

# 해외 공영방송사의 디지털 대전환 방안 : 호주의 <ABC Five-Year Plan 2023-2028>을 중심으로

이지영

호주 캔버라대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

## 목차

- 1 호주 공영방송 2023-2028년 5개년 계획
- 2 디지털 우선 전략 배경
- 3 디지털 우선 전략 세부 사항
- 4 시사점

## 요약

호주 공영방송 ABC는 2023-2028년 5개년 계획을 통해 '디지털 우선(Digital First)' 전략을 본격화했다. 이는 스트리밍 중심으로 이동한 시청 행태 변화와 2014년 이후 지속된 예산 삭감에 따른 재정 압박에 대응하기 위한 조치다. ABC는 조직 구조 개편, 디지털 플랫폼 중심 콘텐츠 제작, 내부 자원 재배분 등을 통해 2028년까지 통합 디지털 운영 체제로의 전환을 목표로 하고 있다. 이 전략은 한국 공영방송에도 유의미한 시사점을 제공한다.

## 1. 호주 공영방송 2023-2028년 5개년 계획

2023년 호주의 공영방송 ABC는 5개년 계획(2023-2028년)을 발표했다. 이 계획은 자금 조달 및 계획 주기의 중대한 변화에 맞춰 수립되었다. 1989년 이후, 호주 공영방송사인 ABC와 SBS의 자금조달은 대체로 선거 주기와 맞물려 3년 주기로 결정되어 왔으나, 2023년 연방 정부는 이 주기를 5년으로 변경했다. 정부는 이와 같은 장기 자금 지원이 방송사들의 안정성을 높이고 정치적 간섭 가능성을 줄이는 데 기여할 것이라고 밝혔다. 이번 5개년 계획은 2020-2025년 전략에서 얻은 교훈을 기반으로 수립되었다. 2020-2025년 전략은 긴축재정과 디지털 적응에 중점을 두었으며, 이러한 방향성이 이번 5개년 계획의 토대가 되었다. 2020년 ABC의 전무 이사인 데이비드 앤더슨(David Anderson)과 ABC 이사회는 오랫동안 이러한 변혁을 가능하게 하기 위해 다년간의 자금 조달 확대를 주장해왔다. 이에 따라 2023년 연방 예산에서 처음 도입된 5개년 자금 지원 약속은 이번 전략 수립의 안정적 기반이 되었다. 이번 계획은 변화하는 미디어 환경에 발맞춰 ABC의 우선순위를 재조정할 뿐만 아니라, 단순히 예산 삭감에 적응하는 수준을 넘어서 미래를 대비한 현대화 전략으로 전환하는 중요한 전략적 변화를 의미한다.

ABC의 2023-2028년 전략은 과거와 비교해 다음과 같은 몇 가지 주요한 전환점을 보여준다. 첫째, 공영 방송으로서의 역할(정보 제공, 교육, 오락, 독립적인 뉴스 전달)은 그대로 유지하되, 전통적인 TV·라디오 방송사 모델에서 ‘디지털 미디어 방송사’로의 전환을 가속화할 계획이다. 이전 전략에서도 ABC iview, ABC 뉴스 앱, 팟캐스트 채널에 대한 투자를 확대하고 방송사의 디지털화를 일부 진행했지만, 2023년 계획은 조직 전반에 걸쳐 ‘디지털 우선(Digital-first)’ 전략을 공식화한 것이다. ABC는 2028년까지 시청자 대부분이 자사의 온라인 플랫폼을 통해 콘텐츠를 시청하는 통합 디지털 운영 체제를 목표로 하고 있다. 이는 이전에는 전통적 형태의 방송과 디지털 방식을 병행했지만, 이제는 디지털 전달 방식이 자사 콘텐츠 배포의 중심이 되었음을 의미한다.

둘째, 2020-2025년 전략은 예산 동결에 따른 비용 절감에 초점을 맞췄고, 그 결과 예산 삭감, 인력 감축, 프로그램 축소 등의 조치가 이루어졌다. 반면 2023-2028년 계획은 보다 안정적인 자금 기반 하에 재투자와 현대화에 방점을 두었는데, 낙후된 방송 인프라 개선

과 디지털 제작 기술 도입 등을 통해 일률적 삭감 대신 전략적 재배치를 추진하고자 한다. 전통적 방송 서비스는 일부 축소하고, 주문형 콘텐츠, 지역 보도, 디지털 저널리즘 등 성장 영역에 집중적으로 투자할 계획이다.

