 사람도 공영방송 이사회 사장이 될 수 없도록 제한해야 한다”고 덧붙였다.

한편 이날 토론회에 참석한 학계, 현업 언론인, 시민사회단체 관계자들은 지난 10여 년간 공영방송 지배 구조 개선을 위한 다양한 방안이 제기됐음에도 불구하고 지금까지 단 한 가지 방안도 도입되지 않고 있다고 지적하며 현재 정부에서 진행하고 있는 통합방송법 개정 논의에 당장 적용 가능한 몇 가지 방안들을 포함시켜야 한다는 입장을 보였다.

이에 대해 이경호 언론노조 수석부위원장은 “지배 구조 개선 내용은 여야의 입장차가 큰 만큼 어려울 수 있다”며 “우선 방송 프로그램의 제작 자율성 확보에 주력할 필요가 있다”고 말했다. 또 그는 “노사 동수 편성 위원회 구성으로 내부의 건전한 목소리를 낼 수 있는 통로를 만들어놓고, 최악을 걸러내는 역량을 키워 놓는다면 어떤 사장이 와도 최소한의 견제는 가능할 수 있다”고 덧붙였다.

김연경 민언련 사무처장 역시 방송 프로그램의 제작 자율성 확보를 우선적으로 처리할 필요가 있음에 공감의 뜻을 표하며 이에 대한 논의가 시급하다고 강조했다.

백선하 baek@kobeta.com

방통위, 내년 예산 2193억 원 편성

방송통신위원회는 9월 22일 내년 예산을 올해보다 12% 늘어난 2,193억 원으로 편성했다고 밝혔다.

방통위는 이날 기획재정부와 협의를 거쳐 방송 통신 이용자 권익 보호와 양질의 방송 콘텐츠 제작 등의 내용을 담은 ‘2015년 예산안’을 확정 발표했다.

방통위는 특히 개인 정보 유출 예방을 위해 110억 원, 소셜네트워크서비스(SNS)·게시판 등의 경로를 통해 유포되는 불법 스팸 차단 시스템 개발에 30억 원을 투입하는 등 방송 통신 서비스 이용자의 권익 보호를 강화한다는 방침이다.

또한 방송의 공익적 가치 실현을 위해 KBS·EBS 등 방송사의 인프라를 확충하고, 고품격 방송 콘텐츠 제작 지원도 강화할 예정이다. 방통위는 KBS 사회교육 방송 및 대외 방송 제작 지원에

170억 원, EBS 고화질(HD) 제작 장비 확충, 디지털 통합 사옥 건립, 유아·어린이·청소년·안전 관련 프로그램 제작 등을 위해 390억 원을 투입한다.

뿐만 아니라 시청자의 차별없는 방송 접근과 참여를 위한 장애인 방송 수신기 보급과 장애인 방송 제작 지원에 94억 원이 편성됐고, 국민 누구나 방송을 체험하고 직접 제작해볼 수 있는 시청자미디어센터의 교육·체험 프로그램 운영에도 107억 원이 투입된다.

국민의 생명과 재산을 보호하기 위한 재난방송 예산도 증액된다. 방통위는 재난 주관방송사인 KBS의 재난방송 스튜디오를 고도화하고 집중호우·태풍 취약 지역에 HD급 CCTV를 설치해 재난방송 스튜디오와 직접 연결할 수 있도록 25억 원을 책정했다.

민서진 seojin@kobeta.com

미래부 내년 예산 14조 원 편성

미래창조과학부는 9월 22일 내년 예산이 올해 대비 4.8%(6,599억 원) 증가한 14조 3,136억 원으로 편성됐다고 밝혔다.

경상적 경비가 대부분인 우정 사업을 제외한 내년도 미래부 예산 증가율은 정부 총지출 증가율(5.7%) 보다 높은 8.2% 수준으로 창조경제 활성화를 위한 재원이 집중 투자된 결과로 풀이된다.

