

# TV, 제3의 혁명 시작되다

## DTV 전송방식 합의... 쌍방향 데이터 방송 · 통신 개방박두

바보상자로 불리던 TV가 제3의 혁명을 시작했다. 디지털TV(DTV) 전송방식을 둘러싼 정부와 방송업계간 논란이 4년 만에 타결됐기 때문이다. 지난 7월8일 진대제 정보통신부 장관, 노성대 방송위원장, 정연주 KBS 사장, 신학림 전국언론노동조합 위원장 등 4인 대표로 구성된 'DTV 비교시험 추진 4인 위원회'가 서울 마포의 홀리데이인 호텔에서 만나 DTV 전송방식에 관한 최종 합의문을 작성했다.

글 / 백용대 디지털타임스 기자

2000년 유럽식을 도입해야 한다며 정보통신부 계획에 반대해 온 방송업계가 주장을 철회함에 따라 정통부가 그동안 추진해 온 미국식으로 최종 확정됐다.

화질과 음질이 뛰어나고 양방향 커뮤니케이션이 가능한 디지털TV의 등장은 흑백 TV와 컬러 TV에 이은 '제3의 TV혁명'으로 불린다.

우리나라에서 TV의 변신은 지난 61년 12월31일로 거슬러 올라간다. 한국방송공사(KBS)에 의해 처음으로 흑백TV가 보급되기 시작한 1단계 혁명을 시작으로 80년 컬러TV가 보급되면서 2단계 혁명을 거쳤다. 2단계 혁명을 거치면서 한국은 82년에 이미 세계 제1의 흑백TV 생산 및 수출국으로 자리잡았다. 그리고 97년 11월, 정통부, 방송4사, 산학연 전문가 20명으로 구성된 '지상파 디지털방송추진협의회'가 건의한 미국식(ATSC방식)을 우리나라 전송표준으로 결정한 3단계 디지털 혁명 시기를 맞았다.

하지만 2000년 이후 언노련 등 시민단체의 문제 제기가 시작되고, 2001년 11월 MBC가 자체 비교 측정을 실시함에 따라 방식 논란이 증폭됐다. 이에 따라 2004년 1월, 방송위는 논란 확대에 따라 광역시 방송 개시 시한을 당초 2003년 12월31일에서 2004년 8월말로 연기하면서 사실상 DTV 전환 일정이 중단됐다.

그러나 8월 아테네 올림픽을 얼마 남겨놓지 않은 시점에서 다소 시일이 소요되는 필드테스트 대신 논란의 조기 종식을 위해 4인 대표가 DTV 전송방식에 대한 대타협을 병행 추진해 최종 합의에 이르게 됐다.

이에 따라 방송위는 아테네 올림픽 전에 5대 광역시(부산, 대구, 광주, 대전, 울산) KBS, MBC 디지털TV 본 방송을 개시하도록 했다. KBS는 현재 준공검사가 완료돼 즉시 서비스가 가능하며, MBC는 준공검사가 필요하나 올림픽 이전에는 서비스가 가능할 것으로 전망된다.



아울러 방송위는 연말까지 도청 소재지 디지털TV 방송국을 개국하고 시군 지역 디지털TV 방송국을 허가하도록 정통부와 협의했다. 바야흐로 바보상자로 불리던 TV의 디지털화가 본격적으로 추진되기 시작한 것이다.

### TV 디지털화는 유비쿼터스의 중심

TV의 디지털화는 소극적으로 보면 '보고', '듣고'를 강조하는 부분이다.

디지털TV는 화질과 음질 면에서 기존 아날로그TV보다 월등하게 뛰어나다. 가로 주사선이 525개인 아날로그TV는 시청화질을 결정하는 수평 해상도가 330선 정도인데 비해 디지털TV에서 가능한 고화질(HD)TV의 경우 수평 해상도가 700선 정도에 달한다.

따라서 디지털TV는 화질이 생생해 가까운 거리에서도 피로감 없이 시청할 수 있으며 음질도 아날로그와 달리 단순한 스테레오가 아니라 5.1채널 서라운드 음향이다. 게다가 영화관 화면처럼 가로, 세로 비율이 16대9인 와이드 화면으로 감상할 수 있다. 가로와 세로 비율이 4대3인 아날로그TV와는 모양새부터 다르다.

