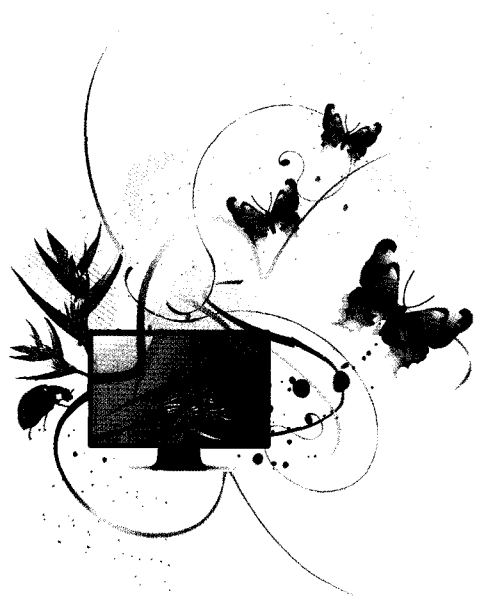


ICT EXPERT INTERVIEW



정 광 수 광운대학교 전자통신공학과 교수,
스마트TV포럼 운영위원장



01 스마트TV란 무엇이며 이 기술이 우리 사회 문화 전반에 미치는 영향은 무엇이 있을까요?

스마트TV란 TV에 PC나 스마트폰에서와 같이 인터넷 브라우저를 탑재하고 있어 인터넷 검색이 자유롭고 스마트폰처럼 다양한 애플리케이션들을 내려 받아서 실행할 수 있는 서비스 플랫폼입니다. 스마트TV 제조업체별 개발용 SDK가 공개되어 누구나 애플리케이션의 개발 및 서비스 제공이 가능합니다. 사용자가 원하는 애플리케이션의 자유로운 설치, 삭제 및 서비스 선택이 가능하며, 스마트폰처럼 애플리케이션 마켓인 앱스토어가 제공되어 TV 산업의 열린 생태계 형성을 가능하게 합니다. 일반폰과 스마트폰의 차이와 유사하다고 볼

수 있습니다.

기존 스마트폰의 영향력에서 알 수 있듯이, 스마트TV를 통해 새로운 IT 서비스 제공 및 사람들의 생활 패턴에 영향을 줄 수 있습니다. 기존 스마트폰이 주로 개인과 20~40대에 큰 영향을 미쳤다면, 가정용이라고 할 수 있는 스마트TV는 가족 전체와 세대 전체, 그리고 가정에서의 생활패턴방식에 영향을 줄 수 있습니다. 또한 기존 IT 서비스업체의 서비스 제공이 PC, 모바일에서 TV로 확대됨에 따라 새로운 산업 및 서비스 창출이 가능합니다.

02 스마트TV가 기존의 TV, 인터넷TV, IPTV와 비교해 가장 큰 차이점이 있다면 무엇이 있을까요?

기존 TV의 발전된 형태가 인터넷TV이고 인터넷 TV의 발전한 형태가 스마트TV라고 할 수 있습니다. 인터넷TV는 기존 TV에 인터넷 기능을 추가하여 간단한 웹

서비스 등을 TV를 통해 제공할 수 있는 단순한 형태였다면, 스마트TV는 앞서 설명한 데로 스마트TV 플랫폼용 SDK가 공개되어 누구나 애플리케이션 개발이 가능

하고 사용자의 자유로운 애플리케이션 선택이 가능하며, 앱 마켓이 제공되어 TV의 열린 에코시스템 형성이 가능하다는 것이 큰 차이점입니다.

일반적으로 IPTV라고 하면 우리가 일반적으로 사용하는 인터넷망과는 조금 다른 망에서 서비스가 제공됩니다. 영상 품질의 보증을 위하여 각 서비스 제공사에서 대역폭이라거나 지연시간 등의 통제가 가능한 고품질 망을 통하여 방송을 제공하는 서비스를 말하게 됩니다. 초기 IPTV는 인터넷망을 통한 TV 서비스

를 지칭하는 의미였으나, 최근에는 IPTV도 SDK, 앱 마켓 등을 제공하여 스마트 TV와 유사하게 스마트화된 기능을 제공하고 있습니다. 하지만 IPTV의 스마트화는 IPTV 방송사업자 주도로 이루어지고 있다는 점에서 Walled-Garden 형태가 아닌 완전한 개방형 에코시스템 형성이 어려운 점이 있습니다. 물론 최근 들어 IPTV 사업자들도 개방형 모델을 추진하고 있어 향후 스마트 TV와의 전략적인 협력 및 경쟁이 예상되고 있습니다.

