

영국 온라인 시장과 통신사업

KO FIC

영국 디지털 온라인 시장과 통신사업

영화진흥위원회 영국 통신원 최상희

발행인 김세훈

발행일 2016 년 10 월 21 일

-

영화진흥위원회

부산광역시 해운대구 센텀중앙로 55 경남정보대 센텀산학캠퍼스 13 층, 14 층

전화 (051)720-4700 / 팩스(051)720-4849

홈페이지 www.kofic.or.kr

©영화진흥위원회, 2016

Contents

01

들어가는 글 / 1

02

주요 온라인 콘텐츠 제공사/ 2

03

주요 통신 서비스 제공사 / 5

04

통신 서비스 제공사와 온라인 시장 영상물 관련 법/ 7

05

소비자들의 통신비와 온라인 시장 소비액에 대한 견해 / 8

06

나오는 말 / 9

1. 들어가는 글

인터넷은 사람들이 엔터테인먼트를 즐기는 방식을 완전히 바꾸어 놓았다. 인터넷이 초고속으로 바뀌고 온라인 콘텐츠를 소비할 수 있는 다양한 장치들이 등장하고 온라인을 기반으로 한 다양한 콘텐츠 제공 서비스가 나오면서 소비자들이 온라인 콘텐츠를 더욱 쉽게 소비할 수 있게 되었기 때문이다. 특히 애플 TV(Apple TV), 나우 TV 박스(NOW TV box), 아마존 파이어 TV 스틱(Amazon Fire TV stick) 등은 OTT 비디오 스트리밍을 TV 세트로 보낼 수 있게 해줌으로써 온라인 콘텐츠 소비 촉진에 기여했다. 당연한 결과이겠지만 2016년 1분기에 이들 장비의 소비가 크게 증가한 것으로 나타났다. 이 같은 장치를 통해 1차원인 텔레비전과 주문형 비디오(VOD), OTT 콘텐츠가 섞이는 현상이 계속되고 있다. 결과적으로 영국의 온라인 콘텐츠 시장은 꾸준히 성장세를 타고 있고, 다국적 회계 감사 기업인 PWC의 조사에 따르면, 서유럽에서 OTT TV와 비디오 매출은 2015년~2021년 사이 두 배로 늘어날 것이며 영국이 이 성장에 가장 크게 기여하게 될 것으로 전망했다. 본 보고서는 영국 디지털 온라인 콘텐츠 시장의 주요 현황과 주요 통신사업자와 통신요금, 통신사업자가 제공하는 영상물의 범위, 온라인 시장 영상물 관련 법, 소비자들의 통신비와 온라인 시장 소비액에 대한 견해 등을 살펴보고자 한다.

2016년 영국인들은 DVD를 사거나 대여하는 것보다 비디오 스트리밍 구독과 영화 및 텔레비전 프로그램 다운로드에 더 많은 지출을 한 것으로 나타났다. 여기에 더해 2016년 말까지 온라인 비디오의 주요 제공사가 된 유료 TV 서비스에 대한 지출도 지금보다 훨씬 늘어날 것으로 전망됐다. 이 분야 전략 분석가들은 비디오 스트리밍과 다운로드를 위한 지출이 2016년 말까지 13억 파운드를 넘어설 것으로 예측했다. 이에 반해 DVD나 블루레이 구매액은 9억 6,000만 파운드 정도로 내다봤다. 비디오 디스크를 사는데 지출하는 금액은 2016년 여전히 9억 파운드가 넘고 시장 점유율이 40%에 달하지만 2011년 전체의 75%에 달했던 것에 비하면 비중이 크게 감소한 것에서 알 수 있듯이 온라인 콘텐츠가 점차 대세로 바뀌어 가는 추세다.

넷플릭스(Netflix)와 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video) 같은 온라인 스트리밍 서비스는 2016년 36% 증가해 7억 4,200만 파운드 혹은 홈 비디오에 지출하는 돈 3파운드 당 1파운드 비중으로 빠르게 성장하고 있다. 2016년 말이면 다운로드를 통한 대여 역시 8%가 증가한 3억 3,800만 파운드에 달하고, 다운로드를 통한 구매는 2억 3,400만 파운드, 16%를 차지할 것으로 전망되고 있다.

