

# ‘킬러 콘텐츠’ 속속 등장... 양적·질적 성장 도모

취재 / 신승철 기자

## 차세대 산업 역군으로서의 역할 톡톡히 수행

돌아보면 언제나 그렇듯 다사다난하다. 연초부터 인터넷 접속이 마비되는 초유의 사태가 발생, 인터넷이 우리 곁에 얼마나 가까이 있었는지 실감하는가 하면 게임수출 2,948억원이라는 흐뭇한 전망도 나왔다. 각종 콘텐츠의 양과 질 모두 크게 성장했지만 당시자간 이해관계가 엇갈려 분쟁거리도 많았다. 또한 성인콘텐츠의 범람으로 그 어느 해보다 청소년 보호 목소리도 높았다. 저무는 2003년 디지털콘텐츠 산업계를 10대 뉴스로 정리했다.



사상 초유의 인터넷 마비 사태로 모처럼 한가한 PC방.

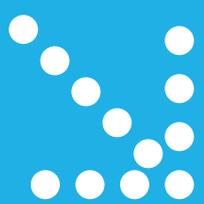
### 1·25 인터넷 대란

‘2003년 1월 25일 오후 2시’. 유무선 인터넷 접속이 9시간 가량 마비되는 사상 초유의 사태가 발생했다. 어느새 수족(手足)같은 존재가 된 인터넷이 마비되자 전자상거래와 인터넷 예약, 온라인 민원 행정, 온라인게임 등이 모두 중단되면서 전국이 혼돈 속에 빠졌다.

설 연휴를 며칠 앞둔 상황에서 터진 인터넷 사고로 전국 2,500여 개의 인터넷쇼핑몰들은 접속지연에 따른 예약취소 등 크고 작은 소비자 혼란과 불만에 홍역을 치러야 했다. 사태 당일인 토요일 평균 판매가 푹 떨어진데다 온라인으로 연계된 배송이나 협력업체와의 상품등록에 따른 간접 손실액까지 따지면 피해액이 수백 억원에 달했다.

온라인게임업체들의 피해도 잇따랐다. 인터넷 마비에 따라 온라인게임 접속이 일제히 중단되자 게이머들의 항의전화가 빗발쳤으며 이들 업체의 시스템 운영자들은 시스템 복구를 위해 날밤을 새는 등 비상근무에 돌입해야 했다. 특히 게임데이터가 순식간에 날아가 버리는 등 여러 가지 경우가 복합적으로 발생해 접속중단에 따른 데이터 손실, 접속불가 시간보상 등에 대해서도 책임져야 했다.

이밖에 정부부처의 홈페이지는 물론이고, 인터넷으로 각종 민원 서비스를 제공하는 전자정부 홈페이지도 멈췄으며, 인터넷뱅킹 채널이 완전 마비되고 주요 항공사, 극장 등도 전화와 팩스가 폭주하면서 예매에 차질을 빚는 등 곳곳에서 불편이 잇따랐다.





반면 인터넷대란을 계기로 정보보호에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 반사이익을 취하며 '특수'를 누린 업체도 있었다. 방화벽(Firewall)이나 침입탐지시스템(IDS)과 같은 해킹방지 솔루션에 대한 판매가 증가했고, MS와 DBMS 시장에서 치열한 경쟁을 벌여오던 오라클, IBM 등도 자사 솔루션의 우수성을 홍보하느라 분주했다.

한편 인터넷 마비 사태의 책임소재와 관련, 시민단체들이 집단 손해배상을 추진하고 있고, KT 등 ISP들과 MS는 '불가항력'이었다는 논리로 맞서고 있어 이에 대한 공방은 내년까지 이어질 전망이다.

## 2. 차세대 성장동력 10대 산업 선정

정부는 지난 8월 '차세대 성장동력 추진대책'을 확정, 발표했다. 아울러 국민소득 2만달러 시대를 이끌 10대 성장동력 산업도 최종 확정했다. 이에 따라 대기업들이 10대 성장산업에 투자할 경우에는 출자총액 제한을 받지 않도록 하는 방안을 추진하고 있으며, 내년도 정부 총 연구개발비(R&D)의 19%는 10대 성장산업의 원천기술 개발에 투입된다.

관계부처 논의를 거쳐 최종 선정된 10대 성장산업에는 ▲디지털 콘텐츠·SW솔루션 ▲디지털 TV 및 방송 ▲차세대 이동통신 ▲지능형 홈 네트워크 ▲디스플레이 ▲차세대 반도체 ▲지능형 로봇 ▲미래형 자동차 ▲차세대 전지 ▲바이오 신약 및 장기가 꼽혔다.

이에 따라 정보통신부는 'IT 신성장동력 9대 품목 세부추진 계획'을 마련, 향후 이 분야의 성장과 투자가 획기적으로 이뤄질 것으로 기대된다. IT 신성장동력 9대 품목은 ▲디지털콘텐츠 ▲임베디드S/W(소프트웨어) ▲텔레매틱스 ▲디지털TV 방송 ▲홈네트워크 ▲차세대 PC ▲지능형 서비스 로봇 ▲차세대 이동통신 ▲IT SoC(시스템 온 칩) 등이다.

정통부의 세부추진 계획에 따르면, 내년 안에 차세대 3D 온라인게임이 개발되고, 2005년 TV·PC·게임기 등 플랫폼을 가리지 않는 멀티플랫폼 콘텐츠, 2007년까지 실감형 가상현실 콘텐츠 개발이 추진된다. 또한 텔레매틱스 부문은 올해 차량항법 교통정보 서비스 실시를 시작으로 내년 보험금융 서비스, 2005년 차량내 상거래, 2007년 쌍방향 멀티미디어 서비스 등이 실시된다. 이밖에 IMT2000, 2.3GHz 휴대인터넷 및 4세대 이동통신 서비스도 활성화된다.

정통부는 이들 9대 품목에 2007년까지 정보화촉진기금 등 2조5,000억원의 예산과 민간투자 7,000억원을 투입해 600조원 규모의 신규 시장을 창출한다는 목표를 세워놓고 있다. 이 계획이 완성되면 2007년에는 IT산업이 400조원의 생산과 150만명의 고용을 창출해 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중 20%, IT산업 수출 1,000억달러를 달성하게 된다. 또 국민소득이 2만달러에 도달하는 2012년에는 국민소득 중 4분의1인 5,000달러를 IT산업이 담당하게 될 것으로 기대된다.

## 3. 음악 콘텐츠 '지적재산권 침해' 논쟁

음악 스트리밍(접속을 통해 실시간으로 음악감상을 할 수 있는 시스템) 서비스 사이트에도 소리바다 사태의 불뚱이 튀었다. 한국음반산업협회 소속 30개 음반기획·제작 및 유통업체들이 지난 2월 벅스뮤직, 나인포유 등 2개 스트리밍 서비스업체를 저작권법위반 혐의로 서울지법에 고소했던 것.

이후 저작권법 위반 방조 혐의를 받았던 소리바다 운영자들이 지난 5월 법원으로부터 공소기각(유무죄를 판결할 수 없음) 결정을 받은 데 이어 벅스뮤직 박성훈 대표도 기소 전 구속영장이 두 차례 기각되는 과정을



거쳤다. 하지만 결국 국내의 메이저 음반사와 기획사들이 지난 7월3일 빅스뮤직을 상대로 제기한 음반복제금지 가처분 신청이 법원에 의해 받아들여지면서 온라인 음악서비스 시장은 새로운 국면에 접어들었다.

그간 빅스뮤직은 직접 음악파일을 다운받아 개인의 PC에서 듣는 소리바다와 달리 음악서버를 통해 실시간으로 들려주기만 하는 스트리밍 방식으로 서비스를 제공, 저작권 침해가 아니라고 주장해왔다. 그러나 회원끼리의 음악파일 교환을 도왔다는 혐의

(방조범)를 받은 소리바다와 달리 빅스뮤직은 자체 서버에 음악파일을 저장하고 서비스한 '정범'이라는 점에서 공소기각 사유가 사라지게 된 것이다.

소리바다 사태와 관련해서 법원은 지난 5월 “방조범(소리바다 운영자)의 공소사실에 대해서는 그 전제조건이 되는 정범(소리바다 이용자)의 구체적인 범죄 사실이 있어야 하는데 검찰 공소장에는 '성명불상의 다수 회원'이라는 것만 있을 뿐 구체적인 내용이 빠져 있다”고 판정한 바 있다.

법원 결정에 따라 10월 중순부터 온라인음악시장의 60% 이상을 점유해온 빅스뮤직이 최신곡 1만여곡을 서비스할 수 없게 되자 인터넷 포털업체들은 틈새시장을 노려 온라인 유료 음악서비스를 잇따라 본격화하고 있다.

#### 4. '다모' 열기로 DTV 콘텐츠 관심 증폭

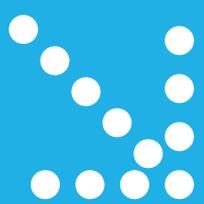
기존 텔레비전의 아날로그 화면보다 4~5배 좋은 화질을 자랑하고 극장에서 듣는 것 같은 입체음향의 디지털 5.1채널을 제공한다는 새로운 텔레비전 방송이 시청자 곁에 바짝 다가섰다.

국내 최초로 제작 방영된 HD(High Definition) 드라마 '다모(茶母)'가 영화 같은 질감의 화면으로 'HD 효과'를 확산시킨데 이어 위성방송 사업자인 스카이라이프가 24시간 HD 전용 유료채널인 '스카이 HD'를 개국해 시청자들의 눈높이를 올려놓으려 하고 있다.

다모의 고품질 영상에 반한 소비자들이 고품질 디지털 가전제품을 찾았고, PC용 HD TV 수신카드는 가장 저렴하게 HD 방송을 보는 방법으로 인기를 끌었다. 그러나 문제는 역시 콘텐츠의 부족. 현재 지상파 3사는 방송사마다 하루 13시간씩 HD 제작 프로그램을 내보내고 있으나 HD 효과가 높은 드라마나 다큐멘터리는 거의 없고 대부분 '쇼 진품명품', '100분 토론' 같은 스튜디오 제작물로 시간을 때우고 있는 형편이다.



국내 최초로 제작 방영된 HD 드라마 '다모'는 시청자들의 눈높이를 올려놓았다.





방송위에서 2001년부터 HD 의무편성 비율을 정해놓고 방송사들의 HD 제작을 독려하고 있으나 일반 프로그램에 비해 제작비가 갑절 넘게 드는 데다 제작시간도 많이 들어 그 움직임이 굼뜨다. 지상파 3사가 한국의 방송 시장을 과점형태로 장악하고 있는 현실에서 지상파가 HD 제작을 많이 하지 않는다면 콘텐츠 부족에 허덕이게 되고 위성방송도 영향을 받게 된다. 실제 '스카이 HD' 편성을 살펴보면 콘텐츠 부족으로 1주일간 본방송 시간은 51시간인 데 비해 재방송은 117시간으로 3.5배 많다.

하지만 다모의 방영 이후 방송사들마다 나름대로 HD 콘텐츠 준비하고 있다. 문화방송은 내년 봄개편 때 'HD 드라마 극장'을 신설, 16부 미니시리즈 2편 가량을 HD로 제작해 방송할 것으로 알려졌고, 내년 3월 HD 제작장비를 완비한 서울 목동 신사옥으로 이전하는 SBS의 경우 전체 제작물의 30% 정도를 HD로 만들 계획이다. 더구나 정통부도 정보화촉진기금에서 100억원을 마련, HD 제작 프로그램 공모를 실시하는 등 디지털 TV 콘텐츠 산업을 적극적으로 지원하고 있어 국내 디지털TV 콘텐츠는 걸음마 단계를 빠르게 벗어날 것으로 보인다.

