

# 미국의 TV Everywhere 제공 현황 및 저작권 문제

한 은 영\*

## 1. 개요

케이블TV, 위성방송, IPTV를 포함한 미국의 유료방송 사업자들과 OTT(over-the-top)의 대표 사업자인 넷플릭스(Netflix)의 2011년 2분기 실적이 발표되었다. 전체 유료방송 시장의 가입자 수는 작년 2분기와 3분기에 이어 마이너스 성장을 나타냈는데, 이는 케이블TV 및 위성방송의 가입자 수가 감소한 데 따른 것이다. 반면, 넷플릭스의 가입자 수는 꾸준한 증가를 보이고 있어, OTT가 케이블TV의 가입 해지(cord cutting)를 초래하는지에 관한 논쟁이 다시 불붙고 있다.

본고에서는 이와 같은 OTT 동영상 이용의 확산과 최근 TV 외 단말을 통해서도 방송을 시청하는 시청행태의 변화에 대응하여 미국 유료방송 사업자들이 추진하고 있는 TV Everywhere 서비스 제공 현황 및 이와 관련한 저작권 문제에 대해 살펴보고자 한다. 이를 위해 TV Everywhere의 도입 배경에 대해 알아본 후, 최근 각 사업자별 TV Everywhere 제공 현황 및 관련 저작권 문제에 대해 살펴보기로 하겠다.

\* 정보통신정책연구원 동향분석실 정보DB센터 부연구위원, (02)570-4236, hey@kisdi.re.kr

## 2. TV Everywhere의 도입 배경

TV Everywhere(이하 TVE)는 방송 콘텐츠를 TV뿐만 아니라 컴퓨터, 태블릿PC, 스마트폰 등 다양한 인터넷 접속 단말을 통해서도 언제 어디서나 이용할 수 있도록 한 서비스이다. 이 서비스는 무료 온라인 동영상 사이트에서 TV 콘텐츠를 시청하는 행위가 증가하자, 2009년에 콘텐츠 대기업인 Time Warner가 이에 대응하기 위해 내놓은 전략이다. Time Warner는 Comcast와 제휴하여 웹을 통해 자사의 콘텐츠를 제공할 수 있는 TVE 서비스를 처음으로 개발하였다. 나중에 Comcast는 자사의 TVE 서비스를 'Xfinity TV'로 명명하였고, Verizon 등의 사업자들도 TVE 서비스를 내놓기 시작하였다.

이렇게 TVE 서비스가 도입된 배경에는 최근 TV 외 단말을 통해서도 방송을 시청하는 시청자의 증가 현상과 OTT 이용의 확산이라는 두 가지 요인이 있다. 그 가운데 시청행태의 변화를 먼저 살펴보면, 인터넷과 휴대단말의 보급 증가로 인한 시청행태의 변화를 들 수 있다. 즉, 언제 어디서나 다양한 단말을 통해 방송 프로그램을 시청하려는 소비자의 욕구가 증가하고 있는 것이다.

특히, 이러한 현상은 젊은 층에서 두드러지게 나타난다. 유료TV업계 연합인 Epix<sup>1)</sup>는 젊은 층에서의 온라인을 통한 동영상 시청이 늘어나고 있음을 지적하였다. 젊은 층은 영화 같은 콘텐츠를 볼 때 PC를 TV만큼 널리 사용하고 있다는 것이다. 구체적으로, Epix는 25~34세의 시청자들이 35~64세의 시청자들보다 영화를 보기 위해 iPods, iPad, 스마트폰, 넷북 등을 더 많이 이용하고 있다고 밝혔다.<sup>2)</sup> 또한 Nielsen의 조사에서도 젊은 층의 모바일 플랫폼 선호 현상이 높게 나타났으며, TV는 높은 연령대에서 이용하는 비율이 높게 나타났다.<sup>3)</sup>

1) Viacom(특히 Viacom의 subdivision인 Paramount Pictures unit), MGM Studio, Lionsgate로 이루어진 미국의 프리미엄 영화채널 합작 벤처

2) 《Fierce Oline Video》(2011).

3) Nielsen(2010).

이와 같이 인터넷과 모바일 단말을 통한 시청행태가 늘어나자 유료TV 사업자들은 이러한 변화를 수용하기 위해 TVE 서비스를 도입하게 되었다. 이것은 다양한 단말을 TV 서비스 플랫폼으로 수용하여 시청자 접점을 넓히려는 적극적인 플랫폼 확장 전략으로 볼 수 있다.

