

主題

디지털 방송산업 발달 양상과 전망: 지상파 방송 중심분석

정보통신정책연구원 김국진

차 례

- I. 서 론
- II. 디지털방송 산업 현황
- III. 디지털방송발달 양상과 전망
- IV. 결 론

I. 서 론

2004년은 전세계적으로 디지털 방송이 처음 등장한 1994년¹⁾으로부터 10년을 경과한 시점이면서 지상파TV에서 디지털방송을 개시한지는 6년이 경과되는 시점이다.²⁾ 우리나라에서도 2001년 10월과 11월에 디지털 본방송이 개시되었으나 2004년 연말시점은 만 3년이 경과되는 것이 된다. 그 동안 국내에서는 지난하게 방송방식과 관련한 논쟁이 이어져 초기년도 10시간이라는 주당 HDTV 프로그램비중이 여전히 2차년도의 13시

간 의무비율하에 만 3년을 경과하고 있는 실정이다. 비록 그 동안의 논쟁이 종식되었다고 하나 HD프로그램에 노출이 충분히 되지 못하는 환경은 여전히 지속되고 있으며 이는 디지털 인구의 확산에 여전히 장애요인으로 작용하고 있는 것으로 평가된다.

그러나 밖으로 2004년은 디지털 방송에 있어서 대단히 활발한 움직임이 역동적으로 이뤄지고 있다고 평가된다. 그 동안의 불확실한 여건들이 상당히 제거되어 가고 있으며 이에는 정부의 적극적인 정책과 총체적인 Action Plan이 크게 작

1) 디지털방송은 위성방송에서 가장 먼저 등장하였는데 1994년 6월 17일 미국에서 DirecTV가 처음이다. 그러나 위성방송의 초기 디지털방송은 전부문의 디지털화가 아닌 전송부문의 디지털화의 성격이 강했으며 이는 다채널 시대를 초다채널시대로 전환하는 위력을 발휘한 바 있다.

2) 초기 지상파 방송의 디지털방송 개시는 영국의 BBC가 1998년 9월 23일에, 미국이 1998년 11월 1일에 이뤄진 것으로 되어 있다.

〈표 1〉 유럽 DTTB 확산 실태

(단위: 천가구)

구분	1998	1999	2000	2001	2002	2003 1Q	2004 1Q	보급율
영국	247	552	774	1,217	1,260	1,400	3,000	12 %
스웨덴		15	35	83	100	140	200	4.8%
스페인			3	150	150	130	130	1 %
핀란드				5	10	97	300	13.1%
독일						120	170	0.5%
네덜란드						3	12	0.2%
이탈리아							25	0.1%
합계	247	567	812	1,455	1,520	1,890	3,837	

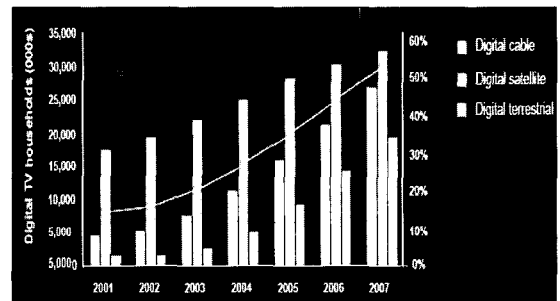
자료: EBU(2004)

용하고 있는 것으로 평가된다. 국내적으로도 신성장동력중 핵심부문으로 디지털방송산업이 선정되어 보다 적극적인 정책과 이의 추진이 필요한 시점이다. 이와 관련해서 현실적으로 각국의 실태를 분석하고 디지털방송산업에 대한 세계적 흐름을 이해하는 것이 절실하게 요구된다.

현실에 대한 이해와 이를 바탕으로 한 미래에 대한 불확실성을 제거하여 디지털방송 산업발달을 위해 보다 바람직한 정책수립 및 제도마련이 이뤄질 필요가 있기 때문이다. 현실적으로 디지털 전환은 그 자체로서 원활하게 조기에 구현되어야 하는 필요성을 가지고 있으며 아울러 단순히 전환에서 그치지 아니하고 국가 신성장동력으로서 역할을 수행할 수 있어야 한다. 이에 본고에서는 지상파 방송을 중심으로 각국의 실태와 디지털 방송의 추세 및 발달양상을 분석하고 시사점을 찾고자 한다.

