

참관기 ▶5면

한국전자전 ‘자동차’를 품다

특집 ▶6면

사진으로 보는 KOC 2016

오피니언 ▶7면

비선허세의 KOC 2016 참석 후기

‘박근혜·최순실 게이트’에 복잡해진 방송 생태계 JTBC와 TV조선이 이끌고, KBS와 MBC는 따라가고



©청와대

비선실세에 의한 헌정 사상 초유의 국정농단, 국기문란의 실체가 밝혀지고 있는 가운데 일명 ‘박근혜·최순실 게이트’ 보도를 놓고 공영방송과 종합편성채널에 대한 평가가 극명하게 뒤바뀌고 있다. JTBC와 TV조선을 필두로 한 종편은 잇따른 단독 보도에 이어 자사의 시사·보도 프로그램을 통해 이번 사건을 다양한 시각으로 분석하고 있는 반면 KBS와 MBC는 공영방송임에도 불구하고 이렇다 할 활약을 보이지 못하고 있다. 이에 공영방송사 내부에서도 자성과 비판의 목소리가 높아지고 있다.

KBS는 보도 책임자들의 사퇴 여부를 놓고 의견이 엇갈리고 있지만 뒤늦게나마 ‘박근혜·최순실 게이트’ 보도를 내보내고 있어 달라진 모습을 보여줄지 관심이 집중되고 있다.

앞서 전국언론노동조합 KBS본부는 10월 31일 노사 공정방송위원회에서의 대화를 공개하며 김인영 KBS 보도본부장이 ‘박근혜·최순실 게이트’ 보도에 소홀했던 책임을 지고 사퇴하겠다는 의사를

보였다고 밝혔다. KBS 새노조는 “김 본부장이 ‘일찍이 싹을 알아보지 못하고 나중하는 데 보도 책임자로서 일조했느냐’는 데 할 말이 없다. 경과가 어떠한 어떤 이유를 대든 보도 책임자로서 제 책임”이라고 인정했다며 “(사퇴 의사)가 다소 늦은 감이 있지만 당연한 대답”이라고 말했다. 하지만 언론 보도에 따르면 KBS 측은 “보도본부 수장으로서 책임을 느끼며 자리에 연연하지 않는다는 취지의 언급을 한 것”이라며 “전체 맥락을 보지 않고 사퇴에만 초점을 맞춰 성명서를 낸 것은 진의를 크게 왜곡시킨 것”이라고 KBS 새노조의 주장을 부인했다.

KBS는 이 같은 내부 갈등에도 불구하고 본격적으로 ‘박근혜·최순실 게이트’ 보도를 시작하겠다는 입장이다. KBS는 대표적인 시사 프로그램인 〈추적 60분〉을 통해 정유라의 대학 입시 및 학사 특혜 의혹, 재단법인을 통한 수백억 원대의 자금 사유화 의혹, 국정 개입 의혹 등 국정농단 행태에 대해서 집중 보도하는 등의 모습을 보이고 있다.

하지만 KBS 내부 구성원들은 “이전 행동에 대한 반성 없이 지금부터 열심히 하자는 것은 말이 안 된다”, “어느 누구도 책임을 지려 하지 않는다”며 실망감을 표하고 있다. 한국기자협회에 따르면 KBS 기자협회는 ‘박근혜·최순실 게이트’와 관련하여 ‘보도 책임자 사퇴결의문 채택’을 위한 투표에 돌입한다는 계획이다.

최순실 씨 관련 의혹 진상 규명과 박근혜 대통령 퇴진을 촉구하는 촛불집회에서 국민들로부터 야유를 받은 MBC의 상황도 별반 다르지 않다. 지상파 방송사 가운데 가장 적은 보도를 내보내다 최근 예야 방향을 바꾼 MBC 역시 내부 구성원들의 한숨이 끊이지 않고 있다.

김희웅 MBC 기자협회장은 11월 2일 사내 게시판에 ‘우리는 공범입니다’라는 제목의 글을 올렸다. 김 협회장은 “사람들은 묻는다. 너희가 언론이냐? 우리는 배후와 배경과 의혹에 대해서 눈감았다. 거짓말에 대해서 따져 묻지 않았다. 충실히 받들었고, 심기를 고려했다”며 “사(私)가 끼여 지금 이렇게 대한민국이 욕

을 보고 있듯, 사가 MBC 뉴스를 망쳤다. MBC 뉴스를 망치면 잡히는 사람들이 있어서 그랬다”고 말을 꺼냈다. 이어 “후배들이 MBC 마이크를 들어 욕을 먹고 조롱을 당하며 쫓겨나는 수모를 겪는 것을 모르지 않으면서도 자신의 사를 위해, 임신을 위해, 자리보존에 열심일 것을 우리가 모르지 않기 때문에 그렇다”면서 “MBC 기자들은 모멸을 체화해서는 안 된다. 자신이 어떤 리포트에 얼굴과 음성을 담고 있는지, 훗날 이 시절의 기록으로 남을 것을 잊지 말아야 한다”고 덧붙였다.

한편 한국방송기술인연합회, 한국기자협회, 한국PD연합회 등 현업 언론단체와 언론노조, 언론개혁시민연대, 민주언론시민연합 등 언론시민단체, 동아투위, 80년 해직언론인협의회 등 원로 언론인들은 10월 31일 오전 11시 광화문 광장에서 ‘언론계 비상시국 기자회견’을 열고 “진실을 밝히려는 취재와 보도에 대한 어떠한 방해도 용납하지 않을 것”이라며 “마지막까지 언론의 사명을 다할 것”이라고 밝혔다.

이들은 “선거로 선출된 대통령이 청와대와 정부조직이라는 체계를 통하지 않고 비선실세와 그 측근들에게 국정을 맡김으로써 대통령이라는 엄중한 지위를 인형사에 놀아난 장막 뒤 꼭두각시로 만들어 버렸다”며 “대한민국 도처에서 탄식과 분노가 쏟아지고 있다”고 지적했다.

이어 “붕괴하는 민주공화국과 민주주의를 다시 일으켜 세울 주체는 국민이고, 국민들이 이를 실현하기 위한 수단은 오직 진실만을 찾아가는 언론”이라며 “오늘 이 자리에 모인 우리는 ‘언론단체 비상시국대책회의’를 결성하고, 이 모든 사태의 장본인인 박근혜 대통령이 사퇴할 때까지 국민과 함께할 것을 선언한다”고 강조했다.

또한 “국정농단의 실체와 진실을 원하는 국민의 요구와 물음을 모아 언론이 찾아내고 보도해야 할 핵심 의제를 제시할 것”이라며 “언론은 대통령의 진정성 없는 사과, 의혹 당사자의 일방적 변명 뒤에 가려진 진실에 주목해야 한다”고 말했다. 백선하 baek@kobeta.com

지상파 UHD 본방송 D-90...풀어야 할 숙제 ‘산더미’ “일정 유연하게 조정해 안정적인 UHD 서비스해야”

지상파 초고화질(UHD) 본방송이 3개월 앞으로 다가왔지만 풀어야 할 숙제는 여전히 산더미처럼 쌓여있다. 미비한 장비 개발부터 재원 부족, 편성 비용 문제, 안테나 장착 논란까지 지상파 UHD 본방송 전에 이 모든 문제를 해결하기에는 역부족이라는 지적이 끊임없이 나오고 있다. 하지만 ‘세계 최초’라는 담론에 매몰돼 있는 정부는 예정된 일정대로 강행하고 있고, 지상파 방송사도 정부에서 정해놓은 일정에 맞춰야 한다는 입장을 내비치고 있어 졸속 추진을 우려하는 목소리가

커지고 있다.

이상운 남서울대 교수는 11월 2일 서울 중구 한국프레스센터에서 열린 ‘온전한 지상파 UHD 서비스 도입을 위한 추진 사항 진단 및 정책적 제언’ 세미나에서 “지상파 UHD 본방송이 ‘세계 최초’라는 타이틀에 집착해서 성급하게 진행되고 있는 면이 있다”며 “시장이 미성숙한 상태에서 조기 상용화를 서두르는 것보다는 일정을 유연하게 조정하면서 세심하게 준비해 안정적인 서비스를 하는 것이 지상파 UHD 방송 정착에 도움이 될 것”이라고 말했다.

지상파 UHD 본방송 일정 조정 문제는 이미 여러 차례 제기된 바 있다. UHD 방송 제작 및 송신 환경이 아직까지 불완전하기 때문에 제대로 된 지상파 UHD 본방송을 위해선 일정 자체를 연기해야 한다는 것이다.

실제로 본방송이 3개월밖에 남지 않았지만 아직까지 지상파 방송사에 관련 장비 납품이 되지 않은 상황이다. 이상진 SBS UHD 추진팀 매니저는 “각 방송사별로 카메라, 편집 시설 등 최소한의 시설로 준비 중이고, 장비는 시장 미성숙으로

대부분이 프로토타입 수준”이라고 말했다. 송신 시설도 별반 다르지 않다. KBS는 올해 말까지 3개소, MBC와 SBS는 각각 5개소를 구축할 예정인데 미국에서 ATSC 3.0 표준 확정이 지연되면서 관련 제품 출시 시기도 지연될 가능성이 높은 상황이다.

이에 대해 유홍식 중앙대 교수는 “정부가 지상파 UHD 방송에 대한 정책적 목표 없이 ‘세계 최초’라는 담론만 가지고 서두르는 것 같다”며 “잘 준비하면서 천천히 가야 하지 않나 싶다”고 우려를 표했다.

고민수 강릉원주대 교수도 정부의 정책 목표 부재를 꼬집었다. 고 교수는 “디지털 전환 당시에 비교해보면 정부가 구체적으로 지상파 UHD 본방송을 통해서 무엇을 하겠다는 것인지 모르겠다”며 “아날로그 방송 종료 시에는 디지털전환특별법 등을 제정해 디지털 전환의 목적과 일정 등을 담았는데 지금은 법률 제정 논의조차 없다”고 목소리를 높였다. 이어 “디지털 전환 때도 정부가 ‘시청자 지원’이라는 단어를 많이 썼는데 여전히 지원의 개념을 벗어나지 못하고 있다”며 “정부의 정책 변경으로 국민들이 피해를 보는 경우에는 ‘지원’이 아니라 ‘보상’이라는 단어를 써 ‘시청자 보상’으로 말해야 한다”고 덧붙였다.

