

KOBA World Media Forum 2015



KOBA World Media Forum(이하 WMF)이 '미디어 전쟁, 죽느냐 사느냐(Media War, To be or not to be)'를 주제로 KOBA 첫 날인 5월 19일에 열렸다. 이번 행사는 지난해까지 국제방송기술콘퍼런스에 있는 각 분야의 세계적인 전문가들이 함께하는 포럼을 미디어의 미래에 중점을 두어 진행하였으며, 시간도 늘려 포럼 본연의 목적에 온전히 부합되도록 기획되었다. 급변하는 미디어 시장을 예측하고, 최신 방송기술 동향을 파악하여, 미래사회에서 미디어의 역할을 규명하고, 국내의 경쟁력을 확보하고자 만들어진 비영리 국제 포럼인 WMF 2015는 올해 BBC, NAB, Netflix, EBU, Google 등 해외 유명 방송사 및 미디어의 흐름을 주도하는 기업들이 참여해 미디어 시장의 패러다임 변화를 알아보고, 미래 생존전략을 모색하는 방향으로 진행되었다. 주요 연사의 강의만 살펴보기로 하자.

BBC - David Ball

BBC의 현재 가치와 주요 서비스, 기업 이념을 주로 설명한 BBC는 시청자가 어디에 있든, 어떤 기기를 사용하든 BBC를 이용할 수 있도록 하는 것이 BBC 전략의 핵심임을 주요 키워드로 설명했다. BBC 역시 미디어 시장의 경쟁이 증가하며 상당한 도전 과제에 직면해 있다고 전하며, 특히, 드라마부분에서 글로벌 플레이어들이 진입하고 있는데, 이런 플레이어들은 새로운 콘텐츠를 다른 규모로, 다른 차원으로 만들 수 있으며, 막강한 경쟁자라고 하였다. 또다른 변수로 젊은 세대의 등장으로 볼 수 있는데, 이 "젊은 세대는 개인

디바이스를 가지고 있고, TV가 없기도 하며, 이동도 많고 일시적 시청을 즐겨한다. 관심 주제도 다르기에 전통 미디어는 젊은 층의 관심을 모두 반영할 수 없다. BBC를 비롯한 전통적인 미디어에게 젊은 층에 대한 것은 도전 과제다.”라며 미디어 패러다임이 변화하고 있음을 강조하였다.

콘텐츠에 대해서는 전체 시스템에서 성공을 측정하는 것은 콘텐츠이기 때문에 콘텐츠가 왕이며, 미디어의 핵심임을 강조했다. 개별 콘텐츠에 대해서 대중들이 발견하도록 하는 것도 중요하며, BBC는 이러한 결과로 시청자와 더욱 가까워지고 있다고 했다. initiative란 주제에 대해서는 리모콘에 레드 버튼을 포함시키도록 하고 있는데, 이 레드 버튼을 누르면, MPEG 신호가 창출되어 OTT 채널을 시청할 수 있다. HTML5와 연동되어 모든 BBC 채널과 연동이 된다고 한다. myBBC에 대해서는 과감하게 전통적인 채널을 폐쇄하고, 더욱 크리에이티브한 채널을 만들고 있는데 16~24세를 겨냥하여 공격적인 콘텐츠 제작을 준비 중이라고 했다.

2007년 크리스마스에 런칭한 iplayer는 꾸준히 성장하였고, 브랜드 이미지 또한, 영국 내에서 4위로 매우 각광받고 있는 현실을 설명했다. iplayer에서만 볼 수 있는 콘텐츠가 있고, 라이브 방송, 아카이브에도 저장되도록 하여, 더욱 성장하고, 제한 없는 확장을 계획하고 있다고 하였다.



