

‘콘텐츠 저작권’ 지상파 독점시대 저문다

정부, 외주 제작사와 ‘공유’로
프로그램 인정기준 변경 추진
갑을 관계 없애 선순환 구조 기대

‘슈퍼 갑’ 지상파방송사가 독점해온 콘텐츠 저작권 독점시대가 사실상 종료된다.

정부가 방송사와 외주 제작사가 콘텐츠저작권을 공유하는 방향으로 방송 프로그램 외주제작 인정기준을 바꾸기로 했기 때문이다. 갑을 관계가 뚜렷한 방송시장에서 외주 제작사 입지가 탄탄해져 산업 생태계의 선순환 구조가 만들어질 전망이다.

문화체육관광부와 방송통신위원회는 지상파 방송 4사와 외주 제작사, 방송전문가가 참여하는 외주제작개선협의회와 방송산업상생협의회를 구성하고 외주제도 개선 협의에 착수했다. 이달 외주제작 인정기준 변경 관련 첫 논의가 시작된다. ▶관련기사 5면

외주제작 인정기준은 말 그대로 드라마, 예능, 교양·다큐멘터리 등을 외부 프로덕션이 만들었음을 증명하는 가이드라인이다. 방송사 외주제작 방송 의무편성 비율을 적용하는 잣대다. 현행 기준은 작가나 스태프, 배우 등의 계약이나 제작비 관리 등 행정 업무를 외주 제작사가 맡으면 외주 프로그램으로 인정한다. 여기에 저작권 공유 여부를 추가하는 게 뼈대다.

외주 제작사는 방송사가 프로그램의 외주제작 비율을 높이면서도 정당한 제작비를 지급하지 않고 저작권까지 일방적으로 가진다고 주장했다. 제작 기여도에 따라 분배하는 저작권을 방송사가 독점해 불공정 시비가 끊이지 않았다.

박상주 드라마제작협회 사무국장은 “외주제

작 의무비율과 인정기준 도입 취지는 외주제작 산업 활성화와 방송콘텐츠의 다양성 보장”이라며 “현행 기준은 이를 뒷받침하지 못하는 게 엄연한 현실”이라고 설명했다.

박 국장은 “방송사는 외주 제작사가 기획한 프로그램에 일부 제작비만 지급하고 방송 편성이라는 막강한 힘을 앞세워 저작권을 모두 넘겨받는 사례가 많다”며 “앞으로 저작권을 누가 가지는지에 따라 외주제작임을 인정해야 한다”고 말했다.

예능과 다큐멘터리, 교양 제작사 단체인 독립 제작사협회도 정당한 제작비 지급 풍토를 마련하기 위해 기준을 바꿔야 한다는 주장이다. 다만, 독립제작사협회는 영세한 제작사 현실을 감안할 때 저작권 유무와 함께 공정한 제작비 지급환경도 포함돼야 한다고 덧붙였다.

반면에 방송사들은 새로운 규제라고 반발했다. MBC 한 관계자는 “저작권을 포함한 외주제작 인정기준 도입은 의무비율 외에 방송사에 또 다른 재갈을 물리는 조치”라며 “경쟁이 치열해

진 방송환경에서 지상파에만 규제를 강화하는 방향은 불합리하다”고 주장했다.

정부는 이른 시간 내에 결론 도출이 어렵더라도 꾸준히 제도 개선을 추진한다는 방침이다. 광진희 방통위 편성평가정책과장은 “방송사와 외주 제작사 주장이 워낙 달라 연말까지 시한을 정해 외주제작 인정기준을 바꾸기는 쉽지 않다”면서도 “늦어도 내년에는 제도를 개선해서 반영하겠다는 목표로 추진하고 있다”고 말했다.

이경민기자 kmlee@etnews.com

방송사 '편성 무기화'...외주제작사와 불공정거래 횡행

정부가 방송사 외주제작 제도 개선에 나선 배경은 불공정거래 관행을 끊기 위해서다. 지난 1991년부터 의무외주비율을 고시하면서 양적으로는 방송사의 외주 편성이 늘었지만 현재 제작환경에서는 방송사가 편성이란 우월적 지위를 악용한다는 판단이다. 특히 낮은 제작비 책정과 방송사가 저작권을 일방적으로 갖는 문제가 여전히 외주제작사의 성장을 가로막는다는 지적이다.

아울러 DMB와 IPTV, 3D TV, 인터넷 동영상 등 비롯한 새로운 매체가 등장하면서 방송 영상 콘텐츠의 안정적 공급이 방송계의 화두로 대두됐지만 여전히 외주제작사 규모가 열세에 방송산업 발전에 한계를 짓는 것도 외주제작제도 개선에 나선 이유다. 외주제작업계의 핵심은 외주제작 인정기준이다. 외주제작업계와 학계는 동시에 지난 2012년부터 외주제작인정기준이 만들어졌지만 실효성이 낮아 이를 해소해야 한다고 주장한다.

◇무늬만 외주제작을 바꾸자
현행 외주제작 인정기준은 2012년에야 겨우 마련됐다. 의무외주비율이 만들어진 1991년부터 출판 저작권을 포함한 인정기준을 마련해야 한다고 업계는 주장했지만 방송사 반발에 번번이 좌절됐다. 2012년에야 겨우 마련된 기준도 외주제작이라고 인정할 만한 잣대가 되지 못한다는 게 외주제작업계의 주장이다.

현재 방송법에서 외주제작방송프로그램은 외주제작사가 △방송프로그램의 극본, 구성, 대본 등을 집필하는 작가와 계약 체결 △주요 출연자와 계약 △연출, 촬영, 현장 또는 미술 등 주요 스태프 중 2개 이상 분야 책임자와 계약 △방송프로그램 제작 재원의 100분의 30 이상을 조달 △제작비 집행·관리와 관련한 의사결정을 담당할 경우 등 5개 사항 중 3가지 조건만 갖추면 외주제작으로 인정한다.

외주제작사는 이 기준이 완전한 형태의 외주제작이기보다는 부분적 외주제작을 만든다고 지적했다. 즉, 계약이나 제작 주도권이 방송사에게 있고

2012년 마련된 외주제작 인정기준 계약·제작 주도권 방송사에 유리 불완전한 형태의 외주제작 성행

자체제작 힘든 프로그램 떠넘기고 편성시간대 좋고 부가가치 높으면 외주제작사 외면하기 일쑤

방영권·인터넷 다시보기·DVD 등 2차 저작권은 대부분 방송사 소유 우수 콘텐츠 사장될 가능성 높아

영국, 국가관리기구 오프콤 설립 표준 제작비·저작권 규정 갖춰 해외진출·콘텐츠 다양성 확보

어 외형만 외주제작사가 제작을 주도하는 형태라는 말이다. 대다수 제작사는 여전히 열세한 규모로 양적 질적 성장을 기대하기 어렵다는 것이다. 박상주 드라마제작자협회 사무국장은 "올해 들어 제작된 드라마 '신의 선물' '다터 이방인' 등도 법률상 외주제작에 포함되지만 기획을 주도한 것도 권리를 가진 곳도 방송사"라며 "형식적 외주제작이 여전히 성행한다"고 지적했다.

예능과 다큐멘터리 제작사가 모인 독립제작사 협회도 인정기준이 바뀌어야 한다고 목소리를 높였다. 배대식 독립제작사협회 사무국장은 "장르별 외주제작 편성현황을 보면 방송사 자체 제작만으로 한계가 있는 생활정보 프로그램 비율이 높고

편성시간대가 좋고 부가가치가 높은 프로그램은 외주를 외면한다"며 "현재의 인정기준으로는 제작사 의견 개진을 기대하기 어렵다"고 지적했다.

실제로 방송프로그램 관련 저작권을 살펴보면 방영권, 재방영권, 인터넷 다시보기, DVD 판매권 등 2차적 저작권은 대부분 방송사가 가진 형태다. 경제적 가치를 가진 우수한 프로그램이 적재적소에 유통되지 못하고 사장될 가능성이 높다는 게 업계의 우려다. 반면 방송사들은 새로운 의무비율 정책은 일부 제작사만 키우는 과도한 규제라고 맞섰다.

◇영국은 표준제작비와 저작권 규정 별도 마련
외주제작사 육성에 가장 적극적인 국가는 영국이다. 영국은 특히 2003년 커뮤니케이션선별 제정과 국가 관리 기구인 오프콤(Office of Communication) 설립으로 지상파와 외주제작사 관계가 역전되는 상황을 맞았다.

1990년 외주제작사 쿼터를 제정한 영국은 2003년에 실행규칙을 설정하고 오프콤에게 감독 및 규제권한을 부여했다. 대표적인 것이 표준제작비와 저작권이다. 오프콤은 편성시간대, 프로그램 장르, 장르내 프로그램 포맷, 일부 예외적인 특징 등에 따라 일정한 범위의 표준제작비를 만들었다.

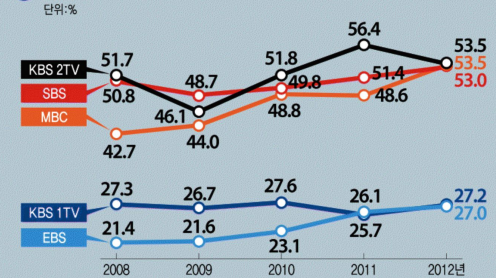
표준제작비가 만들어지면서 제작사는 프로그램 유형에 따라 제작비 범위를 알고 협상에 임할 수 있게 됐다. 제작비는 불가와 연동은 물론이고 재방송료 지불이 포함됐다. 또 방송사에게 배타적인 판매가 명확히 규정되지 않는 한 외주제작물의 모든 권한이 제작사에게 귀속하는 것을 원칙으로 했다.

노동력 성숙이래 교수는 "영국이 표준 제작비 제정과 저작권에 대한 규정을 갖췄기에 영국 외주제작사는 미국 등 해외 시장 진출을 꾀하고 방송사 역시 다양한 프로그램을 여러 제작사로부터 받는 콘텐츠 다양성을 확보하게 됐다"고 말했다. 그는 이어 "국내에도 외주 형태별로 새로운 외주 정책이 마련돼야 방송 콘텐츠의 다양화와 새로운 성장이 가능하다"고 강조했다.

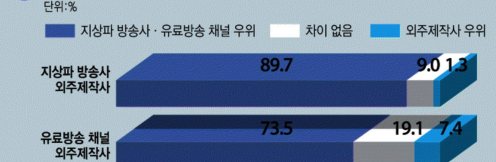
이경민기자 kmlee@etnews.com



지상파 3사와 EBS 연평균 외주제작 비율

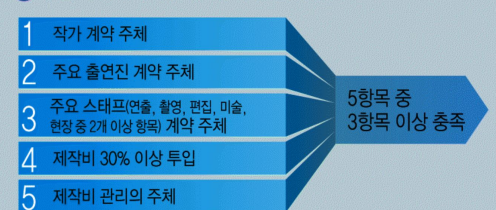


저작권 협상에 대한 외주제작사 인식



※ 설문조사 응답 외주사는 100개(2012년 외주제작 프로그램 납품 실적) 있는 578개 외주사 중 17.3%
자료: 정보통신정책연구원

현행 우리나라 외주제작방송 인정기준



유럽 주요 국가의 외주제작방송 의무비율

국가	외주제작 의무편성 비율
영국	방송시간의 25%
네덜란드	공영방송의 방송시간 25%(채널당 17.5%)
이탈리아	공영방송의 방송시간 20%
핀란드	방송시간 15% 또는 제작비의 15%
스웨덴, 아이슬란드	방송시간 10% 또는 제작비의 10%

자료: 한국전파진흥연구원(2009년)

방송사와 외주제작사의 거래 방식에 대한 분류 기준

분류 기준	내용
자체제작	• 방송사의 창의적인 기획을 바탕으로 직접 제작한 프로그램
하도급제작	• 방송사의 창의적인 기획을 바탕으로 하여 외주제작사가 제작을 대행한 프로그램 • 지식재산권은 방송사가 소유
부분외주제작	• 방송사의 기획을 바탕으로 전체 방송 길이의 50% 미만의 내용이 외주제작사의 제작으로 생산된 완성된 프로그램, 50%를 초과하는 경우는 외주제작과 동일하게 취급 • 지식재산권은 방송사가 소유
공동제작	• 최초의 아이디어를 외주제작사가 제안하고, 일부분 수정에 방송사가 개입하는 경우는 외주제작으로 간주 • 지식재산권은 상호 간의 합의 비율에 따라 공유
순수외주제작	• 외주제작사가 주체가 돼 생산된 프로그램, 제작설비를 지원하는 경우는 제작비 책정에서 이를 반영하는 것이 원칙 • 외주제작 프로그램의 지식재산권은 외주제작사가 소유

자료: 노동법률 산신대 교수

외주제작사 “새로운 틀 마련을” vs “차라리 폐지를” 방송사

외주제작사-방송사 견해차 극명

외주제작 인정기준을 놓고 방송사와 외주제작사는 극명하게 입장이 갈렸다. 외주제작사는 현행 기준을 바꿔야 새로운 방송 관행이 정착된다고 주장했다. 박상주 드라마제작사협회 사무국장은 “현행 외주제작인정 기준이 2012년 만들어졌지만 방송사 측의 입맛대로 제정돼 실효성이 낮다”며 “새로운 틀을 마련해야 한다”고 제기했다.

드라마제작사들이 외주제작인정기준 변경을 요구하고 나선 이유는 외주제작비율은 높아졌지만 제작사의 살림은 악화됐기 때문이다. 박 국장은 “지난 1991년부터 외주정책이 시작됐지만 이후 드라마나 예능 방송콘텐츠 제작을 통해 돈을 번 곳은 매우 드물다”며 “이는 방송사들이 제작단가를 낮추는 목적으로 외주를 활용하기 때문”이라고 지적했다.

그는 시청자를 위한 방송콘텐츠 다양성과 한류 확산을 위해서라도 외주정책이 바뀌어야 한다고 지적했다. 박 국장은 “겨울연가나 별 그대, 상속자들로 대표되는 한류 드라마를 만든 주역은 외주제작사”라며 “현재의 방송사 시스템으로는 질 좋은 콘텐츠 생산에 한계가 있음을 보여준다”고 말했다.

외주제작사가 흥행 드라마를 만들고도 수익을

외주제작사

**방송사가 단가 인하 목적으로 활용
외주 비율 높아졌지만 살림은 악화**

방송사

**2년동안 현행기준 제대로 이행
유지할 명분 없다면 없애는게 옳아**

거둘 수 없는 것도 갑의 위치에 있는 방송사의 문제라고 꼬집었다. 박 국장은 “방송사가 편성을 앞세워 계약을 하면서 저작권 양도를 요구하기 때문에 어쩔 수 없이 저작권을 넘기는 것이 관행”이라며 “외주제작 인정기준에 저작권 비율을 넣으면 이를 해소할 수 있다”고 강조했다.

예능, 다큐, 교양을 제작하는 독립제작사도 비슷한 의지를 내비쳤다. 배대식 독립제작사협회 사무국장은 “독립제작사가 열악한 상황에 처한 것은 방송사 관행에 문제가 있다”며 “인정기준을 바꿔야 방송계 관행이 바뀐다”고 밝혔다.

반면 방송사는 현행 기준을 바꿀 이유도 없고 유지할 명분이 없다면 폐지하는 게 오히려 옳다고 맞섰다. KBS 한 관계자는 “그동안 현행 인정기준을 제대로 이행했는데 현행 인정기준 2년이 겨우 넘은 상황에서 유명무실하다고 하면 이를 폐지하는 것이 옳다”고 주장했다.

저작권을 경계로 의무비율을 반영하는 것에 대해서도 거부감을 드러냈다. 이 관계자는 “현행 법률에 따르면 저작권은 사적계약에 따라 소유·양도하게 돼 있다”며 “표준계약서 이행 여부 점검이나 저작권을 외주제작 편성의무비율에 반영하는 것은 법체계를 흔드는 것”이라고 말했다.

출연료 미지급 등 불합리한 외주제작사의 관행도 제기했다. 그는 외주제작사와 계약을 맺은 출연자가 출연료 미지급이 발생하면 방송사가 책임져야 하는데 법적으로나 윤리적으로도 외주제작사의 부실을 떠안을 이유가 없다고 했다.

지상파 방송에 대한 규제가 강화되는 것에 대해서도 반발했다. MBC 한 관계자는 “지난 1991년부터 시작된 외주정책으로 외주제작 의무비율 반영, 광고 규제 등 여러 규제에 시달리고 있다”며 “사적 계약인 저작권을 통해 의무를 지우는 것은 지나치게 과도하다”고 밝혔다. 이경민기자

“의무비율에 저작권 반영...제작방식 상생 가능”

노동렬 성신여대 교수

“별 그대나 상속자들 같은 한류드라마를 만들면 외주제작사들은 투자환경이 개선됩니다. 이를 위해선 외주제작 의무비율을 낮춰서라도 저작권이 포함된 외주제작 인정기준을 만들어야 합니다.”