II. 디지털방송 산업 현황

1. 유럽의 디지털방송 실태분석



자료: Datamonitor

〈그림 1〉 유럽의 디지털방송 전망

유럽의 디지털방송은 [그림 1]에서 보는 바와 같이 위성방송, 케이블방송, 지상파 방송 순으로 발달할 것이 전망되었다. 실제 나타나는 현상도 이와 유사한데 단지 케이블의 다소 부진한 양상이 드러나고 있다. 특히 2004년은 지상파 디지털 방송이 본격적으로 발달하는 시기로 전망되었는데 실제 2003년 1/4분기 대비 2004년의 1/4분기는 2배가 넘는 실적을 보이고 있다. 그러나 영국에서는 전망이상의 추세가 나타나고 있으나 다른 국가에서는 부진한 것이 실상이며 이에 보다 적극적인 정부정책의 필요성이 부상되고 있다. 2004년 11월 현재 7개국에서 지상파 디지털방송

〈표 2〉 유럽의 DTTB 추진 실태

국 가	법제도마련	서비스개시	서비스정착	전환일정	비 고
영국	1996. 7	1998. 9	1998.11	2006~2012	02.10재개
스웨덴	1997. 5	1999. 4	1999. 9	2008	
스페인	1998.10	2000. 5	2000. 5	2012	04 재개.
핀란드	1996. 5	2001. 8	2002.10	2007	
독일(베를린)	2002. 3	2002.11	2003. 1Q	2003.8	
네덜란드	1999	2003. 4	2003. 4Q	2004 개시~	
이탈리아	2001	2003.12	2004. 2Q	2006	
독일(기타)	2002	2004	2004	2010	
프랑스	2000. 8	2005. 3	2006	2010	
스위스	2003	2005	2006	2015	
오스트리아	2001	2005	2006	2012	
노르웨이	2002. 3	2005	2006	2006-08	
포르투갈	2000			2010	
덴마크	2002.12			2011	
벨기에	2002			2005	Flanders
아일랜드	2001. 3			2010	

이 서비스되고 있으며 2005년에는 4개국에 추가로 디지털 방송을 개시할 예정이다.

유럽에서는 거의 모든 TV채널이 위성을 경유하여 디지털 표준으로 방송되고 있다. 그러나 대부분이 동시방송 상태이다. 케이블부문의 디지털화는 1997년 이후 유의미한 진전을 보이고 있다. 한편 모든 유럽국가들이 지상파 디지털방송계획을 분명히 하고 있으나 이상과 현실의 갭도 여전히 존재하고 있다. 이러한 더딘 DTTB 개시의 원인은 여전히 i) 규제 불확실성, ii) 상업 TV사업자들의 지상파 방송 디지털화에 대한 의향 부족, iii) 높은 케이블 및 위성의 보급 등이 지적되고 있다.

가. 영국

영국에 있어서 지상파 디지털방송의 커버리지는 2004년 현재 73%에 해당된다. 이는 초기 디

지탈방송이 개시되던 시기의 54%에 비해 크게 향상된 것이다. 그러나 역시 디지털위성방송의 커버리지는 98%를 넘어 사실상 위성방송이 디지털 시대 보편적 서비스의 위상으로 자리잡아가고 있다. 이에 비하면 여전히 디지털 케이블은 50%로 저조하다.

위성방송의 가입자수는 2004년 2/4분기에 703만을 초과하였으며 ITV Digital의 파산후 2002년 10월 새롭게 출범한 Freeview는 389만을 초과하였고, FTV(Free-to-View) 위성방송가구도 30만이 넘어 소위 무료 DTV가구가 420만이 넘는 것으로 나타났다. 이에 비해 디지털 케이블은 약 250만 정도이었다. 그러나 여전히 디지털 케이블의 경우, 높은 ARPU를 보이고 있는데 위성방송이 380파운드인데 비해 500파운드를 전후한 규모이다. 그러나 여전히 이탈률(churn rate)은 15%로 위성의 9.7%보다 높았다.

