

영국의 디지털전환 정책 실태조사



이 보고서는 2010년도 방송통신위원회 방송발전기금 정책연구용역사업의 연구결과로서 보고서의 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『영국의 디지털전환 정책 실태조사』의 연구결과
보고서로 제출합니다.

2010년 8월

주관연구기관 : 한국전파진흥협회

책임연구원 : 이병국(디지털전환추진센터 센터장)

연구원 : 안임준(교육기획팀 차장)

연구보조원 : 이호성(해외진출지원팀 과장)

이영민(디지털전환추진센터 대리)

Contents

목 차

요약

vii

I

서 론

- 1. 연구목적 1
- 2. 연구범위와 연구 방법 2

II

본 론

- 1. 영국 방송 현황 4
 - 1) 방송구조 4
 - 2) 방송규제체계 21
 - 3) 주요 방송 정책 32
- 2. 디지털전환 50
 - 1) 개요 50
 - 2) 추진일정 및 현황 51
 - 3) 추진 체계 53
 - 4) 시범사업 57
 - 5) 대국민 홍보 및 시청자 지원 77
 - 6) 취약계층 지원 80
 - 7) 수신환경 개선 85
 - 8) 지역별 디지털전환 추진현황 및 문제점 87
 - 9) 결론 및 시사점 88
- 3. 디지털 공영방송 90
 - 1) 수신료 인상과 디지털 전환 90
 - 2) 지역 방송과 공영방송 95
 - 3) Freeview 102
 - 4) 멀티플랫폼 시대의 공영방송 110
 - 5) 결론 및 시사점 128

4. 디지털 유료방송	129
1) 영국 유료 방송 현황	129
2) 디지털 위성 방송 사업자, BSkyB	131
3) 디지털 케이블 방송 사업자, 버진 미디어 (Virgin Media)	138
4) 그 밖의 유료방송 사업자들	151
5) 디지털전환시 유료방송의 역할	157
6) 결론 및 시사점	166

III

결론

1. 디지털 전환	169
2. 디지털 환경에서 방송사의 역할	170
3. 한국 방송 정책에의 함의	172

IV

부록

1. 영국 디지털방송관련 관계 · 전문가 인터뷰결과	181
------------------------------------	-----

Contents

표 목 차

<표 1-1> 주요방문기관	2
<표 2-1> 텔레비전 방송 면허에 따른 구분	13
<표 2-2> PSB 방송사에 대한 제2층위 규제	30
<표 2-3> PSB 상업방송사 프로그램 장르별 편성 기준 (1주일)	31
<표 2-4> 2010년도 수신료 징수액 상위 14개국 (2009년 환율 기준)	37
<표 2-5> 2010년도 공영방송 재원 규모 상위 20개국	38
<표 2-6> 영국의 디지털 전환 주요 현황	50
<표 2-7> 지역별(ITV 지역구분 기준) 아날로그방송 종료계획	52
<표 2-8> 디지털TV 전환율('09년말,Ofcom), (단위 : 만대)	53
<표 2-9> 정부와 민간의 역할	53
<표 2-10> 디지털전환 지원 체계	55
<표 2-11> 시범사업 추진현황	58
<표 2-12> Ferryside와 Llansteffan 시범사업 개요	60
<표 2-13> Ferryside와 Llansteffan 시범사업 지역의 인구 통계학적 상황	61
<표 2-14> Ferryside와 Llansteffan 시범지역 홍보	62
<표 2-15> Bolton 시범사업 개요	64
<표 2-16> Bolton 시범지역 홍보	65
<표 2-17> 가구당 평균 직접 비용	66
<표 2-18> Whitehaven과 Copeland의 인구 구성	68
<표 2-19> Whitehaven과 Copeland의 시범사업 개요	69
<표 2-20> 자막 일정 계획	72
<표 2-21> Whitehaven 시범사업 홍보현황	74
<표 2-22> Copeland의 지원 계획 채택의 지원 계획 예상 비용에의 영향 ...	75
<표 2-23> 영국의 취약계층 지원 현황	80
<표 2-24> West TV 지역의 옵션	82
<표 2-25> 지원일정	83
<표 2-26> 영국의 디지털전환 지원계획 신청현황 (2010.3월말 기준)	83
<표 2-27> 디지털 수신환경 개선 등 관련기관 역할비교	86
<표 2-28> 송신시설의 디지털전환 현황('09년), '10.5월말 기준	87
<표 2-29> 연도별(7년단위) BBC 수신료인상율(%)	91
<표 2-30> 영국 BBC의 수입현황(단위: 백만파운드), BBC	92
<표 2-31> 수신료 사용내역(단위: 백만파운드), BBC	92
<표 2-32> 영국 지역 방송 체제	96

<표 2-33> ITV 지역방송사 현황	97
<표 2-34> BBC 지역방송총국 현황	99
<표 2-35> 영국내 채널별 시청점유율(2008) 순위, BARB	105
<표 2-36> Freeview, Freesat 셋탑박스 영국시장 현황(GFK)	106
<표 2-37> 프리뷰의 성공 요인(온디지털의 실패 요인과 비교)	108
<표 2-38> 유관 플랫폼간 비교	111
<표 2-39> 영국의 유료 방송 현황 (2010년 상반기)	131
<표 2-40> 케이블과 위성방송 서비스 및 가격 비교	145
<표 2-41> 케이블 및 위성방송 주문형 서비스 비교	146
<표 2-42> BT Vision의 가격과 서비스	154
<표 2-43> 선호하는 스포츠 중계 시청 순위	158
<표 2-44> 스카이 스포츠 1과 기타 채널의 축구 중계 비율	159
<표 2-45> 영국 유료방송 사업자들 분류	161
<표 3-1> 한영간 디지털전환 추진체계 비교	172

Contents

그림 목 차

[그림 2-1] 영국 전체 가구 대비 주요 방송 플랫폼 점유율	6
[그림 2-2] 전환 1년 전에 배포된 전단지	71
[그림 2-3] 시간에 따른 Copeland에서의 자막 인식	73
[그림 2-4] Copeland의 디지털 전환 지원 계획의 예상 채택률과 실제 채택률	76
[그림 2-5] Digital UK의 풀 서비스 커뮤니케이션 모델	78
[그림 2-6] 디지털 수신환경 개선 등 관련기관 체계도	86
[그림 2-7] 공공 가치테스트 과정	113
[그림 2-8] BBC iPlayer	117
[그림 2-9] ‘아이플레이어’ 매일 평균 사용자	122
[그림 2-10] 브로드밴드를 이용하는 프리뷰 가구의 서비스 개선 희망 사항	123
[그림 2-11] 디지털 지상파 텔레비전의 서비스 선호 변화 예상	124
[그림 2-12] 가구당 월 평균 커뮤니케이션 서비스 지출 비용	129
[그림 2-13] 방송 콘텐츠의 가치 사슬	130
[그림 2-14] BSkyB 가입자와 수익 변화	132
[그림 2-15] 국가별 3D 가능 스크린 판매 전망	134
[그림 2-16] 스카이의 비즈니스 지출 비용	163

요 약 문

I . 서 론

1. 연구목적

- o 영국의 디지털 전환 시청자 및 취약계층 지원 실태 조사
- o 영국의 디지털 전환시 방송사의 역할 조사
- o 영국의 디지털 전환 성공요인 분석 및 시사점 발굴

2. 연구범위 및 연구방법

- o (연구기간) 2010. 3월 ~ 8월 (6개월간)
- o (조사대상) 영국의 디지털 방송 관련 정부, 규제기관 및 방송사, 제조업체 등
- o (조사방법) 영국 디지털 방송 관련 담당자 및 전문가 인터뷰 실시와 디지털전환 지역인 Bath, Bristol, Manchester 등 방문·현장 조사

<주요 방문 기관>

구분	방문기관	비고
정부 및 유관기관	DCMS, BIS, OFCOM, DSHS, Digital UK, Eaga plc, Freeview, Freesat, DTG, DMOL, CAI, BBC Trust, BBC Distribution, BBC Future Media & Technology	
지상파 방송사	BBC, ITV, 채널4, Five, TopupTV	지역방송사 포함
유료방송사 및 전송망 사업자	BSkyB, Virgin Media, BT Vision, Arqiva	
교수 등 전문가	Loughborough 대학교 Peter Golding 교수, Graham Mudock 교수, Westminster 대학교 Jeanette Steemers 교수, Oxford 대학교 Michael Starks 교수, David Levy 교수, VLV, KBS 특파원, MBC 특파원, 한국콘텐츠진흥원	
제조업체	삼성전자, LG전자, 휴맥스	유럽 지사
프랑스 유관기관	MCC, FTN, France Televisions	영국 사례와 비교

II. 본 론

1. 영국 방송 현황

□ 방송구조

○ 방송사업자 측면에서의 영국 방송 구조

- 영국 방송구조는, 방송 사업자 측면에서 볼 때, ① 방송 플랫폼 보유자 혹은 방송 플랫폼 사업자(platform operators) ② 방송 채널 사업자 ③ 방송 프로그램 제작 사업자 ④ 지상파 방송 송신(transmission) 사업자 등으로 구분

○ 방송 면허 측면에서 보면 크게 공공서비스 방송 면허와 기타 면허로 구분할 수 있음

- 공공서비스 방송 면허는 BBC, 채널3, 채널4, Five 등의 아날로그 지상파 면허를 기본으로 하며 디지털 방송에도 동일하게 적용
- 이들이 운영하는 디지털 지상파 멀티플렉스 역시 공공서비스 방송 면허의 연장으로 볼 수 있음

※ 현재의 방송 면허는 주파수 사용권에 대한 면허이며 실제의 송출 설비를 운영하고 관리하는 것에 대한 면허는 아니라는 점을 고려해야 함

- 방송채널 사용사업자에 해당하는 DTPS/DTAS 면허는 디지털 지상파 플랫폼에서 채널을 제공하는 사업자를 위한 면허임
- 디지털 지상파 이외의 플랫폼에 대해서는 TLCS면허를 적용함
- 기타 면허로는 상업적 텔레비전 부가 서비스 면허(데이터방송)와 제한적 지역/기간에 방송을 제공할 수 있는 RTSL 면허가 있음

<텔레비전 방송 면허에 따른 구분>

PSB/Non-PSB	면허	서비스	소유 구조	면허 형태	인허가 및 규제기관	주요재원
PSB	BBC1 BBC2	BBC1 BBC2	공영	BBC 국내 공공서비스 전국면허 (아날로그/디지털)	BBC 트러스트	텔레비전 수신료 직접교부금 수익사업이익
	채널4	C4 S4C	공영	공공서비스 전국면허 공공서비스 지역면허 (아날로그/디지털)	Ofcom 웨일스 방송청	광고 광고, 직접교부금
	Public Teletext	Public Teletext	민영	공공서비스 전국면허 (아날로그/디지털)	Ofcom	광고
	채널3	ITV1 등	민영	공공서비스 지역면허 (및 일부 전국면허) (아날로그/디지털)	Ofcom	광고
	채널5	Five	민영	공공서비스 전국면허 (아날로그/디지털)	Ofcom	광고
PSB 및 비PSB	Television multiplex services 면허	Mux 1, 2, A, B, C, D	공영 민영	디지털 지상파 멀티플렉스 전국면허	Ofcom	수신료 광고 채널사용료
Non-PSB (BBC 채널은 PSB)	DTPS DTAS 면허	ITV2, 3 ... 기타	공영 민영	디지털 지상파 플랫폼을 통한 채널 서비스 전국/지역면허	Ofcom	수신료 광고
	TLCS 면허	ITV2, 3 ... 기타	공영 민영	케이블, 위성 및 기타 비지상파 플랫폼을 통한 전국/지역 채널 서비스 면허	Ofcom	수신료 광고 유료채널
	Commercial TV additional services 면허	Teletext DBI	민영	채널3과 채널5 아날로그 주파수를 이용한 데이터방송 면허	Ofcom	광고
	RTSL 면허	Belfast Coleraine Derry ...	민영	아날로그 UHF 유휴 주파수를 활용한 제한적 지역방송 서비스 면허	Ofcom	광고

o 방송 플랫폼 측면에서 바라 본 방송 구조

- 주요 플랫폼은 지상파와 위성, 케이블 세 가지이며, IPTV 등도 있음
- 영국은 1998년 Sky의 디지털 위성방송을 시작으로 2002년 BBC 등이 프리뷰(무료 지상파)를 제공하여 2010년 현재 위성, 케이블, 지상파간 디지털 플랫폼 경쟁이 본격화되고 있으며,
- 최근 유료방송을 중심으로 경쟁적으로 HD제작이 증가하면서 지상파에서도 종전의 다채널 중심에서 고화질(HD)에도 투자를 확대하고 있음

<영국의 디지털 방송 사업자 현황, Ofcom 2009년 4사분기>

플랫폼	구 분	개시 시기	요 금	채널수	가입자수
지상파	Freeview	1998. 9.	무료	30~50개	1천만(셋탑박스기준)
	Top up TV	2004. 3	유료	20개	58만(가입자 기준)
위성	Sky Digital	1998. 10.	유료	400개	9.7백만(가입자 기준)
	Freesat	2008. 5	무료	140개	90만(셋탑박스기준)
케이블	Virgin Media	1999. 7.	유료	160개	5백만(가입자 기준)
IPTV	BT Vision	2006.12	유료	50개	45만(가입자 기준)

※ TopupTV와 BT Vision의 방송은 Freeview 플랫폼 이용

□ 방송규제체계

- o 영국의 지상파방송은 BBC를 중심으로 한 공영방송 체제와 ITV를 대표로 하는 민영방송 체제를 ‘공공서비스 방송(PSB : Public Service Broadcasting)’이라는 개념으로 규제
- 대표적 공영방송인 BBC는 여왕의 칙허장을 통해 정치적 독립성을 유지하면서 수신료, 면허부여 등은 문화부, BBC Trust에 의해서 규율되며 나머지 내용규제 등은 Ofcom이 담당
- o BBC를 제외한 나머지 공영방송사(PSB)는 Ofcom에 의해 공공서비스 방송사에 준하는 진입규제, 편성규제 등을 받고 있음
- 위성, 케이블 등의 유료방송사의 경우에도 2003년 커뮤니케이션법, 경쟁법 등에 따른 플랫폼 사업자로서 관련 규제를 받고 있음

규제 기관	담당 업무	비 고
BBC Trust	- o BBC의 장기 발전방향 제시 - o BBC 이사 선임 등 이사회 감독 - o BBC의 신규 사업 허가 - 국내·외주제작 쿼터 등 편성규제, 공공가치 테스트 수행 등	- o Trust 이사(12)는 DCMS장관 추천, 국왕임명(사실상 수상이 지명) - 스코틀랜드, 웨일즈 등 지역 대표 포함
Ofcom	- o 방송사업허가, 주파수할당 - o 내용 규제, 장애인 지원규정 - o BBC의 시장 영향 평가	o 시장영향평가결과는 Trust에 제출됨

2. 디지털전환

□ 디지털 전환 개요

o '08~'12년까지 아날로그 TV방송을 지역에 따라 순차적으로 종료

※ 영국은 일시전환에 대한 기술적 부담 등으로 지역별(ITV 중계 권역) 순차종료 방식을 채택하고 있으며, 전파간섭, 시청자 수 등 비교적 난이도가 적은 Border지역 부터 우선종료

- '09년말 기준 91.4%의 디지털방송 수신기기(지상파, 위성, 케이블) 보급율을 보이고 있으며, 아날로그 방송 종료에 대한 국민들의 인지도는 90% 수준
- '10. 3월말 기준 전체 15개 ITV 지역중 4개 지역(전체인구의 25%, 16개 주요 송신시설, 355개 중계기) 디지털 전환 완료

< 영국의 디지털 전환 현황 관련 주요 현황 >

구분	홍보 정책	취약계층 지원	관련 예산(2005~2012년)
추진 내용	- o TV 공익, 자막광고 - o 가전/유통업체 판매인을 통한 홍보 (인증판매인 제도)	- o 저소득층에 해당하는 75세이상 노인 및 장애인 : 디지털 컨버터 무상 보급 - o 기타 75세 이상의 노인 및 장애인 : 40파운드 자기부담	- o 15억4백만 파운드 (30,700억원) - 홍보/시청자지원*: 2억1백만파운드(4,020억원) - 취약계층 지원*: 6억3백만파운드(12,060억원) - 방송사 디지털전환 전송시설 투자비 등**: 7억 파운드(14,000억원)
재원	BBC수신료 [2억 1백만파운드(4,020억원)]	BBC수신료 [6억 3백만파운드(12,060억원)]	BBC 수신료**+방송사 부담**

□ 추진 체계

o DCMS, BIS 공동으로 사업계획을 수립하여 민간기구인 Digital UK, DSHS 등을 통하여 추진

구 분		주요 역할(디지털 전환·방송 관련)	추진근거
정 부 및 유 관 기 관	DCMS (문화미디어 스포츠부)	- 방송법, 커뮤니케이션법, 칙허장, BBC와의 협정서 등 관련법 제도 개선 - 수신료 수준 결정, BBC Trust · Ofcom 위원 추천, 채널 4 이사회 임원선임 등 - 스포츠 중계권 관련정책 등	커뮤니 케이션법, 방송법, 전 파법
	BIS (기업혁신기술부)	- IPTV, Digital Britain 계획 및 전파법, 커뮤니케이션법 등 법 제도 개선 - 방송사간 경쟁이슈 담당, Ofcom 위원 추천 등 - 디지털 TV 보급(DTV 표준, 인증), MATV 관련	
	Ofcom (방송통신 규제기관)	- 방송사 면허(Digital Multiplex 등) 부여, 소비자 보호, 사업자간 분쟁조정 등 사후규제 담당 - 디지털 방송 활성화 관련 관계자 의견 수렴 등 을 통해 정책보고서 작성 - 주파수 분배, 채널4 이사 선임 ※ Ofcom은 관련업무에 대해 정부(DCMS, BIS), 국회 (상임위원회)에 보고의무가 있음	
	DWP(노동 연금부), 지자체	- 취약계층 정보제공	디지털 전환법 (정보공개법)
	Treasury(재무 성)	- 수신료 수준 결정 관련 DCMS와 협의	
민 간	BBC	- 홍보, 취약계층 지원 등에서 주도적 역할 수행	칙허장, 협정서
	DSHS (취약계층 지원기관)	- 디지털 전환 취약계층 등 시청자 지원 등 - 콜센터(Contact centre, 취약계층 대상) 운영	BBC 자회사
	Digital UK (디지털전환 전담기관)	- 방송, 오프라인 등 디지털 전환 홍보 - 디지털전환 지역에 상담센터(Advice point) 운영 - 시청자 민원 상담(콜센터 운영) - 디지털전환관련 인지율 조사(Ofcom과 공동)	방송사, 가전업체 등 민간기구
	Digital Outreach	- 디지털전환 지역의 시청자 지원업무 수행	
	자선단체(Aged Concern 등)	- Digital Outreach와 계약을 통하여 지역별로 디지 털전환 시청자 지원업무 수행	
	CEG(소비자 단체)	- 디지털전환 관련 소비자 의견 전달	

□ 대국민 홍보 및 시청자 지원

o (현황) '09년말 기준 아날로그 종료에 대한 국민들의 인지도는 90% 수준으로 국내(55.8%)에 비해 높음

o (홍보내용) Digital UK에서 TV공익·자막광고, 인증 판매인 제도, 마스코트 제작, 리플릿 배포, 옥외 광고, 온라인 홍보 등을 실시

※ 인증 판매인 제도 : 디지털 전환 관련 교육을 이수 받은 가전업체, 유통업체 판매인들에게 "Ask Dgtal" 인증마크를 부여, 시청자들이 이들을 통해 안내받을 수 있도록 함

- 특히, 장애인(점자책자), 노인(대형 활자 책자), 외국인(외국어 책자) 등 소외계층 안내를 위해 맞춤형 홍보책자 제작·배포

o (홍보 지원) Digital UK가 지방자치단체, 지역사회단체 등과 연계 하여 상담센터 (Advice point)운영 및 콜센터(Contact centre), 온라인 등을 통한 홍보 지원

※ '10년 6월 현재 사업 예산중 55백만파운드가 미집행될 것으로 예상

□ 취약계층 지원

o (지원근거 및 대상) 칙허장 및 DCMS와 BBC간 협정서에 따라 국가 보조금을 수령 받는 75세 이상 노인 및 장애인 등에 대해 전액 무료 또는 일부 자기부담 대상자를 구분하여 지원

※ 영국에서는 노인, 장애인 등 기술·경제적 취약계층 중심으로 지원 대상을 선정, 일반 저소득층은 제외됨

- (전액 무료지원 대상) 저소득층(75세이상 노인 및 장애인 가구 중 소득 지원 대상자, 구직자 수급자, 연금공제 대상자)에 한정

- (40파운드 자기부담 대상) 75세 이상 노인, 맹인 또는 부분 실명, 간호수당, 장애 생활보조금 수급대상자, 사회복지시설 6개월 이상 거주자

※ 일반 노인과 장애인의 경우 별도비용(40파운드) 부담시 셋탑박스 및 안테나 설치 서비스 이용 가능(Border, Manchester의 경우 BSkyB가 Freesat(from BskyB)설치 지원)

※ 40파운드 자기부담금은 Freeview 셋탑박스 가격, 설치비용 등을 고려하여 결정

o (지원 내용) 셋탑박스, 안테나를 무료 또는 일부 자기부담(40파운드)으로 설치해 주거나 디지털 TV, PVR 등 구매비용 보조 실시

- 디지털 셋탑박스 및 안테나를 설치(가구당 1대)하여 아날로그방송 종료 후에도 기존 TV를 통해 실질적인 시청이 가능하도록 조치

※ 지원대상 가구 중 유료방송 가입자에게도 셋탑박스 및 안테나 설치 지원

- 지원대상자가 디지털TV, PVR 등 추가 장비를 원하는 경우에는 그 차익을 본인이 부담하는 조건으로 지원

< 영국의 취약계층 지원 현황 >

구 분		상 세 내 용
지원 프로그램		o Digital Switchover Help Scheme
법적 근거		o 칙허장, 협정서(DCMS와 BBC간)
지원 대상		o 75세 이상 노인 o 맹인 또는 부분 실명자 o 특정 장애인 수당 수급자 o 사회복지시설 6개월 이상 거주자
지원 내용		o 디지털 셋탑박스, 안테나 배달·설치 및 AS 지원 - 지원 대상자중 저소득층 : 무료 - 지원 대상자중 일반 노인/장애인 : 40 파운드 자기부담 o 무·유료방송 및 DTV, PVR 등 선택 가능
지원 시기		o '08-12년 아날로그방송 종료계획에 맞춰 단계적 지원
지원 체계	지원 프로그램 주관	o DSHS Ltd(BBC 자회사)
	전달체계	o BBC(재원)→지원 대상 판단 및 지원여부 문의(DSHS Ltd)→집행(DSHS Ltd)→ 지원 설치(Eaga Plc 등)
	참여기관	o BBC, DSHS Ltd, Eaga plc, Freeview, Freesat, BSkyB등 o 지원 대상 관련 자선단체 협력

재원 규모(재원)	o 6.03억파운드(수신료)
비 고	o 지원대상이 당초 예상보다 감소함에 따라 지원예산 (6억 3백만 파운드)중 잔여금(3억 파운드)을 국고 반납 예정 o 장애인과 노인의 실질적 시청이 가능하도록 배달·설치필요

o (지원방식) Eaga plc를 통한 현물지원

- 당초 유료방송 가입 지원의 경우 위성(BskyB)뿐만 아니라 케이블 (Virgin), IPTV(BT Vision) 등이 포함되었으나 현재까지 사업자 이해관계로 케이블 IPTV 등은 참여율이 저조

※ 난시청지역이 많은 West TV지역에서는 Freeview뿐만 아니라 Freesat도 무료로 지원되었으며, 다른 지역에 비해 Freesat 지원비율이 21% 높음

o (지원체계) 디지털전환 지원체계 프로젝트 위원회[DCMS, BBC, Eaga plc, Digital UK, DWP(Department for Work and Pensions)*]를 구성·운영하고 있으며,

※ 장애인, 퇴직자 등에 대한 복지지원업무 담당 부처

- 실제 운영은 Digital UK, DSHS, Eaga plc, Digital Outreach와 지역 자선단체를 중심으로 이루어지고 있음

o (지원결과) 취약계층 지원대상자(700만명)중 약65%의 신청을 예상하였으나, 실제 지원율이 18%*로 비교적 낮게 나타남

※ 18%중 무료지원 대상자가 60%, 40파운드 자기부담 대상자가 40% 비중 차지

- 셋탑박스 가격하락으로 상당수가 자체 구입하는 등 실제 지원대상이 당초 예상보다 감소함에 따라 BBC는 취약계층 지원예산(6억3백만 파운드)중 잔여금 (3억 파운드)을 국고에 반납 예정

※ 2005년 당시 66%의 디지털전환 비율이 2008년에 88%로 상승

- 현재까지 신청자당 평균 200파운드(수신기기, 안테나 설치, 홍보비용 포함)의 지원금 지원

- o 지역별 단계적 전환의 이점으로 콜센터, 마케팅 업무 등의 통제가 용이하며, 선행 전환시 미비점 발견 및 보완 가능

※ 전국적 일시 종료시 설치 업무 등 폭주 우려

- o 영국 디지털전환 취약계층 지원 프로그램의 문제점

- 디지털 전환 취약계층 지원 프로그램에 대한 응답률은 높으나 지원대상자의 자존심 등으로 채택률이 낮음

- 또한, 영국의 디지털전환 취약계층 지원 프로그램의 디지털방송 수신기기 종류가 너무 많아 복잡해지는 문제점 지적

※ 수신료에서 할당된 디지털전환 취약계층 지원 예산 6억 3백만 파운드 중 3억 파운드를 BBC가 DCMS에 반납 예정

□ 디지털전환 성공요인

- ① 영국 정부의 소비자의 요구 조사를 통한 계획 수립
- ② 정부, 규제기관, BBC 등 방송사, Digital UK, DSHS, Eaga plc, Digital Outreach 등 관련 기관간 협력 체제 구축
- ③ 오픈 마켓을 통한 Freeview 저가 셋톱박스 공급을 통해 자발적인 디지털전환 유도

3. 디지털 공영방송

□ 공영 방송사(BBC)의 역할

- o 영국정부는 1990년대 중반부터 칙허장을 통해 BBC가 공익성을 유지하면서 글로벌 경쟁력을 확보하도록 지속 독려

- 대표적 공영방송인 BBC는 여왕의 칙허장을 통해 정치적 독립성을 유지하면서 국회(문화미디어스포츠위원회, 공공책임위원회 등)에 출석하여 업무성과·재정 관련 보고 의무

※ 영국은 공영방송을 의료, 교육 등 다른 사회복지서비스와 정책들과 유사한 공공 서비스로 인식하는 동시에 방송을 창의산업(creative industries)으로 분류해 경쟁력 강화 정책을 추진중

- BBC는 1996년 송출부문 매각으로 디지털 전환 비용 조달, 보도와 다큐멘터리 등의 핵심 분야에 집중하도록 구조개혁 실시

o BBC는 Digital UK의 설립, Freeview 운영 등을 통해 디지털 전환의 주도적 역할을 수행중

- 디지털 전환은 BBC의 수신료에 디지털 전환비용 전담비용(ring-fenced)을 책정하는 등 수신료 인상에도 상호 영향을 줌

o BBC는 Freeview에 9개의 디지털 채널을 운용중이며 이중 어린이채널은 인기가 높으나 전체적으로 콘텐츠 부족으로 주로 재방송이나 보조채널 위주로 편성

※ BBC3는 BBC1의 EastEnders, Heroes, Family Guy, Doctor Who, I'd Do Anything, The Apprentice 등 드라마, 오락 프로그램을 재방송

- 일부 아날로그 채널의 후속작이나 극소수의 신규 프로그램이 디지털 채널에서 제작·방영되고 있음

o Freeview, iPlayer 성공에 자신감을 얻은 BBC는 ITV, BT가 공동으로 차세대 IPTV 서비스인 캔버스 프로젝트를 추진중

※ 캔버스(Canvas) : BBC와 프리뷰/프리셋 셋톱박스, TV 수상기를 통하여 VOD, 양방향 콘텐츠 등을 제공하는 단일 오픈 플랫폼(2010년 하반기 오픈 예정)

※ iPlayer는 TV, 라디오 프로그램을 방영후 7일후까지 인터넷 다시보기 기능 제공

□ Freeview

o BBC, ITV, 채널4, Arqiva, BSkyB가 공동으로 참여하여 사업예산을 제공하고, 이사회에서 사업방향 설정

※ 상업방송사는 현금대신 광고시간 할애(과거에는 인력도 제공했으나 현재는 미제공)

o BBC는 강력한 브랜드 파워 등 시장영향력을 기반으로 Freeview 사업안착에 주도적 역할

※ Freeview HD 공급시 BBC Distribution 기술 자문

o Freeview 셋톱박스는 초기 시장가격 경쟁을 통해 가격이 지속적으로 인하되었고, 현재는 가격이 20파운드대까지 하락

- 영국내 대형할인점이나 가전매장인 Tesco, Comet, Asda, Argos 등 소매업자들과 협력 관계

o 현재 1,860만 (메인TV : 1,010만) 시청가구가 Freeview를 보고 있으며 향후도 인기가 있을 것임 (Ofcom, 2009 Q4)

o 커버리지는 현재 Freeview 50개 채널이 수신되는 지역이 73%이며, 18%가 부분 수신되고 있음(디지털 전환이후 아날로그 방송 수준의 98.5%를 목표로 함)

※ BBC와 ITV가 설립한 Freesat과 협력 가능

□ 디지털 유료방송

o 디지털전환 초기 단계에서 일정 부분 디지털 수신기기 보급률을 높이는 데 기여

- 하지만 디지털전환이라는 정부 정책을 수행하는 데는 유료방송으로는 분명한 한계가 있으며 국민이 디지털방송을 보편적으로 향유하기 위해서라도 무료 디지털 방송은 필수적임

o 영국은 케이블, 위성, 지상파 등 플랫폼간 경쟁이 이루어지고 있음

- 버진미디어와 BSkyB 등 사업자간의 과당 경쟁으로 인해 시청자에게 피해가 돌아가는 경우도 있지만,

- HD방송, 3D방송, 번들링 서비스 제공 등 유료방송 사업자의 지속적인 혁신은 무료 지상파 방송의 서비스 수준도 향상시키는 데 기여

Ⅲ 결론

□ 시사점

① 수신료 인상을 통한 디지털 전환 재원 확보

- 수신료를 현실화할 경우 그 중 일정금액을 디지털 전환 재원으로 담보할 필요
- 한편, 수신료를 현실화하기 위해서는 KBS의 방송광고 비중 축소 또는 전면폐지 검토 및 공영방송으로서의 비전제시·경영합리화의 우선 검토가 필요
- 학계, 언론계, 소비자단체 등 관계전문가 논의·협의를 통한 국민 설득 및 공감대 형성 필요

② 저렴한 디지털방송 수신기기 보급 확대 및 신규서비스 개발

- 디지털TV, 셋탑박스 등 디지털방송 수신기기의 공정경쟁 환경조성을 통해 가격하락을 유도하고, 자발적인 디지털 수신기기 구매수요 촉진
- 한편, 고품질·고화질 프로그램, 양방향, 3D 등 신규서비스 개발·보급을 통해 디지털 전환에 대한 인식 전환 유도

③ 체계적인 대국민 홍보 및 시청자 지원시스템 구축

- (홍보) 디지털 전환 일정별 체계적인 홍보 및 장애인, 노인, 외국인 등 소외계층에 대한 맞춤형 홍보도 필요
- (시청자 지원) 시청자 지원시 RAPA(시청자지원기구)와 DTV Korea(홍보기구)간 유기적인 협조체계 구축 및 지자체, 소비자단체, 자선단체 등 민간기관과의 연계를 통한 시너지효과 기대

④ 노인, 장애인 등 취약계층을 위한 디지털 전환 지원 프로그램

- 사용하기 쉬운 큰 버튼이 있는 리모컨 등 취약계층을 위한 디지털전환 수신기기 제공
- 노인, 장애인 등 취약계층을 위해 수신기기 설치 서비스 제공
- 취약계층을 위한 충분한 지원기간 및 디지털전환 자금 확보

I . 서론

1. 연구목적

디지털방송은 고화질, 고음질, 다채널, 양방향 부가서비스 등 새로운 서비스 제공을 통해 방송 제작, 송신, 수신에 방송산업의 가치사슬 전반에서 구조적 변동을 촉진하고 있다. 디지털 카메라, 비선형 편집기기, 테이프를 사용하지 않는 (tapeless) 방송 제작환경의 도래로 제작과정이 더욱 효율적으로 변화하고 있다. 디지털 영상 압축기술을 통해 같은 주파수 대역에서 더욱 많은 정보를 보낼 수 있게 되어 고화질, 다채널 방송이 가능하게 되었다. 가정에서는 디지털 방송 도입으로 미디어 융합 환경에서 다양한 기능을 가진 디지털 TV가 융합 매체의 중심에 서게 되었다. 디지털방송의 도입과 함께 각국 정부들은 기존의 아날로그 방송 송신을 종료하고 지상파 방송의 디지털전환 계획을 수립·시행하고 있다.

세계 주요 국가들은 디지털전환 계획을 발표하고 디지털전환을 완료하거나 현재 진행 중이다. 2010년 6월 기준으로 OECD 회원국 중 네덜란드, 스웨덴, 독일, 미국, 스페인 등 11개 국가가 이미 디지털 전환을 완료했다.¹⁾ 프랑스와 일본은 2011년에, 영국은 2012년에 완료를 목표로 전환을 진행하고 있다. 특히 우리나라와 같은 해에 디지털전환을 종료하고자 하는 영국의 사례는 우리나라의 좋은 벤치마킹 대상이다.

영국은 1998년 세계 최초로 지상파 디지털방송을 시작했다. 2012년까지 아날로그 종료를 목표로 지역별로 순차적으로 디지털 전환을 진행하고 있다. 2009년 사분기 기준 91.4%라는 높은 전환율을 보이며 비교적 성공적인 디지털전환 사업을 추진하고 있다 (Ofcom, 2009).

2002년 유료 디지털 지상파 방송 사업자 ITV Digital의 파산 등 어려움도 있었지만 공영방송 BBC가 주도적으로 설립한 무료 디지털 지상파 플랫폼 Freeview의 보급 등으로 디지털전환 사업이 순조롭게 진행되고 있다. 또한 BBC는 수신료의 일부를 디지털 전환 홍보기구 Digital UK의 재원과 DSHS

1) 룩셈부르크 (Luxembourg, 2006), 네덜란드 (Netherlands, 2006), 핀란드 (Finland, 2007), 스웨덴 (Sweden, 2007), 스위스 (Switzerland, 2007), 독일 (Germany, 2008), 미국 (US, 2009. 6. 12), 덴마크 (Denmark, 2009. 11), 노르웨이 (Norway, 2009. 12), 벨기에 (Belgium, 2010. 3), 스페인 (Spain, 2010. 4)

Ltd.라는 자회사를 설립하여 디지털전환 취약계층 지원의 재원으로 사용하며 영국의 디지털전환을 선도하고 있다.

본 보고서 제1절에서 영국 방송 현황을 개괄하고 방송규제와 정책의 주요 이슈들을 짚어본다. 제2절에서 디지털 전환 시청자 및 취약계층 지원 등 디지털 전환의 실태 조사 결과를 분석한다. 영국의 디지털 전환시 방송사의 역할 조사를 위해, 제3절에서 디지털 환경에서 공영방송의 현황, 역할 및 전략을 중심으로 살펴보고, 제4절에서는 디지털 환경에서 유료방송의 현황, 역할 및 전략을 살펴보고자 한다. 마지막으로 영국의 디지털 전환 성공요인 분석 및 우리나라 디지털 방송 정책에의 시사점을 도출한다.

2. 연구범위 및 연구방법

영국의 디지털전환 및 디지털 환경에서의 BBC 등 공영방송과 BSkyB, Virgin Media 등 유료방송의 현황, 역할 및 전략을 중심으로 살펴본다. 이를 위해 2010년 3월부터 6월까지 3개월간 영국의 디지털 방송 관련 정부, 규제기관 및 방송사, 제조업체 등을 방문하여 담당자 및 전문가들과 인터뷰를 실시했다. 또한 디지털전환 지역인 Bath, Bristol, Manchester 등을 방문하여 디지털전환 현장 조사를 실시했다.

<표 1-1> 주요방문기관

구분	방문기관	비고
정부 및 유관기관	DCMS, BIS, OFCOM, DSHS, Digital UK, Eaga plc, Freeview, Freesat, DTG, DMOL, CAI, BBC Trust, BBC Distribution, BBC Future Media & Technology	
지상파 방송사	BBC, ITV, 채널4, Five, TopupTV	지역방송사 포함
유료방송사 및 전송망 사업자	BSkyB, Virgin Media, BT Vision, Arqiva	
교수 등 전문가	Loughborough 대학교 Peter Golding 교수, Graham Mudock 교수, Westminster 대학교 Jeanette Steemers 교수, Oxford 대학교 Michael Starks 교수, David Levy 교수, VLV, KBS 특파원, MBC 특파원, 한국콘텐츠진흥원	
제조업체	삼성전자, LG전자, 휴맥스	유럽 지사
프랑스 유관기관	MCC, FTN, France Televisions	영국 사례와 비교

정부, 규제기관, 방송사 등에서 발간한 보고서, 신문, 방송 전문 잡지 등의 문헌조사연구를 통해 쟁점이나 확인이 필요한 사실들과 관련 관계·전문가들을 인터뷰했다. 연구의 신뢰도를 높이기 위해, 재원이나 신규 서비스 도입 등 기관마다 다른 이해관계 때문에 해석이 달라지는 부분은 삼각측량(triangulation)을 통해 재확인했다.

본 보고서 품질을 높이기 위해 영국에서 유학했거나 유학 중이며, 통신원 등으로 활동한 경력을 가진 연구진을 구성하여, 제2장 제1절의 영국방송현황은 정준희(충남대), 제2절 디지털전환과 제3절 디지털 공영방송은 안임준 (한국전과진흥협회), 제4절 디지털 유료방송은 최은경(영국 Loughborough 대학교)가 주로 작성했다.

II . 본론

1. 영국 방송 현황

1) 방송구조

방송구조는 각각 정책, 규제 및 진흥, 사업 측면에서 접근할 수 있다. 영국의 방송 규제와 정책을 세부적으로 다루는 별개 섹션이 배치되어 있는 까닭에, 이번 절에서는 영국 방송 구조의 중심적 구성 요소 가운데 하나인 방송 사업자 측면에서 구체적으로 고찰하고 정책과 규제에 대해서는 간략히 소개하기로 한다.

(1) 방송사업자 측면에서의 영국 방송 구조

영국 방송구조는, 방송 사업자 측면에서 볼 때, ① 방송 플랫폼 보유자 혹은 방송 플랫폼 사업자(platform operators) ② 방송 채널 사업자 ③ 방송 프로그램 제작 사업자 ④ 지상파 방송 송신(transmission) 사업자 등으로 구분될 수 있다. 고전적인 의미에서의 ‘방송사(broadcaster)’에는 이들 네 가지 요소가 통합되어 있었지만, 현재의 다변화된 방송 환경에서 영국의 방송 사업자들은 이들 중 어느 한 가지 측면에만 준거하고 있거나 몇 가지 요소에 걸쳐 있는 모습을 보여준다.

예컨대 공공서비스 방송사(PSBs: public service broadcasters)의 경우 아날로그 텔레비전 채널과 디지털 지상파 멀티플렉스라는 지상파 플랫폼을 보유하고 있으면서, 대개 강력한 자체 제작(in-house production) 시스템을 갖추고 있고, 지상파 플랫폼 및 비지상파 플랫폼에 공공서비스 채널 이외의 채널, 즉 이른바 공공서비스 파생 채널(PSB spin-offs) 혹은 포트폴리오 채널(PSB portfolio channels)도 공급하는 채널 사업자이기도 한 대신, 과거와는 달리 지상파 송출망은 보유/관리하고 있지 않다.

다른 한편, 위성 사업자와 케이블 사업자는 한국 조건에서는 MSP 개념에 근접한 복합적 방송 사업자로서 존재하고 있다. 예컨대 위성 플랫폼을 보유한 BSkyB와 케이블 플랫폼을 보유한 Virgin Media는 디지털 지상파, 위성, 케이블 플랫폼에 공급되는 다수의 프리미엄 채널 및 기타 채널을 갖고 있다. 대신 이들은 방송 프로그램 제작 사업에 상대적으로 큰 역점을 두고 있지는 않다.

지상파와 함께 양대 방송 플랫폼으로서의 지위를 갖고 있는 위성 사업자 BskyB는 유료방송 시장(특히, 유료 플랫폼 가입자 시장과 프리미엄 채널 시장)에서 확고한 지배력을 보인다. 지상파와 위성 플랫폼에 견주어 상대적으로 미약한 지위를 점하고 있는 케이블 사업자의 경우 물리적 전송망의 기술적 장점을 바탕으로 전화, 이동 통신, 인터넷 등과의 결합 서비스를 제공함으로써 방송 시장에서의 열세를 보완하려 한다.

이들 외에 대략 300개 수준에 달하는 다양한 독립제작사(independent production)들은 플랫폼이나 채널에 관심을 두기보다는 주로 방송 프로그램 제작에만 집중하는 경향이 있다. 유럽 및 글로벌 시장을 대상으로 하는 소수의 대규모 거대 독립제작사(super indies)에서부터, 창의적 아이디어만을 가지고 가내수공업 수준의 제작 사업을 하고 있는 대다수의 소규모 제작사까지 폭넓은 스펙트럼을 나타낸다. 이들은 전통적인 지상파 방송사와 신규 방송 플랫폼 사업자가 중심을 이루고 있는 영국 방송 구조에서 비록 지배적인 영향력을 행사하는 주체는 아니다. 그러나 독립제작 부문을 육성하기 위한 영국 정부의 강력한 의지에 따라 최근까지 상당히 비약적인 발전을 거듭, 미국을 제외하고는 가장 시장 규모가 크고 국제적인 경쟁력을 갖추게 되었다. 또한 이들은 독립 영상제작자 단체인 PACT(Producers' Alliance for Cinema and Television)를 통해 (주로 독립제작 쿼터와 지역제작 쿼터에 연관된) 방송 정책의 형성과 집행 과정에 상당한 로비력을 행사하고 있다.

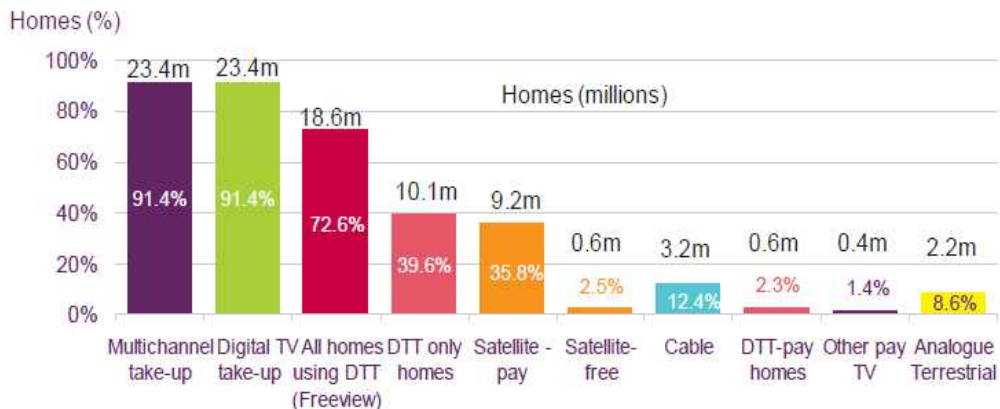
다른 한편, 지상파 방송사로부터 전송 설비를 인수한 지상파 송신 사업자 역시 상대적으로 제한적인 부문에만 집중하는 사업자라고 할 수 있다. 이들은 영국 전역에 있는 1000여개의 송신탑이라는 물리적인 망을 보유한 상태에서 지상파 방송 송신 사업 및 기타 무선통신 사업에 초점을 맞추고 있다. 영국의 지상파 방송 송신망은 BBC와 ITA(Independent Television Authority: 영국 지상파 상업 방송사 규제기구로서 후일 IBA, 그리고 다시 ITC로 바뀌었으며 2002년에 Ofcom으로 통합되었음)가 보유하고 있었다. 이 가운데 지상파 상업 텔레비전의 송신 부문은 NTL로 민영화되었고, BBC의 송신 부문은 Crown Castle에게 매각되었다. 2004년 NTL의 자산 가운데 텔레비전 송신 설비를 사들인 Macquarie 그룹은 2005년에 Arqiva로 개칭한 이후 Crown Castle의 영국 지사인 National Grid Wireless까지 매입함으로써 영국 지상파 방송 송신망 설비를 독점하는 기업으로 떠올랐다. 현재 Arqiva는 Crown Castle 소유였던 디지털 지상파 멀티플렉스 면허를 통해 Freeview 컨소시엄의 핵심 주체로

활약하고 있으며, 최근에는 다시보기 서비스 위주의 IPTV 사업자 SeeSaw를 통해 신규 플랫폼 부문에도 일부 진출해 있는 상태이다.

(2) 방송 플랫폼 측면에서 바라 본 방송 구조

현재의 영국 방송 구조에서는 과거의 채널 개념보다는 방송 플랫폼 개념의 중요성이 더욱 강조되고 있다. 여기서 방송 플랫폼이라 함은, 특정 형태의 방송 콘텐츠/서비스 패키지를 구성하여 그에 대한 접근(access)을 관리할 수 있는 하드웨어/소프트웨어적 수단, 즉 EPG(electronic programme guide), CA(conditional access), AC(access control) 등의 기술적 플랫폼 서비스(TPS: technical platform services)의 제공 수단 및 권한을 보유하고 있는 주체를 가리킨다. 영국에는 지상파, 위성, 케이블, IPTV, 모바일 텔레비전 등 대략 다섯 가지 종류의 방송 플랫폼이 2강 1중 2약 구도를 보이고 있다. 이 가운데 주요 플랫폼은 지상파와 위성(=2강), 케이블(=1중) 세 가지이며, IPTV와 모바일 텔레비전(=2약)은 상용화한지 얼마 되지 않았거나 이제 막 서비스를 시작하고 있는 상태이기 때문에 아직까지 영국 방송 구조에서 의미 있는 방송 사업자로서 존재하지는 못하고 있다.

[그림2-1] 영국 전체 가구 대비 주요 방송 플랫폼 점유율
(2009년 4사분기 현재)



출처 : Ofcom (2010)

① 지상파 플랫폼

지상파 플랫폼은 전통적인 아날로그 플랫폼(2009년 현재 전국 커버리지 99%)과 디지털 멀티플렉스 플랫폼(전국 커버리지 73%)으로 나누어 볼 수 있다. 영국 지상파 방송은 현재 아날로그와 디지털로 동시전송(simulcast)되고 있는데, 2012년에 아날로그 송출중단(analogue switch-off)이 완료되면 디지털 지상파 멀티플렉스 플랫폼만 남게 된다.

아날로그 지상파 텔레비전 방송은 BBC1, BBC2, 채널3, 채널4, 채널5 등의 다섯 개 채널로 구성된다. 이 가운데 채널3은 지역 민영방송 연합체로서 존재하고 있는데 지역면허 보유 기업의 거의 대부분을 합병한 ITV plc가 탄생한 이후로는 ITV1이라는 단일 브랜드로 재편되었다. 채널4 면허는 두 가지로 구분되는데, 전국 네트워크는 공영방송 C4C가 운영하고 있으며, 웨일스 민족권역에만 S4C라는 별도의 공영방송사가 존재한다. 1997년에 등장한 민영방송 채널5는 2002년 이후로 Five라는 브랜드를 갖게 되었으며 전국 네트워크를 운영하고 있지만 아직까지 아날로그 커버리지는 70% 수준에 머물러 있다.

디지털 지상파(DTT) 플랫폼은 여섯 개의 디지털 지상파 멀티플렉스로 구성되어 있다. 아날로그 지상파 사업자에게 기존 채널 하나 당 1/2 만큼의 디지털 지상파 멀티플렉스 용량을 할당함으로써, 전체 여섯 개 멀티플렉스 가운데 절반에 해당하는 세 개의 DTT 플랫폼을 유보해주었다. 이에 따라 BBC는 BBC1과 BBC2 지분을 합쳐 Mux 1를 갖게 되었고, 채널3과 C4C는 Mux 2를 공유, S4C와 채널5는 Mux A를 공유하게 되었다. 나머지 세 개의 멀티플렉스(Mux B, C, D)는 본래 ITV 계열의 컨소시엄이 주도하는 유료 DTT 멀티플렉스 플랫폼으로 양허되었으나 2002년에 이 플랫폼 사업자가 파산한 후 면허를 회수, 재경매를 통해 BBC, BSkyB, Crown Castle이 구성한 Freeview 컨소시엄에게 재양허되었다. 이 Freeview 컨소시엄에 후일 ITV와 C4C가 참여함으로써 여섯 개 DTT 멀티플렉스 모두가 Freeview 플랫폼을 통해 무료로 디지털 지상파 방송 서비스를 공급하는 양식이 확립되었다.²⁾

② 위성 플랫폼

2) S4C와 C5에게 주어진 스트림을 제외하고, Mux A 전반의 운영권은 S4C 등이 구성한 컨소시엄 SDN에게 부여되었다. 하지만 SDN은 2005년에 ITV plc에게 매각되었으며 그 결과 Freeview 컨소시엄의 일부가 되었다.

다음으로, 위성 방송 플랫폼(2009년 현재 전국 커버리지 98%)은 BSkyB가 주도하고 있으며 영국 유료 방송 사업의 선두주자이다. 2010년 현재 약 1000만 가입 가구에 30억 파운드(한화 약 5조원)에 달하는 연매출액을 가진 대규모 플랫폼 사업자라고 할 수 있다. 글로벌 미디어 재벌 루퍼트 머독이 보유한 News International 계열의 BSkyB는, 영국의 법제를 피해 위성 방송 사업을 시작한 Sky Television이 본래 영국 위성 방송 면허를 갖고 출발했던 BSB와 1990년에 합병하여 탄생한 기업이다. 1998년에 디지털 위성 방송으로 전면적인 개편을 단행한 이들은 공격적인 마케팅을 통해 경쟁자를 누르고 시장지배적 사업자로 떠오르는 루퍼트 머독식 미디어 사업의 전형을 선보이기도 했다. 이들은 스포츠 중계권을 독점하고 할리우드 영화와 드라마를 가장 빨리 선보이는 방식으로 프리미엄 콘텐츠 채널을 확보하는 한편, 양방향서비스, PVR, HD, 3D 등의 신규 테크놀로지를 효과적으로 결합시키고, 양질의 고객서비스를 제공함으로써 유료 방송 플랫폼의 경쟁력을 확보했다.

한편 최근에는 지상파 사업자 BBC와 ITV가 주도하는 무료 위성 방송 플랫폼이 등장하여 유료 서비스 위주의 위성 방송 플랫폼에 약간의 지각변동이 관찰되고 있다. 2007년에 시작된 Freesat 서비스는 공공서비스 핵심 방송사인 BBC와 ITV가 지상파 플랫폼 이외에도 자신들의 채널을 공급할 수 있는 무료 플랫폼을 구축하기 위한 전략의 일환으로 시작되었다. 요컨대 이들이 Freesat 서비스를 기획한 목적은 BSkyB처럼 유료 위성 방송 플랫폼 사업을 통한 수익 창출이 아니라, 자신들의 주력 채널에 대한 무료 접근권을 확대함으로써 디지털 환경에 적합한 공공서비스 방송사로서의 정당성을 확보하는 한편 자사 채널들의 광고 수익—BBC 경우에는 도달률(reach)—기반을 더 폭넓게 구축하는 것에 있었다. 즉, 변화된 디지털 환경에서의 주도권을 놓고 Freeview와 Freesat을 중심으로 하는 무료 서비스 방식과 BSkyB 위주의 유료 서비스 방식이 경합하고 있는 양상이 강화된 셈이다.

BBC는 2002년에 이미 자신의 위성 방송 신호를 부호화하지 않는 방식을 통해 FTA(free-to-air)로 전환했으며 ITV 역시 2005년에 이 대열에 동참했다. 따라서 시청자들은 기존 BSkyB의 서비스가입을 포기하고 CAS 스마트카드를 장착하지 않더라도 동일한 위성 접시와 셋톱박스를 이용하여 Freesat 채널들을 수신할 수 있게 되었다. 다른 시청자들은 Freesat을 지원하는 셋톱박스를 구입하고 적절한 수신 장비를 설치하면 153개 수준의 텔레비전 및 라디오 채널을 무료로 받아볼 수 있다. FTA 방식으로 송신되는 모든 종류의 위성 채널

은 원칙적으로 BSkyB나 Freesat 서비스를 통하지 않고서도 무료 시청(FTV: free-to-view)하는 것이 가능하지만, 이들의 서비스를 이용하면서 EPG와 PVR 등의 기능이 충족될 수 있는 장점이 있다. 특히 HD 서비스와 같은 신규 서비스를 이용하기 위해서는 그것을 지원하는 적합한 셋톱박스가 갖추어져야 하기 때문에 Freesat이 하나의 서비스 플랫폼으로서 큰 의미를 가질 수 있다 하겠다. Ofcom(2010) 통계에 의하면 Freesat 서비스는 2010년 2월을 기해 셋톱박스 누적 보급대수 100만대에 달했다고 한다. 현재 SD 수신 셋톱박스는 30파운드, HD 수신 박스는 70파운드, PVR 기능이 내장된 셋톱박스는 200파운드 선에서부터 구입할 수 있으며, Freesat 수신기가 내장된 IDTV도 이미 시장에 나와 있다.

이와 같은 서비스는 비단 Freesat에만 그치고 있는 것이 아니다. BSkyB 역시 Freesat from Sky라는 비가입형(non-subscription) 서비스를 개발하여 보급하고 있는 중이다. 180파운드 가량을 지불하면 BSkyB가 셋톱박스과 수신 접시를 설치해주며 이를 통해 200개 이상의 채널을 시청할 수 있다. BSkyB의 FTV용 스마트카드를 제공하기 때문에 FTA 방식으로 송신되지 않는 채널도 일부 받아볼 수 있고 Sky의 EPG, 청소년 보호용 채널 암호화 장치, 양방향서비스, 유료 VoD 서비스 등을 이용할 수 있는 장점이 있다. 하지만 HD 채널은 공급받지 못하며 PVR 등 Sky의 모든 서비스를 원활히 이용할 수는 없다. BSkyB 측이 이렇게 다분히 자기 침식적인(self-carnivalising) 방식을 선택한 것은 Freeview와 Freesat의 무료 시청 방식에 매력을 느끼는 시청자들을 자신의 영향력 범위 안에 묶어두기 위한 배후 목적이 작동하고 있다. 자신의 FTV 서비스를 이용할 경우 Sky Box Office 등 유료 VoD 서비스를 이용할 수 있는 가능성이 생기는 것은 물론, Sky가 제공하는 EPG와 기타 서비스에 익숙한 시청자들을 길러내어 장차 자신들의 가입형 유료 서비스로 이동하도록 유도할 수 있는 가능성이 높아지기 때문이다.

③ 케이블 플랫폼

케이블 플랫폼은, 화이트섬에 근거하고 있는 WightCable, 스코틀랜드 일부 지역과 북서 잉글랜드 지방에 근거를 둔 Smallworld Cable을 제외하고, 영국 케이블망의 95%를 장악한 Virgin Media에 의해 실질적으로 독과점되어 있다. 본래 영국의 케이블 텔레비전은 지역 프랜차이즈 형태로 허가되었는데,

ntl과 Telewest가 지역 프랜차이즈를 하나하나 인수하면서 양대 케이블 플랫폼 사업자로 성장했다. 위성 플랫폼에 비해 상대적으로 약자의 입장에 처해 있던 이들은 마침내 2005년 합병을 통해 ntl:Telewest를 탄생시켰으며, 이동통신 사업자인 Virgin Mobile을 2006년에 인수하여 현재의 Virgin Media로서 재출범하였다. 기존 브랜드의 부정적 이미지를 탈피하기 위해 고객센터 측면에서 긍정적인 이미지를 지닌 2007년부터 Virgin Group과 브랜드 사용 계약을 맺은 결과이다. 새로운 브랜드 가치와 초고속인터넷 서비스의 경쟁력을 발판삼아 2009년 매출액 10억 파운드, 총 가입자 420만 수준을 달성했다. 현재 대부분의 서비스가 디지털로 전환되어 있다.

이와 같은 성과에도 불구하고, Virgin Media 케이블망의 전국 커버리지 수준은 2009년 현재 49% 수준에 머물러 있으며, 케이블망 가설에 부정적인 영국적 특성이나 투자대비 효율성 측면에서 보았을 때 커버리지의 개선이 획기적으로 나아질 가능성은 거의 없다.³⁾ 따라서 Virgin Media는 케이블 텔레비전 서비스에 초점을 맞춘 사업보다는 각종 결합상품을 통해 소비자 선택성을 높이는 전략을 택하고 있다. 이들은 전화, 인터넷, 케이블의 삼결합(triple) 서비스를 공급함으로써 가입자 수준을 유지해왔으며, Virgin Mobile의 인수 이후로는 휴대전화 서비스까지 포함한 사결합(quadruple) 서비스를 최초로 개시했다. 또한 이들은 경쟁 사업자 BT의 인프라가 동축망을 위주로 하는 까닭에 인터넷 서비스의 획기적 개선이 어렵다는 점에 주목하여 망 개선 사업에 투자를 지속해왔다. 2009년에는 20Mbps에서 50Mbps에 이르는 영국 내 최상급 인터넷 서비스를 통해 소비자들을 성공적으로 유인했으며, 2010년에는 100Mbps 서비스를 상용화하면서 200Mbps 서비스를 조기 보급하기 위한 망 개선 시험을 지속하고 있다.

다른 한편, 케이블망을 새로 가설하는 것이 투자대비 효율성이 적은 지역

3) 케이블망의 보급 수준에 대해서는 여러 가지 상충하는 통계치가 있다. 가장 높게 잡는 경우에는 영국 전체 가구의 55%까지 보기도 하지만, 오프콤의 2009년 커뮤니케이션 시장 보고서(Communication Market Report 2009, 55쪽)에서는 케이블망이 2008년말 현재 영국 전체 인구의 49%를 포괄한다고 언급하고 있다. 가장 높은 수준을 나타내는 지역은 영국에서 인구와 면적이 가장 넓은 잉글랜드(53%)이다. 산악 지형이 대부분이고 도시화 정도가 낮으며 주거가 분산되어 있는 스코틀랜드(38%), 북아일랜드(30%), 웨일스(24%)가 그 뒤를 잇는다. 비교적 인구밀도가 높고 도시 거주 인구가 많은 편인 잉글랜드가 53% 수준이기는 하지만, 잉글랜드 역시 농촌 지역이 많고 도시 지역이라고 하더라도 케이블 지중화 사업에 장애가 많다(유적, 지역민들의 거부감 등). 전화망의 경우에는 과거의 BT가 국영기업으로서 '보편적 전화 서비스'를 구축하는 의미가 있었지만 애초부터 사적 비즈니스로 출발한 케이블망은 그와 동등한 의미를 지니지 못했다. 이런 조건에서 소수의 인구밀집 지역을 제외한 (여전히 다수의 인구가 분산되어 살고 있는) 기타 지역을 케이블화한다는 것은 시장 논리로 볼 때 불가능에 가까운 일이다.

에 대해서는 기존 전화망을 활용하여 IPTV 형태의 BT Vision식 서비스(바로 밑에 설명할 것이지만, Freeview와 VoD IPTV를 결합한 서비스)를 제공할 복안도 갖고 있다. 동축 전화망에서는 VDSL2+ 방식으로 50Mbps의 속도를 확보한 다음, 광섬유망을 새로 가설하여 자신의 케이블망과 연결 짓는 구상이다. BT 역시 이와 유사한 수준의 망 개선 계획을 갖고 있기는 하나, 투자 대비 효율성이 높은 대도시 지역에만 관심을 두고 있다는 한계가 존재한다. 따라서 Digital Britain 계획을 선포한 영국 정부로부터 광대역망 확대를 위한 지원을 얻어낼 수 있다면, BT 투자 지역 이외에서 동축망 개선과 서비스 보급을 동시에 진행하는 것이 가능하다고 판단한 것이다. 또한 LLU(Local Loop Unbundling) 정책을 활용하여 BT망에 대한 접근권을 대량 확보함으로써 비케이블 지역으로까지 진출하겠다는 복안도 있다. 다만 시험 서비스 계획이 발표된 후 아직까지 서비스 상용화 측면에서 뚜렷한 진전을 보이고 있지 않기 때문에, 이와 같은 사업 전략이 향후 Virgin Media의 중심 전략이 될지는 여전히 미지수라고 할 수 있다.

④ 기타 플랫폼

IPTV 는 BT Vision, Freewire, TalkTalk TV(기존의 Home Choice) 등이 아직 초보적인 단계의 서비스를 제공하고 있다. BT Vision이나 TalkTalk TV와 같은 영국 IPTV 서비스는 Freeview 방식의 실시간 텔레비전과 IPTV 방식의 VoD를 결합한 형태를 기본으로 한다. 따라서 실시간 텔레비전까지 인터넷 프로토콜을 통해 공급하는 본격적인 IPTV라고 하기는 어렵다. Freewire는 대학교 인터넷망을 이용하여 기숙사에 입주한 대학생들에게 제공하는 제한적인 서비스로서, 텔레비전 수상기가 아니라 컴퓨터 모니터를 통해 시청하는 IPTV이다.

이와 같은 측면은 근본적으로는 인터넷 서비스망의 제한 및 재송신에 관련된 기타 법제적인 문제들에 연관되어 있다. 하지만 BT Vision과 같은 하이브리드 서비스를 단순히 망적 제한에 의해 어쩔 수 없이 선택된 미완성형의 IPTV로 폄하할 필요는 없다. 영국에서는 IPTV를 기존 방송과 동일한 규제가 필요하지는 않은 영역으로 판단했다. 기본적으로 VoD 방식에 초점을 맞춘 통신 서비스 형태에 가깝다고 보았기 때문이었다. Freeview의 지상파 다채널 서비스와 IPTV의 VoD를 결합한 것은 이와 같은 조건에서 비교적 현명한 선택이었다고 볼 수 있다. 굳이 실시간 텔레비전을 강조함으로써 망에 과부하를

주고 재전송에 관련된 복잡한 문제를 통과하기기보다는 VoD 위주의 하이브리드형 IPTV를 지향하는 것이 옳다고 판단했던 것이다. 이러한 측면은 IPTV가 반드시 실시간 다채널 텔레비전 위주의 기존 플랫폼을 모방할 필요가 없다는 점에서 오히려 좀 더 진보된 형태의 IPTV를 가능하게 한다. DVR과 스트리밍 기능을 결합하여 비선형적 시청을 중심으로 하는 IPTV를 구상하는 것이 또 하나의 새로운 트렌드로 등장하고 있기 때문이다. (Apple TV, Xbox Live, Playstation 3, Slingbox, Fetch TV 등)

다른 한편, 모바일 TV 는 현재 Orange, T-Mobile, Vodafone 등의 이동통신 사업자들이 3G 망을 통해 기존의 일부 실시간 채널과 반복형 콘텐츠 채널을 공급하고 있다. Sky Mobile TV News and Sports는 아이폰 앱을 통해 wifi망으로 제공되기도 한다. 영국 모바일 TV 기술표준으로 결정된 DVB-H의 경우 일부 지역에서 시험방송이 이뤄지기는 하였으나 새로운 지상파 주파수를 할당해야 하는 까닭에 아직은 본격적인 서비스가 제공되고 있지는 않다. 이런 조건에서, BBC iPlayer를 스마트폰으로 옮긴 경우처럼, 휴대폰을 통한 다시보기 서비스가 모바일 시청자들 사이에서 상당한 기반을 갖게 되면서, 모바일 TV의 미래는 새로운 주파수를 할당한 (즉, 한국의 지상파 DMB나 위성 DMB와 같은) 서비스가 아니라 오히려 모바일VoD 서비스를 활용하는 Mobile IPTV 형식이 되지 않을까 하는 예측이 나오고 있다. 따라서 Ofcom은 디지털 전환 이후에 모바일 TV에 신규 주파수 할당을 검토하고는 있으나, 위성이나 지상파 형식의 모바일 TV가 시장적으로든 기술적으로든 그리 적합하지 않은 것으로 판명될 수도 있다고 보고, 시장의 진행 방향에 맞추어 판단 시기를 조율하고 있다고 전해진다.

(3) 방송 면허 체계에 따른 구분

① 개관

영국의 모든 방송 사업자는 방송 면허(broadcast licence)를 보유해야 한다. 현재 영국의 방송 면허는 주파수에 관련된 면허와 방송 콘텐츠 패키지를 채널 형태로 공급하는(즉 방송 편성programming 개념이 적용되는) 면허로 구분되기 때문에, 위성, 케이블, IPTV 등의 플랫폼의 경우 별도의 방송 면허가 필요하지 않은 조건이다. 과거에는 위성이나 케이블 방송과 같은 플랫폼 서비스에

대해서도 별도의 면허 체계를 적용했던 것이 사실이다. 그러나 위성의 경우 유럽 차원에서 위성 통신 주파수가 관리되기 때문에 별도의 국가별 면허가 의미 없게 되었으며, 케이블 역시 2003년 커뮤니케이션법 도입 이후로 (통신망 자체에 대한 면허 이외에는) 방송 서비스에 관련된 면허 체계를 필요로 하지 않게 되었다.⁴⁾

현행 제도에 의한 방송 면허는, 텔레비전 방송에만 국한할 때, 아날로그/디지털 공공서비스 텔레비전 방송 면허(PSB licences), 디지털 지상파 멀티플렉스 면허(Television multiplex service licences), 디지털 지상파 텔레비전 채널 서비스 면허(DTPS: Digital Television Programme Service licence)⁵⁾, 텔레비전 콘텐츠 서비스 면허(TLCS: Television Licensable Content Service licence), 상업적 부가 서비스 면허(Commercial television additional services licence), 제한적 텔레비전 서비스 면허(RTSL: Restricted Television Service Licence) 등으로 구분된다. 텔레비전 방송 주파수나 텔레비전 콘텐츠/부가서비스 공급자에 대해 부여되는 이들 면허는 그 종류에 따라 규제 내용이 차별화되기 때문에 영국의 방송 구조를 이해하는 데 중요한 준거가 된다.

<표 2-1> 텔레비전 방송 면허에 따른 구분

PSB/Non-PSB	면허	서비스	소유 구조	면허 형태	인허가 및 규제기관	주요자원
PSB	BBC1 BBC2	BBC1 BBC2	공영	BBC 국내 공공서비스 전국면허 (아날로그/디지털)	BBC 트러스트	텔레비전 수신료 직접교부금 수익사업이익
	채널4	C4 S4C	공영	공공서비스 전국면허 공공서비스 지역면허	Ofcom 웨일스	광고 광고,

4) 2003년 커뮤니케이션법 이전에는 케이블에 대해 지역전송서비스(LDS: Local Delivery Service) 면허 체계를 적용했다. 한국 조건에서는 지역유선방송 개념에 가까웠던 이 LDS 면허는, 최소 1,000 가구를 대상으로 통신망을 통한 텔레비전 서비스를 공급할 경우 발급받아야 했던 면허였다. 따라서 당시 케이블 방송 사업자는 두 가지 형태의 면허를 갖고 있어야 했는데, 1984년 통신법(Telecommunications Act 1984)에 의해 통상산업부(DTI)가 부여하고 통신청(Ofcom)이 규제하는 케이블 통신망 면허와, 1990년 방송법에 따라 방송 패키지 공급 서비스에 대해 ITC가 부여하는 지역전송서비스 면허가 그것이었다. 하지만 2003년 커뮤니케이션법에 따라 Ofcom과 ITC는 Ofcom으로 통합되었고 지역전송서비스 면허는 폐지되었다.

5) 단, 디지털 지상파 플랫폼으로 제공되는 부가서비스의 경우에는 DTAS 면허(Digital Television Additional Service licence)가 필요하다.

				(아날로그/디지털)	방송청	직접교부금
	Public Teletext	Public Teletext	민영	공공서비스 전국면허 (아날로그/디지털)	Ofcom	광고
	채널3	ITV1 등	민영	공공서비스 지역면허 (및 일부 전국면허) (아날로그/디지털)	Ofcom	광고
	채널5	Five	민영	공공서비스 전국면허 (아날로그/디지털)	Ofcom	광고
PSB 및 비PSB	Television multiplex services 면허	Mux 1, 2, A, B, C, D	공영 민영	디지털 지상파 멀티플렉스 전국면허	Ofcom	수신료 광고 채널사용료
Non-PSB (BBC 채널은 PSB)	DTPS DTAS 면허	ITV2, 3 ... 기타	공영 민영	디지털 지상파 플랫폼을 통한 채널 서비스 전국/지역면허	Ofcom	수신료 광고
	TLCs 면허	ITV2, 3 ... 기타	공영 민영	케이블, 위성 및 기타 비지상파 플랫폼을 통한 전국/지역 채널 서비스 면허	Ofcom	수신료 광고 유료채널
	Commercial TV additional services 면허	Teletext DBI	민영	채널3과 채널5 아날로그 주파수를 이용한 데이터방송 면허	Ofcom	광고
	RTSL 면허	Belfast Coleraine Derry ...	민영	아날로그 UHF 유휴 주파수를 활용한 제한적 지역방송 서비스 면허	Ofcom	광고

한편, 면허 체계 측면에서 고찰하는 영국 방송 구조는 크게 PSB와 비 PSB로 구분하는 것이 여러모로 적절하다. BBC와 ITV를 통해 잘 확인되듯, 영국 방송 구조의 중핵인 PSB에게는 전통적인 방송 행위자에 가까운 플랫폼 (아날로그 지상파 채널 및 디지털 지상파 멀티플렉스) 보유자 + 채널 사업자 + 콘텐츠 제작자로서의 비교적 안정적인 복합 구조를 여전히 허용하고 보장하는 편이다. 물론 위성 방송 BSkyB와 케이블 방송 Virgin Media처럼 비지상파 계열의 주요 플랫폼을 보유하고 있는 사업자들의 경우, 비록 PSB에 비해 제한적이기는 해도 채널 서비스와 콘텐츠 제작을 동시에 수행하고 있으며, 송신망을 매각한 지상파 PSB와는 달리 플랫폼뿐 아니라 물리적 망까지도

보유하는 것이 가능하기 때문에 지상파 PSB에 비해서도 더 유리한 입지에 있다고 할 수 있다. 그러나 지상파 PSB의 복합 구조는 강력한 콘텐츠 생산 능력, 높은 채널 인지도, 비교적 탄탄하고 안정적인 지상파 플랫폼에 근거를 둔 ‘유기적’ 결합에 가까운 반면, 비 PSB 행위자들의 경우는 다분히 기계적인 조합 수준에 머물러 있는 것이 사실이다.

PSB는 제한적인 주파수를 무료로 할당해주는 대신 그에 부응하는 문화적 공공서비스를 요구했던 기존의 아날로그 지상파 방송 체계를 근거로 한다. 하지만 무료 방식(free-to-air 및 free-to-view)의 보편적 서비스를 지향하는 아날로그 지상파 방송 이외에 위성파 케이블 등의 유료 방송이 등장하고, 이들을 통해 공급되는 다채널 방송이 등장함으로써 기존 PSB 체계에 포함되지 않는 행위자들이 나타나게 되었다. 나아가 방송의 디지털화가 모든 플랫폼을 통해 진척됨으로써 기존의 제한적 주파수/채널 개념에 의존하고 있던 PSB 체계의 근거가 불분명해지는 조건이 생성되었다. 따라서 영국 정책 당국은 디지털 시대에 부합하는 PSB 체계의 재구성을 위해 2003년 커뮤니케이션법을 제정하는 한편, 2012년 디지털 전환 이후의 좀 더 본격화된 디지털 환경에 대비하는 시스템 정비를 계속해가고 있다.

한편 공영방송/민영방송 혹은 상업방송과 같은 구도는 PSB/비 PSB 구도에 비해 상대적으로 덜 중요한 의미를 갖고 있다 하겠다. 우선 공영방송사(publicly-owned broadcaster)와 상업방송사(commercial broadcaster) 사이의 구분은 생각보다 크게 중요하지는 않다. 전자는 소유구조, 후자는 재원 조달 방식에 각각 관련되는 것일 뿐이기 때문에, 예컨대 BBC, C4C, S4C 등은 소유구조 측면에서 모두 공영방송사이지만, BBC는 수신료에 근거를 둔 비상업방송사이며 C4C와 S4C는 수신료가 아닌 광고 등의 상업적 수익에 근거를 둔 상업방송사이다. 공영방송과 민영방송 사이의 구분 역시 마찬가지이다. 채널3 면허를 갖고 있는 지역민영방송사나 채널5 면허를 보유한 Five 역시 PSB의 일원으로서 각각 차별화된 공공서비스 책무를 지니고 그에 부합하는 역할을 수행하는 상업방송사이기 때문이다.

여기서 소유구조나 재원 조달 방식의 차이는 PSB로서의 의무와 권리를 실현하는 상호 차별화된 통로라고 이해하는 편이 옳다. 이를테면 공적 재원에 의존하는 공영방송사(publicly-owned, publicly-funded broadcaster)인 BBC는 가장 높은 수준의 의무와 그에 부응하는 가장 강력한 권리를 지닌다. 또한 상업적 재원에 의존하는 공영방송사(publicly-owned, commercially-funded broadcaster)인

채널4는 BBC보다는 약하지만 ITV나 채널5보다는 강하고 구체적인 형태의 의무를 수행하는 대신 BBC에 비해 더 자유로운 활동 양식을 지닌다. 기타의 민영 상업방송사들은 공적 재원에 의존하지 않고서 좀 더 자유로운 형태의 운영을 통해 공공서비스 방송에 기여한다.

② 공공서비스 방송 면허

공공서비스 방송 면허에는 BBC의 모든 서비스 면허, 채널 3/4/5 면허, Public Teletext 면허, DTT 멀티플렉스 일부 면허 등이 포괄된다.

우선 BBC 방송 서비스 면허는, 이후 규제 체계에 대한 설명에서 자세히 소개될 것이지만, 2003년 커뮤니케이션법에 근거한 Ofcom 방송 인허가 체계의 외곽에 존재한다. 칙허장에 바탕을 두고 BBC Trust가 면허를 부여하는 BBC 방송 서비스는 아날로그와 디지털 면허를 모두 갖고 있는 BBC 1과 BBC 2가 중심이 되며, 디지털로만 제공되는 BBC 3, BBC 4, CBBC, CBeebies, BBC Parliament, BBC News, BBC HD 등이 포함된다.

