

# 기술 발달 힘입어 인터넷방송 미래 밝아..

## 시장성 있는 콘텐츠 선택이 성공의 열쇠



김용섭 (antiys@chollian.net)

지금까지 8회에 걸친 연재를 통해 인터넷 방송의 기술적인 부분과 콘텐츠 기획 등 다양한 면에서 조망을 했다. 인터넷 분야는 워낙 빠르게 변하는 분야이기 때문에 지금 언급되었던 문제점이나 기술이나 콘텐츠 컨셉이 오래지 않아 해결되거나 새로운 컨셉으로 시장에 진입하게 될 것이다. 중요한 것은 처음 기획 단계에서부터 철저한 시장 조사와 수익성 있는 콘텐츠로 장기간 동안 생명력을 유지하는 것이다. 몇 년 혹은 몇 달을 넘기지 못하고 사라지는 현재의 상황을 탄산지식으로 삼아 향후 좀더 나은 인터넷 방송이 되길 바란다.

-편집자 주-

### 연재 순서

- 1 인터넷방송의 이해
- 2 인터넷방송 구축
- 3 인터넷방송 운영
- 4 인터넷방송 비즈니스
- 5 우수 인터넷방송 벤치마킹
- 6 인터넷방송 산업현황(이번호)
- 7 인터넷방송의 이슈와 트렌드
- 8 인터넷방송의 미래

웹캐스팅은 그간의 미디어와 달리 미디어의 대중화(인터넷 기반을 통한 혁명적 대중화)를 이뤘고, 미디어 정보 생산의 소비자이자 생산자인 네티즌 세력을 형성하였다. 이는 웹캐스팅 미디어가 대안미디어로서의 가능성을 크게 확인한 것과 함께 향후의 디지털 기반의 미디어 체제가 일반화될 것을 보여주는 계기였다 할 수 있다.

국내 웹캐스팅 산업이 아직 본격적인 산업화 형태로 성장하지는 못했다. 하지만 그 성장에 대한 지배적 견해는 아직도 긍정적인 전망이다. 웹캐스팅이 향후 웹비즈니스에서 일반화되어 적용되게 될 것이기도 하겠거니와, 디지털 미디어에 대한 관심이 웹캐스팅과 스트리밍 미디어에 대한 관심에도 크게 영향을 미치고 있기 때문이다.

이로 인해 최근에 국내 웹캐스팅 산업의 경향은 폭발적 증가와 성장세를 보이고 있다. 물론 올해 들어 웹비즈니스 전체의 거품이 빠지면서 옥석가림이 다양하고 활발하게 전개되는 바람에 일시적으로 웹캐스팅 산업이 위축되는 것처럼 보이고는 있

지만, 실제적으로는 아직도 성장의 가도를 멈추지 않고 있다.

## 1. 차세대 웹캐스팅 관련 미디어 기술

급변하는 인터넷 정보통신 기술의 발달과 디지털 방송 기술의 발달로 인터넷방송의 미래는 예측하기 어려울 것이며, 이러한 신기술을 익히고 연구하며 구현하는 노력은 계속되어야만이 참다운 인터넷방송을 실현될 수 있을 것이다. 하지만 가까운 시일 내에 변화되는 인터넷방송의 모습은 어느 정도 예측이 가능한데 그 중에서 인터넷과 TV의 접목과 데이터방송의 응용은 아마도 가장 현실적인 인터넷방송의 형태일 것이다.

디지털 방송의 출현으로 컴퓨터 혹은 인터넷에서만 가능하다고 생각되었던 쌍방향 혹은 주문형과 같은 새로운 개념의 방송이 텔레비전을 통해서도 가능하게 되었다. 하지만 현재 디지털방송은 준비과정일 뿐이고 디지털 텔레비전의 보급이 미비하여 디지털방송이 본격화되지는 않은 실정임으로, 진정한 상호작용이 가능한 프로그램이 개발되어 시청되려면 아직까지 상당한 시간이 소요되리라 본다. 이러한 현실을 감안할 때 현재 외국에서 실용화되고 있는 Web TV와 셋탑박스를 이용한 대화형 텔레비전은 디지털방송이 현실화되어 인터넷과 텔레비전이 하나가 되었을 때의 모습을 짐작하게 한다.

