

지상파 디지털방송의 콘텐츠와 채널운영

Contents and Channel Operations for Over-the-Air Digital Broadcasting

하주용*, 유승관**

인하대학교 언론정보학과*, 동명대학교 신문방송학과**

Ju-Yong Ha(iq100@inha.ac.kr)*, Seung-Kwan Ryu(sryu@tu.ac.kr)**

요약

디지털TV의 등장은 고화질 화면, 선명한 음향이라는 텔레비전 프로그램 수신환경의 변화를 가져올 뿐만 아니라, 다중모드방송을 통해 복수의 채널로 프로그램을 전송할 수 있게 되어 지상파TV를 다채널화 할 수 있다. 본 연구에서는 주요 선진국의 디지털방송 전환 추세를 중점 추진전략을 중심으로 살펴보고, 멀티캐스팅을 포함한 지상파방송의 디지털 프로그램 채널 운영전략에 나타난 특징들을 분석하여 우리나라 지상파 디지털 텔레비전 방송정책에 주는 시사점을 제시하고자 했다. 디지털 전환의 성공여부는 송신과 수신 환경의 개선, 디지털방송의 고유한 장점을 살리는 고품질, 다기능 서비스의 제공 그리고 이를 뒷받침하는 정책이 다같이 조화를 이루어야 성공할 수 있을 것이다. 채널 운영 측면에서 영국은 HDTV보다는 다채널 SDTV의 활용에 주안점을 두고 있고, 미국 역시 지상파방송을 통해 시청자들에게 다양한 성격의 채널을 무료로 공급하는 방향으로 전환하고 있다.

■ 중심어 : | 디지털방송콘텐츠 | 디지털방송정책 | 다중모드방송 | SDTV/멀티캐스팅 | 부가서비스 |

Abstract

The transition to digital television is a massive and complex undertaking, affecting virtually every segment of the television industry and all viewers who watch television. In this respect, consequences of digital conversion of broadcasting and its related industries are so tremendous that countermeasure establishment for activation of digital broadcasting and programming industry is required. This paper explores the current situation of digital broadcasting in terms of the channel operation and contents focusing on the cases of the U.S. and U.K. In doing so, this paper presents reasonable directions and policy suggestions that should be resolved to advance Korean digital broadcasting.

■ keyword : | Digital TV | Digital Conversion | HDTV | SDTV | Digital Broadcasting | Case Study |

I. 들어가는 말

디지털TV의 등장은 고화질 화면, 선명한 음향이라는 텔레비전 프로그램 수신환경의 변화를 가져오고 있다.

그러나 수신환경의 변화 못지않게 중요한 변화는 하나의 지상파채널을 통해 동시에 여러 가지 프로그램을 전송하는 것이 가능하게 될 수 있다. 즉, 지상파TV가 다채널전송에 참여할 수도 있게 된다는 것이다. 예를 들

*본 논문은 인하대학교의 지원에 의하여 연구되었습니다.

접수번호 : #080129-003

접수일자 : 2008년 01월 29일

심사완료일 : 2008년 02월 18일

교신저자 : 유승관, e-mail : sryu@tu.ac.kr

면 디지털전송기술을 이용하여 하나의 고화질(HDTV) 프로그램이나 다채널의 표준화질(SDTV) 프로그램을 제공할 뿐만 아니라 TV프로그램과 동시에 다중모드방송(MMS)과 같은 부가서비스를 제공할 수도 있게 된다. 이러한 특징을 반영하여 미국 연방통신위원회(FCC, 1998)는 디지털TV를 '디지털 기술을 이용하여 HDTV, 다채널 SDTV 및 기타 부가기능과 서비스를 제공할 수 있는 기술적 장치'로 정의하고 있다.

방송의 디지털화는 프로그램의 다채널화를 용이하게 하여 방송서비스 시장의 경쟁을 촉발시키고 있다. 텔레비전의 디지털화가 가져올 다양한 긍정적 효과에도 불구하고 현재 우리나라 수용자의 디지털TV(DTV) 채택은 매우 느리게 진행되고 있다. 이처럼 디지털TV의 확산과 보급이 지연되고 있는 이유 중 하나는 전반적인 디지털 추진정책의 혼선과 함께 우리나라 방송시장에서 지배적인 위치를 차지하고 있는 지상파의 디지털 TV 활용 전략이 제대로 수립되지 못한 데 있다. 즉, 디지털TV 전환정책의 주요 목표인 방송프로그램의 고화질화와 고음질화만으로는 아날로그서비스와의 차이가 부각되지 못하고, 이로 인해 수용자의 입장에서 볼 때 아직은 상대적으로 고가인 디지털TV를 구입할 동기로 연결되지 못하고 있기 때문이다.

