

지상파 UHD 방송의 의미와 온전한 플랫폼 회복을 위한 과제

글. 이상진 SBS UHD 추진팀 매니저, 공학박사

수년 동안 지상파 방송사가 뜻을 함께하여 준비한 차세대 방송(Next Generation Broadcasting)의 개막이 목전에 다가왔다. 2013년에 촉발된 700MHz 주파수 분배 이슈가 험난한 장고 끝에 마무리되면서, 비로소 뿌리내릴 안식처를 확보하게 된 각 방송사는 정부와 함께 2017년 본 방송을 대비하여 정책방안 연구반과 표준방식 연구반 등을 만들어 비교적 짧은 시간 안에 강도 있는 준비를 해왔다. 이어 작년 11월 신규 방송사업 허가 절차를 마친 것을 끝으로, 바로 지금 본격적인 본방송 스타트를 위해 출발 선상에서 막바지 채비를 갖추는

중이다. 앞으로 방송3사는 5월 31일부터 수도권 지역 본방송을 시작하여, 올해 말에는 전국 광역권으로 확장하며, 2020년에는 전국 시·도권까지 방송을 수신할 수 있도록 확대해 갈 예정이다.

이 글에서는 지난 5년 동안 가열차게 준비해왔던 지상파 UHD 방송을 우리는 왜 ‘차세대 방송’이라 부르는가 하는 근본적인 궁금증을 풀어주고자 한다. 기존 방송과 차별화되는 특징들에는 어떤 것이 있는지, 이러한 새로운 기능들이 시청자 입장에서는 어떤 혜택이 있는지 살펴보면, 새로 추구하는 서비스들이 ‘차세대 방송’으로 온전

히 실현되기 위해서는 어떠한 정책적, 제도적 지원 방안이 필요한지 함께 고찰하고자 한다.

왜 UHD였나?

2001년 시작한 DTV 방송은 올해로 16년째를 맞이했다. 매해 마다 방송사는 정부에 약속한 투자 이행계획을 준수해왔고, 편성규제도 지켰으며, 방송사에 부여된 사회적/공적 책무도 충실히 수행해 왔다.

그렇게 16년이란 시간이 흘렀지만, HD 방송을 하고 있는 지상파 방송사는 광고 수익률이 점점 하락하여 성장이 멎는 추세이며, 거기에 더하여 HD 방송을 직접 수신하는 가구도 매년 감소하여 방송 플랫폼의 위상도 무너지고 있다. 심지어 한류 콘텐츠의 주요 수출국인 중국 시장도 최근 관계 악화로 판로가 막혀 있고, 종편과 CJ 계열 PP, IPTV 등과 같은 경쟁 매체들이나 경쟁 플랫폼은 오히려 성장을 거듭하고 있다. 지상파 방송사는 현재 ‘지속 가능한 발전’이라는 희망조차 가지기 힘든 어려운 상황에 처해 있다.

이러한 상황 중 일부는 이미 예견된 것이었으며, 어떻게든 탈피하기 위해 분주히 노력을 했지만, 추락의 속도를 늦출 수는 있었어도 그 하락 추세를 반전시키기엔 역부족이었다.

미디어 환경은 인터넷 연결과 모바일 확산 그리고 다양한 기술 발전 등으로 인하여 급속하게 변화했고, 이에 따라 서비스 종류와 사용자 이용 행태도 다양하게 바뀌었다. 방송사도 변화의 흐름에 맞추어 OTT(Over The Top) 서비스를 출시하는 등 여러 방면에서 노력하고 있지만, 아직 그 효과는 미미한 정도이다. 현재의 지상파 방송 플랫폼을 고수해서는 작금의 환경변화의 속도를 따라잡지 못할 뿐만 아니라 시간이 지날수록 그 격차는 터무니없이 벌어질 것이 자명하다. 이는 곧 현재의 플랫폼이 미래의 매체가 아니라는 증거이다. 반면 미국, 일본, 영국, 프랑스 등 많은 선진국가에서는 DTV 방송을 도