셋째, 이번 계획은 과거 어느 때보다 더 시청자 중심의 콘텐츠 개발 전략을 추진하고자 한다. 시청 패턴 및 선호 콘텐츠를 실시간으로 파악해 전략적으로 대응하며, 시청자 데이터를 기반으로 시청자 중심 콘텐츠 전략으로 전환한다. 특히 디지털 방식에 익숙한 젊은 시청자들의 요구를 반영하고자 하며, TV채널 편성은 이러한 시청자의 취향에 맞춰 재편되고, 라디오 간 중복 콘텐츠는 통합될 예정이다. 이는 ‘모든 사람에게 동일한 방식’에서 ‘플랫폼 중심의 개인 맞춤형 방식’으로의 전환을 의미한다.

넷째, ABC는 현장에 따라 호주의 다양성을 콘텐츠 제작에 반영할 의무를 오랫동안 가져왔는데, 이번 계획에서는 이를 구체적이고 측정 가능한 다양성을 목표로 더욱 강화했다. 시드니 울티모(Ultimo) 본사 중심의 제작 체제에서 벗어나 전국으로 콘텐츠 제작을 분산시키는 노력이 가속화되고 있으며, 2025년까지 전체 콘텐츠 제작자의 최소 75%를 본사와 지역에 배치한다는 2020년 목표를 이번 계획에서도 재확인했다. 내부적으로도 다양성과 포용을 ABC의 미래 핵심 가치로 강조하며, 이는 단순한 개별 프로그램이 아닌 조직 전체 운영을 중심 과제로 두고 있다. 원주민, 문화적·성별·지역적 다양성을 반영한 인력 구성과 리더십을 통해, ABC는 다양성을 핵심 원칙으로 삼고 있다.

## 2. 디지털 우선 전략 배경

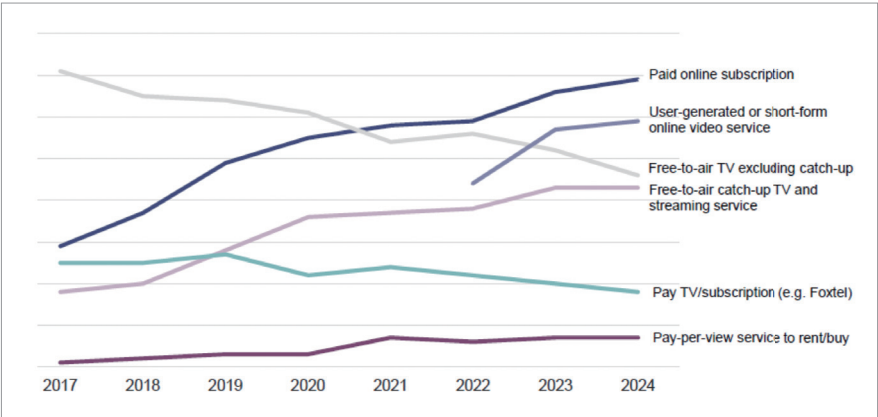
### 1) 급변하는 호주 미디어 환경

ABC는 디지털 우선 콘텐츠로의 중대한 전환점을 넘고 있다고 보고 있다. 이번 5개년 계획의 핵심은 ‘디지털 중심의 시청행태에 맞춰 자사의 콘텐츠 및 플랫폼 서비스를 강화하고 확장’하는 데 있다. 이는 점점 더 분산되고, 개인 맞춤형 방식의 시청 서비스를 추구하는 호주인들의 급격한 미디어 이용행태에 전략적으로 대응하며, 주문형 서비스를 확장하는데 목표를 두고 있다.

급속도로 성장하는 디지털 미디어 환경 속에서 호주 시청자들 또한 과거보다 훨씬 더 다양한 선택지를 갖게 되었으며, 무엇을, 언제, 어떻게 소비할 것인지에 대한 방송 콘텐츠 선택의 폭이 넓어졌다. 지상파 TV, 라디오, 스트리밍 서비스, 유튜브, 소셜 미디어, 팟캐스트, 게임 등 수많은 플랫폼으로 시청이 분산되면서, 과거처럼 일부 거대 방송사가 대규모의 시청자를 확보하기 어려워졌다.

