

7월부터 방송사도 52시간 근무제 시행...워라벨 가능할까?

지상파 3사, 선택근로제·유연근무제 등 시행 예정...9월까지 계도기간

‘주 52시간 근무제’가 시행된 지 1년이 지났다. 올해 7월 1일부터는 특례 제외업종으로 연장 근로 한도를 제한 받지 않았던 방송사도 주 52시간 근무제를 적용해야 한다. 다만 고용노동부가 방송사나 노선버스, 교육업체 등에 한해 오는 9월까지 처벌을 유예하는 계도기간을 부여키로 하면서 사실상 2개월 시간을 벌게 됐다.

이재갑 고용노동부 장관은 6월 20일 “3개월을 초과하는 탄력근로제 도입이 필요한 기업에는 탄력근로제 입법, 실제 시행까지 계도기간을 부여한다”며 “근무체계 개편, 신규인력 채용이 진행 중인 업계에 한해 오는 9월 말까지 계도기간을 적용한다”고 밝혔다.

하지만 52시간 근무제가 제대로 시행될 수 있을지는 의문이다. 방송사와 구성원 모두 법 개정 취지에는 적극 공감하고 있지만 업무 특성상 야근, 연장 촬영이 많은 데다 업무 주기도 일정하지 않기 때문이다.

우선 KBS, MBC, SBS 등 방송사는 ‘직군별 유연근로제 차등 도입’ 등의 정책을 시행하고, 추후 보완하겠다고 입장이다.

KBS는 7월 1일부터 주 52시간 통상근로(소정근로 40시간+초과 12시간)와 유연근로제 중 하나를 택해 적용하기로 했다. 초과근로가 많지 않은 직군은 통상근로를 적용하고, 업

무시간이 불규칙하고 초과근로가 많은 기자, PD, 촬영감독, 후반제작 부 등 제작 관련 부서는 선택근로시간제, 재량근로시간제, 사업장 밖 간주근로시간제 등 유연근로제를 적용한다.

선택근로제는 주 52시간 통상근로제를 1주 단위가 아닌 4주 단위로 정산하는 방식이다. 4주 동안 ‘52시간×4주=월 208시간’을 넘을 수 없다. 전국언론노동조합 KBS본부는 “이 경우 노동자가 업무의 시작과 종료를 선택할 권리, 휴일 근로에 대한 선택권 등에서 애매모호한 점이 있고, 부서원 전체에게 일괄 적용할 것인지 또는 부서원 사이 노동 강도의 형평성에는 문제가 없는지 등도 살펴야 한다”고 설명했다.

MBC는 수목드라마 ‘봄밤’을 시작으로 평일 미니시리즈를 오후 9시로 1시간 앞당겨 방송하기 시작했고, 메인 뉴스인 ‘뉴스데스크’ 역시 기존보다 30분 앞당겨 지상파 3사 중 가장 빠른 시각인 7시 30분부터 방송하고 있다. ‘노동시간 단축’을 반영한 선제적 전략이라고 밝힌 MBC는 노사 협상을 통해 실질적인 합의안을 도출해내겠다는 계획이다.

언론노조 MBC본부는 노보를 통해 “유연근무제를 활용해 프로그램 경쟁력이 저하되지 않도록 하겠다는 큰 방향인데 이는 실비 수당 인상을

통해 초과근로에 대한 대가를 보전하는 선에서 재량근로제를 도입하겠다는 입장으로 워한다”며 “쉬운 해법으로 귀결된다는 느낌을 지울 수 없다”고 말했다. 이어 “주 52시간 노동제 안착을 위한 방안을 마련하기 위해 회사는 최선을 다했는지 묻지 않을 수 없다”며 “회사는 노사가 합의한 원칙으로 돌아가야 한다”고 촉구했다.

언론노조 SBS본부는 ‘SBS형 유연근무제’를 제안했다. SBS형 유연근무제는 무분별한 장시간 연속 노동과 무보상 공짜노동 가능성을 높이는 기존 재량근무(편의상 ‘재량 A’로 명명) 적용 대상을 최소화하고, 대신 노동시간을 정확히 측정하되 합산 단위를 기존 선택 근무의 1개월에서 3개월까지 높이는 재량 B 근무를 신설해 폭넓게 적용하자는 안이다.

SBS 노조는 “재량 B는 3개월 범위에서 실제 노동시간을 측정해 일한 만큼 동등하게 보상하는 제도여서 노동시간이 아닌 제작 프로그램에 따라 보상액 차이가 나는 기존 68시간 체제의 문제를 대폭 개선할 수 있다. 반면 기존 선택 근무의 노동시간 합산 단위 1개월 내에서 프로그램 제작에 필요한 충분한 노동시간을 확보할 수 없었던 문제는 합산 단위를 3개월까지 늘려 제작 현장의 애로사항을 동시에 해소할 수 있는 방안



용어 설명

△탄력근로제: 일정 기간 내에 근로시간을 탄력적으로 조절하는 제도. 예를 들어 2주 단위로 탄력적 근로시간제를 적용하면 업무가 많은 첫 주에는 58시간 일하고 상대적으로 일이 줄어든 다음 주에는 46시간 일해 평균 근로시간을 주당 52시간으로 유지하는 것. 현행법상 3개월 기준으로 정할 수 있지만, 6개월로 확대하는 개정안이 국회에 제출된 상태.

