

**종합** “통신사의 방송 플랫폼 독과점화 반대”  
방송협회는 “유료방송 시장이 이동통신 3사로 재편돼 독과점 체제를 이룰 경우 콘텐츠 사업자들에 대한 시장지배력 남용이 발생될 수 있다”며 엄정하고 신중한 심사를 주문했다. **3면**

**참관기** MWC Barcelona 2019 참관기  
올해의 화두도 역시 5G였다. 특히, 삼성과 화웨이는 접하는 디스플레이를 장착한 폴더블 스마트폰을 발표하며 전시 기간 내내 미디어들의 관심을 사로잡았다. **6면**

**오피니언 [사설]** 전파의 주인은 국민이다  
정부는 당장 정부 관계자와 이동통신사만 참여한 현재의 주파수 할당 프로세스를 중단해야 한다. 그리고 정부와 대자본이 간과했던 전파에 관한 가장 중요한 가치인 공공성의 측면에서 원점에서부터 면밀한 재검토를 해나가길 바란다. **7면**



# “5G 위한 추가 주파수 할당 절대 안 돼”

## “이미 발생하고 있는 주파수 혼·간섭 먼저 해결해야”

과학기술정보통신부(이하 과기정통부)가 5세대(5G) 이동통신 주파수 추가 확보·공급 방안을 마련하기 위해 고정 및 고정위성용으로 분배돼 있는 3.7~4.2GHz 대역을 이동통신용으로 검토해 나갈 계획이라고 밝힌 가운데 공공성을 해치는 추가 주파수 할당은 안 된다는 목소리가 제기됐다.

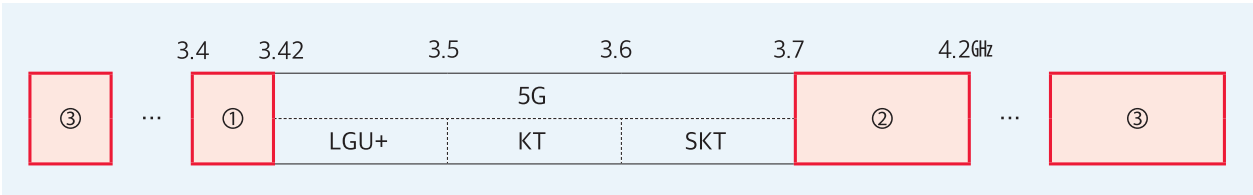
한국방송기술인연합회(이하 연합회)는 2월 28일 성명서를 통해 “과기정통부의 주파수 할당 계획에는 공공성이 빠져 있다”며 “주파수 혼·간섭이라는 문제가 100% 해결되지 않는다면 해당 대역폭을 분배해서는 안 된다”고 강력하게 주장했다.

앞서 과기정통부는 제3차 전파진흥기본계획의 일환으로 5G를 위한 주파수를 추가 발굴·확보하기 위해 산학연 전문가로 구성된 작업반을 운영키로 했다고 밝혔다. 과기정통부 관계자는 “현재 이동통

신용으로 확보된 700MHz, 2.3GHz, 2.5GHz 대역 주파수는 향후 통신량 증가를 대비하기에 제한적이기 때문에 고정 및 고정위성용으로 분배된 3.7~4.2GHz 대역을 이동통신용으로 검토해 나갈 계획”이라고 말했다.

문제는 주파수 혼·간섭이다. 인접 대역에서 발생하는 주파수 간섭은 심각하지 않으면 필터를 통해 해결할 수 있지만 영향이 크다면 대역의 일부를 제거해야 한다. 한 예로 과거 KT는 주파수 경매에서 900MHz 대역을 배정받고도 제대로 사용하지 못한 바 있다.

주파수 혼·간섭은 예상되는 문제가 아니라 이미 발생하고 있다. 지난해 6월 이동통신 3사에 경매한 3.42~3.7GHz 대역은 위성 C밴드와 겹치는 부분으로 이동통신 3사가 5G 시험 서비스를 진행하자마자 KBS와 SBS는 주파수 중첩으로 인



과기정통부는 지난 1월 30일 △3.4~3.42GHz 대역 △3.7~4.2GHz 대역 △3GHz 이하 및 24GHz 대역 등을 대상으로 5G 추가 주파수 대역 발굴을 추진하겠다고 밝혔다.

한 혼신 피해를 겪고 있다. KBS 월드 채널(3.7235GHz)과 아리랑국제방송도 수신 및 송출 과정에 혼신이 발생하고 있는 상황이다.

연합회는 이동통신 3사가 현재 발생하고 있는 주파수 혼·간섭을 피할 방안을 마련해야 한다는 입장이다. 이상규 연합회장은 “3.42~3.7GHz 대역 주파수 할당 시 과기정통부는 연구반을 구성했는데 인접 주파수를 사용하고 있는 방송사에는 이를 통보조차 하지 않았다”며 “당시 방송사 관계자 등이 포함됐다면 주파수 간

섭을 사전에 예방했을 수도 있다”고 꼬집었다. 이어 “주파수 할당을 신청하는 단계는 주파수 혼·간섭에 대비한 해결 방안 또는 혼·간섭을 회피할 수 있는 망 구축 계획을 ‘주파수 이용계획서’에 제시해야 한다”며 “과기정통부가 지금이라도 방송사의 의견을 경청해 주파수 혼·간섭 문제를 제대로 해결해야 한다”고 덧붙였다.

추가 주파수 할당도 절대 안 된다는 입장이다. 연합회는 3.7~4.2GHz 대역까지 5G 서비스용으로 배분된다면 MBC에서 수

신하는 위성방송 9개 채널 혼신은 물론, 케이블이나 인터넷TV(IPTV) 등에도 잡음, 화면 끊김 등의 문제가 추가적으로 발생할 것이라고 지적했다.

연합회는 “국민의 재산인 주파수 할당에 있어 무엇보다 공공성을 우선시할 것을 과기정통부에 강력 촉구한다”며 “과기정통부가 주파수 할당 계획에 있어 공공성을 최우선으로 반영한다면 추가 주파수 할당 계획은 무효로 돌려야 할 것”이라고 촉구했다.

전속희 sh45@kobeta.com

## ‘3월 임시국회’ 산적한 ICT 현안 풀리나 법안소위 일정 논의 위한 간사 협의 또다시 취소



지난 1월부터 개점휴업을 이어온 국회가 3월 7일부터 정상 가동됨에 따라 유료방송 합산규제 재도입 여부 등 산적해 있는 정보통신기술(ICT) 현안들이 처리될지 여부에 관심이 집중되고 있다. 하지만 국회 과학기술정보방송통신위원회(이하 과방위) 일정을 조율하기 위한 간사 협의가 또다시 취소됨에 따라 정상화까지는 상당 부분 진통이 불가피할 것으로 보인다.

더불어민주당 홍영표, 자유한국당 나경원, 바른미래당 김관영 원내대표는 지난

4일 오전 회동에서 3월 임시국회 정상화 방안을 논의한 뒤 임시국회 소집요구서를 제출했다. 일단 임시국회가 개최됨에 따라 유료방송 합산규제 재도입 등 그동안 논의되지 못한 ICT 현안들이 처리될 수 있을지 여부에 관심이 모아지고 있다.

뜨거운 감자는 유료방송 합산규제다. 유료방송 시장의 다양성을 도모하기 위해 특정 사업자가 전체 유료방송 가입자수의 3분의 1을 넘지 못하도록 한 유료방송 합산규제는 3년간 한시법으로 도입돼

지난해 6월 일몰됐다. 이 법안에 적용됐던 사업자는 인터넷TV(IPTV)와 위성방송을 갖고 있는 KT뿐이다. 2017년 기준으로 IPTV인 올레tv는 유료방송 시장의 20%를 점유하고 있고, 위성방송인 KT스카이라이프는 10.3%로 KT는 30.5%를 점유하고 있다. 33%까지 약 2.5%p에 불과한 수치로 유료방송 합산규제가 다시 도입된다면 KT는 가입자 유지 활동에 제동이 걸리게 된다.

과방위는 지난 1월 KT가 KT스카이라이프를 분리시키지 않으면 합산규제를 재도입하겠다는 방향으로 의견을 모았다. 이에 KT는 KT스카이라이프의 매각은 곤란하다는 입장을 밝히며 KT스카이라이프를 통한 케이블 방송 인수를 중단하고, 위성방송의 공공성을 살리는 다양한 방안을 모색해 보겠다는 뜻을 국회에 전달했다. 이후 과방위는 2월 25일 회의를 열고 유료방송 합산규제 재도입 여부에 대해 논의하려 했으나 여야 대립으로 무산됐다.

또 넷플릭스나 유튜브 등 온라인동영상서비스(OTT)를 방송 사업자로 분류하

는 것을 골자로 하고 있는 통합방송법도 관심을 받고 있다. 통합방송법은 그동안 통신 사업자로 분류돼 있던 OTT를 방송 사업자로 분류하면서 실시간 방송을 제공하는 유료 서비스는 등록제로, 유료 주문형비디오(VOD) 서비스는 신고제로 규율하도록 하고 있다.

문제는 국내 사업자들이 역차별받을 수 있다는 점이다. 콘텐츠연합플랫폼 측은 △국내·해외사업자 규제 역차별 심화 △유료방송 동일규제 근거 희박 △지원 없는 과잉 규제 △OTT 간 규제 형평성 문제 등을 지적하면서 방송통신위원회에 통합방송법 반대 의견을 제출했다. 콘텐츠연합플랫폼 관계자는 “유튜브와 달리 폭 등 토종 OTT는 이제야 시장에서 자리를 잡는 단계로 규제 강화는 시기상조”라면서 “해외 사업자의 세금 및 망 사용료 역차별 해소가 OTT 규제 주요 명분으로 제기돼 왔지만 해당 법안으로는 해결은커녕 오히려 역차별 심화를 불러올 것으로 우려된다”고 말했다.

제자리걸음을 하고 있는 방송법 개정안도 여전히 논의 대상이다. 지난 2016년 더불어민주당, 국민의당, 정의당 등 야3당과 무소속 의원 160여 명이 공동 발의한 방송법 개정안은 공영방송 이사진을 여당 7명, 야당 6명 등 13명으로 늘리고,

사장 선임 시 사장추천위원회 설치, 재적이사 3분의 2 이상이 찬성을 해야 하는 특별다수제 도입, 사업자 5명과 종사자 5명 동수로 편성위원회 구성, 편성위원회에서 편성책임자 임명 제정 등의 내용이 담겨 있다.

방송법 개정안은 ‘해당 법안의 한계가 명확하기 때문에 보완해 처리해야 한다’는 주장과 ‘한계가 있지만 그래도 최소한의 법률적 장치이기 때문에 하루빨리 통과시켜야 한다’는 의견이 팽팽하게 맞서 여전히 해결되지 않고 있다.

이외에 개인정보를 활용할 수 있도록 하는 개인정보보호법, 정보통신망법 개정안들도 논의가 필요하지만 전망은 밝지 않다. 국회 개회 조건으로 거론된 손혜원 의원 투기 의혹, 김태우 청와대 특별감찰반 전 수사관 비리, 신재민 전 사무관 폭로 등에 대한 여야의 입장차가 여전히 커 국회가 개회하더라도 제대로 일정을 진행할 수 있을지 미지수이기 때문이다. 더불어민주당은 자유한국당을 제외한 야3당과 공조해 필요한 법안을 패스트트랙에 태운다는 전략이지만 자유한국당에서 “패스트트랙 강행 시 국회의원 총사퇴”라며 강력 반발하고 있어 국회 정상화까지는 극심한 진통이 예상된다.

백선하 baek@kobeta.com

## “수신료 인상 검토 안 해”

이효성 위원장 “수신료 인상보다 투명하게 집행하는 것에 관심 있어”

방송통신위원회(이하 방통위)가 수신료 인상에 대해 “검토하지 않고 있다”며 선을 그었다.

