

I. 서론

'Convergence'라는 용어는 18세기무렵부터 지금과 같은 의미로 사용되었는데 사전적(辭典的)으로 Convergence란 "매듭 또는 한 지점에 함께 오는 것" (bend or come together at a point)¹⁾으로 정의되므로 두 가지 힘이나 물질이 한 지점에 함께 오거나 매듭지어지는 과정이라고 하겠다.

이러한 개념의 convergence는 두 가지 점에서 새롭게 인식이 필요하다고 하겠다. 먼저는 소위 방송과 통신부문에 국한된 것이 아니라는 점이다. 제반 산업부문과 사회문화부문, 정치, 경제를 막론하고 convergence가 시대적 양상으로 두드러지고 있다.²⁾ 따라서 방송통신에 국한한 convergence에 대한 이

해는 올바른 이해가 되지 못한다는 것이다. 이는 21세기 전반에 흐르고 있는 convergence 양상의 속성을 읽을 필요가 있음을 지적하게 한다.

그리고 다른 하나는 분명 convergence는 국내나 일본에서 사용되고 있는 것과 같이 융합(融合)이 아니라는 것이다. 융합의 사전적인 의미는 "다른 종류의 것이 녹아서 서로 구별이 없게 하나로 합쳐지는 일"³⁾이라고 정의된다. 정확히 말해 융합은 화학적 결합을 의미한다. 그러나 convergence는 물리적 결합임에 분명하다.

이상과 같은 문제인식으로부터 지금까지 방송통신융합이라는 이름으로 제시된 많은 이야기들이 수학적적으로 재단된 감이 없지 않음을 지적하지 않을 수 없다.

1) Webster's new World Dictionary

2) 다양한 분야로부터의 해당 관점에 대해 "Big Issue IV: The Great Convergence," Forbes ASAP(Oct.,4,1999)를 참조

3) 아래한글 2002버전의 사전참조

그렇다고 해서 미디어부문에 소위 통합⁴⁾이 일어나고 있지 않다는 의미는 아니다. 분명히 변화는 일어나고 있다. 전화, 케이블, 방송과 같은 커뮤니케이션산업의 많은 속성과 자산이 재구조화되고 있다. 그리고 그 재구조화는 디지털화라는 기술적 힘과 글로벌화라는 경제적 힘에 의해 소개되는 환경 변화에 상호적응⁵⁾을 함으로써 발생하고 있다고 하겠다. 여기서 상호적응이란 하나의 조직이 그들의 전략을 바꿈으로써 경쟁자에 의한 새로운 기술의 사용이나 이전 영역의 침범과 같은 변화에 대응할 때 발생하게 된다. 이러한 변화는 경쟁자들에게 차례로 대응하게 만든다. 각각은 새로운 승자가 분명하게 될 때까지 또는 각자가 생명위협적인 경쟁압박 없이 그들이 존속할만한 틈새를 개발할 때까지 서로의 움직임에 대응하여 적응이 지속된다.

그렇다고 해서 통합(convergence)이 상호적응의 과정을 설명해주는 않는다. 그러나 통합이라는 것이 가능한 결과중 하나라고 하겠다. 실제 작용하는 힘은 복잡해서 예측불허이다. 누가, 무엇이 하나가 되고 분리될 지에 대해서는 커뮤니케이션부문에 서도 불확실하다.

그럼에도 불구하고 커뮤니케이션부문의 여러 연구들은 통합과 관련해서 보면, 몇 가지 전망을 가능하게 한다. 이는 크게 3가지로 정리될 수 있는데 첫째가 소위 Big Pipe, 대형 관로이다. 이는 기존의 메시지 운반 수단이 하나의 대형 수단으로 또는 극소수의 대형 수단으로 통합되는 것을 의미한다. 둘째는 Big Box로서 메시지 전송과 정보처리, 오락을 위하여 사용되던 다양한 단말을 하나 또는 극소수

의 소비자 단말이 대체하는 것을 의미한다. 셋째는 Big Company로서 하나 또는 극소수 기업이 종합적으로 소비자에게 Big Pipe와 Big Box를 제공하는 해당부문에서의 자원을 통제하게 되는 것을 의미한다.

