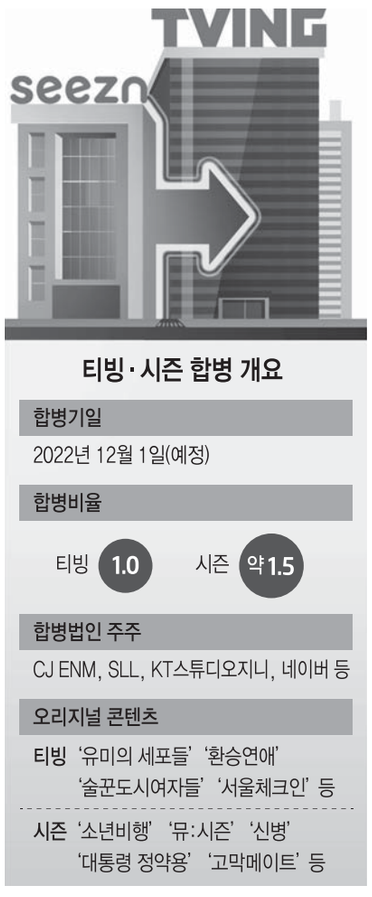
KT 시즌, 11월 30일 자정 서비스 종료



CJ ENM '티빙'과 합병 임박
콘텐츠 이관·임직원 재배치 분주
통신사 요금제 혜택도 정리 수순
양사 시너지 연말께 본격화 전망

온라인동영상서비스(OTT) 티빙에 흡수합병되는 KT그룹 OTT '시즌'이 11월 30일 자정 서비스를 종료한다.

시즌 운영사 케이티시즌은 방송영상콘텐츠 제작사와 이용계약, 저작권 신탁계약 만료일을 11월 30일로 조정하고 있다. 계약기간이 남는 콘텐츠는 티빙에 계약을 이관하거나 제작사 협조를 통해 계약을 조기 종료할 것으로 알려졌다.

티빙과 시즌 합병 완료 이전에 콘텐츠 이용·저작권 계약을 모두 종료해 불필요한 혼선을 최소화하고 새로운 도전에 나서겠다는 접근이다.

티빙과 합병, 서비스 종료에 따른 케이티시즌 임직원 거취도 사전에 확정될 예정이다. 티빙뿐만 아니라 KT와 KT스튜디오지니·KT클라우드 등 KT그룹 주요 관계사가 케이티시즌 직원 대상 설명회를 열고 시즌 임직원이 합류할 수 있는 직군을 공유하고 있다. 케이티시즌은 장대진 케이티시즌 대표 등 주요 경영진 이외 모든 임직원이 개별 제출한 1~3지망에 근거한 재배치를 약속했다.

양사 합병 발표 직후 서울 강남 케이티시즌 본사를 찾은 양지을 티빙 대표는 "티빙에 케이티시즌 직원 모두가 합류해도 일자리는 충분하고 오히려 인력이 부족할 가능성이 크다"며 지속 성장 가능성을 토대로 티빙 합류를 독려했다.

케이티시즌과 제휴 서비스를 운영 중인 KT도 티빙과 시즌 합병을 앞두고 서비스 혜택을 축소·조정하고 있다. KT 모바일 장기이용고객 혜택 중 하나인 '시즌 플레인' 한 달 구독을 9월 1일 부로 밀리의 서재 한 달 구독으로 전환한다. '5G 초이스 요금제' 등 고가 통신요금제에 선택 제공되거나 기본 제공되던 시즌 신규 가입도 중단되며 제휴 서비스도 순차 종료될 예정이다.

티빙과 시즌 합병기일은 12월 1일이다. 합병 기일 준수에 공정거래위원회 기업결합 심사가 가장 큰 영향을 미친다. 양사는 합병 의결에 앞서 공정위에 기업결합 사전신청을 했다.

공정위 관계자는 "사전 승인을 받더라도 본심사는 다시해야 한다"면서도 "다만 사전 심사 결과를 참고해 최종 결론 도출까지 기간이 단축될 수 있다"고 말했다.

콘텐츠 다양성을 바탕으로 한 양사 합병 시너지는 연말 본격화될 전망이다. 합병 직후 시즌 오리지널 콘텐츠를 티빙이 이관받는 것을 기본으로 합병 이후 콘텐츠 운영 방안을 논의하고 있다.

