

하나TV 논란, 통방융합 시대 주도권 다툼

하나TV 가입자 20만명 돌파...케이블협 검찰 고발 논의

하나로텔레콤의 TV포털인 하나TV가 서비스 된지 한달여가 지났다. 서비스 초기 소비자들의 반응도 기대 이상이다. 하나로텔레콤은 지난달까지 4만여명의 가입자를 모집했다고 밝혔는데, 이런 추세가 지속된다면 올해 목표인 20만 가입자는 거뜬히 돌파할 수 있을 것으로 예상되고 있다.

하나TV는 초고속인터넷망과 셋톱박스를 통해 TV로 영화·드라마·교육 등의 고품질 콘텐츠를 원하는 시간에 볼 수 있는 VOD 서비스. HD급 화질에 5.1채널 지원, 2만 5,000종에 달하는 방대한 콘텐츠, 게다가 상대적으로 저렴한 요금이 소비자들에게 효과적으로 어필했다는 평가다.

하나로텔레콤은 배우 '김정은'을 하나TV의 메인 모델로 세우며 대대적인 프로모션 활동에 들어갔는데, 정작 하나TV가 세간의 주목을 받게 만든 일등 공신은 아이러니하게도 케이블TV방송협회일 것이다. 하나TV가 이슈의 중심에 설수 있었던 것은 케이블TV 방송협회가 지난달 초 방송위원회에 하나TV에 대한 방송규제를 건의하면서부터 시작됐다. 이후 케이블TV방송협회는 정보통신부에 하나TV 관련 공식 질의서를 보냈고 동시에 검찰 고발까지 검토하고 있다고 공식



하나TV는 서비스가 시작된지 한달만에 4만여명의 가입자를 모집, 통방융합 서비스의 성공 가능성을 내비쳤다

발표하기까지 했다. 이에 대해 하나로텔레콤도 케이블TV방송협회가 검찰에 고발할 시 무고죄, 업무방해죄, 신용훼손죄, 명예훼손죄 등의 사유로 검찰에 맞고발할 계획이라고 발표하며 정면 대응, 양측의 대립은 극에 달했다.

케이블협, 동일 규제 원칙 주장

양측의 이러한 날선 대립은 이제는 진부하게까지 느껴지는 '통신이냐, 방송이냐' 하는 영역 문제 때문이다. 기술의 발달로 통신과 방송의 영역 구분이 무의미해지고 있는 지

금, 아직까지 이를 다룰 새로운 제도의 틀을 갖추지 못한 것이 이번 논란의 원인을 제공한 것.

케이블TV 업체들의 요구는 간단하다. 자신들에 대한 규제를 완화해 주든가 아니면 하나TV도 케이블TV와 똑같은 규제를 적용해야 한다는 것이다. 케이블TV방송협회 관계자는 "케이블TV와 위성방송이 제공하고 있는 VOD서비스와 하나TV는 동일한 서비스인데, 케이블TV는 방송이라는 이유로 요금 및 방송심의 규제를 받는 반면, 하나TV는 통신부가서비스로 분류돼 아무런 제재도 받

지 않고 있다”고 불만을 토로했다. 이에 대해 하나로텔레콤은 하나TV는 기획·편성·제작을 하지 않기 때문에 방송이라고 볼 수 없다고 주장하고 있다.

또한 케이블TV방송협회는 하나TV가 방송심의 규제를 받지 않기 때문에 성인물 및 저급 콘텐츠의 범람 문제를 야기 시킬 수 있다고 지적했는데, 이에 대해서도 하나로텔레콤은 자신들이 확보한 콘텐츠는 이미 방송심의를 마친 프로그램으로 아무런 문제가 될 것이 없다고 반박했다.

업계에서는 통방 융합 시대를 대비해서 케이블방송이 시장의 환기를 시키는 사전 작업의 일환으로 이번 사태를 바라보고 있다. 관망만 하고 있다가는 통신사업자에게 향후 방송 주도권까지 빼앗길 수 있다는 위기감이 번지고 있기 때문에 브레이크가 필요하다는 판단이다.

케이블TV 입지 축소 우려

하나TV의 최근 행보는 케이블방송 업체들을 당황케 하기에 충분하다. 디지털케이블방송을 시작한지 꽤 시간이 흘렀지만 전체 가입자수가 20만명을 밑도는 지금 상황에서 서비스를 개시한지 불과 한달여 만에 하나TV가 4만명의 가입자를 확보한 것은 상당한 성과라고 보고 있다. 게다가 하나TV의 이리



하나TV의 전국 대도시 순회 설명회 모습

한 선전으로 그 동안 잠잠했던 KT, 데이콤 등의 통신사업자들을 속속 TV포털 시장으로 끌어들이고 있어 케이블방송이 피부로 느끼는 위기감은 배가 되고 있다.

케이블방송 업계 관계자는 “일부 케이블방송을 제외한 대부분의 채널은 적자를 면치 못하고 있는 이 때, 통신사업자의 TV포털 출시로 유료방송시장이 붕괴될 지도 모른다”며 우려를 나타냈다.