하지만 TV의 디지털화는 적극적인 관점에서 보면 기존의 아날로그TV를 규정했던 방송의 개념, 시청의 개념, 수용자의 개념을 한꺼번에 바꿔놓을 수 있는 가치 혁명적 변화를 동반한다. '바보상자'가 더이상 바보가 아닌 '지능상자'가 되는 셈이다.

디지털에 의해 방송, 통신, 컴퓨터, 인터넷이 결합된 디지털TV 방송은 기존 TV 방송과는 전혀 다른 새로운 서비스가 가능하다. 디지털TV 방송이 기존의 TV 방송 서비스와 가장 차별화 되는 형태의 서비스는 시청자가 시청하고자 하는 내용이나 다양



▲ 이재홍 정보통신연구진흥원 수석위원과 라봉하 정통부 방송위성과장이 지난 7월8일 디지털TV 전송방식에 전격적으로 합의한 내용에 대해 설명하고 있다.



▲ 삼성전자가 판매하고 있는 세계 최대 크기(46인치)의 LCD TV.

한 정보를 양방향으로 참여할 수 있는 양방향 TV방송서비스가 제공된다는 점이다.

아울러 아날로그 TV가 디지털 전환을 통해 양방향 TV가 가능해지는 것은 기존 아날로그TV 방송을 규정지었던 가족시청, 집단시청이라는 시청 형태를 1인 단위의 TV 이용 시대를 의미하는 '퍼스널 TV' 시대로 트렌드가 전환된다는 것을 의미한다.

따라서 TV의 디지털화는 전자상거래, 홈쇼핑, 인터넷 등 양방향 데이터 통신이 가능하며 안방에서 쇼핑을 하는 것은 물론 각종 설문조사나 정보검색까지 할 수 있다. 디지털TV는 PC처럼 갖가지 부가서비스가 가능한 지능형 TV가 되는 셈이다.

양방향 데이터 방송이 가능하다는 점은 디지털TV의 가장 큰 장점으로 꼽힌다. 기존 아날로그 방송은 방송국에서 제작된 프로그램을 일방적으로 송출할 따름이다. 하지만 디지털 방송은 양방향 데이터 방송이 가능해 TV를 통해 시청자를 대상으로 여론조사를 할 수 있고 시청률도 실시간으로 집계할 수 있다.

시청자들은 TV 드라마를 보다가 클릭 한번으로 등장인물, 역사적 배경, 소품 등에 관한 정보도 얻을 수 있다. 예를 들어 한동안 인기를 누렸던 '대장금'에 등장하는 각종 음식이나 역사적 배경, 의상 등 소품에 대해 상세한 정보를 TV 화면에서 곧바로 확인할 수 있다.

아울러 전자상거래 역시 가능하다. 디지털TV를 이용한 전자상거래는 TV홈쇼핑처럼 전화를 걸어 주문하는 게 아니다. 상품을 고른 뒤 해당 제품을 클릭하면 윈스톱으로 주문이 이뤄진다. 홈뱅킹 홈트레이딩 등도 TV를 통해 실현될 수 있다. 대정부 민원 서비스(T거버먼트)도 TV로 해결할 수 있다. 정부가 알리는 공지사항을 TV로 수시로 확인할 수 있고, 구청이나 정부기관을 방문하지 않고도 각종 민원서류 발급을 주문할 수 있다.

한마디로 안방의 TV 앞에서 상품구매부터 금융거래, 정보



▲ LG전자가 판매하고 있는 42인치 스피커 일체형 PDP TV가 5000대1 명 암비를 보여주고 있다.

검색, 대정부 민원해결에 이르기까지 TV는 만능해결사 노릇을 할 수 있게 되며 방송망 외에 유무선 통신망과도 연결돼 '유비쿼터스 시대'의 디지털 인프라 통합의 중심점 역할을 하게 된다.

### DTV 관련산업 성장 가속도

디지털TV 방송이 본격화되면 그동안 주춤했던 관련산업의 성장이 탄력을 받을 것으로 예상되며 전송방식 논란에 따라 투자를 자제해 왔던 삼성전자, LG전자 등 관련업체의 투자도 활발해질 전망이다.

업계에선 국내 디지털TV 시장 규모가 올해 80만대에서 내년엔 120만대(약 4조원)로 커지고 3~4년 후엔 연간 10조원에 이를 것으로 내다보고 있다.

