

IBC 2016 REVIEW

5일간의 치열했던 Conference & 전시회 회고록

2003년 방송국에 입사한 이래로 방송 전시의 Big Event라 할 수 있는 IBC나 NAB에 가게 된 것은 13년 만에 처음 겪는 일이었다. 그동안 가보고 싶었던 마음이 큰 만큼 떨리기도 하고, 책임감을 많이 느끼기도 했다. 왜냐하면 회사의 정규 출장이 아닌 방송기술교육원에서 6명의 지상파 방송사 직원들을 선발하여 보내는 과정으로 가다 보니, 영어로 진행되는 Conference를 12개 이상 참석하여 요약하는 일들과 '방송과기술' 등에 출장 관련 기고를 해야 하는 의무조건이 있기 때문이었다.

하지만 무엇보다 중요하게 생각하는 것들이 있어서 더 부담이 되었다. '방송계에 종사하는 대부분의 사람들이 느끼는 것들에 대한 문제들의 답을 찾을 수 있을까'라는 개인적인 과제를 해결하고 싶어서다. 최근 10여 년간 방송 환경은 Analog에서 Digital로 혁명에 가까운 방식으로 전환이 된 것에서 모자라 전 시스템이 IT화 되어가는 과도기를 겪고 있다. IT는 고전적인 방송의 개념에서 벗어나 새로운 방송 제작시스템과 송출시스템을 가져왔고, IT와 방송의 융합이라는 새로운 시대를 몰고 왔으며, 기존의 방송 엔지니어들이 변해야만 살아남을 수 있는 환경을 만들어 냈다.

디지털로 전환된 10여 년 전부터 지상파 방송사가 위기라는 말은 내·외부에서 많이 들려오던 말이지만, 현재 변화의 중심에서 느끼는 위기감은 정말 당황스러운 정도이다. 왜냐하면 기술발전이 불러온 디지털 혁명은 방송과 통신의 경계선을 무너뜨렸으며, IT와도 통합 되려 하고 있기 때문이다. 기술 혁명으로 새로운 Platform들이 등장하였으며, 그들이 생산하고 유통하는 콘텐츠들은 지상파에 충성도가 강했던 시청자들을 빼앗아가고 있다. 또한 그것의 결과로 수동적으로 TV만을 보았던 시청자들에게 지상파를 비롯한 수많은 Platform 사업자 중 본인의 선호도에 맞는 프로그램을 고를 수 있는 능동적인 콘텐츠 선택 주도권을 가지게 하였다. 이 모든 것이 기술의 발전으로 초래된 일이며, 우리는 시청자들의 선택을 받기 위해 몸부림치는 플랫폼 간의 치열한 경쟁의 중심에서 생존권을 보장받을 수 있는 방법들을 찾아야만 하는 시점에 와있다.

그렇다면 예전과 다른 콘텐츠 공급과잉의 시대에 지상파가 시청자들의 선택을 받아 생존할 수 있는 강력한 미디어로서 거듭날 수 있는 방안이 무엇이 있을까? 과연 찾을 수는 있는 것인지, 내가 찾은 것이 정답은 맞는 것인지에 대한 두려움도 분명 존재한다. 하지만 IT Base로 변해가는 방송의 시대에 능동적으로 환경에 적응하고 스스로를 변화시킬 방법을 찾으며, 방송 시장의 변화와 혁명을 피부로 느껴볼 수 있는 기회를 가질 수 있다는 것만으로도 행복한 것이라 생각한다. 이번 IBC의 경험을 통해 2016년 현재 우리를 관통하는 방송기술 키워드들은 무엇이며, 그게 우리에게 어떤 의미이고, 어떤 준비를 요구하는지를 철저하게 파악하고 분석하는 것이 나의 의무이자 책임이라 생각하며 이번 출장의 기록을 시작하려 한다.

2016년 9월 6일 화요일

네덜란드에서 열리는 IBC에 참석하기 위해 직항으로 암스테르담 스키폴 공항으로 향하는 14시 15분 대한항공 비행기에 탑승하고자 공항에 일찍이 도착했다. 출발 2주 전 방송기술교육원에서 참가예정 6명을 예비소집한 적이 있었는데, 공항 Gate에서 같이 만나자는 약속만을 한 터였다. 아직 서로 얼굴만 알고 잘 모르는 사이였고, 이제 겨우 두 번째 만남이었지만 비행기 내에서는 비행기 좌석이 서로 불

어있었기 때문에 각자의 교육 참가계획이나 서로의 생각을 교류할 수 있어 좋았다. 무엇보다 장시간 같이 있다 보니 서로 친해지는 좋은 기회가 되었다.

약 13시간의 비행이 끝나고 9월 6일 현지 시각 18시 30분경에 도착을 하여 입국수속을 하였는데, IBC에 참석하고자 하는 인원들이 공항에 많이 몰리는 바람에 상당한 시간이 소요되었다. 공항에서 6명의 일행은 서로 간 연락을 위해 현지 Sim Card를 일부 구매하고, 3명씩 택시를 나눠 타고 호텔로 이동하였다.

IBC에 참석하기 전 계획했던 Conference 및 전시회 참가 스케줄이 있었는데, 일부 변경된 것들이 있기는 했지만 최종적으로 완료한 내용은 우측의 표와 같다. 6명 모두 공부하고자 하는 열의가 대단하여 최대한 Conference에 많이 참석하다보니 12개 이상이라는 의무사항을 충분히 충족시킬 정도였는데, 본인은 15개의 Conference를 관심 있게 들었다.