이효성 방통위원장은 3월 7일 오전 경기도 과천시정부청사에서 진행된 ‘2019 업무보고’ 자리에서 “38년 동안 수신료가 인상되지 않아 객관적인 상황으로만 본다면 이뤄져야 하겠지만 지금 검토를 하

고 있지 않다”며 “다만 수신료를 투명하게 집행할 수 있도록 하는 것에 관심을 두고 논의하고 있다”고 말했다.

1981년 당시 신문의 월 구독료를 고려해 2,500원으로 책정된 TV 수신료는 현재까지 그대로 유지되고 있다. 반면 영국의 BBC는 1981년 이후 24차례나 수신료를 인상해 2018년 기준 (연) 24만 6,000원

으로 우리나라(3만 원)의 8.2배에 달한다. 국민소득을 감안하더라도 지나친 격차라는 지적이 끊이지 않고 있다.

방통위도 그동안 수차례 수신료를 정상화하려는 움직임을 보였지만 이번에는 수신료 정상화보다는 회계 분리를 먼저 추진하겠다는 의지를 밝혔다. 현재 가구당 수신료 2,500원은 현재 전기요금에 합산돼 청구되고 있다. 이 중 징수 주체인 한국전력공사가 수수료로 6.15%를 떼고 있으며, 수수료를 제외한 금액을 KBS와 EBS가 97:3의 비율로 나누고 있다.

앞서 이철희 더불어민주당 의원은 KBS와 EBS의 수신료 회계를 따로 처리하는 것을 골자로 하는 내용의 ‘방송법’ 개정안과 ‘한국교육방송공사법’ 개정안을 발의했다. 개정안은 △사업목적별로 회계를 분리 처리하는 ‘국제회계기준’ 준용 △운영 계획 수립 시 수신료 사용 계획 포함 △국회에 결산서 제출 시 수신료 집행내역서 및 부속서류 첨부 △국회 승인 이후 1월 내 공표 등의 내용을 담고 있다.

이 의원은 “지금까지 회계분리는 수신료 인상의 전제조건으로 논의돼 왔는데

이는 수신료 인상과 관계없이 이뤄져야 하는 부분”이라고 말했다.

이 위원장은 “수신료 인상은 검토하고 있지 않지만 KBS와 EBS의 분배 문제는 적당한지 살펴봐야 한다”며 “독일처럼 수신료 산정위원회 등을 구성해 수신료에 대해 보다 투명하고 공정하게 그리고 적정하게 징수할 방법을 연구할 것”이라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

방송기술저널 274호는 4월 10일에 발행됩니다.



남북평화시대 ‘방송 교류 활성화’ 이뤄질 수 있을까?

남북 방송 교류 “제작 호환성 큰 문제 없어, 기술 표준 맞춰가야”

디지털화로 HD급 제작 큰 문제 없이 가능한 수준



남북 관계가 새로운 국면에 들어서면서 남북의 방송 교류를 현실화하기 위한 논의의 장이 마련됐다. 방송 제작 호환성에는 큰 문제가 없는 것으로 파악됐다.

한국정치커뮤니케이션학회와 한국방송학회는 ‘한반도 평화시대, 남북 방송교류 현실화와 장기적 방송교류 로드맵 수립 방안’ 세미나를 3월 7일 오후 2시 서울 광화문 한국프레스센터 19층 기자회견장에서 개최했다.

발제를 맡은 최선욱 KBS 공영미디어연구소 박사는 먼저 현재 북측의 방송기

술 현황을 설명했다. 북측의 TV방송은 4개 채널이 있지만, 3개 채널은 평양에만 방송되며 전역에 방송하는 채널은 조선중앙텔레비죤뿐이다. 이마저도 평일에는 오후 5시부터 11시까지밖에 방송하지 않는다. 라디오방송은 5개 채널이 있으며 이중 2개 채널은 대남·대의 선전 채널이다. 요약하자면 적은 채널을 가지고 있으며 편성 시간 역시 길지 않다. 통제하기 쉬운 체계를 가지고 있는 것이다.

위성방송은 태국의 타이콤과 미국의 인텔샷2을 통해 방송 전파를 쏘고 있으

며, 2016년 8월부터 인터넷TV(IPTV)를 개시한 것으로 추정된다. 북측에서의 명칭은 망 다매체 열람기다. 난시청 해소 목적을 병행하고 있는 것으로 추정되며, 가구 수준에서 TV 시청 빈도를 파악할 수 있기 때문에 북측 체제를 위해 다양하게 활용할 수 있을 것으로 보인다.

지난 2012년에는 중국의 지원이 전환점이 돼 디지털화를 진행했다. 중국 CCTV가 5백만위안(약 80만 달러) 규모의 제작 및 송신 장비를 기증한 것이다. 2017년에는 Grass Valley HD 카메라, MPEG 비디오 재생기, HD 중계차 등을 마련해 제작 시설을 HD화하기도 했다.

이러한 과정 덕분에 최근 있었던 남북의 제작 분야 교류·협력에서는 큰 문제가 없었던 것으로 알려져 있다. 2018년 남북 통일농구대회 중계 당시에도 북측에 HD

급 장비가 마련돼 있어 제작 포맷 변환 정도만 필요했을 뿐 큰 어려움이 없었다는 것이다. HD급 제작이나 중계차 내부 진행 역시 잘 이뤄졌다는 평이다.

디지털화를 통해 호환성 장벽은 크게 낮아졌지만, 방송 표준은 앞으로 해결해야 할 과제다. 최 박사는 “북측이 남측의 표준에 따라야 한다는 종속적 시각을 경계해야 한다”고 주장했다. 무조건 따르라고 할 것이 아니라 공통화할 수 있는 것이 무엇인지부터 정하고 확대해 나가는 방식이어야 한다는 것이다. 또, 8K 등 차세대 방송 방식의 도입을 논의하는 시점에 함께 이야기해 표준을 맞춰나가는 방식도 생각해볼 수 있다.

아울러, 최 박사는 “어떤 방송 교류를 하겠다는 계획 없이 무엇이 가능한지 체크해보는 것은 너무 무계획해 보인다”고

꼬집으면서 “좀 더 명확한 계획을 세우고 남북 방송 교류·협력에 입할 필요가 있다”고 말했다.

이와 더불어, 방송에서 담는 북한의 모습과 방송 방식에 대한 지적도 이어졌다. 이창현 국민대 교수는 “지난해 현송월에 대한 보도는 과거 북한 응원단을 취재하며 보여줬던 선정주의적 대상화에서 변한 것이 없었다”며 “북미 정상회담 또한 미국 대통령의 일방적 멘트를 단순 보도하는 트윗 중계식 방송 보도에서도 벗어나야 한다”고 말했다. 북한을 공포의 대상으로 타깃팅하며 전쟁의 공포를 조장한 ‘북한 오리엔탈리즘’과 상업주의적 정상회담 보도에 대한 반성을 우선해야 한다는 것이다.

이 교수는 “북측은 남측의 방송도 보지 못하게 할 정도로 방송을 중요하게 생각하고 있다”며 남북 관계에서 방송의 중요성을 강조하면서 “지금까지 부정적 방송을 해놓고 이제 와 교류·협력하자니 쉽지 않을 것이다. 지금까지 언론에 대한 성찰과 논의가 있어야 한다”고 말했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

‘1인 방송은 방송일까 아닐까’ 방송의 정의 위한 토론의 장 마련

“기존 방송 규제의 정당화 논변에 대한 타당성 검증 이뤄져야”



지난 1월 11일 방송법 전부 개정 법률안 일명 통합방송법이 발의됐으나 미디어 업계에서 막강한 영향력을 보유하고 있으면서도 법의 테두리에는 포함되지 않은 유튜브를 두고 설왕설래가 오가는 등 방송의 범주에 대한 논의가 뜨겁다. 이런 가운데 방송의 정의를 다시 한번 심도 있게 토의하는 자리가 마련됐다.

한국방송학회는 ‘방송이란 무엇인가? 방송의 정의를 돌아보다’ 세미나를 2월 21일 오후 2시 30분 서울 광화문 한국프레스센터 19층 대화홀에서 개최했다. 이 자리에서 발제를 맡은 이준웅 서울대 교수는 “1인 방송은 ‘방송처럼’ 보이나 서비스를 구성하는 기능적 요소 특성을 뜯어보면 전통적 방송과 확연히 다르다”라며 “유사하게 보인다

는 이유로 방송 규제 논리를 무작정 적용하려는 시도는 무리”라고 주장했다.

이는 통합방송법에서 비용 지불을 기준으로 1인 방송 또한 방송의 범주로 포함하려는 이번 통합방송법과 상반되는 주장이다. 이 교수는 이에 나아가 “최근 매체 기술의 발전과 새로운 매체 역무의 등장에 따라 변화한 방송 환경에서 방송 규제의 정당화 논변의 타당성이 각자 다르게 영향을 받고 있다”며 “방송 규제 논리 자체에 대한 새로운 검토가 필요한 실정”이라고 말했다.

이 교수는 방송 규제 정당화 논변을 주파수 제한성, 침투성, 민주적 통제로 정리했다. 방송은 제한된 자원인 주파수를 사용하고, 시청자가 동의하지 않는 내용도 무차별적으로 수신할 수 있는 침투성이 있기

때문에 규제를 받아왔으며 이러한 규제는 방송의 기술적 특징이나 수용 환경의 특성에 대한 고려와는 별도로 입법이라는 민주주의 원리에 의해 정당성을 부여받아 왔다는 것이다.

현재 미디어 환경에서 이러한 규제 정당화 논변의 타당성을 따져보면, ‘방송’이라고 규정하며 규제해온 많은 영역에 그 타당성이 흐려진다. 인터넷방송이 기반을 두고 있는 인터넷은 제한적 자원이 아니며, 채널을 선택할 수 있는 유선방송은 ‘무차별적 침투성’을 가진다고 할 수 없다는 것이다.

이 교수는 “방송의 정의에 따라 어떻게 규제해야 할지 염려할 것이 아니라 매체 환경의 변화를 관찰하고 우리나라 매체 환경의 성숙에 대해 고민해야 할 시점”이라고 지적했다.

그러나 이러한 조건만이 규제를 정당화하는 것은 아니다. 정인숙 가천대 교수는 “방송에 대한 법적 정의에서 특징적 요소가 ‘공중’인데 사실상 이에 대한 구체적 정

의가 없다”며 “연평균 시청률 1% 미만의 방송 사업자와 팔로워 수 1천만의 1인 방송을 비교할 때, 어느 쪽이 더 공중에 가까운지 모호하며 동시적 영향력과 실시간이라는 점을 고려한다면 후자가 더 방송에 가까울 수 있다”고 말했다.

이어 정 교수는 “방송을 정의하는 데 있어 실시간성은 여전히 매우 중요한 요소이며 특정 콘텐츠를 동일한 시간대에 시청가 능도록 하는 것을 의미한다는 측면에서 방송의 정의에서 가장 중요한 요소인 공중과도 연관성을 가진다”고 설명했다.

따라서, 실시간 요소를 방송의 정의에 포함한다면 VOD나 OTT는 정통적 방송 범주에서 벗어난다. 정 교수는 “방송사업자가 운영하는 VOD 서비스를 방송으로 간주하려는 시각은 방송 서비스의 차별성 보다는 방송 사업자에 대한 규제적 시각에서 비롯된 측면이 강하다”며 보다 용이한 규제 체계가 필요하다고 설명했다.

전숙희 sh45@kobeta.com

“넷플릭스 등 글로벌 OTT 업체 국내 잠식할 수 있어”

“국내 업체 역차별받지 않도록 제도적 개선 필요해” 제언  
방통위 “국내외 사업자 간 역차별 해소하는 제도 마련할 것”



넷플릭스 등 자본력과 다양한 콘텐츠를 갖춘 글로벌 온라인동영상서비스(OTT) 업체가 국내 시장을 잠식할 수 있다는 지적이 제기됐다. 업계의 이 같은 우려에 방통통신위원회(이하 방통위)는 넷플릭스 등 글로벌 사업자들도 국내 사업자와 동일한 망 사용료를 내도록 하는 등의 제도를 상반기 중 마련하겠다고 밝혔다.

