

LTE 주파수 재할당 ‘대가산정’ 진통… 통신비 인하 변수될까

통신사 “합리적인 대가산정 돼야”
정부 “국가자원 합당한 가치 받아야”

AI 시대 네트워크 전략 바탕으로
주파수 재할당 세부정책 확정 계획

정부가 오는 11월 중순으로 예고한 LTE 주파수 재할당 세부 방안 발표를 앞두고 통신업체들이 막판 고심을 거듭하고 있다. 주파수 재할당의 핵심 쟁점인 ‘대가 산정’ 방식을 두고 기업들의 비용 부담 완화 요구와 정부의 자원 확보, 통신비 인하 압박 등 복잡한 변수가 얹혀 있기 때문이다.

16일 <메트로경제신문> 취재를 종합해보면 이번 주파수 재할당은 내년 이용기간이 만료되는 3G와 LTE 주파수 370㎐ 폭 전체를 대상으로 한다. 정부는 통신 서비스의 연속성과 이용자 보호를 위해 해당 대역 전체를 기존 사업자에게 재할당하기로 방침을 정했다.

쟁점은 재할당 대가 산정 방식이다.



LG유플러스가 6G 이동통신의 핵심 안테나 기술인 ‘재구성가능한 지능형 표면(RIS)’ 기술 검증을 진행했다. LG유플러스 직원들이 RIS가 장착된 유리창 앞에서 통신품질을 점검하고 있는 모습. /LG유플러스

통신사들은 6G 상용화를 앞두고 막대한 투자가 예상되고, LTE 트래픽이 감소 추세에 접어든 만큼 합리적인 수준에서 대가가 산정돼야 한다는 입장이다. 실제, 올해 상반기 LTE 트래픽은 10만 테라바이트(TB) 선 아래로 떨어졌다.

반면 정부는 주파수라는 국가 자원에 대한 합당한 가치를 받아야 한다는 입장이다. 현행 전파법은 재할당 대가 산정

시 과거 경매 낙찰가를 고려할 수 있도록 규정하고 있지만, 구체적인 반영 기준이 없어 정부의 재량권이 큰 편이다. 2016년에는 과거 경매가와 단위가격의 평균값을, 2021년에는 과거 경매대가를 기준으로 5G 기지국 투자 조건을 연계해 할인을 적용하는 등 매번 방식이 달랐다. 이 때문에 법학계를 중심으로 “예측 가능성이 떨어지고 법체계 정합성에

의문이 든다”며 투명하고 일관된 기준 마련이 필요하다는 지적이 제기돼왔다.

여기에 국회 국정감사에서 제기된 ‘가짜 5G’ 논란과 통신비 인하 요구도 주요 변수로 떠올랐다. 현재 국내 5G가 LTE 망을 함께 쓰는 비단독모드(NSA) 방식이라 품질이 떨어지고 요금만 비싸다는 비판이 거세다. 야당 의원들은 “통신 3사가 카르텔을 형성해 5G 단독모드(SA) 전환을 미루고 있다”며 제4이동통신사 도입을 통한 경쟁 촉진을 강하게 요구했다.

이러한 정치권의 압박은 재할당 대가 산정에도 영향을 미칠 수 있다. 정부가 2021년처럼 5G 인빌딩 투자 규모 등을 조건으로 대가를 할인해 주는 옵션을 다시 꺼내 들 가능성이 점쳐진다. 통신사의 투자 부담을 덜어주는 대신, 5G 품질 개선과 SA 모드 조기 전환을 유도해 통신비 인하의 명분을 찾는 방식이다.

정부는 5G SA 전환 계획 등을 담은 ‘AI 시대 네트워크 전략’을 우선 발표한 뒤, 이를 바탕으로 주파수 재할당 세부 정책 방안을 확정할 계획이다.

남영준 과학기술정보통신부 주파수 정책과장은 “당사자의 의견수렴과 예측 가능성 확보도 중요하지만 이해관계자가 대가산정 절차에 직접 참여하는 것은 한계가 있다”면서 “정부의 정책적 목표는 합리적 대가 산정인 만큼 주파수의 적정 가치를 산정할 수 있는 세부방안을 다각도로 검토 중”이라고 말했다.

전문가들은 지금까지처럼 신규 주파수 할당 기준을 재할당에도 그대로 적용하는 방식은 문제가 있다고 지적한다. 재할당은 성격이 다르기 때문에, 별도의 대가 산정 기준이 필요하다는 것이다.