미래부는 창조경제 성과의 가시화를 위해 창조경제 예산을 올해보다 17.1% 증가(1조 2,192억 원)한 8조 3,302억 원으로 책정했다. 이를 바탕으로 창업 생태계 조성 및 벤처 중소기업 지원에 4,864억 원, 신산업 신시장 개척에 5,609억 원을 중점 투자한다는 계획이다.

먼저 창조경제 거점을 구축해 선순환 창업 생태계를 조성한다는 것이 미래부의 계획이다. 미래부는 이를 위해 창조경제별

리에 신규 308억 원, 지역창조경제혁신센터에 197억 원을 투입한다.

또한 최근 신산업동력으로 떠오르고 있는 3D 프린팅 산업 육성에 신규 20억 원, 평창 ICT 동계올림픽에 신규 10억 원, 스마트 챌린지 프로젝트 신규 307억 원을 투자해 미래 성장 동력 발굴에도 박차를 가한다는 계획이다. 정부출연연구기관과 대학의 기술적 자산을 활용해 벤처 중소기업 지원도 강화한다는 방침이다. 기업 공간 원스톱 서비스에 80억 원을 신규 편성하는 한편 ICT 창의 기업 육성에 150억 원에서 246억 원으로 확대 편성했다.

연구개발(R&D) 예산 규모도 올해보다 6.9%(4,205억 원) 늘어난 6조 5,044억 원으로 확정됐다. 미래부는 특히 13대 미래 성장 동력으로 선정된 5세대(5G) 이동통신(753억 원), 사물인터넷(IoT)(393억 원),

빅 데이터(79억 원) 등 미래부 소관 11개 분야에 2,233억 원을 투입할 계획이다.

뿐만 아니라 재난 재해 분야 연구 예산도 올해보다 확대된다. 미래부는 사이버 보안, 연구실 안전 등 재난 재해 안전 분야에 올해보다 5.9% 증가된 2,971억 원을 투자할 예정이며, 네트워크 인프라 고도화, 소외계층 정보 격차 해소에 필요한 정보 통신 기반도 지속적으로 확충 지원한다는 방침이다.

한편 내년도 창조경제, 연구 개발 및 미래부 예산·기금(안)은 국회 심의를 거쳐 최종 확정될 예정이다. 이석준 미래창조과학부 제1차관은 “내년도 예산안은 경제 체질을 개선하고 활력을 높이는 데 있어서 핵심적인 역할을 할 것으로 기대된다”고 말했다.

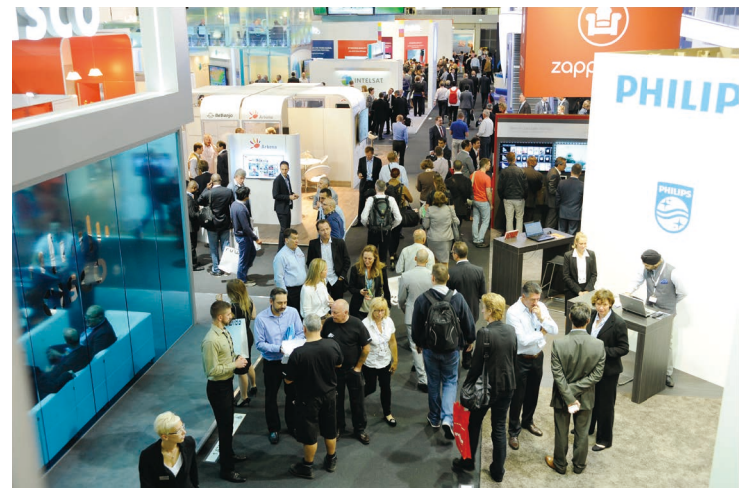
강민정 mjikang@kobeta.com



IBC 2014 참관기

지상파 위기 대비하는 새로운 리더십 · 콘텐츠 주목

도기태 한국방송기술인연합회 정책실장



© IBC

IBC(International Broadcasting Convention/Conference)는 매년 네덜란드 암스테르담에서 열리는 유럽 최대의 국제 방송 기술 박람회다. 초창기 IBC는 1967년 영국 런던에서 유럽 내 32개의 방송 장비 업체와 500명의 콘퍼런스 참석자가 모인 소규모 박람회로 출발했다. 1994년에는 영국을 벗어나 네덜란드에서 매년 정기적으로 열리면서 비로소 세계적인 방송 기술 박람회로 발전하기 시작했다.