△재량근로제: 근로시간뿐 아니라 업무수행 방법까지 근로자 재량에 맡기는 제도. 실제 근로시간과 관계없이 노사가 서면 합의한 시간을 근로시간으로 간주함.

△유연근로제: 탄력근로제, 재량근로제 등을 포괄하는 개념. 일정한 시간에 일정한 장소에서 일정한 형태로 일하도록 정형화된 근무제도에서 벗어나, 업무량이나 일의 성격 등에 따라 업무시간을 탄력적으로 배분하는 제도.

이기도 하다”고 설명했다.

SBS 노조 관계자는 “사측이 무분별하게 확대 적용을 요구하고 있는 재량근무는 시행 원조국인 일본에서조차 퇴출이 논의되고 있을 정도로 과로사 등 사회적 부작용이 심각한

제도”라며 “방송 제작의 특수성과 도탄에 빠진 SBS 경영 상황까지 고려해 노동시간 유연성을 대폭 확대하자는 방안은 노조가 제시할 수 있는 양보의 최대치”라고 말했다.

백선하 baek@kobeta.com

“네이버, CJ ENM도 이제는 방발기금 내야”

방통위 ‘방송사 분담금 제도 개선’ 추진하자 방발기금 대상 확대 목소리 나와



네이버나 CJ ENM 등에도 방송통신발전기금을 부과해야 한다는 목소리가 또다시 힘을 얻고 있다.

앞서 방송통신위원회는 6월 12일 전체회의에서 지상파 방송사와 종합편성채널 등의 방발기금 징수율을 전년도 방송 광고 매출액 규모와 연동되도록 하고, 징수율 인상의 부담을

고려해 기본 징수율이 전년 대비 150% 넘지 않도록 하는 내용을 담고 있는 개정안을 보고했다.

방통위가 방발기금 개선안을 내놓자 네이버와 같은 포털과 CJ ENM과 같은 채널사용사업자(PP)도 방발기금을 내야 하는 것 아니냐는 의견이 다시 제기되고 있다.

지난 2017년 박대출 자유한국당 의원이 네이버와 카카오 등 포털 사이트 방발기금을 분담하도록 하는 ‘방송통신발전 기본법’ 일부 개정안을 대표발의했으나 포털의 방발기금 분담 논의는 지금까지 여전히 제자리 걸음이다.

관련 업계에서는 “포털은 뉴스·검색 서비스 등을 통해 강력한 언론 기능을 수행하면서 막대한 광고로 방송통신 시장에서 압도적인 매출로 나서고 있고, CJ ENM과 같은 MPP 역

시 콘텐츠 시장을 독점해가고 있다”며 “방송 시장에서 큰 부분을 차지하고 있는 포털과 CJ ENM이 방발기금을 내지 않는 것은 형평에 맞지 않는다”는 주장이 나오고 있다.

6월 25일 열린 국회 과학기술정보방송통신위원회 전체회의에서도 방발기금 문제가 언급됐다. 이철희 더불어민주당 의원이 “2017년 국감 당시 CJ 임원이 방발기금을 낼 의사가 있다고 답했음에도 아직 매듭이 지어지지 않고 있다. 지난해 8월 방통위원

장도 대형 PP 사업자가 방발기금을 내도록 하는 것을 긍정적으로 검토하겠다고 하지 않았나”라고 말하자 이효성 방통위원장은 “PP와 다채널 유료방송은 방통위 소관이 아니기에 과학기술정보통신부가 주도해야 한다”며 “다만 도을 부분이 있으면 돕겠다”고 말했다.

이에 방송사 관계자는 “미디어 환경이 급변하고 있는 만큼 방발기금을 제로베이스에서 검토해야 할 시기”라며 “지상파의 영향력은 급감하고 포털과 CJ 등의 영향력이 커지는 현실을 반영해야 한다”고 강조했다.

백선하 baek@kobeta.com

지난해 지상파 영업손실 2237억 원…광고 매출 하락·제작비 증가

“매출 대비 제작비 투자 비율 지상파 74.5%, PP 26.8%”

지난해 지상파방송의 영업손실이 전년 대비 1870억 원(508.2%) 증가한 2237억 원에 달하는 것으로 나타났다. 광고 매출 하락과 제작비 증가 등에 따른 것으로 업계에선 지상파의 위기가 가시화됐다는 목소리가 나오고 있다.

방송통신위원회가 6월 27일 발표한 ‘2018년 방송 사업자 재산 상황’에 따르면 지난해 방송 사업 매출은 전년 대비 7939억 원(4.8%) 증가한 17조 3039억 원을 기록했지만 영업이익은 전년 대비 1조 56억 원(26.3%) 감소한 2조 8243억 원이었다. 영업이익의 규모는 2014년 이후 최저 수준인 것으로 나타났다. 특히 지상파방송은 전년 대비 1870억 원 감소해 영업손실이 두드러졌다.

