2023
KOBA

미디어 컨퍼런스 Review

글. 컨퍼런스 좌장
사진 및 정리. 이진범 방송과기술 기자

미디어 컨퍼런스 개요

미디어 컨퍼런스(이하 컨퍼런스)는 지난 5월 17일과 18일 양일간 코엑스 컨퍼런스룸 307호와 308호에서 개최되었으며, 총 14개 세션에서 30여 개의 강좌로 미디어 흐름의 현재와 미래를 알아보고자 기획되었다. 작년에 비해 오후 강의가 1개씩 늘어 더 다양한 내용을 수록하고자 하였으며, 이번 KOBA에서 컨퍼런스는 기존의 '국제 방송기술 컨퍼런스'에서 '미디어 컨퍼런스'로 명칭을 변경하여, 방송기술을 포함하는 미디어 전반에 대한 트렌드와 정보, 기술 흐름을 담고자 하였다.

컨퍼런스의 주요 세션으로는 미디어 트렌드와 IP 방송 인프라, AI 트렌드 및 미디어, 클라우드, 비디오 전송, 지상파 UHD 혁신 서비스, XR 트렌드, 기타 IT 트렌드로 그중에서도 미디어 트렌드와 AI 방송제작, XR 트렌드, IT/IP 제작 트렌드에 대한 컨퍼런스 등록자들의 관심이 높았다. 특히, 5월 17일 307호에서는 넷플릭스 오리지널 콘텐츠 <나는 신이다>를 연출한 조성현 MBC PD가 강사로 나와 콘텐츠 기획 과정과 넷플릭스에서 방송하게 된 이유와 결과 등에 대해 설명하며, 국내 콘텐츠의 세계화에 대한 궁금증을 조금이나마 해소했다. 또한, 일본의 TV 도쿄의 Akio Mizuno 씨는 <일본 TV 스튜디오에서의 안전>에 대한 강의를 우리나라 방송제작 환경을 되돌아보고, 사고에 대한 경각심을 일깨워 주었다. 5월 18일에는 다양한 강의의 끝에 '현직 방송기술인과의 만남'이라는 주제로 지상파 방송사 방송기술직 사원이 방송사 입사를 위한 과정과 노력, 방송사의 현황에 대해 발표함으로써 방송사를 목표로 하는 예비 방송기술인에게 도움과 조언을 주는 시간이 되었다. 내년 KOBA 2024 미디어 컨퍼런스에서는 AI, IT, XR 등 더욱 확장된 세션과 내용으로 방송 및 미디어 전반의 트렌드를 다룰 예정이다.

5월 17일 수요일 1일 차

당신의 사고를 바꿀 ChatGPT, 그리고 Generative AI

오준식 EBS 에듀테크부 과장

작년 말 “Google is done.(구글은 끝났다)”이라는 한 영국의 일간지 기사 제목이 전 세계 주목을 받았다. OpenAI에서 개발한 대화형 인공지능 서비스(AI 챗봇)인 ChatGPT의 출연으로 구글이 주도하는 검색시장은 곧 종말을 맞이할 것이라는 다소 충격적인 내용이었다.

1950년대 최초의 AI가 출현한 이래 발전을 거듭하다가 2012년 인간의 신경망을 모방한 딥러닝 알고리즘 출현으로 AI 부흥의 기회를 맞게 된다. 2016년에는 인공지능 알파고(AlphaGO)가 바둑 세계 챔피언 이세돌을 이기면서 인류에게 커다란 충격을 주었고, 이듬해인 2017년에는 트랜스포머(Transformer)라는 자연어 처리 분야에 기념비적인 아키텍처가 등장하면서 인공지능기술은 또 한번 도약하게 된다. 현재 자연어 처리 분야를 양분하고 있는 BERT와 GPT가 이 트랜스포머로부터 파생했다. 이 둘은 각각 Bard(Google 社)와 ChatGPT(OpenAI 社)의 근간이 되는 자연어 처리 언어 모델이다.

최근 의학, 제조, 미디어 등 다양한 분야에서 Generative AI를 활용한 사례들이 등장하고 있다. 이 서비스들은 인공지능 스스로 학습, 판단을 통하여 결과물을 생성하기 때문에, 사용자에게 어느 정도의 신뢰성을 제공할 수 있을지가 관건이다. 생성형 AI 기술은 우리 삶에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 많은 잠재력을 가지고 있지만, 정확성과 더불어 윤리적인 문제와 보안 측면에서도 검토가 필요하다.

