

KOBA 특집 ▶ 5면

KOBA 2016 폐막... 현실과 가상의 경계를 허물다

기획 ▶ 6면

[기술로 보는 세상 이야기] 기술의 천하통일을 꿈꾸다, 블루투스 와 와이파이?

오피니언 ▶ 7면

[칼럼] KOBA 2016 유감

UHD TV 내장형 안테나 장착 ‘뜨거운 감자’

지상파 · 학계 · 시민단체 “내장형 안테나로 직수 환경 구축해야” VS 가전사 “기술적으로 어려워”



지상파 초고화질(UHD) 본방송을 앞두고 내장형 수신 안테나가 ‘뜨거운 감자’로 떠오르고 있다. 지상파 방송사들은 “UHD TV가 제 역할을 하려면 수신 안테나로 전파를 받아야 한다”고 주장하고 있고, 학계와 시민사회단체에서는 “직접 수신이 가능한 환경을 구축하기 위해선 내장형 수신 안테나가 필수적”이라며 내장형 수신 안테나 장착을 요구하고 있다. 반면 삼성전자나 LG전자는 “아직까지는 기술적으로 어려운 부분이 많다”며 안테나 내장에 난색을 표하고 있어 내장형 수신 안테나 장착을 둘러싼 논란은 당분간 지속될 것으로 보인다.

“내장형 안테나는 직수율 제고 위한 대안”

6월 10일 오후 3시 서울 목동 한국방송회관 3층에서 한국방송학회 주최로 열린 ‘시청자 중심의 지상파 UHD 방송 수신 환경 조성’ 토론회에서는 지상파 방송사와 가전사, 학계, 시민사회단체가 UHD TV 내장형 수신 안테나 장착 문제를 놓고 치열한 공방을 벌였다.

먼저 이날 발제자로 나선 김희경 한림대 ICT 정책연구센터 교수는 “UHD 방

송은 지상파의 무료 보편적 플랫폼 기능을 강화하기 위해 결정된 것으로 지상파 UHD 방송의 중점 목표는 직접수신을 제고”라며 “내장형 수신 안테나는 직수율 제고를 위한 대안”이라고 강조했다.

김 교수는 UHD TV에 왜 내장형 수신 안테나가 장착되어야만 하는지 그 배경적 상황을 설명했다. 그는 “난시청에는 산간·오지 등 지형적 원인으로 인한 자연적 난시청과 송수신 설비 관리 부족·고층 건물 등에 의한 인위적 난시청이 있는데 후자의 경우가 월등히 많다. 하지만 송수신 설비 관리 부족의 경우 해결해야 하는 주체가 건물주 등 개인으로 한정돼 있고 그마저도 의무가 없기 때문에 개선하고자 하는 이가 없다. 또 고층 건물에 의한 난시청 역시 개선을 요구하는 개인이 사실관계를 입증해야 하는 등 과정이 복잡하기 때문에 해결하기 어려운 부분이 많다”고 말했다. 현행법 안에서 인위적 난시청을 해결하기가 사실상 어렵다는 것이다.

이어 김 교수는 “지상파 방송사에서는 UHD 방송의 경우 출력이 좋아 내장형 안테나가 설치된 UHD TV만 제조하면

직접 수신 환경이 개선된다고 이야기하는데 기술적으로 증명만 된다면 무료 플랫폼 기능의 회복을 위해서라도 내장형 안테나 설치 의무화 방안을 적극 검토해야 할 것”이라고 주장했다.

강혜란 한국여성민우회 미디어운동본부 정책위원은 “지금은 디지털TV를 사고도 전파를 수신할 수 없는 상황으로, 디지털 전환 당시 안테나가 같이 판매됐으면 하는 아쉬움이 아직까지 있다”며 “기술적으로 가능하다면 수신 안테나를 내장해야 한다”고 강조했다. 강 정책위원은 이어 “지금 내장 안테나가 논의되는 것도 공시청 시설 개보수에 대한 사회적 비용과 시간이 필요하기 때문인데 중장기적으로 방송통신위원회를 비롯한 정책당국이 보편적 서비스에 대한 고민을 통해 이에 대한 답을 내놓지 않는다면 큰 문제로 확대될 것”이라고 덧붙였다.

지상파 “무조건 안 된다 말고 일단 장착하고 개선하자”

하지만 지상파 방송사와 학계, 시민사회단체의 내장형 안테나 장착 요구에 삼성전자와 LG전자는 “기술적으로 어렵다”

며 회의적 반응을 보였다. 이동훈 삼성전자 영상디스플레이사업부 선형개발팀 수석은 “내장 안테나 장착이 직수율을 높이는 데 도움이 되는 것은 사실이지만 가전사 입장에서 많이 고민된다”며 여러 가지 기술적 문제를 제기했다. 이 수석은 “우리나라는 콘크리트 건물이 많은데 건물 특성상 실내 신호 세기가 적게는 1/10에서 많게는 1/100까지 줄어든다. 또 건물 내에서 수신이 잘 되는 곳과 안 되는 곳이 있는데 소비자들이 어디에 TV를 놓을지 알 수 없기 때문에 안테나를 내장하더라도 실제로는 수신이 잘 안 될 가능성이 있고, TV를 보면서 움직일 경우 영향을 받아 화면이 깨질 수도 있다. 이렇듯 아직 극복하기 어려운 부분들이 많은데 당장 수신이 안 될 경우 클레임 문제까지 발생할 수 있다”고 설명했다.

이에 대해 송기훈 MBC 차장은 “핸드폰 수신이 안 된다고 해서 제조사에 문제를 제기하는 소비자들이 거의 없는 것처럼 수신에 대한 클레임 부분은 방송사와 가전사가 논의해서 해결할 수 있다고 생각한다”며 “무조건 안 된다고 할 것이 아니라 일단 안테나를 내장하고 발

생하는 문제들을 개선해 나가야 한다”고 반박했다.

임종곤 KBS 팀장 역시 “라디오를 수신할 때 ‘지지직’ 소리가 난다고 해서 제조사에 클레임을 넣지 않듯이 안테나 내장은 최소한의 수신 방안을 보장해달라는 것”이라며 “UHD TV를 구매한 소비자들의 권리는 지켜져야 한다”고 강조했다.

학계 “보편적 서비스 위해선 의무화해야”... 방통위 “의무화 아닌 자율화로 진행해야”

지상파 방송사와 가전업체의 갑론을박이 오고 가자 고낙준 방통위 과장은 “수신 환경 개선에 방통위가 많은 역할을 해야 했는데 미흡한 부분이 있는 것에 대해서는 일부 (책임을) 통감한다”고 말한 뒤 “내장형 안테나 문제에 대해서는 아직 이렇다 말할 근거가 부족하다”며 관련 입장을 밝히지 않았다. 고 과장은 이어 “내외부 전문가로 TF를 꾸려 내장형 안테나의 필요성에 대해 살펴보고 필요하다면 1~2개 모델 출시 후 시장 반응을 보고 확대하지 않을까 싶다”며 “다만 내장형 안테나를 의무화한다는 것은 규제의 일부분으로 의무화가 아닌 자율적인 방향으로 진행해야 하지 않겠느냐”고 말했다.

이에 대해 최진봉 성공회대 교수는 “방금 방통위 과장님이 의무화가 필요치 않다고 말씀하셨는데 저소득층 등 필요한 계층이 있다면 보편적 서비스를 보장해줘야 하는 게 정부의 역할이 아니냐”며 비판의 목소리를 높였다. 이어 “정부 정책에서 가장 우선시 돼야 하는 게 소비자 그리고 시청자”라며 “지상파 UHD 본방송이 앞으로 8개월도 채 남지 않았는데 지금이라도 정부가 직접 개입해서 기술적으로 가능한지 살펴보고 가능한 방안을 마련해야 할 것”이라고 지적했다.

백선하 baek@kobeta.com

미방위 구성 완료...전문성 부족에 나눠 먹기 논란까지

추혜선 정의당 의원, 미방위 배정 요청 농성 시작



제20대 국회 미래창조과학방송통신위원회 구성이 완료됐다. 하지만 위원장부터 비교섭단체·무소속 의원들의 배치까지 전문성 논란이 일고 있어 20대 미방위가 공영방송 지배 구조 개선과 수신료 정상화 등 산적한 과제들을 해결할 수 있을지 우려하는 목소리가 나오고 있다.

미방위위원장은 새누리당 신상진 의원과 조원진 의원이 전반기 각각 1년씩 맡기로 했다. 신 의원은 대한의사회회장 출신 4선 의원으로 지난 2005년 여의도 입성 뒤 보건복지위원회, 예산결산특별위원회 등에서 활동했으며, 조 의원은 3선 의원으로 새누리당 정책조정위원회 부위원장,

원내수석부대표 등을 지낸 뒤 정부위원회와 운영위원회 등에서 활동해왔다.

문제는 미방위위원장으로 선출된 신 의원과 조 의원의 미방위 활동 경력에 전무하다는 것이다. 한 학계 전문가는 “방송과 통신 분야에 문외한인 상임위원장이 어떻게 미디어 분야의 산적한 과제들을 이끌어내 해결할 수 있겠느냐”며 “입법 활동은 커녕 국정감사나 청문회 때도 제 역할을 하지 못하는 ‘식물 상임위’가 될 것”이라고 지적했다. 특히 이번 미방위위원장은 1년짜리 나눠 먹기 식으로 업무 파악조차 제대로 이뤄지지 않을 것이란 비판까지 제기되고 있다.

언론개혁시민연대는 “여야의 입장이 정치적으로 첨예하게 갈리고, 미디어 방송통신 분야에 대한 고도의 전문성이 필요한 미방위원장 자리에 ‘방송문외한’을 기용한 것은 미방위를 식물 상임위로 만들겠다는 심산이나 다름없다”며 “새누리당이 미방위 무력화에 나섰다”고 꼬집었다.

미방위원 구성도 크게 다르지 않다. 현재까지 알려진 미방위원은 더불어민주당 소속 △고용진 의원 △김성수 의원 △문미옥 의원 △박홍근 의원 △변재일 의원 △신경민 의원 △유승희 의원 △이상민 의원 △이재정 의원 △최명길 의원, 새누리당 소속 △강효상 의원 △김성태 의원 △김재경 의원 △김정재 의원 △민경욱 의원 △박대출 의원 △배덕광 의원 △송희경 의원 △신상진 의원 △이은권 의원, 국민의당 소속 △김경진 의원 △신용현 의원 △오세정 의원, 무소속 △윤종오 의원 등 24명이다. 이중 방송이나 통신 등 미방위 관련 활동 경력이 있는 의원은 딱 절반이다. 언론연대는 “미방위에 배정된 10명의 더민주 의원 중에 미방위에 자원한 의원은 고작 한두 명뿐이었고, 국민의당 역시 미방위 배정자 3명 중 미디어 경력이 있거

나 언론 전문가로 볼만한 인물이 한 명도 없다”며 “마음이 공방에 가 있는 의원들을 억지로 데려다 앉혀놓은 미방위에서 어떻게 개혁 과제들을 관찰시킬 수 있을지 벌써부터 눈앞이 캄캄하다”고 말했다.

비교섭단체·무소속 의원들의 배치도 주요 논란거리 중 하나다. 현행 국회법상 정당 등 비교섭단체나 무소속 의원들의 경우 국회의장이 상임위 배정을 결정하도록 돼 있다. 비교섭단체나 무소속 의원들은 더불어민주당과 새누리당, 국민의당 등 교섭단체의 배정 이후 지원자가 부족한 상임위 쪽으로 배분되기 때문에 교섭단체 의원들보다 전문성이 떨어질 수밖에 없다. 하지만 이번에는 자리가 있음에도 의원들의 경력과는 무관한 상임위 배치가 이뤄져 논란이 일고 있다.