이처럼 홈 비디오 시장이 온라인 스트리밍으로 바뀌는 가운데 시장을 주도하는 온라인 콘텐츠 제공사들은 유료 온라인 스트리밍 서비스를 기반으로 하는 넷플릭스(Netflix)와 아마존 인스턴트 프라임(Amazon Instant Prime), 스카이(Sky)의 나우 TV(Now TV), 디즈니(Disney)의 디즈니라이프(DisneyLife) 등이 있고, 마이너 온라인 콘텐츠 제공사로는 제한된 서비스 중심의 스카이 고(Sky Go)/TV와 무비(MUBI) 등이 있다. 무료 온라인 스트리밍 서비스 제공사로는 BBC, ITV, 채널 4(Channel 4), 스카이(Sky) 등 방송사가 주를 이룬다.

2. 주요 온라인 콘텐츠 제공사

1) 무료 온라인 콘텐츠 서비스 제공사

BBC, ITV, 4oD(구 채널 4), 등은 온라인 플랫폼 프리뷰(Freeview)를 통해 자사의 콘텐츠를 무료로 송출한다. 프리뷰는 캐치업 TV (BBC 아이플레이어(iPlayer), ITV의 Hub와 4oD)의 주문형 서비스와 라이브 텔레비전을 결합한 포맷. 모두 한 TV 세트 안에 포함되어 있다. 시청자들은 TV 가이드 혹은 앱 페이지에서 스크롤 기능을 사용해 원하는 프로그램을 찾을 수 있다. 프리뷰 서비스는 2002년 처음 런칭했고 2014년 4월에는 60개의 DVB-T TV 채널과 26개의 라디오 채널, 10개의 HD 채널, 6개의 텍스트 서비스, 11개의 스트리밍 채널, 한 개의 인터랙티브 채널을 보유했다.

2012년 10월 24일 영국 텔레비전이 디지털로 완전히 전환함에 따라 더 이상 아날로그 텔레비전 방송은 영국에서 존재하지 않으며 모든 지상파 방송 TV는 디지털 지상파 방송을 통해 송출되고 있다.

2) 주요 주문형 온라인 스트리밍 제공사

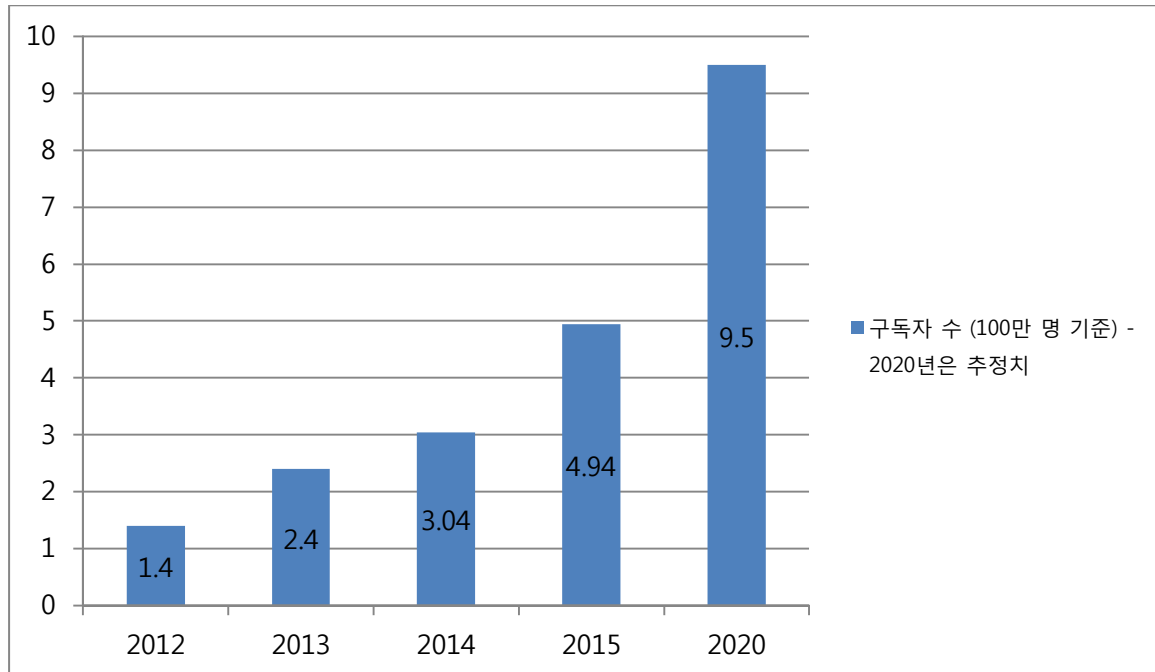
a) 넷플릭스(Netflix)

