



기획 ▶ 5면

해외 주요 공영방송 이사 및 사장 선임 방식

기획 ▶ 6면

방송 콘텐츠 가치 정상화와 바람직한 재송신 질서

오피니언 ▶ 7면

[칼럼] 지상파 부가 방송 서비스 : 그 고된 여정

공영방송 이사 ‘3연임’ 나왔다

차기환, 김광동, 김원배, 고영주 등 부적격 인사 논란 속 재선임



KBS



MBC

방송통신위원회가 KBS 이사 추천 및 MBC 방송문화진흥회 이사 선임안을 의결했다. 부적격 인사로 평가받았던 공영방송 이사들이 재선임되면서 ‘밀실 인사’, ‘챙겨주기 인사’라는 논란이 일고 있다.

방통위는 8월 13일 과천정부청사에서 최성준 방통위원장 주재로 비공개 전체회의를 열고 KBS 이사 후보 11명을 추천하고 MBC 방문진 이사 9명을 선임하는 내용의 KBS 이사 추천 및 방문진 임명 선임안을 의결했다.

먼저 KBS 이사 후보 11명은 강규형, 권태선, 김경민, 김서중, 변석찬, 이원일, 이인호, 조우석, 장주영, 전영일, 차기환 씨로(가나다 순) 3연임 논란이 일었던 차기환 현 방문진 이사가 포함됐다.

차기환 이사는 2009년 7월 정부 여당 추천 몫으로 방문진 이사에 선임된 이후

총 6년 동안 방문진 이사직을 맡아왔으며 방문진 이사를 연임하는 동안 김재철 해임안 부결 등에 앞장서왔다. 또한 자신의 트위터에 ‘일간베스트(일베)’, ‘수컷닷컴’, ‘뉴데일리’ 등의 사이트에서 확인되지 않은 사실의 글을 퍼날라 여론의 눈총을 받아온 대표적인 보수 인사이기도 하다.

전국언론노동조합 KBS분부는 8월 5일 발행한 노보를 통해 “차기환 씨는 변호사이지만 서울시장 후보였던 박원순 씨 아들 병역 의혹, 세월호 유가족 대리기사 폭행 사건 등에 변호인을 자처하며 이명박, 박근혜 정권의 입장을 대변하거나 야당 인사들의 저격수로서의 역할을 충실하게 해왔다”며 “KBS 구성원들의 경고에도 불구하고 청와대가 차기환 씨를 KBS에 밀어넣으려 한다면 KBS 구성원들의 전면적인 저항에 직면할 것”이라고 경고한 바 있어 앞으로

상당한 진통이 예상된다.

KBS 이사회가 호선하는 이사장에는 ‘뉴라이트’ 성향의 이인호 현 이사장의 유임이 유력한 것으로 전망되고 있다. 이 이사장은 지난해 이사장 취임 당시에도 문창극 전 총리 후보자의 강연에 감동받았다는 발언을 하는 등 역사 편향적 시각을 그대로 드러낸 바 있어 이번에도 KBS 내외부의 갈등이 예상되고 있다.

차기환 방문진 이사와 함께 논란 가운데서 있었던 김광동, 김원배 현 방문진 이사와 고영주 현 방문진 감사 역시 방문진 이사로 선임됐다. 이날 선임된 방문진 이사 9인은 고영주, 권혁철, 김원배, 김광동, 유의선, 이인철, 유기철, 이완기, 최강욱 씨고, 감사는 한균태 씨로 정해졌다.

차 이사와 함께 6년 동안 방문진 이사를 맡고 있는 김광동 이사 역시 대표적인 우익 인사로 국정원 대선 개입 논란 시 국정원을 적극 두둔하는 등 논란에 휩싸인 바 있다. 김원배 이사는 정수장학회 장학생 출신으로 대표적인 친박 인사 중 하나다. 고영주 감사도 대표적인 극우 인사로 꼽힌다. 고 감사는 영화 ‘변호인의 모티브’가 된 부림사건 담당 검사로 1982년 부산지검 공안검사를 지냈으며, 1995~1998년 대검찰청 공안기획과에서 근무했다. 특히 고 감사는 지난해 세월호참사 특별조사위원회

위원으로 활동하며 세월호 유가족들을 ‘폐쓰는 사람들’로 매도하는 한편 정부를 두둔하는 발언을 해 물의를 빚었다.

이에 대해 야당 추천 위원인 김재홍·고삼석 상임위원은 “전례없는 3연임에 방송 제작 자율성 침해 인사도 연임시켰다”며 강력 반발했다. 앞서 야당 추천 상임위원들은 △3연임 금지 △정파적 나눠먹기 금지 △편성 및 제작 자율성 침해 인사 금지 등 구체적인 인선 기준을 요구했고 이 때문에 당초 7월 31일 열릴 전체회의가 8월로 연기된 바 있다.

야당 추천 상임위원들은 “그동안 3차례에 걸쳐 회의를 무산시키면서 여당 추천 위원들에게 협의를 요구했지만 받아들여지지 않았다”며 “무기한 표류시킬 수 없어 회의에 임하고 표결했다”고 설명했다.

이들은 이어 “원칙과 기준이 없는 인선은 이번이 마지막”이라며 향후 관련 법령의 개정과 제도 개선안을 마련할 것이라고 강조했다.

KBS 이사 추천과 방문진 이사 선임 결과가 전해지자 방통위를 규탄하는 정치권과 시민사회단체의 목소리가 잇따르고 있다. 김성수 새정치민주연합 대변인은 8월 14일 오전 서면 브리핑을 통해 “방송사 구성원들과 시민사회단체 등이 정치적 편향성과 자질을 문제 삼아 강력하게 반대했던 인물들이 한 사람도 빠짐없이 모두 포함됐다”며 “공영방송을 권력의 손아귀에서 결코 내려놓지 않으려는 정권의 탐욕을 다시 한 번 노골적으로 보여줬다”고 비판했다. 김 대변인은 “이번 공영방송 이사 선임 결과는 청와대 거수기로 전락한 방통위 구성의 근본적인 한계를 다시 한 번 확인시켰다”며 “새정치민

주연합은 공영방송의 독립과 공정성 회복을 위해 방통위와 공영방송 이사회 구성의 문제를 반드시 바로잡도록 노력하겠다”고 덧붙였다.

전국언론노동조합은 ‘권력에 굴종한 방통위는 스스로 해체하라’는 제목의 성명을 통해 “최성준 방통위원장은 공영방송의 이사는 공익 실현에 적합한 인물이어야 한다는 당연한 원칙을 무시하고 극우 성향의 인사, 정권 편향적인 인사들의 이사 선임을 밀어붙였다. 소수 방통위원들의 문제 제기와 합리적 의사 결정 요구를 철저히 짓밟은 오늘 방통위의 합의제 원칙은 처참하게 무너졌다”면서 “언론노조 12,000명 조합원들은 권력 하수인들에게 불복종할 것임을 천명한다”고 선언했다.

민주언론시민연합도 “야당 추천 방통위원의 강경한 반대와 시민사회의 비판 목소리를 뭇개버리면서까지 이처럼 부끄러운 인물을 포함해 3연임을 추진하는 이유가 무엇인지는 삼척동자도 안다. 우리가 국민의 힘으로 ‘국민을 눈과 귀를 막고, 공론의 장의 역할을 거부하고 있는 공영방송’을 반드시 바로잡을 것”이라고 경고의 목소리를 냈다.

한편 이날 방통위가 내놓은 KBS 이사 추천과 방문진 이사 선임 결과는 EBS 이사 선임에도 영향을 미칠 것으로 보인다. EBS 이사는 총 9명으로 EBS법에 따라 교육부장관, 한국교총이 추천하는 각 1명을 포함해 방통위가 임명한다. 방통위는 8월 4일부터 17일까지 EBS 이사 후보자를 공개 모집했으며 이들의 결격사유 확인 등을 거쳐 전체 회의에서 EBS 이사 임명안을 의결할 계획이다.

백선하 baek@kobeta.com

반쪽짜리 ‘재송신 협의체’ 출범

“정부 개입 오히려 협상 저해할 수 있어”...실효성 의문

지상파 방송사와 유료방송 사업자의 재송신료(CPS) 협상을 마무리하기 위한 정부 주도의 재송신 협의체가 발족했다. 직접적 이해당사자인 지상파 방송사가 참여하지 않아 ‘반쪽짜리 협의체’라는 비판이 제기되고 있는 가운데 정부의 개입 자체가 특정 사업자에게 유리하게 작용하는 것 아니냐는 우려 섞인 목소리도 나오고 있다.

미래창조과학부와 방송통신위원회는 8월 11일 재송신 협의체를 발족하고 제1차 회의를 개최했다고 밝혔다. 협의체는 방송·경제·법률·시청자 분야의 전문가 10인으로 구성됐으며 위원장은 미래부와 방통위가 공동 선정한 전영섭 서울대 경제학과 교수가 맡았다. 위원으로는 강정화 한국소비자연맹 회장, 김경환 상지대 언론광고학부 교수, 김성

환 아주대 경제학과 교수, 김주훈 한국개발연구원(KDI) 경제정보센터 소장, 신홍균 국민대 법학과 교수, 윤성욱 경기대 언론미디어학과 교수, 최성진 서울과학기술대 매체공학과 교수, 홍대식 서강대 법학전문대학원 교수, 황근 선문대 신문방송학과 교수(가나다 순) 등이 참여했다.

협의체는 재송신 관련 사항을 논의하고 추후 공청회 등을 통해 업계의 의견 수렴을 거친 뒤 개선 방안을 정부에 건의할 예정이다. 정부는 협의체가 건의한 사항을 고려해 재송신 관련 제도 개선을 추진한다는 방침이다.

앞서 미래부와 방통위는 7월 2일 유료방송 사업자들과 협의체 구성에 합의한 뒤 7월 30일 회의를 개최할 계획이었으나 지상파

방송사가 협의체 참석 및 위원 추천을 거부하면서 첫 회의를 연기한 바 있다. 지상파 방송사는 유료방송 사업자와 진행 중인 소송 결과가 나와야 참석 여부를 결정할 수 있다며 회의 연기를 요청했으나 정부는 이를 받아들이지 않고 지상파를 대변할 수 있는 전문가를 추천해 강행하겠다는 입장을 밝혔다. 결국 지상파 방송사 참여 없이 정부와 유료방송 업계가 추천한 위원들로 구성된 협의체가 출범했고 반쪽짜리라는 비판을 면할 수 없게 됐다. 실효성 논란에 부딪힐 수밖에 없는 이유다.

2000년대 중반부터 시작된 지상파 방송사와 유료방송 사업자 간 재송신 갈등은 지난 2012년 법원이 지상파 방송사의 저작권 및 저작권집권 주장을 인용하는 판결을 내리면서 일단락되는 듯 보였으나 이후 CPS 산정 기준을 둘러싼 지상파와 유료방송 간 입장 차이가 극명하게 갈리면서 또 다른 분쟁으로 접어들었다.

현재 지상파 방송사는 계약이 만료됨에

따라 콘텐츠 제작비 상승 및 국민 관심 행사(올림픽·월드컵) 중계료 추가 부담 등의 이유를 들어 기존 월 280원의 CPS를 400원으로 올리는 방안을 제시했으나 유료방송 사업자들은 인상 비율이 과도하다며 반발하고 있다. 유료방송 사업자들은 지상파의 일방적인 가격 인상 요구는 받아들일 수 없다며 정부에 중재를 요청했고 정부는 직접 협의체를 구성해 재송신 갈등 중재에 나섰다. 지난해 말 시청자 권익 보호를 내세우며 △직권조정 △재정제도 △방송유지 및 재개명령권 등을 골자로 하는 방송법 개정안을 의결한 데 이어 또다시 사업자 간 갈등에 직접 개입하겠다는 의지를 드러낸 것이다.

일각에서는 이 같은 정부의 개입 자체가 특정 사업자에게 유리하게 작용할 개연성이 있다며 우려하고 있다. 홍원식 동덕여대 교수는 “정부가 방송 유지와 강제 중재를 도입하는 것은 실질적인 사업자 간 협상에 대한 대안으로 작동하기 보다는 협상을 거부하기 위한 절차로 작동할 가능성이 높다”며

“협상을 저해함으로써 발생하는 특정 사업자의 이익으로 작용할 수 있다”고 지적했다.

실제로 CMB 등 일부 유료방송 사업자들은 재송신 계약이 만료됐음에도 불구하고 협상에 적극 임하지 않고 있어 지상파 방송사가 가처분 소송을 제기한 상황이다. 지상파 방송사 측은 “재송신 계약이 지난해 12월 말 만료됐는데도 CMB가 지상파를 가입자들에게 무단 재송신하고 신규 가입자를 유치하고 있어 일단 신규 영업만 중단시켜 달라는 소송을 제기하게 됐다”고 설명했다.