따라서 디지털방송의 확산을 촉진시키기 위해서는 보편적 방송서비스인 지상파방송이 고화질, 고음질 프로그램 제공이라는 외형적인 개선 이외에도 기존의 아날로그 방송과 근본적으로 다른 서비스를 제공하는 방안을 강구해야 할 필요가 있다. 즉, 디지털시대의 지상파방송 서비스는 우선 수준 높은 디지털 고화질 프로그램의 제공을 기본으로 하는 동시에 현재 논의되고 있는 지상파 디지털방송의 다중모드방송(Multi Mode Service)과 같은 부가서비스의 도입을 통하여 방송서비스의 다양성을 높이는 방안을 신중히 검토해야 할 것이다.

디지털 방송 도입과 같은 뉴미디어에 대한 연구는 주로 정책적 차원의 연구가 주로 이루어져왔고 실증적 연구에서는 새로운 매체가 출현할 때 마다 주로 원용되는 개혁과 확산이론의 차원에서 다룬 연구가 주류를 이룬다. 정책적 연구 중 최근 연구를 살펴보면 주로 지상파

디지털 방송의 순조로운 전환을 위한 외국현황 및 사례 연구가 주류를 이루었다[2][4][6]. 이 같은 연구에서는 주로 유럽과 미국의 디지털 방송 전환의 현황을 소개하고 확산을 위한 정부의 정책을 소개한 경우가 많다.

한국의 디지털 전환문제에 대해 공통적으로 내리고 있는 문제점으로는 1)방송사 차원에서는 디지털 전환을 위해 막대한 재원이 필요함에도 불구하고 이에 대한 투자 재원 마련이 제대로 이루어지지 않았으며 디지털 전환으로 인한 뚜렷한 수익모델이 없다는 점, 2)시장차 측면에서는 디지털 방송에 대한 인식이 부족하고 여전히 DTV 수요도 낮다는 점, 3)정부·정책적인 차원에서는 디지털 전환 정책 추진 부서의 이원화와 그로 인한 책임감 부족과 법적인 뒷받침 부족 등으로 인해 DTV 전환 및 활성화가 미흡하다고 보고 있다. 다시 말해 재원, 홍보, 법적인 뒷받침과 정책적 책임과 의지 등이 DTV 전환을 제한하고 있는 것으로 요약할 수 있다. 그러나 구체적인 채널운동을 다룬 연구는 별로 없는데 멀티모드서비스의 도입가능성에 대해 다룬 김광호[1]와 김도연[3]의 연구가 대표적이지만 세계적으로 디지털 방송전환이 현재 진행형이며, 도입시기인 이유로 상대적으로 많은 연구가 이루어지지 않았다.

따라서 현 시점에서 해외의 디지털 텔레비전 서비스 제공자들의 채널 운영 전략과 공급콘텐츠에 대해 살펴보는 것은 우리나라의 디지털 텔레비전의 활성화를 위한 전략 개발에 중요한 시사점을 던져줄 수 있을 것이다.

II. 해외 디지털 방송 추진 사례

1. 미국 방송사의 디지털 채널 운영 전략

미국의 경우 방송설비의 디지털화가 진행되면서 디지털방송을 송출하는 방송국들도 점차 늘어나고 있다. 특히 2003년부터 미국 주요 네트워크방송사의 디지털 프로그램 전송이 급격히 증가하였다. 30대 대도시 지역에 있는 대부분의 방송국은 1999년 11월 1일부터 디지털방송을 시작하였다. ABC, CBS, NBC, Fox 등의 네트워크에 속한 미국 10대 도시의 24개 방송국이 1998년

11월부터 디지털TV 프로그램을 전송하기 시작하였으며, 디지털로 전환하는 방송국의 수는 해마다 증가하여, 2004년 6월에는 미국 내 총 1,747개의 방송국 중 85%인 1,468개, 2005년 4월 현재 약 1,500개의 방송국이 디지털 전환을 완료하였다[11].

현재 미국 내 6대 네트워크는 주시청시간대에 HDTV프로그램을 디지털과 아날로그로 동시전송하고 있다. 그러나 현재 일부 지역 상업방송국(전체의 12.5%)의 디지털 전환이 차질을 빚으면서 시청자의 디지털 방송 수신에 차질을 빚는 지역도 있다. [표 1]은 미국 내 주요 네트워크의 HDTV프로그램 종류를 보여주고 있다.

