



방송기술저널



신년 특집 ▶ 5면

2017년 방송계 전망과 과제

신년 특집 ▶ 6면

답의 해 방송계 이슈

오피니언 ▶ 7면

[칼럼] 울컥하지 말기

2월 지상파 UHD 본방송 연기되나?

지상파 3사, 지난해 말 본방송 연기 의견서 방통위에 제출 최성준 방통위원장 “일정 연기 신중하게 검토할 것”

올해 2월로 예정돼 있는 지상파 초고화질(UHD) 본방송이 기술적으로 어렵다는 공감대가 확산되고 있는 가운데 방송통신위원회에서도 “정합성 테스트 등에 시간이 더 필요하다”며 지상파 UHD 본방송 일정을 연기할 수도 있음을 시사하는 발언이 나와 관심이 집중되고 있다. 업계에서는 사실상 지상파 UHD 본방송 일정이 연기됐다는 분석이 지배적이다.

1월 6일 방통위와 방송 업계에 따르면 KBS, MBC, SBS 등 지상파방송 3사는 지난해 말 올해 2월로 예정된 지상파 UHD 본방송 서비스를 9월로 연기해야 한다는 의견을 방통위에 제출했다. EBS가 오는 9월 지상파 UHD 본방송을 시작하는 만큼 일정을 맞춰 UHD 본방송을 동시 시작하는 것이다.

지상파 UHD 본방송 일정이 촉박하다는 의견은 지난해부터 끊임없이 지적됐다. 최성준 방통위원장도 지난해 12월 세미나에서 “UHD 본방송을 차질 없이 해내기 위해서는 새로운 채택된 ATSC 3.0 표준 기반의 방송 송출·송신 시설을 안정적으로 구축해야 하고, 이에 맞춰 UHD TV를 적기에 출시해야 하며, 안테나 보급 등 시청자들이 불편 없이 UHD 방송을 직접 수신할 수 있

는 방안도 마련돼야 한다”며 지상파 UHD 방송을 앞두고 여러 가지 현안들이 산적해 있음을 인정했다. 업계와 학계 전문가들도 기술적인 부분, 콘텐츠 수급 문제, 직접 수신 부분 등 지상파 UHD 방송을 위한 준비 전반이 부족한 상황임을 인정했다.

이에 한국방송기술인연합회는 지난해 12월 12일 성명서를 내고 “본방송이 2개월여밖에 남지 않았지만 UHD 방송 제작과 송신 환경이 여전히 불안정하다. 아직까지 UHD 방송과 관련된 장비가 납품되지 않은 것도 있고, 납품된 장비 대부분도 완제품이 아닌 시제품으로 불안정한 상태”라며 지상파 UHD 본방송 일정이 연기돼야 한다고 주장했다. 연합회는 기술적인 준비뿐 아니라 시청자 수신 부분도 문제라고 지적했다.

이들은 “삼성전자와 LG전자가 2014년부터 판매한 UHD TV는 유럽식인 DVB-T2 방식이 적용돼 있기 때문에 별도의 셋톱박스를 설치해야 하는데 아직도 이 비용을 누가 부담할지 정리가 되지 않았다”며 “지상파가 일정에 맞게 UHD 방송을 내보내도 볼 수 있는 시청자가 없다”고 말했다.

방통위 관계자는 “UHD 방송을 송출하는 것은 가능하지만 테스트에 어느 정도의

시간이 필요한 만큼 현 상황이 최적화돼 있지 않은 것은 사실”이라며 “방송 사고 등 정확도 부분을 우려하는 목소리가 있어 어떻게 해야 할지 고민 중”이라고 말했다.

최성준 방통위원장도 1월 5일 업무보고 기자 브리핑 자리에서 “KBS는 공영방송이기에 정부 허가증을 받아야 장비를 발주할 수 있는데 이제야 허가증이 나왔다”며 “UHD 방송을 위해선 장비 발주 후 정합성 테스트도 거쳐야 하는데 현 상황으로는 2월에 원활한 방송이 어려운 상황”이라고 말했다. 이어 “지상파 UHD 본방송 일정 연기를 신중하게 검토할 예정”이라고 말한 뒤 지상파 방송사가 제안한 6개월 연기에 대해선 “정해 놓은 기간이 있는데 그 기간이 무의미할 정도로 무한정 방송 시점을 미루는 것도 안 될 일”이라고 선을 그었다.

관련 업계에선 최 위원장이 지상파 UHD 본방송 일정에 대해 거듭 이야기한 만큼 일정 연기는 사실상 확정됐다는 분석이 나오고 있다. 다만 지상파 방송사가 주장한 대로 오는 9월로 연기될지 아니면 상반기 중 연기로 정리될지는 미지수다. 업계에 따르면 방통위는 이달 안에 지상파 UHD 본방송 일정 검토를 마친다는 계획이다. **백선하 baek@kobeta.com**

신년사



박종석 한국방송기술인연합회장

있도록 수신료 현실화나 광고 규제 완화, 방송발전기금 지원 등의 재정적 지원이 뒷받침돼야 하며, 수신기에 안테나를 내장시켜 전원만 켜면 직접 수신이 가능한 환경을 조성해야 합니다.

존경하는 연합회원 여러분! 미디어 시장이 급변함에 따라 우리 방송기술인의 위상과 업무도 변화하고 있습니다. 기술 발전으로 기존 재래 업무 종사자는 감소하고 있으며, 파일 관리, 빅 데이터 분석 등 새로운 분야로 업무는 점차 확대되고 있습니다. 그러나 업무 재설계에 대한 준비는 아직 부족한 것 같습니다. 방송기술인들의 역할을 한층 더 공고히 하기 위해서는 선도적으로 VR과 AR 등 신규 분야를 개척해야 하고, 전문가로서의 역량을 갖춰나가야 합니다.

앞서 말씀드린 것처럼 올해는 우리 방송기술만이 할 수 있는 지상파 UHD 송출이라는 차세대 서비스가 시작됩니다. 연합회는 이번 기회를 살려 방송기술인들의 위상 강화와 UHD 산업 활성화를 이루고자 합니다. 먼저 UHD 산업 활성화를 위한 각종 세미나와 토론회를 개최할 것이며, 미래 방송 환경을 다양한 각도로 고찰할 수 있도록 월드미디어포럼을 주최하고, NAB-EBU와 같은 해외 단체와의 협력도 강화할 것입니다. 또한 연합회원사의 단합과 소통을 위한 다양한 행사도 준비할 것입니다. 마지막으 방송기술저널을 통해 구체적인 방송 기술 정책을 제시하고, 월간 방송과기술을 내실화해 연합회원들의 목소리를 반영토록 하겠습니다. 또 (사)방송기술교육원을 통해 방송 제작 기술과 송신 시스템, 미래 미디어 기술 등의 교육 과정을 실시해 연합회원 여러분들이 능력을 키워나갈 수 있는 토대를 마련하겠습니다.

올 한해도 작년처럼 저와 집행부, 사무처는 여러분의 손과 발이 되어 견마지로(犬馬之勞)의 수고를 마다하지 않고 열심히 나아갈 것을 약속드리며 여러분의 가정과 직장에 건강과 행운이 언제나 함께하시길 소망합니다. 감사합니다.

전국의 방송기술인 및 독자 여러분 안녕하십니까. 어느덧 2016년 병신년(丙申年) 붉은 원숭이띠가 저물고 2017년 정유년(丁酉年) 붉은 닭띠의 해가 밝았습니다. 붉은 닭의 해 정유년은 견고하고 당당하게 폭발하는 에너지를 의미한다고 합니다. 방송기술인 여러분의 가정에도 견고하고 열정적인 에너지가 가득하길 기원하며, 지혜롭게 목표하신 바 꼭 이루는 한 해가 되길 바랍니다.

전 세계적으로 미디어 시장이 급변하고 있습니다. 방통융합의 시대를 지나 가상현실(VR), 사물인터넷(IOT), 인공지능(AI) 등으로 대표되는 제4차 산업혁명 시대가 도래했습니다. 모든 것들이 융합되고 재창조되는 영역 파괴, 무한 경쟁의 시대를 예고하고 있습니다. 4차 산업혁명으로 미디어 시장이 재편되면 기존의 지상파 방송사 위주의 제작 및 플랫폼 패러다임도 크게 바뀔 것입니다.

◀1월 5일부터 8일까지 미국 라스베이거스에서 열린 소비자가전전시회(CES) 2017에서는 차세대 TV 시장을 둘러싼 삼성전자와 LG전자 그리고 중국 기업들의 치열한 주도권 경쟁이 펼쳐졌다. 삼성전자는 퀀텀닷 발광다이오드(LED)와 유기발광다이오드(OLED) 기술을 내세워 글로벌 TV 시장의 선두권을 유지하려고 했으며, 화웨이·TCL 등의 중국 기업들은 선두권 진입을 위해 다양한 전략 제품들을 선보였다. ©뉴시스



방송통신위원회 2017년 업무보고

지상파 중간 광고? “검토 중”

최성준 방통위원장 “아직 중립적 입장”, “시장 조사 통해 올해 안에 방안 내놓을 것”



방송통신위원회가 지상파 중간 광고 도입을 검토하겠다고 밝혔다. 방통위는 1월 5일 '2017년 주요 업무 계획'을 발표하면서 “광고총량제 이후 방송 광고 시장을 분석하고 시청자와 이해관계자 의견

수렴 등을 종합해 중간 광고를 포함한 광고 제도 전반에 대한 개선 방안을 마련하겠다”고 말했다.

최성준 방통위원장은 “광고 제도 개선에서 가장 중요한 부분은 중간 광고”라며 “아직 중립적인 입장이지만 시장 조사를 통해 구체적인 개선 방안을 내놓겠다”고 말했다.

앞서 정보통신정책연구원(KISDI)은 지난해 12월 26일 ‘광고총량제 도입과 가상 광고 규제 완화가 지상파 TV 방송 광고 부문에 미친 영향 분석’이라는 제목의 보고서를 통해 광고총량제 도입 후 1년 동안 나타난 효과에 대해 발표했다. KISDI는 이 보고서에서 “광고총량제가 도입된 후 12개월 동안 KBS·MBC·SBS 등 지상파 3사에 발생한 매출액 증가 규모는 109억 원으로, 같은 기간 전체 TV 광고 매출의 0.84% 수준”이라고 했다. 이는 광고총

량제 도입 전 KISDI가 추정 예상한 최소 217억 원의 절반 수준이다. KISDI는 “대부분 프로그램에서 광고 공급량이 수요량보다 더 많은 상황”이라며 “광고총량제로 인한 매출액 증가 효과가 소수의 인기 프로그램에서만 제한적으로 나타났다”고 분석했다. 광고총량제의 효과가 거의 없다는 것이다.

이에 대해 한 업계 관계자는 “광고총량제가 도입됐지만 그 효과가 미미하다고 결론이 난 만큼 중간 광고가 도입될 가능성이 높다”며 “방통위도 광고총량제 이후 상황을 분석해 중간 광고 도입을 검토하겠다고 언급한 만큼 도입 의사를 시사한 것이 아니냐”고 강조했다.

방통위의 중간 광고 검토 발언에 종합편성채널의 모기업인 몇몇 신문사들은 “방통위가 정권 교체기를 앞두고 지상파 퍼주기식 정책을 남발하고 있다”며 “과거에도 심야 방송 허용 및 광고 규제 품목 완화 정책 등 지속적으로 지상파 규제 완화책을 추진해왔다”고 지적하고 나섰다.

하지만 학계 전문가들은 “과도한 혜택을 받고 있

는 것은 지상파가 아닌 종편”이라며 “지상파는 칸막이비대칭 규제로 오히려 피해를 보고 있다”는 입장이다. 지난해 말 언론학회 주최로 열린 세미나에 참석한 최민을 고려대 연구교수는 “동일한 경쟁을 하고 있음에도 지상파에만 사회적 역할, 공적 책무성이 강조되고 있는데 이를 수행하고 누릴 수 있는 자격 즉 안정적 재원을 확보할 수 있는 방법은 오히려 제한되고 있다”며 “의무가 강조되면 권리가 늘어나야 하는데 지상파의 권리는 축소되고 있다”고 지적했다. 최 교수는 “지상파의 영향력이 감소한다는 것은 우리 사회 공공 영역의 위축을 의미한다”며 비대칭 규제 문제를 해결해야 한다고 말했다.

한편 방통위는 광고 제도 개선과 함께 콘텐츠 경쟁력 강화를 위해 지상파와 외주제작사, 학계 등의 전문가로 구성된 ‘정책자문단’을 운영하고, 한류 콘텐츠의 해외 진출과 관련된 분쟁 지원을 위해 ‘법률자문단’도 운영하겠다고 밝혔다.