한 시민사회단체 관계자는 “유료방송 사업자들이 저가 요금 구조로 방송 시장의 균형 발전을 왜곡시키고 있는데 정부가 이를 지적하고 바로잡기는커녕 오히려 콘텐츠 제작의 가치를 떨어뜨리는 방향으로 정책을 추진하고 있다”며 “콘텐츠의 안정적인 재생산을 위한 합리적인 수익 배분을 추진하지 않는다면 국내 방송 산업의 미래를 낙관하기 어렵다”고 말했다.

▶ 관련기사 2면

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(국제방송음향조정기기전) 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.

재송신 협의체 ‘철회 VS 유지’ 갈등 심화

“중재 위한 재송신 협의체가 오히려 갈등 조장해”

재송신료(CPS)를 둘러싼 지상파 방송사와 유료방송 사업자 간 갈등을 중재하기 위해 마련된 정부 주도의 재송신 협의체가 봉합은커녕 갈등과 혼란을 조장하고 있어 논란이 일고 있다.

미래창조과학부와 방송통신위원회는 지상파 방송사의 연기 요청에도 불구하고 8월 11일 재송신 협의체를 발족했다. 지상파 방송사는 유료방송 사업자와 진행 중인 소송이 마무리된 뒤 참여 여부를 결정하겠다고 하며 회의 연기를 요청했으나 정부는 이를 받아들이지 않았고 결국 지상파 방송사의 참여 없이 정부와 유료방송 업계가 추천한 위원들로만 구성된 협의체를 출범시켰다.

이에 한국방송협회는 8월 12일 의견서를 통해서 재송신 협의체의 철회를 요구하고 나섰다. 협회는 “이해 당사자인 지상파 방송사들이 응하지 않음에 따라 사실상 실효성이 상실됐음에도 정부가 성과주의식 행정을 강행하고 있다”며 정부의 과도한 개입이 시장의 자율 기능과 협상 가능성을 저해한다고 지적했다.

정부의 직접적인 개입 자체가 특정 사업자에게 유리하게 작용해 협상 가능성을 떨어뜨릴 수 있다는 우려는 이미 여러 번 제기된 바 있다. 7월 23일 한국방송학회 주최로 열린 ‘미디어 콘텐츠 가치 정상화 방안 세미나’에 참석한 전문가들은 “정부가 사업자 협상에 직접적으로 개입하는 것은 시장 조정보다는 협상을 거부하기 위한 절차로 작동할 가능성이 높아 특정 사업자의 이익으로 작용할 수 있다”고 지적했다.

협회 역시 “실제로 일부 유료방송 사업자들은 정부의 협의체 구성 계획이 나오자마자 소송을 중단해달라고 재판부에 요청하는 등 소송을 지연시키고 있다”며 “각 사별로 진행되던 자율적 협상도 협의체 논의를 이유로 유료방송 사업자들이 발을 빼고 있어 공전하고 있다”고 말했다.

정부와 유료방송 사업자 추천으로 이뤄진 협의체 구성도 도마 위에 올랐다. 협회는 “정부가 강행한 협의체 인적 구성도 유료방송 사업자의 입장을 강변하는 인사 위주로 이뤄져 사실상 편파적으로 진행될 것”

이라며 “특정 사업자에게만 유리한 국면이 조정되는 것을 막고 사업자 간 원만한 자율적 협상이 이뤄질 수 있도록 협의체 구성 자체를 원점에서 재검토해야 할 것”이라고 촉구했다.

지상파 방송사들의 협의체 철회 요구에 케이블 업계도 즉각 반발하고 나섰다. 한국 케이블TV방송협회는 이날 성명서를 통해 “재송신 문제는 제도 미비로 인해 사업자 간 과도한 갈등이 발생해 시청자 피해가 일어나는 사안”이라며 “정부가 지상파 방송사에 직접 위원 추천 기회를 부여했고 최종 구성 과정에서 지상파 방송사 입장을 대변할 수 있는 전문가도 포함했다”고 설명했다. 이들은 “협의체 취지에 공감한다는 입장을 보였던 지상파 방송사가 협의체가 발족하니 이를 무산시키는 이중적 태도를 보이고 있다”고 비판한 뒤 “방송 중단 등으로 시청자에게 부정적 영향을 끼칠 우려가 큰 이슈인 만큼 정부가 계속 방관만 한다면 그것이야말로 직무유기가 될 것”이라고 반박했다.

백선하 baek@kobeta.com

‘○○운동화 신고 런닝맨’ 가능할까?

방통위, 협찬고지 투명성 제고 및 형식 규제 개선 추진

‘○○아웃도어로 1박 2일’, ‘○○으로 듣는 북면가왕’, ‘○○운동화 신고 런닝맨’ 등의 프로그램 제목을 볼 수 있을까. 방송 프로그램 제목에 협찬주명을 고지할 수 있도록 한 ‘협찬고지에 관한 규칙’ 일부 개정안이 방송계 뜨거운 감자로 부상하고 있다.

방송통신위원회는 8월 6일 야당 추천 상임위원 2인이 불참한 가운데 열린 전체 회의에서 방송 프로그램 제목에 협찬주명을 사용할 수 있도록 하는 내용을 담고 있는 협찬 고지에 관한 규칙 일부 개정안을 행정 예고했다. 방통위는 8월 26일까지 각계의 의견을 수렴한 뒤 9월 중 개정안을 의결, 시행할 계획이다.

이날 최성준 방통위원장과 여당 추천 상임위원들은 7월 20일 공포된 방송법 시행령의 개정 사항을 반영해 협찬 고지의 허용 범위를 확대하고, 협찬고지 허용시간 및 횟수, 위치, 고지 방법 등 형식 규제를 대폭 개선키로 했다.

먼저 개정 방송법 시행령에 부합하도록 공공기관이나 공익법인에 허용되는 협찬주명 고지 범위를 공익성 캠페인에서 공익 행사까지 확대한다. 또한 방송 광고 금지 품목과 허용 품목을 함께 제공·판매하는 경우 허용 품목에 한해 상품명이나 용역명으로 협찬 고지를 허용키로 했다.

방통위는 방송 프로그램 제목에 협찬주명 등을 고지할 수 있도록 해 시청률이 낮아서 광고 판매가 어려운 방송 프로그램 제작에 필요한 자원 마련이 가능토록 한다는 계획이다. 단 방송 프로그램 내에는 협찬주명 등이 포함된 방송 프로그램 제목의 고지를 금지하고 시청 흐름에 방해가 되지 않는 △방송 프로그램 시작 타이틀 및 종료 타이틀 고지 시 △해당 방송 프로그램의 예고 시 △방송 프로그램 전에 편성되는 광고 시간의 화면 좌상단 또는 우상단에 노출하는 방송 프로그램 예고 자막 방송사에 한정해 제한적으로 허용할 예정이다. 방송의 공정성 확보와 시청권 보호를 위해 어린이 대상 프로그램과 보도·시사·논평·토론 프로그램의 제목에는 협찬주명 등의 고지를 금지키로 했다.

방통위는 방송 프로그램의 제목에 협찬주명 등을 고지하는 것은 중국, 일본, 싱가포르, 대만, 영국, 독일, 프랑스 등 주요 국

가에서 이미 시행되고 있는 것으로 문제가 되지 않는다는 입장이다. 하지만 시민사회 단체에서는 이번 개정안이 확정된다면 사실상 ‘제목 광고’를 도입하는 것으로 방송 광고 시장이 왜곡될 수 있다며 우려를 표하고 있어 논란이 일고 있다.

민주언론시민연합은 “협찬주명을 프로그램 제목으로 허용한 것은 사실상 방송사가 음성적으로 기업체로부터 돈을 받고 홍보 프로그램을 만들어주던 관행을 수월하고 효과적으로 할 수 있도록 합법적인 길을 터준 것”이라며 “방송사와 기업체의 찜찜이 판 속에서 손해를 보는 것은 결국 시청자”라고 지적한 뒤 해당 조항은 이번 개정에서 반드시 철회돼야 한다고 주장했다.

이들은 △협찬 고지의 투명성을 높일 수 있는 실효성 있는 방안을 마련해야 하고 △방송의 공공성과 공익성을 위해서 협찬 고지에 적절한 규제가 유지돼야 한다는 내용의 의견서를 8월 20일 최성준 방통위원장과 상임위원들에게 제출할 예정이라고 밝혔다.

방통위는 이외에도 협찬주를 시청자들에게 알리는 방법을 협찬주명만 고지하던 방식에서 협찬주명 외에 로고·기업 표어·상품명·상표 또는 협찬주 소재지 등에서 방송 사업자가 자율적으로 선택하게 하고, 방송 사업자별 협찬 고지 허용 시간 확대, 허용된 협찬 고지 시간 범위 내에서 1건당 시간 제한 폐지 등 협찬 고지 형식 규제를 대폭 완화해 자율성을 제고할 계획이다.

규제 완화와 더불어 시청권 보호를 위해 협찬의 투명성도 제고키로 했다. 방통위는 방송 사업자가 협찬주로부터 협찬을 받아 협찬 고지를 할 경우 자체 심의 절차 마련을 의무화한다는 방침이다.

또 보도·시사·논평·토론 등 객관성과 공정성이 요구되는 방송 프로그램의 경우 방송 사업자가 특정 상품이나 장소, 명칭 등에 관한 사항을 구체적으로 부각해 광고 효과를 주는 행위를 금지했고, 협찬주는 방송 프로그램의 내용이나 구성에 영향을 미치지 못하도록 했다.

방통위는 이번 협찬 고지 규제 개선으로 방송 사업자와 외주 제작사의 자원 조달 구조가 다양화되고, 개선될 것으로 기대하고 있다.

전숙희 imaonearm@naver.com

이달부터 지하에서도 DMB 볼 수 있다

미래부, 공동수신설비 관련 고시 개정…“사후 관리에 대한 부분 아쉬워”

이번 달부터 지하에서도 지상파 DMB를 시청할 수 있게 됐다. 미래창조과학부는 재난 발생 시 긴급 대피 시설로 이용되는 아파트나 빌딩 지하에서 재난 방송을 수신할 수 있도록 의무화하는 내용을 담은 ‘방송공동수신설비의 설치에 관한 고시’ 일부 개정안을 발표했다. 이로써 앞으로 터널이나 지하철 등에서 지상파 DMB 방송이 끊기는 경우가 줄어들 것으로 보인다.

미래부가 8월 4일 개정한 고시에 따르면 방송 공동수신 안테나 시설을 건축물의 옥상 또는 옥외에 설치해야 하며 지하층 장치함에는 지상파 DMB와 FM 라디오를 수신할 수 있는 중계기용 무선기기를 설치해 옥상 또는 옥외 수신 안테나와 연결해야 한다. 모든 방송 설비 전원은 정전 시에도 항상 방송 수신을 유지할 수 있도록 비상 전원 공급이 가능한 회로를 구성해야 하며 지속적으로 유지 및 관리해야 한다. 또 각 세대별 단위함에는 층 장치함으로부터 인입되는 지상파방송, 위성방송, 케이블방송을 각각 수신할 수 있도록 선로를 설치해야 한다. 설치와 관련된 모든 비용은 ‘방송통신발전기본법’ 제40조 2항에 따라 건물주 또는 관리자가 부담해야 하며 국민 안전 사안이므로 국가 예산 지원이 포함된다.

사실 그동안 터널이나 지하철, 지하 주차장

등에서 지상파 DMB를 볼 수 없어 현실과 법 사이 괴리가 있다는 지적이 끊임없이 제기돼 왔다. 세월호 참사 이후 재난 방송의 중요성이 강조되면서 지난해 5월 2일 이른바 ‘DMB 재난 방송 의무화법’이라고 불리는 방송통신발전기본법 일부 개정안이 의결됐다. 언제 어디서나 지상파 DMB를 볼 수 있도록 한 것이다. 하지만 실제로는 지하철 및 터널 곳곳에서 지상파 DMB 서비스 장애가 발생해 관련법 개정 취지를 무색케 하고 있다는 비판이 일었다. 다행히 이번 고시 개정으로 지상파 DMB 음영 지역은 거의 사라질 것으로 보인다.

지상파DMB특별위원회 관계자는 “재난 발생 시 전원 공급이 차단되면 통신망은 동시 정전이 될 수 있는 반면 DMB는 방송망으로 안전하게 전파되기 때문에 일본에서도 DMB(원세그)를 재난 경보 매체로 적극 운영 중”이라며 “앞으로 공공 매체로서 DMB의 역할을 강화할 것”이라고 밝혔다.

관련 업계에서는 이번 고시 개정으로 재난 방송 인프라 구축은 물론 안정적인 지상파방송 수신으로 직접수신율도 향상될 것으로 기대하고 있다. 업계 관계자는 “일부 유료방송 사업자들이 지상파 선로를 무단 점유하는 경우도 있었는데 고시 개정으로 지상파방송, 위성방송, 케이블방송의 선로를 각각 설치토록

했다”며 “지금보다는 안정적인 지상파 직접수신이 가능할 것”이라고 설명했다.

