

# 정보가전의 주역 TV나 PC나

이           택\*

◆ 목 차 ◆

1. 정보가전의 등장 배경	4. 가전업계의 인터넷 TV 반격
2. 가전업계와 컴퓨터업계의 대응	5. 최종 승부의 방향
3. PC 업계의 선점 전략	

## 1. 정보가전의 등장 배경

최근 인터넷은 빌 게이츠의 디지털 TV론에 관한 찬반 논란으로 시끌벅적하다. 빌 게이츠 마이크로소프트회장이 차세대 정보가전의 주역인 디지털 TV의 개념에 대한 의견을 내놓자마자 전세계 네티즌들이 이에관한 토론에 뛰어들고 있는 것이다.

정보가전이란 말 그대로 기존의 정보기기와 가전제품이 하나로 통합 운용되는 복합제품이란 의미이다. 물론 그것을 가능케하는 근본은 디지털 기술이다. 단선적 평면적 기능의 애널로그가 복선적 입체적 기능의 디지털로 대체되는 기술 발전의 추세를 가장 상징적으로 보여주는 것이 정보가전이다.

정보가전의 최후 승자는 누구일까. 우리들 가정의 거실을 점령하는 주역은 과연 어떤 제품이 될까.

이 싸움에는 TV를 대표주자로 하는 가전업계와 PC를 앞세우는 컴퓨터업체들이 나서고 있다. PDA등 통합 정보단말기도 디지털기술의 총아로 부를 수 있지만 역시 일반인들이 느끼는 정보가전의 대명사는 TV와 PC이기 때문이다.

하나의 제품으로 TV를 시청 음악을 즐기며 전화를 하거나 인터넷에 접근해 정보를 검색하는 것은 기술적으로 그리 어려운일은 아니다. 다만 산업체의 입장에서는 그 이니셔티브를 누구 잡게 되느냐가 2000년대에도 '여전히 살아남을 수 있는' 보험의 역할을 하기 때문에 경쟁이 치열할 수밖에 없다.

## 2. 가전업계와 컴퓨터 업계의 대응

가전업계와 컴퓨터업계는 각자 서로의 기존 시장 지배력을 유지한 채 새로운 수요를 끌어당겨야 하는 절박한 상황이기 때문에 각각의 길을 걷고 있다.

가전업체는 TV를 기반으로 PC가 갖는 정보기능을 흡수하는 방식을 선호하고 있고 컴퓨터업체는 PC의 장점을 취대한 살리면서 TV의 엔터테인먼트 기능을 보강한다.

양 업계의 출발점은 달라도 궁극적인 지향점은 똑 같다. 불과 3년밖에 안남은 2000년에도 살아남기 위한 전략은 해외는 물론 국내업체까지도 발등의 불이 되고 있다. 빌 게이츠의 디지털 TV 논쟁은 그 시발점이다.

\* 정희원 : 전자신문사 정보생활부 차장

마이크로소프트, 인텔, 컴팩 등 주요 컴퓨터업체들은 얼마전 미국 라스베이거스에서 열린 미국방송협회(NAB)전시회에서 디지털TV의 디스플레이 표준으로 순차주사방식(Progressive Scanning)을 채택할 것을 방송계에 촉구하고 나섰다.

이들은 지난해말 미국연방통신위원회(FCC)가 확정한 디지털TV 규격에 가전업체들이 주장해온 비월주사방식(Interlaced Scanning)과 함께 순차주사방식을 양립시키도록 하는 데 성공, 주도권 전쟁의 교두보를 마련했었다.

이에 대한 가전업체의 반응은 아직 심드렁한 편이다. 엔터테인먼트의 성격이 강한 TV의 특성상 소비자가 기능이 복잡할 수 밖에 없는 컴퓨터업계의 디지털TV를 선택할 것이라고 믿지 않기 때문이다. 그렇지만 가전업체는 최근 컴퓨터업계의 행보가 심상치 않다는 점에서 점차 조심스러운 반응을 보이고 있다.

