



방송기술인을 만나다 ▶5면
최영학 CBS 기술연구소장

기획 ▶6면
2015 CCBN 참관기

오피니언 ▶7면
[칼럼] Open, Do Open

700MHz 주파수 어디로? 방송 VS 통신 ‘평행선’

미래창조과학부와 방송통신위원회가 상반기 중으로 지상파 초고화질(UHD) 방송 정책을 마련하겠다고 밝힌 가운데 700MHz 주파수 잔여 대역을 둘러싼 방송과 통신의 힘겨루기가 팽팽하게 진행되고 있다.

미래부와 방통위는 1월 15일 대통령 업무보고에서 지상파 UHD 도입 시기, 소요 주파수, 주파수 확보 방안 등을 담은 정책방안을 올 상반기 내에 내놓겠다고 밝혔다. 새로운 방송 서비스로 지상파 UHD 방송을 도입해 국민 누구나 이용하는 방송 서비스의 혁신을 이루겠다는 것이다.

문제는 700MHz 주파수 확보다. 지상파 UHD 방송을 시작하기 위해선 700MHz 주파수가 필수적이다. 지상파 UHD 전국 방송을 위해선 총 11개의 채널이 필요한데 이 중 2개의 채널을 DTV 대역(470~698MHz)에서 확보하더라도 9개의 채널을 700MHz 대역에서 확보해야 하는 상황이기 때문이다. 700MHz 주파수를 제외한 다른 대역은 현실적으

로 불가능하다. 이 때문에 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 여야 의원들도 700MHz 주파수 잔여 대역을 방송용으로 활용해야 한다는 입장을 내놓고 있는 것이다.

그러나 미래부와 방통위는 700MHz 주파수를 방송용뿐만 아니라 통신용으로도 활용해야 한다는 태도를 고수하고 있다. 관련 업계에 따르면 미래부와 방통위는 국가재난안전통신망으로 분배한 20MHz폭을 제외한 88MHz폭을 방송과 통신에 나눠 활용한다는 계획을 검토 중이다. 최성준 방통위원장은 4월 7일 기자간담회에서 “미래부와의 논의에 진전이 보인다”며 상반기 내 주파수 분배안이 확정될 것임을 간접적으로 드러냈다. 이에 앞서 최 위원장은 모바일 월드포럼(MWC)에 참석해 “700MHz처럼 한정된 주파수를 어느 한 쪽이 전적으로 사용해서는 안 된다”고 말한 바 있다.

하지만 방송과 통신 업계에서는 700MHz 주파수를 나눠서 쓸 수 없다는 입장이다. 방송 업계에서는 지상파

UHD 전국 방송을 위해선 700MHz 주파수 잔여 대역 88MHz 중 54MHz(채널 당 6MHz)가 꼭 필요하다는 의견을 내놓고 있고, 통신 업계는 주파수 효율성을 감안해 방송이면 방송, 통신이면 통신에 몰아주는 게 바람직하다는 분위기다.

4월 1일 오후 2시 서울 중구 프레스센터에서 열린 ‘700MHz 대역 주파수 분배 정책과 방송 통신의 미래’ 토론회에 방송계를 대표해 발제자로 나선 김광호 서울과학기술대 IT정책전문대학원 교수와 통신계를 대표한 박덕규 목원대 정보통신융합공학부 교수 역시 기존 입장을 되풀이하며 700MHz 주파수 잔여 대역을 각각 방송과 통신용으로 활용해야 한다고 주장했다.

방송계를 대변한 김 교수는 “UHD TV는 수년 내 일상적인 방송 서비스로 자리 잡을 것”이라며 “공익적 차원에서 무료 보편적 서비스의 구현이라는 방송의 기본적 책무와 사회소외계층의 정보격차 해소를 위해 700MHz를 방송으로

활용해야 한다”고 강조했다.

반면 통신계를 대표한 박 교수는 “방송의 공익성은 인정하지만 직접수신율이 7%도 안 되는 상황에서 지상파 UHD 방송은 의미가 없다”고 반박한 뒤 “700MHz 주파수를 UHD TV 방송용으로 결정한 나라는 없으며 거의 모든 나라에서 통신용으로 할당 또는 할당 예정”이라면서 국제적 조화와 트래픽 증가 추이를 고려해 700MHz 주파수 잔여 대역을 통신에 할당해야 한다고 주장했다.

이에 대해 방송 업계는 보편적 시청권과 매체선택권 보장에 직접수신율을 거론하는 것 자체가 이치에 맞지 않는다고 지적했다. 한 업계 관계자는 “보편적 시청권은 차세대 방송으로 꼽히고 UHD 방송을 산간 오지나 벽지에 있는 시청자들도, 돈이 없는 시청자들도 누구나 볼 수 있도록 하는 것으로 시청자의 권리”라며 “직접수신율과 관계없이 보편적 시청권을 보장한 뒤 시청자들이 지상파 UHD 방송을 보든, 유료방송을 이용하든 선택할 수 있는 환경을 구축하는 것이 무료 보편적 서비스 확대”라고 말했다.

김 교수는 직접수신율 통계 자체가 잘못됐다고 꼬집었다. 그는 “직접수신율에 대한 통계가 방통위에서 매년 하고 있는 방송매체이용행태조사를 근간으로 하고 있는데 조사 방법에 문제가 많다”며 “신

뢰할 수 없는 통계를 가지고 이야기하는 것은 맞지 않다”고 말했다.

이해당사자는 물론이고 방송과 통신을 대표하는 학계에서도 입장 차는 좁혀지지 않았다. 지난 2013년 10월부터 2014년 12월까지 1년 2개월간 미래부와 방통위가 공동으로 운영한 ‘700MHz 대역 활용방안 연구반’의 연구결과도 마찬가지다. 박 교수는 연구결과를 언급하며 “연구위원들의 전공분야, 해당분야에 대한 철학과 신념이 서로 달라 의견 수렴에 어려움이 있었으며 일치하지 못한 내용은 개인의 의견을 첨부해 최종보고서를 작성했다”고 말해 학계와 전문가들 사이에서도 의견이 모아지지 않았음을 밝혔다.

한편 이날 토론회 사회를 맡은 강상현 연세대 언론홍보영상학부 교수는 “미래부와 방통위에서 상생의 원칙을 언급하고 있는 만큼 오늘 이 자리에서 서로가 서로의 입장을 이해하고 수렴된 결과가 나오지 않을까 기대했는데 이해당사자들의 입장은 상당히 완고한 것 같다”며 “형제가 있는데 한쪽에선 밥 달라고 하고 한쪽에선 죽 달라는 상황으로 부모 입장에서는 사이 좋게 나눠 먹기를 바라는 데 양쪽에선 서로의 입장만 주장해 죽도 밥도 안 되는 분위기인 것 같다”고 구체적인 비유를 들어 현 상황을 비판했다.

백선하 baek@kobeta.com

KOBA 2015 “방송, 감성을 연결하다”

5월 19일부터 22일까지 서울 코엑스에서 열려

한국방송기술인연합회와 한국이앤엑스가 공동 주최하는 제25회 국제 방송·음향·조명기기 전시회(KOBA 2015)가 ‘방송, 감성을 연결하다(Broadcasting, Touching your Emotion)’라는 슬로건을 내걸고 오는 5월 19일부터 22일까지 서울 코엑스에서 개최된다. 미래창조과학부, 방송통신위원회, 산업통상자원부 등 정부 부처를 비롯해 서울특별시, KBS·MBC·SBS·EBS·OBS·CBS·아리랑국제방송·tbs 등 방송사, 한국음향학회, 한국음향예술인협회, 한국전자통신연구원 등의 후원으로 열리는 KOBA 2015는 미국의 National Association of Broadcasters(NAB), 유럽의 International Broadcasting Convention(IBC) 등과 함께 전 세계에서 손꼽히는 국제 방송장비 전시회로 평가받고 있다.

KOBA 2015는 코엑스 전시장 A, C, D홀에서 총 2만 7,997제곱미터 규모로 진행되며, 국내 제조사 180여 개사를 포

함해 전 세계 35개국 950개사가 참가해 차세대 방송 서비스와 영상, 음향, 조명 산업의 미래를 제시한다. 관련 업계에서는 지난해에 이어 올해도 초고화질(UHD) TV 시장이 각광을 받고 있는 만큼 다양한 UHD 기술이 나오는 한편 최근 시장이 커지고 있는 OTT(Over The Top) 서비스 기술도 등장할 것으로 내다보고 있다.

5월 20일부터 22일까지 3일간 열리는 국제방송기술콘퍼런스도 KOBA 2015에서 놓치지 말아야 할 부분이다.

이번 콘퍼런스는 △Beyond Definition △TV Everywhere & Smart Media △Extreme Technics △Audio&Lights in Future △Network&System △Pre-Engineer 등 6개의 섹션으로 나뉘어 대한민국은 물론이고 세계 방송기술 전반의 동향을 분석하고 전망하는 방향으로 진행된다.

연합회는 이번 콘퍼런스에서 OTT 등 멀티 플랫폼 관련 강의를 확대했다고 밝

혔다. 연합회는 “스마트 기기가 대중화되면서 인터넷을 기반으로 한 영상 서비스가 방송 시장을 파고들면서 주류로 자리를 잡고 있다”며 “지난 2013년 1,490억 원이었던 OTT 시장이 오는 2019년 6,345억 원으로 약 4배 성장할 것으로 예상되고 있어 이번 콘퍼런스에서는 관련 강의를 늘리고 토론회 자리를 마련해 다양한 논의가 이뤄지도록 기획했다”고 설명했다.

또한 KBS, MBC, SBS, EBS, CBS, YTN의 3년 차 방송기술인들로 구성된 ‘Pre-Engineer’도 주목할 만하다. 연합회는 “취업준비생들에게 가장 생생한 현장의 목소리를 전달할 수 있는 방송기술인을 고민하다가 3년 차 방송기술인들을 모셨다”며 “입사 준비부터 후기까지 취업준비생들의 궁금증을 해결해줄 수 있을 것”이라고 기대를 표했다.

올해 처음 막을 올리는 KOBA 월드미디어포럼(World Media Forum)에도 많은 이목이 쏠리고 있다. 연합회와 방송기



술교육원이 공동 주최하는 월드미디어포럼은 비영리 국제 포럼으로 미디어 분야 석학 및 글로벌 기업 CEO, 기술 전문가 등 각 분야의 전문가들이 한 자리에 모여 급변하는 미디어 환경의 변화 방향을 예측하고 대응 전략을 모색하기 위해 마련됐다. ‘미디어 전쟁, 죽느냐 사느냐(Media War, To be or not to be)’라는

주제로 진행되는 이번 포럼은 5월 19일 오후 1시부터 코엑스 콘퍼런스룸 401호에서 시작되며 미디어 시장을 선도하고 있는 인터넷 기반 서비스 기업, 해외 유명 방송사의 방송기술정책 전문가들이 모여 지상파 방송사를 포함한 국내 미디어 시장의 생존전략을 논의할 예정이다.

백선하 baek@kobeta.com

공지

제25회 국제 방송·음향·조명기기 전시회(KOBA 2015) 관계로 ‘방송기술저널 209호’는 6월 10일 발행됩니다.



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.

방송기술용어

UDP User Datagram Protocol

UDP(User Datagram Protocol)는 인터넷상에서 서로 정보를 주고받을 때 정보를 보낸다는 신호나 받는다는 신호 절차를 거치지 않고, 보내는 쪽에서 일방적으로 데이터를 전달하는 통신 프로토콜이다. 수신자와 아무런 접속 절차를 거치지 않는 서비스를 '무관계 서비스'라 일컫는데, 이러한 무관계 서비스의 통신규약이 UDP이다.