그림 1. 세계 최초로 본방송 준비를 마친 지상파 UHD 방송시스템의 주요 구성도

입하면서 직접수신 가구가 점차 늘어났으며, 지금도 이 국가들의 지상파 방송사는 공적 플랫폼 제공자 역할을 온전히 수행하고 있는 중이다. 우리나라에서만 유독 지상파 방송의 가치가 하락하는 여러 이유 중 하나는 '지상파 다채널 서비스'와 '중간광고 허용' 등과 같이 지상파에만 남아있는 '차별적 규제 개선'이 이루어지지 않았기 때문일 것이다. 지상파 방송사가 경쟁 매체 혹은 경쟁 플랫폼과 대등한 위치에서 공정한 경쟁을 할 수 있도록 지난 10여 년간 정부에 줄기차게 요구하였지만, 아직까지 받아들여지지 않고 있다.

이처럼 쇠락의 길로 접어든 시점에서 적당한 활력을 모색하지 못하던 지상파 방송사는 그간의 경쟁을 멈추고 함께 힘을 모아 새로운 플랫폼 전략을 마련하였다. 방송사들은 실기했던 지난 과거를 반성하고, 이제부터라도 급변하는 환경에 적응 가능한 '차세대 전략'을 모색하였고, 남이 해주길 바라는 수동적 자세를 버리고 스스로 탈바꿈하여 새롭게 도약하려는 방안을 찾고자 했다. 그리고 그 중심에는 국민의 관심과 사랑을 다시 받는 '공공의 플랫폼 회복'에 가장 큰 가치를 두었다. 이 의미는 '국민 행복 700 플랜'과 '국민 행복 UHD 플랜'이라는 이름으로 표현되었다. 이는 과감한 콘텐츠 제작 투자와 인프라/시설 투자를 바탕으로 신규 플랫폼 구축을 통해 DTV 방송에서 하지 못했던 새로운 경험을 시청자에게 전달하고자 하는 것이었다.

즉, 새로운 지상파 UHD 플랫폼 구축은 과거 DTV 때와는 달리 언제 어디서나 쉽고 편리하게 수신이 가능해야 하고, 단순히 화질과 음질의 개선에서 그치는 것이 아니라, IP 기반의 신기술을 도입하여 양방향과 모바일 방송까지 확장한 후 '차세대 방송'으로 완전히 탈바꿈한다는 의미이다. 나아가 이러한 패러다임 변화를 바탕으로 지상파 방송이 UHD를 통해 보편적 서비스의 역할을 다하여 궁극적으로 시청자 복지를 향상 시키

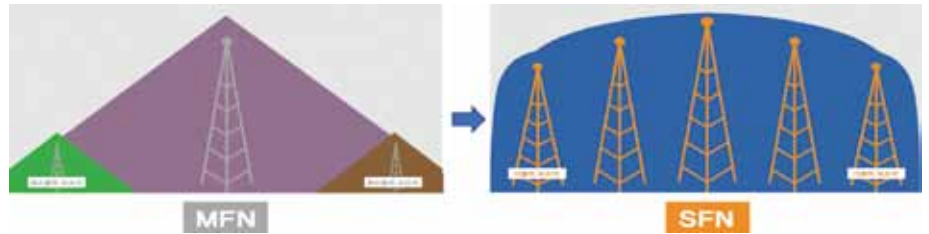


그림 2. 단일주파수 방송망(SFN, Single Frequency Network)의 장점



그림 3. 수신 가능한 실내 안테나 (UHD Korea 자체 실험)

는 주역이 되길 바랐기 때문이다.

지상파 UHD 방송에서 달라지는 것들

기존 DTV 방송에 비해 UHD 방송이 달라지는 점은 크게 세 가지다. 첫째로, 실내에서도 안테나를 통해 방송을 볼 수 있을 정도로 기존 DTV 보다 수신이 월등히 잘 된다는 점이다.

