

미디어 및 엔터테인먼트를 위한 AWS 솔루션 소개

자료 제공. AWS

미디어 산업의 변화와 영향이 더욱 커지는 시점에서 미디어 클라우드에 대한 관심과 서비스가 증대하고 있다. 이에 맞춰 다양한 미디어 기술과 솔루션을 확보하여 서비스 중인 AWS(아마존웹서비스)가 오늘날의 미디어 산업을 어떻게 생각하고, 대응해 나가는지 궁금해 하는 이들도 많다.

이런 상황에서 AWS는 지난 4월 8일, AWS 글로벌 임원을 통해 자사의 미디어 및 엔터테인먼트에 대한 서비스와 솔루션 소개를 위한 온라인 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰는 슈타 제인(Shweta Jain) AWS 아태 지역 미디어 & 엔터테인먼트 비즈니스 개발 총괄 담당자가 최근 미디어 동향과 주요 AWS 서비스를 소개하고, 미디어 관련 질문에 대한 답변으로 진행되었다. 슈타 제인은 미디어 기술에 대한 깊은 이해를 바탕으로 아태 지역의 미디어 기업들이 클라우드, AI/ML을 활용해 다양한 플랫폼에서 유저 참여도를 높이고, 수익화 기회를 창출할 수 있도록 지원하고 있다고 한다.

미디어 및 엔터테인먼트를 위한 AWS

최근 몇 년간 온라인상에서의 콘텐츠 소비가 늘어남에 따라 디지털 경험에 대한 고객 기대치가 높아지고 있으며, 미디어 및 엔터테인먼트(M&E) 비즈니스 환경에서는 고객 참여를 유도하고 고품질의 직관적인 경험을 제공하기 위한 혁신에 리소스를 집중하고 있다. 이러한 관점에서, 클라우드는 전통적 방송사 혹은 또는 디지털 기반의 방송 플랫폼이 운영 비용을 절감하고 머신러닝 등을 사용하여 솔루션 시장 출시를 앞당기는 기술로써 활용되고 있다. AWS는 산업 내에서 축적해온 광범위한 경험을 바탕으로 다양한 미디어 및 엔터테인먼트 고객을 지원해오고 있으며, 9개의 AWS 서비스, 11개의 AWS 솔루션 및 200개 이상의 AWS 파트너 솔루션을 포함하여 폭넓고 깊이 있는 기능을 제공하고 있다. AWS의 주요 미디어 솔루션과 현황은 다음과 같이 요약될 수 있으며, 솔루션에 따라 다양한 관련 서비스와 파트너, 고객 등으로 구분되어 관리된다.

콘텐츠제작

신규 콘텐츠에 대한 고객의 전례 없는 수요 및 원격 제작 전환 가속화

미디어 공급망 및 아카이브

테이프라이브러리 및 온프레미스(On-premise) 시스템에 저장된 수십년된 영상 아카이브가 계속 커지고 있는 가운데, 높은 접근 비용과 데이터 손실에 대한 취약성 대응

D2C(Direct to Consumer) 및 스트리밍

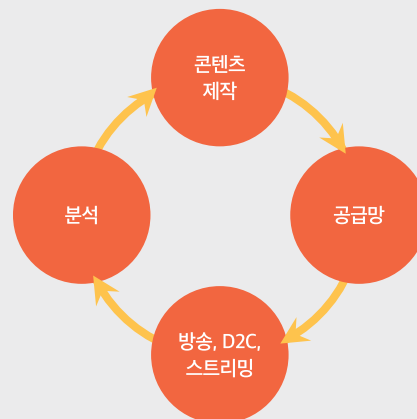
양질의 라이브 스포츠, 뉴스, 온디맨드(On-Demand) 및 개인 맞춤형 콘텐츠에 대한 수요

방송

지상파에서 클라우드까지 채널 관리, 처리, 생성, 배포 작업을 위한 클라우드 이전

미디어를 위한 데이터 사이언스 & 분석

고객 세분화, 광고 분석, 재고 예측, 맥락 분석, 개인맞춤화를 위해 처리 및 분석할 데이터의 기하급수적 성장



AWS의 주요 미디어 솔루션 영역

Interview

슈타 제인 (Shweta Jain)

AWS 아태 지역 미디어 & 엔터테인먼트 비즈니스 개발 총괄



AWS의 미디어 & 엔터테인먼트 솔루션에 대해 소개한 슈타 제인 (Shweta Jain)

미디어 엔터테인먼트 업계에 대한 동향과 전망 공유 감사드립니다. 개인적으로 업계에서 영향력이 큰 이슈나 트렌드는 무엇이라고 생각하시는지?