이러한 세 가지 전망은 극도의 집중을 이야기하는 것이다. 그러나 그러한 극도의 집중 자체도 현재의 통합소요 중 많은 잠재적 가능성중 하나이다. 사실 해당 소요는 기술발달과 같은, 소요를 일으킨 원동력이 활동을 멈추지 않은 이상 멈추지 않을 것이다.

본고에서는 이러한 점에 보다 충실하게 바탕을 두고 소위 통합현상에 대하여 최근에 잘못된 논의를 바로 잡고, 향후 방송의 미래를 전망하고 이에 대한 대응방안에 대해서 다루기로 한다.

Ⅱ. 방송·통신 통합의 성격에 대한 조명

1. 방송·통신통합은 결혼이다.

Roger Fidler(1997)는 '통합'(convergence)을 "상호진출 또는 결혼"에 가깝다고 하였다. 그런데 그 결과는 새로운 실체의 창출과 각각의 부문 변형으로 나타난다고 하였다.⁶⁾ 통합(convergence)은 Fidler의 표현처럼, '결혼'이라는 표현이 가장 적합한 것으로 보인다. 분명 결혼은 물리적인 결합이다. 그러면서도 그 이상으로 '아이'라는 새로운 실체를 등장시키고, 아이라는 새로운 실체를 양육하면서 남는는 조금씩 변한다. 그것은 양보나 희생으로 해

4) 앞서 언급한 바와 같이 융합이라는 표현은 적절하지 않다. 비록 본보고서도 융합을 제목으로 삼고 있으나 이는 어디까지나 기존의 인식에 집부하기 위함이며 그러한 개념의 사용에 동의하는 것은 아니다. 따라서 보고서 내부에서는 융합이라는 표현은 되도록이면 피하고 이를 대체할만한 용어를 사용하고자 한다. 그러나 이에 대해서도 신중한 검토가 필요하므로 여기서는 일단 화자적결합의 의미를 피하여 통합이라는 용어로 convergence를 대신하기로 한다.

5) 여기서 상호적응이라는 용어는 순환적인 진행형이며 기본적으로 비즈니스상의 상호적응이란 생물학에서 사용되는 개념과 유사하다

6) Roger Fidler(1997), *Mediamorphosis: Understanding New Media*, p.27

석되기도 하고, 조화로 보여지기도 한다. 분명한 것은 같은 배에 탔음으로 갈등을 줄이기 위한 개별적인 변화라는 것이 있기 마련이다.

마찬가지로 소위 통합의 결과는, 새로운 실체로서의 융합적 서비스를 낳는다. 그리고 이 때문에 방송과 통신부문은 선택적으로 조금씩은 변하는 것이 불가피하다. 그러나 결혼 그 자체가 남녀의 일체됨을 의미하는 것은 아님과 같이 방송통신통합이 방송과 통신의 일체됨을 의미하는 것은 아니다. 남녀는 각각의 속성을 유지한 채 협력, 조화하면서 가정을 이루며 양육하듯이 방송과 통신부문은 각각의 속성을 유지한 채 협력을 통해 상위의 정보시스템을 이루고 융합적 서비스를 발전시킨다.

한편 OECD(1992)는 통합(convergence)을 “해당 경제부문간의 기술적, 규제적 경계를 흐리는 것”으로 개념정의한 바 있다.⁷⁾ 그러나 OECD는 그 당시 보고서를 통해 “기술적, 규제적 통합(convergence)은 불가피한 것이 아니고, 전화회사나 방송사나 그들의 편만한 공존상태로부터 움직여서 얻을 것이 별로 없을 것이라는 결론을 내렸다. 뿐만 아니라 통합의 압력은 기존의 전화회사와 경쟁하고자 하는 기업들과 새로운 장비를 공급하고자 하는 하드웨어 제조업자들로부터 나왔으며 그 결과, 방송과 통신이 구조적으로 상이하게 유지해온 규제와 소위 비즈니스라인을 제한한 규제를 완화해 달라는 압력으로 작용하고 있다고 하였다. 이후 OECD(1999)는 커뮤니케이션 부문에 있어서 기술적, 재정적 집중 경향이 있음을 지적하였다. 기술, 서비스, 시장에서의 급속한 통합(convergence)은 디지털기술개발과 연관되었으며 다양한 콘텐츠가 그들의 특성을 무시

하고 다양한 네트워크를 통해 공급되도록 하였다고 지적하였다. 그리고 새로운 사업기회를 위해 해당 부문에서 인수합병과 전략적 제휴가 증가하는 추세⁸⁾라고 하였다.