기존 아날로그 지상파 공공서비스 상업방송에 해당하는 세 가지 종류의 방송 서비스는 2003년 커뮤니케이션법에 따라 Ofcom이 부여하는 채널 3/4/5 면허를 통해 제공된다. 먼저 채널3은 15개 지역면허와 1개 전국면허로 나뉜다. 스코틀랜드 민족권역에 두 개의 지역면허가 발부되는데 STV가 면허 보유자이다. 북아일랜드 민족권역에는 한 개의 지역면허가 발부되며 UTV가 면허 보유자이다. 나머지 12개 지역면허는 모두 ITV plc가 보유하고 있으며 ITV1이라는 채널 브랜드로 통일되어 있다. (런던 지역면허는 주중면허와 주말면허 두 가지로 분리되어 있다.) 한 개의 전국면허는 GMTV라는 브랜드를 통해 전국 네트워크로 송출되는 아침 방송 면허로서 이 역시 ITV plc가 보유하고 있다. 지역 뉴스 및 기타 지역 프로그램의 제작과 편성을 핵심으로 하는 면허 조건이 공공서비스 과제로서 부여되어 있다. 다음으로 채널4 면허는 웨일스 민족권역 방송인 S4C 면허와 기타 전국 면허인 C4C 면허로 구성되어 있다. S4C의 경우 웨일스어 프로그램을 제외하고는 대부분 C4C 프로그램을 프랜차이즈 형식으로 편성하며, 웨일스어 프로그램 가운데에는 BBC가 제작 지원을 해주는 경우가 있다. S4C에는 웨일스어 방송, C4C에는 100% 외주제작 등을 핵심으로 하는 면허 조건이 공공서비스 과제로서 부여되어 있다. 마지막으로 전국면허인 채널5 면허는 Five가 보유하고 있으며 가장 최근에 부여된 면허로서

공공서비스 방송의 오락적 기능을 보완하는 것에 중점을 두고 있다.

Public Teletext 면허는 아날로그 시절의 데이터 방송이랄 수 있는 문자방송 면허이다. 면허 보유자는 Teletext Ltd.로서 신문 산업에 기반을 둔 복합 미디어 기업 DMGT(Daily Mail and General Trust)가 모기업이다. 영국의 경우 문자방송 서비스에 대한 이용 빈도가 매우 높은 편이어서 최근까지도 상당히 중요한 공공서비스 방송의 일부로서 존재해왔다. 하지만 인터넷이 활성화된 현재 조건에서는 Public Teletext 서비스를 이용하는 경우가 급속히 줄어들고 있다. Public Teletext의 디지털 면허에 근거하여 BBC를 제외한 세 개의 공공서비스 채널에게 디지털 양방향 서비스를 제공하고 있기는 하지만, 인터넷과의 경쟁에서 뒤쳐질 수밖에 없는 조건이기 때문에 Teletext Ltd.측은 기존의 Public Teletext 서비스를 점진적으로 축소/폐지해왔다. 이에 최근 Ofcom은 Teletext Ltd.에 부여한 Public Teletext 면허를 취소 조치하였으며, 2010년 5월 27일자로 22만 5000파운드의 벌금을 부과하였다. 본래 공공서비스 방송 면허는 10년 단위로 부여되는데 현행 Public Teletext 면허 기간은 2014년까지로 되어 있다. 따라서 이 기간 동안에 주어진 방송 의무를 이행하지 않은 것은 면허 조건을 위배한 행위라 판단하고 면허 취소 조치와 함께 벌금 부과 결정을 내린 것이다.

텔레비전 멀티플렉스 면허는 원래 1996년 방송법에 의해 부여되어 현재는 2003년 커뮤니케이션법에 준거하고 있는 여섯 개 DTT 멀티플렉스 면허를 지칭한다. BBC가 보유하고 있는 Mux 1은 정부가 직접 BBC에게 부여한 면허인 반면, 나머지 다섯 개 면허는 Ofcom의 관할 영역이다. Mux 2 면허 보유자는 Digital 3 & 4 Ltd. 이며 ITV와 C4C가 공동 출자했다. 이 두 회사에게 각각 48.5%의 멀티플렉스 대역이 유보되어 있으며, 나머지 3%는 Public Teletext에게 주어졌다. Mux A는 앞에서 잠시 소개한 바처럼 S4C 등이 참여한 컨소시엄인 SDN(S4C Digital Network)이 운영권을 갖고 있는데 이 SDN은 현재 ITV plc 소유이다. 멀티플렉스 대역의 50%는 채널5가 갖고, 나머지 50%는 웨일스 민족권역에서는 S4C, 기타의 경우에는 SDN이 사용권을 갖는다. 이렇게 주로 디지털 공공서비스 방송을 위한 DTT 멀티플렉스는 본래 Mux 1, 2, A에 집중되었던 반면, 나머지 Mux B, C, D는 상업적 유료 서비스를 위한 DTT 플랫폼으로 기획되었다. 하지만 그간의 변화를 반영하여, 디지털 전환 이후에는 새로운 체계가 적용된다. 여타 장과 절을 통해 더욱 자세히 소개될 터이지만, BBC가 원래 보유하고 있던 Mux 1, ITV와 C4가 공유한 Mux 2,

그리고 ITV Digital의 파산 이후 BBC가 새로 불하받은 Mux B가 세 개의 PSB Mux 1, 2, 3으로 재구성되고, ITV가 매입한 SDN 소유의 Mux A와 Arqiva가 보유하게 된 Mux C, D가 각각 Com Mux 1, 2, 3으로 재배치되는 것이다. ITV 디지털 파산 이후 형성된 현재 시스템에서는 원칙적으로 모든 종류의 DTT 멀티플렉스가 가입형 유료 서비스나 유료 채널 서비스를 수행하지 못하도록 하고 있으나, 앞으로는 Com Mux를 통해 이와 같은 서비스가 부분적으로 가능해질 예정이다.⁶⁾

지금까지 소개한 모든 공공서비스 방송 면허는 Public Teletext 사례에서 이미 언급했듯 10년 단위로 갱신된다.⁷⁾ 현행 방송 면허는 2003년 커뮤니케이션법에 의해 Ofcom이 발부한 것이며(단, BBC의 경우는 2007년에 발효된 칙허장에 근거), 아날로그 면허는 디지털 전환 시점까지, 그리고 디지털 면허는 2014년까지 유지된다. 2003년 커뮤니케이션법에 의해 발부되는 면허에 대한 갱신 신청은 면허 종료 시점 4년 전부터 시작될 수 있으며 최소한 오프콤이 정하는 시점 3개월 이전에는 제출되어야 한다. 오프콤은 면허 갱신 신청자들이 공공서비스 방송 면허 조건에 포함되어 있는 전반적인 공공서비스 과제(public service remit)를 충실히 이행했는지, 특히 장르별 편성 쿼터, 뉴스/시사 프로그램 공급, 프로그램 제작 쿼터와 지역 쿼터 등을 면허 기간 동안 제대로 충족했는지를 중심으로 갱신 여부를 판단한다.

③ 기타 방송면허

DTT 멀티플렉스 면허 일부, TLCS 면허, BBC 서비스를 제외한 DTPS 및 DTAS 면허, 상업적 부가 서비스 면허, RSTL 등은 모두 비PSB 면허로 분류되며 이에 대해서도 Ofcom이 인허가권과 규제권을 갖는다.

6) 유료 DTT 서비스인 Top Up TV는 DTT 멀티플렉스를 이용해 유료 서비스를 제공하기 때문에 Freeview 등장 이후 모든 DTT 플랫폼이 무료 서비스로 제한되었던 것은 아니다. 당시 Ofcom이 이를 허용한 이유는 이들이 DTT 멀티플렉스의 유헴 대역을 이용하여 특정 채널이나 프로그램을 스트리밍/다운로드 받은 후 이를 시청할 수 있도록 해주는 주문형 서비스 패키지의 일종으로서 엄밀한 의미의 '유료 방송' 서비스에 해당하지는 않다고 보았기 때문이다. 하지만 BBC의 경우 Top Up TV가 전면적인 무료 DTT 서비스로서의 Freeview를 혼동하게 만드는 악영향을 끼친다고 불만을 표시하면서 이들을 Freeview EPG의 맨 마지막으로 배치해야 한다고 주장했던 바 있다.

7) 단, DTT 멀티플렉스 면허 기간은 이와는 다른데, 1996년 방송법에 따라 12년이 주어졌으며 면허 보유자의 재신청이 있을 경우 추가 12년이 가능하다.

먼저 TLCS 면허는 “공중에게 수신되는 방송 서비스로서 (디지털이나 아날로그 형태로) 공급되는 모든 텔레비전 프로그램이나 EPG”를 대상으로 한다. DTT 멀티플렉스 면허는 주파수 플랫폼에 관한 면허인 관계로 프로그램 콘텐츠에 관련된 면허인 TLCS에 해당하지 않으며, 앞에서 언급한 공공서비스 방송 서비스(혹은 전통적인 형태의 방송 서비스 television broadcasting service) 면허와 부가서비스 면허, RSTL 등은 모두 TLCS에서 제외된다. (이러한 배제적 정의 방식을 통한 TLCS 규정이 2003년 커뮤니케이션법에 도입된 것은 TLCS가 디지털 다채널 환경에서 가장 일반적인 형태의 방송 서비스가 되었음을 함의한다.) 또한 양방향(two-way)에 초점이 맞춰진 서비스, 지극히 제한된 지역이나 개인에게만 제공되는 서비스 등도 TLCS 인허가 대상이 아니다. 이 TLCS 면허는 2003년 커뮤니케이션법 이전에는 위성 텔레비전 서비스(STS: Satellite Television Services) 면허와 프로그램 제공 서비스(LPS: Licensable Programme Service) 면허로 구분되어 있었다.⁸⁾ 2003년 커뮤니케이션법은 이들 모두를 TLCS 개념 속에 통합시키고, VoD 서비스에 대해서는 별도의 면허를 부여할 필요가 없도록 했다.

다음으로, 형태상으로는 TLCS와 거의 같지만 DTT 멀티플렉스 플랫폼을 이용하는 프로그램/데이터 서비스에 대해서는 별도의 면허인 DTPS와 DTAS 면허가 각각 부여된다. DTPS 및 DTAS가 TLCS와 구별되는 또 다른 측면은, DTPS와 DTAS의 경우 Ofcom에 면허 신청을 하기 전에 DTT 멀티플렉스 면허 보유자로부터 해당 서비스 전송 동의를 얻어야 한다는 점이다. TLCS의 경우는 관련 플랫폼 보유자의 전송 동의 여부와는 상관없이 면허 신청을 할 수 있으며 해당 면허가 부여된 이후에 DTT 이외의 특정 플랫폼과 전송 계약을 맺게 된다. (물론, TLCS 면허를 갖고 있다고 해서 자동적으로 특정 플랫폼에 해당 서비스를 전송할 수 있게 되는 것은 아니다.) 또한 TLCS는 영국 내에서 방송 프로그램 제공 서비스 사업, 즉 방송 채널 사업을 수행하는 경우는 물론이고, 영국에 기반을 두고 있으면서 해외 플랫폼을 통해 해외 시청자를 대상

8) STS는 위성 방송 신호를 직접 수신하는 가구를 대상으로 하는 텔레비전 프로그램 공급 서비스뿐만 아니라 최종적으로는 케이블망을 통해 시청자에게 전달되지만 케이블망에 이르기 전까지는 위성 송신을 이용하는 경우에도 적용되었다. 한편 LPS는 위성 송신 설비의 개입 없이 케이블망이나 기타 통신망을 통해서 공급되는 텔레비전 프로그램 서비스와 VoD 서비스에게 적용되었다. 이들 플랫폼을 통해 텔레비전 프로그램을 제공하고자 하는 사업자는 STS나 LPS 가운데 어느 하나만을 보유하면 방송 서비스를 수행할 수 있었다.

으로 채널 사업을 수행하려는 경우에도 면허를 부여받아야 한다. 반면에 DTPS/DTAS는 영국 내의 DTT 멀티플렉스를 통해 프로그램/데이터 서비스를 제공하려는 사업자로 한정되어 있다.

제한적 텔레비전 서비스 면허(RTSLs: Restricted Television Service Licences)는 일부 지역의 아날로그 텔레비전 유틸 주파수를 활용한 방송 서비스 면허이다. 주파수 제한성이 높은 아날로그 방송 체계 아래에서 지역사회의 구체적인 요구를 최대한 수용하고자 한 결과물로서, 이른바 공동체 텔레비전 (community television) 형태의 지역 텔레비전의 가능성을 열어주었다. 하지만 이들은 공동체 텔레비전으로서의 공익성을 명확히 구현하지 못했음은 물론, 지역 텔레비전 상업 서비스로서도 스스로를 효과적으로 정립하지 못했다. 아날로그 유틸 주파수의 낮은 품질과 수신 설비 상의 제약과 같은 근본적인 문제도 있지만, 정확한 수용자 측정 체계가 존재하지 않아 광고주들로부터 외면을 받는다는 점 역시 빼놓을 수 없다.⁹⁾ 현재 2003년 커뮤니케이션법에는 지역 디지털 텔레비전 서비스(Local digital television service)에 관련된 조항이 마련되어 있는데, 이는 현재의 제한적인 아날로그 지역방송 면허인 RSTL을 디지털 면허로 전환할 수 있는 근거가 된다. 하지만 이는 디지털 전환이 종료되기 이전 시점에는 제공될 수 없는 서비스인 까닭에 아직까지는 구체적인 결정과 시행령이 공포되지는 않았다. 이에 일각에서는, 현재 디지털 지상파, 위성, 케이블 플랫폼을 통해 방송되고 있는 Community Channel에게 별도의 디지털 주파수를 배분해주어야 한다는 이른바 ‘채널6 캠페인’을 펼치고 있는데, 현재 분위기로 봐서는 실현 가능성이 아예 없는 주장은 아니다.

TLCS 면허와 DTPS 면허를 제외한 기타의 방송 서비스 면허는 주로 제한적 지역 방송을 대상으로 하거나 데이터 방송과 같은 부가적 서비스를 포괄하고 있기 때문에 영국 방송 구조의 가장 주변부에 위치한다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 이들 범주에 해당하는 사업자들은 TLCS나 DTPS 등과 비슷한 수준에서 구체화된 면허 조건을 따라 자신의 의무를 충실히 이행해야 한다. 만약 그와 같은 조건을 불성실하게 충족시킨다면 면허를 취소당하거나 갱신 거부되는 경우가 생길 수 있는 까닭에(실제로도 그와 같은 사례가 적지 않음), 이들은 공공서비스 방송 체계의 외곽에서도 일정한 공익적 기여를 제공

9) 특정 지역만을 대상으로 고정된 주파수를 할당해주는 면허는 RSTL-L로 분류되며 현재 부여된 면허 (2009년 현재 12개) 이외의 추가적인 면허 부여를 검토하지 않고 있다. 반면에 (예컨대 록페스티벌이라든가 지역 축구 클럽의 경기를 해당 지역의 전광판 등을 통해 생중계하는 방송 등과 같이) 특정 기간 동안 한정된 지역을 대상으로 진행되는 지역 이벤트 방송의 경우는 수시로 RSTL-E 면허를 발부해준다.

하기 위해 노력하지 않으면 안 된다. 이런 측면에서 이들 비PSB 방송 면허 사업자들은 한국식 PP나 MPP들에 비해서보다는 더 강력한 규제/감독을 받는 주체들이라고 할 수 있다.

이렇게 플랫폼 체계, PSB 시스템, 면허제도 등에 따라 차등적으로 구성되어 있는 방송 구조는, 그 각각의 조건에 조응하는 의무를 부여하고 수행성과를 감독하는 영국 규제 시스템의 바탕을 제공한다고 할 수 있다. 이에 대해서는 다음 내용을 통해 더욱 자세히 다루도록 하겠다.

2) 방송 규제 체계

(1) 개관

영국 방송 규제는 규제 대상과 범위 그리고 규제 주체 측면에서, 일차적으로는 BBC와 기타 방송, 이차적으로는 PSB와 비PSB를 대상으로 하는 복합적인 이원구조에 바탕을 두고 있다.

우선 BBC는 왕실칙허장(Royal Charter)이라는 독특한 법적 근거를 갖고 있기 때문에 여타의 방송 사업자와는 구별되는 독자적 대상으로 다루어진다. 2007년부터 발효된 개정 칙허장에 의해 BBC Trust는 BBC의 기업지배(corporate governance) 단위로서 최고 의사결정기관이자 BBC를 규제/감독하는 독립적 기구가 되었다. 기존에는 경영위원회(Board of Governors)가 그 역할을 수행하였으나, 규제/감독 기능에 비해 옹호 기능에 너무 치우쳐 있다는 평가에 따라 현재의 Trust 체계로 변경된 것이다. 트러스트는 (정부도 BBC도 아니라) 수신료 납부자의 이해를 대변하는 일종의 수탁자(trustees)로서 과거의 경영위원회에 비해 더 강력한 규제 권한을 갖게 되었다고 할 수 있다.

기타 방송사들에 대한 모든 종류의 규제권은 오프콤에 집중되어 있다. 나아가 2003년 커뮤니케이션법의 특징은 오프콤으로 하여금 BBC에 관련된 부분적인 규제 권한을 가질 수 있도록 허용하였다는 점이다. 우선 오프콤은 BBC가 칙허장과 협정서의 규정을 충실히 준수하고 있는가를 감시(oversee)할 수 있다. 물론 이는 트러스트와 같은 수준의 직접적인 개입 권한을 뜻하지는 않지만, 주기적인 ‘공공서비스 방송 검토 보고서(Ofcom PSB Review)’를 작성하는 데 그 내용이 활용되며 이는 다시 당국의 현황 파악과 정책 형성의 근거가 되기 때문에 중요한 의미를 지닌다. 둘째, BBC 신규 서비스에 대한 인허가

권을 갖게 된 트러스트는 이에 대한 승인/불허 결정을 내리기 위해 ‘공공가치 심사(public value test)’를 수행하는데 그것의 핵심 구성요소 가운데 하나인 ‘시장영향평가(market impact assessment)’를 오프콤이 담당하게 됨에 따라 BBC 정책에 대한 상당한 수준의 개입 가능성을 보유하게 되었다. 또한 셋째, BBC의 시사/보도 콘텐츠를 제외한 다른 모든 내용물에 대한 심의권과 벌칙 부과권이 오프콤에 부여됨으로써 BBC에 대한 외부 규제가 처음으로 현실화했다. 특히 이 세 번째 부분은 오프콤이 수행하는 수평적/차등적 방송 규제, 즉 이른바 층위별 규제(tier regulation)와 밀접한 관련을 갖는데 이에 대해서는 아래에서 더 자세히 설명토록 하겠다.

영국의 방송 규제는 대개 구조적 규제와 내용물 규제로 나뉜다. 먼저, 구조적 규제(structural regulation)란 방송의 ‘내용’이 아닌 ‘형식’에 대한 규제로서 크게 소유 규제와 경쟁 규제로 대별된다. 여기서 다시 소유 규제는 ① 방송 시장에 대한 진입 규제의 일종으로서, 방송사 소유 자격에 대한 제한 ② 교차소유 규제 ③ 소유권 변동에 대한 규제 ④ 지역 라디오 채널 수에 대한 규제 등이 있다. 이는 대개 방송 사업 인허가에 관련된 문제이기 때문에 실질적으로는 사전(ex-ante) 규제 형식을 취하지만, 이미 발생한 인수/합병건이나 소유권 변동 등의 경우에 따라서는 사후(ex-post) 규제 형식을 따르기도 한다. 소유 규제에 밀접히 연관된(좀 더 정확히 말하자면, 소유 규제보다 더 상위의 일반적 시장 규제에 해당하는) 경쟁 규제는 모든 종류의 경쟁 저해 행위(예컨대, 시장 지배적 행위자의 등장, 인수/합병으로 인한 시장 교란, 비합리적 가격 정책, 불공정거래, 새로운 서비스에 의한 시장 왜곡 등)에 대한 규제를 포함하며 일반적으로는 사후 규제 형식을 취하게 마련이다.

다음으로 내용물 규제(content regulation)는 일반적인 시장과는 달리 물리적 생산물이 아니라 정신적이고 문화적인 생산물을 다루는 방송 부문의 특성상 대두되는 것으로서, 과거의 검열(censorship) 방식은 피하되 주로 불만처리(complaints) 과정에 의거한 심의 형식을 취하기 때문에 보통 사후 규제에 해당한다. 내용물 규제에는 크게 프로그램 편성 규제와 내용물 심의가 있다. 프로그램 편성 규제는 ① 장르별 분량/편성 시간 규제 ② 독립제작(independent production) 쿼터 ③ 원제작(original production) 쿼터 ④ 지방제작(regional production) 쿼터 등을 통해 이뤄진다. 내용물 심의는 BBC 편성지침(Editorial Guideline)이나 오프콤 방송규정(Broadcasting Code)에 근거하여 불만처리 형식으로 수행된다. 이를 위해 BBC는 트러스트 안에 내용물 불만처리 전담국

(Editorial Complaints Unit)을 두고 있으며, 오프콤은 산하 독립위원회 가운데 하나로써 내용물위원회(Content Board)를 운영한다.

광고 규제 역시 구조적 규제와 내용물 규제가 동시에 적용되는 분야랄 수 있는데, 오프콤의 규제는 광고와 프로그램 사이의 엄격한 분리 원칙에 의거하여 광고의 종류, 형태, 시간 등을 다루는 ‘형식’ 규제에 관련되어 있으며, 광고 ‘내용’에 대한 규제는 광고업계의 자율 규제 기구인 ASA(Advertising Standards Authority)에게 권한 이양되어 있다. 이러한 측면은 변화된 미디어 환경에 의해 급부상하고 있는 영역인 VoD 서비스에 대한 규제에서도 확인할 수 있다. 위에서도 잠시 언급했던 것처럼, 2003년 커뮤니케이션법 이전까지는 인허가 대상으로 분류되었던 VoD 서비스는 2003년 커뮤니케이션법 이후로 탈규제됨으로써 방송 면허 체계를 통한 구조적 규제로부터 자유로워진 된 바 있다. 문제는, 구조적 규제 측면에서의 이와 같은 탈규제는 그렇다 쳐도, VoD의 내용물에 대한 규제는 어떠한 형식을 띠어야 하는가에 관해 명확한 지침이 수립되지 않은 상황에 있었다. 이에, 오프콤은 2010년 3월을 기해 VoD 서비스에 공동규제(co-regulation) 계획을 공표하였으며, 바야흐로 본격화 단계 접어들고 있는 신규 방송 서비스 시장에 대한 새로운 규제 형태로서 주목을 받고 있다. 오프콤의 결정에 따르면, 광고 부문에서의 ASA와 유사한 형태이자, 인터넷에서의 자율 규제 형식에 조응하는 위임형 자율규제 조직으로서 ATVOD(Association for Television On Demand)를 선정한 것이 핵심이다. ‘텔레비전 프로그램과 마찬가지로 일정한 편성적(editorial) 특성을 지니고 있는 주문형 콘텐츠’를 제공하는 사업자는 관련 협회인 ATVOD에 그 사실을 신고하도록 함과 동시에, ATVOD는 적합한 형태의 내용물 규제 규칙을 제정/공표하여 그에 입각한 자율규제를 실시할 권한을 부여한 것이다.

구조적 규제와 내용물 규제와 부분적으로 연관되지만 어느 하나의 규제 영역 속에 명확히 포함되지는 않는, 그럼에도 불구하고 방송 시장에 대한 공적 개입이 여전히 요구되는 측면에 대해서는 사안에 따른 규제가 이뤄진다. 이는 대개 연관법이 추상적으로 규정하고 있는 바를 규제기관이 구체적인 시행령이나 시행세칙 차원에서 적용하는 과정에서 대두되는데, 가장 대표적으로는 방송 네트워크의 ‘보편적 서비스’ 차원에서 시행되는 의무재전송(must-carry) 규제가 이에 해당한다. 또한, 이 역시 ‘보편적 서비스’ 차원에 연관된 것으로서, 국민적 관심사가 집중되는 주요 스포츠 이벤트(listed events)의 중계권에 관련된 규제도 이에 해당하는 중요한 사례라고 할 수 있을 것이다.

(2) BBC에 대한 규제

① 구조적 규제

BBC 규제에 관련된 거의 모든 종류의 원칙은 10년 단위로 개정되는 왕실 칙허장과 협정서에 의거한다. 왕실칙허장은 의회가 제정하는 법률이 아니라 국왕 대권을 위임받은 국무위원(Secretary of State)이 제정/개정/공표하는 것이다. 의회의 승인 대상이 아니기 때문에, BBC의 정치적 독립성은 물론 독특한 형태의 문화적 제도로서의 특수 지위를 가능하게 하는 준거가 된다. 한편, 왕실칙허장이 BBC의 법인으로서의 지위와 형식을 추상적으로 규정하는 것이라고 한다면, 협정서는 주무장관인 문화부장관과 BBC 사이의 구체적인 협약 내용을 다루는 것이다. 따라서 규제에 관련된 세부 사항은 협정서에 의해 규정된다.

BBC에 대한 구조적 규제는 BBC의 기존 서비스를 폐지/변경하거나 신규 서비스(신규 채널이나 새로운 플랫폼을 통한 서비스: 최근의 경우 BBC의 무료 위성방송 플랫폼인 Freesat이나 온라인 다시보기 서비스인 iPlayer같은 것을 들 수 있음)를 승인/불허하는 것에 관련된다. 기존 칙허장에서는 이와 같은 구조적 규제에 대한 권한을 문화부장관이 갖고 있었으나 2007년 칙허장 이후로는 트러스트가 이를 넘겨 받았다. 이는 트러스트가 기존보다 강한 규제 권한을 지니게 됨을 가장 대표적으로 보여주는 사례라고 할 수 있다. 요컨대 개정 칙허장은 BBC 서비스 각각에 대한 '서비스 면허' 제도를 도입했으며, 트러스트가 이 면허를 부여하거나 회수하는 권한을 가지게 했다.

BBC 운영 단위가 제출한 신규 서비스 제안서를 승인하거나 불허하기 위해 트러스트는 '공공가치 심사(PVT: Public Value Test)'를 수행한다. 공공가치 심사는 다시 '공공가치 평가(PVA: Public Value Assessment)'와 '시장영향 평가(MIA: Market Impact Assessment)'로 나뉜다. 공공가치 평가는 트러스트가 수행하며 시장영향 평가는 오프콤이 담당한다. 공공가치 평가는 제안된 신규 서비스가 고품질성, 창의성 등과 같은 BBC의 핵심 공공가치와 공적 목표(public purpose)에 부합하는가 여부를 종합적으로 판단하며, 시장영향 평가는 제안된 신규 서비스가 기존 시장 질서를 심각하게 왜곡하거나 교란할 가능성이 있는지를 판단한다. 예컨대, BBC가 온라인을 통해 제공하고자 했던 광범위 교육 콘텐츠 서비스인 BBC Jam은 공공가치 심사를 통과하지 못하여 제

안서가 반려되었던 바 있다. 또한, BBC를 비롯하여 기타 지상파 방송사의 콘텐츠를 광대한 아카이브로 만들어서 시청자들에게 제공하고자 했던 Project Canvas는 공공가치 심사는 통과하였지만 경쟁위원회의 개입에 의해 불허 결정이 떨어진 사례이다. 특히 이는 트러스트가 BBC에 대한 구조적 규제를 수행하는 기관이기는 하지만 경쟁위원회나 법원의 판결에 의해 해당 결정이 뒤집힐 수 있음을 극적으로 보여준 경우라 하겠다.

② 내용물 규제

BBC에 대한 내용물 규제는 BBC 트러스트의 규제 영역과 오프콤의 규제 영역으로 대별된다. 오프콤의 내용물 규제는 앞에서 언급한 바 있는 층위별 규제에 근거하고 있는데, 세 가지 층위(Tier 1, 2, 3)로 구분된다. 여기서 제1층위는 내용물 심의에 관련된 것이고, 2층위는 프로그램 편성에 관련된 것이며, 3층위는 프로그램 편성 정책서 공표(Statement of Programme Policy)에 관련된 것이다. 프로그램 편성 및 내용물 심의 측면에서, BBC 역시 오프콤이 공공서비스 방송사 일반에게 부과하는 내용물 규제 기준을 폭넓게 수용하는 경향이 있는데, 대개, 오프콤 기준+a를 지향한다.

좀 더 구체적으로 말하자면, 제1층위 규제는 영국내 모든 방송사 혹은 방송 채널/프로그램 공급 서비스(즉, PSB 면허, TLCS 면허, DTPS 면허, RSTL 보유자)에 대한 소극적 내용물 규제(negative content regulation)를 다룬다. 내용물의 위해성(Harm & Offence), 정확성과 불편부당성(Accuracy & Impartiality), 공정성과 프라이버시(Fairness & Privacy)가 핵심적 규제 대상이다. 이에 더하여 적극적 내용물 규제(positive content regulation) 영역도 이에 포함되는데, 시청각적 장애를 가진 수용자를 위한 자막, 수화, 음성 기술(audio description) 방송을 공급하도록 하는 규정이 그것이다. 여기서 BBC는 저널리즘 콘텐츠에 연관된 ‘정확성과 불편부당성’ 측면에 대해서는 BBC 자체의 내용물 심의를 수행하며, 기타 영역에 대해서는 오프콤의 규제를 수용한다. BBC의 존재의의 가운데 하나가 바로 보도 조직으로서의 독립적 저널리즘인데 오프콤과 같은 외부 기구의 개입은 이러한 독립성을 침해할 가능성을 갖기 때문에 저널리즘 콘텐츠에 대해서만큼은 자체 심의 영역으로 남겨둔 것이라 이해할 수 있다. 제1층위 규제에서는, 문제가 되는 내용에 대해 트러스트나 오프콤이 직접 개입하기보다는 시청자 등에 의해 공식적인 불만이 접수된 이후

그에 따른 사후적인 심의를 수행하는 방식을 취한다. 오프콤이 규제 권한을 갖고 있는 내용물 심의 영역에서도, (트러스트에) 접수된 불만은 우선 트러스트가 처리한다. 그에 관한 트러스트의 결정에 대해 불만접수자가 불복할 경우 (충분한 이유가 있다고 판단되었을 때) 오프콤이 개입하여 심의를 수행하도록 되어 있다. 내용물 심의는 위에서 언급한 BBC 트러스트 내부의 내용물 불만 처리 전담국과 오프콤 산하의 독립적 내용물위원회가 담당한다. 오프콤이 개입한 심의의 경우 정정방송이나 벌금과 같은 벌칙이 부과될 수 있다.

제2층위 규제는 원제작 쿼터, 독립제작 쿼터, 지방제작 쿼터, 유럽 제작 쿼터 등과 같은 수량적 차원을 다룬다. 이 층위의 규제 역시 기본적으로 영국 내 모든 방송 채널/프로그램 공급 서비스에 관련되어 있다. 하지만 구체적인 적용 조건은 방송 면허 종류에 따라 조금씩 차등화되어 있다. 상업 방송에 관한 규제는 이후에 자세히 서술하도록 하고, BBC에 관련된 요소들만을 밝히자면, PSB에게 일반적으로 적용하는 기준은 BBC 1과 2에 해당하며, BBC의 기타 채널이나 서비스의 경우에는 BBC 자체적인 기준(대개 좀 더 완화된 형태의 차등적 기준)을 따른다. 예컨대 BBC 1, 2에 적용되는 쿼터 가운데, 원제작(즉, 재방송 분량을 제외한) 쿼터는 전체 프로그램 편성 기준 70%, 피크타임 기준 90%이며, 지방제작 쿼터는 프로그램 제작비 기준 30%, 편성시간 기준 25%이고, 독립제작 쿼터는 25%이다. (독립제작 쿼터는 BBC 1과 2를 합산하여 산정하지 않고 각각 개별적으로 적용하며, 편성시간과 제작비 양 측면에서 모두 기준을 충족시켜야 한다. 이와 같은 제작 쿼터 이외에도 각 민족권역과 지방(Nations & Regions)을 위한 별도의 프로그램을 제작/편성하도록 하는 자체 규제 내용도 있다. 또한, ‘창의적 경쟁의 창(WoCC: Window of Creative Competition)’은 오프콤의 기준 이상으로 BBC가 자발적으로 수행하고 있는 독립제작 규제의 중요 사례이다. 이에 따르면 기본 25%를 독립제작 부문에게 유보하고, 50%를 자체제작 부문에게 할당하는 한편, 나머지 25%는 철저히 창의성만을 기준으로 독립제작 부문과 자체제작 부문이 경쟁하도록 되어 있다.

마지막으로 제3층위 규제는 기본적으로 PSB 일반에게만 적용되는 규제인데, 프로그램 장르별 편성 분량/시간에 관련된 규제가 핵심이다. 2003년 커뮤니케이션법은 PSB 상업 방송사인 채널3, 4, 5 면허 보유자에게 각각 부여하는 ‘공공서비스 방송 과제(PSB remits)’에 자세한 내용을 규정하고 있는데, 이를 매년의 운영 목표로서 자발적으로 구체화시킨 ‘프로그램 정책서’를 공표하고 이에 바탕을 두어 자신의 수행성과에 대한 평가를 자체적으로 내리도록 한다.

헌데, 오프콤은 BBC에 대해서는 이 층위에 적용할 규제 권한을 갖고 있지 않기 때문에 BBC 트러스트가 그에 상응하는 규제를 담당한다. 예컨대 BBC는 2007년 칙허장에서, 창의성과 문화적 우수성의 진작, 민족권역과 지역 공동체의 목소리 반영, 세계와 영국의 연결 등과 같은 여섯 가지 공적 목표(public purpose)를 설정해 두었다. BBC 트러스트는 이 각각의 목표를 구체화한 과제(public purpose remits)를 제시하고 그 각각에 대한 수행평가를 수시로/주기적으로 시행한다. (BBC의 공적 목표 과제는 2003년 커뮤니케이션법이 PSB 면허 보유자에 부여한 공공서비스 방송 과제에 조응하는 형태라고 할만하다. 법적으로 강제되는 것은 아니라 해도, BBC 역시 여타 PSB에 부응하는 프로그램 정책서를 자발적으로 공표하고 있다.)

(3) 기타 방송사에 대한 규제

① 구조적 규제

구조적 규제의 핵심 가운데 하나인 진입 규제, 즉 방송 서비스 인허가에 관련된 문제는 위의 방송 면허 체계를 통해 대략적인 소개를 한 바 있기 때문에 여기서는 주로 소유권 규제와 경쟁 규제 측면에서 논의를 진행하도록 하겠다.

영국은 신문, 방송, 라디오 등을 통틀어 적용하는 특수 규정 형태의 미디어 소유 규칙(MO Rules: Media Ownership Rules)을 갖고 있다. 대개의 소유 규제는 특수 법령보다는 경쟁 규제 형식의 일반적 차원의 경제적 규제로 해결하는 추세이지만, 미디어 부문의 경우는 여전히 최소한의 미디어 소유 규칙이 별도로 요구된다고 판단하고 있기 때문이다. 이 가운데 방송 부문에 연관된 소유 규제는 다음과 같은 여섯 가지 소유 규칙에 근거하여 수행된다.

- 일반적 소유 금지 규정(general disqualification)
- 조건부 소유 제한 규정(qualified restrictions)
- 라디오 방송 면허 복수 소유 제한 규정(restrictions on ownership of multiple radio licences)
- 교차 소유 제한 규정(cross media ownership)
- 미디어 기업 간 합병 제한 규정(mergers between media companies)
- 주요 지상파 텔레비전 채널에 대한 뉴스 공급자 선정(appointed news provider)

먼저, ① 일반적 소유 금지 규정은 1990년 방송법, 1996년 방송법, 2003년 커뮤니케이션법에 의해 주어지는 상업 방송 면허에 대한 소유가 금지된 주체에 관련된 규정으로서, 지역 관청, 정치 조직, BBC와 웨일스방송청(이들은 각자의 법적 근거에 따라 방송 서비스를 수행할 수 있는 반면, 오프콤이 부여하는 방송 면허는 가질 수 없다는 의미이다. DTT, 케이블, 위성 등의 플랫폼을 통해 제공되는 BBC 채널은 TLCS나 DTSPS 면허를 부여받은 것이 아니라 BBC 서비스 면허를 가진 채널들이 의무재전송되는 것으로 이해하면 된다.) 등이 그에 해당한다. 다음으로 ② 조건부 소유 제한 규정은 특정 방송 면허에 접근할 수 없는 특정 주체들에 대한 규정이다. 예컨대 공영방송사는 다른 채널3과 채널5 면허를 보유할 수 없다든가, BT와 같이 전국 단위 대규모 통신망 사업자는 PSB 면허와 전국 라디오 방송 면허를 갖지 못한다든가, 종교 단체는 지역 라디오 채널 이외의 방송 면허에 접근할 수 없다든가 하는 조건부 규정에 해당한다. ③ 라디오 방송 면허 복수 소유 제한 규정은 동일 권역 혹은 인접 권역을 대상으로 하는 라디오 면허를 동시에 보유할 수 없게 한 규정이다. 모든 미디어 소유 규칙 가운데 가장 복잡한 적용 방식을 보여주는 규칙으로서 일정한 점수 산정 시스템에 근거한다. ④ 교차소유 제한 규정은 한동안 크게 관심을 끌었던 신문-방송 겸영 금지에 관련된 조항으로서 이른바 20:20 규칙으로 통칭된다. 전국 신문 시장점유율 총합 20%를 넘어서는 기업은 채널3 면허 지분의 20% 이상을 보유할 수 없고 그 역도 마찬가지이다. 또한 특정 지역 신문 시장점유율 총합 20%를 넘는 기업은 해당 지역 채널3 면허의 20% 이상을 가질 수 없으며 그 역도 마찬가지이다. ⑤ 뉴스 공급자 선정에 관련된 규정은, 방송 저널리즘의 다원성을 보장하기 위한 규정으로서, 압도적 형태의 방송 뉴스 조직인 BBC 이외의 '목소리'가 여타 PSB에 담겨야 한다는 목적의식을 반영한다. 주로 채널3에 대한 뉴스 공급자를 선정할 때 관점의 다원성을 확보하기 위해 적용되어야 하는 여러 가지 기준에 관련된 규정이다.

마지막으로 ⑥ 미디어 기업간 합병 제한 규정은 경쟁 규제 영역에 더 가까우며 일반 기업간 합병을 관장하는 2002년 기업법과 1998년 경쟁법에 포함되어 있는 연관 규정의 적용을 받는다. 요컨대 미디어 기업 역시 합병에 의한 경쟁 저해를 판단하는 데 있어 특수한 형태의 미디어 관련 법령보다는 일반적 형태의 경쟁관련 법령에 의거하여 처리하도록 하고 있다는 것이다. 하지만 미디어 기업간 합병에는 여전히 특수한 고려 요인이 개입되지 않을 수 없는데, 미디어 기업간 합병 가운데 '공익적 고려 사항(public interest considerations)'

이 적용되어야 할 사례로 판명될 경우, 주무장관의 결정에 따라 ‘특수 개입’ 통고가 이뤄지고, 해당 사안을 경쟁위원회에 회부할 것인지 여부를 공정거래청이 판단하도록 되어 있다. 이때 오프콤은 해당 합병이 공익적 차원에서 저해 요인을 갖고 있는지를 심사하여 그 의견을 공정거래청, 주무장관, 그리고 경쟁위원회에 제공할 수 있는 권한을 갖고 있다. 예컨대 BSkyB가 ITV plc의 주식 17%가량을 매집한 사안에 대하여 (이것이 비록 교차소유 제한 규정을 직접 위배하지 않았어도) 오프콤, 공정거래청, 경쟁위원회 등이 순차적으로 개입하여 해당 지분의 대폭 축소를 강제했던 것은, 이와 같은 규정이 실제로 적용되는 방식을 가늠하게 해주는 좋은 사례라 하겠다.

또한 오프콤은 미디어 기업간 합병 제한 규정의 적용 대상이 되는 사안 이전에, 자신이 면허를 부여한 방송 사업자에 대해서는 해당 사업자의 소유구조가 변동될 예정이거나 변동이 발생하였을 때 이에 개입할 수 있는 권리가 있다. 이럴 경우 오프콤은 문제시될 수 있는 소유구조 변동이 실제로 발생했는지, 그와 같은 변동이 애초에 부여한 방송 면허 조건에 위배되는 사안을 초래하는지, 그리고 향후 활동에서 면허에 따른 과제를 제대로 이행할 수 있을 것으로 판단되는지 등을 심사하여 구체적인 규제 개입을 실행한다.

이와 같은 소유권 관련 이슈 이외에도, 오프콤은 방송 사업자들의 특정 행위가 경쟁 저해를 유발하지 않도록 관리하고 구체적인 판단에 근거한 실효적 개입을 할 수 있다. 방송사들의 가격 정책과 공정 거래에 관련된 오프콤의 개입 활동이 대표적인 예라 할 수 있는데, 최근 방송사들이 연루된 바 있던 할증요율 전화 서비스(PRTS: premium rate telephony service) 사기 이슈에 대해 오프콤이 개입하여 사상 초유의 벌금을 부과한 사례가 그것이다.

② 내용물 규제

오프콤의 내용물 규제 방식은 위에서 언급한 층위별 규제에 전적으로 근거한다. 제1층위 규제는 내용물 심의에 관련된 것으로서 오프콤 방송규정의 적용 대상이 되는 사안으로서 이에 대해서는 어느 정도 소개가 이뤄졌다고 판단한다. 제2층위 규제는 프로그램 제작 쿼터에 관련된 것으로서 그 핵심 내용은 아래와 같다.

<표 2-2> PSB 방송사에 대한 제2층위 규제

쿼터	채널3	채널4	채널5
독립제작 (시간)	25%	25%	25%
원제작 총합 (시간)	65%	60%	51% (2009년 이전) 60% (2009년 이후)
원제작 피크타임 (시간)	85%	70%	10%
지방제작 (시간)	33%	30%	10%
지방제작 (제작비)	40%	30%	10%
해당 지역에서의 지방제작	90%		
유럽제작	50%	50%	50%
유럽독립제작	10%	10%	10%

출처: Ofcom (2004) PSB Review Phase 1에서 재구성

제3층위 규제 내용은 PSB 각각의 구체적인 면허 조건에 연관된 것으로서 공공서비스 과제의 형태로 제시된다. 여기서는 오프콤이 제2층위만큼의 구체적인 쿼터를 부여할 권한을 갖고 있지 않은 까닭에 기본적으로 각 방송사들의 자율적인 기준에 의존한다. 특히 각 PSB의 핵심 과제를 현실화시킬 수 있는 방안으로서 주요 프로그램 장르에 대한 편성 기준이 중요한데, 각 방송사는 이와 같은 내용을 프로그램 정책서에 포함시킨다.

<표 2-3> PSB 상업방송사 프로그램 장르별 편성 기준 (1주일)

	채널3	채널4	채널5
전국			
뉴스, 기상	7 시간	4 시간	9 시간
시사	1 시간 30	4 시간	2 시간 30 분
종교	2 시간	1 시간	1 시간
아동 총합	7 시간 30 분		10 시간 56 분
아동 드라마	1 시간 26 분		46 분
아동 정보	1 시간		9 시간 10 분
미취학	1 시간 21		
다큐멘터리	1 시간 45		2 시간
교육	1 시간 45	7 시간s	3 시간
예술	45 분		30 분
학교		6 시간 20분	
다문화		3 시간	
전국 총합	22 시간 15 분	25 시간 20 분	29 시간 40 분
전국 피크타임			
뉴스	2 시간 24 분	4 시간	2 시간 41 분
시사	40 분	1 시간 32 분	12 분
지역 편성			
뉴스	5 시간 30 분		
시사	26 분		
기타	2 시간 34 분		
지역 편성 총합	8 시간 30 분		
지역 편성 피크타임	3 시간 17 분		

출처: Ofcom (2004) PSB Review Phase 1에서 재구성

이와 같은 기준은 (기본적으로 자율적인 것이기는 해도) 오프콤의 규제로부터 완전히 벗어난 ‘자유’를 갖고 있는 것은 아니다. 오프콤은 각각의 공공서비스 과제 측면에서 해당 기준이 적합하게 설정되어 있는지 여부를 감독할 수 있으며, 만약 기존의 기준에서 현격히 벗어난 방향으로 변화가 발생할 경우에는 이에 개입할 수 있다. 예컨대 최근 오프콤은 채널3의 공공서비스 과제 가운데 특히 중요한 의미를 갖는 지역 편성 차원에서 채널3의 공공서비스 의무와 상업적 이해 사이에 심각한 수준의 괴리가 발생하고 있음을 인정하였지만 채널3이 바라는 만큼의 대폭적인 완화는 허용하지 않고 절충안을 도출해낸 사례가 있다. 마찬가지로 측면에서 아동 프로그램 장르 편성 기준을 완화시켜주기도 했는데, 오프콤은 이러한 결정을 내릴 때에도 기타의 주요 정책 형성 과정이나 규제 방식/기준 변화에 적용되는 의견수렴 과정을 적용한 바 있다.

한편, PSB를 제외한 기타 방송 면허에 대해서도 근본적으로 크게 다르지 않은 형태의 내용물 규제가 이뤄지고 있음에 주목할 필요가 있다. 물론 PSB에 준할 만큼 타이트한 규제를 시행하고 있는 것은 아니지만, 예컨대 내용물심의 측면에서는 모든 방송 서비스 면허에 대해 동일한 규정을 적용하며, 제작 쿼터나 편성 시간 관련 규제 측면에서는 PSB보다 상대적으로 완화된 기준을 활용한다. (TLPS나 DTPS 면허를 갖고 있는 비PSB 채널에 대해서는 예컨대 독립제작 쿼터 10% 수준을 적용한다.) 물론 이 경우에는 각 방송 서비스 면허의 구체적인 조건에 따른 기준이 마련되어 있다.

3) 주요 방송 정책

(1) 개관

영국의 방송 정책은 문화부(정식 명칭은 문화미디어스포츠부, DCMS: Department of Culture, Media and Sport)에 의해 주도적으로 입안/집행된다. 의원내각제에 기반을 두고 있는 영국적 특성상 정부 부서가 입안한 정책은 그 대로 의회의 승인을 받게 되는 것이 일반적이다. 집권 다수당의 의원이 정부 부서와 내각을 책임지는 시스템인 까닭이다. 정부와 의회(다수파)가 분리되어 있지 않은 관계로, 의원 개인의 발의에 의한 입법/정책화 사례가 부재하는 것은 아니지만 대단히 드물다. 물론 정부 부서가 입안한 정책이 자동적으로 의회의 승인을 받게 되는 것은 아니다. 야당은 집권당의 각 정부 부서에 대응하

는 시스템(이른바 그림자내각 shadow cabinet)을 갖고 있기 때문에 정부 부서의 모든 정책들은 의회의 정밀한 검토를 받게 되어 있다. 방송 정책의 경우 사안에 따라 하원의회의 해당 상임위원회(Select Committee)나 양원합동위원회(Joint Select Committee) 혹은 특별위원회(Special Committee) 등의 논의를 거치며, 논쟁의 대상이 되는 이슈의 경우 대개 의회 본회의에 상정되기 이전에 상당한 조정을 받게 마련이다. 원만히 타협되지 않은 정책과 법안을 무리하게 통과시키려 할 경우에는 심지어 집권당 내부에서 저항과 분열이 발생하는 경우가 많아서 어지간하면 시도되지 않는다. 만약 본회의에 상정되었는데도 반발표에 의해 통과가 이뤄지지 않을 경우에는 그 책임을 물어 지도부를 교체하거나 (이 경우 집권당수의 교체, 즉 수상의 교체까지 가능함) 국민의 재신임을 받기 위해 의회가 해산되는 경우까지 발생할 수 있기 때문이다. 여론의 동향에 민감할 수밖에 없는 정치시스템의 특성상, 권력 기반을 위협할 수 있는 정치적 위기를 회피하기 위해 타협과 조정이 일반화되어 있다.

의회에서 과도한 논쟁이 발생하는 것을 막고 정책이 최대한 사회적 합의의 형식을 띠기 위해 영국 정부는 이른바 '올바른 정책 형성'을 위한 사회적 의견수렴 과정(consultation process) 중시한다. 이 협의 과정에는 정부와 의회는 물론 주요한 이해당사자(stake holders)들이 망라되며, 공식적인 정책 의제를 설정하여 그에 대해 각자의 입장과 견해를 제출하도록 한다. 이는 단계적인 방식을 통해 이뤄지는데, 예컨대 법률의 형태로 제정되는 경우,

주기적인 현황 조사 → 의견 수렴 → 권고 사항 도출 → 정책 의제 설정 →
 녹색 발행 → 의견 수렴 → 백서 발행 → 의견 수렴 → 법안 발의 → 의견 수
 려 → 의회 상임위원회 논의 → 본회의 논의 → 입법 → 시행세칙 마련

등의 절차들을 점진적으로 밟아 간다. 2003년 커뮤니케이션법은 이와 같은 절차를 충실히 밟아간 사례에 속하며, 의회에서 제정하는 법률은 아니라고 하더라도 2007년에 발효된 BBC 칙허장 역시 이에 준하는 형식을 갖고 있었다. 최근 통과된 2010년 디지털경제법 역시 마찬가지이다. 물론 모든 정책이 법률의 형태를 띠지 않는 까닭에 반드시 녹색, 백서, 법안 등의 절차를 거치는 것은 아니다. 하지만 일상적인 정책을 관장하는 오프콤이나 BBC 트러스트의 경우 구체적인 정책을 결정하는 과정에서 이와 유사한 형태의 사회적 의견수렴 과정을 반드시 거침으로써 주요 이해당사자들의 의견이 소외되지 않도록 하고 있다.

지금까지의 방송 정책은 기존 노동당 정부가 10년 넘게 강력히 추진해온 두 가지 목표, 즉, 디지털 시대에 부합하는 방송의 공공성 유지/강화, 그리고 적재적소의 탈규제를 통한 시장 활성화를 중심으로 구성되어 왔다. 특히 2003년 커뮤니케이션법에 기반을 두어 오프콤이 채택한 기본적 정책 목표는, ① 고품질성과 광범위한 소구력을 갖춘 방송 서비스를 폭넓게 제공할 수 있도록 보장하는 것 ② 방송 서비스 공급 측면에서 다원성(plurality)을 유지하는 것 ③ 위해한 내용물, 불공정한 대우, 사생활 침해로부터 수용자를 보호하기 위한 수단을 제공하는 것으로 요약된다. 따라서 이를 위한 정책 수단으로 ① 광대역망 확대 촉진 ② 디지털 전환 촉진 ③ 다원적 세계에 부합하는 내용물 규제 ④ 망에 대한 공정한 접근 보장 ⑤ 주파수 관리 측면에서 좀 더 시장중심적인 접근 도입 등이 제시되었다.

한편, 최근 총선 결과를 통해 보수당-자유민주당 연합정부가 탄생함에 따라 이와 같은 노동당의 ‘유산(legacy)’에 대해 신정부가 어떠한 입장을 취할 것인가가 초미의 관심사로 떠오르고 있다. 연합정부의 중심세력인 보수당은 노동당에 비해 좀 더 시장 중심적이고 탈규제적인 접근법을 갖고 있다는 점에는 이론의 여지가 없으나, 이것이 과연 매우 근본적인 방식의 변화, 예컨대 BBC나 C4C의 민영화, 수신료 폐지, 교차소유 제한 규정 철폐 등으로 이어질 가능성은 그리 높지 않다. 1990년대 후반 이후로 10년 넘게 ‘불임정당’ 취급을 받았던 보수당이 갑자기 수권정당으로 부각될 수 있었던 것에는 무엇보다도 중도적 접근법의 강화와 온정적 보수주의의 재구성 전략이 폭넓은 지지를 획득할 수 있었기 때문이다. 또한 보수당의 연정 파트너인 자유민주당은 이념적으로는 노동당에 오히려 더 가까운 정책을 갖고 있기 때문에 보수당이 과거의 대처리즘과 같은 형태의 강력한 신자유주의 정책을 펼치기는 어려운 조건에 있다. 따라서 이를테면, 현 수상인 데이비드 캐머런이 몇 차례에 걸쳐 강조했던 ‘오프콤 폐지 혹은 대폭 축소론’이라든가 ‘수신료 동결’ 등과 같은 비교적 완화된 형태의 시장 자유주의적 정책도 애초의 의도대로 관철될 가능성도 그리 높지 않다는 것이 현재까지의 관측이다. 결국 최소한 당분간은 새로 구성된 연합정부 역시 노동당 정부가 추진해왔던 방송 정책의 기초에서 크게 동떨어지지 않은 궤적을 밟아갈 공산이 크다.

이와 같은 잠정적 판단에 입각하여, 이하의 내용에서는 PSB 체계의 유지/강화와 시장 활성화라는 기본적 방향성 측면에서 (전후의 논의를 통해 부각되지 않았던 내용을 중심으로) 몇 가지 핵심 정책 사안들을 검토해보면서 향후

어떠한 변화가 발생할 수 있을 것인가를 간략히 언급하도록 하겠다.

(2) 수신료 정책

영국 방송 부문에서 생성되는 전체 자원 가운데 크기는 약 20%가량을 차지하는 수신료(television licence fee)는 방송정책을 구성하는 중요한 근간이 된다. 영국 방송구조의 중심축이랄 수 있는 BBC의 운영 재원으로서만이 아니라, 독립제작 부문의 활성화, 방송 인력 교육과 훈련, S4C와 같은 상대적으로 작은 규모를 지니고 있는 공적 부문에 대한 지원과 보조, 그리고 특히 최근에는 방송의 디지털 전환을 위한 자금(취약계층 지원, 홍보 기구 운영 등)으로서도 큰 의미를 지니고 있기 때문이다.

영국내 모든 가구에 부과되는 텔레비전 수신료는 현재 2003년 커뮤니케이션법에 의해 그 징수 권한과 책임을 BBC가 갖도록 규정하고 있다. 텔레비전 수신료는 BBC의 기본 재원이기는 하지만 BBC가 수신료를 전용하는 것이 자동적으로 보장되어 있는 것은 아니다. 2003년 커뮤니케이션법은 주무장관(여기서는 문화부장관)이 텔레비전 수신료의 사용에 대한 구체적인 지시(direction)를 내리도록 규정하고 있고, 이에 따라 징수 방식, 징수 규모, 사용 방법에 대한 구체적인 규정은 BBC 협정서를 통해 제시된다.

최근까지의 수신료 정책은 대체로 BBC에게 관대한 방향으로 설정되어 왔다고 할만하다. 그러나 수신료는 정부가 BBC에 대한 압박을 행사하는 주된 고리이기 때문에 그에 관한 정책이 언제나 관대한 형태로만 적용됐던 것은 당연히 아니다. 최근의 (특히 1997년 집권 이후 노동당 정부의) 수신료 정책이 소비자 물가상승률에 더해 1~3% 가량을 추가로 보장했던 것은, 가장 중요하게는, 디지털 전환을 주요한 정책적 과제로서 전제하고 있었기 때문이었다. 요컨대 영국의 디지털 전환 정책이 원활하게 이끌어질 수 있기 위해서는 BBC의 기술적 기여와 선도적 서비스가 필요했다는 것이다. 수신료는 정부가 마음대로 집행할 수 있는 공적 재원은 결코 아니기는 하지만, 수신료를 고리로 BBC의 협력을 이끌어낼 수 있고 BBC는 자신의 자원과 지위를 정당화하기 위해 수신료를 (디지털 전환과 같은 핵심) 공공 정책 집행의 효과적 수단으로 활용할 수 있도록 동의한 셈이다. 또한 관대한 수신료 정책을 정당화하기 위해서는 또 다른 종류의 반대급부가 필요했는데, 수신료 재원을 헛되이 낭비하지 않고 반드시 필요한 부분에 효율적으로 투입했음을 증명할 수 있어야 했다.

따라서 정부는 BBC로 하여금 명확한 형태의 자구 노력을 제시하도록 했고, 이에 BBC는 경상비 지출 감소, 행정 관리 부분에 대한 구조조정, 자산 매각, 상업적 서비스를 통한 추가 재원 확보 등의 경영효율화 정책으로 답했다.

하지만, 2007년 칙허장 갱신 이후의 수신료 정책에서는 상황이 다소 변화하는 모습이 감지됐다. BBC는 자신이 담당해야 하는 여러 가지 공적 기여, 특히 취약계층 지원이라든가 디지털 전환 홍보 비용 등 디지털 전환 비용의 상당 부분과 함께 현재의 혁신적인 서비스 개선 계획을 실현하기 위해서는 기존과 유사한 형태의 수신료 인상 정책이 필요하다고 역설했다. 하지만 당시 정치적 기반을 확대해 가고 있던 보수당이 경제위기와 물가인상 압박, BBC의 확대 지향적 정책 등을 들어 수신료를 축소하거나 동결할 것을 강하게 역설했고, 공적 재정 측면에서 부담을 느끼고 있던 당시 브라운 총리와 재정부가 수신료 인상에 대한 부정적인 입장을 표명했다. 이에 문화부장관은 절충적인 형태의 결정을 내리게 되는데, 일단 소비자 물가인상률을 반영해주던 기존 정책을 폐기하는 대신 2012년 디지털 전환까지는 매년 일정한 수준의 인상폭(전년도에 비해 3%, 2%, 1%를 인상시켜 주는 방식으로)을 지정해주는 방법을 택했다. 이러한 결정은 당연히 BBC의 기대를 충족시키지 못하는 방식이었기 때문에 BBC로서는 기존 사업 계획의 상당 부분을 포기하거나 축소해야 했고 기존 자구 노력의 연장에서 더 강도 높은 구조조정 계획을 마련하는 것이 불가피하게 되었다. 또한 장기적으로 수신료 동결이나 축소 가능성까지 염두에 두지 않을 수 없는 조건이기 때문에, 이른바 투자대비효율성(VfM: Value for Money) 개념을 통해 수신료의 효율적 활용 여부를 지속적으로 검토하고 그 결과를 대외적으로 공표하는 방식을 수신료 안정화를 위한 정책적 대안으로 채택하였다.

2010년 현재 가구당 (컬러텔레비전 기준) 연간 145파운드가량을 징수하는 영국의 수신료가 ‘과연 적정 수준으로 책정되어 있는가?’라는 질문은 이를 둘러싼 대단히 복잡한 변수들을 고려할 때 기대만큼 딱 떨어지는 답을 얻기는 어렵다. 우선 적정 수준의 수신료라고 하는 것은, 근본적으로 ‘그와 같은 수신료를 통해 어떤 종류의 방송 서비스를 제공하고자 하는가?’라는 질문이 전제되어야 한다. 예컨대 독일 사례처럼 공영방송을 통한 공공서비스 공급이 대단히 폭넓은 수준으로 요구된다면, 가구당 수신료 영국 수준보다 더 많이 요구할 것이다. 반대로 미국 등지의 사례처럼 공공서비스 방송은 물론 공영방송 자체가 큰 의미를 지니지 못하는 지역에서는 수신료가 매우 낮거나 아예 존재하지 않는 경우

도 있을 터이다. 위에서도 언급했지만 영국의 수신료 정책이 그간 관대한 인상폭을 유지해온 것 역시 BBC가 디지털 전환 과정에서 차지하고 있는 역할이 크고, 수신료 재원을 직간접적으로 활용하여 영국 방송 수용자에 대한 보편적 ‘디지털’ 서비스를 확고히 할 필요성이 존재했기 때문이다. 다음으로 ‘현재의 수신료가 얼마만큼의 보상을 제공하고 있는가?’ 즉 지불된 수신료의 효율성과 가치(Value for Money)에 대한 질문이 필요하다. 이를테면 BBC가 제공하는 폭넓은 공공서비스 콘텐츠를 만약 시장에 의한 공급에 맡긴다고 한다면 여러 자료들이 보여주고 있는 바처럼 현재의 수신료보다 훨씬 더 많은 비용이 수용자들에 의해 지불되어야만 할 것이다. 그리고 그럴 경우 수용자들은 공공서비스 콘텐츠에 대한 선택을 줄이게 될 공산이 크고, 방송 콘텐츠의 다양성은 현재보다 훨씬 더 줄어들게 될 것이라는 예측이 일반적이다. 수신료 제도에 대한 일정한 저항이 적잖이 존재하고 있다고 하더라도, (각 정권의 이념적 차이에도 불구하고) 영국 정부가 수신료 정책을 전면적으로 폐기하거나 지금보다 훨씬 낮은 수준으로 수신료를 낮추는 정책을 사용할 수 없었던 것은 이에 연관된 복잡한 가치판단과 산술, 그리고 무엇보다도 영국 사회 곳곳에 문화적으로 제도적으로 깊숙이 뿌리박은 BBC의 다면적인 역할과 그것을 뒷받침해왔던 기존의 수신료 재원 규모 때문이다.

<표 2-4> 2010년도 수신료 징수액 상위 14개국 (2009년 환율 기준)

국가	가구당 연간 수신료 (유로)
Switzerland	305.92
Denmark	303.48
Norway	278.27
Austria	276.72
Finland	231.05
Germany	215.76
Sweden	195.31
Ireland	160.00
UK	159.81
France	121.00
Italy	109.00
Belgium (French)	100.00
Czech Republic	61.18
Poland	43.04

출처: Screen Digest 2010년 3월 1일자

<표 2-5> 2010년도 공영방송 재원 규모 상위 20개국

국가	재원 규모(백만 유로)	재원 조달 양식
Germany	7,293	수신료
Japan	5,027	수신료/교부금
UK	4,202	수신료/교부금
France	2,740	수신료
Italy	1,647	수신료
Switzerland	750	수신료
Australia	666	교부금
Canada	643	교부금
Netherlands	606	교부금
Spain	544	교부금
Norway	512	수신료
Austria	509	수신료
Denmark	469	수신료
Belgium	430	수신료/교부금
Sweden	415	수신료
Finland	384	수신료
Greece	363	수신료/교부금
Portugal	236	교부금
Czech Republic	209	수신료/교부금
Ireland	202	수신료

출처: Screen Digest 2010년 3월 1일자

결국 영국의 수신료 정책은 ‘BBC로부터 어떤 종류의 서비스를 기대하는가, 그리고 BBC는 어떤 방식으로 그것을 공급해줄 수 있는가?’에 관련된 당대의 맥락에 의존한다. 영국의 수신료는 한국에 비해서는 대단히 높은 수준을 나타내고 있기는 하지만 유럽의 주요 선진국들에 비해서보면 아주 높은 편이지만은 않다. 대체로 강력한 복지 시스템을 갖고 있는 중/북부유럽의 경우 영국보다 많게는 두 배 가까이의 수신료를 부과하기도 한다. 2010년 Screen Digest 통계에 따르면, 방송에 투입되는 연간 공적 재원 규모 전체로 보아서는, 대규모 공영방송을 갖고 있는 주요 국가들이 단연 수위를 차지하며 영국도 그 가운데 하나이다. 독일이 연간 73억 유로, 일본이 50억 유로, 영국이 42억 유로 수준인데, 이는 해당 국가들의 인구 규모를 반영하고 있기도 하다. 이렇게 영국은 일인당 수신료 규모에서는 상위 10개국에 들고, 전체 재원 차원에서는 상위 3개국 안에 속해 있다. 나아가 BBC는 공공서비스 콘텐츠 공급량

이 세계에서 가장 많고 공적 재원의 투자 대비 가치가 가장 높은 수준을 유지하고 있는 것으로 알려진다. 말하자면 영국은 BBC로부터 폭넓은 공공서비스 기여를 기대하면서 높은 수준의 수신료 재원을 제공하고 있으며, BBC는 대체로 그러한 수신료 재원 이상의 효율성으로 공공서비스 콘텐츠와 기타 방송 서비스를 제공하고 있다고 평가된다고 하겠다.

물론 수신료에 대해 모든 이들이 긍정적인 입장을 갖고 있는 것은 당연히 아니다. 이 가운데서도 가장 강한 반대 의견을 표시하고 있는 그룹은 주로 유료 플랫폼 사업자들과 유료 채널 사업자들이다. 특히 BSkyB는 BBC의 수신료가 반드시 폐지되어야 할 ‘불공정한 국가 지원’이라는 입장을 고수한다. 전 세계를 통틀어 BBC를 유료 시장의 가장 강력한 장애물로 간주하는 루퍼트 머독의 ‘이해관계’에 직결되는 문제인 만큼 너무도 예측 가능한 입장이라 할만하다. 반면에 지상파 방송 사업자들은 공공서비스 역할 분담이라는 차원에서 BBC 수신료에 대해 크게 반대도 크게 찬성도 하지 않는 분위기이다. BBC로 가는 수신료 지속적으로 늘어난다면 당연히 자신들의 경쟁력이 떨어지기 때문에 부정적일 수밖에 없지만, 수신료 폐지와 같은 급진적 입장에 대해서도 역시 부정적이다. 수신료 폐지는 광고 재원의 분할로 이어질 것이기 때문이다. 정치권에서 BBC에 대해 가장 비판적인 입장에 있는 보수당은 수신료 재원에 대해 어느 정도의 거부감을 갖고 있으나 당분간은 현상 유지 쪽에 가깝지 대폭적인 축소나 폐지까지 거론하고 있지는 않다. 수용자들의 경우에는 대개 이중적인 태도를 보이는데, 수신료를 과히 내고 싶지는 않지만 그렇다고 BBC가 취약해지는 것을 원하지도 않는 심리로 요약할 수 있다.

다른 한편, 최근 칙허장 갱신 과정과 PSB 재검토 2차 보고서 작성 과정에서 지속적으로 제기된 바 있던 수신료 분할 사용 정책에 대해서도 간략한 언급이 필요할 터이다. 위에서 지적한 바처럼, 수신료는 반드시 BBC가 전용하도록 되어 있는 것만은 아니지만, 다분히 관습적으로 수신료 = BBC 재원의 등식이 관철되어온 것은 분명한 사실이다. 실제로 영국 국민들은 자신들이 지불하는 수신료가 BBC에 의해 쓰인다는 것을 잘 인식하고 있고, 이는 BBC에 대한 국민적 지지 혹은 반대의 주요한 매개 고리가 되고 있다. 따라서 BBC로서는 수신료 분할 사용 혹은 이른바 나눠 쓰기(top-slicing) 제안에 내재된 상징적 의미가 얼마나 심대한지를 잘 이해하고 있고 그에 대해 격렬히 저항해온 것 또한 사실이다. 요컨대 BBC와 수신료 사이의 등식이 해체되는 순간 BBC의 특수한 지위는 무너지게 되는 것이며, 수신료 납부자로서의 국민과 BBC

사이의 감정적 애착이 해체되는 결과를 빚을 것이라 우려하고 있다 하겠다. 이러한 우려는 영국 국민 다수와 정치권, 시민사회 등에서도 상당 부분 공감 을 얻고 있다. 수신료 재원 일부를 공공서비스 콘텐츠 제작을 위한 ‘개방적 재원’으로 활용한다든가, 재정 위기에 처한 여타 공공서비스 방송사, 특히 C4C에 대한 지원 기금으로 쓰고자 하는 것은 너무나 손쉽지만 그만큼 충분히 면밀하게 고려하지 않은 정책이라고 보기 때문이다. 이에 따라 (특히 오프콤이 주도한 바 있는) 수신료 나눠 쓰기 제안은 현재로서는 잠시 수면 아래로 가라앉게 되었지만, 이후로도 정세 변화나 방송 환경 변화, 그리고 무엇보다도 BBC에 대한 여론 변화에 따라 언제든 수면 위로 재부상할 수 있을 가능성을 충분히 품고 있다.

(3) 경쟁 정책과 진흥 정책

영국 정부와 규제 기관의 방송 경쟁 정책에 관련해서는 앞에서 기술한 방송 규제 체계 속의 경쟁 규제 영역에서 그 핵심적인 내용이 소개된 바 있다. 영국의 방송 정책이 경쟁 촉진을 주요 지표로 삼고 있다는 점은 오프콤이 ‘시민-소비자’의 권익을 우선시하는 방향으로 자신의 존재 의미를 규정한 것에서도 잘 드러난다. 여기서 시민 권익이란 방송의 ‘민주적이고 문화적인 가치’에 중점을 두는 것이라 한다면, 소비자 권익이란 방송의 ‘산업적이고 시장적인 가치’에 초점을 맞추는 것이다. 이와 같은 시민-소비자 권익은 특히 방송 서비스의 ‘다양성과 다원성’을 보장하는 것에서 그 이해가 합치될 수 있는데, 정치적이고 사회문화적인 견해의 다양성은 방송 서비스(소유권)의 다원성과 늘 함께 가는 문제라고 보기 때문이다. 이에 따라 영국 정책 당국은 예컨대 유료 플랫폼과 무료 플랫폼이 적절한 경쟁을 유지하면서 다양한 ‘소비자 선택’을 제공할 수 있도록 하는 것에서, 독립제작 부문을 활성화하여 기존 PSB 자체 제작 부문 위주의 콘텐츠가 다양한 독립제작자들의 창의성에 의해 자극받을 수 있도록 하는 것에서, 그리고 이에 연관되어 있는 여러 가지 방송 사업 영역에서 다양성과 다원성 확보를 위한 경쟁 정책을 지속적으로 추진해 왔다.

이런 측면에서 한 가지 놓치지 말아야 할 사실은, 영국의 방송 정책은 단순히 시장자유화와 탈규제만을 촉진함으로써 경쟁 강화를 추구해온 것이 아니라, 시장부문과 공공부문 그리고 PSB와 비PSB 사이의 적절한 견제와 균형을 통해 방송 서비스의 다양성과 다원성을 확보하는 정책을 채택해왔다는 점이

다. 예를 들어 BSkyB와 같은 유료 플랫폼 사업자는 (PVR, 양방향서비스 등과 같은) 선도적이고 혁신적인 방송 기술을 매력적인 서비스로 현실화시켜 소비자에게 제공함으로써 지상파 위주의 PSB를 자극하고 견인하는 효과를 보여줬다. 다른 한편, BBC는 탄탄한 온라인서비스와 iPlayer 등의 신규 서비스를 개발하여 고품질 콘텐츠를 지속적으로 공급함으로써 상업적 서비스 제공자나 기타의 유료 방송 사업자들이 자신들의 시장 안에 안주하여 혁신을 게을리 하는 것을 제어할 수 있음을 여실히 보여주었다.

오프콤이 영국 방송 산업의 경쟁 정책을 어떻게 운영하고 있는지를 잘 보여주는 사례로서, 최근 유료방송 BSkyB의 프리미엄채널 서비스에 관련된 결정을 살펴보도록 하자. 위에서도 언급했다시피 BSkyB는 스포츠 독점 중계권과 영화 콘텐츠에 대한 방영권 확보 등을 통해 유료 텔레비전 시장의 핵심 사업자로 부상하였으며 자신의 위성 플랫폼의 경쟁력을 확보했다. 이에 관련하여 오프콤이 2010년 3월에 내린 결정을 보면, Sky Sports 채널을 자사의 위성 플랫폼뿐 아니라 기타의 주요 플랫폼, 즉 케이블, 지상파, IPTV 등에도 공급하도록 하고 있다. 이는 유료 채널에 대해 의무제공(must-offer) 규정을 적용한 드문 사례로서, 수익성 높은 콘텐츠에 대한 막대한 투자를 통해 독점적 방영권 확보하고 이를 자신의 방송 플랫폼의 가입자 확보로 연결시키는 BSkyB의 전략에 상당한 차질을 빚게 될 것으로 판단된다. 의무제공 규정이 적용된다는 것은 또한 오프콤이 정하는 도매가(wholesale price)에 따라 여타 플랫폼에 공급해야 함을 의미한다. 독점적 시장 지배력을 이용하여 가격 정책 측면에서 유리한 고지를 확보한(즉, 여타 플랫폼에게 불공정한 수준의 높은 가격을 요구하거나, 이를 플랫폼 가입자 경쟁 차원에서 악의적으로 활용할 수 있는) BSkyB가 오프콤의 결정에 저항하지 않을 수 없는 이유가 여기에 있다. 현재 오프콤은 Sky Sports 1과 2에 대해 의무제공 규정을 적용하였으며, 각 채널 당 (기존 가격보다 23%가량 저렴한) 10.23 파운드 선에서 공급하도록 했다. 이는 BSkyB 위성 플랫폼의 우위 요소가 대폭 줄어드는 것과 함께, 프리미엄 채널의 독점 이익 실현이 불가능해졌음을 의미한다.

오프콤은 이러한 조치를 통해, BSkyB와 Arqiva가 프리뷰 플랫폼을 통해 유료 채널 서비스를 제공할 수 있도록 허락해달라는 요청을 일부 수용하면서도 여타 이해당사자들의 주장이 배제되지 않도록 고려한 것으로 보인다. DTT 프리뷰를 통해서만 프리미엄 채널 서비스가 불가능했던 조건에서 이를 부분적으로 허용한 것은 1000만 가구를 대상으로 새로운 수익 사업을 시도할 수 있

는 막대한 이권을 보장해준다는 의미가 있다. 현재의 조치가 만약 이것만으로 그쳤다고 한다면, 프리미엄 콘텐츠에 대한 BSkyB의 독점적 지배력은 훨씬 강화될 것이며, 그만큼 여타 플랫폼 사업자의 입지는 크게 줄어들 수밖에 없다. 하지만 오프콤은 이와 같은 허용 조치에 ‘단서’를 달아놓았다. “동일한 유료 서비스를 (TopUp TV나 BT Vision 같은) 여타의 DTT 서비스 사업자는 물론, 기타 방송 플랫폼 사업자에게도 일정한 가격 수준에 맞추어 의무제공해야 한다.”는 ‘전제 조건’이 바로 그것이다. 현재 ‘Picnics’라는 명칭으로 기획되고 있는 이 유료 서비스는 Sky Sports 채널과 영화 채널의 조합이 될 가능성이 큰데, 만약 (자신들이 멀티플렉스 운영권 일부를 갖고 있는) 프리뷰에 이를 제공한다면, 여타 DTT, 케이블, IPTV 플랫폼 사업자의 유료 시장은 더욱 위축되고 BSkyB의 유료 방송 시장 장악력은 더욱 커질 것이 자명하다. 따라서 다른 플랫폼에도 동시에 제공하고, 그 가격도 오프콤이 정하는 상대적으로 저렴한 수준에 맞출 경우에만 해당 서비스를 승인해주겠다는 오프콤의 타협안이 나온 것이고 이것은 Sky Sports 채널에 대한 의무제공 원칙 적용과 비슷한 맥락 위에서 내려진 결정이라고 할 수 있다.

BSkyB로서는 이와 같은 조치를 대단히 심각한 위협으로 받아들이지 않을 수 없다. 프리미엄 콘텐츠에 대한 시장 지배력이 약화되어 이윤 창출에 상당한 장애가 초래됨은 물론, 자신의 위성 플랫폼의 비교우위도 상당 부분 제약받을 가능성이 크다는 것은 BSkyB의 핵심적인 성장 전략과 수익 실현 전략을 건드리는 문제이기 때문이다. 따라서 이러한 의무제공 조치와 그에 연동된 시장 가격 제한 조치는, 프리뷰에 유료 채널 서비스를 승인받음으로써 얻어지는 이익에 비해 더 큰 손해를 낳는 결과로 이어질 수 있으며 바로 이점에 대해 BSkyB는 강력한 불만을 표시하고 있다. 하지만 오프콤의 이번 조치는 단기간에 내려진 결론이 아니라, 그간 프리미엄 콘텐츠와 위성 플랫폼을 연동시켜 유료 방송 시장에 대한 과도한 시장 지배력을 행사해 온 BSkyB에 대한 여타 사업자들의 누적된 불만에 비로소 오프콤이 반응한 결과라고 할 수 있다. 오프콤은 이와 같은 문제를 공식적인 의제로 설정하고 관련 결정을 내리기 위해 광범위한 의견수렴을 수행한 바 있기 때문에 이 안건에 있어서는 비교적 확고한 입장을 갖고서 정당성을 확보했다고 할만하다.