KT와 CJ ENM의 협력관계를 고려, 합병법인 출범 이후 티빙과 KT 통신 또는 IPTV·인터넷 요금제 결합상품 출시도 점쳐진다.

티빙·시즌 관계자는 "시즌 오리지널 콘텐츠 이관의 경우 제작사 등 권리자와 계약주체를 변경해야 한다"며 "콘텐츠·서비스 제휴 등 합병 이후 상황에 대해 양사 간 협의가 빠르게 진행중"이라고 말했다.

박종진기자 truth@etnews.com



황성우 삼성SDS 대표가 30일 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 호텔에서 열린 'REAL Summit(리얼 서밋) 2022'에서 인사말을 하고 있다.

삼성SDS '리얼 서밋 2022' 개최
클라우드 기반 디지털 혁신 앞장

SaaS·자동화·데이터 분석 등
고객사에 최적 'DX 전략' 제시
분야별 전문가 컨설팅 행사도

삼성SDS가 '클라우드를 통한 기업의 성장과 미래'를 주제로 성공 전략과 사례를 공유했다.

삼성SDS는 30일 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 호텔에서 '리얼 서밋(REAL Summit) 2022'를 개최했다.

이날 행사는 클라우드 환경에서 디지털 혁신을 추진 중이거나 계획 중인 비즈니스 고객을 초청, 클라우드 환경의 비즈니스와 팩토리 혁신'을 테마로 프로그램을 구성했다.

황성우 삼성SDS 대표는 클라우드 환경에서 고객의 가장 최적화된 디지털 트랜스포메이션을 지원하는 삼성SDS 입체적 방법론과 'DT Cube' 프레임워크 추진 내용을 발표했다.

황 대표는 삼성SDS가 고객의 클라우드 전환 전략수립과 실행을 효율적으로 지원하기 위해 전사적 노력을 지속하고 있다고 소개했다. 지난해 오픈한 삼성SDS 프라이빗 클라우드 'Samsung Cloud Platform(SCP)' 고도화와 MSP 역량 강화를 위한 국내 최다 수준의 5000여 퍼블릭 클라우드 자격 확보도 공유했다.

이어 황대표는 효율적 개발·운영을 지원하는 새로운 IT 업무 플랫폼에서 다양한 서비스형 소프트웨어(SaaS), 데이터 분석, 자동화, 지식관리 등 연계 서비스를 제공할 예정이며, 이를 통해 기업고객의 클라우드 전환을 효율적으로 지원하겠다고 밝혔다.

기조연설에선 임종칠 삼성SDS 컨설팅팀장(부사장)이 '클라우드와 데이터로 완성하는 기업의 미래'를 주제로 삼성SDS가 고객 맞춤형 멀티·하이브리드 클라우드를 적용해 자원 확장성과 운영 효율성을 확보한 고객 사례와 분산된 데이터를 연결, 통합해 분석 활용도를 높인 혁신 사례를 발표했다.

이은주 삼성SDS 클라우드 상품기획팀장(부사장)은 효과적인 클라우드 도입을 위해 고려해야 할 12가지 요소를 제시했다.

안대중 삼성SDS 팩토리솔루션 담당(부사장)은 '클라우드와 디지털트윈으로 구현하는 스마트팩토리'를 주제로 클라우드MES, 공장 무인자동화, 디지털트윈의 각 요소간 선순환 체계 필요성을 공유했다.

삼성SDS는 이날 분야별 전문가가 참석, 현장 컨설팅을 통해 참석 고객의 고민을 해결하는 시간도 마련했다.

홍혜진 삼성SDS 전략마케팅실장(부사장)은 "삼성SDS의 업종 경험, 클라우드 기술 역량을 통해 고객의 성공적 디지털 혁신을 적극 지원하겠다"고 밝혔다. 안호천기자 hcan@etnews.com

"네이버클라우드 플랫폼 최상위 기술자격증 취득"

굿어스데이터, 전문성 인정받아

데이터 전문 기업 굿어스데이터가 네이버클라우드 플랫폼 기술자격증을 취득했다. 클라우드 기술자격증은 개발자와 엔지니어가 클라우드 기술과 플랫폼을 얼마나 이해하고 있는지 알려주는 객관적 지표로, 네이버클라우드 플랫폼은 기술자격증을 3단계로 나누어 전문성을 보증하고 있다.

