

모바일 DRM, “자본가만을 위한 악마적 시스템인가”

※ 향후 프로슈머에게 비즈니스 기회를 제공할 매개체로 발전해야

모바일 보안 연재	
1. 모바일 비즈니스와 콘텐츠	
2. 모바일 DRM의 필요성	
3. 모바일 DRM 특성	
4. 모바일 DRM 비즈니스 현황(이번호)	



김진영 비즈니스컬러리스트
digilite@korea.com

폭발적인 모바일 콘텐츠의 범람 현상을 우리는 현재 목도하고 있다. 벨소리나 온라인 게임 등은 이미 수익원으로 공인받은 상태이고, IMT 2000 서비스를 통한 동영상 콘텐츠의 개화도 진행 중에 있다. 하지만 이런 장밋빛 예상과 기대 뒤에는 콘텐츠를 어떻게 하면 잘 보호할 수 있을까라는 문제가 복병처럼 숨어 있다. 이 문제는 바로 콘텐츠 보호를 책임질 DRM 기술과 직접적인 관련이 있다고 해도 과언이 아니다.

비즈니스의 세계 ; 유선에서 무선으로

유선인터넷 세상에서는 대다수의 서비스 제공업자들은 콘텐츠를 보호할 책임을 무시했으며, 수익을 위한 트래픽 증대를 위해서는 불법적인 파일공유가 어쩔 수 없다는 근시안적인 생각을 가지고 있었다. 콘텐츠 사업자들은 이런 와중에서 커다란 피해를 당할 수밖에 없었고, 아무리 적게 잡아도 43억달러의 손실(음악 시장에 한정)을 봤을 것으로 IFPI(The International Federation of Phonographic Industries)는 예상했었다(2002). 이런 피해는 곧바로 기술로의 관심으로 이어졌고, 이와 관련해 상당수의 이해당사자 간의 협업을 요구하게 되었다.

무선망 사업자들은 이런 유선시장에서의 경험을 교훈으로 삼으려 하지만 그들 역시 사

용자와 콘텐츠 사업자들을 부단히 각성시키고 교육해야 할 짐을 안게 될 것이다. 우선 무선망 사업자들이 콘텐츠 사업자들로부터 안정적인 콘텐츠 수급을 받기 위해서는 망 자체에 안정적인 DRM 시스템이 구축/운영중임을 확신시켜야 한다. 국내의 경우 당분간 망 사업자들의 콘텐츠 사업의 주도권이 남아 있겠지만 무선망 개방 등으로 유선포털들의 시장 참여가 확대되면 그만큼 콘텐츠 사업자들의 선택권은 확대되기 때문이다.

기본적인 DRM 기능은 '불법전송 금지'이다. 돈을 내고 콘텐츠를 산 사용자가 타인에게 콘텐츠를 전송하는 것을 봉쇄하는 기능이다. 하지만 이후 콘텐츠 모델인 Super-distribution(관련 내용은 연재 1편 참고)으로의 발전을 위해서는 콘텐츠 사업자들의 충분한 납득이 전제되어야 한다. 이를 얻어내지 못하면 모바일 콘텐츠의 P2P 적용은 불가능하게 될 것이다. 또한 콘텐츠 소유자들의 확신도 아울러 이끌어내야 한다. 이 쌍방의 동의와 지원을 받는 것이 무선망 사업자들의 가장 큰 숙제라 할 수 있다.

무선DRM 적용은 언제

오직 OMA(Open Mobile Alliance; www.openmobilealliance.org)의 무선 DRM 표준 버전 1이 2002년 하반기에 발표

되었을 뿐이다. 버전 1 실행은 그 실제 구축은 2004년 초에나 가능할 전망이다. 이 또한 DRM의 기능 중 기본만을 제공할 것이며, Super-distribution을 적용하기엔 기약할 수 없는 시간이 걸릴 듯 하다. 그래서 표준 버전 2는 2005년에 실제 구축이 될 것이다.

사용자를 교육하라

무선 사용자들은 이미 콘텐츠 유료화에 익숙해있다. DRM이 적용된다면 사용자는 콘텐츠 사용에 있어서 적어도 두 단계 이상의 프로세스를 더 거쳐야 한다. 따라서 망사업자들은 사용자를 짜증나게 할 수 있는 이 부분을 충분히 납득시켜야 한다. 이때 특별한 이벤트 행사와 같은 유인책도 고려해야 할 것이다. 물론 Super-distribution이 적용될 2004년 말쯤에는 또 다른 사용자 교육이 필요할 것이다. 교육의 핵심은 DRM의 이점이다. 사용에 있어서 다소간의 불편함은 있겠지만 콘텐츠 사업 전반의 발전과 그로 인해 사용자들이 얻게될 양질의 콘텐츠를 설명하는 것이다. 마치 현재 가수들이 불법음반 MP3 공유를 하지 말자고 캠페인을 하는 것처럼.

