

인터넷 방송 콘텐츠 이용에 관한 연구

A Study on Practical Use of Internet Broadcast Contents

오정석, 윤호창, 윤호영

{ 컬처 타임즈 } in SCCA

Oh Jeong-Seok, Youn Ho-Chang, Yoon Ho-Young

{ Culture times } in SCCA

요약

인터넷의 발전은 통신과 방송의 융합으로 인터넷 방송이라는 새로운 방송형태를 이루었다. 인터넷의 발달로 인해 인터넷방송 또한 그 활용범위가 확대되고 있다. 전자상거래에서 인터넷 방송이 적극적으로 활용됨으로써 상품이나 서비스에 대한 설득력이 높아지고 있으며, 교육이나 의료서비스 및 건강관리, 세미나 등에 활용되고 있어 그 수용자도 늘어나고 있다. 인터넷 방송은 그 역사가 오래되지 않고 지금 현재도 발전하는 단계이다. 이에 인터넷의 주 이용자층인 20-30대를 대상으로 인터넷 방송 콘텐츠를 어떻게 이용하는지 알아보고자 하였다.

Abstract

Development of internet formed new broadcasting form of internet broadcasting in harmony of communications division broadcasting. By development of internet, the practical use extent is magnific as well as internet broadcast. By internet broadcast is utilized actively in electronic commerce, persuasive power about goods or service is rising, and it is utilized in education or medical treatment service and healthcare, seminar etc..and the consumer is increasing. The history of internet broadcast was not old and is step that develop at present. Therefore, wished to recognize practical use degree about internet broadcast contents to twenties-thirties that is main user class of internet.

I. 서론

1. 인터넷 방송의 정의

인터넷 방송은 웹(www, world wide web)을 통해 콘텐츠를 주고받는다. 의미에서 웹 캐스팅(Webcasting)이라고 부르며, 포인트 캐스팅(Pointcasting), 인터넷방송(Internet Broadcasting), 인터캐스팅 (Intercast), 사이버 캐스팅(Cybercast- ing) 등 여러 가지 유사한 용어로 불린다. 미국에서는 웹 캐스팅이라고 하며 일본에서는 스트리밍 미디어(Streaming media)로 부른다.

인터넷방송은 인터넷을 통하여 멀티미디어 콘텐츠를 실시간으로 제공하며 정규 프로그램 보유 및 정기적 업데이트, 기존 방송 매체와 차별화 된 콘텐츠의 기획, 제작, 특정집단을 대상으로 하며, 인터넷의 쌍방향성을 활용한 네티즌의 참여 유도, 그리고 다양한 인터넷 기술의

활용면에서 기존의 미디어와 차별된다. 국내에서의 인터넷 방송이라 함은 인터넷을 통하여 영화나 지상파 방송 또는 실시간으로 촬영되어진 비디오 내용을 동영상의 형태로 제공받아 받아보는 것을 의미한다고 할 수 있다.

2. 콘텐츠의 정의

콘텐츠의 사전적인 정의를 보면 원래 서적, 논문 등의 내용이나 목차를 일컫는 말이었지만, 현재는 각종 유무선 통신망을 통해 제공되는 디지털 정보를 통칭하는 말로 자주 쓰인다. 예를 들어, 인터넷이나 PC통신 등을 통해 제공되는 각종 프로그램이나 정보 내용물, CD-ROM 등에 담긴 영화나 음악, 게임 소프트웨어 등이 모

두 이에 속한다고 한다. 인터넷 방송의 콘텐츠는 인터넷 방송을 이루는 주된 내용인 것이다. 콘텐츠의 종류는 무궁무진하며 인터넷방송을 이끌어가는 주축이 된다.

IT 업계는 시스템중심(1964~1981)에서 PC 중심(1981~1994), 네트워크 중심(1994~2005)를 거쳐 이제는 콘텐츠 중심(2005~2015)으로 넘어갈 준비를 하고 있다. 네트워크 중심이라는 현재의 경영 환경에서 소비자수는 10억 명으로 추산되고 있으나 앞으로의 콘텐츠 중심의 소비자수는 전세계 시민이 될 것이며 시장 규모도 현재는 3조 달러를 최대치로 보나 콘텐츠 중심 시기는 산정이 불가능한 무한대의 잠재력이 있다고 보는 견해다.

