The Korea Broadcasting Engineers & Technicians Association

방송기술저널

제216호 | 2015년 9월 16일 수요일

기획 ▶5면
한국 방송의 공공 서비스 플랫폼 복원을 위한 정책 제안

문화 ▶6면
추석 연휴 추천 여행지

오피니언 ▶7면
[칼럼] 남의 떡 : 커도 너무 크다

직접수신율 10% 안팎…정책적 뒷받침 절실

최원식 의원 "방통위, 직수율 로드맵 세워야"

디지털 전환 이후 지상파방송을 직접 수신하는 가구 비율이 10명 중 1명꼴인 것으로 추정되고 있는 가운데 정부가 적극적으로 직접수신율을 높여 무료 보편적 서비스를 확대해야 한다는 의견이 제기됐다.

현재 지상파 직수율은 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사 등의 조사 결과로 미뤄어볼 때 10% 안팎이 될 가능성이 높다. 일각에서는 2014 방송매체이용행태조사 보고서에서 명시된 6.7%를 직수율이라고 보는 경우도 있지만 방송매체이용행태조사 보고서에는 지상파 직접 수신 가구에 대한 조사 항목이 없고 단순히 유료방송 미가입 가구를 직접 수신 가구로 간주했기 때문에 2대 이상의 TV를 가지고 유료방송과 직접 수신을 병행하고 있는 가구 등을 염두에 둔다면 직수율은 10% 안팎이 될 가능성이 높다.

이에 대해 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 최원식 새정치민주연합 의원은 "지상파방송 이용률은 92%에 달하지만 대다수의 시청자들은 시청료 2,500원을 내고서 다시 5,000원 이상의 케이블 방송이나 10,000원 이상의 인터넷TV(IPTV) 요금을 추가로 부담하고 있어 보편적 서비스로서의 기능을 상실해 가고 있다"며 직수율을 높이려는 정부의 정책적 의지가 필요하다고 지적했다.

최 의원은 "직수율을 높이려면 난시청 해소, 공공주택 공시청시설(MATV) 지원, 시청자에 대한 홍보와 정보 제공도 필요하지만 가장 중요한 것은 정부의 의지"라며 "방송 정책을 총괄하는 방통위가 몇 년까지 직수율 몇 %를 달성할 것인지 계획을 세우는 등 상세한 로드맵을 내놓아야 할 것"이라고 말했다.

최 의원의 지적대로 디지털 전환 이후 직수율은 급하락하고 있다. 10% 안팎의 현재 직수율은 디지털 전환 이전인 2007년 21.4%, 2011년 14.7%보다 훨씬 줄어든 것으로 디지털 전환 당시 예상에 못 미치는 수준이다.

대다수의 전문가들은 디지털 전환 과정과 정책에 문제가 있었기 때문에 직수율이 떨어졌다고 지적한다. 디지털 방송을 볼 수 있는 여건이 제대로 조성되지 않았는데도 불구하고 아날로그 방송 종료에 급급한 정부가 화면의 100%를 가리는 상시 가상 종료를 수시로 실시했을 뿐만 아니라 몇몇 지역은 순차 종료로 2012년 12월 31일보다 앞서 아날로그 방송이 종료됐기 때문이다.

또한 지상파 다채널 서비스(Multi-Mode Service, MMS)를 도입해 시청자들의 지상파방송 시청 접근권을 확대하겠다는 정부의 약속도 지켜지지 않았다. 이 때문에 지금이라도 직수율을 높일 수 있는 다양한 법적·제도적 지원을 해야 한다는 것이다.

앞서 '한국 방송의 공공 서비스 플랫폼 복원을 위한 정책 토론회'를 주최한 송호창 새정치민주연합 의원 역시 이 부분을 지적했다. 송 의원은 "전체 가구의 90%가 비싼 유료방송을 가입하고 있다"며 "지상파방송의 한계를 보완하고 오랫동안 정체돼 있던 시청자의 선택권과 권익을 신장시킬 수 있는 논의의 공론화가 필요하다"고 말했다.

이에 대해 이날 토론회에 참석한 곽진희 방통위 방송정책기획과장은 "MMS 등을 도입해 직수율을 높일 수 있는 방안을 마련하겠다"며 방통위에도 직수율을 높이고자 하는 의지가 있음을 드러냈다.

또한 최 의원은 TV 수신기에 내장형 안테나 설치를 의무화하는 방안도 직수율을 높일 수 있는 방안이라고 제안했다. 내장형 안테나 설치 의무화 방안은 앞서 여러 차례 거론된 것으로 전병헌 새정치민주연합 의원 역시 제6차 주파수정책소위원회에서 "지금 대부분의 안테나는 외장형으로 돼 있다"며 "(내장형 안테나를 설치하게 되면) 시청자들이 조금은 더 수월하게 초고화질(UHD) 방송을 이용할 수 있을 것"이라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

[공지] 추석 연휴 관계로 방송기술저널 217호는 10월 14일에 발행됩니다.

MBC-SBS, ATSC 3.0 실험 잇따라 성공

지상파 UHD 방송 표준 방식 논의 본격화

MBC

SBS

지상파 방송사의 ATSC 3.0 실험방송이 잇따라 성공하면서 지상파 초고화질(UHD) 전송 방식에 관심이 집중되고 있다.

앞서 SBS와 MBC는 UHD 콘텐츠를 ATSC 3.0 규격의 방송신호로 송수신하는 실험 방송에 성공했다고 밝혔다. 먼저 SBS는 9월 1일 서울 목동 SBS사옥에서 LG전자, 북미 방송 장비 업체 게이츠에어와 공동으로 ATSC 3.0 기반의 UHD 실험 방송 송수신을 공개 시연했다. 이날 SBS와 LG전자는 700MHz 주파수 대역 지상파 채널 하나(6MHz 폭)로 지상파 UHD 방송과 고해상도 모바일 방송을 동시에 송수신하는 데 성공했다. 국내에서 UHD 전용 방송 규격인 ATSC 3.0 실험 방송이 성공한 것은 이번이 처음으로 실험 방송에는 SBS의 지상파 UHD 실험 방송 시스템과 LG전자의 UHD TV가 사용됐다.

MBC의 실험 방송도 이어졌다. MBC는 9월 3일부터 이틀간 관악산 송신소에서 HDR(High Dynamic Range) 기술을 적용한 UHD(4K) 방송 프로그램을 송출해 상암동 등 서울 시내에서 삼성전자의 65인치 SUHD TV로 수신하는데 성공했다. MBC 실험방송에 적용된 HDR 기술은 차세대 UHD 영상 기술의 핵심으로 밝은 부분은 밝기를 더 높이고 명암비도 대폭 향상시켜 실제 현장에서 보는 것과 같은 영상 수준을 표현할 수 있다.

MBC 측은 "현재까지 국내에서 진행된 지상파 UHD TV 실험 방송은 유럽 표준인 DVB-T2 기반이었으나 이번에 ASTC 3.0을 이용한 송수신 실험 성공으로 국내 차세대 지상파 방송 표준 선택의 폭을 넓히고 2018년 평창올림픽 4K UHD 방송의 성공 가능성을 확인했다"며 "향후 IP 기반 전송 기술 등 ATSC 3.0의 주요 기술을 실험으로 검증할 예정"이라고 설명했다. 이어 "자체 개발한 UHD 비디오서버 'Chorus'를 이용해 지상파 UHD TV 본방송에 대비한 시스템 개발과 검증도 진행할 것"이라고 덧붙였다.

미국식 표준인 ATSC 3.0은 유럽식 표준 DVB-T2와 함께 국내 UHD 방송의 유력한 방송 규격으로 논의되고 있다. 특히 현재 개발 중인 ATSC 3.0은 전송 효율이 높고 모든 데이터가 IP 기반으로 전달돼 방송과 인터넷 서비스 융합에 적합한 기술이라는 게 업계 전반의 분석이다. 최근 개발되고 있는 만큼 전반적으로 유럽식 표준인 DVB-T2 보다는 앞서 있다는 평을 받고 있지만 아직 표준으로 제정되지 않았다는 점은 단점으로 지적되고 있다. 업계에 따르면 물리계층 규격, 전송계층 규격, 코덱 등 응용계층 규격이 추가로 잠정 표준 승인이 날 예정이며 이후 각각의 잠정 표준을 통합해 올해 말 늦어도 내년 초에는 최종 표준 규격이 제정될 것으로 보인다.

그동안 지상파 UHD 시험방송 등에 사용돼 온 유럽식 표준 DVB-T2는 압축률을 높인 고효율압축코딩(HEVC)을 추가한 1단계 표준으로 지난 2009년 제정됐다. 이미 폭넓게 사용 중인 방식인 만큼 바로 지상파 UHD 방송에 도입할 수 있고 안정적이라는 장점이 있지만 현재 개발되고 있는 미국식 표준인 ATSC 3.0 보다는 뒤처진 기술이라는 평을 받고 있다.

일반적으로 전송 방식은 한 번 정해지면 최소 10년 이상 유지해야 한다. 이 때문에 관련 업계에서는 오래된 DVB-T2 보다는 신기술인 ATSC 3.0 방식이 조금 더 가능성이 높지 않겠느냐는 조심스러운 예측이 나오고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

디지털 방송기술의 길잡이

B R O A D C A S T I N G & T E C H N O L O G Y

당신을 귀중한 회원으로 모십니다

월간 방송과기술 구독 회원 혜택

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

회원 가입방법

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

블랙아웃 오나?…지상파 재송신료 갈등 '최고조'

MBC "9월 25일부터 KT VOD 공급 중단할 것"…케이블-IPTV 업계 "VOD 공급 중단 압박 중지해라"

지상파 방송사와 유료방송사업자들이 지상파 재송신료(CPS)를 놓고 팽팽한 신경전을 벌이고 있는 가운데 케이블과 인터넷TV(IPTV) 업계가 공동 성명을 발표하면서 갈등의 골이 깊어지고 있다.

한국케이블TV방송협회와 한국IPTV방송협회는 9월 8일 공동 성명을 통해 "국가의 공공 자산인 전파를 무료로 사용하는 지상파방송의 프로그램 사용료 인상 요구가 도를 넘어서고 있다"며 "시청자를 볼모로 한 주문형 비디오(VOD) 공급 중단 압박을 중지하라"고 촉구했다.

양 협회의 성명 발표는 최근 MBC가 KT를 상대로 VOD 콘텐츠 이용 대가 조건 변경을 수용하지 않을 경우 9월 25일부터 VOD 공급을 중단하겠다고 밝힌 데 따른 것이다. 그동안 MBC는 KT에 수차례 공문을 보내 VOD 요금을 인상하고, 무료 VOD(SVOD)에 대해서도 홀드백(일정 기간이 지나면 VOD를 무료로 볼 수 있는) 기간에 따라 CPS 기반으로 전환할 것을 요구했으나 KT는 시간을 두고 협상하자는 뜻을 밝혀온 것으로 알려졌다. MBC와 KT 각각의 입장에 변화가 없자 결국 MBC는 이 같은 조건을 수용하지 않을 경우 VOD 공급을 중단하겠다는 강수를 들고 나왔다. 이에 따라 KT의 올레TV 가입자들은 9월 25일부터 MBC의 VOD를 이용하지 못할 가능성이 높아졌다. 또 종합유선방송사업자(SO)들이 공동으로 CPS 협상을 제안한 것처럼 KBS나 SBS 등 지상파 방송사들이 연대할 경우 VOD 중단 사태는 확대될 가능성이 높다. 현재 지상파 방송사는 SO와 IPTV 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 있으며 이를 시작으로 모바일 IPTV, VOD 등으로 갈등이 확대되고 있는 상황이다. 양 협회는 "재송신료에 대해서 아직까지 사업자 간 합리적 정산 방식이나 제대로 된 합의 도출이 이뤄지지 않은 상황에서 최근 들어 지상파 방송사들은 VOD에 대해서도 일방적으로 프로그램 사용료의 대폭 인상을 요구하고 있다"며 "가입자에게 무료로 제공되고 있는 VOD에까지 CPS 적용을 요구하고 있는데 이는 전년 대비 최대 2~3배의 요금 인상에 해당할 정도로 과도하다"고 지적했다. 이어 "'콘텐츠 제값 받기'를 넘어서는 과도한 콘텐츠 공급가 인상을 즉각 중단하고 '지상파 재송신 협의체 기구'에 적극 참여해 합리적 가격 산정을 위한 논의를 진행하자"고 제안했다.