다만 유지 및 보수 등 사후관리에 대한 구체적 부재는 아쉬운 부분이다. 이에 대해 한국 지상파디지털방송추진협회(DTV KOREA)는 “이번 고시 개정으로 재난 방송용 수신 설비가 확대되고 전원 설비가 추가된 것은 고무적”이라며 환영한다는 입장을 밝힌 뒤 “사후 관리를 강화하기 위해 그동안 추진해온 공동주택의 수신 설비 개보수 사업과 공동주택 수신 설비의 효율적 유지·관리 규제 등을 담은 지상파방송 공동수신설비 설치 기준에 대한 법령 제·개정에 박차를 가할 것”이라고 밝혔다.

한편 업계 일각에서는 스마트폰 도입과 N-스크린 중심의 시장 재편으로 소비자들의 외면을 받았던 지상파 DMB가 재난 방송 매체로 역할이 강화되면서 그동안 잃었던 입지를 조금씩 회복할 것으로 전망하고 있다.

한때 황금알을 낳는 거위 대접을 받았던 지상파 DMB는 스마트폰 시대로 접어들면서 비슷한 서비스지만 끊김 없고 화질 좋은 N-스크린 서비스가 등장하자 내리막길을 걸어 지난해에는 104억 원의 광고 매출을 올리는데 그쳤다. 3년 사이 광고 매출이 약 3분의 1 수준까지 줄어든 것이다. 하지만 최근 고효율 비디오 코딩(HEVC) 기술을 적용한 고화질

‘지상파 UHD 방송표준방식 협의회’ 출범…본격 논의 시작

“세계 최초 지상파 UHD 도입 위한 시동”



700MHz 대역 주파수 분배 방안이 확정됨에 따라 지상파 초고화질(UHD) 방송 표준 논의가 본격화될 것으로 보인다.

미래창조과학부는 8월 11일 산·학·연 전문가로 구성된 ‘지상파 UHD 방송표준방식 협의회’를 발족하고 제1차 회의를 개최했다고 밝혔다.

지상파 UHD 방송표준방식이란 전송방식, 영상 및 음성 압축방식 등 지상파 UHD 방송 서비스 제공에 필요한 기술 방식을 의미한다.

협의회는 방송사, 가전사, 학계, 연구기관 등 전문가 14인으로 구성됐으며 원활한 진행을 위해 협의회·참여기관·실무진 등으로

실무협의회를 구성해 구체적인 논의를 이어갈 예정이다.

이날 회의에는 최재유 미래부 제2차관이 참석한 가운데 국내외 UHD 방송표준 현황에 대한 발표와 향후 협의회 운영 방안 등에 대한 의견을 나눴다. 앞으로 협의회는 유럽식과 미국식 등 지상파 UHD 방송표준방식에 대한 검토와 공청회 등을 통한 이해관계자 의견 수렴 과정을 거쳐 방송표준방식(안)을 마련해 미래부에 건의할 계획이다. 미래부는 협의회가 건의한 사항을 고려해 방송표준방식을 최종 확정하고 그에 따른 기술 기준을 제정한다는 방침이다.

최 차관은 “지상파 UHD 방송표준방식 협의회 출범을 통해 세계 최초 지상파 UHD 도입을 위한 시동을 건다”며 “방송표준방식은 한번 결정되면 향후 10년 이상 장기간 사용하고 국민 생활에 미치는 영향이 큰 만큼 산·학·연 전문가들이 꼼꼼하게 논의해 최적

의 방송표준방식을 제안해달라”고 말했다.

한편 현재 지상파 방송사가 지상파 UHD 시범방송에 사용하고 있는 기술은 지난 2009년 제정된 유럽식 표준 DVB-T2로 압축률을 높인 고효율압축코딩(HEVC)을 추가한 1단계 표준이다. DVB Project Group에 따르면 지난해 7월 기준으로 전 세계 147개국이 DVB-T와 DVB-T2를 채택했지만 이미 사용하고 있으며, 이중 DVB-T2를 선택한 나라는 59개국 실제 운영 중인 나라는 25개국에 이른다. 이미 폭넓게 사용 중인 방식인 만큼 바로 지상파 UHD 방송에 도입할 수 있다는 장점이 있는 반면 현재 개발되고 있는 미국식 표준인 ATSC3.0 보다는 뒤쳐진 기술이라는 단점이 있다.

미국식 표준인 ATSC3.0은 지상파 UHD 방송과 모바일 HD 방송이 가능한 새로운 표준으로 올해 말 표준 제정을 목

표로 하고 있다. 지난해 4월 미국 라스베이거스에서 열린 국제방송기자재박람회(NAB)에서 LG전자가 ATSC3.0을 기반으로 한 지상파 UHD 방송을 시연해 ATSC3.0 전송방식이 방송과 인터넷의 융합을 통한 양방향 서비스로 진화할 수 있다는 점을 증명하자 미래부와 관련 업계는 중심으로 ATSC3.0의 발전 상황을 지켜보고 있다. 또한 지난 6월 17일 삼성전자가 미국 지상파 방송사 연합체인 펄 그룹과 싱클레어 방송 그룹과 함께 ATSC3.0 도입을 위한 기술 협력을 하기로 양해각서(MOU)를 체결해 업계의 관심이 집중된 바 있다. 전반적으로 DVB-T2보다 앞선 기술이라는 평가를 받고 있지만 올해 말 표준화를 위한 최종 투표를 진행할 예정으로 아직 표준으로 제정되지 않았다는 점은 단점으로 지적되고 있다.

민서진 seojin@kobeta.com

결합상품 ‘공짜 마케팅’ 진짜 없어지나?

정부 ‘방송통신 결합상품 제도 개선안’ 발표

정부가 '방송통신 결합상품 제도 개선안'을 내놓았지만 근본적인 해결책은 아니라는 비판이 쏟아지고 있다. 방송 서비스를 인터넷 또는 통신 가입자 유치를 위한 미끼 상품으로 활용하는 이른바 '끼워팔기' 관행이 계속되는 한 결합상품을 둘러싼 불공정 논란은 되풀이될 것이라는 지적이다.

미래창조과학부와 방송통신위원회는 8월 6일 △과도한 위약금 금지 △표준약관기간 도입 △특정 상품을 무료로 제공하는 '공짜 마케팅' 금지 등을 골자로 하는 방송통신 결합상품 제도 개선안을 확정 발표했다.

결합상품은 통신과 집 전화, 초고속 인터넷, IPTV, 인터넷 전화 등 여러 가지 상품을 묶어서 각각의 서비스를 따로 가입할 때보다 싸게 판매하는 상품으로 가입

자 유치 효과가 높아 통신 사업자는 물론이고 케이블 사업자들까지 결합상품으로 가입자를 모으고 있는 상황이다.

방통위는 "최근 결합상품의 가입자 수가 크게 증가하고 있는 반면 단품에 비해 위약금 산정이나 약정 기간, 해지 절차 등이 복잡해 이용자 불만과 피해가 많아지고, 특정 상품을 공짜로 제공한다고 허위·과장 광고하는 등 사업자 간 불공정 행위에 대한 우려가 커짐에 따라 제도 개선을 추진하게 됐다"며 "산·학·연 전문가로 구성된 결합상품 제도 개선 TF 운영을 통해 수렴된 의견과 소비자단체의 소비자 인식 조사 결과, 한국소비자원의 결합상품 관련 불만 상담 사례 등을 토대로 만들었다"고 설명했다.

우선 그동안 소비자 불만이 폭주했던 약정 기간 내 결합상품 계약 해지 시 과

도한 위약금 지불 문제를 해결하기 위해 위약금 산정 방식을 개편해 이용자 부담을 줄이고, 표준약관기간(2년)을 도입기로 했다. 또한 결합상품 전용 이용 약관을 신설하고 이를 불이행하는 행위를 금지 행위로 규제하기로 했다. 방통위는 이를 통해 소비자들이 결합상품 가입 및 해지를 보다 용이하게 할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

공정 경쟁 촉진을 위해서는 특정 상품을 무료 또는 저가화해 허위·과장 광고를 하거나 특정 상품을 과도하게 할인하는 이른바 공짜 마케팅을 바로 잡기 위해 이용 약관을 개선하겠다고 밝혔다.

미래부와 방통위는 개선안에 따라 이용 약관 개선, 고시 및 지침 제 개정, 법령 개정 등 후속조치를 신속하게 진행해 나간다는 계획이지만 관련 업계 반응은 싸

늘하다. SK텔레콤을 제외한 업계 관계자들은 "이번 제도 개선안으로는 결합상품을 둘러싼 불공정 경쟁 문제를 해결할 수 없다"며 불만 섞인 목소리를 내놓고 있다.

앞서 KT와 LG유플러스는 이동통신 시장의 지배력 전이를 막아야 한다며 SK텔레콤의 점유율 제한 등을 제안했고, 케이블 업계는 모든 상품을 똑같이 할인하는 '동등할인제도'가 필요하다고 주장했으나 이번 개선안에는 반영되지 않았다.

이에 대해 한국케이블TV방송협회는 "케이블 업계가 현실적 대안으로 제안한 '구성상품별 요금 비중, 즉 공정 가치에 따른 동등 할인'이 반영되지 않았다"며 "과도한 할인 등 불공정 행위를 판단할 수 있는 정률적 판단 기준이 없어 '방송 끼워팔기'가 계속될 우려가 크다"고 지적했다.

결합상품으로 방송 콘텐츠 저가와 추세가 지속돼 콘텐츠 생산을 위한 선순환 구조가 붕괴되고 있다는 지적은 끊임없이 제기되고 있다. 한국방송학회 주최로 열린 미디어 콘텐츠 가치 정상화 방안 세

미나에 참석한 정준희 중앙대 교수는 "통신 사업자가 자신의 통신 상품의 방어 및 추가 이익 획득을 위해 인터넷TV(IPTV)의 가격을 지나치게 낮추어 책정하고 있어 콘텐츠 제공자에게 돌아가야 할 수익이 정당하게 책정되지 못하고 있다"고 꼬집었으며, 홍원식 동덕여대 교수는 "케이블과 IPTV 등 유료 매체의 경쟁이 콘텐츠의 차별화를 바탕으로 하기보다는 시장 내 가격 경쟁에만 집중되다 보니 유료 매체의 저가화와 결합상품을 통한 과도한 할인 경쟁이 발생하고 결국 콘텐츠 가치에 대한 수신료 배분액은 매우 낮은 수준에 정체돼 있다"고 말했다. 결국 결합상품이 국내 방송 산업에 바람직하지 않은 결과를 가져오고 있다는 것이다.

하지만 이 같은 문제제기에도 불구하고 정부가 결합상품의 불공정 행위를 제어할 구체적인 규제 장치는 마련하지 않고 있어 새로운 제도 개선안에도 불구하고 결합상품을 둘러싼 논란은 당분간 지속될 것으로 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

논란 속에 서있는 방송통신심의위원회

인터넷 명예훼손 제3자 신고 허용 놓고 ‘갑론을박’

박효종 방통심의위원장 “명예훼손 글 제3자 신고 대상서 공인 배제할 것”

방송통신심의위원회가 인터넷상 명예훼손 글을 피해 당사자가 아닌 제3자의 신청 또는 방통심의위 직권으로도 삭제할 수 있도록 심의 규정 개정을 추진하는 것을 두고 갑론을박이 벌어지고 있다. 현행 심의 규정이 상위법인 '정보통신망 이용 촉진 및 정보 보호 등에 관한 법률(정보통신망법)'과 충돌하기 때문에 개정이 불가피하다는 방통심의위 주장에 대해 시민사회단체들은 이번 개정이 현실화될 경우 사실상 대통령 등 공인에 대한 비판 글을 차단하는 목적으로 남용될 위험성이 있다며 맞서고 있어 당분간 심의 규정 개정을 둘러싼 논란은 쉽게 가라앉지 않을 것으로 보인다.

최근 방통심의위는 인터넷상 명예훼손 글에 대한 심의 요청을 피해 당사자나 그

대리인이 하도록 한 '정보통신에 관한 심의 규정' 제10조 제2항을 제3자가 신고해도 심의를 할 수 있도록 신고 가능 범위를 넓히는 방향으로 관련 규정 개정 작업을 진행해왔다.

방통심의위는 "정보통신망법의 명예훼손은 제3자의 신고가 가능한 '반의사불벌죄'로 규정된 반면 하위 법령인 심의 규정은 피해 당사자나 대리인만 신고할 수 있도록 '친고죄'로 규정돼 있어 상위법과 상조간 체계 정합성 등을 위해 개정을 추진하고 있다"며 개정 작업의 배경에 대해 설명했다.