한편 최근에는 ADSL망을 이용한 TV서비스도 도입되었는데 Home Choice의 경우는 홈패스가 약 125만 가구나 되는데 접속은 아직 미미하여 3,870 정도이며 Kingston Interactive의 5,204을 합쳐도 만 가구가 되지 않는 수준이다. 그러나 이같은 낮은 수치는 그 동안의 BT백본망의 임대료가 높은 것이 원인으로 지적된 가운데 70%인 하가 이뤄져 변화가 예상되고 있다.

나. 프랑스

프랑스는 2004년 6월 8일, 디지털 지상파 방송의 첫 방송 날짜를 구체적으로 발표했다. 2005년 3월 1일에 우선적으로 15개 무료 채널들[TF1, M6, Canal+, France 2, France 3, France 5, Festival, Arte, La Cha ne parlementaire, Direct 8, iMCM, M6 Music, NRJ TV, NT1, TMC]이 한 달 안에 첫 방송을 시작하게 된다.

한편 이 채널의 방송사들은 2004년 6월 '모두를 위한 디지털 텔레비전(T l vision num rique pour tous)'이라는 구호 아래 그룹을 만들어 디지털 방송의 성공을 위해 대중에게 DTV에 대한 홍보를 하고 TV, 디코더, 그리고 안테나 등의 관련된 회사들과 함께 협력하여 대중들에게 무료 채널에 쉽게 접근할 수 있도록 노력해 나가기로 결의하였다. 나머지 15개의 유료 채널들[AB1, Canal J, Com die !, Canal+(유료 프로그램에 한정), Cin Cin maPremier, Cuisine TV, Eurosport France, I-T 1, LCI, Match TV, Paris Premi re, Plan te, Sport+, TF6, TPS Star]은 2005년 9월 1일부터 6개월 내에 서비스를 개시하면 된다.

2005년 3월 도입시에는 17개의 송신소를 통해 35%의 커버리지를 보일 것으로 전망되고 그 주요 도시들은 Bordeaux, Brest, Lille, Lyon,

Marseille, Niort, Rennes, Rouen, Toulouse et Vannes, Paris, 그리고 파리 주변 지역이 될 것이다. 정책규제기구인 CSA는 유료 채널이 서비스를 개시하는 9월에는 50%(32송신소), 2006년 상반기에는 65%(60여 송신소), 그리고 2007년에는 80~85%(115송신소)의 커버리지를 목표로 삼고 있다.

한편 프랑스 재정부 장관인 니콜라 사르코지(Nicolas Sarkozy)는 최근에 디지털 디코더 구입은 시장기능에 맡겨야 한다는 의견을 피력하여 그 동안 비등하던 정부 보조금에 대한 기대에 부정적 입장을 분명히 하였다. 또한 HDTV 방송을 선호하던 민영방송사인 TF1과 M6는 정부에 의해 그것이 좌절된 현재 비록 DTV에 참여하긴 하나 그다지 적극적이지 않은 상태이다. 한편 소비자들은 디지털방송출범에 호의적인 것으로 나타났다.

다. 스웨덴

스웨덴의 경우, 1985년 지상파 방송의 시장점유율이 98%선이었으나 2003년 32%로 급격히 하락한 가운데 어느 나라보다도 지상파 방송의 디지털화에 대한 욕구가 크다고 하겠다.³⁾

현재 약 100만의 가구가 디지털가구로 추정되는데 디지털 위성이 65만, 디지털 케이블이 17만, 그리고 디지털 지상파방송이 20만 정도이다.⁴⁾ 급격히 시장지배력이 추락한 지상파 방송은 새로운 BM을 적극적으로 추구하고 있으며 이들은 Mobile TV서비스에서 경쟁력을 찾고자 다각적인 모색을 하고 있다.⁵⁾

스웨덴은 방송개시 4년이 경과된 지금, 20만 지상파 DTTV 가구를 가지고 있는 것으로 평가된다.⁶⁾ 이는 TV가구의 5%에 해당된다. 비즈니스

3) 2003년 상황은 지상파가 32%, 케이블이 44%, 위성방송이 24%인 상태이다.

