

방송통신 융합 환경에 적합한 다중 플랫폼 융합 콘텐츠 육성 전략

박수일*, 신동필**, 전상권***

*, ** 한국과학기술정보연구원

*** E3Net

e-mail: David@reseat.re.kr, dpshin@reseat.re.kr, leo@e3net.co.kr

A Study on Promotion Strategies for Examining Platforms of Convergence Contents

Soo-Ile Park*, Dong-Pil Shin**, Sang-Kwon Chun***

*, ** Korea Institute of Science and Technology Information

*** E3Net

요 약

과학기술의 발달로 인한 사회·문화적 트렌드의 변화는 새로운 기회와 가능성을 제공해 주며, 정보통신기술은 통신과 방송, 통신과 콘텐츠 등 영역간의 경계를 허물며 융합을 가능하게 하고, 우리의 감성과 상상력을 자극하여 새로운 문화적 가능성을 열어주고 있다. 이러한 상황들은 방송·통신 융합이라는 이름으로 방송과 통신, TV와 PC 온라인과 오프라인 등의 모든 영역에서 다양한 노력이 진행되고 있다.

방송과 통신의 융합은 마치 역사상 신대륙의 개척 과정처럼 새로운 제품과 새로운 시장을 창출해내는 능력을 가지고 있기 때문에, 국내는 물론 세계의 모든 비즈니스 업체들은 이 기회의 땅을 향해 전력 질주하고 있다. 또한, 이에 따르는 콘텐츠의 융합 역시 괄목할만하며, 게임과 영화, 다큐멘터리와 드라마 등의 콘텐츠 간의 융합은 물론이고, 최근에는 모바일에서 영화를 제작하고, 게임과 소셜 네트워크가 결합하고, 심지어는 게임 안에서 음악을 유통시키는 유통의 융합까지도 이뤄지고 있다.

이와 같은 다양한 융합의 확산은 미디어와 플랫폼의 등장뿐만 아니라 플랫폼 간 교차와 연결 및 통합이 가능한 미디어 전경(landscape)을 창출해 내고 있으며, 인터넷과 TV의 결합은 다양한 애플리케이션을 구현할 수 있는 전송 메커니즘을 서로 연결시켜 수많은 형태의 다중 플랫폼을 등장시키고 있다. 이로 인하여 방송 서비스와 인터넷 서비스가 네트워크나 전송 플랫폼의 구별 없이, 그리고 디바이스의 선택과 상관없이 활용되는 통합 플랫폼 환경이 폭 넓게 조성되고 있다.

따라서, 방송·통신 융합 환경에 적합한 다중 플랫폼 융합 콘텐츠는 사용자의 요구 및 새로운 비즈니스 모델에 대한 요구를 만족할 수 있어야 하며, 일관된 기술로 통신 및 서비스간의 호환성을 유지하는 인터페이스의 표준화가 이루어져야한다. 방송·통신 융합 환경에 적합한 다중 플랫폼 융합 콘텐츠는 초고속 데이터 통신망을 활용하는 멀티미디어 및 IP 멀티캐스트 기능을 활용한 서비스들과 연계하여, 관련된 소재 산업들의 과급효과가 매우 크며, 관련 분야에 미치는 효과가 막대하므로, 이에 대한 적절한 육성전략을 고찰해보도록 한다.

키워드 : 방송·통신 융합, 다중 플랫폼, 미디어 서비스, 융합 콘텐츠, 게임, 패러다임

I. 서론

방송과 통신이 융합되면서, 새로운 매체들이 등장하고 콘텐츠의 유통방식에 변화가 나타나고 있으며, 신규 콘텐츠에 관한 관심이 증대되고 있다. 멀티형 부가 서비스 등 새로운 방송 서비스에 대한 수요를 창출하는 변화는 디지털 기술의 진보라고 할 수 있다.

국내·외를 막론하고, 방송사와 통신기업들은 사업 다각화를 통하여 종합 미디어 그룹으로 발돋움하고자 하는 추세로 사업 다각화의 목적은 안정적인 수익원을 위한 신규 콘텐츠를 조기에 확보하기 위함이다. 이러한 방송·통신의 융합은 정보통신기술의 발달로 방송망은 통신정보가 통신망을 통하여서는 방송 프로그램이 전달되는 통신과 방송의 경계가 허물어지고 있는 현상을 말한다. 방송·통신의 융합에 있어서 가장 큰 공헌을 한 부분은 디지털 압축 기술의 발달로 디지털 정보의 저장과 전송이 편리해졌기 때문이다.

