

KOBETA Conference(KOC 2014) Review!

‘기술 그리고 희망’으로 KBS 아트홀에서 개최

+ 이진범 방송과기술 기자



KOBETA 콘퍼런스 개요

- 행사명 : KOBETA 콘퍼런스
- 주제 : 기술 그리고 희망
- 일시 : 2014년 11월 19일(수) 10:00 ~ 17:30
- 장소 : KBS 아트홀(구 라디오 공개홀)
- 주최 : 한국방송기술인연합회
- 주관 : 한국방송기술인연합회, 방송기술교육원
- 후원 : 한국방송기술인연합회 소속 회원사

한국방송기술인연합회가 주최하고 한국방송기술인연합회, 사단법인 방송기술교육원이 주관하며, 연합회 소속 회원사들이 후원하는 ‘KOBETA 콘퍼런스(KOC 2014)’가 지난 11월 19일 KBS 아트홀에서 개최됐다. 이번 콘퍼런스는 기존 콘퍼런스와는 달리 ‘기술 그리고 희망’이라는 주제와 ‘기술, 세상과 소통하다’, ‘미디어, 희망을 마주하다’, 사람, ‘미래를 만들다’의 3가지 소주제로 열렸다. 2006년부터 2013년까지 8년간 가을 콘퍼런스는 ‘가을 디지털 방송기



술 콘퍼런스 - 가을 디지털 방송 콘퍼런스(2011년)로 변화하며 KOBETA 콘퍼런스와 더불어 방송기술인이 꼭 알아야 할 신기술과 뉴미디어, 디지털 라디오, 3D 방송, 4K/UHD 방송 등 차세대 방송기술을 소개하였고, 디지털 전환과 700MHz 방송 필수대역에 관한 토론회 등을 개최하며, 방송기술인의 입지를 강화하였다. 올해는 기존의 콘퍼런스가 기술 위주의 약간은 정적인 강의 위주로 진행되었다는 점을 개선하고자 변화하는 미디어와 무너지는 산업 간의 경계로 인한 현상 분석 및 해결책을 기술을 넘어 외부 전문가의 시각으로 바라볼 수 있는 기회를 참관인들에게 제공했다. 미래 사회에서 방송은 어떤 모습일지, 무엇을 준비해야 하는지, 기술의 발전으로 인해 어떠한 사회적, 산업적 변화가 생기는지, 방송의 공공성은 어떤 역할을 해야 하는지와 창의적 생각의 효과와 준비하는 법 등 기술을 기초로 두되 기술 하나하나에 집중하는 것이 아닌 새로운 기술로 인한 미디어의 미래와 사회를 생각해 봄으로써 나무가 아닌 숲을 볼 수 있는 시간을 제공하는 것이 이번 콘퍼런스의 의의이다.

이날 행사에는 심학봉 새누리당 국회의원과 고삼석 방송통신위원회 상임위원을 비롯한 관련 인사, 방송기술인을 포함한 방송인, 유관기관 및 관련 기관, 장비업체를 비롯해 방송 및 미디어에 관심 있는 대학생 등 300여 명이 참석해 방송과 IT의 미래에 대한 관심을 표출했다. 콘퍼런스가 끝나는 시점까지 참관인들이 많은 자리를 채웠었고, 이 시대가 당면한 과제와 결과, 해결책에 대해 강사와의 교감과 공유를 통해 정해진 강의 시간이 짧게 느껴질 정도로 매 시간마다 몰입하는 참관인들의 표정이 인상적이었다.

인사말 & 축사 및 키노트



콘퍼런스가 열리는 KBS 아트홀 입구



사전등록, 현장등록을 하는 참관인들

시간	세션 및 강의 주제	강사
09:30 - 10:00	사전 등록 명단 확인 및 현장 등록	
10:00 - 10:05	인사말	이후삼 한국방송기술인연합회 회장
10:05 - 10:10	축사	심학봉 국회의원 (새누리당) 고삼석 방송통신위원회 상임위원
10:10 - 11:00	Keynote 미래학자가 본 방송의 미래	최윤식 한국뉴욕주립대 미래연구원 원장 (전문미래학자)
KOC 1. 기술, 세상과 소통하다		
11:00 - 11:40	모바일 인터넷의 미래 - (방송 시장을 중심으로 한) 모바일 인터넷 발전 통합과 전망	최재홍 강릉원주대 교수 (현 다음카카오 사외이사)
11:40 - 12:20	미디어 기업으로 진화하는 브랜드들	김명진 FRUM 대표
12:20 - 13:30	점심 식사	
13:30 - 14:10	사물인터넷과 인터넷의 미래	정지훈 경희사이버대학교 모바일융합학과 교수

