



이슈&사람 ▶ 5면

[파워인터뷰] 유선영 한국언론정보학회 회장

기획 ▶ 6면

‘MBN X파일’로 드러난 난장판 방송광고 현실 바로잡아야

오피니언 ▶ 7면

[칼럼] 납득할 수 없는 종편에 대한 특혜

700MHz 주파수 분배 사실상 확정

미래부 “지상파에 700MHz 주파수 5개 채널 분배하겠다”

정부가 KBS 1TV, KBS 2TV, MBC, SBS, EBS 등 지상파 방송사의 초고화질(UHD) 방송에 700MHz 주파수 5개 채널을 분배하겠다고 밝혔다. 논란을 빚어온 700MHz 주파수 대역의 활용 방안이 사실상 확정됨에 따라 지상파 UHD 방송 정책도 올 하반기 중 마련될 것으로 보인다.

미래창조과학부는 7월 6일 열린 국회 미래창조과학방송통신위원회 주파수정책소위원회에서 지상파 5개 채널에 700MHz 주파수 30MHz 폭을 분배할 수 있는 기술적 검토를 끝냈다고 보고했다. 이로써 EBS도 700MHz 주파수 대역에서 지상파 UHD 방송을 할 수 있게 됐다.

앞서 미래부는 5월 19일 열린 주파수소위에서 국제적인 추세와 경제성, 공익성 등을 종합적으로 고려해 지상파 UHD 방송과 이동통신 상생을 위해 균형 있는 분배

를 추진하겠다고며 ‘4+1’ 분배안을 내놓지만 국회 미방위 소속 여야 의원들은 이를 받아들이지 않자 전면 재검토를 주문한 바 있다.

당시 미래부는 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 제공할 것이라고 발표했는데 ‘모바일 광개토 플랜 2.0’에 따라 이동통신에 40MHz 폭을 할당하고 지상파 방송사에 24MHz 폭만 분배하겠다는 기존 입장을 반박한 것이어서 여야 의원들의 강한 질타를 받았다.

여야 의원들은 “정부가 제시한 4+1안은 EBS를 차별하는 안으로 처음부터 EBS는 비대칭 구조로 시작하게 되는 것”이라며

“똑같은 지상파 방송사인 EBS에 다른 잣대를 적용하지 말라”고 지적했다.

결국 최재유 미래부 제2차관은 6월 22일 열린 주파수소위에서 “지상파 방송사에 5개 채널을 배분하는 것이 기술적으로 가능한지 검토해 보고하겠다”고 말했고 이번 주파수소위에서 700MHz 주파수 30MHz 폭을 지상파 방송사에 분배하겠다고 밝혔다.

미래부는 주파수 간 혼선을 막기 위해 일종의 완충 구역으로 비워놓는 보호대역과 미사용대역을 기술적으로 검증해본 결과 6MHz 폭을 마련할 수 있었다고 설명했다. 이에 따라 총 108MHz 폭의 700MHz 주파수는 지상파 UHD 방송(30MHz), 이동통신(40MHz), 국가재난안전통신망(20MHz) 등으로 활용할 수 있게 됐다. 나머지 18MHz 폭은 보호대역으

로 운영된다.

미방위 소속 여야 의원들도 긍정적인 반응을 보였다. 전병헌 새정치민주연합 의원은 “5개 채널을 마련한 것은 다행이지만 정말 기술적인 문제가 해결됐는지 확인해야 한다”며 “차기 주파수소위에서 최종 결정을 했으면 한다”고 제안했고, 조해진 새누리당 의원 역시 “1주일 안에 회의를 다시 열어 최종 확정을 짓자”고 말했다. 미래부가 내놓은 방안을 수용하겠다는 것이다.

미래부는 이번에 내놓은 방안이 국회를 통과하면 이달 중 주파수 분배 고시안을 마련해 국무조정실 주파수심위원회를 거쳐 분배 고시를 개정한다는 계획이다.

한편 700MHz 주파수 대역에서 지상파 UHD 방송용으로 5개 채널을 분배기로 합에 따라 지상파 UHD 방송의 단계적 도입이 사실상 확정됐다. 올해 초 미래부와 방송통신위원회는 전국 어디서나 지상파 UHD 방송을 시청할 수 있도록 하

되 지상파 방송사 준비 여건 등을 고려해 수도권부터 단계적으로 도입하겠다는 뜻을 밝혔다.

당시 방통위는 고화질(HD) 방송도 단계적으로 확대 추진했듯이 지상파 UHD 방송 역시 △2015년 하반기 수도권 시범방송 추진 △2016년 수도권 5개 채널(KBS 1TV, KBS 2TV, MBC, SBS, EBS) 서비스 시작 △2017년 강원권 및 광역시로 확대(추가 3개 채널, 총 8개 채널) △2021년 전국 시·군 지역으로 확대(추가 4개 채널, 총 12개 채널) 등 단계적으로 도입하는 것이 바람직하다고 주장했으며 미래부도 “디지털 전환 당시에도 수도권(2001년)·광역시(2004년)·도청소재지(2005년)·시·군 지역(2006년)·HD 방송 커버리지 96% 달성 및 아날로그 방송 종료(2012년) 등으로 도입했듯이 지상파 UHD 방송도 단계적으로 도입하는 쪽으로 가닥을 잡고 있다”고 정책 방향을 설명한 바 있다.

백선하 baek@kobeta.com

도입 취지 무색한 국가직무능력표준(NCS)

“현장 목소리 반영 못 해”...실효성 ‘의문’

능력 중심 사회를 만들어 보자는 취지로 마련된 국가직무능력표준(National Competency Standards, NCS)이 현장의 목소리를 전혀 반영하지 않고 있어 도입 취지가 무색하다는 비판이 나오고 있다.

NCS는 산업 현장에서 직무를 수행하기 위해 요구되는 지식, 기술, 태도 등의 직무능력을 정부가 산업부문별·수준별로 체계화해 국가적 차원에서 표준화한 것으로 이를 기반으로 교육 모델과 학습 모듈을 만들고 있다.

문제는 산업 현장에 바로 투입될 수 있는 인재를 만들어 내겠다는 NCS 분류 체계가 산업 현장과 너무 동떨어져 있다는 것이다. 현 NCS 분류 체계는 지난해 6월 20일

제3차 국가직무능력표준 운영위원회에서 확정된 분류 체계로 이전까지 ‘대분류 20 정보통신-중분류 방송기술-소분류 방송제작기술’에 포함돼 있던 세분류 촬영, 조명, 음향, 편집 등이 이날 회의에서 갑자기 ‘대분류 08 문화 예술 디자인 방송 관련 직-중분류 문화 콘텐츠-소분류 영상 제작’으로 변경됐다. 전문가 타당성 검토까지 거친 방송기술 분류 체계가 전문가 단 한 명도 참석하지 않은 운영위원회에서 변경 확정된 것이다.

이후 한국방송기술인연합회를 비롯한 현업 방송기술인들은 방송기술에 대한 NCS 분류 체계가 산업 현장과 맞지 않는다고 여러 차례 문제를 제기했다. 지난 3월

에는 ‘방송기술 NCS 직무 분류 체계에 관한 의견서’를 고용부에 제출해 “방송사의 방송기술 업무가 영상, 특수영상, 음향, 조명, 편집, 라디오 등으로 다양하게 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 지적했다.

현업 방송기술인뿐만 아니라 관련 업계에서도 우려를 표하고 있다. 한 음향기기업체 관계자는 “연극이나 뮤지컬 무대와 방송 무대는 공간 자체가 다르고, 방송은 전송하고 송출하는 과정이 있기 때문에 같은

작업이라고 볼 수 없다”며 “NCS 분류 체계로 학습을 받은 사람들이 현장에 왔을 때 느끼는 괴리감이 클 것”이라고 말했다.

하지만 고용노동부는 현업 방송기술인들의 의견을 받아들일 수 없다는 입장이다. 6월 22일 고용부 주최로 열린 NCS 분류 체계 심사위원회에서도 연합회 측이 “방송기술은 방송 프로세스 전반에 대한 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 융합되는 직무이기에 방송기술은 대분류 20에 더 적합하다”고 말했음에도 불구하고 위원들은 “방송기술 업계 중심으로 봐서는 안 된다”며 현업 방송기술인들의 제안을 일축했다.

NCS 분류 체계의 핵심은 ‘현장에서 무엇을 할 수 있느냐’다. 학교에서 교육받은 학생들을 처음부터 가르치는 것이 아니라 현장에 필요한 직무 능력이 무엇인지 표준

화해놓고 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 중요하다는 것이다.

이에 대해 박종인 연합회 사무처장은 “NCS 분류 체계 및 교육, 학습 모듈 개발 논의는 매우 의미 있는 작업이지만 NCS 분류 체계가 직무의 특성을 제대로 살리지 못한다면 소용없는 것”이라며 “주요 공공기관과 기업에서 NCS 기반 직무능력평가 및 채용 모델을 도입하고 있는 상황에서 근간이 되는 NCS 분류 체계가 잘못될 경우 엄청난 사회적 비용을 초래할 공산이 크기 때문에 지금이라도 잘못된 부분이 있으면 수정하고 개선해 나가야 한다”고 꼬집었다.

백선하 baek@kobeta.com

[성명서] 국민들만 피해보는 ‘탁상공론 NCS’ 규탄한다

– “현장 중심” 외치더니...방송기술인 제안 무시

– 도입 취지 살리려면 NCS 분류 체계 재점검해야

능력 중심의 사회를 만들기 위해 마련된 국가직무능력표준(이하 NCS)이 정작 산업 현장의 목소리는 반영하지 않아 논란이 일고 있다. 정부의 탁상공론 행정에 애꿎은 예비 방송기술인들의 불만만 가중될 것으로 보인다.

현 NCS 분류 체계는 지난해 6월 20일 고용노동부, 교육부, 국무조정실, 국토교통부, 산업통상자원부, 미래창조과학부 등으로 구성된 제3차 국가직무능력표준 운영위원회에서 확정된 분류 체계로 이날 방송기술에 관한 세분류 867개가 확정됐다. 하지만 이날 확정된 방송기술의 세분류는 관련 전문가 타당성 검토를 거친 분류 체계가 아니었다.

앞서 한국방송기술인연합회(이하 연합회)와 한국전파진흥협회는 철저한 직무 조사와 광범위한 심층 분석을 통해 ‘대분류 08 문화예술·디자인·방송 관련 직-중분류 문화 콘텐츠-소분류 영상 제작’에 포함돼 있던 세분류 촬영, 조명, 음향, 편집 등을 ‘대분류 20 정보통신-중분류 방송기술-소분류 방송제작기술’로 옮긴 바 있다. 그런데 관련 전문가가 단 한 명도 참석하지 않은 운영위에서 방송제작기술의 세분류에 방송중계와 방송품질관리만 남기고 촬영, 조명, 음향, 편집 등을 대분류 08로 옮겨 버린 것이다. 전형적인 탁상공론이다.

연합회를 비롯한 현업 방송기술인들은 방송 분야가 영화나 연극 또는 뮤지컬과는 확연히 다르다고 얘기한다. 촬영 매체 또는 시공간 자체가 다를 뿐 아니라 TV라는 플랫폼으로 콘텐츠를 전송·송출하고 있기 때문에 제작 장비를 비롯한 제작 기법 워크플로우(작업방식) 등에 있어 큰 차이가 존재한다는 입장이다. 영화로 대표되는 영상 제작과 연극, 뮤지컬 등으로 대표되는 공연 예술은 동일한 대분류인 8번 문화·예술·디자인 속에 있으면서도 각각 영상 음향, 영상 조명 등과 무대 음향, 무대 조명 등 다른 세분류를 가지고 있다. 고용부는 이 두 분야의 세분류는 각각 인정하면서도 방송제작기술의 세분류는 인정하지 않는 모순을 범하고 있다. 따라서 연합회와 방송기술인들은 ‘대분류 20 정보통신-중분류 방송기술’에 촬영, 조명, 음향, 편집 등의 세분류가 신설돼야 한다는 입장이다.

또한 현 분류 체계로는 예비 방송기술인들이 방송기술이라는 직무에 대해 혼란스러워할 수 있다. 이 때문에 ‘방송기술 NCS 직무 분류 체계에 관한 의견서’를 고용부에 제출하는 등 여러 차례 의견을 피력했다.

그러나 고용부는 현업 방송기술인들의 의견을 받아들일 수 없다는 입장이다. 고용부를 비롯한 NCS 분류 체계 심사위원들은 “방송기술 업계 중심으로 봐서는 안 된다”며 현업 방송기술인들의 제안을 일축했다.

