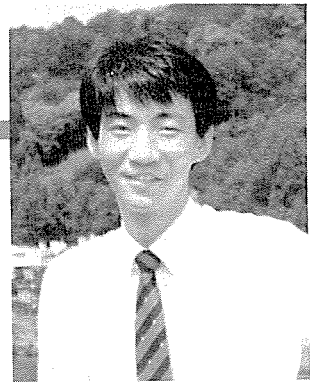


기획
특집 I

멀티미디어 산업발전방향

權容沅

〈상공자원부 정보진흥과〉



신문·방송·컴퓨터등 통합 산업구조 새 모형 정립해야

4조회 연산능력 컴퓨터

금세기안에 최초의 범용컴퓨터인 ENIAC에 비해 무려 1백억배의 성능을 갖는 초당 4조회의 수학적 연산능력을 갖춘 컴퓨터가 실용화될 전망이다.

그러나 컴퓨터를 비롯한 정보산업 각 분야의 눈부신 기술발전에도 불구하고 지금까지 개발된 정보기술은 정보의 효율적 처리라는 관점에서는 아직 많은 제약요인을 가지고 있다. 컴퓨터는 일상생활에서 접하는 정보의 95%를 차지하는 이미지와 음성을 처리하는 데 있어 원시적 수준에 머물고 있으며 다만 일상정보의 5%에 불과한 디지털화된 수식계산이나 텍스트 처리에 있어서만 유용성이 입증되어 있다. 따라서 정보혁명이라는 대변화의 원동력이 되고 있는 컴퓨터도 실상은 인간과의 친숙도 결여라는 결점으로 인해 보편적 이용확대에 제약을 받고 있다(컴퓨터의 이같은 결점으로 인해 가격하락에 따른 컴퓨터 공급확대 추세는 경제학적 이론곡선을 크게 밑돈다). 반면, 영상과 음성정보의 제공에 유용성이 입증된 텔레비전 역시, 공급자의 일방향성

정보제공, 아날로그 기술에 근거함에 따른 정보가공, 축적의 한계를 갖고 있다.

음향,영상,텍스트 등 각종 정보미디어를 복합화하여 가공과 편집, 저장이 가능한 디지털화를 전제로, 양방향성으로 인터랙티브하게 처리하는 멀티미디어는 이러한 측면에서 컴퓨터는 물론, 정보의 수집, 가공, 처리, 전송과 관련된 모든 산업(방송, 통신,신문저널,가전정보,소프트창작 등)의 발전에 새로운 전기를 마련할 것으로 기대되고 있다. 멀티미디어의 구체적 산업화방향에 대해서는 아직 불명확한 점이 많으나 정보산업의 궁극적 발전방향이라는 관점에는 이견이 없다. 정보산업 각 부문의 멀티미디어 참여는 당위적 과제가 되고 있는 것이다.

〈세계산업의 주요동향〉 세계굴지의 종합 엔터테인먼트사인 Time Warner는 멀티미디어 서비스분야에 대해 가장 공격적이고 적극적인 경영전략을 갖고 있다. Gerald Levin이라는 걸출한 최고경영자의 진두 지휘하에 US West사와의 파트너십을 통해 98년까지 25억불을 투자하여 케이블 네트워크의 광케이블 대체 및 인터랙티브 테크놀로지 개발을 수행할 예정

이다. 워너브라더스가 갖고 있는 방대한 소프트웨어, 타임의 고급정보, 그리고 Sega사와의 제휴를 통한 게임프로그램의 확보 CA-TV망을 통한 엔드유저와의 접촉채널 확보는 멀티미디어 시장전략의 기초토대를 제공하고 있으며 Gerald Levin의 공격적인 투자의 배경이 되고 있다.

광케이블에 20억불 투자

미국 최대의 유선방송사인 TCI(Telecommunications Inc.) 역시 케이블의 광섬유 대체 및 관련기술 개발에 20억불을 투자할 계획이며 멀티미디어 프로그램 제작을 위한 별도 자회사를 설립하고 있다. TIC는 90년대중 5백개의 프로그램을 인터랙티브하게 공급한다는 야심찬 계획을 펴나가고 있다.

