

지상파 너회는 그대로 말라 죽어라?

- 지상파 UHD 도입 정책에 담긴 저주

+ 김 혁 SBS 정책팀

* 이 글은 해당 업무를 하는 개인의 의견임을 밝힙니다.

A: “HD에 투자만 하고 아무 수익도 보장 못 받아 이렇게 어려운데 무슨 UHD야?”

B: “지상파 UHD요? 주파수가 필요한 거잖아요? 그런데 지금 지상파 플랫폼을 좀 보세요. 직접수신비율이 10%도 안 되잖아요. 주파수 할당해도 도달비율이 10%도 안 된다는 의미잖아요. 주파수 낭비인 것을 알고도 그런 비효율적인 결정을 할 수는 없죠.”

A는 지상파방송에 대한 자부심이 강한 방송사 내부 직원의 목소리다. B는 지상파방송의 가치를 전혀 고려하지 않은 어느 학자의 목소리다. 서로 극과 극의 입장이지만 지상파 UHD 도입에 대해서는 한목소리다. 필요 없다는 것이다. 그럼 결론이 난 것 아닌가? UHD는 지상파방송으로 하지 않는다!(할 필요 없다!)

낮은 지상파 플랫폼의 현실과 대안

UHD, Ultra High Definition, 초고화질.

UHD에 대한 기술적 정의는 더 세밀하게 내려질 수 있다. 그러나 나처럼 지상파가 UHD를 꼭 해야 한다고 주장하는 이에겐 ‘영혼 없는’ 설명일 뿐이다. 나에게 UHD의 본질은 고화질이 아니라 플랫폼이기 때문이다. 그런 의미에서 UHD는 Ultra High Developed 플랫폼이며 지상파 플랫폼의 마지막 대안이다.

왜? 지금의 HD 플랫폼(ATSC)은 1995년에 표준화되었다. 올해 나이가 18살이다. 거기에 담긴 영상압축 기술(MPEG-2)은 1993년생으로 올해 나이가 20살이다. 사람 나이로 치면 좋을 때지만 방송과 영상압축의 기술발전 속도를 고려하면 할아버지뻘 기술이다. 그러다 보니 지상파 플랫폼 경쟁력이 뒤쳐질 수밖에 없었던 것이다. 18년 된 ATSC 전송방식으로는 다양한 서비스를 하기는 고사하고 난시청 해소조차 버거운 일이 되었다. 동일 주파수를 사용할 수 없어 난시청 해소사업을 하자면 제일 먼저 가용 주파수를 찾아 신청해야 했다.

1. 물론 옥외 안테나를 기준으로 출력을 설계하고 기존의 아날로그 방송권역을 그대로 디지털 재건축했던 오류도 있긴 하나 이 역시 미디어 환경이 이렇게 바뀔 것을 모르던 한참 과거에 정했기 때문이다.

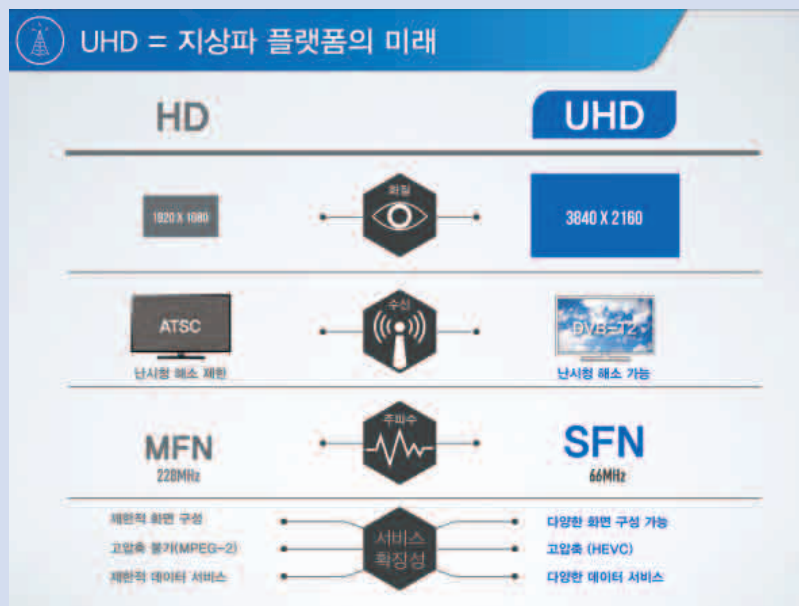
예를 들어 수도권에서는 주파수는 주파수대로 많이 사용한다고 비난 받으면서도(가용한 38개 주파수 중 37개를 사용, 1개는 실험방송으로 운용 중) 완전한 난시청 해소를 하지 못하고 있다. 오죽하면 전 세계에서 ATSC 전송방식을 택한 나라가 몇 개 국가밖에 없을까. 또 무거운 MPEG-2 압축 방식의 다채널 서비스로는 디지털 전환의 장점이 약화될 수밖에 없다. 요즘에야 비로소 MPEG-4 압축 기술을 추가로 사용하면 다채널 서비스를 시험해보지만 이 역시 HD로 하자니 채널 수가 부족하고 SD로 하자니 품질이 낮아 유료 매체와 경쟁하기에는 역부족인 태생적 한계를 지닌다.