UDP는 송수신자 사이에서 이뤄지는 별도의 절차가 없어 전달 속도는 굉장히 빠르지만, 전송 방식이 너무 단순해서 전송데이터 도착순서가 바뀌거나, 중복되거나, 심지어 통보 없이 누락돼도 보내는 측이 확인할 수 없다. 이처럼 안정성 면에서 신뢰하기 어렵다는 단점이 있다.

이선 dltjs3118@naver.com

2014 시청자 만족도 평가지수(KI) 1위는 'KBS1'

KBS1, 2010년 이후 꾸준히 1위...종편은 JTBC가 가장 만족도 높아

정보통신정책연구원(KISDI)은 방송 프로그램의 질적 향상을 위해 시청자가 직접 방송프로그램의 만족도를 평가하는 2014 '방송프로그램 시청자 만족도 평가지수(Korea Communications Commission Index, KI) 조사'와 흥미성 등 7개 영역에 대한 '방송채널 조사의 최종 결과를 발표했다.

KISDI가 방송통신위원회의 의뢰를 받아 실시하는 KI 조사는 전국 13~69세의 남녀를 대상으로 조사한 채널별 프로그램 각각의 만족도 지수(SI)와 질 평가 지수(QI)를 합산해 산출하며, 6주 동안 약 1만 4,400여 명을 대상으로 1년에 분기별로 총 4차례 진행된다.

2014 KI 조사 결과에 따르면 지상파 4개 채널 모두 작년에 비해 소폭 하락하거나 같게 나타났으며, KBS1이 1위를 차지해 2010년 이후 지속적으로 KI 조사 1위를 유지하고 있는 것으로 밝혀졌다. 2·3·4위는 각각 KBS2, SBS, MBC인 것으로 드러났다.

2012년 평가를 시작한 종합편성채널

내에서는 2013년 하반기부터 지속적으로 상승한 JTBC가 1위를 차지했고 뒤를 이어 채널A, MBN, TV조선 순인 것으로 조사됐다.

'KI 지수'의 보조적 지표로 병행해서 실시되고 있는 방송채널 평가지수 조사는 각 채널별 흥미성, 다양성, 창의성, 공정성, 공익성, 신뢰성, 유익성 등 7개 영역에 대해 KI 조사 기간에 매주 1회, 분기별로 각각 6회씩 조사된다.

2014년 방송채널 조사 결과에 따르면 지상파 방송의 경우 흥미성·다양성·창의성·공정성은 SBS가, 신뢰성·유익성·공익성은 KBS1이 높은 평가를 받았다. 종편의 경우 JTBC가 모든 영역에서 가장 높은 평가를 받았다.

KISDI 관계자는 "과도한 시청률 경쟁이 난립하고 있는 다매체·다채널 환경에서 시청자가 직접 평가하는 KI 조사가 시청자 중심의 방송환경을 구축하는데 도움이 되기를 기대한다"고 밝혔다.

이선 dltjs3118@naver.com

코디마 '한국IPTV방송협회'로 개명

지상파와 결별...이종원 협회장 "정체성 분명히 할 것"

한국디지털미디어산업협회(코디마)가 한국IPTV방송협회(Korea IPTV Broadcasting Association, KIBA)로 명칭을 변경했다.

코디마는 2월 말 이사회 총회에서 명칭 변경에 관한 정관 개정(안)을 의결하고, 미래창조과학부의 승인을 받아 새 명칭을 사용하게 됐다고 4월 1일 밝혔다. 지난 2008년 10월 IPTV 상용화 서비스 출범에 맞춰 IPTV 산업 활성화를 위해 창립된 코디마는 KT, SK텔레콤, SK브로드밴드, LG유플러스 등 IPTV사업자와 KT스카이라이프, YTN, 연합뉴스TV, 홈스토리, 디즈니 채널 코리아, 동양디지털 등 37개 회원사로 구성돼 있다.

민서진 seojin@kobeta.com

이종원 KIBA 협회장은 "협회는 명칭변경을 계기로 정체성을 분명히 하고 회원사와 IPTV 방송 업계 발전과 권익 대변을 위해 노력해 나갈 것"이라며 "유료 방송 및 미디어 산업 전반의 발전에도 기여해 나갈 것"이라고 말했다.

앞서 1월에는 출범 당시 회원사였던 KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송사가 코디마에 탈퇴 의사를 밝혔다. 지상파 방송사는 지상파 재송신료 분쟁 등 여러 현안에 대해 코디마가 IPTV 사업자에 편향된 입장을 취하고 있다며 모든 회원사의 이익을 위해 움직여야 하는 협회가 일부 회원을 위해 다른 회원의 이익은 외면하고 있다고 지적했다.

한국방송기술인연합회, 한국방송공학회와 MOU 체결



방송기술의 발전과 국민 복지 향상에 기여하기 위해 한국방송기술인연합회와 한국방송공학회가 손을 맞잡았다.

연합회는 방송 및 미디어 기술의 발전과 이 분야의 인적자원 양성을 도모하기 위해 3월 26일 오후 7시 30분 서울 여의도 열린

에서 방송공학회와 업무제휴(MOU)를 체결했다고 밝혔다. 양 기관은 이번 MOU를 통해 정부연구사업 및 기업수탁과제 공동 수행, 세미나 및 토론회 공동 주최, 인적자원 교류 등의 진행한다는 방침이다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

국가직무능력표준(NCS), 방송기술 현장 목소리 반영하나?

NCS 분류 체계 부처의견 검토회의 열려

국가직무능력표준(National Competency Standards, NCS) 분류 체계 부처의견 검토회의가 열렸다. 한국방송기술인연합회는 이 자리에서 현행 방송기술 직무분류 체계에 이의를 제기하는 한편 향후 NCS 운영위원회 또는 NCS 분류 체계(안) 전문가 검토 시 참여를 희망한다는 의사를 밝혔다.

3월 30일 오후 5시 세종시 정부세종청사 고용노동부에서 열린 NCS 분류 체계 부처의견 검토회의에는 주무부처인 고용노동부와 한국산업인력공단, 한국고용정보원, 한국직업능력개발원 관계자들, 연합회 TF팀, 관련 전문가 등이 참석했다.

연합회 TF팀은 이날 회의에 앞서 '방송기술 NCS 직무분류 체계 관련 의견서'를 고용부에 제출했다. TF팀은 "방송기술 직무에 대한 세부적인 조사, 전문가 검토 및 관련 업계 의견 수렴을 통해 정리된 방송기술의 분류 체계가 지난해 6월 20일 열린 제3차 운영위원회 회의로 인해 일방적으로 변경됐다"며 "방송사업자의 업무와 직무분류 체계의 일치 그리고 산업 현장에 적합한 인적자원 개발이라는 NCS 근본취지에 적합하게 추진된 NCS 방송기술 분류 체계를 운영위원회 이전 안으로 원상 복구할 것을 요청한다"고 밝혔다.

NCS는 산업 현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식, 기술, 태도 등의 직무능력을 국가가 산업부문 수준별로 체

계화한 것으로 대분류, 중분류, 소분류, 세분류로 나뉘어 있다. 현재 방송기술은 대분류 20 '정보통신'의 중분류로 분류되며, 그 아래 ▲방송제작기술 ▲방송플랫폼 기술 ▲방송서비스 등 3개의 소분류를 두고 있다. 또 각각의 소분류는 △방송중계 △방송품질관리, △라디오방송 △지상파 TV방송 △지상파DMB △케이블방송 △인터넷멀티미디어방송, △유무선통합서비스 △방송시스템운영 △정보시스템운영 △방송기술지원서비스 △방송장비설치유지보수 등 12개의 세분류로 나뉜다.

문제는 방송제작기술에 방송영상, 방송음향, 방송조명, 방송편집, 방송특수영상, 라디오제작 등의 세분류가 없다는 것이다. TF팀은 "각 방송사의 방송기술 업무가 영상, 특수영상, 음향, 조명, 편집, 라디오 등으로 나뉘어져 있는데 NCS 분류 체계에는 방송중계와 방송품질관리밖에 없다"며 "현업 종사자들은 물론이고 진로 방향을 설정해야 하는 예비 방송기술인들이 방송기술이라는 직무에 대해 혼란스러워할 수 있다"고 말했다. 산업 현장에 적합한 인재를 길러내기 위한 NCS 분류 체계가 오히려 산업 현장과 취업준비생에게 혼란만 부추기고 있다는 지적이다.

이날 회의에 참석한 문화 예술 디자인 방송 관련 전문가들도 TF팀의 지적에 공감했다. 이들은 "현재 대분류 08 문화 예술 디자인 방송-중분류 문화 콘텐츠-소분류 영상 제작에 포함된 촬영, 조

명, 음향, 편집 등의 세분류를 방송기술로 옮기는 것은 적절치 않다고 생각하지만 방송기술 각각의 직무 영역이 방송제작기술 세분류에 포함돼야 한다는 것에는 공감한다"며 방송기술제작의 세분류를 신설하자는 쪽의 손을 들어줬다.

고용부와 한국산업인력공단 측은 "TF팀에서 제안한 방송영상, 방송음향, 방송조명, 방송편집 등은 대분류 08 문화 예술 디자인 방송의 세분류와 일부 중복되는 부분이 있어서 종합적인 검토가 필요하다"며 "TF팀의 의견과 문화 예술 디자인 방송 관련 전문가들의 의견을 종합해 최대한 합리적인 개선(안)을 도출하겠다"고 말했다.

이에 대해 연합회는 TF팀을 가동해 방송기술 직무 분류가 산업 현장에 맞게 개선될 때까지 의견을 개진하겠다는 입장이다.

한편 연합회는 향후 한국고용직업분류(KECO)의 개정도 요청한다는 계획이다. 연합회는 "현재 KECO의 직업 분류 체계도 방송기술 산업 현장과 맞지 않다"며 "방송기술 종사자가 다루는 방송 설비는 '정보통신공사업법'에서 정보통신설비에 해당돼 문화 예술 디자인 방송과 현실적으로 일치하지 않다"고 지적했다. 이어 "방송 관련 기술 종사자의 명칭 즉 촬영 기사나 녹음 기사도 수정이 필요하다"고 덧붙였다.

백선하 baek@kobeta.com

KBS방송장비인증센터 개소식 성황리에 마쳐

"국산 방송장비의 글로벌 경쟁력 확보 위한 디딤돌 기대"



KBS는 3월 26일 오전 10시 KBS본사에서 홍문종 국회 미래창조과학방송통신위원회 위원장, 최양희 미래창조과학부 장관, 최성준 방송통신위원회 위원장, 이인호 KBS 이사장 등이 참석한 가운데 'KBS방송장비인증센터' 개소식을 열었다.

KBS방송장비인증센터는 그동안 국산 방송장비의 국내 시장점유율 확대와 글로벌 시장 진출에 큰 걸림돌로 지적된 국산 방송장비의 품질을 향상시키기 위해 KBS 직접 나서 기술을 지원하고 인증한다는 데 그 목적이 있다.

앞서 KBS는 2월 25일 한국정보통신기술협회(TTA)와 국산 방송장비에 대한 공동 시험인증을 추진기로 업무협약(MOU)을 체결한 바 있다. KBS와 TTA는 이번 MOU 체결을 통해 기존 연구소 차원의 검증(Lab Test)을 방송사의 현장 시험(Field Test)까지 확대기로 했다. 대

상은 방송 제작 및 송출, 송신 등 국산 방송장비 전제로 KBS의 방송장비 인증검사를 통과하면 'KBS품질인증서'를 발급받는다.

관련 업계에서는 방송장비 전문가를 보유한 KBS와 통신장비 인증에 특화된 TTA가 기술적 협력 관계로 시너지 효과를 만들어냄으로써 국산 방송장비 산업의 성장과 시장 활성화에 큰 역할을 할 것으로 기대하고 있다.

KBS는 "방송제작에 필요한 모든 방송장비를 방송현장에 준하는 환경과 방송장비 사용자 입장에서 철저하게 시험, 검사, 인증해 방송장비업체가 현장의 생생한 니즈(Needs)와 신속한 피드백을 받을 수 있도록 할 것"이라고 말했다.