하지만 지상파 방송사들은 미래창조과학부와 방송통신위원회가 CPS 갈등을 조정하기 위해 마련한 재송신 협의체 기구 자체가 편파적일 가능성이 높고, 현실적으로 지상파 방송사의 참여가 어렵다는 입장이다. 지상파 방송사들은 협의체 구성에 앞서 유료방송사업자와 진행 중인 소송 결과가 나와야 참석 여부를 결정할 수 있다며 협의체 구성 연기를 요청했으나 정부는 이를 받아들이지 않고 지상파를 대변할 수 있는 전문가를 정부가 선정해 강행했다.

이에 대해 한국방송협회는 "정부가 강행한 협의체의 인적 구성이 유료방송사업자의 입장을 강변하는 인사 위주로 이뤄져 있어 사실상 편파적으로 진행될 수밖에 없을 것이라는 관측이 지배적"이라며 "정부의 과도한 개입으로 오히려 시장의 자율 기능과 협상 가능성이 저해되고 있다"고 비판했다. 정부 주도로 마련된 지상파 재송신 협의체 기구가 사실상 유료방송사업자 위주로 진행될 가능성이 높기 때문에 유료방송사업자들의 주장처럼 상호 존중과 상생의 콘텐츠 거래를 위한 논의의 장이 될 수 없다는 것이다. 이 때문에 한국방송협회는 재송신 협의체 구성 철회를 요청하는 의견서를 정부에 제출하기도 했다. 협회는 "지상파 방송사는 정부가 추진하는 재송신 협의체 구성이 현재 진행 중인 자율적 협상은 물론이고 향후 소송의 진행에도 심대한 영향을 미칠 수 있다는 판단 하에 반대 의견을 표명해 왔고, 실제로 일부 유료방송사들은 정부의 재송신 협의체 구성 계획이 나오자마자 소송을 중단해달라고 재판부에 요청하는 등 소송을 지연시키고 협상 참여에도 불성실하게 임하는 등 법과 질서를 무시하는 행태를 보이고 있다"며 재송신 협의체 구성 및 운영 중단을 요청했다.

이처럼 지상파 방송사들이 재송신 협의체 구성 및 운영 중단을 요청한 상황에서 유료방송사업자들이 성명을 통해 다시 재송신 협의체 적극 참여를 촉구하면서 지상파 방송사와 유료방송사업자 간 CPS 갈등은 봉합할 수 없는 지경으로 치닫고 있다.

한국방송협회는 양 협회가 성명을 발표한 바로 다음날인 9월 9일 성명서를 통해 "SK텔레콤, KT, LG유플러스 등 거대 이동통신 사업자와 CJ, 태광그룹 등 재벌 기업이 운영하고 있는 유료방송사업자들이 지상파 콘텐츠를 헐값으로 얻어 자신들의 영리수단으로 적극 활용하고 있으면서도 이를 바로 잡기 위한 지상파 방송사의 노력을 해괴한 논리로 호도하고 있다"며 강도 높게 비판했다. 이어 "지상파 방송사의 수십 배에 달하는 매출과 영업이익만 수천억 원에서 1조 원을 넘는 이동통신사와 대기업들이 지상파 방송사들의 콘텐츠 재투자를 위한 정당한 노력을 마치 '우월한 지위를 이용한 탄압'이나 '시청자 피해'라는 식으로 몰아가는 것은 적절치 않다"며 "대기업의 납품업체 쥐어짜기 행태가 방송 산업에까지 이어져서는 안 된다"고 지적한 뒤 "지금처럼 계속 지상파 콘텐츠가 정당한 대가를 받지 못하고 미끼 상품으로만 전락된다면 우리나라 방송 콘텐츠 산업의 미래는 어두울 수밖에 없다"고 우려했다.

백선하 baek@kobeta.com

지상파 "울산지법 CPS 판결 납득 못 해"…즉시 항소

법원, 지상파 CPS 손해배상청구 소송 기각

지상파 방송사가 가입자당 재송신료(CPS) 손해배상청구를 기각한 울산지방법원 판결에 항소의 뜻을 밝히면서 CPS 대가 분쟁이 장기화 국면에 접어들었다.

한국방송협회는 9월 4일 "즉각적인 항소와 사실관계 입증을 통해 지상파 콘텐츠의 제 가치를 인정받기 위해 노력할 것"이라며 항소 계획을 밝혔다.

협회는 "재판부가 SBS와 울산방송(UBC)의 손해배상청구를 기각한 것은 CPS 280원을 통상적인 지상파 콘텐츠 사용료로 인정할 수 없으며 SBS와 UBC가 전국의 다른 종합유선방송사업자(MSO)와 동시재송신계약을 체결했다는 사실도 인정하기 어렵다는 이유였다"며 지상파 방송사들은 이러한 법원의 판단을 납득할 수 없다고 말했다.

이들은 "그동안 전국을 방송 권역으로 하고 있는 KBS, MBC는 물론 SBS도 권역 내의 MSO들과 CPS 280원으로 이미 재송신 계약을 체결해 왔던 것은 명백한 사실"이라며 "인터넷TV(IPTV)는 인터넷망을 기반으로 주문형 비디오(VOD)와 결합되는 등의 서비스이기 때문에 종합유선방송과는 차이가 있다고 판단한 점만 보아도 재판부가 재송신과 관련된 방송 매체로서의 동일성을 충분히 인식하지 못하고 있는 것으로 보인다"고 분석했다.

이외에 JCN울산중앙방송이 제기한 전송선로망이용료청구가 기각된 것은 당연한 결과라는 입장이다. 협회는 "JCN이 주장한 부당이득반환청구권이 성립되려면 지상파 방송사가 권한 없이 JCN의 전송망을 이용해 이익을 얻고 상대방은 이로 인해 손해를 입어야 하나 지상파 방송사들은 JCN의 전송망을 이용할 의사도, 이용한 사실도 없다"고 강조한 뒤 "오히려 JCN이 적극적으로 지상파 방송사의 콘텐츠를 이용해 왔음에도 불구하고 이러한 사실을 재판부가 간과했다"며 아쉬움을 표했다.

앞서 지상파 방송사인 SBS와 UBC는 MSO인 JCN이 지상파 콘텐츠를 계약 없이 활용하며 공중송신권과 동시중계방송권을 침해했다고 손해배상청구를 했고, 이에 맞서 JCN은 KBS, MBC를 포함한 지상파 방송사들이 오히려 자신들이 제공한 전송 설비를 이용해 투자비용을 줄이면서 광고 수익을 올렸다고 주장하며 전송선로망이용료를 청구했다.

이에 대해 울산지방법원은 9월 3일 "SBS가 요구한 CPS 280원이 방송의 공공성, 재송출비용 상당액의 부당이득 반환의무가 인정되는 점, (UBC가) JCN에서 방송 송출이 되고 있다는 것을 인지하고도 장기간 묵인해온 점을 들어 통상손해배상액이라고 인정할 수 없다"며 지상파 방송사들의 요구를 기각했다.

재판부는 동시에 JCN이 자사 케이블망을 이용해 광고이익을 냈다며 제기한 소송건도 함께 기각 처리했다.

법원은 "JCN이 지상파방송을 재전송함으로 인해 UBC가 반사적 이익을 얻은 것은 인정하지만 그것이 JCN이 주장하는 광고 수익이 됐다고 볼 수 없다"고 판결했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

법원, TV 패드 '저작권 침해' 인정

"지상파 방송사에 저작권 침해에 따른 손해 배상하라"

콘텐츠 저작권 문제로 방송계 '뜨거운 감자'로 떠올랐던 TV 패드를 앞으로는 쉽게 찾아보기 어려울 것으로 보인다. 국내와 미국 법원에서 TV 패드의 저작권 침해를 인정해 TV 패드 판매 업체에 1억 원대 손해배상을 판결을 내렸기 때문이다.

국내에서는 다소 생소한 TV 패드는 중국에서 제조한 일종의 인터넷TV 셋톱박스다. 안드로이드 기반으로 작동되는 셋톱박스로 손바닥만 한 크기의 TV 패드를 구매한 뒤 TV나 모니터에 연결하면 애플리케이션 형태로 국내외 실시간 방송 채널 및 주문형 비디오(VOD) 콘텐츠를 무료로 볼 수 있다. 한번 기기만 구매하면 평생 시청료 없이 방송을 시청할 수 있어 현재 중국을 중심으로 미국, 호주, 유럽 등 해외로 급속히 확산되고 있다.

문제는 TV 패드 측에서 우리나라 지상파 방송사에 별도 협의나 대가 지불 없이 무단으로 방송 콘텐츠를 사용하고 있다는 점이다. KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송 3사의 주요 콘텐츠가 불법으로 유통되고 있는 것이다.

이 때문에 지상파방송 3사는 소송을 통해 지난 3월 지상파 방송사의 동의 없이 콘텐츠를 복제, 생중계 서비스를 제공하는 것은 저작권 침해에 해당되며 TV 패드 제품의 판매를 금지한다는 가처분 결정 판결을 이끌어냈다.

이어 9월 4일 서울중앙지법 민사11부는 "TV 패드는 스트리밍 방식으로 지상파 방송사의 저작물을 제공하는 있는 것으로 보이고, 이는 일시적이나마 지상파 방송사의 저작권 중 복제권을 침해하는 행위로 봐야 한다"며 저작권 침해에 따른 손해배상을 하라고 판결했다. 이에 따라 TV 패드 판매사는 지상파방송 3사에 1억5천만 원을 지급해야 한다. 재판부는 다만 "TV 패드가 직접 지상파 방송사들의 저작물을 실시간으로 방송하거나 주문형 비디오(VOD) 파일을 전송하고 있는 점을 인정할 만한 증거가 없다"며 제조사가 공중송신권, 동시중계방송권을 직접 침해한 것은 아니라고 판단했다.

우리나라뿐만 아니라 미국에서도 원고 승소 판결이 내려졌다. 미국 연방중부지법은 KBS 아메리카와 MBC 아메리카, SBS 인터내셔널 등 방송 3사 미주법인이 제기한 TV 패드 민사소송에서 피고에게 1억3백40만 달러의 배상금을 내리라고 판결했다.

지상파 방송사 관계자는 "TV 패드 측에서 자신들의 사업이 합법이라고 주장하는 근거로 내세웠던 에어리오 사건을 연방대법원에서 최종적으로 불법으로 판결하자 TV 패드 측 주장이 논리를 잃게 됐다"며 "지상파 방송사들의 승소는 당연한 결과"라고 설명했다.

TV 패드를 둘러싼 저작권 침해 소송은 아직까지 현재 진행 중이지만 우리나라와 미국의 판결로 TV 패드가 불법이라는 인식이 확산될 것으로 보인다. 최근 1~2년 사이 TV 패드가 급속히 확산되면서 교민들 사이에서도 TV 패드 열풍이 불고 있지만 TV 패드 이용자들이 불법이라는 사실을 인지하지 못하고 있어 상당한 문제가 돼 왔다.

이에 대해 한 업계 관계자는 "저작권 침해 소송과 동시에 굿다운로더 캠페인처럼 시청자들이 스스로 불법을 행하고 있다는 것을 인지할 수 있도록 하는 부분도 중요한 것 같다"며 "지상파 방송사들이 다각적인 노력을 진행해야 할 것"이라고 제안했다.

민서진 seojin@kobeta.com

방송기술용어

ATSC Advanced Television System Committee

ATSC는 미국의 차세대 지상파 텔레비전 방식인 고도화 텔레비전(ATV) 방식을 심의하기 위해 설치된 위원회 또는 규격이다. 1996년 미연방통신위원회(FCC)가 미국디지털방송표준위원회(ATSC)에서 제안한 기술을 디지털 HDTV 방송표준으로 채택하면서 미국의 디지털TV 전송 방식을 통칭하는 용어가 됐다.