하지만 제3자 신고만으로도 심의를 허용할 경우 인터넷상에서 정부, 정치인, 고위 공직자에 대한 비판 글까지 심의 대상에 오를 수 있어 표현의 자유를 과도하게

침해할 가능성이 크다는 지적이 끊이지 않고 있다. 참여연대, 민주언론시민연합, 언론개혁시민연대 등 시민사회단체들도 심의 규정 개정에 따른 각종 폐단을 우려하며 방통심의위 앞에서 사이버 명예훼손 심의 규정 개정안 철회를 촉구하는 1인 시위를 벌이고 있다.

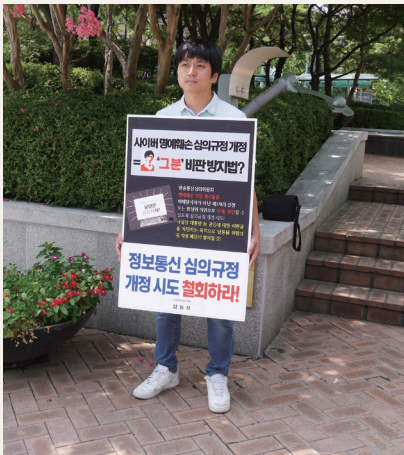
이 같은 우려에 박효종 방통심의위원장은 "정치인이나 유명인 등 공인은 일정 수준 비판을 감수해야 할 '노블레스 오블리주'의 책무가 있는 이상 심의 규정 제10조 제2항의 삭제로 부당한 혜택을 보는 안 된다고 생각한다"며 "공인의 경우 사법부에서 명예훼손과 관련, 유죄 판결을 내린 경우에 한해 제3자의 신고를 허용하면 좋겠다"는 입장을 내놓았다.

박 위원장은 8월 17일 서울 목동 방송

회관에서 열린 '인터넷 명예훼손 심의 제도 개선 토론회'에 참석해 "방통심의위가 표현의 자유를 제약하고 인터넷의 건전한 비판 기능까지 위축시키려는 것 아닌가 하는 우려와 의구심을 갖고 계신 분들도 패이지 않나 짐작된다"며 "저는 심의 규정이 개정된다면 정치인이나 공인이 아닌 일반 평범한 개인들 특히 소외계층에게 그 혜택이 돌아가야 한다는 의지와 소신을 갖고 있다"고 말했다.

박 위원장의 발언에도 불구하고 심의 규정 개정으로 혜택을 받는 경우 대부분은 비호 계층이 있는 공인일 것이라는 의심은 가시지 않고 있다.

이날 토론회에 참석한 양홍석 참여연대 공익법센터 변호사는 "정보 소외계층의 명예를 보호하겠다는 의도만 가진 개정인지 되묻고 싶다. 그뿐이 아니라는 점은 누구나 다 알고 있고 그렇기 때문에 의도 자체에 문제가 있다고 본다"며 "정치인 등 공인에 대한 명예 보호를 아웃소심하는 것이 아닌가 싶다"고 꼬집었다.



박경신 고려대 법학전문대학원 교수 역시 "여러 사람의 개정 요구로 지난해 개정을 했는데 1년 만에 또 바꾼다니 의심을 하지 않을 수 없다"며 경계의 눈초리를 거두지 않았다. 박 교수는 이어 "공인 보호는 하지 않겠다고 말씀하셨는데 이 부분을 명문화하는 것이 최소한의 조치일 것"이라고 덧붙였다.

전숙희 imaonearm@naver.com

방송통신 심의 이대로 좋은가?

“이대로는 이중 잣대 문제 해결 안 돼”...“방통심의위 해체해야”



방송통신심의위원회회를 둘러싼 잡음이 끊이지 않고 있다. KBS '추적 60분'-의문의 천안함, 논쟁은 끝났나부터 서울시 공무원 간첩 사건의 전말, CBS '김미화의 여려분'-정부 축산 정책 비판 등 방통심의위가 중징계 처리한 대부분의 방송에 대해 법원이 재량권 남용이라는 판결을 내렸음에도 불구하고 방통심의위의 심의는 변한 게 없다. 더 나아가 최근에는 피해 당사자가 아닌 제3자의 신청 또는 방통심의위의 직권으로 명예훼손 게시물을 삭제 및 차단할 수 있도록 개정을 시도하고 있어 시민사회단체들이 반발하고 나섰다. 이에 일각에서는 이 모든 문제의 근원은 방통심의위의 구조적 한계 때문이라며 방통심의위를 해체해야 한다는 주장까지 제기되고 있다.

8월 11일 국회의원회관에서 유승희 새정치민주연합 의원 주관으로 열린 '방송통신 심의 이대로 좋은가?' 토론회에 참석한 김동찬 언론개혁시민연대 사무처장은 "방통심의위가 존재하는 이유는 방송의 공공성을 확보하고 언론의 자유를 보장하기 위해서인데 방통심의위는 연이은 법원 판결에도 반성을 하지 않은 채 '법원 판결과 심의는 다를 수 있다'는 무책임한 태도를 보이고 있다"며 "방통심의위가 스스로 변할 것이란 기대는 접고 방통심의위 해체를 중심으로 개선 방안을 마련해야 한다"고 말했다. 단 1건의 패소에 대해서도 무거운 책임감을 느껴야 하는 방통심의위가 5년도 안 되는 사이 6건이나 패소했다는 것은 심의에 심각한 문제가 있다는 것이고 잇따른 패소는 사실상 방통심의위에 대한

사망선고나 다름없다는 것이다.

지난 몇 년 동안 제기된 방통심의위의 가장 큰 문제는 이중 잣대였다. 정부 비판적인 내용을 다룬 프로그램에 대해서는 비교적 무거운 징계를 내리면서도 일부 중합편성채널의 막말 방송에는 너그러운 모습을 보였기 때문이다.

김 사무처장은 "방통심의위는 장르별 특성을 고려하는 대신 정파성에 따라 매체를 차별 심의하고 있다"며 "종편에 대한 무한 애정이라는 표현이 바로 그것"이라고 지적했다. 실제로 방통심의위의 심의 현황을 보면 최근 들어 종편에 대한 제재 건수가 늘고 있지만 방송의 품질과 전체 방송량을 고려하면 이마저도 솜방망이 수준이다.

토론회에 참석한 전문가들은 방통심의위의 이 같은 공정성, 공공성 논란은 방통심의위의 구조적 한계에서 비롯된다고 입을 모았다. 여야 추천 위원 수가 6대 3으로 이뤄진데다 심의 규정 자체도 모호해 위원들의 자의적인 해석이 가능하다는 것이다. 하지만 방통심의위 해체를 두고선 의견이 갈렸다.

김 사무처장은 "방통심의위는 대통령이 9인의 위원을 위촉하고 그중 6인을 정부 여당이 직접 추천하도록 하고 있어 인사권을 통해 얼마든지 정치적 영향력을 행사할 수 있는 구조"라며 "현행 방통심의위

를 해체한 뒤 정치적 독립성을 회복하고, 시민 참여와 자율 규제를 확대하는 방향으로 심의 기구를 재구성해야 한다"고 제안했다.

안주식 KBS PD협회장도 "6대 3의 여야 구조는 결국 집권 여당이 추천한 위원들이 징계를 결정한다는 말인데 이렇다보니 '표적 심의', '청부 심의'라는 말이 나오는 것"이라며 "자율적 심의 기구 건립을 검토해야 할 때"라고 강조했다.

이에 반해 엄주웅 전 방통심의위 상임

위원은 "방통심의위의 해체는 차선책"이라며 "방통심의위의 규정이나 절차 등을 개선해 올바른 구조로 만드는 것이 우선"이라고 말했다.

권영철 CBS 선임기자도 "의원들이 정치적인 바람을 덜 탈 수 있도록 임기를 연장하거나 순차적으로 임기를 적용해서 일괄적으로 교체되지 않도록 하거나 정수를 조정해 일방통행식 제재가 이뤄지지 않도록 보완해야 할 필요가 있다"고 덧붙였다.

백선하 baek@kobeta.com

방송기술용어

SDI Serial Digital Interface

SDI는 Serial Digital Interface의 약칭으로 직렬 디지털신호 전송방식이다. 비압축 디지털 비디오 신호를 하나의 케이블로 전송하는 기술로 10비트의 비압축 디지털 비디오 신호를 직렬화(Serializing)해 75옴 동축케이블(중심 도선의 주위를 절연체로 싸고 그 밖을 구리 선 파위의 그물로 싸서 다시 외피를 씌운 고주파 전송용 케이블)을 통해 SD급 350m이상, HD급은 150m까지 전송할 수 있다. HD급의 영상을 손실 없이 장거리 전송할 수 있는 효과적인 방법으로 평가받고 있다.

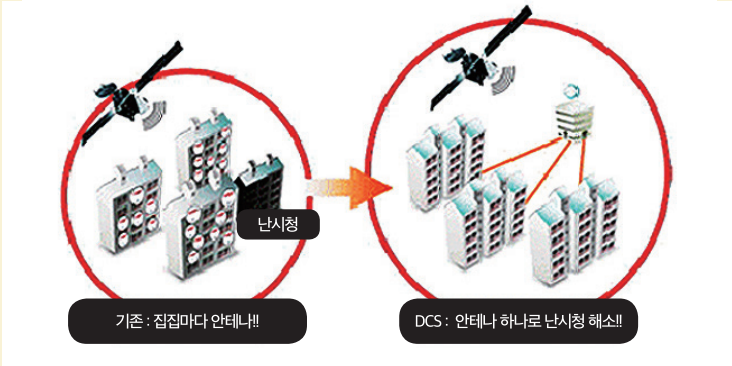
일반적으로 디지털 비디오 신호는

기기 내부에서는 병렬(Parallel)로 처리돼 외부 기기와 연결할 때 문제가 발생한다. 휘도 신호 10비트-색 신호 10비트-클럭 신호 1비트-동기 신호 1비트의 합계 22비트로 구성된 디지털 컴포넌트 신호의 경우 최소 22가닥의 케이블이 필요하기 때문에 취급이 어려울 뿐 아니라 신호 데이터와 위상 간섭 등 여러 가지 문제가 발생해 장거리 전송이 불가능하다. 하지만 SDI는 휘도 신호, 색 신호, 동기 신호, 클럭 정보 등을 직렬화해 하나의 케이블에 전송하므로 변형 없는 장거리 전송이 가능하다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

KT스카이라이프 DCS 재개 초읽기

“올 하반기 중 임시 허가날 듯”...반 KT 진영 “방송법 개정으로 허가해야”



KT스카이라이프의 접시 없는 위성방송(Dish Convergence Solution, DCS) 서비스가 이르면 4 분기부터 재개될 것으로 보인다. 관련 업계에서는 KT스카이라이프가 DCS 서비스라는 차별화된 경쟁력으로 가입자 유치에 있어 다른 유료방송 플랫폼 보다 유리한 위치를 점할 수 있다는 입장을 내놓고 있어 잠시 수면 아래로 가라앉았던 DCS 논란이 또

문제는 위성으로만 서비스를 해야 하는 KT스카이라이프가 유선망을 사용한다는 것이다. 이 때문에 DCS 서비스는 2012년 8월 방송 역무 위반이라는 이유로 방송통신위원회로부터 서비스 중단 처분을 받았다. 그로부터 2년여가 지난 2014년 8월 미래창조과학부는 '정보통신 진흥 및 융합 활성화에 관한 특별법(이하 ICT 특별법)'에 따른 신속 처

리 및 임시 허가 운영 지침을 확정했다. 이 고시는 근거 법률 미비로 출시가 미뤄진 정보통신 융합 기술 및 서비스를 신속하게 사업화할 수 있도록 하는 것이 목적이다.

KT스카이라이프는 DCS 영업 재개와 관련된 고시가 마련되었다고 보고 6월 23일 DCS 서비스의 신속 처리 및 임시 허가를 신청했다. 법 위반으로 서비스가 중단된 지 3년 만이다. KT스카이라이프 관계자는 “방통위가 DCS 서비스를 위법으로 판단할 당시에도 DCS가 신기술이므로 기술 발전 추세에 따라 어떤 방식으로 허용할지 검토할 수도 있다고 말한 만큼 ICT 특별법 고시 제정에 따라 신속 처리 및 임시 허가 신청서를 제출했다”고 설명했다. 보도에 따르면 현재 미래부는 KT스카이라이프에 '신규 정보통신 융합 등 기술·서비스 신속 처리 결과 통지서'를 발송하고 임시 허가 신청서를 제출하도록 통보한 상태다. KT스카이라이프가 임시 허가 신청서를 제출하고 차질 없이 심사가 진행된다면 이르면

다음 달 중으로 DCS 서비스를 재개할 수 있게 된다. 올 하반기 중으로 미래부가 DCS 서비스를 허용할 것이라는 게 전문가들의 분석이다.

