



The Korea Broadcasting Engineers & Technicians Association

방송기술저널



제217호 | 2015년 10월 14일 수요일

종합 ▶ 4면

KOC 2015 개최 ... 창조적 소수자란?

참관기 ▶ 6면

IBC 2015를 들여다보다

오피니언 ▶ 7면

[칼럼] 통합방송법 제정과 수평적 규제체계

지상파 재송신 분쟁 ‘점입가경’

티빙, 11월 6일부터 지상파 실시간 방송 서비스 중단

모바일 인터넷TV(IPTV)에 이어 CJ헬로비전의 N-스크린 서비스 ‘티빙’에서도 지상파 실시간 방송을 볼 수 없게 됐다. 몇 달 사이 지상파 방송사와 유료방송사업자 간 재송신 갈등이 봉합할 수 없는 지경에 이르면서 국내 콘텐츠 경쟁력을 걱정하는 목소리가 높아지고 있다.

CJ헬로비전은 10월 8일 티빙 홈페이지를 통해 “오는 11월 6일 0시부터 지상파 콘텐츠 이용이 중단된다”며 “성실하게 지상파 방송사와 협상에 임했으나 원만한 합의를 이루지 못했다”고 밝혔다. 이는 서울중앙지방법원이 10월 5일 KBS가 CJ헬로비전을 상대로 제기한 저작권 침해 중지 가처분 신청을 받아들인 데 따른 것으로 법원은 양측의 협상 시한을 30일로 정했으나 양측의 이견 차가 너무 커 합의 도출은 어려운 상황인 것으로 알려졌다.

11월 6일부터 티빙에서 KBS 1TV, 2TV, MBC, SBS 등 지상파 실시간 방송과 주문형 비디오(VoD) 등을 시청할 수 없게 되면서 모바일에서 지상파 실시간 방송을 볼 수 있는 플랫폼은 지상파 방송사들이 출자해 만든 ‘폭(poq)’과

KBS의 N-스크린 서비스 ‘플레이어K’ 밖에 없게 됐다.

앞서 KBS 등 지상파 방송사는 지난 5월 티빙에 대한 실시간 방송 금지 가처분 소송을 제기했다. 지상파 방송사는 “티빙과 체결한 재송신 계약 기간이 만료됨에 따라 양자 간 구체적인 합의가 있기 전까지 티빙의 실시간 방송 전송은 중지돼야 한다”고 주장했다.

이에 대해 서울지법은 “CJ헬로비전은 사건 결정문 송달일로부터 30일 경과 후부터 티빙 이용자에게 KBS 디지털 방송 신호를 동시 재송신해서는 안 된다”고 판결했다.

서울지법은 “티빙은 유무선 인터넷 통신망으로 지상파방송 재송신을 행하고 있기 때문에 방송법이 규율하는 방송 범주에 포함되지 않는다”며 “방송 사업자 간 적용하는 방송법 제76조 제1항을 적용할 여지가 없다”고 설명했다.

현행 방송법 제76조 제1항은 ‘방송사업자가 다른 방송 사업자에게 방송 프로그램을 공급할 때에는 공정하고 합리적인 시장 가격으로 차별 없이 제공해야 한다’고 규정하고 있지만 티빙은 방송 사업

자가 아니기 때문에 해당 조항을 적용할 수 없다는 것이다.

지난달과 엇갈린 이번 판결은 결과적으로 콘텐츠 저작권에 손을 들어준 것으로 해석할 수 있다. 앞서 지상파 방송사인 SBS와 울산방송(UBC)은 종합유선방송사업자(MSO)인 JCN울산중앙방송이 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 기각한 바 있다.

한편 일각에서는 지상파 방송사와 유

지상파 콘텐츠 이용 변경 안내

고객 여러분께 알려드립니다.

티빙은 지상파 콘텐츠 제공을 위해 최선의 노력을 다하였으나 콘텐츠 제공사인 지상파와 원만한 합의를 이루지 못하였습니다.

지상파의 콘텐츠 제공 중지 요구와 법원 판결에 따라 2015년 11월 6일부터 '지상파 실시간 채널 및 VOD 서비스'가 중단됨을 알려드립니다.

- 중단 콘텐츠 : MBC, KBS1, KBS2, SBS 등의 지상파 실시간 채널 및 VOD
- 서비스 종료 일자 : 2015년 11월 6일(금) 0시

※ 자세한 내용은 공지사항 참고

향후 티빙은 지상파 서비스를 재개하고, 고객의 불편을 최소화할 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다.

감사합니다.

©CJ헬로비전

료방송사업자 간 CPS 갈등이 격화되면서 국내 방송 콘텐츠 경쟁력을 떨어뜨리고 있다는 지적도 제기되고 있다. 정부가 강행한 재송신 협업체 기구 등으로 시장의 자율 기능과 협상 가능성이 저해돼 갈등이 심화되고 있다는 것이다.

한 방송사 관계자는 “지금이라도 정부가 재송신 협업체 운영을 중단하고 지상파 방송사와 유료방송사가 자율적으로 협상에 임하도록 콘텐츠 시장에 대한 편파적 개입을 중단해야 한다”고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

지상파 UHD 방송 표준 ‘관심 집중’

“미국식 ATSC 3.0에 무게 실려”...“완성도 높은 유럽식 DVB-T2 가능성 배제할 순 없어”

정부가 지상파 초고화질(UHD) 방송 기술 기준을 마련하기 위한 민관 합동 연구에 나선 것으로 알려지면서 차세대 방송 표준에 대한 관심이 높아지고 있다.

10월 12일 관련 업계에 따르면 유럽식 표준인 DVB-T2보다는 미국식 표준인 ATSC 3.0에 무게가 실리고 있다. 한 업계 관계자는 “업계와 학계를 중심으로 인터넷 프로토콜(IP) 데이터 전송이 상대적으로 유연한 ATSC 3.0에 대한 관심이 높아지고 있다”며 “과거에는 지상파 방송사에

서 DVB-T2에만 관심을 보였는데 최근에는 삼성전자나 LG전자뿐 아니라 지상파 방송사에서도 ATSC 3.0을 적용한 실험 방송을 진행하고 있어 ATSC 3.0이 더 유력한 것 아니냐는 이야기가 나오고 있다”고 말했다.

앞서 MBC와 SBS는 UHD 콘텐츠를 ATSC 3.0 규격의 방송 신호로 송수신하는 실험 방송에 성공했다고 밝힌 바 있다. 먼저 SBS는 9월 1일 서울 목동 SBS사옥에서 LG전자, 북미 방송 장비 업체 게이

츠에어와 공동으로 ATSC 3.0 기반의 UHD 실험 방송 송수신을 공개 시연했으며 700MHz 주파수 대역 지상파 채널 하나(6MHz 폭)로 지상파 UHD 방송과 고해상도 모바일 방송을 동시에 송수신하는 데 성공했다.

MBC도 9월 3일부터 이틀간 관악산 송신소에서 HDR(High Dynamic Range) 기술을 적용한 UHD(4K) 방송 프로그램을 송출해 상암동 등 서울 시내에서 삼성전자의 65인치 SUHD TV로 수

신하는 데 성공했다. MBC 관계자는 “현재까지 국내에서 진행된 지상파 UHD TV 실험 방송은 DVB-T2 기반이었으나 이번에 ATSC 3.0을 이용한 송수신 실험 성공으로 차세대 지상파 방송 표준 선택의 폭이 넓어졌다”며 “향후 IP 기반 전송 기술 등 ATSC 3.0의 주요 기술을 실험으로 검증할 예정”이라고 설명했다.

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-T2보다는 앞서 있다는 평가를 받고 있지만 아직 표준으로 제정되지 않았다는 점은 단점으로 지적되고 있다. 업계에 따르면 물리계층 규격, 전송계

층 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. 하지만 기술 완성도 차원에서 유리한 고지를 점하고 있는 DVB-T2 채택 가능성을 완전히 배제할 수는 없다. DVB-T2는 이미 6년 전에 완성 단계로 접어들었으며 현재 유럽을 중심으로 거대한 시장이 형성돼 있는 상태다.

빠른 기술 적용이 가능하다는 의미다. 다만 지난 2009년 표준으로 제정된 만큼 ATSC 3.0보다는 기술적으로 뒤쳐져 있다는 평가를 받고 있어 차세대 방송 표준 선정을 둘러싼 힘겨루기는 한동안 지속될 것으로 보인다.

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
- 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.

“TV에서 분리된 라디오만의 규제 필요해”

“스마트폰 FM 수신칩 활성화로 재난 미디어 역할 살려야”



한물간 매체로 여겨졌던 라디오의 공익적 가치가 재조명을 받고 있는 가운데 라디오 매체 특성에 맞는 규제 개선이 필요하다는 의견이 제기됐다. 수년째 결론을 내리지 못하고 제자리만 맴돌던 라디오 규제 개선 논의가 이번 기회를 발판삼아 진전될 수 있을지 관심이 쏠리고 있다.

10월 7일 한국방송학회 주최로 열린 ‘라디오의 미래, 라디오 특별법 제정과 수신 확대의 필요성’ 세미나에 발제자로 나선 주재원 한동대 언론정보문화학부 교수는 “라디오가 지니는 청취형 미디어의 사회문화적 역할과 재난방송 역할 등은 아무리 강조해도 지나침이 없다”며 “라디오의 공익적 기능 유지와 성장을

위해선 규제 완화와 동시에 라디오 진흥 기구의 설립, 라디오방송발전지원 특별법 제정 등이 필요하다”고 주장했다.

TV 나이가 스마트폰, 태블릿 PC 등 다양한 매체가 등장하면서 라디오는 잊혀진 매체로 여겨졌다. 하지만 그럼에도 불구하고 라디오는 아직까지 건재하며 오히려 실시간 라디오 방송 청취율은 꾸준히 증가하고 있다. 그 이유는 무엇일까?

이에 대해 주 교수는 무료 보편적 서비스인 라디오의 미디어 가치에 초점을 맞춰 설명했다. 그는 “시각장애인과 노인 그리고 운전자나 영세 상공인 등 제한된 공간에서 서비스업이나 제조업에 종사하는 사람들에

게 라디오는 친구이자 교육자의 역할을 한다”며 “청취 문화를 형성하면서 다양한 장르의 프로그램을 무료로 제공하는 라디오의 가치와 역할은 결코 무시할 수 없다”고 말했다.

또한 라디오는 고정된 전기 장치 없이 최소한의 전력만으로도 전파의 직접 송수신이 가능하기 때문에 재난 대비 미디어로서 적합하다. 배터리 소모량이 최소화된 매체로 언제 어디서나 들을 수 있다는 점에서 재난 미디어로서의 부족함이 없다는 것이다. 실제로 일본의 경우 지진 및 여진 관련 당시 재난 라디오 방송이 매우 중요한 역할을 했던 것으로 알려져 있다.

하지만 이 같은 미디어적 가치에도 불구하고 라디오의 재원 위기는 현재 심각한 상황이다. 한국방송광고진흥공사(코바코) 자료에 따르면 라디오 전체의 방송 사업 매출액은 2012년 3,386억 원에서 2013년 3,274억 원으로 전년 대비 112억 원 감소했다. 또한 광고 매출은 2012년 2,358억 원에서 2014년 2,039억 원으로 총 319억 원 줄어들었다.

