

우리나라 멀티미디어 정보산업의 경쟁력제고와 세계화 전략

Strategies for improving the Global Competitiveness of Korean Multimedia Industry

김우봉 (건국대학교 경영대학 교수)

요약

21세기 우리나라가 초고속통신망의 구축 등 정보화사회로 나아가는 데에, 고부가가치의 창출을 위한 기반조성으로서 우리나라 정보통신부문, 특히 멀티미디어 정보산업의 경쟁력제고와 세계화를 위한 전략방안이 요구된다. 여기에서는 멀티미디어 정보산업의 환경변화, 멀티미디어 정보기술발전동향, 외국의 멀티미디어 정보산업의 기술적 경제적 주요 특성과 동향을 살펴보고 우리나라 멀티미디어산업이 세계시장에서의 경쟁력을 가질 수 있기 위하여 필요로 하는 경쟁력 요소와 이를 효과적으로 확보하기 위한 전략방향 및 정책대안에 대한 논의를 시도하였다

이 글에서는 특히 새로이 팽창하는 멀티미디어 산업시장에서도 시장원리에의 충실해야 한다는 점과 정부의 직접적인 지원 또는 규제보다는 관련된 자원 (인력, 자금, 정보, 기술)의 동원과 해산이 원활하게 이루어질 수 있도록 하는 제도 및 관행의 정비를 중요하다고 지적하였다

1. 서론

21세기 우리나라가 초고속통신망의 구축 등 정보화사회로 나아가는 데에, 고부가가치의 창출을 위한 기반조성으로서 우리나라 정보통신부문, 특히 멀티미디어 정보산업의 경쟁력제고와 세계화를 위한 전략방안이 요구된다. 여기에서는 멀티미디어 정보산업의 환경변화(예: 방송과 통신산업의 융합), 멀티미디어 정보기술발전동향, 외국의 멀티미디어 정보산업기술동향을 살펴보고 우리나라 멀티미디어 정보산업의 미래상을 보여주며, 나아가 이러한 미래상을 실현시키기 위한 과제와 대응방향을 도출하고자 한다.

이를 위하여 멀티미디어 정보와 멀티미디어 정보산업의 특성, 또 선진국 멀티미디어 정보산업의 성장추이, 산업동향, 정책과 우리나라 멀티미디어 정보산업의 제반특성과 산업현황 및 정책을 살펴보기로 한다. 다음으로 우리나라 멀티미디어 정보산업의 미래 시장 전망과 그 영향, 우리나라 멀티미디어 정보산업육성과 관련된 주요과제와 대응방향을 모색하고, 주요 정책 및 전략방안에 대하여 토의해 보기로 한다.

2. 멀티미디어 정보산업의 특성

멀티미디어라 함은 문자, 음성, 음악, 그래픽, 사진, 애니메이션, 영상 등의 다양한 정보형태가 통합되어 생산, 수집, 전달, 가공처리 되게 하는 시스템과 서비스이고 멀티미디어 정보산업 또는 멀티미디어산업은 이들 활동과 관련된 산업영역을 일컫는 것이다. 최근 멀티미디어 정보산업은 컴퓨터와 통신부문에서의 기술발달로 정보의 내용, 형태 및 교류방법에 있어서의 디지털화, 양방향화, 비동시화, 영상-음향 등의 종합화의 방향으로 나아가고 있다. 따라서 흔히 멀티미디어 정보산업은 통상적으로 다음과 같은 경제적 및 기술적인 특징을 가지고 있다고 볼 수 있다.

1) 멀티미디어 정보산업은 과거에 다양하게 분리된 정보기기들이 다루던 것을 종합적으로 다루는 기기를 이용한다. 과거에는 음향은 오디오 기기가, 영상은 사진이나 비디오기기가, 음성부문은 전화나 음성기기가, 문서정보는 타자기나 워드프로세서가 전문적으로 다루던 것을 이제는 영상+음성+음향+그래픽+ 텍스트 등이 통합된 정보를 통합된 멀티미디어 정보기기가 다루

게 된다. 이에 따라 과거의 정보형태에 따른 각각 다른 기기 들을 사용하던 것이 이제는 하나의 통합기기가 이 정보를 담당하게 된다. 이러한 통합화는 디지털 기술발전이 큰 영향을 미쳤다.

