

방송통신융합(IPTV) 서비스의 활성화를 위한 탐색적 연구: 모색과 대안

양용석*

*국회예산정책처 사업평가국

Policy Suggestions for the Activation of IPTV(Internet Protocol Television) Service

Yang, Yong Seok

Program Evaluation Division, National Assembly Budget Office

E-mail : yongseok.yang@nabo.go.kr

요 약

디지털기술의 발전과 전송망의 광대역화에 따라 기존에 통신과 방송으로 각각 분리되었던 콘텐츠, 네트워크, 단말기 및 서비스의 경계가 허물어지는 융합화현상이 가속화되고 있다. 특히 방송분야와 통신분야의 경계가 모호해지며 통신과 방송 네트워크 및 서비스시장 간 융합현상이 나타나는 방송과 통신의 융합화, 즉 IPTV(Internet Protocol Television) 서비스는 대표적인 융합화의 큰 흐름을 보여주는 현상이다. 하지만, 지난 수년간 법적·제도적 장치를 마련하는 각 부처 및 산업내의 이해관계가 상충되면서 이러한 사회변화에 능동적으로 대처하지 못하고 있는 실정이다. 또한, 관련법 제정과 사업자 선정 이후에도 방송통신융합 산업이 활성화가 되기까지 많은 난관에 직면하고 있다. 이러한 맥락에서 본 논문에서는 방송통신융합(IPTV) 산업의 활성화를 위한 탐색적 연구를 통해 모색과 대안을 제시하고자 한다.

1. 논의 배경

최근 들어 첨단 통신기술의 발전으로 통신서비스 분야에서 “융합화”는 더 이상 새로운 개념이 아닌 기본적인 키워드로 인식되고 있다. 특히 유비쿼터스(ubiquitous) 환경이 가까운 미래에 도래할 것으로 기대되고 있는 상황에서 융합화 현상은 이러한 유비쿼터스 환경으로 나아가는 과정에서의 과도기적인 다양한 현상들을 총칭하고 있다. 이러한 맥락에서 융합(convergence)이란 디지털기술의 발전과 전송망의 광대역화에 따라 기존에 통신과 방송으로 각각 분리되었던 콘텐츠, 네트워크, 단말기 및 서비스의 경계가 허물어지는 현상이라 정의될 수 있다.

특히 초고속인터넷을 배경으로 한 안정적인고 빠 른 유선인터넷 서비스와 이동성을 바탕으로 한 무선 인터넷 서비스의 결합이 유무선 통합기술에 의해 실현되

는 유선과 무선의 융합화(Fixed-Mobile Convergence), 전화선으로만 서비스되던 기존의 유선전화는 IP망을 통한 인터넷 전화(VoIP)로 진화하고 있으며 이를 통한 음성신호가 패킷화되어 데이터망을 타고 흐르는 것을 의미하는 음성과 데이터의 융합화(Voice-Data Convergence), 방송분야와 통신분야의 경계가 모호해지며 방송과 통신 네트워크 및 서비스시장 간 융합현상이 나타나는 통신과 방송의 융합화(Broadcasting-Telecom Convergence)는 대표적인 융합화의 큰 흐름을 보여주는 현상이다. 이는 디지털기술의 발전과 네트워크의 광대역화에 따라 방송·통신의 경계가 허물어지면서 디지털 융합(Digital Convergence)이 급진전하고 과거 아날로그 시대의 규제틀(framework)에 따라 방송과 통신으로 나누었던 이분법적 패러다임의 타당성이 약화되고 있는 것과 일맥상통 한다.

