

종합 YTN ‘방송 정상화’ 위한 첫걸음 떼나

YTN 해직자 ‘노종면-조승호-현덕수’ 3225일 만에 복직
YTN 노조 “이번 해직자 복직은 신뢰를 회복하는 출발점 될 것”
YTN 사추위 “면접자 중 적격자 없어”…재공모 도입할 듯 **2면**

기획 ‘중편 특혜 환수’ 이번엔 기대해도 될까요?

지상파 방송사와 종합편성채널의 위상이 뒤바뀌고 있다. 불과 5년 전만 해도 독점적 지위를 가졌다고 평가받던 지상파 방송사의 하향세는 점점 뚜렷해지고 있다. **6면**

오피니언 [칼럼] 1인 미디어가 우리에게 시사해주는 것들

1인 미디어 방송이 간편하게 서비스할 수 있고, 첨단 기술을 쉽게 활용할 수 있다는 점만으로 인기가 높아지는 것은 아닐 것이다. **7면**



The Korea Broadcasting Engineers & Technicians Association

방송기술저널

255호
2017년 8월 9일(수)

이효성 방통위원장 취임…4기 방통위 출범



야3당 반대로 인사청문경과보고서 채택 불발
여름휴가 중이던 문재인 대통령이 전자 결재로 임명안 재가
이효성 위원장 “최우선 과제는 방송의 정상화” 강조

문재인 대통령이 신임 방송통신위원회 위원장으로 이효성 성균관대 신문방송학과 명예교수를 임명했다. 방통위 상임위원에는 더불어민주당이 추천한 허욱 엑스퍼트컨설팅 가치경영연구소장과 국민의당이 추천한 표철수 前 경기도 정부부지사를 임명했다. 4기 방통위 인사가 마무리됨으로써 위원장을 포함한 5명의 합의제 기구인 방통위는 녀 달 만에 정상 업무를 시작할 수 있게 됐다.

이 위원장은 전북 익산 출생으로 서울대

를 졸업한 뒤 MBC와 경향신문, 한국일보에서 잠시 기자 생활을 했다. 이후 미국 노스웨스턴대학교에서 언론학을 공부했으며, 서울대와 성균관대, 도쿄대, 컬럼비아대 등에서 언론과 권력, 정치 커뮤니케이션, 저널리즘론을 가르쳤다. 한국언론정보학회 초대 회장, 한국방송학회 회장, 언론개혁시민연대 공동대표, 민주언론운동시민연합 이사 및 정책실장, 시민방송 RTV 이사장 등을 맡아 학계와 시민사회단체에서 다양한 활동을 했다. 또한 방통위의 전

신인 방송위원회에서 보도교양 제2심의위원회 위원장, 부위원장을 역임했다.

윤영찬 청와대 국민소통수석은 춘추관 브리핑에서 “이 위원장은 방송의 공공성과 공정성, 독립성, 다양성에 기반한 방송개혁 논의를 주도한 대표적 언론학자이자 언론 방송계 원로로 방송통신 분야에 일가견이 있고, 여러 이해관계를 원만히 조정하고 해결할 역량을 갖췄다”며 임명 배경을 설명했다.

앞서 문 대통령은 이 위원장의 인사청문경과보고서를 7월 30일까지 채택해달라고 국회에 요청했다. 하지만 자유한국당과 바른정당, 국민의당은 “(이 위원장은) 비리 끝판왕, 5대 비리 전관왕, 그랜드슬램을 달

성한 자질 부족 후보자”라며 이 위원장의 임명을 반대했다. 야당의 반대로 이 위원장의 인사청문경과보고서 채택은 불발됐다. 결국 여름휴가를 보내고 있던 문 대통령은 7월 31일 전자 결재를 통해 임명안을 재가했다.

인사청문회법에 따르면 국회는 공직 후보자의 임명 동의안 등이 제출된 날로부터 20일 이내에 그 심사 또는 인사 청문을 마쳐야 한다. 13명의 의원으로 구성된 인사청문특별위원회는 임명 동의안 회부로부터 15일 이내에 청문회를 끝내야 하고, 청문회 기간은 3일 이내로 진행한다. 국회 본회의에서는 전체 의원 50% 출석 그리고 출석 의원 50% 이상의 찬성이 있을 때 임명 동의안이 통과된다. 다만 방통위원장은 국회 인준이 필요 없기에 국회에서 동의하지 않더라도 임명 절차를 밟을 수 있다.

이로써 4기 방통위 인사가 모두 마무리됐다. 대통령 직속 합의제 기구인 방통위는 장관급인 위원장과 차관급인 상임위원 4명 등 총 5명으로 구성된다. 문 대통령이 이 위원장과 고삼석 상임위원을 지명하고, 더불어민주당이 허욱 상임위원을, 자유한국당과 국민의당이 각각 김석진 상임위원과 표철수 상임위원을 추천해 대통령이 임명했다.

이 위원장은 8월 1일 오후 2시 정부과천청사 대강당에서 열린 취임식에서 “방송의 비정상을 언제까지 방치할 수는 없다”며 “자유롭고 독립적인 방송을 위해 노력하겠다”고 말했다. 이어 “정상화를 위한 방송사의 자율적인 노력을 촉진하고, 그 과

정에 시민사회의 참여 확대를 유도하는 등 방송 정상화의 촉진자이자 지원자로서의 구실을 충실히 하겠다”고 덧붙였다.

이 위원장은 방송 개혁을 최우선 과제로 꼽았으며 그 외에 통신비 부담 완화 등 이용자 권의 제고, 방송통신 사업 발전을 위한 환경 조성, 종합적이고 체계적인 규제 기구로서의 업무 확립 등을 위해서도 노력하겠다는 뜻을 밝혔다.

하지만 상황은 그리 낙관적 않다. 녀 달에 가까운 업무 공백 탓에 해결해야 할 과제가 산적해 있다. 공영방송 지배구조 개선부터 종합편성채널 재승인 심사, 중편특혜 폐지 등 방송계 이슈는 물론이고 분리공시제, 보조금 상한제 폐지 등 통신계 이슈도 만만치 않다.

또한 이 위원장에 대한 업계의 반응이 엇갈리고 있어 정책 추진에 제동이 걸릴 수 있다. 언론개혁시민연대와 민주언론시민연합 등 시민사회단체에서는 환영의 뜻을 밝히며 강력한 언론 개혁을 주문하고 있다. 이들은 “이 위원장은 첩첩산중으로 쌓인 방송·통신 문제 해결을 위한 책임자”라며 “적폐세력들의 반발에 좌고우면하지 말고 철저한 적폐청산과 방송 개혁에 매진하라”고 촉구했다. 반면 통신 업계에서는 방통위의 업무 풀립을 우려하고 있다. 한 학계 관계자는 “현재 방통위원장과 상임위원이 방송 미디어 전문가”라며 “정보통신기술(ICT) 전문가 부재로 인한 문제가 발생할 수 있다”고 말했다.

4기 방통위는 이러한 염려를 의식한 듯 8월 3일 열린 첫 전체회의에서 “공부하는 자세로 ICT 분야에 임할 것”이라며 걱정하지 말라는 입장을 전했다.

백선하 baek@kobeta.com

방송기술의 발전은 일자리를 위협할까? ‘방송기술 발전이 노동에 미치는 영향과 노조의 대응’ 세미나 개최



7월 25일 오전 10시 서울 목동 한국방송회관 10층에서 한국방송기술인연합회와 전국언론노동조합, 국제사무직노동조합연합 한국협의회(UNI-KLC) 주최로 ‘방송기술 발전이 노동에 미치는 영향과 노조의 대응’ 세미나가 열렸다.

박종석 한국방송기술인연합회회장, 조성래 한국방송기술인연합회 정책위원, 신일수 언론노조 사무처장, 성재호 언론노조 KBS본부 위원장, 전규찬 언론개혁시민연대 대표, 장드 리우(Chang-de Liu) 대만 국립정치대학교 신문학과 교수, 린윤린(Lin-yun Lin) 국립대만대학교 신국대학원 교수, 전유지 탁월신문상 전자신문 편집장 등이 참석한 이번 세미나에서는 ‘방송기술의 발전이 미디어 산업 전반에 어떤 영향을 미치고 있는지’, ‘이 같은 변화에 노동조합은 어떻게 대응하고 있는지’에 대한 논의가 오고 갔다.

대만에서 온 참석자들은 인터넷이나 모바일 등의 기술 발전이 우리나라의 기존

신문이나 TV 산업에 어떤 영향을 끼치고 있는지 궁금해했다. 조성래 연합회 정책위원은 “신문은 오래전부터 구독층 감소를 겪어 왔고, 탈출구로 종합편성채널이라는 TV 산업으로의 진출을 택했는데 불행히도 방송 산업마저 영향력이 감소하고 있다”며 “인터넷이나 모바일 등 뉴미디어 플랫폼의 영향력이 커지면서 방송의 영향력이 줄어들고 있고, 이는 곧 광고 감소로 이어져 기존의 전통 미디어들이 심각한 경영 위기를 맞고 있다”고 설명했다. 조 정책위원은 “시대의 흐름에 맞춰 신문이나 방송 등 전통 미디어들도 뉴미디어 플랫폼을 만들어 대응하려고 시도하지만 네이버나 카카오 등 포털의 영향력에는 미치지 못하고 있다. 다만 디지털 플랫폼은 포기할 수 없는 과제이기에 뉴미디어의 영향력을 따라잡기 위한 방안을 찾고 있다”고 덧붙였다.

기술 발전에 대한 논의는 자연스럽게 ‘일자리’라는 주제로 연결됐다. ‘인공지능(AI)이 사람들의 일자리를 빼앗지 않을까’

하는 막연한 두려움처럼 기술의 발전이 방송기술 인력 감축으로 이어지지 않겠느냐는 것이다.

박종석 연합회장은 “새로운 기술이 도입되면서 기존에 5명이 하던 일을 이제는 2명이 한다”며 똑같은 업무에 필요한 인력이 줄어들고 있음을 인정했다. 하지만 이 같은 기술의 발전이 오히려 방송기술 업무확장의 기회가 될 수도 있다고 강조했다. 박 회장은 “가상현실(VR)이나 증강현실(AR) 등 새로운 기술을 제작 과정에 도입해 어떻게 하면 제작의 첨단화를 이끌어갈 수 있을지 고민하고 있다”고 말했다.

조성래 연합회 정책위원은 “(필요한 인력이 줄어든다고 해서) 기존 인력이 일자리를 잃거나 해고된다는 것은 아니고 신규 인력을 적게 뽑는다고 생각하면 될 것 같다”며 “일반적으로 회사에서는 새로운 시스템을 도입하면서 효율성을 강조하는데 그 효율성은 결국 ‘인력을 얼마나 줄였느냐’다”라고 말했다.

신일수 언론노조 사무처장은 “과거에는 방송 제작이나 송출, 편집 등의 업무가 영역이 나뉘어 있었으나 디지털 기술이 도입되면서 1인 제작 및 편집 시스템이 보편화되고 있다”며 “신규 고용이 줄어드는 것은 물론이고 기존 직원들도 재교육 없이 반강제적으로 잡 시프팅 되는 경우가 많다”고 말했다. 신 사무처장은 “기술이 발전하는 만큼 업무의 재구성이 필요하다”며 “다만 그 과정에서 노동의 가치를 재산정하고 그에 합당한 보상과 재교육 등을 해야 한다”고 강조했다. 기술 발전으로 노동자가 부속품화되는 현상은 막아야 한다

는 것이다.

대만 측 참석자들은 기술 발전이 장시간 노동과 비정규직 고용 증가를 불러오는 것은 아닌지 우려를 표했다. Chang-de Liu 대만국립정치대학교 신문학과 교수는 “기술 발전으로 실시간 보도에 익숙하다 보니 기자들이 장시간 노동에 시달리고 있다”며 “근무 시간에 대한 개념을 어떻게 정해야 하고, 시간외수당을 어떻게 지급해야 하는지 논란이 있다”고 말했다.

대만과 마찬가지로 우리나라에서도 시간외수당은 노사 갈등의 주원인이기도 하다. 뉴시스의 경우 최근 야근 시스템을 개편했는데 이를 두고 내부에서는 시간외수당 지급을 줄이기 위해 야근을 금지하는 것 아니냐는 목소리가 나오고 있다. 한국기자협회가 종합일간지 9개사와 경제지 3개사, 방송 2개사, 통신 3개사 등을 조사한 바에 따르면 연장과 야간 근무의 경우 통상 임금의 150%를 지급하는 곳은 소수에 불과했다. 대부분의 언론사들이 포괄임금제 형태로 시간외수당을 급여에 포함시켜 일괄 지급하고 있고 추가적으로 식사나 교통비 등 명목으로 조정의 액수를 지급하는 수준에 그쳤다. 이에 대해 기자들과 노조에서는 수당 현실화를 요구하고 있으나 사측에서는 인건비 부담을 이유로 꺼리고 있는 상황이다.

시간외수당과 같은 부분은 기자 직군뿐 아니라 그 외 직군에서도 여러 차례 문제된 바 있다. 신일수 언론노조 사무처장은 “그나마 정규직에겐 시간외수당을 지급하고 있지만 비정규직의 경우 그런 규정조차 없다”며 “비정규직 방송 노동자의 조직화는 어려운 과제지만 그래도 (언론노조 차원에서) 꾸준히 추진할 계획”이라고 말했다.

한편 이날 세미나에서는 국내 언론 운동에 대한 관심도 뜨거웠다. 대만 측 참석자들은 촛불집회를 언급하면서 최근 국내 언론 운동의 이슈가 무엇인지 질문했다. 성재호 언론노조 KBS본부 위원장은 “최근 10년 동안 전 세계 언론의 관심이나 과제는 급격한 미디어와 관련된 기술의 변화, 디지털 콘텐츠, 플랫폼의 변화 그에 따른 언론의 대응이었는데 한국에서의 가장 큰 화두는 불행히도 매우 구시대적인 화두, 가장 기본적인 원칙인 방송의 독립, 보도의 독립이었다”고 운을 뗐다. 성 위원장은 “이명박-박근혜 정권에서는 노골적으로 언론에 대한 개입 정책을 폈었기 때문에 노조와 언론시민사회단체는 정치권력의 언론 장악을 막는데 많은 시간과 자원을 써야만 했다”고 토로했다.

백선하 baek@kobeta.com

방송기술저널 256호는 9월 13일(수)에 발행됩니다.

25-2대
대의원대회
공지

일시
2017년 8월 25일 금요일
오후 6시 30분
장소
서울 목동 한국방송회관 3층

OBS, 13명 정리하고 철회 발표

“정리해고는 철회됐지만 업무 복귀 이뤄지지 않아” 꿈수 가능성 언론연대, 방통위에 OBS 등 지역 언론에 대한 지원책 촉구

OBS가 지난 4월 14일 발표했던 13명의 정리해고를 철회했다. 전국언론노동조합은 8월 1일 성명을 통해 “늦은 감은 있지만 OBS의 구조조정 철회를 환영한다”며 “앞으로도 남은 과제의 해결과 OBS의 새 출발을 위해 총력을 다할 것”이라고 밝혔다.