표 1. 미국 주요 네트워크의 HDTV 프로그램 (2004-2005 시즌 기준)

네트워크	프로그램 종류
ABC	시트콤, 드라마, 스포츠(NFL Monday Night Football), 특집이벤트, 영화
CBS	시트콤, 드라마, 스포츠(College Football & basketball, US Open), 소포오페라(Soap Opera), 특집이벤트(그라미상 시상식)
NBC	시트콤, 드라마, 스포츠, 심야토크쇼
Fox	Spring 2004
UPN	영화, 드라마
WB	드라마
PBS	HD Loop, 다큐멘터리, 음악콘서트

* 출처: CEA(2005), TV Networks Add 5.1 HD[10]

미국의 ABC, CBS, NBC, FOX, WB 등 주요 네트워크는 주시청시간대와 심야토크쇼 등을 포함해 주당 총 81-85시간 정도의 프로그램을 고화질로 방송하고 있다 [10]. 디지털프로그램 제작에는 CBS와 ABC가 선두주자의 역할을 하고 있는데 대부분의 프라임타임대 프로그램을 디지털 고화질로 제작하고 있다. 상대적으로 스포츠 중계가 많지 않은 NBC는 디지털프로그램의 수는 많지 않지만, 최근 드라마의 고화질화에 치중하고 있다. Fox, WB와 UPN은 고화질프로그램 제작에 다소 뒤처지고 있는 형편이다. 프로그램 장르 중에서는 리얼리티 프로그램들의 고화질화가 가장 느린 편이다. 이는 통상적인 제작비를 투입해왔던 리얼리티 프로그램을 고화질 방송으로 제작할 경우 비용이 너무 많이 들기 때문이라고 할 수 있다.

지상파방송사와 더불어 HBO, ESPN HD, Showtime, HDNet 등 주요 케이블 네트워크들도 주당 약 4,000 시간의 프로그램을 고화질 포맷으로 제공하고 있다[10]. 케이블 네트워크의 경우, 인기 프로그램들은 대부분 디지털로 제작되고 있다[8]. 스포츠 프로그램의 경우, ESPN HD와 ESPN2 HD가 2005년 한 해 450여 개 이상의 스포츠 이벤트와 2,000여 개의 프로그램 등 총 6,000 시간 이상을 고화질로 제작 전송하였다[10]. TNT는 프로농구(NBA) 플레이오프 경기들과 올스타전을 고화질로 방송했고 USA Network는 「US 오픈 테니스」를 고화질로 방송하기도 했다.

한편 미국 케이블네트워크들의 고화질 프로그램 서비스 전략은 두 가지로 나뉜다. 타임워너의 TNT를 중심으로 하는 모델은 동일한 프로그램을 고화질과 표준화질로 동시에 제공하여 시청자들이 선택적으로 시청하게 하는 것이다. 이에 반해 NBC 유니버설(Universal)의 유니버설 HD(Universal HD)는 모든 프로그램을 고화질로만 방송하는 전략을 사용한다. 그러나 고화질 프로그램의 부족으로 인해 하루 3번 이상 동일한 프로그램의 재방송하고 있는 현실이다[12].

미국의 위성방송사들도 수 년 전부터 고화질 프로그램 제공에 앞장서 왔다. 2003년 말부터는 케이블비전(Cablevision Systems)이 HDTV프로그램만을 전문으로 전송하는 봄(VOOM)이라는 위성방송서비스를 시작했고, 2006년 기준으로 DISH 네트워크는 23개의 고화질 채널을 제공하였으며 일부 방송권역(23개)에서는 고화질 지역방송 서비스를 제공하였다. MSO 사업자인 케이블비전(Cablevision)은 30개의 HD채널(15개 전용 HD채널 포함)을 구성하여 위성으로 서비스하는 Voom을 사업을 추진하였으나 출범 2년을 넘기지 못하고 중단되었고 DISH 네트워크에 통합되어 서비스하였다. 또 다른 위성방송서비스제공자인 DirecTV는 13개의 채널을 고화질로 운영하였다[12].

미국 디지털채널 운영에 나타나는 또 한 가지 특징은 원래 고화질TV 중심의 디지털 전환을 추진했지만 2002년 4월 연방통신위원회가 지지부진 하던 디지털 전환을 가속화시키기 위해 지상파방송과 관련해 4대 지상파 네트워크와 HBO, Showtime에 MMS와 유사한

부가서비스인 멀티캐스팅 프로그램을 자발적으로 제공하라는 파월독트린(Powell Doctrine)을 발표한 것이다. 이후 미국에서 멀티캐스팅을 채택한 방송사는 디지털 전환을 마친 1,525개 방송사 중 585개 사(2005년 9월 기준)에 이르고 있다. 또한 전미방송협회(National Association of Broadcasters)의 설문조사에 따르면 멀티캐스팅을 채택하지 않은 방송사의 79%가 이의 도입을 고려하고 있음을 밝히고 있다[7].