굴지의 종합언론사인 CSPS(Christian Science Publishing Society)는 멀티미디어 관련 2개의 사업부를 설치하여 1백여년의 역사를 통해 축적한 논설, 역사적 사건정보, 다큐멘터리 등 방대한 정보의 멀티미디어 제품화를 추진하고 있다. 보유정보의 디지털화 작업을 기본으로 인터랙티브 정보제공기술을 US West와 제휴 개

발중인 CSPS는 멀티미디어 서비스분야를 향후 성장과 이익창출의 주력분야로 설정하고 있다. CSPS는 물론 Newsweek 등 각 언론기관들은 이미 주요정보를 CD-ROM화하여 타이틀 제품으로 시장에 출하하고 있다.

NBC와 IBM 제휴

NBC를 비롯한 미국의 3대 메이저 방송사들도 멀티미디어 방송을 위한 준비작업에 착수하고 있다. NBC는 IBM과 8억불 규모의 제휴로 범용컴퓨터 기술을 통해 NBC의 각종 방송 프로그램을 다양한 형태로 사용자가 원하는 시간에 시청할 수 있는 기술개발을 추진하고 있다. 이는 텔레비전 방송의 구조적인 문제점, 즉 제공되는 정보량의 제약, 사용자의 선택권이 없는 일방향성 정보제공, 그리고 시간과 공간의 제약을 뛰어넘는 구조적 개선책으로 신문저널업에는 중대한 위협이 될 수 있다. 또한 이는 지금까지 별개의 영역으로 영위되어 온 신문과 전문저널, 방송산업의 궁극적 통합 가능성을 시사하고 있다.

최근 미국의 연방통신위원회(Federal Communication Committee:FCC)는 통신과 케이블 TV의 사업영역 구분을 철폐하는 행정조치를 취하고 있다. 이는 새로운 미디어의 출현과 기술발전에 부응하는 발전적인 행정행위로서 아직 케이블 TV업계의 커다란 반대에 당면해 있긴 하나 정부의 인위적 시장개입을 최소화하고 시장기능에 의해 방송과 통신산업의 발전을 진작시키는 바람직한 조치로 사료된다.

하드웨어 부문에서 세계 최고의 경쟁력을 쟁취해 낸 일본기업들은 구조적으로 취약한 소프트웨어 부문을 보완하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 세계 최고의 가전정보업체인 소니사는 콜롬비아 영화사를 완전 매입하였고 마쓰시다그룹은 MGM의 지분을 인수하였다. 소니의

경우 가전사업부는 구조적 어려움에 당면해 있는 반면 콜롬비아는 순탄한 성장을 보여 총 매출의 40%를 콜롬비아를 통해 확보하고 있다. 또한 콜롬비아를 통한 소프트웨어의 확보는 소니가 추진하는 하드웨어 부문의 새로운 미디어들, 미니디스크나 퍼스널 커뮤니케이터의 보급 확대에도 크게 기여할 것으로 전망되고 있어 통합에 따른 극대화된 시너지 효과를 창출하고 있다.

현재 창업이래 최대의 구조적인 어려움에 직면해 있긴하나, 정보산업계의 거함 IBM은 H/W 및 S/W, 네트워크를 망라한 방대한 기술적 솔루션을 배경으로 멀티미디어에 대해서도 다방면에 걸친 노력을 기울이고 있다. 멀티미디어 PC제품(Ultimedia)군을 시장에 출하하고 있고, INTEL과의 제휴를 통해 DVI칩을 탑재한 멀티미디어 보드의 보급, APPLE과는 카레이더사를 공동설립하여 멀티미디어용 차세대 OS 개발을 추진하고 있다. 이미 8억불을 투입하여 프로티지라는 멀티미디어 정보서비스 보급을 추진하고 있으며 NBC와는 멀티미디어 방송기술 개발을 공동으로 진행하고 있다. 아울러 한때 톰사의 매각으로 크게 후퇴한 것으로 보이던 통신부문에 대해서도 멀티미디어 통신의 기본기술인 ATM교환기 개발이 상당 수준 진척되고 있다. 멀티미디어 산업의 거의 전부분에 걸친 IBM의 노력이 어떻게 상업적 결실로 이어질 것인가, 신임 Gustrer회장의 멀티미디어에 대한 전략적 중요성의 부여 여부는 조금 더 지켜보아야 할 사항이나 어려운 경영여건에서도 이와 같은 방대한 노력을 전개할 수 있는 IBM의 저력은 놀라기까지 하다.