IBC의 운영은 유럽 내 6개 방송 장비 업체와 표준화 단체(IABM, IEEE, IET, RTS, SCTE and SMPTE)를 중심으로 이뤄지고 있다. 오늘날 IBC는 미국 라스베이거스에서 매년 4월 개최되는 NAB(The National Association of Broadcasters), 일본 동경에서 매년 11월 개최되는 InterBEE와 더불어 세계 3대 방송 기술 박람회로 꼽힌다.

IBC 행사는 암스테르담 외곽에 위치한 RAI 전시장에서 열리며, 방송 장비 전시회와 콘퍼런스로 나뉘어 진행된다. 올해 IBC는 최근 지속되는 유럽의 경기침체 속에서도 2013년 대비 참가업체 및 방문자 수가 4% 이상 증가한 가운데 성황리에 막을 내렸다. 세계 170여 개국에서 온 5만 4,000여 명의 관람객들이 IBC박람회의 14개 전시홀, 총 50,000평방미터의 전시공간을 점유한 1,500여 전시업체들의 부스를 방문했다.

‘IBC 방송 장비 전시회’에서는 전체 전시 공간이 Creation, Management, Delivery 영역으로 카테고리화된 14개의 세부 공간으로 나뉘어 최신 방송 장비들과 콘텐츠들이 전시됐다. 특히 올 초 NAB 전시회를 통해 부각되기 시작한 4K UHD 방송 장비들이 한 단계 더 나아가 실제 현장에서 바로 활용 가능한 제품들로 출시됐으며, 4K UHD 영상신호를 전송하거나 생방송 제작, 영상 편집할 수 있는 구체적인 방안들이 적극 제시됐다.

Grass Valley사를 비롯한 다양한 영상 장비 제조사들이 적극적으로 IP 기반의 영상신호 전송과 클라우드 기반의 서버 운영 기술을 수용해 보다 경제적이고 효율적인 방송 장비 솔루션들을 앞다퉈 출시했다. 4K 카메라의 경우 기존 HD 카메라와 완벽하게 운영이 동일한 구조의 4K EFP 카메라가 처음 선보였는데, 기존 HD 렌즈를 그대로 활용해 손쉽게 고화질 4K 촬영이 가능한 경제성이 강조됐다. 또한 미국 블랙매직 디자인(Black Magic Design)은 저렴한 가격의 카메라와 함께 편집, 보정, 송출까지 일괄적으로 처리할 수 있는 솔루션들을 전시했다.

디스플레이 쪽에서는 삼성전자가 105인치 Curved UHD TV와 위성 셋톱박스를 선보여 관람객들의 눈길을 끌었으며, 방송 모니터 전문 업체 티브이로직은 4K 멀티뷰어시스템과 4K UHD 모니터, 소형 풀 HD 필드 모니터 등 신제품 8종을 선보였다.

IBC는 올해도 작년과 마찬가지로 별도의 ‘IBC Future Zone’을 지정

장소 네덜란드 암스테르담 RAI 전시장
기간 콘퍼런스(2014년 9월 11~15일)
 전시회(2014년 9월 12~16일)
참가 170여 개국 / 1,500여 업체 / 약 5만 4,460명



