

CATV 국내 육성방안

鄭允植

通信開發研究院 責任研究院

I. CATV의 現況

오늘날 마이크로일렉트로닉스 기술과 통신기술을 중심으로 한 情報技術의 비약적인 발전은 정보의 전달, 처리, 유통, 축적을 획기적으로 증대시키는 뉴미디어의 개발을 가능케 함으로써 인간의 經濟活動은 물론 생활양식 전반에 걸쳐 획기적인 변화를 일으키고 있다.

이른바 '커뮤니케이션 혁명의 시대' 또는 '情報化社會'로 불리워지는 새로운 상황속에서 방송미디어는 CATV, HDTV, 방송위성, 多重放送 등 방송계 뉴미디어의 등장으로 방송채널의 다양화가 전개되고 그로 인해 방송시스템에 있어서도 새로운 양상이 전개될 것으로 예상된다.

뉴미디어시대에 있어서 방송시스템은 첫째, 기존의 방송서비스의 고품질화를 목표로 하는 시스템과 둘째, 새로운 형태, 내용의 서비스를 실현하고 방송서비스의 다양화를 목표로 하는 시스템으로 발전해 나갈 것이다. 고품질화를 목적으로 하는 방송시스템으로서의 中波放送의 스테레오화를 도모하는 AM-stereo 방송, 품질이 높은 음성방송이 가능한 PCM 放送, 방송위성의 실용화로 예상되고 있는 화면의 精細度가 높으며 넓은 화면을 그 특징으로 하는 高品位 TV(HDTV), 그리고 여기에 현행 TV방식과의 양립성을 확보하면서 최초의 디지털 영상처리기술을 이용한 정세도가 높은 화질을 실현하는 EDTV 등이 개발될 것이다.

방송서비스의 다양화를 목적으로 하는 신규 방송시스템으로서의 文字多重放送(Teletext), 다채널 CATV, 위성방송, 그리고 방송전파를 이용하여 문서, 도형 등의 하드카피를 전송하는 팩시밀리 방송,

위성방송의 영유부분을 활용한 데이터방송서비스가 출현할 것으로 전망된다.^[1]

이 미디어중에서도 CATV는 有線網社會(the wired society)의 꿈을 실현시켜 인류사회의 변혁을 초래할 것으로 기대되는 '뉴미디어의 총아'이다. 우리사회가 정보화사회를 지향하고, 그 길을 재촉하고 있는 지금 뉴미디어의 기간매체라 할 수 있는 CATV의 수용을 우리나라의 산업, 경제적 측면에서뿐만 아니라 사회·문화적 측면에서도 그 파급효과가 매우 높을 것으로 전망된다. CATV사업은 여타 산업에 비해 수요창출과 고용창출면에서 前後方效果가 높은 산업이며, 정보통신서비스도 제공해줄 수 있어 경제활동에 도움을 주기도 한다. 또한 CATV는 '재미있는 오락 프로그램', '유익한 교양프로그램'을 제공할 뿐만 아니라 '효과적인 광고메시지'를 전달하는 문화매체이기도 하다. 이와같이 무한한 가능성을 내포하고 있는 CATV도 당초에는 산간벽지의 난시청해소를 위해 산꼭대기에 공동안테나를 설치, 수신한 방송전파(공중파방송)를 동축케이블을 통해 각 가정에 보내주는 시스템으로 출발했다(제1세대 CATV). 그러나 60년대에 들어서는 선진국에서 재송신서비스 이외에 방송국의 자체 스튜디오에서 제작한 영화나 지역정보를 추가하는 시스템으로 발전했다(제2세대 CATV). 70년대에는 이 방식이 더욱 발전, 미국을 비롯한 선진국에서는 CATV 방송프로그램을 위성을 통해 전국 네트워크에 동시배급하는 전국적 CATV시대에 접어들었다(제3세대 케이블). 10년 단위로 발전하는 이 CATV는 80년대에 들어 지금까지의 일방분배기능만 가진 단방향 송신시스템에서 탈피, 방송국과 가입자간에 서로 정보전달이 가능한 쌍방향 CATV 방식으로 한단계 더 도약했다.^[2] 이 쌍방향 CATV는 컴퓨터

네트워크로 구성되므로 이를 이용해 가입자에 대한 요금부과, 시스템 고장의 자동검침은 물론 전기, 수도, 가스 등의 원격검침, 방법, 방재, 홈쇼핑, TV회의등을 할 수 있다.

CATV의 선두주자인 미국은 초기의 단방향방식을 뛰어넘어 쌍방향 방송시대에 접어들어 TV프로그램은 물론 TV게임, 홈쇼핑, 홈뱅킹은 새로운 시도가 이루어지고 있다. 그러나 아직은 일부 실용화에 그리고 전체적으로는 실험단계에 머물고 있다.

이와같은 CATV가 우리나라에 처음 수용된 것은 산간벽지와 고층건물이 밀집한 대도시와 같은 난시청 지역에 공중파방송을 단순 재송신하기 위해서였다. 1987년 7월부터 시행된 '유선관리법'에서는 난시청 해소를 위한 중계, 음악방송, 호텔등 일정건물내의 자가유선방송 등에 한해 CATV 방송을 부분 허용하고 있다. 현재 난시청해소를 위해 운영중인 사설유선방송업체는 전국에 7백 50여개사가 있는데 이중 절반 가까운 3백 50개사는 무허가업체이다. 발딩내 자가 CATV는 대기업을 중심으로한 기업체와 학교, 병원, 사회복지기관 등에서 활발히 설치·운영하고 있다. 현행법상 우리나라 CATV는 중계방송, 자가방송형태로 구분될 수 있겠다. 그러나 현실적으로 우리나라 유선방송업소는 방영내용에 있어서는 중계방송보다는 불법비디오가 가입자를 유인하는데 더 큰 효험을 보이고 있다. 현실적으로는 불법비디오가 정규방영보다 할애하는 시간이 많고 무허가가입소가 이윤도 더 남길 소지가 있다. 중소도시, 농어촌에서는 법을 지키며 再放送만 하지만 일부 대도시에서는 불법비디오를 방영하여 십야까지 시청자의 사행심리도 조장하는 실태는 이미 공지된 사실이다. 이와같은 국내 CATV 환경을 정비하는 한편, 방송수용체제의 다변화를 꾀하고, CATV의 '다채널미디어'로서의 기능을 활성화하기 위해서 우리나라에서도 조만간 새로운 CATV시대가 도래할 것으로 예견된다.