2007년 미국에서 시작한 넷플릭스는 2012년 1월에 영국에 진출했다. 영국 진출 당시 넷플릭스는 영국 콘텐츠를 서비스하기 위해 BBC와 라이온스 게이트 UK(Lionsgate UK), 엠지엠 필름스(MGM films)와 콘텐츠 제휴 거래를 성사시켰다. 넷플릭스와 BBC와의 협상 결과 넷플릭스의 영국 구독자들은 BBC의 이전 프로그램 또한 온라인으로 시청할 수 있게 되었다. 여기에는 BBC의 인기 드라마 <토치우드(Torchwood)>, <스푸크스(Spooks)> 등이 포함되었다.

넷플릭스가 영국에 상륙하기 전에는 2011년 아마존(Amazon)이 사들인 러브필름(Lovefilm)이 DVD 대여 시장을 주도하고 있었고, 스카이(Sky), BT 비전(BT Vision)과 버진 미디어(Virgin Media)가 주문형 콘텐츠를 웹 기반으로 제공하고 있었으며 애플(Apple)의 아이튠즈(iTunes)가 디지털 영화 배급에 있어서는 선두를 달리고 있었다. 따라서 넷플릭스의 영국 진출은 이 분야의 가격 경쟁에 불을 붙이는 결과를 이끌어낼 것이라는 전망이 있었다.

넷플릭스의 구독자 수는 2012년 영국 진출 당시 140만 명이었으며 2015년에는 494만 명 선으로 늘어났다. 2020년에는 구독자가 950만 명 정도가 될 것으로 예측되고 있다. 영국에서 가장 많은 구독자를 보유한 넷플릭스는 이 분야에서 선두를 달리는 온라인 콘텐츠 제공사다. 넷플릭스가 자체 제작한 작품으로는 <하우스 오브 카드(House of Cards)>, <나르코스(Narcos)>, <오렌지 이즈 뉴 블랙(Orange is the New Black)> 등이 있다. 넷플릭스는 PS3, 위(Wii), 엑스박스 360(Xbox 360)을 비롯, 넷플릭스가 구동되는 장치에서는 다 사용 가능하다.

[그래프 1] 넷플릭스 구독자 수 변화, 2012~2020



자료 출처: statista

넷플릭스의 구독료는 세 종류 나뉘어져 있다. 기본 월 5파운드 99펜스, 스탠더드 7파운드 49펜스, 프리미엄 8파운드 99펜스로 나뉜다. 넷플릭스는 2014년과 2015년에 각각 한 차례씩 조용히 요금 인상을 실시해 비판을 받기도 했다. HD 콘텐츠 관람과 두 개의 스크린을 동시에 관람하는 옵션이 포함된 스탠더드 패키지의 요금이 월 5파운드 99펜스에서 6파운드 99펜스로 한 차례 인상된 후 2015년에 다시 한번 스탠더드 요금을 6파운드 99펜스에서 7파운드 49펜스로 슬그머니 인상됐다. 월 5파운드 99펜스의 기본 요금도 여전히 유지하고 있으나 이 요금으로는 HD 콘텐츠를 감상할 수 없고 한 번에 한 개 스크린만 감상이 가능한 것 등 제한이 많다.

b) 아마존 프라임 인스턴트 비디오(Amazon Prime Instant Video)

아마존 프라임 인스턴트 비디오 역시 주문형 비디오 스트리밍 서비스를 제공하며 월 구독료가 5파운드 99펜스이다. 이 요금으로 구독하면 TV쇼와 영화를 감상할 수 있고, 일부 독점 콘텐츠 - 예를 들면 아마존 스튜디오(Amazon Studios)가 제작한 <트랜스페어런트(Transparent)>, <바이킹스(Vikings)>, <미스터 로봇(Mr Robot)> 등의 시리즈 - 를 감상할 수 있다. 아마존 프라임 인스턴트 비디오는 연간 구독료 79파운드를 선납하는 정책도 취하고 있다. 그러나 장기 계약을 선호하지 않는 소비자의 경우 월 5파운드 99펜스로 매달 구독을 연장하는 방법도 여전히 가능하다.