노동렬 성신여대 교수는 국내 외주제작 인정기준이 겨우 2년을 넘겼지만 수술이 불가피하다고 지적했다. 현행 기준은 5가지 항목 중 3개 조건만 충족하면 외주제작으로 인정된다. 하지만 이를 토대로 실제 외주제작사 환경을 개선할 수 없다고 주장했다. 그는 “현행 기준은 변별력도 없고 방향성 제시에 실패했다”며 “방송콘텐츠 제작현실을 반영해 문제를 해결해야 한다”고 말했다.

노 교수는 저작권 소유를 경계로 한 기준을 제시했다. 우선 분류 기준을 100% 자체제작, 방송사의 기획을 바탕으로 한 하도급제작, 방송사가 일부 제작비를 대는 부분 외주제작, 순수 외주제작으로 나누고 이를 의무비율에 반영하자는 것이다. 이렇게 되면 저작권을 외주제작사가 보유한 비율에 따라



2 방송 창구 확보가 가능하다”며 “외주제작사 역시 지상파 이외 수익을 기대할 수 있다”고 밝혔다. 대표적인 사례가 겨울연가나 별 그대 같은 드라마다. 제작사가 적합한 배우와 작가, PD를 섭외해 드라마를 만들어 저작권을 확보한다면 중국이나 일본기업으로부터 투자 유치도 가능하다. 그동안 저작권을 확보하지 못했기 때문에 투자가 어려웠다는 것이다.

다큐멘터리 역시 해외에서 인지도를 높이면 역으로 국내 방송의 길이 열린다. 독립제작사 판미디어가 BBC에 다큐를 공급하고, 보다미디어가

의무비율을 반영할 수 있기 때문이다.

저작권을 의무비율에 반영하면 방송사와 외주제작사 간의 상생이 가능한 제작방식의 실마리도 찾을 수 있다고 제시했다. 노 교수는 “드라마나 다큐의 경우 제작사가 저작권을 가지면 투자자나 제

‘엥글 조’를 미국 PBS와 일본 NHK에 방송한 것이 대표적인 예다. 저작권을 확보하면 방송콘텐츠의 금융흐름이 개선될 것이란 주장이다.

외주제작 의무비율을 낮춘다고 외주 산업이 어려워지는 않을 것으로 전망했다. 노 교수는 “방송물 외주 비중이 의무비율을 크게 넘어 드라마의 경우 70~80%까지 상회한 현실은 제작비 절감을 위한 수단임을 보여 준 것인 동시에 방송사 자체 제작의 비효율성을 드러내는 것”이라고 지적했다. 그는 “외주제작의무비율이 20년 넘게 흘러오면서 초기에는 시청률이 극히 낮은 새벽 시간에 외주를 배치하다 ‘모래시계’라는 외주제작 작품이 시청률을 결정지으면서 외주비율이 높아졌다”고 덧붙였다.

방송사가 공공재인 방송주파수의 편성권을 앞세워 외주제작사를 압박하는 관행도 개선해야 한다고 지적했다. 그는 “외주제작사가 기획한 작품을 수정하거나 흐름을 잡는 것은 방송사 고유의 업무이지 제작기여와는 무관한 행위”라며 “이를 잣대로 저작권을 요구하는 행위도 사라져야 한다”고 조언했다.

KBS 내부개혁 첫발은 ‘국장 임명동의제’

〈한국방송〉(KBS) 기자협회 등이 요구하고 있는 ‘한국방송 바로 세우기 방안’이 다시금 주목을 끌고 있다. 조대현 새 사장이 그동안 본부장 등 인사를 이유로 논의를 미뤄왔으나, 최근 내부 인사가 마무리됐기 때문이다.

한국방송 기자협회 등은 지난 5일 보도본부장 선임투표제 등을 뼈대로 한 운영 개선 방안을 강선규 보도본부장에게 전달했다.

**사장이 국장 일방적 임명
뉴스제작 정권 입김 못 걸려내
‘제2의 김시곤 사태’ 재발 우려
기자들 ‘뉴스개선안’ 앞선 전달**

**조대현 사장 수용여부 ‘미지수’
취임식에선 언급조차 안해
노조, 하반기 압박수위 높일 듯**

이는 지난 5월 ‘길환영 사태’가 벌어질 때 보도본부 기자 등으로 구성된 ‘보도 독립성 및 뉴스 개선 태스크포스(TF)팀’이 마련한 것이다. 강 본부장은 이 자리에서 “관계 국장들에게 의견을 듣고, 다른 언론사들의 사례를 면밀하게 살펴봐야 한다”며 즉답을 피했다고 한다. 반면, 한국방송 기자협회 측은 강 본부장에게 “확고한 제도적 뒷받침이 없다면 제2의 김시곤, 길환영 사태가 재발할 수 있다. 이 문제를 반드시 풀고 가야 한다. 계속 버티면 기자들의 큰 저항에 부딪힐 것”이라고 취지를 전달했다고 한다.

이번 방안은 △보도본부장의 경우 매년 기자 선임투표를 실시해 3분의 2 이상의 불신임이 나오면 보직 해임하고 △보도국장, 시사제작국장은 임명동의제와 중간평가제를 함께 실시하는 내용을 담

고 있다. 티에프팀엔 부장급 기자들까지 참여했다. 실제 한국방송은 1990년 방송민주화 투쟁으로 노사 단체협상을 진행한 뒤 보도본부장에 대한 선임투표를 실시해왔다.

다만, 실제 인사 조처로 이어진 경우는 거의 없다. 2012년 고대영 당시 보도본부장이 편파보도 논란 끝에 84.4%의 불신임을 받아 사퇴한 게 거의 유일하다. 이제는 이를 강제규정으로 만들자는 것이다.

보도국장 임명동의제는 그동안 공영방송에서 도입된 사례는 없다. 한국방송이나 〈문화방송〉(MBC) 모두 사장이 보도국장을 임명하고 있다. 기자들의 동의 절차는 없다. 신문의 경우, 현재 〈한겨레〉 〈동아일보〉 〈서울신문〉 〈한국일보〉가 편집국장 임명동의제를 실시하고 있다. 언론 사기업들도 편집책임자를 임명하면서 동의절차를 밟는데, 국민들이 내는 시청료로 운영되는 공영방송은 여태껏 사장이 일방적으로 국장 인사를 해온 것이다.

조 사장이 개혁안을 받아들일지는 미지수다. 그는 취임식에서 이와 관련해 언급조차 하지 않았다. 이에 노조도 조 사장에 대한 압박의 수위를 높일 요량이다. 전국언론노동조합 한국방송본부(새노조) 관계자는 “조 사장 체제에서 개혁이 성공하느냐의 관건은 주요 국장 임명동의제 도입 여부다. 하반기 단협 체결을 위한 노사협의 때 이를 중점적으로 제기할 것”이라고 말했다.

이런 내부 흐름과 함께 바깥에선 공영방송 지배구조 개선을 위한 노력이 진행되고 있다. 언론단체들은 ‘제2의 길환영을 막아야 한다’며 방송법 등 개정안을 국회에 입법청원해 놓은 상태다. 현재 공영방송의 지배구조는 사실상 청와대의 입김 아래 놓여 있는 구조다.(표 참조)

이준웅 서울대 교수(언론정보학)는 “현재 공영방송은 승자독식의 지배구조를 갖고 있어 대결적일 수밖에 없다. 합



kimyh@hani.co.kr

공영방송 지배구조

	KBS	MBC	EBS
이사회 구성	여당 추천 7명, 야당 추천 4명	여당 추천 6명, 야당 추천 3명	9명 모두 방통위 임명
사장 임명	이사회 추천 뒤 대통령 임명	이사회 추천 뒤 주주총회서 임명	방통위 임명

의제 정신을 살릴 구조를 찾아야 한다”며 “독립적인 ‘공영방송위원회’를 만들어 한국방송과 문화방송, 교육방송을

한꺼번에 감독하는 방안도 검토해볼 만하다”고 말했다.

이정국 기자 jglee@hani.co.kr

공영방송 독립 '길환영 방지법' 국회서 길 잃나

언론단체가 입법청원했지만
여당 외면·야당은 의지 부족
9월 정기국회 통과 불투명

박근혜 대통령이 방송의 공정성 제고와 관련해 아무런 행동을 보이지 않는 가운데, 국회를 무대로 관련 논의가 진행될지 주목된다. 언론단체들은 지난 8월 공영방송의 지배구조 개선안을 뼈대로 한 '길환영 방지법'을 입법청원해 놓은 상태다.

이 법안은 공영방송이 정권의 전리품이 되는 것을 막는 데 초점을 맞추고 있다. 사장 선출 권한이 있는 한국방송(KBS) 이사회의 구성을 지금의 여야 7대 4에서 6대 5로 조정하고, 야당 쪽 이사의 찬성이 있어야 사장 선출이 가능하도록 하는 특별다수제도 도입을 뼈대로 한다. 제작 자율성 확보를 위해서는 '노사동수 편성위원회 설치'를 규정하고 있다.

하지만 이 법안이 9월 정기국회에서 통과될지는 불투명하다. 여야가 세월호

특별법을 두고 날카롭게 대치하고 있는데다, 법안 처리를 주도해야 할 새정치민주연합 지도부는 재보궐선거 참패의 수렁에서 벗어나지 못하고 있기 때문이다.

새누리당은 방송법 개정 논의 자체를 거부할 가능성이 높다. 지난 5월 한국방송 사장의 인사청문회 실시 등을 담은 방송법 개정안이 여야 합의로 통과된 상황이라 추가 개정은 불필요하다는 논리를 동원할 듯하다.

국회 미래창조과학방송통신위원회

(미방위) 소속 야당 의원들은 당 지도부의 미온적 태도에 불만을 가진 것으로 전해졌다.

한 미방위 소속 의원은 "언제는 당이 도와준 적이 있었느냐. 지난 5월 방송법 개정안이 통과될 때도 당 차원의 도움은 없었다. 미방위 소속 의원들이 의지를 갖고 열심히 하는 수밖에 없다"고 말했다. 다른 의원은 "다른 것은 몰라도 편성위원회 건은 확실하게 챙기겠다"고 했다.

이정국 기자

중앙일보

2014년 09월 12일 금요일
023면 사회

◆한국언론학회 조직커뮤니케이션연구회 (회장 박종민 경희대 교수)는 15일 오후 2시 서울 경희대 오비스홀에서 '방송 균형 발전을 위한 바람직한 광고 정책'을 주제로 긴급 세미나를 개최한다. 형태근 전 방송통신위원회 상임위원이 사회를 맡고 심성욱(한양대)·김관규(동국대) 교수 등이 토론한다.

東亞日報

2014년 09월 12일 금요일
A25면 투데이

라운지

◇박종민 한국언론학회 조직커뮤니케이션 연구회 회장은 15일 오후 2시 서울 경희대 오비스홀 154호에서 형태근 전 방송통신위원회 상임위원의 사회로 '방송균형발전을 위한 바람직한 광고 정책' 긴급 토론회를 개최한다.

매일경제

2014년 09월 12일 금요일
A37면 사람과사람

■ 동 정

◇김동규 한국언론학회장은 15일 경희대 오비스홀 154호실에서 '방송 균형발전을 위한 바람직한 광고 정책'을 주제로 한 토론회를 연다. 한국언론학회 조직커뮤니케이션분과가 주관하는 이 행사는 형태근 전 방통위 상임위원이 사회를 맡는다.

시행 한달도 안남은 ‘단통법’ 막판 진통

<단말기 유통구조 개선법>

이통·제조사 ‘보조금 분리공시’ 첨예대립 부처끼리도 조율안돼 … 규개위 전격 연기

10월 1일 시행을 앞둔 단말기 유통법이 막판 진통을 거듭하고 있다. 이미 관련 법(이동통신단말장치 유통구조 개선에 관한 법률)은 국회를 통과했고, 시행령도 법제처 심사를 앞두고 별 문제 없이 처리되고 있다. 문제는 그 하위 행정명령에 속하는 ‘분리공시’라는 고시 하나 때문이다.

11일 방송통신위원회에 따르면 12일 열릴 예정인 규제개혁위원회가 연기됐다. 아직 부처 간 의견조율이 안된 탓이다.

이날 규개위는 단말기유통법의 핵심 내용 중 하나인 ‘분리공시’를 다룰 예정이었다. 분리공시란 가령 갤럭시 노트4를 구매한 가입자가 보조금 30만원을

받았다면 이 30만원 중에서 제조사 지원금이 얼마이고 이통통신사업자 지원금은 얼마라는 식으로 별도로 공시하는 행정명령을 말한다.

삼성전자 등 제조업체는 이에 대해 진작부터 강한 반대 입장을 표명해 왔다. 그러나 방통위는 지난달 8일 상임위원 간담회를 열고 “보조금을 투명하게 공개한다는 단말기유통법 취지에도 맞고 소비자 알 권리도 보장한다”며 분리공시를 결정했다.

삼성전자는 국내 제조사가 지급하는 ‘판매지원금’이 공개돼 해외에 알려지면 한국 이외 국가에서 이통사를 상대로 영업하는데 마이너스가 될 수밖에 없다는

단말기유통법 분리공시 찬반

찬성	반대
이통사(SK텔레콤), 정부(미래부 방통위)	제조사(삼성전자), 정부(기재부 산업부)
보조금 투명화, 가계통신비 부담 경감	영업비밀 공개 우려, 스마트폰 글로벌 경쟁력 약화

입장이다. 익명을 요구한 한 제조사 관계자는 “단통법이 통과된 점에 대해서는 존중하지만 영업 비밀이 공개돼 향후 사업 운영에 상당한 지장이 예상되는 부분은 고려해야 한다. 특히 분리공시는 법적 근거도 약하다”고 강조했다.

반면 이통사는 “단말기유통법 입법 취지를 충족시키는 대전제가 바로 분리공시”라며 정부 결정대로 반드시 분리공시가 성사돼야 한다고 주장하고 있다. SK텔레콤 관계자는 “넌뛰기식 보조금으로 인해 발생하는 이용자 차별을 해소하고 궁극적으로 단말기 출고가 인하를 유도해야

한다”며 “이를 위해 제조사 지원금도 규제 대상에 넣어 보조금을 투명화해야 하는데, 분리공시 없이는 불가능하다”고 강조했다. 이통사들은 스마트폰이 도입된 이후 제조사 쪽의 보조금이 크게 증가해 단말기 가격이 올랐다고 주장하고 보조금 투명화로 단말기 가격을 내리고 가계 통신비 부담도 줄일 수 있다고 강조한다.

분리공시는 제조사·이통사 간 격돌에서 끝나지 않고 있다. 정부 내에서도 서로 다른 목소리가 나오고 있다. 단말기유통법 시행을 적극 추진하고 있는 방통위와 미래창조과학부가 분리공

시를 찬성하고 있는 데 반해 스마트폰 수출 확대 전략을 짜고 있는 산업통상자원부를 비롯해 기획재정부는 반대 입장을 펴고 있는 것으로 알려졌다.

방통위 관계자는 “단말기유통법은 정부의 기준과 처벌 수위가 어떻게 정해지느냐에 따라 달라진다”며 “규개위 심사에 따라 제조업체와 이통사업자 간 희비가 엇갈릴 수 있어 양측 모두 분리공시 고시에 사활을 걸고 있는 것으로 알고 있다”고 말했다.

최용성·손재권 기자

용어 단통법 분리공시: 단통법(단말기 유통구조 개선법)은 휴대폰 보조금 차등지급으로 인한 시장 혼란을 막기 위해 정부가 추진한 법으로 10월부터 시행될 예정이다. 항목 중 제조사 지원금과 이통사 지원금을 별도로 공시토록 하는 ‘분리공시’가 논란이 되고 있다.

18일~30일, 스마트폰 사려는 분들 눈에 불 켜는 날

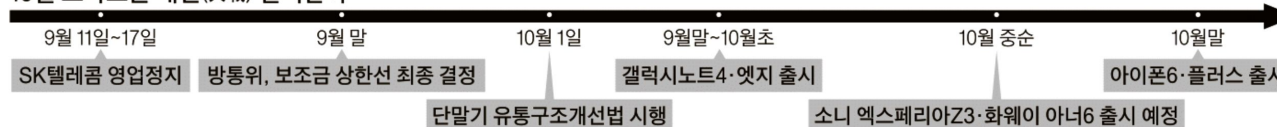
〈SKT 영업 재개〉〈단통법 시행 전날〉

재고 털기 위해 보조금 경쟁 예상 제조사와 협의, 출고가 내릴 수도

소비자들의 관심은 스마트폰을 언제 사는 게 가장 유리하냐다. 신규 모델 출시 시점을 전후로 기존 스마트폰 출고가가 대폭 낮아지거나 이통사발 보조금 대란이 일어났던 패턴을 소비자들은 기억한다.

이번에는 상황이 조금 더 복잡하다. 삼성전자의 갤럭시노트4와 엣지는 10월 초에, 애플의 아이폰6와 아이폰6플러스는 10월 말이나 되어야 국내에 출시된다. 그런데 양사의 최신 전략폰이 출시되는 이때부터 국내에선 단말기 유통구조개선법(이하 단통법)이 시행된다.

10월 스마트폰 대전(大戰) 일어날까



10월 1일 이후 이통 3사는 스마트폰 보조금을 홈페이지와 대리점에 공시해야 한다. 이를 어기고 불법 보조금을 지급하면 관련 매출액의 3%를 과징금으로 내는 등 강력한 제재를 받는다. 정보가 공개되기 때문에 이통사와 제조사 모두 이전처럼 마케팅비용을 마음대로 쓰기 어려워질 수밖에 없다.