다른 한편, 이와 밀접히 연관된 주제로서 스포츠 이벤트에 관한 경쟁 정책이 있다. 독점 중계를 제한하는 ‘주요 스포츠 이벤트 목록(Listed Events)’에 관한 법적 규제가 그것으로서 “국민적 관심을 유발하는 주요 스포츠 이벤트의

중계권이 유료 방송에 의해 독점되는 것을 제약하는 원칙”으로 이해할 수 있다. 주요 스포츠 이벤트는 두 개의 범주로 구분되는데, 올림픽이나 월드컵 본선과 같이 국가적 관심사가 되는 이벤트(=A범주)의 실황중계권은 PSB 무료 방송 채널(시청 당시에 별도의 지불이 필요하지 않은, 즉 수신료 이외의 지불이 요구되지 않는 채널)에게 우선권이 주어지며, 크리켓과 럭비와 같이 국가적 관심을 유발하기는 하지만 그 범위가 특정 지방으로 국한되거나 중계 측면에서 복잡성이 높은(=B범주)는 최소한 비실황중계권만큼은 무료방송 채널이 가질 수 있도록 되어 있다.

이와 더불어 모든 스포츠 이벤트 범주에서 한 방송사가 중계권 독점 계약을 체결할 경우에는 반드시 오프콤의 사전 승인을 받도록 되어 있다. 여타 방송사가 경매에 참여하지 않거나 독점 중계 계약에 근본적인 이의를 제기하지 않는 경우처럼 특정한 정황을 고려하여 계약을 승인하거나 거부할 수 있는 권한이 오프콤에게 있다. 만약 규정에 어긋난 방식으로 계약을 체결했거나 정확한 정보를 제공하지 않은 경우 해당 사업자는 오프콤으로부터 벌금을 부과받는다.

무료방송 채널의 자격은 두 가지 기준을 통해 확보된다. 일단 해당 채널을 시청할 시점에서 수신료 이외의 지불을 필요로 하지 않아야 하며, 국민의 95% 이상을 포괄할 수 있어야 한다. 이에 따르면 PSB 채널들만이 우선 협상자로서 자격을 갖는다고 할 수 있다. 95% 이상의 포괄범위 규정은 커버리지 개념에 의존하고 있는데, PSB라고 하더라도 C4와 Five는 아날로그 지상파 커버리지만으로는 95%에 도달하지 못한다. 따라서 C4는 Freesat과 Freeview와 같은 무료 위성/지상파 플랫폼의 커버리지를 합산하여 해당 자격을 얻게 되었다. Five는 이런 방식으로도 우선 협상자 지위를 최근 Ofcom의 해석을 통해 해당 지위에 올랐다. Five의 96% 포괄범위는 케이블 플랫폼의 수치를 포함한 것인데, 케이블방송의 시청 자체는 유료 기반이지만 Five는 기본 패키지에 포함되어 있고 Five가 해당 플랫폼으로부터 직간접적으로 대가를 수령하는 것이 아니기 때문에 ‘무료 보편적 서비스’로서의 자격을 갖는다고 해석했다. 결국 의무전송/제공(must-carry/offer) 채널로 분류된 공공서비스 채널 가운데 BBC의 디지털 전용 채널을 제외한 다섯 개 주요 지상파 채널이 모두 무료 보편적 서비스 방송 채널로서의 지위를 인정받은 셈이라 하겠다.

해당 규정은 1996년 방송법에 처음 도입되었으며, 현재는 2003년 커뮤니케이션법에 의해 수정되었다. 이에 따르면, A 및 B 범주에 포함되는 스포츠 이벤트의 종류를

주기적으로 검토하고 재구성할 수 있는 권한은 문화부장관에게 주어져 있는데, 실제로 검토와 재구성이 진행될 경우 문화부장관은 BBC, Ofcom 등과 같은 방송 규제 및 인허가 기관, 관련 방송사, 그리고 FIFA와 같은 스포츠 중계권 판매/보유자 등과 협의하도록 되어 있다. 이에 근거하여 특수한 방송 규정과 지침을 정하여 공표하는 것은 Ofcom의 몫이다. Ofcom은 각 범주에 들어가는 스포츠 이벤트에 대한 구체적인 해석, 실황중계와 비실황중계 등의 실제 중계권 패키지에 대한 정의, 무료 보편적 서비스를 제공하는 채널에 대한 판단 기준을 이 규정과 지침을 통해 제공한다. 또한 Ofcom은 앞서 언급한 바와 같은 ‘중계권 독점 계약’, 즉 배타적 중계권 협상이 발생될 경우 반드시 그에 대한 심사를 진행하여야 하며, 해당 결정을 위해 필요한 모든 정보(=중계권료 등의 구체적인 협상내역)와 기타 이해관계자들의 의견을 청취하여 그것이 ‘합리적이고 공정한 계약 과정’을 통해 진행되었는지 그리고 여타의 대안적 가능성이 존재하지 않았는지를 가능한 후에 승인 여부를 결정한다. 이러한 규정에 따라 지상파 공공서비스 채널들은 주요 스포츠 이벤트에 대해 최소한 실황중계권이거나 비실황중계권을 나눠 갖는 것이 일반적이다. 나아가 대개의 경우 특정 방송사가 실황중계를 하게 되면 다른 방송사가 비실황중계권을 가지며, 가능한 배타적 형태의 중계권 협상이 이뤄지지 않도록 유도한다.

지금까지 언급한 스포츠 중계권 관련 규정, 즉 ‘주요 스포츠 이벤트 목록’에 관한 법규는 유럽경제공동체 차원에서 일반적으로 적용된다. 각 나라마다 주요 스포츠 이벤트 목록이 달라지는 것은 당연하지만, 한 회원국의 규정은 다른 회원국에 의해 존중받으며 한 국가의 방송사가 여타 국가의 규정을 침해하지 못하도록 되어 있다는 점에도 주목할 필요가 있다. 스포츠 이벤트가 유료 방송으로 하여금 ‘고수익’을 추구하도록 하는 주요 영역이지만 바로 그러한 이유 때문에 보편적 시청권이 제약받는 경우가 더 많을 수밖에 없다고 간주하는 유럽은, 이렇게 시장 독점이 발생할 가능성이 가장 높은 부분에 적극적으로 개입하는 모습을 보여주며 영국은 그러한 방식의 경쟁 정책을 추구하는 유럽에서도 가장 대표적인 사례에 속한다.

이와 같은 형태의 경쟁 정책은 방송 부문의 산업 진흥 정책과도 밀접한 관련성을 보여준다. 영국은 기본적으로 자유주의적인 성향에 근거하고 있는 나라인 만큼, 국가 차원에서 산업 진흥에 노골적으로 개입하는 것을 꺼리는 경향을 보여준다. 이는 특히 유럽 차원에서 보편적으로 적용되는 훈령(directives: 기존에는 TVWF 훈령, 최근에는 AVMS 훈령)이 국가가 시청각

산업에 과도하게 개입하여 유럽 자유 시장 정책을 저해하지 못하게 하고 있는 조건에서는 더욱 그렇다. 하지만, 영국은 (같은 자유주의적 성향에 근거한 미국과는 달리) 국가 차원에서 정책을 수립하여 조직적인 협력을 통해 목표를 실현하는 나라이기 때문에, 직간접적인 형태의 진흥 정책을 구사해온 사례를 발견하는 것은 그리 어렵지 않은 일이다.

예컨대 위에서 언급한 수신료 정책은 (실제로 유럽 차원에서 문제시된 바 있었던) 일종의 간접적인 산업 진흥 정책에 해당한다고 볼 수 있다. 연간 30억 파운드에 달하는 막대한 공적 재원을 투입하여 자국의 핵심적인 문화적 가치를 보호하는 한편 자국 문화상품의 글로벌 경쟁력 확보를 지원하는 방식이라고 해석하는 것이 충분히 가능하기 때문이다. 수신료를 둘러싸고 옹호론과 반대론이 늘 대립하고 있지만 수신료 제도가 여전히 강력히 존속하면서 BBC라는 글로벌 브랜드를 뒷받침하고 있음은 수신료가 일종의 간접적 산업 진흥 수단으로서 충분한 효과성을 지닌다는 점에 대한 암묵적으로 동의를 함의한다. BBC가 수신료를 ‘창의적 재원(creative fund)’이라 적극적으로 재정의하고, 위에서 언급한 바 있던 ‘창의적 경쟁의 창’ 정책을 도입한 것은 수신료 재원이 단지 BBC만을 위한 재원이 아니라 (독립제작 부문을 뒷받침하는 주요 재원이 되고 있음은 물론, 인력 훈련이나 기술 개발 등에 투자되어 그 가치를 전사회적으로 공유하는 기반이 되고 있다는 점에서) 영국 시청각 부문의 활력을 가능하게 하는 중심축으로서 기능하고 있는 측면을 강조한 것이었다.

창의적 재원으로서의 수신료라는 개념은 또한 영국 정부가 역점을 두고 전개해온 ‘창의산업(creative industries)’ 진흥 정책과도 잘 맞물린다. 물론 창의산업이나 창의경제와 같은 개념은 일종의 정책 홍보 담론으로서 다분히 정치적 색채를 띠고 있는 것은 사실이다. 연관 분야에 이해관계를 갖고 있는 문화부가 이 개념을 적극적으로 홍보해왔지만 그것의 실효성은 아직 뚜렷하지 않다는 점도 이러한 혐의를 뒷받침한다. 그럼에도 불구하고 방송 정책과 창의산업 정책이 서로 밀접한 연관관계를 유지하면서 탈산업사회 영국의 새로운 지향점 가운데 하나로서 제시되어 일정한 동력을 획득하고 있기 때문에, 이를 무조건 폄하하는 것 역시 그리 올바른 일은 아니다. 창의산업/경제 개념은 노동당 정부 초기의 ‘창의적 영국(Creative Britain)’ 기획과 맞물려 중요한 전거를 확보했으며, 기존에는 소극적 형태로만 활용되던 문화예술 기금이 범시청각산업과 기타의 콘텐츠 산업과 연결되어 좀 더 미래지향적이고 적극적인 형태로 자리매김될 수 있었던 것도 중요한 성과라고 할 수 있다. 구체적인 예를

들자면, Arts Council에서 운영하는 ‘창의적 협력’ 기획은 영국 내 36개 지역 1,000개 이상의 학교와 협력하여 학생들과 교사들이 매체 교육과 콘텐츠 제작 훈련에 참여할 수 있도록 해주고 있다. 여기에서 제공되는 ‘First Light Movies’ 프로그램은 어린 학생들로 하여금 단편 디지털 영화를 제작할 수 있는 교육의 기회를 제공하고 있으며, ‘Film Club’은 어린이들이 다양한 종류의 영화를 시청할 수 있는 기회를 제공하고, 그들의 영화감상 능력과 같은 미디어 리터러시를 증진시킬 수 있도록 한다. 또한 Sorrel Foundation에서 운영하는 ‘The Young Design Programme’은 초·중등 학생들에게 디자인을 전공하는 대학생들과 직접 같이 일할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 정보통신 분야에 상대적으로 취약한 10~14세 사이의 여학생들로 하여금 ‘Computer Clubs 4 Girls’를 통해 컴퓨터 게임을 매개로 정보통신 기술에 자연스럽게 친숙해질 수 있도록 하는 교육을 수행하고 있다.

나아가 노동당 정부 말기에 기획된 ‘디지털 영국(Digital Britain)’ 이니셔티브가 2010년 디지털경제법 형태로 현실화하면서 광범위 콘텐츠 산업과 문화 예술 부문이 정보통신 기술과 접목될 수 있는 기반을 마련하였다는 점도 중요하다. 물론 최근 정권 교체 이후 공공 재정 위기라는 긴급한 이슈를 해결하기 위해 문화예술 분야에 가장 먼저 긴축 정책을 적용하기 시작했다는 점은, 노동당 정부의 안정적 장기 집권과 탈산업화된 영국 경제의 장기 호황이 맞물려 있던 기존과는 다른 형태의 정책이 도입될 수밖에 없을 것이라는 예측을 낳고 있기는 하다. 그럼에도 불구하고, 산업사회 이후 단계에 도입한 영국 사회로서는 장기적 형태의 미래 지향성을 도출해낼 수 있는 기반은 여전히 창의산업과 같은 ‘영국판 신경제 기획’과 맞물려 있을 수밖에 없다는 점을 부인하긴 어렵다.

<디지털 브리튼 보고서와 디지털 경제법 주요 내용>

□ 디지털 브리튼 (Digital Britain) 보고서

- 산업 행동주의 (industrial activism)에 기반하여 시장에 대한 정부 개입 옹호
- 디지털 브리튼 (Digital Britain) 조사 착수 ('08년 가을), 중간 보고서 ('09.1월) 최종보고서 ('09.6.17일) 공개
 - 유·무선, 방송 네트워크 정비 방안
 - 뉴스 등 고품질 공공 서비스 콘텐츠 확보 방안
 - 광대역 인터넷에 대한 보편적 접근권 확대 방안
 - 창조 산업 육성을 위한 방안
 - 지적 재산권 관련 규정 강화
 - 콘텐츠 시장에 채널 4의 역할 강화
- 방송 관련 주요 내용
 - 매년 1억 5천만 파운드의 적자를 보전하기 위한 채널4의 구조 조정안 검토
 - ① 채널4와 BBC Worldwide의 전략적 제휴
 - ② 채널4와 민간 부문 파트너의 합병 (주요 지분 공공 소유)
 - ③ 채널4에 인터넷 및 멀티미디어 공공서비스 콘텐츠 제공 강화
 - 타 사업자에게 BBC 수신료 배분 방안 검토

- 독립적인 지역 뉴스 컨소시엄 설립 방안

※ 채널 3의 지역 뉴스 제공 감소에 따른 보완책으로 2013년까지 한 해 수신료의 3.5%인 약 1억 3000만 파운드 (약 2,600억원)로 예상되는 재원 제공 계획

- 디지털전환 지원계획 자금 미사용분을 2012년까지 2Mbps 광대역 인터넷 보편적 서비스에 사용하는 방안 검토
- 뉴스 제공과 본방 프로그램 제작 등의 공공 서비스 의무를 제외한 채널 3과 채널 5번 면허보유자의 의무 완화
- 2015년 아날로그 라디오 종료

□ 디지털 경제법 (Digital Economy Bill)

- (배경) 커뮤니케이션 산업이 영국 경제에서 3번째로 큰 영역으로 GDP (국내총생산)의 8% 수준
- (현황) 일부 조항 삭제후 하원을 통과하고 국왕 재가 받음 ('10.4월), '10.6.12일 발효
- (개정 법령) 2003년 커뮤니케이션법, 1988년 저작권, 디자인 및 특허법, 1984년 비디오 녹화법 중 일부 개정
- 주요 내용

【Ofcom】

- 네트워크와 서비스 관련 사항에 대한 정기적 장관 보고를 포함한 새로운 의무 부여
- 공공 서비스 텔레비전 방송 뿐만 아니라 인터넷, 주문형 비디오 등

다양한 매체에서 제공되는 공공 서비스 미디어 콘텐츠의 공공서비스 목표 실현 여부 조사

【채널4】

- 텔레비전, 부가 텔레비전 서비스와 주문형 프로그램 서비스 및 온라인 상에서 제공되는 채널 4의 고품질 콘텐츠 제작 (투자 또는 구매) 및 제작 인력 지원 의무 부여
- 뉴스 및 시사, 고학년 어린이 및 청년을 위한 콘텐츠 등 제작 (투자 또는 구매) 의무 부여
- 채널 4에 자국 영화 제작 투자, 방송 및 배급 의무 부여

【상업방송】

- 채널3의 스코틀랜드와 잉글랜드의 단일 면허 취득 가능
 - ※ 현재 잉글랜드는 10개 채널 3개 방송권 (franchise), 스코틀랜드는 STV와 Grampian 두 개 면허를 STV가 소유하고 있음
- 채널3와 채널5의 공공 텔레텍스트 면허 기간 만료일을 2014년 12월로 정함
 - ※ 상업적으로 운영가능한 경우 Ofcom이 텔레텍스트 면허 갱신

【기타 주요 사항】

- 2015년 아날로그 라디오 종료
- 온라인 상의 저작권 강화

2. 디지털전환

1) 개 요

영국은 1998년 세계 최초로 지상파 디지털방송을 시작했다. 2012년까지 디지털전환 완료를 목표로 2009년 사분기 기준 91.4%라는 높은 전환율을 보이며 비교적 성공적인 디지털전환 사업을 추진하고 있다 (Ofcom, 2009). 2002년 유료디지털지상파플랫폼 ITV Digital의 파산 등 어려움도 있었지만 무료디지털 지상파플랫폼 Freeview의 보급 등으로 디지털전환 사업이 순조롭게 진행되고 있다.

영국은 디지털 전환 완료 후 반납된 주파수(digital dividend)를 활용하고, 방송사 아날로그 전송 비용 절감, 영국 정부의 주파수 경매를 통한 재정 확충 등을 디지털전환의 목표로 하고 있다. 또한 영국 내 현재 디지털 지상파 신호를 수신하지 못하는 음영지역이 디지털 전환을 통한 커버리지 확대를 통해서만 신호를 수신할 수 있다. 이를 위해 영국 정부와 BBC 등 방송사들은 디지털전환 홍보 및 취약계층 지원계획을 마련하여 디지털전환을 추진하고 있다. (<표2-6>참조)

본 절에서는 영국 추진일정, 추진체계, 시범사업, 홍보, 취약계층 지원, 수신환경 개선 등 영국의 디지털전환 전반적인 현황에 대해 다루기로 하겠다.

<표 2-6> 영국의 디지털 전환 주요 현황

구분	홍보 정책	취약계층 지원	관련 예산 (2005~2012년)
추진 내용	○ TV 공익, 자막광고 ○ 가전/유통업체 판매인을 통한 홍보 (인증판매인 제도)	○ 저소득층에 해당하는 75세이상 노인 및 장애인 : 디지털컨버터 무상 보급 ○ 기타 75세 이상의 노인 및 장애인 : 40파운드 자기부담	○ 15억4백만 파운드(30,080억원) - 홍보/시청자지원* : 2억1백만파운드(4,020억원) - 취약계층 지원* : 6억3백만파운드(12,060억원) - 방송사 디지털전환 전송시설 투자비 등** : 7억파운드(14,000억원)
재원	BBC수신료 [2억 1백만파운드 (4,020억원)]	BBC수신료 [6억 3백만파운드 (12,060억원)]	BBC 수신료**방송사 부담**

2) 추진일정 및 현황

2005년 영국 DCMS (문화미디어스포츠부)는 2008~2012년까지 아날로그 TV방송을 ITV 지역에 따라 순차 종료 계획을 발표했다. 이 지역별 전환 순서는 방송사들과 Ofcom이 정한 기술적 기준에 의해 결정되었다. 영국은 일시 전환에 대한 기술적 부담 등으로 ITV 중계 권역별로 순차종료 방식을 채택했다. 아울러, ITV의 지역 광고 시장에 미치는 영향을 최소화시키기 위한 상업적 요인, 국제적 주파수 계획, 취약계층 지원 등과 관련 수송 요인까지 세밀히 고려해 결정되었다(Starks, 2004; DCMS, 2005). 전환 순서를 정하기 위해 수년간 다양한 연구와 실험이 시행되었다. 이런 결과를 반영하여, 전과간섭, 시청자 수 등을 고려해 비교적 수월한 Border지역부터 우선 종료기로 했다. 2010년 3월말 기준 전체 15개 ITV 지역중 4개 지역(전체인구의 25%, 16개 주요 송신시설, 355개 중계기)에서 디지털 전환에 완료되었다.(<표2-7> 참조)

Ofcom, Arqiva, Digital UK가 공동으로 지역별 구체적인 아날로그 종료일자를 결정한다. 종료는 2단계 종료를 통해 'BBC2' 아날로그방송을 종료, BBC 디지털 채널(MUX1)을 송출하고(1단계), 통상 2주후 'BBC1, ITV1, C4, Five' 아날로그 방송을 종료하고 디지털 채널 송출(2단계)이 이루어진다. 2단계 종료시점과 관련, 1단계 종료 후 스코틀랜드·브리스톨은 14일후, 인구가 많은 맨체스터는 4주후에 2단계종료를 했다. 아날로그방송 종료는 자정과 오전 6시 사이에 지역 여건에 따라 종료시각이 설정된다. 2010년 종료한 West TV 지역 Bristol의 경우 1개 Mendip전송기(transmitter)와 61개의 relay로 구성되어 있으며, 전송기는 2010년 4월 7일 오전 6시, relay는 오전 11시 30분까지 전환을 완료했다.

<표 2-7> 지역별(ITV 지역구분 기준) 아날로그방송 종료계획

ITV 지역	서비스지역	전환 시기	가구수	
Border	Scottish 등	'08년 11월~ '09년 Q2(완료)	398,000	
West Country	North Devon 등	'09년 4월~ Q3(완료)	781,000	
Granada	Liverpool등	'09년 Q4(완료)	3,041,000	
Wales	Swansea 등	'09년 Q3~ '10년 Q1(완료)	1,298,000	
West	Bristol 등	'10년 4월(완료)	913,000	
STV North	Caithness 등	'10년 5월~10월	602,000	
STV Central	Central Scotland 등	'10년 10월~ '11년 6월	1,733,000	
Channel Islands	Channel Islands	'10.11월	50,000	
Central	Oxfordshire 등	'11년	4,189,000	
Yorkshire	Sheffield 등	'11년	2,652,000	
Anglia	Cambridgeshire등	'11년	1,897,000	
Meridian	Hampshire 등	'11년~'12년	2,172,000	
London	London	'12년	4,858,000	
Tyne Tees	North Yorkshire 등	'12년	1,418,000	
Ulster	South west Northern Ireland 등	'12년	649,000	

2009년말 기준 91.4%의 디지털방송 수신기기(지상파, 위성, 케이블) 보급율을 보이고 있으며, 아날로그 방송 종료에 대한 국민들의 인지도는 90% 수준에 도달했다 (Ofcom, 2009; Digital UK 자료). 영국의 가구당 평균 TV보유 대수는 평균 2.4대이며, 디지털TV 전환율은 가구의 메인 TV 91.4%, 그 외 TV 69%, 모든 TV 79%수준이므로 Secondary TV sets, VCR 등에 대한 지속적인 디지털 전환이 필요하다. (<표2-8> 참조)

<표 2-8> 디지털TV 전환율('09년말,Ofcom), (단위 : 만대)

구 분	전체 TV 보유대수	디지털전환 TV대수(전환율)
모든 TV	60.2	47.6(79%)
Main TV	25.4	23.4(91.4%)
Secondary TV	34.9	24.0(69%)

3) 추진 체계

영국의 디지털전환은 정부와 민간의 유기적 협조를 통해 비교적 순조롭게 이루어 지고 있다.

DCMS, BIS 두 개 부처 공동으로 디지털전환 사업계획을 수립하여 민간 기구인 Digital UK, DSHS 등을 통하여 추진하고 있다. 디지털 전환이 본격화 되면서 전환의 실무를 BBC, Digital UK, DSHS Ltd. 등 방송사나 민간으로 이양하고 DCMS와 BIS는 6명 정도의 최소한의 관리·감독 인력만 두고 있다. Ofcom도 소규모의 디지털전환 관련 전파관리팀을 두고 있다.

영국은 1996년 방송법, 2003년 커뮤니케이션법에 디지털전환과 관련 멀티플렉스 면허 부여, Ofcom의 역할 등을 규정하고 있다. BBC 관련 칙허장과 협정서에 디지털 전환 관련 사항을 규정했으며, Ofcom은 '04년 아날로그 면허를 디지털 면허로 갱신하면서 디지털 전환 완료를 면허조건으로 부여했다. 또한 디지털전환 지원계획 협정서 체결 및 디지털전환 정보공개법 제정 등을 통해 관련 법을 정비했다.

<표 2-9> 정부와 민간의 역할

구 분		주요 역할(디지털 전환·방송 관련)	추진 근거
정 부 및	DCMS (문화미디어스 포츠부)	- 방송법, 커뮤니케이션법, 칙허장, BBC와의 협정서 등 관련법 제도 개선 - 수신료 수준 결정, BBC Trust · Ofcom 위 원 추천, 채널 4 이사회 임원선임 등 - 스포츠 중계권 관련정책 등	커뮤니 케이션 법, 방송법, 전파법
	BIS (기업혁신기술부)	- IPTV, Digital Britain 계획 및 전파법, 커뮤니 케이션법 등 법 제도 개선 - 방송사간 경쟁이슈 담당, Ofcom위원추천 등	

유 관 기 관		- 디지털 TV 보급(DTV표준, 인증), MATV 관련	
	Ofcom (방송통신규제기관)	- 방송사 면허(Digital Multiplex 등)부여, 소비자 보호, 사업자간 분쟁조정 등 사후규제 담당 - 디지털 방송 활성화 관련 관계자 의견 수렴 등을 통해 정책보고서 작성 - 주파수 분배, 채널4 이사 선임 ※ Ofcom은 관련업무에 대해 정부(DCMS, BIS), 의회(상임위원회)에 보고의무가 있음	
	DWP (노동연금부), 지자체	- 취약계층 정보제공	디지털 전환법 (정보공 개법)
	Treasury (재무성)	- 수신료 수준 결정 관련 DCMS와 협의	
민 간	BBC	- 홍보, 취약계층 지원 등에서 주도적 역할 수행	칙허장, 협정서
	DSHS (취약계층 지원기관)	- 디지털 전환 취약계층 등 시청자 지원 등 - 콜센터(Contact centre, 취약계층 대상)운영	BBC 자회사
	Digital UK (디지털전환 전담기관)	- 방송, 오프라인 등 디지털 전환 홍보 - 디지털전환 지역에 상담센터(Advice point) 운영 - 시청자 민원 상담(콜센터 운영) - 디지털전환관련 인지율 조사(Ofcom과 공동)	방송사, 가전업체 등 민간 기구
	Digital Outreach	- 디지털전환 지역의 시청자 지원업무 수행	
	자선단체(Aged Concern 등)	- Digital Outreach와 계약을 통하여 지역별로 디지털전환 시청자 지원업무 수행	
	CEG (소비자단체)	- 디지털전환 관련 소비자 의견 전달	

Digital UK와 DSHS는 Digital Outreach, 지역 자선단체와 협력하여 홍보 이벤트 개최, 일대일 상담, 상담센터(advice point)를 운영하고 있다. 영국은 수신료를 재원으로 디지털전환을 추진하고 있다.

<표 2-10> 디지털전환 지원 체계

구 분	역 할	비 고
DCMS, BIS	기본계획 수립	Communications Act
↓		
BBC	감독 및 예산 지원	칙허장, 협정서, 디지털전환지원계획
↓		
Digital UK, DSHS	디지털전환 지원 총괄	BBC 주도로 ITV 등 방송사 참여
↓		
Eaga plc	집행 업무 수행	DSHS와 계약 체결
↓		
Digital Outreach	지역별 지원업무	Eaga와 계약 체결

※ Digital Outreach : Age Concern, Help the Aged, Community Service Volunteers, Collective Enterprises Ltd가 파트너십 형태로 설립

<디지털 전환 추진 경과>

영국의 디지털 전환 추진 경과는 아래와 같다.

- o 1996년 방송법 개정을 통해 디지털 지상파 방송의 근거 마련
- o 1998년 Ondigital (ITV Digital) 지상파 디지털 방송(유료) 시작

※ ITV의 지역사업자인 Carlton과 Granada가 제작 공급하는 채널과 기존 지상파 채널, BBC의 디지털 채널로 구성됨

- o 1999년 DCMS, Digital Switchover 계획 발표(2006~2010)
- o 2001년 DCMS, “The Digital Switchover Program” 발표
 - ※ 목적: 디지털 전환을 통해 평등한 수신기회 보장, 방송분야에서 세계 선두자리 유지
- o 2002년 10월, 무료 지상파 방송 Freeview 시작
- o 2003년 7월, 커뮤니케이션법 제정
- o 2003. 12월 Ofcom 출범(통신·방송 규제기관 통합)
- o 2004. 11월, 정부(DCMS, BIS 공동), Digital Television Action Plan(2010~2012년) 발표
- o 2005. 4월 Digital UK 출범
- o 2005. 9월 DCMS, 디지털 전환의 지역별 순차 종료계획 결정
- o 2006. 10월 BBC의 새로운 칙허장 부여(디지털전환 의무를 BBC에 부여, 2010년까지 일부 프로그램을 HD 방식 제작 목표 제시)
- o 2007. 1월, 정부, ‘07년 4월부터 향후 6년간(’07~’13년) BBC 수신료 단계적 인상계획 결정
- o 2007. 5월, DCMS, 디지털전환 지원계획 마련
- o 2008. 10월, DCMS, 복지시설 거주자 디지털 전환 지원 대책 발표
- o 2008. 10월, Ofcom, 채널 4와 ITV 지역면허보유 3사에 대해 디지털 지상파 사업(HD프로그램 방송) 면허부여

- o 2008. 11. 6일, 스코틀랜드 Border 지역에서 최초로 아날로그방송 종료
- o 2009. 6. 17일, 디지털브리튼 보고서* 발표
 - * 수신료의 일부를 지역뉴스 제작 컨소시엄에 지원하는 방안, 디지털 전환 예산 잔여금을 광대역 초고속인터넷망 개발비용으로 재투자하는 방안 등을 포함
- o 2009. 7. 22일, Border 지역 디지털전환 완료
- o 2009. 9. 9일, West Country 지역 디지털전환 완료
- o 2009. 12. 2일, 그라나다 지역 디지털전환 완료
- o 2010. 3. 31일, Wales 지역 디지털 전환 완료
- o 2010. 4. 7일, West 지역 디지털 전환 완료
- o 2010. 4. 8일, Digital Economy Bill(디지털 경제법*) 제정(2015년 아날로그 라디오방송 종료)
 - * CH4에게 기존의 방송 콘텐츠 이외에 인터넷, Film 등의 뉴미디어에 대한 투자 확대와 뉴스, 시사 및 청소년을 위한 콘텐츠 제공 의무를 강화하며 2015년 아날로그 라디오의 디지털 전환 완료 목표 제시 등

4) 시범사업

본 사업에 앞서 아날로그 방송 종료 시범사업은 디지털전환 계획들을 평가하고자 2005년부터 3회에 걸쳐 이루어졌다. 2차례의 trial (Ferryside와 Llansteffan,

Bolton), 1차례의 pilot (Whitehaven, Copeland) 디지털 전환 시범사업을 실시했다. Ferryside & Llansteffan 지역 시범사업은 주로 기술적 문제를 조사했으며, Bolton 시범사업은 디지털 전환 지원 관련 조사, 2007년 11월의 Cumbria의 Whitehaven과 Copeland에서의 시범사업은 전환 프로그램의 모든 요소들을 평가하기 위해서 실시되었다.

<표 2-11> 시범사업 추진현황

지역	기간	목 적	가구수	대 상	지 원 내 용	비 고
Wales (Ferryside& Llansteffan)	'04.11 ~ '05.3	발생 가능한 기술적 문제점 조사	500	전 가구	TV기기 당 80파운드 상당의 셋톱박스, PVR 등 지원	
Granada (Bolton)	'05년	시청자에 대한 수리 지원 방법, 필요성 조사	400	75세 이상 노인 및 장애인	100파운드 상당의 DTV 셋톱박스 또는 유료방송 시청료 지원	참여자의 69%가 기술팀 도움없이 장비설치 가능 확인
Border (Whitehaven & Copeland)	'07년	아날로그 종료 안내 자막방송 실시	25,000	75세 이상 노인 및 장애인	100파운드 상당의 DTV 셋톱박스 또는 유료방송 시청료 지원 (40파운드 자기부담 원칙, 저소득층은 전액 지원)	

(1) Ferryside & Llansteffan 지역 시범사업

① 시범사업 지역 선정

2005년 3월 Ferryside & Llansteffan에서 디지털 전환 시범사업이 시행되었다. 본 시범사업은 디지털 전환시 방송사와 소비자를 위한 기술적 문제들을 조사하기 위해 시행되었다.

당시 BBC R&D 그룹은 최초 시범사업 지역 선정을 앞두고 다음과 같은 기준을 제시하였다 (주재원, 2010; DTI and DCMS 2005).

- 명확하고 독립적인 수신 환경을 가진 500여 가구 전후의 지역 규모
- 최소 4개의 핵심적인 공공서비스 지상파 방송 채널과 6개의 디지털 지상파 멀티플렉스 방송을 수신하는 환경
- 국제 주파수 분쟁으로부터의 영향력이 없어야 함
- 같은 지역의 주 송신기로부터 디지털 지상파 방송을 직접 수신할 수 있는 RBL(re-broadcasting link, 재전송 링크)을 갖추어야 함
- 중계방송에 의존하지 않는 독립적인 지역이어야 함

이상의 5가지 요소를 가장 핵심적으로 고려하되 다음의 3가지 관련 사항을 추가적으로 요구하였다.

- 송신소에 추가적인 장비를 수용할 수 있는 공간이 확보되어야 함
- 해당 지역에 방송 수신 장치를 판매하는 소매업이 활성화되어 있어야 함
- 해당 지역에 대한 접근성이 용이해야 함

Ferryside와 Llansteffan이 선정된 주요 기준 중 하나는 기술적 이유이다. Ferryside 전송기는 Ferryside와 Llansteffan 마을의 약 500 가구에 한정된 명확한 서비스 지역에 서비스를 제공하고 있으며, 국제적인 주파수 허가 문제없이 아날로그와 디지털 서비스를 동시 전송할 수 있는 충분한 여유 주파수를 가지고 있었다. 또한 이 지역에는 지역 소매업자의 인프라도 잘 구축되어 있었고, 주요 철도와 고속도로가 지나가는 교통의 요지라는 측면도 긍정적으로 고려되었다.

<표 2-12> Ferryside와 Llansteffan 시범사업 개요

구분	내 용
시작일	2005년 3월
목적	아날로그 방송 종료의 기술적 사항을 점검
예산	£ 865,000 (정부: £ 565,000 , 방송사: £ 300,000)
지역선정배경	- 송출 지역 구분이 확실함 - 주파수 허가에 구매 받지 않고 아날로그와 디지털 신호를 동시 송출 가능 - 지역 주민의 판매점 접근이 용이
점검사항	- 디지털 방송의 전송 및 커버리지 문제 - 소비자의 기술적 지원사항 경험 - 리모트 컨트롤러 작동의 용이성 점검 - 안테나와의 연결 문제에 대한 사항 점검 - 시청자 지원을 위한 커뮤니케이션 및 공동체와의 연결성 확인 - 새로운 콘텐츠를 통한 디지털 방송의 편리성 점검

Ferryside와 Llansteffan 지역의 인구통계학적 변인들이 잉글랜드와 웨일즈 지역의 평균과 전반적으로 유사했다. 노인 및 환자의 비율이 평균보다 높았는데, Ferryside 28.6%, Llansteffan 24.6%로 잉글랜드와 웨일즈 전체 평균 20.9%보다 높아 다소 고령화된 지역이며, 장애인과 거동에 제한이 있는 장기 환자 비율에 있어서도 Ferryside 8.6%, Llansteffan 8.2%로 전체 평균 5.5%보다 높게 나타났다. 해당 지역의 노인 및 장애인의 높은 비율은 디지털 전환에 있어서 기술적 도움이 필요한 사람들에 대처하는 과정을 실험해볼 수 있다는 점에서 긍정적으로 평가되었다. 또한 Llansteffan 지역의 경우 휴양지로 잘 알려져 있기 때문에, 두 번째 집(second house)이나 별장의 수가 상대적으로 많다. 이들 가구의 거주자들과 소통하는 것은 일반 주민들에 비해 어려우며, 이러한 상황은 향후 디지털 전환을 앞두고 소통하기 어려운 거주자들과의 소통방법을 연구하는데 있어 도움이 되었다.

<표 2-13> Ferryside와 Llansteffan 시범사업 지역의 인구 통계학적 상황

		Ferryside	Llansteffan	Eng/Wales
나이	60-74	18.8%	16.8%	13.3%
	75+	9.8%	7.8%	7.6%
	평균 나이	43.9	41.9	38.6
건강	매우 좋음	22.5%	21.2%	22.2%
	좋지 않음	11.8%	11.3%	9.2%
지병/ 영구 장애		8.6%	8.2%	5.5%
제한적인 장기 질병		24.9%	20.7%	18.2%
사별 가정		9.6%	8.1%	8.4%
은퇴 가정		19.0%	17.9%	13.6%
독거 연금생활자		15.6%	13.5%	14.4%
다른 연금 가정		14.2%	12.3%	9.4%
실업		2.7%	2.0%	3.7%
한부모 가정/ 소년소녀가장		4.3%	4.4%	6.5%

출처 : 2001년 인구 센서스

② Ferryside와 Llansteffan 홍보

Ferryside & Llansteffan 시범사업은 아날로그 방송 종료의 과정을 점검하기 보다는 기술적인 사항을 점검하기 위해 실시되어 채널 관련 변동 사항, 안테나 설치 방향에 따른 수신 방법에 대한 정보, 선택 할 수 있는 셋톱박스의 종류, 디지털 녹화 기능과 EPG의 사용 방법에 대한 설명 등 기술적인 사항에 대한 홍보가 많았다. 마을단위로 'Information Day'를 정해 위 사항들에 대한 설명을 하도록 했고 세밀하고 복잡한 부분에 대한 설명은 지역신문에 실어 설명하였다.

동시 방송 서비스를 개시한지 3개월 후, 2005년 3월초, 시범사업단은 지역 주민들을 대상으로 아날로그 방송과 디지털 방송 중 양자택일을 해야 하는 설문 조사를 실시했다. 총 87%의 응답률에 응답자의 99.2%가 디지털 방송을 수신하는데 동의하여, 2005년 3월 30일에 디지털 전환을 완료하기로 했다. 아날로그 방송에는 디지털 전환 2주전부터 아날로그 방송 종료에 대한 경고 문구를 자막으로 방송했다 (주재원, 2010).

<표 2-14> Ferryside와 Llansteffan 시범지역 홍보

구분	내 용
홍보 대상	시범지역 내 거주민 (약 1,200여명)
홍보 내용	- 시범구역의 범위 및 채널 관련 변동사항 - 안테나 방향에 따른 신호 수신 방법 - 선택 가능한 셋톱박스에 대한 정보 - PVR 기능 및 EPG 사용방법에 대한 정보
홍보 방법	- 마을 단위로 'Information day' 지정, 시범사업 홍보 - 지역신문 홍보

③ Ferryside와 Llansteffan 지역 시청자지원

시범사업에는 정부, 방송사, 디지털 멀티플렉스 사업자, 전송계약자, Intellect (가전사 대표), Ofcom이 참여했다. 지역내 가구들은 평균 2.75대의 TV와 1.5대의 VCR 보유했다. 시범지역내 이들 가구에 아날로그 수신기기당 평균 비용 80 파운드를 지급했다. 시범지역내 가구는 5종류의 셋톱박스과 2종류의 PVR 중 선택할 수 있었으며, 이 기종들은 무료로 지급되었다. 소매점에서 원하는 디지털 장비를 살 수 있으며, 80 파운드 공제 받을 수 있었다. 디지털 위성 방송 가입시 80 파운드 공제를 받았다.

수신기기 배급과 관련, Ben Evans & Son이라는 지역 소매업자와 계약하여 기기 보급 및 헬프라인 운영을 했다. DTI는 소매점인 Ben Evans & Son Ltd와 협정을 맺어 선택할 수 있는 기기에 대한 공급과 시범기간동안 시청자들의 문의사항에 대해 상담할 수 있도록 지원했다. 시범지역 거주자들은 Ben Evans & Son Ltd 이외의 소매점에서도 셋톱박스 구입을 가능할 수 있었다. 일반인들은 디지털 수신기기 구입후 자가 설치를 했으며, 75세 이상 노인이나 중증 장애인이나 시간 장애인, 지체 장애인을 대상으로 수신기기 배달 및 설치 서비스가 제공되었다.

④ 주요 결과

수신환경과 관련, 특별한 송수신의 문제는 발견되지 않았다. 아날로그 신호는 예정대로 2005년 3월 말에 종료되었다. 대체로 디지털 신호의 수신율은

아날로그 신호에 비해 비슷하거나 조금 더 나은 수준이었다. 디지털 전환으로 인해 수신 환경이 나빠졌다는 보고는 발견되지 않았으나 지형적 특수성으로 인해 아날로그 신호 수신이 안 되던 6가구는 디지털 전환 이후에도 여전히 디지털지상파방송 수신이 불가능하였으며, 이들 가구에 대해서는 디지털 위성 방송을 통한 전환이 대안으로 제시되었다.

시범사업 참여자들은 아날로그 방송으로는 수신이 불가능했던 새로운 디지털 채널들에 대해 호감을 나타냈으며, 공공서비스 방송임에도 불구하고 기존에 웨일즈 지역에서는 수신할 수 없었던 Channel 4와 Five을 수신할 수 있게 되어 지역 주민들이 호의적으로 평가했다. 그리고 디지털 TV로 수신할 수 있는 다양한 디지털 라디오 채널에 대해서도 긍정적인 반응을 보였다.

(2) Bolton 시범사업

① 시범지역 선정

2005년 후반기와 2006년 전반기에는 디지털 전환 지원계획을 시험하기 위해 잉글랜드 서북부 지역의 Bolton에서 시범사업이 시행되었다. Bolton에서의 디지털 TV 시범사업은 75세 이상 노인들이 디지털 전환시 어떤 종류의 지원을 필요로 하는지 조사하기 위해서이다. Bolton이 시범사업지역으로 선정된 이유는 아래와 같다.

- ⓐ 명확한 경계를 가지고 쉽게 식별할 수 있는 지역으로 도시 지역에 위치하며, 총 400-500 가구가 살고 있음
- ⓑ 영국을 대표하는 표본 또는 노인, 장애인, 저소득층이 약간 많은 지역
- ⓒ 좋은 디지털 지상파 수신 지역으로 셋탑 안테나에 의한 수신이 가능함
- ⓓ 디지털 위성파와 디지털 케이블을 이용할 수 있음
- ⓔ 지역 전환 시간표의 초기 전환 지역

또한 Bolton은 맨체스터와 리버풀 등 대도시 사이에 위치하고 있으며, M61 고속도로를 중심으로 경계가 명확하며, 접근성이 우수하다는 점에서도 점수를 높게 받았다.

시범사업 대상지인 볼튼 지역은 약 6천여 가구가 거주하며, 작은 타운 센터를 중심으로 주거지가 형성되어 있다. 확인된 지원대상 457가구 중 394

가구의 시범사업 참여 노인들 중 무려 56%가 최소 한 가지 이상의 장애(청각 장애 - 33%, 시각 장애 - 14%, 거동 장애 - 26%)를 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한 지역내 관련 자선 단체의 조언을 통해 볼튼 지역에 거주하는 시각 장애인 15명, 청각 장애인 10명, 이동 장애인 10명, 학습 장애인 6명 등 총 41명의 장애인 가구에 대해서도 시범사업을 실시하기로 하였다 (주재원, 2010; DCMS, 2006).

<표 2-15> Bolton 시범사업 개요

구분	내 용
시작일	2005년 하반기 및 2006년 상반기
목적	취약계층(노인 및 장애인) 지원방안 마련
예산	£ 300,000 (DCMS, BBC 공동지원)
소요비용	£ 211,000
지역선정 배경	- 도시지역, 지역간 경계가 분명 - 노인계층, 장애인, 저소득층 비율이 약간 높음 - 시범사업 대상으로 400~500가구가 존재 - 소외계층에 대한 비율이 영국전체의 표본과 흡사 - 지상파 디지털 방송 수신환경이 좋음 - 위성 및 케이블에 의한 수신 가능 - 영국 디지털 전환 계획의 초기 전환지역으로 선정
점검사항	- 노인 및 소외계층의 디지털 전환 준비 인지도 확인 - 디지털 전환 준비에 대한 정보의 적합성 - 각 대상계층의 디지털 전환 관련 기기에 대한 적합성 - 기기 배달, 상담 및 설치에 대한 방법의 적합성 - 지역 정부기관 및 시민단체의 역할 - 안테나의 설치가 필요한 지역의 규모 - 정확한 지원대상자의 규모 - 헬프라인의 적절한 운영 방법 - 디지털 전환 시 지원계획의 적용시점 선정

② Bolton 시범지역 홍보

Bolton 지역의 시범사업은 노인 등 취약계층에 대한 지원 방안을 점검하고자

시행되었다. 시범사업 홍보 역시 이들을 대상으로 볼튼 지역의 노인이나 장애인이 익숙하고 믿을 수 있는 복지단체(볼튼 MBC, RNIB)를 통해 홍보를 추진했다. 현지 관리자를 두어 수시로 진행상황을 점검하였고 노인들을 대상으로 오찬회 및 포럼을 열어 시범사업에 대한 취지와 시범사업에 동참할 수 있도록 유도했다. 또한 시범사업지역 내 도서관, 복지관, 학교, 교회 등과 같이 노인들이 늘 출입하는 지역을 위주로 포스터를 부착, 홍보하였고 볼튼 지역에 거주하는 노인들에게 배포되는 ‘Bolton Scene’이라는 지역신문을 통해 지역 내 거주하는 모든 노인들에게 홍보할 수 있는 효과를 거두었다.

시범사업팀은 지역 주민들과의 소통을 위해 볼튼 시의회의 콜센터에 지역 헬프라인을 개설하여, 지역 주민들이 디지털 전환에 대해 궁금한 사항이 있을시 손쉽게 답변을 들을 수 있도록 하였다. 한편 5명의 파트타임 자원 봉사자들을 선발하여 직접적인 도움이 필요한 가구에 방문이 가능하도록 하였다.

시범사업팀은 DCMS의 Communications Division과 연계, Bolton 지역의 Communications Manager를 시범사업팀에 참여시켜, 시범사업 기간 동안 디지털 전환 계획과 성과 등을 매일 점검하도록 했다.

<표 2-16> Bolton 시범지역 홍보

구분	내 용
홍보대상	- 75세 이상 노인층 - 중증장애인 - 등록된 시각 장애인
홍보수행기관	MBC, RNIB
홍보내용	- 디지털 전환의 추진배경과 준비사항 - 복지관을 통해 소외계층의 적극적 참여
홍보소요비용	£ 7,000
홍보방법	- 도서관, 복지관, 학교, 교회 등 노인층 출입이 많은 곳에 포스터 부착 - 지역신문을 통해 디지털 방송 준비내용 홍보 - MBC, RNIB를 통해 오찬회 및 포럼 개최 - 자원봉사자를 통한 홍보 - 복지관을 통한 설명회로 소외계층의 적극적인 동참 유도

③ Bolton 시범사업 시청자 지원

DCMS와 BBC가 시범사업 예산 30만 파운드를 공동 부담했다. 지원 계획은 노인과 시청각, 지체, 학습 장애인을 대상으로 가구내 한 대의 TV 전환을 지원했다. 지상파 디지털 셋톱박스의 기기, 배달, 설치, 안테나 포함한 100 파운드 상당의 비용이 제공했다 (<표 2-17> 참조).

<표 2-17> 가구당 평균 직접 비용

Freeview Box	55 파운드
배달	10 파운드
설치	25 파운드
10 퍼센트 가구에 대한 안테나 작업	10 파운드
합계	100 파운드

출처: DCMS, 2006, p. 20

플랫폼 중립성 원칙에 따라 다른 플랫폼 선택이 가능하며 100 파운드 공제했다. 디지털 지상파 방송 Freeview 셋톱박스과 BSkyB의 유·무료 디지털 위성 방송, 디지털 케이블 등의 세 가지 디지털 전환 옵션 중 한 가지를 선택할 수 있도록 했다. 디지털 지상파 방송을 수신하기 위해 Freeview 셋톱박스를 신청하거나 iDTV 등 다른 디지털 방송 수신 장치를 구입한 후 100파운드의 보조금을 수령하는 방법 중 선택이 가능하였다. 총 394가구의 시범사업 참여자들 중 91.6%인 361가구가 Freeview를 디지털 전환 옵션으로 선택하였으며, 4.3%가 디지털 케이블을, 2.8%가 freesat from Sky를, 1.3%가 유료 BSkyB 위성을 선택했다.

Bolton 지역의 시범대상이 노인층 및 장애인이었다는 점을 감안하여 사용자의 주문을 통해 셋톱박스의 배달 및 설치까지 도와주는 서비스를 실시하였고 사용자가 원하는 판매점을 선택, 원하는 시간에 방문하여 iDTV를 설치해주었다. 또한 셋톱박스의 필수적인 사양으로 시청자가 쉽게 EPG를 읽고 이용할 수 있으며 크고 명확한 버튼을 가진 리모컨을 만들었다.

④ 주요 결과

볼튼 시범사업 과정에서 어려웠던 점은 지역 주민들 중 75세 이상의 인구 현황을 파악하는 것이었다. 노동연금부, 수신료 징수 기관, 지자체 등 이에 대한 자료를 가지고 있는 기관이 있음에도 현행법에 의해 이에 대한 조사를 위해 4개월에 가까운 시간을 허비하였다는 것은 분명 재고되어야 할 부분이다. 시범사업에 따른 이런 문제를 해소하기 위해 2006년 디지털전환 (정보공개)법을 제정하였다. 이를 통해 지원 대상자를 파악하기 위해 BBC 등이 관련 개인 정보 접근이 가능하게 되었다. 사회복지 관련 공적정보는 노동연금부 (Department for Work and Pensions: DWP)와 북아일랜드 지역을 담당하는 북아일랜드 사회개발부 (Department for Social Development in Northern Ireland: DSDNI)가 제공하며, 전쟁 연금의 경우, 재향군인회 (Veteran Agency), 시각 장애인 정보는 지역 기구 등이 제공한다.

사회적 취약 계층 모두가 디지털 장비 설치 및 이용에 도움을 필요로 하는 것은 아니다. 볼튼 지역 75세 이상 노인 중 69%는 가족이나 친지의 도움을 받아 자체적으로 디지털 장비 설치 및 이용을 할 수 있었으며, 31%만이 시범사업팀의 기술적 도움을 요구했다. 하지만 가족이 없고 사회적으로 고립된 노인들에게 기술지원은 안전망 (safety net) 구실을 했다 (DCMS, 2006). 이런 경향은 향후 본 사업의 디지털전환 취약계층 지원에도 나타나고 있다.

콜센터를 통한 헬프라인 서비스는 볼튼 시범사업 성공의 중요한 요소였다. 75세 이상 노인이나 장애인들은 관련 기관의 직접 방문이 어렵고, 그렇다고 인터넷과 같은 뉴미디어에도 익숙하지 않다. 따라서 전화로 디지털 전환에 관한 궁금증을 물어볼 수 있는 헬프라인 서비스는 효과적인 소통방법이었다 (주재원, 2010). 노인을 위한 헬프라인 서비스는 목표집단과 유사한 역량을 가진 사람이 답변하는 것이 이상적이었다. 노인계층과 장애인들의 경우 새 TV 장비에 적응하는 데 6주 이상 필요하다 (DCMS 2006).

(3) Cumbria의 Whitehaven과 Copeland 사례

① 시범지역선정

디지털 전환 지역인 Whitehaven과 Copeland 지역에는 약 2만 5천여 가구에 6만여 명의 인구가 거주하는 것으로 알려졌다. 해당 지역의 인구 구성을

살펴보면 Copeland 거주자의 평균연령은 40세로 영국 전체 평균인 39세를 약간 상회하는 수준이었다. 또한 60세 이상 인구 비율에 있어 22%로 전체 평균 21%와 크게 다르지 않음을 알 수 있었다. 또한 정규 교육을 받지 못한 16세-74세 인구 비율은 34%로 영국 전체 평균 29%보다 약 5% 정도 상회하는 수준으로, 전반적으로는 영국의 평균 인구 구성비와 크게 다르지 않아 좋은 표본이 될 수 있다는 평가를 받았다 (<표2-18> 참조).

<표 2-18> Whitehaven과 Copeland의 인구 구성

	Whitehaven/Copeland	영국 전체 평균
총 가구	25,000 가구	-
평균 연령	40세	39세
60세 이상 인구 비율	22%	21%
정규 교육을 받지 못한 16-74세 인구 비율	34%	29%

자료: Digital UK (2008)

이 시범사업 지역은 호수 지역으로 이웃의 전송 시설로부터 격리되고 전환 시 다른 전송기에 영향을 주지 않는 전송기가 있다는 이유로 선정되었다. 부가적으로 디지털 TV 선택 사항들, 인구 통계적 요인들, 주택, 소매와 서비스 기반 시설, 미디어 특징, 지역의 정치적 성향, 기술적 사항 등을 고려했다.

Copeland는 위성을 통해 사전 전환하여 디지털 채택률이 60-70%에 도달했으며, 노인, 장애인, 빈곤층이 영국 전체 인구상의 비율보다 약간 높았다. 사회 주택과 다가구 주택들이 전체 가구 중 충분한 비율을 차지했다. 다양한 전자 소매업체들이 영업을 하고 있고, 20명 정도의 안테나 설치업자가 있었다. 지역 신문과 지역 상업라디오, 옥외 광고 시설들이 있었고, 지역 하원의원과 지역 의회의 지원도 있었다. 주요 전송기 (Gosforth와 Eskdale Green)와 두 개의 작은 중계기 및 소출력 중계기 (self-help)도 있었다. Copeland는 2만 5천 가구가 살고 있으며, 다른 시범 사업 지역보다 더 실질적인 전환으로 판단되었다.

<표 2-19> Whitehaven과 Copeland의 시범사업 개요

구분	내 용
시작일	2007년 10월 17일 부분적으로 시작, 11월 14일 완전 디지털화
목적	디지털 전환에 필요한 모든 프로그램 점검
소요비용	£ 1,700,000 (디지털 방송 기반시설 비용 제외)
지역선정배 경	- 호수지역, 주변의 전송시설과 격리 - 다른 전송기에 영향을 주지 않는 전송기가 존재 - 위성을 통한 사전 전환 디지털 채택률이 60~70% - 노인 및 소외계층의 비율이 영국 전체 표본보다 약간 높음 - 다양한 전자제품 판매점 및 안테나 설치 업체가 위치
점검사항	- 디지털 방송 기반시설 점검 - 공공 커뮤니케이션 프로그램 점검 - 소외계층 지원 프로그램 점검 - 콜센터, 웹사이트 등을 통한 시청자들의 기술적인 문제 상담 - 전자제품 판매점과 연계된 시청자 지원 서비스 - 공공시설, 상업시설 및 주택 등의 전반적인 디지털 전환 - 디지털 수신 장비에 대한 성능 - 비상 대책에 관한 사항 - 긍정적으로 전환 프로그램의 여세를 몰고 갈 기반 제공

<시범사업 일정>

- 2006년 5월 (17개월전) Border 지역 시작(인쇄물, TV, 라디오)
- 2006년 7월 (15개월전) 디지털 UK 이사회,
화이트헤이븐 '시험 방송' 계획 동의
- 2006년 8월 (14개월전) 화이트헤이븐 주민들에게 서한 발송
- 2006년 11월 (12개월전) 모든 가정 및 옥외/언론 광고 서한 발송
- 2007년 4월 (6개월전) 온스크린 캡션 시작
- 2007년 7월 (3개월전) 모든 가정에 팜플렛 발송
- 2007년 8월 (2개월전) Digital Five 시작, 원조 시책 시작
- 2007년 10월 17일 BBC2의 아날로그 방송 송출 중단
- 2007년 11월 14일 BBC1, ITV1, Channel 4의 아날로그
방송 송출 중단
- 2007년 12월 디지털전환 지원계획 종료

② 시범지역 홍보

2008년 Border 지역부터 시작되는 전환 계획에 앞서 2007년 11월 대규모 시범사업으로 Cumbria의 Copeland에서 디지털 전환이 이루어졌다. 이 전환을 위해 Digital UK는 웹사이트, 상담 전화 서비스, 현장 상담 센터를 네 지역에서 운영하며, 지역의 자선단체 등과 함께 각종 지원서비스도 제공했다 (Digital UK, 2007). Copeland 지역의 커뮤니케이션 프로그램은 직접 커뮤니케이션, 지역 미디어 광고, 화면에 자막 사용, 웹사이트와 콜센터를 통한 소비자 지원으로 이루어졌다 (Digital UK, 2008).

o 직접 커뮤니케이션

모든 가정이 두 장의 Copeland 디지털 전환 관련 전단지-한 장은 전환 일년 전, 다른 한 장은 전환 3개월 전-를 받았으며 디지털 전환 한 달 전에 Digital UK로부터 편지를 받았다. 이들은 2005년 5월 Border 지역 전환 관련

전단지와 2006년 8월 Copeland의 조기 전환을 주민들에게 알리는 편지를 받았다. 이들 가정은 2007년 3월에 디지털 전환 지원 계획의 편지를 받았고, 지원 계획 대상 가정들은 추가적으로 많은 관련 서류들을 받았다.

o 지역 미디어

옥외 광고- 1년 전부터 옥외 광고를 활용했다. Digital UK는 Copeland의 항구 지역에 ‘카운트다운 시계’라는 새로운 광고판 설치를 위임했다. 이 광고판은 논쟁을 불러일으켰으나 나중에는 디지털 전환의 상징이 되었다.

신문 광고- 지역 신문인 The Whitehaven News의 구독 지역이 전환 지역과 일치해, 이 신문에 지원 계획과 VCR, 안테나에 대한 조언 등 45개의 광고를 1년 전부터 실었다.

[그림 2-2] 전환 1년 전에 배포된 전단지



출처: Digital UK, 2008, p. 72

o 자막 방송

전환 6개월 전부터 화면에 자막 방송을 시작했다. 자막의 크기는 10%에서 시작해 15%, 25%로 커졌으며, 빈도도 늘어났다. <표 2-20>는 이 지역에서 이루어진 자막 방송일정 계획이다.

Copeland에서는 디지털 전환에 대한 자막방송이 2007년 5월부터 아날로그 TV 수상기에 나타나기 시작했는데, <그림2-3>는 이 지역에서 아날로그 세

트를 구비한 모든 응답자의 캠페인 자막 인지율을 보여준다.

<표 2-20> 자막 일정 계획

아날로그 채널	BBC Two (10월 17일 송출 중단)	BBC One, ITV1, Channel 4 (11월 14일 송출 중단)
(6개월 전) 5월 8-21일	화면의 10% 크기에 백색 바탕의 흑색 텍스트, 2주 동안 1분씩 1일 4-5회	화면의 10% 크기에 백색 바탕의 흑색 텍스트, 2주 동안 1분씩 1일 6-5회
(3개월 전) 7월 28일-8월 10일	화면의 10% 크기에 백색 바탕의 흑색 텍스트, 2주 동안 1분씩 1일 4-5회	화면의 15% 크기에 백색 바탕의 흑색 텍스트, 4주 동안 1분씩
(1개월 전) 9월 18일-10월 1일	화면의 15% 크기에 백색 바탕의 흑색 텍스트, 2주 동안 1분씩 1일 4-5회	1일 4-5회
(2주 전) 10월 2일-10월 16일	BBC 2채널 송출 중단	화면의 15% 크기에 백색 바탕의 흑색 텍스트, 2주 동안 1분씩 1일 4-5회
전환 기간(전반부) 10월 17-29일		화면의 25% 크기에 흑색 바탕의 백색 텍스트, 2주 동안 2분씩 매시간
전환 기간(후반부) 10월 30-11월 14일		



<6개월전~3개월전,
10%>



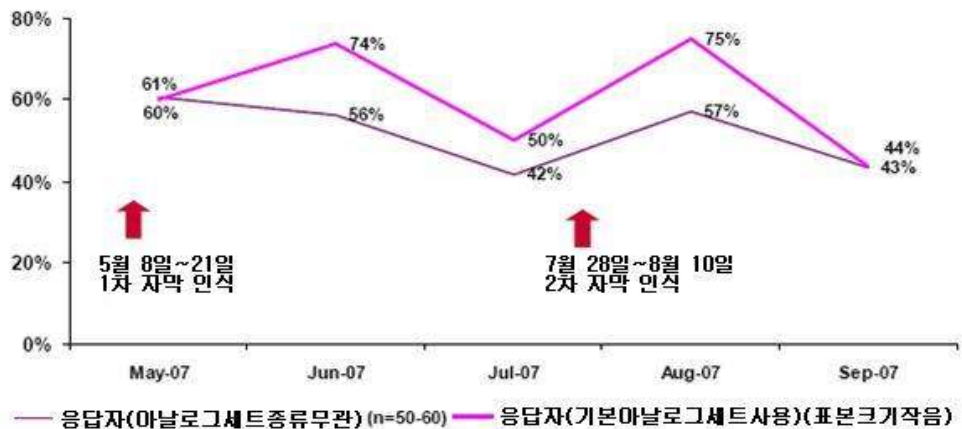
<1개월전~2주간, 15%>



<전환 기간, 25%>

출처: Digital UK, 2008b, p. 26

[그림 2-3] 시간에 따른 Copeland에서의 자막 인식



o 시청자 지원

시범사업의 시청자 지원을 위해 웹사이트와 전화 상담 서비스 등이 이루어졌다. 웹사이트에 Copeland 특별 페이지 (digitaluk.co.uk/Copeland)가 설치되었다. 기술자에게 직접 연결되는 헬프라인이 Copeland 주민들을 위해 연락소에 설치되었고, Digital UK의 문서와 광고를 통해 번호를 알렸다. 연락소 직원들은 기기 설치와 재조정에 대한 기술적인 질의를 처리하도록 훈련받았다.

Digital UK는 편지, 전단지 발송, 신문 광고들을 통해 이 지역 디지털 전환 지원 계획의 홍보도 도왔다. 자선 단체와 지역 시민 단체들과 연합하여 공동체 Outreach로 Digital UK 트레일러 설치 등의 이벤트와 디지털 클리닉, 헬프 센터 운영, 학교 방문, 공동체 ‘도움의 손길’ 패키지 배포 등의 활동을 했다 (김광호 외, 2008).

<표 2-21> Whitehaven 시범사업 홍보현황

구분	내 용
홍보대상	시범지역 내 거주민 (약 25,000여 가구, 60,000여명)
홍보소요비용	£ 158,000
홍보방법 및 내용	- 각 가정에 디지털 전환 관련 리플렛 2장(시범실시 1년 전 1장, 3개월 전 1장) 발송 - 지원 대상자에게 Help scheme안내문 및 관련 책자 발송 - 옥외광고: 시범사업 실시 1년 전부터 설치, Harbour area에 카운트다운 광고판 설치 - 신문광고: 지역신문 'Whitehaven News'에 help scheme, VCR 및 안테나에 관련된 45가지의 광고를 시범사업 1년 전부터 광고 - 자막광고: 시범사업 6개월 전부터 횡수와 자막광고의 크기를 전체화면의 10, 15, 25%로 늘리면서 광고 - 웹사이트 광고: Copeland 지역에 대한 웹사이트 개설 - 행사: Whitehaven Maritime 축제 때 3일 동안 이동식 홍보관을 설치하여 행사기간 7일 동안 방문자 8,781명을 상대로 홍보 실시 - 디지털 클리닉: 시범사업 실시 6개월 전부터 교회, Age Concern centre에서 디지털 방송에 대한 설명 - 학교 프로그램: 지역 내 34개 초등학교에서 학생들을 상대로 설명회를 개최, 학생들이 가족들에게 디지털 전환에 대한 내용을 전달하도록 함 - Helping Hand 홍보물: 소외계층의 지원에 대한 홍보물을 자선 및 20여개의 각종 단체를 통해 배포

③ 시범지역 취약계층 지원

Whitehaven과 Copeland의 디지털 전환 과정에서 일부 시청자들이 디지털 전환 과정에서 어려움을 겪었다. 이들은 DSHS Ltd.에 의해 지원을 받거나, 공동체, 가족과 친구, 소매업자, Digital UK의 지원을 필요로 했다.

DSHS Ltd.를 통해 이들 중 2,616 명이 지원을 받았다. 이 수치는 이 지역 전체 가정 (약 25,000 가구)의 10% 정도에 해당하며, 노인과 장애인 지원 계획 적격자 (약 9,000 명)의 28%에 해당한다. 이중 3분의 1이 무료로 도움을 받았으며, 3분의 2가 40 파운드의 비용을 지불했다. 디지털 전환 지원 계획을 받은 비율은 무료인 경우 50%가 받았고, 돈을 내는 경우, 14% 만이 받았다. 이미 BskyB 같은 유료 방송이나 가족과 친구 등의 도움을 받은 사람들도 있었다. 이 지역에서 지원 계획을 받은 경우, 디지털 지상파를 선택한 사례가 많았고, 두 번째 텔레비전을 위해 받는 경우도 있었다.

Whitehaven과 Copeland의 디지털 전환에서 디지털 전환 지원 계획의 적격자 (약 9,000명) 중 많은 사람들이 지원 요청을 하지 않았다. 또한 디지털 전환 지원계획 상점 (shop)에 들린 수천 명의 사람들이 지원 적격자들이 아닌 경우가 많았다. 국가감사청 (NAO, 2008)은 향후 전환 과정에서 예상치보다 계속 적게 지원 계획에 지원할 지 주목하고 있다. 이는 디지털 전환 지원 계획에 할당된 6억 3백만 파운드가 너무 많이 책정된 것을 의미하기도 한다. <표 2-22>은 Copeland 사례를 기준으로 국가감사청이 지원 계획 비용을 재산정한 것이다.

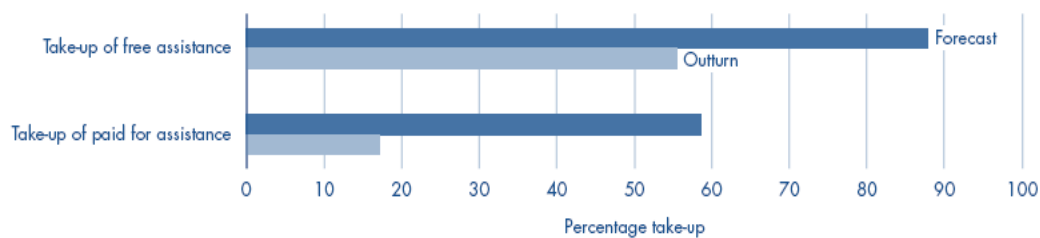
<표 2-22> Copeland의 지원 계획 채택의 지원 계획 예상 비용에의 영향

	비용 모델에서 추정된 채택	Copeland 사례보다 10% 낮은 채택	Copeland 사례와 같은 비율의 채택	Copeland 사례보다 10% 높은 채택
예상 비용 (백만 파운드)	603	323	350	377

출처: NAO, 2008, p. 31

Freeview 셋톱박스를 시장에서 20 파운드이하로도 구매할 수 있는 상황에 지원대상자들 중 40 파운드를 지불하는 경우, 이 가격이 정부의 지원을 받은 가격으로 생각하지 않았다. 이는 <그림2-4>에서 보는 바와 같이 지원 계획을 신청하는 데 장애요인으로 작용했다. 하지만 실제로 이는 특별한 Freeview 셋탑박스 (사용이 용이하며, 윈터치 자막과 음성 묘사 등 기능으로 접근성을 향상시킴)와 설치, 안테나 개량, 필요시 사용자 지원 등을 받을 수 있는 가격이다. DSHS Ltd.와 Digital UK가 향후 다른 지역에서 이 가격이 정부의 지원을 받은 가격임을 분명히 인식시킬 필요가 있다.

[그림 2-4] Copeland의 디지털 전환 지원 계획의 예상 채택률과 실제 채택률



출처: NAO, 2008, p.31

④ 주요 결과

이곳에서는 BBC2의 아날로그 신호를 다른 채널들보다 4주전에 종료시키는 2단계의 과정으로 아날로그 종료가 이루어졌다. Digital UK는 이 과정이 수용자들을 전환기간 동안 아날로그와 디지털 채널을 보기위해 번잡하게 만든다고 보고 다음 지역에서는 2주로 단축하거나 한 번에 지역 전환을 하는 것도 고려중이다. 하지만 Digital UK는 2단계 전환 사이의 기간이 노인과 취약 계층에게는 유리한 장점이 있음을 지적하고 있다 (Tryhorn, 2008, April 24). 지역의 소매업자들과 지원 서비스들은 1차 전환과 2차 전환 사이의 4주 동안 지원 수요를 맞출 수 있었다 (Digital UK, 2008).

취약계층에게는 전화를 통한 접근보다는 직접 대면을 통한 접촉이 중요하

며, 일단 설치를 해주고도 여러 차례 추가 방문해서 알려주어야 하는 경우도 발생한다. 이런 경우에 자선 단체나 자원봉사자들의 역할이 중요한 데, 디지털 전환 과정에서 DSHS Ltd.와 Digital UK 뿐만 아니라 지역 정부, 지역 공동체, 시민 단체와 자선 단체 등과 공조가 필수적이다. (Digital UK, 2008, 김광호 외, 2008)

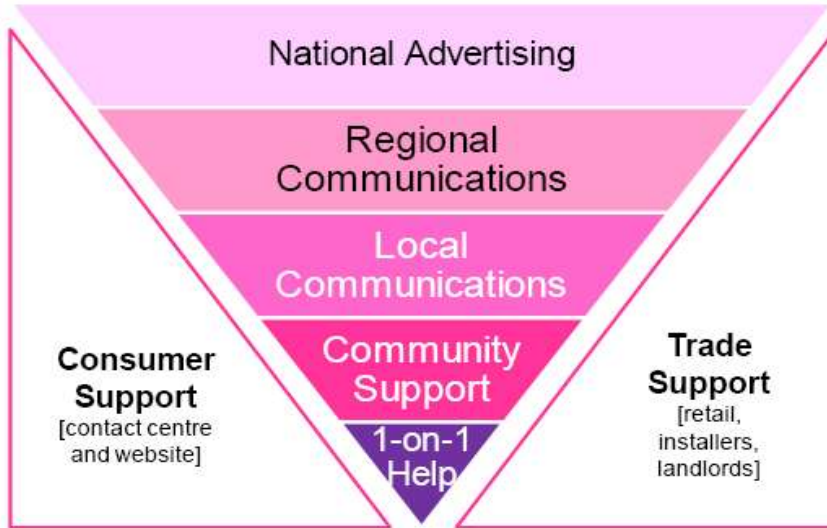
5) 대국민 홍보 및 시청자 지원

2009년말 기준 비전환지역에서 아날로그 종료에 대한 국민들의 인지도는 90% 수준으로 국내(55.8%)에 비해 높다. 디지털전환 홍보는 Digital UK에서 주도적으로 실시하고 있다. Digital UK는 TV 전환 프로그램 의무를 수행하기 위해 만들어진 기관으로 디지털 전환 실무를 중앙에서 조직하는 허브 기관으로서 역할을 하고 있다 (Digital UK, 2010). Digital UK는 <그림 2-5>와 같이 전국 광고, 지역 홍보, 공동체 지원, 1대1 지원까지 포괄적인 홍보·지원 업무를 수행하고 있다. TV공익·자막광고, 신문 광고, 인증 판매인 제도¹⁰⁾, 마스코트 제작, 리플릿 배포, 옥외 광고, 온라인 홍보 등의 업무를 실시하고 있다.

장애인(점자책자), 노인(대형 활자 책자), 외국인(외국어 책자) 등 소외계층 안내를 위해 맞춤형 홍보책자 제작·배포하고 있다. 또한 Digital UK가 지방자치단체, 지역사회단체 등과 연계 하여 상담센터(Advice point) 및 콜센터(Contact centre) 운영, 온라인 등을 통한 홍보 지원을 하고 있다.

10) 인증 판매인 제도 : 디지털 전환 관련 교육을 이수 받은 가전업체, 유통업체 판매인들에게 “Ask Digital” 인증마크를 부여, 시청자들이 이들을 통해 안내받을 수 있도록 함

[그림 2-5] Digital UK의 풀 서비스 커뮤니케이션 모델



학교들과 연계하여 디지털전환 홍보를 위해 학생들을 위한 다양한 교육 프로그램 운영하고 있다. Digital UK는 'The Big Countdown'이라는 학교 프로그램 개발하여,

7-11세 어린이를 대상으로 역사, 시민권, ICT (정보통신기술), 영어, 환경 과목 등에 디지털전환 주제 포함시켜 교육하고 있다. 선생님, 학부모, 학생을 위한 온라인 및 오프라인 학습자료 배포하고 있다. 디지털전환을 기념하여 학생들을 대상으로 타임 캡슐 매장 프로그램 실시하고 있다. 타임 캡슐에는 가족의 일주일간의 TV 시청 일기, 선호하는 프로그램을 기술한 것, 낡은 리모트 컨트롤 등을 넣는다. 시범지역, Copeland에서는 디지털 전환 시범사업시 31개 초등학교 학생들에게 가족들에게 디지털전환에 관해 말하도록 숙제를 내기도 했다.

Digital UK의 수신료에서 특정된 201백만 파운드 총사업 예산중 55백만 파운드가 미집행될 것으로 예상된다 (Guardian, 2010. 6. 16). Digital UK에서는 자신들이 예산을 효율적으로 사용했기 때문이라고 주장하고 있으며, 충분한 예산은 디지털전환 사업을 수행하는 기관들이 여유를 가지고 업무를 수행할 수 있게 해준다.

<Digital UK>

- o (설립) '04년 11월 발표된 'Digital Television Action Plan'에 따라 '05년 4월 설립된 비영리법인으로 방송사업자, 전송사업자, 유통사, 가전사, 설치 업체 등이 회원사로 참여
- o (조직구성) 회장, 사무총장, 이사*(14명), 직원(68명)
 - * 이사회는 BBC, ITV, C4/S4C, Five, Teletext, SDN, Arqiva, 제조업자와 소매업자 대표로 구성
- o (예산) 직원인건비 등 운영예산('05~'12년, 3천1백만 파운드) : 회원사가 분담 사업예산('05~'12년, 2억 파운드) : BBC 수신료
- o (역할) 홍보, 시청자연구 및 조사, 방송수신범위(Coverage) 관련 정보제공, 디지털 TV 등 디지털 수신기기 인증 등
 - 특히 정부, 방송사, 제조사 등 이해 관계자간 의견조정 등 허브 역할 수행
- o (주요 활동 내용)
 - 홍보(신문광고, 옥외광고, 전가구에 홍보물 발송, 종료 자막 방송)
 - 콜센터(Contact centre)운영을 통하여 전화상담, 이메일, 우편업무 등 수행(스코틀랜드에 위치)
 - 지자체, 자선단체(Digital Outreach), 방송사업자, 공동주택협회, 유통업체, 소비자단체 등과 협력을 통하여 로드쇼, 홍보 실시
 - Ofcom과 공동으로 소비자 인지도, 보급률 조사(분기별)
 - DTG와 협력을 통하여 Digital-Tick logo 부여
 - 지역별 사무소*(Regional Office)를 운영하여 지역별 홍보 추진
 - * (현황) 현재 6개 지역에서 운영되고 있으며, 런던 등 전환 일정이 2-3년 이상 남은 지역은 미 개소상태

(인원) 지역별로 지역 매니저 포함 3-5명 근무(평상시 재택근무, 수시 컨퍼런스콜 회의)

(업무) 지역 정부(재정적 지원은 없음), 하원의원, 소매업자들이 참여하는 회의체 (Local Stakeholders Groups) 구성 및 광고, 정보 캠페인, 로드쇼 등 개최

6) 취약계층 지원

칙허장 및 DCMS와 BBC간 디지털전환지원계획 협정서에 따라 국가 보조금을 수령 받는 75세 이상 노인 및 장애인 등에 대해 전액 무료 또는 일부 자기부담 대상자를 구분하여 지원하고 있다. 영국에서는 노인, 장애인 등 기술·경제적 취약계층 중심으로 지원 대상을 선정했으며, 일반 저소득층은 제외되었다.