9월 6일 밤 호텔에 도착한 6명의 일행은 근처 마트에서 마련한 간단한 다과를 가지고 Ice Breaking을 호텔방에서 진행하였다. 서로 목적이 같은 만큼 의견 조율은 어렵지 않았으며, 짧은 기간 계획을 잘 세워 각자 열심히 노력하고, 만족할만한 결과를 다 얻고 가자 하는 서로를 알아가는 즐거운 자리였다.

IBC Conference 및 전시회 참가

시간	9월 7일 (수)	9월 8일 (목)	9월 9일 (금)	9월 10일 (토)	9월 11일 (일)
08:00					
09:00			Advanced in Technology The IP Studio : A Proof of Concept		
10:00			Contents and Production From TV to VR : A Journey	Are IT and IP ready to Reshape the Future (Broadcast Chain)	IBC 전시회 관람
11:00		Advanced in Technology CNETTV launches across the world	Paper Session : A Brighter Future : Multi- Channel High TV and video real game	Paper Session : How times in VR and 360° immersive video	/
12:00		Scalable Future in Television	Platform Future The Economics of Content Delivery		호텔 에코야동
13:00			Paper Session : Lessons from Experimental IP Studio		/
14:00	IBC Conference 작업교육 및 동양대학, 소통원 학인 등	Building news at BuzzFeed - a connection with North Korea			
15:00		Sport : The Future isn't what it used to be...	Paper Session : Advanced Development in Broadcast Video Streaming	IBC 전시회 관람	호텔요트 여행
16:00		Contents and Production Case Study : Euron 2016			
17:00		Contents and Production New Technology from Japan			

이번 IBC 2016에서의 개인적인 참가 일정



암스테르담 공항 도착



호텔 근처 암스테르

2016년 9월 7일 수요일

호텔에서 아침을 먹고 시차적응이 되진 않았지만 일찍이 호텔을 나섰다. 오늘은 IBC Conference와 전시 모두 없는 날로 전시회장인 RAI역까지의 동선 파악과 ID 사전등록 작업만 하면 되는 날이라 6명 모두에게 부담이 없는 하루였다. 오전에는 네덜란드의 수도인 암스테르담 시내를 운동 삼아 걸어 다니면서 네덜란드인들의 아침 출근 풍경과 관광객들의 모습을 보았다. 암스테르담에서는 자전거가 정말 많이 다녔는데 출근 시간 엄청나게 많은 사람들이 잘 닦여진 자전거 전용도로를 이용했으며, 학생들도 자전거로 등·하교하는 모습을 볼 수 있었다. 사람들이 자전거 도로를 건너갈 때 자전거가 서지 않고 그대로 쭉 가는 것에 잠시 당황했었는데, 네덜란드는 법적으로 자전거가 사람을 치더라도 보행자 잘못이라고 한다는 것을 몰랐기 때문이다. 실제로 자전거 도로인지 인도인지 확실히 구별되지 못하는 곳에서 자전거 도로를 걸어가는 중국 관광객들을 자전거가 스쳐 지나가며, 욱하며 카메라를 뺏어 바닥에 던지는 것을 보기도 했다.

시내를 돌아다니다 점심 무렵 IBC 전시장에서 Conference 사전등록을 하기 위해 동선 파악을 시작했다. 호텔에서 IBC 전시장까지는 전철로 3정거장 떨어진 곳에 위치했는데, 버스과 노면을 운행하는 Tram, 전철을 이용하여 갈 수 있었다. 물



IBC 전시장 앞



IBC Conference 내부

론 걸어서도 갈 수 있는 30~40분 정도의 거리에 위치했다. 호텔에서 나올 때부터 시내로 걸어서 나왔기에 전시장까지도 걸어서 도착하였다. 전시장은 한국의 KOBEX 전시홀보다 3~4배 정도의 크기로 상당히 거대했으며, 컨퍼런스도 3~4곳에서 진행하기 때문에 계획과 시간을 잘 맞춰 이동해야 했다. 컨퍼런스를 자유롭게 들을 수 있는 Silver Pass를 방송기술교육원에서 사전에 예약해줬는데, 비용이 100만 원이 넘는 정도로 비싼 금액을 지불한 것으로 알고 있었다. 아무튼 등록을 잘 마무리하고, 목에 거는 형태의 Silver Pass, 작은 가방, 팸플릿 등을 수령한 후 호텔까지는 전철을 이용해서 돌아왔다. 각각의 교통수단을 이용해보고 만약의 경우를 대비하기 위해서였다. 네덜란드가 유럽에서도 굉장히 물가가 비싼 곳으로 유명한 곳이라 같이 간 6명의 일행은 웬만하면 점심은 각자 해결한다 할지라도 저녁은 호텔에 들어와 같이 해먹는 방식으로 하려고 했다. 각자 한국에서 가져온 라면, 핫반, 김치, 반찬 등 여러 명이 모이니 한국처럼은 아니지만 생각보다 푸짐하게 식사를 해결할 수 있었다. 오늘도 시차적응이 안된 채 아침부터 많이들 걸어 다녔기 때문에 일찍 귀가하여 다같이 저녁을 먹으며 하루를 돌아보는 시간을 가졌다.

