

EU, 통신정책 구조적 전환 예고 규제 정비·글로벌 통신시장 통합

‘디지털 네트워크법’ 논의

유럽연합(EU) 집행위원회가 지난 21일(현지시간) 통신 산업의 미래 경쟁력 강화를 위한 ‘디지털 네트워크법(Digital Networks Act, DNA)’을 공식 제안했다. 이번 법안은 단순한 규제 정비를 넘어 주파수 할당 체계 개편, 네트워크 보안·복원력 강화, 단일시장 구축까지 아우르며 유럽 통신 정책의 구조적 전환을 예고하고 있다.

25일 <메트로경제 신문> 취재에 따르면 EU 집행위원회가 제안한 DNA는 향후 회원국 의견 수렴과 유럽의회 입법 절차를 거쳐 최종 확정될 예정이다. 기존 지침(Directive) 중심의 통신 규제를 회원국에 직접 적용되는 규정(Regulation)으로 전환해, 국가별로 과편화된 통신 시장을 단일 시장으로 통합하는 것이 핵심 목표다.

DNA에서 주목되는 대목 중 하나는 네트워크를 제공하는 통신사(ISP)와 구글·넷플릭스 등 글로벌 콘텐츠 플랫폼 사업자(CP) 간 갈등을 제도적으로 관리하려는 시도가 담겼다는 점이다. 다만, 그동안 논란이 이어져온 ‘망 사용료’ 자체를 법으로 규정하거나, 규제기관이 대가를 산정·중재하는 구조는 포함되지 않았다.

대신 DNA는 양측 간 충돌이 시장 혼란이나 소비자 피해로 이어지지 않도록 자율적 협력과 조정을 유도하는 ‘자발적 조정 절차(Voluntary conciliation)’를 도입했다. 해당 절차는 요금이나 분담금 결정을 강제하지 않으며, 규제 기관은 분쟁 관리와 질서 유지를 지원하는 역할에 머문다.

집행위원회는 고성능 네트워크에 대한 투자 부담이 특정 주체에 과도하게 집중돼서는 안 된다는 문제의식을 제시하면서도, 미국 빅테크와의 통상 갈등



EU 집행위원회가 새롭게 공식 제안한 ‘디지털 네트워크법(DNA)’이 국내 통신정책에 미칠 영향에 이목이 모이고 있다. /ChatGPT로 생성한 이미지

ISP-CP 갈등 제도적 관리 시도 망 이용대가 문제는 절충적 접근

장기적 주파수 사용권 부여 가능 사이버 보안·공급망 리스크 관리 ↑ 광섬유 중심 네트워크 전환 추진

과 망 중립성 논란을 고려해 직접적인 지불 의무 규정은 법안에서 제외했다. 이로 인해 DNA는 망 이용대가 문제를 제도화하기보다는, 향후 추가 논의 여지를 남긴 절충적 접근을택했다는 평가가 나온다.

주파수 정책에서도 대대적인 변화가 달렸다. DNA는 기존의 한시적 사용권 중심 체계에서 벗어나, 매우 장기적이거나 사실상 무기한에 가까운 주파수 사용권 부여를 가능하게 했다. 6G 상용화와 초광대역 네트워크 구축에 막대한 투자가 요구되는 상황에서, 통신사들의 투자 예측 가능성을 높이기 위한 조치다.

동시에 주파수 자원이 비효율적으로 묶이는 것을 막기 위해 ‘사용하거나 공유하라(Use-it-or-share-it)’는 원칙을 강화해, 활용되지 않는 주파수에 대한 회수·공유 장치도 마련했다.

DNA는 통신 인프리를 국가 안보와

직결된 전략 자산으로 명확히 규정하고, 사이버 보안과 공급망 리스크 관리도 강화했다. 다만 특정 국가나 기업을 직접 지목하기보다는, 네트워크 복원력과 보안 기준을 EU 차원에서 통합 관리하는 방식으로 접근했다. 이는 5G 보안 툴박스, NIS2 지침 등 기존 EU 안보 정책과의 정합성을 높이려는 취지다.

또한 EU 전역의 디지털 연결성을 끌어올리기 위해, 구리 기반 레거시 네트워크에서 광섬유 중심의 차세대 네트워크로의 전환을 단계적으로 추진한다. 2035년을 전환의 기준 시점으로 삼되, 광섬유 커버리지와 대체 서비스의 가격·품질이 충분히 확보된 경우에 한해 구리망 종료를 의무화하도록 조건을 달았다.