현대경제연구원은 2월 17일 ‘콘텐츠 스트리밍 산업의 성장 동력화가 시급하다’는 내용을 골자로 하는 보고서에서 “국내 업체가 아직 크게 형성되지 못한 상황에서 글로벌 플랫폼이 자본력과 콘텐츠를 바탕으로 국

내 시장을 잠식할 가능성이 있다”고 밝혔다.

2016년 기준으로 전 세계 OTT 매출의 57%를 넷플릭스(40%)와 아마존 프라임 비디오(10%), 훌루(7%)가 차지하고 있다.

보고서는 이 같은 부분을 꼬집으면서 자본력과 기술력을 갖춘 글로벌 정보통신기술(ICT) 콘텐츠 유통사가 국내에 진출하면 독과점 발생 우려가 있다고 말했다. 또한 국내에 진출한 새로운 해외 미디어 사업자가 규제망을 벗어나면서 국내기업만 규제를 받는 역차별이 빚어질 수 있다고 강조했다.

이 같은 우려는 넷플릭스가 2016년 1월 국내에 첫 서비스를 시작할 때부터 제기됐

다. 한 업계 관계자는 “넷플릭스가 진출하기 전인 2014년 토론회부터 지금까지 계속 동일한 내용이 논의되고 있는데 4~5년이 지났지만 아직도 달라진 것이 거의 없다”면서 “더 심각한 것은 아직도 넷플릭스나 유튜브 등 글로벌 사업자가 대한민국에서 어느 정도의 금액을 가져가고 있는지 정부가 파악하지 못하고 있다는 점이다”라고 비판했다.

대표적인 역차별이 망 사용료 부분이다. 최근 페이스북이 SK브로드밴드와 계약을 통해 망 사용료를 지불하기로 했지만 넷플릭스나 유튜브 등의 사업자는 목록부담으로 일관하고 있다. 넷플릭스나 유튜브 등에서 발생하는 트래픽은 네이버나 카카오, 아프리카TV 등 국내 플랫폼에서 발생하는 트래픽을 압도하고 있다. 하지만 이들은 망 사용료를 지불하지 않고 있다.

이에 방통위는 3월 7일 진행된 ‘2019 업무 보고’에서 국내 방송통신시장의 공정 경쟁 환경 조성을 위해 △국내외 사업자 간 역차별 해소 △OTT 서비스 제도에 나서기로 했다고 밝혔다. 방통위는 특히 넷플릭스 등

의 글로벌 사업자들이 국내 네이버나 아프리카TV 등과 같은 수준의 망 이용 대가를 내도록 인터넷 기업의 망 이용 관련 불공정 행위 규제 근거를 신설하고 ‘공정한 망 이용 계약에 관한 가이드라인’도 상반기 중으로 마련하겠다고 했다.

또 넷플릭스 등 플랫폼이 국내 콘텐츠 제작에도 적극적으로 참여하면서 기존 산업 생태계에 위협요인으로 작용할 수 있다는 점도 문제로 지적했다.

실제로 2015~2017년 국내 OTT 시장 매출이 연평균 10% 이상씩 증가하는 사이 극

장 매출액 증가율은 0~3%대 성장하는 데 그쳤다.

보고서는 “콘텐츠 스트리밍 산업이 빠르게 성장함에 따라 긍정적인 효과를 극대화하고 부정적인 효과를 최소화하기 위한 노력이 필요하다”며 “빠르게 변화하는 디지털 콘텐츠 산업 생태계를 반영해 제도적 개선이 이뤄져야 한다”고 제언했다. 이어 “글로벌 수준에 맞도록 콘텐츠 경쟁력을 높이고 콘텐츠스트리밍 산업의 성장 잠재력을 끌어내 새로운 성장 동력으로 활용해야 한다”고 덧붙였다. 백선하 baek@kobeta.com

기술용어

서피스 허브 Surface Hub

서피스 허브(Surface Hub)는 마이크로소프트(Microsoft)가 2015년 1월 22일 최초 공개한 협업용 태블릿이다. 제품 공식 출시는 2016년에 이뤄졌으며, 2년 만인 2018년 5월 16일 서피스 허브 2를 공개했다.

서피스 허브는 단순히 태블릿의 크기를 확대한 것과는 다르다. 손가락이나 스타일러스 펜을 이용해 회의 내용을 기록하고 공유할 수 있으며, 음성인식을 지원하고 동작 인식 센서를 탑재한 카메라를 달았다.

서피스 허브 2는 50.5인치 고해상도 4K

멀티터치 디스플레이를 탑재했고, 아주 얇은 베젤과 3:2 디스플레이 비율을 가지고 있다. 스카이프를 위한 4K 카메라도 포함되어 있다. 1세대 서피스 허브가 55인치와 84인치, 두 개의 디스플레이 옵션을 가졌던 것과 달리 디스플레이 옵션을 하나로 통일했다. ‘타일링(tiling)’이라는 기능으로 최대 4대까지 배치해 거대한 하나의 화면으로 활용할 수도 있다. 2019년 공식 출시할 예정이다.

전숙희 sh45@kobeta.com





LG유플러스에 이어 SK텔레콤까지. KT도 곧? … 판 커지고 있는 유료방송 M&A

## 방송협회 “통신사의 방송 플랫폼 독과점화 반대”

“인수합병 러시는 결국 콘텐츠 산업을 대기업에 종속시키는 것”

LG유플러스에 이어 SK텔레콤까지 본격적인 인수합병 절차에 돌입한 가운데 ‘플랫폼 독과점’을 우려하는 목소리가 이어지고 있다.

지상파 방송사들을 대표하는 한국방송협회(이하 방송협회)는 2월 26일 성명을 통해 “유료방송 시장이 단숨에 이동통신 3사로 재편돼 독과점 체제를 이룰 경우 콘텐츠 사업자들에 대한 시장지배력 남용이 발생될 수 있다”며 정부 당국에 엄정하고 신중한 심사를 주문했다.

방송협회는 이동통신 3사가 운영하는 인터넷TV(IPTV)로 독과점이 될 경우 시장지배력이 유료방송 시장에 그치

지 않고 지상파 등 콘텐츠 사업자들에게까지 전이될 것이라고 우려했다. 방송협회 관계자는 “이동통신 3사가 방송 플랫폼 시장을 독과점할 경우 이들에게 실시간 방송과 주문형 비디오(VOD)를 공급하는 지상파나 개별 방송채널사용사업자(PP) 등 대다수 콘텐츠 사업자들의 협상력이 대폭 약화될 수밖에 없다”며 “이렇게 되면 콘텐츠 제값 받기가 불가능해져 콘텐츠 제작 재원을 확보하기 어려운 악순환 구조에 빠질 것”이라고 말했다.

인수합병의 대상이 되는 CJ헬로나 티브로드 등의 케이블 사업자들이 CJ

ENM이나 티캐스트 등 MPP와 특수관계인 점도 지적되고 있다. 특수관계에 있는 콘텐츠 사업자에게 채널 번호배정이나 수신료(CPS), VOD 수익 배분을 협상 등에 있어 우선적인 혜택을 제공할 가능성이 농후하기 때문에 다른 콘텐츠 제공사업자들에게 역차별로 작용될 수 있다는 것이다.

방송협회 관계자는 “정보와 견해의 다양한 생산과 유통을 보장하기 위해 방송 산업계의 독과점을 극도로 경계해야 한다”며 “정부 당국은 통신 대기업의 독과점과 지배력 남용 문제를 면밀히 살펴 과거보다 더욱 엄정한 결함심사에 임

해야 할 것”이라고 강조했다.

전국언론노동조합(이하 언론노조)은 미디어 산업의 공공성을 먼저 생각해야 한다고 주장했다. 언론노조는 2월 20일 성명을 통해 “공공성이 실종된 이동통신 3사의 케이블 방송 인수전을 이대로 방치해서는 안 된다”고 강조했다.

언론노조는 “현 상황에서 무엇보다 큰 문제는 통신 재벌 중심의 유료방송 새판짜기가 과연 미디어커뮤니케이션 공공성과 이용자, 종사자 권리에 어떤 영향을 미칠 것인지 제대로 된 논의가 없다는 것”이라고 꼬집었다.

언론노조 관계자는 “SK텔레콤의 CJ헬로비전 인수 추진 당시 시민사회단체가 비판의 목소리를 높였던 것은 독과점에 의한 공정 경쟁 저해 우려 때문이기도 하지만 케이블의 ‘지역성’ 구현과 시청자 참여 및 권익 증진, 노동자들의

고용과 노동권 보장 등 방송통신플랫폼 사업자의 공적 책무를 보다 분명히 하자는 취지였다”며 “이는 지금 시점에도 변함없는 원칙”이라고 말했다.

언론노조는 공정거래위원회 등 규제당국의 태도도 문제 삼았다. 업계에서는 김상조 공정거래위원회 위원장이 언론 인터뷰 등에서 ‘전향적인 자세로 임하겠다’고 하는 등 긍정적인 발언을 했기에 이번 심사는 무난할 것이라는 전망이 나오고 있다.

이에 대해 언론노조는 “규제 당국이 대기업에 의한 인수합병을 마치 혁신성장 활성화인 것처럼 포장하거나 SK텔레콤의 CJ헬로비전(현 CJ헬로) 인수 불허를 아쉬운 사례로 언급하며 입장을 바꾸는 모양새는 부적절하다”고 비판했다.

백선하 baek@kobeta.com

## 방통위 “유료방송 M&A 통한 경쟁력 강화 지원할 것”

공공성·지역성 담보 언급했으나 경쟁력 제고에 힘 실어

방송통신위원회(이하 방통위)가 유료방송 업계의 인수합병(M&A)에 긍정적인 태도를 보였다. 공공성과 지역성을 검토하면서 콘텐츠 투자 촉진을 유도하겠다는 것인데 관련 업계에서는 이번 발표를 두고 M&A를 통한 경쟁력 강화를 적극 지원하겠다는 뜻으로 받아들이고 있다.

이효성 방통위원장은 3월 7일 오전 경

기도 과천정부청사에서 진행된 ‘2019 업무보고’ 자리에서 “방송통신시장 내 건전한 경쟁을 위한 사업자 간 M&A 논의가 이뤄질 경우 적극 지원할 것”이라고 밝혔다. 다만 공공성과 지역성이 담보될 수 있도록 심사하고, 콘텐츠 투자 촉진을 유도하겠다고 덧붙였다.

현재 유료방송 시장은 LG유플러스가 CJ헬로 인수를, SK텔레콤이 SK브

로드밴드를 통한 티브로드 합병을 추진 중이다. SK브로드밴드는 또 자사의 온라인동영상서비스(OTT) ‘옥수수’와 지상파 방송사의 OTT ‘썩’의 합병을 추진하고 있다.

이 위원장은 “국제적인 추세에 맞춰 우리나라도 M&A를 통한 경쟁력 제고가 필요하다”면서 김상조 공정위원장의 언론 인터뷰를 언급했다. 업계 관계자는

“김 위원장이 언론을 통해 3년 전 SK텔레콤과 CJ헬로비전(현 CJ헬로) 간 기업결합을 다시 검토하게 되면 긍정적으로 하겠다고 했는데 그 부분을 말한 것은 이 위원장도 같은 생각이기 때문”이라며 “방통위에서도 공정위와 선을 맞추겠다는 뜻을 간접적으로 드러낸 것”이라고 말했다.

방통위와 이와 함께 유료방송 경쟁상황평가 시장 확정 기준도 수정할 계획이라고 밝혔다. 이 부분은 3년 전 공정위 기업결합 심사에서 논란이 일었던 부분으로 방통위는 78개 권역 기준을 전국

기준으로 바꾸는 것을 추진한다. 이 위원장은 “시장 상황이 급변하고 있어 78개 권역을 넓히는 방향으로 논의하고 있다”고 말했다.