- o (전액 무료지원 대상) 저소득층(75세이상 노인 및 장애인 가구 중 소득 지원 대상자, 구직자 수급자, 연금공제 대상자)에 한정
- o (40파운드 자기부담 대상) 75세 이상 노인, 맹인 또는 부분 실명, 간호수당, 장애 생활보조금 수급대상자, 사회복지시설 6개월 이상 거주자

<표 2-23> 영국의 취약계층 지원 현황

구 분	상 세 내 용
지원프로그램	o Digital Switchover Help Scheme
법적 근거	o 칙허장, 협정서(DCMS와 BBC간)
지원 대상	o 75세 이상 노인 o 맹인 또는 부분 실명자 o 특정 장애인 수당 수급자 o 사회복지시설 6개월 이상 거주자
지원 내용	o 디지털 셋탑박스, 안테나 배달·설치 및 AS 지원 - 지원 대상자중 저소득층 : 무료 - 지원 대상자중 일반 노인/장애인 : 40 파운드 자기부담

		o 무·유료방송 및 DTV, PVR 등 선택 가능
지원 시기		o '08-12년 아날로그방송 종료계획에 맞춰 단계적 지원
지원 체계	지원 프로그램 주관	o DSHS Ltd(BBC 자회사)
	전달체계	o BBC(재원)→지원 대상 판단 및 지원여부 문의(DSHS Ltd)→집행(DSHS Ltd)→ 지원 설치(Eaga Plc 등)
	참여기관	o BBC, DSHS Ltd, Eaga plc, Freeview, Freesat, BSkyB등 o 지원 대상 관련 자선단체 협력
재원 규모(재원)		o 6.03억파운드(수신료)
비 고		o 지원대상이 당초 예상보다 감소함에 따라 지원예산 (6억3백만 파운드)중 잔여금(3억 파운드)을 국고 반납 예정 o 장애인과 노인의 실질적 시청이 가능하도록 배달·설치필요

신청자에게 셋탑박스, 안테나를 무료 또는 일부 자기부담(40파운드)으로 설치해 주거나 디지털 TV, PVR 등 구매비용을 보조하고 있다. 대부분 지역에서 무료 또는 40 파운드 자기부담금을 내면 표준제공 옵션으로 Freeview 셋톱박스 및 설치 서비스를 제공한다. Border 등의 경우는 표준제공 옵션으로 BSkyB가 freesat from Sky 설치 지원을 했다. 또한 West TV 지역의 경우도 Freeview와 함께 Freesat이 무료로 제공되었다 (표 2-18 참조). 디지털 셋탑박스 및 안테나를 설치(가구당 1대)하여 아날로그방송 종료 후에도 기존 TV를 통해 실질적인 시청이 가능하도록 조치하고 있다. 특히 지원대상 가구 중 유료방송 가입자에게도 셋탑박스 및 안테나 설치를 지원하고 있다. 지원대상자가 디지털 TV, PVR 등 추가 장비를 원하는 경우에는 그 차익을 본인이 부담하는 조건으로 지원하고 있다. 영국의 지원에 대한 접근방식은 수신기기 금액의 할인이 아니라 서비스 제공에 있으며, 현재까지 신청자당 평균 200파운드(수신기기, 안테나 설치, 홍보비용 포함)의 지원금을 받고 있다 (DSHS 담당자 인터뷰, 2010. 3. 19).

BBC 자회사 DSHS Ltd가 입찰을 통해 Eaga plc를 선정하여 셋톱박스 및 안테나 설치 등 현물형태로 지원하고 있다. 당초 유료방송 가입 지원의 경우 위성(BskyB)뿐만 아니라 케이블(Virgin), IPTV(BT Vision) 등이 포함되었으나 현재까지 사업자 이해관계로 케이블, IPTV 등은 참여하지 않고 있다.

<표 2-24> West TV 지역의 옵션

선택		기기, 배달, 설치 비용	시청료 지불 여부
1	Freeview	무료	아니오
2	freesat 디지털 박스과 위성안테나	무료부터	아니오
3	Freeview+디지털 TV 리코더	146 파운드	아니오
4	Sky+디지털박스과 위성 안테나	무료	예 매달 16.5 파운드부터
5	Freeview나 freesat이 내장된 디지털TV	310 파운드부터	아니오

디지털전환 지원체계 프로젝트 위원회[DCMS, BBC, Eaga plc, Digital UK, DWP(Department for Work and Pensions)¹¹⁾]를 구성·운영하고 있다. 실제 운영은 Digital UK, DSHS, Eaga plc, Digital Outreach와 지역 자선단체를 중심으로 이루어지고 있다. 영국은 기관들간의 협조가 원활하게 이루어지고 있으며 정부에서는 소수의 인원이 디지털전환 관리 업무를 맡고있으며, 실제 지원업무는 민간에서 이루어지고 있다.

지역별 디지털전환 취약계층 지원업무는 디지털 전환일 18개월 이전부터 체계적 지원이 이루어진다.

11) 장애인, 퇴직자 등에 대한 복지지원업무 담당 부처

<표 2-25> 지원일정

일 정	주 요 내 용
전 환일(D)-(18월 ~ 15월)	- 디지털전환 시작 - 지역별 수신기기 선정 및 가격 결정
전 환일(D)-(15월 ~ 12월)	- 안내문 등 우편물 발송 준비
전 환일(D)-(8월)	- 제1차 지원계획 패키지 발송
전 환일(D)-(5월)	- 지원대상자 우편물 수신여부 확인
전 환일(D)-(5월~1월)	- 제2차, 3차 추가 발송 (신청자, 응답자를 제외한 지원 대상자 한) - 홍보 실시(지원대상자가 자주 방문하는 장소에 설치)

2010년 3월까지 취약계층 지원대상자(700만명)중 약65%의 신청을 예상하였으나, 실제 지원율이 18%로 비교적 낮게 나타났다. 18%중 무료지원 대상자가 60%, 40파운드 자기부담 대상자가 40% 비중을 차지했다. 지원계획 신청자는 2010년 3월말까지 약 30만명 수준이다.

구체적인 영국의 디지털전환 지원계획 신청 현황은 <표2-26>과 같다. 2010년 3월까지 영국의 디지털전환 지원계획 신청자의 81.6%가 Freeview 셋톱박스를 신청했다. IDTV (디지털방송 셋톱박스가 통합된 TV)를 선택한 디지털전환 지원계획 신청자들의 비율은 전체 신청자의 2.2%이다. 40파운드 부담해야하는 지원대상자들의 IDTV 신청비율이 높았다. (4.1%) Freesat 신청자의 비율은 11.0%로 나타났다. 난시청지역이 많은 West TV지역에서는 Freeview뿐만 아니라 Freesat도 무료로 지원되었으며, 다른 지역에 비해 Freesat 지원비율이 21% 높았다.

<표 2-26> 영국의 디지털전환 지원계획 신청현황 (2010.3월말 기준)

	지원계획 전체	무료	40파운드
Freeview 셋톱박스	81.6%	85.2%	74.3%
Freesat	11.0%	9.9%	13.2%
BSkyB	3.0%	2.5%	4.0%
IDTV	2.2%	1.2%	4.1%
DTR	2.2%	1.2%	4.2%

※ 주: Freesat은 무료위성으로 셋톱박스과 위성안테나 설치, BSkyB는 Freesat from Sky 등 BSkyB의 위성방송서비스, IDTV는 디지털방송 셋톱박스가 내장된 디지털TV, DTR은 디지털비디오레코더

<Eaga plc>

o (개요) 노인 및 연금 생활자 등을 대상으로 무료 난방 시설 설치 및 디지털 전환 취약계층 지원 등을 수행하는 주식회사로 2008년 Border 지역의 본 사업부터 DSHS Ltd와 공개입찰을 통해 계약*하여 업무 추진

* Capita (Whitehaven 시범사업에 취약계층 지원 사업 수행), Vertex 등도 입찰 참여하였으나, 계획의 우수성, 가격, 배달망 등을 고려하여 Eaga plc가 선정됨

o (조직구성) 디지털전환 취약계층 지원 사업 수행에 약1,000명 정도 참여

- 안테나 설치기사, 콜센터, 네트워크 전문가 참여

- Digital outreach 등의 지원업무 수행자에 대한 직무교육(4주) 실시

o (주요업무) 노인, 장애인에 대한 디지털방송 수신기기 보급 등 디지털 전환 관련 홍보, 기술지원 등 시청자 지원 사업을 담당

2005년 당시 66%의 디지털전환 비율이 2009년말에 91.4%로 상승했으며, 전환지역에서는 거의 모든 사람들이 가정내 메인 TV 뿐만 아니라 두 번째, 세 번째도 디지털전환을 완료한 것으로 나타났다. 저가의 Freeview 셋탑박스 공급, Freeview 브랜드화를 통한 다양한 콘텐츠 제공, 철저한 품질검증 등은 수신기 보급률을 증가시키는 요인으로 작용했다.

셋탑박스 가격하락으로 대다수 시청자가 자체 구입하는 등 실제 지원대상이 당초 예상보다 감소함에 따라 BBC는 취약계층 지원예산(6억3백만 파운드)중 잔여금(3억 파운드)을 국고에 반납 예정이다. 반납한 금액의 사용처는 현재 논의중이며, 광대역 인터넷 보급 사업비로 사용될 것이 유력하다.

셋탑박스 관련 기술규격이 공개되고 시장에서 경쟁을 통해 가격하락이 이

루어졌다. 2002년 150파운드로 예상되던 셋톱박스 가격이 6개월 후 70파운드, 2010년(출시 3년 후) 20파운드대로 떨어졌다. 취약계층 지원 수신기기(Freeview 셋톱박스¹²⁾)의 경우 공개 입찰을 통해 매년 업체를 선정하고 있다.

Eaga plc에서 디지털전환지원계획을 위해 리모컨은 단일 규격으로 통일하고 Freesat 등 기타 수신기기는 지역별로 업체를 선정하고 있다. 지원대상자가 유료방송 가입지원(BSkyB 셋톱박스 및 안테나 등)을 신청할 경우 해당 방송사(BSkyB)로 인계·설치후 Eaga plc가 검사한다.

수신기기 품질검증 관련 Ricability¹³⁾는 소비자 선택을 위해 가격수준, 편리성, 평판 등 제품에 대한 정보를 제공하고, DTG¹⁴⁾는 수신기기 품질 인증을 실시하여 제품에 대한 신뢰성을 담보한다.

7) 수신 환경 개선 지원

커뮤니케이션법(2003년), 전파법(2006년)에 근거 방송사는 커뮤니케이션법에 따라 디지털전환이후 디지털TV 방송 커버리지(73%)를 아날로그 커버리지 수준인 98.5%로 유지 의무가 있다. Ofcom은 아날로그(커버리지 98.5%)와 동일한 커버리지를 갖도록 면허조건에 규정하고 있다.

난시청 해소 의무는 기본적으로 방송사에 있으며, SDN 등의 멀티플렉스 사업자는 전송사업자인 Arqiva와 계약을 통하여 디지털 송신시설을 확충했다. 이를 위해 2006년 BBC는 18억 파운드에 Arqiva와 25년간 새로운 고풍력 디지털 전송 서비스 이용에 관한 계약을 체결했다.

한편, 지상파 난시청 해소를 위해 무료 위성방송서비스(Freesat) 제공과 소출력 자가 중계기(Self-help relay transmitters)¹⁵⁾를 설치했다.

수신환경 개선과 관련하여 지자체는 난시청 지역 DB관리 및 지역 주택협회·건물주와 관련하여 정보를 교환하고, 지자체 소유 주택의 경우 계약조건에 따라 공시청 시설을 개선해야 한다.

12) 자동 채널 재설정(retuner) 기능, 지역별 선호채널 검색기능, 음성해설(audio description)기능 의무 탑재

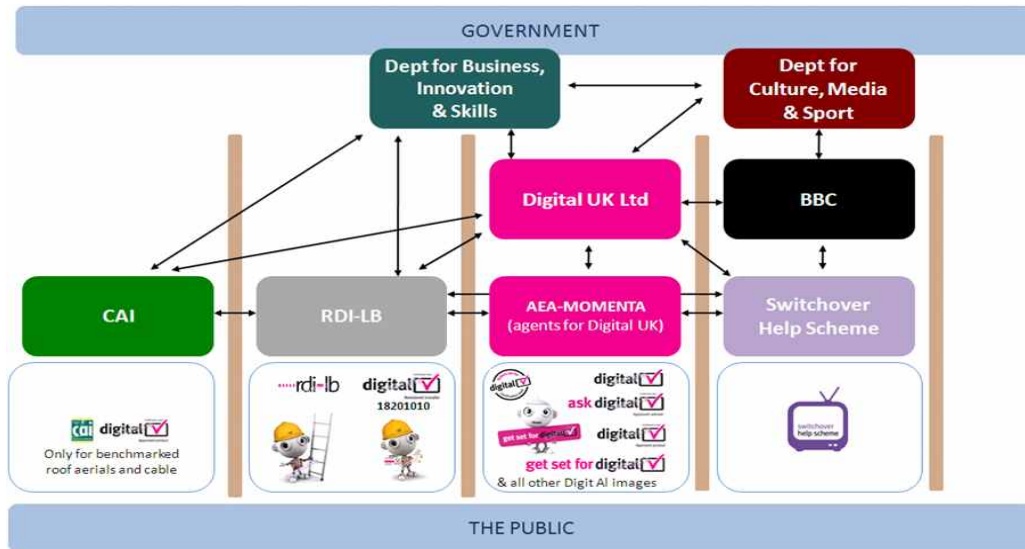
13) Ricability는 Research Institute for Consumer Affairs(RICA)의 trading name으로 장애인과 노인 등에게 제품에 대한 정보를 제공하고, 제품과 서비스 품질 향상을 유도

14) DTG(Digital TV Group)은 디지털TV 기술표준화, 품질인증 기구로, 현재 BIS를 비롯하여 100여개 이상의 업체와 유관기관이 참여하고 있음

15) Self-help relay(Community Television Relay Service) : 난시청 해소를 위해 소규모 지역에 설치(Ofcom의 주파수 면허 필요, 비용은 주민 부담)

DTG, CAI 등 민간협회차원에서 건물주에게 통합수신시스템(지상파, 위성 방송 안테나 + 광대역공시청장비) 설치를 권고하고, BskyB는 자회사(Sky Homes)를 통해 통합수신시스템(IRS)을 설치했다. 2010. 5월 현재 영국의 공시청설비 수신 5백만 가구중 2백만 가구에 IRS 설치하고 있다 (CAI 전문가, 2010. 5. 11).

[그림 2-6] 디지털 수신환경 개선 등 관련기관 체계도



디지털 전환에 따라 2000년 당시에는 10%정도의 안테나 교체가 필요할 것으로 예상하였으나, 기존 안테나 자체교체 등으로 현재 교체가 진행하여 예상수요는 약 4~5% 수준이다. 한편, 공시청 설비 설치비용은 지역 및 종류에 따라 차이가 있으나 100~200파운드 정도 소요된다. IRS는 가구당 150~200파운드(단자 추가시 비용 인상), MATV는 가구당 100~150 파운드 수준이다 (CAI 전문가 인터뷰, 2010. 5. 11)

<표 2-27> 디지털 수신환경 개선 등 관련기관 역할비교

구 분	주요 역할
CAI(Confederation of Aerial Industries*)	- 안테나 설치 관련 전문 인력, 정보 제공 * 제조사, 전송사업자, 안테나 설치 업체 등 1,000개 회원사로 구성된 안테나산업협회
RDI	- 디지털 안테나 및 TV시스템 설치 업체
RDI-LB(Registered Digital Installers Licensing Body)	- 디지털 안테나 및 TV시스템 설치 업체 등록 및 관리
AEA-MOMENTA	- Digital Tick logo 프로그램 관리

8) 지역별 디지털 전환 추진현황 및 문제점

2010년 5월말 기준 전체 15개 ITV 지역중 4개 지역, 전체인구의 25%의 디지털 전환(16개 주요 송신시설, 355개 중계기)을 완료했다.

디지털전환 과정의 민원을 살펴보면, 아날로그 종료후에 시청자가 직접 기존의 채널을 재설정(Re-tuning)해야 하는 문제가 대다수를 차지하였으며, Granada, West 지역의 경우 이미 전환을 완료한 인근지역(Wales)의 고출력 신호의 영향으로 타 지역(Wales)의 방송(웨일즈어)이 수신되어 소비자들이 직접 주파수를 수동으로 재설정한다. 일부 셋톱박스에는 자동재설정 기능만 있어 향후 디지털전환을 위해 필수적으로 수동재설정 기능을 넣기로 했다.

또한 수신 장애 (picture freezing, blank screen, no sound, no picture) 등이 발생, 지역별로 수신되는 Freeview 채널 수 차이, 품질, 리모컨 디자인 면에서 부적절한 장비(Digital Tick logo 인증 없음) 유통 등의 문제가 발생하였다.

셋탑박스, DTV 사용이 아직 불편(Consumer focus : 소비자 단체)하고 자막방송 등 장애인들에 대한 접근성 제고가 강화되어야 한다고 지적되었다. (RNIB : 장애인 단체) 아울러, 취약계층에 개별적으로 메일을 발송하는 DSHS의 경우 전국적인 홍보 체계 구축이 필요(RNIB, CEG)하고 Digital UK와 DSHS간 긴밀한 협조체계 부족이 지적되었으며, 디지털 전환 대상가구의 98~99%가 디지털 전환 바로 전달해야 비로소 전환 작업을 하는 것으로 조사되었다. (Digital UK, '10.1)

디지털 전환이후 사후지원(After care) 기간(1개월)이 짧고, 체계적이지 못하다는 지적도 있다(Digital UK 자체 결과보고서)

방송설비의 디지털 전환이 진행중이다. 하지만, 2009년 12월 현재 방송시설 중 방송국은 20%, 방송보조국은 33.1%, 제작시설은 아직 테이프를 사용하는 곳이 상당하다.

<표 2-28> 송신시설의 디지털전환 현황('09년), '10.5월말 기준

합 계			방송국			방송보조국		
아날로그	디지털	전환율	아날로그	디지털	전환율	아날로그	디지털	전환율
1,154	371	32.1%	80	16	20%	1,074	355	33.1%

반면에 케이블 Virgin Media는 '10년 4월 현재 전환율이 95%로 '10년중 100% 완전 디지털전환을 목표로 하고 있으며, 경쟁 플랫폼인 위성 방송 BSkyB는 '02년 100% 디지털 전환을 완료했다.

메인TV 대비 Secondary TV수상기의 디지털전환율이 낮은 상태로 이에 대한 지속적인 디지털 전환 유도가 필요하다.

9) 결론 및 시사점

Eaga plc의 담당자 (인터뷰, '10. 4. 7)는 영국의 디지털전환 성공 요인을 다음과 같이 평가·정리했다.

- ① 소비자의 요구 조사를 통한 사전 계획 수립
- ② 관련 기관간 유기적 협력 체제 구축
- ③ 오픈 마켓을 통한 저가 셋톱박스 공급을 통해 자발적인 디지털전환 유도

이 평가는 상당히 설득력이 있게 들린다. 우선, 영국 정부는 계획 수립단계에서 다양한 조사 및 시범사업을 통해 디지털전환 계획을 수립했다.

영국은 정부, BBC 등 방송사, Digital UK, DSHS Ltd., eaga plc., Digital Outreach, 자선단체 등이 참여하는 효과적 협력체제 구축을 통해 디지털 전환을 성공적으로 추진하고 있다. 협력체제 구축을 위해 정부와 규제 기관의 법·제도적 지원과 방송사 등 산업계의 참여가 필수적이다. 이를 위해 2005년 문화부가 2012년까지 디지털전환 완료 계획 및 일정을 발표했다. 이에 앞서 2004년 Ofcom 상업 공공 서비스 방송사들에게 디지털 대체 면허를 발행하여 방송사가 디지털전환을 하도록 했다. BBC도 칙허장과 협정서에 디지털 전환을 선도할 의무를 명시하고 있다.

체계적인 대국민 홍보 및 시청자 지원시스템 구축을 위해 노력해야 한다. 영국은 취약계층에 대한 경제적·기술적 지원의 안전망을 통해 디지털전환의 공공의 지지를 이끌어내고 있다. 디지털전환을 위해 고출력 지상파 디지털 네트워크를 구축 일정을 조율하는 기술 기반팀과 홍보팀의 협력을 통해 적시에 기술 변화에 대한 정확한 정보를 제공하고 있다. 디지털 전환 일정별 체계적인 홍보

및 장애인, 노인, 외국인 등 소외계층에 대한 맞춤형 홍보도 필요하다. Digital Outreach Ltd를 활용하여 전환 지역에서 가능한 지역·자선 단체 네트워크를 최대한 활용하고 있다. 우리나라도 시청자 지원시 RAPA(시청자지원기구)와 DTV Korea(홍보기구)간 유기적인 협조체계를 구축하고 지자체, 소비자단체, 자선단체 등 민간기관과의 연계를 통한 시너지효과를 높여야 한다.

영국은 디지털전환을 위해 충분한 예산을 투입하여 전환기구들이 전환에 전념토록 하고 있다. BBC 수신료의 일부를 홍보 비용과 취약계층 지원에만 사용토록 하여 다른 부문에 사용되는 것을 막았다. 이들 장기 예산은 매년 조정되고 있으며, 유효성과 효율성 측면에서 수신료의 가치를 실현하고 있는 지포괄적인 조사 대상이 되고 있다. 우리나라도 홍보와 취약계층 지원을 위해 충분한 예산 확보로 실무진이 전환에 전념할 수 있는 환경을 만들어야 한다.

영국은 시장에 저가 Freeview 셋톱박스를 보급을 통해 디지털방송 수신기기 보급률을 높이고 디지털전환 비전환자 비율을 1% 미만으로 낮추었다. 성공적인 디지털전환을 위해서는 국민들이 자발적으로 전환할 수 있는 환경을 조성해야 한다.

3. 디지털 공영방송

1) 수신료 인상과 디지털전환

(1) 수신료 개요

영국의 수신료는 준조세 성격으로 BBC가 제안하면 DCMS가 재무성과협의를 거쳐 결정하고 정부에서 제출된 수신료(안)은 형식적 의회 승인을 거쳐 확정된다. 커뮤니케이션법 제165조 6항에 따라 재무성(The Treasury)의 동의가 필요하다. '07년 수신료의 경우 디지털 전환 소요재원 중 8억1백만 파운드를 수신료 인상으로 조달했다. 수신료 미납시 1,000 파운드 벌금 및 형사처벌 대상으로 수신료 징수는 '02년에 10년 계약으로 민간회사인 Capita에 위탁중이다. 수신료는 세금으로 분류되며 미납자는 형사처분 대상(Communication Act 제 363조)이며, 75세 이상의 노인은 수신료가 면제된다.

수신료 결정은 10년 단위의 칙허장 갱신 과정에서 이루어지는 오랜 기간에 걸쳐 반복돼온 사회 정치적 합의 형태를 거치며, 수신료 인상 범위는 문화부, 재무성, BBC 사이의 논의를 거치고 산업계, 시민단체 등의 다양한 의견을 수렴한다. 수신료에 대한 가치평가(Value for Money) 등을 통하여 BBC의 수신료 효율성을 측정한다.

의회는 정부의 수신료 결정에 대해 의견을 개진하고 관련 규정상 다수의 의원이 반대할 경우 부결될 수 있으나, 다수당이 행정부를 장악(장관직 수행)하는 의원내각제인 정치구도상 의회는 대부분 정부 결정을 승인하는 소극적 역할에 그친다.

수신료는 커뮤니케이션법(제4부 텔레비전 수신면허 부여)에 따라 가구당 부여되며 BBC는 칙허장 및 협정서에 근거하여 집행계획을 수립하고 국회 보고, 감사원 감사 등을 통해 사후 통제된다. 1967년 무선법에 따라 TV 판매사업체가 관련 사항을 징수기관에 신고토록 의무화된다.

(2) '07년 수신료 인상 관련 추진 경과

2005년 10월, DCMS, 재무성, BBC 간의 수신료 협정 착수, BBC는 디지털 전환에 소요되는 재원 등을 감안할 때 물가인상률 기준 최소 2.3% 인상이 필요

하다고 주장했다. BBC는 맨체스터(1,800명) 직원이동, 양방향 서비스 확장, 디지털 전환시 취약 계층 지원 등의 비용을 포함한 물가인상률 플러스 2.3%를 제안(이후 1.8%로 조정)했다.

특히 디지털 전환을 일반예산이 아닌 BBC의 수신료에서 조달하게 함으로써 사실상 BBC에 디지털 전환 실무책임을 맡겼다. 이에 BBC는 6억3백만파운드를 취약계층 지원에 별도 책정함으로써 BBC의 디지털방송 분야 투자 계획에 차질이 발생했다고 주장했다. 영국 상원의 특별위원회와 시청자 단체 CPBF 등은 디지털 전환에 수신료를 사용하는 것을 반대했다. '07.1월 DCMS는 재무성과 협의, '07.4월부터 향후 6년간 수신료의 단계적 인상계획 결정(행정 명령)했다. 문화부는 인플레이션을 이상의 수신료 인상을 지지하였으나 당시 재무성(장관: 고든 브라운 전 수상)가 반대하여 결국 원래 BBC의 제안에 20억 파운드가 모자란 액수로 결정되었다. 일각에서는 당시 고든브라운이 수상이 되기 위해 BBC 경쟁력 강화를 견제하려는 언론재벌, 루퍼트머독의 환심을 사기 위한 결정이라고 주장(Des Freedman, 2008)이 제기되기도 한다. '07.1월, 최종 수신료 금액을 '07.4월부터 2년간 3% 인상, 이후 3년간 2% 인상하기로 결정했다.

<표 2-29> 연도별(7년단위) BBC 수신료인상율(%)

2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
3%	3%	2%	2%	2%	

2007. 6월 문화부 장관이 의회에서 BBC 수신료 1,400만파운드를 CH4 디지털 전환 비용에 사용한다는 계획안을 발표하였으나, 2008년 6월, EU에서 정한 정부 보조규칙(state aid rules)에 어긋난다는 지적에 따라 2008. 11월, 지원 계획을 철회했다.

<표 2-30> 영국 BBC의 수입현황(단위: 백만파운드), BBC

수입 항목	2007	2008	2009
수신료 (Total Licence fee income)	3,242.9	3,368.8	3,493.8
BBC World Service	269.6	283.6	294.6
상업 비즈니스	635.9	719.6	775.9
기타 수입	28.9	42.8	41.4
총계	4,177.3	4,414.8	4,605.7

<표 2-31> 수신료 사용내역(단위: 백만파운드), BBC

항목	2009	비율 (%)
텔레비전 프로그램 제작, 구입 (저작권 등)비용	2,336	69
라디오 프로그램 제작, 구입(저작권 등)비용	588	17
온라인(iplayer 등)	177	5
기타(Freeview/Freesat 지원비 등)	295	9
총계	3,396	100

<수신료 관련 이해당사자 입장>

□ 이해 관계자 입장

- (정부 : DCMS) 2010년 5월, 노동당 정부는 Ofcom 등이 주장하는 BBC 수신료를 타 공영방송사와 나눠쓰기(top-slicing) 주장에 대해서도 매우 긍정적인 입장이며 수신료 인상도 소극적

※ 총선결과에 따라 보수당에서 장관이 임명됨에 따라 입장 변화 가능

※ 통상 정치쟁점화되는 수신료에 대하여 디지털전환 취약계층 지원비용 미사용분에 대해 노동당은 IFNC (Independently Funded News Consortia) 재정 지원에 보수당은 광대역 인터넷망 확충에 사용을 검토하는 등 입장차가 분명

- 2010년 6월 현 보수당 정부의 경우, 야당시절인 2009년부터 수신료 동결을 주장해왔으며, 감사원의 회계감사 정례화를 통한 BBC 재정

사용의 투명성 제고 시사

- o (규제기관 : Ofcom) Ofcom은 디지털시대에 공영방송의 역할 정립 등 정책 연구 차원에서 CH4와 수신료를 BBC와 공유하는 것에 긍정
- o (방송사 : CH4) CH4는 최근의 광고시장의 어려움을 이유로 수신료를 BBC와 나눠쓰기를 희망
- o (방송사 : ITV, Five) 소유, 재원면에서 민영방송 성격의 공영방송사는 수신료를 CH4와 공유하거나 폐지하여 BBC가 광고 시장에 새로운 경쟁자로 등장하는 것을 원하지 않음
 - 특히 ITV는 BBC의 수신료를 일부 공유할 경우 뒤따르는 보다 엄격한 정부 규제, 감시로 수신료 공유에 관심이 없음
- o (유료방송사) BBC 수신료 공유로 BBC가 Freeview 등을 통해 광고시장에 새로운 경쟁자로 등장하는 것을 반대하는 한편,
 - BBC 수신료 집행과 관련 인터넷, R&D 등 상업적인 목적으로 무분별하게 사용하고 있다고 신랄하게 비판
 - BSkyB는 BBC Trust에 BBC의 인터넷, R&D 등을 시장의 기능에 맡기고 수신료 삭감을 통해 시청자들 부담을 줄일 것을 주문
- o (시민 단체) BBC를 영국의 대표적 브랜드로 여기는 상당수 국민들은 수신료를 통해 BBC와 수신료 납부자의 요구에 충실(value for money)한 공영 방송 BBC가 존속되는 것에 찬성
 - ※ 아직까지 수신료는 BSkyB 등 유료 방송의 시청료 (매년 평균 400 파운드)에 비해 저렴하다고 간주
 - ※ 영국민의 80%가 수신료 납부에 찬성(BBC 자체 조사)

※ (찬성) VLV(청취자와 시청자의 목소리), 2007년 당시 정부의 수신료 인상 수준이 적다고 우려 표명하며 디지털 서비스에 맞는 수신료 수준 요구, 수신료는 BBC의 진정성과 품질을 담보하며 정치적 간섭으로 독립을 위해 필요

- 다만 수신료 사용시 책임성(accountability), 집행의 투명성이 보다 제고되어야 한다는 입장을 견지

※ Jonathan Miller (Sunday Times 기자)는 수신료가 저소득층에게 너무 비싸고 특히 연애인 등 일부 출연진에 대한 고가의 출연료 지출 등 수신료가 비 효율적으로 사용되고 있다고 비판하고 정부가 수신료를 통해 BBC 통제한다고 주장

- o (신문사) 루퍼트 머독이 소유하고 있는 The Times, The Sun 등은 BBC와 수신료에 대하여 시장경쟁 왜곡, 출연료·인건비 과다 책정 등을 문제 삼아 비판적 논조를 지속

- 한편 The Guardian, The Financial Times 등은 BBC의 수신료의 필요성에 대한 사회 각계의 다양한 의견을 제시

- o (학 계) : 수신료를 타방송사에 배분하면 BBC와 수신료 납부자와의 관계 희석 등의 이유로 수신료 존폐지, 공유문제보다는,

- 누진세 성격의 수신료 징수방법에 대하여 대안으로 다른 유럽국가들처럼 TV 모니터·DVD 구입시 간접세를 징수하거나,

- 프랑스처럼 주민세에 통합 징수하여 역진세적 성격을 보완하고 아울러 민영방송의 광고수익이나 ISP에 대한 세금으로 공영방송 재원을 마련하는 방안에 관심을 가지고 있음

(3) 주요 쟁점 및 향후 정책 방향

2004년 BBC 경영위원장이었던 마이클 그레이드(Michael Grade)는 BBC 수신료 결정을 잉글랜드 은행의 통화 정책 위원회를 모델로 한 독립적인 기관이 맡아 수신료 결정 과정을 탈정치화하는 것이 BBC의 독립을 지키는데 중요하다고 역설했다.

BBC가 독점하고 있는 수신료를 공영방송사(PSB)간에 나누어 써야 한다는 주장(Top slicing)이 CH4 등에서 제기되고 있으며, 민영·유료방송 등에서는 국가경제, 광고시장이 어려운 상황에서 BBC만이 수신료를 씹지돈 쓰듯이 한다는 비판하기도 한다. 전 BBC 사장 Greg Dyke는 보수당 집권시 정책 조사를 하면서 수신료를 일반 세금으로 부과하는 방식을 주장했으며, 전 BBC 정책부장이며, 옥스퍼드 대학교의 David Levy 교수는 프랑스식의 주민세에 포함시키는 방안 등을 제시했다.

현 정부(보수당과 자민당 연정)는 BBC의 재원 사용의 투명성을 높이기 위한 감사원의 회계감사 정례화 검토하고 있다.

2) 지역방송과 공영방송

(1) 개관

영국 지역방송 체제를 이해하기 위해서는 ‘민족권역(nations)’, ‘지방(regions)’, ‘지역(local)’등의 개념을 우선 이해해야 한다. 영국은 잉글랜드(England), 웨일스(Wales), 스코틀랜드(Scotland), 북아일랜드(Northern Ireland)의 네 개 민족권역으로 구성된 정치공동체이다. 이중 잉글랜드는 인구나 면적 측면에서 가장 규모가 큰 단위로서 영국 방송 체계에서 ‘지방’이라는 용어는 주로 잉글랜드 민족권역의 하위 부분을 가리키고, ‘민족권역’이라는 용어는 스코틀랜드, 웨일스, 북아일랜드의 자치 단위를 지칭한다. 영국의 지역방송 정책이 ‘민족권역과 지방(Nations and Regions)’이라는 복잡한 개념을 통해 표현되는 이유가 바로 여기에 있다. 한편 ‘지역(local)’이라는 용어는 기존의 민족권역이나 지방 개념으로 포괄될 수 없는 소규모 생활단위를 지칭한다.

<표 2-32> 영국 지역 방송 체제

전국/지방 구성	방송면허
전국 네트워크 + 지역방송국	BBC 15개 지역 방송국
전국 네트워크 + 지역방송사 연합	채널3면허: ITV 프랜차이즈 15개 지역면허 방송사 + 1개 전국면허 방송사
민족권역 방송사	웨일스 민족권역 채널4면허: S4C
소규모 지역 텔레비전	제한적 서비스 면허(RTSL)

영국의 공공서비스 방송사 가운데 채널4와 Five는 별도의 지역방송 단위를 갖고 있지 않기 때문에 전국 네트워크와 지역방송 단위를 동시에 갖고 있는 경우는 BBC와 ITV로 국한된다. 여기서 BBC는 전국 네트워크를 기본으로 각 지역에 직할 방송국을 두고 있는 반면, ITV는 별개의 채널3 지역면허를 갖고 있는 지역방송사들이 전국 네트워크를 공유하면서 각각의 지역방송을 수행하는 프랜차이즈 형식으로 존재한다. 여기서 실질적인 지역방송 활동은 ① 지방 뉴스(regional news)의 제작/편성 ② 뉴스를 제외한 기타 지방 프로그램(non-news regional programme) 제작/편성 ③ 전국 네트워크 프로그램의 지역 제작 ④ 기타의 지역 편성 등으로 대별된다. 여기서 ITV 프랜차이즈는 “지역 기반 PSB”라는 면허 조건에 따른 공공서비스 과제를 수행하고는 있지만 ITV plc의 등장과 함께 지역방송 연합체로서의 모자이크적 지역성은 상당히 희박해진 것이 사실이다. 이와는 반대로 애초에는 전국 네트워크 중심성에 기초를 두고 지방 뉴스 편성과 같은 제한적인 형태의 지역 서비스(Nations & Regions)를 제공해왔던 BBC는 채널3의 지역적 기여가 약화되고 있는 점에 착안하여 지역성을 강화하는 정책을 채택함으로써 공공서비스 방송 중심 기구로서의 자기 정당성을 방어하는 주요한 계기로 삼고 있다. 이에 아래의 내용에서는 디지털 다채널 방송환경에서 생존하기 위해 기존의 지역적 기여를 약화시켜갈 수밖에 없는 ITV와, 지역 서비스 확대를 통해 자신의 정당성을 강화시켜가고 있는 BBC를 대비시킴으로써, 현재 영국의 조건에서 공영방송의 역할이 어떻게 재구성되고 있는가를 제시하고자 한다.

(2) 공공서비스 지역방송 채널3

1955년에 처음 도입된 상업방송 ITV는 지역방송사 연합 체제에 기반을 두고 네트워크 방송을 제외하고는 대단히 자율적인 형태로 운영되는 메커니즘을 갖고 있었다. 초기 ITV의 지역방송 면허와 편성, 송출권은 IBA에게 있었으며 각 지역방송사에게 프로그램 제작을 주문하는 독특한 시스템이었다. 이러한 체제는 개별 지역방송사들이 저마다의 브랜드를 가지고 지역민의 구체적인 요구에 부응할 수 있었기 때문에 BBC를 넘어서는 경쟁력을 금방 확보할 수 있었다. 당시 조건에서 보면, 영국의 국가적 통일성은 BBC가 담당하고 각 지역의 고유성은 채널3 프랜차이즈를 통해 실현하는 이중 구조가 형성되었던 것이다.

하지만 이러한 지역 분산성과 모자이크형 사업구조의 장점이 변함없이 존속될 수 있었던 것은 아니다. 지역방송 면허가 개별 프랜차이즈 방송사에게 양허되고, BBC를 넘어서는 인기를 얻게 되면서 채널3 면허는 곧 ‘돈을 찍어내는 면허(licence to print money)’로까지 지칭되었던 적도 있다. 하지만 지상파 채널수 자체가 증가함으로써 점차 채널간 경쟁이 격화되었을 뿐 아니라, 다양한 방송 플랫폼과 함께 다채널 시대가 도래하면서 지역방송사 프랜차이즈 형태로는 경쟁력을 확보하지 못하게 된 것이다. 1990년대 이후 광고시장에서의 경쟁이 치열해진 조건에서 ITV 프랜차이즈를 통합할 수 있는 정책이 효율적으로 구사되지 못할 수밖에 없는 조직적 한계가 드러났다. 이 과정에서 칼튼과 그라나다라는 두 개의 대자본이 각 지역방송사들을 하나둘 인수하기 시작했고 그로써 ITV 프랜차이즈의 주도세력으로 성장했다. 2003년 커뮤니케이션법 이후로 칼튼과 그라나다가 합병하여 ITV plc라는 단일 기업으로 탈바꿈한 것은 거의 예측 가능한 수순이었다고 할 수 있다. ITV는 일부 지역을 제외하고는 ITV1이라는 단일 채널 브랜드와 로고를 강조하고 있으며 ITV plc가 주도하는 네트워크 센터의 영향력이 크게 강화되었다.

<표 2-33> ITV 지역방송사 현황

소유주	면허 보유 방송사
ITV plc 계열 - 12개 면허	ITV 웨스트 컨트리
	ITV 메리디안
	ITV 런던

	LWT
	ITV 웨일스
	ITV 센트럴 잉글랜드
	ITV 앵글리아
	ITV 그라나다
	ITV 요크셔
	ITV 타인 티즈
	ITV 보더
	GMTV
스코티쉬 미디어 그룹	스코티쉬 텔레비전
	그럼피언 텔레비전
얼스터 텔레비전 plc	얼스터 텔레비전
미디어 홀딩즈	채널 텔레비전

ITV 지역방송사들은 각각의 지역면허에 따라 구체적인 면허 조건을 갖고 있었으나 ITV plc에 의한 네트워크 중심성이 강해지면서 일정한 표준화가 수반되었으며 이는 ITC와 오프콤으로 이어지는 방송 규제 기구들이 ITV의 면허 조건을 완화시켜줌으로써 가능해졌다. 예컨대 ITV가 편성·제작하는 프로그램 장르별 기회비용은 지방 뉴스와 기타 지방 프로그램에서 가장 크게 나타난다. 즉, 지방 뉴스와 기타 지방 프로그램의 경우 다른 프로그램에 비해 훨씬 많은 단위 비용이 소요된다는 의미이다. 네트워크 프로그램을 제작하여 모든 지역방송사들이 동일하게 편성하는 비용과, 각 지역방송사가 프로그램을 제작하여 해당 방송사에만 편성할 경우 들어가는 비용은 엄청난 차이를 불러일으키지 않을 수 없다. 게다가, 시청률이 높게 나오는 네트워크 프로그램이 더 높은 광고수익을 보장하는 반면 지방 프로그램은 그렇지 못하다. 규제기관들이 지방 뉴스 의무조건을 유지하거나 소폭 경감시켜주는 대신, 기타 지방 프로그램 편성 의무를 대폭 줄여준 것은, 공공서비스 지역 의무와 상업적 이해를 동시에 추구하기 어려워진 조건에 대한 수궁에 근거하고 있다.

(3) BBC와 영국 지역방송

국민적 방송 서비스 목적에서 시작된 BBC는 중앙에서 지방으로의 하향식

(top-down) 조직 체계를 근거로 하고 있었다. 런던의 BBC 텔레비전 센터가 편성제작에 관련된 모든 의사결정을 수행하고 각 지역방송국은 이것을 중계해주는 역할에 국한되어 있었다. 하지만 ITV 프랜차이즈가 등장하여 지역색을 반영하는 텔레비전 방송이 시작되자 BBC 역시 변화하지 않을 수 없었다. 이에 민족권역과 지방(Nations and Regions)에 관한 공공서비스 기능이 부가되었으며, 그 가운데서도 각 지역 조건에 부응하는 뉴스를 제작하여 보도하는 일이 각 지역방송국의 중요 업무가 되었다. BBC 텔레비전 센터에 소재한 민족권역 및 지방 본부(Nations and Regions Headquarters)가 BBC의 지역방송 관련 정책을 책임지는 단위이다. 이 아래에 각 민족권역 방송총국이 있는데, 잉글랜드의 경우엔 민족권역 방송총국대신 12개 지방 방송총국을 갖고 있다. 12개 지방 방송국과 3개 민족권역 방송국은 네트워크 프로그램과 지역 프로그램을 혼합 편성하는 기본 단위라고 할 수 있다.

<표 2-34> BBC 지역방송총국 현황

민족권역/지방	각 지역의 방송총국(소재지)
잉글랜드 12개 지방 방송국	남서부(폴리머스)
	남부(사우스햄프턴)
	동부(노리치)
	런던
	남동부(턴브리지웰스)
	중서부(버밍엄) - 잉글랜드 본부
	중동부(노팅엄)
	서부(브리스톨)
	북서부(맨체스터)
	북동부/컴브리아(뉴캐슬)
	요크셔(리즈)
	동부 요크셔/링컨셔(헬)
스코틀랜드 민족권역	스코틀랜드(글래스고우)
웨일스 민족권역	웨일스(카디프)
북아일랜드 민족권역	북아일랜드(벨파스트)

BBC는 2007년 칙허장 갱신을 통해 지역방송, 특히 민족권역에 대한 지출을 늘리겠다고 약속했다. 이는 칙허장 갱신 이전부터 진행되어 왔던 민족권역 서비스 강화 경향을 공식화하는 것으로서, 뉴스, 시사, 스포츠 등과 같은 전통적인 지역 프로그램 장르 말고도, 드라마, 오락과 같이 네트워크 중심적 장르들로 확대되고 있다. 이를 통해, 각 민족권역의 편성제작팀이 네트워크 프로그램들 가운데 일부를 빼고(opt-out) 그 자리에 지역 제작 프로그램을 편성하는 경향이 증가했다. 시청률 경쟁이 두드러질 수밖에 없는 주요 시청시간 혹은 그 전후에도 실험적으로 지역 프로그램을 편성하는 사례가 늘어났다는 점 역시 주요한 변화 가운데 하나로 꼽힌다. 지금과 같은 조건에서 이와 같은 위험감수적 행위를 수행할 수 있는 것은 BBC가 수신료 재원에 근거를 두고 시청률과 광고의 압박으로부터 자유로운 공영방송사이기 때문에 가능하다는 점에는 이론의 여지가 없다.

네트워크 센터가 있는 런던과 지방 방송총국의 대부분을 잉글랜드에서는 네트워크 편성용 지역 제작에 집중한 반면, 기타 민족권역은 지역 송출을 위한 프로그램 제작에 집중하는 것이 일반적 경향이다. 잉글랜드의 경우 거의 모든 장르에서 네트워크용 프로그램의 지역 제작을 수행하였지만 지역 편성용 제작에서는 뉴스, 날씨, 시사를 제외하고는 크게 신경을 쓰지 않고 있다. 잉글랜드 시청자들은 네트워크 프로그램과 구별되는 지역 프로그램에 대한 요구가 여타 민족권역에 비해 적다는 측면이 반영된 결과이기도 하다. 이에 반해 여타 민족권역에서는 네트워크용 프로그램 제작은 매우 적고 일부 장르에만 편중되어 있는 대신, 지역 편성용 제작에 있어서는 거의 모든 장르에서 비교적 활발한 편이다.

(4) 공공서비스 지역방송을 위한 BBC의 역할

오프콤은 2005년에 수행한 PSB 재검토 1차 보고서를 통해 지역방송에 관련된 새로운 기획을 구체화한 바 있다. 이에 따르면 디지털 전환 이후의 새로운 미디어 환경을 대비하는 장기 정책에는 두 가지 전제가 깔려 있다. 첫째, 새로운 지역방송 정책이 지역 수용자의 요구에 구체적으로 부응할 수 있어야 한다. 둘째, 새로운 지역방송 정책은 재정적 기반에 대한 면밀한 대안이 필요하다. 상업적 공공서비스 지역방송사들의 수익성이 보장되어야 하는 한편, BBC와 같은 공영방송사의 공적 재원이 효과적으로 활용되어야 한다. 여기서

가장 중요한 정책적 고리가 되는 것은 BBC의 역할 강화이다. 기존 지역방송 체제에서는 ITV에 비해 보조적인 위치를 차지해왔던 BBC가 새로운 지역방송 체제의 주축으로 부상한 것이다. 요컨대, 지역 프로그램의 편성과 제작에서 BBC의 역할이 강화되었으며, 소규모 지역 단위의 방송이나 독자적 지역 텔레비전 채널의 수립을 위해 BBC가 대안을 마련하고 지원을 구체화할 것이 촉구되었다. 또한, 각 민족권역의 지역어 서비스를 강화하기 위해 BBC가 직간접적인 지원을 수행할 것이 요청되었다.

이와 같은 장기적 기획 가운데, 지금 당장부터 현실화되고 있는 가장 두드러진 사례는 BBC 민족권역 방송에서 지역어 서비스를 강화하는 프로젝트이다. BBC는 우선 스코틀랜드 고유어 가운데 하나인 게일어 서비스를 제공하기 위해 신규 디지털 채널을 설치했다. 이에 오프콤은 스코틀랜드의 채널3 방송사인 SMG가 BBC의 신규 게일어 서비스와 적절한 협력관계를 유지하도록 했다. 이를 위해 SMG의 지역 의무 일부를 감면해주는 대신 BBC가 제작한 게일어 프로그램을 SMG 계열 방송사의 편성에 반영토록 했다. 한편, 북아일랜드 민족권역에 대해서는 아일랜드어 방송 기금을 조성하여 아일랜드어 콘텐츠의 품질을 높이도록 하는 했다. 더불어, 영국 본토와 북아일랜드 사이에 존재해온 뿌리 깊은 반목과 정치적 갈등이라는 북아일랜드의 특수한 정치 상황에도 불구하고 해당 민족권역에서 BBC 뉴스에 대한 신뢰도가 매우 높은 수준이라는 점에 주목, BBC가 아일랜드어 콘텐츠의 제작과 편성에 더욱 깊이 관여하도록 보장해주었다. 다른 한편 S4C라는 지역 언어 방송 서비스 기반을 이미 보유하고 있는 웨일스에 대해서는 BBC가 웨일스어 콘텐츠를 확대하는데 기여하도록 하는 방향으로 정책을 정비하였다.

이와 같은 조건에서, BBC는 “새로운 지역 의무를 수행하기 위해서는 공적 재원의 안정성이 보장되어야 함”을 역설하여 수신료 재원을 정당화할 수 있는 효과적인 입지를 확보했으며, 영국 공공서비스 방송의 ‘대체 불가능한’ 조직으로서의 자신의 역할은 무엇보다도 독립적인 형태의 법적 지위로 인해 가능함으로 강조함으로써 오프콤이라든가 공영방송 규제기구와 같은 외부 규제 기관의 부상을 효과적으로 제어했다. 달리 말하자면, BBC로서는 변화된 방송환경에서 자신의 ‘존재의의’를 다시금 각인시키기 위한 새로운 역할 구상이 필요했고, 마침 영국 정책 당국으로서는 공공서비스 지역방송 체계의 유지/강화를 위해 BBC의 역량과 재원이 필요했다. 지역방송의 재구성을 매개로 정책 당국과 BBC 사이의 윈윈 게임이 이뤄진 셈이다.¹⁶⁾

3) Freeview

(1) 개요

Freeview는 무료지상파디지털방송플랫폼의 브랜드명이며, 실제로 DTV Services Ltd를 중심으로 별도의 전담 방송센터 없이 기존의 각 방송사 시설을 이용하여 운영하고 있다. DTV Services Ltd는 BBC, Sky, Arqiva, ITV, CH4 등 5개사가 동일 지분을 보유하고 있으며 마케팅, 홍보, 방송사와 가전사들과의 협력업무를 담당하고 있다. Freeview의 디지털지상파 플랫폼의 채널구성은 참여사업자가 자율적으로 결정하고 재원은 수신료와 각 채널의 광고료 등으로 운영하고 있다.

(2) 추진 경과

Freeview 셋톱박스 도입 논의는 2000년부터 BBC의 Carolyn Fairbairn, Michael Starks, Graham Plumb 등이 주도적으로 참여하여 'free-to-view' 지상파 셋톱박스 보급 계획을 추진했다. 소비자 조사 등을 근거로 99 파운드 선의 free-to-view 셋톱박스 도입을 추진했다. 당시 ITV Digital 측도 free-to-view 셋톱박스에는 찬성했지만 Conditional Access(CA) 시스템을 필수로 내장하거나 혹은 장착할 수 있도록 요구했다. 반면에, BBC는 Canal Plus의 기술에 기반한 ITV 셋톱박스와는 다른 무료 지상파 방송 셋톱박스 개발 및 출시를 위해 노력했다. BBC와 ITV의 연대는 CA 이슈로 난항을 겪었으나, ITV Digital 파산으로 BBC의 요구에 따라 제조업자들이 Freeview 셋톱박스 출시하게 된다. (Michael Starks, 2007)

2002년 유료 지상파 방송 ITV 디지털의 파산은 잠시 영국 정부의 디지털 전환 계획에 차질을 가져왔으나, 결과적으로 Freeview 출범의 기회를 열어줬다. ITV 디지털은 1998년 세계 최초의 디지털 지상파 텔레비전 방송으로 출범

16) BBC의 이른바 '탈런던 기획', 즉, 아동, 스포츠 등의 BBC 제작부서와 기타의 기능 부문 등, 대략 BBC 전체 규모의 1/3에까지 이르는 부서를 중부 잉글랜드의 맨체스터로 이전하기로 한 계획은 새로운 공공서비스 지역방송의 주체로 자신을 재정립하기 위한 BBC의 전략이 어느 수준에까지 이르러 있는지를 잘 보여준다. 앞서 언급한 바와 같은 창의산업을 낙후한 기존 산업도시들에 도입하여 지역 경제 활성화와 문화적 재도시화(re-urbanisation)를 꾀하고자 했던 정부 시책과 정확히 맞아 떨어지는 기획으로서 BBC의 정책적 역량과 정치적 감각을 엿보게 해주는 중요한 사례이다.

했으나 유료 디지털 위성방송 BSkyB와의 경쟁으로 출범 초기부터 고전을 면치 못하다가 2002년 마침내 파산하고 만다.¹⁷⁾ 당시 2010년까지 아날로그 방송 종료 및 디지털 전환을 완료하려던 정부의 디지털전환 계획에 차질이 생겼다. 당시 대부분의 사람들이 디지털 방송을 유료 방송으로 생각함에 따라, 영국민의 약 35-40%가 유료 TV에 대해 지출을 꺼리면서 디지털 전환을 자체를 꺼리는 상황이 발생했다.

무료 지상파 디지털 방송 플랫폼 Freeview를 위한 BBC, BSkyB, Crown Castle 컨소시엄 설립되었다. 당시 BBC 사장이던 Greg Dyke (2004)에 따르면, BBC는 무료 지상파 디지털 방송 확산으로 BBC를 유료 채널로 바꾸기 힘들 것으로 판단했다. 유료 위성방송 BSkyB에게는 무료 지상파 디지털 방송 출범으로 유료 방송 시장에서 경쟁자를 제거할 수 있는 이점이 있었다. BBC의 민영화된 전송망을 소유한 Crown Castle이 2개 멀티플렉스를 신청했고, BBC가 1개 멀티플렉스 신청했다. 100 파운드 상당의 Freeview 셋톱박스 공급할 수 있었으며, 무료로 더 많은 채널을 선택권을 향유하고자 하는 시청자들을 목표로 했다.

경쟁 신청자로는 구 ITV Digital의 Carlton, Granada와 채널4가 무료와 유료 방송 결합 모델 제시했고, 멀티플렉스 사업자 SDN, 투자회사 Apax 파트너즈가 플랫폼 운영자 모델을 제시했다.

당시 규제기관이던 ITC는 다음의 요인들을 고려하여 BBC, BSkyB, Crown Castle 컨소시엄을 선정하게 된다.

- o 소비자들에게 기존에 서비스와 다른 새로운 제안하면서 디지털 지상파 방송을 새롭게 시작할 수 있는 기회 제공
- o 컨소시엄의 경영진의 면허기간 동안 서비스 착수 및 지속시키려는 결의
- o 플랫폼의 성능 향상을 위한 기술적 문제 해결에 대한 접근

17) ITV 디지털 파산에는 다양한 원인이 복합적으로 작용했다.

① DVB-T 64QAM의 커버리지 문제

※ 64 QAM은 더욱 많은 채널을 공급할 수 있으나 커버리지가 적은 반면 16QAM은 적은 채널을 공급하지만 커버리지가 넓음

② BSkyB 프로그램 공급 가격 책정

③ 저작권 문제

④ ITV의 교차 관측에 대한 규제 제약

⑤ Nationwide 축구 중계권에 대한 과도한 지출

⑥ 9.11 테러 이후 광고 시장 위축에 따른 영향

- o 전체 DTT 플랫폼을 위한 야심차고 명료해진 마케팅 전략
- o 컨소시엄 경영진의 능력과 제출된 제안서를 실행하려는 헌신이 전체 영국 디지털 지상파 텔레비전 발전을 가져올 것으로 봄

<디지털 방송 도입 추진 경과>

- o '96년 방송법 개정으로 디지털방송을 위한 멀티플렉스 도입기반을 마련하여 '97. 6월, BBC, ITV 등에 6개 멀티플렉스 면허 부여
 - ※ 멀티플렉스(Multiplex)는 8MHz대역(총 24Mbps)에 SD급 TV채널 4~6개, 라디오, 데이터 등 채널 제공
- o '98. 11월, ON digital (ITV digital로 이름을 바꿈)이 유료 지상파 디지털방송 시작
- o '02. 5월 ITV digital이 BSkyB와의 무리한 경쟁으로 파산*하자 영국정부는 유료 디지털 다채널에서 무료디지털 방송으로 정책 선회
 - ※ 셋톱박스 무료공급으로 자원 소요, 커버리지 취약, 콘텐츠 부족 원인
- o '02.10월 BBC, BskyB, Arqiva 등이 ITV가 반납한 멀티플렉스를 할당받아 무료 다채널 지상파방송 개시(Freeview)
 - ※ BSkyB는 ON digital과 달리 무료인 프리뷰가 잠재적 경쟁대상으로 부각하는 것을 방지할 수 있다는 차원에서 적극 참여
- 영국 정부는 BBC의 수신료 인상 등을 통해 전폭 지원하고 '05.10월 ITV, Five가 후발주자로 참여하여 콘텐츠 제공
 - ※ 영국정부는 디지털 방송에서 BSkyB의 지배력을 우려, 디지털 지상파에 대한 적극적인 지원의 필요성 인식
- o 2006. 4월 Ofcom은 Freeview에 유료 TV 채널 금지 규제 폐지

- o 2010. 4월부터 런던, 맨체스터 등에서 BBC, ITV HD 방송 개시
- o 2010. 하반기, Freeview에 유료방송 서비스(Picnic) 개시 예정

(3) 현황

2009년 4분기 현재 지상파 디지털 플랫폼의 전체 수상기 대비 점유율은 47.3%로 유료 위성의 23.2%를 제치고 선두를 차지했다. (5년만에 300% 증가) 또한 2009년말 기준 프리뷰 셋톱박스가 1,860만대가 판매됐으며 이중 850만이 Sky, 케이블 가입가구의 Second TV용도로 이용되고 있다.

Freeview 셋톱박사나 전용 디지털 TV를 통해 약 30~50개 TV 채널, 24개 무료 라디오 채널을 제공한다. 50여개의 채널을 시청할 수 있지만 BBC 등 지상파 4개사에 시청점유율이 집중되고 기타 Sky, virgin 채널은 뉴스나 홈쇼핑 등 자사의 비인기 콘텐츠 위주로 편성하고 있다. BBC 채널이 시청점유율 상위권을 차지하는 등 Freeview 보급에 있어서 BBC가 주도적 역할을 하고 있다.

<표 2-35> 영국내 채널별 시청점유율(2008) 순위, BARB

채널	점유율	순위		채널	점유율	순위	
		2008	2007			2008	2007
BBC 1	20.4%	1	1	Sky Sports1	1.4%	9	9
ITV 1	17.2%	2	2	CBeebies	1.3%	10	10
Channel 4	7.4%	3	3	Dave	1.2%	11	20
BBC 2	7.0%	4	4	BBC Three	1.2%	12	12
Five	4.7%	5	5	More4	1.0%	13	16
ITV2	2.4%	6	6	Film4	1.0%	14	15
E4	1.8%	7	7	Sky One	1.0%	15	13
ITV3	1.7%	8	8	G.O.L.D	0.9%	16	11

Freeview와 함께 제공되거나 Freeview 상에서 제공되는 유료방송 서비스가 확대되고 있다. 월 7~20파운드로 Top Up TV, BT Vision 등을 통해 영화, 스포츠 등의 유료 콘텐츠 시청가능하고, 2010년내 Sky의 유료채널이 서비스 될 예정으로 무료, 유료가 혼재되어 초기의 무료 지상파라는 의미는 점차 희

석되고 있다.

2009년 12월에 BBC, ITV, 2010년 5월에 CH4 등에서 HD 서비스 제공 등 각 지상파 방송사별로 HD에 대한 투자를 확대하고 있다. 부가서비스로 기존 셋톱박스에 PVR 기능이 부가된 Freeview+ 서비스를 제공하고 있다.

<표 2-36> Freeview, Freesat 셋톱박스 영국시장 현황(GFK)

구 분		'09년			'10.1~2월		
		합계(A)	PVR 기능(B)	B/A (%)	합계 (A)	PVR 기능(B)	B/A (%)
판매량 (단위: 천개)	Freeview	3,109 (90.9%)	546 (82.9%)	17.6	529 (89.4%)	80 (80.0%)	15.1
	Freesat	313 (9.1%)	113 (17.1%)	36.1	63(10.6%)	20 (20.0%)	31.7
	소계	3,422 (100%)	659 (100%)	19.3	592 (100%)	100 (100%)	16.9
평균 판매가격 (단위: 파운드)	Freeview	41.84	117.72	-	40.28	129.54	-
	Freesat	162.66	275.25	-	134.08	261.77	-
	소계	52.88	144.72	-	50.24	155.75	-

Freeview 셋톱박스는 20~130파운드(PVR, HD 지원기능을 갖춘 고급형) 까지 판매되고 있으며, 특히 DTG, Digital UK에서는 Freeview 셋톱박스 관련 기술기준 공개로 많은 업체가 저가의 셋톱박스를 생산하도록 유도하여 Freeview 확산에 절대적인 역할을 수행하고 있다. 영국 등 유럽시장은 국내 (방송사업자가 제조사에게서 구매해 공급하는 방식인 Closed market)와 달리 셋톱박스를 소비자가 직접 선택구매할 수 있는 Open Market이 형성되어 시장 경쟁에 의해 자연스러운 가격 인하의 효과를 제고하고 있다. 셋톱박스 가격이 2002년 출시 초기 150파운드에서 2010년 현재 20파운드 이하까지 하락했다.

아울러 최근 출시되는 상당수의 TV에는 Freeview 셋톱박스가 내장되고 있는 추세이다. 또한 2009년 12월부터 Freeview에서 HD 서비스를 전략 우위로 보고 런던과 맨체스터에서 BBC와 ITV1 HD 채널의 소프트 런칭을 했다. 2010년 4월부터 Freeview HD의 본격 도입이 이루어져 BBC, ITV, 채널4/S4C 등 지상파 사업자들이 HD 채널을 제공하고 있다. 2010년 6월 남아공 월드컵에 맞추어 런던, 맨체스터, 카디프, 뉴캐슬, 브래드포드, 버밍햄, 글래스고우 등

에서 HD Freeview 제공하기 시작했다. Freeview HD는 남아공 월드컵시 프리뷰 시청가구의 50%, 2012년 디지털전환시 98.5% 제공을 목표로 하고 있다. Freeview의 멀티플렉스 B에 기존의 DVB-T기술보다 향상된 MPEG-4와 DVB-T2기술을 이용하여 HD 서비스를 제공한다.

(4) 디지털 전환에서 Freeview의 역할

2002년 Freeview가 도입될 당시 영국 시청자들은 디지털방송은 유료방송이라고 인식하고 있었다. Freeview는 지상파가 유료방송의 전유물로 여겨졌던 다채널 시장에 진입할 수 있는 기회를 제공했다. 별도로 유료 방송에 가입하지 않고도 다양하고 많은 채널을 무료로 볼 수 있어 디지털 다채널 방송을 선점했던 BSkyB 가입자를 추월하며, 디지털방송 활성화를 촉진하고 있다.

유료 지상파 디지털방송(ON-digital)의 실패로 인한 학습 효과를 통하여 Freeview라는 BBC 주도의 디지털 지상파 플랫폼 제공에 성공함으로써 디지털 전환을 순조롭게 진행할 수 있게 되었다. 또한 기존 위성 및 케이블 등 디지털 유료 방송사업자와의 경쟁 촉진을 통한 디지털 방송 활성화에 기여했다.

(5) Freeview의 SWOT 분석

Freeview의 성공은 저조한 케이블 TV가입률, 다양한 콘텐츠, 기존 ITV에서 보급했던 셋톱박스 재활용, 셋톱박스의 가격의 지속적 인하 등에 기인한다.¹⁸⁾ Freeview의 공격적 마케팅으로 Freeview제품은 TESCO, 아마존, Currys(전자제품전문판매점) 등에서 소비자들이 쉽게 접할 수 있다. 또한 무료 비즈니스 모델(일부 유료채널 병행)을 도입하는 등 공공서비스 지상파 방송

18) 2006년 발간된 Freeview 보고서에서는 Freeview의 성공요인들을 다음과 같이 들고 있다.

- ① Freeview를 통해 더 많은 채널을 무료로 볼 수 있게 된다는 간결한 메시지의 효과
- ② 셋톱박스 가격이 저렴함
- ③ 셋톱박스 설치가 용이함
- ④ Greg Dyke 사장, Andy Duncan 등 훌륭한 경영진
- ⑤ BBC 경영위원회의 전폭적인 지지
- ⑥ BBC의 마케팅 지원
- ⑦ 기술적으로 64QAM을 16QAM으로 바뀌서 수신율을 높임
- ⑧ BSkyB의 Freeview 참여를 통해 BSkyB의 협력을 얻어냈고 BSkyB도 내부에서 발언할 수 있게 됨
- ⑨ 광고업자들도 Freeview의 시청자 규모가 커지면서 Freeview의 상업방송 편성에 관심을 가짐

에 대한 시청자의 요구에 적절히 대응했다.

Freeview는 지상파와 유료방송사의 콘텐츠를 단일 플랫폼에서 EPG를 통하여 이용하도록 하였으며 지상파/위성/케이블간 경쟁 활성화를 통하여 독과점이던 영국방송시장의 경쟁 활성화에 기여했다. 2002년 Freeview 도입으로 Virgin Media, BSkyB 등 경쟁사는 결합상품 출시, 가격인하 등 마케팅 강화로 이에 대응했다.

<표 2-37> 프리뷰의 성공 요인(온디지털의 실패 요인과 비교)

구 분	온디지털 실패 요인	프리뷰 성공 요인
잠재 가입자 분석	- 지상파 가입자의 특성 고려 없이 유료 비즈니스 모델 적용 ※ 상당수의 영국민이 디지털 전환에 대한 인식 부족	- 지상파 시청자의 기존 시청 관행 감안, 무료 비즈니스 모델 적용
경쟁 사업자(BSkyB) 분석, 차별화 전략 추진	- 방송 송출 범위 제약 ※ 64 QAM은 많은 채널공급에 유리한 반면 커버리지면에서 제약 - BSkyB와의 무리한 경쟁 (셋톱박스 무료공급, 프리미어 리그 중계권 확보 등)으로 인한 과도한 재정 손실 - 양질의 콘텐츠 확보 노력 부족	- 송출출력 증대, 전송모드 변경 등 품질 개선 노력 - BSkyB 등과 컨소시엄 구성을 통해 양질의 콘텐츠 확보 및 꾸준한 채널 증가 - 지속적인 브랜드관리, HD·양방향 서비스 확대, PVR 도입 등 온디지털의 전철을 밟지 않으려는 주주들의 노력
정책적 지원 (규제기관)	- 시장 자율 증시	- 온디지털 실패사례를 토대로 영국정부의 정책적 지원(BBC 수신료 인상 등)

콘텐츠 측면에서도 어린이 인기프로그램인 CBeebies와 CNN뉴스 등이 Freeview를 통해 제공되었다. BBC, ITV의 콘텐츠와 브랜드 파워와 Arqiva의 기술력, BSkyB의 마케팅 능력이 결합하여 시너지 효과를 창출하는 등 공·민영 공공서비스 파트너십 체계의 성공 사례로 볼 수 있다. 별도의 지역 방송국 체제를 가지고 있지 않는 CH4와 Five는 프리뷰를 시청자 확보(커버리지)의 주요 수단으로 적절히 활용했다.

Freeview가 성공적으로 안착되었으나, 여전히 쌍방향 서비스와 부가서비스

스 등 디지털 방송의 특성은 부족한 상황이다. 또한 채널 증가에 따른 고품질 콘텐츠 부족 현상으로 무료이외에 사실상 다른 다채널 방송과의 경쟁 우위가 희석되고 있다. 채널수 증가대비 콘텐츠의 양이 부족하여 재방송 비율도 높다. 30~40개의 채널중 4개 지상파 채널이 여전히 80%의 시청율을 차지하고 있다.

BSkyB의 경우 자사의 영화, 스포츠를 제외한 뉴스, 여행전문채널(Sky3) 등 비인기 콘텐츠 위주로 Freeview에 제공하고 있다.

(6) 시사점

2004년 NAO (국가감사청)의 감사결과, BBC는 ① 디지털지상파의 미래 확보, ② DTT 배급 플랫폼 지켜냄, ③ 디지털 텔레비전의 신뢰성 회복, ④ 무료디지털서비스의 이용가능성 증대 등 4가지 목표를 달성 또는 부분 달성한 것으로 보고있다.

Freeview 도입으로 플랫폼간의 경쟁을 촉진시켜 시청자에게 선택의 폭을 넓혀주고 디지털방송 활성화를 앞당긴 것이 사실이나, 최근 지상파 4개사가 HD 도입을 추진하고 있으나 주파수 문제로 아직 SD 중심의 다채널이라는 한계를 가지고 있다. 이에 BBC 등은 2007년 Freesat를 시작한 이래 캔버스 프로젝트 추진 등 차세대 Freeview를 준비하고 있다.

Freeview의 우리나라 디지털전환에 주는 가장 큰 시사점은 가관점, 대형 슈퍼마켓 등 다양한 유통창구를 통한 저가의 무료 지상파 셋톱박스 제공으로 영국 시청자들의 자발적인 디지털전환을 활성화 했다는 것이다. 영국은 2008년 이후 비전환자 비율이 1%미만으로 떨어졌다. 또한 취약계층 지원대상자들도 자체적으로 구매가 늘어남에 따라 디지털전환 지원계획 신청자도 예상보다 줄어들고 예산도 남게 되었다.

4) 멀티플랫폼 시대의 공영방송

(1) Freesat(무료디지털위성방송 서비스)

① 개요

2008년 5월 6일 BBC와 ITV의 합작으로 Freesat 서비스를 개시하여 약 130개의 TV·라디오채널을 제공한다. Freeview와 달리 PSB인 채널4와 Five는 경제적 부담으로 Freesat에 참여하지 않았다. 영국전역 98%¹⁹⁾에서 Freesat 서비스를 시청할 수 있다. 무료 지상파 플랫폼 Freeview가 성공적으로 도입되었지만 디지털전환 완료전까지 시청가능 범위가 73%대이다. 이에 커버리지 밖에 있는 무료 디지털 방송 시청을 원하는 가구의 수요가 발생했다.

2003년 BBC와 BSkyB 간에 BSkyB EPG 상의 채널 배치 문제로 분쟁 발생했으며, BBC가 BSkyB의 위성 방송 시장 독점에 대항하여 Freeview와 같이 시청료를 내지 않는 수신기 오픈 마켓을 위성 쪽에 도입하는 방안을 검토했다. 2003년 Astra가 BBC에 영국을 주로 커버리지로 하는 위성 서비스를 제공하기 시작하면서, 영국 외 유럽 지역의 스페illo버 (spill-over) 현상으로 발생하는 영화, 스포츠 등의 저작권 문제가 해소되었다.

2004년 BSkyB는 Freesat 출범에 앞서 독자적인 freesat(freesat from Sky)을 출시했는데 150 파운드의 선불 지급으로 다수의 BSkyB 채널들을 무료로 볼 수 있도록 했다.²⁰⁾

② Freesat 주요 현황

Freesat는 비영리법인으로 현재 25명의 직원이 근무하고 있으며, 전담 콜센터를 운영하고 있다. 2010.4월 현재 Freesat 시청자는 100만 가구에 달하며 유료위성방송사 BSkyB와 같은 Astra 2와 Eurobird 1 위성을 사용하고 있다.

Freesat SD 셋톱박스는 40~150파운드 파운드 수준이며, 위성 안테나는 60~100 파운드(설치 비용 제외) 수준이다. 3 Giga byte급 Freesat PVR 가격은 220~230 파운드 대에서 형성되고 있다. Freesat은 기술기준 공개로 많은 업체들이

19) 2% : 위성 커버리지를 벗어나는 영국북부지방 일부

20) 2000년 당시에도 BSkyB를 통해 BBC가 자금을 대는 시청 카드로 무료 시청하는 시청자들이 있었음

셋톱박스 생산에 참여하게 유도한 Freeview와 달리 인증된 업체들만 제한적으로 생산하도록 하여 셋톱박스 가격이 아직은 다소 고가에 형성되고 있다.

③ 주요 내용

Freesat을 통해 영국 전국의 시청가능 범위를 높이는 동시에 BBC 입장에서 BSkyB의 위성 방송 시장 독점을 지속적으로 견제할 수 있는 수단을 제공하고 있다. Freesat은 지상파 난시청지역이거나 다채널은 원하지만 유료방송 비용이 부담되는 시청자들이 선택하고 Freesat 시청자중 40%가 Freeview 시청자로 조사되었다. Freesat의 채널 전송 비용은 지상파 방송인 Freeview에 비해 상대적으로 저렴하다.

도입시 무료 HD 채널들을 제공하고자 했으나 아직까지 BBC, ITV, CH4의 3개 HD 채널이 제공되고 있다. 위성은 지상파에 비해 채널 전송 비용이 적지만 HD 채널은 SD 채널에 비해 여전히 3배 정도 전송 비용이 든다. SD는 3-4 Mbps 인데 반해 HD는 11-12 Mbps의 전송효율이 필요하다.

<표 2-38> 유관 플랫폼간 비교

	Freeview	Freesat	freesat from Sky
회사	DTV Services Ltd.	BBC와 ITV의 조인트 벤처	BSkyB
소유	BBC, ITV, 채널4, Arqiva, BSkyB 공동 소유	BBC, ITV 공동 소유	BSkyB
회사 특징	브랜드 마케팅 회사	위성 플랫폼 운영자	위성방송사
TV 채널수	50	70+	240+
라디오 채널	24	30+	85+
수신장비	Freeview 박스 안테나	Freesat 박스 위성안테나	Sky 셋탑박스 스마트카드, 위성안테나
커버리지	73%	98%	98%
시청가구수	9백 7십만	75만(추정)	약 20만(추정)
HD서비스	3개	2개	유료 (10 파운드)

출처 : Ofcom, 2009; <http://www.freesatfromsky.co.uk>

(2) 주문형 서비스(On-Demand Service)

① 정책 구조 변화와 주문형 서비스 시장 논의

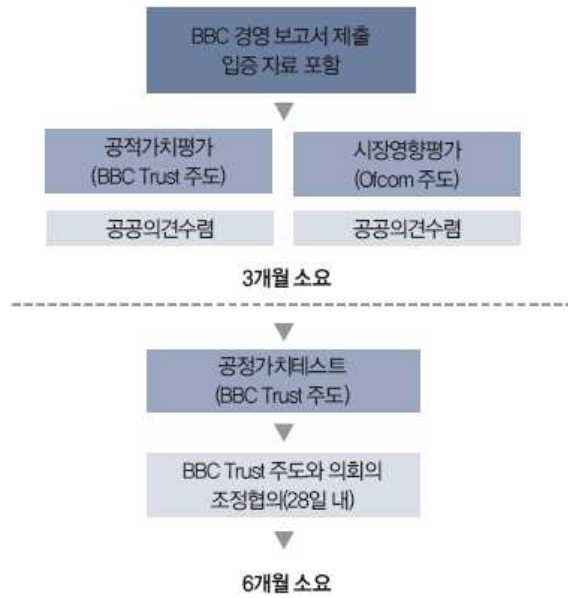
공공서비스 방송을 중심으로 방송 기술과 시장이 편성되었던 과거의 흐름을 보면, BBC가 겪은 개혁의 시련은 내부적으로는 조직의 큰 변화를 가져왔지만 디지털 뉴 미디어 같은 많은 논란과 협상이 필요한 분야에 대해서는 획기적인 정책 결정 구조가 마련되는 단초를 마련했다는 측면이 있다. 공공적 서비스 방송구조의 중추적 역할을 하고 있는 영국의 BBC가 역사와 전통을 자랑하며 정치적 외풍으로부터 독립할 수 있었던 것은 영국 여왕이 허락하는 칙허장 (the Royal charter)과 협정서(the Agreement)라는 독립된 법정 장치의 역할이 크다. 또한 수신료(licence fee)라는 탄탄한 재정 지원을 통해 독립된 기구로 경영과 감독을 자체 수행할 수 있게 한다는 것도 BBC가 가지고 있는 전통적 체제였다.