2016년 9월 8일 목요일

오늘은 이번 출장의 가장 큰 목적인 Conference가 시작하는 날인데 전시회는 없이 오직 강의만 들을 수 있는 날이었다. 다들 아침 일찍 식사를 마치고 소화도 시킬 겸 30분 정도 걸어 전시장으로 향했는데, 사실 오늘은 전시장에서 Silver Pass 사용자들에게 암스테르담에서 전시회 기간 내내 이용할 수 있는 교통권을 주는 날이었기 때문에 교통비 절약 차원에서 걸어간 것도 있었다. 그 교통권은 기차를 제외한 전철, 트램, 버스를 무료로 제한 없이 사용할 수 있는 특권이 있었기에, 우리는 출장 기간 교통비로 지출한 비용이 공항 왕복 택시비 정도였다.

첫날이다 보니 다들 공부 욕심도 많았고, 의욕이 넘치다 보니 많은 내용을 소화하였다. 동시에 3개의 홀에서 계속해서 컨퍼런스가 진행되었는데 그러다 보니 개인별로 수강한 내용이 조금 다르긴 했지만 관심 분야가 비슷했기 때문에 많은 차이가 나진 않았다. 첫날의 컨퍼런스 내용을 정리해 보자면 다음과 같다.

Key Note : Mad Men, Mobile and Media

Platform의 경계가 허물어져 가는 Media Storm의 환경에서는 현재 Google의 광고수입이 미국의 Media 기업을 다 합친 것보다 크며, 지상파의 광고 수입은 해마다 적어지고 있기 때문에, 기업의 생존 전략의 일환으로 Premium Contents 제작을 위한 Global 미디어 방송사들의 연합이 일어나고 있으며, 광고 수입 보전을 위한 PPL이나 PPV 등으로 수익 레버리지를 하는 것이 필수적이다.

미국에서 성공하고 있는 Netflix 등의 OTT 사업자에 대응하는 것으로 유럽에서는 Media 회사들이 Group화하여 공동으로 콘텐츠를 제작하고, Long Term Race의 일환으로 유럽의 Netflix와 같은 OTT의 유럽 Launching을 준비하고 있다. 그들의 슬로건인 10x10 전략은 10부작x10분인데, 앞으로 절대적으로 고려해야 하는 것은 Mobile이라고 생각하여, 소비자들의 취향에 최적인 조건을 충족시키기 위해 Data+Contents를 극대화할 수 있는 방법을 전략적으로 취하고 있다.

Paper Session : UHD TV Launches Across the World

영국의 프리미어리그 축구경기의 UHD 4K 중계를 위한 방송제작 및 송출시스템 전반에 걸친 준비과정과 사용한 장비 리스트 소개를 통해, UHD TV 생방송 진행을 위한 체크리스트를 공개하였다. 이탈리아는 바티칸의 교황이 'Opening of the Holy Door'를 위성을 통해 전 세계에 생중계하는 과정들을 영국 프리미어리그 축구경기와 같은 방식으로 준비하였으며, Sony는 4K UHD의 자사 장비 현황과 장단점 등을 소개하는 자리를 마련하였고, 마지막으로 일본 NHK는 4K를 비롯하여 8K UHD 준비과정을 소개하며 기술의 우월성을 보여주는 교육을 진행하였다.

아직 유럽은 지상파 방송의 UHD TV 중계나 프로그램 제작에 소극적인 모습을 보이고 있으며, Infra 투자가 지상파에 비해 적게 드는 IPTV나 위성을 통해서만 UHD TV 제작이 이루어지고 있다. 지상파만을 비교했을 경우 한국의 제작 경험과 노하우가 유럽보다 더 뛰어난 상황이다.



Google's Plans in TV



Breaking News at BuzzFeed

Google's Plans in TV

미국의 Media 회사 전체 수익보다 많은 광고 수익을 내는 기업으로 성장한 구글은, 과거 구글TV가 실패를 하였지만, 미래를 지배할 Keyword는 콘텐츠라는 중요한 방향성을 지속적으로 추진하여 Internet이라는 Network 기반의 Platform을 이용하여, 실시간으로 Web을 통한 Live 방송을 통해 지상파가 가지는 우월적인 지위를 무너뜨리는 전략을 취하여, Infra와 거대 자본을 이용한 지상파 방송 사 대체자로 자리를 차지하기 위해 노력하고 있는 것을 보여준다. 스포츠, 드라마 등을 License 계약하여 Web을 통한 실시간 중계와 VOD처럼 사용자가 원할 때 프로그램을 자유롭게 시청할 수 있는 환경을 마련하여 지상파 고유의 Platform을 가질 수 있는 시도를 계속 진행 중에 있다.

Breaking News at BuzzFeed : A conversation with Heidi Blake

BuzzFeed는 미국의 뉴스 웹사이트로 방문자 수 세계 1~2위를 다투는 뉴스 사이트로 떠올랐다. 버즈피드는 전통적 저널리즘과 거리가 먼 새로운 스타일로 기사를 작성하며, 사실이나 심층 분석보다는 독자가 편하고 가볍게 읽을거리나 화제성을 강조하는 방식으로 뉴스를 생산한다. 버즈피드는 '공유'라는 가치를 통해 콘텐츠를 제작하고, 페이스북과 같은 모바일에 특화된 뉴스 방식으로 제작되며, 방문자의 특성을 파악하여 소비자 취향을 분석한 데이터를 바탕으로 콘텐츠 이용자들이 원하는 키워드나 유형에 맞춰 대응한다.

