

종합 ▶ 5면

‘지상파 UHD 방송’ 제대로 알기

기획 ▶ 6면

각국 저작권 확보 방안

오피니언 ▶ 7면

[칼럼] Tesla와 BRExit

지상파 UHD 표준방식 ATSC 3.0 유력

“ATSC 3.0, 기술적으로 DVB-T2 앞서”...“기존 UHD TV에 대한 대안 필요해”



2017년 2월 지상파 초고화질(UHD) 본 방송에 적용될 표준방식은 미국식인 ATSC 3.0이 적합하다는 의견이 제기됐다.

지상파 UHD 방송표준방식 협의회는 7월 4일 오후 3시 서울 양재 테케이호텔에서 공청회를 열고 미국식 ATSC 3.0이 기술적·경제적·방송 서비스적 측면에서 유럽식 DVB-T2보다 우위에 있다며 지상파 UHD 방송에는 ATSC 3.0이 더 적합하다고 밝혔다.

지난해 8월 출범한 지상파 UHD 방송 표준방식 협의회는 KBS·MBC·SBS·EBS 등 지상파 방송사, 삼성전자·LG전자·동부대우전자 등 가전사, 한국전자통신연구원(ETRI)·정보통신정책연구원(KISDI)·한국정보통신기술협회(TTA)·전자부품연구원(KETI) 등 연구기관, 학계 등 산·학·연 전문가로 구성돼 있다. 이들은 ATSC 3.0과 DVB-T2를 후보 표준으로 결정하고, 비교 지표를 만들어 전문가 검토, 필드테스트 등을 진행해왔다.

먼저 기술적으로 △전송방식 △비디오

압축 방식 △오디오 압축 방식 △시스템 프로토콜 등 모든 개별 지표에서 ATSC 3.0이 DVB-T2를 앞서는 것으로 나타났다. 지상파 UHD 방송표준방식 협의회 소속으로 발표를 진행한 김규현 경희대 교수는 “ATSC 3.0이 주파수 이용 효율이 높고, 긴급 재난 방송을 지원하는 측면에서도 더 유리하다. 또 고명암비(High Dynamic Range, HDR)나 고색재현율(Wide Color Gamut, WCG), 고속영상 기법(High Frame Rate, HFR) 등 고품질 영상 기술을 추가 지원하는 부분 등 거의 모든 기능들이 DVB-T2를 앞선다”며 “무엇보다 가장 큰 장점은 IP 기반 네트워크 환경을 구축할 수 있다는 점”이라고 설명했다.

△수상기 산업 파급성 △방송 장비 산업 파급성 등 경제적 측면에서도 ATSC 3.0이 유리한 것으로 조사됐다. 김 교수는 “가전사들이 이미 전 세계 시장을 대상으로 하고 있기 때문에 국내 표준방식에는 큰 영향을 받지 않을 것으로 보이지만

UHD TV 이외에 모바일 방송 수신기, IP 연동 하이브리드 수신기 등 다양한 디바이스 산업으로의 파급 효과를 감안하면 ATSC 3.0이 유리하고, 국내 방송 장비업체가 선제적으로 장비를 개발해 장비 시장을 확보할 가능성이 있다는 측면에서도 ATSC 3.0이 더 경쟁력이 있다”고 말했다.

마지막으로 △방송 서비스 용이성 △융합 서비스 다양성 △공익 서비스 적합성 등 방송 서비스 측면에서도 ATSC 3.0이 더 적합하다는 결과가 나왔다.

이날 토론자로 나선 지상파 방송사, 가전사, 연구기관, 학계 등의 참석자들도 ATSC 3.0의 기술적·경제적 우위에 반론을 제기하지 않았다. 임중곤 KBS UHD 추진단 팀장은 “ATSC 3.0은 기술적인 부분이나 성능적인 부분에서 의심할 여지가 없다”며 ATSC 3.0이 지상파 UHD 방송에 더 적합하다는 의견을 환영한다고 말했다.

다만 기존에 판매된 UHD TV에 대한 구체적인 대안이 필요하다는 지적은 제기됐다. 정지연 한국소비자연맹 사무총장은 “(공청회가) 전체적으로 산업적 측면만 고려하고 있는 게 아닌가 싶다”며 “소비자들의 불편함이 발생하는 부분이 있는데 그런 부분은 그냥 흘려보내는 것 같아서 안타깝다”고 발언을 열었다. 정 사무총장은 “오늘 지상파 방송사들이 UHD 방송 수신 민원 창구를 만들어 가전사들의 부담을 덜고, 소비자들의 불편함을 해소해 나갈 것이라는 보도가 나왔는데 이러한 부분은 지상파 방송사들이 책임지고 나가는 게 맞다고 본다”며 “이처럼 기존에 판

매된 UHD TV의 수신 문제를 구체적으로 어떻게 해결할 것인지 논의가 필요하다”고 지적했다. 플로어에서도 “DVB-T2 방식을 적용해 이미 판매된 UHD TV 구매자에게 어떤 사후 서비스(AS)를 취할 것이냐”는 등 비슷한 질문이 이어졌다.

이에 대해 전병환 삼성전자 상무는 “그동안 잠정 표준이 DVB-T2였기 때문에 ATSC 3.0으로 결정되면 컨버팅을 해줄 별도의 툴이 필요하다”며 “현재까지 개발된 부분은 없고 앞으로 추가 협의해 진행해야 한다”고 답했다.

“콘텐츠 보호 기술은 저작권 보호 위한 것”

이날 공청회에서는 UHD 전송방식에서 가장 큰 논란거리가 된 콘텐츠 보호 기술에 대한 갑론을박이 벌어졌다. 임중곤 KBS UHD추진단 팀장은 “6월 29일 국회 업무 보고 당시 최성준 방송통신위원회 위원장이 콘텐츠 보호 기술을 언급하면서 수출에 제약이 있을 수 있다고 말했는데 저작권 문제를 어떻게 생각하고 계신건지 안타까웠다”며 “콘텐츠 보호 기술은 한해 3,000억 원에 달하는 불법 콘텐츠 유통을 방지하고, 지상파 UHD 콘텐츠를 보호하기 위한 방안”이라고 말했다. 이어 “지상파 UHD 방송이 단순 방송으로 끝나지 않고 전반적인 산업 활성화로 이어질 수 있게 정부 차원의 지원이 필요하다”고 덧붙였다.

플로어에 있던 케이블 업계 관계자는 “수신제한시스템(Conditional Access System, CAS)과 저작권 보호(Copy right Protection)는 다르다”며 “콘텐츠를 보호하려면 저작권 보호로 보기는 보

되 복사를 못 하게만 하면 되는데 CAS를 가지고 콘텐츠를 보호하겠다고 하면 유료방송 입장에서는 의문이 갈 수밖에 없다”고 의문을 표했다. CAS란 유료방송에 가입한 뒤 수신료를 내는 사람만 특정 프로그램을 시청할 수 있도록 지원하는 시스템인데 이를 빌미로 지상파 재송신료(CPS) 인상을 요구하려는 것 아니냐는 것이다.

이에 대해 김상진 SBS 부장은 “콘텐츠 보호 기술은 저작권 보호가 맞다”며 “다만 콘텐츠 보호 기술에 포함된 ‘스크램블 기술’이 CAS 기술 중 하나이기 때문에 저작권 보호와 CAS가 혼용돼 사용되는 것 같다”고 답했다. 백종호 서울여대 교수 역시 “콘텐츠 보호 기술과 CAS를 혼동하는 분들이 많은데 지상파 방송사가 콘텐츠 보호 기술을 적용하면서 유료화하는 부분은 없을 것”이라며 “이런 부분은 확실하게 정리하고 가야 한다”고 말했다.

UHD TV 안테나 내장에 대한 논의도 진행됐다. 삼성전자와 LG전자는 UHD TV에 안테나 내장이 어렵다는 기존 입장을 반복했다. 전병환 삼성전자 상무는 “현재 안테나 내장 TV가 없고, 아직까지 만족할만한 기술적 진전이 없다”고 말했고, 김진필 LG전자 연구위원은 “약 10%의 직접 수신 가구, 그것도 수도권 직수 가구만을 위해 제품을 개발하는 것은 어렵다”며 “(지금은 어렵지만) 직수 가구가 늘어나고 수신 성능이 좋아지면 추후에 가전사에서도 제품의 스펙트럼을 넓힐 가능성은 있다”고 답했다.

백선하 baek@kobeta.com

공정위, SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병 사실상 ‘불허’

SK텔레콤-CJ헬로비전 “소명 자료 준비해 M&A 성사되도록 할 것”

공정거래위원회가 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병(M&A)을 불허했다.

업계에 따르면 공정위가 7월 4일 발송한 심사보고서에는 SK텔레콤의 시장 점유율과 경쟁 제한성 등을 이유로

관련 주식 매수는 물론이고 법인 합병도 금지하는 등 사실상 M&A를 불허한다는 내용이 담겼다.

SK텔레콤과 CJ헬로비전이 각각 이동통신과 케이블 시장 1위 사업자인 만큼 M&A가 성사되면 이동통신과 유

료방송 시장에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다고 판단한 것이다.

SK텔레콤과 CJ헬로비전은 공정위의 이 같은 결정에 강하게 반발하고 있다. 이들은 공정위 전원회의까지 소명 자료를 준비해 이번 M&A가 성사될

수 있도록 노력한다는 입장이다.

일각에선 공정위 전원회의에서 최종 심사보고서가 채택되기 때문에 끝까지 지켜봐야 한다는 의견도 나오고 있지만 관련 업계 대다수는 이번 M&A가 사실상 무산됐다고 보고 있다.

공정위가 최종 심사보고서를 채택하면 공은 미래창조과학부로 넘어간다. 미래부는 공정위의 심사보고서를 참고한 뒤 방송통신위원회의 사전 동의를

받아 M&A 승인 여부와 조건부 승인 시 인가 조건 등을 결정한다.

미래부는 공정위가 최종 심사보고서를 채택하면 최대한 빨리 심사위원회를 구성해 속도를 낸다는 방침이다.

방통위 역시 사전 동의를 위한 심사를 진행하기 위한 준비를 마친 상태여서 이르면 다음 달 중순에 M&A 승인 여부가 결정될 것으로 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

INVITATION

푸르름이 더욱 더 짙어가는 계절에

한국방송기술인연합회가 1987년 창립, 어느덧 29주년을 맞이했습니다.

이제 연합회가 더 나은 미래를 위해 새로운 출발을 다짐하고자 합니다.

이에 한국방송기술인연합회는 그동안 협회 발전을 위해

많은 관심과 성원을 보내주신 각계 내·외빈과 회원사 여러분을 모시고

아래와 같이 제 24대·25대 연합회장 이·취임식을 갖고자 합니다.

부디 바쁘시더라도 참석하시어 자리를 빛내주시기 바랍니다.

일시 | 2016년 7월 22일(금) 19시

장소 | 영등포 타임스퀘어 5층 아모리스

SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병, 결과는?