GUI(Graphic User Interface)에 관련한 타의 추종을 불허하는 기술력을 갖고 있는 APPLE 역시 S/W적으로 멀티미디어 솔루션을 실현한 QUICK제품을 이미 시장

에 발표하고 있고, 차세대 멀티미디어 통신기기인 Newton 개발에 총력을 기울이고 있다. Neton은 「General Magic」을 통한 컴퓨터, 통신, S/W업계의 차세대 정보통신 기술개발 노력이 결실을 맺을 경우 미래 정보통신기기의 핵심적 위치를 차지할 것으로 예상된다.(현재로서는 Newton 개발에 대한 방대한 투자가 Apple 경영악화의 주요인이 되고 있으며 시장출하 시점이 일렀다는 평가를 받고 있음)

마이크로소프트 역시 멀티미디어의 중요성을 잘 인식하고 있다.

기술보다는 마케팅 부문에 더욱 천재적인 재능이 있어 보이는 이 회사는 멀티미디어 부문에 있어서도 MPC 표준화 컨소시엄을 통해 멀티미디어 PC 시장의 주도권 확보 노력을 효율적으로 전개하고 있다. APPLE의 General Magic사에도 공동출자하고 있음은 물론 총 연구비의 25% 이상을 멀티미디어 관련 기술개발에 투입하고 있다. 최근에는 1백만불을 투입하여 종합백과사전, ENCARTA라는 타이틀을 개발, 시장에 출하하고 있기도 하다.

필립社 家電정보시장 진출

유럽을 대표하는 정보산업체인 필립스는 CD-I를 통해 가전정보부문의 멀티미디어 시장진출을 적극 추진하고 있다. 궁극적으로는 컴퓨터적 멀티미디어 솔루션과 통합될 것으로 보이는 CD-I의 보급확대를 위해 필립스는 소니 등 일본회사와의 제휴, 프로그램 확보노력의 강화, 표준화부문의 적극적 노력을 전개하고 있다.

세계적인 거대기업들 와중에서 싱가포르의 Creative Lab사는 전문기업이 멀티미디어 부문에서 어떻게 대응해야 하는가를 보여주는 수범사례가 되고 있다. 동사가 공급하고 있는 멀티미디어 오디오 보드인 「Sound Blaster」는 거의 전세계시장을 석권하고 있다. 기술발전 추세에 정확히 대응하는 기획능력, 시장과 자체가

술을 연결한 Niche Market의 창출, 국제화된 안목과 세계를 대상으로 한 시장전략이 현시대에 있어서 전문기업이 나아가갈 길이다.

지금까지 멀티미디어와 관련된 각 산업군, 즉 방송, 신문저널, CA-TV, 출판, 오락, 컴퓨터, 통신, Consumer Electronics 산업의 멀티미디어 시장전략에 대해 열거해 보았다. 이를 세계 멀티미디어 산업의 주요동향과 발전전망이라는 관점에서 총괄적으로 재정리하면 다음과 같다.

연평균 76% 급성장

첫째, 세계시장의 고도성장이 예상된다. 멀티미디어 시장은 연평균 76%에 달하는 급성장 시장이며 보급포화 단계의 가전제품을 보완하고 성장단계 단계의 PC를 대체할 신규 유망시장으로 등장하고 있다. 또한, 90년대 중반 이후로는 멀티미디어 서비스시장 (화상회의, Work group 멀티미디어 응용, HD-TV 등)이 본격화될 전망이다. 동기간 PC 및 가전제품의 시장 성장률이 5% 미만인 점과 국내 서비스 산업의 취약성은 우리산업이 시급히 멀티미디어에 대해 대비해야할 당위성을 시사하고 있다.

둘째, 리스크 분산과 시장확보를 위한 전략적 제휴가 활성화될 것으로 보인다. 이미 멀티미디어와 관련하여 방송-컴퓨터(NBC-IBM), 통신-컴퓨터(AT&T-Apple) 등 이업종간·동업종간 전세계적

으로 3백20여건의 제휴가 이루어지고 있다. 또한 자기 제품이나 기술을 사실상의 시장표준(de facto standardisation)으로 정착시켜 시장주도권을 확보하기 위한 컨소시엄이 더욱 활성화될 것이다.