콘텐츠 산업에 관해서는 크게 영상, 음악, 컴퓨터, 정보로 분류하고 콘텐츠의 융합(Content Convergence)과 패키지 유통(기존의 영화 신문 비디오 S/W 음악) 와 넌 패키지(Non-Package) 유통(지상파와 위성방송을 포함하는 전파와 케이블TV, 전화, 인터넷으로 대표되는 온라인 유통망) 등으로 나뉘고 있다.

3. 인터넷 방송 콘텐츠 종류

인터넷 방송의 콘텐츠의 종류를 살펴보면 아래의 표와 같이 나눌 수 있다.

[표 1] 콘텐츠의 분류

콘텐츠의 종류	정의와 사례
멀티형 콘텐츠	영화, 애니메이션처럼 한 번 제작된 후 다양한 유통경로를 통해 반복적으로 소비되는 콘텐츠
축적형 콘텐츠	정보가 데이터베이스로 축적되어 이용되는 콘텐츠 각종 데이터베이스 서비스, 전자도서관 소장 자료
쌍방향형 콘텐츠	커뮤니케이션형 콘텐츠, 인터넷
실시간 정보형 콘텐츠	신문과 텔레비전 뉴스, 통신사 등이 제공하는 속보성 있는 정보 콘텐츠 부동산 정보나 주식시세 정보, 기업의 채용정보 등
수집·갱신형 콘텐츠	정기적으로 정보를 수집, 갱신하여 데이터베이스로 활용할 수 있는 콘텐츠 여행정보, 지도 등

※ 자료 : "콘텐츠 비즈니스 아는 만큼 돈이 보인다" 심상민 삼성경제연구소

1997년에 5개로 시작된 국내 인터넷 방송은 2000년 11월 800개를 넘어섰다. 인터넷 방송 이용자는 2001년에 200만 명, 2002년에 250만 명, 그리고 2003년에는 500만 명으로 추산되고 있다. 국내인터넷 방송은 음악(18%), 교육(12%), 영화-종합(11%) 등의 콘텐츠를 가지고 있다.

[표 2] 국내 인터넷 방송의 콘텐츠 분포

구분	가이드	게임	교육	문화	생활	성인
분포 (%)	3	1	12	3	9	5
구분	스포츠	연예	영화	음악	의학	정치경제
분포 (%)	4	7	11	18	2	4
구분	종교	종합	정보통신	기타	-	-
분포 (%)	4	11	1	5	-	-

(자료 : 한국 인터넷 방송협회 자료)

4. 인터넷 방송의 특성

첫째, 스트리밍을 이용한 실시간 방송 서비스이다. 시간의 흐름에 따라 해당 분량만을 실시간으로 전송해주는 체제로써 인터넷에서 동영상의 다운로드와 재생을 동시에 가능하게 함으로써 실시간 구현이라는 개념을 가능케 한 것이 인터넷 방송에서 가장 큰 특징인 스트리밍 기술이다. 인터넷 방송은 VOD(Video on Demand)는 디지털화된 동영상이 데이터베이스 서버에 보관되어 있다가 사용자의 요구에 따라 실시간 스트리밍 되는 것으로 기존방송과의 가장 큰 차별성이라 할 수 있다.

둘째, 쌍방향성 방송 서비스이다. 기존 방송의 수용자들이 수동적이라면 인터넷 방송은 네티즌 중심의 주문형 방송 즉 쌍방향 방송 서비스이다. 인터넷 방송은 일반인들도 프로그램을 기획, 제작, 방송 할 수 있는 사용자 중심의 미디어라는 점에서 기존의 미디어가 가지지 못한 쌍방향 커뮤니케이션이 장점이다.