무소속 윤종오 의원도 그런 경우다. 현대자동차노동조합 출신인 윤 의원은 전문성을 살려 환경노동위원회로 가길 희망했지만 환노위에서 배제된 채 경협이 전무한 미방위로 배치됐다.

반면 오랫동안 언론시민사회단체에서 경력을 쌓아온 추혜선 정의당 의원은 외교통일위원회에 배정됐다. 추 의원은 당선 직후 미디어 분야 최대 이슈인 SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병 관련 토론회를 개최하는 등 미방위 활동을 벌여 관련 업계에서는 추 의원의 미방위행을 당연하게

받아들였다. 이에 추 의원은 6월 13일 기자회견문을 통해 “저는 오랫동안 언론시민단체에서 언론 개혁, 방송 정상화 노력을 기울여왔다”며 “정세균 국회의장께 미방위 배정을 간곡히 요청드린다”고 밝혔다. 이어 “제가 미방위로 배치되지 못한 것은 비례대표 제도의 취지에도 어긋나는 것이라는 말씀도 드리고 싶다”며 “전문성을 인정받아 국회에 입성한 의원이 정작 국회에서 전문성을 살릴 수 있는 상임위로 가지 못한다면 비례대표 제도의 존립 근거 자체가 흔들리게 된다고 생각한다”고 덧붙였다.

언론연대는 “미방위가 ‘비인기 상임위’로 평가 절하되고, 지원자가 없어 전문성 없는 인물까지 총원하는 마당에 ‘언론 전문성’을 평가받아 국민의 선택을 받은 인사를 미방위에서 배제한 것은 도저히 납득할 수 없는 일”이라며 반드시 제고돼야 한다고 촉구했다.

한편 추 의원은 6월 14일 오전 10시 30분 다른 정의당 의원들과 함께 국회 본청 로터리를 계단에서 기자회견을 진행한 뒤 미방위 배정을 요청하며 농성을 시작했다. 하지만 이 같은 요청에도 불구하고 정세균 국회의장 쪽에서는 별다른 움직임을 보이지 않고 있어 상임위 배정 논란이 어떻게 귀결될지 관심이 집중되고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

제20대 미방위원장은 새누리당 신상진·조원진 의원

새누리 “미방위 확보 큰 성과”…시민단체 “공영방송 지배 구조 개선 우려”



[좌] 신상진 의원 [우] 조원진 의원

국회 18개 상임위원회 자리를 배분하는 원 구성 협상이 마무리된 가운데 중요 상임위 중 하나인 미래창조과학방송통신위원회는 19대에 이어 이번에도 새누리당이 맡기로 했다. 유권자들에게 큰 영향을 미치는 방송과 통신 분야를 담당하고 있기 때문에 새누리당에서는 미방위 확보를 최대 성과로 꼽는 등 만족한다는 반응을 보이고 있다. 하지만 관련 업계에서는 공영방송의 지배 구조 개선, 수신료 현실

화, 종합편성채널 규제 정상화 등 19대 국회에서 해결하지 못한 과제들을 새누리당이 제대로 다뤄나갈 수 있을지 우려하는 시각도 적지 않아 관련 법·제도 개정이 순조롭지만은 않을 것이라는 전망도 제기되고 있다. 정진석 새누리당 원내대표, 우상호 더불어민주당 원내대표, 박지원 국민의당 원내대표 등 여야 3당 원내대표는 6월 8일 오후 국회에서 공식 회동을 갖고 원 구성 협상에 합의했다. 당초 상당한 잡음이 예상됐으나 20대 국회 최다선인 서청원 새누리당 의원이 의장직 양보를 선언하면서 원 구성 협상은 별 탈 없이 마무리됐다. 새누리당은 미방위를 비롯해 국회운영위원회, 법제사법위원회, 기획재정위원회, 정무위원회, 안전행정부

지상파-IPTV, CPS 400원 단계적 인상 검토

케이블도 CPS 합의?…업계 촉각

인터넷TV(IPTV) 3사가 가입자당 재송신료(CPS)를 현행 280원에서 400원까지 단계적으로 인상하는 방안을 검토 중인 것으로 알려졌다. 지상파 방송사와 종합유선방송사업자(SO) 간 CPS 협상이 지지부진한 상황에서 IPTV 3사의 협상이 SO들의 입장에 어떠한 영향을 미칠지 업계의 관심이 쏠리고 있다.

6월 1일 관련 업계에 따르면 지상파 방송사와 SK텔레콤과 KT, LG유플러스 등 IPTV 3사는 올해 360원을 시작으로 매년 20원씩 인상해 2017년 380원, 2018년 400원에 이르는 CPS 인상 방안에

상당 부분 합의했다.

CPS 400원은 지난해부터 지상파 방송사가 요구해온 금액으로 오는 2018년까지 단계적으로 인상하겠다는 것은 지상파 방송사와 IPTV 3사가 서로 한 발짝씩 양보해 상생의 결과를 도출해 낸 것이라고 볼 수 있다.

앞서 지상파 방송사는 지난해 유료방송 사업자와의 재송신 계약이 만료되자 기존 280원인 CPS를 400원으로 인상해달라고 요구했다. 지상파 방송사는 “방송사들은 경영난에 허덕이고 있고, 이익의 콘텐츠 재투자라는 선순환 구조는 파괴되고 있다”

며 “지상파방송 사이에 흡쇼핑 채널을 끼워 넣는 방법으로 천문학적인 흡쇼핑 채널 송출 비용을 받아내고 있는 유료방송 사업자들에게 정당한 콘텐츠 대가를 받아내려는 것일 뿐 CPS 인상 요구는 그 이상도 이하도 아니다”라고 설명했다.

하지만 유료방송 사업자들은 합리적인 대가 산정 기준이 없는 상황에서 CPS 400원 인상은 받아들일 수 없다는 입장을 밝혔다. 지상파 방송사가 280원에서 400원으로 42% 인상된 금액을 요구하면서 막연한 사정을 들고 있을 뿐 수긍할만한 합리적인 산정 근거를 구체적으로 밝히지도 못하고 있다는 것이다. 특히 지상파 방송사와 케이블 업체는 올해 초 주문형 비디오(VOD) 공급 중단과 광고 송출 중단이라는 과정을 겪으면서 갈등이 극에 달했으나 미래창조과학부와 방송통신위원회의 중재로 블랙아웃

보했다”며 “국정 운영에 필수적인 상임위를 확보한 것은 나름대로 큰 소득”이라고 말했다.

하지만 시민사회단체를 중심으로는 아쉽다는 반응이 나오고 있다. 김환균 전국언론노동조합 위원장은 6월 9일 기자간담회 자리에서 “더민주에서 법사위를 주겠으니 미방위를 달라고 했지만 새누리당에선 논의할 가치조차 없다는 반응을 보였다”며 “내년 대선을 앞두고 준비하는 것 아닌가 싶다”고 말했다. 이에 일각에서는 공영방송 지배 구조 개선을 비롯해 19대에서 끝맺지 못한 과제들을 해결해야 하는데 새누리당이 미방위원장을 맡게 된다면 추진 동력이 약해지는 것 아니냐는 우려의 목소리들이 나오고 있다.

이에 대해 한 시민사회단체 관계자는 “물론 아쉽기는 하지만 그래도 여소야대 국회인 만큼 아직은 실망하기 이른 것 같다”며 “우상호 더민주 원내대표가 미방위 야당 간사로 저격수 역할을 했던 만큼 야당에서도 미방위 간사 구성을 고심하고 있고, 오랜 기간 동안 시민사회단체에서 활동해온 추혜선 정의당 의원 역시 미방위를 지망하고 있기 때문에 공영방송 지배 구조 개선을 비롯해 20대 미방위가 해야 할 과제들이 쉽게 무산되지는 않을 것”이라고 전망했다.

백선하 baek@kobeta.com

이라는 최악의 상황을 면하면서 다시 한 번 협상 테이블에 앉았다. 그러나 여전히 양측이 입장 차를 좁히지 못하고 있어 딜라이브를 제외한 다른 SO들과 지상파 방송사 간 CPS 합의는 평행선을 달리고 있는 것으로 전해졌다.

이에 대해 한 업계 관계자는 “법원에서 지상파 방송사의 저작권을 인정하면서도 CPS 산정 기준에 대한 의문을 여러 차례 제기해 케이블 쪽 주장에 힘을 실어줬는데 IPTV 3사가 지상파 방송사와 CPS 400원에 계약을 하게 된다면 케이블 업체에 상당한 압박을 줄 것”이라며 “현재 SO들도 개별 협상에 임하고 있어 단체 행동이 어려운 상황에서 IPTV 3사가 CPS 합의를 한다면 각 SO들의 셈법이 더 복잡해질 것”이라고 말했다.

민서진 seojin@kobeta.com

넷플릭스와 손잡은 ‘딜라이브’…매각은 여전히 안갯속

“인수 가격 놓고 입장 차 커” “넷플릭스 카드도 영향력 미미할 것” “M&A 시장 침체기”



수도권 최대 케이블 방송사 씨앤엠이 ‘딜라이브(D’LIVE)’로 사명을 변경하고 세계 최대 동영상 서비스 업체인 넷플릭스와 제휴를 맺는 등 공격적인 행보를 보이고 있다. 업계 안팎에서는 매각 몸값을 높이기 위한 움직임이라는 분석이 나오고 있지만 인수합병(M&A) 시장이 한동안 침체 상황에 놓일 것이라는 관측이 지배적이어서 딜라이브의 매각 성공 가능성에 관심이 집중되고 있다.

케이블TV 3위 사업자인 씨앤엠은 지난 4월 딜라이브로 사명을 변경하면서 사물인터넷(IoT)부터 이사·도우미·육아 등 지역밀착형 온오프라인 연계(O2O) 서비스까지 사업 범위를 확장한다는 계획을 밝혔다. 전용주 딜라이브 대표는 “케이블을 뛰어넘어 가입자들의 실생활에 밀착된 서비스를 제공하겠다는 경영 의지를 나타내기 위해 사명 변경이라는 결정을 내렸다”며 “디지털과 양방향에 기반한 홈 서비스를 확대한다면 기업 가치는 앞으로 더 높아질 것”이라고 강조했다. 사명변경이 매각을 염두에 둔 방안임을 간접적으로 드러낸 것이다.

딜라이브는 이어 5월 23일 넷플릭스와 라이선스 계약을 체결했다고 밝혔다. 전혀 예상치 못한 소식에 관련 업계는 온종일 혼란스러운 분위기였으나 양사의 이해관계가 적절히 맞아떨어졌다는 분석이 설득력을 얻으면서 딜라이브와 넷플릭스가 어느 정도의 영향력을 미칠지에 관심이 쏠리고 있다.

한 업계 관계자는 “매각에 난항을 겪고 있는 딜라이브의 경우 어떻게든 몸값을 올려야 하는 상황이고, 넷플릭스는 국내 시장에서의 부진을 극복할 방법을 찾아야 하는 상황”이라며 “의외의 조합이기는 하지만 이해관계만 놓고 본다면 충분히 나올 수 있는 조합 중 하나였다”고 말했다.

현재 딜라이브 최대 주주인 MBK파트너스는 빠른 시일 내 매각을 완료해야만 하는 상황이다. MBK파트너스가 2007년 설립한 특수목적법인(SPC)인 국민유선방송투자(KCI)가 2조2,000억 원에 달하는 인수 금융(대출)을 끌어다 썼는데 만기 연장에 어려움을 겪고 있기 때문이다. 당장 부도 가능성도 언급되고 있다. 이에 일각에서는 딜

라이브가 급박한 사정을 해소하기 위해 넷플릭스라는 카드를 꺼내들었다는 이야기도 나오고 있다.