1.1 통합의 지향성 : 집중

통합의 결과로 수렴되는 양상 내지 통합을 추구하는 기업들의 지향점은 바로 경제력 집중이다.

컴퓨터와 통신(telecommunication)의 디지털기술이 이들 각각을 통합하여 “communications”이 될 것이라는 것을 의심치 않던 1970년대중반에 이르러서 소위 통합의 첫번째 전망인 Big Pipe론이 등장하였다. 이 전망은 출판, 방송, 케이블, 전화 등 기존의 모든 커뮤니케이션 채널이, 오디오, 비디오 또는 텍스트를 불문하고 모든 메시지를 하나의 거대한 채널이 전달하게 될 것이라는 것이다. 이와 관련하여 이미 1973년에는 미국의 Harvard대에서는 커뮤니케이션산업과 정보산업간의 벽이 곧 무너질 것이며 공공정책은 이에 적응하여야 한다고 예측한 바 있다.⁹⁾

이러한 관점의 통합(convergence)을 초기에 사용한 사람중 하나가 MIT의 Nicholas Negroponte인데, 1979년에 Negroponte는 Media Lab을 설립하기 위하여 모금할 당시에 이미 <그림 1>을 제시하였는데, 정보를 디지털화하는 능력과 컴퓨터산업상의 발달은 커뮤니케이션산업이 어느 수준까지 함께 접근하도록 할 것이며 그들은 단일한 기술로서 연구, 개발되어야 한다고 전망하였다.¹⁰⁾

한편 정책면에서 보면, Big Pipe론은 소위 정보고속도로(Information Superhighway)로 알려진

7) 이후 EU의 Green Paper(1997)에서 정의하는 convergence service를 보면, “각 부문간의 이종 교배(cross-fertilization)를 통해 가능하게 된 새로운 서비스”로 정의되고 있다. 그런가 하면, convergence에 대해서는 여기서도 경계가 흐려지는 현상으로 보고 있다.

8) OECD(1999), *Communication Outlook*, 113

9) PITPP(1974), *A Perspective on Information Resources: The Scope of the Program 1973-1974*, 3

NII, GII로 대응되었다. 각국 정부는 네트워크를 모든 시민에게 활용가능한 공공재로서 구축하는 데에 역할을 하고 있다. Big Box와 관련해서는 아마도 여러 가지 채널이 장래에도 지속되겠지만, 디지털화는 기존에 소비자들에 의해 사용된 다양한 수신 장비, 디코딩 장비가 하나의 박스로 통합시킬 것이다. 앞서 언급한 Big Pipe가 송신자(공급자)측의 통합이라면, Big Box는 수신자측면의 통합이다.

Big Pipe와 Big Box가 추구되면서 자연스럽게 Big Company도 등장하게 된다. 이들 3가지는 기업들의 통합과 관련한 지향점이며 또한 결과로서 전망이라고 하겠다.

이상과 같은 수렴점을 감안하면, 방송통신통합의 전망은 시장경쟁의 심화와 그에 따른 산업구조의

재편이다. 시장경쟁이 치열해 진다는 것은 기업들이 경쟁력을 확보하기 위하여 기업간 수직적·수평적 결합과 인수·합병, 전략적 제휴가 추구될 수밖에 없음을 의미한다. 그리고, 방송·통신 등 정보관련 산업구조가 개편된다는 것은 방송과 통신의 구분이 약화되고, 정보의 생성·전달과정에 따라 보다 광의의 콘텐츠산업, 정보서비스산업, 정보망 산업, 정보기기산업 등으로 재편될 것이라는 것이다. 그러나 <그림 2>는 기존에 많이 인용된 것이지만, 이는 하나의 이념형으로 실재는 정책적, 사회적 선택의 문제이지 그러한 형태의 산업구조의 재편이 반드시 있다고 할 수는 없다. 왜냐하면 앞서 언급한 바와 같이 통합되는 영역은 화학적 융합을 의미하는 것은 아니기 때문이다.