주 교수는 “라디오는 TV에 비해 규모가 작고, 영향력이 미미함에도 불구하고 소유와 경영 등의 문제에 있어 지상파방송이라는 범주에 묶여 TV와 동일한 수준의 엄격한 규제를 적용받고 있다”며 “라디오 시장을 포괄적인 지상파방송 영역에서 분리해 라디오만을 위한 새로운 시장 확정으로 평가 및 재허가를 실시해야 한다”고 지적했다.

TV와 다른 별도의 라디오 방송 규제가 필요하다

는 주장은 이번이 처음이 아니다. 현재 라디오는 미디어 특성이 TV와 다름에도 불구하고 지상파 TV로 묶여 재허가, 편성, 광고 등에서 TV와 동일한 규제를 받고 있다. 그러나 우리나라를 제외한 영국과 미국, 일본 등에서는 미디어 시장을 지상파 TV와 지상파 라디오, 일간 신문으로 구분하고 있다. 미디어 규제 틀에서 TV와 라디오가 분리돼 있는 것이다. 이에 최근 2~3년 전부터 학계를 중심으로 라디오만의 특성을 고려한 규제가 마련돼야 한다는 공감대가 형성되고 있다.

주 교수의 주장도 이 같은 공감대의 연장선에 있다. 그는 규제 개선 이외에도 “라디오 진흥 기구 설립 및 라디오방송발전지원 특별법 제정이 이뤄져야 한다”고 주장했다. RAB(Radio Advertising Bureau) 설립을 통해 라디오 산업을 제2의 전성기로 이끈 영국과 동일한 수준으로 진행하긴 힘들더라도 라디오 관련 정보를 총괄하는 기구 운영과 특별법을 통해 라디오 발전 계획을 장기적으로 수립해야 한다는 것이다.

한편 이날 세미나에서는 스마트폰의 라디오 FM 수신칩을 활성화시켜야 한다는 주장도 제기됐다. 현재 대다수의 스마트폰에는 FM 수신칩(FM 신호를 수신해 지상파 라디오를 들을 수 있게 해주는 칩)이 내장돼 있지만 비활성화돼 있어 사용하지 못하고 있다. 임재운 MBC 미래방송연구소 차장은 “스마트폰에서 FM 라디오 수신 기능이 가능한 경우 LTE 등 이동통신망이 끊어진 상황에서도 비행기 모드로 전환해 라디오를 들을 수 있고, 배터리 소모가 매우 작기 때문에 고립 상황에서도 오랜 시간 동안 재난 상황이나 생존 정보 등을 전달받을 수 있다”며 FM 수신칩을 무용지물로 만들지 말고 활성화시켜야 한다고 주장했다. 백선하 baek@kobeta.com

방통위 부위원장에 김재홍 상임위원

“방송 콘텐츠 품질 향상과 재판매 등 지원할 것”



방송통신위원회는 10월 1일 전체회의를 열고 김재홍 상임위원을 제3기 방통위 후반기 부위원장으로 선출했다. 임기는 10월 6일부터 2017년 3월까지다.

김 부위원장은 서울대 정치학과에서 학·석·박사 학위를 받았으며 동아일보 논설위원과 경시대 정치전문대학원장, 한국정치평론학회 초대회장 등을 지냈다.

제17대 국회에서는 민주당 소속 의원으로 활동한 바 있다.

김 신임 부위원장은 이날 “방송 콘텐츠의 품질 향상과 재판매, 특히 중국 등으로의 수출을 지원해야 한다”고 밝힌 뒤 “일상생활에서 필수품 이상으로 의미가 커진 휴대전화의 비용이 가계지출에서 차지하는 비중을 낮추어 가는 정책이 긴급하다”고 말했다.

그는 또 “개인정보 보호와 빅 데이터 산업 진흥이 균형 있게 병행돼야 한다”며 “디지털 분야에서 기술과 산업이 성장주의로만 갈 것이 아니라 그에 수반되는 개인정보 누출과 해킹 등의 문제를 방지하는 성찰적 정책 철학이 중요하다”고 덧붙였다.

백선하 baek@kobeta.com

EBS MMS 시범방송, 11월부터 IPTV에서도 재송신

방통위 “사교육비 부담 경감될 수 있을 것”

방송통신위원회는 11월부터 EBS 지상파 다채널 서비스(MMS) 시범 방송을 인터넷TV(IPTV)에서도 볼 수 있다고 밝혔다.

EBS2는 MMS 즉 하나의 채널 대역 내에서 여러 개의 채널을 제공하는 기술을 통해 선보이는 신개념 방송 서비스로 EBS를 보던 시청자들은 10-1채널에서 기존 EBS를, 10-2채널에서 EBS2를 볼 수 있다.

EBS2는 올해 2월 11일부터 전국의 지상파방송 10-2번 채널에서 시범 서비스로 제공되고 있으며 4월부터는 케이블 아날로그 상품 가입 가구에도 제공되고 있다.

EBS와 IPTV 3사(KT, SK브로드밴드, LG유플러스)는 9월 21일 방통위 회의실에서 EBS2 채널의

동시 재송신에 합의했으며, 각 IPTV 방송사는 전용 회선증설과 채널변경에 따른 약관변경 신고 등 행정 절차를 마무리하는 대로 11월 중에 EBS2 채널을 동시 재송신할 예정이다.

이번에 합의된 EBS2 채널의 IPTV 3사 동시 재송신이 시행되면 전국 1,130만여 IPTV 가입 가구가 MMS 서비스를 이용할 수 있게 돼, 사교육비 부담 경감과 지역별·소득수준별 교육격차 해소에 큰 도움이 될 것으로 기대된다.

앞으로 방통위는 관계 사업자 간의 원활한 협력을 촉진해 케이블 디지털상품 가입자도 EBS2 채널을 시청할 수 있도록 할 계획이다.

전숙희 imaonearm@naver.com

삼성전자, 미국 차세대 지상파 방송 물리계층 표준 규격 채택

‘차세대 오류 정정 기술’, ‘비균일 성상도 방식 변조 기술’ 등 포함

삼성전자가 제안한 기술이 미국 차세대 지상파 방송 규격 ATSC 3.0의 잠정 표준(Candidate Standard)으로 채택됐다.

이번에 잠정 표준으로 채택된 기술은 ATSC 3.0의 물리계층(Physical Layer)에 대한 표준으로 ‘차세대 오류 정정 기술(LDPC; Low Density Parity Check)’, ‘비균일 성상도 방식 변조 기술(NUC; Non Uniform Constellation)’ 등이 포함됐다.

차세대 오류 정정 기술(LDPC)은 영상을 전송할 때 손실된 데이터를 효과적으로 복원하는 기술로 복원에 필요한 코드를 줄여 초고화질(UHD) 영상을 효율적으로 전송할 수 있게 해주고, 비균일 성상도 방식 변조 기술(NUC)은 고화질 영상을 수신 환경에 맞게 최적화해

주파수를 변조하는 방식으로 차세대 UHD 방송을 위해 영상 전송 효율을 개선하는 데 반드시 필요한 기술이다. ATSC는 이달 초부터 전 회원사를 대상으로 전자투표를 실시해 삼성전자가 주도한 기술의 차세대 지상파 방송 규격인 ATSC 3.0의 잠정 표준 채택을 공식 승인했다. 이번에 채택된 잠정 표준은 내년 최종 표준 규격으로 제정될 예정이다.

한편 ATSC 3.0은 미국 차세대 지상파 방송 규격으로 전송 효율이 높아 한 개 주파수에 다양한 채널의 방송이 가능할 뿐 아니라 UHD 방송을 지원하는 것이 특징이다. 지난 5월에도 삼성전자가 미국 주요 방송사업자 싱클레어그룹(SBG, Sinclair Broadcast Group)의 자회사 원미디어(ONE Media)와 공동으로 제안한

부트스트랩(Bootstrap) 기술이 ATSC 3.0 방송 규격의 물리계층 첫 잠정표준으로 채택된 바 있다.

김창용 삼성전자 DMC연구소장 부사장은 “삼성전자는 지난 5월에 이어 이번 ATSC 3.0 물리계층 잠정 표준 채택을 기반으로 앞으로도 미국, 국내 방송사들과 협력해 UHD 방송에 필요한 기반 기술 개발을 주도해 나가겠다”고 밝혔다. 삼성전자는 7월에는 미국 1, 2위 방송사업자인 펄(Pearl)그룹, 싱클레어그룹과 ATSC 3.0 사업화를 위한 양해각서를 체결하는 등 기술 개발과 기술 표준화뿐 아니라 기술 상용화를 위해서도 협력을 강화하고 있다. 앤 셸(Anne Schelle) 펄그룹 총괄 디렉터는 “삼성전자가 주도한 ATSC 3.0 물리계층 표준 규격으로 고객들에게 보다 다양한 시청 경험을

제공할 수 있게 됐을 뿐 아니라, 북미 지역 방송사들에게는 새로운 서비스 기회를 제공하게 될 것”이라며, “이번 규격 채택을 계기로 UHD 방송 콘텐츠 전송과 실 내·외 수신 성능을 더욱 향상시킬 수 있게 됐다”고 밝혔다. 또한 마크 에이킨(Mark Aitkin) 싱클레어그룹 상무도 “부트스트랩 규격뿐 아니라 다중 캐리어 전송(OFDM; Orthogonal Frequency Division Multiplex) 기술, ‘차세대 오류 정정 기술(LDPC)’, ‘비균일 성상도 방식 변조 기술(NUC)’과 같은 첨단 핵심 기술의 규격 채택으로, 시청자와 사업자 요구를 모두 충족하는 다양한 차세대 방송 서비스가 가능하게 됐다”고 이번 잠정표준 규격 채택을 환영했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

방송기술용어

네트워크 기능 가상화 Network Function Virtualization, NFV

네트워크 기능 가상화란 네트워크에 필요로 하는 주요 기능들(L4, 방화벽 등)을 담당하는 고가의 하드웨어 장비를 가상화해 고성능의 범용 서버와 소프트웨어 중심으로 구현하는 기술이다.

네트워크 환경의 규모가 커져가고 네트워크 중심의 IT시대가 도래함에 따라 네트워크 장비는 물론 장비의 유지와 보수에도 비용이 많이 들면서 장비에 대한 투자비용과 운용비용을 절감하고자 연구개발이 시작됐다.

네트워크 구축과 제어를 유연하고 용이하게 만들어 기존의 네트워크 기술을 혁신할 차세대 네트워크로 급부상하고 있으며 사물인터넷(IoT) 시대를 선도할 기술로 평가받고 있다.

