

YTN DMB: 이동미디어 시대의 필연적인 선택

사
례
발
표

기
정
문
(YTN)

목
차

1. 서 론
2. 최적의 채널 구성
3. 비디오채널 @YTN
4. 데이터채널 NBEEN
5. 오디오채널 onTBN과 Satio Hits
6. 결 론

1. 서 론

한국의 뉴스채널 YTN이 지상파 DMB라는 새로운 미디어에 관심을 갖기 시작한 것은 한일월드컵 4강의 감동이 채 식기 전인 2002년 가을이었다. 당시 지상파 디지털TV의 전송방식을 두고 시달리던 정보통신부가 DTV이동수신을 위해 지상파 DMB라는 새로운 이동방송의 도입을 추진하기 시작한 것. 이 소식은 24시간 TV뉴스 제공이라는 국가적 기여에도 불구하고 유선 미디어로서 발전의 한계를 절감하던 YTN에게 하나의 정보를 넘어선 새로운 도약을 향한 희망으로 다가왔다.

그로부터 세 번의 겨울이 지난 2005년 3월, YTN이 대주주로 참여한 YTN DMB 컨소시엄은 신규 사업자 중 가장 우수한 점수로 지상파 DMB의 사업권을 획득했다. 그리고는 또 한 번의 겨울이 시작되던 그 해 12월 1일 세계 최초의 지상파 이동방송을 시작한 YTN DMB는 출발부터 경쟁사와 달랐다. 사실상 기존 TV의 재전송을 위주로 한 기존 지상파TV 3사나 방송 경험이 일천한 신규 2사들과는 달리, 풍부한 방송 경험

과 새로운 미디어로의 강한 도전의지를 모두 갖고 있기 때문이었다.

2. 최적의 채널 구성

무료 보편적 서비스로 정의된 지상파DMB에서 YTN DMB가 주목을 받는 이유는 차별화된 콘텐츠에 있다. 콘텐츠의 차별화는, '차별화'된 방송 단말기의 등장을 가져온 지상파DMB에 있어서는 필연적인 명제였다. 인류사에 등장한 이후 줄곧 거실과 안방의 단말기로 안주해 오던 TV가 거리 위의 시청자의 손바닥 위로 옮겨왔기 때문이다. 이런 차별화를 위해 YTN DMB는 5가지 캐치프레이즈를 내세우고 있다. "언제 어디서나", "내 생활의 중심", "손 안의 자유", "24시간 행복 충전", "Take it, Be happy"가 그것이다. 이는 YTN DMB 플랫폼의 구성에서부터 잘 반영되어 있다. YTN DMB 플랫폼은 비디오채널과 데이터채널이 각 하나씩, 그리고 오디오채널 2개, 모두 4개의 채널로 구성돼 있다. YTN 콘텐츠를 근간으로 한 종합편성의 비디오채널 @YTN과 모바일환경에서 다양한 정보를 제공할 데이터채

널 NBEEN을 YTN DMB가 직접 운영하고, 교통 전문 라디오방송 onTBN을 도로교통 안전관리 공단이, 24시간 논스톱 음악 라디오방송 Satio Hits를 Satio가 각각 임대 운영한다.

특히 모바일 시청환경을 고려한 다양한 부가 서비스를 위해 경쟁사에 비해 많지 않은 채널을 배치함으로써, 다양한 서비스가 가능한 데이터채널의 대역폭[Bandwidth]을 확보했을 뿐 아니라, 비디오, 오디오 채널에서도 다양한 연동형 부가 서비스를 제공할 수 있는 자산을 마련했다. 풀어 보면 <표 1>에 나타난 것처럼 320kbps의 데이터 채널 대역폭은 6개 지상파 DMB 방송사 가운데 두 번째로 넓은 것이며, 2개의 오디오채널에 연동형 데이터방송을 위해 제공된 각 32kbps의 대역폭 또한 경쟁사에서는 볼 수 없는 것이다. onTBN의 경우, DMB 라디오에서는 유일하게 BWS(방송웹사이트서비스)규격으로 연동형 데이터방송을 제공하는 것도 이러한 채널구성 전략이 있었기에 가능했던 일이다.