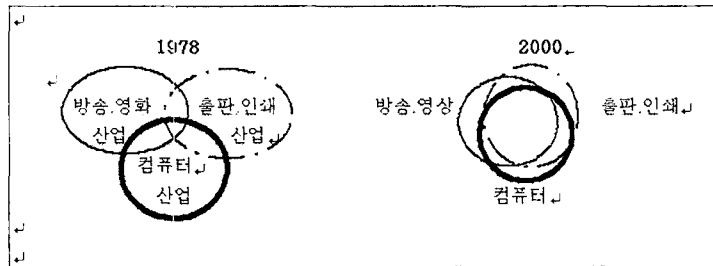
1.2 방송통신 융합적 서비스 확산과 다양화

BBS나 홈페이지에 의한 정보발신과 같은 중간영역 서비스는 이용자확대와 함께 새로운 서비스가 등장하여 서비스내용이 다양화되고 있다. 또한, 방송과 통신을 조합하여 쌍방향성을 구비한 서비스도 개발, 제공되기 시작하였다.

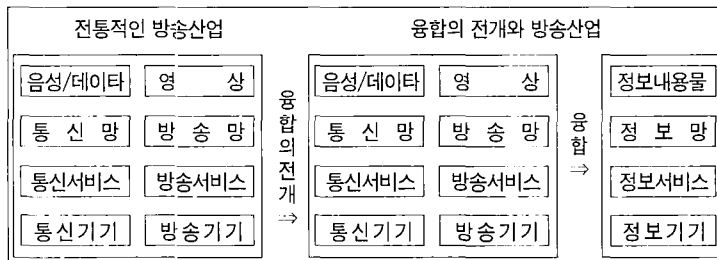
가. 중간영역 서비스

전형적 통신서비스인 전화나 전형적 방송서비스인 지상파 방송과 비교하여

출처 : Stewart Brand(1987), The Media Lab: Inventing the Future at MIT, p.10



<그림 1> 통합개념도



<그림 2> 통신·방송 산업구조의 변화가능 모델

10) 당시 그는 다학제적 자세와 공동연구를 주장하였는데 이에 대한 호응은 미미하였다.

BBS, 홈페이지에 의한 정보발신, 인터넷방송 등은 양자의 성격의 것이다. BBS, 홈페이지에 의한 정보발신과 같은 중간영역 서비스는 개인이 정보를 발신하는 유효한 수단으로 보급되는 한편, 익명으로 불특정 다수의 상대에게 간단하게 정보를 전달할 수 있는 특성을 가지고 있으며 위법 또는 유해한 정보 유통이 충분히 제지되지 않는 실정이다.

나. 방송과 통신을 조합한 쌍방향 서비스

위성방송에 이어 지상파방송에서 개시될 데이터 방송은 인터넷 등의 통신서비스와 제휴하여 쌍방향성을 실현하고 있다. 최근 TV단말을 이용하여 다양한 새로운 비즈니스기회를 모색하는 T-비즈니스를 지향하는 움직임도 활발하다.

HDD(Hard Disc Drive)를 탑재한 이용자단말의 공동개발 등이 진행되고 있으며 방송된 콘텐츠를 TV단말로 축적하여 그 콘텐츠를 단말에서 편집 가공하면서 상품정보를 입수하여 주문할 수 있는 새로운 어플리케이션이 등장하고 있다.

이용자의 욕구에 가장 일치한 콘텐츠를 방송에 의하여 소비자에게 제안하고, 통신에 의하여 실시간으로 주문을 접수하여 방송 또는 통신의 최적 전송경로를 거쳐 콘텐츠를 이용자에게 전송하는 시스템 등의 실용화도 예상된다. 이들 서비스의 성패는 이용자 만족도가 높은 콘텐츠, 어플리케이션을 얼마만큼 제공 가능한지에 의존하고 있으며 디지털 콘텐츠나 참신한 어플리케이션 형성 여부에 달려 있다고 하겠다. 또한 제작된 콘텐츠가 디지털방송이나 Broadband 네트워크를 통하여 원활하게 국내외에 제공되도록 통신네트워크와 방송네트워크

의 장점을 살린 시스템 개발이나 비즈니스모델구축이 중요하게 부상될 것이다.