이 때문에 현재 이동통신업계에서는 ‘9월 말 보조금 대란설’이 조심스럽게 흘러 나오

고 있다. SK텔레콤의 단독 영업정지(11~17일) 징계가 끝나고 단통법이 시행되기 전에 재고 물량을 털어내기 위한 마케팅 경쟁이 한 차례 일어날 것이라는 전망이다. 다만 방송통신위원회 눈치를 보는 이통3사와 2분기 실적 부진으로 마케팅 비용을 크게 줄인 삼성전자의 상황을 감안하면 보조금 규모가 크지 않을 수 있다.

다른 한편에서는 이통3사와 제조사가 협

상을 통해 기존 스마트폰 출고가 인하 경쟁을 펼칠 가능성도 제기된다. 올 상반기에도 갤럭시S5 출시 전후로 이통3사는 재고로 쌓인 스마트폰을 털어내기 위해 스마트폰 소비자가를 크게 내렸다. 이통사 관계자는 “보조금은 위험 부담이 크지만 출고가 인하는 정부도 반기는 방향이라, 언제든지 협상 가능성을 열어두고 준비하고 있다”고 말했다.

10월 단통법 시행 이후에는 이론적으로

소비자들은 언제 어디서 구입하든 비슷한 값에 스마트폰을 살 수 있게 된다. 9월 말 방송통신위원회가 25만~35만원 사이에서 기본 보조금의 한도를 정하면 이통3사는 요금제에 따라 한도 내에서 보조금을 차등적으로 지급할 수 있다. 판매자 재량에 따라 일부 소비자에게는 기본보조금의 15%까지 더 얹어줄 수도 있다. 가령 보조금 상한선이 30만원으로 결정되면 이달초 출시된 갤럭시알파(출고가74만8000원)는 최대 34만5000원까지 할인 받아 40만3000원에 구입할 수 있다. 자급제폰 사용자는 단말기 값 할인 대신 비슷한 규모의 통신요금 할인을 선택하면 된다.

박수련 기자 africasun@joongang.co.kr

SK텔·LG U+ 야구경기 같은 ‘가입자 쟁탈전’

**LG U+ 영업정지 기간에
선제 공격 펼쳤던 SK텔
신규고객 1만8654명 유치
11일부터 ‘수비모드’ 전환
멤버십 확대 등 방어 태세**

국내 프로야구에서 4위 다름 중인 LG트윈스(4위)와 SK와이브스(5위) 간 야구경기를 이동통신시장으로 옮겨놓은 것일까. 국내 이동통신시장에서도 두 기업이 ‘야구경기’처럼 공수교대 형태로 치고받는 ‘가입자 유치 경쟁’을 통해 순위다툼을 벌여 이목을 끌고 있다.

이통사업자인 SK텔레콤(1위)과 LG U+(3위)가 그 주인공이다. 두 사업자 중 최종 승자가 누가 될지는 9월 말에 가 봐야 판가름날 전망이다.

‘이닝’마다 이뤄지는 야구와 달리,

두 사업자 간 공수 교대는 ‘일주일’ 단위로 이뤄지는 모습이다.

이는 SK텔레콤과 LG U+가 일주일씩 순차적으로 영업정지를 시행한 데 따른 결과다.

앞서 지난달 21일 방송통신위원회는 SK텔레콤과 LG U+가 올 상반기 불법 보조금을 지급한 행위에 대해 각각 1주일씩 순차적으로 영업정지 시행을 결정한 바 있다.

먼저 수비를 한 쪽은 LG U+다. LG U+는 지난달 27일부터 이달 2일까지 1주일간 영업정지를 시행했다. 이때 LG U+는 2만5940명의 가입자를 일방적으로 빼앗겼다. LG U+는 하루에 3705명씩 가입자를 뺏긴 셈.

같은 시기에 공격자 입장인 SK텔레콤은 1만8654명의 가입자 순증을 기록했다. KT의 경우 7286명의 가입자 순증을 기록했다.

이 같은 가입자 이동은 올 상반기 번호이동 과열기에 비하면 하루치 변

호이동 가입자 규모에 불과하다. 그러나 냉각기에 접어든 이동시장의 상황을 감안하면 적지 않은 가입자 이탈로 평가된다. LG U+가 반격을 위해 공수 교대의 시점을 기다릴 수밖에 없는 이유다.

결국 11일 공수 교대가 이뤄졌다.

SK텔레콤이 이날부터 1주일간 영업정지에 들어가면서 수비모드로 전환하기 때문이다.

SK텔레콤은 영업정지기간에 신규 가입자를 유치할 수 없게 된다. 단지, SK텔레콤은 종전 가입자의 기기변경만 할 수 있다.

SK텔레콤은 영업정지기간에 가입자 이탈을 최소화하기 위해 사력을 다하는 모습이다. 일단, SK텔레콤은 종전 가입자를 대상으로 하는 혜택을 극대화한다는 전략을 모색하고 있다.

그 일환으로 SK텔레콤이 가입자의 멤버십 혜택 확대를 비롯해 신규 기

기변경 요금제 출시, 착한 가족할인 등을 출시했다. 공격자 입장인 LG U+는 자사의 영업정지 시기에 경쟁사로 이탈한 가입자를 되찾아오기 위해 공격적인 마케팅에 나설 태세다.

특히 10월 1일부터 시행되는 ‘이동통신 단말기 유통구조 선진화법’(단통법)도 LG U+를 막판 공격 기회인 9월 중 가입자 유치전에 뛰어들게 유인하는 변수로 여겨지고 있다. LG U+는 SK텔레콤의 영업정지기간에 적어도 2만5940명보다 훨씬 많은 가입자를 유치할 수밖에 없는 처지다.

이통업계 관계자는 “9월 이동시장 상황은 프로야구의 SK와 LG 간 순위다툼 상황과 흡사하다”며 “11일부터 공수가 교대된 만큼 LG U+가 잃어버린 가입자 만회를 위해 공격적인 마케팅에 나서고 SK텔레콤이 방어에 나서면서 이동시장이 들쭉거릴 가능성 배제할 수 없다”고 분석했다.

hwyang@fnnews.com 양형욱 기자

“이통 경쟁으로 요금인하 유도를”

3개 방송통신학회 컨퍼런스서 제안

모바일 플랫폼 불공정 사후 규제 미래 ICT 선도기술 개발 집중해야

이동통신 시장 규제를 최소화해야 한다는 주장이 제기됐다. 자율경쟁을 활성화해 가계통신비 인하 요인을 만들되, 시장 지배력 전이를 경계하기 위해 강력한 사후 규제를 실시해야 한다는 것이다.

정보통신정책학회·한국통신학회·한국방송학회 등 3개 방송통신학회가 공동 주최하고 전자신문이 후원, 11일 서울 프레스센터에서 열린 컨퍼런스에서 김성철 고려대 교수는 “이통 요금규제 완화로 경쟁을 통한 요금인하를 유도하면서 모바일 플랫폼 사업자의 불공정 행위를 사후 규제해야 한다”고 주장했다.

통신사는 요금인하 필요성을 인정하면서도 여력이 충분하지 않다고 비켜갔다.

이형희 SK텔레콤 부사장은 “통신 3사가 최근 몇 년간 신규 사업을 타진한 비용만 수조원”이라며 “이익은 커녕 매출도 쉽지 않았다”고 역설했다.

이 부사장은 “사물인터넷(IoT), 헬스케어, 빅데이터 등 거대 담론을 만들어도 출구를 찾기 어려워 요금인하 여력을 만들기 어려운 것이 현실”이라고 말했다.

이 부사장은 “그럼에도 통신요금은 내려갈 수밖에 없을 것”이라며 “(여러가지 상황을 고려해) 대승적인 의사결정이 필요하다”고 주장했다.

정부는 공정경쟁 환경을 토대로 삼겠다는 입장을 밝혔다.

라봉하 방송통신위원회 기획조정실장은 “통신사업자가 네트워크 경쟁력을 가져갔으면 좋겠다”며 “정부는 공정경쟁이 이뤄지는 환경을 만드는 데 관심이 많다”고 말했다.

이날 컨퍼런스에서는 ICT 전반에 대한 제안이 이어졌다.

안치득 한국전자통신연구원(ETRI) 소장은 “미래 ICT 발전전략은 단기성과보다 선도 기술 개발에 집중해야 한다”는 의견을 제시했다. 공공 부문이 민간과 연구개발(R&D) 역할을 분담해 위험을 분산하는 노력이 필요하다는 것이다.

최선규 명지대 교수는 이동통신 요금을 낮추기 위한 정책적 노력이 필요하다고 주장했다. 최 교수는 “우리나라의 높은 가계통신비 원인은 이용량, 가계당 가입자 수, 요금 수준 순”이라며 “사용량에 따라 요금을 매기는 데이터 기반 요금제를 확산하고 음성 요금 의존도를 줄여야 한다”고 말했다.

차세대 이동통신 서비스에서는 표준화 선도의 중요성이 부각됐다.

한영남 KAIST 교수는 “우리나라가 차세대 이동통신 서비스 주도권을 쥐려면 표준 설정을 위한 국제협력력이 필요하고 국가 차원에서 R&D 전략을 수립해 일관성 있게 추진해 나가야 한다”고 역설했다.

박동욱 KISDI 방송미디어연구실장은 차세대 이동통신에서 이통사 공동 네트워크 구축 등 정책이 필요하다는 점을 강조했다.

박 실장은 “지속적인 네트워크 고도화와 비용 최적화를 고려한 정부 주파수 정책이 필수”라며 “네트워크 투자비용을 절감하기 위해 공동 네트워크 구축, 주파수 공동 활용 촉진과 같은 방안이 필요할 것”이라고 말했다.

융합서비스 활성화를 위해서 모바일 생태계 전반을 종합적으로 아우르는 포괄적인 진흥체계가 갖춰져야 한다는 점도 짚었다.

박 실장은 “특히 기술과 아이디어 거래를 촉진하기 위해 중개조직을 육성하고 기업 간 인수합병을 활성화해 산업 진화를 촉진해야 한다”고 제안했다.

김시소기자 siso@etnews.com



오프라인 휴대전화 유통매장의 폐업 위기감이 깊어가고 있다. 정부 규제로 매출이 크게 줄어든 데다, 온라인 위주의 유통망 체제로 변화하면서 조만간 문을 닫는 매장이 속출할 것이라는 전망마저 나오고 있다. 11일 서울 용산전자상가 내 문을 닫은 휴대전화 유통매장들로 썰렁한 모습(오른쪽)이다. 이에 비해 정확히 같은 장소에서 2002년에 본지가 촬영한 사진(왼쪽)에는 휴대전화 매장들이 줄줄이 가판대를 늘어놓으며 영업을 벌이고 있는 모습이다.

김민수기자 ultrartist@

이통 대리점 ‘전성기’는 갔다

지원금 축소·단통법 등 규제 강화로 시장위축
이통사들 ‘사전승낙제’ 유통점 통제·감시 강화
유통협회 “이대로가면 폐업 속출” 위기감 고조

오프라인 이동통신 유통매장의 폐업 위기감이 깊어가고 있다. 오프라인 유통점들은 정부 규제의 직격탄을 맞으며 매출이 크게 줄어든 데다, 이동통신사까지 온라인 위주로 유통망 구조개선에 돌입하고 있어 조만간 문을 닫는 곳들이 속출할 것이라는 전망마저 나오고 있다.

11일 업계에 따르면 시장침체와 단말기유통구조개선폰 등 각종 규제 여파로 오프라인 이동통신 유통점의 위기가 가중되고 있다.

정보통신기술(ICT) 강국인 우리나라에서 휴대전화 유통점은 편의점 또는 PC방보다 보다는 많은 수를 차지하고 있다. 통계청이 2012년까지 집계한 것에

따르면 휴대전화 판매점과 대리점을 합친 통신기기 소매업체 수는 2만7846개, 산업 종사자수는 6만6676명, 총 매출 규모는 약 17조3600억원에 달한다. 업계는 휴대전화 유통구조가 다변화된 점을 고려할 때 전체 유통점 수는 약 5만개, 관련 종사자수는 비정규직 등을 합쳐 30만명에 이를 것으로 추정하고 있다.

이 중 대다수를 차지하는 오프라인 유통점은 정부가 휴대전화 보조금에 대한 강력한 규제 의지를 밝힌 지난해 초부터 위기가 가속화되고 있다. 영업정지와 단속 강화가 이어진 결과, 시장규모가 절반 가까이 줄어든 침체기를 지속하고 있기 때문이다. 지난해 휴대전

이동통신 대리점·판매점 현황 (단위:개)			
*추정치	직영점	대리점	판매점 (3사 공동판매 대행)
SK텔레콤	920	3200~3300	4만~5만
KT	1020	2700~3000	
LG유플러스	820	1500	

(자료:각 사)

화 번호 이동건수는 52만건으로 전년 동기 대비 30만건 이상 감소했다. 번호 이동건수는 일반적인 경우 휴대전화 판매량과 같다는 점에서 그만큼 매출이 감소했다는 걸 의미한다. 실제 서울 용산전자상가, 테크노마트 등 유통매장 밀집지역은 지난 3월부터 2개월 이상 영업정지 직격탄을 맞으며 폐업하는 매장이 속출했다. 전국이동통신유통협회는 이 기간 동안 1조1000억~2조5000억원의 매출이 줄었다고 추산했다.

특히 내달 단말기유통구조개선폰(이하 단통법) 시행 이후에는 유통점에 리베이트 방식으로 지급되던 전체 지원금 규모도 크게 줄어든 것으로 예상돼 유통

대전화 유통매장의 근심이 깊어지고 있다. 오프라인 유통점들은 그동안 단통법이 비정상적인 방법으로 불법 보조금을 살포하며 유통질서를 어지럽히던 온라인 유통점을 막을 수 있을 것으로 보고, 지지 입장을 밝혀 왔다. 매장별로 차별적으로 지급되던 이통사들의 지원금 규모가 단통법 시행 이후에는 모든 매장에 비교적 골고루 돌아갈 수 있다는 판단 때문이다. 그러나 전체적인 보조금 규모가 줄어드는 상황은 피할 수 없을 전망이다.

여기에 이통사들이 단통법을 계기로 유통매장 통제를 강화하는 것도 위기감을 부추기고 있다. 단말기유통법 8조는 유통점이 이동통신사로부터 휴대전화 판매에 대한 사전승낙을 받도록 규정하고 있다. 이통사들과 한국정보통신진흥협회(KAIT)는 이 같은 사전승낙제 실효성을 위해 유통점의 법 위반시 이통사가 직접 승낙을 철회하는 내용의 자율 규제안을 도입하려 하고 있다.

박지성기자 jspark@dt.co.kr

2면에 계속

이통 대리점 ‘전성기’는 갔다

1면서 계속

유통점들은 이 같은 방안이 생계를 직접 위협할 뿐 아니라, 이미 단통법에 서 법 위반 시 5000만원 이하의 과징금을 부과하고 있기 때문에 이중규제라며 반발하고 있다.

또 방통위가 공식적인 시장 감시 활동을 벌이고 있지만, 이통3사는 이와 별개로 폰파라치 제도를 운영하며 오프라인 유통매장을 감시하고 있다. 특히 이통사들은 단통법 시행 이후, 판매 정책을 온라인 위주의 소수 직영점 중심 체제로 급속히 재편할 움직임이다.

온라인 판매에 대한 소비자 인식이 개선된 데다, 유통망에 대한 직접 통제

권을 늘리고 비용을 절감하기 위해서다. 불법 보조금의 온상으로 지적돼온 온라인 판매점은 부대 비용이 적고 보조금 단속 등 규제 칼날을 피하기 쉽다는 점에서 단통법 시행 이후, 오히려 확산할 것으로 업계는 예상하고 있다. 이에 따라 업계는 앞으로 오프라인 유통점의 폐업이 속출할 수 있다는 전망을 내놓고 있다. 전국이동통신유통협회 관계자는 “회원사들을 보면 30% 가량이 매장을 이미 내놓았거나, 전업을 고민하고 있다”며 “이대로 가다가는 오프라인 유통점들은 속절없이 사라지고 말 것”이라고 말했다.



단통법 파고 넘기... 고민 깊은 황창규

<KT회장>

10월 시행될 이동통신단말기유통구조개선법(단통법)을 앞두고 황창규 KT회장<사진>의 전략적 고민이 깊어지고 있다. 이동통신사간의 극심한 눈치보기 속 살아남을 전략을 마련해야 되기 때문이다. 특히 '싱글(Single) KT, 일등 KT'를 외치는 황 회장의 전략도 단통법 때문에 차질을 빚을 것으로 보여 이를 극복할 전략이 승패를 가를 전망이다. <관련기사 13면>

단통법이 시행되면 현재와 같은 5대3대2의 무선 통신시장의 점유율이 고착화될 가능성이 높아 가입자를 확보해 가입자당 매출(ARPU)을 증가시키겠다는 기본 전략에 차질을 빚게 된다. 지금까지의 가입자 확보는 보조금을 지급해 경쟁사의 가입자를 뺏어오는 방식이었다면, 단통법 체계하에서는 이 같은 지원이 사실상 불가능하기 때문이다. 따라서 단통법의 파

가입자 확보로 매출 올리기 전략 차질 통신 집중 사업구조도 큰 변수로 작용

고를 어떻게 극복하느냐가 황 회장의 리더십을 평가하는 한 가지가 될 전망이다.