한편, TVE 서비스가 도입된 배경으로 시청행태의 변화와 함께 자주 거론되는 것이 OTT의 이용 확산이다. 즉, OTT의 이용 증가가 케이블TV 등 유료TV의 가입자 이탈을 초래하였고, 이러한 가입 해지(cord cutting) 현상을 막기 위해 유료TV 사업자들이 온라인을 통해서도 방송 서비스를 제공하기 시작했다는 것이 요지이다.

그러나 OTT와 유료TV가 경쟁 관계인가에 관해서는 이견이 존재한다. 대표적인 OTT 사업자인 넷플릭스는 자사의 서비스를 유료TV의 보완재로 보고 있다. 이러한 주장의 저변에는 유료TV 사업자와의 갈등을 피하고자 하는 넷플릭스의 의도가 깔려 있는 것으로 보인다. 넷플릭스는 OTT 이용 증가로 케이블TV에 대한 가입 해지가 늘고 있다는 주장은 다소 과장되었다고 평가하였다. 넷플릭스는 경기침체가 케이블TV의 가입 해지에 어느 정도 영향을 미쳤다고 주장하면서 경기가 나아지면 가입 해지 현상도 완화될 것으로 예상하였다. 이에 따라 전체 유료TV 시장에서 ‘cord cutting’ 대신 ‘cord mending’이 늘어날 것으로 예견하였다.<sup>4)</sup> 이와 견해를 같이하는 애널리스트들은 OTT보다는 최근의 경제 여건과 월간 시청료의 상승이 지난해 유료TV 가입자 감소의 주된 원인이라고 분석하였다.

그러나 다른 한편에서는 유료TV 사업자와 OTT 사업자가 같은 비디오 시청 시장을 놓고 경쟁하고 있으며, 이러한 경쟁이 치열해질 것으로 보고 있다. 예를 들어 시장 조사업체 TDG(2011)의 조사에서는, 넷플릭스 스트리밍 서비스 이용자 가운데 유료TV를 격하하려는 경향(높은 티어 상품에서 낮은 티어 상품으로 옮기거나 프리미엄 서비스를 해지하려는 경향)이 작년 16%에서 올해 32%로 두 배 증가한 것으로 나타났다. 넷플릭스는 자사의 서비스가 기존 TV 시청에 대한 부가적인 역할을 하기 때문

4) 《Broadband Traffic Management》(2011).

에 기존 TV에 위협적 존재가 아니라며 유료TV 사업자들을 안심시켜 왔으나, 이번 조사는 넷플릭스의 효과, 즉 넷플릭스의 이용 증가가 유료TV의 격하 또는 해지로 이어질 수 있음을 보여주었다.

이러한 시각과 맥락을 같이하여 시장조사기관인 SNL Kagan에서는 OTT 때문에 유료TV 시청을 중단한 가입자 수를 2010년 말 기준 250만 명으로 추산하면서 올해에만 200만 명이 유료TV의 대안으로 OTT를 추가로 선택할 것으로 예상하였다. 그리고 2015년에는 전체 미국 가구의 10%가 OTT만을 통해서 방송 콘텐츠를 시청하게 될 것으로 전망하였다.<sup>5)</sup>

이와 관련하여 최근 미국의 유료TV 사업자와 넷플릭스의 가입자 추이를 살펴보면 다음과 같다. 미국의 유료TV 총 가입자 수는 2011년 2분기에 38만 명이 감소하였는데, 이는 작년 2분기와 3분기 때의 감소폭보다 큰 것이다. 이러한 감소는 케이블TV와 위성방송 부문에서 발생한 것으로, 케이블TV는 매 분기 가입자가 지속적으로 감소하고 있으며 위성방송은 이번 2분기에 처음으로 가입자가 줄었다.

한편, 넷플릭스의 가입자는 이번 2분기에도 180만 명 정도가 증가하였다. 스트리밍만을 제공하는 서비스가 인기를 끌면서 신규 가입자의 75%가 이 서비스에 가입하였고, 스트리밍과 DVD를 제공하는 하이브리드 서비스 가입자는 감소한 것으로 밝혀졌다. 넷플릭스는 올 3분기의 미국 내 가입자 수를 2,460~2,540만 명 정도로 전망하고 있다.