전숙희 imaonearm@naver.com

방통위, 결합판매 허위·과장 광고 가이드라인 마련

허위·과장 광고의 유형별 사례를 제시해 이용자 피해 예방

방송통신위원회는 2015년 8월 6일 발표한 ‘방송통신 결합상품 제도개선(안)’에 대한 후속 조치로서 ‘방송통신 결합판매 허위·과장 광고 가이드라인’을 마련했다고 밝혔다. 이번 가이드라인은 방송통신 결합상품을 판매하면서 이용자가 오인할 수 있는 허위·과장 광고의 구체적인 판단 기준을 제시해 이용자 피해를 예방하고, 위반 행위에 대한 예측 가능성을 높이기 위한 것이다.

가이드라인의 주요 내용으로 허위·과장·기만 광고에 해당될 수 있는 행위를 유형별로 분류하고 구체적인 사례를 제시했다. 유형별 대표적인 사례로서 허위

광고는 특정 구성상품의 이용요금을 ‘공짜’, ‘무료’ 등으로 광고하고, 객관적 실증이 불가능한 ‘최대’, ‘최고’, ‘제일’ 등 배타성을 띤 절대적 표현의 용어를 사용해 광고하는 행위, 과장광고는 기간·다량·결합할인 등의 구분 없이 전체 요금할인 금액만을 표시해 광고하고, 요금 할인을 경품에 포함해 경품 혜택으로 광고하는 행위다. 또, 기만광고는 이용자에게 제공되는 요금 할인, 경품 지급 등 혜택만 표시하고, 중요한 이용 조건을 표시하지 않고 광고하는 행위 등을 사례로 제시했다.

전숙희 imaonearm@naver.com

국 정 감 사



고영주 이사장 “노무현 변형된 공산주의자” 발언 논란

새정치민주연합, 고 이사장 해임 촉구 결의문 채택

방문진 야당 추천 이사들, 고 이사장 불신임 결의안 제출



MBC 방송문화진흥회 야당 추천 이사들이 10월 8일 문재인 대표를 공산주의자, 노무현 전 대통령을 변형된 공산주의자라고 언급한 고영주 방문진 이사장에 대한 불신임 결의 안건을 제출했다. 새정치민주연합이 전날 고 이사장에 대한 해임 촉구 결의문을 채택한 데 이어 방문진 야당 이사들도 본격적인 사퇴 압박에 나서 관심이 집중된다.

방문진 야당 추천 이사인 유기철·이완기·최강욱 이사는 이날 열린 방문진 정기 이사회에서 “고 이사

장의 이념적 편향성은 방문진 수장으로서 심각한 결격 사유에 해당하는 것으로 더 이상 국민들과 이사들의 신임을 유지할 수 없다”며 ‘이사장 고영주 불신임 결의의 건’을 제출했다. 제출된 결의안은 10일이 지나면 자동으로 안건으로 상정돼 다음 이사회에서 논의될 것으로 보인다.

전날 새정치민주연합은 긴급의원총회를 열고 “고 이사장은 제1야당을 모략했고 국회를 비웃었다. 그는 국민이 관용할 수 있는 한계를 넘었다”며 고 이사장 사퇴와 역사 교과서 국정화 시도 중단 등을 촉구하는 결의문을 채택했다.

앞서 10월 6일 국회에서 열린 방송통신위원회 종합감사에서는 고 이사장이 10월 2일 국정감사에서 문재인 대표를 향해 “공산주의자라고 확신한다”고 말한 발언이 재조명됐다.

고 이사장은 “(문 대표는) 국가보안법을 폐지하려고 애썼고 한미연합사 해체에 관여했으며 연방제 통일을 적극 지지했다”며 “(문 대표가) ‘공산주의자’라는 근거만 12페이지”라고 말한 바 있다. 이어 “문

대표가 부림 사건 변호인을 했는데 그런 사람들과 평생 동지로 계속 같이 활동했기 때문”이라고 덧붙여 논란이 일었다.

국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 의원들은 예고한 대로 이날 고 이사장의 이념 편향성 재평가에 집중했다. 고 이사장은 최민희 새정치민주연합 의원이 “과거 노무현 전 대통령은 민주민주주의자라고 규정했는데 민주민주주의자는 공산주의의 변형이라고도 했다. 그렇다면 (노무현 전 대통령) 변형된 공산주의자인가”라고 묻자 “그렇다”고 답했다.

이어 최 의원은 “예전에 ‘김일성이 남조선에서 톨 톨한 사람을 키워 사법부에 침투시켰다’는 얘기를 한 적이 있다. 사법부에 김일성 장학생이 있다는 뜻이냐”고 물었고 고 이사장은 “그렇게 생각한다”고 답한 뒤 “(노동운동, 농민운동 경력이 있는) 김문수 전 경기지사나 이재오 새누리당 의원도 공산주의자냐”라는 질문에 “과거 공산주의 활동을 하다가 (전향했다)”고 답하기도 해 논란을 가중시켰다. 이날 회의를 지켜본 새정치민주연합 의원들은 결국 고 이

사장의 해임결의안을 제출하기로 방침을 정한 뒤 다음날 결의문을 발표했다. 이들은 “고 이사장은 전직 대통령과 제1야당 대표, 야당 의원들을 공산주의자로 낙인찍고, 사법부 내에 김일성 장학생이 있다는 등 극단적인 언사를 하며 우리 사회를 혼란으로 몰고 갔다”며 “사회적 공기인 공영방송의 정책결정권자 자리에 이런 위험 인사를 단 하루도 앉힐 수 없음은 자명하다”고 지적한 뒤 고 이사장의 사퇴를 촉구했다. 또 이종걸 원내대표는 “(고 이사장이) 박근혜 대통령이 자신에게 직간접적으로 이사장직을 부탁했고, 그것을 암시했다는 말까지 하고 있는데 박 대통령이 결국 고 이사장 선임에 통해 야당을 국정운영의 파트너로 인정하지 않겠다는 것을 이룬 것이 아닌가 생각한다”며 “박 대통령의 입장을 확인하고 사과를 받아야 한다”고 밝히 이사장 선임 과정을 문제 삼았다.

한편 고 이사장은 대표적인 극우 인사로 이번 방문진 이사 선임 시 ‘3연임’ 논란의 한 가운데 서 있었다. 영화 ‘변호인’의 모티브가 된 부림사건 담당 검사로 1982년 부산지검 공안검사를 지냈으며, 1995~1998년 대검찰청 공안기획과에서 근무했다. 특히 고 이사장은 지난해 세월호 참사 특별조사위원회 위원으로 활동하며 세월호 유가족들을 ‘떼쓰는 사람들’로 매도하는 한편 정부를 두둔하는 발언을 해 물의를 빚었다.

백선하 baek@kobeta.com

미방위원들 “수신료 현실화 조속히 이뤄져야”

지역민방협회 “수신료 인상으로 방송 공적 기능 확대돼야” 성명서 발표



지난 10여 년 동안 이어져 온 수신료 인상 요구가 국정감사를 맞아 또다시 수면 위로 떠올랐다. KBS 국감에 참석한 국회 미래창조과학방송통신

위원회 소속 의원들은 수신료 현실화가 조속히 이뤄져야 한다고 목소리를 높였다.

현재 KBS와 EBS의 프로그램 제작과 운영에 쓰이는 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.

10월 5일 서울 여의도 KBS에서 열린 KBS 국

감에 참석한 미방위 의원들은 “영국 BBC, 일본 NHK 등 세계적인 공영방송의 자원 구조와 비교하면 KBS의 수신료 비중은 턱없이 낮다”며 “국민 소득은 15배가량 증가했고, 물가도 10배 이상 올랐지만 수신료는 동결돼 공영방송임에도 불구하고 광고 수입에 의존할 수밖에 없는 기형적인 자원 구조를 갖게 됐다”고 지적했다.

실제로 우리나라의 연간 수신료는 3만 원인데 반해 영국 BBC는 약 25만 원, 독일 ZDF ARD DR ARTE는 약 29만 원, 프랑스 F2·F3·F5 Arte는 약 18만 원, 일본 NHK는 약 14만 원으로 KBS와 EBS의 수신료는 남아프리카공화국과 나미비아에 밀도는 수준인 것으로 조

사됐다.

이에 대해 조해진 새누리당 의원은 “KBS 수신료 현실화 문제는 불어터진 국수와 같다”며 “지금 당장 수신료 현실화가 진행된다 해도 공영방송의 경영난, 재원 구조가 해결될지 회의가 든다”고 말했다.

앞서 지난달 10일 진행된 국감에 참석한 최성준 방송통신위원회 위원장 역시 수신료 인상과 관련해 일부라도 인상돼야 한다는 뜻을 밝혔다. 최 위원장은 “KBS 수신료가 올해로 35년째 그대로”라면서 “수신료 인상이 필요하다”고 말했다.

한편 전국의 9개 지역민방방송사로 구성된 한국 지역민방방송협회는 10월 4일 수신료 현실화를 촉구하며 성명서를 발표했다. 지역민방협회는 성명서를 통해 “지상파 방송의 공공성 확보와 경쟁력 강화를 위해 공영방송의 수신료 인상이 시급하다”며 “공영방송의 재원 구조가 안정돼야 방송 산업 전반의 공적 기능 확대가 가능하다”고 주장했다.

민서진 seojin@kobeta.com

KBS—MBC—EBS 2010년 이후 10차례 해킹당해

최원식 의원 “MBC 사이버 보안 인력 및 예산 가장 적어”

지난 2013년 3월 20일 오후 2시, YTN 내부 컴퓨터에 이상 신호가 감지되더니 순식간에 모든 컴퓨터가 다운됐다. KBS와 MBC에서도 똑같은 상황이 발생했다. 주요 방송사와 금융사 전산망이 마비되고 일부 시스템까지 파괴된 ‘3.20 사이버 테러’가 발생한 지 2년이 넘었지만 각 방송사의 사이버 보안 인력과 예산은 여전히 취약한 것으로 조사됐다.

국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 최원식 새정치민주연합 의원이 10월 2일 각 방송사로 부터 제출받은 국정감사 자료에 따르면 2010년

이후 KBS와 MBC는 각각 4번, EBS는 2번 해킹을 당해 내부 정보 유출 등의 피해를 입은 것으로 나타났다.

이 가운데 2013년 해킹 사건은 3.20 사이버 테러의 일부로 KBS, MBC, YTN 등 방송 3사는 방송 제작 업무에 막대한 피해를 입었고 카이스트(KAIST)에 따르면 당시 피해액은 8,672억 원에 달하는 것으로 집계됐다.

이후 각 방송사들은 취약점 진단 및 긴급 조치, 보안 시스템 모니터링 강화, 시스템 전면 교체 등 대책을 마련했으나 KBS 3건, MBC 1건의 해킹

사건이 다시 발생했다. KBS는 지난해와 올해 발생한 3건의 해킹으로 웹서버 10대가 감염되는 피해를 입었으며, MBC는 그룹웨어 결재 문서 내 첨부 파일 등 내부 정보가 유출된 것으로 조사됐다.

이처럼 주요 방송사들이 사이버 공격에 취약함에도 불구하고 사이버 보안 인력과 예산은 턱없이 부족한 것으로 나타났다. 특히 MBC의 사이버 보안 인력은 3명으로 KBS의 8명, EBS의 13명에 비해 상당히 적은 숫자다. 또한 올해 MBC의 사이버 보안 예산도 2억 5,475만 원으로 KBS 12억 1,100만 원, EBS 3억 3,400만 원에 비해 적은 규

대책 마련이 시급하다는 것이다.

