케이블TV 시장경쟁이 다양성에 미치는 영향에 대한 연구 : 독점복점 지역 다양성 비교를 중심으로

홍종배*
(한국전파진흥원 책임연구원)
이상식**
(계명대학교 미디어영상학부 부교수)

이 연구는 한국 케이블TV시장의 독점복점 경쟁이 방송채널사용사업자(PP) 채널의 소스, 내용, 노출다양성에 미치는 영향을 분석했다. 다양성지수는 심슨의 D(Simpson's D)를 통해 측정하였다. 연구결과, 첫째, 독점지역보다는 복점지역에서 독립·영세PP 채널보다 지상파계열PP, MPP, MSP 위주로 채널을 송출하는 경향이 나타났다. 둘째, 독점복점 지역 간 연예·오락 장르의 송출 빈도에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으나, 두 지역 모두에서 영화, 연예·오락, 드라마, 홈쇼핑 등 인기 있는 오락 장르를 중심으로 송출할 뿐만 아니라 공공, 종교, 교육, 교양, 정보 장르 등 비인기·비오락 장르도 상당히 많이 송출하는 것으로 나타났다. 셋째, 복점지역의 SO들은 영화, 드라마, 홈쇼핑, 스포츠 채널, 뉴스 채널 등 시청률이 높은 채널을 위주로 송출하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 발견은 케이블시장에서 호텔링 이론의 적용 가능성을 보여주고 있다. 즉, 경쟁이 채널 편성의 동질화를 가져올 수 있음을 시사한다.

Key Words : 다양성, 소스다양성, 내용다양성, 노출다양성, 소유구조, 장르, 시청률

* jongbaeh@hanmail.net
** sslee@kmu.ac.kr 교신저자

1. 서론

다양성이 공익성을 구성하는 중요한 개념임에는 재론의 여지가 없다. 아날로그 시대와 마찬가지로 디지털 시대에도 다양성 보호 이슈는 정책적으로나 학문적으로 중요한 영역이다. 다양성 보호를 위해서는 매체 간 경쟁 상황의 전개가 다양성에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 면밀한 시장 조사가 뒷받침되어야 한다. 유료 매체 시장에서 케이블TV와 위성방송 간의 경쟁에 뒤이어, DMB, IPTV 그리고 지상파 MMS 등에서 엿보듯이 빠른 속도로 시장에 진출하고 있는 경쟁 플랫폼의 증가가 다양성을 확대할 것인지 아니면 축소할 것인지에 대한 실증적인 연구가 필요하다.

지금까지 다양성에 대한 연구는 프로그램 공급업자(Program Provider, PP)간의 경쟁의 증가가 다양성에 어떠한 영향을 미쳤는지에 대해 초점을 맞춘 경향이 있었다. 기존 연구는 케이블 방송의 등장으로부터 비롯된 다매체다채널 환경이 다양성을 구현하기 위한 필요조건은 될 수 있지만 충분조건은 아님을 보여주고 있다(임성원, 구세희, 연보영, 2007). 예를 들면, 케이블 채널의 경우 연예, 오락, 영화, 드라마, 스포츠, 만화 등 인기 있는 특정 장르 중심으로 집중 편성되고 있다. 특히, 가장 가입률이 높은 저가형 서비스의 경우 한정된 채널에서 특정 인기 PP들을 중심으로 프로그램이 편성되고 있다. 또한 공익성 확보가 절실히 요구되는 지상파 방송조차도 지나친 오락 프로그램 중심의 편성으로 인해 방송의 다양성을 확보하지 못하고 있는 실정이다.

한국의 경우, 2000년에 발효된 방송법을 통해 케이블TV 사업자간 수직적, 수평적 결합이 허용되자 종합유선방송국사업자(System Operator, SO) 시장에 MSO가 등장하였고, 채널 시장에는 MPP가 형성되었으며, MSO와 MPP가 결합된 형태인 MSP가 케이블TV시장을 주도하게 되었다. 뿐만 아니라, PP에 대한 진입규제가 실질적으로 사라짐에 따라 지상파 방송사들이 MPP로 진입했고, 거대 자본을 지닌 대기업 기반의 MPP들은 규모의 경제를 통해 케이블TV시장에서 경쟁력을 확보하고 있다.

한국 케이블TV 산업의 역사적인 특수성을 감안할 때, 다양성에 대한 논의는 차원이 확대될 필요가 있다. 물론, PP에 대한 등록제 도입이 채널간의

과당 경쟁을 유발하여, 채널의 다양성에 어떤 영향을 미쳤는지에 대한 연구는 절대적으로 필요하다. 그렇지만, 케이블TV 산업의 가치 사슬의 관점에서 볼 때, 제작 부문의 경쟁도 다양성에 영향을 미치지만, 송출 부분의 경쟁 역시 다양성에 영향을 미칠 수 있다. 한국 상황에서 채널의 법적인 편성권이 SO에게 있기 때문에, 플랫폼 사업자들 간의 경쟁 역시 다양성에 중요한 영향을 미친다는 점을 인식하고, SO 경쟁이 다양성에 미치는 영향에 대해 살펴보는 작업은 상당한 의미를 지닌다.

또한 기존 연구는 시장구조의 한 형태로서 경쟁이 시장성과로서 다양성을 얼마나 구현하고 있는가를 다루면서 지상파방송만을 대상으로 특히 장르 다양성만을 집중적으로 분석하였다. 그 결과, 다양성과 관련된 케이블방송에 대한 실증 연구뿐만 아니라 여타 다른 다양성 영역에 관한 논의도 거의 없다. 케이블TV시장에서 경쟁이 심화되고 산업 구조가 변함에 따라 제공되는 소유구조다양성, 내용다양성, 노출다양성이 전체적으로 어떻게 달라지는가에 대한 논의는 산업적 측면이나 정책적 측면에서 매우 중요하다. 이 연구는 다양한 플랫폼 간의 경쟁 상황에서, SO 간의 독점복점 경쟁이 소유구조, 내용, 노출다양성에 미치는 영향을 조사보고자 한다.

2. 케이블TV 산업의 경쟁에 대한 논의

1) 케이블TV 시장경쟁

미디어 시장구조가 얼마나 경쟁적인가는 문제는 미디어 정책 입안자나 연구자들의 오랜 관심사였다. 시장에서의 경쟁은 시장 사업자로 하여금 효율성 추구를 통한 가격인하, 우수한 품질의 제품 및 서비스 등을 제공하도록 유도한다는 점에서 매우 중요한 경제정책목표로 간주되어 왔다. 즉, 시장구조가 얼마나 독점적이냐 혹은 경쟁적이냐에 따라 시장 사업자들의 행위가 달라지고, 그에 따라 최종 생산물로서 미디어 상품의 내용이 달라진다는 것이다.

일반적으로 케이블TV는 막대한 초기 투자에 대한 이익 환수가 상당히 늦고 경쟁을 통한 설비투자의 중복으로 인해 사회적 비효율성을 유발할 수 있다. 따라서 국가는 막대한 초기 투자비용의 불확실성에 대한 보장책의 일환

으로 사업자에게 독점적 사업권을 부여하게 되고 이에 따라 케이블TV는 자연적으로 독점적 시장구조를 지닌다(전혜선, 2005). 결국, 케이블TV 산업은 시장 내에서 거래되는 상품의 속성상 완전 경쟁이 작동할 수 없는 자연독점적 성격이 강한 시장이기 때문에 미디어 시장경쟁이 반드시 효율성을 증대시켜 규모의 경제와 범위의 경제를 구현한다고는 볼 수 없다.

국내 케이블TV가 경쟁 체제로 변화하게 된 이유는 케이블TV 산업을 활성화하기 위해서였다. 종합유선방송 도입 초기 중계유선과 분리 추진됨으로 정보통신부와 공보처 간 갈등이 발생하고, 중계유선사업자들의 불법 채널 운영으로 사업자간 분쟁이 확산되고, IMF이후 종합유선방송 산업이 침체하자, 2001년 새 방송법에 전환승인을 위한 법적 근거를 마련하게 되었다. 2001년과 2002년 두 차례에 걸쳐 수익성이 높을 것으로 예상되는 지역에서 15%이상의 가입자를 확보한 중계유선사업자를 대상으로 심사 후 종합유선방송사업자로 전환하였다. 이 결과, 전체 77개 지역 가운데 42개 지역이 복점 경쟁 체제로 전환되었다(이상식, 2008).

미국 케이블업계에서는 동일 구역에서 두 명의 케이블TV 사업자가 서비스를 제공하며 직접적으로 경쟁하는 경우를 '오버빌드(overbuild)'라 부르는데 바로 복점적 경쟁상황을 의미한다. 케이블TV 산업에 있어서 복점경쟁은 지리적으로 분명한 서비스 지역, 범위 및 밀도의 경제, 투자가 이루어진 후 처분가치가 발생하지 않는다는 특징이 있다(권호영, 김도연, 2004). 그러나 미국 내에서도 오버빌드는 흔치 않는 현상이고, 케이블TV 산업이 지니는 자연독점적 특성 때문에 구조적으로 불완전하고 시청자에게 무익한 오버빌드 경쟁은 결국에는 사라지게 된다는 시각이 지배적이다(권호영, 김도연, 2004). 따라서 미국을 비롯한 대부분의 국가에서 한 사업자에게만 특정지역에 대한 독점면허를 부여하고 있다.