2면에 이어

백선하 baek@kobeta.com

“장비 개발 미비부터 자원 부족, 안테나 장착 논란까지” “‘세계 최초’ 담론에서 벗어나야”



1면에 이어
“중간 광고 허용은 필수 요소”

이날 세미나에서는 지상파 중간 광고 허용 등 구

제 완화 문제도 논의됐다. 이상진 SBS UHD 추진 팀 매니저는 “향후 12년간 약 7조 원이 필요한데 제작비는 증가하고 광고 매출은 감소하고 있어 대규

모 적자가 예상되고 있다”며 “이 같은 상황이 역전되지 않는 한 자원 고갈은 볼 보듯 뻔한데 같은 미디어 사업을 하고 있는 CJ나 종합편성채널의 상황은 지상파와 다르다”고 말했다. 이어 “콘텐츠 수출의 90%를 지상파가, 나머지 10%를 비지상파가 하고 있는데 수익은 비지상파가 90%를 지상파가 10%를 가져가는 형국”이라며 중간 광고 여부가 광고 매출의 큰 부분을 좌지우지하고 있다고 강조했다.

현재 지상파 중간 광고 허용에 대해서는 어느 정도 사회적 합의가 이뤄진 상황이다. 지상파뿐 아니라 광고계 등 주요 단체에서도 정부와의 간담회 자리에서 지상파 중간 광고 허용을 작·간접적으로

건의하고 있고, 한국광고학회 등 관련 학계에서도 지상파에 대한 중간 광고 허용을 지속적으로 주장하고 있다. 하지만 그럼에도 불구하고 종편은 여론 전으로, 방송통신위원회 등 정책당국은 종편 눈치 보기로 지상파와 중간 광고 허용에 선을 긋고 있는 상황이다.

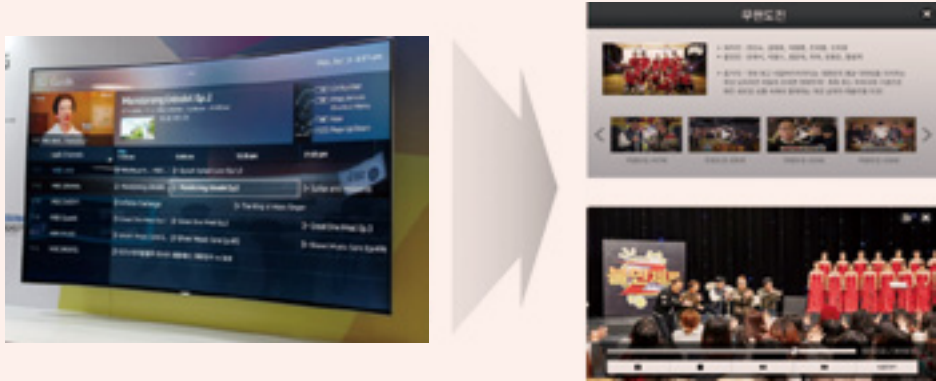
이에 대해 고 교수는 “지상파가 자원 고갈 부분의 해법으로 중간 광고 허용을 제시하고 있는데 중간 광고만 풀어서는 상황을 낙관하기 어렵다”며 “중간 광고 허용을 필수 요소로 하고, 수입이 아닌 지출 부분 다시 말하면 제작비 증가를 어떻게 해결해야 할지 논의할 필요가 있다”고 제안했다.

유 교수도 “중간 광고 허용이 중요한 문제이지만 중간 광고만을 강조해서는 안 된다”며 “지상파가 더 큰 그림을 그려야 한다”고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

지상파 UHD ‘다시보기’도 가능해

“직수 가구에서도 유료방송과 동일한 서비스 누릴 수 있어”



©월간 방송과기술

지상파 초고화질(UHD) 본방송이 시작되면 직접 수신 가구에서도 다시보기, 예고편 보기 등 유료방송 서비스와 동일한 기능을 누릴 수 있을 것으로 보인다.

이상진 SBS UHD 추진팀 매니저는 11월 2일 서울 중구 한국프레스센터에서 열린 세미나에서 지상파 UHD 본방송이 시작되면 양방향 방송 안내, 생방송

에서 진행 중인 다양한 부가 서비스가 가능해진다고 밝혔다.

이 매니저는 “지상파 UHD 방송은 단순히 화질만 좋아지는 것이 아니라 단방향 방송에서 양방향 서비스로 진화한다는 것을 의미한다”며 “디지털 전환 때 화질 개선이 이뤄졌지만 화질만으로는 승부가 어렵다는 걸 깨달았기에 이번에는 화질과 함께 부가 서비스 제공에 중점을 맞췄다”고 말했다.

현재 지상파 방송사는 ‘휴포털 부가 서비스’를 계획하고 있으며 이미 가전사와 1차 서비스 정합을 마친 상태다. 지상파 관계자는 “TV를 통해 편성 정보를 확인하고, 방송 예정인 프로그램에 대한 시청 및 녹화 예약 등을 가능하게 해주는 방송 안내(Advanced ESG) 기능은 이미 유료방송에서 제공되고 있는 서비스인데 지상파 UHD 방송에서는 단순 편성 정보 확인에 그치지 않고, 시청자가 원하는 과거·현재·미래 프로그램에 대한 상세 정보 및 하이

라이트 영상, 예고 방송 등의 기능을 제공받을 수 있다”고 설명했다.

예를 들어 MBC <무한도전>을 보고 있던 시청자가 지난주 방송의 하이라이트를 보고자 할 경우,

간단한 리모컨 조작만으로 해당 동영상을 볼 수 있고, 다음 주 방송이 궁금할 때도 바로 예고 영상을 볼 수 있다는 것이다.

생방송 이어보기도 가능해진다. 스포츠 경기를 볼 때 ‘정규 방송 관계로 중계방송을 종료한다’는 멘트를 듣고 한 번쯤은 불편함을 느낀 적이 있을 것이다. 지상파 방송사는 이 같은 불편함을 해소하고자 생방송 이어보기 서비스를 마련했다. 본 채널은 정규 편성에 맞춰 방송을 진행하고, 스포츠 경기는 임시 채널을 생성해 제공한다는 것이다. 지상파 관계자는 “임시로 생성된 채널은 스포츠 경기 종료 시 자동으로 사라지게 된다”며 “해당 서비스를 가능케 하는 기술이 지상파 UHD TV 표준에 포함돼 있다”고 말했다.

이 매니저는 “지상파 UHD 방송이 도입되면 실내 수신 가능 영역이 확대되기 때문에 안테나 장착이 확정되면 수신 환경 부분이 많이 개선될 것”이라며 “수신 환경이 개선과 더불어 양방향 부가 서비스가 가능해지면 UHD를 통한 공적 플랫폼 기능이 회복될 것”이라고 기대를 표했다.

백선하 baek@kobeta.com

방통위, MBC에 KT스카이라이프 ‘방송 유지 명령’ 두 번째 방송 유지 명령…“적극적으로 조정할 것”

방송통신위원회가 MBC에 다시 한 번 방송 유지 명령을 내렸다.

방통위는 MBC의 KT스카이라이프에 대한 방송 채널 공급 중단이 다시 압박함에 따라 방송법 제91조7에 따라 11월 3일 0시부터 12월 2일 24시까지 40

일 동안 방송 유지 명령을 연장했다고 밝혔다.

방통위는 “방송의 유지 명령은 재송신 관련 분쟁이 심화돼 방송이 중단될 우려가 있을 경우 시청자의 안정적인 시청권 보장을 위해 방송의 유지를 명하는 것”이라며 “방송 유지 기간 동안 중재에 나설

것”이라고 밝혔다.

현재 지상파와 KT스카이라이프는 가입자당 재송신료(CPS)에 대한 협상을 진행 중이다. MBC를 비롯해 KBS와 SBS 등 지상파 3사는 셋톱박스 수를 기준으로 CPS 지급을 요구하고 있는 데 반해 KT스카이라이프는 기준과 마찬가지로 가입자 수를 기준으로 대가를 지급하겠다는 입장이다.

이처럼 양측의 입장 차가 좁혀지지 않자 MBC는 지난 10월 4일부터 방송 채널 공급을 중단하겠다고

통보했으나 방통위가 방송 유지 명령을 내리면서 블랙아웃이라는 최악의 상황은 피하게 됐다. 방통위는 방송 유지 기간이 만료됨에 따라 다시 한 번 방송 유지 명령을 내림으로써 협상의 기회를 마련하겠다는 계획이다.

방통위 관계자는 “KT스카이라이프가 지상파를 상대로 방송분쟁조정을 신청한 만큼 적극적으로 조정할 계획”이라고 밝혔다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

지상파 MMS 도입 위한 방송법 일부 개정안, 국무회의 의결 부가 채널로서 법적 지위 및 승인 근거 등 신설

지상파 다채널방송(MMS) 본방송의 법적 근거가 되는 ‘방송법’ 일부 개정 법률안이 11월 1일 국무회의에서 의결됐다.

지상파 MMS는 현행 법령에 해당 규정이 없어 그동안 시범 서비스밖에 할 수 없었다. EBS는 지난 2015년 2월부터 디지털 압축 기술을 활용해 EBS 2TV를 시범 서비스로 선보이고 사교육비 절감 등 공익적 효과를 입증하며 지상파 MMS 법적 근거 마련을 위한 움직임에 박차를 가했다.

이번 개정 법률안은 지난 9월에는 방송통신위원회

의 의결을 받았으며 이번 국무회의 의결을 거쳐 대통령 재가 후 국회에 제출할 예정이다.

