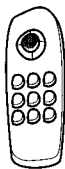


, 그것을 둘러싼 궁금증

IPTV는 초고속인터넷망을 이용하는 양방향 TV 서비스로, 기존 인터넷TV와 다른 점은 컴퓨터 모니터 대신 TV 수상기를 이용하고 마우스 대신 리모콘을 사용한다. IPTV 서비스는 인터넷이 연결된 TV 수상기, 셋톱박스만 있으면 이용할 수 있다. 그리고 IPTV는 1,000개 이상의 고화질 채널이 있어 채널수가 제한된 케이블TV 보다 많은 종류의 서비스가 가능하다. 그런데 최근 이런 IPTV 서비스에 대한 궁금증이 증가하고 있다.



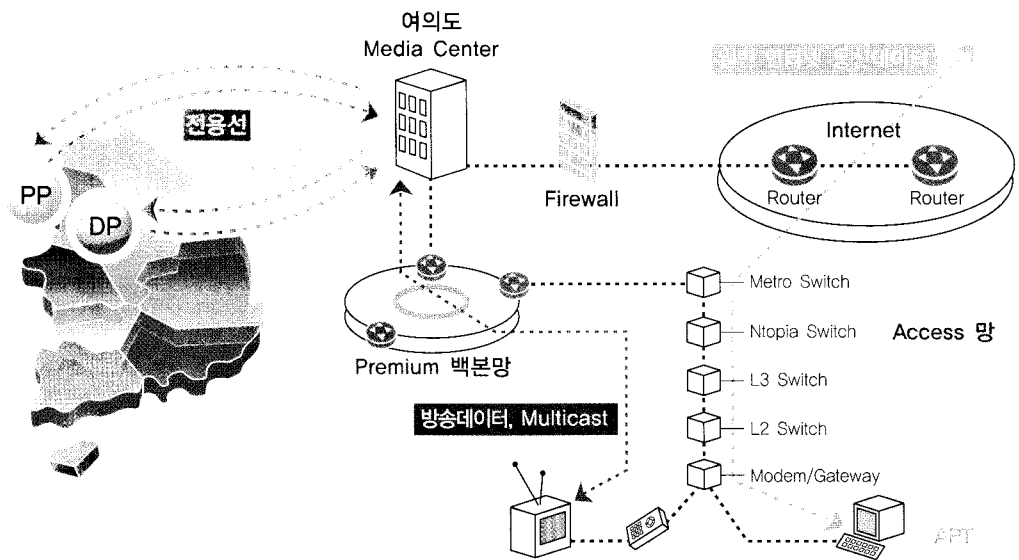
홍 정기홍 | 서울신문 온라인뉴스 부장_hong@seoul.co.kr



IPTV 가 뭘까

IPTV란 단어를 접하면서 필자가 궁금해 하는 생각이다. 이 '상품'이 나에게 어떤 차별적 서비스를 제공하는가 하는 것도 관심사다. 새로운 기술과 서비스는 언제나 이런 과정을 거쳐 조금씩 낯을 익히며 우리 곁에 다가선다. IPTV는 양방향성을 가진 IP(Internet Protocol)를 기반으로 방송·통신 서비스를 접할 수 있는 개념의 서비스 상품이다. KT가 지난 해 11월 상용 서비스에 들어갔고, 올 1월엔 SK브로드밴드와 LG데이콤도 상용 서비스를 시작해 본격적인 IPTV 시대가 열렸다. 정책 당국과 관련 업체들은 이 서비스를 어떻게 차세대 핵심 서비스로 키울 것인가를 놓고 머리를 맞대고 있다.

정부는 이 서비스를 10여년 전 인터넷 강국을 만든 'ADSL'에 비견할 만큼의 '파괴력'이 있다고 보고 있다. 법 개정 지연 등으로 경쟁 국가들에 뒤처졌다는 점도 속도를 더 내는 이유다. 반면에 IPTV의 파괴력은 제한적일 것이고, 또 다른 일반적인 서비스의 하나라며 폄하하는 말도 나온다. 이 서비스는 어떤 유익한 영역과 문제점들을 갖고 있을까.



▲ IPTV의 전송기술

정부, IPTV 드라이브 걸다

주무 부처인 방송통신위원회의 'IPTV 발걸음'은 바빠다. 추진 의지도 강하게 느껴진다. 방통위는 IPTV망을 전국적으로 확충하는데 1조원 가량이 들 것으로 보고 있다. 수도권 지역은 현재 커버리지가 확보돼 휴대 인터넷인 '와이브로'의 이용은 가능한 상태이다.