### 5. 3D 및 성인용 온라인게임 시장정착



성인용 온라인게임이 속속 등장하고 있다. 사진은 액토즈소프트의 'A3'에서 개경주가 펼쳐지고 있는 장면.

인한 가입자 이탈이 예상보다 적었고 중국시장에도 진입해 최고의 한해를 맞았다. 뮤의 성공을 발판 삼아 코스닥에 등록된 웹젠은 등록되자마자 액면가의 140배라는 경이적인 주가를 기록했고, '2003 벤처기업대상' 시상식에서 벤처기업 부문 산업포장상을 수상했다. 또한 지난달에는 미국 나스닥시장 상장을 위해 미국주식예탁증서를 최대 1,000만5,000주까지 발행기로 의결했다.

지난 7월9일 공개서비스에 들어간 엔씨소프트의 '리니지2'의 선전도 예사롭지 않다. 엔씨소프트에 따르면, 가입회원이 이미 100만명을 넘었으며 각 서버의 동시접속자 수가 9만명을 넘고 있다. 현재 평균 동시접속자 수가 10만명 정도인 '리니지'의 턱밑까지 따라온 셈이다. 특히 공개서비스 두달만에 유료화를 단행하고도 5일 만에 13만명이 유료 전환 가입하는 등 인기가 식을 줄 모르고 있다.

성인용 온라인게임 시대가 본격 열리고 있다는 점도 올해 두드러졌던 특징이다. 국내 최초로 성인전용 게임

웹과 나코인터랙티브에 이어 엔씨소프트, 액토즈소프트 등이 3D 온라인게임을 서비스하면서 올해 3D는 온라인게임 시장의 주류로 완벽하게 자리잡았다. 물론 동시접속자수나 매출면에서는 2D 온라인게임인 '리니지'가 부동의 1위를 고수하고 있지만 개발되고 있는 RPG 온라인게임의 대부분이 3D형인데다가 PC 환경도 크게 개선되고 있어 역전이 머지 않았다는 관측이 나오고 있다.

국내 3D 온라인게임 시대를 연 웹젠의 '뮤'는 경쟁게임으로



'리니지2'는 각 서버별 동시접속자 9만을 넘겨서 '리니지'를 위협하고 있다.

임은 점차 늘어날 전망이다. 영상물등급위원회가 게임물 심의기준을 강화하자, 게임내용을 수정하지 않고 성인을 타깃으로 차별화된 서비스에 나서는가 하면 기획단계부터 성인용으로 개발하는 업체가 늘고 있기 때문이다.

을 표방한 액토즈소프트의 'A3'에서는 술집에 찾아가 반라의 8등신 무희들이 춤추는 장면을 관람하기도 하고 개경주에 사이버머리를 걸기도 한다. 인터넷 포털 야후코리아에서 서비스되고 있는 조이맥스의 '실크로드 온라인'은 게이머는 흥등가에 찾아가 기생으로부터 퀘스트(임무)를 부여받고 은밀한 거래가 이뤄지기도 하는 등 호기심을 자극할 만한 소재를 준비하고 있다.

기존 온라인게임에서 볼 수 없었던 선정적인 장면과 피바람이 이는 섬뜩한 장면을 연출하고 있는 성인용 온라인게

## 6. '월드 사이버게임즈' 2003 개최

전세계인의 게임문화 축제 '월드 사이버게임즈(WCG) 2003'이 지난 10월 12일부터 7일간의 열전을 마치고 대단원의 막을 내렸다.

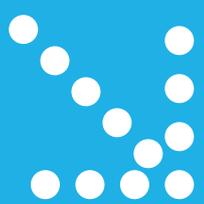
'Beyond the Game(게임을 넘어서)'을 캐치프레이즈로 내건 이번 행사에는 전세계 55개국에서 600여명이 참가, 사상 최대 규모를 기록했고, 경기종목도 스타크래프트, 워크래프트3, 에이지 오브 미솔로지, 피파 2003, 언리얼 토너먼트 2003, 카운터 스트라이크 외에 콘솔게임 헤일로가 처음으로 추가됐다.

이번 대회 종합우승은 금메달 3개, 은메달 2개를 차지한 독일에 돌아갔고 2위는 금메달 2개와 은메달 1개, 동메달 1개를 차지한 대만이 차지했다. 독일은 전통적인 한국의 메달 텃밭이었던 스타크래프트, 피파 2003 종목에서 두각을 나타냈으며, 특히 피파 2003에서는 데니스, 다니엘 셀라세 형제가 나란히 결승에 진출해 대회 사상 최초로 금메달을 놓고 형제 대결을 펼치기도 했다. 3회 연속 종합 우승을 노렸던 한국은 폐막식 직전에 열린 스타크래프트 개인전에서 이용범 선수가 금메달을 추가했으나 금메달 2개, 동메달 1개로 3위에 그쳤다.

이번 대회에는 CNN, 로이터, 스웨덴의 TV4, 영국의 가디언, 중국 CCTV 등 세계 유수의 언론사들이 200여명의 취재진을 파견했고, 본선대회 기간 동안 올림픽공원에는 약 15만명의 방문객이 참관했다. 또 게임 토너먼트 외에도 관람객을 위한 다양한 이벤트와 'WCG 2003 게임 컨퍼런스' 및 'WCG 2003 쇼케이스' 등이 열려 대회의 위상을 한층 높



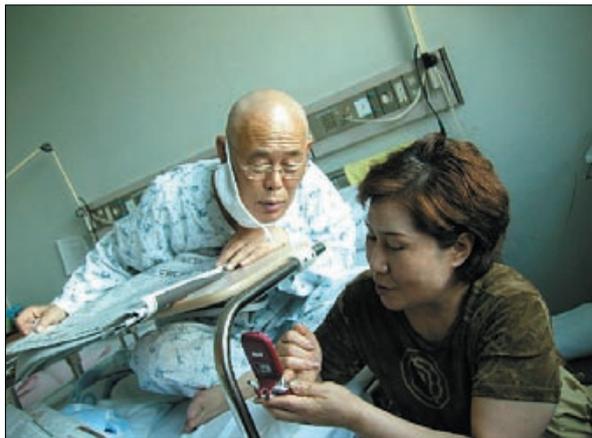
전세계인의 게임문화 축제 '월드 사이버게임즈 2003'이 지난 10월 12일부터 7일간 서울에서 펼쳐졌다.





었다. 내년에 열리는 WCG 2004 호스트시티는 처음으로 국내 도시가 아닌 미국 샌프란시스코로 결정돼 WCG는 명실상부한 세계인의 게임축제로 자리매김할 전망이다.

## 7. '주머니속 멀티미디어' 시대 활짝



올해 컬러폰 보급이 크게 확대되면서 멀티미디어형 모바일 콘텐츠가 각광을 받았다.

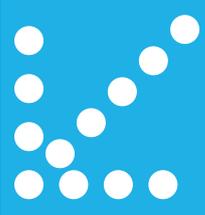
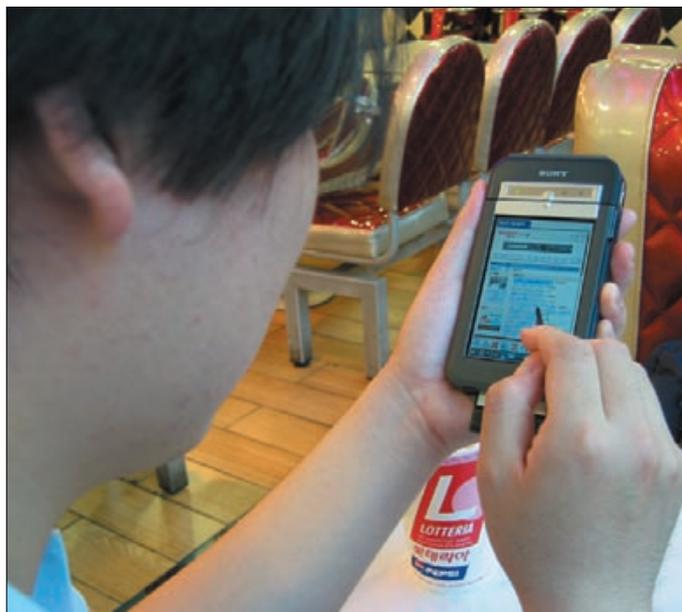
컬러폰 보급확대와 통신의 광대역화로 바야흐로 '모바일 멀티미디어 시대'가 열렸다.

삼성전자는 국내시장에서 흑백폰 판매 비중이 지난 1월 10.8%, 2월 10.6%, 3월 6%, 4월 5.8%, 5월 8.7%, 6월 3.8%로 감소세를 보이자 7월부터 흑백폰 판매를 중단했고, 상반기에 내수시장의 흑백폰 판매 비중이 10%에 그친 LG전자도 8월부터 흑백폰 신제품 생산을 중단했다. 더구나 휴대폰에 디지털카메라 기능을 갖춘 카메라폰이 일반화된 데 이어 동영상 촬영기능을 갖춘 캠코더폰이 인기를 모으고 스마트폰, TV폰, MP3폰, 게임폰까지 잇따라 등장했다.

휴대폰과 전자제품 사이의 경계가 허물어지고 SK텔레콤의 '준'과 KTF의 '뽀뽀' 등 고화질 멀티미디어 서비스가 본격적으로 자리를 잡으면서 관련 콘텐츠가 각광을 받았다. 올해 가장 높은 인기를 누린 모바일 콘텐츠는 단연 성인물. 탤런트 이해영의 누드 사진을 제공한 STC는 1개월 동안 유선인터넷과 휴대폰을 통해 이해영 누드를 감상한 사람이 300만명에 이른다고 발표했으며, 일부 성인용 콘텐츠 제공업체(CP)들은 한 달에 1억원 이상의 수익을 올리기도 하는 것으로 알려졌다.

모바일게임 또한 전년 대비 300%이상의 놀라운 성장을 보일 것으로 추정돼 기존 캐릭터나 멜로디 서비스 못지 않은 '킬러 콘텐츠'로 등극했다. 특히 'RPG 반지의 제왕', '동갑내기 과외하기', '모바일 여고괴담' 등 영화 속 주인공 공들을 모델로 만든 게임이 관심을 모았고, 3D 그래픽 도입은 물론 상대와 대결하는 네트워크 게임으로 진화하고 있다.

카메라 탑재 컬러폰이 전체 시장에서 20%에 육박하고 이동통신사간 서비스가 연동되면서 멀티미디어메신저(MMS) 서비스도 20~30%의 고속 성장세를 보였다. 문자 메시지에 동영상, 사진, 그림, 배경 음악 등을 첨부할 수 있고 글자색이나 배경색을 변경하거나 여러 가지 효과를 줘 개성있는 메시지를 보낼 수 있는 멀티미디어 메시징으로 전환되는 추세를



보이고 있는 것이다. 한편, TV 생중계, VOD 등 새로운 차원의 모바일 서비스는 비싼 사용요금으로 인해 당초의 기대에는 미치지 못했지만 성장 가능성은 매우 높다.