개소식에 참석한 홍문종 미방위원장은 "KBS가 영국의 BBC나 일본의 NHK를 제치고 세계 1등의 공영방송이 되기를 향

상 꿈꾸고 있다"고 운을 뗐 뒤 "카메라에 찍힐 일이 자주 있어서 카메라를 많이 보는데 볼 때마다 (잘 모르는 브랜드들이 많아) 기분이 별로 좋지 않다. 방송장비도 마찬가지다"라며 "방송장비 시장 규모가 50조 원에 달한다고 하는데 이번 KBS방송장비인증센터가 국산 방송장비를 50조 원 가까이 팔 수 있도록 가능성을 만들어내지 않을까 싶다"고 기대를 표했다.

최양희 미래부 장관은 "우리나라 방송장비가 세계에서 빛을 못보고 있는 게 현실"이라며 "이번 KBS방송장비인증센터를 계기로 국산 방송장비가 'S'나 'H' 등으로 시작하는 해외 기업들을 누를 수 있지 않을까 기대해본다"고 말했다.

최성준 방통위원장은 "'겨울연가', '대장금', '별에서 온 그대' 등 우리나라 콘텐츠들이 한류를 주도하고 있고 이제는 포맷 수출까지 확대되고 있어 방통위원장으로서는 뿌듯하지만 콘텐츠를 담은 방송장비 부분의 경쟁력이 이에 미치지 못해 아쉬웠다"며 "이번 기회로 KBS가 우수한 국산 방송장비업체에 기술력에 맞는 공신력을 주고, 방송장비 구매자들은 이를 믿고 제품을 살 수 있는 선순환 생태계가 구축되길 바란다"고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

미래부·문체부·다음카카오, 콘텐츠 발전 위해 손잡아

디지털콘텐츠 개발 및 사업화 지원하는 'K-글로벌 디지털콘텐츠 랩' 협업 추진

미래창조과학부와 문화체육관광부는 다음카카오와 함께 창작·개발자 융합팀을 대상으로 디지털콘텐츠 개발 및 사업화 지원을 위한 'K-글로벌 디지털콘텐츠 랩'을 공동 추진한다.

이번 사업에서 미래부는 사업화 단계별 맞춤형 서비스 및 사업 전반을 운영하고 문체부는 협업공간 및 입주률, 다음카카오는 기술 및 사업비 일부를 각각 지원하는 등 협업을 추진한다.

미래부와 문체부는 공동으로 창조경제혁신센터, 지역진흥원 등을 통해 창

의 아이디어를 가진 창작·개발자 융합프로젝트팀 10여 개를 선정해 약 4개월간 교육·멘토링·컨설팅 등 지원할 예정이다.

이후 미래부는 최종 평가를 거쳐 2~3개팀을 'K-글로벌 디지털콘텐츠 랩'으로 선정하고, 선정된 팀에 향후 3년간 최대 5억 원까지 사업화에 필요한 사항을 지원할 계획이다.

이와 함께 문체부는 선정된 10여 개 프로젝트팀을 문화창조융합센터의 전문 멘토링 프로젝트에 참여할 수 있도록 하

고, 창업 후에는 문화창조벤처단지에 입주할 기회를 부여할 예정이다. 또한 문화콘텐츠 제작, 사업화, 해외 판로 개척을 위한 원스톱 서비스도 제공하게 된다.

다음카카오는 이번 사업을 통해 발굴된 우수 프로젝트팀에게 다음카카오 플랫폼에 우선적으로 연계할 수 있도록 서비스를 제공하고, 미래부와 문체부에서 지원하는 콘텐츠 기업의 상생 발전을 위해 2013년부터 2017년까지 5년 동안 총 100억 원을 지원할 예정이다.

이선 dltjs3118@naver.com

“700MHz 주파수로 지상파 UHD 방송 시작하자”

“UHD TV 대중화 속도 예상보다 빨라 보편적 시청권 보장해야”



미래창조과학부와 방송통신위원회가 700MHz 주파수 잔여 대역을 방송과 통신이 적절하게 나눠 써야 한다는 입장을 보이고 있는 가운데 차세대 방송의 보편적 접근을 위해 700MHz 주파수를 방송용으로 활용해야 한다는 목소리가 높아지고 있다.

4월 1일 오후 2시 서울 중구 프레스센터에서 한국언론학회와 한국전자과학회가 공동 주최한 '700MHz 대역 주파수 분배 정책과 방송 통신의 미래' 토론회에 발제자로 나선 김광호 서울과학기술대 IT정책전문대학원 교수는 “한때 ‘초고화질(UHD)은 프리미엄’이라는 말도 있었으나 저가형 UHD TV가 출시되면서 HD와 UHD TV의 가격차가 거의 없어지는 등 UHD가 생각보다 빠르게 보편적 방송 영역으로 진입하고 있다”며 700MHz 주파수 잔여 대역을 지상파 UHD 방송용으로 이용해야 한다고 주장했다.

TV시장조사업체인 디스플레이서치에 따르면 올해 UHD TV 판매대수는 지난해 대비 153% 성장한 3,200만 대로

2018년에는 8,000만 대를 웃돌 것으로 전망되고 있다. 프리미엄 제품이 강세를 보이는 서유럽과 북미 시장에서도 UHD TV 점유율이 급속도로 높아지고 있다. 시장조사기관인 GfK는 “지난해 유럽 TV 시장에서는 6대 중 1대꼴로 UHD TV가 판매됐다”며 “이런 추세라면 2015년에는 유럽 시장에서 UHD TV 판매 비중이 20%를 훌쩍 넘을 것”이라고 예측했다. UHD TV가 보편화되기 시작한 것이다.

김 교수는 “유료방송을 통해서만 UHD를 시청할 수 있다면 결국 경제적 여유가 있는 가구만 UHD를 시청하게 돼 디지털 빈부격차를 조장하게 된다”며 “차세대 방송으로 여겨지는 UHD 방송은 고화질(HD)과 같이 모든 시청자가 마땅히 누려야 할 권리로 지상파 UHD 방송을 실시해 보편적 시청권 및 매체선택권을 보장하는 한편 소득과 지역에 따른 디지털 정보 격차도 해소해야 한다”고 말했다.

지난해 한국방송협회에서 글로벌리처를 통해 1,026명을 대상으로 조사한 결과도 이를 뒷받침한다. 설문조사 결과 조사 대상의 75%가 UHD 방송에 대해 알고 있었으며, 66%가 유료매체가 아닌 지상파방송을 통해 UHD 방송을 시청하고 싶다고 답변했다.

하지만 이 같은 주장에 대해 일각에서는 UHD TV를 조기에 구매하기 어려운 취약계층이 많기 때문에 지상파 UHD 방송은 시기상조라는 입장을 내놓고 있

다. 이에 대해 김 교수는 “디지털 전환 당시에는 DTV 초기 보급률이 2.6%였음에도 시작했다”며 “UHD 방송의 경우 이미 DTV 보유 가구가 많기 때문에 USB 타입 동글 형태의 컨버터를 구입하면 손쉽게 UHD 수신가능가구가 될 수 있다”고 반박했다.

“유료방송 중심 UHD 방송으로 국내 시장 잠식 우려”

또 지상파 UHD 방송으로 관련 산업의 활성화 기반도 마련해야 한다는 의견도 나왔다. 김 교수는 “일본, 미국, 유럽, 중국에서 이미 UHD 방송 시장을 선점하기 위한 경쟁이 시작됐다”며 “유료방송 중심으로 UHD 방송이 추진되면 국내 방송 산업의 경쟁력이 약화되고, 시장이 잠식될 수 있다”고 우려했다.

실제로 케이블과 위성, IPTV 등 유료방송 중심으로 UHD 상용화가 진행됐지만 콘텐츠 수급이 원활치 않아 수차례 재방송을 하고 있으며, 해외 UHD 콘텐츠 수입에 경쟁적으로 나서고 있는 상황이다.

김 교수는 이러한 부분을 지적하며 “지상파 UHD 방송으로 글로벌 UHD 콘텐츠 시장을 선점해 한류를 지속시키고, UHD 방송장비의 경쟁력을 강화해 해외 시장을 선점해야 한다”고 덧붙였다.

김경환 상지대 언론광고학부 교수 역시 “우리나라가 주도적으로 UHD 방송을 추진하면 파급효과가 상당히 클 것”이라며 “보안이나 헬스 등 다양한 분야에 UHD

장비가 파급될 수 있을 것이라고 본다”고 말했다. 김 교수는 이어 “통신 쪽에서 경매를 진행해도 통신비가 올라가지 않는다. 오히려 내려가고 있다고 하는데 국민들이 체감하는 통신비는 깜짝 깜짝 놀랄 정도”라며 “매월 8~9만 원씩 내야 하는 통신비를 보고 어떻게 내려간다고 하는지 궁금하다”고 의문을 표했다.

현재 지상파 방송사는 2012년부터 실시한 UHD 실험방송을 통해 지상파 UHD에 대한 기술적 검증을 완료한 상황이다. 지난해에는 전 세계 최초로 브라질 월드컵 16강, 8강, 결승 경기를 4K UHD 생중계로 실시했으며, 인천아시안게임의 개 폐막식과 배구, 육상, 수영 등의 경기를 UHD로 제작해 실시간 중계하는 등 성공적인 실험방송을 마쳤다. 하지만 아직까지 지상파 UHD 방송을 위한 구체적인 로드맵은 세워지지 않았다. 김 교수는 이 부분을 지적하며 “지상파 UHD 정책 수립이 늦어질 경우 노후로 인한 HD 장비와 UHD 콘텐츠 제작을 위한 UHD 장비의 별도 구매가 이루어져 오히려 이중투자의 가능성이 높다”고 우려했다.

“700MHz 통신용으로 활용해야 국제적 조화?”...“의미 없어”

한편 이날 두 번째 발제자로 나선 박덕규 목원대 정보통신융합공학부 교수는 700MHz 주파수 잔여 대역을 통신에 할당하는 게 더 타당하다고 주장했다. 박 교수는 “전 세계적으로 700MHz 주파수를

UHD 방송용으로 활용하는 나라는 없으며 모든 나라에서 이동통신용으로 할당 또는 할당할 예정”이라며 “우리나라가 700MHz를 방송용으로 이용하게 되면 조롱거리가 될 것”이라고 말했다. 전 세계 70여 개국, 세계 인구의 85.8%가 700MHz를 이동통신으로 사용하기로 예정돼 있는 상황에서 우리나라만 방송용으로 활용한다면 국제적 조화에 어긋난다는 것이다.

이에 대해 김광호 교수는 “미국이나 캐나다는 독자적으로 활용하고 있고, 중국과 인도는 방식 자체가 다르고, 유럽이나 아프리카도 APT 플랜과 같지 않은데 국제적 조화라고 이야기하는 건 좀 그렇지 않나”며 “상생의 방안을 이야기하는 데 지상파 방송사에서 남은 주파수를 반환하겠다고 하지 않느냐. 이것도 상생방안 중 하나인 것 같다”고 반박했다.

한 KBS 관계자는 “지상파 UHD 방송은 세계 어디에서도 아직까지 시작된 바가 없기 때문에 경쟁력이 있는 것”이라며 “세계 최초로 실시해야 차세대 방송 산업을 선도하고 창조경제에 이바지할 수 있지 않겠느냐”고 말했다. 그는 이어 “700MHz 대역이 단순히 이동통신용으로 사용되기만 하면 국제적 조화를 이룰 수 있는 것처럼 보이지만 실제로는 각 밴드 플랜의 모양, 통신 방식 등 정확히 일치된 모습으로 사용하지 않을 경우 사실상 국제적 조화는 의미가 없다”며 김 교수의 주장에 공감한다고 덧붙였다.