새롭게 수용되는 유선방송체제는 '다채널' CATV 형이 될 것으로 전망되는데 방송매체의 역할뿐만 아니라, 방법, 방재등 정보통신서비스의 기능까지도 부가할 수 있다는 점에서 현행 CATV 보다 한층 진보된 형태라 할 수 있다. 새롭게 탄생하는 CATV는 현행 '방송법'이나 '유선방송관리법'상 부여된 방송의 '공공성'과 '공익성'을 준수함과 동시에 CATV의 장점으로 부각되고 있는 '다양화', '전문화'된 방송서비스를 제공해야 할 것이다. 그러므로 바로 이와같은 시점에서 CATV 수용에 관련된 방송정책과 법규, 운

영제도, 프로그램내용과 편성기준, 광고, 요금등 제반 정책과제를 검토하는것은 매우 의미있는 일일 것이다.

그러나 CATV 수용단계에서 우리가 유념해야할 점은 현재 전세계적으로 미국을 제외한 여타의 국가에서는 당초의 기대보다는 그 수용이 비교적 저조하다는 사실이다. 우리보다 앞서 CATV를 운영하고 있는 선진국에서는 CATV에 대한 환상이 사라지고 그 실현가능성이 당초의 기대보다는 희박하다는 자각이 싹트고 있는 것이다. 많은 사람들은 CATV를 실제(performance)보다도 가능성(promise)에 자신이 기대를 걸었다는 사실을 뒤늦게 자각하고 있는 것이다.

신문도 1세기전에는 "사회진보의 원동력"으로, 라디오도 1920년대에는 "대중을 위한 연주회장"으로 불렸으며, TV도 처음에는 "세계를 향한 인류의 창문"으로 기대를 모았지만 결국은 '장미빛 낙관론'에 그쳤다는 사실을 우리는 기억할 필요가 있다.¹³⁾

뉴미디어의 수용과정에는 한 사회의 정치, 경제, 문화적 욕구와 이해(理解)가 투영되기 마련이다. 이런 의미에서 CATV가 당초의 기대에 부응하지 못했다는 사실은 그 사회의 다양한 욕구를 수렴하고 상충되는 이해관계를 조정하지 못했던 때문으로 해석할 수도 있다. CATV는 그만큼 기술적 잠재성이 높은 반면에 시행상 헤쳐 나가야 할 이해관계의 복잡성이 다른 어떤 미디어보다도 높다는 것을 증명해주고 있는 셈이다. 결국 CATV의 도입과 개발을 기술결정론자들이 제시하는 것처럼 단순히 기술자체의 특성이나 가능성에 의해서 이루어지는 것도 아니며, 또한 일부 사회학자들일 주장처럼 사회구조적 특성에 의해서 자동적으로 수용되는 것도 아니다. CATV는 기술자체의 특성과 그 기술이 개발되고 있는 시대적 상황, 사회적 욕구가 서로 부합되어야만 도입될 수 있는 것이다. 그런 의미에서 '기술은 사회적이다'라는 윌리엄스(R. Williams)의 견해는 매우 의미있는 것이다.¹⁴⁾

그렇다면 CATV는 어떠한 사회적 맥락속에서 개발되는 것이며 또, CATV 수용을 가로막는 제요인들은 무엇이며 우리는 어떻게 대처해 나가야 할 것인가?

本稿에서는 이와같은 물음에 답하기 위해, CATV를 수용할 때 예견되는 논의와 쟁점들을 살펴보고 이를 토대로 우리의 현실여건에 맞는 정책방향을 탐색해 보고자 한다.

II. CATV 導入상의 課題

1. CATV의 運營制度

CATV와 같은 뉴미디어를 한 사회 체제내에 채택하고 활성화시키는데는 그것과 관련된 경제적 환경이나 기술적 여건들이 성숙되어야 하지만, 그에 앞서 CATV의 운영제도를 결정하는 것이 선행되어야 한다.

1) 정책, 규제기관

CATV의 정책수립 및 규제에 있어서는 미국은 FCC와 지방자치단체, 일본, 프랑스, 서독은 우정성, 그리고 영국은 케이블위원회가 담당하고 있다.^[5]

주요 외국의 CATV사업 운영제도를 보면 표1과 같다.

현행 우리나라 「유선방송관리법」상에는 유선방송의 종류별로 문화공보부장관의 허가를 받게 되어있고 5년이내의 유효기간을 두고 있다(제3조). 그리고 케이블 방송시설의 설치 및 유지에 관한 사항은 체신부장관이 정하는 기술수준에 의하게 된다(제6조).

이상과 같이 CATV 정책은 CATV의 공공성과 공익성을 인정하여 정부기관의 허가과 규제를 받거나 또는 공익성을 가진 위원회가 전담하는 것이 통례이다. 따라서 향후에 수용되는 CATV정책에 있어서도 공익성과 공공성의 유지를 지속하기 위해서는 첫째, 현행법과 같이 문공부가 사업체의 허가 및 프로그램

내용규제를 맡고 체신부가 시설기준 및 망사업부문에 대한 정책을 담당하는 방안 둘째, 현행의 이원화된 정책담당부서를 일원화하여 전담하는 방안 셋째, 문공부와 체신부를 비롯한 정책담당자를 중심으로 정부 산하에 '케이블위원회'를 별도로 설치하는 방안을 검토할 수 있겠다.

미국의 FCC와 유사한 민간레벨의 독자적인 '케이블위원회'를 구성하는 방안도 검토할 수 있으나 향후 CATV운영에 참여하게 될 '유선망사업자', '방송사업자', '프로그램제작. 공급업체'등 여러 사업체들의 이해관계를 조정하기 어렵다는 난점이 있다. 민간차원의 위원회 설치는 정책결정상의 '책임성'과 '전문성'의 제고가 확보되는 전제하에서 검토되어야 할 것이다. 또한 지역독점권(franchising)제도를 채택할 시, 지방 CATV 사업자를 누가 규제할 것인가 하는 과제가 남는다. 미국에서는 CATV는 特許대상이기 때문에 CATV 방영체제에 대해 사용료를 부과하든, 무료로 하든 부과여부의 결정권은 지방당국에 있다. 반면 FCC는 허가기준이나 규정준수등의 원칙적인 문제해결이나 인접 주(州)간의 상충현상이 일어났을 경우에만 개입한다. 또한 지방정부는 프로그램 내용에는 관심이 없는데 그 이유는 표준편성에 관한 문제는 FCC 소관이기 때문이다.^[6] 그러나 유럽국가들

