



www.dot-tv.org

info@dot-tv.org

890 Robb Road  
Palo Alto, CA 94306

[4월15일 0시부터 보도 요망드립니다]

국내언론 연락처:

박인규

KBS 정책기획센터 기획팀 수석PD

02-781-2103, 010-6429-2031

[inq@kbs.co.kr](mailto:inq@kbs.co.kr)

해외언론 연락처:

Brett Gaines

Executive VP and GM of US Operations

VMark, Inc.

+1 (408) 483-6226

[brett.gaines@vmark.tv](mailto:brett.gaines@vmark.tv)

## 닷티비 컨소시엄, 차세대 디지털TV서비스 NAB2008에 선보여

*방송사의 온라인 및 TV 광고수익 증대를 위한 새로운 서비스 모델 제시*

[서울, 2008년 4월 9일] - 차세대 디지털TV 서비스 규격 제정과 진흥을 목표로 결성된 닷티비(dotTV) 컨소시엄이 4월14일부터 Las Vegas에서 열리는 NAB 2008에서 새로운 디지털TV서비스를 선보인다. 닷티비는 언제 어디서나 쉽게 TV 등 영상 콘텐츠를 즐기고 싶어하는 시청 수요가 점증하는데 대응하여, 온라인의 장점인 양방향성과 소셜 네트워킹을 TV 및 셋탑박스 환경으로 가져오는 동시에, 영상의 전송은 비용과 대역폭의 이점이 있는 기존 방송망을 이용하는 서비스다. 이번 NAB에서 닷티비는 현재 컨소시엄 내에서 활발하게 개발중인 공개 규격에 의거하여, 시청자와 방송사 양쪽에 모두 만족스러운 장점들을 보여줄 예정이다. 닷티비를 통해 시청자들은 HDTV나 PC, 모바일 기기상에서 좋아하는 장면을 시청, 저장 및 다른 시청자와 공유할 수 있게 되고, 방송사 등 미디어 기업들은 영상의 내용과 매칭되는 문맥연관형 광고모델로써 새로운 수익을 창출할 수 있게 된다. 이번 닷티비 시연은 NAB 전시장내 ATSC DTV 핫스팟 L33 부스에서 이뤄진다.

KBS 이원균 부사장은 “한국 등 초고속인터넷이 발달된 시장의 경우, 방송사들이 광고 수익의 정체에 직면하고 있다. 다종 다양한 대체 미디어와 기기를 이용해 콘텐츠를 즐기는 시청자가 늘어나고 있기 때문이다”고 말하고 “닷티비는 지상파 디지털TV 수신, 인터넷 연결,



www.dot-tv.org

info@dot-tv.org

890 Robb Road  
Palo Alto, CA 94306

DVR녹화기능을 결합 활용하는 규격으로서, 전통적인 방송서비스를 온라인 양방향성과 결합시킨 차세대 텔레비전 시청경험을 구현해 드린다. 궁극적으로는 더 좋은 시청경험을 소비자에게 선사하고, 이를 혁신적인 콘텐츠연관형 광고수익으로 뒷받침하는 것을 목표로 한다.”고 설명했다.

2008년 1월에 발족한 닷티비는 시청자들이 TV와 PC, 모바일 기기등 여러 플랫폼에 걸쳐 통합적으로 또한 양방향으로 TV 콘텐츠를 이용하게 해주는 새로운 규격을 표준화하고자 노력하고 있다. 컨소시엄은 대표적 가전제조사인 삼성전자와 LG전자, 방송사인 KBS SBS EBS, 그리고 기술솔루션업체인 이데토(Irdeto)와 브이마크(VMark) 등으로 구성되어 있다. LG전자 디지털 디스플레이 사업본부장 강신익 부사장은 “주요 가전제조사가 닷티비 규격 제정에 참여한 것은 특기할 만한 점이다. 소비자들의 닷티비 서비스 이용은 바로 가전 기기를 통해 이뤄지기 때문이다. 닷티비 규격에 근거한 새롭고 선도적인 서비스를 성공적으로 출범시키려면 가전업체들이 그 서비스 규격을 지원하는 TV와 여러 기기를 제공해야만 한다”고 말했다. 삼성전자 비주얼 디스플레이 사업부 이경식 상무는 “우리는 닷티비와 같은 선도적인 표준기반 서비스를 통해 고객에게 뛰어난 부가 기능을 제공함으로써 제품의 차별화를 기할 수 있다고 생각한다.”고 말했다.

