

데이터방송 인터랙티브 게임 규제 및 이용자 인식에 관한 연구

승부게임을 중심으로

변동현*

(서강대학교 영상대학원 교수)

정문열**

(서강대학교 영상대학원 교수)

배홍섭***

(서강대학교 영상대학원 석사과정)

본 논문은 유럽 등 해외에서 현재 활성화 되어있는 카드게임, 경마게임 등을 활용한 데이터방송 승부게임(TV-betting) 서비스를 조작하여 이를 경험한 패널집단을 대상으로 인터랙티브 게임 관련 긍정적, 부정적 인식을 조사하여 국내에서 데이터방송 승부게임에 대한 규제문제와 그 도입가능성을 모색해 보았다.

조사연구를 수행하기 위해 국내 디지털케이블방송에서의 데이터방송 표준인 OCAP시스템 환경에서 데이터방송 승부게임 데모프로그램을 제작하고 패널집단이 이 프로그램의 시청경험을 하게 한 뒤에 심층적인 면접을 시행하였다.

그 결과를 정리하면 다음과 같다. 패널집단은 데이터방송 승부게임이 오락효과, 감정정화, 스트레스 해소 등 시청자에게 즐거움을 주는 긍정적 요소가 많으나 사회적 환경 때문에 외국과 같이 쉽게 도입되기는 어려울 것으로 인식하고 있었다. 그리고 데이터방송 승부게임이 도입되기 위해서는 결제에서의 안정된 보안장치를 기반으로 매체 신뢰도가 보장되어야 하고, 승부게임을 너무 자주하지 않게끔 시간적 제약을 고려한 방송편성, 베팅(betting)한도

* dhbyun@sogang.ac.kr

** moon@sogang.ac.kr

*** shannon1528@hanmail.net

의 제한, 다른 데이터방송 가입자들의 셋탑박스에 접속하여 게임을 하는 경우를 차단하는 등 일련의 규제적 시스템 장치를 통해서 과도한 사행성을 억제해야 한다고 판단하고 있었다. 이에 여러 가지 부작용을 최소화하는 방안 등 정부의 법적인 규제 틀 안에서 승부게임의 단계적인 도입이 검토될 수 있다고 인식하고 있었다.

정부는 이를 고려해 장기적인 관점에서 데이터방송 정책수립을 해야 하고, 이를 통해 법적인 규제 틀 안에서 안정적으로 데이터방송 승부게임을 즐길 수 있는 방안이 마련된다면 향후 국내에서 인터랙티브 TV게임이 오락적인 기능과 함께 산업적으로는 데이터방송 등 뉴미디어 산업 활성화를 도모할 수 있을 것으로 기대된다.

주제어: 디지털방송, 데이터방송, 인터랙티브 TV, 승부게임, 베팅, 게임링, 방송규제

1. 연구의 목적 및 의의

승부게임 관련 콘텐츠는 전 세계적으로 인터넷, 모바일, TV 등 각 매체에서 도입되어 시행중이지만, 이의 시행은 각 나라의 문화, 방송환경 등에 많은 영향을 받는다. 국내 위성방송 및 케이블TV에서 현재 시행중인 데이터방송 프로그램은 게임, TV메일(T-Mail), 그 외 날씨, 증권정보 등의 부가정보 서비스 등 여러 종류가 있고 이 외 2006년 현재 TV전자상거래(T-Commerce), TV은행(T-Banking), TV전자정부(T-Government) 등의 서비스가 위성 및 케이블사업자들을 중심으로 활발히 진행되고 있다. 본 논문은 이미 시행 중이거나 준비를 앞두고 있는 데이터방송 서비스 외 해외, 특히 영국, 프랑스 등 유럽에서 핵심콘텐츠로 큰 각광을 받은 데이터방송 승부게임 서비스와 관련한 국내외 규제현황 및 사용자인식에 대한 연구를 바탕으로 향후 국내 데이터방송 승부게임 서비스 도입 시 정부 및 사업자들이 고려해야 할 사항에 대한 가이드 라인을 도출함을 그 목적으로 한다.

본 논문의 주제인 데이터방송 승부게임 프로그램은 유럽에서는 이미 검증이 되었듯 그 자체로 재미와 수익모델이 되었지만 승부게임 관련 콘텐츠는 국내외적으로 비단 TV만이 아닌 인터넷, 모바일 매체에서도 사행성 등 관련

문제로 항상 논란의 중심에 서오고 있는 것이 사실이다. 어떠한 신규매체, 신규서비스의 도입여부는 비단 현재 시점의 규제환경에 의해서만 그 도입여부가 결정되지는 않는다. 이는 타 해외사례에서도 나타나듯 사회적, 문화적인 환경과 국민 공감대, 서비스 활성화 정책 등 그 외 여러 가지 이슈사항들을 고려하여 규제환경이 변화를 거듭하며 그 정책방향이 정해진다. 현재 국내 데이터방송은 초기단계에서 성장단계로 가는 시기를 앞두고 있고, 사업자들의 여러 가지 수익모델 개발과 함께 정부의 규제정책 또한 그 방향을 잡기 위해 노력하고 있다.

국내에서 전반적인 데이터방송산업 및 기술, 사용자 인터페이스(GUI: Graphic User Interface)등에 관한 연구는 계속되고 있으나, 해외에서 많은 시청자를 대상으로 활발히 서비스되고 있는 데이터방송 승부게임에 대한 연구는 전무한 실정이다.

이에 본 논문은 해외사례를 참고로 사행성, 규제정책 등 환경변수들을 고려하여 패널집단 대상으로 데이터방송 승부게임에 대한 긍정적, 부정적 인식 및 이와 관련한 국내 데이터방송 승부게임의 도입에 대한 인식을 조사하고, 분석해 본다.

이러한 연구는 향후 국내에서 관련 법제화를 준비 중인 정부, 데이터방송 승부게임 도입을 검토하는 방송사업자 및 콘텐츠 제작업자, 승부게임 관련 유관단체(한국마사회, 복권위원회)등 관련 업계 각 층에 가이드라인 및 기초 자료로 활용될 수 있으리라 기대된다.

2. 이론적 고찰

1) 데이터방송 승부게임

(1) 데이터방송과 승부게임(TV-Betting)

데이터방송을 통해 TV는 능동적이고 쌍방향적인 미디어로 진화하고 있다.

데이터방송을 영어로는 ‘Interactive TV’, ‘iTV’, ‘Enhanced TV’, ‘Smart TV’, ‘Intelligent TV’ 등 다양한 용어가 쓰이고 있다.¹⁾ iTV의 개념에서 핵심이 되는 것은 무엇보다도 TV에 대한 이용자²⁾의 조정력/통제력(control)에 있다. Ovum(1995)은 인터랙티브 TV를 “무엇을 시청할 것인가와 언제 시청할 것인가에 관한 시청자 스스로의 통제(control)를 더 넓혀주는 기술들의 결합”이라고 설명하면서, iTV는 수신 단말기와의 상호작용뿐만 아니라 네트워크를 통한 상호작용까지를 의미한다고 하였다(한은영, 2001).

이용자의 조정력, 통제력은 전통적인 일방향(one-way)적 의사전달이 쌍방향(two-way)으로 전환될 수 있도록 만들었다. 기존의 TV는 송신자로부터 이용자에게로 일방향적인 콘텐츠 전달이 이루어졌으나, iTV에서는 이용자가 다양한 정보나 프로그램 가운데 원하는 것을 선택하거나 새로운 정보를 찾거나 또는 간단한 콘텐츠를 제공할 수 있는 등 커뮤니케이션이 쌍방향적으로 이루어지도록 한다. 따라서 iTV는 TV를 쌍방향(two-way) 커뮤니케이션의 수단으로 활용할 수 있도록 한다.

국내 방송법에는 데이터방송을 “방송사업자의 채널을 이용하여 데이터(문자·숫자·도형·도표·이미지 그 밖의 정보체계를 말한다)를 위주로 하여 이에 따르는 영상·음성·음향 및 이들의 조합으로 이루어진 방송프로그램을 송신하는 방송(인터넷 등 통신망을 통하여 제공하거나 매개하는 경우를 제외한다)”으로 규정하고 있다(방송법 제2조).

-
- 1) 이들 대부분의 용어들이 TV 기술의 비약적 발전과 함께 최근 대두되었고, 그 의미가 다르지 않기 때문에 본 논문에서는 이러한 용어를 ‘데이터방송’, ‘인터랙티브(Interactive) TV’ 혹은 ‘iTV’로 통일해서 사용한다. 또한 데이터방송은 기존의 아날로그 방송에서 쓰이던 ‘방송’이라는 용어 외 VOD(Video On Demand) 등과 함께 산업적으로 디지털방송의 부가서비스로 많이 인식되므로 ‘데이터방송 서비스’라는 용어 또한 같이 사용하였다.
 - 2) ITV 방송 서비스를 제공받는 사람은 지금까지와 같이 일반적으로 영상 콘텐츠를 중심으로 정보를 받는 ‘시청자’가 아니라, 수신 단말기의 인터랙티브성을 활용해 방송 미디어에 자발적, 능동적으로 참여하는 주체, 즉 ‘이용자’가 되고 있으므로, 본 논문에서는 ‘시청자’ 용어 및 ‘이용자’의 용어를 같이 사용하였다.

이러한 법적인 정의에서 발견할 수 있는 두 가지 특징은 첫째, 우리나라는 데이터방송을 방송의 부수적 서비스가 아닌 별도의 서비스로 정의하고 있으며, 둘째, 인터넷 등의 통신수단을 이용한 데이터방송은 별도의 영역으로 두고 있다는 점이다. 이 부분은 데이터방송의 범위를 협소하게 하고 있다는 비판을 받고 있다(김세철·이시훈·구교태, 2005).

지난 2004년 5월 영국에서 개최된 iTV 컨퍼런스에서 발표된 자료에 따르면 주요 유럽국가의 데이터방송 유형은 연동형 서비스(Enhanced TV),³⁾ 정보형 서비스(Information, Magazines & Classified), 스포츠와 베팅 서비스(Sports & Betting Service), 게임 서비스(Games & Gaming), 상거래 서비스(Shopping, Banking & Services), 양방향 광고(Interactive Advertising), EPG 서비스(EPG's & Navigation), 커뮤니케이션 서비스(Communication and Messaging)로 분류할 수 있다. 이 중 스포츠와 베팅 서비스, 게임 서비스의 경우 축구, 크리켓, 경마 등에 TV를 통해서 돈을 걸 수 있는 서비스가 인기를 끌고 있고, 테트리스나 헐크 같은 간단한 게임을 즐기기 위해서 우리나라 돈으로 2,000원 내외의 요금을 지불해야 하는 PPP(Pay Per Play) 서비스 및 빙고 게임이나 숫자를 맞추어 상금을 타는 서비스 등의 TV게임쇼가 제공되고 있다. 상거래 서비스에서는 피자, 의류 및 잡화, 꽃 배달, 음반, 선물 등이 인기 있는 품목이며, 은행의 계좌 확인이나 이체 등을 TV로 하는 서비스도 인기를 끌고 있다. 최근에는 TV로 로또(Lotto)를 구입할 수 있는 서비스가 개발되어 제공되고 있다(이시훈, 2005: 63~65).

데이터방송 중 대다수는 현재 인터넷을 통해 활발히 진행 중인 서비스들이지만 TV에서 생방송으로 중계되는 스포츠를 보면서 돈을 건다던지, 방송진행 중 빙고게임으로 상금을 타는 TV게임쇼, TV에서 생방송 중인 로또 관련

3) 본 논문에서는 데이터방송을 연동형 서비스(Enhanced TV), 독립형 서비스(Stand-Alone Service)로 크게 2가지 형태로 나누어 정의한다. 방송법상에서 연동형 서비스는 보조적 데이터방송(방송프로그램을 서비스하면서 보조적으로 데이터방송을 내보내는 방송)으로, 독립형 서비스는 전용데이터방송(방송프로그램은 서비스하지 않고 데이터방송만을 내보내는 방송)으로 정의가 되고 있다.

프로그램을 보면서 TV수상기와 연결된 디지털 셋탑박스의 구매모듈을 통해 로또를 구입하고 당첨결과를 확인하는 등 실시간 방송과 연계된 서비스들은 인터넷 서비스와는 달리 방송에서만 가능한 동시적, 실시간적인 인터랙티브 서비스라고 볼 수 있겠다. 또한 실제로 유럽에서는 이러한 방송과 실시간으로 연계된 경마게임, 로또 등의 데이터방송 서비스들이 높은 시청률 및 수익성을 가져다주고 있다(Screen Digest, 2004).