앞서 OBS는 13명의 언론 노동자를 해고했다. 사측은 경영상의 이유를 들어 해고를 통지했지만 OBS 내부 구성원과 정치권, 시민사회단체에서는 “정당성을 갖추지 못한 정리해고”라며 해고 통보 철회를 촉구했다.

언론노조 OBS지부는 “지난 3월 말 공시된 2016년 OBS 결산 자료에 따르면 작년 한 해 영업 활동으로 인한 현금 흐름은 61억 원으로 (사측이 내세운 해고 사유는) 거짓”이라며 “(오히려 대주주야말로) 공격적 민영 방송으로 우리 사회의 나눔과 희망을 전파하겠다는 창

사 당시 약속을 어기고, 스스로 불러온 경영위기에 대한 책임은 하나도 지지 않은 채, 특하면 정리해고 협박으로 노동자의 임금을 뜯어내어 회사를 운영해왔다”고 주장했다.

국회 과학기술정보방송통신위원회(구 미래창조과학 방송통신위원회) 소속 의원들도 “OBS 위기의 가장 큰 원인은 최다 출자자인 (주)영안모자의 부실한 재정 운용과 경영 실패에서 기인했다”며 부당해고 철회를 요구했다. 당시 대통령 후보였던 문재인 대통령은 “OBS가 13명에 대한 정리해고를 끝내 강행했는데 해고는 노동자에게 사망 선고라는 점에서 대단히 우려했다”며 “노조 측 주장대로 사측이 명분으로 내세운 경영난이 허구라면 노조 무력화와 방송 장악을 위해 의도적으로 만들어진 게 아닌지 의심할 수밖에 없다”고 말했다.

YTN ‘방송 정상화’ 위한 첫걸음 떼나

YTN 해직자 ‘노종면-조승호-현덕수’ 3225일 만에 복직

YTN 노조 “이번 해직자 복직은 신뢰를 회복하는 출발점 될 것”



낙하산 사장 반대 투쟁을 하다가 해직된 YTN 노

종면·조승호·현덕수 기자가 복직한다. 부당하게 해고된 지 3225일, 약 9년 만의 일이다.

전국언론노동조합 YTN지부는 8월 4일 해직자 복직 협상이 타결됐다고 밝혔다. YTN 노조는 “공정 방송이라는 가치 실현을 위해 선봉에서 투쟁하다 부당한 해고를 당하고도 의연하게 긴 세월을 버텨준 조승호, 노종면, 현덕수 3명에게 미안함과 감사한 마음을 전한다”며 “해직 기자들 옆에서 늘 한결같은 마음으로 고통을 나눈 조합원들에게도 경의를 표한다”고 말했다.

YTN 사추위 “면접자 중 적격자 없어”…재공모 돌입할 듯

노종면 기자 “재공모에 응하지 않을 것”

논란 가운데 최종 면접을 진행한 YTN 사장추천위원회가 결국은 4명의 면접 대상자 모두에게 ‘부적격’ 판정을 내렸다. YTN 사추위는 곧 사장 재공모 절차에 돌입할 것으로 보인다.

YTN 사추위는 7월 26일 오전 10시부터 서류 심사예 통과한 강갑출 전 YTN라디오 대표, 윤종수 현 윤가건설팀 대표, 정영근 전 YTN DMB 상무, 주동원 전 YTN 해설위원실장 4명을 대상으로 면접을 실시했다. 면접은 오후까지 진행됐지만 사추위는 ‘적격자 없음’으로 결론을 모았다.

사장 재공모는 일찍이 예견됐다. 사장 후보자로 나섰던 노종면 YTN 해직 기자가 서류 심사에서 떨어

어지면서 심사 과정에 문제가 있는 것 아니냐는 의심이 이어졌기 때문이다. 업계에 따르면 노 기자는 대주주 측 사추위원 3명 모두에게 최저점인 0점을 받은 것으로 알려졌다. 현재 YTN 사추위는 대주주인 한전KDN, 한국마사회, KGC인삼공사 등 공기업이 추천한 인사 3명과 전국언론노동조합 YTN지부가 추천한 1명, 한국방송학회에서 추천한 1명으로 구성돼 있다.

언론노조는 성명을 통해 “특정 후보가 5명의 위원 중 대주주 추천인 3명에게 0점을 받을 확률은 이들의 사전 공모를 의심할 만큼의 낮은 확률”이라며 심사의 공정성에 의문을 제기했다. 언론개혁시민연대 역시

OBS 노조와 시민사회단체는 OBS의 재무제표와 OBS가 방송통신위원회에 2016년 제출한 재허가 신청서, 2016년 감사보고서 등의 자료를 분석한 결과를 공개하며 사측의 주장을 지속적으로 반박했다.

이러한 가운데 경기지방노동위원회가 7월 21일 “OBS의 정리해고는 부당하다”는 판결을 내렸다.

경기지노위의 판결이 나오자 OBS 노조는 바로 당일 긴급 성명을 발표해 “(사측은) 있지도 않은 경영 위기를 허위로 부풀려 노동자의 정당한 임금을 갈취하고 사회적 책무를 외면한 채 방송을 사유화해 사익 추구의 도구로 삼으려 했다”며 “유례가 없는 노동 탄압에 상식과 정의의 철퇴를 내린 경기지노위의 판단에 경의를 표한다”고 밝혔다

OBS 사측은 경기지노위의 판결이 나온 뒤 열흘 만인 8월 1일 정리해고 철회를 발표했다.

언론노조는 “정리해고 철회는 OBS가 풀어야 할 수많은 숙제 중 하나일 뿐”이라며 “방통위가 재허가 조건으로 부여한 30억 원 증자에 OBS는 여전히 묵묵부답이고, 정리해고와 함께 발표했던 자체 제작 비율의 대대적

인 축소는 아직 진행 중”이라고 꼬집었다.

해직자 전원의 업무 복귀는 아직 이뤄지지 않았다. OBS 노조는 “기존 9명의 자택 대기자 중 7명만 선별적으로 현업에 복귀시켰고, 나머지 인원에 대해서는 임금의 70%를 지급하는 자택 대기 발령을 냈다”며 무늬만 정리해고 철회가 될 수 있다고 우려했다.

OBS 노조는 “임으로는 심각한 경영상의 위기를 떠들면서 해고와 자택 대기로 모자란 인력을 외부 인력으로 때우는 상황이 지속되고 있다”며 “백성학 회장이 진정으로 방송 사업의 의지가 있다면 13명의 해직자와 2명의 자택 대기자들을 지금 당장 업무에 복귀시켜야 한다”고 주장했다.

언론개혁시민연대는 이 같은 부분을 지적하며 “OBS 사태는 경영상 문제가 아니라 방송 사유화에서 출발했다”고 꼬집었다. 언론연대는 “방통위에도 책임을 묻지 않을 수 없다”며 “이제는 방통위가 지역성을 비롯한 공익적 기능을 수행해온 지역 언론에 대한 제도적 지원책을 세워야 한다”고 촉구했다.

백선하 baek@kobeta.com

하고 항소했다. 서울중앙지법은 2011년 4월 2심 항소심 판결에서 6명 가운데 3명은 해고 무효, 3명은 해고가 정당하다며 1심 판결을 뒤집었다. 이후 2014년 11월 대법원은 YTN 노조가 YTN을 상대로 낸 징계 무효 확인 소송에서 2심 재판부의 원심판결을 유지했다.

YTN 노조는 “낙하산 사장 투입으로 촉발된 YTN의 불공정 방송은 뉴스 신뢰도 하락과 시청자들의 외면이라는 치명상을 남겼고, 내부적으로는 대량 해고와 징계 남발 등 회복할 수 없는 손해를 끼치기도 했다”며 “이번 해직자 복직은 이 같은 내부의 상처를 치유하고, 외부의 신뢰를 회복하는 출발점이 될 것”이라고 강조했다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

“대주주 측 사추위원 3명이 동시에 0점을 주는 것은 노 기자를 떨어뜨리기 위해 답습을 했거나 외압이 있었다고밖에 볼 수 없다”며 이 부분을 지적했다.

언론노조 YTN지부는 면접이 진행된 당일 오전 9시 30분부터 YTN사측 정문과 로비에서 항의 피켓팅을 진행했다. YTN 노조는 “특정인을 배제하기 위한 답습이 명백하다”며 “(서류 심사에) 합격한 4명은 모두 YTN을 개혁할 차기 리더십으로 부적격한 인물”이라고 주장했다.

정진우 더불어민주당 부대변인은 7월 26일 논평을 통해 “노 기자는 MB정권의 언론 장악에 맞서 맨 앞에서 싸우다가 해직됐고 그 이후로도 오랫동안 일관된 싸움을 멈추지 않았다”며 “(노 기자가 서류 심사에서 탈락한 것이) 안타깝다”고 말했다. 부대변인은 이어 “비록 사장 공모에서 탈락했지만 하루빨리 복직해 우리 시대를 상징하고 국민의 사랑을 한 몸에

받는 언론인의 길을 다시 걸어가길 바란다”며 노 기자에게 감사의 뜻을 전했다.

YTN 사추위가 4명의 면접자 모두에게 ‘부적격’ 판정을 내렸다는 소식이 알려지자 민주언론시민연합은 바로 논평을 내고 “사추위가 모든 후보에 ‘부적격’ 판정을 내리면서 최악의 결정을 피한 것은 그나마 다행스러운 일”이라며 “사추위가 해직자 문제 해결과 공정정보도를 회복할 지혜와 역량을 갖춘 후보를 추천하느니, 혹여 이전 정권에 부역했거나 언론장악에 침묵했던 부적격자를 추천하지는 않느니 두 눈 부릅뜨고 지켜볼 것”이라고 경고했다.

한편 노 기자는 언론과의 인터뷰에서 재공모에 응하지 않을 것이라고 밝혔다. 노 기자는 “저보다 더 훌륭한 분이 공정한 평가를 받아 YTN의 사장이 되는 것이 제가 바라는 결과”라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

우종범 EBS 사장 사의 표명

“최순실 인사 개입 의혹에 부담 느낀 것 아니냐”



방송통신위원회가 우종범 EBS 사장의 사표를 수리했다. 앞서 EBS는 8월 4일 보도자료를 통해 “우종범 사장이 일신상의 이유로 사의를 표명했다”고 밝혔다. 당초 우 사장의 임기는 내년 11월까지였다.

MBC 라디오 PD 출신인 우 사장은 제주 MBC 사장, 한국교통방송 대전본부장, 국가보훈처 산하 공기업 88관광개발 상임감사 등을 지낸 뒤 2015년 11월 EBS 사장으로 취임했다.

일각에서는 우 사장이 ‘최순실 씨가 EBS 사장 인사에 개입했다’는 의혹에 부담을 느낀 것 아니냐는 의견이 나오고 있다.

지난해 뉴스타파는 최순실 씨 소유 회사인 프레이그라운드에서 우 사장의 이력서가 발견됐다고 보

도했다. 이에 추혜선 정의당 의원은 지난 1월 18일 “방송통신위원회로부터 제출받은 우 사장의 이력서와 최순실 씨 소유의 플레이그라운드에서 발견된 이력서가 다른 것으로 확인됐다”며 “우 사장이 방통위에 이력서를 접수하기 전 이력서가 플레이그라운드에서 발견된 것은 사전에 최순실 씨에게 보고가 됐다는 것으로 인선 개입의 방증이자 농간의 흔적”이라고 지적했다.

이에 대해 우 사장은 국회 과학기술정보방송통신위원회(구 미래창조과학방송통신위원회)에 출석해 “EBS 사장 원서를 접수하던 시기에 이력서를 한 번만 작성했다”고 답변했으나 의혹은 풀리지 않았다.

민서진 seojin@kobeta.com

이달의 말말말

이효성 방통위원장 “지상파 중간 광고 적극 고려할 것”

이효성 방송통신위원회 위원장은 7월 19일 진행된 인사청문회 자리에서 “지상파 중간 광고는 방통위가 풀어야 할 큰 과제”라며 “지상파 중간 광고 도입을 적극적으로 생각할 때가 됐다”고 말했다.

이날 이 위원장은 국회 과학기술정보방송통신위원회 소속 변재인 더불어민주당 의원이 “최근 지상파가 선보인 중간 광고는 교묘한 불법편법 상태”라고 지적하자 “Premium Commercial Message(PCM)라는 프리미엄 CM으로 긴 프로그램을 두 토막으로 잘라 중간 광고 효과를 내는 방송을 하고 있는데 위원회에서 확인한 결과 불법은 아니다”라고 답했다.

이 위원장은 “방송 환경이 어려워져 이러한 편법이 나오고 있는데 지상파와 유료방송 간 대칭 규제, 비대칭 규제에 대해 생각해 보겠다”며 위와 같이 밝혔다.

중간 광고(Commercial Break)는 프로그램이 방송되는 도중에 광고를 방송하는 제도다. 종합유선방송사업자(SO)와 종합편성채널을 비롯한 방송채널사용사업자(PP), 위성방송 등에는 허용되지만 지상파방송에는 금지하고 있다.

지상파 방송사 측은 “CJ E&M의 광고 매출이 지상파를 역전하는 등 방송 광고 시장이 급변하고 있다”며 중간 광고 허용을 주장하고 있다. 하지만 종편을 필두로 한 유료방송 업계의 반대로 중간 광고 허용 논의는 매번 수포로 돌아가고 있다.

이 위원장도 이해당사자 간 갈등을 염두에 둔 듯 “다만 지상파와 중간 광고는 경쟁의 심화, 시청권의 불편 문제 등을 종합적으로 검토해야 하는 만큼 쉽지는 않은 문제”라고 덧붙였다. 백선하 baek@kobeta.com

방송기술용어

DLM Data Lifecycle Management

DLM(Data Lifecycle Management)은 최근 급격하게 중요해지고 있는 분야다. 빅데이터의 폭발적 증가와 사물 인터넷(IoT)의 지속적 개발 등으로 데이터의 사용량은 극단적으로 증가했다. 이에 따라 데이터를 효율적으로 관리하고 운용 비용을 절감하기 위한 요구 또한 급박하게 증가하고 있다. 일반적으로 데이터 라이프 사이클은 Generation(발생)-Maintenance(유지)-Active use(활동적 사용)-Publica

tion(발행)-Archiving(보관)-Purging(축출) 6단계에 이른다. 사이클 전체를 아우르는 적절한 데이터 관리는 잠재적 여러 현상을 최소화하고 데이터의 사용 가능성을 최대화하는 필수 요소이며, 궁극적으로 데이터를 보관하고 마지막 축출 단계에서 필요한 자원 이상의 비용을 낭비하지 않고 데이터 라이프 사이클을 끝내는 것을 목표로 한다.