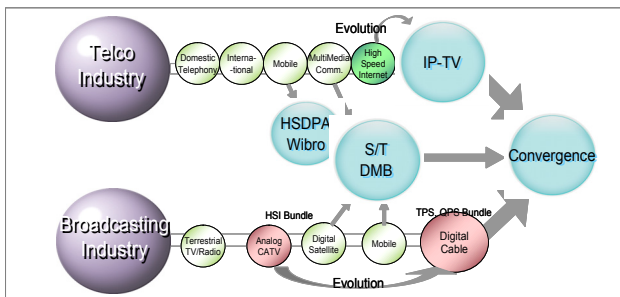
그러나 융합과 통합의 과정에는 많은 이해 당사자들이 존재하므로 모두를 만족시키는 환경에서 새로운 융합시대를 출발하기란 거의 불가능하다. 특히 융합의 주체가 자신이 보는 동전의 앞면과는 다른, 반대면이 존재한다는 사실을 인정하기를 거부할 때 융합의 모습은 점점 거칠어질 수밖에 없다. 그렇기 때문에 융합의 과정에서 최선의 방안을 만들고 산업이 활성화되기 위해선 다양한 지혜를 모아야 하며 그 지혜를 대변할 만한 보편타당한 방향성이 우선적으로 정립되어야 한다.

이러한 맥락에서 본 논문에서는 방송통신융합의 의미와 경과 및 입법 논의 배경 및 경과, IPTV 서비스의 정의와 특징, 해외사례 고찰, 국내 사업자 현황 및 전략 등을 중심으로 살펴보고 방송통신융합(IPTV) 산업의 활성화를 위한 정책적 제언을 모색하고 대안을 제시하고자 한다.

2. 방송통신융합의 의미와 논의 배경

방송통신융합이란 디지털 기술의 발전 및 네트워크의 광대역화에 따라 콘텐츠 형식이 다양화되고, 네트워크 및 단말기가 융합되어 기존 방송과 통신의 경계가 허물어지는 현상을 방송통신의 융합이라 지칭한다.

<그림 1> 방송·통신 패러다임 변화의 진화과정



※ 자료: 마인드브랜치아시아퍼시픽(2006), IPTV 동향.

방송통신융합의 물결은 세계경제가 IT를 중심으로 하는 지식산업으로 재편되는 단초를 제공하였으며 세계 각국은 IT를 기반으로 한 차세대 융합산업을 새로운 성장산업으로 여겨 가치사슬 각 단계에 대한 지원 및 개발을 추진하고 있다. 특히 부존자원이 부족한 우리나라는 방송통신 융합산업과 같이 기술·지식 집약적 산업에 대한 적극적 지원과 개발을 통해 국가 성장을 위한 전략산업으로 육성할 필요가 있다.

이러한 상황에서 국내시장에서의 방송통신융합 논의 배경을 세 가지 관점에서 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 시장적 관점에서 방송사업자들의 시장침투에 대응한 통신사업자들의 생존전략이라 할 수 있다. 둘째, 기술적 관점에서 디지털 기술의 진보에 따른 사업영역 파괴를 들 수 있다. 셋째, 수요적 관점에서 소비자의 수요(Needs)의 변화다.

이처럼 융합현상이 가속화됨에 따라 방송통신 분야에 대한 종합적 정책 수립과 관련 산업에 대한 체계적 지원을 통해 국민에게 고도화된 방송·통신서비스의 보편적 접근을 보장·확대하기 위해 방송·통신의 통합기구인 방송통신위원회가 설립되었다.

3. IPTV 입법논의 배경 및 경과

방송의 공익성은 기존 아날로그 방송의 속성에 기반하여 정립된 관계로 특정 방송망의 특성에 의해 방송망별로 상이한 공익성 정도를 평가하여 이를 기반으로 개별적 규제원칙을 설정하는 방식이다. 방송의 공익성 자체도 일방향·수동형 성격을 기반으로 정립하였기 때문에 기술의 발전은 기존의 방송 공익성 관련 규제방식에 관해서도 문제를 야기시킬 소지가 충분하다. 즉, 기술이 진화함에 따라 변하는 공익성 정도를 규제에 적절히 반영하기 어려워져서 기술과 규제의 격차가 지속적으로 확대되는 상황 속에서 방송의 공익성도 양방향·선택형·참여형·개인형으로 진화함에 따라 기존 규제에 대하여 다양성 확대와 방송의 공익성을 조화시키는 변화가 필요한 것이다. 그렇기 때문에 이러한 문제를 해소시키기 위한 방안으로서 IPTV의 입법이 조속히 이루어져야 했던 배경이 여기에 있었다.