시장에서의 경쟁은 과당경쟁(ruinous competition)과 적정경쟁(moderate competition)으로 구분할 수 있다(van der Wurff & van Cuilenburg, 2001). 과당경쟁은 심각한 가격경쟁이 존재하는 상태를 뜻하며 적정경쟁은 상품을 차별화하면서 지나친 경쟁이 없는 상태를 의미한다. 경쟁개념을 구분하는 이유는 주어진 구조적 환경에서 기업이 어떤 전략을 펼치느냐에 따라 그 성과가 달라지기 때문이다. 즉, 경쟁전략은 기업의 전략적 선택에 따라 결정된다(Porter, 1980, 1985). 미디어 시장의 과점구조에서 경쟁행위는

다양한 형태를 취할 수 있다. 적정 경쟁 하에서는 가격 경쟁력을 선점하거나 차별화전략을 펴게 된다. 생산과정에서 혁신을 도모하거나 동일한 품질의 제품을 낮은 가격에 제공하며, 전략적인 차별화와 동시에 가격 경쟁력을 선점할 가능성도 증가하여 결국 다양성이 증가된다. 그러나 과당 경쟁 하에서는 치열한 가격경쟁을 하게 되어 혁신보다는 가격에 집중하고 내용은 획일화된다. 이것은 주로 새로운 사업자가 시장에 진입했을 때 발생한다(van der Wurff & van Cuilenburg, 2001).

국내 케이블TV 시장의 독점에서 복점 경쟁체제로의 변화는 이러한 이론의 적용 가능성을 높여준다. 작은 유료 매체 시장에서 신규 사업자가 케이블TV 시장에 진입하여 동일한 서비스를 제공하는 두 사업자가 벌이는 가격경쟁으로 말미암아, 세계에서 가장 낮은 ARPU 수준 - 2009년 현재 약 6,000원 수준 - 을 보이고 있는 현실이 이를 잘 말해주고 있다. 이러한 과당 경쟁의 결과, 디지털화와 같은 혁신이 지체되고 있는 것이다.

2) 케이블TV 시장 경쟁 효과

케이블TV 시장의 경쟁 효과는 주로 미국에서 시장성과를 중심으로 논의되어 왔는데, 복점시장의 경우 독점시장 보다 월수신료가 낮고 제공하는 채널의 수가 많음을 보여주고 있다(Ahn & Litman, 1997; Beard & Ford, 1999; Beil et al., 1993; Emmons & Prager, 1997; Levin & Meisel, 1991; Merline, 1990). 예를 들면, 에몬스와 프레이거(Emmons & Prager, 1997)는 시장구조와 소유구조가 가격 및 서비스 제공에 미치는 영향을 분석하면서 경쟁시장이 독점시장보다 기본채널수, 망용량, 홈패스율에서 효과적임을 밝혔다. 특히, 이 연구는 경쟁시장에서 서로 경쟁하는 사업자가 거대 MSO 소속인 경우와 어느 한 쪽도 MSO 소속이 아닌 경우보다 방송서비스의 질이 낮음을 발견했다. 안과 리트만(Ahn & Litman, 1997)은 MSO를 대상으로 수직적 결합의 성과를 살피면서 수직적으로 결합된 MSO가 제공하는 채널의 편성이 더 다양했으나 통합된 네트워크의 수가 지나치게 많은 경우 다양성이 감소함을 발견했다. 2006년 6월 FCC의 정책연구보고서에서도 집중이 심한 시장구조에서는 시장효율성이 감소해서 결국 수용자가 접하는 프로그램의 종류와 질에 부정적인 영향을 미치게 된다고 보고했다(FCC, 2006).

한국의 경우, 수평적 결합에 따른 규모의 경제효과를 검증하기 위해 독립SO와 MSO 간의 경영성과를 비교분석한 이종원(2004)은 경쟁에 따른 송출채널수에서 별 차이가 없음을 발견했다. 동일 방송구역 내 복수 SO의 허용에 따른 독점과 경쟁의 시장성과를 살펴 본 권호영과 김도연(2004) 또한 MSO의 티어수가 독립SO에 비해 통계적으로 유의미하게 많았지만 채널수에서는 거의 차이가 없음을 보고했다. 하지만, 윤충환과 이인찬(2001)은 1998년 당시 중계유선방송만이 존재하던 독점지역과 중계유선방송과 케이블TV 간의 본격적인 경쟁이 벌어지던 경쟁지역의 시장성과를 비교 연구한 결과, 독점지역에서는 경쟁지역보다 월수신료는 약간 높았지만 채널수는 상당히 더 많다는 사실을 발견했다. 하지만, 기존 연구들은 경쟁과 다양성간의 관계가 아니라 케이블TV 사업자의 경쟁행위(가격)와 경영성과(수익) 간의 관계 및 경쟁과 채널수의 증가 여부에 초점을 맞춘 경향이 강하다.

3. 다양성에 대한 논의

다양성에 대해서는 많은 학자들이 다양한 논의를 펼치고 있다. 예를 들면, 맥퀘일(McQuail, 1992)은 프로그램 편성시간의 다양성에 기초한 소스로부터 송신된 내용다양성(diversity of content as sent)과 장르별 시청률의 차이를 바탕으로 한 수신된 내용다양성(diversity of content as received)으로 구별하고 있다. 이 두 가지의 개념은 내용다양성으로부터 파생된 개념으로 수직적 다양성은 개별 채널이 전체 편성을 통해서 제공하는 프로그램 유형으로서 특정 채널내 프로그램의 다양성을 의미하며, 수평적 다양성은 전체 채널이 특정 시간대에 제공하는 채널 간에서의 다양성을 의미한다.

반데불프와 반쿨렌버그(van der Wurff & van Cuilenburg, 2001) 역시 다양성을 두 가지 차원으로 구분하고 있다. 첫째, 수요에 맞춰서 여러 가지 다른 의견과 주제를 미디어가 그대로 반영하여 보여주고 있는가와 관련된 반영적 다양성(reflective diversity)이다. 다시 말해, 모든 시청자들이 원하는 것을 다 충족하고 있는가에 관련된 다양성인데 실제로 제공되는 프로그램 유형의 많고 적음 보다는 얼마나 다양한 소비가 이루어지는가를 살펴보는 것이다. 둘째, 시청자 욕구와는 상관없이 모든 가능한 다양한 내용을 공급하고

있는가에 초점을 맞추는 '개방적 다양성(open diversity)'이다. 이것은 방송이 공공의 이익에 부합해야 하고 소수의견이나 소외된 계층에게도 혜택이 갈 수 있도록 가능한 모든 유형의 프로그램을 제공해야 한다는 것이다.

한편, 나폴리(1997)와 앤트맨, 와일드맨(Entman & Wildman, 1992)은 노출다양성에 집중하여 수평적 및 수직적 노출다양성을 구분하고 있다. 수평적 노출다양성은 시청자를 작은 단위로 세분하여 분석하는 수용자 세분화 전략에 적합한 개념으로 특정한 시간대에 어떤 채널이나 프로그램을 개별 시청자가 시청하고 있는가를 분석하는 반면 수직적 노출다양성은 시청자들이 특정 시간대에 모든 이용 가능한 프로그램에 있어서 시청자의 분포를 분석한다.

이처럼 아직까지 다양성에 관한 이론적 경험적 합의는 이루어지지 않고 있지만 나폴리(2001)는 기존 논의를 종합하여 다양성 개념을 세 가지 차원으로 구분하고 있다: 소스 다양성(source diversity), 내용다양성(content diversity), 노출다양성(exposure diversity). 소스 다양성은 전통적으로 프로그램이나 편성의 다양성, 미디어 소유구조의 다양성, 미디어채널 인력의 다양성 등의 세 가지 하부개념을 포함하고 있으며, 시장에 의해 결정되는 성향이 강하다. 내용다양성은 장르 다양성과 인구다양성, 의견·사상의 다양성으로 구성되어지며, 이것 역시 시장에 의해 결정되는 경향이 강하다. 노출다양성은 무료로 중요한 콘텐츠에 접근이 가능한가와 다양한 미디어 시스템을 이용할 수 있는가에 대한 측정을 의미하며, 시장과 정책에 의해 동시에 결정되는 성향이 강하다.

이 연구에서는 나폴리(2001)가 분류한 세 가지 다양성 개념이 연구목적을 위해 가장 적합하다고 판단하여 이를 기준으로 분석하였다. 또한 박소라(2003) 역시 나폴리의 다양성 분류가 가장 적합한 분류틀 임을 제시하고 있다.

4. 경쟁과 다양성 간의 관계

한국방송시장에서 경쟁을 도입해서 독점의 폐해를 줄일 것인가 아니면 과도한 경쟁을 막아야 할 것인가의 문제는 항상 양립해왔다. 이러한 이중적 논리는 시장경쟁이 더욱 다양한 프로그램이나 서비스를 제공할 것이라는 상업적 시각과 채널과 프로그램의 양적 증가가 이념이나 사상의 다양성을 보장할 수 없다는 공익적 시각이 혼재해 왔기 때문이다(박소라, 2003). 이러

한 논란을 해결하는 방법으로서 기존 연구들은 시장구조의 한 형태로서 경쟁이 시장성과로서 다양성을 얼마나 구현하고 있는가를 분석하였다.