예를 들어, NBC(NBC Universal)의 경우 저녁시간대에는 단일 채널의 고화질(HDTV) 프로그램을 전송하고, 주간방송시간대에는 표준화질(SDTV)로 5개의 채널을 동시전송하는 방안을 강구한 바 있다[15]. NBC가 구상하는 멀티채널구성안은 기존 네트워크프로그램 채널, 영화채널, 프로그램 미리보기(preview), 지역뉴스 및 교통정보채널, 지역별 일기예보 및 재난방송채널 등으로 구성되어 있다. 특히 멀티캐스팅 실험에는 공영방송국(public broadcasting)들이 앞장서고 있는데, PBS의 경우 일부 프로그램을 고화질로 방송하고 있으며, 표준화질(SDTV) 프로그램을 PBS Kids Network에서 멀티캐스팅하였다.

[표 2]는 2007년 미국 주요 지상파방송국의 멀티캐스팅 현황을 보여주고 있다. 주시청시간대 프로그램 편성을 볼 때, Fox의 경우 아메리칸 아이돌(American Idol)이라는 음악 프로그램을 HD프로그램으로 방송하면서 이와 함께 사악한 게임(Wicked Wicked Games)이라는 드라마를 SD프로그램으로 멀티캐스팅하였다. NBC의 경우 법과 명령(Law and Order)이라는 법정 드라마를 HD프로그램으로 방송하면서 동시에 9시 기상뉴스(9 News Weather Plus)를 편성하였다.

또한 디지털채널의 부가서비스의 경우, 인터랙티브 TV를 통한 쌍방향 게임 서비스가 시도되고 있다. 미국시장에서 TV를 통한 게임서비스는 아직 시작단계에 있지만 영국에서 인터랙티브 TV의 게임으로 크게 수익을 얻고 있는 상황에서 뉴스코퍼레이션(News Corp.)의 머독(Rupert Murdoch)이 위성방송인 디렉 TV를 통해 이와 유사한 게임 서비스를 미국에 도입할 것으로 예상된다[9]. 또 다른 위성방송사업자인 DISH 네트워크는 20여 개의 인터랙티브 TV 채널들을 통해

뉴스, 스포츠, 날씨, 게임들을 서비스하면서 미국에서의 게임 서비스를 제공하는데 앞장서고 있다. 케이블의 경우, 차터(Charter)가 지난 2003년 인터랙티브 TV를 통한 게임들을 개발했고, 현재는 전국적으로 80여만 가구에 '비디오 포커'(video poker)와 같은 간단하면서도 무료인 게임들을 서비스하고 있다.

표 2. 미국 주요 네트워크의 MMS 프로그램 (2007. 1. 16-17일 콜로라도 덴버지역 방송국 기준)

		7PM	7:30PM	8PM	8:30PM	9PM	9:30PM
KBSIDT FOX	23.1 (22)	American Idol (HD)			News Chan nel 6 at 9	Friends The One After Ross Says 'Rachel'	
KBSIDT2 FOX	23.2 (22)	Wicked Wicked Games Truth Hurts	Watch Over Me Connect the Dots	Judge Judy			
KMGHDT ABC	7.1 (17)	Billy Graham TV Special	America's Funniest Home Videos: No Business in Show Business	Boston Legal Nuts (HD)			
KUSADT NBC	9.1 (16)	Dateline NBC Nevada Control Murder	Law & Order: Criminal Intent Maltese Cross (HD)	Law & Order: Special Victims Unit Outsider (HD)			
KUSADT2 NBC	9.2 (16)	9 News Weather Plus	9 News Weather Plus	9 News Weather Plus			
KKTVDT CBS	11.1 (10)	NCIS Suspicion (HD)	The Unit The Broom Cupboard (HD)	48 Hours Mystery Searching for Secrets (HD)			

* 출처: TitanTV (2007), TV Listings Based on Your Zip Code, <http://www.titantv.com/quickguide/quickguide.aspx?sel=161>

요약하면 미국은 초기의 HD방송 일변도의 채널운영 전략에서 멀티캐스팅을 병행하는 방향으로 전환하고, 케이블TV 가입자가 셋톱박스 등의 보조장치 없이도 디지털TV 프로그램을 수신할 수 있도록 하는 정책을 실행하고 있다.