1.3 콘텐츠유통의 구조변화

기존에 영상콘텐츠 유통은 지상파방송에의 의존도가 매우 컸다. 그러나 지상파 방송 이외의 유통경로를 통하더라도 콘텐츠가 유통되며 콘텐츠 유통시장은 다양화, 복잡화되고 있다. 이 같은 현상은 다양한 유통경로를 비즈니스모델로 조합하여, 콘텐츠 비즈니스를 전개하는 사업자에게 있어서 콘텐츠제작자와 이용자를 연결하는 유통 수단 선택폭이 넓어지는 것을 의미한다.¹¹⁾

방송통신통합과 멀티미디어화는 기본적으로 디지털화에 근간을 두는데 디지털 콘텐츠는 품질열화 없이 복제가 가능하며 복수의 콘텐츠를 소재로 새로운 작품을 제작하기 쉬운 특징을 가지고 있으며 콘텐츠의 2차이용이 용이하다. 따라서 Multi-use가 보편화될 것이다. Multi-use를 전제로 한 콘텐츠제작 정착은 이제 시작단계이지만, 향후 디지털화 진전과 함께 2차 이용시 여러 권리 처리에 배려한 계약내용이 일반화 될 전망이다.¹²⁾

2. 방송통신통합의 원동력

방송통신통합의 동인으로 '디지털 정보통신기술의 발달'과 '방송과 통신분야의 시장 자유화'를 들 수 있다. 디지털 IT발달은 방송을 통해서도 쌍방향으로 정보 전달이 가능하게 하거나 통신을 통해서 불특정다수에 대해 보도·논평 등의 전달이 가능하게 만들고 있다. 그리고 시장자유화는 국내외적 통

11) 예를들어, 스트리밍 기술을 이용한 인터넷영화를 유료로 공개하는 등의 새로운 시도가 실시되고 있음

12) 현재 영화작품 등은 극장 상영, 항공기내 상영, 패키지, 유료방송, 지상파 방송, 재방송이라는 순서로 Multi-use가 일반적이며 제작 프로그램을 TV방송으로 접해진 시간보다 긴 부분을 별도로 편집하여 인터넷 방송으로도 이용되고 있다.

신산업의 자유화, 개방화에 이어 국제사회에서도 방송산업의 개방화가 진행중인 가운데 (범위의 경제) 실현을 위해 상호영역 진출이 가속화되고 있다고 평가된다. 이를 정리하면, 디지털화와 글로벌화를 방송통신통합의 원동력으로 볼 수 있다.

2.1 공동언어 디지털

세계의 커뮤니케이션 산업은 변화에 효과적인 적응, 비용절감, 생산성향상 등을 기대 하면서 디지털화 하고 있다. 신문, 방송, 케이블, 위성, 영화, 그리고 음악 산업이 디지털로 전달됨에 따라, 그것들을 분리하던 기술적 장벽이 극복되고 있다. 그리고 그러한 모든 산업들을 컴퓨터 언어로 소통하는 세계가 되고 있다.

이론적으로 기술적·지리적 경계는 사라지고, 모든 것은 전세계적이고 교차기술적(cross-technology) 커뮤니케이션 분야에서 동일하게 경쟁할 것으로 전망된다. 이러한 분야의 모든 기업은 커뮤니케이션 소비자들이 소비하는 시간과 돈을 획득하기 위해서 경쟁할 것이다. 각각의 산업에 대해서 과거에는 보호되었던 독특한 문화와 수익흐름에 있어서 기술적, 정치적, 그리고 규제의 장벽은 0과 1의 언어로 개방되는 것이다.