방통위는 △프로그램 제작비 증가(3,184억 원) △에스케이플래닛 영업손실(1,926억 원)이 일반PP에 신규로 포함된 것 △롯데쇼핑이 롯데컬처웍

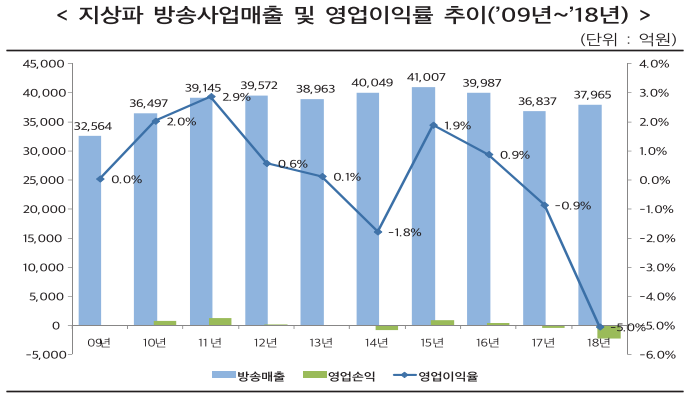
스로 분할(약 4,500억 원 감소) 등이 영향을 미쳤다고 분석했다.

특히 지상파방송의 프로그램 제작비 증가가 눈에 띄게 나타났다. 지상파의 프로그램 제작비는 전년 대비 1885억 원(7.1%) 증가한 2조 829억 원으로 전체 방송 사업자 제작비 중 59.1%를 차지하고 있다. 또한 지상파 계열 PP 중 KBS, MBC, SBS 계열 PP의 제작비 역시 2014년 이후 각각 1.1%, 3.3%, 1.2% 증가했다. 방통위는 “지난해 기준으로 지상파는 평균 555억 원, PP는 평균 114억 원의 제작비를 지출하고 있다”고 말했다. 방송 매출 대비 제작비 비율에서도 지상파가 앞섰다. 방송 사업 매출 대비 제작비 투자 비율은 지상파 74.5%, PP 26.8%인 것으로 나타났다. EBS의 경우 방송 사업 매출보다 제작비 투자가 더 많은 것으로 조사됐다.

방송 매출 점유율에서도 지상파 방

송의 감소세는 이어졌다. 지상파는 22.3%에서 21.9%로, 종합유선방송사업자(SO)는 12.9%에서 12.1%로, 방송채널사용사업자(PP)는 18.8%에서 16.7%로 줄어들었다. 반면 IPTV(17.7%→19.9%)와 홈쇼핑PP(21.4%→22.8%)의 점유율은 증가했다. 수익원별 매출 점유율은 홈쇼핑 방송 매출 20.2%, 광고 18.7%, 지상파와 유료방송의 수신료 매출 23.3%, 프로그램 판매·제공 매출 13.4%, 홈쇼핑송출수수료 매출 9.5%, 협찬 매출 및 단말장치대여 매출이 8.1%를 차지했다. 지상파의 경우 광고 매출이나 협찬 매출은 감소한 반면 프로그램 판매 매출, 재송신 매출, 수신료 매출 등은 증가했다.

광고 매출은 지난 2011년 이후 지속적인 감소 추세이나 동계올림픽, 러시아월드컵, 아시안게임 등의 영향으로 전년 대비 613억 원(1.9%) 증가한 3조 2,275억 원을 기록했다. 지상파방송의



광고 시장 점유율은 2014년 57.4%에서 40.3%로 17.1%p로 크게 줄어든 반면 종합편성채널 등을 중심으로 한 PP는 2014년 37.1%에서 50.1%로 13%p 증가하며 지상파 방송을 10%p 차이로 앞섰다. 방통위도 보고서를 통해 “광고 매출에서 PP의 비중이 증가한 이유는 종편의 PP 광고 시장 내 점유율이 증가했기 때문”이라고 밝혔다. 수신료 매출은 전년 대비 2,331억 원(6.1%) 증가한 4조 244억 원이다. KBS

가 징수하는 수신료는 징수 대상의 증가(22,131천→22,455천)로 133억 원 증가한 6,595억 원을 기록했다. 유료방송 수신료 매출은 전년 대비 2,194억 원(7.0%) 증가한 3조 3,464억 원이다. SO는 139억 원 감소한 7,981억 원, 위성방송은 95억 원 감소한 3,138억 원이며, IPTV의 경우 가입자 증가(1,540만→1,660만) 등으로 2,429억 원(12.2%) 증가한 2조 2,345억 원이었다.

백선하 baek@kobeta.com

KBS ‘시사기획 창’ 보도 외압 놓고 안팎 논란 확산

청와대 “KBS 보도에 개입했다는 주장은 허위”

제작진 “청와대에 대한 반박문 작성했지만 발표되지 않아”

KBS ‘시사기획 창 - 북마전 태양광 사업’ 방송을 둘러싼 제작진과 청와대의 공방이 이어지면서 보도 외압을 놓고 안팎에서 격론이 확산되고 있다.

KBS ‘시사기획 창’은 6월 18일 태양광 사업을 심층 취재하며 태양광 사업을 둘러싸고 권력 실세들이 끌리지 않는 개입을 하고 있다는 의혹을 제기했다. 제작진은 환경 규제 해제 과정에 문재인 대통령을 거론한 최규성 전 농어촌공사 사장의 인터뷰를 실었는데, 최 전 사장을 찾아가는 장면을 방송하면서 “우편함엔 국민정리연구소 민주연대라고 붙어있다. 노영민 대통령비서실장이 쓰던 사무실”이라고 보도했다.

