당분간은 채널탐색 … 낮 시청률 늘어날듯
홈쇼핑 변혁 … 지상파 방송 큰 영향 없어

趙 成 鎬
〈방송개발원 선임연구원〉

우여곡절 끝에 뉴미디어라고 일컫는 종합유선방송이 지난 3월 1일 우리나라에서도 실시되었다. 주도면밀한 준비과정을 거쳐 산뜻하게 출범한 것은 아니지만 수용자복지 차원에서 볼 때 종합유선방송의 등장은 기존의 지상파 방송과 차별화된 다양성과 전문성을 갖춘 21개 채널이 추가제공된다는 점에서 획기적인 일이라고 할 수 있다. 지상파 과점체제하에서 수용자는 보고자하는 프로그램이 없어도 여가시간을 소비할 대안이 없으면 상대적으로 거부감이 적은 프로그램을 볼 수밖에 없었다.

또 선호하는 장르의 프로그램을 원하는 시간에 볼 수 없는 경우도 있었다. 그러나 CATV는 동질적인 특정계층을 대상으로 전문화된 방송을 제공하기 때문에 기존의 지상파방송과 달리 어느 정도 원하는 시간에 원하는 프로그램을 선택해서 볼 수 있게 해준다는 장점이 있다.

예를 들어 영화를 보고 싶으면 〈대우시네마〉나 유료영화 채널인 〈캐치원〉을 통해 수시로 시청이 가능하고 뉴스를 원하면 굳이 저녁뉴스를 기다릴 필요없이 언제든지 〈YTN〉을 통해 뉴스를 접할 수 있다. 음악 프로그램을 보고 싶으면 〈뮤직네트워크〉나 〈고려음악방송〉을 통해 최신 팝송, 가요, 국악, 클래식 등의 다양한 장르를 즐길 수 있다. 이외에도 여성, 스포츠, 교육, 교통 및 관광, 종교, 지역 등에 관련된 전문채널 등도 이용할 수 있다. 여기에 추가로 허가된 문화예술, 홈쇼핑, 바둑, 만화영화, 기독교 등의 채널은 시청자의 선택의 폭을 더욱 높여줄 것이다.

그렇다면 CATV의 도입이 우리의 일상생활 전반에 어떠한 변화를 가져올 것인가? 우선 CATV를 시청하기 위해서는 무료로 제공되던 기존의 지상파와 달리 일정한 대가를 지불해야 한다. 따라서 CATV의 영향은 일단 CATV에 가입한 사람의 생활에 국한된다. 그렇다면 CATV 초기 가입자의 특징은 무엇이고, CATV가 생활에 어떤 변화를 야기할 것이며, CATV의 확산속도는 어느 정도일 것인가?

미국선 가입률 65% 상회

현재 CATV가 꽃을 피우고 있는 미국의 경우를 예를 들어보자. 애초 미국의 CATV는 우리와 같이 뉴미디어의 개념으로 시작되지 않았다. 1949년 방송전파의 도달이 불완전한 것을 막기 위해 지역의 공동수신안테나를 통해 수신한 전파를 유선으로 가정에 제공한 것이 CATV의 시작이었다.

그 이후 기술의 발달로 전송가능한 채널 수가 점점 늘어나 오늘날과 같이 1백여개의 채널을 동시에 전송할 수 있는 상태로 발전되었고 그 활용범위도 점점 더 확대되고 있다.

현재 미국의 CATV 가입률은 65%를 상회하고 있는데 이 수준에 도달하기까지 무려 45년이 소요되었다. 이 기간을 좀 더 세분해서 살펴보면 CATV가 본격적으로 확산되기 시작한 시기는 70년대 후반부터이기 때문에 본격적인 미국 CATV의 역사는 15년을 약간 상회하는 정도라고 할 수 있다.