해 다양한 미래 방송 기술 및 장비를 선보였다. 여기에서 일본 NHK는 세계 최초로 8K@120p 슈퍼하이비전 시스템을 시연해 관람객들의 주목을 끌었는데, 특히 이번에 발표한 시스템은 카메라·영상 처리·디스플레이 등 모든 제품에서 초당 120Hz 순차 프레임으로 8K 해상도를 구현해 이전 60Hz에서 볼 수 없었던 전혀 새로운 현장감을 제공했다. 현장에서 보여준 브라질월드컵의 8K 120Hz 영상과 기존 60Hz 영상의 비교 시연을 통해서도 선수들의 속도감 있는 플레이와 현장의 해상도 차이가 확연히 구별되는 것을 확인할 수 있었다. 특히 촬영에 사용된 8K 소형 카메라는 기존 스튜디오 대형 카메라에 비해 크기가 놀랄 만큼 작아 향후 스포츠 등 다양한 장르에서 8K급 고화질 촬영이 가능할 것으로 기대된다. 사운드의 경우 기존 22.2 채널의 스피커를 가정에서 실제 사용할 수 있게 TV 가장자리 4면의 스피커로 축소된 후 팬텀 이미지를 활용해 최대한 공간감을 살리는 음향 기술이 선을 보였다.

이밖에 한국은 ETRI가 DVB-T2 기반으로 4K 3D UHD TV와 모바일 HD TV 서비스를 동시에 할 수 있는 하이브리드 기술을 소개했다.

IBC 콘퍼런스에는 6개의 테마를 중심으로 5일 동안 전체 세션에 280여 명의 연사가 초청됐다. 첫날 개막 기초연설에서 영국 지상파 방송사 Channel 4의 David Abraham 최고경영자는 “오늘날 TV의 기술적 혁신은 시청자들에게 기존 TV방송과 IP 기반의 방송 서비스가 혼합된 하이브리드 방송 환경을 포괄적으로 끊임없이 제공하고 있다”면서 “앞으로 TV방송사들은 시청자들이 원하는 이동성과 손쉽게 콘텐츠에 연결할 수 있는 연결성을 적극적으로 제공해야 할 것”이라며 오늘날 TV 방송 환경의 변화의 필요성을 강조했다.

올해 콘퍼런스의 6개 테마 중 ‘IBC Big Screen Experience’는 IBC가 사상 처음으로 선보이는 세션으로 향후 점점 더 고화질 대형화해 가는 방송 현실 속에서 하리우드 등 고품질 영화 프로그램 제작 기술 등을 공유하기 위해 기획됐다. 세션 연설자로는 영화 특수효과 분야의 권위자 더글러스 트럼벌 같은 영화 제작 전문가들이 초청돼 자신이 만든 포트폴리오를 통해 그들의 노하우를 공유할 수 있도록 했다. 세션이 열리는 강당에는 최고 화질의 Christie 6P 2D, 3D 레이저 프로젝트와 돌비 Atmos immersive audio 시스템이 설치돼

〈Life of Pi〉, 〈혹성탈출:반격의 서막〉 같은 대작들을 고풍상도 3D로 감상할 수 있었다.

IBC는 올해 최초로 인터넷, 모바일 등 IP 기반의 방송 환경 변화에 대응하기 위해 IBC Contents Everywhere Europe 포럼을 새롭게 기획했다. IBC는 이를 통해 기존 지상파 위주의 방송 제작 장비 전시회를 벗어나 멀티스크린 콘텐츠 제작, 운영, 전송 등 인터넷 기반의 모든 서비스 영역을 포함하는 새로운 방송 환경을 대변하는 박람회로 거듭나기 위한 시도를 하고 있다. 포럼의 세션은 크게 Hub Theatre, Cloud Solutions Theatre, Workflow Solutions Theatre로 나뉘었으며, 세션별로 모바일 콘텐츠 제작, 모바일 디바이스, 앱 개발, 디지털 마케팅, 소셜미디어, 콘텐츠 개인화, 빅데이터, 클라우드 서비스, 세컨드 스크린, 콘텐츠 투자와 소싱 등 다양한 분야의 전문가를 초청해 관람객들에게 새로운 분야의 다양한 정보를 제공했다. 또한 유럽, 중동지역, 라틴아메리카 지역에 특화된 인터넷, 모바일 시장 정보와 향후 비즈니스 전망 등을 제공함으로써 5,000여 개의 관련 업체들과 관심 있는 비즈니스 전문가들의 세션 참여를 유도했다.