하지만 KT스카이라이프가 DCS 사업을 재개하기까지 순탄치만은 않을 것으로 보인다. 케이블 방송 등 다른 유료방송 업계와 KT의 독과점을 우려하는 시민사회단체의 거센 반발이 예상되기 때문이다. 특히 케이블 업계는 “DCS 서비스는 단순 기술 결합 방식으로 ICT 특별법 상 임시 허가 기준인 정보통신 융합 기술의 요건을 충족시키지 못한다”며 방송법 개정을 통해 서비스를 재개해야 한다고 주장하고 있다.

법적 논란을 잠재울 수 있는 'DCS와 같이 단순히 기술 방식을 혼합한 서비스 등도 허용한다'는 내용을 담고 있는 방송법 개정안(새누리당 홍문종 의원 발의)이 여전히 국회 계류 중이어서 DCS 사업 재개가 급물살을 탈 수 있을지 업계의 관심이 집중되고 있다. 백선하 baek@kobeta.com

“안경 없이 보는 3D”

사양길로 접어든 3D 산업 도약의 계기될까

3D TV가 또 다른 도약의 기회를 잡을 것인가. 영화 '아바타' 이후 대중화된 3D 영상은 별도의 안경을 착용하고 봐야 하는 불편함 때문에 점차 대중들의 외면을 받았고 사양산업으로 치부돼 왔다. 하지만 최근 다양한 무안경 3D 기술이 개발되면서 3D 산업이 다시 한 단계 도약할 수 있을지 여부에 업계의 관심이 집중되고 있다.

디지털 커뮤니케이션 디자인 기업 바이널아이는 한국전자통신연구원(ETRI)과 손잡고 국내 최초 36시점 인터랙티브 미디어를 개발했다고 밝혔다. 기존에 맨눈으로 보던 3D 영상은 사전에 3D 효과를 덧입힌 영상들을 재생하는 수준에 그쳤지만 이번엔 바이널아이가 ETRI는 유니티 3D 기반 CUDA 다중화 모듈의 GPU 텍스처 기술을 활용해 4K의 개별 영상 36개가 실시간으로 렌더링되는 개발에 성공했다. 이로써 여러 관람객이 실제 물체가 앞에 놓여있는 듯 각자 사물의 다양한 면을 동시에 볼 수 있게 됐다.

앞서 올해 초에는 3D 전문기업인 쓰리디팩토리가 '무안경 3D 홀로그램' 개발했다고 밝힌 바 있다. 2D 기반의 영상 장치를 이용하는 기존 홀로그램은 허공에 투영되는 홀로그램 영상도 종이판처럼 보이는 이른바 '카드보드 현상(Cardboard Effect)'이 발생해 가까이에서 보면 불룩함이나 심도감이 없어 실감나는 영상을 구현하는데 어려움이 있었지만 쓰리디팩토

리가 개발한 무안경 3D 홀로그램은 사람 대신 화면에 안경 씌우는 방법으로 기존 홀로그램에서 볼 수 없었던 입체적인 영상 기술을 구현한다.

3D TV의 가장 큰 단점인 '안경'이었다는 점을 감안한다면 무안경 3D 기술 개발은 관련 업계에 상당히 반가운 소식이다. 업계 전문가들은 “제조업체에서도 더 이상 3D TV를 내놓지 않으면서 3D 산업이 사양길에 접어들었다는 진단이 나오고 있지만 3D TV가 궁극적으로 지향하고 있는 홀로그램에 대한 투자가 늘고 있고, 무안경 3D 기술이 다양하게 개발되고 있어 아직은 사양산업이라는 평가가 이른 것 같다”며 추이를 좀 더 지켜봐야 할 것이라는 분석을 내놓고 있다. 하지만 문제는 역시 콘텐츠다. 콘텐츠 부족 문제는 전용 안경을 껴야 하는 불편함과 함께 3D 인기 하락의 가장 큰 원인으로 지목돼 왔다. 일반 프로그램에 비해 2~3배의 제작비가 투입돼야 하고, 제작기간 역시 2~3배 이상 소요되기 때문에 3D 콘텐츠 확보 문제는 지속적으로 제기될 수밖에 없었다. 또한 기존 3D TV 콘텐츠를 안경 없이 볼 수 있도록 변환시키는 작업도 아직까지 고가여서 가격적인 측면이 부각될 수밖에 없다. 이 때문에 무안경 3D 기술이라는 역습에도 불구하고 전 세계적으로 3D 산업에 대한 회의론이 강하게 제기되고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

9월 광고 시장 ‘활기’ 찾는다

“메르스 여파 벗어난 추석 명절과 연휴 특수 예상돼”

9월 광고 시장이 메르스 여파에서 벗어나 활기를 되찾을 것으로 보인다. 한국방송광고진흥공사(코바코)가 국내 광고 시장의 경기변동을 파악하기 위해 매월 조사, 발표하고 있는 '광고 경기 예측 지수(Korea Advertising Index, KAI)'에 따르면 9월 종합 KAI는 121.5로 전월 대비 뚜렷한 증가세를 보일 것으로 예상된다.

6월 이후 두 달여 지속돼 온 메르스 여파에서 벗어나고 여름휴가 기간을 지나면서 광고 시장은 모처럼 상승 국면을 맞을 것이라고 코바코는 분석했다. 일반적으로 여름철 광고 비수기를 지난 9월은 추석 명절과 연휴가 있어 여행 레저와 유통업종에서 특수가 예상되고, 본격적인 가을에 진입하면서 야외 활동의 증가로 아웃도어 제품과 영화 및 공연 등 문화 상품에 대한 광고가 눈에 띄게 늘어날 전망이다.

코바코는 “가을철을 맞으면서 백화점, 대형마트의 매출이 증가세를 나타내고 카드 승인액도 일부 업종에서 증가로 전환되는 등 소비가 다소 살아나는 것으로 추정되지만 국내 경제가 여전히 수출과 내수에서 부진을 면치 못하고 있어 본격적인 경기 회복기에 진입한 것으로 보이지는 않는다”고 설명했다.

다만 하반기에 조정을 예고하고 있는 미국의 기준금리 인상 폭과 시기, 최근 중국 경제의 불안정성 등 대외적인 경기 변수가 어떤 형태로 국내 경제에 영향을

미칠지 여전히 변수로 남아있다.

매체별로 살펴보면 지상파 TV 108.4, 케이블 TV 104.8, 라디오 101.2, 신문 105.2, 인터넷 124.7으로 5대 매체 모두가 KAI 지수 100을 넘겨 전월 대비 증가세를 보일 것으로 전망된다. 업종별로는 패션 특히 아웃도어 제품의 광고가 대폭 증가할 것으로 예상되며 추석 명절과 연휴로 인해 백화점, 대형 마트와 여행, 레저, 영화, 공연 등의 특수가 예상된다. 이밖에 중국 게임 업체들의 국내 시장 공략과 이에 맞서는 국내 게임 업체들의 시장 방어를 위한 광고가 늘어날 전망이다.

또한 공공기관 및 단체와 대기업의 이미지 광고가 가장 큰 폭으로 증가할 것으로 보인다. 이는 경기 극복과 청년 일자리 창출이라는 사회적 분위기를 반영해 공공 부문의 예산 집행을 늘리고 대기업들이 이에 호응하는데 따르는 것으로 분석된다.

KAI는 지상파 TV, 라디오, 신문 3대 매체 광고비 합계 기준 500대 상위 업체를 대상으로 웹조사 패널을 구축해 매월 정기적으로 다음 달 주요 광고 매체별 광고비 증감 여부를 조사하여 지수화한 것이다. 해당 업종의 광고주 중 광고비 지출이 늘어날 것이라는 응답한 숫자가 많으면 100이 넘고, 그 반대면 100 미만 이 된다.

민서진 seojin@kobeta.com

CJ E&M, ‘삼시세끼’로 흑자 전환

올해 2분기 매출 2,2992억 원, 영업이익 178억 원



‘삼시세끼’, ‘집밥 백선생’ 등 tvN의 예능 프로그램들이 대세로 자리매김하면서 CJ E&M이 흑자 전환에 성공했다.

CJ E&M은 2015년 2분기 매출이 전년 동기 대비 흑자 전환한 2,992억 원이라고 8월 11일 공시했다. 영업이익과 당기순이익 역시 흑자 전환해 각각 178억 원, 126억 원으로 집계됐다. CJ E&M은 “꽃보다 할배 그 리스핀, ‘삼시세끼 정선편’, ‘집밥 백선생’, ‘너의 목소리가 들려’, ‘오 나의 귀신님’ 등 방송 콘텐츠의 경쟁력 확대로 TV 광고 매출이 전체 매출 성장을 견인해 수익성이 향상됐다”고 설명했다.

특히 CJ E&M 계열 케이블 채널인 tvN은 지난해 드라마 ‘미생’의 성공에 이어 ‘꽃보다 할배’ 시리즈, ‘삼시세끼’ 등으로 지상파 방송사와 당당히 시청률 경쟁을 하며 광고주들의 주목을 받고 있다. 또한 ‘집밥 백선

생’, ‘수요미식회’ 등 요리를 주제로 한 방송 이른바 ‘쿡방’으로 방송 콘텐츠 시장의 트렌드를 이끌고 있다. 실제로 2015년 상반기 콘텐츠 파워지수 조사 결과 tvN의 ‘삼시세끼 어촌편’과 ‘정선편’, ‘집밥 백선생’ 등이 상위권에 이름을 올렸고, 콘텐츠 경쟁력 상승에 따라 CJ E&M의 프리미엄 패키지 광고 매출과 주문형 비디오(VOD) 매출이 증가했다.

전문가들은 콘텐츠 제작-채널 경쟁력 확대-매출 증가로 이어지는 콘텐츠 선순환 구조가 강화되면서 CJ E&M의 방송 부문 매출이 전년 동기 6.9% 증가한 2,235억 원을 기록했다고 분석하고 있다.

또 CJ E&M의 디지털 사업은 지속적인 트래픽 증가와 카카오톡 TV 등 플랫폼 사업 확대로 본격적인 확장세로 접어들었다. CJ E&M은 하반기 TV, 디지털 지향 신규 콘텐츠 제작을 확대해 디지털과 글로벌 사업을 대폭 강화한다는 전략이다.

영화 부문에서는 ‘국제시장’ 수출 등 기타 매출이 증가했지만 국내 영화 성적 부진으로 매출 315억 원, 영업 손실 41억 원을 기록했으며, 음악·공연 부문은 자체 아티스트 음반, 음원 제작 확대, 공연 사업 효율화로 매출 442억 원, 영업이익 22억 원을 달성했다.

CJ E&M 관계자는 “하반기에도 국내 콘텐츠의 질적, 양적 성장을 통해 사업 경쟁력을 강화하고 중국 등 아시아 시장을 목표로 방송, 영화, 공연, 애니메이션 등 콘텐츠 사업을 확대해 나갈 것”이라고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

방송기술교육원

[제주권 지역 방송기술 세미나] 교육일정 안내

• 교육목적

지역 방송기술인의 기술 및 정책적 직무능력 향상 도모

차세대 방송기술 관련 정책에 대한 정보 교류를 통해 지역 우수 방송기술 인력 양성

• 교육기간

2015.09.01.(화) 13시 ~ 18시

• 교육대상

지상파 방송기술인 30명(타 직군 수강 가능)

• 교육장소

KBS 제주총국 4층 대회의실(제주시 도남동 668번지 소재)

• 접수방법

8월 18일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

※ 사전접수자에 한하여 교육 당일 현장에서 강의교재를 드립니다.

• 교육비 무료

• 담당자

강민정 과장, 민서진 연구원

• 문의처

사무실 02-3219-5640~1 / 교육장 031-219-8261~2

• 이메일

bea@kobeta.com

* 상기 교육 일정 및 내용은 일부 변경될 수 있음.

최근 공영방송 이사 선임과 재송신 협의체 문제가 방송계 뜨거운 감자로 부상하고 있다. 이에 본지 5~6면에서는 해외 주요 공영방송의 이사 및 사장 선임 방식을 통해 국내 공영방송 이사 선임의 문제점과 해결책을 살펴보고, 전문가 기고를 통해 지상파 방송사와 유료방송 간 재송신 협상에 정부가 직접 개입하는 것이 어떤 영향을 미치는지 알아보려고 한다.