2. 영국의 디지털TV 전환

유럽지역에서는 2003년 말부터 6개국 이 디지털 지상파 방송(DTTV)을 시작했으며 각국의 추진 현황은 나라마다 조금씩 차이를 보이고 있다. 유럽의 디지털 전환사업 중 영국의 FreeView모델이 모범사례로 주목을 받고 있다.

영국은 다른 유럽국가와 마찬가지로 고화질(HDTV) 보다는 다채널의 표준화질(SDTV)을 지향하고 있다.

영국의 지상파디지털방송은 다채널방송사업자와 같은 멀티플렉서(multiplexer) 개념을 도입하여 총 6개의 멀티플렉스(각 8MHz 대역폭)를 기존사업자와 신규사업자(ONdigital)에게 할당하였다. 멀티플렉스란 “2개 이상의 프로그램 정보를 결합하여, 한 주파수 대역에 동시에 디지털로 전송하는 서비스”를 말하는 것으로 주파수 효율은 높으나 셋톱박스과 같은 장비를 필요로 한다.

2002년 7월 공영방송 BBC와 상업방송 BSkyB가 주축이 된 컨소시엄 Free-to-View가 ITV Digital이 포기한 디지털 지상파TV 방송 사업권을 인수하여 2002년 10월부터 30개의 디지털 채널을 영국내 75%의 가구에 무료로 전송하기 시작하였다.

현재 영국의 각 방송사는 멀티채널의 증가로 인한 수용자들의 세분화 상황에 대처하기 위해 새로운 채널들을 개발 중에 있다. 예를 들면, BBC는 여러 해 동안 디지털 서비스를 제공해왔고, 브로드밴드 주문형으로 프로그램을 시청할 수 있도록 개발 중에 있다. 그리고 브로드밴드 다큐멘터리 전문 채널과 여성을 겨냥한 라이프스타일 채널 등을 출범하는 등 다양한 신규 서비스를 시도하고 있다.

전체적으로 볼 때 영국 내에는 총 550만의 가구가 무료로 디지털방송(Freeview와 Free-to-View위성방송)을 시청하는 것으로 알려져 있다. 최근 무료시청인 지상파 디지털방송(Digital Terrestrial Television)의 발전이 두드러지며(Freeview), 무료 디지털 위성방송(free-to-view)을 시청하는 사람의 수도 44만 5,000명에 달하는 것으로 집계됐다. 이 수치에는 BSkyB의 가입자가 아니면서 셋톱박스를 통해 공영방송을 수신하는 사람들이 포함된다. 이처럼 지상파 디지털방송의 시장 점유율은 꾸준한 상승세를 나타내고 있는데, 2005년 3월 현재 32.8%를 기록하고 있다[5].

영국 방송시장은 제한된 지상파 TV 채널수(BBC1, BBC2, ITV, Channel4, Five)에서 케이블 채널과 Sky TV network(위성), BBC Freeview(멀티플렉스) 등의 등장으로 다채널 환경으로 변화하였다. 특히 영국의 공공서비스방송사들은 한 주파수 대역에 동시에 2개 이상의 프로그램 정보를 결합하여 디지털로 전송하는 서비스인 멀티플렉스 채널을 운영하고 있다. 현재 영국

내에는 6개의 멀티플렉스 존재하는데 그중 첫번째 멀티플렉스를 BBC가 보유, 운영하고 있다. 두번째(Multiplex A)는 NTL, S4C, United News and Media 등의 연합체가 운영하고 있으며, 세번째 멀티플렉스는 Channel3과 Channel4가 운영하고, 네번째 멀티플렉스는 ITV Digital이 사업에 실패한 후 BBC가 Freeview 서비스에 사용하고 있다. 마지막 2개의 멀티플렉스(Multiplex C, D)는 Crown Castle Limited가 운영 중이다. Multiplex A와 Multiplex B, C, D의 미사용 대역은 디지털프로그램서비스 사업 면허를 가진 사업자에게 임대 채널로 운영되고 있다. 특히 Multiplex B, C, D는 Channel3, 4, 5의 아날로그프로그램을 디지털로 동시채 전송(simulcast)할 의무(qualifying services)가 없어 기존 채널과 다른 다양한 프로그램서비스에 활용되고 있다.