전속희 sh45@kobeta.com

KBS·MBC를 국민 품으로, ‘KBS·MBC 정상화 시민행동’ 발족

전국 총 212개 언론시민단체 참여…김미화, 문성근, 황교익 등 멘토단으로 위촉



KBS와 MBC에서 사장과 이사장의 퇴진을 요구하는 내부 구성원의 운동이 계속되고 있는 가운데 이를 내부만의 문제로 두지 않고 국민의 관심과 참여를 촉구하는 움직임으로 ‘KBS·MBC 정상화 시민행동’이 발족했다. 전국언론노동조합 KBS·MBC본부, 한국방송기술인연합회 등 전국 총 212개 단체는 KBS·MBC 정

상화 시민행동의 발족 기자회견을 7월 13일 오전 10시 30분 서울 광화문 프레스센터 20층 국제회의장에서 가졌다. KBS·MBC 시민행동은 언론단체와 전국 시민단체의 공영방송 정상화를 위한 연대 행동으로, 운영위원장으로는 김환균 언론노조위원장과 박석운 민주언론시민연합 공동 대표가 공동으로 맡았다.

또한, 시민행동 멘토단으로 가수 김C, 방송인 김미화, 방송인 노정렬, 문성근 시민의날계 대표, 박재동 화백, 유홍준 전 문화재청장, 채현국 효암학원 이사장, 가수 한동준, 칼럼니스트 황교익 등이 뜻을 함께하며 앞으로 더 많은 멘토를 추가 위촉할 예정이다.

공동 운영위원장인 박석운 민주언론시민연합 공동대표는 “공영방송의 정상화를 위해 내부에서 많은 구성원이 움직이고 적극적으로 행동하고 있지만 이것이

국민에게 제대로 알려지지 않고 있다”며 “이런 문제의식에서 출발해 국민과 함께 공영방송 적폐세력을 퇴출하겠다”고 발족의 계기와 목표를 밝혔다.

이날 발족식에 자리한 성재호 언론노조 KBS본부 위원장은 “고대영 사장과 이인호 이사장은 박근혜의 방송장악 대리인들이다. 이들을 쫓아내지 않고서는 새롭게 출발할 수 없다”며 “안에서 싸우고 밖에서 조금만 도와주시면 이런 박근혜의 대리인을 쫓아내고 공영방송을 국민의 품으로 되돌릴 수 있을 것”이라고 국민의 관심을 촉구했다.

김연국 언론노조 MBC본부 위원장은 “MBC에 관심 없는데 국민이 왜 살려야 하냐는 질문을 받을 때마다 가슴이 아프고 할 말이 없다. 왜냐면 저도 MBC의 뉴스를 보지 않는다”는 말로 현재 MBC의 문제를 축약

발제에서 설명한 공영방송의 비전은 현 시점을 지나치게 낙관적으로 바라보는 의견으로, 혹평이 난무하며 그 필요성에도 의문이 제기되는 공영방송의 현실을 고려한다면 미래 공영방송의 모델을 논의하는 것은 시의적절하지 못하다는 것이다.

김서중 성공회대 교수 역시 이에 공감하며 “공영방송의 비정상적 상황은 단순히 정치권력에 장악되고 왜곡·편파 보도 때문만이 아니라 일반인들이 공영방송의 필요성을 느끼지 못하고 있다는 것”이라고 지적했다. 김 교수는 그러므로 현 문제를 논의만 할 것이 아니라 이를 실행하고 대중에게 알리는 과정이 필요하다는 주장을 내세웠다.

정준희 강사는 이러한 여론 형성의 중요성에 대해서는 동의하면서도 그 방식에 대해서는 다른 의견을 말했다. 정 강사는 “대중에게는 ‘지금은 이런 게 문제니 바꿔보자’가 아니라 ‘이런 것들이 가능한데 이런 거 원하지 않아요?’라는 태도가 필요하다”며 “뭉가 문제냐는 학자와 종사자들에게만 먹히는 이야기”라고 반박했다.

하며 “처참히 무너진 MBC지만 다시 살리기 위해 싸우겠다. 그리고 도와주신다면 오래 걸리지 않을 것이다. 반드시 살려내겠다”고 포부를 밝혔다.

KBS·MBC 시민행동은 발족 선언문을 통해 “KBS·MBC가 정치 권력과 자본의 힘에서 벗어나, 장막에 가려진 권력의 치부를 고발하며 소수자와 약자의 목소리를 반영하는 역할을 해야 한다”며 복잡한 미디어 환경 속 공영방송이 가지는 가치와 역할을 주장하면서 “우리는 잃어버린 KBS·MBC의 본모습을 되찾아 국민들이 돌려받을 수 있도록 국민들과 함께 행동에 나서겠다”고 밝혔다.

앞으로 KBS·MBC 시민행동의 주된 활동 계획은 KBS·MBC의 내부 투쟁 활동을 시민과 공유하고 국민 여론을 형성하는 것이다. 온라인을 적극 이용해 다양한 콘텐츠를 제작 유포하고 SNS를 활용할 뿐만 아니라, 오프라인으로도 전국 순회 문화제, 토크 콘서트 등을 통해 시민과 함께할 방침이다.

전숙희 sh45@kobeta.com

“공영방송의 필요성·가치에 대한 여론 형성에 총력해야 할 때”

한국언론정보학회 언론정상화위원회, ‘공영방송의 정상화 세미나’ 개최

공영방송의 정상화를 주장하는 각계의 목소리 속에서 무엇보다도 우선 해결해야 할 과제는 더 이상 하락할 곳 없는 공영방송의 위치를 쇄신하고 필요성과 가치에 대한 국민적 여론을 형성하는 것이라는 주장이 나왔다.

한국언론정보학회 언론정상화위원회는 7월 25일 서울 광화문 프레스센터에서 ‘공영방송의 정상화 세미나’를 개최했다. 이번 세미나는 지난 7월 11일 개최한 ‘새정부 언론개혁의 우선 과제 세미나’에 이은 두 번째 기획 세미나다.

발제를 맡은 정준희 중앙대 강사는 시청자에게 신뢰를 잃고 이제는 관심에서도 멀어져 ‘구린 미디어’가 돼버린 공영방송의 현실을 냉정하게 진단하면서 공영방송의 정상화를 위한 선제 조건과 앞으로 추구할 수 있

는 공영방송 모형에 대해 설명했다.

특히, 정 강사는 현재 당면한 공영방송의 위기는 시대를 따라가지 못하는 경영 방식과 보장 받지 못하는 독립성에서 오는 이중적 위기라며 이는 “지극히 낙후된 위기에 해당한다는 점을 명심해야 한다”고 말했다.

이날 세미나에서는 현 상황에 대한 대응 방식을 두고 열띤 공방전이 벌어졌다. 강태란 한국여성민우회 미디어운동본부 정책위원은 “오늘 발제는 옳고 바랍직하지만 지금 이 시점에서 무엇을 할 것인가, 할 수 있는가를 고민하기에 2% 아쉽다”고 말문을 열면서 “지금은 ‘한계적 특정층만 보는 방송, 무능한 방송사’로 위치되는 공영방송이지만 그럼에도 불구하고 필요하다는 공영방송의 필요성과 가치에 대한 여론 형성에 총력해야 할 때”라고 강조했다.

공영방송 구성원들 “더 이상 못 참겠다”

MBC 시사제작국 기자와 PD 8월 3일부터 ‘제작 중단’ 돌입

“김장겸·김도인·조창호는 사퇴하라”

〈PD수첩〉PD들에 이어 〈시사매거진2580〉기자 등 시사제작국 소속 기자와 PD들이 제작 거부에 동참하면서 MBC 내부의 노사 갈등이 심화되고 있다.

MBC 시사제작국 기자와 PD들은 성명을 통해 “제작 중단을 시작한 〈PD수첩〉 제작진의 뜻에 함께한다”며 “8월 3일부터 MBC 시사제작국 기자와 PD들은 제작 중단에 돌입한다”고 밝혔다.

앞서 〈PD수첩〉 제작진은 8월 1일로 예정된 방송을 위해 ‘한상균을 향한 두 개의 시선’이라는 기획안을 제출했다. 제작진은 “최근 대법원에서 실형 확정 판결을 받은 한상균 민주노총 위원장의 이야기를 고리로 삼아, 한국 사회에서 ‘일하는 사람들’이 어떤 대우를 받고 있는지 취재하려 했다”고 설명했다.

조창호 시사제작국장장과 김도인 편성제작본부장은 이 아이템에 대한 취재를 막았다. 방송심의규정 제9조 4항을 근거로 내세웠다. ‘방송은 당해 사업자 또

는 그 종사자가 직접적인 이해당사자가 되는 사안에 대해 일방의 주장을 전달함으로써 시청자를 오도해서는 안 된다.’ 노조에 가압돼 있는 PD들은 한상균 민주노총 위원장 문제에 ‘직접적 이해당사자’가 되기 때문에 취재를 불허한다는 것이다.

〈PD수첩〉 제작진들은 “정말 심의규정 9조 4항을 지키고자 한다면, 〈PD수첩〉 제작진의 방송을 막을 것이 아니라 MBC 경영진의 입장을 일방적으로 보도해온 MBC 뉴스의 행태부터 비판하는 것이 맞다”며 “7월 21일 18시부터 ‘제작 중단’을 시작한다”고 선언했다.

〈PD수첩〉, 〈시사매거진 2580〉, 〈경제 매거진〉, 〈생방송 오늘 아침〉 등 MBC의 시사프로그램을 담당하는 기자와 PD들도 힘을 보탰다. 이들은 7월 26일 성명을 발표해 “제작 중단에 들어간 〈PD수첩〉과 함께 시사제작국 구성원 전체의 투쟁을 전개하기로 뜻

을 모았다”고 밝혔다. 시사제작국 기자와 PD는 “〈PD수첩〉만의 문제가 아니다. 시사제작국에서 제작하는 대부분의 프로그램에서 아이템 검열, 인터뷰이 검열 등이 행해져 왔다”고 고백했다.

사측은 제작 거부 중단을 촉구했다. 〈PD수첩〉이영백 PD에겐 2개월 대기 발령을 통보했다. 사측은 보도자료를 통해 “대법원 판결을 뒤집을 명백한 팩트 제시도 없었고 취재할 충분한 시간도 없는 상황에서 자신들이 소속된 언론노조의 상급단체인 민노총 위원장에 대해 동정적인 여론을 조성하는 방송을 한다는 것은 방송 규정 위반일 뿐만 아니라 누가 보더라도 상식에 어긋난다”며 〈PD수첩〉의 기획안 전문을 공개했다.

〈PD수첩〉 제작진은 “사측의 주장대로면 민주노총 사업장의 사용자 역시 직접적인 이해관계를 가지고 있으므로 결국 MBC는 민주노총에 관해서 아무것도 취재·보도할 수 없다는 터무니없는 결론에 이르게 된다”며 “사측의 주장은 한마디로 ‘MBC에서 민주노총과 노동 관련 이슈를 제작하려면 언론노조

에서 탈퇴하라’는 압박과 다르지 않다”고 꼬집었다.

결국 〈PD수첩〉이영백·조윤미 PD는 7월 28일 오전 10시 서울중앙지방검찰청에 MBC 사장 김장겸, 편성제작본부장 김도인, 시사제작국장 조창호 등을 노동조합 및 노동관계조정법 위반(부당노동행위)죄로 의율하는 고발장을 접수했다.

MBC 시사제작국 기자와 PD들은 MBC가 공정방송을 할 수 있을 때까지 제작을 중단한다는 입장이다. 이들은 “MBC 프로그램을 정치적으로 이용해온 시사제작국장 조창호와 편성제작본부장 김도인, 사장 김장겸의 검열은 〈PD수첩〉과 〈시사매거진 2580〉뿐만 아니라 〈생방송 오늘아침〉, 〈생방송 오늘저녁〉, 〈경제매거진 M〉에도 만연했다”며 “세월호, 4대강, 국정원은 금기어였고, 언론사가 반드시 지켜야 할 공정성이라는 가치는 사치가 돼버렸다”고 비판했다.

시사제작국 기자와 PD들이 제작 중단에 들어갔지만 〈PD수첩〉을 제외한 다른 프로그램의 추가 결방은 없을 것으로 보인다. MBC 관계자는 “다른 프로그램은 외주나 비정규직 인력이 많이 투입돼 있어 제작이 가능하다”고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

KBS방송기술인협회 “고대영 사장의 퇴임만이 KBS 정상화를 위한 길”

‘공영방송 KBS의 整風을 요구한다!’ 성명 발표

KBS방송기술인협회는 8월 2일 ‘공영방송 KBS의 整風을 요구한다!’는 제목의 성명서를 발표하고 KBS 정상화를 위한 경영진의 책임 있는 결단을 요구했다.

기술인협회는 “이제 국민들은 KBS를 ‘언론적폐’라 부르며 청산의 대상으로 인식하고 있으며, 공영방송 개

혁을 넘어 공영방송의 존재 이유에 대한 회의감까지 언급하고 있다”며 바다까지 추락한 KBS에 대한 국민의 평가를 비판하면서 이에 대한 책임은 KBS 경영진에 있다고 강하게 비판했다.

제4부라는 언론, 그중에서도 약자를 대변하고 민주

주의의 가치를 지켜야 할 공영방송 KBS임에도 불구하고 경영진은 권력에 대한 감시를 외면하고, 이에 대한 국민과 내부 구성원의 요구 역시 회피해 왔다는 것이다.

특히, 기술본부를 네트워크본부로 재편하면서 기능을 축소하고 기술 조직의 뿔뿔이 흩어놓은 고대영 KBS 사장의 책임을 강력하게 질타했다. UHD 방송 등 방송기술에 대한 요구는 높아져만 가는데 방송기술인의 업무 환경을 훼손하며 “마치 우리 KBS 구성원들을 회사

능력과 지도력이 없음을 공개적으로 경고했지만 아랑곳하지 않았다”며 “이렇게 KBS 이사회는 공영방송을 망쳐놓았다”고 강조했다.

조인석 부사장 임명 동의안이 통과된 뒤에는 본부장 인사가 진행됐다. KBS 새노조는 이번 본부장 인사를 놓고 ‘회전 초밥 인사’라고 비꼬았다. 이들은 “임명된 지 8개월밖에 안 된 보도본부장을 전략기획실장으로 옮기고, 미래사업본부장을 그 자리에 앉혔다”며 “이른바 ‘호남’ 출신의 보도본부장을 앉혀 어떻게든 현 정권에 ‘연’을 대 사장 자리를 보전해 보고자 하는 알량한 술수”라고 말했다.