해외 주요 공영방송사의 이사 및 사장 선임 방식

김동준
공공미디어연구소 소장

올 한 해 국내 방송사의 가장 큰 이슈 가운데 하나는 공영방송사의 새로운 이사 및 사장 선임이다. 8월에는 MBC 대주주인 방송문화진흥회(방문진)의 이사가 교체되며, 9월에는 KBS와 EBS의 이사 교체, 11월에는 KBS, EBS 사장 교체가 예정돼 있다. 이와 관련해 지난 4월 25일 한국방송학회 봄철정기학술대회에서는 '공영방송 지배구조 개선에 대한 토론회'가 개최되기도 했다. 이 토론회에서 발제자는 언론시민사회단체의 제안이라는 전제로 KBS의 이사 구성을 국회에 이사추천위원회를 구성해 여당 4명, 야당 4명으로 하고, 여야 합의에 의해 3명을 추천하는 안을 소개했다. 사장의 경우, 사장추천위원회를 구성하며 이사회 의 사장 임명 제정은 2/3 찬성의 특별다수제를 통하는 안을 제시했다. 또한 방문진과 EBS의 이사 수도 현 9명에서 11명으로 증원하고 동일한 방식으로 이사 및 사장을 선임하는 방안을 제안했다. 이처럼 국내 공영방송의 이사 및 사장 선임 방식과 관련된 안은 다양하게 제시돼 왔다. 그러나 이러한 제안들이 인원수나 추천권 소유, 임면권자 등 각론적인 차원에서 차이는 있으나, 현 국내 공영방송의 이사 및 사장 선임 방식에 문제가 있으며 이를 개선해야 한다는 방향성은 동일하다. 그래서 본글에서는 국내 공영방송 논의에서 주로 참고하는 해외 주요 공영방송사의 이사 및 사장 선임 방식은 어떠한가를 살펴보고자 한다.



BBC 이사회에 해당하는 할 수 있는 BBC 트러스트(Trust)의 위원은 임기 5년의 위원장과 부위원장 각 1명을 포함해 총 12명으로 구성된다. 위원장을 포함한 위원들은 문화미디어스포츠투부(Department for Culture, Media and Sport, DCMS) 장관의 추천에 의해 국왕이 선임한다. 그러나 임명 절차는 DCMS의 주도로 이뤄지는데, 공공기관임명위원회(The Office of Commissioners for Public Appointments)에 의해 규정된 절차에 따라 전문성과 경험을 고려해 후보자를 선출한다. BBC 트러스트 위원의 선출 과정은 일단 지원한 후보자 대상 명단이 공개되고 인터뷰를 거치게 된다. 인터뷰 패널은 DCMS의 고위 공직자와 독립적 평가위원, BBC 사장이 지명한 인사들로 구성되는데, 인터뷰가 끝나면, 이들은 선임위원회를 구성한다. DCMS 장관이 선임위원회의 의장을 맡고 여기에 독립사정관과 (일반 위원 선임의 경우) 트러스트 위원장이 참여해 협의한 후, 결정사항을 DCMS 장관, 수상, 국왕 순으로 보고해 최종 승인을 거친다.

BBC 트러스트 위원은 금융이나 편성 등과 같은 분야의 전문 지식과 더불어 △BBC의 목표에 대한 헌신과 공공서비스 방송이 직면하고 있는 주요 과제에 이해 △트러스트 업무에 대한 지원 및 역할의 이해 △수신료 납부자를 대신한 BBC의 책무성 평가 및 수신료 납부자의 입장을 대표할 수 있는 능력 △전략적, 독립적, 창의적인 기업의 사고와 의사결정에 기여할 수 있는 능력 △원로회 및 이에 필적하는 공공, 민간, 자원봉사 부문에서 효과적으로 일할 수 있는 능력 △뛰어난 의사소통 능력 및 다양한 이해관계자 그룹에게 트러스트를 대표할 수 있는 능력 △동등한 기회와 다양성에 대한 약속 등을 자격조건으로 한다. 일반 위원 중 잉글랜드, 스코틀랜드, 웨일스, 북아일랜드를 대표하는 4명은 각각 해당 지역에 거주하거나 일을 갖고 있어야 하며, 공영방송 및 그 지역의 주요 이해 당사자에 관한 지식과 이해뿐만 아니라 그 지역 주민의 문화, 특징, 관심사에 대한 지식을 갖고 이를 제공하거나 또는 얻기 위해 노력해야 한다.

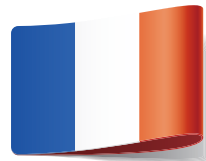
BBC의 사장에 해당되는 경영간부위원회(Executive Board)의 의장(Chairman)은 별다른 공모나 추천위원회 구성없이 트러스트가 임명하는

데, 임기나 해임에 관한 규정이 별도로 마련돼 있지 않다. 그래서 BBC는 사장을 교체하는 시점에 명확한 기준이 없다. 실제로 2004년 그렉 다이크 사장의 후임으로 임명된 마크 톰슨 사장은 2012년 3월 사의를 표명했고, 새로운 사장은 2012년 7월에야 임명됐는데, 마크 톰슨 사장이 BBC 사장으로 재임한 기간은 8년에 달했다. BBC 사장의 교체는 마크 톰슨 사장처럼 본인이 사의를 표명하거나 BBC 트러스트의 교체에 따라 자연스럽게 사장이 퇴진하고 새롭게 사장이 선출되는 형태가 일반적이다.



NHK 경영위원회는 'NHK의 공공성·중립성을 확보하기 위한 기관'으로 NHK가 사업 운영의 방향성을 잃거나 잘못된 판단을 내리지 않도록 감시·감독하는 역할을 수행하는 최고의 의사결정 기관이다. 일본 총리에 의해 임명되는 NHK 경영위원회는 총 12명으로 구성되며, 위원은 재계, 과학, 문화, 교육 등의 각 분야별 전문가를 지역별로 안배해 선출한다. 일본의 8개 지역에서 각 1명씩, 그리고 일본 전국에서 4명을 선출해 총 12명이 일본 참의원회와 중의원 양원의 동의를 얻어 총리에 의해 임명된다. 경영위원회 위원은 내각 총리대신이 임명하지만, 실질적인 경영위원 추천 명부는 방송 규제기관인 총무성의 대신관방(大臣官房)이 관련 기관과 협의해 작성한다. NHK를 실제 운영하는 NHK 이사회는 회장(1명), 부회장(1명), 이사를 포함해 7명~10명으로 구성되는데, 중요 업무의 집행에 대해 심의한다. NHK 회장은 경영위원회(위원 9명의 이상의 다수결을 요함)가, 부회장과 이사는 경영위원회의 동의를 얻어 회장이 임명한다. NHK 회장 선출 과정에서는 경영위원 2/3의 동의를 받아야 하는 소위 '특별다수제'를 채택하고 있다.

프랑스 공영방송 프랑스 텔레비지옹(France Télévisions)의 경영위원회는 14인의 위원으로 구성되며, 프랑스 텔레비지옹의 경영을 담당하고 방송 편성 전략을 결정 및 승인하는 것을 주요 임무로 한다. 또



한 공영방송사 전체의 전략을 결정하고 국가와의 방송 계약 협상을 진행하며, 수신료와 같은 공적 수입을 각 방송사에 분배한다. 그러나 개별 방송사의 구체적인 운영은 개별 방송사의 경영위원회가 담당한다. 프랑스 텔레비지옹의 경영위원회는 의회에서 2인의 위원(상원 1인, 하원 1인), 정부 5인, 프랑스 시청각고 등평의회(CSA) 5인, 프랑스 텔레비지옹에서 2인을 임명한다. CSA가 임명하는 위원 중 1인은 비정부기구(Non Governmental Organization, NGO)에, 1인은 프랑스 해외령에, 1인은 텔레비전이나 영화 산업에 속한 사람이어야 한다. 프랑스 2(France 2), 프랑스 3(France 3), 프랑스 5(France 5)의 경우에는 각각 8인의 위원으로 구성된 경영위원회를 두고 있는데, 각 방송사마다 의회, 정부, CSA, 방송사에서 각각 2인의 위원들을 선출하고 이렇게 임명된 8인이 경영위원회를 구성한다. 프랑스 텔레비지옹의 사장은 CSA에서 공개 모집하고 CSA 위원들은 사장에 지원한 후보들을 비공개 면접 심사와 투표를 통해 선출한다.

프랑스는 니콜라 사르코지 대통령 재임 당시 미디어법 개혁을 통해 공영방송 사장을 대통령이 직접 임명하게 했다. 그 결과, 사르코지 대통령이 공영방송 사장을 임명함으로써 공영방송들이 사르코지 정권에 친화적인 보도 경향을 띤다는 항의가 제기됐다. 이에 공영방송 사장 임명권 개정 시 크게 반대했던 당시 야당인 사회당은 집권 이후 프랑수아 올랑드 대통령 취임과 함께 공영방송사의 독립성을 위해 공영방송사 사장 임명권을 CSA가 갖도록 법을 재개정했다. 현재 공영방송 사장의 임기는 5년이며, CSA의 과반수 동의와 의회의 동의를 얻어야 한다.

독일의 모든 공영방송사는 거의 동일한 방식으로 방송위원회, 운영위원회, 사장 등 3대 기관을 두고 있다. 방송위원회는 모든 방송법의 방송사 기관 규정에서 첫 번째 기관으로 표기되며, 방송사의 기본 준칙과 정관, 방송 프로그램, 인사, 사업운영 등 방송사의 근본적인 문제들에 관한 방송사 최고의 의결기관이자 방송사의 방송 과제 수행과 프로그램 내용에 대한 최고의 감독기관이다. 방송위원회 위원의 임기는 보통 4년에서 6년이며 위원의 수는 최소 17명(도이체



벨레)에서 최소 77명(ZDF)이다. 위원은 사회 구성의 다양성을 반영하는 집단과 단체, 조직의 대표자들로 구성되며, 일반을 대표하는 시민사회 집단과 단체 위원들이 모든 방송사에서 절반 이상을 차지하는데, 최소 53%에서 최고 83%에 달한다. 정부 및 정당 등 정치권을 대표하는 위원은 최고 47%에서 최소 17%이다.

운영위원회는 방송위원회에 이은 공영방송사 제2의 감독 기관으로 사장과 의 계약 관계나 법률 관계, 본질에서 방송사를 대표한다. 일반적으로 방송사의 운영, 특히, 재정의 측면에서 사장의 활동을 감시, 감독하고 방송사를 대표해 사장과 의 고용계약을 체결한다. 임기는 보통 4년에서 6년이며, 위원은 최소 6명(바이에른 방송)에서 최소 15명(남서 방송)이다. 위원의 구성은 방송위원회가 전원, 대다수 또는 다수를 선임하며, 모든 방송사에서 방송위원회가 선출하는 위원이 절반 이상이다.

독일 공영방송의 사장은 모든 방송사에서 '인텐단트(Intendant)'라는 직명을 사용한다. 이는 방송사의 책임자 직위를 표기하는 명칭으로 1920년대에 도입됐는데, 독일에서 '인텐단트'는 문화기관이나 예술 조직, 단체의 운영을 책임지는 직위의 명칭이다. 대부분 예술 활동이나 문화 활동의 실제 능력을 지닌 그 분야의 전문가며, 특별한 사회적 존경의 의미가 포함돼 있다. 보통 대규모 극장, 오페라, 방송사 등의 최고 운영 직위가 '인텐단트'의 명칭으로 불린다. 독일 공영방송의 경우, 각각의 방송법은 사장을 방송사의 운영과 방송 프로그램에 대한 최고의 단독 책임자로 규정하고 있다. 일반적으로 사장은 방송사를 대내외적으로 대표하고 방송법에 의해 규정된 방송 과제를 수행하며, 방송 프로그램과 방송사 운영의 계획과 과제를 설정하고 실현한다. 독일 공영방송의 사장의 임기는 보통 5년이나 6년이며, 방송위원회가 단독으로 선임하거나, 운영위원회의 추천으로 방송위원회가 선임하거나, 방송위원회가 운영위원회와 공동으로 선임하기도 한다. 해임의 경우, 방송위원회가 단독으로 해임을 의결하거나, 운영위원회의 의견을 참고해 방송위원회가 의결하거나, 운영위원회의 제안과 방송위원회의 의결을 통해, 운영위원회가 제안하고 방송위원회와의 공동 의결을 통해 임기 종료 전에 해임될 수 있다.

※본 기고는 KOBIA 2015 Daily New 22일자에 게재됐던 글입니다.

방송 콘텐츠의 가치 정상화와 바람직한 재송신 질서 ‘분쟁조정’을 중심으로



홍원식
동덕여대 조교수

들어가며

일단락된 것처럼 보였던 지상파 재송신 대가의 갈등은 케이블 방송사업자에 의해 2012년 이후 재송신 제도 전반에 대한 정책적 재검토가 요구되면서 새로운 논란이 재개됐다. 제1라운드의 갈등은 과연 지상파방송을 동시 재송신하는 것에 대해서 지상파 방송사가 유료 매체에 대가를 요구하는 것이 법률적으로 타당한 것인가에 대한 것이던 반면, 제2라운드에서는 지상파가 재송신 대가를 요구할 수 있다면 과연 그 정확한 대가를 어떻게 산정하는 것이 타당한 것인가에 대한 논란으로 이어지고 있다. 비유해보자면, 1라운드의 분쟁이 재송신 대가에 대한 존재론적 판단이었던 반면에, 제2라운드에는 재송신 대가 산정의 방법론에 대한 논란이 시작된 것이다.