현재 미국을 비롯해 캐나다, 멕시코 등의 국가에서 채택해 방송하고 있으며, 우리나라도 ATSC 방식을 국가 표준으로 채택했다. ATSC는 전파 변조 구조가 유럽의 DVB 방식에 비해 단순하고, 일본의 ISDB 방식에 비해 전송 속도가 빠르다.

또, HDTV 구성이 비교적 쉬워 일반 컴퓨터와 호환성이 높으며 대역 효율이 높아 다양한 신호 포맷으로 여러 채널의 방송이 가능하다. 하지만 멀티 패스나 잡음에 상대적으로 취약하고 SFN(단일 주파수 방송망) 구성이 불가능해 중계소마다 다른 주파수를 사용해야 하므로 이동 중에 고화질(HD급) 방송 수신 구현이 어려운 단점이 있다.

전숙희 imaonearm@naver.com

"명품 UHD 방송으로 문화강국 위상 높이겠다"

한국방송협회, UHD 비전 선포식 및 제52회 방송의 날 축하연 개최

한국방송협회는 9월 2일 저녁 6시 30분 63컨벤션센터 그랜드볼룸에서 정의화 국회의장, 황교안 국무총리 등을 비롯한 정관계 인사와 방송계 및 방송 관계기관 인사 등 총 500여 명이 참석한 가운데 '4배의 감동, 5천만의 기쁨, 70억의 한류'라는 주제로 지상파 UHD 비전 선포식 및 제52회 방송의 날 축하연을 개최했다.

협회는 비전 선언문을 통해 △2018년 평창올림픽 중계를 비롯한 명품 UHD 콘텐츠의 제작 △전국 어디서나 UHD를 쉽게 볼 수 있는 미디어 환경 조성 △시청자 중심 방송 △UHD를 통한 해외 신시장 개척 등 중점 비전들을 제시하며 실감 콘텐츠를 통해 문화강국으로서의 위상을 높이겠다고 약속했다.

박근혜 대통령은 방중 일정으로 불참했지만 축하 영상 메시지를 통해 "우리 방송이 우수한 콘텐츠로 세계와 교류하면서 새로운 도약의 문을 열어야 한다"며 "문화융성과 창조경제를 이끄는 선도자가 돼 달라"고 당부했다. 정의화 국회의장은 "우리 방송은 전 세계에서 우리의 국격을 높여온 최고의 외교관이자, 훌륭한 문화 전령사"라며 방송인들의 노고를 치하했고, 황교안 국무총리는 "오늘 지상파 UHD 비전 선포는 매우 시의적절하고 의미있다"며 "세계를 앞서가는 UHD 방송 시대를 열어달라"고 요청했다.

안광한 한국방송협회 회장은 환영사에서 "한류는 이제 단지 자부심을 넘어 현실적 수확을 거둬야 할 시기이지만 반한 감정이나 국가 차원의 규제 등 여러 위기를 맞고 있다"며, "방송 한류의 기회를 확대시키기 위해서는 '기울어진 운동장'과 같은 우리 내부의 모순부터 바로잡을 필요가 있다"고 밝혔다. 이어 "광고 규제 등에 있어 글로벌 스탠다드를 맞추기 위한 노력은 앞으로도 지속돼야 한다"고 강조했다.

강민정 mjkang@kobeta.com

[국감] 최성준 방통위원장 "수신료 일부라도 인상돼야"

수신료 35년째 동결 상황…의원들 수신료 인상 필요성에 공감

9월 10일 국회 미래창조과학방송통신위원회 국정감사에 출석한 최성준 방송통신위원회 위원장이 TV 수신료 인상과 관련해 일부라도 인상돼야 한다는 뜻을 밝혔다. 최 위원장은 "KBS 수신료가 올해로 35년째 그대로"라면서 이 같이 말했다.

현재 KBS와 EBS의 프로그램 제작과 운영에 쓰이는 공영방송 수신료는 월 2,500원으로 지난 1981년 책정된 이후 35년째 동결 상태다. KBS는 2007년, 2010년에 수신료 인상안을 국회에 제출했으나 모두 국회의 승인을 받지 못한 채 폐기됐고, 지난해 제출된 수신료 인상안은 1년 넘게 계류 중이다. 이번 인상안은 2,500원인 수신료를 4,000원으로 인상하는 것으로 시청자의 부담을 최소화하면서 KBS 수입 중 수신료 비중을 35%에서 50% 이상으로 끌어올릴 방안을 시뮬레이션한 결과다.

이날 국감에서는 수신료 인상이 필요하다는 의견들이 쏟아졌다. 민병주 새누리당 의원은 "2,500원이라는 수신료는 지난 1981년 신문 한 달 구독료를 고려해서 책정됐지만 현재까지 그대로 유지되고 있다"며 "일본하고 비슷한 수준으로 간다고 하면 수신료를 4,000원으로 올리는 안이 적정한 수준이라고 생각한다"고 말했다.

서상기 새누리당 의원은 최 위원장에게 직접적으로 "1,500원 인상이 어렵다면 이번에 일부라도 인상해야 하지 않겠느냐"고 물었고 이에 최 위원장은 "전부 인상되면 좋지만 의원들이 논의해 중간선을 만들어 주셔도 좋다"고 답해 수신료 인상 의지가 있음을 보였다.

앞서 지난 6월 KBS와 EBS는 잇따라 기자회견을 열고 수신료 인상을 촉구한 바 있으나 시민사회단체 등의 반대로 수신료 인상안은 여전히 국회에 계류돼 있다.

KBS는 수신료 인상 후 계획에 대해 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 약속했지만 시민사회단체는 KBS에 더 강도 높은 경영 합리화와 자구책 마련을 요구하는 동시에 수신료 인상으로 종합편성채널이 반사이익을 얻게 될 수 있다며 우려를 표하고 있는 상황이다. 시민사회단체는 "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 걱정의 목소리를 내고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

넷플릭스, 내년 초 한국 진출한다

"넷플릭스 콘텐츠 영향력 상당할 것"

미국 최대 온라인 스트리밍 업체인 넷플릭스가 내년 초 한국 시장에 진출한다. 넷플릭스는 오는 2016년까지 전 세계적인 서비스 제공을 목표로 박차를 가하고 있으며 그 일환으로 내년 초 국내 시장에 진출할 것이라고 밝혔다.

그레그 피터스 넷플릭스 글로벌 사업 총괄책임자는 9월 9일 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 열린 국제방송영상견본시(BCWW 2015) 개막식 기조 강연에서 넷플릭스의 한국 진출 계획을 공식 발표하며 "한국 콘텐츠 업계와의 긴밀한 관계 구축을 통해 한국 콘텐츠의 해외 수출은 물론 해외 콘텐츠를 한국에 소개할 수 있는 기회를 넓혀 보다 활발한 콘텐츠 교류가 이뤄지길 기대한다"고 말했다.

넷플릭스의 국내 진출은 이미 예견된 부분이다. 넷플릭스가 9월부터 소프트뱅크와 손을 잡고 일본 시장 공략에 나서자 관련 업계에서는 넷플릭스가 국내 이동통신 3사 등과 업무 제휴를 통해 내년 초 국내 시장에 진출할 것이라는 전망이 나왔다.

이 같은 업계 분석은 어느 정도 맞아떨어진 것으로 보인다. 그레그 피터스 글로벌 사업 총괄책임자는 이날 발언을 통해 '한국 콘텐츠 업계와의 긴밀한 관계 구축'을 강조했으며, 넷플릭스 측 역시 "넷플릭스 서비스는 스마트 TV, 태블릿, 스마트폰, PC 등 인터넷 연결을 지원하는 다양한 기기와 연결해 이용이 가능하다. 인터넷 연결만 가능하면 장소와 시간에 구애받지 않고 폭넓은 종류의 기기에서 넷플릭스의 서비스를 이용할 수 있다"며 인터넷 연결에 초점을 맞춘 보도자료를 내놓았다.

또한 리드 헤이스팅스 넷플릭스 CEO도 "콘텐츠는 물론 세계 가전 분야를 선도하고 있는 한국은 아시아 및 세계 시장 확대를 가속화하고 있는 넷플릭스의 성장을 견인할 전략적 거점"이라고 강조하며 "한국은 초고속 인터넷 인프라와 수준 높은 콘텐츠 소비 방식으로 단연 독보적인 시장이며 한국 소비자들에게 넷플릭스의 서비스를 이용해 언제 어디서나 원하는 영화나 TV 콘텐츠를 마음껏 시청할 수 있는 환경을 제공할 계획"이라고 밝혔다.

넷플릭스가 2016년까지 50억 달러(약 5조5천억 원)를 직접 제작하는 오리지널 콘텐츠에 투자할 것으로 전망되는 만큼 넷플릭스의 국내 진출은 상당한 파급력을 미칠 것으로 예상된다. 특히 이미 시장에 진출해 상당수의 가입자를 확보한 이동통신 3사 등과 손을 잡는다면 그 영향력은 더욱 커질 것으로 보인다.

하지만 몇몇 전문가들은 넷플릭스가 국내 방송 업계에 끼치는 영향을 아직은 뚜렷하게 예측할 수 없다는 의견을 내놓고 있다. 이들은 "유료방송사업자들이 지상파 방송사와 CPS 갈등을 겪고 있는 상황에서 어떤 사업자와 손을 잡고 진출할 지가 중요한 관점이 될 것"이라며 "지상파 콘텐츠에 대한 국민들의 선호도가 높은데 만약 지상파 콘텐츠 없는 플랫폼을 통해 국내에 들어온다면 영향력은 생각보다 미미할 것"이라고 말했다. 또한 "국내 유료방송 시장이 저가 구조로 형성돼 있기 때문에 미국이나 다른 국가에서 통했던 가격 경쟁력도 통하지 않을 것"이라고 덧붙였다.

넷플릭스의 국내 진출이 미풍에 그칠 것이라는 의견이 나오고 있음에도 불구하고 업계 전반에서는 넷플릭스의 경쟁력을 높게 평가하고 있다. 특히 차세대 방송인 초고화질(UHD) 콘텐츠를 가장 많이 보유하고 있다는 점은 큰 강점이다.

넷플릭스 역시 국내 진출을 발표하면서 이 부분을 강조했다. 넷플릭스는 "넷플릭스가 엄선한 맞춤형 인기 TV 프로그램과 영화 콘텐츠를 가입자들이 자유롭게 시청할 수 있으며 HD 및 4K UHD급 해상도까지 지원해 가입자들에게 새로운 차원의 영상 경험을 선사할 것"이라고 말했다.

이에 대해 한 SBS 관계자는 "결국 국내 콘텐츠 시장이 넷플릭스의 공습에 무너지지 않기 위해선 콘텐츠 제값 받기를 통한 콘텐츠 생태계 선순환 구조 구축이 무엇보다 우선돼야 한다"며 "UHD 등 콘텐츠 시장을 활발하게 이끌어내기 위해선 정부의 정책적 뒷받침이 이뤄져야 한다"고 말했다.

한편 넷플릭스는 내년 초에 싱가포르, 홍콩과 대만에서도 서비스를 시작할 계획이라고 덧붙였다.

백선하 baek@kobeta.com

"제목 광고 안 된다"

최민희 의원, 방송법 개정안 대표 발의

방송 프로그램 제목에 협찬주명을 고지할 수 있도록 한 '협찬 고지에 관한 규칙' 일부 개정안을 놓고 날선 공방이 이어지는 가운데 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 최민희 새정치민주연합 의원이 협찬주의 명칭을 프로그램 제목에 사용하지 못하도록 하는 내용을 골자로 하는 방송법 개정안을 대표 발의했다.

최 의원은 9월 7일 협찬주의 명칭을 제목에 사용하지 못하도록 하는 내용을 포함해 협찬의 정의와 허용범위를 구체적으로 적시하고, 협찬을 받을 수 없는 경우를 명문화하는 등 현행 협찬 제도를 근본적으로 개선할 수 있도록 하는 방송법 개정안을 내놓았다.

