

웹캐스팅 구축은 철저한 사전계획과 추진력이 성패좌우

정형화된 표준화 아직 없어
...선진 사례 연구 통한 사업계획 수립 절실



김용섭 (antiys@chollian.net)

연재 순서

- 1 인터넷방송의 이해(이번호)
- 2 인터넷방송 구축
- 3 인터넷방송 운영
- 4 인터넷방송 비즈니스
- 5 우수 인터넷방송 벤처마킹
- 6 인터넷방송 산업현황
- 7 인터넷방송의 이슈와 트렌드
- 8 인터넷방송의 미래

웹캐스팅 구축 단계

웹캐스팅 구축에 있어서 가장 먼저 선행되어야 할 과제는 사업계획의 확정에 있다. 실제로 구축에 임하는 상당수의 경우에는 체계적인 사업계획이 미비한 경우가 상당히 많은데, 사업계획을 통해 전체 구축에 소요되는 일관되는 정책과 전략을 수립하기 때문에 반드시 사업계획 수립에 대한 투자를 바란다.

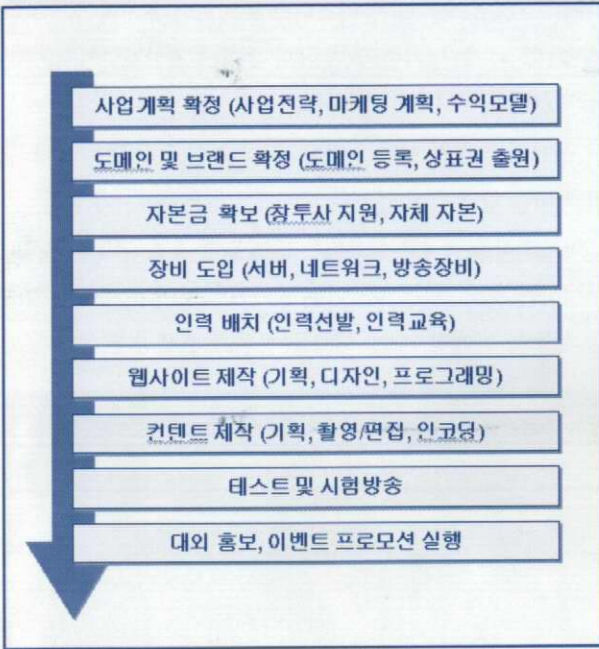
사업계획을 통해 사업전략, 마케팅 계획, 수익모델, 투자계획과 조직구성안 등이 체계적으로 정리되어진 후에 구축작업에 임하는 것이 시행착오와 손실비용(시간 포함)을 줄일 수 있는 최선의 방법이다.

아래 그림에서 제시하는 구축단계에 대한 도식도를 참고하면 전반적인 구축작업에 대한 맥락을 이해하는데 도움이 될 것이다. 일반적으로 사업계획에서부터 인터넷방송 본서비스 시점까지는 2-3개월 이상이 소요된다.

웹캐스팅 기술 도입 전략

웹캐스팅 기술은 표준화는 아직 이뤄지고 있지 않다. 그리고 국산화는 기대할 수 없을 만큼 웹캐스팅 기술의 종주국이라고 할 수 있는 미국의 기술영향력은 막강하다. 웹캐스팅 기술 중에서 가장 대중화되고 또 가장 많이 접근하는 기술구도인 Realmedia와 WMT(Windows Media Technology)가 모두 미국을 본거지로 하고 있는 기술이다.

(그림 1) 웹캐스팅 서비스 기본 구성도



향후 두가지 기술이 시장의 논리에 따라 사설표준화로 이어질 전망이다. 어떤 기술이냐는 아직 속단하기는 이를 만큼 치열한 박빙의 상황이다. 물론 MS의 자본력을 후광으로 삼는 WMT가 다소 유리할 수 있다는 전망이 조심스레 나올 뿐이다. 분명 두가지 기술이 장단점을 가지고 있다.

화질과 음질의 차이를 비교하는 수준에서 그치지 말고 해당 기술이 구현할 수 있는 서비스 영역과 안정성 등에도 고민을 하길 바란다. 웹캐스팅에서의 콘텐츠 언어는 동영상뿐만 아니라 동영상과 연동된 각종 멀티미디어 포맷과 웹브라우저 화면 전체임을 인지하고 접근하길 바란다.