2) 멀티미디어 정보산업에 있어서 정보교류와 유통은 다양한 채널을 사용하게 된다. 과거에는 전화회선은 음성통신만을, 데이터회선은 데이터정보통신을, 화상은 비디오테이프나 필름으로, 문자정보는 전신, telex 등이 다루었고 최근에 새로운 통신 채널로 떠오르는 무선(이동)통신이나 위성통신은 특수한 용도, 목적, 사용자만이 사용할 수 있는 것이었다. 멀티미디어 정보산업에서는 더 이상 채널이 정보의 형태나 내용을 구속하지는 않게 되었다. 예를 들어 인터넷을 통한 전화, 화상회의, 전자우편, net-casting, 등은 과거의 유선통신산업, 우편산업, 방송산업 등의 영역을 넘나들고 있다.

한편 정보통신채널에 있어서도 과거에는 유선망 중심의 산업 또는 서비스구분이 이루어 졌지만, 이제는 유선, 무선, 위성통신, broad-band, narrow-band 등의 기술적인 구분이 더 이상 사용자의 관점에서는 중요하지 않게 되고 있다.

정보의 흐름방향에 있어서는 지금까지는 1 대 1 쌍방향통신, 1 대 N의 단방향 통신이 주를 이루었지만 이제는 N 대 N 의 쌍방향 통신으로 발전하고 있다. 이는 수동적인 정보의 수신활동에서 정보제공자와 수요자간의 적극적인 교호작용을 통하여 사용자가 원하는 대로 매우 다양한 정보서비스가 가능하게 되었다. 이러한 변화는 당연히 기존의 통신과 방송간의 구분을 무의미 한 것으로 만들고 있다.

3) 한편 멀티 미디어 정보산업에서는 정보사용자의 특성이 매우 다양하고 이들 사용자가 단순한 정보의 수요자가 아니라, 정보의 생산-공급자가 될 수 있다. 또한 정보 사용자는 과거 다른 산업에서 볼 수 있는 동질적인 수요자가 아니라 다양한 정보사용목적, 다양한 정보기술수준, 다양한 정보선호도를 가지고 있을 뿐 아니라 이들 목적, 수준, 선호도는 시간에 따라 변화 무쌍하게 달라지고 있는 것이다. 또한 이들 사용자들은 보다 접근하기 쉽고 편리한 멀티미디어 환경을 요구하고 있고 의사전달의 효과가 보다 향상되기를 요구하고 있다. 이에 따라 과거에는 볼 수 없었던 형태의 서비스들이 창출되기도 한다.

4) 멀티미디어 정보산업에서는 결국 그 속에 담겨지는 정보의 내용(컨텐

츠; contents)이 매우 다양하게 된다. 앞에서 언급된 멀티미디어 기기, 통신채널, 네트워크는 과거의 어떤 매체나 기기가 담을 수 없었던 범위로, 교육, 오락, 연예, 예술, 종교, 정치, 경제 등의 모든 영역의 정보를 수집, 축적, 보관, 가공, 배포할 수 있게 되었다. 더욱이 멀티미디어 정보산업은 이들 콘텐츠들을 결합하여 새로운 형태의 콘텐츠로 발전시키고 있다. 예를 들어 오락기능과 교육의 혼합을 통한 edu-tainment의 콘텐츠로 발전하고 있다. 재미있게도 멀티미디어정보산업에서의 콘텐츠 개발을 위하여는 과거의 구분된 형태의 교육, 오락, 연예, 정치 등 분야에서의 콘텐츠의 중요성이 더욱 커지고 있다

5) 멀티미디어 정보산업의 경우 제품의 life cycle이 매우 짧은 것이 일반적이다. 여기에는 기술진보의 속도가 빠른 점도 있고, 수요자의 니즈도 역시 빨리 바뀌는 점도 고려되어야 한다 (High Risk High Return/ Short product life cycle). 이러한 특성으로 인하여 멀티 미디어 정보산업에서는 신속한 의사결정과 실행이 절대적으로 요구된다. 또 신속한 기업활동에는 인력, 자금 등의 기업자원의 모집도 빨라야 한다는 것을 보여준다. 여기에 벤처캐피탈과 같은 새로운 형태의 자금조달의 필요성이 있다. 한편 사업의 멀티미디어 성공률에 있어서는 선진국의 경우에도 많은 실패를 경험하고 있는 바, 성공에 따르는 고수익에 대한 가능성이 열려져 있어야 한다.