셋째, 무제한성 서비스이다. 인터넷 방송은 광범위하고 무제한적이다. 특별한 장비 없이 인터넷의 접속만으로 시청할 수 있어 세계 어느 곳에서도 이용 가능하다. 인터넷 방송은 다매체, 다채널의 시대 그리고 세계화 시대에 보다 경쟁력 있는 매체로 대두되고 있다.

넷째, 디지털형 방송 서비스이다. 인터넷 방송의 특징 중 하나는 방송과 통신의 융합으로 일컬어지는 커뮤니케이션 환경변화로써 멀티미디어 환경과 하이퍼텍스트의 이용일 것이다. 소리, 문자, 그림 동영상의 하나의 시스템 하에서 동시에 제공될 수 있게 하여 더욱 다양하고 고품질의 정보 서비스를 가능케 한다.

다섯째, 저렴한 방송 서비스이다. 기존 방송에 비해 훨씬 저렴한 비용으로 방송이 가능하다. 이는 전문화되고 독립된 방송국의 등장을 가능케

하는 것으로 수용자들의 다양한 수요를 충족시켜 줄 기반이 되는 것이다. 소규모인원과 방송기자재만으로 운영이 가능하며 저렴한 비용으로 방송서비스를 제공한다.

여섯째, Access 채널 방송 서비스이다. Access 채널로서의 인터넷 방송은 시, 청취자가 참여하거나 직접 제작하는 방송을 통해 일반인들이 직접 언론의 주역으로 나서는 바탕이 된다. 일반인이 방송을 만들고 송출할 수 있다는 측면에서 Access 채널서의 인터넷 방송의 역할이 중요하다.

인터넷이 가진 장점들로 방송과 통신이 융합된 인터넷 방송은 여러 가지의 특성을 가지고 있다. 아래의 표는 인터넷 방송의 특성을 다른 매체와 비교하여 표로 나타낸 것이다.

[표 3] 인터넷 방송의 특성

구분 \ 미디어종류	지상파 방송	케이블 TV	인터넷 방송
방송의 범위	다수 대중	소수 대중	다수/소수/개인
전송망	지상 무선망	케이블망	전화망
커뮤니케이션 유형	일방향	부분적 쌍방향	완전 쌍방향
방송서비스 형태	오락지향	오락, 정보 지향	업무, 정보지향
사업진입 제한	엄격한 제한	허가	제한 없음
시간적 제약	계약	약간 제약	제한 없음
호환성	없음	약간 있음	가능
운영재원	광고수입(95%)	시청료수입(70%)	광고+이용료
공익성	매우 높음	낮음	매우 낮음
사회적 통제	강함	약함	아주 약함
내용통제 근거	전파회소성,공익성	청소년위해	청소년 위해
관련법률	방송법	방송법	전기통신사업법

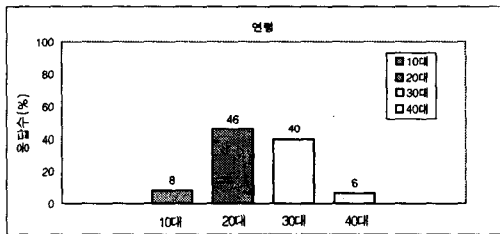
(자료 : 인터넷 방송 | 한국소프트웨어진흥원(2001))

5. 인터넷 방송의 활용 분석

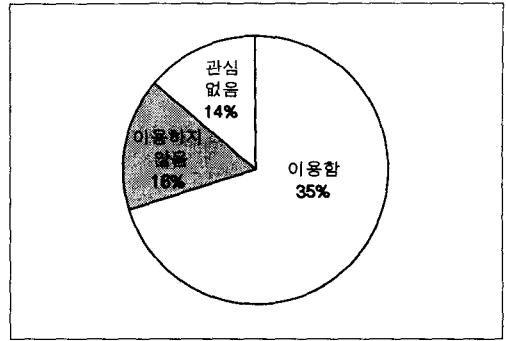
인터넷 이용시간과 인터넷 방송 이용빈도, 콘텐츠 이용현황, 인터넷 방송의 문제점, 인터넷 방송 콘텐츠 선호 분야를 조사하기 위하여 설문 조사를 실시하였다. 설문지 200부를 e-mail 또는 메신저로 무작위 배포 후 회수한 결과 응답자 수는 70명이었고 이를 바탕으로 인터넷 방송 콘텐츠의 이용현황을 분석해보았다.