### (1) 대화형 TV

일반적으로 인터넷을 사용하는 가정이 텔레비전을 시청하지 않는 경우는 드물며 컴퓨터와 인터넷과 텔레비전이 위치 장소한가 동일한 경우도 있을 것이며 텔레비전을 시청하다 인터넷검색이 필요한 경우나 혹은 인터넷을 사용하다가 텔레비전을 시청하려 한다가나 필요한 경우도 드물지는 않을 것이다. 이러한 것들이 인터넷과 텔레비전을 하나로 하려는 이유들일 것이며 하나가 되어야하는 이유들일 것이다.

이러한 시도로 인터넷과 텔레비전의 기능을 갖춘 복합적인 서비스를 제공하기 시작한 복합적인 인터넷TV가 탄생하였으며 데이터방송 기술의 발달로 디지털방송의 장점을 살릴 수 있는 주문식 프로그램을 제공 할 수 있는 대화형 텔레비전이 관심이 높아지고 있으며 이미 수년 전부터 서비스가 제

공되고 있다.

### (2) 셋탑박스 (Set Top Box)

디지털방송의 출현으로 TV를 이용한 주문형 서비스 혹은 쌍방향 서비스가 가능하게 되었지만 기존의 TV수상기는 아날로그 방식이므로 디지털방송을 직접수신 할 수는 없으므로 디지털방송 수신기가 필요할 것이다. 디지털방송을 수신하기 위해서는 디지털 TV수상기가 필요한 것은 당연한 이치라 할 것이지만 디지털 TV가 일반적으로 보급되지 않았으므로 기존의 아날로그 TV수상기를 이용하여 디지털방송을 수신할 수 있는 디지털 방송 셋톱방송 혹은 STB라고 불리는 디지털방송 수신기가 필요하다. 셋탑박스는 일반적으로 케이블 셋탑박스라는 이름으로 케이블방송을 시청하기 위한 장비로서 인식되어 왔지만 디지털방송의 출현으로 케이블방송 뿐만 아니라 인터넷과 디지털방송도 포함된 포괄적인 개념으로 인식되고 있으며 더 나아가서는 웹tv 셋탑박스와 같이 tv를 이용하여 인터넷을 이용할 수 있는 인터넷 셋탑박스라는 이름으로 확장된 개념으로 사용하고 있다.

### (3) IMT 2000

IMT2000은 속성상 고품질 음성, 고속 데이터 통합서비스로서 위치정보 서비스 및 글로벌 로밍 기능을 제공하는 고급 멀티미디어 서비스다. 이를 실현하기 위해 기술적으로는 2GHz대의 높은 무선주파수 대역에서 5~20MHz의 확장된 대역폭을 사용하며, 고급 음성, 데이터, 영상압축 및 전송기술을 이용한다. 또한 서비스 플랫폼으로 다양한 지능망 기반과 결합해 지능형 유무선 고급 멀티미디어 서비스로 진화돼 갈 것으로 예상된다. 또 IMT2000은 기존의 각종 이동통신 서비스를 하나로 통합한다. 주파수 대역과 단말기를 포함한 네트워크 장비에 대한 표준을 단일화해 세계 어디에서나 동일한 단말기로 서비스를 받을 수 있는 범세계적 로밍 기능과 유선망 품질 수준의 무선멀티미디어 서비스 제공은 물론, 위성망과 연동해 사막이나 해상 등 통신시설을 설치할 수 없는 지역까지도 서비스를 제공한다.

멀티미디어를 무선 인터넷을 이용하여 서비스하기 위해서는 디지털 전송 기술 및 압축기술, 그리고, MP3검색기능과 같이 수반되어야 할 기술이외에도, 방대한 양의 콘텐츠를 보유하여야 하는 여러 가지 진입장벽이 존재하게 된다. 유선

인터넷의 경우, 하루에 평균 하나의 인터넷 방송국이 나올 정도로 흔해하지만, 무선 인터넷의 경우, 기존의 공중파 방송을 하는 사업자와 소수의 콘텐츠 제공업자만에 의해 미래가 주도될 것이라고 본다.

IMT-2000에서는 점점 늘어가는 멀티미디어 필요에 부합하는 음성, 데이터는 물론 동화상까지 전송이 가능하게 된다. 이를 위해 IMT-2000에서는 고속 이동환경에서 144Kbps, 저속 이동환경에서 384Kbps, 정지 및 실내환경에서 2Mbps 정도까지의 데이터 전송속도가 실현된다. IMT-2000에서 구현 가능한 서비스로는 인터넷 접속, 디지털 카메라와 비디오로 촬영된 영상 콘텐츠, 대용량 데이터/자료 전송 및 S/W 다운로드 등 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 수용할 수 있는 형태의 서비스가 제공될 것으로 예상된다.