표 3. 영국 DTT의 채널구성(2007년 4월 16일)

구분(소유자)	채널명	채널 갯수
Mux 1 (BBC)	BBC1, BBC2, BBC3, BBC News 24, CBBC, BBC i	6
Mux 2 (Digital 3&4)	ITV1, ITV2, ITV3, CITV, ITV4, Channel4, More4, E4, Film4+1	9
Mux A (SDN)	Five, Five US, Five Life, Teachers Tv, QVC, ABC1, Thomas Cook Tv, Bid tv, Screen Shop, Price-drop tv, Screen Shop, S4C2, S4C	13
Mux B (BBC)	CBBbies, BBC4, 301, 302, 303, Community, BBC Parliament	7
Mux C (Crown Castle)	Sky News, Sky Sports News, Sky Three, UKTV History, SmileTV, E4+1	5
Mux D (Crown Castle)	TMF, The Hits, UKTV BrightIdeas, Ftn, Ideal World, ITV2+1, Film4	7

영국은 애초에 6개 Mux(Multiplex) 모두를 지상파 방송용으로 할당하여 ITV Digital 중심의 유료서비스를 제공하다가, 2002년 ITV digital 도산 이후 반납된 3개의 Mux를 BBC에 1개, 그리고 Crown Castle International에 2개를 배당하였다[14]. 6개의 MUX 채널을 통한 Freeview(47개) 채널로 인해 디지털 지상파 방송의 보급률이 높아지고 있다[4].

영국 Freeview는 기존의 아날로그 지상파TV 채널은 물론 풍부한 콘텐츠를 재분류해서 제공하고 쇼핑, 데이

터 등 디지털화에 따른 새로운 서비스까지 제공함으로써 무료로 다양한 지상파방송 서비스를 제공한다는 브랜드 전략을 성공시켰다. 또한 이 안에서 주요 방송사들은 개별 프로그램을 다양한 플랫폼에 진입시키는 전략을 구사하며 채널 이미지와 브랜드 파워를 높이는 데 주력하고 있다.

또한 이미 방송된 프로그램 가운데 자유롭게 선택 재방송 시청을 즐길 수 있도록 휴대폰, 인터넷, 휴대용 플레이어, PVR 등을 겨냥한 VOD 서비스 전략을 강화하고, 시청자들이 다양한 단말기를 통해 방송사 인기 프로그램을 제공받을 수 있도록 수익모델을 창출하고 있다. 특히 방송사들은 자사 인터넷 사이트는 물론 구글과 같은 유명 포털사이트와 프로그램 공급계약 체결도 추진하고 있다. 휴대폰 방송은 이미 단말기가 상당히 보급되어 있어 콘텐츠를 손쉽게 활용할 수 있는 방안으로 간주되는데 뉴스 프로그램이나 기존의 프로그램을 게임으로 개발해 서비스하는 것은 물론 기존의 프로그램을 이동형 매체에 맞게 60초, 90초, 2분, 3분 단위 등의 '모비스드(mobisode)' 형식이 등장하고 있다. 이러한 프로그램으로 <24: 음모론> <프리즌 브레이크> 등이 인기를 끌었다. 최근 지상파방송의 주요 수익 창구로 등장하고 있는 팟캐스팅도 주목할 만하다.

영국의 Freeview 서비스는 지상파방송 채널들이 연합하여 다채널 방송을 제공하는 것으로 볼 수 있으며 또한 BBC는 종합편성을 하는 BBC1·2 외에 젊은 청년층 대상의 오락채널인 BBC3, 예술/과학/역사/철학과 시사 등의 문화예술채널 BBC4, 어린이 채널인 CBBC와 CBeebies, 그리고 뉴스채널인 BBC News24, 의회채널인 BBC Parliament를 가지고 있다. 미국 지상파방송사들도 전문 채널을 설립하여 지상파시청률의 하락과 유료방송 채널 시청률상승에 대응하고 있으며 이들 네트워크의 지역방송사들은 지역 뉴스, 날씨, 교통상황, 커뮤니티 정보 등 지역 특색을 살린 프로그램을 제공한다.

또한 다채널방송 시도에도 불구하고 지상파방송의 디지털 전환에서 고화질/고음질 전략도 구사하고 있다. 영국은 HDTV에 크게 관심을 두지 않았지만 유료매체를 중심으로 고화질 제작 계획이 알려지면서 BBC와

ITV 역시 HD포맷으로 프로그램 제작에 관심을 보이고 있다. 특히 현재 Freeview 서비스에는 고화질 프로그램이 부적합하기 때문에 BBC는 주로 수출용 프로그램을 HDTV로 제작하고 있으며 대표적으로 교양 다큐멘터리나 역사 드라마 등의 장르 특성화를 하고 있다[4].