IBC Awards는 전 세계 미디어 및 엔터테인먼트 산업의 지식을 공유하기 위해 만들어진 이벤트로, 올해는 IBC 행사기간 중 9월 14일 일요일에 열렸다. 2014년 한 해 동안 전 세계 미디어 및 엔터테인먼트 산업 중에서 가장 혁신적이고 창의적인 조직이나 개인을 선별해 시상했으며, 수상분야는 총 6개 분야로 IBC Innovation Awards, International Honour for Excellence, Best Conference Paper Award, Judges' Prize, Special Award, Exhibition Design Awards였다. 올해 심사위원상과 국제우수상은 브라질 월드컵을 중계한 FIFA에게 돌아갔고, 특별상은 전 세계 관광객들에게 오페라와 발레를 실시간으로 즐길 수 있게 해준 비엔나 국립 오페라 온라인 중계서비스가 차지했다.

IBC는 세계 최대의 방송 기술 전시회답게 다양한 방송 기술 장비 전시회와 콘퍼런스, ‘IBC Big Screen Experience’, IBC Contents Everywhere Europe 같은 독창적인 행사들을 통해 관람객들에게 방송 환경 변화와 지식 공유 환경을 조성하고 뛰어난 네트워킹 기회를 제공했다. 이번 IBC 현장 참관을 통해 최근 시청자 콘텐츠 소비 환경이 모바일 등으로 다변화되면서 대두되고 있는 지상파 위기의식이 비단 한국만의 문제는 아니라는 점을 공감할 수 있었다. 특히 기존 방송 제작 장비 위주의 전시회에서 한발 더 나아가 IP 기반의 인터넷, 모바일 서비스 기업들 속에서 새로운 리더십 형성과 새로운 콘텐츠 산업을 주도하기 위한 IBC의 전략적 몸부림을 보며 우리가 속한 방송 산업 역시 변화와 혁신이 필요한 시점이 아닌가, 다시 한 번 반문해 본다.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

| 오피니언 |

지상파 뉴스의 변화가 절실하다

칼럼



김동준
공공미디어연구소 소장

하기도 했다.

심층적인 취재와 다양한 뉴스 배치도 돋보이는 대목이었다. 인터뷰를 포함한 탐사 보도 기법 등 다양한 방법으로 최근 이슈에 대해 구체적으로 알기 쉽게 뉴스를 전달했다.

또한 지상파 뉴스에서 다루지 않은 다양한 이슈들이 전달됐다. 물론 진행상의

를 위한 뉴스의 공정성은 분명 차이가 있으며, 아무리 손석희 앵커라 하더라도 jtbc 뉴스는 후자에 가까울 것이라는 예상 때문이었다.

그러나 세월호 참사를 겪으면서 jtbc 뉴스는 많은 시청자들에게 환호를 받았고, 이러한 우려를 잠재웠다. 물론 jtbc 뉴스는 여전히 과제를 갖고 있다. 모기업인 삼성에 대한 보도, 구체적으로는 우리나라의 경제 개혁 보도를 어떻게 할 것인가라는 과제가 남아 있다.

조금 더 지켜봐야 하겠다. 그리고 첫 방송만으로 이를 온전히 평가할 수는 없을 것이다.

그럼에도 불구하고 jtbc <뉴스룸>은 일단 의미 있는 변화를 시도했다고 평가된다. 이러한 평가와 동시에 지상파 방송의 뉴스는 이러한 변화와 시도를 왜 하지 못하는가 하는 아쉬움을 지을 수 없다.

필자는 앞선 칼럼에서 최근의 지상파 이슈를 UHD의 실현과 광고 제도 완화라고 지적한 바 있다.

