



파워인터뷰 ▶5면

이선의 한국방송협회 정책전문위원

기획 ▶6면

한미 FTA가 콘텐츠 시장에 미치는 영향

오피니언 ▶7면

[칼럼] 정치공학 유감

“현장중심”외치더니 국가직무능력표준(NCS) 결국 탁상공론

“현장 목소리 반영 못해” 실효성 의문

능력 중심 사회를 만들어 보자는 취지로 마련된 국가직무능력표준(National Competency Standards, 이하 NCS)이 현실과 거리가 먼 ‘탁상공론’에 불과하다는 비판이 나오고 있다.

NCS는 산업 현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식, 기술, 태도 등의 직무능력을 국가가 산업부문별·수준별로 체계화해 국가적 차원에서 표준화한 것을 의미한다. 지난 2001년부터 능력 중심의 사회를 만들어 보자는 취지에서 출발해 산업 현장에 적합한 NCS 교육 모델과 학습 모듈이 지속적으로 개발돼 왔고, 박근혜 정부 들어 창조경제를 견인할 창의 인재를 육성하기 위한 방법으로 NCS 기반 교육과정 개발을 적극 권장하고 있는 상황이다.

문제는 NCS 교육 모델과 학습 모듈을 만들기 위한 기반인 NCS 분류 체계가 산업 현장의 현실과 동떨어져 있다는 것이다.

지난해 6월 20일 제3차 국가직무능력표준 운영위원회(이하 운영위원회)는 NCS 분류 체계 중 방송기술에 관한 세분류 867개를 확정했다. 하지만 이날 확정된 분류 체계는 지난해 2월 10일 관련 전문가가 타당성 검토를 거친 분류 체계가 아니었다.

고용노동부, 교육부, 국무조정실, 국토교통부, 산업통상자원부, 미래창조과학

부 등으로 구성된 운영위원회는 한국방송기술인연합회(이하 연합회)와 한국전파진흥협회(RAPA)가 철저한 직무 조사와 광범위한 심층 분석을 통해 정리한 분류 체계에서 ‘대분류 20(정보통신 관련직)–중분류 방송기술–소분류 방송제작기술’에 포함돼 있던 세분류 촬영, 조명, 음향, 편집 등을 ‘대분류 08(문화 예술 디자인 방송 관련직)–중분류 문화콘텐츠–소분류 영상 제작’으로 옮겼다.

업계 관계자는 “2013년 만들어진 방송기술의 분류 체계가 현장과 맞지 않아 한국산업인력공단에 전문가들의 의견을 제시해 현장의 목소리가 반영된 분류 체계가 만들어졌는데 산업 현장을 전혀 모르는 운영위원회가 말 한 마디로 분류 체계를 바꿨다”며 NCS 분류 체계 과정에 문제가 있음을 지적했다.

뿐만 아니라 방송기술 교육 모델과 학습 모듈을 개발하고 있던 한국방송통신전파진흥원(KCA)은 운영위원회가 방송기술의 NCS 분류 체계를 변경했는지조차 알지 못했다. KCA 관계자는 “방송기술 분야의 NCS 분류 체계가 변경된 지 3개월 정도 지난 뒤에 그 사실을 알게 됐다”며 “분류 체계가 변경됨에 따라 교육 모델과 학습모듈 개발도 다시 검토해야 한다”고 말했다.

운영위원회에 의해 NCS 분류 체계가 변경되자 연합회는 방송기술 전문가들로 구성된 특별전담팀(TF)을 가동해 ‘대분류 20–중분류 방송기술–소분류 방송제작기술’에 세분류 △방송영상 △방송음향 △방송조명 △방송편집 △방송특수영

상 △라디오제작 △부가방송제작기술을 신설하고, ‘대분류 20–중분류 방송기술–소분류 방송플랫폼기술’에 세분류 △위성방송을 추가, ‘대분류 20–중분류 방송기술’에 소분류 방송품질관리, 세분류 △제작품질관리 △송신품질관리 △수신품질관리 △송출품질관리 △방송망보안품질관리 △부가서비스품질관리 △파일기반품질관리 등을 신설한 분류 체계를 마련했다.

대분류	중분류	소분류	세분류
정보통신	방송기술	방송제작기술	방송영상
			방송음향
			방송조명
			방송편집
			방송중계
			방송특수영상
			라디오제작
			부가방송제작기술
		방송플랫폼기술	지상파TV방송
			라디오방송
			지상파DMB
			케이블방송
			위성방송
			인터넷멀티미디어방송
		방송품질관리	제작품질
			송신품질
			수신품질
			송출품질
			방송망보안
			부가서비스품질관리
			파일기반품질관리
	방송서비스	방송시스템운영	유무선통합서비스
			방송시스템운영
		정보시스템운영	정보시스템운영
			방송기술지원서비스
		방송장비설치유지보수	방송장비설치유지보수
			방송장비설치유지보수

이후 연합회 TF팀은 방송 제작 현장의 의견을 모아 마련한 새로운 분류 체계를 한국산업인력공단에 전달했지만 공단은 “운영위원회의 결정은 ‘한국고용직업분류(KECO)’에 따른 것으로 연합회의 의견은 받아들일 수 없다”고 답했다. 앞서 김용주 고용부 사무관도 본지와의 전화통화에서 “NCS 분류 체계는 KECO를 기반으로 정비하게 되어 있어 이를 바탕으로 방송기술 분류 체계가 확정된 것”이라며 “운영위원회의 결정이 일반적인 것은 아니다”라고 말한 바 있다. 고용부와 공단은 NCS 분류 체계가 KECO를 기반으로 이뤄진 것이기 때문에 전혀 문제가 없다는 입장이다.

하지만 KECO도 현장의 목소리를 제대로 반영하지 못했다. 산업 현장에서 방송과 영화, 영상 제작은 전혀 다름에도 불구하고 그 차이를 전혀 반영하지 못했기 때문이다. KBS 관계자는 “방송은 시청자의 시청 환경이 다양하다는 점을 염두에 두어야 하기 때문에 색상과 음향 등을 전송, 송출하는 과정을 고려해 제작해야 하는데 영화는 스크린, 공연 예술은 무대라는 정해진 공간에서 관람하기 때문에 제작 환경 자체가 다르다”며 “NCS 분류 체계에서 업무의 차이를 반영해야 한다”고 말했다. MBC 관계자 역시 “방송기술은 방송 프로세스 전반에 이해가 필요한 직무로 제한된 시간에 품질과 효율의 조화로운 접점을 찾아 업무를 수행해야 하기 때문에 기술적 측면이 더 강조되는 분야”라며 “전자공학적인 기본 능력에 예술적인 창의력이 융

합되는 직무이기에 방송기술은 대분류 20에 더 적합하다”고 강조했다.

NCS 분류 체계의 핵심은 ‘현장에서 무엇을 할 수 있느냐’다. 학교에서 교육받은 학생들을 처음부터 가르치는 것이 아니라 현장에 필요한 직무능력이 무엇인지 표준화해놓고 이 표준에 맞춰 교육을 받은 학생들이 현장에서 별도의 재교육 없이 일을 할 수 있도록 하는 것이 NCS의 핵심이다. 하지만 현장에서 나오는 목소리들이 정부 정책 담당자들에게 제대로 전달이 안 되고, 반영이 안 된다면 NCS 분류 체계는 물론이고 교육 모델, 학습 모듈도 다 소용없는 것이 된다. 그렇기 때문에 현장의 목소리가 중요하다

이에 대해 박종인 연합회 사무처장은 “NCS 분류 체계 및 교육, 학습 모듈 개발 논의는 매우 의미 있는 작업이지만 NCS 자체가 표준화 작업이기 때문에 직무의 특성을 제대로 살리기 어렵다는 문제가 있다”며 “(정부는) 성과를 내놓기 위해 성급하고 무리하게 추진하기 보다는 창조경제를 견인할 인재 육성, 신규 인력에 대한 교육 효율성 향상 등 NCS 분류 체계의 기본 목적을 살리기 위해 끊임없이 고민하고 (현장의 의견을 반영해) 분류 체계를 수정 보완해 나가야 할 것”이라고 말했다.

한편 연합회는 앞으로 방송통신위원회 미래부 등 방송기술 관련 부처와의 면담을 통해 NCS 분류 체계 문제를 공론의 장으로 이끌어낸다는 계획이다.

백선하 baek@kobeta.com

미래부, 창조경제 실현 위해 조직개편 “방송 관련 업무는 방송진흥정책국으로 분리돼”

출범 2년차를 맞은 미래창조과학부가 조직개편을 단행한다. 그동안 중북됐던 업무를 조정해 업무의 효율성을 높이고, 창조경제 실현의 기반을 다져 실질적인 성과를 창출하겠다는 의지가 반영된 것으로 해석되고 있다.

‘미래부와 소속기관 직제 시행규칙 개정안’에 따르면 기존 정보통신방송정책실 산하에 있던 방송진흥정책관이 독립적인 국 단위인 방송진흥정책국으로 분리된다. 방송진흥 기능을 따로 떼어내 독립시킨 것이다. 또한 정보통신방송정책실을 정보통신정책실로 변경해 △정보통신산업정책관 △소프트웨어정책관 △인터넷경제정책관 △정보보호정책관을 산하에 둬으로써 그동안 흩어져 있던 정보통신기술(ICT) 기능을 재배치했다.

이 같은 내용의 개정안은 3월 10일 오전 국무회의에서 의결됐으며, 관보게재 절차를 거쳐 이르면 오는 16일부터 반영된다.

가장 주목할 것은 방송진흥 기능이 분리됐다는 점이다. 관련 업계에선 방송 관련 업무가 방송진흥정책국으로 독립됨에 따라 앞으로 방송통신위원회와의

긴밀한 업무 협조 체제 구축이 가능할 것으로 내다보고 있다.

특히 그동안 지상파 초고화질(UHD) 방송과 700MHz 주파수 관련 정책 추진에 있어 미래부와 방통위가 엇박자를 내고 있다는 지적이 나온 만큼 이번 조직개편으로 방송 관련 정책 논의가 급물살을 탈 것으로 전망된다.

방송진흥 기능을 떼어낸 정보통신정책실은 ICT 산업 육성에 집중할 것으로 보인다. 특히 3월 3일 그동안 논란이 일었던 ‘클라우드컴퓨팅 발전 및 이용자보호에 관한 법률’ 이른바 클라우드컴퓨팅 발전법이 국회 본회의를 통과함에 따라 미래부의 조직개편이 어느 정도의 성과를 낼 수 있을지에 관심이 집중되고 있다. 미래부는 이번 조직개편으로 ICT 융합 산업에 대한 지원을 최대한으로 끌어올려 관련 산업을 활성화시키겠다는 계획이다. 업계 관계자는 “관련 법안이 통과된 만큼 미래부는 ICT 산업 진흥 정책을 적극적으로 펼칠 것”이라며 “다만 조직개편이 ICT 산업 육성에 시너지를 내지는 두고 봐야 할 것”이라고 말했다.

ICT 산업 활성화를 위해 필수적인 ‘보

안’ 문제도 이번 조직개편에 반영됐다. 미래부는 현재 정보화전략국 산하의 과장급 조직에서 담당하고 있는 정보보호 관련 업무를 국장급으로 확대해 정보통신정책실 산하 정보보호정책관으로 단위를 격상시켰다. 정보보호정책관 산하에는 △정보보호기획 △사이버침해대응 △정보보호지원 등의 과를 배치해 관련 업무를 강화한다는 방침이다.

이외에 지난 2013년 11월 2차관 소속으로 넘어온 미래인재정책국은 다시 1차관 소속으로 변경된다. 그동안 1차관 소속인 과학기술 개발 정책 업무와 2차관 소속인 인재 양성 업무가 분리돼 효율성이 떨어진다는 지적이 제기돼 왔기 때문이다.

또한 주로 과학기술을 담당하고 있는 1차관 소속 연구개발정책실 산하 △연구개발정책관 △연구공동체정책관 △우주원자력정책관은 각각 △기초원천연구정책관 △연구성과혁신정책관 △거대공공연구정책관으로 변경돼 연구 개발이 성과로 연결될 수 있도록 한다는 계획이다. 미래부는 기초 연구 강화를 위해 기존 연구개발정책관을 기초원천연구정책관

으로 개편하고, 연구개발의 성과를 활용하기 위해 기존에 분산 운영되던 기술사업화와 창업 관련 기능을 일원화해 연구공동체정책관을 연구성과혁신정책관으로 바꾸었다고 설명했다.

미래부 관계자는 “그동안 다양한 연구개발이 시도됐지만 수많은 연구 결과가 경제 살리기와 일자리 창출까지 이어지지 못한다는 지적이 제기됐다”며 “이번 조직개편은 성과 도출에 조금 더 초점을 맞췄다”고 말했다.

