

방송통신분쟁 ISSUE REPORT

- U.K.** 영국, 주문형 서비스 시장에 대한 주도권 논쟁
- CHINA** 중국의 인터넷폭력 대응논의와 전망
- CANADA** 아이폰 이용료 분쟁을 통해 본 캐나다 무선통신 시장의 위기
- USA** 광대역 촉진계획과 DPI 문제를 둘러싼 논란
- FRANCE** 프랑스의 공영 방송법 개정을 둘러싼 논쟁
- CHINA** CMMB vs TD, 중국 모바일 TV 패권 다툼



방송통신분쟁 ISSUE REPORT

통권 5호 2009. 4

발행인 최시중

발행처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20 방송통신위원회

(세종로 100번지)

Tel. 02-750-1114

발행일 2009년 4월 25일

제 작 (사)미디어미래연구소 (02-3471-4173)

인쇄처 서울 프로아트 (02-2268-2558)

월1회 발행. 비매품

『방송통신분쟁 이슈리포트』는 미디어미래연구소가 방송통신 정책연구용역 사업의 일환으로 정보통신진흥기금을 지원받아 발간하였습니다. 여기에 게재된 내용은 방송통신위원회의 공식 의견과 다를 수 있습니다. 본 보고서의 내용은 무단 전재할 수 없으며, 인용할 경우 반드시 그 출처를 명시해야 합니다.



통권 5호 2009. 4

C O N T E N T

U.K.	영국, 주문형 서비스 시장에 대한 주도권 논쟁	1
CHINA	중국의 인터넷폭력 대응논의와 전망	13
CANADA	아이폰 이용료 분쟁을 통해 본 캐나다 무선통신 시장의 위기	24
USA	광대역 촉진계획과 DPI 문제를 둘러싼 논란	33
FRANCE	프랑스의 공영 방송법 개정을 둘러싼 논쟁	48
CHINA	CMMB vs TD, 중국 모바일 TV 패권 다툼	60



영국, 주문형 서비스 시장에 대한 주도권 논쟁

최은경

통합 미디어 플레이어 ‘캥거루(Kangaroo)’ 프로젝트 무산

디지털 완전 전환이 이루어지는 2012년까지 3년을 남겨둔 현재 방송사와 통신사들은 시청자들에게 전례 없는 디지털 융합 서비스를 선보이며 선택의 문을 활짝 열어 놓고 있다. 채널 브랜드를 통해 상대적으로 풍부한 콘텐츠를 확보한 지상파 방송사들은 주문형서비스(on-demand)¹를 집중 개발하면서 다양한 형태의 디지털 서비스를 시행 중이다. 영국의 국가 브랜드를 자부하는 BBC는 BBC 트러스트로부터 주문형 서비스에 대한 ‘공공가치 테스트(Public Value Test)’를 받고 지난 2008년 온라인 미디어 플레이어 ‘BBC iPlayer’를 선보여 폭발적인 접속률과 괄목할 만한 성과를 이루었다. 이밖에 지상파 방송사들과 거대 위성 방송사업자인 BSkyB도 자체 개발 플레이어를 소개하는 등 디지털 융합 시대를 실감케 하고 있다.

지난해 영국에서는 주요 지상파 방송사들이 심혈을 기울여 합동 개발한 통합 미디어 플레이어 ‘캥거루(Kangaroo)’ 프로젝트가 주문형 서비스 시장의 공정경쟁에 위배된

미디어미래연구소 영국통신원 (러프버러대학교 박사과정)

¹ 본 글에서 논의될 주문형 서비스는 VOD(Video-on-demand) 서비스를 포함할 뿐만 아니라 포괄적인 의미의 주문형 서비스까지 정의하고 있다.

다는 규제 기관의 판결을 받고 무산되는 사건이 발생했다. 이번 조치는 영국이 미디어 산업 정책에서 보여준 탈규제를 감안할 때 예상 밖의 결과라는 후문도 있지만, 영국식 공공 서비스 방송 구조에 대한 일변의 개혁을 맞이하고 있는 상황인 만큼 방송과 통신 시장 전반에 시사하는 바가 크다. 이에 주문형 서비스 시장을 ‘공공 서비스’라는 거시적인 안목에서 접근하기 시작한 배경과 구체적으로 제시된 디지털 서비스의 전략을 살펴보도록 한다.

정책 구조 변화와 주문형 서비스 시장 논의

공공서비스 방송을 중심으로 방송 기술과 시장이 편성되었던 과거의 흐름을 보면, BBC가 겪은 개혁의 시련은 내부적으로는 조직의 큰 변화를 가져왔지만 디지털 뉴미디어 같은 많은 논란과 협상이 필요한 분야에 대해서는 획기적인 정책 결정 구조가 마련되는 단초를 마련했다는 측면이 있다.

공공적 서비스 방송구조의 중추적 역할을 하고 있는 영국의 BBC가 역사와 전통을 자랑하며 정치적 외풍으로부터 독립할 수 있었던 것은 영국 여왕이 허락하는 칙허장(the Royal charter)과 협정서(the Agreement)라는 독립된 법정 장치의 역할이 크다. 또한 수신료(licence fee)라는 탄탄한 재정 지원을 통해 독립된 기구로 경영과 감독을 자체 수행할 수 있게 한다는 것도 BBC만의 전통적 체제였다.

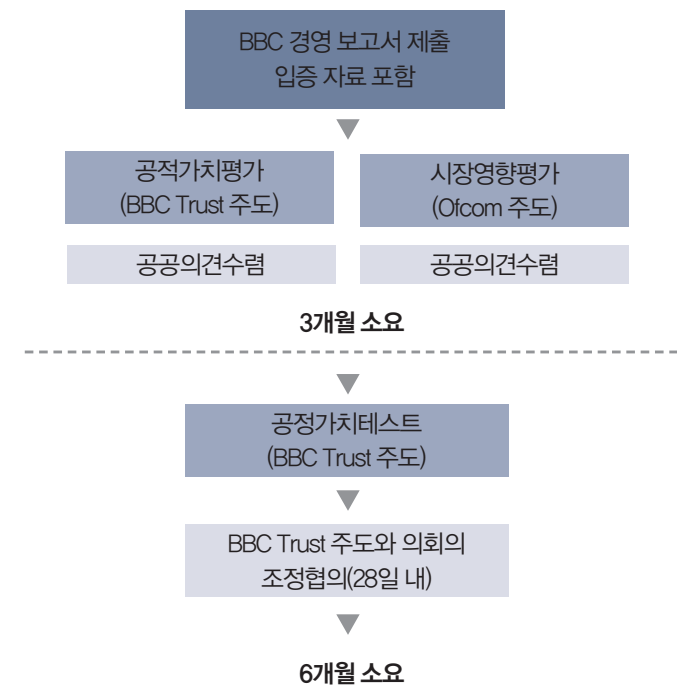
하지만 2005년 허튼 보고서 사건²의 파장과 번즈 경(Lord Burns)이 제출했던 〈번즈 보고서〉를 계기로 BBC는 스스로를 규제하고 감독하는 ‘BBC 경영위원회(Board of Governors)’를 폐지하면서 개혁을 단행해야 했다. 2006년 ‘BBC 백서’는 BBC 경

영위원회와 집행위원회(Executive Committee)의 모호한 역할 분담 문제에 대해, BBC 트러스트(BBC Trust)가 규제와 지배 기능을 전담하고 집행위원회는 BBC의 실질적인 경영 전반을 담당하는 것을 규정하고 있다.

BBC 백서에 따르면 BBC에 대한 전반적인 감시 권한을 인정하지 않는다는 보수적인 정부의 정책 기조는 트러스트가 출범하면서 부분적인 정부의 규제와 참여가 가능하도록 변경되었다. ‘BBC 백서’에서 소개된 이른바 ‘3중 잠금 장치’(triple lock)라는 체제가 바로 그 증거다.

BBC 트러스트는 문화부로부터 BBC의 공공서비스에 대한 개별 서비스 면허권을 이양 받아 BBC 내용물의 독창성 기준 여부를 지속적으로 검토하며, 신규 서비스 혹은 기존 서비스를 변경할 경우에는 트러스트가 ‘공공가치 테스트’를 진행한다.

〈그림 1〉공공 가치 테스트 과정



출처 : BBC 홈페이지(<http://www.bbc.co.uk>)

² 2003년 BBC의 이라크 정보 문건 보도 파문으로 국방부 무기 전문가 켈리 박사가 자살했고, 블레어 정부는 BBC와 대립하며, 허튼 경(Lord Hutton)을 책임자로 조사위원회를 열었는데, 2004년 허튼 조사위원회의 최종 보고서(Hutton Report)이후, 경영위원회 위원장 가빈 데이비스(Gavyn Davies)와 BBC 사장 그렉 다이크(Greg Dyke)가 사임했다.

이러한 정책 구조의 지각 변동 이후, 2006년 1월 오프콤은 BBC의 새로운 주문형 서비스에 대한 시장영향 평가³를 시행했고, BBC 트러스트는 2007년 새로운 주문형 서비스에 대한 공공가치 테스트를 발표해 오프콤과 세부 사항에 대한 적잖은 대립을 보이다 같은해 4월에 최종 보고서⁴를 발표했다. 2006년 BBC 집행 위원회가 주문형 서비스를 앞두고 제안한 4가지 핵심 안으로, 오프콤의 시장평가서에서 핵심적으로 논의가 되었던 쟁점들은 다음과 같다.

BBC 집행위원회가 제안한 주문형서비스 4가지

1.Seven-day TV catch-up over cable

영국의 주요 케이블 플랫폼인 'ntl 텔레웨스트'(ntl Telewest)와 홈초이스(Home choice)를 이용해 BBC 프로그램을 선택적으로 재방송해주는 '캐치 업'(catch-up) 서비스로, 영국 내 비 선형 서비스를 선호하는 다수의 시청자를 배려한 제안이다. 특히 시리즈물인 경우 마지막 시리즈가 방송된 후 7일 이내에 기존 시리즈의 시청이 가능하다. 예를 들어 6주 이상의 시리즈물이 6회 이상 연속 방송됐다면 마지막 에피소드가 방송된 이후 일주일 동안은 6편을 모두 볼 수 있도록 한다.

2.Seven-day TV catch-up over the internet

BBC의 프로그램이 방송된 후 7일 이내에는 홈페이지에서 재시청할 수 있으며, 시리즈물을 포함해 최초 시청을 하기까지 13주(약 3개월) 정도까지는 프로그램을 다운로드 받아 저장할 수 있다. BBC의 편성표 내용 중에서 가장 많은 프로그램을 서비스 대상에 적용할 계획이며, 특히 인터넷 이용자들이 선호할 것으로 예상된다. BBC는 현재 인터넷 사용자를 기준으로 볼 때 인터넷을 통해 프로그램 다운로드 서비스를 시작한다면 한 달에 프로그램을 다운로드 받는 양은 약 3기가바이트(GB) 정도로, 향후 5년 이내에 약 3억9천900만~8억3천100만 파운드 정도의 이익을 낼 것으로 추정했다. 때문에 보다 빠른 접속 속도를 보장하고, 가격을 낮추는 것이 앞으로 이 서비스의 핵심 과제가 될 것으로 내다보고 있다.

3.Simulcast TV over the internet(streaming of live television networks)

하나 이상의 채널과 매체에서 동시에 같은 프로그램을 방송한다는 계획으로, BBC의 초안에 따르면 지상파 BBC 채널에서 방송되는 프로그램이 인터넷에서도 동시에 접속이 가능하도록 한다는 계획이다.

4.Non-digital rights management (non-DRM) audio downloads over the internet (podcasting)

'디지털 저작권 관리(DRM: Digital Rights Management)'는 음악이나 연주회 등의 창조적 작품들이 디지털 전환 파일로 유포될 경우 저작권(copyright)을 보호할 목적으로 개발된 기술이다. BBC는 도서 읽기와 클래식 음악과 같은 비-DRM(non-DRM)을 제외한 콘텐츠를 바로 인터넷에서 다운로드 받을 수 있도록 하는 팟캐스팅(Podcasting) 방식을 제안했다. 또한 BBC 라디오 프로그램을 포함해 BBC TV 프로그램을 MP3나 아이팟 등의 멀티플 장치들을 통해 무기한으로 다운 받아 저장할 수 있게 허락한다는 것이다.

출처 : 해외방송정보(2007, 03) 참고

공공가치 테스트의 최종 결과 : iPlayer서비스 범위 축소

BBC 트러스트가 주문형 서비스에 대해 대체로 호의적이었다는 것은 사실이다. 하지만 첨예한 이해관계를 바탕으로 하는 뉴미디어 저작권 문제에 대해서는 조심스러운 입장을 보였는데, 특히 오프콤이 시장영향평가보고서를 트러스트에 제출한 이후 BBC 집행위원회의 서비스 범위가 대폭 조정되어 결정되었다.

첫째, BBC 트러스트는 BBC와 제작자가 갈등 하게 될 1차적 권리(primary right)⁵의 기준이 상업 텔레비전의 주문형 서비스와 DVD 대여나 판매점에 미칠 부정적인 영향을 고려해 프로그램을 다운로드받아 저장하는 기간을 집행위원회가 제안한 3개월에서 30일로 대폭 줄였다. BBC가 영국 내 방송사들 중에 프로그램의 저작권을 가장 많이 보유하고 있다는 사실은 현실적으로 고려되어야 할 문제였다. 물론 BBC에 수신료를 납부하는 시청자들의 무제한의 접속과 사용은 보호되고 유지해야 할 권리가 있다. 하지만 BBC가 상업적 이윤을 통해 양질의 콘텐츠에 재투자하는 것 역시 시청자들을 위한 중요한 역할이라고 이해되기 때문에 DRM 시스템을 강화하자는 논리

³ Ofcom (2006.1) BBC new on-demand proposals, Market Impact Assessment.

⁴ BBC Trust (2007, 4) BBC on-demand proposals, Public Value Test final conclusions.

⁵ BBC의 경우 1차적 권리(Primary Right)는 제작자가 소유하며, 상업적인 수입을 유발하는 프로그램의 양방향적 요소에 관련해 제작자에게 주어지는 수입 지분에 대한 논의가 첨예하다. 상업적 뉴미디어 저작권을 포함, 상업적인 활용에서 생기는 순 수입에 대한 BBC의 지분은 BBC의 1차 외 권리(non-primary)로 BBC 경영 수익으로 환원된다.

와 완전 개방하자는 쟁점은 절충안이 필요하다는 것이다.

둘째, iPlayer를 통해 제3의 다른 프로그램 공급자를 허용하도록 한다는 BBC 집행위원회의 제안은 원칙적으로 ‘불가’한다는 입장을 보였다. BBC 트러스트가 외부 프로그램 콘텐츠 공급자를 허용했을 경우, 그 파급 효과에 대해 보다 신중한 검토가 필요하기 때문에 구체적인 판단은 유보 상태로 남겨두고, 시장과 정책 관계자들의 의견을 수렴하겠다는 것이다.

마지막으로 BBC 트러스트는 ‘윈도우 미디어 플레이어’만을 통해 iPlayer를 이용할 수 있게 하자는 당초 제안을 거절하고, 마이크로 소프트의 운영체제뿐만 아니라 리눅스와 애플 사용자들 모두 소프트웨어 지원이 가능할 수 있도록 하는 플랫폼의 중립 정책(Platform Neutrality)을 요구했다.

BBC는 ‘공적 기구’라는 특수성 때문에 수익성 중심의 시장 선도를 우선 과제로 삼을 수 없지만, BBC 마크 톰슨 사장은 ‘창의적 미래(Creative Future Plan)’를 통해 BBC가 시청자들에게 먼저 다가갈 수 있는 뉴미디어 시스템을 구축해야 한다고 밝혔다. 즉 BBC는 시청자들이 콘텐츠를 자유롭게 검색하고 시청하며 경우에 따라 주문해 다운 받을 수 있게 하는 새로운 주문형 서비스에 주력해야 하는데, BBC만의 인터넷 미디어 플레이어(iMP), 즉 BBC iPlayer가 아날로그와 디지털 텔레비전, 라디오의 모든 콘텐츠를 전달하는데 중요한 역할을 하게 될 것이라는 것을 암시한 것이다. BBC 트러스트의 최종 보고서에 대해 당시 위성과 케이블 방송단체에서는 BBC 트러스트가 무엇을 해야 할 지를 명백히 보여주는 것이 아니겠냐며 환영하기도 했다. 하지만 일각에서는 BBC 집행위원회의 제안서에서 크게 벗어나지 않는 이번 보고서는 BBC가 뉴미디어 시장에서도 독보적인 존재가 될 수 있도록 정당화 시키고 있기 때문에 이미 예상된 시나리오가 아니냐는 비판의 목소리도 무시할 수 없었다. 그럼에도 불구하고 분명한 것은 영국에는 뉴 미디어 환경에서 살아 남기 위해 여전히 악전고투 중인 BBC만이 존재하는 것은 아니라는 점이다. 공공적 상업방송사로서 BBC와 북점 체제를 이루고 있는 ITV와 창의적인 색깔로 BBC의 빈자리를 채워주는 채널4와 상업방송사 Five 역시 뉴미디어 시장에서 상업성과 공공성이라는 두 마리의 토끼를

잡기 위해 고민하기 시작했고 그들의 정체성을 돌아보게 하는 중요한 기회를 만들고 있기 때문이다.

BBC, iPlayer 를 통해 주문형 서비스 안착 성공

BBC의 iPlayer는 2008년 1/4분기 동안 4천200만 번의 다운로드를 기록하고, 5월 기준 매일 평균 70만 건의 다운로드 성과를 보여주었다. 서버에 걸릴 과도한 부하라든가 스트리밍 과정에서 야기될 수 있는 기술적 문제점, 그리고 온라인 서비스를 통한 방송 콘텐츠의 시청 방식에 익숙하지 않은 영국 수용자들의 조건 등에 대한 초기 우려를 완전히 불식하고, BBC가 2007~2008년 동안 거둔 가장 고무적인 전략적 성과로 꼽힌다. 화질과 음질, 화면의 안정성에서 이룩한 뛰어난 성과는 물론이고 사용자에게 친숙한 인터페이스와 검색 환경, 양질의 콘텐츠로 이전보다 훨씬 폭 넓고 다양한 수용자들에게 전달될 수 있는 가능성이 현실화됐다. 실제 BBC 트러스트는 캐치업 서비스 초기 프로그램을 선택적으로 차별화하는 폐쇄적 서비스를 시작했지만 이는 iPlayer가 기대 이상의 성공을 거두자 완전 개방형으로 변화하기도 했다.

게다가 BBC iPlayer의 신디케이션에 대해서도 BBC 트러스트는 2006년 공공가치 테스트 당시 보수적인 입장으로 모바일 업체들과의 호환을 거부했지만 최근 모바일 방송뿐만 아니라 케이블 사업자 버진미디어(Virgin Media)로 서비스를 확대 하는 등 컴퓨터 화면을 넘어 다양한 플랫폼으로 진출하는 활발한 모습을 보여주고 있다. 이를 통해 공공 서비스 방송이 제공하는 양질의 효율적인 주문형 비디오 서비스가 성공하려면 공공의 이익을 고려한 엄격한 정책의 원칙과 함께 변화에 대처할 수 있는 탄력성이 필요하다는 것을 경험을 통해 보여 주고 있다.

2007년 말 BBC iPlayer 서비스가 본격적으로 선을 보였을 당시에는 iMP형태의 단순한 플레이어 형식이었는데, 지난 해 차세대 모델 개발에 주력하여 검색한 프로그램 목록을 저장하는 라이브러리 기능, 고화질 화면, 화면 선택, 온라인 방송, 캐치업 서

비스를 실시간 확인해 선택 접속할 수 있도록 업그레이드 되었다. 또, BBC의 콘텐츠들을 다양한 방식으로 즐길 수 있을 뿐만 아니라 Yahoo!, MSN, BlinkX 등 인터넷 포털 사이트와 베보(Bebo), 유튜브(Youtube)같은 동영상 전문사이트와 서비스를 연결할 계획을 밝힌 바 있다.



