

모두에게 좋은 무기를 종합 방송 플랫폼 만드는 스타십벤딩머신

어린 아이부터 할머니, 할아버지까지. 유튜브를 통해 누구나 영상을 제작하고 소비하는 1인 방송 시대가 확장되고 있다.

스타십벤딩머신은 퍼프 플랫폼을 통해 일반인도 쉽고 빠르게 고품질 영상 콘텐츠를 제작할 수 있도록 돕는다.

글 김태환 머니투데이방송 기자 kimthin@mtn.co.kr



‘유망직업 1위 유튜버’ 최근 구인구직 플랫폼 사람이인 성인 남녀 3,543명을 대상으로 ‘유튜버 도전 의향’에 대해 조사한 결과, 절반이 넘는 63%가 ‘그렇다’고 답한 것으로 나타났다. 20대의 70.7%가 유튜버를 꿈꾼다고 밝혔고, 30대(60.1%), 40대(45.3%), 50대 이상(45.1%) 순으로 집계됐다. 20세 이상 전 연령층에 걸쳐 대다수 사람들이 유튜버 도전을 고려하고 있는 셈이다.

다만 아직까지 일반인이 1인 방송을 하기엔 제약이 많다. 촬영

장비를 스마트폰으로 대체한다고 해도, 영상을 맛깔나게 편집하고 수정하기가 어렵다. 방송국이나 전문 편집 PD가 사용하는 편집 툴(Tool)은 복잡하고 어려운데다 프로그램 가격도 만만치 않다.

1인 방송을 꿈꾸는 사람들을 위한 우주선 자판기

스타십벤딩머신이 만든 퍼프 플랫폼은 1인 방송을 꿈꾸는 사람들이 손쉽게 편집할 수 있도록 지원한다. 복잡한 설정이나 전문

스타십벤딩머신
라이브 스트리밍 서비스



용어 없이 직관적으로 수정할 수 있다. 방송국의 다중방송을 구현하는 기술도 한국콘텐츠진흥원(이하 콘진원)의 지원을 받아 개발하고 있다.

스타십벤딩머신(starship vending machine)이라는 회사 이름을 직역하면 ‘우주선 자판기’다. 전수영 대표는 우주선을 자판기에서 뽑아서 쓰듯, 첨단 기술이 일상생활 속에 녹아 들어가는 세상이 올 것이라는 의미를 회사명에 담았다고 설명했다.

전 대표는 지금까지 음반과 뮤직비디오를 제작하거나 공연 페스티벌을 개최하며 콘텐츠 분야에서 10년 넘게 활동하고 있다. 케이블TV 프로그램과 영화를 공동으로 제작하는 프로젝트를 진행하면서, 앞으로 영상과 기술이 융합해 새로운 플랫폼으로 발전해 나갈 것이라는 생각을 하고 창업에 나섰다.

최근 콘텐츠산업에 양극화가 심화되고 있다. 전문 프로덕션이 비용과 인력을 투입해 만드는 고품질 콘텐츠와 소규모 크루나 개인들이 제작하는 콘텐츠로 구분된다. 소규모 개인방송은 고품질 콘텐츠와의 경쟁에서 품질로 이기기 힘들다.

스타십벤딩머신은 개인 방송에서도 고품질 콘텐츠를 생산할 수 있도록 지원한다. 일반인들이 쉽고 빠르게 고품질 영상을 만들 수 있도록 합성과 편집, 특수효과 같은 비주얼 컴퓨팅 기술을 연구한다.

전수영 스타십벤딩머신 대표는 “개인이 좋은 무기(편집 기술력)를 가질수록, 사회전반에 걸쳐 기술 인프라가 확충될수록, 수익 구조가 명확해질수록 굉장히 많은 사람들이 참여할 것”이라며 “좋은 콘텐츠 생산과 성공 사례가 늘어 더 많은 사람들이 참

여하는 선순환이 이뤄질 것”이라고 덧붙였다.

NCT드림이랑 같이 방탈출하자!