미래부는 조직개편과 더불어 효율적 의사결정 구조와 신속한 협업체제에 방점을 찍은 ‘SMART 3·3·3’ 근무방식도 도입기로 했다. 속도감 있게 일하는 조직문화를 만들기 위해서다. ‘SMART’는 Speed-up(신속한 의사결정), Mobility(ICT를 활용한 업무 효율화), Attainable Plan(실효성 있는 계획), Result management(결과 중심 관리), Time management(시간 관리)의 앞글자를 딴 것이고, ‘3·3·3’은 △보고할 수는 3회 미만으로 간략히 △최초 보고

후 3일 내 조치방안 간략보고 △타부서 협업요청은 3일내 완료 등을 의미한다.

또한 현장 중심 행정도 강화한다. 미래부 직원들이 지역별·이슈별로 정책 수요자를 직접 찾아가서 의견을 수렴하고 논의하기 위한 방안으로 미래부는 대덕연구단지, 세종청사 등에 고위공무원들을 주 1회 이상 파견해 소통 행정을 강화하기로 했다.

불필요한 문서작업이나 행사도 최소화할 방침이다. 특히 관례적인 행사나 유사·중복 행사가 많은 미래부는 이번 조직개편 이후 전체 행사수를 약 20% 줄일 계획이다.

이에 대해 최양희 미래부 장관은 “이번 조직개편은 미래부를 일 잘하고, 많이 하는 조직으로 만들기 위한 것”이라며 “현대사회에서는 수평적 협력이 중요하고 신속한 의사결정, 소통이 절실하기 때문에 미래부 내부에서 치열한 논의를 거쳐 수평적 협업 체제로 개편 방향을 잡았다”고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

공지

한국방송기술인연합회는 그동안 무료로 배포하던 오프라인 지면 〈방송기술저널〉을 205호부터 〈월간방송과기술〉 유료 구독자에 한해 배포기로 했습니다. 종이비, 인쇄비, 운송비 등 제작비 상승에 따른 조치로 양해 부탁드립니다. 〈방송기술저널〉의 모든 기사는 온라인을 통해 무료로 확인하실 수 있습니다.

방송기술용어

가변 비트레이트 Variable BitRate, VBR

가변 비트레이트(VBR)는 오디오나 비디오 인코딩 형식 중 하나다. 고정 비트레이트(Constant BitRate, CBR)에 비해 단위 시간당 출력하는 데이터의 양이 계속 변한다. 고정 비트레이트는 데이터의 길이(또는 시간)와 비트레이트를 이용하면 파일의 크기를 비교적 정확하게 예측할 수 있지만 데이터를 많이 필요로 하는 곳에 충분히 비트레이트를 할당하지 못하고, 데이터가 필요없는 빈 공간에 과도하게 비트레이트를 할당하기 때문에 비효율적이다. 이에 반해 비트레이트 할당을 효율적으로 할 수 있는 가변 비트레이트는 많은 데이터를 요구하는 곳에 더욱 더 많은 비트레

이트를 할당하고, 상대적으로 데이터를 요구하는 곳이 적은 곳에는 비트레이트를 덜 할당하는 체제를 갖추고 있다. 그래서 가변 비트레이트로 인코딩한 결과물은 고정 비트레이트에서 인코딩한 결과물보다 질이 좋다.

아직까지는 가변 비트레이트보다는 고정 비트레이트의 이용 범위가 넓다. 대부분의 MP3 파일은 고정 비트레이트로 나와 있고, 음원 판매 사이트 대부분이 고정 비트레이트로 인코딩한 MP3 파일을 제공한다. 그러나 고정 비트레이트의 한계로 현재 대부분의 비디오 코덱은 가변 비트레이트로 많이 개발되고 있다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

‘클라우드 발전법’ 9월부터 본격 시행

“새로운 먹거리” 장밋빛 전망 VS “보안, 또 다른 문제” 의견 분분

미래창조과학부가 추진해온 ‘클라우드 컴퓨팅 발전 및 이용자 보호에 관한 법률’ 이른바 클라우드 발전법이 발의된 지 1년 반 만에 국회 본회의를 통과하면서 관련 시장이 들썩이고 있다. 클라우드 컴퓨팅은 하드웨어(HW)와 소프트웨어(SW) 등 각종 정보기술(IT) 자원을 기업이 직접 구축하는 대신 네트워크를 빌리는 것으로 비용 절감과 생산성 향상 등의 효과를 누릴 수 있다.

미래부는 정부부처 및 대학 등 공공기관이 민간업체의 클라우드 서비스를 이용하도록 허용하는 클라우드 발전법에 따라 공공기관의 클라우드 서비스 도입이 가속화될 것이라고 예측하고 있다.

이미 미국 등 해외에서는 기업뿐 아니라 공공 부문에서도 클라우드 서비스를 적극적으로 도입하는 추세지만 우리나라는 국가정보원이 지난 2012년 공공기관에 민간 클라우드 서비스를 이용하지 말 것을 권고해 클라우드 산업 활성화에 어려움을 겪어왔다.

하지만 이번에 통과된 클라우드 발전법에 따르면 국가와 지방자치단체 및 공공기관은 클라우드 컴퓨팅 도입에 노력해야 하며, 정보화 사업 및 예산편성 시 클라우드 컴퓨팅 도입을 우선적으로 고려해야 한다고 돼 있어 국내 클라우드 산업이 한 단계 더 도약할 것으로 예상된다. 미래부는 오는 2017년까지 공공 부문 클라우드 서비스 이용 비중을 15%까지 높인다는 계획이다.

미래부 관계자는 “클라우드 산업 발전뿐 아니라 다양한 분야에서 클라우드 기반의 신규 서비스가 창출될 것으로 보인다”며 “클라우드 이용 활성화에 따른 산업 전반의 비용 절감과 생산성 향상이 무리 없이 추진될 수 있도록 시행령 제정 등 후속조치를 취할 것”이라고 말했다.

한국클라우드산업협회는 법안이 통과되자 즉각 환영한다는 입장을 내놓았다. 협회는 “(클라우드 발전법 제정은) 정보통신기술(ICT) 전체의 제2의 도약을 위한 계기가 될 것”이라며 “협회도 이용자 보호 및 침해 사고에 대한 대책 등 자발적인 민간자율 장치를 마련하고, 국내 업계의 기술력 및 국제 표준화, 특허 등의 경쟁력 확보를 위해 노력할 것”이라고 밝혔다.

일각에서는 법이 시행되기까지 6개월이라는 시간이 남았고 무조건적인 낙관론은 경계해야 한다는 의견도 나오고 있다. 클라우드 산업 전체에 어떤 효과를 가지고 올지는 조금 더 두고 봐야 한다는 지적이다. 클라우드 업체 관계자는 “공공기관이 민간의 서비스를 이용할 수 있는 근거는 마련됐지만 보안 문제라는 난관이 있어 공공기관에서 얼마나 사용할지는 아직 모르겠다”며 “일반 기업들도 아직 많이 도입하지 않고 있어 단기간에 큰 사업적 효과를 기대하기는 어려운 상황”이라고 말했다. 보안 문제와 관련해 명확한 규정이나 책임이 확립되지 않은 상황에서 민간의 클라우드 서비스를 당장 도입할 기업이나 공공기관은 그리 많지 않을 것이란 우려다.

하지만 이 같은 우려에도 불구하고 관련 업계에서는 클라우드 산업의 성장 가능성을 높게 평가하고 있다. 또 금융계 관계자도 “중국에서도 알리바바의 클라우드를 정부가 먼저 도입한 후 일반 기업과 공공기관이 단기간에 클라우드 서비스를 도입한 바 있어 올해 국내 공공기관과 민간의 대규모의 클라우드 서비스 도입이 예상된다”고 내다보고 있어 클라우드 산업 성장에 업계의 관심이 집중되고 있다.

민서진 seojin@kobeta.com

“수신료 제도, 정치적 영향에서 자유롭지 못해”

“독립성 보장된 ‘수신료산정위원회’ 설치해야”

공영방송 수신료 제도가 정치적 영향력으로부터 자유로워야 한다는 주장이 제기됐다. 공영방송의 기능을 수행하기 위한 재정적 검토보다는 정치적 상황 또는 정치적 갈등요소에 좌우되는 현행 수신료 제도로는 헌법에서 규정하고 있는 방송의 자유를 보장할 수 없다는 지적이다.

2월 26일 한국언론학회 주최로 열린 ‘공영방송 재정안정화 기대효과’ 세미나에 발제자로 참석한 고민수 강릉원주대 법학과 교수는 “수신료 인상여부에 대한 검토과정에서 가장 중요한 것은 공영방송이라는 과제를 수행하는 데 소요될 재원이 얼마인지 그리고 그에 대한 보장이 충분히 이뤄지고 있는지가 돼야 하는데 현 수신료 인상 논의 과정은 정치적 이해관계에 따라 움직이고 있다”며 수신료 제도가 제도적으로 개선돼야 한다고 주장했다.

현재 KBS와 EBS의 프로그램 제작과 운영에 쓰이는 공영방송 수신료는 월 2,500원으로 지난 1981년 책정된 이후 34년째 동결 상태다. 공영방송의 모델로 손꼽히는 영국 BBC의 연간 수신료는 24만 6천 원으로 우리나라의 8배다. 일본 NHK도 연간 14만 3천 원으로 우리나라의 약 5배에 해당한다.

이에 KBS는 지난 2007년부터 2014년까지 세 차례에 걸쳐 수신료 인상안을 제출했다. 하지만 세 차례 모두 정치적 상황에 따라 논의 자체가 제대로 이뤄지지 않았다. 2007년에는 ‘노무현 대통령 탄핵방송’과 ‘인물 근대사’ 같은 다큐멘터리의 이념성 문제가 불거져 국회 입기만료와 함

께 자동 폐기됐고, 2011년에는 민주당 최고위원회가 도전했다는 의혹이 불거지면서 논의가 중단됐다. 2014년에는 같은 해 4월 발생한 ‘세월호 참사’ 보도와 맞물려 논쟁이 거듭되다 국회의 승인을 얻지 못한 채 또다시 폐기됐다.

고 교수는 “헌법 제21조에 나와 있는 ‘방송의 자유’를 보장하는 주체가 국가인 것은 부정할 수 없지만 또 다른 한편으로 방송의 자유를 국가의 이해관계에 종속시킬 위험을 안고 있다는 것 역시 부인할 수 없다”며 “방송이 정치의 도구가 되는 것을 막기 위해선 적어도 수신료 인상 시기, 규모, 유효기간 등이 법률에 상세히 규정될 필요가 있다”고 지적했다. 현행 수신료 제도로는 헌법적 정당성을 가질 수 없기 때문에 제도 개선이 필수라는 것이다.

고 교수는 독일의 공영방송소요재원조사위원회와 같은 ‘수신료산정위원회’의 설치를 제도 개선 방안 중 하나로 제시했다. 그는 “여기서 중요한 것은 독립성의 보장”이라며 “위원회가 만들어져도 방송통신위원회 혹은 국회의 단순한 보조기구로 설립될 경우, 위원회의 의견은 단지 권고에 불과할 뿐 기속력을 갖지 못하기 때문에 정치적 영향력 배제라는 문제를 해결할 수 없다”고 설명했다.

두 번째 발제자로 나선 이종관 미디어미래연구소 정책연구실장은 “방송의 가치 구현을 위해서는 공영방송의 지속가능성 즉 공정책임의 지속가능한 수행의 보장이 매우 중요한 과제”라며 이를 위해선 사회적 인식의 전환이 필요하다고 강조했다.

이 정책연구실장은 영국 BBC의 수신

료 산정 방법을 예로 들었다. “BBC는 수신료 산정 시 BBC 활동에 대한 전반적인 비용환경, BBC 서비스의 지불액 대비 가치, BBC 이외의 서비스 제공 사업자와의 비교를 고려 대상으로 삼고 있다”며 “이때 지불액 대비 가치를 구성하는 항목 중 하나는 사회적 가치로 공영방송이 존재하지 않을 때 발생하는 시장실패의 규모로 판단하고 있다”고 말했다. 공영방송의 수신료는 건전한 사회의 지속가능한 발전을 위한, 시장실패를 방지할 사회적 비용이라는 인식의 전환이 필요하다는 것이다.