본 논문에서는 이러한 TV에서의 경마 등 스포츠를 이용한 베팅, 로또게임, 카드를 이용한 게임 등을 TV화면을 통해서 현금, 상품 등 일정한 보상을 놓고 TV와 이용자 간, 이용자와 이용자 간에 승부를 한다는 의미에서 ‘데이터방송 승부게임’⁴⁾으로 용어를 정의한다. 데이터방송 승부게임은 기존 오프라인 또는 인터넷 등 온라인에서 행해지던 로또, 경마베팅, 포커 등의 게임을 TV상에서 셋탑박스(Settop-Box) 미들웨어(Middleware) 기반의 데이터방송으로 구현한 것으로 국내에서는 아직 이러한 서비스가 없지만, 데이터방송이 일찍 시작된 유럽 등 해외의 주요국에서는 이러한 서비스가 활발히 시행중에 있다. 데이터방송 승부게임은 TV와 이용자 간, 이용자와 이용자 간 베팅에 대한 보상을 받는 게임이며, 이용자가 승부에서 이길 경우에 현금, 상품, 아이템 등 유무형의 보상을 받고, 승부에서 질 경우에는 이용자가 게임을 위해 구매한 유무형의 게임머니(Game Money)⁵⁾를 잃게 된다. 물리적으로는 경마

4) 유럽 등 데이터방송 승부게임을 먼저 시작한 국가에서는 서비스 형태에 따라 ‘iTV Betting’, ‘Sports Betting’, ‘Gambling Service’, ‘Lotteries’, ‘Casino Style Game’, ‘iTV Gambling’ 등 다양한 용어가 혼재되어 사용된다. 본 논문에서는 데이터방송 승부 게임이라는 용어를 기준으로 베팅(betting), TV베팅(TV-Betting), 로또게임(Lotteries) 등의 용어 또한 같이 사용하였다.

5) 본 논문에서 게임머니는 로또게임의 경우에는 회당 로또티켓어, 카드게임(Casino Style Game)의 경우에는 회당 판돈(stakes)이, 경마게임의 경우에는 마권(馬券, a betting ticket on a horse) 등이 해당되며, 기존 인터넷을 이용한 온라인 게임에 대비해 볼 때, 데이터방송 승부게임의 게임머니는 현금형태로 이루어질 경우와 상품, 아이템 등 현금은 아니지만 환금성(換金性)이 있는 경우 등으로 나누어 생각해 볼 수 있다. 또한 인터넷상에서 실제 현금이 아닌 아이템 형태로 이루어지는 경우에 사이버머니(Cyber Money)라는 용어도 같이 사용하였다.

등 스포츠경기의 결과 및 로또 등의 게임알고리즘을 반영한 방송국의 게임서버(Game Server)와 이용자의 리모컨 조작에 따른 선택이 반영된 디지털 셋탑박스 간의 상하향 네트워크를 통한 승부가 이루어진다.

(2) 데이터방송 승부게임의 국내외 서비스 현황

데이터방송 승부게임은 영국, 프랑스를 포함한 유럽 등 데이터방송이 일찍 정착된 국가에서 활발히 진행 중인 서비스이다.

승부게임의 도구로 리모컨의 버튼을 이용하며, 일반적인 경우 방송국, 전문 TV 배팅관리업체(외주제작사) 등이 연동하여 서비스를 하며, 셋탑박스의 리턴채널과 본인의 TV승부게임용 거래계좌가 연동이 되어 거래가 이루어지며, 신용카드의 사용도 가능하다. 이는 인터넷에서 이루어지는 온라인 승부게임의 형태와 유사한 경우가 많으며, 상거래가 이루어 질 수 있다는 점에서 일종의 TV전자상거래(T-Commerce)라고도 말할 수 있다.

다음 <표 1>은 영국 및 프랑스의 대표적인 유료 방송사이고, 현재는 주로 이들 방송사를 중심으로 데이터방송 승부게임이 활발히 진행 중에 있다.

<표 1> 영국 및 프랑스 방송사업자

	영국	프랑스
위성방송	Sky Digital	CanalSatellite ,TPS
케이블방송	NTL ,Telewest	Noos, NC Numéricable, Câble, UPC France

- 6) 보통 일반 동영상 방송이 방송국에서 가입자단(Settop-Box)까지 내려가는 하향채널과 가입자단에서 방송국까지 가입자의 리모컨 조작에 따른 입력정보가 올라가는 상향채널(Return Path) 간의 네트워크를 칭하며, 이러한 데이터전송의 상하향 네트워크를 통해 데이터방송 승부게임이 이루어질 수 있다. 방송시스템의 특성상 케이블방송사는 HFC(hybrid fiber coaxial cable)망 하나로 상향과 하향채널 전송이 모두 가능하며, 위성방송사 및 지상파방송사는 통신사업자와의 협의를 통해 상향채널을 위한 별도의 네트워크가 추가되어야 한다.

유럽에서도 영국은 TV기반 베팅(betting), 게임(gaming), 복권서비스(lotteries) 등 데이터방송 승부게임에서 선구적인 역할을 하고 있다. 영국은 잘 발달된 iTV시장과 깊게 뿌린 내린 베팅문화와 서유럽에서 가장 느슨한 규제환경을 가지고 있으며, 이는 약 12개의 서비스제공자가 경마, 도그레이스(Dog Race) 등의 스포츠베팅(Sports-Betting), 룰렛, 블랙잭 등의 카지노스타일(Casino-Style) 게임, KENO, LOTTO 등의 복권(Lotteries) 서비스를 제공하는 여건이 되고 있다. 또한 TV기반 복권서비스(lotteries)는 유럽의 국제 복권회(Europe's national lottery operators)가 TV 기반의 온라인 서비스 개발을 추구함에 따라 현재 중요한 역할을 수행 중이다(Screen Digest, 2004).

스크린다이제스트의 최근 iTV 시장조사에 따르면(2003년 7월 31일), 영국에서 연동형 서비스(멀티뷰잉 서비스, 퀴즈, free game, SMS, Voting)와 독립형 서비스(게임, 베팅, T-commerce) 둘 중 하나를 제공하는 채널은 총 84개 채널이다. 이 수치는 물론 빠르게 변화하고 있다. iTV 서비스는 현재 모든 디지털 플랫폼에서 서비스 되는데(대략 30개의 iTV 서비스가 2003년에 개시됨), 이중 80%가 Sky Digital⁷⁾의 서비스이다. 영국의 위성방송사업자인 BskyB는 1999년부터 양방향 데이터방송 서비스를 제공하고 있으며 게임, TV쇼핑, 광고, TV뱅킹, 이메일 등의 서비스를 제공하는 Sky Active⁸⁾와 스포츠 베팅 서비스를 제공하는 Sky Betting 상품이 있는데, 2004년 Sky Active와 Sky Betting을 포함한 양방향 데이터방송의 매출액은 약 5,600억 원으로 전년도 대비 약 40% 증가하였다(정보통신부, 2005).

BskyB의 Sky Digital에서의 한 예를 들어보면, Sky Vegas Live는 KENO⁹⁾를 이용한 TV복권(Lotteries)서비스로 무대 장식은 KENO Ball의 색깔과 깔끔한

7) Sky Digital: 영국의 위성방송 사업자인 BskyB의 브랜드이름이다.

8) Sky Active: Sky Digital 가입자가 월드가든(walled garden) 환경에서 쌍방향서비스를 이용하게끔 해주는 쌍방향 플랫폼사업자이다(BskyB의 자회사로 1999년 BIB 이름으로 출발 Open Interactive, Open... 명칭에서 2001년 Sky Active로 개명).

9) 빙고게임과 비슷한 유형의 복권게임으로 북미와 유럽 등지에서 많이 행해지고 있다.

조회를 이루고 있으며, 베팅 진행을 도와주는 여자 진행자가 등장하여 승부게임의 분위기를 고조시키는 데이터방송이다. 이는 일정한 방송 시간동안 생방송으로 진행되는 연동형 데이터방송 형태로 사용자는 자칫 딱딱해지기 쉬운 승부게임분위기를 벗어나, 하나의 엔터테인먼트 쇼 형태의 승부게임프로그램을 즐길 수가 있다. 이러한 실시간 방송에서만 가능한 엔터테인먼트 쇼 형태의 데이터방송 승부게임은 향후 디지털방송 활성화 시 국내의 사업자들이 참고할 만한 모델이라 할 수 있다.

프랑스에서의 경마베팅은 Paris Mutuel Urbain (PMU)¹⁰⁾의 영역이다. PMU Direct는 프랑스에서 최고로 성공한 iTV 서비스이다. 새로운 디지털환경에서 PMU는 1999년 Equidia¹¹⁾ TV라는 경마전용채널을 개시하여 위성 및 케이블에서 서비스하고, 생방송 경마와 잡지쇼, 뉴스 등에 관련해 연간 2,500시간을 운영하고 있다. 24시간 iTV 베팅을 위해 PMU Direct는 2000년 4월15일 위성방송인 CanalSatellite에 이어 2000년 11월 16일에는 위성방송인 TPS에 서비스를 개시 했는데 특별히 설계된 셋탑박스로 시청자들은 신용카드를 이용하여 경마게임에 베팅할 수 있다. 경마를 이용한 승부게임 수익은 복권서비스(Lotteries)에 비해 프랑스 iTV 승부게임 시장의 큰 부분(63.2%)을 차지하고 있다.

이용자가 경마 승부게임에서 승리하면 은행계좌에 직접 송금 또는 수표의

10) Pari Mutuel Urbain(PMU): 프랑스의 국영 경마업체로 파리지역 조합 정도로 볼 수 있다. PMU의 원거리 경마 서비스는 통신수단의 발달과 함께 변해왔다. 지난 1968년 전화를 이용한 원거리 경마 서비스, 1989년에는 미니텔(Minitel) 경마 서비스, 2000년에는 인터랙티브TV 경마 서비스 및 2003년에는 인터넷 경마서비스를 시작하였다(《디지털 타임즈》, 2003).

11) Equidia: 프랑스의 경마전용채널로 디지털방송 환경을 고려하여 1999년 설립되었다. 1년에 생방송 경마와 잡지쇼, 뉴스 등에 관해서 위성 및 케이블플랫폼에서 약 2,500시간을 운영 중이며 PMU는 이 채널을 이용한 24시간 iTV 베팅서비스를 위해 PMU Direct라는 브랜드로 2000년 4월 15일 위성방송사인 CanalSatellite에, 2000년 11월 16일에는 위성방송사인 TPS에 서비스를 개시하였다(Screen Digest, 2004).

형식으로 돈을 받을 수 있는데 2002년 말까지 프랑스에 200,000개의 데이터 방송 베팅계좌가 개설되었다.

반면에 프랑스에서의 로또영역 관할 기관인 La Française de Jeux(LFDJ)은 2001년에 웹사이트인 Fdjeux.net으로부터 실시간 온라인게임을 개시하여 사용자에게 로또 티켓을 구입하고 계좌를 관리하게 하는 등 즉석 온라인 게임을 시행하였고, 셋탑박스 기반의 로또 서비스도 준비하고 있다.

프랑스는 영국에 이어 두 번째로 iTV 서비스의 성장률이 높다. 스크린다이제스트의 조사에 의하면 2003년 7월 31일 기준으로 71개의 iTV 채널이 방송되고 있다(41개는 플랫폼 사업자에 의한 독립형 서비스 채널임) (Screen Digest, 2004).

특히 프랑스에서는 루이 16세, 18세 시기부터 나폴레옹을 거치는 오랜 기간 동안 경마가 국민적인 레저, 스포츠로 인식이 되어왔고, 이에 경마를 하는 것은 국민적, 문화적 정서에서 아주 자연스러운 일이 되었으므로, TV에서 현금을 걸고 이러한 경마 스포츠베팅을 한다는 것 또한 아주 자연스러운 풍토가 되었다. 현재 국내에서도 경마가 레저산업으로 발전 중이고 최근 인터넷에서 실시간 경마베팅이 허용 되고 있으나, 아직까지는 국내에서는 사회적 정서상 경마와 도박을 같은 범주에서 생각하는 인식이 일반적이고, 방송법상의 제한으로, 데이터방송 승부게임으로의 응용은 이루어지지 않고 있다.

최근 미국에서는 케이블 사업자들과 위성방송, 그리고 전화사업자들의 경쟁이 갈수록 치열해지면서, iTV를 통한 게임 서비스가 이들의 차세대 경쟁의 장이 될 것이라는 전망이 대두되고 있다. 박남기(2005)에 따르면, 타임워너(Time Warner) 계열의 케이블네트워크인 TBS(Turner Broadcasting System)는 1,000여 개의 게임을 제공하는 게임 채널인 게임탭(GameTap)의 출범을 준비하고 있다. 케이블 사업자들 또한 그동안은 인터랙티브 TV에 큰 비중을 두지 않았으나 최근 들어 차터(Charter), 케이블비전 (Cablevision), 컴캐스트(Comcast) 등이 적극적으로 게임 서비스에 뛰어 들고 있고, 위성방송인 에코스타(EchoStar)의 디시 네트워크(Dish Network)도 비디오게임을 그들의 채널에 포함시키고 있는 실정이다. 이들은 게임 서비스가 그들의 시장을 확장하는

중요한 전환점이 될 것으로 기대하고 있다. 그러나 게임 서비스가 케이블 사업자들이나 위성 방송의 주요한 수익원이 되기 위해서는 먼저 몇 가지 해결되어야 할 문제들이 존재한다.

첫 번째는 기술적 요인으로 셋톱박스의 표준화가 확립되지 않아 다양한 게임들이 여러 케이블 사업자들에 의해 호환되기는 어렵다는 점이다. 두 번째는 게임에 대한 규제로, 다른 여러 나라에서 인터랙티브 TV의 큰 수익원이 되고 있는 승부게임이 미국의 경우 많은 주(state)들에서 불법인 것이다. 이러한 상황을 고려해 일부에서는 게임 서비스를 통한 인터랙티브 TV가 미국에서는 크게 성공을 거두지 못할 것이라고 예측하기도 한다. 영국에서는 2004년 한 해 동안 뉴스 코퍼레이션(Newspaper Corporation)의 BSkyB가 그들의 승부게임채널인 SkyBet을 통해 2억 2,600만 달러의 수익을 올렸고, 인터넷의 SkyActive 게임들을 통해서도 8,800만 달러의 수익을 올렸지만, 미국에서는 이러한 승부 게임을 통한 수익창출이 불가능할 것이라는 것이다.