백선하 baek@kobeta.com

“수신료 조정 기구 설치할 것”

“지상파·종편에 대한 투명한 재허가·재승인 심사 진행할 것”
“재난방송 매뉴얼 가이드라인 정비해 효율성 강화할 것”



방송통신위원회가 지난해에 이어 올해도 ‘공영방송 재정 안정화’를 강조했다. 매년 미해결 과제로 남은 수신료 현실화 등 공영방송 재정 안정 문제가 올해에는 해결될 수 있을지 관심이 쏠리고 있다.

최성준 방통위원장은 1월 5일 '2017년 주요 업무 계획'을 발표하면서 “공영방송의 재정 안정화를 위해 수신료 조정 기구를 설치하고, 재정 투명성을 강화할

수 있도록 수신료와 기타 수입을 분리해 회계 처리할 것”이라고 밝혔다. 또한 이를 바탕으로 수신료 백서 발간을 검토할 것이라고 말했다.

방통위는 지난해에도 ‘공영방송 재정연구위원회’를 구성해 공영방송의 재정 현황과 향후 소요 재원 등을 분석하는 역할을 맡길 것이라고 밝힌 바 있다. 최성준 방통위원장은 지난해 9월 KBS와의 인터뷰를 통해 “영국과 일본, 미국, 프랑스, 독일의 제도를 잘 알고 계시는 공영방송 전문가들로 공영방송 재정연구위원회를 구성해 수신료 제도를 논의하고 있다”며 “KBS가 공적 책무를 제대로 수행하기 위해선 재원 구조가 안정돼야 한다고 생각하기 때문에 이 부분을 어떻게 적용할 수 있는지 다양하게 논의할 것”이라고 말했다.

하지만 1년이 지난 지금도 수신료 문제는 제자리걸음이다. 1981년 당시 신문의 월 구독료를 고려해

2,500원으로 책정된 TV 수신료는 현재까지 유지되고 있다. 반면 영국의 BBC는 1981년 이후 24차례나 수신료를 인상해 현재 (연) 24만 6,000원으로 우리나라(3만 원)의 8.2배에 달한다. 국민소득을 감안하더라도 지나친 격차라는 지적이 끊이지 않고 있다. 하지만 수신료 현실화를 반대하는 측에서는 수신료 현실화 이전에 공영방송인 KBS가 정치적 독립성을 유지하고, 공적 서비스 영역을 제대로 감당하기 위한 노력을 먼저 해야 한다며 ‘선(先) 수신료 현실화’에 반대하고 있다. 게다가 박근혜-최순실 게이트로 보도 논란이 일면서 이 같은 반대 주장은 더 공고해지고 있다.

방통위는 “방송의 공적 책임은 방송 서비스의 본질적 가치로 미디어 환경 변화에도 지속적으로 유지·확보돼야 한다”며 “공영방송의 재정 운영을 안정적으로 해 공적 책무가 더 강화될 수 있도록 노력할 것”이라고 말했다.

또 올해 허가 유효 기간이 만료되는 KBS·MBC·SBS 등 지상파와 TV조선·JTBC·채널A·MBN 등 종합편성채널과 보도전문채널에 대해 공정하고 투명한 재허가·재승인 심사를 진행할 것이라고 밝혔다. “대선을 앞두고 불공정 보도 논란이 더 확산될 수 있다,

‘재허가·재승인 심사가 ‘봐주기’로 진행되는 것 아니냐’는 우려가 쏟아지고 있어 이를 불식시키기 위한 것으로 보인다.

이에 대해 학계 전문가들은 “지난 심사에는 종편의 경우 시사·보도 프로그램 등 보도의 비율이 지나치게 높고, 불공정·편파 방송으로 방송통신심의위원회의 지적을 받은 곳이 많음에도 이 같은 내용이 반영되지 않았는데 이번 심사에서는 엄격한 잣대를 들이대야 한다”는 목소리를 내고 있다. 종편이 지상파 못지않은 영향력을 지니게 된 만큼 특혜를 주었던 지난 심사와 달리 철저한 기준을 적용해야 한다는 것이다.

지난해 9월 경주 지진 사태 때 지적된 재난방송 부문에 대한 정책도 밝혔다. 방통위는 신속·정확한 재난방송 체계를 확립하기 위해 재난방송 매뉴얼 가이드라인을 제작해 각 방송사에 배포하기로 했다. 이번에는 기존 가이드라인에 명시되지 않은 종편과 라디오 방송사가 추가된다.

방통위는 “전국의 터널·지하 공간 등 음영 지역의 수신 환경 개선을 위해 지자체·국토부 등과 협의 추진할 것”이라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

통합시청률 올해에는 도입될까?

방통위 “매체별 합산 기준 마련해 올해 안에 도입 추진할 것”
업계 “이해관계 복잡하고, 기술적으로 어려워

방송통신위원회가 통합시청률도 도입 의지를 다시 한번 내비쳤다. 방통위는 1월 5일 '2017년 주요 업무 계획'을 발표하면서 “현재 매체별로 나뉘어 있는 고정형·N-스크린 시청점유율을 합산하는 통합시청점유율 도입 방안을 마련하겠다”며 “고정형 TV와 주문형 비디오(VOD), 스마트폰 등 개별 시청 점유율 합산 기준을 마련한 뒤 전문가 의견을 수렴해 최종 방안을 제시하겠다”고 밝혔다.

통합시청률은 방통위의 해묵은 과제 중 하나다.

전통적인 TV 시청 패턴이 변화하면서 업계의 화두로 떠오른 통합시청률(Integration Rating)은 기존의 TV 시청률뿐 아니라 스마트폰, 태블릿 PC, VOD 등 모든 유형의 시청 형태를 아우르는 시청률을 말한다.

정부와 학계, 업계에서는 몇 년 전부터 통합시청률 도입 필요성에 공감하고 있다. 미디어 환경이 변화하고 있는 만큼 기존의 시청률 측정 방법도 변화해야 한다는 것이다. 하지만 시청률 자체가 광고에

영향을 미치는 만큼 사업자 간 이해관계도 복잡하게 얽혀 있고, 기술적으로 어려운 부분도 많아 아직까지 제대로 된 합산 방법이 나오지 않고 있다. 방통위 역시 수년 전부터 통합시청률을 도입해야 한다고 말하고 있지만 정확한 도입 시점을 언급하지 못하고 있다.

시청자들이 많이 이용하는 VOD를 놓고서도 “본 방송 시청과 달리 빨리 보거나 잠깐, 스킵 등이 가능하고, 한 사람이 여러 번 보는 경우 등이 있어 시청률 개념에 넣기에 문제가 많다”는 의견부터 “VOD는 시청자들이 직접 찾아서 보기 때문에 적극성이 반영된다. 시청률 합산 시 가중을 줘야 한다”는 의견까지 분분한 편이고, 스마트폰 시청률 반영에서도 ‘이러곤 단지 제거’라는 변수 등 기술적으로 어려운

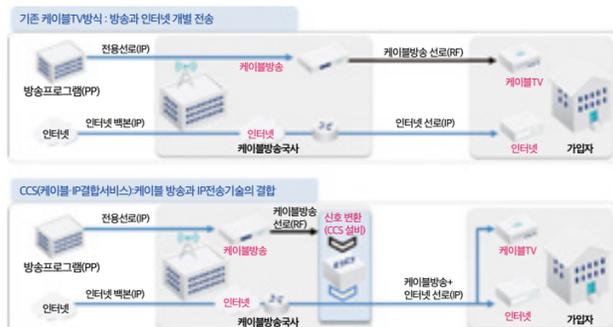
부분들이 계속 생겨나고 있어 쉽지 않은 상황이다.

이 때문에 관련 업계에서는 올해도 통합시청률 도입이 확실치 않다는 의견이 나오고 있다. 방통위에서 “국민들의 변화된 시청 행태를 반영하기 위해 그동안 제한된 기간 동안만 시범 조사했던 통합시청점유율에 대해 12개월로 조사 기간을 확대해 실질적 도입을 위한 구체적인 방안을 제시할 것”이라고 했지만 해결해야 할 과제들이 산적해 있어 최성준 방통위원장 임기 안에 내놓기는 어려울 것이라 분석이다. 이에 대해 한 방통위 관계자는 “현재 통합시청률 도입을 위한 다양한 방법을 조사 중”이라며 “정확한 시점을 밝히기는 어렵지만 최대한 올해 중에 구체적인 방안을 제시할 수 있도록 노력 중”이라고 말했다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

케이블TV와 IPTV, 더욱 모호해지는 경계선

미래부, IP 기반 전송 방식 ‘케이블 융합 솔루션(CCS)’ 승인



CCS 서비스 개념도 ©CJ헬로비전

미래창조과학부가 인터넷멀티미디어방송(IPTV)의 전송 방식을 결합한 인터넷프로토콜(IP) 기반의 전송 방식, ‘케이블 융합 솔루션(CCS)’을 종합유선방송(케이블TV)에 승인함에 따라 케이블TV와 IPTV의 경계가 사라질 것으로 보인다.

CCS는 기존 케이블TV의 방송 신호를 케이블 방식(RF)으로 송신하는 대신 IPTV와 같이 자사의 인터넷망을 통해 인터넷프로토콜(IP) 전송 방식으로 송신하는 새로운 융합형 전송 방식이다. 지난 10월 승인된 KT스카이라이프의 ‘접시 없는 위성방송’(위성+IPTV) 서비스에 이어 두 번째로 승인된 기술 결합 서비스이자 케이블TV가 IPTV 전송 방식을 접목하는 첫 번째 사례다. 지난 10월 말 CJ헬로비전은 영서방송 지역(강

원도 원주·평창 등)에 CCS를 도입하기 위해 기술 결합 서비스 승인을 신청했다. 이에 미래부는 시청자 의견수렴 후 관련 전문가로 심사위원회를 구성해 CCS 제공 계획을 심사했으며, 시청자·이용자 권익 및 공정 경쟁 등의 측면에서 특별한 우려 사항이 없다고 판단해 조건 부가 없이 승인했다. 특히 기존 디지털 케이블TV 서비스와 비교했을 때 전송 방식의 변화만 있을 뿐 시청자가 채널·요금·부가 서비스 등에서 체감하는 차이가 없는 것으로 판단한 것이다. 이번 CCS 승인으로 주파수 부족이라는 케이블TV의 한계를 극복하고 기가인터넷 확대, 양방향 서비스 속도 개선 등 시청자·이용자 편익이 증진될 것으로 기대된다. 또한 방송용·통신용 선로를 이중으로 구축하지 않고 하나의 선로로 유료방송과 기가급 인터넷을 동시에 제공하는 것이 가능해져 망 효율성을 높일 수 있을 것으로 예상된다.

더불어 이번 CCS 승인은 그간 케이블TV 업계가 준비해 온 ‘케이블의 All-IP 전환’의 첫걸음이다. 앞으로 CCS가 시장에 안착하고 케이블 업계 전반으로 확산될 경우, CCS 서비스 이용 가능 지역이 전국적으로 확대될 것으로 예상된다. 현재 세계는 방송과 통신의 융합으로 방송기술이 All-IP 중심으로 수렴하고 있으며, 이에 따라 미디어 관련 제도도 전송 기술의 선택권을 다양하게 보장하는 추세다. 미래부는 이러한 흐름에 따라 여전히 전송 방식별 허가를 엄격히 구분하고 있는 우리나라 유료방송 허가 제도의 문제점을 인식하고 허가 체계의 개편과 통합을 추진해왔다. 향후에는 허가 체계를 완전히 통합해 사업자가 정부 승인 없이 자유롭게 신축하게 기술과 서비스를 다양화할 수 있도록 정책을 추진할 계획이다.

조경식 미래부 방송진흥정책국장은 “세계적으로 케이블TV가 All-IP 환경하에 다양한 서비스 융합을 시도하는 추세를 반영해 혁신과 융합에 걸림돌이 되는 낡은 규제를 과감히 개선하고 다양한 서비스 시도와 투자가 확대되는 환경이 조성될 수 있도록 지속해서 노력하겠다”고 말했다.

전속희 sh45@kobeta.com

방송기술용어

V-커머스 Video-commerce

V-커머스(Video-commerce)는 그 이름에서 알 수 있듯이 T-커머스(Television-commerce)와 유사한 쇼핑 플랫폼이다. 다만 TV에서 모바일 동영상 콘텐츠로 영역이 달라졌다. 하지만 T-커머스의 ‘모바일 버전’이라고 단순히 말할 수는 없다. 모바일이 가지는 휴대성에 더해 다양한 영상 형식에 구애받지 않고 유튜브·목표가 쇼핑인지 영상의 재미인지 알 수 없을 정도다. V-커머스의 궁극적 목적은 쇼핑을 통한 매출 증대지만 그 자체가 하나의 엔터테인먼트적 요소를 갖고 다양한 채널로 무한 확장되고 있는 것이다.

