

## 중국 온라인TV 방송 이해와 잠재적 문제 분석

2007. 5. 15 중국신문연구센터

10년 전, MIT 미디어랩의 니콜라스 네그로폰테 교수는 다음과 같이 미래 TV방송을 예측했다. “미래 TV 이해의 관건은 더 이상 TV를 TV로 보지 않는다는 것이다” 오늘날 인터넷은 하루가 다르게 발전하고 있으며 온라인TV는 우리의 일상생활의 하나로 자리잡기 시작했다. TV와 컴퓨터간의 경계는 점점 모호해지기 시작했다. 이는 일정 정도 니콜라스의 예언이 이루어진 것이다.

IPTV는 광대역망의 기초 설비를 이용하여 가정용TV 혹은 컴퓨터를 주요 단말설비로 하여 인터넷, 멀티미디어, 통신 등 여러 가지 기술을 모아 IP를 통해 디지털 TV를 포함한 여러 가지 디지털미디어서비스를 가정에 제공하는 신기술이다. 한 예측에 따르면, 중국의 온라인TV 사용자는 2008년까지 2000만 가구가 넘을 것이라고 한다. 광대역망 사용자들의 온라인TV에 대한 인식과 사용이 많아짐에 따라 온라인TV의 가치는 약 100억 위안에 달하게 될 것이며, 일반TV산업과 전신운영업체의 상호침투, 상호경쟁으로 시장도 점차 성숙해지고 거대해질 것이다. 본문은 시청자, 방송 콘텐츠, 방송효과 등 몇 개 방면에서 저술하였으며 전과학 이론을 통해 온라인TV의 발전현황 및 잠재된 문제에 대한 분석을 담고 있다.

### 1. 시청자 분석

#### (1) 시청자는 주로 청소년

2005년 9~11월, 국제재전, 중국광파망, CCTV국제망 및 중국사회과학원 신문 및 전파연구소 온라인 및 디지털미디어연구실은 공동으로 1차 온라인 TV 시청자에 대한 조사를 실시하였다. 연구보고는 2005년 11월 제5회 중국온라인미디어 포럼에서 처음으로 발표되었다. 이 조사에서는 청소년이 온라인TV를 시청하는 주체이며 점차 그 연령이 더 낮아지는 추세를 보이고 있다고 나타났다. 18~38세의 시청자가 78.9%를 차지하여 CNNIC 제16차 보고에서 발표한 같은 연령대의 네티즌 비율보다 높았으며, 28세 이하의 시청자 비율은 68.3%로 18세 이하의 시청비율이 39세 이상의 시청자 비율보다 높았다. 그밖에 온라인 방송, 온라인TV의 시청자 중에서 남성이 2/3가 넘었으며 학생의 비율이 비교적 높았다. 대학생 이상이 74.1%이었으며 많은 시청자들이 광대역망을 통해 인터넷에 접속하는 것으로 나타났다.

#### (2) 시청시간은 주로 밤

중국인터넷센터의 조사에 따르면, 네티즌이 인터넷을 가장 많이 사용하는 시간은 밤 19시에서 22시 사이(이전의 조사결과도 이와 유사함)로 나타났다. 이 시간은 TV 방송의 황금시간대이면서도 근 4000만의 네티즌이 인터넷에 접속하는 시간으로 TV시청률의 4%에 해당하는 수치이다. 당연히 이 시간은 네티즌이 인터넷으로 온라인TV를 시청하는 주요 시간이기도 하다.