청와대는 KBS에 정정보도와 사과방송을 요구하며 즉각 반박했다. 윤도한 청와대 국민소통수석은 21일

브리핑을 통해 “KBS ‘시사기획 창’에서 태양광 사업을 둘러싼 의혹의 중심에 마치 청와대가 있는 것처럼 보도했는데 이는 허위 사실에 근거한 것으로 사실이 아니다”라고 말했다. 아울러 “해당 보도에서 한 사무실을 소개하며 노영민 대통령비서실장이 쓰는 사무실이라고 했는데 노 비서실장이 사용한 적도 없고 관련 없는 곳”이라고 덧붙였다.

이번에는 제작진이 반박했다. ‘시사기획 창’ 제작진은 KBS 내부 보도정보게시판을 통해 “청와대 주장을 일방적으로 옮겨 적은 기사들이 출고돼 KBS 신뢰도에 큰 타격을 주고 있는데도 보도본부 내에서는 상식적”이라며 “청와대 브리핑 당일인 21일 제작진은 청와대 주장에 대한 반박

입장문을 작성했지만 끝내 발표되지 않았고 보도본부 수뇌부가 제작진의 입장문 발표를 막았다”고 주장했다.

KBS 노동조합은 26일 성명서를 내고 ‘보도 외압’ 논란에 가세했다. 이들은 “제작진이 게시한 성명에 따르면 제작진은 보도 내용에 문제가 없다며 반박 입장문을 작성했지만 수뇌부가 막아 끝내 발표되지 못했고, 22일 방송되기로 했던 재방송도 알 수 없는 이유로 결방됐다”며 보도 외압 사태 ‘진상조사위’를 제안한다고 밝혔다. KBS 노동조합은 전국언론노동조합 KBS본부와 별개의 노조다. KBS 노동조합에는 약 1700명이, 언론노조 KBS본부에는 약 2200명이 소속된 것으로 알려졌다.

조선일보는 KBS 노동조합 성명서 내용을 바탕으로 “청와대가 KBS

보도에 개입한 것으로 방송법 위반 소지가 있다는 지적이 나온다”고 26일 보도했다. 또 윤 수석이 제작진에 시정조치를 요구했다는 성명서의 주장을 인용해 “방송 당일 KBS 측 누군가에게 연락해 압력을 행사했다는 사실을 시사한다”고 말했다.

윤 수석은 이날 오전 브리핑을 열고 조선일보 기사에 즉각 반박했다. 윤 수석은 “저희는 KBS 보도에 개입한 적이 없다”며 “조선일보 주장은 허위사실을 근거로 쓴 기사”라고 꼬집었다. 윤 수석은 “(조선일보) 무슨 근거로 제가 방송 전에 KBS에 전화해 압력을 행사했다는 것인지 그 부분을 밝혀야 한다”고 말한 뒤 KBS 제작진의 성명에 대해서는 “(제작진은) 언론 탄압이라고 하지만 저희 관점에서는 KBS가 가해자”라고 지적했다.

현재 청와대는 이번 일과 관련해 27일 대통령 비서실장 명의의 공문으로 KBS에 정정 및 반론 보도를 청구했다. 이에 대해 KBS 사측은 7월 8일 입장문을 내고 “방송 전은 물론 본방

송 이후 재방 보류 결정을 내리기까지 보도본부의 제작 책임자들은 청와대 측으로부터 외압은커녕 어떤 연락도 직접 받은 바 없다”고 밝혔다.

KBS 내부에서는 보도 외압에 대한 진상을 규명하기 위한 보도위원회가 25일과 28일 두 차례 열렸으나 실무자와 책임자 간 의견이 엇갈려 결론에 이르지 못했다. KBS 노동조합은 7월 2일 추가 성명을 통해 “방송 편성규약상 상위 기구인 공정방송위원회(이하 공방위)를 개최해야 한다”고 주장했다. 공방위 개최 권한을 가진 전국언론노동조합 KBS본부도 앞서 성명서를 통해 “프로그램의 내용, 청와대가 이의를 제기한 부분에 대한 진실 규명이 충분하게 조사되고 진실이 밝혀지는 것이 우선”이라며 “그 과정에 본부노조의 역할이 필요하다면 단협의 의거한 공방위 개최 등 어떤 방법도 마다하지 않을 것”이라고 이미 밝힌 바 있기에 공방위 개최는 불가피할 것으로 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

KBS, 진미위 권고에 따라 전 보도국장 해고 등 10여 명 징계

KBS 본부노조 “기자협회 정상화모임” 관련자 처벌은 상식적”

KBS가 ‘진실과미래위원회(이하 진미위)’ 권고에 따라 정지환 전 보도국장 등 10여 명에 대한 징계를 결

정했다고 7월 2일 밝혔다. 진미위는 1년 동안 △KBS기자협회 정상화모임 결성 후 편성규약과

취업규칙 위반 사례 △최순실 국정농단 보도 △2008년 대통령 주례연설 청와대 개입 문건 등 총 22건에

대한 조사를 실시했고 이 가운데 5건의 사례를 근거로 19명에 대한 징계를 권고했다.