호주통신미디어청(Australian Communications and Media Authority)이 발간한 2023-2024 호주 시청자 미디어 이용실태 조사 <Communications and media in Australia : How we watch and listen to content>에 따르면, 디지털 플랫폼을 선호하는 이용자 수가 전통적인 라디오 및 TV를 주로 이용하는 이용자 수를 넘어서고 있다. 넷플릭스(Netflix)나 스탠(Stan)<sup>1)</sup>과 같은 디지털 콘텐츠 플랫폼의 이용률은 2017년 29%에서 2024년 69%까지 증가했다(그림 1 참조). 2021년 이후, 디지털 콘텐츠 플랫폼 이용률은 지상파 TV 이용률을 앞질렀으며, 현재는 가장 높은 이용률을 보여준다.

[그림 1] 호주 성인의 시청 행태 변화 2017-2024



\* 응답자수 (18세 이상 성인) : 2017 (n=2,127), 2018 (n=1,973), 2019 (n=2,067), 2020 (n=2,009), 2021 (n=3,586), 2022 (n=3,580), 2023 (n=3,572), 2024 (3,530).  
출처 : <2023-2024 호주 시청자 미디어 이용실태 조사>

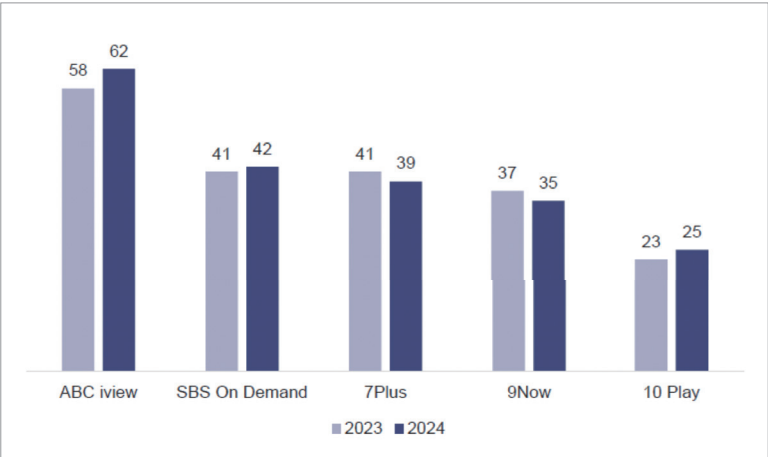
1) 2015년 1월 호주의 Nine Entertainment에서 출시한 호주 최초의 OTT 플랫폼

또한 지상파 TV 다시보기 및 스트리밍 서비스 이용률도 2017년 18%에서 2024년 43%까지 증가하는 등 가파른 상승세를 보였다. 2024년에는 59%의 호주인이 사용자 제작 콘텐츠 또는 짧은 형식의 온라인 영상 서비스(예 : 틱톡, 인스타그램)를 시청한 것으로 나타났다는데, 이는 2022년의 44%에서 증가한 수치이다.

캐치업 TV는 호주의 주요 방송사들이 제공하는 방송 프로그램 다시보기 서비스로, 시청자들 사이에서 인기 있는 디지털 콘텐츠 소비 방식 중 하나로 자리 잡고 있다. 대표적인 호주 캐치업 TV 플랫폼으로는 ABC iview, SBS On Demand, 7plus, 9Now, 10 Play 등이 있다.

조사에 따르면, 두 공영방송 ABC와 SBS의 캐치업 서비스의 이용률이 다른 상업방송 서비스 대비 높으며, 특히 ABC의 이용률이 62%로 압도적으로 높게 나타났다([그림 2] 참조). 이는 전년대비 증가한 수치로 다른 방송사 대비 그 증가폭이 컸다.