보가트(1956)의 초기 연구를 보면 미국에 TV가 도입된 후 TV를 포함한 대중매체의 이용시간이 약 3시간 10분에서 4시간 20분으로 늘어났다고 한다. 또한 TV로 인해 라디오, 잡지, 서

적, 신문을 이용하는 시간이 상대적으로 줄어들었고 여가시간을 즐기는 하나의 수단이었던 대학 스포츠 관람도 줄어들었다고 한다. 그 이후의 다른 연구 결과들도 이와 유사한 현상을 지적하였고 콤스탁(1978) 등의 연구에서 TV가 여가시간에 할 수 있는 다양한 활동을 대체하고 있다는 종합적인 결론도 도출되었다.

만일 CATV를 혁신적인 뉴미디어로 간주한다면 CATV의 도입이 가입가구원의 여가시간 중 조금 더 많은 부분을 빼앗을 것은 물론이고 기존의 지상파방송을 어느 정도 대체할 것이라는 점은 추론가능한 부분이다.

실제로 한 연구에 의하면 1950년도부터 1990년까지의 미국의 가구시청률을 분석한 결과 약 13년의 주기를 두고 흑백 TV, 컬러 TV, CATV의 도입에 따라 가구의 총 시청률이 일정한 폭으로 증가되었음을 보여주고 있다. 그 예로 가구당 TV이용시간이 1960년도의 약 5시간에서 최근의 약 8시간으로 증가한 것을 들 수 있다.

CATV의 가입률이 약 65%에 미치고 있는 미국의 경우 각 케이블 방송사(System Operator)당 평균 30~40개 내외의 다양한 채널을 송출하고 있다. 그럼에도 불구하고 수용자들이 주로 보는 채널은 약 8개이고 개인별 하루 평균 시청시간도 약 4시간인 것으로 한 보고서는 밝히고 있다.

이는 곧 CATV의 확산이 본격화되기 시작한 70년대 후반이후 CATV도입으로 가구당 TV 이용시간은 급격하게 증가하였지만 개인별 TV 시청시간은 '약간'만 증가하였음을 보여주는 것이다. 그 주된 이유는 CATV의 다양하고 전문화된 프로그램의 제공으로 각기 다른 시간에 여유시간을 갖는 다양한 가족 구성원들이 '취향에 따라' '능동적'으로 TV를 이용하기 때문에 전체적으로 TV가 켜져 있는 시간은 증가하지만 개인별 여유시간은 증가하지 않기 때문이다.

여기에서 주의할 점은 개인별 TV 이용시간이 급격하게 증가하지는 않지만 CATV의 내용과 질이 제고됨에 따라 CATV가 기존 지상파방송의 점유율을 점점 잠식하게 된다는 사실이다. 우리나라의 경우에도 CATV 도입으로 낮방송이 실시되면 가구당 TV 이용시간은 어느 정도 증가할 것이지만, 개인별 하루 평균 시청시간은 주로 낮시간대에 가정에 있는 수용자의 CATV 이용시간만 약간 증가하고 전체적으로 보면 그 증가량이 '미미'하리란 점을 쉽게 예측할 수 있다.

그러나 미국의 예에서와 마찬가지로 CATV의 프로그램 질이나 전문성이 제고되면 기존 지상파의 점유율은 상대적으로 줄어들 것이다.

일본선 위성방송이 활발

CATV가 우리보다 먼저 도입된 일본의 경우 초기의 예상과는 달리 급격한 확산이 일어나지 않았고 오히려 후발주자인 위성방송의 확산이 더 활발하게 진행되고 있는 실정이다. 물론 그 주요 원인은 일본에 섬이 많아서 유선보다는 위성이 더 적합하다는 지리적 여건에서 찾을 수도 있다. 뉴미디어의 확산속도를 떠나서 시청자가 채택한 특정 매체가 일상생활 속에서 시청자의 매체 이용행태에 어떤 영향을 미치는지 살펴보는 것은 중요한 작업이다.