이후 국회특위에서 수십 차례에 걸친 전체회의와 소위원회 회의를 통해 “인터넷멀티미디어방송사업법”이라는 제정법이 국회 본회의를 통과하게 된다.

4. 국내 IPTV 사업자 동향 및 전략

방송통신위원회는 지난해 국내 IPTV 서비스 제공 사업자로 KT, LG데이콤, SK브로드밴드 3사를 선정하였다. KT는 IPTV를 자사의 3대 핵심사업의 하나로 선정하고 양방향 서비스 및 참여형 서비스를 강화해 올 한해 150만명의 가입자를 확보할 계획이며 LG데이콤은 저가전략 및 고급 콘텐츠 확보(HD 콘

텐츠에 주력하여 차별화)를 위주로 사업전략을 추진하고 있다. SK브로드밴드의 경우 합병이후 모회사인 SKT와 협력을 통한 결합상품 강화와 콘텐츠 확보 등을 통하여 선발사업자의 지위를 유지해나가고 있다. 반면, 지난해 탈락한 오픈IPTV는 회사를 청산했으며 삼보컴퓨터가 최근 망 없는 IPTV 사업자로 도전할 계획을 밝힌 바 있다. 또한, IPTV 서비스 제공사업자 간 경쟁력 측면에서는 콘텐츠 제공, 브랜드 이미지, 자금·유통력 부문에서는 SK브로드밴드와 KT가 비슷하였고, 가격경쟁력 측면에서는 LG데이콤이 우위를 지닌 것으로 나타났다.

특히 인터넷서비스 관련 산업에서 포털사업자가 막대한 부가가치를 창출하고 있다는 것을 볼 때 향후 국내 IPTV 시장에서 경쟁우위를 결정하는 핵심 요소는 콘텐츠 확보능력이 될 전망이다. 하지만, 콘텐츠 확보 문제는 해결이 쉽지 않은 상황이다. 스포츠 채널이나, 유력 보도전문 채널 등 소위 볼 만한 채널수급 문제가 해소되지 않고 있으며, 지상파 재전송 협상도 아직 진행 중에 있다. 특히 IPTV 출시 3개월이 지났지만, 아직 성장 동력으로서 가능성을 보이지 못하고 있어, 콘텐츠 조달을 위한 투자 여력도 많지 않은 상황이다. 한편 유사 서비스 제공 측면에서 IPTV와 CATV 업계 간 경쟁은 더욱 심화될 것으로 예상되며 양 업계는 생존전략으로써 공격적인 M&A를 통한 대형화 및 규모의 경제달성을 추구할 전망이다.

<표 1> 주요 IPTV 사업자의 투자계획 및 서비스 가입자 전망

(단위: 억원)

구분	KT	SK브로드밴드	LG데이콤	합계	
설비	네트워크	9,000	737	881	10,618
	플랫폼	1,000	34	103	1,137
	셋톱박스등	1,800	80	350	2,230
	콘텐츠	1,300	370	130	1,800
합계	13,100	1,221	1,464	15,785	

(단위: 천명)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
IPTV	3,035	5,414	6,309	7,197	7,782

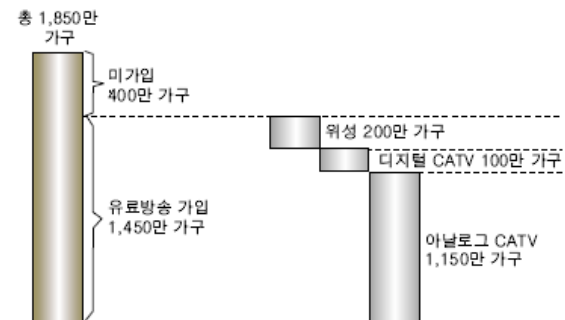
※ 자료: 방송통신위원회·미래에셋증권 리서치센터(2008).