그는 또 공영방송의 재정 위기가 국내 콘텐츠 산업의 경쟁력 저하로까지 이어질 수 있다고 경고했다. 이 정책연구실장은 “공영방송뿐만 아니라 국내 지상파 방송사가 공통적으로 당면하고 있는 문제가 바로 재정건전성이 ‘지속적으로’ 취약해지고 있다는 점”이라며 “지상파 방송사의 재정이 안정적으로 확보되지 못하면 해외 방송 사업자에 의한 국내 시장 잠식이 발생하고 나아가 대만이나 호주와 같이 콘텐츠 시장의 대외 의존도가 높아져 자국 콘텐츠 산업의 쇠퇴가 나타날 수 있다”고 전망했다. 그는 마지막으로 “홍수가 발생했을 때, 마실 물이 오히려 없는 것처럼 최근과 같은 정글 미디어 시장에서는 공영방송을 통한 공적 가치 구현이 더욱 중요해진다”며 “공영방송 재원구조 개선을 통한 공공성 확보와 콘텐츠 산업 발전도 모는 더 큰 의의를 갖게 될 것”이라고 강조했다.

백선하 baek@kobeta.com

유료방송 합산규제, 국회 본회의 통과

6월부터 합산규제 시행…KT, 스카이라이프 매각하나?

유료방송 합산규제 법안이 국회 본회의를 통과했다. 오는 6월부터 위성방송 KT스카이라이프의 시장점유율도 유료방송 합산규제 대상에 포함됨에 따라 KT가 KT스카이라이프를 매각할 가능성이 있다는 주장 제기되고 있다. 국회는 3월 3일 임시국회 본회의를 열고 유료방송 합산규제를 담은 ‘인터넷 멀티미디어 방송사업법 일부개정법률안’을 재적 201인에 찬성 197인으로 통과시켰다. 전병헌 새정치민주연합 의원이 발의한 인터넷 멀티미디어 방송사업법 일부개정법률안은 위성방송인 KT스카이라이프의 유료방송 시장점유율을 케이블이나 IPTV 등의 방송 서비스와 같이 합산해 적용하겠다는 내용으로 현재 이 법안에 적용되는 사업자는 IPTV와 위성방송 KT스카이라이프를 갖고 있는 KT뿐이다. 이에 따라 KT는 전체 유료방송 시장점유율의 33%를 초과할 수 없게 됐다.

시장점유율은 전국 단위 가입자 수로 가입자 수 검증은 대통령령에 위임키로 했다. 다만 산간 오지나 도서 지역 등 위성방송만 시청이 가능한 지역은 합산규제 대상에서 제외키로 했다. 또 여야 의원들은 그동안 논의를 반영해 3년 뒤 이 법을 일몰키로 합의했다.

하지만 KT 진영과 반 KT 진영 그 어디에서도 만족스러운 반응은 나오지 않고 있다. KT와 KT스카이라이프는 즉각 반발하고 나섰다. KT는 “시장점유율 자체를 규제하는 것은 전 세계 어디서도 찾아볼 수 없는 일이며, 소비자의 선택권 보장과 국가경쟁력 향상을 위해 반드시 완화 또는 폐지돼야 한다”고 반박하며 이를 바로 잡기 위해 위헌 소송까지 불사할 것이라는 입장이다.

케이블 업계를 대표하고 있는 한국케이블TV협회는 법안 통과를 환영하지만 3년 일몰제에 대해서는 우려하고 있다. 전문가들 역시 해당 법안이 3년 후

일몰된다는 점에서 당장은 KT에 불리하겠지만 그 영향은 제한적일 것이라는 분석을 내놓고 있다.

한편 일각에서는 KT가 KT스카이라이프를 매각할 가능성이 있다는 주장이 나오고 있다. KT 입장에선 장기적으로 성장 가능성이 떨어지기 때문에 위성방송을 매각할 수도 있다는 것이다. 하지만 인수합병 업계에선 위성방송의 성장가능성이 높지 않다는 점을 고려하면 KT스카이라이프의 매각이 쉽지 않을 것이라고 내다보고 있다. 씨앤엠의 매각도 좀처럼 풀리지 않고 있는 상황에서 위성방송의 매각은 더 어려울 것이란 분석이다. 이에 대해 KT 관계자는 “KT스카이라이프의 매각은 생각지 않고 있다”며 일각에서 제기하고 있는 가능성을 일축했지만 그럼에도 불구하고 KT스카이라이프 매각설은 끊이지 않고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

중국 자본의 습격…“한류(韓流)가 한류(漢流)될 수 있어”

“한중 FTA 대비해 건강한 콘텐츠 생태계 구축해야”

지난달 가서명된 한중 자유무역협정(FTA)이 국내 방송 시장에 상당한 영향을 미칠 것으로 예상된다. 일각에선 한중 FTA가 콘텐츠 산업에 ‘독이 될 것’이란 전망을 내놓고 있지만 대다수 업계 전문가들은 막강한 자금력을 앞세운 중국의 공세로 국내 콘텐츠 산업 생태계가 붕괴될 수도 있다며 한중 FTA가 ‘독이 아닌 독이 될 수 있다’고 우려했다.

3월 6일 오전 10시 국회 제9간담회실에서 열린 ‘한중 FTA에 따른 방송환경 개방의 영향과 전망’ 토론회에 발제자로 참석한 이종관 미디어미래연구소 정책연구실장은 “한중 FTA는 기회인 동시에

위기”라며 “그러나 향후 콘텐츠 제작이 노동집약적 산업에서 자본집약적 산업으로 변화한다는 것을 전제한다면 한중 FTA는 콘텐츠 제작 산업에 심각한 위협이 될 수 있다”고 말했다.

현재 우리나라와 중국은 기본 협상에서 TV 드라마 및 애니메이션 공동제작 협정 등에 합의했고, 향후 세부 협상은 추진할 예정이다. 기본 협상의 주요 내용은 스토리라인, 애니메이션, 다큐멘터리 등 방송 콘텐츠 공동제작(중국 기업의 49%까지 지분 허용) △저작권 및 저작권집권 강화(20년→50년) △방송 사업자의 배타적 권리 인정 등이다.

일부 제작자들은 중국 시장 진출로 국내 방송제작 경쟁력을 높일 수 있다고 내다보고 있다. 또한 국내 제작 인력의 중국 취업으로 방송 분야의 일자리가 늘어날 수도 있다고 전망한다.

하지만 대다수 방송 전문가들은 한중 FTA로 인한 장밋빛 전망을 경계하고 있다. 이 정책연구실장은 “국내 제작업체들은 중국으로의 직접 진출을 희망하고 있지만 불가능한 상황”이라며 “중국은 콘텐츠 제작 노하우와 제작 기반만 확보하면 경쟁우위를 달성할 수 있다고 판단하고 있어 오히려 우리나라가 콘텐츠 OEM(주문자 상표 부착 생산) 국가로

전락할 수 있다”고 우려했다.

또 다른 발제자인 박상호 공공미디어연구소 연구팀장도 “한중 FTA로 중국 자본이 들어오게 되면 단기적으로 PD나 작가, 배우 등 특정 직업군과 제작사 등은 이익을 볼 수 있지만 장기적으로 국내 제작 환경과 경쟁력이 뿌리째 흔들릴 수 있다”고 지적했다. 박 연구팀장은 “국내 방송 제작사의 자본력이 매우 취약한 상황”이라며 “중국 자본 유입이 늘어나고 한중 공동제작이 활성화되면 제작비와 출연료, 작가 원고료가 폭등할 가능성이 높는데 금액을 맞추다보면 국내 제작 기반은 더 악화될 것”이라고 말했다. 그는 이어 “이 같은 상태가 지속되면 결국 우리 인력으로 만든 중국의 방송 콘텐츠가 국내로 역수입되는 상황을 맞을 수도 있다”고 경고했다.

이에 대해 이 정책연구실장은 △세부 협정 추진 시 공동제작물 인정 여부, 제작 인력 및 수익금에 대한 보호 방안 마련 △국내 방송사와 제작사의 자체 콘텐츠 역량 강화 △외부 및 독립 제작사 보호 장치 마련(여건 개선 필요) △지상파 방송사 재정 건전성 강화 △글로벌 진출 전략 개선(글로벌 진출 및 해외 자본 국내 유입 시 ‘제이프 하버’ 구축 등) 등을 한중 FTA에 대응하기 위한 정책 과제로 제시했다.

그는 특히 “국내 방송사의 자본 경쟁력은 자본 및 노동 생산성이 공공부문보다 낮은 상태로 매우 취약하다”며 “단기적으로 주 수익원인 광고 규제에 대한 포괄적 완화를 검토해 재정 건전성을 확보할 필요가 있다”고 강조했다.

백선하 baek@kobeta.com

MWC 2015

EBU “한류 위해선 700MHz 방송에 활용해야”

국회 미방위 EBU 방문…700MHz 주파수 대역 활용 논의

초고화질(UHD) 방송 시장을 선점하기 위한 전 세계 움직임이 심상치 않은 가운데 유럽방송연맹(Europe Broadcasting Union, EBU)이 한류 콘텐츠의 지속적인 발전을 위해선 700MHz 주파수를 방송에 활용해야 한다고 조언했다. 이들은 EBU를 방문한 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 여야 의원들에게 유럽도 해당 주파수 대역을 방송용으로 계속 사용하길 바란다는 입장을 드러내며 공감대를 형성했다.

스페인 바르셀로나에서 열린 세계 최대 모바일 전시회인 ‘모바일 월드 콩그레스(MWC) 2015’를 방문한 미방위 소속 여야 의원들은 MWC 2015 전시장을 둘러본 뒤 스위스 제네바로 떠나 EBU를 찾았다. 미방위 소속 여야 의원들은 이 자리에서 유럽 방송 시장의 현안을 듣고 EBU 관계자들

과 의견을 교환했다. 오는 2020년을 전후해 700MHz 주파수 대역의 방송 활용 여부를 결정해야 하는 EBU 관계자들은 국내 상황에 큰 관심을 보인 것으로 전해졌다.

피터 맥거번 EBU 본부장은 “한국 지상파 방송사들이 지상파 UHD 방송을 위해 700MHz 주파수 대역 활용을 희망하고 있는데 유럽도 해당 주파수 대역을 계속 사용할 수 있기를 바라고 있다”며 “한류 콘텐츠의 지속적인 성장을 위해서도 지상파 UHD 방송의 조속한 도입이 필요하고, 국민들은 지상파 UHD 방송을 본다면 놀라워할 것”이라고 말했다.

유럽도 지상파 UHD 방송을 위해 다각적 노력을 기울이고 있는 상황이다. 프랑스는 지난해 5월 ‘롤랑가르스’ 프랑스 오픈 테니스 경기를 지상

파 UHD 실험방송으로 진행했고, 7월부터는 프랑스 지상파 송출 사업자인 ‘TDF’가 유럽 음악 유료 방송 전문 채널인 ‘NRJ’와 함께 에펠탑에서 DVB-T2와 HEVC 조합으로 지상파 UHD 실험 방송을 실시하고 있다. 현재 TDF는 NRJ가 보유한 뮤직비디오 4K 영상과 기존 HD로 제작된 음악 영상도 업스케일링해 송출 중이다.

프랑스뿐만 아니라 독일 공영방송사인 BR도 방송 연구 기관인 IRT와 함께 DVB-T2와 HEVC 기술을 이용한 실험방송을 지난해 7월부터 뮌헨에서 실시 중이다. 독일은 뮌헨 두 지역에 DVB-T2 송신 사이트를 각각 설치해 1개 주파수(채널 43번, 650MHz)로 단일주파수망 방식인 SFN을 구성해 방송 중이며, 고정 수신뿐만 아니라 이동수신 테스트도 병행하고 있다.

이에 대해 홍문종 미방위원장은 “UHD가 앞으로 세계를 리드하게 되는데 우리도 (UHD 시장을) 선점하기 위해서는 700MHz 대역에 지상파 UHD 방송을 도입하는 것을 검토해야 하지 않을까 생각한다”고 밝혔다.

문병호 새정치민주연합 의원 역시 지상파 UHD 방송이 한류의 지속적 확산에 큰 도움이 될 것이라고 말했다.

이날 여야 의원들은 지상파 UHD 전국 방송을 위해 700MHz 주파수 정책을 하루빨리 마무리해야 한다는 데 의견을 모은 것으로 알려졌다.

한편 EBU는 지난 1월 23일 한국방송기술인연합회(KOBE-TA)와 양해각서(MOU) 체결을 통해 향후 UHD 시행을 위한 실질적 교류 협력을 약속했다.

당시 베르하렌 EBU Technical Committee 회장을 비롯한 방문단은 “지상파 방송사가 UHD 방송을 통해 좋은 콘텐츠를 공급할 수 있다면 한국은 전 세계적으로 유리한 위치를 점할 수 있을 것”이라며 국내 UHD 경쟁력을 높이 평가했다.

백선하 baek@kobeta.com

최성준 방통위원장 “700MHz 주파수, 방송과 통신 나눠 써야”

700MHz 주파수 출구전략 마련하나?…진통 예상

700MHz 주파수를 둘러싼 지상파 방송사와 통신 업계 간 힘겨루기가 계속되고 있는 가운데 최성준 방송통신위원회 위원장이 “한정된 주파수를 어느 한쪽이 전적으로 사용해서는 안 된다”고 말해 그 배경에 관심이 쏠리고 있다. 올 상반기 중으로 700MHz 주파수 활용계획을 마련해야 하는 방통위가 갈등 상황을 정리하기 위한 수습책 마련에 나선 것 아니냐는 분석이 나오고 있다.