그 동안의 방송·통신 융합의 전개양상을 살펴보면, 각각의 고유한 서비스영역을 지켜왔던 다른 매체와의 경계영역이 모호해짐에 따라, 매체융합 현상이 가속화되고 있으며, 디지털 시대의 정보 매체들은 기술적 결합을 통해 그 특성이 통합되거나 활용되어 왔다. 이로써, 기존의 개별 미디어들이 가지고 있었던 결점들이 보완되어 서비스 능력이 향상된 결과이다. 융합에 따른 매체 간 차별이 적어져 사용자를 확보하고자 하는 각 서비스 간의 경쟁이 치열해지게 되었으며, 이전에는 별개의 분리된 상태로 있던 기술, 시장 및 정치적으로 정의된 산업구조가 통합되었다.

따라서, 지금까지의 방송·통신 융합의 전개과정의 네트워크 사업주들에 의해 이루어진 측면이 있으나, 앞으로는 콘텐츠 중심의 전체 산업에 관련된 가치 사슬 자체가 변화될 것이다. 이와 같은 변화는 미래의 융합 콘텐츠의 유통이 복수의 광대역 플랫폼에서 동일 콘텐츠가 소비자에게 직접적이고, 동시 다발적으로 유통될 것이기 때문이다.

이러한 상황 전개는 융합 콘텐츠의 영역이 전체 가치 사슬에서 매우 중요해지는 것을 나타내며, 이에 따라 융합 콘텐츠 개발에 더 많은 공을 들여야만 한다. 따라서 본 연구에서는 방송·통신 융합 환경에 적합한 다중 플랫폼 융합 콘텐츠에 관한 사용자들의 요구와 새로운 비즈니스 모델에 대한 요구를 만족할 수 있는 전략을 모색해보고자 했다.

이를 위하여, 기본적으로 미디어 융합에 따른 패러다임이 어떻게 변화되고 있는지를 다각적으로 분석하는 작업이 선행될 필요에 따른 심층적인 진단과 대안을 제시하고자 한다.

II. 융·복합에 따른 패러다임의 변화

아나로그 시대의 산업 환경이 디지털 시대로 변화하면서,

* 이 논문은 2008년도 교육과학기술부의 ReSEAT 프로그램 지원에 의하여 수행되었음

다중 플랫폼이 등장하였으며, 다중 플랫폼은 동일한 서비스 혹은 동일하지만 형식이 변형된 서비스가 다양한 플랫폼에서 전달되는 것을 가능하게 되었다.

다중 플랫폼에 적합한 융합 콘텐츠의 개념은 과거 네트워크 중심의 사고에서 벗어나, 전달 매체와 내용물을 구분해서 보자는 의도가 반영되기 시작하였으며, 디지털 융합 환경이 가속화되면서, 과거의 콘텐츠-플랫폼 통합 모델은 콘텐츠와 플랫폼이 분리되고 다중 콘텐츠와 다중 플랫폼의 형태로 발전하였다.

또한, 미디어간의 융합이 활발하게 이루어지고, 다양한 플랫폼이 등장하면서 미디어와 콘텐츠 이용에 관한 선택의 폭도 넓어져가고 있다. 다양한 미디어 플랫폼이 빠른 속도로 접목됨에 따라, 이용자들의 미디어 이용 형태에 따른 신속하며 효과적인 접근 방법론이 필요하다.

이와 같은 변화들은 방송과 통신의 융합 환경의 대두로 콘텐츠 시장의 무장벽(無障壁)과 글로벌 유통시장의 급성장 등 다양한 형태의 수요가 급증하고 있다. 이에 따라, 각국의 미디어 기업들도 글로벌 전략적 제휴를 통하여 글로벌 공간으로 모이고 있다.

2.1 개인화(Personalization)

개인화의 이론적 배경에는 “개별 고객에게 특별한 가치를 전달하기 위해 맞춤 제품 또는 서비스를 제공하는것”²⁾ 이라는 포괄적인 개념으로 정의되고 있다. 즉 개인화는 서비스 측면에서 고객의 특별한 요구를 이해하고, 이에 적합한 응대와 관심 및 배려하는 것을 의미한다.