지상파 방송사의 인력난은 하루 이틀 일이 아니다. 지난달에는 전국언론노동조합 MBC 본부 광주, 목포, 여수지부가 성명서를 통해 “지난해부터 들려오는 3사의 인력 채용은 비정규직 소식뿐”이라며 “땀 흘린 인력 운용으로는 조직의 미래가 없다”고 비판하고 나섰다.

이들은 “3사 노조는 정년으로 인해 인력이 줄고, 명예퇴직으로 인력이 줄고, 부서 전출로 방송 현업 인력이 부족한 상황 등을 걱정하며 각 사별로 경영진에 대책 마련을 요구하고 있지만 경영진들은 오로지 통합을 전제로 광역화 추진단이 작성한 중장기

모로 나타났다.

최 의원은 “MBC의 사이버 보안 예산은 사장 연봉 2억 8,346만 원에도 미치지 못하는 금액”이라며 “MBC가 위해세력의 공격을 받았을 경우 경제와 국방에 등에 심각한 상황이 초래될 위험이 있어 국가보안목표시설 ‘나’급으로 지정돼 있는 데 반해 사이버 보안 의식은 상당히 미흡한 수준에 머물러 있다”고 지적했다. 또한 “방송 통신은 물론 에너지·금융·의료·교통 등 사회경제 전반의 신경망 구실을 하는 방송 통신 인프라가 마비될 경우 국가 비상사태로 확산될 가능성이 있다”며 “사장 연봉에도 못 미치는 적은 예산과 3명에 불과한 인력으로는 나날이 발전하는 사이버 해킹 공격을 막아내기에 역부족인 만큼 예산과 인력을 확충할 필요가 있다”고 덧붙였다.

강민정 mjikang@kobeta.com

방송사 인력난 ‘심각’

홍의락 의원 “인력 구조에 대한 현실적인 대책 마련 필요”

2년 넘게 신입 사원 공채를 하지 않고 있는 MBC에 이어 KBS도 올해 신규 채용이 66명에 불과한 것으로 나타났다.

10월 5일 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 홍의락 새정치민주연합 의원이 KBS로부터 제출받은 ‘최근 5년간 인력 구조 현황’에 따르면 올해 KBS 신규 채용은 66명으로 KBS의 고연령화 인력

구조가 심화되고 있는 것으로 조사됐다.

홍 의원은 “후배들의 신선한 아이디어와 역동적 패기, 선배들의 풍부한 경험과 노하우가 접목될 때 방송 콘텐츠의 질과 KBS 경쟁력은 높아질 것”이라면서 “하지만 현재 인력 구조는 중상위직 인력이 과도하게 많아 ‘늘어가는 KBS’에 대한 우려가 커지고 있다”고 지적했다. 인력 구조 개편에 대한 현실적인

인력 운용 방안만을 생각하고 있다”며 “사람이 자산인 방송사에 자산이 없다면 경영이 나이지겠느냐”고 지적했다.

전국언론노동조합 SBS본부 역시 지난 5월 ‘인사 비전을 제시하라’는 성명서를 통해 “매년 고정적으로 뽑겠다고 약속한 신입 사원도 2014년에만 경력직을 포함해 13명을 뽑았을 뿐 올해는 대폭 줄여 그나마도 모두 능력직으로 뽑겠다는 얘기를 한다”며 “(인사 비전은) 사람이 전부인 방송사의 절대 생존 전략이고 미래로 이것이 없는 한 SBS와 SBS A&T의 미래는 어둡다”고 꼬집었다.

백선하 baek@kobeta.com

MBC, 기자·PD·아나운서·방송기술 등 직종 폐지

MBC 노조 “향후 부당 전보 남발을 위한 사전조치일 가능성 있어” 우려

MBC가 기자·카메라 기자·프로듀서·방송기술 등 방송 직종 구분을 없애겠다고 밝혀 논란이 일고 있다. 10월 8일 발행된 문화방송노보에 따르면 MBC 사측은 10월 6일 전국언론노동조합 MBC본부와 만난 자리에서 “직종 폐지 방침에 따라 인사 규정 가운데 직종의 정의를 삭제키로 했다”고 밝혔다.

기존 인사 규정에서 MBC 직원들은 ‘기자·카메라 기자·편성 프로듀서·TV 프로듀서·라디오 프로듀서·아나운서·미술·제작 카메라·방송기술·방송경영·시설·IT 콘텐츠 관리·기타’ 등으로 직종이 분류돼 있었다. 그런데 앞으로 이 같은 직종 구분은 없애고 국장·부국장·부장·사원 등의 서열 체계만 남기겠다는 것이다.

MBC 노조는 “방송을 24시간 365일 차질 없이 내보내려면, MBC 안에서 기자는 기자의 역할을, PD는 PD의 역할을, 기술진과 방송경영을 담당하는 직원들 역시 각자 나름의 자리에서 자신에게 주어진 역할을 분명하게 인식하고 거기에 매진해야 하는데 이번 인사 규정 개정을 통해 (역할 구분) 다 사라졌다”며 “전문 방송 인력으로서의 자아는 벗어던지고 오로지 상사와 부하 관계로

만 모든 직원들이 스스로 규정하길 바라는 것이냐”고 한탄했다.

노조는 이어 “현 경영진 입맛에 맞지 않는 직원들에 대한 ‘유배’ 인사를 수시로 자행하는 데 있어 ‘직종 구분’이 뭔가 ‘걸림돌’이 된다고 느꼈던 것 아닌가”라며 “이번 사측의 ‘직종 폐지’ 폭거가 향후 부당 전보 남발을 위한 사전조치일 가능성을 심각하게 우려하지 않을 수 없다”고 적절했다.

실제로 MBC는 지난 2012년 총파업 이후 파업에 참가했던 조합원 중 일부를 업무와 무관한 부서로 발령낸 바 있다. 이후 부당 전보에 대한 ‘전보 발령 효력 정지 가처분’ 승소에 따라 대다수 조합원들의 복귀 인사가 났지만 일부는 복직 대상에서 제외되는 등 부당 전보를 둘러싼 논란은 아직까지 끊이지 않고 있다.

이에 대해 노조는 “사측이 이사회 의결을 채이틀도 남겨두지 않은 시점에 기습적으로 통보해온 ‘직종 폐지 사규 개정’에 결코 동의할 수 없다”며 “노조는 취업규칙변경무효 가처분 소송을 제기함과 더불어 근로기준법 위반으로 사측을 형사고발하는 등 강력한 대응에 나설 것”이라고 경고했다.

강민정 mjikang@kobeta.com

“조대현 KBS 사장, (연임) 응모 포기해야”

KBS 내부 구성원 “낙하산 사장 온다면 끝까지 투쟁할 것”

전국언론노동조합 KBS 본부(KBS 새 노조) 소속 노조원 10명 중 8명이 조대현 KBS 사장을 불신임하고 있는 것으로 조사됐다.

KBS 새 노조가 10월 1일부터 7일까지 진행한 조대현 사장에 대한 신임 투표에는 1,328명의 조합원 가운데 휴직자와 해외 연수자 등을 제외한 1,092명이 참여했으며 이 가운데 불신임이 82.4%(900명), 신임이 17.6%(192명)인 것으로 나타났다.

새 노조는 “조대현 사장의 불신임률이 82%를 넘었다. 공정방송을 중단하고 무능 경영으로 KBS의 위기를 더 고착화시킨 것에 대한 구성원들의 분노가 고스란히 드러나 있다”며 “이번 ‘불신임’ 결과는 지난 1년간 이승만 정부 망명설 특종에 대한 보복과 훈장 프로그램의 불법 등 공정보도의 근간을 훼손하고 대개편의 실패에 따른 콘텐츠 경쟁력 상실, 수신료 인상 실패 등 전 분야에 걸쳐 위기를 더 심화시킨 데 따른 책임을 묻은 것”이라고 지적했다.

새 노조는 이어 “신임 투표 결과는 새 노조 조합원 대상에 실시한 것이지만 전체 구성원의 뜻을 대변하고 있다”며 이번 결과가 KBS 내부의 목소리를 강조했다. 앞서 KBS 구성원을 대표하는

KBS 노동조합, KBS 새 노조, KBS 방송기술인협회, 경영협회, 기자협회, PD협회는 10월 7일 기자회견을 열고 “조대현 사장은 (연임) 응모를 포기하고, 이사회는 특별다수제를 채택하라”고 촉구했다.

이들은 “조 사장은 지난해 ‘사사건건’ 보도 개입으로 불명예 퇴진한 김환영 전 사장의 뒤를 이어 취임하면서 ‘KBS를 국민이 원하는 공영방송으로 만들어 나가겠다’고 약속했는데 1년이 지난 지금 조 사장이 제시했던 5대 목표인 공정성 시비 종결, 상식과 원칙에 맞는 인사와 조직 문화 회복, 적자 해소, 창조적 프로그램 개혁, 공영방송의 위상과 역할 회복 가운데 그 어느 하나 실현된 게 없다”며 “조 사장의 1년은 ‘총체적 무능’으로 끝났다”고 비판했다.

이어 “차기 사장은 정치 중립적이며 방송 경영 능력과 전문성, 공영방송에 대한 비전과 도덕성이 검증된 인사여야 한다”며 “양대 노조와 4대 협회는 이사회가 특별다수제 정산에 입각해 민주적으로 사장을 선임할 것을 촉구한다”고 밝힌 뒤 “만약 정치권이 예전처럼 낙하산 사장을 보내려 한다면 끝까지 투쟁해 이를 막아낼 것”이라고 경고했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

KOC 2015 개최...‘창조적 소수자란?’ “불확실성 시대를 어떻게 극복해 나갈 것인가”



한국방송기술인연합회(KOBETA)와 서울산업진흥원(SBA), 방송기술교육원(BEA)이 공동 주최한 ‘KOC 2015’가 10월 13일 오전 10시부터 서울 상암동 누리꿈스퀘어 3층 국제회의실에서 개최됐다. ‘창조적 소수자, 퍼스트 무버’라는 키워드를 바탕으로 진행된 KOC 2015는 다니엘 바이스 이스라엘 테크니온 공대 특훈교수의 키노트를 시작으로 김대식 카이스트 전자전기공학과 교수, 강원도 삼성전자 무선사업부 부장, 류동영 한국항공우주연구원 달탐사체계 팀장, 정해운 미디어 컨버전스 크리에이티브(Dot M) 대표, 이규창 피카캐스트 콘텐츠센터 이사, 김진택 포스텍 창의IT융합공학과 교수, 명승인 벤처스퀘어 대표, 권정혁 레진엔터테인먼트 CTO, 나영석 CJ E&M PD 등의 강사가 참석자들의 열띤 호응 속에 진행됐다.