버즈피드는 뉴스와 광고가 구별하기 어렵게 배치하는 특성이 있다 보니, 저널리즘을 훼손한다는 얘기를 듣고 있으며, 짧은 시간 동안 지속되는 일회성, 흥미 위주의 기사 내용이 주류를 이루다 보니 지속성을 유지하기 힘들 수 있다는 비판적인 판단도 공존하고 있다.

Sport : The Future ain't what it used to be

시청자들이 좋아하는 각 스포츠 종목들을 방송국에서 중계를 많이 하는데, 스포츠 경기 자체 중계만을 하는, 수동적인 방송을 하는 대형 지상파가 있다면 시청자가 좋아하는 스포츠 스타들의 일거수일투족이나 그들의 비하인드 스토리를 개별적으로 촬영하여 팬들에게 Web을 통해 공개하는 방식으로 프로그램을 제작하여 틈새시장을 공략하는 뉴미디어들의 등장으로 스포츠 제작방식이 예전과는 다른 방식이 될 것이라고 말하고 있다.

개인적인 생각으로는 기존의 스포츠를 제작하는 자본력을 갖춘 대형 방송사에서 기존의 수동적인 방식을 벗어나 틈새시장을 파고든 신생 Platform들과 같은 방식으로 추가적인 접근이 있다면, 콘텐츠가 부족한 신생 제작사들은 고사할 수 있다고 생각한다.

Euro 2016 Case Study : How UEFA Connects sites, Production teams and fans for an enhanced viewing Experience with EVS and Aspera

과거 Linear 방식에서 Non-linear 방식으로의 디지털 기술 혁명은 방송사 제작환경에 엄청난 변화를 가져왔다. 그에 더해 최근의 IT Base 방송제작 시스템과 더욱더 발전된 기술의 영향으로 만들어진 Drone 영상카메라, 고화질 CCTV, 1인 제작시스템 등은 방송제작의 신속성, 효율성과 저비용 예산이 가능하도록 만들어졌다. 그에 따라 기존방식과 다르게 다큐멘터리 제작에 있어서 과도한 설정이나 통

제를 받지 않고, 최소한의 인력으로 최대한 자연스러운 모습을 담을 수 있게 되었다.

예를 들어 현지체험이나 위험지역 생존기, 재난지역 무인 접근 등의 제작물들을 예전보다 쉽게 촬영할 수 있는 여건이 되다 보니, 대형 방송사가 아닌 저예산 외주제작사들의 프로그램 제작이 활발하게 늘어나고 있다는 것을 최근 방송된 제작물들을 보여주며 설명하였는데, 최근의 1인 미디어 등장과 같은 방송제작의 수월한 접근성과 연관되어 생각하면 되겠다.

긴 시간을 컨퍼런스 참석에 할애했는데, 많이 들긴 했지만 강의 자체가 전부 영어 진행이라 생각보다 쉽지가 않았다. 영국인 Speaker 들은 영국 특유의 발음에 정말 빠른 속도로 말을 해서 더욱 힘들었고, 유럽의 다른 나라 사람들은 발음이 제각각이라 그 또한 어려움이 많았다. 무엇보다도 IBC 측에서 강의에서 사용하는 PPT 자료를 제공하지 않고, 일부의 논문과 같은 이론적인 내용의 PDF 파일을 홈페이지를 통해 제한적으로 받을 수 있었기 때문에, 6명의 참석자들은 사진을 찍고 녹음을 하며, 동영상을 녹화하는 등의 일도 부수적으로 해야만 했다. 다시 그 내용을 듣거나 볼지는 모르겠지만 6명의 수고로움과 노력을 통해 이번 IBC의 컨퍼런스 내용을 대부분 가지고 돌아올 수 있었다.

2016년 9월 9일 금요일

오늘은 컨퍼런스 2일 차이자 전시회 1일차의 날이었다. 이전과 마찬가지로 호텔에서 아침을 먹고 호텔과 전시장을 오가는 전용 버스를 타고 아침 일찍 출발했는데, 30분 간격으로 호텔 여러 곳을 둘러 전시장에 도착하는 버스였다. 전시회 첫날이다 보니 전날보다 훨씬 더 많은 사람들이 IBC를 찾았지만 우리 6명의 일행은 전시회장을 뒤로한 채 Conference 참석을 위해 함께 움직였다. 전시회는 시간이 될 때 언제든지 볼 수 있지만, 듣고자 하는 강의는 정해진 날짜와 시간이 아니면 참석할 수 없었기 때문이었다. 두 번째 날의 컨퍼런스 내용을 정리해 보자면 다음과 같다.

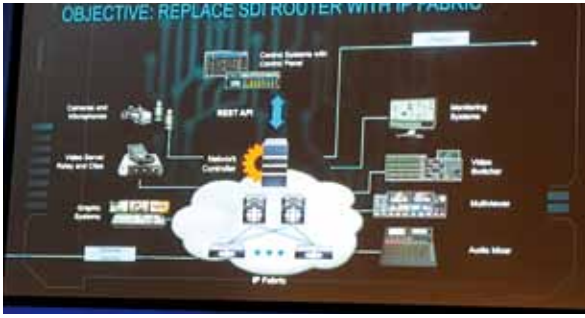
Linear에서 Non-linear로의 변화, Tape Base에서 Tapless로의 변화를 이미 겪었던 우리는 현재 Baseband 신호의 File Ingest를 통한 Network Base의 파일 전송 시스템을 사용하고 있는 중이다. 과거 아날로그에서 디지털 환경으로 변화된 방송제작 및 송출 시설은 현재 UHD TV라는 초고화질의 환경으로 또 한 번 변혁의 시기를 맞이하고 있다.