3. 멀티미디어 정보산업의 영역과 분류

앞에서 설명한 멀티미디어 정보산업의 특징을 중심으로 그 영역을 파악하면, 첫째, 기기 등 정보Platform부문에서는 컴퓨터 하드웨어산업, 소프트웨어산업, 가전산업, 둘째, 통신부문에서 전화 등 유선통신산업, 위성통신, 이동통신산업, 셋째, 콘텐츠부문에서는 오락, 출판, 교육, 영화, 음악, 신문방송 산업, 유통산업 등을 모두 포함 내지 융합되는 커다란 영역이 된다고 볼 수 있다.

한편 이들 멀티미디어 정보산업을 구성하는 산업영역들은 처음에는 분화되어 있었겠지만, 복합-융합화 영역이 나타나고, 다음으로 더 나아가 새로운 멀티미디어영역이 나타나게 된다. 또한 기기와 서비스간의 융합도 나타나게 되어 결국에는 다양한 산업영역과 기기, 서비스가 융합된 형태로 발전하게 될 것이다.

이러한 멀티미디어 관련산업은 최종 제품/서비스를 중심으로 볼 때에는 가전(TV, Audio)계 산업, 컴퓨터계 산업, 주변기기산업 (예: CD drive, DVD, sond card 등) 소프트웨어 산업 (예: 타이틀, 영상물, 오락물 등), 통신서비스산업 (VOD, 화상회의 등) 으로 나뉘기도 한다.

4. 우리나라 멀티미디어 정보산업의 환경과 전망

1) 멀티미디어 관련 기술의 발달

멀티미디어 관련기술은 부문별로 다음의 기술발달이 최근 급격히 일어나고 있다. 이들 기술 하나하나의 발전도 경제적으로 의미가 크지만 이들 여러 기술발전은 복합적인 상승효과를 가져오고 있다

① 정보통신기술의 발달:

멀티미디어 자료입출력 기술의 발달

소리 영상 등 매체처리기술발달

멀티미디어 자료처리기술의 발달

압축 및 저장기술의 발달

② 멀티미디어 기기

복합화, 지능화, 가상화

③ 통신네트워크

ISDN, FPLMTS, 위성망, 새로운 통신서비스

④ 기타요소기술의 발달

음성인식, 동작인식, 인공지능, 3D, 압축기술

2) 시장의 확대전망

정부의 초고속 정보통신망 구축계획 (2015년까지 45조원 투자), 인터넷의 급속한 확산, 정보화의 요구증대 및 고도화, 관련기술의 급속한 발전으로 우리나라를 포함한 전세계의 멀티미디어 정보산업은 21세기에 고도성장을 할 것으로 전망되고 있다.

세계적으로 96년 130억달러규모에서 2000년대에는 1200억달러 수준으로 급성장(연 평균 73%)할것으로 전망되고 우리나라에서도 96년 약 4774억 시장에서 2000년 2조6,555억원규모로 급팽창될 전망이다¹⁾.

1) 자료: Link Resources, 삼성경제연구소

3) 많은 기업들의 멀티미디어 부문 참여 확대

우리나라 기업들의 멀티미디어 사업진출 러시를 이루고 있다 특히 유무선 통신산업부문, 콘텐츠 산업 (영상산업)부문이 그렇다. 그러나 정보platform 부문은 아직 취약한 편으로 판단된다.

4) 기업간 제휴와 협력

멀티미디어 산업의 특성상 한 부문의 사업에서 시장 경쟁력을 가지기 위하여는 다른부문의 파트너와의 협력이 일반적이다. 통신과 가전, 컴퓨터 소프트웨어산업과 콘텐츠 산업간의 제휴가 진행되고 있다. 또 이러한 제휴는 해외기업과의 제휴도 포함된다. 이러한 현상은 상호 보완적인 기업에서 뿐 아니라 품목에 따라서는 경쟁적인 기업간에도 일어나고 있어 흔히 말하는 co-opetition현상이 나타나고 있다.

4) 경쟁의 광역화와 세계화의 필요성 증대

대부분의 산업에서 WTO등의 국가간 무역장벽의 완화와 정보통신과 교통의 발달에 의한 서비스와 제품의 전달이 거의 동시화 되게 되었다. 멀티미디어 정보산업의 경우는 이러한 경쟁의 확대추세가 더욱 빠르게 나타나고 있다. 이는 세계시장의 동질화, 서비스전달의 동시화 등도 그 한 이유가 되고 있다.