그러나 인터랙티브 TV를 통한 미국의 게임 서비스 시장이 아직은 시작단계에 있지만 그 성장 가능성에 대해서는 많은 전문가들이 동의하고 있다. 더군다나 영국에서 인터랙티브 TV의 게임들로 크게 수익을 얻고 있는 뉴스 코퍼레이션의 루퍼트 머독(Rupert Murdoch)이 DirecTV를 통해 이와 유사한 게임 서비스를 미국에 도입하는 것은 시간문제라는 의견이 지배적이다. 한편, 1978년에 제정된 ‘주간 경마법(州間 競馬法: Interstate Horseracing Act)’은 개별 주들에게 경마를 허용하도록 하는 권한을 부여하고 있는데, 현재 30여개의 주에서는 인터넷을 통해 경마게임을 할 수 있도록 허용하고 있다. 이러한 상황을 바탕으로 몇몇 채널들은 인터랙티브 TV에서의 경마 게임 도입을 추진하고 있다. 1,400여만 명의 가입자들을 보유하고 있는 TVG와 1,200여만 명의 가입자를 가진 HRTV는 에코스타(EchoStar)와 합작, 텔레비전 리모컨을 사용해 경마게임에 베팅을 할 수 있는 서비스를 개발 중에 있다.

국내에서는 현재까지 사행성 논란을 가지고 온라인 승부게임이 인터넷과 모바일 등을 통해 부분적으로 시행이 되고 있지만 데이터방송 승부게임은 현재 시행이 되지 않고 있다.

2) 데이터방송 승부게임 규제

영국과 프랑스에서는 주로 경마와 같은 스포츠, 로또 등을 이용한 TV승부 게임 서비스가 주를 이루고 있다. 이들 나라에서는 다양한 유형의 T-commerce 서비스를 제공하고 있음에도 불구하고 승부게임 등을 제외한 다른 서비스의 이용 현황은 미미하다.

(1) 외국의 규제현황

영국의 iTV시장은 데이터방송 승부게임과 관련한 법, 제도 규제 개선으로 인해 탄력을 받아 유럽시장에서 가장 큰 성공을 거둘 것으로 전망되고 있다.

스크린다이제스트(2004)에 따르면 영국에서의 게임은 겜블링시행령(Gambling Act, 1968)에 의해 규제받고 있고 이중 베팅 관련은 베팅 및 복권시행령(BGLA: Betting, Gaming and Lotteries Act, 1963)에 의해 규제 되어왔다. 로또(Lotto)는 복권 시행령(Lotteries and Amusements Act, 1976)으로 규제되어 왔고 이 법은 추후 국가 복권 시행령(the National Lottery Act, 1993)으로 개정되었다. 영국 TV방송은 독립텔레비전위원회(the Independent Television Commission: ITC)에 의해 규제를 받아 왔고 그 기능은 방송과 통신영역의 관련 규제기관들을 통합하여 만들어진 OFCOM(Office of Communications)에 의해 취해진다.

이는 기존 통신에 관한 정책 및 규제는 무역산업부(DTI: Department of Trade and Industry), 방송에 관한 정책 및 규제는 문화미디어스포츠부(DCMS: Department of Culture, Media and Sports) 관할이었다가, 2002년 11월 양방향 데이터방송과 같은 방송·통신 융합 서비스에 대한 적합한 규제체계 구축을 위하여, 무역산업부(DTI)와 문화미디어스포츠부(DCMS) 간 협의를 통해 커뮤니케이션법(안)을 제정하였고, 2003년 7월 커뮤니케이션법 제정을 통하여 통신 및 방송의 규제기관을 OFCOM으로 일원화하였으며, 양방향 데이터방송 역시 OFCOM의 규제관할이 된 것이다(정보통신부, 2005).

영국의 데이터방송 기본정책방향은 데이터방송에 대한 규제를 담당하고

있는 ITC를 통해 불필요한 규제보다는 시장과 서비스의 발전을 주시하고 시청자의 반응을 지속적으로 검토하는데 비중을 두고 가능한 한 규제를 최소화하고 있다. 또한 연동형 데이터방송의 경우 이미 디지털 방송에 할당된 주파수를 사용하므로 별도의 허가가 필요치 않으며, 독립형 데이터방송과 같은 부가서비스는 일정한 자격요건만 갖추면 면허를 발부하는 등록제 형태를 취하고 있다(정보통신부, 2004).

ITV 서비스의 접근에 있어서 ITC는 데이터방송 독립형 서비스와 연동형 서비스를 구별해왔다. 독립형서비스에 대해 완화된 시각을 가지고 있지만 연동형 서비스의 경우 규제는 더 강력한데, 이의 예를 들면 “두 번 클릭규칙(two-click rule)”이라는 것이 있다. 이는 방송 중 리모컨 버튼 한 번의 누름(Click)으로 막 바로 데이터방송 채널로 이동할 수 없는 규칙이다. 이는 현존 영국의 모든 연동형 서비스에 해당된다. 이러한 데이터방송 관련 이러한 규칙 및 가이드라인은 사실 그 해석상 애매한 부분이 있어 방송사업자와 규제기간에 상당히 논란거리가 많이 있어 왔던 것이 사실이다.

서비스 제공자들은 논란의 여지는 있지만 규제의 애매한 부분을 교묘히 활용하곤 한다. 예를 들어 영국의 대표적인 데이터방송 채널인 ‘AVAGO’는 잼블링시행령(Gambling Act, 1968)의 범위밖에 있는 승부게임을 창조하기 위해 이를 빙고형태의 게임처럼 인식하게끔 기술적으로 수정하여 서비스 하는 식이다. 법의 애매한 경계 안에서 이러한 서비스들이 급속히 증가되자, BskyB는 2003년 6월에 잼블링시행령(Gambling Act, 1968)을 벗어나는 불법적인 모든 서비스를 금지하겠다고 하였다. 이렇듯 법률적 불확실함과 관련된 일련의 일들은 사회적인 파장이 생기고 나서 항상 수면위에 나오곤 한다. 영국 정부는 승부게임과 관련 아이들과 유혹에 저항할 수 없는 이를 보호하기 위해 엄격한 규제원칙을 세워서 사업자의 서비스 실행을 보장해주되 책임을 부과하는 정책을 취하고 있다.

2003년 4월 문화미디어스포츠부(DCMS)는 데이터방송 게임에 대한 엄격한 법 문항을 포함한 예비 보고서를 발행하였고, 곧 2003년 11월 정부의 관련 가이드라인을 공표하였다. 이는 어떤 종류의 게임이 금지되는지, 안되는

지에 대한 것을 명시하고 있다. 영국 정부가 데이터방송 승부게임에 대해 진보적인 접근을 추구함에 따라 관련 서비스는 다양한 규제에서 자유로워졌고, 이에 다양한 서비스가 가능하게 되었다.

프랑스에서의 데이터방송 승부게임은 2004년 기준으로 규제정책이 완전히 정해지지 않은 상태이다. 경마는 농림부(Ministry of Agriculture)에 의해 인가된 비영리 기관에게만 배팅을 허용하는데 이에 해당되는 기관은 오직 PMU(Pari Mutuel Urbain)뿐이다. PMU(Pari Mutuel Urbain)의 TV경마 데이터방송 서비스가 세계 최초로 시작되고, 많은 인기를 끌었지만, 데이터방송이나 인터넷을 통한 카지노게임은 금지되어 있는 등 영국에 비교해 상당부분 규제를 받는다. 발전된 디지털TV환경에도 불구하고 프랑스의 데이터방송 승부게임은 2004년 기준으로 엄격한 규제환경에 의해 시장이 활성화가 되지 못하는 상황이다(Screen Digest, 2004). 프랑스에서는 2004년 7월 융합서비스 규제를 위해 전자커뮤니케이션법¹²⁾을 제정하게 되었는데, 이는 양방향 데이터방송 사업자를 포함한 전체 커뮤니케이션 산업의 규제를 완화하는 방향으로 작성되었다(정보통신부, 2005).

미국에서는 데이터방송을 ‘부수적이고 보조적인 서비스’ 영역으로 규정하여 방송사업자에 대해 특별한 금지 및 별도의 허가제도 없는 ‘규제 최소화’ 정책을 기본으로 하고 있으며, 할당된 주파수 대역의 이용에 대해서는 방송사업자의 자율성을 보장하고 관련 산업의 활성화를 유도하고 있다(정보통신부, 2004).

(2) 우리나라의 규제현황

최근 케이블 및 위성방송, 위성DMB(Digital Multimedia Broadcasting) 등에서 ‘TV 맞고’ 등 고스톱 게임 중계 프로그램 및 고스톱게임을 내용으로 한 데이터방송이 서비스 되었다가 사행성 조장 등의 이유로 논란이 되거나, 서비스가 금지되는 사례가 있었다. 케이블TV PP(Program Provider)인 ‘온게임넷’

12) 전자커뮤니케이션은 현재까지 사용되었던 ‘통신’이란 단어를 대체하면서 기존의 ‘영상 커뮤니케이션’(지상파방송, 케이블방송, 위성방송)을 포괄하는 단어이다.

은 2000년 개국 당시 일반인을 대상으로 고스톱 게임대회를 중계했다가 방송 위원회로부터 방송정지 및 관계자 징계 처분을 받은 바 있다.

디지털 위성방송 사업자인 스카이라이프 또한 2005년 9월 <TV맞고>라는 게임머니를 이용한 1인용 데이터방송 게임서비스를 제공하면서 논란이 된 사례가 있다.

언론 시민단체인 ‘민주언론운동시민연합’은 위성DMB사업자인 TU미디어가 ‘맞고’라 불리는 인터넷 고스톱게임을 중계하는 오락프로그램을 편성한 것과 관련해 논평을 내고 “아직 위성DMB의 건강한 방송문화가 정착되지 않은 상황에서 ‘고스톱’이 사행심을 부추기며 사회문제를 일으키는 ‘도박’으로서 성격을 지니고 있는 만큼 방송이 이를 다루는 데는 신중함이 필요하다”고 비판했다.¹³⁾ 영국이나 호주, 네덜란드 등 이른바 경마선진국에서는 경마가 국민레저스포츠산업, 가족과 함께 즐길 수 있는 건전한 놀이문화로 자리 잡은 지 오래고 이에 현재는 데이터방송이나 인터넷 등을 이용한 다양한 게임을 도입하고 있지만, 경마에 대한 우리 국민들의 인식은 여전히 부정적이다. 특히 불거져 나오는 불공정 경마 시비에다 ‘경마=도박’이란 고정관념이 지배하고 있기 때문이다. 이렇듯 우리나라와 해외는 그 문화적, 사회적 환경이 다르고, 이에 따른 국민들의 인식수준 및 정부의 규제 또한 다르다.

우리나라에서 데이터방송의 규제를 보면 현재 국내 데이터방송이 방송법의 테두리에 진입한 것은 아주 최근의 일이다. 개정된 방송법(법률 제7213호, 2004.3.22)에 의해 데이터방송의 도입근거가 신설되었는데, 이 법에서 데이터방송은 방송사업자의 채널을 이용하여 데이터(문자·숫자·도형·도표·이미지 그 밖의 정보체계를 말한다)를 위주로 하여 이에 따르는 영상·음성·음향 및 이들의 조합으로 이루어진 방송프로그램을 송신하는 방송(인터넷 등 통신망

13) 온게임넷, 스카이라이프, TU미디어의 사례는 각각 아이뉴스 24(2004년 8월 9일), 《세계일보》(2005년 9월 29일), 《경향신문》(2005년 10월 13일) 기사를 참고하였으며, 각 사례에서 방송법 및 방송심의에관한규정에서의 방송의 공익성, 사행심 조장 금지 등의 항목으로 인해 서비스가 금지되는 등 사회적인 논란이 된 사례가 있다.

을 통하여 제공하거나 매개하는 경우를 제외한다. 이하 같다)이라고 정의하고 있다.

이를 근거로 방송법시행령 등 하위 법, 규칙 및 보조적 데이터방송에 관한 지침, TV 전자상거래(T-Commerce)정책방안 등을 골자로 한 데이터방송 관련 정책방향 등이 새로이 공표되고 있지만, 시행초기인 아직까지 그 세부적인 사항들의 규제 틀이 잡히지는 않은 상태이다. 데이터방송 송부게임은 현재 국내 방송법 및 방송심의규정상 시행성 등의 항목으로 인해 현재 서비스를 하지 못하게 되어 있다. 이와 관련한 법적 규제내용을 보면 다음과 같다.

방송법 제53조(방송의 공적 책임)

- ④ 방송은 범죄 및 부도덕한 행위나 사행심을 조장하여서는 아니 된다. 제63조(방송의 공정성과 공익성)
- ⑦ 방송은 사회교육기능을 신장하고, 유익한 생활정보를 확산·보급하며, 국민의 문화생활의 질적 향상에 이바지하여야 한다.

방송심의에관한규정 -개정 2004.10.25. 방송위원회규칙 제74호

제27조(건전한 생활기풍) 방송은 건전한 시민정신과 생활기풍의 조성에 힘써야 하며, 음란, 퇴폐, 미약, 음주, 흡연, 미신, 사행행위, 허례허식, 사치 및 낭비풍조 등의 내용을 다룰 때에는 신중을 기하여야 한다. <개정 2004.10.25>

제45조(수용수준)

- ④ 방송은 어린이와 청소년에게 경품이나 상품을 주게 될 때에는 사행심이 조장되지 않도록 하여야 한다.