방통위 관계자는 “지상파 MMS 도입은 전 국민에게 제공되는 무료 지상파방송 서비스 확대를 위한 정책”이라며 “이번 방송법 개정을 통해 EBS 2TV 본방송이 개시되면 시청자의 수요가 많은 교육 콘텐츠가 지상파방송을 통해 안정적으로 제공됨으로써 사교육비 절감 효과 등 국민 복지 향상에 크게 기여할 것”이라고 말했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

KOCOWA로 한류 콘텐츠 한눈에 모아 본다

지상파, 일본 한류 콘텐츠 통합 플랫폼 KOCOWA 론칭



지상파 3사의 콘텐츠 유통사인 KBS미디어, iMBC, SBS콘텐츠허브가 그라텍(곰TV)을 운영사로 한류 통합 플랫폼 KOCOWA(www.kocowa.com)를 론칭했다. 지상파는 KOCOWA를 통해 일본 내 한류 콘텐츠 영향력 확대에 본격 나선다는 계획이다.

KOCOWA는 Korea Contents Wave의 줄임말로 일본에서 한국 지상파 콘텐츠를 한곳에서 모아볼 수 있는 콘텐츠 통합 플랫폼이다. KBS는 “지상파 3사의 예능, 드라마는 물론 연예 뉴스, 셀럽 정보 등 일본 내 다른 사이트에서는 찾아볼 수 없는 다양하고 풍부한 콘텐츠를 하나의 플랫폼에서 볼 수 있는 것이 강점”이라고 설명했다.

지상파 3사는 KOCOWA의 차별화된 서비스로

20~30대 젊은 세대까지 고객층을 확장한다는 입장이다. KOCOWA는 SVOD(구독료를 내고 무제한으로 시청), TVOD(콘텐츠별 선택 구매 시청), 개인별 추천 등 이용자의 시청 패턴을 고려한 맞춤형 서비스를 제공하는 한편 이동 중에도 편리하게 시청할 수 있도록 전용 애플리케이션도 출시한다는 계획이다.

KBS 관계자는 “여기에 인터넷 기반의 OTT 사업을 10년간 진행해온 그라텍의 노하우가 접목돼 콘텐츠 이용자 입장에서 말 그대로 ‘한류의 모든 것’을 즐길 수 있도록 준비할 예정”이라고 말했다.

KOCOWA는 11월 3일 일본 ‘문화의 날’을 맞아 정식 오픈하며 무료 이용권 제공 등 다채로운 프로모션을 통해 입지를 넓힐 계획이다. 현재 KOCOWA 사이트에 들어가면 프로모션 페이지를 통한 사전 가입 시 무료 4주 체험 혜택을 받을 수 있다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

MBC, CMB와 개별 SO에 VOD 공급 재개 “앞으로 2주 동안 협상 더 진행할 것”

CMB와 개별 종합유선방송사업자(SO)에 주문형 비디오(VOD) 공급을 중단했던 MBC가 하루 만인 11월 2일 공급을 재개했다.

관련 업계에 따르면 MBC와 CMB, 개별 SO들은 향후 2주간 지상파 재송신료(CPS)와 VOD를 포함한 콘텐츠 공급 계약을 놓고 다시 협상기로 했다.

앞서 CPS와 VOD를 포함한 콘텐츠 공급 계약을 놓고 갈등을 빚은 MBC와 CMB, 개별 SO는 10월 말까지 협상을 연장하기로 하고 VOD를 비롯한 콘텐츠 공급을 재개했으나 접점을 찾지 못해 MBC는 11월 1일 CMB와 개별 SO에 VOD 공급을 중단했다.

현재 MBC는 CPS 계약이 종료된 CMB를 상대로 VOD 가격 인상, CPS와 동일한 가입자당 과금 방식 도입, CPS 계약을 맺지 않고 있는 개별 SO에 대

한 VOD 공급 중단 등을 요구하고 있으나 CMB에서는 이를 거부하고 있는 상황이다.

이 때문에 KBS와 MBC, SBS 등 지상파방송 3사에서는 CMB를 상대로 디지털 지상파방송 채널을 포함한 방송 상품 신규 판매 금지를 요구하는 가처분을 신청했으나 법원에서는 각각 결정이 내려졌다. 법원은 CMB가 계약 만료 후에도 종전 CPS 금액을 지급하고 있고, 협상 타결 시 인상분을 소급 정산하겠다는 입장이란 점을 들어 가격을 결정했다고 밝혔다.

한편 MSO 중 CMB를 제외한 딜라이브와 현대 HCN의 경우 이미 지상파 방송사와 CPS 계약을 맺었고, 티브로드와 CJ헬로비전은 현재 막바지 협상을 벌이고 있다.

민서진 seojin@kobeta.com

방송기술용어

클라우드렛 Cloudlet

클라우드렛(Cloudlet)은 흔히 잘 알고 있는 인터넷으로 연결된 데이터 센터, Cloud와 작은 것을 의미하는 점미사 let의 합성어다. 작은 클라우드라는 뜻으로, Follow Me Cloud나 Mobile Micro-cloud라는 이름으로도 알려져 있다.

클라우드렛은 클라우드를 가까이 가져오기 위한 장치라고 할 수 있다. 클라우드는 인터넷

으로 연결돼 확장성과 탄력성이라는 장점을 가지지만 이는 곧 모바일 기기와 데이터 센터가 크게 분리돼 있음을 의미한다. 이에 클라우드렛은 애플의 시리(Siri)나 구글 나우(Google Now)처럼 빠른 반응 시간을 요구하는 상호작용적 모바일 애플리케이션을 빠른 프로비저닝(provisioning)으로 지원한다.

전숙희 sh45@kobeta.com

‘5인 미만 강제 폐간’ 신문법 시행령은 ‘위헌’ 문체부 “해당 조항들 효력 상실” 발표



문화체육관광부가 업계와 학계, 정치권의 강한 반발에도 불구하고 강행한 ‘신문 등의 진흥에 관한 법률(신문법)’ 개정안에 위헌 결정이 내려졌다. 이번 판결로 폐간 위기에 놓였던 소규모 인터넷 언론들은 안도의 한숨을 내쉬게 됐다.

헌법재판소는 10월 27일 신문법 시행령 개정안 중 취재 및 편집 인력 5인을 상시적으로 고용하도록 규정한 조항과 상시 고용 증명 서류(취재 및 편집 인력의 국민연금, 국민건강보험 또는 산업재해보상보험

가입확인서)를 제출해야 인터넷 언론으로 등록할 수 있도록 한 조항을 위헌이라고 결정했다.

문체부는 지난해 11월 19일 인터넷 언론의 등록 요건을 강화한 신문법 개정안을 시행한다고 밝혔다. 이전까지 취재 및 편집 인력 3인을 상시 고용하고 그 명부만 제출하면 등록할 수 있었지만 개정 이후에는 취재 및 편집 인력 5인을 상시 고용하고 증명 서류를 제출해야만 했다. 또 이미 등록한 사업자에게는 1년 동안의 유예기간을 부여한 뒤 2016년 11월 18일까지 개정된 등록 요건을 충족하는 서류를 구비해 다시 등록토록 했다.

문체부는 개정안을 발표하면서 “너무 쉬운 인터넷 신문 등록제로 인해 매년 1,000개씩 늘어나던 인터넷 신문 급증 문제가 이번 개정으로 해소되면 경쟁 심화로 나타났던 선정성 및 유사언론 문제 등이 해결되는 계기가 마련될 것”이라고 주장했으나 업계와 시민사회단체, 학계, 정치권에서는 “현실에 맞지 않는 근거”라며 강하게 반발하고 나섰다.

인터넷 언론사들은 “문체부가 말하고 있는 인터넷 신문의 선정성, 어뷰징 문제와 유사 언론 문제는

5인 이하의 소규모 언론이 아닌 대부분 중대형 언론이 주도하고 있다”며 “대안 언론이나 1인 미디어 등으로 분류되는 소규모 인터넷 언론은 대부분 포털에 검색도 되지 않기 때문에 선정적 보도나 어뷰징을 할 이유가 없다”고 지적했다.

실제로 한국광고주협회의 ‘2015 유사 언론 행위 피해 실태 조사’에서도 5인 이하 소규모 언론의 피해 사례는 거의 없었다. 또한 언론중재위원회가 발표한 2014년 매체 유형별 언론 중재 조정 신청 건수도 이를 뒷받침한다. 언론중재위 통계에 따르면 44.3%에 달하는 8,436건이 인터넷 신문을 상대로 조정 신청을 했는데 이중 독립형 인터넷 신문은 전체의 11.8%인 2,245건에 불과하고 기존 신문사나 방송사의 소위 종속형 인터넷 신문이 32.5%인 6,191건에 달했다.

이에 대해 학계 전문가들은 “어뷰징 문제를 발생시켜온 주범들은 소규모 언론사가 아닌 중대형 언론사들이 운영하고 있는 ‘닷컴’들”이라며 “결국 문체부가 추진하고 있는 개정안의 숨은 의도는 약 6,000여 개에 달하는 인터넷 언론 정리를 통해 언론 통제를 좀 더 쉽게 하려는 것”이라고 말했다.

하지만 이 같은 우려에도 불구하고 문체부는 개정안 시행을 강행했고 결국 인터넷 신문 운영 개인사업자와 임원, 기자, 독자 등 63명은 신문법 시행령 조항이 ‘언론 출판의 자유를 침해한다’며 지난 6월 헌법소원을 냈다.

헌재에서 위헌 결정이 내려지자 문체부는 “신문법 제2조 제1항 제1호 가목, 제4조 제2항 제3호 다목, 라목 및 부칙 제2조에 대해 위헌 결정이 선고됨에 따라 해당 조항의 효력이 상실됐다”고 발표했다. 이어 “‘헌법’ 제21조에 규정된 언론의 자유를 보장하면서 언론계 일각의 광고 강매 등 부작용을 최소화할 수 있는 방안에 대해 언론계를 포함한 국민 여론을 경청할 계획”이라고 덧붙였다.

언론계와 시민사회단체는 헌재의 위헌 판결을 반겼다. 전국언론노동조합은 10월 27일 ‘신문법 시행령 ‘개악’ 제동 건 헌재 결정 환영한다’는 제목의 성명서를 통해 “박근혜 정부가 오로지 ‘통제’에 목적을 두었다는 것을 헌재가 조목조목 지적하고 있다”며 “이번 기회에 누가 헌법을 부정하고 민주주의를 훼손하려고 기획했는지 밝혀내야 한다”고 강조했다.