최성준 방통위원장은 3월 4일(현지시간) MWC 2015에서 700MHz 주파수 할당 문제와 관련해 “어느 한쪽이 이기는 게임이 아니고 서로 손을 잡고 일해야 하기에 한쪽만 생각할

수 없다”고 밝혔다. 최 위원장은 이어 “국회 그리고 미래부와 머리를 맞대고 가장 효율적으로 활용하면서 국민 편익을 최대로 주는 방안을 찾으려고 노력 중”이라며 “올 상반기에는 그림을 그려야 각자 투자가 이뤄질 것 같다”고 말했다. 정리하면 6월 말까지 700MHz 주파수를 방송과 통신이 나눠 활용할 수 있는 방법을 마련하겠다는 것이다.

하지만 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 여야 의원들은 무료 보편적 서비스 확대를 위해 700MHz 주파수 잔여 대역을 지상파 초고화질(UHD) 방송에 활용해야 한다고 주장하고 있어 최 위원장의 이 같은 발언과 온도 차를 보이고

있다. 또한 시민사회단체와 학계에서도 주파수의 공익적 활용을 주장하고 있어 향후 700MHz 정책 수립 과정에 상당한 진통이 예상되고 있다.

한편 이날 최 위원장은 주파수 경매 제도에 대한 이야기도 언급했다. 앞서 최 위원장은 톰 헐러 미국 연방통신위원회(FCC) 위원장과 만나 주파수 경매 제도에 대해 논의한 바 있다. 그는 미국의 인센티브 옥션(incentive auction) 제도와 관련해 “미국은 기술 발전에 따라 남은 주파수 대역을 경매하고, 그 수익금을 방송사 콘텐츠 제작에 지원하는 방안을 추진 중인데 (우리나라와) 환경 자체가 달라 국내 도입은 어렵다”고 말한 뒤 다시 한 번 “(이처럼) 방송과 통신

이 상생하는 모델을 고민하고 있다”고 밝혔다.

현재 FCC는 인센티브 옥션 제도를 도입하려 시도했으나 방송사의 반대로 소송 중이다. 인센티브 경매는 자발적인 주파수 권리 반납 단계인 역경매, 반납된 주파수 및 방송 채널의 재배치 단계, 주파수의 할당 단계인 순경매 등 크게 3가지 단계로 이뤄진다. 하지만 이중 주파수 및 방송 채널의 재배치 단계는 정책적 검토와 기술적 검증이 동시에 이뤄져야 하는 부분으로 정책 시행 전 다각적인 검토가 요구된다.

특히 방송 채널 재배치 후 방송국간에 발생할 수 있는 간섭 문제에 대해서는 인센티브 경매 이전에 시청자 방송 효용 유지 가능성, 인센티브 경매 이전 간섭 지역의 시청 효용 고려 유무, 인센티브 경매 후 신규 채널 할당 방송국의 간섭 허용 수준 등의 검토가 필요해 도입까지 상당한 시간이 요구된다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

MWC 2015 폐막…핵심은 ‘사물인터넷’

사물인터넷으로 연결된 미래 생활 제시



소기업이나 창업벤처 등 누구나 IoT 관련 서비스나 제품을 개발할 수 있어 IoT 산업이 발전하는데 중요한 역할을 할 것”이라고 설명했다.

코웨이와 IoT 기반 스마트 홈 케어 공동 사업을 위한 양해각서(MOU)를 체결한 KT는 집안에 설치된 공기 질 측정 센서가 수집한 데이터를 IoT 플랫폼으로 전송해 실내 공기 질 관리에 필요한 정보를 추출하는 서비스를 선보였다. 황창규 KT 회장은 “KT가 보유한 IoT 역량으로 친환경 생활 가전을 포함한 스마트 홈 IoT 사업의 경쟁력을 높여나갈 것”이라고 밝혔다. KT는 또한 노키아와 함께 LTE를 기반으로 한 IoT 네트워크 기술인 ‘LTE-M’을 시연해 많은 관심을 받았다.

이번 MWC에서 빼놓을 수 없는 것이 바로 자동차다. MWC 2015에서는 스마트폰만큼이나 쉽게 자동차를 볼 수 있었다. LG전자는 LTE 통신 모듈을 탑재한 스마트워치 ‘LG 워치 어베인 LTE’로 아우디 자동차를 제어하는 기술을 시연했다. LG전자의 스마트워치가 아우디 자동차의 열쇠인 것이다. LG 워치 어베인 LTE를 착용하고 운전석에 탑승해 스마트 엔진 버튼을 누르면 시동이 걸리고, 착용한 스마트워치를 운전석 손잡이 근처에 대기만 해도 문을 열거나 잠글 수 있다. 스페인 이동통신사 보다폰은 포르쉐 자동차를 내세웠다. 포르쉐에 문제가 생기면, 사용자의 스마트폰과 차량 정비 업체에 정비 정보를 제공하는 기술을 선보였다.

핀테크 열풍은 MWC에서도 이어졌다. 삼성전자는 갤럭시S6와 갤럭시S6 엣지에 ‘삼성페이’를 탑재하겠다고 밝혔다. 삼성페이의 가장 큰 특징은 현재 널리 쓰이는 마그네틱 보안 전송(MST) 방식의 카드 결제기에서도 작동한다는 것이다. NFC만 지원하는 애플페이에 비해 한 수 위라는 평가를 받고 있다. 또한 국내 카드사 중 유일하게 MWC 전시회에 참여한 BC카드는 KT전시관에서 ‘탭사인(TapSign)’ 결제 서비스를 시연했다. 탭사인은 자신의 신용카드를 스마트폰에 터치하고 비밀번호만 입력하면 안전하게 인증 및 모바일 결제



를 할 수 있는 서비스다. 비자카드는 운전 도중 음성으로 피자hez 주문하고 바로 결제까지 할 수 있는 모습을 시연해 많은 눈길을 끌었다. 마스터카드도 ‘쿼커(Qkr)’라는 애플리케이션을 통해

가맹점 식당에서 카드를 점원에게 건네주지 않고도, 스마트워치에서 단 네 번의 탭으로 손쉽게 결제할 수 있는 서비스를 선보였다.

백선하 baek@kobeta.com

KBS, 공사 창립 42주년 맞아 미션·비전 선포

‘미래혁신 방안’에 내부 반발 … “사실상 구조조정과 다를 바 없어”

KBS가 공사 창립 42주년을 맞아 3월 2일 오후 정치권과 정부 관계자, 시청자 위원, 학계, 직능단체장 등 각계 대표들 앞에서 처음 제정된 미션(Mission)과 비전(Vision)을 선포했다.

이날 발표된 미션은 ‘가장 신뢰받는 창조적 미디어이고, 비전은 ‘TV를 넘어! 세계를 열광시킨다!(Beyond TV! Rock the World!)’이다.

KBS는 “미션과 비전을 대내외에 선포한 것은 국가기간방송이자 공영방송으로서의 정체성을 재확인하고, 대한민국을 넘어 글로벌 대표 공영방송으로 새롭게 도약하겠다는 포부를 밝힌 것”이라고 설명했다.

이번에 선포된 KBS의 미션과 비전은 지난해 10월부터 약 6개월 동안 KBS 본사와 지역, 계열사 구성원들이 첫 기획부터 설문조사, 최종안 확정까지 모든 과정에 참여했을 뿐만 아니라 시청자와 시민사회단체, 언론 학계의 평가도 반영된 것으로 전해졌다.

KBS는 미션과 비전을 실현하기 위한 첫 단계로 ‘KBS 미래혁신 방안’을 발표했다. 먼저 내부 조직 혁신과 효율화를 위해 △임금피크제 연내 실시 △연봉제 도입 △인력구조 개편과 퇴출구조 확대 △성과급제 확대 등을 적용키로 했다. 또 비용구조 혁신을 위해선 △향후 5년 간 인건비 포함 3천억 원 절감 △유기적 움직임을 위한 ‘One KBS’ 경영 추진 △지

역국 기능 조정 및 운영 합리화 △본사와 계열사 시너지 확대 등을 시행하기로 했다.

또한 실무자를 위한 ‘KBS 공정성 가이드라인’도 공개했다. 총 113페이지 분량으로 만들어진 공정성 가이드라인은 자사 보도·시사·교양 프로그램에 대한 일부 공정성 논란을 불식하고 공영방송의 핵심 가치인 공정성을 지키기 위해 제작자들이 현장에서 직접 활용할 수 있는 구체적인 실천 방안을 담고 있다.

구체적으로 공정성·정확성·다양성을 3대 준칙으로 설정한 뒤 제작자들이 현장에서 자주 맞닥뜨리는 분야를 △공직자 검증 △선거 △여론조사 △공공정책 △사회갈등 △역사 △재난재해 등 7개로 나뉘 그 아래 49개 제작 세칙을 규정했다.

KBS는 “공정성 가이드라인을 제정하기 위해 지난해 9월부터 외부 전문가로 구성된 T/F와 편집위원회를 구성했다”며 “이전에 공정성 논란이 있었던 KBS의 사례는 물론 해외 관련 사례를 살펴보고 토론해 마련한 준칙들을 정비한 뒤 마련한 안에 대해 내·외부 전문가들의 자문을 받는 과정을 거쳤다”고 밝혔다.

KBS는 해외의 경우 영국 공영방송 BBC가 ‘불편부당의 원칙’을 정해 외부로부터의 공정성 논란에 대응하고 있고, 국내에도 다양한 형태의 가이드라인이 있기는 하지만 공정성과 관련한 준칙을 모

두 모아 하나로 정비한 것은 국내에서는 처음이라고 설명했다.

하지만 KBS의 이 같은 움직임을 두고 내부에선 반발의 목소리가 나오고 있어 논란이 일고 있다. 전국언론노동조합 KBS본부는 이날 성명서를 통해 “오전 사내 미션 비전 선포식에선 한 마디 언급도 없다가 오후에 외부 인사들을 초청한 자리에서 보도자료를 통해 발표했다”며 “(KBS 미래혁신 방안은) 사실상 구조조정과 다를 바 없는 내용들”이라고 비판했다.

한편 KBS 미래혁신 방안에 대한 내부 비판이 일자 KBS 교향악단 단원들의 신분을 둘러싼 문제에 관심이 집중되고 있다. 현재 KBS 교향악단 단원 100명 중 67명은 KBS 소속이고, 나머지는 재단법인 KBS 교향악단 소속이다. 앞서 지난 2012년 9월 KBS 교향악단이 재단법인으로 출범하면서 KBS는 단원들에게 재단법인으로 재입사를 요구했지만 대다수 단원들이 이를 거부해 67명은 “2년 후 다시 논의하자”는 조건 아래 KBS 소속으로 남게 됐다. 하지만 2년이 지난 지난해 9월에도 대다수 단원들이 전적을 거부했고, KBS 사측은 “(마지막 협상 시한까지) 단원들이 법인으로 전적하지 않으면 일반적으로 전환해 다른 업무에 투입할 수밖에 없다”고 주장하고 있어 논란이 일고 있는 상황이다.

백선하 baek@kobeta.com

지상파·PP 제작비 5년 동안 17.7% 증가

“종편 진입 이후 시청률 경쟁 치열”

최근 5년 사이 지상파 방송사와 방송채널사업사업자(PP)의 프로그램 제작 및 구매비용이 연평균 약 18% 증가한 것으로 나타났다. 특히 종합편성 채널이 출범한 직후인 2012년 증가폭이 크게 확대됐다.

최근 정보통신정책연구원(KISDI)이 발간한 ‘방송채널사용사업자(PP)의 프로그램 제작과 구매 추이 분석 보고서’에 따르면 지난 2009년부터 2013년까지 5년 동안 지상파와 PP의 전체 방송 프로그램 제작 및 구매비용은 연평균 17.7% 증가했으며 2012년에는 2조 8,633억 원으로 최고치를 기록했다. 2012년까지 지속적으로 증가한 프로그램 제작 및 구매비용은 2013년 전년 대비 11.6% 감소하며 2조 5,310억 원을 기록했다.

이선희 KISDI 정보사회분석실 ICT통계분석센터 연구원은 “종편이 진입하면서 시청률 경쟁이 강화돼 제작 및 구매비용의 상승을 이끈 것으로 보인다”고 분석했다.실제로 지난 2011년 12월 종편 진입 직후인 2012년 제작 및 구매비용은 2조 8,633억 원으로 전년 대비 35.3% 증가했다.