공동언어는 집중을 위한 힘으로 작용한다.¹³⁾ 만약에 비디오, 오디오, 텍스트가 Big Pipe를 통해서 Big Box로 날아간다면, 그것들은 공통 신호로 변화될 것이다. 0과 1에 의한 비디오, 오디오, 그리고 텍스트의 디지털화는 Big Pipe를 통해서 서로 이동하게 될 것이고, 시스템의 크고 작은 Boxes에 의해서 그들이 의도한 형태로 해독될 것이다. 메시지는 채널사이를 쉽게 이동할 수 있다. 그것은 수직적으로

통합된 Big Company는 접근하는 모든 채널에 있어서 동일한 메시지를 사용할 수 있음을 의미한다.

그러나 디지털화는 다른 한편으로는 다양화를 위한 힘으로 해석될 수도 있다. 단기적으로는 디지털 메시지의 생산비용은 저렴하고, 인터넷 분배비용은 아주 저렴하다. 그러한 요소들은 메시지와 송신자의 다양성 증가를 촉진하게 될 것이다. 그러나 장기적으로 볼 때, 송신자의 다양성은 쇠퇴할 것이고 단지 소수의 세계적 승자가 남게 될 것이다. 그러한 점에서, 디지털화를 통해 개별 국가가 산업내 경쟁에 대해서는 관대하면서 산업간 경쟁에 관심을 가지고 산업부문별로 경쟁력있는 사업자를 확보하고자 하는 것은 불가피한 면이 있다.

2.2 공동시장 글로벌화

글로벌화는 '경제적, 문화적, 그리고 정치적 상호 의존의 전세계적 시스템화 혹은 구조화 과정'으로 정의된다. 대규모의 상호 연계된 커뮤니케이션과 전송 네트워크는 글로벌화를 가능하게 한다. 네트워크, 정보원, 자본, 그리고 노동 없이는 발전을 위한 대규모의 다국적 구조를 인정하는 급변하는 세계를 움직일 수 없다. 세계적 커뮤니케이션망은 외국인 투자와 다국적 기업의 운영을 위한 필요한 정보의 빠른 흐름이 이뤄지도록 하여 세계 경제를 가능하게 한다. 또한 커뮤니케이션망은 오락과 세계 문화를 창조하는 초월경 뉴스 메시지를 가능하게 한다.

글로벌화를 가정하는데 많은 시나리오 중에 하나는 민족국가들이 모든 주요한 방식에 있어서 힘의 세계적 집중강화에 대항 못하고 힘없이 남게 되는 경우이고, 다른 하나는 해당 국가가 국제적 거

13) 이는 인간이 힘을 집중하여 신에 도전하는 바벨탑을 쌓다가 저주를 받아 언어가 달라져서 탑을 올리지 못하였다는 구약에서의 교훈에서 시사하는 바와 같이 공동언어자체가 힘의 원천이 되고 집중을 야기한다고 보아야 한다.

래가 가능한 경우이다. 메시지 생산과 관련한 커뮤니케이션 분야에서 이러한 시나리오는 많은 국가들에 있어서, 경쟁자 침입에 직면한 지역 커뮤니케이션 산업과 문화적 생산물을 보호하거나 대체하는 것에 의한 다양성을 고무시키기 위한 노력에 의해서 영향을 받을 것이다. 또한 정부나 지역 기업들은 지역 문화와 언어를 촉진하는데 흥미를 가질 것이다.

2.3 방송통신통합의 집중과 다양성에 대한 이해

방송통신통합은 그 자체가 생태학적으로 우성을 보다 강화하는 성격을 지닌다. 그것은 힘의 집중을 야기하는데 이는 하나의 과정이면서 결과이기도 하다. 이러한 집중은 경쟁을 통해서 이뤄진다는 점에서 다양성의 이중적인 면을 가지게 된다. 즉 방송통신통합은 다양성을 추구하여 선택적으로 한 사회에서 진행되지만, 그 결과는 달라진 환경에 적응이 용이한 우성의 종자를 중심으로 보다 힘의 집중이 가속화된다는 것이다. 그것은 글로벌화에 의해 실질적으로 진행되게 되는데 이는 순수한 기술적 측면의 우성이 아니라 규모의 경제성에 바탕을 둔 다국적 기업으로의 집중이라는 양상을 나타낸다. 이를 방송통신통합에 작용하는 구심력이라고 한다면, 다양성에 대한 사회적 필요성은 하나의 원심력으로 균형을 이루도록 할 필요가 있다.