BBC iPlayer 홈페이지와 <The Apprentice> - Series 5 Episode 3 (2009.4)

미디어 전문지 <브로드캐스트>가 발표한 BBC iPlayer의 주요 이용자는 40대 미혼의 직장인으로 주로 가정에서 야간에 서비스를 이용하는 것으로 나타났다. 응답자의 44%는 BBC iPlayer에서 특정 프로그램만을 즐겨보고 있으며, 17%는 20여 개 이상의 프로그램을 골고루 시청하고 있다. 결국 인터넷과 컴퓨터를 즐겨 사용하는 젊은 세대들 보다 연령대가 높은 30대 후반에서 40대 초반의 시청자들이 BBC iPlayer를 애용한다는 것은 BBC iPlayer가 더 이상 초기 수용자(early-adopter)들의 전유물이 아니라 보편적 서비스로 인식되고 있다고 해석할 수 있다.

통합 플레이어 '캥거루'에 대한 논쟁

최근 영국의 주문형 서비스 방송 시장이 차세대 블루 칩으로 떠오르면서⁶ 경쟁도 치열해지고 있다. 그리고 지난해 BBC iPlayer가 주문형 서비스 시장에서 거둔 성과가 주목을 받으면서, BBC 월드와이드(BBC Worldwide)⁷를 포함한 ITV와 채널4가 조인트 벤처를 이뤄 개발한 통합형 미디어 플레이어 캥거루에 대한 기대가 컸다.

물론 대표적인 상업 방송사 ITV는 30일 캐치업이 가능한 ITV player를, 채널4는 '4oD'라는 플레이어를 자체 개발해 가지고 있다. 또한 900만이 넘는 유료 가입자를 보유하고 있는 영국 위성 방송사업자인 BskyB도 BBC iPlayer와 경쟁하기 위해 자체 개발한 'Sky plus'를 꾸준히 업데이트 해왔다. 하지만 유료방송사업자들에게 캥거루에 대한 존재는 위협적일 수 밖에 없었다.

통합 플레이어 캥거루 계획안

- 1 캐치업(catch up)은 30일을 기본으로 10,000 시간 이상의 아카이브 공급
- 2 유·무료 시청자들을 위한 광고 도입
- 3 지상파 콘텐츠의 90%를 무료로 공급
- 4 팟캐스팅을 위한 외부 장치와의 호환성
- 5 BBC iPlayer, itv.com, 그리고 channel4.com 의 캐치업 서비스와 연동 가능
- 6 캥거루가 소유한 권한은(저작권)은 제3자에게 판매 가능
- 7 참여 매체간의 VOD 서비스가 독립적으로 경쟁할 수 있도록 함

그러나 강력한 통합 미디어로서의 캥거루에 대한 첨예한 이해관계를 나타내고 있는 유료 방송사업자들(BskyB, Virgin Media, Tiscali TV, BT Vision, Arts Alliance

⁶ 초고속 인터넷 보급의 빠른 확산과 디지털 텔레비전 전환이 본격화되면서, 상대적으로 IPTV보다는 주문형 서비스를 애용하는 추세이다

⁷ BBC의 자회사로 수익 사업을 전담하는 회사이다.

Media, joost)이 지난 연말부터 경쟁위원회(Competition Commission)에 조사를 요구하면서 올해 봄 출범을 앞둔 켄거루에 큰 제동이 걸렸다.

최근 영국 방송가에 불어 닥친 공공서비스방송(PSB)에 대한 뜨거운 논의는 켄거루의 조사 결과에도 큰 영향을 미친 것으로 보인다. 영국의 경기 침체가 장기화될 전망을 보이면서, 지상파 방송사들마다 2012년 디지털 완전 전환 비용과 이후의 재정적 논의가 가장 큰 화두로 떠올랐다. 가장 큰 재정 적자가 예상되는 채널4의 경우 BBC 월드와이드와 합작투자를 하는 것으로 대안을 찾았지만 아직 정확한 행보는 불투명한 상태이다. ITV는 PSB가 요구하는 지역 뉴스와 어린이 프로그램 제작과 편성의무를 경감해 광고시장에서 인기가 높은 드라마와 오락 프로그램에 집중하겠다는 전략을 가지고 PSB 면허를 반납해서라도 침체된 광고 시장에서 재정 적자를 만회해야 한다는 다소 극단적인 의사를 밝혔다.

‘켄거루가 주문형 서비스 시장의 공정 경쟁을 위협할 만한 것인가’에 대한 논쟁은 이후 ‘과연 미래 주문형 서비스 시장을 누가 리드할 것인가’에 대한 현실적 논의로 이어졌다. 당초 채널4를 지원하라는 오프콤의 의사에 강력히 거부 의사를 밝혔던 BBC는 켄거루 프로젝트가 힘들다면 지상파 방송사들이 BBC iPlayer 방식으로 통합하자는 파트너십을 긴급 제안하는 사건이 벌어졌다. 경쟁 위원회는 켄거루에 대한 면허와 지적재산권 그리고 시장 영향력을 평가했고⁸, 결국 유료 방송사업자들의 손을 들어주었다. 2002년 기업법(The Enterprise Act 2002)에 의거해 공정거래무역청(OFT, Office of Fair Trade)이 규정하는 신규 사업자 안을 보면 켄거루는 기존 시장의 25% 이상을 점유할 가능성이 있기 때문에, 주문형 서비스 시장의 공정 경쟁을 훼손할 수 있다는 것이 경쟁 위원회의 의견인 것이다.

그러나 〈브로드캐스트〉가 실시한 여론조사에서는 응답자의 67%가 경쟁 위원회의

이번 결정이 부적절했다는 의견을 나타냈다. 이들은 무엇보다 소비자(시·청취자)의 입장에서 통합 플레이어를 이용하는 편리함과 켄거루가 가지고 있는 무료 캐치업 서비스의 큰 장점을 무시할 수 없다는 것이다. 디지털 다매체, 다채널 시대에 시청자들의 분극화는 심화되고 있고 유료 방송 사업자들, 특히 영국 최대의 위성 사업자 BskyB와 케이블 최대 사업자 버진미디어(Virgin Media)는 디지털 온라인 시장 경쟁을 부추기며 서비스 가격 결정을 주도하고 있다는 것이다. 하지만 이해관계를 달리하는 텔레비전과 영화 제작자협회(PACT, Producers Alliance for Cinema and Television)는 켄거루가 가지고 있는 플랫폼 가격 경쟁과 독립제작사들간의 공정거래 조정 문제를 우려하며 이번 결정을 반기고 있다.

결국 최대 유망주로 꼽고 있는 영국의 주문형 서비스 시장은 BBC의 iPlayer라는 주류와 독립적인 지상파 방송사들 그리고 유료 서비스 사업자들이라는 주변인들로 채워진 셈이다. 물론 BBC에 지나치게 집중화 된 공공 서비스 방송 체제가 예상되기 때문에 이번 결정에 대한 비판과 우려도 쉽게 가라 앉지는 않을 것으로 보인다. 하지만 켄거루 프로젝트에서 주목해야 할 점은 주문형 서비스의 가능성을 확인시킨 BBC iPlayer가 겪었던 충분한 정책 검증 과정과 탄력적인 시장 적응력일 것이다. 물론 여기에는 BBC와 정부가 이룬 개혁의 결과로써 정책 구조에 큰 변화가 작용한 것도 사실이다. 그럼에도 불구하고 현재 공공서비스 방송의 본질과 현실성을 두고 최대 위기를 맞이한 영국은 문화부가 새롭게 디자인하고 있는 ‘디지털 영국(Digital Britain)’을 통해 주문형 서비스 시장뿐만 아니라 디지털 방송통신 시장에 로드맵을 제시해 줄 것으로 예측된다.

⁸ Competition Commission (2009.02) BBC Worldwide Limited, Channel Four Television Corporation and ITV plc, A report on the anticipated joint venture between BBC Worldwide Limited, Channel Four Television Corporation and ITV plc relating to the video on demand sector.

● 참고 문헌 ●

해외방송정보 (2006~2008).

Broadcast (2008.12.5). Kangaroo poised to shake off competition shackles.

_____ (2009.2.13). Was the CC decision on Project Kangaroo right.

Guardian (2008.12.10). BBC has 'empire' attitude to PSB.

_____ (2008.5.2). BBC iPlayer on all TV platforms by 2009.

_____ (2009.2.10). Digital Britain report: why Lord Carter should get real.

영국 경쟁위원회 홈페이지 www.competition-commission.org.uk

BBC 홈페이지 www.bbc.co.uk/bbctrust

Ofcom 홈페이지 www.Ofcom.org.uk

PACT 홈페이지 www.pact.co.uk



중국의 인터넷폭력 대응논의와 전망

박 동 주

@ 2008년 처음 법적 판단 받은 인터넷 이슈 '인육수색'

2009년 1월 13일, 중국 인터넷 정보센터(CNNIC)는 <제23차 중국 인터넷 발전 현황 통계보고>에서 2008년 말 현재 중국의 인터넷 사용자는 2.98억 명, 광대역 인터넷 사용자는 2.7억 명, 국가 도메인(.cn) 수는 1,357만여개로 관련지표에서 세계 1위를 차지하고 있는 것으로 밝혔다. 아울러 인터넷 보급률도 22.6%로, 처음으로 전 세계 인터넷 평균 보급 수준 21.9%를 넘어섰다고 밝혔다.

그러나 인터넷 산업의 양적인 성장과 더불어 인터넷 문화의 역기능 현상이 함께 발생하고 있다. 즉, 인터넷을 통한 불건전정보의 유통, 온라인상의 개인정보 침해의 문제, 그리고 스팸 메일 발송 문제 등이 상당한 사회문제로 등장하고 있는 것이다. 그 중에서도 미국 <타임>지에도 보도된 중국의 인육수색(人肉索艘: Manpower Search)이라는 현상은 중국 인터넷 관련 이슈 중에서 가장 뜨거운 화제 중 하나다.

중국에는 인육수색의 성격을 단적으로 나타내는 말이 있다. “만일 당신이 누군가를 사랑한다면, 그 사람을 인육수색에 올려두라. 그러면 그 사람의 모든 정보를 아주 빨

미디어미래연구소 중국통신원 (인민대학교 박사과정)

리 얻을 수 있을 것이다. 당신이 만일 누군가를 미워한다면, 그를 인육수색에 올려두라. 왜냐하면 그곳은 지옥이기 때문이다.”

중국의 인육수색은 다양한 방식으로 이루지고 있지만 가장 많은 논쟁은 개인정보 검색과 관련된 부분에서 발생한다. 한국의 ‘개똥녀’ 사건과 같이 중국의 인육수색은 인터넷에서 한 사람이 문제제기를 하고, 여러 사람이 이에 대하여 답하면서 이루어진다. 이러한 과정에서 개인의 정보가 노출되고, 이러한 개인정보 침해가 오프라인까지 연장되면서 개인에게 심각한 손해를 입히게 된다.

이러한 인육수색 현상은 중국에서 2001년부터 시작되었으나 2008년 말 처음으로 법적 판단을 받았다. 중국에서 벌어지는 인육수색 행위는 개인 사생활을 침해할 가능성이 농후하고 실정법 위반으로 이어지기도 쉬우며, 도덕적인 문제도 야기할 수 있다. 이에 따라 인육수색이라는 중국 특유의 인터넷 문화에 대하여 정부와 학계, 법조계 그리고 전문가 집단에서 많은 논의가 진행되고 있다. 특히 2008년 3월 28일 인육수색의 피해자 왕페이(王菲)가 3개의 인터넷서비스제공자(이하 ISP: Internet Service Provider)를 명예훼손과 사생활 침해 혐의로 법원에 고소함으로써 인육수색이라는 인터넷 현상이 비로소 법적인 판단을 받게 되었고, 이 과정에서 다양한 논의가 이루어졌다. 특히 인육수색과 관련해 언론의 자유와 개인 사생활 침해 사이의 균형 확보와 관련된 문제가 주된 논쟁거리였다. 이 글에서는 중국의 인육수색 현상의 기본개념과 첫 번째 재판사례인 ‘사망블로그’ 사건에 대하여 개관하고, 이에 따라 인육수색과 관련된 법률현황과 개선논의를 고찰하기로 한다.

@ 중국의 인육수색(人肉索搜 : Manpower Search) 현상 개관

1) 개념

중국의 인육수색은 일종의 사람들의 협동을 통한 검색방식이라고 할 수 있다. 아울러 검색엔진을 이용한 검색의 보완적 역할로 간주된다. 2001년 mop(猫扑网) 웹사이트

트에서 벌어진 진자요(陈自瑶) 사건은 인육수색이라는 용어가 처음 사용된 최초의 사건이다. 이후 인육수색이라는 용어가 널리 퍼지게 된 것은 2006년 고양이 학대 사건을 인터넷에 올려 중국 네티즌의 분노를 일으켰던 ‘고양이 학대 사건’이다. 인육수색은 현대의 정보통신기술을 이용하되 기술적인 정보검색이 아니라 사람들 사이의 네트워크를 이용한 검색활동이다. 중국의 인터넷검색 엔진방식 중에서 mop(猫扑网)은 비교적 성공한 인육수색을 위한 검색엔진 사례로 보도되고 있다.

인육수색은 다양한 방식으로 이루어지고 있다. 가장 보편적인 방법은 기존 구글이나 중국의 검색엔진 바이두(百度) 등이 컴퓨터의 검색기술을 이용하는 것과는 달리 질문과 대답으로 구성된 방법이다. 우선 질문자가 질문을 던지면 네티즌이 자기가 가진 지식이나 경험을 통해 이 사례에 답하는 방식으로 이루어진다. 속도면에서 인육수색은 자동으로 이루어지는 컴퓨터의 검색엔진보다 빠르지 않지만 검색엔진으로 얻을 수 있는 결과와는 비교할 수 없이 정확하고 방대한 정보를 제공할 수 있다. 이러한 검색방식에 대해 사람들 사이의 교류를 증진시키고 인간이 지식을 습득하는 경로를 확대한다는 긍정적인 측면과 함께 개인에 대한 정보 검색과 관련된 개인정보의 침해라는 부정적인 측면이 동시에 존재하기 때문에 이와 관련해 상당한 논쟁이 진행 중이다.

2) 인육수색 사례와 논의 현황

중국에서는 2001년 마이크로소프트의 ‘진자요(陈自瑶) 사건’부터 2006년 ‘고양이 학대 사건’, ‘동수문(铜须门) 사건’, 2007년 ‘지양앤(姜岩) 자살사건’, 2008년 ‘장주범 어린이 사건(很黄很暴力: 매우 음란하고, 매우 폭력적)’, ‘북경 자동차 전시회 미녀청소부 주홍 인터넷 사건’, ‘요녕성 여자의 사천지진 이재민 모욕동영상 사건’ 등 시간이 지날수록 인육수색 사례는 점점 증가하고 있으며, 그 정도도 심해지고 있다. 하지만 중국 네티즌은 인육수색을 그다지 큰 문제로 생각하지 않은 듯하다. 실제로 Sina(新浪) 웹사이트에서 실시된 ‘동수문(铜须门)사건에 대한 인육수색을 어떻게 생각하는가’에 대한 설문조사에 참여한 네티즌 중 4,276명은 ‘부도덕적 행위는 반드시

시 책임을 물어야 한다'고 대답했고, 1,633명의 네티즌은 '도덕적 비난은 개인의 사생활을 침해해서는 안된다'고 대답했다. 그리고 586명은 중립적인 입장을 취했다. 중국의 복단대학 사회학과 우해(于海) 교수는 점점 더 많은 인육수색사건들이 사형(私刑) 사적인 처벌: 편집자 주)의 방식으로 발전하고 있기 때문에 적극적으로 법률문제로 다루어야 한다고 주장한다. 또 다수의 네티즌에 의해 이루어지는 인육수색이 종종 선행과 진실을 찾는다는 명분으로 다른 사람의 잘못을 추적하고, 그 과정에서 도덕적 한계를 벗어나게 되어 일종의 사적 형벌을 집행하는 결과를 초래한다고 지적한다. 이 과정에서 인육수색 자체가 사생활 침해와 같은 또 다른 불법행위로 이어질 가능성이 다분하다. 2008년 초, '장주범 어린이 사건'에서는 인육수색의 대상이 되었던 13세 어린이에 대하여 무차별적인 인육수색이 이루어졌고, 이로 인해 그녀의 개인정보는 인터넷상에 모두 공개되었으며, 어린이 개인의 모습을 악의적으로 편집한 동영상 상이 대량으로 살포되었다. 이로 인하여 장주범 어린이는 큰 정신적 충격을 받은 것으로 알려졌다. 이에 대해 상해사회과학원 장건민(张建敏)은 장주범 어린이 사건 사례에서 인육수색을 당한 사람은 겨우 어린아이였고, 그녀의 세계관, 인생관이 아직 성숙하지 않은 상태였는데, 단지 그녀의 몇 마디 말이 적절하지 않다는 이유로 그녀를 인육수색의 대상으로 삼아 공격하고 모욕하는 행위는 중국의 인터넷 문화의 기형적이고 편향적인 모습을 드러낸 것이라고 언급했다.

@ 인터넷폭력 관련 제1호 재판사례 -사망블로그(死亡博客)사건

1) 사건개요

2007년 12월 29일, 왕페이(王菲)의 아내 지양앤(姜岩)이 24층의 아파트에서 뛰어내려 자살하는 사건이 일어났다. 자살 전 2개월 전부터 지양앤은 블로그에 자신의 심리 상태를 기록했고 자살하던 당일 블로그에 게시된 글을 공개했다. 블로그에서 그녀는 자신의 남편 왕페이의 외도로 인하여 자살을 선택하게 되었다는 사실을 밝혔다. 그

후 지양앤의 블로그를 네티즌이 발견하게 되었고, 왕페이와 그의 애인에 대한 인육수색이 전개되었다.

이후 2008년 1월 10일, 중국의 3개 인터넷사이트에서 관련 내용이 게시되기 시작했다. 대기망(大旗网)은 '24층에서 뛰어내려 자살한 MM 최후의 일기'라는 특별보도를 실었고, 천애(天涯)라는 인터넷 토론방에서는 같은 날 '여러분 안녕하세요, 나는 지양앤(姜岩)의 언니입니다'라는 글이 게시되었다. 이와 함께 지양앤의 학교친구 장러이(张乐奕)는 1월 11일 북비적후조(北飞的候鸟)라는 인터넷사이트에 관련 사실을 공개했다. 이렇게 공개된 글들 일부에서 왕페이와 그의 내연녀의 이름, 그리고 왕페이의 직장, 집주소 등의 정보와 왕페이 가족의 성명, 사진, 주소 등의 개인정보가 공개되었고, 그 후 심한 욕설 등의 댓글이 빠른 속도로 게시되기 시작했다. 심지어 어떤 네티즌은 왕페이 부모가 살고 있는 집 때문에 '현모양처를 강제로 죽였다', '천박한 사람', '피에는 피로 갚자' 등의 글을 써놓기도 했다. 왕페이는 자신의 고소장에서, 이 사건 이후로 그의 생활은 여러 방면에서 아주 심각한 영향을 받은 것으로 밝히고 있다. 편지를 수령하는 것에 대한 공포를 느꼈을 뿐만 아니라 직장을 그만두어야 했고, 부모가 살고 있는 주택입구에는 언제나 여러 종류의 낙서들이 발견됐다.