굿어스데이터는 네이버클라우드 플랫폼의 세 가지 자격시험 중 최상위 등급 'NCE(NAVER Cloud Platform Certified Expert)' 자격을 취득했다. 최상위 등급 자격은 클라우드 운용체계, 네트워크, 보안뿐만 아니라 CI·CD(지속적 통합·지속적 제공·앱 개발 자동화), 클라우드 마이그레이션, 인공지능(AI), 빅데이터 등 전문가 수준 지식과 풍부한 실무 경험을 필요로 한다.

또 클라우드 교육을 위해 NCT(NAVER Cloud Platform Trainer) 자격을 취득, 네이버 클라우드 플랫폼에 대한 전문적인 지식을 기본으로 강의를 진행할 수 있는 자격도 갖추었다.

권혜미기자 hyeming@etnews.com

엘리스, AI 교육 콘텐츠 초·중·고교 수업에 활용

한국과학창의재단 사업 수주

디지털 교육 기업 엘리스가 한국과학창의재단이 추진하는 '모두를 위한 인공지능(AI) 교육 디지털 콘텐츠 제작' 사업을 수주했다.

AI 교육 디지털 콘텐츠 제작 사업은 한국과학창의재단이 초·중·고교 현장에 적용할 수 있는 인공지능 콘텐츠 개발이 목적이다.

엘리스는 초·중·고교생 대상 코딩 교육 스타트업 '디랩'과 기본 개념과 윤리 교육부터 데이터, 기계학습, 딥러닝에 이르는 심화 단계까지 콘텐츠를 고도화하고 개발해 총 100개에 이르는 AI 교육 콘텐츠를 제작한다.

김재원 엘리스 대표는 "사업 수주로 엘리스 플랫폼과 콘텐츠 차별성과 경쟁력이 입증받았다"라며, "향후 DX 교육의 경험과 노하우를 활용해 실질적 역량을 갖춘 디지털 인재 양성을 위한 노력을 계속할 계획"이라고 밝혔다.

김명희기자 noprint@etnews.com

알약, 정상 프로그램 '랜섬웨어 오인' 오류

차단 조치시 'PC 먹통' 유발해
이스트시큐리티, 수동조치 공지

이스트시큐리티가 제공하는 백신 프로그램 '알약'이 정상 프로그램을 랜섬웨어로 잘못 인식해 차단 알림 메시지를 보내는 오류를 일으키고 있다. 일부 사용자는 이 메시지에 따라 랜섬웨어 차단 조치를 했다가 PC가 먹통이 되는 등 심각한 문제를 겪고 있다.

이날 다수 알약 사용자에 따르면 PC에서 일부 프로그램 이용 시 '랜섬웨어 차단 알림 메시지'가 표시되면서 해당 프로그램을 사용하지 못하는 일이 발생했다.

알약이 윈도우에 설치된 기본 프로세스를 랜섬웨어로 잘못 인식해 발생한 오류로 추정된다. 일부 사용자는 메시지에 따라 랜섬웨어 차단 기능을 사용했다가 윈도우가 먹통이 되고 리부트도 제대로 되지 않는 현상을 겪었다.

오류가 발생한 프로그램은 알약 공개용 버전(v.2.5.8.617)으로 기업용 제품에는 영향이 없다.

이스트시큐리티는 홈페이지에 '긴급 수동 조치'를 공지했다. △PC 강제 재부팅 3번 시도 시 안전모드 진입 (Power Off 버튼 5초 이상 누르는 행위를 3회 반복) △C:₩Windows₩system32₩drivers₩ESTRtwIFDrv 파일 삭제 △재부팅의 순서로 조치를 취할 것을 당부했다. 최호기자 snoop@etnews.com


SK텔레콤 관계자가 동우화인켐과 공동 개발한 투명안테나 장비 기술을 테스트하고 있다.

SK텔레콤, 투명안테나·RIS 기술 개발 성공

〈재구성 가능 지능형 표면〉

동우화인켐과 3년간 연구협력
실내 통신 커버리지 업그레이드

SK텔레콤이 동우화인켐과 3년간 연구협력을 통해 투명안테나 장비와 RIS(재구성 가능 지능형 표면) 기술 개발에 성공했다고 30일 밝혔다.