아마존 인스턴트 비디오 타이틀은 구매나 대여가 가능하고 이는 아마존 프라임 구독제와는 별개로 운영된다. 아마존 사용자도 아마존 인스턴트 비디오 타이틀을 프라임 인스턴트 비디오를 구독하지 않고도 구매가 가능하다.

c) 나우 TV(Now TV)

스카이가 운영하는 나우 TV는 주로 스카이의 많은 채널에서 방영될 작품을 생방송 또는 주문형 프로그램으로 볼 수 있다. 나우 TV는 같은 포털을 통해 분리된 서비스를 제공하고, 가격도 따라서 달라진다. 스카이 시네마 먼쓰 패스(Sky Cinema Month Pass)는 월 9파운드 99펜스의 구독료로 스카이 무비 채널(Sky Movie Channel) - 조만간 스카이 시네마(Sky Cinema)로 채널명 변경 예정 - 의 모든 영화를 스트리밍 또는 아무 때나 주문형으로 감상할 수 있다. 스카이 스포츠 데이 패스(Sky Sports Day Pass)는 한 번 관람 비용이 6파운드 99펜스이며 스카이 스포츠 F1과 스카이 스포츠 5 등 7개의 스카이 스포츠 채널 프로그램을 24시간 동안 감상할 수 있다. 이 서비스는 스포츠를 좋아하지만 정기적으로 보지 않거나 구독을 원치 않는 시청자에게 적합하다. 9파운드 99펜스를 지불하면 7일간 스포츠 프로그램을 시청할 수 있으며 39파운드 99펜스로는 한 달 간 서비스 이용이 가능하다.

나우 TV 엔터테인먼트 먼쓰 패스(Now TV Entertainment Month Pass)는 월 6파운드 99펜스로 프리뷰(Freeview)를 통해 스카이 1과 스카이 아틀란틱을 포함 여러 채널을 감상할 수 있다. 나우 TV는 어린이용 패키지도 제공한다. 키즈 먼쓰 패스(Kids Month Pass)는 어린이용 채널 시청용으로 월 2파운드 99펜스에 제공된다. 스카이는 최근 나우 TV 콤보(Now TV Combo) 패키지를 발표했는데, 이는 시청자가 나우 TV 패스, 브로드밴드, 유선을 계약 없이 한 달 구매할 수 있는 패키지로 월 9파운드 99펜스에 라인 대여료 17파운드 99펜스가 더해져 총 27파운드 98펜스에 제공된다.

d) 디즈니라이프(DisneyLife)

후발주자인 디즈니라이프는 2015년 9월 영국의 온라인 스트리밍 시장에 뛰어들었다. 넷플릭스, 아마존 프라임 인스턴트 비디오, 스카이의 나우 TV가 치열한 경쟁을 벌이고 있는 이 시장에서 디즈니라이프는 전통적인 TV 프로그램과 대용량 유료 TV 패키지보다는 유연한 주문형 서비스를 통해 구독자를 확보하기 위한 전쟁을 벌이고 있다. 디즈니라이프는 현재 iOS와 안드로이드 기반의 장치에서만 이용이 가능하다. 이 말은 태블릿 혹은 스마트폰으로만 시청 가능하다는 뜻이다. 안드로이드 TV 박스용 앱을 다운받아서 시청할 수도 있다.

디즈니가 운영하는 디즈니라이프의 주요 타이틀로는 <라이언 킹(The Lion King)>, <토이 스토리(Toy Story)>, <정글북(The Jungle Book)> 등이 있다. 최신 디즈니 영화를 보고 싶어하는 아이들에게 시달리는 부모들은 <겨울왕국(Frozen)>부터 <토이 스토리>에 이르기까지 히트작을 스트리밍 서비스를 통해 아이들에게 보여줄 수 있게 됐다. 이 서비스를 통하면 최신 디즈니 영화뿐 아니라 수천 편의 어린이용 TV 프로그램, 수백 편의 앨범, 책, 고전영화까지 감상할 수 있다. 디즈니라이프의 월 구독료는 9파운드 99펜스이다.

3) 마이너 온라인 콘텐츠 제공사

a) 스카이 고(Sky Go)/TV

스카이 Go는 라이브 스트림과 캐치 업 TV 서비스를 주로 스카이 TV 고객에게 제공한다. 콘텐츠는 TV 구독 타입에 따라 다르고 휴대용 장치에서 오프라인 시청이 가능한 서비스를 추가할 수도 있다. 스카이 Q(Sky Q) 앱은 스카이 Go 콘텐츠에 접속 가능하게 해주며 오프라인으로 시청 가능하게끔 다운로드할 수 있는 기능을 추가하고 있다. 스카이 TV 구독자는 스카이 Go를 무료로 이용할 수 있으나 무료 버전에는 오프라인 시청 기능은 빠져 있다. 스카이 Go 엑스트라(Sky Go Extra) 패키지를 월 5파운드로 구독하면 프로그램 다운로드가 가능하다. 스카이 멀티스크린(Sky Multiscreen) 고객은 스카이 Go 엑스트라를 무료로 이용 가능하다.