2011년 등장해 미국 V-커머스 1위 업체로 등극한 ‘조이어스(JOYUS)’의 조사에 따르면 V-커머스로 이미지와 텍스트로만 판매할 때보다 5~8배 구매율이 늘어났고 사이트 방문자의 방문 시간이 88% 증가했다고 한다. 온라인 오픈마켓, 소셜 커머스에서도 뷰티 크리에이터를 섭외해 실시간 커뮤니케이션 방송을 하는 등 V-커머스를 활용해 매출이 약 2~5배 상승한 효과를 보였다.

전속희 sh45@kobeta.com

공영방송 지배구조 개선법 언제쯤 통과될까?

법안소위 회부돼도 새누리당 반대하면 통과 어려워 KBS와 MBC 내부 구성원들 '경영진·보도 책임자 반성' 촉구

해가 바뀌었지만 공영방송 지배구조 개선법 등 공영방송을 둘러싼 내외부 갈등은 풀릴 기미를 보이지 않고 있다.

국회 미래창조과학방송통신위원회 여야 간사는 지난해 12월 29일 열린 마지막 전체회의에서 국회에 계류돼 있는 공영방송 지배구조 개선법을 1월 중 법안심사소위원회에 회부키로 했다.

지난해 7월 더불어민주당, 국민의당, 정의당 등 야당과 무소속 의원 160여 명이 공동 발의한 공영방송 지배구조 개선법에는 공영방송 이사진을 여당 7명, 야당 6명 등 13명으로 늘리고, 사장 선임 시 사장추천위원회 설치제적 이사 3분의 2 이상이 찬성을 해야 하는 특별다수제 도입, 사업자 5명과 종사자 5명 동수로 편성위원회 구성, 편성위원회에서 편성책임자 임명 제청 등의 내용이 담겨 있다.

세월호 참사 당시 이정현 전 청와대 홍보수석의 보도 개입부터 박근혜-최순실 게이트로 시작된 공영방송 보도 논란 등 KBS와 MBC를 둘러싼 논란이 끊이지 않자 새누리당과 민주당 등 여야 모두 공영방송 지배구조 개선법을 우선 논의해야 한다는 입장이었지만 11월 중순 새누리당이 갑자기 입장을 변경하면서 공영방송 지배구조 개선법 통과 여부는 안갯속으로 빠져들었다. 새누리당이 공영방송 지배구조 개선법만 빼고 나머지 법안 먼저 법안소위에 넘기자고 주장하면서 미방위의 모든 현안은 공영방송 지배구조 개선법으로 매

물됐고, 지난해 미방위는 결국 법안 논의 0건이라는 불명예를 안게 됐다.

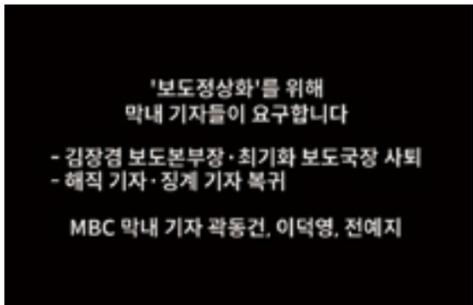
다행히 12월 29일 회의에서 여야 간사가 오는 1월 중 공영방송 지배구조 개선법을 법안소위에 회부키로 합의했다고 하지만 상황은 여전히 만만치 않다.

1월 9일 국회 관계자는 “1월 임시국회 중 공영방송 지배구조 개선법을 처리키로 했지만 이 역시 여전히 불투명하다”며 “야당이 지난해 말 신상진 미방위위원장 사퇴 촉구 결의안을 내면서 법안소위 회부라는 카드를 얻어냈지만 바른정당도 새누리당과 비슷한 입장임을 드러내고 있고, 법안소위 역시 여야 동수이기에 새누리당이 반대하면 어찌할 수 없는 상황”이라고 설명했다.

KBS와 MBC의 내용도 깊어지고 있다. KBS 노동조합과 전국언론노동조합 KBS 본부는 1월 4일 성명서를 통해 “불신임당한 본부장 전원을 교체하라”고 촉구했다. KBS가 지난해 말 보도본부장과 제작기술본부장, 시청자본부장 등 3명의 임원을 교체했지만 양대노조는 “함께 해임됐어야 할 방송본부장이 그대로 유임됐다”며 “불신임당한 본부장 전원을 교체하고, 국장 등 보도 책임자들을 문책, 시청자에게 사과하라”고 요구했다. 이어 “국정농단 사태 속에서 참사 수준의 뉴스로 KBS에 대한 국민의 신뢰를 바닥으로 떨어뜨린 보도 본부의 경우 후임 본부장 인선이 우리를 더욱 분노케 하고 있다”며 “신재민 전 차관 금품수수 보도 누락, ‘위키리크스 폭로 보도 외면’, ‘삼성비자금 특별검사



MBC가 '박근혜-최순실 게이트'를 제대로 보도하기는커녕 오히려 '특검 블랙리스트 월권 수사 논란, 수사 대상 벗어났다?' 등 특검의 발목을 잡는 기사를 내보내는 등 대통령과 최순실을 두둔하고 나서자 결국 막내 기자들이 경영진과 보도 책임자들을 공개 비판하고 나섰다.



아들 삼성 특채 단독보도 불방, '2012년 대선 편파보도' 등 불공정 보도 행위를 일삼은 이선재 전 국장을 보도본부장에 앉힌 것은 고대영 사장이 여전히 국정농단 속 보도 참사에 대해 책임지지 않고 계속해서 최순실과 친박 일당들을 변호하는 뉴스를 계속하겠다는 것으로밖에 보이지 않는다”고 지적했다.

MBC는 막내 기자들이 나섰다. 광동건, 이덕영, 전예지 등 MBC 막내 기자 3명은 1월 4일 밤 유튜브브와 페이스북에 ‘MBC 막내 기자들의 반성문’이라는 제목의 동영상 올렸다. 4분이 안 되는 이 동영상은 제목 그대로 MBC 보도에 대한 반성의 내용이 담겨져 있다.

영상은 지난해 11월 서울 광화문 촛불집회를 취재하던 MBC 취재진이 시민들의 거센 비난을 받는 장면으로 시작한다. 당시 현장에 있던 사회부 3년 차 광동건 기자는 “마이크 테크조차 달지 못하고 실내에 숨어서 중계하는 일까지 벌어졌다”며 “취재 현장에서 우리를 보고 ‘짓어봐’ 하는 분들도 있고, ‘부끄럽지 않냐’고 호통을 치는 분들도 많아 고개를 들고 다닐 수 없었다”고 말했다.

이덕영 기자는 “최근 MBC는 JTBC가 입수한 태블릿 PC의 출처에 대해 끈질기게 보도하고 있다”며 “스스로 ‘최순실 것이 맞다’는 보도를 냈다가 다시 ‘의심된다’고 반복하는 모양새도 우습지만 사실관계조차 확인되지 않은 내용을 추측의 추측으로 기사화하는 현실에 젊은 기자들이 절망하고 있다”고 토로했다. 이어 “뒤늦게 최순실 특별취재팀을 꾸렸지만 한 달도 안 돼 해체했고, 보도본부장은 뉴스데스크 시청률이 애국가 시청률이라는 2%대에 접어든 지금도 오히려 ‘우리가 중심을 잘 잡고 있는 것이라며 간부들을 격려했다’고 말했다.

3명의 기자들은 “왜 진작 나서서 이 사태를 막지 못했냐고, 안에서 누릴 것은 다 누리고 이제 와서 이러냐고 혼내고 욕해도 좋다”며 “다만 MBC가 다시 정상화될 수 있도록 욕하고 비난하는 것을 멈추지 말아 달라”고 요청했다. 그들은 “이 안에서 저희 젊은 기자들이 더 단호하게 맞설 수 있도록 한 번만 힘을 보태 달라”고 호소하면서 김장겸 보도본부장과 최기화 보도국장 등 보도 책임자 사퇴, 해직 및 징계 당한 기자 복귀 등을 사측에 요구했다. 백선하 baek@kobeta.com

‘OBS 조건부 재허가’ 한숨 돌렸지만…30억 원은 어디에서?

방통위, 내년까지 30억 원 자본금 확충 조건 달아

방송통신위원회가 보류했던 OBS에 대한 재허가를 조건부로 의결했다. 재허가 취소라는 고비는 넘겼지만 30억 원 규모의 자본금을 확충하기까지 녹록지 않은 상황이라서 OBS가 어떤 돌파구를 마련할지 귀추가 주목되고 있다.

방통위는 12월 26일 전체회의를 열고 올해 말 허가 유효 기간이 만료되는 OBS에 대한 재허가를 3년 조건부로 의결했다. 다만 내년 12월 31일까지 30억 원 규모의 자본금을 확충하지 않으면 바로 재허가 취소 절차를 밟겠다고 밝혔다. 30억 원은 3년 전 재허가 심사 시 OBS가 약속한 50억 원 증자 계획 중 미이행 금액이다.

앞서 방통위는 지난 12월 14일 전체회의에서 OBS에 대한 재허가를 보류했다. 방통위는 “OBS가 지속적인 경영 악화로 완전자본잡식의 위기에 처해 있으며 향후에도 경영 환경이 개선될 가능성이 낮음에도 불구하고 최대액출자자의 경영 정상화 의지는 미흡한 것으로 드러났다”며 “자본금 확충을 비롯한 유동성 위기 시 최대액출자자의 지원 의지 등을 확인하기 위해

청문을 실시해 구체적인 계획을 확인한 뒤 재허가 여부를 판단키로 했다”고 설명했다.

OBS는 지난 2013년에도 재허가 기준 점수인 650점을 충족하지 못해 재무구조 개선을 위한 구체적인 계획 등을 제출한 뒤 3년 조건부 재허가를 받았다. 당시 OBS는 2014년까지 50억 원 증자, 현금 보유액 87억 원 유지 등을 재허가 조건으로 약속했다. 하지만 재허가 조건으로 내놓은 계획들을 이행하지 못해 최근 방통위가 과징금 4,000만 원을 부과했다. 업계에서는 이 같은 부분이 심사에 반영된 것으로 분석했다. 이후 OBS는 향후 증자 시 최대액출자자가 법이 허용하는 최대한도의 금액 범위 내에서 증자에 참여하는 계획과 회사 경영 위기 시 최대액출자자와 주요 주주 등의 지원 의지를 밝힌 이사회 특별 결의서를 12월 23일 진행된 청문회에 제출했다.

이에 대해 방통위는 “구체성이 결여됐다”며 “최대액출자자의 성실한 이행을 기대하기 어렵다”고 평가했지만 국회와 경인 지역 자치단체장, 지역시민사회단체 등의 건의서, OBS 종사자 등의 방송에 대한 의지, 경

인 지역 시청자의 시청권 보호 측면 등을 종합적으로 고려해 OBS에 대한 재허가를 조건부로 의결키로 했다고 밝혔다.

김재홍 부위원장은 “OBS에 대한 재허가 불허가 마땅하지만 이렇게 되면 당장 OBS 사원 240명이 일자리를 잃고 지역의 유일한 민영 방송사가 없어져 시청자의 공익도 침해된다”며 “향후 1년 동안 유예기간을 두고 정상화를 모색할 수 있도록 하는 게 좋겠다”고 말했다.

관련 업계에서는 회사를 살리기 위한 OBS 구성원들의 노력이 반영된 결과라고 보고 있다. 전국언론노동조합 OBS지부는 12월 20일 오후 3시 서울 중구 프레스센터에서 긴급 토론회를 열고 이 자리에서 OBS 전체 구성원의 퇴직금 55억 원을 출자 전환해 자본 확충에 나서겠다고 밝혔다.

OBS 노조는 “OBS 재허가 청문회를 앞두고 뼈와 살을 깎는 심정으로 다음과 같이 결의한다”며 △OBS 전체 구성원의 퇴직금 55억 원 출자 전환 △경영 실패에 따른 책임과 새로운 투자 유인을 위해 무상감자 실시 △퇴직금 출자 전환을 통한 증자와 대주주 추가 증자 및 신규 투자 유인으로 방통위 재허가 조건 충족이라는 OBS의 회생 방안을 내놓았다.

박철현 OBS 노조 부지부장은 “방통위는 주주의 출

자를 요구하고 있지만 대주주는 방통위가 이익을 낼 수 있는 구조를 보장해주지 않는다면 투자를 못 하겠다고 버티고 있는 상황”이라며 “최악의 경우 방통위가 재허가 거부를 할 수 있고 그렇게 되면 노동자들은 생존권을 잃고 지역 시청자들은 지역 방송을 잃게 되는 상황이 될 수 있기에 우리가 가진 모든 것을 던진다는 각오로 내린 결단”이라고 말했다. 더불어민주당 인천시당도 12월 21일 성명서를 내고 “방통위가 OBS 재허가 결정을 보류한 것은 지역 방송 정책을 포기하는 것”이라며 재허가 승인을 촉구했다.