공정위 ‘불허’ 결과 놓고 업계 분명한 온도차

케이블 “케이블 산업 고사 위기에 놓여” VS 지상파·시민사회단체 “방송의 공공성 위한 당연한 조치”



SK텔레콤과 CJ헬로비전 인수합병(M&A)에 대한 공정거래위원회의 심사 결과를 놓고 케이블 업계와 지상파 방송사, 시민사회단체 간 극명한 온도차를 보이고 있다.

CJ헬로비전을 비롯한 케이블 업계는 “자율적 구조조정의 길이 막혔다”며 “케이블 산업의 미래는 암울해질 수밖에 없다”고 입을 모으고 있다.

CJ헬로비전은 “유료방송 시장의 중심이 인터넷 TV(IPTV)로 빠르게 이동하면서 케이블 가입자 수가 지속적으로 하락하고 있고, 이는 ‘수익을 악화→투자 감소→가입자 감소’라는 악순환으로 이어지고 있다”며 “이런 현실에 내려진 이번 심사 결과는 업계

간 자율 구조조정을 막아 위기를 지연시키는 결과만 낳을 것”이라고 비판했다

이어 “현재 유료방송 시장은 1위인 KT(29.4%)가 2위 CJ헬로비전(14.8%)보다 두 배가 넘는 압도적인 시장 점유율을 차지하고 있고, M&A가 성사되더라도 KT에 이은 2위에 불과하다”며 “양사의 합병이 불허됨으로써 KT의 독주 체제가 더욱 굳어져 사업자 간 경쟁 촉발을 통한 서비스 개선의 기회가 저해될 것인데 이것이 어떻게 공정 경쟁인지 납득하기 어렵다”고 밝혔다.

공정위가 23개 권역을 대상으로 조사한 결과, M&A가 성사되면 21개 권역에서 압도적인 비율로 1

위 사업자에 이르기 때문에 독과점이 발생한다고 했는데 시장 전체에서 2위 사업자이기 때문에 큰 문제가 되지 않는다는 것이다.

한 업계 관계자는 “케이블 산업이 하락세를 면치 못하고 있는데 정부가 자율적인 구조조정을 막음으로써 골든타임을 놓치는 것 아닌가 하는 분석들이 계속 나오고 있다”며 “자칫 잘못하면 케이블 산업 전체가 고사 위기에 놓일 수도 있다”고 우려했다.

반면 지상파 방송사와 시민사회단체, 학계에서는 이동통신 업계 1위인 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 M&A가 성사되면 결합상품을 중심으로 이동통신 업계의 영향력이 유료방송 시장으로 확산될 가능성이 크다며 공정위의 결정을 반기는 분위기다.

전국언론노동조합과 참여연대 등 14개 시민사회단체로 구성된 ‘방송통신 공공성 강화와 이용자 권리보장을 위한 시민실천행동’은 7월 5일 논평을 통해 “(공정위의 결정은) 통신 시장 독과점을 방지하고, 방송의 다양성과 노동자들의 고용 보장을 위한 당연한 조치”라며 “SK텔레콤과 CJ헬로비전의 M&A는 처음부터 시도해선 안 될 사안이었다”고 강조했다.

이들은 “SK텔레콤은 M&A 이후에 벌어지게 될 유무선 통신 독과점 심화, 방송의 지역성 훼손, 통신 노동자들의 고용 불안, 이용자 권리 침해가 심각해질 것이 분명한데도 불구하고 아무런 대책도 내놓지 못했다”며 “향후 있을 미래창조과학부와 방송통신위원회 심사 절차도 면밀히 감시할 것”이라고 밝혔다.

한국PD연합회도 논평을 통해 “우리는 SK텔레콤이 CJ헬로비전 권역 내 채널을 확보하게 되면 거대 재벌이 언론을 소유할 뿐 아니라 거대 플랫폼 사업자가 공동 채널사업자(CJ E&M)를 확보해 전체를 수직 계열화하고 민감한 정치적 사안에 대해선 일방적인 여론을 형성할 수 있다는 지점에서 양사의 M&A를 반대했다”며 “거대 통신 자본이 시장 지배력을 강화해 여론을 독과점할 경우 방송의 공공성과 공익성은 우리 사회에서 무차별하게 짓밟히게 된다는 의미에서 이번 공정위의 결정은 당연한 조치”라고 밝혔다.

관련 기사 댓글과 인터넷 커뮤니티에도 공정위의 결정을 찬성한다는 의견이 다수를 이루고 있다. 물론 반대의 의견도 있지만 대다수의 네티즌들은 “통신과 방송을 ‘독점’하는 기업이 나오지 않도록 한 것은 분명 잘한 일”, “간만에 공정위가 옳은 일 좀 했네”, “독점 기업이 나오면 결국은 피해 보는 것은 소비자”라는 등 공정위의 결정을 지지했다.

백선하 baek@kobeta.com

공정위, SK텔레콤과 CJ헬로비전 의견 제출 기한 연장 요청 ‘거부’

양사 기존대로 7월 11일까지 의견서 제출

공정위 전원회의도 당초 일정대로 7월 15일 열려

SK텔레콤과 CJ헬로비전이 공정거래위원회 심사보고서에 대한 의견서 제출 기한을 연장해달라고 요청했으나 공정위는 이를 받아들이지 않았다.

공정위는 7월 8일 SK텔레콤과 CJ헬로비전이 공정위에 제출한 ‘인수합병(M&A) 심사보고서’에 대한 의견 제출 기한 연장 및 전원회의 심의 기일 연기 신청서를 심의한 후 연기 신청 요청을 불허하기로 결정했다.

앞서 공정위는 SK텔레콤과 CJ헬로비전에 인수합병(M&A) 심사보고서를 발송하면서 7월 11일까지 의견서를 제출하라고 통보했으나 SK텔레콤과 CJ헬로비전은 공정위에 의견서 제출 기한을 각각 7월 25일과 8월 4일로 늦춰달라고 신청했다.

SK텔레콤과 CJ헬로비전은 소명 자료를 마련하기 위한 준비 시간이 부족하다고 주장했다. SK텔레콤 관계자는 “제대로 된 소명 자료를 준비하기에 1주일만은 너무 부족하다고 판단했다”고 말했고, CJ헬로비전 역시 “공정위도 심사보고서를 내놓기까지 7개월이란 시간이 걸렸는데 1주일 만에 의견서를 내라는 것은 사실상 불가능한 것 아니냐”며 “심사보고서 내용을 정밀하게 분석하고 관련 사실관계와 자료를 확인해 최종 의견을 충실하게 전달하려면 더 많은 시간이 필요하다”고 밝혔다.

하지만 공정위는 “특별한 사유가 있어야 연기가 가능한데 이번 경우는 충분한 검토가 이뤄졌기 때문에

특별한 사유로 보기는 어렵다”는 입장이다. 특별한 사유는 △심의에 영향을 줄 수 있는 소송의 결과가 임박한 경우 △심사 당국이 예상치 못한 돌발 상황이 발생한 경우 등인데 이번 사안은 해당하지 않는다는 것이다.

공정위가 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 의견서 제출 시한 연기 요청을 거부하면서 양사의 움직임은 바빠졌다. 7월 11일까지 의견서를 제출해야 하기 때문이다. 전원회의 역시 기존 일정대로 7월 15일 열릴 예정이다.

SK텔레콤과 CJ헬로비전은 ‘권역별 시장에서 시장 지배적 지위가 강화될 우려가 있다’는 공정위 심사 결과에 대해 조목조목 반박할 것으로 보인다. 업계 관계자는 “이미 유료방송 시장에 KT라는 거대 1위 기업이 있고, 합병을 진행해도 2위에 그치는 SK텔레콤의 M&A를 반대하는 것 자체에 조금 문제가 있다는 의견이 많다”며 “케이블 업계가 명확하게 이해할 만

한 답변을 내놓아야 할 것”이라고 말했다.

하지만 관련 업계에서는 공정위가 7개월에 걸쳐 심사를 진행한 만큼 결과가 뒤집어지기는 어려울 것이라는 관측을 내놓고 있다. 다만 공정위가 지난해 방송법 및 인터넷멀티미디어방송사업법 일부 개정 법률안에 대해 ‘영업 활동의 자유 및 자유로운 경쟁’을 과도하게 제한한다며 유료방송 시장점유율 규제를 완화 또는 폐지해야 한다는 검토 의견을 제출한 바 있고, ‘다채널 유료방송 시장 분석’ 보고서를 통해 케이블TV 지역 사업권을 광역화 내지 폐지해야 한다고 밝힌 바 있어 정책 일관성 측면에서 공격을 받을 가능성이 높다. 이 때문에 일각에선 공정위가 결과를 반복할 가능성도 배제할 수 없다는 의견도 나오고 있지만 그럼에도 불구하고 7개월이라는 시간에 걸쳐 내놓은 결과가 바뀌는 것은 사실상 불가능하다는 의견이 대세를 이루고 있다.

민서진 seojin@kobeta.com

케이블 업계, 공정위에 공개질의서 발송

“인수합병 불허 결과, 그동안 공정위 정책 방향과 맞지 않아”

한국케이블TV방송(SO)협의회가 7월 7일 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병(M&A)을 불허한다는 심사보고서를 낸 공정거래위원회에 공개질의서를 보냈다.

SO협의회는 “공정위는 합병법인 출범 시 방송 권역별 시장에서 시장 지배적 지위가 강화될 우려가 있다는 점을 불허 근거로 들었는데 이는 정부의 유료방송 경쟁 정책 및 공정위가 표명한 온 정책 방향과 전혀 부합하지 않는 결과”라며 “공정위의 이번 결정으로 케이블 산업 경쟁력 확보는 더 어려워졌고 업계의 미래 또한 더욱 불투명해졌기에 공정위의 유료방송 경쟁 정책에 대한 명확한 입장을 확인코자 한다”고 밝혔다.

SO협의회는 공개질의서를 통해 총 4가지 질문을 했다. 우선 다채널 유료방송 경쟁 촉진 및 소비자 후생 증진을 위해 규제를 완화해야 한다는 기존 공정위의 입장이 왜 갑자기 변경됐는지에 대한 답변을 요구했다.

이들은 “공정위는 지난해 방송법 및 인터넷멀티미디어방송사업법 일부 개정 법률안에 대해 ‘영업 활동의 자유 및 자유로운 경쟁’을 과도하게 제한한다며 유료방송 시장점유율 규제(특수관계자 합산 가입자가 전체 유료방송 가입자의 1/3 초과 금지)를 완화 또는 폐지해야 한다는 검토 의견을 제출한 바 있다”며 “당시 유료방송 시장 1위 KT계열의 시장독과점 우려에 대한 반론에 가까운 의견이었었는데 SK텔레콤

은 M&A가 성사된다 하더라도 시장점유율 2위 수준”이라고 반박했다.