어떤 기술이 우월하냐의 시각이 아니라 자사의 서비스 컨셉과 구현하고자 하는 콘텐츠 전략에 어떤 기술이 더욱 적합할 것인가를 고민해야 할 필요가 있을 것이다.

어떤 기술을 도입하느냐에 따라 어떤 장비를 셋업할 것인가에 대한 전략이 나오는데, 기술 도입을 하기 전에 어떤 사업전략을 구사하기 위해서 어떤 기술이 가장 적합하냐에 대한 판단부터 선행되어야 한다. 따라서 웹캐스팅 기술 도입 전략은 비즈니스 모델과 사업아이템에 근거해서 수립되어지는 것이다. 따라서 사업타당성에 대한 분석과 비즈니스 모델에 대한 과학적 접근이 없는 상태에서 성급한 기술도입은 지양하길 바란다.

웹캐스팅 구축소요 장비

웹캐스팅 시스템을 위해 소요되는 장비는 크게 Server장비군, Network 장비군, Encoder 장비군, 영상촬영 장비군 등으로 분류될 수 있다. 각 장비군은 전체적인 사업전략과 사업규모 등에 따라 일관화된 장비도입계획안을 세워서 구축해야 한다.

자칫 추상적인 사업안에 근거하여 장비도입을 할 경우에는 구축시스템의 활용성을 하락시키는 시행착오를 초래할 수 있다.

Server 장비군에는 Web Server, Streaming Server, DB Server, Firewall Server, Mail Server 등을 운용하는 H/W Server와 함께 운영체제와 스트리밍 솔루션 등의 S/W 등으로 구성된다. 가장 많은 비용이 소요되는 영역으로서 안정성을 고려한 설계가 우선이다. 일반적으로 Compaq, IBM, Hujisu, DELL 등의 서버 제품이 선호되는 편이다.

Network 장비군에는 인터넷 전용선, Swiching Hub System, 내부 네트워크 공사 및 운용체제 등으로 구성되는데, IDC(Internet Data Center)를 이용하는 것이 효율적이다. 네트워크는 전체 스트리밍 서비스의 대역을 결정하는 주요한 요인이므로 서비스의 성격과 동시접속 규모 등을 고려하여 안정적인 설계를 해야 한다. 일반적으로 Sisco, Intel 등의 네트워크 장비가 선호되는 편이다.

Encoder 장비군에는 Encoder로 운용할 워크스테이션급 PC(REM 256MB 이상 권장)와 Video Capture Board, 인코딩을 위한 스트리밍 솔루션의 제작용 S/W 등으로 구성된다. 캡처보드는 Osprey, DVrex, MIRO 등의 제품이 선호되는 편이고, 인코딩 솔루션으로는 스트리밍 서비스에 준한 기준이므로 Real Producer와 WMT의 저작틀이 선호된다.

영상촬영 장비군은 디지털 캠코더, 디지털 편집장비, 스위처, 비디오텍, 모니터, 조명 및 마이크 등의 H/W와 디지털 논리니어 편집용 S/W 등으로 구성된다. 촬영 및 편집장비로는 SONY의 영상장비가 선호되는 편이며, 디지털 논리니어 편집 S/W는 Adobe사의 Premiere가 선호되는 편이다.

장비도입은 사업 초기비용의 큰 부분을 차지하는 영역이므로 시행착오비용을 발생시키지 않도록 최적의 장비를 설계하고 도입하는 전략이 중요하다. 장비도입을 위한 설계 기준은 해당 사업의 방향과 영역, 규모와 서비스 품질의 정도 등을 총체적으로 감안해야 한다.

웹캐스팅 조직구성 원칙

웹캐스팅 조직 구성의 기본 원칙은 기획과 마케팅 접근성의 전문인력을 우선배치하는 것에 있다. 이는 웹캐스팅 조직이 전체의 사업방향과 목적에 가장 최적화된 부합을 위해서 필요한 것이다. 아울러 기존 미디어 분야에서의 경험과 웹캐스팅 비즈니스의 전략적 기획 경험을 확보하는 것도 중요시 된다. 웹캐스팅 비즈니스가 콘텐츠 비즈니스이자 미디어 비즈니스이므로 미디어 전문성과 마케팅 전문성, 콘텐츠 기획 전문성,

웹캐스팅 운용 기술전문성 등이 반드시 고려되어야 한다.