### (3) 시청자 참여방식 더 중시

2005년 국제계선, 중국광과망, CCTV국제망 및 중국사회과학원 신문 및 전파연구소 온라인 및 디지털미디어연구소가 함께 진행한 온라인TV시청자조사에서는 온라인TV시청자가 시청자 참여 방식을 더 중시한다고 나타났다. 사이트를 개설하는 BBS 혹은 블로그에 대한 시청자의 관심도는 80%이상에 달했으며, 1/2에 가까운 시청자들이 온라인 방송에서 음악을 신청한 경험이 있다고 밝혔다. 88%의 시청자들은 핸드폰 문자메시지와 QQ, MSN 등의 메신저를 통해 온라인 방송에 참여한 경험이 있다고 대답했다. 2/3가 넘는 시청자들은 NJ(온라인방송 프로그램 진행자)나 온라인 TV 프로그램 사회자를 해보고 싶다고 밝혔다.

## 2. 콘텐츠 분석

방송 콘텐츠는 미디어의 가장 핵심적인 경쟁력이다. “콘텐츠는 왕”이라고 여기는 오늘날, 어떻게 하면 풍부한 콘텐츠와 뚜렷한 분위기로 시청자의 시선을 모을 수 있는가는 온라인TV의 기본적인 생존법칙이다. 종합적으로 보면, 현재 온라인TV 방송 프로그램은 주로 중계방송 혹은 저장해둔 프로그램을 방송하는 것이다.

구체적으로 보면, 온라인TV의 콘텐츠는 주로 2개 방면으로 구성된다. 한 가지는 중계방송 방식, 즉, 인터넷에 접속하여 전 세계 각 방송국의 TV 프로그램을 보는 것이다. 다른 한 가지는 저장방식, 즉 각 방송국의 방송프로그램, 심지어 영화까지 저장하여 시청자들이 자기가 좋아하는 콘텐츠를 VOD방식으로 골라볼 수 있게끔 해주는 것이다. 봉황 광대역(<http://www.phoenixtv.com>)을 예로 들어보자. 봉황TV의 모든 프로그램은 인터넷상으로 옮겨갔다. 콘텐츠로는 <봉황출근버스><시사직통차><시사개강><노예유약><명인면대면><세기대강당><장장3인행> 등이 있다. 봉황 광대역의 프로그램은 업로드 속도가 빠르고, 보관 시간이 길어 일반적으로 6개월 전의 프로그램까지 찾을 수 있다. 즉, 시청자들이 TV에서 보고 싶은 방송을 놓쳤다고 하더라도 광대역망에서 쉽게 다운로드 받아 볼 수 있으며 봉황위성을 볼 수 없는 지역 시청자들도 사이트를 이용해 볼 수 있다는 것 등이 가장 실용적인 부분이라고 할 수 있는 것이다.

최근 들어, 블로그의 발전이 매우 빨라 블로그도 온라인 TV의 또 다른 주체라고 할 수 있다. 예컨대, 미국 WGBH, 영국 BBC 등 유명한 국제 방송미디어 사이트, 대만 중광유행망, 대중방송국 등 대만의 방송국, 중국 국내의 감자망, 블로그중국, 블로그천하 등은 모두 블로그 프로그램을 출시하였다. 각 온라인 TV는 끊임없이 “블로그”라는 플랫폼을 제공하고 있어 이 새로운 기술 플랫폼에 대한 많은 청소년들의 기대를 반영하고 있는 동시에 온라인 TV의 시청자 참여방식이라는 시청자들의 요구를 반영하고 있다.

## 3. 전파효과 분석

전파효과는 전파활동 특히 신문잡지, 라디오, TV등 대중전파미디어 활동으로 이용자와 사회가 생산한 것에 대한 모든 영향과 결과의 총체이다. 이러한 영향이 의미있거나 무의미하거나, 직접적이거나 간접적이거나 현재하거나 잠재적인가에 관계없이 말이다. 온라인TV는 신형 미디어로서 그 전파효과의 분석은 꼭 필요한 것이다. 본문에서 집중적으로 연구한 전파효과는 시청자에게 미치는 전파미디어의 영향이다.