백선하 baek@kobeta.com

한국방송기술인연합회 방송기술인상 시상식 청주 MBC, G1 강원민방 등 9명 방송기술인상 수상



한국방송기술인연합회는 10월 1일 오전 11시 서울 목동 방송회관 15층에서 2015년 3분기 방송기술인상 시상식을 열었다. 방송기술인상은 국내 방송기술 발전에 공헌하고, 기술 정보 교류를 활성화하는 등 방송기술인의 위상을 크게 높인 이들에게 매 분기별 수여되는 상으로 지난해 제정됐다. 3분기 방송기술인상 수상자는 다음과 같다. (총 9명, 가나다순) △김규설(청주 MBC) △김정용(CBS) △김필수(EBS) △서현우(KBS) △송병준(YTN) △육명근(아리랑국제방송) △이상열(OBS) △차재훈(SBS) △최종관(G1 강원민방)

전숙희 imaonearm@naver.com

2015 한국방송기술인연합회 체육대회

일시 : 2015년 10월 24일(토)

장소 : 장자원가든 유원지 (경기도 양주시 장흥면 삼성리455 장자원가든유원지)

구분	시간	내용
사전준비	~ 09:30	프로그램 및 시스템 준비 완료
환영의 장	10:00~ 10:15	개회사 (개회선언 - 연합회장)
화합의 장1	~ 10:45	• 사회자 입장 및 물품기 체조 • 팀복 착용 및 응원전 • 북북북 퀴즈쇼 (일반10퀴즈 + 연합회 관련문제 5문제) • 주사위 OX퀴즈 : 주사위의 숫자를 예측하라!
이색 구기종목	~ 12:00 ~ 12:30	이색구기종목 - 남녀 혼성경기 1. 여왕+불사조+스파이 미션피구 2. 박발리볼 3. 우주인 축구 (여러이경기+여성위주+남성약간)
중식	~ 13:30	중식/중식이벤트 또는 보물찾기 1. 왕제기치기(여2자3개, 남자10개 통과하면 선물) 2.골프 3. 훌라후프 돌리면서 달리기
출발드림팀	~ 15:00	• 전체경기 : 훌라후프 통과 릴레이 / 잔탁풍선터뜨리기 / 단체줄넘기 / 줄다리기 • 개인경기 : 번지런 / 훌라후프 달리기 / 전원 산발날리기 / 코끼리고 숲굴인
화합의장2 (생략할수도 있음)	~ 15:30	• 당동맹 전국 노래자랑 (사전접수 또는 즉석신청) • 나는가수다 & 위대한 탄생 • 협회장단 특별무대 (협이후 결정) / 단합과 화합을 상징하는 대동제
약속의 장	~ 16:00	• 행사장 주변 정리 • 시상(우수팀/준우수팀) 및 행운권 추첨 • 폐회사

오시는길

- 대중교통 이용시
 - 구파발역 1번출구에서 350번 버스 이용 (약 10분 소요) 장자원유원지 방송시 하차
 - 구파발역 2번출구에서 봉고차량 대기 9시 10분, 9시 40분 (2회 운행)
- 차차 이용시
 - 장자원가든 유원지 (경기도 양주시 장흥면 삼성리455 장자원가든유원지) 네비게이션 주소 찍고 이동

* 행사 프로그램은 사정에 따라 변경될 수 있습니다.

2015 방송기술대상 공고

한국방송기술인연합회는 국내 방송기술 또는 연합회의 발전에 크게 기여한 방송기술인에게 ‘2015 방송기술대상’을 수여합니다. ‘2015 방송기술대상’의 수상자 추천 방법은 아래와 같습니다. 회원 여러분의 많은 참여바랍니다.

응모대상

- 각 방송사의 현업에 재직 중인 한국방송기술인연합회 회원 중 각 방송사 기술인협회장의 추천을 받은 회원
- 각 방송사당 2인 이내 추천
- KBS는 5인 이내, MBC는 3인 이내 추천

시상 내역

종류	대상자	시상내역	비고
대상	1명	상패 및 NAB 2016 참관	2016년 4월 시행
최우수상	3명	상패 및 CCBN2016 참관	2016년 3월 시행
우수상	5명	상패 및 상금 30만원	-
특별상	1명	상패 및 상금 50만원	별도 선정

심사일정

일자	내용	비고
10월 6일	공고	-
10월 6일~10월 23일	추천서 접수	마감일 도착분에 한하여 유효
10월 26일~10월 30일	서류심사	심사 - 운영위원회
11월 첫째주	최종심사	심사 - 방송기술대상 선정위원회
11월 10일(화)	시상	방송기술대상 시상식 및 창립기념식

* 특별상은 별도의 심사를 거칩니다.

제출서류

- 소정양식의 추천서(첨부)
- 공적을 증명하거나 추천서를 보증 설명할 수 있는 자료 (필요시)

제출방법

- 각사의 협회장이 취합하여 인터넷 메일로 파일 제출 (협회장의 메일로 발송한 경우 협회장이 추천한 것으로 인정)

(kobeta@naver.com 제출 후 반드시 연합회 사무실로 전화 연락요망)

문의

한국방송기술인연합회 사무처 (☎ 3219-5635~42)

유의사항

- 금년도 공적에 한함 (엄격히 적용함)
- 단, 2015년 이전의 기술이나 공적이라도 금년에 사용됐거나 효과가 발생된 경우는 허용
- 각 협회장은 수상 대상자에서 제외

모바일에 대처하는 방송의 움직임

송진
한국콘텐츠진흥원 책임연구원

바야흐로 모바일 동영상 시대로 접어들었다. 본질적으로 무거울 수밖에 없는 파일 크기 때문에 음악, 뉴스 등과 같은 다른 분야에 비해서 동영상 분야는 모바일로의 전환이 상대적으로 조금 늦게 이루어진 감이 있으나, 모바일 네트워크가 진화하고 이용요금이 저렴해지면서 동영상 부분에서도 급격하게 모바일 이용이 확대되고 있는 상황이다. 현재 온라인 동영상 소비의 중심축이 급격히 모바일로 움직여, 미국에서 전체 온라인 동영상의 1/3은 모바일에서 소비되고 있고(Adobe, 2015. 1), 미국인의 1/3은 매일 하나 이상의 모바일 동영상을 보고 있다(SNL Kagan, 2015. 9. 10.). 이러한 경향은 더욱 강화돼, 2017년 모바일 트래픽 중 동영상이 차지하는 비중이 74%가 될 것으로 예측하고 있다(Cisco, 2015). 밀레니얼 세대에 이어 90년대 이후 출생한 모바일 네이티브 ‘Z세대’는 이러한 변화를 주도하는 핵심 이용자들이 될 것이다.

온라인 혹은 모바일 동영상 생태계 확대를 유튜브가 주도해왔음은 주지의 사실이다. 최근에는 유튜브의 아성에 SNS 페이스북이 도전하면서 모바일 동영상 이용 확대를 견인하고 있다. 동영상 서비스가 SNS와 결합하게 되면, 동영상 이용이 검색보다 추천/공유의 영향을 받아 이뤄지게 될 가능성이 커진다는 점에서 큰 변화를 가져올 수 있다. 다양한 모바일 서비스에서도 동영상 제공은 확대되고 있다. 스냅챗, 바인 등 짧은 길이의 동영상 공유 서비스, 페리스코프, 미어캣 등 라이브 동영상 스트리밍 서비스들은 모바일 기반의 동영상 콘텐츠 생산과 소비를 이끌고 있다. 버즈피드, 바이스 등의 뉴스 큐레이션 서비스의 약진도 눈부시다. 버즈피드 피드백의 75%가 페이스북 등 소셜미디어에 기반하며, 가장 빠르게 이용률이 높아지고 있는 콘텐츠가 동영상인 것으로 알려졌다. 이러한 서비스들을 중심으로 현재 모바일 동영상은 모바일에 맞는 콘텐츠 양식을 찾는 실험이 계속되고 있다. 보다 짧게 혹은 세로 동영상 등 모바일에 맞는 UX를 실험하고, 모바일 이용자가 원하는 서비스는 무엇인지 파악하기 위해 콘텐츠를 묶어 보고, 잘라보고, 압축하고, 훑어보게 하는 다양한 시도가 이뤄지고 있기도 하다.

이러한 모바일 동영상 시대에 방송사들도 이에 맞는 콘텐츠 생산과 유통을 고민하고 있다. 그렇다면 해외 주요 방송사들은 어떻게 대응하고 있을까? 이번 호에서는 모바일 플랫폼에 대처하는 방송의 자세, 최근 몇 가지의 사례를 정리했다.

편성 vs. 플레이리스트(playlist)

미국 공영방송 PBS의 디지털 분야를 총괄하고 있는 루벤스타인(Ira Rubenstein)은 최근 라스베이거스에서 열린 <CTIA Super Mobility 2015> 콘퍼런스에서, 디지털 음악 분야를 이끌고 있는 스포티파이(Spotify)나 애플뮤직(Apple Music)을 PBS가 따라야 할 모델로 제시했다. 이들 서비스가 ‘플레이리스트’를 통해 구현하는 큐레이션 방식은 방송이 지금까지 전통적으로 수행해왔던 ‘편성’을 모바일 시대에 어떠한 방식으로 대체해야 하는지를 보여준다는 것이다(SNL KAGAN, 2015. 9. 10.). 이들 서비스의 핵심은 이용자의 선호와 흥미에 기초해 콘텐츠의 ‘발견’이 이뤄지도록 한다는 데 있다.

사실 모바일에서 제공되는 뉴스나 정보 등은 이미 이러한 접근을 채택하는 경우가 많다. ABC, CBS, CNN, BBC 등 전통 방송사들의 모바일 뉴스 앱은 이를 시도해보는 주요 수단이다. 기존 방송사들은 텔레비전 뉴스를 보지 않는 젊은 층을 겨냥해 모바일 플랫폼으로 뉴스를 제공한다. 사람들이 더 이상 기존 TV를 통해 뉴스를 얻기보다 SNS 등의 사회 관계망과 자신의 관심에 부합하는 정보를 얻는 데 더욱 익숙해지고 있다는 점은 기존 방송사의 뉴스가 단순히 모바일로 플랫폼을 옮기는 것뿐 아니라 어떻게 정보를 수집하고 어떻게 그것을 제공해야 하는지 그 방식을 달리해야 한다는 과제를 부여한다.

이용자의 지리적 정보 등 개인의 주요 정보와 흥미는 ‘플레이리스트’를 구성하는 데 매우 중요한 자료가 된다. 아울러 모바일에 최적화된 UX의 개발도 필수적이다. 대표적으로 영국 BBC는 소셜미디어 플랫폼에 자사의 뉴스를 침투시키는 전략을 구사해 이러한 문제를 풀고 있다. BBC 쇼츠(SHORTS)는 BBC가 모바일과 소셜미디어를 공략하기 위해 만든 새로운 뉴스 서비스다. BBC 쇼츠는 그날의 중요 이슈를 15초 안팎의 동영상으로 편집해 보여준다. 화면 비율 역시 1:1 정사각형으로 만들어 스마트폰에서 볼 때 별다른 화면 방향 전환 없이 편리하게 볼 수 있게 한다. BBC 쇼츠는 영어뿐 아니라 스페인어, 아랍어, 아제르바이잔어 등 28개 언어로 제공하면서 글로벌 콘텐츠로서의 확대 가능성을 시도하고 있다(한운희, 2015. 9. 2.).