3월 28일 인육수색의 대상으로 고통을 받던 왕페이는 명예훼손혐의로 3개의 인터넷사이트를 고소하게 되고 이를 북경시 조양구 인민법원에서 수리해 심리했다. 이와 같은 사건은 인터넷의 보급과 함께 등장하는 새로운 형태의 사건으로, 중국 법원은 인터넷 네트워크와 법조계의 전문가들로 조직을 구성해 판결에 필요한 토론과 연구가 이루어지도록 했다. 또한 법원내부에서도 법관들로 구성된 전문연구팀을 구성해 이 사건을 연구하도록 했다. 그 결과 12월 18일 이 사건에 대한 판결이 나오게 됐다.

2) 판결내용

중국법원은 판결문에서 피고 장러이에게 원고 왕페이에 대한 권리침해 행위를 정지하고, 북비적후조의 인터넷사이트에서 문제가 된 3편의 글과 원고 왕페이와 그의 내연녀 동모 씨의 사진을 삭제하고, 인터넷 사이트에 원고 왕페이에 대한 사과문을 게

재하는 한편 손해배상을 할 것을 판결했다. 아울러 대기망에 대해서도 이와 비슷하게 관련 문장제거와 사과문 게재, 손해배상을 할 것을 판결했다. 그러나 천애에 대해서는 이러한 사건 후에 자진해서 관련 글을 삭제했으므로 권리침해가 구성되지 않는다고 판결했다.

이와 함께 중국법원은 이 사건을 심의하면서 발견한 중국 인터넷에 존재하는 문제점에 대해 공업신식화부에 관련 내용을 정리한 건의서를 제출했다. 그 내용은 첫 번째, 인터넷 운영 중 존재하는 문제에 대하여 인터넷사이트 및 관련 주체들의 행위에 유효하고 적절한 감독을 행할 것을 주문하고 있다. 즉, 인터넷사이트에 대한 관리감독을 강화하고 인터넷사이트의 불법적인 행위에 대해서는 즉각적인 조사와 처리가 필요하고 적절한 기술적 방법을 사용한 네티즌 감독 행위의 필요성을 강조한다. 두 번째로 인터넷이 급속하게 발전하는 현실에 대응하기 위해 인터넷의 운영과 발전양상 전반에 대해 합리적인 공적 개입의 필요성을 언급한다. 새롭게 등장하는 인터넷 관련 현상에 대하여 관심을 기울이고 적시에 지도하여 인터넷의 건전한 발전을 유지하고 촉진하여 선진 인터넷문화를 건설하고, 건강하고 질서 있는 발전을 추진할 것을 주문한다.

@ 중국 관련 법제도 현황과 개선 논의

인육수색과 관련된 법적인 권리침해를 논하는데 있어서 주된 침해 행위는 초상권침해, 명예훼손, 사생활침해 3가지로 나누어 살펴볼 수 있다. 이 글에서는 사생활 침해에 대하여 구체적으로 살펴보기로 한다.

1) 법제도 현황

중국 법률에서 개인 사생활 보호와 관련된 내용은 헌법과 민법통칙에 존재하지만 비교적 원칙적, 선언적인 규정이라고 할 수 있고, 명확하게 개인의 사생활을 보호한다

고 규정하고 있는 법률은 없는 실정이다. 1986년 제정된 중국의 민법통칙에는 생명건강권, 성명권, 명칭권, 초상권, 명예권, 영예권 등의 인격권만을 규정하고 있을 뿐 개인 사생활에 대한 명문규정은 없다. 다만 1988년의 최고인민법원의 〈민법통칙의 관철집행에 관한 약간 문제의 통지〉에서 ‘간접적인 보호방법을 채택하여 명예권의 범주에 사생활에 관한 권리를 포함하고 타인의 사생활을 침해했을 경우, 명예훼손을 조성하고 명예훼손의 혐의로 민사상책임을 추궁할 수 있다’고 명시하고 있다. 아울러 〈최고인민법원의 명예권 안전심리에 관한 약간 문제의 해답〉에서는 ‘타인의 동의를 구하지 아니하고 무단으로 타인의 사생활 관련자료를 공포하거나 서면, 구두형식으로 타인의 사생활을 공개하여 타인의 명예권에 손해를 입혔을 경우에는 타인의 명예권 침해로 처리한다’라고 명시했다. 이와 함께 〈최고인민법원의 민사권리침해에 대한 정신적 손해배상책임에 관한 약간 문제의 해석〉에서 ‘사회공공이익, 사회공중도덕을 위반하여 타인의 사생활 또는 기타 인격적 이익을 침해하는 경우 침해를 받은 자는 권리침해를 이유로 인민법원에 정신적 손해배상을 청구할 수 있다’라고 정하고 있고, ‘인민법원은 그 법에 의해 수리해야 한다’고 정하고 있다.

중국에서 인육수색과 관련하여 가장 논쟁이 되는 부분은 타인의 개인정보를 공개하는 경우, 이 행위를 개인의 사생활을 침해하는 행위로 볼 수 있는지 여부에 관한 것이다. 이런 논쟁의 주요한 원인은 사생활과 관련된 중국 법제도의 미비에서 기인한다고 볼 수 있다. 중국 학계에서도 이론적으로 개인의 사생활의 범위에 대해서 일관된 입장을 내놓지 못하고 있는 실정이다. 또한 실질적인 법 실무 적용에서도 어느 정도의 범위까지를 개인 사생활로 정할 것인가에 대하여 논쟁이 지속되고 있다. 어디까지가 개인 사생활에 속하는지, 이를 침해한 경우 어떤 법률적 책임을 져야 하는지, 그리고 개인 사생활과 개인 정보와는 어떤 차이가 존재하는지에 대한 다양한 논의가 전개되고 있다.

아울러 인터넷 토론방 등을 제공한 ISP에 대한 책임 유무와 책임의 범위에 대해 다양한 논의가 진행되고 있다. 기본적으로 인육수색행위는 ISP가 제공한 인터넷 플랫폼에서 정보수요자 및 정보제공자 사이의 정보교류를 통해 실현된다. 중국 법조계, 사

회학계 그리고 인터넷 관련 전문가들은 인터넷사이트에 대한 관리 강화를 주문한다. 중국은 인터넷정보서비스관리방법 제15조에서 'ISP는 타인을 모욕 또는 비방하거나 타인의 합법적인 권익을 침해하는 내용을 담은 정보를 제작, 복제, 공포, 전파하여서는 안 된다'라고 정하고 있다. 이와 관련해 ISP는 정보 내용이 타인을 모욕 또는 비방하는 것인지, 타인의 합법적인 권익을 침해하는지에 대해 판단하고 이를 감독할 의무가 있다고 간주된다. 아울러 인터넷전자공고(BBS)서비스관리규정 제9조에는 어떠한 사람도 전자공고서비스시스템에 타인을 모욕하거나 비방, 타인의 합법적인 권익을 침해하는 정보를 게시하여서는 안 된다고 규정하고 있다.

2) 개선논의 현황

인육수색 현상이 더욱 확대되면서 중국의 법조계, 사회학계, 인터넷 관련 전문가들은 입법적, 제도적, 행정적, 교육·홍보적 등 여러 차원에서 개선방안을 논의하고 있다.

A. 입법적 접근방법

중국에서는 아직까지 개인 사생활 보호에 대한 명확한 규정이 존재하지 않는 실정이다. 민법통칙에서 명예권을 인격권으로 보호하고 있고 이를 최고인민법원의 법 해석을 통해 개인 사생활을 명예권의 범주에 포함시켜 보호하고 있을 뿐이다. 이러한 간접적인 보호방법에 대해 개인의 사생활은 직접적인 명문규정을 통한 보호가 필요하다는 주장이 강하게 제기되고 있다. 지금까지의 간접적인 보호방법으로는 인육수색에 대한 개인 사생활 보호가 미흡하다고 보고 민법통칙에 개인 사생활 보호를 위한 직접적 보호규정을 신설하는 것이 인육수색으로 인한 사생활 침해를 막는 최선의 방법으로 고려된다.

아울러 개인정보보호법 초안이 2003년부터 전문가들에 의하여 제정되어 2009년 국무원에서 검토 중에 있다. 중국 법조계는 현재 개인정보의 도용과 남용 등의 문제가 나날이 심각해지고 있어 개인정보 보호를 위한 법 제정이 시급하다고 주장한다. 중국정부는 우선 개인정보 보호를 위하여 형법을 개정하여 개인정보 침해행위를 범죄

로 규정하여 결과적으로 개인정보 보호를 강화하는 방안을 추진하고 있다. 그러나 중국사회과학원 주한화(周汉华)교수는 개인정보보호를 위해서 민사책임, 행정책임, 형사책임의 3가지 측면의 유기적인 결합이 필요하다고 주장하면서, 정보화시대에는 개인정보침해가 빈발하고 일단 발생하면 그 손해를 회복하기 어렵기 때문에 정부의 적극적인 개입을 통한 조치가 필요하다고 주장하는 동시에, 개인정보 보호법의 조속한 제정이 필요하다고 주장한다.

B. 제도적 접근방법 - 인터넷실명제 도입논의

중국에서는 인육수색의 현상이 사회문제로 심화되면서 한국에서 도입된 인터넷실명제에 대한 도입논의가 광범위하게 전개되고 있다. 실제로 법조계, 사회학계, 인터넷 관련 전문가들은 인육수색의 문제가 심각하게 부각되면서 인터넷 실명제의 도입을 긍정적으로 보는 듯하다. 2002년부터 도입 여부가 검토되었던 한국의 인터넷 실명제 사례를 소개하면서, 한국의 인터넷실명제는 '게시판 실명제' 방식으로 게시판에 글 혹은 댓글을 올릴 때는 주민등록번호로 신분을 확인한 다음 자신의 필명 등으로 글을 올릴 수 있다고 설명한다. 한국이 인터넷실명제를 시작할 때에는 반대의견이 찬성의견 보다 많았지만 이른바 '개똥녀사건' 이후에 실명제의 찬성비율이 반대비율 보다 점진적으로 높아진 사실을 언급하고 있다. 중국의 한 조사연구기관에 의하면 중국사람 약 80%는 인육수색에 대해 더욱 좋은 규범이 필요한 것으로 보고 있다. 이와 관련해 28.8%는 인터넷실명제의 도입에 찬성하고 있다. 또 26.4%는 인터넷 관리자가 인육수색행위가 한계선을 넘지 않도록 관리 감독 강화에 찬성하며, 24.8%는 법 제정을 통하여 인터넷에 대한 규제를 전면적으로 강화해야 한다고 보고 있다.

C. 행정적 접근방법

기본적으로 인육수색행위는 인터넷 플랫폼을 제공한 ISP와 정보수요자 및 정보제공자를 통하여 실현된다. 따라서 ISP의 관리감독 의무 강화가 강하게 대두된다. 만일 ISP가 관리감독의무를 소홀히 한 경우에는 연대책임을 면할 수 없다는 것이 법조계

의 보편적인 인식이다. 관리감독의 필요성이 제기되었을 때, 우선적으로 ISP가 기술적 조치를 취해야 한다는 점이 강조된다. 즉, 기술적 조치를 통해 개인정보가 온라인 상에 유출되지 않도록 필요한 수단을 강구해야 한다는 의미이다. 그리고 ISP는 개인 사생활 침해가 명백한 사실에 대해서 키워드 필터링(filtering)과 같은 기술적 방법을 이용하여 사전적 예방 조치를 취하도록 하고, 개인정보가 공개되어 권리침해자의 요청이 있는 경우에는 사후적인 조치를 취하도록 입법 조치를 통해 제도화하는 방안이 고려되고 있다.

@ 앞으로의 전망

중국청년보사회조사센터는 텡선(腾讯)웹사이트에서 2,491명을 대상으로 인육수색에 대한 의식조사를 실시했다. 조사대상 중 약 47.3%는 인육수색의 인터넷 폭력 여부는 전반적인 상황을 고려해 판단하여야 한다고 답했다. 이와 함께 조사대상의 80%는 자신이 인육수색의 대상이 되는 것이 두렵다는 견해를 나타냈다. 중국의 한 인터넷 전문가는 인육수색에 대해 ‘모든 사람이 도덕적 평가를 할 수 있지만 모든 사람이 경찰이 될 수는 없다’는 말로써 그 대처방안을 제시한다. 네티즌이 사회의 정의를 구현하는 방식에도 그 사회가 정한 한계선이 있고 이는 법이 정한 범위를 넘지 않도록 해야 한다는 것이다. 이와 같은 인육수색은 개인 사생활 보호에 대한 법제도와 네티즌의 의식 미비, 도덕적 판단과 법률 판단의 경계에 대한 사회적 합의 부족, 집단적으로 사회정의를 추구하려는 의식 등이 복합되어 나타난 현상이다. 이와 같은 집단적 인터넷 문화에 대응하기 위해 중국 정부는 법제도적, 행정적, 홍보, 교육 등 다양한 방법으로 대책을 강구하고 있다.

● 참고 문헌 ●

张秀兰(2006.1). 《网络隐私权保护研究》, 北京图书馆出版社.

林漫佳外4人. 《浅析‘人肉搜索’对隐私权的侵犯及相关法律规制》, 广东外语外贸大学法学院.

白龙李(2008.4.18). 《人肉搜索：争论中的三大焦点》, 河南法学网讯
《反“人肉搜索” 第一案开庭》, 新京报.

杨京瑞(2008.8.18). 《人肉搜索引发争议 法律专家细分责任》, 法制晚报.

网络暴力第一案:司法建议监管网民言论引争议, 新京报. 2008.12.19.

北京市朝阳区人民法院审理王菲诉大旗网侵犯名誉权案民事判决书(2008).
朝民初字第29276号.

相关人肉搜索法律专题.

<http://www.98148.com.cn/article/news/zhuant>

网站纵容‘人肉搜索’拟追责侵权责任法草案再提交.

<http://media.people.com.cn/GB/8561270.html>

石岩. 《乐奕大旗网被判侵权天涯社区不构成侵权,网络暴力第一案宣判王菲获赔精神抚慰金8千元, 朝阳法院向工业和信息化部发出司法建议加强对网民言论的适时监管》.

中国法院网讯

<http://www.chinacourt.org/html/article/200812/18/336347.shtml>



아이폰 이용료 분쟁을 통해 본 캐나다 무선통신 시장의 위기

김상현



아이폰 이용료 과다 청구비용 소동

캐나다의 아이폰 가입자들 중 일부가 이용료가 과다 청구되었다며 서비스 제공업체인 로저스(Rogers)에 불만을 터뜨렸다고 애플 컴퓨터와 관련된 뉴스를 전문으로 다루는 맥엔엔(MacNN)이 2009년 3월말 보도했다. 이 보도에 따르면 가입자들은 공통적으로 아이폰 3G 서비스에 대해 '6GB당 월 30달러'의 데이터 플랜에 가입했었다. 이 조건은 로저스가 지난해 하반기 애플의 아이폰 3G 서비스를 캐나다에 독점 공급하기로 하면서 서비스 개시 기념상품으로 내놓은 것이었다. 이 데이터 플랜을 고른 이들은 몇 달이 지난 뒤 30달러 선이 아닌 '수백 달러'의 청구서를 받았다. 해당 데이터플랜 역시 사라진 후였다.

이러한 사태는 주소나 전화번호를 바꾸는 등 개인 계정 정보를 바꾼 이들에게 나타난 것으로 추정된다. 정보가 바뀌는 과정에서 개시 기념으로 로저스가 한시적으로 제시했던 '6GB당 30달러' 프로모션 상품의 번호도 사라졌다는 것이다. 일단 사라지

미디어미래연구소 캐나다 통신원 (캐나다온타리오주 법무부 정보정책 담당관)

고 나면 다시 프로모션 조건으로 되돌아가는 것도 불가능하다. 해당 프로모션이 이미 끝났기 때문이다. 그러나 개시 때부터 해당 서비스를 이용해온 가입자들은 프로모션 조건이 당초 약속대로 첫 3년 계약기간 동안은 지속되는것이 마땅하다고 주장한다. 또 하나 문제는 로저스의 고객센터 담당자들 수준에서 그 문제를 바로잡을 수 없다는 점이다. 이에 따라 다른 부분에서 할인율을 제공하는 식으로 과다 청구된 비용을 보전해줄 수밖에 없는 처지다.

로저스가 아이폰을 둘러싸고 소비자들의 불만을 산 것은 이뿐만이 아니다. 서비스를 개시하기 전부터 이미 불만의 대상이 되어 왔다. '독점 공급'이라는 조건을 무기로, 미국측 아이폰 서비스업체인 AT&T가 부과하는 서비스 이용료의 두 배 가까운 데이터플랜을 내놓았기 때문이다. 몇 년 동안 아이폰 3G의 캐나다 상륙을 고대해 온 소비자들 중 일부는 그룹을 만들어 정계와 언론계에 청원 운동까지 벌였다. 그러나 로저스는 한시적으로 '6GB당 월 30달러'라는 서비스 기념 프로모션 상품을 만들었을뿐이었다.



캐나다 무선통신 시장의 문제들

캐나다의 아이폰 소동은 여러 가지 면에서 그 동안 많은 캐나다 소비자와 기업들이 꽤 오랫동안 짐작해 온 내용을 확인한 데 불과하다고 볼 수 있다. 그 짐작은 캐나다가 휴대전화를 통한 데이터 이용료가 세계에서 가장 값비싼 지역 중 하나로 꼽힌다는 것, 그리고 그 때문에 새로운 종류의 모바일 서비스를 도입하려 할 때마다 '데이터 이용료'가 심각한 걸림돌로 작용한다는 것, 그래서 소비자들로 하여금 예상치 못한 '바가지 비용'이 청구될지도 모른다는 불안감을 갖게 만든다는 것, 그 때문에 모바일 시장의 자유로운 경쟁을 가로막으며 결국 모바일 이용자의 증가세도 그만큼 지연시키고 있다는 것이다.

아이폰 서비스가 캐나다에도 들어온다는 소문이 돈 지 1년이 넘도록 미국-캐나다 국

경을 넘지 못한 것도 무선시장에서 지지부진한 캐나다의 상황을 간접적으로 드러내는 대목이다. 2007년 1월 첫 선을 보인 애플 아이폰은 미국 시장에 같은 해 6월 서비스를 시작했고, 프랑스, 영국, 독일, 아일랜드, 그리고 오스트리아가 그 뒤를 이었다. 아이폰의 캐나다 도입이 늦어진 데는 범(凡) 유럽 이동 통신 시스템인 GSM(Global System for Mobile communications) 서비스를 쓰는 곳이 로저스 한 곳 뿐이며, 캐나다의 데이터 이용료가 무제한 데이터 이용에 월 20달러 정도를 부과하는 미국보다 두세 배 더 높은 탓도 있었다. 시장의 자유로운 경쟁이 촉발되지 않는 데 따른 충격과는 소비자들에게 고스란히 전가된다. 세계경제포럼(World Economic Forum)은 무선 시장의 이 같은 문제점이 캐나다의 '네트워크 준비(network readiness)' 수준 순위를 떨어뜨리는 결정적 이유 중 하나라고 지적했다. 이 보고서에 따르면 캐나다의 '네트워크 준비' 수준은 2005년 6위에서 2008년 13위로 추락했다.

캐나다의 모바일 시장 문제를 그보다 더 극명하게 보여주는 것은 인구 대비 모바일 이용자의 숫자이다. 2008년 현재 캐나다는 75위로, 엘 살바도르 · 카자흐스탄 · 리비아 같은 나라들에도 뒤진 상태이다. 모바일 이용료를 기준으로 따진 순위에서도 캐나다는 흔히 '비싸다'라고 알려진 나라들, 예컨대 영국, 싱가포르, 이탈리아, 스웨덴, 노르웨이 등에 밀렸다.