SO협의회는 이어 “공정위가 지난 2012년 ‘다채널 유료방송 시장 분석’ 보고서를 통해 케이블TV 지역 사업권을 광역화 내지 폐지해야 한다고 발표한 바 있는데 당시 보고서를 보면 시장 지배적 사업자에 대한 사후규제로 충분히 규제가 가능하다고 돼 있다”며 정책 일관성 측면에서 이번 M&A 불허에 대한 해명을 요청했다.

또한 향후에도 ‘권역별 점유율’이 높은 경우 M&A가 불허되는 것인지 명확한 가이드라인이 필요하다고 지적했다. 이들은 “유료방송 업계에 M&A를 추진하는 기업들이 다수 존재하는 만큼, 이번 불허 조건이 향후에도 지역 점유율이 높은 케이블 사업자 모두에 적용된다면 M&A가 원천적으로 차단될 수 있다는 점을 심각하게 우려하고 있다”고 판단했다. 더불어 현재 KT는 2개의 플랫폼을 소유하고 있고

유료방송 가입자 수도 1위를 차지하고 있음에도 아무런 조치가 없는 데 반해 이번 M&A는 2개의 플랫폼을 소유하지만 유료방송 1위 사업자보다 가입자 수가 적음에도 불허 판정을 받았으며 두 기업 사례에 어떠한 차이가 있는지 명확한 설명을 요구했다.

마지막으로 SO협의회는 “이번 M&A가 이동통신 1위 SK텔레콤이 유료방송사를 흡수하는 형태이다 보니 지배력 전이 문제를 고려한 것으로 보이지만 정부가 결합판매 제도 개선에 나서고 있고 이번 심사에서도 ‘동등할인·동등결합 도입’ 등 이동통신 지배력 전이를 금지할 수 있는 조건을 붙여 해결할 수 있을 것으로 보았다”며 근본적 해결 없이 M&A만 불허하는 것은 마봉책이 될 수 있다고 비판했다. 이어 “공정위가 장기적으로 볼 때 방송통신 시장 공정경쟁을 오히려 저해할 수 있는 극단적인 결정을 왜 내리게 되었는지 입장을 밝혀달라”고 덧붙였다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

SK텔레콤-CJ헬로비전 M&A 불발? 그럼 딜라이브는?

부도 위기 넘긴 딜라이브 재매각 본격 추진…가능성은 여전히 ‘먹구름’



공정거래위원회가 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병(M&A)을 사실상 불허함에 따라 딜라이브의 매각 성공 가능성도 낮아졌다. 하지만 일각에서는 SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A 불발이 오히려 딜라이브에 기회가 될 수 있다는 의견도 나오고 있어 딜라이브의 매각 작업에 관심이 집중되고 있다.

부도 위기에 몰렸던 딜라이브는 인수 금융 대주단에 속한 국민연금이 만기 3년 연장 조항을 포함한 채무조정안을 수용키로 결정하면서 가까스로 고비를

넘겼다. 국민연금, 신한은행, KEB하나은행, 국민은행, 새마을금고 등 인수 금융 대주단 21곳은 6월 27일 2조1,918억 원의 인수 금융 중 8,800억 원을 상환전환우선주(RCPS)나 전환사채(CB) 등의 형태로 출자 전환하고, 나머지 대출금은 금리를 깎은 뒤 만기를 3년 연장하는 내용에 합의했다.

이번 합의로 딜라이브는 매각 관련 합의체를 구성해 재매각 작업을 본격 추진한다는 계획이다. 딜라이브는 지난 4월 씨앤티비 사명을 변경하고 사물인터넷(IoT)부터 이차·도유·육아 등 지역밀착형 온오프라인 연계(O2O) 서비스까지 사업 범위를 확장할 것이라는 계획을 밝힌 데 이어 5월에는 넷플릭스와 라이선스 계약을 체결하면서 매각을 위한 몸값 올리기에 주력하고 있다.

그러나 사명 변경과 사업 영역 확대라는 딜라이브의 공격적인 행보에도 불구하고 관련 업계에서는 매각 작업이 순탄치 않을 것이란 전망이 더 우세하다. 사업 영역을 다각화하더라도 중심 사업은 케이블인

데 케이블 산업 자체가 위기인 상황에서 다른 사업자들이 딜라이브의 인수를 고려할 가능성이 크지 않는 것이다. 이에 대해 딜라이브 관계자는 “케이블 산업이 하락세를 보이고 있지만 딜라이브는 가입자 수가 턴어라운드 조짐을 보이고 있고, 디지털 전환율도 70% 정도에 달해 앞으로 양방향 서비스를 중심으로 한 사업들을 진행해 나간다면 다른 사업자나 플랫폼과는 비교할 수 없는 가치를 지닐 수 있을 것”이라며 “충분히 매각 가능성이 있다”고 설명했다.

더욱이 앞선 데 뒀던 격으로 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 M&A 성사 가능성이 낮아지면서 딜라이브 매각에도 악영향을 미칠 것으로 보인다. SK텔레콤과 CJ헬로비전의 M&A가 성사됐으면 이에 대항하기 위해 딜라이브 인수를 고려하는 사업자들이 있었을 텐데 이마저 불발될 가능성이 높아졌기 때문에 딜라이브 인수에 선했 나설 사업자들이 없을 것란 분석이다.

다만 일각에서는 딜라이브 대주주들이 분할 매각을 고려하고 있고, 공정위 심사를 딜라이브에 적용했을 때 딜라이브의 시장점유율이 낮기 때문에 이번 기회가 오히려 약이 될 수 있다는 목소리도 나오고 있다. 업계 관계자는 “채무 재조정 절차가 마무리되면 채권단 주도로 매각 관련 협의체를 구성해 매각을 추진한다는 계획인데 지역별로 분할 매각을 하게 되면 아무래도 매각 성공 가능성이 높아질 수 있다”며 “딜라이브의 매각 가능성을 아주 낮게만 볼 것도 아니다”라고 말했다. 또 일부 매체에선 “공정위가 이번 심사에서 ‘두 회사가 합병해 시장점유율이 권역별 유료방송 가입자 수의 60%를 넘어서면 독과점’이라는 기준을 제시했는데 이 기준을 SK텔레콤과 딜라이브 M&A에 적용하면 딜라이브의 경우 팔아야 할 지역 종합유선방송사업자(SO)가 거의 없다”며 “이런 관점에서 보면 CJ헬로비전보다는 딜라이브가 매각에 유리하다”는 보도도 나오고 있다.

하지만 국내 M&A 시장이 한동안 침체 상황에 놓일 것이란 전망을 비롯해 시장 여건이 딜라이브 매각에 유리하지 않아 성사 가능성은 낮은 것으로 평가되고 있다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

가상현실 시대 ‘성큼’…정부 VR 산업 본격 육성 내년까지 600억 투입…상암DMC에 VR클러스터 조성

차세대 성장 동력으로 가상현실(VR)이 주목받고 있는 가운데 정부가 내년까지 600억 원을 투자하고, 상암DMC에 VR클러스터를 조성하는 등 VR 산업을 본격 육성하겠다고 밝혔다.

정부가 7월 7일 내놓은 ‘투자 활성화 대책’에 따르면 기획재정부와 미래창조과학부, 문화체육관광부, 산업통상자원부 등 관계 부처는 합동으로 그동안 추진해온 선도 프로젝트, 콘텐츠 제작 지원, 가상훈련 시스템 등 주요 사업을 비롯해 VR 전문 펀드 조성, R&D 세액공제, VR클러스터 조성 등 VR 산업 육성 정책을 추진할 계획이다.

VR은 정보통신기술(ICT) 업계의 새로운 성장 동력으로 주목받으며 올해 소비자가전전시회(CES), 모바일 월드 콩그레스(MWC)를 계기로 페이스북, 구글, 삼성전자, LG전자 등 글로벌 ICT 기업들이 시장 선점을 위해 적극 투자하고 있는 분야다.

정부는 “VR은 그동안 국방, 제조 등 B2G, B2B 특화 시장에만 머물러 있었으나 HMD(Head mounted Display), 초고화질 디스플레이, 5G 등 ICT 산업의 발전과 더불어 대규모 B2C 시장이 창출될 것으로 전망된다”며 “국내 VR 산업 경쟁력은 해외와 비교할 때 디바이스와 네트워크에서는 경

쟁력이 있으나 플랫폼과 콘텐츠 분야에선 미흡하기 때문에 초기 지원으로 VR 생태계 조성을 유도하고자 한다”고 설명했다.

먼저 대규모 수요를 창출하기 위해 내년까지 정부 300억 원, 민간 300억 원 등 총 600억 원을 투자해 VR 게임, VR 테마파크 등을 중심으로 추진 중인 VR 선도 프로젝트를 건축, 교육, 의료 등으로 확대 추진한다는 계획이다. 또 미래부와 문체부를 중심으로 융복합 콘텐츠 제작 지원과 더불어 문화창조아카데미 등을 중심으로 멘토링, 크리에이터 교육을 확대해 다양한 VR 콘텐츠 제작을 시도할 수 있도록 지원할 예정이다.

서울 상암DMC에 VR클러스터를 조성하고, VR 관련 전시회와 콘퍼런스, 개발자 대회를 아우르는 ‘서울 VR 페스티벌’을 개최해 글로벌 진출 역량도

강화한다는 방침이다. 국내 VR 기업들의 내실 있는 성장을 돕기 위해 상암 누리꿈스퀘어에 VR 신생 기업 입주를 지원하고, VR 관련 촬영·제작·개발 장비·중계 시스템 등 인프라를 확충해 입주 기업이 활용할 수 있도록 할 계획이다.

정부는 또한 VR 시장 진입을 촉진하기 위한 투자 생태계를 마련하고, 안전한 이용 환경 및 대중화를 위한 법·제도 개선 등을 지원한다. 우수한 기술력과 제작 역량을 지닌 중소기업들을 대상으로 총 400억 원 규모의 ‘가상현실 전문펀드(가칭)’를 조성해 활발히 VR 시장에 진입할 수 있도록 하고, 신성장 R&D 세액공제(최대 30%) 대상에 VR 기술을 추가해 VR 분야에 대한 R&D 투자를 촉진시킨다는 방침이다.

백선하 baek@kobeta.com

‘방발기금’ 상승세 IPTV 더 내고, 하락세 케이블 덜 낸다 IPTV 방발기금 징수율, 기존 5%에서 1%로 2배 인상

정부가 인터넷TV(IPTV) 사업자의 방송통신발전기금 징수율을 전체 방송 매출의 0.5%에서 1%로 2배 인상하기로 했다. 반면 가입자 감소 및 매출 감소로 하락세를 면치 못하고 있는 케이블 사업자의 경우 징수율을 낮춰 부담을 줄이기로 했다.

관련 업계에 따르면 미래창조과학부는 이 같은 내용을 골자로 한 ‘방발기금 분담금 산정 및 부과에 관한 세부사항(고시)’을 행정 예고했다. 미래부는 7월 26일까지 관련 업체들의 의견을 수렴해 이를 최종 확정한다는 계획이다.

