

유럽연합, 미국 따라잡기 '한창'

지난 호에서 우리는 '정보 콘텐츠란 무엇인가', '왜 정보 콘텐츠 산업을 육성해야 하는가'에 대해 살펴보았다. 정보화가 진전되어 감에 따라, 정보 콘텐츠, 정보 기기, 정보 전달 분야로 구분되는 정보산업(information industry) 중에서 정보 콘텐츠 분야가 차지하는 비중이 점점 커진다. 이번 호에서는 선진국의 콘텐츠 산업의 추이를 살펴보도록 한다.

박창현/한국통신 통신경제연구소 조사분석팀장

연재순서

1. 정보 콘텐츠 개요와 필요성
2. 선진국의 정보 콘텐츠 산업 육성현황 (이번호)
3. 정보 콘텐츠 산업 육성을 위한 법적·제도적 선결요건

미국의 한 연구기관의 보고서에 의하면, 미국의 정보산업 총매출액은 2005년에 2,927조원 규모이며, 이 중 정보 콘텐츠 분야가 1,832조원, 정보 기기 분야가 284조원, 정보 전달 분야가 811조원으로, 정보 콘텐츠 분야가 62.6%의 비중을 차지할 것으로 전망한다. 그렇다면 갈수록 중요해지는 정보 콘텐츠 산업을 육성하기 위해서 무엇을 어떻게 해야 하는가?

우선, 정보 콘텐츠 산업 육성 방안을 모색하기 위해 다른 나라에서는 어떻게 하고 있는지를 살펴보고 이를 벤치마킹 대상으로 삼는 것도 좋은 방법이라 할 수 있다.

미국의 정보 콘텐츠 산업에서 얻는 시사점

지난 호의 <표 2> 세계 및 미국 시

장에서의 정보산업 분야별 시장 규모의 현황 및 전망'에서 볼 수 있는 바와 같이, 세계 정보 콘텐츠 시장 규모는 94년 현재 8,000억 달러에 달하며, 그 중 미국 정보 콘텐츠 시장이 5,205억 달러 규모로 전세계 정보 콘텐츠 시장의 65%나 차지하고 있다. <표 4>에서 보는 바와 같이 미국의 정보산업은 94년에 1조309억 달러 규모였으며, 그 중 정보 콘텐츠 산업은 5,205억 달러 규모로 미국 정보산업 중 50.5%를 차지하고 있다. 세계 정보 콘텐츠 시장에서 미국이 지배적인 위치를 차지하고 있음을 쉽게 알 수 있다.

정보 콘텐츠 산업에 대한 이해를 돕기 위해 정보 콘텐츠 산업의 정보 형태별 시장 규모를 살펴보자. <표 4>의 결과를 정리해 보면 94년도 미국

의 정보 콘텐츠 산업의 정보 형태별 비중은 다음 <표 5>와 같다.

<표 5>의 결과는 매우 시사적이다. 할리우드의 위세 때문에 정보 콘텐츠 산업 중 영상물 시장의 비중이 매우 클 것이라고 생각하는 것이 일반적이지만, 사실 미국의 정보 콘텐츠 산업에 있어서 영상물이 차지하는 비중은 정보 형태별로 보았을 때 3위에 그친다. 정보 형태 측면에서 보았을 때 정보 콘텐츠 산업에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 '영상물(오디오비주얼)' 형태가 아니라, '텍스트' 형태이다. 정보 콘텐츠 시장 중 텍스트 형태의 비중은 41.5%이다. 여기에 음성 형태로 분류된 전화번호부 출판까지 포함한다면 텍스트 형태의 비중은 44.3%나 된다. 게다가 <표 5>에는 '교육 부문'의 정보 콘텐츠가 포함되

어 있지 않으므로 이를 포함한다면 텍스트 정보 형태가 정보 콘텐츠 산업에서 차지하는 비중은 더욱 증가할 것으로 판단된다.

이 사실은 매우 중요하다. 왜냐하면 정보 콘텐츠의 요체는 '이미지'가 아니고 '랭귀지(언어, 사고)'에 있기 때문이다. 이런 이유에서 '멀티미디어 콘텐츠'라는 말보다는 '정보 콘텐츠'라는 용어를 사용하는 것이 더 바람직하다 할 수 있다.