### 8. '닷컴 부활론' ... 사상 최대 실적 전망

지난 2000년말 정점을 찍은 뒤 줄곧 쇠락의 길을 걸었던 인터넷 산업, 이른바 닷컴업계가 올해에는 되살아날 조짐을 보였다. 거품이 걷히면서 급전직하했던 닷컴기업들의 주가는 온라인 광고시장의 회복에 대한 기대감 등으로 인해 상당 수준 회복했고, 수익률도 크게 높아졌다.

대표적 포털사이트 업체인 NHN과 다음커뮤니케이션(다음)의 시가총액이 한때 각각 1조원을 돌파하기도 했으며, 닷컴 부활과 함께 '벼락부자'의 꿈도 다시 한번 일어났다. 지난해 11월 코스닥 등록 이후 단박에 10만원대의 주가를 만들어낸 NHN 직원들은 스톡옵션과 우리사주 등으로 한 사람당 1억원 정도는 거머쥐게 됐고, 급여와 복지 수준도 웬만한 대기업에 부럽지 않을 정도가 됐다. 플레너스와의 합병을 선언한 게임업체 넷마블 직원들도 5,000만~6,000만원 정도의 평가차익을 올릴 것으로 기대하고 있다.

하지만 지난 2000년 추락의 고통이 워낙 컸던 탓인지 '또 거품은 아닐까' 하고 우려하는 사람도 있다. 더구나 올 상반기 주식시장을 달궜던 닷컴 주식들이 고점을 친 이후 하락세로 돌아서기도 하고, 지난 3분기에 실적이 호전됐던 미국의 이베이, 아마존, 야후 등의 주식들마저 탄력을 잃고 있다. 실적에 있어서도 NHN, 다음, 네오위즈 등 잘나가던 닷컴기업들이 3분기에 새로운 서비스를 시작하거나 마케팅에 돈을 써 성장성과 수익성이 둔화됐다.

물론 '그때와는 분명 다르다'는 반론도 만만찮다. 3년 전에는 모두 적자를 내는 기업에 미래가치만을 보고 뛰어들었지만, 지금은 사업실적이 뒷받침된다는 것이다. 지금 잘 나가는 업체들은 '옥석'에서 옥이라고 판명난 업체들이고, 이제 '닷컴기업이 어땡다더라'는 식으로 묶어서 닷컴기업을 평가하는 시대는 지난 것 같다는 이야기도 나온다.

여하튼 닷컴업계는 올해 게임, 검색, 전자상거래 분야에서 수익모델 확보에 성공, 이들 분야의 실적이 급팽창하면서 3분기의 성장둔화에도 불구하고 사상 최대의 실적을 기록할 것이 확실해 되고 있다. 또한 지금까지의 추세라면 올해 NHN이 다음을 추월해 닷컴기업 선두로 뛰어오르게 된다는 점도 올해의 특징이다.

### 9. 영등위·게임업체, 등급분류 기준 갈등



영등위와 게임업체 간 갈등의 폭이 갈수록 깊어지고 있다. 특히 양측의 입장 차가 워낙 커 영등위와 게임업체간 마찰은 당분간 계속될 전망이다.

영등위는 엔씨소프트의 '리니지2'에 대해 선정성과 PK(Player Killing) 때의 아이템 드롭 등을 문제삼아 '18살 이용가' 등급을 내려 논란이 됐다. 사전심의 때 '15살 이용가' 등급이 매겨졌던 리니지2가 유료화 전환에 따른 재심의에서 등급을 수정한 것.

영등위는 또 지난 10월 미성년자 등 게임이용자들이 인터넷 게임에 과도한 비용을 지출하고 있는 것을



막기 위해 게임 포털의 이용 금액을 한정키로 했다. 이렇게 되면 모든 게임포털들이 월 이용금액을 제한해야 하고, 영등위에 사전심의를 신청할 때 월이용 한도액과 아이템의 중복구입 횟수를 명기해야만 한다. 또 아바타를 꾸미는 의상, 배경, 액세서리 등 아이템에 대한 중복구입 횟수도 제한될 전망이다.

게임업체들은 영등위의 규제강화에 반발하고 있다. 영등위를 규탄하는 성명서를 발표한 데 이어 온라인게임 등급분류제도 개선을 촉구하는 업계측 의견을 문화관광부와 영등위측에 공식 전달했다. 한국 게임산업연합회 소속 60여 온라인게임 서비스업체 CEO들이 발표하고 제출한 '온라인게임 등급분류제도 개선을 위한 성명서'는 ▲일방적인 심의기준 변경 철회 ▲등급분류 과정 공개 및 이의제기 절차 확대 ▲등급분류 및 이용불가제도에 대한 과도한 규제 해결 ▲민간자율등급제의 조속한 도입 추진 등의 내용을 담고 있다.

게임업체들의 강한 반발에도 불구하고 영등위는 온라인 게임물의 사전등급 강화 방침을 굽히지 않고 있다. 지난달에는 기존 12세·15세 이용가 판정을 받았던 청소년용 온라인게임들이 무더기로 성인용 게임으로 분류되는 18세 이용등급을 받아 심의기준이 강화됐음을 느끼게 했고, 10월말과 11월초에 이미 영등위에 등급분류를 신청했던 30여종의 게임이 아직 등급분류를 기다리고 있어 파장은 더욱 커질 것으로 보인다.

## 10. 애니메이션 총량제 입법 추진 투쟁

지상파 방송사의 국산 애니메이션 방송시간 축소에 국내 애니메이션계가 반발하고 나섰다.

애니메이션제작자협회·학회·예술인협회를 비롯해 우리만화연대, 만화가협회, 만화출판협회 등으로 이뤄진 '방송용 애니메이션 발전전략 촉구 및 방송법 개정을 위한 범만화애니메이션계 공동 대책위원회'는 지난 10월 28일 서울 안국동 느티나무 카페에서 기자회견을 열고 한국방송의 애니메이션 관련 정책을 집중 성토했다. 또한 지난달 6일에는 KBS 본관 앞에서 공영방송의 국산 창작 애니메이션 방송과 투자 확대를 요구하는 집회를 열었다. 국내 애니메이션계가 단일한 이슈를 갖고 투쟁을 시도한 것은 처음이다.

공대위는 "방송용 애니메이션은 관련 산업 파급효과가 높아 세계 각국이 경쟁적으로 육성하고 있는데, KBS, MBC는 국산 애니메이션 의무방영비율(45%이상)만 맞추고 실제 방송시간은 줄이는 편법을 쓰고 있다"고 주장하며 "국산 애니 총량제(전체 방송시간의 1% 이상)를 골자로 국회에 계류중인 방송법 개정안 통과를 위해 총력을 기울이겠다"고 밝혔다.

애니메이션 총량제는 지난 98년에 시행됐던 제도이다. 통합방송법으로 방송법이 개정되지 않았다면 지상파 방송사들은 의무적으로 채널 당 100분 이상의 국산 애니메이션을 방영해야 했다. 그러나 2000년에 통합방송법으로 개정된 이후, 방송사들은 상대적 비율만 맞추면 되는 점을 이용해 전체 애니메이션의 방영을 지속적으로 줄여 왔다.

공대위측에 따르면, MBC는 지난해 국산물 신작 애니메이션 프로그램을 단 한 편 방영했고, KBS 두 개 채널은 올해 단 두 편을 방영했다. 현행법은 총량에 대한 규제 없이 전체 애니메이션 방영시간 가운데 45%를 국산 애니메이션으로 채우도록 규정하고 있어 KBS와 MBC 모두 줄이고 있음에도 국산 방영 비율은 갈수록 높아지거나 그대로라는 것이다. 수출시 바이어들이 물어보는 게 텔레비전 방영 여부와 시청률, 극장 상영가격인 점을 감안하면 현재와 같은 실정에서는 국내 애니메이션 산업은 중장기적으로 어려움을 겪게 된다. 

# 2004년 디지털콘텐츠 산업 도약 발판 마련됐다!

취재 신종훈 기자

## 게임, 인터넷 콘텐츠 등 시장규모 대폭 확대 ... 산업 육성 위한 논의 전방위적으로 진행돼

올해 디지털콘텐츠 업계는 많은 사건과 논란이 이어진 가운데 전체적으로 시장규모가 크게 확대된 것으로 나타났다. 특히 인터넷 업체들과 게임, 무선인터넷 업체 등 디지털콘텐츠 산업을 이끌어가고 있는 기업들의 경우 매출과 함께 수익성 역시 크게 높아진 것으로 분석된다. 반면 애니메이션과 e-러닝 등 일부 산업의 경우 여전히 뚜렷한 돌파구를 찾지 못한 채 대안 마련에 부심해야 했던 한해이기도 했다.



디지털콘텐츠 기업들의 매출과 수익성이 뚜렷이 개선되고 있다.

최근 발표된 상장기업들의 3분기 실적 결산에 따르면 전체적으로 매출과 순익이 전분기에 비해 호전된 것으로 나타났다. 특히 코스닥 상장 기업들의 순익은 2분기에 비해 60%나 증가하는 등 수익성이 크게 개선된 것으로 나타났다. 코스닥 기업들의 순익 상승에는 IT부품 업종과 인터넷 기업, 디지털 콘텐츠 기업들의 수익성 향상이 큰 영향을 미친 것으로 분석됐다.

### 온라인게임 강세 속에 모바일게임 '주춤'

올해 게임시장을 정리하면 온라인게임과 콘솔게임, 인터넷 보드게임 등이 크게 성장한 가운데 급성장이 예상됐던 모바일게임은 하반기에 접어들면서 상승폭이 크게 둔화된 것으로 나타났다. 반면 PC게임은 여전히 어두운 터널을 지나야만





했다.

엔씨소프트, 웹젠, 액토즈소프트, 넥슨, 씨니YNK 등 국내 대표적인 온라인게임 서비스 업체들은 올해 대부분 좋은 성적표를 받았다.

엔씨소프트는 지난해 1,548억원의 매출에서 올해 1,633억원의 매출을 기록할 전망이다. 이 회사는 기대작 '리니지2'의 성공으로 다시한번 재도약의 기회를 맞았다. 하지만 야심적으로 뛰어들었던 온라인게임 퍼블리싱 사업에서는 뚜렷한 성과를 거두지 못한 채 '에버퀘스트', '샤이닝로어' 등의 게임 서비스를 중단하는 어려움을 맞기도 했다.

웹젠은 올해 가장 화려한 한해를 보냈다. 온라인게임 '뮤'의 개발사인 웹젠은 지난 5월 코스닥 시장에 등록하면서 소위 '대박'을 터뜨렸다. 이 회사는 최근 뮤의 국내 동시접속자 수가 7만명을 돌파해 지난해에 비해 80% 증가한 데다, 중국내 동시접속자 수도 30만명을 돌파하는 등 최고의 한해를 보내고 있다. 이 회사는 올해 지난해에 비해 2배가 넘는 582억원의 매출을 기록할 전망이다.

성인용 온라인게임 'A3'를 발표해 주목을 받았던 액토즈소프트는 올해 천당과 지옥을 여러 번 왕복하며 숨가쁜 한해를 보내야 했다. 이 회사는 지난해 7월부터 중국내 '미르의전설2' 서비스업체인 산다와의 계약분쟁을 겪으며, 로열티가 입금되지 않아 어려운 시기를 거쳐야 했다. 하지만 지난 8월 미지급된 로열티 180억원을 받으면서 겨우 숨통을 틔울 수 있었다. 이 회사는 또 지난 8월 유료화에 들어간 A3가 월 매출 20억원대를 기록하면서 안정적인 수익구조까지 갖추 수 있게 됐다. 액토즈는 올해 지난해 매출의 3배에 가까운 600억원의 매출을 기록할 전망이다.