라봉하 정통부 방송위성과장은 "지상파TV의 디지털 전환이 급속도로 진행되고 디지털TV의 국제경쟁력을 강화할 수 있게 됐다"며 "디지털TV가 침체된 내수경기에 활력을 불어넣게 될 것"이라고 말했다.

당장 하반기부터 'DTV 붐'이 예상된다. 이번 합의에 따라 지상파, 위성, 케이블의 디지털 전환이 올해 본격화될 것인 전망이다. 디지털방송으로 출발한 위성방송은 24시간 HD채널을 활용, 가전업체들과 협력함으로써 DTV 보급 총력전에 나서고 있어 8월 올림픽의 DTV 특수가 예상된다. 아울러 케이블TV의 디지털 전환에 이어 약 7개월 중단됐던 지상파 DTV 전환이 곧바로 재개되면 전 국민의 80%를 커버하는 도청소재지까지 DTV 본 방송이 시작된다.

일부 방송사업자를 중심으로는 'HD 붐'이 일고 있다. 이미 HD콘텐츠를 전문적으로 다루는 기업(한국HD방송)이 방송사업

자 등록을 마쳤다. 아울러 KBS가 이번 논쟁의 조기 종식에 앞장서며 타협에 이르도록 적극적 역할을 한 것은 아테네 올림픽의 HD수요를 의식했기 때문이다. 이와 관련, 한국은 지상파 방송 3사와 스카이라이프가 하나의 풀을 구성해 일본의 NHK, 호주의 채널7, 미국의 NBC와 함께 아테네 올림픽 경기의 상당부분을 HD로 방송할 예정이다. 방송업계에서는 DTV의 구매의 심리적 가격 저항선을 밀도는 보급형 DTV 수상기가 출현할 경우 DTV의 확산 속도가 급격히 빨라질 것으로 기대하고 있다.

가전업계도 전송방식 논란의 해소에 따라 디지털TV 시장이 상반기보다 30%이상 성장할 것으로 예상했다. 아테네올림픽을 전후해 프로젝션TV, PDP TV, LCD TV 등 고급 및 대형TV의 판매량이 급격히 증가함으로써 전년 대비 10% 감소한 지난 상반기 TV 매출을 만회할 것으로 각 기업은 전망했다.

이에 따라 삼성전자, LG전자, 대우일렉트로닉스 등 가전 3사는 현재 디지털TV 가운데 30% 수준인 일체형 디지털TV 모델 수를 연말까지 50%로 늘리기로 생산전략을 바꿨다.

이같은 변화는 디지털TV 전송방식의 불확실성이 제거됨으로써 소비자들의 수요가 분리형 제품에서 일체형 제품으로 급속하게 이동할 것이라는 확신에 따른 것이다. 주요 가전업체들은 이미 각 매장에 'HD존'을 설치함으로써 DTV 붐을 조성하고 있다.

셋톱박스 생산업체의 마케팅 중심도 내수시장 공략 쪽으로 급속하게 선회하고 있다. 본격적인 디지털방송이 이뤄지면 사실상 모든 가정에 디지털방송 셋톱박스가 필요하기 때문이다. 셋톱박스 업체는 그동안 디지털방송 전송방식 논란으로 국내 시장 활성화가 어렵다고 보고, 위성방송 및 케이블TV용 셋톱박스를 중심으로 해외시장 진출에 주력해 왔던 터다. 셋톱박스 업체는 오는 2010년까지 국내 지상파 디지털방송 셋톱박스 시장만 5조원대에 이를 것으로 추정했다.

삼성전자 관계자는 "디지털TV 판매 규모는 올해 80만대 수준에서 내년에는 120만대 수준까지 확대될 것으로 보인다"며 "디지털 방송 시간이 확대되면서 판매대수는 기하급수적으로 늘어날 것"이라고 말했다.

이로 인해 디지털TV는 반도체와 휴대폰에 이어 3대 수출품목으로 부상할 전망이다. 세계적인 시장조사기관들이 예상하는 디지털TV의 세계시장 규모는 2005년 220억달러, 2006년 330억달러, 2007년 500억달러 규모다. 미국의 시장조사기관인 IDC는 지난해 전체 TV 가운데 디지털TV 비중이 7.1%에 불과했으나 올해 12% 이상으로 증가하고 오는 2008년 60%를 차지할 것으로 예상했다. 