5) 정부의 선도적인 멀티미디어 산업육성전략의 수행

멀티미디어 산업에 대한 개발의 리스크분담, 중복투자의 방지, 투자 재원의 확보 등의 이유로 정부의 산업진흥정책을 요구가 높다. 현재 멀티미디어 산업발전을 위한 정부역할과 정책방향을 살펴보면 다음과 같다.

- 첫째, 공공분야의 정보화 사업을 통한 멀티미디어화 촉진과 수요창출, 시범사업을 통한 testbed의 정부부담과 경험의 민간 이전,
 - 둘째, 승산있는 멀티미디어 기술개발에 대한 정부지원, 연구 개발에 대한 국제 협력, 젊은 전문인력의 활용
 - 셋째, 국제시장을 고려한 (사실상)기술표준에 대한 신속하고 적극적인 대응
 - 넷째, 통신네트워크 등 멀티미디어 이용환경조성
 - 다섯째, 전문인력의 양성과 활용
 - 여섯째, 멀티미디어 전문단지조성, 규제완화, 홍보, 금융세제지원, 제도개선 등에 의한 발전기반 정비
- 아직도 시장에 의한 기술의 선정이 아니라 정부의 통찰력에 의한 기술의

선택을 추구하고 있다고 볼 수 있고, 연구개발에 대한 정부의 주도적 역할을 강조하고 있다. (민간의 연구개발방향선택에 대한 불안이 깔려 있다).

5. 멀티 미디어 정보산업의 경쟁력

멀티미디어 정보산업의 세계시장에서의 경쟁력요소는 대체로 다음과 같은 것들이 있다.

1) 기술력

멀티 미디어 정보산업에 있어서의 기술력이라 함은 다른 경쟁자의 기술과 비교하면 다음과 같은 점에서 뛰어나야 한다고 본다.

Interactive: 양방향화

Integral: 복합화

Intelligent: 지능화

Innovative: 혁신성

Instantaneous: 즉시성

또 이러한 기술력은 시간에 따라 급격히 변화 하는 기술내용을 고려하여야 한다.

2) 품질/ 디자인/ 신뢰성

특히 멀티미디어관련 제품의 경우 제품의 신뢰도와 디자인 등 품질은 가격보다도 더 중요한 경쟁력이 된다. 한편 반대로 불량에 대한 비용은 다른 어떤 산업에서 보다는 크다.

3) (defacto) standard

멀티미디어 정보산업에 있어서 국제표준에 대한 참여는 향후 시장진입에 결정적으로 중요하다. 현재 DVD, HDTV, 이동통신시스템 등에서 세계적인 경쟁적인 표준이 나타나고 있다.

4) Speed

앞에서 지적한 대로 멀티 미디어 산업에서의 product life cycle은 매우 짧고 기술진보의 속도가 빨라서 의사결정과 함께 자원 동원의 속도가 매우 신속해야 한다. 이는 시장의 진입, 선점, 퇴출에도 중요할 뿐만 아니라, 시장

경쟁력의 유지에도 필수적이다.

5) Customization

멀티미디어 정보산업에서의 수요자(고객)는 다양한 정보니즈에 따라 상이한 형태와 내용의 정보를 요구하게 된다. 따라서 customization은 고객확보에 필수적이다

6) Network

멀티미디어 정보는 세계적인 네트워크에 의하여 실질적으로 연계되어야 한다. 이러한 네트워크에 의한 연계없이는 세계적인 수준의 서비스나 제품이 될 수 없다.

6. 우리나라 멀티미디어 정보산업에서의 전략적 과제

1) 국내외 멀티미디어 시장확보

우리나라의 멀티미디어 정보산업발전의 관건은 결국 시장의 확보에 있다. 해외시장진출의 경우는 상당기간 해외전문멀티미디어 정보사업자와의 경쟁에서 이기기는 어려울 전망이다. 오히려 한국에 관한 전문멀티미디어 정보는 해외시장에서 성공할 수 있을 것이다 (product niche). 국내시장에서는 국내 사용자가 원하는 고급품질의 멀티미디어 정보제작 및 제공이 경쟁력확보의 핵심요소이다. 또한 우리나라 멀티미디어 정보산업체들의 목표 시장(target market)도 국내시장과 한국관련 해외의 멀티미디어 정보시장에 집중하는 것이 더 적절할 것이다(market niche). 멀티미디어 정보분야 별로는 전문 과학기술, 의학 등의 분야 보다는 문화-연예-오락, 교육, 생활 등 일반 사용자 중심의 멀티미디어 정보와 우리나라 기업, 경제에 관한 멀티미디어 정보에 집중하여야 할 것이다.