성공적인 스트리밍: 비즈니스 성장과 수익 증대를 위한 잠재 고객을 늘리세요

이동은 브라이트코브 한국지사장

현재 미디어 시장은 온라인 스트리밍이 기존 TV 방송을 넘어섰다. 글로벌 비디오 스트리밍의 시장규모는 550조 원에 달하며, 전체 온라인 비디오 시장은 2027년까지 연평균 11% 성장하고, 디지털 광고는 74% 집행 비용이 증가할 것으로 보인다. 여기엔 성장의 기회가 있다. 다수의 디바이스와 애플리케이션을 활용한 글로벌 시청자 수는 22억 8천만 명 이상이고, 그중에 최고인기 콘텐츠는 한국의 콘텐츠이다. 시청자들의 니즈를 분석하고 안정적인 품질로 서비스가 가능하며, 올바른 수익모델들을 조합하여 광고 수율 및 유효 노출률을 극대화하여 수익의 최대화를 이끌어 낼 수 있다.

시청자들을 이해하기 위해서는 유사한 캠페인을 통해 이상적인 고객 타켓팅, 한 번도 본 적이 없는 타켓 유저 가입, 관심 지수, 평점들의 데이터로 어떤 콘텐츠를 좋아하는지 파악, 고객 타입 기반으로 프로모션, 이탈 고객에게 새로운 서비스 홍보, 재접속을 위한 좋아하는 콘텐츠 홍보 등의 방법을 사용해야 한다.

강력한 광고모델을 구축하고, 추가 채널을 확장하여 광고 인벤토리에 대한 추가 광고를 통해 확장해야 하며, 앞으로 도전을 위한 해결 방안은 다음과 같다.

- **기술적인 셋업과 메인터넌스** - 확장성 및 안정을 가진 다수의 채널, 기술적인 문제 없이 시청자들이 채널 변경할 수 있을 정도의 유연함
- **마켓 트렌드의 이해** - 현지의 니즈에 대한 글로벌 트렌드 (미래 방향 파악에 도움)
- **콘텐츠, 시청자, 기기에 맞는 광고 노출** - 향상된 노출을 위한 풍부한 패키지 메타데이터, 콘텐츠별 기기 데이터
- **브랜드 안전 및 인벤토리 품질 보장** - 보안이 검증되고 신뢰할 수 있는 공급업체 및 프로파일링
- **성장을 위한 리포트 및 최적화** - 채널들에서 나오는 실시간 리포트, 소비패턴에 따른 시청자 인사이트
- **수율 및 유효 노출률 극대화** - 사용 가능한 광고 공급에 대한 제어, 인사이트 및 투명성, Sell side platform을 이용해서 판매되지 않은 광고 인벤토리 관리
- **새로운 수익화 모델** - e.g. FAST

IP 기반 UHD 제작부조정실 시스템의 현재와 미래

최우영 KBS TV기술국 차장

구분	규격
IP 전송방식	SMPTE ST 2022-6
영상 표준	SMPTE ST425-5(Quad Link SDI)
신호 압축	4K : TICO (4:1)
스위칭	IGMP V2 & PIM-SM
Network Redundancy	SMPTE ST 2022-7
신호 동기	PTP (SMPTE ST 2059)
Audio	AES67, Ravenna
특징	TICO 압축으로 효율적 4K 전송 TICO 압축은 한정된 제작사만 지원 (Grass Valley)

IP 기반 UHD 제작부조정실을 구성함에 있어 시스템 표준은 표와 같다. 미완성된 기술 표준, 장비 미도입 등 IP 기반 제작시스템 구성의 한계점도 분명히 존재한다. NMOS(Networked Media Open Specifications)는 IP 기반 미디어 제작시스템에서 모든 리소스에 대한 Control & Management를 지원하기 위해 개발된 개방형 표준으로 JT-NM 레퍼런스 아키텍처에 기반한 논리적 데이터 모델을 사용, 콘텐츠 및 방송 장비에 Identity, Relationship 및 Time 기반 정보를 추가한다. 노드는 HTTP API(Client가 Node 분석 및 제어), content transport interface(RTP Streaming), PTP slave interface(Time & Sync)의 3가지 역할을 수행한다.

