

**멀티미디어컨텐츠 - 디자인 상호연관성 연구**  
**A Study on the mutual relation Design-Multimedia Contents**

**오 양 순**  
 한양대학교 강사

**Oh Yang-soon**  
 Hanyang Univ.

**Keywords; design, multimedia, contents**

**1. 머릿말**

컴퓨터의 발전은 인간으로 하여금 컴퓨터와 떨어져 생활할 수 없도록 인식시킴으로써 테크놀로지에 관해 다시한번 생각하게 하고 있다. 첨단정보인프라의 급속한 발전으로 이를 이용한 컨텐츠 산업분야가 21세기의 국가경쟁력이라고 말할 수 있다. 교육, 영상, 출판, 문화, 예술등 다양한 분야가 종합된 멀티미디어 컨텐츠산업은 미래의 핵심분야이기 때문이다. 첨단 인프라산업이 발전하면서 전자화된 각종매체들이 단순한 정보를 넘어서서 마케팅, 비즈니스, 광고, 학문등 다양한 멀티미디어 컨텐츠로 자리매김하게 되었고 이에따른 디자인분야와 컨텐츠는 공동체적인 학문으로 자리잡고 있다. 디자인과 멀티미디어컨텐츠의 상호연관성을 파악하고 그에따른 효과를 전망해본다.

**2. 본 론**

컨텐츠란 단순히 내용,목록을 일컫는말이다. 하지만 모든영상물 및 편집된 내용의 모든 레이아웃등을 컨텐츠라고 말할 수 있다. 멀티미디어 컨텐츠는 정보컨텐츠를 디지털화하여 컴퓨터와 정보기기로 생산,유통,소비되는 정보컨텐츠 및 정보통신망이나 방송망을 통해 송,수신되는 정보 컨텐츠라고 말할 수 있다. 또한 멀티미디어컨텐츠 산업은 멀티미디어컨텐츠를 생산, 제작하거나 이를 유통, 판매하는 산업을 지칭할 수도 있다. 즉, 컨텐츠는 어떤 미디어에 담긴 내용으로 미디어가 그릇이라면 그릇안에 담겨져있는 음식을 컨텐츠라고 할 수 있다

<표-1> 기존의 컨텐츠와 멀티미디어컨텐츠

기존컨텐츠	멀티미디어컨텐츠
책,신문,라디오,TV,영화 등의 oldmedia로 제공되는것	총체적인 매체를 활용하여 재창출시키는 내용물
아날로그	디지털
단방향으로 제공	쌍방향으로 제공
컨텐츠의 생산자(공급자)와 수요자가 명확히구분	정보이용자가 동시에 정보제공자
시,공간의 제약을 받음	시공간의 제약없이 제공
UP DATE의 비용이크다	UP DATE가 쉽고 비용이 저렴하다
순차적인방법에 의해 정보제공	정보의 습득과정이 비순차적

**2-1. 컨텐츠디자인 범위**

1) 교육용 컨텐츠디자인 : 온라인형 학습컨텐츠와 패키지형 학습컨텐츠로 크게 두가지로 나눌수있으며, 온라인형 학습컨텐츠에는 영상, 음성, 그래픽,텍스트등으로 이루어진 양방향 학습 프로그램이며, 패키지형 학습컨텐츠는 CD, 디스켓의 저장형 학습프로그램이라고 분류할 수 있다. 교육용멀티미디어의 장점은 첫째, 개인차를 고려한 개별 학습이 가능하며 각자의 능력과 진도에 맞게 활용, 둘째, 재미있고 풍부한 학습 환경을 제공함으로써 화려한 애니메이션과 음향, 생동감 넘치는 영상등으로 학습의욕을 고취시키며, 셋째, 프로그램이 네트워크로 연결될 경우 시간과 공간을 초월한 학습이 가능해진다.

