

디지털 TV 확산에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

권정아*, 변상규*
한국전자통신연구원
kja64392@etri.re.kr

A Study on the Early Adoption Factors of the Digital Television

Jung-A Kwon, Sang-Kyu Byun

*Electronics and Telecommunications Research Institute

요 약

2010 년 이후의 아날로그 TV 방송 중단을 앞두고 디지털 TV 수상기의 보급률에 대한 관심이 고조되고 있다. 디지털방송이 TV 수상기 등 관련 산업의 활성화에 기여할 것이라는 기대도 증대되고 있으나 현재 디지털 TV 의 보급이 예상보다 지체되고 있다. 본 논문은 설문조사를 통해 뉴미디어인 디지털 TV 의 구매의향과 구매시기에 영향을 주는 요인들을 분석하였다. 이를 통해 디지털 TV 보급확산에 영향을 주는 주요 요인과 잠재 수용자들의 디지털 TV 구매 요인을 분석하여, 체계적인 디지털 방송 활성화와 관련 산업의 고부가가치 창출을 위한 정책수립에 기여하고자 한다.

I. 서 론

우리나라는 2001 년 10 월에 수도권을 중심으로 지상파 방송의 디지털 방송을 실시하였으며, 2005 년에 시·군 지역까지 확대하였다. 정부는 디지털 방송의 조기 도입이 국가 경쟁력 제고를 위해 중요하다는 입장을 견지하면서, 방송사들에게 주당 최소 방송시간¹을 정하여 의무적으로 HD 방송을 실시하게 하고 2010 년 이후에 아날로그 방송의 전면 중단을 계획하는 등 디지털 방송 활성화에 관심을 보이고 있다.

그러나 시장에서 디지털 TV 보급은 예상보다 지체되고 있다. 디지털 TV 는 2003 년 58 만대, 2004 년 50 만대, 2005 년 80 만대가 보급되는 등, 2005 년까지 국내에서 약 309 만대가 판매되어 가구대비 보급률은 17.8%에 불과하다(디스플레이뱅크, 2006).

새로운 매체를 도입함에 있어 이용자의 채택은 새로운 매체의 보급 확산에 필수적인 요소이며, 이는 이미 확산이론 연구 등에서 검증되어 왔다. 이에 따라 본 연구에서는 설문조사를 통해 디지털 TV 구매의향에 영향을 주는 요인과 디지털 TV 구매의향이 있는 응답자로부터 디지털 TV 구매시기에 영향을 주는 요인을 분석하고자 한다.

II 장에서는 새로운 매체의 채택시기에 관한 기존연구와 그 채택에 영향을 주는 변수들에 대한 기존연구 사례들을 살펴보고 III 장에서는 본 연구수행에 필요한 설문조사에 대한 개요와 분석모형, 설정한 변수들에 대해 설명하였다. IV 장에서는 분석결과를 제시하고, V 장에서는 본 논문의 시사점들을 요약하고 의견을 제시하였다.

II. 이론적 배경

1. 뉴미디어 채택시기에 관한 연구

뉴미디어 도입과정에서 새로운 미디어를 이용자가 언제 채택하느냐는 해당 미디어의 보급과 확산에 중요한

요인이다. 뉴미디어 도입 초기에 채택자가 증가하게 되면 그만큼 확산 기반이 형성되어 시장에 조기 정착할 수 있게 된다. 뉴미디어를 초기에 채택하는 사람들은 조기 채택에 따라 얻을 수 있는 이익을 고려하여 선택 행위를 하게 된다. 후기 채택자들은 초기 채택자들이 개혁을 통해 상당한 이익을 얻고 있는 것을 목격하게 되면, 자신들도 이익을 얻기 위해 초기 채택자의 행위를 모방하게 된다.

뉴미디어 확산에서 이용자들이 어느 시점에 신규 미디어를 채택하느냐는 매우 중요한 요소라 할 수 있다. 이용자들이 뉴미디어를 초기에 채택할수록 해당 뉴미디어의 보급 확산은 그만큼 빨라진다. 이러한 점 때문에 로저스(Rogers)도 뉴미디어의 확산과정에서 '여론주도자'인 초기 채택자의 역할을 강조하였다. 그리고 케이블 TV 등 우리나라의 뉴미디어 채택과정에서도 안정적인 시장구축과 신기술의 확산을 위해 초기 채택자의 확보가 중요한 과제였다.

뉴미디어를 일찍 채택하는 초기 채택자들은 일반적으로 교육수준이 높고, 전문적인 활동을 하는 등 사회경제적으로 지위가 높다. 또한 초기 채택자들은 그렇지 않은 사람들에 비해 합리적이고, 변화에 대해 능동적이며, 불확실성에 대한 대응능력이 뛰어나다. 동시에 초기 채택자들은 대중매체와 접촉이 잦고, 적극적으로 지식과 정보를 추구하는 커뮤니케이션 행위의 특징을 갖고 있다. 따라서 초기 채택자는 적극적으로 뉴미디어를 수용하여 이를 확산하는 역할을 담당하는데 비하여 그렇지 않은 집단은 뉴미디어 도입 초기에는 잠재적인 수용자가 된다.

이러한 관점에서 이준호(2003)는 디지털 TV 채택자와 비채택자간의 채택요인에 대해 차이를 비교 검증하였다. 그 결과, 채택자들은 비채택자들에 비해 디지털 TV 의 상대적인 우월성, 호환성, 신뢰성, 관찰가능성에 대해 긍정적으로 평가하였다. 또한 김영용과 김성욱(2002)도 HDTV 의 초기 수용자와 잠재적인 수용자간의 채택요인을 비교 분석했는데, 초기수용자가 잠재적 수용자에 비해 HDTV 에 대한 복잡성, 연결성에 대해 높게 평가하였다. 그리고 희망가격에 있어서도 초기채택자가 더 많은 비용을 지불할 의사가 있는 것으로 나타났다. 이는 뉴미디어 채택의 시기가 채택과 확산에 영향을 주는 변인이라는 사실을 보여준다.

¹ 2001 년도의 최소 HD 방송시간은 주당 10 시간을 원칙으로 하였으며, 2003 년도에는 주당 13 시간, 2005 년 상반기에는 주당 20 시간, 그리고 2005 년 하반기에는 주당 25 시간으로 확대됨