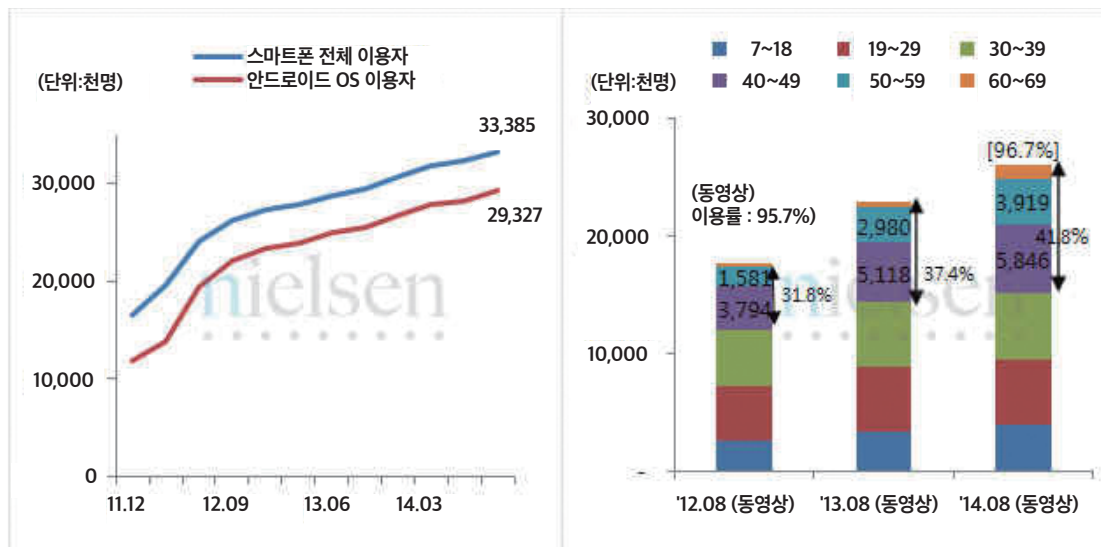


“2015년 방송을 전망한다”

2015년 주목해야 할 방송 미디어 기술
- 무소유 기술

정병희 KBS 기술연구소 팀장

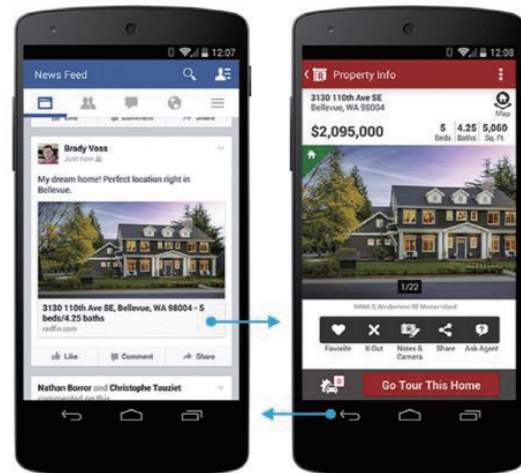
분주했던 2014년이 지나고, 2015년 새해가 밝았다. 2014년 주목받았던 미디어 기술은 무엇이었을까? 2014년에는 “모바일”, “클라우드”, “빅데이터” 등의 키워드가 주목받았다. 모바일은 2014년에도 꾸준히 약진하여 이제는 40대 이상에서도 미디어를 수용하는 디바이스로 점점 많은 이용자들이 모바일을 선택하고 있다. 이렇듯 모바일 사용의 확대 및 미디어를 모바일로 수용하는 트렌드가 미디어 기술의 변화를 주도하는 데에는 이견이 없을 것이다. 사용자가 휴대하면서 미디어를 언제, 어디서나 수용할 수 있기에 미디어 서비스를 분석할 수 있는 방대한 실시간 데이터가 생성되고, PC에 비해 한정된 자원과 성능을 가지고 있어 데이터를 저장할 수 있는 제3의 장소, 작업을 분담할 수 있는 제3의 컴퓨팅 파워가 필요하게 된 것이다. 이런 필요에 의해 온라인 미디어 서비스 업체는 앞 다투어 모바일에 특화된 서비스를 개발하고, 사용자들의 편의를 도모할 수 있는 자체 클라우드 서비스도 함께 제공하고 있다.



[그림 1] 모바일 이용자 수 증가 및 연령대별 동영상 서비스 이용자 수 증가
출처 : 닐슨 코리아클릭 (2014.10.23.)