이외에도 넥슨과 위메이드엔터테인먼트, 제이씨엔터테인먼트, 씨니YNK 등 주요 업체들의 매출도 최소 30% 이상의 신장률을 보이는 등 온라인게임 업계는 올해 즐거운 분위기 속에 연말을 맞을 수 있게 됐다.

### 모바일게임 '해외로 해외로'

반면 모바일게임 업계는 올해 해외진출에 '사활'을 걸었던 한해로 표현할 수 있을 듯 하다.

지난해 약 50억원대의 시장규모를 기록하며, 급성장이 예상된 모바일게임 시장은 실제로 올 상반기



급격한 성장세를 지속했다. 특히 컬러폰의 보급이 확대되고, 그래픽 품질이 좋아지면서 모바일게임 수준 역시 빠르게 높아졌다. 하루가 다르게 새로운 작품들이 쏟아져 나오고, 수백 개에 달하는 모바일게임 개발업체들이 생겨나면서 국내 모바일게임 시장은 르네상스 시대를 맞는 듯 했다.

하지만 하반기로 접어들면서 모바일게임 시장은 급격히 위축되기 시작했다. 유저들은 수없이 쏟아져 나오는 새로운 콘텐츠에 열광하기보다는 고스톱, 포커 등 한번만 다운로드를 받으면 계속해서 무료로 사용할 수 있는 다운로드형 보드게임에 더 많은 관

심을 보였고, 이동통신사들의 모바일게임 다운로드 순위에서도 고스톱 등이 꾸준히 상위권을 유지했다.

특히 경쟁이 치열해지면서 수익성이 점차 악화되기 시작하자 모바일게임 업체들은 앞다퉈 해외진출을 선언하고 나섰다. 킴투스, 김스애니콤, 웹이엔지, 엠드림, 게임빌 등 주요 모바일 게임업체들은 올해 본격적인 해외 시장 진출을 선언했고, 중국과 동남아, 유럽 등이 대표적인 타깃 시장으로 떠올랐다.

### 개화기 맞은 콘솔게임 시장

콘솔게임 시장은 올해 본격적인 개화기에 접어든 것으로 분석된다.

소니컴퓨터엔터테인먼트코리아(SCEK), 아타리코리아, 세중게임박스, 위자드소프트 등 주요 콘솔게임 유통 업체들은 올해 PS2 40만대, Xbox 12만대 가량의 판매에 힘입어 적지 않은 게임 SW 판매실적을 올릴 수 있었다.

특히 SCEK의 플레이스테이션2(PS2)는 다양한 이벤트에서 단골 상품으로 떠오르면서 2003년 히트상품으로 떠오르기도 했다. PS2의 경우 올초 판매 촉진을 위해 특별할인가를 적용하면서 가격대가 크게 낮아진 점도 힘이 됐다.

올해 콘솔게임시장에서 가장 인기를 끈 콘솔게임 SW로는 THQ코리아의 ‘스맥다운’ 시리즈를 들 수 있고, ‘진삼국무쌍’ 시리즈가 뒤를 이었다.

### 인터넷 게임 포탈 시대 열렸다

올해 국내 게임시장에서 눈에 띈 또 하나의 특징은 포탈 사이트들의 대거 게임시장 진출과 인터넷 보드게임의 활성화를 들 수 있다.

한게임, 넷마블 등 대표적인 인터넷 게임 업체들은 지난해에 이어 올해도 빠른 성장세를 유지하며, 100% 이상의 매출 성장률을 기록할 전망이다. 국내 1위 보드게임 사이트인 한게임을 운영하고 있는 NHN은 지난 3분기 실적에서 누적 매출 1,205억원을 기록해 국내 포탈업체로는 처음으로 매출 1,000억원을 돌파했다. 이 회사는 지난해 전체 매출이 746억원으로 이 같은 추세라면 올해 1,700억원대의 매출을 기록할 전망이다. 특히 이 회사의 게임 관련 매출은 전체 매출의 절반에 가까운 571억원으로 집계됐다.

지난해 270억원의 매출을 기록하며, 일약 스타로 떠오른 넷마블은 올해 상반기에만 328억원의 매출을 기록해 단숨에 지난해 기록을 뛰어넘었다. 올해 810억원의 매출을 기대하고 있는 넷마블은 지난 9월 모회사인 플레





너스와의 합병 과정에서 모회사의 최대주주로 올라서면서 업계로부터 큰 관심을 끌기도 했다.

이외에도 커뮤니티 사이트 '세이클럽'을 운영하고 있는 네오위즈는 지난 8월 '피망닷컴'이라는 게임 사이트를 오픈하면서, 총 100억원의 비용을 들여 공격적인 마케팅을 펼쳐 업계의 주목을 받았다.

### 침체의 늪에 빠진 애니메이션 시장

국내 애니메이션 업계는 올해를 한숨 속에 보낼 수밖에 없었다. 120억원의 제작비를 투자하면서 대작으로 기대를 모았던 극장용 애니메이션 '원더풀데이즈'와 탄탄한 스토리와 아름다운 영상미를 선보인 '오세암'이 흥행에 참패했기 때문이다.

이들 두 작품의 실패는 작품 외적인 요인에 의해서도 영향을 받았지만 기본적으로 국산 애니메이션이 갖고 있는 한계를 여실히 보여줬다는 점에서 애니메이션 업계 관계자들의 가슴에 적지 않은 상처를 남겼다. 오세암의 경우 감동적인 스토리와 아름다운 서정적 영상미를 보이며 관객들의 눈물을 자아내기도 했지만 너무나 빠른 결말이 식상하다는 비판을 받아야 했고, 무엇보다 극장주들의 철저한 외면 속에 상영관조차 확보하지 못하는 어려움을 겪기도 했다.

원더풀데이즈는 파격적인 영상과 제작기법, 뛰어난 음향효과 등으로 기술적인 면에서는 찬사를 받았으나 이해할 수 없는 스토리로 인해 관객들로부터 질타를 받아야 했다.

이와 함께 통합방송법의 시행으로 인해 TV용 애니메이션 역시 설자리가 없어지면서 애니메이션 업계 관계자들은 방송법 개정을 위한 투쟁에 돌입했으나, 이 역시 올해 안에 해결되기는 힘들 것으로 전망된다.

### e-러닝 업계, 수익모델 발굴 급선무

e-러닝 업계 역시 올해 전체적인 시장규모는 제자리걸음을 걸은 것으로 분석된다.

소비자들의 시선을 끌 수 있는 고품질의 콘텐츠를 확보하지 못한 e-러닝 업체들은 경기침체의 여파와 함께 내리막길을 걸어야 했지만, 시장의 특성을 잘 읽은 일부 기업들은 새로운 돌파구를 찾기도 했다.

올해 e-러닝 시장에서 대표적인 성공을 거둔 기업으로는 메가스터디를 들 수 있다. 수능을 치르는 수험생들을 대상으로 강남 유명강사들의 강의를 동영상으로 서비스하는 차별화된 전략을 펼친 이 회사는 올해 500억원의 매출을 기록할 전망이다. 이 회사의 성공요인은 시장과 소비자가 원하는 적절한 콘텐츠를 통해 승부했다는 데 있다.

e-러닝 업계에서는 메가스터디의 방식이 e-러닝의 기본 컨셉과는 어울리지 않는다는 지적을 하고 있지만 최근 e-러닝 시장에서 높은 매출을 기록하고 있는 기업들은 온라인과 오프라인 교육을 병행하고 있다는 점에서 메가스터디의 전략은 주목할 만 하다.

e-러닝 시장에서 올해 빠르게 성장한 또 하나의 콘텐츠는 어린이들을 대상으로 하는 멀티미디어 콘텐츠이다. 게임이나 애니메이션을 교육과 접목한 멀티미디어 에듀테인먼트 콘텐츠는 올해 내내 e-러닝 기업들의 화두 가운데 하나였다. 하지만 온라인 기업들의 특성상 오프라인 영업조직을 가동하기 힘들고, 특출한 마케팅 능력을 갖추지 못한 기업들은 많은 수의 회원확보에 실패할 수밖에 없다는 단점으로 인해 시장 확보에는 여전히 어려움을 겪어야 했다. 

# ‘모바일 멀티미디어 시대’ 개막 원년

글 / LG텔레콤 이삼수 서비스개발실 차장

## 컬러폰 보급확대와 브로드밴드화로 콘텐츠 양·질 ‘업그레이드’

2003년 모바일 시장은 무선망개방(Open Access), 와이파이(WiFi), 휴대인터넷, 위성DMB, 번호이동성(Mobile number Portability), MMS(Multimedia Messaging Service) 등 수많은 이슈가 부각됐다. 모바일콘텐츠 시장만을 놓고 보더라도, 올 한해는 ‘모바일 멀티미디어 서비스’ 시대의 원년이라 할 만큼 많은 변화와 발전을 경험했다. 고성능 컬러폰의 보급확대와 CDMA2000-1X로 시작된 모바일 통신의 브로드밴드화는 모바일콘텐츠의 양과 질을 획기적으로 향상시켰던 것이다.

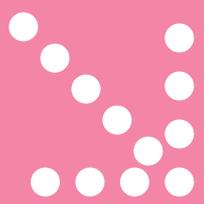
2003년 9월을 기준으로 국내 컬러폰 보급률은 전체의 51.5%에 달하며, CDMA2000-1X 가입자수와 EV-DO 가입자수는 각각 전체의 67.9%와 8.9%에 이르는 등 빠른 성장세를 보였다. 이러한 고성능 휴대폰의 저변확대와 통신의 브로드밴드화로 인해 올해 모바일콘텐츠 시장에서는 ‘고속 다운로드 서비스’가 두각을 나타냈다.

기존의 캐릭터/멜로디 외에 모바일게임의 경우, 전년 대비 300% 이상의 놀라운 성장(전체매출 1,500억원 추정)을 보여 모바일산업의 핵심 ‘킬러 콘텐츠’로 등극했으며, 성인용 모바일콘텐츠(스타 누드사진 등) 역시 컬러폰의 보급과 사회현상에 편승, 모바일 시장의 새로운 수익모델로 자리 잡았다. 이러한 성인콘텐츠 시장성장의 역효과로 모바일에서의 청소년 보호 목소리는 어느 해보다 높았으며, 이동통신사들은 사회적 비난을 받기도 했지만 정부와 업체간의 지속적인 커뮤니케이션을 통해 규제강화 등의 자구책이 마련되고 있다.

### 모바일뱅킹, 정액제 콘텐츠 확산

특히 카메라 탑재 컬러폰이 전체 시장에서 20%에 육박하고, 이동통신사간의 MMS서비스 연동이 완료되면서 기존 텍스트 중심의 메시징 시장은 점차 멀티미디어 메시징으로 전환되는 추세를 보이고 있다. MMS의 경우 매월 20~30%의 고속 성장세를 보였지만 올해 매출규모는 기대치를 밑돈 200억원에 머물 것으로 추정된다.

