



뉴미디어가 갈림길 선 '꿈의 채널'

케이블TV 개국 10주년 맞아... 1276만여 가입자로 TV가구의 65.5% 재방송채널 전략·과당경쟁 등 문제개선 위해 디지털전환 구축에 박차

국내 케이블TV가 지난달 1일로 개국 10년을 맞았다. 가입자 수나 시청률 등 수치상으로는 놀라운 성장세를 보이며 '뉴미디어의 강자'로 떠올랐지만 아직도 저가 이용료나 뒤쳐진 방송·통신 융합 등 내실이라는 측면에선 개선해야 할 구석들이 없지 않다. 오는 2010년이면 아날로그방송이 종료되는 디지털방송 조류에 맞춰 변신을 시도하고 있는 케이블TV업계를 살펴봤다.

글_한지숙 디지털타임스 기자

올 해로 케이블TV가 이 땅에 도입된 지 만 10년째다. 남산과 관악산의 송신소에서 방송전파를 송출하면 각 가정의 TV안테나로 수신하는 지상파만 존재하던 10여년 전 케이블TV의 등장은 뉴미디어 시대를 열어제치는 역사적인 사건이었다.

케이블TV. 말 그대로 'cable'로 방송을 내보내는 TV다. 그런데 이 땅이 동축케이블에다 광케이블을 혼합한 '광·동축혼합망(HFC: Hybrid Fiber Coax)'으로 발달하면서 넓은 대역폭과 빠른 전송속도, 높은 전송품질 등이 가능해지면서 케이블TV는 방송통신융합 매체로 변신하기 시작했다. 안정적인 상향전송이 가능한 HFC망을 통해 영상과 음향 전송 외에 양방향커뮤니케이션의 초고속인터넷(ISP)까지 서비스할 수 있게 된 것이다. 사실 케이블TV의 ISP 제공은 최근 몇 년째 화두로 등장하고 있는 '방송·통신융합'의 출발이었다고 할 수 있다.

진화하는 케이블TV 서비스

아날로그 방송에서 인터넷서비스로 보폭을 넓혀 온 케이블TV가 올해부터 역사를 새로 쓰고 있다. 케이블TV는 오는 2010년이면 아날로그 방송이 종료되는 디지털방송 조류에 맞춰 디지털케이블TV로 변신하고 있다. 디지털케이블TV는 디지털영상 압축기술과 디지털전송신호를 사용한다. 압축기술로 기존 아날로그 1개 채널의 주파수 대역(6MHz)을 2~3개 채널로 쪼개어 사용할 수 있으니 150여개의 다채널이 가능해진다. 디지털음향으로 오디오채널도, 수십개씩 동시에 전송할 수 있다.

그리고도 800MHz HFC망에서 여유가 생기니 방송채널 외에 인터넷처럼 동영상을 서버에서 불러와 시청하는 주문형비디오(VOD)가 가능해진다. 아울러 상·하향의 양방향 커뮤니케이션이 가능한 만큼, 방송사가 시간대 편성으로 영화를 내보내는 유사주문형비디오(NVOD)



디지털방송시스템의 허브역할을 하는 디지털미디어센터(DMC)에서 직접 VOD, ERG 등 디지털케이블TV를 사용하고 있다.

가 아닌 리얼VOD(RVOD)가 얼마든지 가능하다. RVOD는 DVD감상 하듯이 되감기·빨리감기·건너뛰기·연속해서보기 등이 가능하다.

완벽한 양방향성을 구현해 인터넷과 유사한 날씨·게임·예매예약·T-전자정부·T-커머스·T-뱅킹 등 데이터서비스도 가능해진다. 비디오채널과 오디오채널과 연동시킨 연동형 데이터서비스를 통해, 영화를 보다가 주연배우의 정보를 검색하고, 만화를 보다가 게임을 하고, 가요를 듣다가 가사 자막을 보고 휴대폰벨소리로 다운받기도 한다.

디지털케이블방송뿐만 아니라 인터넷전화(VoIP)도 가능해진다. 인터넷접속까지 더해 케이블TV의 'TPS(Triple Play Service)'는 이미 현실이 됐다. 현재 케이블TV방송사(SO)들은 800MHz이상의 주파수 대역에서 기기급 망 구축을 논의 중이며, 나아가 장기적으로 FTTH(광가입자망) 구축까지 얘기하고 있다. 이렇게 망 고도화를 통해 현재는 구체화되고 있지 않지만 추후 무선통신과 결합한 'QPS(Quadruple Play Service)'로 진화할 것이다. TV는 이제 더 이상 TV가 아닌 것이다.