KBS는 자리가 빈 미래사업본부장에는 김성수 방송본부장을 앉혔다. KBS 노조 관계자는 “결국 ‘보도’는 ‘미래 사업’으로, ‘미래 사업’은 ‘방송’으로 돌려

막기 한 것”이라며 “이러다 보니 KBS 본부장 자리가 ‘경력 개발 과정인 CDP냐?’, ‘빙글빙글 도는 회전 초밥 같다’는 비아냥거림이 나오고 있다”고 말했다.

국장급 인사도 본부장 인사와 별반 다르지 않았다. KBS 새노조는 “‘회전 초밥’식 돌려막기 본부장 인사에 이어 이번 국장급 인사는 한마디로 참사 수준”이라며 “어쩔 이렇게 이명박-박근혜 정권 내내 KBS를 망치며 부역을 일삼아온 사람들을 이리 잘도 모아놓았을까 싶을 정도”라고 비판했다.

KBS 새노조는 “이번 인사를 하면서 고대영 사장 스스로도 자신의 운명이 이제 다했음을 깨달았을 것”이라며 “이제 수명이 다한 고대영 사장의 운명을 우리가 반드시 끝내줄 것”이라고 경고했다.

백선하 baek@kobeta.com

KBS 인사 놓고 ‘회전 초밥 본부장 인사’ ‘참사 수준 국장 인사’ 비판

“고대영 사장에게 이번 인사는 마지막 인사가 될 것” 경고



전국언론노동조합 KBS본부(KBS 새노조)가 조인석 부사장과 본부장 인사, 국장급 인사를 비판하고 나섰다.

KBS는 7월 28일 부사장과 본부장 인사를, 8월 1일에는 국장급 인사를 단행했다.

KBS 새노조는 7월 28일 성명을 발표해 “이번에도 ‘역시나’ KBS 이사회가 고대영의 거수기임이 드러났다”며 “‘돌려막기 인사’, ‘아무나 인사’로 밖에 버틸 수 없는 고대영 체제는 곧 무너질 것”이라고 꼬집었다. KBS 새노조는 “PD협회가 KBS의 방송 부문을 총괄하는 수장으로서 조인석 씨는 조직을 이끌

파죽지세 IPTV

‘성장세 IPTV’ 이동통신 3사에 효자 노릇 톡톡

이동통신 3사 2017년 1분기에 이어 2분기에도 IPTV 덕에 실적 호조



SK텔레콤과 KT, LG유플러스 등 이동통신 3사가 인터넷TV(IPTV) 사업의 가파른 성장세에 힘입어 2017년 1분기에 이어 2분기에도 실적 호조를 보였다.

LG유플러스 조직 개편…IPTV와 5G 강화

LG유플러스가 8월 1일 자료 조직 개편을 단행했다. 인터넷TV(IPTV)와 초고속인터넷 등을 전담하는 홈 미디어 부문을 CEO 직속으로 신설했다.

LG유플러스는 “그동안 각 부문에 나누어져 있던 TPS(IPTV, 인터넷 전화, 초고속 인터넷) 사업 기능을 일원화했다”며 “중요도가 증가하는 홈 사업의 실

올해 1분기 이동통신 3사의 실적 발표 자료를 보면 세 곳 모두 IPTV의 매출이 작년 동기 대비 10~20% 증가해 안정적인 성장을 보이고 있다.

2분기도 1분기와 마찬가지로. 이동통신 3사는 모두 IPTV 사업 부문에서 유의미한 실적 개선을 이뤘다. 먼저 SK브로드밴드는 UHD 셋톱박스 가입자 150만 명 돌파 및 유료 콘텐츠 소비 고객 증가로 전년 동기 1.9% 상승한 7,301억 원의 매출을 기록했으며, 영업이익은 분기 실적 사상 최대치인 316억 원을 기록했다.

KT는 미디어·콘텐츠 사업에서 IPTV 우량 가입자 확대와 플랫폼 매출 성장으로 전년 동기 대비 19.2% 성장한 5,614억 원의 매출을 올렸다. 또 올해 1월 선보인 인공지능(AI) TV ‘기가지니’는 소비자들에게 호평을 받으며 가입자가 10만을 넘어선 가운데 AI

행력을 강화하기 위한 것”이라고 밝혔다.

이번 조직 개편은 매출과 영업이익 등 최근 실적을 반영한 것으로 풀이된다. TPS 사업은 지난해에 이어 올해 1분기와 2분기에서도 LG유플러스의 매출을 견인했다. 2분기에는 12.0% 증가한 4,299억 원을 기록했으며 그중에서도 IPTV 사업의 성장이 두드러졌다.

사업 본격화를 위한 전문 조직도 출범했다.

LG유플러스도 IPTV 가입자가 전년 동기보다 15.9% 증가한 331만 명을 기록하면서 같은 기간 TPS 수익은 12.0% 성장한 4,299억 원을 달성했다. LG유플러스 측은 “TPS 수익(IPTV·초고속 인터넷·인터넷 전화) 사업과 데이터 사업 수익 증가로 전년 동기보다 5.8% 오른 9,248억 원을 기록했다”며 “TPS 수익 증가는 IPTV 사업 성장에 힘입었다”고 밝혔다. 이어 “IPTV의 영업이익률은 매출 성장에 따라 더 빠르게 개선될 것으로 본다”며 “2년 내 모바일 수준의 영업이익률을 달성할 것”이라고 말했다.

지난해에는 출범 이후 처음으로 SO의 방송 매출을 넘어섰다. 방송통신위원회가 발표한 ‘2016년 방송사업자 재산 상황’에 따르면 IPTV 사업자의 매출은 지난해 종합유선방송사업자(SO) 매출을 추월했다. 지난해 SK브로드밴드·KT·LG유플러스 등 IPTV 3사의 방송 매출액은 2조4277억 원으로 전년 대비 27.2% 증가했다. 반면 CJ헬로비전·티브로드·딜라이브·현대HCN 등 방송 매출은 2조1,692억 원으로

LG유플러스는 2분기 실적을 발표하면서 “상반기에는 홈 서비스 가입자의 순증과 경영 효율화로 성장세를 이어갔다”고 설명했다.

TPS 일부를 담당하던 FC(Future and Converged) 부문은 차세대 통신 5G에 집중하기로 했다. 기존 모바일사업부는 마케팅 기능 강화를 위해 마케팅그룹으로 명칭을 변경했다. 또한 김세라 전 한 국존슨앤존스 마케팅 상무를 마케팅 그룹장으로 영

사용을 위한 라이선스 계약도 체결할 예정이다. XRCE 소속 연구원 80여 명은 네이버랩스 소속으로 관련 연구들을 이어간다. 네이버는 “컴퓨터 비전, 머신러닝, 자연어 처리 등 AI 기술에 대한 XRCE의 높은 연구 성과들이 네이버랩스가 주력하는 AI/딥러닝, 3D 매핑, 로보틱스 등 생활환경지능 기술 연구들에 더해지면 더 큰 성과를 낼 것”이라고 기대를 표했다.

7월 7일에는 국내 스타트업 컴퍼니 AI를 인수했다. 컴퍼니 AI는 지난해에 설립된 스타트업으로 딥러닝 알고리즘 및 최적화 연구, 기계 독해, 자연어 이해, 대화 모델 연구 등에 기반한 기술을 보유하고 있다. 이번 인수는 자체 기술 스타트업인 ‘엑셀러레이터 D2 Startup Factory(D2SF)’를 통해 인수한 것으로, D2SF가 스타트업 단계부터 직접 회사를 발굴하고 지원을 거쳐 인수까지 이어진 것은 이번이 처음이다. 네이버는 컴퍼니 AI의 노하우를 AI 플랫폼인 클로바에 탑재한다는 계획이다.

새 클라우드 데이터센터도 구축한다. 2020년 하반기 개관을 목표로 경기도 용인에 구축될 데이터센터는 부지 기준 약 13만2,230㎡(약 4만 평)으로 2013년 강원도 춘천에 세워진 첫 번째 데이터센터 ‘각’의 2.5배 규모다. 이미 부지 매입은 마친 상태고, 내년 말 착공에 들어갈 예정이다. 네이버 측은 투자 금액만 총 4,800억 원에 달한다고 밝혔다.

업계 관계자는 “AI 기술은 지난 30년 동안 개발된 것 보다 최근 3년 간 이뤄진 것이 더 많다”며 “구글과 아마존, IBM 같은 기업들이 인프라를 갖추기 위해 스타트업 인수부터 시작해 기술 개발로 물꼬를 튼 것처럼 네이버와 카카오 등 국내 업체들도 스타트업 투

4.0% 감소했다.

이 때문에 이동통신 3사는 당분간 성장 정체를 보이는 무선 사업 대신 IPTV 사업의 수익성을 높이는 전략을 취할 것으로 보인다. 일각에서는 IPTV 사업 역시 포화 상태에 이르렀다는 전망이 나오고 있기는 하지만 아직 대다수 전문가들은 IPTV의 양적·질적 성장이 더 가능하다고 내다보고 있다.

업계 전문가는 “아직 AI와 VR, UHD 등의 서비스가 정착을 한 게 아니기 때문에 기술 발전에 따른 서비스 완성도 측면에서 본다면 앞으로 더 다양한 IPTV 서비스가 나올 것이고 소비자들은 당연히 거기에 반응을 할 것이다. 또 새로운 서비스가 나온다면 그에 맞는 콘텐츠가 개발될 것이고 아마 최종적으로는 IPTV 사업자들도 독자 콘텐츠 개발 및 수급에 집중하지 않을까 싶다”고 예상했다. 이어 “이젠 소비자들이 주문형 비디오(VOD)에 익숙해졌기 때문에 VOD 매출도 당분간은 증가할 것이고, 홈쇼핑 송출 수수료 수익도 늘어날 것으로 보인다”고 덧붙였다.

백선하 baek@kobeta.com

임해 인적 경쟁력도 확보했다. 아울러 기존 영업 조직을 재배치하고, 고객 정보 분석을 위한 DBM(Data Base Marketing) 조직을 신설했다.

LG유플러스는 “이번 조직 개편을 통해 지속 성장과 일등 달성을 성공적으로 수행해나가는 데 최적화된 조직 체계를 구축했다”며 “통신비 인하와 4차 산업 대비 등 통신 산업의 위기를 극복해 재도약에 최선을 다하겠다”고 강조했다.

강민정 mjjang@kobeta.com

네이버 대규모 AI 투자…글로벌 기업과 어깨 견주나

한성숙 네이버 대표 “앞으로 5년 동안 AI에 5,000억 투자할 것”

2016년 3월, 이세돌 9단은 인공지능(AI) 알파고와의 첫 대결에서 충격적인 패배를 당했다. 이후 알파고는 바둑계를 넘어 대한민국 전역에서 하나의 신드롬이 됐고, AI도 더 이상 미래의 기술이 아닌 일상생활 곳곳에서 찾아볼 수 있는 기술이 됐다. 전문가들은 앞으로 AI가 우리의 친구가 되고, 변호사가 되고, 주치의가 될 것이라고 말한다. 모든 생활의 기반이 AI가 될 것이란 의미다. 이미 구글과 아마존, 애플, 페이스북 등 기술을 선도하는 기업들은 AI 개발에 몰두하고 있다. 이에 국내 기업인 네이버도 좀 늦은 감이 있지만 대체를 따라 AI 분야에 대규모 투자를 하는 등 광폭 행보를 보이고 있어 눈길을 끌고 있다.

이해진 네이버 창업자는 지난해 10월 열린 네이버 연례 개발자 회의에서 “인터넷은 국경이 없는 산업이기에 구글이나 페이스북 등 글로벌 기업과 직접 경쟁을 할 수밖에 없다”며 AI와 같은 기술력을 기본으로 경쟁하겠다고 밝혔다. 이날 네이버는 기술연구조직인 ‘네이버랩스’를 별도의 법인으로 분리해 AI나 로봇과 같은 미래 기술에 대한 R&D를 담당케 한다고 발표했다.

이후 네이버는 씬 없이 움직이기 시작했다. 프랑스 음향 기술 스타트업 ‘드비알레’에 대한 투자를 시작으로 ‘퀄컴 테크놀로지 Inc.’와의 전략적 협력 관계 구축, 유럽 내 최대 AI 기술 연구소인 ‘제록스리서치센터 유럽(XRCE)’ 인수, 국내 AI 스타트업 ‘컴퍼니 AI’ 인수, 새 클라우드 데이터 센터 구축 등 올 상반기 투

자 만해도 지난해 20배 수준이다.

먼저 지난해 11월 투자한 드비알레는 유럽 진출을 선언한 뒤 선택한 첫 투자처로 스피커 전문 기업이다. 2007년 프랑스에 설립된 드비알레는 고음질을 갖춘 소형 스피커 기기로 다른 업체와 차별화를 꾀하고 있다. 네이버는 드비알레의 음향 기술과 AI를 접목해 대화형 AI 시스템 경쟁에 나서겠다는 계획이다. 네이버 관계자는 “AI 시대에서 스피커는 단순한 음향 기기가 아닌 사람과 AI를 연결하는 중심 도구가 될 것”이라며 “AI 시대를 대비하기 위해 드비알레와 전략적 파트너십을 체결했다”고 말했다.

올 6월 19일에는 퀄컴의 자회사인 퀄컴 테크놀로지 Inc.와 전략적 협력 관계를 구축했다고 밝혔다. 네이버는 라인과 함께 개발 중인 AI 플랫폼 ‘클로바’를 퀄컴의 스냅드래곤 프로세서에 탑재하고, 스냅드래곤이 적용되는 사물인터넷(IoT) 플랫폼을 시작으로 향후에는 스마트폰 등에도 클로바를 AI 플랫폼으로 제공한다는 계획이다.

6월 27일에는 미국 제록스 사로부터 프랑스 그르노블에 위치한 제록스리서치센터유럽(XRCE)을 인수했다고 발표했다. 1993년 설립된 XRCE는 미국의 실리콘벨리를 연상하게 하는 프랑스 그르노블 지역에 위치한 첨단기술연구센터로 AI, 머신러닝, 컴퓨터 비전, 자연어 처리 등과 같은 미래 기술을 연구하고 있다. 네이버는 제록스가 보유한 기존 XRCE의 지적재산권

CJ E&M 일산 제작센터 개관…UHD 전용 스튜디오도 구축

제작 스튜디오 6개동·세트 소품 보관동 포함 4,200평 규모



CJ E&M이 경기도 일산에 드라마와 예능 프로그램 제작할 수 있는 대규모 제작센터를 구축했다.

CJ E&M은 7월 20일 오전 경기도 일산 대화동에서 ‘CJ E&M 일산 제작센터 개관식’을 가졌다고 밝혔다.

지난 2013년 5월 착공한 CJ E&M 일산 제작센터는 드라마 예능 제작 스튜디오 총 6개동과 세트 소품 보관동을 포함해 전체 부지 면적 5천300평, 건축 연면적 4천200평에 달한다. CJ E&M은 지난 2014년 4개의 제작 스튜디오를 먼저 개관해 운영해오다

올해 7월 2개의 제작 스튜디오와 세트 소품 보관동을 추가로 완공했다.