한국인터넷기자협회와 언론개혁시민연대 역시 성명을 통해 “언론 자유와 국민의 알 권리, 표현의 자유를 침해한 이번 신문법 시행령에 대한 헌재의 위헌 선고는 다시 한 번 그 어떤 정권도, 정치 세력도 언론의 자유와 국민의 알 권리를 제약할 수 없음을 확인한 준엄한 역사적 심판”이라며 “박근혜 정권은 이번 신문법 시행령 개악을 강행했던 청와대 책임자와 문체부 책임자들에 대한 문책 조치를 즉각 시행해야 할 것”이라고 촉구했다.

백선하 baek@kobeta.com

시민이 제안하는 ‘최순실 국정농단’ 10대 의제는? 세월호 참사 7시간부터 공영방송 인사 영향력, 검찰 신뢰 문제까지 종합적으로 다뤄



언론단체 비상시국대책회의는 11월 3일 서울 중구 한국프레스센터 전국언론노동조합 회의실에서 기자회견을 열고 ‘시민이 제안하는 최순실 국정농단 10대 의제’를 발표했다.

전국언론노동조합과 언론개혁시민연대, 민주언론시민연합 등 시민사회단체와 한국방송기술인연합회, 한국PD연합회, 한국기자협회 등 현업 언론단체 등으로 구성된 비상시국대책회의는 “정유라를 비롯한 최순실 친인척의 불필요한 사생활 추

적, 검찰 브리핑만 바라보는 취재, 국회의 수습 방안을 따라가는 보도가 아닌 진정한 ‘시민의 알 권리’를 대신할 언론이 필요하기에 10대 의제를 선정하게 됐다”며 “분류조차 할 수 없는 언론 보도, 쏟아지는 전 방위 의혹, 그리고 흉흉한 음모론까지 떠도는 지금의 국면에서 가장 중요한 역할이 언론에 있다”고 강조했다.

이날 발표된 10대 의제는 △세월호 참사 당일 7시간, 대통령은 무엇을 했는가? △외교 사안에서

대통령은 어디까지 최순실에 의존했는가? △예측할 수 없고 돌발적인 대통령의 대북정책은 최순실의 영향인가? △재벌과 대기업들은 최순실과의 거래에서 무엇을 얻었는가? △최순실, 차은택이 사유화하고 검열한 문화 행정 사업의 끝은 어디인가? △이화여대 정유라 특혜의 배경은 무엇인가? △대통령은 최순실의 청와대 및 공직 인사 개입을 어디까지 허용했는가? △공영방송은 최순실 인사 전환에서 자유로웠는가? △최순실과의 관계에 침묵하는 자 누구인가? △산적인 의혹 규명에 나선 검찰을 과연 믿을 수 있는가? 등이다.

이날 기자회견에 참석한 유경근 4·16 가족협의회 집행위원장은 “피해자 가족과 국민들은 세간에 도는 세월호 참사 연루설에 관한 이야기들에 고통스러워하고 있다”며 “헌 국정과파 사태가 세월호 참사와 연결돼 있다는 의혹이 날날이 밝혀져야 한다”고 말했다.

언론노조 측은 “한 언론보도에서 최순실과 언니인 최순씨씨가 의문의 전화 통화를 했다는 증언이

나왔는데 최순씨씨가 전화를 받은 후 “OO방송국 국장을 같이치워야 한다.,” “PD는 OO로 넣어야 된다.”고 하자 최순씨씨가 밖으로 나가 어딘가 통화를 했다는 것”이라며 “차은택을 통해 문화 콘텐츠 산업까지 쥐고 흔들었다면 청와대의 입김에서 자유롭지 않은 공영방송 지배구조 또한 예외가 아니었을 수 있다”고 지적했다. 이들은 “청와대와 정부 요직에 대한 대통령의 인사권 방임을 생각한다면, 공영방송 인사 또한 ‘권력 비선실세’의 영향력에서 자유로웠는지 의문”이라고 덧붙였다.

마지막으로 언론단체 비상시국대책회의는 “최순실의 귀국에 맞춰 시작된 검찰 수사는 그 시작부터 의심과 불신으로 점철되고 있다”며 “세월호 참사 때 대통령이 사라진 의문의 7시간 만큼 최순실 귀국 이후 검찰 출석까지의 31시간 또한 의문의 시간으로 받아들여지고 있다”고 꼬집었다. 이어 “박근혜-최순실 게이트의 범위와 사안이 넓어질수록 검찰 수사에 대한 언론의 보도에서 세월호 때처럼 ‘질문’은 사라지고 받아쓰기만이 넘쳐날 것”이라며 “검찰 수사에 의문을 던지고 허점을 밝히며 그 한계를 명확히 하는 것이야말로 지금 시국에서 언론이 맡아야 할 첫 번째 임무”라고 촉구했다.

민서진 seojin@kobeta.com

기자수첩

‘순실의 시대’ 대간(臺諫)의 직언을 잇은 공영방송

#역사를 돌이켜보면 국가의 명운이 기울 때마다 간신들이 득세했다. 공민왕 때 김용과 신돈, 연산군 시절 임사홍, 조선 최악의 간신으로 꼽히는 윤원형, 매국노 이완용까지. 왕에게 아첨해 총애를 얻은 뒤 권력을 휘두른 사람은 한둘이 아니나 그 많은 권력자들 중 유독 몇 명만이 간신으로 불리는 것은 권력을 휘두르는 것에 그치지 않고 나라의 안위까지 불안하게 만들었기 때문이다. 그중 윤원형은 <명종실록>을 편찬한 사관조차 “이전 시대의 권력형 간신 중 윤원형만큼 죄악이 하늘까지 닿은 자는 없었다”는 논평을 달 정도로 악랄한 간신으로 평가받고 있다. 누이인 문정왕후를 배후에 두고 권력을 거머쥔 윤원형은 정적들을 내친 후 자신의 사람들로만 조정을 채워 대놓고 뇌물을 받고, 국가의 재산을 멋대로 팔아먹었다. 윤원형의 세가 어찌나 컸던지 왕은 아무것도 하지 못하는 들러리 신세나 다름없었다.

#감시를 받지 않는 권력은 부패하기 마련이다. 신라와 고려, 조선 시대까지 이어진 대간, 감찰, 암행어사 제도는 역사적으로 손에 꼽히는 감사제도 중 하나다. 특히 조선 시대 이르러 완성된 3사 헌부와 사간원, 홍문관은 권력의 독점과 부정 방지를 목적으로 삼고, 왕과 대신들을 감시·견제하면서 직언을 하는 기관으로 자리 잡았다. 이들은 바른말을 하다가 왕의 미움을 사 좌천을 당하거나 극형을 받아도 간언을 멈추지 않았다. <태종실록>에 따르면 사간원은 “만약 간관을 두고서도 그 말을 듣지 아니한다면, 이것은 임금의 스스로 그 이목(耳目)을 막는 것”이라며 간관의 언론을 보장하라고 요청했다. 정도전은 <삼봉집>을 통해 이 같은 대간의 역할을 설명하면서 대간을 맡은 자는 먼저 위엄과 명망을 갖춰야 한다고 말했다. 권력의 독점과 부정을 방지해야 할 자들이 도덕적 권위가 없다면 자신의 역할을 제대로 수행할 수 없기 때문이다.

#박근혜 대통령과 ‘깊은’ 인연을 맺어온 최순실 씨가 저지른 온갖 비리와 국정농단 행태가 잇따라 드러나고 있다. 최순실 게이트의 두 축인 미르와 K스포츠재단의 설립과 운영 과정, 강제 모금부터 대통령 연설문 유출 및 수정, 국가 기밀 문건 유출과 각종 정책 개입, 청와대 참모진 및 장관관 인사 개입 의혹 등이 매일 매일 새로운 내용으로 보도되고 있다. 대통령 탄핵과 하야를 외치는 촛불 앞에서 박 대통령은 고개를 숙였지만 두 번의 사과만으로는 수습될 수 없을 만큼 민심은 악화됐다. 이제 와서 누구를 탓하겠느냐 만든 한 가지만 짚

고 넘어가자면 대통령의 몰락과 대한민국 혼돈에 있어 알고도 모르는 척하고 있었던 참모진들 이른바 문고리 3인방과 십상시, 그리고 ‘대간’의 역할을 제대로 못 한 검찰·공영방송 관계자들 역시 그 책임을 피할 수 없을 것이다.

특히 이번 사건에서 특종을 주도하면서 연일 시청자들로부터 호응을 받고 있는 종합편성채널 JTBC와 극명하게 대립되고 있는 공영방송은 지금이라도 언론의 역할이 무엇인지 다시 한 번 생각해봐야 할 것이다. ‘청와대의 꼭두각시로 전락했다는 탄식이 내부에서 스스럼없이 나오는 지금의 상황이 제대로 된 것인지’, ‘극우 종편 못지않게 정부를 호위하고 눈치만 보다가 기회주의적으로 뒤늦게 특별취재팀을 꾸려 꾸물꾸물 보도에 나서는 것이 과연 공영방송이라고 볼 수 있는 것인지’ 경영진을 포함한 내부 구성원들의 반성이 필요한 시점이다.

백선하 baek@kobeta.com

‘SK텔레콤과 케이블 동등결합 상품’ 내년 1월 나오나? “‘동등결합 가이드라인’ 발표돼야 속도 날 것”

시장 지배력을 놓고 이동통신사들의 치열한 힘겨루기가 이뤄지는 등 시작 전부터 맑그릇 싸움이라는 비판이 나오고 있는 가운데 SK텔레콤과 케이블 간 동등결합 상품이 내년 1월 1일 출시될 전망이다.

관련 업계에 따르면 SK텔레콤과 케이블 업체는 SK텔레콤 온가족플랜 결합상품과 동일한 할인율로 가득을 잡고 결합상품을 내놓는다는 계획이다. 온가족플랜 결합상품은 가족의 이동전화 회선 수(2~5회선)에 비례해 할인 혜택을 제공한다.