b) 무비(MUBI)

무비는 영화 스트리밍 서비스 제공사로, 다양한 플랫폼에서 시청 가능하다. 무비는 주로 엄선된 영화 리스트를 선보이는데 다른 곳에서는 찾기 힘든 작품들이 많이 포함되어 있는 영화팬을 위한 온라인 콘텐츠 제공사로 볼 수 있다. 독립영화, 컬트영화, 클래식 영화 등이 포함된다. 월 구독료 5파운드 99펜스로 무제한 영화를 제공한다.

3. 주요 통신 서비스 제공사

영국은 온라인 콘텐츠 제공사와 브로드밴드 제공사가 기본적으로는 분리되어 있다. 물론 스카이 같은 경우는 방송, 브로드밴드, 온라인 콘텐츠 제공 등을 겸하고 있고, 전화 통신사로 시작한 BT 역시 브로드밴드뿐 아니라 BT 스포츠 같은 온라인 콘텐츠를 제공하기도 한다. 그러나 기본적으로는 통신사와 온라인 콘텐츠 제공사는 각기 사업 분야가 다르다고 볼 수 있다. 주요 통신사로는 스카이 브로드밴드(Sky Broadband), 버진 미디어(Virgin Media), 플러스넷(PlusNet), BT인피니티(BT Infinity) 등이 있다.

1) 스카이 브로드밴드(Sky Broadband)

스카이 브로드밴드는 대형 인터넷 서비스 제공사 중의 하나로, 고객 불만이 상대적으로 적은 회사로 알려져 있다. 유료 TV 서비스 분야에 강점이 있으며 고객 지원이 합리적인 편이다. 월 라인 대여료는 17파운드 40펜스로 1년치를 선불 라인 대여 옵션은 없다. 설치비는 광랜의 경우 30파운드를 부과한다. 가장 싼 기본 브로드밴드의 경우 월 10파운드에 라인 대여료가 추가되며 속도는 17Mbps 정도이다. 초고속 브로드밴드 중 가장 싼 옵션은 월 20파운드에서 시작하고 속도는 38Mbps이다. 이보다 싼 옵션도 가능하나 사용량에 큰 제한이 있다. 스카이 브로드밴드의 기본 계약 기간은 12개월이나 무료 통화는 제공되지 않는다. 추가 비용을 내면 업그레이드가 가능하다.

가입자들은 통상 무제한으로 인터넷을 사용할 수 있고, 사양이 낮은 무료 SkyHub 무선 라우터가 제공되었으나 2016년 초에 신상품인 Sky Q Hub가 제공되기 시작했다. 가입자들은 또한 클라우드(The Cloud)의 전국적 공공 WiFi 핫스팟 네트워크에 무료로 접속할 수 있고 무료로 온라인 부모

동의 시스템(네트워크 차원의 필터링)을 제공한다.

2) 버진 미디어(Virgin Media)

버진 미디어의 최고급 패키지의 경우 속도가 200Mbps이며 여기에 TV 서비스가 더해진다는 점이다. 한편 전화선 대여는 추가 요금으로 선택 가능하게 짜여 있다. 버진 미디어도 스카이 브로드밴드와 마찬가지로 고객 불만이 적은 회사 중 하나다. 버진 네트워크는 현재 1,300만 개 장소만을 커버하며 특히 도시 지역에 집중되어 있다. 2020년까지는 1,700만 개로 확대할 계획(영국의 60% 이상)이다.

버진 미디어의 브로드밴드는 월 라인 대여료: 17파운드 99펜스이며 1년치 선불의 경우 164파운드로 가능하다. 설치비는 49파운드 95펜스이나 종종 무료 설치도 가능하다. 가장 싼 50Mbps 브로드밴드와 전화 번들은 월 19 파운드에 라인 대여료를 내는 조건으로 18개월 계약으로 이루어져 있다. 하지만 고객이 브로드밴드를 standalone으로 선택하면 가격은 월 30파운드 25펜스로 올라가나 계약기간은 12개월로 줄어든다. 고객은 훌륭한 사양의 무료 SuperHub 라우터와 무료 주말 전화사용(전화 번들), 부모 동의 시스템/인터넷 시큐리티와 버진 미디어의 공공 WiFi 네트워크(예: 런던 지하철)에 무료 접근이 가능하다. 프리미엄 TV와 휴대폰 서비스 번들도 가능하다.