방통위는 “내년에 30억 원 규모의 자본금 확충을 조건으로 부가했지만 과거 재허가 시 증자 조건을 불완전 이행해 조건을 위반한 전례가 있기에 이번에는 기한 내 증자 조건이 이행되지 않을 경우 법이 정한 절차를 거쳐 허가를 취소키로 했다”며 “향후 OBS가 제출한 계획 및 관련 조건에 대한 이행사항을 철저히 관리감독할 것”이라고 말했다.

이에 대해 한 언론사 관계자는 “광고결합관매비율을 상향 조정해주는 방안 등 정책적 지원 없이는 OBS가 회생할 수 있는 방법이 없다”며 “구성원들이 방송사를 살리겠다고 퇴직금까지 내놓았는데 방통위와 경영진이 아무것도 하지 않는 게 더 이상하지 않느냐”고 말했다. 민서진 seojin@kobeta.com

‘유료방송 발전 방안’ 공개…‘동일 서비스, 동일 규제’ 원칙 적용

소유·겸영 규제는 풀고, 권역 폐지는 연기…반쪽짜리 정책 지적도 있어

2016년 방송계 뜨거운 감자였던 ‘유료방송 발전 방안’이 드디어 공개됐다. 미래창조과학부는 12월 27일 서면으로 열린 제8차 정보통신전략위원회에서 ‘유료방송 발전 방안’ 최종안을 확정했다.

지난 7월 공정거래위원회가 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 인수합병을 최종 불허하자 업계에서는 시장의 불확실성이 가중됐다는 지적이 나오기 시작했고, 미래부는 이를 반영해 케이블과 인터넷TV(IPTV), 위성방송 등 유료방송이 균등 발전할 수 있도록 포괄적인 계획을 세워 발표하겠다고 밝혔다. 미래부가 유료방송발전연구반을 구성하고 연내 발표 방침을 밝히자 관련 업계에서는 케이블 권역 폐지, 재송신 분쟁, 동등 결합 제도 등 논란이 되고 있는 사안에 대한 명확한 방향을 제시할 것이라고 기대했다.

하지만 가장 큰 이슈 중 하나였던 케이블 권역 폐지는 ‘2020년까지 폐지하겠다’가 아니라 ‘장기적 과제’로만 명시됐고 나머지 쟁점 사안에 대해서도 원론적인 이야기만 내놓았다. 물론 사업자 간 소유·겸영 규제를 풀어 자발적인 M&A가 가능토록 한 점은 긍정적인 평가를 받고 있지만 그 외의 이슈에 대해서는 명확한 답변 없이 장기적 과제로 남겨놓아 반쪽짜리 정책이라는 평가가 쏟아지고 있다.

케이블 권역 폐지는 후회해?

이번에 발표된 유료방송 발전 방안은 가장 큰 핵심은 ‘동일 서비스, 동일 규제’ 원칙에 따라 케이블과 IPTV, 위성으로 부여하고 있는 사업 허가를 ‘유료방송’으로 일원화했다는 점이다. 미래부는 “산업적 성장 기반 조성을 위해 케이블과 IPTV, 위성의 사업 허가를 일원화하고, 우

선 케이블에만 부담하던 시설 변경 허가, 준공 검사를 폐지했다”고 말했다. 또 복수 사업 허가를 보유한 복수종합유선방송사업자(MSO) 재허가 심사를 단일 시점에 받을 수 있도록 간소화하기로 했다. 뿐만 아니라 유료방송 사업자 간 소유·겸영 규제를 일원화해 위성의 케이블 지분 소유 33% 규제를 폐지키로 했다. 현재 케이블의 위성 지분 소유는 제한하지 않고 있으며, IPTV와 위성 간 지분 소유 제한도 없다. 미래부 관계자는 “KT가 스카이라이프의 지분 49.99%를 소유할 수 있는 것도 제한이 없기 때문”이라며 위성에만 있는 규제를 폐지키로 했다고 설명했다.

케이블 사업 권역은 디지털 전환 완료 시점에 개편을 추진하되, 지역성 등을 포함한 정책 연구로 구체적 방안을 결정한다는 계획이다. 앞서 유료방송발전연구반이 발표한 ‘유료방송 발전 방안’에는 케이블 권역 폐지 내용이 담겨 있었다. 당초 미래부는 현재 78개의 사업 권역으로 나누어 있는 규제를 2020년까지 폐지하겠다는 입장이었다. 하지만 이 같은 내용이 공개되자 케이블 업계에서는 지역성 훼손을 이유로 반발하고 나섰다. 업계 관계자는 “지역성 훼손을 말하지만 실질적으로는 지역 독점 사업자의 지위를 상실해 케이블의 가치가 떨어질까 우려하는 것”이라며 “유료방송 발전 방안 자체가 M&A가 활성화될 수 있도록 환경을 조성해주는 것인데 여기서 권역이 폐지되면 케이블이 헐값에 매각될 수 있어 반대하는 것”이라고 말했다. 케이블에 이어 합산 규제로 M&A가 어려워 KT까지 반대 입장을 표명하자 미래부는 기존의 입장에서 한발 물러났다.

동등결합은 가이드라인에 따라

결합 상품과 관련된 내용은 이전에 발표된 ‘방송·통신 동등결합 판매 가이드라인(안)’과 맥을 같이 했다. 동등결합 가이드라인을 마련하고, 방송 상품의 불공정한 할인을 예방할 수 있도록 요금 심사도 강화한다는 것이다.

미래부는 12월 13일 동등결합 가이드라인을 공개하고, 관련 업계와 전문가들의 의견을 수렴해 올해 안에 확정할 예정이라고 밝힌 바 있다. 현행법에 따르면 이동통신 시장 1위 사업자인 SK텔레콤은 동등결합을 제공할 의무가 있다. 하지만 그동안 거래 조건, 판매 방식, 전산 시스템 등 케이블 업계와 SK텔레콤이 부딪힐 수 있는 부분에 대한 명확한 내용이 없어 실질적인 시행 단계까지 이르지 못했다. 이에 가이드라인을 만들어 결합 상품을 출시하도록 한다는 계획이다. 미래부가 내놓은 가이드라인에 따르면 동등결합 상품의 할인율은 현재 SK텔레콤 온가족플랜 결합 상품과 동일하게 진행된다.

이에 대해 업계 관계자는 “미래부는 SK텔레콤이 케이블에 동등결합을 제공할 때 자사나 계열사 또는 타 사업자에게 제공하는 것에 비해 할인율 등 거래 조건을 정당할 이유 없이 차별하는 것을 금지했다고 하는데 직간접 차별을 할 수 있는 가능성이 있다”며 “이러한 문제에 대한 대책도 없고, 이동통신사의 결합 상품에 대한 별다른 언급도 없어 아쉬운 부분이 있다”고 말했다.

대가 분쟁은 자율 협상 원칙 유지

유료방송발전연구반이 제안한 로컬 초이스·요금 표시 등의 방안은 언급되지 않았다. 미래부는 지상파 재송신료(CPS) 등의 대가 분쟁은 자율 협상 원칙을 유지하기로 했다고 밝혔다. 다만 공정한 협상을 위해 절차, 정보 제공 등에 관한 가이드라인을 마련시행한다고 덧붙였다.

조경식 미래부 방송진흥정책과장은 “요금 표시제 등의 방안이 논의됐으나 소비자 선택권 문제가 있어 최종안에서 빠졌다”며 “심도 깊게 연구하고 논의한 다음에 추진하겠다”고 말했다.

지상파 채널만 별도의 패키지로 묶어 판매하겠다는 로컬 초이스와 CPS를 표시하는 요금 표시제는 제2차 유료방송 발전 방안 공개 토론회에서 제시된 많은 논란은 불리일런 방안으로 케이블 업계에서 적극 주장하고 있다.

이에 대해 한국방송협회는 “(케이블 업계가) 미국에서 법제화되기도 못한 로컬 초이스를 마치 현재 시행하고 있는 것처럼 왜곡하고, 소비자 단계로부터 소송까지 당한 요금표시제를 마치 시청자를 위한 제도인 양 사실을 호도하고 있다”며 “방송법상 금지 행위에 명백히 해당하는 로컬 초이스는 말할 것도 없고, 요금 표시제 역시 유료방송이 그동안 누려온 이익은 그대로 보존하면서 변칙적인 방식으로 요금을 인상하려는 것”이라고 비판했다.

지상파 관계자 역시 “로컬 초이스와 요금 표시제는 유료방송 사업자가 CPS의 부담을 소비자에게 전가하겠다는 것이고, 합리적인 이유 없이 지상파와 PP를 차별하는 것은 형평성에 어긋난다”며 “형평성 측면에서 이 문제를 다루려면 지상파만 대상이 되는 로컬 초이스가 아닌 모든 채널에 적용되는 알라카르테 방식을 도입해야 한다”고 주장했다.

알라카르테(A-La-Carte, 단품 메뉴)는 여러 채널을 묶어 하나의 서비스로 제공하는 기존의 방식에서 벗어나 각 채널에 대한 시청료를 지불하는 것으로 시청자가 원하는 콘텐츠를 제공한다는 개념에서 출발한 과금 체계다. 알라카르테가 모든 채널을 상대로 진행된다면 로컬 초이스는 지상파만 대상으로 한다는 점이 다르다.

백선하 baek@kobeta.com

지난해 방송 시장은 어땠나?

지난해 광고 시장 약 11조3천억 원...모바일만 '나홀로 성장'

지상파 TV 광고 '전년 대비 14% 감소' 가장 많이 줄어

국내 광고 시장이 지속적으로 하락세를 보이고 있는 가운데 온라인과 모바일 광고 시장만 '나홀로 성장'을 이루고 있는 것으로 나타났다.

한국방송광고진흥공사(코바코)가 1월 4일 공개한 '2016년 방송통신광고비 조사에 따르면 지난해 국내 총

광고비는 11조2,960억 원으로 전년 대비 0.7% 감소했다. 전체 광고 시장 중 방송과 인쇄, 온라인, 옥외 매체로 이뤄진 4대 주요 매체의 광고 매출도 10조9,670억 원으로 2015년 11조3,780억 원 대비 0.6% 감소했다. 이중 방송 광고 매출은 전년 대비 7.4% 감소한 4조1,325억 원에 머

물렀으며, 지상파 TV 광고 매출은 1조6,628억 원으로 전년 대비 14%나 줄어들었다. 신문과 잡지 등 인쇄 매체도 2015년보다 1.9% 감소한 1조9,959억 원을 기록했으며, 옥외 광고도 전년보다 2.1% 감소한 1조9,111억 원을 기록했다. 반면 모바일을 포함한 온라인 광고는 광고

시장 침체에도 불구하고 나홀로 성장한 것으로 나타났다. 모바일 광고 시장은 2015년 1조3,744억 원에서 1조 8,042억 원으로 31.3% 성장했으며, 온라인은 3조7,475억 원으로 전년 대비 9.3% 증가했다.

한편 2017년 광고 시장은 전년보다 1.8% 성장할 것이란 전망이 나왔다. 코바코는 "경기 상승에 대한 기대 심리 등이 반영돼 올해 광고비는 총 11조4,957억 원으로 지난해보다 나아질 것"이라고 내다봤다.

백선하 baek@kobeta.com

IPTV·종편 PP가 방송 시장 이끌며 시장 경쟁 점점 치열

방통위, '2016년도 방송시장경쟁상황평가' 결과 발표

2015년 방송 시장은 시장 경쟁이 활성화된 양상을 보였다. 인터넷TV(IPTV)와 종편 PP를 선두로 전체 규모는 증가했지만 성장 속도는 둔화하면서 집중도가 감소한 것이다.

방송통신위원회는 12월 26일 '2016년도 방송시장 경쟁상황평가' 결과를 발표했다. 이번 결과에 따르면 2015년 방송 시장 전체의 규모는 전년 대비 4.1% 증가했지만, 성장률은 지난 6년간 계속 낮아져 성장 속도가 둔화하고 있다.

시장 규모 증가의 주역은 IPTV와 종편 PP였다. 시장별로 보면 IPTV의 매출은 전년 대비 27.4%(4

천1백억 원) 증가했으며 종편 PP의 매출은 32.5%(1천3백억 원) 증가해 후발 방송사업자가 방송시장 규모 확대를 주도하고 있는 형태다. 반면, 지상파방송의 매출액은 전년 대비 2.4% 증가(958억 원)였으나 매출액 점유율은 감소 추세를 유지했고, 홈쇼핑 PP 매출액은 전년 대비 6.4%(2,222억 원) 감소했다.