멀티플랫폼을 위한 콘텐츠의 변형

웹과 모바일 앱 베이스로 제공되는 CW의 온라인 오리지널 동영상 서비스 채널 ‘CW Seed’는 지난 8월, 6개의 짧은 애니메이션 시리즈 <빅센(Vixen)>을 선보였다. 빅센은 신비의 힘을 가진 여성 슈퍼히어로가 등장하는 짧은 길이의 웹 콘텐츠 시리즈라는 점뿐 아니라, 이 콘텐츠가 기존 CW 채널의 인기 프로그램 <더 플래시(The Flash)>와 <애로우(Arrow)>에 등장하는 장소와 등장인물을 차용하고 있다는 점에서 색다른 시도로 화제를 모았다. <더 플래시>와 <애로우>를 본 사람들에게는 매우 친숙한 장소와 배경이 등장한다.

또한 <더 플래시>에 출연했던 배우 그랜트 거스틴(Grant Gustin), <애로우>에 출연했던 스티븐 아멜(Stephen Amell) 등이 애니메이션화 된 캐릭터에 목소리로 출연한 것이다(SNL Kagan, 9. 10). 모바일에서 소비되는 콘텐츠를 위해 짧은 길이로 콘텐츠를 구성하고, 모바일 방송 콘텐츠가 자칫 놓치기 쉬운 독창성과 화제성을 위해 기존 인기 방송 콘텐츠의 구성요소를 적절히 혼합해 변형하는 영리한 전략은 기존 방송 이용자들의 자연스러운 모바일 방송 플랫폼 접근을 유도한 것으로 평가된다.



보다 폭넓은 협력과 개방

지난해 BBC가 예산 제약으로 젊은층에 타깃돼 있던 BBC3의 온라인 제공 계획을 발표한 데 이어, 최근에는 문화예술채널 BBC4와 어린이채널(CBBC, CBeebies)에 대한 온라인 제공 계획 여부가 논란이 되고 있다. 특히 어린이용 아이플레이어인 ‘아이플레이(iPlay)’ 출시 계획이 맞물리면서 이러한 소문은 더욱 구체화됐다. 논란이 가중되자 일단 BBC는 이들 채널의 폐쇄나 온라인 제공 계획이 없다고 밝혔다(The Guardian, 2015. 9. 7.; The Guardian, 2015. 9. 16.). 하지만 이와는 별개로 BBC의 최근 움직임은 향후 온라인·모바일 서비스의 강화를 예상케 한다. 앞서 언급한 어린이용 아이플레이어 ‘아이플레이’ 출시는 물론, 최근 BBC는 온라인·모바일 서비스인 아이플레이어에 경쟁 민간업체의 프로그램, 지역 뉴스뿐 아니라 미술관·박물관과 협력해 제작한 문화 프로그램들을 담겠다고 발표했다(SNL Kagan, 2015. 9. 7.). 이는 방송사의 모바일 플랫폼이 단순히 기존 방송 콘텐츠의 재전송을 위한 수단이 아니라 새로운 협력과 시너지를 창출하는 개방적 플랫폼 공간으로 기능할 가능성을 보여주는 것이라 할 수 있다.

OTT를 통한 모바일 플랫폼 구축, 실시간 생방송과 모바일 기반 콘텐츠의 실험

SNL Kagan이 최근 발간한 보고서에 따르면, 2015년 1분기 기준으로 미국의 유료방송가입자는 1억1백만, 브로드밴드-온리 가입자는 1,170만으로 추정된다. 1년 전에 비해 유료방송가입자의 감소세는 0.5%로 주춤하지만, 유료방송 비가입자 중심의 브로드밴드-온리 가입자는 14.1%의 증가세를 보였다. OTT 선두주자 넷플릭스는 17.3% 증가했다(SNL Kagan, 2015. 9.). 이러한 수치는 아직 OTT가 유료방송의 대체재로 확실히 자리매김하지는 않았지만, 주요한 경쟁자로서 위치를 강화하고 있음을 보여준다. 이러한 상황에서, 최근 1년여 동안 미국 주요 방송사들은 인터넷 이용자를 타깃으로 한 독자적 온라인 플랫폼 구축에 집중해왔다. 콘텐츠 사업자로서는 CBS All Access, HBO NOW, SHOWTIME 등이 대표적이다. 이들 서비스에 대해서는 자기 잡식에 대한 우려가 강했던 것도 사실이나, 최근 보도에 따르면 CBS의 가입자당 수익이 지상파 재전송료(retransmission) 보다 CBS All Access가 더 높은 수준인 것으로 나타났다. 이에 따라 CBS는 NFL 중계를 CBS All Access에 포함시키는 등 보다 적극적인 OTT 전략을 검토 중인 것으로 전해졌다(SNL Kagan, 2015. 9. 11). 유료채널인 HBO의 독자적 OTT 서비스 HBO NOW 역시 안정적으로 성장세를 보이고 있으며, 점차 주요 제공 무대를 모바일로 넓혀가고 있다. HBO NOW는 지난 2015년 4월 자체 스트리밍 서비스로 출범했다. 이전에 제공하던 HBO GO가 HBO 케이블 가입자에게만 제공했던 것과 달리 케이블 가입 여부와 상관없이 누구나 한 달에 14.99달러의 요금으로 HBO의 콘텐츠를 VOD로 볼 수 있도록 하는 개방적 서비스라는 점에서 화제가 됐다. 초기에는 애플TV에서만 이용할 수 있었지만 점점 플랫폼을 확장해, 현재는 아마존 파이어TV, 크롬캐스트, 파이어TV스틱 외에 모바일 단말로 안드로이드폰, 아이폰, 아이패드, 아마존 파이어 태블릿을 통해서 HBO NOW로 HBO 콘텐츠를 볼 수 있다.

최근 등장한 HBO의 경쟁채널 SHOWTIME의 OTT는 VOD 외에 실시간 생방송 서비스를 추가함으로써 기존 방송채널이 지난 DNA를 OTT에 전이시켰다. CBS 계열의 프리미엄 채널인 SHOWTIME은 지난 2015년 7월에 같은 이름의 온라인 동영상 서비스 ‘SHOWTIME’을 출시해 자사의 오리지널 드라마 시리즈를 비롯한 다양한 콘텐츠를 제공하고 있다. HBO NOW와 마찬가지로 유료TV 가입 여부와 상관없이 가입할 수 있도록 했으나, 경쟁 서비스인 HBO NOW와 비교해 몇 가지 혜택을 부여함으로써 급격하게 가입자를 확대해 나가고 있다. 이용 단말은 애플 앱스토어, 아마존 앱, 안드로이드, 아마존 파이어TV,

애플TV, 크롬캐스트, 로쿠, XBOX 등 컴퓨터나 게임 콘솔뿐 아니라 태블릿, 스마트폰 등 TV 스트리밍이 가능한 모바일 단말을 포괄한다. SHOWTIME은 HBO NOW의 약점을 공략하는 방식으로 서비스를 구체화하고 있다. 우선 상대적으로 10.99달러로 HBO NOW보다 요금이 저렴하며, 훌루(Hulu)와 결합해 20% 할인된 가격으로 서비스를 제공하고 있기도 하다. 무엇보다 HBO NOW가 VOD 서비스 위주인 반면에 SHOWTIME은 VOD 외에 실시간 방송을 포괄해 서비스하고 있다는 점에서 모바일에서도 실시간 방송이 가질 가능성을 다시 한 번 실험하고 있다.

또 한 가지 특기할 것은 기존 유료TV 채널과는 달리 온라인 서비스에서는 다큐멘터리 콘텐츠의 인기가 보다 높은 것으로 나타나고 있다는 점이다(STRABASE, 2015. 09. 14.). 이러한 경향은 온라인 동영상 서비스 이용자들이 콘텐츠를 능동적으로 탐색해서 이용하는 비율이 높다는 것이며, 이에 기반한 서비스 전략을 모색할 필요가 있음을 함축하고 있다. 유료방송 사업자의 온라인 동영상 서비스 제공도 그 폭과 종류가 더욱 다양화되고 있다. 최근 미국 최대 케이블TV 사업자인 컴캐스트(Comcast)는 지상파 방송과 프리미엄 채널인 HBO 등을 포괄하는 ‘스트림(STREAM)’을 출시해, 자사의 브로드밴드 가입자에게 PC, 태블릿, 스마트폰으로 이용할 수 있도록 제공하고 있으며, 7월 보스턴을 시작으로 2016년까지 미국 전역에서 스트림을 이용할 수 있도록 할 계획인 것으로 알려졌다. 스트림은 월 15달러에 HBO와 NBC, 폭스 등 12개 채널을 스트리밍으로 이용할 수 있고, 실시간 TV 서비스 외에도 수천여 편 영화와 TV쇼도 주문형 비디오 방식으로 볼 수 있다. 그런데 컴캐스트는 스트림 외에도 신규 동영상 플랫폼 ‘워처블(Watchable)’을 별도로 출시할 것으로 알려져 더욱 화제를 모으고 있다. 워처블은 컴캐스트의 Xfinity X1 셋톱박스에 번들 형태로 제공될 뿐 아니라, iOS 및 안드로이드 단말을 지원해 주로 모바일에서 이용 가능한 형태로 운영될 예정이라는 특성을 지니는데, 무엇보다 유튜브와 유사한 성격을 지향한다는 점에서 관심을 모으고 있다.

이를 위해 컴캐스트는 유튜브를 기반으로 활동하던 어썬니스TV(AwesomenessTV), 어니언(The Onion) 등의 MCN(Multi Channel Network)과 제휴해 오리지널 콘텐츠를 공급받고, 폭스(Vox), 버즈피드(Buzzfeed), 바이스(Vice) 등의 온라인·모바일 뉴스 사이트, NBC 스포츠 등과 제휴를 체결함으로써 모바일에서 소구할 수 있는 다양한 오리지널 동영상 콘텐츠 라인업을 갖추고 있는 것으로 알려졌다. 특히 워처블은 유튜브가 현재 콘텐츠 제작자에게 제공하고 있는 광고 매출 배분 비율 55%보다 더 높은 수준인 70%를 지불할 것으로 알려졌다. 현재 MCN 사업자들이 유튜브를 떠나 새로운 플랫폼의 다각화를 급속히 진행하고 있다는 점을 감안하면 컴캐스트의 새로운 플랫폼 행보가 이러한 현상과 맞물려 어느 정도의 파급력을 가질지 주목된다 하겠다(STABASE, 2015. 8. 25.).

기존 방송 미디어 사업자가 제공하는 모바일 서비스가 새롭게 등장한 모바일 태생의 경쟁자들에 비해 아직은 크게 두각을 나타내고 있는 것 같지는 않다. 새로운 모바일 스크린에서 손가락을 움직여 동영상 콘텐츠를 이용하는 사람들이 원하는 것이 무엇인지 이해하고 그들을 충분히 만족시키는 데에는 아직 역부족이지만, 그것을 위한 다양한 시도와 고민이 이루어지고 있는 것만은 분명하다. TV 산업은 그 생존을 위해 또 다른 스크린을 필요로 한다. 변화는 이미 시작됐다.