지상파 플랫폼의 경쟁력 회복 방안이 UHD

HD 플랫폼과 별도로 UHD 플랫폼을 도입하고자 하는 것은 바로 이 플랫폼의 낙후성을 극복하기 위함이다. 권역 내 단일 주파수 네트워크(SFN)를 구성할 수 있는 전송기술과 MPEG-2 대비 4배 가까운 고효율 압축방식(HEVC)을 도입하는 것은 실내에서도 손쉽게 지상파 직접 수신을 보장하고 초고화질 영상은 물론 HD급 다채널 서비스나 이동 방송, 3D 등 서비스를 풍성하게 제공해 지상파 플랫폼의 경쟁력을 강화하려는 계획이다. 이를 통해 대안이 없어서 유료매체를 선택하는 국민들에게 의미 있는 수준의 매체 선택권을 보장하기 위함이다.

직접수신비율이 낮으니 주파수 배정이 필요 없는 것이 아니라 주파수를 배정해 UHD 방송으로 직접수신비율을 높이겠다는 것이다. 그것이 지상파플랫폼을 지키는 방안이다. 여태 지상파방송의 콘텐츠로 성장한 유료매체를 앞세워 지상파방송은 플랫폼 가치가 없다고 공박하는 것은 주객전도요 적반하장이다. 무엇이 본질이고 원인인지 파악하지 못한다면 본질을 단번에 드러내는 방안이 있다. 지금 즉시 유료매체에 대한 지상파 콘텐츠 공급을 중단해보라. 단박에 직접수신비율이 50% 이상으로 올라갈 것이다.



UHD는 프리미엄 서비스라 지상파는 제외?

UHD에서는 지금 HD의 4배 이상으로 화질이 좋아진다. 그런데 이 화질에 대해 또 다른 시각들이 존재한다. 그들은 “지금의 HD도 충분히 좋은 화질인데 더 좋은 화질이 필요하겠냐? 또 그 UHD 화질을 제대로 즐기 위해서는 큰 화면의 TV가 필요한데 그 비싼 TV를 살 수 있는 사람들이 얼마나 되겠느냐? 필요하다 해도 당분간은 돈 있는 소수계층을 위한 프리미엄 서비스일 수밖에 없다. 그래서 지상파방송이 아닌 유료매체 별도 채널로 도입하면 충분하다”고 한다. 그런가 하고 고개를 끄덕이다 보면 지상파 UHD 도입은 시기상조라고 생각하게 된다. 그런데 이런 주장에서 알파벳 U를 빼고 보면 이렇게 된다.

지금의 컬러TV도 충분히 좋은 화질인데 더 좋은 화질이 필요하겠냐? 또 그 HD 화질을 제대로 즐기 위해서는 큰 화면의 TV가 필요한데 그 비싼 TV를 살 수 있는 사람들이 얼마나 되겠느냐? 필요하다 해도 당분간은 돈 있는 소수계층을 위한 프리미엄 서비스일 수밖에 없다. 그래서 지상파방송이 아닌 유료매체 별도 채널로 도입하면 충분하다.