3) 플러스넷(PlusNet)

플러스넷은 BT의 반 자회사로 브로드밴드의 저가 버전이라고 볼 수 있다. 일부 문제가 있는 서비스 변화 (예: 24/7 지원의 철회, FTTC 업로드 스피드 감소와 영국 내 전화 무료 철회) 등을 강행함으로써 인터넷 서비스 제공사로서의 매력을 상당히 상실했으나 그럼에도 불구하고 불만 수준은 평균을 약간 웃도는 정도다.

월 라인 대여료 16파운드 99펜스이며 연 선불 라인 대여료는 185파운드 88펜스이다. 설치비는 따로 부과하지 않는다. 가장 싼 '최고 스피드 17Mbps' 브로드밴드와 전화 번들은 월 9파운드 99펜스에 라인 대여료가 추가되며 18개월 계약이 기본이다. '최고 38Mbps' 초고속 브로드밴드 패키지는 월 14 파운드 99펜스에 라인 대여료 (광랜 FTTC임을 감안하면 상당히 싼 것)가 추가된다. 고객들은 낮은 사양의 무선 라우터(광랜 사용자는 우수 사양의 HUB ONE을 갖게 될 것)를 제공받고, 부모 동의, 맥아피(McAfee) 인터넷 시큐리티가 제공되며 TV 기반의 제한된 YouView(IPTV) 서비스는 추가 비용으로 가능하다.

4) BT인피니티 (BT Infinity)

이 분야에서 가장 큰 회사지만 대형 인터넷 서비스 제공사 중 가장 낮은 평가를 받고 있다. BT 인피니티의 월 라인 대여료는 17파운드 99펜스이며, 연 선불 라인 대여료는 194파운드 29펜스이다. 설치비는 35파운드이나 종종 무료 설치도 가능하다.

무제한 BT 인피니티 패키지는 경쟁력이 있다. 월 21파운드에 라인 대여료를 더해 38Mbps 속도의

서비스를 제공한다. (종종 할인으로 통해 더 적게 낼 수도 있다.) 이 패키지는 스피드를 최고인 76Mbps를 선택할 경우 월 30파운드까지 가격이 오르기도 한다. 고객은 무료 HomeHub5 라우터 (802.11ac WiFi가 포함된 고사양)를 제공받고 5GB 혹은 500GB 온라인 클라우드 공간을 제공받는다. BT의 공공 WiFi 핫스팟에 무제한 접속 가능하고 부모 동의, 인터넷 시큐리티가 제공된다. 주중 저녁과 주말 영국 내 유선 전화 무료를 제공하기도 하는데 패키지에 따라 다르다.

BT 인피니티의 판매 포인트는 무료 BT스포츠 TV 콘텐츠로, 라이브 프리미어 리그 경기와 럭비 경기를 제공한다는 점이다. BT는 몇 개의 YouView(IPTV) 플랫폼을 제공하며 또한 EE와의 합병 후 쿼드 플레이 번들로 휴대전화 요금 옵션도 제공한다.

4. 통신 서비스 제공사와 온라인 시장 영상물 관련 법

인터넷이 무법지대라고 생각하는 것은 어불성설이다. 따라서 인터넷에 불법 콘텐츠를 올리거나 하는 것은 콘텐츠 관련 범죄 법에 의해 처벌 받을 수 있다. 가장 직접적인 예로는 인터넷에 올라오는 아동 포르노그래피는 영국 법 적용을 받는다. 또한 성적인 콘텐츠가 담긴 상업적인 웹사이트 등은 음란물 출판법(Obscene Publications Act)의 제제를 받는다. 이 외에도 인터넷 상에서의 희롱이나 위협도 제제 대상이다. 불법 콘텐츠와 유해 콘텐츠 관련한 이슈는 통상산업부(Department for Trade and Industry)가 교육 및 고용부(Department for Education and Employment)의 지원을 받아 관장한다. 그러나 이런 콘텐츠 문제는 단순하지 않아서 주로 여러 부서 및 기관의 공동 대응으로 이루어진다.

