

Culture & Technology 2

(Film and gen AI)

Changjun Lee

changjunlee@skku.edu

School of Convergence
Culture & Technology Major



Current issues in Culture & Tech

NEWSIS (+) 구독

"같은 토종OTT인데..." 구독료 올리는 티빙 vs 바겐세일 들어간 웨이브

입력 2023.10.31. 오후 3:36 기사원문

윤정민 기자

추천 댓글

🔊 🔍 📄

티빙, 구독료 인상 및 인기 콘텐츠 확대, 실시간 채널 무료화 웨이브, 내달 11번가서 이용권 할인 판매...올해만 5번째



[서울=뉴시스] 티빙이 12월부터 구독료를 20~23% 인상하는 반면 웨이브는 다음 달에 구독료 할인 이벤트를 진행한다. 사진은 티빙(왼쪽), 웨이브 로고 (사진=각 사 제공) *재판매 및 DB 금지

[서울=뉴시스]윤정민 기자 = 티빙이 오는 12월 구독료를 20~23% 인상한다. 웨이브는 반대로 올해 다섯 번째 구독료 할인 이벤트를 진행한다. 넷플릭스·디즈니플러스 등 글로벌 OTT(온라인동영상서비스)의 구독료 인상 움직임에 맞서 티빙과 웨이브가 정반대의 대응 전략을 내놓은 것이다.

31일 업계에 따르면 티빙은 12월1일에 구독료를 올린다. 신규 가입자 기준 베이직 9500원, 스탠다드 1만3500원, 프리미엄 1만7000원으로 각각 1600원, 2600원, 3500원 인상됐다.

티빙의 구독료 인상은 2020년 CJ ENM 독립법인 출범 후 처음이다. 웨이브, 왓챠 등 토종 OTT들도 현 요금 체계에서 구독료를 올린 적은 없다.

아울러 유료 가입자에게 제공하던 혜택을 무료 서비스로 전환한다. 티빙은 12월1일부터 tvN, JTBC 등 29개의 실시간 채널을 무료로 제공한다. 티빙 이용권을 결제하지 않아도 최강야구(JTBC), 엠카운트다운(엠넷), 어쩌다 사장3(tvN) 등 실시간 방송을 볼 수 있다.



[서울=뉴시스] 티빙은 31일 2024년도 콘텐츠 라인업을 공개했다. 드라마 '비밀의 숲' 스펀오프 '종거나 나쁜 동재', 액션 사극 '우씨왕후', 학원 심리 스릴러 웹툰 원작 드라마 '피라미드 게임'부터 예능 '환승연애 시즌3', '여고추리반 시즌3' 등이 있다. (사진=티빙 제공) *재판매 및 DB 금지

티빙은 이날 내년도 콘텐츠 라인업도 공개했다. 드라마 '비밀의 숲' 스펀오프 '종거나 나쁜 동재', 액션 사극 '우씨왕후', 학원 심리 스릴러 웹툰 원작 드라마 '피라미드 게임'부터 예능 '환승연애 시즌3', '여고추리반 시즌3' 등이 있다.

업계 한 관계자는 구독료 인상과 콘텐츠 라인업을 같은 날 발표한 걸 두고 "티빙은 이미 '술꾼도 시여자들', '몸값', '환승연애' 등 인기 오리지널 콘텐츠를 제작할 능력이 있다는 걸 입증했다. 구독료를 올리더라도 내년에 그에 걸맞은 콘텐츠를 충분히 선보이겠다는 전략으로 보인다"고 말했다.