SDN(Software Defined Network)은 지능화된 네트워크 컨트롤 분리, 개방형 API로 네트워크 제어, 중앙 통합 제어, 벤더프리, 가시성/편의성/간소화, 스위치 연산 최소화(대형화) 등의 역할을 한다. SDN controller는 모든 디바이스(Source, Destination,

Network)와 통신, Source ↔ Destination 연결 설정, Fast & Clean 스위칭(MBB), LAN ↔ WAN 컨버전스(NATing), 활성 대역폭 관리 → 대역폭 내 스트림 초과 방지, 흐름 기반 액세스 제어/정책을 사용한 보안, 지능적 경로 찾기를 동반한 SDN 라우팅을 한다. Broadcast Controller는 시스템 통합 도구 상자로 Routing 제어, Tally, UMD, Lable 관리, 논리, 물리 Matrix 관리, 각종 기능 구성을 하며, Orchestration Platform은 리소스 가용성 향상 및 제작 생산성을 극대화한다.

초반 투입 비용은 클지라도 최소 2~3개소 이상 구성하기 시작하면 비용 절감이 시작된다. IP 기반 제작 부조정실을 구성하게 되면 리소스룸, 이벤트룸, 원격 스튜디오 등을 운영하게 되며, 보이는 라디오, 이원방송, 선거방송, 지역국 합동 방송 등으로 활용 가능하다. 리소스 예약 시스템으로 시간 절약/사고 예방, 원격 설정 예약, 장비고장 시 리소스 공유, 시나리오 기반 자동제작 등 시간, 공간적 제한이 없어진다.

AI 컬러 복원 워크플로우

이용건 KBS 미디어기술연구소 선임연구원, 유남경 KBS 후반제작부 TM

컬러 복원의 사전적 의미는 흑백사진이나 동영상에 색상을 추가하여 원래의 컬러 이미지를 복원하는 과정이다. 강사는 요즘 대중들에게 선풍적인 인기를 끌고 있는 생성형 AI 서비스 ChatCPT에 컬러 복원의 의미를 물어보았다. '어둠에 잠긴 그림자 속에서 눈부신 색채를 찾아내는 작업', '잊혀진 시간의 문을 열어 추억의 향기를 불러오는 작업', '시간의 흐름과 함께 변화해 가는 모습을 그대로 담아내는 작업', '그 속에서 살아 숨 쉬는 색채들이 우리에게 새로운 의미와 감동을 선사한다.'라고 답변을 하였다. ChatGPT의 답변은 사전적 의미를 아우르는 정말 멋진 답변이라는 생각이 들었다.

컬러 복원 워크플로우에 AI 기술이 도입되면서 소요시간이 비약적으로 줄어들었고 복원 품질도 대폭 향상되었다. 이미지와 동영상에 대해 딥러닝을 활용한 컬러 복원 AI 기술이 크게 '자동 컬러 복원', '가이드 기반 컬러 복원', '레퍼런스 기반 컬러 복원' 방식이 있는데, 실제 테스트를 통하여 동영상 컬러 복원의 품질을 보장하며, 수작업을 줄일 수 있는 최적의 방식을 선별하고, 이에 기반하여 AI 컬러 복원 워크플로우를 정립하였다.

결과적으로 흑백 영상 컬러 복원 제작 프로세스 효율화에 성공하였고, 컬러 복원 수작업에 소요되는 시간을 크게 줄일 수 있었다. 2022년 8·15 기획 영상 '컬러로 보는 우리의 얼굴' 다큐멘터리 제작에 본 워크플로우를 활용하여 제작 시간 단축과 고품질의 컬러 영상을 시청자에게 제공할 수 있었다. AI 컬러 복원 워크플로우는 KBS가 많이 보유하고 있는 중요한 흑백 영상들을 컬러로 복원하는데 매우 유용하게 활용될 것이다.

Global Media 고객은 어떻게 AWS Cloud Media Services로 혁신을 이루었나?

이봉무 AWS 전무

Media & Entertainment(이하 M&E) 산업의 특징은 Reliability, Scalability, Automatability로 정리할 수 있다. OTT 및 스트리밍 서비스로의 가파른 전환, 5G 네트워크 안에서의 다양한 라이브 방송 제작, 1 : Many Broadcasting의 재정의(많은 devices 접속에서 많은 platforms로의 접속) 등 급변하는 산업 트렌드 속에서 기존 H/W 강자들은 Hybrid Cloud 전환과 Cloud에 대한 철저한 준비로 산업 트렌드에 대응하고 있다.

