

+ 박성규 · SBS기술팀 부장

# 순간의 선택이 10년을 좌우한다

현재 방송과 통신의 경계가 무너지고 다양한 형태의 유료매체와 지상파가 경쟁하는 환경에서 지상파 방송의 기술 선택과 수신환경 구축 노력은 시청자의 선택에 중요한 요인으로 작용하여 향후 10년의 미래를 좌우할 것이다.



## 순간의 선택

1980년 컬러TV 방송이 시작되면서 가전사들의 컬러TV 판촉전이 치열했다. 이때 모 기업의 기발한 광고 카피가 지금도 생생히 기억난다. “순간의 선택이 10년을 좌우합니다”라는 문구이다. 이렇듯 기술의 신뢰를 암시하고 있는 광고를 제안한 사원은 단숨에 부장으로 승진했다는 소문이 있고, 그 회사의 컬러TV는 소비자의 인기를 독차지하며 정말 10년을 선두에 서서 시장을 점유했다. 당시의 광고를 기억하는 소비자들은 어떤 선택의 순간에서 이 광고를 떠올리지 않을 수 없을 것이다.

현재 방송과 통신의 경계가 무너지고 다양한 형태의 유료매체와 지상파가 경쟁하는 환경에서 지상파 방송의 기술 선택과 수신환경 구축 노력은 시청자의 선택에 중요한 요인으로 작용하여 향후 10년의 미래를 좌우할 것이다.

## 선택의 순간

지상파 방송은 1960년 흑백TV를 시작했고, 1980년 컬러TV 방송으로 전환했으며, 지금은 디지털TV 방송시대를 열어가고 있다. 아울러 케이블TV와 위성TV, IPTV 등 새로운 방송매체들과 경쟁의 시대를 동시에 맞고 있다. 지상파 방송의 프로그램은 어느 매체를 통하든 볼 수 있게 됨으로써 시청자는 매체를 선택해야 하는 고민에 빠져든다.

이미 시청자의 선택은 케이블TV(88.1%)의 압승이며, 그 외 위성TV(4.4%)와 IPTV(3.4%) 등이 한자리 수 시청자를 갖고 있다. 그리고, 지상파 방송의 직접수신자는 10.1%로 2008년 한국광고공사가 통계로 발표했다.

지금쯤 직접 수신자가 10% 미만으로 떨어지지나 않았는지 지상파의 위기는 계속 진행되고 있다. 시청자는 선택의 순간에 무엇을 가장 고민할까? 가장 큰 선택의 요인은 전화 한 통화로 셋톱박스까지 설치해 주는 유료매체의 손쉬운 수신환경 구축에 있을 것 같다.

### 선택을 위한 노력

지상파 방송사는 HD 방송을 비롯하여 콘텐츠 품질과 내용, 생산능력, 투자에 있어서 단연 으뜸이다. 그럼에도 불구하고 급속히 직접 수신자가 줄어들고 있는 것은 시청자 스스로 HDTV 수신환경 구축이 어렵고 실내수신이 잘 안되기 때문이다. 휴대폰이 필수이고, DMB 이동수신을 즐겨보는 시대에 지상파DTV 수신환경 기준 역시 실외수신에서 실내수신으로 기준이 바뀌어야 지상파의 미래가 있다고 본다.

아울러, 이제는 인력을 동원해서라도 꾸준히 아파트나 공동주택을 돌아다니며 공청시설에서 아날로그는 물론이고 DTV 방송이 동시에 수신되고 있는지 파악하고, 수신방법을 지도하는 최소한의 노력이 필요하다. 시청자의 선택을 앉아서 방관만 하다가는 얼마가지 않아 위기를 맞게 된다는 사실을 인식해야 한다.

### 최선의 선택

“기술에서 앞서야 10년을 먹고 산다”라고 문장을 바꿔 보고 싶다. 콘텐츠 경쟁은 방송사가 존재하는 한 끝까지 해야 하는 방송사의 업이면서 자본의 경쟁이다. 그러나, 기술의 선택은 순간의 선택으로 통신과 유료매체와의 경쟁에서 10년 우위를 좌우할 수 있다. 또, “최선의 선택이 있어야 그 다음의 미래도 보인다”라고 말하고 싶다.

차선의 선택은 결국 시행착오로 인한 후회와 비용의 낭비를 가져 온다. 국민의 재산인 주파수를 최선의 선택으로 가장 가치 있게 사용하고, 다양한 서비스를 무료로 전달할 수 있는 환경을 구축하기 위해서 방송종사자의 의견과 정신이 매우 중요하게 작용해야 밝은 미래로 바로 갈 수 있다.

### 선택의 책임

우리는 가전사가 선택한 DTV 전송기술과 정부가 강요한 DMB 정책이 앞으로 어떤 형태로 지상파의 미래에 영향을 가져오고 있는지 냉철하게 분석해 볼 필요가 있다. 한편으로 위성DMB와 IPTV를 통하여 통신의 방송진출과 철저한 상업주의 방송 서비스가 얼마만큼 시청자로부터 선택되든지 지켜볼 필요가 있다.

국민의 재산인 전파를 사용하고 있는 지상파는 철저히 최고 기술로 가장 효율적 방법으로 주어진 주파수를 활용해야 하고, 시청자에게 고품질이며 다양한 서비스 제공을 위하여 최선을 다해야 한다. 이제는 지상파도 시청자 한 사람 한 사람을 소중히 여기는 시청자 서비스 정신이 필요하며, DTV, Digital Radio, 모바일 방송 등 최선의 기술선택을 위한 테스트베드 구축과 차세대 기술연구에 혼신을 다하는 노력이 필요하다.

이미 DTV 기술도 10년을 다해 간다. 그렇다면 계속되는 경쟁시대의 미래를 위해서는 미리 앞서가는 기술을 이용할 줄 아는 혜안을 갖추고 서로 협동할 줄 아는 지혜가 필요하다.