한편 공정위도 이날 업무계획을 통해 혁신 경쟁을 저해하는 경쟁 제한적 규제를 적극 개선하겠다고 밝혔다. 공정위는 “신산업 분야의 경우 특성을 고려해 M&A 신고 및 심사 제도를 보완하겠다”며 “거래 금액, 국내 시장 활동 기준 등에 대한 세부기준은 시행령 등 하위 규정에서 구체화할 것”이라고 말했다.

이진범 jnb1001@nate.com

## LG유플러스에 이어 SK텔레콤까지…유료방송 M&A 본격화

LG유플러스, CJ헬로 지분 8000억 원에 인수

SK텔레콤, 태광산업과 MOU 체결…티브로드 인수 확정

LG유플러스 이어 SK텔레콤까지 SK브로드밴드를 통한 인수합병(M&A)을 공식화하며 유료방송 합종연횡이 본격화되고 있다.

먼저 이동통신사 중 점유율 꼴찌였던 LG유플러스가 포문을 열었다. LG유플러스는 2월 14일 이사회를 열어 CJ ENM이 보유한 케이블TV 업체 CJ헬로 지분을 인수하는 안건을 의결했다고 밝혔다. CJ ENM이 보유하고 있는 CJ헬로 지분

53.92% 중 50%+1주를 8000억 원에 인수하는 조건이다. LG유플러스는 이날 이사회 의결에 이어 CJ ENM과 주식매매계약을 체결했다.

이혁주 LG유플러스 부사장은 “CJ헬로 지분 인수를 통해 방송통신 융합을 선도할 수 있는 역할을 담당하고 정체돼 있는 방송통신 시장의 서비스 경쟁을 촉진해 본격화되는 5G 시대를 선도해 나갈 계획”이라고 말했다. 이어 “이번 지분인수는 국

내 유료방송 시장의 질적 성장을 위한 첫 단추가 될 것”이라며 “방송통신 융합 시너지를 통해 새로운 성장의 모멘텀을 유발할 수 있을 것으로 기대한다”고 강조했다.

이번 인수가 제대로 마무리되면 LG유플러스는 CJ헬로의 유료방송 시장점유율 13.02%를 더해 24.43%로 유료방송 업계 2위 사업자가 된다. 1위인 KT와의 격차는 약 5%p정도다. 한달 전까지만 해도 유료방송 4위 사업자였던 LG유플러스

가 1위 사업자인 KT를 턱밑까지 추격해 온 것이다.

정부의 인허가 절차를 남겨놓은 상태로 공정거래위원회의 기업결합 심사를 거쳐 과학기술정보통신부의 기간통신사업자 인수합병 심사, 방통위의 사전 동의 절차를 밟아야 한다.

졸지에 업계 2위에서 3위로 내려간 SK텔레콤도 티브로드 최대주주인 태광산업과 손을 잡았다. SK텔레콤은 자회사인 SK브로드밴드와 티브로드 간 합병을 추진하기 위해 티브로드의 최대 주주인 태광산업과 양해각서(MOU)를 체결했다고 2월 21일 밝혔다. SK텔레콤과 태광산업은 국내외 재무투자자(Financial

Investors)를 대상으로 투자 유치에 나선다는 방침이다. 또 구체적인 거래 조건을 협의해 본 계약을 체결하고, 관련 기관 인허가가 완료되면 통합법인을 출범할 계획이다.

지난해 상반기 기준 SK브로드밴드의 인터넷TV(IPTV) 가입자 수는 447만 명(13.97%)으로 티브로드 가입자 315만 명(9.86%)을 합하게 되면 762만 명으로 유료방송 점유율 23.8%가 된다. 유료방송 1위인 KT와 KT스카이라이프(986만 명) 점유율 30.8%에는 못 미치지만 LG유플러스와 CJ헬로(781만 명)의 합산 점유율 24.43%를 바짝 따라잡을 수 있게 된다.

백선하 baek@kobeta.com

## 법원 “재송신 대가 CPS 280원 인정” 또다시 지상파 ‘승’

서울고법, 190원 인정했던 1심 판결 뒤집고 280원 청구액 전체 인정

‘지상파 저작권 침해 인정한 판결’ 올해만 벌써 2번째

법원이 또다시 지상파 방송사의 손을 들어줬다. 서울고등법원(민사4부 홍승면 부장)은 2월 14일 KBS와 MBC가 한국케이블TV푸른방송, 한국케이블TV광주방송, JCN울산중앙방송, CCS충북방송, CJ헬로 하나방송을 상대로 제기한 저작권 침해소송에 대해 지상파에 대한 권리 침

해가 발생했음을 인정하고, 청구액 전부를 배상하라고 선고했다.

한국방송협회(이하 방송협회)는 “케이블 사업자가 지상파 방송사와 정당한 계약 없이 재송신할 수 없다는 원칙을 재확인했다”며 “특히 이번 판결은 지상파 방송사가 청구한 통상사용료 CPS 280원을 인정하지

않고 190원만을 배상하라고 선고했던 1심 판결을 뒤집은 판결”이라고 강조했다.

앞서 법원은 지상파 방송사가 케이블 사업자를 상대로 제기한 재전송료(CPS) 손해배상 소송에서 가입자당 190원을 제시한 바 있다. 이는 기존 통상사용료였던 CPS 280원보다 약 32% 낮은 금액이었다.

업계 관계자는 “법원이 지속적으로 콘텐츠 저작권에 가치를 둔 판결을 내리고 있다”며 “이번 CPS 280원 인정 판결은 앞으로 지상파 방송사와 케이블 간 CPS 협상에도 상당한 영향을 미칠 것”이라고 말했다.

법원이 지상파 방송사와 케이블 간 소송에서 지상파의 손을 들어준 것은 올해 들어서만 벌써 2번째다. 서울고등법원(민사5부 한규현 부장)은 1월 10일 SBS와 6개 지역민영방송사가 한국케이블TV푸른방송, CJ헬로 등을 대상으로 제기한 저작권 침해 소송에서 저작권 침해를 인정하고 총 66.2억 원의 손해를 배상하라는 1심

판결을 유지했다.

방송협회는 “법원의 판결은 케이블 등 유료방송 사업자가 지상파방송을 가입자에 제공하려면 이에 대한 적정 대가를 지불하고 사용해야 한다는 원칙을 재차 확인한 것”이라며 “이번 판결로 무리한 주장을 했던 일부 유료방송 사업자들이 적법한 절차에 입매 시장 질서를 존중하는 계기가 되길 바란다”고 말했다.

한편 한국케이블TV방송협회는 재판 결과를 다각도로 검토한 이후 대법원 상고 여부를 결정하겠다는 입장이다.

강민정 mjikang@kobeta.com



# SBS 수익구조 정상화 위한 노사 협상 타결

## SBS콘텐츠허브, 최대주주 미디어홀딩스에서 SBS로 변경



SBS가 SBS콘텐츠허브의 주식 809억 원어치를 취득하며 SBS 중심의 수직계열화를 향한 첫발을 내디뎠다. 전국언론노동조합 SBS본부(이하 SBS노조)는 “10년 넘게 계속된 SBS 수익 유출 문제에 종지부를 찍기 위한 노-사-대

주주 간 협상이 전격 타결됐다”고 2월 21일 밝혔다. SBS 노조에 따르면 지난 10년 동안 SBS와 SBS미디어홀딩스 계열사 간 부당한 콘텐츠 거래 구조를 통해 빠져나간 SBS의 수익은 3,700억 원대에 이른다. SBS 노조는 “이런 구조 때문에 SBS미디어홀딩스와 SBS플러스, SBS콘텐츠허브에는 막대한 유보금이 쌓이게 됐는데 정작 콘텐츠를 생산하는 SBS는 신규 사업 기회까지 홀딩스에 뺏기면서 장기 적자의 지속 사이클에 진입하게 됐고, 생존 가능성을 고민해야 하는 상황”에까지 이르렀

다”고 말했다. SBS 노조는 이 같은 문제를 해결하기 위해 지난해 12월 ‘지주회사 체제의 완전한 해체’ 즉 ‘SBS와 SBS 미디어홀딩스 합병’을 사측과 대주주에 최종 제안했다. 윤창현 SBS 노조위원장은 “사측이 드라마 분사를 통해 스튜디오 자회사의 상장까지 추진하는 상황에서 SBS가 콘텐츠 유통 기능을 빼앗긴 채 지주회사 체제가 유지되면 SBS 수익구조는 더욱 악화될 수밖에 없다”며 “SBS가 콘텐츠 유통 기능을 확보하는 컨트롤 타워의 위상을 갖고 통합적인 채널 전략을 구현할 수 있도

록 지주회사 체제를 해체하는 것만이 답”이라고 말했다. 결국 사측과 대주주는 SBS 노조의 제안을 받아들였다. 박정훈 SBS 사장과 신경렬 SBS미디어홀딩스 대표이사, 윤창현 SBS노조위원장은 20일 △(10.13 합의 이행을 위해) SBS 중심의 수직계열화 추진 △수직계열화 추진 과정에서 SBS 자산과 현금의 순유출 금지 △(합의 이행을 위한) 노사 참여 위원회 설치 및 운영 △노사 참여 위원회 산하에 실무추진위원회 구성 등을 골자로 하는 합의문에 서명했다. 이번 합의는 2017년 10.13 합의를 완결적으로 이행하기 위한 세부협약 형태로 구성됐다. SBS 노조는 “이번 합의는 SBS 수익 유출의 통로와 구조를 영구적이고 완결

적으로 청산하는 것으로 노와 사, 대주주 간 10년 갈등에 종지부를 찍는 역사적 의미가 크다”고 강조했다. 윤 위원장은 “이번 합의 이행으로 SBS는 지주회사 체제 아래 벌어진 홀딩스 계열사들과의 불공정 거래 관행과 구조를 뿌리째 뽑아내게 된다”며 “해마다 로열티율을 조정하는 미봉책이 아니라 SBS라는 거대한 배에 뚫린 수익 유출의 통로를 구조적으로 영구히 폐쇄하는 것”이라고 말했다. 한편 SBS콘텐츠허브는 최대주주인 SBS미디어홀딩스가 보유한 1394만3122주를 지난 21일 오후 장내 시간 외 대량매매를 통해 SBS에 매각했다. 최대주주 변경으로 SBS는 SBS콘텐츠허브의 지분 64.9%를 보유하게 됐다. 백선하 baek@kobeta.com

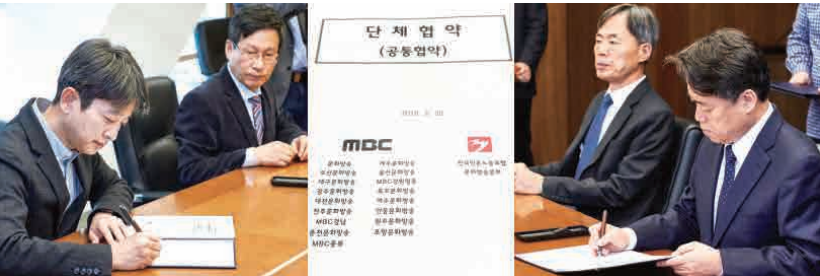
# MBC, 6년 4개월 만에 노사 단체협약 체결

## 공정방송 제도 복원 및 강화에 중점

MBC 노사가 단체협약을 체결했다. 전국언론노동조합 MBC본부(이하 MBC노조)는 3월 4일 노보를 통해 2월 28일 ‘방송의 독립’을 골자로 하는 새 단체협약을 체결했다고 밝혔다. 김재철 전 사장이 ‘국정원 MBC 장악 문건’에 따라 지난 2012년 10월 17일 단협 일방 해지를 통보한 후 2326일, 6년 4개월 만이다. 이번 단협은 공정방송 제도 복원 및 강

화에 중점을 두었다. MBC 노조는 △국장 책임제 복원 △편성·보도·제작·담당국장 임명동의제 투표 도입(중간평가 실시 가능) △노사 동수의 공정방송위원회 구성 △시청자위원회 구성에 노사 참여 등의 제도가 마련됐다고 밝혔다. 또 인사권 남용 및 노조·조합원의 권리 침해를 방지하기 위한 장치들도 강화됐다. 다면평가 일환으로 상향평가제도를 부활

시켰으며, 본사의 경우 사장 등 임원들은 주주총회의 임원 선임 후 1년마다 정책설명회를 열어 구성원들의 의견을 수렴하도록 했다. 임명동의제 적용을 받지 않는 보직국장들도 발령 1개월 이내 정책간담회를 열도록 했다. 부당노동행위 가해자에 대해서는 인사위원회 회부를 의무화했으며, 징계는 물론 명령휴직과 대기발령 요건, 징계 증명 책임도 구체적으로 명시했다.