가장 논란이 되고 있는 협찬주명 프로그램 제목 사용과 관련해서는 '사용할 수 없다'고 못 박았다. 최 의원은 "프로그램 제목에 협찬주명 사용을 허용하는 것은 '협찬의, 협찬에 의한, 협찬을 위한 방송'을 만드는 격"이라며 이른바 '제목 광고'에 반대했다.

또 최 의원은 방송법 개정안을 대표 발의하며 "개정안에서는 협찬을 받을 수 없는 경우를 구체적으로 적시했는데 이는 최근 방통위가 '협찬고지'와 '협찬'을 구분해 적용함으로써 방송 공공성의 근간을 훼손하려고 하는 것을 방지하기 위함이고, 방통위가 법적 규정의 모호성을 핑계로 보도 프로그램이 협찬받는 것도 용인하고 정당이 협찬하는 것도 고지만 하지 않으면 제재할 수 없는 것처럼 더 이상 견강부회하지 못하게 하겠다는 것"이라고 설명했다.

개정안은 현행 '협찬고지에 관한 규칙'에서 정하고 있는 기준을 대체로 준용하되 방통위의 개정안과 달리 협찬주명 고지 위치를 화면 하단으로 고정했다. 다만 고지 1회당 20초를 초과할 수 없도록 한 고지 시간을 협찬주 1건당 5초를 초과하지 못하되 1회당 30초로 확대했다. 이는 최근 드라마 등 방송에서 협찬주의 명칭을 제대로 인식하기조차 어려운 정도로 빠르게 자막이 지나가는 상황을 반영한 것이다.

또한 이번 개정안에서 주목해야 할 부분은 외주 제작 프로그램의 제작 협찬을 받을 때 해당 프로그램을 제작하는 외주사가 아닌 방송사는 협찬을 받지 못하게 했다는 점이다. 자체 제작 프로그램이 여러 개의 코너로 이뤄지고 개별 코너를 외주사가 제작할 때도 마찬가지의 규정을 적용하도록 했다.

최 의원은 "협찬은 프로그램 제작 재원 조달 여건이 열악한 프로그램 제작사를 위해 도입된 제도로 지상파 방송사에게는 대규모 재원이 필요한 일정 제작비 규모 이상의 자체 제작 프로그램에 한하여 협찬을 받도록 제한하고 있음에도 현실에서는 지상파방송 등이 외주 제작 프로그램의 협찬을 자신들이 받거나 외주사들을 더 많은 협찬을 유치하도록 내몰아 그 중 제작비를 제외한 금액은 방송사가 수익으로 챙기는 등 협찬의 취지가 퇴색됐기 때문"이라고 설명했다.

앞서 방송통신위원회는 8월 6일 방송 프로그램 제목에 협찬주명을 사용할 수 있도록 하는 내용을 담고 있는 협찬 고지에 관한 일부 개정안을 행정 예고한 바 있다. 방통위는 "이미 중국, 일본, 싱가포르, 대만, 영국, 독일, 프랑스 등 주요 국가에선 방송 프로그램의 제목에 협찬주명 등을 고지하고 있기 때문에 문제가 되지 않는다"며 "방송 프로그램 제목에 협찬주명을 고지할 수 있도록 해 시청률이 낮아서 광고 판매가 어려운 방송 프로그램 제작에 필요한 재원 마련이 가능토록 할 계획"이라고 설명했다.

하지만 정치권과 학계, 시민사회단체 등에서는 이번 개정안이 확정된다면 사실상 제목 광고를 도입하는 것으로 방송 광고 시장이 왜곡될 수 있다며 강력 반발하고 있다.

방통위가 개최한 '가상 광고 세부 기준 등에 관한 고시 제정과 협찬 고지에 관한 규칙 개정 의견 수렴을 위한 토론회'에 참석한 토론자들도 "시청률이 낮은 프로그램의 제작 활성화를 위해 제목 광고를 도입하겠다고 하지만 광고주라면 당연히 시청률이 높은 프로그램을 선호할 것이고 결국 (방통위가) 기대하는 효과는 거두기 어려울 것"이라며 반대 목소리를 높였다.

방송광고균형발전위원회 위원이기도 한 김동준 공공미디어연구소 소장은 "광고가 방송사의 절대적 재원이고 시청자에게 직접적 비용을 요구하지 않는다는 긍정적인 점이 있지만 제작자의 제작 자율성, 방송의 독립성, 시청권 등을 고려했을 때 광고가 방송에 깊이 개입되는 것은 좋지 않다고 생각한다"며 "제목은 프로그램의 방향, 성격, 정체성 등을 보여주는 데 그것에 상품명을 넣는 것은 이를 훼손하는 것으로 차라리 이보다는 중간 광고가 합리적일 것"이라고 제안했다.

그러나 정치권과 시민사회단체의 반대에도 불구하고 광고 매출 급감으로 경영상 어려움을 겪고 있는 방송 업계에서는 현실적으로 고품질의 프로그램을 제작하기 위해선 협찬 고지 규칙 개정 등 규제 완화가 불가피하다는 입장을 내놓고 있어 협찬 고지를 둘러싼 이해당사자들 간 갈등은 당분간 이어질 것으로 보인다.

강민정 mjkang@kobeta.com

해마다 느는 간접광고, 지역방송에겐 '그림의 떡'

최민희 의원 "방통위, 대책 마련하지 않는 것은 직무유기"

ⓒ방송화면캡쳐

지상파방송의 간접광고 매출이 해마다 증가하고 있지만 지역방송으로의 배분은 제대로 이뤄지지 않는 것으로 조사됐다.

최민희 새정치민주연합 의원이 한국방송광고진흥공사(코바코)에서 제출받은 자료에 의하면 MBC는 지역 MBC와 간접광고에 대한 배분 방식과 비율을 2011년에 정하기로 합의했지만 지금까지 아무런 합의가 이뤄지지 않고 있다.

PPL로 불리는 간접광고는 드라마에 상품을 내보내는 광고로 원래는 영화나 드라마 제작 때 소품 담당자가 영화에 사용할 소품들을 배치하는 업무를 뜻하던 용어였으나 최근에는 이런 광고 효과가 두드러지게 나타남에 따라 광고를 노리고 영화나 드라마에 제품을 내보내는 뜻으로 쓰고 있다.

최 의원은 "MBC의 경우 간접광고가 처음 도입된 2010년에 간접광고 매출액 16억 원 중 2억 원을 지역 MBC에 '전파료'로 배분했지만 정작 본격화된 2011년 이후에는 한 푼도 배분하지 않고 있고, SBS는 2010년부터 지금까지 지역 민영방송에 전혀 배분하지 않고 있다"며 "MBC와 SBS가 지역 방송에 전형적인 '갑질횡포'를 부리고 있다"고 지적했다.

방송통신위원회가 국회에 제출한 자료에 의하면 MBC와 SBS의 간접광고 매출은 해마다 증가하고 있다. MBC의 경우 2012년 최장기 파업의 여파로 광고 매출이 주춤하긴 했지만 간접광고가 본격적으로 시행된 2011년에 비해 2014년에 1.2배가량 매출이 늘었고 올해는 1.4배 정도 늘어날 것으로 추정된다. SBS의 증가 속도는 더욱 가파르다. 2011년에 비해 2014년에 3배 이상 매출이 늘었고, 올해도 비슷한 정도의 매출이 예상된다. 최 의원은 "같은 기간 MBC의 전체 방송광고 매출액이 5,977억 원에서 4,460억 원으로 25% 이상 급감했고 SBS는 5,280억 원에서 4,408억 원으로 16% 이상 줄어든 것에 비하면 간접광고의 증가세는 더욱 두드러진다"며 "방송사에 있어 간접광고가 중요한 매출 수익원으로 점점 자리 잡고 있지만 지역 방송에 있어 MBC와 SBS의 간접광고 매출 증가는 한마디로 '그림의 떡'이나 다름없다"고 비판했다.

방통위 역시 이 문제에 대해 잘 알고 있다. 코바코는 방통위에 '지역 MBC 광고 매출 하락 개선 방안'을 제출하면서 "지역 MBC 광고 매출의 실질적 개선을 위해서는 공사의 제반 노력과 더불어 정부의 정책적 지원이 절실하다"며 본사 위주로 매출 배분되는 CM 지정 판매, 간접광고 등의 지역 배분 추진의 필요성 등을 강조한 바 있다. 하지만 방통위는 아직까지 이에 대한 아무런 조치도 하지 않고 지금까지 간접광고 매출을 지역 방송에게 전혀 배분하지 않는 상태가 지속되고 있다. 최 의원은 "방통위가 이 같은 사정을 이미 잘 알고 있고 지역 방송들이 간접광고 등에 대한 전파료 배분을 요구하고 있다는 것도 알고 있으면서 대책 마련을 하지 않고 있다는 것은 직무유기"라며 "MBC와 지역 MBC, SBS와 지역 민방 사이에 전파료 배분이 합리적으로 공정하게 이뤄질 수 있도록 적극적으로 조정하는 역할을 해야 할 것"이라고 요구했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

이인호 KBS 이사장 '공금유용' 의혹

KBS 사측 "허위 사실" 반박…최민희 의원 "떳떳하면 국정감사 성실히 임해라"

연임을 놓고 잡음이 끊이질 않았던 이인호 KBS 이사장이 이번에는 공금유용 의혹에 휩싸였다. KBS 사측은 '허위 사실'이라고 반박했지만 정치권에서도 의문을 제기하고 나서 당분간 이를 둘러싼 논란은 쉽게 사그라들지 않을 것으로 보인다.

KBS 이사회는 9월 2일 신임 이사장 선출을 위한 임시 이사회에서 이인호 교수를 다시 이사장으로 선출했다. 이 교수는 지난해 9월 9기 이사회에서 중도 사퇴한 이길영 전 이사장의 후임으로 당시 문창극 총리 후보 강연 보도 직후 〈TV조선〉 프로그램에 출연해 "난 기독교인이 아님에도 문 후보자의 강연을 보고 나라를 사랑하고 민족을 사랑하는 사람이라는 인상을 받았다"며 "강연 전체를 놓고 봤을 때 문 후보자를 반민족주의자라고 하는 사람들은 제정신이 아닌 사람들"이라고 말한 것을 비롯해 그동안의 발언으로 친일 역사관 논란이 일은 바 있다.

이날 이사회에서는 김서중·장주영·전영일·권태선 등 야당 추천 이사 4명이 이사장 선출에 앞서 최근 전국언론노동조합 KBS본부(KBS 새노조)가 제기한 이인호 이사에 대한 의혹 규명이 먼저 이뤄져야 한다고 요구했다. 하지만 야당 추천 이사들의 요구사항이 받아들여지지 않자 이들은 퇴장했고 이후 남은 여권 추천 이사 7명이 표결을 통해 이 이사장을 선출했다. 일반적으로 KBS 이사장은 호선을 통해 뽑으며 관행상 최고 연장자가 맡아왔다. 이 이사장이 또다시 연임되자 KBS 새노조는 성명을 통해 "최근 개인 용무에 회사 공금을 사용했다는 의혹을 받고 있는데 새노조는 진실이 밝혀지기 전까지 이인호 씨를 이사장은 물론 이사로 인정할 수 없다"고 밝혔다.

노조에 이어 야당 추천 이사들 역시 성명을 내놓고 "다수의 이사가 강행해서 이사장으로 선출한 이인호 이사는 9기 이사장 시절 프로그램 내용에 개입하거나 역사관을 관철시키려 한다는 비판을 받아 왔고, 설상가상으로 최근에는 공금유용 의혹까지 제기됐다"며 "공금유용 의혹 해소 없이 강행한 이사장 선임을 수용할 수 없다"고 강하게 반발했다. 이들은 "감사를 통해 제기된 의혹이 해명된 후 다시 이사장의 자격과 책임감 등에 대한 심도 있는 논의를 거쳐 이사장을 선임하는 것이 공영방송 KBS에 대한 국민의 신뢰를 회복하는 유일한 길"이라며 "이사회가 이인호 이사를 이사장으로 선출한 것은 방송법의 취지를 거스르고 국민의 의사를 배반한 행위"라고 비판했다.