웹캐스팅 조직은 기존 비즈니스 조직보다 유기적이어야 한다. 기획, 마케팅, 기술 등 분야의 유기적 결합정도가 상당히 높은 서비스 영역이기 때문이다. 콘텐츠를 만들고, 이를 기술적 구현과 안정적 서비스 제공, 그리고 이를 통한 마케팅 구현과 매출 확보 등이 일관된 기초에서 운용되어야 한다.

아웃소싱을 적극적 활용하는 방법을 통해 슬림화된 조직을 구성하는 것도 필요하다. 이는 웹캐스팅 분야가 새로운 기술과 새로운 마케팅 기법, 새로운 콘텐츠 컨셉과 트렌드 등의

〈표 1〉 웹캐스팅 구축 소요장비 리스트

구분	내용
서버 장비 일체	-Web Server -Streaming Server -DB Server -Firewall Server
Encoding 장비 일체	-Video Capture Board (인터넷 생중계용) -Digital Encoding station (일체형 or 조립형)
Streaming S·W	-Realmedia Server S·W -Realproducer 등 제작 Tools -WMT Server S·W -Media Encoder 등 제작 Tools *스트리밍 서비스 기술을 Real, WMT 중 하나를 채택(혹은 둘다 병행)
업무용 PC	MMX2 300, 128Ram, HDD 8G, 17" Monitor, Lancard, Video capture Card 등을 갖춘 고급 사양의 데스크탑과 일반사양 이상의 노트북 컴퓨터
네트워크 장비 일체	-Switching Hub System -내부 인트라넷 구축 -인터넷전용선 *데이터센터 이용하는 것이 안정적이고 효율적임
업무용 S·W	-NT (or UNIX, LINUX), SQL, Exchange, Firewall... (시스템 관련) -Adobe Premiere, Photoshop, illustrator, MM Director, Flash, 3D producer ... (멀티미디어 제작 관련) -웹사이트 분석 프로그램
영상제작 장비	-디지털 캠코더(3CCD) or 일반 캠코더·베타캠 -비디오 DECK (Beta, VHS) -TV Monitor -조명 세트 일체 -마이크 세트 일체 -오디오 스위치 -캠코더 소모품(케이블, 테이프 등) -디지털 편집기
기타	-Blue Screen (or Green Screen) -VDA (비디오 분배기) -타블렛 스캐너

변화가 잦은 영역이므로 외부 전문가의 아웃소싱을 통해 변화상황에 대한 신속한 대처도 필요하기 때문이다.

인력구성은 자체 인력 확보개념의 상근직과 프리랜서를 통한 비상근 운용의 활성화 등의 두가지가 병행되어야 한다. 특히 콘텐츠 제작분야에서의 실무 제작인력(촬영, 편집, 구성 등)의 비상근 활용으로 인건비 부담을 줄이는 것도 좋은 방법이다. 소규모의 벤처기업 접근사례에서 웹캐스팅 투여 비용 중 가장 많은 비중을 차지하는 것이 초기 장비구축비와 인건비이다.

특히 인건비는 고정지출내역이므로 운용에 있어서의 고정적인 비용부담을 가질 수밖에 없다. 따라서 최적의 인력구성안 도출과 단계적 인력확충 계획이 초기 접근시에는 긍정적일 수 있다. 물론 이는 단기에 필요로하는 해당 인력을 모두 수급하기 어렵다는 현실을 감안해서이기도 하다.

현재 웹캐스팅 분야 전문인력이 부족한 상황으로 대다수가 실무를 통해 전문인력으로 양성되어가고 있는 실정이다. 그러다보니 신규업체로서는 인터넷방송 경력자를 구하기가 상당히 힘들다. 특히 기획과 마케팅 분야의 인력은 구할 수조차 없을 정도로 극소수가 활동하고 있을 뿐이다.

따라서 인력을 확보하는 것이 조직구성에 있어서 가장 중요한 변수가 될 수 있다. 웹캐스팅 전문인력을 확보하는 전략과 함께 기존 미디어 분야와 마케팅 분야 등 운용가능한 영역의 인력을 확보하여 웹캐스팅 전문성을 갖추게 하는 접근전략도 고려되어야 한다.

현재 전문교육기관으로는 채널아이티 웹캐스팅 전문가 과정, 능률협회건설링 웹캐스팅 전문가 과정, 서강대 방송아카데미 인터넷방송과정, SBS방송아카데미 웹방송 PD과정 등 10여개 기관 미만이다. 대부분의 교육기관이 2000년을 기점으로 시작되나, 현재로서는 전문 교육기관에서 웹캐스팅 과정을 이수한 인력의 숫자는 미미한 수준이다.