둘째로는 재난 혹은 재해가 발생할 경우 신속하게 전 국민에게 알릴 수 있는 강력한 '재난 정보 긴급 알람' 기능을 갖추었다는 것이다. 이 두 장점으로 인해 국민 누구나 지상파 방송을 무료로 손쉽게 볼 수 있게 될 것이고, 각종 재난/재해로부터 국민을 안전하게 보호할 수 있게 된다. 다시 말해 지상파 플랫폼의 본질적 가치인 '공공성'을 강화하는 수단이 될 것으로 기대한다.

셋째는 공공성과 더불어 시청자에게 다양한 편익과 새로운 경험을 선사할 수 있는 '양방향 방송 서비스'와 이동 중에도 '모바일' 수신을 할 수 있는 기능까지도 갖추 수 있다는 점이다. 이는 단방향 지상파 방송의 한계를 넘어 UHD 방송은 인터넷과 결합하여 다양한 실시간 방송 채널과 주문형 비디오(VOD, Video On Demand)를

기본적으로 제공할 수 있게 되고, 방송사가 TV나 세컨드 스크린(스마트폰)을 통해 시청자 취향에 맞추어 다양한 부가 정보를 전달할 수 있게 된다. 이렇게 되면 기존 시청자가 유튜브나 포털 사이트 등에서 방송 동영상이나 짧은 클립(혹은 영상 관련 부가 정보) 등을 직접 일일이 검색해서 찾아야 하는 불편함이 사라질 것으로 기대한다.

지금부터 자세히 그 내용을 소개하고자 한다.

잘 수신되는 방송 서비스

UHD 방송은 방송사가 하나의 주파수로 권역 내의 모든 송·중계소를 구성할 수 있다. 이로 인해 수도권 내의 한 방송사의 모든 송신시설이 동시에 동일한 신호를 내보내게 되므로, 신호의 세기가 높아져 수신이 더욱 잘되게 된다. 앞으로 방송사가 송신 시설 수를 더욱 확충해 나가게 되면 신호의 세기가 더욱 증폭되어 수신 환경이 대폭 개선될 것으로 예상된다.

따라서, 가전사가 TV제조 단계에서 안테나를 내장하거나 설치기사가 번들형 안테나를 무료로 장착해주기만 한다면, 시청자가 이전에 경

험해야 했던 불편함(무료로 TV를 보기 위해 소비자가 옥·내외 안테나를 직접 구매하여 설치까지 해야 하는 불편함)이 사라지게 되고, TV를 켜면 바로 시청할 수 있게 되어 국민 편익이 증대될 것으로 기대된다.

국민을 안전하게 하는 방송 서비스

인재로 인한 대형 사고나 자연 재해의 위험은 우리 주변에 항상 도사리고 있다. 2011년 우면산 산사태, 2014년 세월호 침몰, 2016년 경주 지진 등과 같이 최근 국민의 안전을 위협하는 일이 잦아지고 있으며 해외에서도 마찬가지로 동일본 대지진이나 미국의 허리케인 '카트리나'와 같은 초대형 자연 재해 뿐만 아니라 프랑스 파리 테러 사건과 같은 테러 단체들에 의한 위험도 증가하고 있다. 그럼에도 불구하고, 아직까지도 정부가 국민에게 대형 사고나 재난·재해의 소식을 알리는 길은 주로 통신망을 통한 재난문자 발송에 의지하고 있을 뿐이다. 하지만, 위와 같은 국내 재난의 경우, 정작 재난 발생 시에 통신망이 불통되어 국민에게 필요한 정보가 제대로 전달이 되지 않았던 위험한 현실을 여실히 보여주었다.

이제 UHD 방송이 시작되면 이러한 걱정에서 자유로워질 수 있다. UHD 방송은 긴급 재난·재해 발생 시 긴박하게 돌아가는 상황을 해당 지역주민이나 전 국민에게 방송망을 통해 동시에 알릴 수 있도록 긴급재난 방송 시스템(EWS, Emergency Alert System)의 설계가 되어 있

고, 향후 UHD 방송이 모바일 방송 기능까지 이루어지게 된다면, 통신망 폭주여부와 전혀 상관없이 국민들의 휴대폰에 정보를 안전하게 전달할 수 있게 된다. 더 나아가서는 TV나 휴대폰(모바일 방송 수신 기능이 있는 휴대폰)의 전원이 꺼져있더라도, 자동으로 켜지면서 긴급 재난 정보를 수신할 수 있는 TV 웨이크업(Wake-up, TV를 강제로 'On' 시키는 시그널링) 기능도 갖추고 있다.