앞서 넷플릭스는 지난 1월 국내 진출을 선언한 뒤 SK브로드밴드, KT, LG유플러스 등 IPTV 사업자들과 협상을 진행했지만 의견 차를 좁히지 못해 결국 독자적으로 국내 서비스를 시작했다. 업계 관계자들은 “보통 수익 배분은 5:5나 6:4 정도를 요구하는데 넷플릭스는 8:2 또는 9:1 정도를 요구한 것으로 알고 있다”며 “딜라이브에만 수익 배분 조건을 다르게 내놓지는 않았을 것이고 결국 딜라이브가 손해를 보면서도 계약을 체결한 것으로 보인다”고 입을 모았다.

물론 첫 달 무료 제공 이벤트를 내놓는 등 가입자 확보에 열을 올린 넷플릭스가 생각보다 저조한 성적 때문에 딜라이브와의 계약으로 상황을 타개하려고 한다는 의견도 있기는 하지만 넷플릭스가 시작부터 국내에서 가격 경쟁을 하지 않을 것이라고 밝힌 만큼 딜라이브에만 다른 조건을 내놓지는 않았을 것이란 분석이 우세하다.

하지만 딜라이브의 기대와 달리 매각 작업은 순탄치 않을 것으로 보인다. 사업 영역을 다각화 하더라도 중심 사업은 케이블인데 케이블 산업 자체가 위기인 상황에서 딜라이브가 원하는 금액을 내놓는 투자자는 없을 것이란 분석이다. MBK컨소시엄의 씨앤엠 인수 가격은 약 2조2,000억 원 이상으로 이들은 최소 2조 원은 받

아야 한다는 입장이다. 하지만 SK텔레콤이 케이블 업계 1위 사업자인 CJ헬로비전의 인수합병에 나서면서 1조 원 안팎을 투자한 것을 미루어볼 때 2조 원대 매각은 거의 가능성이 없는 상황이다.

이에 대해 김덕일 딜라이브 부사장은 최근 한 언론과의 인터뷰에서 “목동 외에는 지역 가입자인 CJ헬로비전과 수도권 1위 사업자로 디지털 전환율이 높은 딜라이브의 가치는 다르다”며 CJ헬로비전의 매각 가치인 1조 원보다는 높다는 입장을 밝혔지만 업계 전반에서는 받아들여지지 않고 있는 분위기다.

넷플릭스 카드도 생각보다는 낮게 평가받을 것이란 분석이 대다수다. 넷플릭스를 TV로 보기 위해선 별도의 기기를 사용해야만 한다. 이 때문에 딜라이브 역시 넷플릭스와 공동 개발한 전용 셋톱박스를 선보인 뒤 동영상 서비스를 진행할 것이라고 밝혔다. 결국 딜라이브가 넷플릭스와 라이선스 계약을 체결했다고 해도 당분간은 기존 넷플릭스 서비스 방식과 큰 차이가 없이 진행될 수밖에 없다.

또한 국내 M&A 시장이 한동안 침체 상황에 놓일 것이란 전망도 딜라이브엔 부정적인 영향을 끼칠 수 있다.

한 유료방송 업계 관계자는 “SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A도 불확실시 되는 상황에서 딜라이브를 인수할 업체를 빠른 시간 내 찾기는 쉽지 않을 것”이라며 “딜라이브가 여러 가지 방안을 강구하고는 있지만 매각 작업은 여전히 어려울 것”이라고 내다봤다.

백선하 baek@kobeta.com

넷플릭스 ‘몰아 보기’ 지수 발표

가입자들의 장르별 콘텐츠 시청 양상 분석…

“고전 공포 스릴러 몰아 보기 최고 등급”

실시간 방송보다는 주문형 비디오(VOD)를 통한 ‘다시 보기’나 ‘몰아 보기’가 선호되고 있는 가운데 넷플릭스가 ‘몰아 보기 지수(Binge Scale)’를 발표해 눈길을 끌고 있다.

넷플릭스는 “몰아 보기(binge watching)가 새로운 콘텐츠 소비문화로 자리 잡기는 했으나 모든 콘텐츠 시청이 동일한 방식으로 이뤄지는

것은 아니다”라며 “가입자들이 어떤 콘텐츠를 몰아보고 천천히 감상하는지를 분석한 지수를 만들었다”고 밝혔다. 넷플릭스에 따르면 현재 제공되고 있는 인기 TV 시리즈들의 전체 시청을 완료하는 가입자들은 1개 시즌을 시청하는데 하루 약 2시간씩 소비하고 있다. 또한 박진감 넘치는 내용 전개 콘텐츠는 주로 몰아보는 가입자들이

많고, 생각할 거리가 많은 드라마는 천천히 시청하는 가입자들이 많은 것으로 나타났다.

넷플릭스는 “〈센스8〉, 〈오렌지 블랙(Orange Black)〉, 〈The 100〉와 같이 높은 몰입도를 이끌어내는 시리즈들은 천천히 나눠 시청하기 쉽지 않다”며 “〈워킹 데드(Walking Dead)〉, 〈아메리칸 호러 스토리(American Horror Story)〉, 〈더 폴(The Fall)〉과 같은 고전 공포 스릴러물이 가장 상위 등급에 속해 있으며, 〈오렌지 이즈 더 뉴 블랙(Orange is The New Black)〉, 〈너스 재키(Nurse Jackie)〉, 〈그레이스 앤 프랭키(Grace and Frankie)〉처럼 극적인 요소가 들어간 코미디물 또한 시청자 흥미를 자극해 ‘딱 한 편만 더



볼까?”라는 반응을 보다 쉽게 이끌어내는 것으로 나타났다”고 설명했다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병 어떻게 되나

“법적 허점은 ‘문제없음’이 아니다”

한국언론정보학회 · 추혜선 의원실, ‘미디어 기업의 인수합병과 방송법제’ 토론회 개최



CJ헬로비전의 조세 포탈 혐의가 불거지면서 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병(M&A) 허가 여부에 난항이 예상되는 가운데 이번 M&A가 법적으로 문제가 없다는 일부 입장은 법적 허용을 악용하는 것일 뿐이라는 주장이 제기됐다.

한국언론정보학회와 추혜선 의원실 주최로 6월 10일 오후 2시 국회도서관 소회의실에서 열린 ‘미디어 기업의 인수합병과 방송법제’ 토론회에서 발제를 맡은 최우정 계명대 교수는 “규제하는 법 자체가 없으니 법적으로 문제가 없는 것은 당연한

일”이라며 “기업이 법적 허점을 악용해 문제를 일으켜도 똑같은 기준을 적용할 수 있겠느냐”고 반박했다.

이에 대해 김경환 상지대 교수 역시 “이번 M&A가 이후 있을 수 있는 다양한 문제의 시범 사례가 될 소지가 크다”며 “플랫폼의 결합만이 아니라 여론 지배력과 영향력을 포함한 논의가 필요하다”고 주장했다.

또한 신규 사업자 허가에 준하는 엄격한 심사를 강력히 요구했다. 이번 M&A를 단순히 플랫폼의 결합만으로 보고 허용한다면, 차후 IPTV 사업자가 지상파 방송사를 인수하는 등 영향력이 엄청날 것이 뻔한 사안에 대해서도 반대하거나 논의를 할 근거가 없어진다는 것이다.

김동찬 언론개혁시민연대 사무처장은 방송 사업자들의 소유 겸영을 제한하는 조항이 포함돼 있는 통합방송법을 만든 미래창조과학부가 분명한 태도를 보이지 않고 있는 점을 지적하며 “미래부가 통합방송법의 취지를 스스로 훼손하고 있다”고 말했다.

한편 이은주 서강대 언론문화연구소 박사는 이용자 후생과 복지 차원에서 논의돼야 함을 주장하며 “기업이 기업의 이익을 위해 말하는 것을 경청하되 입법 주체나 정부는 각자의 입장에서 말해야 한다”고 주장했다. 이어서 “정치인과 정부가 기업의 입장에서 말하는 것은 편향적인 태도”라고 덧붙였다.

입법 주체와 정부가 기업의 입장에서 이야기할 것이 아니라, 국민의 대표와 행정 기관이라는 본래 입장에 맞는 목소리를 내어 이번 사안에 대한 다양한 이해관계가 제대로 표출되고 논의돼야 한다는 것이다.

마지막으로 최 교수는 민주적 여론 형성과 시청자 권익 보호라는 방송법의 입법 목적과 지향점을 강조하며 “방송은 우리만이 아니라 우리의 자식도 공유하는 공공재이며 이 공공재가 제 기능을 할 수 있도록 물려주는 것이 현 시대인의 시대정신”이라고 말했다.

전승희 sh45@kobeta.com

SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병 ‘빨간불’

CJ헬로비전 100억 원대 조세 포탈 혐의

CJ헬로비전이 100억 원대 조세 포탈 혐의로 경찰 조사를 앞두고 있는 가운데 이번 사건이 SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병(M&A)에 어떤 영향을 미칠지 관심이 집중되고 있다.

6월 8일 경찰에 따르면 CJ헬로비전은 조세 포탈과 분식 회계 혐의를 받고 있다. CJ헬로비전의 지역 방송사들이 협력 업체와 통신 장비 등을 거래하는 과정에서 세금계산서를 허위로 작성해 세금을 탈루했다는 것이다. 현재 경찰은 100~200억 원대 세금 탈루 정황을 포착해 수사 중이며 본사 개입 가능성도 배제하지 않고 있

는 상황이다.

경찰 수사 소식이 전해지자 CJ헬로비전은 물론이고 SK텔레콤도 당황한 기색을 감추지 못하고 있다. CJ헬로비전 측은 “아직 공식적으로 수사 요청이 오지 않은 상황이라 입장을 밝힐 단계가 아니다”라며 말을 아꼈고, SK텔레콤 측은 “M&A 이전에 실적 부풀리기 정황이 있었다는 내용은 전해 들었고, 내부 조치가 있었다고 알고 있다”며 “큰 문제는 아니지만 수사 결과를 지켜볼 것”이라고 말했다. 이어 “이번 수사와 M&A 심사는 별개 사안”이라며 M&A 심사와는 아무런 관

련이 없다고 선을 그었다.

하지만 CJ헬로비전은 물론이고 SK텔레콤 역시 문제를 사전에 인지하고 있었다는 점에서 수사 결과에 상관없이 도덕성에 대한 비난을 면하기는 어려울 것으로 보인다. 당장 관련 업계에서도 “CJ헬로비전이 M&A를 위해 조직적으로 매출 부풀리기에 나선 것 아니냐”는 의심의 눈초리를 보내고 있다.

또한 방송 업계의 M&A 심사 시에는 방송의 공정성과 공적 책임 등을 중시해야 한다는 여론이 갈수록 커지고 있기 때문에 이번 사건은 직간접적으로 SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A 심사에 영향을 미칠 것으로 보인다.

물론 M&A 심사를 맡고 있는 공정거래위원회나 미래창조과학부, 방송통신위원회 등은 “수사가 초기 단계이기 때문에 뭐라 말할 입장은 아니

다”라며 조심스러운 반응을 보이고 있지만 정부 당국이 이번 수사 결과를 무시하기는 어려울 것이라 전망이 우세하다.

한편 청와대가 신임 미래전략수석에 현대원 서강대 교수를 임명한 것도 이번 M&A에 부정적 영향을 미칠 수 있다는 분석도 나오고 있다. 현 교수는 KT 사외이사로 활동하면서 그동안 SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A를 강력하게 반대해왔다. 일각에서는 “청와대가 현 교수를 미래전략수석으로 임명한 것 자체가 SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A에 대한 반대 입장을 내보인 것 아니냐”는 이야기까지 나오고 있어 연초 큰 무리 없이 진행될 것이라던 예상과 달리 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 M&A가 어려울 것이라 전망이 대세를 이루고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

롯데홈쇼핑 협력사 비대위 출범…“생존 위해 공동 대응할 것”

비대위 “확실한 해결 방안 없으면 영업정지 철회해야”



‘6개월 황금시간대 영업정지’ 처분을 받은 롯데홈쇼핑의 협력사 대표들이 공동 대응을 위한 비상대책위원회를 만들었다.