2000년 하반기를 기준으로 연간 1000명 정도의 인력배출이 가능한 상황이다. 인터넷방송국 수가 2001년에 1000여개

정도가 늘어날 전망에 비춰본다면 해당분야 전문인력의 수급현황은 당분간 공급부족을 겪을 수밖에 없는 실정임을 감안해야 한다.

따라서 해당인력의 경력자를 채용하는 방법과 함께 기존 확보된 인력의 재교육을 통한 전문가 양성이 제기되어야 한다. 기존 비즈니스 영역에서 웹캐스팅으로의 전환이나 병용 등을 취하는 사업체에서는 이러한 재교육 방법이 더 효율적일 수 있음을 인식할 필요가 있다.

따라서 인력을 확보하는 것이 조직구성에 있어서 가장 중요한 변수가 될 수 있다. 웹캐스팅 전문인력을 확보하는 전략과 함께 기존 미디어 분야와 마케팅 분야 등 운용가능한 영역의 인력을 확보하여 웹캐스팅 전문성을 갖추게 하는 접근전략도 고려되어야 한다.

웹캐스팅 사업 접근시 주요 시행착오

일반적 시행착오는 발전을 위한 필수 과정이라고 하지만 비즈니스에서의 시행착오는 가급적 피해가는 것이 최선이다. 시행착오를 통해 사업성의 가치절하나 투자비용 및 시간의 손실 등의 출혈을 하게되는 것이 과거 전통적 비즈니스에서도 두려운 존재였지만, 인터넷 기반의 비즈니스에서는 더욱 두려운 존재로 인식되고 있다. 급속히 변화하는 시장환경, 누구나 뛰어 들 수 있을 정도의 낮은 시장진입 접근성, 저비용으로 고효율을 거둬야하는 기본 전략 등을 감안하면 웹비즈니스에서의 시행착오를 방지하기 위한 노력은 치열할 수밖에 없다.

초기 국내 웹캐스팅 산업은 산업적 기반조차 확보하지 못한 열악한 상황이었고 해당 비즈니스에 대한 접근전략에서도 아마추어리즘이 강했다. 최근 웹캐스팅 비즈니스가 본격적 산업영역으로 인식이 되고는 있지만 아직까지 대다수의 업체들이 시행착오를 피해나가지 못하는 상황이다. 지금부터 국내 웹캐스팅 업계에서 발생한 주요 시행착오 내용을 살펴보기로 한다. 누구나 쉽게 알고 이해할 만한 것이 가장 많은 시행착오임을 명심하길 바란다.

● 웹캐스팅 비즈니스의 4대 시행착오

- 첫째, 일반화된 콘텐츠 컨셉 접근
- 둘째, 비즈니스 모델 부재
- 셋째, 전문 조직 구성 미흡
- 넷째, 장비구축의 조급증

(1) 일반화된 콘텐츠 컨셉 접근

- '누구나 같은 배를 탄다면?'

국내 웹캐스팅 콘텐츠의 70% 정도가 음악관련이고, 좀더 범위를 넓혀 전체의 85% 정도가 엔터테인먼트 관련된 것이라는 사실은 우리에게 많은 점을 시사한다. 누구나 엔터테인먼트가 고부가가치임을 알고 접근을 한다. 누구나 스타산업에 집중하여 연예인과 관련한 정보를 제공하는데 주저하지 않는다. 사실 이 정도는 누구나 알만한 일반적인 정보이다.

웹캐스팅 산업에 뛰어드는 대다수가 누구나 알만한 일반적인 정보에 기반을 두고 사업접근을 하고 있다는 점은 상당히 위험한 발상이다. 엔터테인먼트 산업이 가지는 미래가치는 높지만, 누구나 이 분야에 집중한다면 치열한 경쟁이 과열양상으로 확산될 것은 불 보듯 뻔하다.

누구나 좋은 콘텐츠라고 주저하지 않는 분야에는 누구나 접근할 수 있고, 누구나 접근하여 콘텐츠를 생산하는 분야는 치열한 경쟁과 과도한 투자 등으로 인해 수익성을 높이기엔 많은 무리가 따른다. 엔터테인먼트에 대한 지나친 편중으로 인해 다수의 틈새들을 외국업체에게 선점당하는 결과를 낳게됨을 인식해야 한다.