Cloud의 장점은 무엇인가? 변화무쌍한 IT 기술에 대한 민첩한 대응, 무한한 확장성, 신뢰성 향상, 저비용 그리고 데이터의 기밀성, 무결성, 가용성을 보장하기 위한 최고의 보안성을 꼽을 수 있다. AWS는 강력한 Cloud 운영 기술을 바탕으로 넷플릭스, 디즈니, HBOMAX 등에 서비스를 제공하고 있으며, AI 기술을 활용한 Data 분석솔루션을 제공하고 있다.

대표적인 미디어의 AI 활용방안은 메타데이터 태깅, 개인화 광고, 자동자막, 콘텐츠 검열, 인물 식별과 트래킹, 언어 번역, 콘텐츠 추천(큐레이션), 초상권 보호 등의 작업이며 탁월한 퍼포먼스를 보인다.

5월 18일 목요일 2일 차

Radio's Fight for the Future Car

임재윤 MBC 오디오전략파트장

자동차에서 라디오는 지난 90여 년 동안 우월적 지위를 가지고 있었고, 그로 인하여 전용 버튼 및 가장 다루기 쉬운 위치에 항상 라디오가 있어 왔다. 하지만, 이러한 라디오의 우월적 지위는 최신 자동차에서는 변화하고 있다. 라디오 버튼이 없어지고, 전체 카 인포테인먼트의 One-of-Them으로 바뀌어 가고 있다. 또한, 구글 및 애플 등 빅테크의 인포테인먼트에는 차량 제어 등 다양한 기능을 만들어가고 있지만, 거기에 라디오에 대한 고려는 크지 않다. 라디오 방송사들은 이런 변화되는 환경 속에서 경쟁력을 강화하기 위해, 자동차 기업과 빅테크와의 교류가 무엇보다 중요한 시점이다.

완성차 업체와 빅테크 사이에서 카 인포테인먼트 산업에서의 주도권 경쟁이 존재한다. 완성차 업체는 주도권을 내주기는 싫지만, 자체적으로 경쟁력 있는 인포테인먼트를 만들 수 있을지 고민하고 있고, 특정 완성차 업체는 'Apple CAR Play'를 탑재하지 않는 시도도 하고 있다.

빅테크 업체들은 그들만의 전략으로 카 인포 시장을 공략하고 있다. 구글은 안드로이드 오토를 통해 자동차 업체와의 협력을 진행하고 있고, 애플은 라디오까지도 그들의 스트리밍 서비스로 대체하려 한다.

당분간 자동차 카 인포 시장은 하나의 방향성으로 나아가기보다는 완성차 업체별로 다양한 플랫폼이 존재하게 될 것이 명확하다. 이러한 현실에서 라디오 방송국은 다양한 업체와의 공조, 제휴 등을 통해 차에 맞는 맞춤형 콘텐츠로 새로운 활로를 찾아야 한다. 물론 보편 공익 서비스인 라디오를 위한 정부의 지원도 꼭 필요하다.

메타버스, 콘텐츠와 서비스에 새로운 지평을 열다

채수영 EBS ICT기획부장

메타버스는 가상과 현실이 상호작용하며 공진화하고, 그 속에서 사회·경제·문화 활동이 이루어지며 가치를 창출하는 무한한 가능성이 있는 공간이다. 우리는 이제 인공지능, 사물인터넷, 클라우드 기술 등을 통해 '읽기 + 쓰기'에 더해 '만들기'까지 가능한 Web 3.0 시대를 지낼 수 있게 되었는데, 그 대표 서비스가 메타버스이다.

현재 메타버스상에서는 체험공간을 만들어 게임이나 거래가 가능하고, NFT 굿즈를 제작해 수익모델 창출도 가능하다. 이에 더해 한국전파진흥협회(RAPA)에서는 올해 방송 콘텐츠를 제작하는 메타버스 미디어 스튜디오를 만들어 프리 및 포스트 프로덕션 구축을 목표하고 있으며, 송출 단계까지도 메타버스상에서 이루고자 하고 있다.