240여 개에 달하는 롯데홈쇼핑 협력사들은 6월 7일 서울 여의도 중소기업중앙회관 소회의실에서 비대위를 구성했다. 이날 비대위는 진정호 주식회사

세양침대 대표이사를 위원장으로, 김봉남 에스피코 퍼레이션 대표이사, 이동원 에어시스템 대표이사, 이화숙 보라코리아 대표이사, 정영달 한빛코리아 대표이사 등 4명은 부위원장으로 선출했다.

이들은 “미래창조과학부의 영업정지 처분이 롯데홈쇼핑 협력사들의 생존을 직간접적으로 위협하고 미래부가 내놓은 협력사 대응 방안 역시 전혀 실효성이 없다”며 앞으로 협력사들의 뜻을 하나로 모아 공동 대응하는 등 본격적인 투쟁에 나서기로 했다.

이들은 롯데홈쇼핑과 미래부에 △머리를 맞대고 협력사들의 문제 해결에 즉각 나설 것 △미래부 장관은 우리의 안정적 생존권을 보장할 수 있는 확실한 대책을 강구하고, 해결 방안이 없다면 행정처분을 철회할 것 △롯데홈쇼핑은 협력사들의 온전한 영업 환경을 보장할 수 있도록 조속히 사법 대책과 지

원 방안을 강구할 것 등을 요구했다.

앞서 감사원은 롯데홈쇼핑이 재승인 사업계획서에 납품 비리로 형사처벌을 받은 임직원을 일부 빼뜨려 공정성 평가 항목에서 과락을 면하는 등 재승인 과정에 심각한 하자가 있음을 발견하고 미래부에 징계를 요구했다. 이어 미래부는 롯데홈쇼핑에 대해 4개월간의 유예기간을 거쳐 9월 28일부터 ‘6개월 황금시간대(오전·오후 8~11시) 영업정지’ 처분을 내렸다. 현행 방송법 18조 및 시행령에 따르면 방송사업자가 허위 기타 부정한 방법으로 재승인을 얻으면 6개월 업무 정지 또는 허가·승인 유효기간을 6개월 단축할 수 있다.

롯데홈쇼핑 측은 “사실관계를 소명하고 막대한 협력사 피해를 고려해 선처를 호소했음에도 받아들여지지 않아 당혹스런 마음을 금할 수 없다”며 “재승인 유효기간 2년 단축이라는 불이익을 이미 받았음에도 미래부가 또다시 영업정지라는 가혹한 이중 처벌을 가한 데 대해 깊은 유감을 표명한다”고 밝혔다.

당장 불통이 된 롯데홈쇼핑 협력사들 역시 “영업

정지가 현실화하면 도산할 수밖에 없다”며 영업정지 철회를 요청했으나 미래부는 “협력사들이 대체 판로를 확보하는 것을 지원하기 위해 홈쇼핑, 데이터홈쇼핑사들과 협력 체계를 구축하고 롯데홈쇼핑 협력사들의 입점을 주선했을 예정”이라며 이들의 요구에 선을 그었다.

업계 안팎에서는 롯데홈쇼핑 협력사들의 생존이 어려워질 것이라는 의견과 단기적으로는 어렵겠지만 중장기적으로는 또 다른 기회가 될 수도 있다는 의견이 갈리고 있다. 롯데홈쇼핑 협력사 관계자는 “롯데홈쇼핑 매출이 전체 매출의 80~90%를 차지하고 있는 상황에서 영업정지가 현실화하면 우리 회사뿐 아니라 2차 협력사까지 문을 닫을 수밖에 없다”며 미래부의 대응책은 실효성이 없다고 주장하고 있는 반면 한 업계 관계자는 “롯데홈쇼핑에서 경쟁력을 인정받은 제품들인 만큼 단기적으로는 어렵겠지만 중장기적으로 다른 유통 채널을 찾을 수 있는 계기가 될 수 있다”는 전망을 내놓았다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

‘통합방송법’ 국무회의 통과

SK텔레콤-CJ헬로비전 인수에 영향 미칠까…최대 관건은 소유 겸영 금지 포함 여부



방송법과 인터넷멀티미디어방송사업법(IPTV법)을 통합하는 이른바 통합방송법이 6월 7일 국무회의에서 재의결됐다. 통합방송법에는 IPTV 사업자를 포함한 방송 사업자들의 소유 겸영을 제한한다는 조항이 포함돼 있으며 시장점유율이나 사업자 수 등을 고려해 그 범위를 시행령에서 정한다고 규정하고 있어 SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병에 상당한 영향을 미칠 것으로 전망되고 있다.

‘유료방송 규제 체계 정비’가 국정 과제로 채택됨에 따라 마련된 통합방송법은 방송 사업자 간 공정한 경쟁 환경을 조성하고, 시청자 권익 보호를 위한 규제 실효성을 제고하기 위한 △방송 유형 및 사업 분류 체계 개선 △진입 규제 완화 △겸영 규제 근거 신설 △금지 행위 대상 및 유형 일원화 등을 골자로 하고 있다. 이 법

안은 지난 19대 국회 당시 상정됐으나 임기 만료로 자동 폐기된 후 이번에 다시 발의됐다.

미래부 관계자는 “통합방송법은 방송 시장의 공정 경쟁 촉진을 위해 마련된 것으로 다른 사업에서의 지배력이 유료방송 산업으로 부당하게 전이되지 않도록 하는 내용을 담고 있다”며 “유료방송 사업자 역시 이를 위해 회계를 구분하고 영업 보고서를 제출하는 등의 사항을 이행해야 한다”고 말했다.

관련 업계에선 통합방송법이 SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A에 어떤 영향을 미칠지가 최대 관건으로 떠오르고 있다. 앞서 권영수 LG유플러스 대표는 신년 기자 간담회를 통해 “통합방송법에 의하면 이번 M&A는 중합유선방송사업자(SO) 지분 소유 제한 규정에 위배될 수 있다”며 “SK텔레콤의 CJ헬로비전 인수 허가 여부는

통합방송법이 확정된 후 판단해야 한다”고 주장했다. 김동원 전국언론노동조합 정책국장 역시 “통합방송법의 기본 골자가 독과점 시장을 견제하는 것이고 이 법의 여러 조항들이 인수합병에 영향을 줄 것이기 때문에 통합방송법과 인수합병이 같이 논의돼야 한다”고 말한 바 있다. 이에 대해 SK텔레콤 측은 “통합방송법은 방송법과 IPTV법을 일원화, 체계화하는 과정으로 추가적인 규제 도입 목적이 아닌 시장 변화에 발을 맞추겠다는 것일 뿐”이라며 LG유플러스를 비롯한 일각의 주장은 통합방송법의 개정 취지를 곡해한 것이라고 반박하고 있으나 업계에선 받아들여지지 않고 있는 상황이다.

문제는 기존 방송법 시행령에 명시돼 있는 지상파 SO 위성방송 사업자는 다른 역무 사업자의 지분 33%를 넘지 못하도록 돼 있는 조항이 통합방송법에도

적용될까 하는 부분이다. 현재 SK텔레콤 측은 통합방송법이 규제에 초점을 맞춘 법안이 아닌 만큼 소유 겸영 금지 조항이 시행령에는 포함되지 않을 것이라고 기대하고 있지만 방송통신위원회를 비롯해 시민사회단체, 업계 전반에서 방송의 공공성을 강조하고 있어 소유 겸영 금지와 관련된 내용이 시행령에 포함될 가능성도 배제할 수는 없다. 이외에도 통합방송법은 유료방송 사업자가 이용 요금 승인이나 변경 승인을 받으려는 경우에 가입비와 기본료, 부가 서비스료 등 이용 요금 산정에 관한 근거 자료를 미래부에 제출토록 했으며, 미래부가 유료방송 사업 허가 여부를 심사할 때 방송 프로그램 수급 계획의 적절성, 시장에서의 공정 경쟁 확보 계획의 적정성도 심사해 결과를 공표하도록 했다.

백선하 baek@kobeta.com

방송기술용어

스티칭 stitching

스티칭(stitching)은 여러 개의 영상을 이어 붙이는 작업을 말한다.

특히 360도 영상에서 이 작업이 매우 중요하게 다뤄지고 있으며 360도 영상을 만드는 작업 시간 중 대부분 시간이 할애된다고 해도 과언이 아니다.

다양한 각도에서 촬영한 영상을 스티칭할

때 겹치는 부분을 제대로 제거하지 않으면 영상에 왜곡이 생겨 물임감을 떨어트린다. 최근에는 자동으로 스티칭을 해주는 360도 VR 카메라가 공개돼, 왜곡을 완벽하게 제거하지는 못하지만 전문가가 아니더라도 360도 영상을 제작할 수 있도록 돕고 있다.

전승희 sh45@kobeta.com

VOD도 지상파...콘텐츠 선호도 여전히 높아

방통위, 고정형 TV VOD 시청 기록 조사 결과 발표



실시간 TV 시청 일명 ‘본방사수’ 대신 ‘주문형 비디오(Video On Demand, VOD) 몰아 보기’라는 시청 패턴이 새로운 트렌드로 자리 잡으면서 미디어

환경이 크게 변화하고 있지만 콘텐츠 선호도는 여전히 지상파가 높은 것으로 나타났다.

방송통신위원회가 6월 10일 발표한 ‘VOD 프로그램 시청 기록에 대한 시범 조사’ 결과에 따르면 지상파 VOD 시청 시간은 63.6%로 CJ 계열 17.8%, 종합편성채널 17.5%에 비해 압도적인 우위를 점하고 있다. 지상파 VOD 시청 기록은 실시간 방송 기록인 61.6%보다 높은 것으로 나타났다.

방통위는 “모든 장르에서 지상파를 가장 많이 시청했으며, 지상파에서는 특히 드라마를 CJ 계열과 종편에서는 오락 장르를 가장 많이 시청한 것으로 조사됐다”고 말했다. tvN 등 비지상파 드라마가 강세를 보이기 시작하면서 지상파 드라마 위기론이 대두되고 있으나 지상파 드라마가 여전히 경쟁력이

있음을 보여주는 대목이다.

이번 조사는 지난해 7월 1일부터 12월 31일까지 6개월 동안 VOD 시청이 가능한 유료방송 가입자 8,000여 명을 대상으로 진행했으며, 실시간으로 방영된 프로그램 중 VOD로 제공된 프로그램이 본방 일 이후 7일 동안 얼마나 시청됐는가를 측정한 수치다.

주요 조사 결과를 살펴보면 조사 기간 동안 VOD 프로그램을 시청한 시간은 가구당 월평균 158분(일평균 5.15분), 개인당 월평균 97분(일평균 3.15분)으로 나타났다. 방통위는 “본방송 다음날 VOD를 시청하는 경우가 28.2%로 가장 많은 것으로 조사됐으며, 하절기(7월)에서 동절기(12월)로 갈수록 시청 시간이 증가되는 추세로 12월에 VOD를 가장 많이 시청하는 것으로 파악됐다”고 설명했다.

성별로는 여자(58.0%)가 남자(42.0%)보다 더 많이 시청했으며, 연령별로는 40대(25.7%), 50대(19.8%), 30대(16.5%), 60대 이상(14.3%) 순으로 나

타났다.

또 장르별로는 오락 장르(54.2%)를 가장 많이 시청했으며, 드라마(38.9%), 정보·보도(6.4%), 어린이(0.3%) 순으로 나타났다. 드라마와 오락 장르는 40대, 정보·보도 장르는 60대 이상, 어린이 장르는 30대에서 많이 시청하는 것으로 조사됐다. 방통위 관계자는 “실시간 방송은 오락-보도-드라마 순이었지만 VOD는 오락-드라마-정보 순으로 많이 시청하는 것으로 조사됐다”며 “아무래도 보도 장르는 실시간, 속보성과 관련이 많이 돼 있는 만큼 VOD로는 많이 시청하지 않는 것으로 보인다”고 말했다.

