



adieu KOB A 2015 ▶ 5면
사진으로 보는 KOB A

기고 ▶ 6면
지역방송을 견인할 방송계의 소중한 자산 OBS

오피니언 ▶ 7면
[칼럼] 공영방송의 공적 책무는 무엇인가?

지상파 “700MHz 주파수 ‘4+1’안 수용할 수 없어”

“DMB 대역 활용한 지상파 UHD 방송 현실적으로 어려워

정부가 700MHz 주파수 잔여 대역을 방송과 통신에 나눠 분배하는 방안을 내놓았지만 지상파 방송사는 정부의 700MHz 주파수 정책을 현실적으로 받아들이기 어렵다는 입장을 밝혔다. 또한 정부의 700MHz 주파수 정책이 수도권과 지역 간 차별을 조장할 수 있다는 우려도 커지고 있어 논란이 일고 있다.

미래창조과학부는 5월 19일 열린 주파수정책소위원회에서 국제적인 추세와 경제성, 공익성 등을 종합적으로 고려해 지상파 초고화질(UHD) 방송과 이동통신 상생을 위해 ‘균형 있는 분배’를 추진하겠다고며 700MHz 주파수 ‘4+1’ 분배안을 내놓았다.

채널 1개당 6MHz폭이 소요된다는 점을 감안해 KBS 1TV, KBS 2TV, MBC, SBS 등 4개 채널에 700MHz 주파수를

분배하고, 지상파 다채널 서비스(MMS)를 하고 있는 EBS에는 향후 DMB 대역에서 1개 채널을 확보해 제공할겠다는 것이다. 결국 ‘모바일 광개토 플랜 2.0’에 따라 이동통신에 40MHz폭을 할당하고, 지상파 방송사에 24MHz폭만 분배하겠다는 기존 입장을 되풀이한 것이다.

지상파 방송사는 미래부가 내놓은 방안이 현실적으로 어렵다는 입장이다. 이들은 “DMB 대역을 활용한다면 기존에 각 가정에 설치된 디지털TV(DTV) 안테나로 UHD 방송 시청이 불가능해 전 국민이 안테나를 새로 설치하는 심각한 불편을 감수해야 한다”며 “이는 어렵게 찾아온 난시청 해소 기회에 찬물을 끼얹는 것으로서 정부가 국민의 보편적 시청권을 보장하고 난시청을 해소해야 할 의무는 방기한 채 일부 통신사의 이익만을 챙겼다는 비판을

면하기 어렵게 할 것”이라고 지적했다.

국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 여야 의원들도 지상파 방송사들의 손을 들어줬다. 특히 여야 의원들은 EBS에만 DMB 대역을 분배한 것에 대해 강한 불만을 제기했다. 심학봉 새누리당 의원은 “EBS에 DMB 대역을 배정하는 것은 사실상 EBS에게 UHD 방송을 하지 말라는 것과 같다”며 “똑같은 지상파 방송사인 EBS에 다른 잣대를 적용하는 것”이라고 비판했다. 최민희 새정치민주연합 의원 역시 “교육 콘텐츠를 제공하는 등 공익성이 강한 채널임에도 불구하고 상대적으로 규모가 작다고 해서 EBS에 DMB 대역을 배정하겠다는 생각 자체가 이해가 안 된다”고 꼬집었다.

이에 대해 전성배 미래부 전파정책국장은 “EBS에 DMB 대역을 분배한 뒤

UHD 방송에 필요한 송수신 설비 등에 사용될 약 500억 원을 별도로 지원할 계획”이라고 밝혔지만 관련 업계에서는 기술적으로 어렵다는 반응이 나오고 있다.

KBS 관계자는 “현재 DMB로 사용 중인 VHF 대역은 전파의 특성이 DTV와 맞지 않기 때문에 유럽도 디지털 전환을 하면서 VHF 대역의 TV 방송을 거의 폐지했고, 우리나라도 디지털 전환 당시 DTV의 채널들은 UHF 대역인 470~698MHz로 한정짓는 등 VHF 대역으로의 DTV 채널 재배치를 전혀 고려치 않았다”며 DMB 대역의 사용이 현실적이지 않다고 말했다.