이번 단협에는 MBC 역사상 처음으로 ‘성평등과 모성보호’가 별도로 신설됐다. 일과 가정의 양립, 성평등 문화 정착을 위해 육아휴직 기간을 기존 1년에서 1년 6개월로 연장했으며, 배우자가 임신 중이거나 출산한 조합원에 대해 월 1일의 유급 태아검진 휴가와 7일의 유급 출산 휴가를 부여

키로 했다. MBC 노조는 “이번 단협은 우리나라 최초로 경어체로 작성됐다”며 “노사가 서로 방송독립과 공정방송, 경영의 파트너로 존중하고 협력하자는 다짐의 의미가 담겨있다”고 말했다. 전속희 sh45@kobeta.com

# KBS 3월 1일 자 대대적 조직개편 실시

## “콘텐츠 중심, 디지털 혁신, 시청자 권익 강화”

KBS가 대대적인 조직 개편을 단행했다. KBS는 ‘제작 2본부’ 신설과 ‘시청자 권익 강화’ 등을 골자로 한 조직 개편안이 이사회를 통과함에 따라 3월 1일 자로 시행했다고 밝혔다. 이번 KBS의 조직 개편은 콘텐츠 중심, 디지털 혁신, 시청자 권익 강화와 지역 활성화에 중점을 뒀다. 먼저 콘텐츠 경쟁력 강화를 위해 제작·마케팅·콘텐츠 사업 조직을 유기적으로 통합한 ‘제작 2본부’를 신설했다. KBS는 제작 조직의 자율성을 확대하고 의사결정 단계를 줄인 ‘제작 2본부’를 통해 우수한 드라마와 예능 콘텐츠가 나올 수 있도록 역량을 집중한다는 전략이다. 또, 중장기 비전으로 추진 중인 공영 미

디어로의 진화를 위해 디지털 관련 조직을 대폭 혁신한다. 전략기획실에 PSM(Public Service Media) 전략부를 신설해 KBS 콘텐츠를 다양한 플랫폼을 통해 국민에게 전달할 수 있는 디지털 전략을 수립·실행할 계획이다. 편성본부 내 디지털미디어국도 확대 재편해 기존 지상과 편성을 넘어선 다양한 디지털 서비스를 기획 제작할 수 있도록 했으며, KBS 뉴스의 신뢰도와 영향력을 높이기 위해 보도본부 내 디지털 뉴스의 기획·제작 기능 역시 강화했다. 이번 조직 개편에는 시청자 권익 강화와 지역 활성화를 위한 KBS의 의지도 강하게 담겼다. 시청자국을 사장 직속의 ‘시청자센터’로 강화하는 동시에 시청자권익보호시스템을 체계적으로 구축하고, 시청자 참여

와 미디어 교육을 확대한다. 또한 지역국 활성화를 견인하고 지역방송 분권 계획을 수립할 수 있도록 기존의 부장급 지역정책실을 부사장 직속의 국장급으로 상향 조정해 전사적으로 뒷받침할 계획이다. 이번 조직 개편을 통해 KBS는 기존 6본부 1실 1사업부 2센터 63국 202부에서 6본부 1실 3센터 61국 199부 체제로 바뀐다. KBS는 “현재의 조직이 많은 의사 결정 단계와 분산된 조직으로 인해 빠르게 변화하는 미디어 시장에서 대응력이 떨어짐에 따라 권한과 책임을 일원화하고 사업과 업무 기능을 통합 조정하며, 인력과 예산을 탄력적으로 운용할 수 있도록 조직 개편을 단행하게 됐다”고 밝혔다. 이진범 jnb1001@nate.com

# EBS 사장에 김명중 호남대 교수



EBS 신임 사장에 김명중 호남대 교수가 선임됐다. 방송통신위원회(이하 방통위)는 3월 8일 전체회의를 개최해 김명중 호남대학교 교수를 EBS 사장으로 임명했다고 밝혔다. 김 신임 사장의 임기는 3년으로 3월 8일부터 2022년 3월 7일까지다. 김 신임 사장은 중앙대 신문방송학과 졸업 후 독일 뮌스터대학교에서 커뮤니케이션학 박사학위를 취득했다. 이후 호남

대에서 교수로 재직하는 동안 KBS 객원연구위원과 아리랑국제방송 부사장, 국무총리실 방송통신융합추진위원회 민간위원, 한국방송광고공사 상임감사를 지냈다. 최근에는 방통위 방송미래발전위원회 제1분과 위원장도 맡은 바 있다. 방통위는 앞서 지난해 12월 27일부터 올해 1월 11일까지 EBS 사장직을 공모했다. 공모에 지원한 총 20명의 지원자를 대상으로 국민 의견 수렴 및 서류 심사를 진행한 후 전체회의를 거쳐 4명의 면접 대상 후보자를 선정했고, 심층 면접을 거쳐 김 교수를 신임 사장으로 임명했다. 민서진 seojin@kobeta.com

# [성명서] 5G 위한 추가 주파수 할당? “주파수 혼·간섭 먼저 해결해야”

과학기술정보통신부가 5세대 이동통신 주파수 추가 확보·공급 방안을 마련하기 위한 전문가 작업반을 운영한다고 밝혔다. 현재 이동통신용으로 확보된 700㎒, 2.3㎒, 2.5㎒ 대역 주파수가 향후 통신량 증가를 대비하기에 제한적이라는 이유에서다. 이에 과기정통부는 고정 및 고정위성용으로 분배된 3.7~4.2㎒ 대역을 이동통신용으로 검토해 나갈 계획이라고 말했다.

“과기정통부 계획에 빠져 있는 ‘주파수 간섭’” 하지만 과기정통부의 계획에는 가장 중요한 것이 빠져 있다. 바로 주파수 간섭이다. 인접 대역에서 발생하는 주파수 간섭의 경우 심각한 지 않은 경우 필터를 통해 해결할 수 있지만, 간섭의 영향이 크다면 대역의 일부를 제거해야 하는 문제가 발생한다. 이는 과거 주파수 경매에서 900㎒ 대역을 배정받고도 제대로 사용하지 못한 KT의 경우에서도 알 수 있다. 즉 간섭 우려가 100% 제거되지 않는다면 해당 대역폭을 배분해서는 안 된다는 것이다. 따라서 3.7~4.2㎒ 대역을 5G 이동통신용으로 추가 배정하겠다는 과기정통부의 계획은 원점으로 되돌려야 한다.

이미 시작된 주파수 혼·간섭 이미 KBS와 SBS는 위성 C밴드 간섭 때문에 어려움을 겪고 있다. 지난해 6월 이동통신 3사에 경매가 종료된 3.42~3.7㎒ 대역이 위성 C밴드와 겹치기 때문이다. 또한 KBS 월드 채널(3.7235㎒)과 아리랑국제방송도 이동통신 3사가 5G 시험 서비스를 진행하면서 수신 및 송출 과정에 혼신을 빚고 있다. 만약 3.7~4.2㎒ 대역까지 5G 서비스용으로 배분된다면 MBC에서 수신하는 위성방송 9개 채널에도 혼신이 발생하게 된다. 그뿐만 아니라 잡음, 화면이 끊기는 등의 문제가 케이블이나 인터넷TV(IPTV) 등에서도 끊임없이 발생할 것이다.

“주파수 이용계획서 검토해 해결 방안 제시해야” ‘주파수 혼·간섭 보호 및 회피 계획 제시’는 주파수 할당의 기본 조건이다. 주파수 할당을 신청하는 단체는 주파수 혼·간섭에 대비한 해결 방안 또는 혼·간섭을 회피할 수 있는 망 구축 계획을 ‘주파수 이용계획서’에 제시해야 한다. 3.42~3.7㎒ 대역 주파수 할당 시 과기정통부는 연구반을 구성했는데 인접 주파수를 사용하고 있는 방송사에는 이를 통보조차 하지 않았다. 당시 방송사 관계자 등이 포함됐다면 주파수

간섭을 사전에 예방했을 수도 있다. 과기정통부는 지금까지도 방송사의 의견을 제대로 경청해 주파수 혼·간섭 문제를 제대로 해결해야 할 것이다.

“추가 주파수 할당 절대 안 돼” 과기정통부가 추가 할당을 계획하고 있는 3.7~4.2㎒ 대역은 방송사가 해외 콘텐츠 공급 및 서비스를 위해 활발히 사용하고 있는 대역이다. 이동통신 3사의 5G 서비스가 본격화되면 지상파뿐 아니라 그 외 방송사들의 피해도 볼 보듯 뻔한 일이 될 것이다. 이에 한국방송기술인연합회는 국민의 재산인 주파수 할당에 있어 무엇보다 공공성을 우선시할 것을 과기정통부에 강력히 촉구한다. 과기정통부가 주파수 할당 계획에 있어 공공성을 최우선으로 반영한다면 추가 주파수 할당 계획은 무효로 돌려야 할 것이다. 만약 과기정통부가 현 계획을 그대로 밀고 나간다면 한국방송기술인연합회를 비롯한 방송기술인들은 더 이상 좌시하지 않고 강력 대응할 것이다

2019년 2월 28일  
한국방송기술인연합회





# 8K 시장 놓고 삼성-LG ‘격전’ 예고

삼성전자 “올해부터 8K TV 대중화 이끌 것”  
LG전자 “8K TV 시대 OLED가 최적”

8K 시장을 선점하기 위한 삼성전자와 LG전자의 신경전이 치열해지고 있다.

8K(7680×4320)는 4K라고 불리는 초고 화질(UHD) TV(3840×2160) 화소 수 830만 개의 약 4배인 3300만 개의 화소 수준을 구현하는 영상으로 현존 최고의 화질로 평가받는다. 고화질(HD) TV(1920×1080)보다는 16배 선명하다. 아직은 시기상조라는 의견이 많지만 시장을 선점하기 위한 제조업체들의 행보는 빨라지고 있다.

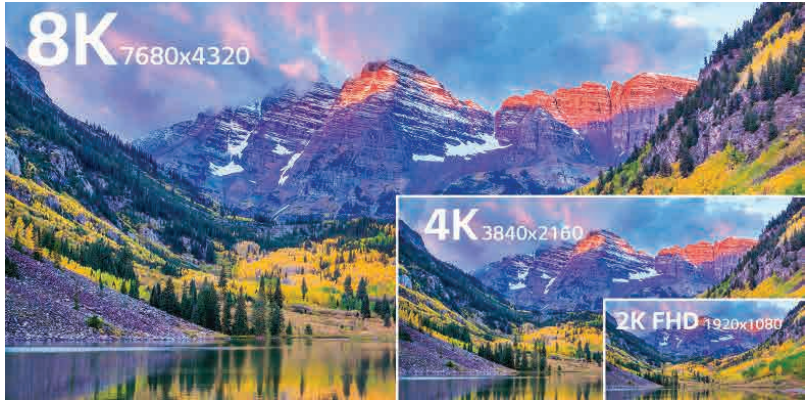
삼성전자는 2월 8일 경기도 수원 삼성 디지털시티에서 2019년형 삼성 QLED 8K TV 설명회를 열었다. 기술설명회라는 명목을 내걸었지만 8K TV 시장을 선점하겠다는 의지를 강조하는 자리였다. 한중희 삼성전자 영상디스플레이사업부 사장은

“4K TV는 5년 이내에 60% 이상 성장했는데 기술 발전 속도를 생각한다면 8K TV는 더 빠르게 성장할 것”이라며 올해부터 8K TV의 대중화를 열겠다는 포부를 밝혔다.