### 언제 어디서나 가능한 영상통화

외국여행을 갔을 때 누구나 한 번쯤 전화 이용에 불편을 느낀 적이 있을 것이다. 이때 국내에서 사용하는 이동전화를 외국에서도 그대로 이용할 수 있으면 얼마나 편리할까 하고 한 번쯤 생각해 봤을 것이다.

IMT-2000에서는 통일된 기술표준과 주파수 대역으로 국제 로밍 서비스가 가능하므로 국내에서 사용하고 있는 자신의 단말기를 가지고 해외에 가서 그대로 사용할 수가 있다.

### 위치 정보·추적서비스

우리는 자신이 익숙한 곳이 아닐 경우 주변에 무엇이 있는지 알고 싶은 상황이 자주 발생된다. 먹고 싶은 음식점이 어디에 있는지 주위 도로가 어떻게 구성되어 있는지 알고 싶을 때, 또는 애인 등 친구들이 어디에 있는지 쉽게 확인할 수 있는 서비스가 바로 위치 관련 서비스이다.

### 인터넷서비스

우리는 이제 인터넷을 이용하지 않고는 생활할 수 없을 정도로 인터넷 환경에 익숙해 있다. 기존의 이동통신 데이터 서비스는 인터넷을 표방하고 있지만 텍스트 위주이기 때문에 실제 우리에게 익숙한 멀티미디어 기반의 인터넷 서비스와는 거리가 있다. 하지만 IMT-2000에서는 빠른 데이터 전송속도와 다양한 단말기를 통해 이동하면서도 편리하게 인터넷 사용이 가능해질 것이다.

### 멀티미디어 메시징서비스

인터넷의 메신저 서비스를 누구나 한 번쯤 사용해 본 적이 있을 것이다. 현재의 인터넷의 메신저 서비스는 커뮤니티 서비스로 확장, 발전되어 가고 있는 추세에 있다. 누가 접속되어 있는지 알 수 있을 뿐 아니라 자기가 원하는 사람과 즉시 채팅할 수 있고 쪽지 및 파일까지 손쉽게 보낼 수 있다. 바로 이러한 서비스가 IMT-2000에서 그대로 서비스 될 것으로 보인다.

### XOD서비스

XOD서비스란 X on Demand로 AOD, VOD, EOD 등의 서비스를 일컫는다. AOD는 Audio On Demand, VOD는 Video On Demand, EOD는 Education On Demand의 약자이다. 즉 자신이 원하는 시간에 IMT단말기를 통해 음악, 영화, 교육 관련 파일을 다운과 동시에 볼 수 있다는 것이다. 현재 기존 이동통신서비스도 이러한 서비스를 계획 중에 있으나 속도 및 대역폭의 제한으로 얼마나 실효성을 얻을 수 있을지는 의문이다.

### M-Commerce서비스

우리는 인터넷을 통해 बैं킹, 증권, 쇼핑 등을 하고 있다. M-Commerce는 기존 이동통신에서도 다양한 서비스를 제공하고 있다. 그러나 아직 거래와 관련한 인증, 보안 등의 솔루션 부족과 디스플레이 창이 작고 텍스트가 가지는 한계로 인해 서비스 이용에 한계가 있다. 그러나 IMT-2000에서는 이러한 한계를 극복하여 이용자가 언제 어디서든 원하는 거래를 할 수 있게 될 것이다.

### 오락관련 서비스

오락관련 서비스는 IMT-2000의 Cash Cow의 역할을 할 것으로 예상된다. 기존 이동통신서비스에서도 오락관련 서비스가 가장 많이 눈에 띄는 발전을 해 오고 있다. 게임, 운세, 유머, 캐릭터, 만화 등 많은 서비스가 여기에 속한다고 볼 수 있는데, IMT-2000에서는 더욱 더 많고 다양한 서비스가 제공될 것으로 보인다.