표 1. 주요 외국의 CATV사업 운영제도

구분 \ 국명		일 본	영 국	프랑스	서 독	미 국
정책수립 및 규제기관		우정성	케이블협회	우정성	우정성	FCC
사업	사업의 허가기관	우정성	케이블협회 무역 산업성 전기통신청	지방자치체	지방자치체	지방자치체
운영	사업 운영형태	사업의 모든 분야가 단일 민간 사업자에 의해 이루어짐	사업분야를 Cadle provider와 Cable operator로 구분하여 허가하고 민간사업자에게 개방	케이블의 건설은 우정성이 하고 그 운영은 지방사업 운용회사(SLECS)가 함. Head-end 설계 및 운용은 TDF 담당	케이블의 건설은 우정성에서 하고 시스템의 운영은 민간사업자에 의해 실험 및 실시 중	사업분야가 전문화되고 참가가 자유롭게 개방됨
사업운영의 정책 방향		쌍방향 기능을 강조하고 통신사에 대한 개방을 검토중	중영화·자유화 방침하에 쌍방향 서비스 적극 추진 중	민간 사업자의 참여범위 확대 추세	뉴미디어 전반에 걸쳐 민간사업자에 개방 방침임	각종 규제의 완화 추세
공중통신 사업의 시장구조 유형		규제하 경쟁	규제하 경쟁	정부 독점	정부 독점	규제하 경쟁

은 지역 CATV 업자에 대해 정부와 관련된 기관이나 새로운 공사를 설립하여 국가에서 일괄규제하는 것을 그 특징으로 하고 있다. 지방자치체나 지방분권이 활성화되지 못한 우리의 여건으로서는 지방 CATV 사업을 지방자치단체나 지방정부기관에 위임하여 규제하기보다는 정부당국이 일괄적으로 규제하는 것이 지방 언론의 균형있는 발전을 위해서도 바람직한 방안이라 판단된다.

2) 방송사업자

방송사업자란 헤드엔드(headend)설비를 갖추고 CATV망을 통하여 수신자에게 프로그램을 제공하는 사업자로서 CATV의 중추사업자이다.

다채널 CATV는 자본집약적 산업으로 헤드엔드 및 케이블 설치비나 프로그램공급을 위한 제작비, 시설의 구입, 보수, 관리, 운영비, 그리고 자체 프로그램 제작을 위한 우수한 제작요원의 확보를 위해서 막대한 자본을 필요로 할 것이다.

뉴미디어 개발전략과 관련한 문제로서 가장 중요한 정책상의 과제는 그 개발을 위한 투자를 여하히 마련하는가라 할 수 있다. 국가예산만으로는 막대한 투자 수요를 감당할 수 없는 것이 선진제국에서도 나타나는 공통된 현상이다. 이와같은 현실적 여건을 고려하여 국내 CATV 사업에는 공공기관이나 정부가 지금까지 CATV 사업허가를 규제해왔던 대기업의 참여도 제도적으로 보장해야 한다. CATV 발달사를 보더라도 採算性이 나타나는 기간이 사업초기단계로부터 10년까지 걸리는 것이 통상적이므로 장기적으로 이 사업에 참여할 수 있는 회사가 필요하다.

미국의 경우 초기에는 CATV를 단순히 기존방송의 신호를 재송신하는 'common carrier'로 간주하였으나 후에 기존방송과의 상업적 이익의 상충이 생겨자 기존방송과 동일한 '공중의 수탁(trusteeship of public)' 개념으로 간주하는 경향이 있어왔다.^[7] 그러므로 公益性의 관점에서 어느정도 규제를 받고 있지만 미국에서 유선방송운영은 민간의 참여와 운영을 그 원칙으로 하고 있다. 그런가하면 유럽의 경우에 있어서도 CATV사업은 점차 기존의 국가독점이나 공영제 방식에서 민간운영 방침으로 전환하는 추세에 있다.^[8]

일본도 공익사업자로 지정하면서도 CATV에 대한 민간의 보다많은 활동을 도모하여 내수확대에 기여한다는 관점을 보이고 있다. 그러나 우리의 경우에 있어서의 과제는 공공기관과 대기업과 같은 대자본이 방송사업자로 참여할 때 그 운영의 범위와 한계를 어떻게 설정하느냐가 중요해진다.

미국과 유럽에서 대기업의 참여범위를 제한하고 미디어독점을 방지하기 위해 공통적으로 사용되는 CATV의 운영형태가 '지방독점권(franchising)'제도이다.

프랜차이즈제도는 특정지역에서 그 지역에 맞는 서비스 내용조건, 운영자 자질, 기술적 적합성등을 공개적으로 경쟁을 통해 검토한 후 지방자치단체가 사업허가를 부여하는 CATV의 지역별 독점운영권을 의미한다. 사업허가를 받은 방송사업자는 CATV 수입의 일정비율을 독점운영의 댓가로 지방정부에 기탁(franchise fee)하는 것이 통상적이다. 미국의 경우 전통적으로 telecommunication 체제에 대한 운영방법이 지역독점체제에 의해 시행되어왔기 때문에 CATV도 공중사업자의 전통적인 '자연독점론(natural monopoly)'에 의거해 운영권을 주어진 것으로 여겨진다.^[9] 각 지방정부는 동일지역에서 복수의 기업운영을 허가할 수 있는 권한이 부여되기도 하지만, 대부분 CATV의 개설허가를 부여할 때에 경쟁입찰에 의해서 최적이라고 인정되는 1개사를 선정한다. 유럽국가들의 독점권 부여방법은 미국의 경우보다 프로그램 내용적인 측면에 조건을 까다롭게 붙여 허가하는 것이 특징이다. 이는 유럽의 방송운영의 '공영제'적 특성이 유선 TV운영에도 반영된 것으로 해석된다.^[10]

우리나라 CATV도 이와같은 프랜차이즈제도를 적극 채택할 필요가 있다고 판단된다. 필자는 특정 공공기관이나 대기업의 미디어 독점을 방지하고, 현행 유선방송업체들과 공존하는 방안으로 다음과 같은 형태의 프랜차이즈 제도를 제안해 보고자 한다. 여기서 말하는 CATV는 다채널미디어를 의미한다.

첫째, 동일지역에서 CATV방송사업체로서 1개사를 선정하되, 서울, 부산등 일부 대도시 지역은 인구분포를 고려하여 복수의 방송사업자를 허가한다.

둘째, 한지역의 CATV 방송사업자로 지정된 사업체는 다른 지역에서는 방송사업자로 참여할 수 없게 한다.