하지만 2005년 허튼 보고서 사건²¹⁾의 파장과 번즈 경(Lord Burns)이 제출했던 <번즈 보고서>를 계기로 BBC는 스스로를 규제하고 감독하는 'BBC 경영위원회(Board of Governors)'를 폐지하면서 개혁을 단행해야 했다. 2006년 'BBC 백서'는 BBC 경영위원회와 집행위원회(Executive Committee)의 모호한 역할 분담 문제에 대해, BBC 트러스트(BBC Trust)가 규제와 지배 기능을 전담하고 집행위원회는 BBC의 실질적인 경영 전반을 담당하는 것을 규정하고 있다. 2006년 BBC 백서에 따르면 BBC에 대한 전반적인 감시 권한을 인정하지 않는다는 보수적인 정부의 정책 기조는 트러스트가 출범하면서 부분적인 정부의 규제와 참여가 가능하도록 변경되었다. 'BBC 백서'에서 소개된 이른바 '3중 잠금 장치'(triple lock)라는 체제가 바로 그 증거다.

BBC 트러스트는 문화부로부터 BBC의 공공서비스에 대한 개별 서비스 면허권을 이양 받아 BBC 내용물의 독창성 기준 여부를 지속적으로 검토하며, 신규 서비스 혹은 기존 서비스를 변경할 경우에는 트러스트가 '공공가치 테스트(Public Value Test)'를 진행한다.

21) 2003년 BBC의 이라크 정보 문건 보도 파문으로 국방부 무기 전문가 켈리 박사가 자살했고, 블레이 정부는 BBC와 대립하며, 허튼 경(Lord Hutton)을 책임자로 조사위원회를 열었는데, 2004년 허튼 조사 위원회의 최종 보고서(Hutton Report)이후, 경영위원회 위원장 가빈 데이비스(Gavyn Davies)와 BBC 사장 그렉 다이크(Greg Dyke)가 사임했다.

[그림 2-7] 공공 가치테스트 과정



출처 : BBC 홈페이지(<http://www.bbc.co.uk>)

이러한 정책 구조의 지각 변동 이후, 2006년 1월 오프콤은 BBC의 새로운 주문형 서비스에 대한 시장영향 평가²²⁾를 시행했고, BBC 트러스트는 2007년 새로운 주문형 서비스에 대한 공공가치 테스트를 발표해 오프콤과 세부 사항에 대한 적잖은 대립을 보이다 같은 해 4월에 최종 보고서²³⁾를 발표했다. 2006년 BBC 집행 위원회가 주문형 서비스를 앞두고 제안한 4가지 핵심 안으로, 오프콤의 시장평가서에서 핵심적으로 논의가 되었던 쟁점들은 다음과 같다.

<BBC 집행위원회가 제안한 주문형서비스 4가지>

1. Seven-day TV catch-up over cable

영국의 주요 케이블 플랫폼인 ‘ntl 텔레웨스트’(ntl Telewest)와 홈초이스(Home choice)를 이용해 BBC 프로그램을 선택적으로 재방송해주는 ‘캐치업’(catch-up) 서비스로, 영국 내 비 선형 서비스를 선호하는 다수의 시청자를 배려한 제안이다. 특히 시리즈물인 경우 마지막 시리즈가 방송된 후 7일 이내에 기존 시리즈의 시청이 가능하다. 예를 들어 6주 이상의 시리즈물이

22) Ofcom (2006.1) BBC new on-demand proposals, Market Impact Assessment.

23) BBC Trust (2007. 4) BBC on-demand proposals, Public Value Test final conclusions.

6회 이상 연속 방송됐다면 마지막 에피소드가 방송된 이후 일주일 동안은 6편을 모두 볼 수 있도록 한다.

2. Seven-day TV catch-up over the internet

BBC의 프로그램이 방송된 후 7일 이내에는 홈페이지에서 재시청할 수 있으며, 시리즈물을 포함해 최초 시청을 하기까지 13주(약 3개월) 정도까지는 프로그램을 다운로드 받아 저장할 수 있다. BBC의 편성표 내용 중에서 가장 많은 프로그램을 서비스 대상에 적용할 계획이며, 특히 인터넷 이용자들이 선호할 것으로 예상된다. BBC는 현재 인터넷 사용자를 기준으로 볼 때 인터넷을 통해 프로그램 다운로드 서비스를 시작한다면 한 달에 프로그램을 다운로드 받는 양은 약 3기가바이트(GB) 정도로, 향후 5년 이내에 약 3억9천900만~8억3천100만 파운드 정도의 이익을 낼 것으로 추정했다. 때문에 보다 빠른 접속 속도를 보장하고, 가격을 낮추는 것이 앞으로 이 서비스의 핵심 과제가 될 것으로 내다보고 있다.

3. Simulcast TV over the internet(streaming of live television networks)

하나 이상의 채널과 매체에서 동시에 같은 프로그램을 방송한다는 계획으로, BBC의 초안에 따르면 지상파 BBC 채널에서 방송되는 프로그램이 인터넷에서도 동시에 접속이 가능하도록 한다는 계획이다.

4. Non-digital rights management (non-DRM) audio downloads over the internet (podcasting)

‘디지털 저작권 관리(DRM: Digital Rights Management)’는 음악이나 연주회 등의 창조적 작품들이 디지털 전환 파일로 유포될 경우 저작권(copyright)을 보호할 목적으로 개발된 기술이다. BBC는 도서 읽기와 클래식 음악과 같은 비-DRM(non-DRM)을 제외한 콘텐츠를 바로 인터넷에서 다운로드 받을 수 있도록 하는 팟캐스팅(Podcasting) 방식을 제안했다. 또한 BBC 라디오 프로그램을 포함해 BBC TV 프로그램을 MP3나 아이팟 등의 멀티플 장치들을 통해 무기한으로 다운 받아 저장할 수 있게 허락한다는 것이다.

출처 : 해외방송정보(2007, 03) 참고

② 공공가치 테스트의 최종 결과 : iPlayer서비스 범위 축소

BBC 트러스트가 주문형 서비스에 대해 대체로 호의적 이었지만 첨예한 이해관계를 바탕으로 하는 뉴미디어 저작권 문제에 대해서는 조심스러운 입장을 보였는데, 특히 오프컴이 시장영향평가보고서를 트러스트에 제출한 이후 BBC 집행위원회의 서비스 범위가 대폭 조정되어 결정되었다.

첫째, BBC 트러스트는 BBC와 제작자가 갈등하게 될 1차적 권리(primary right)²⁴⁾의 기준이 상업 텔레비전의 주문형 서비스와 DVD 대여나 판매점에 미칠 부정적인 영향을 고려해 프로그램을 다운로드 받아 저장하는 기간을 집행위원회가 제안한 3개월에서 30일로 대폭 줄였다. BBC가 영국 내 방송사들 중에 프로그램의 저작권을 가장 많이 보유하고 있다는 사실은 현실적으로 고려되어야 할 문제였다. 물론 BBC에 수신료를 납부하는 시청자들의 무제한의 접속과 사용은 보호되고 유지해야 할 권리가 있다. 하지만 BBC가 상업적 이익을 통해 양질의 콘텐츠에 재투자하는 것 역시 시청자들을 위한 중요한 역할이라고 이해되기 때문에 DRM 시스템을 강화하자는 논리와 완전 개방하자는 쟁점은 절충안이 필요하다는 것이다.

둘째, iPlayer를 통해 제3의 다른 프로그램 공급자를 허용하도록 한다는 BBC 집행위원회의 제안은 원칙적으로 ‘불가’한다는 입장을 보였다. BBC 트러스트가 외부 프로그램 콘텐츠 공급자를 허용했을 경우, 그 파급 효과에 대해 보다 신중한 검토가 필요하기 때문에 구체적인 판단은 유보 상태로 남겨두고, 시장과 정책 관계자들의 의견을 수렴하겠다는 것이다. 마지막으로 BBC 트러스트는 ‘윈도우 미디어 플레이어’만을 통해 iPlayer를 이용할 수 있게 하자는 당초 제안을 거절하고, 마이크로 소프트웨어의 운영체제뿐만 아니라 리눅스와 애플 사용자들 모두 소프트웨어 지원이 가능할 수 있도록 하는 플랫폼의 중립 정책(Platform Neutrality)을 요구했다.

BBC는 ‘공적 기구’라는 특수성 때문에 수익성 중심의 시장 선도를 우선 과제로 삼을 수 없지만, BBC 마크 톰슨 사장은 ‘창의적 미래(Creative Future Plan)’를 통해 BBC가 시청자들에게 먼저 다가갈 수 있는 뉴미디어 시스템을 구축해야 한다고 밝혔다. 즉 BBC는 시청자들이 콘텐츠를 자유롭게 검색하고

24) BBC의 경우 1차적 권리(Primary Right)는 제작자가 소유하며, 상업적인 수입을 유발하는 프로그램의 양방향적 요소에 관련해 제작자에게 주어지는 수입 지분에 대한 논의가 첨예하다. 상업적 뉴미디어 저작권을 포함, 상업적인 활용에서 생기는 순 수입에 대한 BBC의 지분은 BBC의 1차 외 권리(non-primary)로 BBC 경영 수익으로 환원된다.

시청하며 경우에 따라 주문해 다운 받을 수 있게 하는 새로운 주문형 서비스에 주력해야 하는데, BBC만의 인터넷 미디어 플레이어(iMP), 즉 BBC iPlayer가 아날로그와 디지털 텔레비전, 라디오의 모든 콘텐츠를 전달하는데 중요한 역할을 하게 될 것이라는 것을 암시한 것이다. BBC 트러스트의 최종 보고서에 대해 당시 위성과 케이블 방송단체에서는 BBC 트러스트가 무엇을 해야 할 지를 명백히 보여주는 것이 아니겠냐며 환영하기도 했다. 하지만 일각에서는 BBC 집행위원회의 제안서에서 크게 벗어나지 않는 이번 보고서는 BBC가 뉴미디어 시장에서도 독보적인 존재가 될 수 있도록 정당화 시키고 있기 때문에 이미 예상된 시나리오가 아니냐는 비판의 목소리를 내고 있었다.

그럼에도 불구하고 분명한 것은 영국에는 뉴 미디어 환경에서 살아남기 위해 악전고투중인 방송사가 BBC만이 아니라는 점이다. 공공적 상업방송사로서 BBC와 복점 체제를 이루고 있는 ITV와 창의적인 색깔로 BBC의 빈자리를 채워주는 채널4와 상업방송사 Five 역시 뉴미디어 시장에서 상업성과 공공성이라는 두 마리의 토끼를 잡기 위해 고민하기 시작했고 그들의 정체성을 돌아보게 하는 중요한 기회를 만들고 있기 때문이다.

③ BBC, iPlayer 를 통해 주문형 서비스VoD(Video on demand) 연착 성공

BBC의 iPlayer는 2008년 1/4분기 동안 4천200만 번의 다운로드를 기록하고, 5월 기준 매일 평균 70만 건의 다운로드 성과를 보여주었다. 서버에 걸릴 과도한 부하라든가 스트리밍 과정에서 야기될 수 있는 기술적 문제점, 그리고 온라인 서비스를 통한 방송 콘텐츠의 시청 방식에 익숙하지 않은 영국 수용자들의 조건 등에 대한 초기 우려를 완전히 불식하고, BBC가 2007~2008년 동안 거둔 가장 고무적인 전략적 성과로 꼽힌다. 화질과 음질, 화면의 안정성에서 이룩한 뛰어난 성과는 물론이고 사용자에게 친숙한 인터페이스와 검색 환경, 양질의 콘텐츠로 이전보다 훨씬 폭 넓고 다양한 수용자들에게 전달될 수 있는 가능성이 현실화됐다. 실제 BBC 트러스트는 캐치업 서비스 초기 프로그램을 선택적으로 차별화하는 폐쇄적 서비스를 시작했지만 이는 iPlayer가 기대 이상의 성공을 거두자 완전 개방형으로 변화하기도 했다.

게다가 BBC iPlayer의 신디케이션에 대해서도 BBC 트러스트는 2006년 공공가치 테스트 당시 보수적인 입장으로 모바일 업체들과의 호환을 거부했지만 최근 모바일 방송뿐만 아니라 케이블 사업자 버진미디어(Virgin Media)로 서

비스를 확대 하는 등 컴퓨터 화면을 넘어 다양한 플랫폼으로 진출하는 활발한 모습을 보여주고 있다. 이를 통해 공공 서비스 방송이 제공하는 양질의 효율적인 주문형 비디오 서비스가 성공하려면 공공의 이익을 고려한 엄격한 정책의 원칙과 함께 변화에 대처할 수 있는 탄력성이 필요하다는 것을 경험을 통해 보여 주고 있다.

2007년 말 BBC iPlayer 서비스가 본격적으로 선을 보였을 당시에는 iMP 형태의 단순한 플레이어 형식이었는데, 지난 해 차세대 모델 개발에 주력하여 검색한 프로그램 목록을 저장하는 라이브러리 기능, 고화질 화면, 화면 선택, 온라인 방송, 캐치업 서비스를 실시간 확인해 선택 접속할 수 있도록 업그레이드 되었다. 또, BBC의 콘텐츠를 다양한 방식으로 즐길 수 있을 뿐만 아니라 Yahoo!, MSN, BlinkX 등 인터넷 포털 사이트와 베보(Bebo), 유튜브(Youtube)같은 동영상 전문사이트와 서비스를 연결할 계획을 밝힌 바 있다.

[그림 2-8] BBC iPlayer



설명 : BBC iPlayer 홈페이지와 <The Apprentice> - Series 5 Episode 3 (2009년 4월)

미디어 전문지 <브로드캐스트>가 발표한 BBC iPlayer의 주요 이용자는 40대 미혼의 직장인으로 주로 가정에서 야간에 서비스를 이용하는 것으로 나타났다. 응답자의 44%는 BBC iPlayer에서 특정 프로그램만을 즐겨보고 있으며, 17%는 20여 개 이상의 프로그램을 골고루 시청하고 있다. 결국 인터넷과 컴퓨터를 즐겨 사용하는 젊은 세대들 보다 연령대가 높은 30대 후반에서 40대

초반의 시청자들이 BBC iPlayer를 애용한다는 것은 BBC iPlayer가 더 이상 초기 수용자(early-adopter)들의 전유물이 아니라 보편적 서비스로 인식되고 있다고 해석할 수 있다.

④ 주문형 서비스 통합 플레이어 쟁거루에 대한 논쟁

최근 영국의 주문형 서비스 방송 시장이 차세대 블루 칩으로 떠오르면 서²⁵⁾ 경쟁도 치열해지고 있다. 그리고 지난해 BBC iPlayer가 주문형 서비스 시장에서 거둔 성과가 주목을 받으면서, BBC 월드와이드(BBC Worldwide)²⁶⁾를 포함한 ITV와 채널4가 조인트 벤처를 이뤄 개발한 통합형 미디어 플레이어 쟁거루에 대한 기대가 컸다.

물론 대표적인 상업 방송사 ITV는 30일 캐치업이 가능한 'Itvtv player'를, 채널4는 '4oD'라는 플레이어를 자체 개발해 가지고 있다. 또한 900만이 넘는 유료 가입자를 보유하고 있는 영국 위성 방송사업자인 BskyB도 BBC iPlayer와 경쟁하기 위해 자체 개발한 'Sky plus'를 꾸준히 업데이트 해왔다. 하지만 유료방송사업자들에게 쟁거루에 대한 존재는 위협적일 수 밖에 없었다.

<주문형 서비스 통합 플레이어 쟁거루 계획안>

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ① 캐치업(catch up)은 30일을 기본으로 10,000 시간 이상의 아카이브 공급 ② 유·무료 시청자들을 위한 광고 도입 ③ 지상파 콘텐츠의 90%를 무료로 공급 ④ 팟캐스팅을 위한 외부 장치와의 호환성 ⑤ BBC iPlayer, itv.com, 그리고 channel4.com 의 캐치업 서비스와 연동 가능 ⑥ 쟁거루가 소유한 권한은(저작권)은 제3자에게 판매 가능 ⑦ 참여 매체간의 VoD 서비스가 독립적으로 경쟁할 수 있도록 함 |
|--|

그러나 강력한 통합 미디어로서의 쟁거루에 대한 첨예한 이해관계를 나타

25) 초고속 인터넷 보급의 빠른 확산과 디지털 텔레비전 전환이 본격화되면서, 상대적으로 IPTV보다는 주문형 서비스를 애용하는 추세이다

26) BBC의 자회사로 수익 사업을 전담하는 회사이다.

내고 있는 유료 방송사업자들(BskyB, Virgin Media, Tiscali TV, BT Vision, Arts Alliance, Media, joost)이 2008년 연말부터 경쟁위원회(Competition Commission)에 조사를 요구하면서 2009년 봄 출범을 앞둔 켄거루에 제동을 걸었다.

최근 영국 방송가에 불어 닥친 공공서비스방송(PSB)에 대한 뜨거운 논의는 켄거루의 조사 결과에도 큰 영향을 미친 것으로 보인다. 영국의 경기 침체가 장기화될 전망을 보이면서, 지상파 방송사들마다 2012년 디지털 완전 전환 비용과 이후의 재정적 논의가 가장 큰 화두로 떠올랐다. 가장 큰 재정 적자가 예상되는 채널4의 경우 BBC월드와이드와 합작투자를 하는 것으로 대안을 찾았지만 아직 정확한 행보는 불투명한 상태이다. ITV는 PSB가 요구하는 지역 뉴스와 어린이 프로그램 제작과 편성 의무를 경감해 광고시장에서 인기가 높은 드라마와 오락 프로그램에 집중하겠다는 전략을 가지고 PSB 면허를 반납해서라도 침체된 광고 시장에서 재정 적자를 만회해야 한다는 다소 극단적인 의사를 밝혔다.

‘켄거루가 주문형 서비스 시장의 공정 경쟁을 위협할 만한 것인가’에 대한 논쟁은 이후 ‘과연 미래 주문형 서비스 시장을 누가 이끌 것인가’에 대한 현실적 논의로 이어졌다. 당초 채널4를 지원하라는 오프콤의 의사에 강력히 거부 의사를 밝혔던 BBC는 켄거루 프로젝트가 힘들다면 지상파 방송사들이 BBC iPlayer 방식으로 통합하자는 파트너십을 긴급 제안하는 사건이 벌어졌다. 경쟁 위원회는 켄거루에 대한 면허와 지적재산권 그리고 시장 영향력을 평가했고²⁷⁾, 결국 유료 방송사업자들의 손을 들어주었다. 2002년 기업법(The Enterprise Act 2002)에 의거해 공정거래무역청(OFT, Office of Fair Trade)이 규정하는 신규 사업자 안을 보면 켄거루는 기존 시장의 25% 이상을 점유할 가능성이 있기 때문에, 주문형 서비스 시장의 공정 경쟁을 훼손할 수 있다는 것이 경쟁 위원회의 의견인 것이다.

그러나 <브로드캐스트>가 실시한 여론조사에서는 응답자의 67%가 경쟁 위원회의 이번 결정이 부적절했다는 의견을 나타냈다. 이들은 무엇보다 소비자(시·청취자)의 입장에서 통합 플레이어를 이용하는 편리함과 켄거루가 가지고 있는 무료 캐치업 서비스의 큰 장점을 무시할 수 없다는 것이다. 디지털 다매체, 다채널 시대에 시청자들의 분극화는 심화되고 있고 유료 방송 사업자

27) Competition Commission (2009.02) BBC Worldwide Limited, Channel Four Television Corporation and ITV plc, A report on the anticipated joint venture between BBC Worldwide Limited, Channel Four Television Corporation and ITV plc relating to the video on demand sector.

들, 특히 영국 최대의 위성 사업자 BskyB와 케이블 최대 사업자 버진미디어(Virgin Media)는 디지털 온라인 시장 경쟁을 부추기며 서비스 가격 결정을 주도하고 있다는 것이다. 하지만 이해관계를 달리하는 텔레비전과 영화 제작자협회(PACT, Producers Alliance for Cinema and Television)는 캔거루가 가지고 있는 플랫폼 가격 경쟁과 독립제작사들간의 공정거래 조정 문제를 우려하며 이번 결정을 반기고 있다.

결국 최대 유망주로 꼽고 있는 영국의 주문형 서비스 시장은 BBC의 iPlayer라는 주류와 독립적인 지상파 방송사들 그리고 유료 서비스 사업자들이라는 주변인들로 재편된 셈이다. 물론 BBC에 지나치게 집중화 된 공공 서비스 방송 체제가 예상되기 때문에 이번 결정에 대한 비판과 우려도 쉽게 가라앉지는 않을 것으로 보인다. 하지만 캔거루 프로젝트에서 주목해야 할 점은 주문형 서비스의 가능성을 확인시킨 BBC iPlayer가 겪었던 충분한 정책 검증 과정과 탄력적인 시장 적응력일 것이다. 물론 여기에는 BBC와 정부가 이룬 개혁의 결과로써 정책 구조에 큰 변화가 작용한 것도 사실이다. 그리고 주문형 서비스 시장뿐만 아니라 디지털 방송통신 시장에 로드맵을 제시하기 위해 문화부는 ‘디지털 영국(Digital Britain)’을 공개했다. 그럼에도 불구하고 영국에는 현재 경기 침체라는 어려움 속에 공공서비스 방송의 본질을 논의하고 있어 녹록치 않은 상황이다.

(3) 프로젝트 캔버스(Canvas)와 공공성

2008년 가을 영국 지상파의 양대 산맥인 BBC와 ITV 그리고 최대 통신 사업자 BT는 IPTV(Internet Protocol TV) 시장을 겨냥한 단일 오픈 플랫폼, 캔버스 프로젝트를 공개했다. 캔버스는 디지털 지상파TV 서비스 플랫폼인 프리뷰(Freeview)를 거점으로 삼아 차세대 셋톱박스(set-top Box)의 형태로 라디오, TV, VOD(Video on Demand), 웹과 양방향 콘텐츠 그리고 캐치업(Catch-up)서비스까지 통합 전달하는 프로젝트다. 지상파 사업자 채널 4(Channel4)와 파이프TV(Five TV)가 여기에 합류할 의사를 보이면서, 디지털 위성TV 서비스 플랫폼인 프리셋(Freesat)까지 아우르는 이른바 거대 통합 플랫폼의 탄생을 예고한 것이다. BBC가 핵심 사업자인 만큼 BBC트러스트의 최종 허가를 받은 후 출시될 예정이었다.

그런데 2008년 4월, 지식기술협회(Intellect Technology Association)는 캔

버스 프로젝트가 영국을 글로벌 시장에서 기술적으로 고립시킬 수 있다고 주장하며 사업승인을 재고해달라는 보고서를 전달하여 캔버스 사업에 대한 본격적인 갈등이 표출되었다. 지식기술협회는 소니, 파나소닉, 삼성, 도시바, 페이스 같은 글로벌 미디어기술 개발 사업자들로 구성되어있으며, 영국 디지털TV 장비 시장의 70% 이상을 차지하고 있을 뿐만 아니라 세계를 무대로 IPTV 기술 개발과 서비스 경쟁을 경험한 사업가들이다. 때문에 지상파방송 사업자들과 BT를 중심으로 영국의 IPTV 시장 구도가 편성되는 것을 적극 반대하는 이유는 분명해 보인다.

반면 캔버스 논란은 얼마 전 온라인방송 시장의 공정경쟁을 위협할 수 있다는 이유로 무산된 켄거루 프로젝트 사례와는 확실히 다른 쟁점들을 가지고 있다. 우선 BBC 트러스트(BBC Trust)와 오프콤(Ofcom)의 공공가치 테스트와 시장 영향평가를 받으며 온라인 미디어서비스 시장을 선점한 BBC의 아이플레이어(iPlayer) 존재가 컸던 탓에, 통합형 미디어 플레이어 켄거루는 명분에서도 차별화되지 못했고, 주문형서비스 시장이라는 협소하면서도 아직은 불안정한 시장을 무대로 무리한 투자를 하도록 허락해야 하는지 고민하는 시장과 규제기관을 설득하지 못했다는 아쉬움이 있었다. 이와 비교해 캔버스는 참여한 이해관계를 가진 사업자들, 영국의 IPTV 시장에 대한 밑그림을 어떻게 그릴 것인가 하는 규제기관, 그리고 시청자의 권익이 미묘하게 대립하는 현상을 보이고 있다. 즉 현재 기술 사업자들을 중심으로 논의되는 IPTV 시장에 지상파 사업자들과 영국의 최대 통신 사업자인 BT가 캔버스로 힘을 모은다는 것은 영국의 표준 IPTV 셋톱박스의 탄생을 예고하는 것이나 다름없는 일이 될 것이라는 것이 전문가들의 의견이다. 게다가 세계 최대의 미디어 재벌 사업자이자, 영국의 디지털 위성방송을 이끄는 비스카이비(BSkyB)가 전략적으로 선점하려는 프리뷰 시장을 캔버스가 충분히 견제할 수 있다는 가정이 가능하기 때문이다.

켄거루 프로젝트의 무산으로 시청자들은 채널별로 개별적 미디어 플레이어를 이용하며 적응해야 하는 번거로움을 겪어야 한다. 따라서 주문형과 인터넷 서비스를 아우를 좀 더 강력한 형태의 매체로서 IPTV가 주목을 받는 현실에서 통합서비스를 무료로 제공하는 캔버스는 시청자에게 반가운 소식이다.

① 캔버스의 당위성: 시청자의 요구 변화에 부응

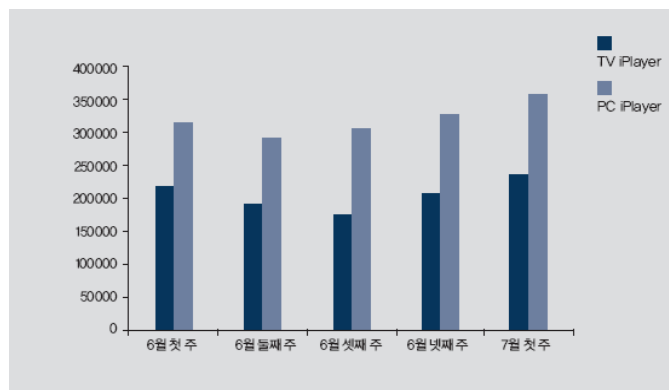
BBC가 제출한 캔버스의 공적가치에 관한 보고서²⁸⁾는 IPTV와 캔버스를

소개하기 이 전에 시청자들의 시·청취 습관과 요구가 변하고 있다는 것을 강조한다. 영국 다수의 시청자들은 이미 고화질(HD, High Definition) 텔레비전과 개인용 비디오 녹화기(PVRs, Personal Video Recorders)에 친숙해져 있으며 인터넷과 TV를 통해 주

문형비디오서비스를 즐겨 사용하고 있다는 것이다. HDTV 세트 보급은 2007년 490만 대에서 2008년 3배 가까이 되는 1천150만 대로 급격히 증가했고, 그 가격도 점차 저렴해지고 있다.²⁹⁾ 그뿐만 아니라 위성 사업자 비스카이가 선보인 PVR, 스카이플러스(Sky+)의 가입자도 2007년에 비해 700만 명이 늘어 2008년에는 1천430만 명을 기록했고, PVR 기능을 갖춘 프리뷰도 전년 대비 149%나 증가했다.

사실 BBC의 주문형비디오서비스 플레이어 ‘아이플레이어’가 자체 온라인 서비스 뿐만 아니라 케이블 사업자인 버진미디어(Virgin Media)와 서비스를 공유하며 성공을 거둔 것도 IPTV 시장에는 상당히 고무적인 일이다. <그림 2-9>는 버진미디어 가입자 340만 명을 상대로 5주 동안 아이플레이어 서비스를 사용하는 매체를 비교한 결과로, 시청자들은 이제 안방과 거실에서 가족과 함께 TV를 통해 아이플레이어를 이용하고자 하는 진일보한 모습을 보여주고 있다. IPTV가 프리뷰와 프리셋으로 확대 혹은 연동되어 서비스되는 것을 더 이상 주저할 이유가 없다는 분석을 가능하게 한다.

[그림 2-9] ‘아이플레이어’ 매일 평균 사용자



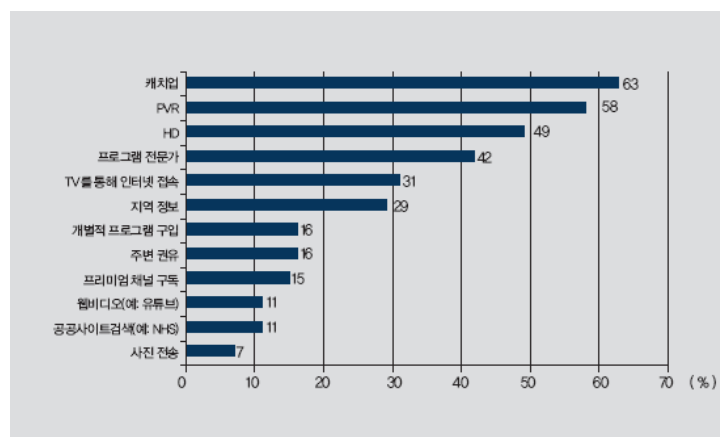
출처 : BBC Research: TV iPlayer Usage 14 July 2008

28) BBC Executive(2008) Canvas : Proposition and Public Value Case.

29) HD ready TV 세트는 2007년 652파운드에서 2008년 523파운드로 평균 가격대가 낮아졌다

또한 디지털 텔레비전 전환에 참여한 평균적 다수로 볼 수 있는 브로드밴드 서비스가 가능한 프리뷰 시청자들을 예로 들면, 이들은 캐치업과 개인 녹화 기능 그리고 고화질 서비스의 개선을 우선적으로 희망하고 있다 (<그림 2-10>참조). 그 밖에도 TV를 통해 인터넷에 접속한다거나 프리미엄 채널을 구독하고 웹비디오를 시청하며 공공기관의 사이트를 검색하고자 하는 요구들은 각 가정에서 컴퓨터가 담당하던 기능들이 TV라는 더욱 보편적이며 대중적인 매체에서도 가능해야 한다는 뜻이다. 이것이 바로 BBC가 캔버스를 주도하며 개발한 근본적인 이유다.

[그림 2-10] 브로드밴드를 이용하는 프리뷰 가구의 서비스 개선 희망 사항



출처 : BBC Online Quantitative Questionnaire, Base 576. IMM Pluses August 2008

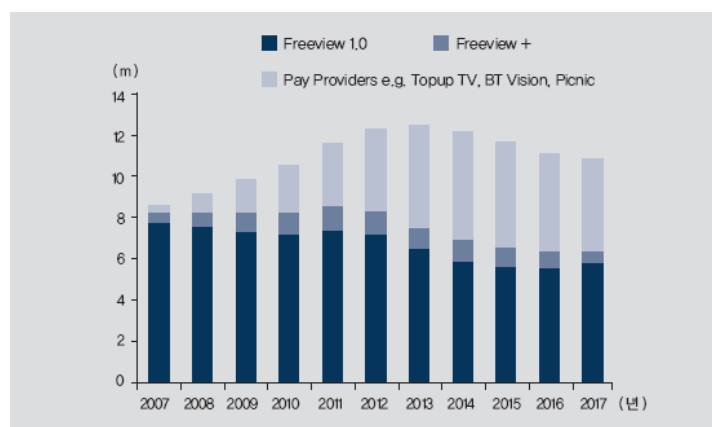
② 캔버스의 공익성

IPTV서비스는 최근 유럽에서 모바일 통신서비스 사업자로 유명한 프랑스 텔레콤(France Telecom)의 오렌지(Orange)가 100만 명의 고객을 유치한 것과 스페인 통신 전문업체인 텔레포니카(Telefonica)의 이마제니오(Imagenio)가 565개 도시와 마을에서 500만 명이 넘는 가입자를 확보한 경우가 대표적인 성공 사례로 꼽힌다.

하지만 영국의 IPTV는 현재 디지털 지상파와 브로드밴드 서비스를 공급하는 BT비전(BT Vision)과 소규모의 인터넷 전용 서비스 사업자 티스칼리

(Tiscali)가 이제 막 시장에 진출한 상태이며, 가입자도 2007년 말 20만 명을 조금 넘겼다. 2007년 오렌지의 IPTV서비스가 영국에 소개되면서, 모바일서비스 사업자 O2가 여기에 합류하기 시작했다. 그리고 케이블 최대 사업자인 버진미디어와 위성 최대 사업자 비스카이비가 기존의 자사 가입 고객들에게 IPTV서비스를 선보일 준비를 활발히 하는 중이다³⁰⁾. 장비 제조업체들로는 필립스, 파나소닉, 넷젬(Netgem) 등이 있으며, 글로벌기술 사업자인 구글, 애플, 마이크로소프트가 제휴할 것으로 보인다.

[그림 2-11] 디지털 지상파 텔레비전의 서비스 선호
변화 예상



출처 : BBC Executive(2008) p. 9

참고 : 프리뷰 1.0은 기존의 프리뷰에 PVR 기능을 더한 것으로 프리뷰+가 업그레이드 버전이다.

BBC의 한 조사에 따르면 현재 디지털방송서비스 플랫폼을 크게 디지털 지상파 무료 프리뷰와 디지털 유료 플랫폼으로 나눌 때, 디지털방송 전환 초기 프리뷰가 무료라는 큰 장점이 있어 대부분 프리뷰를 선택했지만, 이후 고객들은 콘텐츠가 다양한 플랫폼을 선호하기 때문에 유료 플랫폼으로 이동하게

30) BskyB는 2008년 10월 트리플 플레이(Triple-Play) 번들링 프로젝트로 '피크닉(Picnic)'을 공개하며, 그동안 디지털 지상파 무료 서비스, 프리뷰에 제공해오던 Sky News, Sky Sports, Sky Three 채널을 Sky One, Sky Sports 1, Sky Movies SD1으로 변경한다는 제안서를 오프콤에 제출했다. 하지만 피크닉의 실질적인 시장전략은 무엇보다 비스카이 비의 디지털 지상파 텔레비전 진출이 목적인다는 해석이다(<파이낸셜 타임스>, 2008년 9월 12일 자)

된다는 결과를 발표했다 (<그림2-11>참조). 결국 무료 서비스의 콘텐츠 공급과 서비스가 경쟁력 없이 향상되지 않는다면, 디지털 지상파 시장을 넘보는 톱업TV(Top up TV), BT 비전, 비스카이비의 ‘피크닉’ 등 유료 공급자의 시장점유율이 커질 것이라는 것이 조사의 핵심이다.

지금까지의 IPTV 시장 상황을 본다면, 시청자들에게 공공서비스 콘텐츠에 보편적 접근을 허락할 수 있는 방법이 원천적으로 차단될 것이라는 예상이 가능하며, 장비 사업자와 유료방송 사업자의 이해관계에 따라 IPTV 시장 진입 가격과 서비스가 결정될 것이라는 위험이 따른다. 결국 BBC가 주도하는 개방형 통합 플랫폼은 디지털방송 전환의 공익성과 보편성이 위협받을 수 있는 길을 피하는 중대한 선택이라는 것이 캔버스를 지지하는 지상파방송 사업자들의 주장이다.

캔버스가 공략하는 시청집단은 기본적으로 인터넷 접속이 가능한 프리뷰와 프리셋 고객으로 약 550만 가구이며, 추가 비용 없이 캔버스 서비스를 이용할 수 있다. 하지만 현 정권이 목표로 하는 디지털 텔레비전 전환 사업은 인터넷 연결이 되지 않거나 PVR 기능이 없는 셋톱박스를 사용하는 약 490만 가구의 시청자들에게도 모든 서비스가 동일하게 제공될 수 있도록 할 계획을 가지고 있다. 거시적인 안목에서 고려해 볼 때 캔버스의 등장은 2012년 디지털 전환 이후 다수의 시청자들이 아날로그 텔레비전을 디지털 텔레비전으로 기술이전했다는 의미를 넘어, 새로운 시청 형태로 디지털 텔레비전을 이용하며 비즈니스를 위한 중요한 매체로 이용하는 환경을 만들려는 정부의 의도와 뜻을 같이 한다.

캔버스를 통한 인터넷 사용은 시청자들이 유용한 콘텐츠를 좀 더 쉽게 접근할 수 있는 장점이 있다. 예를 들면 TV를 시청하면서 동시에 TV 모니터로 지역 뉴스와 날씨, 여행정보를 검색할 수 있고, 어린이들은 TV에서 더욱 풍부한 양방향서비스를 즐길 수 있다는 것이다. 이같이 다양한 잠재적 서비스 기능을 갖춘 캔버스는 건강·교육·문화·운동 등 공공서비스 영역과 시민들 간의 커뮤니케이션을 원활하게 하고, 서비스의 질을 향상시키는 가교 역할을 통해 시민사회를 성숙시키고 나아가 국가 성장에너지인 창의력에 도움을 주어, BBC와 공공적 상업서비스 방송사들이 갖추어야 할 공공적 목적에 부합한다는 취지를 강하게 담고 있다.

③ 캔버스의 현실성에 대한 논란들

캔버스 서비스의 현실성에 대한 논란으로는 첫째, 예산 문제가 있다. 캔버스 쪽은 5년 동안 2천400만 파운드의 예산을 예상하고 있으며, BBC와 BT 그리고 ITV가 초기 멤버가 되는 만큼 각 600만 파운드씩 분담할 예정이다. 그리고 나머지 부족한 부분은 추가 멤버들로 하여금 충당하게 할 계획이라고 한다. 현재로서는 채널4와 파이프TV가 가장 유력한 추가 멤버들이지만, 상업방송사로서의 경영 목적이 뚜렷하면 서도 자체 브랜드 가치가 ITV에 비해 상대적으로 낮은 파이프TV는 캔버스 지원금이 큰 부담이 될 수밖에 없다. 또 캔거루 프로젝트에 적극 참여한 채널4도 디지털 전환 비용 부족과 경영 악화로 BBC 월드와이드(BBC Worldwide)와 합작투자를 논의 중인 상태라 역시 경영 상태가 녹록지 않다. 따라서 캔버스 서비스 구현에 필요한 지원 예산과 방법에 대한 논의는 가장 뜨거운 쟁점이 되고 있다. 캔버스 쪽은 유튜브와 방송 콘텐츠를 공유하며 재정지원을 염두에 두었다는 의도를 내비쳤지만, 유료 동영상과 차별화하며, 공공채널과 상업채널의 콘텐츠별 저작권 문제를 해결해야 하는 복잡한 과제가 따른다.

둘째, 소비자들은 초기 서비스 이용 대가로 최소 100~200파운드의 셋톱박스 비용을 고려해야 한다. 기존의 프리뷰와 프리셋 고객들에게 추가비용을 어떻게 차별화할 것 인지 구체적인 계획안이 현재 공개되지 않은 상태라, 초기 가입자들에게는 적지 않은 부담이 될 수 있다.

셋째, 캔버스가 주장하는 1.6Mbps 의 인터넷 속도와 서비스 실현 가능성이 다. 2009년 초 문화부의 통신·기술·방송 담당 스티븐 카터(Stephen Cater) 각 외장관은 ‘디지털 영국중간 보고서’³¹⁾에서 영국의 모든 가구가 2Mbps 속도의 브로드밴드 서비스를 이용할 수 있도록 하는 인프라 업그레이드 계획을 밝혔다. 하지만 동영상서비스나 양방향서비스 등 다양한 디지털 콘텐츠 서비스를 전달하기에는 카터 장관이 목표로 한 2Mbps도 현실적으로 상당히 느리다는 비판이 있었기 때문에, 캔버스가 목표하는 1.6Mbps가 캔버스가 구상하는 온라인 캐치업과 양방향서비스를 현실적으로 전달할 수 있을지를 놓고 대립이 크다.

그 밖에도 캔버스는 BBC가 주도하지만 BBC 시청자만을 위한 것은 아니라는 원칙을 가지고 있어, ISP로 내국인과 외국인을 구별해 차별적인 서비스를 제공할 계획이다. 게다가 일부 상업 웹사이트들과 광고나 콘텐츠 서비스를 제휴할 예정이라 외부 소프트웨어 공급자들과도 긴밀한 파트너십을 구상 중이

31) DCMS(2009) Digital Britain: The Interim Report.

다. 이에 따라 해당 규제기관들은 여기에 따르는 사업 절차와 거래의 투명성, 비차별성의 범위와 규제 내용에 특별한 관심을 보이고 있다.

오프콤은 캔버스 프로젝트가 곧 경쟁위원회(Competition Commission)의 조사를

받게 될 것이라고 언급했으나 공식 조사 절차는 밟지 않고 있어 쉽게 해결되지 않을 것으로 보인다. 오프콤이 공개 한 캔버스 조사의 핵심 쟁점 안은 다음과 같다.

- 경쟁력이 저하되지 않는 범위에서의 기술 표준화 방안 고려
- 캔버스는 프리뷰와 프리셋으로 서비스를 하는 것이 주요 목적이 아닌 만큼 기존의 TV 서비스와 IPTV가 갖는 다양성과 보편성에 얼마나 집중할 수 있는지 검토
- 캔버스 사용자의 경쟁적 병목현상 해소 방식 조사
- 캔버스의 정당성, 비차별성, 투명성 검토

BBC트러스트는 아이플레이어와는 달리, 캔버스 서비스의 출범을 앞두고 공적 가치 테스트 절차를 요구하지 않았다. 이를 감안하면, 캔버스 프로젝트의 기술적 쟁점 조사에 치중한 오프콤의 이번 조사는 형식적인 시장영향평가도 요구하지 않았다.

결국 영국의 IPTV 시장의 절대 강자로 떠오를 수 있는 캔버스 프로젝트에 대한 논의는 규제기관 사이에서보다는 사업자들과 서비스 수혜자들인 시청자 그리고 캔버스 프로젝트를 진행중인 방송사업자 간에 더욱 첨예하게 논의될 것으로 예상된다.

2010년 BBC와 ITV 그리고 영국 최대 통신 사업자 BT가 IPTV 시장을 겨냥해 제안한 단일 오픈 플랫폼, 캔버스는 BBC 트러스트의 승인을 통해 본격적으로 디지털 시장에 진입하기 시작했고, 유료 방송 사업자들(BSkyB와 버진 미디어)은 거세게 항의하고 있다³²⁾

32) <Broadcast>, 'Virgin Media chief blasts Canvas "whitewash"', 2010년 3월 4일 자.

5) 결론 및 시사점

공영방송 BBC는 1999년도와 2007년도 수신료 인상을 통해 디지털방송 환경 변화를 주도하며 적극적인 투자를 했다. 수신료 인상을 통해 BBC3, BBC4, Cbeebies, CBBC, BBC 24, BBC Parliament 등 디지털 다채널 방송과 지상파 디지털 방송 플랫폼 Freeview 도입하여, 디지털 다채널 환경에서 BBC의 영향력을 유지하는 발판을 마련했다. Freeview는 디지털 다채널 환경에서 유료 위성방송 BSkyB를 제치고 영국민들이 가장 많이 이용하는 플랫폼으로 자리 잡았다. BBC는 여기에 자만하지 않고 BBC HD, iplayer, Project Canvas 등 고화질, VoD, 양방향 서비스를 도입하여 방송환경 변화에 대응하고 있다. 또한 BBC는 ITV와 공동으로 무료 디지털 위성 플랫폼 Freesat을 도입하여, 위성시장에서 유료 위성방송 BSkyB의 독주를 견제하고 난시청 해소에도 기여하고 있다. BBC는 지역방송에 대한 적극적인 투자를 통해 ITV의 지역뉴스 등 지역방송 제작 규제 완화에 따른 영국의 지역방송 제작 기반 약화를 막아내고 지역시청자들에게 서비스하고 있다.

우리나라도 최근 수신료 인상 논의가 활발한 데 KBS와 EBS 두 공영방송도 수신료 인상시 시청자들에게 제공하는 서비스 질을 향상시키고 서비스 확대 및 수신환경 개선 등의 청사진을 분명히 제시하여 시청자들을 설득할 필요가 있다.

4. 디지털 유료방송

1) 영국 유료 방송 현황

가. 현황

2000년 이후 영국의 디지털 커뮤니케이션 서비스는 유선 통신과 지상파, 그리고 케이블 브로드밴드에서 3G 모바일, IPTV, 디지털 지상파/위성 TV 그리고 디지털 라디오(DAB) 등으로 확장해 높은 보급률을 보여주고 있다. 2008~2009년도 디지털 기술 도입 현황에 따르면 디지털 TV와 모바일이 각 89%로 서로 경쟁하고 있는 상황이다. 특히 가구당 월 평균 커뮤니케이션 서비스 소비 비용을 비교해 보면(<그림 2-9> 참조), 2003년 이후 라디오와 TV는 거의 변화가 없지만, 인터넷과 모바일 서비스는 매년 꾸준히 증가하다가 2008년 이후 다소 감소하고 있다. 오프콤은 2008년 이후 인터넷과 모바일 가입자 시장이 포화 상태에 이르렀고 고객 유치 경쟁을 시작하면서 서비스 가격이 하락된 배경이 있지만, 역시 글로벌 경기 침체의 여파로 시청자들의 소비 경향이 위축되었기 때문이라는 분석을 하고 있다.

[그림 2-12] 가구당 월 평균 커뮤니케이션 서비스 지출 비용 (2003~2008년)

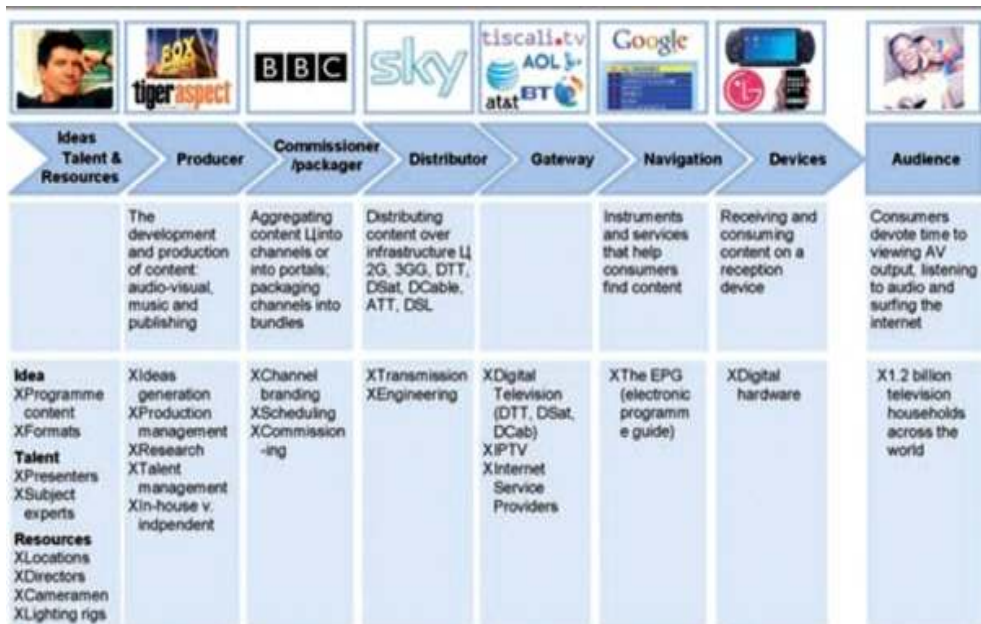


출처 : Ofcom(2009)

그러나 무엇보다 뉴 미디어의 대명사로 자리 잡은 인터넷이 2003년 이후 TV와 신문 광고 시장을 위협할 정도로 급성장했다. PSB뿐만 아니라 유료 방송사업자들은 앞 다투어 인터넷뿐만 아니라 다양한 디지털 기술을 선보이며 방송 콘텐츠를 적극 활용하기 시작했다. 예를 들어 BBC는 통합 미디어 플레이어(Integrated media player : iMP) 'BBC iplayer'를 소개하면서 폭발적인 반응을 얻고 있고, 위성방송 사업자 BSkyB는 PVR(Personal Video Recorder) 기능이 내장된 디지털 셋톱박스(Sky+와 Sky+HD)를 통해 디지털 비디오 녹화(DVR) 시장의 절대 강자로 자리를 잡았다.

<그림 2-13>은 콘텐츠의 가치 사슬 변화를 나타낸 것으로, 방송 아이디어는 제작자(producer)에 의해 프로그램으로 실현되고, 방송사와 같은 발주자(commissioner/packager)는 지상파, 위성, 케이블 등 다양한 유통업자(distributor)의 플랫폼을 통해 (자체/외부 제작된) 콘텐츠를 공급한다. 유통업자 중에는 자체제작을 하기도 하는데, 이렇게 집약된 콘텐츠들은 디지털 지상파, 위성/케이블, IPTV와 ISP 등 네트워크 연결 사업자(gateway)에 의해 다양한 형태로 다른 매체를 통해 전송되고, 시청자들은 전자 프로그램 가이드(EPG)를 이용하거나 디지털 개인 장비를 통해 적극적인 시청 습관에 적응하게 된다.

[그림 2-13] 방송 콘텐츠의 가치 사슬



출처 : Human Capital Media Strategy Consultants, 2008

그런데 디지털 테크놀로지의 혁명으로 콘텐츠의 가치 사슬은 점차 명확한 구분이 사라지고 있다. 제작자가 직접 유통을 하기도 하며, 유통업자가 제작을 하거나 네트워크 연결자가 콘텐츠를 발주하고 있기 때문에, 방송 시장의 디지털 패러다임이 앞으로 어떻게 변화할지 예상하기는 더욱 어렵다고 볼 수 있다.

영국의 경우 유료 사업자들에게는 매체에 따라 독점적 지위를 허락했다고 봐도 과언이 아닐 만큼, 위성과 케이블 시장의 경우는 특정 사업자가 독식하고 있는 것을 볼 수 있으며, 이러한 구도는 지난 10년 사이 심화되었다.

<표 2-39> 영국의 유료 방송 현황 (2010년 상반기)

구분	사업자	시장 점유율 (백만/%)*	규제	채널 수	비고
위성	BSkyB	9.77m / 68.5%	Ofcom (유료 TV사업자는 신청 면허에 따라 면허 기간 연장)	1141**	번들 서비스 (전화,인터넷, TV) 제공
케이블	Virgin Media	3.7m/ 25.9%		292	번들 서비스 (전화,인터넷, TV) 제공
DTT	TOP-UP TV	250,000 / 1.75%		22***	선불형 VOD
IPTV	BT Vision	451,000 /3.1%		80	번들 서비스 (전화,인터넷, TV) 제공
	TalkTalk TV	75,000 / 0.5%		70****	전 Tiscali TV 번들 서비스 (전화,인터넷, TV) 제공

* 2010년 4월 기준 데이터

** 607 무료 채널, 라디오 채널 포함

*** Top-up TV의 경우 채널 수가 아닌 프로그램 수

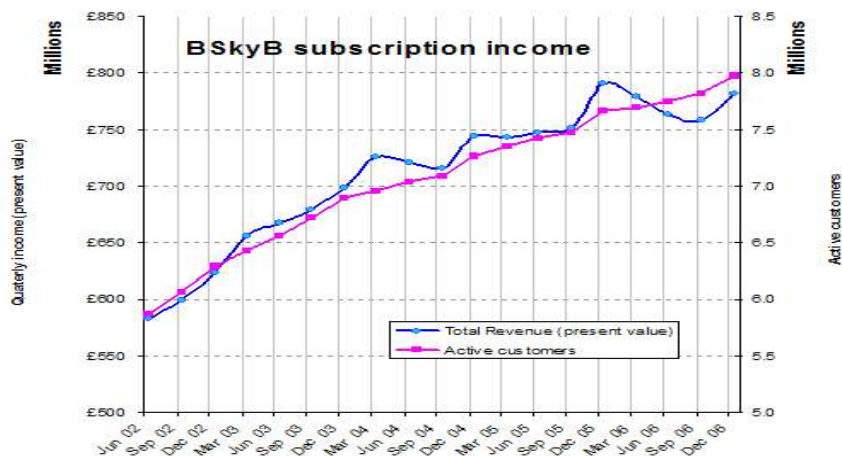
**** 디지털 TV와 라디오 채널 수, VOD 전용 프로그램은 현재 350 이상 가능

2) 디지털 위성 방송 사업자, BSkyB

(1) 디지털 위성 방송 사업 현황

1982년 세계적인 언론 재벌 루퍼트 머독(Rupert Murdoch)이 ‘Sky Channel’ 설립한 이후 Sky 텔레비전으로 이름 변경했는데, 1990년 영국 위성 방송(British Satellite Broadcasting)과 스카이 텔레비전(Sky Television plc)이 50:50으로 합병하면서 BSkyB(British SKy Broadcasting)가 탄생했다. 시장에서는 ‘Sky’라는 브랜드와 로고를 사용하는데, 1998년 이후 위성 방송 사업이 큰 성공을 거두기 시작했는데, 2006년 5월에는 Sky+ HD 출시해 HDTV 서비스 선보였고 2006년 주문형 서비스를 업그레이드 시킨 ‘Sky Anytime’ 론칭, 2007년 10월에는 1백만 고객 달성(영국의 시청자 가구 6명 중 1명이 시청)했다. 최근에는 Sky Sports 3D, Sky Movies 3D를 포함해 새로운 3D 프로그램 개발에 주력하고 있다.

[그림 2-14] BSkyB 가입자와 수익 변화 (2002~2006년)



(2) 디지털 위성 방송 시장 경쟁 : 신기술 도입에 집중

영국의 최대 위성 방송 사업자 스카이는 지난 1월 미국에서 첫 3D 라이브 방송을 선보인 바 있는 쓰리알러티 디지털(3ality Digital)을 인수해, 3D-TV 전용 콘텐츠를 제작할 수 있는 카메라와 관련 장비(3flex camera rigs)를 사용할 수 있는 자동화 기술 및 소프트웨어를 모두 갖추게 되었다. 또한 스카이는 3D 텔레비전(3D-TV) 상업화를 앞두고 채널 시연회를 준비하고 있는데, 실제

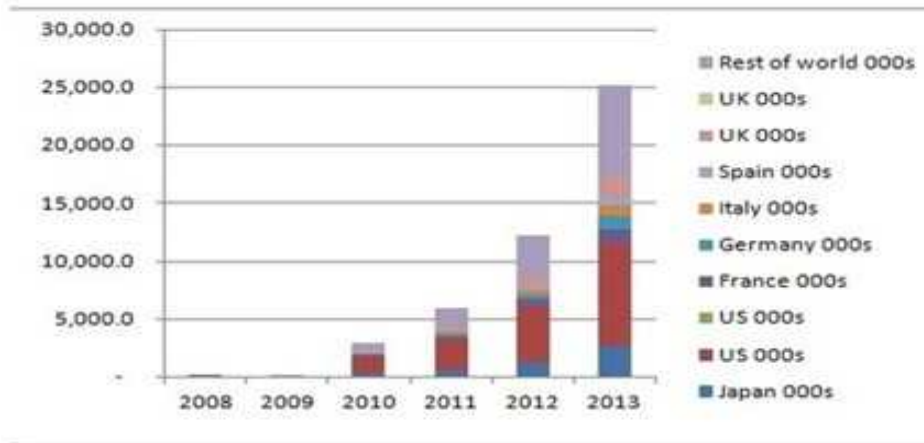
4월부터 시작되는 영국 프리미어 리그 경기 중계 중 1 주일에 한 번은 3D 중계를 할 계획이다. 특히 아스날(Arsenal)과 맨체스터 유나이티드(Manchester United)의 경기가 있는 날엔 런던, 맨체스터, 카디프 그리고 에딘버러 같은 대도시의 일부, 펍(pub, 영국식 선술집)에서 3D 안경을 제공하는 관측을 벌이고 있어, 많은 축구 팬들의 관심이 대단했다.

3D 방송 서비스는 현재 3D 방송을 지원하는 스카이 플러스 HD 세톱 박스(Sky+ High Definition set top box)와 특수 안경만 있으면 누구나 받을 수 있으나 3D 채널과 콘텐츠 시장은 이제 걸음 마 단계이다. 하지만 올 초 라스베이거스 전자쇼(The Consumer Electronics Show)에서 3DTV가 가장 큰 주목을 받은 것을 보아도, 3D 방송 호환이 가능한 모니터를 생산하고 있는 사업자들은 이미 앞서 치열한 경쟁을 해왔다. 고화질 영상을 저장할 수 있는 블루레이 디스크(Blu-ray Disk)를 개발한 소니는 스카리와 친밀하게 3D 기술을 제휴를 하고 있으며, 다양한 하드웨어를 선보이며 영국 유통 시장에서 선전하고 있는 LG나 삼성이라는 브랜드도 HD 텔레비전에 이어 3D 텔레비전의 대중화에 중요한 사업자가 될 것으로 전망하고 있다.

국제전기통신연합(International Telecommunication Union)의 무선커뮤니케이션분과(Radio-communication group study)에서 발표한 3D-TV에 관한 로드맵을 보면, 기존의 평면식 스테레오 텔레비전(plano-stereoscopic television) 시청자들을 1세대라고 부르며, 2세대는 특수 안경을 착용하면 실물에 근접한 경험을 느낄 수 있는 멀티플 시청이 가능하다. 마지막 3세대는 시청자의 기호에 따라 거리와 빈도 그리고 광파(light wave) 조절이 가능해 실제 환경을 접하는 것 같은 단계에서 시청자가 이를 재생산할 수도 있다. 즉 머지 않아 불편한 3D 전용 안경을 쓰지 않아도 되는 TV가 개발되고, 영화뿐만 아니라 스포츠, 여행, 게임 그리고 콘서트 같은 다양한 장르의 프로그램이 3D로 제작된다면, 로드맵에서 이야기하는 3세대의 시청 행태는 그리 먼 이야기가 아닐 수도 있다.

<스크린 다이제스트>가 전망한 3D 서비스 가능 스크린 판매는 2010년 이후 미국과일본 그리고 영국을 중심으로 급증할 것으로 전망되고 있다. 아래 표에는 안경을 착용해야 하는 3D 모니터가 출시된 2008년부터 향후 개발될 예정이 안경 기능이 탑재된 모니터까지 아울러 시장을 예측한 것이다.

[그림 2-15] 국가별 3D 가능 스크린 판매 전망 (2008~2013)



출처 : 스크린 다이제스트

그런데 3D 텔레비전의 청사진에 그려진 우려가 또한 만만치 않다. 3차원 영상이 주는 장관을 연출하기 위해서는 고화질 녹화 카메라와 최첨단의 자동화된 장비들이 필요한데, 프로그램 제작사들이 고가의 제작 장비를 갖추고 다양한 3D 프로그램을 제작하기까지는 예측할 수 없는 비용과 시간이 필요할 것으로 보인다. 스카이가 인수한 쓰리알터티 디지털의 경우, 미국의 NFL(National Football League)을 처음으로 3D 방송했는데, 스포츠의 경우 후반 제작을 거치지 않은 메타 데이터(가 카메라를 통해 캡처되면, 후반 제작은 인공 지능 센서로 대부분 자동화되며, 입체감을 위해 항공 촬영 기술이 필요한 3D 촬영 카메라는 아직 보편화되지 않아 그야말로 천문학적이라고 한다.

SD(Standard Definition) 텔레비전에 비해 HD 텔레비전의 제작 비용은 크게 증가했지만, 새로운 기술이 보여주는 가능성과 매력에 대한 시청자들의 반응은 여전히 시장 가격의 부담에 있기 때문에, HD 텔레비전이 영국에서 대중화되는데 지체된 만큼, 3D 텔레비전도 HDTV 보급이 갖는 어려움을 답습할 가능성이 높다는 지적이다. 뿐만 아니라 3D 프로그램을 장기간 시청한 경우, 두통이 유발된다는 치명적인 약점은 다양한 콘텐츠 개발에 걸림돌이 될 수 있다. 오래 전 3차원 영상을 선보였고, 최근에는 4차원 영상물을 선보인 런던의 아이맥스(IMAX)가 지금까지도 일반 가정의 오락 문화로 이어지지 못한 이유 역시, 안경을 착용해야 하며, 장기간 시청이 어렵다는 불편함을 극복하지 못했

다는 증거라는 비판도 있다. 때문에 3D 제작 게임산업과 영화산업에서만 성공하는 그 한계점을 극복해야 하는 것이 시급하다. 결국 가장 시급한 현안으로 떠오르는 문제는 콘텐츠 공급의 불안정성으로, 영미권의 블록버스터에 집중된 3차원 영상 기술이 다양한 콘텐츠를 통해 개발되고 확산되지 않을 경우, 3D 열풍은 쉽게 사라질 수 있으며, 장기적인 안목에서도 많은 국가들이 3D 제작에 참여해 양질의 콘텐츠를 생산해야 3D 텔레비전 시장의 불씨가 제대로 살아난다는 것이다. 아바타의 성공 이후, 할리우드 사업자들이 최근 활발히 참여하면서, 다양한 장르에서 기술이 개발되고는 있지만, 전체 영상물에 비하면 여전히 극소수라는 것이다.

영국에는 현재 케이블 사업자 버진 미디어가 3D 콘텐츠 제작에 관심을 보이고 있지만 거대한 자본을 통해 세계 최고의 장비와 기술력을 갖추고 있는 스카이라 경쟁하기는 버거워보인다. 영국에서 위성방송 가입자 천만을 기록한 스카이는 우선 디지털 전환시기 까지 HD+ 세톱박스 보급을 확대하면서 3D 전문 채널을 구축하는 방안으로 전략을 세우고 있다. 즉 3D 텔레비전 개척에서도 튼튼하고 방만한 인프라가 뒷받침해 주고 있는 스카이의 독주를 막기는 어려워 보이며, 2010년을 3D 방송의 해로 삼고 3D 열풍을 자신하는 스카이의 도전은 앞으로도 더욱 거셀 것으로 전망된다.

(3) BSkyB와 규제 정책 및 방향

영국은 2010년 3월 웨일스 지역의 디지털 방송 전환(Digital Switchover : DSO)을 완료하면서 예정대로 디지털 방송 전환에 대한 밑그림을 서서히 채워나가고 있다. 양질의 콘텐츠를 보유한 지상파 방송사는 무료 지상파 디지털 방송 플랫폼 ‘프리뷰’(Freeview)와 무료 지상파 위성 방송 플랫폼 ‘프리셋’(Freesat)으로 디지털 텔레비전 방송 서비스를 확장하고 있는 반면, 프리미엄 콘텐츠에 주력하고 있는 유료 방송 사업자들은 디지털 텔레비전 서비스가 지원할 수 있는 고화질(HD 서비스)과 3D, 모바일 TV 등 미래 지향적 디지털 서비스 사업에 많은 투자를 하고 있다.

하지만 디지털 플랫폼에 전송되는 콘텐츠의 결합이 다양해지면서, 공급 콘텐츠로 무료와 유료 방송을 구분하는 경계는 큰 의미가 없어지고 있는 것이 사실이다. 그럼에도 불구하고 최근 영국의 방송 시장은 ‘지상파 방송사 vs 유료 방송 사업자’의 구도로 경쟁 관계가 심화되고 있는 것을 볼 수 있다. 예를

들어 BBC와 ITV 그리고 영국 최대 통신 사업자 BT가 IPTV(Internet Protocol TV) 시장을 겨냥해 제안한 단일 오픈 플랫폼 ‘캔버스’(Canvas)가 BBC 트러스트의 승인을 통해 본격적으로 디지털 시장에 진입하자, 유료 방송 사업자들(BSkyB와 버진 미디어 등)은 거세게 항의하고 있다. 뿐만 아니라 주파수와 전송 비용 문제로 영국에서는 아직 붐을 일으키지 못한 HD 방송 서비스 시장에 지상파 상업 채널 Five가 BSkyB에 흡수하는 식으로 참여 의사를 밝히자, 지상파 방송사들이 중심이 되어 있는 프리뷰와 프리셋의 HD 서비스 채널도 유료 디지털 텔레비전과의 차이를 줄이기 위해 본격 경쟁에 나서고 있다.

그밖에도 주문형 비디오 서비스의 붐을 일으킨 BBC의 iplayer를 모델로 각 지상파와 유료 방송사들은 자사의 플레이어플랫폼을 업그레이드하고 디지털 플랫폼 전송에 주력하기 시작했는데, 미디어 규제기관인 오프콤은 지상파와 유료 방송 사업자들의 사업 중복 혹은 경쟁 관계를 적극 중재하려는 의지가 강하다. 예를 들면 오프콤은 위성 방송 사업자 겸 프리미엄 콘텐츠(영화, 스포츠, 뉴스 등)를 자체 생산하고 있는 BSkyB가 Freeview에서 유료 채널을 공급하는 것은 허락하지만, 스포츠 중계권을 독점하는 것을 막기 위해 BSkyB의 스포츠 프로그램 판매 가격을 강제적으로 낮추려고 했고, 경쟁 유료 방송 사업자와 중계권을 의무적으로 나누도록 했다. 하지만 영국 방송 시장의 경쟁 구도를 재편하는 문제는 앞으로 보다 많은 갈등과 분쟁을 낳을 것으로 보인다.

지난 2007년 2월 BSkyB는 디지털 지상파 무료 서비스 ‘프리뷰’(Freeview)에 제공하고 있던 Sky News, Sky Sports, 그리고 Sky Three 채널 서비스를 Sky One, Sky Sports 1, 그리고 Sky Movies SD1으로 변경한다는 제안서를 오프콤에 제출한 바 있다. 기존의 무료 공급 채널을 대신해 인기 장르인 스포츠와 영화, 오락 채널을 유료 서비스로 전환하며, 프리뷰 가입자들에게 스카이 브로드밴드 인터넷과 전화를 묶어 패키지화한다는 ‘스카이 피크닉’이 오프콤으로부터 순조롭게 허가를 받았다면 2008년부터 시행될 예정이었다.

BSkyB는 지난해 위성방송 가입자 900만을 기록하며 명실공히 유료 텔레비전 시장의 최강자 자리를 굳히고 있다. 케이블의 최대 사업자인 버진 미디어의 가입자가 340만을 겨우 채운 것과 비교해볼 때 절대 우위에 있는 셈이다. 디지털 위성뿐만 아니라 디지털 지상파의 초기 정착부터 무료 서비스를 제공하는 프리뷰의 역할이 컸던 만큼 BSkyB가 자사의 간판 채널들을 무료 패키지에 담았던 일은 전략적 제휴로서 합리적 선택으로 평가받는다. 다채널 다매체 시대의 디지털 환경에서 시청자 분절현상이 심화됐음에도 불구하고,

BSkyB를 찾는 유료 가입자들은 타 유료 채널 사업자들과 비교했을 때 괄목할 만큼 증가했고 BSkyB의 번들링 서비스 인프라는 이미 영국 전체 가구의 70%가 수신 가능한 수준에 이르렀다. 때문에 BSkyB가 구상한 피크닉 전략은 오프콤에서 승인만 해준다면 유료 텔레비전 시장의 중심이동이 확실히 스카이 쪽으로 집중될 모멘텀으로 작용할 전망이다. 평자들은 제임스 머독 사장이 디지털 위성방송 시장에 만족하지 않고 디지털 지상파 시장까지 기회를 노리고 있는 만큼, 피크닉이 오프콤의 허가를 받지 못한다 하더라도 준비된 다른 방법이 동원될 것으로 추측하며 스카이를 경계한다.

스카이가 프리뷰에서 자사 인기 채널의 서비스를 중단한다는 계획을 담았던 피크닉의 경제적 피해 예상은 장기적으로 봤을 때 더욱 심각하다. 디지털 지상파 텔레비전(DTT)에 무료로 채널을 공급하고 있는 상업 텔레비전 채널 사업자들도 스카이를 따라 서비스를 축소 혹은 중단하게 되면 디지털방송의 시장구도가 프리뷰를 주도하고 있는 BBC와 유료방송을 주도하는 스카이의 극단적 대결로 심화될 가능성도 배제할 수 없기 때문이다. 결국 오프콤은 피크닉을 반대하는 군소 집단과 이해 관계자들의 항의성 반론 보고서들을 검토하는 일로 피크닉 자체만을 조사한 것에 그치지 않고, 영국의 유료 텔레비전 시장의 변화를 이해하며 그 방향을 모색하기 위한 작업을 해왔다고 해석된다.

오프콤은 영국의 유료 텔레비전 서비스가 콘텐츠의 질 그리고 시청자의 수입에 비해 적절한 가격인지를 유럽 국가들과 비교 조사했는데,³³⁾ 그 결과 플랫폼과 채널 공급에 대한 다양성은 매우 높았지만 서비스 비용은 여전히 유럽에서 가장 높다는 결과가 나왔다. 소비자/시청자들의 입장에서 양질의 서비스를 선택할 기회가 많아지고 있다는 긍정적인 면도 있지만, 시청시간이 분산되면 서비스의 광고수입에도 영향을 주기 때문에 마케팅과 생산비용에 대한 절감이 결국 프로그램의 생산과 배급에 부정적인 영향을 미칠 수도 있어 자유시장 경쟁 논리가 지나칠 경우 시청자들의 이익이 간과될 수 있다는 것을 경고한 것이다.

최근 대규모 플랫폼 사업자들은 다양한 자체 채널 개발뿐만 아니라 VOD, HD 그리고 디지털 비디오 녹화기(DVR)기능을 갖춘 양방향 서비스에 번들링(TV와 유·무선 전화 그리고 인터넷)까지, 그야말로 방송과 통신의 융합형 시장 다툼이 치열해져가고 있으며, 유료 텔레비전 시장의 빈부 격차도 커져가고 있다. 플랫폼 사업자 중 최대 규모인 스카이의 경우 영화와 스포츠, 여행 등

33) 비교 연구 대상의 유럽 국가로는 오스트리아, 벨기에, 덴마크, 핀란드, 프랑스, 독일, 그리스, 이태리, 네덜란드, 노르웨이, 포르투갈, 스페인, 스위스, 영국이 있다. Ofcom(2007) Annex 1 to the parties submission - pay TV prices in Europe(1997~2005) 참고.

16개의 자체채널 이외에도 수익의 25%를 합작 벤처 채널(약 18개)에서 거두고 있는 반면에 버진 미디어 TV, 그리고 BBC와 합작 벤처를 한 UKTV의 경우는 15개 내외의 채널만을 가지고 있다. 피크닉 사건을 계기로 오프콤과 공정경쟁위원회(Competition Commission)의 입장이 보다 분명해진 만큼 앞으로 스카이의 공격적 마케팅 전략이 순탄하지만은 않을 것으로 보인다.

3) 디지털 케이블 방송 사업자, 버진 미디어(Virgin Media)

(1) 단일 케이블 방송 사업자 탄생

미국의 경우와는 달리, 영국 케이블 텔레비전의 역사는 그다지 순탄하지 못했다. ITV의 경우와 흡사하게 지방 및 지역별 소규모 사업면허로 출발했던 이들 가운데 현재 실질적으로 살아남은 주자는 NTL과 Telewest에 불과하다. 여전히 상당수의 인구가 전원 지역에 흩어져 거주하고 있는 데다가, 도시화된 지역에서는 케이블망을 설치하는 작업에 대한 주민들의 거부감이 거센 편이었던 조건과 함께, 투자해야 하는 자금의 규모와 장기성에 비해 개별 사업체들의 크기가 너무 작았고 케이블 사업에 의해 단기적으로 회수할 수 있는 이익이 그리 크지 못했던 상황 등 온갖 역경이 존재했던 것이 사실이다. 따라서, 어떤 면에서는 이들 두 거대 사업자들이 지금까지 생존해 있었다는 것조차 자못 놀랄 만한 일이지조차 하다.

그나마 일정 기간 동안은 미약하게라도 성장 그래프를 그리고 있던 이들이, 디지털 위성방송의 압도적인 지배력에 의해 고전을 면치 못하고, 한참 나중에 등장한 디지털 지상파 방송에게마저 추월을 당할 즈음, “케이블 사업은 이제 전망이 없다”는 식의 주장이 대체적으로 수긍되는 분위기까지 조성되었다. 하지만 이들이 그런 패배적인 진단을 그대로 받아들인 것은 아니었다. 한편으론 케이블 망의 기술적 장점을 활용하여 저렴하고 효율적인 전화서비스 - 디지털 텔레비전 패키지를 통해 생존을 도모하고 있었고, 다른 한편으론 전화망이 따라잡을 수 없는 초고속 인터넷 서비스를 개발하고 부단히 업그레이드시켜 재도약의 교두보를 마련할 수 있었다. 그리고 2005년 10월 오랜 기간 동안 뚝돌이고 있던 이들 사이의 합병 논의가 결실을 맺으면서 새로운 전환기를 맞았다.

이들의 합병은 사실상 하나의 기정사실처럼 받아 들여지고 있었기 때문에 다만 그 시기가 언제가 될 것이냐가 오히려 더 관심사라면 관심사였다. 형식

적으로야 두 개의 기업으로 나뉘어져 있었다고는 해도, 지역적인 측면에서 상호간의 역할분담이 분명했고 언뜻 봐서는 이들을 구별해내기 어려울 정도로 이미지가 중복됐던 것이 사실이다. NTL이 Telewest 를 34억 파운드(한화 약 6조 원)에 사들이는 형식으로 2004년 10월 3일에 내려진 이번 결정은 그 동안 간과되어 왔던, 이들의 합부로 무시하지 못할 역량이 새삼스럽게 수면 위로 떠오르게 만들었다. 예컨대, 아직 이름이 정해지진 않았지만, 이번 합병으로 인해 탄생할 새로운 케이블 기업은 주거지 대상 광대역 서비스 가운데 가장 큰 사업자(250만 가입자) 이자, 유료 텔레비전 시장에서 두 번째로 큰 업체(330만 가입자)이며, 또한 전화 사업 부문에서도 두 번째 위치(430만 가입자)를 차지하게 된다. 이로써 이들은 합병으로 탄생한 케이블 사업자가 단지 디지털 방송의 세 가지 플랫폼 가운데 하나를 담당하면서 한편으로는 BSkyB 그리고 다른 한편으로는 Freeview와 경쟁 하고 있는 주체로서만이 아니라, 통신의 절대 강자인 BT 및 기타 기업들과도 여러 가지 측면에서(전화, IPTV, 인터넷 서비스 등) 자웅을 겨룰 수 있는 행위자로서도 새삼스레 부각되었다.

그런 측면에서, 이번에 합병된 케이블 사업자는 세 가지 전선, 즉, 텔레비전, 광대역 서비스, 전화 등을 놓고 수많은 경쟁자들과 일대 격전을 벌여야 하는 상황에 놓였다고들 지적한다. 이는 지금까지 이들 세 가지 사업 영역을 하나로 다룸으로써 가격 경쟁력과 품질 경쟁력 등을 발전시켜올 수 있었던 이들의 독특한 틈새시장이 역으로 다방면에서 압박해 들어오는 다수의 적들과 피비린내 나는 싸움을 치를 전장으로 전환되었다는 의미이기도 하다. 물론 새로 탄생한 기업의 대표이사로 지명된 사이먼 더피(Simon Duffy)가 표출한 자신감에 따르면, 2006년 이후로 무려 15 억 파운드 가량의 시너지 효과가 기대되고 있으며, 이들은 이미 주문형 비디오 (VOD) 및 개인용 녹화기(PVR) 사업 분야에서 선보일 새로운 상품과, 2006년 이전에 현실화시킬 고품질 TV 및 인터넷 전화(혹은 인터넷 기반 음성 전송 서비스: VoIP) 등에서 유리한 고지를 점하고 있다고 한다.