모바일 업계의 다른 시각

물론 캐나다 무선통신 시장을 긍정적으로 보는 쪽도 있다. 캐나다무선원격통신협회(Canadian Wireless Telecommunications Association)가 대표적인 경우이다. 이들은 캐나다 시장이 미국 등 다른 시장에 비해 얼마나 낙후되었는가 보다, 그 동안 얼마나 빠른 속도로 성장해 왔는가에 초점을 맞춘다. 이 협회의 웹사이트 초기 화면은 '캐나다의 무선 산업: 글로벌 성공 사례는 계속된다'라는 일종의 자화자찬으로 채색되어 있다. 그 중 몇 가지 사례를 보면 다음과 같다.

- 휴대용 무선전화기는 캐나다 역사상 가장 빠른 속도로 성장하는 소비재 중 하나다.
- 2008년 12월말 현재 캐나다의 무선전화 가입자는 2천150만 명으로, 전체 인구의 67%에 이르렀다. 특히 주요 도시의 가입자 침투율은 70%를 넘었으며, 몇몇 대도시 지역은 80%대에 육박했다.
- 캐나다의 소비자들은 30개 OECD 회원국의 무선통신 이용료보다 더 낮거나 그 평균에 근접하는 수준의 좋은 이용 조건을 즐겨 왔다. OECD가 2년마다 내는 보고서 '전망 2007'에서 캐나다의 무선통신 소비자들 거의 모든 이용 항목에서 미국이나 멕시코보다 더 나은 서비스를 받는 것으로 평가했다.
- 캐나다의 무선통신 시장 매출 규모는 2007년 현재 125억 달러에 이른다.

위 사례들을 통해, 업계의 이익을 대변하는 협회의 주장이 어느 정도나 신빙성을 갖는지는 차치하고라도, 무선통신 시장을 바라보는 근본적인 시각에 결정적 차이가 있음을 손쉽게 확인할 수 있다.

캐나다의 후진적인 무선통신 개선 해법

시장의 논리에만 맡겨서는 캐나다의 후진적인 무선통신 시장을 고칠 수 없다는 것이 학계의 중론이다. 새로운 기업들의 시장 진입이 자유롭고, 기업들 간 경쟁이 활발히 벌어지는 가운데 기술 혁신이 일어나도록 하기 위해서는 시장의 구조를 바꿔야 하고, 이를 위해서는 정부 관련 부처의 시의적절한 정책 입안 및 집행이 이뤄져야 한다는 것이다. 이와 관련하여 캐나다 연방 산업부는 적어도 첫 단추를 제대로 꿰 것으로 평가된다. 2008년 당시 연방산업부 장관이던 짐 프렌티스가 일부 주파수에 대한 경매에 대해서 새롭게 무선통신 시장에 진입한 기업들에게만 참가 자격을 주겠다고 발표했다기 때문이다. 그러나 그것이 문제의 궁극적인 해법일 수는 없는 노릇이다. 무선통신 및 인터넷 부문의 전문가이자 오타와대학 교수인 마이클 가이스트는 캐나

다 무선통신 시장의 진정한 해법은 유연한 규제 환경으로 기업들의 자유로운 참여를 유도하고, 경쟁 기업들 간 호환성을 높이는 데 있다고 지적한다.

캐나다의 뒤쳐진 무선통신 환경을 개선할 수 있는 시금석으로 떠오르고 있는 것이 바로 700MHz 주파수 대역에 대한 경매이다. 이 대역은 현재 아날로그 신호로 서비스를 제공하는 TV방송사들에 할당되어 있다. 그러나 대세가 아날로그로부터 디지털로 넘어가는 만큼 캐나다에서도 이 아날로그 송출 대역이 무주공산(無主空山)으로 변하는 것은 시간문제라 보인다.



700MHz 대역경매 – 무선통신 시장선진화의 시금석?

무선통신 시장의 문제는 비단 휴대전화로 대표되는 모바일 시장에만 국한되지 않는다. TV 중계 방식을 아날로그로부터 디지털 신호로 전환하는 부분에서도 캐나다는 미국보다 2년 이상 뒤진 것으로 평가된다. 미국에서 이미 국지적으로 표출되었지만 아날로그 방식을 디지털 방식으로 바꿀 때 가장 먼저 초래되는 반발은 그 동안 따로 케이블TV 서비스를 신청하지 않고도 안테나를 이용해 공중파로 TV를 시청해 온 수백만 무료 이용자들의 원성이다. 하지만 그런 반발 때문에 디지털TV 시대로 신속히 전환하지 않는 것은 일시적 미봉책에 지나지 않는다. 중장기적으로는 캐나다 방송뿐 아니라 방송을 포함한 원격통신 시장 전체의 경쟁력에 타격을 입힐 것이 분명하기 때문이다.

디지털TV로의 전환과 원격통신 시장 간의 연관성은 방송사들이 아날로그 송출 방식을 포기함으로써 다른 사업자들이 이용 가능하게 될 신호 대역에 있다. 흔히 ‘700MHz 대역’으로 알려진 이 신호대역은 수많은 통신 경쟁사들을 끌어 모을 것으로 전망되며 그에 따라 새롭고 다양한 기술 혁신이 촉발될 것으로 기대된다.

700MHz 대역은 또 다른 주파수 대역에 대한 경매로 이어지고 그에 따라 캐나다의 무선 시장은 더욱 다양한 기회와 경쟁의 장으로 발전할 수 있다. 심지어 일부 시장 전

문가들은 몇몇 주요 기업들이 700MHz 대역을 쓸 목적으로 최근 높은 관심을 끌기 시작한 ‘고성능 무선 서비스(Advanced Wireless Services, AWS)’에 대한 경매에 참가하지 않았다고 지적할 정도이다. AWS는 극초단파(極超短波, 파장 1m 이하의 전파) 대역 중 두 부분(1710~1755MHz와 2110~2155MHz)을 활용하는데, 그 주된 용도가 휴대용 무선전화기를 통한 음성, 데이터, 비디오 및 메시징 서비스이다. 한편 700MHz 대역에 대한 관심이 높은 것은 무엇보다 그 대역이 기술적으로 AWS보다 우월한 것으로 여겨지기 때문이다. 또한 벽 같은 장벽에 대한 침투 능력도 더 낫고, 무선 고속 인터넷 서비스를 제공하기에 이상적이라고 평가된다.

오타와대 마이클 가이스트(Michael Cteist) 교수는 토니 클레멘트(Tony Clement) 캐나다 연방 산업부 장관이 그동안 뒤쳐져온 캐나다 무선통신 시장을 매우 효과적이고 신속하게, 그리고 극적으로 현대화할 수 있는 절호의 기회를 맞았다고 지적한다. 가이스트 교수가 제안하는 해법 중 하나는 임박한 통신 경매 방식을 혁신하는 것이다. 그 동안 캐나다는 국내 무선 시장을 개방하라는 해외 무선통신 사업자들의 거센 압력을 받아 왔다. 그렇다면 700MHz 대역에 대한 이번 경매의 참가 자격을 해외 기업들에게도 허용함으로써 ‘캐나다 무선시장 세계화’의 첫발을 뗄 수 있지 않겠느냐는 것이다. 그럼으로써 정부는 무선시장의 경쟁력을 높이는 한편 해외 기업들의 투자를 부추김으로써 한 번에 두 마리 토끼를 다 잡을 수 있다는 것이 가이스트 교수의 조언이다.

해당 주파수 대역을 어떤 용도로 쓰느냐에 대한 정부의 규정도 경매의 성패에 큰 변수로 작용할 전망이다. 미국의 경우 연방통신위원회(Federal Communications Commission, FCC)는 어느 정도의 ‘공동 이용(Open Access)’을 의무화하고 있으며, 이 주파수 대역을 쓸 때 특정한 개방형 표준을 의무적으로 적용하도록 요구하고 있다.

지금 캐나다에서 ‘행복한’ 무선통신 이용자를 찾기는 매우 어렵다. 일단 서비스를 신청하면 일정 기간 동안 의무적으로 써야 하는 제약, 그리고 그 서비스업체가 채용한 특정 기술만을 쓸 수밖에 없는 구속 때문이다. 로저스, 벨, 텔러스 등 소수 과점기업

들이 저마다 ‘담장 친 정원’식의 닫힌 접근법을 고집해 온 데 따른 부작용이다. 그러나 이 700MHz 대역에 대한 경매의 조건 중 하나로 미국과 같은 ‘개방형’ 접근법을 강제한다면 소비자들의 무선통신 행복 지수는 현저히 높아질 가능성이 크다.

또다른 변수 ‘백색공간’ 주파수 대역의 향방

지금 경매를 앞둔 주파수 대역이 아니더라도 아직 쓰이지 않는 주파수 대역 중에서 일반 대중의 자유로운 이용에 맡길 수 있는 대역은 있다. ‘백색공간’(white spaces)으로 흔히 불리는 이 주파수 대역들은 과거에 방송사들이 그들의 아날로그 송출파가 다른 전파와 간섭되는 것을 막기 위해 쓴 것이었다.

미국의 구글, 마이크로소프트, HP, 텔 같은 회사들로 구성된 한 컨소시엄은 이 주파수 대역을 다른 용도로 안전하게 활용할 수 있을 것이라고 주장한다. 컨소시엄은 이 주파수 대역을 공공의 이익에 부합하게 ‘누구나 이용할 수 있는’ 자유 대역으로 남겨둬야 한다고 강조해 왔다. FCC는 컨소시엄의 청원을 받아들여 이 주파수 대역을 경매에 붙이는 대신 공공의 영역으로 남겨놓았다. 지금 와이파이(Wi-Fi) 신호에 쓰이는 대역과 마찬가지로, 이 ‘백색공간’ 대역은 앞으로 격절된 시골 지역의 광대역 서비스 등에 활용될 수 있을 것으로 기대된다. FCC의 이와 같은 결정을 모두가 반기는 것은 물론 아니다. 방송사들은 이 계획에 반대 의사를 표명해왔다. 이 대역이 다른 용도로 쓰일 경우 방송사들이 보내는 디지털 신호와 간섭할 위험성이 높다는 이유였다. 그러나 위원회는 ‘백색공간’ 대역의 공공 이용을 밀어붙이기로 결정했다.

이처럼 미국이 선진적인 무선통신 정책을 하나둘 수립하는 동안, 캐나다는 아직 출발선조차 떠나지 못한 상태로 머물러 있다. 캐나다가 미국의 선례를 따르려 할 즈음, 이미 미국에서는 해당 정책들이 실행되고 있을 가능성이 높다. 캐나다로서는 이래저래 ‘경쟁 열위’의 신세를 벗어나기 어렵게 될 것이다.

무선통신 시장 개혁의 다른 변수 CRTC

캐나다 라디오-텔레비전 및 원격통신위원회(Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, CRTC)는 미국의 FCC와 같은 구실을 한다. 미국에 한참 뒤쳐진 캐나다의 무선통신 시장을 개혁하는 주역 중 하나로 꼽을 수 있는 것이 바로 이 CRTC이다. 무선통신 관련 규정을 만들고 그 준수 여부를 감시하는 기구이기 때문이다. 흔히 CRTC는 규제를 완화하기보다 강화하는 성향을 보여 왔다고 평가된다. 학계와 언론계는 CRTC에 대해 좀더 유연한 행보를 보일 것을 주문하고 있다. 특히 무선통신 시장에 대해 좀 더 열린 자세로, 국내는 물론 해외 기업들의 진입과 투자를 유인하는 쪽으로 움직이는 것이 바람직하다는 것이다.

● 참고 문헌 ●

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (2008.12.1). Cellphone or wireless telephone services.

http://www.crtc.gc.ca/eng/INFO_SHT/t1021.htm.

MacNN (2009.3.23). 6GB iPhone plans disappearing from Rogers accounts?

<http://www.macnn.com/articles/09/03/23/rogers.iphone.plans.vanish>

Michael Geist (2008.5.7). Canada's Wireless Crisis.

<http://www.michaelgeist.ca/content/view/2907>

The Toronto Star (2008.5.5). Law Bytes: iPhone shines spotlight on our wireless flaws.

<http://www.thestar.com/sciencetech/article/421352>

Wikipedia (2009.4.1). Digital television in Canada.

http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Digital_television_in_Canada&oldid=283101897



광대역 촉진계획과 DPI 문제를 둘러싼 논란

곽 동 균

@ DPI 논란의 개요¹

대공황 이후 최대의 경제위기를 조금이나마 일찍 극복하고자 국가가 개입하는 방식의 경제회복법(Stimulus Act)이 통과되었음에도 불구하고 관련된 논란이 끊이지 않고 있다. 또한 경제적 상황이라는 환경 변수 때문에 묻혀가는 듯 했지만, 그 법안 내용의 일부로 포함된 광대역 지원과 관련된 정부자금의 이용을 둘러싸고 오바마 정부에서 뜨거운 논란을 가져올 것으로 예상됐던 이른바 망중립성(Network Neutrality)과 관련된 일련의 논쟁이 재현되고 있는 것도 흥미롭다.

특히 망중립성과 관련된 논란의 전부는 이미 여러차례 소개되어 굳이 다시 되짚어볼 필요는 없다. 하지만 최근 제기되고 있는 지원금과 연계한 망중립성 의무 부과나 망중립성 문제와 밀접히 관련되어 있으면서, 망중립성을 옹호하는 세력들이 극도로 경계감을 표출하고 있는 DPI(Deep Packet Inspection)와 관련된 논란은 관심을 가질 필요가 있을 것으로 보인다.

미디어미래연구소 미국통신원 (인디애나대학교 박사과정)

¹ 이 부분은 FreePress의 최근 보고서를 주로 참고하였다(Riley & Scott, 2009).

이에 관련 내용을 간략히 소개하고, 이런 부분이 향후 망중립성 관련 논의에서 어떤 함의를 가질 수 있을지를 생각해 보고자 한다.

DPI 기술의 개요

기술적으로 DPI란 “컴퓨터 네트워크의 필터링 장치의 한 형태로, 특정 시점에 데이터와 패킷의 헤더² 부분을 검사하여 네트워크를 그대로 통과하도록 하거나, 사전에 지정된 다른 경로로 보내도록 하거나, 혹은 관련 통계 정보를 수집하도록 하는 것”을 말한다.³ DPI가 문제가 될 소지가 있는 부분은 바로 패킷의 헤더 부분만을 검사하는 SPI(Shallow Packet Inspection)와는 달리, 데이터 부분까지도 검사한다는 것이다. 애초에 이 방법은 바이러스나 웜, 스파이웨어 등과 같은 네트워크의 피해를 일으키는 악성 소프트웨어들로부터 네트워크와 시스템을 보호하기 위해서 발전되어 온 기술이었다.⁴ 하지만 이것을 확장해 일반 데이터들을 구분하여 부가적인 매출 증대에 이용하고자 하는 시도가 나오면서 논란이 되고 있다.

DPI 기술을 둘러싼 논란의 사례: 컴캐스트와 차터커뮤니케이션 등

가장 대표적인 예가 이미 문제가 된 바 있는 컴캐스트(Comcast)의 DPI를 이용한 P2P 트래픽 차단이다. 2007년부터 문제제기가 지속되어오다 2008년 8월, 최종적으로 FCC로부터 중단 결정을 받았던 이 사안은 컴캐스트측이 P2P 트래픽에 대해서 RST 패킷을 지속적으로 보내는 방식으로 컴캐스트 네트워크 이용자들의 P2P 이용을 사실상 막은 데서 비롯한 것이다. 컴캐스트는 P2P 트래픽을 감지하고, 이에 대한 트래픽 제한을 가할 때 DPI 기술을 활용했다. 결과적으로 FCC에서 컴캐스트측의 조

치를 중단시키는 결정을 내리긴 했으나, 당시에도 FCC 위원들 사이에서 합의점을 찾지 못한 상황에서 표결 끝에 3대2로 가까스로 결론을 내린 첨예한 공방이 펼쳐졌었다. 역시 가장 큰 쟁점은 이것이 망중립성에 대한 침해인지에 대한 여부였으나 실제 FCC의 결론은 이에 대한 명시적 언급이라기보다는 다소 모호한 결론으로 미봉책에 가까운 인상을 남겼던 것이 사실이다.

컴캐스트가 연루되었던 사안이 망중립성 논란과 관련해서 DPI 기술이 문제가 되었던 것이라면, 내부에드(NebuAd)의 사례는 DPI 기술이 인터넷 이용자들의 프라이버시를 침해할 수 있다는 것이 논란이 되었다. 이 회사는 DPI를 네트워크에 비밀스럽게 상주시킨 후, 이용자들의 패킷을 직접 열어 이용자들이 방문한 웹페이지와 방문 시간 등의 자료를 수집하여 이용형태를 파악하였다.

한발 더 나아가서 이용자들의 패킷 속에 직접 침투하여 이용자들의 웹브라우저가 자사가 소유한 특정 웹사이트로 이동하도록 만들었다. 그리고 나서는 이 웹사이트를 통해 이용자들도 모르게 추적용 쿠키를 이용자들의 컴퓨터에 설치되도록 했다. 이후 이 회사는 미국내 4위의 케이블 업체인 차터커뮤니케이션(Charter Communications)에 타겟팅 광고(targeting AD)의 판매를 위한 파트너십을 체결한다고 발표하기에 이르렀다. 물론 이 시도는 내부에드가 DPI를 통해 이용자들의 허락도 없이 쿠키를 설치하는 방법으로 개인 정보를 이용하여 매출을 올리겠다는 시도라며 강력히 반발한 소비자단체와 미 의회의 압력에 의해 현실화되지는 못했지만, 상당한 논란과 함께 과연 DPI 기술의 허용한도는 어디까지여야 하는지에 대한 심각한 고민을 남긴 사례였다.

DPI의 위험성을 지적하는 견해들

이런 논란을 반영하듯, 최근 비영리기구로 인터넷 이용자들의 입장을 대변해 온 프리프레스(FreePress)는 DPI와 관련한 보고서를 발간하여 이 문제의 공론화를 시도하고 있다. 이 단체의 크리스 릴리(M. Chris Riley)와 벤 스캇(Ben Scott)이 공저한 보고서에는 DPI 기술이 상업적으로 활용되고 있거나 향후 활용 예정인 사례들을 소

² 패킷을 일정하게 포장된 데이터의 덩어리라고 할 수 있다면, 헤더는 그 덩어리의 내용물이 무엇이고, 어디로 배달되어야 하는지 등에 대한 정보를 담고 있는 식별표 정도 되는 것으로 이해할 수 있다.

³ http://en.wikipedia.org/wiki/Deep_packet_inspection(March 25, 2009).

⁴ 바이러스나 웜과 같은 악성 소프트웨어들은 대체로 정상 파일인 것처럼 위장된 헤더를 갖고 있는 경우가 많아, 헤더만을 검사하는 방법으로는 완벽하게 차단하는 게 쉽지 않다.

개함으로써 이 기술이 망중립성과 개인 프라이버시 보호라는 원칙을 어떻게 침해할 수 있는지를 지적하는 데 중점을 두고 있다. 물론 궁극적인 목적은 DPI 기술의 상업적 활용이 차별적 네트워크 관리라는 관행을 만들어낼 위험성을 지적함으로써 이에 대한 정부차원의 대책을 촉구하기 위한 것이다.

이들은 컴캐스트나 네부어드 외에도 미국 제3위의 케이블 MSO인 콕스커뮤니케이션(Cox Communications, Inc)과 질리온TV(ZillionTV)의 사례를 고발하고 있다. 먼저 이들은 콕스가 최근 새로운 네트워크 관리 시스템을 도입했는데, 이 시스템이 DPI 기술을 활용한 것이라고 보고 있다. 이들에 따르면 콕스는 아직 전면적으로 이 DPI를 네트워크 전역에 사용하고 있지는 않으나, 캔사스나 아칸사 지역에 시범적으로 이를 활용하고 있다고 한다. 이들은 콕스가 차별적인 네트워크 관리, 즉, 특정 응용서비스에 대해서는 많은 대역폭을 할당하고 특정 응용서비스용 트래픽의 속도를 늦추기 위한 목적으로 이 DPI 기술을 활용했는지 여부는 분명하지 않지만, 콕스가 FCC의 결정 이후 컴캐스트가 채택한 새로운 방식⁵ 대신 DPI 기술을 활용한 것인지에 대해서는 의문을 제기하고 있다.