5. 방송통신융합(IPTV) 산업의 활성화를 위한 정책적 제언

(1) 독점적인 유료방송 시장구조의 개편

유료방송이란 월정액을 수취하고 방송서비스를 제공하는 사업이다.¹⁾ 현재 우리나라 유료방송시장에는 종합유선방송사업자와 위성방송사업자의 두 가지 유형이 있지만 흔히 CATV라고 부르는 종합유선방송사업자(86.2%)가 유료방송 시장을 장악하고 있다.

<그림 2> 방송 유형별 시장 점유 현황



※ 자료: 방송위원회(2007), 방송산업 실태조사 보고서.

독점적인 유료방송 시장구조의 논의는 입법화 당시에도 방송분야와 통신분야의 지배력 전이에 대한 충돌로 인해 지속적으로 쟁점이 되고 있는 상황이다. 하지만, 출발부터 77개 방송권역을 대상으로 독점적인 서비스를 개시한 CATV 시장에서는 잠시 경쟁구도가 형성되기도 했으나, CATV 사업자들 간의 인수합병이 이루어진 결과 사실상 권역별 독점체제로 형성되어 있다.²⁾ 특히 상당수가 동일계열 또는 특수관계에 있다는 점을 감안할 때, 실질적인 경쟁이 벌어지고 있는 방송경쟁 권역은 전체의 1/3 수준에 불과한 형편이다.³⁾ 이러한 비경쟁 독점체제

1) KBS는 비록 시청료를 징수하지만 유료 방송으로 분류되지 않는다.

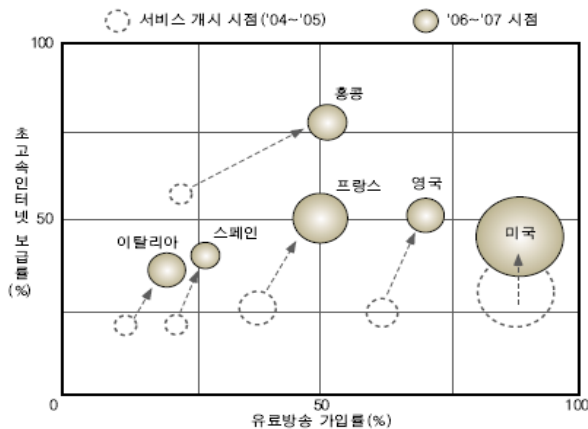
2) 2001년에서 2003년 사이에 중개유선방송 사업자의 종합유선방송 사업자 전환이 이루어졌다. 그 결과 방송 권역의 사업자 중복이 이루어졌고 그에 따라 자연스럽게 경쟁구도가 형성된 바 있다.

3) 인수합병을 통해 다수의 권역에서 방송사업을 하고 있는 복수 종합유선방송사업자(소위 MSO)의 경우, 자신의 방송 권역에서 독점적 지위를 향유함은 물론 방송권역의 확장에 따라 전국 사업자가 되어가고 있다. 전국의 77개 방송 권역 중 57개 권역의 79개 종합유선방송사업자가 사실은 상위 7개의 MSO에 속해있는 것이 현실이다. 즉, 7개의 거대 유선방송사업자가 전국사업자의 3/4을 장악하고 있는 것이다.

의 구조는 IPTV 시대의 개막 이후에도 효용성을 떨어뜨려 방송통신융합 산업의 활성화를 저해하고 중국에는 소비자 편익과 혜택을 감소시킬 수 있다는 점에서 독점적인 유료방송 시장구조의 개편이 시급히 요구된다.