제50조(시상품) ① 출연자, 방청인 및 시청자 등에 대한 상품 또는 상금은 사행심을 조장하지 않을 정도의 적절한 수준이어야 한다.

제55조(유료정보서비스) ① 방송은 전화정보서비스를 포함한 유료정보서비스(이하 "유료정보서비스"라 한다)를 이용하는 경우에는 시청자의 이익에 합치될 수 있도록 하여야 한다. 이 경우 시청자에게 비용부담의 사실 및 구체적인

비용부담금액을 사전에 고지하여야 한다.

- ② 제1항의 규정에 불구하고 어린이를 주시청 대상으로 하는 방송프로그램에서는 유료정보서비스를 이용하여서는 아니 되며, 청소년을 대상으로 하는 방송 프로그램에서는 유료정보서비스를 이용하여 청소년의 사행심을 조장하여서는 아니 된다. <전문개정 2004.10.25>

데이터방송은 아날로그방송과는 달리 적극적인 참여가 요구되는 인터랙티브 방송인데, 국내에서는 상기 법조항에 따라 적극성이 가미된 데이터방송 승부게임과 같은 서비스가 전혀 불가능한 현실이다. 국내에서 데이터방송이 정착되고 관련 산업이 활성화되기 위해서는 해외의 정책사례 및 이용자의 인식태도 조사를 참고해 국내 현실에 맞게끔 합리적인 법제도 정비가 필요한 시점이라 할 수 있겠다. 정보통신부의 디지털 양방향 TV 세부 추진계획에 따르면 현재시점은 디지털 기술의 발전으로 방송과 통신이 융합되고 가용 주파수와 방송채널이 크게 증가함에 따라 방송에 대한 규제의 틀과 공공성에 대한 개념을 재정립할 필요성이 제기되고 있는데, 이와 관련 데이터방송 등 방송통신 융합서비스에 대해서는 원칙적으로 규제를 최소화 할 수 있는 방안을 마련하여 적용하는 것이 바람직하다고 하였다. 즉, 데이터방송 등 방송통신 융합서비스는 불특정 다수에게 무차별적으로 제공되는 일반적인 방송서비스와는 달리, 개별 이용자의 능동적 선택에 따라 당해 이용자에게만 정보가 제공(point-to-point)되는 통신의 특성을 가지고 있어 방송규제를 적용하여야 할 공익성을 갖고 있다고 보기 어렵다는 것이다. 이에 방송과 통신의 융합이 일어나고 있는 상황에서, 데이터방송 등 양방향 TV 서비스에 대한 규제는 보다 유연한 접근이 필요하며, T-Commerce, 데이터방송 승부게임 등 인기가 높은 서비스는 가급적 진입장벽을 두지 않거나 필요 최소한으로 설정할 필요가 있다고 하였다(정보통신부, 2004).

데이터방송의 정책목표는 궁극적으로 디지털 방송환경에 부합되는 방송복지 실현에 있으며, 이는 방송의 공익성과 방송산업 활성화를 양측으로 한다. 향후 방송의 공익성과 산업 활성화의 두 축 안에서 정부, 사업자, 시청자

간 활발한 논의를 통해 데이터방송 승부게임은 그 도입시기와 서비스 형태가 결정이 될 것이다.

3. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제의 설정

데이터방송 승부게임 관련 유럽 등 데이터방송이 일찍 시행된 해외에서는 오랜 시간동안 방송사업자와 정부, 이를 이용하는 시청자들 간에 많은 논의 및 시행착오 끝에 법제화가 이루어지고, 현재 주요 서비스모델로 활성화되어 있다.

국내에 해외와 비교해 데이터방송 시행초기단계로 데이터방송 승부게임의 도입을 가정하여 이를 실제 이용할 시청자입장에서 여러 가지 인식을 연구하고 실제 국내에 이러한 서비스의 도입가능성을 논의하는 것은 향후 정부의 데이터방송 정책수립 및 이에 따른 방송사업자의 서비스 도입에 중요한 가이드라인이 될 수 있을 것이다.

이용자입장에서의 데이터방송 승부게임 인식연구와 관련 그동안 다양한 차원에서 논의되어온 매스미디어의 기능을 살펴보자. 김정기(1999)는 텔레비전 또는 미디어 일반에 대한 연구가 부정적인 효과와 역기능에 대한 조사에 편중됨으로써 현대사회의 일상사로 자리 잡은 텔레비전의 긍정적 효과와 순기능에 대하여 우리가 실증적으로 알지 못하고 있는 현실을 조사하기 위해 제주에 거주하는 고등학생 365명 대상으로 텔레비전의 긍정적 효과에 관련하는 텔레비전 시청 관련 변인 및 긍정적 영향력에 관한 연구를 시행하였다. 연구결과 텔레비전의 시청동기인자는 도피 및 동반자, 성적흥미, 정보취득, 시간보내기, 휴식, 흥미, 광고시청의 7가지 인자로 규명되었다.¹⁴⁾

14) 김정기(1999)의 연구에서 텔레비전 시청동기 인자당 주요 항목을 살펴보면, 다음과 같다.

또한 미국의 정치학자 해롤드 라스웰(Harold Lasswell, 1948)은 매스미디어는 환경의 감시, 환경에 대응하기 위한 사회 구성요소들 간의 상관조정, 그리고 사회유산을 전수하는 기능을 지니고 있다고 정리했으며, 라이트(Wright, 1959)는 위의 세 가지 기능에 오락기능을 추가하였다. 또한, 윌버 슈람(Wilber Schramm, 1973)은 좀 더 간결한 용어를 사용하여 이를 감시자(watcher), 토론장(forum), 교사(teacher)라고 표현하고 여기에 네 번째 임무로 오락(entertainment)을 덧붙였다.

매스미디어는 뉴스나 논평을 전달하기도 하지만 흥미 위주의 내용이나 프로그램으로 대중들의 기분전환이나 휴식을 돕기도 하는데 이것이 바로 매스미디어의 오락기능이다.

게리 스타이너(Gary Steiner)는 오락의 본질적 기능이 즐거움뿐만이 아니라 무언가를 배우게 하는 유쾌한 분위기를 제공하는 것이라고 말했다. 하지만 이러한 오락물에 지나치게 몰입하다 보면 사람들은 사회적으로 중요한 문제들에 대해 무관심해질 수 있으며, 사회적·정치적 참여를 외면할 수도 있게 된다.¹⁵⁾ 데이터방송 승부 게임은 긍정적 관점으로는 매스미디어의 주요기능

- 도피 및 동반자: 내가 하는 일로부터 벗어날 수 있음, 다른 일들을 잊을 수 있음, 가족들과 다른 사람으로부터 벗어나게 해줌, 덜 외롭게 해줌, 기분을 북돋아 줌, 내게 긴박감을 느끼게 해줌, 친구가 있을 때 함께 할 수 있음 등.
- 성적흥미: 성적인 자극 및 성적 호기심 충족 등
- 정보취득: 유익한 정보 취득, 간접경험가능, 쉽고 빠른 소식 등
- 시간보내기: 특별히 다른 할 일이 없어서, 지루함을 덜기 위해, 대화상대가 없을 때 등
- 휴식: 편안한 기분전환을 위해, 여가 생활과 즐거움을 위해, TV를 통한 대리만족 등
- 흥미: 보고 싶은 프로그램을 보기 위해, 흥미 있는 오락거리를 제공해 주므로 등
- 광고시청: 재미있는 광고를 보기 위해, 다른 사람과 대화거리를 만들어 주므로 등

15) 테니스 맥켄일, 『매스 커뮤니케이션 이론』, 오진환 역(서울: 나남, 1990); 이강수, 『현대 매스커뮤니케이션 이론』(서울: 나남, 1993); Charles R. Wright, 『매스커뮤니케이션 통론』, 김지운 역(서울: 나남, 1998)에서 재인용.

인 오락효과(Entertainment Effect)를 충실히 발휘하는 한편, 부정적으로는 과정보다 결과에 집착하게 하고 본인의 노력 없이 요행을 바라게 하는 사행심(射幸心) 유발, 승부에의 집착으로 인한 스트레스(Stress) 유발, 승부게임으로 일상을 벗어나려는 현실도피(Escapism) 등이 있을 수 있겠다. Zillmann(1992)에 따르면 사람들의 삶이 그다지 완벽히 안정되어있거나 개인의 능력이 제한되어있기 때문에 그들은 실제 상황에서 벗어나길 원하며 그러한 의지로서 TV 드라마나 혹은 미디어 개체의 부가적 효과인 현실도피(Escapism)를 누리려고 한다는 것이다. 반면에 이러한 시청자들이 현실을 도피하려는 경향은 대리충족의 성향으로서 폭력적이거나 극단적인 개인감정을 누그러뜨리게 되는 특징을 가지는데, 이러한 개인감정의 정화는 궁극적으로 Loewenthal(1961)이 언급하는 것과 같이 미디어를 통한 오락(Entertainment)의 부수적 효과인 시청자를 정신적, 사회적 감정을 진정시키는(sedative) 것을 말하는 것으로 이러한 오락의 사회적 진정효과는 Vorderer & Groeben(1992) 연구 등 수많은 연구에 반영되었다. 또한 Feshbach(1976)는 예를 들어 미디어가 표현하고 있는 범죄에 관한 내용은 사용자들의 감정과 행위에 영향을 끼치며, 이러한 감정형태의 변화는 오히려 시청자 혹은 사용자에게 감정정화를 이입시켜 대리적, 간접적 만족감을 주어 그들의 행동을 억제하는 긍정적 역할을 한다고 역설하였다.

이에 승부게임이 현실도피라는 부정적인 기능을 할 수 있는 반면, 그것으로 인해 이용자의 정신적, 사회적 감정이 진정되는 것 또한 경험할 수가 있겠다. 또한 승부게임은 스트레스를 유발시키는 부정적인 기능을 할 수 있는 것과 동시에 경쟁에서의 승리 등으로 인해 감정의 정화가 이루어지고 이러한 감정정화로 인한 스트레스의 해소역할까지 할 수 있다.

이렇듯 데이터방송 승부게임에서 예상되는 긍정적인 기능과 부정적인 기능은 따로 떨어져서, 또는 동시에 존재할 것으로 보이고, 이러한 승부게임의 다양한 긍정적, 부정적인 기능에 대한 이용자의 실제적인 인식에 대한 조사는 승부게임이라는 새로운 서비스를 논의하는데 유용하고, 이용자 인식을 참고로 향후 실제 서비스를 고려하는 방송사업자들 및 이에 대한 규제정책

을 준비해야 하는 정책입안자에게 의미가 있을 것으로 보인다. 이에 다음과 같이 연구문제 1을 설정하였다.

〈연구문제 1〉 데이터방송의 승부게임에 대한 이용자의 인식은 어떠한가?

데이터방송 승부게임 등 신규서비스의 도입 논의는 가까운 법제도 등 정부의 규제가 이의 허용여부를 결정하지만, 근본적으로는 사회문화적 환경 구성의 주체인 이용자의 인식으로부터 출발하므로 이용자 입장에서 인식조사를 실시하는 것은 의미가 있다고 생각하였다. 이에 데이터방송 승부게임에 대한 이용자들의 인식과 더불어, 정부규제에 따른 데이터방송 승부게임의 국내 도입가능성 조사를 위해 다음과 같이 연구문제 2를 설정하였다.

〈연구문제 2〉 데이터방송 승부게임의 정부규제와 관련한 이용자의 인식은 어떠한가?

2) 연구방법: 실험설계

본 연구는 대표적인 질적 조사 방법 중의 하나인 포커스그룹인터뷰(FGI: Focus Group Interview)를 통해 패널집단이 느끼는 데이터방송 승부게임에 대한 인식 등 제반 사항에 대해 조사하였다.

본 연구의 조사대상은 서강대학교 영상대학원 디지털방송 연구실 인원, 동 대학원 비전(Vision), 디지털미디어디자인(DMD), 컴퓨터 그래픽스연구실 인원 등 디지털방송 환경 및 영상미디어에 기본적인 이해가 있는 20대 중반~30대 초반 남자 13명, 여자 8명, 총 21명을 패널집단으로 구성하여 포커스 그룹인터뷰를 시행하였다.

데이터방송 승부게임이 현재 국내에서 상용화되어 있지 않은 상황이고, 또한 일반적인 데이터방송 또한 이용해본 경험이 많지 않은 상황에서 데이터 방송에 대한 기본적인 이해 및 관심이 있는 이가 극소수이기에 양적인 조사는 한계가 있었고, 이에 데이터방송에 대한 경험 및 방송미디어에 대한 이해도가

높은 멀티미디어 전공 관련 석사 이상의 전문가 패널집단을 선정하여 데이터 방송 승부게임의 긍정적, 부정적 효과 및 정부의 규제에 따른 도입가능성 등에 따른 심층적인 면접을 시행하였다. 사회자로는 국내외 데이터방송에 대한 폭넓은 이해와 오랜 시간 동안의 데이터방송 이용경험을 가지고 있는, 또한 학교 동아리 등에서의 리더 역할을 하며 좋은 사교성으로 패널집단 대상으로 인터뷰 및 패널집단 서로간의 토론을 잘 유도 할 수 있는 연구자 본인이 직접 그 역할을 수행하였다. 포커스그룹인터뷰 장소는 본 인터뷰 수행을 위한 외부자극물인 데이터방송 관련 영상이 상영 가능하도록 빔프로젝터와 스크린 설치가 되어 있는 서강대학교 영상대학원 내의 넓은 강의실에서 이루어 졌으며, 노트북과 디지털동영상 카메라 등 제반환경을 강의실내에 미리 준비하여 각 지정된 담당자를 통해 인터뷰내용 기록, 인터뷰 촬영, 녹음을 가능하게 하였다.