이에 대해 케이블 업체 관계자는 “아직 확정된 것은 없고 상품 출시까지 논의해야 할 부분들이 많이 남아 있다”며 “정부의 가이드라인이 나오면 빠르게

진행될 것”이라고 말했다.

통신과 집 전화, 초고속 인터넷, 인터넷TV(IPTV), 인터넷 전화 등 여러 가지 상품을 묶어 각각의 서비스를 따로 가입할 때보다 싸게 판매하는 결합상품은 가입자 유치 효과가 높아 케이블 시장 침체의 주된 원인으로 꼽혀 왔다. 이 때문에 케이블 업체는 케이블과 이동통신사의 상품을 묶는 동등결합으로 가입자 이탈을 막겠다는 전략을 세웠다. 예를 들어 CJ헬로비전의 케이블 방송 상품과 SK텔레콤의 이동전화, 초고속 인터넷을 묶어 판매하겠다는 것이다.

현재 이동통신 시장 1위 사업자인 SK텔레콤은 동등결합 의무 제공 사업자로, 동등결합 제공 요청을

거절하거나 중단할 수 없기 때문에 얼마 전 CJ헬로비전, 티브로드, 딜라이브, 현대 HCN, 울산중앙방송 등이 요청한 동등결합 상품 판매 출시를 받아들였다.

하지만 이동통신 3사 모두 이 상황이 반가울 리 없다. SK텔레콤은 이미 자회사인 SK브로드밴드와의 결합상품을 내놓고 있기 때문에 굳이 케이블과 협상을 할 필요가 없다. 하지만 시장 1위 사업자로서 동등결합을 거부할 수 없기 때문에 어쩔 수 없이 협상을 진행한다는 입장이다.

KT와 LG유플러스는 동등결합 의무 사업자가 아니기 때문에 굳이 케이블과 협상을 할 필요는 없지만 SK텔레콤과 케이블 간 결합상품이 나올 경우 SK텔레콤의 영향력 확대 우려와 가입자 추가 확보 때문에 케이블과의 결합상품을 추진해야만 하는 상황이다. 앞서 LG유플러스가 “동등결합은 SK텔레콤의 시장 지배력을 높이는 역효과를 낼 것”이라며 반대한 것도

이 때문이다. 이에 LG유플러스는 △SK텔레콤 유통망에서 IPTV 외 케이블 상품 판매 △동등결합 시 IPTV와 케이블 판매 수수료 동일 지급 △일정 비율 이상 케이블 결합 의무화 등의 내용을 미래창조과학부가 올해 말까지 발표할 ‘동등결합 가이드라인’에 담아야 한다고 주장하고 있다.

미래부가 준비하고 있는 동등결합 가이드라인에는 판매 방식, 판매 수수료 형평성, 전산 시스템 등 SK텔레콤과 케이블 업체가 부딪힐 수 있는 부분을 중재할 수 있는 내용이 담길 것으로 보인다.

미래부 관계자는 “참여한 사안이 많기 때문에 단순한 가이드라인이라기보다는 어느 정도 구속력이 있는 안을 만들고 있다”며 “완성 시점을 단정할 수 없다”고 말했지만 관련 업계에서는 이달 말 정도가 될 것으로 예상하고 있다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

지상파 UHD 방송 도입, 국내 방송 장비 산업 성장의 기회로 미래부, ‘2016 방송·음향 조명관’, ‘히든 챔피언’ 등으로 적극 지원

내년 2월 세계 최초로 지상파 초고화질(UHD) 방송 도입을 계기로 방송 산업의 대대적인 변화가 예상되는 가운데 국내 미래창조과학부는 방송 장비 산업 활성화를 다양한 프로그램과 정책을 추진한다고 밝혔다.

우선 한국전자정보통신산업진흥회(KEA)가 주관하는 다양한 방송 장비 산업 정책 홍보 행사가 개최된다. 10월 27일부터 28일까지는 ‘2016 방송·음향 조명관’이 서울 삼성동 코엑스 그랜드볼룸에서 진행됐다.

주요 방송 장비 업체 총 19개사가 참여하고 44개의 부스가 구성된 이번 행사에는 ‘UHD·미래 방송 공

동 홍보 존’을 구축해 UHD 방송과 차세대 방송과 관련된 국산 방송 장비 라인업을 방송 관계자 및 일반인 대상으로 홍보했다.

지난 27일에는 ‘2016 ICT 방송 장비 구축·운영 설명회’가 진행돼 공공기관, 교회 등 비방송사 수요자를 대상으로 방송 장비 구축과 설계에 대한 정보를 제공했다. 이로써 방송 장비 구매 담당자의 역량을 제고하고 우수한 국산 장비에 대한 인지도를 개선하는 효과를 거두었다.

또한 28일에는 방송사, 방송 장비 제조업체, 학계 등 다양한 분야의 종사자를 대상으로 ‘UHD·미래

방송 세미나’를 개최했다. 이 세미나에서는 UHD 방송 도입 현황과 YouTube, Netflix 등 OTT, 증강현실(AR), 가상현실(VR) 등 차세대 방송의 모습을 쉽게 이해하고 공유할 수 있는 자리를 마련했다. 더불어 방송 장비 업체의 해외 진출을 지원하기 위한 ‘방송 장비 해외 바이어 초청 수출 상담회’와 디지털방송 시범 서비스 지원 대상국인 캄보디아 방송 관계자를 초청한 워크숍도 함께 진행했다.

한편 미래부와 한국전파진흥협회(RAPA)는 경쟁력 있는 국내 방송 장비 업체를 ‘히든 챔피언’으로 선정하고 해당 기업의 해외 진출을 본격 지원하겠다

고 밝혔다.

이번에 선정된 히든 챔피언은 총 13개 기업으로, 서류 심사과 현장 방문, 최고경영자(CEO) 인터뷰 등의 절차를 거쳐 해외 진출 의지가 높고 발전 가능성이 높은 유망 업체다. 선정된 기업들은 향후 해외 진출 가능성이 높은 국가를 대상으로 경쟁력 있는 국산 장비 라인업을 구성하고 디지털 방송 시범 서비스를 제공해 해외 판로 개척, 브랜드 이미지 제고 등의 지원을 받게 된다.

미래부 관계자는 “UHD 방송 도입을 방송 장비 산업 성장 모델점으로 적극 활용하기 위해 2017년부터는 UHD 분야에 대한 지원을 확대할 것”이라며 “ICT 방송 장비 분야의 내수 시장 활성화와 수출 증가의 돌파구가 마련되길 기대한다”고 말했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

고카페인 커피 우유 TV 광고 제한 오후 5~7시·어린이가 주 시청층인 프로그램 중간 광고 안 돼



카페인이 많이 들어 있는 커피 우유와 카페라테 등의 광고가 11월 23일부터 제한된다.

식품의약품안전처는 위와 같은 내용을 담은 ‘광고 제한 및 금지 대상 고열량·저영양 식품과 고카페인 함유 식품 일부 개정 고시안’을 시행한다고 밝혔다. 이에 따라 고카페인 커피 우유나 초코 우유 등의 광고는 11월 23일부터 오후 5~7시 사이와 어린이가 주 시청 대상인 방송 프로그램의 중간 광고를 할 수 없다.

이번 광고 금지는 에너지 음료인 ‘핫식스’보다 카페인이 5배나 많은 ‘악마의 우유’가 등장하면서 시작됐다. 악마의 우유란 편의점 GS25에서 판매 중인 ‘더진한 커피 담은 커피 우유’를 말한다. 이 제품은 표면에 만화 캐릭터인 스누피가 그려져 있어 일명 스누피 우유라고 불린다.

지난해 10월 출시된 스누피 우유는 입소문을 타면서 품질 현상이 일어날 정도로 화제가 됐는데 온라인에서 부작용을 호소하는 내용의 글들이 게재되면서 또 한 번 주목을 받았다. ‘잠이 오지 않는다’부터 시작해 ‘땀이 부들부들 떨어진다’, ‘손끝과 팔·다리가 떨린다’, ‘식은땀이 난다’, ‘속이 울렁거리고 매스껌다’ 등 스누피 우유의 부작용을 호소하는 글이 끊이지 않고

있으며 심지어 경고문까지 등장했다.

경고문에는 “스누피 우유는 카페인 함량이 매우 높아서 카페인 과잉 섭취로 인한 부작용을 일으킬 수 있으므로 학생들은 마시지 않기를 권한다”며 “식약처에서 19세 이하 청소년 및 어린이들에게 1일 카페인 섭취 허용량으로 체중 1kg당 2.5mg을 권고하고 있는데 스누피 우유의 카페인 함량은 237mg으로 핫식스 1캔의 5배에 달한다”고 적혀 있다.

스누피 우유를 둘러싼 논란이 끊이지 않자 식약처에서는 카페인이 많이 들어 있는 커피 우유와 아이스크림에 대한 광고를 제한하겠다고 나섰다. 식약처는 광고 제한·금지 대상 고카페인 함유 식품의 범위를 확대하는 내용의 개정안을 행정 예고했고, 8월 1일까지 개정안에 대한 의견을 받았다.

식약처는 “2015년 국내 유통 식품의 카페인 함유량을 조사한 결과, 커피류가 449.1mg/kg으로 가장 많았고, 커피 우유나 초콜릿 우유 등 유가공품류가 277.5mg/kg으로 그 뒤를 이었다”며 “특히 커피 우유 등에 든 카페인 함량은 에너지 음료를 포함한 음료류(239mg/kg)나 코코아가공품류 혹은 초콜릿류(231.8mg/kg)보다 많았다”고 설명했다.

카페인 일일 섭취 권고량은 성인 400mg 이하, 임산부 300mg 이하, 어린이·청소년은 체중 1kg당 하루 2.5mg 이하(체중 60kg이면 하루 150mg 이하)로, 체중 60kg의 청소년이 하루 커피 음료 1캔(229mg)과 에너지 음료 1캔(256mg)만 마셔도 각각 88.4mg과 62.1mg의 카페인을 섭취하게 돼 최대 일일 섭취 권고량인 150mg이 넘는다.