이러한 제2라운드 논란의 한 가운데는 방송법 개정안(방송통신이용자 보호법)이 놓여 있다. 방송통신위원회는 2014년 11월 18일 전체회의를 열어 재송신 제도 개선을 위한 〈방송법〉개정안을 의결한 바 있다. 해당 방송법 개정안에는 방통위가 재송신 대가를 둘러싼 분쟁에 대해서 ‘직권조정’, ‘재정제도’, ‘방송유지 및 재개명령권’을 도입하기 위한 내용이 포함돼 있다. 방통위는 지상파 방송사와 유료 매체의 분쟁이 심화해 방송 중단 등의 상황이 발생하는 것을 방지해 시청자의 권익을 보호하겠다는 목적으로 해당 개정안을 추진하고 있지만, 다른 한편에서 이에 대한 우려도 더욱 커지고 있다. 해당 개정안을 둘러싼 논쟁의 구도를 요약해 보자면, 케이블 방송사를 포함한 유료 매체들은 방통위의 적극적 개입을 요구하는 한편 지상파 방송사는 개입의 부당성을 적극적으로 주장하는 모습이다.

지상파 재전송과 필수설비 이론

방통위의 방송법 개정안에서 지상파 재전송에 대한 직접적 개입의 이론적 근거를 살펴보자면, 이는 필수재 또는 필수설비에 대한 경제학적 이론에서 찾아볼 수 있을 것이다. 필수설비(essential facility) 이론은 공정거래와 관련해 규제 또는 시장 개입의 당위성을 뒷받침하는 이론이다. 사실 필수설비에 대한 개념은 나라마다 법 원리의 특성으로 인해 차이를 갖고 있으나, 대체로 필수설비(essential facility)라 함은 “그에 대한 접근(access) 없이는 어떠한 경쟁기업도 그 기업의 소비자들에게 서비스(또는 재화)를 제공할 수 없는 것”으로 이해된다(김희수 외, 2001, p. 41). 이러한 필수설비의 성격으로 필수설비를 독점적으로 보유한 사업자가 경쟁사업자에게 적절한 가격으로 제공하지 않을 경우, 경쟁사업자가 시장에 진입할 수 없고 필수설비를 독점적으로 보유하는 사업자가 시장에 대한 독점적 지배력을 갖게 된다는 것이다(김희경, 차영란, 2011; 한철 2002). 필수설비의 개념은 처음에는 철도(미 정부 vs TRA) 설비에 대한 분쟁에서 출발해 전력, 도로, 항만, 통신 등 주로 네트워크 사업 분야에 적용됐으나, 점차 범위를 넓혀가며 최근에는 MS의 Windows, 금융 산업의 ATM 등 정보기술 시스템까지 적용되

고 있다. 다양한 분야로 확장되고 있지만, 필수설비 이론이 적용되는 것이 기본적으로 자본주의 경제 질서의 기본이 되는 사적 자치의 원칙과 충돌하는 것이므로 이는 적용 요건이 충족되는 경우에만 제한적으로 신중하게 적용돼야 한다는 의견이 적지 않다(한철, 2002).

이러한 배경 속에서 2000년대 중반 이후 융합 환경 속에서 방송 산업의 규제 방향에 대한 논의가 진행되는 가운데, 지상파방송의 방송 산업의 필수설비로서의 성격을 검토해야 한다는 일부 견해가 제시된 바 있다(예, 김도연 외, 2006; 문기탁, 2009). 요약하자면, 지상파방송이 유료 매체들을 통해 전달될 때, 유료 매체들은 IPTV, 위성방송, 케이블 방송 등 복수의 유료 매체 간의 시장 경쟁을 통해서 소비자의 선택을 받게 된다. 이 과정에서 지상파방송은 자체의 완결된 상품이 아니라 케이블 방송 등 유료 매체의 상품을 구성하는 중간재의 성격을 갖게 되고, 중간재 중에서도 완제품을 구성하는 데 빠질 수 없는 필수적인 성격을 갖는다는 것이다. 즉, 지상파방송이 유료 매체라는 상품을 만들어내는 필수재 또는 필수설비로 이해될 수 있다는 것이다(문기탁, 2009).

하지만, 이러한 견해가 많은 동의를 얻고 있는지는 의문이다. 기본적으로 필수설비 이론은 지적 재산권의 개념과 충돌되는 성격을 갖고 있기에, 방송 콘텐츠에 적용이 쉽지 않다. 지적 생산물의 개발을 유인하기 위해서 특허권, 저작권 등 지적 재산권을 보호하는 법 목적에 비춰 볼 때, 필수설비 이론이 지적생산물에 대해서 적용되는 것이 과연 타당한 것인가에 대해서 충분히 동의할만한 답은 아직까지 찾기 어려운 모습이다. 요약하자면, 방송 산업의 특성상 콘텐츠 사업자의 시장 지배력에 대한 위험보다는 플랫폼 사업자의 콘텐츠 이용에 대한 무임승차 위험성이 크고, 이원적 시장구조와 B2B 중심의 시장 구조의 특성상 콘텐츠 사업자가 플랫폼 사업자에 대한 절대적 지배력을 갖기 어렵다는 것이다.

미국과 국내 공정거래법상에서 필수설비 판단에 적용되는 필수성, 대체 불가능성, 독점력의 원칙에 비춰 보아도 지상파 방송을 필수설비로 보기에는 무리가 있을 것으로 보인다. 먼저, 필수성이란 개념은 매우 추상적이지만, 일반적으로 해당 설비를 제공받지 못할 경우 시장 내에서 생존이 불가능할 정도의 필수성을 의미하는 것이다. 예를 들면, 철도 사업의 경우 철도에 접근이 불가능한 경우에 철도 사업을 원천적으로 할 수 없는 것과 같은 것이다. 하지만, 방송 산업에서 지상파방송이 철도 사업에서의 철도에 비할 정도의 필수성을 갖고 있는지는 의문이다. 이는 두 번째 원칙인 대체 불가능성과도 연관되는데, 방송 산업에서 지상파방송은 유일한 콘텐츠 제공사업자가 아니며, 콘텐츠 시장 내에서의 시장영향력도 점차 감소하는 추세임을 감안할 필요가 있다. 다음으로, 시장지배력에서도 지상파방송을 지배적 사업자로 간주하기는 어려울 것으로 보인다. 만약 방송 콘텐츠가 필수설비로 판단되기 위해서는 상류 사업자인 콘텐츠 제공업자가 하류 사업(유료 플랫폼)에서도 독점력(시장지배력)을 갖고 있어야 한다. 즉, 방송 사업자가 콘텐츠 시장과 플랫폼 시장에 대해서

수직적 결합을 통해 시장 전체에 대한 지배력을 갖고 있어서 콘텐츠를 통해 플랫폼 사업의 경쟁을 가로막는 행위를 하고 있다면, 이에 대해서는 콘텐츠를 필수설비로 간주할 수 있는 요인 중 하나가 충족되는 것이다. 그런데 현재 국내의 방송 플랫폼 현황을 보면, 지상파와 SO 사업의 겸영은 금지돼 있고 지상파의 플랫폼으로서의 기능은 거의 사라진 상황이다. 반면, 케이블, IPTV, 위성뿐만 아니라 각종 온라인 사업자까지 포함해 플랫폼 사업은 이미 충분할 정도로 다양한 사업자가 충분한 경쟁을 하고 있다. 지상파 사업자가 특정한 플랫폼 사업자에게 콘텐츠 거래를 거절한다고 해도 이는 지상파 사업자가 플랫폼 시장에서의 자신의 영향력을 확대하거나 경쟁을 저해하기 위함으로 판단할 수 없는 조건인 것이다. 즉, 지상파는 플랫폼 사업의 시장 지배적 사업자가 아니며, 이는 자연스레 방송 시장 전반에서도 독점력을 갖춘 사업자로 볼 수 없는 것이다.

결론: 시장 규제의 원칙과 방향

국내에서 추진하고 있는 재송신 관련 개정안의 핵심은 시청자의 이익 침해가 우려되는 경우 직권 조정을 할 수 있는 제도를 도입하고, 국민적 관심 행사에 대해서 방통위가 준사법적 절차를 거쳐 해결방안을 제시하는 재정제도를 신설하고, 방송중단이 임박하는 경우 방송을 한시적으로 유지하게 하는 유지, 재개 명령 제도를 신설하는 것이다. 이는 시장 거래의 공정성에 대한 사후적 판단 기준을 제시하는 것과 별개로, 직접적인 시장 개입의 성격을 갖게 된다. 이러한 직접적 개입은 블랙아웃 이 빈번함에도 시장 개입을 최소화하고 있는 미국의 정책과 크게 차이가 있는 것이다.

개정안의 몇 가지 문제점을 요약해보면, 먼저 직권조정 및 재정제도의 목표는 필수설비를 하류 사업자에게 합리적 가격에 제공하도록 강제하는 것이므로, 이는 합리적 가격 산정이 가능하다는 전제가 필요하다. 그런데 방송 콘텐츠는 다른 제조업 또는 설비업 분야와 달리 원가를 계산하기 어려운 속성이 있다. 제작 원가에 의한 가격 산정이 정확하지 않고 또한 제작 원가의 개념이 시장에서 잘 적용되지 않기 때문에, 규제기관이 방송 콘텐츠의 ‘합리적 가격’을 산정하는 것은 시장 참여자의 동의를 얻기 어려울 것이다. 또한, 방송 콘텐츠가 창의적 지식 산업이기 때문에 그것의 고유한 재산적, 저작권적 가치를 강제로 거래하도록 규제하는 것은 위한 논란을 제기할 수 있다는 점도 지적되고 있다. 다음으로, 방송 콘텐츠를 필수설비 거래거절의 개념으로 직접 규제하는 것이 국내 방송 콘텐츠 산업의 구조적 문제를 증폭시킬 우려도 있다. 이는 필수설비 개념에 기반을 둔 규제의 일반적 부작용으로 많이 지적되는 것인데, 방송 외의 산업 분야에서도 필수설비 개념을 통한 규제가 적용될 때 해당 산업 분야의 기반 설비에 대한 투자를 약화해서 장기적으로 해당 분야의 발전을 저해할 수 있다는 것이다(문기탁, 2009; 김희경 외, 2011). 이러한 관점에 기반을 둔 방송 유지 및 재개의 조항이 갖는 영향을 예측해 보면, 이는 국내 방송 산업의 득보다는 많은 우려를 갖게 한다. 끝으로, 이익 형량의 원칙에서도 과

연 현재 지상파방송과 유료 매체의 재송신 갈등에서 발생하는 피해가 현저하고 개입이 필요할 정도로 시급한 것인가에 대해서는 많은 의견이 존재한다. 실제로 국내 법원의 판결에서도 HD 송출이 중단됐지만 SD 방송과 아날로그 방송의 송출을 통해 피해가 작았다고 판단해, 해당 사안을 “수인해야 할 한도 내에 있다”고 판단한 바 있다(서울중앙지방법원 2013. 7. 19 선고, 2012가소 567518). 이러한 판단에 비춰 보자면, 최근의 유료방송에서 방송 중단의 위험을 부각하고 시청자 권익의 확보를 주장하는 것은 규제기관의 적극적 개입을 유도하는 수사적 표현으로 이해할 필요도 있어 보인다.

올바른 시장에 대한 규제는 시장에 대한 직접적 개입이 아닌 시장 내에 사업자들의 거래가 공정하게 이뤄질수록 있도록 하는 시장 감시와 감독이라 생각한다. 결국, 재전송의 문제에서도 시장 가격을 결정하는 것은 시장 사업자들의 몫일 것이다. 방송통신의 기술 발전 속에서 현재의 사업자들 외에도 새로운 사업자들은 계속 등장할 것이고, 그 속에서 시장 확장은 끊임없이 역동적으로 변화할 것이다. 그 가운데, 규제기관이 사업자들의 관계를 사사건건 조정하고 개입하면서 공정성을 유지하는 것은 실현 불가능한 목표며 바람직하지도 않을 것이다. 이와 관련해, 미 FCC에서 시장에 대한 개입을 최소화하면서도 시장 확장을 바탕으로 공동협상(담합)을 제한하는 형태로 접근하는 것은 참조할 필요가 있어 보인다(이성엽, 2015; 시장획정과 관련해 남재현, 이상규 2014). 즉, 직접적인 시장 사업자의 활동 규제가 아닌, 적절한 시장획정과 일반적인 시장 경쟁 원칙에 기반을 둔 공정거래 개념으로 접근하고 있는 것이다. 국내에서도 시장에 대한 직접적 개입보다는 시장 역동성에 기반을 둔 적절한 시장 획정(남재현, 이상규, 2014)과 그에 따른 일반적인 공정거래의 원칙으로 접근하는 것이 올바른 방향이 될 것으로 생각한다.