콘텐츠 부족 문제는 기술로 극복하겠다는 입장이다. QLED 8K는 머신러닝 기반으로 영상을 분석해 저해상도를 8K 화질로 구현할 수 있도록 하는 ‘퀀텀 프로세서 8K’ 기술을 적용했다. 당장 8K급의 콘텐츠가 없더라도 TV 자체에서 최고 화질로 개선이 가능하다는 것이다. 또 한 사장은 일본 공영방송사인 NHK가 2020년 도쿄 올림픽을 8K로 중계하겠다고 발표한 만큼 도쿄올림픽을 기점으로 8K 콘텐츠가 많이 양산될 것이라는 전망도 내놓았다.

하지만 시장의 반응은 그리 뜨겁지 않다. 앞서 글로벌시장조사업체인 IHS마켓은 올해 초 보고서를 통해 “8K TV 시장이 열릴 기미가 안 보인다”며 “올해 전 세계 8K TV 판매량은 33만8000대 정도에 불과할 것”이라고 밝혔다. 지난해 4월 전망치인 90만5000대보다 3분의 1가량이 줄어든 수치다.

이에 대해 삼성전자 측은 시장조사기관의 예측과 실제 출하량과는 차이가 있다는 입장이다. 4K TV 출시 당시에도 시장 전망은 낮았지만 실제 출하량은 많았고, 성장 속도로 훨씬 빠르다는 것이다. 주종석 삼성전자 영상디스플레이사업부 부사장은 “시장 트렌드는 초대형”이라며 “초대형은 화질이 따라줘야 하기에 8K TV 대중화는 시장



트렌드에 따른 전략”고 설명했다.

LG전자도 “8K TV 시대에는 OLED가 최적”이라며 8K 올레드 TV의 출시 계획을 밝혔다. 권봉석 LG전자 MCH 사업본부장은 3월 6일 서울 마곡 LG사이언스 파크에서 열린 2019년 신제품 발표회에서 “차별화된 기술로 프리미엄 TV 시장에서 지위를 굳힐 것”이라며 올 하반기에 풀러블 OLED TV와 8K 올레드 TV를 출시하겠다고 말했다.

강인병 LG디스플레이 최고기술경영자(부사장)는 2월 27일 열린 기술설명회 자

리에서 OLED가 QLED보다 우위라고 강조했다. 강 부사장은 “해상도가 높아질수록 화면을 구성하는 픽셀 사이즈가 작아지기 때문에 픽셀 하나하나를 컨트롤할 수 있는 자체 발광 디스플레이인 OLED가 더 유리해질 수밖에 없다”며 “OLED가 향후 프리미엄 시장을 주도할 것”이라고 말했다. LG디스플레이는 올해 하반기 88인치 8K OLED 패널 출시를 시작으로 77인치와 65인치 8K OLED까지 라인업을 확대한다는 계획이다.

백선하 baek@kobeta.com

## 5G 시대 킬러 아이템 AR, VR, 홀로그램

### ‘킹스맨’ 홀로그램 회의가 현실로

#### KT, 5G 활용해 한-미 대륙 간 홀로그램 시연

영화 ‘킹스맨’의 홀로그램 회의가 현실로 다가왔다. KT는 서울 마포구 누리꿈스퀘어 K-Live에서 세계 최초로 5G 네트워크를 활용해 한국-미국 대륙 간 홀로그램 시연을 가졌다고 3월 5일 밝혔다. 이번 시연은 마이클 잭슨 헌정 앨범 ‘The Greatest Dance’의 첫 번째 싱글

‘LET’S SHUT UP & DANCE’ 발매 기념으로 마련됐다.

KT는 이날 상암동 K-Live에 구축돼 있는 플로팅 홀로그램 시스템(Floating Hologram)에 5G 모바일핫스팟(MHS)을 연동해 대한민국과 미국 로스앤젤레스(LA) 간 약 9500km의 거리 차를 홀

로그램으로 지연 없이 선보였다.

플로팅 홀로그램 시스템은 홀로그래피에 의해 생성된 3차원 사진을 얇고 투명한 금속 물체(foil)에 투영해 마치 허공에 떠 있는 것과 같은 홀로그램 영상을 만들어주는 기법이다. 이 기법은 홀로그램 영상 속 인물이 실제 사람들과 상호 작용할 수 있어 공연, 광고 등에 자주 활용된다.

이번 홀로그램 시연 주인공은 LA에 머물고 있는 제리 그린버그(Jerry L..

Greenberg) 7SIX9 엔터테인먼트 회장으로 마이클 잭슨의 프로듀서이자 친구이자 이번 헌정 앨범을 주도적으로 기획한 인물이다.

KT는 제리 그린버그 회장이 K-Live 현장에서 함께할 수 있게 KT 5G 네트워크에 텔레프레젠스(Tele-presence) 기술을 접목했다.

특히 KT는 이번 홀로그램 텔레프레젠스 시연을 위해 한국과 미국을 연결하는 인터넷 국제망을 이용했다. 미국

LA에서 국제망을 통해 한국으로 전송된 홀로그램 데이터를 국내 신규 구축한 초고속 광대역의 5G망을 통해 상암 K-Live 현장으로 전송하는 방식이다.

텔레프레젠스는 원거리를 뜻하는 ‘tele’와 참석이라는 ‘presence’의 합성어다. 실물 크기의 화면으로 상대방의 모습을 보며 화상회의를 할 수 있는 기술을 말한다.

강민정 mjkgang@kobeta.com

### SK텔레콤, AR기업 매직리프·나이언틱과 5G 동맹 체결

#### “AR글래스 쓰고 포켓몬 잡는다”

SK텔레콤은 2월 26일(현지시간) 스페인 바르셀로나에서 열린 ‘모바일월드 콘그레스(MWC) 2019’에서 세계적인 증강현실(AR) 기기 제조사 매직리프, 포켓몬Go로 유명한 글로벌 AR 콘텐츠 기업 나이언틱(Niantic)과 5G사업 공동 추진을 위한 전략적 제휴를 각각 체결했다고 밝혔다.

매직리프는 AR글래스 등 차세대 기기 분야에서 가장 앞선 기술 기업이다.

특히 2018년 매직리프가 출시한 AR글래스 ‘매직리프 원(Magic Leap One)’은 현재까지 출시된 AR글래스 중 가장 뛰어난 성능을 가진 ‘스마트폰을 대체할 차세대 디바이스’라는 평가를 받고 있다.

양사는 △5G AR 서비스 및 사업모델 공동 개발 △5G, AR 기술 공동 R&D △AR 생태계를 위한 콘텐츠 확보 △한국 AR 개발자 커뮤니티 지원 등

다양한 분야에서 협력하기로 했다.

양사 협력의 궁극적인 목표는 AR로 구현된 현실·가상세계 복합 공간 ‘디지털 월드’에서 엔터테인먼트, 커머스, 소셜커뮤니티, B2B 등 다양한 사업을 추진함에 있다. AR글래스를 착용한 이용자가 △집 안 거실에 가상의 초대형 TV를 여러 대 동시에 놓고 고개를 돌려 원하는 채널을 보거나 △복합 소풍물에서는 현실 세계와 결합돼 쉽게 길 안내를

받을 수 있으며 △가게에 들어가지 않고도 메뉴를 3D로 미리 보고 예약할 수 있다. 또 산업 현장에서 실제 사물 위에 AR로 나타난 작업 가이드에 따라 미숙련공도 효율적으로 작업할 수 있어 산업 생산성도 획기적으로 높일 수 있다.

아울러 SK텔레콤은 AR콘텐츠 업체 나이언틱과도 전략적 제휴를 맺었다. 나이언틱은 2010년 구글에서 분사한 AR 콘텐츠 업체로 2016년 AR게임 포켓몬Go를 출시해 연 매출 10억 달러(약 1조 1200억 원)의 유니콘 기업으로 성장했다. 양사는 이번 협력을 통해 향후 △5G

AR 콘텐츠 제휴 △5G 특성을 활용한 신규 게임 기술 개발 △지역 기반 AR 플랫폼 구축 등 공동 R&D 및 서비스 출시를 추진한다. 아울러 앞으로 출시될 나이언틱의 신작 게임들에 대해서도 국내 공동 마케팅 제휴를 추진할 계획이다.

유영상 SK텔레콤 MNO사업부장은 “5G 스마트폰 출시에 앞서 세계적인 AR 회사들과 긴밀한 협력 체계를 구축하게 됐다”며 “5G 대중화 시대에 고객들에게 앞선 AR, VR 경험을 제공할 것”이라고 말했다.

이진범 jnb1001@nate.com

## 단신

### UHD KOREA 사무총장에 ‘김병국 KBS 네트워크센터장’ 선임



지상파UHD방송추진협회(이하 UHD KOREA)는 신입 사무총장에 김병국 KBS네트워크센터장을 선임했다고 3월 1일 밝혔다.

김 신입 사무총장은 1989년 KBS 공채 16기 방송 기술직으로 입사해 울산 지역 무룡산 송신소 근무를 시작으로 기술 감독으로서 많은 역할을 수행해 왔다. 지난해 4월부터는 KBS 네트워크센터장을 역임했다. 전숙희 sh45@kobeta.com

### KBS월드, 13억 인도 방송시장 진출

KBS가 인도 최대 공영방송사 프라사르바라티(Prasar Bharati)와 국제방송 KBS월드 TV 채널의 인도 진출을 위한 협약을 체결했다고 2월 21일 밝혔다.

이번 협약은 양국 공영방송사가 자체 국제방송

채널 상호교환을 위해 현지 에이전시 역할을 맡아 상호 지원하는 방식으로 진행됐다. 국내 첫 사례다.

KBS월드는 이르면 다음 달 중 인도 정부의 승인 절차와 시험 송출을 마치는 대로 인도 최대 위성방송플랫폼 DD Free Dish에서 정식 방송된다. 프라사르바라티의 국제방송 채널도 KBS의 온라인 동영상 서비스(OTT) 플랫폼 마이 케이(My K)를 통해서 방송될 예정이다. 민서진 seojin@kobeta.com

### 언론노조 MBC본부 오동운 본부장·고차원 수석부본부장 당선

오동운 본부장, 고차원 수석부본부장으로 구성된 전국언론노동조합 MBC본부(이하 MBC 노조) 제 13기 집행부가 3월 8일 출범식을 갖고 2년 임기의 활동에 돌입했다.

MBC 노조는 지난 2월 27일부터 이틀 동안 진행된 부재자 투표와 3월 4일부터 사흘간 서울과 전국 지부에서 실시된 본투표 결과, 단독 출마한 오동운·고차원 조합원이 당선됐다고 밝혔다.

강민정 mjkgang@kobeta.com



## 2019년 1분기 방송기술인상 시상식 개최

일자 : 2019년 3월 19일 화요일 오전 11시

장소 : 한국방송기술인연합회 회의실

---

1분기 방송기술인상 수상자 (가나다 순)

|          |              |            |
|----------|--------------|------------|
| 곽상영(EBS) | 박상태(KBS)     | 박정식(SBS)   |
| 손재호(TBN) | 양필식(전주MBC)   | 우성균(울산MBC) |
| 이경준(YTN) | 이선진(아리랑국제방송) | 이윤원(TBC)   |
| 조병령(CBS) |              |            |



한국방송기술인연합회  
THE KOREA BROADCASTING ENGINEERS & TECHNICIANS ASSOCIATION





2월 25일부터 28일까지 스페인 바르셀로나에서 열린 MWC Barcelona 2019를 참관할 기회를 얻어 출장을 다녀오게 됐다. 박람회 개요와 인상적 장면을 정리해봤다.

GSMA(세계이동통신사업자협의회)가 개최하는 이동통신 관련 박람회인 MWC(Mobile World Congress)는, 스페인 바르셀로나에서 매년 2월 말 개최된다. 2,400여 업체가 참가하고, 10만 명을 훌쩍 넘는 방문객들이 참관하는 명실상부한 세계 최대의 이동통신 박람회다.