방통위는 “시범 조사 기간이 6개월 정도이기는 하지만 나름대로 VOD 프로그램에 대한 다양한 시청 행태를 파악할 수 있었다”며 “조사 결과의 신뢰성을 제고하기 위해 올해 조사부터는 조사 대상 가구를 2,600가구에서 3,000가구로, 조사 기간은 6개월에서 12개월로 확대해 시행하고 있다”고 밝혔다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

EBS 조직 개편 단행...‘미래전략팀’, ‘글로벌사업부’ 등 신설

“급변하는 미디어 환경에 전략적으로 대응할 것”

EBS가 급변하는 미디어 환경에 전략적으로 대응하기 위해 조직 개편을 단행했다고 밝혔다.

EBS는 6월 1일 ‘미래전략팀’을 신설하고, 정책기획센터를 ‘정책기획본부’로 확대·개편하는 것을 골자로 하는 조직 개편을 발표했다. EBS는 “중장기 미래 발전 전략 수립을 위해 미래전략팀을 신설했다”며 “미래전략팀은 EBS의 비전을 수립하고 방송 채널 및 내외부 플랫폼 전략 수립 등의 업무를

맡게 될 것”이라고 설명했다.

또 정책기획센터를 정책기획본부로 확대 개편해 전략적인 정책을 추진한다는 계획이다. 다만 대외 홍보 및 사회 공헌 업무를 맡았던 대외협력국과 R&D를 담당했던 교육방송연구소는 업무 연계를 위해 정책기획본부로 편제된다.

콘텐츠 해외 판매 등 글로벌 사업 부분도 강화한다는 계획이다. EBS는 이를 위해 콘텐츠사업본

부 내 ‘글로벌사업부’를 조직하고, 유아·어린이특임국에 유아·어린이 및 애니메이션 콘텐츠의 해외 사업 업무를 배정했다. 또한 ‘마케팅기획부’를 신설해 사업 전반에 대한 컨트롤 타워 역할을 맡긴다는 방침이다.

오는 2017년 디지털통합사옥 이전을 앞둔 EBS는 디지털통합사옥으로의 안정적 이전을 위해 ‘네트워크기술부’도 신설했다. 네트워크기술부는 사

옥 이전을 대비해 방송 시스템을 통합 관리하고, 중장기적으로 파일 기반 시스템 통합 전략을 수립하는 역할을 하게 된다.

또 기술 기획과 기술 연구의 시너지 효과를 위해 융합기술본부로 기술연구 업무를 이관한다는 계획이다.

이외에도 시청자 중심의 방송 환경 변화를 반영하고 프로그램 심의 업무 및 대시청자 업무 위상을 강화하고자 심의시청자부를 ‘심의시청자실’로 승격했다. 또 업무의 성격을 반영해 기존의 외주제작부, 디지털 영상부, 디지털편집부를 각각 ‘콘텐츠협력제작부’, ‘영상기술부’, ‘편집부’로 명칭을 변경했다.

백선하 baek@kobeta.com

EBS, 몽골에 방송기술 전수

몽골과 방송 협력 확대키로

방송기술 전수와 제작 인력 육성을 위해 EBS와 몽골 방송통신규제위원회, 몽골 국영방송

MNB가 함께했다.

EBS는 6월 2일 오전 방한 중인 발강슈렝(BALGANSUREN Batsukh) 몽골 방송통신규제위원회(Communications Regulatory Commission of Mongolia) 위원장과 오윤다리(Oyundari) 몽골 국영방송 MNB 사장을 만나 양

국 간 방송 협력을 위한 심도 깊은 논의를 가졌다. EBS와 몽골 방통위, 몽골 국영방송 MNB는 이날 성공적인 디지털 전환을 위한 방송기술 전수와 방송 제작 인적 교류 등을 상호 협조하기로 했으며 구체적인 협력 방안에 대해 지속적으로 논의해 나가기로 했다.

우종범 EBS 사장은 “EBS는 몽골의 유·무형 자원을 활용한 자연 다큐멘터리를 다수 제작한 바 있다”며 “앞으로도 양국 방송사 간 교류를 통해 우호 협력 관계가 증진되기를 바란다”고 밝혔다.

민서진 seojin@kobeta.com

UHD TV, Full HD TV 판매량 추월

지상파 UHD 본방송 앞두고 UHD TV 대중화 시대 돌입하나

초고화질(UHD) 콘텐츠 확보 경쟁이 심화되고 있는 가운데 디지털 TV 시장에서 UHD TV의 판매량이 Full HD TV 판매량을 넘어선 것으로 조사됐다. 6월 9일 가격 비교 사이트 다나와에 따르면 5월 UHD TV의 판매량 점유율은 38.1%로 같은 기간 Full HD TV 대비 0.2% 많이 판매됐다.

다나와는 “UHD TV의 판매량 점유율은 최근 1년 동안 22.4% 상승했으며 올 3월 이후 급격한 상

승세를 보이고 있다”고 설명했다. UHD TV와 달리 Full HD TV는 같은 기간 17.95% 하락을 보인 것으로 나타났다. 그동안 TV 시장의 주류는 Full HD TV이었지만 이제는 UHD TV로 주도권이 넘어갔음을 보여주는 방증이라는 분석이 나오고 있다. UHD TV의 점유율 확대는 특히 40인치 제품에서 두드러지게 나타났다. 40인치대 DTV 시장에서 UHD 해상도를 가진 TV의 판매량 점유율은 5

월 48.5%로 전년 동기 대비 29.4% 상승했다. 다나와는 “올해 들어 40인치대 UHD TV 시장에 중소 제조사의 보급형 제품 출시가 활발해진 것이 점유율 상승 요인”이라고 밝혔다.

관련 업계에서는 지상파 UHD 본방송을 앞두고 UHD TV 판매량이 더 증가할 것이라고 내다보고 있다. 지상파 UHD 방송이 시작되면 UHD 콘텐츠가 풍부해질 뿐 아니라 제조사에서도 보급형 UHD TV를 더 많이 내놓을 것이기 때문에 UHD TV 대중화를 앞당길 수 있을 것이란 분석이다. 실제로 최성준 방송통신위원회 위원장은 지난 3월 삼성전자를 방문해 “내년 2월 수도권 지상파 UHD 본방송

개시를 앞두고 있는 만큼 UHD TV가 적기에 안정적으로 출시될 수 있도록 노력해달라”고 당부하면서 “무료 보편 서비스인 지상파 UHD 방송을 모든 국민이 누릴 수 있도록 고급형뿐 아니라 보급형 TV도 다양하게 출시되기를 바란다”고 말했다.

한 업계 관계자는 “정부가 UHD TV의 대중화를 적극 추진하고 있기 때문에 제조사에서도 정부의 이 같은 요구를 무시할 수는 없을 것”이라며 “중국의 저가 UHD TV에 이어 국내 업체에서도 중저가 UHD TV를 내놓는다면 올해 말에서 내년 초 UHD TV의 점유율은 더 커질 것”이라고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

[차세대 방송 조명 실습] 교육 안내

교육 목적

- MBC '듀엣가요제' 조명 제작 과정 현장 교육
- 음악 프로그램 조명 디자인, 조명 큐시트 및 조명 시뮬레이션의 이해
- 쇼 조명의 셋업, 디자인 기본 교육 (쇼 조명에 관한 전반적인 내용 및 정보 전달)
- 2K/4K 카메라에 대한 조명 디자인 고찰

교육 일정

- 교육 기간 : 2016.07.04.(월)~07.06.(수), 총3일
- 교육 대상 : 지상파 방송기술인 10명(조명 업무 관련자만 신청 가능함)
- 교육 장소 : 1, 3일차 MBC(상암) 2일차 SBS 프리즘 타워(상암), SBS 제작센터(일산)
- ※ 현장 교육의 특성상 서울 상암동과 일산 탄현센터 두 곳에서 교육이 진행되오니 유의하시기 바랍니다.

접수 방법

- 6월 21일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

기 타

- 교육비 : 무료(중식 및 기타 체재비 개별 부담)
- 담당자 : 강민정 과장, 민서진 연구원
- 문의사항 : 사무실 02-3219-5640~1 / 교육장 031-219-8261~2
- E-mail : bea@kobeta.com

[UHD 방송기술 전문 교육(1차)] 교육 안내

교육 목적

- 지상파 UHD 방송 개국을 앞두고, 그동안 지상파 방송사가 추진해온 UHD 방송 도입을 위한 노력과 성과에 대한 공유
- 지상파 UHD 방송 도입의 필요성과 앞으로 방송사가 살아남기 위해 필요한 전략 소개
- UHD 방송 관련 정책 추진 사항 소개
- 지상파 UHD 추진의 의미, 현황 파악 및 향후 추진 과제 파악
- 색이론의 이해, 4K에서의 색(色)이야기 및 다빈치리졸브 프로그램의 이해
- 각사 UHD 방송 제작 워크플로와 제작 사례 소개
- 4K, 8K 및 VR 등 카메라 동향

교육 일정

- 교육 기간 : 2016.07.11(월)~07.13(수), 총3일
- 교육 대상 : 지상파 방송기술인 20명
- 교육 장소 : 서울 목동 방송회관 13층 방송기술교육원 (5호선 오목교역 2번 출구)

접수 방법

- 6월 21일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

기 타

- 교육비 : 무료(중식 및 기타 체재비 개별 부담)
- 담당자 : 강민정 과장, 민서진 연구원
- 문의사항 : 02-3219-5640~1
- E-mail : bea@kobeta.com

[DTV 송신 시스템] 교육 안내

교육 목적

- 송신 시스템의 주파수 관련 필수 측정 장비인 S.A에 대한 이해
- Spectrum Analyzer 원리 및 구조 이해와 실제 측정 실습 및 사례 공유
- 도시바 DTV 송신 시스템 운영 및 유지 보수를 통해 안정적 운영과 정비 역량 제고
- 각종 채널 콤바이너 원리 및 이해로 송신 리소스의 효율적 운영
- 급전 및 안테나 계통 원리 및 정비 사례를 통한 방송 장애 예방
- FM 매체 특성에 대한 이해
- FM 무선국 수검 항목 및 FMAB 사용법
- DMB송신기의 유지 보수 능력 향상 및 SFN 기술의 이해
- 남산 송신소(KBS, MBC, SBS 등) 견학 방문

교육 일정

- 교육 기간 : 2016.07.19(화)~07.22(금), 총4일
- 교육 대상 : 지상파 방송기술인 15명
- 교육 장소 : 1, 2, 3일차 KBS수원센터 인재개발원 내 송신실습실 및 4일차 서울 남산 송신소(KBS, MBC, SBS 등)
- ※ 현장 교육의 특성상 KBS수원 인재개발원과 서울 남산 송신소 두 곳에서 교육이 진행되오니 유의하시기 바랍니다.

접수 방법

- 6월 21일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

기 타

- 교육비 : 무료(중식 및 기타 체재비 개별 부담)
- 담당자 : 강민정 과장, 민서진 연구원
- 문의사항 : 사무실 02-3219-5640~1 / 교육장 031-219-8261~2
- E-mail : bea@kobeta.com



KOB.A 2016 폐막...4K에 이어 VR로 쏠린 관심

마치 살아 숨 쉬는 듯한 곤충과 꽃. 눈앞에 펼쳐져 있는 불국사의 웅장함. 전시장 곳곳에서 볼 수 있는 초고화질(UHD) 콘텐츠는 참관객들의 발길을 붙잡았다. 화질뿐만이 아니다. 전시장 한쪽에서는 영화관에서만 접할 수 있는 360도 입체 음향을 경험하고 있는 참관객들이 무리를 이루고 있었다. 올해 최대 이슈인 가상현실(VR) 체험관 앞은 VR 세상을 경험하고자 하는 사람들로 문전성시를 이뤘다. 차세대 방송기술을 오감으로 체험하는 관람객들은 마냥 신기하고 재미있다는 표정이다.