먼저, 시청자 입장에서 전파 효과를 살펴보자. 간단하게 말하면, 미디어의 사용은 시청자의 요구와 목적에 의해 추진되고 있으며, 전파과정에 대한 적극적인 시청자의 참여는 미디어에 대한 만족과 효과를 촉진, 제한하거나 혹은 영향을 준다는 것이다. 온라인TV의 시청자들의 시청은 적극적이고 주동적인 과정이다. 주동적인 지위에서 시청에 대한 선택여부에 관한 가능성을 가지고 있는 동시에 이 프로그램을 선택하거나 다른 프로그램을 선택할 수 있는 자유를 가지고 있다. 온라인 TV의 또 다른 특징은 사용자에게 개성화된 서비스를 제공한다는 것이다. 사용자는 자기의 시간에 따라 프로그램을 선택할 수 있으며 프로그램을 제공하면 언제든지 볼 수 있다. 그러므로 이러한 각도에서 보면, 온라인 TV의 전파효과는 상당히 적극적이라고 할 수 있다.

다음으로 전파의 기술방면에서 보자. 온라인TV의 기술 조건이 완벽하지 못하며 뉴미디어의 형식이 통일적이지 않다. 사용자들이 온라인을 통해 동영상, 사진 등의 정보를 볼 때, 온라인 접속 속도가 느리고 대기시간이 길며 화질 수준이 떨어지는 문제들이 발생하고 있으며 접속이 끊어지고, 특히 접속량이 많을 때는 접속 자체가 되지 않는 등의 기술적 문제점을 가지고 있다. 그러므로 전파 기술에서 보면 온라인 TV의 효과는 떨어질 수밖에 없는 것이다.

또한 일반 TV와 비교해보면, 온라인 TV는 주로 참여가능, 개성화 및 지역에 제한을 받지 않고 방송을 즐길 수 있다는 등의 몇 가지 장점을 가지고 있다. 시청자들은 온라인 TV프로그램을 보는 동시에 온라인TV사용자의 정보를 직접 미디어로 교환하기도 한다. 동시에 온라인TV는 일반TV와는 달리 시간과 지역의 제한을 받지 않고 어떠한 온라인 TV에서도 프로그램을 볼 수 있으며 전국과 세계로 방송된다.

마지막으로 온라인 TV는 일반TV와 비교할 수 없는 장점을 가지고 있다. 즉, 온라인 TV는 언제든지 자기가 봤던 프로그램을 골라 볼 수 있으며 온라인 TV는 데이터 창고와 같아서 TV프로그램을 저장할 수 있고 그 프로그램에 필요한 자료를 편리하게 찾을 수 있다.

#### 4. 온라인 TV에 잠재되어 있는 문제 분석

온라인 TV는 신속하게 발전하고 있다. 거기에는 온라인운영업체, 각 전통매체, 가전용품 생산업체, 온라인 게임회사 등이 있으며 이러한 영역은 막대한 이윤 창출의 기회가 있으며 많은 시청자들의 시선을 집중시키고 있어 시장 전망이 좋다. 그

러나 아직 초보단계에 놓여져 있기 때문에 발전 과정에서 아직도 제약요소가 존재한다.

### (1) 콘텐츠 자원의 부족

현재 온라인 TV가 제공하는 콘텐츠와 서비스는 아직 일반 TV와 디지털 TV를 따라가지 못한다. 프로그램 콘텐츠자원의 결핍은 온라인 TV발전을 제약하는 주요 장애요소라고 할 수 있다. 만약 온라인 TV가 단지 일반TV의 콘텐츠를 중복 방송하는 것에 지나지 않다면 절대 시청자를 끌어당길 수 없다. 사실, 온라인TV에서 온라인 프로그램은 일반TV의 일부 콘텐츠일 뿐. 현재 일반TV는 IPTV서비스, TV류 서비스, 통신류 서비스 및 각종 부가서비스를 제공할 수 있다. 그러나 온라인 TV는 아직도 초보적인 수준으로 콘텐츠제작과 발전은 아직 미성숙 단계이다. 미래 TV산업시장 경쟁에서 온라인 TV는 충분히 우수한 프로그램을 제공하고 높은 수준의 서비스를 제공해야만 진정한 개인화와 사회화를 이룰 수 있을 것이며 더 좋은 사용자 체험과 사회표현 모델을 제공해야 비로소 전체 산업의 건강하고 질서있는 발전을 이룰 수 있는 것이다.