외국의 경우 독점복점 경쟁이 다양성에 미치는 영향에 대한 연구는 매우 드물다. 대부분 연구는 미디어 플랫폼과 채널수 증가에 따른 경쟁이 다양성에 미치는 영향에 관한 것으로 연구결과에 따라 정적관계연구와 부적관계연구로 양분된다. 첫 번째는 시장경쟁이 증가할수록 다양성에 긍정적인 영향을 미친다는 연구들이다. 도미닉과 피어스(Dominick & Pearce, 1976)는 1953년부터 1974년까지의 미국 지상파 프라임타임 프로그램을 분석한 결과 이 기간 동안의 시장내 경쟁과 다양성간에는 정적인 상관관계가 있음을 발견했다. 리트만(Litman, 1979)은 1976년 미국 지상파 방송사간에 경쟁이 심화된 것을 기점으로 수평적, 수직적 다양성이 급격히 증가함을 밝혀냈다. 애트워터(Atwater, 1984)는 시장 내에 경쟁하는 방송국 수가 많을수록 뉴스 프로그램에서 다뤄지는 뉴스 아이템 수는 증가하지만 한 가지 기사에 할당되는 시간은 줄어들었음을 보고했다. 케이블 텔레비전 도입 이후 다양성 증가 여부에 대한 연구의 경우, 챈움스테드(Chan-Olmsted, 1996)는 케이블TV 도입에 따른 어린이 채널의 증가로 인해 다양한 어린이 프로그램을 제공되고 있음을 발견했다. 그밖에 뉴스, 음반, 라디오, 신문 등 다른 미디어 산업에서도 경쟁의 증가가 다양성을 증가시킴을 보여주고 있다(Bae, 1999; Everett & Everett, 1989; Lacy 1987, 1988, 1989; Roger & Woodbury, 1996; Rothenbuhler & Dimmick, 1982).

두 번째는 경쟁의 증가가 다양성을 감소시킨다는 부적관계를 보여주는 연구들이다. 왁쉬락과 아담스(Wakshlag & Adams, 1985)는 PTAR(프라임타임 시간대 접근법, Prime Time Access Rule)이 프로그램 다양성에 미치는 영향을 분석했고, 그 결과 규제로 인하여 시장경쟁이 감소했고 그에 따라 프로그램 다양성 또한 감소했음을 발견했다. 공급원의 다양성과 내용(장르)의 다양성을 분석한 아인슈타인(2002)은 미국 주시청시간대 프로그램 다양성은 증가했다가도 감소하는 등 기복이 있기 때문에 사실상 60년대와 현재는 크게 다르지 않다고 주장했다. 뿐만 아니라, 케이블 네트워크를 대상으로 연구한 그랜트(Grant, 1994)도 특정 프로그램 유형의 채널이 증가한다고 해서 프로그램 유형의 다양성이 증가하는 것이 아니라고 주장한다. 즉, 경쟁이 특별하게 내용에 영향을 미치지 않고(Lacy, 1988), 실제로 채널 용량

이 늘어났다고 다양한 프로그램 편성이 반드시 보장되는 것은 아니다(Webster, 1986)는 것이다.

이렇게 상반된 연구결과가 나온 이유는 경쟁이나 다양성이라는 개념에 대한 합의가 이뤄지지 않아 각각 다른 차원의 경쟁 또는 다양성 개념을 검토하였기 때문인 것으로 추정할 수 있다. 즉, 경쟁 수준에 따라 다양성이 다르게 나타날 수 있다는 것이다(van der Wurff & van Cuilenburg, 2001).

한국의 경우 방송시장의 경쟁정도는 프로그램의 장르다양성에 영향을 미치는 중요한 요인으로 간주하기 때문에 내용다양성 중 주로 프로그램 장르 분석을 중심으로 이루어지고 있다(박소라, 2003; 박소라, 양현모, 2006; 유세경, 김미라, 2005; 이은미, 2001; 이준호, 1998; 이준호, 조경섭, 2003; 황상재, 정영주, 2005). 대부분 연구들은 새로운 채널이나 뉴미디어의 등장으로 시장경쟁이 유발되고 경쟁의 증가는 다양성을 감소시킴을 밝히고 있다. 예를 들면, 1990년대의 주시청시간대 편성 다양성지수 변화 양상을 살펴본 이은미(2001)는 전반적으로는 10년 동안 다양성이 감소했는데, 특히 민방 도입시기인 92년과 케이블 도입시기인 95년을 기준으로 감소하여 방송시장의 경쟁이 심화될수록 다양성이 감소하는 경향을 발견했다. 1989년부터 2002년까지 주요 지상파 방송사의 프로그램 다양성을 분석한 박소라(2003)는 미디어 산업의 경쟁 도입이 프로그램 내용다양성을 감소시킨다는 사실을 발견했다. 특히, 경쟁이 진입하거나 경쟁이 심한 시간대에는 다양성이 감소하는 경향과, 보다 경쟁에 민감한 장르인 드라마의 경우 이러한 추이가 더욱 강화되고 있음을 밝혔다. 또한 민영 방송 SBS의 등장 이후 프로그램 편성의 다양성 변화를 분석한 안정임, 송현경, 전경란(1994)의 연구는 새로운 채널의 등장은 시청자들의 선택권 증가가 아니라 프로그램 유형과 내용의 중복 편성을 통해 경쟁을 증가시킨다는 사실을 보여주었다. 1995년 이후부터 장르별 채널 변화를 살펴본 김성태, 김선미(2007)의 연구 역시 전체적인 비율면에서 오락 장르의 채널수가 급증하였음을 보여주었다.

이러한 연구결과는 오웬, 비브, 메닝(Owen, Beebe, & Manning, 1996)의 논의처럼 시청률을 극대화할 수만 있다면 극단적으로 100개의 서로 다른 채널이 동일한 장르의 프로그램을 편성할 수도 있음을 보여주는 것이라 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 케이블TV 시장경쟁에서 독점복점 시장경쟁 구조와 다양성간의 관계를 살펴본 기존 연구는 없다.

5. 연구문제

케이블TV 시장의 독점복점 경쟁이 채널 다양성에 미치는 영향을 조사하기 위해서 하나의 큰 연구문제와 세 가지 하위 연구문제를 설정하였다.

연구문제 : 케이블TV시장 독점복점 경쟁이 다양성에 미치는 영향은 무엇인가?

소연구문제 1: 케이블TV시장 복점지역과 독점지역 간 소유구조다양성의 특징 및 차이는 무엇인가?
소연구문제 2: 케이블TV시장 복점지역과 독점지역 간 내용다양성의 특징 및 차이는 무엇인가?
소연구문제 3: 케이블TV시장 복점지역과 독점지역 간 노출다양성의 특징 및 차이는 무엇인가?

이 연구의 핵심 개념인 소유구조다양성은 나폴리가 분류한 유목 중 소스다양성의 하나인 소유구조다양성을 차용하여 지상파계열PP, MPP, MSP, 독립·영세PP로 구분하여 분석했다. 내용다양성과 노출다양성 역시 나폴리가 분류한 유목 중 장르다양성과 특정한 시간대에 어떤 채널이나 프로그램을 개별 시청자가 시청하고 있는 정도를 의미하는 수직적 노출다양성(시청률다양성)을 각 각 분석했다.

6. 연구방법

연구문제를 분석하기 위한 자료로 방송위원회가 발행한 <방송산업실태조사보고서> 2008년판을 이용하였다. 케이블TV에 대한 지속적인 규제 완화로 인해 2007년 11월 현재 전체 107개의 SO가 존재하나 그 가운데서 10개 SO가 각각 두 개씩 하나로 합병되어 5개로 되었고, 그 결과 전체 102개의 SO가 77개의 방송권역에서 송출을 하고 있다. 77개의 종합유선방송권역 중 52개의 사업자가 52개 권역에서 독점적으로 송출을 하고 있고, 50개의

사업자가 25개의 권역에서 복점으로 송출을 하고 있다. 즉, 25개의 지역에서 두 개의 SO가 존재한다. 그런데 이 가운데 7개의 지역에서 두 개 SO의 소유주가 동일하므로 실제 케이블TV SO 간의 경쟁은 18개 지역에서 발생한다고 할 수 있다[1].

1) 분석대상

이 연구는 시청자들이 케이블TV 서비스를 신청할 때 일반적으로 가입하는 국민형티어[2]에 포함된 모든 케이블TV 채널을 분석대상으로 하였다(M=43.74개 채널). 케이블TV 신청과 동시에 자동적으로(더 이상의 비용 지불 없이) 가입되는 의무형티어는 채널수가 너무 적기 때문에 분석대상으로 삼지 않았다[3].