앞서 언급한 아동 포르노 관련 범죄(아동 포르노의 생산, 소유 및 배포)는 아동보호법 1978(Protection of Children Act 1978)과 음란물 출판법(Obscene Publications Act 1959)를 통해 통제되고 있었으나 사법제도(Criminal Justice)와 공공질서법 1994(Public Order Act 1994)의 제정으로 컴퓨터와 컴퓨터 데이터, 그리고 컴퓨터로 만든 이미지 등을 포함하는 신 기술까지 음란물의 범위에 포함시키면서 인터넷 관련 음란물에 대한 처벌 기준을 마련했다.

인터넷 콘텐츠에 대한 우려가 커진 결과 인터넷 서비스 제공사들은 자체 검열에 대한 압박을 받기 시작했고, 결과적으로 인터넷 콘텐츠의 제거는 인터넷 서비스 제공사들을 통해 주로 이루어져 왔다. 불법 가능성이 있는 콘텐츠와 명예훼손 등이 포함된 콘텐츠, 저작권과 상표법에 위반 되는 콘텐츠가 여기에 포함되는데, 1996년 명예훼손법(Defamation Act)의 '공지 후 게시 중단'이라는 법안의 내용이 사이버 권리와 사이버 자유(Cyber-Rights & Cyber-Liberties) 단체로부터 "현재 영국의 법은 인터넷 서비스 제공사들에게 피고, 판사, 배심원의 역할을 강제하고 있다."는 비난을 받기도 했다. 그럼에도 불구하고 영국 정부는 이와 같은 인터넷 서비스 제공사의 자정 방식을 선호하는 경향을 띤다.

이외에는 국가 기관이 온라인 데이터를 수집하는 것을 합법화한 법이 있다. 수사권 법안에 의하면 국가 기관은 전화 통화 혹은 이메일 등 통신이 이루어질 때 정보를 수집할 수 있는데 법에 따르면 브로드밴드 제공사 혹은 휴대전화 통신사 같은 통신 서비스 제공사들은 1년치 고객 정보를 보관해야 한다. 이 정보에는 고객이 온라인에 접속해 사용한 서비스, 웹사이트, 데이터 소스 등의 내용이 포함되는데 이를 '인터넷 접속 기록(Internet Connection Record)'로 부른다. 수사를 위한 해킹이나 정보 가로채기 등은 내무부의 공식 허가를 받은 후에 가능하고 이 같은 요청을 공식적으로 받은 인터넷 서비스 제공사는 작전을 보조할 의무를 지게 된다.

5. 소비자들의 통신비와 온라인 시장 소비액에 대한 견해

영국인들은 온라인 콘텐츠 이용을 위해 보통 통신사가 제공하는 브로드밴드 패키지에 가입을 하고 기호에 따라서 BBC 등의 방송사가 제공하는 무료 온라인 콘텐츠를 감상하기도 하고 또는 넷플릭스나 아마존 프라임 인스턴트 비디오, 나우 TV 등이 제공하는 유료 온라인 콘텐츠를 구독하기도 한다. 집에서 즐기는 온라인 콘텐츠뿐 아니라 휴대용 장치를 이용해 언제 어디서나 인터넷에 접속해 온라인 콘텐츠를 즐기는 사람들이 늘어나는 추세에 따라 통신비의 증가는 불가피한 것으로 보인다.

여기에 더해 구독제로 이용할 수 있는 유료 OTT 서비스 시장이 점차 확대됨에 따라 시청자들이 취향에 맞는 콘텐츠를 골라볼 수 있게 되면서 다양한 콘텐츠를 감상하기 위해서는 그만큼의 비용을 지불해야 하는 문제도 따라온다. 2015년 디즈니가 디즈니라이프를 런칭하면서 어린이들을 위한 콘텐츠가 개방된 점은 좋은 점이지만 구독료를 지불해야 한다는 점에서 특정 층을 겨냥한 OTT 서비스가 소비자에게 항상 장점만을 제공하는 것은 아니다. 가족 구성원의 콘텐츠에 대한 취향이 달라 제각각 다른 구독제 OTT 서비스를 이용한다고 가정할 경우 상당한 비용을 감수해야 하는 사태가 발생할 수도 있다는 점은 염두에 두어야 한다. 자칫하면 온라인 콘텐츠에 지나친 비용을 지출하는 결과를 초래할 수도 있기 때문이다.