이와 더불어 그는, 현재 BSkyB가 독점하다시피 하고 있는 분야라고 할 수 있는 프리미어 리그 축구의 실황 중계권 시장에 뛰어들어 독점권을 획득한 후, Sky측에 훨씬 못 미치는 10파운드 미만의 낮은 가격으로 유료 패키지를 구성할 계획도 밝혔다. 또한 Telewest의 내용물 부문 자회사로서 BBC와 함께 UKTV 채널 서비스 시리즈 파트너로 활약하고 있는 Flextech 를 부분적으로 매각하거나 전략적 파트너 관계로 새롭게 자리매김시키는 등의 판단을 내릴

것으로 알려졌는데, 최소한 이 부문에 누적되어 있는 내용물 사업에서의 노하우를 자신들의 전략적 자산으로 활용할 것만은 분명하다고 천명한 바 있다.

하지만 이들의 합병 과정에서 발생할 직원들의 사기저하 문제가 지적되지 않을 수 없다. 무엇보다도 이들의 합병 과정에서 발생할 직원들의 사기저하 문제가 지적되지 않을 수 없다. NTL과 Telewest는 각각 1만 명 및 8,400명을 고용하고 있는데, 합병을 통한 시너지 효과의 창출이란 많은 부분 이들 기존 인력들의 대대적인 해고를 통한 구조조정에 의존할 수밖에 없기 때문이다. 또한 앞서 지적했던 3대 전선에서의 동시전 역시 결코 호락호락하지 않다. 거의 난립 수준으로 우후죽순하고 있는 신규 전화사업자들이 지금보다도 훨씬 저렴한 가격을 들고 시장을 교란시킬 것이 예상되며, 비록 선도효과를 톡톡히 누리고는 있지만 꾸준히 하락하고 있는 초고속 인터넷 서비스 부문에서 역시 신규 시장 진입자들과 치러야 하는, 전쟁이 기다리고 있다. 이런 상황에서 NTL과 Telewest 양자 공히 '불만족스런 고객 서비스'로 악명이 높았다는 사실을 감안할 때, 시너지 효과와 공격적 확장 정책에 의존하는 단순 우직함만으로는 장기적인 사업 안정화를 꾀하기 어려울 것이라는 비판이 크다.

여하튼, 그렇지 않아도 기존 지상파 방송사들이 결집하는 구심력이 되고 있는 Freeview의 만만찮은 위협에다, ITV가 힘을 보탠 무료 디지털 위성 방송 서비스 계획이 전면 시행되면서, 유료 방송 사업자는 위기를 느끼기 시작했다. ITV plc의 탄생에 버금가는 새로운 케이블 사업자가 등장하게 된 것은 영국 방송 시장에서 막강한 파워로 군림 해 온 BSkyB의 현 위치를 다각적으로 압박하게 될 것이 분명해 보인다.

(2) 디지털 방송 사업자간의 갈등 (케이블 vs 위성 사업자)

영국 위성방송 최대 사업자인 BSkyB와 신규 케이블 사업자로 뛰어든 '버진 미디어'(Virgin Media)는 사실 그리 나쁠 것도, 좋을 것도 없던 사이였다. 단지 디지털 전환 미래 사업을 목표로 각자의 영역을 다져나가기에 분주해 보였다. 하지만 불과 지난 한 달 여 만에 이 둘의 관계는 돌이킬 수 없을 심각한 냉각상태를 맞고 있다.

본격적인 불화의 원인을 꼬집어 말할 수 없는 복잡한 상황임엔 틀림없지만, 결정적인 도화선 역할을 한 것은 '버진 미디어'가 BSkyB의 콘텐츠 계약 연장을 앞두고 BSkyB의 프로그램 공급가격의 인상 제안을 거부하면서부터이

다. 지난 2월, 30일의 협상기간을 가진 ‘버진 미디어’와 BSkyB는 서로 협상 테이블에 불참하는 탓에 아무런 진전을 보지 못하고, 결국 2007년 3월 1일부터 ‘버진 미디어’ 플랫폼에서 BSkyB의 기본 채널들이 사라지는 영국 방송 사상 최초로 블랙 방송 사태가 일어났다.

스카이 기본 채널의 공급이 갑자기 중단된 지난 3월 1일, ‘버진 미디어’의 홈페이지에는 거센 항의와 함께 스카이 위성 플랫폼으로 당장 서비스를 옮기겠다는 협박성 멘트들로 들끓었다. ‘버진 미디어’로서도 이러한 힘든 결정을 통해 꾸준히 증가해온 330만 5천여 명의 케이블 이용자들에게 원망을 사는 일은 분명 쉽지 않았을 것이다. 또한 표면적 진실의 기준에서 볼 때, BSkyB의 불공정 거래 행위에 제동을 걸 수밖에 없었다는 ‘버진 미디어’의 마음이야 십분 이해되지만, 미디어계에 골리앗과 같은 거대한 재력과 파워를 가진 BSkyB에 감히 도전장을 낸 ‘버진 미디어’가 칼도 없이 돌팔매 하나로 골리앗을 물리친 다윗이 될 수 있을지는 영국 방송계에서도 초미의 관심사다. 둘 사이의 힘겨루기에서 애꿎은 유료 케이블 가입자들이 볼모가 돼버린 만큼, 블랙 방송 사태의 정당성과 명분을 놓고 ‘버진 미디어’와 BSkyB는 팽팽한 줄다리기를 시작했다.

‘버진 미디어’라는 이름이 생소할 수 있는데, 이 회사는 영국과 유럽에서 이미 음반, 열차, 항공사 등 알짜 사업을 하고 있는 버진 그룹의 계열사다. 지난해 케이블 최대 사업자였던 NTL과 합병했고, 지난 달 회사 이름을 ‘버진 미디어’로 공식 발표했다.

일단 이번 사태에 대한 ‘버진 미디어’의 솔직한 속내를 들여다보면, ‘버진 미디어’는 스카이 기본 채널 방송권을 연장하기 위해 협상하던 중에 불공정한 가격 상승 거래 조건과 기존 계약 프로그램의 감축안을 받아 들일 수 없다는 결론을 내리게 됐고, 만약 BSkyB가 법정 시일내 이를 철회하지 않을 경우 BSkyB의 ‘권력 남용’(abuse of dominance)을 문제삼아 법정에 기소할 것이라는 것이 ‘버진 미디어’의 비장의 무기다.

스카이 역시 강력 대응을 하겠다는 단호한 입장인데, 이들의 갈등을 깊이 들여다 볼 수록 이번 사태는 그리 간단한 문제가 아닌 듯 싶다. 사실 과거 영국 케이블 TV들은 BSkyB의 독점적인 프로그램 공급으로 인해 많은 어려움을 겪어 왔다. BSkyB가 프로그램 공급을 하지 않으면 영국의 케이블 TV 산업이 존재하지 못할 것이라는 얘기까지 떠돌았을 만큼 BSkyB가 위성 플랫폼 사업자임에도 불구하고 케이블 사업자 사이에 스카이의 파워는 무시무시했던

것이다.

하지만 BSkyB가 위성방송 서비스를 실시한 이후 유료 가입자 늘리기로 한 참 분주할 때 다른 플랫폼에 비해 어려운 상황을 맞고 있던 케이블 사업자 NTL과 ‘텔레웨스트’(Telewest)는 2005년 11월에 합병을 결심했고, NTL은 다시 2006년 말 유료 가입자가 상승하는 분위기를 타고 버진 그룹에 합병해 ‘버진 미디어’로 다시 태어난 것이다.

최근 오프콤에서 발표한 2006년 플랫폼 점유율 결과를 보면, 디지털 지상파 TV의 경우 프리뷰 서비스 가입자가 지난 2005년 4분기보다 24% 상승했으며, 2006년 프리뷰의 셋톱박스 설치자만 1,000만 명을 넘어, 영국 내 텔레비전 사용자의 4분의 1 가량이 프리뷰 서비스를 이용하고 있다. 디지털 위성 TV의 경우는 반면 현재까지 900만 가구가 서비스를 이용하고 있는데, 특히 BSkyB의 가입자는 800만 명으로 2005년 전체 점유율 34%에 비해 2006년엔 35%로 성장이 주춤했다. 그런데 케이블 TV의 경우는 현재까지의 총 가입자는 약 330만 정도로 영국 전체 TV 사용자 중 13.1%만 이용중에 있지만, 지난 해 4분기 동안 가입자가 다른 플랫폼에 비해 눈에 띄게 증가해 2004년 이후 최고의 유료 가입 성장률을 보이고 있다.

사실 영국 케이블 TV는 위성 플랫폼에 비해 고전을 면치 못했지만 최근 거듭된 합병과 인수 덕분에 ‘버진 미디어’라는 영국 케이블계의 강자를 다시 탄생시켰고, ‘버진 미디어’는 NTL이 오랫동안 축적해온 자체 콘텐츠를 고스란히 물려받은 것이 사실이다. 게다가 차세대 디지털 텔레비전 서비스를 위한 주문형 TV서비스 기술은 유선 전화, 인터넷 그리고 모바일 서비스를 모두 갖춘 버진 그룹을 만나면서 다시 한 번 도약의 발판을 마련한 상태였다.

영국 방송가엔 ‘버진 미디어’의 그룹 대표인 리처드 브랜슨 경(Sir Richard Branson)과 BSkyB의 대표 제임스 머독(James Murdoch) 사이에 아직 채 가라앉지 않은 앙금이 남아 있다는 해석이 우세하다. 사실 지난 해 연말 ITV를 인수하고자 총력을 기울였던 NTL이 울며 겨자 먹기로 ITV 인수를 포기할 수밖에 없었던 가장 결정적인 역할을 한 것이 BSkyB가 ITV 인수에 공격적 투자를 감행했기 때문이라는 것은 널리 알려진 사실이다. 스카이의 지분 소유에 강한 의혹을 제기한 정치권과 브랜슨의 정치적 압력에 의해, 현재 제임스 머독은 NTL이 ITV 인수를 포기하도록 유인하기 위해 부정한 방법으로 공격 투자(현재 ITV 지분의 17.9% 소유)를 감행한 것은 아니었는지 오프콤과 공정거래청(OFT ; Office of Fair Trading)으로부터 조사를 받았다.

궁극적으로 브랜슨이나 머독이 ITV를 인수할 수 있다는 가정은 중요한 일이다. 왜냐하면 케이블 또는 위성 플랫폼이라는 반쪽 날개를 달고 제한된 유료 시장에서 경쟁을 해야 하는 지금의 구조에서, 명실 상부한 지상파 전국 채널인 ITV만 인수할 수 있다면 나머지 반쪽 날개를 달고 완벽한 비상을 하는 것은 시간문제이기 때문이다. 평자들은 버진 그룹의 대표인 브랜슨이 기존 고객을 잃을 수도 있다는 위험을 무릅쓰고 BSkyB에 TV 채널에 대한 공정한 가격을 공개적으로 요구한 당당함은 어쩌면 아직 끝나지 않은 ITV 인수를 염두에 두고 마지막 용기를 내는 것이 아니겠느냐며 조심스럽게 입을 모으고 있다.

‘버진 미디어’와 BSkyB 사이의 협상에서 핵심 쟁점 중 하나는 BSkyB의 기본 채널 방송 연장 문제였다. BSkyB는 기존의 계약 가격에 두 배를 요구했지만 ‘버진 미디어’는 이를 강하게 거부했다. 협상 기한에 다다른 지난 2월 27일에는 BSkyB에서 20%만 인상하겠다는 제안을 했음에도 불구하고, 둘 사이의 기본 채널 가격 협상은 결렬됐다. 물론 2월 마지막 날까지도 제3의 중재자들이 나서서 BSkyB의 기본 채널에 대한 직거래 방법도 제시했지만, 이미 둘 사이의 골은 깊을 대로 깊어져 버렸고 3월 1일부로 3백만 이상의 케이블 가입자들은 Sky One, Sky Two, Sky Three, Sky Sports News와 Sky News를 더 이상 시청할 수 없게 됐다.

그렇다면 스카이의 기본 채널의 내용은 과연 무엇일까? 기본 채널 중 가장 인기를 모은 것은 역시 영국 프리미어십 축구 중계권을 독점하고 있는 Sky Sports와 최근 고정 시청층을 굳혀가고 있던 Sky News, 그리고 현재 방송중인 「로스트」(Lost) 시리즈 3편과 「24」, 「넙턱」(Nip/tuck), 「우주전함 갤럭시카」(Battlestar Galactica) 등 액션 모험 드라마들이 있는 Sky one인데, 이들 기본 채널들은 이미 매니아 시청층이 꽤 많은 인기 프로그램들로, ‘버진 미디어’의 이번 결정에 가장 흥분하며 반대한 유료 시청자들로 해석되고 있다. 재밌게도 ‘버진 미디어’가 블랙 방송을 내보낸 후, 두 사업자들은 노골적인 콘텐츠 비교 광고를 내기 시작했는데, 예를 들어 BSkyB는 최근 인기리에 방송되고 있는 미국 드라마 시리즈인 ‘「로스트」(Lost)를 놓치지 말라’(Don't Lose Lost)라고, ‘버진 미디어’는 ‘이미 「로스트」를 포기했다’는 문구와 함께 Sky로 이동할 것을 선전하고 있다. 반면에 ‘버진 미디어’는 ‘Pop my corn’이라는 구호로 ‘버진 미디어’는 ‘스카이와 달리(Unlike Sky) 500편 이상의 영화가 있다’며 맞대응을 하고 있다.

두 번째 쟁점은 BSkyB가 ‘버진 미디어’의 내용물 사업 부문인 플렉스테크

(Flextech)의 채널 의존도를 대폭 줄일 것을 요구한 것인데, 위성 플랫폼에 비해 상대적으로 공급 프로그램이 적은 ‘버진 미디어’에게 플렉스테크는 최근 시청률에 있어 효자노릇을 톡톡히 해왔다. 플렉스테크 채널은 ‘브라보’(Bravo), ‘리빙’(Living), ‘트러블’(Trouble), ‘챌린지’(Challenge), Ftn 그리고 ‘트러블 홈그라운’(Trouble homegrown)인데, 플렉스테크의 채널 프로그램 편성 내용을 보면 왜 BskyB가 ‘버진 미디어’에 핵심 콘텐츠 공급업체인 플렉스테크를 줄이기 원했을 지 알 수 있다.

‘리빙’은 미국에서 주 수입을 하고 있는 프로그램으로 구성되어 있는데, 유명한 「CSI」 시리즈, 시트콤 「월 & 그레이스」, 그리고 「아메리카 차세대 톱모델」(America’s Next Top Model) 등의 프로그램이 편성되어 있다. ‘브라보’의 경우엔 10대에서 40대 남성들을 대상으로 한 채널로, 성인 대상의 패션과 축구 등 해당 시청자 층의 관심사와 볼거리를 제공한다. ‘트러블’은 젊은 층을 대상으로 재미와 오락 위주의 프로그램을 편성하며, ‘트러블 홈그라운’ 채널은 특히 개인이 촬영하고 편집한 영상이나 클립을 사이트에 올려 공유하는 것을 특징으로 최근 젊은 층에게 인기를 얻고 있다. ‘챌린지’는 고전적 게임 쇼, 유명 퀴즈 쇼를 비롯해 「누가 백만 장자가 되길 원하는가」(Who Wants To Be a Millionaire)라는 프로그램으로 꾸준한 시청률을 보이고 있으며, ‘Ftn’은 프리뷰를 통해서도 볼 수 있는 오락 채널로 플렉스테크 채널들의 재미있는 장면이나 프로그램을 모아 방송한다. 즉 최근 유료 시청자들 사이에서 소위 인기몰이를 한다는 플렉스테크의 채널들은 결정적으로 BskyB에서든 ‘버진 미디어’에든 시청이 가능하기 때문에 프로그램 독점을 원하는 스카이에게는 경쟁 플랫폼에서 인기몰이를 하는 플렉스테크가 눈엣가시 같은 존재일 수밖에 없었던 것이다.

‘버진 미디어’와 BskyB의 이번 사건을 통해서 신중하게 짚어볼 문제가 있다면 다채널 경쟁 시대에서 케이블과 위성 플랫폼 사업자들간의 차별화 전략의 핵심이 무엇이냐는 질문이다. 오직 유료 가입자들을 만족시켜 플랫폼 이용을 지속시켜야만 하는 이들 사업자들에게는 프로그램의 양과 서비스 가격이 핵심 과제일 것이다. 그렇다면 이중 플랫폼 사업자간의 콘텐츠 차별화는 어디까지 가능한 것일까? BskyB의 기본 채널들이 사라져 불편은 하지만 그래도 방송은 계속 될 것이라는 ‘버진 미디어’의 신임 사장인 스티브 버치(Steve Burch)의 말대로, 케이블과 위성 채널에 콘텐츠의 공급은 이미 포화상태다. 때문에 프로그램의 욕식을 가려 성패를 가늠하는 일 역시 쉽지 않은 일이다. ‘버

진 미디어’와 스카이의 TV 채널 구성 내용을 비교해 보면 알 수 있듯이 공급 채널 대부분이 중복되며, ‘버진 미디어’ 고객이 스카이 뉴스와 스포츠, 그리고 인기 드라마를 못 보게 되더라도 여전히 대체할 유사 채널들이 풍성하다는 것이다.

불과 얼마 전까지만 해도 ‘버진 미디어’의 TV 가입 홈페이지에는 ‘스카이 스포츠를 가장 저렴하게 볼 수 있는 곳’(The cheapest place to get Sky Sports isn't Sky)이라는 광고가 있었는데, 결국 매체간의 콘텐츠 경쟁은 이미 한정된 유료 가입자를 놓고 누가 어떤 프로그램을 어떻게 편성하며, 얼마나 더 싸게 공급할 수 있느냐의 문제와 맞물리게 된다.

<표2-40> 케이블과 위성방송 서비스 및 가격 비교 (파운드)

	버진 미디어			BSkyB	
가입자 수(명)	TV 330만 전화 410만 인터넷 300만 모바일 450만			TV 840만 전화 23만 5천 인터넷 25만 9천 모바일 : 서비스 없음	
TV 서비스 패키지 종류 & 가격	M	39개 채널	무료	6mix & 8mb 다운로드 속도	월 26
	L	83개 채널	월 11.50	2mix & 2mb 다운로드 속도	월 15
	XL	125개 채널	월 20.50	6mix(영화, 스포츠 채널 추가) + 8mb 다운로드 속도	월 48.5
전화	11~40(유선+모바일)			월 11 (BT 라인 임대)	
추가 비용	20(서비스 활성화 비용)			25 (설치비용)	

출처 : <http://www.virginmedia.co.uk> 와 <http://www.sky.com> 재구성

(3) 서비스와 가격 경쟁

유료 방송 사업자들이 유명 시리즈 프로그램 독점 방송권을 포함해 다양하고 많은 콘텐츠를 확보한 다음 고려해야 할 것은 서비스의 가격을 결정하는 일이다. 플랫폼에 따른 시장 점유율이나 서비스의 접근 환경에는 다소 차이가 있지만, 치열한 경쟁 시장에서는 어떻게 파이를 나눌 것인가를 한가롭게 논의할 시간이 없다. 단지 어떻게 남의 파이를 조금이라도 더 빼앗을 수 있을 것

인가를 고민하는 유료방송 사업자들의 생존 본능은 결국 보다 저렴한 가격과 다양한 서비스 패키지를 내놓았다.

‘버진 미디어’와 스카이의 경우도 이런 문제를 피할 수 없기 때문에, 다양한 TV 서비스 패키지와 가격을 선보이고 있다.

가입자 수에서는 단연 스카이가 많지만, TV서비스의 패키지 종류는 ‘버진 미디어’가 좀 더 다양하고 복합적으로 편리해 보인다. 하지만 서비스의 가격은 역시 대동소이하다. 물론 다채널 유료 TV 시청 고객이 앞으로 어디로 가야 하는가에 대한 대답은 아무도 할 수 없다. 다만 미래의 고객을 더 많이 가입 시키고자 고민한 유료 플랫폼 사업자들의 노력은 최근 본격화된 뉴미디어 서비스 실시에서 그 흔적을 발견할 수 있다.

‘버진 미디어’ TV 서비스의 경우, 어느 종류의 패키지를 선택하든 로컬과 전국 디지털 라디오(DAB) 접속이 가능하며, 500편 이상의 영화와 1,000곡 이상의 뮤직 비디오, 그리고 인기 드라마 시리즈를 1.50~5파운드에 추가 제공하는 ‘버진 TV 온디맨드’(Virgin TV on Demand) 서비스를 적극 홍보하고 있다. 또한 ‘버진 미디어’만의 주문형 서비스 ‘V+’는 일시 정지와 생방송 TV 프로그램의 재생, 그리고 시청하는 채널을 제외한 두 개의 채널을 동시에 녹화할 수 있는 기능으로 가격대는 한 달에 약 10~15파운드 가량으로 서비스를 본격 실시했다. <표 2-34>에서 보듯이, BSkyB의 경우는 현재 컴퓨터와 모바일에서만 주문형 서비스를 일부 시행중인데, ‘버진 미디어’에 비해 축적된 자체 자료가 부족하지만 스카이의 주문형 TV 서비스를 준비중에 있다.

<표 2-41> 케이블 및 위성방송 주문형 서비스 비교

Virgin Media	BSkyB
- 2007년 2월 20일 서비스 실시 - NTL이 확보했던 500여편의 영화, 클래식과 현대음악 동영상 제공	- 컴퓨터와 모바일 서비스만 시행 중 - TV 주문형 서비스로 자체 버전(of VoD) 준비 중 - 동영상 자료 축적미흡

출처 : <http://www.virginmedia.co.uk> 와 <http://www.sky.com> 재구성

‘버진 미디어’의 그동안 축적된 동영상 자료들로 본격 실시된 주문형 TV 서비스, 이것이 바로 브랜슨 경이 자신 있게 말한 ‘버진 미디어’만의 차별화 전략이다. 그런데 <가디언>에 따르면 뉴미디어 시장의 활로를 개척하는 데는 얼마나 많은 재정적 뒷받침이 가능한가를 고려해야 하는데, 현금 융통 자금은

‘버진 미디어’나 BSkyB가 비슷하지만 부채 부담이 높은 ‘버진 미디어’에 비해 BSkyB는 부채 부담이 없는 상태라며, 현실적인 문제를 지적하기도 했다.

① Public Spat에 대한 책임

국립 소비자 위원회(NCC : The National Consumer Council)에서는 버진 미디어의 블랙 방송 사태를 두고, “(버진 미디어와 비스카이비) 양쪽 모두 어리석고(foolish), 어른답지 못한(childish)한 결정이었다”며 이번 사건에 최대 희생양이 된 ‘버진 미디어’의 소비자를 대표해 항의 내용을 전했다. 이에 ‘버진 미디어’측은 TV 패키지의 가입 취소를 원하는 고객들을 위해 최초 계약일로부터 12개월 무료 서비스를 제공하거나 일부 서비스에 대해서는 할인제도를 적용할 것이라고 밝혔다. 또한 ‘버진 미디어’의 대변인은 BSkyB의 ITV 주식 인수에 관한 오프콤과 공정거래청의 조사는 결국 스카이의 공익성이 공공에 의해 공개적으로 심판 받는 계기가 될 것이라며, 유료 방송시장에서의 공공에 대한 책임을 함께 고민해야 할 때라는 여운을 남기기도 했다.

물론 유료 고객의 불편과 서비스 취소 사태를 무릅쓰고도 명분이 있다고 믿고 피 흘리기를 감행한 ‘버진 미디어’가 용감한 건지, 아니면 무모한 건지는 두고 볼 일이라며 ‘버진 미디어’의 이번 결정에 혹독한 평가를 하는 전문가들도 있다. 하지만 버진미디어가 유료 방송시장에서 무엇보다 소중한 가입자들을 볼모로 스카이와 위협한 줄다리기를 하고 있음에도 불구하고 ‘버진 미디어’를 바라보는 영국민 대부분의 시선은 그리 냉담한 편은 아닌 듯 싶다.

‘버진 미디어’가 스카이의 기본 채널 방송 중단을 결정한 당일, 스카이는 ‘버진 미디어’의 하루 단위 손익을 계산해 주며, 연간 6천만 파운드를 잃게 될 지도 모른다는 충고와 함께, 기존의 ‘버진 미디어’ 고객들이 스카이로 이동할 것이라며 지나친 자신감을 보였다.

그런데 ‘버진 미디어’의 블랙 방송 사태 20일이 지난 3월 20일 이른 아침 영국 언론은 ‘버진 미디어’에 반가운 소식을 전했다. 오프콤이 유료채널 사업자를 상대로 본격적인 조사를 실시한다는 것이 그 내용인데, 2000년 ‘영국 기업 법’(Enterprise Act)에 따라 경쟁위원회의 자문을 얻어 유료 플랫폼 사업자와 그동안 거래를 해온 BT, Setanta 그리고 Top Up TV의 요금 계약 조건뿐만 아니라 케이블, 디지털 지상파, 그리고 위성 TV 플랫폼 사업자 모두 조사 대상이 된다는 것이다.

<브로드캐스트>는 ‘버진 미디어’의 작은 승리(mini victory)라는 성급한 표현을 하기도 했는데, 이번 결정은 스카이가 ITV의 17.9%라는 거대 지분을 인수한 과정과 ‘버진 미디어’와의 공정 거래 여부를 오프콤이 직접 조사해야 할 사안이라 판단했다는 조사 배경도 덧붙였다. 오프콤의 조사의 결과가 몰고 오게 될 파장의 범위는 사실 그 누구도 예측하기 힘든 상황이다. 하지만 이제는 어려웠을 역할 분담에 신중하게 칼을 빼든 오프콤의 공정한 심판을 믿고 지켜볼 때인 것 같다.

② 블랙방송 이후, 갈등 악화

영국 최대의 케이블 사업자인 버진 미디어의 플랫폼에서 BSkyB의 기본 채널인 Sky One, Sky Two, Sky Three, Sky Sports 그리고 Sky News가 사라진 지 40여 일 만에 버진 미디어는 블랙방송 사태에 대한 사유와 함께 불공정 거래를 강요한 BSkyB측을 고등법원에 정식 기소, BSkyB와는 사실상 돌이킬 수 없는 적이 되어버렸다. BSkyB의 절반도 안 되는 330만이라는 유료 가입자를 거느린 버진 미디어는 올해 1/4분기까지만 해도 TV, 인터넷 그리고 유선전화 가입자 수가 꾸준히 증가하고 있었는데, 최근 2/4분기 동안 46,900명의 가입자들이 버진 미디어를 떠났으며 손해액도 1만 5,300만 파운드로 추정된다. 그럼에도 불구하고 최근 영국 언론들은 버진 미디어가 브랜드 이름을 바꾼 이후 만난 최대의 적인 BSkyB와의 정면 충돌에서 타격을 받은 것은 사실이지만, 예상한 것만큼 나쁘지 않다며 조심스럽게 지켜보는 분위기였다.

미디어 수익조사 대행기관인 City의 조사보고서에 따르면, 지난 9개월 동안 BSkyB의 총 매출은 10% 증가했으며, 지난 3개월 동안 BSkyB 가입자가 34만 명이나 늘어 곧 850만을 기록할 것이라 발표했다. 그리고 스위스 국제투자은행 UBS의 조사 결과에 따르면 버진 미디어는 BSkyB 기본채널의 위력을 과소 평가한 결과 40만의 유료 가입자들을 잃었다며 버진 미디어의 이번 결정이 무모한 도전에 가깝다고 비유하기도 했다. 그리고 버진 미디어가 BSkyB와 빠른 시일내에 협상하지 못한다면 심각한 경영난을 피할 수 없을 것이라 단언했는데, 같은 날 BSkyB와 버진 미디어의 증시는 UBS의 이 같은 공식 발표를 그대로 반영하면서 대조를 이뤘다.

사실 버진 미디어와 BSkyB가 이미 포화상태에 이른 영국의 유료 TV시장을 두고 너무 감정적으로 대립하며 심각한 출혈을 감행하는 것은 아닌가 하

는 의문이 있을 수 있다. 그런데 버진 미디어와 BSkyB가 최근 주력하고 있는 서비스 사업의 흐름을 보면 의문이 좀 풀릴 것으로 보인다. 영국에서 이미 탄탄한 케이블 네트워크를 통해 유·무선 전화, 인터넷 그리고 TV 서비스를 해 온 버진 미디어는 최근 경영 위기를 극복하기 위해 다양한 뉴 미디어 서비스, 예를 들면 인터넷을 이용한 주문형 TV 서비스와 TV 프로그램의 예고편과 재방송, 편집영상 독점공개 등의 온라인 실시간 제공 등으로 젊은 유료 가입자들 사이에서 인기를 모으기 시작했다. 그런데 위성방송 사업자로서 뒤늦게 영국 통신 시장에 합류한 BSkyB로서는 이를 의식을 하지 않을 수 없었을 것이다.

그 동안 BSkyB는 버진 미디어를 원하는 대로 협상을 하거나 또는 항복하게끔 하는 상대로만 여겼을 뿐 동등한 위치에서 경쟁을 할 만한 상대는 아니었다는 식이었다. 하지만 자타가 인정하는 공격적인 거대 투자자본을 가진 BSkyB도, 협상을 거절하며 과감하게 홀로서기를 선언한 버진 미디어를 의식하지 않을 수 없게 됐다. 그리고 버진 미디어가 지난 주 케이블 플랫폼에서 사라진 Sky One을 대신할 Virgin 1 TV 채널의 출범을 공식화하면서, 버진 미디어와 BSkyB의 갈등은 갈수록 첨예화되고 있다.

③ Sky One을 대신할 Virgin 1 전략

버진 미디어가 소개한‘버진 1’(Virgin 1)은 미국 드라마와 쇼 프로그램을 주로 공급하고 있다. 올 가을부터 프리뷰와 케이블, 위성 플랫폼을 통해 제공할 예정이라고 하는데, 버진 그룹의리처드 브랜슨은‘버진 1’은 사실 BSkyB와의 정면 승부를 위한 서막에 불과하다며, 질 높은 버진 미디어의 채널이 빼앗긴 유료 가입자들을 다시 불러올 수 있을 것이라 자신하고 있다.

버진 미디어는 미국의 LA 스크리닝, 워너 브라더스 그리고 영국의 독립제작사들과 잇따라 프로그램 계약을 맺고 있는 것으로 알려졌다. 버진 미디어 콘텐츠 분과의 담당자인 말콤 월(Malcolm Wall)에 따르면, 최근 젊은 유료 가입자들로부터 인기를 얻고 있는 FTN 채널을 대신할 채널을 준비중에 있으며, 아일랜드계 방송 사업자인 세탄타 스포츠(Setanta Sports)와 계약을 맺고 스포츠 뉴스 채널을 만들어 3월부터 중단된 BSkyB 스포츠뉴스 채널을 대체할 계획이라고 한다.“ BSkyB를 능가하는 스포츠 채널을 만드는 일은 그리 어렵지 않다. 미국에서 검증된 프로그램들로 엄선해 가능한 교육적 콘텐츠도 많이

제공하겠다”는 말콜 월은 이미 영국 방송가에서 공격적 프로그램 편성의 베테랑으로 인정받고 있어, 버진 미디어의 새로운 채널들에 대한 기대도 호의적이다.

물론 BSkyB의 기본채널에 대한 가치가 버진 미디어의 신생 채널들로 얼마나 잘 대체될지는 물론 그 누구도 장담하기 힘든 일이지만, 현재 스카이 스포츠 뉴스(Sky Sports News), 스카이 뉴스(Sky News), 그리고 스카이3(Sky Three)만을 무료 디지털 지상파 TV 셋톱박스인 프리뷰(Freeview)에 제공하는 BSkyB는 버진 미디어가 프리뷰에 신생채널 공급을 주력해 프로그램 질로 인정받을 것이라는 전략을 의식한 듯, 미디어 규제기관인 오프콤이 신규 채널의 프리뷰 제공에 대한 공식 허가 방침을 강화해야 한다고 요구하고 있다.

버진 미디어가 신규 채널 론칭을 선언한 이상, 어떤 방송 채널이 그 간의 공백과 어려움을 보상해줄 수 있을지는 좀 더 지켜봐야 할 일이다. 하지만, 채널 론칭 비용 문제와 투자 유치에 어려움을 겪고 있는 버진 미디어는 현재 방송가의 전문가들을 영입하기에 분주하다. 냉혹한 평자들의 충고대로 어찌면 이번이 버진 미디어가 BSkyB에 도전하는 마지막일 승부가 될 수도 있다. 또한 이미 인기가 확인된 프로그램들이라고 해도 유사 프로그램들을 재구성한다는 것은 신비감이나 기대감이 떨어질 수도 있어 실패의 위험이 따를 수 있다. 물론 드라마나 아이돌 프로그램에 주문형 또는 양방향 서비스 기술을 도입해 부가 서비스 사업을 높이겠다는 시도는 뉴미디어시대에 맞게 기대할 만하다. 그럼에도 불구하고 좋은 프로그램에 대한 부담을 가지고 승부하려는 버진 미디어를 순진하다고 지켜보는 일부 유료 가입자들은 이미 포화 상태인 케이블과 위성 플랫폼에서 질 좋은 프로그램에 대한 검토가 이루어지기도 전에 저질 프로그램 경쟁에 편승하거나 포기하지 않을까 우려하는 하는 것도 일리는 있어 보인다.

버진 그룹의 리차드 브랜슨은 1997년 크리스 에반스(Chris Evans)에게 팔았던 버진 라디오를 다시 매입할 의사를 밝히며, 미디어의 이용행태가 개인화 될 수록 미래의 디지털 플랫폼에서 살아 남을 수 있는 방법은 주문형 서비스(VoD)를 제공할 수 있는 질 좋은 프로그램들을 갖춘 채널이 되어야 한다는 신념을 보였는데, 이것이 곧 버진 미디어의 주요 전략이다. 브랜슨이 버진미디어에 전력투구하며 열정을 보이는 그 자체만 본다면 버진 미디어의 결정이 무모했는지 용감했는지를 판단하기엔 좀 이른 것만은 확실하다.

4) 그 밖의 유료 방송 사업자들

(1) BT Vision

방송과 통신의 융합(convergence)이라는 경향이 지배적인 흐름으로 자리잡게 되면서 특히 영국 통신업계의 강자인 BT가 언제 본격적으로 방송산업에 진출할 것인가를 놓고 많은 예측 등이 있어 왔다. 이에 2005년 겨울에 접어들면서 자신의 행보를 더욱 구체화하기 시작했던 BT는, 최근 2006년 하반기를 목표로 삼는 새로운 형식의 광대역망 텔레비전 서비스의 출범을 천명하고 공격적인 전략에 몰입하고 있다.

BT의 방송침투 전략은 일단 2005년 9월에 계획을 구체화한 이후 10월말에 IPTV(Internet Protocol TV) 서비스를 위한 셋톱박스 출시 계획을 밝힘으로써 상당히 분명한 모습을 띠게 되었다. 이 서비스의 기본 개념과 소프트웨어 플랫폼은 마이크로소프트 TV와 수립한 파트너 관계를 통해 개발되었고, 가장 중요한 기술이 될 셋톱박스는 필립스에서 개발하기로 예정되었다. 대략 100 파운드(약 18만 원) 정도로 가격이 책정된 이 셋톱박스에는 80시간 분량의 프로그램을 저장할 수 있는 PVR 기능이 내장되며, 이 박스를 광대역망으로 업그레이드된 BT의 전화선에만 연결하면 곧바로 서비스를 이용할 수 있다. 광대역 수신기와 함께 디지털 지상파 튜너도 함께 갖추고 있어서 일반 텔레비전에서 무료 디지털 지상파 방송을 수신할 수 있다. 저렴한 가격에 Sky+식의 PVR 기능을 갖춘 프리뷰 셋톱박스를 구매할 수 있다는 것과 동시에, 단순한 디지털 지상파 방송 이상의 기능을 하기 어려운 프리뷰의 한계를 넘어 다양한 종류의 양방향 디지털 서비스를 즐길 수 있다는 것이 BT식 IPTV가 초점을 맞추고 있는 장점이다. 이를테면, 지난주 프로그램의 하이라이트를 ‘따라 잡는’(catch-up) 서비스와 함께 영화와 음악 등을 검색해 주문형으로 즐기는 것이 가능하다. 여기서 프리뷰의 30개 채널을 시청하는 것과 ‘따라잡기’ 서비스는 무료로 제공되지만, 주문형 콘텐츠는 유료 서비스 개념을 채택한다. 기존 유료 텔레비전 플랫폼과는 달리 월간 시청료를 따로 내지는 않는 대신, 주문형 콘텐츠에 한해서 ‘클릭 즉시 사보는’(click and buy) 원칙을 도입하고 있는 것이다. 그 외에도 즉석 메시지 보내기, 텔레비전을 통한 화상 전화 등의 다양한 양방향 서비스들이 이용 가능하다.

유니버설 스튜디오의 전임 운영진이었다가 현재 BT의 각종 유료 텔레비

전 계약과 협상을 주도하고 있는 마크스(Marks)는 “유료 텔레비전을 시청하고 있지 않은 수백만 가구를 타깃으로 삼고 있다”고 밝혔다. 현재 2,400만 시청가구 가운데 위성이 780만, 케이블이 330만, 프리뷰가 500만 가구를 차지하고 있기 때문에 성장 동력은 충분하다는 것이 이들의 기본 셈법이다. 하지만 더 중요하게는 ‘디지털 완전전환이 이루어져 7,800만 개의 텔레비전 수상기가 디지털 서비스에 연결되어야 할 때, 현재 1,100만 개만이 유료 텔레비전 서비스를 이용하고 있다면 과연 얼마만큼의 텔레비전이 BT의 IPTV 서비스에 관심을 갖게 될 것인가’가 핵심적인 관심사라고 할 수 있다. 더욱이 Homechoice의 IPTV 서비스가 2000년 무렵부터 시작되어 유럽에서 가장 긴 상용화 역사를 갖고 있음에도 불구하고 고작해야 3만 가구 정도만을 포괄함으로써 유럽에서 제일 뒤쳐진 시장이 되고 말았다는 점에 이들은 주목한다. 2009년 무렵이면 유럽 전체의 유료 텔레비전 시장에서 IPTV가 점 유할 비율이 대략 9.4%에 해당할 것이라 전망된다. 프랑스, 이탈리아, 스페인 등이 이미 광대역망 텔레비전에서 선두적인 나라들이라고 한다면, 광대역망 보급률이 이들보다 훨씬 높은 영국이 유럽의 평균 수준을 못 쫓아갈 이유가 없다는 것이 BT측의 계산이다.

BT의 공격적인 행보는 2006년 상반기에 시험 서비스를 기획하면서 BBC, 워너 뮤직, 파라마운트 영화사 등, 방송 · 음악 · 영화 등의 주요 영역에서 세계적인 위치를 차지하고 있는 콘텐츠 공급업체 들과 전략적인 제휴를 맺으면서 더욱 두드러졌다. 이들과의 계약은, 유료 영역인 주문형 비디오 서비스를 원활히 진행시키기 위해서는 고품질의 콘텐츠를 적절히 공급해줄 수 있는 기반이 필요하다고 판단했기 때문이다. 이미 프랑스 텔레콤과 콘텐츠 공급 계약을 맺은 바 있는 워너 뮤직은, 프랑스 텔레콤의 광대역망과 휴대폰망 등을 이용해 자신의 전화벨소리, 음반, 뮤직 비디오 등을 다운로드받을 수 있도록 한 경험을 갖고 있다.

따라서 “BT와의 계약은 다면적인 음악 콘텐츠 업체로서의 글로벌 전략을 현실화시키는 데 중요한 발판이 될 것”이라며 상당한 기대감을 밝히기도 했다.

이러한 전략은 새로운 방송환경에서 ‘콘텐츠’가 차지하고 있는 중요성을 아주 현실적으로 파악하고 있기 때문에 수립된 것이라 할 수 있다. 누구나 콘텐츠가 중요하다는 점은 잘 알고 있지만 그것이 이렇게 극도로 다양해지고 융합화된 방송 조건에서 어떻게 접맥되어야 하는지를 제대로 알고 있지 못한 경우가 많은 것이 사실이다. 이에 BT는 방송사와 플랫폼 업체들로부터 프로그

램 제작자, 나아가 콘텐츠 자체의 브랜드 파워로 권력이 이동해가고 있다는 견지에서, 유료 시장에 콘텐츠를 적절히 공급하고 그것으로부터 수익을 얻어내는 모델을 수립하는 일에 사활을 걸고 있는 것으로 보인다. 이는 BT와 같은 통신업체, 혹은 구글과 같은 인터넷 업체가 방송으로 진출할 때 가지기 쉬운 맹점을 매우 적실하게 꿰뚫어 본 결과로 평가된다. ‘프로그램’은 그것이 송출되는 채널이나 플랫폼보다 더 크게 남게 되며, 이제는 더 이상 어떤 창구로 프로그램이 소비되었는가가 중요하지 않은 시대이기 때문에 플랫폼을 갖고 있는 업체에게는 통제력이 크지 않다는 것이다. 또한 인터넷 업체들이 영국 방송사들에 비해 더 넓은 글로벌 수용자층을 갖고 있지만, 영국사회에서 의미를 갖고 있는 일정한 프로그램을 통해 ‘공동체로서의 일체감’을 생성시키는 것은 어려운 일이다.

이들은 또한, 그 반대의 문제, 즉 콘텐츠 업체들이 융합된 방송 시장의 특성을 잘못 파악해 만들어 진 문제점을 직시하고 있다. 이를테면 콘텐츠 창조자로서의 음악 산업이 인터넷 다운로드로 인해 겪게 된 어려움 등이다. 이들의 견해에 따르면, 여러 차원으로 분해될 수 있는 방대한 양의 콘텐츠 공급사들이 있다면, 소비자에게 선택권을 주어 차별적으로 가격이 매겨진 오락물을 온라인으로 구매 하도록 만드는 것이 옳다. 하지만 MP3 플레이어처럼 콘텐츠 소비를 위한 장치가 1~2가지로 국한된 다면 콘텐츠 제작자들보다는 오히려 그런 하드웨어를 만들고 판매하는 시장에게만 상당 부분의 수익이 넘어가게 될 것이라고 이들은 판단한다. 따라서 다양화된 방송산업이 디지털 시대에 성공을 거두기 위해서는 콘텐츠의 질에 높은 우선 순위를 부여하고 그것을 다양한 창구를 통해 소비자들에게 적절히 전달할 수 있도록 하는 메커니즘이 필요해 진다는 것이다.

최근 들어 영국 광대역 통신망은 비약적인 발전을 거듭했으며, 유럽에서 가장 선두적인 지위를 차지하게 되었다. 일찍부터 상당히 큰 시장을 갖고 있던 방송산업과 휴대폰 사업에 뒤이어 광대역망이 일정 규모 이상의 기반을 갖추게 됨으로써, 그것을 융합하는 IPTV류의 산업이 본격화될 수 있는 여건이 성숙되고 있는 셈이다. 디지털 완전전환을 이루기 위해서는 여차피 무료든 유료든 디지털 플랫폼이 폭넓게 공급되어야 하는데, 위성 · 케이블 · 지상파로 나뉘어 보급되어온 디지털 방송의 성장세가 다소 주춤한 상태인 것이 사실이다. 이 때문에, 무료와 유료 개념을 혼합하고, 방송과 통신을 적절히 섞은 BT식의 행보가 지금까지와는 달리 어느 정도 이상의 가능성을 엿보게 하는 것도

사실이다. 본격적인 서비스가 시작되는 2006년 여름 이후가 기대되는 것이 단지 BT만은 아닐 테다.

일단 BT식의 해법이 굳이 나쁠 것 없는 프리뷰로서는 곳이나 보고 떡이나 먹자는 심사일 수도 있겠다. 또한 직간접적인 경쟁업체라고 할 수 있는 케이블과 위성 사업자들은 이들의 확산이 득이 될 지 독이 될지 긴장하며 주시하지 않을 수 없다. 디지털 전환을 위한 새로운 모멘텀을 찾고 있는 영국 정부 역시 BT의 뒤늦은 시장개입에 힘입어, 디지털 방송이 영국의 대세로 확실히 자리 잡히기를 기대하고 있다.

한편 2007년 영국의 방송산업에 본격 진출을 하겠다며 도전장을 낸 ‘영국 텔레콤’(BT)이 12월 4일 ‘BT 비전’(BT Vision)을 발표하며, 3~4년 안에 2~3백만의 시청자를 확보할 것이라는 강한 의지를 밝혔다. 전화와 인터넷 그리고 디지털 텔레비전 서비스가 BT라는 플랫폼에서 이용 가능하다는 장점을 최대한 살려 이번에 내놓은 ‘BT 비전’서비스의 기초비용 내역을 보면, ‘V-Box’라는 셋톱박스 199파운드(한화 약 36만 원), 설치비 60파운드(한화 약 11만 원), 그리고 접속 요금 30 파운드(한화 약 5만 5천 원) 등이다. 물론 서비스 초기 단계라 개인이 설치비와 접속비를 추가로 부담 해야 하지만 내년 하반기에는 셀프 인스톨 박스(Selfinstall Box)가 출시될 것이라 덧붙였다. 그리고 가장 큰 기대를 모았던 콘텐츠 확보와 서비스 범위에 대해, BT는 40개 이상의 채널로 기본 구성된 ‘프리뷰’(Freeview)에 영화, 스포츠, 음악, 아동 프로그램을 추가로 구성했다고 밝혔다. BT측에 따르면 80시간 동안 재생이 가능한 PVR(Personal Video Recorder)도 선보일 예정이며, 서비스의 다양화와 저렴한 가격의 주문형 서비스에 중점을 두고 기타 플랫폼과의 차별화를 두는 데 주력했다고 한다.

<표 2-42> BT Vision의 가격과 서비스

Freeview	· 40개 채널 이상
On Demand	· TV Replay · 채널 4 프로그램 1주일간 다운로드 가능, ITV 와 Five도 합류 예정
BT Vision TV (VoD 제휴 회사)	· 워너 브라더스 · 파라마운트 코미디 · MTV · NBC · The History 채널
BT Vision Film(VoD 제휴)	· 워너 브라더스 · 유니버설 · 라이온스게이트 · 드림웍스 · 모멘텀

회사)	
BT Vision Sport	· FA 프리미어 리그 242개 경기 생중계 (2007년 8월부터) · Setanta Sports : 프리미어십 46개 경기 생중계 · 스코틀랜드 프리미어십 60개 경기 · 전국 컨퍼런스 80개 경기 · PGA 골프와 미국 스포츠 다수
BT Vision Music	· 콘서트와 고전 뮤직 비디오 자료(Sony, BMG. Emap와 계약)
BT Vision Kids	· 밥 더 빌더와 발라모리 추가
Pricing(VoD)	· 영화 : 1.99~2.99 파운드 (24시간) · TV Replay : 99펜스 ~1.49 파운드 · TV VoD : 79 펜스 ~ 99펜스 · Kids : 49펜스 · Music : 29펜스 (뮤직비디오)~2.99파운드(프리미엄 콘서트)
Unlimited monthly subscription	· TV VoD : 6파운드 · TV Replay : 3파운드 · Kids : 6 파운드 · Music Video : 6파운드
Value pack	· 14파운드(위의 모든 서비스를 이용하는 조건)

① BT, 이제부터 시작

2006년 봄 BT의 브로드밴드 서비스에 5만 명이 등록한 이후 BT의 멀티서비스팩의 이용자는 다른 플랫폼과 비교하면 상대적으로 적은 수치지만 현재까지 꾸준히 증가해왔다. 영국 통신업계의 공룡에 해당하는 BT는 2006년 연말에 'BT 비전'을 전격 공개, 케이블의 강자 NTL과 위성 플랫폼의 강자인 Sky의 전유물이었던 디지털 방송 플랫폼 시장에 본격적인 도전장을 냈다. 디지털 방송 플랫폼 시장의 도전은 BT의 오랜 숙원이었다. BT의 플랫폼 이용자 조사결과에 따르면, Sky의 이용자 중 70%와 NTL 고객의 3분의 1이 기존 플랫폼의 수신 비용과 서비스 가격이 너무 비싸다고 생각하기 때문에 플랫폼을 변경할 의사가 있다고 나타났다. 게다가 프리뷰가 제공하는 채널이 충분하지 않다는 이용자들의 불만이 계속되는 형편이라 디지털 텔레비전 이용자들의 다수는 결국 선택의 부족을 큰 문제로 꼽고 있었다.

버진 미디어의 전신인 NTL 사장, 스티브 버치(Steve Burch)는 기존의 케

이들 이용 고객들을 만족시키기 위해서는 주문형 서비스(VoD)가 첨가된 차세대 디지털 TV가 필요하다는 바 있다. 따라서 지난 12월 4일 나온 'BT 비전'의 핵심 목표는 프리뷰보다 더 많은 채널 선택으로 Sky나 NTL보다 더 나은 품질의 방송 서비스를 제공하겠다는 것이다. 하지만 오프콤 측에 따르면 현재까지 유료 방송 서비스를 선택한 사람은 그렇지 않은 가구 수에 비교해 반도 못 미치는 수치이기 때문에 디지털 방송 유료시장은 아직은 시작 단계에 불과하다는 것이다.

'BT 비전'발표에 가장 반색을 보인 곳은 역시 콘텐츠 제작자들로, 그 중에서도 독립 제작자들이다. 새로운 플랫폼으로 인해 생겨난 채널의 콘텐츠와 다양한 주문형 서비스만 보더라도 콘텐츠의 수요가 중요한 사안이 될 것임이 분명하기 때문에 독립 프로덕션들은 독립 제작사 협회인 PACT를 통해 대대적으로 환영의사를 밝혔다.

② BT에 남겨진 과제들

사실 BT는 2006년 초만 하더라도 셋톱박스의 가격이 100파운드(약 18만 원) 선에서 조정될 것이라 예상했었는데, 이번 발표된 V-Box는 무려 199파운드(약 36만 원)인데다가 매월 17.99파운드(약 3만 3천 원)에 달하는 브로드밴드 서비스를 18개월 동안 의무 사용해야 한다. 물론 현재의 프리뷰 이용에 비한다면 늘어난 채널에 비해 가격이 저렴한 편이지만, 장기간의 시청료를 의무적으로 감당할 의사를 가진 시청자가 얼마나 되겠냐는 것이 문제다. 또한 BT가 핵심사업으로 주력하고 있는 주문형 서비스에 대한 저작권 문제 역시, 아직까지 음반사나 PACT와 구체적인 협상을 하지 못했다고 한다. 게다가 다른 지상파 채널들과의 콘텐츠 계약 문제도 남아 있다.

'BT 비전'의 책임자인 덴 마크(Dan Marks)는 "2007년 봄 이전에 ITV, Five, 채널 4가 곧 합류할 것으로 확신하며, 장기적으로 영국 내 50% 이상의 TV 시청자가 BT 비전의 이용자가 되도록 목표를 잡고 있다."고 밝혔다. 또한 현재는 매달 17.99파운드씩 의무적으로 18개월 동안 지불하는 것과 관련해서는 "앞으로 더 낮게 가격이 책정될 것이며, 보다 많은 콘텐츠 서비스가 제공될 것이라 덧붙였다.

최근 BT Vision의 서비스를 보면, 뮤직 비디오와 음원 저작권 계약에 따

라 서비스 범위와 가격이 결정되며, 영화 서비스의 경우 pay-per-view 서비스를 지향하고 있지만, 다양한 배급사 확보가 가장 큰 문제로 지적되고 있다. BT는 BSkyB와 2007~2010년 FA 프리미어 리그 중계권을 구입했고 BT Vision에서 주문형 서비스 공급하기로 했지만 다양한 선택권을 위해 시작한 선불식의 가입료가 없는 pay-per-view와 월 정액제 패키지 상품이 스포츠 콘텐츠 공급자에 따라 영향을 크게 받는 것을 피할 수 없다. 예를 들면 2007~2009년 동안 다양한 스포츠 콘텐츠(US PGA 투어 골프, 럭비 리그 등)를 공급한 세탄타 스포츠 파산하면서, ESPN과 계약을 맺어야 했고, BSkyB에 로비를 시작하게 되는 상황이다.

5) 디지털 전환시 유료 방송의 역할

(1) 오프콤, 유료방송시장의 ‘부분적 규제안’ 발표

지난 1990년 이후 신자유주의 물결을 타고 미디어시장에서 탈 규제정책으로 일관하던 영국은 최근 세계적인 미디어 재벌 루퍼트 머독이 소유한 BSkyB(British Sky Broadcasting, 이하 스카이)의 공격적 경영방침에 대해 특별 규제 대상으로 관심을 갖기 시작했다. 경쟁위원회(Competition Commission)는 2002년 기업법(Enterprise Act, 2002)을 근거로 오프콤에 유료방송시장 조사를 의뢰했는데, 2007년 1차 시장조사 결과가 발표된 이래 2009년 6월 3차 보고서까지 발표되었다. 1차 보고서³⁴⁾는 유료방송시장 전반을 조사했고, 2차 보고서³⁵⁾는 프리미엄 콘텐츠의 구체적인 내용과 접근 방법, 그리고 그것을 둘러싼 문제에 대한 대책(remedies)을 본격 논의하기 시작했으며 마지막 3차 보고서³⁶⁾에서는 유료방송시장의 소비자 권익 보호와 공정한 시장 경쟁을 위한 ‘부분적 규제권한’(sectoral powers)³⁷⁾의 몇 가지 방안에 대해 구체적인 방법과 효과를 설명하고 있다. 이 원고에서는 최근 유료방송시장을 스카이가 독점하면서 생기는 문제점과 오프콤이 제안하는 대책들의 현실적 갈등

34) Ofcom(2007). Pay TV Market Investigation-Consultation Document

35) Ofcom(2008). Pay TV Second Consultation-Access to Premium Content

36) Ofcom(2009). Pay TV Phase Three Document: Proposed Remedies

37) 이 보고서에서 논의하는 ‘부분적 규제권한’은 지배적 사업자를 상대로 혁신적이며 급진적인 규제안을 강요한다는 규제권한 중심의 관점을 줄이고, 일부 훼손된 유료방송시장을 점진적으로 치료하겠다는 완화된 규제의 접근방식을 상징하는 것으로 해석된다.

을 살펴보았다.

(2) 프리미엄 콘텐츠와 스카이

스카이는 1997년 ‘스카이박스오피스’(Sky Box Office)를 통해 영국 유료방송시장에 진입했고 주문형 서비스를 중심으로 하는 티스칼TV(Tiscali TV, 1999)와 톱업TV(Top UP TV, 2004), 그리고 2005년 군소 케이블 사업자들이 합병하면서 탄생한 버진미디어(Virgin Media)를 최대 경쟁 사업자로 두고 있다. 버진미디어는 기존에 전국적으로 설치된 유선방송망과 전화망을 활용해 현재까지 370만의 고객을 확보한 최대 케이블 사업자다. 하지만 최근 디지털 채널 운영과 디지털방송 전환 비용으로 경영에 부담을 안고 있다. 반면 위성방송서비스 시장을 장악해 양방향서비스, 모바일TV, 고화질TV를 제공할 셋톱박스(set-top box)를 개발하며 다양한 서비스로 가입자를 모아온 스카이는 곧 1천만 고객을 달성할 것으로 보인다. 결국 뛰어난 디지털방송 기술과 풍부한 재력을 갖춘 스카이는 프리미엄 콘텐츠의 저작권과 배급은 물론, 콘텐츠 도소매 시장까지도 지배하고 있어 현실적으로 스카이에 견줄 만한 경쟁 사업자조차 찾기 어려운 상황이다.

오픈마켓이 주시한 유료방송시장의 핵심 사업은 바로 프리미엄 콘텐츠다. 소매업자들은 콘텐츠 번들(혹은 패키지)을 통해 플랫폼 사업자들과 계약을 맺는다. 이때 소비자들의 기호를 반영하는 것이 일반적이지만, 교묘한 번들 선정으로 인해 소비자의 이익이 배제될 때도 있다. 공공서비스 방송사들은 특정 집단이 선호하는 콘텐츠를 공급하기보다는 보편적인 가치가 담긴 콘텐츠를 종합 편성하는데 반해, 시청 기호와 성향이 뚜렷한 유료방송 가입자들은 콘텐츠의 서비스 범위에 따라 플랫폼을 선택하기 때문이다.

<표 2-43> 선호하는 스포츠 중계 시청 순위(2004~2008) (단위: %)

	2004	2006	2008
축구	40.5	41.3	32.6
스누커	24.5	23.6	17.7
크리켓	23.0	26.0	17.4
럭비 연합	28.6	22.3	21.9
자동차 경주	20.3	19.8	20.1

테니스	20.5	19.0	15.6
육상	20.1	20.2	15.9
골프	16.9	15.8	13.6
럭비 리그	19.3	15.3	14.8
권투	12.4	13.9	14.5

출처 : Mintel 2008

2006년 오프콤의 유료방송 보고서에 따르면 무료와 유료 가입자들이 가장 선호하는 장르는 스포츠이며, 연속극과 영화, 코미디와 다큐멘터리가 다음으로 인기를 얻고 있다³⁸⁾. <표 2-43>은 스포츠를 시청하는 2만5천 명의 성인을 대상으로 좋아하는 스포츠의 종류를 조사한 것으로, 2004년부터 2008년까지 축구가 가장 인기를 얻은 것을 볼 수 있다.

<표 2-44> 스카이 스포츠 1과 기타 채널의 축구 중계 비율 (2008년 기준, 단위: %)

	Sky Sports 1중계	Sky Sports 2자막	Sky Sports 3자막	Sky Sports Xtra 자막	Setanta 자막	지상파 방송에 서 자막	기본 채널 구성에 서 자막
Premier League	56	3	-	-	41	-	-
FA Cup	19	3	-	-	29	51	-
Carling Cup	54	46	-	-	-	-	-
The Championship	83	11	-	-	-	6	-
England International	15	6	-	-	35	44	-
Champions League	7	36	6	14	1	34	1
UEFA Cup	-	-	-	-	2	97	1
Euro 2008	-	-	-	-	-	100	-

출처 : 오프콤(2009, p68 편집)

38) 유료방송은 스포츠 33%, 연속극 27%, 영화 18%이며, 별도의 가입료가 없는 지상파 채널을 의미하는 이른바 무료방송에서는 스포츠 31%, 연속극 31%, 영화 21% 순이다(오프콤 2006)

실제 지난 2003~2007년 사이에 지상파 채널의 스포츠 편성 시간은 4,640시간에서 3,940시간으로 감소했는데, 위성파 케이블 채널의 스포츠 편성 시간은 2만8,396시간에서 3만3,962시간으로 늘어났다. 결국 지상파 채널을 통해 만족할 수 없는 스포츠 방송권은 유료방송 사업자들에게 핵심 콘텐츠가 되며, 경쟁력이 되는 것이다. 그리고 이러한 핵심 프리미엄 스포츠를 확보한 도매업자의 시장영향력은 소비자들에게도 상당한 영향을 미치고 있는 것으로 확인되고 있다.

<표 2-44>에서 볼 수 있듯이, 스카이는 2001년 유럽의회의 중계권 독점에 대한 진입규제를 받았으면서도, 자사의 스포츠 채널을 활용해 인기가 높은 리그를 유료 위성방송을 통해 독점적으로 중계하고 있다. 세탄타(Setanta)는 스포츠 도매 채널 사업자로 스카이의 유일한 경쟁 상대였으나 2009~2010 프리미어리그 시즌 중계료 1천만 파운드를 지불하지 못해 2009년 6월 영국축구협회 프리미어리그(FAPL)에 파산을 신청했고, 스코틀랜드 프리미어리그(SPL, Scottish Premier League) 중계권도 연장하는 데 실패했다. 결국 미국 디즈니(Disney)가 소유한 스포츠 채널 ESPN이 프리미어리그 중계권 패키지 경매에서 낙찰받았다. 인기 리그의 TV 중계권 거래가 비정상적으로 과열되면서 특정 선수들의 연봉과 이적료도 천문학적인 숫자로 증가했지만, 글로벌 경제위기로 광고수입이 줄고 수신료 인상이 불가피해진 상황에서 무리한 출혈 경쟁을 감당할 수 없는 중소 규모 도매업자들이 한계에 이르렀다는 것이다⁷.

그뿐만 아니라 월드컵이나 올림픽 같은 범국가적 스포츠는 무료방송 사업자들로 구분할 수 있는 지상파방송사들이 주로 편성권을 나누어 중계하는데, BBC가 최근 경마와 크리켓 방송을 독점하면서 경쟁자였던 채널4를 위협하고 있어, 스포츠 중계권을 둘러싼 갈등은 지상파 채널에서도 중요한 이슈가 될 것으로 보인다.

오프컴이 스포츠 다음으로 주지하는 프리미엄 콘텐츠는 영화다. 스카이는 총 12개의 프리미엄 영화 채널을 3개의 번들로 묶어 서비스하고 있으며, 미국 영화협회(Motion Picture Association of America) 회원들로 구성된 6대 할리우드 영화사(Disney, Paramount, Sony, 20th Century Fox, Universal, Warner Bro.)와 공급할 영화의 양(quantity), 질(quality) 그리고 방송 시기(timing)와 채널 구성 포맷(format)에 관해 ‘첫 유료방송 방영(First Pay TV Window)’이라는 이름으로 독점적으로 계약을 맺었다.

보통 극장 개봉 이후 DVD가 발매될 때까지는 4개월, VOD/PPV 주문과 다운로드까지는 6~7개월 반이 걸리며, 스카이를 제외한 기타 유료 채널에서는

12개월 뒤, 공중파 채널에서는 24~27개월 이후에나 개봉 영화를 만날 수 있는 것을 감안한다면 스카이는 할리우드 영화 공급에서만큼은 상당한 특권을 가지고 있다고 할 수 있다. 실제 수익면에서도 영화 채널이 스포츠 채널보다 높은 수익을 내고 있어, 스카이가 주력하는 프리미엄 영화 채널 공급 전략은 상당히 공격적이다.

오프콤이 유료방송에 관한 1차, 2차 보고서를 통해 핵심 콘텐츠의 중요성과 시장지배력을 확인했다면, 3차 보고서에서는 스카이가 독점한 핵심 콘텐츠, 즉 스포츠와 영화 시장이 소비자와 경쟁 사업자에게 어떤 영향을 미치는지에 집중했다고 볼 수 있다. 특히 <표 2-45>의 영국 유료방송 사업자들의 사업 분류를 자세히 보면, 콘텐츠를 자체 생산하면서 도매 채널과 플랫폼서비스, 그리고 소매 서비스 시장을 모두 가진 사업자는 스카이라와 버진미디어밖에 없다. 하지만 시장점유율을 보면 사업자별 사업 규모의 차이는 상당히 크다. 스카이는 스포츠 채널이 소매시장의 50~60%를 점유하고 있으며, 버진미디어와 ITV가 10~20%, 그리고 BBC와 세탄타가 10% 미만을 차지하고 있다. 그리고 이러한 독점적 지위는 콘텐츠의 가격 결정에 중대한 영향을 끼치면서, 소비자의 선택권을 약화시키고 공정한 유료방송시장 거래를 방해하고 있다. 소매업자들에게는 콘텐츠와 서비스를 공급할 수 있는 케이블, 위성방송, 지상파 디지털, IPTV 같은 플랫폼 진입 장벽이라는 한계가 있는 것도 현실적인 문제점이다.

스카이를 겨냥한 오프콤의 규제안들은 프리미엄 콘텐츠의 제한적 배급망과 콘텐츠 저작권의 제한적 사용, 높은 도매요금을 중심으로 해법을 찾고 있다. 소비자의 선택권을 넓히고, 공정하며 효과적인 경쟁을 보장하기 위한 부분적 규제권한의 대안을 살펴보았다.

<표 2-45> 영국 유료방송 사업자들 분류

	콘텐츠 생산	채널 도매	플랫폼 서비스 도매	서비스 소매
BT Vision			○	○
Discovery	○	○		
Disney	○	○		
MUTV	○	○		
Setanta		○		○
Sky	○	○	○	○
Top Up TV			○	○
Virgin Media	○	○	○	○

출처: Ofcom(2009)

(3) Ofcom ‘부분적 규제권한’과 대안

오프콤의 보고서에서 나타나는 ‘부분적 규제권한’은 2002년 기업법과 2002년 커뮤니케이션법(Communication Act 2003)에 따른 2차 유료방송 보고서(Second Pay TV Consultation)에서 논의되었다. 유료방송시장의 핵심 사업인 콘텐츠시장, 특히 프리미엄 채널의 저작권 매매계약 방식과 현 저작권 경매 방식에 공정거래법을 어떻게 얼마나 적용해야 하는지를 제안하기도 했다. 프리미엄 콘텐츠의 도소매시장 경쟁구도에 집중해 사업자들을 어떻게 규제할 것인지를 집중 제안한 3차 보고서가 발표된 2008년 6월 스카이라이프와 오프콤의 대립이 가시화됐고 스카이는 정치적 경제적 지배력을 이용하면서 다각적인 로비 활동을 펼치고 있다.

(4) 채널 배급 대책

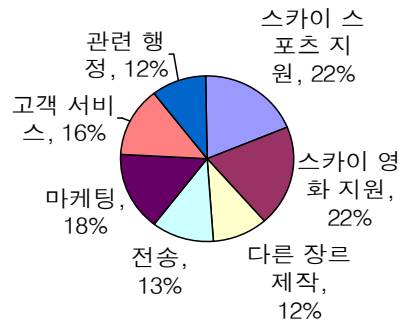
① 도매 필수 제공 조건

오프콤은 유료방송시장의 프리미엄 콘텐츠와 스카이의 지배적 관계를 깊이 있게 조사한 뒤, 핵심 프리미엄 채널 공급과 가격을 부분적으로 규제하는 방안으로 ‘도매 필수 제공’이라는 제안의 필요성을 확신하고 있다. 즉 도매업자들이 선택하며 주력하는 핵심 채널을 확인하고, Sky Sports 1, Sky Sports 2, Sky Movie 같은 시장지배력이 높은 채널들³⁹⁾과 스카이의 플랫폼을 사용하는 소매업자들은 콘텐츠 공급에 제한을 두어야 한다는 것이다. 이는 스카이의 지배에서 벗어나 채널과 소매업을 할 수 있는 사업자들을 지원하는 것으로, 스카이가 가장 심각하게 영향력을 미치는 채널 거래가격을 재편하겠다는 의지가 담긴 것이다.

스카이의 연간 사업지출 내용을 보면 스포츠 프로그램 편성과 구매 및 지원에 전체 비용 중 22%를 지출하는데, 스카이가 핵심 프리미엄 콘텐츠에 얼마나 주력하며 지배력을 강화하기 위해 애쓰고 있는지를 확인할 수 있다. (<그림 2-16> 참조)

39) Sky Sports 1, Sky Sports HD, Sky Sports 2, Sky Sports 2 HD, 그리고 20여 개의 모든 스카이라이프 프리미엄 영화 채널이 규제 대상이 된다.

[그림 2-16] 스카이의 비즈니스 지출 비용(2007/08)



출처: 오프콤(2009) 재인용, Sky's 2008 Annual Report

그런데 오프콤이 도매 필수조건 적용을 두고 가장 신중하게 생각하고 있는 부분은 디지털방송과 함께 소개되는 다양한 디지털방송 서비스 영역이다. 위성방송시장을 개척하다시피한 스카이의 디지털 방송 경험과 인지도는 영국 내 으뜸이지만, BBC와 ITV의 조인트 벤처로 탄생한 무료 디지털 위성서비스 프리셋(Freesat)이 소개된 지 6개월 만에 가입자가 20만을 넘어서며 스카이의 프리셋과 경쟁하려고 하기 때문이다. 덧붙인다면 양질의 방송이 보편적으로 접근 가능하도록 서비스의 기술적 전환을 우선적으로 이루어내야 한다는 실천적 목표를 강조해온 만큼, 영국 정부도 국책사업과 다름없는 디지털 전환 사업에서 스카이가 주도하는 디지털 위성방송의 유료시장 지배력을 간과할 수 없다는 입장이 확실하기 때문에, 스카이와 오프콤의 갈등은 HD프리셋, VOD, IPTV 같은 뉴미디어 시장에서 많은 변수가 되고 있어 귀추가 주목될 수밖에 없다.

오프콤은 소매업자들과 스카이가 맺는 가격 결정 조건을 규제의 대상으로 삼는데, 현재 소매업자들이 입찰 관행을 통제하는 데는 신중하게 접근할 필요가 있다. 즉 기존의 거래는 단순한 가격 결정 차원에서 이루어지는 합의 조건이 아니라 잠재적 이득과 분배 기술, 그리고 미래 위험까지 고려해야 하는 소매차감(retail-minus)을 바탕으로 가격이 정해지는 것이다. 따라서 비용합산(cost-plus) 방식을 도입할 경우 일부 프리미엄 콘텐츠에 집중하는 양상을 피할 수 없다면 콘텐츠 저작권자의 권리와 가치가 의도적으로 저평가되는 위험이 따르게 된다. 그뿐만 아니라 HD와 VOD 서비스, 양방향서비스 기술을 담

은 디지털 채널 간의 프로그램의 질과 양에 대한 정당한 평가기준이 아직은 분명하지 않은 상태이기 때문에, 공급자와 계약자 사이의 불공정한 관계를 오히려 부추길 수 있다.

오프콤은 이어 도매 필수 제공 조건의 영역 밖인 비가격(non-price) 이슈에 대한 조건으로 첫째, 스카이가 소매업자들을 결정하는 ‘최소의 한정된 평가기준(Minimum Qualifying Criteria)’을 공개할 것, 둘째, 콘텐츠의 저작권 보호를 위한 보안과 플랫폼, 접근 기술에 대한 최소한의 보안 요구서(Minimum Security Requirements), 그리고 스카이가 소매업자들과 비차별(non-discrimination)적 관계를 맺고 있는 것을 투명하게 공개할 것을 요구하고 있다. 그 밖에도 새로운 서비스 개발과 비차별적 광고를 지원하는 ‘클린피드(Clean Feed)’⁴⁰⁾ 방식, 소비자 불만 처리와 정기적인 평가보고서 작성 등을 제시했다(오프콤 3차 보고서 section 8~9 참고).

② 도매 필수 제공의 균형과 면허 조건

오프콤은 도매 필수 제공의 조건들이 반드시 소비자와 소매업자 그리고 스카이라 저작권자의 이해관계가 충분히 합의될 수 있는 균형이 필요하다는 것을 강조한다. 일단 디지털방송 전환과 신규 사업 개발로 핵심 프리미엄 채널 운영에 어려움을 겪는 소매업자의 처지를 스카이가 배려해야 하며, 지나치게 높은 가격을 요구해서는 안 된다는 것이다. 스카이라 별도로 BT나 버진미디어 같은 사업자들이 디지털방송 전환까지 플랫폼을 개혁하고 도매 사업자로 기반을 잡을 수 있도록 공격적인 소매시장 장악을 자제해야 한다는 것이다. 그리고 2012년 이후 100~300만 가입자를 둔 소매업자와 스카이라 소비자 부담액은 거의 같은 수준에 이르러야 한다는 것이다. 특별히 스포츠와 영화의 면허를 경매하는 경우에는, 스카이라 소매업자들에게 인센티브를 주어 차별화된 조건을 제시할 수 있다(section 10~11 참고).

③ 콘텐츠 권리

오프콤은 주문형서비스의 콘텐츠 권리와 콘텐츠시장에서 가장 관심을 받

40) TV중계를 할 때 방송사가 캐스터, 해설, 자막 등 인위적인 처리를 한 영상이 ‘더티피드(Dirty Feed)’이고, 현장에서 그림과 현장음만을 순수하게 담은 원본 영상이 ‘클린피드(Clean Feed)’이다.

는 프리미어리그에 대해 전략적 규제를 제시하는데, 우선 도매 필수 제공 조건을 의무화하면서 프리미엄 콘텐츠의 핵심 장르인 영화의 저작권 거래 행위를 개선하려고 한다. 현재 영화를 선택해서 시청한 만큼 지불하는(Pay Per View) 방식의 서비스를 이용하는 소비자들은 실제 도매 마진과 계약 조건으로 인해 근본적인 접근방식에서 자유롭지 못하다. 하지만 소비자가 원하는 영화를 주문하고 시청할 수 있는 주문형서비스 방식은 미래지향적이며 능동적인 소비자의 욕구를 충족시킬 뿐만 아니라 개별적 저작권 보호와 경계가 가능하다는 것이다. 하지만 현실적으로 도입하기에는 시기상조라는 사업자들의 강력한 반대가 존재하고 기술적 자문이 필요한 민감한 방식이다.

한편, 스포츠에서는 스카이라와 영국축구협회 프리미어리그, 그리고 오프콤의 팽팽한 줄다리기와 조율이 남아 있다. 앞서 설명했듯이 스포츠 중계권을 둘러싼, 특히 프리미어리그를 독점적으로 중계하는 도매업자들의 경쟁은 이미 규제하기 힘들 만큼 과열되어, 중소 규모 사업자가 스카이라와 경쟁할 수 있는 길은 갈수록 사라져가고 있기 때문이다. 결국 오프콤의 사후 규제가 기존의 교차 플랫폼 독점권과 영국축구협회 프리미어리그의 저작권 결합판매라는 관행을 어떻게 조정하며 영향을 미칠 것인가에 대한 검토는 소비자의 권익을 위해서도 시급한 일이다(section 12 참고).

보고서가 발표된 6월 이후 스카이라를 지지하는 콘텐츠 투자자들과 로비스트들은 오프콤의 규제를 지나친 간섭이라고 비난했고, 결국 HD 채널 가격을 규제하려는 오프콤의 강력한 의지는 HD 채널 규제를 유보하는 쪽으로 바뀌었다. 이것은 스카이라와 반(反) 스카이라 세력 사이의 정치적·경제적 힘겨루기가 본격적으로 시작된 것으로 이해할 수 있다. 2006년 스카이라가 지상파 채널 ITV의 주식 17.9%를 구입하며 지상파 채널로 영역을 확대하려 했던 일과, 최근 버진미디어의 디지털 채널을 구입하려는 의사를 공개적으로 드러내며 유일한 경쟁자를 위협했던 정치적 행보를 보인 것을 보면 스카이라의 지배력은 사실 그 끝을 알 수가 없다.

공정하고 다양한 시장경쟁 구도는 소비자에게 선택의 폭을 넓혀주기 때문에 소비자 중심의 권리를 보호해줄 수 있지만, 횡포에 가까운 독점적 시장구조를 견제할 정책적 대안을 논의하고 그것을 실현하기 위해 노력하는 과정은 권리와 원칙을 세우는 것만큼 힘든 과정이라는 것을 보여주는 좋은 사례라 할 것이다.

5) 결론 및 시사점

2000년 이후 영국의 디지털 커뮤니케이션 서비스는 유선 통신과 지상파, 그리고 케이블 브로드밴드에서 3G 모바일, IPTV, 디지털 지상파/위성 TV 그리고 디지털 라디오(DAB) 등으로 확장해 높은 보급률을 보여주었다. 오프콤에 따르면 영국엔 2008년 이후 인터넷과 모바일 가입자 시장이 포화 상태에 이르렀고 고객 유치 경쟁을 시작하면서 서비스 가격이 하락된 배경이 있지만, 역시 글로벌 경기 침체의 여파로 시청자들의 소비 경향이 위축되었기 때문이라는 분석을 하고 있다. 그러나 무엇보다 뉴 미디어의 대명사로 자리 잡은 인터넷이 2003년 이후 TV와 신문 광고 시장을 위협할 정도로 급성장했다. PSB뿐만 아니라 유료 방송사업자들은 앞 다투어 인터넷뿐만 아니라 다양한 디지털 기술을 선보이며 방송 콘텐츠를 적극 활용하기 시작했다. 예를 들어 BBC는 통합 미디어 플레이어(Integrated media player : iMP) 'BBC iplayer'를 소개하면서 폭발적인 반응을 얻고 있고, 위성방송 사업자 BSkyB는 PVR(Personal Video Recorder) 기능이 내장된 디지털 셋톱박스(Sky+와 Sky+HD)를 통해 디지털 비디오 녹화(DVR) 시장의 절대 강자로 자리를 잡았다. 영국의 경우 유료 사업자들에게는 매체에 따라 독점적 지위를 허락했다고 봐도 과언이 아닐 만큼, 위성파 케이블 시장의 경우는 특정 사업자가 독식하고 있는 것을 볼 수 있으며, 이러한 구도는 지난 10년 사이 심화되었다.