이들이 콕스측의 기술에 대해 우려하고 있는 것은 비록 지금 당장 그런 목적으로 사용되고 있지는 않지만 이런 전례가 허용될 경우, 결국 네트워크 공급자의 상업적인 이익을 위해서 응용서비스간 차별을 만들어냄으로써, 현재의 자유롭고 공개된 인터넷이라는 속성을 변질시켜 응용서비스 업체들의 창의적인 기술 개발을 저해하게 되고 이것이 결국 이용자의 선택권을 제한시킬 수 있다는 개연성에서 나온 것으로 보인다. 구체적으로는 콕스의 DPI 기술이 현재 네트워크상의 트래픽 처리와 관련해서 통용되고 있는 이른바 ‘최선의 노력 모델(best effort model)’ 대신, 처리 대기중인 트래픽을 ‘시간(time)’이나 ‘중요성(priority)’을 기준으로 구분해서 처리하는 관행으

⁵ 컴캐스트는 FCC의 시정명령이 내려진 즈음 논란이 된 선별적 트래픽 제한 조치 대신 트래픽이 과도하게 생긴 지역의 네트워크 속도를 전체적으로 떨어뜨리는 방식으로 네트워크 관리 원칙을 변경했다.

로 이어질 수 있음을 지적하고 있다.⁶

결국 콕스의 시도가 갖는 가장 큰 위협으로 이들은 첫째, 콘텐츠에 대한 통제권이 이용자나 응용서비스에서 네트워크 관리자에게 넘어감으로써, 이들에 의해 인위적으로 우대받는 프로토콜이나 통신형태가 만들어지게 되어 응용서비스 등에 대한 시장이 불안정해질 수 있다는 점과, 둘째, 서로 다른 이용자들이 같은 형태의 프로토콜이나 통신 서비스를 다양한 방식으로 이용할 때, 콕스의 새로운 DPI 방식이 만들어놓은 질서에 따라 예측하지 못한 문제가 발생할 소지가 있다는 점을 꼽고 있다. 궁극적으로는 네트워크가 표준화되지 못해서 네트워크 관리자에 따라 우대하는 서비스가 달라짐에 따른 인터넷의 불안정 현상(balkanization)이 생길 수 있고 이런 관행들이 인터넷의 혁신을 가로막게 되는 만큼 이런 방식의 시도에 대해 이용자와 정책결정권자들의 해당 기술에 대한 조사와 점검이 반드시 필요하다는 것이 이들의 주장이다.

한편, 이 보고서는 질리온TV에 대해서도 문제점을 제기하고 있다. 질리온TV는 전용 셋톱박스(약 50달러 정도)를 구매하면, 가입자들이 몇 분간의 광고 시청 후 별도의 추가 비용없이 인터넷을 이용한 스트리밍 방식을 통해 비디오를 즐길 수 있도록 해 주는 형태의 서비스다.⁷ 문제가 되는 것은 이 전용셋톱박스를 인터넷공급업체(ISP)를 통해서만 살 수 있도록 한 것이다. 표면적으로 드러난 것은 아니지만, 이 과정에서 질리온TV는 해당 인터넷공급업체가 이 서비스 이용자들을 위해 네트워크 자원을 별도로 할당하도록 협조요청을 한 것으로 보인다. 실제로 이 서비스는 약

⁶ 인터넷 상에서 여러 트래픽들이 라우터라고 불리는 일종의 인터넷 트래픽 중계기에 동시에 몰릴 때 이를 처리하기 위해서 순번을 정하는 데 이를 queuing이라고 한다. 현재는 가장 먼저 도착한 패킷을 최대한 빨리 처리한 후 다음 패킷을 처리하는 방식이 통용되는데, 한꺼번에 너무 많은 트래픽이 몰릴 경우, 일부 패킷이 이 과정에서 소실될 수 있다. 이런 방식을 ‘최선의 노력(best effort)’ 모델이라고 부른다. 만약 DPI 기술을 이런 선별 과정을 위해 사용할 경우, 시간적 구애가 적거나 우선 순위가 떨어지는 패킷에 뒤 순번을 배정하고, 시간에 민감하거나 우선 순위가 높은 패킷에 앞 순번을 배정하는 방식을 통해 차별적인 네트워크 관리가 이뤄질 가능성이 있다. 대체로 응용서비스들은 도착해야 할 패킷이 특정 시간내에 도착하지 않으면 통신의 실패로 간주하고, 이 패킷을 소실된 것으로 처리해서 다시 통신을 시도하게 되기 때문에 결과적으로 하위 순번을 배정받는 응용서비스를 이용 중인 이용자들에게 의해 트래픽 발생이 더 늘어날 소지가 있고, 이들이 체감하는 네트워크 혼잡도는 지금보다 훨씬 더 커질 수 있다는 것이 문제점으로 지적된다.

⁷ 이런 점에서 질리온TV는 Hulu(<http://www.hulu.com>)나, Netflix(<http://www.netflix.com>)의 주문형 비디오 서비스와 유사한 측면이 있다.

2.7Mbps의 전송 대역폭이 필요한 것으로 알려져 있는데, 미국의 회선 사정을 감안 하면 이는 인터넷공급업체의 협조없이 지원되기 어려운 속도 수준이라고 한다. 따라서 비록 DPI를 사용하는 것은 아니라 하더라도(실제로는 사용여부가 불분명하다는 표현이 옳을 것이다), 질리온TV 셋톱박스 판매대행을 맡게 되는 인터넷공급업체가 특별취급을 하도록 하는 것은 망중립성과 비차별성이라는 관점에서 상당한 문제의 소지가 있다는 것이 이 보고서의 주장이다.

향후 예상되는 쟁점

앞에서 언급한 것처럼 DPI 기술 자체는 애초에 바이러스나 웜 등과 같은 네트워크와 시스템에 문제를 일으키는 악성 데이터들을 감지하여 시스템의 보안을 유지하기 위해 개발된 것이다. 따라서 그 자체가 소비자들에게 위해가 된다거나 하는 기술은 아니다. 그러나 이 기술의 속성 상 네트워크 관리자들로 하여금 추가적인 돈벌이 수단으로 발전해 나갈 수 있다는 점에서 문제의 소지가 있는데, 실제로 이런 양상이 벌어지고 있다는 것이 이에 대한 문제 제기를 하는 측의 주장이다. 이 경우 DPI는 망중립성이라는 원칙을 훼손함은 물론 네트워크 관리자들의 이익을 위해서 소비자들의 권한과 프라이버시를 침해하는 결과를 낳을 가능성을 배제하기 어려운 측면이 있다. 실제로 이 기술을 판매하는 측에서는 네트워크 공급업체가 이 기술을 통해 이용자들의 네트워크 이용에 대해 개별적인 요금을 부과하는 것도 가능하다는 점을 강조하는 일이 벌어지고 있다.

그렇다면 과연 이 문제는 향후 어떤 식으로 망중립성 관련 논의에 영향을 미칠 것인가? 실제로 이 문제와 관련해서 가장 강경한 입장을 보이고 있는 것은 비영리 소비자 단체 중 하나인 프리프레스(FreePress)란 기구다. 아래에서 언급할 NTIA(National Telecommunications and Information Administration)의 광대역촉진 지원금 배분과 관련해 현재 미국에서 열리고 있는 관련 공청회에도 적극적으로 참여하고 있는 이 단체는 평소에도 인터넷의 자유로운 활용과 개방성을 적극 지지해온 바 있다. 이 기구는 DPI 기술의 규제가 꼭 필요하다는 입장을 분명히 드러내고 있다. 만일 그

렇지 않으면 인터넷의 공개성을 핵심으로 하는 망중립성 원칙이 무너질 뿐 아니라 이용자들의 프라이버시가 침해되는 사태를 막을 길이 없다는 것이다. 망중립성 원칙이 무너진 인터넷은 더 이상 지금 우리가 알고 있는 그런 인터넷이 아니며, 지금 우리가 이용하고 있는 인터넷은 'DPI로 인해서 위협에 처할 것'이라는 것이 그들의 주장이다 (FreePress, 2009).⁸

반면 DPI 솔루션 제공 업체들이나 네트워크 제공 업체들의 입장은 전혀 다르다. 이들은 DPI 기술이 인터넷 혼잡을 막아 더 쾌적한 인터넷 이용을 가능하게 해 줄 것이라고 주장한다. 그리고 맞춤형 서비스 제공을 가능하게 해 주고 이를 통해 소비자 만족도를 높일 수 있다고 주장한다. 실제로 DPI 기술은 이런 주장을 가능하게 해 주는 기술적 장점을 갖고 있는 것이 분명해 보인다. 문제는 DPI를 옹호하는 세력이 주장하는 방식대로 DPI를 사용할 경우에도 모든 합법적인 응용서비스와 관련된 콘텐츠가 인터넷 상에서 차별받지 않아야 한다는 주장을 펴고 있는 망중립성 옹호자들의 망중립성 개념과 상충될 가능성이 크다는 점이다. 망중립성 논쟁이 찬반 양측간의 지리한 논쟁에도 불구하고 쉽사리 명확한 결론이 내려지지 않는 것에서 드러나는 것처럼 이 DPI를 둘러싼 논쟁 역시 어느 일방의 주장만을 수용하기는 어려워 보인다. 특히 이것이 망중립성의 대전제인 '무차별성'과 동전의 양면처럼 결합되어 있는 논란이기 때문에 망중립성 문제의 해결이 어려운 만큼 이 문제도 향후 더 큰 논란으로 번져나갈 소지가 다분하다.

⁸ <http://www.freepress.net/node/49008>. 이 FreePress의 주장과 보고서에 대한 보도는 다음 사이트(<http://arstechnica.com/tech-policy/news/2009/03/does-deep-packet-inspection-mean-ars>)를 참고할 것.

@ 망중립성 의무화와 지원금 연계 주장을 둘러싼 논란

경제회복법안에 포함된 광대역투자계획 개요

한편 망중립성 논란이 더욱 뜨거워지게 된 계기가 된 또 다른 이유는 바로 지난 2월 중순 우여곡절 끝에 상하 양원을 통과하고, 오바마 미대통령이 서명함으로써 발효된 이른바 경제회복법안(Stimulus Package 2009)⁹에 포함된 광대역촉진계획(Broadband Stimulus Plan)이다. 알려져 있는 것처럼 경제회복법안 자체는 총액 기준으로 약 7천870억 달러의 예산을 경제회복을 위해서 사용한다는 것을 골자로 하고 있는데, 이 글의 주요 관심대상인 광대역촉진계획은 이 법의 일부로 포함된 것으로서, 이 가운데 약 1% 정도에 해당하는 72억 달러 정도가 할당된다. 이 항목으로 편성된 예산은 미국의 광대역 및 무선망의 보급, 확산에 중점을 두고 사용되는데, 구체적으로 이 가운데 47억 달러는 ‘광대역기술기회프로그램(Broadband Technology Opportunity Program, 이하 BTOP)’의 시행을 위해 상무부(Department of Commerce) 산하의 NTIA 책임하에 집행될 기금으로 사용될 예정이며, 25억 달러는 농무부(Department of Agriculture)의 지역유틸리티 서비스 프로그램에 사용될 예정이다.¹⁰ 문제는 일각에서 지원금 조건으로 지원금을 받는 네트워크 업체들이 망중립성을 준수하도록 의무화시키자는 주장이 제기되고 있다는 것이다.

⁹ 원래 이 법의 정식명칭은 ‘미국의 회복 및 재투자 법안(American Recovery and Reinvestment Act of 2009)’이다. 그러나 언론 등에서는 지난 2008년 부시 행정부 시절 통과되었던 경제회생법안(Stimulus Act 2008)이라는 용어를 차용, ‘Stimulus Bill’, ‘Stimulus Package’, ‘Stimulus Plan’ 등으로 부르는 경우가 대부분이다.

¹⁰ 이 가운데 NTIA가 지원하게 될 BTOP에 사용될 47억달러에는 광대역 서비스의 지속가능한 보급을 장려하기 위한 혁신 프로그램(2억5천만 달러), 커뮤니티칼리지나 공공도서관 등 공공 컴퓨터 이용 센터의 기술과 용량 업그레이드 비용(2억 달러), BTOP의 회계와 감사를 위한 비용(1천만 달러), 전국 광대역 현황 지도 개발 및 유지보수를 위한 위한 비용(3억5천만 달러)도 포함되어 있으나, DTV 전환용 쿠폰사업을 위한 예산(6억5천만 달러)은 이 BTOP 프로그램에 포함된 것은 아니다(http://www.commerce.gov/NewsRoom/PressReleases_FactSheets/PROD01_007789).

광대역 부문 자원과 망중립성 규제 연계와 관련한 논란

현재 미국 정부는(구체적으로는 NTIA) 이 기금의 지원기준을 마련 중인데, 4월에는 윤곽을 드러낼 것으로 보인다. 이에 따라 지원기준 마련을 위한 여론을 수렴하기 위해서 3월 16일부터 24일까지 일련의 공청회(총 5회)를 개최하는 중이다. 바로 이 공청회 장에서 망중립성을 옹호하는 세력과 반대하는 세력이 치열하게 대치하는 상황이 벌어지고 있다. 예컨대 이 기금의 집행권한을 의회로부터 위임받은 NTIA가 워싱턴D.C.에서 개최한 3월 23일의 공청회에서는 참석한 몇몇 시민단체가 이 기금을 망중립성 의무 부과와 연계시켜야 한다는 뜻을 공개적으로 밝히고 나섰다.

망중립성을 강력히 옹호하고 있는 이들 이용자 단체¹¹들은 ‘정부의 지원금이 자선기금처럼 사용되어서는 안된다’며, 이것이 입법취지대로 미국의 광대역 보급을 위한 ‘투자’로 사용되는 것인 만큼 망중립성이 거추장스럽다고 생각하는 사업자들은 이 기금의 지원을 받지 않으면 되고, 이 기금이 필요한 다른 네트워크 업체들은 얼마든지 있다는 입장을 표명했다(로이터통신보도, 3월 23일자 등).¹²

이와 관련해 업계의 입장은 상당히 다르다. 이들은 망중립성 의무가 사업자들의 손발을 묶는 행위이므로 이런 규제를 가하는 것은 투자를 억제하는 효과만 있을 뿐이라고 반박한다. 실제로 이날 공청회에서 AT&T나 버라이즌 같은 이동통신 회사들을 대변하는 단체인 CTIA의 부회장인 거트만맥게이브(Christopher Guttman-McGabe)는 엄격한 망중립성 의무의 부과는 이 기금이 원래 목표로 하는 서비스 미개통 지역에 대해 투자 의향이 있는 사업자들을 사업에서 쫓아내는 결과를 초래하게 될 뿐이라는 입장을 보였다.

케이블 업계를 대표하는 NCTA(National Cable and Telecommunications Association)의 제임스 어세이(James Assey, NCTA 상임부회장) 역시 추가적인 규제를 지원금 수혜 조건으로 덧붙이는 것에 대해 반대한다는 입장을 분명히 밝혔다.

¹¹ 대표적인 두 곳이 바로 FreePress와 Public Knowledge(<http://www.publicknowledge.org>)이다.

¹² <http://www.reuters.com/article/technologyNews/idUSTRE52M5IK20090323>

다. 하지만 그 논리는 CTIA와는 다소 달랐다. NCTA 측에서는 이 법안의 원래 취지가 경기 침체를 맞아 일자리를 창출하고 미국 경제 회복에 도움이 되도록 한다는 것임을 강조했다. 또 추가적인 규제를 부과하는 것은 이 규제에 대한 논란을 부추길 뿐 아니라 결과적으로 신속한 자금의 집행을 불가능하게 만들어 지원금의 애초 계획을 달성하는 데 장애가 될 것이라는 입장을 보였다. 이런 이유로 NCTA에서는 추가적인 규제 대신 기존의 FCC가 밝힌 바 있는 인터넷 관련 4대 원칙(Internet Policy Statement)¹³에서 언급한 4가지 자유에 대한 내용에 한정된 조건을 이행하는 것으로 충분하다는 주장을 편 것으로 전해졌다.¹⁴

NCTA 측의 이런 입장에 대해서 퍼블릭 날리지(Public Knowledge)라는 기구의 대표로 나온 기기 손(Gigi Sohn)은 이 법안의 취지가 네트워크 공급 부문의 일자리를 만드는 것도 있지만 이와 함께 구글이나 야후, 스카이프(Skype)나 보니지(Vonage) 같은 업체들의 일자리를 만드는 것도 포함된 것이라며, 이들 응용서비스나 콘텐츠 업체들의 생존이나 혁신은 네트워크 부문의 공개성 없이는 불가능한 것이라고 이를 정면으로 반박했다. 이와 함께 손은 FCC가 기존에 갖고 있는 4대 원칙만으로는 충분하지 않다면 더 엄격한 규제를 지원금의 수혜 조건으로 다는 것이 납세자들에 대한 최소한의 의무라며 비차별적인 중립성 준수와 함께 더욱 개선된 네트워크간의 연결(interconnection) 의무도 부과할 것을 요구하고 있다.¹⁵

¹³ 이 선언의 주요 원칙은 첫째, 소비자들은 그들의 선택에 의해서 합법적인 인터넷 콘텐츠에 접속할 권한을 가지며, 둘째, 그들의 선택에 따라 응용서비스를 이용할 권한을 가지고, 셋째, 네트워크에 해를 끼치지 않는다면 소비자들 자신의 선택에 따라 부가장치를 사용할 권한을 보장받고, 넷째, 소비자들이 그들의 선호대로 선택할 수 있도록 하기 위해서 네트워크 제공자, 응용서비스 제공자, 콘텐츠 제공자들이 실질적인 경쟁이 이뤄질 수 있도록 보장한다는 것으로 이뤄져 있다. 이에 대한 자세한 내용은 http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-05-151A1.pdf를 참고할 것.

¹⁴ Eggerton (2009).

¹⁵ 그녀는 기존 FCC의 4대 비차별 원칙만으로 충분하지 않은 이유로, 이 원칙들이 현재 문제가 되고 있는 네트워크 제공자에 의한 특정 콘텐츠, 서비스, 혹은 응용서비스를 다른 것들보다 더 우대하는 행위 등에 대해 언급하고 있지 않기 때문이라고 밝히고 있다. 자세한 내용은 다음(<http://www.publicknowledge.org/node/2039>)을 참고할 것.

향후 전망 및 추가적인 논란

이 문제 역시 매우 민감한 내용이었어서 이후 향배를 점치기는 상당히 어렵다. 망중립성 논의가 미국 의회에서 논의되기 시작한 지난 3년여 동안 쉽사리 결론 내려지지 않았던 이슈이기도 하지만, 그 동안의 기술 개발과 더불어 심각한 경제침체 상황까지 겹쳤기 때문이다. 한편으로는 신속하게 자금을 지원함으로써 서비스가 미흡하거나 아직 개통되지 않은 지역에 광대역 서비스와 무선통신 서비스를 제공하는 동시에 관련 일자리를 늘리는 효과도 거두겠다는 정책 목표는 여전히 유효하면서도, 이렇게 지원된 납세자들의 세금이 결과적으로 네트워크 공급자들만 수혜자로 만드는 것이라는 비난도 여전히 높다. 심지어 이 돈만 갖고서는 저소득층과 노년, 그리고 시골 지역의 광대역 보급률을 획기적으로 끌어올리기에는 미흡할 수밖에 없기에 큰 효과가 없을 것이라는 비관적 전망까지 나오는 상황이었어서 NTIA로서도 선부른 결론을 내리기 쉽지 않아 보인다. 4월에는 일부 자금의 집행만 시작될 상황에서도 이해 당사자들의 원탁회의를 연거푸 개최하게 된 가장 큰 이유도 이러한 논란 때문일 것이다.