Q3 스마트TV 서비스를 성공적으로 구현하기 위해 필요한 기술적 요구사항은 무엇이 있으며 핵심 기술이나 킬러 애플리케이션에 대해 설명해 주신다면...

우선, 새로운 기능, 뭔가 획기적인 기능 등의 개발도 중요하겠지만, 무엇보다도 중요한 것은 TV라는 것을 잊지 않아야 할 것입니다. 즉 출발은 Lean-Backward라는 것이지요. 아무리 다양한 기능이 제공된다 하더라도 편안하게 뒤로 기대어 휴식을 취하는 마음으로 사용이 가능해야 한다는 것입니다. 또한 여러 사람이 함께 즐길 수 있어야 한다는 것입니다. 다양한 기능으로 인하여 여러 사람이 함께 시청하는 환경에서 어느 한 사람이 어떤 특정한 기능을 시작하게 되면 함께 시청하는 다른 사람들이 방해받게 되겠죠. 그러나 다른 한편으로 보면 다양한 기능의 추가는 필연적으로 개인

화된 서비스로 이어지게 됩니다. 따라서 각 개인의 개별적인 욕구를 만족시키면서도 함께 시청하는 사람들을 방해하지 않는 기능과 주변기기의 개발들도 동반되어야 할 것입니다. 스마트TV가 본격화되면 최근 들어 크게 이슈가 되는 N-Screen 서비스가 더욱 중요한 의미를 갖게 됩니다. 마지막으로 다양한 콘텐츠가 될 것입니다. 스마트TV의 핵심은 다양한 애플리케이션들이 될 것입니다. 얼마나 소비자의 호응을 받을 수 있는 애플리케이션들이 제공되느냐 하는 것이 중요한 요소가 될 것입니다.

Q4 스마트TV 관련 국내의 표준 활동에 대한 설명과 더불어 향후 표준화 전략에 대해 말씀해 주신다면...

스마트TV 분야는 매우 다양한 기술의 집합체로서 특정 표준화 그룹에서 전체를 다루기는 어렵고 다양한 표준화 그룹에서 관련된 표준들에 대한 연구를 시작하고 있습니다. 국내에서는 MPEG포럼, 차세대방송포럼

등에서 스마트TV와 직간접적으로 관련된 표준화 작업을 추진하고 있습니다. 올해부터 스마트TV 포럼에서도 표준화를 위한 계획을 수립하고 있습니다. 표준화 대상 분야를 스마트TV 단말, 스마트 디바이스 간 N-Screen,

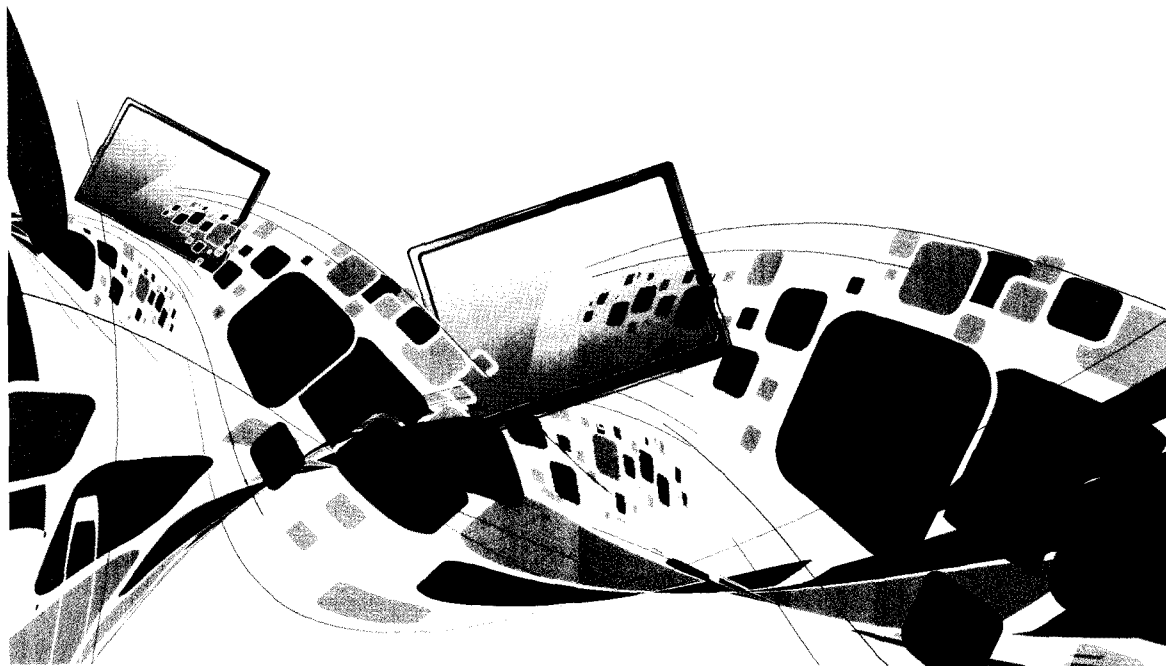
방송 콘텐츠, 인터넷 콘텐츠, 인터랙티브 채널, I/O 인터페이스, 스마트 홈, 애플리케이션 스토어 등 8개 분야로 나누고 각 분야 별 우선적으로 추진해야 할 표준화 항목을 도출하는 작업을 하고 있습니다. 아직은 매우