미디어 연구 및 분석 회사 암페어 어널리시스(Ampere Analysis)의 분석에 따르면 만약 한 가족이 주요 4개 구독제 OTT 서비스 제공사 - 넷플릭스, 아마존, Now TV, 디즈니라이프 - 의 서비스를 한꺼번에 다 즐긴다고 가정하면 비용은 연간 450파운드가 될 것으로 계산했다. 이 수치는 애플의 아이튠즈(iTunes), 스카이 스토어(Sky Store), 구글 플레이(Google Play), 버진 무비즈(Virgin Movies), BT 박스 오피스(BT Box Office) 같은 수많은 서비스로부터 구입한 영화 및 TV 프로그램을 사는 커플들은 포함시키지 않은 것이므로 모든 구독제 OTT 서비스까지 이용한다고 가정할 경우 비용 부담이 상당히 커지게 된다.

그러나 실제 주요 구독제 OTT 서비스 제공사가 제공하는 모든 콘텐츠를 감상하고자 하는 사람들의 수는 소수에 불과할 것이기 때문에 이 같은 비용은 사실 극단적인 경우에 한한 경우라고 볼 수 있다. 각기 다른 회사의 서비스를 한꺼번에 다 선택하기보다는 저마다 다른 취향으로 자신의

취향에 맞는 구독제 서비스를 찾는 소비자들이 더 많아질 것이며 따라서 소비자들의 취향에 맞춘 콘텐츠를 발굴하는 것이 이 서비스 제공사들이 풀어야 할 숙제인 것이다. 영국의 떠오르는 스트리밍 시장에서 가장 오래된 회사인 넷플릭스는 소비자들의 취향을 공략한 콘텐츠를 개척하는 측면에서 앞서가고 있다. 소비자들의 취향을 저격한 콘텐츠 개발 측면에서 보우 콘텐츠의 특성상 디즈니라이프는 어린이와 젊은이를 타겟으로 한 특정한 취향을 가진 소비자를 중심으로 한 시장을 집중 공략하고 있다.

6. 나오는 말

본문에서 영국의 디지털 온라인 시장 현황을 개략적으로 살펴보았다. 인터넷 서비스 제공사들이 초고속 인터넷 서비스를 제공하고 무료 및 유료 온라인 콘텐츠를 제공하는 회사가 성황을 이루는 현상은 영국에서 디지털 온라인 시장이 얼마나 빠르게 성장하고 있는지를 보여준다. 여기에 더해 다양한 장치들이 온라인 콘텐츠에 더 쉽게 접근할 수 있게 만들어주고 있는 현실에서 온라인 콘텐츠를 무시하고 사는 것은 거의 불가능한 일로 여겨진다. 온라인 콘텐츠가 범람하면서 사이버 범죄나 저작권 및 상표권 침해 등의 사례도 발생하고 있어 영국 정부는 관련 규제법을 제정해 사이버 환경을 정화하려는 노력을 하고 있다.

자료 출처

'UK online video spend to exceed discs', 2016년 5월 6일

<http://informitv.com/2016/05/06/uk-online-video-spend-to-exceed-discs/>

'Number of Netflix paying streaming subscribers in the United Kingdom (UK) from 2012 to 2015 and forecast to 2020 (in millions)', 2016년

<https://www.statista.com/statistics/324092/number-of-netflix-subscribers-uk/>

Netflix increases price for UK customers for second time in almost a year, Aaron Brown', 2015년 6월 11일

<http://www.express.co.uk/life-style/science-technology/583690/Netflix-UK-Subscription-Standard-Price-Plan-Increase>

'Freeview rebrands for Connected Future', 2015년 2월 12일,

<https://www.freeview.co.uk/news-and-blog/press-releases/freeview-rebrands-for-connected-future.html>

'Which is the best movie streaming service in the UK? Netflix vs Amazon Prime vs Now TV and more', Rik Henderson, 2016년 6월 4일

<http://www.pocket-lint.com/news/126129-which-is-the-best-movie-streaming-service-in-the-uk-netflix-vs-amazon-prime-vs-now-tv-and-more>

'The Best UK Home Broadband ISPs for 2016 – ISPreview.co.uk Picks', Mark Jackson, 2016년 1월 4일

<http://www.ispreview.co.uk/index.php/2016/01/the-uk-best-broadband-isps-for-2016-ispreview-editor-picks.html>

'INTERNET CONTENT REGULATION – UK GOVERNMENT AND THE CONTROL OF INTERNET CONTENT', Yaman Akdeniz

http://www.cyber-rights.org/documents/clsr17_5_01.pdf

'UK surveillance powers explained', 2015년 11월 5일

<http://www.bbc.co.uk/news/uk-34713435>