식약처의 이 같은 움직임에 방송통신위원회와 한국방송협회는 의견서를 통해 “오후 5~7시는 어린이와 청소년이 방과 후 활동을 하거나 학원에 머무는 경우가 많아 광고 제한의 실효성이 떨어진다”며 “규제 강화 측면이 있어 방송 산업의 콘텐츠 투자 위축을 불러올 소지가 있다”고 지적했지만 식약처는 어린이나 청소년에게 미치는 부작용을 고려했을 때 방통위와 방송협회의 의견은 받아들일 수 없다는 입장을 밝혔다.

백선하 baek@kobeta.com

SBS, 이탈리아 로마에 해외 최초로 ‘콘텐츠관’오픈 <별에서 온 그대>, <런닝맨> 등 킬러 콘텐츠로 채워져

SBS와 주이탈리아한국대사관의 상호 협력으로 마련된 ‘SBS 콘텐츠관’이 10월 26일 이탈리아 로마에 개원한 ‘한국문화원’ 내에 해외 최초로 들어섰다.

SBS 콘텐츠관에는 전 세계에 SBS 콘텐츠의 우수성을 알린 전지현, 김수현 주연의 <별에서 온 그대>는 물론 한석규, 신세경 주연의 명품 사극 <뿌리 깊은 나무> 등 수 많은 드라마 콘텐츠와 <런닝맨>, <정글의 법칙> 등 SBS 예능 킬러 콘텐츠들로 채워졌다.

총 4개의 파트로 마련된 SBS 콘텐츠관은 SBS 프로그램의 하이라이트 영상을 볼 수 있는 ‘영상존’, 한국문화원을 찾은 관람객에게 SBS 콘텐츠의 주요 출연진과 합성 사진을 촬영할 수 있도록 도움을 주는 ‘버추얼 포토존’과 ‘실물 포토존’ 그리고 가상현실(VR) 영상을 체험할 수 있는 ‘VR 체험존’ 등으로 구성됐다. SBS가 야심 차게 준비한 ‘VR 체험존’은 세계 시장에 첫선을 보이는 자리로 한국문화원을

네이버, AR 기술 접목한 웹툰 ‘폰렐’ 선보여 “다양한 기술 시도로 진화하는 웹툰 선보일 것”



네이버가 증강 현실(Augmented Reality, AR)을 접목한 새로운 형식의 공포 웹툰 단편 시리즈 ‘폰렐’을 공개했다. 이번 시리즈는 AR 효과 연출을 위해 네이버 웹툰의 모바일 애플리케이션에서만 제공된다.

10월 23일 밤 공개된 1편 ‘여관 201호’에서는 등장 인물들이 한 명씩 목격하게 되는 귀신 캐릭터가 독자의 바로 앞에 나타나는 것 같은 효과를 연출했다. 마지막 장면에서 독자의 스마트폰 구석에 귀신의 일부 모습이 나타나며 독자가 스마트폰을 움직이면 귀신

캐릭터의 모습이 온전히 나타난다.

네이버는 “사용자의 스마트폰에 내장된 센서 정보를 활용해 스마트폰의 각도에 따라 캐릭터가 보이는 모습을 다르게 설정했다”고 설명했다.

‘폰렐’은 할로윈 시즌에 맞춰 국내는 물론 글로벌 버전인 ‘라인웹툰’의 영어, 대만어, 인도네시아어 버전에도 동시에 공개됐다. 총 3편의 단편으로 구성된 짧은 기획 시리즈로 현재 1편 ‘여관 201호(네이버웹툰)’와 2편 ‘귀신은 없어(포고 작가)’가 업로드됐다. 10월 30일 밤에는 3편 ‘소미귀신(호랑 작가)’이 업로드될 예정이다.

‘귀신은 없어’를 그린 포고 작가는 “웹툰의 기존 형식을 깨는 새로운 시도에 참여한 것이 재미있고 의미 있었다”고 말했다.

김준구 네이버웹툰&웹소설CIC(Company-In-Company) 대표는 “새로운 기술이 콘텐츠 연출의 한계를 극복하는 도구가 되기도 한다”면서 “네이버는 웹툰이 정체되지 않고 계속 진화해갈 수 있도록 다양한 기술적 시도를 하고 있다”고 말했다. 또, “증강 현실 기술을 기반으로 더욱 다양한 콘텐츠가 나올 수 있도록 작가들과 함께 고민해가겠다”고 말했다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

EBS, 강남구 본사 사옥 공개 매각 입찰 신청 11월 25일 오후 4시까지

EBS는 11월 1일 강남구 도곡동 소재 본사 사옥을 공개 매각한다고 밝혔다.

EBS는 오는 2017년 일산 디지털통합사옥 이전을 앞두고, 서울 강남구 대지면적 3,568.5㎡ 규모의 EBS 본사 건물을 한국자산관리공사 전자자산처분시스템 온비드(www.onbid.co.kr)를 통해 전자입찰 방식으로 공개 매각한다고 밝혔다.

입찰 기간은 11월 25일 오후 4시까지이며, 매각 예정 가격은 626억2,894만4,480원이다. 개찰은 11월 28

일 오전 11시에 진행될 예정이다.

EBS 본사 사옥은 대지면적 3,568.5㎡, 연면적 18,491.54㎡의 지하 3층, 지상 7층 건물이다. 지하철 3호선 매봉역과 접한 초역세권으로 교통이 편리하고, 강남지역에서 보기 드문 반듯한 모양의 대형부지라는 이점을 가지고 있다.

입찰과 관련한 자세한 내용은 온비드 홈페이지에서 확인 가능하다.

민서진 seojin@kobeta.com

찾는 이탈리아 국민들에게 SBS 콘텐츠의 우수성을 알리고 한국관광산업에도 일조할 것으로 기대된다.

본관(5층)과 별관(2층) 총면적 2,200㎡ 규모로 세종학당, 리셉션, 한식 강좌실, 예술가 작업실, 기획 전시실 등의 시설을 갖추고 있는 ‘한국문화원’은 지난 1884년 수교 후 꾸준한 우호협력 관계를 유지하고 있는 한국과 이탈리아가 교류하는 실질적인 마당이 될 전망이다.

한편 10월 26일 오후 6시(현지시간)에 열린 한국문화원 개원식에는 김갑수 해외문화홍보원장, 일라리아 보를레티 부이토니 이탈리아 문화유산부 차관, 이용준 이탈리아 대사, 이수명 한국문화원장을

비롯해 한국과 이탈리아의 정관계 및 문화 예술계, 언론계 주요 인사 200여 명이 참석했다.

김갑수 해외문화홍보원장은 이날 축사를 통해 “한국문화원이 쌍방향 교류를 촉진하는 ‘소통과 교류의 창’으로서 역할을 확대해 갈 것으로 기대한다”고 밝혔고, 이용준 이탈리아 대사는 “우리나라를 대표하는 방송사 SBS의 콘텐츠를 한국문화원을 통해 이탈리아 국민들에게 소개할 수 있게 돼 매우 기쁘다”며 “이번 기회가 아직 한류가 크게 확산되지 못한 이탈리아에 방송 한류를 확산시킬 기폭제가 되리라 생각한다”고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

INVITATION

2016

방송기술대상

시상식 및 송년회

2016.11.24

초대합니다

지난 1년 동안 한국방송기술인연합회에 보내주신
관심과 후의에 깊이 감사드립니다.

본 연합회는 매년 격변하는 방송 환경 속에서
투철한 사명감을 바탕으로 방송기술 발전에 크게 기여한
회원 여러분들을 대상으로 ‘방송기술대상’을 시상하고 있습니다.

‘2016 방송기술대상 시상식 및 송년회’에 초청하오니
부디 참석하시어 자리를 빛내주시기 바랍니다.

 한국방송기술인연합회
THE KOREA BROADCASTING ENGINEERS & TECHNICIANS ASSOCIATION

2016년 11월

한국방송기술인연합회장 박종석 드림

일시 및 장소 : 2016.11.24 .목 18시 30분 방송회관 3층 회견장



한국전자전 ‘자동차’를 품다…쉐보레 신제품 ‘볼트EV’ 전시 삼성전자는 ‘체험’으로, LG전자는 ‘올레드 패널’로 시선 확보

국내 최대 규모의 전자·IT 전시회인 ‘한국전자전 (Korea Electronics Show 2016, KES 2016)’이 10월 26일부터 29일까지 4일 동안 서울 삼성동 코엑스 전시장에서 열렸다.

‘창조적 사물이 탄생하는 곳!(Where the Creative Things are!)’이라는 주제로 열린 이번 전시회에는 21개국, 470여 개 업체가 참가했으며, 해외 바이어 3,000여 명을 포함해 약 6만여 명의 국내외 관람객의 발길이 이어졌다.

그동안의 전시회와 가장 큰 차이점은 자동차였다. KES 2016에는 자동차 전시가 추가돼 정보통신기술(ICT) 산업에서 자동차가 빼놓을 수 없는 한 축임을 여실히 드러냈다. 제너럴모터스(GM)는 KES 2016에 전기자동차 ‘볼트EV’를 선보였다. 볼트EV는 쉐보레의 신제품으로 11월에 미국에서 공식 판매를 시작할 예정이다. 1회 충전 주행거리 최대 380Km인 볼트EV는 테슬라의 대항마로 거론되고 있는 차로 관련 업계에선 전기자동차의 대중화 시대를 이끌 것으로 기대하고 있다.

GM은 전시뿐 아니라 기조강연 및 콘퍼런스 발표를 통해 자동차의 미래 기술에 대한 청사진도 내놓았다. 제임스 김 한국GM 사장은 ‘파트너십과 컨버전스가 주도하는 미래’라는 주제로 ICT 산업에서 자동차

산업이 어떤 방향으로 나아갈지 이야기했고, 마틴 머리 GM 전기차 개발 담당 임원은 ‘쉐보레 전기차 포트폴리오 확장’을 주제로, 로열 페독 GM 해외사업 제품 기획 및 프로그램 부문 부사장은 ‘자동차 혁신이 가져올 지속 가능성’을 주제로 각각 강연을 진행했다.