### (4) 멀티캐스트(Multicast)

멀티캐스트는 전송 방법에서 브로드캐스트와 유사한 면을

지낸다. 1개의 비디오 스트림으로 여러 PC에 비디오 데이터를 전송하는 것까지는 유사하나 필요한 PC에게만 전송하는 장점이 있다. 그러나 멀티캐스트를 이용해 데이터를 전송하기 위해서는 네트워크 구조 자체가 멀티캐스트를 수용할 수 있는 장비로 구성되어야 하며 동시에 멀티캐스트 전송용 Application도 필요하다.

A라는 비디오 파일을 10명이 본다고 가정을 하면 실제적으로 A란 비디오파일을 10번 하드 드라이브에서 일어서 10개의 다른 비디오 스트림으로 연결되어 있는 PC에 비디오 데이터를 전송한다. 이때 TCP/IP라는 전송 프로토콜을 이용해 각각의 PC에 전송하기 때문에 데이터전송 안정성은 가지게 되지만 네트워크에는 사용자수 만큼의 데이터들이 이동하게 되어 충분한 대역폭(Bandwidth)이 보장되어야만 서비스가 가능하다.

하지만, 충분한 대역폭이 보장되었다고 하더라도 비디오 스트림을 공급해주는 서버가 용량이 적다면 그 서비스 또한 불안하게 된다. 유니캐스트 방식의 경우 네트워크의 비효율성이 문제가 될 수 있다. 즉 네트워크에 총 1000대의 PC가 연결되어 있고 단 한번이라도 1000대의 PC가 모두 비디오 데이터를 원한다면 안정적으로 1000대의 PC에 비디오 스트림을 공급할 수 있는 네트워크를 구성해야 하기 때문이다.

이제까지 모든 인터넷방송은 시청자와 방송국의 서버가 1:1로 데이터를 주고받는 유니캐스팅 방식을 이용해왔다. 유니캐스팅 방식에서 무엇보다도 문제가 되는 것은 제한된 회선 용량을 접속자들이 서로 나눠가져야 한다는 사실이다. 즉 예를 들어 56K의 속도로 인터넷방송을 한다고 할 때, 이 방송사가 1Gbps의 망을 보유하고 있다면 동시 최대 접속자는 단순 수치상으로 17,857명까지 가능하다.

그러나 현실적으로 1G망이란 기간 통신망 사업자의 백본 망에 해당하는 것으로, 24시간 1만 명 이상의 동시 접속자를 유지할 수 없다면 1개 방송사가 이 정도 규모의 망을 사용할 수는 없다. 나아가 56K 서비스는 일반 데이터라면 모를까 인터넷방송의 동영상 서비스로는 너무나 궁색한 규모이며, 따라서 공중파 방송에 대응하여 어느 정도의 고품질 서비스를 제공하고자 한다면 최소한 300K 이상은 되어야 한다. 즉 1G를 모두 사용한다고 하더라도 동시 최대 접속자는 3,333명이라는 결론이다.

현실적으로는, 대부분의 평균적인 인터넷방송국들은 T1

또는 E1급 회선을 주로 이용하고 있으며, 따라서 300K로 서비스한다고 할 때 동시 최대 접속자 수는 5~6명이라는 계산이 나온다. 이같은 접속자 수의 한계는 인터넷 방송 사업자로 하여금 사업 의욕을 꺾고, 이에 따라 좋은 아이템과 양질의 콘텐츠 제공이 이루어지지 않게 되며, 당연한 결과로 캐티즌의 외면과 함께 인터넷 방송 사업은 수익이 나지 않는 구조적 악순환을 되풀이하고 있다. 바로 여기에 그동안 인터넷방송이 가져온 근본적인 한계가 존재하는 것이다.

문제의 대안은 바로 멀티캐스팅 서비스에 있다. 멀티캐스팅은 정보를 받기 원하는 수신기에만 정보를 전송한다는 점에서는 유니캐스팅과 같되, 1:1로 전송하지 않고 수신기를 그룹별로 묶어서 해당 그룹 전체에게 정보를 전송하고, 수신기는 서버까지 가지 않고 그룹 내에서 직접 정보를 받도록 한다. 그리고 이때 중요한 개념이 바로 'IP 주소(Address)'이다.