정보 및 지식기반 사회로 불리는 현대사회에서 확실적인 능력이 아니라 다양한 개성과 전문지식 이외에도 원활한 의사소통 및 코드해석 능력과 배우려는 자세와 같은 능력을 필요로 한다. 이는 사회 기능의 세분화로 개인화 현상이 일어나면서, 어느 한 개인이 그 사회의 주류에 편입되는가 아니면 소외되는가를 가르는 전통적인 핵심요소가 크게 변화되고 있다.

이에 따른 콘텐츠의 개인화는 사용자에게 맞춤 정보를 제공하는 것을 말하며, 개인화에 있어서 중요한 부분은 수집된 사용자의 정보를 어떻게 필터링하여, 제공할 것인가를 살펴보아야 한다. 따라서, 새로운 콘텐츠 소비 환경에서 개인은 단순한 수동적 소비자가 아니라, 주체적인 생산자이며, 이용자로 전환되어야 한다. 기존의 소유 중심의 미디어 소비 경향에서 벗어나 감성과 경험 중심의 소비가치 지향으로 인식이 변화되었다.

2.2 사용자 중심(User-Driven)

디지털 미디어는 특정 콘텐츠 형식에 종속되었던 과거의 미디어들과는 다르게 다양한 서비스, 음성 및 영상과 데이터 서비스를 동시에 전달하는 플랫폼 형태로 변화하고, 사용자 중심의 환경으로 바뀌어 가고 있다. 이는 사용자들이 거부반응을 보이거나, 방해받지 않도록 환경에 효과적으로 통합되

Gwinner, Bitner, Brown and Kumar, 2005

어 단순한 장치의 연결이나 자유로운 교신과 협력을 뛰어 넘어야 한다.

한걸음 더 나아가, 사용자가 개입하지 않아도, 가장 최적화된 서비스로 이어지거나, 최소한의 사용자로 하여금 합리적인 선택을 하도록 도와줄 수 있어야 한다. 이는 실용적인 사용자 중심의 진화를 진행하고 있는 웹2.0의 기능들을 살펴보면, 콘텐츠 생산과 유통, 브라우징 방식과 웹 응용환경 및 서비스 제공방식과 단말의 종류 등 다섯 가지 부분에서 변화가 구체화 되고 있다는 사실을 인지할 수 있다.

2.3 예술과 디지털의 만남

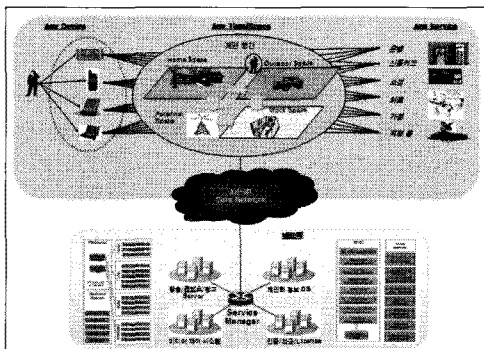
순수 예술과 대중 예술로 나뉘는 기준은 매체의 차이이며, 대중 매체를 기반으로 하는 예술은 불특정 대중을 상대로 하기 때문에 평균적인 수준을 지향하면서, 개성이 몰각되기 쉬우나 순수 예술은 예술가와 수용자 사이가 개인적이고, 직접적이기 때문에 미학과 진정성을 갖게 된다.

문화산업과 디지털 기술의 결합은 디지털 기술의 발달로 인하여, 아이디어 상으로는 가능했으나 기술적으로 불가능했기 때문에 실현되지 못하였던 내용들이 이제 와서는 기술적으로 구현 가능한 시대가 되었다. 따라서, 문제는 기술이 아니라 아이디어의 창의성, 참신성과 타당성이기 때문에 문화산업에 있어서 콘텐츠의 기획과 연구개발은 매우 중요한 부분이 되었다.

디지털 문화가 기존의 문화들과 분명하게 대비되는 새로운 미학을 형성해 가는 과정 중에서 미디어 퍼포먼스는 미디어들의 운용과 예술 및 기술의 최고의 최고봉에 이르는 것이 미디어 퍼포먼스의 본질이라고 할 수 있다. 따라서, 미디어 퍼포먼스를 효과적으로 운용하여, 예술 콘텐츠가 창의적으로 운용되는 아트 웨어의 구성 기법을 추구하여 글로벌 예술 상품 솔루션을 지향하여 한다.