NCS의 핵심은 ‘현장에서 무엇을 할 수 있느냐’다. 현장에서 필요한 직무 능력이 무엇인지 표준화해놓고 이 표준에 맞춰 교육을 받은 학생들이 현장에서 별도의 재교육 없이 일할 수 있도록 하는 것이 NCS다. 하지만 현장에서 나오는 목소리를 정부 정책 담당자들이 반영하지 않는다면 NCS 분류 체계는 물론이고 교육 모델, 학습 모듈도 다 소용없는 것이다. 산업 현장과 맞지 않는 교육을 받는 학생들이 어떻게 현장에서 제 역할을 할 수 있겠는가.

마지막으로 제안한다. 정부는 지금이라도 NCS 분류 체계를 재검토해 방송기술 산업 현장에 맞는 세분류를 신설해야 한다. 주요 공공기관과 기업에서 NCS 기반 직무능력평가 및 채용 모델을 도입하고 있는 상황에서 근간이 되는 NCS 분류 체계가 잘못될 경우 엄청난 사회적 비용을 초래할 공산이 크다는 것을 염두에 두어야 한다. NCS 분류 체계가 갖는 막대한 영향력을 인지하고 처음으로 돌아가 다시 검토하길 바란다.

종편 올해도 방발기금 면제 ‘특혜’ 논란

방통위 “종편 내년부터 0.5% 징수할 것”

종합편성채널의 대표적 특혜 가운데 하나인 방송통신발전기금 납부 면제가 1년 더 연장된다. 종편의 오보와 막말, 편파 방송에 대해서만 유독 느슨한 잣대를 들이대고 있는 정부가 OBS와 형평성 논란이 일고 있는 종편의 방발기금 납부 면제를 또 다시 결정하자 정부의 ‘종편 감싸기’ 본색이 노골화되고 있다는 비판 여론이 커지고 있다.

방송통신위원회는 7월 2일 오후 과천정부청사에서 전체회의를 열고 ‘방송통신발전기금 분담금 징수 및 부과 등에 관한 고시’ 개정안을 접수했다. 개정안에 따르면 종편과 보도전문채널의 방발기금 징수율은 0.5%로 2016년부터 적용된다. 방발기금 납부 면제가 사실상 1년 더 연장된 것이다. 이로써 종편은 출범 이후 4년째 방발기금 납부 의무를 면제받게 됐다.

최성준 방통위위원장은 이날 전체회의에서 개정안을 보고하면서 종편과 보도전문채널의 방발기금 징수율을 0.5%로 하되 시행시기를 올해, 2016년, 2018년 중 하나로 결정하는 방안을 내놓았다. 이에 최 위원장과 여권 추천 위원인 이기주 상임위원은 2016년부터 징수하는 안을 지지하고 또 다른 여권 추천 위원인 허원제 상임위원은 2018년부터 징수하자고 제언했지만 야당 추천 위원인 김재홍 상임위원과 고삼석 상임위원은 당장 올해부터 1%를 징수해야 한다고 맞섰다.

고 위원은 “개정된 시행령을 보면 방발기금을 정할 때 방송 시장의 경쟁 상황과 수익 규모를 고려해야 한다는 조항이 생겼고, 면제 대상도 전년도 방송 광고 매출 50억 원 이하에 당기 순손실 발생 사업장 등으로 별도의 기준이 있는데 종편과 보도전문채널은 면제 대상이 아니다”라며 “종편도 개정 취지에 맞게 올해부터 방발기금을 내야 한다”고 말했다. 김 위원 역시 “종편은 지난해에도 매출이 32% 급성장했고 시장점유율도 높다”며 그럼에도 불구하고 방발기금 징수를 1년 유예하는 것은 방통위가 종편에 특혜를 더 주려는 것이라고 꼬집었다.

하지만 최 위원장과 여당 추천 위원들은 “방송 시장 상황, 종편과 보도전문채널의 지난해 적자 등을 고려했을 때 징수율을 0.5% 하고 2016년부터 시행하는 게 적당하다고 본다”며 야당 추천 위원들의 의견을 받아들이지 않았고 결국 야당 추천 위원들

은 논쟁 끝에 퇴장했다. 이후 최 위원장과 여당 추천 위원 등 3명은 ‘징수율 0.5%, 2016년부터 시행’ 방안으로 결정을 내렸다.

방통위는 “과거 SO, 위성방송에 대한 최초 분담금 징수율 1% 적용 시 해당 사업자군이 흑자 전환 상태였던 점, 종편과 보도전문채널이 전체적으로 적자입을 감안해 징수율을 결정했다”며 “적자 상태에 있는 해당 사업자군에 수익성을 개선할 기회를 부여하고 콘텐츠 투자를 유도하기 위해 부칙 규정을 두어 2014년 매출분에 대해서는 종전 징수율을 적용하고 1년 후부터 적용키로 했다”고 설명했다.

방통위의 설명에도 불구하고 논란은 쉽게 사그라들지 않을 전망이다. 방발기금은 2000년 방송법에 따라 방송진흥사업 및 문화 예술 진흥 사업을 위해 방송발전기금이라는 명칭으로 처음 설치됐으며 방송위원회가 운용하다가 2008년 2월 대통령 직속으로 출범한 방송통신위원회로 변경됐다. 이후 2010년 3월 제정된 방송통신발전기본법 제24조에 따라 방송통신의 진흥을 지원하기 위한 목적으로 새롭게 설치됐다.

방송과 통신 분야의 진흥 지원이 목적이기 때문에 지상파 방송사를 비롯한 대부분의 방송 사업자들은 의무적으로 방발기금을 납부하고 있다. 지상파 방송사의 경우 방송 광고 매출액 대비로 산정하며 그 외 사업자는 전년도 방송 서비스 매출액, 방송 광고 매출액, 방송 사업 관련 영업 이익 등을 다양하게 고려해 산정된다.

하지만 종편은 출범 직후부터 지금까지 단 한 번도 방발기금을 납부하지 않았다. 전국언론노동조합은 ‘방통위와 종편의 또 특혜 ‘짜짜공’이란 제목의 성명을 통해 “종편은 지상파는 적자가 나도 의무적으로 내야 하는 방발기금을 계속 유예 받고 있고, 케이블과 위성방송이 종편을 의무적으로 전송하도록 한 의무전송 특혜, 지상파는 금지하고 있는 중간광고 허용이나 느슨한 광고 금지 품목 특혜, 종편이라는 말이 낯부끄러울 정도로 보도·토론 프로그램으로 채워진 편성 등 일일이 열거하기도 힘들 정도로 유례가 없는 특혜를 받고 있다”며 “종편을 바로잡지 못하고 특혜나 없어줄 바에야 방통위는 ‘종편위원회’로 이름을 바꾸라”고 비판했다.

언론노조는 이어 종편이 특혜만큼 언론

과 방송으로서 공공성과 공공성에 대한 책임과 의무를 다하고 있는가라고 묻는 뒤 “종편이 출범한 지 올해로 5년차다. 5살이면 잘못된 행동에 오냐오냐하고 넘어갈 것이 아니라 엄하게 매를 들어야 할 때인데 방통위는 형평성 운운하며 종편에 매 대신 당근이나 쥐어주고 달래려고 하고 있다”며 “방통위의 직무유기로 대한민국 언론은 망들고 있다”고 지적했다.

민주언론시민연합 역시 “OBS를 비롯해 적자이거나 사회적으로 보호해야 할 소규모 방송사들이 이제까지 방발기금을 내온 것은 방발기금이 광고 등 수입에 대한 준조세적인 측면이 있기 때문”이라며 “이번에도 종편에 또 다시 방발기금을 면제해 준다면 종편 특혜를 목적으로 사회적 합의를 무너뜨리는 것”이라고 우려했다.

실제로 OBS는 2011년 182억 원의 적자를 기록했음에도 8억 4,200만 원의 방발기금을 납부했고, 161억 원의 적자를 기록한 2012년에도 5억 7,000만 원의 방발기금을 납부했다. 뿐만 아니라 평화방송도 30억 원의 적자를 냈던 2012년 1억 8,000만 원의 방발기금을 납부했다. 형평성 논란이 일 수 밖에 없는 이유다.

민언련은 “종편 재승인 심사 당시에도 방통위는 졸속 형식적 심사로 야당 추천 위원들이 퇴장하는 상황에서도 재승인을 강행 처리하는 등 종편 봐주기 감싸기로 일관했다”며 “이미 거대한 매출로 면제 사업자의 범주를 벗어난 지 오래인 종편에게 부당한 특혜를 계속 주려는 것은 국민을 기만하는 일이며 정치적 야합에 다름 아니다. 방통위는 더 이상 미루지 말고 종편에 대한 방발기금을 즉각 징수하라”고 촉구했다.

한편 방통위는 이날 지상파 방송사에 대해선 방송광고매출액별 징수구간을 설정하고 징수율 구간별 기본 징수율에 감경요인을 반영해 최종 징수율을 결정했다. KBS와 EBS는 3분의 1 이내에서 감경이 가능하고, 직전년도 적자 발생 사업자는 2분의 1 이내에서 추가 감경이 가능하다. 이에 따라 방통위는 KBS와 MBC, SBS, EBS 등에 대해선 1.54~4.3%로, 지역 방송에 대해선 0.65%~2.3%로, 라디오와 지상파 DMB에 대해선 0.15%~2.3%로 징수율을 각각 결정했다.

백선하 baek@kobeta.com

방통위, 2014년도 방송 사업자 재산 상황 공표

2014년 지상파-PP 매출 늘고, SO는 감소

지난해 지상파 방송사와 방송채널사용사업자(PP)의 방송 사업 매출은 증가한 반면 종합유선방송사업자(SO)의 매출은 감소한 것으로 나타났다.

방송통신위원회가 6월 30일 발표한 ‘2014 회계연도 방송 사업자 재산 상황’에 따르면 방송 사업 매출은 전년 대비 2.4% 증가한 13조 2,214억 원이며 이 중 지상파 방송사의 매출은 4조 49억 원으로 전년 대비 2.8% 증가했다. 방송사별로는 SBS와 EBS, 지역 MBC의 매출은 증가했고, KBS와 MBC, 지역 민방의 매출은 감소했다.

지상파 방송사의 매출을 수익원별로 보면 광고 매출은 전년 대비 8.2% 감소한 1조 8,976억 원으로 방송 광고 시장 침체 등의 영향을 많이 받은 것으로 분석됐다. 수신료 매출은 전년보다 2.0% 증가한 122억 원, 재송신 매출은 지역 MBC와 지역 민방의 재송신 매출 증가로 인해 23.6% 증가한 1,551억 원이다.

지난해 PP의 방송 사업 매출은 전년 대비 3.8% 증가한 6조 3천 67억 원이고, 홈쇼핑 PP를 제외한 나머지 PP의 전체 매출은 전년보다 6.5% 증가한 2조 8,340억 원으로 방송 사업자 중 가장 큰 증가폭을 보였다.

홈쇼핑 PP의 방송 매출은 TV 홈쇼핑 시장 성장 및 데이터 홈쇼핑의 활성화로 전년 대비 1.7% 증가한 3조 4,728억 원이며 이 중 현대와 우리(롯데), NS 홈쇼핑의 매출은 증가한 반면 CJ, GS, 홈플러스의 매출은 감소했다. 종합편성채널 PP의 방송 매출은 프

로그램 제공 및 판매 매출, 협찬 매출 증가로 인해 전년대비 31.5% 증가한 4,016억 원으로 나타났다. 종편의 경우 프로그램 제공 및 판매 매출, 협찬 매출이 크게 늘어난 것으로 분석됐다.

복수방송채널사용사업자(MPP) 중 지상파 계열 PP(11개사)의 방송 매출은 7,666억 원으로 전년 대비 3.2% 증가했으며 CJ 계열 PP는 광고 매출 감소 등으로 인해 3.7% 감소한 6,587억 원인 것으로 집계됐다.

지난해 지상파 방송사와 PP의 방송 사업 매출이 증가한 것과 달리 유료방송사업자의 매출은 전년 대비 0.9% 감소한 2조 8,994억 원으로 그중 SO의 매출은 전년보다 1.4% 감소한 2조 3,462억 원이었다. 반면 위성방송은 홈쇼핑 송출 수수료 매출 증가로 전년 대비 1.4% 증가한 5,532억 원으로 나타났다.

한편 방통위는 ‘2014 회계연도 방송 사업자 재산 상황’을 공표하면서 방송사의 경영전략 수립 및 방송정책 마련의 기초 자료로 활용할 수 있도록 분석 대상을 최근 2년간 자료에서 10년간으로 확대해 연평균 성장률, 점유율 등을 산출했고, 유료방송사와 PP간 콘텐츠 대가 지급 수준을 확인할 수 있는 수신료 매출(유료방송요금) 및 프로그램 사용료 관련 구체적인 정보를 제공했다. 또한 사업과 직접적으로 관련된 활동의 수익성 여부를 판단하기 위해 ‘당기순이익’ 대신 ‘영업이익’으로 분석 지표를 변경해 이용자의 정보 활용도를 제고시켰다.