주지하다시피 오바마 대통령은 상원의원 시절부터 망중립성 규제에 대한 강력한 옹호자였으며, FCC의 새로운 의장으로 내정된 지나차우스키(Julius Genachowski) 또한 망중립성 규제 강화를 골자로 한 오바마의 대선 공약을 직접 기초한 인물로 알려져있다. 또한 네트워크 공급업체가 지금보다 더 많은 통제권을 행사하는 것에 대해 부정적인 평가를 내리고 있는 것으로 보이는 만큼, NTIA가 업계측의 주장, 즉 별도의 조건없이 현행 규정대로 자금을 지원받을 수혜자들을 선택하자는 견해를 일방적으로 수용하기는 쉽지 않은 상황처럼 보인다. 그러나 현실적으로 시한이 충분하지 않은 것이 변수로 예상된다. 이 프로그램은 오는 2010년 9월까지 이 자금들을 모두 지원하도록 하고 있기 때문이다. 새로운 규제를 도입할 때, 여론 수렴 절차와 기간, 그리고 그 과정에서 발생할 소모적인 논란 등도 부담이다. NTIA는 이래 저래 쉽지 않은 결정을 내려야 할 시일이 다가오고 있어서 그 결과가 더욱 주목되는 것도 사실이다.

한편, 이런 와중에 광대역보급촉진계획의 핵심이라고 할 수 있는 BTOP가 달성하고

자 하는 정책 목표들의 정합성이 떨어져서 과연 효과적인 정책목표 달성이 가능할 것인가에 대한 의문도 지속적으로 제기되고 있다. 예컨대, 경제 회복과 일자리 창출이라는 광대역촉진계획의 목표에 더해서 BTOP의 경우 ‘현재 광대역 서비스가 되지 않는 사람들에게 이를 제공하고, 더 많은 사람들에게 최고의 속도를 보장하며, 비차별과 네트워크 상호연결을 지원조건으로 부과함으로써 네트워크의 공개성도 보장한다’는 목표를 갖고 있다.¹⁶ 그런데 이들이 서로 상치되어 한꺼번에 달성하기가 쉽지도 않고 효율성도 떨어진다는 것이다. 또한 중요한 프로그램의 목적 중 하나인 광대역 격차 해소 문제도 현재까지 광대역을 이용하지 않고 있는 계층이나 지역은 물리적인 접근성이 떨어지기 때문에 이들에게 서비스를 제공함으로써 격차를 줄이는 것이 적합하냐는 문제제기도 있는 것으로 보인다.¹⁷

@ 망중립성 논란과 DPI 논란의 본질

계획대로라면 NTIA는 4월 중에 BTOP을 위한 기금의 수혜자가 될 업체들을 선정해서 지원금을 집행해야 한다. 그런 후 이 지원금을 받은 업체들은 광대역망을 더 늘리고 기존망을 업데이트 하는 작업에 나서야 한다. 유사한 성격이긴 하지만 무선통신 쪽에 더 많은 비중을 둘 것으로 보이는 지역유틸리티서비스 프로그램 역시 대동소이한 추진 상황을 보이게 될 것이다. 전문가들의 예측이 어느 정도 맞다면 광대역 부문의 경우 비록 망포설과 같은 일용노동직이 주를 이루겠지만 상당한 직접 고용효과가 발생할 것으로 예상되고 무선통신 부문의 지원금은 관련 장비 생산 업체의 고용을 유지, 창출하는 효과가 생길 것이다. 자본을 투입해서 고용을 늘리고 매출액을 증대

시키는 고전적 방식이 1차적으로 작동하게 될 것이 분명해 보이므로 이왕이면 계획을 신속히 추진하자고 주장하는 측의 견해가 단기적으로 가시적인 효과를 기대할 수 있는 방법이라는 면을 부인하기는 어려운 것 같다.

문제는 경제회생법안의 일부로서 목표하고 있는 일자리 창출이나 경기 회복에 대한 도움이 이 BTOP나 지역유틸리티서비스 프로그램의 전부는 아니라는 점이다. 특히 광대역망에 대한 보급과 고도화는 네트워크 포설 단계에서의 물리적인 일자리 창출 자체보다는 이를 통해 더 많은 응용서비스와 콘텐츠 제공 서비스 등이 더 많은 소비자들에게 활용되도록 하는 것을 궁극적으로 목표하고 있다는 점에서 앞으로 인터넷 광대역망의 기본적인 운영규칙을 어떻게 정할 것인가 하는 점이 이 분야의 향후 행보에 상당한 영향을 미칠 수 있는 관건이 될 수 있다. 바로 이런 상황이 그 동안 논란만 이어져 온 망중립성 문제를 조금 더 구체화시키고자 하는 소비자 단체 등의 적극적인 망중립성 규제 부과 요구를 낳은 환경 변수라 할 수 있을 것이다.

하지만 과연 이들의 요구가 그대로 관철될 수 있을 것인지를 낙관하기는 쉽지 않은 상황으로 보인다. 그것은 망중립성 논의가 갖는 타협하기 어렵고 쉽게 헤아리기도 어려운 이해관계의 충돌이 그 본질적인 속성 상 쉽사리 해소될 수 있는 것은 아니기 때문이다. 사실 앞에서 DPI 기술과 관련된 논란을 소개했지만 이것이 소비자나 응용서비스 개발업체, 그리고 이들을 대변하는 비영리기구들을 한 편으로 하고, DPI 기술 보유업체와 네트워크 관리자, 그리고 차별화된 네트워크 품질이나 안정성을 요구하는 응용서비스 개발업체들을 다른 한 편으로 하는 대립 구도는 망중립성 논란이 보여주는 대립 구도와 한 치도 다르지 않은 것이다. 그리고 그 이면에는 사실 인터넷을 통해 창출되는 수익의 흐름을 변화시키려는 측과 현재의 수익 흐름을 유지하려는 측의 치열한 다툼이 공통적으로 자리잡고 있는 것도 사실이다.

이는 이미 알려져 있는 것처럼 현행 방식, 즉 기존의 인터넷처럼 네트워크의 공개성, 비차별성이 통용되는 인터넷 구조에서는 대체로 창출되는 수익의 많은 부분이 콘텐츠나 응용서비스 제공 업체의 몫이었으나, DPI 기술 등을 활용해서 망중립성의 공개성과 비차별성 대신 계층화서비스, 우대서비스, 고품질(QoS) 서비스 등이 일반화될

¹⁶ 이에 대한 자세한 내용은 NTIA의 관련 속기록인 다음을 참고할 것(http://www.ntia.doc.gov/broadbandgrants/090310/transcript_090310.txt).

¹⁷ 이에 대해서는 <http://arstechnica.com/tech-policy/news/2009/03/72-billion-for-broadband-now-what.ars/20>에 게재된 기사를 참고할 것.

경우 콘텐츠 업체나 응용서비스 업체들은 현재보다 더 많은 비용을 네트워크 공급자들에게 제공하지 않을 수 없게 된다는 뜻이다. 네트워크 공급자들은 자신들에게 더 많은 몫을 나눠주는 콘텐츠나 응용서비스 업체를 ‘우대’하는 방식으로 자신들의 네트워크를 관리할 수 있게 될 것이기 때문이다. 이 말은 또한 현재는 소비자들이 콘텐츠나 응용서비스의 품질이나 만족도를 고려하여 선택권을 행사하는 구도에서 향후에는 네트워크 관리자들이 선택해 준 콘텐츠나 응용서비스들을 우선적으로 이용해야 하거나 네트워크 관리자들의 수익에 기여가 적은 대신 네트워크 트래픽 부담이 큰 콘텐츠나 응용서비스를 이용하는 비용을 추가로 네트워크 관리자들에게 지불해야 하는 시대가 올 수 있다는 뜻이다. 당연히 망중립성의 적용 여부에 따라 이해관계가 엇갈리는 이들은 DPI 기술의 활용 정도에 따라 서로 다른 그러나 공통적으로 민감한 반응을 드러낼 수밖에 없는 것이다.

결국 DPI를 둘러싼 논쟁은 기본적으로 망중립성을 둘러싼 논쟁이 그 동안 해 온 논란을 다시 되풀이하는 것과 다를 바 없다. 이는 망중립성 논란이 어떤 방향이든 타협책을 찾아야만 DPI를 둘러싼 논란도 어느 정도 해결책을 모색할 수 있음을 암시하는 것이다.

● 참고 문헌 ●

- Dixon, K. (2009.3.23). Consumer Groups, Phone Companies Spar over U.S. Stimulus, Reuters, Retrieved March 26, 2009, from <http://www.reuters.com/article/technologyNews/idUSTRE52M5IK20090323>
- Eggerton, J. (2009, 3). Cable Wants to Stimulate Broadband Grants: Net Neutrality Supporters Want Tough Conditions for Funding, Multichannel.com, Retrieved March 26, 2009, from http://www.multichannel.com/article/190527-Cable_Wants_To_Stimulate_Broadband_Grants.php?rssid=20059
- Julian Sanchez (2009). \$7.2 billion for broadband... now what?, ArsTechnica.com, Retrieved March 26, 2009, from <http://arstechnica.com/tech-policy/news/2009/03/72-billion-for-broadband-now-what.ars>
- Reed, B. (2009, March). Net Neutrality Debate Spills over to Broadband Stimulus, The Industry Standard, Retrieved March 23, 2009, from <http://www.thestandard.com/news/2009/03/23/net-neutrality-debate-spills-over-broadband-stimulus?page=0%2C1>
- Riley, M. Chris & Scott, B. (2009). Deep Packet Inspection: The End of the Internet as We Know it? FreePress. Retrieved March 26, 2009, from http://www.freepress.net/files/Deep_Packet_Inspection_The_End_of_the_Internet_As_We_Know_It.pdf



프랑스의 공영 방송법 개정을 둘러싼 분쟁

최현아



공영방송 광고폐지와 대표 선출권 논란

2008년 1월 8일 니콜라 사르코지(Nicolas Sarkozy) 대통령은 프랑스텔레비전¹의 광고를 폐지하겠다는 의지를 표명했다. 그는 공영방송의 다양성, 표현의 자유, 창작을 보장하기 위해서는 광고의 구속으로부터 자유로워져야 한다고 지적했다.

사르코지의 이 같은 발표는 곧 방송계 및 정치계의 즉각적인 반응을 불러 일으켰다. 무엇보다 광고가 폐지되면 프랑스텔레비전의 연간 광고 수익 감소로 예산 편성의 어려움과 영상물 제작의 차질이 빚어질 것이라는 우려에서다. 또한 사르코지 대통령의 광고 폐지 배경에는 자신의 절친한 친구인 마틴 브이그가 운영하는 민영 방송사(TF1)에 광고를 몰아주기 위한 의도가 깔려있다는 비난도 쏟아졌다. 이 같은 논란에도 불구하고 프랑스텔레비전 이사회는 광고 폐지에 대한 투표를 실시했고, 2009년 1월 5일부터 공영 방송의 저녁 20시부터 새벽 6시까지 광고가 폐지되었다.

그 후 2008년 6월, 사르코지 대통령은 프랑스텔레비전, 라디오, 해외령 방송국의 대

미디어미래연구소 프랑스통신원 (파리1대학 박사과정)

¹공영 방송사인 프랑스 텔레비전(France television)에는 채널 France 2, France 3, France 5 그리고 FrancÔ 해외령 방송국 채널을 포함한다.

표 선출을 대통령이 임명하겠다고 발표했다. 그동안 공영방송의 대표는 방송위원회(CSA)에서 담당해왔기 때문에 앞으로 정부가 공영방송사 대표를 선출한다는 발표 역시 큰 논란을 불러일으켰다.

논란의 중심 사안인 공영방송 광고 폐지와 방송사 대표 선출권이 첨부된 방송법 개정안은 지난 1년 동안 사회적, 정치적 논쟁을 거치면서 지난 3월 3일 헌법심의회(Conseil Constitutionnel)를 통해 합법성을 획득했다.



공영 방송 개정 핵심내용을 둘러싼 갈등

1) 공영 방송 광고 폐지

2008년 1월 8일 사르코지의 공영방송 광고폐지 발표는 즉각적인 논란을 불러일으켰다. 폐지 이유는 공영 방송의 정체성을 찾겠다는 것이었다. 여당(UMP) 대변인인 프레데릭 르베브르(Frederic Lefevre)는 “공영 텔레비전에서 광고를 없애는 것은 공영방송을 살리는 것이다. 현재 새로운 미디어 환경인 디지털 방송(TNT) 등이 등장하면서 광고시장은 분산될 것이다. 방송국이 경제적인 성장에 매여있으면 발전하기 힘들다. 광고 폐지는 다양한 문화 전파와 현재를 알리는 공영방송의 공공성을 지키는 방안이다.”라고 설명했다.²

반면 야당인 사회당을 비롯해 언론 노조 및 언론인들은 방송법 개정이 프랑스 방송을 죽이는 것이라며 광고폐지를 전면 반대했다. 방송사에 종사하는 언론인들은 2008년 2월 13일 첫 시위를 벌였다. 프랑스 텔레비전의 8개 조합(CFDT, CFTC, FO, SNJ, SITR, SNJ-CGT, SNRT-CGT, Sud)이 처음으로 함께 한 시위에는 프랑스 라디오, 프랑스 국제 라디오(RFI), 텔레비전 5 몽드 등도 참여했다. 이들은 공영방송의 연속성과 재정 보장을 요구하며 광고폐지에 대한 우려감을 나타냈다. 광고

² Lefebvre: Supprimer la pub, c'est sauver France télévisions, L'express(www.lexpress.fr), 2008년 5월 30일.

폐지 발표 이후 10개월 동안 방송 노조연합은 2월 13일에 이어 6월 18일, 11월 25일 세 차례의 파업을 단행했다.

공영 방송 개혁 위원회 구성

사르코지 대통령은 공영방송의 광고폐지 발언 직후인 2008년 2월 공영방송 개혁을 위한 의견 취합과 논의를 발전시키기 위한 위원회 구성을 지시했다. 장 프랑스와 코페(Jean Francois Cope)가 중심이 된 공영방송개혁위원회(Commission Cope)는 광고폐지를 주요 이슈로 담은 공영방송 쇄신에 대한 구체적인 방안을 준비했다.

2008년 6월 25일 제출된 보고서 내용을 요약하면 다음과 같다.

공영 방송의 광고폐지 시기는 2009년 9월 1일 저녁 20시 이후 시간대 부터이며, 2012년 1월부터 전면적으로 광고가 금지된다. 이로 인해 발생하는 첫 단계의 손실 예상금액은 4억 5천만 유로, 그 다음에는 6억 5천만 유로가 예상된다. 먼저 4억 5천만 유로 손실금에 대한 보충은 세금(0.5%)으로 채운다. 즉 민영방송의 공영 방송 광고 폐지로 인해 증가한 광고수입 중 8천만 유로, 인터넷과 통신 사업자가 지불하는 세금 2억 1천만 유로, 디지털 라디오가 지불하는 세금 1억 유로가 프랑스 텔레비전의 광고 수익 감소에 충당된다. 수신료는 현행 116유로로 그대로 유지하되, 휴대전화나 컴퓨터를 통해 방송을 시청하는 이들에게 부과할 수신료를 제안한다. 또 방송 개혁과 관련하여 49개 계열사로 이뤄진 프랑스텔레비전을 단일 회사로 규정하고 대표는 방송위원회가 선출한 3인의 후보 가운데 임명한다. 임명 기간은 현 3년에서 5년으로 규정한다.

한편 공영방송 노조연합 대변인인 장 프랑소와 테알디(Jean Francois Tealdi)는 공영방송개혁위원회의 보고서에 대한 문제점을 지적했다.

그는 프랑스 공영방송의 경제 모델은 재정의 70%를 수신료를 통해 얻고, 나머지 30%를 광고를 통해서 얻기 때문에 공영방송에서 광고폐지가 발표된 이래 프랑스 텔레비전이 20%정도 타격을 입을 것으로 추정되며, 광고폐지 발표 직후에도 이미 광고

수익이 2억 유로 정도 감소하였다고 밝혔다. 따라서 2009년부터 20시 이후 광고가 폐지되면 프랑스텔레비전은 20시 이전에 2억 6천만 유로 정도의 광고 수입을 확보해야 적자를 해결할 수 있는데 이에 대해 정부와 공영방송개혁위원회는 어떠한 해결책도 제시하지 못하고 있다고 주장했다. 또한 유럽 국가 평균 시청률에 맞춰 현재 116유로에서 161유로로 인상해야 하며, 이는 프랑스 텔레비전의 광고 사업규모를 25%로 한정 짓기 위해서도 필요하다고 주장하고 있다. 그는 만일 광고폐지가 의원들에 투표에 의해 통과된다면, 방송노조는 2009년 말 광고폐지 이후 중간 점검을 요구할 것이라며 이 같은 변화가 공영 방송의 재정상황에 어떤 변화를 가져왔는지에 대한 분석이 필요하다³고 주장하였다.

프랑스텔레비전 이사회의 공영방송 광고폐지 결정

공영방송 광고폐지 논란이 지속되는 가운데 방송 노조측의 반대에도 불구하고 2008년 12월 16일 프랑스텔레비전 이사회는 광고폐지에 대한 투표를 실시한 결과 찬성 9표, 반대 2표로 광고폐지 결정을 내렸다.

투표 실시에 대해 프랑스텔레비전 대표인 파트릭 드 카롤리스(Patrik de Carolis)는 방송사 운영을 위해 필요한 조치였다고 지적했다. 하지만 일각에서는 사르코지가 국회에서 논의가 한 달 이상 지연되자 프랑스텔레비전 측에 압력을 가했다는 논란이 일었다. 이미 2009년 정부 예산에서는 프랑스텔레비전의 광고 수익 감소분인 4억 5천만 유로에 대한 예산을 확보해 놓은 상태였다.

2) 공영방송사 대표 선출권을 둘러싼 논란

공영방송의 광고폐지 논란이 계속되는 가운데 2008년 6월 25일 사르코지 대통령은 민영방송과 인터넷, 통신업에게 세금을 부여하고 공영 방송사 대표를 행정부가 임명한다고 발표했다. 발표 내용 가운데 논쟁의 핵심은 프랑스텔레비전 대표 선출권에

³ Jean-François Téaldi : "Cette réforme assassine l'audiovisuel public", Le monde (www. lemonde.fr) 2008년 12월 2일.

대해 정부가 관여한다는 것이었다. 지금까지 프랑스텔레비전 대표는 방송위원회(CSA)⁴를 통해 임명되었다.

대통령 발표 이후 국민들과 야당은 이에 반대하며 비판의 목소리를 높였다. 일간지 〈르 파리지엔〉의 2008년 7월 6일 설문조사에 의하면 프랑스인 74%가 대통령의 프랑스텔레비전 대표 임명을 반대했다. 중도파 대표인 프랑스와 베이유 역시 이 안의 수정을 요구하며 방송은 국가권력과 자본의 경제적 이익으로부터 독립되어야 한다고 주장했다.



공영 방송법 개정을 둘러싼 법적 절차 및 정치권 갈등

1) 공영방송법 개정안 각의 제출

2008년 10월 22일 문화통신성 장관인 크리스틴 알바넬(Christine Albanel)은 공영 방송법 개정안을 각의(Conseil des ministres)에서 발표했다. 이 법안은 오디오비주얼에 관한 전반적인 개혁을 담고 있다. 공영방송 광고폐지와 공영방송사 대표 선출에 관한 개혁을 비롯해 영상물 서비스 방향 전환(SMA), 각 채널별 영상물 제작 의무를 규정하는 TASCA법령 개혁에 대한 각 방송사의 합의 등을 포함하고 있다. 또한 알바넬 장관은 공영방송법 개정이 인터넷과 디지털 텔레비전(TNT)출현으로 달라진 방송환경에 대처하기 위해 필요한 개혁이라고 밝혔다.