유선방송사업자(SO)의 침체는 지속되고 있다. 유료방송플랫폼의 방송사업매출액(4조7,174억 원)이 2014년(4조3,978억 원) 대비 7.3% 증가한 가운데 SO의 매출액(2조2,590억 원) 감소세가 이어지면서

유료방송 시장에서 매출액 비중(47.9%)도 최초로 50% 미만으로 축소됐다. 수신료 매출에서도 2014년(1조6,455억 원) 최초로 IPTV에 추월당한 데 이어 2015년(9,405억 원)에는 전년 대비 11.7%나 감소했고, 셋톱박스·임대료 등을 포함한 가입자 매출(1조 3,385억 원)에서도 최초로 IPTV(1조5,909억 원)에 뒤처졌다.

이런 상황에서 시장의 경쟁은 점점 치열해지고 있는 것으로 나타났다. 시장 집중도를 나타내는 HHI 지수를 살펴보면, 디지털 유료방송 권역별 HHI 평균은 3,244로 작년 3,413에서 하락세를 보였다. 지역별 1위 사업자 점유율이 50% 이상인 구역 수도 22개에서 17개로 감소세가 유지되는 등 경쟁 상황이 개선되고 있으나, IPTV의 강제 속에서 SO의 경쟁력이 약화하고 있다.

HHI 지수의 하락세는 유료방송채널 거래 시장의 집중도, 방송 프로그램 거래 시장의 집중도, 방송 광고 시장의 집중도에서도 모두 하락세를 보이며 방송 시장 전체의 경쟁이 활성화됐음을 보였다.

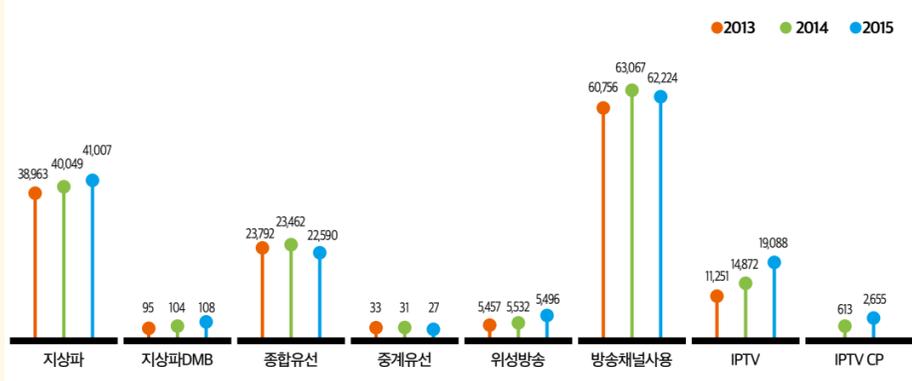
한편, VOD와 OTT 시장은 꾸준한 성장세를 유지하고 있었다. 유료방송이 제공하는 VOD 매출액 규모는 6,380억 원으로 전년 대비 12.4% 증가했고, 이 중 가장 큰 매출액을 낸 콘텐츠는 영화(38.9%)와 지상파 콘텐츠(33.5%)로 압도적인 비중을 보였다.

국내 OTT 서비스 시장 규모는 약 3,178억 원으로 작년 대비 2배 이상 성장했으며, 2016년에는 성장률 53.7%로 4,884억 원 정도의 규모를 기록할 것으로 예상된다.

전숙희 sh45@kobeta.com

2015년 방송 시장 총 매출 15조 3,195억 원...전년 대비 3.7% 증가

미래부·방통위, '2016 방송 산업 실태조사' 결과 발표



미래창조과학부와 방송통신위원회는 2015년 기준 국내 방송 산업 현황을 담은 '2016년 방송 산업 실태조사' 결과를 발표했다. 실태조사는 2015년 말 기준 정부에 등록된 396

개 방송 사업자를 대상으로 △손익·재무 현황 △유료방송 가입자 △종사자 △프로그램 제작·유통 등 방송 산업 관련 다양한 항목을 포함하고 있다. 이번 조사에 따르면 2015년 말 기준 방송 시장의

총 매출 규모는 15조 3천억 원이며, 39% 사업체에 약 3만5천 명의 인력이 종사하고 있다. 방송 매체별로 사업자 수를 살펴보면 지상파 방송사는 강릉 MBC와 삼척MBC가 강원영동MBC로 합병해 1개사가 감소했고, 방송채널사용사업자(PP) 및 중계 유선방송사업자(SO)는 인수·합병, 사업 중단 등으로 감소 추세에 있다.

방송사업자의 매출 현황을 살펴보면 PP(6,2조 원, 홈쇼핑: 3.2조 원 포함), 유료방송(4.7조 원), 지상파(4.1조 원) 순으로 매출이 높게 나타났고, 지상파방송과 IPTV는 광고 수입, 수신료 수입 증가 등으로 전년 대비 매출이 증가한 반면, SO는 수신료 수입 감소, PP는 홈쇼핑 사업자의 수입 감소 등으로 전년 대비 매출이 줄어들었다.

매체별 인력은 PP(1만5천 명, 43.2%), 지상파(1만4천 명, 40.7%), SO(4천5백 명, 12.8%) 순으로 나타났고, 지상파·SO의 인력은 감소한 반면, 공영 홈쇼핑(아임쇼핑)의 신규 진입으로 PP 인력은 증가했다.

2015년 전체 인력 중 방송직(기자, PD, 아나운서,

제작 등) 종사자 수는 약 1만4천 명으로 전년 대비 528명(3.9%)이 증가했다. 아나운서 인력은 2014년 대비 25명 감소한 반면, 신규 홈쇼핑의 시장 진입과 종편의 성장 등으로 기자, PD, 제작 인력 등이 증가한 결과다. 2015년 말 유료방송 가입자 수는 2,827만 명(단체 기준)으로 IPTV 성장세에 힘입어 전년 대비 80만 명(2.9%)이 증가한 것으로 나타났으며, 케이블TV의 8VSB 변조 방식 허용 이후 해당 가입자가 지속해서 증가하고 있다.

2015년도 방송 프로그램의 제작·구매 비용은 약 2조5천억 원으로 전년도에 비해 큰 변화가 없는 것으로 조사됐고, 지상파와 PP의 수출 실적은 전년 대비 3.8% 감소한 약 3억 달러, 수입 총액은 135.5% 증가한 1.4억 달러로 나타났다. 미래부와 방통위는 "이번 조사 결과가 정부 정책 수립뿐만 아니라 방송사업자의 경영 전략 수립과 학계·연구소 등의 학술 연구 등에 광범위하게 활용될 수 있기를 기대한다"며 "방송 산업 통계 조사 개선을 위한 의견 수렴도 상시로 진행할 예정"이라고 말했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

IPTV 결합상품 가입자 최근 4년 새 5배 급증...피해도 ↑

과도한 위약금 부과 문제 빈번하게 발생·소비자 피해 방지 위한 제도 정비 시급해



유료방송 시장에서 인터넷TV(IPTV) 가입자가 빠른 속도로 증가하는 만큼 결합상품에 대한 소비자 민원도 급격하게 증가하고 있는 것으로 나타났다.

'2016년 방송 산업 실태 조사에 따르면 2015년 말 기준 IPTV 가입자는 1,136만 명으로 전년 대비 17.5%(169만 명) 증가해 처음으로 1,000만 명을 돌파

했다. IPTV 가입자가 증가하는 만큼 결합상품에 가입하는 가구도 늘어나고 있다.

정보통신정책연구원(KISDI)이 발간한 'KISDI STAR Report-IPTV 이용 형태 분석 보고서'에 따르면 IPTV 가입 가구 중 약 40%가 '인터넷·이동전화 등의 결합상품 구성 때문에' IPTV를 계속 시청하고 있다고 답했다. 이는 시청자들이 IPTV를 선택하는 주요 이유가 결합상품임을 보여준다. 하지만 결합상품의 가입과 해지, 위약금 등의 문제가 끊이지 않고 있어 근본적인 대책 마련이 필요하다는 이야기가 나오고 있다.

1월 5일 녹색소비자연대 전국협의회 ICT소비자정책연구원이 미래창조과학부로부터 받은 '최근 5년간 IPTV 결합상품 가입자 현황 자료'를 분석한 결과 IPTV와 이동전화가 포함된 결합상품 가입자는 최근 4년 6개월 동안 5.6배 급증했으며, 최근 3개월 동안 1372 소비자상담센터에 접수된 결합상품 민원 역시 1.37%에 달하는 것으로 나타났다.

소비자상담센터에 접수된 민원 중 대부분은 위약금과 관련된 내용이다. 장기 약정 해지에 따른 위약금이 과도하거나 충분한 안내를 받지 못했다는 사례가 대부분이다.

결합상품을 이용하고 있다는 A씨는 "부득이하게 이민을 가게 돼 해지를 요청했는데 반환금을 40만 원 이상 요구한다. 상식적으로 해외 이민의 경우 사업자가 해외 이전 설치를 해주기 어렵기 때문에 반환금 없이 해지가 돼야 하는 게 아니냐"며 억울하다는 입장을 표했다.

B씨의 경우도 별반 다르지 않다. B씨는 "3년 약정으로 결합상품을 사용하고 있는데 이사를 하게 돼 이전 설치를 하게 됐다. 이전 설치를 하는 당일 고객센터 직원이 한 달에 3,000원씩 6개월만 프리미엄 채널을 시청하면 이전 설치비 38,500원이 면제된다고 해서 그렇게 하기로 했는데 다음 달 청구서를 보니 평소보다 40,000원 정도의 요금이 더 나왔다"며 "고객센터로 전화해 물어보니 이전 설치비 면제가 안 돼 있었고 항의를 했으나 몇 주가 지난 지금까지 환불이 안 되고 있다"고 말했다.

이에 대해 소비자고발센터 관계자는 "최근 IPTV

결합상품을 중도 해지하는 과정에서 가입할 때 제대로 듣지 못했던 위약금에 대한 부담 때문에 원치 않는 서비스를 만료일까지 억지로 유지하는 소비자 피해가 늘어나고 있다"면서 "IPTV의 경우 약정 할인 형태의 결합상품이 많은데 이러한 상품은 중도 해지 시 남은 기간에 대한 위약금에 그동안 할인받은 금액을 전부 내놓는 '할인 반환금' 구조를 갖고 있어서 오래 이용할수록 물어내야 하는 총액이 크다"고 지적했다.

전문가들은 "유료방송 시장에서 가입자 확보를 둘러싼 경쟁이 치열해지는 만큼 각각의 유료방송은 가입 과정에서 위약금 상정 문제를 상세히 안내하고, 고지서에 상세히 기록하는 등의 보완책을 마련해 소비자 피해를 줄여야 한다"고 입을 모았다.

녹색소비자연대도 "결합상품 가입 시 요금 할인 부분은 소비자 입장에서 긍정적인 측면도 있지만 가입자 유지 과정에서 장기 약정 계약으로 부담하고 과도한 위약금 부과 문제가 빈번하게 발생하고 있고, 위약금 부분도 충분한 안내가 이뤄지지 않고 있어 소비자 권의 보호 측면에서도 큰 문제가 있다"며 "소비자 피해 방지를 위한 제도 정비가 시급하다"고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

케이블, 올해 '원케이블' 위해 4,700억 투자

VOD 승계, 미디어 커머스, '우리동네 우리방송' 론칭 등 가치 제고 나서

케이블 업계가 '원케이블' 서비스 실현을 위해 올해에 4,700억 원을 투자한다고 밝혔다.

한국케이블TV방송협회 12월 27일 보도자료를 통해 "종합유선방송사업자(SO) 매출액 대비 20%에 해당하는 4,700억 원을 투자해 원케이블 서비스를 실현하고, 전국에 걸쳐 약 400여 명의 신규 인력을 채용하는 등 지역 일자리 창출도 도모할 것"이라고 말했다.

원케이블은 현재 78개의 사업 권역으로 나뉘어 있는 SO가 전국 단위 사업자인 인터넷TV(IPTV)의 규모의 경제를 따라갈 수 없기에 태생적 한계를 극복할 수 있도록 서비스 및 기술을 통합 또는 협업하겠다는 전략으

로 지난 10월 5일 케이블TV비상대책위원회가 발표한 바 있다.

케이블 업계는 원케이블 서비스 실현을 위해 내년 1월 아날로그 방송 종료 시범 사업에 착수한다는 계획이다. 내년 1월부터 시범 사업을 추진해 아날로그 종료 지역을 점차 확대해 나가겠다는 것이다. 현재 케이블 업계는 2018년 2월 평창동계올림픽을 기점으로 디지털 전환 완료(Cut-Off)를 목표로 하고 있다. 협회 관계자는 "아날로그 방송 종료는 SO가 아날로그 채널의 주파수를 활용해 차세대 서비스를 제공할 수 있는 인프라를 확보하는 의미도 크다"며 "성공적인 디지털 전환을 위해 가입

객 유형별로 시청권을 보장하는 방안과 함께 아날로그 가입자 대상 특화 마케팅도 추진할 계획"이라고 말했다.