업계에 따르면 11일 단통법에서는 보조금을 이동사와 제조사가 분리 공시해야 하며, 불법 보조금 지급시 경우에 따라서 매출의 1~2%에 해당하는 천문학적 과징금이 부과된다. 아울러 현재까지는 단통법 시행전 마지막 진행되는 경쟁사의 영업정지로, 비교적 영업 여건이 좋은 KT에 관심이 집중되고 있다.

황 회장의 행보는 이석재 전 KT회장의 행보와도 밀접한 관련이 있다. 이 전 회장은 '탈 통신'을 외치며 KT의 사업 다각화에 집중했고,

그 과정에서 KT ENS와 같은 대출 사기 사건 등의 부작용이 발생했다.

황 회장은 취임후 통신사업에 집중하는 의지로, 비통신 분야인 KT렌탈 등과 같은 자회사 매각을 결정하면서, 이른바 '잘되는 사업도 매각한다'는 지적도 받았다.

통신에 집중하는 황 회장에게 단통법은 현재 가장 큰 변수라는 지적이다. 통신 집중을 외치며 자회사까지 매각했던 황 회장에게는 더욱 절실하다는 것이 업계의 평가다.

경쟁사의 영업정지를 전략적으로 활용하지 못했다는 지적도 있다. 지난 8월 LG유플러스의 영업정지기간 동안 이동통신(MNO) 시장에서 경쟁사인 SK텔레콤 대비 39%인 7200명 가량의 가입자만 확보했다.

/김범주 기자 yestoday@

이통사 '판매점 영업정지권' 논란

사전승낙제 우려 목소리 높아
유통협회 “이중규제…재검토를”

10월 시행되는 단말기유통구조개선법 시행을 앞두고 이통사들이 전국 3만여개 판매점에 대한 영업정지 권한을 갖게 된 것에 대한 일각의 우려가 흘러나오고 있다. 통신사에 페널티를 받은 휴대폰 판매점은 2개월동안 영업을 할 수 없기 때문이다.

11일 업계에 따르면 이통사들은 단통법을 어긴 전국 판매점에 대해 2개월간 휴대폰 판매를 중지시킬 수 있는 ‘사전 승낙 철회’ 권한을 갖게 된다. 사전 승낙제는 이통사가 판매점이 휴대폰을 판매할 수 있도록 승인해주는 제도로 전국 판매점 수와 영업여부 등을 관리하기 위한 취지로 마련됐다.

하지만 이를 두고 ‘과도한 규제’라며 판매점들이 주장하고 있다. 사전승낙 철회 기준은 △지원금 차별 지급 금지 △지원금 과다지급 및 공시 위반 △공시내용 및 추가지원금 미게시 △지원금 연계 개별계약 체결 제한 △이동통신단말장치 구입비용 구분 고지 △판매점 선임에 대한 승낙 △긴급중지명령 불이행 △사실조사 거부·방해·기피 △시정명령 불이행 등으로 승낙 철회 당한 판매점은 2개월간 재승낙 신청을 할 수 없다.

전국이동통신유통협회는 최근 이통사에 철회 요건에 관한 부분이 불공정하다며 법률적 검토를 요청한 상태다. 특히 사전 승낙제 도입에 관한 취지는 찬성하지만, 철회는 이통사의 자율적 규제이기 때문에 언제든지 과도한 규제가 될 수 있다고 지적했다. 단통법 제8조에 따르면 이통사는 판매점이 이 법을 위반하는 것을 방지하거나 시정하기 위한 목적 외 사전 승낙을 거부·지연해서는 안된다. 협회는 사전 승낙제에 관한 설명만 있을 뿐 철회에 관한 부분은 사업자간 이해관계에 따라 충분히 달라질 수 있다고 밝혔다.

협회 관계자는 “사전승낙 철회 제도는 이통사가 판매점에 대해 이중규제를 할 수 있는 부분”이라며 “처음 전국 판매점의 인프라를 확인하고자 했던 취지에서 많이 변형됐다”고 말했다.

하지만 이통사 측은 철회를 하기 전 판매점에 대해 사전에 ‘경고’조치를 할 뿐 아니라 2개월간 영업정지는 일종의 ‘자숙’기간으로 봐야 한다는 입장이다.

업계 관계자는 “이통사가 판매점의 영업을 중단하기 위한 개념이 아닌 불법 판매를 관리감독하기 위한 제도로 봐야 한다”며 “시행 초기에 압박이 될 수 있어도 좋은 취지로 진행되고 있는 상태”라고 말했다. 이어 “사전에 충분히 경고 조치를 한 후에 사전 철회를 하게될 것”이라며 “2개월간의 자숙 기간은 뒤야 제재의 의미가 있다”고 덧붙였다. /윤복음 기자 bogom@

이통사 “단통법으로 커지는 중고폰 시장 잡아라”

온라인 등록 시스템 구축 경쟁

이동통신 3사가 단말기유통구조개선법(단통법)을 앞두고 온라인으로 중고 휴대폰 등록과 개통을 한번에 할 수 있는 온라인 시스템 구축과 업그레이드 경쟁에 나섰다. 단통법에 따라 분리요금제, 유심이동성제도 등이 시행되면서 중고폰을

보다 저렴하게 개통하려는 수요가 크게 증가할 것으로 예상되기 때문이다. 이에 따라 중고 휴대폰이 통신사의 새로운 마케팅 포인트로 떠오를 전망이다.

11일 KT에 따르면 이 회사는 최근 중고 휴대폰 온라인 등록 시스템 개발에 착수했다. KT 관계자는 “사용자들이 중고 휴대폰을 KT 홈페이지 등

온라인상에서 쉽게 등록하고 쓸 수 있는 시스템 개발을 검토 중”이라며 “단통법에 대비하는 의미도 있다”고 말했다.

KT는 중고폰 온라인 등록에서 유심이동성 제도 등을 감안해 타사 가입 이력이 있는 단말기까지 등록이 가능한 시스템을 검토하는 것으로 알려졌다.

SK텔레콤과 LG유플러스는 각각 지난해 4월과 올해 1월부터 자사 개통 이력이 있는 단말기를 온라인(T월드 다이렉트, U+숍)에서 쉽게 등록해 쓸 수 있는 서비스를 시작했다.

이들 통신사도 단통법 정착에 따라 유심이동성 등을 고려해 해당 서비스 대상을 타사 개통 이력이 있는 휴대폰까지 확장하는 방안을 검토 중이다.

중고 휴대폰 시장은 그동안 국내에서 주목받지 못했다. 우리나라 휴대폰 단말 교체주기가 워낙 빠른데다 보조금 등 신형 휴대폰 위주 마케팅 규모가 강력했기 때문이다.

2014년 09월 12일 금요일 003면 종합

단통법이 통과되면 10월 1일부터 보조금 공시 등으로 차별적 지원이 강력하게 통제된다. 분리요금제 실시로 중고 휴대폰 단말기로 서비스에 가입해도 약정 기간에 따라 일정 규모 요금 할인을 받을 수 있다.

또 지난 7월부터 실시한 유심이동성(음성/데이터) 제도로 국내에 공식 출시되는 단말기는 SK텔레콤, KT, LG유플러스 등 이통 서비스사와 상관없이 사용할 수 있게 됐다. 중고 휴대폰 사용을 위한 사회, 제도적 분위기가 무르익을 토대가 마련된 것이다. 김시소기자 siso@etnews.com

“VoLTE, 음성요금제 그대로 유지”

〈음성 토크에벌루션〉

이통 3사, 별도 요금제 출시 난색... 통신료 내리려는 정부와 진통 예상

통신 업계가 음성 토크에벌루션(VoLTE) 3사 연동 이후에도 기존 2세대(2G)·3G 음성통화와 동일한 요금제를 유지할 방침이다. 인터넷전화(VoIP)와 동일한 패킷방식을 사용하지만 데이터 요금제로 전환하는데 난색을 표하고 있다. 정부는 통신비 절감 방안으로 데이터 요금제 전환을 요구할 움직임이어서 진통이 예상된다.

11일 업계에 따르면 이동통신 3사는 VoLTE 연동이 마무리 되고 VoLTE 연동 단말기가 출시 되더라도 당분간은 기존 서킷 기반 음성 요금제 외에 별도 요금제를 출시하지 않는 것으로 가닥을 잡았다.

서킷망과 패킷망은 음성 전송 방식이 완전히 다르다. 그동안 2G·3G에서 적용한 서킷(Circuit)망은 주파수 한 채널을 송신자와 수신자가 독점 사용하는 방식이다. 송·수신자 간 직통망이 뚫려 음성 신호 손실을 최소화 했다. 반면에 패킷(Packet switching)망은 데이터를 패킷 단위로 쪼개 다양한 경로로 수신자에게 보내고 이를 다시 재조합한다.

신호 손실이 적다는 점에서 품질 보장을 위해

서킷 방식이 유리하지만 주파수 효율성은 패킷이 좋다. 패킷 방식은 붐비지 않는 채널로 데이터를 보내면 되기 때문이다. VoIP가 상대적으로 요금이 저렴했던 이유다.

이동통신에도 패킷을 쓰는 VoLTE를 3사 연동해 제공하면서도 새로운 요금제를 출시하기 꺼리는 이유는 데이터 패킷과 음성 패킷 전송 방식의 차이, 이동통신업계의 LTE 투자비 회수, 3사 간 형평성 등의 문제 때문이다.

이통사는 VoLTE를 패킷망에 실어보내지만 데이터와 달리 음성 신호에 우선권을 부여한다. 이통사 네트워크 담당자는 “음성 신호가 들어오면 가입자망(엑세스망)과 코어망 사이에서 무조건 우선권을 줘 통과할 수 있도록 한다”며 “3G는 서킷망이라고 해도 음성 신호가 사용하는 주파수 대역폭이 12MHz 남짓이지만 VoLTE는 오히려 대역폭이 넓어져 음성 품질이 좋아진다”고 설명했다.

이통사 투자비 회수 문제도 거론됐다. 한 이통사 관계자는 “2G·3G로도 충분히 음성서비스가 가능하지만 정부가 VoLTE 3사 연동을 밀어붙여

서 기술 투자를 했는데 그것 때문에 요금을 낮추라는 건 말이 안된다”고 잘라 말했다.

VoLTE를 제공하지만 3G망과 번갈아 사용할 수 있어 단일 요금제를 내기에는 무리라는 지적도 나왔다. 3G·4G 중 어떤 망을 사용할지 이용자가 선택할 수 있고 4G망이 구축되지 않은 곳에서는 2G·3G망으로 음성 통화를 할 수밖에 없기 때문이다.

이통사 간 형평성 문제도 제기됐다. 신 요금제 출시로 VoLTE 가입자가 상대적으로 많은 LG유플러스만 가입자당매출액(ARPU)이 급감할 수 있다는 것이다. 현재 2G·3G 가입자는 LG유플러스(2G)가 약 500만명, KT(3G) 약 700만명, SK텔레콤(3G) 약 1000만명으로 추산된다. LG유플러스 관계자는 “당분간 VoLTE 전용 요금제 출시 계획은 없다”며 “추이를 봐서 결정하겠다”고 말했다.

미래창조과학부 관계자는 “요금인하 여력이 있으면 새로운 요금제를 출시하도록 유도할 계획”이라며 “아직까지 논의 초기단계”라고 설명했다.

오은지기자 onz@etnews.com

오로지 체신부 입성 위해 기술고시 두 번 합격한 일편단심형

이현덕의
정보통신부, 그 시작과 끝

<197> 김창곤 정통부 차관

새해 첫 달의 고개를 넘은 2004년 1월 28일, 노무현 대통령이 정보통신부 등 4개 부처와 부패방지위원회, 차관급 인사를 단행했다. 노 대통령은 정통부 차관에 김창곤 한국정보보호진흥원장(현 한국디지털케이비연구소 원장), 과학기술부 차관에 임상규 기획예산처 예산실장(작고), 농림부 장관, 순천대 총장(임명), 농림부 차관에는 김주수 농림부 차관보(현 경북 의성군수)를 임명했다.



국무총리실·국방부 등 노론자위 마다해

진 장관은 한국형 무선인터넷 표준 관철 부대에 초고속망 구축해 군 정보화 지원

정창윤 청와대 인사수석(현 인제대학교 이사장, 사단법인 사람빛 이사장)은 차관급 인사 배경에 대해 “김 정통부 차관은 기술고시 출신의 정통부관료로 전자공학 박사학위를 취득하는 등 정보통신 분야의 전문성이 높고, 정통부 핵심 부서에 두루 근무하면서 탁월한 역량을 발휘해 정통부 최대 현안 중 하나인 정보화촉진기금의 공적고고 투명해 배분 등 효율적 운영체계 확립에 기여할 책임자로 판단했다”고 밝혔다.

노 대통령은 이날 오후 청와대에서 신임 차관들에게 임명장을 수여했다. 노 대통령은 김 차관에게 “진대제 장관(현 스카이레이크인베스트먼트 회장)을 도와 IT강국 구현에 최선을 다해 달라”고 당부했다.

김 차관은 이날 오후 5시 정통부 대회의실에서 취임식을 갖고 업무를 시작했다.

신임 김창곤 차관은 자기가 인정하는 “일편단심 체신부맨”으로 임직전적 인물이다.

그는 기술고시 합격 후 다른 부처로 발령이 나자 체신부로 오기 위해 다시 기술고시를 본 남다른 경력의 소유자다. 그는 1968년부터 체신부에서 9급 공무원으로 7년 8개월 근무하다 1976년 2월 소백산 연화봉 중계소장으로 발령나자 곧바로 사직했다. 당시 그는 한양대 4학년으로 기술고시 2차 시험을 앞두고 있었다. 지방근무를 하던 고시공부에 매진하기

가 어려웠다.

그해 12월 기술고시 12회에 당당히 1등으로 합격해 체신부를 희망했지만 성적순에 따라 국무총리실로 배정됐다. 그런데 총리실에서 과학기술처로, 다시 관상대(현 기상청) 부산지대 통신계장으로 발령이 났다. 그는 체신부 동의를 받아 체신부로 보내줄 것을 관상대에 요구했지만 “기상장비 현대화를 해야 하는데 당신같이 능력 있는 사람이 필요하다. 승진도 빨리 시켜줄 테니 가지 말라”며 보내주지 않았다. 그는 이듬해인 1977년 다시 기술고시 13회 시험을 치렀다. 이번에는 2등으로 합격했다. 다시 체신부를 희망했지만 국방부로 발령이 났다.

그는 고심 끝에 이경식 당시 체신부 차관(경제부총리, 한국은행 총재 역임) 비서관을 통해 사정을 이 차관에게 전했다. 이 차관이 직접 나서 그를 체신부로 데려왔다. 첫 보직은 서울 노랑진전화국 기계과장이었다. 그곳에서 체신부가 실시한 전자교환기 교육에서 1등을 했다. 그 바람에 당시 체신부 핵심부서인 시설국으로 스카우트됐다. 일편단심 체신부맨을 고집한 그의 이야기는 체신부 안에 향기로운 화제가 됐다.

그는 체신부 시절 전자교환기(TDX) 개발을 비롯해 1994년 세계 최초 CDMA 상용화, 2000년대 초고속인터넷 통신망 구축 사업, DTV 전송방식 타결 등 IT강국의 초석을 다지는 데 주도적 역할을 했다. 정통부에서 기술실의관과 전자



진대제 정통부 장관(오른쪽)과 윤광웅 국방부 장관(왼쪽)이 2005년 2월 24일 롯데호텔에서 오명 부총리가 지켜보는 가운데 정보통신 분야 연구개발과 군수품관리 등 정보화 공동협력 협정서를 교환한 뒤 악수하고 있다. (정보통신부 제공)

방송관리국장, 정보통신지원국장, 기획관리실장, 정보화기획실장 등 요직을 두루 역임하고 물러난 뒤 한국정보보호진흥원장으로 일했다.

그해 2월 27일, 진대제 정통부 장관은 이날 오후 집무실에서 내한한 미국 쉐림의 여원 제이콥스 회장을 만났다. 당시 한국과 미국은 한국이 개발한 휴대용 무선인터넷 플랫폼인 위피(WiPi)와 미국 쉐림이 개발한 브루를 놓고 통상마찰을 빚고 있었다. 위피는 한미 통상마찰 1순위였다. 처음 미국 측은 진 장관이 미국에서 공부를 해 친미 성향이 있을 것으로 판단했다고 한다. 하지만 진 장관이 완강한 입장을 고수하자 미국 측은 유력인사를 한국에 보내 내외 표준을 막으려 했다.

진 장관은 제이콥스 회장과 면담 후 기자회견에 “제이콥스 회장이 위피 표준화 중지를 요구하기에 ‘무선인터넷 표준을 위피로 단일화하는 정부 방침에 변함이 없다’며 ‘브루와 위피가 상호호환된다면 국내 사용이 가능하다’고 말했다”고 밝혔다. 위피 표준 채택을 막으려면 쉐림 회장은 빈손으로 정통부를 나갔다.