SKT와 KTF가 막대한 투자비와 마케팅비를 쏟아 부으며 활성화를 꾀했던 고속 멀티미디어 서비스, ‘JUNE’과 ‘Fimm’은 TV 생중계, VOD 등 새로운 차원의 모바일 서비스를 시도했지만 비싼 사용요금으로 인해 당초의 기대에는 훨씬 미치지 못한 실적을 낸 것으로 알려졌다. 그러나 9월 기준으로 SKT와 KTF는 각각 116만명과 87





만명의 가입자를 확보, 절반의 성공은 거둔 것으로 평가된다.

올해 모바일콘텐츠 시장의 또 다른 특징으로는 '모바일뱅킹'의 급부상을 꼽을 수 있다. 이미 지난해부터 서비스가 시작된 SKT의 '모네타', KTF의 'K-머스' 외에 지난 9월부터 시작된 LGT의 '뱅크온'은 서비스 개시 두 달만에 12만명의 가입자를 확보하는 기대 이상의 성과를 거두며 모바일뱅킹의 성공 레퍼런스로 주목받았다.

모바일뱅킹의 성공요인은 그간 이통사와 금융권의 주도권 확보 공방이 시장 활성화의 최대 걸림돌이었다는 양측의 공감과 더불어 최근의 협력무드를 통한 윈윈 전략에서 찾을 수 있다. 금융결제원은 이러한 시장의 변화와 이동통신사의 무선망 개방에 발맞춰 휴대폰을 통한 지로결제 및 계좌이체 등을 처리할 수 있도록 하는 모바일금융 포탈사업을 추진, 내년 5월경 서비스를 선보일 계획이다.

모바일콘텐츠의 월정액 도입 역시 주목할 만하다. 올들어 가입자당 무선인터넷 사용요금(ARPU) 증가추세가 둔화되고, 일부 콘텐츠는 하향곡선을 그리기 시작하면서 모바일콘텐츠 시장 전반에 빨간불이 켜졌다. 이후 이동통신사가 선택한 것이 바로 모바일콘텐츠의 월정액 요금제다.

LGT의 무제한 요금제를 필두로 SKT, KTF의 패키지 요금제가 속속 등장했다. LGT의 무제한 요금제는 캐릭터, 멜로디, 증권조회 등 원하는 콘텐츠를 월정액 3,000원이면 무제한으로 이용할 수 있도록 한 요금제이며, SKT와 KTF 역시 최고 55%까지 할인 혜택을 제공하는 월정액 상품을 선보였다. 이러한 이동통신사들의 정액요금제는 성장이 둔화된 시장의 새로운 돌파구로 기대를 모으고 있으며, 향후 정액제 콘텐츠는 더욱 늘어날 전망이다.

### 해외진출 러시 · LBS, M커머스 부진

무선인터넷 관련 솔루션, 콘텐츠의 해외진출은 가히 '붐'이라고 할 만큼 급격히 증가했다. 국내시장이 업체들간의 치열한 경쟁으로 포화된 상황에서 해외로 눈을 돌리는 것은 당연한 선택으로 보인다. 컴투스, 애니콤, 웨이엔지, 엠드림, 게임빌, 모바일게임, 지오텔 등이 대표적인 업체들이다. 이러한 최근의 해외진출 붐은 국내 휴대폰 하드웨어의 눈부신 발전과 브로드밴드화된 통신망을 바탕으로 업체들간의 생존을 위한 피나는 노력의 결과물이라 할 수 있다.

해외진출 사례의 대부분이 게임 등 엔터테인먼트에 치중되기는

했지만, 최근 어니언텍21이 일본 NEC와 공동으로 중국 최대 이동통신사인 차이나모바일에 통화연결음 서비스와 관련된 기술지원 및 솔루션 공급(최대 수익규모 400만달러)을 계획하는 등 다각적인 해외진출 시도도 나타나고 있다. 이에 따라 모바일콘텐츠는 향후 반도체, 휴대폰에 이은 새로운 수출효자 종목으로 성장할 것으로 기대를 모으고 있다.

물론 올해 모바일콘텐츠 산업에 있어 아쉬웠던 부문도 없지 않다.

LBS의 경우 이동통신사의 GPS폰 보급이 당초 계획보다 지연됐고, 개인정보 유출우려 등이 사회에 이슈화되면서 이용자가 많지 않아 예상매출보다 부진했다. 모바일 상품권, 모바일 광고 등 M커머스 역시 기반 인프라 구축의 미비로 부진을 면치 못하고 있다. 모바일 CP들의 기대를 모았던 위피는 썬마이크로시스템즈와의 라이선스 계약 등의 이유로 계획보다 상용화가 지연돼 아쉬움이 남는다.

이러한 몇몇 서비스의 부진에도 불구하고, 2003년 국내 무선인터넷 시장은 2조2,000억원을 상회할 것으로 전망된다. 이는 지난해 1조3,000억원 대비 약 70% 정도 성장한 것이다. 여전히 단문 메시지(SMS)와 캐릭터 다운로드 서비스의 비중이 높긴 하지만, 모바일게임과 성인콘텐츠의 매출성장이 크게 기여한 바다.

다가오는 2004년은 '번호이동성(MNP)' 제도가 본격 실시된다. 이는 국내 무선인터넷업체들에게는 대체로 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 이동통신 3사는 자사의 기존 고객 유지와 신규 가입자 유치를 위해 차별화 마케팅으로 무선인터넷 콘텐츠를 선택할 수 있고, 요금인하 가능성도 존재하는 만큼 무선인터넷의 신규 수요를 창출할 수 있게 된다.

이에 따라 2004년 국내 무선인터넷 시장은 전년 대비 30%이상 증가한 약 2조8,000억원의 시장규모를 이룰 것이라는 게 업계의 일반적인 견해다. 이러한 추정은 올해 기대에 미치지 못했던 MMS, LBS, M커머스 등이 사업인프라 구축을 완료해 감에 따라 내년에는 성장세가 두드러질 것으로 전망되기 때문이다.

특히 무선망개방이 본격적으로 진행되는 내년 유선인터넷에서 높은 인지도와 탄탄한 고객 로열티를 확보한 유선포털업체의 모바일 진출도 시장확대에 상당부분 기여할 것으로 전망된다. 휴대단말기 역시 100만화소 이상, 2.8인치 고화질 대형LCD 보급이 보편화될 것으로 전망되며, 3D 엔진 탑재폰 역시 내년부터 본격 출시될 예정이므로 모바일콘텐츠는 그 질적 수준에 있어 또다시 획기적인 발전을 맞게 될 것으로 기대된다.

# e-러닝 업계 경기침체 여파로 '숨죽인' 한해

글 / 한국사이버교육학회 정현재 사무국장

## 법 제정, 표준화 추진 등 인프라 구축 성과 ... 수익모델 발굴 '시급'

올 한 해 e-러닝을 한마디로 표현하자면 '숨고르기'라 할 것이다.

경기 침체 때문에 e-러닝도 전반적으로 침체의 늪을 벗어날 수 없었지만 e-러닝산업발전법안 제정, 표준화 추진 등 산업화를 위한 인프라 구축에 커다란 전기를 마련할 수 있었기에 성장을 위한 '숨고르기'라 할 만하다.

2003년을 달구었던 e-러닝의 주요 이슈를 정리하면 다음과 같다.

### e-러닝산업발전법안 상징

e-러닝산업의 체계적인 육성을 위해 지난 6월 의원입법(이상희 의원 외 15명 공동발의)으로 상징돼 현재 국회에서 법제정 절차를 밟고 있는 것이 올해 e-러닝 분야의 가장 큰 이슈라 할 것이다. e-러닝산업발전을 위한 추진체계의 정립과 전문인력양성, 기술개발지원, 표준화 및 품질인증 등 산업적인 토대 마련을 위한 기반조성과 e-러닝 활성화를 위한 각종 지원정책이 마련된 동 법이 제정되면, e-러닝산업이 획기적으로 성장할 수 있을 것으로 기대된다.

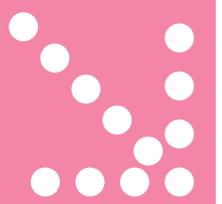


메가스터디는 강남 유명 강사의 동영상 강의를 통해 500억원대의 매출을 기록했다.

또한 지난 8월 말 중소기업인력양성지원법이 제정돼 동 법안에 e-러닝을 통한 교육훈련 지원제도가 포함돼 내년부터 기업 e-러닝이 크게 확대될 전망이다.

### 기술 표준화 도입

e-러닝 업계 및 교육기관을 중심으로 콘텐츠의 재사용 및 공유를 위해 기술표준화를 적극 도입하기 시작한 것도 올해 큰 성과라 할 수 있다. 미국 주도





의 사실상 표준이라 할 ADL의 SCORM(Sharable Content Object Reference Model) 표준안을 채택한 총 60여 개 제품 중 우리나라에서 8개 업체(알렉시아이티, 클라인텍 등)나 참여해 미국 다음으로 e-러닝 표준화에 가장 높은 관심을 보이고 있음을 알 수 있다.

또한 표준을 실제 현장에 적용한 사례로 한국교육학술정보원에서 전국 16개 시도교육청의 교육정보 통합검색을 위해 메타데이터 표준안을 적용하고 있고, 국방부와 LG 인화원에서 SCORM 기반의 콘텐츠 관리 시스템을 운영하고 있다. 또 타 기관에서도 서서히 표준환경 도입을 늘려 가는 추세라 향후 e-러닝 기술 표준화가 크게 확산될 것으로 보인다.

아울러 산업자원부와 교육인적자원부가 공동으로 e-러닝 표준화 로드맵을 구축하는 등 중장기 표준화 추진계획을 세워 체계적으로 표준화 사업을 벌여 나가기로 한 것도 커다란 이정표로 남을 만하다.

### 비즈니스 모델 창출

올해 e-러닝업계의 최대 스타로 떠오른 기업을 꼽으라면 메가스터디를 들 수 있다. 수능시장을 타깃으로 강남 유명강사의 동영상 강의를 웹에 올려 독특한 수익모델을 창출한 메가스터디의 경우 짧은 시간 내에 업계 최고의 매출규모(500억원 추정)를 올려 주위의 부러움을 한 몸에 받고 있다.

인터넷봄과 함께 너도나도 온라인 교육사업에 대거 뛰어들었으나 마땅히 내놓을만한 수익모델을 창출하지 못해 전전공공하던 e-러닝 업계에 가시적인 수익모델을 보여준 사례로 메가스터디가 올해 단연 돋보였다고 할 것이다. 그러나 여타 업체들은 여전히 확실한 수익모델이 없어 고전을 면치 못하고 있다. 메가스터디의 경우처럼 정확한 타깃층을 갖고 강남 유명강사의 온라인 동영상 강의라는 독특한 서비스 모델을 개발하는 것이 시급한 과제이다.

재직자 고용보험 환급제도의 일환으로 위탁 인터넷통신훈련을 시행하는 기업 e-러닝 업체들이 있긴 하지만 산업적인 규모로 확대되길 꺼리는 노동부의 정책상 비즈니스모델로 키워나가기에는 많은 한계를 띠고 있으며 16개 사이버대학을 상대로 한 콘텐츠 제공사업도 수익을 내기에는 역부족이라 '돈 되는 e-러닝'을 기대하기란 아직도 쉬운 일이 아니다.