응답자수의 연령층은 주로 10대에서 40대까지 골고루 분포하였으나 20, 30대가 주를 이루었으며 남성 56%, 여성 44%를 차지하였다. 이중 20대는 여성 응답자수가 많았으며 30대는 남성의 응답수가 많은 것으로 조사되었다.

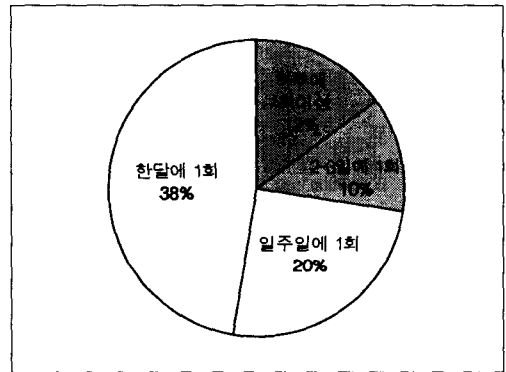
[표 4] 설문지 응답자 수의 연령층



인터넷 사용자들의 인터넷을 이용하는 시간을 조사한 결과 인터넷을 하루에 1시간 미만 사용은 4%, 1 ~ 2시간 사용은 32%, 3시간 사용은 40%, 4시간 이상 사용은 24%로 인터넷을 평균적으로 2 ~ 4시간 정도를 이용하는 것으로 조사되었다. 인터넷 방송의 이용 현황은 응답자중 이용하는 사람은 70%이고 이용하지 않는다는 16%, 관심 없다 14%이며 이용빈도는 한 달에 한 번 정도(38%)가 대다수였고, 일주일에 1회(20%), 하루에 1회 이상은 (12%)로 적은 인터넷 방송 활용도를 보였다.



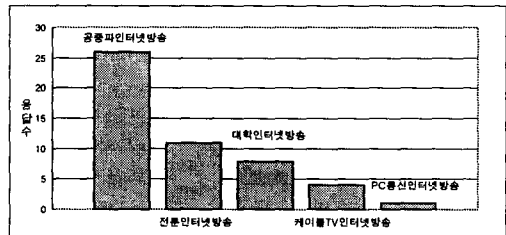
▶▶ 그림 1. 인터넷 방송 이용 현황



▶▶ 그림 2. 인터넷 방송 평균 이용빈도

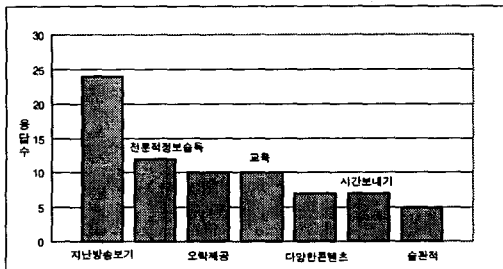
인터넷 방송을 이용한다고 응답한 사람 중 여러 가지의 인터넷 방송 중 주로 이용하는 인터넷 방송이 무엇인지에 대한 조사에는 대다수가 지상파 인터넷 방송(kbs, mbc, sbs, ebs)과 전문인터넷 방송(예를 들어 음악방송, 여성방송, 게임방송 등)을 선호하는 순으로 나타났다.

[표 5] 주로 이용하는 인터넷 방송



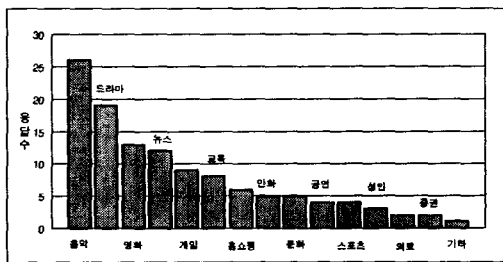
인터넷 방송을 주로 이용 동기로 지상파 인터넷 방송의 지난방송 보기가 응답수 중 대다수를 차지하여 1위로 나타났으며 그 외 전문적인 정보의 습득 목적과 다양한 콘텐츠가 제공되어 이용한다고 응답했다. 그러나 이용 동기는 전문적인 정보를 습득의 목적이 있기는 하나 정보의 부족과 정보의 왜곡으로 인하여 인터넷 방송의 콘텐츠 이용 만족도는 보통이 대다수였다.