과연 이 말도 그럴 듯한가? 1997년 방송의 디지털 전환계획을 수립하고 확정할 때 이처럼 주장했더라면 수조 원을 들여 지상파방송을 디지털로 전환할 필요도 없었고 일부 유료매체 서비스로 충분했어야 했다. 그러나 지상파방송의 가치를 전혀 고려하지 않은 그 누구도 그런 주장을 하지 않았다. 방송의 디지털 전환은 관련 산업이 추진해야 할 정책적 목표였고, HD로 고도화는 영상기술 발전의 자연스러운 진화로 받아들여졌다. 오히려 모든 매체의 뿌리요 콘텐츠의 상수원인 지상파방송이 디지털로 전환되어야 이를 수용하기 위해 다른 매체들도 디지털로 전환될 것이라고 예측하고 지상파 방송사에게 전환 의무를 부여했었다.

그렇다. UHD 도입 역시 똑같은 방송의 진화일 뿐이다. 이동통신서비스가 아날로그에서 디지털로 바뀌고 3G에서 LTE로 바뀌듯 지상파방송 역시 아날로그 흑백에서 컬러로 HD에서 UHD로 진화하는 것이다. 1,000만 원 하던 HD TV가 100만 원대가 되어 보편화되듯 UHD TV 역시 가전매장에서 파는 TV의 대표상품이 될 것이다.

UHD도 지상파 방송사가 필요하다

아무리 필요하다 주장해도 유료플랫폼과 달리 공공재원인 주파수 할당이 필요한 지상파의 경우 그 요구만을 들어 정책을 결정하는 것은 옳지 않다. 주파수도 할당하고 전 국민의 생활에 영향을 미치는 의사결정을 할 만큼 지상파의 UHD는 가치가 있을까?

다행히 그렇다. 지상파 UHD를 추진할 경우 기대되는 효과는 지상파방송 플랫폼의 경쟁력 강화에 그치지 않는다.

먼저 디스플레이 시장에 끼치는 효과다. 디지털TV 시장에서 국내 기업은 글로벌 시장 1위 그룹이다. HD 디스플레이 시장이 포화상태에 접어들면서 또 다른 기회가 열리고 있다. 바로 UHD 디스플레이다. 시장 분석기관들은 전 세계 디스플레이 시장이 급속히 UHD로 재편될 것이며 2016년 경이면 34.9%가 UHD 디스플레이 시장이 될 것이라고 전망하고 있다. 새로운 기회는 새로운 경쟁자를 불러오고 있다. 일본이 먼저 기술력을 앞세워 UHD를 치고 나왔다. 더 큰 위협은 중국에서 밀려왔다. 가격경쟁력만큼은 중국을 극복하기 쉽지 않아 보인다. 한·중·일 3국은 이제 전 세계 UHD 디스플레이 시장의 패권을 두고 전쟁 아닌 전쟁을 벌일 형국이다. 우리의 전략은 무엇인가? 바로 UHD 주도국가가 되는 것이다. 가장 강력한 콘텐츠 생산자인 지상파 방송사들이 나서 UHD 방송을 하고 이를 무료로 국민들에게 제공하면 UHD TV는 급속히 확산될 것이며 충분히 UHD 산업을 주도할 수 있다. 전 세계 시장에 우리나라 UHD TV가 전시되고 팔릴 것이며 전시된 UHD TV에는 우리 기술로 만든 차별화된 초고화질 영상이 담겨 한국을 알릴 것이다. 멋지지 않은가?

더 큰 가치가 있다. 국민 모두에게 돌아가는 지상파방송의 혜택이다. 국민들이 이미 즐기고 있는 고품질 콘텐츠가 UHD 영상으로 제작되어 무료로 제공될 것이다. 드라마가 영화가 되고 다큐멘터리가 IMAX처럼 느껴질 것이다. 2단계로 발전되면 8K 영상과 이동 중에도 HD급 방송 시청이 가능해진다. 역시 무료다. 만약 유료서비스로 제공하게 된다면 향후 10년 이상의 기간 국민들은 수조 원을 부담하게 될 것이다. 똑같은 영상을 통신서비스로 이용하면 현재의 요금체제로 환산할 때 한 달 1,800만 원 이상을 부담해야 할 것이다. 그러나 무료다. 왜냐면 지상파방송은 국민 누구나 이용해야 하는 무료의 보편적 서비스니까. 이런 가치를 고려할 때 지상파방송에 UHD를 위한 주파수를 허용하는 것이 아니라 국민행복과 관련 산업발전을 위해 주파수를 제공하는 것이라 감히 말할 수 있다.

