

한국방송기술인연합회, 연변대학교와 학술교류 세미나 개최

글. 이진범 방송과기술 기자

최근 들어 국제적 정세의 영향과 남북의 노력으로 교류의 필요성이 대두하고 있다. 적대적, 대치적 관계가 아닌 평화와 상호존중의 접근으로 서로를 이해하고, 교류해야 할 분위기가 조성되고 있는데, 2017년부터 진행되어 온 3~5차 남북정상회담과 1~2차 북미정상회담을 통해 긴장 완화를 넘어 평화를 구축하고자 하는 흐름으로 변화하고 있다.

북한과는 인적교류를 기본으로 하여 서로를 알기 위한 많은 노력이 필요한 상태이다. 특히 방송 분야의 교류와 협력을 통해 남북의 화합과 통합의 가치를 창조하고, 남북 국민들의 동질감과 신뢰 회복을 통한 지속 가능한 교류를 추진하는 것은 매우 중요하게 여겨지는 부분이다. 당장 북한과의 직접적인 교류는 어렵지만 지리적, 문화적 이점을 이용한 주변국, 특히 북한과 지속적인 교류를 이어오고 있는 연변조선족자치주는 그 해결책을 마련해 줄 우리나라의 역사와 문화, 언어가 함께하는 지역이다. 연변과 미디어 현황 및 방송콘텐츠, 방송기술에 대한 학술 세미나 및 인적교류를 통해 지속해서 관계를 유지해 간다면, 언젠가는 북한과도 자연스럽게 방송 교류를 시작해 나갈 수 있을 것으로 보인다.

한국방송기술인연합회(이하 연합회)는 이러한 시대적 흐름에 부합하여 연변대학교 신문방송학과와 학술 및 인적교류, 협동연구 프로젝트의 진행 등 다양한 교류 협력 사업을 통해 남북방송기술 통일연구와 관련된 연구 역량을 제고해 나갈 예정이다. 연합회는 그 첫 번째 교류 협력 사업으로 지난 6월 말 중국 길림성 연변을 방문해 연변대학교와 함께 '방송기술 표준 및 동북아 방송 교류 현황'이라는 주제로 학술세미나를 개최하여 방송 및 뉴미디어 연구의 필요성과 향후 발전 방향에 대한 공감대를 나누었다.

지난 6월 26일 개최된 학술세미나에서는 한국방송기술인연합회와 연변대학교 신문방송학과, 연변라디오TV방송국(이하 연변방송국)에서 참석하여 중국 미디어산업 및 방송 현황과 연변방송국 소개, 분단국의 방송 교류, 한국의 방송 현황 등에 대해 의견을 공유했다. 급속한 기술 발전이 이루어지고 있는 중국 역시 우리나라와 같이 방송에 있어서도 많은 변화가 있었고, 국제적 흐름을 놓치지 않기 위해 노력하고 있었다. 모바일로의 시청 환경 이동에 따라 올드미디





북한과 러시아로 둘러싸인 연변조선족자치주 / 출처 : 구글지도

어에서 뉴미디어로의 폭발적인 성장과 관련 서비스가 생겨났고, 이러한 시대적 상황에서 기존 방송국들도 광고 수익 감소와 새로운 방송 패러다임에서 저마다의 위치를 유지하기 위해 고군분투하는 모습을 살펴볼 수 있었다. 세미나 후 연변방송국과 연변대학교를 둘러보며, 실제 현황에 대해 들어볼 수 있었고, 연변 지역과 한국, 북한과의 관계에 대해 생각해보는 계기가 되었다.

본격적인 시작에 앞서 연변에 대해 잠시 알아볼 필요가 있다. 연변조선족자치주는 중국 동북 지역의 길림성의 자치주로 연길을 거점으로 하는 43,474km²의 방대한 지역으로, 인구는 2010년 기준 230만 명에 이른다. 중국 최대의 한인 거주 지역으로 약 80만 명의 재중동포가 거주 중이며, 조선족 인구는 36%의 비율을 구성하고 있다. 19세기 중반부터 조선의 함경도 사람들이 연변 지역으로 이주하기 시작했으며, 일제 강점기에 많은 조선이 이주하여 그 당시

70~80%의 인구를 차지했다. 중화인민공화국이 수립된 이후인 1952년 9월 3일에 조선민족 자치구가 설치되어, 이날을 기념하여 자치주 차원의 공휴일로 지정하였고, 매년 9.3절 행사를 성대히 치르고 있다. 2012년 9월 3일 연변조선족자치주 성립 60주년을 맞아 중화인민공화국 정부 주요 인사들과 한국, 북한, 일본 등 세계 각국의 주요 인사들을 초청하여, 연길시 체육관에서 약 3만 명이 참여하는 기념 행사를 개최하였다.