SO 디지털전환 구축에 '분주'

케이블TV업계에서는 올해를 '디지털 원년'으로 꼽는다. CJ케이블넷이 디지털케이블TV 표준인 '오픈케이블(OpenCable)' 방식의 디지털케이블TV서비스를 지난해 11월 시범방송을 거쳐 올 2월에 서울 양천 지역에서 본방송을 개시했고, 제주의 케이블TV제주방송, 서울 강남지역의 강남케이블TV, 은평지역의 드림씨티, 큐릭스, 씨앤엠커뮤니케이션 등이 모두 올해 디지털방송을 본격 상용화하기 때문이다.

지난달 22일 한국케이블TV방송협회에 따르면 올해 디지털케이블

TV 가입자는 33만명에 달할 것으로 예상된다. 2006년 70만, 2007년 120만씩 가입해 2007년에는 모두 223만 가입가구를 확보할 것으로 예측된다. 방송위원회 자료에 따르면 아날로그 케이블TV 가입자 수는 1,276만9,067(2004년 말 TV대수 기준)으로 전체 TV가구의 65.5%를 차지한다. 같은 기간, 같은 기준으로 디지털위성방송 스카이라이프 가입자는 165만2,255이다.

디지털가입자는 스카이라이프 가입자, 아날로그 기본형상품(고가상품) 가입자가 전환하거나 신규로 서비스에 가입하는 사람들이 될 것이다. 이같은 가입자규모가 2007년이면 223만 정도가 된다는 것이다.

사업자별로 디지털전환 구축 상황을 살펴보자.

먼저 서울 양천·경기 북인천·경남 부산 등 7개 케이블TV방송사를 거느린 CJ케이블넷이 120만 가입자를 대상으로 디지털서비스를 '헬로우D'란 브랜드로 제공한다. 디지털방송시스템의 허브역할을 하는 디지털미디어센터(DMC)가 있는 양천지역에서 이미 2월에 방송을 개시했고 상반기 중 북인천방송에서도 본방송을 한다. 부산에 서브DMC 구축을 거쳐 올 여름에 경남 부산에서도 본방송을 할 예정이다. 100개 비디오채널, 40개 오디오채널, 20개 NVOD(유사VOD)·RVOD(실제VOD)·SVOD(정액제VOD)를 제공하며 데이터서비스를 제공한다. CJ케이블넷은 데이터서비스와 전자프로그램가이드(EPG)에 공을 들였다. 처음 TV를 켜면 첫 화면에 12개의 방송화면과 채널장르가 보이는 '모자이크 EPG'를 개발해 특허까지 출원해 뒀다. 여기에 TV-휴대폰, TV-TV간에 문자메시지(SMS)를 주고받는 TV문자서비스를 선보였고, 가입자들이 끼리 오목을 즐기는 'TV 네트워크 게임'도 처음 소개했다. 이밖에 영화



1 케이블TV방송사들은 최근 디지털전환 구축을 서두르고 있다. 사진은 CJ케이블넷의 디지털서비스인 '헬로우D'의 예약 예매 서비스 화면. 2 국내 케이블TV가 지난달 1일로 개국 10년을 맞았다. 사진은 한 가정에서 케이블TV를 시청하는 장면.

관 CGV와 연동돼 TV로 영화 예매를 할 수 있도록 했다.

서울지역 최대 복수SO(MSO)로 130만 가입자를 보유한 씨앤앰커뮤 니케이션은 지난해 12월 디지털변경허가를 완료하고 시험방송 중이다. 111개 비디오채널, 30개 오디오채널, 4개 SVOD를 제공한다.

서울지역에서 7개 SO(52만가입자)를 보유한 큐릭스는 디지털 변경 허가를 2003년 11월에 완료한 디지털방송분야의 선두 업체다. 그러나 케이블TV 셋톱박스로부터 케이블수신카드를 분리해야하는 정부의 '오픈케이블' 표준과 달린 케이블카드 내장형으로 방송을 준비하고, 정보통신부가 표준을 두고 논란을 거듭하면서 본방송은 미처 시작하지 못했다. '빅박스'란 브랜드로 96개 비디오채널, 30개 오디오채널, 22개 NVOD로 시험방송 중이다.

알짜배기 강남지역 52만 가입자를 보유한 강남케이블TV는 지난 2월 4일 디지털변경허가 추천 신청을 내고 '케이블시티'란 브랜드로 시험방송 중이다. 105개 비디오채널, 60개 오디오채널, 21개 NVOD를 제공하고 있다. 특히 강남케이블TV의 경우 강남구청과 연동해 TV전자정부 서비스를 가장 먼저 추진한 것으로 유명하다.

