

# 해외 방송 업계의 디지털 혁신을 위한 메타버스 도입 사례

- ▶ 각종 디지털 콘텐츠 플랫폼의 강세에 주목한 전통방송사들이 혁신을 위한 동력으로 ‘메타버스’에 주목
  - 방송 업계는 차세대 디지털 전환 전략의 일환으로 전통 방송 산업과 메타버스 간 융합을 시도하는 움직임이 활발해졌으며, 각종 프로젝트를 통해 메타버스와의 접목을 시도
  - 방송 업계는 메타버스 인프라 구축, TV 예능 IP를 메타버스에서 활용한 몰입형 예능 제작, 블록체인 및 NFT 기반 미디어 콘텐츠 공유 체인 개발, 메타버스를 통한 시청각 콘텐츠 송출 등을 통해 메타버스를 다양한 방송 환경에서 활용할 수 있을 것으로 기대(출처: 중국 전매대학 산하 미디어 융합 및 전파 국가 중점연구원의 Cao Sansheng 부원장)

## 방송 콘텐츠 기획

- ▶ 각국 방송사들이 기존 방송 콘텐츠를 메타버스 공간으로 확장하거나 메타버스 관련 기술을 적용하여 방송 콘텐츠의 고도화 추진



●●●● 사례1 ●●●●  
미국 NBCUniversal의 인기 심야 토크쇼 프로그램 <The Tonight Show>는 메타버스 공간에 진출하여 게임, 광고, 각종 이벤트를 통합적으로 제공하며 몰입형 경험을 구현



●●●● 사례2 ●●●●  
중국의 장쑤 위성 TV(江苏卫视)는 2022년 11월 가상 인간, AR 기술을 활용한 예능 <2060 元音之境>을 선보이며 “2060”을 고유 브랜드로 육성

## 방송 기술 고도화

- ▶ 방송환경에 각종 신기술을 접목하기 위한 다양한 연구개발 활동과 기술 제휴 및 기업 인수 추진



●●●● 사례1 ●●●●  
미국의 WBD(Warner Bros. Discovery)는 할리우드 주요 스튜디오 제작 영화 중 처음으로 <The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring>의 NFT를 출시



●●●● 사례2 ●●●●  
일본 Sony는 스포츠 경기 데이터를 기반으로 3D 애니메이션 콘텐츠를 제작하는 Beyond Sports 인수를 통해 가상 현실 공간에서 스포츠 선수들의 움직임을 더 정확하고 실감 나게 구현하는데 적절한 노하우를 확보