



1. 태국 국가 개황

- 태국은 동남아시아의 중앙에 위치하고 있어 수도 방콕은 사실상 동남아 지역의 중심이 되고 있음.
- 인구는 6402만 2000명(2003)이며, 총면적은 약 51만 3115 평방킬로미터로 프랑스와 비슷하며 남한 면적의 5배에 달함.
- ‘타이’ 라는 국명은 ‘자유’ 를 의미하는 태국어에서 유래한 것으로, 정식국명은 타이왕국(Kingdom of Thailand).
- 지금까지 외세의 지배를 한 번도 받은 적이 없는 태국은 국왕을 국가의 수반으로 하는 입헌군주제 국가임.
- 세계에서 가장 독실한 불교국가인 태국은 전체 인구의 90% 이상이 불교를 믿고 있고, 이슬람교, 기독교, 힌두교나 다른 종교를 믿는 인구가 나머지 10%를 차지.
- 불교는 태국 국민의 일상생활에 큰 영향을 미치며 고승들은 크게 존경을 받고 있음. 이로 인해 도시와 마을의 불교사원(wat)은 사회, 종교적인 생활의 중심부가 되고 있음.

2. 방송산업 현황

- 태국의 TV 전송 방식은 PAL이며, 정부와 군이 지상파 텔레비전과 라디오의 대다수를 운영하고 있음.
- 지상파 텔레비전은 PRD(Public Relations Department, 정부광보국)가 운영하는 Channel 11, MCOT(Mass Communication Organization of Thailand, 타이·매스컴 공

사)가 운영하는 Channel 9가 있으며, 군이 운영하는 Channel 5와, 상업방송사업자가 MCOT 및 군과의 계약을 통해 사업운영권을 취득해서 운영하는 Channel 3, Channel 7, 기타 상업방송사업자가 자체적으로 면허를 취득해서 방송을 실시하는 ITV(Independent Television)가 있음.

- 위성방송은 UBC(Universal Broadcasting Corporation)가 DTH(직접수신) 서비스를 실시하고 있음.
- 케이블 텔레비전은 사업자 수가 전국에 300개 정도 있으며, 이 중에서 정식으로 인가를 받은 업체는 78개 사이임.
- 케이블의 최대 사업자는 위성방송도 함께 실시하는 UBC이다. 라디오는 전국에 500국 이상이 있으며, 이 중에서 대다수는 PRD와 MCOT가 운영하며, 군과 경찰이 운영하기도 함.
- 대부분의 TV는 정부와 군대가 소유 및 경영을 하고 있으며, 상업방송인 Channel 7 과Channel 3이 최고의 시청률을 보이고 있음을 확인할 수 있음.
- 주요 프로그램 수입국은 미국, 일본, 중국, 홍콩 등으로 월 평균 120~150시간을 해외 프로그램으로 편성하고 있음.
- UBC는 케이블과 위성으로 전국 단위의 유료 채널 서비스를 독점하고 있으며, 전국적으로 TV 사업자 276개, 총 80만 명의 가입자를 확보해 놓고 있음.

1) 지상파 텔레비전

- Channel 3과 Channel 7은 지상파 텔레비전(FTA) 방송에서 높은 점유율을 차지하고 있음.
- Channel 7의 스포츠 프로그램, 영화 게임 프로그램의 시청자 만족도는 상당히 높은 것으로 나타났으며, 드라마는 Channel 3의 지지율이 51.8%로 가장 높음.
- ITV는 뉴스, 다큐멘터리 프로그램에 대한 평가가 높았고, 보

도 프로그램의 인기는 51.7%로 나타남.

- 현재 방송국들은 새롭고 다양한 오락 프로그램과 풍부한 국내·외 뉴스 콘텐츠를 방송함으로써 시청자들을 끌어들이려는 노력을 지속적으로 하고 있음.
- Millennium Millionaire와 같은 게임 쇼의 경우 시청자들을 상대로 시장을 확대하기 위해 도입된 프로그램 중 하나임.
- 태국의 지상파TV 채널은 프로그램을 서로 공유하고 있어서 개별적으로 차별화된 특성을 개발시키는 것은 매우 어려운 상황임.

