

기술 변화를 이끌며, 공감을 만드는 방송기술인으로 나아갑시다



한국방송기술인연합회(KOBETA) 회장
이상규

존경하는 한국방송기술인연합회 회원 여러분,
2020년 새해가 밝았습니다. 올해는 경자(庚子)년
으로 흰쥐의 해라고 합니다. 흰쥐는 쥐 중에서도
가장 우두머리 쥐이자 매우 지혜로워서 사물의 본
질을 꿰뚫는가 하면, 생존 적응력까지 뛰어나다고
합니다. 그래서 예로부터 쥐의 해는 풍요와 희망,
기회의 해라고 알려져 있습니다. 쥐의 뛰어난 민첩
함, 영리함과 같은 기운이 회원 여러분과 함께하길
기원합니다.

2019년은 그 어느 해보다도 다사다난(多事多難)했
습니다. 남북미 정상이 처음으로 판문점에서 한반
도 평화를 위해 만났고, 트럼프 대통령이 직접 군사
분계선을 넘었다는 점은 역사적으로 많은 의의가
있을 것입니다. 지금은 교착상태에 있는 한반도 평
화 프로세스가 2020년에는 새로운 전기를 맞이하
기를 바랍니다. 또한, 봉준호 감독이 한국영화 100
년사 최초로 칸국제영화제에서 황금종려상을 수상

한 것은 우리나라의 콘텐츠가 국내를 넘어 세계에
서도 인정을 받은 것으로 국민에게 많은 기대와 희
망을 주었습니다. 그런가 하면, 세계 최초로 5G 서
비스 상용화를 실시해 본격적인 4차 산업혁명의 발
판을 마련하기도 하였습니다.

미디어 시장에서도 많은 일이 있었습니다. 유튜브,
넷플릭스와 같은 글로벌 OTT 플랫폼에 대항하기
위한 노력을 세계 여러 나라에서 찾아볼 수 있습니
다. 우리나라의 지상파 방송사도 통신사와 협력하
여 Wavve를 런칭하였고, 장기적인 콘텐츠 투자와
개인화 서비스 등을 본격화하고 있습니다. 또한, 미
디어 기업 간 합종연횡이 가속화되고 있고, 최근 통
신사의 케이블방송 인수는 국내 미디어계의 화두로
떠오르기도 한 중요한 사건일 것입니다.

UHD 방송의 내실을 다집시다

지상파 UHD 방송은 초고화질과 다양한 부가서비
스로 새로운 방송시대를 열 것만 같았습니다. 그리
나 미디어 환경의 변화 속에 지상파 방송 광고 시장
의 침체와 방송사 경영악화 등으로 방송사 자력으
로는 UHD 방송 제작과 운영을 이어가기 힘들어진
상황입니다. HD 방송대비 몇 배로 늘어난 제작비
와 운용 인력 부족 등에도 지상파 방송사는 정해진
의무편성비율을 지키기 위해 노력하는 한편, UHD
방송 정책의 재검토 필요성을 정부 및 유관기관에
주장해 왔습니다. 더욱이 관련 규제의 완화와 중간
광고 등 지상파 방송사의 숨통을 틔우는 돌파구를
마련하고자 노력했습니다. 이에 과기정통부와 방통
위는 지상파 UHD 방송 활성화를 위해 방송사, 가
전사, 연구기관 등이 참여하는 협의체를 구성·운영

하고 새로운 '지상파 UHD 방송 정책방안'을 올해 7월 수립하기로 했고, 그전까지 임시로 적용될 기준으로 경과 조치를 심의·의결했습니다. 이로써 현 상황에 맞는 의무편성비용 경감과 함께 시·군 지역 지상파 UHD 방송 전환에 여유가 조금이나마 생기게 된 것입니다. 현실을 반영한 정부의 정책 변화를 환영하는 동시에 지상파 방송사는 이런 기회를 살려 더욱 내실 있는 UHD 방송 제작 환경을 구축하고, 준비해야 할 것입니다. 고품질의 영상과 음향을 기본으로 공공의 이익을 대변하는 콘텐츠 제작, 신속한 재난 방송과 다양한 부가서비스 등 국민의 삶의 질을 높이고, 보편적 서비스로서 본래의 취지를 잃지 않고 시청자에게 다가갈 수 있는 건강한 미디어 생태계를 만들도록 힘써야 할 것입니다.