<표 1> YTN DMB의 채널구성

구분	채널명	대역폭	주요 콘텐츠	비고
비디오	@YTN	512kbps	종합편성 정시뉴스로 모바일콘텐츠 경쟁력 강조 시사, 교양, 스포츠, 오락 프로그램 등	직영 채널
데이터	NBEEN	320kbps	종합편성 BWS 방송포털(뉴스, 날씨, 스포츠, 교육, 금융, 채용, 영화, 여행정보, 연애 등) TTI교통정보(혼잡정보, 유고, 대중교통정보 등)	
오디오	onTBN	160kbps (128+32)	교통정보 전문 편성 방송 (실시간 교통 정보를 audio +data로 제공)	임대 채널
	Satio Hits	160kbps (128+32)	최신 음악 전문 편성 방송 (24시간 nonstop 최신티오펜 음악 제공)	

3. 비디오채널 @YTN

YTN DMB의 비디오채널명 @YTN[mai ti: en]은 채널명 사내 공모를 통해 250건이 넘는 작

품들 가운데 선정된 것이다. 이는 My YTN의 약자로서 개인화된 미디어를 상징하며, Mobile YTN의 약자로 모바일 방송의 정체성을 나타내고, Multimedia YTN의 약자로 다양한 신기술이 적용된 신개념 방송서비스에 대한 의지를 드러낸 이름이다.

채널명의 의미에 걸맞게 @YTN은, YTN 콘텐츠의 장점은 최대한 살리되, 신기술이 적용된 개인형 모바일 방송에 어울리는 콘텐츠로 편성전략을 세우고 있다. 우선 YTN 콘텐츠를 대부분 재전송할 것이라는 일반인의 예상을 깨고, YTN 채널과의 차별화를 초기부터 25% 수준으로 유지하고 있다. 아직 시청자 규모가 본 궤도에 오르지 못했음을 고려하면 결코 적지 않은 수치다. 또한 향후 주요 뉴스 프로그램을 제외한 모든 프로그램을 신규 수급, 차별화율을 90%까지 높임으로써, 새로운 채널로서의 자리매김을 확실하게 하기 위한 로드맵이 마련돼 있다. 또한 프로그램도 보도와 교양, 오락 프로그램 비율을 각각 63 : 18 : 19로 시작함으로써 아직 부족하긴 하지만, 제대로 된 종합편성 채널의 면모를 갖추기 위해 노력하고 있다. 이러한 노력은 @YTN의 평일 편성표를 표시한 <표 2>에서도 알 수 있다. 진하게 표시된 곳이 YTN의 프로그램을 수중계하는 시간대로, 전체 시간으로 보면 25% 수준이지만, 비교적 많은 부분에서 차별화된 편성 전략을 세웠음을 알 수 있다.

프로그램 면면을 살펴보면, 우선 YTN에선 보기 힘든 다양한 스포츠 프로그램들이 전면 배치됐다. 2006 독일 월드컵을 앞두고 뜨거워진 축구 열기에 발맞춰, 박지성 선수의 맨체스터 유나이티드 팀의 전 경기가 @YTN을 통해 제공된다. 출·퇴근시간과 점심시간에는 MU팀 경기의 하이라이트를, 또 주말과 밤 시간대에는 경기 중계를 직접 방송하고, '레드햇뉴스'는 MU팀을 중심으로 한 잉글랜드 프리미어 리그의 최신 뉴스를 전한다. 특히 매주 수요일 방송되는 주간 프로그

<표 2> @YTN의 평일(월요일) 편성표

(2006. 3. 31일 현재)