이사 고객의 불편 중 하나였던 주문형 비디오(VOD) 승계도 가능해진다. 지역성에 바탕을 둔 케이블 산업은 전국을 78개 권역으로 나눠 SO들이 각자의 권역에서만 서비스를 할 수 있도록 해왔다. 이 때문에 다른 지역으로 이사를 가는 가입자들은 서비스를 해지한 뒤 지역 SO로 다시 가입해야 했다. 이에 대해 케이블 업계는 "케이블 가입자가 타 권역으로 이사 가거나 가입 해지 시 사업자가 달라 최근 구매 VOD, 평생 소장 VOD, 월정액 상품 VOD, TV 포인트 사용 등에 제한이 있었는데 현재 진행 중인 프로모션 및 시스템 개발을 거쳐 내년 상반기에는 타 권역으로 이사 가더라도 평생 소장 VOD 등은 계속 이용할 수 있게 된다"고 설명했다.

전통적인 방송 서비스를 넘어 각종 생활 편의 서비스

와 스마트 홈 기반 구축에도 박차를 가할 예정이다. 협회 관계자는 "TV 시청에서 상품 구매까지 가능한 미디어 커머스는 시범 서비스를 거쳐 내년 상반기 내 론칭을 추진 중"이라며 "모바일 쇼핑에 익숙하지 않은 중장년층도 쉽게 서비스를 이용할 수 있어 새로운 시장이 형성될 수 있다"고 기대감을 표했다. 홈 IoT 및 홈 케어 서비스는 내년 상용화를 목표로 KLab을 중심으로 시스템 개발과 인프라 구축 중이다.

전국 케이블 지역 채널이 경쟁력을 강화하기 위해 만든 공동 브랜드 '우리동네 우리방송'도 내년 1월부터 전파를 탄다. 케이블 업계는 공동 브랜드를 알리기 위해 홍보 스포츠 방영, 포스터, SNS 노출 등 홍보에 적극 나선다는 계획이다. 또 공동 브랜드 론칭을 시작으로 지역 기반 채널로서 특화 서비스를 더욱 강화할 예정이다.

백선하 baek@kobeta.com

2017년 방송계 전망과 과제

정유년(丁酉年) 붉은 닭의 우는 소리와 함께 어둠이 끝나고 여명이 밝아오길

2016년은 혼돈(混沌)과 미완(未完)의 해였다. 방송계 뿐 아니라 국가적으로 '다사다난'이라는 단어가 이처럼 어울리는 해가 또 있을까 싶은 정도로 많은 일들이 있었다. 2015년부터 방송계를 뒤흔든 SK텔레콤의 CJ헬로비전 인수합병이 불발되면서 케이블을 비롯한 유료방송 업계는 다시 한 번 휘청거렸고, 전 세계 60여 개국 6,500만 명의 가입자를 확보한 세계 최대 유료 미디어 플랫폼인 넷플릭스의 국내 진출은 예상과 달리 잣속 태풍으로 그쳐 업계 관계자들이 한숨 돌릴 수 있게 됐다. 몇 년 동안 제자리걸음만 하던 지상파 초고화질(UHD) 방송은 복미식 ATSC 3.0으로 표준이 정해지면서 본방송을 향해 속도를 내고 있고, 언론 자유를 놓고 논란이 일었던 '5인 미만 강제 폐간'의 내용을 담은 신문법 시행령은 위헌이라는 판단이 나왔다. 방송계 안팎에서 거론되던 수많은 과제들이 해결된 것 같이 보이지만 사실상 매듭짓지 못한 문제가 더 많다.

'박근혜-최순실 게이트'가 공영방송을 비롯한 언론으로 확산되면서 언론도 공범이라는 반성의 목소리가 흘러나왔지만 공영방송 지배구조 개선법을 비롯한 방송법 개정안은 또다시 안갯속에 빠졌으며, KBS와 MBC 내부 구성원들은 모르쇠로 일관하는 경영진을 향해 '방송 정상화'를 외치며 고군분투(孤軍奮鬪)하고 있다. 몇 년간 지지부진하게 끌고 있는 수신료 현실화와 지상파 중간 광고 허용도 올 한 해 주요 이슈 중 하나가 될 것으로 보이고, SK텔레콤과 CJ헬로비전 M&A 불발로 잠시 주춤했던 이동통신사의 케이블 인수전도 다시 불붙을 것으로 예상된다. 또한 오는 2월로 예정됐던 지상파 UHD 본방송은 기술적인 불완전함과 수신 부분의 문제로 연기될 것으로 보이며 지상파 UHD 방송을 둘러싼 특별법 제정 논란도 일 것으로 전망된다. 지상파와 유료방송 간 재송신 분쟁도 여전할 것으로 보인다. 지난해 미래창조과학부와 방송통신위원회는 지상파 재송신료(CPS)를 둘러싼 해묵은 갈등을 해결하기 위해 '지상파방송 재송신 협상 가이드라인'을 내놓았지만 업계에서는 유명무실하다는 평을 내놓고 있어 이를 둘러싼 분쟁도 끊이지 않을 것이다. 이외에도 여러 가지 이슈들이 논쟁의 중심에 설 것으로 전망된다. 이에 본지에서는 올해 방송계 이슈를 간략하게 짚어보고, 각각의 이슈들이 어떤 방향으로 흘러갈지 살펴보고자 한다.

공영방송 지배구조 개선법' 통과 가능할까?



더민주, 국민의당, 정의당 등 야3당과 무소속 의원 160명은 7월 21일 방송법과 방송문화진흥회법, 방송통신위원회 설치 및 운영에 관한 법률, 한국교육방송공사법 등 4개 법안에 대한 개정안을 공동 발의했다.

지난해 7월 더불어민주당, 국민의당, 정의당 등 야3당과 무소속 의원 160여 명은 공영방송 지배구조 개선법을 공동 발의했다. 이 법안에는 공영방송 이사진을 여당 7명, 야당 6명 등 13명으로 늘리고, 사장 선임 시 사장추천위원회 설치제적 이사 3분의 2 이상이 찬성을 해야 하는 특별다수제 도입, 사업자 5명과 종사자 5명 동수로 편성위원회 구성, 편성위원회에서 편성책임자 임명 제정 등 그동안 공영방송의 정치적 독립을 위해 제안된 방안 중 최소한의 내용이 담겨 있다.

공영방송 지배구조 개선법이 공동 발의됐을 당시 이정현 전 청와대 홍보수석의 세월호 참사 보도 개입 등 KBS와 MBC 보도를 둘러싼 논란이 끊이지 않자 국회 미래창조과학방송통신위원회 소속 여야 의원들은

공영방송 지배구조 개선법을 우선 논의해야 한다는 입장이었지만 11월 중순 여당 소속 의원들이 갑자기 입장을 바꾸었다. 이들은 공영방송 지배구조 개선법을 우선 논의해야 한다는 입장에서 공영방송 지배구조 개선법만 빼고 이야기하자고 주장했다. 이에 민주당을 비롯한 야당 의원들이 강력 반발하며 신상진 미방위원장 사퇴 촉구 결의안을 채택하자 결국 미방위 여야 간사는 마지막 전체회의에서 공영방송 지배구조 개선법 등 현재 계류돼 있는 109개 법안을 1월 중 법안소위에 일괄 회부하기로 합의했다.

하지만 상황은 녹록지 않다. 김한균 전국언론노동조합 위원장과의 만남으로 기대를 걸었던 바른정당은 소속 의원들의 의견이라며 공영방송 지배구조 개선법에 부정적인 입장을 밝혔고, 법안소위에 회부되더라도 새누리당이 반대하면 통과가 어려운 상황이기 때문이다. 가까스로 법안소위를 통과하더라도 캐스팅보트를 쥐게 된 바른정당이 반대 입장을 표한 만큼 공영방송 정상화를 향한 발걸음은 당분간 무거운 수밖에 없게 됐다.

지상파 UHD 본방송 일정 연기·과연 몇 월로? UHD 특별법 제정은?



UHD KOREA가 2016년 11월 25일부터 12월 5일까지 한국리서처에 의뢰해 전국 만20세~만69세 성인 남녀 1,001명을 상대로 실시한 여론 조사에 따르면 응답자의 80.1%가 '안테나 내장형 UHD TV를 출시할 필요가 있다'고 답했다.

최근 방송통신위원회에서 "지상파 UHD 본방송을 위한 정합성 테스트 등에 시간이 더 필요하다"는 의견이 제기됐다. 최성준 방통위원장은 1월 5일 업무 보고 기자 브리핑 자리에서 "KBS는 공영방송이기 때문에 정부 허가증을 받아야 장비를 발주할 수 있는데 이제야 허가증이 나왔다"며 "UHD 방송을 위해선 장비 발주 후 정합성 테스트도 거쳐야 하는데 현 상황으로는 2월에 원활한 방송이 어려운 상황"이라고 말했다. 사실상 지상파 UHD 본방송 일정을 연기해야 한다는 것을 간접적으로 드러낸 것으로 파악된다.

한국방송기술인연합회를 비롯한 관련 업계와 학계에서는 그동안 '2월 지상파 UHD 본방송이 어렵다'는 의견을 여러 차례 피력했다. 한 방송사 관계자는 "각 방송사별로 카메라, 편집 시설 등 최소한의 시설로 준비 중이고, 장비는 시장 미성숙으로 대부분이 프로토타입 수준"이라고 말했다. 송신 시설도 별반 다르지 않다. 미국에서 ATSC 3.0 표준 확정이 지연되면서 관련 제품 출시 시기도 지연되고 있기 때문이다. 시청자 수신 문제, 내장 안테나 장착 문제, 콘텐츠 제작 관련 재원 확보 문제 등 기술적 부분 외에도 해결해야 할 문제들이 산더미처럼 쌓여 있다. 하지만 본방송을 보름 정도 남겨 놓은 지금까지도 제대로 처리된 게 없다. 삼성전자와 LG전자는 여전히 셋톱박스 비용, 내장 안테나 장착 등에 대한 답변을 내놓지 않고 있고, 정부도 UHD 특별법 제정 등 UHD 방송 및 시장 활성화를 위한 대책을 마련하지 않고 있다.

방통위 '지상파 중간 광고 허용' 시사?

중간 광고를 바라보는 시청자와 학계의 시각이 매년 달라지고 있다. 과거에 진행된 설문조사에서는 90% 정도가 중간 광고를 반대했다면 최근 진행된 설문조사에서는 최소 30%에서 많게는 절반 가까이 중간 광고

를 찬성하고 있다. 특히 시청자들은 중간 광고의 수익이 어린이나 교양, 다큐멘터리 등 다양한 공익적인 프로그램 제작으로 이어진다면 광고로 발생하는 시청 불만을 감수할 수 있다는 뜻을 드러냈다. 물론 여전히 반대하는 입장도 있지만 과거와 비교해보면 중간 광고에 대한 인식이 상당 부분 개선된 것을 알 수 있다. 학계와 시민사회단체도 마찬가지다. 이들은 지상파와 종합편성채널, 유료방송 등의 칸막이 규제가 무의미한 시대가 왔으며 지상파에만 가해진 규제 장벽을 철폐해야 한다고 주장한다. 지상파의 영향력이 예년 같지 않고 해마다 그 영향력이 감소해 별 차이가 없는 만큼 지상파에만 가해지는 규제를 없애야 한다는 것이다.

방통위도 이 같은 변화를 받아들여 최근 중간 광고 허용을 검토하겠다는 뜻을 밝혔다. 방통위는 1월 5일 '2017년 주요 업무 계획'을 발표하면서 "광고총량제 이후 방송 광고 시장을 분석하고 시청자와 이해관계자의 의견 수렴 등을 종합해 중간 광고를 포함한 광고 제도 전반에 대한 개선 방안을 마련하겠다"고 말했다. 관련 업계에서는 광고총량제의 효과가 미미한 만큼 올해는 중간 광고가 도입될 가능성이 높다고 분석하고 있다. 물론 방통위의 이 같은 발언에 종편의 모기업인 주요 신문사들은 "방통위가 지상파 퍼주기식 정책을 남발하고 있다"며 반발하고 있으나 최근 몇 년 사이 지상파와 종편, 케이블의 영향력 변화 추이를 본다면 이들의 주장은 어불성설(語不成說)임을 알 수 있다.