III. 다중 플랫폼의 융합 콘텐츠

3.1 다중 플랫폼의 정의



〈그림 1〉 다중 플랫폼의 개념적 시스템 구성도

방송·통신의 융합시대에 새로이 등장하는 신규 서비스는 다양한 결합형 서비스를 형성하여, 새로운 서비스 및 산업의 창출로 이어지며, 미디어 융합 기반의 다중 플랫폼 시스템은 이러한 신규 서비스 및 해당 산업의 활성화에 핵심적인 역할을 담당하게 될 것이다.

방송과 통신의 융합 환경에서 방송, 데이터 등을 포함하는 멀티미디어 서비스를 위해서는 미디어의 단순한 저장과 재생만이 아니라, 사용자의 기호에 부합하는 콘텐츠를 사용자가 원하는 시간과 장소에서 제공해 주는 기능과 이를 위한 기술들이 필수적으로 요구되고 있다.

동시에, 서비스를 이용하는 가족 구성원의 다양성을 고려할 때, 융합 서비스를 제공할 차세대 지능형 통합 플랫폼은 가정 내 사용자에게 단순하고, 편리한 인터페이스를 제공하여야 한다. 이러한 소비자의 요구는 홈 미디어 서비스로써 하나의 홈 플랫폼을 통하여 사용자가 하나의 통합된 개인 휴대 단말 서비스를 받을 수 있도록 하는 플랫폼 기술을 필요로 한다.

이는 방송망과 유·무선 통신망이 IP에 기반하고, 모든 서비스가 방송·통신 산업에서의 컨버전스가 진전되면서 가능하게 되었다. 따라서, 이러한 소비자의 요구에 부응하기 위한 다양한 방송·통신 융합 서비스가 등장할 것이고, 이를 지원하기 위한 다양한 플랫폼 기술과 서비스에 대한 연구개발이 집중적으로 진행될 것이다.

이와 같은 현상들은 유·무선 결합 기술로 주목을 받고 있는 IPTV 서비스에서 가장 먼저 구현이 가능할 것으로 보고 있으며, 이는 향후 방송·통신 융합 기술의 트렌드로 그 중요성이 강조될 것으로 예상하고 있다.

3.2 다중 플랫폼의 구성

다중 플랫폼 시스템은 홈 플랫폼, 모바일과 서비스 및 관리 플랫폼이 하나의 제품으로 연결되어 소비자에게 새로운 융합 서비스를 제공하는 솔루션이라고 할 수 있다.

가. 홈 플랫폼

서비스와 모바일 플랫폼과 연동하여, 외부에서도 가정에 있는 것과 동일한 융합 서비스를 제공할 수 있도록 지원하는 단말기와 솔루션을 지칭한다. 홈 플랫폼은 방송수신, 재생·전송·제어, 멀티미디어 브라우저, Wireless Powering 및 Wireless Sync 등의 기술을 기반으로 방송·통신 미디어 서비스 환경 변화에 능동적으로 대응하여, Anytime, Any where, Any-Network 서비스를 제공할 수 있는 플랫폼을 정의한다.

나. 모바일 플랫폼

개인 휴대가 가능한 형태의 단말로 다양한 이종망 연결을 통하여, 가정 내의 TV/PC의 멀티미디어 데이터를 실내의 어디에서나 즐길 수 있도록 지원하며, 가정/사무실 내에는 Wireless LAN을 통하여, 근거리 제어 등의 서비스를 제공할 수 있는 휴대용 복합 단말시스템을 칭한다.

환경 적응형 Any-Device UI 및 멀티미디어 플레이어 및 브라우저 기술을 지원하며, 멀티미디어의 생성·소비·유통을 기반으로 하는 디바이스 대 디바이스간의 새로운 Social Network Service(SNS)의 구축을 지원하는 단말기로 정의될 수 있다.

다. 서비스 플랫폼

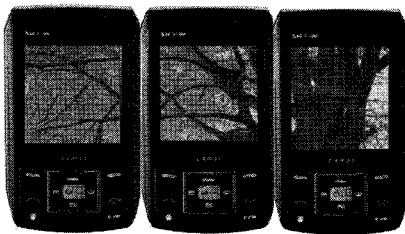
홈과 모바일 플랫폼과 연동하여, 서비스 사업자와 일반 사용자들이 새로운 서비스를 능동적으로 생산할 수 있도록 하는 서비스로 정의할 수 있다. 또는 Any-Device와 AP 및 PP 등의 참여형 Frame Work를 통한 융합 미디어 서비스를 제공하는 Service Manager라고도 할 수 있다.