시	분	프로그램	시	분	프로그램
6	00	굿모닝코리아 3~4부	18	30	생방송 스타 뉴스
7	00	YTN 24	19	00	YTN 24
	30	스포츠뉴스(재)		30	MU스페셜(재)
	45	생생 뉴스 영어	20	00	YTN24
8	00	뉴스 오늘 1~3부		30	타워스태이지(재)
9	30	타워스태이지	21	00	YTN 24
10	00	YTN 24		30	도전 신데렐라
	30	전옥휴의 PGA아카데미	22	00	뉴스 나이트 1~2부
11	00	뉴스퍼레이드 1부	23	30	MU스페셜(재)
	30	mYTN news(날씨와 교통)	24	00	YTN24
	45	손안의 점심메뉴		40	스포츠뉴스
12	00	뉴스퍼레이드 3부		55	위성통역실
	30	MU스페셜	1	00	YTN 24
13	00	YTN 24		30	인사이드월드
	20	패션&스타일	2	00	YTN 24
	35	손안의 점심메뉴(재)		25	사이언스+
13	45	생생 뉴스 영어(재)		55	역사속 오늘
	55	TBN 교통정보	3	00	YTN 24
14	00	뉴스의 현장 (1~3부)		20	스포츠뉴스(재)
15	30	헬로 뮤직 셰이크		30	웰컴투월드
16	00	YTN24	4	00	YTN 24
	30	mYTN news(날씨와 교통)		25	사이언스+(재)
	45	생생 뉴스 영어(재)		55	위성통역실(재)
17	00	뉴스 Q 1부~2부	5	00	굿모닝코리아 1~2부

램 '비바! 박지성'은 한 주간 박 선수가 출전한 경기내용과 맨체스터 Utd팀의 이슈를 소개하는데, 최근 프랑스 칸에서 열린 세계 방송 프로그램 전시회인 MipTV/ Milla에서 영국 BBC와 우리 방송위원회가 공동 주관한 국제 DMB 콘텐츠 공모전에서 당당하게 최우수상을 수상하기도 했다.

또한 젊은 층을 위한 엔터테인먼트 프로그램도 다양하다. 유동인구가 많은 시내 한복판에서 열리는 콘서트 프로그램 '타워스태이지'나 전국의 콘서트나 이벤트 현장을 찾아 소개하는 연예정보 프로그램 'YTN STAR Special', 본격 영화정보 프로그램 '시네마 투데이', '인사이드 무비스타', '스타 리얼 토크' 등이 젊은 층을 공략하고 있

다. 또한 '직장인들의 점심 메뉴 선택 고민을 해결한다!'는 취지로 점심 메뉴들에 대한 알찬 지식과 유용한 정보들을 매일 소개하는 '손 안의 점심메뉴', 영어 뉴스를 소재로 한 시사 영어 프로그램 '이보영의 생생 영어뉴스'가 DMB 전문 프로그램으로 차별성을 강조하고 있다.

4. 데이터채널 NBEEN

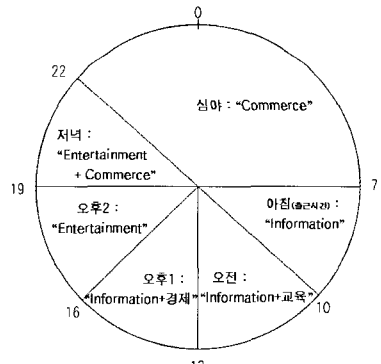
데이터채널명 NBEEN[enbi:n]은 "It's Never BEEN"에서 따온 이름으로, 지금까지 전혀 없었던, 완벽하게 새로운 서비스를 의미한다. 여기서 N은 New, News, Network의 뜻을, 그리고 Been은 존재를 의미하는 뜻대로, 언제 어디서나 존재

하는 Ubiquitous World를 의미하기도 한다. 또 이 이름은 N-BEE-N의 형태로 N과 N을 이어주는 꿀벌을 형상화한 것이기도 하다. 즉 방송 네트워크와 통신 네트워크를 이어줘, 본격적인 방송·통신 융합시대의 꽃과 열매를 맺게 해 줄 것이라는 열망도 담겨 있다는 뜻이다. 이름 뜻 그대로, NBEEN은 지금까지 경험하지 못한 서비스를 제공한다. 뉴스 중심의 정보와 다양한 볼거리를 제공하는 인포테인먼트 채널로 채널 성격을 정하고, 현재 BWS와 TTI 크게 두 가지 종류의 서비스를 제공하고 있다.