4) 현재 디지털 시장은 Viasat이 21%, Canal Digital 35%, Boxer 19%, Comhem 15%이다.

5) 이와 관련해서 자국민이 이동 TV서비스에 가장 호의적이라는 조사결과를 내놓고 있다.

스모델은 유료모델이며 전송회사로서의 Teracom의 투자가 2억 2,000만 유로나 된다. 현재 스웨덴 정부가 관심을 가지고 있는 것은 의무 재송신정책이며 이는 2004년 9월부터 시행할 예정이다.

라. 독일

베를린 지역에서 2002년 11월 디지털 지상파 방송이 개시되어 2003년 8월에 아날로그를 종료하게 됨으로써 세계적으로 주목을 끈 독일은 스웨덴과 마찬가지로 지상파 방송의 시장점유율이 90년대의 지배적 위상에서 대단히 낮아진 전형적인 국가이다. 7-8%의 시장점유율을 보이는 지상파 방송으로서는 스웨덴과 마찬가지로 새로운 경쟁력을 찾자 다각적인 노력을 전개하고 있다. 이러한 특수성은 아날로그 종료를 조기에 달성할 수 있는 동인이 되고 있는데 이들 사업자들은 데이터방송 등의 쌍방향 서비스이외에도 Mobile TV 서비스에 대한 높은 관심을 보이고 있다.

최근 DTV 관련 이슈는 두 가지인데 하나는 국가를 대리하는 주 매체기구가 디지털TV의 추진 과정에서 편중된 재정 지원과 특혜를 주고 있다는 점이고, 다른 하나는 향후 2010년에도 독일의 디지털TV의 이용 가구 비율은 절반을 넘지 못할 것이라는 비관적 예측에 관한 것이다.

전자는 베를린-브란덴부르크 지역의 매체기구가 DVB-T로의 전환 과정에서 편중된 재정 지원을 하여 다른 케이블 업체와 위성 방송사들의 상대적인 약화라는 불법적 행위를 했다는 것이다. 이에 유럽 위원회는 베를린-브란덴부르크 지역의 디지털 지상파TV로의 전환 비용에 대해

공식적인 조사를 실시했다.⁷⁾ 유럽위원회는 현지 점에서 편중된 공공기관의 특혜가 문제시된다는 것을 지적했다.⁸⁾ 유럽위원회의 조사에서 일차적으로 고려된 점은 DTV 망을 운영하고 있고 통신회사의 자회사인 T-System이 국가 차원의 지원을 통해 간접적으로 특혜를 받았다는 점이다. MABB(베를린-브란덴부르크 매체기구)가 행한 특혜란, T-System이 방송사로부터 총 투자비용에 상응하는 지불비용을 요청하거나 그에 의존하지 않고도 새로운 서비스를 제공할 수 있도록 지원한 점이다. DVB-T(지상파 DTV)는 디지털 케이블 및 디지털 위성과 같은 다른 방송사들과 경쟁하는 상황에 있기 때문에 MABB의 T-System에 대한 지원과 배려는 케이블 방송과 위성 방송사들에게는 불리하게 작용할 수 있다는 것이다. 이에 대해 최종적인 판정은 나오지 않았으나 독일은 다른 주에서도 보조금의 문제를 가지고 있는 것으로 평가되는 가운데 R&D 기술발전과 정보화차원에서 이러한 지원의 타당성과 불가피성에 대한 의견을 강력히 피력하고 있는 실정이다.

한편, 디지털TV는 독일에서 예상보다 늦게 정착될 것으로 보인다. Goldmedia가 최근 제시한 연구결과에 따르면, 2010년까지 디지털TV 방송의 수신가구는 절반에도 못 미치는 수준에 머물 것으로 예측되었다. 구체적으로 살펴보면, 2003년에 9.9%의 미미한 수치를 보였던 디지털TV 수신 가구율은 2004년 현재 4.9% 포인트 증가해 14.8%로 올랐고, 2004년 이후 해마다 4% 내지 5% 포인트의 증가 추이를 보일 것으로 예측되나, 2009년도에는 40.4%로, 그리고 2010년에는 44.0% 정도가 될 것이라는 것이다.