마이크로소프트의 MPC, IBM의 카레이더나 Apple의 General Magic은 이런 전략의 대표적 유형으로 분류될 수 있다. 선진기업들의 전략적 제휴확대는 우리산업과의 기술격차를 확대할 위험요인과 표준화에 따른 기술공개라는 기회요인을 함께 제공하고 있다.

셋째, 상업적 성공을 위한 경영전략의 수립은 쉽지 않을 것이다. 우선 H/W업체의 경우 제품표준화에 따라 PC에서 경험한 것처럼 신규기업의 시장진입에 대한 기술적 장벽이 약화되어 기업간 극심한 가격경쟁이 재연될 가능성이 높다. 하드웨어는 매출과 성장측면에서 메이저 업체의 참여를 불가피하게 만들고 있으나 이익은 핵심부품이나 S/W부문에서 발생할 확률이 크다. 따라서 하드웨어 업체 대부분이 주요 부품과 S/W개발 및 사업화를 병행할 것으로 예상되고 있다. 멀티미디어 서비스의 경우에도 새로운 기술개발과 프로그램 확보, 투자비 회수를 위한 적정요금 책정 차원에서 경영전략 결정에 어려움을 겪을 가능성이 높고, 타이틀 제작업체 역시 전통적 미디어를 대체하기 위한 가격책정과 저작권료 해결문

제를 안고 있다.

넷째, 멀티미디어의 기술과 산업발전에 부응하기 위해 제도적 개선이 진행될 것이다. 음성과 화상, 문자정보의 복합화가 전제되는 멀티미디어는 방송과 신문저널, 통신, 컴퓨터 등 관련산업의 궁극적 통합 방향으로 발전해 가고 있다.

반면, 전통적으로 별개의 제도에 의해 영위되어 온 동산업의 통합화는 수많은 행정적 규제의 철폐를 전제로 하고 있다. 미국의 FCC가 통신사업자의 CA-TV 프로그램 보급을 허용한 것은 새로운 미디어 기술발전에 부응하는 조치로 보이며 또한 급년에 일본의 통산성이 관계 권위자들을 주축으로 멀티미디어 시대에 대비한 산업환경의 정비 연구에 대대적으로 착수한 것도 산업의 건강한 성장토대를 마련하기 위한 노력으로 보인다. 선진국에 비해 아직 많은 행정규제를 갖고 있는 우리로서는 대책마련이 시급한 분야 중 하나이다.

<우리산업의 발전방향> 현재 세계 정보산업은 급속한 기술발전과 산업여건 변화에 따라 커다란 구조개편 과정에 있다. 아울러 과거 우리산업의 발전 패러다임-인건비의 국제비교우위에 근거한 하드웨어의 국제적 조립기지화를 통한 양적 성장전략은 더 이상 유효성을 확보하기 힘들다.

국내의 산업구조 재편과정에서 우리는 새로운 산업발전 패러다임을 요청받고 있으며 그 기본방향을 다음과 같이 정리해 본다.

세계적 기업과 연합전선을

첫째, 세계적 기업들이 전개하는 전략적 제휴와 연합전선의 적극적이고 공격적인 동참이다. 절대기술이 부족하고 인지도가 떨어지는 우리기업으로서 쉬운 일이 아니나, 기업의 경영전략상 선진기업과의 전략적 제휴의 우선순위는 상향

멀티미디어 세계시장 전망 (100만불)

		91	92	93	94	95	96	성장률
응용 분야	업무용	539	866	1,489	2,519	3,925	5,964	62%
	가정용	103	348	992	2,042	3,496	5,893	125%
	교육용	135	230	354	506	852	1,095	52%
제품 군별	H/W	609	1,075	2,050	3,479	5,487	8,391	69%
	S/W	147	305	624	1,196	2,113	3,241	88%
	서비스	20	63	161	374	673	1,140	124%
합 계		777	1,444	2,835	5,067	8,273	12,952	76%