국내에서는 뉴스와 영화 등을 통해서 연변 지역 그리고 조선족에 대해 일부만 알려졌고, 약간의 선입견도 존재한다. 그러나 학술세미나를 위해 방문한 연변은 생각과는 많이 다르게 다가왔다. 우선 언어는 중국어를 기본으로 조선족은 익히 아는 어투의 우리말을 같이 사용했다. 곳곳의 건물들과 시설은 국내와 큰 차이를 느끼지 못할 정도였는데, 다양한 차종을 볼 수 있어 놀라웠다. 거리의 간판은 중국어와 우리말로 같이 쓰여 있는데, 어떤 곳인지 한문을 몰라도 알 수 있었으며, 이는 법으로 정해진 의무라고 한다. 숙소 앞 강변에서는 여유를 즐기는 연변 사람들의 일상을 살펴볼 수 있었고, 밤이 되니 ‘연길부르하통하 국가수리풍경구’는 색색의 화려한 야경으로 특색있는 분위기를 만들어 내었다. 연길 남북을 잇는 대교를 비롯해 강 주위의 건물들은 저마다의 방식으로 연변의 밤을 황홀하게 만들고 있었고, 밤늦은 시간에도 치안에 문제는 없어 보였다. 특히, 인상적이었던 부분은 날씨였다. 위도나 지리적 환경으로 보았을 때 약간은 서늘한 기후라 생각했지만 이는 오산이었다. 6월말의 낮 기온은 30도가 넘어 반팔과 반바지를 입을 정도였고, 습도는 낮아 야외 활동하기 적합했다. 많은 부분에서 잘 알지 못하고 있었다는 사실을 여실히 깨닫게 되었다.



숙소 주변의 온화한 강변 풍경



화려한 야경의 연길부르하통하 국가수리풍경구, 저 멀리 연길대교가 보인다



세미나에 앞서 세미나의 의의와 참석한 연벽 측 인사에 감사의 말을 전하고 있는 이상규 연합회장(시계방향 세 번째)

한국방송기술인연합회 - 연변대학교 학술교류 세미나

참석자

- 한국방송기술인연합회 : 이상규 연합회장, 김준성 부회장
박재현 SBS 기술인협회장
최선욱 KBS 공영미디어연구소장
구진원 MBC 기술연구소 차장
서상원 사무처장
이진범 방송과기술 기자

연변대학교 : 서옥란·최향단 신문방송학과 교수

연변방송국 : 최국권 보도국 주임, 최 필 기술국 부주임

세미나의 시작에 앞서 이상규 연합회장은 오늘 같은 자리가 있도록 애써주신 연변대학교 신문방송학과에 깊은 감사의 말을 전했으며, ‘경계에서 꽃이 핀다’는 서옥란 교수의 말을 언급하며, 지속적인 두 단체의 교류 협력을 약속했다. 한편, 연합회에 대해 짧게 소개하며, 지난 활동과 성과에 대해 설명했다. 세미나는 세션 순서에 따라 순차적으로 이어졌으며, 정보를 나누고 함께한다는 동질감을 느끼는 편안한 분위기 속에서 진행되었다.

중국 미디어산업의 현황 및 전망

발표 : 서옥란 연변대학교 신문방송학과 교수

서옥란 연변대학교 교수는 중국의 미디어산업에 대해 거시적인 관점으로 분석하여 현황과 전망에 대해 발표했다. 중국 미디어의 전환에 있어 중요한 핵심인 미디어 생산과 관리시스템의 전환, 경영시스템의 전환, 미디어 업계 생태의 전환 등을 통해 신문으로 시작한 미디어산업이 인터넷과 모바일방송으로 변화하고 있다고 발표했다.

중국 미디어산업 현황

서 교수는 먼저 중국 미디어산업의 40년 발전 과정을 살펴 보며 각 단계에 대해 설명했는데, 가장 중요한 출발은 1992년 등소평의 “문화산업을 발전시켜야 한다.”는 말 한마디로 본격적인 미디어산업과 광고 시장의 가속이 시작되었다고 한다. 신문 매체가 연이어 생겨나고, TV 광고 시장이 확장되었으며, 2000년 후반부터는 이동, 즉 모바일로의 산업 구조 변화가 크게 일어났다고 전했다. 그 예로 중국의 GDP 성장률보다 기복이 있지만 미디어산업의 성장이 두드러지게 높으며, 모바일방송 시장의 경우 2011년 24%에서 2017년 51%의 증가율을 보이고 있다고 한다. 제시한 도표에서는 라디오는 시장 규모가 유지되고 있지만 TV 시장은 급격히 줄어들며, 인터넷, 모바일 방송이 높은 점유율을 보였다.