### 콘텐츠 품질인증 활성화

노동부의 'e-Training 심사위원회' 및 한국교육콘텐츠품질인증위원회(위원장 이종재)의 콘텐츠 품질인증 활성화로 올해 e-러닝의 전반적인 수준이 향상된 것도 큰 성과라 할 것이다. 특히 이 두 제도는 공적인 인증과 시장논리에 따른 민간의 인증시스템이라는 측면에서 각각 독특한 고유영역을 갖고 점차 뿌리를 내리고 있다.

공적인 차원의 노동부 'e-Training 심사위원회'는 반드시 심사를 거쳐 합격을 해야 고용보험 환급을 받을 수 있기에 해당기관에서는 인터넷통신훈련제도의 평가제도에 거의 전적으로 매달려 있는 구조인 반면, 민간 차원의 '한국교육콘텐츠품질인증위원회'는 수요자 중심의 평가기준에 따라 등급제로 점수가 매겨져 시장의 논리를 충실히 반영하고 있어 대조적인 성격을 띠고 있다.

### m-러닝 도입 시작

노트북, PDA의 보급확대로 무선인터넷 기반의 m-러닝이 차츰 관심을 끌기 시작한 것도 올해의 이슈로 꼽을 만하다. PDA가 서서히 대중화되면서 학습용 솔루션을 탑재해 운영할 수 있도록 포씨소프트와 삼성전자 등이 공동으로 개발한 모비스타 및 대양이엔씨와 SK 네이트가 공동으로 개발한 에듀모띠가 m-러닝의 대표적인 상품이다.

현재까지 PDA가 그렇게 많이 보급되지 않아 아직 시장이 만들어졌다고 볼 수는 없으나 향후 PDA 단말기 가격할인에 따른 대중화로 m-러닝 또한 크게 확산될 것으로 보인다.

이상과 같이 2003년 e-러닝의 주요이슈에 대해 몇 가지로 정리해 볼 수 있겠으나 크게는 e-러닝의 산업화에 대한 논의의 진전으로 요약할 수 있을 것이다. e-러닝의 산업화를 위해 표준화와 더불어 품질인증도 필요한 것이고, 아울러 국가 차원의 e-러닝산업발전법안 제정도 반드시 수반되어야 할 것이기에 올해 이 같은 일련의 이슈들이 '산업화'라는 거대한 하나의 흐름에 통합적으로 귀결된다고 할 것이다.

그러나 e-러닝의 산업화가 개인의 다양성과 창의성을 전제로 한 지식정보 사회의 거대담론으로 적합하지에 대한 회의적인 시각과 '교육의 시장논리'에 대한 정서적인 반감도 만만치 않아 언제든 쟁점으로 활활 타오를 여지가 남아 있다.

# 웹캐스팅 시장, 질적 성장 단계 접어들었다!

글 / 한국인터넷방송협회 김옥룡 사무국장

## 법 제정, 표준화 추진 등 인프라 구축 성과 ... 수익모델 발굴 '시급'

2003년 인터넷방송(웹캐스팅) 시장은 멀티캐스팅 기술 등의 발전으로 비약적인 발전을 거듭하고 있다. 특히 온라인교육 방송의 성장과 정부단체의 인터넷방송 활용이 크게 늘어나고 있어 앞으로도 빠른 성장이 기대된다. 하지만 여전히 일부 방송사와 대형 포털 등에만 시선이 집중된 현상은 인터넷방송 산업의 저변확대를 위해 개선되어야 할 과제로 남아있다.

지난 2001년은 웹캐스팅 산업의 양적 성장기로 1,400여개에 달하는 웹캐스팅 업체(개인방송 제외)가 있었으나, 지난해 급성장예 의한 부작용과 저예산 독립사업자의 수익모델 부재에 따른 서비스업체의 양적 감소, 그에 따른 웹캐스팅 기반기술업체의 수익감소로 이어져 웹캐스팅 산업은 전반적인 침체의 시기를 보내야 했다.



인터넷 방송 시장은 올해 질적인 성장단계에 접어든 것으로 보인다. 사진은 대표적 인터넷 방송국으로 자리잡은 NG-TV의 홈페이지.

### 멀티캐스팅 기술 등 기반기술 발전 눈부셔

웹캐스팅 산업의 침체 원인 중 하나는 콘텐츠의 다양함과 독창성 문제 외에도 기술적인 면인 화질, 화면크기, 속도 등의 불편함으로 이용자가 외면해 왔다는 데 있다.

그러나 올해는 초고속망 가입자의 증가와 함께 네트워크 트래픽에 따른 접속자 제한 등을 해결하는 멀티캐스팅 기술의 발전으로 현재 10만명 이상이 동시에 인터넷방송 생중계를 시청할 수 있는 서비스까지 등장했다.

VOD서비스 역시 기반기술의 발전으로 700Kbps 급 이상의 비트 전송률을 가진 빠른 속도로 서비스



하는 사이트가 점차 증가하고 있고, DVD급의 고화질 시청까지 스트리밍 서비스로 지원 가능한 솔루션이 개발되는 등 인터넷영 화관의 보편화와 인터넷방송의 활용도를 높이고 있다.

이런 기술의 발전과 함께 2003년 가장 주목해야 할 부분은 온 라인교육사이트의 급성장과 중앙부처와 산하기관·광역지방자치 단체의 인터넷방송서비스가 늘고 있다는 것이다.

### 온라인교육·정부기관 등 활용도 높여

온라인교육사이트의 성장은 시간과 공간적 제약을 받지 않고 저렴한 비용으로 교육을 받을 수 있는 온라인교육의 장점에 질적 인 면에서도 오프라인 교육에 뒤떨어지지 않는다는 인식이 확대 되면서, 입시관련 사이트를 중심으로 이용자층이 크게 증가했다.

또한 온라인교육을 위한 시스템이나 속도, 화질 등이 우수해 온 라인교육 시스템 및 관련 솔루션이 해외로 수출되고 있고, 최근에는 코스닥 등록을 준비하는 온라인교육사이트가 생기는 등 빠른 성장을 이루고 있는 것으로 보인다.

정부기관의 경우 대통령의 인터넷조회를 계기로 중앙부처와 산 하기관·광역지방자치단체에서 월례조회, 행사를 생중계하는 등 인터넷방송활용도가 크게 높아졌다.

올해 초에는 국가기간망을 통해 업무조회나 행사를 공공기관에 만 인터넷 생중계하는 한정된 서비스에 머물러 있었지만, 하반기 들어서는 중앙부처와 산하기관·광역지방자치단체에서 주최하는 국제행사, 중요 포럼 등을 전 국민이 시청할 수 있도록 인터넷생 중계와 VOD로 확대 서비스되고 있다.

이는 우수한 정보와 콘텐츠를 DB화하고 또 공유한다는 의미에

서 앞으로도 지속될 것으로 보이며, 그에 따른 인터넷방송의 활용 도 역시 점차 증가할 것으로 보인다.

### 거품 빠진 질적 성장 단계

그밖에 기업이나 포털사이트에서 영화나 상품의 온라인 마케팅 수단으로 인터넷방송이 이용되고 있는 등 2003년 들어 웹캐스팅 산업의 불필요한 거품이 빠지고 질적인 성장을 준비하는 단계에 접어든 것으로 보인다.

이렇게 온라인교육사이트들의 성장과 인터넷방송 활용도의 증 가는 이용자가 원하는 콘텐츠와 그것을 뒷받침 해주는 기술의 발 전이 웹캐스팅 산업의 발전에 있어 중요한 핵심이라는 것을 보여 준다.

그러나 웹캐스팅 산업이 안정적인 궤도에 있다고 말하는 것은 아니다.

아직 웹캐스팅 산업의 발전에 대한 인식이 부족해, 일부 공중파 및 대형 포털의 인터넷방송서비스 중심으로 그 이용률이 편중돼 있고, 국내에 600여개에 달하는 소규모 인터넷방송국(개인방송 제외)과 우수한 인터넷방송 콘텐츠 등은 그 존재조차 알려지지 않 은 경우가 허다하다.

이는 앞으로 인터넷방송을 활용한 콘텐츠의 다양화와 기반기술 의 발전을 통해 풀어가야 할 웹캐스팅 산업의 과제라고 본다.

### 보편적 정보전달 수단으로 자리 갖출 것

향후 2004년에는 웹캐스팅 업체의 점진적인 수익모델 안정화 와 웹캐스팅 기반 기술의 지속적 발전으로 질적 성장을 이룰 것으 로 보인다.

특히 이용자를 중심에 둔 콘텐츠 개발과 기술 발전을 계속적으 로 추구해 나간다면 웹캐스팅은 앞으로 웹상에서 보편적인 정보 전달 수단으로 자리 잡을 것으로 보인다.

또 향후 통신방송융합의 차세대 방송 DMB와 데이터방송 등으 로 인해 고속 성장의 토대가 마련된다면 원소스 멀티유즈 (OSMU)의 다양한 부가가치를 창출하는 디지털콘텐츠 산업에 있 어 또 하나의 핵심 분야로 자리 매김할 것으로 기대된다.

# 애니메이션 산업 활성화 '아직은 머나먼 길'

글 / 한국애니메이션제작자협회 이교정 전무

## 기대작 실패로 투자 분위기 급랭 ... 방송 애니메이션 총량제 도입 '사활'

올해 국내 애니메이션 업계에서는 그간 많은 관심을 모았던 기대작들이 출시된 점과 방송용 애니메이션 총량제를 위한 법 개정 투쟁이 가장 큰 이슈였다고 할 수 있다. 하지만 '오세암', '원더풀데이즈' 등 기대를 모았던 작품들은 흥행에서 실패했고, 법 개정은 여전히 숙제로 남아 있다.

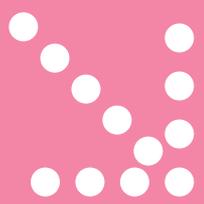


기대를 모았던 '오세암'과 '원더풀데이즈'의 흥행실패는 어려운 애니메이션 업계는 또 한번 안타까움을 던졌다.

국내 애니메이션 산업계의 올해의 이슈는 크게 두 가지로 볼 수 있다. 하나는 한국 애니메이션을 사랑하는 많은 이들이 기대하던 장편 대작들의 개봉과 흥행 실패이고, 다른 하나는 신규 창작 애니메이션을 지상파 TV에서 일정 시간 의무방영하는 총량제의 입법 투쟁이다.

### 기대작의 출시와 흥행 실패

우선 올해 개봉한 장편 애니메이션 가운데 많은 이들이 기대한 작품은 '오세암'과 '원더풀데이즈'였다. 오세암은 저예산 작품이었으나 원작의 높은 지명도와 한국적 풍경을 다룬 배경으로 많은 사람들의 관심을 불





러일오키기에 충분했으며, 원더플데이즈의 경우는 막대한 제작비와 미니어처, 2D와 3D의 합성 등 새로운 장르 개척에 대한 기대감 등이 어우러져 많은 이들이 흥행에 대한 관심을 갖고 개봉을 기대했었다.

하지만 이들 작품의 흥행은 아쉽게도 참패로 이어졌다. 오세암의 경우 개봉 극장을 잡지 못하는 어려움까지 겹쳐 많은 이들이 안타까움을 더했고, 이를 계기로 업계에서는 국산 영화 쿼터제의 개정을 요구하는 데까지 논의가 진전되기도 했다.

원더플데이즈도 예매율 2위까지 가던 작품이 외화 '터미네이터 3'의 개봉과 함께 갑자기 예매율이 푹 떨어져 끝내 전국 관객 30만명이라는 기대에 못 미치는 흥행 성적으로 간판을 내려야 했다.