제26회 국제 방송·음향·조명기기 전시회(KOB.A 2016)가 4일간의 대장정을 마치고 5월 27일 폐막했다. '방송, 감성을 연결하다(Broadcasting, Touching your Emotion)'라는 주제로 진행된 KOB.A 2016은 참관객들의 오감을 만족시키는 다양한 신기술들을 선보여 큰 호응을 얻었다.

최대 화두는 NAB 2016과 마찬가지로 UHD였다. 내년 2월 UHD 본방송을 앞두고 있는 지상파 방송사는 ATSC 3.0 기반의 4K 방송 서비스를 선보였다. KBS 관계자는 "지상파 UHD 방송은 IP 기반으로 주문형 비디오(VOD)를 비롯해 다양한 양방향 서비스가 가능한 만큼 기존의 지상파방송과는 전혀 다른 플랫폼으로 발돋움할 수 있다"면서 "KOB.A 2016에서 그 가능성을 확인할 수 있을 것"이라고 강조했다. MBC 관계자는 "Advanced EPG 등 UHD를 직접 수신할 때 얻게 되는 새로운 서비스를 KOB.A 2016에서 선보인다"며 "무료 보편적 서비스가 획기적으로 달라질 수 있는 만큼 지상파 UHD 본방송에 관심을 가져달라"고 당부했다. SBS 역시 ATSC 3.0이 추구하는 부가 서비스인 Multi Streaming, Electronic Service

Guide(ESG) 등을 전시함으로써 UHD TV 시대를 준비하는 모습을 보였다.

소니와 파나소닉, Grass Valley, 에이브넷, 돌비 등도 다양한 4K 장비를 내놓았다. 전통적으로 캠코더 제품군에서 강력한 라인업을 보유하고 있는 소니는 그 강점을 활용해 4K 동영상 촬영이 가능한 알파 시리즈와 보급형 라인인 PXW-X70 소형 4K 핸디 캠코더에 이어 핸드-헬드 스타일인 PXW-Z150을 발매해 완성도 높은 4K 라인업을 선보였다. 또한 올해 발매 예정인 PXW-Z450도 발표했다. 신제품 4K 스튜디오 카메라 AK-UC3000을 공개한 파나소닉은 카메라뿐 아니라 4K 전송 기술도 강조했다. 또 뛰어난 음향 기술을 자랑하는 돌비는 각각의 소리를 하나의 객체로 인지해 생성한 소리를 구현해내는 '돌비 애트모스'를 선보였다.

국내에는 물론 전 세계 시장을 휘어잡고 있는 VR은 4K에 이어 KOB.A 2016 최대 이슈로 부상했다. 매년 KOB.A를 방문하고 있다는 프리랜서 박희순(34) 씨는 "지난해에는 4K가 전시장 전란을 차지했다면 올해는 단연 VR이 주를 이루고 있다"며 "방송사는 물론이고 업체 대부분이, 참관객들이 직접 VR 콘텐

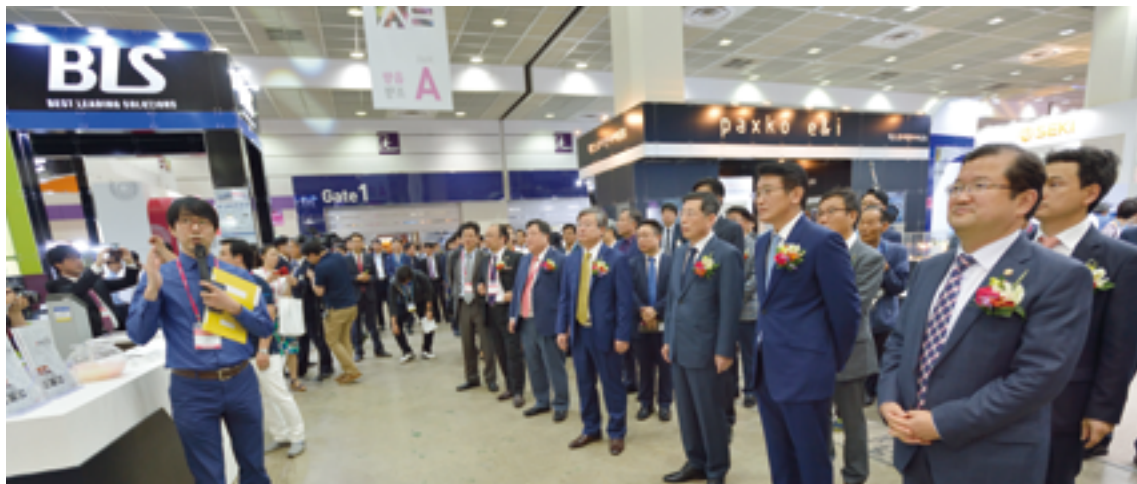
츠나 기기를 체험할 수 있도록 하는 등 VR을 전면 에 내세우고 있다"고 말했다. G1 강원민방의 김동영(34) 씨는 "새 프로그램을 들어가면서 사용할만한 카메라 등 장비를 살펴보기 위해 전시장을 방문했다"며 "지난해에 비해 크게 달라진 점은 없지만 VR이 대세라는 걸 느낄 수 있었다"고 말했다. 앞서 페이스북 최고 경영자인 마크 저커버그도 VR을 차세대 플랫폼이라고 정의했고, 구글과 애플에서도 VR 사업부를 신설하는 등 VR은 이제 거스를 수 없는 대세가 돼가고 있다. 이를 방증하듯 제2회 KOB.A World Media Forum(KOB.A WMF)에 강연자로 나선 프랑스 독일 협력공영방송(ARTE) 소속 케이메세버그(Kay Meseberg)는 "VR은 혁명이 아닌 진화"라며 VR 플랫폼의 중요성을 강조했다. 그는 "VR이 약속하는 것은 시청자들을 경험 속으로 끌고 들어가겠다는 것"이라며 "시청자는 단순히 화면을 보거나 조작하는 것이 아니라 영화 또는 게임 속으로 들어갈 수 있게 되는 것"이라고 말했다.

국제 방송기술 컨퍼런스에서도 VR은 큰 비중을 차지했다. 김영문 미래창조과학부 디지털콘텐츠과장은 현재 정부에서 VR을 어떻게 바라보고 있는지

또 VR을 비롯해 디지털 콘텐츠 산업을 어떻게 활성화시키고자 하는지에 대해 설명했고, 지상파 방송사 관계자들은 VR 콘텐츠 제작 기법과 사례를 구체적으로 나열함으로써 VR 기술 발전이 어떤 방향으로 진행되고 있는지 강의했다. 뿐만 아니라 윤승훈 자몽 대표의 VR 콘텐츠 플랫폼 구축 강의 역시 컨퍼런스 참석자들로부터 뜨거운 관심을 받았다.

지난해에 이어 올해도 드론은 참관객들의 발길을 붙잡았다. 특히 드론과 카메라를 결합한 헬리캠은 초기에는 지상파 방송사 등에서만 제한적으로 사용했으나 제작진과 시청자들의 요구 증가로 최근에는 종합편성채널과 케이블 나이가 일반인들의 개인 촬영까지 사용 범위가 확대되고 있어 업계의 관심이 집중됐다. 전시회 개막과 동시에 입장한 참관객들은 KOB.A 2016에 대한 기대를 표했다. 인력대 방송영상미디어학과 이수민(21) 씨는 "교수님 추천으로 KOB.A라는 전시회가 있다는 것을 알고 참석하게 됐는데 미래 서비스나 기술을 직접 체험하거나 볼 수 있다는 점에서 뜻깊은 행사인 것 같다"고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com 전숙희 sh45@kobeta.com



본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

기술로 보는 세상 이야기

기술의 천하통일을 꿈꾸다, 블루투스 와 와이파이?

1864년 맥스웰은 4가지 이론을 종합해 전파의 원리를 이론적으로 증명했다. ‘머리 아프게 웬 맥스웰 이론을 꺼내느냐?’ 하겠지만 4가지 이론을 구체적으로 들여다보면 별것 아니고 이미 우리가 다 아는 내용들이다. 어떤 공간에 전기가 흐르면 전기력의 변화만큼 자계가 형성되고(앙페르 이론) 자계의 변화는 다시 그 주위에 전계를 만들어(패러데이 법칙) 그 원천인 전하나 전류가 없더라도 자생력을 갖고(가우스 법칙) 공간을 멀리 전파한다는 이론이다. 남들이 이미 발견했던 물리적 이론들을 나열해 새로운 시각으로 전자파의 존재를 이론적으로 증명했던 맥스웰도 훌륭하지만 23년 후에 이를 실험적으로 증명했던 헤르츠(1887년)와 실제 송신기를 만들어 전파의 송수신에 성공했던(1890년) 마르코니가 훨씬 더 위대해 보인다. 아마도 학자가 아닌 나로선 복잡한 이론보다 실용이 우선이란 생각에서 그런가 보다. 아무튼 1800년대 후반기엔 무선통신 기술이 꽃피기 시작했다. 오늘날의 눈부신 통신 기술의 발전은 바로 이 시대를 거치며 많은 사람들이 노력했던 결과라 할 수 있겠다. 당시에는 전기선 없이 무선으로 통신하는 기술이 매우 신기롭고 경이로웠을 것이다. 아무것도 연결된 선이 없는데도 통신이 가능하다는 것에 저절로 감탄했으리라. 그러나 오늘날 우리들은 자유공간을 통해 정보를 날려 보내는 기술을 너무나 당연한 것처럼 생각한다. 또 통신 기술 방식도 매우 다양해서 여러 가지 기술 방식 중에 사용하려는 환경에 가장 적합한 성능의 기술 방식을 골라야 한다. 특히 근거리 무선통신 방식은 한 해를 달리하며 기술 발전을 거듭하고 있다. 보통 근거리 통신이라 함은 전파 영역이 반경 100m 이내로 송신 출력이 20mW이하인 통신 기술을 말한다. 대표적인 근거리 통신 방식에는 와이파이, 블루투스, 지그비, UWB, RFID 등이 있다. 모두가 우리 일상 생활에 많이 쓰이고 있는 기술들이다. 이들 기술 간 경쟁은 매우 치열하다. 저마다 각각의 특징적 기술로 발전하고는 있지만 현재 가장 대중화돼 있고 전망 있는 기술은 블루투스와 와이파이이다. 이 두 기술은 근거리 무선통신 기술의 모든 기능을 통합하려 한다. 근거리 무선통신 기술의 핵심 성능 지표는 저소비 전력, 고속 전송, 도달 거리, 소형화 등에 있다. 하나의 기술이 이들을 모두 만족시킬 수는 없다. 그래서 블루투스나 와이파이의 기술천하통일은 그저 상업용 어귀에 지나지 않는다. 대체적으로 블루투스는 저소비 전력화로, 와이파이는 고속화로 가는 추세다. 분명한 것은 놀라운 성능으로 계속 발전하고 있다는 사실이다. 이 두 가지 기술 발전이 우리의 생활을 뒤집어 놓는다. 매우 흥미로운 세상이 되고 있다. 이런 기술 응용 세계를 체험하고자 더 오래 살고 싶다.