셋째, CATV 허가는 경쟁입찰을 통해서 실시하되, 프로그램 내용이 공익성과 공공성을 실현할 수 있는 사업체에 허가해야 한다.

넷째, CATV는 다채널미디어이므로 다량의 프로그램을 지속적으로 제공해야 하는데 우리 현실로서는 '재미있고도' '유익한' 프로그램을 공급하기가 사실상 용이하지 않을 것이다. 따라서 여러 사업자가 공동으로 참여하는 컨소시엄(consortium) 형식의

CATV 會社를 설립하는 방안도 검토할 수 있으리라고 본다.

다섯째, 공공기관이 민간기관과 함께 건설비용을 구성할 경우에는 대기업과 중소기업 그리고 현행 유선방송업체도 참여할 수 있도록 하는 방안을 제도적으로 보장해야 한다.

여섯째, 다채널 CATV를 이상적 목표로 내세워 기존 유선방송을 일방적으로 밀어붙여서는 안되며 오히려 현존하는 업체들과 공존하는 과정을 모색해야 한다. 따라서 중소기업과 현행 유선방송업자의 경우 경쟁입찰조건과 프로그램 내용의 질이 대기업의 경우보다 다소 미흡하더라도 이들 업체간에 연합으로 전소시업 방식을 구성하여 지역독점권을 허용하는 방안도 검토해볼 수 있다.

이러한 전소시업을 구성하는데 가장 중요한 점은 참여의 폭은 가급적 넓게 하되, 그 상한선을 일정비율로 제한하는 일이며, 이를 위해서는 주식소유 上限線 설정방식도 고려해볼 만하다.

방송사업자의 선정시 그 참여기준과 폭을 여하히 결정하느냐는 것은 실제로 다채널 CATV 방송의 향방을 가름하는 중요한 변수가 된다. 즉, CATV 방송사업의 성패는 결국 '형평'과 '효율성'이라는 현실적 딜레마 속에서 CATV 방송사업자를 정책기관이 어떤 기준으로 어떻게 선택하느냐에 달려있다고 하겠다.

3) 프로그램제작, 공급업자

다채널 CATV는 최소한 12개의 채널을 갖고 각 채널별로 다른 종류의 프로그램을 내보내게 되는데, 여기에다 — 기존의 TV방송중계, 음악방송, 자가방송의 차원이 아닌 — 보도, 교양, 오락, 영화등 다양한 프로그램을 자체 제작 방영하고 충분한 수용자를 확보해 광고방송까지 하려면 다양한 프로그램이 확보되지 않고서는 현실적으로 다채널, CATV방송은 성립될 수가 없다. 또한 하루 5시간만 방송하더라도 12채널에 필요한 총제작분은 60시간분이나 되는데 외부 프로덕션 체제가 활성화 되어있지 못한 실정이어서 해외제작물의 범람이 우려되고 있다. 앞으로 CATV용으로 방송될 프로그램은 자체제작물 프로그램, 해외제작물, 국내 프로그램 공급업자의 제작물 크게 구분해볼 수 있는데 초기 도입단계에서는 해외제작물이 프로그램 주공급원이 될 것으로 예상된다. 해외제작물의 경우 프로그램 배급창구를 다원화하고 CATV 방송사내에서 수입전담부서를 설치하거나, 국내외 수입대행사 체제를 적극 활용해야 할 것이다. 그러나 해외제작물의 지나친 범람을 규제하기 위해 편성비율

을 규정할 필요가 있다. 국내 프로그램의 공급원으로는 영화제작자, 비디오 프로그래머, 기존 방송국등을 들 수 있다. 앞으로 영화제작자, 비디오제작자등 공급분야에서 민간기업의 진출을 적극장려해야 CATV가 활성화될 수 있다.

국내 영화제작자들은 CATV가 도입될 경우, 홈비디오뿐만 아니라, CATV用 프로그램에서도 판권료를 회수할 수 있어 영화관객의 감소에서 오는 경제적 부담을 보상받을 수도 있다.¹¹⁾ 그러나 현재 국내 영화사에서 제작하고 또 어느정도 흥행에 성공했다고 평가받는 작품들도 폭력, 섹스물이 주종을 이루고 있는 실정이다. 따라서 현행 영화제작자들이 CATV에 어느정도 '재미있고도 유익한' 프로그램을 제공할 수 있을 것인지는 현재로서는 미지수이다. 또한 80년대 이후에는 영화제작편수가 연간 100편 미만으로 감소되고 있는 추세인데, 이러한 추세로 영화제작이 진행될 때 제작된 영화의 질적수준을 고려하지 않는다 하더라도 영화 전문채널 하나만이라도 메울 수 있겠는가라는 의문이 제기된다.¹²⁾ 따라서 CATV를 실시하고자 하는 기업은 차제에 영화제작사를 자회사로 설립하는 방안도 적극 검토해 보아야 할 것이다. 또는 특정 영화제작사와 제휴하거나, 영화제작사에 재정지원을 해줌으로써, 장기적인 안목에서 지속적으로 영화프로그램을 공급받을 수 있도록 해야 한다. 이와같은 방안은 그 기업이 영화산업에 참여할 수 있을 기회가 될 뿐만 아니라 프로그램 제작에 대한 노하우(know how)를 축적하는 계기가 될 수도 있다.

비디오 제작업체는 현재 약 50개 업체로 추산되고 있는데, 비디오시장의 양적 성장에도 불구하고 대기업과 결합한 몇몇을 제외하고는 아직 영세한 단계를 벗어나지 못하고 있다. 그러나 소수업체들은 우수한 제작능력을 기존 TV채널을 통해 이미 선보인 바 있다. 현재 우리나라 비디오프로그램 보유수는 1시간 30분 기준으로 약 1만편~1만5천편(외화포함)정도인 것으로 추산되고 있다.

기존 방송국이 소장하고 있는 'TV문학관' '베스트셀러극장' 등의 드라마 프로그램, '주말의 명화' 등 영화프로그램, '동물의 세계', '명작의 고향' 등의 다큐멘터리 프로그램, '교육프로그램' 등 다양한 내용들을 모두 CATV 프로그램으로 재송신할 수 있다. CATV 도입 초기단계에서는 기존방송국의 협조없이 CATV의 운영은 매우 어렵게 될 것이다. 기존 방송국은 방송운영, 제작의 노하우(knowhow)를 CATV 업자에게 전수하거나 또는 '재미있고도 유익한'

프로그램을 배급해줄 수 있는 프로그램 공급원이기도 하지만 갈등과 경쟁관계때문에 CATV가 기존방송국의 협력을 얻기는 사실상 용이하지 않을 것이다. CATV와 기존 TV 방송과의 협력문제와 프로그램 편성기준, 저작권문제 등은 정책당국이 이를 합리적으로 조정해야할 정책적과제의 하나가 될 것이다.