이렇게 재난 정보를 인지한 시청자는 자연스럽게 방송망과 인터넷망을 통해 실시간으로 보내지는 뉴스 속보, 긴급 대피 요령 정보, 재난지역 주요 피해 상황 등 다양한 정보를 파악할 수 있어 위험에서 벗어날 수 있게 된다.

다만, 이 기능은 방송사와 가전사가 정확한 동작방법에 대해 사전에 합의안을 마련해야 하고, 합의된 기능을 가전사가 자사의 TV에 장착해야만 실현이 가능한 상황이다. 현재 가전사는 TV의 대기전력 소모와 오작동 발생 우려 등에 대해 문제를 제기하고 있어, 구체적인 서비스 계획도 수립하지 못하고 있다.

편리하고 즐거운 방송 서비스

기존 DTV 방송과 비교하여 시청자 입장에서 가장 현격한 차이를 느낄 수 있는 부분이라면 바로 이 장에서 설명하는 '양방향 서비스'와 '모바일 HD 방송' 서비스일 것이다. 우선 양방향 서비스는 크게 '홈포털'과 '세컨드 스크린'으로 나뉜다.

① 홈포털

'홈포털'은 기본적으로 OTT 서비스 위에 지상파 방송사만이 제공할 수 있는 '장면 검색 서비스', '뉴스 포털 서비스' 등을 결합하여 유료방송에서 제공하는 서비스와 차별화된 모습을 갖출 전략이다.

5월 말 본방송 개시와 함께 선보일 '홈포털 1.0' 서비스[그림 5 참조]는 기존 스마트 TV에 탑재되어 있는 'pooq' VOD에 실시간 IP 방송채널을 결합하여 서비스를 업그레이드하는 개념이다. 이러한 '홈포털' 서비스에 진입하는 방법은 [그림 6]과 같이 세 가지 루트가 마련돼 있다. 가전사 TV를 켜를 때 나오는 스마트 TV Home 화면에서 지상파 홈포털 앱을 실행시켜 직접 진입하는 방법과 방송안내(ESG, Electric Service Guide) 메뉴를 눌러 편성표의 상세 정보안내 창에서 홈포털로 진입하는 방법, 그리고 방송망을 통해 수신되는 지상파 UHD 방송을 시청하다가 화면 하단에 자동으로 팝업되는 '연관 영상정보' 중의 하나를 선택해서 홈포털로 진입하는 방법이 있다.



그림 5. 지상파 UHD 홈포털 1.0 초기 화면

'홈포털 1.0'은 본방송 개국 시기를 맞추기 위해 우선적으로 양방향 서비스 기능 구현에 초점을 맞춰 개발을 완료하였으며, 현재는 내년 평창 올림픽 때 선보이는 것을 목표로 '홈포털 2.0' 개발 준비를 하고 있다. '홈포털 2.0'은 지상파 UHD 방송이 차세대 방송이라는 의미를 가질 수 있도록 방송망과 인터넷망을 결합시켜 시청자에게 기존 유료방송을 능가하는 차별화된 서비스를 제공할 수 있도록 기획 중이다.