6) 손익분기점은 가입자가 약 240,000가구에 이를 때일 것으로 전망하고 있다.

7) 위원회가 지난 7월 14일 브뤼셀에서 보고한 바에 따르면, 조사 대상은 베를린-브란덴부르크 주 매체기구(Medienanstalt Berlin-Brandenburg, MABB)가 DTV로의 전환 과정에서 민영 방송사들을 지원했던 평균 비용이다.

8) MABB는 DVB-T로의 전환을 위해 프로그램당 연 6만 내지 7만 유로를 지원한 것으로 알려졌다. 이러한 전환 과정에는 총 5년의 기간이 소요된다.

2. 미국의 디지털방송 산업실태분석

현재 미국에서의 DTV 보급현황을 보면, 지속적으로 분기별 판매기록을 갱신하고 있는데 CEA에 의하면, 2004년 1/4분기에만도 139만대의 DTV가 판매되었고 그 규모는 21억불에 해당되었다. 2004년말에는 누계로 약 1,400만대의 보급이 이뤄질 것으로 기대되고 있다. 이러한 추세는 아래 그림에서 나타나는 바와 같이 DTV의 가격이 급격히 하락하고 있는 것과 미국내 높은 HD 편성에 기인한다고 하겠다.

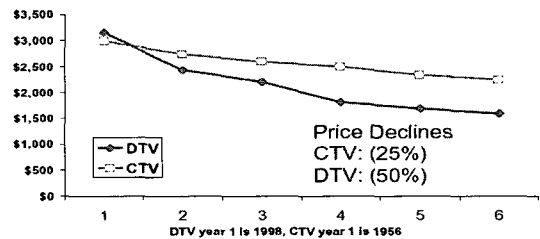
지상파 디지털방송의 경우, 2004년 8월말 현재, 207개 시장에서 1,233개 방송국이 디지털방송을 하고 있으며 이는 미국 TV가구(1억 600만가구)의 99.69%를 커버하는 것이다. 그리고 미국 가구중 84.7%가 최소 5개 이상의 디지털지상파 신호를 받고 있는 것이다. 미국의 DTV 확산에는 지상파 방송의 HDTV방송뿐만 아니라 위성방송과 케이블의 HDTV방송에 힘입고 있다. 위성방송은 애당초 디지털방송으로 도입되어 2,200만 이상의 가입자를 확보하고 있는데 케이블방송의 경우에는 기존의 아날로그 방송을 지속적으로 디지털방송으로 전환하고 있는데 대체개념이 아닌 부가개념으로 전환을 전개하고 있으며 이에 VOD와 HDTV방송이 가장 크게 기여하고 있는 것으로 평가된다.

디지털 케이블가구는 2004년 1/4분기 현재, 전체 케이블가구의 30%에 해당되는 2,290만 가구이며 2004년 3월말로 미국 TV가구중 8,400만이 HDTV방송을 제공받을 수 있는 범주에 해당되고 있다.

DTV보급은 2004년 7월 1일부터 적용된 디지털 튜너내장 의무로 인해 DTV의 보급이 원활하게 될 것이라는 전망하에 사업자들이 보다 적극적으로 디지털전환을 전개한 결과이다. 향후 DTV의 의무재송신(must carry)와 저작권보호문