백선하 baek@kobeta.com

“방통위 MMS 로드맵 부재가 가장 큰 문제”

방통위, 시청자단체 공동토론회에 불참...탁상공론 행정 지적

지상파 다채널 서비스(Multi-Mode Service, MMS) 활성화를 가로막는 근본적 문제는 방송통신위원회에 있다는 지적이 쏟아졌다. 공공복지 증진에 이바지해야 할 책임이 있는 방통위가 원칙도 방향도 분명치 않은 모호한 입장을 취하고 있어 MMS 논란을 부추기고 있다는 것이다.

3월 25일 오후 3시 서울 종로 YMCA에서 열린 ‘시청자 관점에서 본 지상파 다채널 서비스’ 토론회에 발제자로 나선 노영란 매체비평우리스스로 사무국장은 “방송사업자 간 갈등이 MMS 활성화를 방해하기도 하지만 근본적 책임은 방통위에 있다”며 “신규 서비스 도입 시 우선 고려 대상은 국민인 시청자의 권익이 되어야 하는데 방통위가 이를 잊고 의지와 능력이 있는 사업자에게 MMS를 허용치 않음으로써 MMS 활성화를 막고 있다”고 비판했다.

MMS는 하나의 채널 대역 내에서 여러 개의 채널을 제공하는 서비스로 지상파 MMS가 활성화되면 무료로 볼 수 있는 채널이 늘어나게 된다. 일반적으로 디지털 전환을 완료한 대부분의 국가에서는 MMS를 실시하고 있으나 우리나라는 유료방송 업계의 반발로 아직까지 도입되지 않았다. 현재 EBS가 유일하게 EBS2를 시범 서비스하고 있지만마저도 종합유선방송사업자(SO)들과의 갈등 때문에 잡음이 끊이지 않고 있다.

노 사무국장은 방통위가 EBS에 한해

MMS 시범 서비스를 허용한 것을 두고 “지속적으로 MMS를 원하고 있는 공영방송 KBS에 MMS를 허용치 않고 있다”며 “방통위가 적극적인 다채널 추가 도입 의지가 있는지, 비용을 지불하고 무료방송을 시청해야 하는 비정상적인 현 수신 환경을 개선할 의지가 있는지 묻고 싶다”고 말했다. 방통위가 무료 보편적 서비스를 확대할 의지가 있는지 의문이라는 것이다.

윤정주 한국여성민우회 미디어운동본부 소장은 “이번 토론회를 준비하면서 여러 번 연락했음에도 불구하고 과장은커녕 사무관조차 오지 않았다. EBS MMS에 관심이 있는지, 유료방송 때문에 KBS에 MMS를 허용하지 않은 건지 묻고 싶었는데 실망이 이만저만이 아니다”라고 비판한 뒤 “모두 다 의지가 있는데 단 한 군데 방통위만 의지가 없는 것 같다”고 평했다.

한석현 서울YMCA 시청자시민운동본부 팀장 역시 “현장의 이야기를 안 들으니 방통위가 제대로 된 정책을 수립할 수 있겠느냐”며 기본적으로 방통위의 로드맵이 부재한 결과라고 꼬집었다.

이날 토론회 참석자들은 방통위의 장기적인 로드맵 부재를 MMS 논란의 가장 큰 문제로 꼽았다. MMS 도입 시 MMS의 목적, 일정, 방향 등을 명확하게 제시하지 않았기 때문에 시범 서비스를 시작했음에도 잡음이 끊이지 않고 있다는 지적이다.

“수신 환경 개선해 매체선택권 보장해야”

MMS가 제대로 도입되기 위해선 수신 환경 개선과 적극적 홍보가 이뤄져야 한다는 의견도 나왔다. 노 사무국장은 “안테나뿐 아니라 공시청으로도 직접수신이 가능하고, 직접수신과 유료방송을 동시에 보는 것도 가능하다는 사실을 시청자들이 알 수 있도록 해야 한다”며 “디지털 전환 이후 난시청 지역이 많이 해소됐지만 많은 시청자들이 이러한 사실을 잘 모른다”고 말했다. 적극적인 홍보로 시청자들이 스스로 선택할 수 있는 기회를 제공해야 한다는 것이다. 그는 이어 “그동안 유료방송이 공시청 시설을 장악하고 훼손해왔는데 훼손된 공시청 시설을 보완하는 작업은 제대로 이뤄지지 못하고 있다”며 직접수신에 대한 홍보와 함께 수신 환경 개선이 이뤄져야 한다고 덧붙였다.

박병열 DTV KOREA 사무총장도 “우리나라의 70%가 다세대 또는 공공주택인데 여기의 공시청 시설이 유료방송에 의해 무단 점유 및 훼손된 사례가 있다”며 “공시청 시설을 유지 및 관리할 수 있는 제도적 장치가 필요하다”고 강조했다. 박 사무총장은 “공시청 시설만 잘 유지되면 시청자들이 굳이 안테나를 달지 않아도 편리하게 지상파방송을 볼 수 있어 결과적으로 시청자들의 매체선택권이 보장된다”며 공시청 시설에 대한 실태조사와 함께 법제도적 지원이 필요하다고 주장했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

국적으로 재송신할 예정이다.

또한, 디지털상품 가입자에 대해서도 채널변경에 따른 약관변경 신고 등 행정절차를 마무리하는 대로 4월 중 재송신할 계획이다. IPTV의 경우, IPTV사업자의 채널 추가편성을 위한 회선증설작업이 완료되는 하반기부터 재송신이 이루어질 전망이다.

지금까지는 EBS2 채널을 보려면 지상파

기자수첩

‘맹모삼천지교’ EBS2에 주목하다

맹모삼천지교(孟母三遷之教). 맹자의 어머니가 좋은 교육 환경을 만들어 주려고 세 번이나 이사를 했다는 이 말을 모르는 사람은 없을 것이다. 처음에는 공동묘지 근처에 살았는데 맹자가 심심하면 곡(哭) 소리를 흉내 내곤해 이러서는 안 되겠구나 싶어 시장으로 이사했다. 그러자 이번에는 장사치들의 물건 파는 흉내를 내 마지막으로 서당 근처로 옮겼다는 이 이야기는 더 이상 고전에만 머무르는 이야기가 아니다. 요즘 부모들에게도 아이들의 교육을 어디에서 어떻게 할 것인가는 크나큰 문제다.

최근 EBS가 지상파 다채널 방송(MMS) EBS2를 내보내자 EBS2에 대한 문의가 끊이지 않는다고 한다. EBS2를 보고 싶는데 어떻게 해야 하느냐는 것이다. 실제로 인터넷 포털 사이트에 EBS2라는 단어를 쳐보니 ‘10~2번 EBS2가 나오지 않아요. 어떻게 해야 하죠?’, ‘저희 집도 나오다가 갑자기 안 나오네요. 어떻게 해야 하나요?’ 등의 질문이 줄을 잇는다. 물론 지금은 케이블방송사업자와 원만한 합의로 지상파 직접수신을 하지 않아도 EBS2를 볼 수 있지만 얼마 전까지만 해도 EBS2 시청에 대한 관심은 뜨거웠다.

왜 이렇게 EBS2에 대한 관심이 뜨거울까. 이러한 현상은 맹모삼천지교와 연결돼 있다. EBS2는 EBS 플러스1, 플러스2, 잉글리시 채널의 초·중등 교육 콘텐츠, 영어 학습 콘텐츠 등으로 편성돼 있다. EBS는 시범 서비스가 끝나는 대로 신규 제작 프로그램을 확대 편성해 본방송에 활용한다는 계획을 밝혔지만 그 역시 교육적인 콘텐츠가 대부분일 것이다. 바로 이러한 부분이 학부모들의 마음을

움직이고 있다. 날이 갈수록 폭력적이고 선정적인 콘텐츠로 채워지고 있는 유료방송을 시청하느니 직접수신으로 공익적이고 교육적인 콘텐츠만 선별해서 보겠다는 것이다. 시청자단체 공동토론회 자리에서도 이러한 이야기가 불꽃 터지듯 했다. 윤정주 한국여성민우회 미디어운동본부 소장은 “인터넷 카페에 ‘EBS2를 보고 싶다’, ‘공시청 설비가 훼손됐는데 직접수신을 어떻게 해야 하나’는 글이 계속 올라오고 있다. 많은 학부모들이 MMS 도입에 관심이 많았는데 이제는 실망으로 변해가고 있다”며 “방송통신위원회가 이러한 실태를 인지해서 지상파 MMS 도입 로드맵을 수립했으면 한다”고 말했다. 시청자들이 지상파 MMS를 원하고 있다는 것이다.

중·고등학생 자녀를 둔 주부 박 모씨(43) 역시 본지와와의 전화통화에서 “유료방송 채널이 너무 많아 아이들이 TV 리모컨에서 손을 떼지 않는다”며 “EBS에서 스스로 공부하게 하는 다양한 교육 콘텐츠를 제공하고 있으니 EBS로 자기 주도학습을 하도록 만들고, 직접수신으로 바꾸고 싶다”고 말했다.

지상파 MMS는 정부가 디지털 전환 당시 시청자들에게 약속했던 부분이다. 무료 다채널 서비스를 도입해 시청자들의 선택권을 보장하겠다는 것이다. 하지만 디지털 전환이 완료된 지금 지상파 MMS는 EBS에 한해 시범적으로 운영되고 있다. 지상파 MMS 본방송 도입 전 정부는 정책 수립 시 고려해야 할 대상은 사업자라 아니라 시청자라는 것을 다시 한 번 생각하길 바란다.

백선하 baek@kobeta.com

케이블방송 통해 EBS2 시청 가능해져

4월 1일부터 81개 케이블방송서 EBS2 재송신 시작해

4월부터 케이블방송을 통해서도 EBS2를 볼 수 있게 됐다.

EBS와 케이블방송사업자는 2월 13일 EBS2 채널의 재송신 원칙을 바탕으로 재

송신계약을 체결했으며, 이에 따라 4월 1일부터 81개 케이블방송사들은 아날로그상품 가입자를 대상으로 EBS2 채널 재송신을 시작하고 순차적으로 확대해 4월 중 전

방송 수신을 위해 실내의 TV 안테나를 설치하거나 공동주택 공시청망에 TV 단자를 연결해야 했으나, 이번엔 EBS와 케이블방송사들이 재송신 계약을 체결함에 따라 케이블방송을 통해서도 편리하게 EBS2 채널을 볼 수 있게 됐다.

케이블방송에서 EBS2 채널이 재송신되면 전국 총 1,400만여 가입자가 EBS2 채널

의 교육방송 등을 이용할 수 있게 돼 사교육비 부담 경감과 지역별·소득수준별 교육격차 해소 효과가 증대될 것으로 기대된다.

한편 방송통신위원회는 EBS2 채널 재송신과 함께 A/S 등 시청자 민원이 증가할 것에 대비해 EBS, 가전사 등과 함께 민원대응 대책본부를 지속적으로 운영할 계획이다.

이선 dljs3118@naver.com

“순수외주제작으로 외주제작 개념 변해야”

“부실 제작사 퇴출시킬 수 있는 환경 필요해”

외주제도의 패러다임 변화가 필요하다 는 주장이 제기됐다.

3월 26일 오후 2시 30분 서울 중구 국 가인권위원회 배움터에서 열린 ‘중편채널 과 외주제작 환경 변화’ 세미나에서 노동렬 성신여대 미디어커뮤니케이션학과 교수는 “외주제작사들이 순수외주제작을 할 수 있 는 상황으로 진화할 수 있는 기회를 마련 해줘야 한다”며 순수외주제작 비율로의 전 환을 제안했다.

외주제도는 지난 1990년 방송제도위원 회의 보고서에서 지상파 방송사의 폐쇄적 인 제작 방식과 독과점 구조 개선을 위해

다양한 제작 주체를 마련해야 한다는 취지 로 처음 제안됐다. 이후 지상파 방송사의 독과점 프로그램 공급 구조를 완화하겠다 는 목적으로 도입됐으나 시행된 지 20여 년이 넘는 지금 외주제도가 콘텐츠의 다양 성과 질적 성장을 가져오지 못하고 있다는 지적이 끊임없이 제기되고 있다.