▶ 근거리 무선통신 기술

근거리 무선통신 기술들 간의 대중화 쟁탈전은 매우 치열하게 진행돼 왔다. 성능 좋았던 기술이 발전된 다른 방식의 기술로 대체되고 그 기술은 또 다른 방식의 기술로 통합된다. 근거리 무선통신 기술 방식을 크게 나눠 와이파이와 UWB는 넓은 대역폭에 고속 전송을 목표로 발전하고 있고 블루투스, 지그비, RFID 등은 저소비 전력을 목표로 발전하는 모양새를 갖는다. 최근에는 이들 간에 기술 경쟁이 매우 심화돼 저소비 전력으로도 어느 정도 속도를 개선한 기술들이 사용자 디바이스에 장착되고 있다. 대표적인 기술이 블루투스다.

블루투스



•블루투스는 10세기 스칸디나비아 반도를 통일했던 덴마크의 왕인 헤랄드 고크의 별명이다. 그가 스칸디나비아 국가들을 통일한 것처럼 블루투스는 서로 다른 통신 방식들을 하나의 무선통신 규격으로 통일하겠다는 뜻이 담겨 있다. 근거리 무선통신 기술의 천하통일을 꿈꾸는 블루투스 기술은 SIG(Special Interest Group)에서 연구 개발 중으로 계속해서 업데이트하고 있다. 현재까지 4.2버전이 나와 있다.

•본래 블루투스는 개인 영역 무선통신 규격인 WPAN(Wireless Personal Area Network) 기술의 일종이다. IEEE 802.15.1로 표준화돼 있다. 블루투스에는 전송속도를 빠르게 하는 방식(Classic)과 단말기의 소비 전력을 낮추는 방식(LE, Low Energy)이 있다. 최근에는 BLE(Bluetooth Low Energy)와 같이 저소비 전력의 방향으로 발전하고 있다.

•Classic 방식은 고속 통신(24Mbps) 기술로 멀티미디어 전송을 쉽게 할 수 있어 오디오나 비디오의 양방향 전송을 가능하게 한다. 현재 대부분의 스마트폰에 장착돼 스마트폰과 주변 기기의 근거리 통신용으로 많이 사용되고 있다. 특히 APT-X 코덱(오디오 압축코덱 중에 가장 지연율이 낮음)을 채택한 블루투스 스피커, 블루투스 이어폰 등은 매우 성능이 뛰어나 인기를 끌고 있다. 실제로 APT-X를 적용한 블루투스 이어폰을 구입해서 사용해보면 초기 버전의 블루투스와는 상대가 안 될 정도로 뛰어난 음질과 실시간적 성능(낮은 지연율)을 느낄 수 있다.

•Low Energy의 저전력 방식은 종종 ‘블루투스 스마트’로 불리며 헬스케어, 센서 네트워크, 기기 제어 등에 사용되고 있다. 작년 12월에 출시된 4.2버전은 BLE(Bluetooth Low Energy)를 더욱 강조해서 IOT에 적용하기 위해 소비 전력을 낮춘 방식이다. 소비 전력을 낮췄다는 것은 블루투스를 적용한 센서 또는 게이트웨이가 저전력으로 설계돼 수년간 배터리 교체 없이도 작동될 수 있다는 의미다. 특히 무선 충전 방식의 하나인 에너지 하베스트(쓸데없이 떠도는 무선전파를 긁어모아 전기에너지로 바꾸는 기술)가 상용화되면 저소비 전력의 블루투스 장비는 자동 충전이 가능하므로 머지않아 배터리 교체 노이로제로부터 해방될 수 있을 것이다.

[표1] 버전별 블루투스 스펙

구분	1.x	2.x	3.x	4.x	4.2
주파수 대역	ISM대역(2.4GHz)				
변조방식	FHSS(Frq Hopping Spread Spectrum)				
전송속도	700Kbps	2Mbps	24Mbps	24/1Mbps	2Mbps
소비 전력	1mW	2mW	20mW	20/2mW	2mW
커버리지	10m		100m		
토폴로지	피코넷-스캐터넷		스타버스		
특징	-	EDR (Enhanced Data Rate)	HS(High Speed)	Classic/ LE(Low Energy)	Beacon/ 6LoPAN/ IPv6

•스마트 밴드는 헬스케어용 애플리케이션과 블루투스 통신을 한다. 스마트 밴드는 사람의 심박수, 걸음 수, 취침 및 숙면 시간 등을 측정해 스마트폰에 기록하고 이를 통해 헬스를 케어할 수 있도록 한다. 샤오미의 ‘미밴드2’, 삼성의 ‘참(Charm)’등이 대표적인 스마트 밴드다.



삼성의 참(Charm, 좌측)과 샤오미의 미밴드2(우측)

•스마트 밴드는 단순한 헬스케어 외에 공연장 및 행사장, 놀이공원, 교회 및 성당 등 사람이 많이 모이는 곳에서 유용하게 쓸 수 있다. 입장권, 미아 찾기, 행사 안내 등의 서비스뿐만 아니라 스마트 밴드를 착용한 개개인의 심박수, 신체 온도 등을 센싱해 취합하므로 강연회에 참석한 참석자의 감동지수를 강연자가 참고할 수도 있다. 강연자, 설교자, 사회자 등에게는 꼭 필요한 통계치가 될 것이라 생각된다.

•블루투스의 다음 버전은 5.0버전으로 최신 트랜드에 맞춰 4.2버전보다 소비 전력을 획기적으로 낮추고 커버리지를 늘리는 등 성능을 향상시킨 것으로 전해지며 이번 주, 런던의 미디어 이벤트장에서 발표될 예정이다. 5.0버전은 위치 기반의 비콘 서비스와, 내비게이션 서비스를 활성화시킬 것으로 보인다.

•이쯤 되면 그래도 블루투스가 근거리 통신 기술의 천하통일을 이뤘다고 생각할 수도 있겠다. 비교적 고속 전송(24Mbps)이 가능하고 사물 통신에 필수적인 저소비 전력의 처리 기술이 블루투스 기술이라고 보면 그럴 수 있다. 그러나 저전력 기술은 단연 지그비다.

•지그비는 여러 산업 분야에서 제어용으로 많이 사용해 온 방식으로 블루투스와는 다른 표준 기술(IEEE802.15.4)이다. 6LoPAN(610WG주도)은 지그비를 기반으로 IPv6에서 사용할 수 있도록 만든 저전력 WPAN기술이다. 지그비의 저전력 성능과 IPv6의 IP 네트워크가 합성된 새로운 기술로 IOT에 응용되고 있다. 블루투스는 [표1]에서와 같이 4.2버전에서나 가능하다.

•블루투스가 또 다른 목표인 전송속도의 고속화를 이뤘다고는 하지만 빠른 전송으로 치면 와이파이가 으뜸 기술이다. 와이파이도 블루투스 못지않게 많은 디바이스에 기본적으로 장착돼 있어 여러 사람들이 애용하고 있으며 끊임없는 기술 발전이 이뤄지고 있다.

와이파이(WiFi)



•와이파이는 Wireless Fidelity의 약자로서 IEEE802.11 표준을 사용하는 무선 LAN 기술의 상표 이름으로 유선 LAN을 무선으로 옮긴 기술을 총칭한다. 스마트폰, 노트북, 태블릿, PC 등 많은 기기에 기본으로 포함돼 있다. 와이파이 얼라이언스(WiFi Alliance)라는 제조사 연합 단체가 중심이 돼 기술을 장려하고 발전시키며 와이파이 표준을 인증한다.

•와이파이는 OFDM과 MIMO 기술, MAC 고속화 기술, 채널분당 등의 신기술들을 통해 근거리 통신 기술 방식 중에서 가장 빠른 전송속도를 낼 수 있다. 특히 채널분당(LTE에서의 CA 기술과 유사)으로 대역폭을 묶을 수 있어 고속 전송일수록 점유 대역폭이 매우 넓다.



안영기 CBS ICT R&D 센터장

•와이파이는 AP(Access Point)가 있는 인프라 방식과 AP가 없는 애드혹(Adhoc) 방식이 있다. 일반적으로 공유기를 통해 가정에서 무선 랜으로 사용할 때가 인프라 방식이고 와이파이 다이렉트와 같이 기기간 연결 기술이 애드혹 구성 방식이다.

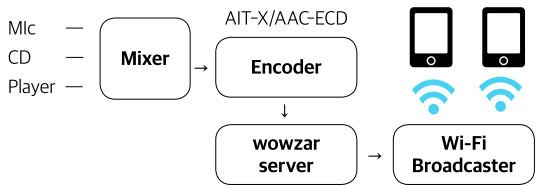
[표2] 와이파이의 IEEE 표준규격

규격	변조방식	사용 대역	대역폭	최대 전송속도	특징
802.11	DSSS	2.4GHz	20MHz	2Mbps	CSMA/CA
802.11.b				11Mbps	상용화 시작
802.11.a	OFDM	5GHz	20MHz	54Mbps	OFDM
802.11.g			20/40	54Mbps	OFDM
802.11.n		2.4/5GHz	20/40/80	600Mbps	4x4MIMO
802.11.ac			2.4/5GHz	20/40/80/160 (Option)	6.9Gbps
802.11.ad		60GHz	20/40	6.7Gbps	광대역, WiGig

•와이파이는 유선에서의 이더넷 통신 방식을 그대로 무선으로 옮겨 온 기술이므로 대부분의 특성이 유선 LAN과 같다. 단 하나 다르다면 충돌 회피 방식이다. 유선은 CSMA/CD를, 무선은 CSMA/CA를 사용한다.

•최근에 와이파이 브로드캐스팅에 대한 관심이 쏠리고 있다. 글자 그대로 와이파이로 방송을 할 수 있기 때문이다. 와이파이의 AP(Access Point)는 보통 20mW로서 최대 100m 정도의 커버리지를 갖는다. 초소형 방송국으로 셋팅이 가능하다. 작은 공연장이나 행사장에서 여러 앵글의 화면을 동시에 멀티채널로 보내고 스마트폰으로 내가 좋아하는 각도의 화면을 선택해서 볼 수 있다. 오디오를 스트리밍하면 현장의 확성기(PA)를 대신할 수도 있을 것이다. 가장 지연율(Latency)이 낮은 APT-X 또는 AAC-ELD를 사용해 압축하고 스트리밍하면 스마트폰으로 바로 들을 수 있어 굳이 소리를 증폭해 들려줄 필요도 없을 것이다. 물론 ISM 밴드를 사용하는 불안정성, 주파수 호핑 문제, 보안 문제, 간섭 엑세스 인증 등 해결해야 할 문제가 많지만 와이파이의 성능 개선과 더불어 하나씩 해결되고 있어 조만간 상용화될 것으로 판단된다.

•와이파이 브로드캐스팅에 대한 오디오 스트리밍 개략도를 그려봤다. 로컬 영역에서 생방송 오디오 스트리밍을 하기에 좋은 기술이다. 예를 들어 CBS 옆에 있는 오픈 생방송 부스인 ‘통통’에서 생방송 할 경우 주변의 주거 지역에 소음 방해 없이 스마트폰 사용자들에게 고음질로 방송할 수 있다. 이런 경우에 와이파이 브로드캐스팅은 안정맞춤의 기술이다. 꼭 시도해보려 연구 중이다.



실시간 오디오 스트리밍 개략도

▶ 살아있는 기술

기술은 변한다. 변하지 않는 기술은 사라진다. 그래서 기술은 살아있는 생물과 같다. 기술 세계도 약육강식이 있다. 더 나은 성능의 강력한 기술이 저성능의 약한 기술을 잡아먹는다. 잘못해서, 아니 잘못해서 저성능의 약한 기술을 적용해 개발한 프로젝트는 볼 것 없이 실패작이다. 살아 꿈틀거리는 기술 방식들을 끝없이 살펴보고 추적하여 적용하는 일은 한 회사나 한 나라에서 매우 중요하다. 그런데 그런 일을 맡은 사람들은 괴롭다. 남아서 공부도 해야 한다. 그래서 그런 부서의 사람들에게 인센티브를 줘야 한다!