제를 정책적으로 풀어야 안정적인 정착을 기대할 수 있을 것으로 전망된다

DTV v. CTV Pricing



자료 : NABA

(그림 2) DTV와 컬러TV의 도입상의 가격하락세 비교

3. 일본의 디지털방송 산업실태분석

2003년 12월에 3대 도시권에서 시작된 일본의 디지털 방송은 2004년말에 계획되어 있던 수도권에서의 시청지역 확대를 10월로 앞당겨 실시하였다. 수도권에서 민방 5개국 디지털 방송 시청 가능 세대는 시청지역이 확대됨에 따라 640만 세대로 대폭 늘어날 전망이다. 총무성이 이처럼 보급 확대를 가속화할 수 있는 이유는, 아날로그 방송 주파수 변경대책이라 불리는 작업이 당초 예정보다 빨리 끝날 전망이다기 때문이다. 이 작업은 지상 디지털 방송에서 사용할 예정의 채널이 아날로그 방송에서 이미 사용되는 지역을 위한 것이다. 이러한 지역에서는 각 가정의 수신기 채널 설정을 변경하는 등의 작업이 필요하기 때문이다. 모든 세대에 필요한 작업은 아니며, 대상은 전국에서 426만 세대, 비용은 약 1,800억 엔으로, 작년 2월부터 6년간의 예정으로 시작되었다. 수도권에서는 140만 세대가 대상으로, 5월 말까지 74만 세대에 대한 작업이 완료된 상태다. 방송지역이 확대되는 10월까지 수도권에서는 대상 세대의 80%까지 작업이 완료될 전망이라고 한다.

HD 영상이 중심인 지상 디지털 방송의 방송

지역이 확대되면, 액정/플라즈마 TV 등의 대화면 TV 수요 확대에 이어지므로 관련 업계의 관심이 고조되고 있으며, NHK의 조사에 따르면 지상 디지털 방송을 수신할 수 있는 TV나 튜너의 2004년 5월 출하대수는 92만 대에 달하고 있다.⁹⁾

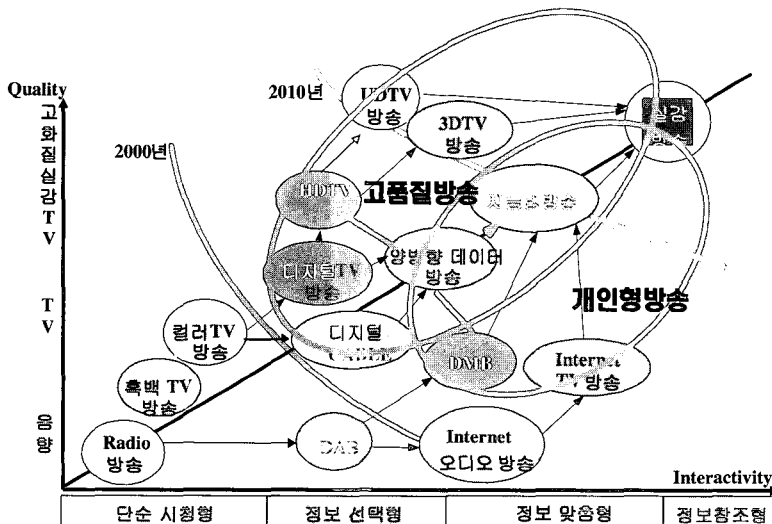
최근에는 아날로그 방송 종료에 대한 낮은 인지도를 우려하는 상황인데, 디지털 방송으로의 변화를 저해하는 문제점으로 지적되고 있다. 총무성이 7월 7일 발표한 <정보통신백서>에 따르면, 2011년의 '아날로그 방송 종료'를 알고 있는 사람은 전국에서 51.9%, 3대 도시권에서는 58.1%라고 한다. 이와 관련해서 2011년에 아날로그를 종료하려는 입장에서는 2004년 시점의 50% 수준의 인지도는 제품사용연한을 감안할 때, 대단히 우려되는 것이라는 평가이다.

III. 디지털방송발달 양상과 전망

1. 2대 트렌드

디지털방송발달의 양상을 단적으로 표현하면 2가지 큰 흐름으로 볼수 있다. [그림 3]에서 보는 바와 같이 그 하나는 HDTV를 중심으로 한 고품질방송으로의 흐름이고, 다른 하나는 DMB 또는 mobile TV로 대변되는 개인형 방송으로의 흐름이다.

이같은 흐름은 디지털방송의 영역을 기존의 영화영역과 통신의 영역으로 확장하는 결과를 가져올 것으로 전망되는데 이러한 흐름에 대해 상술하면 다음과 같다.