국내에서 엔터테인먼트에 집중하는 사이 외국에선 정보통신, 문화, 예술, 교육, 경제, 뉴스 등의 분야에서 다양한 틈새를 찾아내고 공략을 한다면 어떻게 될 것인가? 웹캐스팅 콘텐츠는 국지적 기반의 비즈니스가 아니다. 국제적 기반을 찾아내는 것이 중요한 시기에 우리는 너무나 일반적인 접근과 아마추어리즘에 빠져있다는 것이다.

국내의 웹캐스팅 콘텐츠가 가지는 지나친 편중현상은 국내의 웹캐스팅 산업의 외형은 발전시킬지 모르나, 실질적인 발전성과를 거두는데는 기여하지 못함을 인식해야 한다. 누구나 생각하는 분야인 엔터테인먼트라는 일반적 접근사례가 증가하면서 국내 웹캐스팅 산업에 폭발적인 성장세를 기록하고 있는 것은 사실이나, 이들이 대다수 장기적인 비전을 갖지 못

한 채 붐을 조성하는 단기적 역할만 하고 사라질 수 있다는 위기의식을 가져야 할 것이다.

(2) 비즈니스 모델 부재

- '추상적 매출계획은 없느니만 못하다!'

웹캐스팅을 취미로 접근하지 않는 한, 비즈니스 모델에 대한 중요성은 고민해야한다. 웹캐스팅을 기존 방송미디어로 오인하고 광고를 통한 비즈니스 모델을 수립하고 접근하는

사례가 상당히 많다. 하지만 웹캐스팅 미디어가 광고를 통해 안정적 수익구조를 확보하고 있는 곳은 국내에 거의 없다. 이는 웹캐스팅을 인터넷방송으로 불리면서, 익히 알고있던 방송(공중파)과 동일선상에서 비즈니스를 접근했기 때문이라는 치명적 시행착오에 근거한다. 기존 미디어(방송, 신문 포함)가 해당 미디어가 가지는 소수의 유한자원(전파, 지면, 시간 등)이 가지는 가치를 광고라는 형태로 환금하는 기반이었던데 반해, 웹미디어에서의 자원은 무한에 가까운 다량의 유한자원으로 자원자체가 가지는 환금성이 지극히 낮은 기반이다.

또한 웹미디어는 능동적, 쌍방향 접근 구조라는 특징으로 인해 일방성 개념의 광고를 유지하기에 한계를 갖고 있기도

한다. 또한 웹미디어의 진입장벽이 낮은 관계로 누구나 쉽게 웹미디어에 접근하고 누구나 쉽게 광고시장을 갖고 있기에 광고시장이 가지는 가치가 낮아질 수밖에 없다. 광고를 제외한 비즈니스 모델은 무엇이 있는가? 대부분의 웹캐스팅 업체의 최대 시행착오가 바로 이것이다. 대개가 광고를 주요 비즈니스 모델로 설정하였던 반면, 그 외의 비즈니스 모델 수립에는 실패하고 만 것이다.

단기적인 매출을 확보하지 못한 채 향후의 미래가치만 추상적 수익구조로 설정하고 있는 것이다.

체계적이고 과학적인 비즈니스 모델을 통해 현재적 매출과 미래가치 창출 등 각 단계상황에 맞는 탄력적 비즈니스 모델을 수립하고 이를 단계별, 연차별로 적용해나가는 것이 필요하다.

국내의 웹캐스팅 콘텐츠가 가지는 지나친 편중현상은 국내의 웹캐스팅 산업의 외형은 발전시킬지 모르나, 실질적인 발전성과를 거두는데는 기여하지 못함을 인식해야 한다. 누구나 생각하는 분야인 엔터테인먼트라는 일반적 접근사례가 증가하면서 국내 웹캐스팅 산업에 폭발적인 성장세를 기록하고 있는 것은 사실이나, 이들이 대다수 장기적인 비전을 갖지 못한 채 붐을 조성하는 단기적 역할만 하고 사라질 수 있다는 위기의식을 가져야 할 것이다.

(3) 전문 조직 구성 미흡

- '인사(人事)가 만사(萬事)

전문인력의 중요성은 어떤 분야든 마찬가지이고, 특히나 웹비즈니스에서는 전문인력을 확보와 이를 통한 안정적 조직 전문화는 중요한 과제임에 틀림없다. 그러나 신생분야이니만큼 전문인력이 없을 것이고, '없어서 못구하는 것이다' 라고 생각하기 십상이다. 하지만 실상은 그렇지 않다.