진 장관은 미국 국무부 국제정보통신정책조정관인 데이비드 A 그로스 특임대사와도 만나 한 시간 동안 위피 탑재를 놓고 격론을 벌였다.

진대제 장관의 회고.

“미국 측에서 10여명이 왔는데 나는 장관실 철문에 도표를 그려가며 그로스 대사에게 ‘한국 통신 업계가 표준을 정한 것은 문제가 될 수 없다. 그 대신 브루

도 호환만 된다면 허용하겠다’고 설득했습니다. 논리에 막힌 그로스 대사는 아무 말도 하지 못하고 그냥 돌아갔습니다.”

당시 한덕수 통상본부장(국무총리 역임, 현 한국무역협회장)도 “위피 시장규모도 크지 않은데 미국과 통상마찰을 할 이유가 없지 않느냐”며 “미국 측 요구를 수용하자”고 말했다.

그해 4월 23일, 정통부는 한미 통상마찰 1순위였던 위피 문제를 협상을 거쳐 한국 의대로 타결지었다.

정통부는 이날 미국에서 21일부터 22일까지 협상을 해 우리나라에서 출시되는 신규 단말기 무선인터넷 표준은 반드시 ‘위피’를 지원해야 한다는 데 한국과 미국이 합의했다고 밝혔다.

당시 협상대표로 참석했던 서광현 정통부 기술정책과장(경북 기술표준원장 역임, 현 KINET 사장)의 말.

“위피 의무화를 반대했던 미국 측이 의무화에 동의했습니다. 기술전문가이자 시장을 잘 아는 진대제 장관이 협상안을 내놓고 다시는 신부름만 했을 뿐입니다.”

이와 관계로 정통부는 2005년 4월부터 출시되는 휴대전화 단말기에 위피 탑재 의무화했다. 이후 위피는 개화기를 맞고 있다. 2006년 3월 위피 탑재 휴대전화는 1000만대를 돌파했다.

그러나 정통부가 폐지된 이후 2009년 4월 방송통신위원회는 위피 탑재 의무화를 폐지했다. 한국이 이룩한 기술 패기가 만개(滿開)하지 못하고 사들여 된 것이다. 안타까운 일이었다.

정통부는 역대 국방부 장관 누구도 관

심을 기울이지 않던 군(軍) 초고속인터넷 구축 사업도 지원했다.

2005년 1월 어느 날,

스타 장관으로 외부 초청강연이 유독 많았던 진대제 장관은 이날 국방부의 요청으로 각군 장성들을 대상으로 ‘세계에서 통하는 IT’를 주제로 특별강연을 했다.

강연이 끝날 무렵, 이원승 당시 육군본부 정보화기획처장(당시 준장, 현 KAIS T 초빙교수)이 질문자로 나섰다.

“장관님, 해외에 나가서 한국이 IT강국이라고 자랑하시던 실수하는 겁니다.”

“그게 무슨 말입니까?”

“초고속망 세계 1위라고 하는데, 부하 3000명인 연대장실에 인터넷이 안 됩니다. 그런데 무슨 IT강국입니까?”

“그런 얘기는 들은 적이 없는데...”

“그러시다면 장관님이 직접 전방 방문을 해주신다면 좋겠습니다.”

이날 대화는 정통부가 군 정보화인 유비쿼터스 시범부대 구축 사업을 추진하게 된 시발점이 됐다. 이 준장은 군에 초고속인터넷을 구축해야 한다는 신념을 갖고 있었다.

그는 1998년 미 육군교육사령부 교환교수로 2년간 근무하던 시절 미국 군대를 보고 깜짝 놀랐다. 사병이 장군들과 이메일로 대화하고 있었다. 그에게는 큰 충격이었다.

2000년 귀국 후 전방부대 연대장으로 부임한 그는 미군(美軍) 제도를 도입하고자 했다.

하지만 전방 연대장실에 인터넷이 연결되지 않았다. 그는 이메일을 개설한 후 3000장의 명함을 만들어 전 부대원에게

나눠줬다. 명함에는 혼자 해결하기 힘든 일은 연대장에게 이메일을 보내라고 적었다.

이 일은 전군(全軍)에서 처음이었다. 그는 부대 밖 PC방에서 수시로 이메일을 확인했다. 400여통이 접수됐다. 그는 각종 애로사항을 즉시 처리했다.

2004년 준장으로 진급한 그는 육군 정보화기획처장으로 일했다. 그는 중대장급 이상 지휘관실에 인터넷망 구축사업을 추진했으나 예산관계로 2012년이 돼서야 연결이 가능했다. 그는 국방부에서 추진하던 BTL 사업에 초고속망 사업을 포함시켜 시기를 앞당겼다.

진 장관 특강 이후 정통부와 국방부는 2월 24일 국방연구 부분에서 상호협력하기로 하는 협정을 체결했다. 진 장관은 이 장군과의 약속대로 그해 11월 9일 최전방부대를 방문했다. 이 장군은 진 장관의 바쁜 일정을 감안해 최전방 방문에 행기를 제공했다. 정통부에서 강준협 국장(행안부 정보보안전략실장, 씨그널정보통신 사장 역임)과 손연기 한국정보문화진흥원장(현 한국정보통신기술대학장)이 동행했다.

이 장관의 증언.

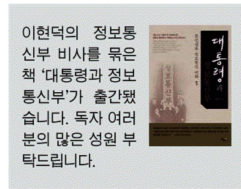
“진 장관이 부대시설을 돌아보면서 주머니에서 다카(디지털카메라)를 꺼내 현장을 찍더군요. 놀랐습니다.”

정통부와 국방부는 2006년 4월 17일 국방정보화협력위원회를 구성했으며 이어 국방정보화 협력계획을 확정했다. 정통부는 국방부의 유비쿼터스 시범부대 구축사업에 1057억원을 지원했다.

진 장관 최전방 방문 후 뒷이야기 하나.

당시 진 장관이 방문했던 5사단 CP수색대대 장병 28명이 그해 12월 6일 정통부를 방문했다. 장병들은 진 장관에게 철책선으로 만든 기념패를 전달했다. 진 장관은 이들과 유비쿼터스 드림관을 같이 관람한 뒤 인근 읍식에서 삼겹살 파티를 열었다. 장병들에게 그해 말은 영하의 혹한 속에서 가슴만은 디지털 열기로 따뜻했다.

IT칼럼니스트



개인정보 위반 ‘보안 불감증’ 서울시

‘서울스토리사이트’도 암호화 미적용
가입시 주민번호 요구 사이트까지...
잇단 취약성 발견에 총체적 점검 시급

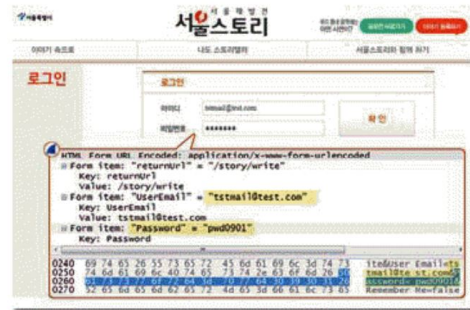
서울시가 운영하는 시민 커뮤니티 사이트 ‘서울스토리 사이트’(http://www.seoulstory.org)가 로그인 시 비밀번호 암호화 등이 적용되지 않아 보안에 무방비하다는 사실이 드러났다.

서울시의 개인정보보호 위반 사례는 이번 서울스토리 사이트뿐만이 아니다.

본지의 단독 보도에 따르면 지난 1일 ‘서울시 와우 2.0 사이트’도 암호화를 적용하지 않았으며 지난 8월 25일자에 보도한 ‘서울시 시니어포털 +50’ 역시 암호화를 준수하지 않아 개인정보 노출 가능성이 높은 것으로 확인됐다. 앞서 본지 2월 6일자 ‘서울시, 경기도 등 홈페이지 정보 샌드’ 제하의 기사에서도 서울시 대표 사이트들의 개인정보보호법 미준수를 고발한 바 있다.

올 초에는 서울시 4개 구청 (강남구청·서초구청·송파구청·은평구청) 홈페이지의 암호화 미적용 사례도 본지의 취재를 통해 밝혀졌다.

이처럼 서울시의 개인정보보호 위반 사례가 끊이지 않아 보안 불감증이 만연한 것으로 나타났다. 서울시 사이트 전반의 재점검이 시급한 실정이다.



▶서울스토리 사이트가 와이어샤크로 진단한 결과 비밀번호 암호화를 미준수한 것으로 나타났다

11일 본지의 조사에 따르면 서울 시민 모두가 스토리텔러가 되어 서울의 이야기를 찾아간다는 온라인 플랫폼 형태의 ‘서울스토리’ 사이트가 로그인 시 ‘비밀번호’의 암호화 처리를 하지 않는 것으로 나타났다.

인터넷에서 누구나 구할 수 있는 패킷분석 프로그램 ‘와이어 샤크’로 진단한 결과 이 사이트는 암호화 조치를 하지 않아 비밀번호가 그대로 노출됐다.

해당 사이트는 회원가입 시 메일주소 외에는 민감한 개인정보를 요구하지 않는다. 그러나 개인정보보호법 제29조에 따르면 ‘비밀번호 암호화’는 법적 준수사항이다. 서울시에서 운영하는 공공사이트에서 법을 준수하지 않는다는 것은 사고 여부를 떠나 기본에 어긋나는 행태다.

손영준 정보사회실천연합 대표는 “대부분의



▶서울시 장애인일자리 사이트의 경우 통합정보 아이디, 비밀번호 찾기 시 주민등록번호를 요구하고 있다

자료: 정보사회실천연합

사람들이 다수의 사이트를 서로 다른 비밀번호로 관리하지 않고 하나의 비밀번호를 사용하는 경우가 많다”며 “따라서 서울스토리 사이트로 직접적인 개인정보가 유출되지는 않더라도 가입 시 사용한 비밀번호를 통해 타 사이트의 2차 유출도 우려된다”고 지적했다.

한편 서울시가 운영하는 사이트에서 주민등록번호를 사용하는 경우도 발견됐다. 지난 8월 개정된 개인정보보호법에 따라 인터넷 사이트는 물론 오프라인에서도 가입 및 이용 시 주민등록번호를 요구하는 것은 불법이다.

이처럼 최근 서울시가 운영하는 사이트에서 잇따라 개인정보보호 취약성이 발견되고 있어 서울시의 정보화 사업 전반에 대한 재검토가 시급하다는 지적에 무게가 실리고 있다.

장윤정 기자 linda@

구글 지메일 계정 500만건 유출 NSHC 검사기로 안전 확인하세요

구글 지메일 계정 500만건이 유출된 것으로 알려진 가운데 내 계정과 비밀번호가 안전한지 점검할 수 있는 서비스가 나와 화제다.

NSHC(대표 허영일)은 지메일 계정 유출 여부를 알 수 있는 ‘유출 검사기’(54.68.127.168/ck.php)를 내놨다. 사이트에 접속해 지메일 계정만 넣으면 유출 여부를 바로 알 수 있다.

NSHC는 접속 로그를 포함해서 지메일 계정 등 어떤 개인 정보도 저장하거나 수집하지 않는다고 밝혔다. 유출되지 않은 계정은 ‘안전(SAFE)’이라고 표시된다. 해킹됨(Hacked)라는 메시지가 나오면 유출된 것이니 보안에 각별한 주의가 요구된다.

주요 외신에 따르면 러시아의 한 비트코인 포럼 게시판에 500만건에 달하는 지메일 계정과 암호가 조합된 파일이 올라왔다. 구글 측은 지메일 시스템이 침해당한 증거는 찾지 못했다고 설명했다. 해당 파일이 올라온 사이트는 다음날 이 게시물을 삭제한 것으로 알려졌지만 지메일 사용자들은 유출 여부에 촉각을 곤두세우고 있다.

김인순기자 insoon@etnews.com

구멍 뚫린 ‘구글 지메일’ 주소 등 500만건 유출

구글 지메일 주소와 이와 관련된 암호 500만건이 러시아에서 유출됐다.

그러나 구글 지메일 암호나 계정 자체가 해킹되지는 않은 것으로 보이며, 구글 지메일 주소를 다른 사이트에서 아이디로 쓰는 사용자들이 해당 사이트에서 쓰는 암호가 유출된 것으로 추정된다.

10일(현지시간) 미국 정보기술(IT) 전문 매체들에 따르면 전날 러시아의 한 비트코인 포럼 게시판에 지메일 계정과 암호의 조합 500만건을 담은 파일이 올라왔다.

피해자들은 대부분 러시아인인 것으로 보인다.

보안업계 관계자들이 피해자들로부터 수집한 정보에 따르면 이 암호들은 오래전에 사용됐던 것으로 추정된다.

구글 관계자는 IT전문매체 매셔블에 “우리 시스템이 침해당했다는 증거를 발견하지 못했다”고 설명했다.

전문가들은 이번에 유출된 암호가 피싱 등 수법을 통해 확보됐거나 다른 사이트에 사용되던 것일 개연성이 높다고 보고 있다.

/이미현 기자

리눅스 위협하는 디도스 급증

리눅스 시스템을 위협하는 디도스(D DoS·분산서비스거부)공격이 등장해 주의가 요구된다.

11일 클라우드서비스 기업인 아카마이는 리눅스 시스템의 아이피테이블스(lptabLes)와 아이피테이블엑스(lptabLex)를 감염시켜 기업 컴퓨팅 인프라를 디도스 공격에 사용하는 사례가 최근 들어 급증하고 있다고 경고했다.

아이피테이블스는 리눅스 커널에 내장된 방화벽으로, 별도의 서비스 프로그램 없이도 네트워크 서버로서의 역할을 안전하게 수행할 수 있게 해준다.

아카마이 스텈트 스콜리 수석 부사장은 “아이피테이블스와 아이피테이블엑스 악성코드에 의한 리눅스 시스템 감염은 2014년 디도스 캠페인에서 관측된 디도스 공격 중 가장 주목할 만한 공격이다”라며 “리눅스 시스템을 악의적으로 이용해 공격하는 것이기 때문에 리눅스 관리자들은 이번 보안 위협에 대해 잘 알고 이에 대비해야 한다”고 전했다.

아카마이에 따르면 리눅스 운영체제는 주된 디도스 공격 대상이 아니었으나 공격자는 패치가 잘 이뤄지지 않은 기업 시스템을 노렸다.

공격자들은 일반적으로 패치업데

이트 등 상대적으로 관리가 허술한 서버의 리눅스 운영체제가 가진 취약점들을 이용해 시스템에 접근, 원격으로 조종해 악성코드를 유포해 왔다. 감염된 시스템들은 디도스 봇넷의 일부로서 원격 통제가 가능하다.

아울러 디도스 공격의 대부분의 진원지는 아시아인 것으로 나타났다.

아이피테이블스와 아이피테이블엑스의 명령 및 제어 센터는 현재 아시아에 위치해 있으며 감염 시스템은 현재 미국을 비롯한 여러 지역의 서버에서 발생하고 있다. 과거에는 주로 러시아에서 시작됐던 것과 달리 현재는 대부분의 디도스 공격이 아시아에서 발생하고 있다.

bbrex@fnnews.com 김혜민 기자

전자신문

“정보보호, 비용 아닌 투자로 인식해야”

산학 정보보호 활성화 포럼

‘정보보호는 비용이 아닌 투자다.’

자연 재해를 능가하는 사이버 공격 피해를 줄려면 정보보호에 대한 인식 개선이 시급한 것으로 지적됐다. 정보보호 예산을 확대하고 세제 감면 등 혜택을 체감할 수 있는 정책 마련과 시장이 요구하는 차세대 기술 개발이 절실하다.

지식정보보안산업협회(회장 심종현)와 한국정보보호학회(회장 오희국)는 11일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 ‘정보보호와 보안산업 활성화, 어떻게 해야 하나’를 주제로 산학 정보보호 활성화 포럼을 열었다.

임종인 고려대 정보보호대학원장은 “정부가 보안 시장을 키우는 정책은 매년 반복돼 왔다”며 “이제 더 이상 정부의 산업 육성 정책에 목매지

말고 정보보호 업계가 시장에서 요구하는 혁신적 제품과 서비스를 개발해 수요를 창출해야 한다”고 말했다. 임 교수는 “지난해 3·20 사이버테러 등 사건이 발생해도 정보보호 예산이나 투자는 늘지 않았다”며 “이제 사이버 국방이나 방산 기술에 관심을 갖고 새 영역을 개척해야 한다”고 덧붙였다.

조규민 한국인터넷진흥원 정보보호산업단장은 “최근 사이버 위협은 정보유출이나 금전적 피해를 넘어 주요 기반시설 시스템 정지와 생명을 위협하는 등 실제로 심각한 영향을 주기 시작했다”며 “주요 ICT 융합 보안 분야 신시장 창출과 관련 정보보호 코디네이터를 육성하고 기반시설과 금융 등에 정보보호 필수 인력 정원을 확대해야 한다”고 밝혔다.