따라서 다양성을 상시 유지할 수 있는 정책과 제도적 장치가 필요하며 힘의 집중이 결국은 다양성을 해치지 않도록 항상성을 유지할 수 있는 시스템의 구축이 필요하다. 이를 위해서는 시장구조와 시장행위, 시장성과를 유기적으로 모니터링하고 치유가 가능한 규제 및 정책기구의 역할이 필요하다.

그렇다고 해서 집중 자체가 비효율적이라는 의미는 아니다. 오히려 집중이 공급측면에서의 다

원성을 강화할 수도 있다. 공급자 측면의 양적인 송신자, 채널의 다원화가 질적인 면에서 얼마든지 확실화로 나타날 수 있기 때문이며 '규모의 경제성'을 확보한 소수의 공급자가 오히려 다양한 채널과 내용의 다원성을 증진시킬 수도 있기 때문이다. 더욱이 시장에서 선택되는 역량있는 사업자를 중심으로 하는 집중이 해당서비스를 조기에 정착시킨다는 점에서 보면, 이는 어느 정도의 집중의 불가피성과 함께 시장성과를 통한 합리화가 가능하다.

3. 통신방송통합 논의의 입장

통신방송통합논의의 주역이라고 함은 앞서 언급한 원동력에 의해 야기되는 현상 내지 지향될 것으로 희망되는 현상의 주역은 통신과 방송 두 부문에서 모두 사업을 용이하게 하고자 하는 사업자이다. 이들 사업자들의 활동과 관련해서 함께 주역으로 등장하게 되는 것이 바로 두 부문에 대해 각각의 규제와 정책을 담당하여 온 정책규제당국이다. 이들이 추구하는 편익은 <표1>과 같이 구분할수 있는데 어느 경우이든 해당 조직의 존립과 존립을 위한 성

<표 1> 통신방송통합 정책모델과 추구 편익

구분	시장모델	카영모델	비고
수용자입장	수용자 복지	저렴한 서비스	결과보장과 과정(환경)보장
사업자입장	기회의 제공	저렴한 비용	진입자유와 저비용 자유
정책자입장	자원효과성	자원효율성	정성적 성과와 계량적 성과
비고	계획적, 종합적 효과성 추구	비계획적, 개별적 비용 효율성 추구	R&D에 대한 적극 투자와 소극 대응
중요 정책	규제 수립	규제완화	개입과 방임

* 출처 : 김국진(2002) 통신방송융합과 규제기구 p.20

과를 높이기 명분추구에 몰두하게 된다.

그러나 두 부문의 결혼(통합)이 사실혼을 인정하여 이뤄지든 미래지향적 결혼이든간에 그 사이에서 태어난 아기가 장성해지면, 이를 중심으로 가족은 재편성되면서 주도권도 아이에게 넘어간다. 그러한 면에서 지금 당장은 아니지만, 기술발달에 근간한 융합적 서비스의 등장과 발달, 성숙은 궁극적으로 방송과 통신부문을 주도하는 주역으로 자리하게 될 것이다. 그러한 면에서 지향성을 가진 R&D의 중요성은 대단히 중요하다고 하겠다.

Ⅲ. 방송의 발전방향

1. 중장기적 발전방향 : 방송의 쌍방향성으로의 확장

통신방송통합의 현상과 관련해서 방송은 통신의 속성을 가미하게 되면서 그 영역이 확장되는 양상을 띠게 된다. Interactive TV시대로의 진입이 그것이다.

그러나 어디까지나 여전히 공급자와 수용자의 구조로 볼 때, 공급자의 통제력이 강한 상태를 유지하는 불균형적 쌍방향성을 근간에 둔 발전이라고 하겠다. 네트워크구성면에서 점대다점(point-to-multipoint) 네트워크구조를 유지하면서 불완전한 쌍방향성을 서비스로 개발하면서 이를 근간으로 하여 기존의 수익모델인 광고모델에 PPU(pay-per-use), 가입료모델 등을 발달시키게 될 것으로 전망된다.