"초거대 AI 경쟁 판도 뒤집겠다"...정부, 'AI 국가전략기술 로드맵' 수립

입력 2023.10.31. 오전 11:29 기사원문

최상국 기자

2 댓글

🔊 📄 📧 📱

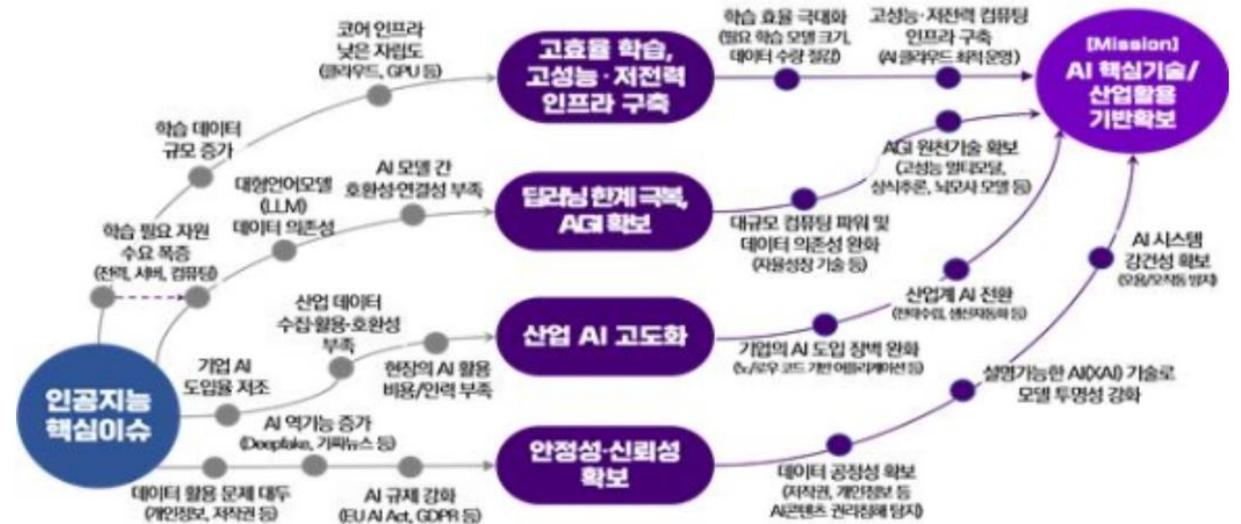
인공지능, 첨단바이오 분야 8개 중점기술 국가 임무 및 투자·정책방향 제시



주영창 과학기술정보통신부 과학기술혁신본부장이 31일 오전 서울 중로구 광화문교보빌딩 국가과학기술자문회의 대회의실에서 제4회 국가전략기술특별위원회'를 주재하고 있다. 이날 회의에서 인공지능, 첨단바이오 등 미래혁신분야 '임무중심 전략로드맵'을 심의, 의결했다. [사진=과기정통부]

인공지능 분야에서는 초거대 AI 경쟁에 따른 빅테크 기업 편중이 강화되고 있어 양적 경쟁 판도를 뒤집을 차세대 기술 선점이 필요하다고 봤다. 이에 따라 기존 대비 데이터와 전력소모량을 50% 이상 절감할 수 있는 고효율 학습모델 개발, 초소량 데이터 학습, AI 모델 상호간 협업, 상식 추론, 멀티모달 기술, 뇌신경망 모사 등 인간지향적 인공일반지능(AGI) 원천기술 확보를 통해 글로벌 선도그룹 진입을 추진한다.

특히 유럽연합 AI법을 필두로 한 주요국 중심 AI 규범의 '기술블록화'에 대응하는 AI 신뢰성 고도화를 핵심 임무로 식별했다. 이를 위해 AI 생성 콘텐츠의 권리침해 자동탐지(탐지율 90% 이상), 편향·오염된 데이터에 대한 모델 강건성 확보와 함께, AI 모델이 결론도출 과정·의미 및 내재된 취약점 등을 판단·제시할 수 있는 설명가능한 AI(XAI) 기술 확보에 집중한다.



인공지능 분야 핵심이슈 기반 임무·목표 [사진=과기정통부]

카카오 π 잘하자 좀..

말 아끼는 카카오...뱅크·엔터 사업 영향은 '제한적'

입력 2023.10.26. 오후 2:30 · 수정 2023.10.26. 오후 2:44 기사원문

김현아 기자 TALK

6 3

🔊 📄 📄 📄 📄

금감원, 카카오-카카오엔터 3명, 법인을 검찰 송치
카카오는 말 아껴..변호인단은 혐의 인정 안해
“시세조정 개미 투자자 피해” VS “정상적 주식 매수 행위”
카뱅 지분 매각 이슈는 대법원 판결까지 3년 이상 걸려
엔터와 SM간 보이그룹 웹툰/웹소설 협업도 그대로
법원 판단 기다려야 할 듯

[이데일리 김현아 기자]



▲카카오와 카카오엔터테인먼트 로고

금감원 특사경(특법사법경찰)이 배재현 투자총괄대표 등 카카오 임원 2명과 카카오엔터테인먼트 임원 1명, 카카오와 카카오엔터테인먼트 법인을 자본시장법 위반 혐의로 '기소의견'으로 26일 검찰에 송치한 가운데, 카카오는 공식적인 언급을 자제하고 있다.