주파수 없어서 지상파 UHD 못한다?

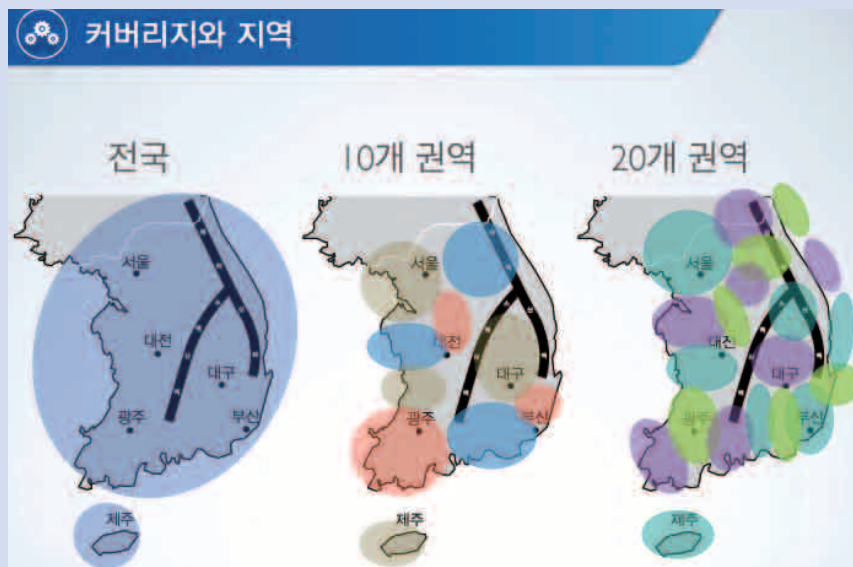
지상파 UHD 방송은 많은 사람이 “주파수가 없어서 못 한다”라고 하고, 더구나 지금의 700MHz를 준다고 해도 “방송사 모두가 나눠 쓸 수 있는 방법이 없어서 주파수를 쥐고 못 할 것”이라고 이야기하고 있다. 그러나 답은 “할 수 있다” 이다. 700MHz 대역에서 단 11

2. 이미 패널 가격은 급속도로 하락해서 65인치인 경우 HD 대비 130% 수준까지 낮아졌으며 중국산 UHD TV는 HDTV보다 싼 제품도 나왔다. 또 국내 가전사들은 UHD TV를 프리미엄 제품으로 출시했지만 기술의 발전 속도와 시장 상황이 보편적 TV 제품이 되지 않을 수 없는 방향으로 흘러가고 있어 HD 대체 시장으로 재설정할 계 획이라는 입장을 밝힌다.

개의 방송 채널 즉, 66MHz만 있으면 지상파 UHD 방송을 실시할 수 있다. 하지만 이 안은 기존의 틀을 약간 변형을 해야 하는 면이 있어, 기존의 틀을 전혀 변형하지 않고, 그대로 유지한 채로 54MHz, 9개 채널만 확보하여 나머지 모자라는 대역은 지상파 방송사의 자구 노력을 통하여 확보하는 밴드플랜 2안도 방송사가 함께 고민하여 내놓았다.