CJ E&M 측은 “〈치즈인더트랩〉, 〈또 오해영〉, 〈보이스〉, 〈터널〉 등과 같은 웰메이드 드라마는 물론 〈프로듀스101〉, 〈쇼미더머니〉, 〈갯잇뷰티〉 등 센세이션을 일으켰던 킬러 콘텐츠의 제작 스튜디오였던 일산 제작센터가 이번에 확대 개관돼 양질의 콘텐츠 제작에 더욱 박차를 가할 계획”이라고 설명했다. 이어 “일산 제작센터에 초고화질(UHD) 전용 스튜디오도 구축했다”며 “향후 이 센터에서 만들어질 대부분의 tvN, OCN 드라마는 UHD 콘텐츠로 제작될 예정”이라고 덧붙였다.

이성학 CJ E&M 방송사업총괄은 “무한한 꿈과 상상력으로 최고의 콘텐츠를 만들어내는 CJ E&M이 1만 3,800㎡의 대규모 전용 제작센터를 개관하며, 다시 한 번 도약할 수 있는 발판을 마련하게 됐다”며 “그간 참신한 소재와 실험 정신으로 방송 트렌드를 이끌어왔던 CJ E&M이 안정적인 제작 시스템을 바탕으로 국내는 물론, 해외까지 공략할 수 있는 콘텐츠 경쟁력을 강화하게 됐다”고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

넷플릭스 2분기 신규 가입자 수 520만 명…총가입자 수 1억 명 돌파

해외 가입자 414만 명으로 글로벌 시장에서도 저력 과시



넷플릭스는 2017년 2분기 신규 가입자 수가 520만 명이라고 발표했다. 이는 최고 수치였던 320만 명을 훨씬 웃도는 숫자이며 약 9%의 증가율을 보인 것이다. 이로써 넷플릭스는 총가입자 수가 1억 명을 넘어섰다.

2분기 신규 가입자 중 미국 내 가입자는 107만 명이었으며 해외 가입자는 414만 명이었다. 미국 내에서 넷플릭스의 입지는 이미 확고한 위치에 있지만, 해외 가입자 수의 급격한 증가는 앞으로 더 많은 가능성과 기회를 열 것으로 보인다.

우리나라에서는 넷플릭스로부터 5천만 달러(한화 약 570억 원)의 제작비를 투자받은 봉준호 감독의 신작 〈옥자〉가 지난 6월 28일(한국시각 29일) 공개돼 이러한 흐름에 박차를 가했다. 더불어 멀티플렉스 극장이 “넷플릭스가 국내 영화 유통 생태계의 질서를 어지럽히고 있다”며 〈옥자〉를 상영하지 않고 단

관 극장에서만 개봉하면서, 접근성이 높은 넷플릭스를 통한 관람이 더 증가했을 것으로 추정된다.

특히, 지난해 같은 분기에는 역사상 가장 낮은 수치인 170만 명을 기록한 바 있어 이번 실적은 더 큰 의미를 가진다. 미국 투자회사 거버 가와사키의 CEO 로스 거버는 CNBC와의 인터뷰에서 “넷플릭스는 엔터테인먼트 산업의 통제할 수 없는 거대한 힘(juggernaut)이 됐다”며 “밀리니엄 세대는 더 이상 케이블을 사지 않는다. 필요한 모든 콘텐츠가 넷플릭스와 HBO에 있기 때문이다. 이제 이러한 현상은 세계로 뻗어 나가고 있다”고 평했다.

반면, 일각에서는 넷플릭스의 성장세를 두고 조심스러운 전망도 나왔다.

슈어베스트자산운용의 CEO이자 CIO인 로버트 루나는 대체로 낙관적 평을 받고 있는 넷플릭스의 인도 시장 진출에 대해 부정적 입장을 보였다. 인도에서 넷플릭스 서비스 가격 7.5달러는 1,500달러의 낮은 연 수입에 비해 지나치게 비싸다는 점을 설명하며 “넷플릭스는 콘텐츠 가격과 대체 수입원의 부족으로 위기를 맞을 것”이라고 말했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

제44회 한국방송대상, KBS ‘임진왜란 1592’ 기술진흥상 KBS 정화섭

KBS <임진왜란 1592> 5부작이 제44회 한국방송대상 대상을 받았다.

한국방송협회는 7월 31일 각계 전문가로 구성된 24인의 심사위원단이 선정한 대상과 작품상 23개 부문 24편, 개인상 21인을 발표했다. 지난 1973년에 시작돼 올해로 44번째를 맞는 한국방송대상은 1년 동안 지상파방송을 뒀던 시사, 보도, 교양, 예능 프로그램 중 가장 우수한 작품과 방송인을 선정해 창작 의욕을 높이고, 우수 방송 콘텐츠 제작을 견인해왔다.

대상의 영예를 안은 <임진왜란 1592> 5부작은 국내에서 본격화되지 않은 다큐멘터리의 한 장르인 ‘팩츄얼 드라마’ 형식을 과감히 도입해 동아시아 최초이자 최대 국제 전쟁인 임진왜란을 사실적이며 스펙터클하게 그려냈다.

심사위원단은 “전통적 다큐멘터리 방식을 벗어난 참신한 시도로 장르적 다양성과 사회적 과급력을 확보했고, 동시에 높은 작품 완성도를 달성했다”고 평가했다.

그 외 작품상으로는 △시사보도TV부문 SBS <그것이 알고 싶다> 살수차 9호의 미스터리-백남기 농민 사망 사건의 진실 △다큐멘터리TV부문 MBC <휴먼다큐 사랑> 나의 이름은 신성혁 2부작 △문화예술부문 KBS <환생> 2부작 △생활정보TV부문 EBS <명의> 병이 되는 잠-밤새 안녕 하셨습니다까? △중단편드라마부문 KBS 수목미니시리즈 <김과장> △에너지바라이어티부문 MBC <무한도전> 역사x힙합 프로젝트 위대한 유산 △연예오락TV부문 SBS <미운 우리 새끼> △연예오락R부문 TBS <배칠수, 전영미의 9595쇼> △지역

다큐멘터리TV부문 TBC <풍정라디오>, 포함 MBC <독도DNA> △지역다큐멘터리R부문 KNN <베리어프리오페라> 6부작 등 총 24편이 선정됐다.

개인상 수상자로는 △공로상 배우 故 김영애, 운구일 PD △지역방송진흥상 박원달(TBC) △기술진흥상 정화섭(KBS) △영상그래픽상 정현규(MBC) △아나운서상 이상희(OBS) △진행자상 한동준(CBS) △작가상 <그것이 알고 싶다> 작가진(SBS) △연기자상 남궁민(KBS <김과장> 출연) △코미디언상 이수지(KBS <개그콘서트> 출연) △가수상 방탄소년단 등 21인이 선정됐다. 한국방송대상 시상식은 ‘방송의 날’에 맞춰 오는 9월 4일 KBS홀에서 개최된다.

백선하 baek@kobeta.com



SO 재허가 및 허가에 ‘협력업체 고용 안정’ 포함 추혜선 의원 “간접고용 비정규직 문제 해결 의지 보여” 환영

종합유선방송사업자(SO) 재허가 및 허가 조건에 협력업체 종사자의 고용 안정과 복지 향상 방안이 추가됐다.

과학기술정보통신부와 방송통신위원회가 8월 3일 CJ헬로비전 가야방송 등 24개 SO의 재허가와 티브로드 세종방송·씨엠비 충청방송세종지점 등 신규 사업자 허가를 발표하면서 이 같은 추가 조건을 붙였다.

허가 및 재허가 심사위원회는 “허가와 재허가 심사에 지역성 구현, 공정 경쟁, 공적 책임 수행, 협력업체와의 상생 등에 관한 세부 조건 부가가 필요하다”고 제안했다.

과학기술정보통신부는 심사위원회의 의견을 토대로 방송위 사전 동의를 요청했으며, 방통위는 전체회의에서 허가 및 재허가 조건 일부를 변경해 권고 사항을 추

가하기로 했다.

과학기술부 관계자는 “방통위가 제시한 조건, 권고 사항을 반영해 대상 사업자에게 허가장을 교부할 예정”이라며 “향후 허가-재허가 조건이 성실히 준수되도록 정기적인 이행 점검을 진행하겠다”고 말했다.

국회 과학기술정보방송통신위원회 소속 추혜선 정의당 의원은 바로 환영의 뜻을 밝혔다.

추 의원은 8월 4일 논평을 통해 “이번 결정을 통해 케이블 설치·수리 기사들의 고용 안정성 확보는 방송 사업자의 자격 요건이자 방송 산업 발전의 필수 조건이라는 점을 분명히 했다”며 “내년에 인터넷

TV(IPTV) 사업자 재허가 절차가 예정돼 있는 만큼 유료방송 산업 전반으로 확대 적용되기를 기대한다”고 말했다.

추 의원은 “최근 일부 사업자의 직접 고용 추진, ‘근로자영자’에 대한 노동자 신분 인정 등의 개선이 있었지만 여전히 위험한 작업 환경과 고용 불안 등은 서비스 안정성을 훼손하는 위험 요인으로 남아 있다”며 “이를 개선하는 것은 질 좋은 지역 일자리 창출과 방송 서비스의 안정성 확보라는 측면에서 케이블 방송사의 가장 중요한 사회적 책무”라고 강조했다.

전속희 sh45@kobeta.com

KT, 터널에서 끊김 없는 LTE+위성 TV 출시 “상황에 관계없이 고화질 영상 제공 가능해”



터널에서도 끊김 없이 볼 수 있는 LTE TV가 공개됐다. KT와 KT스카이라이프는 7월 12일 서울 광화문 KT스퀘어에서 ‘스카이라이프 LTE TV’ 출시 행사를 개최했다.

스카이라이프 LTE TV(SLT)는 KT의 LTE 기술

을 KT스카이라이프의 위성방송에 접목해 운전 상황과 관계없이 고화질의 영상을 제공하는 서비스다. 위성으로 실시간 방송을 제공하다 폭우가 내리거나 터널에 진입하는 등 위성 신호가 약해질 경우 LTE를 통해 실시간 채널의 방송 신호를 제공한다.

기존에 제공되던 스카이라이프 TV 서비스는 터널에 진입하거나 기상이 악화되면 실시간 방송이 중단돼 승객들의 원성을 샀다. KT와 스카이라이프는 이 같은 문제를 해결하기 위해 ‘B.U.S.’라는 기술을 개발했다.

‘B.U.S.’는 KT-스카이라이프가 공동 개발한 기술로 버퍼링(Buffering), 통합 지능형 LTE 스위칭(Unified Intelligent LTE Switching), 스틸컷(Still Cut)의 약칭이다. 버퍼링은 실시간 전달받은 위성 신호를 셋톱박스에서 약 5초간 지연 후 재생해주는 기술이다. 이를 통해 터널과 같이 음영 지역에 들어가거나 나올 때 방송 신호가 위성망-LTE망으

로 전환돼도 영상은 끊기지 않는다. 통합 지능형 LTE 스위칭 기술은 위성 신호가 불량할 경우 약 1초 만에 방송 신호 수신을 위성에서 LTE로 바꾸주고, 위성 신호가 양호해지면 수신 방식을 LTE에서 위성으로 환원해준다. 스틸컷 기술은 위성-LTE 간 수신 방식이 바뀌는 순간에도 화면이 자연스럽게 이어지도록 기존 시청 중이던 방송의 마지막 장면을 노출하는 기술이다.

KT와 KT스카이라이프는 LTE TV 공개에 앞서 지난 5월부터 2개월 동안 7대의 차량을 이용해 경부, 중부, 영동 등 전국 주요 고속도로에서 로드 테스트를 실시했다. 그 결과 위성방송이나 DMB로 시청이 불가능했던 터널에서 끊김 없이 실시간 방송 시청에 성공했고, 일시적인 패킷 손실을 극복할 수 있는 RET(Retransmission) 기술을 올해 안에 업데이트 할 예정이다.

RET(Retransmission)는 셋톱박스에 5초간 저장되는 화면 정보를 분석해 화면이 깨졌을 때 방송 센터에서 깨진 영상 정보를 LTE망으로 전송해 깨졌한 화면을 제공하는 기술이다. 하드웨어 변경 없이 셋톱박스 업그레이드를 통해 자동 적용될 예정이다.

LTE TV 출시와 함께 위성 안테나 업그레이드도 진행된다. 기존 위성 안테나는 크거나 디자인이 차량과 어울리지 않는 경우가 있었지만 이번에 출시한 LTE TV 안테나는 기존 안테나(45X15cm)의 5분의 1크기(30X4.2cm)로 차량 외관에 영향을 주지 않는다. 또한 올해 연말쯤 선보일 예정인 초박형 SLT 안테나는 25X3cm 크기로 이번 안테나보다 더 축소될 예정이다.

KT는 KT그룹이 보유한 B.U.S. 솔루션과 RET 기술을 차량뿐 아니라 KTX, SRT와 같은 고속열차와 또 다른 이동체에도 적용한다는 계획이다. 동시에 미국, 프랑스, 영국, 일본 등 위성방송 선진국에도 B.U.S. 솔루션 및 RET 기술 수출을 추진할 예정이다.

임현문 KT Mass총괄 사장은 “KT그룹이 힘을 합쳐 선보인 스카이라이프 LTE TV는 ‘사람을 위한, 따뜻한 혁신 기술’이라는 KT의 가치 철학이 담겨 있다”며 “KT는 그룹사와 함께 스카이라이프 LTE TV에 적용된 B.U.S, RET와 같은 미디어 혁신 기술을 해외에 알리고 글로벌 기업으로서의 위상을 높이기 위해 적극 노력하겠다”고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

단신

KT스카이라이프, 충청 특별재난지역에 무상 교체 및 무상 출동 서비스 실시

KT스카이라이프가 최근 기습 폭우로 특별재난지역으로 선포된 충청권 피해주민 지원에 발 벗고 나선다.

KT스카이라이프는 집중호우로 침수 피해를 본 고객들을 위해 최우선 지원 서비스를 실시한다고 7월 28일 밝혔다.

수해로 분실되거나 파손된 수신기는 고객센터(1588-3002)를 통해 접수하면 무상으로 안드로이드나 UHD 수신기로 교체 받을 수 있다. 회사는 특별재난지역인 충청권 고객이 AS 요청 시 최우선으로 무상 출동하여 서비스를 제공한다는 계획이다.

또한 침수 피해 가구의 안정적인 방송 시청 환경 확보를 위해 3개월간 무료 시청을 제공한다. 해지를 원하는 고객에게는 할인반환금이나 장비 분실 비용 전액을 면제해 신속하게 해지 처리를 할 방침이다. 안테나 등 기타 제반 장비들이 파손됐다면 역시 무상으로 교체해준다.