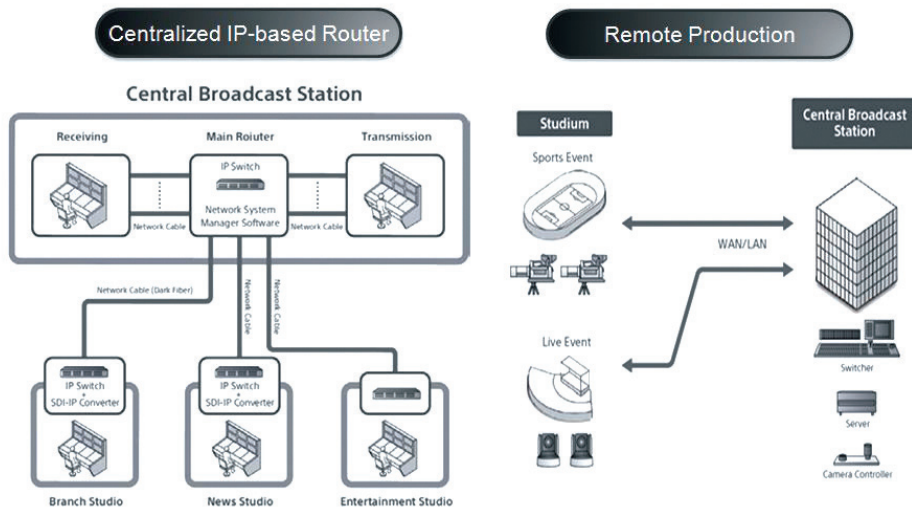
2015년에는 어떤 미디어 기술이 주목받을까? 필자는 조심스럽게 한 가지 트렌드를 제시하고자 한다. 그것은 바로 “무소유의 심플함”이다. 많은 것을 소유한다는 것은 보여줄 수 있는 것이 많다고 생각될 수 있지만, 관리나 취사선택에 많은 비용과 시간이 소요된다는 것을 의미하기도 한다. 이미 지난해의 키워드에서도 초석을 다져왔던 2015년 무소유 기술에 대해 살펴보자.

먼저, 클라우드 기술을 근간으로 한 콘텐츠 무소유 기술, 즉 링크(Link, 내 컴퓨터에 있지 않은 다양한 정보를 연결해 보여줄 수 있는 기술) 기술의 확대이다. 먼저, 가장 일반적인 형태는 콘텐츠의 물리적 위치를 신뢰성 있으면서 관리 비용이 가장 저렴한 장소에 보관하고, 서비스에는 물리적 주소만 알려주는 형태로 서비스하는 것이다. 링크 기술은 소셜 서비스에서 개인이 자신의 콘텐츠를 알리거나 다른 사람이 게시한 유용한 콘텐츠를 자신의 게시글 타임라인에 보여주는 데에도 활용되고 있다. 링크 기술의 확대는 자신이 가지고 있지 않은 정보의 손쉬운 조합을 가능하게 하여 보다 효과적으로 유용한 정보를 제공할 수 있는 기반을 제공한다. 또한 웹 페이지 정보에서 하이퍼텍스트 형태의 링크를 보여주는 방식에서 모바일 환경에서 타사 앱의 특정 정보를 보여주는 링크 기술도 앱의 사용자 유입을 활성화하기 위해 더욱 확대될 것으로 예상된다.



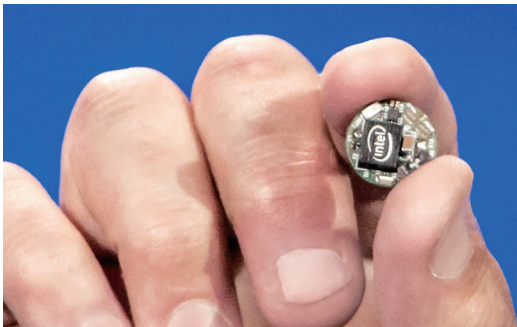
[그림 2] 정보의 링크 기술 사례 - 페이스북 앱링크
출처 : ZDnet Korea “페이스북, 앱링크에 분석기능 추가” (2014.8.22.)