서비스 플랫폼은 네트워크 및 사용자 환경 기반 기술과 Social Network 형성을 위한 서버 기술까지 다양한 범위의 기술이 포함되고, 전체적인 Any-Device 플랫폼 서비스가 제공될 수 있도록 하는 부분이 핵심이라 할 수 있다.

다. 관리 플랫폼

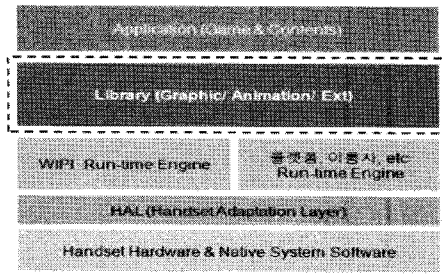
홈, 모바일 및 서비스 플랫폼의 인프라를 활용하여, 기기 간(휴대, 고정, 이동단말과 가전기기 등)에 높은 품질의 융합 콘텐츠가 원활히 구동되도록 돕는 소프트웨어 지향의 플랫폼으로 이용자의 편리한 사용 및 다양한 사용자 욕구에 대한 대응과 응용의 극대화를 위한 단말간의 기능 융합화를 지원하여, 기기들의 활용 영역을 확장하고자 하는 다중 플랫폼의 관리 및 운영 기술들을 말한다.

언제, 어디서나 어떤 기기로의 서비스를 실현하기 위하여, 여러 대의 휴대폰으로 한 미디어를 분할했을 때 동기가 맞는 경우에는 나무 가지들의 위치가 일치하게 된다.



〈그림 2〉 플랫폼 확장에 따른 동기화

각각의 움직임 특성에 따라, Speed, Length, Acceleration 정도의 디스플레이 크기에 임계값을 보정하는 기술과 각 기기 영상표시 장치 마다의 픽셀의 개수와 크기가 다를 경우의 동기화 및 모바일까지 확장에 따른 디스플레이어의 이동성을 배려한 동기화를 고려하여야 한다. 또한, 지속적인 업그레이드로 시스템의 유지 및 관리가 용이하도록 구축되어야 하며, 프로그램 소스를 변경하지 않고도 각 버전별로 융합 콘텐츠의 가능하도록 하여야 한다.



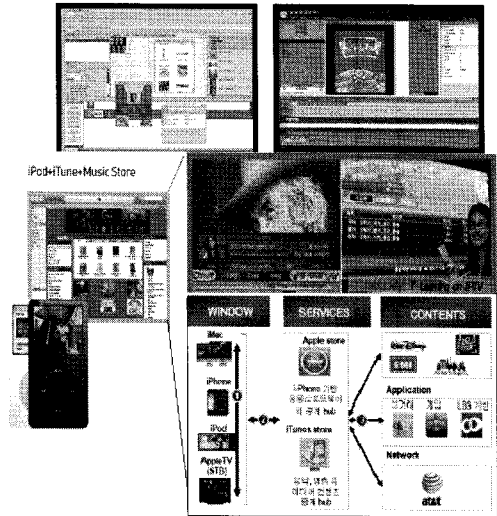
〈그림 3〉 관리 플랫폼의 미들웨어 및 에디터/저작도구

3.3 다중 플랫폼의 융합 콘텐츠

다중 플랫폼은 신규 콘텐츠 개발로 얻을 수 있는 기대수익을 높이고 있으나, 콘텐츠 개발에 실패했을 경우 피해액이 커질 수 있으므로 콘텐츠 기획 단계에서부터 철저히 준비하고 계획성 있는 콘텐츠 개발을 진행하여야 한다.

가. 음악(Music)

다중 플랫폼에서의 융합 콘텐츠 기반 수익모델의 예는 Apple의 웹 미디어 콘텐츠 판매 서비스에서 찾아 볼 수 있다. iPod 단말기에서 iTunes Store 소프트웨어를 통하여 콘텐츠가 있는 iTunes Store 웹 사이트에 접속하여, 필요한 콘텐츠를 다운로드 받아 사용한다.