KBS는 진미위가 징계를 권고한 19명 중 17명에 대해 5차례 인사위원회를 열어 △정 전 보도국장 해임 △1~6개월의 정직 3명 △감봉 1명

등의 조치를 내렸다. 나머지 12명에게는 주의 조치를 했다. 하지만 일부 징계 대상자들이 서울남부지법에 징계절차 중지 가처분 소송을 제기한 만큼 당분간 논란은 계속될 것으로 보인다.

백선하 baek@kobeta.com

지상파 드라마 제작 환경 개선되나?...‘가이드라인 기본사항’ 합의 도출

노동시간 단축, 표준근로계약서 도입 등 일과 삶의 균형 실현할 것



© 지상파 방송 드라마 제작환경 개선을 위한 공동협의체

지상파 드라마 제작 현장의 노동 환경에 큰 전환점이 마련됐다. 근로기준법에 부합하며 일과 삶의 균형을 실현하기 위한 가이드라인이 합의 도출된 것이다.

KBS, MBC, SBS 등 지상파방송 3사와 전국언론노동조합, 한국드라마제작사협회, 희망연대노동조합 방송스태프지부로 구성된 ‘지상파방송 드라마 제작환경 개선 공동협의체’는 6

월 18일 전체회의를 열고 ‘지상파방송 드라마제작환경 가이드라인 기본사항’에 전격 합의했다고 20일 밝혔다.

드라마 제작 현장의 열악한 환경은 ‘쪽대본’이라는 악습이 시청자에게도 더 이상 낫설지 않을 만큼 고질적 병폐로 지적받아 왔다. 부족한 시간에 무리한 작업이 이뤄지면서 제작 종사자의 상해사망 사고가 이어지자 사회적 이슈로 부각되고, 관행으로 지속

해 온 장시간의 노동이 논란을 일으키기도 했다.

이러한 문제점을 인식해 일부에서는 변화하기 위한 노력이 이뤄지고 있다. 영화 ‘기생충’은 칸 영화제 황금종려상 수상이라는 쾌거 외에도 표준근로계약서를 적용해 제작한 것으로 주목받았다. 근로기준법을 주제로 다룬 MBC 드라마 ‘특별근로감독관 조장풍’의 박원국 PD는 제작 발표회 당시 제작 현장에서 근로시간을 준수하고 있다고 강조하며 “종사자 대표를 선출하고 그 종사자 대표와 협의 하에 근로시간과 휴식시간 기준을 확실히 정해서 이행하고 있다”고 밝혔다.

이번 가이드라인 합의는 이러한 변화에 활기를 불어넣으며 제작 환경 개선에 더욱 박차를 가할 것으로 보인다. 협의체는 “합의에 이르기까지

어려움도 많았지만 협의체에 참여하는 주체 간에 신뢰를 거두지 않고 지속적 대화를 통해 소중한 합의를 만들어냈다”며 “앞으로 드라마 제작 현장의 변화를 이끌어낼 소중한 마중물이 될 것”이라고 설명했다.

합의한 가이드라인을 살펴보면 우선 노동시간의 단축을 우선으로 하고 있다. 일과 삶의 균형을 위한 근로기준법 개정의 취지에 부합하도록 법규 및 적정 기준에 따라 노동시간을 지속해서 단축할 방침이다.

노동시간과 함께 많은 지적을 받았던 인건비 등 근로 조건도 개선할 계획이다. 최소한의 인건비와 근로 조건을 지키기 위해 ‘드라마스태프 표준근로계약서’를 제정하고 ‘드라마스태프 표준인건비기준’을 수립해 이를 적용한다.

또한, 제작 환경에 대한 원활한 소통을 위해 제작 현장별로 ‘종사자협의체’를 운영한다. 협의 절차에는 방송사 책임자, 제작사 책임자, 종사자 대표자가 참여해 노동시간 및 휴게시간, 산업 안전 조치, 종사자의 근로조건에 대한 사항을 다룬다.

아울러, 이러한 합의 사항의 이행과 세부적인 기준을 마련하기 위해 곧 후속 논의에 착수할 예정이다. 협의체는 “방송사와 제작사협회, 노동조합은 표준근로계약서가 드라마 제작 현장에 제대로 정착되고 노동인권 의 사각지대가 발생하지 않도록 함께 노력할 것”이라며 “지상파 드라마 제작 주체들이 선택한 변화가 의미 있는 성과를 낼 수 있도록 많은 관심과 지원을 부탁드립니다”고 당부했다.

전속희 sh45@kobeta.com

OBS 노조 “지금이 방송 부사장 선임할 때인가” 규탄

“방송 부사장 급여로 신입사원 3명 채용할 수 있어”

전국언론노동조합 OBS희망조합 지부가 방송 부사장 선임에 반대의 뜻을 밝혔다.

OBS 노조는 7월 1일 성명을 통해 “사측이 3일 이사회를 열어 방송 부사장을 새로 선임한다고 한다”며 “인원 부족이지만 경영상 이유로 그때그때 총원도 못하고 있는 이런 상황에서 고액 연봉의 방송 부사장 선임이 웬 말이냐”고 지적했다.

OBS 노조는 “지난 수년간 주조 MD는 한 달에 하루 쉬기도 어렵고, 기자들은 공휴일도 주말도 없이 쫓

박고박 취재 현장으로 나갔지만 회사의 어려운 재정 상황 등을 인식해 한정된 직군에서만 진행하는 소수의 신입사원 채용을 이해하려 했다”면서 “방송 부사장에 지급되는 급여는 OBS의 열악한 임금수준을 감안한다면 3명을 채용할 수도 있는 금액인데 부사장이 과연 3명 이상의 역할을 할 수 있느냐”고 반문했다.