네, 여러 가지 흥미로운 트렌드들이 관측이 되고 있지만 그중
에 두 개만 꼽아보자면, 첫 번째는 인재 활용의 유연성이라고
생각합니다. 이제는 장소를 불문하고 고사양의 작업을 할
수 있는 환경을 구축하는 것이 유능한 인재를 유치하는 데 굉장히 중요해지고 있죠. 클라우드 기반의 크리에이티브 스튜디오, 콘텐츠 크리에이션 스튜디오를 구축하게 되면 다양한 아티스트와 에디터가 원하는 곳에서 접속해서 작업을 할 수가 있고, 시각 효과라든가 애니메이션과 같은 워크로드들을 문체 없이 잘 지원할 수가 있는 것이 첫 번째 트렌드라고 말씀드리고 싶습니다.

다음은 이제 전례 없이 높아지는 고객들의 기대에 어떻게 부응할 것인가 하는 것입니다. 많은 시청자 그리고 콘텐츠를 소비하는 고객들이 모바일 디바이스에서 컴퓨터 그리고 tv를 넘나들면서 콘텐츠를 소비하고 있습니다. 그래서 미디어 기업의 입장에서 다양한 시청 경험을 어떻게 잘 지원하여 고객이 계속해서 자사의 서비스에 접속할 수 있도록 할 것인지, 어떻게 고객의 관심을 사로잡을 것인지가 중요한데 이렇게 하기

위해서는 클라우드 기반의 서비스를 제공하는 것이 중요하겠습니다. 그래서 고객의 경험을 높일 수 있도록 해야 하는 거죠. 비디오 스트리밍의 품질도 개선해야 하고요. 추가로 맞춤형 콘텐츠도 제공을 해야 되고, 또 민첩하고 유연하게 새로운 프로젝트를 실험적으로 론칭해보고 이러한 다양한 시도들을 저비용으로 해야 하겠습니다. 그러니까 사용한 만큼만 비용을 지불하는 방식으로 시도해 볼 수 있어야 하기 때문에 클라우드가 점점 더 중요해지고 있는 상황이라고 할 수 있겠습니다.

업계 관련 기업들이 IT 인프라나 클라우드를 활용해야 하는 중요성과 의미에 대해 조금 더 구체적으로 설명하신다면?

Public 클라우드 인프라를 도입함으로써 미디어 기업들은 이제 고객의 만족도를 높이고 또 더 많은 고객들을 유치할 수 있습니다. 그러니까 고객의 관여도를 높일 수가 있는 것인데요. 시청자를 확보하기 위한 시장의 경쟁이 점점 더 심화되고 있는 상황에서 넷플릭스와 디즈니 플러스 그리고 아스트로 말레이시아에서는 지난 21년 AWS 기반의 수카(Sooka)라는 플랫폼을 런칭했고, 한국은 CJ

E&M에서 티빙을 시작했죠. 이런 클라우드 기반의 서비스를 통해서 더욱더 개별 맞춤화되고 고객의 관심을 끌 수 있는 콘텐츠를 제공할 수 있게 됩니다. 이게 첫 번째로 미디어 기업에서 클라우드 인프라를 도입해야 되는 이유가 될 것이고요

두 번째로는 비즈니스 규모를 확장하고 글로벌 시장으로 진출하는 데 있어서 클라우드가 가지는 장점입니다. 디즈니 플러스 같은 경우는 2019년 11월에 서비스를 런칭한 이래로 16개월 만에 1억 명의 가입자를 달성을 했고요. 현재 60여 개 이상의 국가에서 서비스를 하고 있는데 이 모든 것이 AWS 인프라 기반으로 운영되고 있습니다. 한국의 TVN 같은 경우에도 AWS 인프라 기반으로 글로벌하게 사업을 확장해 나가고 있습니다. 새로운 국가와 새로운 시장으로 진출을 하고 있죠.