[그림 3] 디지털방송 발달 양상

9) 2004년 4월 현재, NHK 전체 TV 프로그램 중 약 80%가 HD제작중이다.(NHK 2004 연감)

1. 고품질 방송으로의 양상

디지털 방송의 가장 큰 특징중 하나가 비디오에 있어서 16:9의 고정세 화면이며 오디오에 있어서 5.1채널의 고품질의 음향이다. HDTV가 홈시어터 시스템과 함께 구입되는 이유도 여기에 있다. 기존의 아날로그에 비해 월등히 많은 화소와 음질은 가정으로 영화관을 옮겨 오는 것과 같은 효과를 보일 만큼 풍부함 그 자체이다. 이러한 고품질의 방송은 지속적으로 보다 실제과 같은 현장감을 느낄수 있도록 발달할 것으로 전망된다. 기본적으로 이는 기존의 고정수신의 안정적인 고화질, 고품질 방송이라고 하겠다.

실제 HDTV는 미국에서 이미 지상파 방송이나 케이블, 위성방송에서 공히 구현되어 서비스되고 있으며 지상파의 경우는 프라임타임대(미국은 7pm-11pm)에 50%이상을 HD로 방영하고 있으며 이미 수십개의 HD채널이 위성파 케이블에 존재하는 실정이다. 그런가 하면 일본의 경우도 위성방송에서 HD는 보편화되었고, 지상파에서도 HD방송이 급속히 확산되고 있다. 향후 최대 시장으로 기대되는 인접한 중국도 베이징올림픽을 계기로 HDTV방송을 준비하고 있으며 멕시코, 캐나다도 HDTV 대열에 참여하였고, 이윽코 유럽에서도 위성방송을 필두로 하여 HDTV 도입에 열을 올리는 단계가 되었다. 유럽 최대 위성방송사인 BSkyB는 2006년부터 HDTV방송을 프리미엄 서비스로 도입하기로 하였으며 독일과 프랑스 등 각국이 앞다퉈 2006년 월드컵이전에 HDTV를 도입할 것을 선언하고 있다. 유럽에서는 2004년 현재 소위 HDTV bandwagon 현상이 발생하고 있다고 표현된다.¹⁰⁾

2. 개인형 방송으로의 양상

디지털 방송은 '언제', '어디서나', '어느 단말에 게나' '모든 디지털 콘텐츠'를 실현하는 방송으로도 발달한다. 이것을 소위 '개인형 방송'이라고 명명할수 있겠는데 특히 여기서는 이동, 휴대TV 서비스라는 점이 강조된다. 초기에는 시장에서의 경쟁력 열세를 만회하고자 디지털화를 통해 하는 지상파 방송사업자들에 의해 이동 TV서비스가 주로 거론되어 실체로서 이러한 사업자의 새로운 서비스시장형성 욕구와 수용자들의 높아가는 이동TV서비스에 대한 요구를 수용하는 단계로 접어들고 있다.

이동통신을 통해 새로운 생활문화로서 이동문화가 형성되고 있는데 이를 완성하는 성격의 이동 TV 또는 이동 멀티미디어방송라는 존재가 그것이다. 현재는 DVB-H, MediaFlo 등도 등장하였으나 시장형성은 DMB로 먼저 이뤄질 것으로 기대된다. DMB는 기존에 DAB의 사실상의 업버전의 속성을 가지므로 이미 여러국가에서 실시되고 있는 DAB의 한계를 극복하여 새롭게 개인형방송의 발전을 견인할 것으로 기대된다.

현재 유럽 각국은 DMB에 대한 높은 관심을 보이고 있는데 아시아와 중남미에서도 이에 대한 수용을 추구하고 있는 실정이다.

3. 쌍방향성의 공유

디지털 방송의 속성하면 다채널, 고품질, 다기능이라고 하여 소위 3대 특성으로 이야기되었고, 그 중에서도 TV방송을 정보통신서비스 나아가 그 이상의 영역으로 확장시켜 줄 것으로 기대되던 다기능중 가장 중요하게 인식되는 쌍방향성은 고품질 방송이나 개인형 방송에서 공히 추구되는 영역으로 되고 있다. HDTV도 데이터방송을 연동형으로 실시하고 DMB도 데이터방송을 포함한 멀티미디어서비스를 한다는 것이다. 이는 기본적

10) ibc 2004에서 사용된 표현이다.