현재 지상파 방송사의 외주제작은 방송 사에서 연출자와 카메라 감독을 파견하고, 외주제작사에서 제작PD와 스크립터, FD 등을 투입하는 형식으로 이뤄지고 있다. 노 교수는 “외주제작이라는 게 근본적으로 외 주제작사에서 완성품을 납품해야 하는 건

데 외주제작사 인력 등 전체적인 역량이 부 족해 그렇게 못하고 있다”며 그동안의 외주 정책이 양적인 규제를 통해 질적인 발전을 도모해 왔지만 정부의 추론대로 진화하지 못했다고 지적했다. 외주제작사가 실질적 인 제작 역량을 갖추지 못한 상황에서 의 무비율을 늘리다보니 외주제작사의 제작 역량이 발전하기보다는 방송사와의 공동 제작으로 외주제작 방향이 바뀌었다는 것 이다.

노 교수는 외주제작의 양적인 발전이 질 적인 방향으로 수정되기 위해서 외주제작 의 패러다임이 변해야 한다고 주장했다. 외

주제작 프로젝트기반조직(Project-based organization, PBO)에서 주도적인 역할 을 수행하는 영상제작자 즉 순수외주제작 이라는 개념으로 바뀌어야 한다는 것이다.

노 교수는 “현재의 외주제작사들이 전부 순수외주제작이 가능한 상태로 발전하기 는 어렵기 때문에 역량이 있는 외주제작사 와 부실 외주제작사 간 존재하는 역량의 차이는 분명하게 적절한 대우를 받아야 한 다”며 “1991년 3%부터 시작됐던 것처럼 최 소한의 비율로 철저한 준비가 가능한 수준 에서 순수외주제작이 시작돼야 한다”고 말 했다. 그는 이어 “역량 있는 외주제작사들 이 많이 나올 수 있도록 해야 하지만 모든 외주제작사가 일정한 수준으로 성장하도 록 기회를 부여하고 지원해야 하는 것은 정 책이 지향하는 점이 아니다”라며 “엄격한

원칙과 기준을 마련하고 그에 부합하지 않 는 외주제작사는 퇴출될 수 있는 시장 환 경을 조성하는 것이 중요하다”고 덧붙였다.

관련 업계에서도 노 교수의 주장에 공감 을 표하고 있다. 한 방송사 관계자는 “영국 이나 미국 등 해외에서는 외주제작사가 제 작사의 시설을 사용하는 등 선투자해서 완 제품을 만들어 공급하고 있는데 우리나라 같은 경우 지상파 편성을 약속받은 뒤 자 본을 투자받는 형식으로 진행되고 있다. 이 러다보니 콘텐츠 수익을 제작으로 투자하 는 선순환 구조가 확립되지 못하고 일회성 투자로 끝나버리는 구조로 가고 있다”며 “외주제작이 순수외주제작으로 바뀌어야 건강한 콘텐츠 생태계가 확립될 수 있다”고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

타임워너 계열사, 국내 PP 지분 100% 인수

“국내 PP 고사할 것” VS “장기적으로 경쟁력 강화될 수 있어”

한미 자유무역협정(FTA) 유예기간이 종료되자마자 미국 미디어 기업들이 지 분을 확대하고 있다. 일각에선 미국 미디 어 기업이 국내 콘텐츠 시장의 유통을 좌지우지해 방송 시장을 장악하게 될 것 이라는 우려도 나오고 있지만 한미 FTA 체결 이후 3년이 지난 지금 국내 방송 시 장이 다원화됐기 때문에 그 영향이 미풍 에 그칠 것이라는 전망도 적지 않다.

미래창조과학부에 따르면 타임워너 계 열사 터너엔터테인먼트네트웍스코리아 는 최근 카툰네트워크의 지분을 100%

인수했다. 지금까지 카툰네트워크는 중 앙일보 계열사인 중앙방송이 지분 51%, 터너 측이 49%의 지분을 갖고 있었는데 한미 FTA가 발효되면서 터너 측이 중 앙방송의 지분을 인수하게 된 것이다.

한미 FTA는 지난 2012년 3월 13일에 발표됐지만 방송 부문의 경우 적용시점 을 3년 이후로 미뤄 올해 3월 15일부터 적용되기 시작했다. 지금까지 국내 기업 과 합작 형태로 진출할 수밖에 없었던 미국 미디어 기업들이 단독으로 진출할 수 있는 길이 열린 것이다. 종합편성채널

과 보도전문채널, 홈쇼핑 등에 대한 투 자 제한은 현재와 같이 유지된다.

관련 업계에서는 타임워너를 시작으로 국내 방송 시장에 대한 미국 기업들의 투자가 적극적으로 이뤄질 것으로 내다 보고 있다.

실제로 업계에서는 미디어 재벌 루퍼 트 머독이 소유한 뉴스코퍼레이션 계열 사인 내셔널지오그래픽채널(NGC), 할 리우드 영화사 소니픽처스텔레비전 계열 인 AXN 등이 추가 지분 확대 계획을 가지고 있는 것으로 알려졌다.

미국 미디어 기업들의 진출은 국내 방 송 업계의 위기일 수밖에 없다. 특히 소 규모 자본의 영세업자들로 이뤄진 PP 업계가 고사될 것이라는 우려는 한미 FTA 체결 당시부터 꾸준히 제기됐다.

하지만 일부 전문가들은 한미 FTA 체결 시점보다 국내 콘텐츠 시장이 성장 했기 때문에 한미 FTA로 인한 충격이 예상보다는 크지 않을 것이라고 보고 있다.

권호영 한국콘텐츠진흥원 수석연구원은 본지 기고를 통해 “국내 PP들이 기존 프로그램을 유통만 하지 않고 프로그램을 자체 제작해 편성하고 있기 때문에 미국 미디어 기업들이 비집고 올 빈틈이 메워지고 있고, 소비자들의 드라마 선호

추세가 바뀌고 있다”며 “3년 전만큼 위 기감이 크지는 않다”고 말했다.

다만 미국 콘텐츠를 주로 편성하는 채 널들은 미국 미디어 기업이 직접 운영할 가능성이 높기 때문에 PP 업계의 변화 는 어느 정도 예상되고 있다. 권 연구원 은 “PP 입장에서 프로그램 제작은 장기 적 측면에서 경쟁력 강화 전략이라 볼 수 있기 때문에 한미 FTA에 잘 대응하 면 국내 PP들의 역량이 한 단계 높아질 수 있다. 다만 제대로 대응하지 못할 경 우에 국내 시장의 많은 부분을 미국 미 디어 기업에 내줄 수도 있다”면서 한미 FTA가 위기이자 기회가 될 수 있다고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

지상파 직접수신 알리기

“TV, 공짜로 보세요”

제2기 KBS 블로그 기자단 발대식 개최



누구나 안테나만 달면, 공시청 설비만 이용하면 지상파방송을 무료로 볼 수 있다. 하지만 아직까지 이러한 사실을 모 르는 시청자들이 많다. 설사 안다고 해 도 안테나를 어디서 구입해 어떻게 달아

야 하는지, 공시청 설비를 어떻게 이용하 야 하는지 몰라 어쩔 수 없이 유료방송 에 가입하는 시청자들도 있다. 이러한 현실을 개선하기 위해 KBS가 나섰다.

KBS는 3월 31일 오후 5시 서울 여의 도 KBS 신관에서 ‘제2기 KBS 블로그 기자단’ 발대식을 열고 직접수신환경 흥 보 활동에 박차를 가하기 시작했다.

‘공짜로 세상을 보자’라는 슬로건을 내걸고 지난해 탄생한 KBS 블로그 기 자단은 지상파 직접수신과 관련된 내용 을 취재해 시청자들이 알기 쉽게 글이 나 영상으로 블로그에 올리는 활동을

한다. 이번에 선발된 제2기 KBS 블로 그 기자단은 올해 12월까지 월 1회 오프라인 모임을 통해 직접수신의 효과적 인 홍보 방법에 대해 논의하고, KBS 송 신소 등 직접수신과 관련된 장소를 방 문해 생생한 현장을 전달하는 등 시청 자들과 쉽게 소통할 수 있는 창구 역할 을 하게 된다.

장윤식 KBS 기술본부 네트워크관리 국장은 블로그 기자단과 만난 자리에서 지상파 직접수신의 중요성을 강조한 뒤 시청자들의 매체선택권을 보장해야 한 다고 말했다. 장 국장은 “우리나라는 무 료 보편적 서비스를 누릴 수 있는 환경 이 충분히 구축돼 있음에도 불구하고 유료방송을 통해 TV를 보는 시청자들 이 많다”며 “이미 수신료를 내고 있는 시 청자들이 유료방송 가입비라는 별도의

비용을 지불하고 있는 것”이라고 안타 까움을 표했다. 실제 디지털 전환 이후 지상파 직접수신 커버리지는 96%로 산 간오지나 도서벽지 등을 제외한 전국 어 디에서나 안테나만 이용하면 지상파방 송을 무료로 볼 수 있다. 장 국장은 이 같은 현실을 지적하며 “방송을 무료로 볼 수 있는 여건이 다 되어 있는데 방법 을 모르기 때문에 직접수신을 하지 못 하는 가구가 많다. 이 자리에 모인 기자 단 여러분들이 직접수신에 대해 정확히 파악해 더 많은 시청자들에게 알려줬 으면 좋겠다”고 전했다.

발대식에서는 제2기 KBS 블로그 기 자단의 소개도 진행됐다. 김미림 기자는 “디지털 전환 당시 유료방송사업자가 수 신 점점을 한다면서 방문해 유료방송 가입을 권유했다. 공시청 단자면 연결하

면 TV를 볼 수 있지 않느냐고 물었는데 유료방송 관계자는 딱 잘라 ‘안 된다’고 말해 유료방송에 가입할 수밖에 없었 다”며 “나중에 직접수신이 가능하다는 것을 알게 된 뒤 일반 시청자들에게 더 많이 알려야 겠다는 생각을 들어 KBS 블로그 기자단에 지원하게 됐다”고 지원 배경을 설명했다. 양성우 기자는 “TV가 안 나올 때 안테나를 만지작거리다 시스 템적으로 공급함이 생겨 블로그 기자단 까지 지원하게 됐다”며 “앞으로 시청자 입장에서 더 나아가 블로그 기자단으로 서 최선을 다해 올바른 수신환경 구축 에 보탬이 되도록 노력하겠다”고 포부를 밝혔다. 블로그 기자단의 간단한 소개 가 끝난 뒤 기자단 전원은 KBS 사장 명의의 위촉장을 받았다.

이선 dlts3118@naver.com

“아직도 돈을 내고 TV 보시나요?”

제3기 지상파방송 서포터즈 발대식 개최

“아직도 돈을 내고 TV 방송을 시청 하시나요?”

한 국지상파디지털방송추진협회(DTV KOREA)가 지상파 직접수신을 홍보하는 대표 문구다. 케이블 방송 출 범 당시만 해도 방송을 돈을 내고 본다 는 개념 자체가 없었는데 20여 년이 지 난 지금은 무료로 방송을 본다는 것을 상상할 수도 없는, 돈을 내고 방송을 보는 게 오히려 당연한 시대가 돼 버렸 다. 20년 전과 마찬가지로 지금도 안테 나만 달면, 공시청 설비만 이용하면 누 구나 무료로 방송을 볼 수 있음에도 아 직까지 많은 시청자들이 이러한 사실 을 모르고 있다. 이에 지상파 방송사들 의 연합체인 DTV KOREA가 직접수 신 인식 확산을 위해 발 벗고 나섰다. 지상파방송 서포터즈 운영 역시 그 연 장선이다.