홈포털 2.0의 첫 화면 UI[그림 7 참조]는 실시



그림 4. 지상파 UHD 재난정보 긴급 알람 서비스



그림 6. 지상파 UHD 홈포털 1.0 서비스 진입 방법



그림 7. 지상파 UHD 홈포털 2.0 서비스 UI 예시



그림 8. 지상파 UHD 홈포털 2.0 스포츠 장르 큐레이션 서비스 예시



그림 9. 지상파 UHD 홈포털 2.0 개인 맞춤 추천 서비스 예시

간 방송과 실시간 뉴스 서비스 외에도 드라마, 음식, 패션, 스포츠 등 시청자가 접근하기 쉽게 장르와 주제별로 큐레이션된 콘텐츠를 선택하여 볼 수 있게 구성되어 있다. 이 중 스포츠를 선택해서 진입하게 되면 [그림 8]과 같이 지상

파 방송사와 각 계열사가 보유한 다양한 스포츠 영상을 개인 선호도, 실시간 인기도 등을 고려하여 추천된 콘텐츠들이 나열될 예정이다. 각사 스포츠 채널별 실시간 편성도 물론 고려를 하겠지만, 기본적으로 방송사가 직접 정형화된 틀로 시청자에게 일방적으로 전달하는 것이 아니라, 시청자의 성향을 분석하여, 최대한 관심도가 높을 것 같은 콘텐츠에 우선순위를 두어 배열할 예정이다.

향후 홈포털 서비스가 모바일 단말과 연계되어 서비스가 되면, 개인의 스마트폰에서 모바일 시청을 한 이력까지 포함하여 데이터 분석에 활용하여, 좀 더 세분화된 개인 맞춤형 콘텐츠 추천 서비스를 제공할 수 있게 될 것이다. 이는 기존 유료방송에서 시청자들이 경험해야 했던 불편함(예, VOD 시청을 위해 리모컨으로 목록을 하나하나 뒤지거나, 자기 취향이 고려되지 않은 인기순위 리스트에서 콘텐츠를 찾아야 하는 불편함)을 줄일 수 있는 서비스가 될 것으로 기대하고 있다.

그리고 만일 시청자가 직접 콘텐츠를 검색하고 싶다면, 리모컨 버튼이 아닌 음성(Voice)으로 검색이 가능토록 할 예정이다. 검색 결과도 프로그램이나 콘텐츠 단위로 목록을 보여주는 것이 아니라, 영상의 주요 장면 단위 검색 결과를 보여주어 시청자가 정말 보고 싶어 하던 바로



그림 10. 지상파 UHD 홈포털 2.0의 장면 메타데이터를 활용한 동영상 음성 검색 서비스에

그 장면을 시작으로 즉시 시청할 수 있도록 최대한의 편의를 제공할 계획이다.

② 세컨드 스크린

이러한, 홈포털 2.0 개발과 병행하여 방송사는 홈포털 2.0의 사용 편의성을 향상 시키고, 방송 영상 콘텐츠 외에 다양한 부가정보를 실시간 방송과 동기화되어 파악할 수 있는 '세컨드 스크린' 서비스를 준비하고 있다. '세컨드 스크린' 서비스는 스마트폰이나 태블릿과 같은 휴대 이동 단말에 '컴패니언(Companion)' 기능을 구현하여, 휴대 이동 단말이 UHDTV 화면을 제어하고, 실시간 방송 시청 중에는 관련된 부가 정보를 받아볼 수 있도록 하는 서비스다. 즉, 이 서비스는 단순히 UHDTV의 보조적 장치 역할뿐만 아니라, 시청자에게 동영상 이외에 더 높은 가치를 전달할 수 있는 동반자적 장치로 자리 잡을 것으로 기대하고 있다.

세컨드 스크린 서비스의 가장 기본적인 형태는 리모컨 기능이다. UHDTV 화면의 '홈포털



그림 11. 세컨드 스크린 서비스 예시, 컴패니언 리모컨 기능 / 출처: www.thenextweb.com



그림 12. 세컨드 스크린 서비스 예시: 장면 연동 정보 제공 서비스 / 출처 : Amazon(Fire TV X-Ray), AMC(Story Sync), Gigacom(Concert image)