2) 분석유목

PP의 소유구조는 지상파계열PP(KBS, MBC, SBS, EBS 계열 PP), MPP(YTN, 캐치온 등), MSP(CJ계열 PP, 온미디어계열 PP), 외국채널로 구분하였으나 소유구조가 불분명한 외국채널 실제 분석에서 제외되었다. PP가 송출하는 채널 장르 구분은 TV 프로그램 장르 구분과는 다소 차이가 있을 수 있다. 이 연구에서는 일반적 프로그램 장르 구분을 기준으로 삼되 케이블 방송 채널의 특수성을 고려해서 첫째, 강대인(1993), 홍종배(1994), 박소라와 황용석(2000), 그리고 김영주와 권호영(2004)의 프로그램 분류에 나타난 총 14개 유형[공공(지역방송포함), 종교, 홈쇼핑, 데이터, 드라마, 영화, 만화, 음악, 스포츠, 연예・오락, 교육, 시사・보도, 다큐멘터리, 교양・정보]을 바탕으로 한 다음, 둘째, 교양과 정보를 분리하였고, 다큐멘터리를 교양 채널에 포함시켰으며, 취미(낚시, 골프, 댄스, 요리, 여행・레저 등), 특

1) 서울시 관악구와 충북 청주・청원 권역에서 HCN이 광주 서・남・광장구 권역과 대전 중・서・유성구 권역, 대전 동・대덕구 권역에서 C&M이, 부산 강서・북・사상구 권역은 티브로드가, 충남 예산・당진・서산 권역에서는 CJ 그룹이 각각 두 개의 SO를 소유하고 있다.

2) SO별로 명칭을 달리함; 주로 40-65 채널로 구성됨

3) 주로 20개 내외의 채널을 가진 의무형티어를 분석대상으로 할 경우 지상파채널, 공공채널, 홈쇼핑채널 등을 제외하면 실제로 분석할 수 있는 채널은 몇 개 되지 않는다.

수정보, 게임, 및 외국방송 채널을 추가하여 총 17개의 유형[공공(지역포함), 종교, 홈쇼핑, 드라마, 영화, 만화, 음악, 스포츠, 연예・오락, 교육, 시사・보도, 교양, 정보, 특수정보, 취미, 게임, 외국채널(AFK, NHK, CNN, CNBC, STAR SPORT)]로 분류하였다. 정보유형에는 건강, 의료, 경제정보 등이 포함되었고, 특수정보 유형에는 부동산정보, 농어민방송 채널 등이 포함되었으며, 교양 유형에는 여성, 노인, 다큐멘터리 채널 등이 포함되었다.

분석채널은 77개 케이블시장에서 18개 복점시장과 59개 독점시장에서 송출되고 있는 102개의 채널이었다(지상파계열PP 12개, MPP 25개, MSP 23개, 독립・영세PP 42개). 단, 소유구조다양성에 있어서 소유구조가 불분명한 외국 채널은 분석에서 제외하였다. 채널별 시청률은 AGB 닐슨사의 시청률자료를 바탕으로 2001년부터 2007년까지의 연도별 평균 시청률을 사용하였다.

4) 측정

다양성은 심슨의 D(Simpson's D) 지수를 통해 측정하였다. 심슨의 D는 대부분 일차원적 다양성 측정들을 사용해서는 알아낼 수 없는 동질성의 개념을 설명할 수 있다(Nam, 2005). 다시 말해, 정확히 같은 수의 프로그램 유형과 채널을 가진 두 가지의 상황은 상당히 다른 수준의 다양성을 초래할 수 있다. 예를 들면, 각 각 200개의 유용 가능 채널과 20개의 다른 프로그램 유형으로 형성된 두 가지 상황을 가정해 보자. 한 가지 상황은 각 10개의 채널 마다 서로 다른 한 가지 유형의 프로그램을 방송하는 경우이고, 다른 한 가지 상황은 각기 다른 19가지 유형의 프로그램을 방송하는 20개의 채널과 스무 번째 프로그램 유형을 똑같이 방송하는 180개의 채널로 이루어진 경우이다. 이 경우, 첫 번째 경우가 더 다양화되었다고 말 할 수 있지만, 두 상황 모두 채널 제공에서는 동일한 다양성을 지니고 있다. 이러한 점을 고려해 볼 때, 심슨의 D는 다양성뿐만 아니라 균형성 혹은 동질성을 동시에 다루고 있다.

심슨의 D는 전체 채널 장르에 대한 특정 채널 장르의 비율(예를 들면, 전체 채널 장르에서 스포츠 장르 채널이 차지하는 비율)을 제곱하여 모두 합산 한 후, 그 총합을 1로부터 뺀 값을 이용한다(1-총합). 심슨의 D 지수는 0(최고로 다양성이 높음, 완벽하게 균등한 분배)과 1(전혀 다양성이 없음)사이에 위치한다. 따라서 심슨의 D를 통해 상이한 소유구조 유형, 채널 유형

및 시청자 노출 정도를 측정할 수 있고, 또한 그러한 요소들의 균등한 배분 정도를 살펴볼 수 있다(McDonald & Dimmick, 2003). 다양성을 측정하는 12 가지 지수를 검증한 맥도날드와 디믹(McDonald & Dimmick, 2003)은 심슨의 D가 가장 우수한 다양성지수임을 밝히고 있다. 심슨의 D를 산출하는 공식은 다음과 같다.

심슨의 $D = 1 - \sum Pi^2$

Pi = 전체 카테고리에서 i번째 카테고리가 차지하는 비율

특히, 노출다양성을 측정하기 위해 각 채널별 시청률을 이용하였다. 독점과 복점 케이블TV 시장에서 송출되고 있는 전체 채널을 대상으로 하여 각 채널별로 시청자들이 노출되어 있는 정도를 살펴보았다. 또한 이 연구는 시청률이 매우 낮은 케이블채널만을 대상으로 했기 때문에 거의 모든 채널에서 노출다양성지수가 유사하게 매우 낮다[4]. 따라서 채널별 노출다양성지수 외에 채널 간 미세한 시청률 차이를 밝혀내기 위해서는 다른 방법의 응용이 필요하다. 케이블TV 다양성과 관련하여 채널 빈도가 매우 중요하기 때문에 이 연구에서는 시청률에 따른 노출다양성지수와 더불어 채널별 시청률빈도 다양성지수를 산출하였다. 후자를 산출하기 위해서 "채널별 시청률 X 채널별 빈도 D값" 공식을 이용하였다.

7. 연구 결과

1) 독점복점 지역 간 소유구조다양성

케이블시장 독점복점 지역 간 PP 소유구조다양성의 특징 및 차이에 대한 첫 번째 소연구문제와 관련하여 <표 1>은 독점복점 지역 간 PP 소유구조에 있어서 통계적으로 유의미한 차이가 있음을 보여주고 있다(χ^2=11.367, df=3, p<.01).

4) 이 경우 거의 모든 채널의 D값이 0.999이다.

<표 1> 독점복점 구조에 따른 PP 소유구조* (%)

PP 소유구조	독점복점지역				전체	전체 D
	독점지역	D	복점지역	D		
지상파PP	187(4.5)	0.992	241(5.7)	0.987	428(10.2)	0.990
MPP	495(11.8)	0.942	556(13.2)	0.932	1051(25.0)	0.937
MSP	675(16.1)	0.893	695(16.6)	0.894	1370(32.6)	0.894
독립PP	702(16.7)	0.884	647(15.4)	0.909	1349(32.1)	0.897
전체	2059(49.0)	0.928	2139(51.0)	0.931	4198(100.0)	0.930

*χ^2=11.367, df=3, p<.01

즉, 독점복점 지역 간 PP별 소유구조의 경우 복점지역에서 독점지역보다 더 많은 수의 지상파계열PP, MPP, MSP 채널들을 송출하고 있는 반면, 독점지역에서는 복점지역보다 더 많은 수의 독립·영세PP 채널이 송출되는 것으로 나타났다. 지상파계열PP의 경우 전체 428개(100%) 채널 중 241개(56.3%) 채널이 복점지역에서, 187개(43.7%) 채널이 독점지역에서 송출되는 것으로 나타났다. MPP의 경우 전체 1051개(100%) 채널 중 556개(52.9%) 채널이 복점지역에서, 495개(47.1%)의 채널이 독점지역에서 송출되는 것으로 나타났다. MSP의 경우 전체 1370개(100%) 채널 중 695개(50.7%)의 채널이 복점지역에서, 675개(49.3%)의 채널이 독점지역에서 송출되는 것으로 나타났다. 하지만, 독립·영세PP의 경우 전체 1349개(100%) 채널 중 702개(52.0%) 채널이 복점지역에서, 647개(48.0%) 채널이 독점지역에서 송출되는 것으로 나타났다.

독점복점 지역 간 PP 소유구조별 송출 빈도 차이를 통계적으로 검정하기 위해서 비모수검정(non-parametric test) χ^2 분석을 수행하였다. 그 결과, 지상파계열PP(χ^2=6.813, df=1, p<.009)의 경우 독점지역(187개 채널)과 복점지역(241개 채널) 간 채널 송출 빈도에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으나, MSP, MPP, 독립·영세PP의 경우 두 지역 간 채널 송출 빈도에 있어서 유의미한 차이가 발견되지 않았다.