김광호 서울과학기술대 IT정책전문대학원 교수 역시 관련 토론회 자리에서 “이미 보급된 DTV 수신 안테나는 UHF 대역만 수신 가능하므로 DTV 예비 대역을 사용할 경우 방송 수신자들은 VHF 수신용 안테나를 추가 구매해 2개의 안테나를 동시에 사용해야 하고, 두 가지 대역을 함께 지원하는 복합 안테나가 개발되더라도 이 역시 안테나 교체라는 부담이 있고, 복합 안테나는 개별 안테나보다 성능이 떨어지기 때문에 수신 가능 지역이 축소될 수 있다”며 지적한 바 있다.

또한 VHF High 대역은 향후 디지털 라디오 방송 추진을 위해 활용할 예정이여

서 UHD 방송용으로 전환 시 디지털 라디오 추진에 차질이 불가피해진다.

뿐만 아니라 5개의 채널로 시작하는 단계적 지상파 UHD 방송은 지역 차별을 조장할 수도 있다. 지상파 방송사는 “5개의 채널만으로는 전국적으로 주파수 혼신이 발생하기 때문에 대도시 이외의 지역에서는 UHD 방송이 불가능해 지역민의 시청권이 침해될 수밖에 없다”고 설명했다. 지상파 방송사는 이 같은 입장을 거듭 밝히며 6월 5일 미래부와 방송통신위원회가 개최한 지상파 UHD 정책협의회에 불참했다.

아무런 해결점도 찾지 못한 채 끝을 맺은 주파수소위에 이어 지상파 UHD 협의회도 지상파 방송사의 불참으로 무산됐다. 하지만 관련 전문가들은 미래부뿐 아니라 방송통신위원회에서도 지상파 UHD 방송의 단계적 도입을 고려하고 있는 만큼 700MHz 주파수를 방송과 통신이 나눠 쓰는 방향으로 결론이 날 가능성이 높다고 보고 있다.

한편 미래부는 올해 상반기 내에 방통위와 정책협의회, 지상파 방송사 의견 수렴, 국회 논의 등을 거쳐 최종 정책 방안을 마련할 계획이라고 밝혔지만 이해관계자 의견 수렴과 국회 논의 등에서 상당 기간 지체될 것으로 예상된다.

백선하 baek@kobeta.com

수신료 인상안 놓고 본격 힘겨루기

“공적 책무 위해선 인상 불가피” VS “공정 보도 위한 장치 등 선행 노력 필요”

“시청자 복지, 최소한의 공적 책무 수행 등 공영방송으로서 정체성을 확보하기 위해서는 수신료 인상이 불가피하다.” “수신료 인상에 앞서 공영방송으로서 공정 보도 확립을 위한 제도적 장치, 강도 높은 경영 자구책 마련 등이 전제돼야 한다.”

국회가 6월 8일부터 7월 7일까지 6월 임시국회에 돌입한 가운데 TV 수신료 인상을 둘러싼 힘겨루기가 본격화되고 있다.

포문은 KBS가 열었다. 조대현 KBS 사장은 6월 1일 오후 KBS 신관에서 기자회견을 열고 “한중자유무역협정 이후 국내 제작사와 우수한 제작 인력이 잇따라 중국으로 유출되는 등 차이나머니의 한류 잠식이 심각해지고 있다”며 “공영방송이 한류 위기의 ‘대항마’ 역할을 굳건히 하기 위해서라도 수신료의 현실화가 필요하다”고 말했다. 조 사장은 시청자 복지를 위한 방송 서비스, 최소한의 공적 책무 수행, 공영방송으로서의 정체성 확보 등을 위해서라도 수신료 인상은 불가피하다고 주장했다. 현재 KBS 수신료는 2,500원으로



조대현 kbs 사장

1981년 정해진 이후 35년째 동결돼 왔다. KBS는 2007년, 2010년에 수신료 인상안을 국회에 제출했으나 모두 국회의 승인을 받지 못한 채 폐기됐고, 지난해 제출된 수신료 인상안은 1년 넘게 계류 중이



김재홍 방통위 상임위원

다. 이번 인상안은 2,500원인 수신료를 4,000원으로 인상하는 것으로 시청자의 부담을 최소화하면서 KBS 수입 중 수신료 비중을 35%에서 50% 이상으로 끌어올릴 방안을 시뮬레이션한 결과라고

KBS는 설명했다.