참고문헌

- 김희경, 차영란(2011), 공정거래법상 필수설비의 거래거절 : 방송콘텐츠의 적용을 중심으로, 한국콘텐츠학회논문지, 11(10), pp. 115-126.
- 김희수, 김형찬, 변정욱, 광정호, 오기환(2001), 시장지배적 사업자의 필수설비 규제에 대한 법적제약적 접근, KISDI 연구보고서.
- 남재현, 이상규(2014), 유료방송채널 거래시장 획정: 지상파 재전송 채널을 중심으로, 정보통신정책연구, 21(3), pp. 23-52.
- 문기탁(2009), 필수설비이론의 방송콘텐츠에 대한 적용가능성에 대한 연구: 방송의 공공성과 관련하여, 외법논집, 33(3), pp. 677-707.
- 이성엽(2015), 지상파방송 재송신 관련 입법의 쟁점 및 개선방안에 관한 연구: 방송유지, 재개명령권, 직권조정, 재정제도를 중심으로, 경제규제와 법, 8(1), pp. 128-145.
- 한 철(2002), 공정거래법상의 필수설비원리, 경영법률.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

지상파 부가 방송 서비스: 그 고된 여정

칼럼



오건식
SBS 뉴미디어개발팀 부국장

2002년은 지상파 TV의 최고 전성기였다. 한일월드컵이 있었고, 얼마 전 화자됐던 동명 영화의 소재인 연평해전이 있던 해였다. 광고 매출이 최대치에 달했고, 콘텐츠 경쟁력은 하늘을 찌르던 해였다. 그때를 정점으로 매출 면에서 하향곡선을 걷고 있는 지상파를 오아시스로 인도할지도 모를 복음 같은 것으로 DTV 데이터방송과 그 표준인 ACAP이 출현했다. 여기서 과거형으로 기술했지만 생활 정보 등의 데이터방송 콘텐츠는 아직도 서비스되고 있는 현재형이다. 작년까지는 분기별로 한 번쯤 DTV 데이터방송 내용에 대해 시청자의 문의 전화가 왔었다고 한다. 그나마 요즘은 반년에 한 번 정도, 공공재로서의 지상파방송이 아니었다면 벌써 접었을 서비스다.

DTV 데이터방송은 시행 초기부터 콘텐츠 연동형 정보와 T-Commerce 기능이 지상파의 차세대 먹거리가 될 것이라는 예측이 있었다. 그즈음 한 경제연구소에서는 DTV T-Commerce의 성장률 전망을 연간 60%라고 하기도 했다. 일부 지상파 방송사는 이러한 장밋빛 미래를 바탕으로 홈쇼핑사와 데이터방송을 통한 T-Commerce를 시도하기도 했다. 이 서비스를 방송 장비 전시회에서도 전시하곤 했지만, 구매 주문은 화선과 시스템 체크를 위한 데이터방송 콘텐츠 개발사의 테스트 주문이 전부였다. 그때 당시 시스템 구축에 참여한 모 홈쇼핑 회사에는 아직도 고맙고도 미안한 감정을 가지고 있다. 물론 시공을 초월해서 투자의 결과는 각

기관의 책임이었겠지만, 그 경제연구소에서 전망 예측하시던 분 지금은 뭐 하시나?

2005년 이후에는 DMB가 출범하면서, 양방향 데이터방송이 꽃을 피울 것으로 기대됐다. 휴대폰 단말기에서 DMB를 시청하며 통신 채널을 리턴 채널로 사용하는 방통융합의 전형적인 서비스로 자리 잡을 것으로 기대됐다. 그러나 DMB 데이터방송 표준인 BiFS는 제대로 자리 잡지 못하고 이제는 잊힌 표준이 돼버렸다. DMB에서 부가 서비스로 살아남은 것은 DMB-TPEG 방송 정도라고 할 수 있겠다. 얼마간의 세월이 지난 후 DMB에도 홈쇼핑 채널을 들여왔고, DMB 양상을 유지비 정도는 충당할 수 있게 됐다고 좋아했던 기억이 있다. 하지만 이마저도 Mobile IPTV 출현 이후 매출이 감소했고, 관계기관(?)이 탐탁하게 보는 것 같지 않아서 미래를 확인할 수 없다.

스마트 TV 시대가 되면서 DTV 부가 서비스에 대한 새로운 자각이 OHTV (Open Hybrid TV)를 낳았다. DTV 데이터방송은 시청자가 일부러 찾아야 하는 서비스인데 비해, OHTV는 Channel-Bound 서비스를 표방했다. 즉, 지상파 DTV 방송의 채널을 전환할 때 해당 방송사의 부가 서비스 앱이 활성화되는 방식의 서비스다. KBS로 채널을 돌리면 KBS에 해당하는 앱이, SBS로 채널을 변환하면 SBS 앱이 자동으로 구동되는 방식이다. 이 서비스에는 자세한 EPG나 VoD 서비스 등이 포함돼 있다. 현재 출시되는 스마트 TV에는 OHTV 기능이 탑재돼 있지만, 스마트 TV를 구입해도 유무선 LAN 연결을 하는 소비자의 비중이 30% 미만인 현실에서는 OHTV 앱의 선호도와는 별개로 그 전망이 아직은 무의미해 보인다. 지상파 OHTV 입장에서 보면 스마트 TV가 일단 IP망에 연결돼야 그나마 '감언이설'이란 것을 해볼 수 있을 텐데…….

일부 가전사와는 ACR(Automatic Contents Recognition) 관련 서비스를 개발하기도 했다. ACR은 방송 중인 프로그램의 방송사 로고나 콘텐츠 영상 분석을 통해 방송 중인 내용과 연관된 부가 서비스를 시행하자는 취지의 서비스다. 예를 들어 자동차 관련 화면이 나올 때 해당 차

동차 관련 정보를 노출하도록 하는 것이다. 일종 PPL의 데이터방송 버전이다. 관련 기술 개발은 끝났고 가전사가 일부 유료방송과 상용화를 하기는 했지만 지금은 서비스를 중지한 것으로 알고 있다.

100% 부가 서비스는 아니지만 모든 미디어가 N-Screen 서비스를 표방할 때, 지상파가 내놓은 OTT 서비스로는 poq이 있다. 이 서비스는 원래 큰 기대를 바탕으로 시작한 것은 아니었고, 지상파도 무언가를 해야만 할 것 같은 절박함에서 시작했던 것 같다. 현재는 우려와 달리 케이블이나 IPTV 등의 유료방송이 선점하고 있는 시장에서 나름 선전을 하고 있다고 할 수 있다. 이러한 선전의 결과가 근래 poq 2.0이 되면서 Mobile IPTV를 상대로 한 콘텐츠 제값 받기를 추진하고 있는 배경이 되고 있다.

필자가 다니는 회사는 얼마 전부터 모 IPTV사와 2nd Screen 연동의 T-Commerce 서비스를 시작했다. 콘텐츠 연동 서비스이지만, T-Commerce는 시청의 방해로 받지 않는 스마트폰에서 이뤄지는 구도여서 어느 정도는 기대하고 있다. 하지만 이 역시 조금은 더 시간을 가지고 기다려 봐야 할 것이다.

이상 그 누구도 증명(?)을 꺼리는 지상파 부가 서비스에 대해 간략한 기록이라도 남겨야 하겠다는 사명감(?)에 이 글을 썼다. 부푼 꿈을 가지고 시작했으나 아직은 큰 성과를 남긴 서비스는 없는 것 같다. 되돌아보면 참 지난하고 고된 여정이었다. 그동안 부가 서비스 관련 직원들의 노고에 경의를 표한다. 타석에선 진지했으나 타율이 낮았던 그들의 노고에.

이 여정이 통신 편향의 기술어진 운동장에서 앞으로도 크게 나아질 것이라는 기대를 하기는 쉽지 않을 것 같다. 하지만 실패의 기록이 없다면 또 다른 형태의 성공은 더 요원할 것이다. 앞으로는 UHD TV 방송에서의 부가 서비스가 또 기다리고 있으니, 소 뒷걸음치다가 쥐 잡는 일이 벌어지기를 기대한다. HD보다 화소수가 4배인 4K 방송이니 쥐가 아니라 쥐포(쥐 X4)가 잡히려나? 그렇다. 미국 프로야구의 전설인 요기 베라의 말처럼 '끝날 때까지 끝난 것이 아니다(It ain't over till it's over)'. 부(富)가 되는 부가 방송 서비스를 기대해 본다. 부(富)다~

사설

재송신 협의에 정부의 과도한 개입은 바람직하지 않다

미래창조과학부와 방송통신위원회는 지상파와 유료방송 간 재송신료(CPS) 갈등을 조정하기 위한 지상파 재송신 협의체를 발족하고 8월 11일 1차 회의를 개최했다. 그러나 지상파 방송사들은 이해 당사자인 자신들이 참여하지 않은 재송신 협의체는 편파적일 수밖에 없다며 협의체 구성을 원점에서 재검토해야 한다고 주장하고 있다. 실제로 직접적인 이해 당사자인 지상파 방송사들이 회의 연기를 요청했음에도 불구하고 정부는 이를 무시하고 협의체 발족을 밀어붙였다. '불통 행정', '성과주의식 행정'이라는 지적이 나올 수밖에 없는 이유다.

지상파방송과 유료방송은 2007년부터 재송신 대가 등을 이유로 갈등을 빚어왔다. 2008년에 접어들어서야 인터넷 TV(IPTV) 사업자와 가입자당 280원으로 협상을 마무리했지만 케이블 방송사와의 협상은 결렬됐다. 이후 민사 소송과 판결을 통해 여러 차례 협상을 시도했지만 이마저도 여의치 않아 결국 송출 중단 사태까지 벌어졌다.

재송신 대가를 둘러싼 지상파와 유료방송 간 해묵은 갈등의 시작으로 거슬러 올라가면 그 중심에는 저가 콘텐츠 시장이 자리 잡고 있다. 정부는 디지털 전환 사업을 추진하면서 미디어 산업을 활성화한다는 명분하에 지상파의 영향력은 억제하고 이와 반대로 케이블 사업자에게 많은 특혜를 제공했다. 특히 케이블 방송사에 지상파 디지털 TV 전송방식인 8VSB(8레벨잔류측파대) 전송방식을 허용함으로써 케이블 업계의 이익을 대변했다는 지적이 끊임없이 제기됐다. 케이블 방송의 화질을 개선시킨다는 명분으로 케이블 가입자를 잡

아 두려는 케이블 TV 업계 이익을 대변해 오히려 저가 유료방송 시장을 고착시켰다는 것이다. 결국 유료방송 중심의 정부 정책이 미디어 선순환 생태계 구조를 파괴시켰다고 볼 수 있다.

하지만 지상파 방송사의 위상은 예전과 같지 않다. 다매체 시대 치열한 미디어 경쟁으로 해마다 광고 수입은 떨어지고 있다. 초고화질(UHD) 방송, 다채널 방송 등 다양한 무료 보편적 서비스를 제공하기 위한 재원도 넉넉지 않은 상황이다. 이러한 상황 속에서 그나마 지상파 방송사가 취할 수 있는 조치는 콘텐츠 제값 받기를 통해 콘텐츠 제작을 위한 선순환 구조를 마련하는 것이다.

그러나 이마저도 쉽지 않다. 지상파 방송사는 어떻게든 유료방송 사업자와 재송신 협상을 진행해나가기 위해 노력하고 있으나 정부 주도의 재송신 협의체에 의지한 유료방송 사업자들은 협상에 제대로 임하지 않고 있다. 정부는 재송신 협의체를 통해 협상을 진행하자고 제안하지만 오히려 정부의 개입이 특정 사업자에게 유리하게 돌아갈 수 있어 우려스러운 상황이다.

우리나라보다 많은 분쟁이 일어나고 있는 미국의 경우에도 정부는 사업자간 협상에 가급적 관여하지 않고 있다. 정부의 개입이 오히려 역효과로 작용할 수 있기 때문이다. 정부가 사업자 간 협상이 제대로 이뤄질 수 있도록 분위기나 여건을 조성하는 것이 나쁘다는 것은 아니다. 당연히 분위기나 여건을 조성할 수는 있다. 하지만 정부가 직접 사업자 간 협상에 개입하는 것은 오히려 특정 사업자에게 유리하게 작용해 협상을 방해할 가능성이 높으므로 이 같은 개입은 지양해야 할 것이다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 이후삼	편집주간 이성희	주소 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
편집위원 백낙운, 이승호, 김명권, 최권용, 나경록		전화 02-3219-5637
취재기자 백선하, 이진범, 강민정, 민서진, 전숙희		팩스 02-2647-6813
기획실 강동균		트위터 @KOBETA_COM
인쇄인 성전&화성프린원		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.

KOBASHOW 2016



26회 국제방송·음향·조명기기전

KOREA INTERNATIONAL BROADCAST
AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW2016.05.24-27
COEX, SEOULwww.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