독점복점 지역의 전체 PP 비율(100%)을 대상으로 PP별 소유구조를 살펴보면, 복점지역의 경우 지상파, MPP, MSP 계열 PP들이 차지하는 총비율(35.5%)이 독립·영세PP가 차지하는 비율(15.4%)보다 훨씬 높았다. 독점지역의 경우 지상파, MPP, MSP 계열 PP들이 차지하는 총비율(32.3%)이 독

립·영세PP가 차지하는 비율(16.7%)보다 상당히 높았다. 다시 말해, 독점복점 구조와는 상관없이 모든 지역에서 독립·영세PP 채널보다는 지상파계열PP, MPP, MSP 채널을 위주로 송출되고 있는 것으로 나타났다. 독점지역과 복점지역을 비교할 경우 복점지역에서 지상파계열PP, MPP, MSP가 차지하는 총비율(35.5%)이 독점지역에서 차지하는 총비율(32.4%)보다 높은 것으로 나타났다. 하지만 독립·영세PP의 경우 독점지역에서 차지하는 비율(16.7%)이 복점지역에서의 비율(15.4%)보다 약간 더 높은 것으로 나타났다.

독점복점 지역 구분에 따른 대형·인기PP(지상파계열PP, MPP, MSP)와 독립·영세PP의 송출 빈도를 비교하기 위해서 χ^2 검정을 실행하였다. 그 결과, 독점복점 지역 간에 대형·인기PP와 독립·영세PP의 송출 빈도에 있어서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(χ^2=7.117, df=1, p<.008). 즉, 대형·인기PP는 독점지역(1357개, 32.3%)보다 복점지역(1492개, 35.5%)에서 더 많이 송출되는 것으로 나타났고, 독립·영세PP는 복점지역(647개, 15.4%)보다 독점지역(702개, 16.7%)에서 더 많이 송출되는 것으로 나타났다.

독점복점 지역 전체 소유구조다양성지수는 다소 낮은 것으로 나타났다(D=0.930). 독점복점 지역을 비교할 경우 독점지역(D=0.928)과 복점지역(D=0.931)의 다양성지수는 거의 유사한 것으로 나타났다.

전체 PP를 대상으로 각 PP 계열별 소유구조다양성을 살펴보면, 복점지역의 경우 지상파계열PP, MPP, MSP들의 전체 평균 다양성지수는 0.938로 독립·영세PP의 다양성지수(D=0.909)보다 약간 더 낮게 나타났다. 독점지역의 경우 지상파계열PP, MPP, MSP의 전체 평균 다양성지수는 0.942로 독립·영세PP의 다양성지수 0.884보다 훨씬 더 낮았다. 다시 말해, 독점복점 지역과는 상관없이 모든 지역에서 독립·영세PP 채널보다는 지상파계열PP, MPP, MSP의 다양성지수가 낮았다. 독점지역과 복점지역을 비교할 경우, 복점지역 지상파계열PP, MPP, MSP의 전체 평균 다양성지수(D=0.938)는 독점지역의 전체 평균 다양성지수(D=0.884)보다 상당히 낮은 것으로 나타났다. 하지만, 독립·영세PP의 경우 복점지역 다양성지수(D=0.909)가 독점지역 다양성지수(D=0.884)보다 약간 더 낮았다.

2) 독점복점 지역 간 내용다양성

케이블TV시장 복점독점 지역 간 내용다양성의 특징 및 차이에 관한 두

번째 소연구문제와 관련해서 독점복점 지역 간에는 각 PP가 송출하는 채널 장르에 있어서 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. <표 2>는 독점복점 지역에 따른 채널 장르의 빈도와 비율을 보여주고 있다.

<표 2> 독점복점지역에 따른 채널장르*

(%)

PP 장르	시청률	D	독점복점지역				전체	전체 D
			독점지역	D	복점지역	D		
공공(지역)	0.036	0.999	165(50.9)	0.994	159(49.1)	0.995	324(100)	0.995
종교	0.053	0.999	116(48.5)	0.997	123(51.5)	0.997	239(100)	0.997
홈쇼핑	0.127	0.998	258(51.3)	0.986	245(48.7)	0.988	503(100)	0.987
영화	0.277	0.991	285(47.7)	0.983	313(52.3)	0.981	598(100)	0.982
드라마	0.355	0.985	149(48.5)	0.995	158(51.5)	0.995	307(100)	0.995
만화	0.585	0.958	60(43.8)	0.999	77(56.2)	0.999	137(100)	0.999
음악	0.116	0.998	69(50.0)	0.999	69(50.0)	0.999	138(100)	0.999
스포츠	0.224	0.994	80(43.0)	0.999	106(57.0)	0.998	186(100)	0.999
연예・오락	0.078	0.999	217(45.4)	0.990	261(54.6)	0.987	478(100)	0.989
시사・보도	0.448	0.976	97(51.6)	0.998	91(48.4)	0.998	188(100)	0.998
교육	0.108	0.996	194(49.6)	0.992	197(50.4)	0.992	391(100)	0.992
교양	0.064	0.999	168(54.4)	0.994	141(45.6)	0.996	309(100)	0.995
정보	0.104	0.999	120(54.5)	0.997	100(45.5)	0.998	220(100)	0.998
특수정보	0.053	0.999	54(46.6)	0.999	62(53.4)	0.999	116(100)	0.999
취미	0.055	0.999	46(47.9)	0.999	50(52.1)	0.999	96(100)	0.999
게임	0.185	0.996	53(52.0)	0.999	49(48.0)	0.999	102(100)	0.999
외국채널	0.003	0.999	38(44.7)	0.999	47(55.3)	0.999	85(100)	0.999
전체	2.87	0.993	2169 (49.1)	0.995	2248 (50.9)	0.995	4417(100)	0.995
평균	0.169		127.59		132.24		259.82	

*χ^2=16.834, df=16, p<.396

전체적으로 가장 많이 송출되는 채널장르는 영화(598개)였고, 그 다음에 홈쇼핑(503개), 연예・오락(478개), 교육(391개), 공공(지역채널포함, 324개), 교양(309개), 드라마(307개), 종교(239개), 정보(220개), 시사・보도(188개), 스포츠(186개), 음악(138개), 만화(137개), 특수정보(116개), 게임(102개), 취미(96개) 장르 순이었으며, 외국채널(85개)이 가장 적게 송출되는 것으로 나타났다.

복점독점 지역 간 송출채널장르의 빈도 차이를 조사하기 위해 채널장르별로 비모수검정 χ^2 분석을 실행하였다. 그 결과, 총 17개의 채널장르 중 연예・오락 채널장르만이 유의미하게 독점지역(217개, 45.4%)보다 복점지역(261개, 54.6%)에서 더 많이 송출되고 있었다(χ^2=4.050, df=1, p<.044).

복점독점 지역 간 채널장르 다양성에서 전체 채널장르 다양성(D=0.995),복점지역(D=0.995), 독점지역(D=0.995) 채널장르 다양성이 모두 상당히 낮은 것으로 나타났다. 가장 높은 다양성을 보인 장르는 영화 장르(D=0.982)였고, 그 다음에 홈쇼핑(D=0.987), 연예・오락(D=0.989), 교육(D=0.992), 드라마(D=0.995), 공공(D=0.995), 교양(D=0.995), 종교(D=0.997), 시사・보도(D=0.998), 정보(D=0.998) 장르 순이었으며, 취미, 게임, 특수정보, 만화, 음악, 스포츠, 외국채널 장르는 다양성이 거의 없는 것으로 나타났다(D=0.999). 특히, 공공, 홈쇼핑, 교양, 정보 장르의 경우 독점지역에서 복점지역보다 근소하게 다양성이 높은 것으로 나타났고, 영화, 연예・오락, 스포츠 장르의 경우 복점지역에서 독점지역보다 미약 하게 다양성이 높은 것으로 나타났다. 하지만, 종교, 드라마, 만화, 음악, 시사・보도, 교육, 특수정보, 취미, 게임, 외국채널 장르의 경우 독점복점 지역의 다양성이 동일한 것으로 나타났다.

3) 독점복점 지역 간 노출다양성

먼저, 채널장르별 시청률 순위를 살펴보면, 만화채널(D=0.958)의 시청률 다양성이 가장 높았고, 그 다음에 시사・보도(D=0.976), 드라마(D=0.985), 영화(D=0.991), 스포츠(D=0.994), 게임(D=0.996), 홈쇼핑(D=0.998), 음악(D=0.998) 채널 장르 순으로 나타났으며, 공공, 특수정보, 종교, 취미, 교양, 연예・오락, 정보, 교육, 외국채널 장르는 시청률다양성이 거의 없는 것으로 나타났다(D=0.999).

케이블시장 독점복점 지역 간 노출다양성의 특징 및 차이에 대한 세 번째 소연구문제와 관련하여 독점복점 지역 간 채널 시청률의 차이를 비교하기 위해서 t검정(t-test)을 실행하였다. 분석 채널은 시청률이 보고된 채널(3509개)로만 한정하였다. 그 결과 <표 3>에 나타난 바와 같이, 복점지역(1821개)에서 송출되고 있는 채널의 평균시청률(M=0.204)이 독점지역(1688개)에서 송출되고 있는 채널의 평균시청률(M=0.182)보다 더 높았다(t=2.753, df=3507, p<.005).