채학석 KT스카이라이프 고객최우선실 실장은 “사상 최악의 물난리를 겪은 충청 지역민들의 시름을 조금이라도 달래드리고자 고객 최우선 지원 방안을 마련했다”며 “앞으로도 국가 자연재해에 즉각 대응할 수 있는 체계를 지속 구축하여 피해 복구를 위해 최선을 다할 계획”이라고 밝혔다.

민서진 seojin@kobeta.com

KBS, 스리랑카 방송인에게 제작 노하우 전수

KBS가 스리랑카 국·민영방송 PD·기자들을 대상으로 방송 제작 노하우를 전수한다.

KBS는 7월 10일부터 21일까지 진행되는 ‘스리랑카 방송 프로그램 제작 및 방송 역량 강화’ 연수 과정을 이수하기 위해 스리랑카 국영방송 ‘루파바하니’와 민간방송 ‘데레나 TV’ 등 4개 방송사 소속 PD 20명이 KBS 인재개발원에 입소했다고 밝혔다.

이번 연수 과정은 한국국제협력단(KOICA)의 위탁을 받아 진행하는 교육으로 지난해 1차 과정에 이어 두 번째다. 이들은 KBS 현업 제

작진으로 구성된 강사들로부터 HD 카메라 촬영, 특수영상, 모바일 편집, KBS 스튜디오 방문 등 프로그램 제작과 관련한 한국의 선진 방송 기법을 배우고 한류에 대한 강의도 듣게 된다.

또 7월 31일부터는 스리랑카 방송 기자 20명이 KBS 인재개발원에 입소해 12일 동안 모바일 편집, KBS 디지털 뉴스로 견학을 포함한 방송 제작 교육을 받을 예정이다.

KBS는 “이번 교육 과정을 통해 우리나라의 선진 방송 제작 기법이 서남아시아 권역으로 전수되고, 한류가 확대됨에 따라 한국 문화에 대한 긍정적인 이미지가 더욱 확산될 것으로 기대한다”고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

카카오-현기차, 공동 개발한 음성인식 ‘제네시스 G70’에 탑재

카카오가 현대·기아자동차와 인공지능(AI) 플랫폼 카카오 I(아이)의 음성 인식 기술을 기반으로 ‘서버형 음성 인식’을 기술을 개발하고 이를 9월 출시 예정인 제네시스 G70에 적용한다.

카카오 I는 음성 인식 및 합성 기술, 자연어 처리 기술, 이미지 인식과 같은 멀티미디어 처리 기술, 핫 붓과 같은 대화 처리 기술 등 다양한 카카오 AI 기술이 집결된 통합 인공지능 플랫폼이다.

카카오는 “앞으로도 확장성과 개방성이라는 기조 하에 자사의 서비스뿐만 아니라 다양한 파트너에게 카카오 I를 제공해 생태계를 구축할 계획”이라며, “카카오 I가 적용된 제품이나 서비스에는 기술 인증을 위해 ‘Kakao I Inside’ 인증 마크를 부여할 예정”이라고 말했다.

현대·기아차와 함께 개발한 ‘서버형 음성인식’은 카카오 I가 적용된 첫 외부 서비스다. 한 단계로 간소화한 ‘원 샷(one shot)’ 방식의 음성인식을 통해 목적지 검색과 맛집, 관광지, 정비소 등 유용한 정보를 운전자에게 제공해 주는 기술이다.

예를 들어 스티어링휠에 위치한 음성인식 버튼을 누른 뒤 ‘길 안내, 현대자동차 본사’처럼 ‘길 안내 + 상호명’을 말하기만 하면 바로 내비게이션 화면에 목적지를 나타내 준다. 또한 ‘서울시 서초구 현릉로 12’와 같이 ‘길안내 + 완전한 주소’를 말해도 인식이 가능하며 ‘중

로구 00아파트’, ‘00아파트 2단지’, ‘분당 000마을 00빌딩’ 등 간소화된 목적지 검색도 가능하다.

현대·기아차에 적용되는 ‘서버형 음성인식’은 △운전자가 발화한 음성 데이터 및 위치 데이터를 카카오 음성인식 서버로 전송 △인식된 음성 정보를 카카오 지도 서버로 전송 △운전자 관심 지점(POI, Point of Interest) 정보를 차량 내비게이션으로 전송하는 세 단계 과정을 거친다. 운전자의 음성 데이터를 인식해 필요한 정보를 카카오의 서버를 거쳐 이용자에게 제공하는 개념이다.

카카오와 현대·기아차는 이번 기술 개발을 위해 작년에 기술 제휴 MOU를 체결하고 긴밀히 협업해 왔다. 양사는 앞으로도 AI 기술 관련 제휴를 확대하고 기술 고도화를 통해 초연결 커넥티드카의 조기 상용화를 위한 협력할 계획이다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

방통위, ‘시청각장애인용 TV’ 12,000대 보급 개시

방송통신위원회는 시청각장애인용 TV 보급을 위해 지난 6월 전국 지자체와 협력해 저소득층 시청각장애인을 대상으로 신청서를 접수한 바 있다. 우선 선정된 적격자 1만 6백 명에게 8월 3일부터 보급을 시작하고, 11월까지 1만 2천 대를 보급할 계획이다.

올해 보급하는 시청각장애인용 TV는 28형(69.5cm)으로, 청각장애인의 자막 방송 시청 편의를 위해 자막 위치를 자유롭게 조정할 수 있으며, 자막의 색상, 폰트, 크기 등도 변경할 수 있다.

또한, 시각장애인을 위해 채널 변경, 프로그램명, TV 메뉴 등을 음성으로 안내해 주는 서비스의 음질과 기능을 크게 향상했다. 더불어 점자 및 단축키가 포함된 전용 리모컨을 제공하고 영상으로 제작한 사용 설명서를 TV에 탑재해 편리성을 한층 높였다.

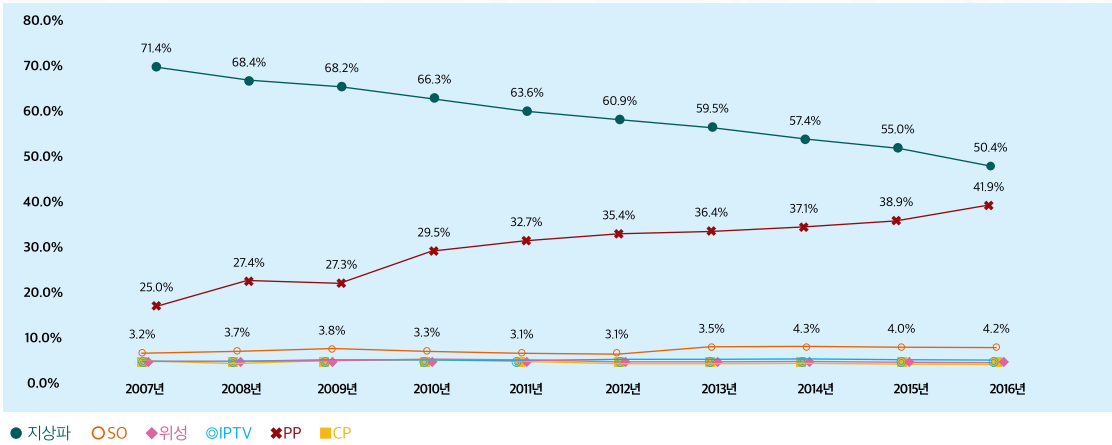
방통위 관계자는 “하반기에 시청각장애인용 TV에 대한 만족도를 조사하고, 이를 바탕으로 내년에는 기능을 더욱 개선할 계획”이라고 말했다.

이진범 jnb1001@kobeta.com

방송기술저널이 선정한 2017년 방송계 이슈④ I 종합편성채널 특혜

‘종편 특혜 환수’ 이번엔 기대해도 될까요?

매체별 광고 시장 점유율 변화 추이(2007~2016년)



연도	월	내용
2008년	12월	12월 한나라당, 미디어법 개정안 국회 제출
2009년	7월	7월 미디어법 통과
	10월	헌법재판소, “미디어법 표결 과정은 위법, 법안 효력은 유효 판결”
2010년	9월	방통위, 종편승인 기본계획 의결
	12월	종편 사업자(TV조선, JTBC, 채널A, MBN) 선정
2011년	3월	종편 승인장 교부
	12월	종편 개국
2012년	2월	미디어법 국회 통과
2013년	5월	대법원, 종편승인 심사자료 공개 판결
	7월	‘종편승인 심사검증 TF’ 1차 조사 결과 발표
	9월	방통위, 종편 재승인 심사계획안 의결
2014년	2월	방통위, 종편 광고 판매대행사 3곳 선정 및 MBN 미디어법 허가
	3월	방통위, 종편 3사 재승인 의결(TV조선:684.73점, JTBC:727.01점, 채널A:684.66점) ※기준 점수 650점
	11월	방통위, MBN(704.43점) 재승인 의결
2017년	3월	방통위, 종편 3사 재승인 의결(TV조선:625.13점, JTBC:731.39점, 채널A:661.9점)
	11월	방통위, MBN 재승인 심사 예정

지상파 방송사와 종합편성채널의 위상이 뒤바뀌고 있다. 불과 5년 전만 해도 독점적 지위를 가졌다고 평가받던 지상파 방송사의 하향세는 점점 뚜렷해지고 있고, 개국 초기 1년도 채 못 버틸 것이라고 했던 종편은 어느새 지상파와 턱밑까지 따라붙었다.

방송통신위원회가 발표한 ‘2016년 방송 사업자 재산 상황’에 따르면 KBS·MBC·SBS·EBS 등 지상파의 방송 광고 매출은 전년 대비 15.1% 감소한 1조 6,200억 원이다. 반면 종편은 전년 대비 0.6% 증가한 2,880억 원의 광고 매출을 기록했다.

여기서 중요한 것은 광고 시장 점유율이다. 2007년 71.4%의 점유율을 차지하던 지상파는 지난해 50.4%로 겨우 50%를 넘겼다. 반면 종편을 중심으로 한 방송채널사용사업자(PP)의 점유율은 2007년 25.0%에서 2016년 41.9%로 16.9%p 증가했다. 2007년 46.4%p의 차이가 2016년에는 8.5%p로 줄어들었다. 그 만큼 지상파의 영향력이 줄어들고, 종편을 중심으로 한 PP의 영향력이 커졌다는 것이다.

올해의 상황도 지난해와 별반 다르지 않다. 이와 같은 하락세라면 올 연말에는 PP가 지상파를 넘어설 수도 있다. tvN이나 JTBC의 대표 프로그램 광고 단가는 이미 지난해 지상파를 추월했다. 업계에 따르면 올 상반기 지상파 3사의 광고 매출은 전년 동기 대비 8.7% 감소한 7,240억 원이다. 반면 종편은 전년 동기 대비 24.1% 증가했다. 특히 JTBC는 ‘업계 추정치’를 전제로 올 상반기 1,096억 원을 기록했다. 전년 동기 대비 54.5% 증가한 수치다. 업계 관계자는 “지상파의 광고 매출 감소분이 종편으로 들어간 것 같다”며 “이제 ‘지상파 독점’이라는 단어는 그 어디에서도 찾아볼 수 없게 됐다”고 말했다.

종편은 뉴스 보도, 시사·교양, 드라마, 오락, 스포츠 등 모든 장르를 방송할 수 있는 채널이다. 지상파와 동일한 서비스를 제공하지만 케이블과 위성방송, 인터넷TV(IPTV)를 통해 송출하기 때문에 유료방송 가입 가구에서만 시청할 수 있다. 하지만 유료방송 가입률이 90% 이상인 상황에서 그 차이는 무의미하다.

시청자들도 지상파와 종편의 차이를 거의 못 느끼고 있다. 방송사 PD 공채 시험을 준비하고 있는 30

살 김 모 씨는 “PD 준비 때문에 프로그램 모니터를 많이 하고 있는데 지상파와 종편, CJ 등의 프로그램 차이를 못 느끼고 있다”며 “tvN이나 다른 PP의 경우 보도나 시사 프로그램이 없어 다르다고 생각하지만 지상파와 종편은 뉴스부터 시사, 예능, 드라마까지 다양한 장르를 편성하고 있어서 채널 간 차이, 다름이 느껴지지 않는다”고 말했다. 이어 “예전에는 지상파 공채만 준비하는 친구들도 많았는데 지금은 종편도 지상파와 마찬가지로 많은 친구들이 있다”며 “예능이나 드라마 PD 지망생 중에는 지상파보다 종편이나 CJ를 선호하는 친구들도 있다”고 덧붙였다.

지상파와 종편에 ‘동일 서비스, 동일 규제’를 적용해야 하는 이유다. 동일한 서비스를 제공하는데도 불구하고 지상파에는 엄격한 잣대를 들이대고, 종편에는 ‘의무전송채널·1사 미디어법’을 통한 사실상의 광고 직접 영업 허용·10만대 황금 채널 배정·방송통신발전기금 면제 및 낮은 징수율 책정’ 등의 다양한 특혜를 제공하는 것 자체가 말이 되지 않는다는 것이다.

문재인 대통령도 지난 대선 당시 종편의 과도한 특혜를 지적했다. 문 대통령은 “‘동일 서비스, 동일 규제’ 원칙에 따라 특혜 없이 종편과 지상파에 동일한 규제를 적용하겠다”고 밝혔다. 국정기획자문위원회는 최종 보고서를 통해 오는 2018년까지 방송 편성 규제 등 관련 제도를 개선해 지상파와 종편의 영향력을 감안한 합리적 규제 체계를 마련하겠다고 말했다.

의무전송채널 지위와 수신료 ‘이중 특혜’ 논란

가장 먼저 회수해야 할 종편 특혜는 의무전송채널 지위다. 의무전송채널은 방송법에 근거한 것으로 정부가 시청자의 권익 보호, 민주적 여론 형성, 국민 문화 향상, 공공복리 증진 등을 위해 공익적·공공적 성격이 강한 채널을 의무적으로 송신할 것을 법으로 강제한 제도다. 지상파 채널 가운데 의무 전송 지위를 갖고 있는 것은 KBS 1TV와 EBS다. KBS 2TV와 MBC, SBS는 의무전송채널이 아니다. 하지만 KBS 2TV, MBC, SBS와 성격이 비슷한 종편 채널은 다 의무전송채널로 규정돼 있다. 이해할 수 없

는 일이다.

2009년 한나라당(새누리당·자유한국당의 전신)이 방송법과 신문법, 인터넷멀티미디어방송사업법(IPTV법) 등 미디어 관련 법을 날치기 통과시킴으로써 탄생하게 된 종편은 2011년 12월 개국부터 지상파와는 다른 방송 규정을 적용받았다. 조선일보·중앙일보·동아일보·매일경제TV 등을 모기업으로 둔 종편은 한나라당의 전폭적인 지원을 받았다. 한나라당 소속 의원들과 방통위는 “후발 사업자를 지원하기 위한 정책적 판단”이라며 의무전송채널을 비롯한 다양한 특혜를 종편에 부여했다.