자동차 부품 업체들로 구성된 이른바 ‘자동차 융합 얼라이언스’의 공동관도 눈길을 끌었다. 자동차 융합 얼라이언스는 산자부를 중심으로 지난해 12월 출범한 단체로 초기 6개 업체에서 현재 150여 개 업체로 확대됐으며, 이중 산업 간 융합 모델로 주목을 받고 있다. KES 2016에는 현대모비스, 에스엘, MDS테크놀로지, 캄시스, 캄트로닉스, 세인전장, 엠씨넥스, 티노스, 한양정보통신, 이미지넥스트 등 10개 업체가 참여해 국내 기술 기반 전기차인 코니 자동차(캠시스·네이버 협력)를 비롯해 산타페에 자율 주행 기술을 접목한 차량, 소나타를 전기차로 튜닝한 차량 등을 선보였다.

자동차 전시가 추가됐지만 그래도 KES 2016의 핵심은 국내 최대 가전 업체인 삼성전자와 LG전자의 부스였다. 삼성전자는 기존 전시 행태에서 벗어나 ‘도심 속 테마파크’를 주제로 체험형 전시를 구성했다. 360도 오픈 부스는 어느 방향에서든지 쉽게 접근할

수 있게 했고, 부스 입구에서 쿠폰을 나눠줘 각 코스별로 관람객들이 직접 체험을 할 수 있도록 했다. 관람객들의 열띤 호응을 받은 공간은 최근 많은 주목을 받고 있는 가상현실(VR)이었다. ‘기어 VR’을 착용한 관람객들은 화산이나 도심 속으로 번지 점프를 하거나 산악자전거(MTB) 모터를 타고 산 속을 주행하는 실감 나는 체험을 경험했다.

LG전자는 대형 올레드 패널로 눈길을 사로잡았다. LG전자는 자유자재로 휘어지는 올레드의 특성을 활용해 물결 형태로 휘어진 65형 올레드 패널을 이어 붙여 물결형 사이니지를 선보였다. 또한 올레드 TV와 세탁기, 냉장고, 공기청정기 등 LG 시그니처 전 제품을 한 번에 체험할 수 있는 LG 시그니처 체험존을 마련해 관람객들이 각각의 제품을 직접 사용해 볼 수 있도록 했다.

KES 2016 참석을 위해 인천에서 왔다는 김모씨는 “자동차가 전시돼서 이전보다 화려해졌지만 산업이 많이 융합되는 만큼 전자전을 비롯해 수많은 전시회의 모습이 비슷해지는 것 같다는 생각이 들었다”며 “삼성전자와 LG전자도 9월에 열린 국제가전전시회(IFA)에 선보였던 제품들을 내놓아 딱히 새롭다는 느낌을 받지는 못했다”고 말했다.



KES 2016 관계자는 “이번 행사는 대한민국 전자·IT 산업의 현재와 미래를 조명하고 각각의 산업들이 앞으로 나아갈 방향도 제시하는 장이었다”며 “앞으로도 바이어와 관람객들이 직접 체험해 많은 것을 느낄 수 있는 행사로 준비하겠다”고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

KOSOUND+STAGETECH 2016, 국내 유일의 대규모 음향 시연회 선보여 Prolight+Sound 광저우, ProAudioAsia 관계자 참여해 세계 최신 트렌드 파악의 기회 제공

음향, 무대, 조명, 영상 장비를 총망라하는 전문 공연 산업 전시회인 국제음향·무대·조명·영상산업전 2016(KOSOUND+STAGETECH 2016)이 11월 2일부터 4일까지 3일간 고양시 일산 킨텍스에서 개최됐다.

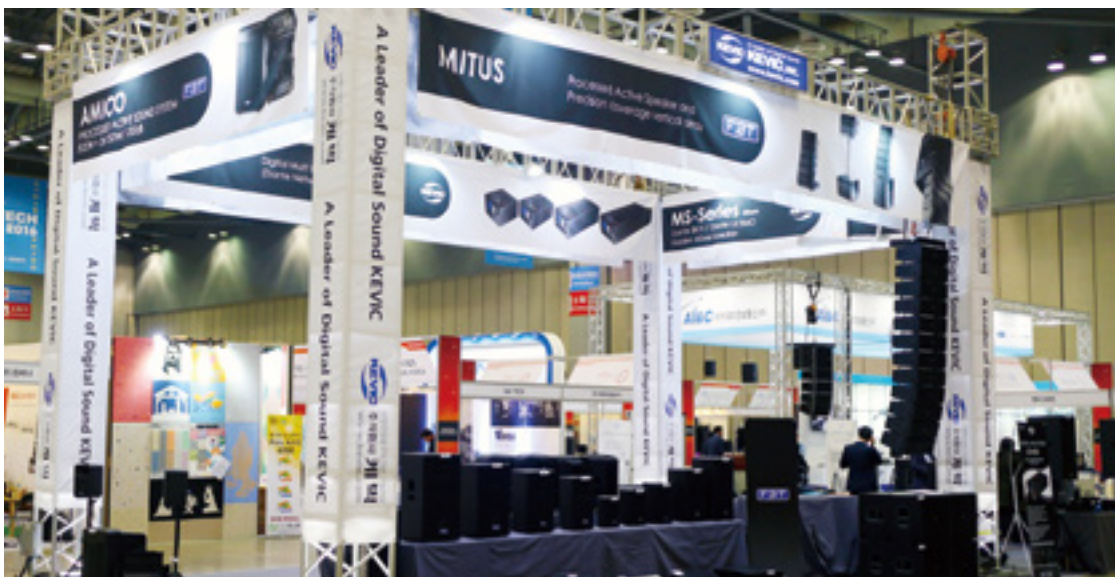
올해로 제14회를 맞이한 KOSOUND+STAGETECH 2016는 중국의 국제 음향·악기·무대·조명 박람회인 ‘Prolight+Sound 광저우’와 오디오 전문 매체인 ‘ProAudioAsia’의 관계자가 참석해 전시 규모가 더욱 커지고 내용이 풍성해졌다. Prolight+Sound 광저우는 중국 내 대형 산업 단지와의 협력 관계를 유지하고 있으며 ProAudioAsia는 아시아의 대표적인 오디오 전문 잡지로, 이에 따라 세계 음향과 공연 산업의 최신 트렌드를 살펴볼 수 있었다.

참여 업체들을 살펴보면 사운드솔루션은 국내에서 많이 사용하는 700MHz 대역에 최적화한 마이크

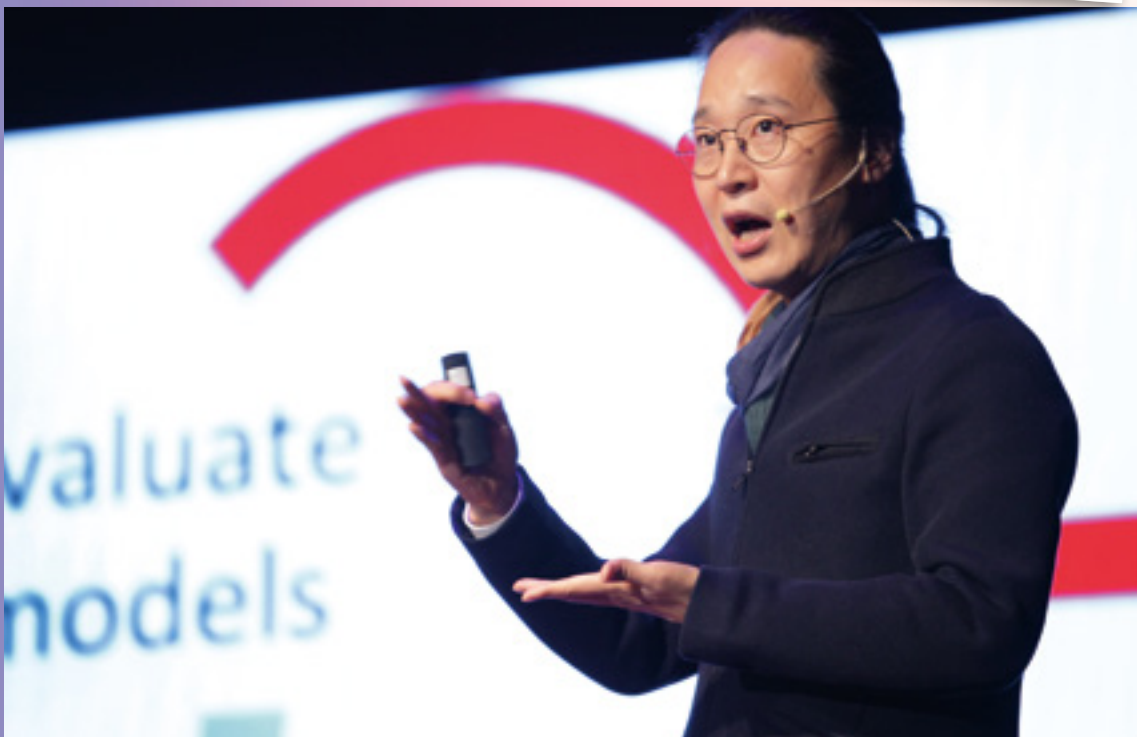
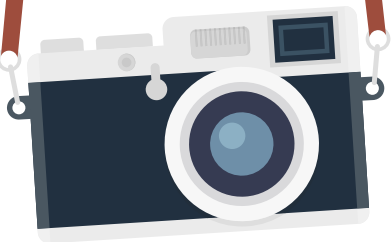
안테나를 특별히 순금으로 제작해 선보였으며, 어코스티क्स는 에스케일 드림 부스를 전시회장에 직접 설치해 균형 잡힌 사운드를 들려줬다. 또한 야마하뮤직코리아는 세미나를 진행해 야마하의 독자적인 기술인 VCM 테크놀로지가 적용된 디지털 믹싱 시스템을 소개했다.