게다가 최근 정보통신부와 방송위가 IPTV 시범 사업을 공동 추진한다는 계획을

발표하며 그 동안 지지부진했던 서비스 상용화도 가시권에 들어오고 있다. 이런 상황에서 케이블방송 시장을 TV포털에 잠식당한다면 입지는 점점 줄어들 수밖에 없다.

하나TV는 하나로텔레콤의 여러 서비스 중 단순히 하나의 서비스가 아니라 통신사업자의 방송 서비스를 대표한다는 데 지금의 의미를 찾을 수 있을 것이다. 케이블방송 업계가 하나TV에 과민 반응하는 이유다.

글 박현수 기자

싸이월드 대만 진출

SK커뮤니케이션즈의 1인 미디어서비스인 싸이월드가 지난달 24일 대만서비스를 오픈했다.

지난해 중국과 일본, 그리고 지난달 15일 오픈한 미국에 이어 네번째로 서비스를 오픈한 대만 싸이월드는 이를 위해 지난 해 홍콩의 무선콘텐츠사업자 체리픽스사와 싸이월드타이완 합작법인을 설립, 서비스를 준비해 왔다.

이번 대만 싸이월드 공식오픈은 현재 야후타이완, MSN Space, 사진앨범서비스 레치(Wretch) 등으로 대표되는 현지 커뮤니티서비스 시장에 새로운 변화를 가져올 전망이다.

특히 회사측은 음악·동영상·사진·디지털아이템 등 싸이월드가 제공하고 있는 멀티미디어 기능들에 큰 기대를 걸고 있다. 베타서비스 기간 중 조사한 현지 이용자들 반응 역시 무제한 용량이나 편리한 사진앨범관리 기능, 디지털아이템 등에 적극적인 관심을 보였다.

또한 싸이월드는 세계적 수준의 무선인터넷환경을 갖추고 있는 대만시장의 특성을 감안, 빠른 시일 내 모바일 싸이월드의 현지 서비스도 함께 제공해나간다는 계획이다.

싸이월드타이완의 도토리는 같은 의미의 ‘송구어(松果, 송과)’, 일촌은 아주 친한 친구를 의미하는 ‘마치(麻吉, 마길)’로 사용된다.

유현오 SK커뮤니케이션즈 대표는 “인터넷 및 이동통신 분야에 있어 앞선 경쟁력을 보유하고 대만은 싸이월드가 멀티미디어 기반의 차별화된 1인 미디어서비스로 안착, 성장할 수 있는 토양을 지니고 있다”며 “이번 싸이월드 오픈이 향후 대만은 물론 거대한 성장 잠재력을 지닌 동남아 지역 진출의 교두보로 성장, 자리 잡을 수 있도록 지속적인 지원과 노력을 아끼지 않을 것”이라고 밝혔다.

“고품격 콘텐츠로서 UCC 가능성 크다”

UCC 기승전결 세미나서 제기 … 동영상 콘텐츠가 화두

디지털콘텐츠미래포럼은 최근 UCC의 산업화 가능성을 진단하고 활성화 방안을 모색하는 ‘UCC 기승전결 세미나’를 개최했다.

이번 세미나에서 첫 번째 주제발표자로 나선 오창호 한신대 교수는 “웹 패러다임의 변화가 가속화되면서 참여와 개방을 통한 분산/자율 네트워크 시대가 도래했다”고 전제하고 “웹2.0은 웹이 진화한 것이 아니라 그 본질을 잘 활용한 비즈니스 형태가 살아남은 것”이라고 말했다. 특히 오 교수는 UCC 중에서도 동영상 분야에 주목해야 한다고 보고 이 모델은 보다 다양한 형태로 결합될 것이라고 내다봤다. 아울러 그는 개성 있는 소비자의 참여가 늘어나고 있고, 전문가 수준의 UCC 콘텐츠 늘어나고 있다는 점이 UCC를 더욱 주목받게 하고 있다고 강조했다.

두 번째 주제 발표에 나선 김경익 판도라 TV 사장은 “이제는 UCC가 무엇인가에 초점을 맞추기 보다는 앞으로 어떻게 발전할 것인가에 주목할 시점”이라고 말했다. 특히 김 사장은 기존 인터넷 방송은 “방송답지 못했다”고 지적하고 속도나 기술 측면에서 현재의 UCC와 구별된다고 말했다. 이어 김 사장은 판도라 TV의 UCC 동영상 서비스를 예로 들면서 향후 UCC의 산업화 가능성에 대해서 진

단했다.

그는 “인터넷 사용자들에게 저장공간을 무한대로 확대하고 안정적인 전송속도를 확보해 준 결과 동영상 UCC 마니아들이 판도라 TV에 큰 관심을 갖게 됐다”며 “현재 네이버의 지식인 등에 집중된 포털 지향적인 생각을 버려야 UCC에 대한 폭넓은 이해가 가능해진다”고 말했다. 아울러 그는 현재 UCC를 통해 얻은 수익을 UCC제작자에게 되돌아가게 하는 방안을 검토하고 있다고 밝혀 눈길을 끌었다.