이와 같은 유료TV의 가입자 수 감소가 넷플릭스의 인기에 의한 것인지, 아니면 경기 불황과 유료TV의 비싼 시청요금 등 다른 요인에 의한 것인지는 아직 정확히 알 수 없다. 그러나 분명한 것은 인터넷을 통한 동영상 시청에 대한 요구가 꾸준히 증가하고 있고, 이에 대해 기존 방송사들이 대응할 필요가 있다는 점이다.

5) SNL Kagan(2011 b).

<표 1> 미국의 유료TV 및 Netflix의 최근 가입자 추이

(단위: 천 명)

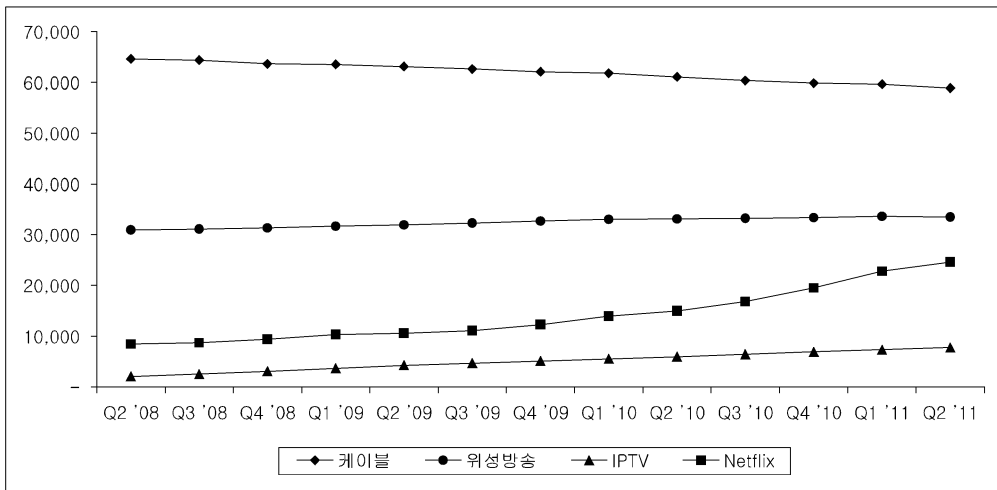
		2010 Q1	2010 Q2	2010 Q3	2010 Q4	2011 Q1	2011 Q2
유료 TV	케이블	61,801 (-279)	61,091 (-710)	60,350 (-741)	59,836 (-514)	59,632 (-204)	58,975 (-657)
	위성방송	32,997 (337)	33,078 (81)	33,223 (145)	33,356 (133)	33,598 (242)	33,489 (-109)
	IPTV	5,559 (422)	5,973 (414)	6,450 (477)	6,908 (458)	7,336 (428)	7,722 (386)
	합계	100,357 (480)	100,142 (-215)	100,023 (-119)	100,100 (77)	100,566 (466)	100,186 (-380)
Netflix(미국 내)		13,970 (1,700)	15,000 (1,030)	16,800 (1,800)	19,500 (2,700)	22,800 (3,300)	24,590 (1,790)

주: ( )안은 순증분

자료: SNL Kagan(2011 c), Netflix 홈페이지 참조

[그림 1] 미국의 유료TV 매체 및 Netflix의 최근 가입자 추이

(단위: 천 명)



### 3. TV Everywhere의 제공 현황 및 저작권 문제

케이블TV, IPTV, 위성방송 등 유료TV 사업자들은 방송 콘텐츠를 다양한 단말을 통해 언제 어디서나 이용할 수 있도록 하는 TVE가 변화된 방송 시청환경의 대응책이 될 것으로 기대하고 TVE를 준비해왔다. 그러나 다음 <표 2>에서 보듯이 TVE 서비스는 생각보다 늦게 진행되고 있는데, 이것은 콘텐츠 저작권 보장 및 가입자 인증 절차가 길어지고 있기 때문이다.