2) 멀티미디어출판 : 멀티미디어신문, 잡지는 그래픽인터페이스와 멀티미디어의 기술이 한 장의 CD-ROM에 표현하고 있다. 독자가 잡지의 내용과 대화할 수 있는 완전한 새로운 독서방식을 제공하고 있다. 즉 하이퍼미디어시스템을 활용한 정확한 정보검색을 보여주고 있다. 디지털서적과 Web제작 및 디지털간행물이 있으며, 디지털서적에는 PC등 멀티미디어 기기에서 활용되고있는 백과사전, 전문사전, 전자책등 지식을 전달하기 위한 컨텐츠라고 할 수 있다.

3) 멀티미디어게임 : 초기의 게임은 텍스트위주의 화면이었으나 현재의 게임에는 시각적인 그래픽이미지가 중요한 요소로 자리잡게 되었으며, 디스플레이, 컨트롤러, 그리고 사운드테크놀로지의 발전으로 시각, 청각으로 표현되는 액션으로 구성되어있다. 현재 멀티미디어게임으로는 MUD (Multi User Dimension)게임은 통신망에서 할수있는 것으로 그래픽을 중요한 요소로 자리잡고있는 게임의 대표적이라고 할 수 있다.

4) 디지털 영상 : 특수 편집영상물과 디지털애니메이션 및 만화, 그리고 디지털캐릭터로 분류할 수 있다. 특수편집영상물에는 방송,영화,광고등에 이용될 특수편집영상 및 컴퓨터그래픽 작풍이 있으며, 디지털애니메이션 및 만화는 컴퓨터그래픽을 이용한 애니메이션영화 및 만화산업으로 분류할 수 있다. 디지털 캐릭터에는 상품화를 목적으로 디지털화된 2.3차원형상모델 및 성격부여 요소모델로 범위를 지을 수 있다.

**2-2. 국내 멀티미디어컨텐츠 현황과 문제점**

국내 멀티미디어컨텐츠시장 규모는 '98년 4,580억원 규모였으며 향후5년간 연평균 성장률 46.75%로 고속성장하여,2003년

33,180억원에 달할것으로 전망하고 있다.(\*자료:(재)한국소프트웨어진흥원)국내멀티미디어컨텐츠관련 개발업체는 약500개 업체로서 그중 교육용멀티미디어컨텐츠 35.2%, 디지털영상29.7%, 게임 26.9%,디지털출판21.0%,기타(영역업)33.8%의 분포를 나타내고 있다. 그에따른 문제점으로는 6가지로 추약할수있다.

1) 취약한 산업구조 : 하청위주의 산업구조,유통구조의 취약, 기업의 영세성, 국내시장의 협소, 자본확보의 어려움, 업체간 과다경쟁등으로 스스로의 노력으로 자생력과 수출경쟁력을 잃고 있다.

2) 컨텐츠소스산업의 취약 : 컨텐츠개발의 원자재에 해당하는 기존의 영상자료, 국가보유의 기록물등 원시자료에 대한 개발사의 접근이 어려우며 원시자료의 체계적인 보존과 정리가 미흡하여 컨텐츠개발시간과 불필요한 비용이 소요되고 있다. 또한 멀티미디어컨텐츠산업의 축을 지탱하는 디자인분야와 컴퓨터그래픽제작사, 특수음향제작사 등의 영세성이 더욱 어렵게 만들고 있다. 이런 주위환경으로 인해 국가적인 손실이 초래되고 있는 실정이다.

3) 핵심기술의 부족 : 멀티미디어기반 기술에 대한 정부투자가 하드웨어중심으로 이루어지므로 고부가가치를 내재한 디자인분야와 S/W 및 컨텐츠분야의 기술자립도가 매우 빈약하다 우리나라의 해외 의존도는 98년 현재 80%에 해당되는 의존도를 보이고 있다. 특히 상품화와 제품화에 필수적인 상용기술과 응용기술(디자인분야)가 취약하며 저작도구의 상품화 단계로 발전하지못하고 있으며 해외 신기술에 대한 적절한 대응도도 미흡하여 외국에 의존하고있는 실정이다. 또한 지속적인 핵심기술 중계기구가 없어 산업체 필수핵심기술 이전이 어려우며 영상물 입출력의 표준화가 없어 효과적인 개발 기술 축적에 장애가 되고 있다.