이 두 작품들의 흥행 부진은 많은 논란거리를 제공했다. 우선 오세암의 경우는 지명도 있는 원작과 온가족이 함께 볼 수 있는 작품임에도 불구하고, 극장들이 오전에만 상영하는 등 교차상영으로 흥행에 실패할 수밖에 없었고, 이로 인해 애니메이션 전용관의 필요성 대두, 국산 영화 쿼터제의 개정의 필요성이 대두되기도 했다.

원더플데이즈의 경우는 빼어난 영상미에 비해 시나리오의 전달 부족이 지적됐으나, 작품의 흐름상 문제가 없다라는 반론이 제기돼 인터넷에서는 이들 사이에 뜨거운 공방이 벌어지기도 했다. 이에 대해서는 여러 가지 평가가 있을 수 있겠지만 어찌됐든 원더플데이즈의 경우 김문생 감독의 작품세계를 지지하는 분명한 매니아들이 생겨났다는 점은 우리 애니메이션계에 새로운 흐름이 형성된 것으로 보아야 할 것이다.

### 방송용 애니메이션 총량제 위한 법 개정 투쟁

방송용 애니메이션 총량제를 위한 방송법 개정 투쟁은 올해 국내 애니메이션계를 가장 뜨겁게 달군 이슈였다.

애니메이션 총량제는 지난 1998년에 이미 시행됐던 제도이다. 통합방송법으로 방송법이 개정되지 않았다면 지상파 방송사들은 의무적으로 채널당 100분 이상의 국산 애니메이션을 방영해야 했다. 그러나 2000년에 통합방송법으로 개정된 이후, 방송사들은 상대적 비율만 맞추면 되는 법의 맹점을 악용해 전체 애니메이션의 방영을 지속적으로 줄여 왔다.

이는 곧 국산 애니메이션의 방영 및 제작 축소로 이어져, 2002년의 경우 MBC는 국산물 신작 애니메이션 프로그램을 단 한 편 방영했다. KBS의 경우도 두 개 채널이 2003년에 단 두 편을 방

영했다.

방송사의 횡포가 이 정도가 되자 업계에서 바라보는 방송사들의 편성정책은 국산 창작 애니메이션을 말살하려는 정책으로 인식하게 됐고, 한국만화가협회, 우리만화연대, 애니메이션제작자협회, 만화애니메이션 학회 등 관련 6개 단체가 연대해 공동대책위원회를 결성해 대응하기에 이르렀다.

대책위원회는 기자회견을 통해 방송법이 개정될 때까지 모든 방법을 동원한 투쟁을 진행할 것을 선언했고, 11월 6일에는 업계, 학계에서 1,000여명이 모여 KBS 앞에서 집회를 했다. 국내 애니메이션계가 단일한 이슈를 갖고 이렇게 커다란 투쟁을 시도한 것은 처음 있는 일로써 이는 그동안 업계가 정책 등의 문제에서 수동적이었던 입장에서 벗어나 능동적이고 주체적으로 대응하겠다는 의지의 표현으로 평가할 수 있겠다.

### 중장기적 안목으로 산업 활성화 방안 마련해야

시장 경제가 발달한 일본의 경우 1년에 TV에서 방영되는 시리즈물은 신작 기준으로 100개 타이틀이 넘는다. 또한 최근 영상콘텐츠 산업에 국가적인 지원을 아끼지 않는 중국은 2001년부터 제작 쿼터제를 시행해 2005년에 48,000분의 자국산 애니메이션을 제작할 계획이다. 중국의 이 수치는 우리가 총량제를 시행할 경우 이 비해 약 3배가 넘는 분량이다.

우리의 주변국들이 애니메이션 콘텐츠 확보 경쟁에 적극 나서고 있는 반면, 국내 애니메이션 콘텐츠 산업의 발전을 주도해야 할 공영방송 KBS와 MBC는 투자와 발전 전략 없이 시청률 타령이나 하면서 시대의 흐름에 떨어지고 있어 업계와 국민들의 공분을 사고 있다.

현재 이 법은 정기국회 처리를 목표로 해 국회에 계류 중이고 법안의 처리 여부에 따라 업계에 미치는 영향은 지대할 것으로 보여진다. 만일 법 개정안이 국회를 통과할 시에는 애니메이션 제작 물량의 확대로 투자가 활성화되며, 나아가 공용 창출의 효과로 이어질 것으로 보여져 업계 발전의 선순환이 기대된다.

하지만 만일 법 개정이 미루어질 경우 애니메이션을 포함한 유관 산업의 축소와 공동화 현상이 이루어질 것으로 예측된다. 또한 애니메이션 선진국 일본과의 격차는 더욱 크게 벌어지고, 상대적 후진국인 중국에도 추월을 당해 중장기적으로 국내 애니메이션계는 커다란 어려움에 봉착할 것으로 보여진다.

# 디지털스토리텔링에 대한 인식 전환 ‘확산’

글 / 아주대학교 교양학부 전봉관 교수

## 전문가로 구성된 학회 출범 ... 국제 컨퍼런스 ‘성황’

디지털스토리텔링 영역에서 올해의 가장 큰 이슈는 DC산업계가 디지털스토리텔링의 필요성에 대해 인식하기 시작했다. 디지털스토리텔링 학회가 창립됐으며, 디지털스토리텔링 분과가 DC미래포럼의 독립 분과로 출범했다. DC산업계 내에서도 더 재미있고, 감동적인 스토리를 개발하기 위해 투자를 아끼지 않았다.



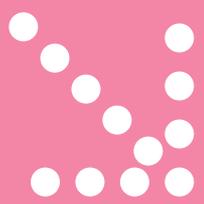
'마시마로'의 성공요인은 엽기토끼라는 독특한 컨셉의 캐릭터도 한몫 했지만, 기본적으로 재미가 있었기 때문이다.

세계 최고 수준의 IT 인프라, 우수한 디지털 기술과 풍부한 IT 인력, 5000년 동안 축적된 유형무형의 문화유산 등 한국은 DC산업을 일으킬 최적의 환경을 갖추고 있다. 그럼에도 불구하고 한국의 DC산업은 모바일 콘텐츠와 온라인 게임 등 극히 일부 영역을 제외하고는 고전을 면치 못하고 있는 실정이다. 우수한 제작 능력에 비해 기획과 구성, 편집, 마케팅 등 프리 프로덕션과 포스트 프로덕션 능력이 떨어지기 때문이다. 디지털 스토리텔링은 DC의 기획과 구성에 적용되는 일종의 편집 기술로서 DC의 프리 프로덕션 단계에서 유용하게 활용된다.

### 획기적인 도약 위한 발상의 전환 필요

지지부진한 DC산업의 획기적인 도약을 위해서는 근본적인 발상의 전환이 필요하다. DC산업은 더 이상 기술을 파는 산업이 아니다. '원더풀데이즈'의 실패와 '마시마로', '오인용'의 성공을 비교해보면 DC의 이용자들이 무엇을 대가로 돈을 지불하는지 명확해진다. 고객들이 지불하는 이용료는 기술이 아니라 재미와 감동에 대한 대가이다. 애니메이션의 관람객들은 눈에 보이는 3D화면이 어떤 프로그램으로 제작됐는지 관심이 없다. 눈앞에 펼쳐지는 이야기에 몰입할 수 있는지 없는지 그것만이 관심사이다.

재미와 감동은 그래픽 기술보다는 스토리텔링에 더 크게 좌우된다. 많은 사람들이 느낀 그대로 120억짜리 블록버스터 애니메이션 원더풀데이즈가 흥행에 참패한 것은 그래픽이 나빴기 때문이 아니라 화려한 디지털 영상





이 관객을 매료시킬 만큼 재미있는 이야기를 들려주지 않았기 때문이다. 관객들은 지루한 90분을 보내기 위해 7,000원을 지불할 만큼 한가하지도 부유하지도 않다. 첨단 디지털 기술이 구현된 화려한 그래픽은 재미있는 이야기를 더 재미있게 할 수는 있지만, 재미없는 이야기조차 재미있게 만들어줄 수는 없는 것이다.

누구나 이야기는 할 수 있지만, 잘 하기는 어렵다. 돈을 내고 사게 할 만큼 매력적인 이야기의 개발은 더욱 그렇다. 독자나 관객을 몰입시키는 '잘 말해진 좋은 이야기(Good Story Well Told)'를 개발하려면 무엇보다도 이야기의 구성원리와 스토리텔링의 다양한 기법에 정통해야 한다.

할리우드의 권위 있는 스토리 개발자 로버트 맥키는 재미있는 영화를 많이 접해보았기 때문에 시나리오를 쓸 수 있다고 생각하는 것은 베토벤의 교향곡 9편을 모두 다 들어보았기 때문에 교향곡을 작곡할 수 있다고 믿는 것만큼이나 터무니없는 일이라 말한다. 이 말은 DC의 기획과 구성에도 그대로 적용될 수 있다.

디지털스토리텔링 영역에서 올해의 가장 큰 이슈는 DC산업계가 디지털스토리텔링의 필요성에 대해 인식하기 시작했다는 것이다.

### 디지털스토리텔링학회 창립

디지털스토리텔링학회는 국내 DC 산업의 치명적인 약점으로 지적됐던 기획과 시나리오 인력 부족을 타개하기 위해 결성됐다. 아주대 고옥 교수(애니메이션 감독), 이화여대 이인화 교수(소설가, 시나리오 작가), 육상효 감독(시나리오 작가, 영화감독) 등 학계와 산업계의 20~30대 전문가들이 지난 5월 창립총회를 갖고 7월부터 정보통신부의 산하 법인으로 등록된 후 본격적인 활동을 시작했다. 단행본 '디지털스토리텔링(황금가지)'을 간행하고, '디지털스토리텔링 국제 컨퍼런스'를 개최하는 등 창립 초기부터 왕성한 활동을 보였다. 학회는 현재 디지털스토리텔링 전문가 양성을 위한 교육 프로그램과 스토리 개발 시스템을 기획 중이다.

'2003 디지털스토리텔링 국제 컨퍼런스'는 학계와 산업계의 뜨거운 관심 속에 지난 10월 23일과 24일 양일간 COEX 그랜드 컨퍼런스룸과 오리토리움 회의실에서 개최됐다. 한국소프트웨어진흥원이 주최하고, 디지털스토리텔링학회와 ITRC 게임 애니메이션 센터가 공동으로 주관했다.

개구리 왕눈이, 독수리 오형제 등을 연출한 애니메이션 감독 토미우리 진조, 마이크로소프트의 XBOX 디렉터 팀페트라스, 할리우드에서 스크립트 닥터로 활동 중인 데이비드 하워즈 USC대 교

수, 세계적인 게임 디자이너 어니스트 아담스 등의 해외 초청인사와 Imagic의 양재현 대표, Nexon의 오규환 이사 등 20여명의 국내 전문가들이 강연자로 참가해 디지털 스토리텔링의 획기적인 발전 방안을 토의했다.

### 온라인게임, 비선형적 퀘스트의 시도와 유행

한국 게임 시장에서 MMORPG의 비중이 커지면서, 기존 RPG에서 사용됐던 퀘스트의 방식이 아닌 비선형적이고 인터랙티브한 퀘스트들 개발하는 시도들이 이루어졌다. 이러한 게임의 선두 주자는 엔씨소프트의 '리니지 2'와 넥슨의 '어둠의 전설', 이매직의 '세피로스' 등이다. 온라인 게임에 적합한 무한 루틴형, 방사형, 글로벌 퀘스트(Global Quest)들을 통해 플레이어들은 더욱 흥미 있게 온라인 게임을 접할 수 있게 됐다.