이어 “능력과 경륜을 갖춘 인사라는 사측의 주장을 100% 인정한다고 해도 현재 OBS에는 방송 부사장 할 수 있는 역할이 없다. 결과적으로

지난번 방송본부장 외부 공모는 이사회에서 부사장을 선임하기 위한 허울 좋은 핑계일 뿐이었다고 판단할 수밖에 없다”고 덧붙였다.

OBS 노조 관계자는 “부사장 선임이 이사회의 고유 권한이라면 조합과 구성원들이 우려하는 다른 의견을 충분히 들어야 한다”며 “OBS에는 방송 부사장이 아니라 제작비와 취재할 카메라, 새로운 방송 환경을 이끌어갈 젊은 인재가 필요하다”고 주장했다.

백선하 baek@kobeta.com

2019년 2분기 방송기술인상 시상식 개최



한국방송기술인연합회는 6월 24일 오전 11시 서울 목동 한국방송회관 10층에서 2019년 2분기 방송기술인상 시상식을 개최했다.

방송기술인상은 국내 방송기술 발전에 공헌하고, 기술 정보 교류를 활성화하는 등 방송기술인의 위상을 크게 높인 이들에게 매년기별 수여되는

상으로 2014년에 제정됐다.

2분기 방송기술인상 수상자는 다음과 같다. (가나다순)

△강구훈(CJB) △김종환(SBS) △김희수(OBS) △박경준(YTN) △유의정(CBS) △이범석(EBS) △이상열(KFN) △이주용(MBC) △조해성(KBS) 이진범 jnb1001@nate.com

EBS 노사, 보도책임자 임명동의제-중간평가 합의

“실시 대상은 콘텐츠기획센터장, 방송제작본부장, 교육뉴스부장”

EBS 노사는 방송의 공정성과 정직적 독립성 강화를 위해 편성·제작·교육 관련 뉴스 및 보도 책임자 등 3명에 대해 임명동의제와 중간평가를 하기로 합의했다고 6월 19일 밝혔다.

EBS 사측은 각 후보자를 지명하고 7일 이내 투·개표를 완료하기로 했다. 결과는 완료일로부터 1일 이내 공표할 예정이다.

투표는 해당 부서에 소속된 일반직 재직 직원 대상 온라인 투표(모바일 포함)로 이뤄지며 유권자 50% 이

상 투표, 투표자 50% 이상 찬성으로 통과된다. 또, 발령일로 1년이 지난 시점에 중간평가를 하되, 세부사항은 노사 합의를 통해 정하기로 했다.

현재 기준으로 임명동의제 및 중간평가 실시 대상은 콘텐츠기획센터장, 방송제작본부장, 교육뉴스부장이다.

노사는 이번 합의 후 신규 인사발령부터 임명동의제와 중간평가를 하기로 했으며, 콘텐츠기획센터장과 방송제작본부장 후보자에 대해 온

라인·모바일 투표를 할 예정이다.

김명중 EBS 사장은 “방송의 공정성과 정치적 독립성은 공영방송 EBS가 지켜야 할 핵심 가치이며, 임명동의제와 중간평가는 이를 위한 작은 시작에 불과하다고 생각한다”며 “앞으로도 시청자들로부터 신뢰받는 방송사로 거듭나기 위해 구성원들의 지혜를 모아 각종 제도 개선에 적극적으로 나서겠다”라고 말했다.

이진범 jnb1001@nate.com

기술용어

iTunes 아이튠즈

애플은 6월 3일(현재 시각) 개최한 애플 개발자 컨퍼런스(WWDC) 2019에서 아이튠즈(iTunes)를 대체하는 ‘뮤직’, ‘TV’, ‘팟캐스트’ 3개 애플리케이션을 발표했다. 2001년부터 이어져 온 아이튠즈의 18년간 역사를 끝마친 것이다.

아이튠즈는 MP3 시대에 유통 혁신을 일으키며 음악뿐만 아니라 영화, TV 콘텐츠까지 아우르는 거대 유통 채널로 성장했으며, 애플 기기를 관리하기 위한 필

수 프로그램으로 사용돼 왔다.

이번 결정은 콘텐츠 소비 방식이 다운로드가 아닌 스트리밍으로 변화해 콘텐츠를 다운로드받아 소비하는 경우가 점차 감소하고 있으며, 스트리밍 소비 방식의 비중이 앞으로 더욱더 확대될 것으로 예상되기 때문이다. 결국 애플 아이튠즈 서비스의 종료는 콘텐츠 다운로드 시대의 종료를 맥을 같이 한다고 할 수 있다.

전속희 sh45@kobeta.com

본 기고글은 본지의 편집 방향과 다를 수 있습니다.

방송사 유감

칼럼



오건식
前 SBS 국장

S본부 홈페이지에 Wi-Fi로 접속했다. 버프 접속 시 뜨는 동영상 광고를 시청하기 위한 대기에만 5분 이상이 소요됐고, 접속 후의 경기 자체 영상은 대부분이 랙 상태여서 그야말로 56K 모뎀 시대 이전으로 역사를 후퇴시켜 버렸다. K와 M본부로 갈아탔으나 상태는 S본부와 별개였다. 그나마 M본부가 조금 나아보였으나 도inken개로 분노 게이지는 전혀 줄어들지 않았다.