방발기금은 2000년 방송법에 따라 방송 진흥 사업 및 문화·예술 진흥 사업을 위해 방송발전기금이

라는 명칭으로 처음 설치됐으며 방송위원회가 운용하다가 2008년 2월 대통령 직속으로 출범한 방송통신위원회로 변경됐다. 이후 2010년 3월 제정된 방송통신발전기본법 제24조에 따라 방송통신의 진흥을 지원하기 위한 목적으로 새롭게 설치됐다.

미래부 관계자는 “IPTV 가입자 수가 올해 4월 기준 1,300만 명을 넘어서는 등 지난 2009년 IPTV 상용화 이후 상승세를 보이고 있고, 매출과 수익이 안정화되고 있다고 판단했다”며 “케이블 방송 등 다른 유료방송과의 형평성을 고려해 방발기금 징수율을 높일 수밖에 없었다”고 설명했다.

최근 방통위가 발표한 ‘2015 회계연도 방송 사업

자 재산 상황’에 따르면 SK텔레콤과 KT, LG유플러스 등 IPTV 사업자의 지난해 방송 매출은 1조 9,088억 원으로 전년 대비 4,216억 원(28.3%) 증가했다. 수신료 매출이 1조2,013억 원에서 1조5,018억 원으로 증가했으며, 홈쇼핑송출수수로매출도 1,754억 원에서 2,404억 원으로 늘어났다. 이로 인해 전체 방송 시장에서 차지하는 매출 비중도 전년 대비 2.4%포인트 증가한 12.5%로 14.7%를 차지한 케이블 방송과의 격차도 줄어들었다.

IPTV와 달리 종합유선방송사업자(SO)의 지난해 매출은 2조2,590억 원으로 전년 대비 3.7% 감소했다. 미래부는 이 같은 상황을 반영해 SO의 연 매출이 100억 원 이하면 1%, 100억 원 초과 200억 원 이하면 2%, 200억 원 초과는 2.3%로 징수율을 조정했다. 위성방송 사업자의 징수율은 기존 대로 1.33%다.

개정안이 반영되면 올해 케이블 사업자들이 내야 할 방발기금은 약 386억 원으로 50억 원 가까이 줄어들고, IPTV 사업자들은 약 85억 원이 증가한 169억 원 정도를 낼 것으로 추정된다.

이에 대해 IPTV 업계는 “가입자 수가 증가하고 있음에도 매년 적자가 나고 있고, 지상파 재송신료(CPS) 및 방송채널사용사업자(PP) 수신료 인상 등으로 수익성 개선에 어려움을 겪고 있다”며 기존 징수율이 유지돼야 한다고 반발하고 있다. 하지만 다른 유료방송 업계에선 “IPTV 사업자들은 통신과 방송 등 다양한 서비스를 묶어 판매함으로써 상당한 매출을 올리고 있다”며 IPTV 사업자들의 영향력이 유료방송 시장에서 커지고 있는 만큼 미래부의 결정을 환영한다는 입장이어서 추진 과정에서 갈등이 예상되고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

“지상파는 ‘광고’로 유료방송은 ‘수신료’로”

정미정 박사 “지상파 중간 광고 허용으로 광고 중심 재원 구조 만들어야”

무료 보편적 서비스를 하는 지상파 방송사는 광고를 주 재원으로, 유료방송은 수신료 중심으로 운영돼야 한다는 의견이 제기됐다.

7월 5일 서울 중구 프레스센터에서 한국방송학회 주최로 열린 ‘방송 광고 법제의 합리화를 위한 정책 방향 제언’ 토론회에 참석한 정미정 공공미디어연구소 박사는 “지상파 중간 광고 허용에 대한 논의가 오랜 시간 있었는데 아직까지 이뤄지지 않고 있는 것은 한정된 광고 시장을 놓고 다수의 방송 사업자들이 자신들이 지닌 파이를 지키고자 이권투구하고 있기 때문”이라며 “무료방송과 유료방송이 공정한 경쟁을 할 수 있도록 각각 광고나 수신료가 차지하고 있는 비중을 재정리해야 한다”고 주장했다.

지상파 중간 광고 허용 문제는 사회적 공감대가 형성됐음에도 불구하고 아직까지 정책적으로 반영되지 않고 있다. 이를 두고 학계에서는 ‘조중동을 비롯한 종합편성채널의 여론 장악력’, ‘여론에 좌지우지되

는 정부 당국’ 등을 배경으로 지적하며 “정부가 ‘중편 눈치 보기’에서 벗어나 이제는 방송 정책에 대한 청사진을 세워 움직여야 할 시점”이라고 강조했다.

이날 정 박사가 제안한 내용도 학계의 지적과 맥을 같이 한다. 그는 “무료방송은 따로 돈을 지불하지 않기 때문에 가장 큰 재원이 광고여야 하고, 유료방송은 가입자들이 지불하는 비용이 재원의 가장 큰 비중을 차지해야 하지만 현실은 다르다”며 “유료방송이 가입자 기반의 재원 구조로, 무료방송이 광고 중심 구조로 될 수 있도록 정리해야 한다”고 말했다.

정보통신정책연구원(KISDI)이 발간한 ‘방송 사업자 유형별 매출 추이 분석’ 보고서에 따르면 2014년 기준 지상파 방송사의 광고 매출은 47.4%로 2012년 55.1%에서 지속적으로 감소하고 있다. 종합유선방송사업자(SO)는 방송 수신료가 45.4%로 가장 높은 비중을 차지했으나 이 역시 2012년 52.1%에서 계속 감소세를 보이고 있다. 홈쇼핑송출수수료는 32.5%

를 여전히 높은 비중을 차지하고 있다.

정 박사는 “‘유료’는 돈을 지불한다는 의미이기 때문에 수신료를 중심으로 운영돼야 하는데 재원 구조를 보면 홈쇼핑송출수수료가 지나치게 높고, 방송채널사용사업자(PP)의 경우 방송 수신료에서 배분되는 방송 프로그램 제공의 비중이 2014년 기준 25.5%에 불과한 데 반해 광고와 협찬에 의존하는 비중이 53.8%로 광고를 주 수입원으로 하고 있는 지상파 방송사보다 높은 수준”이라고 지적했다.

이어 “현재 SK텔레콤과 C.J헬로비전의 인수합병이 시도되고 있고 앞으로 이 같은 시장 재편은 예견돼 있는 상황이기 때문에 무료방송 영역의 경쟁력이 더 확보돼야 한다”며 “중간 광고를 포함한 추가 수익 확보로 무료방송이 제대로 운영될 수 있도록 지원해야 한다”고 주장했다.

마지막으로 정 박사는 결합상품에 대한 제도 개선이 필요하다고 덧붙였다. 그는 “방송과 통신 상품을 같이 판매하는 결합상품에 대한 비판적 시각이 존재하고 있음에도 불구하고 이에 대한 대책이 나오지 않고 있다”며 결합상품으로 인한 콘텐츠 저가화 추세와 콘텐츠 생산을 위한 선순환 구조 붕괴 등 지금의

비정상적인 방송 사업 구조가 모두 잘못된 방송 정책에서 비롯됐다고 비판했다.

이날 토론회에서는 광고에 대한 인식을 바꿔야 한다는 의견도 나와 이목을 끌었다. 천현숙 세명대 교수는 “중간 광고 허용을 반대하는 쪽에서 시청권 보호를 많이 이야기하는데 시청권 보호를 위해 광고를 규제한다는 논리는 맞지 않는다”며 “시청권 침해라는 주장은 광고에 대한 잘못된 고정관념에서 시작된 것 같다”고 말했다.

천 교수는 광고란 시청자의 짜증을 유발하는 매체가 아니라 시청자의 마음을 사기 위한 매체라고 강조했다. 광고는 시청자의 마음을 움직이게 하는 목적을 가지고 있기 때문에 짜증을 유발한다는 부분은 본질과 맞지 않는다는 것이다.

그는 “SSG를 ‘썅’으로 읽는 광고는 시청자들에게 많은 즐거움을 줬고 이외에도 시청자를 즐겁게 만든 광고는 많이 있다”며 “광고를 즐길 수 있는 하나의 콘텐츠로 인식한다면 중간 광고 허용으로 많은 광고를 보는 것이 오히려 시청권 보호로 이어질 수 있다”고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

유료방송VS시민단체, 신유형 광고 법제화 방향은?

“양질의 콘텐츠 제작에 기여” VS “콘텐츠 시청료 이미 지불”



재평 광고, 트리거 광고 등 새로운 유형의 광고가 등장하면서 이에 대한 법제화와 법 개정 필요성이 대두하는 가운데, 신유형 광고를 어떤 방향으로 법제화하느냐를 두고 유료방송 사업자와 시민단체의 의견이 첨예하게 대립하고 있다.

7월 6일 서울 중구 프레스센터에서 열린 ‘신유형 광고의 정책 마련을 위한 토론회’에서 이오병 딜라이브 이사는 “신유형 광고 관련 법제화는 활성화를 입법 취지로 해 검토돼야 한다”며 신유형 광고 법제화에 대한 의견을 제시했다. 이에 노영란 매체비평 우리스스로 국장은 “신유형 광고의 노출에는 타당성이 전혀 없다”며 강력히 반대했다. 신유형 광고는 유료방송을 중심으로 등장한 방송 광고와 별개인 새로운 형태의 광고로 채널 전환 시 발생하는 1~2초의 전송 지연 시간에 광고 화면이 노출되는 재평 광고, 전자프로그램가이드(EPG)와 함께 노출되는 트리거 광고 등이 이에 속한다. 신유형 광고는 현행 방송법에서 규정하고 있는 광고 유형에 속하지 않

아 법제화와 법 개정 필요성이 대두하면서 이번 토론회가 마련됐다.

이날 토론자로 참석한 이선호 한국IPTV방송협회 부장은 “사업자 자율 가이드 정립과 준수를 장려하는 쪽으로 정책 방향 전환이 필요하다”며 이 이사의 의견에 동의했다. 자율 규제를 통해 시청자를 보호하는 자정 노력을 계속하고 있으며 광고로 발생하는 수익을 지상파 방송사와 나눠 양질의 콘텐츠 생산에 기여하는 선순환 구조를 구축하고 있다는 것이다.

이에 노 국장은 “무료 콘텐츠 업데이트는 거의 없고, 채널이 넘어가는 로딩 시간을 줄여 시청자 편익을 도모하는 것이 아니라 그 짧은 시간마저도 광고를 넣는 발상을 이해할 수 없다”며 이 부장의 의견을 전면 반박했다.