업계에서는 DNA가 유럽 통신 시장뿐 아니라 글로벌 통신 정책 논의에도 영향을 미칠 것으로 보고 있다. 특히 한국에서도 ISP와 CP 간 망 이용대가 갈등이 장기간 이어지고 있는 만큼, 요금 규제 중심의 국내 논의와 달리 시장 구조와 투자 환경 전반을 손질하는 EU식 접근이 입법·정책 논의의 새로운 비교 기준으로 작용할 수 있다는 관측이 나온다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

네오위즈 영업익 20% 주주환원

네오위즈가 중장기 주주환원 정책을 발표하며 주주 가치를 강화한다는 계획을 공시했다. 지난 23일 발표된 정책에 따르면 네오위즈는 매년 직전 사업연도 연결 기준 영업이익의 20%를 주주에게 환원하기로 결정했다.

25일 네오위즈에 따르면 이번 정책의 핵심은 명확한 환원 기준과 지속 가능성 확보에 있다. 네오위즈는 향후 3년간(2025~2027년 사업연도) 실적 변동과 관계없이 연간 최소 100억원 규모의 주주환원을 보장할 계획이다. 영업이익의 20%가 100억원을 초과할 경우 초과 금액 전부를 소각과 배당을 통해 주주 이익으로 돌릴 예정이다.

구체적 실행 방안으로는 최소 환원 금액 100억원 가운데 50억원을 자사주 매입 및 소각, 나머지 50억원을 현금 배당에 활용한다. 이를 통해 주가 안정과 주주 이익 확대를 동시에 도모한다는 전략이다. /최빛나 기자

LG U+, 전사 차원 ‘AI 기본법’ 대응 가동

고객센터·U+one AI 서비스 대해 법이 요구하는 투명성 확보 의무 이행

LG유플러스는 지난 22일 시행된 인공지능 기본법에 맞춰 인공지능(AI) 개발·이용 사업자로서의 의무 사항을 점검하고, 전사 차원의 관리 체계를 가동한다고 25일 밝혔다.

이번 조치는 인공지능 서비스 전반에서 이용자 보호와 신뢰성을 강화하고, 법 시행 초기부터 안정적인 준수 체계를 마련하기 위한 것이다.

LG유플러스는 현재 개발·운영 중인 인공지능 서비스 전반을 점검한 결과, 고객센터 및 멤버십 통합 앱 ‘U+one(유플러스원)’ 등 인공지능 기본법 적용 대상 생성형 인공지능 서비스에 대해 법에서 요구하는 투명성 확보 의무를 이행하고 있다고 설명했다.

구체적으로 인공지능 기본법 적용 대상 서비스에 대해 인공지능 기반 제공



LG유플러스 용산사옥 전경. /LG유플러스

사실을 이용약관 등에 사전 고지하고, 인공지능이 생성한 결과물임을 명확히 표시하는 등 투명성 확보 조치를 적용했다. 아울러 전사 임직원을 대상으로 관련 법 이해와 준수를 위한 교육도 강화하고 있다.

또 CTO, 정보보안센터, 법무실 등 유관 부서가 참여하는 AI 리스크 관리 체계를 운영해 인공지능 서비스의 기획·개발·운영 전 과정에서 법 준수가 이뤄 지도록 관리할 방침이다. /김서현 기자

유튜브, ‘스포츠 플랜’ 공식화 글로벌 중계권 시장 뛰어든다

자금력을 갖춘 유튜브가 유료 스포츠 요금제 출시를 공식화하면서 글로벌 스포츠 중계권 시장의 경쟁 구도가 다시 주목받고 있다. 다만, 주요 리그의 중계권 계약이 이미 상당 부분 체결된 상황이어서 당장의 시장 판도 변화는 제한적일 것이라는 전망도 나온다.

유튜브 최고경영자(CEO) 닐 모한은 지난 22일 자사 블로그를 통해 유튜브TV에 완전 맞춤형 멀티뷰 기능과 함께 분야별 10개 이상의 요금제를 순차 도입할 계획이라고 밝혔다.

◆ 자금력 앞세워 스포츠 네트워크 장악 ‘아심’

이 가운데 핵심 상품으로 ‘유튜브TV 스포츠 플랜’을 지목하며 FS1, ESPN 언리미티드 등 주요 스포츠 네트워크 접근권을 제공하겠다고 설명했다.

모한 CEO는 NFL 선데이 티켓과 레드존 등 추가 패키지 결합 가능성도 언급했다. 스포츠 플랜 가입자는 무제한 DVR, 멀티뷰, 주요 플레이 하이라이트, 판타지 뷰 등 기존 기능을 그대로 이용할 수 있다는 설명이다.

NFL 선데이 티켓·레드존 등 추가 패키지 결합 가능성도 단기간 시장 큰 변화는 없을 듯

현재 미국에서만 서비스를 제공 중인 유튜브TV는 NFL 선데이 티켓을 월 34.5달러 수준으로 독점 제공하며 지역 방송에 편성되지 않은 NFL 경기를 시청할 수 있도록 하고 있다. 다만, 스포츠 플랜의 구체적인 출시 시점과 요금은 아직 공개되지 않았다.