[그림 2] 방송사 온라인 캐치업(Catch-up) TV 이용률

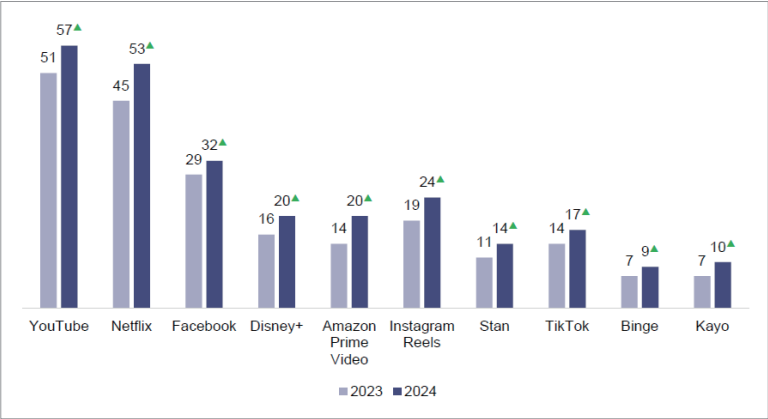


\*응답자수 (18세 이상 지난 일주일 동안 캐치업TV를 본 응답자) : 2023 (n=1,797), 2024 (n=1,737).

출처 : <2023-2024 호주 시청자 미디어 이용실태 조사>

응답자 중 91%가 온라인으로 비디오 콘텐츠를 이용한다고 답했으며, 이는 전년 83% 대비 증가한 수치다. 보고서에 따르면 응답자의 57%가 유튜브를, 53%는 넷플릭스를 통해 비디오 콘텐츠를 이용한다고 응답했다.

[그림 3] 스트리밍 서비스 이용률



출처 : <2023-2024 호주 시청자 미디어 이용실태 조사>

## 2) 재정압박과 효율성

디지털 우선 전략의 또 다른 배경에는, 제한된 재정 자원을 보다 효율적으로 활용해야 하는 경제적 현실이 자리하고 있다. ABC는 2023년 7월부터 새로운 5개년 재정 지원 협약을 시행하게 되었는데, 이는 재정적 예측 가능성을 높여주긴 했지만 재원 자체를 크게 늘리지는 못했다. 사실상 ABC는 지난 10여 년간 예산 삭감과 인플레이션 연동 중단 등으로 인해 지속적인 재정 압박을 받아왔으며, 이는 방송사 운영과 전략에 큰 영향을 미쳤다.

지난 10년간 ABC의 운영 예산은 지속적으로 축소되어 왔다. 2014년 호주 정부는 ABC의 예산에서 2억 5,400만 호주 달러(한화 약 2,247억 9천만 원<sup>2)</sup>)를 삭감했으며, 2018-2019년 연방예산에서는 ABC의 운영 자금에 대한 물가상승률 연동(Indexation)을 동

2) 원고에 제시된 호주 달러는 1달러=885원 기준으로 계산되었다.

결하면서 추가로 8,400만 호주 달러(한화 약 743억 4천만 원)의 예산이 줄어들어 2022년부터 매년 4,100만원 호주 달러(한화 약 362억 8,500만원)의 영구적인 예산 부족이 발생했다. 2014년부터 2022년까지 ABC가 입은 전체 예산 손실은 총 5억 호주 달러(한화 약 4,425억 원) 이상으로, 이로 인해 방송사의 운영 역량은 심각하게 위축되었다. 이 과정에서 ABC는 약 640명의 직원을 감축했으며, 일부 지역 방송과 단파 라디오 방송을 포함한 다수의 프로그램과 서비스를 축소하거나 중단해야 했다.

이러한 재정적 압박은 ABC 경영진에게 공영방송 운영 효율성이라는 중요한 당면 과제를 안겨주었으며, 디지털 중심의 전면적인 변화 계획이 ABC가 직면한 재정적 압박을 극복하고 장기적으로 지속 가능한 성장을 이루기 위한 전략적 대응으로 볼 수 있다.

2023년 연방정부는 이전의 예산 동결 조치를 부분적으로 철회하며 8,400만 호주 달러(한화 약 743억 4천만 원)를 복원하고, ABC의 예산 주기를 기존의 3년에서 5년으로 연장했다. 이에 대해 ABC는 긴급방송 및 교육 콘텐츠와 같은 필수 서비스를 강화하고, 공익 저널리즘을 위한 디지털 플랫폼을 확충함으로써 변화된 재정적 현실 안에서 전국적 차원의 현장 책무를 지속적으로 수행해 나갈 것이라고 밝혔다.

### 3. 디지털 우선 전략 세부 사항

ABC의 5개년 계획의 핵심 전략인 ‘디지털 우선’ 정책은 새로운 콘텐츠 전달 방식로의 전환과 대대적인 내부 조직 개편을 모두 포함한다.