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

KOBA 2016 유감

칼럼



오건식
SBS 뉴미디어개발팀 부국장

일본인들은 직접화법을 피한다고들 알려져 있다. 실제로 일본어에서 맛있는 경우에는 ‘오이시’ 하고 말하지만 맛이 없을 경우에는 ‘맛이 없다’는 표현인 ‘마즈이(不味い)’ 대신 ‘오이시쿠 나이(맛있지 않다)’라는 표현을 더 많이 사용한다고 한다. Dynamic Korea에서는 상상하기 어려운 일이다. 그래서인지 일본어에는 받아들이는 사람에 따라서 여러 가지로 해석이 가능한 표현이 많은 것 같다. 대표적인 것은 그 유명하(?) 정치적 표현인 ‘통석(痛惜)의 염(念)’이 아닐까? 결국 받아들이는 사람이 자의적으로 해석할 수 있게 하면서 말한 사람도 면피할 수 있는 책임 회피성 표현이라고 할 수 있다. 좋게 말하면 Win-Win이고, 보통으로 이야기하면 Snake가 Wall 넘어가는 소리다. ‘유감’이라는 표현도 사과인지 아닌지 헷갈리는 경우가 많다. 이 글 제목인 ‘KOBA 2016 유감’에서 ‘유감’도 필자의 복잡 미묘한 감정을 표현하기에 나름 적절하(?) 단어인 것 같다. 물론 필자는 부정적인 의미보다는 ‘아쉬움이 남는다’는 정도로 해석해 주기를 바라는 마음이다. 물론 그 전에 26회 KOBA 개최를 위해 역수로 노력한 한국방송기술인연합회에 깊이 감사드린다.

KOBA 전시회에 10년 정도 참여하면서 느끼는 점은 일단 KOBA가 늘어가고 있다는 점이다. 물론 벌써 나이가 26살이나 됐으니, 청소년의 풋풋함을 느끼긴 어려울 것이다. 그러나 방송 관련 장비 위주의 전시회로 출범한 초기와 달리 ‘초

연결 사회’가 된 지금은 장비나 시스템도 중요하지만 ‘서비스’ 전시회로 변신해야 할 때인 것 같다. CES를 비롯한 세계 유수의 전시회들에서는 여러 종류의 Hybrid Service를 선보이고 있다. 올해 CES에 자동차가 크게 부상한 것은 ‘가

“
KOBA 전시회에 10년 정도 참여하면서 느끼는 점은 일단 KOBA가 늘어가고 있다는 점이다. 물론 벌써 나이가 26살이나 됐으니, 청소년의 풋풋함을 느끼긴 어려울 것이다. 그러나 방송 관련 장비 위주의 전시회로 출범한 초기와 달리 ‘초연결 사회’가 된 지금은 장비나 시스템도 중요하지만 ‘서비스’ 전시회로 변신해야 할 때인 것 같다.

전 전시회’였던 CES로서는 엄청난 변신인 것이다. 물론 KOBA와 CES는 참여 대상자에서 일정 부분 차이가 나지만, 외연을 확대하는 전략만큼은 타산지식으로 삼아야 할 것이다. ‘늘는다’는 것은 어떻게 생각하면 변화를 두려워하고 공감에 줄어든다는 것이다. 그 결과로 아픈 이야기지만, 참관객 수가 작년에 비해 조금이지만 줄었다. 그리고 포털의 블로그에 KOBA가 언급되는 횟수 역시 줄고 있다.

이제는 추억(?)의 전시회가 돼버린 ‘ACM SIGGRAPH’라는 전시회가 있다. 올해는 미국 LA 인근 Anaheim에서 개최된다고 하니 없어진 것은 아닌 것 같다. 그러나 한창 때의 명성은 좀 퇴색된 것 같다. 그 한창 때인 1990년대에 SIGGRAPH 전시회에 몇 번 참가한 적이 있다. 실험적인 3D Animation 작품

을 상영하는 극장에서는, 소위 전문가(일명 ‘꾼’)들만이 느끼는 희열이 있었다. 예를 들어 지금은 당연하다고 느끼는 ‘바람에 살짝 나부끼는 커튼’을 3D Rendering으로 자연스럽게 표현한 CG Animation을 보고 ‘꾼’들의 감탄하는 환호성이 아직도 귓가에 맴도는 것 같다. 전문가들은 Algorithm으로 커튼의 움직임을 부드럽게 표현하는 것이 얼마나 힘든 일인지 아는 것이다. 자연스러운 Animation이 Default가 돼버린 지금, 더 이상 커튼의 움직임만으로 공감을 하기는 힘들 것이다. 시대에 맞는 공감에 필요한 것이다. 유사한 이유로 자라섬 Jazz Festival이나 펜타포트 Rock Festival에 참가하는 이유는 ‘꾼’이 아니면 잘 알 수 없을 것이다. 참가자들은 시대정신에 ‘공감’을 하는 것이다. 공감이란 말 그대로 감정을 Share한다는 것이다. 공유경제 시대의 전시회에서 감정을 공유하지 못하면 Dry한 행사가 될 뿐이다. 정부 초고위층 인사나 국회의원이 다녀가신다고 행사의 질이 높아지지는 않을 것이다. 일반 참관인들이 고위층 인사를 보러 KOBA에 오지는 않을 것이다. 그런데 KOBA가 언제부터인지 ‘의전’이 강화되는 행사가 되는 것 같다. 그보다는 ‘방송기술인의 축제’인 KOBA의 성격에 맞는 행사가 더욱 와 닿을 것이다. 어차피 이 축제의 주인공은 ‘방송기술인’이다. 은퇴하신 ‘전설의 방송기술 엔지니어’가 개막식 Tape Cutting에 참여하면 더 폼나지 않을까? 비슷한 이유로 ‘Pre-Engineer’ 특별 세션 같이 외연을 확대할 수 있는 행사가 더욱 많았으면 한다. 어떤 행사든 Story가 있어야만 오래 살아남을 것으로 확신한다. 서로 ‘자랑’보다는 ‘고민’을 더 할 수 있는 KOBA가 되기를 희망한다.

이러한 필자의 희망에 ‘너나 잘해’라고 하신다면 겸허하게 그 지적을 수용한다. 필자 스스로 그동안 ‘자랑질’에 앞장섰음을 고백한다. 스펙이 화려한 장비나 시스템을 전시하며 ‘자백’했었다. 그러나 이제는 Story가 있어서 공감이 되는 서비스가 더욱 중요해지는 시점이다. 그런 의미에서 내년에는 Story가 있어서 공감이 잘 되는 도우미를 더욱 많이 섭외할 예정이다. 그러기 위해서는 아무래도 도우미들과 행사 전에 격의 없는 대화를 많이 해야 할 것 같다.

사설

UHD TV 안테나 내장 논란

내년 2월로 예정돼 있는 지상파 UHD 본방송을 앞두고 많은 문제점이 논의되고 있다. 아무런 대책 없이 이대로 진행된다면 지상파 UHD 본방송을 시작할 수 있을지 또한 실질적으로 수도권 몇 가구가 지상파 UHD 본방송을 시청할 수 있을지 아무것도 장담할 수 없는 상황이다. 이런 가운데 6월 10일 목동 한국방송회관에서 UHD KOREA 후원으로 ‘시청자 중심의 지상파 UHD 방송 수신 환경 조성’을 주제로 토론회가 열렸다. 어떻게 하면 더 많은 시청자들이 지상파 UHD 방송 환경을 누릴 수 있을지 논의하는 자리였다.

가장 큰 문제는 아직도 지상파 UHD 방송을 송출하기 위한 방식이 결정되지 않았다는 점이다. 미국식 표준인 ATSC 3.0에 대한 표준이 완성되지 못했기 때문이다. 당연지사 비교 실험과 기기 정합 테스트 또한 현실적으로 많이 어려워 보인다. 뿐만 아니라 지속적인 광고 하락으로 재정적 어려움을 겪고 있는 지상파 방송사도 지상파 UHD 방송을 위한 송신 및 제작 인프라 투자에 선뜻 나서지 못하고 있다. 훼손된 공시청 시설과 관리 부족 또한 지상파 UHD 본방송을 어렵게 만드는 요인 중 하나다. 당장 본방송을 실시해도 시청자들이 지상파 UHD 방송을 볼 수 없는 환경이기 때문이다.

다른 서구의 나라와 다르게 우리나라의 직접수신율은 2012년 디지털 전환 완료 후 한 자릿수까지 떨어졌다. 이는 시청자들의 편의보다는 디지털 전환이라는 명분만을 앞세운 조속한 추진의 결과로 무료 보편 서비스라는 지상파의 위상을 추락시키고 디지털 정보 격차를 발생시켰다. 공시청 시설 유지 및 보수 관리 문제

역시 디지털 전환 이전부터 여러 차례 문제 제기돼 왔으나 정책 당국을 비롯한 그 어디에서도 귀 기울이지 않았다. 이후 지상파 방송사들이 수백 개의 소출력 중계기를 설치하고 수신 환경 개선을 위해 노력하고 있지만 이미 훼손된 공시청 시설로 수신 환경은 밀바닥까지 추락한 상황이다.

지상파 UHD 방송은 지난 디지털 전환 당시 실수를 극복하고 고품질의 무료 보편 서비스를 온 국민들한테 베풀 수 있는 절호의 기회다. 물론 직접 수신이라는 숙제를 해결해야만 하지만 TV에 안테나만 내장한다면 쉽게 풀 수 있는 문제다. UHD 기술은 기존 DTV보다 수신 효율이 높아 실내 안테나, 내장 안테나로도 전파를 쉽게 수신할 수 있다. 물론 가전사의 추가적인 비용이나 기술적 검토가 더 있어야 하겠지만 지금으로선 정부가 선택할 수 있는 최선의 방법으로 보인다.

물론 지상파 방송사, 가전사, 정부 규제 기관의 입장이 다를 수 있다. 방송사는 내장형 안테나로 직수 환경을 구축하고 싶겠지만 가전사로서는 비용적인 부분이 부담될 수 있다. 또 정부 당국은 방송사와 가전사 사이에서 중간자적 역할을 해야 하기 때문에 골치가 아플 수도 있다. 하지만 세계 최초 지상파 UHD 방송으로 경쟁력을 취하기 위해선 옛것에서 새것을 찾는다는 溫故而知新이라는 말처럼 지난 디지털 전환 당시 발생했던 문제점을 살펴보고 같은 실수를 반복하지 말아야 한다. 디지털 전환 시 실패했던 직접 수신 환경 구축을 위한 최선의 방법이 무엇인지 지상파와 가전사 그리고 정부가 지혜를 모아야 할 때다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 이후삼 편집주간 | 유주열
편집위원 | 백낙운, 이승호, 남태현, 최권용, 나경록
취재기자 | 백선하, 이진범, 강민정, 민서진, 전숙희
기획실 | 강동균
인쇄인 | SJC성전

주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 15층
전화 | 02-3219-5637
트위터 | @kobeta_journal
페이스북 | www.facebook.com/kobetajournal
홈페이지 | journal.kobeta.com
정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

기사제보 광고문의 02-3219-5637 / 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)
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, 우통장입금 국민은행 407501-01-002289 (예금주 : 미디어오늘)

언론의 속살을 보면 진실의 참모습이 보입니다.

KOBA 2017
www.kobashow.com



27회 국제방송 · 음향 · 조명기기전

**27th KOREA INTERNATIONAL BROADCAST
AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW**

2017.05.16-19 | COEX

주 최 한국이앤엑스 · 한국방송기술인연합회

후원(예정) 미래창조과학부 · 산업통상자원부 · 방송통신위원회 · 서울특별시 · KBS · MBC · SBS · EBS · OBS · 한국음향학회 · 한국음향예술인협회 · 한국전자통신연구원

특별후원 CBS · 아리랑국제방송 · tbs

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