조 사장은 수신료 인상 후 계획에 대해서 설명하면서 △연간 광고 규모 4,100억 원 수준으로 동결(2,000억 원 수준의 광고 감축) △KBS 2TV 평일 새벽 1시부터 밤 9시까지 광고 폐지 △로컬 광고 완전 폐지 △수신료 면제 가구 확대 △EBS 지원 확대 △400억 원 규모의 상생펀드 조성으로 지역 제작 역량 강화 △직급제 폐지 및 연봉제 도입 등을 약속했다.

다음날 EBS가 바통을 이어받았다. 신용섭 EBS 사장은 6월 2일 서울 강남구 도곡동 EBS 본사에서 기자회견을 열어 국회에 상정된 수신료 인상안을 조속히 처리할 것을 촉구했다.

반면 KBS가 수신료 인상에 앞서 자구적인 노력을 선행해야 한다는 주장도 나왔다. 김재홍 방송통신위원회 상임위원은 6월 2일 과천 정부종합청사에서 기자회견을 열고 “수신료는 국민이 부담하는 준조세이기 때문에 인상 근거와 타당성을 면밀히 따져야 한다”며 KBS는 수신료 인상에 앞서 공정 보도 확립을 위한 제도적 장치와 강도 높은 경영 자구책 마련 등 선행 조건을 이행해야 한다고 밝혔다.

김 상임위원은 “공정 방송을 위해서 KBS 사장에 대한 선임 방식을 특별 다수결로 개선해야 한다”며 “여야의 추천 비율

이 7대 4인 KBS 이사회 구조에서 사장을 단순 다수결로 선임하는 것은 정권 측 임명이나 다를 바 없기 때문에 무엇보다 사장에 대한 선임 방식을 개선해야 한다”고 설명했다. 이어 “편성위원회(보도위원회)를 방송법에 규정해 구속력을 갖게 해야 하고, 보도본부장의 중간평가제와 보도국장 및 시사제작국장의 임명동의제를 정착시켜야 한다”고 덧붙였다.

또한 KBS가 강도 높은 경영 합리화와 자구책을 마련해야 한다고 강조했다. 그는 “수신료 인상이 방만경영으로 인한 손실 메우기나 단순 임금 인상 방안이 돼서는 곤란하다”며 “고임금체계 합리화, 불용 부동산 매각 등에 나서야 한다”고 말했다.

한편 시민사회단체는 수신료 인상으로 종합편성채널이 반사이익을 얻게 될 수 있다며 우려했다. 민주언론시민연합은 논평을 통해 “우리는 KBS 수신료 인상이 KBS의 질적 향상과 공영성 제고를 위한 선순환 구조에 사용되는 것이 아니라 종편의 밥그릇을 채워주기 위한 간교한 책략임을 지적하지 않을 수 없다”며 “이미 많은 국민들이 KBS 2TV 광고 축소의 수혜자가 종편이 될 것임을 알고 있다”고 격정의 목소리를 냈다.

〈관련기사 3면〉

백선하 baek@kobeta.com



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
- KOB A(국제방송음향조영기) 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.



지역방송을 전인할 방송계의 소중한 자산 OBS

경인 지역 지역 방송사 OBS는 대한민국 지역 방송 가운데 유일하게 100% 자체 편성을 하는 비네트워크 독립 방송이다. OBS는 2007년 개국 이래 100% 자체 편성을 하고 있으며 이는 충분히 평가받아야 마땅하다. OBS는 자체 제작 비율도 40%나 된다. OBS는 경영난으로 제작비를 대폭 줄였지만, 힘겹게 40%의 자체 제작 비율을 지켜가고 있다. OBS의 이런 건강한 시도는 지역 방송의 새로운 모델을 제시하는 방송계의 소중한 자산이다.