KBS를 제외한 지상파방송은 수신료를 내고 있지 않기 때문에 콘텐츠의 대가로 광고를 허용하는 사회적 합의가 있지만 유료방송은 이미 요금을 내며 콘텐츠 시청료를 지급하고 있는 상황에서 회피가 어려운 광고를 강제 시청하게 하는 것은 시청자 권익 침해라는 것이 시민단체의 주장이다. 이러한 주장을 받아들여 방통위에서는 광고가 보이지 않도록 설정을 해제하는 기능을 추가하도록 유료방송 사업자에 지시했으며 현재 시행되고 있다. 그러나 성춘일 참여연대 변호사는 “관련 내용을 알고 있는 저도 해제 과정이 어렵다고 생각하는데 시청자 대부분에게는 더욱 어려운 일”이라며 “시청자 권익을

보호하려면 지금처럼 광고가 강제된 형식으로는 안 된다”고 말했다. 지금처럼 기본적으로 광고를 보도록 하고 자율에 따라 해제하는 형태가 아니라 광고가 보이지 않는 상태에서 광고를 시청하면 유료 콘텐츠를 할인해주는 등 광고 시청을 통해 소비자가 직접적인 혜택을 느낄 수 있어야 한다는 것이다. 노 국장 역시 이에 동의하며 “광고를 보지 않고 유료로 콘텐츠를 시청하거나 광고를 보고 무료로 콘텐츠를 시청하는 등 시청자에게 선택지가 주어져야 한다”고 주장했다.

한편 이날 플로어에서 참석한 홍문기 한세대 교수

는 “광고 유형의 틀을 콘텐츠 내 광고와 외 광고로 단순화할 필요가 있다”고 광고를 규정하는 기준에 대한 의견을 제시했다. 새로운 광고가 나올 때마다 규정을 만들고 법을 고치는 것이 아니라 보다 큰 그림을 그리며 방송법을 바라볼 필요가 있다는 것이다.

마지막으로 이현 방송통신위원회 과장은 “시민단체에서 말하는 시청자의 불편함과 유료방송 산업의 고충, 플로어의 의견도 모두 공감하고 있다”며 “국회에서 계류 중인 통합방송법과의 관계도 고려해 더 많은 고민을 하겠다”고 말했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

방송기술용어

융합현실 Mixed Reality, MR

융합현실(Mixed Reality, MR)은 현실과 가상의 정보를 융합해 현실 세계를 방영한 가상 세계를 구현하는 것으로 복합현실, 혼합현실이라고도 한다. 증강현실(AR)과 구분 없이 쓰이기도 하는데, 가상 이미지가 실제 공간과 상호 작용하는데야 따라 두 개념에 차이가 있다. AR을 구현하는 구글의 구글 글래스(Google Glass)는 현실 세계 위에 지도나 정보 등 가상 이미지가 단순히 겹쳐 보인다. 그러나 MR을 구현하는 마이크로소프트의 홀로렌즈(HoloLens)는 사용자의 동작과 주변 공간을 인식해 가상 이미지를 현실 세계의 일부처럼 구현한다. 예를 들어 거실 벽에 실제로는 없는 TV를 있는 것처럼 구현하는 것이다. 이때 AR

이라면 사용자가 고개를 돌릴 때, TV라는 가상 이미지도 위치가 변하지만, MR에서는 TV가 거실 벽이라는 위치에 계속 고정돼 그곳에 실제로 TV가 있는 것 같은 체험을 하게 한다.

인터넷에서 많은 화제가 됐던 매직리프(Magic Leap)사의 영상, 체육관 바닥이 마치 바다인 것처럼 헤엄치고 점프하는 고래 영상도 MR이 실현된 모습을 그린 것이다. MR은 현실을 일부 반영해 가상현실(VR)이 주는 이질감을 완화하고 AR의 낮은 몰입도를 개선해 가상의 이미지가 현실의 일부처럼 느껴지도록 현실과 가상을 균형감 있게 융합하는 것이다.

전숙희 sh45@kobeta.com

청와대, KBS 보도 개입 넘어 인사 개입까지...청와대와 KBS는 ‘침묵’

시민사회단체 “언론장악 청문회 실시” “이정현 의원 사퇴” 촉구



이정현 의원



◎ 방송화면 캡처

김시곤 KBS 전 보도국장

세월호 참사 당시 이정현 청와대 홍보수석이 KBS 보도에 개입한 정황이 담긴 녹음 파일이 공개되면서 정치권과 시민사회단체는 물론이고 KBS 내부에서도 잇따라 성명이 발표되는 등 내외부 반발이 거세지고 있다.

전국언론노동조합과 민주언론시민연합 등 시민사회단체는 6월 30일 세월호 참사 당시 이 홍보수석의 KBS 보도 개입 정황이 담긴 녹음 파일을 공개했다. 당시 전화 내용을 공개한 김시곤 전 KBS 보도국장은 김환영 전 KBS 사장으로부터 “대통령의 뜻”이라며 사퇴 압박을 받았다고 법정에서 진술했다. 청와대가 KBS 보도 개입은 물론 인사까지 개입한 정황이 드러난 것이다.

언론노조와 민언련, 언론개혁시민연대 등을 비롯한 시민사회단체는 기자회견을 열고 “골든타임의 초침 소리 하나가 절망과 죽음의 소리로 들리던 그때, 청와대 홍보수석은 해경과 컨트롤 타워인 청와대의 무능을 뽐내려 했고, 공영방송의 보도국장은 무리한 요구라며 실랑이를 벌이고 있었다”며 △청와대 언론장악 청문회 실시 △방송의 자유와 독립을 위한 방송법 개정 △세월호 특별조사위원회 활동 기한 연장 과 철저한 조사권 보장을 요구했다.

이들은 “청와대가 기획하고 언론이 공조하며 세월호 침몰의 진실을 파문고 왜곡했다는 사실에 국민의 분노가 끓어오르고 있음에도 현 청와대 비서실장은 KBS에 대한 보도 통제가 ‘홍보수석 본연의 임무에

충실”한 결과라 능치고 있고, KBS는 녹취록 공개 소식을 단 한 줄의 뉴스로도 다루지 않고 있으며 정권도 언론도 단 한 줄의 사과논의는 지금도 진행 중인 세월호 참사의 진실과 책임에 대한 절박함을 찾아볼 수 없다”며 비판했다.

정치권에서도 비판의 목소리를 높였다. 더불어민주당은 “김 전 국장의 징계무효소송 항소심에서 김 전 국장은 김 전 사장이 ‘청와대의 지시가 내려왔다. 사표 내려, 대통령 뜻이니 거절하면 (자신도) 살아남을 수 없다고 말했다고 한다’며 ‘보도 개입도 모자라 인사 개입까지 한 것은 언론통제 금메달값’이라고 고집했다.

이정현 의원은 이런 파문 속에서 당 대표 출마 선언을 해 논란을 가중시키고 있다. 이 의원은 7월 7일 서울 여의도 새누리당사에서 기자회견을 열고 당 대표 경선에 출마하겠다고 공식 선언했다. 이에 대해 더민주는 “(이 의원은) 국민을 능멸하고 있다”며 “과거 구공공권에서 안하무인격으로 휘두르던 권력 참사가 만천하에 드러났으면 이제라도 자숙하고 반성하는 것이 국민에 대한 최소한의 도리일 것”이라고 지적했으며, 국민의당은 “청와대가 아무리 ‘통상적 업무’라고 궤변을 늘어놓아도 상식이 있는 국민이라면 이를 곧이곧대로 믿을 사람은 아무도 없을 것”이라며 “박근혜 대통령 집권 이후 대한민국 언론 자유

의 순위가 수직 하락한 것은 그들이 말하는 소위 통상적 업무의 결과인 것”이라고 힐난했다.

하지만 KBS 뉴스에서는 세월호 보도 개입에 대한 어떠한 보도도 이뤄지지 않고 있어 내부에서도 거센 반발이 일고 있다. KBS 보도본부 27기 기자 18명은 7월 5일 성명을 통해 “KBS의 위상은 일개 임명직 공무원이 KBS 보도국장에게 마음대로 전화를 걸 수 있고, 답변할 틈도 주지 않고 욕설까지 섞어가며 목에 핏대를 세울 수 있는 정도인가 보다”라며 “언제까지 침묵할 것이냐”고 목소리를 높였고, 31기 기자들은 “KBS 기자라는 것이 이토록 부끄러웠던 적이 없다”며 “수뇌부는 현 사태를 엄중하게 인식하고 지금이라도 사건의 전말을 취재해 보도해야 한다”고 주장했다. 33기는 “박통각하 우국충정, 몰라주니 서운하네”, “주 7회도 모자라니 밤낮으로 틀어보세”, “정상화를 하자는데 뒷조사가 원일인가”, “현명하다! 그의 판단, 고매하네 우리 기사” 등의 내용을 담은 찬가 형식의 성명을 발표했다.

하지만 이 같은 비판에도 불구하고 정부나 KBS 차원에서 어떠한 조치도 이뤄지지 않고 있어 청와대의 KBS 보도·인사 개입을 둘러싼 논란은 당분간 이어질 것으로 보인다.

한편 김환균 언론노조 위원장을 비롯한 중앙집행위원들은 7월 6일 오후 12시부터 청와대와 국회 앞에서 청와대의 공영방송 언론장악에 대한 대국민 사과와 전 홍보수석 이정현 의원의 사퇴 및 언론장악 청문회를 요구하며 릴레이 1인 시위에 돌입했다.

백선하 baek@kobeta.com

불법 저지르는 BJ, 현 ‘수익 구조’로는 막을 수 없어

BJ 일탈 행위에 사업자도 처벌받아야



◎ 방송화면 캡처

시속 180km로 운전하는 모습을 생중계하거나 길거리 여성들의 신체 부위를 몰래 촬영해 실시간으로 방송하는 등 더 많은 수익을 얻기 위해 개인 인터넷 방송의 일부 BJ들이 불법 행위까지 범하고 있다. 이런 도 넘은 행동의 원인은 과도한 상업적

시스템이며 BJ의 수익이 곧 인터넷 방송 사업자의 수익이 되는 현재 구조로는 자율 규제에 한계가 있다는 분석이 나왔다.

최진봉 성공회대학교 신문방송학과 교수는 방송통신심의위원회가 7월 4일 오후 2시 방송회관에서 주최한 ‘개인 인터넷 방송 건전화 방안 모색 토론회’에서 “BJ가 이용자들에게 받은 사이버 머니를 현금화해 사업자와 나누는 수익 구조로 운영되고 있다 보니 사업자가 BJ의 일탈 행위를 묵인하거나 일부는 이런 행위를 부추기기도 한다”고 설명했다.

이어 최 교수는 “방심위의 자율 규제 권고에도 방송 내용은 거의 바뀌지 않고 오히려 더 자극적이고 선정적이며 폭력적인 방송을 내보내고 있다”며 “고양이에게 생선을 맡긴 꼴”이라고 꼬집었다. 현재

개인 인터넷 방송은 자율적인 심의와 규제가 이뤄지고 있지만 사업자들은 소극적이고 미온적인 태도를 취하고 있다. 자체 심의에 걸린 BJ가 이용되지 처분을 받은 후 다른 아이디로 방송하는 것을 방입하거나 ‘사면’이라는 제도를 통해 조기에 방송에 복귀하도록 특혜를 주는 방식으로 BJ의 일탈 행위를 묵인하고 있는 것이다.