<표 3> 독점·복점 구조에 따른 채널별 시청률

	채널수*	시청률평균	표준편차	t	자유도	유의도
독점지역 PP	1688	.182	.148	2.753	3507	.005
복점지역 PP	1821	.204	.166			

*시청률이 보고되지 않은 689개 채널은 제외.

<표 4>는 노출다양성에 대한 세 번째 소연구문제와 관련해서 구체적인 분석 결과를 보여주고 있다. 분석결과, 독점복점 지역 간 각 PP가 송출하는 채널의 시청률과 빈도에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(χ^2=162.741, df=119, p<.005). 또한 각 채널의 시청률과 독점복점 지역에서 송출되는 채널의 빈도 간의 관계를 살펴보기 위해 비모수검정(non-parametric test) χ^2 분석을 수행하였다. 그 결과, SBS 드라마+(χ^2=5.786, df=1, p<.016), Super Action(χ^2=5.226, df=1, p<.022), XTM(χ^2=4.129, df=1, p<.042), 드라맥스(χ^2=5.586, df=1, p<.018), KMTV(χ^2=6.545, df=1, p<.011), ETN(χ^2=13.500, df=1, p<.000), 메디TV(χ^2=6.231, df=1, p<.013), 생활건강TV(χ^2=9.941, df=1, p<.002), 부동산TV(χ^2=5.261, df=1, p<.022), 복지TV(χ^2=4.263, df=1, p<.039) 등 10개 채널에서 독점복점 지역 간 채널빈도와 시청률에서 차이가 있었고 나머지 109개 채널에서는 두 지역 간 차이가 없었다. 즉, 시청률 차이를 보인 10개 채널만을 대상으로 할 경우, 시청률이 상대적으로 높은 영화나 드라마 채널은 독점지역보다 복점지역에서 더 많이 송출되는 것으로 나타난 반면, 공공 채널이나 정보 채널 등 시청률이 상대적으로 낮은 채널은 복점지역보다 독점지역에서 더 많이 송출되는 것으로 나타났다.

한편, 전체 채널의 평균 시청률빈도 심슨의 D는 0.999로 매우 낮아서 거의 모든 채널이 시청률에 따라 다양하지 않게 배분되어 있는 것으로 나타났다. 다른 채널과 비교해 볼 때 상대적으로 시청률 다양성지수가 미약하게나마 높게 나타난 채널은 투니버스(D=0.990), MBC드라마넷(D=0.995), OCN(D=0.996), YTN(D=0.998), SBS 드라마+(D=0.998) 등이었다. 하지만, 전체채널 평균 시청률빈도 다양성지수는 0.712로 매우 높은 것으로 나타났고, 복점지역의 시청률빈도 다양성(D=0.682)이 독점지역의 그것(D=0.742)보다 약간 더 높은 것으로 나타났다.

<표 4> 독점복점지역에 따른 채널별 시청률, 빈도*, 시청률빈도 D (%)

채널명	시청률	D	독점·복점 구조				전체 채널수	전체D	NPar χ^2
			독점지역	D	복점지역	D			
투니버스	1.155	0.990	25(41.7)	0.826	35(58.3)	0.660	60	0.743	1.667
MBC드라마넷	0.855	0.995	30(43.5)	0.811	39(56.5)	0.681	69	0.746	1.174
OCN	0.792	0.996	43(48.9)	0.761	45(51.1)	0.739	88	0.750	0.045
YTN	0.522	0.998	52(53.1)	0.718	46(46.9)	0.780	98	0.749	0.367
SBS 드라마+	0.507	0.998	19(33.9)	0.885	37(66.1)	0.563	56	0.724	**5.786****
SuperAction	0.448	0.999	22(35.5)	0.874	40(64.5)	0.584	62	0.729	**5.226****
KBS 드라마	0.424	0.999	24(43.6)	0.810	31(56.4)	0.682	55	0.746	0.891
JEI 재능TV	0.365	0.999	26(41.9)	0.824	36(58.1)	0.663	62	0.743	1.613
채널 CGV	0.364	0.999	40(49.4)	0.756	41(50.6)	0.744	81	0.750	0.012
SBS스포츠	0.338	0.999	17(41.5)	0.828	24(58.5)	0.657	41	0.743	1.195
MBC ESPN	0.309	0.999	22(40.7)	0.834	32(59.3)	0.649	54	0.741	1.852
대교어린이TV	0.305	0.999	16(42.1)	0.823	22(57.9)	0.665	38	0.744	0.947
MBN	0.240	0.999	45(50.0)	0.750	45(50.0)	0.750	90	0.750	0.000
COMEDY TV	0.238	0.999	18(36.7)	0.865	31(63.3)	0.600	49	0.732	3.449
온게임넷	0.216	0.999	33(53.2)	0.717	29(46.8)	0.781	62	0.749	0.258
KBS N 스포츠	0.209	0.999	11(35.5)	0.874	20(64.5)	0.584	31	0.729	2.613
XTM	0.198	0.999	23(37.1)	0.862	39(62.9)	0.604	62	0.733	**4.129****
CJ홈쇼핑	0.188	0.999	52(51.5)	0.735	49(48.5)	0.765	101	0.750	0.089
MBC MOVIE	0.177	0.999	16(48.5)	0.765	17(51.5)	0.735	33	0.750	0.030
GS홈쇼핑	0.172	0.999	52(51.5)	0.735	49(48.5)	0.765	101	0.750	0.089
M-Net	0.163	0.999	37(49.3)	0.757	38(50.7)	0.743	75	0.750	0.013
Qwiny	0.161	0.999	1(25.0)	0.938	3(75.0)	0.438	4	0.688	1.000
챔프	0.158	0.999	23(46.9)	0.780	26(53.1)	0.718	49	0.749	0.184
올리브	0.140	0.999	28(60.9)	0.629	18(39.1)	0.847	46	0.738	2.174
바둑TV	0.137	0.999	8(40.0)	0.840	12(60.0)	0.640	20	0.740	0.800
MBC게임	0.135	0.999	20(50.0)	0.750	20(50.0)	0.750	40	0.750	0.000
현대홈쇼핑	0.123	0.999	52(51.5)	0.735	49(48.5)	0.765	101	0.750	0.089
Xports	0.113	0.999	30(50.0)	0.750	30(50.0)	0.750	60	0.750	0.000
Q채널	0.113	0.999	17(54.8)	0.699	14(45.2)	0.796	31	0.748	0.290
한국경제TV	0.101	0.999	18(51.4)	0.736	17(48.6)	0.764	35	0.750	0.029
KMTV	0.066	0.999	17(77.3)	0.403	5(22.7)	0.948	22	0.676	**6.545****
Dramax	0.084	0.999	38(65.5)	0.571	20(34.5)	0.881	58	0.726	**5.586****
ETN	0.048	0.999	3(12.5)	0.984	21(87.5)	0.234	24	0.609	**13.500****
메디TV	0.019	0.999	11(84.6)	0.284	2(15.4)	0.976	13	0.630	**6.231****
생활건강TV	0.011	0.999	15(88.2)	0.221	2(11.8)	0.986	17	0.604	**9.941****
복지TV	0.004	0.999	14(73.7)	0.457	5(26.3)	0.931	19	0.694	**4.263****
부동산TV	0.010	0.999	6(26.1)	0.932	17(73.9)	0.454	23	0.693	**5.261****
평균	0.197	0.999	18.244	0.742	18.891	0.682	37.135	0.712	
전체	11.827		2182 (49.1)		2273 (50.9)		4455 (100.0)		

* χ^2=162.741, df=118, p<.005

** p<.05 수준에서 유의미함(독점복점 지역 간 송출빈도에서 차이가 나는 채널을 제외한 시청률 0.10이하 채널은 생략)

독점복점 지역 전체에서 시청률빈도 다양성지수가 0.60 이하로 매우 높게 나타난 채널과 0.61에서 0.69 사이로 상당히 높게 나타난 채널은 대부분이 독립·영세 PP들이었다. 시청률빈도 다양성지수가 0.70에서 0.75 사이로 약간 높게 나타난 채널은 지상파계열PP, MPP, MSP, 독립·영세PP를 골고루 포함하고 있었다.

독점지역의 경우, 시청률빈도 다양성지수가 0.60 이하로 매우 높게 나타난 채널과 0.61에서 0.69 사이로 상당히 높은 다양성을 보인 채널은 주로 독립·영세PP들이었다. 하지만, 시청률빈도 다양성지수가 0.70에서 0.79 사이로 약간 높게 나타난 채널과 0.80에서 0.89 사이로 다소 높게 나타난 채널은 다양한 소유구조를 나타냈다. 시청률빈도 다양성지수가 0.90 이상으로 낮게 나타난 채널은 주로 독립·영세PP들이었다.

복점지역의 경우, 시청률빈도 다양성지수가 0.60 이하로 매우 높게 나타난 채널은 대부분이 독립·영세PP와 지상파계열PP들이었다고, 시청률빈도 다양성지수가 0.61에서 0.69 사이로 상당히 높게 나타난 채널은 다양한 소유구조를 나타냈다. 채널 시청률빈도 다양성지수가 0.70에서 0.79 사이로 약간 높게 나타난 채널은 다양한 소유구조를 나타냈고, 시청률빈도 다양성지수가 0.80에서 0.89 사이로 다소 높게 나타난 채널은 대부분이 독립·영세PP와 지상파계열PP들이었다. 시청률빈도 다양성지수가 0.90 이상으로 낮게 나타난 채널은 주로 독립·영세PP들이었다.