III. 지상파 디지털 방송을 위한 시사점

각국에서 추진되고 있는 디지털 전환의 방향은 크게 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째는 디지털 전환을 통하여 현재의 NTSC TV의 화질을 크게 향상시킨다는 점이다. 특히 미국의 경우 고화질TV의 활용에 초점을 맞추고 고화질TV 프로그램의 편성을 통하여 시청자의 텔레비전 수신환경을 크게 향상시키는 데 주안점을 두고 있다.

둘째는 영국의 경우에서 보여주듯 디지털화된 지상파 방송이 다채널화 되어 기존의 다채널유료서비스와 경쟁할 가능성이 높아진다는 점이다. 특히 유럽과 일본 등은 HDTV보다는 다채널 SDTV의 활용에 주안점을 두고 있는데, 이는 지상파를 통하여 시청자들에게 다양한 성격의 채널을 무료로 공급하는 것을 목표로 하고 있다. 최근에는 원래 고화질 TV의 홍보에 주력했던 미국도 HDTV 프로그램을 주시청시간대에 주로 편성하고, 나머지 시간대에는 광고수익의 증대 등을 목표로 다채널의 표준화질(SDTV) 채널을 동시 전송하는 멀티캐스팅을 서비스하고 있는 것이 주목된다.

셋째는, 디지털 지상파방송을 통한 다양한 부가서비스의 제공이 가능해져 텔레비전도 융합서비스로 발전한다는 것이다. 아직 구체적인 서비스가 이루어지지 않고 있지만 브로드밴드 주문형으로 프로그램을 시청할 수 있도록 개발 중인 BBC의 사례나 데이터방송을 활용한 정보제공 사례처럼 디지털TV를 활용한 부가서비스 개발이 시작되고 있다. 이러한 사례들은 우리나라에서도 지상파TV의 다중모드방송 도입을 검토할 필요성을 점차 부각시키고 있다.

IV. 결론

디지털 전환과 관련하여 우리에게는 산적한 문제가 많이 남아있다. 우선적으로는 디지털TV 수신기의 보급 확대에 보다 많은 관심을 기울여야 할 것이나, 보다 빠르고 성공적인 디지털 전환을 이루기 위해서는 콘텐츠와 세부적인 채널 운영전략을 통해서 수용자를 유인하고 질 좋은 방송콘텐츠를 공급해야 할 것이다.

이를 위해 텔레비전을 이용한 다양한 부가서비스의 개발이 필요하다. 현 단계에서의 디지털 전환이 일차적으로 화질과 음향의 개선을 특징으로 하지만, 디지털TV의 핵심은 화질보다는 쌍방향성을 이용한 부가서비스의 확대에 있다. 따라서 단일 채널의 고품질 프로그램 제공에 머무르기 보다는 지상파의 다중모드방송(MMS)과 같은 다양한 부가서비스 개발에 노력을 경주해야 할 것이다. 영국의 멀티플렉스 서비스 사례와 같이 양방향 데이터 방송을 통해 정보 제공에서부터 상품 구매, 금융거래, 지능형 교육, 정보검색과 국민투표, 대정부 민원상담에 이르기까지 다양한 서비스에 대한 개발이 필요하다. 이처럼 다양한 디지털콘텐츠와 부가서비스 개발이 완료되면 전혀 새로운 개념의 TV 시청이 가능하게 될 것이다.

또한 지상파방송이 다채널서비스를 실시하게 될 경우 다양한 프로그램을 통해 세분화된 방송수용자의 욕구를 충족시켜줄 수 있어야 할 것이다. 채널의 세분화로 점점 경쟁이 심화되는 상황에서 더 우수하고 다양한 프로그램을 시도하고 개발할 필요가 있다. 방송수용자의 세분화는 광고주의 입장에서 보면 지상파TV를 통해서도 타겟 수용자에 도달하는 것이 더 쉬워진다는 것이다. 이렇게 되면 광고주는 새로운 디지털프로그램에 더 많은 후원을 하게 될 것이고, 그로 인한 수입은 다시 디지털프로그램의 제작 활성화에 기여할 수 있다. 따라서 장기적인 안목을 가지고 멀티캐스팅과 수용자의 세분화가 가져다 줄 다양한 기회를 활용하기 위한 비즈니스 모델의 개발에 노력을 기울여야 할 것이다.

미국의 경우 초기의 HD방송 일변도의 채널운영 전략에서 멀티캐스팅을 병행하는 쪽으로 방향을 전환하고 있음에 주목할 필요가 있겠다. 이러한 견지에서 한참

논의 중인 다중모드방송의 도입은 일차적으로 수용자의 디지털TV 채택의 동기를 제공하고 나아가서 지상파방송의 경영다각화와 지상파방송의 공익성 추구를 통한 수용자의 채널 다양성 확대에 기여할 수 있다.