사회자는 강의실에서 본 인터뷰 개시를 기다리는 동안 패널집단들이 인터뷰 내용을 개괄적으로 파악할 수 있도록 인터뷰 개요가 적힌 자료를 패널집단들에게 배포하였다. 인터뷰가 시작된 후 사회자는 데이터방송 승부게임 관련 개괄적인 질의를 하고, 이에 반응하는 패널집단 개개인에게 질의를 하고, 질의사안이 일반적이고 공통되는 이슈사항에 대해서는 패널집단 서로간의 토의를 유도하였다. 기록자가 일시적으로 너무 많은 대화로 인해 기록이 불가능해질 경우는 적절히 대화의 속도를 조절하여 기록에 문제가 없게 하였다.

포커스그룹 인터뷰를 수행함에 있어 패널집단 중 대다수는 데이터방송에 대한 기본적인 이해 및 지속적인 사용경험이 있었으나, 데이터방송을 이용해본 경험은 있되, 지속적으로 사용하지 않아 경험치가 부족할 것으로 판단한 일부 패널을 대상으로 인터뷰가 시작되기 전 인터뷰 강의실과 가까운 디지털 방송 연구실에 설치된 국내 위성방송 스카이라이프의 데이터방송 포털(Portal) 서비스인 스카이터치(Sky Touch)를 직접 사용해 보게끔 하였다. 또한 본 조사를 위하여 연구자 본인이 실제 국내 디지털케이블TV방송의 데이터방송표준 규격인 OCAP 미들웨어기반에서 실험적으로 구현한 로또승부게임프로그램

(lotteries)¹⁶⁾을 패널집단이 직접 사용해 보도록 하였다. 로또승부게임프로그램에서 로또당첨형태는 현금, 상품, 아이템으로 구별하여 제작하여 이러한 구매 형태별로 패널집단의 사용형태에 대한 인식 또한 조사하였다.¹⁷⁾

인터뷰 시작시간이 되기 전 해외의 각종 데이터방송 서비스동영상 및 데이터방송 승부게임 동영상¹⁸⁾의 스크린 상영을 통해 기본적인 서비스의 형태와

16) OCAP(OpenCable™ Application Platform Specification)은 디지털케이블방송에서의 미들웨어(Middleware)표준이며 국내는 이를 케이블방송에서의 국가표준으로 채택하고 있다. 셋탑박스에 포팅(Porting)되는 미들웨어 기반에서 데이터방송 응용프로그램(Application)이 구동될 수 있는데, 응용프로그램은 보통 인터넷에서의 애플릿(Applet)과 유사한 개념인 Xlet이라 불리는 JAVA언어를 사용하여 제작된다. 본 논문에서는 실제 디지털케이블방송 환경과 유사한 연구실의 테스트베드 환경에서 현금, 상품, 아이템 등 게임머니 구매 및 배팅당첨에 따른 보상형태별 시나리오를 고려하여 본 로또승부게임 응용프로그램을 채널연동형(Enhanced)으로 제작하여 패널집단 대상으로 실험하였다. 동영상은 SBS 로또 프로그램 동영상을 Xlet(응용프로그램)과 함께 MPEG2 TS(Transport Stream)형태로 가공하였으며, 주요 시스템 구성은 국내 케이블DMC(Digital Media Center)사업자인 KDMC에서 서비스 중인 상용 HUMAX OC-2500 Ser-top Box(DSG mode)와 Cisco mas-ubr7223 CMTS(Cable Modem Termination System)간 리턴패스를 구성하였고, 그의 데이터 전송, 멀티플렉싱, 모듈레이터를 위해 AMAMUS PSIP Server, AMAMUS OC Server, HSD200 TS Remultiplexor, HSD100 Digital CATV Modulator, WaveCom UC4040D QAM 256 UP Converter 등의 시스템을 구성하였으며, 상세한 기술적 사항은 본고의 범위에서는 생략한다.

17) 로또 승부게임 프로그램(lotteries)에서 당첨의 보상형태를 현금(실제 로또게임에서의 많은 액수의 현금부터 작은 액수의 현금까지의 보상형태), 상품(가전제품, 의류 등 다양한 경품형태), 아이템(핸드폰 음악 다운로드 이용권 등 무형의 다양한 보상형태)으로 나누어 제작하였다. 로또게임 프로그램의 성격상 시간제한이 있으며, 프로그램 초기 화면 좌상단에 “인터랙티브 로또”라는 빨간색 버튼의 이미지 식별자(Trigger)가 등장하고, 이를 사용자가 TV 리모컨의 빨간색 버튼을 눌러서 데이터방송 게임에 참여할 수 있게 된다. 이후 사용자는 제한된 시간 안에 리모컨 조작으로 1~45의 숫자 중 6개 숫자를 차례로 입력하면, 프로그램 종료직전 당첨순위 등 결과를 알 수 있게 구성하였다. 이를 통해 패널집단은 포커스그룹 인터뷰 전에 배팅 관련 다양한 보상형태로 제작된 로또승부게임을 간접적으로 경험하게 하였다.

현황을 설명하고, 현재시점에서 국내외 데이터방송 서비스 현황 및 기술적, 사회적인 제약사항에 대해 설명하는 시간을 가졌다. 이는 데이터방송 이용경험이 있더라도, 카드게임, 로또, 경마게임 등 데이터방송 승부게임은 국내에서 서비스되고 있지 않아, 이에 대한 경험은 패널집단 전부가 없었기에 패널집단 대상으로 이러한 사전경험을 하게 하기 위함이다. 이러한 사전경험 및 이해를 다시 한 번 제고시킨 뒤 사회자(Moderator), 기록자, 녹음 및 녹화자가 있는 가운데서 패널집단 대상으로 약 5시간에 걸쳐 본격적인 포커스그룹인터뷰를 시행하였다.

포커스그룹인터뷰 질의 방법은 Spradley(1979)가 제시한 발전식 연구순서(developmental Research Sequence)인 일반적 질문, 구체적 질문, 대조적 질문, 마무리의 순서를 따랐다. 우선 패널집단의 “데이터방송 및 온라인 승부게임에 대한 일반적인 인식”을 조사한 후 “데이터방송에서의 승부게임에 대해 가지고 있는 구체적인 긍정적, 부정적 인식”에 대한 조사를 하였다. 이때 로또 및 경마게임 등의 승부게임을 하기 위한 현금, 상품, 아이템 등 당첨결과에 따른 보상형태에 대한 논의 또한 진행하였다. 이후 “데이터방송 TV 베팅 태도 및 문제점” 및 “데이터방송 승부게임의 국내도입과 관련, 정부규제에 대한 수용자의 인식 및 전반적인 패널집단들의 제안”에 대한 논의를 끝으로 인터뷰를 마무리하였다.

본 연구는 앞서 설명하였듯이 현재 데이터방송 승부게임이 상용화되어 있지 않아, 일반인 대상의 양적인 조사는 불가능하였고, 이에 방송과 디지털 미디어에 이해와 관심이 있는 연구자가 소속된 대학원의 연구원 집단을 대상으로 포커스그룹인터뷰를 시행하였으므로, 연구결과의 일반화 및 조사의 객관성에 대해 다소 한계가 있다고 볼 수 있다. 이에 현재의 방송사업 환경을 이해하고, 방송법 등 규제정책에 대한 실무를 담당하는 실제 데이터방송 관련 정책입안자 및 국내 산업계 종사자의 입장을 정리해 보는 것이 필요하다고

18) 주로 유럽 등 해외의 데이터방송 베팅, TV상거래(T-Commerce) 등 다양한 데이터 방송 동영상을 제공하는 브로드밴드바나나(www.broadbandbananas.com)의 동영상을 스크린에 투사하여 상영.

생각을 했다. 이에 포커스그룹인터뷰 연구결과 부분에 데이터방송 개발업체, 실제 데이터방송을 기획하고 운영하는 케이블TV사업자 및 데이터방송 정책을 관장하는 방송위원회 정책 및 심의담당자와의 인터뷰 내용 또한 추가하여 정리하였다.

4. 연구결과

1) 데이터방송과 승부게임에 대한 인식

(1) 데이터방송에 대한 인식

인터뷰대상자들은 데이터방송에 대해 “퀴즈 프로그램 같은 곳에서 전화가 아닌 리모컨으로 시청자가 참여하는 것”, “상거래, 정보제공 등 다양한 인터넷 서비스가 TV로 옮겨진 형태”, “아날로그 방송은 전화를 이용한 ARS로 기부금을 내고, 데이터방송은 리모컨으로 시청자가 선택 하여 기부금을 내는 형태도 가능할 것” 등 데이터방송 전반에 대한 기본적인 이해는 충분히 하고 있었으나, “인터넷 사용에 비해 리모컨에 대한 반응이 느리고 사용하기 불편한 것 같다”, “조작이 힘들니까 사용에 있어서 시간적인 제약이 있다면 스트레스 일 듯해요” 등 인터넷사용에 비해 간단한 사용자 인터페이스(GUI: Graphic User Interface)임에도 불구하고 오히려 사용하기 어려울 것이라는 의견도 있었는데, 이는 현재 한정된 방송대역폭(Bandwidth)의 제약으로 인한 데이터방송 응용프로그램의 다운로드 속도 문제 및 기타 네트워크 장애 문제, 셋탑박스의 하드웨어 사양이 PC보다 현격히 떨어지는 등의 문제로 인해 사용자의 메뉴선택에 따른 응용프로그램 구동속도가 느리다는데 1차적으로 기인하며, 또한 패널집단의 인터넷사용시간에 비해 아직까지 이러한 데이터방송에 대한 이용경험이 많지 않으므로 리모컨 선택에 따른 메뉴조작이 익숙하지 않다는 데 그 이유가 있다고 하겠다.

(2) 데이터방송 승부게임에 대한 인식

① 데이터방송 승부게임에 대한 긍정적, 부정적인 인식

인터뷰대상자들의 온라인 승부게임의 경험을 보면, 다수의 응답자들이 실제 현금베팅은 아니지만 문화상품권 또는 게임머니 등의 아이템을 이용한 인터넷 포커, 고스톱 등 온라인 승부게임의 이용경험을 가지고 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 온라인 승부게임 경험이 있는 이들은 승부게임이 어느 정도 도박성이 있고, 그 도박성으로 인한 스릴을 느끼고 있었지만, “스릴 있는 순간의 그 뭐랄까 부정적인 면은 출혈이 크지, 결국 남는 건 없어요”와 같이 게임의 결과로 인한 금전적 손실에 대하여는 허탈감과 좌절을 느끼고 있었다.

또한 “지하철에서 핸드폰으로 하는 게임들 ... 지하철에서 시간 때우기는 딱 이거든. 그래서 시간 가는지도 모르고 이용하는데, 절제가 안 돼”라고 하는 등 데이터방송 승부게임에 대해 응답자의 온라인 게임에서의 경험을 바탕으로, 오락적 재미와 자극을 느끼고, 남는 시간을 활용하게 하며, 휴식을 취하는 등의 효과를 누릴 것이라고 하는 한편, 사용에 있어서 절제에 대한 문제의 소지가 있음을 인식하고 있었다. 기타 온라인상에서 청소년들의 부모님 주민등록번호 도용을 통한 부작용의 문제들을 제기하고 있다.

패널집단 중 일부는 인터넷과 데이터방송의 차이를 강원랜드와 집에서의 승부게임으로 표현하면서 접근성이 방송이 월등하게 높다고 판단하고 있었고, 데이터방송의 접근 용이성이 실질적으로 승부게임 중독의 가능성을 높일 수 있음을 우려하면서 베팅게임의 데이터방송에의 도입가능성을 부정적으로 인식하고 있었다. “부정적으로 볼 때는 자기 자신이 컨트롤을 할 수 없을 경우가 많다는 것과 자기 손에 돈이 쥐어져서 베팅을 하는 것이 아니라 리모컨 버튼으로 쉽게 할 수 있다는 것 그게 부정적인 면이지요 컨트롤하기 어려울 것 같아요”, 또 “방송을 통한 베팅 프로그램을 하는 게 어차피 게임의 기능상이나 스포츠 오락에 대해서 접근성이 좋다는 것이고 게임의 기능이 스트레스 해소도 되고”라고 하며 “일반 카드놀이 식 베팅은 가족 없을 때 혼자 하겠지

만, 가족전체가 좋아하면 경마 같은 건 가족들이랑 같이 할 수 있잖아요, 또 이런 것으로 인해 경마프로그램 시청률도 올라갈 것이고” 등 접근성의 용이로 인해 승부게임을 사용할 의도가 있는 이용자 측면에서는 더 편리하게 게임을 즐길 수 있고, 집안에서 가족오락으로 발전할 수 있다는 주장도 있었다. 실제 유럽의 사례에 따르면 TV경마오락실, 슬롯머신 등이 있는 오프라인 게임장이나 인터넷 등의 온라인 베팅웹사이트를 찾아다니며 전통적으로 베팅을 즐기는 겜블러(Gambler)가 아닌 베팅에 익숙하지 않았던 일반 이용자들이 TV를 이용한 데이터방송 승부게임에 더 많이 접근한다는 점은 주목할 만하다(Screen Digest, 2004: 15). 국내도 마찬가지지만, 보통의 유럽의 게임장 또한 담배연기가 자욱한 가운데 중장년의 다소 거친 남성들이 주로 이용하는 등 일반 이용자들이, 특히 여성이용자들이 쉽게 접근하기 어려운 구조인데 반하여, TV를 이용한 승부게임은 성인인증 등 일종의 권한을 획득한 누구나 집안의 소파에서 편안하게 게임을 즐기는 구조이기 때문이다. 프랑스의 위성방송인 TPS의 경우 데이터방송 경마서비스인 PMU(Pari Mutuel Urbain) Direct서비스 사용자의 절반정도가 35세 이하의 여성이라는 점 및 영국에서 데이터방송을 도입하여 커다란 성공을 이룬 ‘AVAGO’채널 또한 남자와 여자의 비율이 50:50 정도로 대부분의 연령대가 25~35세라는 점은 이를 잘 보여준다고 할 수 있다(Screen Digest, 2004: 15~17).