〈그림 4〉 Apple의 웹 미디어 음악 콘텐츠 서비스

디지털 미디어 콘텐츠 시장과 MP3 Player 판매 시장을 타겟으로 설정하고, iPod 구매자, 웹 디지털 미디어 서비스를 이용하는 PC User를 대상 고객으로 iTunes Store를 통한 유료미디어 콘텐츠(Music, Movie, Game, Music-Video etc)를 판매하고, iPod에서 콘텐츠를 제한 없이 활용할 수 있도록 하여, 콘텐츠 구매 욕구를 증가시킨다는 전략을 가지고 운영하고 있다.

이와 같은 융합 콘텐츠 기반의 서비스에 따른 기대효과는 콘텐츠 종류의 다양화와 각 및 네트워크 등과의 결합 생산으로 인한 규모의 경제를 창출할 수 있다. 또한 서비스를 통한 구매 욕구 자극과 기존 콘텐츠의 고품질화 및 차별화를 콘텐츠의 가치를 극대화할 수 있다. 더불어, SNS와 같이 네트워크화된 소비자들이 증가할수록 고개 만족도가 증가하는 “네트워크 효과”가 발생하여, 콘텐츠 산업의 제도약의 기반 구축과 연관 산업 분야에 긍정적인 파급효과를 창출할 것이다.

나. 게임(Game)

게임 관련 다중 플랫폼 융합 콘텐츠 분야는 방송·통신 융합 시대를 맞이하여, 다양하며 활발한 상황들이 전개될 것이다. 또한, 휴대폰과 게임의 결합은 무선 기술의 비약적인 성장을 통하여 데이터 전송속도의 향상과 멀티미디어 데이터 처리의 보편화가 큰 역할을 하였다.

국내 모바일 게임 산업에서 게임 콘텐츠를 다운로드하는 사용자들이 증가하면서, 급속한 성장과 기기 제조업체들이 게임 전용의 신작 게임폰을 출시함에 따라 시장이 크게 확대되고 있다. 특히, 모바일 다중 플랫폼 지원 게임개발 통합 환경의 핵심 요소는 데이터 모델 D/B, 게임 개발 통합 환경 도구와 게임개발 엔진이 필요하다.

따라서, 모바일 게임 개발 통합 환경 엔진은 도구로부터 받은 데이터를 플랫폼 변환 라이브러리와, 플랫폼 SDK를 이용하여 각각의 플랫폼에 쓰이는 데이터를 만들 수 있다.

IV. 다중 플랫폼 융합콘텐츠 육성 전략

4.1 미디어 융합을 고려한 콘텐츠 정책

다중 플랫폼의 융합 콘텐츠는 아날로그 콘텐츠의 디지털화의 단계를 넘어 정보통신망, 콘텐츠와 단말기 등과 결합된 디지털 콘텐츠 산업의 진화에 대한 이해를 필요로 한다. 특히, 미디어들의 융합은 한 방향에서 양방향으로 바뀌는 현상들이 나타나고, 통신망을 이용하여 방송콘텐츠가 소비자에게 전달되고, 소비자는 방송망을 통해 인터넷이나 전화 등의 통신을 할 수도 있으므로 미디어 융합을 고려한 콘텐츠 육성 정책을 필요로 한다.

가. 연구개발의 강화

연구개발 정책 추진체계를 확립하고, 융합 콘텐츠 기술 분야 전반에 걸친 기술로드맵(TRM : Technology Road Map)을 구성하고, 융합형 콘텐츠 산업 육성 및 기술개발 강화 등을 포함하는 융합 콘텐츠 산업 발전을 위한 마스터 플랜을 수립하여야 한다.

나. 제도 개선

디지털 가상세계 등 디지털 융합 환경에서 적용될 사회/경

제/문화 분야의 제도를 개선하고, 콘텐츠 산업 진흥기금을 마련하여, 콘텐츠 산업 융합화에 대응하는 총체적인 제도를 정비하여야 한다. 더불어 산업 진흥체계를 마련하여, 부처간 협력을 강화하여야 한다.

다. 해외 진출 지원

해외 협력 강화를 통한 국내 기업들의 해외 진출을 지원하고, 해외 주요국들과의 기술 협력을 위한 공동개발 프로젝트를 수행한다면 기반기술의 확보가 조기에 실현될 것이다. 또한, 가치사슬 연계형 콘텐츠 공공개발 및 중소 콘텐츠 개발 기업들과 동반 해외진출을 시도하여, 해외 직접 서비스를 통한 국내 콘텐츠 기업들의 글로벌 경쟁력 강화를 촉진시켜야 한다.