퍼프 플랫폼은 크게 두 가지 역할을 한다. 콘텐츠 제작 도구를 지원하고, 완성된 콘텐츠를 다른 수익과 연결시키고 알린다. 퍼프를 이용하는 사람은 주로 일반인들이다. 그래서 간단한 버튼 몇 가지만 누르면 대부분의 편집 툴 기능을 이용할 수 있도록 설계했다. 자막 삽입은 물론, 기본적으로 제공되는 이미지를 활용해 예능 프로그램 같은 효과를 낼 수도 있다.

사용하기는 쉽지만 밑단에 들어가는 기술은 고차원적이다. 영상합성기술과 얼굴 추적 인식, 캡처 기술이 모두 조합된다. 대부분은 1인 방송에 맞춰 모바일을 활용한 실시간 방송에 최적화된 기능으로 꾸려져 있다.

이용자들은 퍼프 플랫폼에서 콘텐츠 시청과 생산, 두 가지를 모두 할 수 있다. 생산하는 사람들은 라이브방송을 진행하거나 촬영한 콘텐츠를 업로드한다. 15초 내외의 짧은 콘텐츠도 올릴 수 있다.

퍼프 사이트에는 스타십벤딩머신이 자체적으로 제작한 콘텐츠와 이용자들이 만든 콘텐츠 두 가지가 서비스되고 있다. 자체 제작 콘텐츠는 시청자와 상호 소통을 중요시한다. 실제 올해 2월 SM엔터테인먼트와 협업해 아이돌 그룹 NCT드림과 함께 인터랙티브 라이브 방송을 선보였다. 예능 프로그램을 생방송으로 진행하면서, 진행 방향을 시청자들이 직접 선택할 수 있도록 유도했다.



퍼프가 제공하는 자체 콘텐츠.

NCT드림의 멤버들은 방탈출 카페에서 숨겨진 단서를 찾아 문제를 풀고, 탈출해야 한다. 선택의 기로에서 시청자들이 의견을 낼 수 있도록 화면에 선택지가 떠오르고 투표를 진행한다. 더 많은 표를 얻은 쪽으로 NCT드림 멤버들이 움직인다.

특히 마지막회에서는 미디어 커머스를 실험하기도 했다. NCT드림이 출연했던 영상, 자료화면, 비하인드썸을 활용해 굿즈를 제작하고, 구매 유도 쿠폰을 투표 참여 시청자에게 배포했다. 당시 방송에서 매출이 6,500만 원 가까이 나타났다. 참여하는 것 자체에 대한 재미가 구매로 자연스럽게 연결된 셈이다.

콘텐츠 창작자들은 도네이션(기부)을 받는 것과 추후에 광고 수익을 정산 받는 두 가지 형태의 수익구조를 통해 보상을 받는다. 퍼프는 미디어 커머스처럼 구매로 이어질 수 있도록 연결시켜주는 시스템을 통해 타 플랫폼과의 차별화 요인을 만들었다. 예를 들어 창작자가 라이브 방송을 진행하거나 영상을 올릴 때 링크를 삽입할 수 있게 한다. 시청자들은 링크를 활용해 관심 분야 관련 콘텐츠를 확인할 수 있다.

신뢰 UP! 신임 UP!

최근 스타십벤딩머신은 콘진원 지원을 받아 '멀티 모바일 기기 영상 편집 방송 시스템' 구축 사업을 추진하고 있다. 이 시스템은 스마트폰 다섯 대를 실시간으로 연결하고, 폰 5대 중 4대를 카메라로 사용할 수 있도록 한다. 1대는 '디렉터 폰'으로 다른 4

대의 화면을 선택하고 방송할 수 있도록 돕는다.

음악 프로그램에서 아이돌 그룹의 공연을 촬영할 때 여러 대의 카메라가 다른 각도와 방향에서 다양한 화면을 잡는다. 감독은 이 중에서 특정 카메라의 화면을 선택해 방송으로 송출한다. 이런 방송국의 중계 시스템을 스마트폰으로도 할 수 있도록 지원하는 셈이다.