김인순기자 insoon@etnews.com

“인터넷산업에 활기 불어 넣을 것”

KISA 백기승 원장 취임

한국인터넷진흥원(KISA) 백기승 원장(사진)은 11일 서울 가락동 한국인터넷진흥원 대강당에서 제4대 원장 취임식을 갖고 본격적인 업무에 들어갔다. 백 원장의 임기는 2017년 9월 10일까지 3년간이다.

백 신임 원장은 이날 취임사에서 “인터넷 생태계의 급변기인 지금이야말로 새로운 인터넷 이슈를 선점해 ‘대한민국 인터넷의 제2 도약기’로 삼을 절호의 기회”라며, “줄탁동기의 자세로 민관의 의견과 역량을 결집시켜 세계시장을 목표로 한 중장기 국가인 인터넷산업 진흥전략을 제시하고, 인터넷 및 정보보호 산업과 문화에 기회



와 창의성을 불어넣는 데 기여하겠다”고 포부를 밝혔다.

백 원장은 이어 “직원들의 전문성 강화, 전사적 윤리문화 확산 등을 통해 조직 내 자긍심을 살리고, 헌신과 실행의 리더십과 노사 간 소통 활성화로 모두가 행복한 조직문화를 만들어 나가겠다”고 강조했다.

yccho@fnnews.com 조용철 기자

머니투데이

2014년 09월 12일 금요일
024면 PEOPLE

“인터넷 제2도약기 이끌 것”

백기승 KISA 원장 취임

백기승 한국인터넷진흥원(KISA) 신임 원장(사진)이 11일 오후 서울 송파구 KISA 대강당에서 취임식을 하고 업무를 시작했다.

백 원장은 이날 취임사에서 “인터넷 생태계의 급변기인 지금이야말로 새로운 인터넷 이슈를 선점해 ‘대한민국 인터넷의 제2도약기’로 삼을 절호의 기회”라고 강조했다.

이어 백 원장은 “줄탁동기의 자세로 민관의 의견과 역량을 결집해서 세계시장을 목표로 한 중장기 국가 인터넷산업 진흥전략을 제시하고 인터넷 및 정보보호산업과 문화에 기회와 창의성을 불어넣는데 기여하겠



다”고 포부를 밝혔다. 줄탁동기는 알을 깨고 나오는 병아리의 힘인 ‘줄’과 어미 닭의 도움인 ‘탁’이 함께

이루어져야 병아리가 세상에 나온다는 의미다.

백 원장은 또 “직원들의 전문성 강화, 전사적 윤리문화 확산 등을 통해 조직의 자긍심을 살리고 헌신과 실행의 리더십과 노사간 소통 활성화로 모두 행복한 조직문화를 만들어가겠다”고 말했다. 4대 백기승 원장의 임기는 2017년 9월10일까지 3년이다.

진달래 기자 aza@

빅데이터는 '새로운 원자재'

친절한 쿡기자

악플러 척결 나선 스타들 “본때 보여줘라” 네티즌 환호



아이돌 그룹 JYJ의 멤버 김재중(28)은 2년 가까이 끌어온 피곤한 전쟁을 끝냈습니다. 대법원 1부(주심 조희대 대법관)가 11일 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 위반 혐의로 기소된 A씨(25)에 대해 벌금 150만원을 확정판했습니다.

A씨는 김재중을 끊임없이 괴롭힌 '악플러'입니다. 2012년 8~9월 온라인 게시판에 김재중을 욕하는 글을 게재한 혐의로 기소됐죠. 가족관계, 성적취향 등 터무니없는 비방이 대부분이었습니다.

연예인들이 악플에 시달리는 건 어제오늘 일이 아닙니다. 다만 과거에는 이미지 관리 등을 이유로 대응하지 않는 스타들이 많았다면 요즘은 대응방식이 바뀌고 있습니다. 날이 갈수록 기승을 부리는 악플러에게 '단죄의 칼'을 빼드는 것입니다.

배우 김가연(42)은 아예 집에 악플러 단속 전용 컴퓨터를 따로 두고 있다고 합니다. 신속한 대응을 위한 것이

적극적 고소로 '단죄' 사례 늘어

“함께 봉사” 조건에 응서한 연예인도

선플 문화 위해 “대응 바람직” 평가

죠. 그는 “지금까지 91건의 악플을 고소했다”고 방송에서 직접 밝혔죠. 욕설의 수위는 해당 사건을 맡은 검사가 차마 직접 읽지도 못할 정도로 원색적이라고 합니다.

스타들의 강경한 대응을 바라보는 시각은 다양합니다. “연예인 될 때 그 정도도 각오 안 했나” “왜 굳이 악플러 고소 따위의 좋지 않은 이야기를 TV에서 떠들고 다니냐”라는 의견이 있습니다.

하지만 강하게 대응하는 스타들에 대한 반응은 환호에 가깝습니다. “적장의 목을 베었으면 효수해야 적들(악플러)의 사기가 줄고 척결할 수 있을 것 아닌가”라고 적은 네티즌의 댓글에 폭발적 반응이 쏟아진 것이 이를 단적으로 보여줍니다. 바른 인터넷문화 전파를 위해 스타들이 악플러 척결에 더욱 노력해달라는 의견도 종종 보입니다.

스타들의 행보가 더욱 눈에 띄는 것은 악플러에 대한 처벌을 사법기관에만 맡기지 않는다는 겁니다. 배우 박해진(31)은 자신이 고소한 악플러들에게 “나와 함께 봉사활동에 나서자”는 합의조건을 제시했습니다.

언뜻 보서는 이해가 되지 않습니다. “나를 욕한 사람과 함께 봉사활동을 한다고?” 그러나 알고 보면 깊은 뜻이 있습니다. 별 이유도 없이 욕했던 스타가 화면 속에만 존재하는 것이 아니라 자신과 똑같이 숨쉬는 사람이라는 것을 깨닫게 하기 위한 것이죠.

실제로 박해진과 함께 봉사활동에 나서게 된 악플러는 “상처를 줘서 정말 미안하다”며 “내가 한 사람에게 상처를 줬다는 것을 확실히 알게 됐다. 깊이 반성한다”고 했다고 합니다. 연예인 이전에 자신에 대한 나쁜 말에 상처를 입는 평범한 사람이라는 걸 알게 된 본보기라고 볼 수 있겠죠.

이은지 기자 rickonbge@kmib.co.kr

Let's Master 빅데이터 ⑦

경영 빅데이터의 필요성

맥킨지는 빅데이터의 사회 경제적 가치를 산업의 투명성 증대, 소비자 니즈 발견·트렌드 예측·성과향상을 위한 실험, 소비자 맞춤형 비즈니스를 위한 고객 세분화, 자동 알고리즘을 통한 의사결정 지원과 대행, 비즈니스 모델·상품·서비스 혁신 등 다섯 가지로 제시했다. 그리고 미국 정부가 빅데이터 활용을 통해 보건 분야에서만 연간 3300억달러 상당의 가치를 창출하고 있다고 추정했다. 의료와 건강, 소매, 제조 분야에서 1%의 추가적인 생산성 향상을 가져올 것이며 적게는 1000억 달러에서 많게는 7000억달러 규모의 경제적 효과를 창출할 것이라고 전망했다.



노규성 교수

美 보건분야서 年 3300억弗 창출

CEO는 분석지향 조직문화 만들어야

영국 연구기관인 팔러시 익스체인지도 빅데이터의 경제적 가치를 추정한 보고서 '빅데이터의 기회'를 발표했다. 이 보고서에 따르면, 영국이 공공 부문에서의 빅데이터 활용을 통해 연간 160억파운드에서 최대 330억파운드를 절감할 것으로 추정했다.

사실 빅데이터를 통해 얻을 수 있는 가치를 측정한다는 것은 쉽지 않다. 왜냐하면 데이터의 재사용 및 재조합, 다목적용 개발 등 데이터 활용 방식에 따라 천차만별로 가치가 달라지기 때문이다. 그리고 데이터의 활용 가치를 산출하는 방식에 따라라도 달라질 수 있다. 더구나 분석하는 기술이 계속 발전해 데이터 관리 및 분석 비용이 낮아지고 있는데 반해 그 활용 성과는 점차 커지고 있기 때문이다. 그럼에도 중요한 것은 이코노미스트가 얘기한 것처럼 데이터가 자본이나 노동력과 거의 동등한 레벨의 경제적 투입자본으로 비즈니스의 새로운 원자재 역할을 수행하기 시작했다는 점이다. 즉 데이터의 투입가치, 활용가치를 따질 겨를도 없이 경제의 새로운 원자재로 자리매김하기 시작한 것이다.

데이터는 비즈니스의 새로운 원자재

결국 데이터를 가치로 연결하는 사람의 문제로 귀결된다. 문제는 대부분 데이터 취급이 '나완 무관한 일'이라고 생각한다는 데 있다. 물론 데이터를 전문적으로 다뤄야 하는 전문가가 집단이 필요한 것은 사실이다. 그러나 데이터 분석을 통해 정보를 얻어 의사결정을 잘해야 하

는 것은 조직의 모든 구성원에 해당하는 사항이라는 점을 인식하면 얘기는 달라진다. 즉 빅데이터 시대에 조직 구성원들에게 요구되는 데이터 분석 역량은 구성원 각자 위치와 역할에 따라 다르지만 반드시 필요한 것이다. 기업의 경우 수행하는 직무와 역할에 따라 구성원을 경영층, 분석 전문가, 일반 직원의 세 집단으로 구분해 설명할 수 있다.

먼저, 경영층은 분석이 경쟁력의 핵심임을 신봉하고 조직이나 전문 인력 등의 분석 인프라를 갖추기 위해 지속적인 투자를 하면서 분석 지향적인 기업 문화를 조성하려고 노력해야 한다. 기업이 분석을 근간으로 경쟁하기 위해서는 분석 지향 문화 정착을 위한 경영층의 신념과 헌신이 매우 중요하다. 둘째, 분석 전문가 집단은 기업 내에서 관련 데이터를 수집, 관리하고 다양한 분석과 해석을 통해 경영층에 전략적 조언을 해야 한다. 이들은 수학, 통계학, 컴퓨터 공학 등 관련 전문 분야의 학력 소유자이거나 데이터 분석 전문지식을 습득한 전문가 집단이다. 셋째, 말단 사원으로부터 팀장, 부장에 이르기까지 일선 직원은 기업 내의 라인에서 실제로 다양한 업무를 수행한다. 이들이 업무 수행과정에서 경영 성과를 극대화하기 위해서는 분석적 소양을 갖추고 분석 기반의 과학적이고 합리적인 의사결정을 할 수 있는 역량을 갖춰야만 한다. 결국 조직은 분석 전문가뿐 아니라 경영자로부터 일반 직원에 이르기까지 데이터에 관한 이해와 분석적 사고를 필수적으로 갖춰야만 하는 시대를 맞이하기에 이른 것이다.

'경영 빅데이터 분석사' 대량 양성해야

이런 사내의 데이터들은 경영활동의 과정과 성과를 보여주기도 하지만 많은 경우 그냥 버려지기도 한다. 왜 그럴까. 데이터에 대한 이해 부족과 전문성 부족 때문이다. 이제는 달라져야만 한다. 치열한 경쟁으로 과학적 의사결정이 중요해짐에 따라 데이터 분석에 대한 관심과 중요성이 대두됐기 때문이다.

이런 상황에서 필수적으로 대두된 역량이 경영 빅데이터 분석이다. 경영 빅데이터 분석이란 비즈니스 분야에서 요구되는 다양한 데이터에 관한 분석과 활용을 의미한다. 이런 데이터 분석을 담당하는 인력을 경영 빅데이터 분석사라고 한다. 경영 빅데이터 분석사는 크게 경영 빅데이터 분석을 위한 기회 발견 및 분석 기획 등을 하는 전문가와 R, SPSS, SAS 등의 통계분석도구 혹은 데이터마ining 도구를 사용해 경영 빅데이터를 분석하는 전문가를 통칭한다.

최근 사물인터넷(IoT)의 등장으로 다양한 분야에서의 빅데이터 축적이 더욱 광범위해지면서 광대한 빅데이터의 축적과 활용은 비즈니스에서 필수불가결한 요소로 자리매김할 전망이다. 여기에서 경영 빅데이터 분석 전문가 양성이 무엇보다 시급한 이유를 찾을 수 있을 것이다. 노규성한국디지털정책학회장·선문대학교수

뉴스룸에서

언론 역할을 다시 생각하며

올해도 후반부에 들어섰다. 언론계 애기를 해보면 벌써 여러 해째 새롭고 좋은 뉴스라고 할 만한 게 이 동네에서는 보이지 않는다. 신문업계 종사자로서 요즘의 실감을 말하자면, 높고 쪼그라든다는 느낌에 자주 사로잡힌다는 것이다. 미디어도 그렇고, 업계의 분위기도 그렇고, 인력도 그렇다. 좀처럼 활기를 찾아보기 힘들다. 새로운 일은 일어나지 않는다.

하나 예외가 있다면 JTBC가 될 것이다. 주간지 '시사인'과 '시사저널'은 매년 추석 연휴 전 국내 언론·언론인의 영향력과 신뢰도 조사 결과를 발표하는데, 올해는 JTBC와 이 방송국의 보도부문을 이끌고 있는 손석희 사장이 두드러졌다고 분석했다. 시사인이 지난 8월 말 전국 1000명의 성인 남녀를 대상으로 전화 면접조사를 실시한 결과 JTBC '뉴스9'는 '가장 신뢰하는 뉴스 프로그램'에서 KBS의 '9시 뉴스'와 함께 공동 1위(13.9%)에 올랐다. MBC '뉴스데스크'(3.6%)와 SBS '8시 뉴스'(2.5%)를 10% 포인트 이상 앞섰다. 방송과 신문을 망라해서 조사한 '가장 신뢰하는 언론매체' 부문에서도 JTBC는 KBS(24.3%)에 이어 2위(14.8%)를 차지했다.

시사저널은 각 분야 전문가 1000명

을 대상으로 실시한 영향력 조사에서 JTBC는 '가장 신뢰하는 언론매체' 부문에서 한겨레와 KBS에 이어 3위를 차지했다고 발표했다. 손석희 JTBC 보도부문 사장 겸 앵커는 시사인의 언론인 신뢰도 부문 조사에서 31.9%, 시사저널의 언론인 영향력 부문 조사에서 60.9%의 지지를 받으며 2위가 안 보이는 압도적 1위를 차지했다. 앞서 지난 8월 한국기자협회가 현직 기자들을 상대로 실시한 설문조사에서도 JTBC는 신뢰도 4위, 영향력 6위를 기록했다.

올해 세월호 참사 이후 한국 언론이 받은 수모를 떠올린다면 JTBC와 손석희에 대한 호평은 이례적으로 보인다. JTBC의 급부상에 대해서는 앞으로 좀 더 많은 얘기가 필요할 텐데 어떤 얘기도 손석희를 빼놓을 순 없을 것 같다. 손석희 이전과 이후 JTBC는 판판이 되었다는 게 시청자들의 평가다. 손석희 이후 JTBC는 빠르고 과감하게 변화했다. 시선에서는 '시민'을, 태도에서는 '균형'과 '품위'를 강조했으며, 방법으로는 '한걸음 더 들어가서'를 선택했다. 그들의 방식을 놓고 이견도 적지 않지만 시사인과 시사저널 조사 결과는 '손석희의 JTBC'가 누구보다 잘하고 있음을 수치로 확인시켜주었다.



김남중
문화부 차장

이번 조사 결과를 보면서 시민들은 여전히 좋은 언론을 간절히 기대하고 있으며, 언론의 역할에 큰 기대를 품고 있음을 확인하게 된다. 또 아무리 언론계 사정이 어려워졌다고 해도 좋은 언론은 가능하다는 생각도 하게 된다. 손석희와 JTBC는 엄청난 혁신이나 대규모 투자가 없이도, 중요한 문제에 집중하는 것만으로도, 혹은 저널리즘의 기본정신을 끊임없이 되묻는 것만으로도 기존보다 나은 저널리즘을 만들어낼 수 있다는 것을 보여주고 있다.

방송통신위원회의 심의 기준에 대해서도 언급해야 한다. 방통위는 그간 JTBC 보도에 대해 여러 차례 징계를 내렸다. 그러나 이번 조사 결과를 보면 방통위의 기준은 시민들의 판단과 차이가 있는 것으로 보인다.

JTBC와 손석희의 저널리즘 실험은 지금도 진행형이다. 실험과 변화에는 논란이 있을 수 있다. 그러나 그들이 지난 수년간 한국언론 전체를 감싸고 있던 비관론을 깨트렸다는 점만은 인정해야 하지 않을까 싶다.

njkim@kmib.co.kr

미디어 전망대

방송장악 싹 잘라낸 올랑드 보라

<한국방송>(KBS) 이사회가 지난 5일 이인호 서울대 명예교수를 새 이사장으로 전격 선출했다. 조부의 친일 경력과 뉴라이트 역사교과서 개정을 주도해온 그의 이력을 고려할 때 이 교수는 공영방송 이사장을 맡기에는 적합하지 않다는 반대 의견이 언론계에 강하다. 공영방송은 방송의 독립성과 공정성을 생명으로 하고 있기 때문이다.