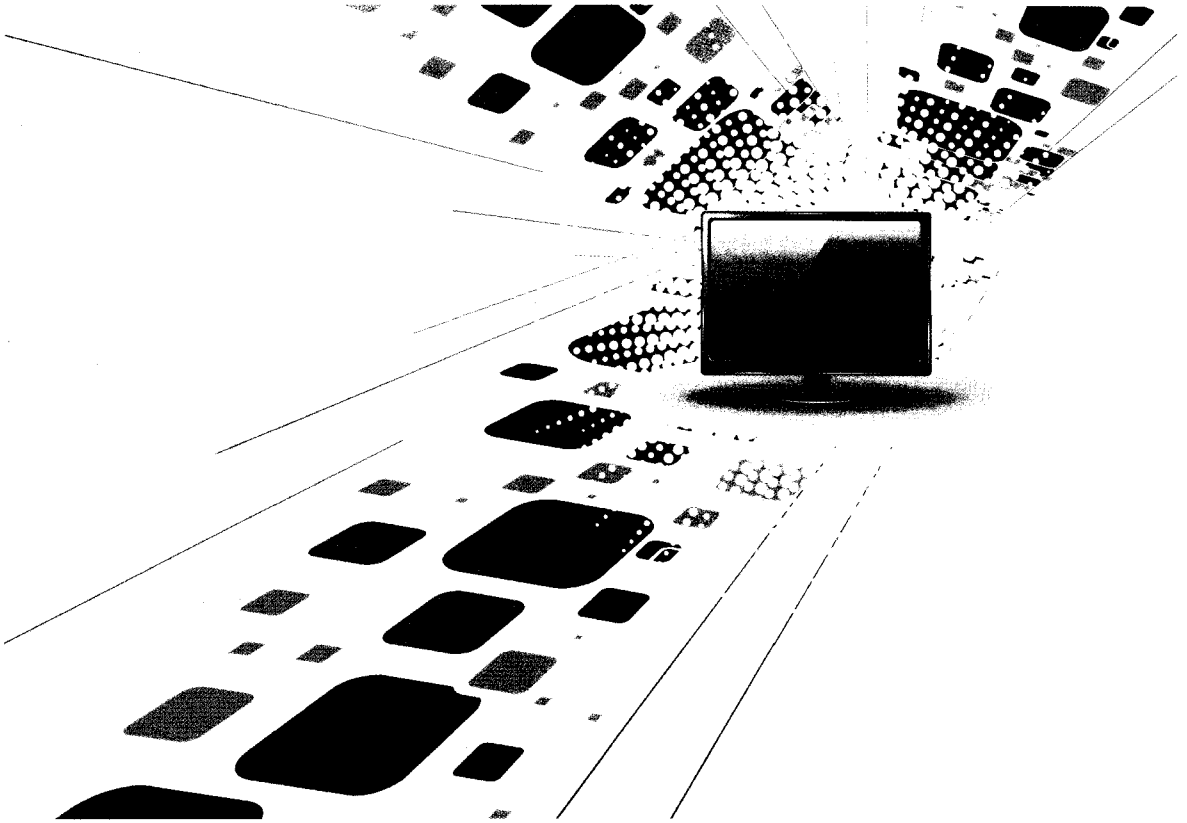
초보적인 단계라고 할 수 있습니다만 관련 산업계들이 모여서 열심히 노력하고 있으니 조만간 가시적인 결과들이 도출될 것으로 기대를 합니다.

05 스마트TV의 국가별 현황, 상용화 추세 및 특성을 소개해 주신다면...