정치권에서도 의문을 제기하고 나섰다. 최민희 새정치민주연합 의원은 "KBS 사측이 '허위 사실'이라 주장하는 이인호 이사장의 해외 출장과 관련해서 8월 27일 '2015년 해외 출장 내역'을 출장 계획서 및 보고서와 함께 제출할 것을 요구했지만 KBS는 제출 시한을 넘겨 10일이 훨씬 지난 지금까지도 '제출하겠다'거나 '제출이 늦어지고 있다'는 한 마디 없이 아무런 답변조차 하지 않고 있다"며 "법에 따라 이뤄지는 국정감사에 국민으로부터 수신료를 받는 공영방송 KBS가 사실상 감사를 거부하면서 정작 자신들에게 제기된 의혹에 대해 '허위 사실' 운운하는 것은 적반하장이 아닐 수 없다"고 지적했다. 최 의원은 이어 "또 비상근인 이사장과 관련해 '업무추진비 내역'을 요구했으나 KBS는 "이사장의 법인카드 사용 내역에는 이사장뿐만 아니라 다른 사람의 사생활까지도 침해할 수 있는 개인정보가 상당 부분 포함돼 있어 자세한 내역까지는 제공이 어렵다"며 제출을 거부했다"며 "지난해 '관용차량 사적 사용' 지적에 대해 전혀 해명하지 못했던 이인호 이사장이 사적으로 해외 출장을 가면서 KBS 공금을 썼다는 의혹에 대해 떳떳하고 당당하다면 국정감사부터 성실히 임해야 할 것"이라고 경고했다.

백선하 baek@kobeta.com

미래부 산하 연구기관 수의계약 최고 83% 차지

최민희 의원 "도 넘은 수의계약은 국민 혈세 낭비하는 배임 행위" 지적

미래창조과학부 산하 연구기관 일부가 수천만 원에서 수억 원짜리의 고가 장비를 수년째 무더기로 수의계약 해온 것으로 드러나 논란이 일고 있다.

국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 최민희 새정치민주연합 의원은 미래부가 제출한 '최근 3년간 미래부 산하 연구기관별 고가 장비 구입 현황' 국정감사 자료를 분석한 결과 21개 기관 중 상위 5개 기관이 평균 최저 21.5%에서 최고 83.2%까지 수의계약을 해온 것으로 드러났다고 밝혔다. 이들 기관을 제외한 16개 기관의 3년 평균 수의계약율이 4.6%인 점을 감안할 때 최고 18배나 높은 비율이다.

수의계약(隨意契約)은 경쟁이나 입찰에 의하지 않고 상대편을 임의로 선택해 체결하는 계약으로 현재 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령에 따르면 상한금액이 5천만 원 이상인 경우 경쟁 입찰을 해야 한다고 명시돼 있다.

하지만 최 의원이 내놓은 자료에 따르면 미래부 산하 연구기관 일부는 5천만 원 이하인 경우에는 거의 무조건 수의계약을 해왔으며, 5천만 원 이상인 경우에도 편법 운영으로 해당 법망을 피해간 것으로 조사됐다.

최 의원은 "일부 연구기관의 도 넘은 장비 수의계약은 국민의 혈세를 낭비하는 배임 행위이며 관련 업계의 공정한 경쟁과 기회를 박탈하는 처사"라고 강하게 비판한 뒤 "국정감사에서 이들 기관에 대한 엄중한 경고와 감사원 감사를 청구해 문제점을 낱낱이 밝히도록 촉구할 것"이라고 밝혔다.

우선 미래부 산하 연구기관 중 상위 5개 기관의 최근 3년간 수의계약율은 △한국표준과학연구원 83.2%(410건의 장비 구입 중 341건 수의계약) △한국천문연구원 64.5%(62건 중 40건) △한국철도기술연구원 38.5%(13건 중 5건) △항공우주연구원 37.6%(287건 중 108건) △한국전자통신연구원 26%(166건 중 43건) 순으로 나타났다.

이들 5개 기관의 수의계약 사유는 1인 생산자가(독점생산, 독점수입) 278(51.8%)건으로 가장 많았으며, 경쟁이 비효율적이라는 이유가 151(28.1%)건, 재공고가 77건(14.3%)건, 기타가 31(5.8%)건 순이다.

수의계약 건당 평균 구입액은 한국항공우주연구원이 2억7백만 원으로 가장 높았으며 한국천문연구원이 1억9백만 원, 한국전자통신연구원이 9천8백만 원, 한국표준과학연구원이 8천9백만 원, 철도기술연구원이 4천8백만 원 순으로 나타났다.

이 같은 상황에도 불구하고 수의계약에 대한 감시와 감사도 제대로 이뤄지지 않은 것으로 조사됐다. 수의계약율이 가장 높은 한국표준과학연구원의 경우 2012년도 수의계약율은 94.4%였으며 2013년도에는 90.1%로 무차별적으로 이뤄졌지만 정작 해당기관의 감사실은 이에 대한 점검을 제대로 하지 않았다.

최 의원은 "2013년도에 연구원 감사실은 전자조달 시스템을 통한 견적을 받으라는 개선 정도만 요구했고 2015년 올해 외자 구매에 대해서도 전자조달 시스템을 이용하라고 개선 조치만을 취했을 뿐 구매 적정성 및 세부 감사는 이뤄지지 않았다"며 해당기관의 허술한 감사 실태를 지적했다. 이어 "연구 장비 기능 자체를 특정 기술 스펙으로 제한하거나 외자의 경우 단독 수입업자가 들여오는 제품을 선정하면 독점 제품화해 자연스럽게 수의계약이 이뤄지도록 해온 것으로 의심된다"고 덧붙였다.

민서진 seojin@kobeta.com

'쇼닥터' 근절되나?…허위 정보 제공 시 면허정지 1년

방심위, 대한의사협회와 MOU 체결…"건강 · 의료 정보 프로그램 공공성 제고 필요해"

방송에 출연해 과학적으로 검증되지 않은 허위 건강 정보를 제공하는 '쇼닥터'는 앞으로 1년 이하의 의사면허 정지 처분을 받게 된다.

보건복지부는 9월 8일 정부서울청사에서 열린 국무회의에서 쇼닥터 처벌 등 의료법 시행령 일부 개정안이 심의 의결됐다고 밝혔다.

개정안에 따르면 복지부는 의료인이 방송, 홈쇼핑, 신문, 인터넷 신문, 정기간행물 등을 통해 잘못된 건강, 의학 정보를 제공하면 1년 이내의 범위에서 자격정지 처분이 가능하다. 의료인의 범위는 의사와 치과의사, 한의사다.

복지부는 "일부 의료인이 방송 프로그램 등에 출연해 잘못된 건강·의학 정보를 제공해 소비자의 건강에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 우려가 제기돼 쇼닥터의 자격을 정지시키는 조항을 새로 넣은 것"이라고 설명했다.

한편 방송통신심의위원회와 대한의사협회는 9월 4일 서울 목동 방송회관에서 '건강·의료 정보 프로그램의 공공성 제고를 위한 업무협약'을 체결했다. 이번 MOU는 최근 방송 프로그램을 중심으로 의학적 근거가 부족한 치료 및 시술법을 방송하거나 방송 매체를 의료인 또는 의료기관의 광고 수단으로 악용하는 사례가 증가함에 따라 이를 근절하기 위해서는 양 기관 간 공동 규제가 필요하다는 공통된 인식하에 이뤄졌다.

MOU 체결에 따라 방심위는 건강·의료 정보 프로그램의 심의 규정 또는 관련 법령 위반 여부를 판단함에 있어 대한의사협회로부터의 상시적인 자문을 받음으로써 심의의 전문성을 제고할 수 있게 됐으며 대한의사협회 역시 쇼닥터 등 '의사 방송 출연 가이드라인'을 위반하는 의료인의 방송 출연 내역 등 관련 정보를 방심위로부터 제공받고 향후 건강·의료 행위와 관련한 방송 심의 규정 개정 과정에도 지속적으로 참여할 수 있게 됐다.

복지부와 방심위의 이 같은 행보는 최근 종합편성채널을 중심으로 제공되는 건강·정보 프로그램이 비교적 높은 시청률을 기록하는 데 반해 일부 건강 정보 프로그램의 경우 의도하는 목적에서부터 구성 내용의 정확성이나 영향에 이르기까지 방송의 공공성을 무색하게 느낄 만큼 우려스러운 문제가 표출되고 있는 데 따른 것이다.

실제로 올해 들어 방송 심의 규정을 위반한 건강·의료 정보 프로그램에 대한 심의 사례가 크게 증가하고 있다. 지난해 한 해 동안 13건에 불과했던 건강·의료 정보 프로그램에 대한 심의 사례가 올 상반기에만 무려 약 50여 건으로 크게 늘었고, 종편을 중심으로 과학적으로 검증되지 않은 특정인의 체험 사례를 일반화시키는 방법으로 식품이나 건강식품을 다루는 경향이 높아지고 있는 것으로 나타났다.

이에 대해 박효종 방심위원장은 "건강·의료 정보는 고도의 전문성으로 인해 정보의 비대칭성이 심각하게 발생해 시청자의 신체적·경제적 피해 발생 우려가 매우 높은 분야"라며 "의료법이 의료기관의 방송 광고를 금지하고 있어 프로그램 출연을 통한 우회적 광고 유인이 높아진 만큼 건강·의료 정보 프로그램의 공공성 제고를 위해서는 각 기관 간 긴밀한 협력이 무엇보다 중요하다"고 말했다.

강민정 mjkang@kobeta.com

방통위, EBS 이사 선임 완료

"교육부 장관과 한국교총 추천 2명 추가 선임"

방송통신위원회가 9월 14일 전체회의를 열고 교육부장관과 한국교원단체총연합회가 추천한 2명을 의결해 추가 선임하면서 총 9명의 EBS 이사 선임을 완료했다. 앞서 방통위는 9월 9일 전체회의를 통해 7명을 선임키로 의결한 바 있다.

방통위가 선임키로 한 EBS 이사 9명은 김동률 서강대 기술경영(MOT) 대학원 교수, 박강호 (주)디자인커서 대표, 서남수 세명대 석좌교수, 손동우 전 경향신문 논설위원, 안양옥 한국교총 회장, 오재석 전 연합뉴스 국제/사업담당 상무, 이시우 전 교육부 정책자문위원회 학교교육분과 위원장, 이재환 법무법인 케이씨엘 서초분사무소 대표, 조형곤 21세기 미래교육연합 공동대표(가나다순) 등이다.

EBS 이사는 총 9명으로 EBS법에 따라 교육부 장관과 한국교총이 추천하는 각 1명을 포함해 방통위가 임명한다. 현 이사의 임기는 9월 14일 만료됐다. 방통위는 8월 4일부터 17일까지 EBS 이사 후보자를 공모했으며 지원자 총 48명 중 37명의 후보자를 대상으로 EBS법에서 정한 결격사유 확인 절차 등을 진행했다.

앞서 전국언론노동조합 EBS지부는 성명을 통해 "방통위의 EBS 이사 후보자 중에는 공영방송 EBS가 받아들일 수 없는 부적절 인사가 대거 포함돼 있다"며 EBS 이사 선임 과정에 우려를 표한 바 있다.

당시 EBS 노조가 부적격 인사로 지목했던 구종상 동서대 교수는 방통위가 내놓은 EBS 이사 선임 명단에 오르지 않았으나 그중 하나였던 안양옥 한국교총 회장과 조형곤 21세기 미래교육연합 공동대표가 EBS 이사로 선임되면서 이사 선임을 둘러싼 잡음은 당분간 이어질 것으로 보인다. EBS 노조는 "극우 성향의 조형곤 21세기 미래교육연합 공동대표는 '수학능력시험의 EBS 방송 연계 정책을 폐지하고 수능방송 민간 개방으로 교육 서비스 시장을 확대해 창조경제를 실현할 수 있다'는 주장을 펼치기도 했다"며 반대 의사를 밝힌 바 있다.