당시 학계를 비롯한 방송 전문가들은 “KBS 1TV와 EBS는 공익적 프로그램 위주로 편성이 돼 있지만 종편은 소유 구조와 편성 차원에서 상업 방송에 가깝기 때문에 의무 전송을 규정한 법의 취지와 맞지 않는다”는 의견을 내놓았다. 이들은 “지상파인 MBC와 SBS도 중계방송사업자들과 개별 계약을 통해 방송을 재송신하고 있는데 지상파도 아니고 공익적 방송을 하는 것도 아닌 종편에 의무전송채널 지위를 준다는 것은 모순”이라며 “그동안 ‘동일 서비스, 동일 규제’ 원칙을 내세워왔던 방통위의 원칙과도 어긋난다”고 주장했다. 하지만 이들의 의견은 받아들여지지 않았고, 결국 종편은 의무전송채널 지위를 갖게 됐다.

여기서 또 다른 문제가 발생한다. 현재 종편은 의무 전송을 하면서 별도의 수신료를 받고 있다. 지난해 TV조선과 JTBC, 채널A, MBN이 종합유선방송사업자(SO)와 IPTV 등에서 받은 수신료는 평균 151억 원이다. 종편 방송 매출의 1/10 수준이다. 반면 동일한 의무전송채널인 KBS 1TV와 EBS는 SO나 IPTV로부터 별도의 수신료를 받지 않고 있다.

당초 SO 등 플랫폼 사업자들은 종편에 수신료를 지불하지 않으려 했다. 하지만 수신료 협상을 진행하던 2013년 종편은 모기업에 내세우며 CJ헬로비전, 티브로드, 씨앤앰 등 주요 MSO를 상대로 각사당 12억~14억 원 규모의 채널 사용료를 요구했다. 종편은 “보도전문채널인 YTN도 의무편성채널인데 SO 측에서 프로그램 사용료를 받고 있다”며 “콘텐츠 제공에 따른 대가는 당연하다”고 주장했다. 모기업의 압박을 견디기 어려웠던 SO와 IPTV 등은 종편에 수신료를 지불하기로 결정했다.

종편의 의무전송채널 지위와 수신료는 국정감사 때마다 도마 위에 오르고 있다. 국회 과학기술정보방송통신위원회(구 미래창조과학방송통신위원회) 소속 변재인 더불어민주당 의원은 지난해 국정감사에 이어 이효성 방통위원장 인사청문회 자리에서 종편의 수신료 수익을 지적했다. 변 의원은 “KBS 1TV나 EBS 및 종교 방송, 공익 방송 등 타 의무전송채널과 달리 법으로 규정되지 않은 종편이 유료 방송 사업자로부터 과도한 의무 전송 대가를 받고 있다”며 “종편은 정부가 부여한 의무전송채널의 지위를 활용한 월권을 행사하고 있다”고 지적했다. 이어 “의무전송채널의 경우 전국 단위의 방송 사업자로의 지위를 얻게 되는 만큼, 원칙적으로 수신료를 받지 않는다는 기준이 필요하고, 만약 대가를 받는다고 한다면 의무전송채널로 지정한 정부가 기준을 정할 필요가 있다”며 “의무전송채널과 관련한 법 규정부터 바로잡아야 한다”고 덧붙였다.

‘1사 1법’ 폐지?...불법·탈법 광고 영업 바로 잡아야

비정상적인 광고 영업도 바로 잡아야 한다. 방송의 공공성 때문에 광고 영업을 미디어법에 맡겨야 하는 지상파와 달리 종편은 ‘1사 1법’이 허용돼 사실상 직접 광고 영업이 가능하다. 그러다 보니 모기업을 통한 불법·탈법적 광고 영업을 비일비재한 것으로 나타났다. 2015년 3월 공개된 MBN 미디어법 광고 영업 일지 역시 이를 뒷받침하는 증거다.

일명 ‘MBN X파일’로 불리는 MBN 광고 영업 일지는 미디어법 영업 1팀이 작성한 구글 공유 업무 일지다. 2015년 3월 미국의 인터넷 언론인 ‘인데이저널’이 보도하면서 공개된 이 업무 일지에는 2014년 12월 1일부터 2015년 1월 20일까지 51일 동안 MBN 미

디어법 영업 1팀이 진행한 약탈적 불법·탈법 영업이 적나라하게 적혀 있었다. 뉴스 보도나 그 외 프로그램에서 업체나 제품을 불법 홍보하고, 모기업을 통해 광고 수수 압력을 행사하기도 했으며, 조폭식 각출이나 뇌물로 의심되는 불법 협찬, 기자의 불법 광고 영업 등 다양한 유형이 기록돼 있었다.

영업 일지에 적힌 불법 협찬은 방통위가 공개한 ‘2015년도 방송 사업자 재산 상황’ 자료에도 반영됐다. 이 자료에 따르면 종편 4사의 매출은 전년 대비 32.5%가 늘었고, 지난해까지 계속 적자를 기록했던 영업 손익 부분에서도 처음 흑자를 기록한 회사가 나왔다. 특히 흑자 전환을 한 TV조선의 경우 광고 매출보다 협찬 매출이 많이 늘었는데 전체 매출에서 협찬이 차지하는 비중이 33%에 달했다.

유승희 더불어민주당 의원은 지난해 국정감사 자리에서 “2013년에는 종편 4사 모두 20% 미만의 협찬 광고 비율을 보였는데 2015년부터 JTBC를 제외한 종편 3사의 협찬 매출이 30% 넘었고, TV조선과 채널A의 경우 40%에 이른다”며 “지상파와 극명하게 대비될 정도로 높은 수치”라고 말했다. 유 의원은 “종편의 기형적인 협찬 광고 매출은 비정상적인 광고 영업의 결과로 보인다”며 “신문사와 경연을 하고 있는 종편의 경우 신문 광고 영업을 하면서 종편 광고까지 함께 판매한다는 의혹이 끊이지 않고 있다”고 지적했다.

종편의 ‘1사 1법’ 허용은 방통위 내부에서도 의문을 제기하고 있다. 일부 방통위 상임위원들은 “왜 종편만 1사 1법을 해야 하나”며 “공동으로 여러 방송사들의 방송 광고를 판매 대행하는 것이 공익성과 공공성을 더 높일 수 있다”는 의견을 내놓고 있다. 1사 1법이 아니라 종편 전체의 방송 광고를 대행하는 미디어법이 필요하다는 지적이다.

김언경 민주언론시민연합 사무처장은 본지 기고를 통해 “종편의 광고 영업 행위들은 명백히 반지널리즘적인 직업윤리 위반”이라며 “자본으로부터의 독립이 훼손되었음을 의미한다”고 꼬집었다. 김 사무처장은 “불법 방송 광고 영업은 방송의 객관성, 공정성이라는 원칙, 신뢰를 무너뜨리는 국민을 속이고 우롱한 심각하고 중대한 문제”라며 “무엇보다 부패한 언론이 국가와 민주주의 존립 자체를 위협할 것이라는 점에서 종편의 불법 광고 영업은 반드시 사회적으로 공론화되어 제대로 바로잡아야 할 문제”라고 강조했다.

하지만 ‘1사 1법’ 특혜 회수 역시 여전히 문제제기 수준에 머물러 있다. 방통위는 올해 3월 (주)JTBC미디어법, (주)TV조선미디어법과 (주)미디어법A에 대한 재허가를 의결했다. 허가 유효기간은 최초 허가 만료일로부터 각 5년이다. 종편은 앞으로 5년 동안 직접 광고 영업을 할 수 있게 됐다.

이외에 10만대 황금 채널 배정·방송통신발전기금 면제 및 낮은 징수율 책정 등도 회수해야 할 종편 특혜다. ‘종편 특혜 회수’는 종편이 개국된 해부터 지금까지 매년 논의돼 왔다. 오보·편향·막말 등 종편의 공정성이 언급될 때마다, 공적 책임 외면이 공론화될 때마다, 시사·보도 위주의 불균형한 편성이 논란될 때마다, 콘텐츠 투자 불이행으로 규제를 받을 때마다 수없이 종편의 특혜를 회수해야 한다는 주장이 제기됐다. 하지만 그때마다 방통위는 유야무야 넘어가기 바빴다. 바뀐 것은 아무것도 없다.

다만 이번에는 문재인 대통령 공약과 이효성 방통위원장을 비롯한 4기 방통위에 기대를 걸어볼만하다는 목소리가 조금씩 흘러나오고 있다. 이 위원장은 여러 차례 종편 특혜가 과도하다고 지적한 바 있다. 그는 이번 인사청문회 자리에서도 “지상파와 종편이 종합 편성 측면에서 별다른 차이가 없는데도 상이한 규제를 받고 있다”며 “방송의 공적 책무와 매체 균형 발전 등 방송 환경을 고려해 합리적인 규제 체제로 정비하겠다”고 말했다. 이 위원장을 필두로 한 4기 방통위가 ‘동일 서비스, 동일 규제’ 원칙을 적용해 종편의 실질적인 변화를 이끌어낼 수 있을지 귀추가 주목되고 있다.

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

1인 미디어가 우리에게 시사해주는 것들

칼럼



박구만
서울과학기술대학교
나노IT디자인융합대학원 원장

디지털 기술, 정보통신 기술, 컴퓨터 기술의 발달과 방송 관련 기술자들의 끊임 없는 노력에 의해 방송기술이 눈부시게 발전해 오고 있다. 실감 미디어 기술, 향상된 전송 효율, IP 기반의 UHD 방송 제작 워크플로, 클라우드 기반 협업 제작 등이 대표적 발전의 예라고 할 수 있다.

이 중에서 실감 미디어 기술에 속하는 것은 UHD의 광색역과 고프레임율, 3D TV, 자유시점 TV, 360도 가상현실(VR), 증강현실(AR) 등이다. 방송기술 분야에서 지난해와 올해 각종 워크숍과 세미나에서 가장 많이 다뤄진 주제는 단연 360도 VR과 AR이다. 그럼 이 기술들이 과연 방송 프로그램 제작에 잘 활용될 수 있을지 궁금하다.

그래서 지금까지 이해하고 있는 수준에서 가능성을 짚어 본다. 360도 VR은 기존의 정규 방송 채널을 통해서 서비스에 활용하기는 어렵지만, 이미 각 방송사의 모바일 애플리케이션, 각종 멀티미디어 플랫폼(유튜브, 아프리카 TV 등)에서 적용되고 있다. 이 서비스 기술은 제작상 번거로움 때문에 제한적 장르에 적용되었지만 장점이 많아 보인다. 이벤트, 사건 현장에서는 360도 시야각의 장점을 유감없이 발휘한다. 현장의 모든 방향을 단숨에 전송할 수 있다. 카메라 앵글의 의도적 왜곡 없이 생생하게 분위기를 전달할 수 있다. 현장감과 실감성을 잘 만족할 수 있다.

AR의 경우도 가능한지 살펴 본다. 일단 다음과 같은 사용 방식을 상상해 본다. AR 응용의 가장 기본 전제는 현실 세계와 이를 바라보는 카메라의 존재다. 방송

1인 미디어 방송이 간편하게 서비스할 수 있고, 첨단 기술을 쉽게 활용할 수 있다는 점만으로 인기가 높아지는 것은 아닐 것이다. 오락과 정보 제공에서 재미가 있다는 사실 뿐만 아니라, 방송 핵심 역할인 보도와 여론 주도 역할 면에서도 이미 기존 방송사, 특히 지상파를 압도하는 사례 때문이다.

에서 현실 세계는 TV 화면이다. 카메라가 달린 스마트 기기를 사용해서 TV 화면을 바라보고, 화면 내의 여러 피사체를 인식해 시청자에게 도움이 되는 증강 그래픽 영상이나 문자 정보를 TV 영상과 합쳐서 스마트 기기의 화면에 보여줄 것이다. 여기서 스마트 기기는 스마트 글래스 또는 휴대폰이라는 것을 예상할 수 있다. 이런 서비스 방법은 당연히 기존 방송과 별도로 인터넷 부가 서비스와 연동된다는 걸 짐작할 수 있다. 뭔가 듣기만 해도 복잡해지고 번거롭다는 느낌이 든다. 논리적으로 가능하지만 현실적으로 이런 방송은 쉽지 않다.

살펴 본 것처럼 기존의 방송사들에게는 이 두 가지 실감 미디어 기술을 활용하는 것이 정규 방송 서비스에는 쉽지 않다. 반면에, 1인 미디어 또는 개인 방송은 인터넷 대역폭만 보장된다면 특정 장르를 정해서 이러한 기술을 활용할 수 있을 것이다. 이미 360도 VR은 다양한 멀티미디어 플랫폼에서 쉽게 시청할 수 있게 됐다. 주제의 선정이나 최신 기술의 활용이 원활한 장점을 살려 이미 1인 미디어는 사람들에게 익숙한 서비스로 자리 잡았다. 중국에서는 1인 미디어 스타에 의해 형성된 왕홍 경제의 규모가 170조 원 이상이라고 한다.

간편하게 방송할 수 있는 장비와 스트리밍 기술뿐만 아니라 모바일 스마트 기기의 보급으로 시청 형태가 빠르게 변하는 추세도 1인 미디어 방송을 더욱 활성화시키고 있다. 오랫동안 1위 필수 매체의 자리를 지키던 TV는 최근에는 스마트폰에 자리를 내주었다. 이른바 N스크린 시대에 시청자들은 다양한 경로를 통해 방송을 수신한다. 젊은 세대는 말할 것도 없고 50대에도 스마트 기기 활용이 TV보다 더 높아지고 있다.

1인 미디어 방송이 간편하게 서비스할 수 있고, 첨단 기술을 쉽게 활용할 수 있다는 점만으로 인기가 높아지는 것은 아닐 것이다. 오락과 정보 제공에서 재미가 있다는 사실 뿐만 아니라, 방송 핵심 역할인 보도와 여론 주도 역할 면에서도 이미 기존 방송사, 특히 지상파를 압도하는 사례 때문이다. 방송 보도의 기본적 덕목인 속보성, 화제성, 심층성에서 장점을 충분히 발휘하고 있다. 한 가지 더 보태면 현장성이다. 좀 더 밀착되고 생생한 현장의 분위기를 전하는 1인 미디어의 속성은 더 이상 기존 방송이 따라 올 수 없게 만든다. 지난해 국정농단 사태를 거치면서 기존 방송, 특히 지상파 방송사들은 무기력의 전형적 모습을 보였다. 최근 발간된 설문이나 보고서들을 보면 신뢰성마저 추락하고 있다.

앞에서 서로 다른 영역에 속하지만 방송 서비스를 위한 큰 두 가지 핵심 요소를 언급했다. 실감 미디어 기술 활용과 방송 보도 기능을 만족하는 1인 미디어는 이 두 가지 요소의 수혜자이거나 적극 행위자가 됐다. 이로써 시청 문화를 바꿔 가는 주역이 됐다.