KOC 2. 미디어, 희망을 마주하다		
14:10 - 14:50	희망을 만드는 공공 플랫폼 - 지속 가능한 공공 플랫폼의 필요성과 역할	정준희 중앙대학교 교수
14:50 - 15:30	경제학자의 눈으로 바라본 방송 시장 - 방송의 특수성 에 대한 경제학적 접근 : 시장, 경쟁, 시청자	이종관 미디어미래연구소 정책연구실장 (경제학 박사)
15:30 - 15:50	Break time	
15:50 - 16:10	아카펠라 그룹 원더풀 공연	
KOC 3. 사람, 미래를 만든다		
16:10 - 16:50	혁신, 기술을 꽃피우다 - 창의적 혁신, 그 오해와 이해 그리고 진화	김동준 이노캐탈리스트 대표
16:50 - 17:30	창의적 생각, 현실로 가져오기 - 메모와 생각 정리 기술	이상혁 로이컨설팅 대표 컨설턴트

KOC 2014 프로그램

KOC 2014 프로그램

이후삼 한국방송기술인연합회 회장은 인사말에서 콘퍼런스에 참석한 분들께 감사의 마음을 전하면서 이번 KOC 2014를 소개하고, 지난 연합회의 콘퍼런스가 진행해 온 과정을 설명하며 “고명하고 폭넓은 강사진으로 이루어진 오늘 콘퍼런스가 우리 사회와 방송 관계자분들께 미래 방향 설정에 많은 도움이 되었으면 한다.”며 다시 한 번 콘퍼런스의 의의를 되새겼다.

이어진 축사에서 심학봉 국회의원은 87년도 KBS 공채 15기 방송기술인으로 입사를 해서 안동방송국에서 5년을 보내며, 기술고시를 준비했던 시절에 느꼈던 심정을 설명했다. 엔지니어 출신으로서 “기술인에 대한 인식과 대우가 많이 나아졌으며, 기술에 국한되지 말고 자신의 영역을 넓혀야 한다.”며 앞으로 “방송도 산업이기에 많은 준비와 노력이 필요할 것”을 조언했다.

이어진 고삼석 방송통신위원회 상임위원은 방송의 발전 역사를 말하며, 바뀐 방송 환경에 맞추어 방송 서비스와 방송기술이 슬기롭게 대



콘퍼런스 사회를 본 도기태 한국방송기술인연합회 정책실장



축사 중인 심학봉 국회의원



축사 중인 고삼석 방송통신위원회 상임위원



인사말 중인 이후삼 한국방송기술인연합회 회장



콘퍼런스에 참석한 청중들

처했다고 보며, 한국방송기술인연합회의 지난 세월의 노고를 위로했고, 앞으로의 변화에도 능동적으로 대처해주길 부탁했다.

▶ 미래학자가 본 방송의 미래 - 최윤식 한국뉴욕주립대 미래연구원 원장 (전문미래학자)