이 단계는 흔히 주문형 방송 단계로 명명되어지며 여전히 수요에서의 다양화와 생산에서의 대량생산, 공급에서의 다원화라는 양식을 띠게 되어 유사

쌍방향형의 생산소비양식이 주도하는 기술이 그 배경을 이루게 될 것이다.

2. 궁극적 발전방향 : 방송의 승화와 사회적 가치의 재정립

그러나 궁극적으로 보면, 쌍방향성의 확장으로 완전한 쌍방향성이 보장되게 되면 콘텐츠에 대한 지배, 통제력을 상실하게 되므로 사실상 기존의 방송은 형식은 없어지고, 내용만 남게 되어 사실상 발달의 끝이자 새로운 시작을 맞이하게 될 것이다. 이 단계에서는 방송이란 이름으로 공유하고자 하였던 사회적 가치를 지키기 위한 새로운 공기의 필요성이 부각될 것이다. 이는 여론형성이나 매체행위 윤리, 내용윤리 등과 관련한 것들이 될 것이다.

이는 방송의 발달단계상 소위 창조형 방송(←맞춤형 방송←주문형 방송←단순시청형 방송)의 단계에 해당될 것인데 상호신뢰를 담보할수 있는 기술과 다층구조의 멤버십이 통제되는 기술의 발달이 반드시 필요하게 될 것이다.

3. 퍼스날화와 지역사회추구

향후의 방송발달 방향은 개인화이다. 기존의 공동 시청소비의 형태는 개인 시청소비로 변화하게 된다. 이러한 Personalcasting의 대상이 되는 개인 소비자는 그 속성이 다원주의적 이탈의 속성을 지니면서도 다른 한편으로는 사회소속 욕구 내지 안전욕구에 의해 상대적으로 이전보다 지역사회에 관심이 많은 존재가 될 것으로 보이며 이에 따라 이를 타겟으로 하는 방송서비스도 개별화와 지역사회집중이라는 원심력적 접근과 구심력적 접근을 병행하는 것이 될 것이다.

4. T-Commerce의 장으로서의 방송

방송은 이른바 T-commerce의 장이 될 것이다. 이것은 단순히 상거래의 장이 된다는 의미가 아니다. 원래 지속적인 상거래는 신뢰를 바탕으로 깔고 이뤄지게 되는데 이를 위해서 communication, community형성이라는 선행되어야 할 것들이 있으며 이어 convenience라는 결과가 있어야 한다. 단순 상거래가 아닌 문화, 정보와 상품교류의 센터가 된다는 의미가 된다. 이것은 TV가 홈네트워크의 중심에 선다는 이야기이기도 하며 디지털 민주주의의 단말이 된다는 이야기이기도 하다. 왜냐하면, T-commerce의 일환으로 보팅을 보편화하면, 대의 민주주의의 한계를 넘어 직접 참여민주주의를 추구할 수 있기 때문이다.

IV. 결 론

방송은 이전에 기술적 의미이상 그 무엇도 아니었다. 그러나 지금은 기술발달을 근간으로 하여 엄청난 사회적 영향력을 가진 미디어서비스로 발달하여 왔다. 그런 방송이 앞으로 향후 10년동안 겪게될 변화는 이전의 100년보다 클 것이다. 그러한 의미에서 그 모습을 가늠한다는 것은 무리한 일이 될 것이다.

그러나 분명한 것은 쌍방향성을 수용하는 정도에 따라 변화의 속도가 다양하게 될 것이라는 점이다. 그러나 쌍방향성의 확보는 이면에 기존에 방송을 둘러싼 이해집단이 가지고 있던 통제력을 나눠 가지게 되거나 상실하게 된다는 의미가 되므로 수용이 쉬운 일은 아니다. 그럼에도 불구하고 수용이 불가피하게 되는 것은 방향성을 가진 R&D의 축적이 제대로 작용하게 되는 경우라고 하지 않을 수 없다.

필자 소개



김 국 진

- 정보통신정책 연구원 과제책임자
- 디지털방송방식 발전위원회 위원
- 방송통신법제정비위원회 위원
- DAB 추진위원회 위원 등 역임