즉 인터넷상에서 전송되는 모든 패킷은 특정한 IP 주소를 갖고 있으며, 이 IP 주소는 A에서 D까지의 Class로 구성된다. 그런데 이 가운데 A,B,C Class 주소(0.0.0.0~223.255.255.255)는 그 패킷을 수신하는 수신자(호스트)가 누구인가를 나타낸다. 그러나 이와는 달리 D Class 주소(224.0.0.0~239.255.255.255)는 실제 수신자를 나타내는 것이 아니라 그 수신자가 가입해 있는 그룹을 나타내며, 즉 어떤 패킷의 IP 주소가 D Class에 속한다면 이 패킷은 최종 수신자가 아니라 특정한 그룹에까지만 전송되는 것이다.

개개 수신자는 그 패킷을 수신하기 위해 해당 그룹에 가입해 패킷을 복사받게 되며, 따라서 최초의 패킷을 전송하는 서버는 개개 수신자와 1:1로 패킷을 주고받는 것이 아니라 그 수신자가 가입해 있는 그룹에만 패킷을 전송하면 된다. 예를 들어 해당 그룹에 10개의 수신자가 접속해 있다면 유니캐스팅 방식으로는 서버가 10개의 패킷 전송을 모두 관리해야 하지만, 멀티캐스팅은 각 수신자들에 대한 정보를 관리할 필요가 없다. 나아가 패킷이 경유하는 몇 개의 라우터별로 모두 패킷 복사기능을 가지므로 서버는 자신과 접속하는 라우터에만 패킷을 전송하면 그 라우터는 다시 자신과 접속하는 다른 라우터들에 패킷을 복사해주고, 각각의 라우터는 이같은 과정을 되풀이하면서 결과적으로 회선의 부하는 기하급수적으로 감소되는 것이다. 이같은 전송 방식을 IP 멀티캐스팅이라고 한다.

## 2. 웹캐스팅 발전을 위한 몇 가지 제언

웹캐스팅 비즈니스가 국내에 시도된 지 3년여 되는 짧은 역사 속에서 많은 시행착오들을 발견할 수 있다. 이는 웹캐스팅 비즈니스를 먼저 시작한 선구자들이 자신의 실패를 통해 우리에게 주는 값진 선물이다. 하지만 이런 시행착오를 제대로 분석하고 접근하지 않으면 몇 해전 시행착오를 오늘에도 다시 반복하는 우매한 사태를 맞이하게 될 수도 있다. 선배들의 시행착오를 통해 얻어진 몇 가지 교훈, 아니 우리가 앞으로 해결해야 할 과제라는 표현이 더욱 적절할 것이다. 이제 그 해결과제를 짚어보도록 하자.

### (1) 웹미디어 특성에 맞는 콘텐츠 개발

국내 웹캐스팅 비즈니스에서 가장 먼저 해결해야 할 과제는 웹미디어 특성에 맞는 웹캐스팅 비즈니스 전개와 이를 통한 콘텐츠 비즈니스로의 구체적인 접근방식을 확보하는데 있다. 기존 방송 미디어가 광고수주를 통한 수익기반 확보라는 명제를 웹캐스팅 비즈니스에서 그대로 적용시키는 것만큼 무모한 것은 없기 때문이다. 그리고 기존 방송콘텐츠보다 더욱 구체적이고 풍부한 Back Data 제공으로 수용자의 정보욕구 충족도를 더욱 높일 수 있다는 웹미디어의 장점을 살리지 못하고 기존 방송콘텐츠를 인터넷 기반에서 그대로 보여준다는 식의 접근 또한 무모함을 잊지 말아야 한다.

### (2) 안정적인 네트워크 인프라 확충

멀티미디어 콘텐츠를 원활하게 유통하기 위해서는 고속화된 네트워크 인프라가 필수적이다. 그리고 기존의 유니캐스팅 일관성에서 벗어나 멀티캐스팅을 통한 다중노출과 다중접근에 대한 기술접근도 발전되어야 한다. 기존의 네트워크 인프라는 일반적인 웹서비스에 근거해서 운영되고 있는데, 웹캐스팅을 고려한 네트워크 서비스가 시급하다. 이것은 시장의 확대와 웹캐스팅에 대한 문화적 접근도를 높이는데 주요한 작용을 하게 될 것이다.