SK텔레콤은 버스·지하철과 건물 유리에 부착 가능한 투명안테나를 통해 5세대(5G)·4G 서비스 품질을 강화할 수 있는 RIS 핵심 기술 검증을 완료했다.

두 기술은 얇은 금속 패턴을 가진 안테나를 작고 가벼운 투명 필름 형태로 유리에 부착해 전파를 수신하는 방식이다. 안테나를 부착한 것을 인지하지 못할 정도로 주위 환경과 조화롭게 시공할 수 있다. 무선 품질을 고도화하고 이동통신 서비스 커버리지를 넓힐 수 있으며, 에너지 효율을 높여 소모전력을 절감할 수 있다. 특정 주파수 대역을 반사해 인빌딩 내부에서 커버리지를 넓히는 용도로도 활용 가능하다.

SK텔레콤은 투명안테나와 RIS 기술 진화를 선도한다는 목표다. 일부 수도권 시내버스 공공 와이파이에 사용되는 LTE 모뎀에 투명안테나를 적용해 상용화에 성공했다. 판교사옥에서 5G 데이터 모뎀용 투명안테나와 고주파 대역용 RIS 성능 검증을 완료했다.

박종관 SKT 인프라기술담당은 "5G 서비스 고도화와 6G 진화에 필요한 투명안테나, RIS 등 첨단 안테나 기술 등 무선품질 강화를 위한 글로벌 선도 사례를 지속 발굴할 것"이라고 말했다. 박지성기자 jisung@etnews.com

1997년 8월 29일…넷플릭스 탄생 25주년

차별화된 콘텐츠 역사 집필 중

190여국 2억2100만가구 구독
갓·초록 트레이닝복·체스 등
국가·문화 넘어 공감대 형성

1997년 8월 29일(미국시간) DVD 대여서비스로 첫 걸음을 뗀 넷플릭스가 25주년을 맞이했다.

2016년 우리나라를 비롯해 글로벌 온라인동영상서비스(OTT)를 시작, 현재 세계 190여개국 2억2100만 유료 구독가구 대상 서비스로 성장했다. 넷플릭스는 언제 어디서나 원하는 콘텐츠를 볼 수 있는 새로운 시청환경과 '빈지워치' 등 새로운 현상을 만들어냈다.

2015년 유명 영국 출판사 콜린스는 콘텐츠를 연이어 시청하는 것을 뜻하는 '빈지워치'를 올해의 단어로 선정했으며 뉴욕타임스는 넷플릭스 시리즈 '퀸스 갬빗' 공개 이후 체스보드 매출이 125% 증가할 정도로 많은 사람들이 체스를 즐기기 시작했다고 보도했다.

넷플릭스는 새로운 문화 선도 기반으로 기업문화를 꼽았다. 넷플릭스는 본사 또는 해외 지사 개념을 적용하지 않고 넷플릭스 서울오피스를 비롯한 각 국가 담당자가 의사결정을 주도한다. 자유와 책임을 중시하는 기업 문화에 기반, 우리나라 문화와 정서를 가장 잘 아는 한국 직원이 국내 창작 생태계와 협업하며 발굴한 이야기가 콘텐츠 역사를 쓰고 있다.

시청 편의성 향상을 위한 기능도 지속 강화하고 있다. 5주년을 맞은 '오프닝 건너뛰기' 버튼은 하루 평균 사용 횟수는 1억3600만회에 이른다. '헤즈 업:스피드 퀴즈' 등 27종 모바일 게임을 선보이는 등 엔터테인먼트 경험을 점차 확장하고 있다. '보스 베이비'가 1100만 프로필로 선택돼 넷플릭스 가장 인기 있는 아이콘이었으며 가입자는 한 달 평균 6개 장르 작품을 시청하고 있다.

넷플릭스 관계자는 "세계 시청자 덕분에 훌륭한 이야기는 세계 어디서든 사랑받을 수 있다는 넷플릭스 믿음을 증명할 수 있었다"며 "'킹덤'의 갓부터 '오징어게임' 초록색 트레이닝복의 글로벌 인기가 상징하는 것처럼 넷플릭스는 앞으로도 국가와 문화를 넘어 공감대를 형성하는 오직 넷플릭스에서만 가능한 엔터테인먼트 경험을 선보이기 위해 노력할 것"이라고 말했다.

박종진기자 truth@etnews.com