금년도 NAB에서 닷티비는 방송사 측의 콘텐츠 저작권을 철저히 보호하는 가운데 TV시청자로 하여금 각각의 장면을 bookmark로 저장하고, 저장된 장면들을 인터넷상의 친구나 동호회와 공유해서 볼 수 있게 해주는 기능을 선보인다. 이러한 ‘장면 공유’ 서비스는 콘텐츠를 웹상에 바이럴(viral)하게 퍼뜨린 뒤 그 결과인 시청 트래픽은 미디어/방송사의 사이트로 되돌아오게 하는 모델이다. 이와 함께 프로그램 전체 혹은 bookmark된 장면을 시청할 때 그 장면과 관련된 주요 정보를 설명해주는 장면단위 메타데이터도 제공된다. 메타데이터는 방송사는 물론 시청자들도 해당 장면에 입력하여 공유할 수 있다. 더욱이 이러한 장면정보는 온라인을 통해 동적으로 전달되기 때문에 방송사와 광고주에게는 타겟형, 문맥 연관형 광고와 홍보를 구현할 수 있는 길이 새롭게 열리게 된다. 또 메타데이터가 각 장면 단위로 연동 제공되므로 시청자들이 여러 프로그램 속의 영상을 장면 단위로 검색하여 즐길 수 있게 된다.

EBS 구관서 사장은 “한국의 시청자들은 방송 프로그램을 TV로 시청하기 보다 똑같은 프로그램을 보더라도 웹 상에서 시청하는 쪽으로 옮겨가고 있으며, 이는 한국 초고속인터넷망이 보급률이나 전송 속도 면에서 다른 시장에 비해 고도로 발달한 점에서 기인한 면이 크다”고 말했다. KBS 이원근 부사장은 “KBS는 컨소시엄 회원사와 함께 온라인 파일럿 서비스를 실시하여 매우 고무적인 결과를 얻었다. 온라인에 친숙한 시청층이 장면 단위 북마크 저장 및 공유 서비스에 긍정적인 반응을 보였다. 이들은 저장한 북마크를 SNS(소셜 네트워크 서비스), 블로그, 이메일, 메신저 등을 이용해 활발히 전파 공유했으며, 그 결과 해당 프로그램 웹사이트의 방문자와 트래픽이 크게 증가했다.”고 밝혔다. SBS 정일종 CTO는 “컨소시엄 협력사들은 이러한 파일럿 서비스 결과를 바탕으로 인터넷에 연결된 TV 혹은 셋탑박스에 닷티비 서비스를 구현해가고 있다. 닷티비 규격에 기반한 차세대 DTV서비스는 시청자가 원하는 양방향성과 방송사가 원하는 새로운 광고수익을 동시에 충족시킬 수 있다는 명확한 비전을 SBS는 갖고 있다.”고 밝혔다.



www.dot-tv.org

info@dot-tv.org

890 Robb Road  
Palo Alto, CA 94306

“일반 소비자를 대상으로 한 새로운 부가가치 서비스 개발은 무료 공중과 방송이 차세대를 준비하기 위한 첫 과제로 보인다. 이데토는 지난 여러 해 동안 혁신적인 유료TV 서비스 모델을 확보하고 실현하는데 핵심 기술을 제공해 왔다. 이번 닷TV 컨소시엄이 공중과 방송사업자들의 이런 목표를 달성하는데 도움이 될 것이라 믿는다.” 이데토 앤드류 와이즈(Andrew Wajs) CTO는 이렇게 말하면서, “전통적인 방송 광고 수익은 줄어들고 있으며, 유료TV 사업자와 인터넷 사업자들은 영상에 대한 규제를 강화하고 있다. 일반 공중을 대상으로 한 방송 사업자들이 예전처럼 사람들을 다시 TV 앞으로 데려오기 위해서는 보다 매력적이고 수익성 있는 서비스를 제공함으로써 따라잡아야만 할 것이다. 우리는 닷TV가 하나의 좋은 해결 방안을 제시할 수 있으리라 생각한다.”라고 말했다.

VMark의 Brett Gaines 부사장은 “한국은 기술, 서비스, 새로운 사용 모델 등 여러가지 면에서 시장의 리더로 자리매김되어 있다” 고 평가하면서, “뉴미디어 전송과 시청을 위한 신규서비스나 사용 모델에 관한한, 관련 업계는 자신의 사업에 영향을 초래할 새로운 트렌드가 나타나고 있는지 늘 한국 시장을 지켜봐야할 것이다”라고 덧붙였다. 닷티비는 한국에서 지속적인 성과를 내는 동시에 해외 여러 지역과 시장에 대해서도 글로벌 방송사, 미디어, 기술기업들과의 협력을 모색하고 있다.

### 닷티비(dotTV) 컨소시엄과 회원사에 관하여

닷티비는 영상 콘텐츠를 어떤 기기에서나 이용할 수 있게 연결시켜주고, 멀티 플랫폼 멀티 디바이스상의 통합 서비스로 광고수익을 증대시켜주는 차세대 디지털 텔레비전 서비스 표준을 제정 진흥하기 위한 컨소시엄이다. 닷티비 컨소시엄은 대표적 가전제조사인 LG전자와 삼성전자, 방송사인 KBS SBS EBS, 그리고 기술솔루션업체인 이데토(Irdeto - 콘텐츠 보안)와 브이마크(VMark - 장면단위 영상솔루션) 등으로 구성되어 있다. 더 상세한 정보는 공식 웹사이트 참조: [www.dot-tv.org](http://www.dot-tv.org).



###

닷티비(dotTV)는 dotTV LLC의 등록상표. 그외의 모든 상표의 권리는 해당 소유자에 귀속.