가장 대표적인 스마트TV로는 미국 구글 주도의 구글 TV가 있고, 미국 애플사의 애플 TV, 또 마이크로소프트사의 미디어룸 등이 있습니다. 국내에서도 삼성, LG를 중심으로 커넥티드TV, 브로드밴드TV 등으로 유사한 개념이 시작되었었는데, 요즘 이러한 것들이 모두 스마트TV라는 이름으로 정리가 되고 있습니다. 기타 유럽의 필립스가 개발하는 NetTV, 일본 파나소닉이 개발하는 비에라 등이 있으나 스마트TV 형태라고

보는 어렵습니다. 소니, 로지텍을 통해 제품화를 시도한 구글 TV는 작년 말에 상용화 되었지만 여러 가지 내부 사정으로 생산이 다소 주춤한 상태이고, 현재까지 SDK, 앱 마켓 등의 오픈도 계획대로 진행시키지 못하고 계속 지연하고 있는 상태입니다. 현재 스마트TV의 판매 및 SDK, 앱 마켓을 모두 제공하는 진정한 의미의 스마트TV 상용화는 한국의 삼성과 LG뿐이라고 말할 수 있습니다.





Q6 우리나라는 IT 하드웨어 전문제조 분야에서 세계 최고의 역량을 확보하고 있습니다. 이러한 역량이 스마트 TV 시장을 선도하는데 미칠 긍정적, 부정적 영향력에 대해 말씀해 주시고 우리나라가 스마트TV 시장을 선도할 수 있는 내적 역량이 무엇이 있을지에 대한 설명 부탁드립니다.

전 세계 TV의 40% 이상이 삼성과 LG에 의해 판매되고 있기 때문에 스마트TV 역시 한국의 TV 제조업체 위주로 이루어질 수 있는 역량이 충분합니다. 다만 스마트TV 시장을 선도하기 위해서는 S/W 및 서비스 기술이 중요하나 현재 경쟁업체인 구글, 애플, MS 등에 비해 이 부분에 있어 경쟁력이 아직 미약하다고 할 수 있습니다. 이러한 인식 하에 국내에서도 삼성, LG를 중심으로 소프트웨어, 콘텐츠, 애플리케이션 관련 인력 확보 및 연구개발에 많은 투자를 하고 있습니다. 정부에서도 관련 산업 분야의 인력양성과 생태계 활성화를 위

한 적극적인 지원을 시작해야 할 시점입니다. 또한 삼성과 LG의 3DTV경쟁에서 볼 수 있듯이 국내 업체 간의 과도한 경쟁 구도가 세계 스마트TV 시장을 선도하는데 부정적 영향력으로 작용 할 수도 있습니다.

세계 최고 경쟁력의 TV 기술, 고도화된 인터넷 인프라, 새로운 서비스에 적극적인 국내 사용자 그룹, 세계의 주목을 받기 시작한 한류 콘텐츠 등을 고려할 때에 한국의 스마트TV 산업은 충분한 국제경쟁력을 확보할 수 있으며, 향후 세계 시장에서 주도권을 잡을 수 있는 전략적 산업 분야라고 생각합니다.

07 향후 스마트TV 시장이 활성화되는데 있어 시급한 점과 문제점이 있다면 무엇이 있으며 그 해결 방안은?

현 시점에서 스마트TV가 방송통신 융합 환경에서 어떻게 자리매김을 할 수 있을지를 정확히 예측하기는 쉽지 않습니다. 스마트TV를 중심으로 새로운 서비스 모델 또는 비즈니스 모델이 어떻게 전개될지도 다소 불투명합니다. 그러나 인터넷에 기반을 둔 TV의 스마트화는 지속적으로 전개될 것이고, 우리들의 일상적인 생활에서 TV는 지금보다는 좀 더 중요한 위치를 차지할 것이라는 사실은 누구도 부인하지 않습니다. 그러나 스마트TV가 만들어내게 될 엄청난 양의 인터넷 트래픽을 처리하기 위한 비용을 누가 어떻게 부담할 것인

지, TV 생태계의 급격한 변화를 어떻게 안정적으로 정착시킬 수 있는지, 가정 내 거실로 밀려들어 올 엄청난 콘텐츠를 어떻게 규제하고 관리할 것인지 등 많은 과제들이 우리 앞에 놓여 있는 것 같습니다. 관련 산업계와 정부가 스마트TV 산업 생태계의 활성화를 위해서 무엇을 해야 하는지를 진지하게 논의하고 필요한 모든 법적, 제도적 보완도 추진해야 합니다. 2010년 9월 설립한 스마트TV포럼이 국내 스마트TV 산업계 활성화를 위한 협력의 장을 제공할 것으로 기대를 합니다.

 TTA