유료TV 사업자 중 가장 먼저 TVE 서비스를 제공한 사업자는 Comcast이다. Comcast는 2008년 초에 도입한 자사의 인터넷 비디오 포털 사이트인 Fancast를 확장하여 XFINITY TV란 이름으로 2009년 말에 TVE의 베타 버전을 출시하였다. 이후 2010년 10월에 5만 편의 영화 및 TV 프로그램을 포함한 15만 편의 동영상을 스트리밍, 임대, 또는 구매를 통해 제공하는 본 서비스를 시작하였다. 이러한 콘텐츠 공급은 90여 개의 제작사를 통해 이루어지고 있다.

두 번째로 TVE를 시작한 AT&T는 2010년 5월에 무료 온라인 비디오 포털인 U-verse Online을 개시하고, Hulu와의 협정을 통해 13만 편에 해당하는 TV 프로그램과 영화 타이틀을 제공하기 시작하였다. 2010년 11월 말에는 HBOGO.com, MAXGO.com과 같은 제작사의 포털을 통해 1,200시간 이상 분량의 프리미엄 콘텐츠를 제공함으로써 콘텐츠 선택의 범위를 넓혔다.

Dish Network는 TVE 서비스의 혜택을 자사의 모든 가입자가 누릴 수 있게 하기 위해 2010년 8월에 DISHOnline.com이라는 비디오 포털을 제공하기 시작하였다. 그러나 온라인 유통에 따른 콘텐츠 저작권 문제로 인해 제공하는 콘텐츠 수는 2009년에 출시한 Remote Access 앱을 통한 경우보다 제한적이다. DISHOnline은 주문형 콘텐츠를 포함하여 7천 편의 영화 및 TV 프로그램을 포함한 15만 편의 타이틀을 제공한다.

그리고 Verizon은 2010년 11월에 자사의 FiOS TV 가입자를 대상으로 클라우드 기반 'Flex View' 서비스를 도입하였다. 가입자는 이 서비스를 통해 스트리밍 외에도 PC나 스마트폰에 동영상을 내려 받아 두었다가 인터넷이 연결되지 않은 상태에서 시

청하는 것이 가능하다. 또한 Flex View를 통해 사진, 비디오, 음악 등의 개인 소장 콘텐츠에 접근할 수 있다. Verizon은 2천 개의 타이틀을 소장하고 있지만, 이 숫자는 2011년에 6천 개, 2012년에는 9천 개 이상으로 늘어날 전망이다.

〈표 2〉 TV Everywhere 제공 현황

	사업자명	서비스명	개시일	비즈니스 모델	콘텐츠
위성	Dish Network	DISHOnline.com	2010. 8	기존 가입자에게 무료	7천 편의 영화 및 TV 프로그램을 포함한 15만 편의 타이틀
	DirecTV	n/a	2011년 계획	n/a	n/a
케이블	Comcast	XFINITY TV	2009. 12	기존 가입자에게 무료	15만 편의 동영상
	TWC	TV Everywhere	시험 중	기존 가입자에게 무료	n/a
	Cablevision	Optimum Link	시험 중 (2010. 6)	월 4.95달러	n/a
	Charter	n/a	시험 중 (2010. 8)	n/a	n/a
	Cox	n/a	2010. 12 (beta)	기존 가입자에게 무료	n/a
IPTV	Verizon	Flex View	2010. 11	기존 가입자에게 무료	1,400편의 영화 타이틀을 포함한 2,000편의 동영상
	AT&T	U-Verse Online	2010. 5	기존 가입자에게 무료	13만 편의 타이틀 + 1,200시간 분량의 프리미엄 콘텐츠

주: n/a=not available.

자료: SNL Kagan(2011a)을 바탕으로 일부 수정.

한편, Comcast의 XFINITY TV를 비롯한 대부분의 TVE 서비스는 기존 가입자에게 무료로 제공되지만, Cablevision의 TVE 서비스는 기존 가입자에게 추가적인 요금

(월 4.95달러)을 부과하는 구조를 가지고 있다. 이것은 Cablevision의 TVE 서비스가 다른 사업자들의 TVE 서비스와 그 성격이 다른 점과 관련이 있다. Cablevision의 TVE 서비스는 TV 콘텐츠를 PC에서 시청하는 것이 아니라, 온라인 콘텐츠를 고객의 TV 스크린상의 정해진 채널을 통해 구현된다. 이 서비스의 현재 이름은 ‘Optimum Link’이나 원래 이름이 ‘PC to TV Media Relay’였다는 점을 감안하면 Cablevision이 구현하려는 서비스의 성격을 파악할 수 있다. 이 서비스를 통해 이용할 수 있는 콘텐츠는 사진·홈비디오·음악과 같은 개인 소장 저장물, 스트리밍 비디오 사이트와 인터넷 라디오 같은 인터넷 콘텐츠, 이메일, 문서, 스프레드시트, 기타 애플리케이션 등이다.