그러나 청와대의 특별한 배려 탓인지 이 교수는 이사에 추천된 지 며칠 만에 이사장에 선출됐다. 일본군 장교 박정희의 딸 박근혜와 할아버지가 친일 거물인 이인호 사이에는 '뉴라이트 공감대'가 형성돼 있었던 것 같다는 후문이 나온다.

뉴라이트 성향의 이 교수의 한국방송 이사장 인선은 정권의 공영방송 장악 의도를 노골화하는 것으로 비치고 있다. 정권이 공영방송을 언론자유와 민주주의를 후퇴시키는 도구로 악용하지 않을까 우려해 반대하는 목소리가 높다.

무엇보다 당장 새 이사장과 한국방송 기자·피디 관계가 불과 물 사이라는 사실이 걱정된다. 문창국씨가 총리 후보자로 지명된 직후 한국방송 기자들이 "한국이 일본의 식민지가 되고 남북이 분단된 것이 하나님의 뜻"이라고 말한 문 후보자의 강연 영상을 입수해서 방송했다. 이것이 문 후보자의 낙마에 결정적인 역할을 했다. 많은 국민이 이 방송을 보고 분노했기 때문이다.

그런데 이 교수는 문 후보자 강연에 감동을 받고 이런 사람이 "낙마한다면 이 나라를 떠날 때라고 생각하게 됐을 것"이라고 말했다고 한다. 보수우파 인사들 사이에서는 흔히 볼 수 있는 반응이었다.

그러나 언론계의 반응은 전혀 달랐다. 한국방송의 문창국 보도는 방송기자연합회에서 주는 '이달의 방송기자상', 한국방송기자클럽의 보도상, 한국기자협회의 '이달의 기자상' 등 각종 기자상을 휩쓸었다. 당연한 결과라고 본다. 그런데 이 교수는 정반대의 반응을 보였다. 의식이 다른 사람들이 한 지붕 아래서 같이 일하게 됐으니 분란이 일 것이 뻔하다. 어떻게 이런 인사를 했을까. 이인호 이사장 체제의 앞날이 불안하다.

한국방송은 이명박 정부 때부터 정부에 장악돼 그 선전 도구 구실을 해왔다. 박근혜 정부에서도 달라진 게 전혀 없다. 프랑스에서도 우파의 사르코지 대통령이 방송을 장악하려 해 방송기자들의 저항이 있었다. 그래서 사르코지와 맞선 사회당의 올랑드 후보는 "당선되면 언론의 독립을 보장하는 대통령이 되겠다"고 공약했다. 그리고 2012년 대통령이 되자 약속대로 대통령의 공영방송 사장 지명권과 3명의 방송위원회 위원 지명권을 폐지하도록 법을 개정했다. 위원장 1명만 대통령이 지명할 수 있게 했다. 그리고 방송위원을 여야 동수로 하고 공영방송 사장은 상하 양원의 문화위원회에서 3분의 2 다수로 선출하도록 했다. 여당이 방송을 장악할 수 있는 소지를 없앤 것이다. 이래야 공영방송이 독립을 유지할 수 있고 민주주의가 정상적으로 운영될 수 있다고 판단한 것이다.

그런데 박근혜 대통령 후보는 대선을 9일 앞두고 공개한 정책공약집에도 구체적인 방송정책을 담지 않았다. 당선 뒤 공론장을 통해 논의를 구체화하겠다는 입장이 고작이었다. 그리고 취임 1년 반이 지난 지금까지 이명박 정부의 '방송장악정책'을 유지·강화하고 있다. 만약 언론장악 의도가 없다면, 빨리 민주적이고 구체적인 공영방송정책을 국민 앞에 내놓아 할 것이다.



장행훈
언론광장 공동대표

머니투데이

부산ITU전권회의 성공의 조건

오는 10월20일 부산에서 개막하는 '2014 ITU(국제전기통신연합) 전권회의'가 38일 앞으로 다가왔다. 이번 회의는 1994년 일본 교토회의 이후 20년 만에 아시아에서 열리는 행사로 선진기술 뒤쫓기에 바빴던 우리나라 ICT(정보통신기술) 수준이 글로벌 ICT정책을 입안하고 결정짓는 위치에 올라섰음을 단적으로 보여준다.

전권회의에는 193개국 대표단에서 150여명의 장관급 인사와 ICT 주요 관계자 3000여명이 참석할 예정이다. 정보통신정책연구원에 따르면 ITU 전권회의로 거둬들일 경제적 효과는 약 7000억원에 달한다. 행사를 치르는 서병수 부산시장은 "ITU 전권회의가 부산지역 젊은 인재들을 위한 일자리 창출에 기여할 것"이라며 "'포스트 ITU'에 만전을 기할 것"이라고 말했다.

현재 부산에 위치한 IT(정보기술)기업은 1300여개이지만 총 매출은 4조원 정도에 불과하다. 그만큼 IT회사 규모가 영세한 편이다. 노령화와 경제침체 같은 부산이 당면한 구조적 문제를 풀어갈 유일한 해결키가 ICT사업 육성 및 기업 유치로 모이는 분위기다. 부산시가 이번 전권회의를 통해 'ICT 중심도시'로 새롭게 도약하는 대장정의 첫 걸음이 될 것이라

기대감이 형성되는 이유다.

부산시는 ICT 기업 CEO(최고경영자)와 정책결정권자들이 대거 방문하는 이번 전권회의를 200% 활용하는 묘책을 내놓기에 분주하다. ITU대학과 ITU유스센터·사물인터넷(IoT) 상호운용성센터 설립 등의 실천안도 적극 내놓고 있다. 서시장은 "이 같은 프로젝트를 통해 12만개의 일자리를 창출할 것"이라고 밝혔다.

다만 이런 신산업 기반 조성을 위해선 앞으로 4년간 4조원이라는 막대한 자금이 투자돼야 한다. 부산시가 내놓은 지역경제 활성화 구상은 정부 의지에 따라 전혀 다른 결과를 낼 수 있다. 특히 ITU 전권회의를 주도한 미래창조과학부가 '포스트 ITU'를 통한 혁신지역경제 만들기 임무를 주도적으로 해야 한다.

이번 ITU 전권회의가 ITU의 중장기 목표에 기초한 글로벌 프로그램 진행과 더불어 지역 이니셔티브를 주도한 성공적인 회의로 거듭나길 기대한다.



류준영
정보미디어과학부
joon@

방송산업 '비긴 어게인' 이 필요하다



■ 매경의 창

김성철 고려대 미디어학부 교수·한국미디어경영학회장

이번 추석 연휴의 극장 예매에서 이번이 발생했다. '비긴 어게인'이 예매순위 2위를 차지하면서 관객 130만명을 넘어선 것이다. '비긴 어게인'은 남자친구이자 음악적 파트너에게 실연을 당한 싱어송라이터인 '그레타'가 한물간 음반 프로듀서인 '댄'을 우연히 만나서 거리 밴드를 결성하여 뉴욕의 거리에서 음반을 만드는 과정을 아름다운 음악과 함께 담담하게 그리고 있다. 영화의 제목이 암시하듯이 '그레타'의 새 출발과 '댄'의 재기 그리고 '댄' 가족의 재결합이 영화의 주요 내용이지만 이 영화는 미디어 산업의 새로운 시작을 알려주고 있기도 하다. 즉 '그레타'는 음반사의 뚝이 음반 가격 10달러의 90%라는 사실을 알고 나서는 유명 음반사를 통한 음반 판매를 포기하고 온라인에서 단돈 1달러에 음반을 파는 길을 선택한다. 기존 미디어 산업의 틀에서 벗어나 길거리에서 직접 음반을 만들고 온라

구태의연 방송산업에 메시지 준

'비긴 어게인'의 새출발과 재기

시장 규모·수익배분 문제 속에서

상생원칙 찾고 규제 합리화해야

인에서 파격적인 가격으로 음반을 팔고 소셜미디어를 통해 홍보를 하는 새로운 방식을 시작한 것이다.

'비긴 어게인'이 참신한 음악과 내용으로 관객들의 공감을 얻고 있는 것과는 달리 우리나라 방송산업은 구태의연한 모습 때문에 국민의 지지를 받고 있지 못하다. 예를 들면, 방송서비스에 대한 국민의 지불의사는 매우 낮다. 불법복제도 심한 편이다. 방송통신 결합서비스에서도 방송상품의 가치는 제대로 인정되지 않는다. 방송서비스는 저가의 구색상품으로 홀대를 받고 있는 것이다. 도대체 방송산업의 모습이 어

떻기에 이처럼 인정을 받지 못하는 것일까?

첫째, 우리나라 방송사업자들은 해외 미디어 기업과 대등하게 경쟁하기에는 규모가 너무 작고 혁신성도 취약하다. 지배구조의 문제 또는 소유·경영 규제 때문에 대형 방송사업자로 성장할 수도 없고 그렇다고 내부적으로 과감하게 혁신을 시도하지도 않는다. 따라서 국민을 만족시킬 수 있는 방송서비스를 제공하는데 어려움이 많다. 내년 3월에 한·미 자유무역협정(FTA)이 발효되어 국내 방송시장이 개방되고 한·중 FTA까지 추진되면 방송사업자들의 사정이 더 나빠질 수도 있다. 둘째, 국내 방송시장의 규모가 제한적이지만 해외시장 진출은 아직 미미하다. 인구 5000만명의 국내시장으로는 방송산업이 충분히 성장하기 어렵지만 해외시장 진출을 위한 역량도 투자도 미흡한 실정이다. 혹자는 한류의 가능성을 논하지만 방송의 한류는 아직 가능성일 뿐 실체가 입증되지 않았다. 셋째, 방송산업 내부에서 콘텐츠 사업자와 유통 플랫폼 사업자 간에 수익배분을 놓고 갈등이 고조되고 있다. 수익배분의

철학도 합리적인 기준도 없는 가운데 밥그릇 싸움에서 벗어나지 못하고 있는 것이다.

우리나라 방송산업이 국민에게 제대로 인정을 받고 창조경제의 핵심 산업으로 성장하기 위해서는 더 늦기 전에 새로운 모습으로 거듭나야 한다. 우선 콘텐츠 사업자와 플랫폼 사업자가 수익을 적정하게 배분하여 생태계에서 상생할 수 있는 원칙, 기준 그리고 방법을 모색해야 한다. 또한 우리나라 방송 사업자들이 국내 시장을 안정적으로 방어할 뿐만 아니라 해외 방송시장에 성공적으로 진출할 수 있는 전략이 필요하다. 방송통신 융합을 실통방통한 기회로 만들기 위한 지혜도 모아야 하며 방송산업의 성장을 가로막는 불필요한 규제도 과감하게 완화해야 한다.

다시 시작하기도 어렵지만 과거와는 완전히 다른 방식으로 시작하는 것은 더욱 어렵다. 그런 의미에서 우리나라 방송산업 관계자들이 영화 '비긴 어게인'을 관람할 것을 추천한다. 그 영화 속에서 그리고 주인공들의 모습에서 우리나라 방송산업이 재기할 수 있는 실마리를 찾을 수 있을 것이기 때문이다.

뉴스와 정치 참여

추석 명절 연휴 기간에 고향을 찾은 다양한 직업의 친구들과 모였다. 만남의 무대가 고향이고 대화의 상대가 어릴 적 친구라 그런지 모임 내내 이야기가 끊이지 않았다. 초등학교 시절 무용담에서부터 대통령의 리더십에 이르기까지 주제도 다양했다. 50대에 들어선 친구들이 고민하는 세상사는 비슷했다. 부모님 모시기와 아이들 키우기가 제일의 관심사였다. 노부모의 건강과 안위를 걱정하고, 아들을 군대에 보낸 친구는 최근 불거진 군내 폭력 문제로 제대로 잠을 못 잔다 했다. 두 아들이 대학에 다니는 친구는 늘 등록금 마련이 벅겁다고 하고, 중고등학교에 다니는 아이를 둔 이들은 입시 때문에 불안해하고, 자녀가 초등학교생인 친구는 스마트폰 사용과 게임 때문에 아이들과 갈등을 빚을 때가 잦다고 한다. 우리는 이러한 걱정거리들을 해결할 수 있는 방법론에 대해 많은 이야기를 나눴다.

대화의 주제가 가정 문제를 떠나 정치로 바뀌어도 서로 주장에 공감하는 바가 적지 않았다. 평소 술자리에서 '전지전능한' 절대 권력자에 의한 정리 차원의 변화가 필요하다는 주장들을 자주 접한지라 1960년대 농촌에서 태어난 이들은 대개 권위 있는 리더십에 순응하는 경향이 있다고 생각했다. 끈끈한 대인 네트워크로 이루어져 다른 이의 생각을 접할 기회가 많은 고향의 중장년층과 청년들은 공동체의 경험칙과 상식을 존중하고 보수적인 정치 성향이 강하다. 그런데 최근에 만난 고향 친구들과 지인들 대부분이 대통령과 정치를 신뢰하지 않는다고 해 새삼 놀랐다. 일부는 지방선거에 승리한 여당이 세월호 여론을 유가족 일부의 억지로 간주한다고 비판했고, 세월호 유가족의 수사권과 기소권 요구

열린세상



김 춘 식

한국외대 미디어커뮤니케이션학부 교수

에 동의하지 않는 이들조차 대통령의 고집, 그리고 집권당과 야당의 리더십 실종을 걱정했다. 적어도 추석 연휴 전후로 주변 사람들과의 대화를 통해 탐색한 민심은 그러했다.

방송이나 포털사이트를 통해 주류 언론이 생산한 뉴스를 읽어 보면 이러한 민심을 어떻게 해결할 것인지에 대한 구체적인 논의를 찾아보기 어렵다. 영향력이 큰 방송, 신문, 포털사이트에서 세월호 참사 초기에 보여준 대통령의 사과가 후속 조치의 부재로 진정성 없는 거짓이 되어버렸다고 비판하는 뉴스를 찾아보기 어렵다. 대신 이들은 대통령과 차기 대선주자 지지율 조사 결과에 주목하고 국회의원을 취재원으로 활용해 정당의 정치력 부재와 식물국회를 부정적으로 묘사하는 데 적지 않은 지면과 시간을 할애했다. 대부분의 온라인 언론들은 세월호 유가족의 단식을 '종북'으로 매도하는 일부 단체의 주장을 객관 보도의 차원에서 주요 뉴스로 처리하는 등 사회적 갈등을 확대 재생산한다.

저널리즘 학자 제임스 캐리는 언론의 정치 뉴스 생

산 방식이 정치에 대해 부정적 감정을 갖도록 부추긴다고 주장한다. 그는 정책의 내용 혹은 이슈의 논의 과정에 초점을 맞추지 않고 이에 대응하는 정치인의 의도나 동기에 높은 뉴스가치를 두는 저널리즘 관행이 부적절하다고 비판한다. 그와 같은 뉴스 생산 관행은 독자로 하여금 정치인들은 공공의 이익을 위해 봉사하는 존재가 아닌 정치권력을 얻고자 행동하는 전략적 존재라고 인식하게 한다고 강조한다. 언론과 언론인들은 언론의 부적절한 정치 뉴스 생산 관행이 언론에 대한 신뢰를 떨어뜨리는 주요 원인이라는 경고에 주목해야 한다.

민주주의 사회에서 시민의 공적 책무와 뉴스의 관계에 대한 인식은 정치적·사회적·법적 환경에 영향을 받는다. 19세기에는 정당 지지가 정치 참여를 의미했지만 20세기에는 정보 습득과 이에 근거한 정치적 의사결정이 정치 참여의 핵심이 됐다. 정치 참여 형태는 시대에 따라 변하지만, 시민의 정치 참여를 도와야 한다는 저널리즘 본연의 역할은 변함이 없다. 신뢰도가 낮은 언론이 여론에 미치는 힘이 세면 셀수록 여론 형성과정의 왜곡은 더욱 심해진다. 정상적인 민심의 반영 기회를 방해해 합리적인 여론이 형성되기 어렵다.

최근 한 종합편성채널은 신뢰도, 영향력, 열독률 지표에서 일부 지상파방송 및 유력 신문보다 긍정적인 사회적 평가를 받았다. 비록 전문가 1000명을 대상으로 한 평가이기는 하지만, 이러한 조사결과가 말해주는 것은 명료하다. 언론은 시청자와 독자들의 의견을 더 많이 듣고 이들이 원하는 정보, 정말 궁금해하는 것들에 관한 뉴스를 제공해야 한다.

기고



박 동 수

kt미디어허브 상무
미디어사업총괄

다시 가족의 중심에 선 TV

#. K씨는 고민했다. 거실에 있는 텔레비전을 치우고 이른바 '서재형'으로 콘셉트를 바꾸어 볼까 어떨까? 그가 이런 생각을 한 것은 거실을 텅 비워두고 각자 방으로 흩어져 있는 가족 때문이었다. 그는 생각 끝에 텔레비전을 없애는 게 아니라 오히려 최첨단 텔레비전을 들여놓기로 했다. 스마트TV가 설치되자 PC에 붙어살던 아들이 달려나와 게임을 즐겼고 휴대폰에 코를 박고 살던 딸도 텔레비전에 동영상을 띄워놓고 같이 보자고 가족들을 불러 모았다. K씨 자신도 텔레비전과 연결된 헬스 자전거로 운동을 시작했다. 아내는 텔레비전으로 장을 본다며 자랑이다.