4) 인력구조 취약 : 우리나라 멀티미디어컨텐츠 업체의 80%가 필요인력부족관을 겪고 있는 반면 인력구조는 병목현상이 심각한(멀티미디어관련 인력은 풍부하나 대외경쟁력을 확보할수있고 기여할 수 있는 전문인력은 전체의 3%미만임)인력수급의 불균형을 이루고 있다. 또한 준비된 교육과정과 교재개발,교사양성, 인력의 재교육과 국제화시대에 맞는 기획력 중심의 영재교육과 디자인분야의 창의력있는 인재양성이 시급하며 세계시장진출을 위한 전문 마케팅 인력의 전략육성이 필요하다.

5) 유통구조의 취약 : 불법복제와 번들유통, '97년말 대형유통업체의 도산 등에 의해 시장유통구조 극히 취약하며 향후 멀티미디어컨텐츠유통의 근간이 된 오프라인 유통의 경우 높은 회선사용료와 낮은 회선품질, 반품 및 A/S와 보안에 대한 소비자의 불안감, 거래부대비용 등에 의한 가격경쟁의 저조등으로 활성화되고 있지 못하는 실정이다.

6) 관련제도의 미흡 : 통신과 방송이 융합되어 새로운 패러다임에 적합한 관련제도정비가 필요하며, 미국의 경우 통신관련 종합법안 '96개정,'97년부터 디지털TV등 미디어 산업분야의 성숙기에 접어든 상황이다. 우리나라는 규제보다 시장경제원리에 입각한 제도개선 및 산업육성정책수립 및 추진이

필요하며 멀티미디어사회에 적합한 지적재산권보호제도의 정착이 현재로서는 시급한 상황이다. 국내시장개방에 대비한 적극적인 대비책이 필요하며, 부처간 중복규제 및 중복육성으로 연관성없는 정책으로 산업개발전의 걸림돌이 되고있으며, 컨텐츠특성에 맞는 지적소유권제도의 부재와 불법복제의 표절이 심각하여 개발의 의지를 좌절시키고있는 현상이 나타나고 있다. 디지털 시대의 본격적인 전자상거래 및 시대에 적합한 육성대책이 필요한 상황이다.

### 2-3. 전략

- 경쟁력확보전략
- 수비적전략
- 공격적전략
- 선점전략

### 3. 결론

멀티미디어컨텐츠 디자인분야는 21세기 지식기반경제의 핵심적인 종합미래산업으로서 정보기술과 문화가 융합된 출판,방송,영화,오락등 문화산업전분야를 통해 추가이윤을 창출하는 지시기반경제의 핵심산업이라고 할 수 있다. 창의력 및 기획력이 경쟁력을 좌우하는 지식집약적 산업으로 중소기업 위주의 미래산업구조에 적합한 산업이라고 할 수 있다. 멀티미디어 컨텐츠타이틀디자인의 파급효과는 실로 엄청나다 전통적인 정보컨텐츠타이틀산업을 보완할뿐만 아니라 가전, 통신, 반도체, 방송분야의 동반성장을 촉진, 발전시킬수가 있는 것이다, 멀티미디어 컨텐츠타이틀디자인분야의 장애라 할 수 있는 표준과 하부구조의 미비, 창의적인 디자이너를 위한 도구부족, 강력한 타이틀부족과 높은 개발비, 현실과 환상의 괴리, 시장의 미성숙과 유통체계의 미숙, 저작권문제등이 사업간의 협력, 혁신적인 디자인발상, 새로운 그래픽 환경개발, 흥미롭고 유익한 디자인타이틀개발등이 앞으로 멀티미디어컨텐츠타이틀분야의 종사자들이 풀어야할 향후 과제인 것이다.