국내외 미디어 엔터테인먼트 업계 고객사 중 클라우드 기반 혁신을 이룬 가장 주목할 만한 사례가 있다면 소개 부탁드립니다.

네, 넷플릭스에 대해서는 아까도 말씀을 드렸습시다만 이제 AWS 인프라 기반으로 전례 없이 폭증하고 있는 수요에 대응을 하고 있습니다. 지난 팬데믹이 시작된 이후 2년 동안에 걸쳐서 콘텐츠 소비가 급증을 하게 되었는데요. 클라우드 기반의 스튜디오 구축을 통해 <더 크라운>이라는 매우 인기 있는 넷플릭스 오리지널 드라마 시리즈의 시각효과팀이 600개의 장면과 600개의 샷에 대한 시각 효과 작업을 클라우드상에서 진행할 수가 있었죠.

다음은 <포물러 1>의 사례입니다. AWS 플랫폼 그리고 기계 학습 기술을 적용해서 수백만 개의 데이터 포인트들, 그러니까 차량과 트랙에서 가지고 오는 수백만 개의 데이터 포인트들을 활용해서 더욱 흥미로운 팬(fan) 경험을 만들어낸 것이죠. 70년 이상 축적되어 온 과거의 이력 데이터와 경기 중에 실시간으로 가져오는 데이터를 접목해서 새로운 관점의 통찰력을 만들었다고 보시면 되겠습니다. 흥미로운 그래픽의 형태로 시청자들에게 제공하여 팬들에게 새로운 차원의 경험을 제공해 준 케이스입니다.

그리고 앞서 말씀드렸던 한국의 티빙을 들 수 있겠죠. 티빙은 한국의 선도적인 OTT 플랫폼으로서 AWS 플랫폼 기반으로 증가하는 트래픽을 관리하고 급증하는 수요에 대응하고 있습니다.

또한, 데이터 분석 서비스에 대해 말씀드리고 싶습니다. 웹사이트와 모바일 앱을 통해서 얻을 수 있는 그런 사용자의 데이터 분석에 대한 아마존의 기술과 서비스입니다. 아마존 S3(Amazon S3), 아마존 ECS(Amazon ECS), 아마존 EKS(Amazon EKS), 아마존 파게이트(Amazon Fargate), 오토스케일링(Auto Scaling), 아마존 EMR, 아마존 레드시프트(Amazon RedShift) 그리고 아마존 세이지메이커(Amazon SageMaker)와 같은 기술들을 활용해서 데이터를 분석함으로써 보다 높은 수준의 고객 경험을 제공하고 있습니다.

클라우드 기반 스튜디오에 대해 좀 더 구체적인 설명이 필요해 보입니다. 그리고 티빙의 사례에서 데이터 분석 서비스를 통해서 더 높은 수준의 고객 경험을 제공했다고 하셨는데, 이와 관련된 고객 경험에 대해 역시 구체적인 설명을 부탁드립니다.

클라우드상의 콘텐츠 스튜디오를 좀 더 구체적으로 설명드리겠습니다. 팬데믹으로 인해서 모든 산업군이 영향을 받게 되었고 M&E 분야도 예외는 아니었습니다. 처음에는 집에서 근무하는 재택근무에서 출발을 하게 되었는데, 원격으로 일을 할 수 있는 시스템이 구축되고 나니까 어디에서든 일할 수 있는, 환경의 장점을 극대화할 수 있게 된 것입니다. 시각 효과 작업에서는 많은 아티스트와 에디터들이 다양한 툴들을 사용해서 애니메이션이나 각종 시각 효과 작업을 하게 됩니다. 대표적으로 아바타를 들어볼 수 있겠죠. 뉴질랜드에 본사를 둔 베타 디지털이라는 회사가 많은 작업을 했었는데, 본사는 뉴질랜드에 있지만 미국을 비롯한 다양한 지역에 직원들이 흩어져 있으면서 클라우드상의 크리에이티브 스튜디오에 접속해서 작업들을 했습니다.