[표 6] 인터넷 방송 이용 동기



인터넷 방송의 주 요인은 콘텐츠라 해도 과언이 아닐 정도로 콘텐츠가 핵심적인 부분이다. 인터넷 방송을 이용하는 이용자 중 콘텐츠 이용 현황을 보면 1위가 음악, 2위는 드라마, 3위는 영화의 순으로 나타나고 있다. 교육도 콘텐츠 활용도 면에서 많이 활용하는 것으로 나타났다. 그러나 의료나 증권, 국회방송 등 전문적 지식을 필요로 하는 콘텐츠의 활용도는 좀 떨어지는 것으로 조사되었다. 아직까지는 콘텐츠를 활용도면에서 적음과 미흡함을 엿 볼 수 있다.

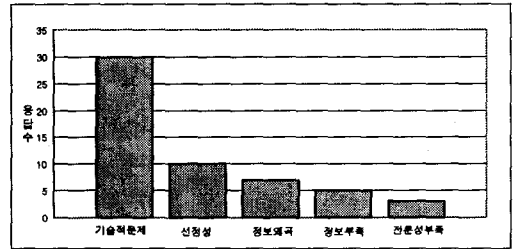
[표 7] 콘텐츠 이용현황



인터넷 방송 콘텐츠 활용면에서의 만족도와 문제점이 무엇인가를 조사하였다. 만족도면에서는 보통(56%), 만족(22%), 불만족(16%), 매우 불만족(4%)의 순으로 대

답해주었다. 인터넷 이용의 문제점은 인터넷의 동영상 속도, 음질 시청 중에 끊김과 버퍼링 속도가 늦다는 등의 기술적인 면에서의 문제점이 가장 많았으며 유해한 정보 즉 선정성에 대한 정보의 통제불능에 관한 문제점과 정보의 부족 보다는 왜곡이 많이 조사 되었다.

[표 8] 인터넷 방송의 문제점



이와 같이 설문 조사를 실시해 본 결과 10대, 20대, 30대 중 남성은 20대가 인터넷 방송을 더 많이 시청하고 있으며 콘텐츠의 선호 경향은 음악, 뉴스, 영화, 게임, 드라마, 교육 등의 순이며 여성 또한 20대가 많이 시청하고 있으며 주로 음악, 드라마, 영화, 뉴스, 교육, 홈쇼핑 순으로 조사되었다. 평균적으로 여성보다는 남성의 인터넷 이용시간과 인터넷 방송 콘텐츠 이용빈도가 높은 것으로 나타났다.

인터넷 방송이 일반 기존 타 매체와의 다른점에서는 다양한 콘텐츠가 제공되기 때문에 다른 방송과는 다양하게 영위할 수 있다는 의견과, 본인의 선택의 자유성, 시공간의 제약이 없고, 원하는 정보를 얻을 수 있다는 점에서 인터넷 방송의 장점을 응답해 주었으며 동영상의 끊김, 영상과 음성의 분리 등의 기술적인 면과 콘텐츠의 내용적인 면에서의 부족함을 지적해 주었다.

전문적인 정보를 제공하는 콘텐츠 중 의료, 국회, 증권 등은 조사결과 많은 이용을 하고 있지 않은 것으로 나타났으나 교육을 목적으로 콘텐츠를 이용하는 응답수는 상당히 있다. 대표적으로 방송통신대학교 방송강의나 사이버 대학의 교육 콘텐츠 활용이 높다. 그러나 교육의 콘텐츠 활용은 생업과 함께 학습을 병행하는 사람들에게는 좋은 콘텐츠이나 내용적인 면에서 강의가 교재내용만을 반영하고 차별화가 없다는 응답이 있었다. 아직은 콘텐츠의 그 질적인 면은 매우 미흡하다는 지

적도 있다.

