

국내의 모바일 TV 서비스 동향 및 DMB 콘텐츠 전략에 대한 연구

*유지은, **유지연

*한국소프트웨어진흥원, ** 한국과학기술기획평가원

*jevu@software.or.kr, ** jiveon@kistep.re.kr

Trend of Mobile TV and Strategy for Content on DMB

*Ji-Eun Yu, **Ji-Yeon Ryu

요 약

국내에서 세계 최초로 상용화된 통방융합서비스인 DMB 를 시작으로 전세계적으로 모바일 TV 가 확산되고 있는 추세이다. 본 논문은 DMB, DVB-H, 미디어플로와 같은 국내외 모바일 TV 서비스의 추진 동향 및 DMB 서비스의 국내외 현황을 중점으로 살펴보고, DMB 서비스 성공의 중요 요인인 콘텐츠 제공 및 육성 전략을 제시해 보고자 한다.

I. 서론

‘손안의 TV’로 불리우는 모바일 TV 는 휴대 단말기를 이용하여 방송을 시청할 수 있는 서비스로 3G 네트워크와 별도의 모바일 TV 망을 통해 제공이 가능하다. 국내에서는 2002 년부터 SKT 의 June 이나 KTF 의 Fimm 을 통해 스트리밍 방송서비스가 제공 되었으며 전세계적으로도 2004 년부터 Orange, Vodafone 사업자들이 3G 네트워크를 통해 스트리밍 서비스를 제공해왔다. 현재는 기술의 발전으로 인해 2005 년도 상용화를 한 한국의 DMB 서비스를 필두로 유럽의 노키아가 주도하는 DVB-H, 필립의 미디어플로(MediaFLO), 일본의 원세그등 별도의 망을 통해 휴대 단말기를 이용하여 이동 중에 방송을 시청할 수 있는 다양한 기술 기반의 모바일 TV 서비스가 전개되고 있다. 한국은 가장 먼저 상용 서비스에 착수한 후 핵심 기술을 유럽, 아시아 등지로 수출하고 있다.

한국전자통신연구원 에 따르면 세계 모바일 TV 시장은 앞으로 연간 270%의 폭발적인 성장을 보이며 2010 년에는 355 억 달러 규모로 확대될 것으로 전망됐다. 스프린트·싱글러·노키아·삼성전자·LG 전자·필립·인텔 등 글로벌 이동단말기·서비스·반도체 업체들도 모바일 TV 시장의 폭발적인 성장을 점치고 사업에 사활을 걸고 있다.

본 논문에서는 국내외 모바일 TV 서비스 동향을 살펴보고 국내에서 서비스 중인 DMB 서비스의 국내외 현황 및 DMB 서비스의 성공을 위한 콘텐츠 제공 및 육성 전략에 대해 제시하고자 한다.

II. 본론

1. 모바일 TV 기술

가) DMB

DMB(Digital Multimedia Broadcasting)란 이동형 멀티미디어방송으로 이동 중 수신을 목적으로 다채널을 이용하여 텔레비전 방송, 라디오 방송 및 데이터 방송을 복합적으로 송신하는 방송으로 정의된다. 라디오의 디지털화를 위해 추진되던 DAB(Digital Audio Broadcasting)에 동영상 서비스를 추가하여 제공하는

것이다. 전송 수단에 따라 지상파 DMB(T-DMB)와 위성 DMB(S-DMB)로 구분된다.

지상파 DMB 는 Eureka-147 방식을 기반으로 현재 비어있는 VHF 12 번 채널과 군사용인 8 번 채널을 이용하여 사업자 당 1.536MHz 의 주파수 대역을 할당하여 지상의 송신소를 이용하여 방송신호가 송출된다. 세계 최초로 우리나라에서 상용화되었다.

위성 DMB 는 인공위성을 사용하며 S 밴드(2.630~2.655 GHz대역)을 통해 이뤄진다. 방송센터에서 콘텐츠를 위성 주파수(Ku 밴드, 13 GHz)를 통해 위성으로 쏘아 올리면 위성은 이를 K 밴드와 S 밴드를 통해 단말기에 뿌려준다. 위성신호를 직접 받기가 어려운 경우에는 위성에서 지상의 중계기(Gap Filler)까지는 Ku 밴드의 하향 주파수를 통해 신호가 보내진 뒤 궤도에서 가입자의 단말기까지는 S 밴드를 통해 서비스가 제공된다.

나) DVB-H

DVB-H(Digital Video Broadcasting-Handheld)는 유럽의 지상파 디지털 방송 규격인 DVB-T(Digital Video Broadcasting-Terrestrial)를 이동형 방송 서비스 컨셉에 맞게 업그레이드 한 휴대이동방송 표준 규격으로 유럽연합의 통신관련 표준을 관장하고 있는 ETSI(European Telecommunications Standards Institute)에서 국내에서 개발된 지상파 DMB 와 함께 유럽의 휴대이동방송 시장의 복수 표준으로 확정된 상태이다. 유럽 시장은 대부분 국가에서 DVB-T 규격을 채택하고 있어서 DVB-H 의 주요 잠재 시장으로 고려되지만, DVB-H 를 위해서는 주파수를 새로 할당해야 하는데 주파수 사정이 여의치 않은 문제가 있어 독일, 프랑스, 영국 등은 DMB 도입을 긍정적으로 검토하고 있다.

DVB-H 는 양방향 통신기능을 이용한 주문형 프로그램 시청까지 가능해 매출감소에 시달리는 세계 이동업체들의 새로운 수익원으로 떠오를 전망이다. 노키아는 모토로라·인텔·TI·크라운캐슬 인터내셔널 등과 손잡고 ‘모바일 DTV 얼라이언스’를 결성하였으며, 핀란드·프랑스·독일·이탈리아·영국·미국 등 10 여개 국가가 DVB-H 시험서비스를 진행했으며 관련 제품개발에 100 개 이상의 업체가 참여하고 있다.