한편, UCC의 기술적 확장에 대해 발표한 박지원 NVL소프트 사장은 “UCC는 기술적

으로 유저들이 얼마나 손쉽게 빠르게 창작 콘텐츠로서 승화시킬 수 있도록 할 것인가가 중요하다”고 전제하고 “빌딩·네트워크·디바이스·서버 등의 표준화 기술이 UCC 활성화의 기반이 될 것”이라고 밝혔다.

이밖에 김영주 SBS인터넷 이사는 선정적이고 자극적인 콘텐츠, 저작권 미해결 콘텐츠가 UCC의 문제점이자 활성화를 위한 선결과제로 꼽았고, 신경섭 KT 부장은 무한대 채널이 제공되는 IPTV 시대에서는 고품격 UCC가 콘텐츠 부족 현상을 해소할 수 있을 것이라고 전망했다.

글 양기석 기자

IITA, 제2회 미래 성장 동력 전시회 개최

정보통신연구진흥원(IITA) 디지털콘텐츠 및 SW솔루션 사업단은 이달 28일부터 30일까지 서울 간 제2회 미래 성장 동력 전시회를 개최한다.

이번 행사에서는 IITA에서 관리하고 있는 과제 중 정보통신부를 비롯한 4개 정부 부처에서 개발한 다양한 연구성과물이 소개된다. 대표적인 전시품목으로는 영화 <한반도>와 <호로비츠를 위하여>에 적용된 실사/컴퓨터 그래픽 합성 및 디지털 액터 제작기술, 고희 등 유명 화가의 붓 터치 기법을 재현한 초상화 제작기술, 크로스플랫폼 게임엔진 기술, 저작권 보호를 위한 멀티 플랫폼 DRM 및 불법 콘텐츠 추적기술, 공개 소프트웨어 표준 운영체제 등이다. 특히 초상화 제작기술 시연 부스에서는 방문자의 초상화를 컴퓨터로 즉석에서 그려주는 이벤트도 열 예정이다.

투워, 스페셜포스 “게 셋거라!”

2차 세계대전 배경...실감나는 그래픽과 타격감 제공

〈스페셜포스〉와 〈서든어택〉으로 양분된 FPS 게임 시장에 2차 세계대전을 배경으로 한 〈투워(2WAR)〉가 도전장을 내밀었다.

프리첼은 지난달 2일 자사의 게임 포털 ‘프리첼게임’ 과 신규 FPS게임인 〈투워〉의 런칭 발표회를 갖고 본격적인 게임 퍼블리싱 사업에 진출했다.

이로써 프리첼은 지난 5월 선보인 동영상이 서비스 〈Q〉와 새롭게 진출하는 게임퍼블리싱 사업을 두 축으로 ‘디지털 엔터테인먼트 포털’의 비전을 실현할 수 있는 근간을 마련했다.

손창욱 프리첼 대표는 “프리첼은 지난 1년여 동안 관련 전문가들이 모여 게임 포털을 준비해 왔으며, 웹보드 게임 포털인 노라조에 대한 다년간의 운영 노하우도 보유하고 있다”며, 프리첼의 게임 사업이 일회성이 아닌 장기간의 준비기간을 거쳤음을 강조했다.

이 날 프리첼이 첫번째 퍼블리싱 게임으로 발표한 〈투워〉는 신생 개발사인 시온소프트가 2년여의 개발기간을 거쳐 첫 선을 보인 작품. 2차 세계대전을 배경으로 하고 있는 〈투워〉는 철저한 고증을 바탕으로 역사적 사실을 재구성한 에피소드 방식의 게임이다. 첫 번째 시나리오인 에피소드 1 킬링필드는 자연 지형



2차 세계대전을 배경으로 한 정통 FPS 게임 〈투워〉

을 배경으로 하는 양방향 지형 전투가 주를 이루게 되며, 오마하·벌지·디에프·비스마르크 등 실제 2차 세계대전 당시 격전지를 표현한 총 6개의 맵이 등장한다.

그러나 이미 〈스페셜포스〉, 〈서든어택〉, 〈위독〉 등의 게임들이 FPS 시장을 점령하고 있는 상태에서, 이들과 차별화된 요소가 없는 성공 가능성이 희박한 것이 사실. 이에 대해 개발사인 시온소프트는 ▲PC게임에 버금가는 사실감 있는 그래픽 ▲정준준 모드, 2차 대전시 등장했던 무기들의 실제 데이터를 적용한 총기 조작 등 임팩트 강한 타격감 ▲다양한

전투 모드 및 대규모 집단 전투 시스템 등을 〈투워〉의 차별화된 점으로 꼽았다.

손 대표는 “〈투워〉는 2차 세계대전이라는 배경과 뛰어난 그래픽, 완성도면에서 기존 FPS 게임과는 분명한 차이점이 있다”며 “성장 잠재력이 높은 FPS 시장에 차별화, 특성화된 게임을 출시하는 만큼 유저들의 마음을 사로잡을 수 있을 것”이라고 자신했다.

프리첼의 첫번째 퍼블리싱 게임인 〈투워〉가 과연 FPS 시장에 새로운 바람을 몰고 올 수 있을지 관심이 모아지고 있다.

글 박현수 기자