수신료 현실화 도대체 언제까지 기다려야 하나



©화면캡처

지난해 공영방송의 보도 논란이 일면서 잠시 주춤했던 수신료 현실화가 올해는 또다시 수면 위로 떠오를 것으로 보인다. 우리나라는 1981년 당시 신문의 월 구독료를 고려해 책정된 2,500원이라는 수신료가 30년 넘게 그대로 유지되고 있다. 반면 영국의 BBC는 1981년 이후 24차례나 수신료를 인상해 현재 24만 6,000원으로 우리나라(3만 원)의 8.2배에 달한다. 국민소득을 감안하더라도 지나친 격차다. 이 때문에 지난 10여 년간 수신료를 현실화해야 한다는 목소리가 끊이지 않았다. KBS와 EBS를 비롯해 수신료 현실화를 주장하고 있는 진영은 매체 환경이 급변할수록 공공 서비스를 안정화시키고, 국민의 알 권리를 진정된 의미에서 보호해야 하기 때문에 수신료를 현실화해 공영방송을 정상화시켜야 한다고 주장하고 있다. 반면 시민사회단체를 중심으로 한 반대 진영은 지배구조 개선과 보도 정상화, 수신료산정위원회 등 독립 기구 설치, 수신료에 대한 투명한 회계 관리 등이 선행돼야 수신료 현실화를 할 수 있다며 '선(先) 수신료 현실화에 반대하고 있다. 올해도 이처럼 닭이 먼저냐, 달걀이 먼저냐는 식의 논의가 되풀이될 것으로 보인다. 다만 공영방송 지배구조 개선법이 통과된다면 이전보다는 수신료 현실화의 가능성이 높아질 수 있다는 기대의 목소리도 나오고 있다.

종편 재송신 앞두고 특혜 회수 목소리 커져



종편의 방송 승인 유효 기간이 대부분 올해 3월 만료됨에 따라 종편에게 주어진 특혜를 환수하고, 투명하고 엄격한 심사를 해야 한다는 목소리가 거세지고 있다.

방통위가 지난해 확정된 종편의 심사기준은 △방송 평가위원회 방송 평가(400점) △방송의 공적 책임·공정성의 실현 가능성 및 지역사회·문화적 필요성(210점) △방송 프로그램의 기획·편성·제작 및 공익성 확보 계획의 적절성(190점) △경영·재정·기술적 능력(100점) △방송 발전을 위한 지원 계획의 이행 및 방송법령 등 준수 여부(100점) △기타 사업 수행에 필요한 사항 등 6개 심사사항 14개 항목이다. 지난 2014년 첫 심사 때 9개 심사사항 17개 항목에서 정비된 안이다. 총점 1000점 가운데 650점을 넘겨야 하고, 이를 확보한 사업자도 공적 책임과 공익성 항목에서 50%를 넘겨야 한다.

관련 업계와 학계, 시민사회단체에서는 현재 종편의 사회적 영향력, 시청률, 매출 등을 고려할 때, 1사1립 등 기존에 주었던 특혜를 회수함과 동시에 엄격한 기준을 적용한 심사를 진행해야 한다고 주장한다. 특히 MBN 미디어랩 광고 영업 일지 공개로 종편의 탈법·불법적 광고 영업 행태가 드러난 만큼 미디어랩 체제는 손을 봐야 하는 것이냐는 주장이 거세지고 있다. 물론 지난해와 마찬가지로 무늬에 불과한 심사가 될 것이란 전망이 우세하지만 손익분기점도 넘었고, 박근혜-최순실 게이트 등 사회적 이슈에 대한 영향력도 지상파 못지않게 증대된 만큼 이번에는 성장한 종편에 걸맞은 심사가 진행돼야 하지 않겠느냐는 의견이 적지 않아 방통위가 어떤 입장을 취할지 관심이 집중되고 있다.

꺼지지 않은 M&A 불씨...거대 미디어 기업 나오나



이동통신 사업자들의 케이블 인수전도 다시 시작될 것으로 보인다. 지난해 공정거래위원회가 SK텔레콤과 CJ헬로비전의 M&A를 불허하면서 미디어 시장의 M&A가 잠잠해지는 듯했지만 제8차 정보통신전략위원회에서 유료방송 사업자 간 소유·겸영 규제를 일원화하고, 주무부처인 미래부와 방통위에서도 M&A를 할 수 있는 환경으로 정책을 추진하고 있어 올 한 해 미디어 업계의 M&A가 다시 불붙을 것이란 전망이 우세하고 있다.

우선 지난해 M&A를 추진했던 SK텔레콤과 통합방송법 통과 이후 M&A를 추진하겠다고 선언한 LG유플러스가 케이블 인수에 적극 뛰어들 것으로 예상된다. 지난해 말 SK텔레콤의 새 수장 자리에 오른 박정호 사장은 한국이동통신 인수, 하이닉스 반도체 인수 등 SK그룹의 굵직한 인수 거래를 주도한 대표적인 M&A 전문가로 꼽히고 있다. 한 업계 관계자는 "박 사장이 SK텔레콤 수장으로 왔다는 것은 SK텔레콤이 M&A를 적극 추진할 것"이라며 "올 한 해 SK텔레콤은 M&A에 모든 것을 쏟아부을 것"이라고 말했다. 권회장은 "국회에 계류 중인 통합방송법에서 IPTV 사업자가 케이블 업체를 인수할 근거가 마련된다면 M&A를 긍정적으로 검토하겠다"며 "통합방송법 제정 후 미래부, 방통위 등 관련 부처와 협의를 거쳐 공정하고 적법하게 진행할 계획"이라고 말했다.

정리 백선하 baek@kobeta.com



닭의 해 방송계 이슈



지상파 DMB 분방송 개국 (2005.12.01.)



KBS 2TV와 MBC TV 컬러방송 실시(1981.01.01)



MBC 정동 사옥 준공 (1969.08.01.)



MBC TV 개국 기념 전야제 ©국가기록원



미 군정 아래 방송 기구 개편

2017년 정유년의 새해가 밝았다. 10간의 정(丁)은 불의 기운을 상징하고 12지의 유(酉)는 닭을 의미한다. 즉 불처럼 타고르는 붉은 닭의 해인 것이다. 닭은 새벽녘 우렁찬 울음소리로 새로운 날을 알리며 새로운 시작을 의미하는 동물이다.

유난히 다사다난했던 지난해를 돌아켜보면 지금이 바로 새롭게 시작할 적기가 아닌가 한다. 만물과 영혼이 붉은 닭의 울음소리에 희망차게 깨어나길 바라며 닭의 해 방송계 이슈를 정리해봤다.

2004년 을유년

지상파 DMB 분방송 개국 (2005.12.01.)

2005년 12월 1일 지상파 DMB 방송을 세계 최초로 시작하면서 본격적인 디지털 방송시대를 열었다. KBS의 'U-KBS', MBC의 'my MBC', SBS의 'SBS @', YTN DMB의 '@YTN'이 본방송을 시작하고, KBS 2TV를 위탁 방영하는 U미디어는 같은 날 시범 방송을 시작했다.

이 밖에 사업자별로 2, 3개의 라디오 채널과 날씨·주가 등 생활 정보를 문자나 그림으로 전송하는 1, 2개의 데이터 방송을 포함해 총 21개 채널이 서비스됐다. 지상파 DMB는 우리나라 자체 기술로 개발돼 독일, 중국, 멕시코 등 전 세계에 수출한 최초의 방송 서비스다.

지상파 평일 낮 방송 개시 (2005.12.01.)

지상파방송 운용의 자율성 강화를 위해 방송 운용 시간을 단계적으로 확대하기로 하면서 그 1단계로 평일 낮 시간대, 12시부터 16시까지 낮 방송이 허용됐다. 케이블TV 업계와 PP로부터 지상파의 광고 시장 독점화, 프로그램의 질적 저하 등을 이유로 반발이 있었지만, 소외계층과 약자를 위한 공익성 강화라는 목표를 인정받아 2005년 12월 1일 평일 낮 방송을 시작했다.

1993년 계유년

SBS, AM 라디오 스테레오 방송 시작 (1993.07.01.)

SBS는 1993년 7월 1일 국내 최초이자 유일의 AM 라디오 스테레오 방송을 시작했다. AM 스테레오 방송은 FM 방송에 비해 청취 범위가 넓고 전파장애를 적게 받는다는 장점이 있으나 별도의 AM 스테레오 전용 수신기를 마련해야 했다.

디지털 방송을 위한 대연합(Grand Alliance) 결성 (1993.05)

HDTV 개발 및 디지털 방송 기술 규제 제정을 위해 1993년 5월 미국에서는 7사가 대연합(Grand Alliance)을 결성했다. 이후 시스템 개발과 실험 단계를 거쳐 표준 방식을 마련했다.

1981년 신유년

KBS 2TV와 MBC TV 컬러방송 실시(1981.01.01)

1980년 KBS 1TV를 기점으로 시작한 컬러 방송이 1981년 KBS 2TV와 MBC TV로 이어지면서 본격적인 컬러 방송 시대로 접어들었다.

KBS 3TV 정식 개국 (1981.02.02.)

정부의 언론통폐합 및 과외 금지 조치로 인해 1980년 KBS가 텔레비전의 교육 채널인 제3TV를 1981년 2월 2일 개국하면서 우리 방송계에는 TV 교육 전담 채널 도입이라는 큰 변화가 일어났다. KBS 3TV는 1990년 한국교육개발원으로 운영 주체가 넘어가면서 EBS로 분리된다.

1969년 기유년

TV 학교방송 개시 (1969.05.05.)

대한민국 교육방송의 시초는 KBS가 교사를 대상으로 매일 15분씩 방송한 <라디오 학교>로 그 TV 버전이라 할 수 있는 <TV 학교방송>이 1969년 5월 6일 방송을 시작했다.

KBS, 첫 번째 일일 연속극 방영 (1969.05.21.)

KBS는 첫 번째 일일 연속극인 <신부1년생>을 방송 시작했다. 이전에 TBC에서 일일 연속극을 시도했다가 도중에 중단한 전적이 있었기 때문에 도전적인 시도였다. 임희재가 극본을, 이남섭이 연출을 맡은 <신부1년생>은 총 30회 방송으로 노력에 비해 만족스럽지 않은 결과를 맞았다. 그러나 이러한 시도와 도전 덕분에 1970년대에 이르러 방송국은 선풍적 인기를 얻을 수 있었다.

MBC 정동 사옥 준공 (1969.08.01.)

1969년 8월 1일 정동 사옥을 준공하면서 MBC는 발상지인 인사동 사옥을 떠나 정동 사옥으로 이전했다. 정동 사옥의 설계자는 김수근으로 TV 개국을 위해 건설한 사옥이다. 1986년 여의도 사옥으로 이전하기 전까지 경향신문과 함께 사용했으며 3개의 스튜디오가 있었고 저층부에는 경향신문과 MBC 편집국·보도국·TV 및 라디오 스튜디오·촬영실이, 고층부에는 문화관광호텔이 있는 복합 문화 미디어 공간이었다. 지금 이 사옥은 경향신문이 사용 중이다.

MBC TV 개국 (1969.08.08.)

1961년 라디오 방송국으로 개국한 MBC는 1969년 8월 8일 호출부호 HLAC-TV, 2kW의 출력으로 TV 방송을 개국했다. MBC TV의 개국은 약 5년간 이어진 공·민영 2원 체제(KBS:TBC)에 새로운 변수를 던지며 TV 방송 편성에 큰 변화를 가져왔다. 본격적인 TV 경쟁 시대가 막을 올린 것이다. 개국 당시 MBC는 교육 방송으로 허가받았으나 1년도 채 못 돼 종합편성을 단행했다.

1957년 정유년

대한방송주식회사의 탄생 (1957.05)

한국 최초의 텔레비전 방송국으로 1956년 개국한 HLKZ-TV(KORCAD)가 1년 만에 경영난으로 인해 1957년 5월 한국일보 사주에게 운영권을 넘겼다. 이에 따라 방송국 명칭도 대한방송주식회사(DBC)로 변경했으며 미국 상업 텔레비전 패턴에 충실한 종합편성을 선보였다.

1945년 을유년

미 군정 아래 방송 기구 개편

1945년 8월 15일, 일왕의 항복 선언이 경성중앙방송국을 통해 전국에 중계됐다. 9월 14일 주한미군 사령부가 조선총독부로부터 일체의 행정권과 경성중앙방송국의 운영권을 넘겨받으면서 모든 공식 문서에서 경성을 서울로 바꿨고 경성중앙방송국 역시 서울중앙방송국으로 개칭했다.

9월 15일 미 군정이 공식적으로 서울중앙방송국을 접수한 후 방송 기구의 미국식 개편을 본격적으로 착수했다. 일제치하의 사전 검열에서 사후 검열로 획기적인 변화와 더불어 직제 및 프로그램 등에서 많은 것이 바뀌었으며 방송 기술과 포맷 면에서 많은 발전을 이뤘다.

1933년 계유년

경성방송국 한국어·일본어 이중 방송 시행 (1933.04.26.)

일제 총독부의 지원 아래 일본인 주도로 설립한 경성방송국은 초기에는 한국어와 일본어를 일정 비율로 배분해 양국어 혼합 방송을 하다가 1933년 4월 26일부터 한국어와 일본어 방송을 분리해 이중 방송을 시행한다. 제1 방송인 일본어 방송은 10kW의 출력으로 900MHz, 제2 방송인 한국어 방송은 10kW 출력으로 610KHz를 통해 방송했다.