텔레비전이 진화하고 있다. 모든 것을 받아들여 일명 통합하고 융합한 형태로 발전하고 있다. 모든 연령과 성별은 물론 사람들의 라이프스타일을 맞출 수 있는 멀티형 최첨단 장비로 재탄생했다. 최근 다양한 스마트 디바이스가 보급됨에 따라 시청자가 TV를 스마트하게 볼 수 있도록 하는 인터넷TV(IPTV) 스마트 셋톱박스도 나

오면서 TV시청 행태가 많이 달라지고 가족을 TV 앞으로 다시 다가가게 만들고 있다. 단순히 방송국에서 보내주는 프로그램을 시청하는 게 아니라 가족의 라이프스타일에 따라 추천하는 영화, 다큐멘터리 등 다양한 콘텐츠를 선택해 보거나 시청자가 직접 음성으로 특정 콘텐츠를 검색해 원하는 시간에 시청하게 됐다. 그리고 가족 구성원들 각자가 갖고 있는 스마트폰이나 PC에서 보던 인터넷 콘텐츠를 TV를 통해 함께 보거나 가족이 찍은 사진이나 동영상을 TV로 시청하고 가족이나 친지가 공유하는 TV앨범서비스도 가능해졌다. 별도로 연결해야 했던 플레이스테이션, X박스 같은 콘솔게임도 비싸게 살 필요 없이 TV에서 가족과 함께 직접 즐길 수도 있고 TV를 시청하다가 장보기나 주문배달도 리모컨으로 쉽게 할 수 있다. TV를 중심으로 스마트폰과 PC, 게임기 등이 하나로 돼 TV가 스마트하게 가족 중심으로 다시 자리잡고 있는 것이다.

TV는 진화의 여세를 몰아 TV 본연의 화질로 눈을 돌리고 있다. 울트라고화질(UHD) TV, 기존 초고화질(풀HD)의 질을 4배, 앞으론 8배까지 해상도를 높일 초고화질 TV를 구현하고 있다. TV 속 배우 얼굴

의 숨털까지 표현할 수 있게 돼 오히려 TV 프로그램 제작자들과 배우가 훨씬 큰 부담을 느낄 정도다. 시청자들에게 TV의 색 재현력이 크게 좋아져 더욱 생동감 넘치는 방송을 즐기게 되는 것이다. 이는 예전 SD급에서 HD로 전환될 때 경험한 바가 있으나 이번 UHD로의 진화는 시청자, 특히 가족에게 더욱 TV 앞으로 모이게 하는 계기가 될 것이다. 올해 전 세계 UHD TV 시장 규모가 390만대에 이를 것으로 전망된다. 그러나 UHD TV의 보급 수준에 비해 UHD로 제작된 콘텐츠가 충분히 제공되지 못하고 있는 것이 현실이다. 이제 막 UHD TV가 보급됨에 따라 UHD 콘텐츠가 일부 제작되거나 기존 콘텐츠를 UHD TV에 적합하게 재제작하는 리마스터링이 진행되고 있다. 스마트 TV, 초고화질 TV는 이제 시청자 누구나 손만 뻗으면 생생하게 즐길 수 있는 현실이 됐다. 예전보다 더 똑똑하고 너무나도 선명한 TV 앞에 가족이 모여 더욱 다양하고 즐겁게 이용하는 모습을 자주 보게 될 것 같다.



통신사 시장지배력에 관한 단상

ET단상

김희수

KT경제경영연구소 부소장
heesu.kim@kt.com

통신요금 인가제 폐지를 둘러싸고 찬반 논쟁이 계속되고 있다. 인가제가 요금경쟁을 제한하니 폐지해야 한다는 주장과 폐지되면 시장지배적 사업자 SK텔레콤으로 쏠림이 심화돼 경쟁이 악화될 것이라는 주장이 맞서고 있다. 정부가 선뜻 인가제 폐지에 나서지 못하는 것도 시장지배력 문제 때문이다.

최근 SK텔레콤 시장지배력을 사실상 부정하는 논문(이동전화시장 경쟁상황 평가 개선 방안)이 한국산업조직학회를 통해 발표됐다. 골자는 SK텔레콤의 시장지배력 보유 여부가 불분명하고, 시장지배력을 갖고 있다고 해도 행사할 가능성이 없다는 것이다.

통신사업자의 시장지배력에 이견이 있어 의견을 개진한다. 우선 SK텔레콤의 시장지배력 행사 가능성이 없다는 주장의 근거인 설문조사는 설득력이 약하다. 논문은 SK텔레콤의 모든 요금이 10% 인상되고, 경쟁사 요금이 그대로인 때 어떻게 할 것인지를 2000여명을 대상으로 물었다.

손해가 발생할 정도로 충분히 많은 사람(49.

9%)이 경쟁사로 가입을 전환하겠다고 응답했다며 설사 지배력이 있더라도 SK텔레콤이 요금인상 형태로 지배력을 행사할 가능성이 없다고 주장했다. 하지만 SK텔레콤이 지배력을 보유하고, 이로 인해 현재 요금이 지배력을 바탕으로 한 최적의 요금이라면 오히려 이 수준에서 요금을 인상하면 손해가 발생하는 것이 당연하다. 설문 결과는 SK텔레콤의 지배력 행사 가능성이 없음을 보여주는 것이 아니다.

지배력 행사 여부를 이런 방식으로 테스트하기 위해서는 요금인상 출발점이 현행 가격이 아니라 경쟁적 시장가격(유효경쟁 하에서의 균형 시장가격)이어야 한다. 10년 이상 SK텔레콤의 원가보상률이 120% 안팎을 유지했고, 후발사의 원가보상률이 100% 선에서 등락하거나 100% 이하에서 유지된 점을 고려할 때 SK텔레콤의 현재 요금이 경쟁적 시장가격 수준이라고 볼 수 있을까.

또 LTE를 2G·3G와 다른 별도의 시장으로 확정하고 LTE 중심으로 경쟁평가를 하자는 주장은 기술 간 대체성 일면만 보고 내린 결론이며 분

리획정으로 인한 추가적인 문제를 고려하지 않고 있다.

논문은 3G와 LTE 간 불완전한(비대칭적) 수요대체성(설문조사 결과, 3G 요금이 10% 오르면 LTE로 가입 대체가 많이 발생하지만 LTE 요금이 10% 올라도 3G로의 대체는 크지 않은 경향성)과 공급대체성이 부족(제공사업자 차이 및 주파수 허가 필요)하다는 점, LTE 이용자가 전체 이동전화 이용자의 60%를 넘었다는 점 등을 들어 LTE를 별도 시장으로 확정해야 한다고 주장했다.

LTE를 별도 시장으로 확정하게 되면 LTE 시장에서 SK텔레콤은 가입자 점유율이 47.4%(2013년 12월 기준)로 떨어져 시장지배력 보유의 1차 추정에서 배제된다. 논문은 2G와 3G를 분리할지 언급하지 않았지만 합치든 분리하든 1위 사업자의 점유율은 가입자 기준으로 51~53%를 기록하게 돼 지배력을 보유한 것으로 1차 추정된다.

총체적 가격인상에 대한 이용자 반응을 묻는 설문조사만을 근거로 LTE와 2G·3G를 기계적으로 분리하는 것은 경쟁정책의 목적에 비춰 바람직하지 않다. 더욱이 가격인상 테스트를 중심으로 한 시장획정 방법론과 점유율 구조분석을 통한 시장지배력 평가가 지나치게 단순화돼 있다는 학계 일각의 평가에 귀를 기울여야 한다.

차이나리포트



이 경 래

중국 텐진대
상경대학 교수

한국처럼 중국도 추석이나 설과 같은 전통명절을 지낸다. 경제적으로 넉넉하지 않았을 적엔 오랜만에 가족끼리 모여 음식을 먹으며 텔레비전을 보거나 또는 길거리 가판에서 파는 불법복제 DVD를 사다가 다 함께 영화를 보면서 여가를 보내곤 했다. 그러나 급속한 경제발전과 디지털 기술의 발달로 적지 않은 중국인들이 이제는 영화관에 가서 영화를 관람하거나 인터넷이나 모바일로 각종 볼거리를 향유하고 있다.

중국의 영화산업은 연평균 약30%씩 고속으로 성장하고 있으며, 2012년에 일본을 제치고 미국에 이어 세계 2위로 올라섰다. 차이나와 할리우드의 합성어인 ‘찰리우드(Chollywood)’라는 말이 회자될 정도로 세계 영화시장에서 막강한 존재감을 과시하고 있다. 비록 중국의 소득대비 영화티켓 가격이 다른 나라에 비해 월등히 비싼 편이지만, 2002년 1,845개에 불과했던 스크린 수가 2012년 13,118개(한국 2,616개)로 6배 넘게 증가한 것으로 볼 때, 시장전망은 매우 낙관적이라고 할 수 있다. 이러한 이유로 세계 영화산업계는 나날이 커져가는 중국 영화시장을 개척하기 위해 부단히 노력하고 있다.

전환기에 놓인 매스 미디어 산업

몇 년 전, ‘아이언맨3’ 중국판이 논란거리가 되었다. 미국판에는 등장하지 않는 중국 여배우 판빙빙이 등장함은 물론 영화 속에서 아이언맨이 중국음료를 마시는 웃지 못할 장면이 연출되었기 때문이다. 이처럼 할리우드를 필두로 한 대형 영화 제작사들이 중국과의 합작에 열을 올리고 있는 것은 중국시장이 미국에 이어 세계 두 번째로 큰 영화시장이라는 이유도 있겠지만, 그 이면에는 중국의 외국영화 수입제한 조치를 피하기 위한 방편으로도 해석될 수 있다.

88

영화산업 연평균 30%씩 고속성장
드라마 등 엔터테인먼트 급속발전
전환기 놓인 중국 미디어산업 주목

99

사실, 중국에서 방학기간과 춘절이 있는 매년 7월과 8월 및 12월과 1월은 최고 성수기이다. 그래서 자국영화를 보호하기 위해 이 기간에는 다른 기간보다 더욱 심하게 외국영화 수입제한을 가한다.

지난 7월 시진핑 주석 방한 때, 한중 합작영화는 외국영화가 아닌 자국영화로 인정하기로 발표했다. 이것은 수익률 배분에 있어서 구미가 당길만한 제안이기도 하다. 왜냐하면, 한국에서 제작된 영화가 정식으로 수입될 경우, 제작사는 박스오피스 수입의 25%만 가져갈 수 있지만, 한중 합작으로 제작하면 중국영화로 분류되어 제작사가 43%에 달하는 수입을 취할 수 있다.

영화, 드라마 제작방면에서는 ‘화이브라더스’가 CCTV 자회사인 ‘CTV미디어’보다 더 큰 규모로 발전 중에 있다. 1994년 설립한 ‘화이브라더스’는 왕중전, 왕중레이 두 형제가 시작한 영화사인데, 최근에는 중국 최대 전자상거래 기업 ‘알리바바’ 창업자 마윈도 여기에 투자하고 있다. ‘화이브라더스’는 영화와 드라마 제작 외에도 영화관 사업, 연예인 매니지먼트 사업을 통해서도 부가 수익을 창출하고 있다.

이에 반해, 지금껏 중국정부의 공식 매스컴인 CCTV는 저우융캉 부패사건에 연루되어 체포된 CCTV 부사장 리통성과 유명 앵커 루이청강 및 여자 앵커 예잉춘, 셴빙, 그 밖에 적지 않은 임원들이 포함되어 크나큰 신뢰를 잃었다. 비록 지금도 매일 저녁 7시에 CCTV ‘신문연보’-한국의 9시 뉴스와 같은-가 전국 모든 방송에 의무적으로 송출되어 중국정부의 중요한 선전수단 역할을 하곤 있으나, 1998년 40%에 달했던 시청률은 지금은 5%에 불과할 정도로 약화되어버렸다.

지난달 18일, ‘중앙전면심화개혁영도소조’ 제4차 회의에서 시진핑 주석은 전통 미디어와 신형 미디어의 융합발전, 뉴스전파와 신형 미디어의 발전 규율 준수, 인터넷 사고방식의 강화 등을 골자로 하는 언론개혁 및 발전방향을 제시했다.

경제발전과 IT기술의 발전으로 급변하는 중국의 매스 미디어 환경 속에 선전도구로서의 위력을 상실한 관영언론에 대한 중국정부의 위기감, 나날이 커져가는 중국 매스 미디어 시장과 거대 민영회사의 등장, 그리고 거대한 중국 매스 미디어 시장에 진출하려고 하는 외국기업들의 도전! 중국의 매스 미디어 산업은 지금 크나큰 전환기에 놓여있다.

부음

▲권태순 별세, 김선민 김스클리닉 원장 모친상=11일12시30분 삼성서울병원, 발인 13일7시, (02)3410-6917

▲김달영 별세, 김혁주 한국모피공업협동조합 이사장 부친상=11일6시30분 서울대병원, 발인 13일6시, (02)2072-2011

▲박봉흠 별세, 이강식 예금보험공사 연구위원 모친상, 송정호 사업장모상, 이영재 LG전자 과장·송영규 휴빌론 차장 조모상=11일6시 서울성모병원, 발인 13일7시, (02)2258-5940

▲안병수 前 대법원 판사 별세, 안성진 사업·안재용 관동대 제일병원 정형외과 교수 부친상, 김인수 서울중앙지법 조정센터 상임조정위원·이상현·김천일 계명대 동산병원 비뇨기과 교수 장인상=11일8시40분 삼성서울병원, 발인 13일8시, (02)3410-6903

▲윤희상 前 동아일보 기자 별세, 조용애 남편상, 윤호수 고려대 로스쿨 재학·윤정수 연세대 의과대학 재학 부친상=11일8시 신촌세브란스병원, 발인 13일9시, (02)2227-7577

▲이광수 前 대한칼소니 회장 별세, 이세일 대한칼소니 회장·이세호 엑큐 대표·이혜순·이혜선 캐나다 거주·이혜숙·이혜주·이혜란 부친상, 지청 고려대 명예교수·박건우 캐나다 거주·김성희 카이스트 명예교수·한정수 경희의료원 정형외과 교수·김병규 아모텍 회장 장인상=11일16시 서울아산병원, 발인 13일7시, (02)3010-2230

▲이기홍 前 경향신문 기자 별세, 이창용 서울대 언어교육원 근무·이승용 소니코리아 근무·이태령 선일여중 교사·이은령 광일중 교사 부친상=10일18시42분 서울적십자병원, 발인 12일11시, (02)2002-8477

▲이병찬 별세, 이원철 대한결핵협회 경기도본부장 부친상=11일18시50분 서울시립서북병원, 발인 13일8시, (02)354-4444

▲이용완 별세, 이철준 인천백병원 약제팀장·이희준 동아일보사 전무·이광준 사업

·이순옥 외환은행 부장·이봉환 사업 부친상, 권중순 외환은행 부장 장인상=10일12시59분 고대안암병원, 발인 12일5시, (02)923-4442

▲이봉순 별세, 정재필 ㈜가경 이사·정재관 고려대 교수·정민희 하나원마켓 대리 모친상=11일14시50분 고대안암병원, 발인 13일5시, (02)923-4442

▲이정연 별세, 이수홍 연세대 기계공학부 교수·이인홍 한양대류마티스내과 의사·이금윤 모친상, 김정욱 울산대 의과대학 교수 장모상, 장석연 이화약국 약사·김혜경 시모상=11일9시25분 신촌세브란스병원, 발인 13일8시, (02)2227-7556

▲임우식 별세, 임병용 GS건설 대표·임병률·임민정 부친상=11일11시47분 서울성모병원, 발인 13일8시, (02)2258-5940

▲조판이 별세, 장영태 前 단국대 교수·장순자·장영권 국제탄소연구소 관리소장·장영달 새정치민주연합 고문·장순례 무용가·장숙자 국악인·장영선 농업·장순향 한양대 교수 모친상, 배태영 前 중등교사·염홍섭 前 국방과학연구소 행정실장·유영표 민주화운동공제회 이사장·안병기 에이앤제이 대표 장모상, 김순성 前 초등교사·윤정희·김혜식 와부중 교장·안복실 시모상=11일15시 한양대병원, 발인 13일7시30분, (02)2290-9457

▲최재순 별세, 최원명 강원도민일보 양구취재부장·최원일 춘천 퇴계동 주공2단지 관리사무소 근무·최원미 춘천노인전문병원 근무·최원경 태성 근무 부친상, 함형순 아람글로벌 이사·고덕규 장인상, 최은영·조혜선 강원리서치 근무 시부상=11일6시10분 강원대병원, 발인 13일8시30분, (033)254-5611

▲홍성문 前 영남대 미술대학 학장 별세, 홍원기 대구교육대 교수·홍영기 하이투자증권 이사·홍정기 부친상=11일5시30분 영남대병원, 발인 13일8시, (053)753-2111

중요일보

2014년 09월 12일 금요일
023면 사회

인사

금융·경제계 인사는 B4면

◆법무부<고위공무원 승진>▶국적·통합정책단장 김우호

◆경남도▶행정국장 신대호▶문화관광체육국장 윤성혜▶경남도의회 사무처장 최만립