지난 23일 김범수 카카오(035720) 창업자가 이례적으로 공개 소환된 뒤 주가가 급락하는 등 피해가 상당하지만 수사가 진행되고 있기 때문이다. 다만, 카카오 변호인단은 “SM엔터 인수 경쟁 과정에 벌어진 정상적인 주식 매수행위로 하이브의 공개매수를 방해한 사실이 없다”며 혐의를 인정하지 않고 있다.

◇카카오뱅크 대주주 바뀌려면 3년이상...엔터·SM 협업 진행중

카카오에 대한 사법리스크가 현실화되면서 주주들과 IT 업계가 우려하고 있다. 카카오의 카카오뱅크 대주주 자격 박탈 가능성과 카카오엔터테인먼트의 글로벌 경영 계획에 차질이 발생할 수 있기 때문이다.

그러나, 시세 조정 혐의에 대한 유무죄는 법원의 결정을 기다려야 하며, 이 과정은 최소 3년 이상 소요될 것으로 보인다. 따라서 대법원의 확정 판결이 나오기 전까지 카카오가 카카오뱅크 지분을 매각하거나 다른 회사에 넘기는 일은 발생하지 않을 것으로 보인다.

은행권 관계자는 “카카오가 카카오뱅크 지분을 매각한다 하더라도 카카오뱅크 브랜드를 포기하지 않을 것으로 보인다”면서 “케이뱅크도 대주주 적격성 문제로 대주주를 KT에서 BC카드로 바꾸지 않았다. 중장기적으로 별다른 이슈로 보진 않는다”고 했다. 그는 “케이뱅크로서는 이번 기회에 점유율을 올리기 위해 애쓸 것 같다”고도 부연했다.

카카오엔터테인먼트 사업에 미치는 영향 역시 현재로서는 제한적이다. 공정거래위원회가 SM엔터 인수 심사를 진행 중이기는 하나, 계획대로 협업은 진행되고 있다.

카카오그룹이 1.25조원에 SM엔터테인먼트를 인수한 뒤 5개월 만인 지난 8월, 카카오엔터테인먼트는 SM엔터가 IP를 가진 인기 보이 그룹 'NCT'의 세계관을 그린 웹툰과 신인 보이 그룹 '라이즈(RIZE)'의 성장사를 담은 웹소설을 공개했다. 카카오엔터테인먼트 관계자는 “아직 SM엔터테인먼트와의 사업에 중단이나 어려움은 없다. 두 기업의 역량을 결합해 글로벌 시장을 목표로 활동하고 있다”고 전했다.

결과적으로 카카오의 사법리스크와 관련된 영향은 현재로서는 제한적이며, 법원의 판단을 기다려야 할 것으로 보인다.



영화 산업

미디어로서의 영화

■ Movie = Media & Content

- 영화는 **인간의 시청각 감각에 의존하는 미디어**이자 **콘텐츠** (= same as TV show but more in Movie)
- 영화를 이용자에게 전달하는 방식은 **극장이라는 공간**을 통해 이루어지며, **영화 관람 이후**에 영화를 본 이용자들을 통해 **사회, 문화, 정치적 효과 발생** (기존 미디어와 유사성)
- 영화는 **극장**이라는 전용 플랫폼을 갖고 있기도 하며 그 자체가 **여러 플랫폼에서 유통 가능한 콘텐츠**임
 - 극장 이후 비디오, DVD를 통해 유통
 - 최근에는 OTT 를 통해 유통 (단일 구매 또는 구독 플랫폼 위에 얹어서 배급)
- 결론적으로 영화는
 - **동영상으로 제작된 필름을 영화관이라는 공간을 통해 제한적으로 이용하는 유료 미디어 서비스**로 규정할 수 있음