2) 국민의회 법안 검토 및 투표

공영방송 개정법안이 2008년 10월 22일 국민의회(Assemblée nationale)에 제출되었다. 정부는 이 법안이 시급히 해결해야 할 긴급법안이라는 점을 명시했다. 개정

⁴ 방송위원회는 9명의 위원들이 참여해 프랑스 텔레비전 대표를 선출한다. 선출 위원회는 대통령이 임명한 3명, 국회의원 3명, 상원의원 3명으로 이뤄진다.

법안은 국가조직법 검토를 위해 특별 위원회에 보내졌고, 특별위원회는 2008년 10월 29일 법안과 관련된 보고서를 검토했다. 국민의회는 이 법안을 검토하면서 2008년 11월 25일부터 12월 17일 이전까지 공개 토론회를 여러차례 개최했다.

2008년 12월 17일, 개정법안과 관련해 하원의원(Député)들의 투표로 법안은 가결되었다. 가결된 법안 내용에는 민영방송에서 영화 및 텔레필름 방영시 30분 단위로 두 번째 광고 방송을 허용한다는 점이 포함되었다. 또 하원의원들은 공영방송사가 2009년에 지불한 800만 유로를 국립영화센터(CNC)의 재정을 위해 사용하는데 동의했다. 또 문화통신부 장관 크리스틴 알바넬의 요구에 따라서 디지털 라디오 사업 후보자 선출과 관련된 일정은 2009년 3월에서 6월로 연기하기로 결정했다. 정부는 2010년 7월 1일까지 디지털 라디오와 관련된 리포트를 의회에 제출할 것이라고 밝혔다.

3) 상원의원 법안 검토 및 투표

2008년 12월 17일 국민의회를 통해 가결된 법안이 상원의원(Sénat)측에 전달되었다. 그리고 상원의원내 문화사업 위원회의 법안 검토 후 2009년 1월 7일부터 16일까지 공개 토론회를 가졌다.

상원의원들은 방송법 개정안에 대한 근본적인 의문점을 제기하기도 했다. 정부의 방송법 개정안을 긴급안이라고 상정한 점에 대해 중도파 의원 가운데 한 사람인 에르베 모레이(Herve Maurey)의원은 “현재 경제위기의 한 가운데서 방송개정법안이 긴급한 문제인가에 대한 의문과 함께 국민들이 관심을 가지는 현안을 논의해야 하지 않는가”라고 지적했다. 또 현 시점이 방송법 개정안 논의 시기로 적당하지 않다며 HD 방송이 시작될 2012년까지 기다려야 한다는 지적도 나왔다. 일부 여당 출신 의원들은 상원에서 논의가 되기도 전에 이미 2009년 1월 5일부터 공영 방송 채널에서 저녁 20시부터 새벽 6시까지 광고 폐지가 시행되고 있는 점에 대해서도 문제를 제기하기도 했다. 하지만 광고폐지는 프랑스텔레비전 이사회에서 투표로 내린 결정이어서 오랜 시간 공방이 되지는 못했다. 법안 내용 가운데 가장 민감한 사안은 대통령령을 통

한 공영방송사 대표 선출 문제였다.

상원의원들의 법안을 둘러싼 논쟁은 1월 16일 개정 법안에 대한 찬성 164표, 반대 153표로 법안이 가결되면서 일단락됐다. 가결된 내용에는 정부측의 시청료 116유로에서 120유로 인상(2010년 1월 시행) 반대 및 해외령 방송국 RFO의 광고방송 허용 유지 그리고 공영 방송 대표 해임과 관련해 상원, 하원의 문화사업 위원회 내부의 과반수인 5분의3 승인이 조건으로 포함됐다.

4) 혼합 위원회 CMP 법안 검토

상원의원들이 가결한 법안은 1월 21일 혼합 위원회인 CMP(Commission mixte paritaire)에 제출되었다. 1월 28일 소집된 CMP위원들은 법안을 다시 수정했다. 상원에서 만장일치로 가결한 시청료 인상 거부에 대해 현재 116유로를 유지하되 인플레이션에 따른 물가 연동에 따라 2009년에는 118유로, 2010년에는 120유로로 인상한다고 명시했다. 공영방송사 대표 선출과 해임에 대해 대통령의 각의에 따라 방송 위원회와 상원, 하원의 문화사업 위원회의 의견에 따라 결정된다고 정했다. 또 해외령 방송국(RFO)의 광고 폐지를 찬성하고 인터넷 방송 수신료 징수 확대에 대한 반대 입장을 표명했다. 공영방송 광고폐지와 관련해 2009년 1월 5일부터 저녁 20시에서 새벽 6시까지 한시적 광고 금지, 2011년 광고 방송 완전 폐지 그리고 민영방송의 텔레필름이나 영화 방영시 두 번째 광고 삽입 허용, 공영 방송 재정을 위한 민영방송 및 통신사업자에게 부여되는 새로운 세금 조항 신설 등이 포함되었다. 나머지 텍스트의 경우 하원에서 가결된 내용을 받아들이면서 상원에서 제출된 내용은 접수되지 않았다. CMP의 개정안을 두고 사회당의 상원의원인 파트릭 블로슈(Patrick Bloche)는 “지금까지 본 법안 중 가장 나쁜 법안”이라고 비난했다.

5) 공영방송법안 의회 최종 투표

CMP의 최종 법안에 대한 마지막 투표가 지난 2월 3일 의회에서 실시되었다. 국민의 회에서는 이 법안에 대해 찬성 166표, 반대 75표로 법안이 통과되었다. 다음날인 2월

4일 상원 의원들의 최종 투표가 치뤄졌다. 투표 결과는 찬성 177표, 반대 159표로 여당인 UMP와 중도파는 찬성에 사회당, 녹색당 등 야당은 반대표에 투표했다. 이로써 공영방송법개정안이 의회에서 최종 가결됐다.

6) 헌법 심의회 제기

사회당 및 야당 상원 의원들은 투표 후 방송법 개정안에 대해 헌법 심의회(Conseil Constitutionnel) 측에 문제를 제기했다. 이들은 대통령의 공영방송사 대표 선출(법 n°2009-576) 및 공영 방송의 광고폐지 삭제(n°2009-577)를 요구했다.

하지만 3월 3일 헌법 심의회는 제출된 두 법안에 대해 합법성을 인정했다. 대통령의 방송사 대표 선출권에 대해 유효하다고 결론을 내렸다. 대통령의 방송사 대표 임명 제안은 방송위원회의 규정에 부합해야 하고 의회 위원회의 5분의 3 이상이 찬성(또는 거부) 할 때 인정된다고 지적했다. 단 해임과 관련해서 의회 의원회의 권한은 단지 자문의 역할만으로 한정한다는 점을 명시했다. 또한 공영방송 개혁과 관련해 공영방송 광고폐지와 이를 보충할 새로운 세금 제도에 대한 법적 규정을 인정했다. 단 국가를 통한 재정적 보충의 방법에 대해서는 실질적인 방안제시를 유보했다. 즉, 법 규정에서 공영 방송의 광고폐지로 인한 재정적인 보충에 대해서 인정하면서도 구체적인 명시를 하지 않는 것이다.

공영 방송 개정법 핵심 내용⁵

● 공영 방송 광고 폐지

프랑스텔레비전은 저녁 20시이후 부터 아침 6시까지 광고를 폐지한다. 단 해외령 방송국(RFO)는 일시적으로 제외된다. 공영 방송사의 광고 완전 폐지는 2011년 말

⁵본 내용은 프랑스 문화통신부 내 공영방송법 개정안 자료를 바탕으로 정리한 것이다.

에 실시된다.

● 수신료

개정법은 공영방송 예산의 대부분이 수신료에 의존함을 밝힌다. 수신료는 2009년을 기준으로 매년 인플레이션 지수화에 따라 금액을 결정한다. 수신료의 범위는 인터넷 관련 가입자의 회원비로도 확대된다.

민영 방송사의 영화 및 텔레필름 방영시 30분 방영을 기준으로 두 번째 광고를 방송할 수 있다. 2009년 1월 1일부터 디지털 채널의 경우 1시간에 6분에서 7분 정도 광고 방송을 허용한다.

공영 방송의 광고 수익 감소분은 민영 방송의 최대 광고 수익 1천 1백만 유로의 3%의 세금으로 보충한다.

● 공영방송 대표 임명

공영방송인 프랑스텔레비전(France 2, 3, 5)과 해외령 방송국 대표들은 대통령 명령을 통해 임명되며 임기 기간은 5년이다. 임명은 방송위원회(CSA)의 적임자 심사와 의회 위원회의 5분의 3의 동의를 통해서 이뤄진다. 의회는 대표들의 해임에 대해서도 영향력을 가진다.

● 프랑스텔레비전의 단일화

공영방송인 프랑스텔레비전은 단일 회사로 계열 회사로는 프랑스 2, 프랑스 3, 프랑스 4, 프랑스 5 그리고 해외령 방송국(RFO)이 포함된다. 추가 조항은 프랑스 텔레비전의 프랑스어와 유럽어 영상물과 영화 창작에 대한 투자 보증을 허용한다.

방송 개정법안이 남긴 과제

프랑스의 공영방송 개정법은 2008년 1월 8일 사르코지 대통령의 발언 이후 일년이라는 기간 동안 우여곡절을 거치면서 2009년 3월 3일 헌법심의회를 통해 합법성을

획득했다. 공영방송 개혁을 목표로 한 이번 개정안은 1987년 TF1의 민영화이래 가장 중요한 법으로 평가된다. 광고폐지, 대표 선출은 그만큼 민감한 사안으로 방송계의 지형도 변화에 영향을 미치기 때문이다. 이 과정에서 법안 개정을 반대하는 방송노조와 야당, 이를 추진하는 정부와 여당 등이 대립의 축각을 곤두세웠다. 개정법안이 공영방송을 죽이는 법안이라는 입장과 디지털, 인터넷 등이 가세하면서 달라진 방송환경에서 공영방송을 새롭게 구축하기 위한 방안이라는 두 대립점은 일년동안 지속되었다. 그 논란은 현재 헌법심의회 합의 인정으로 일단락됐지만 헌법심의회에서도 공영방송의 광고폐지로 인한 수익감소를 보충할 세제 마련에 대한 구체적인 언급이 없다는 점에서 또다시 논란이 불거질 우려가 높다.

● 참고 문헌 ●

Assemblée nationale(2008). Comptes rendus de la commission spéciale.

<http://www.assemblee-nationale.fr/13/cr-cspubtele/08-09/c0809004.asp>

Assemblée nationale. Schema de la procedure legislative.

http://www.assemblee-nationale.fr/13/dossiers/nomination_audiovisuel_public.asp

Conseil constitutionnel, loi DC n°2009-576, DC n°2009-577.

<http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/les-decisions/2009/decisions-par-date/2009/2009-576-dc/decision-n-2009-576-dc-du-03-mars-2009.42439.html>

Conseil constitutionnel, loi DC n°2009-577.

<http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/les-decisions/2009/decisions-par-date/2009/2009-577-dc/decision-n-2009-577-dc-du-03-mars-2009.42424.html>

Commission cope(2008.6.25). Jean Francois Cope, Commission pour la nouvelle télévision publique.

L'express (2008.5.30). Lefebvre: Supprimer la pub, c'est sauver France télévisions.

http://www.lexpress.fr/actualite/media-people/media/lefebvre-supprimer-la-pub-c-est-sauver-france-televisions_505696.html

Le monde (2008.12.2). Jean-François Téaldi : Cette réforme assassine l'audiovisuel public.

<http://www.lemonde.fr/sujet/6e04/jean-francois-tealdi.html>

Le point(2008.10.17). EXCLUSIF - L'avis du CSA sur la loi audiovisuelleLe point.

<http://www.lepoint.com/actualites-medias/2008-10-17/exclusif-l-avis-du-csa-sur-la-loi-audiovisuelle/1253/0/283492>

Ministère de la culture communication(2009.1.5). Réforme de l'audiovisuel public :

Suppression de la publicité à partir de 20h.

<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/communiqu/albanel/reforme-audiovisuel-public1208.html>

Nouvelobs(2009.2.5). La reforme de l'audiovisuel a adoptée par le parlementaire.

http://tempsreel.nouvelobs.com/speciales/medias_pouvoirs/20090204.OBS2998/la_reforme_de_laudiovisuel_adoptee_par_le_parlement.html

CMMB vs TD, 중국 모바일TV 패권다툼



이재민



끊임없는 갈등 국면에서 통합 분위기 조성

14억 인구를 상대로 서비스를 제공하는 중국의 모바일TV 시장. 이곳은 이전까지 아직 그 누구도 선점하고 있지 않은 미개척의 땅으로 해외의 수많은 방송사업자들의 관심을 모았던 영역이었다. 콘텐츠 제공과 부가서비스 사업은 물론, 사실상 중추적 역할을 하게 될 기술표준에 대한 사업권을 따고 싶어하는 기술보유국들은 줄기차게 중국의 문을 두드려왔다. 결국 중국은 방송산업 기반의 China Multimedia Mobile Broadcasting(이하 CMMB)과 통신산업 기반의 TD-SCDMA(이하 TD)라는 자체 표준을 마련했고, 경쟁은 이 두 가지 표준으로 귀결되었다.

최근의 여느 국가와 마찬가지로 중국에서도 방송 진영과 통신 진영에서 서로 유리한 고지를 차지하기 위한 물밑 영역다툼이 치열하다. 이러한 현상은 올림픽이라는 초대형 이벤트를 통해 다시 한번 수면 위로 떠올랐으며, 두 거인의 전쟁으로 인해 2008년 휴대폰 모바일TV 시장은 한층 뜨겁게 달아올랐다. 베이징올림픽 당시 방송진영은 CMMB 홍보를 위해 올림픽 조직위원회에 단말기 1,000대를 전달했고, 통신진영 또한 기자와 선수들을 타깃으로 삼아 TD휴대폰을 증정했다.

미디어미래연구소 중국통신원 (GN Consulting & Translation 이사)

이렇게 한동안 한치의 양보도 없이 진행되던 양자 간의 대결은, 2008년 연말을 시작으로 변화의 조짐을 보였으며, 올해에는 통합의 분위기가 조성되면서 TD-SCDMA와 CMMB 방식을 모두 지원하는 TD+CMMB 일체형 단말기도 등장했다. 그러나 통합은 단지 단말기 일체화에 머무른 채, 그 이상의 큰 진척은 아직 없는 상황이다. 본고에서는 두 업계의 운영방식과 서비스 콘텐츠 비교를 통해 두 업계가 가지고 있는 각각의 경쟁력과 이른바 '통합'의 구도를 살펴보고자 한다.



출발점의 차이: 공공서비스 vs 시장화된 이윤추구

CMMB와 TD의 공통점은 TV를 시청할 수 있는 휴대폰을 통해 이윤을 추구하고 있다는 점이다. 하지만 그 출발점을 살펴보면 매우 다른 본질적 차이를 보이고 있다. 먼저 CMMB는 중국 방송산업을 기반으로 하는 기술표준이다. 중국 방송의 가장 기초적 사명인 대중이 TV방송 프로그램을 시청할 수 있는 권리를 보장하는 것에 맞춰 CMMB 역시 공공서비스적 성격을 가장 근간이 되는 가치로 추구한다. 이에 CMMB는 몇 개의 기본 채널을 무료로 제공하고 있으며, 긴급방송 플랫폼으로서 일반 대중에게 무료 공공 정보서비스를 제공하고 있다. 이렇게 CMMB가 공공서비스를 기반으로 한 서비스를 제공한다는 전제하에, 사용자가 자신이 선호하는 유료 서비스를 선택하도록 유도한다는 전략이다.

반면 TD서비스는 중국의 공업과 정보화부(전신은 신식산업부)가 주도하고 차이나 모바일이 운영하는 서비스다. 따라서 시장을 겨냥하고 있고, 출발할 때부터 요금, 콘텐츠, 서비스 등은 모두 시장화에 맞췄다. 통신시장에서 차이나 모바일의 경쟁자 격인 차이나텔레콤도 CDMA2000 체제 하에 휴대폰 TV 서비스를 제공한다는 계획을 가지고 있으나, 현시점에서는 서비스 표준조차 정립되어 있지 않은 상황이다.

결과적으로, CMMB는 TD서비스보다 공공 서비스 책임이 더 추가되어 있으며, 이는 CMMB 시장화 운영에 확실히 부담으로 작용하고 있다. 결국 방송과 통신의 이러한

본질적 차이로 인해, CMMB와 TD는 두 가지 서로 다른 운영모드와 서비스 방식을 채택했던 것이다.



공동발전 위한 비즈니스 모델 추진

2008년 11월 28일 오전, CMMB 경영기업인 중광(中广)위성이동방송회사(中广卫星移动广播电视有限公司, 이하 중광이동)는 상하이 국제회의센터에서 ‘단말기 구매 설명회’를 개최했다. 이에 앞서 11월 24일에는 오는 12월 15일 베이징에서 진행되는 ‘공개입찰’을 공시한 CMMB단말기 구매프로젝트 입찰공고를 발표해 업계의 관심은 한층 고조됐다.

총 100여 개의 휴대폰 생산기업이 참석했던 설명회는 회의장에 준비된 350개의 좌석에 빈자리가 없을 정도로 열기가 뜨거웠다. SARFT무선라디오방송관리국(无线电台管理局) 부국장이자 중광이동 총재인 순차오웨이(孙朝辉)는 “중광이동은 2단계 운영을 위해 100만대 규모의 CMMB단말기 집중구매를 진행할 예정”이라고 밝혔다. 입찰공고에 의하면, 구매내역에는 GSM 기능 휴대폰, GSM 지능형 휴대폰, CDMA 기능 휴대폰, CDMA 지능형 휴대폰, GSM+CDMA 휴대폰, TD-SCDMA기능 휴대폰, 그리고 TD-SCDMA 지능형 휴대폰이 포함되어 있으며, PMP류, GPS류, MP4류, USB Dongle류, SD Dongle류 등도 포함되어 있다. 이로써 CMMB 암호화 전 단계인 1단계 개방시범방송이 일단락되고, 이제 단말기 판매와 보급에 이은 2단계 암호화 시범방송이 정식으로 막을 연 것이다.

SARFT 과학기술사 사장 왕샤오지에(王效杰)는 2007년부터 작년 상반기까지, 37개 성급 도시에서 1단계 규모기술실험을 성공적으로 마쳤다고 밝혔다. 2단계 규모실험은 지난해 4분기부터 시작이 되어 현재 진행 중인 상황이다. 2단계 시범방송 네트워크 범위는 지방도시까지 확대되어, 기존의 37개 성급도시 우수 단일주파수방송망은 현재 150여 개 지방도시로 확대되어 있는 상황이다.

왕샤오지에는 “다양한 서비스와 확실한 관리에 초점을 맞춰야 한다”고 강조하면서, 이는 CMMB의 생존과 발전을 결정짓는 분기점이자 최대 가치창출 포인트가 될 것이라고 말했다. 또한 ‘다양한 서비스와 확실한 관리’의 예로 TV 채널과 프로그램의 내용을 손쉽게 검색할 수 있는 ESG(Electronic Service Guide), 속보, 일기예보, 뉴스, 교통 네비게이션 등을 들면서, 이와 동시에 TD와의 협력모델을 모색해야 한다고 전했다. 또한 중광이동 부총재 류옌쥘(刘延军)은 암호화 즉 CA시스템 방송은 ‘확실한 관리’ 범주에 속하며, 2단계 실험에서 암호화권한시스템 관련 실험을 진행할 예정이라고 밝혔다. 아울러 최대 관심사인 인터랙티브 기능 역시 2단계 실험에 포함되어 있다고 전했다.