참고문헌

- Adobe(2015. 1.). U.S. Digital Video Benchmark: Adobe Digital Index Q3, 2014.
- Cisco(2015). Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update, 2014-2019.
- SNL Kagan(2015. 9.). State of Online Video Delivery.
- SNL Kagan(2015. 9. 7.). BBC chief plots broadcaster's future prior to charter renewal.
- SNL KAGAN(2015. 9. 10.). TV finally gets mobile.
- SNL Kagan(2015. 9. 11.). Moonvies: CBS to earn more money from OTT, skinny pay-TV bundles.
- STRABASE(2015. 08. 25.). Comcast, Youtube 대항마 "Watchable" 출시 임박...MCN 진영 포섭, 셋탑박스 무기로 도약 기대.
- STRABASE(2015. 9. 14.). 유료TV 채널 Showtime의 온라인 동영상 서비스 "SHOWTIME", 실시간 방송으로 인기몰이...유료TV 사업자 개입 없는 가입자 견인 수단으로 주목.
- The Guardian(2015. 9. 7.). BBC has no plans to close BBC4, says strategy chief.
- The Guardian(2015. 9. 16.). BBC director general denies plans to leg go of kids' channels.
- 조선일보(2015. 5. 19.) 직원 900명 버즈피드서 가장 빠른 성장 분야는 동영상.
- 한운희(2015. 9. 2.) BBC·CNN의 뉴스 유통 다변화 전략. 방송기자연합회.

본 기고는 <월간 방송과기술> 10월호에 게재된 내용입니다.

IBC 2015를 들여다보다

박종인 한국방송기술인연합회 사무처장



NewTek의 IP 워크플로우 광고

지난 9월 11일부터 15일까지 5일간 네덜란드 암스테르담에서 개최된 IBC 2015(International Broadcasting Convention 2015)는 1,700여개 업체가 전시에 참가하고 170개국 55,000명 이상이 참관하

는 세계 3대 방송장비 전시회의 하나다. 필자는 IBC에 참관하기 전 NAB에 비해 상대적으로 그 규모나 참관 인원이 적은 전시회라는 얘기를 많이 들었다. IBC가 개최되는 네덜란드를 포함한 유럽이 NAB 개최국인 미국보다 볼 것이 많아 참관하는 게 아니냐는 얘기까지.

하지만 필자가 관람하고 느낀 IBC는 올 4월 NAB에서 발표한 4K UHD 제작 장비 출시를 기점으로 제품군이 보다 완성도 있고 다양해지는 등 큰 변화가 있었으며, 그 어느 때 보다 IP와 SDI 기반의 기술 경쟁 상황이 치열하게 논쟁하고 있는 역동적이며 활발한 전시회였다. IBC 전시장 외부와 입구에는 여러 기업의 대형 광고가 부착돼 있었고 회사의 콘셉트나 전시 테마를 넣어 심플하고 강하게 메시지를 전달하고 있었다. 특히 Newtek의 광고 문구 중 “Prepare For

ImPact”의 I와 P를 파란색으로 표시함으로써 IP 기반이 핵심 이슈임을 확실히 보여주는 것 같아 눈에 띄었다. 전시장 안내는 안내 데스크와 바닥을 비롯해 곳곳에 있는 안내 표지로 복잡한 전시장을 쉽고 빠르게 찾아갈 수 있었다. 많은 업체에서 4K UHD 관련 제품을 쏟아내면서 4K UHD 시대로의 진입을 확연하게 보여줬으며, 올 초 활발한 논의가 시작된 12G SDI와 IP 기반 UHD 시설 구축에 대한 기술 구현 논쟁은 그 우위를 점하기 힘들 정도로 치열했다. 이외에도 IBC 2015 전시회의 전체적인 동향과 이슈를 정리해 보면 아래와 같다.

- 전체적으로 4K/UHD 기반의 방송장비와 솔루션이 역시 주를 이루었음.

- IP 방송과 12G SDI 방식 중 IP 방식의 방송 솔루션이 차세대 방송방식으로 선정될 것으로 보임. IP 기반의 방송장비들이 대거 전시됐으며, SDI/IP를 지원하는 장비와 워크플로 역시 전시됐음.

- IP 압축 방식인 TICO와 LLVC 등이 보다 중요한 듯한 느낌을 전달함. SDN 등 단순 IP 자원이 아닌 방송 워크플로 전반을 지원하는 통합 솔루션으로 업체들도 서비스하고 있음.

- HDR에 대해서는 지원 디스플레이 위주로 전시됐고, HFR 등 단순한 해상도 측면의 4K를 넘는 기술들이 대거 선보였음.

- ATSC 3.0에 대한 표준 및 장비에 대한 관심이 높아졌음. 표준 재정 단계와 지원 여부 등이 주요 관심사로 부각됨.



SGO 부스

전시된 주요 업체 장비의 특징과 동향과 방송사 및 단체와의 미팅을 요약해 보았다.

•SGO

- Mistika: 후반 작업 피니싱(Finishing), UHD, HFR, HDR, 8K, ACES, VR 등 색 보정 작업.
- 렌더링 없이 4K 색 보정과 합성 및 VFX(Visual FX) 가능하며, SAN 스토리지를 구성해 시스템 간 연동 및 분산처리가 가능함.



Mistika 시연 중

- 새로운 기능들 : Media Browser Interface, Extreme White Controller, 3D Keyer, Beauty Filter 등.

•SAM(Quantel and Snell)

새로운 기능

- IP 및 4K 인프라 환경으로 전환 가능한 기술과 솔루션.
- 가상 미디어 워크플로 관리 및 딜리버리로



라운드 형태의 SAM 대형 부스

SDC(Software-Defined Channel) 가능.

- 멀티 플랫폼으로 콘텐츠를 오류 없이 분배하기 위한, 미디어 제작 전반에 걸쳐 지능적인 모니터링이 가능한 독특한 기술.

- HDR 제작 시스템과 더불어 차세대 디스플레이 기술 지원.

- Kahuna 4K 멀티 스위처를 통한 4K 라이브제작 워크플로 제안.

- 스트리밍 및 HDR 이미지 프로세싱에 대한 기술 전시.



SMPT 2022-6을 지원하는 Kahuna 4K 멀티포맷 스위처와 Vega/Sirius 라우터

- IP/SDI 제작 환경을 위한 Sirius/Vega 라우터 등 제작 전반에 걸친 워크플로 및 장비.



Grass Valley 부스

•Grass Valley

- 4K UHD 영상 제작의 시발점인 카메라에서부터 최종 송출 및 모니터링까지 모든 단계에 이르는 제품들을 4K UHD 구현이 가능하도록 출시했으며, 모든 단계에서 IP의 입출력이 가능하도록 지원하는 점이 돋보였음.

- “Future Ready”라는 슬로건으로 보급 단계에 들어선 현실의 4K UHD 장비들을 전시함. 4K UHD 영상 제작과 IP 솔루션을 통합한 “Glass to Glass”라는 슬로건에 충실한 워크플로 및 장비들을 선보였음.

- 4K 카메라, 4K 스위처, 라우팅 장비, IP 컨트롤 장비, 4K 비디오 서버, 스토리지, 에디우스 8.1 등 IP



관객들로 가득했던 하모닉 부스

및 SDN 지원 장비와 TICO 기술을 지원하는 장비들로 완벽한 IP 제작 워크플로를 선보임.

•Harmonic

- HEVC와 H.264 인코더 비교 및 IP 비디오 솔루션, 미디어 스토리지 등 제작 전반에 걸친 시스템들을 선보임.
- IP와 UHD를 강조해 전시함.

•Evertz

- IP 기반 방송 솔루션을 가장 폭넓게 개발하는 업체답게 SDVN(Software Defined Video



Evertz 부스

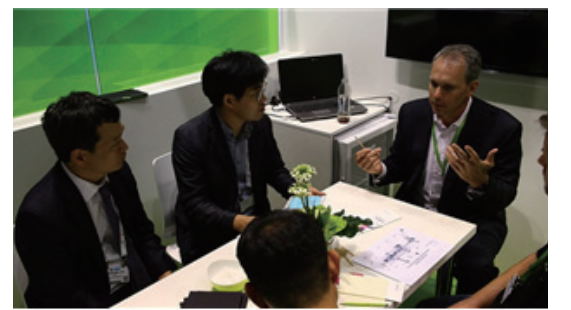
Network)을 구성하는 모든 장비에 대해 전시가 이루어짐.

- IP 데이터의 흐름을 컨트롤하는 MAGNUM(통합 제어솔루션)은 SDI에서 IP를 원활하게 전환하도록 지원.

- IP 기반의 Dreamcatcher(Slomo reply server), OvertureRT VM(Playout server), MVIP-2(IP based multiviewer)를 비롯한 IP 게이트웨이, 라우터, 모듈러 등을 전시.

- IP 전송 표준인 SMPTE 2022-6을 기반으로 하며 보다 발전한 ASPEN을 지원

•Limelight Networks



Limelight : CDN 동향 및 주요 기술에 대한 미팅

- CDN(Content Distribution Network:분배망 사업자) 업체로 현재 전 세계에서 서비스 중이며, 한국의 방송시장에 처음 진입하고 있음.

- 백본망을 통신사로부터 임차해 약 80~85%의 가용성으로 Latency를 줄여, 독립적인 서비스가 가능.

- Smart Purge와 같이 문제가 생길 경우 즉시 복구해 CDN을 관리함.

- CDN 솔루션은 라임라이트 오케스트레이트(Limelight Orchestrator)라고 하며, 최근 항공 부문 세계적인 기업인 e드림스 오디게오가 자사의 전자상거래 웹 사이트 전송을 위해 라임라이트의 솔루션을 채택함.



TVLogic 부스

•TVLogic

- 티브이로직 역시 4K 지원 방송용 모니터를 포함, 7인치 등의 모니터를 선보임.

- 12G SDI를 지원하는 4K 모니터 LUM-170G/240G와 12G SDI/3G SDI를 지원하는 4K 멀티뷰어 TMV-4000G, OLED 모니터 등을 선보였음.

•Broadcast Solutions GmbH

- Broadcast Solutions은 다양한 방송중계차와 4K 지원 중계차를 전시했음.



4K 중계차의 4K 지원 장비들

- 4K 지원 방송장비가 중계차 내에서 구동 중이었고, LSB를 통한 통합 시그널 제어가 적용됐음.

•Nevion

- 전송 및 저장 솔루션을 선보인 Nevion 역시 IP로의 움직임을 보여주었음.

SDN을 지원하는 미디어 게이트웨이와 인코더, 라우터 등을 주로 전시.