해외의 경우, IPTV 도입에 따라 기존 유료방송 시장 내에서의 경쟁 활성화로 인해 소비자 혜택이 증가했음을 간접적으로 확인할 수 있다. 즉 IPTV를 도입한 이후 CATV와 IPTV를 합한 유료방송 전체의 가입률이 상당히 크게 증가한 것으로 나타나고 있는 것이다. 이는 IPTV가 기존의 CATV를 단순히 대체한 것이 아니라 무언가 새로운 가치를 창출하고 있다는 것을 시사한다.

<그림 3> IPTV 도입이 유료방송 시장에 미치는 영향(외국의 경우)



※ 주: 원의 크기는 유료 TV 가입자 규모를 나타냄.
 ※ 자료: LG경제연구원(2008).

(2) 경쟁 정착을 위한 정부의 정책적 대응과 보완점

앞서 언급 했던 독점적인 유료방송 시장구조의 개편의 연장선상에서 함께 논의되어야 할 중요한 사항이다. 그러나 IPTV의 본격적인 시행에 따른 시장경쟁 본격화 과정에서 몇 가지 우려되는 사항도 있다. 첫째, 통신 사업자들의 자원과 시장지배력이 방송시장으로 전이됨에 따라 기존 CATV 사업자들이 시장에서 퇴출되고 통신 사업자들이 새로운 독점 사업자가 될 것이라는 우려다. 둘째, 기존 CATV 사업자에 의한 집요한 시장 진입 저지 움직임이 우려된다는 지적이다. 특히 콘텐츠 공급을 방해함으로써 과거 위성방송의 사례가 다시 재현될 것이라는 주장도 나

오고 있다. 명시적이건 암시적이건 구속 조건부 거래가 발생하게 되면 IPTV 서비스 사업자는 스스로 모든 것을 확보하지 않는 한, 사업 전개에 필요한 충분한 기반을 마련하지 못하게 될 가능성이 높다. 그리고 그것은 곧 경쟁력 약화로 연결되어 IPTV 서비스 사업자의 조기 시장 퇴출을 가져올 수 있다. 따라서 통신 사업자의 자원과 시장 지배력이 방송시장으로 전이되는 부작용이 발생할 수 있다는 우려와 케이블 방송사업자에 의한 인위적 시장 진입 저지를 근본적으로 해결할 수 있는 방안이 필요하다.

우선, 통신 사업자의 방송시장 독점 방지를 위해 망 개방과 회계분리를 규제로 도입하였다. 망 개방은 새로운 경쟁자의 출현을 용이하게 한다는 측면에서, 회계분리는 통신사업의 이익과 자원이 방송사업으로 전이되는 것을 방지한다는 점에서 의의를 가진다. 또한, 기존 방송 사업자의 인위적 진입장벽 구축을 저지하기 위해 이미 공정거래법에서 규제되고 있는 구속 조건부 거래의 불법화에 더하여 프로그램 접근 규칙(PAR: Program Access Rule) 규정⁴⁾을 도입하고 있다. PAR 규정이란 ‘특정 프로그램이 특정 사업자에 독점되는 것을 막기 위해, 일정 기준에 맞는 프로그램은 다른 방송 플랫폼에도 무조건 제공해야 한다’는 규정이다. PAR 제도에 의해 시청자들은 자신이 보고 싶은 특정 인기 프로그램을 보기 위해 어쩔 수 없이 그 프로그램이 독점적으로 방송되는 특정한 유료방송에 가입해야만 하는 상황을 피할 수 있게 된다. 두 제도는 형식은 달라도 내용에 있어서는 사실상 새로운 방송사업자에 대한 콘텐츠 공급을 원활하게 하기 위한 제도라는 점에서 동일한 정책 목적을 갖고 있다고 판단된다. 하지만, 공정경쟁을 위한 정부의 현재 대응은 다음과 같은 점에서 일부 보완이 필요한 것으로 판단된다.