4) 유선망 사업자

CATV의 망구성은 지역의 전화국을 중심으로 구축하고 그 형태는 동축케이블이나 광케이블의 설치가 비교, 검토되어야 한다. 그러나 다채널 CATV의 기능에 부가통신서비스의 기능을 첨가하고 ISDN으로 가는 초석을 다지기 위해서는 광대역 전송특성이 뛰어난 광케이블 설치의 수용도 적극 검토해 볼 필요가 있다. 광케이블 구축을 위해서는 국산화율이 저조한 광전송장치와 광중계 장치의 개발과 이의 경제성 확보가 필요하다. 광케이블의 수용은 CATV 정책은 물론 통신정책 전반에 걸쳐 그 효과가 매우 클 것으로 판단하므로 비용의 경제성이 수용의 관건이 될 것이다. 유선망사업은 앞으로 전개될 종합정보통신망의 토대가 된다는 점과 고도의 자본이 필요하다는 점, 망설치시 중복투자를 배제할 수 있다는 점, 그리고 현행 통신법 규상 자연독점본에 입각하여 통신망이 운용되고 있다는 점등을 감안해본다면 공동전기통신사업자가 망사업을 전담하는 것이 현실적 방안이라 판단된다. 망의 구축을 기존 공동통신사업자에게 맡기는 것은 민간방송사업자의 입장에서는 사업초기에 정보망이 건설 및 운영에 따르는 막대한 재원부담을 덜어주고 보다 사업성이 높은 시스템 운영업이나 프로그램 공급업에 주력할 수 있다는 장점이 있다.

망사업자와 방송사업자를 구분하고, 방송사업자는 민간개방에 따른 경쟁사업체들로 구성된 경우, 망사업자는 방송사업자에게 부당한 제약이나 통제를 가할 우려가 있다. 따라서 정책당국은 방송사업자들이 유선망에 형평있게 액세스할 수 있는 조건을 마련하고, 방송사업자간에 공정하게 경쟁할 수 있는 여건을 제도적으로 보장해야 한다.

2. CATV 프로그램의 內容構成과 編成

1) 프로그램 편성 기준과 원칙

CATV는 다원화된 사회 내에서 각계각층의 다양하고 전문화된 정보, 오락, 문화요구를 충족시키는 동시에, 소득 계층별, 지역별로도 세분화된 수용자를 갖게 됨으로써, 기존의 방송이 불특정다수를 대상으로 하기때문에 'broadcasting'으로 불리우는데 반해

'集成(narrowcasting)'으로 불리운다.^[12]

CATV는 퍼스널미디어(personal media)와 매스미디어(mass media)에 사이에 미디어 갭(gap)을 메워주는 신매체라 할 수 있다. 이와같은 미디어 갭을 메워주기 위해 일반적으로 CATV는 다음과 같은 프로그램 내용이나 편성의 의무를 부여받고 있는 것으로 평가된다.

첫째, CATV는 다양하고 세분화된 전문정보를 제시해야한다.

둘째, CATV는 지역매체로서 역할을 해야한다. CATV는 다양화의 특성을 살려서 국민이 지방자치단체와 더욱 의사소통을 원활히 하고 지방문화예술을 자주 접하도록 방영해야 한다. 현재 우리사회가 해결해야할 커다란 과제중의 하나도 도시와 지방 또는 지방간의 격차문제이다. 앞으로 우리사회에도 지방자치제를 도입하게 된다면 지방언론이 이를 실현해야 하는 당위성이 생기고, 이는 또한 언론, 출판의 자유와 관련된다. 지방주민에게 어떠한 불익(不益)을 주는 언론법제도 허락할수 없다는 전제는 당연한 것으로 받아들여져야 하고, 지방언론이 지방자치에 기여하는 정도는 표현의 자유인, ① 사상 또는 의견을 표현할 자유와 그것을 전파할 자유, ② 정보를 수집, 처리할 자유, ③ 신문을 비롯한 통신. 방송등 언론기관의 자유와 같은 내용여부에 초점이 맞추어져야 한다. 따라서 이와같은 당위성을 CATV는 지역의 여분을 수렴하고 반영하는 과정에서 충족시킬 수 있고, 이러한 과정에서 CATV는 공동선이나 공동체의 목표를 지방민의 의사와 문화전통에 맞도록 이루어 나갈 수 있다. 따라서 지방문화의 활성화를 도모하는 동시에 지역매체로서의 CATV의 기능을 살리자면 앞에서 제시한 바와 같은, 프렌차이즈제의 도입은 필수적인 CATV 운영제도라 판단된다.

셋째, CATV는 다양성과 지역성을 실현하자면 시청자의 접근권을 보장할 수 있어야 한다. 이는 국민의 주요 관심사에 대해 자신의 의견을 표출할 수 있게 됨에 따라 참여민주주의(Participatory Democracy)를 실현할 수 있게 된다.

넷째, 그러나 이와같이 규범적으로 부여받은 공익적 기능과 함께 CATV는 오락매체의 특성을 강하게 지닐 수 밖에 없는 현실적 위치에 있다. 케이블 가입자의 수요창출을 위한 「신제품효과」(novelty effect)를 높이기 위해서는 기존 TV방송프로그램으로부터 차별化(differentiation)시킬 필요가 있는데 이때 새로운 오락 프로그램을 통해 프로그램의 訴求力창출을 제

고하지 않을 수 없게 된다. 더구나 광고방송이 허가 되는 경우에는 광고주의 선호에 부합하자면 역시 가입자의 수요가 높은 오락물에 치중하게 될 것임은 분명하다. 특히 앞서서도 살펴본 바와 같이 우리의 프로그램 공급여건을 감안할 때 CATV 수용의 초기단계에서는 오락성 제고는 일정기간 잠정적으로 불가피할 것으로 보이고, 정책당국에서도 초기단계에서는 어느정도 프로그램 내용의 규제를 완화하는 조치를 취해야 할 것이다. 현재 공영방송의 경우도 광고주의 압력과 시청율을 의식하여 지나치게 오락매체로서의 기능이 강하게 노출되고 있는데, 단지 CATV에게만 과도하게 방송의 규범적 특성을 강조해서는 안된다. CATV의 오락매체의 특성을 어느정도 인정함을 원칙으로 하되, 전체 프로그램 중에서 일정비율 이상으로 오락프로그램을 방송하지 못하게 하는 방안을 검토해 볼 수 있다.