독점복점 지역을 비교해 볼 경우, 독점지역에서 시청률빈도 다양성지수가 높게 나타난 채널은 농어민방송, CNBC, 생활건강TV, 메디TV, KBS JOY, MBC every1, Dramax, 무협TV, 올리브, KBS Prime, Q채널, 토마토TV, KCN무협, 온게임넷, YTN, 지역채널, EBS플러스1, NICK, EBS플러스2, CBS, 농수산홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 한국경제TV, 롯데홈쇼핑 채널 등이었다. 복점지역의 시청률빈도 다양성지수가 높게 나타난 채널은 국회방송, 여행레저TV, 예술TV Art, 채널 J, 채널칭, 환경TV, MBC게임, MBN, Xports, 채널 CGV, M-Net, OCN, MBC MOVIE, 평화방송, 아리랑TV, MBC ESPN, MTV, 바둑TV, 레몬TV, COMEDY TV, KBS N 스포츠, SuperAction, SBS 드라마+, 부동산TV, Qwiny, J골프, 카툰네트워크, ETN, 가요이벤트, 가요TV 채널 등이었다.

장르별로 살펴보면, 독점지역에서 시청률빈도 다양성지수가 높게 나타난

채널은 주로 홈쇼핑, 뉴스, 교육, 생활경제, 정보 채널 등이었고, 복점지역에서 높은 시청률빈도 다양성지수를 나타낸 채널은 주로 드라마, 영화, 만화, 스포츠 채널 등이었다.

7. 결론 및 논의

이 연구는 한국 케이블TV시장의 독점복점 경쟁이 채널의 다양성에 미치는 영향을 조사하기 위해서 복점지역과 독점지역 간 소스(소유구조)다양성, 내용(장르)다양성, 노출(시청률)다양성의 특징 및 차이를 분석했다. 다양성지수는 심슨의 D를 통해 측정했다.

소유구조에 따른 송출 채널의 차이에 대한 첫 번째 소연구문제에 있어서 연구결과 독점복점 지역 모두에서 독립·영세PP 채널보다는 지상파계열PP, MPP, MSP 위주로 송출을 하는 경향이 많았고, 독립·영세PP의 경우 복점지역보다 독점지역에서 더 많이 송출되고 있었다. 즉, 경쟁이 없는 독점지역보다는 상대적으로 경쟁이 치열한 복점지역에서 독립·영세PP 채널보다 지상파계열PP, MPP, MSP 채널 위주로 송출하는 경향이 더욱 강했다. 이러한 양상은 복점시장에서의 경쟁이 인해 인기·대형 채널 위주의 송출을 유도하는 것으로 해석할 수 있다. 다양성지수(심슨의 D)와 관련하여 독점복점 지역 모두에서 독립·영세PP 채널보다는 지상파계열PP, MPP, MSP 채널이 균등하게 분배되어 송출되고 있었으며, 독점복점 지역을 비교할 경우 독점지역보다는 복점지역에서 지상파계열PP, MPP, MSP 채널들이, 복점지역보다는 독점지역에서 독립·영세PP들이 더욱 다양하고 균등하게 분배되어 송출되고 있었다. 이러한 결과는 복점 경쟁지역이 독점지역보다 시청률 경쟁이 심해질 수밖에 없고, 경쟁이 심할수록 시청률이 높게 나오는 지상파계열PP나 MPP를 송출하는 경향이 있기 때문으로 해석할 수 있다.

PP가 송출하는 채널의 장르 차이에 관한 두 번째 소연구문제에 있어서 연구 결과는 복점 지역에서 독점지역보다 연예·오락 장르의 송출 빈도가 더 높은 것으로 나타났으나, 전반적으로 독점복점 지역 모두에서 영화, 연예·오락, 드라마, 홈쇼핑 등 인기 있는 장르를 중심으로 송출할 뿐만 아니라 공공(지역포함), 종교, 교육, 교양, 정보 장르 등 비인기·비오락 장르도 상당히 많이 송출하고 있었다. 이러한 사실은 일견 모순된 현상으로 보여지

나, 시장원리상 그리고 국내 유료 방송 채널 정책의 당연한 결과이다. 먼저, 독점시장보다 상대적으로 경쟁이 치열한 복점시장은 경쟁에서 살아남기 위해 인기 있는 연예・오락 채널 장르를 더 많이 편성해서 제공할 가능성이 높다. 둘째, 채널의 다양성을 확보하기 위해 지역, 종교, 정보 장르는 방송법으로 송출을 의무화하고 있고, 공공, 교육, 교양 장르 역시 공익성 방송 분야로 지정하여 송출을 의무화하고 있기 때문이다(방송법 제70조, 방송법 시행령 제53조 및 제 54조).

다양성지수(심슨의 D)와 관련하여 독점지역과 복점지역 간 채널 장르 다양성에 있어서는 별 차이를 보이지 않았을 뿐만 아니라, 두 지역 모두에서 다양성지수가 매우 낮은 것으로 나타났다. 다시 말해, 전체적으로 독점과 복점지역 모두에서 각 채널 장르가 다양하고 균등하게 분배되어 송출되지 않았다. 하지만, 전체적으로 독점복점 시장구조와는 상관없이 공공, 종교, 홈쇼핑, 영화, 드라마, 연예・오락, 정보, 교양, 교육, 시사・보도 채널 장르가 만화, 음악, 스포츠, 취미, 게임, 특수정보, 외국채널 장르보다 약간 더 다양하고 균등하게 분배되어 송출되고 있었다.

동일한 복점지역 내에 존재하면서 치열한 경쟁을 벌이고 있는 두 개의 SO는 차별화된 장르가 아닌 서로 비슷한 장르를 가지고 경쟁을 한다는 발견은 호텔링 이론(Hotelling, 1929)으로 설명될 수 있다. 호텔링 이론이란 기업의 수요를 확보하기 위해 노력하는 개별 기업의 성향이 결국 극단적으로 차별화된 상품보다는 중립적인 특성을 지니는 상품을 만들게 된다는 이론이다. 다시 말해, 두 업체가 동일한 시장에서 같은 상품을 생산할 경우 두 업체는 상호 경쟁 속에서 수요를 최대한 확보할 수 있는 지점에 입지함으로써 이윤극대화를 추구하고 결국 시장의 중앙에 입지하게 된다는 것이다.

이러한 논의를 케이블시장에 적용하면, 동일한 하나의 방송 시장에서 두 개의 SO가 채널을 송출하면서 치열한 경쟁을 벌일 경우 그 시장에 속한 두 SO는 극단적으로 차별화되어 완전히 다른 프로그램이나 채널장르를 가지고 경쟁하는 것이 아니라 오히려 서로 비슷한 프로그램이나 채널장르를 가지고 경쟁을 하게 된다는 것이다. 본 연구에서 나타난 복점 경쟁 지역이 독점지역보다 지상파계열PP나, MPP 위주의 채널 편성이 이루어지고 있다는 사실의 발견은 경쟁으로 말미암아 채널 편성의 차별화나 다양화가 이루어지기보다는 오히려 인기 있는 채널에 집중되는 최소 차별화 현상이 나타나고 있

음을 보여준다. 뉴미디어의 도입 때마다 쟁점이 되고 있는 정책 이슈 중의 하나가 시청률이 높은 지상파 방송의 재전송 문제인 것도 호텔링 이론과 연관성이 있는 것이다(정인숙, 2007). 이러한 논의는 기존 다양성 연구의 결과(박소라, 2003; 안정임, 송현경, 전경란, 1994; 이은미, 2001; 김성태, 김선미, 2007)와 마찬가지로 방송사들 간의 심화된 경쟁이 다양성을 감소시킴을 의미한다.

PP가 송출하는 채널의 시청률 다양성 특징 및 차이와 관련된 세 번째 소연구문제에 있어서 연구 결과 복점지역의 10개 SO들이 영화 채널, 드라마 채널, 홈쇼핑 채널, 스포츠 채널, 뉴스 채널 등 시청률이 높은 채널들을 위주로 송출하는 경향이 있었다. 이러한 결과는 소유 규제의 다양성 결과와 관련되어 있다. 즉, 복점 경쟁은 시청률이 잘 나오는 채널들을 위주로 편성하는 경향성을 높여주기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 다양성지수와 관련하여 전체적으로 시청률에 따른 채널 다양성은 매우 낮은 것으로 나타나 각 채널은 시청률에 따라 매우 불균등하게 배분되어 송출되고 있었으며, 독점지역보다 복점지역에서 각 채널은 시청률에 따라 약간 더 다양하고 균등하게 배분되어 송출되고 있었다.