변화하는 환경에 빠르게 적응합니다

미디어 환경이 급속도로 바뀌는 것은 어제오늘의 일이 아닙니다. 예전의 기술로는 오늘의 시청자를 만족시킬 수 없으며, 개인주의 성향이 가속하여 콘텐츠를 소비하는 형태도 숨 가쁘게 변화하는 상황입니다. 올드 미디어인 지상파 방송이 나아갈 길은 잘할 수 있는 일을 더욱 잘할 수 있게 하며, 시청자가 필요한 콘텐츠와 서비스를 만들어가는 것입니다. 항상 새로움을 추구하는 시청자의 눈높이에 맞는 방송과 콘텐츠 제작에 열과 성을 다해야 합니다. 이를 위한 기술을 이끄는 것은 우리 방송기술인이 해야만 합니다. UHD를 넘어선 제작을 위한 IP 플랫폼과 네트워크 환경 구축으로 첨단 방송 서비스를 제공해야 하며, AR/VR과 같은 새로운 기회를 놓치지 말아야 할 것이고, 스트리밍, 클라우드 서비스처럼 변화의 중심에서 이를 이용할 수도 있어야 하겠습니다. 또한, 인공지능에 지속해서 관심과 관련 도입, 그리고 인력 양성을 통해 콘텐츠 제작과 관리의 효율을 기해야 할 것입니다.

공감, 그리고 희망

지난해 지상파 방송사는 많은 이슈와 사회적 관심을 받으며 방송을 제작했습니다. 방송사는 비판도 받고 격려도 받았습니다. 동시에 시청자는 방송의

방향에 주저 없이 의견을 내었고, 심정을 표현했습니다. 시청자는 자신의 관점과 생각에 맞는 방송이 만들어지길 바랍니다. 이러한 현실에서 시청자가 무엇을 보고 싶어 하고, 무엇을 원하는지 이에 대한 고민과 관심이 없다면 그렇게 만들어진 방송은 누구도 시청하지 않을 것입니다. 시청자에게 매체를 선택할 권한이 있고, 선택받을 매체는 무수히 많아지고 있기 때문입니다. 지상파 방송사가 이러한 흐름을 놓친다면, 그 어떤 변명도 시청자에게 통하지 않을 것입니다.

그런 의미로 최근 높은 인기를 누리고 있는 EBS <자이언트 팅 TV>의 '팽수'와 인기리에 방영되었던 KBS 드라마 '동백꽃 필 무렵'은 아직 지상파 방송사의 잠재력과 비전을 보여준 예라 할 수 있습니다. 10대를 타깃으로 했던 '팽수'가 오히려 20~30대에서 폭발적인 인기를 얻고 있는 이유는 거침없는 말투와 표현, 사회적 이슈를 비판하는 시원한 느낌에 사람들의 공감을 얻어냈다고 보입니다. '동백꽃 필 무렵'에선 잔잔하게 펼쳐지는 주인공과 관련 인물의 묘사와 행동을 잘 짜인 시나리오로 코믹하게 풀어내어 역시 시청자에게 공감과 동질감을 선사한 것이 주요 인기 요인일 것입니다. 이렇게 공감을 주고, 시대를 반영한 콘텐츠를 목표로 방송사의 제작 프로세스와 콘텐츠를 대하는 시선 역시 변화해야 할 것입니다.

존경하는 한국방송기술인연합회 회원 여러분,
지난 2019년 다사다난했던 모든 순간이 의미 있는 순간이었길 바랍니다.

그러한 시간과 노력, 염원하는 마음이 변화하는 방송 환경에 대처하는 한 걸음이 되도록 우리 방송기술인의 끊임없는 도전과 쟁취가 필요한 순간입니다.

2020년 새해에는 여러분들이 변화의 주역이 되시기를 바라며 모두의 가정에 행운이 함께하기를 기원합니다.

감사합니다.



오늘의 변화를 내일의 기회로 바꾸는 마법!



월간 '방송과기술' 신임편집장
송주호

안녕하세요, 월간 '방송과기술' 신임편집장 송주호입니다. 방송기술의 발전을 넘어 방송의 개념 자체가 변하고 있는 중요한 때에 막중한 임무를 맡게 되어 큰 부담을 느끼고 있습니다. 하지만 이럴 때일수록 새로운 미래를 대비하며 흥미로운 일들이 많이 있을 것으로 기대하고 있습니다. 여기에는 방송기술의 발전을 방송사가 주도하던 과거와는 달리, 다양한 주체에 의해 주도되고 있다는 데에 그 핵심이 있습니다. 그 결과 방송사가 제어하기 어려운 변화들이 나타났습니다.