아무튼 미국은 앞서 살펴본 바와 같이 세계 정보 콘텐츠 산업에서 상당한 경쟁 우위를 차지하고 있다. 미국의 경우, 정보 콘텐츠 산업을 육성하기 위한 정부 차원의 조직적인 프로그램이 눈에 띄지 않는 이유도 미국이 이미 정보 콘텐츠 분야에서 경쟁 우위를 누리고 있기 때문인 것으로 판단된다. 오히려 미국의 입장에서는 정보 콘텐츠 산업 육성 붐을 조성하여 다른 나라들이 하루라도 빨리 정보 콘텐츠 산업을 육성하는 데 박차를 가하게 만들기보다는, 미국 자신이 경쟁 우위를 가지고 있는 정보 콘텐츠를 더욱 가속적으로 수출할 수 있도록 다른 나라에 정보통신 인프라 구축 붐을 일으키는 편이 전략적으로 유리하다고 볼 수 있다.

미국이 93년 9월 Agenda for Action을 발표하면서 세계적 열풍을 불러온 NII(국가정보기반) 구축을 위

(표 4) 미국의 정보산업 세부내역 (1994년, 단위: 10억달러)

정보 형태	사업 종류	정보 콘텐츠	정보 기기	정보 전달	행(行) 합계	형태별 합계
음성	전화번호부 출판	15.00			15.0	220.8
	가입자택내 기기(CPE)		8.00		8.0	
	이동통신기기(셀룰러, 호출기)	5.00			5.0	
	통신 서비스(음성)			144.80	144.8	
	통신망 설비			25.00	25.0	
	기타(음성)	23.00			23.0	
텍스트	인쇄 및 출판	182.70			182.7	249.7
	U.S 우편 서비스(출판)			25.00	25.0	
	빠른우편			3.00	3.0	
	기타(텍스트)	33.15		5.85	39.0	
화상	사진·복사(기기 및 재료 포함)	11.30	11.30		22.6	57.9
	의료 사진 기기		5.00		5.0	
	통신(팩스)			19.30	19.3	
	기타	2.42	3.63	4.95	11.0	
데이터	컴퓨터 및 주변기기		66.20		66.2	311.0
	패키지 S/W	23.45		11.55	35.0	
	전자정보 서비스(EIS)	15.60			15.6	
	데이터 처리 및 네트워크 서비스	13.40		40.20	53.6	
	통신서비스(데이터)			28.90	28.9	
	컴퓨터 전문 서비스(SI 등)	52.77	6.96	6.96	66.7	
	기타(데이터)	23.40	15.3	6.30	45.0	
영상	영상 오락물	50.00			50.0	191.5
	TV 광고	30.00			30.0	
	라디오 광고	10.00			10.00	
	레코딩	11.80			11.8	
	라디오 및 TV 방송기기			20.00	20.0	
	케이블 기기			5.00	5.0	
	위성 서비스			2.20	2.2	
	위성 기기			3.50	3.5	
	오디오·비디오 기기(CPE)		22.00		22.0	
	비디오 게임기 및 S/W	5.00	5.00		10.0	
	기타(오디오 비주얼)	17.55	2.70	6.75	27.0	
열(列) 합계		520.5	151.2	359.2		1030.9

* 자료 : IEC

(표 5) 미국의 정보 콘텐츠 산업의 정보 형태별 시장 규모 (1994년)

정보 형태	음성	텍스트	화상	데이터	영상(A/V)	계
시장 규모 (10억달러)	38.0	215.9	13.7	128.6	124.4	520.5
비중	7.3%	41.5%	2.6%	24.7%	23.9%	100.0%