강남케이블TV는 드림씨티와 함께 직접 시스템을 구축하지 않고 DMC전문 사업자인 브로드밴드솔루션즈(BSD)를 통해서 디지털전환을 추진하고 있다.

전국 최대 MSO(260만 가입자)인 태광산업계열 SO들과 지역 단일 SO들은 또다른 DMC사업자인 KDMC를 통해서 디지털전환을 추진하고 있다. 96개 비디오채널, 60개 오디오채널, 21개 NVOD를 제공하며 3월 경기도 안양에서 시범방송을 거쳐 5월 전국적인 시범방송, 6월 본방송을 목표로 하고 있다.

복수SO가 아닌 단일 SO로는 제주케이블이 DMC사업자를 통하지 않고 독자시스템을 구축해 단독 전환을 준비하고 있다. 100개 비디오채널 30개, 오디오채널, 제주지역 관광·교통정보를 담은 데이터서비스를 시범방송 중이다. 4월 본방송을 목표로 하고 있다.

채널·콘텐츠 등 연관시장 활성화 기대

케이블TV방송사들은 디지털방송과 함께 인터넷전화(VoIP) 서비스도 서두르고 있다. CJ케이블넷이 이미 TPS를 제공중이며 이동통신사업자와 홈네트워크 서비스를 위해 협력하고 있다.

케이블TV방송협회에 따르면 올해 케이블을 통한 VoIP 가입자는 18

만, 2007년에는 47만7,000으로 늘어 2008년 83만, 2009년 97만 5,000, 2010년 100만 규모를 이룰 것으로 전망된다. 매출액은 2006년 115억원, 2007년 484억원, 2008년 1,013억원, 2009년 1,473억원, 2010년 1,653억원으로 다소 낙관적으로 전망됐다.

사업자들의 잠정 집계이지만 현재 SO들의 디지털전환 추진력과 의지를 보면 터무니없이 높은 수치는 아니다. SO들은 KT가 대주주인 위성방송 스카이라이프가 올해부터 SBS, MBC를 방송하기 시작하고 KT, 하나로텔레콤의 IP-TV(인터넷TV)가 공론화되면서 통신사업자에 대해 극심한 경계심을 갖고 있다. IP-TV로 인터넷에서 방송채널서비스를 제공하고 양방향데이터까지 가능해 사실상 디지털케이블TV와 유사한 형태의 서비스를 제공할 경우 거대 통신사업자에게 밀릴 수 있다는 우려 때문이다. 케이블TV방송사들은 통신사업자가 합법적으로 방송시장에 진입하기 전에 그에 걸맞는 경쟁 구도를 갖추기 위해 디지털전환을 서두르고 규모를 키우려고 하는 것이다.

자외반으로 시작된 디지털케이블TV는 방송산업을 한단계 위로 올려놓을 것으로 기대된다. 디지털케이블TV는 진정한 다채널을 구현하면서 여기에 담은 채널과 콘텐츠에 대한 수요가 증대, 방송영상 콘텐츠 분야에 기여할 전망이다. 각종 데이터서비스와 관련해 미들웨어 업체, 애플리케이션업체, 데이터방송채널(DP)업체 등 연관시장의 활성화도 기대된다.

최근 방송위원회가 승인을 낸 상품판매형 DP를 통해 T-커머스가 시작되면, 저연령대의 인터넷커머스시장에서 고연령대의 T-커머스로 전 자상거래 시장이 확대될 것으로 기대된다. 또 하나 방송뿐 아니라 광고 분야에도 영향을 끼칠 것으로 전망된다. 조만간 디지털케이블TV에는 양방향광고가 등장한다. 양방향광고는 가입자가 리모콘으로 2차, 3차 화면으로 넘어가면 기업과 상품 및 서비스에 대해 더 많은 정보를 검색해 보도록 한다. 다양한 광고기법과 마케팅 기법이 등장하고 좀더 촘촘한 분석기법도 도입될 것이다.

물론 이런 신규매체의 등장으로 인한 그늘도 분명 생길 것이다. 비디오파워업이 대표적으로 타격을 입을 것이고 DVD 등 영상소프트웨어 시장도 영향을 받을 것이다. 안방에서 최신영화나 과거드라마, 뮤직비디오, 다큐멘터리 등 다양한 영상물을 VOD로 DVD 보듯 즐기며 추후 PVR(Personal Video Recorder: 개인영상저장장치)까지 가능해지는 데 비디오파워업에 갈 필요가 뭐 있겠는가. ☺