조정되어야 한다. 본질적으로 협소한 내수시장과 정책에 근거한 산업발전이 아니라, 세계시장을 대상으로 한 경쟁력 있는 모든 단계에 걸쳐 - 그것이 하청이건, OEM이건 동반자적 기술협력이건 간에 - 국제적 안목을 넓히고 세계기술발전 추세를 아는 국제경쟁력이 있는 기업으로 발전되어야 한다. 치열한 경쟁속에 자기 제품을 사실상의 시장표준으로 정착시키기 위해 선진기업들이 전개하는 산업협력과 기술공개는 우리에게 유효한 기회요인을 제공하고 있다. 또한 대만과 싱가포르의 전문중소기업들은 세계시장을 대상으로 후발기업이 어떻게 대응해야 하는가에 관한 발전적 모델을 제시하고 있기도 하다.

차별화된 전략제품필요

둘째, 차별화된 전략제품을 갖고 도전해 나가야 한다.

한 걸음 쫓아가면 두 걸음 앞서가는 세계적 기업을 상대로, 세계시장의 단일화라는 여건속에 경쟁력 있는 상품을 만든다는 것은 쉬운 일이 아니다.

이제 선진기업이 시장에서 증명한 기술의 추종 방식으로는 한계가 있으며 우리실력에 맞는 니치마켓의 창출, 마이클포터가 경쟁력 원천으로 지적하고 있는 차별화전략이 긴요하다. 우리에게 요청되는 것은 선진기술 그 자체가 아니라 우리 능력에 맞는 기술력·정보력·판매력을 종합하여 최적대안을 구하는 능력이다. 이는 본질적으로 기술과 기획, 판매부서가 효율적으로 협력할 수 있는 기업내 조직관리의 효율화와 관련이 깊으며 가장 기본적 과제임에도 불구하고 우리산업이 가장 취약한 부문중 하나이다.

셋째, 산업조직의 효율적 재정비가 요청된다.

과거의 우리나라 컴퓨터산업은 대기업에 비해 특화된 비교우위가 없는 중소기

업과, 국제경쟁력이 없는 제품구조 및 양산제품 생산에나 적합한 경영조직을 보유한 대기업의 혼재속에 퇴보 가능성을 내재해 왔다.

이미 경험을 통해 이러한 산업조직이 대기업과 중소기업 공멸의 상황으로 진전될 수 있음을 잘 알고 있음에도 불구하고, 단기적 시각에 의해 이러한 산업조직이 멀티미디어 부문에서도 지속된다면 정부정책과 기업경영전략의 모든 노력이 유효성을 확보하기 어렵다.

IBM 등 세계적 기업들조차 급변하는 산업여건에 대응하여 살아남기 위해 피눈물나는 기업경영의 Restructuring을 추진하고 있는 상황에서 기술도 없는 우리기업이 이러한 비발전적 구조를 고착화시키는 한 우리산업의 희망적 미래를 발견할 길은 없다. 이제는 대기업과 중소기업 간 협업과 계열화, 경쟁의 시장이념이 발전적으로 정착되고 기업내부의 경영합리화와 조직개편이 시급히 진행되어야 한다. 산업조직의 문제는 본질적으로 정책이전의 과제라 생각하며 정부의 인위적 시장개입은 궁극적으로 효율성을 저해하고 세계화를 지향해야 하는 우리산업의 발전을 가로막을 수 있다고 본다.

넷째, 정보 및 통신서비스 업계의 멀티미디어 참여 활성화.

미국이나 유럽의 선진국에 있어서 방송, 통신, CA-TV, 위성통신사업자, 신문저널·출판업과 같은 정보서비스 업체의 멀티미디어 산업참여는 전통적인 정보산업체(H/W 및 S/W업체) 이상으로 산업발전의 핵심축을 이루고 있다. Apple의 전 임회장인 존 스컬리는 이러한 서비스 관련시장을 통합할 경우 2천년 멀티미디어 시장이 2조달러에 이를 것으로 내다보고 있기도 하다. 반면, 우리나라의 경우 95년이나 되어야 CA-TV서비스가 시작되고 독자위성의 확보를 통한 위성방송·통신