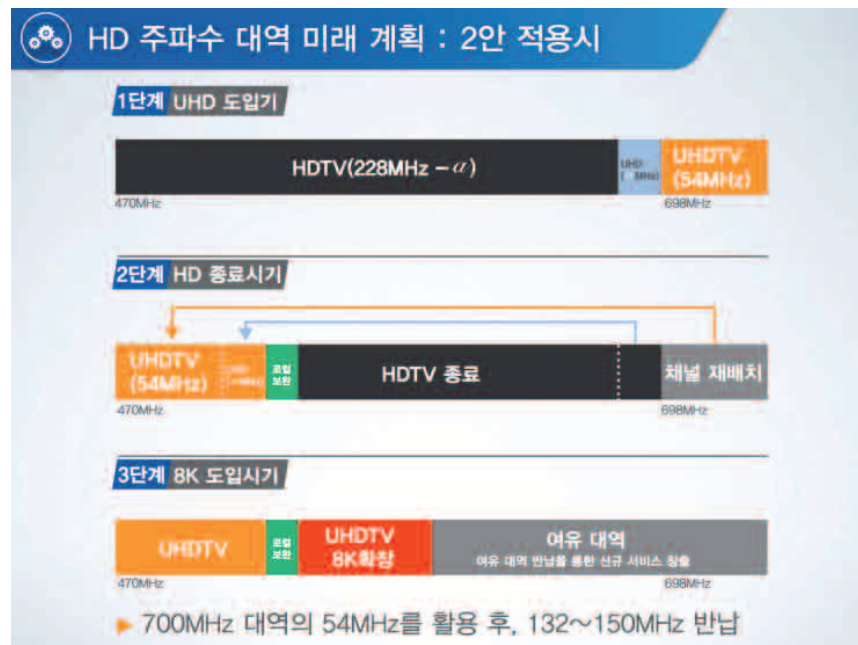


방송채널 11개로 SFN이 가능한 전송방식을 도입하여, 전국 단일 방송, 지역 10개 권역방송, 지방 20개 권역방송을 모두 포함하여 실시 가능하도록 만들겠다는 안이다. 이를 위해 적은 주파수를 가지고 많은 시설투자를 감내하며 서비스 권역을 만들어나가겠다는 방송사 간의 희생적 양보가 있었고, 마침내 2가지 밴드플랜을 지상파 4사 단일 안으로 국민들 앞에 내놓을 수 있었다.



그리고 일부 부족한 UHD 방송의 지역성 확보는 2025년 이후 HD 방송을 종료할 수 있는 시기에 함께 완벽히 보완해 나가겠다는 장기적이고 현실적인 방안도 마련되어 있다.

뿐만 아니라 이러한 지상파 UHD 방송의 주파수 플랜에는 궁극적으로 난시청을 완벽히 해소하겠다는 의지가 담겨있다. 뿐만 아니라 UHD 방송에 필요한 최소 54MHz 대역은 계속 사용하겠다는 주장도 아니다. UHD 방송이 안정화되어 HD 방송을 종료할 수 있는 시기가 오면, 더 많은 최대 3배의 대역폭인 150MHz를 반납하겠다는 계획이다.



결론적으로 700MHz 대역의 일부를 다른 서비스와 공동으로 사용할 수 있도록 하며, 비어있는 대역 일부인 54MHz 폭만 잠시 빌려주면 지상파 UHD 방송을 조속히 완성하고 다시 더 많은 대역을 신규 서비스 창출이 가능하도록 향후에 반납하겠다는 의미로 모두에게 이익이 될 수 있는 방안이다.

지상파 UHD 배제의 본질

지상파 UHD, 필요하고, 해야 하고 또 할 수 있다. 그런데 지금까지 정부는 지상파 UHD 도입에 대해 한 번도 긍정적인 청사진을 제시한 바 없다. 왜일까? 도대체 왜 근거도 없이 UHD를 프리미엄 서비스로 규정하고 지상파를 원천적으로 배제할까? 결론부터 말하자면 잘못되어 온 우리나라 미디어 정책에서 벗어날 의지가 전혀 없기 때문이다.

우리나라 미디어 정책은 난개발의 표본이다. 모든 정권이 들어설 때마다 유료매체를 하나 이상 도입했고 그 유료매체들은 아무런 서비스 차별성도 없이 가격 경쟁만 해왔다. 과연 EPG 화면을 확인하지 않고 위성방송과 케이블방송 그리고 IPTV를 구분할 수 있는 시청자가 얼마나 될까? 시장을 고려하지 않고 도입된 매체들은 자신들의 생존을 위해 지상파 콘텐츠를 요구했고 규제기관은 법까지 만들어 공급을 보장해왔다. 디지털 전환과정을 거치며 정상화될 것으로 기대했던 유료매체 이용요금은 오히려 10,000원 이하로 떨어졌고 그것도 통신서비스와 결합하면 더 낮아져서 방송은 한순간 덤으로 주는 통신의 부가서비스가 되어버렸다. 전 세계 유례없이