경인 지역 시청자의 염원으로 우여곡절 끝에 개국하여 지역사회의 공기와와 같은 OBS가 지난해까지 8년 연속 적자를 기록하고 있다. 그동안 매년 200억 원~400억 원에 달하는 막대한 적자로 지금까지 투입된 자본금 1,431억 원 가운데 97%를 이미 잠식당했다. 이 같은 경영난으로 OBS는 2013년부터 제작비를 연간 100억 원 이상 대폭 줄여 근근이 버티고 있지만, 경인 지역 지상파방송으로서의 역할을 제대로 못하고 있다. 결국 양질의 서비스를 제공받아야 하는 경인 지역 1,500만 시청자들에게 피해가 돌아가고 있고, 이 같은 상황이 지속된다면 경인 지역 1,500만 시청자들은 또 다시 지역 지상파방송의 시청권을 박탈당하는 초유의 사태를 맞게 될지도 모르는 안타까운 상황이다.

그렇다면 왜 이렇게 OBS가 최악의 경영난을 겪게 되었을까? 방송 시장에서 적자생존의 경쟁에서 밀린 것일까? 아니면 방송 제도의 문제에 기인한 것인가? 여러 가지 문제가 있겠지만 가장 큰 원인은 2012년 미디어렙 도입 당시 방송통신위원회가 기준과 원칙 없이 결정한 OBS에 대한 터무니없이 낮은 광고결합판매비율에 있다.

2012년 미디어렙 시행 이후 OBS의 광고 성장세는 완전히 정체 내지는 하락세로 돌아섰다. OBS는 미디어렙의 가장 큰 피해자다. 2014년 광고 매출액은 251억 원으로 전년 대비 무려 10.4%나 하락했다. 251억 원은 OBS의 전신인 iTV의 10년 전 광고 매출액 514억 원의 절반에도 못 미치는 수준이다. OBS는 과거 iTV와 비교해서 권역은 경기북부까지 확대됐고, 유료방송 가입자 수는 무려 1,000만에 달한다. 하지만 OBS의 환경을 전혀 반영하지 못한 광고결합판매비율은 OBS를 생존 불능의 방송사로 만들고 있다.

미디어렙의 도입과 광고결합판매제도의 취지가 무엇인가? 중소 지역 방송 보호와 방송 광고 균형 발전을 통해 중소 지역 방송의 공공성 공익성 다양성을 구현해 지역 시청자의 알권리, 볼 권리를 보장하는 것이 아닌가?

자체 제작 비율이 높은 방송사에 광고결합판

매비를 인센티브제를 주는 것은 모두가 공감할 수 있는 좋은 방안이다. 이는 지역 방송들의 자체 제작을 견인하고 지역성을 높이는 지역 방송 진흥 정책이다. 특히 시청자들 입장에서는 지역성 높은 양질의 프로그램을 제공받을 수 있다는 점에서 크게 환영할 일이다. 지역 방송의 자체 제작 활성화는 통합방송법과 지역 방송 발전 지원 계획에서도 핵심 의제다. 따라서 자체 제작에 따른 광고결합판매비율 인센티브제는 반드시 도입돼야 하며, 100% 자체 편성을 하고 있는 OBS의 광고결합판매비율은 재산정 고시돼야 한다.

여러분 경영 여건 속에서도 지역 방송으로서 핵심적인 정체성인 '지역성'을 지키기 위해 수준계 의 쉬운 길을 포기하고 건강한 독립 방송을 지향하고 있는 OBS가 이런 인센티브를 받는 것은 당연하다.

방통위는 6월 방송광고결합판매고시 개정을 위해 지금 한창 준비 작업을 벌이고 있다. 이번 재개정을 위해 방통위는 지난해 4월부터 7개월간 7천만 원의 예산을 들여 '지역 중소방송사 경쟁력 제고를 위한 방송광고 지원 방안' 연구 용역을 실시했다.