### (3) 웹캐스팅 콘텐츠의 수요 및 공급의 불균형 해소

지나친 엔터테인먼트 컨셉의 편중은 많은 생각을 교차케 하는 대목이다. 누구나 웹캐스팅 비즈니스를 통해 인터넷방송 미디어로 접근을 하면 쉽게 떠올리는 콘텐츠가 바로 엔터

테인먼트이다. 네티즌들이 멀티미디어 세대이고 그들이 엔터테인먼트에 대한 정보수요가 높을 것이라는 단순한 분석에 기인한 결과다. 물론 네티즌 중에서 10대와 20대가 많은 것은 사실이다. 하지만 이는 정체된 불변의 상황이 아니다. 그리고 엔터테인먼트는 원천 정보원, 즉 가수나 연예인 등의 원천정보를 확보하지 못하면 실효성이 떨어진다. 대부분의 엔터테인먼트 컨셉의 인터넷방송 미디어에서 볼 수 있는 콘텐츠는 공중파나 케이블TV에서 더욱 자세히 볼 수 있는 내용들이다. 맹목적인 엔터테인먼트 지향성은 심각한 위기를 초래할 수 있음을 인식해야 할 것이다.

### (4) 정부의 실질적인 산업 지원책 마련

웹캐스팅 콘텐츠 제작 지원사업 확대를 통한 실질적인 제작비 지원이 활성화되어야 한다. 아직까지 웹캐스팅 콘텐츠 제작 업계가 대다수 영세성을 띠고 있으므로 지원의 내용 또한 실질적인 도움이 되는 물질과 재화에 대한 지원책이 우선 마련될 필요가 있다. 아울러, 벤처기업 지정, 병역특례 대상 기업 지정, 코스닥 등록 기업 심사, 창투자 등 각종 금융회사의 자금 지원 등에 관해 정부가 간접적으로나마 우수 웹캐스팅 기업을 육성하고 지원해주겠다는 원칙의 천명을 통해 지원할 수 있도록 조치한다.

우수 아이টে에 대한 자문 및 인큐베이팅 지원을 통해 해당 업체와 사업영역이 성공할 수 있도록 지원하는 방안이 모색될 필요가 있다. 기존에 웹캐스팅에 대한 전문 인큐베이터가 부재하여 상당수의 업체가 시행착오를 겪고 있다. 공적인 콘텐츠에 접근하는 경우 정부에서 직접 인큐베이터를 운용하여 해당 사업이 안정화될 수 있도록 지원하는 방안이 제기된다.

웹캐스팅 관련 솔루션 개발지원 사업도 전개되어야 한다. 웹캐스팅 관련 국산 솔루션이나 플랫폼 서비스에 대한 개발 자금 지원을 통해 국내 기술의 적극적인 기술개발 접근을 유도해야 한다. 웹캐스팅의 주요 기술인 스트리밍 기술은 이미 국제적인 검증 받은 WMT와 Real에 의해 주도된다고 하지만, 그 외 서버의 트래픽 개선이나 분산처리, 멀티캐스팅, 인코딩 툴 등에 대해서는 기술개발의 여지가 많다. 그나마 올 상반기에 발표된 인터넷방송 산업육성지원책의 현실적 적용에 기대를 가져본다.

## (5) 우수 웹캐스팅 콘텐츠의 활발한 발굴

웹캐스팅 콘텐츠 공모전을 통해 웹캐스팅 콘텐츠 제작에 직·간접적인 지원을 하는 것과 함께 웹캐스팅 콘텐츠에 대한 인식을 높이고, 콘텐츠 제작자에 대한 사기진작과 제작비용 지원 등을 제공할 수 있다. 그간 정보통신부, 산업자원부 등을 비롯하여 주요 미디어 등에서도 관련 콘텐츠 공모전을 전개하고 있으며, 조만간 더욱더 확대될 전망이다. 아울러 웹캐스팅 콘텐츠 발굴 행사의 확대를 통해 새로운 콘텐츠 정보원이자 제작자들의 발굴도 이뤄질 전망이다.

## (6) 웹캐스팅 콘텐츠 유통 산업 육성

콘텐츠를 만드는 것과 함께 유통시키는 것도 중요한 산업이다. 웹캐스팅 콘텐츠 유통을 위한 콘텐츠 가치 평가시스템을 도입할 필요가 있다. 개별 콘텐츠의 가치에 대한 객관적 기준 없이 원활한 콘텐츠 유통에는 상당한 애로가 있기 때문이다. 이에 웹캐스팅 콘텐츠 유통을 전담한 유통센터를 구축하고 각종 전시회나 정보박람회 등에서의 콘텐츠 유통 혹은 견본시장을 개최하고, 개별 콘텐츠의 가치평가 시스템을 도입하고 콘텐츠 가치에 대한 기준점을 확보하는 작업을 수행하길 바란다.