〈표 3〉 NBEEN BWS의 콘텐츠 구성(안)

구분	메뉴명	상세내용	
Information	뉴스/날씨	전국의 날씨 정보 제공	
	스포츠	스포츠 결과 및 예고정보	
	구인정보	구인 회사 정보 제공	
	방송편성표	@YTN, onTBN, Satio Hits 등의 편성 정보	
	생활정보	생활상식, 행사정보 등	
Entertainment	오늘의 운세	띠별 운세와 별자리 운세 제공	
	영화	신간 영화 정보 제공, 예매율 정보	
	연예	다양한 연예 관련 정보	
	만화	4컷 만화 또는 단편 만화	
	유머	다양한 유머	
	여행	국내 및 국외 여행정보	
	공연정보	서울, 경기 지역 공연, 축제 등 정보	
경제	재테크	다양한 재테크 정보 및 펀드 수익률	
	증권	주식 관련 정보	
	부동산	아파트 분양 및 세금 관련 정보	
교육	외국어한마디	영어, 중국어, 일본어	
	오늘의 상식	경제 용어 또는 상식 정보	
공익	책소개	좋은 책 요약 정보	
	미아찾기	매일 1인의 미아찾기 정보	
지역행사	지역축제	지역 축제 및 행사 소개 (서울,수도권)	
	지역행사	지역 축제 및 행사 소개 (서울,수도권)	
모바일	벨소리/캘러링	양방향 서비스를 고려한 벨소리/캘러링 정보	이동사와의 협력을 통한 양방향 서비스
	게임	모바일게임 다운로드 링크	
	동영상	VOD 또는 동영상클립 다운로드 링크	
	방송콘텐츠	방송관련 정보의 WAP 포털 링크	
쇼핑예약	쇼핑	도서 등 소액상품 판매 링크	
	예약, 예매	영화, 공연 등 예매 & 교통편 예약 등	

NBEEN BWS(방송웹사이트서비스)는 인터넷 웹사이트 형태의 정보를 방송전파를 통해 전달해 주는 서비스로 포털사이트와 흡사한 다양한 정보를 제공하고 있다. 이를 통해 주요뉴스와 날씨, 스포츠, 증권 등 뉴스성 콘텐츠는 물론, 구인정보와 여행, 공연, 상식, 외국어 등 생활정보와 연예, 영화 등 오락성 콘텐츠 등이 제공되고 있다. 또 미아찾기나 지역행사, 우리말 정보 등 공익성 콘텐츠와 함께 플랫폼 내의 채널편성표나 방송관련 콘텐츠 등 방송 부가서비스도 제공된다. 이는 〈표 3〉의 하단에 열거한 서비스에서 보듯이 정보제공형 서비스에 국한되지 않고, 향후 이동통신과 접목된 다양한 양방향 서비스로 확대 제공될 예정이다.



(그림 1) NBEEN BWS 블록편성시간(안)

〈표 4〉블록별 BWS 콘텐츠 편성(안)

시간	편성 콘셉트	메뉴
아침(07~10)	Information	뉴스/날씨, 스포츠, 외국어 한마디, 오늘의 운세, 만화, TV편성표
오전 (10~13)	Information+교육	뉴스/날씨, 책소개, 경제상식, 외국어한마디, 스포츠, 오늘의 운세, 만화, TV편성표
오후1 (13~16)	Information+경제	뉴스/날씨, 재테크, 증권, 부동산, 스포츠, 오늘의 운세, 만화
오후2 (16~19)	Entertainment	뉴스/날씨, 연예, 생활정보, 영화, 유머, 만화, 미아 찾기, 지역행사, TV편성표
저녁 (19~22)	Entertainment +Commerce	뉴스/날씨, 영화, 유머, 연예, (벨소리/캘러링, 게임, 쇼핑, 방송 콘텐츠, 동영상)
심야 (22~07)	Commerce	뉴스/날씨, (벨소리/캘러링, 게임, 화보집, 쇼핑, 방송 콘텐츠, 동영상)