1단계	1979년~1984년	미디어 광고경영이 어렵게 회복되면서 산업의 발전이 가동되는 시기
2단계	1985년~1991년	초보적으로 시장화를 탐색하는 단계
3단계	1992년~2000년	산업화가 가속화되는 단계, 1992년 등소평의 미디어에 대한 기대와 함께 신문 산업의 발전이 시작되는 시기
4단계	2001년~2008년	산업의 번영과 전환의 단계, TV 광고 시장의 확대, 인터넷 시장의 시작
5단계	2009년~현재	전복과 재구성, 이동융합의 시대

표 1. 중국 미디어산업 40년 발전 과정

미디어 생산과 관리시스템의 전환

중국의 미디어 기관은 국가사업 단위에서 국유기업으로 전환되는데, 2000년 12월 중국 최초의 방송전파매체그룹인 호남방송영상그룹이 설립되었고, 2001년 중국에서 가장 규모가 큰 매스미디어 그룹인 중국방송영상그룹이 설

립되었다. 2011년 절강일보 신문그룹을 비롯해 상해신문그룹, 해방일보 신문그룹, 남방일보 그룹 등이 국유기업으로 전환되었는데, 이는 중국 미디어산업이 시장화 산업화로의 본격적인 진입을 의미했다.

중국은 ‘당이 여론 사업을 잘해야 하는 것은 나라를 다스리고 안정시키는 대사이다’라는 인식론과 지도력을 바탕으로 언론을 당정이 이중적으로 관리하던 체제에서 당의 일원화된 관리체제로 전환하게 된다. 특히 당은 인터넷의 중요성을 인식하여 인터넷이 중국 공산당의 선전과 사상 공작의 중심점이며, 핵심이 될 것을 예상하고 온라인상의 여론형성 주도권 확보에 온 노력을 기울였다. 이에 전 방위적으로 여론 유도를 관리하는데 당보와 당의 간행물, 라디오, 텔레비전 등과 모든 대중 신문, 뉴미디어 등도 이러한 원칙을 지켜야 하며, 특히 광고, 오락프로그램도 예외가 아니었다. 또한, 당은 여론 관리를 한 가지 방침으로 실시해 모든 언론정보 서비스와 미디어, 여론 기능을 가진 전파 플랫폼과 미디어 종사자도 이에 포함된다. 2013년 당은 미디어 자원을 통합하고 전통미디어와 뉴미디어의 융합을 발전시키는 의미로 문화체제 시스템의 개혁시대로 진입하게 되며 2018년 중앙방송의 CCTV, 중앙인민방송국, 중국국제방송국이 중앙라디오텔레비전방송국으로 합병되며 정치적, 정책적, 재정적 지지를 통해 매체융합을 추진하였다.

경영시스템의 전환 : 광고 의존에서 다원적 수익으로

중국 미디어산업은 세계의 흐름에 발맞추어 수익의 다변화를 추구했다. 광고에 의존하는 기존 방식에서 벗어나 콘텐츠의 가치와 수익에 높이는 방식으로 전환하였으며 이에 따라 저작권에 대한 인식과 보호를 강화하고, 위챗과 같은 모바일 지불방식은 유료 콘텐츠 영역의 새로운 기회를 제공하고 있다. 상해신문그룹을 예로 들면, 2018년 뉴미디어 관련 콘텐츠 서비스 수입이 전년에 비해 18.8% 증가하였고, 2019년에는 22.1% 증가할 것으로 예상되며, 평파이 뉴스 판권 수입은 4,000만 위안이 될 것으로 예상된다. 또한, 상해신문그룹의 차이신은 2017년부터 유료서비스를 통해 콘텐츠를 제공하고 있으며, 상해관찰 시스템은 2014년 1월 1일부터 서비스되어 당 간부 역시 유료로 구독을 하고 있다고 한다. 추가로, 우리나라 유튜브 방송의 인기가 매우 빠르게 올라가는 것처럼 중국도 2016년부터 국내 유명 인플루언서와 같은 왕홍이 직접 인터넷 생중계를 통해 수익을 올리고 있으며, 다상(팁, 아프리카TV의 별풍선과 같은

개념) 시스템은 전통적인 광고 수입에 의존했던 틀을 벗어나 콘텐츠 제작자와 사용자와의 관계에 변화를 주었다.

미디어 업계 생태의 전환

미디어 업계도 전통적인 역할에서 벗어나 다매체 콘텐츠를 제작하는 기업으로 탈바꿈하고 있는데 상해신문그룹은 ‘인터넷의 미디어 제품을 만드는 것’과 ‘미디어의 인터넷 상품을 만드는 것’, 이렇게 두 가지로 구분하여 인터넷 시대에 맞추어 변화하고 있다. 상해신문그룹은 산하의 신문 종류를 32가지에서 21가지로 줄이고, 91개 기업을 청산에 슬림화를 이끌었으며, 그룹 아래에 인터넷 사이트, 클라이언트, 웨이보, 위챗 계정 등 10여 가지 뉴미디어 형태와 함께 위챗 모바일 플랫폼이 180여 개에 이르며, 콘텐츠 사용자는 4억 명에 달한다고 한다.

중국 미디어산업의 전망

지금까지의 중국 미디어산업을 보았을 때 몇 가지로 요약과 전망을 하자면, ‘중국의 미디어산업은 당이 직접 미디어를 관리한다’는 것으로 정치가(당 간부)가 방송국을 운영하고, 정치가가 인터넷을 관리하고, 정치가가 프로그램을 제작하는 방침이며, 미디어 전파 속성을 가진 조직 기구는 모두 당의 가치 아래 통일되어야 함을 주요 골자로 하고 있다.