최윤식 미래학자는 키노트에서 세계적으로 많은 변화가 일어날 것이며, 그에 따른 준비가 필요할 것이라는 문장으로 강의를 시작했다. 곧



다가올 아시아의 위기와 그 위기를 슬기롭게 대처할 경우 아시아의 밝은 미래가 펼쳐질 것으로 보았고, 산업 간의 경계가 점차 깨지고, 융합되기에 방송의 경계도 깨어질 것으로 내다봤다. 대기업도 방송산업에 재편되며, 향후 게임과 방송이 한 점으로 만나 둘 간의 경계가 깨져 방송을 마치 게임을 즐기듯이, 게임이 삶에서 중요한 위치로 변화한다고 설명하였다. 가상 현실이 게임을 하듯 성장하기에 가상의 현실을 시청자의 눈앞에 가져와야 할 것이며, 기술의 발전으로 방송이 다룰 수 있는 스토리와 영역 역시 확장될 것이라고 강조했다. 또한 디바이스의 변화, 방송 소비의 변화 등과 교육이 점차 중요해짐에 따라 산업 경계의 파괴로 방송이 하지 않으면, 교육 쪽에서 먼저 시작될 것이라고 내다보았다. 강의 자료를 통해 2020년대에는 제조업자와 소비자의 경계 파괴가 완성되고, 가상과 현실의 파괴, 언어의 경계 파괴, 다양한 디스플레이 시대 시작, IoT 산업의 급성장 등의 시대가 온다고 하였다. 이어 2030년대는 자동차 산업이 다른 많은 산업을 대체하며, 인공지능 시대가 시작됨과 사람대신 기계를 키우는 시대에 접근하게 된다고 설명했다. 마지막으로 '미래는 갑자기 오지 않으며, 기회는 생각보다 늦게, 위기는 생각보다 빨리 올 수 있음'을 직시하면서 경계의 파괴로 '내가 하지 않으면, 영역 밖의 사람이 들어와서 할 수 있음'을 경고하며 키노트를 마쳤다.

KOC 1. 기술, 세상과 소통하다

▶ 모바일 인터넷의 미래 - 최재홍 강릉원주대 교수

- 모바일의 과거와 현재, 미래에 대해 최재홍 교수는 순차적으로 설명하며, '모바일이 정답'이며, '모바일만이 살 길이다', '모바일만 가지고는 살 수 없다'를 서두에 강조했다. 무선인터넷의 성장과 통신사의 성장을 이야기하며, 모바일 생태계가 체계적으로 시스템화되어 있어 점차 영상 서비스 분야로 진출하고 있다고 하고, 아마존의 예를 들어 자세히 설명했다. 1G~3G를 지나 3.5G부터 헬스케어, 증강현실, SNS, 스마트카, 웨어러블의 서비스가 급속도로 발전함을 강의하고, 라인과 페이스북 등 킬러콘텐츠를 예로 들었다. 웨어러블 기기의 성능보다는 디자인과 UX가 좋아야 팔리며, 사람에 대한 선호도가 먼저 생각되어야 함을 설명했다.



▶ 미디어 기업으로 진화하는 브랜드들 - 김명진 FRUM 대표

브랜드 저널리즘에 관해 김명진 FRUM 대표가 강의했다. 브랜드 저널리즘이 무엇이고, 왜 브랜드 저널리



증인지, 어떻게 만들어지며, 브랜드 저널리즘의 성공 사례를 설명했다. 배너 광고의 몰락, 콘텐츠의 홍수, 소비자가 접할 수 있는 매체와 SNS 등이 많아지면서 느끼는 피로도 등 기업의 입장에서 직접 영상을 통해 광고를 기획하고, 제작할 수밖에 없는 현실과 환경을 언급했다. 이러한 브랜드 저널리즘의 예로 코카콜라와 레드불, 현대 등의 기업을 들며, 어떠한 과정과 조직을 거쳐 자사의 브랜드 이미지와 사업, 혁신 등을 담은 영상을 만들어 내는지와 이를 유통시키는 다양한 방법 등을 동영상과 강의 자료에 일목요연하게 구성하여 짧은 시간에 브랜드 저널리즘에 대한 이해를 증가시켰다.