세계적 규모의 행사답게 공항에 도착하자마자 MWC 조기를 입은 행사 관계자들의 안내를 받아 공항에서 편리하게 박람회 출입증을 발급받을 수 있었고, 수많은 방문객이 편리하게 출입증 발급 및 행사장 출입을 할 수 있도록 시내 곳곳에 출입증 발급 부스를 설치해 놓은 것도 볼 수 있었다. 행사장에도 안전 인식을 통한 자동 출입 관리 시스템을 도입하는 등 행사 규모에 부합하는 편의 서비스가 기억에 남는다.

올해 행사는 ‘Intelligent Connectivity’를 주제로 5세대(5G) 통신, 사물인터넷(IoT)을 활용한 초연결사회 및 인공지능(AI) 등을 테마로 개최했으며, 삼성, LG, SK텔레콤, KT 등 한국 업체와 퀄컴, 화웨이, Sony 등 누구나 알만한 모바일 업계의 대표주자들이 참여했다. 2018년도에 이어 올해의 화두도 역시 5G였고, 단말기 제조사들은 앞다투어 최신 5G 단말기를 전면에 내세우며 방문객들의 눈길을 사로잡았다.

특히, 삼성과 화웨이는 접히는 디스플레이를 장착한 폴더블 스마트폰을 발표하며 전시 기간 내내 미디어들의 관심을 사로잡았다. 필자 또한 관심을 갖고 전시 부스를 둘러보았는데, 삼성의 폴더블 폰인 ‘갤럭시 폴드’는 겹겹의 유리라 거울로 제품을 둘러싸놓아서 제품을 만져보기는커녕 제대로 살펴보기도 어려웠다. 화웨이의 폴더블 폰인 ‘메이트 X’의 경우도 기자들을 상대로 시연회를 열긴 했으나 직접 만져볼 기회는 주지 않았으며, 일반에는 공개하지 않는 등 자사 기술과 노하우 유출에 상당히 민감한 모습을 보여 일반 참관객들에게는 진한 아쉬움을 남겼다.

이외에도 LG전자가 ‘듀얼 스크린’ 기능을 탑재한 5G 스마트폰 ‘V50’을 선보였고, 샤오미와 Sony를 비롯한 다양한 휴대폰 제조사들이 5G와 UHD 동영상 등 최신 기술을 접목한 최신 휴대폰을 전시하고 있었으나 ‘폴더블’ 폰의 이슈를 따라잡긴 벅거운 듯했다.



5G 이동통신의 초고속 데이터 전송을 통한 ‘초연결 사회’가 가까운 미래에 도래할 것으로 예상되는 가운데, 대용량 영상 데이터의 고속 처리 기술을 활용한 다양한 서비스도 눈길을 끌었다. 삼성은 갤럭시S10 5G 모델을 전시하면서 5G 네트워크를 통해 야구 중계 중 여러 카메라 중에서 시청자가 원하는 카메라 앵글을 실시간으로 선택해서 시청할 수 있는 서비스를 선보였고, SK텔레콤과 KT의 경우는 VR 체험존을 설치해 많은 방문객의 발길을 붙들기도 했다. 특히, SK텔레콤은 영상 분석 기술과 딥러닝 기술을 적용한 미디어 추천 기술을 선보여 우수 서비스 상을 받기도 했다. 이미 국내의 OTT 서비스에 이러한 기술을 활발히 활용하고 있다고 하니, 이런 개인화 서비스가 더 지능적으로 발전한다면 미디어 소비자들도 과거의 수동적 시청 행태에서 벗어나 맞춤형 콘텐츠를 능동적으로 선택하는 트렌드는 한층 더 가속될 것으로 예상된다.

또한, 올해에는 수년간 큰 변화를 보여주지 못한 증강현실(Augmented Reality, AR), 가상현실(Virtual Reality, VR)의 한계를 넘어 혼합현실(Mixed Reality, MR), 모의현실(Simulated Reality, SR) 개념까지를 포괄하는 확장현실(Extended Reality, XR)관련 서밋이 열리는 등 한동안 정체된 듯 보였던 관련 서비스의 도약 가능성이 보이기도 했다.

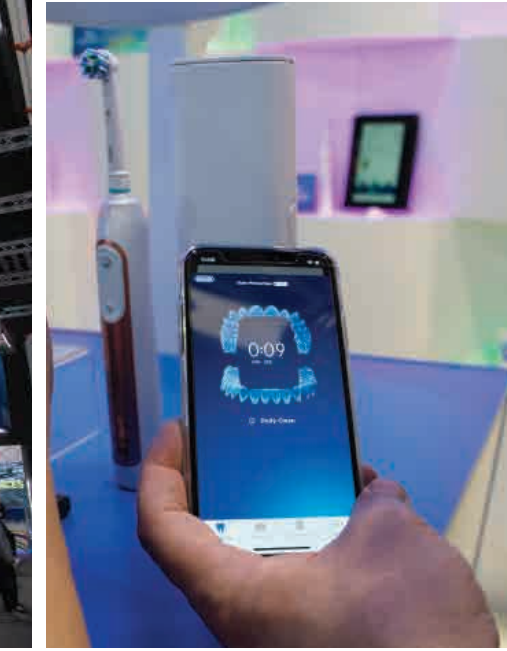
이 중에서도 마이크로소프트에서 선보인 ‘홀로렌즈 2’의 경우는 체험 대기 시간이 한 시간을 훌쩍 넘길

정도로 인기를 끌었는데, 경량화한 디자인에 AI와 심도 센서까지 탑재해 몰입감과 편의성을 크게 향상했음을 느낄 수 있었다. 원격 지원을 통해 정밀기계를 정비하거나 위험한 업무 환경에서 원격으로 장비를 운용하는 등 로봇 기술의 발전과 맞물린다면 다양한 분야에 응용할 수 있겠다는 생각이 들었다.

인상적이었던 것은 행사 기간 MWC만 전문적으로 다루는 TV 채널인 ‘Mobile World Live TV’ 채널을 시내 전역에서 시청할 수 있었다는 것이다. 행사 내내 전시장 내에 스튜디오와 부조정실을 운영하면서 방문객들이 놓치기 쉬운 이색적 부스를 소개하기도 하고, 유명인사를 스튜디오로 초대해 인터뷰를 하는 등 전시장에서는 볼 수 없는 다양한 콘텐츠를 선보였다. 필자도 전시장 참관 후 숙소에 돌아와서 TV 방송을 보면서 많은 정보를 얻을 수 있어서 상당한 도움이 됐다.

전동칫솔 메이커인 오랄-B도 재미있었다. 오랄-B에서는 블루투스 스마트 폰과 연결해 양치질이 얼마나 꼼꼼히 되고 있는지, 칫솔의 압력은 적당한지, 빠트린 이빨은 없는지 등을 실시간으로 보여주는 제품을 선보였다. 이제 화장실 거울 앞에 나란히 서서 양치질을 가르쳐주는 부모 대신, 스마트폰 화면을 보면서 앱을 통해 칫솔질을 배우는 아이들이 많아지는 세상이 올지도 모르겠다.

폴더블 폰으로 기 싸움 중인 삼성과 화웨이의 홍보전도 불만했다. 최근 5G 장비와 관련된 보안 이슈로

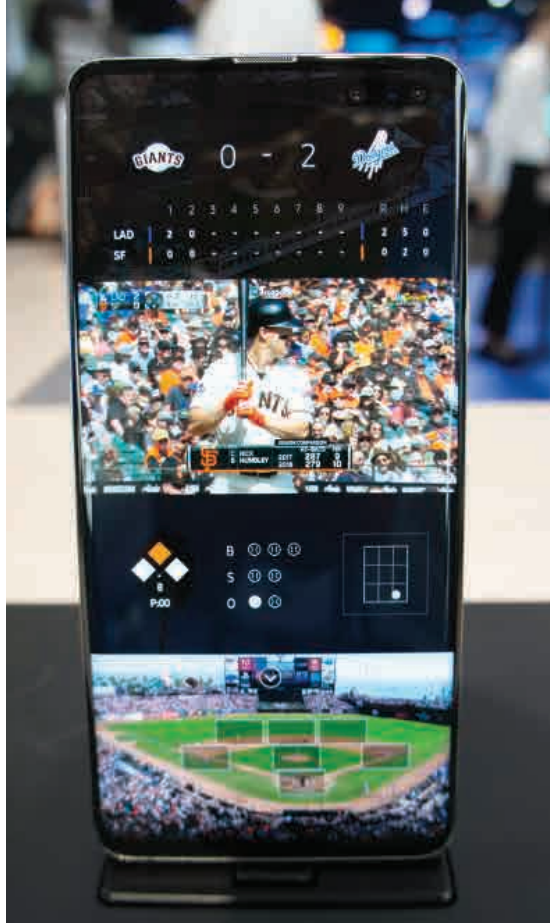
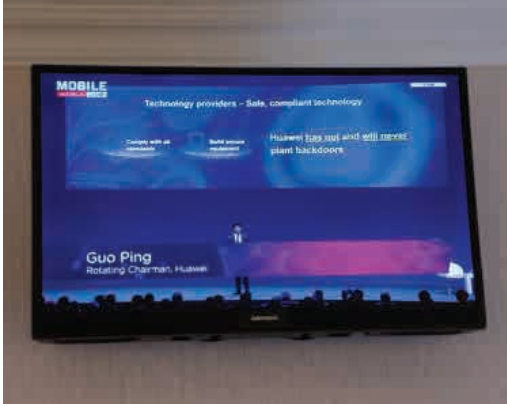


미국과 마찰을 빚은 화웨이는 MWC 2019의 최대 스폰서로서, 최근의 일로 이미지를 구긴 데 대한 자존심 회복 차원인지는 알 수 없으나, 행사장 내 여러 홀에 세운 대규모 부스가 어디서나 눈에 띄 정도로 투자를 아끼지 않았음을 보여줬다. 행사의 키노트 발표에 나선 ‘구오 핑’ 화웨이 회장은 백도어를 심은 적도, 심을 계획도 전혀 없음을 강조하며 미국의 공세를 정면 돌파할 의지를 내보이기도 했다.

삼성의 경우는 행사장 내 부스는 화웨이에 비해 작았으나, 행사장 외부에 홍보물을 설치하고, 시내 카탈루냐 광장에도 홍보 부스를 운영하며 오가는 시민들과 관광객들의 눈길을 끌어 홍보 전략을 차별화한 모습을 보였다.

끝으로, KOTRA의 지원을 받은 중소기업들이 ‘Korea’ 이름으로 한 부스에 모여있는 모습도 볼 수 있었다. Mobile World Live TV 채널에 제품이 소개되기도 하고, 전 세계 여러 업체와 공급 계약을 체결했다는 소식이 들리기도 해서 대기업 제품의 성공 소식보다 더 흐뭇한 기분이 들었다. 프랑스, 터키, 요르단 등에서도 중소기업을 모아 국가별 부스를 꾸린 것을 볼 수 있었는데, 이러한 우수 중소기업 지원은 꾸준히 확대됐으면 하는 바람이다.

이상으로 부족한 참관기를 마칠까 하며, 소중한 기회를 만들어주신 한국방송기술인연합회에 깊은 감사사를 드린다.