그대로 손놓고 기다리다가 자칫 디지털TV의 주도권을 잃을 수도 있다는 우려가 제기되고 있기 때문이다.

만일 디지털TV의 주사방식이 컴퓨터업계가 주장한 방식으로 나아갈 경우 가전업체는 기존의 아날로그 기술을 거의 활용할 수 없어 신기술 개발에 있어 막대한 부담을 떠안게 된다. 특히 가장 큰 디지털TV시장인 미국이 가전업체를 갖고 있지 않은 상황에서 자국 산업을 위해 가전업체보다는 컴퓨터업계에 더욱 유리한 쪽으로 디지털TV 정책을 세울 가능성도 배제할 수 없다.

도입 초기 비싼 제품 가격도 가전업체로서는 얼마간 불리한 대목이다. 가전업체가 출시할 디지털TV의 예상 가격은 2천5백~3천달러선이다. PC업계가 개발중인 디지털TV수신 PC의 경우 1천5백달러선인 기존 PC가격에서 2백50달러만 추가하면 된다.

물론 고화질의 대형 화면을 제공하기 어렵다는 PC의 한계가 있지만 초기 단계에서 이처럼

낮은 컴퓨터업계의 디지털TV 가격은 가전업체에 상당한 부담이된다.

이에 대해 가전업체는 최근 디지털TV의 출시 시점을 앞당기는 한편 동종 업체와의 연대를 적극 추진해 컴퓨터업계의 움직임에 맞서고 있다. 히타치, 톰슨, 미쓰비시 등 3개 사는 올해말 개발 완료를 목표로 최근 디지털TV용 핵심 칩셋을 공동 개발하고 있으며, 소니, 필립스, 미쓰비시 등도 각각 차세대 디지털TV에 채용할 핵심 부품의 개발과 대형 화면을 갖춘 제품의 조기 출시를 추진하고 있다.

이들 업체는 또 99년께 디지털TV를 출시한다는 일정을 내년 하반기로 앞당겼는데 컴퓨터업체들의 디지털TV에 대응, 화면의 크기와 질에서 뚜렷히 차별화한 제품을 내놓아 컴퓨터업체들의 추격을 따돌린다는 방침이다.

가전업체는 또한 컴퓨터업계의 대 방송계 로비에 대응해 아직 아날로그 방송장비에 대한 의존도가 높은 방송계의 현실을 적극 파고든다는 「비월주사방식」의 채택을 유도한다는 전략을 갖고 있다.

### 3. PC 업계의 선점 전략

디지털 TV가 정보가전의 '미래형'이라면 웹TV 인터넷TV는 숨가쁘게 진행되고 있는 '현재 진행형'이다. 디지털 TV의 최후 승자를 가름해볼 수 있는 전초를 제공하고 있는 최근의 인터넷TV 전쟁은 이미 가전업체와 컴퓨터업계가 전단을 형성하고 있다.

선제공격은 역시 컴퓨터업계의 몫이었다. '딜실'에서 '광장'으로 진출하려는 PC의 1차 목표는 안방과 거실에서 터줏대감인 TV를 몰아내는 것이다.

그 맨 앞에는 컴팩과 인텔이 섰다. PC를 기반으로 TV를 통합하려는 컴팩과 인텔의 움직임은

가정용 엔터테인먼트의 핵심기기로 작용할 이른바 「PC 시어터」라는 새로운 형태의 PC규격으로 나타나고 있다.

「PC 시어터」는 홈PC의 기술이 급진전되자 PC와 가전기기를 통합하는 새로운 플랫폼으로 가정용시장의 엔터테인먼트 기기의 새로운 영역을 구축할 것으로 기대를 모으고 있다. 「PC 시어터」는 기존 PC기능에 TV수신, 서라운드 사운드 오디오, 디지털 다기능 디스크(DVD) 영화, 무선 키보드 및 마우스, 웹 브라우징 기능 등을 갖추는 모습을 취하고 있다. 또 전화기, VCR, 게임기, 세트톱박스 등과 연결돼 기존 가전기기를 제어, 통합할 것으로 예상돼 TV의 영역을 크게 위협할 것으로 전망된다.