또 지상파 방송사보다는 PP의 제작 및 구매비용이 크게 증가한 것으로 나타났다. 보고서에 따르면 2011~2013

년 지상파 방송사의 제작 및 구매비용은 연평균 0.3% 감소한 반면 PP는 17.9% 증가했다. 제작 및 구매비용도 2011년을 기점으로 PP가 지상파 방송사를 넘어섰다. 이 연구원은 “2010년까지는 지상파 방송사가 PP보다 제작 및 구매비용이 높았으나 2011년 PP의 제작 및 구매비용이 1조 801억 원으로 지상파 방송사의 1조 360억 원을 넘어서면서 PP의 제작 및 구매비용이 지속적으로 증가하고 있다”고 설명했다.

자체제작비도 2012년부터 PP가 앞서고 있다. 지상파 방송사의 경우 외주제작비(순수외주, 특수관계사 외주 포함)가 연평균 11.3% 증가해 2013년에는 4,616억 원이었으며, 비중 역시 2009년 38.9%에서 2013년 44.8%로 5.9%p 증가했다.

이날 온라인 공개된 ‘PP의 프로그램 제작과 구매 추이 분석’ 보고서는 KISDI 정보사회분석실 ICT통계분석센터가 ‘방송산업실태조사’ 자료를 이용해 최근 5년 동안의 PP와 지상파 프로그램 제작 및 구매비용 추이를 비교한 것으로 조사 대상 PP는 사업유형별로 홈쇼핑, 종합편성, 보도전문, 지상파계열PP, MSP, 일반PP로 나뉘었다. 민서진 seojin@kobeta.com

SA “올해 UHD TV 출하량 2배 증가한다”

UHD TV는 ‘대세’…TV 대형화 추세는 ‘주춤’

올해 초고화질(UHD) TV 출하량이 지난해보다 2배 이상 증가할 것이란 전망이 나왔다.

최근 미국 시장조사업체 스트래티지에널리틱스(SA)가 내놓은 ‘UHD TV 디스플레이 글로벌 시장 전망’ 보고서에 따르면 올해 UHD TV 출하량은 2,750만 대로 지난해 1,210만 대보다 127.3% 늘어날 전망이다. SA는 UHD TV 출하량이 오는 2018년까지 매년 1억 대씩 늘어날 것이며, 2020년에는 미국 가정의 절반이 UHD TV를 보유할 것이라고 예측했다.

UHD TV의 수요가 증가하는 이유로는 가격과 모델의 다양성이 꼽혔다. SA는 “UHD TV의 가격이 1,000달러(약 110만원) 아래로 떨어지고, UHD TV 모델이 다양해지고 있기 때문에 전 세계적으로 수요가 늘어나고 있다”고 분석했다.

UHD 시장 성장속도가 가장 빠른 곳으로는 미국이 꼽혔고 이어 서유럽, 호주, 한국, 중국 등이 그 뒤를 이었다.

SA는 다만 UHD TV가 이끌었던 TV 대형화 추세는 내년 말이 되면 멈출 수도 있다고 내다봤다. TV 화면의 대형화 추세는 지난 2013년부터 가속화돼 2014년 절정을 찍었다. 세계 최대 TV 시장으로 꼽히는 북미와 중국의 경우 지난해 1분기 LCD TV 평균 크기가 각각 40.2인치와 40.9인치를 기록하며 40인치 대를 넘어섰고, 삼성전자와 LG전자는 100인치 이상의 대형 UHD TV를 선보이며 TV 대형화 흐름을 주도했다. 고해상도의 콘텐츠를 대형 화면으로 즐기려는 소비자들의 심리를 자극한 것이다. SA는 “지난해 출하된 UHD TV의 60%가 50인치 이상의 대화면이었고, 50인치 이상 전체 평판 TV 가운데 4분의 1을 UHD TV가 차지했다”면서 “하지만 올해부터는 50인치 이하의 UHD TV가 더 많이 팔리고, 2016년 말에는 50인치 이하 UHD TV가 주력상품이 될 것”이라고 전망했다.

이진별 jnb1001@kobeta.com

‘차세대 웹표준(HTML5) 기반 스마트 TV 플랫폼’ 국제표준 채택

미래부, “세계 스마트 미디어 국제 표준 경쟁에 국내 표준 본격 진출”



© 삼성전자

미래창조과학부와 한국정보통신기술협회(TTA)는 국제전기통신연합(ITU-R SG6)의 권고 표준에 국내 ‘스마트 TV 플랫폼(국내 표준명 : TTAK.KO-07.0111/R1)’이 채택됐다고 밝혔다.

국제전기통신연합(ITU)은 1865년 설립된 국제연합(UN) 산하의 표준화 전문 기구로 유·무선 통신, 전파, 방송, 위성

주파수 등에 관한 국제 표준화 활동을 담당하고 있다. 특히 이번 표준은 ITU 내에서 방송 분야 표준화 기술을 연구하는 그룹(ITU-R SG6)에서 채택됐다.

미래부의 ‘차세대 방송통신 기술지원 플랫폼 구축사업’의 일환으로 추진되고 있는 스마트 TV 플랫폼 표준은 IPTV·케이블·지상파·위성 등 모든 방송 및 미디어 기기에 공통으로 적용할 수 있는 차세대 웹 표준(HTML5)을 기반으로 하고 있다는 특징을 갖고 있다.

ITU는 지난 2012년 4월부터 기존 방송에 인터넷 서비스를 융합한 새로운 방송 서비스(IBB) 즉 스마트 미디어를 제공하기 위한 시스템 표준화를 개발해오고 있다. 이에 미래부와 TTA는 국내 스마트 TV 플랫폼 표준을 ITU의 새로운 방송 시스템 표준에 반영하기 위해 지난

해 11월 기술보고서가 채택된 바 있으며 올해 2월 9일부터 23일까지 스위스 제네바에서 열린 국제회의에서 표준 반영을 승인받았다.

이정구 미래부 방송진흥정책관은 “그 동안 ITU의 새로운 방송 시스템 권고 표준으로 채택됐던 일본의 하이브리드 캐스트(Hybridcast) 표준, 유럽의 하이브리드 방송표준 (HbbTV)과 더불어 이번에 우리나라의 ‘스마트 TV 플랫폼 표준’이 채택되면서 향후 세계 스마트 TV 및 스마트 셋톱 시장의 국제 표준 경쟁에 본격적으로 뛰어들었다는 의미”라고 소개하면서 “국내 스마트 미디어 방송 플랫폼 기술이 세계 시장을 개척하고 미디어 분야의 수출 활로를 확대하는데 크게 기여할 것으로 기대한다”고 밝혔다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

기자수첩

창조경제 위한 미래부 조직개편 성공할까

미래창조과학부가 3월 대대적인 조직개편을 단행한다. 통합돼 있던 부서의 기능을 분리시킨 이번 조직개편은 창조경제의 가시적인 성과를 내기 위한 조치로 풀이되고 있다.

가장 눈에 띄는 점은 2차관 산하의 ‘정보통신방송정책실’에서 방송 기능이 분리됐다는 것이다. 미래부는 방송과 통신의 융합에 대응하기 위해 만들어진 정보통신방송정책실을 정보통신정책실로 바꾸고, 방송진흥정책국을 신설했다. 방송진흥정책국 산하에는 방송산업정책과, 뉴미디어정책과, 디지털방송과를 두었다.

관련 업계에서는 지상파 초고화질(UHD) 방송과 700MHz 주파수 정책을 둘러싼 논의에서 미래부가 방송을 제대로 이해하지 못하고 있다는 국회 지적을 반영한 것이라는 해석이 나오고 있다.

또한 최근 정보통신기술(ICT) 발달

로 중요해지고 있는 정보보호 관련 기능은 기존 과장급 조직을 국장급으로 격상해 관리기로 했다. 이에 따라 정보통신정책실은 인터넷융합정책관, 정보통신산업정책관, 소프트웨어정책관, 정보보호정책관으로 나뉘어 운영된다.

최양희 미래부 장관은 “어떻게 해야 조금 더 일을 잘할 수 있는지 오랫동안 고민해왔다”며 “외부에서 자문도 받고, 내부에서 치열한 논의를 거쳐 현실에 맞게 일하는 조직으로 바꾸자는데 뜻을 모았다”고 말했다.

또 최 장관은 “신속한 결정과 소통을 위해서는 수평적 협력이 중요하다”며 이번 조직개편이 수평적 협업 체제를 기반으로 마련됐음을 강조했다.

미래부 안팎에서는 이번 조직개편이 성공할 가능성이 높다고 보고 있다. 일반적인 조직개편이 아니라 조직의 경쟁력을 강화하기 위한 움직

임으로 조직문화 전환에 초점을 맞췄기 때문이다. 미래부가 발표한 ‘스마트(SMART) 3·3·3’도 그 일환 중 하나다.

하지만 우려의 목소리도 제기되고 있다. 성과주의에 쫓겨 모양새 갖추기에 급급한 나머지 현장의 목소리를 제대로 반영하지 못할 가능성도 있기 때문이다.

뿐만 아니라 조직개편과 동시에 시작된 산하단체장 선임에서는 벌써부터 잡음이 일고 있다. 차기 케이블TV 방송협회장으로 지난 2월 청와대를 떠난 윤두현 전 홍보수석이 내정됐기 때문이다.

이에 일각에서는 미래부가 조직개편과 조직문화 개선으로 변화의 중심에 서기를 기대하고 있지만 낙하산 논란으로 그 의지가 퇴색될 수 있다는 목소리도 나오고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

파워인터뷰

이선의 한국방송협회 정책전문위원

“한중 FTA, 소 잃고 외양간 고치는 일 없어야”

콘텐츠 선순환 구조 확립 시급…“지상파 광고 규제 완화·특수관계자 외주 비율 폐지 필요”

한중 자유무역협정(FTA)이 지난해 11월 10일 협상 타결을 선언한 지 3개월여 만에 가서명에 성공했다. 본 서명에 이어 국회 비준까지 상당한 시간이 걸린다고 해도 올해 말까지는 모든 절차가 완료될 것으로 보인다. 곧 13억이라는 중국 거대 시장을 마주하게 된다는 것이다. 중국이 우리나라의 최대 교역국인 만큼 다양한 부분에서 많은 변화가 예상되고 있다. 콘텐츠 산업도 예외가 아니다. 산업통상자원부는 한중 FTA 체결 직후 “영화 및 TV 분야에서의 공동 제작, 방송시청각서비스의 협력 증진, 엔터테인먼트에서의 합작기업 설립 개방 등을 통해 양국의 문화 교류가 더욱 활성화될 것”이라며 “저작권을 강화해 중국 내 한류 콘텐츠도 보호할 수 있게 됐다”고 밝혔다. 콘텐츠 산업이 상당한 수혜를 받을 것으로 전망한 것이다. 하지만 일각에서는 이러한 장밋빛 전망이 위험하다고 우려하고 있다. 중국의 문화 콘텐츠 규제가 여전히 높은 수준일 뿐 아니라 중국의 자본이 국내 콘텐츠 시장을 잠식할 가능성이 높아 얻는 것보다 잃는 게 더 많다는 지적이다. 또한 중국 자본으로 인해 제작 노하우 및 인력 유출이 가속화되고 있어 국내 콘텐츠 생태계 자체가 무너질 수도 있다는 주장까지 제기되고 있다. 이에 본지에서는 이선의 한국방송협회 정책전문위원을 만나 한중 FTA가 국내 콘텐츠 산업에 미치는 영향과 지상파 방송사를 포함한 국내 방송 업계가 어떻게 대비하고 있는지 살펴보고자 한다. 다음은 이선의 한국방송협회 정책전문위원과 일문일답이다.

• **한중 FTA에서 콘텐츠 분야와 엔터테인먼트 분야의 핵심은 무엇인가?**

한중 FTA는 산업통상자원부 주도로 10여개 부처가 협력해 진행된 것으로 주로 자동차, 반도체, 에너지 등 공산품에 초점을 맞춘 협상이다. 이중 문화체육관광부가 문화 서비스나 저작권 분야를 담당했는데 먼저 문화 서비스 분야의 골자는 △엔터테인먼트 분야-합작 또는 합자 형태의 공연장경영업 및 공연중개업 설립 허용 △스포츠 분야-스포츠 이벤트 프로모션, 이벤트 조직 및 스포츠설비 운영업 허용 △여행 분야-한국 여행사의 아웃바운드 업무 즉 중국인 대상 해외여행 업무 허용 등이고, 저작권 분야는 △방송 콘텐츠 보호기간 연장(현행 20년→50년) △음반의 2차적 이용 관련 보상 청구권 부여 △방송사업자의 배타적 권리(재방송이나 복제 및 고정 등) 부여 △일시적 복제권 부여 △이용통제(CD 복제 방지 장치) 및 접근통제(인터넷가페 ID 로그인 등) 우회 금지 △권리자 추정(민사, 형사, 행정 절차에서 성명이 표시된 사람을 권리자로 인정) △영화관 도촬 금지 △인터넷상 반복적 침해 방지 등이 주요 합의사항이다.