우리의 CATV도 공공성과 공공성을 전제로 하는 규범적 특성도 강조되어야 하지만, 현실적 여건을 감안하여 CATV수용의 초기단계에서는 오락성의 수용을 적극 보장해야 한다. 단지 이 '오락성'의 전제라는 것도 '문화의 과도한 저질화'나 '통속화'를 야기시키는 단계에 이르러서는 안될 것이다. 이 오락성의 범위와 한계에 대한 기준은 역시 정책당국자와 소비자(시청자)의 가치판단, 그리고 사회적 규범에 따라 결정되어야 할 것이다.

2) 액세스권(access)의 범위와 한계

CATV업자들은 단기적으로는 영화·스포츠·오락 등을 통해 커다란 이익을 얻을 수 있다. 그러나 사실 CATV의 오락성을 강조한다해도 누구나 12~108개의 채널 모두를 영화나 쇼에 맡겨버릴 수는 없다. 앞으로 교육 및 지방자치단체는 채널 몇개를 요구하게 될지도 모른다. 또 뉴스채널, 스포츠 채널, 어린이용 채널, 고급분화용 채널 등 소수의 시청자가 기여 사용료를 지불하는 특정 프로그램이 있을 수 있다. 액세스권이란 이와같이 "미디어로 부터 소외된 공중이 자기의 의견을 표명하기 위하여 미디어에 필요한 지면이나 시간을 요구하여 이용할 수 있게 하는 권리"라고 규정할 수 있다. 즉 액세스권은 이제까지 "매체가 대중에게 무엇을 하는가(What the media do to the people?)를 벗어나서" 대중이 매체를 가지고 무엇을 하고 싶어하는가(What the people want to do with the media?)"하는 관점에서 출발했다고 볼 수 있다.^[14] CATV의 기술적 특징중에 가장 큰 장점은 수용자의 매체접근이 가능하다는 점일 것이다. 우리

나라 CATV 도입시에도 공중의 이익을 대변하기 위해 액세스 채널을 도입할 필요가 있다. 그러나 우리의 경우 1일 1채널만 할당하더라도 1일 5시간 정도는 액세스프로그램을 공급해야 하는데 이는 사실상 불가능할지도 모른다. 그러나 앞으로 지방자치체가 허용되고, 선거방송이 늘어나게 될 경우 CATV는 이른바 '풀뿌리 민주주의'를 실현하는 '言路의 公開場'의 기능을 수행할 수도 있다. 그러므로 새로 제정되는 유선방송법에서는 액세스 프로그램을 허용하는 것을 원칙으로 하되, 채널할당은 1채널 정도로 제한하는 것이 현실적이다. 또 1채널도 액세스 프로그램으로 채우지 못할 경우는 CATV 방송사에서 자체제작 공공프로그램을 편성함으로써 CATV가 지역사회 발전을 선도하는 제도적 기능이 환경감시 기능을 수행할 수 있도록 의무조항을 규정해야 한다. 그러나 선거방송과 같이 일정기간동안 액세스 프로그램에 대한 접근요구가 집중할 때는 별도의 임대채널을 할당하는 것도 검토될 수 있겠다.

액세스 프로그램은 '자유주의 언론관'에 입각하여 다양한 의견이나 신념, 사상이 표출될 수 있어야 하지만, 현행 방송법이나 유선방송관리법상 규정하고 있는 국가의 안정질서를 위해하거나 공공질서, 미풍양속을 문란하게 할 우려가 있는 내용은 법규범적 차원에서 규제되어야 마땅하다. 액세스 프로그램에 대한 범규범의 적용범위와 해석은 새롭게 제정되는 유선방송관리법에 의해 명시되어야 할 것이다.

3. CATV 재정확보 방안

1) CATV 광고

CATV가 광고를 해야 하는지, 또는 광고허용범위와 한계는 어디까지인지를 결정하는 문제는 많은 논란의 대상이 되어왔다. 미국과 영국을 제외한 대부분의 유럽국가들은 CATV에 있어서 광고를 금지하고 있다. 서독은 케이블의 광고방송은 전체 프로그램의 20%까지로 제한하고 있다. 그러나 최근에는 유럽국가들은 CATV의 설치 및 운영에 들어가는 비용이 크다는 점과 민간 경제분야의 압력에 의해 광고를 시행하려는 추세에 있다.^[15] 우리나라의 경우에는 국내 광고시장이 외형규모상 현재 1조원을 넘어섰음에도 불구하고 광고를 방송할 수 있는 채널은 3개의 채널로 제한되어 있다.^[16] 따라서 국내 TV광고는 독점가격이 형성될 소지가 높을 뿐만 아니라, 비싼 광고비를 지불하고도 광고방송을 할 수 없는 광고주들도 많은 실정이다. 그러므로 CATV를 저렴한 비용으로 수용자

에게 접근할 수 있게 하고, 다양한 광고주의 광고방송에 대한 욕구를 충족시켜 주며, 아울러 한국 광고산업의 육성을 위해서도 CATV 광고의 활성화는 매우 필요하다고 본다. 현재 수요가 공급을 초과하는 한국 TV광고의 실상을 감안해 보면 CATV에서 광고방송을 실시한다 하더라도 현행 TV광고는 별다른 타격을 받지 않을 것으로 전망된다. CATV에서 광고방송을 실시할 경우에 필자의 견해로는 인쇄매체에서 그 타격을 받을 소지가 있다. CATV광고물 이용하는 중소광고주들은 CATV광고의 위력이 집중할수록, 인쇄광고에 투자하는 광고비를 CATV광고로 전환할 수도 있다. 특히 잡지매체의 경우 그 특성상 특정수용자를 대상으로 한다는 점에서 CATV광고의 소구층과 중첩될 가능성이 크다. CATV광고의 과도한 상업화를 막고, 타미디어의 이익을 침범하지 않기 위해서는 전체 방송수익에서 광고가 차지하는 비율이 신중히 검토되어야 한다. CATV방송이 도입초기부터 광고수입에 주로 의존하게 된다면 이는 광고주의 통제력을 용이하게 하여 상업주의적 이윤추구에 입각한 서비스 제공이라는 반발에 직면할 우려가 있다.¹¹⁷⁾