이번 전시회에서 가장 주목받은 것은 국내 유일의 대규모 음향 시연회였다. 다산에스알, 인터엠, 케빅, 디라직 등 여러 업체가 국내외의 다양한 브랜드의 스피커로 회장을 구성하고 차례대로 시연해 한자리에서 소리의 울림을 직접 체험하고 바로 비교할 수 있도록 했다. 특히 시연회장을 전시장과 분리해 시연을 하는 동안 관람객은 시연회에 집중하고, 전시장에서는 소음 없이 효율적인 관람이 가능하도록 했다.

전숙희 sh45@kobeta.com



사진으로 보는 KOα2016



본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

비선허세의 KOC 2016 참석 후기

칼럼



오건식
SBS 뉴미디어개발팀 부국장

로 결과적으로 콘퍼런스에서 정말로 기억에 남는 부분을 위주로 전달할 수 있다고 자부한다. 게다가 수업에 거의 안 나오고도 학점을 따는 세상에 끝날 때까지 자리를 지킨 것이 얼마나 자랑스러운(‘자랑스러운’이라 쓰고 ‘바보스러운’으로 읽는다) 것인가.

콘퍼런스는 1부와 2부로 나뉘어서 진행됐다. ‘Insight 1’과 ‘Insight 2’로 나누었는데, Session은 또 3개로 나뉘어서 무지 복잡해 보이려는 주최 측의 의도를 읽을 수 있었다. 보통 1부에 Session 1과 2, 2부에 또 다른 Session 1과 2로 표기하는데 Insight 1에는 Session 1이, Insight 2에는 Session 2와 3을 배치한 쿠데타적인 구성이 돋보였다.

KOC 2016은 주최 측이 의도하지는 않았겠지만 전체적인 느낌은 ‘인공지능’이었다. 첫 연사인 이민화 KAIST 교수는 ‘4차 미디어 혁명으로 가는 길’이라는 제목으로 강연을 했다. 4차 산업혁명은 모든 것이 연결되고 보다 지능적인 사회로의 변화를 지향한다고 한다. 이 과정을 미디어를 포함한 모든 산업에 동일한 모델을 적용해 설명했다. 빅데이터 수집 및 저장을 하고, 인공지능으로 가치 창출 전략을 세운 후 최적화하고 최종적으로 실행하는 O2O 모델이 그것이다. 로봇과 인공지능에 의해 일자리가 줄어들 것이라는 우려는 O2O 서비스의 확장으로 신규 일자리가 창출돼서 심각하지 않을 것으로 전망했다.

두 번째 강연은 소셜미디어연구소장인 한상기 박사가 ‘인공지능 기술이 갖는 사회적 의미’라는 제목으로 인공지능의 윤리성에 대해 이야기했다. 로봇이나 자율주행자동차 등에서의 윤리성은 머지않은 미래에 벌어질 수 있는 문제이다. 아니 지금도 벌어지는 현상이다. 집에서 사용 중인 로봇이 집을 나가면 어떤 현상이 벌어질 것인가? 로봇에도 팀장 로봇같이 서열이 생길 것인가? 자율주행자동차의 알고리즘은 어떤 원칙으로 피해를 최소화하게끔 코딩될 것인가? 그 외에도 여러 예제를 들어서 인공지능이 만능이 아닐 것임을 보여주었다. 그리고 로봇이나 인공지능에 의해 줄어드는 일자리를 위해서 EU 등에서 거론되는 ‘로봇세(세금)’ 등의 대안을 제시하기도 했다. 처음 2개 강연에서 누구는 일자리가 줄지 않을 것이라고 하고, 누구는 줄어든 것이라고 해서 예측 불확실한 미래를 보여주었다는 점

을 높이 평가하고 싶다.

송길영 다음소프트 부사장은 ‘적응, 그리고 협력’이라는 제목으로 강연을 했다. 우리가 막연히 생각하는 데이터를 진짜 프로 Data Miner들은 어떻게 다루는지를 여행과 관광의 예를 들어서 설명해주었다. 미디어 분야에서는 우리가 막연하게 생각하는 콘텐츠의 장르별 취향을 Netflix는 빅데이터 분석으로 무려 4만 개 이상으로 구분을 지어서 제공한다는 사실로 필자를 쫓게 만들었다. 결정적으로 이러한 AI 발전으로 가장 취약한 직종이 엔지니어라고 얘기하는 ‘필살기’를 선보였다. 아, 확인사살.

박진우 트레저헌터 이사는 ‘MCN 비즈니스의 이해와 MCN 콘텐츠의 특징’에 대해 강연을 해주었다. 2015년 미국의 한 조사에 의하면 CNN을 제일 많이 시청하는 나이는 61세, MSNBC는 63세, FOX는 67세라고 한다면서 10대에서 30대는 MCN 채널을 가장 많이 시청한다고 겁(?)을 주었다. 이 강연 중의 YouTube 시연 영상 코너에서는 콘퍼런스 참가자들이 너무 쇼크 먹을까 봐 일부러 오디오를 묵음 처리(?)해주신 주최 측에 감사를 드린다. 덕분에 본인인 ‘비선실세’ 관련 검색에 더욱 집중할 수 있었다.

VR/AR 관련 강연에는, 서동일 볼레크레이티브 대표가 AR의 산업적 성공 요소에 대해서, 최우철 아이아라 대표가 크레용광 등의 예를 들어서 AR 비즈니스의 세계에 대해서, 한국방송카메라감독협회장이신 김창배 감독은 ‘Frame’이란 주제로 조금은 역사적이면서 철학적인 강연을 해주셨다.

열정적인 강연을 해주신 강사 분들과 이런 자리를 마련해 주신 주최 측에 감사를 드린다. 하지만 ‘비상시국’에 애국심 하나로 똘똘 뭉친 ‘비선허세’ 필자에게는 김치찌개 먹고 싶은데 스테이크가 나온 것 같은 생각이 들었다. 자연산 지능이 인공지능에 밀려나는 미래는 아무래도 암울해 보인다. 자연산이 더 대접받는 헛집만도 못한 미래가 우리를 기다리고 있다고 생각하니.

그래서인지 KOC 2016에서 가장 기억에 남는 것은 이민화 교수의 야재 개그다. “우리나라가 조선 및 반도체 부문에서 두각을 나타낸 이유는?” 정답은 ‘조선반도’에 살아서.. 필자 생각엔 지금은 ‘한반도’에 살아서 반도체 하나만 잘하는 것 같다. #그런데 엔지니어는?

사설

최순실 사태와 공영방송의 역할

JTBC의 ‘최순실 태블릿 PC’ 보도로 촉발된 ‘최순실 사태’는 급기야 공부에 전념해야 할 어린 고등학생들까지 국가의 미래를 걱정하며 시국선언을 할 정도로 큰 실망감과 분노를 낳으며 변화를 요구하고 있다. 이런 현상은 국민들에게 박근혜 정부 비선실세 국정농단 사실을 알린 방송계에서도 커다란 충격과 변화를 일으키고 있다.

최순실 사태 이후 출범 5년에 지나지 않은 JTBC의 ‘뉴스룸’은 9%에 가까운 시청률을 기록하며 ‘뉴스룸’에 대한 시청자들의 신뢰도와 영향력은 나날이 높아지고 있는 반면에, 기존에 보도 의제를 선점해왔던 지상파 3사의 뉴스는 시청률 급락과 함께 신뢰도, 화제성, 권위성에서 나날이 추락하고 있다. 더욱 놀라운 것은 과거의 세월호 사태 등에서 보여준 지상파에 대한 시청자들의 비판과 관심이 금번에는 거의 무시할 만큼 무관심해지고 있다는 것이다.

이렇듯 기존 지상파, 특히 공영방송사들이 이 같은 참담한 상황에 놓인 이유야 여러 가지가 있겠지만 가장 큰 이유는 공영방송사의 명분인 공정성에 대한 지속적인 의문일 것이다. 뿐만 아니라 이번 사태에서 볼 수 있듯이 공영방송사는 이미 의제 설정에서도 뒤처지기 시작했다. 그나마 내부 구성원들의 자성과 참회 속에 공영성 확보를 위한 목소리와 행동이 점차 확대되는 것은 참 다행스럽

다고 볼 수 있다.

또 다른 이유는 제도의 문제다. 11월 7일 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 야3당 의원들이 주장한 ‘공영방송이 권력의 눈치를 보지 않고 바로 서기 위해서는 공영방송 지배구조 개혁이 필수 과제’라는 의견처럼 현재 여권 독자적으로 임명 가능한 사장 선임 구조를 바꿀 필요성이 있다. 정권이 바뀔 때마다 반복되는 편향된 사장 선임 구조로는 공영방송에 제 역할을 기대할 수 없기 때문이다. 금번 사태를 계기로 여야를 떠나 공영언론의 공정성이 담보될 수 있는 제도를 확립해, 공영방송이 실질적인 권력으로부터 독립할 수 있도록 해야 할 것이다.

시청자들도 공영방송을 비난하며 포기하기보다는 제대로 설 수 있도록 좀 더 관심을 가지고 때론 채찍질로 그 역할을 다하게 해줄 필요가 있다. 특히나 근래 들어 만연해지는 상업주의 방송 환경에서 공영방송의 가치와 역할은 반드시 존립돼야 한다.

금번 최순실 사태가 국가 전체적으로 큰 혼란과 자괴감을 일으키고 있고, 공영방송에게는 큰 시련과 정체성 위기가 되고 있지만, 이를 계기로 올바른 제도 정비와 진실을 탐사 전달하는 정정당당한 보도 문화가 만들어진다면, 공영방송은 더 이상 국정농단과 비리가 발붙일 수 없는 투명 사회 실현의 보루가 될 수 있을 것이다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 박종석 편집주간 | 유주열
편집위원 | 허슬기, 김지옥, 남태현,
최권용, 김주형
취재기자 | 백선하, 이진범, 강민정, 민서진,
전숙희
인쇄인 | SJC성전

주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 10층
전화 | 02-3219-5637
트위터 | @kobetajournal
페이스북 | @kobetajournal
홈페이지 | journal.kobeta.com
정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

기사제보 광고문의 02-3219-5637 / kobetajournal@daum.net

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

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