

얻어지는 수익은 분명치 않으나 우리가 그에 대한 보상을 바라는 상당한 자본금-스튜디오 장비 등-이 소요됩니다.”라고 주장한다.

반면, London Weekend Television의 법인 업무 담당자인 Barry Cox씨는 다음과 같은 듯한 발언을 하고 있다. “시장체제가 대형 화면을 추진한다면 어쨌든 이를 추진할 필요가 있을 것이며 위원회가 투자한다면 우리도 물론 이에 따를 것입니다.”

사실상 관련 비용은 그다지 대단하지는 않은 것으로 보인다 : 옹저버들은 영국 방송 산업에 부과되는 총 금액을 100m 미만으로 보고 있다.

또한, 방송국들이 한번에 그들이 상품 모두를 대형 화면으로 전환할 것임에는 의심할 여지가 없다. 대형 화면등으로 발사되는 프로그램들에 별 매력 없는 우편함 수신을 임기응변책으로 써야 할 것이 확실한 기존의 소형 화면 사용자들에 대한 영향으로 인해 이 전환은 아마도 영화, 스포츠, 드라마에 국한될 것이다.

진도는 아직 밝지 못하다. 자금 제공전에 대한 합의가 이루어지더라도 “표준” 선명도에서 대형 화면으로의 진행에 대한 두가지 대안적 수단에 대해 제안자들간의 논쟁은 계속될 것이다.

일부 관련자들은 대형 화면을 충분히 수용할 수 있도록 기존 신호를 강화하는 소위 “PAL-plus” 시스템을 가능한 한 빨리 진행하기를 바란다: 다른 관계자들은 디지털이 유용해 질 때까지 기다릴 것을 바라고 있다. 기업이 한 편에서 나머지 한편으로의 전환을 종결지을 수 있을 것이다.

물론 최종적으로는, 일부의 문화적 차이를 제외하고는 소비자가 실질적으로 이 새로운 세트를 구입할 준비가 되어야 한다. BIS의 조사에 따르면 영국에서 대형 화면에 대한 가장 많은 반대 의견은 화면이 너무 큰 것을 우려하는 응답자들로부터 비롯된다 : 이와 비교해 볼때 같은 의견을 제시한 프랑스와 독일에서는 주로 그들의 거실이 너무 작음을 우려했다.

이는 아마도 다큐멘터리에 알맞는 주제일 것이다.

전기통신 행정의 동향

1993년 통신에 관한 현황 보고 (통신백서)에 대하여

일본 우정성은 1993년 통신백서를 작성하고 6월 1일 내각회의에서 동의를 얻어, 이를 6월 30일부로 출판하였다.

이번 백서에서는 1992년의 정보통신 현황 및 정보통신 정책의 동향 외에 테마로서 「신영상 시대를 맞이하는 정보통신」을 다루고 있다.

이 백서의 포인트는 다음과 같다.

1. 정보통신 서비스의 현황

일본 정부가 불황이던 1992년 정보통신 서비스의 상황을 보면, 사무용 일반 가입전화의 계약 증가율은 2.6%로 1989년과 비교해 반감하였고, 주택용의 증가율도 3.1%로 둔화되었다. 한편, 자동차·휴대전화의 계약 증가율은 42.5%로 둔화 경향이 있는 다른 것들에 비해 큰 증가를 보이고, 또 고속 디지털 전송 서비스의 회선수 증가율도 33.9%로 크게 증가하고 있다.

- 실제 소비에 대하여 어느 정도 많은 정보가 제공되었는가를 나타내는 지표인 정보 선택은 1981년도의 11.6배에서 99년도는 17.6배로 되어 정보 선택의 폭이 확대되었다.
- 1인당 선택 가능 정보량에 대해 1981년도와 비교해보면, 큰 증가를 보인 지역으로서는 山梨 3.94배(31위→4위), 長野 3.24배(26위→3위), 長崎 3.21배(46위→30위)를 들 수 있고 이것은 근래 새로운 민간 텔레비전 방송국이 개국한 현(縣)이나 유선 텔레비전이 많이 보급된 지역이다.

2. 정보통신 분야에 대한 경제파급 효과

- 대용량이면 고속인 정보통신을 가능케 하는 신세대 정보 통신망의 시설 정비 사업(전기통신 기반 충실 사업)에 관한 파급 효과를 보면, 국내 생산 유발 계수는 2.13으로 전기통신·방송사업의 설비투자 계수 2.09보다 높으며 정보통신기기 등의 제조업에 대해서 그 효과가 큰 것으로 나타났다.
- 정보통신 분야에서 공공 투자에 관한 경제 파급 효과는 철탑시설 정비사업 부분은, 국내생산 유발 계수가 2.03으로 전기통신시설 건설분야나 제조업에 대해 파급 효과가 크며, 국내 생산 유발 계수가 2.06인 난시청 해소 사업은 제조업에 대해서 파급효과가 큰 것으로 분석되었다.