한편, <표 3>에서와 같이 iPad의 성공에 힘입어 유료TV 사업자들은 iPad를 통해 TVE를 이용할 수 있는 애플리케이션(이하 ‘앱’)을 앞다투어 출시하고 있다. 현재 iPad용 방송 앱이 제공하는 기능은 사업자마다 다르지만, 일반적으로 프로그램 편성 순서와 같은 정보와 리모컨 기능을 제공하는 수준에서 시작하여 이제는 VOD에 이어 실시간 방송으로까지 그 영역이 점차 확대되고 있다. 대표적으로 TWC와 Cablevision이 올해 초 실시간 방송을 시청할 수 있는 iPad용 앱을 출시하였으며, 그 외의 방송 사업자들도 이러한 움직임에 동참하려 하고 있다.

그러나 실시간 방송 제공은 콘텐츠 기업들과의 저작권 문제를 안고 있다. 따라서 유료TV 사업자들은 실시간 방송을 이용할 수 있는 범위를 옥내로 한정하고, 자사 가입자에게만 제공함으로써 저작권 논란을 피하기 위해 노력하고 있다. 그리고 유료TV 사업자들은 태블릿이 TV를 대체하는 새로운 단말이 아니라, 가입자 해지를 막고 콘텐츠 소비를 촉진시키는 보완적 매체라는 관점에서 접근하고 있다.

대표적 사업자들의 iPad용 방송 앱의 제공 현황을 살펴보면, 먼저 TWC는 2011년 3월 자사의 32개 실시간 TV방송을 iPad로 제공하는 앱을 출시하였고, 출시 후 30만 건 이상의 다운로드 수를 기록하였다. TWC는 iPad 앱의 시청 범위를 옥내로 한정하였고, iPad용 서비스에 긍정적인 방송사 및 PP에 한정하여 서비스함으로써 위법의 소지를 피하려 하였다. 그러나 Viacom을 비롯한 콘텐츠 소유자들이 iPad를 통한 방송 콘텐츠 전송에는 별도의 라이선스 계약이 필요하다고 주장함에 따라 양측은 서로를



맞고소한 상태에 있다.

이러한 상황에서 TWC는 Sling Media<sup>6)</sup>에서 개발한 슬링박스(Slingbox)<sup>7)</sup>를 통해 2011년 9월 중에 자사의 가입자가 휴대폰을 통해서 장소의 구애 없이 자사의 방송을 시청할 수 있도록 하겠다는 계획을 최근에 발표하였다. 이것은 월 99달러의 Wideband 인터넷 서비스 가입자에게 TWC가 300달러짜리 슬링박스 비용을 보조해주는 구조로 이루어질 것으로 보인다. 이 계획에는 인터넷 접속 수입을 늘리고, 콘텐츠 제작사들과의 저작권 논쟁을 슬링박스로 피해가겠다는 TWC의 계산이 깔려 있다고 판단된다. 그러나 슬링박스를 통한 실시간 방송의 시청(저작권법상의 복제 및 전송)이 개별 이용자의 사적복제(私的複製)이므로 저작권법상 저작권에 해당되지 않는다는 주장에 대해서도 논란의 여지가 있기 때문에 이 또한 완전한 해결책으로는 보이지 않는다. 아무튼 이와 같은 움직임은 그동안 경쟁 사업자인 Dish Network가 이용하고 있는 슬링박스에 대해 거리를 두고자 했던 케이블 진영의 변화를 보여주는 것임과 함께, 저작권 분쟁을 겪고 있는 콘텐츠 제작사들과의 대립 각을 더 높이 세우는 일이기도 하다.