백선하 baek@kobeta.com

위기의 지상파…지난해 광고 매출 큰 폭 감소

방송 광고 시장이 급격하게 위축되면서 지상파 방송사가 직격타를 맞고 있다.

‘2014 회계연도 방송 사업자 재산 상황’에 따르면 지난해 방송 광고 매출은 전년 대비 5.4% 감소한 3조 2,899억 원이고, 이중 지상파 방송사의 광고 매출은 1조 8,976억 원인 것으로 나타났다. 전년 대비 8.2% 감소한 수치다.

방송사별로 보면 KBS의 광고 매출은 5,223억 원으로 전년 대비 9.8% 감소했으며, MBC는 전년보다 6.9% 감소한 4,460억 원으로 집계됐다. SBS의 경우 7.0% 감소한 4,408억 원, 지역 민방은 전년 대비 10.5% 감소한 1,612억 원으로 조사됐다.

전체 방송 광고 시장에서 지상파 방송사가 차지하는 비중도 줄어들고 있다. 2005년 79.3%에 달했던 지상파 방송사의 비중은 2010년 66.3%, 2012년 60.9%,

2014년 57.7%로 감소 추세를 벗어나지 못하고 있다.

이에 반해 방송채널사용사업자(PP)의 비중은 점점 증가하고 있다. 2005년 17.5%였던 PP의 비중은 2010년 29.5%, 2012년 35.4%, 2014년 37.3%로 지상파 방송사를 바짝 뒤쫓고 있다.

방통위는 “CJ 계열, 종편 등의 점유율이 계속 증가하고 있기 때문에 PP의 비중이 늘고 있는 것”이라며 “다만 종편 출범 이후 CJ 계열의 광고 매출 비중은 감소하고 있다”고 말했다.

한편 KBS의 광고 매출은 2005년 6,537억 원에서 2014년 5,223억 원으로 연평균 2.5% 감소하고 있어 지난해에는 KBS 전체 재원에서 광고 매출의 비중이 수신료 비중보다 낮아졌다.

민서진 seojin@kobeta.com

재난방송, 케이블-위성-IPTV로 확대된다

국무회의서 ‘방송통신발전 기본법 개정안’ 의결

… 재난방송 의무 사업자 범위 확대

재난방송 의무 사업자가 지상파 방송사, 종합편성채널, 방송채널사용사업자(PP)에서 종합유선방송(SO), 위성방송, 인터넷 TV(IPTV)로 확대된다.

정부는 6월 30일 황교안 국무총리 주재로 열린 국무회의에서 이 같은 내용을 담은 ‘방송통신발전 기본법 일부 개정안’을 심의 의결했다.

개정안은 재난방송이나 민방위 경보방송의 의무 사업자로 SO와 위성방송, IPTV를 추가하되 방송의 특성을 고려해 자막의 형태로 재난방송 내용을 송출할

수 있도록 했다. 또 재난방송 의무 사업자가 재난방송이나 민방위 경보방송을 할 경우 재난 상황 정보를 정확하고 신속하게 제공하되 피해자나 그 가족의 명예를 훼손하는 등 사생활을 침해하지 않도록 준수 사항도 마련했다.

이번 개정안에는 정부가 재난상황에서 재난방송의 확대가 필요하거나, 특정 지역 등에 한해 재난방송이 필요한 경우 방송사업자 중 전부 또는 일부를 선별해 재난방송을 요청할 수 있도록 하는 내용도 담겼다. 재난방송 요청을 받은 방송사업자

는 특별한 사유가 없는 한 따라야 한다.

정부 관계자는 “다매체 다채널 환경 속에서 재난 정보를 국민들에게 신속하게 제공하기 위해 의무 사업자를 확대했다”며 “의무 사업자 확대에 따라 기존 재난방송 실시 과정에서 나타난 문제점을 개선하고 향후 효율적인 재난방송 기반을 구축할 수 있을 것으로 기대하고 있다”고 말했다.

한편 이날 국무회의에서는 △법률공포안 1건 △법률안 9건 △대통령령안 15건 △일반안건 2건 등 모두 27건의 안건이 처리됐다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

방송기술용어

HbbTV Hybrid Broadcast Broadband TV

HbbTV는 방송과 인터넷을 결합하는 방송 융합 서비스 표준으로, 인터넷 커넥티드 TV를 위한 웹 기술 기반의 범유럽 표준이다. 회원사는 2014년 9월 기준 총 74개사로, 주로 가전사, 셋톱박스 제조사, 방송사가 주축이며 브라우저 개발사인 오페라, 방송 솔루션 제공업체인 NDS, 유럽 방송연맹(EBU) 등도 회원사로 활동 중이다.

HbbTV는 2009년 9월 EBU와 유럽전기통신표준협회(ETSI)의 합동 워크숍에서 범유럽 대상의 하이브리

드 부가 방송 표준으로 인정받았다.

이후 2010년 6월 HTML4와 DVB 표준 기반의 HbbTV 1.0이 발표됐으며 2012년 11월에는 여기에 MPEG-DASH 기술이 추가된 HbbTV 1.5가 나왔다. 그리고 2015년 2월 최신 웹 기술인 HTML5, HEVC 코덱 및 세컨드 스크린 디바이스를 지원하는 HbbTV 2.0이 발표됐다. 현재 HbbTV 2.0 표준은 HbbTV 포럼의 표준 제정 원칙에 따라 수많은 방송, 통신, 웹 표준이 차용하고 있다.

강민정 mjikang@kobeta.com

공영방송 정상화를 위한 첫 단추 공추위 발족…“공영방송 회복에 앞장 설 이사 후보자 추천할 것”



모든 뉴스는 사실에 기초해 진실을 보도해야 하지만 세월호 참사 보도에서 대한민국 언론들은 사실을 보도하지 못했고, 진실도 전달하지 못했다. 특히 검증 없는 받아쓰기 보도로 잇따른 오보를 뱉음에도 불구하고 사과하지 않았던 KBS, MBC 등 공영방송을 향한 비난은 아직까지 지속되고 있다. 심지어 가장 신뢰하는 방송사로 종합편성채널 JTBC가 뽑히는 웃지 못 할 일들이 벌어지고 있다. 이런 가운데 KBS와 MBC, EBS 이사들이 한 번에 교체돼 관심이 집중되고 있다. 전국언론노동조합, 민주언론시민연합, 언론개혁시민연대 등을 비롯한 언론시민사회 단체는 공영방송 이사진 교체를 기회로 삼아 무너진 국민의 신뢰를 회복해야 한다며 ‘공영언론이사추천

위원회(공추위)’를 발족했다. 정치권에 휘둘리지 않는 이사진 구성으로 공영방송에서 사라진 공정성, 자율성을 되살려내야 한다는 것이다.

6월 30일 서울 중구 프레스센터에서 열린 ‘공영방송 이사회 활동 평가와 과제’ 정책토론회에서 공개된 여론조사에 따르면 한국방송학회 소속 학자 71.3%는 ‘한국 공영방송의 위상과 역할 강화를 위해 가장 시급한 과제로 공정성 확보를 꼽았다. 또한 공정성을 저해하는 가장 큰 요소로 69.7%가 정치권력, 20.5%가 경영진이라고 답해 지배구조 개선을 통한 공정성 확보가 무엇보다 중요함을 강조했다.

하지만 국회와 방송통신위원회가 공영방송의 이사나 사장을 추천하고 대통령이 임명하는 현 지배구조로는 공영방송의 공정성 확보가 어려운 것이 사실이다. 남철우 전국언론노동조합 KBS본부 정책실장은 “이사진 교체를 코앞에 둔 지금 수십 여 명의 지원자가 너도나도 여당, 야당의 낙점을 받고 대통령에게 임명장을 받기 위해 뛰기 시작했다”며 “공영방송의 정치적 독립은 대통령 중심의 공영방송 지배구조를 포기하지 않는 이상 기대하기 힘든 상황”이라고 토로한 뒤 “공추위는 공영방송의 지배구조 개선을 위한 전초전 성격”이라고 설명했다. 남 정책실장은

“기존의 탑다운(top-down) 방식이 아닌 버텀업(bottom-up) 방식으로 전환해야 하며 이를 위해서는 인적 추천위원회를 통해 아래로부터의 민의가 반영된 공영방송 사장과 이사진 선출이 이뤄져야 한다”고 덧붙였다.

김혜성 전국언론노동조합 MBC본부 홍보국장은 “공공성과 신뢰도 면에서 끝없이 추락하고 있는 MBC의 현실에 가장 큰 책임을 져야 할 이들이 방송 문화진흥회 이사들인데 이들은 MBC가 잘못돼도 아무런 손해를 입지도 않고 그 어떤 책임도 지지 않는다”며 방문진 이사들의 한계를 보여주는 사례들을 언급했다. 김 홍보국장은 “야당 이사 3명(권미혁, 선동규, 최강욱)이 제출한 김재철 MBC 사장 해임안이 다뤄질 거라고 예상되던 날 여당 이사 6명은 끝까지 김재철 사장을 비호하고 입장을 바꾸지 않았다. 여당 추천 6인 야당 추천 3인으로 고착화된 구도에서는 아무리 합리적인 방향으로 가고자 하더라도 방법이 없다”면서 “방문진 시스템의 허점에 대한 대대적인 개혁이 필요하지만 일단 MBC에 대해 진정한 주인의식을 갖고 있는 이사들이 올 수 있어야 한다”고 말했다. 공추위가 공영방송 정상화를 위한 첫 단추란 의미다.

EBS 역시 마찬가지였다. 홍정배 전국언론노동조

합 EBS지부장은 “방송의 공정책임과 공공성이 강조되는 EBS에 치명타를 입힌 장본인인 이사회가 이춘호 이사장 논란 등에 침묵하고 있다. 안팎의 사퇴 압력을 받고 있는 이춘호 이사장은 버티고 있고 이사회 내부에서 자정을 위한 강력한 문제제기를 하는 모습도 보이지 않는다”고 지적한 뒤 EBS 이사회의 가장 큰 문제는 선임 구조에 있다고 말했다. 홍 지부장은 “KBS와 방문진 이사회가 각 분야의 대표성을 고려해 인적 구성을 갖추는 것과 비교할 때 EBS 이사회의 구성은 어떠한 추천도 없이 방통위 임명이라는 일방적 임명 방식으로 지극히 편향적인 방식을 취하고 있다”며 “방통위가 공영방송의 거버넌스에 절대적인 권한을 갖고 있는 거 자체가 문제의 시작”이라고 꼬집었다.

이에 대해 공추위는 “언론시민사회단체들은 그동안 공영방송이 권력의 나팔수와 거수기로 전락하는 것을 방지하고 국민의 알 권리를 위해 가능하면서 현재 권력독점형 이사회 구성과 사장 선임 제도를 개선해야 한다고 줄기차게 요구해왔다”며 그 핵심 중 하나가 이사추천위원회를 통한 투명하고 공정한 이사 선임 절차의 마련이었다고 말했다. 공추위는 발족 선언문을 통해 “공영방송 회복에 앞장 설 이사 후보 책임자들을 선정해 방통위와 여야 정치권에 직접 추천하고 실효성을 담보하기 위해 적극 노력할 것”이라며 공영방송 이사 추천부터 시작해 공영방송의 정상화를 위해 단계적으로 나아갈 것임을 강조했다.

백선하 baek@kobeta.com

영국 BBC 1,000명 이상 감원 발표

BBC “수신료 수입 감소에 따른 비용 절감 방안”

영국 공영방송 BBC가 수신료 수입 감소에 따른 비용 절감 방안으로 직원의 5% 가량인 1,000명 이상을 감원할 계획이라고 발표했다.

토니 홀 BBC 사장은 7월 2일(현지시간) 어려운 재정 여건으로 감원이 불가피하며 이 같이 밝혔다. 그는 “점점 더 많은 사람이 인터넷이나 휴대전화로 TV를 보면서 TV 보유 가구 비중이 빠른 속도로 하락하고 있다”며 “수신료가 7년 간 동결된 현실과 새로운 재정난 탓에 비용 절감 추가 조치들이 필요하게 됐다”고 설명했다.

현재 영국의 TV 보유 가구 수는 BBC가 2011년에 예상한 것보다 100만 가구 더 적은 상황으로 BBC는 2017년 회계기준 수신료 총 수입이 2011년 전망치에 비해 약 1억 5,000만 파운드(2,619억 원) 미달할 것으로 내다보고 있다. BBC의 수신료는 연간 145.50 파운드(약 25만 원)다.

BBC는 주된 비용 절감 방안으로 정보기술(IT)·인적 자원 개발)·방송기술 등 영역의 부서통합과 관리자 직급 축소, 고위관리자 축소, 의사결정 간소화 등을 들었다. 이를 통해 연간 약 5,000만 파운드(약 880억 원)가 줄어들 것으로 보인다.