• **한중 FTA로 저작권과 저작권접권이 더욱 강화돼 한류 콘텐츠가 많은 수혜를 받을 것이라고 하는데 한중 FTA 체결로 국내 콘텐츠 산업이 얻을 수 있는 것은 무엇이라고 보는가?**

실질적인 혜택은 거의 없다고 보면 된다. 한중 FTA 협상에서 문화 서비스나 저작권 등 콘텐츠 관련 분야는 우선순위가 아니었다. 다시 말하면, 콘텐츠 산업 자체에서 큰 혜택을 보기 위한 협상이 아니었다는 것이다. 또 방송 콘텐츠 등 상대국의 문화 정책과 관련된 문제제기는 현실적으로 힘든 부분이기 때문에 객관적이고 엄격한 법 적용 역시 기대하기 어렵다. 한중 FTA로 저작권 등에서 여러 가지 조항을 마련했다고 해서 중국 공산당이 주도하는 지도나 행정조치가 갑자기 강화되지는 않을 것이란 의미다.

특히 중국은 불법 다운로드와 해적판이 판을 치고 있는 곳이다. 이런 상황에서 방송 콘텐츠 보호기간을 50년으로 늘렸다고 해서 우리에게 실질적인 혜택이 있을 것이라고 보는가? 절대 그렇지 않다. 방송 콘텐츠는 트렌드를 주도해야 하기 때문에 시간과의 싸움인데 중국 내 저작권 보호를 통한 양성화된 유통 시스템이 확보되지 않은 현 상황에서 합리적이고 객관적인 대중국 콘텐츠 수출은 기대하기 어렵다. 방송사업자간 자율적인 계약이 오고가도록 놓아두는 게 오히려 콘텐츠 사업자에게 이득이다. 즉 정부차원의 저작권 강화 실천요구가 효과를 거두기 어려운 현실 속에서 중국 저작권 업무의 핵심부서인 관권중심(저작권중앙위원회)이 검열 등 사전규제 조치만 양산할 경우, 사업자간 협상으로 제대로 진행되던 계약이 어그러지거나 수포로

돌아갈 가능성이 높아지는 등 사업기회를 위축시킬 가능성이 높다.

• **중국은 지난 9월 중국 온라인을 통해 제 공되는 외국 콘텐츠가 중국 콘텐츠 총량의 30%를 넘지 못하도록 하는 규제(올해 4월 발효 예정)를 만들었다. 한중 FTA 체결에도 불구하고 이 같은 규제가 적용되면 큰 타격을 입을 것이라고 내다보는 전문가들이 많은데 어떻게 생각하는지.**

중국 콘텐츠 시장의 벽은 높다. 수많은 규제들이 존재한다. 중국 공산당이 국가이익에 반해서까지 해외 저작물이나 저작권자에 대한 무한한 권리를 인정해 주지 않기 때문이다. 현재 중국은 △신문 관련 업체 △도시 및 신문 잡지의 출판, 총 발행과 수입 업무 △음향 제품과 전자출판물의 출판, 제작과 수입 업무 △라디오 방송국, TV 방송국, 방송TV채널, 방송TV전송방송네트워크 △방송 TV프로그램 제작경영회사 △영화제작 회사 및 발행회사, 영화상영회사연맹 △뉴스 인터넷 홈페이지, 네트워크 시청 프로그램 서비스, 인터넷접속서비스, 인터넷문화경영 △녹화제품방영회사 등의 사업진출 기회를 제한하고 있다. 자국 문화를 철저히 보호하는 시스템이란 것이다. 중국은 절대 해외 콘텐츠에 개방적이지 않다. 구체적으로 보면 2010년 해외 드라마 수입 및 방영 관리가 강화되면서 채널당 편성이 25%로 제한되고, 프라임타임 때 방영이 금지됐다. 2013년에는 위성방송의 포맷수입 제한 조치로 콘텐츠뿐 아니라 포맷 수출길도 막혔다. 올해는 인터넷 동영상 사이트 선 심사 후 방영 및 방영 총량제가 도입됐다. 사전심의 통과까지 최소 6주에서 최대 6개월이 걸려 해적판 콘텐츠 유통을 더욱 부추기고, 그 결과 제대로 절차를 밟은 콘텐츠 수출 가격은 점점 떨어지는 상황이다. 결과적으로 방송 플랫폼에 이어 인터넷 동영상 사이트 규제 더 나아가 해외 프로그램 수입 제한 조치 등으로 앞으로 한류 콘텐츠 수출은 점점 줄어들고, 수익도 하락할 것이다.

• **결국 한중 FTA 체결로 국내 콘텐츠 산업의 수출이 급격히 증가한다던가, 저작권 보호로 혜택을 받는다면가 하는 이득은 없다는 것인데 그것보다 더 큰 문제가 중국 자본의 국내 유입이라고 생각한다. 현재 중국 자본이 국내 콘텐츠 산업에 어느 정도 영향을 미치고 있는지 또 한중 FTA가 발효되면 상황은 어떻게 될 것인지.**

이미 국내 콘텐츠 산업 생태계가 붕괴될 조짐을 보이고 있다. 많은 외주제작사들이 중국 큰손의 거액 투자 제안에만 관심을 갖는 상황이다. 중국 돈으로 드라마를 제작해서 큰 돈을 벌겠다는 한탕주의 사세가 늘고 있다. 또한 고액 스카우트를 제안받아 개별적으로 중국에 진출한 PD나 작가, 연기자들이 국내와 중국을 번갈아 오가면서 제작에 참여하기 때문에 이들이 끌어올린 비용 즉 연

방송 플랫폼 관련 규제 현황

연도	정책명칭	주요 내용
1989	TV 드라마 제작허가 제도의 실행규정	•TV 드라마 생산과 제작에 허가제도 도입, 생산 제작 담당기구로 각급 방송국 지정
1997	라디오 TV 관리 조례	•외자 경영, 중외 합자/합작 방송사 설립 금지
2004	해외 TV 프로그램 도입의 방영 관리 규정	•TV 드라마 제작허가증 보유 사업자만 제작 가능 •중외 합작 드라마 제작 시, 중국 측이 드라마 제작 허가증(갑종)을 보유하고 있어야 함 •광전중국의 허가를 받지 못한 수입 영상물은 프라임 타임(19:00-22:00) 방송제한 등
2009	방송광고 방영관리 방안	•TV 방송 송출기관의 광고시간 및 내용 제한
2010	•위성 TV 드라마 편성 관리 규범 강화 •문화 산업 진흥 발전에 관한 금융 지원 •드라마 콘텐츠 관리 규정	•성급 위성 TV 드라마의 총 방영시간 및 횟수 규제 •문화기업 대출이자 할인, 금융자본 합법적 참여 장려 •드라마 제작, 배급, 방송활동 규정
2011	•위성 종합채널 프로그램 관리 강화 •TV 방송 방영 관리 방법에 관한 보충 규정	•매일 19:30-22:00 사이 위성 TV 종합채널에서 방송할 수 있는 예능 프로그램 총수량 9개로 제한, 각 프로그램 방송시간은 90분 이내 •매일 06:00-24:00 사이 뉴스 프로그램 2시간 이상 편성 •매일 18:00-23:30 사이 2개 이상 자체 제작 뉴스 프로그램 방송, 시간 30분 이상, 34개 위성TV 종합채널은 뉴스, 다큐 등 시사 프로그램 비중을 높여야 함 •맛선, 재능, 상담, 게임, 종합 오락, 토크쇼, 리얼리티 등 예능 프로그램 방송분량 공제 •3불 규정 : 프로그램 시청률 순위 발표, 단순한 시청률 기준 퇴출제, 시청률로 방송기수와 프로그램의 우열을 가리는 행위 금지
2012	해외 영화 드라마 수입 및 방영 관리 강화	•해외 영화 및 드라마가 해당 채널의 일일 영화/드라마 총 편성시간 25% 초과 금지 •고화질 해외 드라마 수입 우선시 편당 50회 초과 금지, 프라임타임(19:00~ 22:00) 편성 금지
2013	위성 방송국의 방송 포맷 수입 제한	•해외 포맷을 수입해서 자체 제작하는 경우에도 위성TV의 해외 프로그램 포맷 수입을 연 1개로 제한하고, 해외 프로그램 포맷 방송을 위해서 2개월 전에 신청해야 함

인터넷 동영상 사이트 규제 현황

연도	정책명칭	주요 내용
2009	•인터넷 동영상 콘텐츠 관리 강화에 대한 통지 •문화산업진흥계획 •2010년 중국 지적재산권 보호계획	•인터넷 방송 허가 요구사항 통지, 문란한 내용 전파 금지 •콘텐츠 디지털화로 동영상 산업 우호적 환경 조성 •인터넷 지적재산권 관리 감독
2010	•인터넷 해적판 전문 단속관리 방안 •방송TV지적재산권 전략 실시 의견	•동영상 업체 자체 단속 및 검열 •불법 동영상 단속 강화
2011	지적재산권 침해와 형사 안전 법률적용의견	•저작권 관련 법규의 엄격한 적용
2012	인터넷 동영상 프로그램 관리 강화	•동영상 업체 우선 검열 후 동영상 게시
2015	사전심사 방영총량 제한	•2015년 1월부터 중국 내 온라인 동영상 사이트를 통해 방영되는 해외 드라마는 사전심사를 통과한 작품만 방영(완성된 한 시즌 분량과 자막을 광전중국에서 검열) •해외 드라마 방영편수가 중국 프로그램의 30% 넘지 않도록 규제

해외 프로그램 수입제한 조치

•뉴스와 시사 프로그램의 수입 금지 •해외 영화 및 드라마는 일일 방송시간의 25%를 초과할 수 없으며, 주시청시간대(19:00-22:00) 편성 금지 •해외 드라마의 경우, 한 프로그램의 편수가 50회를 넘어서는 안 되므로, 장편 시리즈의 수입 제한 •드라마 제외 기타 장르의 해외 프로그램은 일일 방송시간의 15% 이내로 편성 •해외에서 성공한 프로그램의 포맷을 수입해 자체 제작하는 경우, 위성TV의 해외 프로그램 포맷 수입을 연간 1개 이내로 제한하고, 2014년부터 해외 프로그램 포맷 방송을 위해서선 방송 2개월 전에 신청해야 함
--

© KDB 대우증권 Industry report(2014.9.26)

출비나 원고료, 출연료를 국내 방송사와 제작사가 더 이상 감당하기 힘든 제작비 인플레이 현상이 심화되고 있다. 방송사는 울며 겨자 먹기로 스토리를 단순화하여 등장인물 수를 축소하는 등 다른 제작 요소에 대한 제작비용을 줄이고 있다. 콘텐츠 경쟁력이 떨어질 수밖에 없다. 정리하자면 '중국 자본 유입→원고료, 출연료 등 인건비 상승→다양한 제작요소 투자의 감소→콘텐츠 경쟁력 저하→국내 콘텐츠 수익 감소→(또 다시) 중국 자본 유입'의 악순환이 반복되는 것이다.

또 다른 문제는 개별적으로 진출한 제작자들의 활동으로 제작 노하우가 유출되고 있다는 것이다. 일반적으로 우리가 프로그램 포맷을 중국에 수출하면 성공한 사례로 평가받아 중국 이외에 다른 국가에도 수출할 수 있다.

하지만 제작자가 개별적으로 중국에 진출할 경우 콘텐츠에 대한 모든 권리는 중국 투자자가 갖기 때문에 결국은 중국의 노하우로 축적될 수밖에 없어 콘텐츠 제작 주도권을 빼앗기게 된다.

• **그렇다면 중국 자본의 유입에 어떻게 대응해야 하는가? 이를 위해 정책적으로 필요한 조치는?**

국내 콘텐츠 산업이 선순환 구조가 될 수 있도록 만들어야 한다. 대만과 홍콩을 타산지석으로 삼을 필요가 있다.

대만은 1999년 케이블방송법을 개정하면서 유료방송에 국내 프로그램의 의무 편성(25%)을 없애고, 통신회사의 케이블 교차소유를 허용하는 등 유료방송의 규제를 완화했다. 이때 우후죽순 탄생한 유료방송사들은 자체제작보다 해외 프로그램 수입에 몰두했고, 흥미 위주로 편성되는 유료방송으로 광고가 집중됐다. 결국 재원 마련이 어려워진 지상파 방송사는 상대적으로 제작비가 적게 들어가는 시사나 보도 프로그램 제작에만 집중하기 시작했고 그 상태가 지속되면서 대만의 콘텐츠 산업 기반이 붕괴됐다.