▶ 사물인터넷과 인터넷의 미래 - 정지훈 경희사이버대학교 모바일융합학과 교수

사물인터넷과 인터넷의 미래에 대해 정지훈 교수는 웹과 모바일, 사물인터넷(IoT)과 이 서로 같이 성장할 것으로 기대되며, 아직 IoT의 표준이 발표되지는 않았지만 간결하게 관련 표준이 정비되고 있다고 하였다. IFTTT(if this then that)를 예로 들며, IoT가 우리 현실에 이미 도래했음을 설명하고, 미래의 인터넷에 대해 '파괴적 혁신의 바퀴(Wheel of Disruption)' 그림을 예로 실시간, 모바일, 소셜의 황금 삼각형이 기본이 되어 혁신적 지불/결제, 가상현실/AR/인공지능, 공유경제, 사물인터넷, 웨어러블, 메이커 문화, Beacon의 혁신 분야들이 생겨나게 되었다고 강의했다. Oculus Rift와 삼성 Gear VR을 언급하여 콘텐츠 생태계를 설명하던 중 3DTV의 실패 이유에 대해 제조사와 콘텐츠 제공자의 갈등으로 인한 공급 생태계의 부재와 보급되기 어려운 가격 등을 들었다. 이어서 월트디즈니의 디자인팀이 만들어 낸 Jibo, 소프트웨어의 휴머노이드 페퍼(Pepper)와 혼다의 이야기, 영상과 음향 위주의 Visual Web, 차세대 웹의 종류와 구현 및 소비될 디바이스의 변천사 등을 설명하며, 변화 및 진화하는 인터넷의 미래를 콘퍼런스 참석자들에게 전달했다.

KOC 2. 미디어, 희망을 마주하다



정준희 교수는 '지속 가능한 공공플랫폼의 필요성과 방향성'에 대해 해외사례와 국내현실을 이야기하였다. 먼저 사유재와 공유재에 대해 둘의 차이점을 설명하고, 주파수 자원의 활용 방식 변천을 언급했다. 이윤에 목적을 두고 문화산물과 서비스를 생산/교환하는 것이 생산/



소비의 공정성과 효율성을 획득하는 최상의 방법이라는 규범적 가치 즉, 문화시장화의 개념 아래 과거의 방송/통신이 공공성을 띄었다면, 현재의 통신은 경쟁과 주파수 경매를 도입했고, 방송은 주파수 제한성을 기술적으로 해결했다고 말했다. 이런 관점에서 해외의 경우를 비교, 분석하고, 한국의 문제점에 관해 공유지의 비극이 우선시되는 문제로 공적 목적의 공유지 경험이 부족함과 지상파 방송 플랫폼은 낙후된 기술이고, 소비자에 의해 선택받지 못했으며, 기술과 서비스의 진화 과정에서 퇴장할 수밖에 없는 기술이라는 인식의 지배화를 꾀 필요성을 언급했다. 아울러 지상파 방송 플랫폼의 효율적 활용을 위한 기초 서비스(HD), 보완 서비스(다채널), 혁신 서비스(UHD 및 OTT 연계)가 서로 공존되어야 함을 강조했다.

다.

▶ 경제학자의 눈으로 바라본 방송 시장 - 이종관 미디어미래연구소 정책연구실장

공공성과 산업성의 시선으로 방송에 대해 설명했던 이종관 실장은 방송과 경제학의 관점 차이에 따른 '공공'의 의미와 정책 목표 및 접근에 대한 차이를 서두에 언급했다. 일반 시장체제로 방송을 바라보면 굉장히 위험할 수 있으며, 방송의 특수성을 고려해야 한다는 점과 방송에 있어서 시청자 편의 준수를 위한 공정 경쟁의 필요성, 수신료에 있어서도 유료방송과의 비교보다는 달리 생각해야 함을 강조했다. 구체적인 방송산업의 특수성에는 방송에 있어서는 방송(자원)이 누구에게 배분되는지 여부가 매우 중요한 사항이라는 것과 일반경쟁에서는 콘텐츠 중심의 방송 특성에 대해 판단하기 어려우며, Anti-hoarding이나 Anti-siphoning 제도의 경우에도 일반산업 경쟁 관점에서 방송의 특성 및 콘텐츠 특성을 판단하기 어렵다는 것, 콘텐츠에 대한 제약은 선택권 제약, 나아가 '당연히 이용할 수 있어야 하는 콘텐츠를 이용하지 못함에 따른' 다양성 및 공익성에 대한 제약으로 이어지는 특성이 있다는 것, 콘텐츠는 그 내용적 특징에 따라 일반 재화와는 상이하기 때문에 동질 품목을 근저에 두는 일반경쟁으로 판단하기는 곤란할 수 있다는 것과 방송은 일반 재화와 달리 수용자가 방송(콘텐츠)을 어떻게 해석하는가에 따라 콘텐츠의 상품가치 및 효용이 크게 변화하게 되는 특징 등을 차례로 사례를 들어 설명했다.