DTV KOREA는 4월 3일 오후 2시 30분 서울 목동 방송회관에서 제3기 지상파방송 서포터즈 발대식을 열고 본격적인 활동에 들어갔다.

지상파방송 서포터즈는 안테나를 어 디서 어떻게 구매해야 하는지, 공동주 택의 공시청 설비는 무엇이고 어떻게 활

용할 수 있는지 등 지상파 직접수신과 관련 된 내용을 온·오프라인으로 다양 하게 홍보하는 활동을 한다. 특히 이번 에 선발된 3기 서포터즈는 지난 1·2기 서포터즈와 달리 주로 주부와 직장인 등으로 구성됐다.

DTV KOREA 측은 “최근 지상파 다채널 방송인 EBS2가 출범하면서 지 상파 직접수신에 대한 문의가 많다. 애 들 교육상 지상파방송만 보고 싶는데 어떻게 해야 하느냐는 것인데 이런 측 면에서 기대가 많이 된다”며 “주부들로 구성이 된 만큼 직접수신이 실생활에 얼마나 도움이 되는지, 얼마나 교육적 인지 생생하게 알려줄 수 있을 것 같다” 고 말했다.



발대식에 함께한 박병열 DTV

KOREA 사무총장은 “다매체 시대로 접어들면서 언제 언제든지 보고 싶을 때 방송을 볼 수 있는 환경이 됐지만 지 상파 방송사의 역할은 여전히 크다. 최 근 여론조사 결과를 보면 유료방송 가 입자들이 90%에 이른다고 하는데 이 들 중 90%가 지상파 프로그램을 본 다”며 그만큼 지상파 방송사들의 역할 이 중요하다고 말했다.

박 사무총장은 지상파 방송사의 역 할이 다양하지만 그중 무료 보편적 서 비스 확대라는 공적 역할이 우선돼야 한다고 강조했다. 그는 “다양한 매체들 이 있지만 시청자들이 선택해서 볼 수 있는 환경이 구축돼 있지는 않다. 특히 유료방송사업자들이 공동주택의 공시 청 설비를 무단으로 점유하거나 파괴하 는 경우가 있어 직접수신을 하고 싶어 도 할 수 없는 환경”이라며 “공시청 설 비의 유지 및 관리라는 제도적 보안이 필요하지만 정책당국의 협조가 필요한 부분이기”에 지금 당장 DTV KOREA 가 할 수 있는 일은 ‘직접수신 홍보’에 집중하는 것”이라고 설명한 뒤 서포터 즈에 적극적인 홍보를 당부했다.

백선하 baek@kobeta.com

방송기술교육원

[경남권 지역 방송기술 세미나(1차)] 교육 안내서

• 교육 커리큘럼

일정	시간	강사	교육내용
4월29일(수)	13:00 ~ 13:30	방송기술교육원	• 인사말 : 방송기술교육원장 김일영(MBC) • 교육안내 : 교육사업 소개, 교육일정 및 공지사항 안내
	13:30 ~ 14:50	천석진 LG CNS 빅데이터사업부 부장	• 미디어 발전 동향 • 빅데이터 기반 미디어의 진화 • 빅데이터와 미디어 • 향후 대응에 대한 논의
	15:00 ~ 16:20	이영호 MBC 신매체개발부 차장	• 미디어 소비 트렌드 - 사용자 & 사용 디바이스의 변화, 광고주의 변화 • 모바일에서의 콘텐츠 생산 및 소비 - 큐레이션 미디어, MCN, 웹소설·웹툰·웹드라마 • 플랫폼 전략 - 프리미엄 콘텐츠홀더의 플랫폼 진출, 넷플릭스의 플랫폼 전환 사례 • 플랫폼 전략 차원의 700MHz & UHD - 핵심은 Last-1-mile의 해결, 양방향성의 구현
	16:20 ~ 16:30	휴식	
	16:30 ~ 17:50	박성환 EBS, 미래방송연구회 부회장	• 미디어 환경 변화 - 소셜미디어 혁명과 방송, 소셜미디어 사용 실태 • 미디어 메가트렌드 - 미디어 테크놀로지, 빅데이터, 사물인터넷, 웨어러블 • 방송의 미래 대응 - 미디어 융합 흐름, 미디어 융합 개념 모델, 콘텐츠 전략
	17:50 ~ 18:00	방송기술교육원	• 설문조사 (설문지 배포 및 작성)

상기 교육 일정 및 내용은 일부 변경될 수 있음.

- **교육기간** 2015.04.29.(수), 13시 ~ 18시
- **교육장소** 부산MBC 8층 대회의실(부산광역시 수영구 감포로 8번길 69 소재)
- **교육대상** 지상파 방송기술인 및 예비 방송기술인
※ 사전접수자에 한하여 교육 당일 현장에서 강의교재를 드립니다.
- **교 육 비** 무료(중식을 제외한 기타 숙식비 및 교육생 출장비 각자 자체부담)
- **접수방법** 3월 31일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수
- **문 의 처** 사무실 02-3219-5640~1 / 교육장 031-219-8261~2
- **이 메 일** bea@kobeta.com
- **담 당 자** 민서진 연구원

방송기술인을 만나다

“라디오로 무엇을 할 수 있을까? 항상 고민”

“디지털 라디오, 새로운 도약의 시발점될 것”

지난해 MBC ‘무한도전’에서 ‘라디오스타’라는 이름의 에피소드를 방영해 많은 관심을 받았다. 무한도전 출연진 6명이 각기 다른 프로그램의 1일 DJ로 나서 무한도전 라디오데이를 다룬 특집이다. 이 프로그램이 방영되자 그동안 잊고 있었던 라디오의 참맛을 알게 됐다는 청취자들의 메시지가 줄을 이었다고 한다. 인터넷과 스마트폰 등 다양한 매체들의 등장으로 인해 그 수를 헤아릴 수 없을 정도로 많은 매체의 홍수 속에서 한동안 설 자리를 잃었던 라디오가 최근 다시 주목받고 있다. 사실 라디오는 그동안 꾸준히 발전해왔다. 인터넷 기술을 이용해 청취자와의 소통을 강화했으며, 보는 라디오로도 변신을 꾀했다. 그리고 이제 더 깨끗한 음질을 들을 수 있는 디지털 라디오의 업그레이드도 준비 중이다. 이러한 가운데 지난 12월 15일부터 사흘간 CBS에서 방송된 ‘라디오, 날개를 달다’가 최신 서라운드 사운드로 방송되면서 이전 라디오에서도 입체음향을 경험할 수 있는 시대로 접어들었다. 이에 본지에서는 최영학 CBS 기술연구소장을 만나 현재 라디오 기술이 어디까지 발전했는지 그리고 앞으로 디지털 라디오가 도입되면 어떤 변화가 생길지 알아보고자 한다.

방송기술저널» 보통 CBS를 떠올리면 가장 먼저 라디오가 생각난다. 디지털 시대로 접어들면서 라디오라는 매체가 전해주는 아날로그적 매력에 빠지는 사람들이 많은데 그러다 보니 최근 들어 CBS를 찾는 청취자들이 많은 것 같다.

최영학 CBS 기술연구소장» CBS의 음악 FM 같은 경우 오래 전부터 토크는 적게 하고 음악을 많이 내보내는 방식으로 진행돼 왔는데 어느 순간 청취자들에게 그런 매력이 어필된 것 같다. 라디오는 청각으로 접하기 때문에 일상생활에서 매우 쉽게 접할 수 있다. 다른 일을 하면서도 들을 수 있고 특히 자동차에서 즐길 수 있는 미디어로는 거의 유일하기 때문에 아무리 시대가 변해도 라디오를 찾는 사람들은 꾸준한 것 같다.

저널» 청취자들이 CBS 라디오를 꾸준히 찾으면서 그런지 CBS 방송기술직들이 많은 고민을 하시는 것 같다. ‘어떻게 하면 더 좋은 음질을 내보낼 수 있을까?’하는 고민들 말이다. 국내 FM 라디오 사상 최초로 DTS의 서라운드 사운드 기술을 적용한 ‘라디오, 날개를 달다’도 그 연장선인 것 같다.

최 소장» 그렇다. 청취자들의 기대가 높아지는 만큼 더 나은 서비스를 위해 고민하게 된다. 그래서 스테레오 기반의 라디오 환경에 5.1채널 서비스를 접목시키는 시도를 하게 되었다. 그 결과 재작년 국제 방송·음향·조명기기 전시회(KOBA)에서 DTS와 프라운호퍼(Fraunhofer) 연구소의 서라운드 사운드 기술을 이용해 스트리밍 방송에서 5.1채널 입체음향 서비스를 시연했다. 그리고 작년에는 FM방송에서 5.1채널 방송 서비스를 보여줬다. 라디오의 새로운 서비스를 모색하며 실험정신을 가지고 국내 라디오 최초로 서라운드 사운드 기술을 적용한 방송을 할 수 있었던 것도 5.1채널 방송서비스에 대한 지속적인 고민과 시도가 바탕이 됐다고 할 수 있다.

웹모바일 부분은 CBS뿐 아니라 다른 방송사들도 상당한 성과를 거두고 있는 것으로 알고 있다. 그렇기 때문에 CBS는 음질에 대한 부분으로 차별화를 시도했다. 음질 개선을 위해 현재 가장 좋은 버전의 코덱이라고 할 수 있는 HE-AAC+ v2로 바꿨고, 오디오 프로세싱을 여러 가지로 적용해보며 음질 보정작업을 거쳐 가장 최적화된 모델을 찾았다. 또 지난해 6월부터는 64kbps의 샘플링레이트를 96kbps로 올려 음질이 훨씬 풍부해졌다.

저널» 이야기를 듣다 보니 라디오 기술 쪽으로 많은 발전을 꾀하고 있는 것 같은데 현재 라디오 기술이 어느 정도 선까지 발전했는지.

최 소장» 라디오 기술이라는 부분이 한계가 있다. 크게 나뉘면 송출과 제작인데 AM과 FM으로 구분되는 송출 쪽은 발전이라고 할 수 있는 부분이 그리 많지 않다. 다만 제작은 릴레이

프 형식으로 제작되던 환경이 파일 베이스로 바뀌면서 (위에서 언급했듯이) 많은 부분 발전했다. 앞으로는 콘텐츠 배포도 다양화될 것 같다. TV 방송과 마찬가지로 라디오의 콘텐츠도 다양한 창구를 이용할 수 있기 때문에 이 부분이 발전하지 않을까 싶다.

저널» 라디오 기술 발전 연장선에서 디지털 라디오를 추진하고 있는데 지난해에는 별다른 진행 사항이 없었던 것 같다.

최 소장» 디지털 라디오는 라디오라는 매체의 새로운 도약의 시발점이 될 것이다. FM 라디오에 비해 최소 2배 이상의 채널을 제공하며 CD와 동일한 수준의 깨끗한 음질, 앞서 말했던 5.1채널 이상의 입체음향을 제공할 수 있다. 또한 다양한 부가 데이터 서비스와 효과적인 재난방송 등 라디오 방송의 수준을 한 단계 더 업그레이드시킬 것이다. 이런 측면에서 디지털 라디오가 꼭 추진돼야 한다. 사실 라디오를 제외한 거의 모든 매체가 디지털 전환이 된 상황에서 라디오의 디지털화가 이뤄지지 않는다면 양질의 라디오 서비스를 이어 갈 수 있는 동력이 점차 떨어질 수밖에 없다고 본다. 현재 유럽과 미국에서는 이미 디지털 라디오 관련 기술 및 표준 개발을 끝내고 상용 서비스에 돌입하고 있다. 우리나라도 미래창조과학부 주관으로 디지털 라디오 방송기술협의회가 구성돼 기술적인 부분은 상당히 진행된 상황에서 최종적으로 어떤 방식을 이용해 추진할 것인가에 대한 부분이 남겨진 상태로 협의회 운영이 중단됐다. 기술적인 부분뿐만 아니라 서비스 진행 등 다양한 부분의 논의가 같이 진행돼야 하기 때문에 미래부와 방송통신위원회 등 정부의 적극적인 협조가 필요한 상황이다. 정부가 디지털 라디오에 강력한 의지를 가지고 라디오 방송이 지속될 수 있는 생태계 구축에 힘을 쏟았으면 한다.