으로는 통신망이든 케이블망이든 리턴 채널의 확보를 통해서만 진정한 의미의 쌍방향성을 구현하지만, 오늘날의 망의 발달은 이를 용이하게 하고 있다.

4. IP-TV의 등장과 변수

디지털방송의 또 하나의 추가적인 현상은 IPTV의 등장이라고 하겠다. 기본적으로 IP망을 지향한 통신의 발달은 불가피한 선택이며 이러한 IP망을 이용한 TV서비스 나아가 다양한 정보서비스는 유선서비스를 제공해온 통신사업자에게는 대단히 중요한 사업방향으로 인식되고 있는데 유럽에서 2004년에는 활발히 IPTV가 전개되고 있다. 물론 아시아, 일본, 미국, 남미도 예외는 아니어서 다양한 사업자들이 IPTV를 도입하기 시작하였다.

IPTV는 케이블 가입자가 많은 많은 유럽에서 활발하게 가입자를 늘려가고 있는데 기존의 DSL 망을 이용하거나 새로운 FTTH을 이용하여 영상, 방송서비스와 아울러 종합적인오락정보 서비스를 전개한다. 이는 효율성과 효과성이라는 점 모두에서 향후 방송산업의 재편의 동인으로 작용하기에 잠재적 가치를 가진 것으로 평가된다.

IV. 결론

디지털방송 산업은 HDTV와 DMB를 중심으로 시장을 형성하게 될 것으로 기대된다. 그러한 점에서 우리나라의 디지털방송에 대한 산업으로서의 정책적 접근은 현 단계에서는 바람직하였다고 할수 있겠다. 한편 유럽시장 등은 DMB와 HDTV의 좋은 시장일뿐만 아니라 IP STB의 시장으로서도 한 몫을 할수 있을 것으로 보인다.

그러나 하나의 미디어가 사회에 정착하고 사회적 제도의 일부로서 제 기능을 발휘할 수 있어

야만 해당 미디어산업의 미래는 탄탄하다고 할수 있다. 그러한 면에서 디지털방송의 편익이 발현되고 이를 수용자들이 향유할수 있도록 디지털방송산업의 발달이 이뤄지도록 하여야 할 것이다. 이제는 방향과 선택의 단계는 넘어섰으며 우리나라에서 제대로 해당 디지털방송이 구현되도록 정책적 지혜를 모아야 한다. 비록 HDTV 선택이라는 점에서 우리가 다른 국가에 비해 앞서 있다고 하나 수상기산업이외에 서비스산업에서는 후발국들과 차이가 없다. DMB 역시 다양한 수익모델과 서비스를 구현하여야 해의 시장으로의 확산을 견인할수 있을텐데 기존의 아날로그적 정책접근으로 머물러 있는 감이 없지 않다.

기술은 잠재력이다. 그것을 활용하는 기술의 발달없이 그 편익은 그림의 떡이라는 사실에 입각해 보면, 정부 정책당국의 보다 체계적 접근을 요구할 수밖에 없다.



김 국 진

1988년 ~ : 정보통신정책연구원

(통신개발연구원) 책임연구원

1991년~1993년 : MBC 자문위원

1998~1999년 : 방송개혁위원회
전문위원

1999년~2000년 : DTV추진반 위원

2000년 : 방송위원회 제1대 디지털방송추진위원회 위원, 정보통신부 데이터방송연구반장

2000년~현재 : 정통부 디지털방송발식발전위원회 위원

2002년~현재 : KBS 자문위원

2002년~2003년 : DAB추진위원회 위원, 방송위원회 방송통신법제정비위원회 위원, DMB정책연구반 위원장
2003년 : 방송위원회 자문위원, 신성장동력기술기획위원회 분과위원장(DTV),

2004년~현재 : 방송위원회 디지털방송활성화 소위원회 위원, 방송중장기발전위원회 위원, 정통부 라디오 디지털방송전환정책연구반 위원