사업이 실시되며 신문이나 출판업의 멀티미디어에 대한 사업참여는 매우 미흡한 실정이다. 이는 이들 서비스 업체에 있어서는 궁극적 경쟁력의 상실을 의미하는 것임을 빨리 인지할 필요가 있다. 타임워너나 크리스천 사이언스 그룹, AT&T나 NBC가 방대한 자금을 멀티미디어에 투입하는 것은 이들이 멀티미디어에서 확실한 시장을 찾았다기 보다는 투자안하였을 경우의 위험이 더 크다고 판단하고 있는 것으로 해석하여야 한다. 더구나 서비스 시장의 개방은 미리 대비하지 않은 국내 정보서비스 업계에 있어서는 국내 유사기업이 아닌 이들 기업과의 경쟁을 의미함을 인식해야 한다.

산업환경변화 따른 행정체계

다섯째, 산업환경 변화에 부응한 행정체도의 효율적 개편이다.

지금까지의 정부주도 경제사회 발전계획의 영향으로 우리나라의 경우 경제에 대한 행정규제가 상당히 광범위하게 시행되어 왔다. 이에 따라 과도한 경제행정 규제완화는 신정부의 신경제 계획의 중요한 이념을 구성하고 있다. 멀티미디어와 관련해서는 이는 산업발전을 위한 가장 기본적인 정책과제라 할 수 있다. 서비스의 종류, 기술규격, 시장진입 조건 등에 대해 필요최소의 규제를 제외한 모든 규제는 철폐되어야 한다. 멀티미디어가 정보화사회의 가장 경쟁력 있는 정보전달 수단임을 고려할 때, 이러한 행정규제로 정보전달의 효율성이 저하되는 것은 전 산업, 경제, 행정 효율성의 저하를 의미한다. 지금까지 열악한 여건에 놓여 있는 우리 멀티미디어 산업이 발전해 나가기 위한 총론적 과제들을 열거하여 보았다. 이제 이러한 구조를 전제로 정부가 추진하고자 하는 멀티미디어 산업 발전정책들을 요약하여 열거함으로써 본고를 마치고자 한다.

〈정부의 정책과제〉 1. 전략기술의 개

발촉진; 전략기술개발은 몇 가지 기본적인 원칙하에 선정되어 추진될 것이다.

첫째, 제품화 기술 측면에서는 기업자율적 개발을 원칙으로 하되 선진기업과의 제휴를 통해 대등한 시점에서 시장출하가 가능한 과제는 연구자금을 지원할 계획이다.

둘째, 장기적 경쟁력 확보를 위해 기술 획득이 필요한 과제들,

셋째, 표준화 연구에 대한 정책자금 지원을 강화할 계획이다.

현재, 제품화 기술은 물론, 멀티미디어 서비스 기술, 통신부문의 전략기술(대화형 통신, ATM교환), 핵심 칩 기술(MPEG II, 각종 칩세트 등), S/W 부문의 저작도구 및 OS 등이 검토되고 있으며 이러한 기술개발은 국제공동연구, 국제적 컨소시엄에의 참여, 국내적으로도 산학연의 연계를 통한 기술개발, 생산성의 향상, 그리고 수요업체와 공급업체, 기업종간 공동연구 등을 통해 기술개발의 효율성을 제고해 나갈 계획이다.

프로그램 제작 지원강화

2 정보서비스 업체의 멀티미디어 참여지원; 신문저널이나 출판업체, 타이틀업체의 멀티미디어 프로그램이나 타이틀제작에 대한 지원을 강화할 계획이다. 자체 보유중인 정보의 디지털화를 촉진키 위해 중소기업 정보화사업을 통해 전산망 장비구입을 지원하고 공업발전기금으로 타이틀제작을 지원할 계획이다.

3 소프트 창작자의 육성; 게임이나 영상, S/W 제작자를 중점육성해 나갈 계획이다. 특히 영상산업은 전문 프로덕션 등을 포함하여 신경계계획을 통해 제조업 차원의 지원을 받을 수 있도록 조치하고 게임, S/W 부문에 대해서는 S/W Business Incubator 사업을 추진하여 유능한 인력이 사업화에 성공할 때까지 안정적인 개발공간을 마련해 줄 계획이다.