- 비압축, Linear SDI over IP, JPEG 2000 over IP, H.264/AVC over IP 등 압축 포맷을 달리한 영상을 재생해 비교할 수 있도록 전시



Nevion 부스

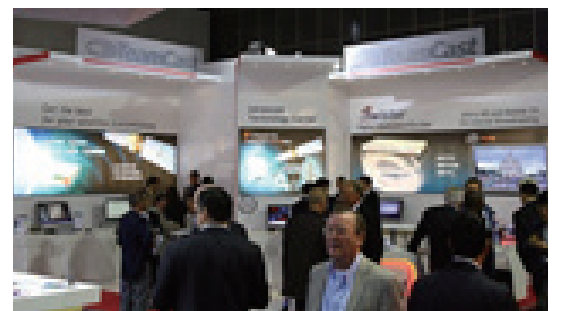
•TeamCast

- ATSC 3.0을 지원하는 Exciter를 전시했으며 ATSC 3.0의 완성을 위해서는 조금 더 시간이 걸릴 것이라고 설명.

- TeamCast는 현재 ATSC 3.0 표준화에 직접 참여하고 있으며, 물리 계층 부분에서 표준 제정을 위해 노력하고 있음.

- 물리 계층이 내년 완성으로 예정돼 있음.

암스테르담은 아침저녁으로 엄청난 수의 자전거가 거리 곳곳을 누비는 역동적인 도시이며 1,800여개의



TeamCast 부스

수로가 있는 아름답고 관리를 잘하는 운하도시였다. 이번 전시회 역시 이 도시의 모습답게 많은 UHD 제품 속에 IP와 SDI의 솔루션이 격돌하고 있는 활기찬 방송기술의 장이었다. 모든 분야에 걸쳐 많은 정보와 지식을 다 담을 수는 없었지만, 발전에 발전을 거듭하고 있는 방송기술을 체험할 수 있었고 미래를 조금이나마 예측할 수 있는 값진 시간이었다.

앞으로 방송기술을 비롯한 방송은 새로운 매체와 플랫폼으로부터 큰 도전을 받게지만, 변화의 주체로서 앞서 나간다면 위기가 기회가 될 수 있다는 확신을 얻을 수 있는 소중한 시간이었다.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

| 오피니언 |

통합방송법 제정과 수평적 규제체계

칼럼



김동준
공공미디어연구소 소장

방송법과 IPTV법이 합쳐진 소위 '통합방송법'이 10월 말 국회에 제출된다. 지난 9월 16일 방송통신위원회에서는 관련 내용을 담고 있는 방송법 일부 개정 안건이 의결됐다. 최근의 한 언론보도에 따르면 개정안은 법제처 심사를 받은 뒤 이달 차관 및 국무회의 상정을 거쳐 국회에 제출될 것이라고 한다. 방통위와 미래창조과학부는 지난해 3월 방송법과 IPTV법의 연내 통합을 발표한 바 있으며, 통합방송법은 오래전부터 기술적 전송 방식의 차이가 IP 전송방식으로 동일하게 수렴되고 시청자들의 관점에서는 동일한 서비스로 인식되므로 이에 따라 케이블, 위성방송, IPTV 모두에 공통으로 적용되는 동일한 규제가 필요하다는 주장이 제기돼 오면서 발단이 됐다. 관련된 논의는 지난해와 올 상반기 토론회 및 공청회 등을 개최하며, 다양한 문제점과 보완 사항이 지적된 바 있다.

미디어 시장의 외연은 확장됐고 이에 따른 통합방송법 논의는 방송 분야에 국한된 것이 아니라 통신 분야까지 아우른다는 것에 주목할 필요가 있다. 방송과 통신의 구분 없이 동일한 서비스로 볼 수 있는 경우에는 동일한 규제를 적용하도록 규제체계 및 정책을 제정할 필요가 있는 것이다. 그동안 방송 분야와 통신 분야에 대한 규정 내용의 차이가 크고 방송법과 IPTV법의 차이 또한 커서 통

합방송법에 관한 논의를 오랫동안 지속해 왔다.

물론, 지적할 부분이 적지 않지만 통합방송법은 유료방송 플랫폼을 비롯한 콘텐츠 사업자들이 동일한 수준의 규제가 적용될 첫 단계로 향후 방송과 통신을 아우르는 수평규제 체계의 첫 단계라는 점에서 중요성을 가진다. 수평적 규제체계

“

방송법과 IPTV법을 통합한 방송법이 제정되면, 이 법이 지금의 이른바 스마트 미디어 환경에 수평적 규제체계로서 기능을 실질적으로 수행하는지 면밀히 검토할 필요가 있다. 현재는 실시간 방송, VOD, 고정형 및 이동형 단말기, 인터넷을 통한 시청 등 다양한 경로로 다양하게 방송을 이용할 수 있기 때문이다. 따라서 플랫폼, 콘텐츠, 네트워크 등 서비스 특성에 따른 규제체계를 확립하고, 산업이 발전의 진흥을 도모할 필요가 있다

”

는 방송통신 산업을 구성하는 요소들을 기능에 따라 전송, 플랫폼, 콘텐츠 등의 계층을 분류하고 각 계층 내에는 동일한 규제를, 계층 간에는 분리된 규제를 적용하는 규제다. 그리고 이번 법안은 실질적

으로 융합 서비스를 상정한 명실상부한 통합적인 방송과 통신 서비스의 융합법 성격을 갖고 있다. 따라서 이번 정비법안의 제정으로 본격적인 방송통신융합의 시대가 열릴 것으로 전망된다. EU의 규제 프레임을 보면, 대분류의 '콘텐츠'와 '네트워크/전송' 계층으로 두 가지로 분류된다. 이러한 규제 프레임에서는 서비스망의 성격에 관계없이 콘텐츠 층위를 분류하기 때문에 인터넷을 통한 콘텐츠 제공도 방송으로서 규제가 가능하다. EU의 수평 규제체제와 같은 모델은 국내 사정에는 아직 어렵지만 통합방송법의 출범은 수평규제의 초석이 될 것으로 판단된다.

기존의 방송법은 경쟁 관계에 있는 사업자 간에 비대칭 규제를 부과하고 있었다. 이로 인해 형평상의 문제가 발생하고 사업자의 경쟁제한 요인이 되고 있기도 했다. 특히 소유 및 겸영 제한 규정의 경우 사업자 수와 사업영역에 제한으로 작용하기도 한다. 또한, 수평적 규제체계 하에서는 어떠한 융합 서비스라도 즉각적인 규제 편성이 가능하며, 네트워크 및 기술에 서비스가 종속됨을 전제로 하지 않기 때문에 특정 네트워크에서 어떠한 서비스가 이뤄지거나, 특정 서비스가 어떠한 네트워크를 이용하더라도 규제의 내용이 달라지지 않는다. 뿐만 아니라 새로운 네트워크와 서비스를 결합해 운용하는 사업자가 등장하더라도 규제의 탄력적 적용이 가능하다. 동일서비스에 대한 동일규제이기 때문에 규제차별, 규제중복, 규제공백 등의 문제도 최소화할 수 있다. 그러나 방송법과 IPTV법을 통합한 방송법이 제정되면, 이 법이 지금의 이른바 스마트 미디어 환경에 수평적 규제체계로서 기능을 실질적으로 수행하는지 면밀히 검토할 필요가 있다. 현재는 실시간 방송, VOD, 고정형 및 이동형 단말기, 인터넷을 통한 시청 등 다양한 경로로 다양하게 방송을 이용할 수 있기 때문이다. 따라서 플랫폼, 콘텐츠, 네트워크 등 서비스 특성에 따른 규제체계를 확립하고, 산업이 발전의 진흥을 도모할 필요가 있다. 기존에 경제적 가치도 수직적 규제에서 수평적 규제로 전환된 이후를 고려해 실현하고 그에 따르는 제도적 기반을 제공할 필요가 있는 것이다.

사설

KBS 사장 선임에 부쳐

7일부터 KBS 사장 공모가 시작됐다. 이번 사장은 보도 개입으로 물러난 김환영 사장 이후 박근혜 정부가 보궐이 아닌 정식으로 임명하는 첫 사장이며, 지난해 방송법 개정으로 처음 인사청문회를 거치는 사장이라 주목된다. 이인호 이사장을 중심으로 여당 추천 이사 7명과 야당 추천 이사 4명은 지난달 23일부터 사장 선임 일정과 결정 방식을 논의하고 비공개 진행하기로 했다.

KBS의 내부 구성원들과 시민·사회단체들은 사장 선임 방식이 투명하고 공정하게 이뤄질 수 있도록 공개하기를 원했으나 여야 이사 양쪽 운영위원이 각 이사의 의견을 수렴해 비공개로 합의했다는 게 이사회 사무국의 설명이다.

개정된 방송법에 따르면 △타 법에 의해 비밀로 분류되거나 공개 제한된 내용이 포함됐을 때 △명예훼손 및 정당한 이익을 해칠 우려가 있다고 인정될 때 △감사·인사관리 관련 내용으로 공개할 시 공정한 업무수행에 지장을 초래할 때 등을 제외하고 이사회 회의는 '공개'가 원칙이다. KBS 사장 선임은 명예훼손이나 회사영업비밀도 아니며, 무엇보다 공정한 절차와 엄격한 기준을 가지고 선임돼야 그 공신력으로 신뢰받는 공영방송사 운영에 초석이 될 터인데 비공개 진행은 아쉬운 부분이다.

방송법 개정에 따라 사장 선임에 있어 △정당법에 따른 당원 및 당적을 이탈한 날부터 3년이 경과하지 않은 자 △방송 및 통신 관련 정부 규제기관에 몸담았던 자 △국가공무원법 제33조 각호의 1에 해당하는 자 △선거

후보자 등록 후 3년이 경과하지 않았거나 공직 선거에 의해 취임하는 공직에서 사퇴한 날로부터 3년이 경과하지 않은 자 △광역자치단체장, 국회의원, 대통령 선거에서 후보자의 당선을 위해 방송, 통신, 법률, 경영 등에 대해 자문이나 고문 활동을 한 후 3년이 경과하지 않은 자 등과 같은 부자격자를 규정하고 임명제청 후 인사청문회를 시행하는 것은 그동안 사회협약에 의해 상당히 개선된 점이라 할 만하다.

하지만 이사회 구성에서 여당 추천 이사가 7명이고 야당 추천 이사가 4명이다 보니 구조적으로 정치적 영향을 받을 수밖에 없는 한계는 누구도 부인할 수 없다. 정치권처럼 논쟁에서 서로 합의를 이루지 못해 투표로 결정할 상황이 된다면 이사회의 결정도 정치적 편향성에 대한 비난을 벗어날 수 없다. 법을 바꾸지 않고 이런 치명적인 구조의 단점을 보완할 방법은 이사회 합의에 따른 특별다수제다. 특별다수제란 야당 추천 이사에게 최소한의 일부 동의를 필요토록 하는 안이다.

정치권에서 힘의 논리에 의해 정책이 결정되는 것을 자주 본다. 하지만 가치중립적인 여론을 선도하고 사회적 통합과 공정성을 최우선으로 해야 할 공영방송사의 사장을 뽑는데 똑같은 정치권의 힘의 논리가 적용돼야 하겠는가? 요즘 우리 사회가 항상 주장하는 공동의 가치 소통, 배려, 화합이라는 명제가 조금이라도 KBS 사장 선임에서 나타나길 원한다면 이사회는 특별다수제를 반드시 채택하길 소망한다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 이후삼	편집주간 이성의	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