강민정 mjikang@kobeta.com

재송신협의체 구성…실효성 ‘글썄’

지상파 VS 유료방송, 재송신료 갈등 심화

지상파 재송신료(CPS)를 둘러싼 해묵은 갈등이 수면 위로 부상하고 있는 가운데 정부가 재송신협의체를 통해 중재에 나서기로 했다. 하지만 양측의 입장차가 워낙 커 협의체를 통한 협상 과정도 결코 순탄치 않을 것이라는 전망이 벌써부터 나오고 있다.

미래창조과학부와 방송통신위원회는 7월 2일 유료방송 사업자들과 재송신협의체 구성에 합의했다. 지상파 방송사는 유료방송 사업자와 진행 중인 소송 결과가 나와야 참석 여부를 결정할 수 있다며 회의 연기를 요청했으나 받아들여지지 않아 이날 회의에 불참했다.

현재 지상파 방송사는 종합유선방송사업자(SO) 등 유료방송사업자와 CPS 협상 중에 있다. 먼저 지난해 12월 31일로 계약이 종료된 티브로드와 CMB는 계약서에 따라 계약 만료 3개월 전인 지난 10월부터 CPS 재협상을 시작했지만 여전히 제자리걸음을 하고 있다. 한국케이블TV방송협회가 티브로드와 CMB를 포함해 MSO 5개사와 함께 공동협의체를 구성해 CPS 협상을 진행하자고 제안한 데에 지상파 방송사가 참여할 수 없다는 강경한 입장을 전달하면서 갈등의 골이 깊어졌기 때문이다.

티브로드와 CMB 등 케이블 업계에서는 지상파 방송사가 CPS 금액을 기존 280원에서 350원으로 인상하는 방안과 국민관심행사(올림픽 월드컵) 재송신대가 50원을 포함한 400원으로 올리는 방안을 제시했다며 CPS 산정 기준이 명확치 않다고 주장하는 반면 지상파 방송사는 케이블 업계가 협력기로 했으면서도 CPS 재협상에 적극적으로 임하지 않고 있다고 반박하고 나서 CPS를 둘러싼 갈등은 쉽게 가라앉지 않을

것으로 보인다.

지상파 방송사들의 CPS 금액 인상 조치는 현재 지상파가 처한 재정난을 해소하기 위한 방책으로 풀이되고 있다. 한국방송광고진흥공사에 따르면 지난해 광고 매출 현황을 조사한 결과 IPTV 28% 등 유료방송사업자의 광고 매출은 성장한 반면 지상파 방송사는 -3.5% 등 지난해에 이어 광고 매출 감소세가 이어지고 있는 것으로 나타났다.

미래부와 방통위, 유료방송 사업자들이 합의한 ‘재전송료위원회’는 정부 측 4명, 지상파 방송사 측 3명, 유료방송 사업자 측 3명 등 총 10명으로 구성된다. 정부는 7월 중 위원 구성을 마치고 8월부터 본격적인 회의를 진행하겠다는 입장이지만 실효성에는 여전히 의문이 제기되고 있다.

한편 일각에서는 사업자 간 자율에 맡겨야 할 재송신 협상을 정부가 중재한다는 것 자체가 지상파 방송사에 대한 영향력을 행사하기 위한 것 아니냐는 의문이 제기되고 있다.

올해 1월 방통위가 ‘2015년 주요 업무계획’을 발표하면서 방송 사업자 간 분쟁 발생 시 시청권 보호를 위해 △작권조정 개시권 도입 등 방송법 개정 추진 △방송 광고 불공정 행위 차단 등을 추진한다고 밝히 논란이 일었는데 이번 협의체 구성도 그 연장선이 아니냐는 지적이다. 실제로 정부는 지상파 방송사 측 대표가 참석하지 않아도 재전송료위원회는 진행될 것이라고 밝혀 불신의 폭은 더욱 깊어지고 있는 상황이다.

백선하 baek@kobeta.com

방심위, 메르스 풍자한 ‘개콘’ ‘무도’에 징계

PD연합회 “비대칭적 편파심의 계속하면 존재 이유 의심받을 것”

‘낙타와의 밀접한 접촉을 피하세요,’ ‘멸균되지 않은 낙타우유 또는 익히지 않은 낙타고기 섭취를 피하세요,’ 중동호흡기증후군 일명 메르스(MERS)가 전국을 강타하자 보건복지부가 내놓은 ‘메르스 예방법’ 포스터에 적혀 있는 내용이다. 현실감 없는 예방법으로 네티즌들의 반감을 사면서 이를 조롱하는 SNS 계정까지 등장했었다. 그런데 위 내용을 다룬 예능 프로그램들이 잇따라 방송통신심의위원회의 제재를 받아 논란이 일고 있다.

한국PD연합회는 7월 2일 ‘방심위는 ‘코미디하는 곳이 아니다라는 제목의 성명서를 통해 “종합편성채널의 오보와 막말, 편파 방송에 대해서는 한없이 느슨한 잣대로 일관하는 편파성을 보이는 방심위가 예능 프로그램에는 현미경을 들이대고 있다”며 “이러한 비대칭적 편파심의가 계속될수록 방심위는 존재 이유를 의심받고 폐지하라는 요구에 직면하게 될 것”이라고 비판했다.

앞서 방심위는 메르스 사태와 관련해 정부의 위기대처 능력 부족을 풍자한 KBS 2TV ‘개콘서트’에 방송 심의에 관한 규정 제27조(풍유금지) 제5호 ‘그밖에 불쾌감 혐오감 등을 유발해 시청자의 윤리적 감정이나 정서를 해치는 표현을 근거로 내세워 징계를 내린 바 있다. 이어 MBC 간판 예능 프로그램인 ‘무한도전’에 대해서는 질병관리본부가 제시한 ‘중동지역 여행 중 낙타, 박쥐, 염소 등 동물과의 접촉을 삼가기 바랍니다’라는 예방 수칙 중 ‘중동지역’이라는 설명을 덧붙이지 않은 점을 지적하며 방송심의에 관한 규정 제14조(객관성) 위반으로 의견 제시 제재를 의결했다.

PD연합회는 “청와대 권력 일부를 빼고 도대체 ‘민생토론’으로 불쾌감을 느낀 시청자가 누가 있는가? 심의위원 개인의 막연한 ‘감’으로 징계하는 것이 정당한가? 또 일부 시청자가 불쾌감을 느끼기만 하면 징계사유로 삼아서 징계하는 것이 정당한가?”라고 반문하며 “방심위의 제재야말로 무지막지한 막가파식 폭력이고, 인

민재판”이라고 비판했다. 또한 “MBC ‘무한도전’이 ‘낙타’ 같은 동물 접촉을 피하리”라고 이야기하면서 ‘중동지역’임을 특정하지 않은 잘못을 저질렀으나 본질은 다른 데 있다”며 “감염자·사망자가 계속 발생하는데 ‘낙타와의 접촉 금지’만 외치는 보건부의 무사안일을 비판한 것이 정부 당국의 심기를 건드렸고 방심위가 징계로 화답한 것”이라고 지적했다.

방심위의 징계에 정치권도 촉각을 곤두세웠다. 하태경 새누리당 의원은 7월 3일 MBC 무한도전에서 메르스 예방법과 관련해 염소가 거론됐다 문제가 발생하자 보건복지부가 메르스 예방 수칙 문서 내 ‘염소’ 부분을 삭제했다며 비판의 목소리를 냈다. 허 의원은 “우리 주변에서 만날 수 있는 염소가 메르스와 관련이 있는 것처럼 혼란을 일으킨 최초의 원인 제공자는 복지부”라며 “염소를 언급한 것 때문에 물의가 빚어졌다면 국민들이 더 이상 오해하지 않도록 공식적으로 해명을 하고 정정자료를 내는 게 순리였는데 복지부는 공식 문서를 고친 뒤 처음부터 염소를 언급한 적이 없는 것처럼 은폐했다”고 꼬집었다.

허영일 새정치민주연합 부대변인도 논평을 내 “무한도전이 메르스 예방법으로 ‘낙타고기나 생 낙타우유를 먹지 않도록 해야 한다’고 방영한 것에 대해 방심위가 제재를 결정한 것은 어이없다”며 “복지부의 예방법을 그대로 방영한 것이 문제라면 복지부부터 제재를 받아야 한다”고 비판했다.

민서진 seojin@kobeta.com



© 무한도전 방송 캡처

2015년 2분기 방송기술인상 시상식 개최

OBS, TBN 등 10명 방송기술인상 수상



한국방송기술인연합회는 7월 2일 오전 11시 서울 목동 방송회관 15층에서 2015년 2분기 방송기술인상 시상식을 열었다.

방송기술인상은 국내 방송기술 발전에 공헌하고, 기술 정보 교류를 활성화하는 등 방송기술인의 위상을 크게 높인 이들에게 매년기별 수여되는 상으로 지난해 제정됐다.

2분기 방송기술인상 수상자는 다음과 같다. (가나다 순)

△강연정(KBS) △김영동(TBC) △김재진(OBS) △김정근(TBN) △송준봉(EBS) △이재호(KBS) △이종한(아리랑국제방송) △정의강(MBC) △조한철(CBS) △황상연(SBS)

이진범 jnb1001@kobeta.com

T-커머스 시장 뜨나?

신세계그룹도 T-커머스 시장 진출… 올 하반기 격전 예고

미래창조과학부가 신세계그룹의 T-커머스 시장 진출을 승인함에 따라 T-커머스가 방송계 뜨거운 감자로 떠올랐다.

T-커머스는 TV에 기반한 전자상거래(TV based e-Commerce)로 TV를 통해 상품 정보를 즉시 검색하고 주문 및 결제까지 논스톱으로 할 수 있는 양방향 디지털 방송 서비스다. 예를 들면, 드라마를 보다가 주인공이 신은 운동화가 마음에 든다면 TV 리모컨을 이용해 바로 사업자가 등록한 쇼핑 코너로 이동해 운동화를 선택하고 결제 버튼을 누르면 끝이다. 단 몇 번의 버튼 누름으로 바로 그 자리에서 TV 화면을 통해 보고 있는 운동화를 구입할 수 있어 차세대 홈쇼핑 방송으로 주목받고 있다. 또 홈쇼핑 방송과 달리 시간과 상품 편성의 제약이 없다는 장점이 있다.

미래부는 7월 6일 신세계그룹이 제출한 드림커머스 대주주 변경(인수)신청을 승인했다. T-커머스 채널 시청을 운영하고 있는 드림커머스를 인수함으로써 T-커머스 시

장에 진출하고자 했던 신세계그룹의 계획은 올 하반기부터 실행될 것으로 보인다. 앞서 신세계그룹은 지난 3월 드림커머스 대주주 변경 승인 심사를 제출하며 신세계그룹의 숙원 사업인 홈쇼핑 시장 진출을 계획했으나 미래부가 심사 기간을 연장하면서 계획 자체가 미뤄지게 됐다.

이번 결정을 두고 관련 업계에서는 긍정과 우려의 목소리가 동시에 나오고 있다. 신세계그룹이 대형업체인 만큼 T-커머스 시장 규모를 키울 수 있어 T-커머스 활성화에 도움이 될 것이란 의견이 나오고 있는 반면 일각에서는 신세계그룹의 물량 공세를 다른 사업체들이 견뎌낼 수 있을까 하는 걱정 어린 목소리도 나오고 있다.

한편 T커머스 거래 규모는 지난해 790억 원에서 올해 2,500억 원, 내년에 7,000억 원까지 성장할 것으로 전망되고 있다. 2000년대 초반 방통융합이 하나의 키워드로 자리 잡으면서 T-커머스는 블루오션의 하나로 여겨졌지만 10여 년 동안 이렇다

할 반응을 얻지 못한 T-커머스가 이제 도약의 기회를 잡은 셈이다.

사실 그동안 T-커머스가 활성화되지 못한 가장 큰 이유 중 하나는 소비자들의 냉담한 반응이었다. 홈쇼핑은 물품을 구매하기 위한 목적으로 방송을 시청하기 때문에 쉽게 물품 구매로 이어지지만 일반 프로그램을 보면서 물품을 구매하는 행위는 익숙하지 않았기 때문이다.

하지만 최근 스마트폰 등 스마트 기기를 이용한 구매 행위가 늘어남에 따라 T-커머스 시장이 다시 각광을 받고 있다. 게다가 방송통신위원회 등 정부에서도 T-커머스 활성화 정책을 펼치고 있어 승산이 있다는 게 관련 업계의 관측이다.