#### 1) 방송 콘텐츠 디지털화

ABC의 디지털 우선 전략의 중심은 콘텐츠 제작 및 배포 방식의 변화로, ‘디지털 우선’ 제작을 명시적으로 강조하고 있다. 이는 실질적으로 ABC가 기존의 전통적 방식인 TV 나 라디오 편성에 맞추어 콘텐츠를 제작하던 방식에서 벗어나, ABC iview 스트리밍 서비스, ABC Listen 앱(팟캐스트 및 실시간 스트리밍), ABC 뉴스 웹사이트 및 앱과 같은 자체 디지털 플랫폼과 주요 제3자 온라인 플랫폼에 우선적으로 콘텐츠를 제공하는 것을 의미한다. 향후 드라마, 다큐멘터리, 뉴스 및 팟캐스트를 포함한 콘텐츠는 온라인에서 먼저 공개되며, 기

존 방송 편성에 맞추기 위해 더 이상 콘텐츠 공개 시점을 늦추지 않는다. 이는 ABC 내부적으로도 문화적 변화를 의미하며, 제작자와 기자들이 전통적인 방송보다 디지털 콘텐츠 공개를 주요 배포 방식으로 고려하도록 장려한다. ABC 경영진은 이러한 전략이 주문형 서비스를 강화하고, 빠른 콘텐츠 업데이트를 원하는 시청자들의 요구에 더욱 효과적으로 부합한다고 주장한다.

이러한 디지털 우선 콘텐츠 전략은 다음과 같은 구체적인 정책들을 통해 구현하고자 한다.

첫째, 디지털 전용 콘텐츠 확대.

ABC는 ABC iview 및 ABC Listen을 위한 오리지널 콘텐츠 제작을 대폭 확대하고, 웹 전용 시리즈, 팟캐스트 및 기타 주문형 콘텐츠의 제작이 늘린다. 또한 시청자들이 자주 사용하는 유튜브나 소셜 미디어와 같은 외부 플랫폼을 적극 활용하여 자사 콘텐츠의 접근성을 높인다.

둘째, 디지털 중심의 콘텐츠 제작 프로세스 개편.

ABC의 콘텐츠 제작 프로세스는 디지털 우선의 사고방식을 채택하도록 전면 개편되고 있다. 디지털 플랫폼에서의 성과 및 주문형 콘텐츠의 참여도를 중심으로 자사의 콘텐츠 배포 및 시청자 평가를 측정한다. 실제로 콘텐츠 제작자들과 기자들은 접근성과 이용을 극대화할 수 있는 시간과 플랫폼에 맞춰 콘텐츠를 편성한다.

셋째, 방송 서비스의 통합 및 재편성.

ABC는 전통적인 방송 서비스의 시청률이 지속적으로 감소함에 따라 방송 채널과 프로그램 라인업을 재검토하고 있다. 5개년 계획에서는 시청자들의 변화하는 콘텐츠 소비 방식의 흐름에 따라 일부 방송 채널을 통합하거나 재편성을 검토하고 있다. 예컨대, 2023년 6월에 발표된 바에 따르면, 주별로 운영되던 일요일 저녁 7시의 뉴스 프로그램을 전국 단일 뉴스 프로그램으로 통합하는 방안이 검토되었다. 또한 AM 라디오 프로그램과 같은 일부 전통적인 라디오 프로그램을 점진적으로 통합하고 팟캐스트와 스트리밍 서비스 강화에 자원을 투입할 계획이다.

넷째, 새로운 디지털 우선 프로그램 개발.

전략은 단지 축소만이 아니라, 디지털 시청자를 겨냥한 신규 이니셔티브도 포함하고 있다. 예를 들어 ABC는 지역 이슈를 다루는 디지털 우선 시사 프로그램 ‘스테이트라인



(Stateline)’을 부활시킬 예정이다. 과거 지역 TV 쇼로 방송되다가 폐지된 이 프로그램은 주문형 비디오 및 소셜 미디어 시리즈 형태로 다시 돌아오며, 금요일 저녁 뉴스 방송과도 통합될 예정이다. 이와 같은 방식으로 온라인에 주요 뉴스 서비스가 지속적으로 제공될 예정이다. 또한 ABC 뉴스의 디지털 변혁 과정에서 기후, 환경 및 에너지 관련 보도를 담당하는 전문팀이 신설되어 젊은 층과 디지털 시청자들의 시사적 니즈에 맞는 뉴스 콘텐츠를 강화한다.