영화의 역사

■ History

- 영화 역사 초기에는 소리 없는 이미지 중심의 **무성 영화**
- 점차 **이미지에 영상과 음악, 음성이 결합된 방식**으로 진화함
- 최근에는 영화의 시청각 동영상에 특수효과가 추가되면서 이용자들의 **몰입감 극대화** 추구
- 영화 배급 방식도 **와이드 릴리스(Wide Release) 방식**으로 진화
- 극장들도 쇼핑몰 등과 결합된 **멀티플렉스(multiplex) 영화관**으로 변신 중임

와이드 릴리스 방식

블록버스터와 같은 대작 영화의 경우 전국 소재 극장에서 해당 영화를 동시에 개봉하는 방식을 의미한다.



영화의 역사

■ Digital Shift

- 영화 제작, 상영, 유통, 소비 방식이 **디지털 전환**을 통해 완전히 바뀌게 됨
- 영화 제작은 **디지털 촬영 장비와 개인 스마트폰으로도 가능하게 됨**
- 영화 상영은 필름이 아니라 **디지털 파일을 극장으로 전송해 영화를 상영하는 방식**으로 변경
- 영화 소비 역시 극장뿐만 아니라 디지털 방송이나 인터넷을 통해 이용 가능하게 됨



출처: Schlaier-Own work(CC BY 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=12970686>).

영화 사업자 구성

■ Production

- 영화 제작사는 (1) **영화 배급사로부터 영화 제작을 의뢰** 받고 영화 제작에 소요되는 (2) **제작비를 지급받은 뒤**, (3) **출연자 및 스태프 등을 구성해** (4) **영화를 제작하는 업무를 담당하게 됨**

■ Distribution

- 영화 배급사는 특정 영화 프로젝트를 기획
- 영화를 제작할 수 있는 감독 및 제작사를 결정하고 영화의 전체적인 흥행 전략을 준비함
- 극장과의 계약을 통해 영화 개봉일 및 출시일, 그 규모 등을 결정함

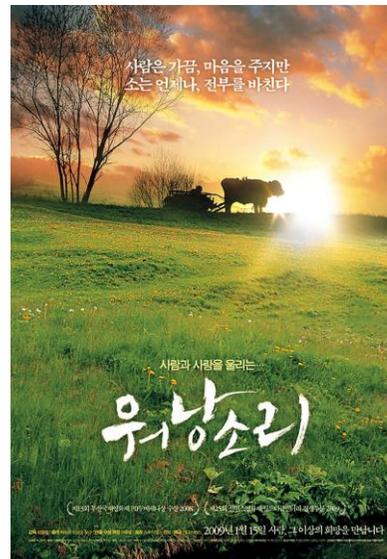
■ Exhibition

- 영화 상영 기업은 극장을 소유, 운영하는 기업을 의미함 (롯데, CJ, 중앙그룹)
- 이들은 영화 총 매출액의 절반 내외의 수익을 확보하게 됨

다양성 영화

▪ Independent Movies

- 다양성(독립) 영화는 기존 스튜디오 시스템을 통해 흥행 중심으로 영화를 제작하는 방식으로부터 자유로운 영화를 의미함
- 이들 영화들은 대체로 영화 감독이나 제작자의 자유로운 자기표현에 근거하고 있음
- 다양성 영화들은 상업적 이익이 우선적이지는 않지만 상업적으로 큰 성공을 기록하는 경우도 있음
(가령, 워낭소리나 동행 등)
- 게다가 일부 다양성 영화들은 사회비판이나 참여 주제의 영화를 만들어 여론을 환기하고 이끌어 가는 경우도 있음
(가령 도가니 등)



영화 제작비 파이낸싱

■ Financing

- 영화제작에는 많은 비용이 투자되기 때문에 대기업 계열 영화 배급사들이 참여하는 경우가 많은 편임
- 국내 영화 한편당 **평균 제작비 40-50억 원**, 미국의 경우 **블록버스터 영화들은 편당 1천억 원** 이상의 제작비 투입됨
- 영화 아바타의 경우 제작비 2천 3백억 원에 세계 매출 3조원 기록함
- 그러나 영화는 **수익성이 담보되지 않는 고위험 투자 비즈니스**임
 - 경기가 좋을 때는 위험을 감수하지만 그렇지 않을 때는 취약한 구조
- 대기업이나 정부 지원을 받지 못하는 영화들은 독자적으로 제작비를 충당해야 함
- 이외에 판권 담보 대출이나 사모펀드, 개인 투자 등 다양한 투자 파이낸싱 방식들이 있음