관련 업계에서는 신세계그룹의 진출 등 T-커머스 시장 규모가 커지는 만큼 업체 간 경쟁도 치열해질 것이라며 올 하반기 T-커머스 대전이 벌어질 가능성이 높다고 분석하고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

TV 보다가 바로 상품 구매

SBS, LG유플러스와 국내 최초 실시간 연동형 T-커머스 서비스 출시

SBS가 LG유플러스와 함께 인터넷 TV(IPTV) 및 스마트폰 기반의 실시간 장면 연동형 T-커머스 서비스를 국내 최초로 출시한다고 7월 1일 밝혔다.

SBS와 LG유플러스가 이번엔 선보이는 T-커머스는 TV 시청자에게 '광고'와 '정보'를 동시에 제공하는 서비스로 TV 시청 중 간접광고(Product Placement, PPL) 상품 정보를 받아보고 바로 구매하거나 광고 방송 중에 프로모션 참여 및 광고 상품 구매까지 편리하게 이용할 수 있다. 특히 화면에 상품 안내 표시가 나올

때 리모컨의 빨간색 버튼을 누르면 해당 상품에 대한 정보 또는 구매 페이지를 스마트폰으로 받아볼 수도 있어 TV 시청을 방해받지 않고 이용 가능하다.

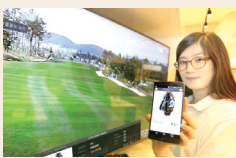
SBS는 "실시간 장면 연동형 T-커머스는 방송사와 통신사, 중소기업이 동참하는 비즈니스 협력 모델을 제시함으로써 신규 서비스 발굴과 방송 부가서비스 시장 확대에 기여할 수 있다는 점에서 의미가 있다"고 설명했다.

SBS와 LG유플러스는 시청자에게 가치 있는 정보를 제공하는 인포머스형 서

비스 도입을 목표로 지난 해부터 커머스 솔루션 제공사 편진과 제휴해 관련 서비스 시스템을 구축하고 각종 연동 시험을 수행했다.

양사는 7월부터 SBS와 SBS 골프 채널을 시작으로 올해 안에 SBS 편E, SBS 플러스, SBS 스포츠, CNBC, MTV 등 7개 채널로 서비스를 확대할 예정이다.

이진범 jnb1001@kobeta.com



SK플래닛, UHD 동영상 압축기술 국제표준특허 등록

“HEVC 적용 범위 확대될 것”…“향후 10년간 로열티 수익 기대”

SK플래닛은 자사의 초고화질(UHD) 동영상 압축 기술인 HEVC(High Efficiency Video Coding) 특허가 7월 1일 미국 라이선스 회사 MPEG LA의 국제표준특허 부문에 등록됐다고 밝혔다.

HEVC는 TV나 스마트폰 디스플레이에서 UHD급 해상도를 구현하는 영상을 효율적으로 압축하기 위해 만들어진 국제 표준으로 기존 H.264/AVC 비디오 압축

표준보다 압축 효율이 갑절 가량 우수한 것으로 알려졌다. HEVC를 사용하면 영상 데이터 용량을 기존의 절반으로 줄일 수 있다.

스마트폰과 모바일 기기를 활용한 동영상 시청이 늘어나고 있고, 방송사와 인터넷TV(IPTV)업체들도 UHD 영상을 지원할 예정이기 때문에 HEVC 기술의 적용 범위는 계속 확대될 것으로 전망되고 있다. HEVC는 현재 판매 중인 아이폰6와

갤럭시S6 등 약 1억 2,000만 대 이상의 휴대전화에 탑재됐으며 올 하반기부터 출시될 휴대전화와 영상기기에도 포함될 예정이다.

SK플래닛은 “이번 특허 등록으로 향후 10년간 안정적인 로열티 수익을 기대할 수 있게 됐다”며 “SK플래닛의 기술력이 높이 평가받고 글로벌 기술 선도 업체들과 어깨를 나란히 하게 됐다는 점에서 의미가 있다”고 말했다.

한편 MPEG LA HEVC 국제표준특허 부문에는 삼성전자와 애플 등 31개사가 등록돼 있으며 전 세계 49개국에서 603건의 특허를 운영하고 있다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

김형준 ETRI 센터장, 사물인터넷 국제표준 의장 선임

ETRI, 사물인터넷·스마트 시티 분야 국제표준 리더십 확보

국내 연구진이 최근 이슈가 되고 있는 사물인터넷(IoT) 분야 국제표준화 책임자로 선정되는 쾌거를 이루어 냈다.

한국전자통신연구원(ETRI)는 김형준 표준연구센터장이 6월 5일 신설된 국제전기통신연합(ITU)의 ‘IoT 및 스마트 시티’ 연구반의 전체 부의장과 IoT 총괄작업반 의장에 선임됐다고 6월 26일 밝혔다.

이번 신설된 연구반은 ITU 표준화 역사 59년 만에 처음으로 총회가 아닌 회기 중 설립된 최초의 연구반이라는 점에서 큰 의미가 있다. 일반적으로 연구반의 신설은 4년 단위로 개최되는 세계전기통신표준화 총회(WTSA)서 결정되는 사안이다. ETRI 측은 회기 중 ‘IoT 및 스마트 시티’ 연구반 설립은 국내 연구진의 숨은 노력이 이뤄낸 결과라고 설명했다.

ETRI는 지난해 연말부터 정부와 지속적으로 교감해 6월 초 스위스 제네바에서 개최된 전기통신표준화자문반(TSAG) 회의에 IoT 연구반 신설을 촉구하는 국가 기고서를 제출, 이를 관철시킨 바 있다. 또 지난 2008년부터 전자태그(RFID), 유비쿼터스 센서 네트워크(USN)분야의 다양한 기

고 활동을 통해 국제 표준화를 진행해 왔으며 2011년부터는 ITU 내 IoT 표준화 협력 조정 그룹의 리더십을 확보, IoT 기술 표준화의 총괄 조정 노력에 힘써왔다.

김 센터장은 신설된 연구반의 부의장 진출과 동시에 연구반 하부의 IoT 기술 표준화 총괄 작업반 의장으로도 선출됨으로써 명실상부 ITU의 IoT 기술 표준화 전체를 총괄하는 책임자의 역할을 맡게 됐다. 향후 김 센터장은 IoT 응용 서비스, 스마트 시티 및 커뮤니티 실현을 위한 IoT 인프라 등의 표준 개발과 ITU 내부 및 외부 기관 간 IoT 표준화 협력 활동 등을 수행해 된다.

김 센터장은 “국내 외 IoT 분야의 산업체 협력은 물론이고 IoT 기반의 스마트 시티 사업 결과 등이 국제 표준으로 유도될 수 있도록 국제표준 개발에 노력하겠다”고 밝혔다.

김흥남 ETRI 원장도 “이번 표준그룹의 탄생으로 우리는 59년 ITU의 역사를 새로이 쓰고 있다. ETRI 표준 전문가의 의장단 진출로 IoT 표준화 분야의 영향력을 더욱 강화시키는 계기가 됐다”고 말했다.

민서진 seojin@kobeta.com

미래부, 용도 자유 대역 8GHz폭 추가 공급

“2020년까지 약 48조 원 규모의 국내 신산업 창출 기여할 것”

미래창조과학부는 정보통신기술(ICT) 융합 서비스 도입 촉진을 통한 신산업 창출을 위해 전 주파수 대역에서 다양한 용도로 활용이 가능한 ‘용도 자유 대역(K-ICT Free Band)’ 약 8GHz폭의 공급 방안을 마련했다고 밝혔다.

용도 자유 대역이란 출력 등 기기 간 혼신 방지를 위한 최소한의 기술 기준만 만족하면 허가나 신고 없이 자유롭게 사용할 수 있는 주파수 대역이다.

이번에 마련된 주파수 공급 방안은 미래부의 ‘K-ICT 전략’, ‘사물인터넷(IoT) 기본 계획’, ‘전파진흥기본계획’ 등 ICT 신산업 창출을 위한 규제 완화 정책의 일환으로 기존 주파수는 대부분 용도를 한정해서 사용했으나 다양한 기술과 서비스 수요에 유연하게 대응하고 창의적인 융합 신산업이 창출될 수 있도록 용도 자유 대역 주파수를 확대한다는 방침이다.

미래부는 국내 주파수 이용 현황을 토대로 해외 동향과 산업계 수요를 고려해 저대역과 고대역에 걸쳐 용도 자유 대역 주파수를 추가 공급함으로써 ICT 신산업 활

성화를 위한 다양한 서비스 활용이 가능토록 할 예정이다.

우선 저대역인 262~264MHz(2MHz 폭) 대역은 스마트홈이나 원격 검침 등 저전력 장거리 IoT 서비스로, 고대역인 24~27GHz(3GHz 폭) 대역은 소출력 레이더(RF센서) 5세대 이동통신용 모바일 백홀 등으로 활용될 것이며, 초고대역인 64~66GHz(2GHz 폭) 대역은 초고속 대용량 영상 전송(WiGig)으로, 122~123GHz(1GHz 폭), 244~246GHz(2GHz 폭) 대역에서는 의료 영상 진단, 보안 검색 등 다양한 제품과 서비스가 활성화될 것으로 전망된다.

미래부는 용도 자유 대역 공급을 위해 연말까지 주파수 분배 및 기술기준 등 필요한 제도를 정비해 나갈 예정이다.

전성배 미래부 전파정책국장은 “ICT 신산업 활성화를 위한 선제적 주파수 공급으로 2020년까지 약 48조 원 규모의 국내 신산업 창출에 기여할 것으로 기대한다”고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

[성명서] 700MHz 주파수 5개 채널 분배는 ‘시청자 복지’ 위한 첫 걸음

국회 미래창조과학방송통신위원회 산하 주파수정책소위원회에서 700MHz 주파수 분배 방안이 잠정 확정됐다. 미래창조과학부는 700MHz 주파수 대역에서 30MHz 폭을 마련해 지상파 방송사에 분배키로 했다. 이로써 EBS도 700MHz 주파수 대역에서 지상파 초고화질(UHD) 방송을 할 수 있게 됐다.

참으로 다행스러운 일이다. 그동안 한국방송기술인연합회를 비롯한 지상파 방송사 관계자, 시민사회단체들은 기존에 미래부가 제시했던 ‘4+1’ 분배안이 시청자의 불편을 초래하기에 받아들이지 않는다고 주장했다. EBS가 DMB 대역에서 지상파 UHD 방송을 하게 되면 시청자들은 두 개의 안테나를 사용해야 할 뿐 아니라 수신율도 떨어지기 때문이다.

연합회는 현재 디지털TV(DTV) 방송과 같은 체계로 전국 방송을 하기 위해서는 700MHz 대역에서 9개의 채널이 필요하다고 끊임없이 주장해왔다. 하지만 상황은 수조에 달하는 주파수 경매 대금과 거대 자본 통신사의 논리에 호도되어 방송용으로서의 주파수 배분은 녹록치 않았다. 그러나 세월호 참사 이후 700MHz 주파수를 국가재난안전통신망으로 사용키로 하면서 공공재로서의 주파수가 다

시 주목받기 시작했고, 국민들과 국회의 관심으로 무료 보편적 서비스 확대를 위한 주파수 사용이 지지를 얻기 시작했다. 그렇게 말도 많고 탈도 많았던 700MHz 주파수가 방송과 통신 그리고 국가재난안전통신망에 분배돼 그나마 다행이라고 생각한다.

하지만 이것이 끝은 아니다. 연합회는 앞으로 고품질의 무료 보편적 서비스인 지상파 UHD 방송을 지역 차별 없이 누구나 누릴 수 있도록 700MHz 주파수 5개 채널을 시작으로 더 노력할 것이다.



2015년 07월 07일

한국방송기술인연합회

파워인터뷰



공영방송 정상화, 첫 번째 숙제는?

“공정성 구현, 가장 시급한 과제”

2015년은 공영방송의 명운을 가르는 분수령이 될 것이다. 오는 8월과 9월에 공영방송 KBS와 MBC, EBS 이사진이 대거 교체되기 때문이다. 공영방송 이사는 사장 선임부터 깊숙이 관계돼 있기 때문에 이사 선임을 어떻게 하느냐에 따라 공영방송 정상화 여부가 결정된다고 볼 수 있다. 첫 단추를 잘못 끼우면 마지막 단추 끼울 구멍이 없어지듯이 공영방송 이사 선임은 공영방송 정상화에 있어 그 무엇보다 중요한 과제다. 하지만 벌써부터 걱정 목소리가 나오고 있다. 현 정부 들어 낙하산 논란이 끊이지 않고 있기 때문이다. 방송통신위원회는 지난해 임기를 남기고 사퇴한 이길영 전 KBS 이사장 후임으로 뉴라이트 역사학자인 이인호 이사장을 추천했다. 또 대표적인 친박계 인사인 박성문 전 새누리당 의원을 한국방송광고진흥공사 사장으로 선임하는가 하면 5월에는 이석우 전 국무총리 비서실장을 시청자미디어재단 초대 이사장으로 임명하기도 했다. 정치권과 수많은 시민사회단체에서 비판했지만 방통위는 눈 하나 깜짝하지 않고 낙하산 인사들로 자리를 메꿨다.