10대는 40대는 그리 많은 분포를 차지하고 있지는 않으나 10대는 평균적으로 폭 넓게 콘텐츠를 이용하고 있으나 40대는 인터넷 방송의 콘텐츠를 뉴스를 제외하고는 거의 활용하고 있지 않은 것으로 조사되었다. 반면에 20 - 30대의 응답자는 폭 넓은 콘텐츠보다는 자신으로 즐겨보는 콘텐츠만을 활용하고 있다.

VI. 결론

현재 커뮤니케이션의 주라도 해도 과언이 아닌 것은 인터넷이다. 인터넷의 급속한 발달과 PC가 폭 넓게 보급되고 사용됨에 따라 통신과 방송의 융합이라는 인터넷 방송이 생겨났다. 인터넷은 90년 초반부터 전파되어 이용하기 시작하였고 인터넷 방송 역시 90년대 중반부터 시작, 널리 퍼지기 시작한 만큼 역사가 그리 오래되지 않아 콘텐츠 활용 또한 지금 현재 계속 증가 추세이다.

인터넷 방송을 이용하면서 선택의 자유, 편리함, 다양한 콘텐츠의 영위를 누릴 수 있다. 그러나 기술적인 면과 더불어 콘텐츠 면에서의 충실도, 즉 정보를 이용자들에게 제공함에 있어 콘텐츠의 질적인 수준도 동시에 높아져야 할 것이다.

■ 참고문헌 ■

- [1]. 권중문 "인터넷 방송의 의미와 발전전략에 관한 연구" 한국사건학회지 2001.
- [2]. 김기수 외5인 "인터넷 방송 I,II" 한국소프트웨어진흥원 2001.4.
- [3]. 고정민, 조용권 "인터넷 방송의 현황 및 전개방향" 삼성경제연구소 2000.
- [4]. 심상민 "콘텐츠 비즈니스 어느만큼 돈이 보인다" 삼성경제연구소.
- [5]. 신재호 "온라인디지털콘텐츠산업발전법에 관한 검토-디지털콘텐츠 보호방안을 중심으로" 한국산업재산권법학회 11권 2002.
- [6]. 이인영 . "인터넷 방송의 활성화를 위한 편성의 다양성 연구" 석사학위논문 연세대 언론홍보대학원 2000.6.
- [7]. 이호영 "한국 인터넷 방송의 서비스특성에 관한 연구" 석사학위논문 한국외대학원신문 방송 2001.2.

- [8]. 최용상 "인터넷 방송의 이용과 충족의 관한 연구" 석사학위논문 한국외대 2001.2.
- [9]. 최재섭 "비즈니스모델에 따른 인터넷 방송 업체의 형태에 관한 실증연구" 창업정보학회지 5-2 p109-125 2002.12.
- [10]. "멀티미디어 현황과 전망" 일본 멀티미디어 포럼 간행 1998.
- [11]. castservice "what is webcasting"

(인터넷 주소)

1. 각 지상파 인터넷 방송국
<http://www.imbc.com>
<http://www.kbs.co.kr>
<http://www.sbs.co.kr>
2. 과학 인터넷방송국
<http://www.scienceall.tv>
3. 한국 청소년인터넷방송국
<http://www.kybc.org>
4. 인터넷 의사 중계방송
<http://assembly.webcast.go.kr>
5. 장애인을 위한 사랑의 소리 인터넷방송
<http://www.voc.or.kr>
6. MedTV21(의료)
<http://www.medtv21.net>
7. 두밥
<http://www.doobob.com>
8. 온게임넷
<http://www.ongamenet.com>
9. 기독교인터넷방송C3TV
<http://www.c3tv.co.kr>
10. 미즈TV-여성전문
<http://www.miztv.net>
11. 한국전산원
<http://www.stat.nic.or.kr>