■ Marketing

- 영화는 단순 티켓 가격 이외에 팝콘이나 음료수 판매를 통해 벌어들이는 수익 규모가 더 큰 비즈니스임
 - 전형적인 플랫폼 비즈니스
- 영화 콘텐츠 역시 극장에서만 개봉하는 것이 아니라 시간 및 공간적 차원에서 연속적으로 수익을 벌어들일 수 있는 마케팅 전략이 필요함
 - **시간적**으로는 창구화 전략(여러 창구에서 영화를 유통시키는 전략)이나 홀드백 전략(특정 영화 창구에서 상영될 영화의 시점을 통제해서 수익을 극대화하는 전략) 등을 적용함
 - **공간적**으로는 극장을 포함해 집, 모바일 공간, 온라인 공간, 해외 시장 다양한 공간적 차원에서 수익을 창출하도록 저작권을 최대한 활용하게 됨
- 영화 흥행을 위해서는 영화 홍보 및 SNS나 포털에서의 영화 평 등의 정보에 대한 다각적인 접근이 필요하게 됨

영화 콘텐츠 제작

■ Content Strategy

- 영화는 고도의 창작물이며 집합적 산물임
- 영화를 기획할 때마다 시대에서 요구하는 트렌드와 새로운 스토리가 필요하게 됨
- 영화가 TV 드라마와 차별화되는 가장 중요한 지점이 **인지적, 감각적 새로움을 영상에 구현**하는 것임
 - 최근 각광을 받고 있는 Virtual Production 도 인지적, 감각적 새로움을 주기 위함
- 영화 제작에는 많은 비용이 투입되는 만큼 리스크를 줄이기 위해 스타 캐스팅을 포함해 인기 감독이나 작가 등을 활용해 화제성을 높이려는 전략 필요성이 나타남
 - 이미 검증된 감독과 스타를 활용하는 전략 이면에는 리스크를 낮추기 위한 의도도 존재
- 영화 콘텐츠의 새로움과 인기 스타 등의 활용을 통해 영화의 상업적 흥행 가능성을 높이려는 전략적 접근이 필요함

집합적 창의성

▪ Collective Creativity

- 개인의 천재성이나 창의성이 반영되는 개인 예술 작품과는 다르게 **영화는 집단적인 상상력이 결합되어 새로운 결과물을 만들어내는 집합적 창의성의 산물임**
- 게다가 좋은 영화를 만들기 위해서는 영화제작에 참여하는 스태프의 창의성이 잘 결합되고 서로 소통될 수 있는 커뮤니케이션 구조가 필수적임 = 영화는 팀플이다!

집합적 창의성

영화와 같은 콘텐츠는 한 개인이 창의적으로 콘셉트를 구성해 만드는 것보다 집단으로 시나리오를 창작하거나 아이디어를 구체화하는 집합적 창의성의 산물로 이해하는 추세이다.

기술이 영화에 미치는 영향: 영화의 시청각 요소와 감각의 진화

■ Audio & Visual Senses

- 영화는 영상 및 음성, 특수효과 등이 결합된 상상력의 산물임
- 이들 영화의 시각 및 청각 요소를 구성하는 요인을 만들어내는 신기술은 영화에 대한 인간의 감각적 인식을 바꿀 수 있음
- 다른 콘텐츠에 비해 영화는 시청각적 영상이나 음성의 효과를 극대화하기 위한 기술적 발전이 계속 이루어져 왔음
 - 물론 TV show 에서는 이러한 기술적 발전이 중요하지만, 영화라는 콘텐츠 장르에서 가장 cutting-edge 를 사용해 옴
 - 사용자들도 그런 것을 기대하고 오기 때문 (눈과 귀가 즐겁기 위해 → 코와 혀와 손은?)
- 가령, 동시녹음이나 돌비시스템, 3D, 가상현실 등의 신기술들은 영화의 몰입감과 현실감을 높이기 위해 시도된 것들임
- 영화 제작, 편집, 전송, 이용방식 등의 측면에서도 디지털 전환을 통해 기존 영화 시스템이 크게 변화해왔음