2011년 4월부터 Cablevision도 iPad용 앱을 제공하기 시작하였다. 이 서비스는 지상파방송을 비롯해 Cablevision이 제공하는 280개 채널 전체를 포함하고 있다. 그리고 이 서비스는 범용 인터넷망이 아닌 Cablevision의 케이블망을 통한 IP 전송 방식을 택하고 있다는 특징이 있다. 따라서 Cablevision은 iPad가 셋톱박스 기능을 하기 때문에 저작권상의 문제가 없다는 입장이다. 그러나 이에 대해서도 Viacom은 저작권 침해라며 연초에 소송을 제기하였었다. 하지만 양측은 8월에 이 문제에 관한 합의를 이

6) Sling Media는 EchoStar Corp.의 자회사이며, 아래에서 살펴볼 위성방송 Dish Network는 2007년 12월에 모회사였던 EchoStar Corp로부터 분리된 사업체이다.

7) Slingbox는 TV 스트리밍 미디어 단말로, 인터넷 전송 및 IR blaster를 위해 비디오를 VC-1 포맷으로 인코딩해준다. 이러한 비디오 인코딩과 IR blaster는 인터넷을 통해 원격으로 관리된다. 이로 인해 이용자들은 가구 내 TV에 연결되어 있는 케이블, 위성방송, 또는 PVR 시스템 등을 인터넷에 접속된 컴퓨터를 통해 전 세계 어디에서도 시청하고 제어할 수 있다. 저작권 침해 문제를 피하기 위해 이용자 한 명만이 한 시점에서 스트리밍에 접근할 수 있게 되어 있다. 이러한 콘텐츠 접근방법을 ‘공간이동(placeshifting)’이라고 명명하고 있다. - Wikipedia.

끌어내고 소송을 취하하였는데, 합의 내용에 관해서는 밝히지 않아 Cablevision이 태블릿 스크린에 대한 전송권에 대하여 저작료를 추가로 지불했는지는 알 수 없다.<sup>8)</sup>

그리고 Dish Network는 2009년 5월에 Remote Access 앱을 출시하였다. 이 앱은 슬링박스나 SlingLoaded STB 기반 DVR을 제어함으로써 언제 어디서나 실시간 방송을 시청할 수 있도록 해주며, DVR 관리, 프로그램 검색 등도 가능하도록 해준다. 하지만 슬링박스나 SlingLoaded STB의 보급이 이루어진 후에야 가입자가 이러한 서비스를 이용할 수 있다는 점에서 한계가 있다.

〈표 3〉 유료TV 사업자들의 iPad용 App 제공 현황

		케이블 TV				위성방송		IPTV	
사업자	Comcast	TWC	Cablevision	Cox	DirecTV	Dish Network	AT&T	Verizon	
App	Xfinity TV	TWCable TV	Optimum	Cox Mobile Connect	DirecTV	Dish Remote Access	U-verse Mobile	Verizon FiOS Mobile	
버전	1.6.0	2.0.2	2.0	1.51	2.0.3	2.4.3	2.3.2	1.2.3	
업데이트 일자 (2011년)	8.16	8.10	8.9	7.21	8.11	5.26	7.15	6.7	
사이즈	32.8MB	4.5MB	8.6MB	12.1MB	6.6MB	7.3MB	5.0MB	3.4MB	
기능	IPG	○	○	○	○	○	○	○	
	리모컨	○	○	○	×	○	○	×	
	VOD	○	×	○	×	×	×	○	
	DVR	○	○	○	○	○	Yes*	○	
	원격 스트리밍	×	×	×	n/a	n/a	Yes*	n/a	
	실시간 방송	×	○	○	×	×	Yes*	×	

\* SlingLoaded DVR 기반

자료: iTunes Preview의 각 서비스별 설명 자료 및 PCWorld(2011)를 참조하여 구성

8) 《The New York Times》(2011).

이상에서 살펴본 바와 같이 iPad용 방송 앱의 출시는 유료TV 업계와 콘텐츠 기업 간의 갈등을 더욱 깊게 하고 있다. Viacom과 미국 메이저 케이블 사업자인 TWC 및 Cablevision과의 분쟁이 이러한 갈등의 대표적인 사례이다. 케이블 사업자들은 시청 화면이 TV에서 iPad로 바뀐 것일 뿐 서비스 지역이 옥내로 한정되어 있기 때문에 계약상의 문제는 없다는 입장이다. 그러나 Viacom은 iPad를 통한 콘텐츠 제공에 대해서는 별도의 저작권 협상이 필요하기 때문에 케이블 사업자들이 자사와의 유통계약을 위반했다는 입장을 보이고 있다. 콘텐츠 업계는 TVE 도입에 대해 원론적으로는 찬성하지만, 실제 도입할 경우 온라인상에서의 유통에 대해 추가적인 비용을 지불해야 된다고 주장한다. 콘텐츠 기업들이 이처럼 iPad를 통한 콘텐츠 제공을 통해 추가적 저작권 수입을 확보하려는 이유는 iPad를 통한 방송 콘텐츠 시청이 시청률에 집계되지 않아 시청자 분산으로 광고 수익이 줄어들 가능성을 우려하기 때문인 것으로 해석된다.