IPTV를 방송으로 볼 것인가, 통신으로 볼 것인가 하는 문제를 차치하더라도 상당수가 통신망을 통해서 방송을 시청하는 시대다. 방송사에서 포털에 라이브 동영상을 제공하지 않고 독자적으로 지상파와 인터넷망으로만 제공하는 것 자체는 전략적 선택의 문제이기 때문에 거론할 필요가 없다고 본다. 하지만 FIFA 주관 대회에 대한민국이 최초로 결승에 올랐는데, 인터넷망으로는 어느 정도의 동시 접속이 이뤄질까 하는 정도는 예측이 가능한 일일 것이다. 평상시의 동시 접속량을 생각하면 일회성 이벤트를 위해 접속 용량 증설에 크게 투자하기 어렵다는 점도 충분히 이해한다. 하지만 방송사의 업종이 '방송 서비스'라는 점을 생각하면 최소한 다른 매체로 유도하기 위한 안내 정도의 서비스는 해주어야 하지 않았을까? DMB나 스마트 DMB와 같이 Fancy한 대체 미디어를 가진 방송사에서는 당연한 서비스라고 생각한다. 그래서 도입부 광고 전에 DMB나 스마트 DMB로의 시청을 언급하는 자막 하나 넣는 일이 어려워진 것은 순전히 필자가 방송사를 떠났기 때문에 일어난 일이라고 생각하게 됐다. 하긴 풍문에는 DMB라는 자식을 낳아 놓고도

부모라고 부르지 않았으면 하고 바라는 분위기도 있다고들 하더라는 카더라 통신이 있다고 한다.

그렇게 전반전을 안타깝게 날려버린 필자는 스마트 DMB에 접속해 후반전을 즐겼다. 사실 준우승만 해도 너무나 자랑스러운 것이어서 경기 종료 후 경기에 패배한 것에 대해 아주 잠깐 안타까운 생각이 들었으나, 방송사가 인터넷을 통한 중계를 너무나 안이하게 대처한 것은 두고두고 안타까운 생각이 가시지를 않는다.

지난 5월의 KOBA에서 가장 크게 다뤄진 테마는 '1인 방송 미디어'였다. 그래서 가장 많이 전신된 분야도 1인 방송 미디어 솔루션이었다. 전문 BJ들이 활동하던 시절을 지나서 일반인 누구나 BJ가 되는 시대가 도래했으니 당연히 KOBA에서는 크게 다뤄야 할 부분이었다고 본다. 일부는 기존 미디어를 능가하는 영향력을 가지고 있으므로 안 좋은 쪽으로도 이슈가 되기도 한다. 가끔 BJ의 비속어나 행동 등이 뉴스에 언급되는 것 자체가 그만큼 영향력이 커졌다는 방증이다. 이렇게 영향력이 커진 1인 미디어도 방송 3사 U-20 결승전 인터넷 중계 같은 심각한 랙이 발생하지는 않는다. 오히려 필자와 같은 안타까운 경험을 한 시청자들은 많았겠지만 컴플레인은 상대적으로 적어서인지 별로 이슈화되지 않는 것을 방송사들은 심각하게 생각해야 할 것이다. 악플도 가치가 없어서 무플로 돌아버린 그들은, 다음에는 꼭 유료방송이 아니더라도 어떻게든 다른 솔루션으로 시청할 방법을 찾을 것이다. 이 모든 것이 다 필자가 방송사에 없어서 벌어진 일들이라 안타깝다. 썬리~.

지난 6월은 역사적인 일이 많은 달로 기억될 것이다. 우선 큰 결격사유는 없다고 자부하기에 금메달 출마의 의지를 가지고 있는 필자가 보기에는 가장 큰 역사적 일은 역시 DMZ에서 가진 남북미 정상회담의 개최일이다. 사실 회개라고 하지만 진짜 인싸끼리가 아니면 그 전날 요청에 다음 날 바로 만나기 어려울 것이다. 3국 정상이 인싸라서 만난 것인지, 회개 모임에 응해서 인싸가 됐는지는 모를 일이지만, 준비 기간이 전혀 없었기에 방송사를 포함한 모든 언론사의 혼란은 안 봐도 비디오다. 그러한 면에서 각본 없는 드라마를 시청자들에게 전달해준 모든 언론사 분들, 특히 방송기술 스태프들의 노고에 감사를 드린다.

필자가 생각하기에 이에 버금가는 역사적인 일로는 U-20 월드컵 축구에서 대한민국 대표팀이 결승에 오른 일일 것이다. 첫 경기에서 포르투갈에 졌을 때만 해도 '그 형님에 그 아우'라는 생각을 갖고 있었다는 점 부끄럽게 생각한다. 썬리.

새벽 1시의 결승전 경기를 어쩔 수 없이 폰으로 시청할 수밖에 없게 된 필자는 평소 자주 찾던 인터넷 포털로 가서 느긋하게 시청할 준비를 했으나, 허걱~ 인터넷을 통해서만 방송 3사만 라이브 중계를 한다고 했다. 그래서 얼른 옛정을 생각해서

사설

정부의 AM 주파수 정책 재검토가 필요하다

방송통신위원회는 지난 6월 19일 열린 전체회의에서 KBS, MBC, CBS에 과태료 2,700만 원과 과징금 4,509만 원을 부과했다. 각 방송사가 허가받은 AM 방송국의 출력보다 낮은 출력으로 방송을 송출한 것이 그 이유였다.