이렇듯 승부게임의 어느 정도의 도박성으로 인해 응답자들은 데이터방송 승부게임에 대해 김정기(1999)와 라이트(Wright, 1959)가 TV시청동기 및 미디어의 긍정적 기능으로 연구한 휴식과 흥미, 시간보내기, 오락효과(Entertainment Effect)를 포함, 스트레스(stress) 해소 및 감정정화(Catharsis Effect)를 느끼고 있었지만, TV매체로의 접근 용이성으로 인한 중독 가능성 및 절제의 어려움을 인식하고 있었다. 또한 TV의 접근 용이성은 다른 한편으로 승부게임을 이용할 의도가 있는 이용자 측면에서는 음지와 같이 여겨지던 도박에 대한 욕구를 TV라는 양지에서 가능하게 해주고, 베팅에는 관심이 많지만 스포츠에 무관심한 시청자들에게는 데이터방송 승부게임이 가미된 스포츠채널을 통한 채널고정 효과를 만들어주는 등 방송사 및 시청자입장에

서 긍정적인 역할을 할 가능성도 충분히 가지고 있다고 할 수 있겠다.

② 데이터방송 승부게임의 사행성에 대한 인식

데이터방송 승부게임의 사행성 관련해서는 승부게임을 너무 자주하지 않
 게임 시간적 제약을 고려한 방송편성, 베팅(betting) 한도의 제한, 본인이 아닌
 다른 데이터방송 가입자들의 셋탑박스에 접속하여 게임을 하는 경우를 차단
 하는 등 일련의 규제적 시스템 장치를 통해서 과도한 사행성을 억제해야
 한다고 판단하고 있었다. 실제로 영국의 'AVAGO' 채널의 경우 데이터방송
 서비스 등록자가 하루에 200파운드(£), 일주일에 300파운드(£)까지만 사용
 할 수 있도록 제한을 두고 있다. 하지만 “법규를 제정할 때 게임 성격에 따라
 베팅한도를 다르게 정할 수 있어야 하는데 나오는 것마다 검토할 수 없는
 일 때문에 허점이 생길 수 있다.” 등 일관된 잣대를 통한 법제도 정비 또한
 어려움이 있을 것이라고 인식하기도 했다. 실제로 현재 인터넷 등을 통한
 온라인 베팅의 경우 영상물등급위원회에서는 “PC온라인게임 세부심의기준
 (제2005-18호)”을 통해 게임물의 선정성, 폭력성, 사행성, 언어 및 대사에
 대한 세부기준을 두어 규제하고 있는데, 게임머니를 현금으로 직접 충전하는
 경우, 게임머니 이체가 가능도록 하여 사행심을 조장하는 경우, 다자간 네트
 워크를 구축하여 온라인상에서 얻은 점수를 현금화하는 경우 등을 이용불가
 (사행성 요소가 강한 경우)로 하는 등 게임물의 사행성에 대한 세부기준을
 정하여 규제하고 있다. 이러한 법적인 규제들이 모든 온라인 게임에 공통으로
 적용이 되어 합리적인 규제가 이루어지면 가장 좋은 경우이나, 예를 들어
 모 인터넷 바둑사이트가 게임머니 이체와 관련해 사행성 요소가 강한 경우로
 분류되어 이용불가 판정을 받을 경우, 이 바둑사이트를 이용하는 많은 회원들
 이 “게임머니 이체는 사이트 회원 간 친목 및 커뮤니티에 마치 유희유치럼
 상당한 순기능적인 요인으로 작용하고 있으므로 이를 받아들이 수 없다”라고
 집단주장을 한다면 이 역시 많은 논란거리가 될 듯하다. 데이터방송 승부게임
 역시 관련 법 규제를 정비한다고 가정했을 때 이러한 사행성 차단과 관련,
 다양한 승부게임에 대해 일관적이면서 서비스별 세분화된 규제정책을 마련하

는 것은 필요한 부분이지만, 입법화 과정 및 이의 시행에 있어서 상당한 어려움이 예상된다고 할 수 있겠다.

③ 데이터방송 승부게임에서 베팅 보상 형태에 대한 인식

앞서 언급하였듯 본 연구를 위해 인터랙티브 로또승부게임프로그램을 실험적으로 구현하여 이를 패널집단 대상으로 사용해 보게 하는 등의 방법을 병행하여 데이터방송 승부게임에서 회당 판돈(stakes)의 형태 및 베팅게임에서 이겼을 경우의 보상 형태에 대한 인식조사를 수행하였다.

전반적으로 현금은 직접적인 동기부여가 될 수 있지만 아이템은 이러한 동기부여가 약하다고 판단하고 있었다. “현금은 동기부여가 확실하고, 직접적이예요 베팅을 좋아하는 사람 중에 아이템을 원하는 사람은 단 한명도 없을 것 같아요 상품권이라면 모를까”라며 다수의 응답자들이 현금만이 내기로서의 의미를 가진다고 판단하고 있었고, 아이템이나 다른 경우에는 현금화의 가능성 정도에 따라 의미가 달라진다고 판단하였다.

여성패널 중 일부는 “싸이월드(Cyworld)¹⁹⁾의 도토리 복권서비스같이 자기 자기한 서비스의 경우 조금씩 즐길 수 있는 것이라고 생각을 하는데 이를 현금으로 한다면 부정적”이라며 또한 “통장에서 나가는 건 본인이 인지를 할 텐데, 현금이 도토리로 바뀌면 이걸 써야 된다는 생각이 있으니까 지출하게 됨”이라고 하는 등 사실상의 현금인 ‘도토리’라는 아이템에 대한 긍정적,

19) 인터넷 커뮤니티 싸이월드(cyworld.nate.com)는 실명제 인맥 기반의 가상사회, 신뢰기반의 정보공유를 컨셉으로, 미니홈페이지 등을 통해 사람과 사람 사이의 친분관계를 형성하고 도와주는 SK커뮤니케이션사의 범용 커뮤니티 서비스이다. 미니홈페이지를 꾸미기 위한 배경음악, 아바타, 기타 장식 등의 아이템 구매를 ‘도토리’라는 일종의 사이버 머니로 구매할 수 있는데, 이 도토리 역시 신용카드 결제, OK캐쉬백, 온라인 입금 등의 다양한 방법으로 구매해야 사용할 수 있다. 도토리로 복권을 살 수도 있으며 복권의 당첨 상금 역시 도토리이다. 이러한 거래 방식은 고객들이 더욱 친근감을 느낄 수 있게 하며 상대적으로 돈에 비해 헤프게 쓰게 될 수도 있다. 또한 도토리로 아이템을 구매 후 이를 커뮤니티 구성원 서로 간 선물을 주고받음으로써 유대감을 강화시키는 역할도 하고 있다.

부정적인 인식이 양립하고 있음을 알 수 있다.

또 “불법사이트도 사실 불법은 아니야. 도박죄로 걸리는 거지. 사이트 자체가 불법이라고 볼 수는 없다. 온라인상에서는 증거가 남기에 문제가 될 수도 있지만 형이랑 나랑 집에서 4만 원짜리 고스톱을 친다면 뭐가 문제가 되겠냐? 사회적 이슈가 되면 문제가 될지도 몰라도” 라며 인터넷 승부게임의 경험에서 게임머니를 주고받고, 이러한 게임머니를 현금화하는 것이 공공연하게 이루어지고 있는 것으로 생각하고 있었다. 이러한 현금화 과정에서 문화상품권 등의 현금대용물이 이용되고 있는 것으로 나타났는데 일부집단은 이러한 문화상품권의 유통은 불법으로 정부의 단속을 받고 있지만 응답자들의 이러한 불법성에 대하여 크게 자각하지 못하는 것으로 나타났다.

이러한 응답자들의 인식은 우리사회에서 도박은 인정되고 있고, 현실적으로 인터넷상에서 도박성을 가진 게임을 하고 있으며, 불법으로 걸리지만 않으면 된다고 보고 있는 것 같다. 즉 정도의 문제지만 도박은 어느 정도 인정되는 것이고, 법의 테두리를 벗어나는 방법을 사용하면 된다고 인식하는 것이다.

이상의 결과를 보면, 대다수의 응답자들이 현금 지급의 방법만이 도박으로서의 의미를 가지고, 상품이나 아이템지급은 이것이 현금화될 수 있을 경우에만 도박의 기능을 할 수 있다고 인식하고 있었다. 따라서 데이터방송의 승부게임도 오락성과 감정정화 등 긍정적인 면을 극대화하기 위해서는 현금방식이 가장 유효함을 알 수 있다. 이러한 현금지급방식을 사용함에 있어 금액제한 등으로 사행성과 스트레스 등 부정적인 면을 최소화할 수 있는 법적 제도가 필요한 것으로 판단된다.

2) 데이터방송 승부게임 규제에 대한 인식분석

(1) 데이터방송 승부게임의 도입과 고려요인

① 도입가능성에 대한 인식

“우리나라의 문화 사회적 환경 때문에 이삼십년 안에는 완전한 승부게임이

힘들 것 같아요. ‘강원랜드에는 80%이상이 돈 벌기 위해서 간다’라고 말하듯이 강원랜드 가는 것 자체를 우리나라 사람들은 안 좋게 보는 것 같아요. 외국에서는 이런 곳에 즐기 위해서 가는 것인데 우리나라에서는 이런 곳에 가는 사람을 보는 시각자체가 도박꾼 등 별로 안 좋은 것이라 생각하고, 이를 건전하게 즐긴다 하더라도 안 좋게 여기는 것 같아요”라고 하는 등 많은 응답자들이 우리의 사회적 환경 때문에 데이터방송 승부게임이 외국과 같이 빠른 시일 안에 쉽게 도입되기 어려울 것으로 인식하고 있었다. “도박은 우리나라에서 유일하게 할 수 있는 곳이 강원랜드, 제주도 등의 몇몇 특급호텔에서만 허용하고 있잖아요. 이걸 TV라는 매체 특성상 배팅은 쉽지는 않을 것 같아요”, “배팅이란 게 한번 빠지면 한 개인이 망가질 수 있는데 그걸 방송으로 뿌리면 어떻게 보면 인터넷보다 더 큰 문제가 될 수 있을 듯해요” 등 전반적으로 도박에 대한 부정적 인식과 도박중독에 의한 역기능에 대해 인식하는 바가 컸다. 그리고 “도입되더라도 신뢰가 중요할 것 같아요. 확률조작 등의 우려가 없어야 안심하고 게임을 할 것 같아요”라며 데이터방송 승부게임의 신뢰도가 선행되어야 한다고 하였다.

전체적으로 응답자들은 데이터방송 승부게임은 언젠가 실현될 것으로 인식하고 있었다. 실현되더라도 공익성을 가질 수 있도록 연령대와 방송시간 편성에 맞춰서 보여주게 되면 오락적으로 즐길만한 가치는 있을 것으로 판단하면서 결제방식이나 보안문제, 돈에 대한 보안과 당첨자 처리의 투명성을 보장하는 보안장치 필요하다고 인식하고 있었다.

데이터방송에 대한 이해도가 높은 일부집단은 데이터방송의 승부게임의 도입은 시간을 두고, 단계적으로 이루어져야 한다고 보고 있었다. 또한 게임에 대한 경험이 많은 이는 “화투나 포커가 우리나라에서는 도박이라는 생각부터 먼저 하는 것 같아요. 그러니까 차라리 방송에서는 윗놀이 같은 뭔가 민속적이거나 그런 다른 게임을 가지고 접근하는 게 필요할 듯해요”라며 데이터방송의 승부게임을 스포츠와 연계한 형식의 건전한 승부게임으로 개발하여 즐기는 문화로 유도할 필요성을 제기하면서 시간과 배팅금액의 제약이 이루어진다면 어느 정도 가능성이 있겠다는 의견이 있었는데 이는 도처에서 음성

적인 도박행위가 성행하고 있으므로 이에 대한 제도권으로의 흡수가 필요하다는 인식인 것이다. 여러 가지 종류의 데이터방송 서비스를 직접 기획, 운영하는 케이블TV SO인 CJ케이블넷 담당자의 말에 의하면, 현재 TV에서의 게임, TV뱅킹, T-commerce, 날씨, 교통 등 부가정보제공 등을 위주로 하는 데이터방송은 가입자 입장에서 기존 인터넷서비스와 비슷하거나 더 못한 서비스들이 많아, 큰 흥미를 느끼지 못하는 것 같다고 했다. 이에 TV매체의 특성을 이용한 TV에서의 승부게임 등 다양한 데이터방송 응용 프로그램의 개발이 필요한데, 국내의 규제정책으로 인해, 시행이 불가능하다고 하였다. 디지털케이블TV 등 뉴미디어 서비스의 활성화를 위해서 이러한 규제가 완화되어, 가입자에게는 디지털방송이 주는 다양하고 재미있는 서비스를 제공해주고, 사업자입장에서는 데이터방송 승부게임과 같은 킬러애플리케이션(Killer Application) 도입이 기존 아날로그 케이블 가입자의 디지털방송으로의 전환을 유도하는 커다란 견인차 역할을 할 것이라고 하였다.