2) 멀티미디어 기술확보

우리나라의 멀티미디어 정보산업발전의 아킬레스건은 멀티미디어 정보관련기술의 취약이다. 우리나라의 멀티미디어 정보 관련산업이 모든 분야의 기술에서 우위에 서려고 하는 것은 불가능하다. 이보다는 이들 중 우리가 강점을 가질 수 있는 분야, 예를 들어 특정멀티미디어 기술부문에 집중적인 기술개발을 하는 것이 더 실현성이 높다. 모든 분야에 대한 연구개발투

자보다. 선진국에서 잘 다루지 않는 작은 분야나 소수의 특별한 수요자를 위한 멀티미디어 정보기술에 집중투자하는 방안이다 (focusing 전략). 즉, 시장, 개발의 가능성, 개발소요자원, 개발능력을 고려하여 멀티미디어 정보 technology niche에 집중이 효과적일 것이다. 다른 한방법으로는 외국의 멀티미디어 정보기술을 그대로 도입하여 그 활용(applications)면에 집중하는 방법이다.

3) 초고속정보통신망의 실질적인 효과를 위한 멀티미디어 정보산업육성: 멀티미디어 정보산업은 2015년 까지 45조원이 직접투자되는 초고속정보통신망이 없이는 존립자체가 불가능하다. 그러나 반면에 이러한 통신망기반 구조도 멀티미디어 정보없이는 무용지물이다. 따라서 초고속통신망 자체뿐 아니라 멀티미디어 정보도 일종의 사회적인 기반시설로 고려할 필요성이 매우 크다. 멀티미디어 정보에 대한 공공적인 투자는 상당기간 필요할 것이다.

4) 표준화

멀티미디어 정보는 표준화를 통하여 제작과 활용의 효율성을 높일 수 있다. 표준화는 단기적인 경제성의 확보라는 이점이 있는 대신 장기적으로 기술 발전의 억제라는 부작용이 있다. 그럼에도 불구하고 우리나라 멀티미디어 정보산업을 위하여 표준화가 필요한 부분은 매우 많다. 자료의 입력형태, 검색방법, 멀티미디어 정보간 연계방법 등이 그러하다. 이러한 작업은 대체로 관계자간의 이해가 얽힐 가능성이 크므로 당분간 정부의 조정이 필요하다. 그러나 국내 멀티미디어 정보시장규모가 충분하게 커지면 사업자간 자율적인 표준화가 이루어져야 한다.

7. 멀티미디어 정보산업의 경쟁력제고와 세계화를 위한 산업정책방향 (예)

우리나라 멀티미디어 정보시장 전망과 앞에서 제기한 멀티미디어 정보산업의 발전과제에 대한 다음과같은 여러가지 전략적인 대응방향을 논의될 수 있다.

1) 시장경제에 기반을 둔 멀티미디어 산업정책

멀티미디어 정보산업의 발전과 멀티미디어 정보를 이용한 국가경쟁력증대

를 위하여는 멀티미디어 정보사업자에 대하여 직접적인 지원 보호의 방법 보다는 장기적으로 공정한 자유시장경쟁의 적용이 효과적일 것이다. 멀티미디어 정보산업과 관련한 우리나라의 제도와 법률은 이러한 시장경제의 원칙에 따라 이루어져야 한다. 따라서 멀티미디어 정보산업에 대한 정부의 단기적인 지원이나 시장의 보호는 결과적으로 국내 멀티미디어 정보산업의 경쟁력을 약화시킬 수도 있다. 정부의 지원은 오히려 수요의 촉진이나 멀티미디어 정보활용의 이점을 부각시키는 방법이 더 효과적일 것이다. 지적재산권의 보호는 이러한 측면에서의 공정한 경쟁을 보장하는 장치가 될 수 있다. 그러나 지적재산권의 범위에 대하여는 국제적인 규범이나 멀티미디어 정보사용자의 이득을 고려한 것이어야 한다.