본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

칼럼

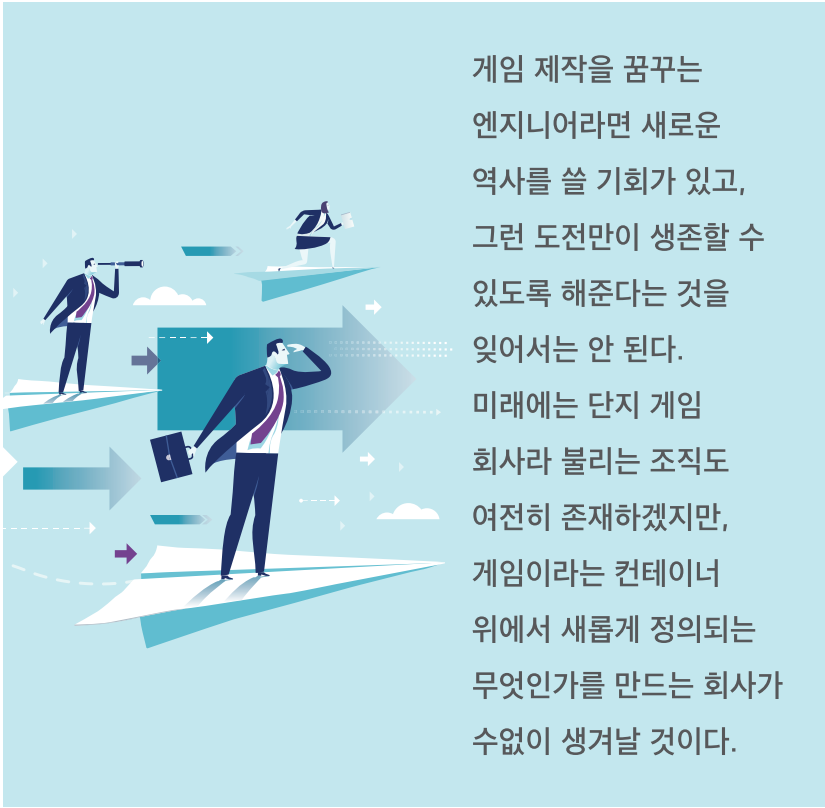
# 컨테이너와 콘텐츠

박재성 스타 대표

어떠한 관념 중에 컨테이너로 정의할 수 있는 것들이 있다. 해당 관념을 바탕으로 다양한 목적과 정의를 만든다면 컨테이너라 할 수 있을 것이다. 책이 그러하다. 책은 관념적으로 컨테이너다. 해당 컨테이너 위에서 다양한 방향성을 가진 하위 콘텐츠가 존재한다. 책이라는 관념적 컨테이너 위에서 소설, 시, 잡지, 만화 등 각자 정의할 수 있는 콘텐츠가 만들어지고 존재한다. 책이라는 컨테이너가 존재하지 않았다면 하위 콘텐츠가 존재할 수 없었을 것이다. 영상도 마찬가지이다. 최초의 영화를 ‘전함 포템킨’이라고 이야기하긴 하지만, 그 이전에 관념적 컨테이너인 영상이 사람들 머릿속에서 그려지지 않았다면 하위 콘텐츠인 영화, 드라마, 다큐멘터리, 뉴스와 같은 각자의 영역을 정의할 수 있는 콘텐츠가 나올 수 없었을 것이다.

게임은 역사가 짧고 아직 컨테이너에 대한 관념이 명확하지 않은 것 같다. 그리고 그 관념이 지금까지는 크게 중요하지 않았다. 또한, 앞으로도 소비자 입장에서는 알 필요가 없는 부분일 것이다. 지금까지 소비자 중 누구도 노력해서 책이나 영상이라는 관념을 알려고 하지 않았다. 콘텐츠를 담는 컨테이너는 그저 즐기다 보면 자연스럽게 머릿속에 자리 잡게 된다. 생각해보자. 게임을 즐긴다고 하는 많은 사람의 머릿속에 관념적 컨테이너가 있는가? 대부분의 일반 소비자는 잘 떠올리지 못할 것이다. 엔지니어들은 아마도 있다고 하는 사람들이 꽤 있을 것 같은데, 그 답은 다양할 것이다. 또, 누군가는 아무 의미 없는 질문을 왜 던지냐고 할지도 모르겠다. 아직은 관념이 형성돼 가는 과정이라고 보는 것이 맞을 것 같다.

필자는 좀 다른 방향으로 게임과 컨테이너를 생각해야 한다는 입장이다. 현학적 호기심으로 게임이 속한 컨테이너를 정의 내리는 것은 무의미하다는 데 동의한다. 하지만 생각을 바꿔서 게임이라는 단어 자체가 책이나 영상처럼 관념적으로 컨테이너화돼간다면 이야기는 좀 달라질 것이다. 최초의 영화 ‘전함 포템킨’이 나왔을 때 사람들은 머릿속에서 영화라는 콘텐츠를 바로 정의할 수 있었을



게임 제작을 꿈꾸는 엔지니어라면 새로운 역사를 쓸 기회가 있고, 그런 도전만이 생존할 수 있도록 해준다는 것을 잊어서는 안 된다. 미래에는 단지 게임 회사라 불리는 조직도 여전히 존재하겠지만, 게임이라는 컨테이너 위에서 새롭게 정의되는 무엇인가를 만드는 회사가 수없이 생겨날 것이다.

까? 그 시기에는 해당 콘텐츠를 통해 영상이라는 관념이 소비자에게 먼저 자리 잡기 시작했을 것이다. 그런 관념을 바탕으로 수많은 장르의 영상물이 각각의 이름을 가지고 산업화되고 소비됐다.

게임이 영상과 다른 것은 관념이 자리 잡기 전에 콘텐츠가 급속도로 발전하고 산업화했다는 점에 있다. 마치 영상의 전부가 영화라고 사람들이 생각하는 것처럼 관념 전부가 현재의 장르적 게임으로만 인식되고 있다. 게임이 게임이지 무엇이나고 많은 사람이 이야기할 것 같다. 지금은 맞는 이야기다. 영상처럼 다양한 콘텐츠를 통해 관념화하는 과정을 충분히 가지지 못했기 때문에 컨테이너와 대상이 개념적으로 혼재돼 있다. 빠르게 자본화돼 가면서 당장 돈이 되는 정의 이외에 고민할 수 있는 충분한 시간을 가지지 못했다.

고민이 필요한 시간이 왔다. 게임 산업은 위기다. 소비자들은 새로운 정의가 필요하다. 이 부분은 산업의 관점에서도 중요해지고 있다. 게임이 다양한 시도를 통해 관념적으로 컨테이너화돼 갈 수 있으면, 그 과정에서 제작과 소비의 방향성이 훨씬 다양해지고 폭도 넓어질 것이다. 게임을 RPG, 액션, 어드벤처 등으로

정해버리는 공식의 굴레에서 벗어나야 한다. 소비자는 새로운 경험을 원하는 것이지 재미의 공식을 원하는 것이 아니다. 새로운 경험을 발굴하고 만들어가는 과정에서 게임의 정의는 점점 컨테이너화될 것이고, 해당하는 새로운 경험을 주는 콘텐츠가 등장해서 정의돼 갈 것이다. 지금의 여러 게임 회사만이 아니라 다양한 새로운 회사를 통해서 만들어지고 정립돼 갈 것이다.

최근 여러 영역에서 프로그래밍을 기반으로 만들어진 결과물을 통해 세상을 혁신해온 사람들이 있었다. 그리고 그들은 주로 엔지니어 출신이었다. 그들은 수많은 혁신과 성공을 만들어가는 과정에서 새로운 정의를 계속 써 내려갔다. 게임도 새롭게 쓰이고 있는 정의다. 게임 제작을 꿈꾸는 엔지니어라면 새로운 역사를 쓸 기회가 있고, 그런 도전만이 생존할 수 있도록 해준다는 것을 잊어서는 안 된다. 미래에는 단지 게임 회사라 불리는 조직도 여전히 존재하겠지만, 게임이라는 컨테이너 위에서 새롭게 정의되는 무엇인가를 만드는 회사가 수없이 생겨날 것이다.

물론 스토리와 영상으로 무장한 방송사도 거기에 포함될 수 있다.

## 전파의 주인은 국민이다

과학기술정보통신부(이하 과기정통부)가 5세대(이하 5G) 이동통신 주파수 추가 확보·공급 방안을 마련하기 위한 전문가 작업반을 운영한다고 뒤늦게 밝혔다. 현재 이동통신 용으로 확보된 700MHz, 2.3GHz, 2.5GHz 대역 주파수 외에 추가 주파수를 확보하기 위해서다.

과기정통부는 추가 주파수 대역으로 검토 중인 3.7~4.2GHz 대역 중 3.42~3.7GHz 대역은 이미 이동통신사에 할당했으며, 나머지 대역에 대해서도 통신사에 추가 할당할 계획을 가지고 있다고 한다.

문제는 현재 검토 중인 주파수 대역이 엄연히 방송용으로 쓰이고 있는 대역이라는 점이다. 정확하게 말하면 방송사가 해외 콘텐츠 공급 및 서비스를 위해 비용을 지불해가며 활발하게 사용하고 있는 C Band와 거의 정확하게 겹친다는 것이다.

방송사들은 이 대역을 통해, 로이터, CNN, NHK, CCTV 등 해외 메이저 방송사의 자료를 매일 받아서 방송에 활용하고 있다. 특히, 국제사회에서의 정치적, 외교적 이슈가 우리나라에 미치는 영향이 커지면서 해외 자료에 대한 시청자의 관심도 커지고 있다는 점에서 이 대역에 대한 침해는 단순히 주파수 할당의 문제뿐만 아니라 보이지 않는다.

이러함에도 정부와 통신사는 방송사에 아무런 예고도 없이 5G 서비스에 대한 시험 운영을 강행했고, 이로 인해 해당 대역에 포함된 조선

중앙TV를 공급받는 대역에 간섭이 발생한 바 있다. 북미회담을 앞두고 전 국민이 북한의 소식에 촉각을 기울이고 있는 와중에 벌어진 상황이라고 하니 참으로 어이없는 일이 아닐 수 없다.

물론, 필터를 설치해 당장의 대참사는 면했지만, 향후 정부의 계획대로 주파수 할당이 방송사의 참여 없이 이뤄진다면 방송사의 피해는 불보듯 뻔한 일이 될 것이고 이는 곧바로 시청자의 피해로 이어질 수밖에 없다.

주파수 할당을 신청하는 주체는 주파수 혼·간섭에 대비한 해결 방안 또는 이를 회피할 수 있는 망 구축 계획을 ‘주파수 이용계획서’에 제시해야 하고, 정부는 이를 철저히 관리·감독해야 한다.

즉, 그 주체는 간섭 우려를 완전히 제거해야 할 의무가 있고 정부는 이러한 조건이 충족되지 않으면 해당 대역폭을 배분해서는 안 된다는 것이다. 이것이 기본이다. 무엇이 급해서 기본을 무시하면서까지 급하게 진행하고 있는가?

정부는 당장 정부 관계자와 이동통신사만 참여한 현재의 주파수 할당 프로세스를 중단해야 한다. 그리고 정부와 대자본이 간과했던 전파에 관한 가장 중요한 가치인 공공성의 측면에서 원점에서부터 면밀한 재검토를 해나가길 바란다.

전파의 주인은 정부나 대자본이 아니라 국민이다.

### 방송기술저널 창간 | 2003년 5월 20일

|                                |                                          |
|--------------------------------|------------------------------------------|
| 발행인   이상규                      | 주소   158-715 서울시 양천구 목동 923-5 한국방송회관 10층 |
| 편집주간   박재현                     | 전화   02-3219-5637                        |
| 편집위원   김대한, 김지욱, 양창주, 이용학, 유의정 | 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
- KOBA(국제방송음향조명기기전) 무료 입장권 및 안내자료 발송
- 기타 본 연합회가 주최하는 행사에 초대

#### 회원 가입 방법

- 2년 17만 원 / 1년 9만 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.



KOBA 2019

Media, Make a Choice



29회 국제방송 · 음향 · 조명기기전  
29th KOREA INTERNATIONAL BROADCAST  
AUDIO & LIGHTING EQUIPMENT SHOW

2019.05.22-25  
COEX, SEOUL

주 최 한국이앤엑스 · 한국방송기술인연합회

후 원 과학기술정보통신부 · 산업통상자원부 · 방송통신위원회 · 서울특별시 · KOTRA · KBS · MBC · SBS · EBS · OBS · 한국전자통신연구원 · 한국음향예술인협회 · 한국음향학회

특별후원 CBS · 아리랑국제방송 · tbs