무선 DRM을 둘러싼 시도


무선DRM이 언제 누구에 의해 실제적으로 적용돼 매출누수를 막아줄 지는 아직 묘연하다. 크게 보면 무선망 사업자와 디바이스 제조업체 간의 힘겨루기가 될 전망이다. 물론 무선망 사업자와 디바이스 제조업체를 타겟으로 하는 소프트웨어 개발업체도 한 축을 이룰 것이다. 아래는 최근 무선DRM을 두고 벌어지는 각 업체들의 움직임을 정리한 것들이다.

- 썬 마이크로시스템은 지난 6월 무선DRM 기술을 가지고 있는 ISV Pixo(미)를 인수한다고 발표했다. 자바 기술을 응용해 PDA, Phone에 DRM을 접목할 서버기술을 개발할 것이고, 향후 썬의 개발자 프로그램과 오리온 플랫폼에 탑재될 예정이다.
- 인텔, 소니 등에 의해 조직되어 현재는 마이크로소프트, 노키아, HP, IBM, Thomson, 삼성전자 등이 참여하고 있는 디지털홈워킹그룹(DHWG)은 향후 DHWG 프레임워크에 DRM 기술(여기서 말하는 DRM이란 유선, 무선을 총괄할 유비쿼터스 DRM을 말한다)이 포함될 것이라고 밝혔다. 특이한 점은 저작권 관련 법 제정 및 콘텐츠 사업자들의 압력에도 불구하고 DRM 적용에 서두르지 않고 있다. 2005년 이후에나 실제 적용을 생각하고 있다.
- 마이크로소프트와 전 세계 미디어 서버 경쟁을 하고 있는 리

얼네트워크는 헬릭스 버전에 현재 과거보다 진일보한 DRM 시스템을 구현했다. 이를 바탕으로 내년에는 무선용 개인 단말기 등에도 적용할 수 있는 무선DRM을 출시할 예정에 있다.

- “SK텔레콤의 경우 현재 전자책과 벨소리 등 일부 서비스에 대해서만 DRM 솔루션을 적용해 상용서비스를 제공하고 있다. 하지만 이번 사업자 선정을 통해 CDMA-2000 1x 및 EV-DO, 무선랜, 블루투스 등 모든 유·무선망을 통해 전송되는 휴대폰?PDA용 콘텐츠의 불법복제 및 유통을 막게 된다. 국내 통신사업자로서 처음 있는 일이다.”(2002.11.03, Inews24)

끝없는 전쟁 ; 저작권과 돈

무선시장이라 하여 유선에서 벌어졌던 저작권, 그리고 돈을 위한 전쟁이 다른 것은 아니다. 다만 사용자를 설득하기에 좀 더 나은 입지에 있을 뿐이다. 문제는 전쟁의 헤게모니, 승리를 누가 향유하는가 이다. 사실 유선에서는 콘텐츠 사업자들이 사업의 주체였음에도 별반 재미를 보지 못했다. 하지만 무선에서는 특히 그들이 강한 힘을 가지고 있는 유럽시장에서는 강력한 조짐을 보이고 있다. 이에 반해 디바이스 제조업체나 IT 관련 업체는 바쁠 것이 없다. 무선 역시 유선처럼 (공짜) 콘텐츠가 널리 퍼져 나가야 콘텐츠 비즈니스의 확대가 기대되기 때문이다. 이런 팽팽한 긴장감 속에 무선에는 망사업자가 있다. 사실 유선에선 망사업자란 존재하지 않는다. 그들도 그저 커다란, 메가CP일 뿐이다. 하지만 무선망은 다르다. 무선에서 그들의 존재는 거의 절대적이다(특히 한국, 일본에선). 무선 DRM을 두고도 그들의 향방이 주요할 것이다. 그들은 잘 알고 있다. 망사업자, 콘텐츠 사업자, 디바이스 제조사 등 이 세 주체가 협업하지 않으면 DRM 성공은 불가능하다는 것을. 협업의 기운과 돈을 둘러싼 투쟁이 계속 진행될 것이다. 

■ 연재를 마치며

연재를 마감하는 시점에서 정작 콘텐츠 사용자가 느끼는 DRM은 무엇일까 생각해본다. 사실 사용자는 DRM과 상관없을지 모른다. 누군가 말한 것처럼 DRM은 자본가를 위한 악마적인 시스템일 수도 있다. 이런 DRM을 사업자는 사용자가 되도록 느끼지 못하게 하는 것을 제일의 목표로 삼아야 할 것이고, 이후 선진적이고 주체적인 콘텐츠 프로슈머(생산과 소비를 동시에 하는 소비자)들에게는 새로운 비즈니스 기회를 제공할 매개체가 될 수도 있을 것이다. 지난 4회의 연재 동안 필자의 글에 대해 때로는 칭찬을, 때로는 질책과 비판을 보내주신 많은 독자여러분들께 감사 드립니다.