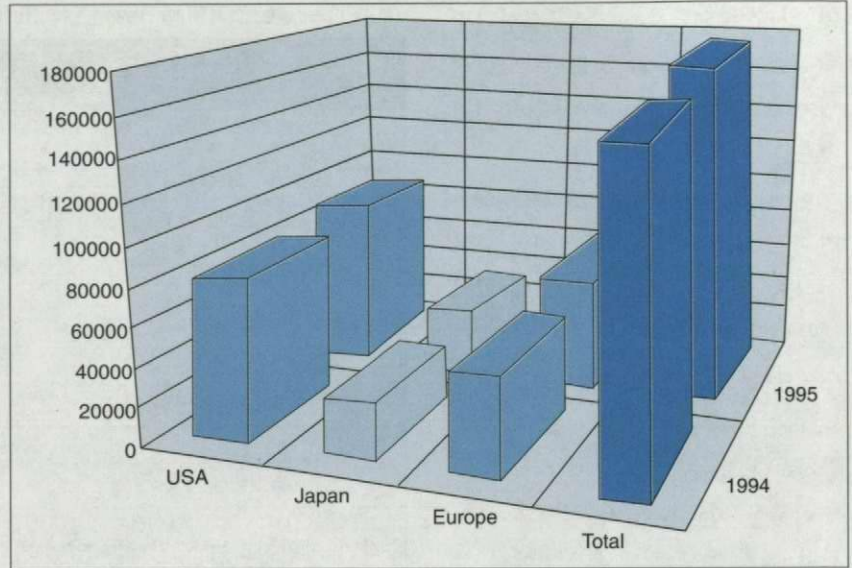
한 계획 부문도 이런 맥락에서 이해될 수 있다. 물론 미국의 NII 계획은 민간 부문의 역할을 강조하고 있다. 이런 점에서 미국은 정보 콘텐츠 산업 육성을 위해 자율적인 민간 부문의 역할에 기대를 걸고 있는 '시장 경제 원리'를 채택했다고 할 수 있다.

미국의 경우 정보 콘텐츠 산업을 육성하기 위한 정부 차원의 프로그램이 눈에 띄지 않지만 특기할 만한 것 하나를 든다면 지난 5월초에 미 FCC(연방통신위원회)가 발표한 보편적 서비스 기금 제도를 들 수 있다. 이번 FCC의 발표는 특히 학교나 도서관 등에 국가정보기반을 구축하기 위한 보편적 서비스 기금을 명문화하였다. 교육에 투자하는 것이 국가경쟁력의 지속적 우위를 위해 필수적임을 간파한 결과이다.

정보 콘텐츠란 지식 습득과 독창성에 근거를 두고 있으며, 지식 습득과 독창성은 효과적인 교육을 통해 이루어진다고 볼 때, 미국내 모든 학교와 도서관들이 대폭 할인된 요금으로 정보통신 서비스를 이용할 수 있게 해 준 이번 보편적 서비스 기금 조치의 이면에는 미국이 정보 콘텐츠 산업에서 현재에도 누리고 있는 경쟁 우위를 향후에도 지속시키고자 하는 의도가 깔려 있음을 알 수 있다.