먼저, 망 개방은 희망 사업자가 망 보유 기업에 대해 적정 대가를 지불할 경우 IPTV 방송을 송출하기 위해 필수적으로 갖추어야 하는 설비에 대한

4) PAR 제도는 미국이 1992년에 제정한“케이블 텔레비전 소비자 보호 및 경쟁에 관한 법률(Cable Television Consumer Protection and Competition Act 1992)”에서 처음 규정되었다. 당시 이 조항은 2002년까지 시행되고 폐지될 예정이었으나, 2007년 10월까지 5년간 1차로 연장되었고, 2007년 10월에는 리뷰를 거쳐 2012년 10월까지 다시 5년간 연장되었다. 이러한 반복적이고 지속적인 연장을 볼 때, PAR 제도의 효용성은 상당히 뛰어난 것으로 보인다.

접근이 가능해야 한다. 왜냐하면 새로운 경쟁자의 진입이 원활히 이루어질 것이기 때문이다. 하지만, 어떤 설비가 ‘필수 설비’인지, 어느 수준의 대가가 ‘적정 대가’인지에 대한 객관적이고 명확한 정의와 그와 같은 정의를 내리기 위한 분명한 기준이나 절차가 담보되지 않고 단지 쌍방 협상으로 모든 것을 처리해야 한다면 실질적으로는 망 개방이 되지 않을 가능성이 높다. 따라서 이러한 부분에 대해서는 정부가 최소한의 중재역할을 할 필요가 있다.

통신 사업자들의 시장 지배력을 전이시키지 못하도록 하는 규제에 있어 가장 강력한 방안은 방송사업을 기존 통신 사업자의 자회사로 완전히 분리시키는 것이다. 만약 통신사업과 방송사업이 별도의 분리된 법인으로 존재하게 될 경우 두 법인간의 상호 지원은 크게 제약을 받을 것이기 때문이다. 하지만, 융합이라는 현 시대의 세계적 흐름을 감안할 때, 방송사업과 통신사업을 무작정 분리하는 것만은 능사는 아니며, 바람직하지도 않다. 왜냐하면 공정 경쟁 확보를 위한 분리가 오히려 융합을 저해하여 소비자가 마땅히 누려야 할 편의 또는 혜택을 감소시킬 가능성도 있기 때문이다. 따라서 통신사업의 자원을 이용한 방송사업의 약탈적 가격 설정 문제는 달리 보면 방송시장에서 해결할 것이 아니라 통신시장에서 접근하는 것이 바람직한 대안일 수 있다. 즉, 통신시장의 경쟁을 지속적으로 강화시켜 나갈 경우 통신에서 발생한 자원을 선불리 방송으로 이동시키지 못하게 될 것이고, 이렇게 될 경우 통신시장의 수익에 기반한 방송시장의 약탈적 가격 설정 행위 자체가 여의치 못하게 될 것이기 때문이다.

다음은 기존 유료방송 시장의 주도적 사업자에 대한 규제의 핵심은 콘텐츠 동등 접근성을 보장하는 것이다. 콘텐츠 동등 접근성의 보장은 시청자가 어떤 플랫폼을 선택하든 보고 싶은 채널이나 프로그램을 볼 수 있는, 이른바 ‘시청자의 권리 보장’이라는 측면에서 매우 중요한 사항이다. 물론 이미 법에 의해 구속 조건부 거래 행위는 엄격히 규제하고 있으며 시청률에 기준한 주요 프로그램에 대해서는 PAR을 도입하여 콘텐츠 제공을 의무화하고 있다. 그러나 일부 콘텐츠 공급업자와 프로그램 공급업자가 시장을 주도하고 있는 콘텐츠 시장의 특성을 고려할 때, 콘텐츠 동등 접근성을 위한 보다 강력한 장치가 필요하다.