UHD TV의 등장은 더 많은 용량의 콘텐츠들을 이전과 같거나 더 빠른 속도로 전송해야 하는 과제를 안게 하였다. 그뿐만이 아니라 압축하지 않은 12G-SDI Baseband 신호를 기존처럼 비압축으로 전달하는 시스템을 갖추기 위해선 막대한 비용을 필요로 하기 때문에 새로운 IT 기술의 접목이 무엇보다 절실했다. 또한 방송은 HD에서 4K, 8K 등 계속해서 진화를 거듭할 것이 분명하기 때문에, 기존의 Baseband 신호의 전송 및 송출을 위한 Infra를 그때마다 바꾸는 것은 현실적으로 대단히 어렵다.

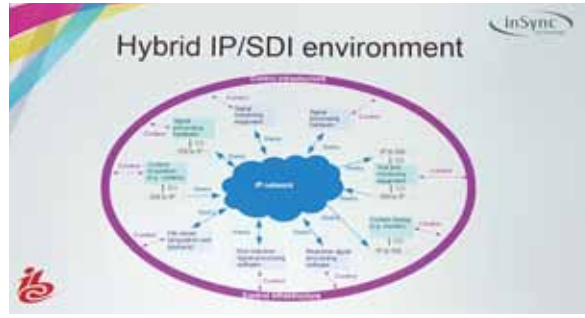
그래서 등장한 것이 IP Studio라는 개념이다. 모든 신호 흐름을 10G(10Gigabit Ethernet)나 Optical Cable을 이용해서 전송하면 Data 양이 늘어나도 충분히 초고속으로 전송이 가능하기 때문에, 새로운 방송환경에 가장 적합하게 적용할 수 있는 Infra라고 할 수 있기 때문이다. 다만 Data 전송 Latency를 얼마만큼이나 허용할 수 있느냐 하는 걱정도 있을 수 있고, 기존에 관습적으로 해왔던 방송 제작환경에서 벗어나 방송의 패러다임을 완전히 바꿔야 하는 큰 변화를 직면해야 한다는 걱정도 있을 수 있다.

하지만 모든 시설이 IP로 한 번에 변경될 수는 없다. 그렇기 때문에 과도기가 필요하며 Hybrid 환경은 필수적으로 겪어야 하는 과정이다. 다만 지금 현재의 방송 환경에서 각각의 스튜디오는 Baseband 신호의 Data Flow를 가지고 있지만, 선진화된 방송시스템 환경이라면 Studio 간 전송망은 Optical Fiber를 사용하는 곳이 많을 것이다. 그렇지 않은 환경이라면 방송 Infra의 IP망 전환은 더 늦게 일어날 것이고, 과도기의 Hybrid 시스템을 건너뛰고 방송망 전체의 IP화로 바로 전환할 수도 있을 것이다.

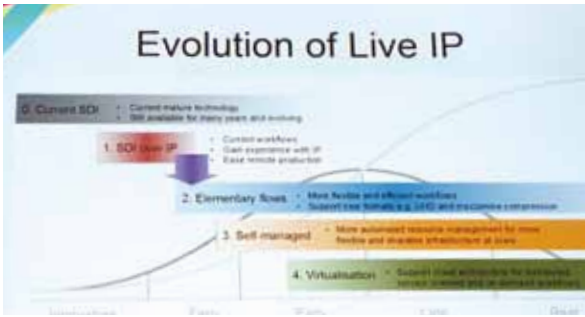
방송시스템의 Digital 및 File 기반 시스템으로의 변경은 엄청난 장비 투자비용을 야기했다. 그런데 그것이 과연 방송 제작비나 인건비 절약에 기여를 했느냐를 판단한다면 어떨지 상당히 궁금하기는 하다. 하지만 방송 엔지니어로서 그것을 미뤄두고 이제 우리가 IP



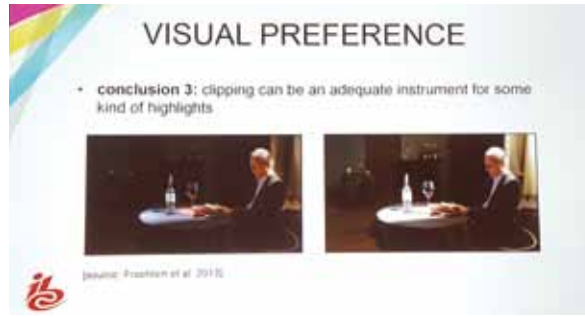
The IP Studio



Lessons from Experimental IP Studio



Lessons from Experimental IP Studio



High Dynamic Range TV

Studio로 가야 할 다음 단계는 Studio 내부 신호의 IP 망으로의 전환이다.

Studio에서의 신호 흐름을 IP로 전환하기 위해서는 카메라, 비디오 서버, Network Switch, Data Storage 등 모든 장비가 IP 및 Baseband 신호의 Hybrid In/Out 시스템을 갖추어야 한다. 왜냐하면 SDI to IP, IP to SDI 모두 유연하게 받아들일 수 있어야만 기존의 장비와 새로운 장비를 동시에 사용할 수 있기 때문이다. 또한 현재 방송의 기준신호로 사용하는 BB(Black Burst), Tri-Level 신호와 호환하는 새로운 IP 기준신호가 필요하며, 기존 신호와의 서로 간 전환 또한 유연하게 될 수 있어야 한다. 신호의 동기를 맞추는 것이야말로 IP로 전환될 때 가장 필요한 요소라 할 수 있기 때문이다.