결론적으로 채널 사용의 효율성과 지상파 방송의 디지털TV 산업에 대한 과급력 등으로 초기에 지상파 디지털방송정책이 HDTV 프로그램의 편성과 이를 통해 수용자에게 디지털TV 구입의 동기를 제공하는데 주력해왔던 미국에서 현재 많은 지상파 TV방송국들이 멀티캐스팅 방송을 실시하고 있고, 주시청시간대에도 HD와 SD방송을 병행하고 있다는 사실은 원래 다채널방식으로 시작한 영국의 사례 보다 미국식 디지털 방송 표준방식을 채택한 우리나라에 시사하는 바가 크다. 특히 사회 문화적 영향력과 함께 무시하지 못할 디지털 방송의 산업적, 경제적 과급효과를 고려할 때 다중모드방송의 제공은 일차적으로는 수용자의 디지털 방송 채택에 긍정적 동기를 제공할 수 있고 유료다채널 방송과 차별되는 보편적 서비스로서의 지상파방송의 다양성을 담보할 수 있는 하나의 방법이 될 수 있을 것이다.

참고 문헌

- [1] 김광호, "지상파 방송의 미래기술발전방향-멀티캐스팅 도입의 추진", 한국방송학회 봄철학술대회 발제문, 2006.
- [2] 김국진, "지상파 디지털 방송 현황과 정책과제", 방송위원회주최 지상파 디지털방송 조기정착 방안 마련을 위한 전문가 토론회, 2006.
- [3] 김도연, "외국의 지상파 MMS 실시 현황과 시사점", 방송문화, 2006(7).
- [4] 박상호, 윤성욱, "해외지상파 방송사의 디지털 대응 전략", 한국언론학회 주최 디지털 전환시대의 지상파방송 전략 연구세미나, 2007.
- [5] 방송영상산업진흥원, "영국내 디지털 TV에 대한 매체별 보급, 확산 및 시장점유에 대한 최신 분석", 방송동향과 분석, 제219호, 2005.
- [6] 석원혁, "지상파 디지털 방송 전환 관련 외국현황

및 사례”, 방송위원회주최 지상파 디지털방송 조
기정착 방안 마련을 위한 전문가 토론회, 2006.

- [7] 이상요, “지상파방송 디지털전환의 중요성과 해
결방안”, 방송문화, 2006(11).
- [8] 한국방송공사, “FCC, 2006년 말까지 아날로그방
송 종료”, 해외방송정보, 2004(9).
- [9] 한국방송공사, “미, TV게임 서비스, 주요 수익원
으로 부상”, 해외방송정보, 2005(6).
- [10][http://www.ce.org/print/Press/CEA_Pubs/893.a
sp?](http://www.ce.org/print/Press/CEA_Pubs/893.asp)
- [11][http://proquest.umi.com/pqdlink?did
=827594631&sid=2&Fmt=3&clientId=28415&
RQT=309&VName=PQD](http://proquest.umi.com/pqdlink?did=827594631&sid=2&Fmt=3&clientId=28415&RQT=309&VName=PQD)
- [12] E. Haskell, "Hi-Def's cloudy picture: Beautiful?
Definitely, Uncertain? That too," *The Bridge*,
2006(5).
- [13] Office of Communications, *A Guide to Digital
Television and Digital Switchover*, 2005a.
- [14][http://www.ofcom.org.uk/research/cm/cm05/co
mms_mkt_report05.pdf](http://www.ofcom.org.uk/research/cm/cm05/commms_mkt_report05.pdf),
- [15] P. B. Seel and M. Dupagne, "Digital
Television," In A. E. Grant and J. Meadows,
Communication Technology Update, pp.104-
124, Burlington, MA: Focal Press, 2004.
- [16][http://www.titantv.com/quickguide/quick
guide.aspx](http://www.titantv.com/quickguide/quickguide.aspx)

하 주 용(Ju-Yong Ha)

정회원



- 2004년 12월 : 미국 서던일리노
이주립대학교 커뮤니케이션학
박사
- 2003년 3월 ~ 2005년 8월 : 한림
대학교 언론정보학부 교수
- 2005년 8월 ~ 현재 : 인하대학교

언론정보학과 교수

<관심분야>: 뉴미디어, 디지털 콘텐츠

저 자 소 개

유 승 관(Seung-Kwan Ryu)

정회원



- 2002년 8월 : 미국 서던일리노이
주립대학교 커뮤니케이션학 박
사
- 2003년 3월 ~ 현재 : 동명대학교
신문방송학과 교수

<관심분야>: 커뮤니케이션 이론, 뉴미디어