전숙희 imaonearm@naver.com

BCWW 2015

국제방송영상견본시(BCWW 2015), 9월 9일부터 사흘간 열려 아시아 최대 규모의 방송 영상 콘텐츠 시장인 '국제방송영상견본시(Broadcast Worldwide, BCWW) 2015'가 9월 9일부터 11일까지 서울 삼성동 코엑스에서 개최됐다. 특히 이번 행사에서는 최첨단 방송 플랫폼을 체험해볼 수 있는 미래 콘텐츠 체험관이 마련돼 관람객들의 눈길을 끌었다. 4K 초고화질(UHD) 콘텐츠는 물론이고 아시아 최초로 360도 생중계가 가능한 가상현실(VR) 시스템도 준비됐다. 또한 최근 방송 플랫폼 변화의 핵심인 웹드라마와 온라인 플랫폼 등을 전시 · 체험하는 온라인 플랫폼 특별관은 멀티 채널 네트워크(Multi Channel Network, MCN) 코너와 드라마, 뮤직, 연예, 뷰티 등의 웹콘텐츠를 상영하는 웹콘텐츠 코너로 구성돼 많은 관심을 받았다. 전숙희 imaonearm@naver.com

한국 방송의 공공 서비스 플랫폼 복원을 위한 정책 제안

한석현
서울YMCA 시청자시민운동본부 팀장

지금까지의 우리 방송 정책들은 공공 서비스인 지상파방송의 기본적인 의무와 책임조차 제대로 컨트롤 하지 못해왔다. 이로 인해 우리 시청자들은 오랜 시간 동안 방송 환경과 기술 변화에 걸맞은 적절한 혜택을 누리지 못하며 살아왔다. 그동안의 한국 방송 정책들은 '방송 산업 진흥'이라는 기치 아래 지상파 방송사, 유료방송사업자, TV 제조사 등 사업자들의 이해관계에 매몰된 채 무리하게 수립되고 시행돼, 가장 중요한 시청자의 권리가 배제되고 표류하게 되는 현재의 비정상적인 상황에 놓이게 하고 말았다. 이에 현재의 한국 방송을 명백히 비정상적인 상황으로 규정하고, 한국 방송의 빠른 정상화를 위해 시청자 입장에서 실효성 있고 그 변화를 체감할 수 있는 다음과 같은 네 가지를 제안하고자 한다.

첫 번째 '공동주택 MATV(공시청 시설) 의무 법제화'를 제안한다. 아날로그 방송 시절 시청자들의 가장 큰 고민은 질 좋은 화면을 직접 수신으로 시청하기가 용이치 않았다는 점이다. 때에 따라 실내 안테나 또는 실외 안테나를 계속 조정해가며 흔들림이나 혼신 없는 화면을 잡는 상당한 노력을 기울여야 했으며, TV를 시청하는 데 있어 날씨와 바람 등에도 큰 영향을 받았다. 이러한 불편에서 벗어나고자 케이블TV와 같은 유료방송을 통한 TV 시청이 보편화 되고, TV를 보려면 유료방송을 신청하는 것이 당연한 것이 됐으며, 이로 인해 유료방송 가입 가구 비율이 90% 이상에 이르는 비정상적인 상황이 현재까지 지속되고 있다. 이러한 상황임에도 디지털 전환 과정에서 'TV를 수신하는 것이 가장 큰 문제'였던 시청자들을 위해 최우선적으로 고려됐어야 할 직접 수신 확대에 대한 근본적이고 실효성 있는 정책이 수립되거나 시행되지 않았다.

디지털 전환은 단순히 기존 아날로그 방송의 낮은 전파 수신 커버리지를 확대하고, 고화질·고음질의 방송을 구현하는 것만이 전부가 아니다. 시청자가 디지털을 기반으로 한 기존과는 다른 다양한 서비스를 제공받을 수 있는 환경 조성과 함께 기존 아날로그 방송 정책 실패에 따라 당연시 되고 있는 방송 시청에 따른 시청자들의 경제적 부담에 대한 완화가 반드시 최우선적으로 고려됐어야 한다. 디지털 전환이 성공적이라고 생각하는 정부와 지상파 방송사들은 디지털 전환 계획 수립과 전환 과정에서 직접수신율 확대에 대한 목표치와 계획을 명확히 밝힌 적이 단 한 번도 없다.

이렇듯 디지털 전환 과정에서 골든타임을 놓친 한국 방송의 정상화는 아날로그 시절부터 고착화돼 있는 유료방송 일변도의 비정상적인 방송 시청 환경에서 시청자들이 벗어날 수 있는 다양한 법적·제도적 장치들을 마련하는 것으로 그 대안을 찾아야 한다. 디지털 전환 과정에서 시청자 단체들의 꾸준한 요구로 공동 주택에 대한 공시청 설비 지원 대책들이 일부 나왔지만, 목표와 실현 계획이 불분명해 뒤늦은 인프라 구축 사업에 그치고 말았다. 그럼에도 불구하고 한국 방송의 빠른 정상화를 위해서는 공동 주택의 공시청 시설 부분에 대한 관심이 매우 중요한 상황이다. 2014년 기준 우리나라 주택 가운데 아파트의 비중은 50%에 달하며, 연립 주택과 다세대 주택까지 포함한 공동 주택의 비중은 60%에 이르고 있다. 이러한 다수 시청자의 거주 형태를 고려해볼 때 직접 수신 확대의 1차 대상을 공동 주택으로 우선 설정하고 직접 수신 확대 정책을 여기에 집중해 펴나가야 한다. 이를 위해서는 공동 주택의 MATV 설비 점검, 유지·보수 및 관리에 대한 명확한 법제화가 필요하다. 방송법 또는 주택법상에 구체적인 관련 조항들을 신설하거나 관리 주체를 반드시 명시하는 것이 필요하다. 관련법 개정이 여의치 않거나 시간이 걸릴 것에 대비해 지자체별 공동주택관리규약 준칙에 별도 조항 신설 등으로 공시청 시설 복구와 관리, 지상파방송 직접 수신 및 주민 제공에 대한 근거를 우선적으로 마련해 놓는다면, 관련법 개정 이전에도 직접 수신에 대한 공동 주택 거주 시청자들의 인식 변화와 직수율 증가를 기대할 수 있다.

[※별도조항 신설]
제○○조 〔방송서비스의 제공〕 관리주체는 입주자에게 무료 보편적 서비스인 지상파방송 직접 수신에 대한 정보 및 수신 방법에 대해 고지하고, 입주자가 무료로 지상파방송을 시청할 수 있는 환경을 지속적으로 제공해야 한다.

공동 주택의 MATV 법제화는 공동 주택의 공시청 시설에 대한 집중적인 관리·지원을 통해 공동 주택 거주자들이 유료방송보다 직접 수신을 우선적으로 고려할 수 있도록 유도해 이른 시간 내에 직접 수신 시청자 수의 확대를 꾀할 수 있다. 지금까지 아파트 단지로 이사를 오면 관성적으로 유료방송을 신청하거나 공시청 형태의 유료방송을 보게 되던 시청자들에게 유료방송을 신청하지 않고도 공시청 설비를 통해 편리하게 지상파방송을 무료로 시청할 수 있다는 정보와 연결 팁을 제공하고, 그러한 환경을 지속적으로 유지한다면, 아파트 등 공동 주택 거주 시청자들은 직접 수신에 대한 일차적인 고려를 하게 될 것이며, 이것이 폭발적이진 않더라도 어느 정도의 직수율 변화로 이어질 수 있을 것이다.

여기에 덧붙여 직접 수신 확대를 위한 지상파 방송사들의 지속적인 관심과 투자, 노력을 경주할 수 있도록 재허가 심사에 반영되는 방송평가 등에 수신 환경 관련 항목을 포함토록 하는 등의 안전장치도 고려돼야 할 것이다.

두 번째로 '유료방송 시청자의 지상파 채널 선택제' 도입을 제안한다. 유료방송 가입자 중 상당수가 지상파방송 시청을 위해 유료방송에 가입하고 있다. 현재의 유료방송 상품 구성과 가격 구조는 지상파 직접 수신이 어렵던 아날로그 방송 때의 연장선상에 있다. 전체 유료방송 상품에 지상파방송 채널이 기본적으로 포함돼 있어 아날로그 방송 시절부터 유료방송으로 전환한 시청자들의 유료방송 쏠림 현상을 제어하기 어려운 측면이 있다. 기본적인 유료방송 상품군에서 지상파방송 채널을 제외토록 하고, 시청자들이 유료방송에 가입하고자 할 때 유료방송 채널 이외에 가입상품에 지상파 채널 추가 여부를 시청자들이 스스로 선택할 수 있도록 해야 한다. 이처럼 시청자들에게 지상파방송은 직접 수신을 통해 시청이 가능하다는 인식을 심어주고, 지상파방송 이외의 유료방송에 대해서는 필요한 채널이나 묶음 상품을 추가해 그만큼만 요금을 부담하는 방식으로 유료방송 시청과 상품 및 과금 패턴의 일대 전환에 대한 고민이 필요하다. 아날로그 때와는 달리 전파 수신 커버리지가 확대되고, 직접 수신이 상대적으로 용이해진 지상파방송은 실내외 안테나를 시청자들이 연결해 직접 수신으로 전환하고, 유료방송은 시청자들이 원하는 채널을 선택 가입해 1대의 DTV에 지상파 직접 수신 안테나와 유료방송 셋톱박스를 동시에 연결해 방송 수신 환경을 하이브리드화해 동시 연결해 이용할 수 있도록 하는 것이다. 보급률이 80%에 이르는 DTV의 경우 직접 수신 안테나와 유료방송 동시 연결 시청이 외부 입력 설정 등으로 상당 부분 가능하고, TV 제조사의 기술 지원이 있을 경우 보다 매끄럽게 직접 수신과 유료방송 수신을 동시에 편리하게 이용할 수 있는 형태로 발전시킬 수 있을 것이다.

지상파 채널 선택제 도입은 시청자의 선택권과 직접 수신 확대, 방송 시청에 따른 경제적 부담 완화에 기여할 수 있다. 또한, 지상파 방송사와 유료방송이 서로에게 의존하지 않는 적극적인 콘텐츠 대결 구도로 인해 보다 질 높은 콘텐츠 생산이 촉진될 것이며, 지금까지의 반복적인 '재송신 분쟁'에 따른 시청자 피해도 최소화할 수 있을 것이다.

세 번째로 지상파 MMS(다채널서비스) 본방송의 즉각적인 도입을 제안한다. 지상파 MMS는 정부가 지상파 디지털 전환을 결정하면서 시청자 권익 증진을 위해 도입을 약속했던 것이다. 2012년 12월 31일 지상파의 아날로그 방송 종료로 디지털 전환이 완료됐다고 얘기하고 있지만, 디지털 전환 정책의 전제 조건이었던 지상파 MMS 도입은 EBS 2TV 시범 서비스 외에는 전면적으로 이뤄지지 않고 있으며, 구체적인 도입 계획이 전혀 나오지 않고 있다. 지난 2월 EBS의 MMS 시범 서비스 시작 전부터 유료방송과 재송신 문제로 갈등이 발생한 바 있다. 이는 정부가 지상파 디지털 전환 정책의 전제 조건으로 내세웠던 MMS 도입에 대한 방송사별 시기, 방법, 운영 계획, 기술 문제 등에 대한 총체적인 로드맵이 부재했던 것으로밖에 볼 수 없는 것이다. 지상파 MMS 도입은 시청자들에게 직접 수신만으로도 일정 정도의 방송 문화를 향유할 수 있는 권리를 보장해주기 위한 것으로 지상파 디지털 전환 정책의 명백한 전제 조건이다. 지상파 MMS를 통해 공익적 방송 콘텐츠를 보다 확대하고, 시청자들이 유료방송에 의존하지 않고도 콘텐츠 다양성을 경험할 수 있도록 해주어야 한다. 지상파 MMS 도입 및 활성화는 아날로그 시절 지상파 난시청 문제로 유료방송을 시청하게 되고, 유료방송 플랫폼의 다변화로 다양한 채널과 콘텐츠를 경험하게 된 시청자들을 직접 수신으로 전환시킬 수 있는 주요한 계기가 될 수 있다. 조속히 지상파 MMS 전면 허용 원칙을 수립하고, 일차적으로는 공영방송부터 시청자들에게 다채널 서비스를 제공할 수 있도록 해 무료방송과 유료방송 서비스가 건강하게 공존할 수 있도록 우리 방송 생태계를 시청자 위주로 하루빨리 전환해야 한다.