### (2) 운영모델 미성숙

아직까지 온라인 TV의 각 운영업체는 콘텐츠 개발부터 시장 출시, 수익분배 등 전체적으로 완벽한 운영모델을 갖추지 못하고 있어 온라인 TV의 건강하고 빠르고 오래 지속될 수 있는 발전을 심각하게 제약하고 있다. 산업사슬의 리더로서 네트워크 통신 운영업체들은 반드시 합리적인 영리모델을 만들어 콘텐츠개발업체와 제공업체들을 포함한 산업사슬의 각 부분에 이익을 안겨주어 그들이 더 풍부하고 뛰어난 콘텐츠를 개발할 수 있도록 장려해야 한다.

### (3) 참여의식 부족

중국을 세계에서 TV시청자가 가장 많은 국가이며 인터넷 사용자의 절대수가 세계 2위인 국가이다. 그러나 중국의 현실기초와 조건을 보면, 현재 광대역망 접속시장 규모는 아직 시장을 형성하지 못한 상태이며 온라인 TV의 가정화 모델도 아직 탄탄한 기초를 갖추지 못한 상황이다. 또한 온라인 TV가 가지고 있는 콘텐츠 구조는 아직 진정한 의미의 시청자 참여 TV의 조건을 갖추지 못하였다. 예를 들어, 어떻게 사용자들이 온라인 TV를 보면서 웹사이트에 접속하거나 다른 네티즌과 교류를 하게 할 수 있는지 등의 조건을 갖추지 못하였다. 이러한 부분에서의 개혁이 있어야만 온라인 TV의 참여성은 충분히 보장되며, 온라인 TV의 경영도 새로운 단계에 진입할 수 있는 것이다. 그러나 온라인 시대의 TV발전의 새로운 형태를 봐야 하며 가장 중요한 핵심은 바로 일방향에서 쌍방향으로 전파가 이루어진다는 것이다.

#### (4) 여전히 기술 장애 존재

네트워크 측면에서 보면, 온라인 TV가 제공할 수 있는 각 서비스(예를 들어 VOD, TV생방송 등)의 특징은 네트워크가 이를 문제없이 소화할 수 있는 기능을 갖춰줘야 한다는 것에 있다. 그러므로 통신운영업체는 현재의 온라인 TV 광대역망에 대한 일정 정도 보수를 진행해야 하며 온라인 사진이나 영상의 선명도를 높이기 위해 노력해야 한다. 이러한 모든 것들은 온라인 기술의 개혁과 제고가 필요한 부분이다.

그밖에 현재 온라인 TV는 국제통용표준이 없어 각기 다른 프로그램을 생산, 제작, 보관, 전송, 관리하는 등 각 분야에 큰 영향을 끼치고 있으며 서비스 투입에 큰 영향을 미치고 있다. 각 온라인 TV의 제공업체들은 각자 고군분투할 뿐 협력하지는 않아 자원을 낭비하고 있으며 전체 산업의 발전 속도를 제한하고 있다.

#### 5. 결론

일종의 신형 대중 전자 미디어로서 온라인 TV는 아직도 수많은 부족한 점을 가지고 있다. 시청자, 기술 등 측면에서도 발전이 필요하다. 그러나 온라인 TV는 정해진 시간에 보지 못한 TV 프로그램을 볼 수 있게 해주었다. 맥루언이 말했던 것과 같이 이 신형미디어의 출현은 사람들의 생활방식을 바꾸고 사회 참여를 촉진하는 변혁을 가져올 것이다.