영화와 사회적 쟁점: 영화의 폭력성, 선정성

■ Problematic Contents

- 영화는 새로운 기술과 결합될 때마다 선정성이나 폭력성 논란을 야기해왔음
- 게다가 지나친 폭력장면 등은 청소년 등에 미치는 해악 정도가 커 이를 검열하거나 규제하려는 시도가 빈번하게 있어 왔음

■ Classification of Contents

- 영화 내용을 직접 사전 규제하는 것은 표현의 자유를 제약할 가능성이 높기 때문에 **영화의 사회적 책임을 위해 영화 등급제라는 시스템을 활용**하게 됨
- 영화등급제는 영화제작자나 창작자의 **표현의 자유를 보장**하면서도 **등급별로 이용자 정서를 보호**할 수 있는 자율규제 방식임
- 국가별로 서로 다른 가치가 반영되는 만큼 영화 등급의 구분이나 기준은 **국가마다 다른 편**임

영화와 사회적 쟁점: 영화 저작권 보호

■ Copyrights

- 영화는 많은 비용이 투입된 만큼 **투자비용을 회수하기 위해서는 다양한 유통 플랫폼에서 계속적으로 수익을 확보해야 함**
- TV, 인터넷, IPTV 등 다양한 플랫폼을 통해 영화 저작권이 유통되고 활용되면서 경제적 이익이 생산되는 구조임
- 영화의 디지털 유통이 늘어나면서 영화저작권이 침해되는 경우가 많은 데 이는 궁극적으로 영화 산업을 위축시키고 영화 콘텐츠에 대한 재투자 의욕을 감소시킬 수 있음
- 따라서 국내외 영화 유통시장에서 나타나는 **영화 저작권 보호는 영화 산업의 발전을 위해 필수적임**
 - 모든 디지털 콘텐츠가 같은 이유로 저작권 보호가 중요한 이슈!
 - 더 많은 소비자에게 노출되는 것보다 중요한 것은 창작자의 창작 Motivation을 유지해주는 것
- 온라인 공간에서 이루어지는 여러 불법적인 영화 파일 유통이 규제되는 이유임

영화와 사회적 쟁점: 영화의 사회적 의제설정

▪ Agenda Setting (영화는 미디어다!)

- 사실이나 역사에 기반을 둔 영화제작이 늘어나면서 영화의 사회적 영향력이 높아지는 추세임
- 이들 영화는 역사적 사실이나 사건 등을 소재로 특정 쟁점을 재조명함으로써 여론을 환기하는 경우가 많게 됨
- <도가니>, <동행> 등과 같은 다양성 영화들은 영화가 다루고 있는 인권 등의 쟁점을 다루어 사회적으로 큰 반향을 일으키기도 함
- 특히 <도가니>는 영화 상영을 통해 단순 여론 환기를 넘어서
관련된 법제의 개정으로까지 연계된 경우임



영화와 문화: 글로벌 영화 문화의 획일성 논쟁

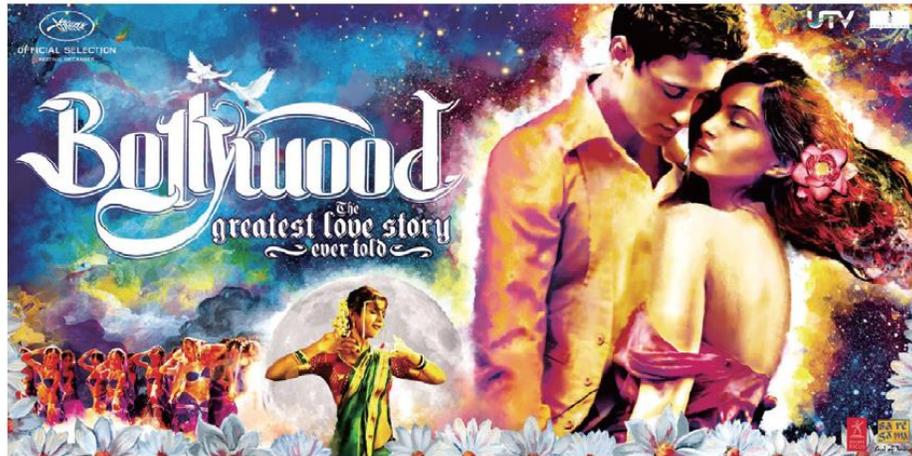
■ Cultural Imperialism?