2) 민간과 정부의 새로운 partnership

그러나 멀티미디어는 과거와는 다른 발상, 다른 서비스, 다른 품질수준을 요구한다. 또한 정부의 지원이나 한 두 대기업의 독자적이고 폐쇄적인 경영활동보다는 창의와 경쟁이 멀티미디어 산업발전의 원동력이 되고 있다는 것은 미국의 실리콘 벨리의 발전 과정에서도 잘 나타나고 있다. 이러한 새로움에 대한 추구는 아무래도 정부가 민간(기업)의 신속하고 과감한 행동패턴을 따라가기 어렵다. 그러므로 정부는 기업의 활동에 대한 규제, 간섭, 지원, 선도보다는 기업간 공정경쟁환경확보와 효율성제고에 장벽이 되는 요소의 제거에 집중하고, 이에 비해 기업은 정부의 비용부담요구나 위험의 인위적인 왜곡을 요구할 것이 아니라 독창적인 아이디어와 위험부담을 과감히 질 수 있는 기업가정신을 보여주어야 한다.

3) 멀티미디어 정보산업에서의 국제간 협력: strategic alliance

멀티미디어 정보의 연계활용이 일반화 되고 멀티미디어 정보의 제작에 있어서 국제화는 필연적으로 멀티미디어 정보서비스사업자의 국제간 전략적 협력이 요구된다. 특히 국내 멀티미디어 정보의 해외 진출이나 해외 멀티미디어 정보의 국내진출의 경우 각각 해당 지역의 멀티미디어 정보유통사업자와의 협력이 필요하게 된다. 이러한 협력관계는 기술개발에 있어서 공동비용배분이나 개발투자위험의 배분적인 효과(risk sharing)를 가질 수 있다. 또한 국제적인 표준화에 있어서도 국제간협력관계는 매우 유리한 조건을 가져올 수 있다.

4) 멀티미디어 전문인력의 양성

멀티미디어 기술확보와 연구개발의 추진을 위하여는 우수한 전문인력의 확보가 필수적이다. 또한 이분야에서의 기술발전은 기존 기술인력에 대한

끊임없는 재교육을 통한 기술수준의 유지 향상이 요구된다. 이들 인력은 단순히 컴퓨터 관련인력이나 통신관련인력뿐 아니라 콘텐츠 관련인력도 포함되어야 한다. 또한 인력자원은 멀티미디어 산업의 핵심적인 투입요소이므로 이들의 기업간 이동이 원활하게 되어야 한다

5) 멀티미디어 정보의 활용

멀티미디어 정보의 활용은 21세기 학교 의료, 비즈니스, 공공서비스, 도서관, 가정 등의 분야에서 엄청난 혁신과 변화를 가져올 것이다, 이에 대한 효과적인 대응 노력 예를 들어 인적자원에 대한 교육과 제도적 장치, 관행의 정비등은 멀티미디어 정보활용환경개선에 필수적이다. 또 이는 멀티미디어 정보산업의 시장확대와도 직결되는 것이다

6) 인적 물적자원조달과 배분의 원활화

실리콘 벨리가 가지고 있는 또하나의 장점중에 하나는 자본조달의 용이성이다. 사실상 아이디어만 좋다고 하면 많은 투자자금이 제공 될 수있다. 이들 자금의 조달은 정부나 금융기관이 하는 것보다 오히려 벤처 캐피탈리스트들이 주도적으로 하게 되는 데 이들은 실패의 가능성이 비교적 높다고 하더라도 성공적인 사업인 경우 얻어질 수도 있는 고수익을 노릴 수있기 때문에 자금조달이 용이하게 된다. 멀티미디어 정보산업과같이 신속한 자원조달과 사업의 위험성이 큰 경우 이러한 고위험 고수익 자원 조달 및 배분체계가 갖추어져야 할 것이다.

7) 지적재산권과 멀티미디어 정보

멀티미디어 정보의 지적재산권이 기본 자료의 저작권과 독립적인 것인가 하는 것은 커다란 쟁점이 되고 있다. 멀티미디어 정보의 지적재산권을 강력하게 보호하는 경우 새로운 형태의 정보독점과 정보유통의 저해요소가 될 수있지만 한편으로 지적재산권의 보호없이 멀티미디어정보산업의 발전을 기대하기 어렵다.

References

- 전자신문사, 멀티미디어 '97, 1997
- 정보통신부, "멀티미디어산업 육성계획 (안)," 1996
- 한국전자통신연구소, 21세기 꿈의 통신서비스, 1993

한국전자통신연구소, *정보고속도로의 길목*, 1996

한국전자통신연구소, *실리콘 밸리 모델*, 1996

한국통신학회(위성통신연구회), *위성 멀티미디어 기술세미나 자료집*, 1997. 3. 5

Don Tapscott, *Digital Economy*, McGraw-Hill, 1996

Hagel III, J., and Armstrong, A.G., *Net Gain*, Harvard Business School Press, 1997.