‘1인 미디어에 대한 관리 강화’를 통해 거짓 뉴스, 과장, 자극적인 기사 제목, 질서 문란 등을 바로 잡고 있으며, ‘콘텐츠 영역의 내용심사를 강화’하여 청소년의 가치관 형성에 악영향을 줄 수 있는 콘텐츠에 대해서는 제재를 가한다. ‘저작권 보호 강화’는 저작권에 대한 의식 변화를 꾀해 올바른 콘텐츠 시장을 만들려는 의지가 보이는 부분이며, 미디어 이용자들이 자신이 올린 콘텐츠에 대한 책임을 지는 것을 사회적 공동의 인식에서 접근할 수 있도록 하고 있다. 이와 더불어 텔레비전을 포함한 미디어의 광고 심의를 더욱 강화해 허위, 거짓, 불법성 광고의 유통을 막으려는 움직임도 보인다.

중국은 궁극적으로 변화하는 미디어 시장의 흐름에 빠르게 적응하려는 모습을 보이며, 이를 당이 통제하여 일원화된 가치와 당의 정책을 유지하는 도구일 뿐만 아니라 그 안에서 미디어 제작과 유통의 구조를 세계적 변화에 맞게 바뀌어나가고 있다. 미디어의 시장화, 산업화, 자본화를 강화하는 반면, 공공이익의 부분은 공영성을 유지하고 강화한다는 이분법적인 정책을 통해 전통 유지와 변화를 함께 이끌고 있다.

분단국들의 방송 교류 흐름과 지속 가능한 남북방송 교류의 모색

발표 : 최선옥 KBS 공영미디어연구소 소장

최선옥 소장은 남북방송 교류를 위한 분단국들의 방송 교류 흐름을 살펴보고, 발전된 남북 교류를 위한 의견을 통해 남북 관계의 진전을 위한 몇 가지 방안에 대해 발표했다. 최 소장은 언어를 포함해 인적교류가 더 확대될 필요성이 있다고 설명했고, 이는 개인화되고 있는 미디어 발전의 영향으로 가능해졌으며, 남북 방송교류에 있어서도 소신을 언급했다.

먼저, 여러 분단국의 방송교류 흐름을 살펴봄으로써 비슷한 상황의 국가는 어떻게 교류하고, 분단 상황을 극복했는지 소개했다. 독일의 경우는 대치 시기(1949~1971)를 거쳐 긴장 완화 시기(1972~1986)와 교류확대 시기(1986~1989)를 통해 통일 시기(1989~1990)를 맞이했다. 이 과정에서 다른 큰 사건은 발생하지 않았으며, 물 흐르듯 자연스러운 시간을 지나 염원했던 통일을 이뤘다. 긴장 완화 시기에는 상주특파원을 허용했으며 교류 확대 시기에는 특파원 통제가 완화된다. 이때 문화협정체결을 통해 민간지원교류를 대폭 확대했다.

독일과 달리 남북 관계는 그렇지 못했다. 교류 시기가 있는 반면 중간중간 대치 시기가 있어 교류의 확장과 폭이 넓어지지 못했고, 여러 정치성 상황으로 관계는 뜨거웠다가 식기를 반복했다. 김일성 주석과 김정일 총비서의 사망 시기에 남북은 긴장감이 돌며 대치 국면에 들어갔고, 이러한 시기는 오래 지속되었다. 또한, 정권에 따른 정책의 변화도 교류에 문제가 되었음은 물론이다. 국제환경과 정책 일관성, 교류 적극성과 동일성 유지, 국민적 적대감, 방송기술 방식 등 남북의 관계에 있어 많은 변인이 있었다. 민감한 주변국의 상황으로 완충지대 부재에 대해서도 제기했는데, 개인과 개인도 제삼자가 나서 관계를 개선해 나가듯이 남북에 있어서도 이를 중재할 나라가 없어 개선의 여지가 없었다는 의견이다.

2017년부터 그나마 남북정상회담이 개최되고, 언론교류가 재개되어 닫혔던 문이 점차 열리고 있다고 하겠다. 교류 확대 시기(1998~2007)의 남북 방송교류의 내용을 잠시 살펴보면, 관련 프로그램의 제작과 방송설비 및 기술지원, 방송인 토론회 동시 개최 등 남북 방송물 소개 모임, 국제경기 대회 중계지원 등 잠시나마 남북의 방송이 서로를 알 수 있는 시간이 되었다.