- 미국은 규모의 경제를 바탕으로 스튜디오 시스템으로 영화를 제작하는데 이들 영화에는 막대한 제작비와 제작 기술들이 투입되어 다른 국가에서 제작되는 영화와는 경쟁이 될 수 없을 정도의 품질 우위와 차별화가 나타나고 있음
- 그 결과 세계 대부분의 국가들이 미국 할리우드 영화에 대한 선호도가 높고 이에 따라 미국계 영화에 의한 글로벌 영화 시장의 과점 현상이 나타나고 있음
 - 영화라는 콘텐츠 특성상 자본이 있는 곳이 흥행을 할 수 있는 구조 → 흥행작이 누적
→ Production country의 사상과 문화가 자연스럽게 수요 country에 녹아 들어감
- 글로벌 영화 시장을 미국 영화들이 독과점하는 일이 늘어나면서 이들 영화에 포함된 가치와 표현들에 대한 동조화 정도가 높아져 글로벌 문화의 획일화가 야기될 가능성에 대한 우려도 늘어나는 것이 현실임
- 미국 영화의 독식으로 인해 자국 영화를 보호하거나 지원하는 정책적 움직임이 늘어나는 추세임
 - **Screen Quota**: 영화관에서 자국 영화 또는 독립 영화 등을 1년에 몇 편 이상 의무적으로 상영하거나, 특정 영화가 일정 수준 이상의 상영관을 점유할 수 있도록 강제하는 법
 - **vs. 소비자 선택권**

영화와 문화: 지역적 영화의 특성화 시도

Regional Movies

- 다만, 일본은 애니메이션으로 특화를 모색하는 한편 인도 영화들은 춤을 기반으로 하는 발리우드 영화를 제작해 나름대로 자국 영화의 장르별 독창성을 유지하고 있음



출처: <http://extmovie.maxmovie.com/x/movietalk/5764920>

독특한 장르를 구축하고 있는 K-액션 영화



영화와 문화: 다양성 영화의 보호

■ Protection of Independent Movies

- 기존 상업 영화 제작 시스템에 의존하지 않는 비주류 영화들은 자유로운 표현의 가치를 담고 있는 만큼 다양성 차원에서 지원 또는 보호 정책의 필요성이 있음
- 대부분의 다양성 영화들은 개인들의 표현물로 상업적인 목적보다는 작가주의나 계몽적 목적을 갖고 만들어지는 경우가 있음
- 이들 영화들은 상업적 시스템으로 지원받지 못하는 만큼 영화의 다양성과 제작 계층을 확대할 수 있다는 차원에서 보호 정책이 필요할 것임
- 영화 다양성은 제작비 지원에서부터 다양성 영화 전용 영화관 설립 지원 등 다양한 방식으로 접근될 수 있음

영화의 미래: 영화 소비 방식의 변화

■ Multiplexing

- 영화 소비공간이 개별 극장에서 백화점이나 쇼핑, 오락 공간을 결합한 멀티플렉스 공간으로 이동함



■ N-Screen

- IPTV나 디지털 케이블TV, 인터넷 포털 등을 통한 VOD 방식의 소비가 늘어나는 한편 가정의 TV와 PC, 모바일 화면 등을 결합하는 N 스크린 방식으로 영화를 이용하는 일이 보편화
- OTT를 통해 배급 → OTT 자체 제작 (오리지널 콘텐츠)

영화의 미래: 영화 투자와 제작 방식의 변화

■ Digital Movie Production

- 영화 기획이나 투자 역시 다양한 영화 플랫폼을 최대한 활용할 수 있는 방향으로 모색될 것임
- 영화 제작이 디지털 방식으로 전환되면서 특수효과와 VR, 3D 등 다양한 영상이 동시에 제작될 수 있는 시도가 늘어날 것임
- 영화 제작 주체 역시 거대 영화사 이외에 1인 영화 제작이 일상화되는 제작 주체의 다원화가 가속화될 가능성이 높을 것임

PBL Team Discussion