또한 반환 이후 홍콩의 영화시장은 제작인력의 중국 진출로 시장 자체가 축소됐다. 2009년에는 홍콩 제작업자들의 중국 진출이 더 늘어났지만 중국 연기자의 비율을 1/3 이상으로 강제하고, 홍보와 배급 등을 중국 내 합자회사에서 담당하면서 성과의 대부분을 중국 본토 기업이 가져가게 됐다.

이들의 전철을 밟지 않기 위해서는 국내 콘텐츠의 80% 정도를 생산하고 있는 지상파 방송사에 대한 진흥 정책을 최우선적으로 실시해야 한다. 현재 전체 광고시장은 성장하고 있음에도 불구하고 지상파 방송사의 광고 매출은 지속적으로 감소하고 있다. SBS 기준 지난 2002년 6,500억 원 이상이었던 광고 매출이 2014년 말에는 4,000억 원 대로 폭 떨어



어졌다. 반면 2004년 편당 5,000만 원 선이었던 미니시리즈 제작비는 2014년 4~5억 원 이상으로 상승했다. 제작비 조달이 점점 어려워지고 있는 상황이 심화되고 있다.

이를 해결하기 위해선 지상파 방송사에 대한 광고 규제를 완화해야 한다. 지상파 중간광고 확대 등을 통한 광고시장의 규모 확대로 매체 간 상생의 미디어 생태계를 조성할 필요가 있다. 또한 방송사와 외주제작사 간 상생과 협력이 가능토록 특수관계자 비율 제한을 폐지해야 한다. 즉 다양한 협력 제작 모델로 중국 자본과 경쟁할 수 있도록 시스템 자체를 바꿔야 한다는 것이다. 현재 중국 자본은 외주제작사 투자가 자유로운 반면 국내 방송사는 특수관계자 규제로 외주제작사 투자가 어려운 상황이다. 결과적으로 국가 차원의 역사별 문제가 발생하고 있다. 스타PD나 작가 등 우수한 제작인력을 더 이상 빼앗기지 않으려면 특수관계자 조항의 폐지가 무엇보다 시급하다고 생각한다.

• **마지막으로 지상파 방송사를 비롯한 국내 방송 업계는 한중 FTA에 어떻게 대비하고 있나?**

지상파 방송사들은 양질의 콘텐츠를 생산해 높아진 시청자의 눈높이에 맞는 문화서비스를 해야 할 준비명분을 가지고 있으며, 이를 위해서 콘텐츠 제작의 핵심기반 구축에 꾸준히 투자하고 있다. 비록 광고매출 감소로 지상파 방송사의 운영이 어려워지고 있지만 인력과 시설, 장비에 대한 투자는 끊임없이 진행하고 있다. 매년 우수한 인력을 PD로 선발해 10~15년 동안 투자하면서 스타PD로 키우는 것도 이러한 일의 연장선이다. 이렇게 육성된 PD들이 <런닝맨>과 같은 프로그램을 만들어 포맷을 수출하고, 공동 제작을 통해 새로운 사업 영역을 개척해 한류를 부흥시키고, 추가적인 수익을 거두는 것이다. 이런 것이 바로 한중 FTA에 제대로 대응하는 구체적인 노력이 될 것이다.

정리 | 백선하 baek@kobeta.com

사진 | 민서진 seojin@kobeta.com

한미FTA가 콘텐츠 시장에 미치는 영향

대한민국

미국



권호영

한국콘텐츠진흥원 수석연구원

2015년 3월 15일부터 한미 자유무역협정(한미 FTA)의 방송 부문에 대한 양허가 적용된다. 한미 FTA는 2012년 3월 13일에 발효됐지만 방송 부문의 경우 적용시점을 3년 이후로 미뤘다. 이에 따라 오는 3월 15일부터는 미국 기업이 100% 지분을 가지고 방송채널사용사업자(PP)를 운영할 수 있다. 현재 미국의 미디어 기업은 영상물의 판권을 판매하거나 국내 기업과 합작 형태로 국내 시장에 진출하고 있지만 이제부터는 단독으로 진출할 수 있게 된 것이다. 다만 보도, 종편, 홈쇼핑 PP에 대한 외국인 투자 제한은 현재와 같이 유지된다. 또 PP의 국내 제작 영화 쿼터가 25%에서 20%로 완화되고, 국내 제작 애니메이션의 쿼터도 35%에서 30%로 완화돼 미국의 영화와 애니메이션을 현재보다 더 많이 편성할 수 있게 됐다. 또한 수입 방송물에 대한 1개 국가 쿼터 제한도 현재의 60%에서 80%로 완화돼 미국의 영화, 애니메이션, 대중음악을 더 많이 편성할 수 있게 됐다.

한미 FTA 체결 당시에는 미국 방송 시장의 규모가 한국의 30배에 이르고 미국 방송물이 세계시장을 장악하고 있으므로 국내 방송 시장이 개방될 경우 미국 미디어 기업이 설립한 PP들이 콘텐츠의 시장 유통을 좌지우지해 우리의 방송 시장이 고사되고 말 것이라는 위기감이 고조됐다.

또 미국은 미국 문화의 세계 산업화를 목표로 자국 내에서는 미디어 기업 간의 인수합병을 호의적으로 인정해 거대 자본력을 가진 미디어 그룹을 탄생시키면서도 대외적으로는 공정경쟁을 위한 시장개방을 요구함으로써 거대 미디어 그룹들이 해외시장을 확보할 수 있는 토대를 마련해왔다. 이에 비해 한국은 방송 분야의 공공성 제고를 목표로 많은 규제를 두고 있어 적극적인 투자가 부족한 상황이었고 이와 더불어 지상파 방송사 중심의 구조가 지속돼 경쟁력이 낮다고 평가받고 있었다. 뿐만 아니라 방송 콘텐츠 제작자들도 소규모 자본의 영세업체들로 주로 지상파 방송사의 하청에 의존하고 있었기 때문에 유통 구조도 취약한 상황이었다.

그러나 한미 FTA 체결 이후 3년이 지난 지금 상황은 약간 바뀌었다. 3년 전보다 국내 방송 시장이 다원화되고 성장했기 때문이다. 이 때문에 한미 FTA로 인한 방송 시장의 충격이 예상보다는 크지 않을 것으로 보인다. 그 이유를 다시 풀어쓰면 다음과 같다. 첫째 국내 PP들



© 한미FTA(www.fta.go.kr)



© 한미FTA(www.fta.go.kr)

이 기존 프로그램을 유통만하지 않고 프로그램을 제작해 편성하고 있다. CJ E&M계열을 포함한 복수종합유선방송사업자(MSO)계열 채널들이 더 많은 프로그램을 제작하고 있으며 4개의 종합편성채널도 추가돼 프로그램 제작에 참여하고 있다. 이로써 미국 미디어 기업이 한국에서 프로그램을 제작하는 등 현지화할 여지가 과거에 비해서 줄어들었다. 이전에는 지상파 방송사가 제작하는 프로그램 이외에 따로 프로그램을 제작하는 SO가 거의 없었고, 소수 취향 프로그램도 국내에서는 제작되지 않았기 때문에 미국 미디어 기업이 비집고 들어올 틈이 있었는데 이제 이러한 빈 공간이 메워지고 있는 것이다.

둘째 3년 전에 비해서 한국 소비자들의 미국

드라마 선호 추세가 바뀌었다. 3년 전만 해도 한국의 젊은 시청자들이 미국 드라마인 <프리즈 브레이크>, <24시>, <CSI>에 열광했지만 더 이상 과거와 같지 않다는 것이다. 그리고 미국 드라마를 보더라도 실시간 채널보다는 주문형 비디오(VOD), 웹, 애플리케이션 등을 이용하게 됨에 따라서 PP의 편성에서 미국 드라마의 비중이 과거에 비해서 감소하고 있다.

그럼에도 불구하고 한미 FTA로 인한 PP시장 개방과 국산 쿼터의 완화로 PP 업계에서는 어느 정도 변화가 예상된다. 미국 미디어 기업은 현재의 판권 판매나 합작 투자로 많은 이점을 누리고 있다. 미국 미디어 기업이 판권을 판매할 경우에 투자로 인한 위험이 없어지는 이점이 있고, 합작 투자의 경우에는 채널 론칭과 광고 판매에서 한국 측 파트너 덕을 보고 있다. 하지만 한미 FTA 발효 이후에는 이러한 사업 모델에 변화가 일어날 가능성이 크다. 장기적으로 미국 영상물을 주로 편성하는 채널들을 미국 미디어 기업이 직접 운영할 가능성이 높기 때문이다. 타임워너, 바이어컴, 디즈니, 뉴스코퍼레이션, 디스커버리, 소니 등 미국 미디어 기업은 많은 채널을 보유하고 있다. 이들이 보유한 채널 중 한국에 약 20개의 채널이 이미 진입해 있

고, 추가로 더 많은 채널이 진입할 것이다. 미국 영상물을 주로 편성하는 한국의 영화, 애니메이션, 다큐멘터리 채널들은 미국 채널과의 경쟁에서 뒤져서 위축되거나 없어질 수도 있다. 미국 미디어 기업이 자사 계열 채널에 양질의 프로그램을 우선적으로 공급할 것이기 때문이다. 이는 한국의 지상파 방송사가 자사 계열 PP에 인기 프로그램을 우선 공급하는 것과 같다.

예전보다는 못하지만 국내 복수방송채널사용사업자(MPP)들은 영화와 애니메이션 채널에서 큰 수익을 내고 있고, 이들 채널에서 벌어들이는 수익으로 국산 프로그램을 제작하고 있다. PP들이 프로그램을 제작할 경우에 이익을 내는 경우보다 손실을 보는 경우가 더 많기 때문에 PP의 입장에서 프로그램 제작은 장기적인 측면에서 경쟁력 강화 전략이라고 볼 수 있다. 그리고 해외 스포츠 프로그램을 주로 편성하고 있는 스포츠 채널의 경우에도 해외 경기의 중계권을 구매하기 어려워질 수도 있다. 이러한 시나리오가 실제로 이뤄진다면 한미 FTA로 한국 MPP의 수익이 감소하게 되고 이로 인해서 프로그램의 제작이 감소할 수도 있다.

한국의 MPP들이 미국의 거대 미디어 기업과 경쟁하고 공존하게 되는 상황을 맞이했다. 이에 잘 대응할 경우 한국 MPP들의 역량이 한 단계 더 높아질 수도 있다. 하지만 그렇지 못할 경우 국내 시장의 많은 부분을 미국 기업에 내주게 될 것이다. 한미 FTA가 체결된 이후 정부는 PP의 경쟁력 강화를 위한 계획을 수차례 수립하였지만, PP의 경쟁력 강화에 실질적으로 도움이 된 정책이 무엇일까? 외형적으로는 일산에 제작지원센터인 빛마루를 건립하여 운영 중이지만 실질적인 성과는 보이지 않는다.

이번 한미 FTA를 계기로 PP들이 양질의 프로그램을 제작하여 편성하고, 시청자들이 이를 보는 대가를 적절히 지불하고, 플랫폼이 적절한 채널 송출료를 PP에 지불하고, 다시 PP가 양질의 프로그램을 제작 편성하는 선순환 사이클이 이루어지기를 바란다. 정부는 2014년 7월에 'PP산업 발전 전략'을 마련하여 발표한 바 있다. 이 정책에서도 PP 산업의 선순환적 생태계 조성이 우선적으로 제시돼 있다. 그 다음으로 PP 채널의 다양성 공공성 제고와 PP 산업의 국내외 경쟁력 확보가 제시돼 있다. 이 정책 보고서에 제시된 내용이 차근차근 진행되기를 바란다.



디지털 방송기술의 길잡이

BROADCASTING & TECHNOLOGY

당신을 귀중한 회원으로 모십니다

월간 방송과기술 구독 회원 혜택

- '방송과기술' 정기 구독(연 12권)
- 각종 기술세미나 및 기술도서 안내문 발송
- KOBA(국제방송음향조명기기전) 무료 입장권 및 안내 자료 발송
- 기타 본 연합회가 주최하는 행사에 초대

회원 가입방법

- 1년간 8만원 / 6개월 5만원
- 계좌 : 씨티은행 187-00275-245 (주)월간 방송과기술(예금주)
- 전화 : 02-3219-5635 / 팩스 : 02-2647-6813
- 위의 계좌번호로 무통장 입금 후 전화나 팩스로 알려주십시오.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

오피니언

정치공학 유감

칼럼



오건식
SBS 미디어개발팀 부국장

고대에는 기술과 예술이 크게 다르지 않았던 것 같다. 그래서인지 지금도 흔히들 뛰어난 최근 기술을 표현할 때 ‘예술의 경지(State of the Art)’라고 하지 않는가? 그러므로 정치공학을 영어로 ‘Political Technology’라고 번역하는데도 반대다. 그 뜻만으로 하면 ‘예

“ 정치공학이 되었던 정치기술이 되었던 공학도 출신으로써 이 모든 단어의 정치적 사용을 금지해 주길 바란다. 인류의 발전에 절대적인 기여를 해온 공학이나 기술이 정치와 만나서 그 의미가 변질되는 것을 원치 않는다. 당리당략적인 정치를 말할 때는 ‘정치공학’이 아니라 ‘정치꼼수’란 표현이

공학(工學)은 영어 단어로 ‘Engineering’이다. ‘Engineering’과 천재적이란 의미를 가진 단어인 ‘Ingenious’의 어원은 ‘영리한’ 혹은 ‘발명·창안의’ 뜻인 라틴어 ‘Ingenerare’에서 유래하였다고 한다. 즉, 영리하고 창의적인 생각들이 공학을 탄생시켰다고 할 수 있다. 그러므로 Engineer는 영리하고 창의적인 생각과 행동을 하는 사람들과 할 수 있다. 언어적인 면에서 보면 Engineer란 직업은 참으로 Fancy하지 않은가?

