

KOBA 2016
REVIEW

KOBA World Media Forum 2016

올해로 2회째를 맞는 KOBA World Media Forum(이하 WMF)이 지난 5월 24일 KOBA의 첫 날 “미디어, 특이점이 온다! (The Media Singularity is near!)”를 주제로 개최되었다. WMF는 세계의 여러 분야의 전문가를 모시고, 기술의 발달에 따른 미디어의 변화와 미래를 살펴봄으로써 이에 대비하고, 관련 내용을 공유하여 국내 미디어의 발전을 도모한다는 목표이다. 각 세션으로는 <미디어의 특이점을 향한 새로운 도전>, <미디어 경계를 허물다> 등으로 진행되었으며, 마지막 세션은 <미디어 산업의 새로운 내일을 열다>를 주제로 WMF의 연사로 토크콘서트가 진행되었다.



“미국 지상파 방송사의 혁신 전략”

Skip Pizzi NAB, Senior Director of New Media Technologies

새로운 미디어와 플랫폼이 등장하는 현재에서 미국 지상파가 지향하고자 하는 목표에 대해 발표되었다. 방송사가 현대화라는 혁신을 해야 하는 이유로 TV와 라디오의 서비스 강화와 양방향의 능동적인 점을 들었으며, 요즘에는 방송사만이 콘텐츠를 제공하지 않기 때문에 다양한 플랫폼과의 경쟁을 통해 방송의 발전을 이루어 내야 한다고 말했다. 라디오에 대해서는 대부분의 스마트폰에는 Wi-Fi 칩에 라디오수신칩이

내장되어 있다고 하였고, 이러한 장점으로 데이터 플랜에 영향을 미치지 않고 배터리 소모도 적으며, 단순히 무선 인터넷을 이용해 시각화 기능을 활용할 수 있음을 예로 들었다. 아이폰의 애플이 이러한 활성화를 거부하고 있다고 하여, 통신사만의 문제가 아님을 전달했다. ATSC 3.0 표준에 관해서는 IP 기반으로, 이는 중요한 변화이며 방송사가 새로운 서비스를 할 수 있는 바탕이 될 것이라고 얘기했다. OFDM을 가능하게 해 기동성이 뛰어나며 SFN을 사용하게 해주며, 다양한 범주의 유연한 서비스와 같이 방송사의 혁신적 서비스를 가능하게 해 20, 30년 같은 서비스를 이어가는 경직된 환경이 달라진 것으로 분석했다. 또한, 재난 방송이 강화될 것인데, 꺼져있는 TV를 켜서 재난을 알릴 수 있고, 해당 지역에만 타겟팅해 재난을 알릴 수도 있어 정책적으로도 아주 중요한 서비스로 ATSC 3.0으로 이 모든 것을 가능함을 역설하였다.



WMF 진행 장면



Skip Pizzi, NAB

“YouTube 미래전략과 미디어 혁신”

Marc Lefkowitz YouTube, Head of Partner Product Solutions, APAC

유튜브를 통해 변화하고 있는 미디어 환경과 소비 형태에 대해 강의가 진행되었다. 과거에는 돈을 주고 콘텐츠를 사서 보라고 하면 사람들이 싫다고 했지만 지금은 유료 시청자가 늘고 있는 상황을 예로 들었고, '유튜브레드(Red)'는 특정 청중을 위한 애플리케이션으로 앞으로는 언제 어디서든 콘텐츠 소비자가 보고 싶은 프로그램을 컨트롤할 수 있게 될 것이라고 설명했다. 미국의 영향력 있는 스타 10명 중 8명이 10대 유튜브 스타로, 왜 사람들이 이들을 보려하고, 할리우드 스타보다 영향력이 있는지에 대해서는 바로 유저와의 '소통'을 이유로 들었다. 매일 일상을 자신의 뷰어와 함께 나누고 있으며, 이를 통해 광고의 변화를 짐작할 수 있다고 하였다. 이에 대해서는 이미 작년에 상당한 변화가 있었으며, 에미상도 거론이 되었다고 한다. 새로운 서비스로는 유튜브 키즈앱을 통해 아이들에게 최적화된 동영상 서비스를 하고 있으며, 유튜브 게이밍과 뮤직도 이러한 경향을 보이고 있다고 얘기했다. 또한, 360 VR 서비스를 시작함으로써 소비자들끼리 새로운 경험을 할 수 있도록 하며, 이러한 유튜브의 혁신은 광고부분에서도 많은 부분이 바뀌고 있음을 설명했다. 광고의 변화를 얘기하며, 얼마 전 뉴스에 따르면 온라인으로 광고가 옮겨가고 있고, 25~54살 뷰어가 유튜브를 많이 이용하고 있으며 이들은 또한 광고주의 주 타겟이기도 하기에 이제는 여러 솔루션을 통해 뷰어 개인이 어떤 취향의 어떤 사람인지 알 수 있으며 바로 이것이 바로 디지털 광고를 이끄는 요인이라고 강조했다. 결론적으로 온라인 동영상은 전통적 미디어 소비 행태를 많이 바꿀 것이라는 것이 강의의 핵심이며 전통 미디어는 하루빨리 변화하여야 한다고 전했다.