이 연구 용역 보고서에는 지역 중소 방송사 결합 판매 지원 비율 개선 방안을 담고 있다. 지역 중소 방송사의 자발적인 경쟁력 강화를 유도하

기 위해 자체 제작 투자 등을 고려해 지원 비율을 조정하는 방안이다. 즉, 인센티브 시스템을 도입해 지역 중소 방송사의 투입승차를 억제하고, 자체 제작 비율이 높은 방송사에게 혜택이 돌아가도록 한다는 것이다.

방송통신위원회의 이번 방송광고 연구용역 보고서는 1년 이상 절차적 정당성과 충분한 의견수렴을 거친 결과물이다. 지난 1년 6개월 동안 방송통신위원회는 방송광고시장 활성화 방안에 대한 의견수렴을 시작으로 방송광고 지원방안 연구용역을 실시하고 토론회 등을 개최하였으며, 연구용역 과정에서 이해 당사자인 각 방송사 관계자들이 참여하는 연구방향을 가동하여 그 어느 때 보다도 폭넓게 의견을 수렴하고 투명한 절차를 거쳤다.

방통위는 대한민국 지역 방송 가운데 유일하게 100% 자체 편성을 하는 비네트워크 독립방송 OBS를 보호하고 육성해야 할 책임이 있다. 방통위는 OBS가 생존할 수 있도록 정책 지원 등 책임을 다해야 한다. 방통위는 경인 지역 지상파방송에 대한 정책 실패를 두 차례나 되풀이해서는 안 된다. 방통위는 이번 방송 광고 연구용역 보고서 결과를 6월로 예정된 방송광고결합판매 고시 때 반드시 반영해 우리사회 지역 방송을 견인할 소중한 가치를 지켜주길 바란다.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

공영방송의 공적 책무는 무엇인가?

칼럼



김동준
공공미디어연구소 소장

고 있을 뿐이다. 그러나 이론적 논의에서 '공적 책무'의 개념은 다소 상이한 개념이다.

일단 책무성은 기업이나 행정 기관, 조직이 활동 내용과 수치 등에 대해 설명해야 할 책임 내지는 의무를 뜻한다. 이러한 맥락에서 저명한 한 학자도 공영방송이 갖는 책무성의 행태를 방송사가 공중의 신뢰 또는 관점에 주목하고 경쟁하는 것, 공중이 프로그램 서비스에 대해 관점을 표현하고 잘못된 점을 지적해 교정하도록 채널을 공개하는 것, 그리고 방송사가 공적 재원의 지출, 그리고 서비스의 질과 수준에 대해 상세히 설명하는 것으로 제시하고 있다. 즉, 공중을 대신해 의회 또는 의회에 대답할 의무를 갖는 기구가 방송사의 상황을 설명하도록 하는 공식적인 절차라는 측면에서 책무성을 강조하고 있다. 따라서 방송사의 활동을 투명하고 제도적인 조건 하에 설명하는 것이며, 공영방송의 공적 책임을 판단하기 위한 정보를 내부적으로 또는 외부에 의해 제시하는 것이 바로 공영방송의 책무성이다. 이러한 이유 때문에 일반적으로 이론적인 측면에서 공영방송의 공적 책무를 '설명책임'이라는 용어를 사용한다. 또한 공영방송의 공적 책무를 규제기관, 이익단체, 수용자 등 다양한 이해관계자를 대상으로 공영방송이 자신의 활동에 대해 설명하고 평가받는 과정도 포함한다는 논의도 있다. 타난 공영방송의 공적 책무는 공영방송의 공적 책임을 판단하기 위한 정보를 내·외부에 '설명'하는 것과 동시에 자신의 활동에 대해 '평가' 받는 것을 내포한다고 할 수 있다.