이런 일을 하려면 어도비(Adobe) 툴이라든가 마야(Maya)와 3D MAX와 같은 굉장히 고급의 툴들을 사용해야 되고 굉장히 많은 연산과 컴퓨팅 파워, 대용량의 스토리지가 요구됩니다. 기존의 방식으로 데이터 센터에 온 프레임으로 구축한다고 하면 유연하게 필요에 따라 확장을 하는 것도 어려울 것이고요. 또 새로운 프로젝트가 시작될 때마다 새로운 하드웨어를 구매해야 하는 어려움이 있

겠죠. 하지만 AWS의 클라우드를 이용하게 되면 풍부한 컴퓨터 자원을 사용한 만큼만 과금이 되기 때문에 비용도 효율적이고 또 유연하게 작업들을 할 수 있을 것입니다.

“

오늘날 미디어 및 엔터테인먼트 업계는
산업 전반의 변화에 직면해 있으며, 기업들은 스트리밍, 방송,
D2C(Direct-To-Consumer)
플랫폼 전반에서 콘텐츠를 제작하고 미디어 공급망을 최적화하여 고객의
관심을 유도하는 방식을 재정립하고 있다.

”

AWS가 여러 OTT 사업자에 서비스를 하다 보니, 각 OTT 서비스의 특징이 다를 것으로 생각합니다. OTT 사업자들의 서비스적인 측면이나 클라우드 활용 측면에서 어떤 차이점이 있다고 보시는지요? 예를 들면 넷플릭스랑 디즈니 플러스, 또는 해외 OTT와 한국 OTT는 어떤 차이가 있는지에 대해서 의견 부탁드립니다.

우선 OTT 사업자들 간에 공통점에 대해서 좀 말씀 드리면, 사실 유사한 과제들에 직면한 상황입니다. 경쟁이 심해지면서 한국도 마찬가지지만 한국 같은 경우에는 글로벌 OTT 사업자가 있고 또 한국의 사업자가 있어서 서로 경쟁하고 있지요. 미디어 고객들 같은 경우에 가장 예산을 집중하고 있는 부분이 바로 오리지널 콘텐츠 제작이고요. 왜냐하면 오리지널 콘텐츠가 결국 시청자들을 끌어들이 수 있는 핵심이 되니까요. 이렇게 고객들에게 어필할 수 있는 콘텐츠를 만들기 위해서는 전 세계의 유능한 인력들을 활용할 수 있도록 하는 것이 중요하죠. 그래서 말씀드린 것처럼 유연하게 근무할 수 있는 환경을 만들어주는 것이 필요하다라고 요약할 수가 있겠습니다.

두 번째로는 이렇게 제작된 콘텐츠들을 시청자들에게 제공하고 시청자들이 어떻게 반응을 보이는지에 대한 데이터 분석이 굉장히 중요합니다. 이제 tv에서도 아마존 레드시프트나 아마존 EMR 등을 사용해서 데이터 분석 서비스를 구축을 했다고 말씀드렸는데 고객에 대한 360도 관점을 확보하는 것, 어떤 주제와 콘텐츠에 관심이 늘어나고 있고 어떠한 부분에서 효과가 있으며, 어떤 것들은 효과가 없는지를 분석하는 것 역시 모든 OTT 사업자들에게 있어서 가장 중요하게 기술을 활용하는 측면이라고 할 수 있습니다.

지금부터는 한국과 해외 OTT 사업자의 차이점에 대해서 말씀을 드리도록 하겠습니다. 한국의 드라마나 k팝 콘텐츠들이 보편적으로 전 세계 시청자들에게 어필을 하고 있습니다. 그래서 한국의 미디어 산업이 훨씬 빨리 성장하는 시대가 왔다고 생각합니다. 넷플릭스의 <오징어 게임> 같은 경우에는 비영어권 콘텐츠에서 전 세계 1위를 차지할 정도로 인기가 높았죠. 그래서 앞으로 더 많은 콘텐츠가 한국에서 제작 진행이 될 것으로 생각합니다. 한국의 미디어 기업들의 해외 진출도 활발해지고 있죠. 티빙의 해외 진출도 AWS를 기반으로 이루어지고 있습니다. 이렇게 전 세계가 더 작아지고 있고 각각 자국어로 제작된 콘텐츠들의 해외 진출의 문이 더 열리고 있다는 것이 해외와 한국을 비교했을 때에 주목할 만한 점이라고 생각합니다. 🇰🇷