우선, IPTV 사업법 제18조 제2항에서 규정한 바

와 같이 IPTV 콘텐츠 제공 사업자로 신고·등록한 사업자에 한해서 IPTV 콘텐츠 동등 접근 의무를 부과하는 것이 문제가 될 수 있다. 다시 말해 주요 콘텐츠를 확보하고 있는 핵심 PP들이 대부분 MSO와 수직 결합되어 있는 상황에서 의도적으로 IPTV 콘텐츠 제공 사업자로 신고·등록하지 않는 경우가 우려된다. 또한, 중소규모 PP들의 경우에도 기존 거래 관계에서 큰 비중을 차지하고 있는 MSO들의 눈치를 보느라 사업자로 신고하지 않을 가능성도 배제할 수 없다. 이렇게 되면 IPTV에 대한 콘텐츠의 제약에 앞서 새로운 시장 기회를 모색하고 있는 중소 콘텐츠 기업들에게도 결코 좋은 상황이라 할 수 없다. 아울러 현행 PAR 제도 자체도 문제가 있다. 현재 PAR 규정은 시청률을 기준으로 일정 기준 이상의 상위 PP에 대해 제공 의무를 부과하는 것으로 되어 있다. 그러나 이는 PAR 본연의 취지에 맞지 않는다. PAR 제도가 본격화되기 위해서는 그 대상이 모든 PP, 모든 채널로 확장하거나 최소한 일정 수 이상의 시청자의 요구가 있을 때 제공 의무를 부여하는 식으로 확장되어야 할 것이다.⁵⁾

(3) IPTV 선진 표준화 및 기술기준 정립

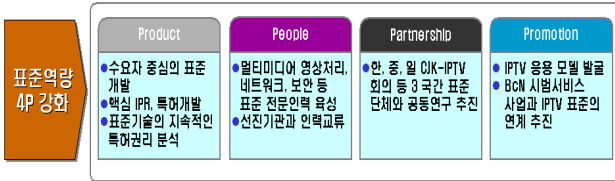
표준화란 광의적(廣義的) 관점에서는 사물의 정도, 성격 따위를 알기 위한 근거나 기준을 마련함을 의미하지만, 협의적(協議的) 관점에서는 방송통신융합 환경에서 IPTV 서비스의 성공적인 정착 및 보급·확산을 통해 사업자간 호환과 이용자 편의를 증대시킴으로써 궁극적으로 국제표준화를 선도하여 국가경쟁력을 제고시키는 의미를 동시에 가지고 있다. 이처럼 IPTV 표준은 하나의 기술이 표준화 되는 것이 아니라 기존 표준화 기술을 활용 또는 참조하여 새로운 서비스 표준을 확립하는 것으로서 여러 시스템들과의 상호운용성 확보, 기존 표준화 활동과의 협력 및 신규 표준과의 조화가 반드시 필요하다.

따라서 체계적인 IPTV 표준화 추진 전략을 통해 국내기술이 국제표준으로 채택될 경우 IPTV 지적재산권 확보를 비롯하여 해외시장 선점의 계기가 될 개연성은 충분하며 방송·통신 서비스 사업자와 장비·단말기 사업자간 접속 및 호환이 가능하여 IPTV를 포함한 새로운 방송통신융합 산업의 성장

5) LG경제연구원(2008), 리얼 IPTV가 유료방송 경쟁본격화의 계기가 되려면, 일부 참조함.

이 전망된다. 특히 콘텐츠 제공업자, 솔루션 공급자는 국제 표준화된 제품의 대량생산이 가능하여 해외수출이 증대될 것이고 모든 유·무선 단말기가 IP방식으로 호환이 가능하여 정보서비스를 이용자에게 보다 손쉽게 제공할 수 있기 때문에 궁극적으로 이용자의 편의성 증진과 아울러 연령별, 계층별 정보격차 해소에도 크게 기여할 것으로 예상된다.

<그림4> 표준화 역량강화 정책



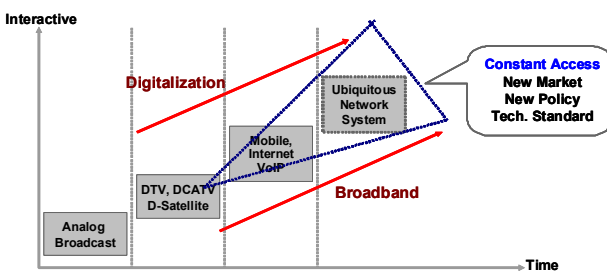
※ 자료: 방송통신위원회(2008), 국회 방송통신융합특별위원회 보고자료, 논자 재구성.