그러나 수신료 인상을 위한 기자회견이나 토론회, 그리고 우리가 일반적으로 사용하고 있는 공영방송의 '공적 책무'는 단지 이것만이 아니다. 오히려 실질적으로 공영방송으로서 수행해야 하는 공적 기능 및 역할이라는 의미가 더 타당할 것이다. 사전적 의미로도 책무(責務)는 직무에 따른 책임이나 임무로, 영어의 표현을 빌리자면 duty, obligation, responsibility, liability, accountability 등에 해당한다. 결론적으로 공영방송의 공적 책무는 공영방송

이 수행해야 하는 공적 책임과 기능 및 역할을 이행하는 것이라고 정의할 수 있을 것이다. 그렇다면, 공영방송이 이행해야 하는 공적 책무인 책임과 기능 및 역할은 무엇일까? 국내 공영방송의 공적 책무, 즉 공영방송의 역할과 기능 등은 명확히 규정돼 있지는 않다. 공영방송의 기능과 역할들이 사실상 다소 중복적이고 개념간의 관계가 모호하다. 공익성, 공적 책임, 공정성, 다원성, 다양성 등의 개념이 체계화돼 있지 않고 혼란스럽게 규정돼 있다. 이처럼 유사한 개념의 표현들이 병렬적으로 나열돼 있고, 개념이 명확하지 않다보니 공적 책무가 매우 추상적으로 제시돼 있다. 그러나 한국을 포함해 공영방송 중심 국가들의 사례를 보면, 공영방송의 공적 책무는 공공의 이익을 추구해야 한다는 점에는 동일하며, 이는 곧 방송의 공공성 개념과 그 맥락을 같이 한다. 공적 책무에서 강조되고 있는 개념인 공익이나 공적 책임, 공정성, 다원성, 다양성 등의 개념과 행위들이 모두 공공성이라는 포괄적 개념의 하위 구성요소로 작용할 수 있기 때문이다. 그러나 공공성 역시 매우 널리 사용되고 있는 말임에도 불구하고, 역시나 매우 추상적인 개념이기 때문에 압축적으로 정의하기 어렵다. 공공성 개념은 다양하며 학자마다 다양한 논리로 이를 설명하고 있다. 그러나 한편으로 유사한 맥락을 내포하고 있는 것도 사실인데, 공익성과 보편성이라는 특성이 그것이다. 공공의 이익에 부합하는 개념과 의미들이 공통적으로 등장하고, 공간적인 개념이나 공중 혹은 다중을 위한 것, 그리고 공공재의 측면에서도 보편성의 개념은 적용된다고 할 수 있다. 즉, 방송의 공공성에는 기존 미디어에서 관찰돼 왔던 공익성의 사회문화적 가치(다원성, 다양성, 공정성, 교육성 등)와 보편적 서비스로서의 팽등하고 지속적인 미디어의 사용 가능성이 포함된다. 또한 디지털 시대의 미디어 특성에 맞추어 수용자들의 자율적 이고 자발적인 의사소통행위 과정의 참여와 접근을 보장하는 수용자 주권이 포괄될 수 있을 것이다. 즉, 공익성과 보편성, 수용자 주권성이 공공성을 구성하는 핵심적인 하위개념이며 공적 책무를 정의하기 위한 가치라고 할 수 있겠다.

사설

EBS UHD 주파수도 같은 대역에서 분배돼야 한다

최근 정부가 700MHz 대역 주파수를 이동통신사와 방송사에 분배하는 안 중에 EBS에만 DMB 대역의 주파수를 제시해 논란이 일고 있다. 지상파 방송사들과 시민사회단체들은 EBS에 DMB 대역의 주파수를 제시하는 것 자체가 시청자들의 시청권과 무료 보편적인 교육권을 침해하는 것이라고 비판하고 있다.

정부는 이동통신에 40MHz를 할당하는 기존 광대역 플랜의 틀을 유지하면서 통합 공공망에 배분한 20MHz폭을 고려한다면 지상파 방송사에 24MHz폭만 분배할 수 있다는 입장이다. 보호대역을 제외하고 최대 4개 채널만 700MHz 주파수를 활용할 수 있다는 것이다. 700MHz 주파수를 배분할 수 없는 EBS는 DMB 대역 주파수를 활용해 UHD 방송을 하는 대신 수신 안테나나 설치비 등을 지원해주겠다고 한다.