네 번째로 '시청자에 대한 방송 정책 및 향후 계획의 정확한 로드맵 제시'를 제안한다. 미미한 지상파 직수율, MMS 등 디지털 전환의 전제 조건들이 충족되지 않은 현재의 상황은 아날로그 방송 종료 상황으로밖에 규정할 수 없으며, 디지털 전환의 진행 과정으로 보는 것이 정확하다. 아날로그 방송이 종료된 지 2년이 넘었지만, 케이블TV 방송의 절반이 아직도 아날로그 방식으로 남아 있으며, 저소득층의 경우 아날로그 TV로 아직도 저화질 방송을 시청하고 있다. 지상파 방송사들은 디지털 전환 이후에도 시청자에 대한 무료 보편적 서비스 확대를 위한 노력보다 뉴미디어 기반의 VOD 서비스와 같은 콘텐츠 판매에 혈안이 돼 있는 등 급속한 상업화의 길로 가고 있다. 차세대 방송을 시청할 수 있는 TV 수상기 구입 비용, TV 수신료, 유료방송 요금, 각종 N스크린 서비스 이용 요금 등 급변하는 미디어 환경 속에서 시청자들의 경제적 부담은 오히려 가중되고 있다. 시청자의 편익이 증대되기는커녕 오히려 감소하고, 경제적 부담만 가중되고 있는 현재의 비정상적인 한국 방송의 정상화를 위해서는 방송 산업 진흥 일변도에서 벗어나 시청자 중심의 방송 정책 수립과 개혁이 필연적으로 요구된다.

직수율 목표 설정, 지상파 MMS 허용 시기 및 채널운영 계획, UHD 등 차세대 방송 도입 시기 등 시청자와 밀접한 방송 정책 및 계획 등 정확한 로드맵이 우선적으로 시청자에게 명확히 제시되고 전달돼야 한다. 이에 따라 시청자들은 직접 수신 전환 여부를 선택적으로 결정할 수 있게 되고, 차세대 방송의 시행 시기 등을 감안해 TV 수상기 교체 및 구입 시기도 고민할 수 있으며, 유·무료 방송 시청과 관련된 맞춤형 요금 설계도 가능해질 것이다.

시청자 중심의 방송 정책 수립과 로드맵 제시는 디지털 방송 환경에서 현재 나타나고 있는 방송의 급속한 상업주의화와 획일화, 시청자의 고비용 지출이라는 부작용을 정상화할 수 있는 유일한 대안일 수 있다. 비정상적인 한국 방송 생태계에서 공영방송 등 공공 서비스 영역을 빠르게 정상화해 유료방송의 한계를 보완하고, 공정경쟁과 상생을 통해 오랫동안 정체돼 있던 시청자 선택권과 권익이 신장될 수 있도록 이제는 다 함께 노력해야 할 때다. 한국 방송 생태계의 판이 흔들려도 정상화를 위한 변화를 두려워해서는 안 된다. 한국 방송 생태계가 공영방송 등 공공 서비스 영역을 중심으로 정상화의 길에 들어서고, 그 책임과 의무를 다하는 모습이 검증되는 단계에 이르렀을 때 공영방송 수신료 인상 논의 등도 긍정적으로 진행될 수 있을 것이다. 적정한 직수율 목표 설정 및 달성이 전제되고, 차세대 방송 계획을 정확히 밝히지 않는 한 지상파의 UHD 등 차세대 방송 주파수 할당에 대해 시청자들이 동의해주기는 어려운 일이다.

추석 연휴 추천 여행지

추석 황금 연휴, 추억 쌓으러 떠나볼까?

구름 한 점 없이 푸른 하늘을 바라보며 가을이 오는구나 싶더니 어느새 추석이 코앞이다. 차례를 지내고 상을 차렸다가 치우고 하다 보면 순식간에 지나가 버리는 추석 연휴. 모처럼 온 가족이 모이는 명절인데 집에 앉아 허무하게 보낼 것이 아니라 여행을 떠나 쾌청한 가을 날씨를 즐겨보는 건 어떨까? 한국관광공사는 9월을 맞아 '불 밝힌 지 100년 이상 된 등대여행'이라는 테마로 전국의 아름다운 등대를 여행지로 추천했다. 하늘을 밝히는 달과 바다를 밝히는 달을 동시에 감상하는 색다른 경험이 될 것이다.

울산 울기등대 구 등탑

인천 팔미도등대

군산 어청도등대

① 우리나라 최초의 등대, 인천 팔미도등대

팔미도등대는 우리나라 최초로 불을 밝힌 등대다. 1903년 4월 만들어졌으며, 같은 해 6월 1일 첫 불을 켰다. 인천항 연안여객터미널에서 배를 타면 팔미도까지 약 45분 걸린다. 선착장에서 등대가 있는 정상까지 10여 분. 섬 정상에는 등대 두 개가 있는데, 왼편에 보이는 작은 것이 '원조' 팔미도등대다. 옛 등대 뒤로 새 등대가 있다. 새 등대에는 팔미도등대 탈환 당시 상황과 인천 상륙작전을 재현한 디오라마 영상관, 실미도와 무의도, 영종도 등을 바라볼 수 있는 전망대가 마련됐다. 울창한 소사나무 숲 사이로 오솔길을 따라 섬을 한 바퀴 돌아보는 것도 좋을 듯. 연안부두 앞에 자리한 인천종합어시장과 개항장문화지구, 답동성당 등을 엮어 가을 여행을 하는 것도 팔미도등대를 알차게 즐기는 방법이다.

② 오얏꽃 문양에 새겨진 100년의 역사, 부산 가덕도등대

부산 가덕도 끝자락에 100년이 넘는 세월을 이어온 가덕도등대가 있다. 1909년 12월 처음 점등한 가덕도등대는 2002년 새 등대가 세워질 때까지 인근 해역을 오가는 선박들에게 희망의 빛이 됐다. 단층 구조에 우아한 외관이 돋보이는 등대 출입구에 대한제국 황실을 상징하는 오얏꽃 문양이 새겨졌다. 등대 건물은 역사적·건축학적 가치가 높아 2003년 부산광역시 유형문화재 제50호로 지정됐다. 등대 아래쪽에 100주년 기념관이 있어 등대 숙박 체험과 등대기념관 관람이 가능하다.

가덕도등대 외길을 따라 나오면 시간이 멈춘 것 같은 외양포 마을에 닿는다. 일제강점기에 마을 전체가 군사기지로 사용된 역사의 흔적이 고스란히 남았다. 부산에 들러서는 지난 6월 개장해 송도해수욕장의 랜드마크로 급부상한 구름 산책로를 걸어보자.

③ 송림과 기암 사이 빼어난 자태, 울산 울기등대 구 등탑

울산 12경의 하나인 대왕암 송림은 해금강에 버금가는 절경으로 꼽힌다. 수령 100년이 넘는 아름드리 해송 1만 5,000여 그루가 울창한 숲을 이루고, 기암괴석과 짙푸른 바다가 어우러져 그림 같은 풍경을 연출한다. 울기등대는 이 멋진 경치를 감상할 수 있는 해안 산책로 끝자락에서 방문객을 맞이한다. 울기등대는 동해안에서 가장 먼저 건립된 등대다. 일제강점기인 1906년 3월에 처음 불을 밝혀 1987년 12월까지 80여 년간 사용했고, 2004년 구 등탑이 근대 문화재로서 가치를 인정받아 등록문화재 제106호로 지정됐다. 구 등탑이 현역에서 물러난 뒤 바통을 이어받은 신 등탑도 곁에 서 있다.

울산 하면 고래 이야기가 빠질 수 없고, 고래하면 장생포다. 울기등대와 연계해서 둘러볼 만한 곳으로 장생포 고래문화특구를 추천한다. 울산을 대표하는 벽화 마을인 신화마을도 가까이에 있다. 울산의 새로운 랜드마크가 될 울산대교전망대에 올라 시가지를 조망하고, 태화강 십리대숲에서 여행을 마무리한다.

④ 용의 꼬리를 밝히는 100년의 빛, 울진 죽변등대

울진군 죽변곶은 포항 호미곶 다음으로 육지가 바다로 돌출한 지역이다. 용의 꼬리를 닮아 '용추곶'이라고도 한다. 1910년 점등을 시작한 죽변등대는 100년이 넘도록 용의 꼬리와 그 앞바다를 밝혀온 셈이다. 팔각형 구조로 새하얀 몸체를 자랑하는 죽변등대는 높이 약 16m다. 철문을 열고 들어가면 나선형으로 이어진 철제 계단이 나온다. 각층 천장에 태극무늬가 인상적이다. 등탑에 올라서면 죽변항과 마을 일대가 파노라마로 펼쳐진다. 등대는 전국 어디든 시야가 탁 트여 시원하고 전망 좋은 곳에 있다.

경복궁을 지을 때 쓰였다는 울진 금강송의 자태를 감상하려면 전문 가이드와 함께 금강 소나무 숲길을 걸어보자. 자연 용출하는 덕구온천에서 개운한 온천욕을 즐기고, 2억 5,000만 년 세월을 간직한 성류굴에서 석회동굴의 신비로움을 맛보는 등 울진 여행은 몸과 마음이 에너지를 충전하는 시간이다.

⑤ 다도해해상국립공원을 지키는 '거룩한 빛', 진도 하조도등대

다도해해상국립공원에 있는 진도 하조도등대는 수려한 풍광이 멋스럽다. 바다와 연결된 등대 주변은 온통 기암괴석이다. 절벽 위에 세워진 등대의 높이는 해수면 기점 48m, 등탑 14m에 이른다. 등대에서 내려다보면 조도군도 일대의 섬들이 절벽 바위와 어우러져 아득한 모습을 연출한다. 하조도등대는 1909년 처음 점등해 100년 넘게 뱃길을 밝혀왔다. 진도와 조도 일대는 서남 해안에서 조류가 빠른 곳 중 하나로, 등대는 서해와 남해를 잇는 항로의 분기점을 지키고 있다. 하조도는 조도군도의 '어미새' 같은 섬이다. 신전해변은 아늑한 섬마을의 풍광을 간직하고 있으며, 하조도와 연결된 상조도의 도리산전망대에 오르면 다도해의 아름다운 풍광을 조망할 수 있다. 이웃 섬 관매도 역시 비경으로 명성 높은 곳이다.

⑥ 군산의 숨겨진 근대문화유산, 군산 어청도등대

어청도등대는 1912년 3월 1일부터 바다를 향해 희망의 빛을 쏘아내는 근대문화유산이다. 일제강점기에 일본이 대륙진출을 하기 위한 목적에서 세웠다. 깎아지른 절벽 위의 하얀 등대는 입구에 삼각형 지붕을 얹은 문을 달고, 등탑 윗부분에는 전통 한옥의 서까래를 모티브로 장식해 조형미가 돋보인다. 등대를 둘러싼 나지막한 돌담과 해송, 하늘의 파란색, 바다의 짙은 녹색이 조화를 이뤄 동화 속에 나오는 숲 속의 집을 보는 것 같다.

어청도에는 산등성이를 따라 조성된 둘레길이 있다. 어청도의 포구와 주변 바다가 한눈에 들어오는 길이다. 주봉인 당산(198m) 정상에는 고려 시대부터 있었다는 봉수대가 남아 있다. 마을 중앙에는 중국 제나라 사람 전횡을 모시는 사당인 치동묘가 있다. 전횡은 어청도란 이름을 지은 사람이라고 전해진다.

⑦ 100년의 보물, 고래 혹은 옹기 닮은 등대섬, 태안 옹도와 옹도등대

옹도는 태안 서쪽 신진도 앞바다에 있는 섬이다. 1907년에 세워진 옹도등대가 있어 등대섬으로 불린다. 2007년 해양수산부가 선정한 '우리나라의 아름다운 등대 16경'에 포함돼 소문났지만, 오랜 시간 태안이 숨겨둔 보물이다. 일반에 개방한 2013년 이전에는 항로표지원이 섬을 지켰다.