이는 현 지상파 방송에게는 매우 필요하고 시급한 정책과제다. 그럼에도 불구하고, 지상파 방송은 온전히 지지를 받고 있지 못하다. 필요성은 인정하지만, 현재의 지상파 방송에 너무나 많은 실망을 겪었기 때문이다.

무엇보다도 가장 큰 원인은 저널리즘 기능의 상실이다. 권력에 대한 비판적 기능, 감시 기능이 사라졌다는 점이다. 그러다 보니, 스포츠 행사, 사건 사고, 연성화된 뉴스로 대부분 채워질 수밖에 없다.

일각에서는 정책 이슈와 보도의 공정성 등은 분리해서 생각해야 한다고 주장하기도 한다. 하지만 지상파 뉴스를 통해 자신들의 정책 이슈를 노골적으로 보도하는 현상이 나타나는 상황에서 어떻게 이를 분리해서 생각할 수 있을까? 저널리즘 원칙은커녕 정책 과제 달성을 위한 세련된 방법도 전략도 아니다.

저널리즘 기능의 복원이 필요하다. 당장에 복원하는 것이 요원한 작업이라면, 이에 근접하려는 변화의 모습, 노력의 모습이라도 보여야 한다. 그렇지 않으면, 지상파방송은 시청자에게 외면당할 것이다. 그리고 미래도 장담할 수 없게 됨을 기억해야 한다. 뉴스와 탐사 저널리즘 프로그램으로 이어지던 과거 지상파 방송의 보도가 보고 싶다.

지상파방송은

온전히 지지를 받고 있지 못하다.

필요성은 인정하지만,

현재의 지상파방송에

너무나 많은 실망을

겪었기 때문이다.

무엇보다도 가장 큰 원인은

저널리즘 기능의 상실이다.

권력에 대한 비판적 기능,

감시 기능이 사라졌다는

점이다.

그러다 보니, 스포츠 행사,

사건 사고, 연성화된 뉴스로

대부분 채워질 수밖에 없다.

jtbc의 <뉴스룸>이 첫 방송을 뒀다. 첫 방송이긴 하지만 몇몇 눈에 띄는 부분이 있었다.

가장 먼저 아시안게임 소식을 철저히 분리했다는 점이다. <뉴스룸>은 메인 뉴스가 진행되는 과정에서 아시안게임 소식을 전혀 전달하지 않았다. 뉴스의 말미에 스포츠 뉴스 섹션을 배치해 이곳에서만 아시안게임 소식을 전달했다.

반면에 지상파 뉴스는 메인 뉴스 내용 속에 아시안게임 소식을 전달했고, 심지어 KBS와 MBC는 아시안게임 소식을 톱뉴스와 함께 이어지는 복수의 뉴스로 전달했다.

물론 jtbc는 아시안게임을 중계하지 않기 때문에 상대적으로 무관심할 수도 있다. 그럼에도 불구하고 대형 스포츠 이벤트가 있을 경우, 지상파 메인 뉴스의 스포츠 소식 도배 현상과 비교되는 부분이다.

정부에 대한 비판적 시각도 잊지 않았다. 대표적으로 지상파 3사에서 전달하지 않았던 한-캐나다 FTA 체결 소식에 대해서도 축산농가의 몰락 우려를 전달했고, 금연 사업 예산 확대에 대해서도 지상파 뉴스에서는 볼 수 없는 비판적 시각을 전달했다.

2부의 <팩트체크> 코너에서는 담뱃갑 인상이 서민 증세가 아니라는 말을 검증

언론을 보는 맑은 창!