이 같은 움직임을 두고 글로벌 플랫폼의 스포츠 중계권 시장 본격 참전으로 경쟁이 한층 과열될 수 있다는 우려도 제기된다. 국내에서도 SOOP, 네이버 치지직, 쿠팡플레이 등 주요 동영상 스트리밍 플랫폼들이 스포츠 중계권 확보에 적극 나서고 있는 상황이다.

업계에서는 유튜브의 자금력에 주목



한다. 유튜브가 지난 4년간 크리에이터와 미디어 기업에 지급한 금액은 누적 1000억달러를 넘어선 것으로 알려졌다. 글로벌 스포츠 중계권 시장에서는 애플 TV 플러스의 미국 프로축구 MLS 독점 계약처럼 전 세계 중계권을 단일 플랫폼이 확보하는 사례도 이미 등장했다.

◆ “이미 계약된 경기 다수…기술력 경쟁으로 이동”

다만 유튜브TV의 시장 진입이 단기간에 큰 변화를 만들기는 어렵다는 시각도 있다. 굵직한 글로벌 스포츠 이벤트의 경우 중계권 계약이 수년 단위로 체결돼 있어 신규 사업자가 파고들 여지가 크지 않다는 이유에서다.

업계 관계자는 “미주 주요 글로벌 스포츠 이벤트는 계약이 대부분 체결된 상태”라며 “초기에는 마니아층을 겨냥한 일부 종목 중심으로 영향이 제한적으로 나타날 수 있다”고 말했다.

국내 시장 역시 중계권 경쟁이 이미 치열하다. 쿠팡플레이의 NBA 2025-26 시즌 한국에 독점 중계권을 비롯해 EPL, F1 등 50여 개 리그와 대회를 중계 중이다. 네이버 치지직은 올림픽과 월드컵 중계권을 확보했고, SOOP과 티빙 역시 각각 AFC 챔피언스리그, WKBL, KB O리그, WBC 등 주요 종목 중계를 맡고 있다.

또 다른 업계 관계자는 “최근에는 단순히 높은 금액을 제시하는 것보다 중계 품질과 기술력이 더 중요한 판단 기준이 되고 있다”며 “멀티뷰, 데이터 시각화, 이용자 경험을 얼마나 정교하게 구현할 수 있는지가 중계권 경쟁의 핵심 요소로 떠오르고 있다”고 말했다. /최빛나 기자 vitna@

카카오게임즈, SM 아티스트 IP 게임 선봬

신작 ‘슴미니즈’로 글로벌 공략

카카오게임즈가 글로벌 캐주얼 게임 시장 공략에 본격 나섰다. 25일 카카오 게임즈는 자사 신작 모바일 게임 ‘SMinz(슴미니즈)’를 통해 보는 맛과 손맛을 동시에 살린 팬덤형 캐주얼 게임 전략을 공개했다.

이번 타이틀은 단순 퍼즐 게임을 넘어 아티스트 기반 팬덤 요소를 강화한 것이 특징으로, 기존 캐주얼 포트폴리오의 확장성과 글로벌 수익 모델 확보를 동시에 겨냥했다.

‘슴미니즈’는 전통적인 매치3 퍼즐 장르를 기반으로 팬덤형 수집 및 커스터마이징 경험을 결합한 게임성을 갖췄다. 이용자는 퍼즐 플레이 과정에서 SM엔터테인먼트 소속 아티스트를 테마로 한 포토카드 수집과 탑로더 및 덕질준 등

공간 꾸미기 콘텐츠를 즐길 수 있다. 특히 현실 아티스트의 활동 창작을 반영한 코스튬 시스템을 통해 이용자 몰입도를 높였다는 평가다.

카카오게임즈는 지난해 12월 글로벌 비공개 베타 테스트(CBT) 진행 경험을 바탕으로 정식 출시 전 팬 커뮤니티 형성과 초기 유저 확보에 주력하고 있다. CBT에서는 SM 소속 아티스트 기반 미니즈 캐릭터와 아트워크에 대해 긍정적 반응이 나타난 것으로 알려졌다.

이번 신작은 카카오게임즈가 오랜만에 내놓는 캐주얼 장르 신작이라는 점에서도 주목된다. 회사는 그간 ‘프렌즈팝콘’, ‘프렌즈타운’ 등 카카오프렌즈 IP 기반 캐주얼 게임을 통해 안정적인 운영 경험을 쌓아왔으며, 팬덤 IP 접목을 통해 글로벌 시장에서의 확장 가능성을 탄진하고 있다. /최빛나 기자 vitna@