다섯째, 기술적 업그레이드.

디지털 콘텐츠 제작을 지원하기 위해 ABC는 생산 인프라를 현대화한다. 콘텐츠 제작 및 배포 과정에 인공지능 등 새로운 기술을 도입하여 디지털 출판 및 제작을 더욱 효율적으로 수행할 계획이다. 또한 환경적 영향을 최소화하기 위해 오래된 방송 장비를 에너지 효율이 높은 디지털 시스템으로 교체하는 것도 계획에 포함되어 있다.

ABC는 이러한 디지털 방식 전환이 전통적 방송 서비스의 전면 중단을 의미하는 것이 아님을 분명히 밝히고 있다. 여전히 필수적인 영역에 있는 전통적 방송 서비스인 아날로그 라디오나 지상파 TV를 지속적으로 제공하며, 해당 시청자층의 불편을 최소화하겠다는 입장이다. 동시에 ABC는 5년에 걸쳐 점진적으로 디지털 운영 체제로 완전히 전환하는 것을 목표로 하며, 향후 성장과 혁신 방향도 디지털 플랫폼을 중심으로 갈 예정이다. ABC는 2028년까지 대부분의 시청자가 자사의 디지털 플랫폼을 통해 서비스를 이용하게 될 것으로 전망하고 있다.

## 2) 방송 콘텐츠 디지털화에 따른 조직 개편

디지털 우선 전략을 실행하기 위해 ABC는 최근 역사상 가장 큰 규모의 내부 조직 개편을 단행했다. 2023년 7월, 새로운 회계연도와 예산 주기가 시작된 시점에 ABC는 기존에 나뉘어 있던 TV, 라디오, 지역방송 부서를 해체하고, 콘텐츠 장르를 중심으로 한 통합 조직 구조로 개편했다. 구체적으로는 지역방송 부서와 라디오 부서를 폐지하고, 콘텐츠의 유형과 제작방식에 따라 조직을 뉴스 부서와 콘텐츠(엔터테인먼트 및 전문 콘텐츠) 부서라는 두 개의 주요 콘텐츠 그룹으로 개편한 것이다. 여러 부서를 두 개의 주요 부서로 통합하면서 경영진 및 중간 관리자 직급도 축소되었다. 디지털 콘텐츠 중심의 조직 개편은 2023년 7월부터 2028년까지 5년에 걸쳐 점진적으로 시행될 예정이다. 2028년 계획 종료 시점까지 ABC는 전체 시청자 절반 이상의 디지털 플랫폼 사용을 목표로 하고 있다.

ABC의 디지털 우선 계획은 콘텐츠 혁신(디지털 우선 프로그램 제작, 신규 조직 및 플랫폼 전략)과 구조적 개혁(디지털 콘텐츠 중심의 조직 구축)을 병행하여 추진하고 있다. ABC의 경영진은 향후 5년 내에 콘텐츠 제작 방식과 내부 구조를 전면 개편함으로써, 방송 중심의 공영방송사에서 디지털 중심의 미래지향적 방송사로 ABC를 탈바꿈하는 것을 목표로 하고 있다.

### 3) 예산

ABC 5개년 전략은 예산 주기를 5년 단위로 전환하면서 일정 수준의 재정 안정성을 확보했으나, 디지털 운영의 범위와 비용이 계속 확대됨에 따라 재정 여건은 여전히 빠듯하다. ABC 경영진은 디지털 전환이 새로운 대규모 예산 지원 없이 이루어져야 한다는 점을 명확히 하며, 기존의 한정된 예산 내에서 우선순위를 재조정하고, 효율성을 제고해 자금을 충당해야 한다고 강조했다.