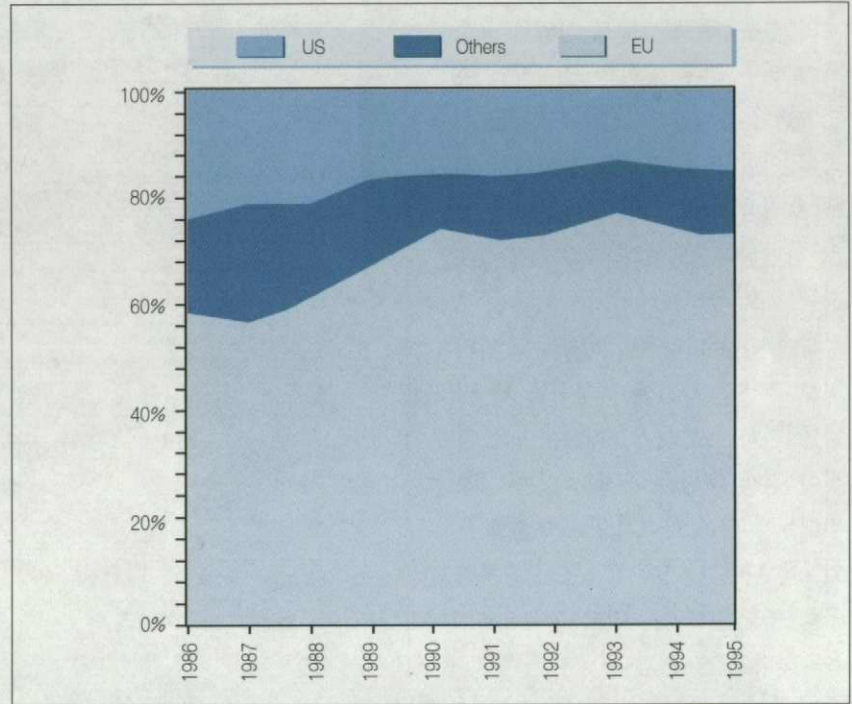
정보 콘텐츠 산업에서 미국이 지배적인 경쟁 우위를 점유

사실 정보 콘텐츠 시장에 있어 미국의 경쟁 우위에 대해서는 유럽연합(EU)도 더러 위협을 느끼고 있다. 지난 호에서 언급한 유럽의 IMO(Information Market Observatory) 보고서는 이렇게 지적한다. "영화 산



〈그림 3〉 세계 오디오비주얼 시장(단위: 백만 달러)

자료: IDATE



〈그림 4〉 유럽 영화시장에서 외화 및 방화의 티켓 판매점유율

자료: EAO

업에 있어서 미국의 지배적 위치(예를 들어, 유럽에서 미국산 영화의 흥행 수익 시장점유율은 80%에 달한다)는 이미 잘 알려져 있다.

미국은 비즈니스 정보의 제공에 있어서도 지배적인 위치를 차지하고 있으며, 일본은 컴퓨터 게임계에서 지

배적인 위치를 차지하고 있다." 그림 3은 전세계 영상물(오디오비주얼) 시장에서 미국, 유럽, 일본이 차지하는 규모를 보여주고 있는데, 오디오비주얼 시장에서 미국이 지배적임을 쉽게 알 수 있다. 특히, 〈그림 4〉는 유럽 영화시장에서 차지하는 미국산(産)

(표 6) 유럽, 북미, 기타 지역의 전자 정보 서비스(EIS) 시장점유 규모

지역 구분	1992년 (10억 ECU)	1992년 비중(%)	1994년 (10억 ECU)	1994년 비중(%)
유럽 지역	4.5	38.1	6.3	39.6
북미 지역	6.4	54.2	8.6	54.4
기타 지역	0.9	7.7	1.0	6.0
합계	11.8	100.0	15.9	100.0

영화, 유럽산 영화, 그밖의 국가산 영화가 올린 티켓 판매 실적 추세를 보여 주고 있다. 유럽 영화시장에서 차지하는 미국산 영화의 비중은 85년 59%에서 95년에는 74%로 증가하였다.

또한 <표 6>은 세계 전자정보 서비스(Electronic Information Services : EIS) 시장에서 유럽, 북미, 기타 지역이 차지하는 시장 규모를 보여주고 있는데, 전자정보 서비스에서도 미국이 차지하는 시장점유율이 지배적이다.

유럽연합의 정보 콘텐츠 산업 육성 프로젝트, INFO2000

이렇게 미국에 비해 상대적으로 경쟁 열위에 있는 유럽연합은 정보 콘텐츠 산업을 육성하기 위한 프로그램을 적극적으로 추진하고 있다. 물론 정보사회에서 정보 콘텐츠가 경제의 경쟁력 제고 및 삶의 질 향상에 결정적인 역할을 한다는 사실을 간파한 결과이기도 하다. 그러면 유럽연합이 정보 콘텐츠 산업을 육성하기 위해 추진하고 있는 'INFO2000' 프로그램을 자세히 살펴보자.

95년 말 유럽연합은 총 6천5백만 ECU를 투자하여 96년부터 99년까지 범유럽적 정보 콘텐츠 산업 육성을 위한 INFO2000 프로그램을 추진하기로 합의했다. 그렇다고 해서

INFO2000 프로젝트가 하루 아침에 결정된 것은 아니다. INFO2000의 배경에는 정보 콘텐츠 산업이 정보사회의 핵심적 차원을 형성하며, 모든 형태의 정보 콘텐츠가 정보사회의 필수적인 자원이라는 공감대가 있었다. 특히, 다음과 같은 세 가지 이유로 정보 콘텐츠 산업은 유럽 경제 및 사회를 위한 결정적인 역할을 한다고 인식되었다.

정보 콘텐츠 산업은 고용 측면에서 중요하다. 정보 콘텐츠 산업은 94년에 유럽 전체에 2백만 이상의 지식 집약적 고용을 제공하고 있으며, 약 1,500억 ECU의 매출을 가져다 주었다. 유럽이 상대적으로 경쟁 우위가 있는 출판의 경우 93년에 210억 ECU의 무역수지에 기여했다.