2) 서비스 요금책정

CATV의 보급·확산정책에서 또 하나의 중요한 변수는 과연 이러한 새로운 서비스들을 위한 재정이 어떻게 충당될 것인가 하는 문제이다. CATV의 가장 기본적인 재원은 가입자 수신료와 광고수입이라 할 수 있다. 이외에도 CATV도입의 초기단계에서는 정부의 보조금, 지역공공단체의 기부금도 기대할만한 재정원으로 활용할 수 있다. 서비스의 요금을 어떻게 책정할 것인가 하는 문제는 CATV 보급율에 영향을 미치고, 간접적으로는 서비스의 내용에까지 영향을 미칠 수 있다. 대부분의 케이블시스템은 가입자가 내는 시청요금에 의존하고 있다. 그러나 CATV는 기본 수신료와 광고수입만으로는 재원을 충당할 수 없기 때문에 새로운 재정충원의 방안이 모색되게 되었다. 즉 서비스 패키지별로 일정액을 내는 방식인 'tiering 방식'과, 시청여부에 따라 유통적인 요금을 내는 방식인 소위 'pay채널'인 'pay per view'(PPV)방식이 있다. Tiering방식은 현재까지도 미국 케이블산업계의 주종을 이루고 있는데, 특정 서비스패키지의 채널들은 시청자를 확보하기 위해 서로 상호보완적인 관계에 놓여있다. 한 서비스패키지의 성공은 전체 채널들이 확보하고 있는 누적적 인기(cumulative popularity)에 의해 결정되는 것으로 방송사의 입장에서는 한 두개 프로그램보다는 모든 프로그램의 질이 전

반적으로 우수해야 한다는 부담이 따른다. Pay per view방식은 특정 시간대에 특정프로그램에 대해 추가요금을 지불하는 방식이다. 이는 프로그램 단위별로 요금을 징수하는 방법으로서 TV세트에 특별한 네트워크 설비가 부착되어야만 하는 기술상의 고도화가 요구된다. 그러기 때문에 방법, 방재서비스를 비롯한 쌍방향 정보통신서비스 기능까지 완벽히 수행할 수 있는 CATV의 도입시에는 PPV방식이 효과적이다.¹¹⁸⁾ 그러나 우리나라 CATV의 초기단계에서 PPV방식으로 요금을 책정하고 징수하는 것은 기술적 어려움이 예상되기 때문에, tiering방식이 효과적이라 생각한다. 우리 국민의 평균적인 의식수준을 고려할 때, 단위 프로그램을 시청할 때 마다 매번, 돈을 내야 하는 PPV요금책정 방식은 TV시청을 저해하는 심리적요인이 될 소지가 있다. 우리나라 CATV시청시에는 주부의채널선택권이 강할 것으로 예견되는데 특히 주부들은 PPV방식에 상당히 저항적일 것으로 예상된다. 또한 우리나라 CATV시청자들은 전화요금과 마찬가지로 케이블요금에 있어서 서비스수준에 따른 가격탄력성을 보이지 않을 것으로 전망되기 때문에 패키지방식으로 요금을 징수하는 tiering방식이 효과적이라 판단된다. 아무리 우수한 프로그램을 제작하여 송출한다 하더라도 CATV에 대해 수용자가 지불하는 가계소득은 어느 일정수준에서 제한될 것으로 전망되기 때문이다. 결국 tiering방식은 단위 채널전체가 양질의 프로그램을 제작해야 한다는 측면에서 방송사의 부담이 요구되고, PPV방식은 수용자의 심리적 부담이 요구되는 요금책정방식이라 하겠다.

4. CATV와 TV방송과의 관계

어느 나라에서건 CATV사업자들은 기존 방송국들과 케이블 체제 창설을 놓고 갈등과 더립을 벌여왔다.

CATV 방송사의 설립은 기존방송의 시청율이나 경제면에 큰 타격을 줄 수 있다. CATV는 TV방송보다 채널 수가 많아지고, 수용자를 세분화·다양화함으로써 기존 방송의 시청율을 저하시킬 수 있다. 더우기 CATV의 수입원으로 광고수입까지 허용한다면, 기존 방송의 재정적 타격도 예상된다. 예상되는 갈등의 모습을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 'leapfrogging'현상은 CATV가 다른 지역에서 방송되는 재미있는 프로그램만을 골라서 보내는 것이다. 이는 기존방송의 시청율에 타격을 줌은 물론 방송간의 경쟁에 의하여 내용의 저속화 및 광고주들 끌기위한 내용에만 치중하게 되어 CATV의 공공성을

상실할 우려가 있다. 이러한 경제적 충돌현상은 CATV가 타지역 방송 및 자체제작 프로그램을 보냄으로써 발생하는 기존 방송과의 광고주 확보경쟁에 의하여 시작되었다. 미국에서는 이러한 갈등이 표면화되자 FCC는 “모든 가정이 적어도 하나의 네트워크방송(TV방송)을 수신가능해야 하며 보통 2개 채널의 네트워크 방송수신이 가능해야 한다.”는 CATV의 의무송신 규정을 명시함으로써 기존 방송을 보호하는 방법이 사용되고 있다.

둘째, ‘siphoning’현상으로 CATV가 인구가 많은 지역에만 편중되어 그 혜택의 범위가 제한되고 공평한 기회제공의 의미를 상실하는 현상이라 하겠다. 이와같은 ‘siphoning’현상을 방지하기 위해서는 앞에서 제기한 ‘프렌차이즈제도’의 채택이 필수적이라 생각된다. ‘인구밀집지역’에 지역독점권이 부여된 케이블방송사업자에게는 사업성이 저조한 지역도 함께 떠맡기는 방법도 고려해 볼 만하다. 정책당국이 케이블방송사에게 지역독점권을 허가할 때는 ‘siphoning’현상을 철저히 배제함으로써 ‘정경유학’이라는 부정적 여론의 소리를 듣지 않도록 유의해야 할 것이다.

셋째, 경제적인 측면에서 광고에 의존할 수 밖에 없는 뉴미디어의 등장은 광고업계를 잠식하게 되고, 여타의 기존 광고미디어에 대해 영향을 미칠 것이 명백하다. 기존 공영방송 뿐 아니라 특히 인쇄매체의 경우에는 심각한 타격이 예상되며 이들의 반발을 완화하는 조치가 필요하게 된다.

또한 TV매체 이외에도 홈비디오(VTR)등의 패키지계 미디어의 출현은 기존 TV에 못지 않는 경쟁매체로써 CATV의 수용과 육성을 위협하는 요인으로 반드시 염두에 두어야 할 부문이다.