2009년 이래 유료TV 업계는 TVE 모델을 도입하기 위해 힘써왔으나, 이와 같은 양진영 간의 저작권 분쟁으로 인해 현재 가입자들이 인터넷을 통해 시청할 수 있는 채널과 TV 프로그램의 수에는 제한이 있다.

## 4. 결 어

우리가 콘텐츠를 이용하는 방법은 계속 진화하고 있으며, 기술 혁신이 이러한 변화의 중심에 있다. 최근의 인터넷 및 모바일 단말의 보급 확대는 넷플릭스와 같은 OTT 서비스를 저렴하게 이용하거나 유료방송의 TVE 서비스를 추가 요금 없이 이용할 수 있는 환경을 제공하고 있다.

이와 같이 다양한 모바일 단말이 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 수단으로 이용되고 있는 가운데 전통적인 TV의 개념이 변화하면서, 방송 사업자들은 자사의 콘텐츠를 인터넷 동영상 환경에서도 시청할 수 있도록 전환하고 있다. 이러한 맥락에서 미국의 주요 미디어 3사인 Disney, Turner 및 Comcast의 중역들은 향후 2년 이내에 전체 TV 콘텐츠의 75%가 웹을 통해 시청될 것이라는 전망<sup>9)</sup>을 내놓고 있다. 따라서 향후

모든 인터넷 접속 단말은 언제 어디서나 TV의 기능을 구현할 수 있는 방향으로 발전할 것이며, 그럴 경우 TV와 다른 동영상 시청 단말을 구분하는 것은 무의미해질 것으로 보인다.

물론 이렇게 전개되기 위해서는 현재 논란이 되고 있는 콘텐츠 사업자들의 저작권 분쟁 등 해결되어야 할 과제들이 남아 있다. 저작권 문제에 발이 묶여 TVE 서비스가 속도를 내지 못하고 계속 지체된다면 유료TV 사업자들의 경쟁력은 떨어질 수밖에 없다. 따라서 TVE를 통한 플랫폼 다각화로 TV 시청 환경 변화에 대응하려는 미국의 유료TV 사업자들은 콘텐츠 기업들과의 저작권 문제를 원만히 해결하고 이용자들에게 다양한 콘텐츠와 편리한 이용 환경을 제공함으로써 추가적인 가입자 이탈을 막아야 하는 중요한 시점에 서있다.

## 참고자료

《Broadcast Engineering》(2011), “Most TV content moving to Web within two years”, 2011. 6. 15.

《Broadband Traffic Management》(2011), “Netflix: Cord cutting became cord mending..data caps are actually a very poor way to manage demand”, 2011. 4. 26.

《FierceoOlineVideo》(2011), “Netflix, younger audience keeps cord-cutting debate hot”, 2011. 6. 15.

Mashable (2011), “The Future of TV: Why Broadcast Needs to Adapt”, 2011. 4. 28.

Netflix 홈페이지.

Nielsen (2010), 『Three Screen Report』, Volume 8, 1st Quarter 2010.

《PCWorld》(2011), “The Big iPad TV App Smackdown”, 2011. 4. 19.

---

9) 《Broadcast Engineering》(2011).

SNL Kagan (2011a), 『The State of Online Video Delivery』, 2011. 5.

\_\_\_\_\_ (2011b), “Over-the-top substitution forecast to erode multichannel penetrations”, 2011. 7. 15.

\_\_\_\_\_ (2011c), “Multichannel video segment suffers customer losses in Q2”, 2011. 8. 12.

TDG (2011), “TDG: Proclivity to Downgrade PayTV Services Increasing among Netflix Streamers”, 2011. 6. 13.

《The New York Times》(2011), “Time Warner to Subsidize Subscribers’ TV Device”, 2011. 8. 23.

Wikipedia.

<http://itunes.apple.com/us/app/>