정보 서비스는 산업 자체로서는 물론 다른 부문의 효율성과 효과성을 촉진하는 핵심 요소로서 유럽 경제의 경쟁력을 제고시키는 데 절대적인 역할을 한다.

정보 콘텐츠 상품은 유럽의 문화적 정체성, 언어적 다양성, 그리고 민주주의적 유산을 운반하는 중요한 역할을 한다.

더불어 정보 콘텐츠 산업이 절대적으로 중요한 또다른 이유는 정보통신 인프라가 확충되어 감에 따라 질 높고 쉽게 접근할 수 있으면서도 유용한 정보 서비스에 대한 수요가 크게

증가하게 될 것이고, 이는 또한 지식 집약적인 고용 기회를 확대시킬 것이기 때문이다. 물론 문제의 핵심은 유럽의 정보 콘텐츠 기업들이 정보고속도로에 의해 창출된 기회를 포착하는데 성공하느냐에 달려 있다.

유럽의 정보 콘텐츠 산업은 비록 기본적으로는 강하고 건전하기는 하지만 그래도 몇 가지 상대적 약점을 지니고 있기 때문이다. ▶유럽의 통신 비용은 경쟁국들에 비해 높은 편이다. ▶유럽의 멀티미디어 시장은 미국에 비해 3~5년 뒤져 있으며, 언어적 문화적 다양성으로 인해 분산되어 있다. ▶유럽의 공공 부문 정보에 대한 접근과 그 이용은 세계 다른 나라들보다 더 복잡하다. ▶많은 정보 콘텐츠 제공자들은 국가적으로나 지역적으로 제한되어 있어, 통합된 시장을 향유하지 못하고 있다.

따라서 범유럽적 차원에서 이러한 약점들을 보완할 필요가 있으며, 정보 콘텐츠 산업을 육성하고 범세계적 경쟁력을 제고시키기 위해 우호적인 환경 조성을 신속하고도 적극적으로 추진해야 한다. 이러한 배경과 목적하에 탄생한 INFO2000의 핵심 전략적 테마와 활동 노선을 살펴보자.

INFO2000의 핵심 전략적 테마는, 세계 시장에서 국제경쟁력을 갖추고 유럽내 기업과 이용자들의 욕구를 충족시킬 수 있도록 범유럽적 정

보 콘텐츠 산업을 육성하는 것이며, 이를 통해 한편으로는 경제 성장, 국제 경쟁력 제고, 고용 확대를 달성하고 다른 한편으로는 개인의 직업적, 사회적, 문화적 발전을 도모하기 위한 것이다. 이러한 INFO2000의 목표를 달성하기 위해 추진되고 있는 주요 활동 노선은 다음과 같다.

- 수요 촉진 및 인식 제고
- 유럽내 공공 부문 정보의 활용
- 범유럽적 멀티미디어 잠재력의 활성화

정보 콘텐츠 시장 조사 및 분석, 표준 및 기술 능력 개발 분야의 지원 활동이 위 세 가지 주요 활동을 지원하기 위해 추진된다.

활동 노선 I : 수요 촉진 및 인식 제고

정보 콘텐츠에 대한 수요 촉진 및 인식 제고를 위한 활동 노선 I은, '범

유럽적 차원에서 이용자 그룹의 인식 제고를 통한 신규 시장의 창출'과 '범유럽적 이용자 그룹의 형성 촉진'이라는 두 가지 하부 활동 노선으로 세분된다.

이와 관련, 전 유럽 내에 전략적으로 분산된 20여 개 기관을 중심으로 한 MIDAS-NET을 구축하여, 이용자들의 관심을 촉발하고, 정보 이용을 지원하며, INFO2000 정보를 보급하고, 관련 이슈들에 대한 피드백을 얻고, 다른 EU 프로젝트들과 상호 협조 체계를 구축한다. 활동 노선 I에는 INFO2000 예산의 25.5%가 투입된다.