AM(Amplitude Modulation)은 방송파의 진폭을 정보 신호의 세기에 따라 변화시키는 변조 방식으로 회로가 간단하여 비용이 적게 드는 반면 잡음에 약하고 전력 효율이 높지 않은 단점이 있다. 이러한 단점을 극복하기 위해 영국의 BBC에서는 AM Companding이라는 기술을 개발해 모든 고출력 방송에 적용하고 있으며, 미국의 FCC는 방송사의 선택에 따라 이 기술을 적용할 수 있도록 하고 있다. AM Companding이라는 기술은 송신측에 압축기를 두어 송신기 레벨 범위를 좁게 함으로써 잡음이나 누화를 경감시켜 신호대 잡음비(S/N)를 개선하는 효과가 있다.

KBS의 경우 2005년 이후 도입된 중파 송신기의 대부분과 2011년부터 도입된 모든 AM 송신기에 전력저감모드가 적용돼 있어 출력이 낮아져도 방송 커버리지는 동일하게 유지할 수 있다. 하지만 현 기술 기준으로는 허가받은 출력을 10% 이상 낮추어 방송을 송출하는 것은 전파법 14조 위반에 해당한다. 현재의 기술 기준이 이러한 신기술을 감안하지 않고 있다는 것도 개선해야 할 문제이지만 더욱 근본적으로는 AM 방송과 관련된 정부의 정책을 재검토할 필요가 있다.

AM 송신 시설은 넓은 부지와

높은 송신 철탁으로 인해 유지보수가 어려우며, 도시화로 인한 주거 지역의 확산으로 AM 송신소와 관련된 민원이 끊임없이 발생하고 있다. 게다가 AM 방송을 수신할 수 있는 수신기는 찾아보기도 힘들고 같은 내용을 표준 FM으로도 송출하고 있어 실제로 AM을 청취하고 있는 사람은 거의 없다고 해도 무방할 것이다. 해외 동포를 대상으로 하는 국제방송을 제외하면 현재의 AM 방송은 모두의 골칫거리인 셈이다. 해외에서도 AM 방송을 종료하는 국가가 늘고 있으며, 독일의 경우 2015년 말에 AM 라디오 방송을 완전히 종료한 바 있다.

상황이 이러하기 때문에 방송사에서는 AM 방송의 무선국 폐소를 신청했음에도 불구하고 정부 당국은 이를 허가하지 않다가 과태료와 과징금으로 화답을 한 것이다. 이는 마치 의사가 환자에게 적절한 처방을 하지 않고 있다가 병이 위중해지자 환자 탓을 하는 것과 무엇이 다른가?

주파수 정책이라는 것이 국내뿐만 아니라 인근 국가, 그리고 국제기구와도 연관되어 있어 고려할 사항이 많다는 것은 이해하고 있다. 하지만 듣는 사람은 커녕 송신소를 옮겨달라는 민원만 발생하고, 시설을 유지해야 하는 방송사에게도 부담만 되는 AM 방송에 대해서는 정부의 정책적 결단이 필요한 시점이다. 지금부터라도 방송통신위원회와 과학기술정보통신부는 AM 방송과 관련된 제반 사항을 진지하게 검토하여 실효성 있는 정책을 마련할 것을 촉구한다.

오디오 MIXING & MASTERING 현장실습 교육 안내

1. 교육 목적

- 실제 음악 프로그램 제작에 참여하여 사전 셋팅부터 레코딩, 믹스다운, 마스터링까지 음향감독 업무 전반에 대한 실무과정
- 현장감을 살릴 수 있는 AMU 및 DAW를 이용한 믹스다운 및 방송용 음원 마스터링 노하우 공유

2. 교육 일정

교육 일정: 2019.07.22(월) ~ 07.24(수), 총 3일 교육 대상: 지상파 방송기술인 10명
교육 장소: KBS 신관 SMR-14/믹스다운실, SMR-C 및 공개홀
※ 현장교육 특성상 1~3일차 교육장소가 상이하오니 유의하시기 바랍니다.

3. 접수 방법

7월 9일(화) 오전 10시부터 홈페이지(edu.kobeta.com)를 통한 선착순 접수

4. 기타

교육비: 무료 담당자: 민서진 과장, 송수정 사원
문의사항: 02-3219-5640~1 E-mail: bea@kobeta.com

방송기술저널

창간 | 2003년 5월 20일

월간방송기술
발행인 및 편집인 | 이상규
편집주간 | 박재현
편집위원 | 김대환, 남윤석, 양창주,
이용학, 유익정
취재기자 | 백선하, 이진범, 전숙희
인쇄인 | SJC성전
전화 | 02-3219-5637

주소 | 158-715 서울시 양천구 목동
923-5 한국방송회관 10층
트위터 | @kobetajournal
페이스북 | @kobetajournal
홈페이지 | journal.kobeta.com
등록번호 | 서울 다 06391
등록일 | 2005년 6월 20일
간별 | 주간

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