이러한 상황에서 언론시민사회단체들이 나섰다. 전국언론노동조합·한국방송기술인연합회 등 현업 언론인 단체와 언론개혁시민연대, 민주언론시민연합, 한국언론정보학회 등 20개 언론시민사회단체는 6월 24일 ‘공정방송 회복과 공영방송 정상화를 위한 공영언론이사추천위원회(공추위)’ 발족을 선언했다. 이에 본지에서는 공추위 공동 대표인 유선영 한국언론정보학회장과 인터뷰를 통해 공정방송이란 무엇이고, 공추위가 공영방송 정상화를 위해 어떤 활동을 펼치고자 하는지 들어보고자 한다.



유선영 한국언론정보학회장

Q 공영방송 이사 선임을 앞두고 공추위가 발족했다. 무너진 공영방송을 바로 잡기 위해 공추위가 나서겠다는 것인데 공영방송이 무너진 근본 원인을 무엇이라고 보는가.

최근 방송 관련 학자와 전문가를 대상으로 한 설문조사(전국언론노조·한국언론정보학회 주관)에서 응답자의 80%는 공영방송이 공정하지 않다고 평가했고, 70%는 공영방송의 가장 시급한 과제로 공정성 구현을 꼽았다. 그리고 공정성 저해 요인으로 70%가 정치권력을, 20%가 경영진을 꼽았다. 현재 지배구조 하에선 경영진과 정치권력을 분리하기 어려우므로 결국 절대 다수가 정치권력이 공영방송을 붕괴시키고 있다고 진단한 셈이다. 공정성은 문화적 다원주의나 창의적 콘텐츠 생산 등 공영방송이 실현해야 하는 여러 가치 중 하나이지만, 가장 근간이 되는 기본적인 가치이자 운영원리임을 학자 등 방송 전문가들이 다시 확인해 준 것이다. 공정성이 공영방송의 전부는 아니지만 공정성이 없다면 공영방송이라고 할 수 없음을 천명한 것이라고 할 수 있다. 어떤 사안을 다룸에 있어서 공정한가 아닌가의 판단은 입장에 따라 다를 수 있기 때문에 공영방송의 공정성을 보장하는 가장 현실적이고 제도적인 장치는, 방송법에도 규정되어 있듯이 방송사의 구성원들에게 방송편성의 자유와 독립성을 보장하고 어떤 외적인 규제나 압력도 받지 않는 자유 상태에 두는 것이다. 그들에게 공적인 책무를 부여하고 자유롭고 독립적으로 판단할 수 있게 한다면 그 결과물은, 그렇지 않은 경우에 비해 그 사회에 최선일 것이라는 신념이 자유주의에 근간을 둔 민주주의체제에서 방송의 독립과 언론의 자유를 보장하는 이유인 것이다. 지난 1심과 고등법원에서 MBC, KBS 구성원들

의 공정방송 실현을 위한 파업은 정당한 파업이라고 무죄 판결한 것은 그런 점에서 당연한 결과였다.

이렇게 보면 공영방송이 무너진 근본 원인은 공영방송의 독립성을 와해시킨 정치권력 혹은 정치와 권력의 개입이다. 다시 말해 공영방송이 독립적으로 편성과 보도를 할 수 없게 만드는 정치와 권력의 개입을 상설화한 지배구조가 문제인 것이다. 앞에서 언급한 방송학자 조사에서 92%가 공정성 구현을 위해 우선적으로 공영방송 지배구조를 개선해야 한다고 한 것은 지배구조가 부조리하게도 정치에, 권력에 종속되어 있음을 문제시한 것이다. 정부기구인 방통위가 단독으로 공영방송 이사회 이사후보자 추천 권한을 가진 것, 3:3:3의 지분을 가진 대통령, 여당, 야당이 각기 지명한 이사들, 즉 정부여당 6, 야당 3의 비율로 이사회를 구성하는 것, 그리하여 정부편향적으로 구성된 이사회가 사장을 선임하고 편성과 제작에 영향을 미치는 지배구조가 공영방송이 권력에 휘둘리고 정치적으로 편향되게 만드는 근본 요인인 것이다. 이 구조 하에서 공영방송의 독립성은 2/3의 이사를 선임하는 수권 정부여당의 속성과 양식에 따라 심한 편차를 드러내며 요동친다. 말하자면 정권이 달라지면 공영방송의 행태도 180도 달라지게 되어 있는 정치종속적 지배구조가 문제인 것이다. 공영방송 조직과 임직원들의 노동조건도 선거를 전후로 불안정성이 가중되며 외부의 영향에 민감해지는가 하면 장기적 경영목표 추구는 물론 개별 방송주체들의 직업안정성도 저하되어 결국은 국민의 신뢰를 잃게 된다는 것이 학계를 포함한 시민사회의 진단이다.

Q 공추위는 공영방송 이사 선임 기준 강화 등 기존 언론시민사회단체가 요구했던 것에서 더 나아가 이사 후보 책임자들을 직접 추천하겠다고 선언했다. 특정 인물을 선정하고 추천하는 것 자체가 부담스러울 수도 있는데 어떻게 결정하게 됐는지.

공추위의 장기적이고 궁극적인 목표는 이 정치종속적인 공영방송 지배구조를 개선하는 것이다. 이를 위해 정부, 대통령, 정당이 과점하고 있는 이사 선임 권한의 일부를 시민사회가 양도받는 절차가 필요하다고 판단하였다. 현재 형식적으로는 방통위가 이사 후보 추천 권한을 독점하고 있는데 공추위의 문제의식은 여기서부터 시작된다. 방통위는 단독으로 후보추천을 할 것이 아니라 시민사회의 다양한 의견을 대변할 수 있는 대표자가 포함된 독립적인 추천위원

회를 구성하고, 이 추천위원회에서 이사 추천을 책임져야 한다고 본다. 즉 유럽 국가들의 경우처럼 정부와 시민사회, 관련 전문가 등으로 구성된 독립적 추천위원회가 이사 추천 권한을 가짐으로써 정치와 권력으로부터 독립적인 공영방송이사회를 구성하는 제도적 장치가 필요한 것이다. 공추위는 방통위, 정부, 정당이 배제한 시민사회의 추천 권한을 스스로 자임하고 나선 것으로 보면 된다. 지금으로선 공추위의 자격 기준에 부합하는 특정한 인사를 추천하는 것도 의미 있지만 장기적으로는 시민사회의 다양성이 반영된 독립적 추천위원회를 통해 공영방송의 이사를 선임하고 독립성을 구현하게 하는 것이 목표이다.

Q 후보자 선정 기준을 보면 △공영방송 독립에 대한 이해와 비전 △공영방송 경영에 대한 정확한 분석과 판단 능력 △공적 가치에 대한 신념과 공적 책무 실천 경력 등이 있다. 기준을 바탕으로 공추위가 생각하는 공영방송의 정상화란 무엇인가.

2012년 KBS 이사추천후보위원회가 만든 5개의 기준을 제정하고 있으며 다소의 수정과 보완이 이뤄질 것이다. 하지만 시민사회 그리고 공추위 대표단과 추천위원들 모두가 이견없이 합의하고 있는 기준은 ‘공영방송 독립에 대한 이해, 비전과 철학’이다. 앞에서 역설했듯이 공영방송을 정치, 자본, 권력으로부터 독립시키는 것이 공영방송의 정상화이기 때문이다. 독립이 확보되면 공영방송은 국민의 알권리를 충족시키고 시민사회의 다양한 여론 대변, 문화적 다원성의 증진, 소수자의 시민권과 인권 등을 고양하고 문화생산물의 창의성과 수월성을 높이는 본래의 직무에 주력할 수 있을 것이다. 공영방송의 공적 책무와 역할이 정상화되는 것이다. 그런 점에서 21세기 뉴미디어에 이르러서도 공영방송의 독립성을 최우선 과제로 삼아야 하는 대한민국의 현실은 시대착오적이다. 정상사회라면 공영방송의 지속가능한 경영, 기술 도입과 방송 구조 개편, 신기술 활용, 재정과 금융, 지구화 변화에 대응하는 방송의 역할 등의 과제를 해결할 수 있는 이사회 구성을 고민하고 있어야 한다. 정치의 결정력이 과부화된 사회의 비정상성을 공추위도 공추위의 방식으로 대응하면서 겪고 있는 셈이다. 어쨌거나 지금은 공영방송의 공정성 구현이 시급하기 때문에 후보 자격 기준도 여기에 맞춰지고 있다. 그리고 후보자의 경력, 전문성, 혹은 공적 책무를 수행했거나 발언하고 주장했

던 이력을 통해 책임자를 판별하려고 한다. 공추위는 이 판별을 합리적으로 수행하기 위해 각자의 전문성, 경험, 식견과 입장을 공유하고 조율하기 위한 시민사회 기구이다.

Q 공추위 발족이 의미가 있으려면 공추위에서 추천하는 인물이 받아들여져야 하는데 실질적으로 그렇게 되지 않을 가능성이 높다. 공추위 자체가 ‘찾잔 속 태풍’이 되지 않을까 하는 우려 섞인 시선도 있는데 이에 대해서 어떻게 생각하는가.

공추위가 추천하는 인물이 받아들여지지 않을 가능성이 높다는 우려에 공감한다. 그리고 이러한 일각의 우려가 공추위의 자격 기준에 부합하는 유능한 책임자들로 하여금 공추위 추천을 주저하고 망설이게 하는 요인이 될 수 있음을 더욱 우려한다. 그러나 받아들여지지 않을 것이라고 해서 공추위가 추구하는 목표와 노력의 가치를 평가절하하는 것은 공정하지도 옳지도 않다. 공영방송이 필요한 사회적 제도인 것은 그것이 제대로 기능하는 사회의 모습이 ‘바람직’하기 때문이다. 그렇다면 공영방송의 정상화를 위한 시민사회와 공추위의 노력은 그 ‘바람직한 사회’를 위한 노력이므로 타당하고 필요한 일임에 분명하다. 실패의 확률이 높음에도 지키기 위해 노력할 수 밖에 없는 많은 것 중에 공영방송이 있기에 ‘찾잔 속에 태풍’ 일지라도 시도하는 것이다. 공추위의 활동이 운동이 아닌 시민권의 당연한 행사로, 즉 공영방송제도의 민주적 절차로 정상화되어야 한다는 믿음의 시선으로 봐주길 바란다.

Q 마지막으로 하고 싶은 말이 있다면.

공추위의 한계는 분명하다. 이 한계는 매우 현실적인 것이다. 말하자면 공추위의 한계는 현실이다. 이 현실은 극복하거나 돌파하기 쉽지 않아 보이기도 한다. 더구나 일각에선 언론의 이름으로 공추위에 대한 의혹을 제기하고 음모론-일부 시민단체가 야당 지분을 독점하기 위한 이벤트라는 설-을 제기하며 그 의미를 폄하하기도 한다. 만약 그것이 사실이라면 공추위는 온전히 기능하지도 끝까지 달리지도 못할 것이다. 마지막으로 당부하고 싶은 것은, 그럼에도 불구하고 공영방송이 한국 사회에 필수적인 제도라는 철학을 가지고 공영방송 경영에 대한 장기적 비전을 가진 역량있는 분들이 많이 지원해주길 바란다

정리 | 백선하 baek@kobeta.com

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.



김언경
민주언론시민연합 사무처장

‘MBN X파일’이란?

‘MBN X파일’은 MBN 미디어렐 영업 1팀이 작성한 구글 공유 업무일지(이하 업무일지)를 말한다. 이 내용은 지난 3월 8일 미국의 인터넷 언론인 <선데이저널>에서 보도하면서 폭로됐다. 유출된 업무일지에는 영업팀이 2014년 12월 1일부터 2015년 1월 20일까지 51일 동안 수행한 영업 활동에 대한 387건의 기록이 들어있었다. 방송사 광고판매대행사의 영업일지에 대해 굳이 ‘MBN X파일’라는 별칭을 붙인 것은 여기에 그간 뒷소문만 무성했던 방송의 악랄적인 불법·탈법 영업이 적나라하게 분명한 증거로 드러난 것이기 때문이다.

‘MBN X파일’ 관련 현재 진행상황은?