활동 노선 II : 유럽내 공공 부문 정보의 활용

유럽내 공공 부문의 정보 활용을 촉진하기 위한 활동 노선 II는, '범유럽적 공공 부문 정보에 대한 접근과

활용을 촉진하기 위한 법적, 제도적 정책 개발', '유럽내 공공 부문 정보원들의 상호 연결', 그리고 '공공 부문 정보 콘텐츠 자원의 활용'이라는 세 가지 하부 활동 노선으로 세분된다. 공공 부문의 풍부한 정보는 기업이나 개인이 가치 있는 정보 콘텐츠를 창출하고 개발하는 데 활용할 수 있는 기본 자료가 된다.

공공 부문 정보의 개방은 상업적인 정보 콘텐츠의 창출 및 개발에 기여할 뿐만 아니라 깨끗하고 투명한 정부를 실현하는 데도 기여한다. 활동 노선 II에는 INFO2000 예산의 18.0%가 투입 된다.

활동 노선 III : 범유럽적 멀티미디어 잠재력의 활성화

한편으로는 "지면에서 화면으로"의 전환을 가속화시켜 유럽내 전자출판 산업의 성장과 고용 증진을 촉진

〈표 7〉 유럽연합 INFO2000 프로그램의 활동 노선

활동노선	주요활동	세부활동 노선내용	예산비중
NFO2000 활동 노선 I	수요 촉진 및 인식 제고	<ul style="list-style-type: none"> • 범유럽적 차원에서 이용자 그룹의 인식 제고를 통한 신규시장 창출 • 범유럽적 이용자 그룹의 형성을 촉진 	25.2% 0.3% (소계 25.5%)
INFO2000 활동 노선 I	유럽내 공공 개발 부문 정보의 활용	<ul style="list-style-type: none"> • 범유럽적 공공 부문 정보에 대한 접근과 활용을 촉진하기 위한 정책 개발 • 유럽내 공공 부문 정보의 정보원들의 상호 연결 • 공공 부문 정보 콘텐츠 자원의 활용 	2.0% 5.5% 10.5% (소계 18.0%)
NFO2000 활동 노선 III	범유럽적 멀티미디어 잠재력 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 질 높은 멀티미디어 콘텐츠의 창출 및 개발 촉진 • 멀티미디어 지적재산권의 교환 및 거래 환경조성 	44.0% 4.6% (소계 48.7%)
INFO2000 활동 노선 IV	지원 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 멀티미디어 콘텐츠 시장 조사 및 분석 • 멀티미디어 콘텐츠 표준 이용 확산 • 범유럽적 차원의 콘텐츠 개발 기술의 촉진 • 우수 사례들의 개발 및 교류 확산 	3.2% 1.5% 3.1% (소계 7.8%)

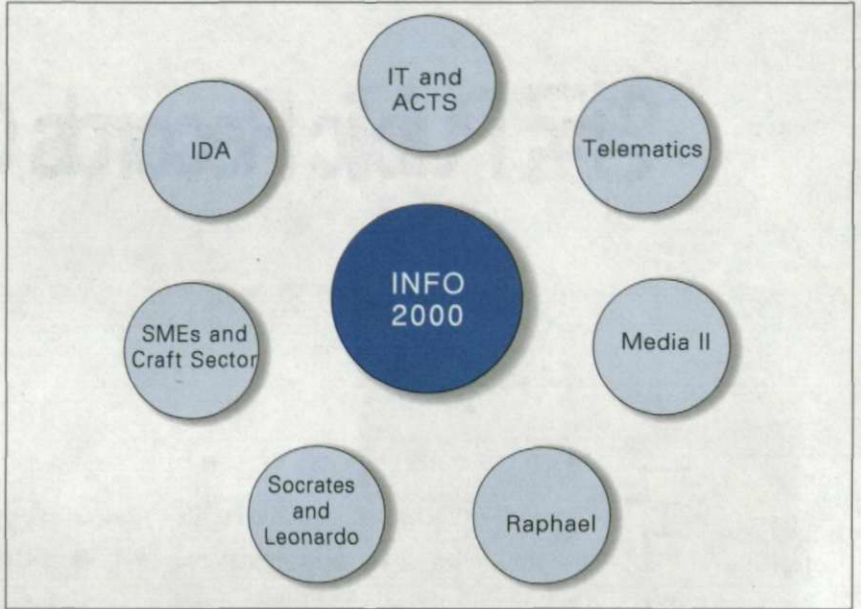
시키고, 다른 한편으로는 유럽내 기업의 경쟁력을 제고시키고 유럽 시민들의 욕구를 충족시킬 멀티미디어 정보 콘텐츠의 창출과 개발을 촉진시키기 위한 활동 노선 III은 '질 높은 멀티미디어 콘텐츠의 창출 및 개발 촉진'과 '멀티미디어 지적재산권의 교환 및 거래 환경조성'이라는 두 가지 하부 활동 노선으로 세분된다.