두 번째 기술은 작업자 무소유 기술 즉, 온라인 협업(Collaboration) 기술이다. 트위터, 페이스북, 카톡 같은 소셜 서비스는 서로의 이야기를 전달하거나, 공유하는 수단으로 사용되어 왔다. 그러나 최근 메신저 서비스는 협업을 위해 원격지에서 업무 지시나 의견 조율에 주로 사용한다. 간단한 온라인 협업으로는 이러한 원격지에서 각자 맡은 일을 하고 작업의 결과물을 공유할 수 있는 협업 공간에 업로드하여 작업 순서에 맞게 덧붙여 나가는 방법이 있었다. IP 기술의 발전은 작업 결과물을 공유에서 나아가 대용량 실시간 방송 콘텐츠를 원격지에서 전송, 편집할 수 있는 수준으로까지 발전하고 있다. 지난 2014년 NAB에서는 이런 기술의 발전을 보여주는 BBC의 Off-site Production, SONY의 IP Live Production이라는 개념이 소개되었다. Shared workflow라고도 명명된 이 제작 개념은 원격지에서 촬영한 영상들을 IP 전송을 활용하여 방송사 부조로 보내어 제작하는 개념이다. 긴급한 뉴스 속보나 스포츠 제작에 온라인 협업이 사용된다면 긴급한 제작을 위해 제작진이 이동해야 하는 번거로움을 줄일 수 있다. 방송 제작에의 발전된 IP 전송 활용은 영상, 텍스트, 컨트롤 신호까지 하나의 전송라인으로 해결할 수 있으므로 스튜디오를 간결하게 하는 것에도 사용되지만, 온라인 협업에도 중요한 기반 기술이다.



[그림 3] IP 전송을 활용한 온라인 협업 사례
출처 : IP Live Production Whitepaper, Sony

세 번째 기술은 정보의 심플함이다. 이제는 N-스크린을 넘어 웨어러블 디바이스의 시대이다. 구글, 삼성, 애플에서 이미 시계 형태의 정보 디바이스를 선보였고, 2015년 CES에는 패션 액세서리 형태의 디바이스도 다수 선보였다. 디바이스가 소형화됨에 따라 작은 디바이스에 어떤 정보를 어떤 방법으로 보여줘야 하는지가 관건이 된다. 시간, 장소 그리고 현재 디바이스를 착용하고 있는 사람이 원하는 정보를 선택하여 제공하는 기술 즉, 맞춤형이라 통칭하는 기술이 중요해 진다. 또한 적절한 형태로 보여주는 자료 시각화 방법도 중요하다. 자료의 시각화는 선택된 정보를 효과적으로 보여주는 것에도 사용되지만, 빅데이터와 같은 눈에 보이지 않는 정보를 분석, 정제하여 보여주는 것에도 중요한 기술이다.



[그림 4] CES 2015에 소개된 웨어러블 디바이스용 Intel PC
출처 : Techworld.com (2015.1.8.)



[그림 5] Intel Compute Stick, HDMI 동글형의 초소형 PC
출처 : arstechnica.com (2015.1.8.)



[그림 6] 통계자료 시각화 예제
출처 : SAS 비주얼애널리틱스 (SAS Korea)

마지막으로 언급할 미디어 기술은 IP를 활용한 사물(Things) 무소유 기술이다. IP 기술의 발전은 모든 사물을 마치 내 것처럼 조정할 수도 있고, 한 가지 사물을 여러 가지 용도로 응용할 수 있다. CES 2015에서 삼성전자는 IoT(Internet of Things) 전략의 하나로 홈 IoT 전략의 중앙에 TV가 있음을 피력하였다. 가정에서 사용하는 다양한 디바이스들은 네트워크를 탑재하여 서로를 조정하고, 정보를 수집할 것이며, 거실에 많이 놓이는 TV가 이들의 플랫폼이 될 것이라는 것이다. TV는 넓은 화면과 다양한 서비스 조작을 할 수 있는 리모콘으로 구성되어 있어 미디어 서비스와 각종 디바이스들과의 연계도 훨씬 쉬워질 것이다.



[그림 7] 삼성이 CES 2015에서 차세대TV로 새롭게 선보인 SUHD TV
출처 : SamsungTomorrow

방송 미디어 서비스는 기존의 정보를 제공하는 역할을 뛰어넘어 각 디바이스의 기능과 맞물려 이에 상응하는 서비스로 진화해 나가야 할 것이다. 필자는 2015년 주목받을 미디어 기술들을 소개하였다. 네트워크로 연결된 제한 없는 다양한 스크린에서 각 스크린의 특성에 맞는 방송 프로그램과 정보들이 시시각각으로 표출되고, 방송 서비스와 방송 제작현장을 사이버 공간에서 자연스럽게 오버랩하며 정보와 의견을 주고받을 수 있는 미디어 환경에 한층 더 가까이 다가갈 2015년을 기대해 본다. 