현행 전파법 시행령 단서조항에는 ‘재할당 대가 산정 시 동일하거나 유사한 용도의 주파수 경매 대가를 참고할 수 있다’고만 돼 있다. 하지만 과거 경매 대가를 어떻게 반영해야 하는지에 대한 세부 기준이 전혀 없다.

박재운 한국외대 교수는 “지금 구조는 법체계적으로 맞지 않는다”며 “법률상 위임 근거를 다시 정비해야 한다”고 말했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

플랫폼 산업 ‘AI·광고·노동’ 검증대 올라

네이버·카카오 등 국정감사 증인 출석
구글·애플 등에도 투명·공정성 검증

지난 13일부터 열린 2025년도 국정감사에서 네이버·카카오·구글 등 주요 플랫폼 기업이 증인으로 출석했으며, 인공지능(AI) 학습데이터와 광고 공정성, 플랫폼 책임 문제가 핵심 의제로 부상했다.

16일 IT업계에 따르면 지난 13일 개막한 이번 국정감사에는 주요 IT 기업들이 잇달아 증인으로 채택되며 플랫폼 산업 전반이 전방위 검증대에 올랐다.

국회 과학기술정보방송통신위원회(과방위)는 올해 국감에서 총 92명의 증인과 42명의 참고인을 소환했다. 13일 열린 첫 국감에는 네이버 김광현 검색·데이터플랫폼 부문장과 이정규 서비스 운영통합지원 전무, 최성준 네이버 뉴스 제휴위원회 정책위원장이 출석해 AI 학습 데이터 출처와 뉴스 콘텐츠 활용 문제에 대한 집중 질의를 받았다.

한국방송협회는 올해 초 네이버와 네이버클라우드를 상대로 공중파 3사에 각 2억원씩, 총 6억원의 손해배상을 청구하는 소송을 제기했다. 협회는 네이버의 거대언어모델(LLM) ‘하이퍼클로바’ 학습 과정에서 뉴스 데이터가 13.1%를 차지했다고 주장했다. 한국신문협회 역시 지난 4월 공정거래위원회에 네이버의 뉴스 데이터 무단 활용을 신고했으며, 공정위는 현재 해당 건을 심사 중이다.

14일 열린 2차 국감에서는 카카오의 ‘납치형 광고’ 의혹이 집중 질의됐다. 우영규 카카오 부사장은 이날 증인으로 출석해 일부 광고 노출 과정의 문제점에 대해 “내부 검토를 진행 중”이라고 밝혔다. 납치형 광고는 사용자가 웹사이트를 이동한 뒤 ‘뒤로 가기’를 눌렀을 때 원치 않는 광고 페이지로 연결되는 방식으로, 이용자 혼란과 보안 위험이 꾸준히 지적돼 왔다.

15일에는 구글, 애플, 메타 등 글로벌

빅테크 기업이 질의 대상에 올랐다. 구글에서는 원스 화이트 아시아태평양 대외정책총괄 부사장이 출석해 유튜브 내 유해 광고 관리 실태에 대해 설명했다. 아동·청소년이 시청 가능한 콘텐츠에 선정적·도박성 광고가 노출된 사례가 거론되면서, 알고리즘 검증과 광고 심사 기준의 투명성이 도마 위에 올랐다.

애플코리아 마크 리 사장은 인앱결제 수수료 구조의 공정성 문제에 대해, 메타 이희진 법무총괄은 계정 정지 및 콘텐츠 검열 논란에 대한 질의를 각각 받았다.

한편 오는 30일 열리는 고용노동부 및 경제사회노동위원회 종합국감에는 네이버 황순배 인사총괄이 증인으로 출석할 예정이다. ‘노란봉투법’(노동조합·노동관계조정법 2·3조 개정안) 이행 여부, 직장 내 괴롭힘, 인권 문제 등 노동 관련 쟁점이 추가로 다뤄질 전망이다.

/최빛나 기자 vitna@

KT ‘지니TV’, 통합형 미디어 플랫폼 강화

‘지니 TV 디즈니+ 모든G’ 선택

KT는 실시간 채널, 주문형비디오(VOD), 글로벌 OTT를 통합 제공하는 IP TV 요금제 ‘지니 TV 디즈니+ 모든G’를 17일 출시한다고 밝혔다.

이번 상품은 디즈니+와의 전략적 제휴를 통해 글로벌 OTT 콘텐츠와 약 16만 편의 VOD를 함께 제공한다. KT는 이를 통해 지니 TV를 통합형 미디어 플랫폼으로 강화한다는 계획이다.