이렇게 하면 개인 창작자가 지금보다 훨씬 더 다양한 시도를 할 수 있다. 여러 장면을 동시에 포착해 필요한 것만 나오도록 하거나, 뉴스처럼 디렉터는 방에서 또 다른 콘텐츠 창작자는 외부에 나가 있는 상태에서 필요한 영상을 전달할 수도 있다.

전수영 대표는 콘진원 지원사업이 연구개발(R&D)을 기반으로 하는 기업에 큰 도움이 된다고 설명했다. 무엇보다도 한 번 지원을 받아 개발에 성공했을 때 생기는 신뢰와 일을 믿고 맡길 수 있다고 보는 신임도 상승이 가장 큰 장점이라고 강조했다.

콘진원에서 대외적으로 네트워킹을 지원하고, 홍보를 도와주는 점도 장점이라고 말했다.

한편 전 대표는 앞으로 콘텐츠산업이 활성화되면 장르 간 경계를 허물어야 한다고 조언했다. 아직까지 레거시 미디어에 국한된 분류에 따라 움직이는 게 아쉽다며 "기존 미디어가 다양한 기술과 함께 섞이는 흐름에 따라 콘텐츠와 기술, 플랫폼을 구분하지 않고, 어떻게 해야 시너지를 낼 수 있을지 포인트를 잡아 지원하길 기대한다"고 말했다. **N**

INTERVIEW

시청자가 함께 만들어 가는 콘텐츠

전수영 스타십벤딩머신 대표



퍼프 플랫폼 이용 방법은.

유튜브나 아프리카TV를 보는 것처럼 똑같이 이용하면 된다. 영상을 업로드하는 것도 틱톡이나 인스타그램 같은 SNS라고 생각하고 올리면 된다. 다만 양질의 콘텐츠가 많을수록 사용자 유입이 늘어나기에 회사는 콘텐츠의 양과 질을 늘리는데 중점을 두고 있다.

시청자를 끌어들이 콘텐츠는 어떻게 만드나.

아이돌 그룹 같은 스타를 활용해 직접 고품질 콘텐츠를 제작하고 있다. 또 직접 참여할 수 있도록 만들어 '시청자가 함께 만들어 가는 콘텐츠'라는 느낌을 극대화하려고 노력하고 있다.

직접 제작에는 한계가 있지 않나.

제작자와 일반인의 중간층인 '프로슈머'를 늘리는 전략도 추진하고 있다. 크리에이터들에게 확실하게 영상을 만들기 좋은 도구를 쥐어주려고 한다. 제작할 때 시간과 비용을 줄여주거나 수익화 부문에서 다른 플랫폼보다 이득이 더 크다면 퍼프 플랫폼으로 프로슈머들이 유입될 것이다.

영상 편집 응용 기술은 어디까지 적용됐나.

현재까지 공개된 기술은 영상합성기술, 얼굴 추적 인식 캡처 기술이다. 모바일로 이용할 수 있다. 다만 다른 영상을 현재 내 영상에 합성하는 기술은 PC버전에서만 이용할 수 있다.

아이돌 같은 유명인 섭외는 어떻게 하나.

지난해 SM엔터테인먼트로부터 투자를 유치했다. 앞으로 소속 아티스트를 활용한 콘텐츠를 지속해서 제작할 계획이다. 또 연관 사업들도 함께 추진한다는 방침이다. 아이돌 그룹을 활용한 유료 콘텐츠 판매나 팬덤에게 주는 혜택을 활용해 시청자를 유입시키는 방안도 고려하고 있다.

다른 플랫폼에서 활약하는 프로슈머 영입 계획은.

유튜브나 아프리카TV에서 활동하는 분들에게 무조건 퍼프 플랫폼으로의 이동을 요청할 수는 없다. 우선은 퍼프를 함께 사용하도록 유도하는 방식으로 접근하려 한다. 예를 들어 유튜브를 그대로 이용하면서도 중간에 퍼프 툴을 활용해 영상에 다른 효과를 주게끔 한다. 또 퍼프에 방송을 함께 송출하면 수익을 추가로 얻을 수 있도록 지원하는 형태다.