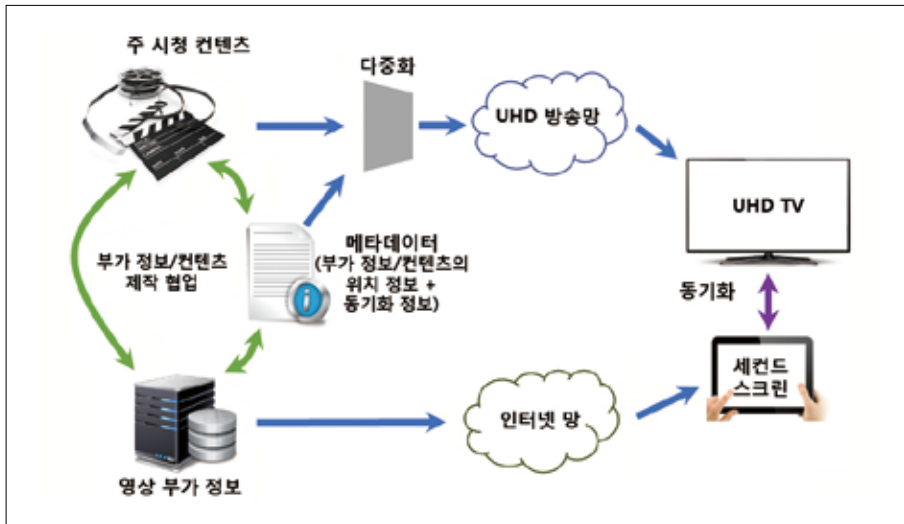


그림 13. 장면 연동 정보 제공 서비스 구성도



그림 14. 세컨드 스크린 서비스 예시 / 출처 : MBC 멀티앵글 서비스 앱

2.0' 서비스를 기존 TV 리모컨으로 조작하기에는 어려움이 따를 것으로 예상되며, 이를 해결하기 위해 [그림 11]과 같이 휴대 이동 단말을 UHD TV와 동기화시켜 휴대 단말의 터치 UI를 통해 서비스 이용이 가능토록 할 예정이다.

두 번째 예시는 '장면 연동 정보 제공 서비스'로 [그림 12]와 같이 실시간 UHD 방송 시청 중에,

방송에 나오는 장소, 상품, 의류, 정보 등의 정보 혹은 스포츠 경기 시청 중에 실시간 경기 관련 데이터가 궁금할 때 바로 손에 들고 있는 휴대 단말의 터치 UI를 통해 즉시 확인할 수 있도록 하는 서비스이다.

이 서비스를 제공하기 위해서는 [그림 13]과 같이 콘텐츠 제작 시, 장면 연동 정보에 대한 제작

도 함께 이루어져야 하며, 제작된 장면 연동 정보(메타데이터) 내용은 인터넷망을 통해 세컨드 스크린에 전달되어야 하고, 데이터의 시간적/공간적 위치 정보는 영상과 정확히 결합되어 UHD 방송망으로 전달되어야 한다. 지상파 UHD 방송은 기존 DTV 방송에서는 거의 불가능했던 방송망과 인터넷망 신호 간의 동기화가 가능하기 때문에 이런 'Seamless'한 서비스가 새롭게 가능해진 것이다.

방송과 인터넷이 동기화되어 전송하는 시스템이 제대로 구축 되면, 세컨드 스크린 서비스를 통해 향후 지상파 방송 화면에서 보여주지 못했던 다양한 앵글에서의 촬영 영상을 시청자가 직접 선택하여 볼 수 있게 될 것이다. [그림 14 참조]

③ 모바일 HD 방송

모바일 HD 방송은 지상파 UHD 방송과 같은 주파수 내에서, 동일한 방송 시설로 송신이 가능하기 때문에 지상파 UHD 방송망이 점차 확충되어 간다면, 지상파에서의 모바일 HD 방송 송신 인프라도 자연스럽게 갖추게 된다.

지상파 방송사가 모바일 HD 방송도 송출이 가능해지면, 시청자가 집안에서는 TV를 통해 초고화질 UHD 방송이 시청 가능하고, 밖에서는 이동 중이라도 최소한 HD급 화질의 방송을 수신할 수 있게 된다. 게다가 모바일 HD 방송을 수신할 수 있는 스마트폰에, 홈포털 2.0의 모바일 버전까지 개발이 완료되어 탑재된다면, 시청자는 언제 어디서나 지상파 방송사가 제공하는 앞서 언급된 모든 다양한 서비스를 누릴 수 있게 될 것이다.