하지만 5개의 채널만으로 지상파 UHD 전국 방송이 가능했느냐는 의문이 곳곳에서 나오고 있다. 지역 차별적인 정책이라는 지적이다. 또한 EBS가 DMB 대역을 활용해 UHD 방송을 하게 되면 길이가 다른 안테나를 설치해 두 개의 안테나를 컨바인(혼합)해서 사용해야 하는데 당장 시청자들의 불편이 예상된다.

아날로그 TV 시절엔 VHF와 UHF를 수신하기 위해 긴 안테나와 짧은 안테나를 같이 설치, 컨바인해서 수신하기도 했다. 하지만 시대가

변했다. 다양한 매체의 홍수 속에 시청자들이 굳이 안테나 2개를 설치해 불편을 겪겠느냐는 것이다. 이 같은 현실에도 불구하고 정부는 별도의 안테나를 설치해서 EBS의 UHD 방송을 보라는 계획을 내놓았다. 결국 DMB 대역을 사용하고자는 정부의 계획은 또 다시 지상파의 무료 보편적 서비스를 가로 막는 가장 큰 걸림돌이 될 것이 불 보듯 뻔하다.

지난해 지상파 방송사들은 브라질 월드컵과 인천아시안게임을 통해 UHD 실험방송을 성공적으로 마쳤다. 기술적으로 지상파 UHD 본방송이 가능하다는 점을 전 세계적으로 입증한 것이다. 또한 UHD TV 가격이 HD TV 가격에 근접하면서 가정사와 방송 장비 업계에서는 지상파 UHD 방송을 불활용 몇몇 채널 모뎀으로 인식하고 정부 관련 정책에 촉각을 세우고 있다.

이러한 상황에서 지상파 UHD 방송이 일정 의미 있으면 같은 주파수 대역에서 지상파 UHD 전국 방송이 동시에 실시돼야 한다. 이미 10년 전에 실시됐어야 할 지상파 다채널 방송도 때를 놓치고, EBS2만 개국함으로써 그 효과가 미미하게 나타나고 있다. 지상파 UHD 방송은 다채널 방송과 같은 우를 되풀이해서는 안 된다. 다시 한 번 강조한다. 정부는 같은 주파수 대역에서 지상파 UHD 전국 방송을 실시함으로써 무료 보편적 서비스를 확대해야 할 것이다.

KOBA 2016

26회 국제방송·음향·조명기기전

KOREA INTERNATIONAL BROADCAST
AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW

2016.05.24-27



www.kobashow.com

주 최 한국이앤엑스·한국방송기술인연합회

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

특별후원 CBS·아리랑국제방송·tbs

문의 한국이앤엑스 02-551-0102 / koba@kobashow.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.



Panasonic

THE DVX 4K

AG-DVX200

NEW 4K CAMCORDER



* 2015년 가을 출시 예정



주요 특징

- 새롭게 개발된 F2.8 LEICA DICOMAR 4K 13배 줌렌즈
- 4K (4096 x 2160) 24p: 29.5 mm - 384.9 mm / FHD: 28mm - 365.3 mm (35 mm 환산)
- 5축 하이브리드 이미지 스태빌라이저, ND 필터 (1/4, 1/16, 1/64)
- 인텔리전트 오토포커스 시스템
- 대형 4/3" 타입 센서로 이룬 아름다운 빛망울
- 새로운 V-Log L 감마 커브로 이룬 12 스탱의 이미지 레티튜드
- 4K (UHD: 3840 x 2160) 60p 이미지 (MP4/MOV)를 SD 카드에 기록
- 최대 120 fps (FHD 기준)의 가변 프레임 레이트
- 2개의 카드 슬롯을 활용한 동시녹화, 백업녹화, 릴레이 레코딩



Crimson red coating and battery compartment