2) Pay TV

- 태국의 유일한 국가 유료TV 사업자인 UBC는 1998년 2개의 주요 유료TV 회사인 IBC(International Broadcasting Corporation Public Company Limited)와 UTV(UTV Cable Network Public Co Ltd)의 합병이 있고 난 후에 만들어짐.
- UBC의 대주주로는 TelecomAsia와 MIH Ltd가 있다.
- UBC는 초기에 그들이 소유하고 있는 대다수의 채널에 상업 광고를 방송하함. 그러나 규제기관인 MCOT가 UBC에 광고를 허용하지 않음에 따라 현재 재정적으로 어려움을 겪고 있음.
- 재정적 어려움을 해결하기 위한 방법으로 2001년 UBC는 MCOT로부터 프리미엄 골드 패키지 서비스에 대해 가입 비율을 18%까지 증가시킬 수 있도록 승인을 받음. 그러나 여전히 UBC는 자신들이 소유하고 있는 방송 채널에 상업 광고를 할 수 있기를 바라고 있음.
- 1989년에 실시된 태국의 유료TV는 다양한 전달 플랫폼을 개발해 왔다. MMDS, DTH(직접 수신), HFC(Hybrid Fibre Coaxial)가 대표적인 것들임.
- 태국의 유료 텔레비전 가입자 비율은 비교적 높은 가입료로

인해 주변의 다른 나라에 비해 상대적으로 낮은 편.

- 유료 텔레비전 가입자들이 태국 내에서 제작한 것이든 타국으로부터 들어온 것이든 간에 질 높은 프로그램을 요구함에 따라 유료 프로그램에 대한 경쟁이 증가하고 있음.

3) 케이블 텔레비전

- Cable TV Association(케이블 텔레비전협회)에 따르면 2003년 9월 현재 케이블 텔레비전 사업자는 약 300개가 있으며, 이 중에서 PRD에서 사업면허를 취득한 방송사는 78개 사업.
- 최대 케이블 사업자는 위성방송을 하는 UBC이다. UBC는 2002년 9월 말 현재 가입 가구가 14만 6607건으로 조사되고 있음.
- 현행법에서는 케이블 텔레비전의 광고 방송은 금지되어 있어 UBC는 적자에서 벗어나기 위해서 규제 폐지를 강력하게 주장하고 있는 실정임.
- 오늘날, 케이블 시스템에 의해 전달된 대부분의 채널은 위성을 통해 이루어짐. 54개의 국내 회사와 14개의 외국 회사가 128개의 위성 채널을 제공하고 있음.
- 2001년부터 2002년까지의 케이블TV 가입자 수는 꾸준히 증가하였으며 2002년 당시 케이블 보급률은 2.4%이고 케이블 요금은 매달 26달러로 조사되고 있음. 이는 다른 동아시아 국가에 비해 훨씬 비싼 편임.

4) 위성 텔레비전 UBC(United Broadcasting Corporation)

- 1998년 케이블 텔레비전의 IBC와 UTV가 합병하여 UBC가 탄생하였다. 주식의 41%는 TelecomAsia, 31%는

MIH(Multichoice International Holdings) 사가 소유하고 있음. ○ 유료 텔레비전의 최대 서비스업체인 Thaicom 3 위성을 사용하여 DTH 서비스를 실시하고 있으며 방송 채널은 30개 채널이 있다. 2002년 9월 말 현재 가입자 수는 27만 7379가구 임.

○ 태국 정부는 1999년 9월로 Shin 위성의 독점이 만료되고 난 후, 위성 서비스에 대해 경쟁 체제를 도입하려고 시도했으나, Shinawatra가 외국 운영자들과 경쟁하기 위한 준비가 아직 이루어지지 않았다고 결론을 내리고, 결국 Shin 위성의 독점을 지속시키기로 결정함.

5) 기타 방송 서비스

○ 텔레비전 국제방송인 TGN(Thai Global Network)은 해외에 거주하는 태국인을 위한 위성방송으로서 군소유의 텔레비전 방송인 Channel 5를 통해 방송됨.

○ 이는 1998년 개국하였으며 2003년 7월, 170개국으로 방송 범위를 확대할 것이라고 발표함.

○ Radio Thailand World Service는 PRD(정부광보국)가 운영하는 라디오 방송 Radio Thailand의 해외 서비스임. 이 라디오 국제방송 서비스는 태국어를 포함한 12개 언어로 방송이 됨.

○ 태국은 인터넷 서비스를 통해 지상파 텔레비전 6개와 Radio Thailand가 뉴스 프로그램을 중심으로 스트리밍 서비스를 제공하고 있음.

○ 2000년 5월 1일 자정에 공식적으로 문을 연 nation channel은 ‘타이 TV’ 1채널을 통해 24시간 방송할 수 있는 뉴스와 텔레비전 프로그램을 생산할 센터를 세우기로 결정함. 이 채널은 전 세계의 광범위한 소식을 보도하는 대중 매체로

서, 국외의 24시간 방송국과 같이 국내와 국외에서 발생하는 사건들을 생생하게 포착하여 태국인들에게 뉴스를 전달하고자 하는 데 목적이 있음.