남은 과제

앞에서 소개한 서비스들은 기술적으로는 구현이 가능하지만, 실제 서비스로 구현되기까지는 상당 부분 정부의 규제 개선이나 정책 지원 그리고 가전사의 협력이 절실하다. 아직도 해결해

야 될 과제들이 많이 남아 있지만, 꼭 필요한 몇 가지 사안에 대해 되짚어 보고 올해 출범하는 새 정부에게 당부의 말을 남기고자 한다.

우선 가장 시급히 선결해야 할 일은 국민이 지상파 UHD 방송을 편리하게 수신할 수 있도록 수신환경을 제대로 구축하는 일이다. 이는 방송사만의 노력으로는 해결되지 않으며, 앞서 말했듯이 정부와 가전사가 함께 노력하여 지속적으로 개선해 나가야 한다. 수조 원의 천문학적인 투자가 이루어지는 ‘차세대 방송’ 서비스가 정착 국민에게 전달이 되질 않는다면 국가적인 차원의 큰 낭비를 초래할 것이다. 지상파 UHD 방송은 앞서 언급했듯이 DTV에 비해 수신율이 대폭 향상되기 때문에 TV 제조사가 안테나를 기본적으로 장착한 UHDTV를 보급할 경우, 안테나를 구매하여 직접 설치해야 하는 시청자의 큰 불편을 해소할 수 있게 될 것이다. 하지만 여전히 가전사는 비용 상승과 민원발생 등의 이유로 안테나 장착에 큰 부담을 느끼고 있다. 안테나를 통한 직접수신 외에는 현재로서 지상파 UHD 방송을 수신할 방법이 거의 없다. 공동주택의 옥외 안테나를 통해 수신하는 공청망 수신 시스템도 대부분의 가구에 DTV 신호처리가 설치되어있어, 지상파 UHD 신호를 수신할 수 없기 때문이다.

따라서 정부는 보편적 서비스인 지상파 UHD 방송을 원하는 국민 누구나 수신할 수 있도록 제도적 장치를 마련해야 할 것이다.

수신환경 구축 측면에서 모바일 방송에 대한 정책마련도 조속히 뒤따라야 한다. 추가 소요 비용에 대한 부담 없이 누구나 UHD 방송과 모바일 HD 방송을 수신할 수 있도록 환경을 구축한다면 국민의 생명을 위협하는 국가 비상사태 발생 시 비상 대피 방법과 응급 처치 요령 등의 정보를 아무런 통신 장애 없이 국민에게 전달할 수 있어 차세대 방송은 국민의 안전을 지키는 가장 믿음직한 파수꾼 역할을 하게 될 것이다.