지상파 채널 사이 사이에 홈쇼핑 채널을 배치하고 1년에 8,000억 원 이상을 그 대가로 받는 점 역시 시장을 왜곡시키고 있다. 이렇게 유료매체와 무료 보편서비스인 지상파가 콘텐츠와 가격에서 전혀 구분되지 않는데 지상파방송 플랫폼이 설 자리가 어디 있었겠는가? 당연히 직접수신의 필요성이 없었고 이제는 지상파방송이 왜 '지상파'방송인지 알 길이 없을 지경에 이르렀다. 이것이 정상인가? 아니다. 저가유료방송 구도 속에서 콘텐츠 기업들은 수신료 분배 수익이 아닌 광고로 유지되고 있으며 고품질의 경쟁력 있는 콘텐츠가 아닌 지상파 재방송이나 해외 수입물에 의존하게 되었다. 이제 계획도 제어도 없이 다산을 해버린 종편채널들이 합류하며 그 여파가 지상파방송에까지 미치게 되었다. 시장이 구분되지 않다 보니 모두 다 극심한 경쟁의 한계 상황 속에서 생존 게임을 하게 된 것이다.

무료의 보편적 서비스와 유료의 선택적 서비스가 서비스와 시장에서 구분되고 다양한 선택권을 제공할 때 국민들의 미디어 주권은 보장된다. 그러나 현재까지 정부의 정책은 그런 원칙을 다시 세울 의지가 없어 보인다. 지금의 패턴 그대로 지상파방송은 플랫폼이 아닌 콘텐츠 생산자가 되어 유료매체를 통해 전달되는 것이 당연하다고 여긴다. UHD 초고화질 영상은 돈 있는 사람들부터 유료매체를 통해 이용하도록 하고 돈 없는 일부 국민들은 HD로도 충분하다고 판단한다.

왜 그럴까? 디지털 전환 이후 플랫폼은 소수의 사업자 구도로 재편되었다. 케이블SO들도 M&A를 거치며 소수의 MSO로 집중되고 통신사업자들이 IPTV를 통해 진입하면서 이제 플랫폼은 소수 대자본의 소유가 되었다. 반면 콘텐츠 산업은 진입 장벽이 낮아지면서 더 분산되었다. 해외 콘텐츠 개방은 그 속도를 가속화했다. 콘텐츠산업은 다수로 분산되었고 시장에 맡겨두면 그 누구도 독식할 수 없으며 플랫폼의 충실한 공급자가 된다. 이런 '소수의 플랫폼'과 '분산된 콘텐츠'라는 이분화 경향 속에서 유일한 예외가 지상파방송이다. 지상파방송은 플랫폼과 콘텐츠를 모두 가지고 있기 때문이다. 여기에서 복잡한 문제가 발생한다. 플랫폼 규제 틀에서도 예외고 콘텐츠 시장에서도 예외다. 이제 규제기관은 지상파의 얼마 남지 않은 플랫폼 기능을 정리하고 싶은 것이다. 어떻게? 지상파방송에 미래 성장 기회를 제공하지 않고 도태시키는 것이다. 다른 플랫폼이 자본과 기술력에 의해 점점 더 발전하며 경쟁하는 상황에 지상파방송을 HD급으로 묶어 두면 그나마 남은 직접수신가구를 더 줄여줄 것이고 오롯이 콘텐츠 기업만으로 남게 될 것이다. 그래서 UHD라는 새로운 발전 기회를 주지 않으려는 거다.

그러나 그런 정책의 결과로 국민들은 선택기회조차 없이 유료매체를 이용할 수밖에 없고 소수의 플랫폼에 의존해야만 하는 콘텐츠 기업들은 무한 경쟁 속에서 끝없이 추락하게 될 것이다. 과도한 주장이라고 한다면 반문 전에 지상파 몰락으로 자국 콘텐츠를 잃어버린 대만의 방송산업 사례를 살펴볼 일이다.

결론

UHD는 지상파의 미래며 지금의 어려움을 극복하기 위한 유일한 대안이다. UHD 역시 국가의 새로운 성장동력이자 국민들의 고품격 서비스가 되기 위해서는 지상파가 중심이 되어 추진되어야 한다. 지상파 UHD를 구현할 수 있는 방법이 있고 가능한 주파수가 있다. 그럼에도 불구하고 지상파에 UHD를 허용하지 않겠다면 지금까지 펼친 나의 음모론이 맞는 것이 된다. 플랫폼으로서 지상파에 사망 선고를 하고자 하는 것이다.

지상파 너희는 그대로 말라 죽어라.

이렇게 저주하는 것이 아니라면 정부는 즉시 지상파에 주파수를 배정하고 지상파 UHD 도입을 허용해야 할 것이다.