3월 10일 전국언론노동조합은 방송통신위원회에 진상 파악을 요청하는 공문을 접수했다. 이어 민주언론시민연합은 3월 27일 MBN 미디어렐 영업일지 중 비정상적 영업행위를 분류한 뒤, 그 사안이 실제 방송되었는지 등을 모니터해 보고서로 발표했다. 이와 더불어 민연련도 3월 31일 국민신문고에 ‘MBN 불법 광고영업에 대한 실태조사 및 조치를 촉구’하는 민원을 접수했다. 이후 8개 언론시민단체는 방통위 앞에서 철저한 조사를 촉구하는 기자회견을 진행했고, MBN, TV조선, 채널A 앞에서 불법광고영업을 규탄하는 릴레이 기자회견을 열기도 했다. 방통위는 4개월이 지난 7월 둘째 주에도 MBN 조사결과를 내놓지 않고 있다. 한편 민연련은 MBN의 방송심의에 관한 규정 위반 프로그램에 대해 방송통신심의위원회에 심의를 요청했다. 이 중 <천기누설> 등 과장광고 등에 대해서는 일부 ‘경고’ 등의 징계가 나왔으나, 가장 중요한 사안이라고 보는 돈을 받고 뉴스의 내용에 영향을 미친 <경제포커스> 심의는 방통위 조사결과 발표 이후로 미뤄둔 상태이다.

‘MBN X파일’ 속 탈법·불법 광고영업 유형은 무엇인가?

영업일지에 담긴 모든 내용이 문제가 있는 것은 아니다. 그런데 일지에 담긴 메모 중에서 정상적인 방송 광고 영업행위와는 달리 불법·탈법 등 문제가 있다고 추정되는 것이 53건(42개 업체)이 있었다. 크게 문제 유형을 나뉘보면 ①뉴스보도에서 업체나 제품을 불

법 홍보하거나 광고수수 압력을 행사하는 유형 ②뉴스 이외의 프로그램에서 제품이나 업체를 불법 홍보하는 유형 ③조폭식 각출이나 뇌물로 의심되는 불법 협찬 증빙 유형 ④기자의 불법 광고영업 ⑤기타 문제점 등으로 나눌 수 있다. 이들 사례 하나하나가 모두 매우 충격적인 내용이며, 방송의 공정성을 철저하게 무너뜨리는 내용이어서 시청자에게 큰 충격이 아닐 수 없다.

뉴스 보도에서 업체나 제품을 불법 홍보하거나 광고수수 압력 행사

‘MBN X파일’에서 가장 심각한 문제는 객관성과 공정성이 생명이라 하는 뉴스마저 돈을 받고 특정 업체나 제품을 불법 홍보하는 것이다. 대표적 사례는 한국전력공사(이하 한전)에 대한 2014년 12월 2일자 업무일지 기록이다. 메모에는 ‘금년도 하반기 컬러풀 아프리카 선청구 됐던 건 12월 경제포커스에서 소진 예정. 12월 6일 경제포커스(이슈포커스)에서 자원외교에 대해 다뤄지며, 한국전력공사 부각시킬 예정’이라고 적혀있다. 실제 12월 6일 <경제포커스>라는 프로그램의 ‘이슈포커스’라는 코너에서 여러 공기업들의 투자실패를 집중 조명하면서 한전에 대해서는 장황하게 성공사례로 언급했다. 방송에서 사회자가 전문가 패널에게 “한전은 진행이 좀 잘되는 거 같아요? 어떤가요?”라고 불쑥 물었다. 전문가 패널이 한전에 대한 긍정도 부정도 아닌 모호한 답변을 하자, 사회자는 “전문회사다 보니 경험이 많은 것 같네요”라고 말하며, 화면에 ‘한전 전문회사로서의 경험 살려 안정적인 자원화보’라는 자막을 내보냈다. 업무일지에는 이 같은 한전 이외에도 여러 가지 사례가 담겨있다. 이는 ‘방송사업자의 방송프로그램 기획, 제작, 편성 등에 영향을 미치는 행위를 금지’한 미디어렐법(방송광고 판매대행등에관한법률) 제15조 위반이자, <방송법>의 목적인 방송의 자유와 독립을 정면 부정하는 행위에 해당한다.

방송 프로그램의 외피 쓰고, 실제로는 업체나 제품의 홍보를 역할

보도 이외에 국민이 많이 영향을 받는 건강 관련 교

양 프로그램이 사실은 관련 업체로부터 돈을 받고 제품의 원재료 등을 홍보한 것이 드러나기도 했다. 다큐멘터리를 본 뒤, 혹하는 마음에 음식재료나 건강보조식품을 구입한 시청자들을 기만한 것이다. 뉴스 이외 프로그램에서 제품을 불법 홍보한 업무일지 기록은 총 14건(9개 업체)이다. 이들 방송은 돈을 주고 방송을 만들어 달라고 하면서도 정작 다큐멘터리 속에서는 건강보조식품 재료의 효능을 언급할 뿐, 돈을 준 업체명이나 제품명은 전혀 언급되지 않는다. 그런데 왜 굳이 3천 만원에서 5천 만원까지 지급하고 방송 제작을 요청했을까. 그 이유는 해당 다큐멘터리가 방송되자마자 타 홈쇼핑 채널에서 관련 제품을 팔았고, 이때 다큐멘터리 방송이 매출에 큰 도움이 되었기 때문으로 보인다. MBN <천기누설>에서 한국인삼공사로부터 돈을 받고 ‘아로니아’라는 식재료의 효능을 담은 다큐를 제작 방송한 뒤, 잠시 후 홈쇼핑 채널에서 한국인삼공사가 출시한 ‘홍삼담은 아로니아’를 판매했다. 이는 특정 사업자의 홍보물로 전락시켜 부당 이득을 취한 행위로서, 시청자에 대한 기만행위이자, 방송법과 공정거래법 위반행위이다. 게다가 이번 영업일지를 보면 방송 프로그램으로 위장된 홍보물을 만들어 방송한 뒤, 홈쇼핑에서 해당 제품을 판매하는 시간에 맞춰 돈을 주고 유료로 재방송해준다. 많은 국민들이 이런 방송을 보고, 백수오, 아로니아 등의 제품을 구입한 것이다.

허위 협찬증빙 의혹, 반재널리즘적인 기자의 광고영업도 분명히 의혹 밝혀 바로잡아야

MBN 업무일지에는 과답처럼 떠돌던 이른바 ‘협찬 증빙’에 대한 기록도 있다. ‘협찬증빙’ 과답이란 어떤 기업이 매체사에 실제 협찬하지 않았는데, 매체사가 협찬을 한 것처럼 허위로 증거를 만들어 기업의 협찬금을 수수하는 것을 말한다. 이러한 허위 ‘협찬증빙’은 연말이나 연초에 여론 형성력이 큰 종편이나 보도전문 채널과 대기업 간에 은밀히 이뤄져 왔다고 한다. ‘MBN X파일’의 내용은 방통위는 물론 검찰과 국세청, 공정거래위원회 등이 집중적으로 조사해야 할 사안이다. 만약 언론과 경제권력 간의 정체를 알 수 없는 불법적인 거래의 골품수수가 사실이라면 그 피해는 분명히 국민에게 돌아갈 것이기 때문이다.

한편 MBN 업무일지에는 기자들이 사실상 광고영업을 벌인 정황들도 담겨있다. 공식적으로는 확인된 바 없이 뒷전에서만 거론되던 언론계의 추한 작태가 업무일지에 딱하니 기록되어 있는 것이다. MBN 경제부장이 KB금융지주 간부를 만나 광고를 더 달라고 요청한 내용, K.T의 2014년 잔여광고비 3억을 따내기 위해 산업부와 협조 및 공조한 내용, 주재기자들이 수행한 2014년도 광고매출 자료를 정리하고 2015년 공기업 및 지자체 매출 증대에 대해 주재기자와의 협업방안을 모색했다는 내용, 주재기자를 통해 부산시 광고예산을 파악하고 증액되도록 요청했다는 내

용, 주재기자가 부산시 대변인 만나 광고집행 일정을 조정했다는 내용 등이 그것이다. 기자의 이 같은 광고영업 행위들은 명백히 반재널리즘적인 직업윤리 위반이다. 이는 자본으로부터의 독립이 훼손됐음을 의미하며, 경제권력 감시라는 기자 본연의 사명을 돈과 바꾼 것이다.

MBN뿐 아니라 TV조선과 채널A까지 자행하고 있음이 드러나

그러나 이런 불법 탈법 광고영업은 MBN만의 문제가 아니다. 5월 5일 새정치민주연합 최민희 의원은 채널A와 TV조선의 불법 광고 영업을 폭로했다. 보도자료에 따르면 동아일보는 2013년에 채널A에서 홍보 방송을 해주기로 하고 공공기관인 농림수산식품교육문화정보원(이하 농정원)에서 1억 6,500만 원에 협찬 계약을 맺었다. 이에 뒤질세라 조선일보 자회사인 조선영상비전은 2012년 국제교류재단에서 주최하는 행사를 조선일보에 게재하고 TV조선에서 방영하는 조건으로 1억 2,000만 원을 받는 협약을 맺었다. 법적으로 방송광고를 판매할 수 없는 동아일보와 조선일보가 방송사의 광고 협찬 영업을 직접 한 것이다. 이는 방송편성의 자유와 독립을 보장한 방송법 4조를 명백히 위반한 것이다. 2년 이하의 징역 또는 3,000만 원 이하의 벌금형에 처할 수 있는 중범죄다. 이뿐만이 아니다. TV조선은 영향력 있는 CEO로 선정됐다며, 기업에게 뉴스로 방송해야 하니 협찬금 2천만 원을 달라고 요구하고는 실제로 관련 보도를 했다. 방송은 33인의 CEO를 선정해놓고 어떤 이는 이름조차 언급하지 않는 식으로 차별적으로 보도했다. 심지어 구제역 확산방지 조치를 신속히 알린다는 명목으로 TV조선과 채널A는 농정원으로부터 각각 1000만 원을 받고 뉴스에서 관련 내용을 소개했다. 뉴스는 국민이 알아야 할 뉴스가치가 있는 내용이라면 국민에게 알려야 한다. 그런데 TV조선과 채널A는 구제역 확산 방지책을 알려주는 보도 프로그램마저 돈을 받고 팔고 있는 것이다.

MBN 영업일지는 우리 언론이 ‘잘못된 관행’을 ‘관행’이라는 이름으로 계속하고, 이를 관리 감독할 규제기관이 방치한 결과가 얼마나 참혹한지 단적으로 보여준다. 이제부터라도 방통위는 방송의 불법 광고영업 행태를 철저히 조사해서 바로잡아야 한다. 방통위는 지난 1월, 올해 사업 계획을 발표하면서 방송광고 불공정 행위 차단하겠다고 천명한 바 있다. 방통위는 종편 불법 광고 영업 실태를 전수 조사하고 엄중한 처벌을 내려서 스스로 한 약속을 지켜야 한다. 불법 방송광고 영업은 방송의 객관성, 공정성이라는 원칙, 신뢰를 무너뜨리는 국민을 속이고 우롱한 심각한 중대한 문제이다. 무엇보다 부패한 언론은 국가와 민주주의 존립 자체를 위협할 것이라는 점에서 종편의 불법 광고영업은 반드시 사회적으로 공론화되어 제대로 바로잡아야 할 문제이다.

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)
인 터 넷 : www.mediatoday.co.kr 정기구독신청 이메일 : help@mediatoday.co.kr
구 독 료 : 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)

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

납득할 수 없는 종편에 대한 특혜



김동준
공공미디어연구소 소장

때문이라고 보기는 어렵다. 2004년에서 2005년에도 방송 사업 매출은 11.1%가 증가했다. 즉, 전반적인 경향이 유지되고 있는 것이다. 종편의 영향은 거의 없다고 봐도 무방하다. 또한 산업 전체의 일자리도 키우고 경쟁력을 강화할 것이라고 했지만 사실은 제작비가 적게 드는 뉴스, 시사 등 대담 프로그램, 스튜디오 프로그램을 양산하고 있기 때문에 경쟁력 강화, 콘텐츠 다양성 등은 기대하기 어려운 상황이다. 이러다 보니 그들이 목표로 했던 일자리 창출도 거의 달성된 것이 없다. 취재 내용을 공유하고 외부 패널로 프로그램을 구성하다보니 새로운 일자리 창출은 어렵다고 봐야 한다.

“

종편의 ‘막말’ ‘왜곡’

방송은 일상이 됐다.

심지어 광고 영업을 위한

‘조작’ 방송도 행한다.

이것이 일상이 된

이유는 감시와 견제

장치의 부재이며

유명무실한 제재에 있다.

”

게다가 종편의 ‘막말’ ‘왜곡’ 방송은 일상이 됐다. 심지어 광고 영업을 위한 ‘조작’ 방송도 행한다. 이것이 일상이 된 이유는 감시와 견제 장치의 부재이며 유명무실한 제재에 있다. 지상파방송의 경우, 내부 심의 기구, 시청자위원회, 편성 규약, 노동조합의 공정방송위원회 활동 등을 통해 프로그램을 걸러내는 장치가 있다. 시청자위원회와 편성 규약은 방송법상

종편에도 적용되는 것들이다. 그런데, 이 기구들이 종편에서 제대로 역할을 수행했느냐의 질문을 던진다면, 회의적이다. 심지어 종편은 편성 규약 제정에 대해 반대하기도 했다. 편성 규약의 의미는 언론의 내적 민주화를 위한 것이다.