오늘도 전날과 마찬가지로 많은 컨퍼런스를 소화해내었다. 들으면 들을수록 방송시장이 급변하고 있고 그것에 두려움을 느끼기도 하며, 내 스스로 방송환경 변화에 대한 준비가 부족하다는 자기반성을 하게 하였다. 이틀째를 마무리하면서 생각이 든 것은 이제까지 참여한 강의의 내용을 빨리 정리를 해야겠다는 것이었다. 미리미리 하지 않으면 내용을 잊어버려 녹음파일이나 동영상 파일을 다시 봐야 하는 이중의 시간이 필요할 듯했기 때문이었다. 그래서 일정을 마치고 호텔로 돌아와 여럿이 저녁을 먹고, 강의 내용을 Session 별로 요약하기 시작했으며, 사진, 녹음파일, 동영상 파일도 서로 공유하는 시간을 가졌다.

2016년 9월 10일 토요일

3일째인 오늘은 오전에 2개의 Conference에 참석하는 것으로 강의 일정은 마무리하기로 하고, 오후부터는 전시회장을 돌아다니기로 개인적으로 계획을 세웠기 때문에 아침에 호텔을 나서는 발걸음이 조금은 가벼웠다. 전날과 다르게 호텔에서 출발하는 버스를 타지 않고 전철로 전시장으로 갔다. 여러 호텔을 돌아가는 버스 시간을 좀 줄여보려고 동선을 바꾼 것이었는데, 결과적으로 더 시간이 오래 걸리고 말았다. 왜냐하면 전철을 이용해서 IBC로 오는 수많은 사람들이 전철 출구에서 줄을 길게 늘어서 개표를 해야 했기 때문이었다. 3일째 컨퍼런스 내용을 요약하면 다음과 같다.

From TV to VR : New Content frontier

TV방송 프로그램 제작에 있어서 디지털 기술 발전은 새로운 콘텐츠 생산에 결정적인 기여를 하였다. 고성능 장비들의 등장은 막대한 예산을 사용하는 영화 제작에 먼저 사용되어 소비자의 관심을 자극하였고, 더욱 화려한 볼거리 제공은 소비자에게 즐거움을 주었다. 최근 그것들 중 화두에 떠오른 것이 VR 즉, 가상현실 기술이다. 영화에서는 이미 실제와 똑같이 느낄 정도의 높은 현실감을 가질 수 있도록 사용하고 있는데, 이제 그 기술을 TV에서도 사용하려 노력하고 있다.

Paper Session: Exploring New Ideas in VR and 360° Immersive Media

BBC에서 연구 중인 VR HMD(Head Mount Display)를 통해 사람이 정면을 시각적으로 바라봤을 때, 360° 시야 확장을 하기 위해 필요한 것이 무엇이 있을지에 대한 연구과정을 소개하는 내용이 주된 것이었다. 다만 기술적으로 360°를 사람이 전부 볼 수 있는 VR Mask가 개발된다면, TV제작에 있어서 Camera 샷의 혁신적인 변화와 차후 AR(Augment Reality)의 진보에 도움이 되는 등 TV에서 활용 가능한 IT 도구로서의 역할을 충분히 할 수 있을 것이다.

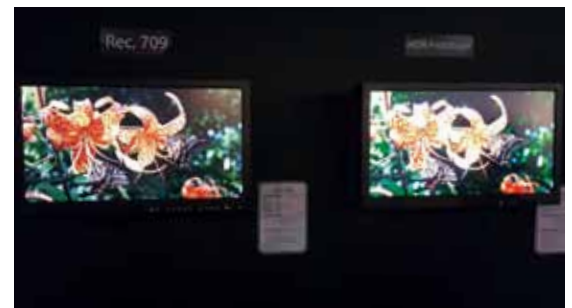
Are IT and IP Ready to Replace the Entire Broadcast Chain?

GVG, Sony, Evertz 등 Global 방송사들의 CTO나 사장급 임원들이 참석하여 토론을 벌이는 Forum 형식의 컨퍼런스 세션이었는데, 최근 이슈가 되고 있는 UHD TV 방송으로의 전환을 위해서는 기존의 Baseband 신호의 직접적인 전송방식에서 벗어나 모든 방송의 제작과 송출의 전 과정이 IT화되어, All IP로 바뀔 수밖에 없다는 것을 이야기하였다.

방송에 관련된 메이저 방송사들은 12G-SDI라는 Baseband 전송시스템 구축에 대해 대단히 비관적으로 생각하고 전 시스템의 IP화를 유도하고 있지만, 유럽이나 미국과는 다르게 실시간 LIVE 방송 송출과 관련한 방송사고에 민감한 한국 방송환경의 특수성을 고려해보면 그들의 주장과는 달리 IP Base 제작시스템으로의 완전 전환에는 많은 시간이 걸릴 것 같으며, Baseband와 IP가 혼재된 Hybrid 시스템으로의 과도기를 거칠 것이라는 확신을 가질 수 있었다.