이와 함께 현재 기술표준에 단순히 명기만 되어

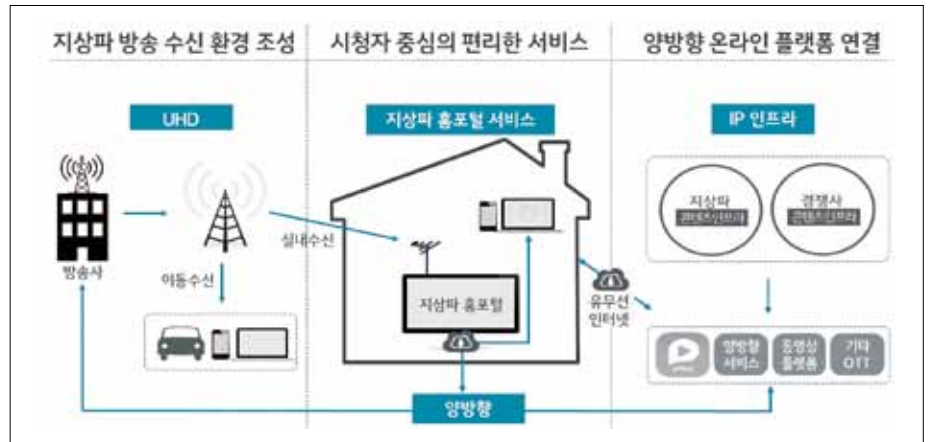


그림 15. 온전한 UHD 방송 구현을 통한 공적 플랫폼 기능 회복

있는 ‘재난 발생 알림 정보’ 시스템도 제대로 동작할 수 있도록 정부가 적극 나서야 한다. 특히, 재난발생시 긴급 알림 신호를 수신하여 자동으로 TV 전원이 켜져 재난정보를 취득할 수 있도록 하는 “Wake-up” 기능도 조속히 가전사가 TV에 탑재할 수 있도록 하는 것이 국민의 안전을 책임져야 하는 새 정부의 역할일 것이다.

위 3가지 당면과제를 포함하여, 새 정부를 중심으로 지상파 UHD 방송이 ‘차세대 방송’으로서 의미를 가지고, 시청자 복지 향상과 국민 편의 증진에 기여할 수 있도록 온전하게 추진되었으면 한다. 새 정부는 ‘온전한 UHD 추진’을 ‘단순히 사업자 간 이해관계만 잘 조절하면서 추진하면 되겠다’라는 차원으로 대할 것이 아니라, 지상파 방송 플랫폼의 공적 가치를 회복시키고 시청자에게는 다양한 선택지를 제공하는 것이 국민 복지를 증진시키는 지름길임을 인식해야 한다.

2017년은 인공지능(AI, Artificial Intelligence)과 사물인터넷(IoT, Internet of Things)으로 대변되는 ‘제4차 산업혁명’이 촉발된 해이다. 이제 지상파 방송 플랫폼도 인터넷과 연결이 되어, 시청자가 원하는 콘텐츠를 지능적으로 분석하여 추천하는 새로운 ‘차세대 방송’ 플랫폼으로 거듭날 준비를 마쳤다. 차세대 방송의 잠재력은 어떻게 활용하느냐에 따라 무한하다고 할 수 있다. 이 무한한 가치를 앞으로 어떻게 얼마나 끌어내 사

용하느냐는 올해 들어설 새 정부의 손에 달렸다. 차세대 방송을 포함하는 4차 산업혁명이 ‘인간 삶의 증진’이라는 본래 취지를 달성할 수 있도록 과거의 낡은 규제를 개선하고 많은 제도적 뒷받침을 해주길 차기 정부에게 기대해 본다. ☞

- 참조** | [1] 권기정(2016.10.6.), “지상파 통합 UHD 부가서비스홈포털”, SBS 사내발표
- [2] 디지털타임스(2011.7.31.), 전송망 유실 현대 HCN 방송중단 장기화 우연산 산사태 복구 지연
- [3] 아시아경제(2016.11.7.), 지상파 UHD ‘재난 알림’ 제외… 국민안전은 뒷전으로 밀렸다
- [4] 연합뉴스(2014.4.16.), <여객선침몰> 이통사, 사고해역 주변 통신설비 긴급확충(종합)
- [5] 은문기(2016.4.15.), UHD 코리아 27차 이사회 발표 자료 “지상파 UHD 수신 활성화 계획”
- [6] 이용태(2016.11.3.), Smart TV Global Summit, “스마트TV와 세컨드 스크린 기술 동향”
- [7] 이투데이(2011.7.28.), 통신 두절·영업 중단·배송 스톱… ‘물에 잠긴 경제’
- [8] 전성호·경일수(2016.9.30.), “방송망 구축을 위한 ATSC 3.0 전송 기술”, <TTA Special Report>
- [9] 정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2014), <2014 국제방송시장 조사>
- [10] 한국방송협회 차세대 방송특별위원회(2013), <국민행복 700플랜>

*** 본 기고는 한국방송협회가 발간하는 방송 문화 봄호에 먼저 게재되었습니다.**