▶ 아카펠라 그룹 원더풀 공연

이어서 아카펠라 그룹 원더풀의 공연이 이어졌다. 점심시간 이후의 나른한 기운을 다시 되돌린다는 의미에서 기획된 공연에서 원더풀 그룹은 뱃노래, Fly to the moon, K-Pop 메들리 등 다양한 곡을 재해석하고, 독창적인 사운드로 콘퍼런스 참석자들의 입가에 웃음이 번지



게 만들었다.

KOC 3. 사람, 미래를 만든다

▶ 혁신, 기술을 꽃피우다 - 김동준 이노캐탈리스트 대표

혁신이 무엇인지 자유로운 강의 스타일로 설명한 김동준 대표는 과거 혁신이라 불리는 예는 들며, 뉴턴이 꼭 사과가 떨어지는 것을 보았기 때문에 만유인력을 발견한 것이 아니라 그 전에 뉴턴의 노력과 기나긴 세월이 쌓여서 그 결과가 사과로 나타났을 뿐이라고 설명했다. 즉, 혁신이 어려운 이유로, 진행이 되지 않고 엉키는 혼돈의 구간이 혁신의 과정에서 존재하기에 그러한 과정 없이 결과만 모방하는 것은 아무 의미가 없다고 말했다. 예외 없이 혁신을 위해서는 누구나 혼돈의 구간을 거쳐야 하며, 시간에 따른 도입, 성장, 성숙, 쇠퇴되는 S-커브에 따르면 그래프 간에 불연속 구간이 있어, 성장을 하면서 떨어지는 구간이 나타나게 된다고 예를 들었다. 아이패드만이 태블릿 PC 시장에서 살아남은 이유를 들며, 혁신의 어려움과 고뇌의 시간을 설명하였고, 이어 조직의 변화에서는 조직이 무엇인지, 왜 조직이 변해야 하는지에 대해 강의했으며, 변화의 공식에 대해 $D(\text{Discomfort}) \times V(\text{Vision}) \times A(\text{Action Step}) > R(\text{Resistance})$ 의 상관관계가 있음을 설명했다. 마지막으로 혁신을 목표를 위한 수단일 뿐이며, '사람이 사람을 위한 사람의 미래를 만드는 것'이 모든 혁신의 기본 조건임을 전달했다.



▶ 창의적 생각, 현실로 가져오기 - 이상혁 로이컨설팅 대표 컨설턴트

창의적 생각에 대해 이상혁 대표는 '메모'에 대해 자신의 경험을 예로 들며 강의를 시작했다. "생각은 하는 것이 아니라 나는 것"이라며 왜 생각을 해야 하는지를 서두로 이제는 외우지 않아도 되는 시대가 왔으며, 머리는 생각할 때 써야 함을 예로 설명했다. 자신의 메모 정리 방법과 그 예를 슬라이드에 담아 설명하고, 그러한 행동이 어떠한 결과는 이끌어내는지에 대해 생각나는 것을 일단 적게 되면, 적는 행위로 눈을 자극시켜 기억이 나게 되고, 이런 자극과 기억으로 생각이 나게 되는 것이며, 이러한 자극에 반응하는 인간이 되어야 함을 이끌어 냈다. 메모가 모여 순서가 되고, 순서가 모여 논리가 되고, 논리가 모여 판단이 되고, 판단이 모여 문제가 해결되는 것이 창의적인 생각이며, 이렇게 인간이 생각을 하게 되는 방법으로, 보고 반응하는 가장 좋은 예가 메모라고 설명했다. 이어서 할 일을 줄이는 노트 활용법과 게슈탈트 이론, 다양한 메모 방법 및 이를 활용하는 법에 대해 설명하고, 세로줄 노트 작성법과 스케줄링 방법 등 자신에게 맞는 노트 필기를 들며, 생각을 잡아내는 법과 실천하는 법에 대해 강의를 이어갔고, 보다 창의적인 삶을 위한 노력을 이야기하였다.