최 소장은 지속 가능한 방송교류를 위해 다양한 견해들이 난무하지만 무엇보다도 언어가 중요하며 발표를 이어갔다. 남과 북에 관한 단어들도 대립단어가 대부분인데 이를 중립단어로 바꾸어 사용할 필요가 있다고 한다. 무슨 말을 어떻게 사용하느냐가 생각에도 영향을 미치게 되기에 전체를 아우르는 단어는 같이 결정을 할 필요성을 설명했다. 우리나라 말을 지칭하는 용어에 있어서도 대한민국에서는 한국어, 한국말이라고 부르는 반면, 조선민주주의인민공화국에서는 조선말, 중화인민공화국과 일본에서는 조선어, 러시아와 중앙아시아의 고려인들 사이에서는 고려말이라고 부르는데, 이를 아우를 수 있는 단어로 '겨레말'을 언급하며, 공식화하고 방송 등에서 사용하는 시도가 필요하다고 제시했다. 발표 중 최국권 보도국 주임은 연변방송국에서는 '우리말', '우리 민족'이라고 표현을 하며 때에 따라 '조선의 무엇'이라고 표현하는데 꼭 구분지어야 할 필요는 없다며, 최 소장의 의견에 공감했다.

순위	언어	사용국가	사용자 수 (백만명)
1	중국어	39	1,311
2	스페인어	31	460
3	영어	137	379
4	힌디어(인도)	4	341
5	아랍어	59	319
6	벵골어(인도)	4	228
7	포르투갈어	15	221
8	러시아어	19	154
9	일본어	2	129
10	란다어(파키스탄)	6	119
11	마라티어(인도)	1	83
12	텔루구어(인도)	2	82
13	말레이어	20	80
14	터키어	8	29
15	한국어/조선말	6	77.3
16	프랑스어	54	77.2
17	독일어	28	76.1
18	베트남어	4	76.0
19	타밀어(인도)	7	75
20	우르두어(파키스탄)	7	69

표 2. 5천만 명 이상이 제1모국어로 사용하는 세계 언어 순위

/ 출처 : www.ethnologue.com

우리말에 대해 좀 더 살펴보면, 전 세계 언어 수는 약 7,111개로 이 중 5,000여 개의 언어가 실사용되고 있으며, 우리



프랑스어를 사용하는 국가 간 구성된 국제기구인 '프랑코포니'



말 사용자는 총 7,730만 명으로 사용언어 순위로 보면 세계 15위이며, 국가별 사용언어순위는 12위이고, 인터넷 사용언어 순위는 10위를 차지하고 있다.

국가는 다르지만 같은 언어를 사용함으로써 무언가를 같이 할 수 있는 사례가 소개되었는데 1970년에 설립된 '프랑코포니'는 프랑스어를 사용하는 국가 간 구성된 국제기구로 프랑스어 문화 및 언어 다양성을 촉진하며 평화 증진, 교육, 훈련, 등 지속 가능한 발전을 위해 협력하고 있다. 문화활동센터, 공연예술프로그램, 문학작품에 대한 문학상 수여 등의 활동을 통해 프랑스어 사용자 간 교류할 수 있는 창구이다.

독일어권 TV 프로그램 박람회인 'German Screenings'는 1974년 설립되어 독일, 오스트리아, 스위스 일부 지역을 포함하는 독일어권 국가들의 텔레비전 방송프로그램 교류 및 공동 마케팅을 진행했다.

최 소장은 이처럼 체제와 사상을 초월하여 우리말을 사용하고 사용자 간의 인적교류와 문화 교류가 이루어져 서로 간에 생활이 풍요로워질 수 있는 것들을 중심으로 한다면, 추후 공동제작 등도 가능해질 것이며, 더욱 가까워질 수 있을 것으로 보았다. 다만, 성과만을 위해 급하게 처리되지 않게 내실 있는 기획과 추진력이 필요하다고 전했다.

지상파 UHD 방송 및 부가서비스

발표 : 구진원 MBC 기술연구소 연구개발3팀(콘텐츠 서비스) 차장
구진원 MBC 기술연구소 차장은 한국의 지상파 UHD 방송 현황에 대해 발표했다. 한국은 2012년~2016년에 유럽의 DVB-T2 표준과 미국의 ATSC 3.0 표준에 대한 실험방송을 진행하였고, 2016년 7월 ATSC 3.0을 UHD 방송표준으로 채택했다. 이어 2017년 5월 31일 세계 최초 UHD 본방송을 개시하였으며, 2017년 11월에는 TIVIVA 서비스를 시작했다. 구 차장은 2017년 12월부터 평창올림픽 대비 UHD 방송권역을 5대 광역시로 확대해 서비스해 오고 있는 경과를 설명했으며, UHD 방송의 HD 방송과의 차이점 등 해상도, 색역, MPEG-H 음향 표준, HDR 콘텐츠 등에 대해 소개했다. 이어 ATSC 3.0 표준에 대한 특징을 설명

하고 지상파 UHD 부가서비스를 설명했는데, 주요 부가서비스로는 Advanced ESG, TIVIVA, Companion Screen, Dynamic Linkage가 현재 서비스 중이거나 개발 중이며 지상파 UHD가 방송과 인터넷의 결합으로 새로운 서비스를 할 수 있게 되었다고 설명했다.