6. 결 언

방송통신융합 산업은 우리 IT산업의 新성장동력인 자 모멘텀(Momentum)을 가져올 수 있는 분야임에 틀림없다. 특히 IPTV라는 막강한 융합형 플랫폼의 상용화로 엄청난 콘텐츠 산업 유발 효과 및 고용 창출 효과 등을 통해 방송통신융합 시장을 활성화시킬 것이라는 기대가 크다. 하지만, 새로운 미디어가 도입 될 때마다 항상 청사진만을 보여준 것은 아니다.

과거의 실패사례(디지털 위성방송, 위성DMB 등)로 인한 사회적·경제적 손실과 이것들이 삼켜버린 경제적 잉여가치 등은 결코 작은 규모가 아닌 것은 분명하다. 어쩌면 지금 새로운 융합미디어의 도입정책이 성공하고 이로 인해 산업이 활성화되기 위해서는 철저히 현실에 천착하고 시청자들에게 접근하는 낮은 자세가 필요한 상황이다. 즉 소비자가 원하고 만족하는 방향으로 융합이 시도되어야 한다.

<그림 5> 합리적 정책 방향



새로운 융합의 시대에 소비자가 접할 수 있는 내용의 다양성, 국민의 기본적인 권리가 침해당하지 않을 독립성, 국민경제를 살찌울 수 있는 산업성, 국민 모두가 혜택 받을 수 있는 보편성 등의 쟁점들이 균형을 이룰 수 있도록 어느 한편이 지나치게 주장되어서도 양보되어서도 안 된다.

따라서 조정의 주체는 더 많은 국민의 이야기를 들어야 하며 이를 겸허히 수용해야 한다. 특히 큰 목소리보다 조용한 다수의 목소리도 놓치지 않는 섬세함이 필요하다. 이와 함께 융합과정에서 소수의 희생을 강요해서 다수가 이익을 얻는 일은 지양되어야 하며, 동시에 소수가 양보하지 않아서 많은 이득을 가져올 수 있는 기회를 상실하는 우를 범하지도 말아야 한다. 융합의 궁극적인 목적은 새로운 사회의 경제적, 문화적 규모를 크게 해서 삶의 질을 향상하기 위함이기 때문이다. *

[참고문헌]

- [1] 국회 과학기술정보통신위원회, 통신·방송융합 서비스 활성화를 위한 공청회 자료집, 2006.
- [2] 마인드브랜치아시아퍼시픽, IPTV 동향, 2006.
- [3] 미래에셋증권 리서치센터, 통신종목 전망보고서, 2008.
- [4] 방송위원회, 방송산업 실태조사 보고서, 2007.
- [5] 방송통신위원회, 국회 방송통신융합특별위원회 보고자료, 2008.
- [6] IPTV 프로젝트 그룹, 국회 방송통신융합특별위원회 보고자료, 2008.
- [7] 양용석, “통·방 융합 문제 해결을 위한 국회의 역할”, 정보통신연구진흥원, 2007.
- [8] “21세기 전파방송정책의 선진화: 방송통신 융합의 입법화가 해법”, 한국전파진흥원, 2007.
- [9] “IPTV(Internet Protocol Television) 입법을 위한 국회의 역할”, 한남대학교 과학기술법연구원, 2007.
- [10] “IPTV 선진 표준화 정립을 위한 소고(小考)”, 한국정보통신기술협회, 2008.
- [11] LG경제연구원, 리얼 IPTV가 유료방송 경쟁본격화의 계기가 되려면, 2008.
- [12] SK브로드밴드·KT·LG데이콤·Daum, 2008.
- [13] 한국전자통신연구원, 통방융합 컨퍼런스, 2005.