‘지니 TV 디즈니+ 모든G’에는 최신 영화와 인기 방송이 포함된다. 매주 주말 한 편의 최신 영화가 기본 제공되며 ‘살인자 리포트’, ‘킹 오브 킹스’ 등이 순차적으로 업데이트된다. ‘배트맨 비긴즈’, ‘인터스텔라’, ‘인셉션’ 등 주요 작품과 함께 JTBC 예능 ‘최강야구2’, 드라마 ‘서울 자가에 대기업 다니는 김부장



KT 모델들이 ‘모든G 전용 메뉴’ 화면 앞에서 ‘지니 TV 디즈니+ 모든G’를 소개하고 있다. /KT

이야기’, 미국 드라마 ‘프렌즈’, ‘NCIS’ 등도 시청할 수 있다.

KT는 지니 TV 첫 화면에 ‘모든G 전용 메뉴’를 신설해 고객이 제공 콘텐츠를 한눈에 확인하고 광고나 추가 결제 없이 바로 시청할 수 있도록 했다. 모바일·태블릿 기기에서도 ‘지니 TV 모바일’ 앱을 통해 동일한 서비스를 이용할 수 있다.

/김서현 기자

팀네이버, 글로벌 창업 네트워크 강화

美 뉴욕 ‘UKF 꿈 페스티벌’ 참가

네이버와 네이버웹툰이 16일부터 사흘간 미국 뉴욕에서 열리는 한인창업자연합(UKF)의 꿈 페스티벌에 참가해 글로벌 창업 생태계와의 연결 강화에 나선다.

UKF는 북미 스타트업 네트워크인 ‘82 스타트업’에서 출발해 지난해 4월 공식 법인으로 설립된 북미 최대 한인 창업가 단체다. 매년 스타트업 네트워킹 행사와 포럼을 열어 창업자와 투자자 간 교류, 투자 유치, 글로벌 진출을 지원하고 있다.

네이버와 네이버웹툰은 이번 행사에 메인 스폰서로 참여하며, 주요 연사들이 별도 세션을 통해 콘텐츠와 버추얼 기술 관련 인사이트를 공유한다.

행사 첫날에는 김준구 네이버웹툰 대

표가 ‘웹툰의 등장: 새로운 스토리텔링 포맷의 글로벌 부상’을 주제로 웹툰의 시작과 성장 과정, 글로벌 확장 전략을 소개한다. 행사 마지막 날에는 오후 네이 버 리얼타임 엔진 스튜디오 리더와 송지철 네이버 프리즘 스튜디오 리더가 공동 세션 ‘지금은 버추얼 시대: 버추얼 콘텐츠가 세상에 나오기까지’를 진행한다. 두 연사는 네이버의 확장현실(XR) 프로덕션 기술과 버추얼 크리에이터 시장 대응 사례 등을 공유할 예정이다.

오 리더는 이어 ‘K-버추얼 헌터스: 글로벌을 매혹시킨 창업가들의 도전’ 세션에서 모더레이터로 참여한다. 네이버 D2SF가 투자한 버추얼 IP 스타트업 스킨, 실시간 모션캡처 AI 스타트업 무빈 등과 함께 글로벌 버추얼 트렌드와 창업 생태계의 기회를 논의한다. /최빛나 기자

LG U+·유튜브, ‘유쓰 쇼츠 페스티벌’ 3000여명 참여

총 6800여개 영상 접수

LG유플러스는 유튜브와 공동으로 진행한 영상 공모전 ‘유쓰 쇼츠 페스티벌’이 3000여 명의 참여 속에 마무리됐다고 15일 밝혔다. 두 달간 진행된 이번 공모전에는 총 6800여 개의 영상이 접수됐으며, 하루 평균 110편 이상이 업로드됐다.

이번 행사는 LG유플러스의 Z세대 전용 브랜드 ‘유쓰(Uth)’를 중심으로, ‘복잡한 디지털 환경 속에서 가장 나은 모습’을 주제로 자유롭게 쇼츠 영상을 제작해 참여하는 방식으로 진행됐다.

참여자 분석 결과, 응모자의 약 77%가 10~20대로 나타났다. Z세대 특성을



LG유플러스가 유튜브와 함께 진행한 영상 공모전 ‘유쓰 쇼츠 페스티벌(Uth Shorts Festival)’에 3000여 명의 고객이 참가하며 성황리에 종료됐다. 사진은 유쓰 쇼츠 페스티벌 출품작. /LG유플러스

반영한 주제와 쇼츠 포맷의 친숙함이 높은 참여율로 이어졌다는 분석이다. 그 외에도 30대와 60대 참가자도 일부 포함

/김서현 기자