케이블TV의 독점복점경쟁에 있어서 독점상황과 비교해 볼 때 복점경쟁상황에서는 소유구조다양성이 낮고 노출다양성은 높고 내용다양성은 별 차이가 없었으며, 복점경쟁상황과 비교해서 독점상황에서는 소유구조다양성은 높고 노출다양성이 낮고 내용다양성은 별 차이가 없었다. 다시 말해, 케이블시장 독점복점경쟁이 다양성에 미치는 영향은 소유구조다양성과 노출다양성에 한정되며 내용다양성에는 별 영향을 미치지 않는다고 하겠다.

이러한 의의에도 불구하고 이 연구는 소유구조에 따른 장르다양성이나 장르에 따른 노출다양성, 소유구조에 따른 노출다양성 등을 직접적으로 검증하지 못했다는 한계를 지닌다. 또한 이러한 연구 결과는 왜 이 연구의 결과가 기존의 연구 결과와 상반되는지를 보다 더 구체적인 비교를 위해 시청률이 높은 특정 인기 프로그램이나 장르가 집중 편성되는 주시청시간대와 그렇지 않은 시청시간대로 구분하여 세 가지 차원의 다양성을 살펴볼 필요가 있음을 시사한다. 즉, 기존의 연구 결과는 다양성 개념 중 특히 장르다양성을 대상으로 주시청시간대만을 집중적으로 분석했기 때문일 가능성이 크다는 것이다. 후속연구는 이러한 점을 고려해서 수행할 것을 기대해 본다.

참고문헌

강대인(1993). 『한국 텔레비전 편성의 특성과 전략에 관한 연구』. 고려대학교 대학원 박사학위논문.

권호영・김도연(2004). 케이블TV 시장에서의 독점과 경쟁: 동일지역 복수SO 정책의 효과분석. 『한국언론학보』, 48권 5호, 5~29.

김성태・김선미(2007). 방송정책에 따른 케이블 장르의 집중도 변화에 관한 연구. 『한국방송학보』, 21권 3호, 88~126.

김영주・권호영(2004). 채널사용사업자의 성과결정요인에 대한 연구. 『한국언론학보』, 48권 5호, 138~162.

박소라(2003). 경쟁도입이 텔레비전 프로그램 장르 다양성에 미치는 영향에 대한 연구 : 1989년 이후 지상파 방송 편성표 분석을 통하여. 『한국언론학보』, 47권 5호, 222~250.

박소라・양현모(2006). 외주정책이 제작시장과 외주제작공급 및 프로그램 다양성에 미친 영향에 관한 연구. 『한국방송학보』, 20권 1호, 50~95.

박소라・황용석(2000). 『EPG 프로그램 DB화와 코팅 개발서』. EPG.

방송위원회(2008). 『2007 방송산업실태조사보고서』. 방송위원회.

안정임・송현경・전경란(1994). 『94 텔레비전 편성의 다양성 분석보고서 1』. 방송위원회.

유세경・김미라(2005). 지상파 방송3사의 HDTV 프로그램 편성에 관한 연구. 『한국언론정보학보』, 29권 1호, 111~148.

윤충환・이인찬(2001). 유선방송시장에서의 경쟁권역과 독점권역의 특성비교. 『산업조직연구』, 9권 4호, 95~108.

이상식(2008). 『한국케이블TV산업정책론』. 서울: 나남.

이은미(2001). 1990년대 텔레비전방송의 다양성 분석. 『한국언론학보』, 46권 1호, 88~414.

이종님(2005). 『텔레비전 프로그램의 특성이 질평가와 시청선택에 미치는 영향에 관한 연구-프로그램유형별, 시간대별, 방송사별 프로그램 특성을 중심으로』. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.

이준호(1998). 정부정책과 방송사 경쟁구도의 변화에 따른 편성 다양성의 변화에 관한 연구: 1962~1995. 『한국방송학보』, 10권 2호, 257~288.

이종원(2004). 『케이블TV 결합이 시장집중과 효율성에 미친 영향』. 서강대학교 대학원 박사학위논문.

이준호・조경섭(2003). 미국 다채널TV의 채널 다양성 결정 요인에 관한 연구. 『미국학논집』, 35권 2호, 260~291.

임성원・구세희・연보영(2007). 지상파방송의 장르다양성에 관한 연구: 시간별 프로그램 편성과 노출을 중심으로. 『언론과학연구』, 7권 2호, 402~440.

전혜선(2005). 케이블TV 시장구조(독점과 경쟁)에 따른 행위 및 성과 분석. 『한국언론학보』, 49권 5호, 124~146.

정인숙(2007). 『방송 정책이론과 방법론』. 서울: 커뮤니케이션북스.

홍종배(1994). 『한국방송의 편성전략에 관한 분석연구』. 계명대학교대학원 석사학위논문.

황상재 · 정영주(2005). 방송채널 사용사업자 등록제 이후 케이블 방송의 다양성 변화에 관한 연구. 『한국방송학보』, 19권 2호, 200~239.

Ahn, H. & Litman, B. R. (1997). Vertical integration and consumer welfare in the cable industry. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 41*(4), 453-477.

Atwater, T. (1984). Product differentiation in local TV news. *Journalism Quarterly*, *61*, 757-762.

Bae, H. S. (1999). Product differentiation in cable programming: The case in the cable national all-news networks. *Journal of Media Economics*, *12*, 265-277.

Beard, T. R. & Ford, G. S. (1999). Competition between wireline networks as fragmented duopoly with an empirical application to the cable television industry, Phoenix Center for Advanced legal and Economics Public Policy Studies.

Beil, et al. (1993). Competition and the price of municipal cable television services: An empirical studies. *Journal of Regulatory Economics*, *5,* 401-415.

Chan-Olmsted, S. M. (1996). From Sesame Street to Wall Street: An analysis of market competition in commercial childrens' television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *40*, 30-4.

Dominick, J. R. & Pearce, M. C. (1976). Trends in network prime-time programming, 1953-74. *Journal of Communication*, *26*(1), 70-80.

Emmons, W. & Prager, R. (1997). The effects of market structure and ownership on prices and service offerings in the U. S. cable television industry. *RAND Journal of Economics, 28*(4), 732-750.

Entman, R. & Wildman, S. (1992). Reconciling economic and non-economic perspectives on media policy: Transcending the :Marketplace of Idea, *Journal of Communication*, *42*(1), 5-19.

Everette, S. C. & Everette, S. E. (1989). How readers and advertisers benefit from local newspaper competition. *Journalism Quarterly*, *66*, 76-9.

FCC (2006). 2006년 정책연구보고서. Washington DC.

Grant, A. E (1994). The promise fulfilled? An empirical analysis of program diversity on television. *Journal of Media Economics*, *7*(1), 51-44.

Hotelling, H. (1929). Stability in competition. *Economic Journal*, 41-57.

Lacy, S. (1987). The effects of intracity competition on daily newspaper content. *Journalism Quarterly*, *64*, 281-290.

Lacy, S. (1988). The impact of intercity competition on daily newspaper content. *Journalism Quarterly*, *65*, 399-406.

Lacy, S. (1989). A model of demand for news: Impact of competition on newspaper content. *Journalism Quarterly*, *66*(1), 40-48, 128.

Levin, S. L. & Meisel, J. B. (1991). Cable television and competition: Theory,

evidence, and policy. *Telecommunications Policy*, *14*, 519-528.
Litman, B. (1979). The television networks, competition and program diversity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *23*, 393-409.
McDonald, D. G., & Dimmick, J. (2003). The conceptualization and measurement of diversity. *Communication Research*, *30*(1), 60-79.
McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: Sage.
Merline, J. (1990). How to get better cable TV at lower prices. Consumers' *Research Magazine*, *73*, 10-17.
Nam, Si-Ho (2005). The Politics of "Compressed Development" in New Media: Cable Television Diversity and New Challenges for Korean Democracy. Doctoral Dissertation. Pennsylvania State University.
Napoli, P. (1997). Rethinking program diversity assessment: An audience-centered approach. *Journal of Media Economics*, *10*, 59-74.
Napoli, P. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication*, *49*(4), 7-34.
Napoli, P. (2001). *Foundations of communication policy: Principles and process in the regulation of electronic media*. Cresskill, NJ: Hampton.
Owen, B. M., Beebe, J. H., & Manning W. G. (1974). *Television economics*. Lexington, MA: Lexington Books. 최양수 역(1996). 『텔레비전 경제학』. 서울: 나남.
Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York, NY: The Free Press.
Porter, M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
Rogers, R. P., & Woodbury, J. R. (1996). Market structure, program diversity, and radio audience size. *Contemporary Economic Policy*, *14*(1), 81-91.
Rothenbuhler, E. W., & Dimmick, J. W. (1982). Popular music: Concentration and diversity in the industry, 1974-1980. *Journal of Communication*, *32*(4), 143-149.
van der Wurff, R., & van Cuilenburg, J. (2001). Impact of moderate and ruinous competition on diversity: The Dutch television market. *Journal of Media Economics*, *14*, 213-229.
Wakshlag, J. & Adams, W. J. (1985). Trends in program variety and the prime time access rule. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *29*(1), 23-34.
Webster, J. (1986). Audience behavior in the new media environment. *Journal of Communication*, *36*(3), 77-91.

최초 투고일 2009. 7. 5
1차 수정일 2009. 8. 15
게재 확정일 2009. 8. 21