따라서 IPTV를 기존 서비스인 '와이브로'에 접목시키는데 중점을 두는 전략을 선택했다. '와이브로'가 3세대와 서비스 영역이 겹쳐 큰 성공을 거두지 못했다는 점을 감안한 것이다. 삼성전자의 경우 '와이브로'에 1조 3,000억원을 투자했지만 2,000억원을 거둬들이는데 그쳤다.

형태근 방통위 상임위원은 정부의 실업대책의 일환으로 전국망 확충사업을 추진하면 이 정도의 예산 확보는 가능할 것으로 보았다.

방통위는 이 사업과 관련, 교육과학기술부와 함께 올해 450억원을 들여 내년 1학기부터 11,318개 초·중·고교에서 IPTV를 이용한 수업을 하기로 했다. 유명학원의 교육콘텐츠를 집에서 볼 수 있도록 IPTV를 실시간 생방송하는 시범사업도 준비한다. 방통위는 또 IPTV에 대한 이해도가 이 서비스의 성패를 가른다고 보고 'IPTV법 및 시행령 해설서'도 최근 발간했다.

기업들도 일단 go! go!

IPTV 서비스 업체들은 정부의 정책 의지에 따라 시장 넓히기에 걸음을 바빠 하고 있다. 업체 중 KT가 가장 적극적이다. KT는 유선전화와 초고속인터넷 시장의 포화 및 정체로 IPTV에 주력해야만 하는 실정이다.

KT는 최근 향후 5년간의 콘텐츠 수급 계획을 세웠다. 실시간 방송서비스와 VOD서비스, 양방향 서비스 등

3개 분야로 나뉘 오락과 공공·공익, 문화·정보, 커머스, 커뮤니케이션 등을 제공한다. KT의 IPTV인 ‘메가TV’는 현재 42개의 실시간 방송채널과 85,000편의 주문형 비디오(VOD)를 제공 중이다. 양방향 서비스는 43개로, 가입자는 75만이다. KT는 올해 방송채널수를 90여개, 2012년엔 100여개로 늘리고 양방향 서비스는 올해 60종에서 2012년 80여종으로 늘릴 계획이다. 서종열 KT 미디어본부장은 “현재 수급이 부진하다”면서 “채널을 늘렸더니 비용이 많이 들어 유익한 것을 선별하고 있다”고 말했다. KT는 IPTV를 활성화 하는 계기를 만든다는 차원에서 방통위와 함께 오는 6월 제주도에서 열리는 ‘한·아세안 특별정상회담’에서 세계 최초로 와이브로 기반의 ‘모바일 IPTV’를 시연하기로 했다.

SK브로드밴드 ‘브로드앤TV’의 경우 78만 가입자를 확보하고 있다. 서울에서만 서비스 중이지만 실시간 채널수는 23개이고, VOD는 5만편이며 양방향은 24개이다. LG데이콤의 ‘myLGTV’는 33개 실시간 채널을 서비스 중이며 VOD는 2만편을 갖고 있다. LG데이콤은 8만명의 가입자를 보유하고 있다.

KT는 전국 서비스체제 구축을 마쳤고, SK브로드밴드는 4월에 갖춘다. LG는 시기를 결정하지 않았다. 지난 2월 현재 전체가입자 중 ‘실시간 IPTV’ 가입자는 KT가 10만 3,000명, LG데이콤이 1만 2,000명, SK브로드밴드는 2,600명이다.

‘신성장엔진’ 맞나

KT경영연구소에 따르면, 가입자 300만을 기준으로 IPTV가 주는 직접효과는 ▶서비스 시장이 연간 3,000억~4,000억원 ▶투자효과 연간 1조 4,000억원 ▶콘텐츠산업 투자효과 연간 1,800억원 ▶관련 산업 성장은 디지털TV시장에서만 13조원에 이른다.

또 유발효과로는 ‘T비즈’ 신규시장 창출이 연간 3,000억원 이상이다. 정보격차 해소, 사교육비 절감 등 사회·문화적 효과와 함께 수출 활성화 등 해외시장 개척에 대한 경쟁력도 높인다. 하지만 일각에서는 IPTV의 향후 시장을 부정적으로 보고 있다. 정부와 기업은 ‘신성장엔진’이라 말하지만 시장이 쉽게 형성되지 않을 것이란 시각이다. 시장 형성에 어려움을 겪었던 ‘와이브로’의 전철을 밟을 수 있다는 우려다.

시장 규모도 아직은 작다. 케이블TV와 위성방송을 합친 유료방송 시장규모는 3조원에 못 미친다. 방통위 관계자는 “IPTV의 양방향 서비스 구현이 활성화되지 않아 케이블TV와 IPTV의 구분없이 채널을 공급하는 사업자가 많다”고 시장의 현실을 전했다.