방송기술의 변화

첫째는 디지털화입니다. 아날로그 시절에는 방송 장비의 물리적 원리에 대한 이해가 필요했으며, 또한 장비 장애 시 직접 부품을 구매하여 수리하기도 했습니다. 따라서 방송기술인의 기술적 역량은 콘텐츠의 품질을 결정할 정도로 매우 중요했습니다. 하지만 디지털 방송이 시작된 이후, 거의 모든 장비가 칩셋 기반의 '온보드'로 제작되고, 컴퓨터 기반의 소프트웨어에 의해 동작하면서, 이과적 이해가 부족하더라도 장비를 운용할 수 있게 되었습니다. 이는 방송기술인의 입지에 직접 영향을 주었고, IT로의 '잡 시프트'가 요구되었습니다.

둘째는 방송망의 다양화입니다. 과거에 방송을 접하는 방법은 공중파 수신기 유일했습니다. 어린 시절에 비가 내리고 바람이 불면 TV가 잘 나오지 않아, 아버지께서 옥상에 올라가 VHF 안테나를 이리저리 돌리던 기억이 있습니다. 이렇게 해도 조정이 되지 않으면 그날 TV 시청을 포기할 수밖에 없었죠. 하지만 인터넷망이 일반화되면서 케이블, IPTV, OTT, 포털 등 다양한 경로로 방송을 볼 수 있게 되었습니다. 이러한 상황은 전국에 음영지역 없이 방송을 송출할 수 있다는 장점이 있지만, 뜻밖에 큰 변화를 불러일으켰습니다.

바로 셋째, 방송 시청 습관이 변화된 것입니다. 일반적으로 인터넷은 사용자가 필요할 때 접속하여 콘텐츠를 얻는 사용 습관을 보입니다. 이러한 특징은 인터넷을 통한 방송 시청 습관에도 그대로 반영되었습니다. 즉, 'On-Air'에서 'On-Demand'로 이동한 것이죠! 이러한 인터넷으로의 매체 이동은 제작 방식에도 변화를 요구하고 있습니다. 우선 언제라도 보고 싶은 욕구를 일으킬 수 있는 콘텐츠를 개발하기 위해 시의성이 낮고 오락성을 갖추도록 기획되고 있습니다. 그리고 스마트폰과 같은 작은 화면 크기에서 편하게 볼 수 있는 카메라 워크, 근거리 시청에 따른 색상 조정, 짧은 시청시간에 맞추는 시나리오 등 근본적인 제작 원칙마저 뒤흔들고 있습니다.

넷째는 개인 방송의 확대입니다. 인터넷 중심의 생활은 개인도 콘텐츠를 배포할 수 있는 길을 열어주었습니다. 개인이 콘텐츠를 제작하고 공개된 플랫폼에 탑재함으로써, 방송사 없이도 방송할 수 있게 된 것입니다. 이러한 개인 방송은 일반적으로 TV보다는 스마트폰과 같은 양방향 소통이 가능한 개인 기기로 소비되는 특징에 따라, 공급자와 소비자가 1:1로 연결된 듯한 환경을 불러일으킵니다. 그래서 시청자는 방관자가 아닌 참여자가 되어 TV보다도 훨씬 몰입도가 높습니다. 이에 따라 개인 방송 시장은 한계를 모르고 성장하고 있으며, 방송 장비들도 개인이 구매하고 운영할 수 있는 수준으로 출시되고 있습니다. 그런데 역으로 이러한 방식이 기존 방송사에 영향을 주면서 전통적인 방송기술의 존재 자체를 위협하고 있습니다.

사고의 전환

이러한 변화의 시기에서 콘텐츠 중심적 사고가 중요하다 생각합니다. 기존의 방송망 중심적 사고에서는 제작된 콘텐츠를 주어진 방송망으로 흘러 보내는 것으로 임무가 마무리됩니다. 하지만 콘텐츠 중심적 사고에서는 여기서 끝이 아닙니다! 다양한 방송망으로의 배포를 위해 시청자 습관에 맞는 여러 배포 전략이 필요하며, 이를 위한 후가공과 접근성 높은 관리 체계가 필요합니다. 그리고 시청자의 반응에 따라 다음 콘텐츠 제작과 배포 전략에 영향을 주는 순환구조의 생태계를 갖게 됩니다. 따라서 방송망에서 콘텐츠로의 '마인드 시프트'가 필요합니다.

그렇기에 방송사의 기술인들은 오히려 더욱 할 일이 많아졌습니다. 제작 기반의 기존 방송기술뿐만 아니라, 콘텐츠 관리 기술, 플랫폼 운영 기술, 다양한 플랫폼으로의 배포 및 유통 기술, 데이터 수집 및 분석 기술 등 그 영역 또한 훨씬 넓어졌습니다. 기술인들이 콘텐츠 중심적 사고로 전환한다면, 이러한 새로운 영역들이 눈앞에 펼쳐져 있음을 보게 될 것입니다.