ABC의 운영비는 물가상승의 영향으로 실질 구매력이 약화되었으나 새로운 디지털 역량 구축을 위해서는 투자를 지속해야 하는 상황이다. 기존의 방송 서비스(TV, 라디오, 뉴스 제작 등)를 유지하면서 동시에 신규 디지털 서비스를 확충해야 하기에, 전환 기간 동안 예산 압박은 더욱 커질 수밖에 없다. 이에 따라 ABC는 5개년 계획에서 자원 배분에 있어 ‘지속 가능한 선택’을 하겠다고 명시했으며, 이는 실질적으로 일부 영역에서 비용 절감을 통해 디지털 우선순위에 재투자하겠다는 것을 의미한다.

이와 관련된 주요 예산 및 자금 배분 조치는 다음과 같다.

첫째, 내부 예산 재분배.

ABC는 일부 전통적인 방송 활동에서 디지털 프로젝트로 자금을 전환하고 있다. 구체적으로 AM 라디오나 TV 방송과 같은 일부 전통적 방송 콘텐츠 축소로 절감되는 예산을 팟캐스트 및 주문형 콘텐츠 제작에 집중 투입하고 있다. 이 과정에서 제작 횟수를 줄이거나 중복 콘텐츠를 제거하여 디지털 서비스 강화에 필요한 자금을 확보하고 있다.

둘째, 디지털 인프라 투자.

ABC는 디지털 콘텐츠 관리를 위한 인프라와 디지털 생산 기술에 자금을 투입하고 있다. 자사 디지털 플랫폼의 콘텐츠 수용력을 높이고, ABC 뉴스의 온라인 서비스도 지속적

으로 개선할 계획이다. 또한 데이터를 기반으로 한 콘텐츠 추천과 같은 최신 기술 및 인공지능을 업무 흐름에 도입하여 콘텐츠 생산의 효율성을 높이고자 한다.

셋째, 신규 디지털 전문 인력에 재투자.

ABC 예산 전략에서 가장 논란이 되었던 부분 중 하나는 인건비 절감을 위한 인력 구조조정이었다. 2023년 6월, ABC는 디지털 중심 조직 개편 과정에서 약 120명의 직원이 감축될 것이라고 발표했다. 이는 전체 직원의 약 6%에 해당하는 규모이다. 특히 뉴스 부서가 큰 영향을 받아, 41명의 뉴스 및 시사 부서 직원과 7명의 지역 방송부서 직원이 감축되었다. 하지만 감축과 동시에, ABC는 디지털 콘텐츠 및 기술 중심의 새로운 직무도 창출했다. 기존 전통적 직무가 사라지는 대신, 디지털 전문성을 갖춘 약 24개의 신규 직무(예 : 디지털 저널리스트, 콘텐츠 제작자, 소셜미디어 전문가 등)가 신설되었다. 총인원은 줄었지만, 전통적 방송 업무 중심의 직무가 줄어드는 대신 다중 플랫폼 및 디지털 중심의 전문가 비중을 높이는 인적 자원의 구조조정이라 할 수 있다.

ABC의 디지털 우선 전략은 투자와 혁신을 추진하면서 동시에 비용 절감으로 재원을 확보하는 재정적 전략이라 볼 수 있다. 장기적 예산 확보 및 일부 예산 복원으로 재정 안정성을 어느정도 확보했으나, 여전히 한정된 자원 속에서 운영되고 있다. 이에 따라 ABC는 전통적 콘텐츠와 인력을 축소하고, 디지털 서비스 확대와 인적 자원의 재구성에 중점을 두고 있다.

## 4. 시사점

디지털 미디어 환경의 급속한 변화 속에서 공영방송은 전례 없는 도전에 직면하고 있으며, 호주 공영방송 ABC도 예외는 아니다. ABC가 2023-2028년 5개년 계획에서 ‘디지털 우선’ 전략을 채택한 데에는 두 가지 핵심 배경이 있다. 첫째, 전통적인 TV·라디오 중심의 시청 행태가 주문형 스트리밍으로 급격히 이동하면서 기존 방송 모델의 한계가 뚜렷해졌다. 둘째, 2014년 이후 지속된 예산 삭감으로 재정 압박이 가중되자 효율성 확보와 혁신이 절실했다. 이에 ABC는 디지털 전환을 최우선 과제로 삼고, 콘텐츠 제작·배포 방식의

디지털화와 대대적인 조직 개편을 병행하는 종합 전략을 수립했다. 이 사례는 한국 공영방송에도 중요한 시사점을 제공한다.