지금까지 이 시장에서는 게이트웨이2000이 선보인 대형 PCTV 「테스타네이션」이 외롭게 시장 형성에 나서왔다. 31인치 PCTV인 「테스타네이션」은 현재 기업과 교육기관등의 수요에 힘입어 호조를 보이고 있는 것으로 알려졌다.

이같은 PC와 가전제품의 기능을 통합하는데 결정적인 역할을 하는 것은 마이크로소프트가 최근에 마련한 주변기기의 새로운 표준 「국제전기전자기술자협회(IEEE) 1394(일명 파이어와이어)」 규격. IEEE 1394는 PC와 DVD 플레이어, 디지털 카메라, 캠코더, 오디오 컴포넌트 등 가전기와 연계해 사용할 수 있는 차세대 컴퓨터 접속기기 공통인터페이스다.

이와함께 마이크로소프트는 인텔과 공동으로 내년부터 「PC 시어터」가 TV를 본격적으로 대체할 것으로 보고 이른바 「PC 98시스템」이라는 엔터테인먼트 PC의 기본 규격을 제시했다.

PC 98시스템의 기본 사양은 2백 MHzMMX 펜티엄 CPU에 DVD롬 플레이어, 비디오 카메라, 대형 모니터화면 등을 갖추고 운영체제(OS)로는 윈도우95의 차기버전인 맴피스를 채택하고 있다.

PC에 관한한 세계 수준인 국내업체들도 이 시

장을 놓칠 리 없다. 최근 보이는 대부분의 멀티미디어 PC는 TV수신기능은 기본으로 갖추고 있고 DVD까지 소화, 기능 경쟁력을 극대화 시키고 있다.

특히 삼성전자가 이달부터 출시에 나설 「텔레PC」는 세계적으로도 처음시도되는 디스플레이 강화 제품이어서 주목 받는다. 이 제품은 기존의 모든 멀티미디어 기능외에 24인치 크기의 와이드 모니터를 활용할 수 있다.

PC가 TV에 비해 결정적으로 뒤쳐지는 약점은 디스플레이의 크기이다. 소비자는 누구나 큰 화면을 원한다. 일반 TV시장에서 20인치이상의 대화면 제품이 잘 팔리는 것으로도 미루어 알수 있다. 하지만 PC는 상대적으로 비싼 모니터 가격으로 디스플레이의 한계를 안고 있었다. 삼성은 화면 크기를 늘리는 것도 모자라(?) 아예 16:9의 화면 비율을 수신하는 와이드 형을 개발, 출시한 것이다.

#### 4. 가전업계의 인터넷 TV 반격

가전업계의 반격 역시 거세다. 특히 세계 최대 TV생산국인 국내 가전3사는 PC업계의 도전에 대응, 인터넷 TV라는 이름의 정보가전제품을 쏟아내고 있다.

지난해 11월 대우전자는 국내에선 처음으로 내장형 인터넷 TV 「개벽 인터넷TV」를 내놓으면서 본격적인 인터넷TV시대를 열었다. 대우전자는 계속해서 「개벽 인터넷TV」에 탑재했던 TV용 웹브라우저인 「알바트로스」의 업그레이드를 진행하고 있으며, 각각의 기능이 완성될 때마다 자사의 인터넷 홈페이지를 통해 공급하고 있다. 또 미국시장에서 웹TV와 경쟁수 있는 외장형 세트톱박스를 개발하고 있으며 이를 올 상반기중 출시하고 수출에도 나설 예정이다.

삼성전자는 4대3 비율의 29인치 TV에 인터넷 기능과 PC통신 기능을내장한 「명품 인터넷TV」 (모델명 CT-2900I)를 시장에 내놓을 예정으로 마무리 작업이 한창이다.