3. 정보유통 CENSUS

1991년도에 있어서 정보 통신 유통량의 상황

- 계량 지표의 개선, 계량 대상 매체의 확충, 1974년 정보 유통 CENSUS 계량 개시 이래 처음으로 환산비가의 제조명 등을 실시하여 내용을 정교화하였다.

4. 영상 신시대를 맞이하는 정보통신

- 영상의 양적 확대, 영상 자체의 질적 향상이나 영상의 이용 형태 변화 등이 뚜렷해져, 「영상 신시대」가 도래하였다.
- 현재는 텔레비전 및 영화등, 오락·문화 분야만이 아니고 산업, 의료 및 교육 등에 폭넓게 활용되고 있어 사회발전에 미치는 효과가 증대되고 있다.

5. 영상 시장등의 동향

- 영상 매체 시장의 시장 규모는 1991년에 4조 2,692억엔으로 1987년도에 비해 약 50%의 증가를 보이고, 이것은 일본 경제 성장율을 크게 상회한다. 그 중에서, 영상 매체 시장에서 점유하는 방송 시장의 위치는 크며(58.1%), 중심적인 위치를 차지하고 있다.
- 방송 프로그램 제작업에 대해서는 자본력, 판매액 등의 규모가 작은 사업자가 많고 또, 연출가 등의 기술요원이 부족하다.
- 영상 소프트 이용의 다중화에 따른 적절한 권리 처리 방법에 대한 충분한 검토가 필요하다.

6. 영상 신시대의 발전과 다중 매체의 추진

권에 관한 협의회)).

다중 매체의 발전을 촉진하기 위한 시도로 통신, 방송 및 패키지 소프트웨어 등의 영상 매체에 관한 현상, 과제 등에 대하여 영상이라고 하는 통합적인 관점에서 파악, 분석함과 동시에 인프라의 정비, 영상 소프트웨어의 진흥, 기술 개발등의 다중 매체 추진 시책등을 기술하였다.

이 중, 「6. 영상 신시대의 발전과 다중 매체의 추진」에 대한 개요는 다음과 같다.

(1) 기본 설비의 정비

기본 설비의 정비로서는 위성계, 지상계 등 정보통신 기본설비의 체계적이며 조화된 정비가 중요하고 구분, 다중 매체화를 추진하기 위한 광대역 통신망의 정비가 필요하다.

- 차세대 통신망의 정비 방법에 대해서는 전기통신심의회에 자문중이다(「21세기를 향한 새로운 정보통신기반의 정비방법에 대해」(1993년 3월)).
- 광대역 ISDN의 실용실험(하이비전 영상전송등)에 대해서는 1994년부터 관서 문화학술연구도시에서 실시할 예정.

(2) 영상 소프트웨어의 제작 진흥

영상 소프트웨어의 진흥을 도모하기 위해서는 영상 소프트웨어의 제작지원을 위한 시책등과 영상 소프트웨어의 문화적·경제적 가치를 최대한 활용하고 다중 사용을 촉진하기 위한 환경 정비가 필요하다.

- 영상 소프트웨어의 원활한 제작·유통을 도모하기 위하여 지적 재산권 처리에 관한 환경 정비 방법을 검토중이다(「영상 소프트웨어의 지적 재산

(3) 기술 개발의 추진

다중 매체화의 진전에 대응하기 위해서는 영상 매체의 디지털 추진이 반드시 필요하다.

① 디지털 영상 기술의 개발

- 지상계 디지털 텔레비전

디지털 압축·전송 기술의 개발 (1993년 ~1998년 예정)

- 초고정밀 디지털 영상 시스템(UDTV)

방송, 영화, 인쇄 및 의료 등에 대응한 매체 융합형 시스템(전기통신 기술 심의회「21세기를 전망한 디지털 영상 기술 방법에 대하여」답신, (1993년 1월)의 개발.

② 주파수 자원의 개발

휴대형 다중 매체 기기등에 의한 대용량의 영상 정보 전송을 가능케 하는 광대역 이동체 통신망을 정비하기 위해, 마이크로파대(3~10GHz)를 주파수 자원으로 개발(1993년~)하였다.

③ 표준화 추진

다중 매체의 보급을 도모하기 위해서는, 국제적인 표준화 작업 추진이 반드시 필요하다.

- 개발해야 할 요소 기술, 표준화 동향등의 검토에 대해서 전기통신기술심의회에 자문중(「미래 다중 매체 정보통신기술의 전망에 대하여」, 1993년 3월)이다.

(4) 종합적인 정책 추진

국민의 수요에 따라 정부에서도 공공복지의 증진을 도모하는 관점으로, 영상 매체의 진흥이라는 넓은 입장에서 서서 종합적인 정책을 검토할 필요가 있다.