나아가 대표적인 개인 인터넷 방송 사이트인 아프리카TV 서수길 대표의 행동이 큰 파문을 일으키기도 했다. 지난 4월 MBC 〈PD수첩〉은 사이버 머니를 받기 위해서라는 이유로 도로 넘은 행위를 하는 BJ와 이를 묵인하는 사업자의 모습을 집중 조명해 개인 인터넷 방송의 폐해를 보도했다. 그리고 얼마 후 서 대표가 회사 단합대회에서 〈PD수첩〉의 방송 내용에 대해 공개적으로 욕설을 한 것이다.

최 교수는 사업자의 이러한 태도에 대해 “개인 인터넷 방송에서 문제가 생기면 대부분 BJ만 처벌하고 사업자는 처벌받지 않는 것이 일반적”이라고

원인을 설명했다. 이를 개선하기 위해서는 일탈 행위의 당사자가 아니더라도 행위 공간을 제공하고 관리를 제대로 하지 않은 책임을 물어 사업자도 엄격하게 처벌할 필요가 있다는 것이다.

이날 토론회로 참석한 윤정주 한국여성민우회 미디어운동본부 소장 역시 사업자에 대한 강도 높은 처벌을 요구했다. 또한 사업자 간 정보 공유와 합의를 통해 지속해서 문제를 일으키는 BJ를 영구 추방하는 방안, BJ를 대상으로 지속적인 미디어 교육을 하는 방안, 모니터 요원을 획기적으로 늘려 자율 규제를 강화하는 방안 등을 제시했다.

박찬엽 경찰청 사이버안전국 경감은 “BJ가 불법 행위를 저지르면 방심위를 통해 수사 요청이 오는 데 사업자들도 적극적으로 수사 요청을 해서 BJ들이 경각심을 갖도록 해야 한다”고 말했다. 또, 영상 보존 기간이 채 7일이 되지 않아 수사의 어려움이 있는 현실을 설명하며 이에 대한 개선을 요구했다.

전속희 sh45@kobeta.com

롯데홈쇼핑 로비 의혹...재승인 취소까지 갈까?

검찰, 강현구 대표 7월 12일 피의자 소환

‘6개월 황금시간대 영업정지’ 처분을 받은 롯데홈쇼핑이 엮힌 데 댄친 격으로 재승인 로비 의혹에 휩싸였다.

서울중앙지검 첨단범죄수사1부는 강현구 롯데홈쇼핑 대표를 7월 12일 피의자 신분으로 소환한다고 밝혔다. 강 대표는 지난해 홈쇼핑 채널 재승인을 위해 미래창조과학부 소속 공무원과 재승인 심사위원 등을 상대로 금품 로비를 했다는 의혹을 받고 있다.

현재 검찰은 롯데홈쇼핑이 직원들의 급여를 부풀려 지급한 뒤 일부를 돌려받거나 화신통으로 상품권을 구입한 뒤 현금화하는 ‘상품권 강’ 수법 등으로 거액의 비자금을 조성한 것으로 보고 있다. 또한 이 과정에서 강 대표를 비롯해 재승인 심사에 관련한 직원들이 지난해 1월부터 최근까지 9개의 차명 휴대전화를 사용한 정황을 포착했다. 검찰은 강 대표를 상대로 비자금 조성 규모와 대표폰 사용 경위, 재승인 결과와의 관련성 등을

집중 추궁한다는 방침이다.

강 대표의 소환 소식이 알려지자 롯데홈쇼핑 협력사들은 당황스럽다는 반응이다. 로비 의혹에 대한 수사가 본격적으로 진행되면서 행정소송은 사실상 ‘물 건너’ 가는 분위기이기 때문이다.

앞서 롯데홈쇼핑은 영업정지 처분에 대한 행정소송을 진행할 것이라고 밝혔다. 당시 업계에선 행정소송을 진행하려면 영업정지 처분일로부터 90일 이내인 8월 24일까지 가처분 신청을 제기해야 하기 때문에 이르면 7월 중순 늦어도 8월 초에는 가처분 신청을 한 뒤 행정소송을 진행할 것이라고 내다봤으나 이번 의혹으로 이마저도 실현 가능성은 희박해 보인다.

한편 일각에서는 이번 로비 의혹으로 롯데홈쇼핑의 3년 조건부 재승인마저 취소되는 것 아니냐는 전망도 나오고 있어 검찰 수사 결과에 관심이 집중되고 있다.

백선하 baek@kobeta.com

KBS 글로벌 콘텐츠 제작사 ‘몬스터 유니온’ 8월 출범

“완전한 자율 경영으로 경쟁력 갖춘 글로벌 콘텐츠 생산할 것”

KBS가 설립하는 콘텐츠 제작사 ‘몬스터 유니온’이 오는 8월 본격적으로 가동을 시작한다.

KBS와 KBS 미디어, KBS N이 공동 출자한 몬스터 유니온은 해외 시장을 겨냥, 〈태양의 후예〉를 이어 한류를 이끌어 갈 대작 드라마와 국민 예능 등 강력한 방송 콘텐츠의 기획·제작을 목표로 한다. KBS는 “안정적인 해외 투자 유치, 효율적인 사전 제작 시스템으로 콘텐츠의 완성도를 끌어올려 경쟁력을 강화하고, 다양한 부가판권 및 미디어 사업을 전개할 계획”이라고 밝혔다.

몬스터 유니온은 KBS와 차별화되는 독립된 특유의 색깔과 문화를 가진 콘텐츠 조직으로 운영될 계획이며 사명 역시 ‘평범함을 거부하는 크리에이티브 집단’이라는 의미를 담고 있다. 이를 위해 싸이더

스 매니지먼트 본부장, 콘텐츠 제작본부장을 거쳐 현재 〈화랑:더 비기닝〉을 제작 중인 박성혜 대표를 CEO로 전격 영입했다. 여기에 올해 최고의 화제작 〈태양의 후예〉, 〈함부로 애틋하게〉 등을 KBS에 안착시킨 문보현 감독(전 드라마 국장)이 드라마 부문장, 〈개그 콘서트〉스타 PD에서 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉, 〈1박2일 시즌3〉, 〈프로듀사〉, 〈마음의 소리〉 등을 이끌며 예능 프로그램의 경계를 확장 중인 서수민 CP가 예능 부문장으로 전격 합류했다. 이외에도 〈제빵왕 김탁구〉, 〈동네변호사 조들호〉의 이정섭 감독, 〈내 딸 서영이〉, 〈브레인〉의 유현기 감독, 〈태양의 후예〉의 한석원 제작총괄 등 실력 있는 인재들이 대거 포진해 기대를 모으고 있다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

MBC, 중국 선양에 방송사 최초 ‘지사 설립’

“북·중 기획 취재 및 한중 관계 발전에 기여할 것”



MBC 선양지사가 6월 29일 출범했다. 라오닝성은 지린성 하이룽장성과 함께 동북3성 중 하나로 MBC는 선양지사를 통해 북·중 기획 취재를 강화하고, 한중 관계 발전에 기여한다는 계획이다.

이날 개소식에는 권재홍 부사장과 김장겸 보도본부장, 김현중 편성제작본부장, 최기화 보도국장을 비롯한 실무 국장단과 MBC 공정성위원장을 맡고 있는 류춘열 국민대학교 교수, 이재진 한양대학교 교수, 심미선 순천향대학교 교수 등이 참석했으며 신봉섭 주선양 총영사와 박영완 선양한국인회 회장, 취진양 중

국 라오닝성 중한우호협회장, 허경무 동북3성 연합회장 등 외빈들도 함께 자리해 성황리에 마무리됐다.

권재홍 부사장은 “선양은 동북3성의 핵심 도시이자 교통과 물류의 중심지라며 중국과 북한의 관계 흐름과 북한 내부의 변화를 읽어낼 수 있는 선양의 중요성이 부각됨에 따라 지사를 설립하고, 특파원을 파견함으로써 동북3성의 혁신적 변화와 발전은 물론 지역 구성원들의 삶의 현장을 생생하게 보도할 것으로 기대한다”고 밝혔다.

민서진 seojin@kobeta.com

KBS, 간부직 외부에 개방...“혁신적 채용 변화 시도”

6월 30일부터 7월 11일까지 지원서 접수

KBS가 간부직을 외부에 개방한다. KBS는 주요 간부 직위에 외부 전문가를 영입하기로 하고, 우선 디지털 서비스국장과 인재개발부장을 공개 채용으로 선발할 계획이라고 밝혔다. 일정 기간의 관련 분야 경력자로서 모집 분야에 대한 전문적 지식과 정책적 식견을 갖춘 사람은 누구나 지원 가능하다. 임용 후, 디지털서비스국장은 온라인·모바일·TV 플랫폼 등 KBS의 디지털 미디어 플

랫폼과 서비스를 총괄하게 되고, 인재개발부장은 방송 생태계 변화에 따른 KBS 인재개발시스템 재구조 및 교육 커리큘럼 재설계 등의 업무를 총괄하게 된다.

KBS는 “핵심 보직에 외부의 유능한 인재를 영입해 KBS의 경쟁력을 키우고 경영의 투명성과 전문성을 높일 계획”이라고 밝혔다.

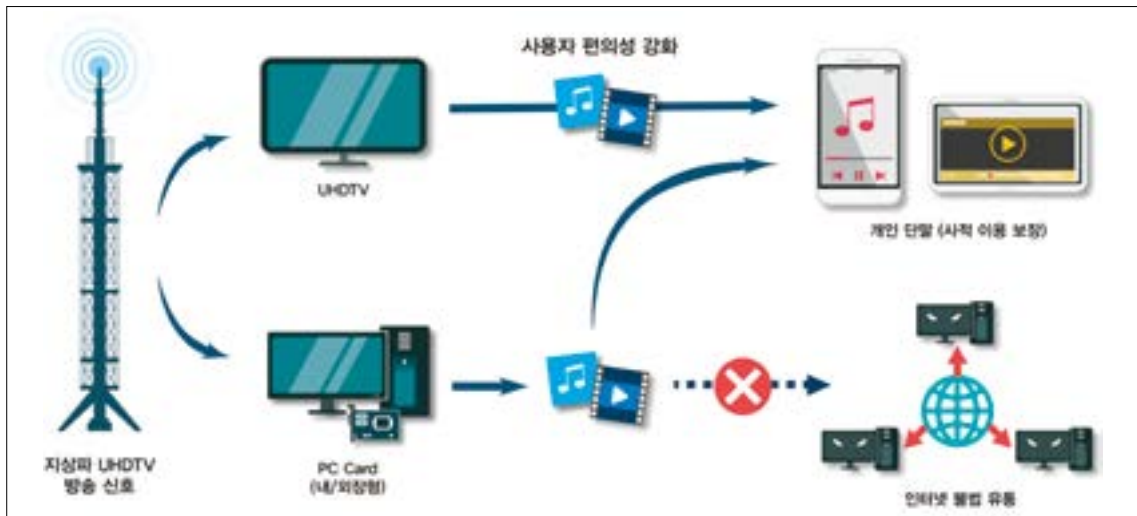
강민정 mjkgang@kobeta.com

‘지상파 UHD 방송’ 제대로 알기

‘한해 3,078억 원’ 불법 콘텐츠 유통 막기 위한 물꼬 튼다

“콘텐츠 선순환 구조 정착 위해선 ‘콘텐츠 보호 기술’ 필수적”

한국정보통신기술협회(TTA)에서 ‘지상파 UHD TV 방송 송수신 정합’ 기술을 표준으로 채택하면서 콘텐츠 보호 기술이 방송계 뜨거운 감자로 떠올랐다. 지상파 방송사는 콘텐츠 생태계 선순환 구조 정착을 위해선 콘텐츠 보호 기술을 필수적이라고 주장하고 있고, 가전사와 유료방송 사업자는 제조 단가 상승과 재송신료 협상으로의 영향력 확대를 우려하고 있다.