멀티미디어 정보 콘텐츠의 창출 및 개발은 특히 다음 네 가지 영역을 중점적으로 다룬다. ▶(특히, 에듀테인먼트 방식을 통한) 유럽 문화 유산의 활용, ▶기업들(특히, SMEs)을 위한 비즈니스 정보 서비스, ▶지리 정보, ▶과학, 기술 및 의료 정보. 멀티미디어 지적재산권의 교환 및 거래 환경조성을 위해서는 최종 이용자가 관련된 전자 형태의 지적재산권 문제뿐만 아니라, 지적재산권 보유자와 멀티미디어 콘텐츠 상품 개발자 간의 관계에도 초점을 맞춘다. 활동 노선 III에는 INFO2000 예산의 48.7%가 투입된다.

활동 노선 IV : 지원 활동

INFO2000 프로그램의 효과적인 실행을 도모하기 위한 지원 활동 노선 IV는 '멀티미디어 콘텐츠 시장 조사 및 분석', '멀티미디어 콘텐츠 표준 이용 확산', '범유럽적 차원의 콘텐츠 개발 기술의 촉진', 그리고 '우수 사례들의 개발 및 교류 확산'이라는 네 가지 하부 활동 노선으로 세분된다.

유럽내 공공 부문의 정보 활용을 촉진하기 위한 활동 노선 II는, '범유럽적 공공 부문 정보에 대한 접근과 활용을 촉진하기 위한 법적, 제도적 정책 개발', '유럽내 공공 부문 정보



(그림 5) 인포 2000과 관련된 EU의 다른 프로그램

원들의 상호 연결', 그리고 '공공 부문 정보 콘텐츠 자원의 활용'이라는 세 가지 하부 활동 노선으로 세분된다. 활동 노선 IV에는 INFO2000 예산의 7.8%가 투입된다.

유럽연합의 다른 프로그램과의 시너지 효과

INFO2000 프로그램은 정보 콘텐츠에 초점을 맞추고 있기 때문에 이는 유럽연합이 추진하고 있는 다른 프로그램들과 상호 관련되는 부분이 있다. 따라서 유럽연합의 다른 프로그램들과 긴밀한 공조 체제를 유지하는 것이 INFO2000 프로그램의 성공적인 실행을 위해 필수적이므로, '교차 서비스 그룹(interservice group)'이 이러한 공조 체제를 촉진한다. 그림 5는 INFO2000과 관련된 유럽연합의 다른 프로그램들을 보여 준다.

INFO2000 - 정보 콘텐츠 산업 육성을 위한 벤치마킹 기회 제공

이상에서 간략하게 살펴본 유럽연

합의 INFO2000 프로그램은 정보 콘텐츠 산업을 육성하기 위한 계획을 수립하고자 하는 국가에게 훌륭한 벤치마킹 자료를 제공해 준다. 또한 유럽연합은 INFO2000 프로그램을 위한 전용 웹 사이트(<http://www2.echo.lu/info2000>)를 마련하여 정보를 공개하고 있으므로, 특히 정보 콘텐츠 산업 육성에 관한 국가적 차원의 계획들이 혼치 않은 상황에서, 유럽연합의 INFO2000 프로그램의 내용과 진행 과정은 정보 콘텐츠 산업 육성 계획 수립을 위한 참고 자료를 제공해 준다.

최근 우리 나라에도 정보 콘텐츠에 대한 관심이 일고 있는 조짐이 보인다. 따라서 우리 나라도 정보 콘텐츠 산업을 육성해야 할 필요성이 시급한 만큼 유럽연합의 선례는 타산지식으로서 삼을 충분한 이유가 있다고 판단된다. 정부는 물론 민간에서도 정보 콘텐츠 산업 육성방안을 모색하는 분이 일어나기를 기대해 본다. **MC**