전시회장 관람은 3일간의 컨퍼런스에서 수강했던 강의 내용을 확인하는 과정이라고 할 수 있었다. Mobile 환경에서의 새로운 Platform의 등장, 그들에게 장비를 공급하는 대형 방송 Maker의 장비, 이에 대응하는 IP 관련 Infra 제작사, 이들과 경쟁하는 방송사들 등을 보려 했다. 또한 최근 핵심 키워드인 UHD TV, IP Studio, HDR 등의 현재를 보고 미래를 판단할 수 있는 안목을 기르기 위해 부단히 여러 곳을 돌아다니는 시간을 가졌다. 때로는 영어를 사용하는 외국인에게 설명을 듣고, 때로는 한국 Dealer와 서로 의견 교환하는 기회를 가져 내 스스로의 내공을 키우기 위해 많은 노력을 했다.

어느덧 네덜란드에서 마지막 밤이었다. 아쉽지만 다음날이면 한국으로 돌아가야만 했다. 많은 것을 배운 것인지, 그것들을 나한테 체화해서 한국으로 돌아가는 것이 맞는 것인지 의문이 들기도 했다. 6명의 일행은 서로 비슷한 고민을 토로하였지만, 어느 누구 할 것 없이 최선을 다해 후회는 없다고 했으며, 다만 배운 것들을 글로 표현하는 것이 쉬운 과정이 아닐거라고 생각했다. 우리 일행은 그날 밤을 방송의 미래를 걱정하는 의견을 교환하며 늦은 시간까지 토론하는 시간을 가졌다.



HDR Monitor



10G IP Network

2016년 9월 11일 일요일

집으로 돌아가는 날이다. 평소보다 조금 여유롭게 아침 식사를 하고, 호텔 체크아웃을 하기 전까지 짐정리를 하였다. 갈 준비를 마치고 호텔을 나서기 전까지 치열했던 5일간의 일들을 되돌아보는 시간을 가졌다. IBC에서 참 많은 것들을 보고, 배우고, 경험했는데, 무언가 명확하게 정리된다기보다 수많은 기억의 잔재들이 뒤섞여 머리가 복잡하기만 하였지만 잘 정리하리라 다짐하며 호텔방을 나섰다. 서울로 향하는 비행기 시간이 저녁에 있었기 때문에, 6명의 일행은 모두 호텔에 짐을 맡기고 또다시 IBC 전시회장으로 향했다.

IBC 2016 결론

방송·통신의 장벽이 무너지고, 새로운 매체가 생겼다가 사라지는 플랫폼의 생존경쟁 시대인 오늘날, IT 기술 혁명을 선도하는 방송의 생존전략은 무엇이 있을까? 향후 긴 시간동안 지상파방송사가 기존의 플랫폼 위상을 유지해 나갈 수 있을까?

방송이라는 미디어 생태계의 일원으로 생활한지 어느덧 13년째에 접어든 지금, 오늘날의 지상파 방송사는 급변하는 기술 혁명의 중심에서 기존의 위상을 유지하며 생존할 수 있는 방법을 찾고 있다.

과거 무선 이동통신망의 비약적인 발전은 모바일 환경에 큰 변화를 가져왔다. HDTV로 전환되며 대두된 Mobile Hand Held는 DMB 등의 새로운 플랫폼을 가져왔고, 2G에서 3G, 4G망으로의 무선 통신망 전환은 미디어 시청 형태를 Mobile과 고정수신 두 가지 형태로 재편하였다. 집에서 지상파, 위성, 케이블 등의 고정 수신 방식으로만 콘텐츠를 소비하던 방식에서 Mobile 환경에서도 시청이 충분히 가능한 형태로 진화된 것이며, 오히려 Mobile 소비량이 더 많을 정도이다.

새로운 콘텐츠 접근 방식에 익숙해진 시청자들은 수동적 시청행태에서 벗어나 자신이 원하는 콘텐츠를 자유롭게 선택할 수 있는 Private 시청권을 가지게 되었기 때문에, 시청자들의 선택을 받은 플랫폼만이 경쟁에서 살아남을 수 있으며, 앞으로도 기존과 같이 Mobile과 고정수신이라는 시청 형태가 양립될 것이다. 왜냐하면 콘텐츠 소비자라 칭할 수 있는 시청자들은 집을 나서는 순간부터 들어오는 시간까지는 Mobile 미디어 기기로, 집에 들어와서는 두 가지를 다 이용하는 형태의 양상을 보이고 있기 때문이다. Mobile로 콘텐츠를 소비하는 비율이 높아지고 있다는 것은 Mobile 기기들의 화면이 점점 더 커지고, 그것들을 구매하는 소비자가 더 늘어나는 것에서도 알 수 있다.

기존의 고정수신 미디어 시장과 더불어 새롭게 형성된 모바일 미디어 산업은 새로운 먹거리를 창출해 New Media들의 등장을 가져왔고, 기존 지상파 콘텐츠의 재가공, 틈새시장 공략 등에서 벗어나 모바일 전용 콘텐츠 제작의 단계에까지 와있다. 앞으로도 이 시장의 성장 가능성은 높은 편이지만, 모바일의 특성상 2~3일간의 짧은 Life Cycle을 가진 콘텐츠의 소비 특성과 집에서 휴식을 취하며 볼 수 있는 TV라는 Lay Back 시청행태가 지속될 가능성이 높기 때문에, 지금처럼 고정수신 형태의 미디어 시장 또한 계속 강건하게 유지될 것이다. 그렇다면 고정수신 미디어들의 상황은 어떨까? 지상파는 지금까지 콘텐츠 독점 확보라는 우월성을 기반으로 미디어 산업의 우두머리 지위를 확보하고 있었지만, 지금은 위성, IPTV, OTT 등의 신매체들의 공격으로 점점 지위를 잃고 있으며, Google, Facebook과 같은 Web Base 포털의 방송시장 공격도 눈앞에 두고 있다. 물론 그에 대응하여 Web과 모바일 시장을 겨냥한 POOQ TV, SMR 등을 신규 사업으로 운용 중에 있기는 하다. 하지만 그렇게 시장성을 충분히 확보하고 있지 않기 때문에, 지상파가 단순히 콘텐츠를 공급하는 여러 망사업자 중 하나의 위치로 내려갈 수도 있는 상황이다.