이런 새로운 패러다임 속에서 EBS는 새로운 교육의 미래를 만들기 위해 위캔버스(WeCanverse)라는 국내 유일의 교육용 메타버스 플랫폼을 만들었다. 이 3D 스페이스 속에서는 2D에서 스크롤을 통해 주어진 텍스트를 보는 형식과 달리 이용자가 원하는 순서대로 정보를 흡수하고 공간을 이용하게 한다는 점에서 학생들의 주도적인 학습을 가능하게 한다. 또한, 일방적인 교육에서 벗어나 학생들은 다중접속을 통해서 아바타와 아바타 간 만나 서로 소통도 가능하다. 위캔버스는 교육의 모든 가능성을 체험할 수 있는 새로운 세상을 만들어 아이들에게 도움이 되고 또 부모에게는 아이를 믿고 맡길 수 있는 새로운 미래 교육 서비스가 될 것이다.

비디오 전송의 현재와 미래 – RTMP에서 DASH/HLS 그리고 SRT

조영훈 SBS 미디어IT팀 매니저

유튜브, 넷플릭스, 디즈니 등 콘텐츠 플랫폼 업체들이 다양해지면서 미디어 전송 기술의 활용이 증가하며 관련 기술이 발전하고 있다. 스트리밍 서비스의 편의성, 사용 목적, 시청자의 네트워크 상황 등을 고려하여 많은 IP 전송기술들이 사용되고 있는데 이 중 대표적인 IP 전송기술을 소개한다.

RTMP는 스트리머가 미디어를 서버로 전송할 수 있는 대표적인 기술이다. 전용 미디어 서버를 통해 WEB서비스와 분리하여 서비스한다. 관리는 어렵지만 가장 확실한 스트리밍 방법이다. 한 개의 RTMP 서버에서 여러 개의 Application과 Stream key 값을 트리 구조로 가질 수 있다.

HLS와 DASH는 HTTP 방식이며 여러 해상도의 비디오를 트랜스코딩 하면서 시청자 네트워크 상황에 따라 해상도 조절하는 것이 핵심이다. 이외에도 SRT, SMAF, LL-CMAF, LL_HLS 등과 같은 향상된 비디오 전송기술들을 개발하여 비용을 줄이고 서비스를 개선하기 위한 프로토콜 개발은 계속되고 있다.

방송·통신 융합 네트워크 〈이어도〉 서비스

신유상 KBS 미디어기술연구소 선임연구원

글로벌 대기업과 국내 기업들은 왜 연결을 중요하게 생각할까? 연결된 서비스를 지향하는 이유는 많은 사람이 모여 다양한 가치를 창출하고 서비스가 개선되는 선순환을 가져오기 때문이다. 방송 서비스도 연결을 통한 가치 창출과 서비스 개선을 위해 <이어도> 서비스를 기획했다. 방송국은 권역을 이동할 때마다 주파수가 바뀐다. 특히, 이동 시 난시청 지역에서 방송망이 끊기는 문제가 있었다.

이어도는 사용자가 모르게 방송망에서 통신망으로 유기적으로 연결할 수 있도록 개발됐다. 방송망 신호가 안 좋아졌을 때 통신망 신호를 Seamless하게 연결할 수 있는 것이 이어도의 핵심이다. 사용자는 신호가 바뀌었다는 걸 인식하기 어렵고 ATSC 3.0의 음영 지역을 자연스럽게 커버할 수 있다. 또 재난 메시지를 수신할 수 있도록 서비스를 추가했다. 이어도는 관련 서비스를 연결하여 더 나은 서비스를 목표로 발전하고 있다.

메타버스와 방송의 융복합 진행 중(Ing)

이상헌 메타로켓 대표

최근 미디어 산업의 주요 변화 중 하나로 XR을 활용한 콘텐츠 제작이 늘고 있다. 언리얼 엔진을 기반으로 한 VFX 기술의 완성도와 접근성이 높아지면서 영화산업뿐만 아니라 방송산업에서도 그 수요가 점점 늘어나고 있다.

코로나 이후 언택트 공연, 방송이 늘어나면서 XR 콘텐츠의 R&D와 투자가 급속도로 증가하였고, XR 콘텐츠 제작이 많이 활성화된 상태이다. 뿐만 아니라 XR과 메타버스를 함께 엮은 콘텐츠도 등장하고 있다. 실제 활동 중인 아이돌 가수가 VR기기를 착용하고 가상세계에서 새로운 아이돌로 데뷔하기 위한 과정을 그린 '소녀리버스' 등 현실과 가상세계를 융합한 새로운 제작방식의 콘텐츠 또한 늘어나고 있으며, 가상 무대와 가상 아티스트를 기반으로 한 버추얼 크리에이터 산업도 빠르게 확장되고 있다.