데이터방송 승부게임의 도입 시기에 대해서는 당장은 방송법 상의 이유로 힘들지만, 현재 지상파, 위성, 케이블 플랫폼에서의 데이터방송 뿐만이 아닌 DMB(Digital Multimedia Broadcasting), IPTV(Internet Protocol TV), Wibro(Wireless Broadband Internet) 등에서의 데이터방송 등 방송·통신 융합형 서비스들이 계속 등장하고 있으므로, 데이터방송 승부게임 관련한 규제정책이 어떠한 식이든 조만간 정해지고, 서비스개시는 머지않은 미래에 가능할 것이라고 보았다. 또한 데이터방송 승부게임이 도입되어 활성화되려면 디지털가입자가 많이 있어야(즉, 셋탑박스 보급률 증대) 가능할 것이라고 하였다. 그래야지만 많은 가입자 간에 일정금액 이상의 유무형의 판돈(stakes)을 가지고, 다양하고 재미있는 승부게임을 할 수 있고, 이에 대한 부가적인 수익이 발생하여, 결국 플랫폼사업자, 금융관련 보안모듈 개발업체, 데이터방송 서비스 개발업체 등 관련 업체 간 선순환적인 수익분배가 가능하리라 보았다. 이에 대한 수익은 더 향상된 데이터방송 등 신규서비스에 투자되어, 디지털케이블TV에 가입한 시청자에게 보다 더 좋은 서비스를 제공할 수 있을 것이라는 것이다.

이는 서비스를 개발하는 데이터방송 제작업체에게도 마찬가지로 해당이 되는 문제이다. 데이터방송 개발 전문업체인 에어코드 담당자는 해외사례를 예로 들며, 현재 기존 아날로그방송에서 디지털로 전환이 되어 가는 상황에서 시청자에게 디지털만의 재미를 줄 수 있는 서비스가 현재 너무나 부족하고 이에 수많은 응용이 가능한 데이터방송 승부게임의 빠른 도입을 기대하고 있었다. 플랫폼사업자 입장에서는 데이터방송 승부게임을 통한 서비스 활성화, 아날로그가입자의 디지털가입자로의 전환, 부가적인 수익증대를, 데이터방송 제작업체 입장에서는 데이터방송 승부게임을 응용한 다양한 프로그램 개발을 통해 사업 활성화를 기대하고 있었다. 이러한 사업자의 입장에 대해 데이터방송 정책입안을 담당하는 방송위원회의 정책, 심의담당자는 현재 국내의 데이터방송 법제도 및 규제방안은 영국의 OFCOM 등 규제기관의 사례를 참고하고 있으며, 국내 사업자의 환경과 데이터방송 승부게임 도입에 대한 기대사항은 충분히 고려하고 있다고 했다. 또한 뉴미디어 활성화를 위해 데이터방송 승부게임의 도입을 크게 부정적으로 보지는 않지만, 현재 국내 여론 등 사회 환경이 주요 변수이며, 케이블, 위성, 지상파에서의 데이터방송 뿐만이 아닌 앞으로 IPTV, DMB 등 신규매체에서의 데이터방송까지 고려한 종합적인 정책적 판단이 필요하다고 하였다. 왜냐하면, 승부게임 등과 관련 현재의 위성, 케이블, DMB 등 뉴미디어 플랫폼사업자의 의지를 고려한 정책도입 문제도 있지만, 조금 더 공공성이 강조되는 지상파에서의 데이터방송에 대한 정책, 앞으로 기존 방송법에 의해 지배를 받지 않았던 KT, 하나로텔레콤 등 통신사업자들의 IPTV 등을 통한 방송시장 진입 시의 규제정책 또한 고려되어야 한다는 것이다.

또한 실제 외국의 사례에서, 사업자들이 데이터방송 승부게임과 같은 신규 서비스의 필요성과 정당성을 지속 요구하여 서비스가 이루어진 사례가 많이 있다며, 사회 환경과 사업자의 요구 등이 맞물려 사회적 합의가 이루어질 때 사업자, 정부, 시민단체 등이 참가하는 공청회 등 여론수렴을 통해 데이터방송 승부게임을 포함한 뉴미디어 전반의 정책이 논의되고, 결정이 될 수 있을 것이라 보았다.

(2) 데이터방송 승부게임의 규제에 대한 인식

① 데이터방송 승부게임 도입 시 고려요인

데이터방송의 승부게임을 도입할 경우 가장 먼저 대두되는 고려요인이 데이터방송의 신뢰성 문제로 나타났다. 즉 로또의 경우와 같은 조작의 문제가 항상 제기될 개연성이 있는 것이다.

그리고 데이터방송의 승부게임이 즐거움을 제공하기 위해서는 베팅금액의 제한이 필요하다고 인식하고 있었다. 그리고 승부게임에 대한 인식의 전환이 필요함을 보여주었다. 즉 유럽에서는 경마가 대중적인 게임이지만 우리나라에서는 도박으로 인식됨을 지적하고 있다. 이러한 인식의 전환을 통해 경마승부 게임들을 도박이 아닌 레저로써 가족모두가 즐길 수 있다고 보았다.

데이터방송게임과 관련한 승부게임에 있어서 결제의 안정성이 중요하다고 인식하고 있었다. 그리고 소비자 보호 규정의 적용가능성을 고려하고 있었다.

② 데이터방송 승부게임 도입 시 규제방안

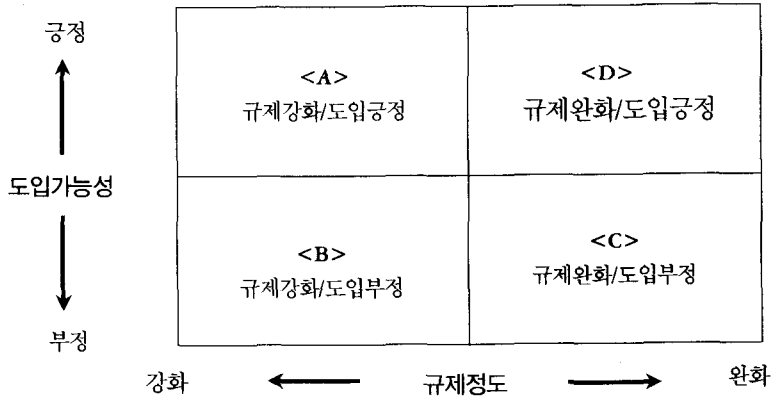
“베팅을 TV에서 해도 그다지 사행성을 조장하지 않도록 규제를 세분화하여 서비스할 수 있도록 하면 좋겠다”라고 하면서 “외국에는 베팅 관련 법률이 있는 것처럼, 우리나라에도 그런 전문조항을 넣어야 하지 않을까?” 등 데이터방송 자체가 상업성을 가지고 있으니 부작용을 최소화하면서 정부의 규제 하에 도입하는 것도 필요하다는 의견이 다수로 나타났다.

“케이블이나 지상파를 비교하면, 지상파보단 케이블의 규제가 약하다. 공익성의 차별화라면 케이블에서 방송하면 될 것 같다”로 지상파, 케이블 등 방송매체에 따라 규제의 범위를 차별화함으로써 매체별 다양화를 도모하는 의견도 있었다. 규제방안에 대해 방송위원회의 정책담당자는 데이터방송 승부게임이 사회적 합의를 거쳐 도입이 될 경우, 이에 대한 규제는 한 번에 모든 다양한 서비스가 도입되는 것이 아닌 충분한 시간을 두고 베팅의 강도 및 데이터방송 승부게임의 부작용 여부 등을 고려하는 등 이용자 여론을 수렴하여 충분한 시간을 두고 순차적으로 이루어질 것이라고 하였다.

(3) 승부게임 도입가능성과 규제의 분석 시사점

데이터방송 승부게임에 대한 긍정적, 부정적 인식을 참고로 승부게임 규제 정도에 대한 인식과 도입가능성에 대한 인식을 교차하여 데이터방송 승부게임의 도입가능성과 그 규제방향을 분석하여 보았다.

<표 2> 데이터방송 승부게임에 대한 인식과 규제



기본적으로 인터뷰응답자들은 아직 승부게임의 긍정적 효과인 카타르시스 기능과 엔터테인먼트 성격에 대한 인식이 높지는 않았지만, 사회의 발전 그리고 외국의 사례를 통해서 승부게임이 데이터방송에 도입될 가능성이 높다고 인식하고 있었다. 하지만 이러한 도입이 이루어져도 현재는 승부게임의 도박 성격에 대한 인식이 높아 그 규제의 필요성에 대하여는 모두 인식을 하고 있었다.

응답자들의 응답을 도입가능성과 규제정도에 따라 분석한 결과 <표 2>의 4사분면에 적용하면, 이를 A, B, C, D로 구분하여 유형화할 수 있다. A유형은 '규제강화/도입긍정'으로 정부의 법적규율 하에서 도입가능성을 인식하는 집단이다. B유형은 '규제강화/도입부정'으로 법적 규제 하에서도 도입가능성이 없다고 인식하는 집단이다. C유형은 '규제완화/도입부정'으로 데이터방송의

경우 민간자율에 의한 규제가 이루어져야 한다고 인식하면서도 승부게임의 도입가능성은 부정적으로 인식하는 집단이다. D유형은 ‘규제완화/도입공정’으로 민간자율에 의한 규제 하에서 승부게임의 도입가능하다고 인식하는 집단이다. 현재의 응답을 보면, 규제가 약한 상태에서의 도입을 선택한 D유형 ‘규제완화/도입공정’의 응답은 거의 없고, 다수가 도박의 부작용에 대한 규제의 필요성을 강조하면서 도입가능성을 제시하고 있다.

먼저 도입가능성에 부정적인 이유를 보면, 첫째, 사행성에 대해 부정적인 우리의 사회문화적 환경, 둘째, 승부게임의 신뢰도문제, 셋째, 방송의 공공성 때문이라는 응답이었고, 도입가능성에 긍정적인 이유는 첫째, 정해진 시간의 참여 및 내기금액 제한으로 사행성의 컨트롤가능, 둘째, 타 매체에 대비한 신뢰도 확보가능성, 셋째, 스포츠와 연계한 게임화, 넷째, 음성적 사행행위의 합법화 등이었다.

도입방안은 단계적 도입을 통해 국내의 부정적인 사행행위 문화에 대한 인식을 개선하고, 사회문제로 발전 가능성이 적도록, 신규서비스로 원활하게 정착가능 하도록 하는 것을 선호하면서 법적인 제도의 정비를 우선시 하였다.

승부게임의 규제와 관련하여 신뢰성을 확보하기 위한 규제, 결제의 안정성을 위한 장치와 소비자 보호의 문제를 제기하였고, 승부게임의 사행성을 제한하고 오락성을 강화하기 위한 내기금액의 제한에 대한 규제, 케이블과 지상파, 프로그램별 규제의 차별화를 제안하고 있다. 이러한 규제의 방법으로는 다수의 응답자들이 자율적 규제보다는 법적인 규제가 필요하다고 인식하는 것으로 나타나 법적인 규제 속에서 승부게임의 도입가능성을 분석할 수 있고, 대다수의 응답은 A형과 B형으로 유형화될 수 있었다. A유형과 B유형을 비교한 결과를 정리하면 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 데이터방송 승부게임 도입에 대한 인식의 유형화

부문	유형	유형 A (규제강화/도입긍정)	유형 B (규제강화/도입부정)
데이터 방송 승부게임 도입인식	승부게임 도입 가능성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 감정정화, 휴식, 시간보내기 ○ 스트레스해소, 오락효과 ○ 사회의 발전 그리고 외국의 사례 ○ 정해진 시간 참여로 사행성 컨트롤가능 ○ 타 매체에 대비한 신뢰도 확보 가능성 ○ 사회의 음성적 도박 합법화 ○ 정부의 안전한 규제정책 하에서의 도입긍정 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 도박에 부정적인 우리의 사회 문화적 환경 ○ 승부게임의 신뢰도문제 ○ 방송의 공공성 ○ 규제 강화되더라도, 도입가능성은 높지 않음
	규제 수준	<ul style="list-style-type: none"> ○ 게임의 신뢰성 확보를 위한 규제 ○ 결제의 안정성을 위한 규제 ○ 소비자 보호의 문제 ○ 승부게임 사행성 제한·오락성 강화위한 내기금액 제한에 대한 규제 ○ 프로그램별 규제의 차별화 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 여건이 성숙될 때까지 승부게임에 대한 규제정책지속 필요성
	도입 방안	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전반적인 승부게임의 규제를 다룰 수 있는 입법 ○ 신규서비스로 원활하게 정착 ○ 스포츠와 연계한 게임화 ○ 케이블과 지상파의 차별화 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 국내의 부정적인 도박 문화에 대한 인식을 개선 ○ 사회문제로 발전가능성 억제 방안

TV에서의 승부게임 등 방송, 통신 융합형 서비스들이 방송인지, 통신인지 등의 논란과 구분에 대해서 이용자 입장에서는 의미가 없다. 미국, 일본, 영국, 프랑스 등은 새롭게 떠오른 방송, 통신융합서비스에 맞춰 정부정책과 규제방

법을 디지털환경에 맞도록 조정하는 등 발 빠른 움직임을 보이고 있다. 규제를 줄이고 관리 기구를 일원화한 선진국들의 방송, 통신 융합정책은 결국 정부당국이 아닌 이용자의 관점에서 정책조정이 필요하다는 것을 시사한다(최연진, 2006).