웹캐스팅 콘텐츠 가치평가 시스템은 콘텐츠에 대한 시장논리와 사용자 선호도, 전문가 평가 등을 체계적으로 반영하여 공정한 기준가를 제시하는데 그 목적이 있으며, 이를 통해 콘텐츠를 제작, 생산하는 업체의 콘텐츠 판매와 유통을 원활하게 하는데 목적을 둔다. 아울러 국제적인 콘텐츠 유통을 위해서도 공식적인 가치평가 체제는 중요한 과제일 것이다.

## (7) 웹캐스팅 전문정보 공유 지원

웹캐스팅 관련 동향과 비즈니스 이슈에 대한 상설 세미나 개최하여 업계 정보공유 및 정보교환을 통한 상호발전에 기여한다. 비즈니스 이슈와 동향, 기술동향 등에 대한 연구활동을 수행하여 이를 정례화 된 세미나 공간을 통해 발표하게 하고 학계, 업계, 연구계가 참여하여 정보를 공유할 수 있도록 한다. 웹캐스팅 전문가 포럼 운영하여 전문가의 정보생산 활동을 집중화한다. 웹캐스팅 관련 국내 전문가로 구성된 포럼을 구축하여 전문가 네트워크를 활용한 각종 정보의 생산과 공유에 기여한다. 상설 세미나와 백서 등 연구과제 수행과 연계하여 전문가 포럼을 운영하는 것이 필요하다.

## (8) 웹캐스팅 관련 교육 및 인력양성

웹캐스팅 관련 학과 및 전공 지원사업을 제기한다. 인터넷 방송과, 게임산업학과, 멀티미디어콘텐츠공학과 등 웹캐스팅 관련 새로운 분야의 학과 및 전공 신설 확대 및 산업적인 수요가 큰 응용전문가를 체계적으로 양성한다. 기술경영 등 고급 소프트웨어 엔지니어 양성을 위한 교육 커리큘럼을 강화하고, 대학과 기업체 현장 실무교육 연계 프로젝트의 개발을 강화한다. 그리고 인터넷을 통한 가상대학을 운영하고 있는 우수 대학 혹은 대학간 컨소시엄을 선정, 웹캐스팅 관련 학과 프로그램 개발 지원, 이를 통한 정보기술 비전공자의 전환 교육에 의한 웹캐스팅 신규인력양성 확대 및 기존의 전문인력에 대한 재교육 기회를 확대한다. 그리고, 한국-미국 및 선진국과의 웹캐스팅 인력양성 협력사업도 전개될 필요가 있다. 이는 웹캐스팅 선진국과의 인력교류를 통한 기술교류와 산업교류도 함께 추진될 수 있다.

## (9) 저작권 문제에 대한 조정 및 해결 필요

업계의 저작권 분쟁에 대한 공식적 조정기구 역할이 필요하다. 기존에는 업계에서 이해관계의 당사자, 혹은 대표기구 등을 통해서 저작권에 대한 논의를 진행해온 상황이다. 앞으로 디지털 저작권 관련한 분쟁이 많아질 것을 대비하여 웹캐스팅 저작권 관련 조정기구를 마련하고 이에 대한 제도적 대응을 진행해야 한다. 업계의 이해관계에만 근거하지 않고 객관적인 기준을 통해 저작권에 대한 조정을 준비할 필요가 있다. 이를 위해서 저작권 포럼을 구성하여 관련 분야의 정보공유와 의견을 교환하여 기준을 정할 필요가 있다. 아울러 관련 내용에 대한 상시적 세미나를 통해 정보를 일반에게 확산시켜 저작권에 대한 공식적인 기준을 확산시켜 분쟁의 소지를 최소화할 필요가 있다. 물론 저작권에 대한 인식이 개선되어야 한다. 타인의 지적재산권에 대한 보장과 보호가 문화적으로 정착되는 게 우선이다.

물론 앞서 제기한 문제와 해결 외에도 많은 과제가 산적되어 있다. 우선 시행할 수 있는 시급한 문제에서부터, 가장 접근이 용이한 문제부터 제기해보았다. 향후에 앞서 제기한 문제들에 대한 해결이 된다면 국내 웹캐스팅 산업은 좀더 발전할 것이다. 아울러 웹캐스팅 분야에 종사하고자 하는 여러 분들의 미래도 밝을 것이다. 