영국은 유료 시장에도 큰 변화를 피할 수 없었는데, 1982년 세계적인 언론 재벌 루퍼트 머독(Rupert Murdoch)이 영국에 'Sky Channel' 설립한 이후 Sky 텔레비전으로 이름 변경했는데, 1990년 영국 위성 방송(British Satellite Broadcasting)과 스카이 텔레비전(Sky Television plc)이 50:50으로 합병하면서 BSkyB(British SKy Broadcasting)가 탄생했다. 시장에서는 'Sky'라는 브랜드와 로고를 사용하는데, 1998년 이후 위성 방송 사업이 큰 성공을 거두기 시작했다. 실제 2006년 5월 에는 Sky+ HD 출시해 HDTV 서비스 선보였고 2006년 주문형 서비스를 업그레이드 시킨 'Sky Anytime' 론칭, 2007년 10월에는 1백만 고객 달성(영국의 시청자 가구 6명 중 1명이 시청)했고, 최근에는 Sky Sports 3D, Sky Movies 3D를 포함해 새로운 3D 프로그램 개발에 주력하며, 영국의 디지털 방송 시장에서 큰 영향력을 행사하고 있다.

반면 케이블 시장은 지역에 강한 연고를 두고 있었던 NTL과 Telewest가 2005년 합병하면서, 그 시장 지배력이 주목을 받게 되었다. 즉 합병으로 인해

탄생한 새로운 케이블 기업은 주거지 대상 광대역 서비스 가운데 가장 큰 사업자(250만 가입자) 이자, 유료 텔레비전 시장에서 두 번째로 큰 업체(330만 가입자)이며, 또한 전화 사업 부문에서도 두 번째 위치(430만 가입자)를 차지하게 된다. 이로써 이들은 합병으로 탄생한 케이블 사업자가 단지 디지털 방송의 세 가지 플랫폼 가운데 하나를 담당하면서 한편으로는 BSkyB 그리고 다른 한편으로는 Freeview와 경쟁하고 있는 주체로서만이 아니라, 통신의 절대 강자인 BT 및 기타 기업들과도 여러 가지 측면에서(전화, IPTV, 인터넷 서비스 등) 자웅을 겨룰 수 있는 행위자로서도 새삼스레 부각되었다. 이후 이들은 버진 미디어(Virgin Media)로 이름을 변경하면서, 디지털 방송 전환에 참여하고 있다.

디지털 플랫폼에 전송되는 콘텐츠의 결합이 다양해지면서 공급 콘텐츠로 무료와 유료 방송을 구분하는 경계는 큰 의미가 없어지고 있는 것이 사실이다. 그럼에도 불구하고 최근 영국의 방송 시장은 ‘지상파 방송사 vs 유료 방송 사업자’의 구도로 경쟁 관계가 심화되고 있는 것을 볼 수 있다. 예를 들어 BBC와 ITV 그리고 영국 최대 통신 사업자 BT가 IPTV(Internet Protocol TV) 시장을 겨냥해 제안한 단일 오픈 플랫폼 ‘캔버스’(Canvas)가 BBC 트러스트의 승인을 통해 본격적으로 디지털 시장에 진입하자, 유료 방송 사업자들(BSkyB와 버진 미디어 등)은 거세게 항의하고 있다. 뿐만 아니라 주파수와 전송 비용 문제로 영국에서는 아직 붐을 일으키지 못한 HD 방송 서비스 시장에 지상파 상업 채널 Five가 BSkyB에 흡수하는 식으로 참여 의사를 밝히자, 지상파 방송사들이 중심이 되어 있는 프리뷰와 프리셋의 HD 서비스 채널도 유료 디지털 텔레비전과의 차이를 줄이기 위해 본격 경쟁에 나서고 있다.

그밖에도 주문형 비디오 서비스의 붐을 일으킨 BBC의 iplayer를 모델로 각 지상파와 유료 방송사들은 자사의 플레이어플랫폼을 업그레이드하고 디지털 플랫폼 전송에 주력하기 시작했는데, 미디어 규제기관인 오프콤은 지상파와 유료 방송 사업자들의 사업 중복 혹은 경쟁 관계를 적극 중재하려는 의지가 강하다. 예를 들면 오프콤은 위성 방송 사업자 겸 프리미엄 콘텐츠(영화, 스포츠, 뉴스 등)를 자체 생산하고 있는 BSkyB가 Freeview에서 유료 채널을 공급하는 것은 허락하지만, 스포츠 중계권을 독점하는 것을 막기 위해 BSkyB의 스포츠 프로그램 판매 가격을 강제적으로 낮추려고 했고, 경쟁 유료 방송 사업자와 중계권을 의무적으로 나누도록 했다. 하지만 영국 방송 시장의 경쟁 구도를 재편하는 문제는 앞으로 보다 많은 갈등과 분쟁을 낳을 것으로 보인다.

영국의 유료방송 산업은 디지털 방송 환경에서 독과점 시장을 형성하고 있지만, 특히 디지털전환 초기 단계에서 일정 부분 디지털 수신기기 보급률을 높이는 데 기여를 했다. 하지만 디지털전환이라는 정부 정책을 수행하는 데는 시청자가 시청료를 지불해야 하는 유료방송으로는 분명한 한계가 있으며 국민이 디지털방송을 보편적으로 향유하기 위해서라도 무료 디지털 방송은 필수적이다. 영국은 적기에 무료 디지털 지상파 방송 Freeview가 등장하여 전국민의 디지털전환이 가능하게 되었다.

영국은 케이블, 위성, 지상파 등 플랫폼간 경쟁이 이루어지고 있다. 버진 미디어와 BSkyB 등 사업자간의 과당 경쟁으로 인해 시청자에게 피해가 돌아가는 경우도 있지만, HD방송, 3D방송, 번들링 서비스 제공 등 유료방송 사업자의 지속적인 혁신은 무료 지상파 방송의 서비스 수준도 향상시키는 데 기여하고 있다.

III 결론

1. 디지털 전환

영국은 정부, 지상파 방송사, 멀티플렉스 사업자, 전송망 사업자, Digital UK, DSHS Ltd., eaga plc., Digital Outreach, 자선단체 등으로 구성된 효과적 협력체제 구축을 통해 디지털전환을 추진하고 있다. 협력체제 구축을 위해 정부와 규제 기관의 법·제도적 지원과 방송사 등 산업계의 참여가 필수적이다. 이를 위해 2005년 문화부가 2012년까지 디지털전환 완료 계획 및 일정을 발표했다. 이에 앞서 2004년 Ofcom 상업 공공서비스 방송사들에게 디지털 대체 면허를 발행하여 방송사가 디지털전환을 하도록 했다. BBC도 칙허장과 협정서에 디지털 전환을 선도할 의무를 명시하고 있다.

영국은 대규모의 체계적인 대국민 홍보 및 시청자 지원시스템 구축하고 있다. 영국은 취약계층에 대한 경제적·기술적 지원의 안전망을 통해 디지털 전환에 대한 시민들의 지지를 이끌어내고 있다. 디지털전환을 위해 고출력 지상파 디지털 네트워크 구축 일정을 조율하는 Digital UK의 기술 기반팀과 홍보팀의 협력을 통해 적시에 기술 변화에 대한 정확한 정보를 제공하고 있다. 디지털 전환 일정별 체계적인 홍보 및 장애인, 노인, 외국인 등 소외계층에 대한 맞춤형 홍보를 하고, 아웃리치 (Outreach) 모델을 활용하여 전환 지역에서 가능한 지역·자선 단체 네트워크를 최대한 활용하고 있다.

영국 정부는 디지털전환을 위해 홍보에 2억 1백만 파운드, 취약계층 지원에 6억 3백만 파운드의 충분한 예산을 투입하여 Digital UK나 DSHS Ltd. 등 전환 실무 기관들이 전환 업무에 전념토록 하고 있다. 영국 문화부는 BBC 수신료의 일부를 홍보 비용과 취약계층 지원에만 사용토록 하여 다른 부문에 사용하지 못 하도록 했다. 이들 장기 예산은 매년 조정되고 있으며, 효율성 측면에서 수신료의 가치를 실현하고 있는 지 BBC Trust나 NAO 등의 조사를 받고 있다.

영국은 초기에는 BSkyB, ITV 디지털, 디지털 케이블 등 유료방송을 통해 디지털 전환을 하였으며, 2002년 ITV 디지털 파산이후, 시장에 무료 디지털 지상파 Freeview 셋톱박스를 저가로 보급하여 디지털방송 수신기기 보급률 2009년 4분기까지 91.4%로 높였다. 특히 무료 지상파 디지털 플랫폼 Freeview의 도입은 유료방송 가입을 꺼리는 시청자들의 디지털 전환을 촉진하는 계기가 되었다. 영국은

디지털전환을 위해 취약계층 등의 지원을 통한 안전망 마련과 함께 국민들이 자발적으로 전환할 수 있는 환경을 조성하고 있다.

2. 디지털 환경에서 방송사의 역할

다채널 디지털 환경에서 영국 공영방송 BBC는 디지털방송에 대한 인식을 새롭게 하면서 유료방송 BSkyB에 대항하여 영국 방송의 중심적 역할을 하고 있다. BBC는 Freeview와 Freesat 도입에 주도적 역할을 했고, 최근에는 HD 채널 도입 및 Project Canvas 도입을 통해 Freeview를 한 단계 업그레이드시키고 있다. 저가의 무료 지상파 Freeview 셋톱박스를 통해 영국의 2012년 디지털전환이 현실화 되었으며, Freesat을 통한 HD 서비스 제공 및 난시청 해소가 이루어지고 있다.

영국 정부는 디지털전환의 시행 단계에서 시청자 및 취약계층 지원과 홍보 등을 민간에 맡기고 있다. 2012년 아날로그 종료와 디지털전환은 정부의 계획이지만 BBC는 2006년 칙허장 갱신과정에서 디지털전환의 주도적 역할을 맡게 된다. 이에 따라 BBC 수신료의 일부 (8억 4백만 파운드)를 DSHS Ltd.와 Digital UK의 재원으로 충당하고 있으며, 취약계층 지원을 관리하고 있다.

최근의 변화하는 미디어 환경에서 공영방송사들이 기존의 방송 뿐만 아니라 인터넷 및 양방향 서비스 환경에서 공공서비스미디어로서 콘텐츠 공급을 늘리고 있다. BBC는 iplayer를 통해 인터넷에서 VoD 서비스를 제공하고 있으며 높은 인기를 끌고 있다. ITV, 채널 4, Five 등 지상파 방송 사업자 및 BT Vision, Arqiva 등과 함께 Project Canvas를 통한 Freeview 2.0 서비스 제공을 준비하고 있다. 이를 통해 유료 방송사들의 다양한 서비스 제공에 대항하여 향후 변화하는 방송시장에서도 무료 방송의 영향력을 유지하고자 한다.

또한 ITV의 지역 뉴스 등 지역 방송 제작과 어린이 프로그램 관련 규제가 완화되는 상황에서 BBC의 지역방송 제작 활성화 노력은 변화하는 환경 속에서도 BBC에 지속적인 수신료 납부를 정당화할 수 있는 근거의 하나가 되고 있다. BBC Bristol에서는 자연다큐멘터리를 제작하고 있으며, BBC Manchester에서는 종교 프로그램, <Mastermind>, <University Challenge> 등 BBC 1,2의 전국 프로그램들을 제작하고 있다. BBC는 어린이, 스포츠 프로그램 제작부서 및 R&D 부서 등 일부 부서를 맨체스터의 MediaCityUK로 이

동할 계획이다.

BBC는 WOCC (창조적 경쟁의 창)제도를 두고 기존의 25% 독립제작사 프로그램 의무 방송 비율에 추가로 25%까지 독립제작사와 자체제작팀간의 경쟁을 통해 독립제작사의 방송 편성 기회를 주고 있다. 이를 통해 독립제작 활성화와 창의산업 (creative industry) 육성에 기여하고 있다.

BBC는 변화하는 디지털 방송 환경에서 때로는 규제 완화되는 방송 시장을 보완하고 때로는 디지털전환이나 창의산업 등과 관련 정부 정책을 수행하면서 유료방송의 도전에 맞서는 공영방송으로 굳건히 자리잡고 있다.

영국의 경우 유료 사업자들에게는 매체에 따라 독점적 지위를 허락했다고 봐도 과언이 아닐 만큼, 위성과 케이블 시장의 경우는 BSkyB와 버진미디어가 각각 독식하고 있는 것을 볼 수 있으며, 이러한 구도는 디지털 방송 환경에서 심화되었다.

영국의 유료방송 산업은 디지털 방송 환경에서 지속적으로 성장하고 있다. 또한 디지털전환 초기 단계에서 일정 부분 디지털 수신기기 보급률을 높이는 데 기여를 했다. 하지만 디지털전환이라는 정부 정책을 수행하는 데는 시청자들이 시청료를 부담해야 하는 유료방송으로는 분명한 한계가 있으며 국민이 디지털방송을 보편적으로 향유하기 위해서라도 무료 디지털 방송은 필수적이다. 영국은 적기에 무료 디지털 지상파 방송 Freeview가 등장하여 디지털전환 경주의 바톤을 넘겨받게 된다. 이로써 영국민 전체의 디지털전환이 가능하게 되었다.

영국은 케이블, 위성, 지상파 등 플랫폼간 경쟁이 이루어지고 있다. 버진 미디어와 BSkyB 등 사업자간의 과당 경쟁으로 인해 시청자에게 피해가 돌아가는 경우도 있지만, HD방송, 3D방송, 번들링 서비스 제공 등 유료방송 사업자의 지속적인 혁신은 무료 지상파 방송의 서비스 수준도 향상시키는 데 기여하고 있다.

3. 한국 방송 정책에의 함의

<표 3-1> 한영간 디지털전환 추진체계 비교

구분	홍보기관		시청자 지원기관	
	DTV korea(韓)	Digital UK(英)	시청자지원센터 (韓)	DSHS(英)
구성 (직원)	방송사, 가전사 등으로 구성된 비영리법인 (12명)	방송사, 가전사 등으로 구성된 비영리법인 (68명)	RAPA(15명), DTV Korea(12명)	BBC자회사 (26명), Eaga plc(1,000명)
지원 대상	전 국민	전 국민	취약계층 (기초수급자 등)	취약계층 (75세이상 노인, 장애인 등)
디지털 예산* (재원)	367.63억원 (정부예산)	2.01억파운드 (4,000억원) (수신료)	1,985억원 (정부예산)	603억파운드 (12,000억원) (수신료)
역할	디지털전환 홍보 및 상담지원	디지털전환 홍보·상담지원, Coverage관련 정보제공, 디지털 수신기기 인증	일반·취약계층 지원 (경제적, 기술적 지원)	취약계층지원 (경제적, 기술적 지원)
비 고	유료방송사는 참여하지 않음	유료방송사도 협력업체로 참여	연령에 관계없이 저소득층 모두 지원대상에 포함	일반 저소득층은 지원대상에서 제외

* 한국은 '08~'13년 추정 소요비용이며, 영국은 '05~12년 예산

저렴한 디지털방송 수신기기 보급 확대 및 신규서비스 개발이 절실하다. 디지털TV, 셋탑박스 등 디지털방송 수신기기의 공정경쟁 환경조성을 통해 가격 하락을 유도하고, 자발적인 디지털 수신기기 구매수요 촉진해야 한다. 영국은 저가 Freeview 셋탑박스를 보급을 통해 디지털전환 비전환자 비율을 1% 미만으로 낮추었다. 성공적인 디지털전환을 위해서는 국민들이 자발적으로 전환할 수 있는 환경을 조성해야 한다. 한편, 고품질·고화질 프로그램, 양방향, 3D 등 신규서비스 개발·보급을 통해 디지털 전환에 대한 인식 전환을 유도해야 한다.

영국은 정부, BBC 등 방송사, Digital UK, DSHS Ltd., eaga plc., Digital Outreach, 자선단체 등의 효과적 협력체제 구축을 통해 디지털전환을 성공적

으로 추진하고 있다. 체계적인 대국민 홍보 및 시청자 지원시스템 구축을 위해 노력해야 한다. 디지털 전환 일정별 체계적인 홍보 및 장애인, 노인, 외국인 등 소외계층에 대한 맞춤형 홍보도 필요하다. 우리나라도 시청자 지원시 RAPA(시청자지원기구)와 DTV Korea(홍보기구)간 유기적인 협조체계 구축 및 지자체, 소비자단체, 자선단체 등 민간기관과의 연계를 통한 시너지효과를 높여야 한다. 구체적으로 학교와 협조하여 초등학교 학생들의 수업시간에 디지털 전환을 교육시키고, 학생들을 통해 가족이나 이웃들에게 전환을 알리게 하는 것도 참고할 만한 홍보 방법이다.

영국의 디지털전환 취약계층 지원은 '08~'12년까지 지역별 단계적 종료계획에 따라, 지역별로 단계적 접근에 따른 지원이 이루어지고 있다. 영국은 8개월 전부터 지원대상자들에게 지원계획 패키지 발송을 시작으로 본격적인 지원을 시작하고 전환 완료후에도 1개월 정도 지원을 지속한다. 전국적으로 보면 거의 4년 동안 지원이 이루어지고 있다. 우리나라는 디지털 전환시 전국적인 일시종료를 계획하고 있는 데 지원물량 확보나 지원 규모 등을 고려하여 충분한 지원기간이 필요하다. 또한 저소득층 등의 비전환자를 위해 비전환자 비율을 고려하여 디지털전환 종료 이후에도 3~6개월 정도 지원을 계속하는 것도 필요하다.

영국은 디지털전환 취약계층 대상인 노인과 장애인을 위한 리모컨 및 셋톱박스 등의 설치 및 상담 서비스와 애프터서비스 제공까지 지원대상자를 위한 최대한의 배려를 아끼지 않고 있다. 또한 Digital UK나 Eaga plc 등 홍보 및 취약계층 지원기관들은 자선단체와 연계하여 지원대상자 외 노인, 장애인, 이민자 등을 대상으로 아웃리치 활동도 벌이고 있다. 우리나라도 취약계층 지원시 노인 및 장애인을 위한 디지털방송 수신기기 개발과 사회복지사와 연계한 설치 및 상담 서비스 제공 등 세심한 배려가 필요하다.

영국은 수신료 인상을 통한 디지털 전환 재원 확보하고 있다. 우리나라도 수신료를 현실화할 경우 그 중 일정금액을 디지털 전환 재원으로 담보할 필요가 있다. 또한 새로운 방송 기술과 서비스 연구개발 및 제공, 수신환경 개선 및 난시청 해소 등의 시청자 복지 향상에 적극적인 투자가 필요하다. 한편, 수신료를 현실화하기 위해서는 KBS의 방송광고 비중 축소 또는 전면폐지 검토 및 공영방송으로서의 비전제시·경영합리화의 우선 검토가 필요하다. 이를 위해서는 학계, 언론계, 소비자단체 등 관계전문가 논의·협의를 통한 국민 설득 및 공감대 형성이 필요하다.

참고자료

- 김광호, 권호영, 김경환, 이원, 안임준 (2008). 《디지털방송 전환 촉진 전략 연구》. 서울: 한국전파진흥협회
- 방송위원회 (2007). 《공영방송 정체성 확립방안 연구》. 서울: 방송위원회.
- 정준희(2005.11) 영. 거대 케이블 강자 탄생, 해외방송정보
- 정준희(2006.07) BBC, 창의적 미래 프로젝트를 위한 조직 개편안 발표, 해외방송정보
- 정준희(2009.5·6) 영국 BBC 조직 개편 통해 디지털 방송환경 조성, 해외방송정보
- 정준희(2009.1·2) 영국, BBC ‘선택적 집중 전략’으로 신뢰성과 고품질성 지향, 해외방송정보
- 주재원 (2010). 영국의 디지털 전환 시범사업의 현황과 분석. 한국전파진흥협회 (미발행).
- 최은경(2007. 07). ‘BBC, 수신료 인상 소폭에 그쳐 구조조정 불가피’, 해외방송정보.
- 최은경(2009. 1·2). ‘BBC, 상업 방송에 파트너십 제안’, 해외방송정보.
- 최은경(2010. 04) 영 지상파 유료 방송 구도로 경쟁 심화, 해외방송정보
- 최은경(2010. 06) 영 연립내각 BBC 트러스트 견제할 듯, 해외방송정보
- 최은경(2009. 04) 영국, 주문형 서비스 시장에 대한 주도권 논쟁, 방송통신분쟁 이슈리포트 통권 5호.
- 최은경(2009. 05) IPTV 통합 오픈 플랫폼 ‘캔버스’ 프로젝트 출시 논란, 방송통신분쟁 이슈리포트 통권 6호.
- 최은경(2009. 07) 디지털 영국을 설계하는 <디지털 브리튼> 최종 보고서 발표 이후 불거진 갈등과 논의, 방송통신분쟁 이슈리포트 통권 8호.
- BBC (2004a) Annual Report 2003/04.
- BBC (2004b) BBC English Regions Annual Review 2003/04.
- BBC (2004c) BBC Scotland Annual Review 2003/04.
- BBC (2004d) BBC Wales Annual Review 2003/04.
- BBC (2004e) Building public value - Renewing the BBC for a digital world.
- BBC Executive(2008). Canvas: Proposition and Public Value Case.

BBC news (2010. 05.24) George Osborne outlines detail of £6.2bn spending cuts

BBC Trust(2009.2). Consultation by the BBC Trust on an Application form the BBC Executive to Define and Promote an IP Television Standard ('Project Canvas').

BBC Public Value Test,
<http://www.bbc.co.uk/bbctrust/framework/public-value-test/index.html>

BBC Trust, On-demand Services Consultations,
<http://www.bbc.co.uk/bbctrust/consult/>

BBC Trust, BBC Trust, <http://www.bbc.co.uk/bbctrust/index.html>

The MIA, www.ofcom.org.uk/

PVT process,
<http://www.bbc.co.uk/bbctrust/framework/public-value-test/index.html>

Born, G. (2004). Uncertain Vision. London: Secker & Warburg.

Boyfield, K. & Mather, G. (2006). Freeview. London: European Media Forum.

Broadcast (2005.6.24) "Power to the nations?"

Broadcast (2005.7.1). "BBC to let local people file news stories"

Broadcast (2006.12.11) Comment – Chasing the long tail

Broadcast (2007.02.01) BBC iPlayer given green light by Trust

Broadcast (2008.02.29) BBC Worldwide and DRG quit Pact after fee hike

Broadcast (2008. 03 14) Indie 2008 League Table

Broadcast (2008.05.07) Media money: Who will be the biggest winners and losers in the Freesat landscape?

Broadcast (2008.05.17) 'Freesat' must grow HD to challenge Sky

Broadcast (2008.09.12) Sky puts Picnic on ice

Broadcast (2008.12.5). Kangaroo poised to shake off competition shackles.

Broadcast (2009.2.13) Was the CC decision on Project Kangaroo right.

Broadcast (2009.06.03) Top-slicing legislation plan revealed

Broadcast (2009.06.26) Digital Britain: Why proposals to tackle online piracy are doomed

Broadcast (2010.01.18) Sky to use 3flex rigs for 3D channel

Broadcast (2010.01.29) Sky kicks off 3D football trial in pubs ahead of weekly launch

DCMS (1998). Creative Industries Mapping Document. London: DCMS.

DCMS (2004) S4C: An Independent Review.

DCMS (2005a) Review of the BBC's Royal Charter - A strong BBC, independent of government.

DCMS (2005b). Tessa Jowell Confirms Digital Switchover Timetable And Support For The Most Vulnerable. Available: www.culture.gov.uk

DCMS (2006a). Broadcasting: Copy of Royal Charter for the continuance of the British Broadcasting Corporation. Norwich: HMSO.

DCMS (2006b). Report of the Bolton Digital Television Trial. London: DCMS.

DCMS and DTI (2005). A Guide to Digital and Digital Switchover. Available: www.digitaltelevision.gov.uk.

DCMS and DTI (2006). Switchover to Digital Television. Available: www.digitaltelevision.gov.uk

DCMS(2009). Digital Britain: The Interim Report.

DCMS(2009.06). Digital Britain : The final report.

Digital UK (2007). UK's First TV Switchover Completed. Available: www.digitaluk.co.uk/press

Digital UK (2008). Report on the first digital TV switchover. London: Digital UK.

Digital UK (2009). Annual Report. London: Digital UK.

Digital UK (2010). Digital UK's Ten Transferable Lessons from the UK's Digital Television Switchover Programme. Digital UK.

DTI and DCMS (2005). Report of a Digital Switchover Technical Trial at Ferryside and Llansteffan. Available: www.digitaltelevision.gov.uk

Dyke, G. (2005). Greg Dyke Inside Story. London: Harper Perennial.

Feintuck, M. and Varney, M. (2006). Media Regulation, Public Interest and the Law. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Government(2010.05.20), The Coalition : Our programme for government

Filmtvindustry.com(2009.09.26) Sky is Launching a New 3D TV channel

in 2010, Will it Catch on?

Katherine Rushton(2009. 4. 24). 'Project Canvas under Fire as Tech Industry Hits Out' , <Broadcast>.

MediaGuardian(2006.12.07) Big players to join BT vision

MediaGuardian(2006.12.04) BT Vision aims for 3m subscribers

MediaGuardian(2006.12.04) "BT Vision" pushes low-cost option

MediaGuardian(2006.12.04) BT takes on Sky in home film market

MediaGuardian(2006.12.04) BT strikes Premiership deal with Setanta

MediaGuardian(2007.01.23) Ofcom criticises BBC's on-demand plans

MediaGuardian(2007.01.31) BBC iPlayer gets go-ahead

MediaGuardian(2007.01.31) Politics cloud race for BBC chair

MediaGuardian(2007.02.01) Frontrunner Puttnam rules himself out for chairmanship of BBC

MediaGuardian(2007.02.03) Dimbleby out of race to be BBC chairman

MediaGuardian(2007.02.06) BBC defends chairman role

MediaGuardian(2008.12.10). BBC has 'empire' attitude to PSB.

MediaGuardian(2008.05.07) BBC and ITV launch belated digital satellite service

MediaGuardian(2008.05.12) We're not for profit

MediaGuardian(2008.09.12) Ofcom defends role in Picnic investigation

MediaGuardian(2008.05.02) BBC iPlayer on all TV platforms by 2009

MediaGuardian(2009.02.26) Project Canvas Startup Costed at £24m

MediaGuardian(2009.06.17) 'Digital Britain : reactions'

MediaGuardian(2009.02.10) Digital Britain report : why Lord Carter should get real.

ITC (2003a) Industry Information, September 2003.

ITC (2003b) Programme Supply Review.

ITV (2002) ITV Charter for Broadcasting in the Nations and Regions.

Guardian Newspapers Ltd. (2002) Media Guide 2003. ed. by S. Peak and intro. by E. Bell.

News.com(201001.13) 3D TV leads rapid change as technology develops apace

Ofcom (2004a) The Communications Market 2004 - Television.

Ofcom (2004b) Reshaping television for the UK's nations, regions and localities.

Ofcom (2004c) Driving digital switchover: a report to the Secretary of State.

Ofcom (2005a) Statement on Programming for the Nations and Regions.

Ofcom (2005b) Ofcom review of public service broadcasting: Phase 3 - Competition for quality.

Ofcom (2005c) Programmes in the Nations.

Ofcom (2005d) Review of ITV Networking Arrangements - Statement.

Ofcom (2005e) Review of television production sector - project terms of reference.

Ofcom(2006. 03) Review of the television production sector

Ofcom(2008) response to Skys statement on its Picnic proposal

Ofcom(2008) Pay TV market investigation

Ofcom (2009a) Nations and Regions Communications Market Report.

Ofcom (2009b). The Communications Market 2009. London: Ofcom.

Ofcom(2009c) Impact assessment for the digital Britain final report

Ofcom (2010). *The Communications Market: Digital Progress Report. Digital TV, Q4*. London: Ofcom.

Ofcom (2010) Digital Television Update - 2009 Q4

Seymour-Ure, C. (1996) *The British Press and Broadcasting since 1945*, 2nd Eds. Oxford: Blackwell

Starks, M. (2004). Report of the Digital TV Project. Available: <http://www.digitaltelevision.gov.uk>

Starks, M. (2007). *Switching to Digital Television*. Bristol: Intellect.

Tryhorn, C. (2008, April 24). Whitehaven repeat may be ruled out. Available: <http://www.guardian.co.uk>

Ratingsagencieswarn (2010.06.08) UK coalition must cut budget deficit faster

Techradar.com, (2009.12.14) Is 3D television just a great big swizz?

Techradar.com, (2010.01.31) To complete guide to 3D TV : 3D TV

technology, TV sets, broadcasters and more explained

참고 홈페이지 -

www.competition-commission.org.uk

www.bbc.co.uk/bbctrust

<http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/tpsr/tpsr/>

<http://www.pact.co.uk/>

<http://www.bbc.co.uk/commissioning/>

<http://www.freesat.co.uk/>

<http://www.bbc.co.uk/hd>

<http://www.itv.com/hd>

<http://www.freesatfromsky.co.uk/>

www.flypaper.tv

www.freesatadvice.co.uk

참고자료

- 영국 디지털방송관련 관계·전문가 인터뷰 결과 -

목 차

I . 정부 및 유관기관

1. DCMS(Department of Culture media and sports)	185
2. BIS(Department for Business, Innovation and Skills)	189
3. OFCOM(Office of Communications)	190
4. DSHS(Digital Switchover Help Scheme)	193
5. Digital UK	195
6. Eaga Plc	200
7. Freeview	204
8. Freesat	207
9. DTG(Digital TV Group)	210
10. DMOL(Digital Television Multiplex Operators Limited)	213
11. CAI(Confederation of Aerial Industries)	214
12. BBC Trust	216
13. BBC Distribution	219
14. BBC Future Media & Technology	222
15. 디지털전환 현장(Bristol, Bath)방문 결과	224

II . 지상파방송사

1. BBC	228
2. ITV	241
3. CH4	247
4. FIVE	249
5. Topup TV	253

III. 유료방송사(위성, 케이블), IPTV, 전송망사업자

1. BskyB	256
2. Virgin Media	259
3. BT Vision	262
4. Arqiva	264

IV. 교수 등 전문가

1. Peter Golding 교수	267
2. Jeanette Stemers 교수	270
3. Michael Starks 교수	273
4. Dr David Lery 교수	276
5. Graham Mrdock 교수	281
6. VLV(Robert Clark 총무)	286
7. KBS 특과원	290
8. MBC 특과원	291
9. 한국콘텐츠진흥원	293

V. DTV 및 셋탑박스 제조업체

1. 삼성전자	295
2. LG전자	298
3. 휴맥스	301

VI. 참고사항(프랑스 유관기관)

1. MCC(Ministry of Culture and Communications)	304
2. FTN(France Tele Numerique)	306
3. France Television	308

방송정책 주무부처(DCMS) 담당자 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 21(수) 16:00
- 장 소: DCMS 회의실
- 참석자: (DCMS) Stuart Brand(Head of DTV team),
Stephen Rosser(Head of Broadcasting Sponsorship),
Jonny Martin(Government Programme Coordinator)

2. 주요 내용

☐ DCMS(문화미디어스포츠부) 개요

- 영국 방송정책의 주무기관으로 디지털전환 정책 수립·감독하며 BBC Trust의 의원과 Ofcom 이사회 이사 임명 제청권이 있음

※ 디지털TV팀에 3명이 디지털전환 업무 담당(DCMS, BIS공동)

☐ 디지털 전환

- 2005년 문화부 장관 발표에 따라 2008년에서 2012년까지 지역별 디지털전환 계획 수립

- 2012년에 디지털전환을 완료하는 이유는 인접국가와 국제 주파수 간섭 문제 해결이 필요하기 때문
- 시청자들이 지역 ITV 서비스의 이름을 쉽게 인지하기 때문에 ITV 지역을 전환 기본단위로 설정
- 순차 종료 이유
 - 영국 지상파 네트워크는 1154개 전송기로 구성되며, 대부분이 전환 시점에서 엔지니어링 업무가 필요함
 - ※ 일부 전송기 그룹은 새로운 마스트(송신 안테나)가 필요함
 - 영국은 국내와 프랑스와 주파수 간섭문제로 일시 종료가 어려우며 순차적인 접근이 기존 방송 서비스 보호에 유리
 - 특히 전환 기간동안 취약계층 지원이 전국을 대상으로 일시에 이루어지기 힘들
- 디지털전환은 보더(Border)지역에서 시작해서 북아일랜드 울스터 (Ulster)에서 마지막으로 이루어짐
 - 보더지역에서 시작한 이유는 주변국과 주파수 간섭이 적고 인구규모가 적함
 - 다른 지역은 주파수 간섭, 인구 수 등을 토대로 전환

□ 수신료 협상

- 현재 수신료 협상 내용은 2013년까지 효력을 가지며, 추후 재협상이 예정됨
- 칙허장 갱신은 2016년에 예정되어 있으며, 2-3년전 부터 세미나, 조사연구 등 논의가 시작됨
 - ※ 디지털전환지원계획을 위해 6억3백만 파운드를 수신료에서 따로 책정했으며, 전환후 남는 금액은 전국적인 2Mbps 광대역 인터넷 설치를 위해 사용 검토
- BBC가 칙허장에 근거 예산안을 문화부에 제출하면 문화부가 재무성과 협의하여 결정하고 의회는 정해진 수신료에 대한 형식적 승인하는 구도

□ Digital Economy Bill (디지털경제법)중 방송 관련사항

- 방송뿐만 아니라 인터넷 등 미디어를 통한 공공서비스 방송 제공 등 공영방송 채널4의 공공서비스 의무 강화

□ Project Canvas

- 프로젝트 캔버스는 BBC 주도 플랫폼 사업으로 ITV, 채널4, Five, BT, TalkTalk 등이 참여
- BBC Trust가 조건부(spec open) 승인하였으며 TV의 미래 버전으로 인식하고 있음

□ 주요 스포츠 경기에 대한 Listed 이벤트 규정

- 영국은 1996년 방송법과 2003년 커뮤니케이션법에 따라 커버리지 95% 이상의 무료 지상파 방송사를 통해 중계방송 및 하이라이트 방송을 해야 하는 주요 스포츠 경기에 대한 규정을 두고 있음
- (Group A에서 속한 스포츠 경기) 커버리지 95% 이상 무료 지상파 방송사가 생중계 가능
- (Group B에 속한 스포츠 경기) 커버리지 95% 이상 무료 지상파 방송사가 하이라이트나 중계방송 (delayed live) 가능

디지털전환관련 정부부처(BIS) 담당자 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : '10. 3. 26(금) 15:00
- 장 소 : BIS(Department for Business, Innovation and Skills) 회의실
- 참석자 : (BIS) Nigel Hickson, Roger Higginson

2. 주요 내용

□ 개요

- BIS는 주로 통신 및 인터넷 정책수립, 경쟁 정책을 담당하고 있으며, DCMS와 디지털전환 정책을 공동 추진(규제 부문은 Ofcom이 담당)

□ 디지털 브리튼 보고서 관련

- 디지털 브리튼 보고서는 BIS와 DCMS가 공동으로 참여하여 작성했고 전 Ofcom CEO였던 Stephan Carter 경이 주도
 - BIS는 광대역 인터넷의 보편적 서비스(2012년까지 완료 계획) 및 초고속 광대역 인터넷 (50Mbps) 개발 부분 담당
- ※ BIS의 디지털 브리튼 팀 규모는 6명 정도이며 추가로 컨설턴트들이 참여
- 방송관련 디지털브리튼 보고서 내용 일부가 디지털 경제법 (Digital Economy Bill) 법제화에 반영

방송정책 규제기관(Ofcom) 담당자 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : '10. 6. 2(수) 14:30
- 장 소 : Ofcom 회의실
- 참석자 : (Ofcom) Andrew Dumbreck, Philip Candice

2. 주요 내용

☐ Freeview

- 2002년 기존의 유료 지상파 방송 On-digital이 파산함에 따라 사용하던 3개 멀티플렉스 반납
- 2002년 ITC의 사업자 선정과정에서 BBC, BSkyB, Crown Castle 컨소시엄이 무료 지상파 방송 플랫폼 Freeview 사업자로 결정됨
 - 이전부터 BBC는 무료 지상파 방송 플랫폼 Freeview 사업의 필요성에 대해 정부를 설득해 옴

☐ 디지털 전환

- 전송망 사업자 Arqiva가 전송시설의 디지털화 작업을 추진하여 2010년 현재 영국 전체 인구의 25% 디지털전환 완료

- 디지털전환 이후 WTA (무선전신법) 면허가 전송망 사업자 Arqiva에서 멀티플렉스 사업자에게 넘어갈 예정
- 프랑스 디지털전환 일정 (2011년) 확정에 따라 인근 채널 아일랜드의 전환 일정이 2013년에서 2010년으로 앞당겨짐

□ 수신 중복 (Overlap) 이슈

- 일부 지역에 수신 중복에 따라 셋톱박스 수동 조작이 필요하며 이와 관련 콜센터에 지속적인 문의가 들어옴

□ 수신 환경 개선 등

- Ofcom은 시청자 등에 의한 전파간섭 불만 제기시 전파간섭문제를 조사할 법적 의무가 있음
- PSB는 디지털전환 이후 커버리지 98.5%, 상업 멀티플렉스는 커버리지 90% 유지 의무가 있으며, BBC는 컴퓨터를 이용한 커버리지 (predicted) 조사 실시 (매년 커버리지 실측 조사는 하지 않음)
- 소출력 자가 중계기(Self-help relay)는 무선법(Wireless Act 2006)에 따라 Ofcom의 면허 발부 대상이며 면허 비용도 지역내 수신자 부담하며 실제 커버리지는 1.5%에도 훨씬 못 미침

□ HD 방송 서비스 등

- 2007년도에 Ofcom은 DTT의 미래와 관련 관계자 자문(consultation)을 실시하여, 2009년 BBC의 멀티플렉스 B에 MPEG4와 DVB-T2를 도입하여 HD 방송서비스 도입
- 주로 MFN 방식을 사용하지만 해변 등 일부지역 SFN 사용

□ 프랑스, 독일과 비교

- 독일 (2008년)은 유료방송 가입가구가 많고 지상파 직접수신 가구 비율이 4% 대로 지상파 방송에 대한 의존도가 낮으며,
 - 프랑스는 영국 (2012년)에 비해 늦게 시작했으나 전환 일정(2011년)이 빠름

영국 디지털방송관련(DSHS) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 3. 19(금) 10:00
- 장 소: DSHS Ltd. 회의실
- 참석자: (DSHS) Jackie Burdon, Chris Taylor

2. 주요 내용

- DSHS의 재원(6억 3백만 파운드)은 BBC가 전적으로 부담하고 당초 DSHS는 Virgin Media나 BT Vision 등 유료방송 사업자들의 참여를 요청했으나 경제성 부족으로 참여에 소극적
- 참여 인력의 수는 지역 규모에 따라 변동(맨체스터 등 대도시를 포함한 Granada 지역에서는 1,000명의 인원이 참여)

□ 지원 세부 내용

- DCMS는 700만명의 지원대상자 중 65%정도 신청할 것으로 예상 하였으나 많은 지원대상자가 이미 저가의 셋톱박스를 구매하는 등의 이유로 실제 18%* 정도 신청

- o 영국은 수신기기 금액 보조 보다는 수신기기, 안테나 설치, 사용 설명, 홍보 등 종합적인 지원방식을 채택하고 있으며, 신청자당 평균 200 파운드의 지원이 이루어지고 있음
- o 지역별 시청자 지원업무는 Help the Aged 등 4개 지역 자원봉사단체로 구성된 Digital Outreach에서 Eaga plc와 Digital UK와 계약을 통해 지역 자선단체 등과 연계하여 지원 업무 추진
- o 기타 Contact Centre에는 400명의 인원이 초기 계약부터 디지털 TV 솔루션 설치까지 One-stop 전화상담 실시

영국 디지털방송관련(Digital UK) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: (1차) '10. 3. 19(금) 14:00 (2차) '10. 5. 28 (목) 17:00
- 장 소: Digital UK 회의실
- 참석자: (Digital UK) Chris Cain, Steve Black

2. 주요 내용

☐ Digital UK 현황

- 정부 등 타기관에서 파견된 인원은 없으며, 순수하게 Digital UK에 의해 고용된 직원으로 구성
 - ※ 과거 BBC, C4 등 방송사 직원, 기자 등 다양한 인원 구성
- 예산(2005년부터 2012년)은 홍보비 2억 1백만 파운드 (BBC 수신료), 운영비 3천 1백만 파운드(방송사) 소요
 - ※ 전송시설 업그레이드 : 약 7억 파운드 (방송사 부담)

☐ Contact Centre(콜센터)

- Contact Centre는 DSHS와 별도로 운영(스코틀랜드에 위치)하며 전화상담 및 e-mail, 우편 처리 등의 업무 수행

□ 지역 센터

- (현황) 현재 6개 지역에서 운영하고 있으며, 런던 등 전환 일정이 2~3년 이상 남은 지역은 미 개소 상태
- (인원) 지역별로 지역 매니저 포함 3~5명 근무
- (업무) 지역 정부, 하원의원, 소매업자들이 참여하는 회의체 (Local Stakeholders Groups) 구성 및 광고, 정보 캠페인, 로드쇼 등 개최
- DSHS와 공동으로 로드쇼, advice point를 운영하되, Digital UK는 방송사 위주로 운영되며 홍보 및 기술 업무에 주력

※ DSHS는 BBC 위주로 노인, 장애인 등 취약계층 지원에 중점

※ 지자체의 재정적 지원은 없음

□ 디지털 전환 일정

- 구체적인 전환 일정은 Ofcom, Arqiva, Digital UK가 공동으로 결정
- 자정과 오전 6시 사이에 BBC2(1단계) 아날로그 종료
2주후 BBC1, ITV1, C4, Five(2단계) 종료
 - (West TV 지역) Bristol은 1개 송신소(Mendip transmitter)와 61개의 중계기로 구성되어 있으며, 전송기는 오전 6시에 전환 중계기는 오전 11시 30분까지 전환 완료

- 1단계와 2단계 사이에 지역별로 2~4주의 전환기간 제공
 - 1단계로 BBC2를 종료하고 아날로그 전송시설 철거, 디지털 전송시설의 출력을 높이며 미전환자에 대한 집중홍보 실시
- ※ 인구가 많은 지역은 4주, 프랑스 인근 채널 섬 지역에서는 한 번에 종료

□ Digital Outreach

- Digital UK와 Eaga plc (DSHS Ltd)와 계약을 체결하여 전환 지역 자선단체와 연계 활동
- 지역 자선단체 현황조사, 커뮤니티 아웃리치 패키지 배포, 훈련 실시, 이벤트 개최, 일대일 상담, advice point 등 운영

□ Digital Tick logo

- 2008년부터 디지털방송 수신기기를 대상으로 DTG의 D-book 표준에 따라 테스트를 거쳐 Digital tick 로고 부착(인증 마크)
 - 소매업자 : 규정을 준수하여 판촉 활동을 하며, 이를 위해 직원 교육 등 실시
- 제조업자가 자체 테스트한 후 DTG에 결과 및 샘플을 제출하고 DTG에서 로고 검증후 부여

- o Digital UK는 플랫폼 중립적 입장으로 Freeview 등 특정수신기 선택을 시청자 자율에 맡김

□ 디지털전환시 발생하는 주요 문제점

- o 셋톱박스 채널 설정 방법이 다양하여 신호 overlap시 셋톱박스 수동 조작이 필요함

□ 수신 환경 개선 관련

- o 디지털전환 후 기존 아날로그 지상파 방송 커버리지 98.5% 달성을 목표로 하고 있음(허가조건 명시)
- o Ofcom, BBC 등 방송사, Digital UK, Arqiva 등이 디지털전환 커버리지 이슈 관련 협력
 - Ofcom이 송신시설 추가 설치 등 수신환경개선 관련 정책 수립
 - BBC는 컴퓨터 모델링 등을 이용하여 커버리지 조사
 - Digital UK는 우편번호를 통한 수신가능 여부 제공 등 관련 안내
 - Arqiva는 전송시설 확충 작업(Arqiva(600명의 직원)에 의해 지역별로 주로 봄, 가을에 작업 수행)

※ 디지털전환을 위해 총 1,154개 전송시설 개선 (80개 마스트와 1,074개 릴레이)

- o BSkyB는 가입자 증가를 위해 IRS(통합수신시스템)를 설치하고 있으며 Digital UK는 기술중립성 유지차원에서 특별히 소비자에게 IRS만을 권장하지는 않음

□ Freesat

- 웨일즈 지역의 경우 산악지역 등 난시청 지역이 많아 80%가 Freesat 등 위성을 통해 가구나 주요 TV 시청

□ 기타

- 디지털전환이 완료된 웨일즈, 웨스트 컨트리 는 전환이 끝난 1개 멀티플렉스를 HD Mux로 변경하고 런던은 임시로 HD 멀티플렉스에 채널 할당

※ Digital UK 웹사이트에서 우편번호를 통해 SD와 HD 수신 여부 확인 가능

- 디지털전환 시 기존 VHS 비디오 리코더의 전환이 필요
- 영국은 프랑스에 비해 복잡한 네트워크 환경을 가지며, 프랑스는 높은 위성과 케이블 보급률의 영향으로 영국에 비해 전환 일정이 빠름
- 프랑스와 주파수 관련 협상을 진행하고 있으며, 유럽차원의 조율에도 불구하고 각국이 다른 접근을 하고 있음

영국 디지털방송관련(Eaga plc) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 7(수) 10:30
- 장 소: Eaga plc 회의실
- 참석자: (Eaga plc) Ashley Guise(Group Development Director)

2. 주요 내용

□ Eaga plc 개요

- 노인 및 연금 생활자 등을 대상으로 무료 난방 시설 설치, 디지털 전환 취약계층 지원 등을 수행하는 다국적 회사로 2008년 Border 지역부터 디지털전환 업무 참여

※ 초기에 비영리 기관으로 government agency 형태였으나 민영화됨

- ☞ Capita (Whitehaven 시범사업에 취약계층 지원 사업 수행), Vertex 등도 입찰 참여하였으나, 계획의 우수성, 가격, 배달망 등을 고려하여 Eaga plc가 선정

- 디지털전환 취약계층 지원 사업 수행에 설치기사, 콜센터 직원, 기관간 네트워크 전문가 등 1,000명 정도 참여하고, 지원계획 업무 수행자들에 대한 4주 교육 실시

※ 설치기사 등은 하청을 통해 운영하고 5% 수준의 표본에 대한 설치후 검사 실시

□ Contact Centre

- o New Castle에 2개소, Liverpool에 1개 사무소에서 전화 응대, 우편 발송, 이메일 상담 등
 - 지역별 전환시 지역별 번호를 운영하고 지역별 전환 완료후 전국의 Aftercare 전화 운영
 - ※ 15초 내에 85%의 전화 응대를 목표로 하며, 응대 포기는 5% 이내로 함
- o 지역별 지원사업의 규모에 따라 상시적으로 근무하는 정규직 외 임시직 등 총 200~800 명 수준
- o 디지털전환시 지역별로 3차례 홍보 우편 발송
 - 첫 번째는 디지털전환 취약계층 안내 패키지 발송, 두·세 번째는 디지털전환이 임박해서 재확인 차원

□ 영국 디지털전환 현황

- o 디지털전환 성공 요인(자체 평가)
 - ① 소비자의 요구 조사를 통한 사전 계획 수립
 - ② 관련 기관간 유기적 협력 체제 구축
 - ③ 오픈 마켓을 통한 저가 셋톱박스 공급을 통해 자발적인 디지털전환 유도

- 디지털 전환 취약계층 지원 프로그램에 대한 응답률은 높으나 지원 대상자의 자존심 등으로 채택률이 낮음
- 또한, 영국의 디지털전환 취약계층 지원 프로그램의 디지털방송 수신기기 종류가 너무 많아 복잡해지는 문제점 지적
- 디지털전환 취약계층 지원 예산 6억 3백만 파운드 중 3억 파운드를 BBC가 DCMS에 반납 예정
- 지역별 단계적 전환의 이점으로 콜센터, 마케팅 업무 등의 통제가 용이하며, 선행 전환시 미비점 발견 및 신속한 보완 가능

※ 전국적 일시 종료시 설치 업무 등 폭주 우려

□ 디지털 전환 수신기기 입찰 관련

- Freeview 셋톱박스 공급업체로 Harvard, TVronics를 선정하였으며, 다른 기기들은 지역별로 별도 공급업체 선정
- ※ 자동 리튜너 (retuner), 지역별 선호 채널 검색 기능, 음성 해설 (audio description) 기능을 보유하도록 함
- ※ 지원대상자가 BSkyB 셋톱박스 및 안테나 신청시 BSkyB에 연결시켜 주고 설치후 Eaga가 검사
- ※ ricability에서 제품품질에 대한 소비자 의견제공

□ 디지털전환 취약계층 지원 추진 관련

- 디지털전환 지원체계 프로젝트에 DCMS, BBC, Eaga plc, DUK, DWP (Department for Work and Pensions) 참여
- 영국의 디지털전환 과정에서 정부는 최소한의 감독 인원만 참여하고 주로 Digital UK, DSHS Ltd, Eaga plc, Digital Outreach와 지역 자선 단체를 중심으로 이루어지고 있음

영국 디지털방송관련(Freeview) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : '10. 3. 18(목) 14:30
- 장 소 : DTV Service LTD 회의실
- 참석자 : (DTV Service LTD) Dean Lavender

2. 주요 내용

□ DTV Service LTD(Freeview 운영회사)의 개요

- 공영방송 BBC와 유료방송사업자 BSkyB, 민영전송망사업자 Crown Castle(이후 Arqiva)이 참여하여 설립한 비영리 마케팅 기관
 - 주요 활동
 - 소매업자, 제조업자, 방송사와 연계하여 Freeview 브랜드 홍보 및 채널 편성 업무
- ※ 채널의 EPG상 번호할당은 디지털지상파방송 멀티플렉스 사업자인 DMOL이 담당

□ 주요 논의 내용

- BBC, ITV, 채널4, Arqiva, BSkyB가 공동으로 참여하여 사업예산을 제공하고, 이사회에서 사업방향 설정

※ 상업방송사는 현금대신 광고시간 할애(과거에는 인력도 제공)

- o BBC는 강력한 브랜드 파워 등 시장영향력을 기반으로 Freeview 사업안착에 주도적 역할

※ Freeview HD 공급시 BBC Distribution 기술 자문 담당

- 경쟁사인 Virgin Media 등은 판촉에 더 많은 자금을 투여하여 결과적으로 영국 방송시장의 경쟁과 혁신을 촉진
- 특히, BSkyB는 위성과 지상파 플랫폼에서 교차 판촉 활동을 전개하는 등 Freeview의 이점을 활용하기 위하여 지속적으로 Freeview에 채널 공급 등의 참여를 할 것으로 보임
- o Freeview 셋톱박스는 초기 시장 경쟁을 통해 가격이 지속적으로 인하되었고, 현재는 가격이 20파운드대까지 하락
- 영국내 대형할인점이나 가전매장인 Tesco, Comet, Asda, Argos 등 소매업자들과 협력 관계
- o 커버리지는 현재 Freeview 50개 채널이 수신되는 지역이 73%이며, 18%가 부분 수신되고 있음
(디지털 전환이후 아날로그 방송 수준의 98.5%를 목표로 함)

※ 커버리지 보완을 위해 BBC와 ITV가 설립한 Freesat과 협력

- 2010년 남아공월드컵 이전에 런던, 맨체스터, 카디프, 뉴캐슬, 브래드포드, 버밍햄, 글래스고우 등 주요도시에 지상파 HD 방송 도입 (커버리지 50%)예정

※ 2009년 12월 런던과 맨체스터에서 BBC HD와 ITV1 HD 소프트웨어 런칭

영국 디지털방송관련(Freesat) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 3. 31(수) 10:00
- 장 소: Freesat 회의실
- 참석자: (Freesat) Mark Briggs(Head of Channels and Regulatory Affairs)

2. 주요 내용

☐ Freesat 개요

- BBC와 ITV가 50대 50으로 투자한 비영리 법인으로 '08년 5월에 공식 출범, 25명 정도의 직원이 근무하고 있으며, 콜센터를 두고 있음
 - ※ 채널4와 Five는 경제적 여건으로 투자하지 않고 있음
- Freesat 채널 팀에서 채널을 배정, BSkyB와 같은 아스트라 28.2도와 Eurobird 1 위성을 사용

☐ Freesat 보급현황 등

- Freesat(SD) 셋톱박스는 40파운드 수준이며, HD 셋톱박스의 경우 50파운드 수준('10.2월까지 100만대의 Freesat 수신기 판매)
- 위성 안테나 구입비용은 60~70 파운드 수준이며, 설치비용(60~70파운드)이 추가되며 자가 설치 가능

※ 3Giga byte급 Freesat PVR 가격은 220~230/200~250 파운드 내에서 형성되며, Blue-Ray 디스크가 장착된 PVR은 500파운드 이상임

- Freesat 셋톱박스 시장은 Freeview와 달리 제조업자가 DTG 품질 인증 없이는 제품판매가 불가
- Freesat시청자 중 40%가 Freeview 시청자로 다채널은 원하지만 유료방송 시청을 원하지 않는 고객들이 주로 선택
- Freeview는 현재 73% 정도의 커버리지를 보이지만 Freesat은 98%의 커버리지를 보임
- SD채널의 경우 Freesat의 전송비용은 연간 최대 50만 파운드 수준으로 Freeview의 전송비용(1,000만 파운드)에 비해 저렴
- 위성방송 비용은 점차 하락하고 있으며, 위성방송 장비(초기 접시 가격)도 계속 하락하는 것을 감안하면 위성방송 가입이 경제적임

※ Freeview에 채널 공급시 EPG 비용 등 전송 비용이 여전히 많이 듦

□ Freesat과 BSkyB 비교

- Freesat은 위성 플랫폼 운영자로 EPG운영 및 채널 배정을 하고 있지만 BSkyB는 프로그램 제작 등을 수직 결합한 독점 사업자

- o Freesat은 무료로 EPG상의 150여개 채널을 모두 볼 수 있으나 BSkyB의 위성방송서비스 "freesat from Sky"는 EPG 상의 일부채널만 무료로 시청하고 많은 채널들이 유료 가입시 제공됨

※ Freesat은 비영리 무료 서비스를 전제로 도입되었지만 BSkyB는 사업상 목적으로 유·무료 방송 서비스를 도입함

□ Freesat HD 채널

- o 현재 BBC, ITV, 채널4가 무료 HD 채널을 공급하고 있으며 Five HD 준비단계
 - 위성은 지상파에 비해 채널 전송비용이 적으며(HD는 SD에 비해 3배), BSkyB의 경우 HD 시청시 추가 비용을 지불해야 함

※ SD는 3~4 Mbps인데 반해 HD는 11~12 Mbps의 전송효율이 필요

- o Freesat은 TLCS(Television Licensable Content Service)면허를 받았으며, EPG 관련 의무 등의 규제는 받고 있음

※ EPG 관련의무 : 공정하고 차별 없는 채널 배정 (Fair Act, 예 : 채널 공급자간의 비차별적 공정 대우, 시청각 장애인 등을 위한 서비스 제공(Accessibility))

영국 디지털방송관련(DTG) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 19(월) 10:00
- 장 소: DTG 회의실
- 참석자: (DTG) Simon Gauntlett

2. 주요 내용

□ DTG (Digital TV Group) 개요

- DTG 10명, DTG Testing 20명 등 총 30명의 인원이
기술 표준 관련 D-Book 작성, Digital tick logo,
Freeview, Freesat 등에 대한 품질인증 업무를
수행하고 있으며,
 - BBC, Freesat, Freeview, ITV, BSkyB 등 방송사 및
삼성, LG, Sony, Panasonic 등 가전사가 회원사로 참여
 - ※ Digital tick logo는 의무 사항이 아니지만 판매를 위한 신뢰
획득에 유리(인증의 주체는 BIS임)

□ HDTV 관련

- Digital Europe(구 ECITA)에서 HD Ready(1080p) 및
FULL HDTV 로고 발행
 - ※ Digital Europe에는 유럽내 제조업자로 구성

- 영국의 지상파 HD 방송서비스는 DVB-T2 기술을 도입함에 따라 추가로 DVB-T2 수신기를 구매해야 시청할 수 있음
- 영국은 DVB-T2 도입에 따라 8MHz 대역의 멀티플렉스당 5개의 HD 채널을 실을 수 있어 6개 멀티플렉스에 약 30개 HD 채널 공급 가능

□ Connected TV

- Connected TV라는 공개 공동 IP 기반 서비스의 기술 기준을 기반으로 Project Canvas, Sky player 등 개별 기술 개발

※ 현재의 IPTV는 월드 가든 (Walled Garden) 형태의 폐쇄적인 IP서비스로 평가

□ 3DTV

- 2010년 월드컵 중계권을 BBC와 ITV가 보유함에 따라 BSkyB를 통한 월드컵 3D 시청은 어려울 것으로 보임
- BSkyB는 1월 31일에 영국내 9개 펍(pub)에서 프리미어 리그 등 3D 중계 방송 실시하였으며, 이후 1,000개 펍으로 확대

※ BSkyB는 2010년 하반기에 3DTV 본방송 예정

☞ 3D 방송 광고시 추가 요금 징수를 통한 자원 확보 검토 중

□ 디지털전환 이후 주파수 재배치 등

- 현재 21~69번 UHF 대역에서 5개 PAL방식 아날로그 지상파 채널과 6개 DTT 멀티플렉스를 운영
- 디지털전환이 완료되는 2012년에는 16개 채널 (128MHz)의 경매가 예정되어 있음
 - 61~69번의 9개 채널은 UMTS-800 (LTE) 서비스에 이용될 예정, 31~37번의 7개 채널은 용도 미정
 - ※ 31-37번 반환 주파수는 지역 TV, 모바일 TV, HDTV 등 사용 가능
- 현재 4개의 멀티플렉스가 16QAM 변조 방식, 2개 멀티플렉스가 64QAM 변조 방식을 사용하고 있음
 - 디지털전환 완료 후 모두 수신 강건성 (robustness)를 향상시킨 64QAM 변조 방식 사용 예정

영국 디지털방송관련(DMOL) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일시 : '10. 5. 5(수) 9:30
- 장소 : DMOL 회의실
- 참석자: (DMOL) Mike Snalam

2. 주요 내용

☐ DMOL 업무 개요

- 2007년 BBC, Free-to-view Ltd, SDN, Arqiva 등 멀티플렉스 사업자가 설립한 비영리 단체로 DTT 플랫폼 Freeview의 EPG관리, LCN 부여 등의 업무 수행

※ LCN : 논리적 채널번호

☐ 디지털 전환 관련

- Digital UK와 협력하여 다양한 Project에 참가하고 있으며 BSkyB의 유료채널도 Freeview에 채널을 런칭할 경우 DMOL을 통해 LCN를 신청해야 함
- 디지털전환 완료 후 7번째 멀티플렉스 도입이 가능하며 Local TV는 지역별 interleaved spectrum 활용
- 수신기 업체들은 DVB 표준과 영국의 DTG의 D-book 표준을 준수함

영국방송업계(CAI) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 11(화) 14:00
- 장 소: CAI 회의실
- 참석자: (CAI) Tim Jenks (Senior Executive)

2. 주요 내용

□ CAI 개요

- 제조업자, 전송사업자, 안테나 설치업자 등 약 1,000개 회원사가 있으며, 디지털 전환 지원계획의 실무를 담당하는 Eaga plc와 협력관계 유지
- 설치 업체는 디지털 Tick 로고를 사용할 수 있는 RDI(등록된 안테나 설치업자) 면허에 지원하기 위해 관련 NVQ(국가 직업 자격증)을 받아야 함

□ 수신환경 개선

- 영국내 5백만 가구가 TV 신호를 공시청 시스템을 통해 수신하고 있으며 BSkyB의 자회사인 Sky Homes가 2백만 가구에 IRS 설치

※ 전체 가구수 : 26백만 가구, 직접수신가구 : 10.1백만 가구

- 방송법, 2003년 커뮤니케이션 법, 2006년 무선통신법을 토대로 Ofcom은 수신 관련 모니터를 하고 있으며, 시청자 민원발생시 조사 실시(CAI를 통한 유료서비스)
- 지방정부가 소유한 주택에 대해서는 계약 조건에 있는 경우 수신환경 개선을 위한 공시청 시설 개선 사업을 실시하고
- 고층건물 등으로 인한 인위적 난시청 발생시 해당 건물주가 수신환경개선 비용을 지급하는 것이 원칙
- HD전용 멀티플렉스(DVB-T2, MPEG4)도입에 따라 헤드엔드 시스템(leveller, 필터)의 개선이 필요하며,
- 영국 전송 네트워크가 복잡해서 이에 따른 커버리지 중복이 발생하고 Target Regional Descriptor를 통해 해결
- Self-help relay 시스템 면허는 Ofcom에서 부여하고, 공동체에서 관련 이용자들이 비용 지불

□ 안테나 교체 관련

- 디지털 전환에 따라 2000년 10%의 안테나 교체가 예상되었으나 현재는 4~5%의 안테나에 대한 교체(노후 안테나)와 주파수 재배치에 따른 Wideband 등 새로운 안테나로 업그레이드 필요
- ※ IRS는 가구당 150~200 파운드, 단자 추가시 비용이 증가되고, MATV는 가구당 100~150 파운드 소요

영국 디지털방송관련(BBC Trust) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 29(목) 14:00
- 장 소: BBC Trust 회의실
- 참석자: (BBC Trust) Gareth Barr, Kevin Blacoe

2. 주요 내용

☐ BBC Trust 개요

- 전국적으로 70명이 근무하며, 주로 외부용역(커미션) 형태로 사업을 수행하고, BBC Trust에 대한 정부로부터의 직접적인 개입이나 간섭은 없으며, 의회의 개별 위원회들에 보고의무가 있음

※ DCMS 장관이 BBC Trust의 위원 임명

☐ 논의 내용

- BBC의 신규서비스 허가시 BBC Trust가 PVT(공공가치테스트)를 하고 Ofcom이 Market Impact Assessment(시장영향평가)를 참고하여 신규서비스 허가 여부 결정
- BBC PVT 테스트는 지난 3년간 HD 채널, iPlayer, 지역 뉴스, 갤럭시 서비스 BBC Alba 등 4차례 실시한 바 있음

- BBC Trust가 감사원(NAO)과 논의한 후 BBC 주요 사업에 대하여 평가를 실시하고 있음
- o 칙허장은 10년에 한 번씩 갱신되며 BBC의 공적 목표 달성을 위한 향후 역할을 정립하고, DCMS는 칙허장 제정초기 녹서 및 백서 단계에서 공공 자문을 실시
- o 지난 수신료 협상 결과 6년치 수신료 인상액을 결정하였으며, 추후 4년간 새로운 칙허장 및 수신료에 대한 논의 실시

□ 수신료 배분(Top Slicing)

- o 2010.4월 현재 DCMS의 Ben Bradshaw 장관이 적극적으로 주장하고 있으며, 채널4가 적극적으로 수신료 배분을 요구하고 있으나 수신료 배분시 그에 상응한 의무가 뒤따름

□ BBC의 전략 조사(Strategic Review)관련

- o BBC의 문화적 다양성 차원에서 BBC Asian Network 폐쇄 계획에 대해 우려하고 있으며,
- CBBC와 CBeebies의 어린이 프로그램에 대한 투자 확대 및 재방송 비율을 낮추고, CBBC에 방송시간 9시까지 연장하는 방안 검토

□ BBC의 상업적 활동관련 의견

- BBC Worldwide 등 상업서비스 제공은 정해진 가이드라인에 의해 이루어져야 하며 경쟁법을 준수해야 함
- BBC Worldwide의 상업 수익은 다시 BBC에 재투자되며 결과적으로 시청자의 수신료 부담을 낮추는 장점이 있음

□ 기타

- ITV의 지역방송 제공의무 축소에 따라 BBC Manchester 등 지역 제작 기반 확대 등 BBC의 지역방송 제공이 더 중요해짐
- BBC의 디지털채널의 재방송 비율이 높으나 아직 뚜렷한 대책은 없음

영국 디지털방송관련(BBC Distribution) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 26(수) 15:30
- 장 소: BBC Distribution 회의실
- 참석자: (BBC Distribution) Stephen Baily(Technology Partner)

2. 주요 내용

☐ 개 요

- 30여명이 BBC TV, 라디오, 케이블, 위성에 콘텐츠를 전송하고 EPG 관련 업무 수행
 - ※ BBC 전송시설은 1996년 민영화되어 Arqiva에 의해 관리

☐ 멀티플렉스 관련

- 3개의 PSB 멀티플렉스(멀티플렉스 1,2,B)는 98.5%의 커버리지 달성을 위해 1,154개 전송 시설(transmitter site)의 업그레이드 필요
 - ※ 80개 마스트 안테나와 1,074개 릴레이로 구성
- 디지털방송은 기술특성상 아날로그방송에 비해 약 7db 낮은 전계강도로도 수신이 가능함(현재 73%정도의 디지털방송 커버지리를 보임)

- 아날로그 시대부터 98.5% 범위 밖의 작은 공동체 (산간오지, 대형 건물 등)를 대상으로 방송 서비스를 제공하기 위하여 지역 공동체에서 self-help relay를 설치하였으며 디지털 전환에 따른 전송기 조정, 업그레이드 등 필요
- 21-30번 채널, 39-60번 채널은 계속 방송에 사용하고 Ofcom 경매절차를 거쳐 61-69번 채널은 모바일 전화와 LTE 데이터 서비스 사업자에 배정 예정이며,
 - 31-38번 채널은 방송 서비스, 모바일 서비스 등에 할당될 것으로 예상되나 아직 결정은 되지 않음
- 협대역 안테나는 디지털 전환에 따른 주파수 재배치의 영향으로 UHF 밴드의 일부만 수신 가능하므로 광대역 (wideband) 안테나로 교체 필요
- 웨일즈, 스코틀랜드 산악지역 등은 인구는 적고 지상파 수신에 어려워서 BSkyB나 무료 방송 Freesat 이용 필요

□ 커버리지 측정

- BBC는 그간 축적된 정보를 기반으로 만들어진 컴퓨터 모델링을 이용하여 도시, 도시주변, 농촌 등 커버리지를 측정(보수적인 가정에 기반)하여 Ofcom에 보고

- 영국은 마스트와 릴레이 등 전송기(transmitter)간에 MFN을 사용하고 프랑스, 네덜란드 등은 SFN을 사용
- MPEG2 대신 MPEG4를 사용하면서 40Mbps 전송율을 통해 제공할 수 있는 HD 채널을 3개에서 5개로 늘렸으며, 2010. 6월 월드컵 전까지 영국 전체의 50%까지 커버리지 확대키로 함
- 디지털 전환 완료 지역은 HD 도입시 주파수 재할당이 필요(retrofit)하고, 디지털 전환과 동시에 HD서비스를 도입하는 Manchester 등 지역은 주파수 할당 완료
 - ※ 런던, 버밍엄 등 디지털전환에 앞서 도입하는 지역은 임시 주파수 활용
- 1단계에서 BBC2를 먼저 종료하고 2단계로 다른 아날로그 채널들을 종료하기 전에 기술 작업보다 취약계층 지원시 시청자 준비 기간을 위하여 2-4주를 배정함
 - ※ 프랑스 인근 채널 섬 지역에서는 일시 종료 예정

영국 디지털방송관련(BBC Future Media&Technology) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 6. 2(수) 17:00
- 장 소: BBC Broadcast Centre
- 참석자: (BBC Future Media&Technology) Matt Philips

2. 주요 내용

□ Project Canvas

- 방송사 (BBC, ITV, C4, Five), 통신사업자 (BT, Talktalk) 등이 조인트벤처를 만들어 추진중으로 아직 구체적 서비스 일정은 결정 안 됨

※ 2009년 12월 BBC Trust의 조건부 승인을 받고 추진중이며 최종 승인을 기다리고 있음

- 콘텐츠 사업자, 광대역 인터넷 사업자, 인터넷 서비스 사업자 등 다양한 사업자들이 참여

※ DTG는 connected TV 기기의 표준 제정을 위한 D-Book7 작업 추진

- BBC는 Canvas가 영국 뿐만 아니라 해외 제조업자들도 관심을 갖도록 EBU, DTG 등과 공동 작업 진행하고 있으며 Freeview와 Freesat과 연동 추진중

※ 기술표준 마련을 위해 UK 사업자들 뿐만 아니라 Cisco, Technicolour, Humax, LG 등 해외기업들도 관심을 가지거나 참여

□ 기 타

- o Red button 서비스는 현재 사용하는 데 너무 느리며, 콘텐츠 부족 등 기술적 한계가 많음
- o BBC R&D가 3D 관련 연구를 수년째 진행중이나 아직 구체적인 방송 계획은 없음

영국 디지털전환 현장방문 결과(Bristol, Bath)

1. 개 요

- 일 시: '10. 3. 25(목) 10:00~17:00
- 장 소: Digital UK Media Centre, Bath 도서관 내
Advice Point, 로드쇼 등
- 참석자: (Digital UK), Bill Taylor, Peter Monteith
(DSHS) Caroline Byng
(Digital Outreach) Jude Palmer

2. 주요 내용

☐ 지역 디지털전환 홍보 및 취약계층 지원

- Digital UK 지역 미디어 센터에서는 디지털전환 관련 미디어 캠페인을 실시하고 Digital UK 지역 관리자가 BBC와 라디오 방송사에 출연하여 전환 관련 홍보 실시
- 전환지역에 임시로 설치·운영되며 Digital UK 직원은 평상시 재택근무를 하고 있음
- DSHS지역 담당자는 주로 재택근무를 하고 있으며 수시로 컨퍼런스 콜을 통해 업무를 추진하고, 한 달에 2~3회 본사 근무하며 Digital UK와 수시로 연락하며 유기적으로 협조

- o West TV 지역에서는 Freeview 뿐만 아니라 Freesat도 지원됨(다른 지역에 비해 Freesat 지원 비율이 21% 높음)

※ Freesat은 안테나 포함 설치시 시중에서도 150-200 파운드 수준

□ West TV 지역의 디지털 전환

- o 이미 96%가 디지털 전환이 이루어져 순조롭게 진행됨
- o Digital UK, DSHS, Digital Outreach, 방송사 등이 유기적인 협조 체제를 구축
- o (문제점) West TV 지역의 경우, 이미 전환을 종료한 인근 Wales 지역의 고출력 신호의 영향으로 자동으로 튜닝할 경우 Wales 지역의 웨일즈어가 수신
 - 이에 따라 일부지역에서 해당 지역 방송 시청을 위해 수동으로 튜닝 해야 하는 문제점 발생

□ 로드쇼

- o 전환일 당일과 다음날 밴이나 트래일러로 거리에 설치되어 상담 서비스 제공
 - West TV 지역에서 5회 개최
 - Bath에서는 Digital UK의 Anglia와 Central 지역 관리자 Peter Monteith가 지원 파견 근무
- ※ 상업 회사인 Head count에서 4명이 용역 파견 근무

□ Advice Point

- 전환일 당일과 다음날 설치되며 채널 재설정 방법 (retuning) 등에 대한 상담 및 자료 제공
 - 21개 Advice Point (혹은 디지털 클리닉) 운영
 - Bath의 자문센터는 1차 전환일인 3월 24일, 25일 양일간 120명 정도 디지털전환 상담 실시

<Bath의 로드쇼>



<Bath의 Advice Point>



□ Digital Outreach

- Digital UK와 Eaga plc(DSHS Ltd)와 계약을 체결하여 전환 지역 자선단체와 연계 활동
 - ※ Age Concern, Help the Aged, Community Service Volunteers, Collective Enterprises Ltd가 파트너십 형태로 설립
- Manchester에 본사를 두고 있으며 16명의 직원 근무

o 주요 업무

- 지역내 지원이 필요한 사람을 선별하고, 자원봉사자와 Charity 등 관련 단체를 통하여 지원업무 추진

※ 관련 단체에 대한 지원금 규모는 20파운드에서 3,000파운드까지 다양하며 평균 500 파운드 이하

<< 6개 주요 지원 대상 집단 >>

- ① 노인 (디지털전환 지원계획 지원 대상 외)
- ② 시각 장애인, 지체 장애인 등
- ③ 학습 장애가 있는 사람
- ④ 사회적으로 고립된 사람
- ⑤ 영어가 제2 외국어로 디지털전환의 영향을 이해하는 데 추가적인 지원이 필요한 사람

※ 10개 주요 언어를 선정하여 지원하고 있으며, 웨일즈 전환시 웨일즈어 리플렛 등 병행 제작

- ⑥ 정신 건강 문제가 있는 사람

영국 디지털방송관련(BBC) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : (1차) '10. 5. 5(수) 11:30 (2차)'10. 5. 26(수) 10:00
- 장 소 : BBC 회의실
- 참석자 : (BBC) Wilf White (Head of External Policy)
William Greswell(Controller of Strategy)

2. 주요 내용

☐ BBC 채널별 특징

- BBC 1(BBC의 국민 채널) : 주요 이벤트, 고품질 드라마, 사실 프로그램 등 방송
- BBC 2(두 번째 주류 프로그램) : 사실 프로그램, 코미디, 사회문제 등을 다룬 드라마 등 제공
- BBC 3(16-34세 시청자 대상) : 다큐, 드라마 등 멀티 장르 제공
- BBC 4 : 예술, 문화 등 고품격 프로그램 제공

☐ 주요 논의 내용

- 테입 없는 방송제작장비 등 디지털화가 100% 완료되지 않은 상태이며 BBC는 Freeview HD 전용 채널에서 오후 6시부터 밤 12시까지 방송 실시

- 당초 계획보다 시장상황이 급변하여 HD도입이 빨라졌으며 빨간 버튼 서비스 등 양방향서비스를 매주 1천2백만 시청자가 이용하고 있고 특히 월드컵 경기 등 스포츠 경기 중계시 유용하게 활용
- o BT Vision와 관련 방송사는 BT Vision의 시청자 규모가 작아서 별로 관심이 없어 BT Vision이 아직 성공적이지 못함
- 개인적으로 BSkyB의 번들링 전략 또한 아직 그렇게 성공적이지 못하다고 생각함
- o 뉴미디어 환경에서 공영방송사의 공공서비스 미디어 콘텐츠 사업자로의 역할 확대 논의가 학계를 중심으로 이루어짐
- Public Service Broadcasting을 시장실패에 대한 보완으로 Public Service Publisher(PSP)로 축소하여 보는 것은 위험하며, Ofcom은 PSB의 다양성을 제공하는 차원에서 PSP를 주장하고 있다고 판단

□ 채널 편성 관련

- o 어린이 채널은 영국 프로그램을 위주로 한 Cbeebies, CBBC 등과 디즈니 등 미국 수입 프로그램으로 구별되며, BBC에는 12~14세를 위한 전용 채널은 없음