옹도 가는 배는 안흥외항에서 출발한다. 가는 길은 30여 분 걸리고 오는 길에는 가의도 일대 바위섬 유람을 포함한다. 섬에 체류하는 1시간을 포함해서 총 2시간 40분 여정이다. 옹도선착장에서 등대를 지나 물범 조형물까지 약 365m 거리라 느긋하게 다녀도 충분하다. 중간에 동백잎 쉼터, 동백꽃 쉼터, 옹기 쉼터 등 전망대를 지난다. 옹도는 동백꽃이 많아 봄날에 붉고 여름날에 짙푸르다. 섬 모양이 옹기를 뉘어놓은 듯해 옹도다. 주변 어민들은 고래를 닮아서 고래섬이라고도 부른다. 안흥외항으로 돌아오는 길에는 독립문바위, 사자바위, 코바위 등 특이한 바위섬이 해상 유람의 즐거움을 안긴다.

정리 | 전숙희 imaonearm@naver.com

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

남의 떡 : 커도 너무 크다

칼럼

오건식
SBS 뉴미디어개발팀 부국장

미국 최대의 동영상 스트리밍 서비스 업체인 Netflix가 우리나라에도 진출할 것 같다. 9월 1일부로 Netflix는 SoftBank를 통해 일본에서 서비스를 개시했다. Netflix 글로벌사업총괄책임자가 9월 9일 BCWW(국제방송영상견본시)에서 기조연설을 했다. 이를 통해 우리나라에서는 내년 초에 서비스를 시작한다고 밝혔다. 그래서인지 Netflix와 손을 잡고자 하는 국내 통신사들의 물밑 접촉이 가시화되고 있다고 한다. 통신 사업자와 손을 잡게 되면 기존 IPTV 플랫폼에 또 다른 서비스가 추가되는 형태로 서비스될 것 같다.

현재 Netflix는 7,000만 정도의 가입자를 가진 공룡이다. 가입자 수 7,000만은 개인이 아니라 가구 수일 것이므로 실제적인 가입자 수는 1억 명이 훨씬 넘을 것이다. 거대한 가입자 수에 기초한 Big Data 분석으로 Netflix는 점점 더 황금알을 낳는 거위가 될 기세다. 게다가 콘텐츠 유통을 넘어 제작까지 직접 하는 팔방미인이 돼가고 있다.

Netflix의 한국 진출 가능성을 생각하다 보니 몇 년 전에 공개된 이른바 '실리콘밸리에서 가장 중요한 문서'라고 여겨지는 Netflix 사내 조직 운영 참고 가이드의 내용이 떠올랐다. 이 가이드를 보면 Netflix란 회사는 거의 '당나라 군대' 수준이다. 가장 직장인들의 호감을 끄는 것이 휴가와 관련된 규정이 없다는 것이다. Netflix의 인재들은 알아서 업무를 잘 수행할 것이므로, 스스로 알아서 필요한 만큼 휴가를 사용할 것이란 믿음이 갑이다. 출장 규정도 'Netflix의 이해에 부합할 정도로 알아서…'란 문구가 전부다. 스스로 생각해서 가야 할 출장이라면 눈치 보지 말고 갔다 오란 것이다. 당연히 연봉도 업계 최고 수준으로 준다. Netflix를 퇴사해서 다른 직장으로 옮기는 직원의 경우는 대부분 연봉이 줄 수밖에 없다고 한다.

> 가끔 우리 주변의 기획 회의에서는 Netflix의 성과와 장밋빛 미래 성장 예측을 소개하면서 Netflix급 아이디어나 서비스 모델을 내라고 주문한다. 대부분의 경우 회의는 왜 Netflix는 이러이러한 획기적인 아이디어를 냈는데, 참석자들은 좋은 아이디어를 못 내느냐고 하면서 끝이 난다. 어찌 보면 Netflix의 CEO인 Hastings의 경영이나 인사 철학은 도입하지 않으면서 그들의 서비스 모델이나 성과는 구현돼야 하는 상황이다.

이런 '당나라 군대'의 실적은 놀랍기만 하다. 가끔 우리 주변의 기획 회의에서는 Netflix의 성과와 장밋빛 미래 성장 예측을 소개하면서 Netflix급 아이디어나 서비스 모델을 내라고 주문한다. 대부분의 경우 회의는 왜 Netflix는 이러이러한 획기적인 아이디어를 냈는데, 참석자들은 좋은 아이디어를 못 내느냐고 하면서 끝이 난다. 어찌 보면 Netflix의 CEO인 Hastings의 경영이나 인사 철학은 도입하지 않으면서 그들의 서비스 모델이나 성과는 구현돼야 하는 상황이다. 물론 Netflix가 처음부터 '당나라 군대' Rule을 도입한 것은 아니다. 2002년 상장 후 2년 뒤인 2004년부터 도입했다고 하니, 어느 정도 사업이 궤도에 오르고 수익 기반이 탄탄해지니까 기존 경영 방식보다 진취적인 Rule이 만들어질 수 있었을 것이다.

필자도 전 직장에서 같이 일했던 선배 팀장이 창업을 해 합류한 적이 있다. 그런데 기존 기업의 일원으로 보던 팀장과 신생 기업의 CEO가 된 팀장은 달라도 너무 달라져 있었던 기억이 있다. 아무래도 종업원 신분이 아니라 '자본'을 투입한 Owner가 됐을 때는 초심을 유지하기 어려웠을 것임을 이해는 했지만, 왠지 뒷맛은 씁쓸했었다. 결국, 신생 기업에서 '타짜'가 되지 못한 필자는 반년 만에 방출됐다.

채산성이 점점 떨어지는 우리나라 방송 산업에서 우리도 Netflix처럼 대우해 달라고 할 수는 없을 것이다. 그러나 Netflix처럼 대우를 안 해주니, Netflix급의 아이디어나 사업 모델을 못 낼 수도 있는 것 아닐까? '개천에서 용 나는' 시절은 이미 끝이 난 것으로 사회적 합의가 이뤄진 것 같던데… 유사한 환경을 먼저 만들어 주고 나서, 왜 우리는 잘 나가는 기업처럼 Fancy한 사업 모델을 못 만드느냐고 묻는 것이 이치에는 맞을 것 같다. 왠지 내가 쉬고 싶을 때 언제든 쉴 수 있다면 Netflix 찜 쪄 먹는 아이디어가 솔솔 나올 것 같지 않은가? Netflix처럼 무려 1년이나 유급 출산휴가를 받으면 아기도 아이디어도 슴풍슴풍 잘 나올 것만 같다.

이제 Netflix 같은 기업에 입사하기란 '하늘의 별 따기'가 돼버렸다. Google에 입사하는 것이 Harvard대에 들어가는 것보다 25배나 힘들다는 통계도 있다. 하지만 우리나라에서도 한때는 '언론 고시'라고 해 방송사 입사하기가 엄청 힘들던 시절이 있었다. 경쟁률만 놓고 보면 나름 엄청난 경쟁을 뚫고 입사한 방송 종사자들이니 방송 산업의 미래를 위해 Netflix의 아류라도 되는 아이디어를 짜내야 할 것 같다. 용이 아닌 이무기라도.

그래도 기분상 남의 떡이 커도 너무 커 보이는 것만큼은 어쩔 수 없다. 한 번이라도 '당나라 군대'에서 일해보고 싶다. 아~ 당 떨어진다.

사설

UHD 활성화를 위한 정책 수립과 지상파 규제 완화를 기대한다

700MHz 대역 주파수 분배 방안이 확정됨에 따라 지상파 초고화질(UHD) 방송에 대한 논의가 본격화되고 있다. KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송사를 주축으로 지상파 UHD 정책 방안 마련을 위한 전담반도 구성되고 정부기관인 미래창조과학부와 방송통신위원회도 올해 안으로 UHD 방송 종합 발전 방안을 마련한다는 계획이다. 그동안 많은 논란을 불러왔던 주파수 분배 방안이 효과적으로 결실을 맺으려면 지금부터라도 정부나 방송사, 가전사들이 힘을 합쳐 노력해야 함은 두말할 나위도 없다.

2013년 말에 미래부, 방통위, 문체부가 발표한 '방송산업종합발전계획'은 폭 넓게 발전하고 있는 정보통신기술(ICT) 산업과는 달리 침체된 방송산업을 부흥시키기 위한 것으로 과도한 규제를 혁신해 글로벌 경쟁력을 갖추자는 게 핵심이다. 그렇지만 정부는 종합편성채널에 황금 채널 배정, 의무전송채널 지정, 방송발전기금 면제, 광고 직접 영업 허용 등과 같은 특혜를 제공한 데 이어 케이블 사업자의 8VSB 활용, 위성방송 사업자에 대한 규제 완화 등을 허용한 데 반해, 지상파 방송사에는 EBS에 지상파 다채널 방송을 허가한 것 외에는 그 어떤 것도 허용치 않고 있다. 심지어 EBS의 MMS 서비스도 시범 서비스로 진행되고 있다. 아무리 매체 균형 발전을 위한 비대칭 규제라고 해도 다매체 경쟁으로 경영 악화를 겪고 있는 지상파의 입장으로는 이 같은 정책적 비대칭을 더 이상 수용하기 힘들다.

친 유료방송 위주로 진행된 정부의 디지털 전환 정책으로 직접수신율이 한 자리 숫자까지 떨어진 지상파 방송사로서는 고품질의 UHD 서비스를 성공적으로 정착시키고, 국민들에게 다양한 시청권을 공급할 수 있는 다채널 방송을 무조건 실시해야만 한다. 그래야만 직접수신율을 자연스럽게 끌어 올려 국민 누구나 누릴 수 있는 무료 보편적 서비스를 확대할 수 있을 것이다. 하지만 정부는 여전히 과거에 머물러 있다. 아직도 지상파 방송사의 영향력이 과점 형태여서 지상파 방송사 전체의 다채널 방송은 무리라는 입장을 내놓고 있다. 어느 매체가 더 국민에게 공익적인가 하는 원론적인 논제는 뒤로 하더라도 차세대 방송인 UHD 서비스가 활성화되려면 콘텐츠를 가장 많이 생산하고 있는 지상파가 기틀을 다질 수 있도록 특별법을 제정해 본방송 도입 시기와 범위를 결정하고 시설 투자 지원 및 단말 안테나 내장화 등 정책이 수립돼야 할 것이다. 사실 지상파 방송사는 디지털 전환 당시 수천억 원의 비용을 들이고도 별다른 혜택을 보지 못했다. 오히려 현재 경영상의 어려움을 겪고 있는데 이런 상황에서 UHD 방송 서비스에 투자하라고 아무리 등을 떠밀어도 선뜻 공격적인 투자를 하기 어렵다.

지상파 UHD 방송을 위한 주파수 배분이 국민 모두에게 혜택을 줄 수 있고 우리나라 가전사와 방송 관계 산업이 활성화돼 세계적인 주도권을 가지고 나아갈 수 있도록 하려면 정부는 지금이라도 지상파 방송사에 대한 규제를 완화하고 UHD 활성화를 위한 법안을 수립해야 할 것이다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일
발 행 인 | 이후삼 편집주간 | 이성의
편집위원 | 백낙운, 이승호, 김명권, 최권용, 나경록
취재기자 | 백선하, 이진범, 강민정, 민서진, 전숙희
기 획 실 | 강동균
인 쇄 인 | 성전&화성프린원
주 소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
전 화 | 02-3219-5637
팩 스 | 02-2647-6813
트 위 터 | @KOBETA_COM
홈페이지 | www.kobeta.com
정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391
기사제보 광고문의 02-3219-5635 / kobeta@naver.com

언론을 보는 맑은 창!
미디어오늘
www.mediatoday.co.kr
국내 최고의 미디어비평 전문 주간신문 미디어오늘에서 깊이 있고 발빠른 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)
언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

KOBA 2016

26회 국제방송 · 음향 · 조명기기전

KOREA INTERNATIONAL BROADCAST
AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW

2016.05.24-27
COEX,SEOUL

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

문 의 한국이앤엑스 02-551-0102 / koba@kobashow.com

산업통상자원부 ufi Approved Event 서울특별시