이 중 계획 중인 서비스로 Companion Screen는 TV와 모바일 디바이스가 연동되는 서비스이다. 모바일 편성표와 실시간 방송, VoD, 클립 등의 방송 시청이 가능하며, TV 연동형 서비스로 TV로 시청하고 있는 콘텐츠의 부가정보를 제공하거나 시청 중인 콘텐츠를 TV ⇄ 모바일에서 이어보기를 할 수 있다. 또한, 모바일 기기로 TV의 채널, 볼륨 조절 등을 컨트롤할 수 있다. Dynamic Linkage는 생방송 이어보기 서비스로서 인터넷망을 통한 실시간 채널을 동적으로 생성해 정규방송 관계로 시청이 끊어지는 것을 방지한다. 11-1에서 보던 프로그램에 이어 정규방송이 시작되면, 11-2에서 이어서 중계되는 형식이다.

중국 중앙라디오TV방송국과 연변라디오TV방송국 소개

발표 : 최 필 연변라디오TV방송국 기술부 부주임

최필 연변라디오TV방송국 기술부 부주임은 중국 중앙TV 방송국을 통한 중국 방송국의 역사와 함께 연변라디오TV 방송국의 연혁과 채널 등 기본적인 사항에 대해 소개했다.

중국 중앙TV방송국(CCTV)은 1958년 5월 1일 시험방송을 시작으로 같은 해 9월 2일 정식 방송을 개시했으며 1978년 북경TV방송국에서 현재와 같은 중앙TV방송국으로 명칭을 변경했다. 종합, 경제, 예술, 스포츠, 영화, 중국전통극, 뉴스, 어린이 등 기존 16개 채널에 더해 2018년 10월부터는 초고화질(UHD) 채널의 시작으로 현재 40여 개 채널을 운영하고 있다. 한편, 지상파 아날로그 방송은 2015년에서 2020년으로 미뤄져 송출이 중단될 예정이라고 한다.



연변방송국 로고

연변라디오TV방송국은 1946년 연변라디오방송이 개시되었고, 1977년 연변TV방송국이 창립되어 연변 지역에 지상파 TV 방송이 시작되었다. 2006년 연변TV 위성방송 개시를 거쳐 2014년 연변라디오방송국과 연변TV방송국이 연변라디오TV방송국으로 통합되었다.

연변라디오TV방송국은 3개의 TV 채널과 5개의 라디오 채널

한국방송기술인연합회-연변 대학교 학술교류 세미나

2019년 6월



학술교류 세미나 참석자 단체사진. 왼쪽부터 서상원 사무처장, 서육란 교수, 최향단 교수, 최 필 부주임, 이상규 연합회장, 최선욱 소장, 최국권 주임, 김준성 부회장, 구진원 차장, 박재현 협회장

널을 방송하고 있으며 연변조선어방송, 뉴스 및 뉴미디어 방송 등과 중계소, 중파발사소, DTMB 등의 24개 산하 부문으로 구성되어 있다. 라디오방송은 조선어뉴스종합방송, 조선어문예생활방송, 한어뉴스종합방송, 교통문예방송, 여행방송으로 구분되어 5개 채널로 방송 중이며 TV 방송도 조선어종합 채널과 한어종합 채널로 방송한다.

기술 사양으로는 위성과 TV종합채널은 HD로 방송 중이며, 인터넷으로 HD 방송을 시청할 수 있지만 케이블과 DTMB로는 SD로 송출하고 있다. 그 외 HD 중계차 1대와 위성차 1대뿐만 아니라 UHD 촬영, 제작시스템도 구비 중으로 70여대의 카메라와 90여대의 NLE 제작시스템, 총 11개의 스튜디오를 갖추고 있다. 또한, 연변라디오TV방송국 신사옥으로의 이주를 준비 중인데, 지하 1층 지상 6층 규모의 청사는 마무리 중이며, 지하 1층 지상 3층의 스튜디오도 현재 건설 중으로 2019년 말 입주 예정이라고 전했다.

■ 패널 토의 - 최국권 연변방송국 보도국주임

발표자 4명의 내용을 살펴보고, 강의 내용에 대한 질문 시간을 가졌는데, 연변방송국에 대한 추가적인 소개가 이어졌다. 먼저, 최국권 연변방송국 보도국 주임은 현재 TV에서는 연변위성, 연변 1TV, 2TV, 연길 1TV, 2TV를 통한 채널을 현재 보실 수 있다고 하며, 방송 채널에 대한 질문에 답했다. 이어 프로그램 장르별 비율은 위성방송에서는 주로 보도를 중심으로 하며, 다큐, 교양, 예능, 드라마 역재, 한국드라마도 방송하고 있다고 한다. 중국 드라마도 더빙을 하여 방송하며, 중국의 뉴스도 7시 30분에 방송이 끝나면, 번역을 거쳐, 연변방송국의 아나운서가 우리말로 음성만 바꾸어 11시에 위성으로 방송한다. 그리고 연변1TV에서 재방송을 하게 된다고, 제작 플로우를 설명했다.