첫째, ABC는 단순히 콘텐츠를 온라인으로 이전한 것이 아니라, 콘텐츠 장르 중심의 플랫폼 중립적 조직 구조로 재설계함으로써 뉴스·프로그램 기획 단계부터 유통까지 디지털 우선 체계를 구축했다.

둘째, 디지털 플랫폼에 최적화된 맞춤형 콘텐츠 포맷을 개발·배포하여 시청자 경험을 극대화했다.

셋째, 장기 재원 확보의 중요성을 보여준다. ABC는 선거 주기에 연동되던 3년 단위 지원을 5년 주기로 전환하면서 정치적 변수에 덜 흔들리는 안정적 혁신 토대를 마련했다.

넷째, 재정 압박을 완화하기 위해 전통 채널의 중복·저효율 영역을 과감히 축소하고, 절감된 재원을 스트리밍·팟캐스트·데이터 저널리즘 등 성장 분야에 재투자하는 내적 자원 재배분 모델을 채택했다.

다섯째, 데이터 기반 시청자 분석과 젊은 층을 겨냥한 신규 포맷 개발이 핵심 동력으로 제시되었듯이 디지털 전환과 더불어, 이에 따른 핵심 역량 강화를 포함했다.

한국 공영방송도 이러한 전략을 벤치마킹해 시청자 중심의 콘텐츠 혁신과 조직 개편을 통해 지속 가능한 경쟁력을 확보해야 한다. 이를 위해 디지털 스토리텔링, 데이터 기반 콘텐츠 제작, 소셜미디어용 영상 제작 등 새로운 직무 역량에 대한 체계적인 재교육 프로그램이 필요하며, 인력 전환 과정에서 협의 구조가 병행되어야 한다.

호주 공영방송 ABC의 사례에서 볼 수 있듯이 한국 정부는 공영방송을 디지털 시대를 이끌어갈 공공 콘텐츠 기관으로 적극 육성해야 한다. 디지털 전환이 공공성을 훼손하는 것이 아니라, 공영방송의 가치와 접근성을 강화하는 계기가 될 수 있어야 한다. 이를 위해서는 구조개편, 재정 안정, 노동정책, 콘텐츠 전략이 뒷받침되어야 할 것이다.

---

#### 참고문헌

Australian Broadcasting Corporation (ABC). Australian Broadcasting Corporation Background to the Plan : The Five-Year outlook for 2023-28

Australian Broadcasting Corporation (ABC). Australian Broadcasting Corporation Background to the Plan : The Five-Year outlook for 2023-28 At A Glance

Australian Broadcasting Corporation (ABC). Australian Broadcasting Corporation Report for 2022-23

Australian Communications and Media Authority(ACMC). Communications and media in Australia : Trends and developments in viewing and listening 2023 - 24

ABC (2023.6.16). ABC to cut 120 jobs as major changes are announced. <https://www.abc.net.au/news/2023-06-16/abc-director-of-news-decision-to-cut-120-jobs/102485864>

ABC (2023.6.26). ABC News announces digital transformation proposals - About the ABC <https://www.abc.net.au/about/media-centre/press-releases/abc-news-announces-digital-transformation-proposals/103725382>

Amanda Meade (2023.6.9). ABC to move resources away from AM radio and TV to podcasts and on-demand by 2028, The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2023/jun/09/abc-to-cut-number-of-am-radio-stations-and-tv-channels-by-2028-under-digital-plan#:~:text=1%20year%20old-,ABC%20to%20move%20resources%20away%20from%20AM%20radio%20and%20TV,and%20on%2Ddemand%20by%202028&text=The%20ABC%20will%20undergo%20a,and%20on%2Ddemand%20programs%20instead.>

Amanda Meade (2023.7.20). Labor to consider ways to protect ABC and SBS from future funding threats. The Guardian

<https://www.theguardian.com/media/2023/jul/20/abc-sbs-funding-cut-threats-labor-policy>

Australian Broadcasting Corporation (ABC). What is the ABC Five-Year Plan 2023-28?

<https://help.abc.net.au/hc/en-us/articles/360002185676-What-is-the-ABC-Five-Year-Plan-2023-28>

Australian Broadcasting Corporation (ABC). ABC Five-Year Plan 2023-2028

<https://www.abc.net.au/about/plans-reports-and-submissions/five-year-plans/abc-five-year-plan-2023-2028/103773202>