첨단기술의 급속한 발전과 시청 행태가 변하는 시대가 됐지만 여전히 기존 방송사에는 우수한 방송 인력이 모여 있다. 미래에 대한 방송 변화에 대해서도 예측을 누구보다 잘하고, 준비도 하고 있다. 당장 방송사가 어려움을 겪을 것 같지는 않겠지만 과거에 방송을 주도했던 시절의 영광을 유지하기 위해서는, 1인 미디어가 우리에게 시사해주는 것들을 생각해 볼 필요가 있다. 다시 정리하자면 첫째, 다양한 플랫폼을 대상으로 실감 미디어 기술을 활용하여 방송 서비스를 개척하는 것이다. 둘째는 방송 보도 본연의 요소인 속보성, 화제성, 심층성 원칙을 첨단 기술을 적용하면서 지켜나가는 것이다.

사설

공영방송 정상화를 위한 시동에 붙여

지난 4월 이후 방송통신위원회 위원들의 순차적 임기 만료로, 손을 놓고 있던 방통위가 8월 3일 첫 번째 전체회의를 열고 본격적으로 업무를 시작했다. 실로 넉 달 만에 재가동한 것이다. 늦은 감이 없지 않지만 그나마 다행으로 보인다. 산적한 방송통신 관련 정책 이슈를 주도적으로 해결해야 할 정부 부처의 업무가 장기적 공백 상태로 있다는 것은 심각한 문제고, 그로 인한 피해는 온전히 국민의 부담으로 남기 때문이다. 따라서 이번 4기 방통위의 업무 재개를 바라보는 국민들의 기대도 상당히 크다.

이효성 방통위원장은 1일 취임사에서 우리 방송 환경의 비정상화를 언급하며 방송 정상화에 대한 의지를 분명히 했다. 우리나라의 방송 현안 중에 가장 시급한 사안이 ‘공영방송 정상화’라는 데 이의가 없을 것이다. 지난 9년간 왜곡된 방송 환경은 우리나라 언론의 자유를 심각하게 후퇴시켰고, 언론의 정의를 지키려는 수많은 방송인에게 일삼아진 무자비한 해고 및 탄압을 상기해 보면 언론 적폐 청산 작업이 무엇보다도 시급해 보인다. 사회의 공기업 언론이 자유롭고 독립적 역할을 다하지 못하면 그 사회는 건강을 유지할 수 없고 병들게 마련이다. 새 정부의 적폐 청산 개혁 드라이브에 맞춰 방송 언론의 적폐도 말끔히 정리되기를 기대해 본다.

문제인 정부의 방송 정책 기조인 ‘공영방송 바로 세우기’ 과정은 물론 쉽게 실현할 수 있는 상황이 아닐 것이다. 야당 및 공영방송 경영진으로부터 반발이 만만치 않을 것이다. 또한, 방통위의 권한이 제한적인 상황에서 얼마나 추진력 있게 진행할 수 있을지가 관건이 될 것이다. 여야 정치권과의

협치를 통해 해결의 토대를 마련하고 또한 시민과의 소통을 통해 공감대를 형성해 나가는 것이 무엇보다 중요할 것이다.

공영방송 정상화를 위한 개혁의 주요 과제로는 공영방송 지배구조 개선, KBS 녹취록 사건 진상 조사, 이사회 및 경영진 해임, 부당 해직 언론인 복직 등이 우선 해결해야 할 사안이다. 특히 공영방송 지배구조 개선은 정상화를 위한 가장 중요한 사안이면서도 정치적으로 민감한 부분이기 때문에 여야 정치권을 중심으로 초당적 협력이 요구된다. 이 와중에 YTN 해직 언론인 복직이 결정됐다는 소식은 비정상상의 정상화를 시작했다는 의미에서 상당히 환영할 만한 뉴스다. 해고자 복직 문제가 선행이라면 공영방송이 제 기능을 못하도록 만들어 온 책임자를 처벌하고 정상적인 경영으로 돌려놓는 과정이 뒤따라야 할 것이다.

그 밖에도 해결해야 할 과제가 산적해 있다. 지난 정권에서 활발하게 논의하다 중단된 지상파 중간 광고 도입의 경우 지체 없이 논의해야 할 것이다. 유료방송과 대비했을 때 역차별 논란까지 일고 있는 사안으로, 중간 광고 규제의 명분이 사라진 현재 상황을 고려해서 빠르게 해결해야 할 것이다. 또한, 종합편성채널 특혜 조사 및 그에 따른 사업권 환수 검토, 외주 제작 시스템 문제, 유료방송 노동자 고용 문제, 통신비 인하 및 규제 개선 부분도 빠질 수 없는 주요 사안이다.

새롭게 출범한 4기 방통위를 바라보는 국민의 관심이 그 어느 때보다도 높다. 방통위는 이러한 점을 직시해 무너진 공영방송의 자리를 정상 궤도로 되돌리고, 방송 언론이 제 기능을 할 수 있도록 발 빠르게 뛰어야 할 것이다.

방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

발행인 박종석	주소 158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 10층
편집주간 유주열	전화 02-3219-5637
편집위원 허슬기, 김지옥, 남태현, 최권용, 김주형	트위터 @kobetajournal
취재기자 백선하, 이진범, 강민정, 민서진, 전숙희	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
- KOB(국제방송음향조명기기전) 무료 입장권 및 안내자료 발송
- 기타 본 연합회가 주최하는 행사에 초대

회원 가입 방법

- 1년간 8만 원 / 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.

국외 교육 ‘글로벌 뉴미디어 전문가 양성 과정’ 안내

교육 목적

- 세계 방송장비 전시회 및 컨퍼런스인 IBC 2017 참여를 통해 해외 방송장비 현황 조사
- 전 세계 최초로 지상파 UHD 본방이 5월 31일부터 시작됨에 따라 UHD 해외 정책 이슈 파악 및 전망 예측을 통한 실무 역량 강화
- 차세대 방송 서비스 준비를 위한 인프라 구축 방안 마련 대책으로 차세대 방송기술 및 서비스 동향 조사
- 해외 온라인 플랫폼 현황과 더불어 뉴미디어 기술의 전반적인 이해 및 국내 방송기술 현업 적용
- 방송 엔지니어의 지식 기반 심화 및 국제 경쟁력 강화
- 전 세계 방송기술 관련 전문가와의 교류의 장 마련

교육 내용

- 사전 교육
 - 교육 2주 전, 국내 사전 교육을 실시하여 담당자와 교육생 간 충분한 의견 조율을 통한 현장 교육 효과 극대화
- 현장 교육
 - IBC 2017(International Broadcasting Convention 2017) 전시회 및 컨퍼런스 참가
 - 전 세계 차세대 방송 기술 동향 파악 및 고급 기술 공유
 - 각국의 관련 업계 및 기관 사람들과의 심도 있는 의견 교류를 통해 지속적인 글로벌 네트워크 마련

교육 대상

- 교육 대상 및 인원 국내 지상파 방송사 기술직군, 5명

신청 및 선발 일정

- 접수 기간 2017년 8월 9일(수) ~20일(일) 자정 24:00까지 (12일간)
- 심사 일정 2017.08.21.(월)
- 선발교육생 공지 2017.08.22.(화) 오후 2시 이후
- 신청 서류 국외 교육 신청서, 자기소개서, 수행계획서 각 1부 (첨부자료 2, 3, 4참고 / 다운로드 : <http://edu.kobeta.com/> 內 자료실)
- 신청서 접수방법 이메일 접수(bea@kobeta.com)만 가능

교육 일정 및 장소

- 교육 일정
 - 국내 교육 : 사전 O.T, 합격자 간 조율 후 추후 공지
 - 국외 교육 : 2017. 09. 14(목) ~ 09. 20(수), 총 5박 7일
- 교육 장소
 - 국내 교육 : 방송기술교육원(목동 방송회관 10층 회의실)
 - 국외 교육 : 네덜란드, 암스테르담, RAI 컨벤션센터(IBC 2017)
 - IBC 2017 홈페이지 : <https://show.ibc.org>
 - IBC 2017 Conference Program : <https://show.ibc.org/ibc-conference/conference-programme>

교육 지원 사항

- 왕복 항공권, 숙박비, IBC 2017 입장권 (전시회, 컨퍼런스), 여행자 보험
- 그 외 식비 및 체제비는 개별 부담

일정(전일)	교육 내용
1일차 9/14(목)	[이동] 서울(인천국제공항) 출발 (14:20) ✈ 네덜란드 암스테르담(스키폴국제공항) 도착 (18:55)
2일차 9/15(금)	•IBC 2017 사전 등록 (네임텍 수령, 현장 사전 답사 등) •IBC 2017 Exhibition 시작 •IBC 2017 Conference 진행 Sports, Business Transformation_Tech Talks, Content and Production Platform Futures, Audiences and Advertising ※ 제출하신 수행계획서에 근거하여 전시회 및 컨퍼런스 참여
3일차 9/16(토)	•IBC 2017 Exhibition 진행 •IBC 2017 Conference 진행 Sports, Business Transformation_Tech Talks, Content and Production, Platform Futures, Audiences and Advertising ※ 제출하신 수행계획서에 근거하여 전시회 및 컨퍼런스 참여
4일차 9/17(일)	•IBC 2017 Exhibition 진행 •IBC 2017 Conference 진행 Sports, Business Transformation_Tech Talks, Content and Production, Platform Futures, Audiences and Advertising ※ 제출하신 수행계획서에 근거하여 전시회 및 컨퍼런스 참여
5일차 9/18(월)	•IBC 2017 Exhibition 진행 •IBC 2017 Conference 진행 Sports, Business Transformation_Tech Talks, Content and Production, Platform Futures, Audiences and Advertising ※ 제출하신 수행계획서에 근거하여 전시회 및 컨퍼런스 참여
6일차 9/19(화)	•IBC 2017 Exhibition 진행 •IBC 2017 Conference 진행 Sports, Business Transformation_Tech Talks, Content and Production, Platform Futures, Audiences and Advertising ※ 제출하신 수행계획서에 근거하여 전시회 및 컨퍼런스 참여
6~7일차 9/19~20(화~수)	[이동] 네덜란드 암스테르담(스키폴국제공항) 출발 (21:20) ✈ 서울(인천국제공항) 도착 (15:05)

※ 위 교육 일정은 추후 변경될 수 있으니 홈페이지(edu.kobeta.com)를 참고 바랍니다.

‘UHD 제작 워크플로 실무(2차)’ 교육 안내

교육 목적

- UHD 본 방송으로 변화되는 제작 환경에 대한 기본적인 이해
- 각 사의 UHD 방송 제작 사례 소개를 통해 UHD 촬영 기술 및 후반 작업 등 전반적 워크플로 공유
- 4K UHD IP 규격 및 UHD 드라마 컬러그레이딩 제작 기법 습득 등 새로운 제작 환경의 이해를 통해 UHD 본방송 전환 대비

교육 일정 및 장소

교육 일정 8월16(수) ~18일(금), 총 3일
교육 대상 지상파 방송기술인 20명
교육 장소 한국방송회관 10층 방송기술교육원 강의실(서울 양천구 목동동로 233 소재)

접수 방법

8월 9일(수) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수
교육비 무료
담당자 민서진 대리, 박세나
문의사항 02-3219-5640~1
E-mail bea@kobeta.com

일정	시간	강사	교육 장소	교육 내용
1일차 8/16(수)	13:40~14:00(20분)	방송기술교육원	한국방송회관 10층 방송기술교육원 강의실	교육 사업, 일정 및 공지 사항 안내
	14:00~16:00 (2시간)	SBSUHD추진팀 이상진 차장		지상파 UHD 방송 추진 의미와 경과 : 지상파 방송의 현재, UHD 방송의 장점, UHD 방송, 추진경과와 계획 지상파 UHD 방송의 미래 : 미디어 환경 변화, 온전한 UHD 방송, 향후 준비 중인 서비스 계획 앞으로 남겨진 과제
	16:00~18:00 (2시간)	KBS 제작기술본부 기획운영팀 김승준 팀장		UHD in 2017 : 제작 사례 중심의 UHD 제작기, 사례별 워크플로 소개, Beyond Resolution UHD와 테크니컬 슈퍼바이징 : 제작 사례 중심으로 본 NEEDS, 트러블슈팅 사례, UHD 시대의 방송기술 미래 비전
2일차 8/17(목)	10:00~12:00 (2시간)	Dr.AvenueMusic&Sound 김동한 대표		MPEG-H Introduction : Immersive Audio (3D Audio), Bed & Object, Interactivity MPEG-H Demo Contents : Interactive Production, Binaural 3D Audio, VR Audio MPEG-H Production Details : Live Production, Post Production, VR Production
		Dr.Avenue Music&Sound 성재현 대표		
	12:00~13:30(1시간 30분)			
3일차 8/18(금)	13:30~17:30 (4시간)	(주)비덴트 신수근 이사		CIE Color Basic : Light & Color Vision, CIE Color Basic, Understand UHD Standards (Key Parameters) UHD 방송용 모니터 : HDR Standards & its Application, Displays for Better Pixel, HDR Reference Display
	10:00~12:00 (2시간)	MBC 제작기술국 종합편집부 기정모 차장		UHD 제작, 촬영에서 마스터링까지 : 드라마 촬영 및 데이터 매니징, 편집 및 컬러그레이딩, 마스터링 UHD 컬러그레이딩의 실제 : 카메라별 워크플로 정리, LOOK 설정 및 적용
	12:00~13:30(1시간 30분)			
13:30~15:30 (2시간)	(주)텍트로닉스 우주형 부장	4K/UHD Standard Trend, Evolution SDI (SD SDI to 12G SDI) : SDI 구조, HDR(Gamma and WCG(Wide Color Gamut), HDR 측정 노출(Exposure)		
3일차 8/18(금)	15:30~17:30 (2시간)	(주)삼아디엠에스 윤현동 이사		4K UHD와 IP 규격의 이해 :UHD 제작에서 고려하여야 할 규격 이해, IP 규격의 표준화 진행, HDR 라이브 제작 워크플로, IP 규격의 변화와 미래 규격
	17:30~17:40(10분)	방송기술교육원	설문 조사 및 종료	

※ 위 교육 일정은 추후 변경될 수 있으니 홈페이지(edu.kobeta.com)를 참고 바랍니다.

28회 국제방송·음향·조명기기전

28th KOREA INTERNATIONAL BROADCAST AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW

2018.05.15-18
COEX, SEOUL

www.kobashow.com

주 최 한국이앤엑스·한국방송기술인연합회
후 원 미래창조과학부·산업통상자원부·방송통신위원회·KBS·MBC·SBS·EBS·OBS·한국음향학회·한국음향예술인협회·한국전자통신연구원
특별후원 CBS·아리랑국제방송·tbs
문의 한국이앤엑스 02-551-0102 / koba@kobashow.com