특히 이와 같은 NBEEN BWS의 콘텐츠는 데이터방송 대역폭을 감안, 모든 콘텐츠를 일시에 노출시키지 않고, 상시 노출시키는 Basic contents와 시간대별로 순환 노출시키는 Rotating contents로 구분 편성할 계획이다. 즉 (그림 1)과 <표 4>에서 보듯 하루를 아침 7시부터 밤 10시까지 각각 3시간씩 5개 생활시간 블록으로, 그리고 심야시간 1개 블록으로 모두 6개의 시간대를 블록으로 나눠 차별 편성할 계획이다. “오전 정보, 오후 오락”을 강조한 콘셉트의 편성을 지향하되, 24시간 뉴스를 제공한다는 채널의 아이덴티티를 유지한다는 전략이다. 이 같은 전략은 <표 5>에서처럼 TV나 라디오와 태생적으로 다른 데이터방송의 성격을 이해하는 데서 비롯된 것이다.

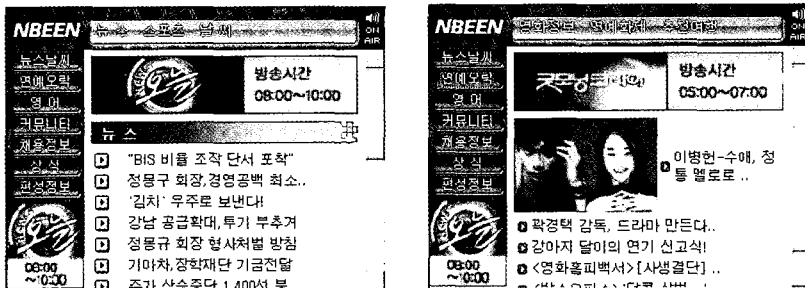
<표 5> 데이터방송 편성의 특징

	TV · 라디오	데이터방송
편성방법	시간별 단일 프로그램 편성 (단일 프로그램들의 linear 배치)	시간대 구분 복수 콘텐츠 배치 편성 (콘텐츠 라이브러리 구축 후 시차 노출)
시청형태	채널 내 콘텐츠 선택권 없음	선택에 따른 차별적 콘텐츠 접근
시청자	다수의 소극적 시청(watching)자	(TV 대비) 소수의 적극적 시청(surfing)자
콘텐츠 수명	콘텐츠 재사용 (기한, 횟수) 제한적	콘텐츠 따라 장기(1주일 이상) 노출도 가능
광고	프로그램과 구분 편성	한 화면 내에 콘텐츠와 동시 노출 편성
편성전략의 포인트	시간대별 주요 시청자 층 파악	시간대별 콘텐츠 Needs · 사용 형태 분석

시험방송중인 NBEEN TTI(Traffic & Travel Information)는 다양한 교통정보를 교통정보 전송규약인 TPEG(Traffic Protocol Experts Group)규격으로 제공하는 서비스다. 도로소통상황이나 차량운행속도 등을 제공하는 혼잡교통정보[CTT]와 교통영향상황 정보를 제공하는 돌발상황정보[RTM]등이 길만 알려주는 기존 내비게이션을 뛰어넘는 차별적 서비스를 경험하게 해준다. 이뿐 아니라, 주유소나 음식점 등 주변정보를 제공하는 관심지역위치정보[POI], 버스도착시간 등을 알려주는 대중교통정보[PTI], 주차장 위치나 주차가능여부 등을 알려주는 주차정보[PKI] 등도 제공될 것이다.

또한 BiFS (Binary format for Scene)기술을 활용한 비디오채널의 연동형 데이터방송 또한 지상파 DMB의 차별화된 서비스가 될 것이다. 이는 TV화면 위에 시청자의 선택에 따라 별도의 메뉴를 노출시켜 부가 서비스를 제공해 주는 서비스로, 단순한 추가 정보 제공은 물론 퀴즈나 설문조사 등 시청자들의 피드백을 받는 다양한 양방향 서비스가 가능하다. 앞서 언급한 @YTN의 ‘비바! 박지성’이 DMB콘텐츠 공모전에서 최우수상을 받은 것 역시, BiFS로 제작한 다양한 부가 정보 때문이었다 해도 과언이 아니다.