독자적인 한국어 방송 채널이 개설돼 비교적 독립적 프로그램을 제작하면서 활기를 띠었다.

이중 방송은 한국 방송인들로 하여금 새로운 프로그램을 개발하게 하는 의욕을 불어넣었고, 한국인 청취자의 기호에 알맞은 좀 더 풍부하고 윤택한 내용을 담았다. 비록 뉴스만은 통신사에서 가져오는 일본어 판을 일본어 방송에서 방송한 후 그대로 직역해 우리말 방송을 할 수밖에 없었으나 교양 부문과 연예오락 부문에서는 우리의 전통문화를 계승하기 위한 노력을 많이 기울일 수 있었다. 특히 이왕직의 아악이나 판소리 그리고 어린이 동요 등은 일본인들도 높이 평가해 일본으로 역중계한 프로그램도 적지 않았다.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

울컥하지 말기

칼럼



오건식
SBS 뉴미디어개발팀 부국장

가끔 '사장님 뜻이니 조속히 처리해서 방송될 수 있도록 하라'는 지시를 하는 상사가 계셨다. 초년병 시절이라 감히 사장님에게 달려가서, '정말로 이런 지시를 하셨어요?' 하고 물어볼 수 없었기에 그 진위는 알 수 없었다. 그 후에도 여러 번 이러한 상황을 겪고 나니 사장님이 참 디테일 하시다고 생각하게 됐다.

합리적으로 엔지니어를 설득할 수 없을 것 같은 경우에는 방송기술 Staff를 Bypass해서 CEO나 임원에게 직보해 엔지니어가 울며 겨자 먹기로 시스템 구성을 변경하거나 부랴부랴 부가 콘텐츠를 개발해 방송해야 하는 일들이 있었다. 물론 그 과정에서 '엔지니어들의 곤조'가 아주 없었다고는 말할 수 없다. 하지만 필요성과 당위성을 합리적으로 설명한 경우에 부탁을 안 들어준 경우는 레알 없었다. 이렇게 설득을 할 수 있는 능력도 당근 실력이다. 돈 많은 부모를 만나는 것 이상으로, 그래서인지 기사나 콘텐츠 잘 만드는 것과는 별개로 타 부문의 직원들 설득에도 공을 들이는 PD나 기자들이 잘 풀리는 경우를 많이 보았다. 당근 실험적인 방송 시도도 많이 할 수 있었고.

요사이 국정농단 사태의 본질은 상명 하복과 이를 빙자해서 중간에서 농간을 부리는 행태에 기인한다고 할 수 있다. 아무 생각이나 비판 의식 없이 VVIP나 비선실세가 원한다고만 하면 만사형통이 되는 관행이 사태를 키우는 데 큰 역할을

했다. 고식지계(姑息之計)는 중국 예기(禮記)에 나오는 말로 증자(曾子)가 '군자가 사람을 대할 때는 덕(德)으로 하지만 소인은 고식(姑息)으로 한다'는 구절에서 연유된 것이다. 고식이란 철 모르는 사람을 뜻하는 것으로, 고식지계는 원칙이 없는 임시변통의 계책을 의미한다. 관리자나 중간 관리자가 편하기 위해 고식지계를 쓰면 원하는 결과물을 빨리 얻을 수 있겠지만, 누적이 되면 부메랑이 돼 본인에게 큰 위협이 된다. '사장님 뜻'을 수차례나 빙자하신 그분은 어느 순간 조용히

해본 것일까? 아니면 Brain이 이미 Storming된 것일까?

이러한 소통 부재의 사회에서는 이상한(?) 감동이 자주 생긴다. 지하철 구의역의 고장 난 안전문을 혼자 고치다 사고를 당한 19세 김 군의 소지품에서 나온 컵라면에 울컥하고, 세월호 참사 당시 무리한 잠수와 스트레스의 원인으로 유명한 달리한 고 김관홍 잠수사의 스토리에 안타까워했다. 암 투병 중인 M본부의 해직 기자인 이용마 노조 전 홍보국장의 '바로 서는 언론을 보는 것이 최고의 항암제'라는 발언에도 울컥했다. 하지만 이렇게 울컥하는 상황들은 근본적으로 발생하면 안 되는 것들이다. 상식적으로 시스템에 의해서 걸려져서 일어나서는 안 될 일들이 사고의 형태로 나타나고, 그들의 미담이나 희생이 화제가 되고 있다. 감동 먹어 울컥하고 흥분하면 이성적으로 처리돼야 할 근본적인 일들이 묻히고 만다. 사고에 책임이 있는 당사자들은 책임 회피를 위해 그런 식으로 프레임만 만들어 가기도 한다. 미담이나 희생에 울컥하기보다는 아직도 시스템이 개선되지 않았다는 사실에 분노해야 할 것이다. 그런 면에서 분개만 하지 않고 계속해서 문제를 제기한 #그런데_최순실은? Hash Tag는 촛불 혁명에 큰 역할을 했다고 평가할 수 있다.

이제는 블랙리스트도 모자라서 적군리스트까지 나왔다고 한다. 적군(敵軍)리스트는 말 그대로 '우리 편이 아님'을 넘어서 섬멸해야 할 대상자를 명단이다. 한자 표기는 다르지만 일본이나 독일의 극좌파 무장단체인 적군파(赤軍派)를 떠올리는 섬뜩한 단어이다. '서로 다름'에 대해 통합은 물 건너간 지 오래고 섬멸해야 할 대상으로 증오심만 남은 극단적 고식지계의 결과물이 적군리스트다. 교육계에는 블루리스트까지 나왔다고 하니, 불펜 중에 검은색·파란색·빨간색이 가장 많이 팔리는 이유를 이제서야 알 것 같다.

버프 혁신은 이러한 블랙리스트나 적군리스트에 있는 사람들이 주도해 왔다고 할 수 있다. 사고나 방식이 이전과 같다면 혁신이란 존재할 수가 없다. 뛰는 놈 위에 나는 놈 있고, 나는 놈 위에 뛰는 놈 있다.

새해엔 제발 이런 말도 안 되는 이유 등으로 울컥하는 일들이 안 생기를 바란다. 본 칼럼이 넘 감동적이라도 울컥하지 마시기를. 전혀 감동적이지 않았다면, '짜리~'.

방송이 통신에 밀리게 된 근본 원인이 단방향성에 있음은 누구나 주지하는 바다. 그들이 사용한 대포폰은 통신 단말이 아니고 확성기 같은 단방향성 기기다. 그들은 정말로 그 흔한 Brain-Storming이란 것을 한 번도 안 해본 것일까? 아니면 Brain이 이미 Storming된 것일까?

팬 당하셨다. 이번 게이트 국면에서 VVIP나 비선실세를 빙자해서 권세를 떨쳐온 이들은 거의 모두 은팔찌를 했거나 할 예정이다. 말 그대로 진짜 부덕의 소치이다. 덕불고(德不孤)는 고등학교 이름이 아니다.

상대방을 설득할 실력이 없으면 상대방의 의견에 따라야 하는 것이 소통이다. 그렇게 하기 싫으면 종이 절을 떠나야 한다. 모여서 앉은 순서대로 한마디씩 하는 것이 소통이라고 생각했다면 정말 웃기는 소통(笑通)이다. 방송이 통신에 밀리게 된 근본 원인이 단방향성에 있음은 누구나 주지하는 바다. 그들이 사용한 대포폰은 통신 단말이 아니고 확성기 같은 단방향성 기기다. 그들은 정말로 그 흔한 Brain-Storming이란 것을 한 번도 안

사설

지금이야말로 공영방송이 공영방송다워질 수 있는 적기다

지난해 말까지 매듭짓지 못했던 언론 장악방지법 문제가 다시 논의된다. 국회 미래창조과학방송통신위원회는 1월 18일 오후 2시 미방위 전체회의장에서 공청회를 열고 '방송법 일부개정법률안' 등 공영방송 지배구조 개선과 관련된 9개 법안을 논의하기로 합의했다. 오랫동안 논란이 돼온 방송법을 재설계하는 작업이 시작된 것이다. 이는 작년 '박근혜-최순실 게이트'로 인한 국정농단 논란 속에서 KBS, MBC 등 공영방송이 '언론 공범'으로 꼽히며 지탄의 대상이 되자 언론 개혁이 필요하다는 공감대가 확산되면서 만들어진 결과다.

언론장악방지법의 핵심인 공영방송 지배구조 개선 관련 법안의 주요 내용은 공영방송의 공적 책임 확보와 공정성 보장을 위해, KBS, EBS, MBC 등 공영방송 3사의 이사진을 여당 추천 7명, 야당 추천 6명 등 13명으로 비율을 통일하고, 사장 선임 시 3분의 2 이상 찬성이 필요한 특별다수제와 사장 추천위원회를 도입하겠다는 것이다. 지금까지 공영방송의 이사진은 KBS의 경우 여당 추천 7명, 야당 추천 4명(MBC는 여당 6명, 야당 3명)의 구조로 이뤄져 있었다. 이런 이사진 구성은 사장 선임과 보도 방향에 있어서 중립성에 대한 논란을 지속적으로 키웠으며, 이정현(당시 청와대 홍보수석) 새누리당 전 대표의 KBS 보도 개입, MBC 김재철 사장의 시용기자 도입, 낙하산 사장 반대로 인한 YTN 기자 해직 등의 편향성 의심을 거쳐, 결국은 '박근혜-최순실 게이트'의 공범'으로 인식되며 개혁 대상의 핵심 쟁점이 됐다.

이제 공영방송을 국민의 품으로 되돌릴 수 있는지는 이번 임시국회에서의 처리 과정에 달려 있다. 그러나 법안소위가 열린다 하더라도 법안 처리가 순탄치는 않아 보인다. 2016년 새누리당에 의해 논의조차 안 됐던 언론장악방지법이 바

른정당의 창당으로 희망스럽게 보이기 했었지만, 정병국 바른정당 창당준비위원장도 '방송법의 경우 이사를 몇 명 하느냐, 이런 지배구조를 왜 정치권에서 논의해야 하느냐'는 의견을 피력하며 방송법 개정에 대해 부정적인 입장을 보였다. 법을 담당하는 국회 정당이 방송법 개혁을 왜 정치권에서 해야 하느냐고 언급한 것은 아이러니하다. 개혁 보수를 외치며 신설된 바른정당이 진정성을 인정받기 위해서는 철저하게 망가진 공영방송의 신뢰도와 공영성 회복을 위한 공영방송 지배구조 개선에 당의 이익을 개입시켜서는 안 되리라고 본다.

방송법 제1장 총칙에서 '이 법은 방송의 자유와 독립을 보장하고 방송의 공적 책임을 높임으로써 시청자의 권익 보호와 민주적 여론 형성 및 국민 문화의 향상을 도모하고 방송의 발전과 공공복리의 증진에 이바지할 목적으로 한다.'고 정의돼 있다. 그러나 언론도 공범이라는 말이 횡횡하는 현재의 상황을 비춰본다면 공영방송이 시청자의 권익 보호와 민주적 여론 형성 및 국민 문화의 향상 도모에는 실패하고 있음이 분명하다. 법의 준수를 책임져야 할 집행기관이라면 현실의 문제를 파악하고 법이 제대로 반영될 수 있도록 해야 하는 게 옳은 것이 아닐까 싶다. 과거에도 이에 대한 개정 요구는 수차례 진행돼 왔으나, 매번 정권 탄생 후에는 유야무야 사라졌다. 이에 대한 손해는 KBS, MBC 등 공영방송 구성원과 국민에게 돌아가고 있다.

이제는 바뀌어야 한다. 더 이상 공영방송을 여야 누구 편이나? 진보냐? 보수냐? 하는 문제로 방치시켜선 안 된다. 지금이야말로 '민주적 여론 형성과 공공복리 증진'이라는 법 정신에 입각해 언론이 국가와 국민을 위한 헌신이라는 본연의 역할을 할 수 있도록 정상화할 적기다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 | 박종석 편집주간 | 유주열 주소 | 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 10층

편집위원 | 허술기, 김지옥, 남태현, 최권용, 김주형 전화 | 02-3219-5637

취재기자 | 백선하, 이진범, 강민정, 민서진, 전숙희 트위터 | @kobetajournal

페이스북 | @kobetajournal

인쇄인 | SJC성전 홈페이지 | journal.kobeta.com

정기간행물 등록번호 | 서울 다 06391

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



디지털 방송기술의 길잡이

BROADCASTING & TECHNOLOGY

당신을 귀중한 회원으로 모십니다

월간 방송과기술 구독 회원 혜택

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

회원 가입방법

- 1년간 8만원 / 6개월 5만 원
- 계좌 : 신한은행 100-030-515021 (주)월간 방송과기술(예금주)
- 전화 : 02-3219-5635 / 팩스 : 02-2647-6813
- 위의 계좌번호로 무통장 입금 후 전화나 팩스로 알려주십시오.

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