1994년 일본 우정성의 우정연구소가 간토(關東)지역을 대상으로 실시한 일본의 영상미디어 이용실태에 대한 조사 결과에 의하면 CATV에 가입한 세대가 볼 수 있는 채널은 비가입자가 볼 수 있는 채널의 약 3배인 평균 32채널(지상파, 위성방송 포함)이라고 한다. 케이블 가입세대의 경우 비가입세대에 비해 선택할 수 있는 채널 수가 약 3배로 늘어났음에도 불구하고 가입세대의 수용자가 주로 시청하는 채널 수는 거의 변화하지 않았다고 한다.

즉 케이블 가입세대가 평일에 주로 시청하는 평균 채널 수는 3.1채널, 비가입세대의 경우 3.0채널인 것으로 나타났다. 이는 곧 CATV의 도입으로 채널의 선택 폭이 급격하게 늘어났음에도 불구하고 기존의 지상파방송에 대한 수용자의 선호도가 다소 떨어졌다는 점을 제외하고 어느 정도 지상파를 대체할 만큼 영향력 있는 채널이 등장하지 않았음을 의미한다.

또한 수용자의 하루 평균 시청 시간에도 별다른 변화가 일어나지 않은 것으로 나타났다. 즉 케이블가입세대와 비가입세대간의 평일 평균 시청시간이 4시간 26분으로 차이가 없었고 휴일에도 각기 5시간 11분과 5시간 5분으로 거의 차이가 없는 것으로 나타났다.

이는 개인의 여유시간이 변화하지 않았기 때문에 가정 전체의 TV이용시간은 증가하지만 개인별 TV시청시간은 거의 늘어나지 않으며 프로그램의 질과 내용이 개선되고 전문화되면서 기존 지상파의 점유율을 잠식하는 것으로 볼 수 있다.

TV 시청은 생활습관이다. 일반인의 하루 24시간의 활용을 대략적으로 나누어 보면 잠자는데 8시간, 일하거나

공부하는 등의 일상적인 업무에 약 8시간을 소비하고 그 외의 나머지 8시간을 개인적으로 활용할 수 있는데 사람들은 이 개인적 가용시간 중 약 1/3인 3시간 정도를 TV를 시청하는데 사용한다고 한다. 최근의 TV시청행태와 관련된 조사를 보면 우리나라 사람은 실제로 하루 평균 약 3시간을 TV시청에 소비하는 것으로 나타났다.

아침 TV방송 끝나면 라디오로

그렇다면 CATV의 도입은 시청자의 매체 이용행태에 어떠한 영향을 미칠 것인가? 이를 살펴보기 위해 본 한국방송개발원에서는 95년 2월 말 CATV 방송실시전에 CATV초기 가입신청자와 비가입자를 대상으로 매체 이용행태조사를 하여 〈그림〉과 같은 결과를 얻었다. 〈그림〉은 생활 시간대 조사를 이용하여 하루의 매체 이용행태를 도식화한 것이다. 단 〈그림〉에는 외출중의 매체 이용행태는 제외시키고 가정내의 매체 이용행태만 포함시켰다.

전체적으로 볼 때 하루생활 중에 잠자는 시간을 제외하면 '집에 있는 시간과 전체 매체이용'이 어느 정도 상관관계가 있음을 보여주고 있다. 각 매체별로 보면 신문은 오전 6시부터 11시 반까지 주로 이용되고, 저녁에는 5시부터 9시까지 오전에 비해 상대적으로 적은 비율로 이용되고 있다. 라디오는 이른 아침에 약간 이용되다가, TV 아침 방송이 끝날 때부터 저녁 TV 방송시작 직전까지 주로 이용되고, TV 프라임 타임이 끝나는 늦은 저녁시간에 다시 증가하는 양상을 보이고 있다.