2단계 실험의 절반 이상은 휴대폰 단말기가 차지하게 된다. 왕샤오지에는 CMMB의 경우 차이나모바일(中国移动) 등 통신업체의 지지를 획득했으며, CMMB와 TD의 공동발전을 위한 비즈니스 모델을 추진할 예정이라고 밝혔다. 이 같은 계획에는 만약 단말기의 통일이 이루어지지 못한다면 휴대폰 TV에 대한 인식이 아직 보편화되지 못한 중국에서 양측 모두 시장확대에 어려움을 겪을 것이라는 위기의식도 크게 작용했다는 것이 업계 내의 일반적 관측이다.

왕샤오지에는 “2단계 실험이 기술, 전송커버리지, 업무, 서비스의 4대 영역으로 나뉘어 지며, 이 중 서비스와 업무는 신규 콘텐츠에 해당한다”라고 전했다. 또 류옌쥘은 “이미 기술/네트워크 실험관리에서 서비스/업무관리 단계로의 전환이 시작됐다. CA시스템을 통해 두 신규 콘텐츠에 대한 관리를 진행할 예정이다”라고 전했다.

곧 출시 예정인 CA단말기 시행방안은 세가지로 분류할 수 있다. 우선 SMD카드를 내장하고 MSD카드를 외장형으로 넣는 방안으로 ‘대형카드’와 ‘소형카드’ 솔루션으로 나뉘어 진다. 대형카드 솔루션은 CI모듈 솔루션으로 암호 해독기능과 복호화(Decrambling)기능이 한 카드에서 모두 실현이 가능하다. 소형카드 솔루션은 카드에서 암호해독만 가능하고 복호화 기능은 제공되지 않는다. 또 다른 방안은 외장 블루투스카드 방안이다.

대형카드, 소형카드 방안을 시행하게 되면 단말기 원가가 적게는 20위안에서 많게

는 80위안까지 증가한다. 중광이동은 대형카드방안에 주목하고 있는데, 여기에 따르는 추가비용은 약 80위안 정도이다. 현재 개방프로그램 시청이 가능한 단말기의 경우, 지난 12월부터 암호해독 CI모듈을 지급받고 단말기 소프트웨어 업그레이드만 받으면, CAS 서비스를 통해 프로그램을 시청할 수 있다. 향후 37개 성급 실험도시에서는 개방 프로그램 한 채널을 제외하고 나머지 프로그램은 모두 CAS플랫폼에서 방송될 예정이다. 신규 추가되는 지방도시들은 바로 CAS 방송을 실시하게 되며, 기존 도시이든 추가 도시이든 실험단계에서는 모두 무료로 서비스를 받게 된다.



일체형 휴대폰 보급 현실화

지금까지 현실로 다가오지 않던 CMMB 서비스가 이처럼 점차 구체화되면서 TD와의 통합 움직임도 가속될 조짐을 보이고 있다. 현재 방송계통 휴대폰 모바일TV 표준인 CMMB기능을 탑재한 TD-SCDMA휴대폰에 대한 네트워크 진입 테스트작업이 한창 진행 중에 있으며, 2009년 1월에 테스트가 완료되어 네트워크 진입허가가 시작된 상태이다. 또한 이미 소수이기는 하나 두 가지 방식을 지원하는 시험적 제품이 중국의 중소기업에 의해 출시되어 있다. 가장 먼저 통합 단말기를 출시한 것은 위룽쿠파이(宇龙酷派)로 작년에 이미 TD+SCDMA 휴대폰으로 산업과 정보화부가 발급한 최초의 CMMB 휴대폰 네트워크 진입허가를 받기도 했다. 그 뒤를 이어 네트워크 진입 테스트를 통과한 하이신(海信) 역시 해당 허가를 취득한 상태로, 올해 4월 중순 현재, 허가증 소지업체는 모두 2곳으로 늘어났다.

산업과 정보화부 통신연구원 타이얼실험실(泰尔实验室, CTTL)에서는 현재 중싱(中兴), 동신(东信), 렐샹(联想), 하이얼(海尔), 신요통(新邮通), 삼성 등 대기업에서 생산한 TD+CMMB휴대폰에 대한 네트워크 진입 테스트가 한창 진행 중이다. 이는 CMMB휴대폰의 네트워크 진입장벽이 이제 허물어졌으며, TD+CMMB 휴대폰이 이제 대량으로 판매될 날이 멀지 않았음을 의미한다.

현재 시험 사용 중인 TD+CMMB휴대폰 단말기는 TD 이동통신기능 이외에도 CMMB모바일 TV 서비스로의 전환이 가능하며, 휴대폰을 통해 유·무료 TV 프로그램을 시청할 수 있다. 그러나 현재 CMMB기능을 가진 GSM과 CDMA휴대폰은 아직까지 관련사업의 라이선스를 획득하지 못한 상태다. 중싱통신(中兴通讯)의 해당부서 책임자는 “관련 규정에 따라 휴대폰의 출시 및 판매와 관련해 산업과 정보화부가 발급하는 휴대폰 네트워크 진입허가를 발부 받도록 되어 있음에도 불구하고, 얼마 전까지 CMMB 모바일 TV기능의 단말기가 네트워크 진입허가를 발급받지 않아 시장에 불법 판매되면서 일명 ‘산짜이(山寨)’라고 불리는 짝퉁 CMMB 휴대폰이 범람하고 있다”고 우려를 표명했다.

사실 차이나모바일은 베이징올림픽 이전에 실험적으로 4만대의 TD+CMMB휴대폰을 집중 구매한 바 있다. 하지만 당시 차이나모바일이 구매한 TD+CMMB휴대폰은 모두 증정형식으로 임시허가가 발급된 것이었으며, 네트워크 진입 테스트를 거치지 않은 상태였다. 이와 관련해 <통신정보신문>은 CMMB와 TD의 통합은 좋은 일이지만 아직까지 낮은 수준에 머물러 있다고 보도했다. 또한 CMMB와 TD는 단순 결합되었을 뿐이고, 서비스, 사용자 관리, 요금 등의 방면에서 진정한 통합이 이루어지지는 못했다고 강조했다. 남경우정(南京邮政)대학 판펑페이(范鹏飞) 교수는 “올림픽 기간의 CMMB와 TD의 제휴는 여러 면에서 통신계통의 임시방편이었을 가능성이 크다는 것이 드러났지만, 분명한 것은 방송업계와 통신업계가 공동협력을 통해 미래를 향한 첫발을 내디뎠다는 것”이라고 지적했다. SARFT 과학사 사장(司长) 왕샤오지에(王效杰)는 이러한 제휴와 관련해 “향후에도 계속 제휴할 지 아직은 모르는 일이다. 시장의 추진력은 사람의 의지로 전향할 수 있는 것이 아니다. 결국 CMMB로 TV를 시청하고 TD-SCDMA로 화상통화를 하는 것이 앞으로의 추세가 될 것이다.”라고 밝혔다.

중국언론은 CMMB와 TD의 제휴에 대해 의문을 제기하면서도 양대 산업의 제휴를 은근히 기대하고 있다. 만약 앞으로도 협력할 수 있는 기회가 생긴다면, 또한 서비스, 가입자 관리, 요금 등의 문제점을 보완해 제휴를 강화한다면, CMMB와 TD 모두

에게 좋은 일이 될 것이다. 또한 이용자들 역시 한 개 단말기로 두 가지 기능을 사용할 수 있다면 더욱 유익할 것이라는 분석이 높다.

누구를 위한 협력인가?

사실상 중요한 것은 단순히 TD+CMMB 휴대폰이 네트워크 진입권을 부여 받았는지가 아니라, 구체적으로 산업동향이 어떻게 전개되느냐에 있다. 즉, 3G표준 TD의 시장화 응용촉진을 위해 산업과 정보화부가 TD+CMMB 휴대폰에 네트워크 진입 테스트를 개방했지만 기타 방식과 CMMB가 결합한 GSM+CMMB 혹은 CDMA+CMMB방식에는 네트워크 진입 테스트를 불허했다는 점 등을 주목할 필요가 있다. 이는 다시 말하면, CMMB기능을 탑재한 휴대폰 가운데 TD를 제외한 다른 방식은 정부가 인정하는 네트워크로의 진입권을 부여 받을 수 없다는 것이다.

물론 시장에는 일찍부터 CMMB기능에 앞서 말한 바와 같이 ‘작통 휴대폰’이 버젓이 판매되어왔다. 하지만 산업과 정보화부의 CMMB휴대폰 네트워크 진입허가 규정이 합법화라는 측면에서 여전히 중요한 의미를 갖고 있는 것은 분명하다. 결국 산업과 정보화부의 네트워크 진입권은 단말기 시장에서 ‘작통 휴대폰’과 ‘정품 휴대폰’을 가름하는 표지가 될 것이며, 또한 대형 CMMB휴대폰 생산기업의 이윤과 브랜드 이미지에 직접적인 영향을 끼치게 될 것이다. 결과적으로 TD는 CMMB의 ‘작통’ 이미지를 벗겨 주었고, CMMB는 TD가 시장을 얻을 수 있도록 도왔다. 그렇다면 과연 TD와 CMMB통합은 과연 누구의 필요에 의한 것일까라는 의문이 제기된다. 이러한 의문을 해결하기 위해서는 TD와 CMMB를 대표하는 통신업체와 방송업체로부터 실마리를 풀어야 할 필요가 있다. 통신업체의 유선전화 통화업무와 방송업체의 CATV 가입자 시장이 점차 포화상태로 치달으면서, 통신 사업자와 방송 사업자는 모두 전면적인 비즈니스 트랜스포메이션(Business transformation)과 새로운 수익모델 발굴이라는 도전에 직면하게 되었다. 바로 이 시기에 이루어진 통신산업의 3G서비스

론칭과 방송업체의 모바일TV 개통의 조우는 통신업체와 방송업체의 협력을 위한 새로운 전기가 마련된 것이라 할 수 있다. 즉 모바일 정보서비스와 모바일 통신서비스는 통신망과 방송망의 협력과 통합에 있어 천재일우의 기회를 제공한 것이다.

양대 네트워크 사업자는 모두 기존사업 정체현상으로 골머리를 앓고 있었고, 이러한 위기극복 의지가 혁신적 서비스의 출현을 갈망하면서 반목을 거듭하던 두 네트워크가 손을 잡게 된 근본 원인으로 작용했다. 쌍방 협력의 직접적 원인은 휴대폰 모바일 TV 서비스 제공에 있어 두 업체가 가지고 있던 취약점이었다고 할 수 있다. 자신들의 기술적 문제 보완을 위해서는 TD와 CMMB의 결합이 중요하다고 깨닫게 된 것이다. 결국 중국이 지적재산권을 소유하고 있는 2대 기술의 결합으로 적어도 당분간 통신과 방송은 윈-윈 게임을 하게 될 것으로 보인다.

산업과 정보화부가 TD를 보호 발전시킨다는 의도에서 TD+CMMB방식 이외의 기타 CMMB단말기를 네트워크 가입에서 제외시켰지만, 기타 단말기에 대한 시장수요로 인해 갈수록 더 많은 생산기업들이 다양한 방식의 CMMB휴대폰 단말기를 생산하는 것을 막지는 못할 것으로 보인다. 또한 협력은 더욱 다원화되어 현재 시점에서 판매되고 있는 GSM+CMMB휴대폰 이외에도 CDMA+CMMB 휴대폰 출시가 임박한 것으로 예측되고 있다.

단말기 및 네트워크의 전면 통합 가능성

아직은 매우 초보적인 시작단계에 불과하나 TD와 CMMB의 결합을 통해 이동통신 기능과 모바일TV 기능의 두 단말기가 하나로 통합되었고, 모바일 단말기 상에서의 통신서비스와 방송서비스의 통합이 현실화되었다. 또한 두 업체 간 통합을 위한 초석을 마련했다. 뿐만 아니라 TD+CMMB단말기 출시는 향후 두 업체가 모바일 서비스를 공동으로 계획하고, 업무관리 플랫폼을 공동으로 구축할 수 있도록 하는 기초를 제공했다. 즉, TD+CMMB 단말기 출현은 통신과 방송 통합의 문을 열었다고 할

수 있다.

물론 통신과 방송 통합은 하루 이틀에 이루어지는 것이 아니라 장기적 안목을 가지고 추진될 일이다. 진정한 통합은 단말기 및 네트워크의 전면 통합을 통해 실현되는 것이기 때문이다. 하지만 현 단계에서의 협력에도 불구하고 아직 미해결 과제가 산재한 만큼, 진정한 의미에서의 방송-통신망 융합과는 요원하다고 할 수 있다.

진정한 의미에서의 망통합을 실현하기 위해서는 첫째, 통신과 방송은 협력과정에서 역할 분담을 명확히 하고 각 업계의 장점을 최대화하고, 공평하고 합리적인 수익분배시스템을 구축해야 한다. 두 업계의 협력에 있어, 공평한 수익분배 매커니즘이 구축되어 있지 않다면 쌍방의 적극적 참여는 기대하기 어렵다. 그러므로 공평한 수익분배 메커니즘 구축은 통신망과 방송망이 신속한 통합을 이루기 위한 전제조건이라고 할 수 있다.

둘째, 통신 사업자와 방송 사업자는 새로운 통합서비스 개발에 주력하고, 이 통합서비스를 지원해 줄 수 있는 모바일 단말기 개발을 적극 지원해야 한다. 이는 통신과 방송사업자의 지속적 협력을 가능하게 하는 작용을 할 뿐 아니라 양대 네트워크가 통합으로 가기 위해 반드시 거쳐야만 하는 중요한 과정이기도 하다. 예를 들어 모바일 증권, 모바일 뮤직 등의 새로운 통합서비스 개발이 이루어지면, 통신 사업자와 방송 사업자의 수익은 더 긴밀하게 묶여지게 된다. 결국 이러한 수익구조는 양대 네트워크의 통합을 가져올 것이다.

셋째, 통신/방송 통합단말기 개발을 강화해야 한다. 이는 현재 양대 업계가 중점적으로 추진해야 하는 당면과제이기도 하다. 현재 TD+CMMB단말기는 단말기 솔루션 가운데 TD칩과 CMMB칩이 각각 독립되어 있다는 소식이 전해진다. 이는 TD+CMMB기업의 의도라기 보다는 아직까지 TD와 CMMB 통합솔루션이 시장에 부재하기 때문이다. 이 방식에서 TD와 CMMB는 독립된 이스밴드와 제어IC를 사용하고, 두 칩은 오직 버스 인터페이스를 통해서만 연결된다. 이 솔루션의 단점은 단말기 제조원가가 높고 배터리 소모가 크며, 시스템 협업관리가 어렵다는 것이다.



통합 후의 진검승부

CMMB와 TD가 가지고 있는 서비스 경쟁력은 분명 다른 데에 있다. 우선 CMMB는 일방적 서비스를 위주로, TD는 쌍방향 서비스를 위주로 서비스 포지셔닝을 한 것이다. 또한 CMMB의 궁극적인 목표는 언제 어디서나 TV를 시청할 수 있고 라디오 방송을 듣는 긴급정보 전달 플랫폼이 되는 것이고, TD의 목표는 영상 부가서비스 제공을 통해 가입자당 평균구입을 제고하여 산업 발전을 추진하는 것이다.

CMMB는 TV 시청 외에 라디오도 들을 수 있으며, 다양한 정부관련 정보, 생활 정보, 비즈니스 정보, 메시지 상호 전송, 긴급 방송 등의 서비스도 제공할 수 있다. 이 중TV시청은 CMMB의 주요 서비스로, 단말기를 통해 위성 S밴드 신호를 직접 수신하거나 혹은 지상 네트워크를 통해 U밴드 신호를 수신하여 TV프로그램을 실시간으로 수신할 수 있다. 수신 가능 채널에는 전국채널, 지방채널, 전문채널 등 3개 부분이 포함된다. 풍부한 콘텐츠 자원을 보유하고 있는 방송업계는 앞으로도 더 풍부한 프로그램을 콘텐츠로 제공하게 될 것이다.

한편 정보 서비스는 CMMB 서비스의 큰 특징 가운데 하나로, 저비용 고성능으로 정부관련 정보, 생활정보, 비즈니스 정보 등의 다양한 정보를 제공할 수 있다. 그 뿐 아니라 CMMB도 쌍방향 통로를 통해 VOD 등을 포함한 일부 양방향 서비스를 제공하고 있다. 또한 긴급방송기능은 CMMB를 가장 편리하고 효과적인 공공 서비스 채널로 대중의 사랑을 받게 할 것이다. 긴급방송이란 긴급상황 혹은 돌발사태가 발생했을 때, 각종 통신수단을 통해 대중에게 실시간 정보를 전달하는 것이다. 2008년 발생한 여러 차례의 재난으로 인해 대중은 긴급방송의 중요성을 이해하게 되었으며, 방송, 위성이 긴급방송에 있어서 중요한 역할을 담당하고 있다는 것도 인지하게 되었다. CMMB 서비스는 전국을 커버하는 S밴드 위성을 통해 TV방송신호를 실시간으로 전국에 전송할 수 있고 케이블망, 모바일신호 기지국이 훼손된 상황에서도 정상 수신이 가능하다는 장점이 있다. 이외에도 CMMB는 공공서비스로서의 속성을 구비하고 있다. 그것은 긴급방송을 수신하면서도 요금문제를 걱정하지 않아도 된다

는 것이다. 이러한 요금적 우위는 긴급방송의 필수 조건에 속한다. 또한 지진과 같은 특별한 긴급정보가 아니더라도 기상정보, 교통정보 등의 일상적인 긴급방송 서비스를 제공할 수 있다. 결국 향후 CMMB는 항상 휴대하고 다니는 긴급 방송 서비스 플랫폼이 되어 대중의 보호자 역할을 하게 될 것이다.

반면 3G표준인 TD서비스는 모바일 통신 부가서비스의 개발에 중점을 두었다. 현재 차이나모바일이 선보인 TD서비스에는 주로 대역폭 인터넷 접속, 화상통화, 휴대폰 TV, VOD 등이 포함되어 있다. 차이나모바일은 이 중 영상서비스를 중점 산업으로 육성하려 하고 있다. 하지만 콘텐츠를 보유하고 있지 않다는 점이 영상 서비스 발전을 제약하는 장벽으로 작용하고 있다. 통신 서비스는 여전히 핵심 서비스 자리를 차지하고 있으며, 데이터 서비스도 주요 서비스로 자리매김하고 있다. 하지만 이들 서비스에 긴급 방송은 포함되어 있지 않다.

단말기 통합이라는 획기적 방법을 통해 양대 네트워크는 한 울타리 안으로 편입되었다. 그러나 사실상의 진검 승부는 이제부터라는 것이 업계의 전망이다. 즉 단말기의 보급확대 전략으로 승부를 걸던 과거의 양상과는 달리, 같은 공간 내에서 사용자의 이목을 끌기 위한 싸움이 시작되었다는 것이다. 과연 최후의 승자는 누가 될 것인가에 대해 업계의 관심이 모아지고 있다.

● 참고 문헌 ●

王薇(2008.10). CMMB VS TD, 移动看电视选谁更划算 『媒介』.

CMMB联手TD二期试播覆盖达百余地级市(2008.11.29). 『华夏时报』.

<http://www.donews.com/Content/200811/>

463050f6c4dd45c5b8249e0283904cef.shtm

广电CMMB/TD手机将可正式销售(2008. 12. 30). 『菴孺财经撇报』.

程德杰(2009.03.23).TD与CMMB 谁更需要谁? 『赛迪网』.

http://news.ccidnet.com/art/1032/20090323/1717215_2.html

手机电视能成为新媒体主角吗? (2009.4.14) . 『人民日报』.