4 내수기반의 강화; 정부 및 정부투자기관, 관련 산하단체가 작성·발표하는 각종 경제산업 통계자료(수출입, 기업통계, 산업통계, 교통정보, 국토이용정보 등)를 CD-ROM화하여 발표하고 이는 전문 타이틀제작업체에의 외주를 정착시켜 전문업체의 발전기반을 강화시킬 계획이다. 아울러 신경계계획에 따라 97년까지 추진될 예정인 PC 1천만대 보급사업의 일환으로 멀티미디어 PC를 보급하는 방안을 검토·추진할 계획이다.

5 멀티미디어 보드 및 부품산업의 진흥; 보드제작 전문 중소기업을 97년대까지 대만이나 싱가포르 등 경쟁국 이상의 수준으로 지원·발전시켜 나갈 계획이다. 이를 위해 기술개발지원은 물론, 완제품 조립업체의 협력분위기 조성, 국내외 기술, 시장 정보지원이 체계적으로 추진될 수 있도록 조치할 계획이다.

또한 멀티미디어 하드웨어 경쟁력 확보의 관건이 될 부품산업 발전을 위해 ELECTRO-21사업을 통한 핵심부품 국산화를 지속하는 한편, 기술력을 갖춘 기업의 국내투자를 촉진하고, 표준화 및 공동구매 등을 통해 부품의 수급구조상 경쟁력을 개선해 나갈 것이다.

6 통신 인프라스트럭처의 정비; 미국의 클린턴 신정부가 추진하고 있는 「Information Super-highway」정책, 일본의 신사회 간접자본 정책중 정보화투자, 싱가포르의 IT 2000 Plan은 모두 대용량 고속 정보처리가 가능한 통신망의 확보를 가장 핵심시책으로 하고 있으며 이는 멀티미디어 산업발전의 전제이기도 하다. 우리정부도 신경계 5개년 계획의 핵심과제로 통신망의 고도화를 추진하여 2015년까지 광대역 종합정보통신망 구축을 완료하고 이를 위해 광케이블 확충과 무선통신망의 고도화가 진행될 것이다.

7. 제도개선 연구팀의 발족; 멀티미디어

어 시대에 부응하는 행정제도 개선을 위해 전문 연구팀을 발족할 계획이다. 관련 학계와 산업계 전문가로 구성 운영될 이 연구팀은 6개월 정도의 연구를 통해 새로운 서비스의 발굴 및 서비스 시기, 이업종간 시장진입 장벽의 완화방안, 멀티미디어 저작권의 인정방안 등을 종합 검토할 것이다.

8 범부처 정책협의 기능의 강화; 멀티미디어는 방송, 통신, 신문저널, 출판, 컴퓨터 및 가전 등 제조업, S/W업 등 관련산업이 복합적으로 연계·발전되어야 하므로 특정부처의 정책만으로는 정책의 실효성을 거두기 어렵다. 따라서 상공자원부, 공보처, 문화체육부, 과학기술처, 체신부 등 관계부처의 공조체제하에 종합적 정책이 추진될 수 있는 시스템을 구축할 계획이다. 멀티미디어 관련산업이 융합화되고 세계 GDP생산중 차지하는 비율이 30%에 달하는 것은 이러한 공조체제의 당위성을 대변해 주고 있다.

〈맺음말〉 GNP성장의 수출의존율이 30%를 넘는 우리나라는 아직은 산업발전에 있어 수출산업화를 전제로 한 정책과 경영전략이 유효성이 크다. 더구나 UR과 쌍무적 통상압력을 통한 시장개방의 불가피성은 우리에게 개방된 세계로의 전진을 요청하고 있다. 세계시장이 단일화되고 이른바 국경없는 경제(Borderless Economy)가 펼쳐지고 있는 지금 우리산업이 본질적으로 경쟁력이 없는 산업조직하에 경쟁력 없는 제품을 국산화하여 내수시장을 전제로 한 시장확보 논란을 짜증스럽게 고집하는 한 우리산업의 미래는 없다. 개방된 세계에서 경쟁하고 이기기 위한 새로운 산업발전 패러다임이 정립되어야 하며 경쟁을 촉진하되 우리산업의 공동발전 분모를 위한 최적정책을 위해 조금 더 지혜를 모아야 할 시점이다.