문제는 현재까지 보급되고 있는 대부분의 DMB단말기가 이 같은 데이터방송의 수신이 어



(그림 2) NBEEN BWS 방송화면 (2006년 4월 10일 오후 5시판)

렵다는 데 있다. 지상파DMB의 데이터방송이 무선인터넷 시장을 잠식할 것을 우려한 이동통신사들의 소극적 대응이 그 한 이유지만, 이는 지상파 DMB 방송사들과 이동통신사들의 적극적인 대화를 통해 머지않아 해결될 것으로 기대된다.

5. 오디오채널 onTBN과 Satio Hits

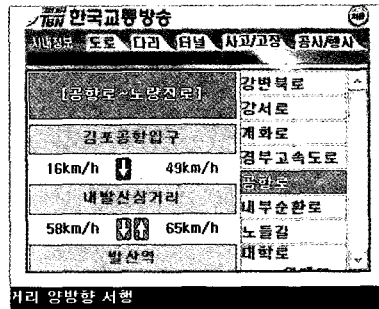
임대채널로 운영되는 YTNDMB의 두 오디오 채널 역시 모바일 방송의 특성을 감안한 콘텐츠로 무장하고 있다. 도로교통안전관리공단의 onTBN은 전국 7개 교통방송에서 축적한 라디오 교통방송의 노하우를 DMB 오디오채널에서 맘껏 펼치고 있다. 교통정보는 모바일 환경에서 킬러콘텐츠의 하나로 주목받고 있는데, onTBN은 특히 기존의 교통방송과는 차원이 다른 연동형 부가 교통정보로 '듣는 라디오'에서 '보는 라디오'로의 변혁을 주도하고 있다. (그림 3)참고

위성방송 스카이라이프에서 30개의 음악오디오채널을 운영하고 있는 Satio도 24시간 논스톱 최신퉀트 음악 방송으로 젊은 DMB 유저들을 공략하고 있다. 특히 듣고 있는 노래의 곡목과 가수는 물론 앨범 자켓까지 보여주는 DLS(Dynamic Label Segment), SLS(Slideshow Service) 등의 서비스는 지상파DMB의 효용가치를 높이는 데 일조할 것이 틀림없다.

6. 결론

한일 월드컵 무렵 태동한 지상파DMB는 이제 새로운 월드컵이 열리는 독일에서도 작은 열매를 맺을 준비를 하고 있다. 국내에서도 지역 지상파DMB 사업자를 선정하기 위한 방송위원회의 행보가 빨라지고 있다. 국내외적으로 DVB-H, FLO, 위성DMB, HSDPA, WiBro 등 다양한 방송, 통신 서비스가 경쟁을 벌이고 있는 상황에서 지상파DMB가 산업적으로도 성공을 거둘 수 있을지 여부는 아직 아무도 알지 못하지만, 지역사업자 선정을 둘러싸고 관계자들의 물밑 힘겨루기가 벌써부터 불을 튀기는 것을 보면, 일단 희망적이다.

중요한 것은 지상파DMB가 단지 방송 '기술'만의 발전을 의미하는 것이 돼서는 안 된다는 것이다. 전국화 추진 과정을 포함한 지상파DMB의 확산을 통해 한국 방송 '산업 구도'의 발전도 병행돼야 한다는 것이다. 이는 기존 지상파 방송사들의 방송산업 독과점을 해소하면서, 좋은 콘텐츠와 훌륭한 기술을 갖춘 새롭고 우수한 방송사들을 육성하는 방향으로 정책의 목표가 정해져야 함을 의미한다. 그렇게 우리 방송 산업의 건전한 구도가 자리 잡힐 때, 모처럼 우리에게 주어진 세계 모바일 방송 산업의 선두 주자라는 위상도 더욱 공고해질 것이기 때문이다.



(그림 3) 오디오채널 onTBN 연동형 데이터방송 화면