저널» 청취자 입장에서 하루빨리 디지털 라디오가 시작됐으면 하는 바람이다. 이제 조금 방향을 바꿔서 KOBA 이야기를 해보려고 한다. KOBA 2014에서 CBS 전시부스에 참관객들의 발길이 끊이지 않았다. 상당한 인기였는데 올해도 기대가 된다. KOBA 2015 전시는 어느 부분에 초점을 맞췄는지.

최 소장» 올해도 메인 테마는 작년과 재작년에 이어 5.1채널 입체음향 라디오 서비스이다. 5.1채널 방송을 제대로 즐기기 위해서 5.1채널 청취 환경이 갖춰져 있어야 하는데, 언제 어디서나 보편적으로 즐기는 매체인 라디오의 성격상 항상 완벽한 청취환경을 갖추기 어렵다는 문제가 있다. 그래서 이번 KOBA 2015에서는 입체음향 가상화 기술을 이용해 헤드폰이나 이어폰으로 입체음향 방송을 들을 수 있는 방법을 제시할 예정이다. CBS 웹,모바일라디오 레인보우에 독일 프라운호퍼사의 싱고(Cingo)라는 기술을 적용해



드폰으로 들어도 5.1채널의 음향을 듣는 것과 같은 효과를 경험할 수 있다. 저음이 살아 있어서 음질 자체가 좀 더 풍부하고 박진감과 현장감이 넘친다고 표현할 수 있다.

그리고 또 하나, ‘소리로 보는 영화관’을 준비하고 있다. 기본적으로 입체음향의 시연을 준비하고 있는데 그 소스들이 영화, 광고, 드라마다. 영화도 입체음향 소스 중 하나인데 조금 색다르게 소리로 보는 영화라는 콘셉트를 잡았다. 아이템이 어디에서 나왔는지 거슬러 올라가면 ‘배리어프리(Barrier-free) 영화제’가 있다. 이 영화제에서는 우리가 흔히 보는 대중영화를 시각·청각 장애인들에게 맞게 상영해준다. 시각 장애인들을 위해 효과음을 넣어주고 어색하지 않게 화면을 설명해준다. 또 청각 장애인에게는 자막으로 상황과 소리를 설명해준다. 소리만으로 영화를 감상하기 때문에 소리로 접하는 감동을 더하기 위해 입체음향 가상화 기술(DTS HeadphoneX)을 적용할 계획이다. 어떻게 보면 라디오라는 매체는 청각만으로 접하기 때문에 시각 장애인이나 비장애인이나 동일하게 접할 수 있는 매체고, 소리로 보는 영화가 오히려 감성을 더 자극하지 않을까 하는 생각이 들었다.

또 참관객들이 직접 체험할 수 있는 DJ 체험 코너도 준비 중이다. 관람객들이 방송 장비를 만져보고 실제로 녹음도 하고, 녹음된 목소리는 USB나 이메일로 받아볼 수 있도록 해 CBS 부스를 찾는 분들께 즐거움을 드릴 예정이다. 그 외에 문자음성변환(Text to Speech, TTS) 기술도 시연해볼 계획이다. TTS는 우리가 타이핑을 치면 목소리로 나오는, 예를 들어 내비게이션이나 안내방송 등에서 많이 사용하는 기술이다.

저널» 벌써부터 기대가 된다. 특히 소리로 보는 영화관은 많은 참관객들의 관심을 이끌어낼 것 같다. 이제 마지막으로 지난해 12월 CBS 기

술연구소장으로 취임했는데 현재 CBS 기술연구소에서 진행하고 있는 일들과 앞으로의 계획은.

최 소장» CBS 기술연구소는 말 그대로 CBS 방송을 위한 기술 연구를 중점적으로 하고 있다. 넓게는 플랫폼 등 매체에 대한 연구부터 미래 방송기술에 대한 동향 파악 및 연구 그리고 CBS에서 새로운 기술들을 어떻게 적용할지에 대한 모든 부분을 다룬다. 그런데 실질적으로 이러한 연구는 2차적인 업무라고 볼 수 있다. 1차적으로 가장 중요한 것은 방송기술을 고도화하는 것이다. 현재 사용하고 있는 비디오 파일 시스템, 오디오 파일 시스템 등 방송시스템을 장차 어떻게 개선해 나갈지도 매우 중요한 업무라 할 수 있다. 이번에 TV 방송에 HD 시스템을 도입하면서 콘텐츠 유통 플랫폼이라는 인프라를 추가했다. 콘텐츠 배포와 연관된 것인데 이것을 어떻게 사용해야 가장 효율적일지, 어떻게 해야 사용자 입장에서 편리할지 등에 대한 고민도 하고 있다. 또 CBS 본사뿐만 아니라 지역 방송사 13곳에 대한 기술 지원도 여기서 이뤄지고 있다. 오디오 파일시스템, 송신소 원격제어시스템 등 새로운 시스템을 도입할 때 직접 가서 처음부터 끝까지 설치하고, 운영할 수 있도록 교육도 하고 A/S업무도 담당하고 있다. 1차적인 업무와 2차적인 업무라고 나눠 말하긴 했지만 연구소에서 전체적으로 다 힘을 쏟고 있는 일들이다. 앞으로 라디오 방송에서도 플랫폼, 즉 콘텐츠를 얼마만큼 효과적으로 유통시킬 수 있는지가 관건이 될 것으로 보인다. 그렇기에 콘텐츠 유통 플랫폼의 다변화가 하나의 과제이다. 그래서 올해는 콘텐츠 유통의 효율성에 초점을 맞추고 이후 콘텐츠 제작의 다변화를 위한 기술 지원 부분도 차근차근 진행할 예정이다.

정리 | 백선하 baek@kobeta.com
사진 | 이선 dltjs3118@naver.com



개요

2015 China Content Broadcasting Network(CCBN)이 3월 26일부터 28일까지 3일간 북경에 위치한 중국 국제 전시 센터(China International Exhibition Center)에서 열렸다. 전시규모는 대략 30개국 1,000여 사가 참가하고 참관객은 작년 기준 7만여 명 정도다. 1993년 최초 개최 이래 아시아 최대 규모로 자리 잡고 있는 본 전시회는 DTV와 광대역 네트워크 산업 박람회 중 세계에서 가장 큰 전시회로 발전했으며, 또한 중국에서 국제 규모로 개최되는 유일한 방송 케이블 위성 기술 및 장비 전시회다.

참관후기

전시장이 1관부터 8관까지 있어 규모로 보서는 KOBA보다 넓고 참관업체도 많다. 우선 중국의 실상을 알 필요가 있겠는데, CCBN 안내서에 따르면 중국은 2,548개의 방송국(라디오, TV 포함)이 있고 TV가 4억 만대 그리고 Radio가 5억 만대 정도 보급돼 있다. 여기서 케이블 TV 가입자 수는 1억 3,000만 명 정도이니 아직 지상파 또는 위성의 역할이 크다고 할 수 있다. 물론 땅이 넓어서 그럴 수도 있겠다.

이번 CCBN 주제는 'Convergence With Intelligent Networks Enjoying Digital

Life'다. 중국은 라디오에서 AM, FM 전송방식과 TV의 지상파 DVB-T, 케이블 DVB-C, 위성 DVB-S 전송방식을 계속 사용하고 있다. 또한 예전부터 독자적인 디지털 텔레비전 기술 표준을 만들었으며 지상파 TV 규격에는 DTMB(Digital Multimedia Broadcast), 휴대 이동 방송 기술에는 CMMB(China Mobile Multimedia Broadcasting)를 이용하고 있다.

그리고 영상 압축 기술 표준인 MPEG2, H.264 이외에 중국이 만든 영상 압축 기술 표준인 AVS+(Audio Video coding Standard)를 사용하고 있다. 개인적으로 이렇게 자국 내에서 기술표준을 만들고 방송국과 제조사가 사용하면서 전시회에 선보이는 것이 부럽기도 하다. IPTV와 OTT 서비스도 빼먹을 수 없을 만큼 다양한 방송 네트워크사가 전시하고 있다.

이렇듯 디지털 콘텐츠를 전달하는 네트워크가 점점 많아지고 있으며, 이번 CCBN의 주제처럼 중국 내 업체들은 네트워크 융합 솔루션을 선보이며 어느 단말기에서도 콘텐츠를 소비할 수 있음을 보여주고 있다. 다양한 압축영상 포맷을 지원하는 서버를 통해 여러 네트워크로 송출해 소비자들이 콘텐츠를 언제 어디서나 즐길 수 있도록 하겠다는 것이다. 전시회를 돌아다녀 본 바로는 40% 넘는 규모가 이런 통합 솔루션

업체였다.

또한 일부 업체들은 4K를 위한 방송제작, 송출 시스템도 선보여 세계 흐름에 동참하는 모습을 보여줬다. 특히, 송출 시스템은 벌써 자국 자체 브랜드에서 만든 제품을 내놓았다. 여기서 잠깐 다른 이야기를 하자면 CCBN에서 전시장 어디를 봐도 중국어를 못하는 사람은 없었다. 필자가 중국어를 전혀 하지 못해 어떻게 시스템을 개발했는지 설명을 듣지 못한 점은 이해해 주기 바란다. 4K와 관련한 기기 전시는 규모가 전체의 5% 차지한 듯 보였으며 HD와 관련한 기기 전시가 25% 정도 차지했다. HD기기 관련 전시장에서는 Virtual Studio라든지 HD 영상 편집기, 송출 시스템 등을 선보였으며 참관객의 참여를 유도하는 설명, 이벤트 등이 많았다.

CCBN에서는 음향 업체를 찾아보기 힘들었다. 안내책자에 의하면 조명과 음향기기 전시가 전체의 3% 정도 차지한다고 했지만 주변에는 오디오 콘솔 및 마이크 업체가 거의 보이지 않았다. KOBA나 NAB하고 비교되는 점이다. 오디오와 관련해서 돌비와 프라운호퍼가 나와서 자신들의 신기술을 선보였다. 돌비는 극장에서 들어볼 수 있는 Atmos와 깨끗한 화질의 Dolby Vision를 보여줬으며 프라운호퍼는 가정에서 HE-AAC를 이용한 5.1 홈시어터 시연과 헤드폰 입체 음향기술인 싱고(Cingo)를 선보였다.

정리

북경 자금성이라는 과거 중국 황제의 궁이 있다. 이곳에는 불을 끄기 위해 물을 담아 놓은 큰 항아리가 있는데 멀리서 보면 금으로 둘러싸여 있기에 반짝거리지만 가까이 다가가면 수많은 칼집이 나 있다. 중국이 수차례 침략당했을 때 병사들이 칼로 금을 긁어 갔기 때문이란단다.

중국은 자금성을 관광명소를 만들기 위해 웬만한 건물과 유물을 모두 보수했지만 그 항아리만큼은 보수하지 않았으며 그 이유를 가이드는 이렇게 설명했다. “중국은 전쟁의 뼈아픈 실수를 다시는 당하지 않기 위해 몇몇 유물들을 파손된 채로 놔두고 자국민 관광객에게서 설명한다”고 말이다. 이는 개방정책을 펼 후로 적절히 세계의 기술을 도입했지만 자본시장에서도 서방나라의 종속이 되지 않기 위해 자국의 기술 표준을 만들었다는 의미가 아닐까. 그리고 이번 CCBN을 참관하고 보니 유럽, 미국, 일본이 이끌고 있는 기술표준 시장에 중국이 언젠가는 어깨를 당당히 나란히 할 거란 생각이 들었다. 이번 CCBN 참관은 그동안 들었던 '시설이 낙후되고 모조품이 많고 자기네들끼리만 시끄럽게 얘기하더라'는 중국의 이미지를 조금 바꿔 놓았다고 봐도 좋다.