디지털 환경 등 문화, 사회적 환경에 맞게, 이용자 입장에서 규제 및 법제도가 정비되고 있는 해외의 사례들을 참고하여 국내의 방송, 통신 융합형 서비스들을 담당할 관리기구 및 규제사항들이 정해질 필요가 있으며 이러한 과정들 속에서 승부게임을 포함한 다양한 데이터방송 인터랙티브 서비스의 규제 및 도입논의가 같이 이루어져야 할 것이다.

승부게임에 있어서도 이러한 국내의 방송, 통신 융합형 서비스 관련 법제도 정비 및 장기적인 규제정책 수립을 통해 결제의 안정성 문제, 내기금액 제한, 매체별 규제의 차별화 등의 세부적인 사항을 해결해 나가고, 이때 정부, 사업자 외에도 실제 인터랙티브 서비스 이용자의 의견을 반영하는 정책수립이 필요할 것이다.

5. 연구결과의 함의 및 연구의 한계

연구목적을 수행하기 위하여 본 연구는 문헌연구와 포커스그룹인터뷰(Focus Group Interview)의 방법을 도입하였다. 문헌연구는 디지털방송과 승부게임과 관련한 국내외 단행본, 연구논문 등을 검토하여 본 연구의 이론적 토대로 하였다. 이러한 문헌연구에 기초해 포커스그룹인터뷰를 통해 패널집단이 생각하는 데이터방송 승부게임에 대한 긍정적, 부정적인 인식 등 제반 사항에 대해 조사하였다. 이를 통해 데이터방송 승부게임도입에 대한 인식을 유형화하고 승부게임 도입가능성과 규제의 시사점을 분석해 보았다.

그 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 데이터방송 승부게임은 이용자에게 오락효과, 감정정화, 휴식, 스트레스 해소 등의 긍정적인 효과를 주는 반면, TV매체의 접근 용이성으로 인한

중독의 가능성 등 부정적인 기능이 존재한다. 하지만 승부게임 사용 의도가 있는 이용자 측면에서는 음지와 같이 여겨지던 도박에 대한 욕구를 TV라는 양지에서 가능하게 해주고, 데이터방송을 통한 채널고정 효과 등의 긍정적인 기능 또한 담당 할 것이라고 인식하고 있었다.

둘째, 대다수의 응답자들이 현금 지급의 방법만이 도박으로서의 의미를 가지고, 상품이나 아이템지급은 이것이 현금화될 수 있을 경우에만 도박의 기능을 할 수 있다고 인식하고 있었다. 따라서 데이터방송의 승부게임도 오락성과 카타르시스 등 긍정적인 면을 극대화하기 위해서는 현금방식이 가장 유효함을 알 수 있다. 이러한 현금지급방식을 사용함에 있어 금액제한 등으로 사행성과 스트레스 등 부정적인 면을 최소화할 수 있는 법적 제도가 필요한 것으로 조사 되었다.

셋째, 데이터방송 승부게임에서 데이터방송의 신뢰성 문제를 제기했다. 그리고 데이터방송 승부게임이 즐거움을 제공하기 위해서는 베팅금액의 제한이 필요하다고 인식하고 있었다. 이러한 인식의 전환을 통해 데이터방송 승부 게임을 도박이 아닌 가족모두가 즐길 수 있는 오락매체가 될 것이라고 보았다. 또한 결제의 안정성과 소비자 보호 규정의 적용가능성을 고려하고 있었다.

넷째, 사회적 환경 때문에 데이터방송 승부게임이 외국과 같이 쉽게 도입되기 어려울 것으로 인식하고 있었다. 그러나 방송자체가 상업성을 가지고 있으니 부작용을 최소화하면서 정부의 규제 하에 도입하는 것도 필요하다는 의견이 많았고, 지상파, 케이블 등 방송매체에 따라 규제의 범위를 차별화함으로써 매체별 다양화를 도모하자는 의견도 있었다.

결국 결제에서의 안정된 보안장치를 기반으로 매체 신뢰도가 보장 되어야 하고, 승부게임을 너무 자주하지 않게끔 시간적 제약을 고려한 방송편성, 베팅(betting)한도의 제한, 다른 데이터방송 가입자들의 셋탑박스에 접속하여 게임을 하는 경우를 차단하는 등 일련의 규제적 시스템 장치를 통해서 과도한 사행성을 억제해야 한다고 판단하고 있었다.

이에 여러 가지 부작용을 최소화하는 방안 등 정부의 법적인 규제 틀 안에서 승부게임의 단계적인 도입이 검토될 수 있다고 인식하고 있었다.

수용자인식조사 결과 응답자들은 데이터방송 승부게임은 언젠가 실현될 것으로 인식하고 있었고, 실현되더라도 공익성 있게 연령대와 방송시간 편성에 맞춰서 보여주게 되면 오락적으로 즐길 만한 가치는 있다고 보았다. 또한 결제방식이나 보안문제, 돈에 대한 보안과 당첨자 처리의 투명성을 보장하는 보안장치 필요하다는 제언이 있었다.

현재 데이터방송 관련 위성, 케이블 등 플랫폼사업자 및 데이터방송 관련 업체들은 데이터방송의 정착 및 활성화를 위해 데이터방송 승부게임 등 신규 서비스에 대한 유연한 규제정책을 지속적으로 정부에 요구하고 있는 상황이다. 데이터방송 승부게임에 대한 정책은 산업 활성화를 위한 사업자의 요구뿐만이 아닌 방송의 공익성, 공공성 등 방송정책의 기본이념, 사행심 조장우려에 대한 국내의 여론 등 사회적 상황, DMB, IPTV, Wibro 등 방송과 통신이 결합된 신규미디어의 계속된 등장에 대한 정부의 정책적인 고려 등이 종합적으로 반영되어 데이터방송 관련 법, 제도 정비가 되어가는 가운데, 사업자, 시민단체, 정부가 계속된 논의를 해 나가며 풀어야 할 사항이라고 생각한다.

이상의 연구에서, 국내에서는 아직 디지털방송 초기 단계로 대다수의 국민들이 데이터방송 및 데이터방송 승부게임에 대한 이해가 아직 부족한 실정에서, 포커스그룹인터뷰방법에 의한 패널집단 대상 인터뷰 및 패널 간 토론을 통해 데이터방송 승부게임 이용자들의 인식하는 정도와 이의 규제 등에 대해 조사하였다. 앞으로 디지털방송시장이 활성화 된다면, 본 연구를 기초로 하여, 보다 많은 집단을 대상으로 서비스 이용인식과 신규서비스에 대한 호감도, 서비스 규제에 대한 분석 등 보다 실질적이고 광범위한 조사가 가능 하리라고 보인다. 이에 더하여 본 연구의 수행 시, 데이터방송 승부게임 관련 국내외 선행연구 및 관련 문헌이 거의 없어 연구진행 과정 및 연구결과 분석 시 어려움이 많이 있었다. 이에 해외에서 데이터방송 승부게임을 허용하게 된 구체적인 사회적 합의점에 대한 사례를 포함한 논의들이 부족했고, 이용자 인식조사 시 이러한 인식의 틀을 분석하고, 이를 일반화할 만한 근거가 많이 부족하다는 것이 아쉬운 부분이었다. 앞으로 본 논문을 기반으로, 이를 보완하고 확장하는 많은 후속연구가 나오길 기대해 본다.

Ⅰ 참고문헌

- 김세철·이시훈·구교태 (2005). 『데이터방송의 이해와 활용』. 대구: 계명대학교출판부.
- 김정기 (1999). 텔레비전 시청과 친사회적 태도의 상관관계: 텔레비전의 긍정적 효과에 대한 탐사적 연구. 『한국방송학보』, 13호, 155~188.
- _____ (2004). 『한국시청자의 텔레비전 이용과 효과연구』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 박남기 (2005.6). 美 TV게임 서비스, 주요 수익원으로 부상. 서울: KBS 해외방송정보 52~55.
- 방송위원회 (2004). 데이터방송 정책방안(보조적 데이터방송에 관한 지침).
- _____ (2004). 데이터방송 정책방안을 위한 공청회 자료.
- 안중배 외 (2003). 『디지털방송 광고마케팅의 이해』. 서울: 두남.
- 이상우 (2004). 방송·통신 융합에 따른 해외사례 비교분석: 유럽의 동향을 중심으로 『방송연구』, 여름호, 115~143.
- 이시훈 (2005). 데이터방송의 현황과 정책과제. 『방송연구』, 여름호, 57~85.
- 이태원 (2003). 합법적 도박행위: 확산, 이론, 그리고 경험적 검증에 관한 검토 『사회과학연구』, 제42집, 강원대학교 사회과학연구소.
- 정보통신부 (2004). 『디지털 양방향 TV 세부 추진계획』. 전파방송정책국 방송위성과.
- _____ (2005). 『양방향 데이터방송 활성화계획(안)』.
- 최연진 (2006.5.3). 통신·방송 융합, 갈길 멀다 -이용자 중심 정책 쫓자. 『한국일보』, 15.
- 한은영 (2001). 인터랙티브 TV(Interactive TV) 서비스의 전개현황 및 주요 쟁점. 『정보통신정책』 ISSUE, 제12권 6호, 통권 122호.
- Datamonitor (2002). *European iTV Gambling Industry Guide 2002*.
- Feshbach, S. (1976). The role of fantasy in the response to television. *Journal of Social Issues*, 32, 71~85.
- Giles, David C. & Lea (2003). *Media Psychology*.
- Greenbaum, Thomas L. (1997). *The Handbook for Focus Group Research*.

- ITC (2000). *ITC Consultation on Interactive Television*.
- Loewenthal, L. (1961). *Literature, popular culture, and society*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- OpenCable™ Application Platform Specification, OCAP 1.0 Profile, OC-SP-OCAP 1.0-I13-041215.
- Screen Digest (2004). *ITV Betting, gaming and lotteries in Europe Market outlook to 2007*.
- Sport Business Group (2001). *Online Gambling: The Regulation of Global Sports Betting*.
- Spradley, James P. (1979). *The Ethnographic Interview*.
- _____ (1980). *Participant Observation*.
- Vorderer, P., & Groeben, N. (1992). Audience research: What the humanistic and the social science approaches could learn from each other. *Poetics*, (21), 361 ~ 376.
- Wallace, Patricia M. (2001). *The Psychology of the Internet*, Cambridge University Press.
- Zillmann, D. (1992). Pornography research, social advocacy and public policy. In P. E. Tetlock (Eds.). *Psychology and social policy* (pp. 165 ~ 178). New York: Hemisphere.

ITV Video Vault, <http://www.broadbandbananas.com>

Opencable Specifications, <http://www.opencable.com/specifications>

(최종 투고 2006.6.1, 최종 원고 제출 2006.7.17)

A Research on the Regulations and Perception of Interactive Game in Data Broadcasting

Special Emphasis on the TV-Betting Game

Dong-Hyun Byun

Professor

Graduate School of Media Communications, Sogang University

Moon-Ryul Jung

Professor

Graduate School of Media Communications, Sogang University

Hong-Seob Bae

Graduate Student

Graduate School of Media Communications, Sogang University

This study examines the regulatory issues and introduction problems of TV-betting data broadcasts in Korea by in-depth interview with a panel group. TV-betting data broadcast services of card games and horse racing games are widely in use in Europe and other parts of the world.

In order to carry out the study, a demo program of TV-betting data broadcast in the OCAP(OpenCable™ Application Platform Specification) system environment, which is the data broadcasting standard for digital cable broadcasts in Korea was exposed to the panel group and then they were interviewed after watching and using the program.

The results could be summarized as below. First of all, while TV-betting data broadcasts have many elements of entertainment, the respondents thought that it would be difficult to introduce TV-betting in data broadcasts as in overseas countries largely due to social factors. In addition, in order to introduce TV-betting data broadcasts, they suggested that excessive spec-

ulativeness must be suppressed through a series of regulatory system devices, such as by guaranteeing credibility of the media based on safe security systems for transactions, scheduling programs with effective time constraints to prevent the games from running too frequently, limiting the betting values, and by prohibiting access to games through set-top boxes of other data broadcast subscribers. The general consensus was that TV-betting could be considered for gradual introduction within the governmental laws and regulations that would minimize its ill effects.

Therefore, the government should formulate long-term regulations and policies for data broadcasts. Once the groundwork is laid for safe introduction of TV-betting on data broadcasts within the boundary of laws and regulations, interactive TV games are expected to be introduced in Korea not only for added functionality of entertainment but also for far-ranging development of data broadcast and new media industries.

Key words: Digital Broadcast, Data Broadcast, Interactive TV, TV-betting, Betting, Gambling, Broadcasting Regulations