BBC의 David Ball



Google의 Chris Jang

Google - Chris Jang

Google의 Chris Jang은 유튜브 동영상에서 이벤트가 일어나면 얼마나 많은 영향을 미칠지 상상하기 어렵다며 강의를 시작했다. 드림웍스에서 만든 ‘드래곤 길들이기’라는 영화는 1편 대비 새로운 캐릭터들이 나왔고, 사람들과 전쟁하는 신들, 화려한 시각효과들이 애니메이션상 가장 많이 비주얼 이펙트를 사용한 영화라고 한다. 이때 사용한 컴퓨팅 파워가 7500만 컴퓨팅 파워인데, 이 분량은 회사 내부에 1000대 렌더링 서버가 있다면 24시간 내내 8.3년 작업을 해야 하는 분량으로 이런 애니메이션을 만드는 회사에서는 매일 20TB가 필요하다고 한다. 그런데 매일 20TB라고 하면 매월 5억 정도의 저장장치를 구매해야하므로 어려움이 많을 것으로 예상된다고 예를 들었다.

즉, 데이터를 받고 렌더링하고 다양한 디바이스에 제공하기 위해서 여러 포맷으로 전환하는 트랜스코딩 등이 필요해서 거대한 저장장치가 필요한데, 과연 여기에 어떻게 그때그때 접근할 수 있는 포맷으로 저장할 수 있을지가 관건이다.

클라우드 시대에서는 웹 브라우저에 클릭만 하면 되고, 필요할 때 쓰고 사용한 만큼만 지불하는 형식으로, 순간적으로 천 배, 만 배의 저장 장치가 필요해도 사용할 수가 있다. 스튜디오 당 매일 20TB가 나온다고 했을때, 클라우드를 사용하면 저장한 만큼만 비용을 지불하면 된다. 그리고 규모의 경제 때문에 계속 가격은 낮아질 것으로 예상되기에, 사업자는 클라우드를 사용할 때 내가 원하는 성능이 나오는지만 고려하면 된다.

미디어 업계 워크플로우에서는 워크플로우 단순화, 비용 절감 효과, 보안 3가지를 주요 쟁점으로 봐야하는데, 소프트웨어는 On Demand 형태로, 쓴 만큼 지불하는 식으로 제공되며, 작은 앱을 데스크톱에 설치해놓고 디자이너들이 영상을 만들고 클라우드와 동기화해서 렌더링하는 형태의 과정이 일어날 것으로 기대돼 향후 미디어 시장의 지각 변동이 예상된다고 하며, 강의를 마쳤다.



강의실을 가득 메운 참석자들

Netflix - Peter Jun

넷플릭스의 성공에 대해, 사용자에게 '추천'하는 방식이 '어떻게 하면 대중들에게 인기가 없는 것들도 인기있게 할 수 있을까'라는 생각에서 나왔다고 한다. 기술의 발전으로 여러 가지 제약 조건이 사라졌으며, 전통적인 채널의 개념이 아닌 넷플릭스는 가입자 수 하나하나가 채널이 된다고 보고, 한 사람 한 사람에 맞는 채널을 만들어주겠다고 생각했다. 돈을 버는 것도 중요하지만 궁극적으로 이용자들이 믿고 쓸 수 있게 하는 것이 목적임을 강조했다. 2년전 CEO가 "인터넷TV가 리니어TV를 대체할 것이다."라고 예견했는데, 지금 그렇게 되어 가고 있음을 설명하는 부분에서는 인터넷 TV는 시간의 제약이 없고, 언제 어디서든 볼 수 있는 장점이 기존 TV와 비교해 월등하다고 설명했다. 코드커팅 등 케이블보다는 인터넷TV가 2020년까지 온라인 비디오 시장을 잠식할 것으로 내다 보고 있고, 넷플릭스의 미래에 대해서 TV의 진화는 더 이상 불필요하며, 망중립성 문제 역시 공공재로 판결이 났기에. 제약 사항이 없어졌다고 했다. 4K는 인터넷 포맷으로 자리를 잡을 것으로 보며, HDR, HFR, WFR 등 최근 영상에 대한 이슈는 인터넷TV에서 이루어질 것으로 본다고 하였다. 그밖에 넷플릭스의 문화에 대해서 강의가 이어졌는데, 7가지의 회사 철학이 소개되었다.



Netflix - Peter Jun



Akamai - David Habben



afreecaTV 장동훈



EBU - Bram Tulleman



NAB - Lynn Claudy



포럼 중반 500석의 강의실이 가득 찼다



포럼의 마지막 순석인 Wrap-up 세션, 미디어의 미래에 대한 의견이 이어졌다