미디어오늘
www.mediatoday.co.kr

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

구독신청 : 전화 02-2644-9944(미디어오늘 판매팀)
인 터 넷 : 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)

사설

통합방송법, 언제까지 밀실 논의만 할건가

미래창조과학부와 방송통신위원회가 논의하고 있는 통합방송법이 방송계 이슈로 떠오르고 있다. 통합방송법은 '동일 서비스, 동일 규제' 원칙을 적용해 유료 방송 시장에서의 규제 완화와 차별 해소를 목적으로 하고 있다. 미래부와 방통위가 공동 운영하는 연 구반은 오는 11월 중 법안 작업 완료, 내년 초 입법을 목표로 통합방송법 논의를 진행하고 있다.

동일 서비스임에도 불구하고 다른 규제가 적용됐던 유료 방송 시장의 규제를 효율적으로 정비하겠다는 것은 긍정적으로 평가할만하다. 유료 방송 사업자를 포함해 방송 업계, 시민사회 단체도 정부의 이 같은 움직임에는 동의의 표하고 있다.

밀실 논의로는 사회적 합의안 돼

다만 통합방송법 논의를 진행해가는 과정에는 큰 아쉬움이 남는다. 통합방송법은 유료 방송 시장 규제 전반을 다루는 만큼 유료 방송뿐만 아니라 방송 나아가 미디어 업계에 큰 영향을 미칠 것으로 보인다. 그러나 미디어 산업 전반을 흔들 수 있는 법안임에도 불구하고 통합방송법을 둘러싼 모든 논의는 정부가 독점하고 있다. 이해당사자 특히 가장 큰 이해당사자인 시청자나 소비자들을 배제한 채 모든 결정이 밀실에서 이뤄지고 있는 것이다. 정부는 밀실에서 결정하는 방식으로는 사회적 의견 수렴이 어렵다는 점을 지금이라도 깨달아야 한다.

방송의 기본은 공공성!

더 큰 문제는 최근 진행되고 있는 통합방송법 논의에 방송 환경에 대한 철

학적 고민이 전무하다는 점이다. 방송은 그 자체로 사회에 미치는 영향력이 큰 만큼 방송 정책을 수립할 때 방송의 공공성, 다양성, 독립성 중심의 철학적 가치를 염두에 두어야 한다. 방송 정책이 이러한 철학적 고민 없이 산업적 논리에만 매몰된다면 시장에서 시청자나 소비자는 완전히 배제될 수밖에 없다. 정책적으로 시청자·소비자와 산업 발전 간의 균형과 견제가 제대로 이뤄질 때 방송 시장은 건전하게 발전할 수 있음을 간과해서는 안 된다.

통합방송법은 민원종합세트?

또한 통합방송법 제정으로 유료 방송 시장의 규제가 완화될 경우 생길 수 있는 문제점에 대한 대책도 마련해야 한다. 최근 통합방송법에 대한 미래부와 방통위의 발언을 살펴보면 시청자 복지나 부작용에 대한 고민 없이 산업 발전에 대한 기계적 논의만 하고 있다는 식이다.

통합방송법 제정 이후 방송 환경 변화에 대한 문제인식 없이 단순히 유료 방송 사업자들의 민원 해결하기에만 몰두하고 있는 것이다. 시청자 복지 없는 사업자 중심의 통합방송법 제정은 그동안 쌓아온 얼마 안 되는 방송의 공공성, 공공성마저 무력화시킬 것이 분명한 만큼 미래부와 방통위는 당장 시청자 복지 중심의 논의를 시작해야 할 것이다.

통합방송법은 대한민국 방송 시장의 변화를 위한 종합처방전이 될 것이다. 다소 시간이 걸리더라도 방송 업계 이해당사자, 시청자 등 시민사회단체들의 의견을 수렴해 제대로 만들어야 한다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

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

주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
전화 | 02-3219-5635
팩스 | 02-2647-6813
트위터 | @KOBETA_COM
홈페이지 | www.kobeta.com
정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

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

언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

Next!!

KOBASHOW 2015



25회 국제방송 · 음향 · 조명기기전

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

주 최 한국방송기술인연합회 · 한국이앤엑스

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

특별후원 CBS · 아리랑국제방송 · tbs

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

ufi
Approved
Event

산업통상자원부