전 세계 유튜브 채널 슈퍼챗 순위의 상위권은 대부분 가상 캐릭터 중심의 버추얼 크리에이터들이며, 이들을 통한 서브 컬처 문화 사업도 진행 중이다. 메타버스와 방송의 융복합 방향은 인간중심의 엔터테인먼트라는 기조를 가지고 메타버스 환경에서 XR 제작 및 디바이스를 활용한 콘텐츠의 제작으로 진행될 것으로 예상된다.

다가오는 6G 시대와 위성의 역할

채종대 KT SAT 기술본부장

6G는 초성능(1Tbps 전송속도), 초대역(100GHz), 초정밀(0.1ms), 초지능(AI 기반), 초공간(저궤도위성통신) 등의 특징을 갖는 초연결시대의 통신상을 나타난다. 특히 6G 통신기술은 광대역을 지원하는 정지궤도, 저궤도 위성통신에서 빠르게 적용될 것으로 예상된다.

정지궤도(GEO) 위성은 고도 약 36,000km에 위치한 위성을 말하며, 지구 자전과 같은 공전주기를 갖고 넓은 커버리지를 지원하는 특징이 있다. 최근에는 주파수 재사용 기술인 VHTS(Very High Throughput Satellite)가 적용되어 주파수 효율과 전송용량이 크게 향상되었다. 저궤도(LEO) 위성은 고도 약 1,000km까지의 거리 내의 위성군을 말하며, 정지궤도(GEO) 위성 대비 지구까지 짧은 거리로 적은 지연시간을 보여주는 특징이 있다.

지상통신시설로 도달하기 어려운 데드존 지역까지 커버할 수 있다는 장점으로 스페이스X를 비롯한 많은 민간기업이 저궤도 위성사업에 뛰어드는 추세이며, 점차 많은 위성이 생겨나면서 위성 잔해나 폐기물 등을 해결하기 위한 새로운 사업들도 생겨날 전망이다.

현직 방송기술인과의 만남

박수향 KBS 기술운영부 사원
강채영 MBC 제작기술팀 사원
배민선 SBS 라디오기술팀 사원
권은정 EBS 편집부 사원
정승기 YTN 뉴스기술부 사원
장한별 CBS 제작기술부 사원

지상파 방송사의 방송기술직 사원 6인과 예비 방송기술인이 만났다. 어떻게 방송사에 들어갈 수 있는지, 어떤 노력을 해야 하는지에 대해 솔직한 경험과 질문이 오고 갔으며, 강의실의 모두가 만족한 시간이었다고 생각한다. 먼저, 6인의 자기소개로 출발했다. 방송사의 어느 부서에서 일하고 있는지와 현재 업무에 대한 소개가 진행되었다. 이어서 공통질문으로 '입사 준비 과정 및 힘들었던 점'에 대한 발표가 있었다. '왜 방송기술직을 지원하게 되었는지'에 대해 자신의 경험에 기반하여 방송이 좋아지고, 방송에 대한 호기심이 생긴 예가 발표되었다. 그리고 각자 어떤 노력을 했는지 언급되었는데, 종합해보면 기출문제를 모아 책을 만들기도 하고, 방송 관련 트렌드를 살펴보기 위해 노력을 했으며, 관련 자격증을 취득하기도 하고, <방송과기술>을 꾸준히 봤다는 답변이었다. 시사상식, 논술, 면접에 대해 자신만의 대응 방법에 대한 언급이 있었는데, 시사상식은 꾸준히 공부해야 한다는 것이 주된 답변이었다. 논술과 면접에서는 중요 주제를 뽑아 연습을 해보거나 관련 내용을 취합해 보았다는 내용이었고, 면접에 있어서는 끝까지 포기하지 않으면 언젠가는 빛을 볼 수 있다는 내용과 진정성을 바탕으로 해야 한다는 의견이 다수였다. 또한, 방송 관련 경험도 중요할 것이며, 무엇보다 자신이 왜 방송기술인이 되어야 하는지 면접관의 마음을 움직일 수 있는 이유와 근거가 필요하다고 답변되었다. 또한, IT 관련 기술이 점차 중요해지고 있다 보니, 네트워크나 코딩에 대한 지식도 전공과목과 아울러 꾸준히 공부해야 할 것이라고 설명되었다.