UHD 콘텐츠 보호 기술은 ΔTV가 수신하는 방송 신호를 암호화하는 기술 Δ저장된 콘텐츠를 관리하는 디지털저작권보호(DRM) 기술 Δ저장된 콘텐츠 추적을 위한 워터마크 기술 등으로 구성된다. 이중 논란이 되는 것은 방송 신호를 암호화하는 기술로 직접 수신 가구는 ▲공통 복호화 기능(CENC Descrambler) ▲UHDCP 클라이언트 ▲DP Manager ▲DPM Loader 등을 탑재한 TV 수상기를 구매해야만 UHD 콘텐츠를 볼 수 있다.

이 때문에 일각에서는 보편적 시청권 훼손과 시청자 불편 문제를 제기하고 있다. 하지만 시청자는 별도의 장치 구매 없이 지금과 같이 TV를 구매하는 것만으로 TV를 볼 수 있다. 무료 보편적 서비스나 시청자 불편 문제가 핵심이 아니라는 것이다.

저작권 보호 연차보고서에 따르면 지난해 국내 음악, 영화, 방송, 출판, 게임 등 합법 저작물 시장 침해 규모는 2조 3,174억 원이고, 이중 방송 분야는 전년 대비 48.8% 증가한 3,078억 원으로 집계

됐다. 지상파 방송사 협의체인 한국방송협회는 “불법 콘텐츠 유통은 양질의 콘텐츠 재생산 구조를 파괴해 콘텐츠 산업의 경쟁력을 떨어뜨리고 나아가 한류 확산에도 장애가 돼 국가적 피해로 이어진다”며 “시청자의 불 권리와 관련 산업의 보호를 위해 콘텐츠 보호 기술 정착을 추진하고 있다”고 설명했다. 하지만 최근 논의는 저작권 보호라는 본질을 벗어나 ‘보편적 시청권 훼손’이나 ‘시청자 불편’, ‘유료방송과의 CPS 협상용’이라는 부정적인 여론전으로 확산되고 있다.

물론 가전사 입장에서 제조 원가 상승에 대한 부담이 있을 수 있다. 암호화 기술이 적용될 경우 별도의 암호화 해제 시스템을 적용해야 하기 때문이다. 하지만 방송협회 측은 “TV에 필요한 암호화 해제 시스템은 별도의 소프트웨어 장치가 아니라 매우 작은 용량의 소프트웨어로 가전사가 부과해야 할 소프트웨어 라이선스 비용은 지상파 방송사에서 부담할 예정”이라며 “시청자에게 부과되는 비



일본은 지난 2004년부터 B-CAS 기술을 도입해 강력한 콘텐츠 보호 정책을 실시하고 있다. 공영방송 NHK는 물론 민영방송 프로그램에도 B-CAS 기술을 적용하는 등 모든 디지털 TV 수신기기에 B-CAS 기술 적용을 의무화하고 있다.

용은 전혀 없고, 가전사가 지불해야 할 설치 비용도 최소화하려고 협의 중”이라고 답했다. 시청자는 물론이고 가전사에도 큰 부담이 되지 않는 선이라는 것이다.

가전사가 ‘콘텐츠 보호 기술 때문에 국내용과 해외용을 따로 제작해야 한다’든가 ‘해외에서 구입한 TV의 경우 지상파 UHD 방송 수신에 불가능하다’는 일부 주장도 사실과 다르다. 현재 우리나라와 미국은 UHD 방송에 사용하는 주파수에 차이가 있기 때문에 콘텐츠 보호 기술 때문이 아니라 여차피 따로 제작해야 한다. 지상파 방송사 관계자는 “일본의 경우에도 이미 콘텐츠 보호 시스템을 적용하고 있고 더 강화하려는 움직임을 보이고 있다”며 “콘텐츠 보호 기술 때문에 수출이나 수입에 문제가

생기는 것은 아니다”라고 말했다.

또한 콘텐츠 보호 기술은 수신제한시스템(Conditional Access System, CAS)과 다른 개념으로 유료방송 사업자들이 우려하는 CPS 협상용도 아니다. 현재 유료방송 사업자들은 “지상파 방송사들이 UHD 콘텐츠 암호화를 통해 새로운 수익원을 확보하려는 것 아니냐”는 의심의 눈초리를 보내고 있다. 이에 대해 지상파 UHD 방송표준 방식 공청회에 참석한 김상진 SBS 부장은 “콘텐츠 보호 기술에 포함된 스크램블 기술이 CAS 기술 중 하나이기 때문에 저작권 보호와 CAS가 혼용돼 사용되는 것 같다”며 콘텐츠 보호 기술은 저작권 보호(Copyright Protection)와 맥을 같이 한다고 설명했다.

그러나 이 같은 설명에도 불구하고 콘텐츠 보호 기술에 의문을 제기하는 목소리는 끊임없이 나오고 있다. 암호화를 건다고 해도 콘텐츠 불법 유통을 원천적으로 막을 수 없다는 게 이들의 주장이다. 현재 기술로는 암호화가 해제된 방송을 보는 시청자들의 녹화를 금지할 수 없다는 것이다.

이에 대해 한 방송사 관계자는 “스크램블 기술을 적용하는 것은 집에 담장을 만드는 것, 문을 열쇠로 잠그는 것에 비유할 수 있다”며 “열쇠로 문을 잠갔지만 도둑을 맞는 것과 같다고 보면 된다”고 설명했다. 그는 “암호화 기술은 무단 복제를 하지 말라는 것인데 해킹을 막을 수 없는 것처럼 기술적인 장치를 갖추고 무단 복제를 하려는 사람들까지는 막을 수 없다”며 “다만 그들이 암호를 해제하고 무단으로 복제한다면 그때부터는 법적으로 대응할 수 있기 때문에 암호화 기술을 적용한 것과 안 한 것은 현격한 차이를 보인다”고 반박했다.

백선하 baek@kobeta.com

내장형 안테나 장착 놓고 ‘닭이 먼저냐, 달걀이 먼저냐’

“안테나가 내장돼야 수신 환경 개선돼” VS “10%도 안 되는 직수 위한 TV 출시 어려워”

초고화질(UHD) TV 내장형 수신 안테나 장착 문제를 놓고 업계 간 갈등이 심화되고 있다. 지상파 방송사와 시민사회단체 등은 “지상파 UHD 방송의 수신 환경 개선을 위해선 안테나 내장이 필수적”이라는 입장을 내놓고 있는 반면 삼성전자와 LG전자 등 가전사들은 “아직까지 기술적으로 어렵다”며 난색을 표하고 있어 안테나 내장 UHD TV 출시까지 이어질 수 있을지 귀추가 주목되고 있다.

지상파 방송사와 시민사회단체는 시청자들의 보편적 방송 시청권과 선택권을 보장할 수 있는 가장 빠른 방법은 내장형 수신 안테나라고 주장하고 있다. 지상파 UHD 방송은 실외 안테나를 설치할 필요 없이 실내 안테나만으로 수신 가능한데 가전사에서 내장형 안테나가 설치된 UHD TV를 제조하면 시청자들이 번거롭게 실외 안테나를 구입하고 설치하지 않아도 된다는 것이다.

앞서 지상파 UHD 방송 수신 환경 조성 관련 토론회에 참석한 강해란 한국여성민우회 미디어 운동본부 정책위원은 “지금은 디지털TV를 사고도 전파를 수신할 수 없는 상황으로, 디지털 전환 당시 안테나가 같이 판매됐으면 하는 아쉬움이 아직까지 있다”며 “기술적으로 가능하다면 수

신 안테나를 내장해야 한다”고 강조했다. 이어 “지금 내장 안테나가 논의되는 것도 공시청 시설 개보수에 대한 사회적 비용과 시간이 필요하기 때문인데 중장기적으로 방송통신위원회를 비롯한 정책 당국이 보편적 서비스에 대한 고민을 통해 이에 대한 답을 내놓지 않는다면 큰 문제로 확대될 것”이라고 덧붙였다.

안테나를 구입해 직접 수신을 하고 있다는 직장인 정모(36, 남)씨는 “텔레비전이라는 기기에 대한 정의를 보면 전파를 받아 그 영상과 소리를 재현시켜 주는 기계라고 나오는데 지금 출시되고 있는 TV들은 전파를 수신할 수 없다”며 “휴대전화에도 들어있는 안테나가 왜 TV에는 없는지 시청자 입장에서 이해가 되지 않는다”고 말했다.

이처럼 안테나 내장 문제는 여러 차례 제기돼 왔다. 하지만 가전사에서는 “기술적으로 어렵다”는 입장을 고수해오고 있다. 최근 열린 지상파 UHD 표준 관련 공청회에서도 삼성전자와 LG전자는 “아직까지 만족할만한 기술적 진전이 없다”며 기존 입장을 되풀이했다.

그러나 지상파 방송사 관계자들은 가전사에서 내장 안테나 관련 기술을 충분히 보유하고 있다고 반박하고 있다. 이들은 “휴대폰 안테나 내장

기술 등 가전사가 보유하고 있는 기술 수준이라면 안테나 내장 TV도 가능하다”며 “가전사별로 안테나 내장을 위한 선행 기술을 연구해오고 있을 뿐 아니라 관련 특허까지 출원하고 있는 것으로 알고 있다”고 말했다. 기술적으로 충분히 가능하다는 지적이다. 실제로 UHD KOREA는 시중의 UHD TV에 안테나를 내장하는 기술을 개발해 그 시제품을 ‘제26회 국제 방송·음향·조명기기 전시회’에서 시연한 바 있다. 한 업계 관계자는 “UHD KOREA에서도 시제품을 전시했는데 글로벌 기술력을 가지고 있는 삼성전자나 LG전자에서 그 정도의 기술이 없다는 것은 말이 되지 않는다”며 가전사의 주장에 의문을 던졌다.