3. 규제기관 및 법률

- 태국의 대표적인 규제기관은 ‘Public Relations Department’ 와 ‘Ministry of Defense’ .
- 태국의 방송법은 전반적으로 국가가 방송 관련 미디어들을 통제할 수 있는 권한을 가짐.
- 가장 큰 권한은 채널의 할당과 프로그램 내용의 검열로, 태국의 방송법 중 Broadcasting Act 1995는 국가가 라디오나 TV 채널을 할당하고 프로그램 내용을 감독할 수 있는 권한을 부여하고 있음.
- 1970년대 후반에는 정해진 시간에 뉴스를 방영하도록 하고 프로그램 내용에 대한 엄격한 규정을 마련하기도 했으나, 이러한 엄격한 조항들은 해외 미디어 투자자들의 요구를 받아들여 최근 수정되어 옴.
- 케이블과 관련해서는 1993년 통과되고 1999년 한 차례 개정된 Cable Television Law가 있음.
- 태국은 케이블 텔레비전 법이 통과되기 전에는 대략 300개의 불법적인 케이블 운영자가 있었으나, 이 법이 제정되고 난 후 불법적인 케이블 사업자는 크게 감소한 것으로 나타남.
- PRD의 규칙에는 프로그램 제작과 관련되어서 민주주의의 촉진, 인권·평등의 존중, 종교 규범 등을 유지하도록 명시하고 있고, 국가의 안전을 위협하는 활동과 왕실에 대한 불경한 언동이 금지되어 있음.
- 구체적인 내용으로 국가원수나 왕을 모욕하거나, 종교 혹은 신성시되는 인물이나 장소, 물건을 비방해서는 안 되며, 공공 질서에 반하는 내용이나, 국제관계를 저해하는 내용은 금지됨.

- 또한 국가의 도덕, 관습, 문화를 해치는 내용의 방송은 금하며, 국가 안전을 해치는 정치적 표현은 할 수 없음.
- 성적 자극이나 외설물, 잔혹극, 어린이와 청소년에게 위대한 내용물과 범죄자의 비정상적인 행동에 관한 것도 금지됨.
- 광고의 이익을 위해 존경받는 사람 또는 사물을 언급해서는 안 되고, 전쟁 무기에 대한 광고가 금지되며 사물을 과장하거나 확대해서도 안 됨.
- 최근에는(2003년 7월 29일), 알코올음료의 판매 광고 규제가 각료에서 승인되었고 동년 10월 1일부터 라디오와 텔레비전의 CM이 오전 5시부터 오후 10시까지 방송 금지되고 있음.
- 이 외에도 카페인 음료에 대한 광고 규제가 실시되고 있고, 태국어 문법에 반하는 것 또한 규제의 대상이 되고 있음.

4. 영상 콘텐츠 유통 현황

- 태국에는 방송 영상물 유통과 관련하여 세 가지의 비즈니스 모델이 존재하고 있음.
- 첫 번째는 시간 전체를 구매해서 광고 판매까지 제작사가 담당하는 ‘block time buying’ 방식.
- 두 번째는 방송사와 제작사 간의 발생 이익을 공유하며 제작사가 저작권을 갖는 ‘time sharing’ 방식임.
- 세 번째로 ‘revenue sharing’ 방식이 있음.
- Channel 5와 Channel 7의 경우는 ‘block time buying’ 방식만이 존재하며, Channel 9와 ITV의 경우 ‘block time buying’ 방식과 ‘time sharing’ 방식으로 프로그램을 제공 받고 있음.
- 외국 영상물과 관련해서 태국에서 자체 제작한 영상물이 90%를 차지하며, 이 외의 10%가 대만, 일본, 한국, 홍콩이 차

지하고 있음.

○ 태국 전체 광고 시장은 약 700억 바트의 규모임.

5. 태국의 한류

- 한국의 프로그램은 최근 많은 인기를 얻고 있음.
- 그러나 태국에서는 일본 프로그램이 가장 큰 경쟁력을 가지고 있음.
- 한국은 일본 프로그램과 경쟁하고 있지만 소구 대상은 서로 다르다고 할 수 있음. 일본 프로그램은 12~20세 전후의 시청자들이 주 대상층이지만, 한국의 프로그램은 20~30세들의 시청자들에게 큰 인기를 끌고 있음.
- 한국과 태국은 문화적 유사성이 높기 때문에, 현재 태국에서 한국의 프로그램은 폭넓은 시청자 층을 확보하고 있는 상황임.
- 특히 한국 드라마 내용의 전개는 주부들이 이해하기 쉬운 내용으로 구성되어 있어 주부들에게 특히 인기가 높음.