유튜브를 통한 미디어 시장의 변화를 강의 중인 Marc Lefkowitz



“ARTE의 VR 360 전략 및 유럽 미디어 산업 기술 변화”

Kay Meseberg ARTE G.E.I.E.(프랑스·독일 협력공영방송), Head of ARTE 360 VR

VR에 대해 ARTE에서 진행 중인 사업과 전략, 방향에 대해 주로 설명하였다. VR 헤드셋 애플리케이션 작업을 현재 하고 있는데, 현재 70% 이상의 콘텐츠가 헤드셋을 이용해 소비되고 있으며, 예상으로는 게임이 많을 것으로 기대되었으나 실상은 대부분이 영상으로 게임이 많지 않는 편임을 전달했다. VR 헤드셋 시장을 보면 아직은 확고한 시장이 창출된 것은 아니며, 그러나 ARTE에서 올해 새로운 VR 헤드셋을 내놓으면서 얼마나 시장에서 변화가 있을지 기대하고 있다고 한다.

과거에는 콘텐츠에 새로운 시도를 하지 않아도 됐지만, 이제는 ARTE 360을 통해 새로운 시도를 하려고 하며, ARTE에서는 성충권, 심해를 볼 수 있는 다큐멘터리 콘텐츠나 댄스 프로덕션과도 협업을 하며 공연 영상 콘텐츠도 360도로 볼 수 있는 영상을 제작해 서비스 중이라고 하였다. 360도와 VR은 아직 개발 시작 단계로 스토리텔링 기법의 표준을 만들어가는 단계이며, 영화의 경우 기승전결의 구조가 있는데, VR에는 그런 표준이 마련돼 있지 않아 스토리텔링의 필요성을 인식하고 관련 작업을 하고 있다고 한다.

또한, 한 가지 매우 흥미롭고 놀라운 부분은, VR과 같은 Interactive 콘텐츠가 전 연령대에 다가가고 있다는 것으로 4세 아이가 VR 경험을 하고, 93세의 여성분이 ARTE의 VR 프로에 감명 받아 3번이나 봤다는 경험을 말해주기도 한 것 등 전 연령대에 영감과 공감을 제공하는 것을 발견할 수 있었고, 이런 부분에서 360 VR의 미래가 밝다고 하였다.

현재 구상 중인 VR 콘텐츠로 500여 년 전 화가의 작품도 감상을 할 수 있는 서비스를 제작하고 있는데, 미술관이나 박물관처럼 작품을 한 방향에서 보는 것이 아닌 다양한 각도에서 감상하며, 가이드 투어도 제공되는 점 등 VR을 통해 새로운 시도와 변화를 기대해도 좋다고 하였다. 추가적으로 스토리텔링을 위한 기술들이 필요하며, 이에 대해서도 연구 중이라고 하였고, VR 콘텐츠가 제대로 작동하는지 분석하는 툴(Heatmap) 등으로 VR의 Quality를 증가시키기 위해 노력 중임을 설명했다.



Kay Meseberg, ARTE



장병탁 교수

“인공지능(AI) 시대, 미디어 산업의 변화”

장병탁 서울대학교 컴퓨터공학부 교수

인공지능의 과거와 현재, 그리고 미래를 살펴봄으로써 미디어의 변화도 유추할 수 있도록 하였다. 1956년에 인공지능이라는 말이 생기게 되었고, 이미 관련 학계에서는 오래된 학문 분야라고 하며, 짧게 인공지능의 역사를 살펴보았다. 우리나라에서는 알파고를 통해 인공지능이 많이 알려졌는데, 이를 알파고 쇼크라고 하며, 사실 2011년에 이런 쇼크가 있어야 했는데 우리나라에서는 크게 화두 되지 않았음을 예로 들어 구글 무인 자동차, 퀴즈쇼에서 기계의 우승, 애플의 Siri라는 비서 에이전트 앱, 이 세가지 사건이 동시에 일어났으며, 알파고는 그 연장선상임을 순서대로 보여 주었다.

이러한 인공지능의 예로 구글의 최신 로봇 영상과 무인 자동차, 로봇이 호텔에서 서비스를 하는 제공하는 영상을 시청하는 시간을 가졌고, 미디어 분야에서도 많은 영역에서 인공지능이 이미 사용되고 있다고 하였다. 이러한 AI의 성립 구조와 관련 연구를 설명한 뒤, 인공지능의 여전한 한계는, 반복은 기계가 찾아내지만, 더 나아가야 할 부분은 기계가 환경이 변하면 자율적으로 목표를 수정할 수 있는가이며, 알파고는 아직은 반쪽짜리 인공지능이라고 할 수 있다고 하였다. 사람이 바둑판을 대신 봐주고 대신 놔주고 있음이 그 예이며, 디지털 세계에서 지능



을 흥내 낸 것으로 물리적 로봇과 알고 같은 지적 인공지능이 서로 결합을 해야 다음 세대로 넘어갈 수 있다고 보았다. 기계가 자유 의지를 가질 수 있느냐는 논의는 오래됐는데, 사람이 볼 때는 기계가 자유의지를 가진 것 같은 기계를 만드는 것, 흥내 내도록 하는 것은 기술적으로는 가능할 것이나 정말 자유의지를 가졌느냐는 상당히 다른 논의가 될 것으로 내다 보았다. 이러한 기술적인 부분은 상당히 다른 부분이 많고 연구자들의 숙제로 남아 있다고 하며 인공지능의 발전을 기대했다.

모든 강의를 끝나고 Wrap-up 세션이 진행되었다. <급변하는 미디어 시장 속 대응 전략 및 미래방향성 논의>를 주제로 진행되었으며, 사회에는 이후삼 한국방송기술인연합회 회장이 맡았다.