삼성전자는 美 다바사와 제휴, 인터넷TV용 웹 브라우저를 완성 인터넷TV에 탑재했으며 초기 개발단계에는 없었던 삼성SDS의 PC통신 서비스인 유니텔과의 접속 기능을 추가, 기본 통신기능으로 설정한 것이 특징이다.

LG전자는 타사가 29인치 일반TV에 인터넷 기능을 넣은 것과는 달리 자동으로 자연색을 찾아준다는 크로마 아이를 장착한 아트비전 와이드 TV 36인치 제품에 인터넷 기능을 추가, 제품을 고급화해 출시할 계획이다.

LG전자는 이 제품에 자체 개발한 웹 브라우저를 탑재, 인터넷, 전자우편, PC통신 기능뿐만 아니라 PC와 연결해 사용할 수 있는 PC모니터 기능도 추가해 오는 7월께 출시한다.

세계적으로도 인터넷 TV출시 붐이 일고 있다. 미국의 제니스사가 오라클 및 넷스케이프와 손잡고 네트워크컴퓨터(NC) 플랫폼을 채용한 내장형 인터넷TV 「넷비전」을 출시할 예정이며, 일본의 마쓰시타도 32인치 하이비전용 브라운관에 선택된 내장형 인터넷TV를 곧 선보일 계획이다. 이 밖에도 RCA, 도시바, 아남전자, 해태전자 등도 인터넷TV를 개발중인 것으로 알려지고 있다.

인터넷TV는 기존의 TV에 연결해 쓸 수 있는 외장형 세트톱박스나 TV 내부에 모뎀, 마이크로 프로세서, 플래시 메모리 등 인터넷 접속에 필요한 기기들을 내장하고 있는 통합형 TV수상기로 나눌 수 있다.

이를 이용하면 TV시청자들은 리모컨과 무선키보드로 간편하게 인터넷의 월드와이드웹(WWW)에 접속해 원하는 정보를 찾을 수 있고, 전자우편으로 음성이나 영상 같은 멀티미디어 정보를

교환할 수도 있으며 온라인쇼핑, 홈뱅킹뿐만 아니라 TV프로그램에도 참여할 수 있다. 인터넷과 TV를 동시에 시청할수도 있도록 화면분할도 지원되며 일부제품은 프린터나 PC통신접속, 전화걸기등의 기능도 있다.

### 5. 최종 승부의 방향

그러나 인터넷TV는 이렇듯 쉽고 편리하다는 장점에도 불구하고 여러가지 걸림돌이 많아 빠르게 확산되지 못하는 실정이다. 인터넷TV의 선두주자로 알려져 있는 미국의 웹TV사는 자사의 제품과 연계한 인터넷 접속 및 각종 정보 서비스를 제공하고 있는데 지금까지 매출 1백% 이상 성장 약 10만명의 가입자를 확보했지만 앞으로 이같은 성장속도가 계속될지는 의문이다.

미국의 시장조사기관인 데이터퀘스트에 따르면 최근 7천 가구를 대상으로 인터넷TV 구매의사를 조사했는데 약 94%가 살 생각이 없다고 대답해 관계자들을 낙담하게 만들었다고 한다. 지난해 10월 산요, 샤프, 미쓰비시 등 3개사의 판매 개시로 인터넷TV시장을 연 일본에서도 아직까지는 대대적인 구매가 일어나지는 않고 있다.

TV와 PC의 정보가전 다툼은 앞으로 더욱 격렬해 질 것으로 보이지만 결국 문제는 성능을 앞세운 PC와 가격 및 소비자들과의 친화력이 강점이 TV중에서 구매자들이 누구의 손을 들어줄 것인가에 달려 있다.



### 이 택

1987년 전자신문사 입사  
1997년-현재 전자신문사 정보생  
활부 차장