웹캐스팅이란 영역은 신생분야이지만, 웹캐스팅 비즈니스가 갖고있는 근간에는 미디어 마케팅, 콘텐츠 제작, 웹비즈니스 등의 기존 분야가 고스란히 녹아 들어 있다. 따라서 웹캐스팅 조직을 구성하기 위해서는 기존에 미디어 분야에서 마케팅을 한 전문성과 각종 멀티미디어를 제작하는 전문성, 그리고 웹비즈니스의 전문성과 웹서비스와 네트워크 등에 대한 전문성 등을 갖춰야 가장 안정적일 수 있다.

하지만 실상은 그렇지 못하다. 대개 방송전문성을 강조하는 인력구조나 웹서비스 구현과 기술전문성을 강조하는 인력구조 등의 두 가지로 구분된다. 웹캐스팅이 미디어와 콘텐츠, 거기에 마케팅과 비즈니스, 기술과 네트워크 등의 3

자 구도가 결합한 체제임에도 불구하고 대다수가 3자 구도를 조직으로 구성하지 못하고 한 두가지씩을 빼먹고 만다.

그리고 3자의 전문인력을 확보한다 하더라도 3자 구도를 중간에서 연결시키고 조율해줄 PM(Project Manager)을 제대로 확보하지 못하기도 한다. 최선의 조직구성을 위해서는 미디어와 마케팅 분야의 기획인력이 PM으로 조직을 장악하고, 여기에 기술전문성, 기획전문성, 제작전문성이 배치되어 저서 유기적 결합체제를 만들어야 한다.

조직구성에 있어서의 가장 많은 시행착오가 웹캐스팅 기술 인력 중심으로 구성하여 콘텐츠의 전문성과 마케팅이 미흡하다는 것이고, 그 다음으로 많은 시행착오가 기존의 방송미디어 인력에 의한 접근성으로 인해 웹의 특성에 맞는 콘텐츠 제작과 마케팅이 미흡하다는 것이다.

(4) 장비구축의 조급증


- '어떤 기준에서 장비를 구축해야 하는지도 모르고?'

웹캐스팅에 접근하는 대다수의 사업자가 초기에 가장 중점을 두는 분야가 장비구축이다. 어떤 장비를 얼마에 사서, 어떻게 구축하느냐가 주된 관건이었던 것이다. 하지만 장비라는 것은 해당 사업의 전략과 방향, 규모에 따라서 달라지는

것인데 그것에 대한 고려는 부재했다. 그로 인해서 불필요한 장비를 구매하거나, 장비의 효율성을 극대화시키지 못하는 시행착오를 낳게 되었다. 대부분의 관련 장비가 수입품인지라 이렇게 발생한 장비구축에서의 시행착오는 고스란히 국가적 낭비요인으로 남게 되었다.

웹캐스팅 사업을 하기 위해서는 사업 타당성과 구체적인 사업계획, 비즈니스 모델 등이 수립되고 이에 준한 장비와 시스템 도입이 이뤄져야 함에도 불구하고 장비구축의 조급증 때문에 장비부터 구입하며 사업에 접근하는 치명적 시행착오를 범하고 만 것이다. 덕분에 웹캐스팅 관련 장비를 취급하는 SI업체는 호황을 누리게 되었고, 웹캐스팅 사업을 통해 수익을 거둔 대다수의 업체가 이러한 SI 비

즈니스를 통해 매출을 확보하게 되었다.

장비구축의 조급증이 해당 산업의 외형적 몸불리기에 많은 기여를 했고, 이로 인해 국내에서 웹캐스팅에 대한 사회적 관심을 고조시키는데에는 많은 기여를 했지만 결국은 국내의 웹캐스팅 산업의 토양을 약화시키는 결과를 초래하는 역할을 하고 말았다. 물론 아직까지 웹캐스팅 산업이 초기이기 때문에 장비구축의 조급증이 가지는 시행착오를 심각하게 받아들이지 않을 수도 있다. 

웹캐스팅이란 영역은 신생분야이지만, 웹캐스팅 비즈니스가 갖고있는 근간에는 미디어 마케팅, 콘텐츠 제작, 웹비즈니스 등의 기존 분야가 고스란히 녹아 들어 있다. 따라서 웹캐스팅 조직을 구성하기 위해서는 기존에 미디어 분야에서 마케팅을 한 전문성과 각종 멀티미디어를 제작하는 전문성, 그리고 웹비즈니스의 전문성과 웹서비스와 네트워크 등에 대한 전문성 등을 갖춰야 가장 안정적일 수 있다.