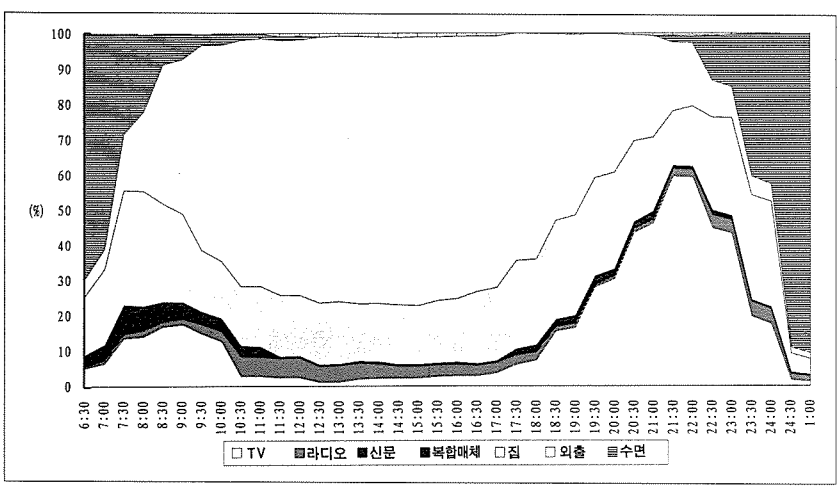
타매체와는 달리 TV는 수용자가 집에 있는 시간이 늘어나면 TV 시청행위도 따라서 증가하는 현상이 나타난다. 여기서 특기할 만한 것은 TV의 아침방송이 끝나면 대체 매체인 라디오의 이용이 증가한다는 점이다.

이러한 수용자들의 하루평균 매체 이용행태를 고려할 때 특정 가구가 CATV에 가입하더라도 집에 있는 절대시간이 늘어나지 않는 한 전체적인 TV 시청시간은 눈에 띠게 증가하지 않을 것이다.

라디오 청취와 TV시청의 관계에 따라 단지 오전 10시부터 오후 5시 반 사이에 라디오 청취시간이 줄어드는 대신 TV 시청이 늘어나고 저녁에는 수면시간이 약간 줄어들면서 심야의 TV 시청시간이 약간 늘어날 것으로 예상된다.

이를 좀더 구체적으로 분석해보면 초기 CATV의 가입자의 두드러진 특징은 소득, 학력, 연령에 관계없이 집에 있는 시간이 비가입자에 비해 상대적으로 많고 또한 TV시청시간도 더 많다는 점이다. 또한 여자들이 남자들보다 집에 있는 시간이 많고 50대 이상의 연령층이 타연령층에 비해 집에 있는 비율이 상대적으로 많기 때문에 이들의 낮시간 TV 시청이 늘어날 것도 어느 정도 예상되는 부분이다.

〈그림〉 일반인의 매체이용 행태 분석



미국선 영화관 영향 안받아

CATV 가입이후 수용자의 매체이용 측면에서 이를 종합해보면 집안에서의 TV이용시간은 일정한도까지 지속적으로 증가하겠지만 개인별 TV 시청시간은 '약간'만 늘어날 것이다. 대신 기존의 지상파방송과는 달리 선택할 수 있는 채널수가 급격히 증가하여 수용자가 당분간 TV 이용에 능동성을 갖고 여러 채널을 탐색하는 행위가 늘어나고 시간이 지나면서 특정 채널에 대한 선호감이 형성되고 TV 시청은 점차 이 채널에 한정될 것이다.

CATV가 도입되면 유료영화 채널의 도입으로 영화관 이용이나 비디오 테이프의 대여가 줄어드는 경향이 있을 것으로 예견되어 왔으나 미국의 한 연구 결과에 따르면 커다란 변화는 나타나지 않은 것으로 보고되고 있다. 그렇지만 홈쇼핑 채널 등과 같이 CATV가 우리의 생활환경에 제공하는 혁신적인 영향을 무시할 수만은 없겠지만 당분간 기존의 지상파방송의 영향력을 급격하게 감소시키지는 않을 것으로 보인다. ST