※ Thompson 사장은 더 이상 디지털 방송 채널을 늘릴 계획은 없다고 발표

- 과도한 재방송 프로그램도 문제지만 여전히 재방송에 대한 시청자의 수요는 있음

□ HD 서비스 관련

- 영국은 다채널과 HD를 모두 추구하고 있으며, Freeview의 경우 대역폭 한계로 HD 서비스 제공에 한계가 있음
- Doctor Who, 데이비드 아텐보로의 자연다큐멘터리 등 드라마, 자연사 프로그램, 스포츠 등의 장르에서 HD제작이 활발

□ 수신료 관련

- 10년마다 칙허장을 갱신하는 반면 수신료 협상 기간은 유동적으로 현재 수신료는 2007년 4월부터 2013년 3월말까지(6년간)징수되며,
 - 2013~2016년 수신료 결정을 위해 2010년부터 새로운 보수당-자유당 연립 정부와 협의 시작 예정

□ Freeview, Freesat 관련

- Freeview의 BSkyB 유료채널 런칭과 관련 시청자들이 더 많이 선택할 수 있다는 점에서 환영한다는 입장
- 경쟁사인 BSkyB가 주주로 참여하는 데 대해 이미

오랫동안 주주로 있었으며 불참여부는 Sky가 결정할 문제라는 입장

- o Freesat은 난시청지역의 TV수신 커버리지를 보완하는 등 보다 많은 채널제공으로 시청자의 선택 범위를 넓히고, 더 많은 HD 서비스 제공 가능
- Freeview 시청이 어려운 농촌, 고층빌딩 등 난시청 지역을 대상으로 하며, 아울러 BSkyB 가입탈퇴자 등을 대상으로 BSkyB의 대안 역할도 기대됨

□ BBC 커버리지 관련

- o 디지털전환 이후 현재 아날로그 커버리지는 98.5%를 목표로 함
- o 커버리지 측정은 ①기술적인 전파 측정과 ②BBC, BARB 등의 시청자 조사 연구로 이루어짐

□ 스포츠 중계권

- o Listed Events에 있는 주요 스포츠 경기는 생중계 (GroupA) 또는 최소 하이라이트 (Group B)라도 지상파 TV에서 볼 수 있어야 함
- 유료 방송의 스포츠 독점 중계권이 확대되는 상황에서 주요 인기 스포츠 경기를 무료 지상파방송을 통해 국민 모두가 볼 수 있어야 함

□ 3DTV

- 최근 3DTV 도입을 관망하고 있으며 실험적으로 제작이 이루어지고 있음

영국 디지털방송관련(BBC지역사무소) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: (BBC Bristol) '10. 3. 25(목) 10:00~17:00
(BBC East Midlands) '10. 4. 9(금) 11:00
(BBC North Wes) '10. 5. 18(화) 12:00
- 장 소: BBC Bristol, BBC East Midlands,
BBC Manchester 회의실
- 참석자: (BBC Bristol) Lucio Mesquita
(BBC East Midlands) Stuart Thomas
(BBC North West) Aziz Rashid (Head)

2. 주요 내용

《 BBC Bristol 》

□ BBC Bristol 개요

- BBC의 주요 지역 제작 거점 방송사로 700여명이 근무중으로 BBC Bristol에서 BBC의 자연 다큐멘터리, 지역 프로그램 제작 등 활발한 제작활동이 이루어짐
- 자연다큐, 드라마, 스포츠 등에서 HD 프로그램 제작 비율이 높으며 3D 프로그램 제작도 실험적으로 이루어지고 있음

□ 디지털전환 관련 홍보

- Digital UK 담당 관리자가 라디오 프로그램에 직접 출연하여 전환 상담을 실시하는 등 지역방송을 통한 홍보 실시
- 전환 당일 보도시 아날로그 TV와 디지털 TV를 위해 2개의 버전으로 제공
 - ① (DTV) “이 방송을 보고 있으면 재튜닝하시오”
 - ② (아날로그 TV) “이 방송을 보고 있으면 내일 디지털 TV 수신기를 구매하세요”

《 BBC East Midlands 》

□ BBC East Midlands 개요

- BBC 라디오 Nottingham은 오전 5시부터 자정까지 방송
 - 오전 7~9시 뉴스 방송 및 오전 9시부터 음악 프로그램을 40% 이하로 제공하고 뉴스 및 연설 등 방송하여 음악 위주의 상업방송과 차별화
 - 지역 라디오는 레스터, 더비, 노팅햄으로 3개 지역으로 구분하여 운영
 - BBC 라디오 Derby는 오전 6시부터 오후 6시까지

Derby 지역 라디오, 오후 7시부터는 자정까지는 East Midlands 지역 라디오 방송

※ BBC Nottingham이 BBC East Midlands 지역의 허브 역할 수행

- o BBC East Midlands에서는 TV프로그램은 30분 분량의 매거진 프로그램, 30분 분량의 다큐멘터리 프로그램, 20분 분량의 정치 프로그램 등 뉴스 및 시사 프로그램 제작

※ BBC 서비스 라이선스는 BBC Trust가 발행

☞ Birmingham에서 지역 Trust 미팅이 1년에 4차례 개최됨

□ 최근의 BBC Trust의 PVT (공적가치테스트) 사례

- o 온라인상에서 공급되는 지역 뉴스 비디오가 지역 신문의 경쟁을 저해하는 것으로 판단하여 사업 준비를 중단시킴

□ 지역뉴스 공급

- o 지역방송의 연합체인 ITV의 인수합병 및 광역화 과정에서 지역 뉴스 공급 의무가 약화되고 있음
- 예를 들어, ITV East Midlands와 West Midlands가 통합되어 Birmingham에서 주로 제작하게 됨

- 현재 ITV는 London, Birmingham, Manchester를 중심으로 프로그램 제작이 진행됨
 - ※ ITV의 15개 방송 지역 면허가 12개로 줄어들
- ITV의 지역방송의 의무 약화됨에 따라 BBC의 지역방송 역할이 더욱 중요해짐
- BBC는 14개 잉글랜드 지역과 3개 민족 국가에서 서비스 제공
- o DEB (디지털경제법) 통과시 ITV의 지역뉴스 제공 하락에 따른 보완책인 지역 뉴스 컨서시엄 (Independently Financed News Consortium: IFNC) 구성은 제외

□ ITV와 BBC의 협조

- o 과거 BBC의 제작시설을 공유하는 논의가 있었으나 제대로 실행되지 않음
- o 외부에서 BBC로 들어와 승진하는 경우는 많지 않으며, 여전히 '우리/그들 (Us/Them)'의 문화가 있으며, 내부 승진 위주로 이루어지고 있음
 - ※ Stuart Thomas는 5년간 ITV 뉴스의 런던 관리자였으며 BBC East Midlands의 지역 총국장으로 이직

□ BskyB 관련

- Rupert Murdoch은 뛰어난 경영능력과 함께 자신의 사업적 이해관계에 따라 자신의 소유 신문사들을 통해 여론을 형성하는 등 영국 방송 산업에서 영향력이 큼
- Freeview와 비교하여 BskyB의 EPG가 사용하기 쉽고 PVR 녹화도 용이하고, Sky News는 전문채널로는 훌륭하지만 BBC의 전체뉴스와는 시청자 규모 등에서 경쟁 상대가 아님

□ 기타

- BBC의 iplayer는 컴퓨터뿐만 아니라 Playstation, Wi-Fi, 아이폰 등을 통해서도 시청 가능

《 BBC North West 》

□ BBC North West 개요

- BBC North West는 England의 BBC 12개 방송지역 중 하나로 맨체스터, 리버풀, 랭커셔, 컴버리아 등 7백만 지역시청자와 청취자를 대상으로 라디오, TV 방송
- <North West Today>, <North West Tonight>에서 각각 13:30, 18:30 뉴스, 스포츠, 날씨 관련 지역 뉴스 방송

- <Inside out>, <Politics show> 등 지역 프로그램 제작

※ BBC는 England (12개 지역), Wales, Scotland, Northern Ireland
로 방송지역 구분

o BBC Manchester에는 800명이 근무 중이며 이중 200명이
뉴스, 시사 프로그램 등 지역방송 제작

- BBC Religion & Ethics 및 Entertainment 부서 등에
600명 근무하며 BBC One, Two, 다채널 등의 종교
프로그램, <University Challenge>, <Mastermind>
등 전국 방송 프로그램 제작

- BBC Manchester는 MediaCityUK 이전시 HD 제작
시설 구축을 완료할 예정이며, BBC Manchester에서는
뉴스 등을 HD로 제작하나 채널부족 등의 이유로
SD로 변경하여 방송

※ BBC One의 프로그램들도 HD로 제작하여 SD로 방송

□ BBC North

o BBC 본부의 일부 부서·인력을 맨체스터 MediaCityUK로
이동하는 프로젝트를 담당하는 부서(BBC North는
MediaCityUK의 2만5천 직원중 10%인 2천5백명 수준)

- BBC London의 CBBC, CBeebies, BBC1의 어린이와

스포츠 부문, Future Media and Technology, BBC Radio Live 5와 BBC Manchester가 이동할 계획 (8억7천7백만 파운드 책정)

※ 2006년 칙허장 갱신 과정에서 2016년까지 BBC 예산의 50%를 지역방송에 할애기로 함

※ MediaCityUK에는 방송사, 제작사, 게임사, 인터넷 회사 등 다양한 창조산업 관련 회사들이 상주 예정

□ 디지털 전환 관련

o '09년 그라나다 지역 디지털 전환을 위해 BBC는 Digital UK 등과 협력

- Digital UK 지역 책임자 등과 인터뷰를 통해 지속적으로 시청자에게 디지털 전환시 준비사항 공지

- 로드쇼를 위한 홍보 버스 운영

o 그라나다 지역과 웨일즈 지역의 전송시설 간의 커버리지 중첩(overlap)으로 리튜닝(retuning) 문제 발생

※ 그라나다 지역의 일부 수신기들이 웨일즈 지역 BBC 수신

o 디지털 전환과 동시에 맨체스터 지역에 HD 방송이 개시되었음(soft launch)

□ 기타

- BBC는 뉴스와 어린이 등 콘텐츠 제작 및 HD, iPlayer, Project Canvas에 관심을 가지고 중점 추진

※ 3D는 2010년 월드컵 기간동안 실험 방송 외에 지상파 방송에 본격 도입에는 아직 불확실성이 높다고 판단

- Sky News는 24시간 뉴스 채널로 가장 먼저 설립되어 가장 높은 점유율을 보였으나, BBC News에 추월당함
- 지역 뉴스 부문에서 북아일랜드 지역을 제외하고 BBC가 ITV를 시청점유율 측면에서 추월함

영국 디지털방송관련(ITV) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : (ITV 본사) '10. 4. 15(목) 10:00, (ITV Central)
'10. 4. 27(화) 10:00
- 장 소: ITV 본사 회의실, ITV Central 회의실
- 참석자: (ITV) Magnus Brooke(Director of Policy and
Regulatory Affairs), Tom Price(Senior Strategy Manager) 등

2. 주요 내용

《 ITV 본사 》

□ ITV 개요

- 15개 지역 방송의 연합체로 출발하였으나 현재는
지역방송으로의 역할이 퇴색되고 있음
- 2000년대 초반의 규제 완화와 인수 합병을 통해
잉글랜드, 웨일즈 지역의 11개 지역방송 면허권 및
전국 아침방송 GMTV (오전 6시 - 9시25분)를 ITV plc가
소유하고 있음

※ STV가 스코틀랜드의 2개 면허를 소유, UTV가 북아일랜드,
채널 TV가 채널 섬의 면허 각각 소유

< 채널별 특성 >

채널	특 성
ITV2	청년층 대상 프로그램 제공
ITV3	중장년층 대상 프로그램 (클래식 ITV 프로그램) 제공
ITV4	오래된 ITV 프로그램, 미국 프로그램, 축구 경기 등 제공 (남성 위주 채널)
CITV	어린이 채널

※ 새로 개정된 디지털경제법에서 잉글랜드와 스코틀랜드 지역의 단일 사업자 인정

- ITV는 BBC, BSkyB, 채널4, Arqiva와 함께 공동 주주로 참여하며 Freeview 홍보에 자사 채널의 광고시간을 할애함

※ ITV는 BSkyB가 Freeview 발전을 저해한다고 주장

- ITV는 1.5개 멀티플렉스를 소유하고 있음

< ITV 소유 멀티플렉스 현황 >

멀티플렉스 명	새이름	소유주
Multiplex 2	D3&4	ITV plc와 채널4 공동소유
Multiplex A	SDN	ITV plc

- ITV player는 방송후 30일까지 시청 가능한 인터넷 다시보기(catch up) 서비스 제공
- 향후 2~3년내 완전 디지털화를 추진중으로 현재 일부는 여전히 아날로그 테이프를 사용하고 있음

- 높은 시청률을 자랑하는 ITV의 간판프로그램 <Coronation Street>, <Britain's got talent>, <X-factor>는 많은 광고 수익을 거둠

※ 유료방송은 소수의 시청자들을 대상으로 방송

- ITV는 BBC의 수신료를 일부 받을 경우 규제가 수반되기 때문에 부정적

- 공공서비스 방송 사업자(PSB)로서의 의무사항

- 지역 뉴스 및 시사프로그램, 자체제작 프로그램, 독립 제작사 프로그램, 영국 및 유럽 방송 프로그램 의무 편성 등

※ 2009년 Ofcom의 승인을 거쳐 지역 뉴스 방송 시간 및 뉴스팀 축소하여 연간 4천만 파운드 절감

- 주당 3-4시간 지역 방송 의무
- 잉글랜드 지역은 뉴스 외 지역 프로그램 제작 의무가 없어졌으나 웨일즈, 스코틀랜드, 북아일랜드는 여전히 지역 프로그램 제작 의무가 있음

- ITV2, ITV3, ITV4, CITV를 통해 시청자의 다양한 욕구를 충족시키며 ITV1의 감소하는 시청률 보전

※ 2014년 면허 갱신시 ITV 공공서비스 방송 사업의무 폐지 기대하면서 여전히 EPG 상에서 No. 3로 남고 싶어함

- ITV 지역방송사들의 지역뉴스 제작 시간 등이 축소됨에 따라 노동당에서 독립적으로 지역 뉴스 제공하는 뉴스 컨소시엄의 법제화를 시도하였으나 무산

※ 뉴스 컨소시엄(IFNC): Independently Funded News Consortia

※ 보수당의 반대로 디지털경제법안에서 제외

☞ 현재 ITN은 국내와 국제 뉴스를 제작하고 있으며, ITV 지역 방송사에서 지역뉴스를 제작하고 있음

□ Project Canvas

- 디지털 지상파방송과 IP 서비스의 결합서비스로 TV를 통해 BBC iPlayer나 인터넷 콘텐츠 등을 볼 수 있음
- 프랑스, 독일 등에서 도입하고 있는 HbbTV(Hybrid Broadcast and Broadband TV)와 유사
- ITV측은 Canvas의 공개 표준과 간단한 표준과 이용 편의성 등을 장점으로 내세우고 있으며, '09년 12월 BBC Trust의 조건부 승인을 받은 후에 Ofcom의 허가 절차가 진행중

※ DTG, BSkyB 등에서는 Canvas가 BBC 주도의 정치적 성격이 있으며, 정부 지원에 대한 유럽 규정을 어기고 있고, 표준 공개가 제대로 이루어지지 않고 있다고 비판

□ ITV Digital 파산 요인

- 인기 콘텐츠 부족
- BSkyB가 ITV Digital에 앞서 디지털 위성방송 공급을 통한 시장 선점하는 등 경쟁사 BSkyB의 강한 견제
 - BSkyB의 무료 셋톱박스 공급에 따라 ITV Digital도 무료 셋톱박스 공급
 - ITV Digital의 4~5배에 달하는 유료 시청자 규모
- 64QAM 변조 방식의 커버리지 미달 등 기술적 결함

□ 스포츠 중계권 관련

- 주요 경기 관련 BBC와 중계권 획득 경쟁을 하지만 '10년 월드컵은 ITV와 BBC가 반반씩 중계하기로 함
 - ※ 지난 Olympic 경기는 BBC가 단독 중계했고 UEFA 챔피언스 리그는 ITV가 영국 지상파 중계권을 가짐
- Listed Event에 오른 스포츠 경기들은 방송사들에게 인기 있는 콘텐츠로 1990년대 스포츠 중계권 시장에서 중계권료가 인상되고 방송사간 경쟁이 치열해짐

《 ITV Central(ITV 지역방송국) 》

□ ITV Central 개요

- o ITV Central은 East Midland 및 West Midland 지역 뉴스 및 Nationwide 등의 지역 프로그램 제작
- 오후 6시 및 10:30 뉴스의 지역뉴스 시간에 East Midland와 West Midland 뉴스 분리 전송

영국 디지털방송관련(CH4) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 5(수) 14:00
- 장 소 : CH4 회의실
- 참석자: (CH4) Daniel Dyball(Policy Manager)

2. 주요 내용

□ 개요

- 1982년 영국내 4번째 아날로그 텔레비전 채널로 설립(약 700명 근무)되었으며 자체제작 없이 출판사형 방송사로 독립제작사들에게 제작을 위임

※ BBC가 영국 사회의 주류를 위한 방송을 하는 반면, 채널4는 소수 인종을 위한 방송, 국제 뉴스 등을 특징으로 함

- 정부 소유지만 광고를 주재원으로 운영하는 공영방송으로 광고수입을 방송 콘텐츠 제작에 재투자

※ S4C는 DCMS로부터 9천만파운드를 지원 받으며, 채널4도 주파수사용료를 부담하지 않음

- Ofcom이 문화부 장관의 승인을 얻어 비상임 이사 임명

□ 독립제작사 저작권

- 2003년 커뮤니케이션 법은 Ofcom이 시행규칙 (Code of Conduct)을 만들어 독립제작사의 저작권 보호 강화토록 함
- 독립제작사 협회 PACT 등이 주도적으로 거래 조건 (terms of trade)을 만듦
- TV방송과 VOD에 대한 1차 저작권을 방송사에 주고 DVD 및 해외시장 판매를 위한 2차 저작권을 독립제작사가 보유토록 함

□ Freesat

- 채널4, E4, More 4, Film 4, 4Music 등 SD급 채널은 Freesat에서 시청 가능하나,
- HD 채널은 향후 Freesat의 추가적인 채널 용량이 늘어나고 시청자 규모가 확대되면 경제적 측면을 고려하여 런칭 검토

□ 3DTV

- 2009년 11월 6일 3D Week 기간 동안 채널4에서 <Queen> 등 3D 프로그램 방송
- 슈퍼마켓 Sainsbury에서 3D 안경 무료 배포
- 최근의 3DTV와 다른 초보적인 기술방식으로 3D에 대한 관심을 불러옴

영국 디지털방송관련(FIVE) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 22(목) 16:00
- 장 소: Five 회의실
- 참석자 : (Five) Martin Stott (Head of Regulatory Affairs)

2. 주요 내용

☐ Five 개요

- Five는 범유럽 미디어그룹인 RTL 소유로 1997년부터 방송을 시작하였고 70~80%정도의 아날로그 지상파 커버리지로 불리한 상황에서 출발

※ 독일계 미디어 복합기업 Bertelsmann의 TV 부문인 RTL은 유럽 전역에 방송사를 소유하고 있으며, 메이저 제작사 FremantleMedia 소유

- Five는 자체제작 없이 출판사형 방송사로 운영되고 있으며, 주로 미국 프로그램, 재방송을 하고 있음
- Five는 PSB 방송 면허와 함께 TLCS 면허를 가지고 있으며, 자매 채널인 Fiver, FiveUSA 등은 DTPS와 TLCS 면허를 가짐

o PSB로서의 의무사항

- 50% 이상 영국 제작 프로그램 방송 (주시청시간대 40%)
- 10% 런던 이외 제작 프로그램 방송
- 25% 독립제작사 프로그램 방송

□ Freeview 등

o Five는 디지털전환 완료시 96%의 커버리지 확보 예정

o Freeview에는 초기에 주주로 참여하고자 했으나 당시 채널 1개만 운영하고 있어서 기준 미달로 채널만 공급하고 있으며 Freeview 등장으로 가장 많은 혜택을 보고 있음

o Project Canvas를 무료채널의 차세대 플랫폼으로 인식하고 주주로 참여

※ Project Canvas는 Open 플랫폼으로 과거 BBC, ITV, 채널4등 시장 지배적인 주요 방송사가 참여했던 Project Kangaroo와는 다름

o Freesat에도 채널은 제공하지만 아직은 Freesat은 주요 플랫폼으로 보고 있지 않음

o 과거 TopupTV에 멀티플렉스의 Five 소유 채널 임대했으나 Fiver와 Five USA 채널 런칭을 위해 회수

- o Five HD는 200만 HD 시청자를 보유한 BSkyB 등에는 이미 런칭했으나, 지상파 HD 시청 규모가 충분히 커졌을 때 Freeview에 HD 채널 제공 예정
 - ※ 지상파 전송 비용을 고려한 경제적 접근

□ 주문형 비디오 (VoD) 관련 참고 사항

- o Push VoD는 인기 있는 프로그램을 PVR 등에 저장했다가 시청자 필요시 시청가능
 - ※ Sky Anytime, TopupTV 등이 채택
- o Real 또는 Full VoD는 VoD 라이브러리에서 시청자가 원하는 프로그램을 직접 선택하여 볼 수 있음
 - ※ iplayer, Demand Five 등을 통해 VoD 서비스 제공
- o Five는 BT vision 등의 플랫폼을 새로운 콘텐츠 유통 창구로 최대한 활용코자 함

□ 스포츠중계권

- o BSkyB는 잉글랜드 Premiere 리그와 챔피언스 리그 (BSkyB, ITV 공동 소유), FA 컵(BSkyB, ITV 공동 소유) 중계방송권 확보
- 반면에, Five는 BSkyB가 관심이 없는 UEFA 챔피언스 리그 중계권을 보유

□ 수신료 분배 문제

- 타 공영방송사에 수신료를 분배하는 문제는 경쟁의 차원을 복잡하게 만들며, 이에 따라 Five는 수신료를 받을 경우 부과되는 의무를 고려할 때 부정적 입장

※ BBC는 수신료를 받는 대신 매우 많은 규제를 받고 있음

영국 디지털방송관련(Topup TV) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 20(목) 16:00
- 장 소: TopupTV 회의실
- 참석자: (TopupTV) Roger Matthews(Sales and Business Development Director)

2. 주요 내용

□ Topup TV 서비스 개요

- 31명의 직원(콜센터 및 마케팅 외주)이 근무하며 주 수입원은 월 시청료임 (광고 수입은 없음)
- Freeview의 TopupTV Anytime 1,2,3 채널에 TV favorites, Picture box, ESPN 패키지 제공
- TopupTV 프로그램을 수신하기 위해서는 사용자인증 (Nagra TopupTV) 수신카드 필요
 - ※ BSkyB는 NDS 수신카드 사용
- 트래픽이 한산한 야간시간대에 사용자의 DTV 리코더 (DTR 혹은 PVR)에 새로운 프로그램과 영화를 다운로드 시켜 놓은(Push) 후에 사용자가 선택(Down load)하도록 함

- 주당 150~160 시간 인기 프로그램과 7편 영화를 일주일 동안 DTV 리코더를 통해 시청가능

※ BT Vision이나 Virgin Media는 catchupTV나 대규모 프로그램 library를 통한 VoD 서비스 제공

□ 주요 현황

- o 지상파 HD 방송 수신을 위한 TopupTV HD 셋톱박스 출시예정

※ 그동안 TopupTV DTV 리코더의 무료설치를 해주었지만 향후 지원 중단 예정

※ TV favorites 출시후 초기 5~6개월 영국 DTV 리코더 시장의 60% 시장점유율 보임

- o Arqiva, Five와 계약을 통해 관련 채널을 사용하고 있으며 Freeview에 carriage 비용은 추가로 부담하지 않음

※ 과거 BBC는 Freeview에 EPG상 유료방송 제공이 시청자에게 혼란 조장할 것이라고 주장하며 유료방송 TopupTV 도입에 반대

- o 디지털전환 지원계획을 통한 신청자들은 주로 기본적인 Freeview 셋톱박스 등을 선택하며 Topup TV 등 유료 TV방송을 선택하는 경우가 적음

o 작년에 Setanta 파산에 따라 프리미어축구 등 스포츠 콘텐츠를 ESPN에서 새로 공급받고 있음

※ 주파수 대역 한계로 BSkyB 같이 ESPN America, ESPN Classic 등 추가 채널 제공에 한계가 있음

영국방송관련(BSkyB) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 11(화) 10:00
- 장 소: BSkyB 회의실
- 참석자: (BSkyB) Brians Lenz (Director)

2. 주요 내용

☐ 3D 방송 관련

- 3D채널 1개(217번)를 시험방송중이며 2010년 가을 가정에서 3D 본방송 예정 (오전 10시부터 오후 8시까지 방송)
 - ※ BSkyB는 Sky HD+ 셋톱박스 등 기존 인프라를 활용하여 3D 방송 실시
- 펍(Pub)에서 프리미어 축구경기 생중계 방송 등을 통해 시청자들에게 3D 방송에 대한 홍보
 - ※ 1,000개 이상 펍에서 3D방송 중
- BSkyB는 side by side 방식으로 방송하고 있어 이론적으로는 화질이 떨어질 수 있으며 현재 3D 시청시 부작용에 대한 경고 방송은 하지 않고 있음

※ 삼성 등 가전사가 3D 전환시 경고문을 보여줌

- “Viewing 3D TV motion pictures for long periods may cause eye fatigue and/or dizziness”

- 무안경식 (Auto-stereoscopic) 상용화는 십년 후로 예상하며 현재 LG, 삼성, Sony, Panasonic이 영국에서 3DTV를 출시하였으나 BSkyB의 3D 월드컵 방송 계획은 없음

※ 삼성 40인치 3DTV는 1,799 파운드이며, 안경 등은 추가 구매 필요

※ BBC, ITV가 영국내 월드컵 방송 중계권을 가지고 있음

□ HD서비스

- BSkyB는 HD를 미래 콘텐츠의 실질적인 표준(de facto standard)으로 인식하고 있고 현재 40여개의 HD채널을 공급하고 있으며, 연말까지 50개 HD채널을 목표로 하고 있음

□ Freesat에 대한 입장

- 무료 콘텐츠 공급이라는 장점이 있으나 참여 방송사는 현재 광고를 통한 수익창출 모델에 어려움을 겪고 있음
- BSkyB는 Freesat과 유사한 콘텐츠를 제공하는 등 사실상 freesat from Sky에 큰 비중을 두지 않음

□ Project Canvas

- Freeview의 자연스러운 확장으로 볼 수 있으나, 공적 재원인 BBC의 수신료를 통해 시장의 투자를 위축시키고 있음

※ 예를 들면, BT는 세금을 통해 초기 인프라를 구축했지만, BSkyB는 초기 막대한 투자로 10여년 적자를 본 후 흑자로 돌아섬

□ 채널 편성 전략

- 매 5년마다 사회 변동에 따른 인구구성비 등을 조사하여 채널을 구성하며 비 앵글로 색슨 문화에도 관심을 가지고 폴란드어 채널 신설 등 신규 프로그램 제공
- BSkyB는 이전보다 콘텐츠 투자 규모가 감소했지만 Film 4등과 독립영화에 투자하고 3D 콘텐츠에도 투자하고 있으며, 스포츠 중계 등은 직접 제작

□ 기 타

- 지상파는 디지털 다채널 방송으로 시청자가 세분화됨에 따라 경영상 어려움이 가중되고 있음
- BSkyB는 Sky 스포츠채널을 경쟁사에 할인하여 공급하라는 최근 Ofcom의 결정에 법적대응 준비중

영국방송업계(Virgin Media) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 21(수) 12:00
- 장 소: Virgin Media 회의실
- 참석자: (Virgin Media) Rorjerson Matt

2. 주요 내용

□ Virgin Media 개요

- 영국의 케이블 유료방송 사업자로 인터넷, 전화, 무선전화 등 Quadruple 서비스 제공
 - '09.12월까지 Virgin Media의 전체 케이블 유료 방송 시청자는 3,743,200 명이며 이중 3,655,200 명이 디지털 케이블 가입자
 - ※ 2010년 4월까지 케이블 네트워크의 완전 디지털화 추진
 - 전체 TV, 전화, 인터넷 가입자는 4,772,800명으로 연간 ARPU가 538 파운드 수준(BSkyB의 연간 ARPU는 492 파운드임)
 - Virgin Media는 백본구간에 광인터넷을 제공하고 Cabinet과 Home간 거리가 짧아 전송 효율이 높음
 - ※ 반면에, BT는 Cabinet과 소비자 사이의 거리가 길어 전송 효율이 낮음

□ 지상파 의무 재전송 (Must-carry)

- Virgin Media는 BBC, ITV, 채널4, Five 등 지상파 공공서비스 방송 의무재전송을 하며 해당 채널을 EPG상 상위번호에 배정

※ 상업방송은 EPG 탑재 비용 지불

□ BBC에 대한 입장

- BBC Trust와 BBC간의 경계가 모호하며 규제기관이 기라기 보다는 '치어 리더'(cheerleader)에 가깝다고 묘사
 - BBC가 콘텐츠 제작·배급 뿐만 아니라 R&D, 플랫폼 사업까지 너무나 많은 것에 관여 한다고 불만 제기
- Project Canvas 등으로 BBC가 플랫폼 사업에 참여함에 따라 공적 자금을 통한 시장 경쟁 저해 우려

※ Virgin Media는 Project Canvas 보다는 Tivo (PVR)에 관심이 있음

□ BSkyB에 대한 입장

- BSkyB가 채널 공급가를 올리고 Virgin 채널 편성권에 간섭함에 따라 BSkyB의 채널 공급을 중단한 바 있음
- BSkyB의 채널 번들링은 스포츠 시청을 원하는 소비자들이 기본 채널과 영화, 스포츠를 함께 구매해야 하는 반면에 Virgin은 기본 채널과 스포츠 패키지만 별도로 구매 가능

- BSkyB의 3DTV 도입을 새로운 혁신으로 평가하며, Virgin은 3DTV 포맷이 향후 어떻게 결정될 지 관망하고 있음

☐ Freeview에 대한 입장

- 유료방송 시청가구에서도 침실 등 secondary TV는 Freeview를 시청하는 경우가 많음
- Freeview에 유료 Virgin 채널을 추가하는 것은 우선순위가 아니라는 입장

영국방송관련(BT Vision) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 12(수) 11:00
- 장 소: BT Vision 회의실
- 참석자: (BT Vision) Richard Young

2. 주요 내용

□ 서비스 개요

- BT Vision은 BSkybB 등 고가 유료 방송과 무료 지상파 사이에 있는 저가 유료방송 시청자 층이 주공략 대상임
- Vision Box를 통해 지상파 Freeview 시청 및 80시간 가량 녹화할 수 있는 160 GB PVR과 약 6천5백 시간의 주문형 비디오 제공

※ 영국은 광대역 인터넷의 전송속도가 낮아 방송(Freeview)은 지상파를 통해 제공하고, 주문형 비디오는 광대역 인터넷을 통해 제공하는 틈새전략 구사

※ 광대역망(fibre optic)은 정부 보조금 없이 민간투자로 현재 보급률이 저조

□ Must Offer 관련

- 최근 Sky Sport 채널 할인공급 관련 Ofcom의 결정 (Communication Act 2003의 Must Offer에 근거)에 따라 BT Vision도 Sky Sport 채널 제공 기대

※ 유료방송 시장에서 스포츠와 영화가 킬러 콘텐츠 역할

□ Project Canvas

- BT는 BBC, ITV, 채널 4, Five, Arqiva, Talktalk 등과 Project Canvas에 참여하고 있고, 캔버스를 Open Market에 비유할 수 있음

- 개방된 공통 기술표준이 특징이며 사용자는 BT의 인터넷 망을 통해 Canvas 접속 가능

※ Talktalk 등 타 경쟁사업자의 참여에 대해 개의치 않음

□ 공동규제 관련

- BT Vision 등 IPTV 콘텐츠는 현재 ATVOD(Association for Television On-Demand)에 의한 자율규제에 해당

※ 2003년 커뮤니케이션법에 따라 Ofcom이 VoD 내용규제를 ATVOD에 위임

영국 디지털방송관련(Arqiva) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 13(목) 12:00
- 장 소: Arqiva 회의실
- 참석자 : (Arqiva) Andrew Woodcock(Project Manager)

2. 주요 내용

□ 개 요

- Arqiva는 '97년 BBC 전송 부문이 분리 민영화(CTI : Castle Transmission International)되어 현재 전송망 제공사업(Winchester), 멀티플렉스 운영사업(Warwick) 등 2개 사업부문으로 운영
 - ※ 수직결합(Vertical Integration)의 폐해를 막기 위해 분리 운영토록 함
- Mux 운영사업자는 멀티플렉스 면허를 가지고 채널 공급 사업자들에게 TV 슬롯 제공
 - ※ Arqiva는 DUK, DTG, DMOL, Freeview 등에 참여하고 있으며, Content를 공급하는 Conduit 역할 수행
- 영국도 과거 BBC 등이 따로 전송시설 소유하고 개별 공간 (사이트)을 사용하였으나 이후 전송시설을 공유 하고 있음

□ Freeview

- 단순하여 사용하기 쉬우며, 높은 브랜드 이미지를 구축하였으며 BSkyB의 유료방송 경험을 통해 축적된 Marketing 지식이 활용됨

□ 디지털 전환 관련

- 디지털 전환시 64QAM 사용하여 power, coverage, capacity가 증가하게 되며, PSB Mux(98.5%)와 상업 Mux(90%)간 다른 수신율을 목표로 함

※ PSB Mux가 98.5% 보편적 커버리지를 달성하기 위해 1,154개의 전송시설 (주전송기와 보조중계기(relay)로 구성)전체를 전환하는 반면, 상업 Mux를 위해서는 80개 전송기(주전송기 위주)전환

- Granada, West 지역 등 아날로그 종료후에 시청자가 직접 기존의 채널을 재설정(Re-tuning)해야 하는 문제가 발생되어 작년 9월 전국적인 주요 리튜닝 홍보사업을 실시한 바 있음

- 그라나다 등 이미 디지털 전환이 완료된 지역중심으로 DVB-T2, MPEG4를 통해 HD도입 추진중(1개 MUX할당)

※ 런던지역의 경우 디지털전환 이전에 HD도입 추진 예정이며, DVB-T2는 DVB-T에 비해 capacity를 30%~60% 정도 높임

※ HD도 디지털 전환이후 98.5% 커버리지 목표

- 모든 방송을 HDTV로 변경할 것인지 여부는 시청자와 방송사의 선택이 중요

☐ Seesaw

- BBC의 Project Kangaroo를 Arqiva가 인수하여 IPTV 사업 개시 준비중
- 기타 멀티플렉스 운영사업자 관련 의무사항은 슬롯의 90%가 TV와 TV관련 서비스에 의무적으로 할당하고 10%를 라디오 슬롯에 할당해야 함

영국 디지털방송관련 전문가(Peter Golding) 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 3. 16(화) 12: 30~14:00
- 장 소: Burleigh Court, Loughborough University
- 참석자: (러프버러대학교) Prof. Peter Golding 교수

2. 주요 내용

☐ 뉴미디어 도입 관련

- 기술 도입시 정치적·경제적·사회적 요인의 중요성 지적
 - 수요자보다 공급자 위주의 신규 미디어 도입 추진
 - 산업적 이해에 따른 새로운 미디어 도입
 - 디지털 방송기술 도입에도 불구하고 콘텐츠 개발은 저조
- VoD(주문형비디오) : 스포츠를 제외한 영화, 드라마 등 장르에서 효과적

☐ BBC 관련

- BBC에 대한 신문 등 경쟁매체 경쟁 등의 지속적인 공격에도 불구하고 국민의 지지를 받고 있음

- 단위시간당 비용측면에서 BSkyB 등 유료방송보다 저렴
- BBC 수신료를 타 방송사와 나누는 문제(top-slicing)에 대하여 반대여론 다수

○ BBC의 딜레마

- 인기가 있으면 상업적이라는 비난을 받고, 시청률이 떨어지면 수신료 징수의 근거를 잃게 되는 양면적인 성격을 지님

□ 유료방송시장 관련

○ 위성방송(BSkyB)

- 영국 유료방송시장에서 독점적 사업자
- 제임스 머독이 2009년 맥타크 연설에서 규제의 불필요성 및 시장 위주의 정책 주장
- 루퍼트 머독의 사업상 이해관계에 따른 지지 정당 바꾸기 지적

※ 과거 노동당 지지에서 최근 보수당 지지로 선회

○ 케이블 TV(버진미디어)

- 영국은 기술적으로 난시청 지역이 적기 때문에 케이블 TV 보급이 저조하나, 유·무선전화, 인터넷 등과의 번들링을 통해 높은 ARPU를 보임

- 다채널 환경에서도 대부분 시청자는 주로 4~5개 채널을 시청

- o 산탄다(Santanta)

- 아일랜드계 방송사로 BSkyB와 프리미어 축구 중계권 분할 확보 등 성과를 올렸으나 중계권료 미납 등으로 '09년 파산

- o TopUp TV

- 유료 지상파사업자로 공급하는 프로그램도 적고 효율적이지 못함

영국 디지털방송관련 전문가(Jeanette Steemers) 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 16(금) 16:30
- 장 소: 러프버러 대학교 사무실
- 참석자: (Westminster 대학교) Jeanette Steemers 교수

2. 주요 내용

☐ 영국 디지털전환 성공 요인

- Freeview는 저가의 셋톱박스 구입으로 주요 40여 TV채널 공급

※ 유료방송을 시청하는 경우에도 Second TV용으로 Freeview 셋톱박스 구입

- 위성, 케이블 등 디지털 유료 방송이 디지털방송을 조기에 실시하여 초기 가입자 확보에 기여
- TV, 인터넷, 전화 등의 결합 상품을 통한 디지털방송 시청자 확대

☐ 디지털전환시 BBC의 역할

- BBC는 디지털전환 지원정책을 주도하며 BBC3, BBC4, CBeebies, CBBC 등의 양질의 디지털 방송 채널을 공급하여 지상파 디지털 방송 활성화에 기여하고 있으며,

- 빨간 버튼을 통한 양방향 부가서비스, 디지털 라디오 채널 보급 확대 추진중

□ 디지털 방송 시대 BBC의 역할

- 디지털방송 시대에도 BBC가 공영방송으로서 주도적인 역할을 하기를 기대함
 - ※ BBC는 영국에서 BSkyB의 시장지배력 확산을 견제할 수 있는 공영방송사임
- BBC는 시장에서 제공하기 힘든 좋은 언론, 다양한 장르에서 창조적이고 영국적인 프로그램을 제공해야 함
- 또한 공공서비스미디어로 인터넷, iplayer 등 다양한 미디어에 투자 필요

□ 기타

- 뉴스나 어린이 프로그램과 달리 스포츠는 좀 더 시장 친화적인 장르로 유료 방송을 통한 시청이 정당화 될 수 있음
 - BSkyB는 잉글랜드 프리미어 리그 중계권의 고가 구매를 통해 프로축구 발전에 기여한 측면이 있음
 - ※ BBC와 ITV가 이전에 축구 생중계를 많이 하지 않았음
- 월드컵, 올림픽 등의 주요 경기는 96년 방송법에 의해 커버리지 95%가 넘는 지상파 방송사에서 방송토록하고 있음

- o 2003년 커뮤니케이션법이 통과된 후 어린이 프로그램에 대한 쿼터가 사라져 ITV1의 어린이 프로그램의 경우 방송시간이 지속적으로 감소하고 있음

※ BBC 수신료를 통해 어린이 프로그램에 대한 보조를 하더라도 ITV는 어린이 프로그램을 편성하기보다 인기 장르의 프로그램을 편성할 것으로 보임

- o 레드버튼을 통한 양방향 정보 서비스는 인터넷에 비해 느리고 유용한 정보가 많지 않음

※ 텔레텍스트는 노인들이 주로 이용하고 있음

- o 영국은 <Who wants to be a millionaire?>, <X factor>, <Pop Idol> 등 퀴즈쇼, 연예 오락프로그램이나 리얼리티 프로그램 포맷은 수출하고 있으나 세금 우대, 정부 보조금 등 정부의 지원 정책 부족

- o HD서비스 보다는 좋은 콘텐츠가 디지털 전환에 중요한 동인임

영국 디지털방송관련 전문가(Michael Starks) 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 26(화) 15:00
- 장 소: Michael Starks 교수 자택
- 참석자: (Oxford 대학교) Michael Starks 연구위원

2. 주요 내용

□ 디지털지상파방송(DTT) 도입배경 등

- 지상파 디지털방송 초기 도입시 영국 방송시장 상황은 아날로그 5개 채널과 다채널의 유료 TV가 존재
- 디지털방송 도입 초기의 정책은 보수당이 담당했으며, 디지털 전환과 아날로그 종료 정책은 노동당이 맡음
- 디지털지상파방송 도입시 SD급 다채널 제공을 방송사업자가 원했으며
 - 초기에 ITV Digital을 통해 유료지상파 도입에 따라 유료 방송(케이블과 위성방송)과 직접 경쟁 시작
- ITV 디지털 파산원인
 - ① 불완전한 수신기술로 인한 나쁜 수신 환경

- ② Nationwide 축구경기에 과도한 투자
- ③ 디지털지상파방송 세계 최초 도입에 따른 타국의 선례가 없었음

□ 영국 디지털 전환

- o 1998년 BSkyB 디지털전환 완료 등으로 가정내 주요 TV 91.4% 디지털전환 달성
- o 디지털전환의 많은 부분이 Open market을 통한 저가의 Freeview 셋톱박스 공급 등으로 시장에서 전환이 자발적으로 이루어짐
- o 당초 2010년 디지털 전환 계획을 최종 2012년에 종료하기로 결정함
- o Freesat은 Freeview 커버리지가 도달하지 못 하는 지역을 대상으로 틈새 시장 서비스 제공

□ Project Canvas

- o Freeview의 차세대 버전으로 BBC의 iplayer 등을 TV를 통해 볼 수 있음
- 현재도 케이블 TV를 통해 iplayer를 볼 수 있으나 대부분은 컴퓨터를 통해 iplayer를 보고 있음

- 융합 환경에서 TV와 인터넷의 경계가 불분명해지고 있으며 이에 따라 전통적인 방송과 함께 iplayer 등의 인터넷 서비스로 보강 필요

※ BBC는 2000년 수신료 인상을 통해 온라인, 디지털 다채널 등에 투자할 자금 확보

□ 수신료 배분 문제 등

- 수신료는 물가인상률에 연계되어 정부가 결정하면 의회가 지원
 - 수신료를 통해 BBC와 수신료 납부자와의 관계가 형성되며 BBC는 수신료 납부자에게 돈의 가치 (value for money)를 해야 함
 - 수신료를 타방송사에 배분하면 BBC와 납부자와의 관계를 희석시킴
- ※ BBC가 광고 시장이나 유료방송에 참여할 우려가 있어 수신료 폐지를 타방송사는 원하지 않음

영국 디지털방송관련 전문가(Dr David Levy) 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 29(목) 10:00
- 장 소 : Oxford 대학교 로이터 저널리즘 연구소 회의실
- 참석자: (Oxford 대학교 로이터 저널리즘 연구소)
Dr David Levy(소장)

2. 주요 내용

☐ 수신료 관련

- '07년 수신료 협상시 수신료 인상은 물가 인상률을 제대로 반영하지 못했다고 판단되며,
 - 디지털전환 취약계층 지원과 디지털전환 홍보비용은 수신료 총액에서 따로 지정됨(Ring-fenced)
- ※ BBC는 수신료 인상률에 실망했으나 실제로 경기침체 전까지 수신료 인상률이 물가인상률을 상회했음
- BBC의 신규 디지털 채널 등 도입 자금은 2000년 수신료 인상을 통해 이루어짐
- 영국민의 80%가 수신료 납부에 찬성하고 있음

□ 수신료 타방송사 배분 문제

- 노동당 정부는 방송과 관련 BBC 외 다른 공공서비스나 방송사에 수신료 재원 분배 가능성 시사
 - 디지털전환 취약계층 지원비용 미사용분에 대해 노동당은 IFNC(Independently Funded News Consortia) 지원에 보수당은 2Mbps 광대역망 지원에 사용 검토
 - ※ 어린이 프로그램에 대한 지원도 검토
- 수신료를 하나의 방송사에 제공함으로써 책임(accountability) 소재를 단순화 할 수 있는 장점이 있고 타 방송사에 분배할 경우 새로운 사회적 책임과 관련된 협정이 필요
 - ※ 영국의 예술위원회 (Art council)은 다양한 기관에 돈을 분배하면서 돈과 관련된 책임 소재가 불분명해짐
- 예를 들면, 채널4가 수신료를 분배받을 경우 새로운 사회적 책임과 함께 구조 개편 필요

□ 수신료의 가치 (value for money) 평가

- BBC 수신료의 효율적인 사용여부를 평가하기 위해 BBC Trust가 NAO(감사원)에 의뢰하여 BBC의 재무·회계 감사를 실시하고,
 - BBC Trust는 수신료와 관련한 시청자의 의견조사를 실시

※ 대비드 아텐보로의 자연다큐멘터리 등은 3년여 장기간에 걸쳐 제작하는데 재무분야 시각에서는 효율성 측면에서 이해하기 힘들

□ 수신료 납부 회피 등

- 프랑스식의 주민세와 수신료 통합 사례처럼 수신료 징수 시스템 개선을 통해 수신료 징수 비용을 줄일 필요가 있음

※ 현재 수신료 납부 회피율은 5% (BBC '09년 연차보고서: 8.7%)대까지 떨어짐

- TV수신료의 역진세적 문제와 관련하여 저소득층은 사회보장제도를 통해 수신료 납부 부분을 보전해주는 것이 바람직함

□ Freeview

- On Digital (ITV Digital) 파산이후 2002년 설립, 현재 1,860만 (메인TV : 1,010만) 시청가구가 Freeview를 보고 있으며 향후도 인기가 있을 것임 (Ofcom, 2009 Q4)
- Freeview는 무료 지상파방송을 목표로 도입했으나 초기단계부터 TopupTV를 통해 유료방송도 병행 제공

- Freeview는 40여개의 채널을 통해 시청자들의 선택권을 넓혔으며 정부는 Freeview를 통해 보편적인 공공서비스 제공이 가능하게 됨

- o Freeview에서의 HD서비스로 유료를 원치 않는 HD 시청자 확보가 가능한 장점이 있음

※ BBC는 이전부터 HD 프로그램 서비스를 BSkyB 등에 제공했음

☐ Freesat

- o 지상파 난시청 지역의 수신환경 개선 차원에서 도입된 무료 위성방송 서비스로 지상파에 비해 저렴한 비용으로 Freesat을 통해 HD 서비스 제공을 확대

☐ Project Canvas

- o BBC는 융합 환경에서 인터넷 중심의 현 VOD를 TV(모니터) 중심으로 유도하기 위해 Canvas 도입 촉진

☐ 프랑스 디지털전환 사례와 차이점

- o 프랑스는 디지털방송을 2005년에 도입하여 2011년에 전환 완료 목표

※ 영국은 1995년경부터 논의시작해서 98년 도입했으나 2012년에 전환 완료 목표

- 영국 디지털 전환이 매우 조직적으로 이루어지는 데 반해 프랑스는 지원액도 적고 소규모로 이루어짐

□ 지역 방송

- ITV는 지역방송의무가 줄어들고 있으며, 스코틀랜드, 북아일랜드 등에서만 지역 프로그램 제작하고 대신 BBC가 지역방송에 투자를 늘리고 있음
- 노동당은 IFNC(Independently Financed News Consortium)을 지지하고 보수당은 민영 지역TV 선호

□ 디지털 전환에서의 EU의 역할

- EU가 2012년까지 전환 완료를 권고하였으나 영국은 이미 그전에 결정하였으며, 디지털 전환은 EU보다 국내 차원에서 진행됨

영국 디지털방송관련 전문가(Graham Murdock) 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 6(목) 17:00
- 장 소: Loughborough University 사회과학부 회의실
- 참석자 : (Loughborough 대학교) Graham Murdock 교수

2. 주요 내용

□ 영국의 정치·경제 관련 동향

- 보수당 정권은 기존 당원들이 더욱 우익 성향의 새로운 당원들로 대체되었으며, Ofcom 폐지 등 규제 완화 정책 시사
- 영국은 전통적인 2차 산업들이 약화되고 최근 금융 산업이 어려움을 겪으면서 방송등 창조산업 육성에 더욱 관심을 가지게 됨

□ 방송의 기본적인 역할

<영국 방송 역사의 3가지 은유(metaphor)>

① 국가 프로젝트

- 일차 세계 대전 이후 정치적, 사회적 불안정한 상황에서 BBC가 영국민을 하나로 묶는 역할을 수행

- BBC가 영국 문화의 수호자 자처

※ 보수당도 국가와 애국심에 대해 강조

② 시장의 은유

- 케이블, 위성 방송의 다채널 유료 방송의 등장
- BBC를 시장에서의 브랜드로 인식
- 공영방송을 시장에서 반경쟁적이며 부정적으로 인식

③ 네트워크의 은유

- 방송, 통신, 컴퓨터의 융합
 - 디지털 전환은 모든 커뮤니케이션 매체의 디지털화와 연결됨
- o 공공 방송 서비스는 시장에서 거래되는 상품이나 의료, 교육과 같은 공공재적 속성을 가지고 있음
 - o 채널4는 광고를 주재원으로 하는 공영방송으로 설립시 패미니즘이나 게이 운동 등의 영향을 받았으나 현재는 주류 미디어와의 차별성을 상실함

□ Freeview

- Freeview라는 인기 있는 저가의 무료 지상파 디지털 방송을 통해 디지털화를 쉽게 설득할 수 있게 되었으며, 다채널 방송 서비스는 디지털 전환의 주요 장점이라 할 수 있음

□ 수신료

- 초기 라디오 청취자에게도 수신료를 징수했으며, 영국민의 17%가 면제 대상이고,
 - 공영방송사는 수신료에 대한 책임을 다하고, 수신료를 인플레이션율과 연계시켜 자동적으로 올리는 것이 바람직함
- 수신료의 주요 특징과 관련 의견
 - ① 목적세 (hypothecated tax)
 - 호주에서는 일반 세금으로 공영방송 재원을 충당하고 있으나 이는 장관들간의 재정 문제의 대립과 수상의 정치적 개입 가능
 - ② 역진세 (regressive tax)
 - 개인 소득과 연계시키는 누진세 형태를 도입할 경우 징수의 어려움이 예상됨

□ BBC의 멀티 플랫폼 전략에 대한 평가

- BBC는 인터넷 등 다양한 뉴미디어 서비스를 제공을 통하여 젊은층, 소수 계층 등 기존의 TV 시청자를 넘어선 다양한 시청자들에게 도달할 수 있음
- BBC 웹사이트 등이 너무 인기가 있어 상업 사이트들의 수익을 감소시키는 부작용 발생

□ BBC의 어린이 채널

- CBBC, CBeebies 등의 BBC 어린이채널은 성공적이며, 광고가 없는 것이 주요 장점

※ 광고는 8세 이하 어린이에게 나쁜 영향을 줄 수 있음

□ BBC Trust

- 수신료 납부자를 대표하여 BBC의 활동 감독과 BBC의 지원자라는 모순적 역할 수행하는데, 향후 BBC 개혁시 여전히 BBC의 정치적 독립성을 보호하는 장치가 필요

□ 지역방송에 대한 입장

- 지역(region)이란 모호한 개념으로 예를 들어, 미들랜드(Midland)라고 하면, Oxford에서 영국 동쪽 지역까지 넓은 지역으로 지역적 정체성이 약하며,

- 정치적 의견 반영이 중요한 council 등을 기준으로 한 로컬(local) 개념이 더 적합함
- o 보수당의 로컬 TV에 대한 입장과 관련하여 재원보다는 실제로 로컬 소식을 전달하는 것이 중요하다고 판단

□ 유료방송에 대한 입장

- o Sky는 룩셈부르크에 기반한 Astra 위성을 통해 방송을 시작한 이래 경쟁자인 영국의 BSB가 영국내 규제를 받은 것과 달리,
 - Sky는 규제 없이 유리한 입장이었으며, 초기에 많은 투자를 거쳐 1990년 Sky와 BSB가 합병하여 BSkyB 설립
- o BSkyB는 프리미어 축구리그 등에 대한 독점중계권을 소유하고 있으며, BSkyB는 경쟁을 이야기하지만 실제로 독점사업자로 경쟁을 왜곡시키고 있음
- o BSkyB나 Virgin Media는 번들링으로 저가 공급하는 것처럼 보이나 종국적으로는 소비자에게 부담이 전가됨

영국방송관련 시민단체(VLV) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 28(수) 17:00
- 장 소: 영국 지질학회 회의실
- 참석자: (VLV:Voice of the Listener and Viewer) Robert Clark
(Hon. Secretary)

2. 주요 내용

☐ VLV 개요

- VLV는 1,000명 정도의 유료회원이 있으며, 300명 정도는 적극적으로 활동하며 정부 정책에 대한 활발한 의견 개진
- 지역 사무소는 없으나 스코틀랜드, 웨일즈 등 지역 위원회가 있어 지역별 컨퍼런스 등 개최

※ VLV 회원들에는 전직 방송사 직원, 전직 공무원 등 경험이 많은 노년층이 많음

☐ 수신료에 대한 입장

- 수신료는 협상의 대상이 아니며, VLV는 타방송사와 BBC 수신료를 나누는 것에 반대

※ 수신료는 BSkyB 등 유료 방송의 시청료 (매년 평균 400 파운드)에 비해 저렴함

□ BBC Strategic review 의견수렴에 대한 VLV 입장

- VLV는 6Music과 Asian Network 일부 라디오 프로그램 폐지에 반대

※ 컨퍼런스 중 BBC 콘텐츠 품질 강화와 어린이 프로그램 투자 확대, BBC 임원 경비 과다 사용, BBC의 사회적 책임, 수신료 징수의 강제성 등에 대한 의견이 많음

< BBC의 Strategic review 현황 >

- '10.2월 BBC 경영진이 BBC활동에 대한 전략적 조사 후 BBC Trust에 제안서 제출
- '10.3-5월 BBC Trust 공공자문 실시
- 주요 내용
 - ① 콘텐츠 품질 우선
 - 저널리즘, 문화, 드라마, 코미디, 어린이 프로그램 등과 관련 5가지 핵심 편집 원칙 발표
 - ② 선택과 집중
 - 라디오 (아시아네트워크와 6Music) 폐지 및 2012년까지 온라인 사업 예산 25% 축소 등
 - ③ BBC 서비스에 대한 접근권 향상
 - ④ 수신료의 효율적 집행을 통한 비용 절감
 - ⑤ 민간 사업자 등을 고려한 BBC의 새로운 사업 경계설정

□ 디지털경제법 (Digital Economy Bill)에 대한 입장

- 디지털경제법은 충분한 논의 없이 바쁜 국회일정으로 너무 급하게 처리되었으며,

- 현재 많은 청취자들이 아날로그 라디오를 듣고 있는 상황에서 2015년 디지털 라디오 전환 결정은 문제가 있으며 노동당 집권시 IFTN 관련 법안은 다시 상정될 것으로 판단

□ 지역방송 활성화 관련

- ITV의 최근 지역방송 뉴스 축소 움직임과 관련 ITV의 대안이나 제3의 컨소시엄을 통한 지역 뉴스 공급이 필요함
- 다행히 BBC가 지역방송 프로그램 제작에 적극적임
 - BBC One, Two 등 뉴스는 다른 리포터가 보도하지만 같은 뉴스룸에서 나오기 때문에 BBC 전국뉴스 제공만으로는 불충분

□ 기 타

- 방송사 경영상태 관련 ITV는 과거처럼 광고 수익을 거두기는 힘들지만 생존할 것으로 보이며 채널 4는 좀 더 상황이 좋지 않음
 - ※ TV에 대한 세금을 통해 마련한 재원으로 지원하는 방안 검토 필요
- 영국 어린이 방송은 미국 외 다른 언어권의 어린이 프로그램도 적극 개방해야 함

※ 미국 애니메이션은 내용이 너무 단순하고 미국 문화를 반영하고 있음

- o 65세 이상 노인은 컴퓨터 이용이 저조하여 과거 teletext를 많이 이용했으며, 최근 프로젝트 캔버스 도입에 대해 기대하고 있고, TV의 red button service가 유용함
- o VLV는 Iplayer 도입시 PTV(공공가치조사)에서 7일 이상 BBC 프로그램 이용이 적합하다고 의견제시(최종 7일로 결정)
- o 고화질보다는 콘텐츠 내용이 중요하며 영국의 많은 사람들은 여전히 수십년된 아날로그 TV를 가지고 있음

영국 디지털방송관련 전문가(KBS 특파원) 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : (1차) '10. 3. 18(목), 12:30~14:00,
(2차) '10. 3. 31(수), 16:00~17:00
- 장 소: 런던 시내(식당)/ KBS 런던 지사 사무실
- 참석자: (KBS) 김태선 런던특파원

2. 주요 내용

☐ Freeview 관련

- Freeview TV채널수는 홈페이지상 50여개라고 광고하고 있으나, 시청자가 실질적으로 수신할 수 있는 기본 TV 채널수는 지역에 따라 다소 차이 있지만 약 20여개 내외
- 유료방송사(BT Vision, Topup)을 통하여 스포츠 등 선호 채널을 유료로 시청(통상 60~70여개 채널)

☐ 영국 방송시장 관련

- 영국의 경우 공영방송사인 BBC의 영향력이 크며, BBC는 Freeview 이후 Canvas프로젝트(차세대 IPTV)를 준비하는 등 새로운 서비스 개발 추진 중
- 위성방송사인 BskyB의 마케팅 전략도 주목할 필요가 있다는 의견 제시
- BBC는 '10. 3월 구조 조정안*(라디오방송국 2곳 폐국, 웹사이트 규모 축소 등)을 발표 등에 주목할 필요가 있음

영국 디지털방송관련(MBC특파원) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : '10. 4. 19(월), 15:00~16:00
- 장 소: MBC 런던 지사 사무실
- 참석자: (MBC) 정연국 런던특파원

2. 주요 내용

☐ 영국 방송시장 관련

- 영국은 인종, 장애인 등 각 계층 차별 없이 직원을 채용하고 있으며, 공영-민영방송사(BBC→ITV)간 인사교류가 비교적 원활한 것으로 보임
- 영국 기자의 경우 국내에 비해 특정분야에 오래 동안 근무하는 등 전문성을 강화하고 있음
- BBC의 콘텐츠중 '어린이뉴스 프로그램*'은 매우 신선하여 우리에게도 시사하는 바가 큼
 - * 어린이 관점에서 어린이가 직접 뉴스 취재, 보도하는 프로그램
- BBC는 최근 3년 동안 3회 정도의 구조 조정안(예산, 인원감축)을 제시한 바 있으며, 대부분 이행하는 것으로 보임

□ 스포츠 중계권 관련

- 영국의 경우 월드컵, 올림픽 등 주요경기 중계권은 공영방송사가우선권을 갖으며, BBC, ITV 등이 상황에 따라 경쟁 또는 협의하여 중계권을 확보하는 것으로 알고 있음

영국 디지털방송관련(한국콘텐츠진흥원) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : '10. 3. 31(수), 14:00~15:30
- 장 소: 한국콘텐츠진흥원 유럽사무소(런던 소재)
- 참석자: (진흥원) 오현전 소장

2. 주요 내용

☐ 개 요

- '09년 5월 한국문화콘텐츠진흥원, 한국게임산업진흥원 등을 통합·설립한 기관으로 수출기업 홍보마케팅, 전시회 참여기업 마케팅 (전시장부스) 지원 및 해외 시장동향 조사업무 수행

☐ 영국의 콘텐츠 시장 관련

- 영국의 경우 프로그램 포맷에서 경쟁력이 있고, 시대물, 다큐멘터리 분야는 비교적 우수
- 독립제작분야의 경우 단체(독립제작협회)를 통해 정부와 의견교류 활발

o BBC의 경우 'BBC Worldwide'를 통해 콘텐츠 보급

- KBS의 경우 콘텐츠 해외수출 시 유통·배급 문제,
저작권 문제*를 해결할 필요가 있다는 의견 제시

* 예시) 드라마에 포함된 배경음악(음원) 등에 대한 저작권 문제를
해결하지 못해 수출에 장애를 겪는 경우가 있음

영국 디지털방송관련(삼성전자) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 9(금), 17:00~18:30
- 장 소: 삼성전자 유럽법인 사무실
- 참석자: (삼성전자) 김용수 책임연구원, 허태영 차장

2. 주요 내용

□ 디지털TV시장 관련

- 삼성전자의 DTV시장 점유율은 전세계 20%, 영국 17%~18% 수준
- 영국시장의 경우 소형 가옥구조, 거실의 메인TV set 이외 침실, 공부방 등 2, 3차 TV 구매수요가 높은 점, 소비성향의 차이로 대형보다 소형 DTV의 구매비율이 높음
- 영국의 공급가는 국내와 동일하나, 자체 마진을 감소 등 유통가격을 낮게 유지하기 때문에 영국시장 DTV 가격이 국내시장에 비해 저렴
- 현재 삼성의 경우 저작권 문제로 외장형 PVR(personal video recorder)로만 생산하고 있음

□ Freeview 관련

- o Freeview BBC의 콘텐츠는 비교적 양호한 것으로 평가되며, 기본적인 정보(뉴스, 어린이, 드라마 등)습득에 불편이 없으나, 시청자의 기호에 따라 프리미어리그 축구 등 엔터테인먼트 추가 필요

□ 디지털 수신기기 검증 절차

- o Digital Tick logo : 표준제시(DTG) → 기술검증(제조사) → 검증결과보고서 제출(제조사) → 기술평가(DTG) → 인증 및 로고부여(정부, BIS)

- o Freeview logo : 표준제시(DTG) → 기술검증(DTG) → 인증 로고부여(Freeview)

※ 현재 Digital Tick logo는 제조사 자체검증도 가능하나, Freeview logo는 자체검증 불가능하므로 DTG와 제조사간 협의중

□ 3DTV 관련

- o 방송사는 Top-Bottom, Side by Side 모두 방송을 할 수 있고, 삼성의 3DTV 또한 어떠한 방식이 오더라도 100% 호환이 가능
- 다만 방송사가 Contents format이 Side by Side인지, Top-Bottom 인지 미리 신호로 알려줘야 TV가 자동으로 Mode 전환을 할 수 있음

- o BskyB의 프리미어 축구 3D 중계방송 기술력 평가
 - 축구의 방송방식 구조 상, 별도 편집없이 제한된 3D카메라로 무리없는 3D방송을 제작하기가 힘들기 때문에 전문가들 사이에는 절반의 성공이라는 의견이 강함
- o 소니의 남아공 월드컵을 3D 방송 중계는 가능하겠으나, 주로 Sony의 3D방송장비 홍보에 focus가 될 것으로 예상

영국 디지털방송관련(LG전자) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 4. 15(목), 15:00~16:30
- 장 소: LG전자 유럽법인 사무실
- 참석자: (LG전자) 이기동 LCD TV연구실 팀장,
박선복 선임연구원

2. 주요 내용

☐ 디지털 TV 시장 관련

- LG는 '09년 이후부터 MPEG4 표준으로 DTV를 생산 중임

☐ HD 서비스 관련

- 영국은 '09. 12. 2. 그라나다지역에서 HD서비스에 대한 실험 방송을 하였으며, '10.3.22.에서야 비로소 상업적인 런칭

※ BskyB는 현재 43개 HD채널 운영

- 영국은 기본적으로 디지털전환 완료이후('12.12월) 채널 재배치(MUX B를 HD채널로 변경)를 통해 HD서비스를 제공할 계획이며,

- 남아공 월드컵 이전('10.6월)까지 MUX를 업그레이드하여 HD 커버리지를 50% 수준으로 향상시킬 계획

□ 3D서비스 관련

- o 현재는 기술표준이 없는 상태이나 '10. 1월부터 DVB에서 표준화 진행중
- o 영국(BskyB)은 프리미어리그 중계를 3D 서비스로 제공하는 등 국내(국내 SkyLife : 3D 1개 채널 운영)에 비해 앞선 것으로 평가

□ Canvas 프로젝트 관련

- o Canvas*는 '08. 12월 BBC, ITV, BT, 채널4, FIVE, Talk Talk TV, Arqiva 등 다수 사업자 참여하여 추진 중이나 현재까지 큰 진전이 없음

* TV를 통해 BBC iPlayer, 인터넷서비스 제공이 가능한 지상파와 IP 서비스의 결합서비스

- o BBC Trust는 당초 '09.9월 동 서비스를 승인할 예정이었으나 부정적인 의견이 다수 제기되어 '09.12월 조건부 (스펙을 open)승인

☐ 전송방식 관련

- 영국의 지상파방송은 DVB-T, DVB-T2 케이블방송은 DVB-C, DVB-C2, 위성방송은 DVB-S, DVB-S2방식으로 전송

☐ 스포츠 중계권 관련

- 남아공 월드컵('10.6월) 스포츠 중계권은 BBC, ITV가 보유하고 있으며, 25게임 Recording 권한은 Sony가 보유

☐ 기 타(디지털 전환의 성공요인)

- 영국의 디지털 전환에 있어서 디지털방송 수신기기에 대한 체계적인 홍보, 철저한 기술검증, Freeview 브랜드화 등을 통한 프로모션 정책을 긍정적으로 평가

영국 디지털방송관련(휴맥스) 전문가 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시 : '10. 3. 26(금), 10:00~11:00
- 장 소: 휴맥스 런던법인 사무실
- 참석자: (휴맥스) 권태섭 법인장, 최명석 차장

2. 주요 내용

☐ 휴맥스 일반개요

- 디지털 위성, 케이블, 지상파 방송용 셋탑박스 개발·판매 제조업체로서 본사는 성남 분당, 공장은 경기 용인에 있으며, '97년 5월 영국 현지법인을* 설립하여 유럽에 물량 공급

* 영국 현지법인 조직구성

- 판매법인 : 영국(24명, 이태리, 러시아지점 포함), 독일(14명, 독일, 독일어권 포함)
- 생산법인 : 폴란드(150명, 유럽시장)

☐ 영국의 Freeview 셋탑박스 시장 관련

- 영국은 DMOL(멀티플렉스 관리), DTG(품질 인증), Arqiva(전송망사업자) 등 각 기관별 역할분담과 시장 환경이 잘 구현되어 있는 등 시장진입에 유리한 시장구조

- o 또한, 영국은 Open Market이라는 시장*의 특성, 저렴한 Freeview 셋탑박스 가격 등은 Freeview서비스와 디지털 전환정책의 주요한 성공요인으로 귀결
- o DTG, BBC, Digital UK, Freeview 등 4개 기관에서 디지털전환 관련 인증로고 부여
- o Freeview 셋탑박스 제조업체는 40~50여개이나 실질적인 주요업체는 3개 정도로 휴맥스는 영국 Freeview 셋탑박스 시장의 판매량 기준 45%, 생산량 기준 60~65%차지

□ PVR(personal video recorder) 관련

- o 현재 Freeview, Freesat의 모든 프로그램은 녹화 가능하나, SD는 녹화에 제한 없으나, HD, TOP UP TV는 제한 있으며, 저작권 문제로 인해 공유는 일부 제한(내 PC, 내 Mobile, 인증되는 Tool간 공유 가능)

< Freeview, Freesat 셋탑박스 시장현황 >

구 분		'09년			'10.1~2월		
		합계(A)	PVR재계 (B)	B/A (%)	합계(A)	PVR재계 (B)	B/A (%)
판매량 (단위: 천개)	Freeview	3,109 (90.9%)	546(82.9%)	17.6	529 (89.4%)	80(80.0%)	15.1
	Freesat	313(9.1%)	113(17.1%)	36.1	63(10.6%)	20(20.0%)	31.7
	소계	3,422(100%)	659(100%)	19.3	592(100%)	100 (100%)	16.9
판매액 (단위: 천파운드)	Freeview	130,087 (71.9%)	64,303 (67.4%)	49.4	21,306 (71.7%)	10,406 (66.7%)	48.8
	Freesat	50,870 (28.1%)	31,100 (32.6%)	61.1	8,426 (28.3%)	5,198 (33.3%)	61.7
	소계	180,957 (100%)	95,402 (100%)	52.7	29,732 (100%)	15,604 (100%)	52.5
평균 판매가격 (단위: 파운드)	Freeview	41.84	117.72	-	40.28	129.54	-
	Freesat	162.66	275.25	-	134.08	261.77	-
	소계	52.88	144.72	-	50.24	155.75	-

□ IPTV 관련

- 영국의 IPTV시장이 활발하지 않은 이유로는 '인프라 부족'에 기인하는 것으로 보임

□ 기 타

- 영국은 HD서비스를 위해 DVB-T에서 DVB-T2, MPEG4로 기술이 발전되고 있고, MPEG2, MPEG4간 변화의 성공요인은 화질보다는 콘텐츠가 관건일 것임

프랑스 디지털방송관련(MCC) 관계자 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 29(금) 14:00
- 장 소: MCC(문화부) 회의실
- 참석자: (MCC) Garbriel Tar, Rachid Hammouda

2. 주요 내용

☐ MCC(문화부) 개요

- DGMIC(미디어 및 문화산업국)에서 디지털 전환,
디지털방송 총괄업무 수행

※ 2010년 1월 총리실 산하 DDM (미디어 발전국)이 MCC의
DGMIC로 통합됨

☐ 디지털 전환 관련

- 2009년부터 2011년 11월 30일까지 지역별 전환 실시

※ 2012년 대통령 선거시에 쟁점이 되는 것을 피하기 위함

- 디지털 방송 전송 시설 1,600개로 마스트 100개가
85%의 커버리지, 릴레이 1,500 개가 10% 커버리지를
담당하며, 전국적으로 95% 커버리지가 목표임

※ 아날로그 방송 전송시설은 약 3,000개임

- 2008년 10월 유럽에서 처음으로 지상파 HD방송서비스를
시작하여 현재 5개 HD채널을 제공하고 있으며

2011년 디지털 전환이후 HD 채널을 2배로 확대할
계획임

- o '10. 5월 Orange(IPTV제공사업자)가 French Open tennis 토너먼트 경기를 3DTV로 생중계함

※ 2012년 런던 올림픽 3D 중계 예상

프랑스 디지털방송관련(FTN) 관계자 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 29(금) 16:00
- 장 소: FTN 회의실
- 참석자: (FTN) Olivier Gerolami(Director General)

2. 주요 내용

☐ FTN 개 요

- 정부(50%), 방송사(50%)가 공동으로 지분 투자한 디지털 전환 전담기구로 35명이 근무(2002~2013년 예산 : 1억 6천만 유로) 외부 업체에 용역을 주어 콜센터(25~200명)를 운영하고 있음

※ TF1 (10%), France Televisions (15%), Arte (5%), CANAL (10%), M6 (10%)

☐ 디지털전환 관련

- 2009년 11월부터 2011년 11월 30일까지 지역별 전환 실시
 - 대체적으로 북쪽 지역은 2010년, 남쪽 지역은 2011년, 파리지역은 2011년 3월 전환 예정으로 CSA의 계획에

따라 26개 지역을 월별 1~2개 지역 전환 계획

o 지상파방송사는 디지털 전환 최소 3개월 전까지 전송 시설 구축의무

o 디지털 전환시 주요 문제로 셋톱박스 재조정 (re-turning) 발생

※ TDF는 전송 기술 서비스 제공자로 디지털 전환과 관련 영향력이 없음

o 70세 이상 노인 및 장애인을 대상으로 우체국과 아르바이트 학생을 통하여 무료 설치 서비스 제공

< 디지털전환 지원계획 >

DTT 커버리지 지역 거주 수신료 면제자		DTT 커버리지 지역외 거주자
디지털 컨버터, TV 세트, 유료방송 가입 지원	안테나 필요시 지원	일반적으로 위성 TV 수신 장비 지원
최대 25 유로 지원	최대 120 유로 지원	최대 250 유로 지원

※ 영수증 사후 처리 방식으로 지원

o 영국의 Freeview와 달리 TNT 전담회사는 없어지고 현재 브랜드만 존재

※ 87%가 디지털전환 인지, 70%가 디지털 전환에 호의적 응답 ('09.12월)

프랑스 디지털방송관련(France Televisions) 관계자 인터뷰 결과

1. 개 요

- 일 시: '10. 5. 29(금) 11:30
- 장 소: France Televisions 회의실
- 참석자: (France Televisions) Jean-Loup Calazel

2. 주요 내용

□ 개 요

- France Televisions은 France2(종합채널), France3(지역 채널), France4 (15-34세 대상 디지털 채널), France5 (논픽션 채널), France O 채널(해외방송) 등을 운영하고 있으며, 11,000명이 근무, 예산은 30억 유로임

※ 프랑스의 지상파 아날로그 채널 : TF1, France2, 3, 5/Arte, M6, Canal Plus (유료 지상파)

※ 재원의 3분의 1을 광고 수입으로 조달

- 현재 FT 전체의 30~35%는 HD로 방송 중으로 2011년 디지털 전환까지 70~80% HD 프로그램 방송 목표

□ 수신료 관련

- 프랑스는 매년 물가인상률을 반영하여 수신료를 인상하고 있으며 2009년 공영방송 개혁을 위한 방송법에 따라 공영방송 채널은 오후 8시부터 오전 6시까지 광고 폐지

※ 2008년 : 116 유로, 2009년 : 118 유로, 2010년 : 121 유로

- 2011년 디지털전환 완료시 모든 공영방송의 방송광고 폐지가 예정되어 있으며,
 - 재원의 부족분을 충당하기 위해 민영방송사와 인터넷 서비스, 무선전화 사업자에게 수익에 대한 일정비율의 세금 부여

< 영국과 프랑스의 수신료 현황 >

구 분	영국	프랑스
수신료 결정기관	문화미디어스포츠부(DCMS)	의회
수신료 징수방법	TV Licencing 회사 징수	주민세와 통합 징수
법적근거	2003년 커뮤니케이션법, 2004년 커뮤니케이션 (TV 면허) 규제, 칙허장	2000년 8월 1일 법, 정부와 공영방송사간 계약, 2009년 공영방송 개혁 방송법
수신료 금액	145 파운드 (2010년)	121유로 (2010년)
기타 재원	BBC Worldwide 상업활동 수입, 정부 보조금 등	세금

□ TNT(지상파 디지털방송)

- 30유로 대의 저가 셋톱박스 공급을 통해 18개의 무료 채널 제공, 9개의 유료채널을 제공하고, 무료 채널은 MPEG2, 유료채널은 MPEG4을 사용(유료 TNT는 가입율이 높지 않음)

※ DTT 보급률 : 48%

□ TNT Sat

- CANAL Plus가 주도하는 무료 위성서비스로 TNT Sat을 통하여 난시청 해소 추진

방송통신위원회 지정 2010-07

영국의 디지털전환 정책 실태조사

발 행 일 2010년 8월 (비매품)

발 행 인 방송통신위원회 위원장

발 행 처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20 방송통신위원회

대표전화 : 02-750-1114

E-mail : webmaster@kcc.go.kr

Homepage : www.kcc.go.kr

인 쇄 처 경성문화사(02-786-2999)