여기에도 콘텐츠분야는 방송사업자가 헤게모니를 쥐고 있어 통신사업자는 끌려가는 것이 현실이다. IPTV가 초고속인터넷인 ‘광랜’이 깔려 있는 수도권과 아파트단지에서만 제대로 서비스 된다는 것도 단점이다.

생활 속의 **IPTV** ... 서비스 영역은 넓다

IPTV 시대에는 방송 시청시간을 놓쳤다고 걱정할 이유가 없다. VOD 등으로 드라마 ‘꽃보다 남자’를 어느 시간대에서든 선택해 볼 수 있다. 또 전화, 문자메시지 등 이동통신기능과 커뮤니티, 금융결제, 날씨·교통정보 검색, 홈뱅킹 등 인터넷기능도 갖고 있다. 지역단체, 교회, 병원 등 커뮤니티 방송은 성장이 기대되는 분

야다. 공공서비스도 받을 수 있다. 군인과 가족의 원격 화상면회, 주민등록등본 등 민원서류 발급을 IPTV가 한다. IPTV에서는 1,000여개의 채널이 있다. 따라서 중소기업체와 개인사업자도 싼 임대료로 이곳에서 상품을 팔고 홍보할 수 있다는 것이 장점이다.

또 드라마 시청 중 텔런트의 옷을 리모콘으로 클릭해 TV화면에 상품명과 판매가 등의 정보를 받을 수 있다. 선수들이 뛰는 축구경기장도 구역별로 세분화해 매니아들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있다. 이 때 운동선수 정보도 실시간으로 조회할 수 있다.

IPTV 플랫폼을 이용, 인터넷은 물론 모바일 서비스인 'HSDPA'나 '와이브로'도 활용할 수 있다. KT 관계자는 "콘텐츠 확보 비용이 많이 든다는 애로가 있어 이를 낮추는 것이 관건"이라고 말했다. KT 등 관련 업체들은 선거와 인기투표 등을 비즈니스 모델로 개발할 계획을 갖고 있다. KT는 'T-Poll' 서비스를 구상 중이다. 셋톱박스 기반의 개인인증이 가능하다는 것이 회사측의 설명이다.

IPTV 순항할까

IPTV 정책에 거는 업계의 기대는 일단 크다. 정부·여당이 추진 중인 신문·방송법 국회를 통과하면 방송과 통신이 결합된 IPTV 시장이 자연스럽게 서게 된다는 것이 그 근거다.

KT는 유선전화, 초고속인터넷, 이동전화, IPTV에 이어 와이브로, 위성방송을 묶은 서비스를 내놓을 가능성이 높다. SK(SK텔레콤·SK브로드밴드), LG(데이콤·파워콤·텔레콤), 유선방송사업자(SO)도 대응 상품을 내놓을 수밖에 없다.

방통위는 요금인가를 받지 않고 자율적으로 정하는 결합상품의 할인율을 현행 30%에서 40%로 높여 결합상품 요금할인 경쟁을 유도하고 있다. 하지만 IPTV는 기존 것과 차별화한 콘텐츠를 내놓는 것이 성공의 열쇠가 될 전망이다. 방송콘텐츠 시장의 질적 수준이 그다지 높지 않아 차별화가 쉽지 않을 것이란 지적도 있다. 서비스가 일반 결합상품 수준에 그칠 것이란 주장도 나온다. 즉 초고속인터넷, 유선전화, 이동전화, 인터넷 전화, IPTV, 와이브로 중 2~3개를 결합해 내놓는 서비스일 뿐이라는 것이다.

IPTV 중시 정책에 대한 케이블TV업계 불만도 걸림돌이다. 유료방송시장 기반인 케이블TV업계로서는 통신업체의 IPTV를 통한 유료방송시장 진출이 시장을 뺏을 가능성이 크기 때문이다. 케이블TV업계는 최근 방통위와 교육과학부가 발표한 11,318개 초·중·고교에 대한 IPTV 교육 정책이 케이블업계를 배제했다며 반발했다. 서비스 충돌도 해결 과제다. '모바일 IPTV' 서비스가 시작되면 시장 형성에 어려움을 겪고 있는 지상파DMB, 위성DMB와의 경쟁 구도가 형성될 전망이다.

IPTV 가 통폐합 부추켜?

IPTV 시장이 형성되면 통신업체의 합병 바람도 불러올 전망이다. KT는 이런 추세에 대응하기 위해 최근 무선 자회사인 KTF와의 합병 절차를 끝냈다. 두 기업의 합병 시너지가 나오면 경쟁업체인 SK와 LG의 통신계 열사의 통합 행보도 바빠질 전망이다. 통신사업자와 케이블TV 사업자간 이중결합도 예상된다. **S**