하지만 전시장 내 기술 및 장비들을 중국어로만 설명한 부분과 부스 내 상담테이블이 갑자기 식사테이블로 변하는 부분은 고쳐졌으면 좋겠다.

2015년 전시회 일정



본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

| 오피니언 |

Open, Do Open

칼럼



오연석
SBS 부국장

얼마 전, 지인이 ‘루트 128’을 아느냐고 물어봤다. 처음에는 128의 제공근(root)을 의미하는 줄 알고 ‘11이나 12 사이의 어떤 수일 텐데 왜 물어보지’하는 생각이었다. 하지만 그런 것을 한가하게 물어볼 정도의 사람은 아니어서 얼른 지인 몰래 스마트폰의 N 모 포털에서 해당 단어를 검색해봤다. ‘루트 128’은 미국 보스턴의 동북부 외곽에서 시작해서 서남쪽에서 끝나는 도로라고 한다. 보스턴은 동부가 대서양에 접해 있으므로 보스턴의 외곽 대부분을 감싸고 있는 도로이다. 더욱 더 검색을 해나가니 M경제신문의 김인수 기자가 쓴 기사 중 일부에도 관련 내용이 나오는 것을 알게 됐다. 해당 기사 등을 보고 나니 이미 ‘루트(Route) 128’은 도로 그 자체보다는 하나의 개념화된 단어임을 알게 되었다.

1980년대 미국 벤처기업들이 보스턴 외곽의 128번 도로 주변에 많이 생겼으며 그 결과로 미국의 기술 고속도로(America’s Technology Highway)라고 불렸던 이 지역에는 DEC, Data General, Wang, Prime Computer 등 왕년에 잘 나가던 기업들이 다수 포진했다. 하지만 이들 기업들의 특징은 과거에는 IT기업으로 잘 나갔지만 지금은 아무도 기억하지 않는다는 것이다. 이들 기업이 사라진 이유는 기술을 전파하지 않고 기업 내부에서만 유통되는 폐쇄적이고 수직적인 환경을 유지했기 때문이라고 한다. 이와는 반대로 실리콘밸리가 잘 나가

는 이유로는 기술 확산 및 공유에서 그 단서를 찾고 있다. 실리콘밸리에서는 직원 이 나가는 창업을 하는 것을 기술유출로 보기 보다는 관련 생태계가 커지는 것으로 여긴다고 한다. 새로 창업을 한 직원을 도와주기도 하고, 혹시 실패하면 다시 직원으로 받아주는 고용의 유연성을 갖추고 있다고 한다. 실리콘밸리가 위치하고 있는 캘리포니아주에서는 법률적으로도 직원의 퇴직 및 창업을 기술유출로 단정해 막을 수 없게 했다. 이러한 열린 생태계가 아이디어를 창출하고 그 아이디어가 확산되는데 큰 도움이 된 것이다. 그래서 인지 구글이 나가서 창업하려는 직원을 가로 막았다는 이야기는 들어 본 적이 없다. 물론 구글 입장에서는 나가서 창업하겠다는 직원을 가로 막으면 그 직원이 나중에 성공해서 복수할까 봐 안 막았을 수도 있지만, 기본적으로 파이를 키우는 것이 먼저라는 개념을 갖고 있는 곳이 실리콘밸리인 것이다.

이러한 개념에서 볼 때 애플이란 회사는 실리콘밸리에서 좀 독특한 회사 같아 보인다. 실리콘밸리에 위치하고 있지만 특허에 집착하고, 특허를 통해 경쟁자들을 미리 속아내는 일정 부분 폐쇄적인 시스템을 갖고 있어서 실리콘밸리와 루트 128의 개념을 겸비한 회사인 것 같다. 그래서 감히(?) 애플에 대들었다가 큰 코 다친 기업들이 많이 있다. 왜 맨날 팔다가 맞으면 준비하고 맞을 때보다 더 아프지 않았던가?

각설하고 우리는 어떠했는가? 혹시 와이파이(WiFi)를 기억하는가? 와이파이(WiFi)가 아니다. 국내 휴대전화에서 사용하던 무선 인터넷 프로토콜 표준인 위피. 전 세계에서 우리만 열심히 사용하던 표준으로, 국내에서의 외산 휴대전화 인터넷 접속을 먹통으로 만들어 버렸던 바로 그들만의 리그 표준. ‘루트 128’과 위피는 철저히 닮아 있었다. 따라서 우리나라는 당시 외산 휴대전화의 무덤이 돼 버렸다. 물론 그 배타성으로 만든 탄탄한 내수시장이 지금의 글로벌 휴대폰 시장에서 우리가 선전하게 된 배경이라고 말하면 더 이상할 말은 없지만.

지금은 예전보다는 많이 나아졌지만 기업체의 직원이 나가서 새로이 창업을 한다면 기업 입장에서는 경쟁업체의 출현인가 하고 색안경을 쓰고 바라보는 경우가 태반이다. 그러나 세계는 이제 기술 확산

이나 공유를 통해 공유경제의 시대로 나아가고 있다. 기술을 공유함으로써 개발 시간을 절약하고, 그만큼 뉴 비즈니스의 등장속도는 점점 더 빨라지고 있다. 대부분 등장만큼이나 소멸도 빨라지므로, 또 새로운 비즈니스를 창출하기 위해서는 다시 또 다른 기술을 공유할 수밖에 없다. 일례로 ‘우버X’는 전 세계적으로 비난의 대상이 되고 있지만, 유사하지만 다른 공유 기능을 장착한 모바일 ‘카 셰어링’ 비즈니스는 계속해서 등장하고 있다.

그렇다면 방송사나 방송기술계는 ‘루트 128’과 같은 우를 범하고 있지는 않은지 되돌아볼 때다. 방송사에서 대규모 시스템통합(SI) 과제를 담당했던 사람이라면 시스템 구축을 완성하고 과제가 끝나고 나서 지난 선택들 때문에 괴로워한 경험이 있었으리라 본다. 혹시 한 번도 없었다면 정말 천재거나, 아니면 무엇이 잘못이었는데 아직도 모르고 있거나.

예를 들어 대규모 영상 데이터를 다뤄야 하는 NPS(Networked Production System)나 스토리지(Storage) 기반 송출시스템 등의 SI 분야는 개개 방송사를 넘어서 정보, 기술 및 경험의 공유가 절실한 부분이다. SI 업체들도 방송사 프로젝트는 대부분 처음 해보는 과제이고, 방송사 영상데이터의 규모가 이전의 OA시스템과는 비교가 안 될 정도이므로 어쨌든 ‘순간’의 선택이 ‘최소 10년 이상’을 좌우할 것이다. 이전에는 ‘남의 불행’이 대부분 ‘나의 행복’이었다. 그러나 ‘리먼 브라더스(Lehman Brothers) 사태’가 전 세계에 미치는 영향을 보았듯이, 이제에는 남이 꼭 남이 아닌 시대가 돼 버렸다. 이러한 것들은 일정 부분 초연결(Super-connectivity) 시대의 어두운 그림자일 것이라. 예전부터 처음에는 상상할 수 없는 결말에 이르는 이른바 ‘나비효과’는 있었겠지만 그 날개 짓의 전파속도는 점점 더 빨라질 것이고, 기술 공유를 통해 개발의 속도를 내지 않으면 왜 망했는지 도 모른 채 소멸될 지도 모른다.

무엇보다도 기술 공유를 위해서는 먼저 기술을 개방하는 오픈 마인드가 전제돼야 할 것이다. 그래서 이 글을 맺으면서 ‘개방(공유)하자, 절대 개방(공유)하자’를 짧은 실력이지만 영문으로 만들어 봤다. ‘Open, Do Open’ 그런데 만들고 나니 웬지 군대에서 많이 들던 용어가 오버랩된다. “까, 까라면 까~”

사설

‘KBS 일베 기자’ 채용에 관한 단상

소셜네트워크서비스(SNS)가 발전하면서 자신을 드러내는 것을 주저하지 않는 시대로 접어들고 있다. 각종 SNS와 홈페이지, 블로그 등 인터넷 공간에는 수많은 사람들이 내놓은 주장과 논리들이 넘쳐나고 있다. 정확한 사실과 근거에 의한 이야기들도 있지만 억측에 가까운 논리를 펼치거나 양비 또는 양시론을 들어 본질을 희석시키는 주장들도 셀 수 없이 많다. 이들에게 이 주장이나 논리가 정확한지 아닌지는 상관없다. 이들은 자신의 주장과 논리는 물론 타인의 주장과 논리에 끊임없이 댓글을 달며 본질에서 벗어난 이야기들을 주고받는 행위 자체에 의미를 부여하고 있다. 소위 일베 기자라 불리는 이도 이들 중 하나였을 것이다.

이번 KBS의 일베 기자 채용은 ‘취업 전 일베라는 커뮤니티 활동이 임용에 문제가 될 수 있을 것인가’하는 문제로 촉발됐다. 사측과 내부 구성원 사이 많은 이야기가 오고 갔지만 사측은 결국 취업 전 개인의 사상적 활동은 법적 결격 사유가 되지 않음을 이유로 채용을 결정했다. 그러나 KBS 양대 노조와 11개의 직능단체의 일관된 채용 반대 입장 표명을 보면 내부 구성원들은 사측의 논리를 받아들이지 않는다는 뜻을 내놓고 있다. 설득력이 없다는 것이다.

일베는 인터넷 커뮤니티인 ‘일간베스트저장소’의 줄임말로 처음에는 유머 게시판으로 시작했다. 하지만 이곳은 점점 배제, 혐오, 왜곡, 능욕을 그 어느 곳보다 적극적으로 추천하고 그 정도가 심할수록 타인의 인정을 받고 관심을 받는, 다시 말하

면 사회 상식의 선을 넘은 곳으로 그 성격이 변해갔다. 심지어 세월호 희생자와 유가족까지 조롱거리로 삼아 능욕하고 있는 곳이다. 진보 쪽 논리가 많이 공격을 받고 있기는 하지만 보수 입장에서조차 같은 편이라고 하기엔 모욕이고 수치다.

소외받는 계층을 배려하고 가치중립을 이야기하며 사회통합을 주장하는 공영방송 KBS가 일베 활동을 열성적으로 했던 수습기자를 입사 전 지난날의 과오라고 용서하고 품는 것은 앞서 말한 그 소중한 가치를 지키고 발전시키려 했던 구성원들의 노력을 헛되이 하는 것이라고 생각한다. 또한 공영방송이라는 정체성도 크게 훼손될 것임이 분명하다. 그가 저지른 과거의 잘못은 한 개인에게만 국한된 것이 아니라 절대 다수의 사회 구성원에 대한 모욕이 담겨 있고, 그 영향력이 KBS라는 이미지에 투영될 것이기 때문이다. 회사도 공여지책으로 대외활동이 없는 부서로 배치를 했지만 그렇다고 모든 문제가 해결된 것은 아니다.

여기서 한 가지 짚어보고 싶은 것은 한 개인의 순간의 과오와 잘못은 용서받아야 하지만 자신의 잘못에 대한 통렬한 반성과 책임이 먼저 선행돼야 한다는 점이다. 더구나 수많은 사회 구성원들에게 정신적으로 피해를 입혔을 때는 구성원의 이해와 용서를 얻은 다음 자신의 거취를 정해야 한다고 생각한다. 지금 이 사안이 중요한 이유는 ‘현대사회를 병들게 하는 배제, 혐오, 왜곡, 능욕의 가치가 공영방송 KBS라는 필터로 정화될 수 있는가’라는 시금석이 될 수 있기 때문이다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

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

주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
전화 | 02-3219-5637
팩스 | 02-2647-6813
트위터 | @KOBETA_COM
홈페이지 | www.kobeta.com
정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

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

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)
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)

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