우리말 자체 방송은 70% 정도로, 보도센터에서 메인이자 종합 뉴스인 연변뉴스에 대해서는, 20분 분량으로 오전 6시 30분에 첫 방송을 하고, 9시에 번역을 해서 중국어로 재방송을 한다. 지구촌 뉴스도 위성을 통해 6시 30분에 첫 방송을 하는데, 문화, 사회, 경제 등에 대해서 폭넓은 분야로, 우리말로만 방송하며, 보도 분야에 대해서 대부분은 다른 방송국과 대동소이 하지만 얼마 전 드론촬영팀이 새로 생겼다고 한다. 현재 드론으로 없으면 촬영 진행이 안 될 정도로 굉장히 중요한데, 2010년도와 2016년도 연변 지역 홍수 보도에서도 드론으로 사람이 못 가는 지역을 촬영해 보도 내용의 정확성과 신속성이 향상되었다고 전했다.

뉴미디어에 대한 부분에서는 시대가 급변하면서 광고 채널도 있었던 예전에 비해 새로운 활로를 찾고 있는데, 가장 핵심은 역시 모바일 방송이라고 한다. 뉴미디어 방송을 위해 구조와 체제를 변화해 나가야 하는데, 20분 분량의 뉴스의 경우 편집을 거쳐 기사별로 나누어 클립별로 만든 후 앞쪽에 10초 정도의 광고를 붙여 서비스하고 있다고 한다. 위젯에서도 공유 기능을 통해 방송을 볼 수 있고, 이 클릭 조회수를 개인의 성과로 생각하게 되는 시기가 곧 올 것으로 생각하며, 그렇게 되면 기자나 방송제작자는 보다 필사적으로 업무에 임할 것으로 보이기에, 이에 대한 준비와 대책의 필요성을 언급했다.

연변라디오TV방송국 견학

연합회는 연변라디오TV방송국(연변방송국)을 방문해 시설 견학과 미팅을 가졌다. 연변 지역의 북쪽에 건립 중인 신사옥을 살펴보고, 연변대학교와 가까이 위치한 구사옥에서 이호남 연변방송국 대표(국장)와 만나 연변방송국의 근황과 미디어 환경 변화에 대해 논의했다.



연변방송국 신사옥 본관



뉴미디어 매체 관련 실무자 미팅 진행

마무리 공사가 진행 중이었던 신사옥에서는 보도센터와 뉴스스튜디오, 터빙실, 편집실 등을 방문해 연변방송국의 제작 현장을 체험했는데, 주방일 주임의 설명으로 뉴미디어 센터에 대한 소개를 들어볼 수 있었다. 설명에서 연변방송국의 콘텐츠는 자체 애플리케이션을 물론이고, 중국의 통합앱인 ‘오늘의 헤드라인’에도 일부의 방송을 서비스 중이라고 전하며, 보도에 있어서도 즉각적으로 진행될 수 있도록 많은 신경을 쓰고 있다고 전했다. 모바일에 대한 현황과 중요성에 대해 참석한 모든 이들이 공감하고, 의견을 나누었는데 현재 조선어를 쓰는 인구가 줄어들고 있는 상황에서, 예를 들어 ‘조선어 통합 플랫폼’과 같은 하나의 앱을 새롭게 만들어 접근의 용이성과 사용의 편리성을 높인다면, 조선어 방송 콘텐츠의 소비에 더 나은 해결책이 될 것으로 의견이 모였다.

■ 이호남 연변방송국 대표와의 만남

연변방송국 견학을 마치고 이호남 연변방송국 대표와 미팅을 가졌다. 이호남 대표는 중국을 비롯해 미국, 한국 등의 방송 현황을 상세히 알고 있었고, 연변방송국을 포함한 전반적인 사항에 대해 설명했는데, 많은 부분이 한국의 미디어 상황과 비슷했다. 대부분의 소통은 우리말로 진행되었지만 일부는 중국어로 이뤄졌으며, 연변방송국의 전반적인 현황에 대해 얘기하였고, 연변방송국은 1,100명의 직원 중 현재 구축 중인 신사옥으로 200여 명이 이동했다고 전했다.

뉴미디어에 대한 언급에서 이미 뉴미디어를 초월한 융합의 시대라고 언급하며, 모바일을 통한 변화의 양상이 매우 크고, 새로운 도전에 직면하고 있다고 한다. 방송이 SD-HD-UHD로 넘어오면서 설비 투자와 인건비, 자원 마련 등 최근 운영이 많이 어려워졌다고 밝혔는데, 중국 정부의 지원

도 있지만 자체 운영을 해야 하는 부분도 언급했다.