그리고 방송법에서 이런 기구들을 강제한 이유는 보도 기능을 갖는 방송사에 대한 최소한의 내적 견제 장치다. 그런데 종편의 경우 이러한 기능들이 제대로 수행되지 못한 측면이 있다. 외적으로는 소위 솜방망이 징계라는 점이다. 이런 막말 오보 편파 방송이 만약 지상파방송에서 나간다면, 지상파방송은 사회적 지탄을 받을 것이다. 문을 닫아야 할지도 모른다. 종편 역시 명색이 의무재송신 채널인데, 이렇게 지속되는 것은 분명 문제가 있다. 방송통신심의위원회가 처음부터 제대로 제동을 걸지 못하면서 더욱 심화된 것이다. 방통위의 지난 재허가 심사 때도 보다 정밀하고 실질적인 개선 조건을 달았어야 했다. 결과적으로 정부 차원의 좀 더 엄격한 잣대를 들이대야 한다.

지난 종편 재허가 당시에도 납득할 수 없는 재허가 심사 결과들이 나왔고, 결국 조건부 재허가 등의 편법을 써서 지금도 종편 4개가 버젓이 방송하고 있다. 재허가 심사위원 구성이나 평가 기준 등을 보다 엄격하게 해야 한다. 재허가 승인이 되지 않는 것을 규제 기관이 두려워해서는 안 된다. 방송사로서의 자질과 능력, 비전 이 없는 방송 사업자는 과감한 용단을 내려야 한다. 그럼에도 불구하고 결과는 또 다시 종편에 대한 특혜다. 이러한 방통위의 결정을 어떻게 이해해야 할까?

과거 공영방송 중심의 방송 환경에서는 대부분의 방송에 대한 기준이 공영방송이었다. 공영방송은 지나치게 선정적이거나 폭력적인 방송을 할 수 없다. 그러다 보니 민영방송이나 제작사, 일반 PP들이 등장해도 그 기준을 따라 갈 수밖에 없었다. 그런데 종편 4개가 출범하면서 시사 보도 프로그램, 스튜디오 프로그램으로 대부분 편성을 하고, 거기서 나오는 이야기 기들이 오보에 막말에 편파적이다. 그리고 이런 프로그램들이 양산되면서 우리는 너무도 쉽게 접할 수 있게 됐다. 이는 여론과 사회 의제의 흐름에 영향을 미칠 뿐만 아니라 방송 환경 자체를 잘못된 방향으로 이끌어 갈수도 있다. 방통위는 이를 인식해야 한다.

사설

700MHz 주파수 대역에서 주요 지상파 UHD 방송이 가능하게 된 것을 환영한다

국회 미래창조과학방송통신위원회 산하 주파수정책소위원회에서 700MHz 주파수 분배 방안이 잠정 확정됐다. 광개토 플랜을 유지하면서 지상파 방송사에도 5개의 채널을 분배하기로 했다. 최재유 미래창조과학부 제2차관은 보호대역 축소를 통해 EBS도 700MHz 대역을 분배할 수 있는 방안을 마련했다고 보고했다.

참으로 다행스러운 일이다. 그동안 한국방송기술인연합회를 비롯한 지상파 방송사 관계자, 시민사회단체들은 기존에 미래부가 제시했던 ‘4+1’ 분배안이 시청자의 불편을 초래하기에 받아들일 수 없다고 주장했다. EBS가 DMB 대역에서 지상파 UHD 방송을 하게 되면 시청자들은 두 개의 안테나를 사용해야 할 뿐 아니라 수신율도 떨어지기 때문이다.

물론 이동통신 업계에서는 여전히 무선데이터 트래픽이 날로 늘어남에 따라 주파수를 추가적으로 확보하지 않으면 일반 사용자가 휴대전화를 사용하는데 큰 불편을 초래할 것이라고 경고의 목소리를 높이고 있다. 또한 700MHz 주파수를 이동통신용으로 활용하는 게 경제 산업 부흥에 더 크게 기여할 수 있다고 주장한다.

정부 역시 수조에 해당되는 주파수 경매대금을 포기하기란 쉽지 않기 때문에 해외 사례를 들면서 700MHz 주파수를 온전히 이동통신에 할당해야 된다는 입장이었다.

하지만 지난해 세월호 참사를 계기로 국가재난안전망에 700MHz 주파수 대역이 배분되면서 공공재 성격인 주파수를 꼭 경제적 가치로만

재단하거나 통신사 측 주장처럼 국제적 조화에 맞추어 배분돼야 한다는 생각은 재고됐다.

실제로 외국과 같은 대역을 분배해서 통신장비를 제조해야 판매 시 유리하다는 주장도 사례가 많이 줄어들어가 약해졌고, 700MHz 주파수가 원래 방송용 주파수이고 향후 무료 보편 서비스인 지상파 UHD 방송을 하기 위해서는 700MHz가 꼭 필요하다는 주장이 방송 종사자뿐 아니라 시민단체 그리고 국회까지 확산되면서 통신과 방송에 적절한 배분을 해야 된다는 여론이 형성됐기 때문이다.

지상파 UHD 방송은 프리미엄 서비스가 아니라 반드시 무료 보편적 서비스로 진행돼야 한다. 보편적 시청권은 차세대 방송으로 꼽히는 UHD 방송을 산간 오지나 벽지에 있는 시청자들도, 돈이 없는 시청자들도 누구나 볼 수 있도록 하는 것으로 시청자의 권리다. 차세대 UHD 방송은 한 주파수로 전국을 커버할 수 있기 때문에 효율이 높고 직접 수신도 더 유리하다. 그렇기에 무료 보편적 서비스의 구현이라는 방송의 기본적 책무와 사회소외계층의 정보 격차 해소를 위해서라도 700MHz 주파수를 활용한 지상파 UHD 방송을 시작해야 하는 것이다.

아무튼 말도 많고 탈도 많았던 700MHz 주파수 분배 문제가 기술적 발전으로 통신과 방송, 공공재난망에 최대한으로 배분되어 다행스럽다고 생각하며 지상파 UHD 방송으로 전 세계 UHD 산업 발전을 선도하는 대한민국이 되길 소망해본다.

방송기술저널

창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 이후삼 편집주간 | 이성의
편집위원 | 백낙운, 이승호, 김명권, 최권용,
나경록
취재기자 | 백선하, 이진범, 강민정, 민서진,
전숙희
기획실 | 강동균
인쇄인 | 성전&화성프린트

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

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

발언대

UHD 방송은 지상파에 천재일우의 기회다

이선우 UBC 제작기술팀장

지상파방송은 일부 방송 마니아나 특정 계층, 특정 지역을 위한 방송이 아니다. 지상파방송은 대부분의 나라에서 기간 방송이자 방송 정책의 근간을 형성하고 있으며, 무료 보편적인 성격이 매우 강하다. 그러므로 지상파방송은 언제 어디서든 차별받지 않고 공평하게 시청할 수 있어야만 한다. 하지만 정부가 내놓은 ‘4+1’이라는 700MHz 주파수 배분 방안은 지상파의 초고화질(UHD) 방송을 순탄하게 안착시키고자 하는 의도가 전혀 없어 보인다. 오히려 지상파방송의 존립 자체를 부정하고 유료방송의 프로그램 공급업체 정도로 격하시켜 버렸다.

정부안대로면 EBS가 따로 떨어져 나가 버린 상황에서 지상파 시청자는 EBS 채널 하나 더 보기 위해

VHF 안테나를 추가로 달아야 하는 번거로움을 감수해야 한다.

더 심각한 문제는 지역에 대한 차별이다. 지상파는 일찍이 UHD 전국 방송을 위해서 11개의 채널이 필요하다고 주장했으며, 최소한 9개의 채널을 확보해야 전국 방송이 가능하다고 주장했다. 하지만 정부는 전국 방송이 불가능한 4+1 안을 제시했다. 이는 명백한 지역 차별이며, 경제적 약자와 서민에 대한 차별이다.

지난날 HD 전환 시 방송기술인들이 요구한 유럽 방식 대신 SFN이 불가능한 미국 방식을 선택한 결과 주파수 이용 효율이 떨어졌고 이동 수신도 불가능해지면서 직수를 하락을 부채질한 것 또한 사실이

다. 따라서 대도시 지역보다 상대적으로 직접 수신 가구의 비율이 높은 중소도시 지역과 농어촌 지역에 지상파 UHD 방송을 동시 송출하는 것이 지역차별 해소와 직수를 상승에 큰 도움이 될 것이다.

또 다른 문제는 4+1이라는 정부안에는 지상파를 유료방송의 UHD 방송 활성화 도구로 활용하려는 의도가 엿보인다는 것이다. 일단 지상파가 UHD 방송을 시작하면 유료방송은 지상파 프로그램을 받아서 송출을 하게 되고, 그렇게 되면 지지부진한 유료방송의 UHD 콘텐츠 확보 문제는 손 안대고 코푸는 격이 될 것이다.

따라서 지상파 UHD 방송은 반드시 최단 시간에 전국 방송을 실시해 매체 경쟁력도 확보하고 시청자

복지도 이루어 두 마리 토끼를 한꺼번에 잡아야만 한다. 만에 하나 4+1 안이 시행되더라도 지역방송 주파수 확보 방안과 시기를 명확히 해야 된다. 더불어 지상파 전국 방송이 시작될 때까지 UHD 콘텐츠의 유료방송 송출을 미뤄야 한다. 더 이상 지상파 방송사가 유료방송의 일개 프로그램 공급 채널로 전락하는 걸 두고 볼 수만은 없다.

희미하지만 지상파 플랫폼은 아직 살아있다. UHD 방송은 꺼져가는 지상파 플랫폼의 불꽃을 되살리고 잃어버린 지상파의 위상을 되찾을 절호의 기회다.

본 기고글은 7월 6일 이전에 작성된 내용임을 알려드립니다.

두성관광

테크니컬 투어 No.1



두성관광 테크니컬 투어 NO.1

고객님을 VVIP로 모시겠습니다

www.expo114.co.kr / www.magictour.co.kr

해외 방송박람회 초대

그 동안 해외 방송 박람회 행사건으로 보내주신 관심과 성원에 감사드립니다.
한국방송기술인연합회 해외전시회 전속 여행사인 두성관광에서는 하반기 해외에서 개최하는
유망 방송 전시회 참관단을 모집합니다. 관심있는 많은 분들의 참가바랍니다.
* 행사에 대한 세부 안내는 당사 홈페이지 참조바랍니다.

암스텔담 방송전



기간 : 2015년 9월 11일 - 15일 (5일간)

내용 : 세계 3대방송전 / 유럽최대 규모 (1,500업체 참가)

- ▶ 대한항공/네덜란드항공 등 직항좌석 다수 보유
- ▶ A4, Mercure 등 10여 곳의 다양한 호텔 보유
- ▶ 전시회+동유럽, 전시회+서유럽 등 다양한 프로그램 제공
- ▶ 7월 31일까지 1차 선착순 마감
- ▶ 개별적인 일정도 최저가 보장! (항공+호텔)

북경 방송장비전



기간 : 2015년 8월 26일 - 29일 (4일간)

내용 : 중국 최고의 방송기기 전문 박람회

규모 : 500여사 참가 (해외220업체), 55,000명 참관

- ▶ 대한항공 / 아시아나항공 이용
- ▶ 북경국제 특급호텔이용 (왕푸징 중심위치)
- ▶ 1안 8월 26일-29일 ₩ 878,000 전시회+관리장성 등 관광
- ▶ 2안 8월 26일-28일 ₩ 778,000 전시회 집중참관

해외 출장 떠나세요 ?

최고의전문가가 최저가로 모십니다!

홍콩 ₩ 440,000~ 대만 ₩ 480,000~

동경 ₩ 440,000~ 상해/북경 ₩ 390,000~

항공+호텔 2박 (2인실) 포함

* 기타지역 문의 환영!

방송사가 선택한 대한민국 No.1 여행사

두성관광 양용수 ☎ 02-730-6100

www.expo114.co.kr www.magoctour.co.kr

두성관광의 특별한 혜택

기업체 출장 27년 경력으로 ~

- ▷ 기업연수, 골프투어, 신혼여행 서비스 제공
- ▷ 전여행사 패키지여행 최대 7%할인
- ▷ 최저 항공료와 최적의 호텔 안내
- ▷ 정성어린 서비스와 효과적인 비용절감 제안
- ▷ 차별화된 프리미엄 여행 서비스 보장
- ▷ 세분화되고 체계적인 데이터로 예약 서비스

Best Partner