라. 인력 양성

첨단 기술과 문화의 통합적 소양과 지식을 갖춘 창의적 인재를 양성하며, 문화 콘텐츠 종합 인력정보 시스템을 운영 및 정보서비스를 수행하고, 해외 전략 지역 전문가와 함께 시장 개척을 위한 글로벌 인력 진출을 시도하기 위한 융합 콘텐츠 특성화 교육기관 설립 및 아카데미를 운영하여야 한다.

V. 결론

다양한 멀티 플랫폼에 특화된 차세대 융합형 콘텐츠는 컴퓨터그래픽스, 가상현실 및 방통 융합 콘텐츠 등 고속 성장이 기대되는 분야이다. 또한, 다양한 콘텐츠 융합의 확산은 미디어와 플랫폼의 등장뿐만 아니라, 플랫폼 간 교차와 연결 및 통합이 가능한 미디어 전경(landscape)을 창출해 내고 있다.

인터넷과 TV의 결합은 다양한 애플리케이션을 구현할 수 있는 전송 매커니즘을 서로 연결시켜 수 많은 형태의 다중 플랫폼을 등장시키고 있다. 이로 인한 방송서비스와 인터넷 서비스가 네트워크와 전송 플랫폼 및 디바이스의 선택과 상관 없이 활용되는 통합 플랫폼 환경이 폭 넓게 조성되고 있다. 방송·통신 융합 환경에 적합한 다중 플랫폼 융합 콘텐츠는 초고속 데이터 통신망을 활용하는 멀티미디어 및 IP 멀티캐스트 기능을 활용한 서비스들과 연계하여, 관련된 소재 산업들에 미치는 파급효과가 매우 크므로, 이에 대한 적극적인 대처가 필요하다.

결론적으로 국내 다중 플랫폼의 융합 콘텐츠 산업이 육성되기 위하여, 민간과 정부의 역할 분담을 진행하고, 가치사슬의 선순환 구조 형성과 위상을 확보하여야 한다. 본 연구의 제안으로 융합을 고려한 콘텐츠 정책은 사회 구조 변화에 대응하는 측면으로 수립되고 집행되어야 한다고 생각하며, 추가적으로 정보통신의 무국경화(無國境化)에 따른 방송통신법체제의 제고와 인터넷상의 위법, 위해 정보 문제 해결과 관련된 국제경쟁력 강화 등 기술혁신 및 진화에 따른, 네트워크의 국제화를 추진하여야 한다.

참고문헌

- [1] 방송통신위원회, "2008 국제방송통신 컨퍼런스", 발료자료집, 2008
- [2] 한국소프트웨어진흥원, "콘텐츠 산업의 현재와 미래 그리고 새로운 도전", 문화관광부, 2008.
- [3] 한국방송영상진흥원, "뉴미디어 Info Watch", 유플러스 연구소, 2008
- [4] 지식경제부, "다중 미디어 융합기반 Any Device Platform 기술개발, 지경부 디지털컨버전스 지원단, 2008
- [5] 정보통신연구진흥원, "IITA ICT R&D 국제 심포지 ", 2008
- [6] 한국전자거래진흥원, "디지털 미래 전략 세미나", 2008
- [7] 최혜실, "방송·통신 융합시대의 문화 콘텐츠의 중요성", 문화관광부, 2006
- [8] 강석원, "차세대 융합콘텐츠 산업육성" 문화체육부, 2008
- [9] 박수일, "미디어 융합기반 다중 플랫폼(Platform) 시스템", 한국정보시스템학회, 2008
- [10] 유플러스연구소, "뉴미디어 Infor Watch", 한국방송영상산업진흥원, 2008
- [11] 이재동, 김원제, "퓨전테크 그리고 퓨전비즈", Info -Tech Corea, 2007
- [12] 정보통신국제협력진흥원, "일본의 방송·통신 융합정책 및 시장동향, 2008
- [13] 한국방송영상산업진흥원, "디지털 커뮤니케이션 융합과 포털의 차세대 미디어 전략분석", 2007
- [14] 한국방송영상산업진흥원, "통합플랫폼 환경에서의 방송 서비스 개념정립과 시장획정 방안", 2007
- [15] 한국방송공사, "통합플랫폼 환경에서 방송 이용형태 변화와 이용자 니즈의 차별성 연구", 2007
- [16] www.E3Net.co.kr