몇 년 전부터 정치권에서는 ‘정치공학’이라는 단어를 많이 사용한다. 언론의 논평에도 많이 등장하곤 한다. 여기서 그 뜻은 대의를 위한 큰 정치가 아니라 당리당략적이거나 지극히 이해타산적인 정치의 의미로 사용된다. 공학이란 단어를 ‘극히 계산적’이란 의미로 사용한 것이다.

‘정치공학(政治工學)’이란 단어를 영어 사전에서 찾아보았다. 정치공학을 영어 사전에서는 ‘Political Engineering’이 아니라 ‘Political Technology’로 표현하고 있다. 정치공학을 영어권에서는 정치기술(政治技術)의 뜻으로 사용하고 있는 것이다.

여기에 나오는 기술(Technology)이란 단어는 그 어원이 예술(Art)과 같다고 한다. 기예(Art), 기술(Craft) 및 기능(Skill)을 뜻하는 그리스어인 ‘Techne’와 학문을 뜻하는 ‘Logos’의 합성어가 ‘Technology’라고 한다. 즉

술적 경지의 정치’가 될 수도 있다. 절대적으로 반대.

이와 같이 창의적이고 예술의 경지에 쓰이던 단어를 대의를 위한 정치가 아닌 저열한 수준의 정치를 표현하는데 같이 사용되는 것을 결사 반대한다. 이전에는 이러한 표현이 잘 안 쓰이다가 요즘 들어 자주 쓰이는 원인은 정치가 더 혼탁해졌거나, 정치인 중에서 이공계 출신 비율이 점점 더 낮아지고

있는 것과 무관하지 않다고 생각한다. 정치공학이 되었던 정치기술이 되었던 공학도 출신으로써 이 모든 단어의 정치적 사용을 금지해 주길 바란다. 인류의 발전에 절대적인 기여를 해온 공학이나 기술이 정치와 만나서 그 의미가 변질되는 것을 원치 않는다. 당리당략적인 정치를 말할 때는 ‘정치공학’이 아니라 ‘정치꼼수’란 표현이 어떨까?

박물관에 가보면 석기시대부터 발전을 거듭한 도구 하나하나가 모두 인류 Engineering의 역사이다. 모든 도구는 공학을 통해 더욱 편리하고 기능적으로 발전하지 않았는가? 실학의 대가로 알고 있는 다산 정약용은 사실 뛰어난 공학자이기도 하였다. 우리가 찬양(?)해 마지않는 애플의 스티브 잡스 뒤에는 뛰어난 Hardware Engineer인 스티브 워즈니악이 있었음을 잘 알고 있다. 잘 나간다는 우리나라의 S모 대기업도 탁월한 기술력을 가진 직원을 ‘마스터’로 선발하여 임원급의 처우를 제공하고 있다. 이러한 예는 전세계에 무궁무진하다. ‘지성’이라면 축구선수 박지성과 연기자 지성밖에 없는 우리나라가 집단지성의 세계로 본격적으로 나아가기 위해서도 Engineering이 필요하다. 앞으로 우리의 먹거리인 수 많은 아이디어가 상품화되기 위해서는 공학이 접목되어야 함은 물론이다.

이런 면에서 방송사 Engineer들은 충분히 긍지를 가질 자격이 있다고 본다. UHD 방송기술 등의 분야에서는 현재 대한민국이 전세계에서 최고 선진국이다. 24시간 UHD TV 실험방송을 하고, 잊을 만 하면 가끔 3DTV 콘텐츠를 본방송을 통해 방송하는 나라가 전세계에 어디에 있는가? 전세계 4K 방송 장비 시장에서는 대한민국 방송기술 엔지니어들이 요구하는 장비의 사양을 만족시키기가 힘들다고 하는 업체가 한둘이 아니다.

언어는 습관이다. 퇴행적인 정치에 공학이란 단어를 사용하는 것을 방송사 부더라도 근절하였으면 한다. 지금 정치 선진국 중에서 공학을 우습게 여기는 나라가 있으면 제보해 주시기 바란다. 정치인들이나 언론인들은 인류의 발전에 큰 기여를 한 공학과 기술을 한번 더 생각(Think)해 주기 바란다. 우연하게도 생각(Think)과 감사(Thank)는 그 어원이 같다고 한다.

사설

도대체 언제쯤이면 케이블에서 EBS2 볼 수 있나

최근 전 KBS제주 방송기술인협회 지부장한테 연락을 받았다. 2월 11일 개국한 EBS2가 왜 제주 지역 케이블에서는 방송되지 않는지 묻는 내용이었다. 필자는 좀 어리둥절했다. EBS2 개국 이후 방송통신위원회가 중재에 나서 CJ헬로비전, 티브로드, 씨앤엠, 현대 HCN, CMB 등 케이블이 EBS2를 의무재송신에 준해 재송신하기로 합의했다고 알고 있었기 때문이다.

하지만 채널 개국이 한 달이 다 되어가는 지금까지 케이블에서는 EBS2를 볼 수 없다. 이번 합의에 따라 비록 EBS는 재송신료를 받지 않기로 했지만 케이블사업자들은 현재 EBS2는 방송법상 명시적으로 의무재송신 채널로서 규정이 되지 않아 재송신을 위한 조건으로 EBS와의 서면 합의를 요구하고 있다. 뿐만 아니라, 향후 TV 수상기 관련 기술적 오류 발생 시 이에 대한 책임 소재에 대한 이견도 아직까지 조율되지 않았다는 이유를 들어 재송신을 하지 않고 있다.

방통위의 중재로 어쩔 수 없이 재송신에 합의한 케이블사업자들은 시범 서비스 이후 진행되는 본서비스까지 재송신료를 받지 않을 것인지, 또 다채널서비스(MMS) 채널 재송신 시 발생할 수 있는 오류에 대한 책임은 누가 질 것인지, 다른 지상파 방송사로 MMS가 확대될 경우 어떻게 해야 할 것인지 신중하게 고민하고 있다.

국민들 입장에서선 보면 참 답답한 노릇이다. 뿐만 아니라 어려운 상황임에도 불구하고 인적 물적 자원을 투자해 무료 보편의 교육 서비스를 내놓은 EBS도 그 의미와 취지가 퇴

색하는 것 같아 안타까울 것이다.

지상파 직접수신기구가 많다면 그리고 또 하나의 채널을 구성하기에 충분한 자원 구조가 확보돼 있다면 아무것도 문제될 것이 없다. 하지만 2012년까지 정부의 무리한 친 유료 방송 정책의 디지털 전환 사업으로 지상파 직접수신율은 결국 6.8% 수치로 급락했다. EBS2와 같은 무료 보편적 콘텐츠 확대에 케이블의 망을 빌릴 수밖에 없는 게 현실이라는 것이다.

MMS와 같은 무료 보편 서비스의 실효성을 높이기 위해서는 근본적으로 직접수신율을 올려야 한다. 지상파 방송사도, 정부도 이 사실을 잘 알고 있다. 그러나 더 이상 알고만 있어서는 안 된다. 문제를 해결하기 위해 움직여야 한다.

지상파 방송사는 난시청 해소를 위한 중계기 설치 등 수신환경 개선을 위해 다양한 방법을 강구해야 한다. 정부는 유료방송사업자들이 공시청 설비를 훼손하지 못하도록 법을 마련하고, EBS 외 지상파 방송사로 MMS 서비스를 확대해야 한다. 가전사들도 빼놓을 수 없다. TV 판매 시 실내 수신 안테나를 동봉하는 등 할 수 있는 노력을 기울여 돈을 내지 않아도 방송을 볼 수 있는 환경을 구축해야 한다.

기술 발전으로 기존의 한 채널을 나누어 2개의 방송을 내보내는 EBS의 무료 보편 교육 서비스가 본래 취지를 잃지 않고 국민들에게 다가가기 위해서는 대승적 차원에서 서로 조금씩 양보해야 한다. 특히 방통위가 중재에 나선 만큼 EBS와 케이블사업자간 제대로 된 가교 역할을 할 수 있기를 기대한다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 이후삼	주소 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
편집주간 이성의	전화 02-3219-5637
편집위원 백낙운, 이승호, 안창준, 최권용, 나경록	팩스 02-2647-6813
취재기자 백선하, 이진범, 강민정, 민서진	트위터 @KOBETA_COM
기획실 강동균	홈페이지 www.kobeta.com
인쇄인 성전&화성프린원	정기간행물 등록번호 서울 다 06391

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

언론을 보는 맑은 창!

미디어오늘
www.mediatoday.co.kr

언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

국내 최고의 미디어비평 전문 주간신문 미디어오늘에서 깊이 있고 빠른 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)

DS 두성관광 테크니컬 투어 NO.1

고객님을 VVIP로 모시겠습니다
www.expo114.co.kr / www.magictour.co.kr

라스베가스 NAB 2015

2015년 4월 13일부터 4일간 라스베이거스에서는 세계 최대 규모의 방송전시회가 개최됩니다.
한국방송기술인연합회와 방송전시회 전문여행사 두성관광은 편리한 출장이 되실 수 있도록
다양한 일정을 준비하였으니 많은 참여바랍니다. 해외 출장도 이제는 두성관광입니다.
※ 행사에 대한 세부안내는 당사 홈페이지 참조 바랍니다.

✓ 전시회 참관 안내

안	참가기간	행사비용	일정	항공사
1안	: 4월12일-19일 (8일)	3,240,000원	박람회 2일 - 3대캐년+엔텔로프캐년 + LA	아시아나항공
2안	: 4월12일-19일 (8일)	3,430,000원	박람회 2일 - 샌프란시스코 등 서부일주	대한항공
3안	: 4월12일-18일 (7일)	2,890,000원	박람회 2일 - 그랜드캐년-세도나-LA관광	아시아나항공
4안	: 4월12일-18일 (7일)	2,960,000 원	박람회 3일 - LA 관광	아시아나항공
5안	: 4월12일-18일 (7일)	2,560,000원	박람회 4일 - 전시회 집중참관 (★국내선 이용)	아시아나항공
6안	: 4월13일-19일 (7일)	2,840,000원	박람회 3일 - 전시회 집중참관-대한항공 직항	대한항공
7안	: 4월12일-17일 (6일)	1,930,000원	박람회 3일 - 전시회 집중참관 (OZ 마일적립)	UA항공
8안	: 4월10일-19일(10일)	2,940,000원	라스베가스7박/왕복 대한항공 라스베이거스 직항	대한항공
9안	: 4월11일-18일 (8일)	2,620,000원	라스베가스6박/★국내선이용	아시아나항공
10안	: 4월11일-18일 (8일)	2,040,000원	라스베가스6박/UA 항공이용 (아시아나마일적립)	UA항공

▶ 1~6안 이용호텔 :라스베이거스 중심에 있는 특급호텔중 하나인 Planet Hollywood 호텔 이용

▶ 7~10안 이용호텔 :전시장에서 도보이동 가능한 일급호텔 (RMR 디럭스룸) 이용

▶ 벨라지오 호텔, 베네치안호텔, 윈호텔 등 다수 호텔 확보 하고 있습니다. (별도문의요망)

▶ 상기 일정 외 별도의 희망 스케줄이 있으신 경우도 예약가능하며 별도 문의바랍니다.

▶ 1/2/3/4안은 라스베이거스 야경/불의계곡/후버댐/아울렛을 무료로 다녀오실 수 있습니다.

▶ 3월13일까지 1차 마감 3월 19일까지 최종 마감입니다.

NAB SHOW 잔여좌석 추가모집!!

신청문의
대한민국 방송전시회 NO.1 여행사
두성관광 양용수 ☎ 02-730-6100
www.expo114.co.kr
www.magictour.co.kr

HOT! 전여행사 패키지여행 최대 7% 할인