모바일의 활용과 중요성은 중국에서도 크게 변하고 있는 부분으로, 어린이와 노인도 스마트폰을 통해 위챗페이로 결제를 하거나 방송을 보는 등 모바일이 보편화되고, 적응해야 할 엄청난 격변의 시기인 것에 한국방송기술인연합회 역시 공감했다. 이호남 대표는 최근 5G 통신에 있어서도 얼마 전 있었던 연길국제마라톤경기를 중계하는데 있어 5G를 이용해 방송했다고 밝혔는데, 예전처럼 중계차와 위성 등 관련 시설 다수가 동원되는 것이 아닌 5G를 활용해 간편하고, 쉽게 중계방송을 할 수 있었다고 얘기했다. 이에 통신사와도 심포지엄 개최로 5G를 이용한 방송에 대해 연구하고, 활용 서비스를 기획하는 등 관계를 면밀히 할 계획이라고 밝혔다.

방송, 통신이 융합에 있어 신사옥 건립과 시설 투자 등으로 힘든 상황에 더해 줄어든 광고 수익을 다양화하기 위해 임대 사업, 판권 강화, 콘텐츠 수익 등으로 노력 중이라고 한다. 콘텐츠 수익에 대한 전략으로는 매체가 전파력, 영향력, 인도력, 공신력이 있어야 하며, 매체에 대한 힘이 있어야 한다고 강조하는 한편, 달라진 시청 환경에 대해 일방적인 시청자에 의존하는 방송이 아닌 양방향의 방송 환경이 되었기에 방송국과 제작하는 콘텐츠가 먼저 접근을 해서 수용자를 찾아야 할 때라고 설명했다. 연변방송국도 연변의 중심방송으로 이점과 기술, 매체력이 있지만 중국에 워낙 막강한 플랫폼과 미디어가 생겨나고 변화하는 흐름에서는 이들과 경쟁을 해야 하고, 우위를 선점하기 위한 경쟁력을 지속해서 개발해야 하며, 나아가 중국 동북의 작은 시장이 아닌 중국 전체의 큰 시장으로 나아가야 하는 당위성을 설명했다.



연변방송국에 대한 소개와 현황에 대해 설명한 이호남 연변방송국 대표 (왼쪽 세 번째)

거시적인 시점에서 미디어 시장을 언급했는데, 등소평 주석의 사상으로 중국의 거시적인 통찰론에 대해 진지하게 전달한 내용으로 “매체 환경 변화에 기존 주류가 신주류 매체를 참조하고, 바뀌어야 한다. 라디오와 TV만 융합되는 것이 아니고, 다양한 매체와의 융합은 이미 지난 시점이며, 초기 단계라 할 수 있고, 이제는 서로가 영키고, 융합해 새로운 매체 환경을 만들어 내고 있다.”라며 “‘당신은 당신이 고, 나는 나다.’에서 ‘당신 속에 내가 있고, 내 속에 당신이 있다.’라는 인식을 거쳐 현재는 ‘내가 당신이고, 당신이 나다’라며 미디어융합에 대해 인식하고, 대처하는 시야를 가져야 한다고 강조했다.

또한, 한국의 방송기술인과의 만남에 대해 “이런 만남을 계기로 서로 교류를 활성화해 나가길 바라며, 오늘 이 자리

는 가장 좋은 시작으로 더 많이 서로에 대해 알아갔으면 한다.”라며 행사를 준비한 연변대학교 신방과 측과 연합회에 감사를 표했다.

연변대학교 방문

연변대학교도 잠시 방문해 대략적인 역사와 건물 소개를 들었다. 본관 건물과 도서관, 박물관 등을 직접 방문해 그 규모와 분위기를 살펴볼 수 있었고, 신문방송학과를 방문해 학업과 학술회의 진행에 대해서도 설명을 들어보았다. 그밖에 연변대학교에서 운영 중인 민족연구원, 동북아연구원, 조선반도연구원, 아세아연구센터 등에서 연구하고 있는 방향과 목적, 활동 사항 등에 관해 설명을 들었다. 남한과 북한과 관련된 연구 성과를 비롯해 일본, 중국 등과의 동북아시아 문화 및 관계와 관련된 학술교류 현황 등이 전 시되어 있었다.

또한, 연변대학교는 2008년부터 두만강 지역을 중심으로 한 국제 교류 및 협력에 대한 학술적 논의를 위한 두만강 포럼을 개최해오고 있다.

지난 2018년 11회를 맞은 두만강 포럼에는 한국 100여 명, 중국 100여 명, 일본 및 러시아, 독일 40여 명과 북한에서 15명 등 총 260여 명이 참석하여 10월 12일부터 3일간 ‘두만강 지역에서의 국제 교류와 협력: 미래 공동체를 향하여’라는 주제로 진행이 되었다. 포럼에서는 경제, 법학, 철학, 문학, 문화, 역사, 언어 분야를 중심으로 학술회의를 진행했고, 중국, 북한, 한국, 일본, 러시아의 학자들이 최근 변화하는 한반도 정세에서 교류와 협력을 구축해나갈 수 있는 방안을 탐색했다. ㉮



70년의 역사를 자랑하는 연변대학교



연변대학교에서 운영 중인 연구와 성과에 대해 설명 중인 서옥란 교수