기술인의 대응

그렇다면 우리는 어떠한 대응을 해야 할까요? 변화를 요구받는 상황에서 거부하고 방어하는 것은 머지않아 곧 한계에 봉착하게 될 것이기에, 마땅한 준비를 해야 할 것입니다. 방송사는 인사이동이나 신입 채용 등에서 이미 변화를 보이고 있죠. 그 한계를 뛰어넘어야 하는 때가 오게 될 때, 우리 기술인들은 미리 준비되어있어야 가볍게 뛰어넘을 수 있을 것입니다.

이를 위해 우선 생태계 전체를 조망하는 시야를 가져야 합니다. 콘텐츠의 생태계는 제작 후 방송망으로 흘러보낸 이후에도 이어집니다. 이제 활성화되기 시작한 이 세계를 일찍 선점한다면, 곧 기술인의 새로운 터전이 될 것입니다. 실제로 현재 콘텐츠 생태계는 기술기반으로 형성되고 있습니다. 인프라는 클라우드로 구축되고, 서비스는 빅데이터와 인공지능

능으로 설계되며, 콘텐츠는 5G 망에서 유통되고 있습니다. 이러한 세상은 '스마트 시티'라는 이름으로 더욱 복잡하게 구현될 것입니다. 방송사의 기술인은 이러한 새로운 세상을 움직이는 한 역할을 담당해야 합니다.

이러한 시야는 IT 지식을 기반으로 하기에, 관련 기술을 배우는 데에 망설이지 말아야 합니다. 직접 설계하고 개발할 수 있는 수준이 되면 좋겠지만, 그렇지 않더라도 좋습니다. 콘텐츠가 어떠한 기술로 콘텐츠가 어떻게 관리되고 서비스되며 유통될 수 있는지에 대한 개념을 갖는 것이 중요합니다.

그리고 기술인은 이러한 새로운 세상을 전달하는 메신저가 되어야 합니다. 기술인들은 이러한 기술 기반의 세계를 누구보다도 빠르게 이해할 수 있습니다. 일반 기술에 대한 이해가 부족한 비기술인들은 제작 이후에 이루어지는 생태계를 이해하는 데에 한계가 있을 수밖에 없습니다. 이런 새로운 세상에서 그들을 이끌 수 있는 사람은 누구일까요? 바로 기술인입니다.

그렇다면 기존 제작기술은 이제 쓸모없어진 걸까요? 결코 그렇지 않습니다! 과거 아날로그 시절에는 장비 운용 자체가 기술적인 이슈였지만, 디지털 칩셋, OS, 컴퓨터 등을 기반으로 소프트웨어로 구동되는 오늘날의 제작 장비들은 제작 이외에는 기술적 접근이 불가능해진 것이 사실입니다. 이러한 상황에서 제작기술을 맡은 기술인들은 예술적 감각을 키워야 합니다. 이 역시 콘텐츠 중심의 사고의 한 부분입니다. 자신이 참여하는 음향, 영상, 조명, 편집 등을 통해 콘텐츠의 질을 향상시키는 방법을 연구해야 합니다. 이는 기술보다는 음악과 미술의 영역에 가까울 수 있습니다만, 분명 해당 담당자에게 필요한 역량입니다.

여러분을 위한 월간 '방송과기술'

저는 여기에 월간 '방송과기술'의 역할이 있다고 생각합니다. 이미 지난 훌륭한 편집장들과 뛰어난 편집위원들, 그리고 헌신적인 기자와 전문성 높은 필자들에게 의해 이러한 역할을 성공적으로 수행해왔습니다. 향상된 제작기술과 IT 기반의 콘텐츠 관리 및 배포 기술, 그리고 인문학과 예술 분야까지, '방송과기술'이 다루는 영역은 그 어떤 월간지에서도 찾아보기 힘들 정도로 넓고 깊습니다.

올해부터 편집장을 맡은 저 또한 이러한 '방송과기술'의 기술인에 대한 기여를 이어갈 것입니다. 우리 방송기술인 또한 한국방송기술인연합회가 주최하는 관련 세미나와 방송기술교육원이 주최하는 교육에 지속적으로 참여하는 한편, 월간 '방송과기술'을 매달 탐독하시기 바랍니다. 그렇다면 여러분은 앞으로 펼쳐질 새로운 세계에서 주역이 되어있을 것입니다.

감사합니다.