Ⅲ. 결 론

지금까지 국내 CATV 도입시에 예견되는 논의와 쟁점들을 정리해 보고 이를 토대로 우리 현실에 적합하다고 판단되는 몇가지 정책적 대안을 제시해 보았다. 앞으로 우리 사회에서 어떤 과정과 절차를 거쳐 CATV가 도입, 확산되더라도 CATV가 기존의 방송매체나 인쇄매체의 영향력을 능가하는 수용자를 확보하거나 광고주를 유인할 수 있다는 생각은 과욕이다. 흔히 정책결정자와 사업자들이 저지르기 쉬운 오류 중의 하나는 자신이 개발, 보급하려는 신매체가 기존의 매체를 완전히 대체할 것이라고 믿는 버릇이다. CATV의 수용자에 관한 기존 연구결과들을 보면

CATV 가입전과 가입후를 비교할 때 우선 CATV의 이용은 기존 미디어 사용을 대체(replacement)시키기 보다는 보완적(complementary)이고 부가적인(additional)데 그치고 있다. 즉 CATV시청자들의 기존 TV시청시간에는 비교적 변함이 없으며 개인별로 특정 프로그램 유형의 선호도에 따라 평균 2~3개의 채널(특히 영화, 뉴스, 음악전문채널)에 편중된 부과적인 시청경향을 보이고 있다.

외국의 CATV사업자들은 기존 방송국에서 지금까지 방송하고 있던 전국적인 스포츠나 빅이벤트에 대해서는 독점방송권을 가지지 않는 것이 상례이다. 우리의 신규 CATV사업이 인쇄매체에서는 광고주를 빼앗고, 방송매체가 확보한 시청자를 유인하고, 기존의 유선방송업자들의 사업영역까지도 완전히 잠식하게 된다면, CATV사업은 강력한 저항을 받게 될 것임은 명약관화한 사실이다. 기존의 유선방송업자는 정보의 독점과 편중현상을 지적하게 될 것이며 인쇄매체는 CATV사업의 오락성을 강도높게 비판할 것이다. 방송매체는 저작권법을 적용하거나 프로그램공급을 중단함으로써 CATV사업을 곤경에 처하게 할 지도 모른다. 사실 CATV와 이들의 관계는 복잡하게 전개된 것이다. 상황에 따라 그 관계는 적대적이기는 하지만, 원칙적으로 협동적이어야 한다. CATV사업자들은 케이블과 같은 풍요로운 매체가 오염되고 저질화된 흥미분위의 프로그램만 틀어주거나 정보의 독점권을 행사하면서 시민들의 욕구나 액세스를 충족시키지 못한다면 시청자운동과 같은 분개와 항의가 일어날지도 모른다는 사실에 유념해야 한다. 이와같은 여건하에서 CATV사업자들은 케이블이 우리사회에서 차지하는 역할 그리고 위상을 정확히 찾아내고, 이 판단에 따라 케이블의 사업영역을 설정해야 한다. 또한 정책할당자들은 CATV 운영제도 측면에서 공영제와 민영화를 각각 운영요소별로 어떻게 적용할 것인가? 또 방송내용에 있어서는 공익성과 상업성이란 배타적인 속성을 어떻게 조화시킬 수 있겠는가? 공중의 케이블에 대한 접근권을 어느 정도 보장하며 제도화할 것인가? 신매체와 구매체간의 갈등을 어떻게 조정해 나갈 것인가? 에 대한 물음에 대한 답변을 준비해야 한다. CATV의 장래는 최종적으로 정책기관의 이해집단간의 갈등 조정능력과, 윤리적 판단과 정치적 예지에 달려있기 때문이다. CATV의 도입과 정착과정은 어렵고 쉬운 복잡한 험로를 걸을 것이지만, 이 ‘미완의 대기’를 우리 사회가 어떻게 수용하느냐에 따라 그 진로가 결정될 것이다.

參 考 文 獻

- [1] 日本情報通信振興協會, 「ニューメディア白書」(東京:日本工業出版 プロダクション), pp. 60-61, 1989.
- [2] 매일경제신문, 1988, 6. 22일자
- [3] 元佑鉉, '한국의 케이블 텔레비전 도입에 따른 정책방향 설정에 관한 고찰', '84 전기통신학술과제, pp. 113-117, 1984.
- [4] Raymond Williams (ed), *Contact ; Human Communication and Its History*, N.Y., Thomas and Hudson, p.226, 1981.
- [5] 김우홍, 케이블원론, 나남출판사 p. 237, 1987.
- [6] Ithiel de Sola Pool(元佑鉉 譯), 自由言論의 테크놀로지 (서울:전예원), p.218, 1983.
- [7] Report of Sloan Commission on Cable Communication, *On the Cable: The Television of Abundance*, New York, McGraw-Hill Book Company, p. 42, 1971.
- [8] 황근, "Cable-TV 도입에 따른 정책과 법규에 관한 연구", 고려대학교 석사학위논문, p.11, 1984.
- [9] Dallas W.Smythe, "Radio Regulation and the Relation of the Private and Public Sectors", in *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 4 p. 63.
- [10] 황근, 앞의글, p.44.
- [11] 李相德외, 유선TV의 효율적 육성을 위한 운영제도에 관한 연구, 통신개발연구원, pp. 70-71.
- [12] 위의 글, p. 71.
- [13] 元佑鉉, 輿論宣傳論 (서울:法文社), p. 249, 1986.
- [14] Ithiel de Sola Pool(元佑鉉譯), 앞의 책, p. 29.
- [15] 황근, 앞의 글, pp. 90-91.
- [16] 李相德외, 앞의글, p. 66.
- [17] 장형익, "케이블텔레비전에 있어서 광고방송의 이용과 전망," 「광고연구」, 1989, 봄호, 한국방송광고공사, pp. 143~147, 1989.
- [18] 元佑鉉, "한국의 케이블텔레비전 도입에 따른 정책방향 설정에 관한 고찰," 1984 전기통신 학술연구과제, pp. 49-50, 1985년 6월 호

筆者紹介



鄭 允 植

1956年 3月 25日生

1979年 2月 고려대 신문방송학과 졸업

1988年 고려대학교 대학원 박사과정 졸업(신문방송학 박사)

1982年 4月-1984年 8月 한국교육개발원(KEDI) 교육방송국 재직

1986年 11月-1989年 현재 통신개발연구원 책임연구원