그런 위기상황을 대비해 고정수신 매체는 지금 무엇을 준비하고 있는가? 현재 이들 사업자들의 화두는 UHD-TV라는 초고화질이다. UHD는 TV에서 실제와 다름없는 현실감 구현을 원하는 시청자들의 기준을 맞추기 위해 필요한 기술로써, 기존 HDTV에서 단순히 4배 큰 화면이라는 한계를 벗어나 지상파에도 사용이 가능하도록 기술 개발된 HDR(High Dynamic Range)을 통해 초고화질 구현이 가능하게 되었기에, 기존의 매체 우위 특성을 유지할 수 있는 가능성을 가진 수단으로 여겨지고 있다. 다만 위성, IPTV 등과는 다르게 지상파 사업자는 UHD-TV 송신을 위해 고비용의 시설 투자비용이 필요한 상황이라 어려움이 많은 게 현실이다. 따라서 유럽, 미국, 일본, 우리나라의 지상파 사업자들의 UHD-TV 전환은 앞으로 가속화될 것이 분명한데, IP Hybrid Infra를 거칠지, 아니면 바로 IP Studio로 넘어갈지는 비용이나 각 나라의 UHD-TV 전환 일정과 맞물려 시기가 다를 것이라 생각한다.



유럽, 미국의 미디어 시장과는 다르게 한국은 지상파 방송을 통한 무료 미디어 콘텐츠 제공이라는 국민 저변에 깔려있는 인식 때문에, 다른 나라와는 조금 다른 양상이 전개되고 있다. 유료시장 기반의 미디어 산업 틈새를 파고들어 성장한 Netflix 등의 OTT 등이 한국과 같은 환경에서는 성공을 거두지 못하는 이유 중 하나가 그런 것이다. 그렇지만 지상파 직접수신의 한계를 파고든 케이블, IPTV의 성장과 YouTube, Naver 등 포털의 성공은 간과할 수 없는 부분이다. 이와 같이 New Media의 등장은 크기가 고정된 광고시장 파이를 서로 빼앗아 생존할 수밖에 없는, 즉 점유율 높이기 생존 환경으로 변하게 되었다. 이런 변화에 지상파가 대응하기 위한 방법 중 하나가 직접 수신율 상승과 이동수신이 가능한 UHD TV로의 전환이다.

미디어 산업에서 현재 화두가 되고 있는 VR, AR 등의 IT 신기술은 영화 미디어에서 먼저 소개되고 활용된 후, 시장성을 갖춘 상태에서 TV 미디어 산업으로 넘어오고 있다. 과거에도 그래왔고 앞으로도 그럴 것이 분명한 것이, 신기술 이용에 필요한 막강한 자본력이 있어야 하며, 그것을 바탕으로 투입한 자본을 회수할 수 있는 시장성을 갖춘 미디어가 영화이기 때문이다. 앞으로도 지금까지와 마찬가지로 자본력이 부족한 지상파 방송사들은 시장의 Frontier로 선두에 나서는 것보다는, 거대 기업들의 시장 성공여부를 확인하며 조심스럽게 접근하는 방식으로 그들의 방식을 따라가는 형태로 가야 할 것이라 생각한다. 왜냐하면 뉴미디어의 등장은 기존 방송 광고시장에서 지상파 방송을 뺏아가는 결과를 가져왔지만, 시장성을 갖춘 뉴미디어의 형태를 지상파가 Follow Up 했을 때, 다시 그 광고를 가져오거나, 그 미디어 자체가 사라지게 한 경우가 있기 때문이다.

지상파 방송이라는 매체의 위상이 예전보다 떨어진 것은 사실이지만, 지금까지 축적한 콘텐츠와 앞으로 제작할 콘텐츠들을 많이 보유하고 있기 때문에, 아직까지는 다른 미디어에 비해 살아남을 가능성이 높은 것은 사실이다. IT 신기술, 새로운 미디어 등장에 발맞추어 빠르게 시장을 Follow Up 한다면, 앞으로 중간 광고 허용이나 모바일 시장에서의 광고수입 레버리지를 통해 UHD TV로의 전환을 잘 이루어 내어 앞으로 또다시 등장할 미디어 산업의 혁명들을 잘 헤쳐나갈 수 있을 것이라 생각한다.

지상파 방송사 종사자로서 어려운 파고들을 잘 넘을 수 있도록 입사 때의 초심으로 돌아가 다시 혁신과 도전의 열정을 내 자신에 불어넣고, 더 나은 미래를 위해 좀 더 능동적으로 다가갈 것이며, 나의 방송 지식과 경험이 지상파 방송 미래에 자양분으로 작용했으면 하는 바람이다. ☺