물론 안테나 내장에 따른 추가 비용 문제는 충분히 우려할 수 있는 부분이다. 현재까지 알려진 바에 따르면 내장 안테나를 장착하기 위해선 TV 한 대당 약 1,000원~2,000원 정도의 비용이 들 어간다. 가전사 측은 “한 대당 비용으로 따지면 적지만 전체 TV로 환산해보면 엄청난 비용”이라며 부담이 될 수밖에 없다는 입장이다.

이에 대해 한 방송사 관계자는 “새로운 기능이 추가되면 비용이 증가하지만 부가 가치 창출 대비로 보면 미미한 정도”라며 “투자한다는 측면

에서 가전사가 충분히 부담할 수 있는 부분”이라고 말했다고. 시민사회단체 관계자는 “100만 원이 훌쩍 넘는 TV를 구입하는데 1,000원~2,000원 정도밖에 안 하는 내장 안테나를 못 넣어준다는 건 소비자 입장에서 볼 때 억울하다”고 토로했다.

지상파 방송사는 가전사가 우려하는 수신 불량 등 민원 문제도 책임진다는 입장이다. 지상파 방송사 측은 “TV를 구입하고 설치할 때 현장에서 설치를 지원하는 서비스 기사가 충분히 설명을 하고 방송사나 UHD KOREA로 안내한다면 가전사로 들어가는 민원은 거의 없을 것”이라며 “지상파 방송사가 운영하고 있는 UHD KOREA의 콜센터를 통해 발생하는 민원 등을 적극적으로 해결할 것”이라고 설명했다.

하지만 그럼에도 불구하고 가전사에서는 “10%도 안 되는 직접 수신 가구를 위해 내장형 안테나가 장착된 UHD TV를 출시하기란 어렵다”는 입장을 내놓고 있고, 지상파 방송사와 시민사회단체는 “내장형 안테나가 장착된 UHD TV가 출시돼야만 수신 환경이 개선돼 직수 가구가 증가할 수 있다”고 주장하고 있어 닭이 먼저냐, 달걀이 먼저냐 하는 오래된 딜레마를 벗어나기 어려울 것으로 보인다. 백선하 baek@kobeta.com

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

오피니언

Tesla와 BRExit

칼럼



오건식
SBS 뉴미디어개발팀 부국장

일과 중앙분리대를 잇달아 받고 전복되는 사고가 발생했다고 한다. 통계적으로 자율 주행 자동차는 사람이 운전하는 차량보다는 실수가 적다고들 한다. 실제로 신호 위반이나 음주운전 등으로 인한 사고는 자율 주행 자동차에서 일어날 수 없는 사고일 것이다. 하지만 술이 땀(?)이 되도록 먹지 않고서야 트레일러의 옆면을 보고는 ‘아~ 앞이 허공이네...’라고 생각할 사람이 과연 몇이나 될까? 일반적으로 자율 주행 자동차가 인간 운전자보다 실수할 확률이 적은 점에는 전적으로 동의한다. 하지만 확률과 용인은 별개의 문제이다. 피해자는 교통이 크더라도 개연성이 있는 사고였다면 아쉽지만 그 결과를 수용하는 경향이 있다. 상대방의 실수에 의한 사고라도, 그 실수가 어찌면 누구라도 할 수 있는 실수라면 더욱 그렇다. 하지만 ‘트레일러 옆면이 허공으로 보여서’ 사고가 발생했다고 한다면 그 사고를 용인할 수 있는 사람들이 몇이나 될까?

즉, 아무리 자율 주행차의 사고라도 인간이 발생시킬 수 있는 형태의 ‘설명 가능함’ 사고여야만 용인이 될 수 있을 것이다. 이러한 점이 향후 법적 문제와는 별개로 자율 주행 자동차 보급에 걸림돌이 될 수 있을 것이다. 실제로 인공 지능 분야에서는 개와 고양이를 구분하는 것이 매우 어렵다고 알려져 있다. 아이들은 2살만 넘어도 너무나 쉬운 문제인 개와 고양이 구분하기가 Machine에게는 쉽지 않다는 점을 감안할 수 있어야 이런 종류의 자율 주행 자동차 사고를 이해할 수 있을 것이다.

지난 6월에 발생한 브렉시트(BRExit)에 대해서 우리는 영국인들이 잘못된 결정을 한 것이라고 대부분 생각한다. 그러나 시스템 안에서 보는 것과 시스템 밖에서 보는 것은 분명 큰 시각차가 존재한다. 영국 내에서 생활하는 보편적인(?) 영국인의 시각에서는 브렉시트 결정이 당연할 수 있다.

자동차 안에서 자율 주행 시스템으로 보면 트레일러의 옆면이 당연히 허공으로 보일 수 있다. 자율 주행 자동차에 초광각 렌즈가 장착돼 있지 않다면 더

욱 그렇다. 브렉시트 후에 파운드화 가치가 하락하고 주가는 폭락하는 상황에서 영국인 한 명의 인터뷰 내용은 결론적으로 브렉시트가 가능했던 원인을 찾는 단초가 될 수 있을 것이다. “나는 돈(파운드화)도 없고 가진 주식도 없는데, 파운드화 가치나 주가 하락이 나와 무슨 상관이지?” ‘Nothing to Lose’인 상황에서는 미래 예측이란 것이 얼마나 허망한 상상인가. Big Data, Big Data라고들 하지만, Big Data에 의한 미래 예측을 할 수 있는 기관은 이미 어느 정도 수준에 오른 곳일 것이다. 방대한 Big Data를 보유하고 있다는 사실만으로도 고객 수가 역수로 많거나, Big Data를 사올 수 있는 경제력이 있다는 의미일 것이기 때문이다. 초광각 렌즈라는 일종의 Big Data가 없는 개개인에게 Big Data적인 분석력을 요구한다는 것 자체가 무리였을 것이다.

요즘 어느 회사나 직원들에게 ‘경쟁력 있는’ 또는 ‘수익성이 확실한’ 아이디어를 내라고 주문한다. 경제 상황이나 경영이 어려워질수록 이러한 요구는 더욱 많아질 것이다. 일반적으로 회사에서는 직급에 따라 취득할 수 있는 정보력이 다르다. 하지만 Global 하게 잘나가는 회사들의 공통점은 정보 대부분을 서로 Share 한다는 점이다.

CEO나 갓 입사한 직원이 취득할 수 있는 정보의 레벨이 유사하다면, 갓 입사한 직원에게서도 좋은 아이디어가 나올 수 있다. 제한된 정보 하에서 대박 아이디어를 창출하는 일은 팔쥐가 신데렐라 되거나, ~~호날두 없는 포르투갈이 유로 대회 우승하는 것~~이나, 대한민국이 월드컵 우승하는 것만큼이나 어려운 일이다. 그러므로 BRExit가 중요한 것이 아니라, BRExit가 가능하도록 정보 격차를 발생시킨 환경이 중요한 것이라는 생각이다.

다만 결과론이지만 확실한 것은 BRExit는 세계 경제에 안 좋고, Black Shit은 건강에 안 좋다는 사실이다. 좋은 것은 Golden Shit, 역시 Gold가 좋은 것이다. 그래서 BRExit 이후에 금값이 그렇게나 올랐나 보다.

사설

SK텔레콤-CJ헬로비전 인수합병 불허 결정에 붙여

공정거래위원회가 지난 7월 5일 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병을 불허하는 내용의 심의보고서를 당사자인 SK텔레콤에 보낸 것으로 알려졌다. SK텔레콤과 CJ헬로비전은 강력 반발하며 의견서 제출과 전원회의 연기를 요청했지만 공정위는 거부했다. 결국 오는 15일 전원회의에서 최종 결정이 날 것으로 보인다. 7개월이 넘는, 예외적으로 오랜 시간을 거쳐 내린 보고서의 결론을 보면 시장의 공정 거래 및 독과점 방지, 방송의 공공성 추구의 가치 등을 지키기 위해 노력한 흔적이 면면히 보인다. 소비자를 위한 공공성 강화 및 시장질서 유지에 역점을 두고 심사한 결과라고 보여 진다.

자본을 앞세운 규모의 경제가 가져오는 부작용이 점점 심화돼 가는 시장 경제체제 하에서 독과점 방지 및 공정 경쟁은 건강한 사회를 만들기 위한 최소한의 페어플레이 룰이다. 사회의 공익 역할을 하는 방송 산업의 영역에도 거센 자본의 영향력이 커진 지 이미 오래됐다. 그런 가운데 이번 인수합병 건은 방송 통신계뿐만 아니라 우리 사회 전반에서 관심이 집중되는 중대한 사안이었다. 결과적으로 사회의 공공성 회복을 위한 가치가 높게 평가됐다는 면에서 일말의 희망을 볼 수 있는 시금석이라고 여겨지는 결정이다.

우선 공정위는 심사보고서에서 이번 인수합병이 가져올 경쟁제한성 즉 시장의 독과점 가능성이 있음을 지적했다. 따라서 기업의 합병뿐만 아니라 주식 인수도 불허한다고 명시한 것은

로 알려졌다. 이동통신 업계 1위와 케이블TV 업계 1위가 합병할 경우, 전국 23개 방송권역 중 21곳에서 시장 지배적인 지위를 차지하게 돼 공정 경쟁에 문제가 있을 것으로 판단했다. 알뜰폰 시장의 경우에도 업계 1, 2위 업체와의 결합은 독점적 지위를 공고히 하는 결과를 우려한 결정으로 풀이된다.

합병 당사자 입장에서는 이번 심사안을 두고 케이블 방송 산업의 구조개편이 원천봉쇄된 것이라며 강력히 반발하고 있는 상황이다. 물론 공정위의 심사 결과가 7개월이 넘는 오랜 시간이 걸리면서 해당 기업들이 견디어야 했을 불확실성에 대한 부분은 이해가 가는 부분이다. 해당 업체는 이제 손쉬운 ‘기업 사고 팔기’로 구조개편을 해결할 것이 아니라 진정한 기술 개발 및 새로운 서비스 창출로 소비자에게 다가가는 방향으로 돌파구를 마련하기를 바란다.

이번의 공정위 인수합병건 심사가 우리 사회에서 기업의 공정 경영 관행이 깊게 자리 잡는 계기가 됐으면 한다. 아무리 자유로운 기업의 인수합병도 공정한 경쟁의 틀 위에서만 가능하기 때문이다. 시장 지배적 기업이 시장 질서를 어지럽히고 소비자에게 피해를 입히는 사례를 우리는 너무도 많이 보아왔다. 불공정 경쟁의 부작용 및 폐해는 소비자인 국민들에게 전가되기 때문에 사전에 그런 가능성을 막았다는 점에서 이번 심사 결과는 매우 의미 있는 결정임에 틀림없다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 박종석 편집주간 | 유주열
편집위원 | 백낙운, 이승호, 남태현, 최권용, 김주형
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

가사제보 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