### 모바일게임의 발전과 스토리텔링

모바일게임 시장이 급속도로 팽창하고, 단말기의 성능이 좋아지면서 모바일게임에서도 발전적인 기획들이 선보여지고 있다. 모바일게임들은 단말기의 제한 탓으로 단순적인 간단한 형태의 게임들만 출시됐으나, 올해를 고비로 '붕어뽕타이쿤 2', '조폭 축구' 등이 인기 게임으로 떠오르면서 모바일게임 시장은 점차 커져갔다. 작은 액정과 단말기의 기기적 제한에 불편을 느끼지 않도록 하면서도 짧은 시간 내에 재미를 맛볼 수 있는 가볍고도 유쾌한 게임 시나리오들이 많이 개발되고 있는 것이다.

### 콘솔 게임의 온라인화와 스토리텔링의 변화

플레이스테이션2 용 게임 'SOCOM', 'Final Fantasy XI' 등이 온라인게임으로 발매되면서 콘솔게임에는 무리라고 여겨졌던 온라인게임화가 급속도로 확산되고 있다. XBOX에서도 온라인 전용 키트(Kit)인 XBOX 라이브를 통해 온라인을 통한 멀티유저 게임을 다수 개발하고 있는 실정이다.

이러한 상황에 발맞추어 콘솔 게임의 문제점으로 지적됐던 선형적인 스토리와 사용자간 교류의 문제점 역시 해결될 전망이다. 게임 전용 키보드를 통해 다양한 명령어를 입력하고 채팅을 즐기게 된 것이다. 온라인게임이 콘솔게임 시장으로 확대될 경우 PC와 콘솔의 중간 형태를 띤 하드웨어의 출현도 짐작할 수 있을 것이다.

# 디지털저작물 분쟁해결을 위한 새로운 잣대 필요

글 / 엠파스 유대중 법무팀장

## 벅스뮤직 사태 뜨거운 논쟁 불러 ... 법 현실간 '회색지대' 좁혀야

인터넷이라는 혁명적인 기술이 우리의 생활 속으로 들어오면서 개인정보의 도용, 음란폭력물 및 불법복제물의 유통 등은 단순한 개인의 권리침해문제를 떠나 지식정보사회의 가장 핵심적인 문제로 대두돼 왔다. 올해 우리에게 가장 많은 관심을 끌게 한 온라인 음악서비스와 관련된 '소리바다'와 '벅스뮤직' 문제일 것이다.

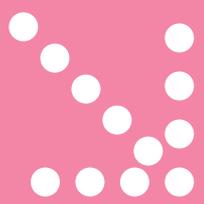
서울지방법원은 지난 10월 24일 '소리바다 프로그램제작자들이 저작권침해에 대한 직접적인 책임은 없다하더라도 이용자들의 침해행위를 알면서 프로그램 공급과 서버 운영을 통해 그와 같은 침해행위가 가능하도록 계속적으로 관여했고, 제작자의 관리 하에서 그와 같은 침해행위가 행해지고 있으며, 또한 그와 같은 침해행위를 이용해 이익을 얻고 있다고 보아야 함으로 소리바다 제작자는 소리바다 이용자와 일체가 돼 음악저작권자들의 복제권 전송권 침해행위를 했다'고 판단했다. 또한 음반제작자들이 벅스뮤직을 상대로 낸 가처분신청에서 법원은 '벅스뮤직이 음반제작자들의 복제권을 침해하고 있다'고 판단해 가처분신청을 받아들였다.

### '소리바다'와 '벅스뮤직'

음악저작물을 포함한 디지털저작물에 대한 분쟁의 시발은 저작권법 발전의 모태인 '기술'에 있다 할 것이다. 특히 정보기술과 디지털기술의 발전은 저작물과 이를 전달하는 매체간의 1:1 관계를 1:다수의 관계(원소스 멀티유즈 관계)로 변화시켰다. 과거 아날로그 형태의 저작물은 하나의 매체로만 전달할 수 있었을 뿐 다른 매체를 이용해 전달할 수 없었다. 그러나 저작물이 디지털방식으로 변경되면서 저작물과 매체의 관계는 근본적인 변화를 가져왔고, 저작물의 이용범위가 확대되면서 저작권자의 경제적 이익 또한 증가할 것으로 예상됐다.

그러나 저작물이 디지털화되면서 전달매체의 확대 이면에는 복제의 용이성과 배포의 순간성이 숨겨져 있었다. 디지털화된 저작물은 그 복제가 용이할 뿐만 아니라 복제본과 원본과의 질적인 차이가 없어 정보 이용자들의 입장에서는 높은 비용을 지불하고 원본을 구입할 필요성을 느끼지 못하게 만들었고, 정보공유라고 하는 인터넷의 기본정신과 결부되면서 디지털저작물의 복제 및 전송은 위법행위라기보다는 이용자의 당연한 권리인 것처럼 인식돼 왔다. 특히 음악은 음악자체가 지니고 있는 대중성으로 인해 권리자와 이용자간의 분쟁의 최전선에서 정보보호와 정보공유라고 하는 사회적 문제의 큰 흐름을 결정하는 역할을 수행하고 있는 것으로 보인다.

인터넷의 기본정신이라고 하는 '정보공유정신'을 가능케 할 것이라고 평가받았던 P2P 기술을 채용한 소리





바다와 음악산업의 새로운 비즈니스모델을 만든 벅스뮤직에 대한 법원의 판단은 우리 사회가 겪고 있는 정보보호와 정보공유라고 하는 첨예한 대립양상을 잠정적으로는 정보보호 쪽에 손을 들어 준 것처럼 보인다. 이러한 법원의 판단은 지식정보사회에서 음악 저작물을 포함한 디지털콘텐츠와 디지털콘텐츠산업이 지니고 있는 중요성을 어느 정도 반영된 것으로 볼 수 있을 것이다.

### 디지털콘텐츠 제작자 보호를 위한 노력

디지털콘텐츠산업은 산업이 지닌 전방위 효과와 부가가치가 높기 때문에 디지털콘텐츠산업을 육성하고 제작자를 보호하기 위한 많은 노력들이 있어 왔다. 이러한 노력의 일환으로 작년 7월부터 ‘온라인디지털콘텐츠산업발전법(이하 ‘온디콘법’이라함)’이 시행됐고, 금년 7월부터는 개정 저작권법이 시행되고 있다. 온디콘법은 ‘디지털콘텐츠산업 기반조성과 제작자 보호’라고 하는 산업 육성의 두 축을 하나의 법에 담아 디지털콘텐츠산업을 종합적으로 육성할 수 있도록 했다. 그러나 동법은 ‘온라인’이라는 범명에 부합해야 한다는 취지에 근거해 오프라인 상에서의 유통을 의미하는 ‘배포’를 동법의 금지행위에 포함시키지 않음으로써 동법에 의한 디지털콘텐츠제작자의 실질적인 보호가 불가능하게 됐고, 보호요건인 표시사항과 방법이 지나치게 세부적으로 규정돼 있어 제작자 보호요건이라기 보다는 규제요건으로서 작용을 하고 있다는 비판이 있어 왔다.

동법이 지니고 있는 문제점들을 개정하기 위해 지난 10월 개정안이 국회에 상정되기는 했으나, 개정안에는 이러한 문제점들의 개정보다는 동법 입법과정에서 반영하지 못했던 사항들이 주류를 이루고 있고, 많은 비판이 지적됐던 사항들에 대한 개정은 극히 일부에 한정돼 있다.

또한 지식정보사회에서 DB의 유용성에 대해 부언할 필요는 없을 것이다. 이러한 DB의 유용성으로 인해 단순한 사실정보의 집합물을 만드는데 인적 물적으로 상당한 투자를 한 DB제작자를 보호하는 규정들을 담은 개정 저작권법이 7월부터 시행되고 있다. 특히 개정 저작권법은 DB에 담겨져 있는 사실정보라 하더라도 이를 반복적이거나 특정한 목적을 위해 체계적으로 이용해 당해 DB의 통상적인 이용과 저촉되는 경우 또는 교육학술 목적으로 DB를 이용하는 경우라 하더라도 당해 DB의 통상적인 이용에 저촉되는 경우에는 DB제작자의 권리침해로 규정하고 있다. 따라서 과거 저작권법으로 보호되지 않았던 사실정보에 대해서까지

보호가 가능해짐으로써 저작권법은 창작자보호법에서 투자보호법으로 바뀌어 가고 있는 것으로 보이며, 이로 인해 정보이용자의 권리는 점점 더 제한돼지고 있는 것으로 보인다.

### 현재의 잣대로 문제 해결에 나서야 할 때

위와 같이 정보보호라는 측면에서의 활동이 활발하게 진행되고는 있으나, 그 진행과정에서 정보 이용자들의 의견이 제대로 반영되고 있는지는 의문이다. 1998년 미국에서 디지털시대에서의 저작권 보호를 위해 그 당시만 해도 혁명적이라고 할 수 있는 DMCA를 입법화하고, 1999년에는 컴퓨터정보거래에 대한 모델 법인 UCITA를 제정했다. 양 법이 제정과정에서 이용자의 의견을 제대로 반영하지 않아 많은 비판들이 제기돼 왔음을 상기할 때 우리의 정보보호 활동에 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

우리의 대부분의 법률들은 그 입법목적은 가지고 있다. 일례로 저작권법은 저작권자와 저작인접권자의 권리를 보호 및 저작물의 공정이용 도모를 통한 문화의 향상 발전을, 온디콘법은 디지털콘텐츠 산업기반을 조성하고 그 경쟁력 강화를 통해 국민생활의 향상과 국민경제의 발전을 그 목적으로 하고 있다. 양 법의 입법목적에서 파악되는 바와 같이 디지털콘텐츠산업은 권리자 측면에서의 정보보호와 이를 이용하는 이용자 측면에서의 정보공유간의 균형을 통해 문화향상과 국민생활의 향상이 이뤄져야 한다는 것이다.

저작권법의 역사가 기술발전의 역사이기는 하지만 소리바다에 대한 법원의 판단은 과거지향적 잣대를 가지고 기술을 파악한 것은 아닌가 하는 생각이 든다. ‘하늘 아래 새로운 것은 없고, 모방은 창조의 어머니’라고 한다. 과거의 잣대를 가지고 현재를 바라본다면 현재는 현재가 아닌 과거일 뿐일 것이다. 우리에게 필요한 것은 현재의 잣대를 가지고 미래를 통찰할 수 있는, 통찰이 불가능하다면 최소한 현재의 잣대를 가지고 현재를 바라보는 것이다.

기술은 항상 진보하지만 법은 그 진보와 보폭을 같이할 수 없기 때문에 법과 현실간에는 항상 회색지대가 존재한다. 이러한 회색지대를 좁히는 방법은 법이 기술을 수용하고 현실을 직시하는 것이다. 과거의 논리로 현재를 바라본다면 현재는 과거의 연속일 뿐이며, 미래는 없을 것이다. 이제 우리는 새로운 기술 출현에 따른 디지털저작물과 관련된 많은 문제들을 판단함에 있어 현재의 잣대로 미래를 바라보고, 현재의 문제를 해결하려는 최소한의 노력이 필요한 때가 아닌가 생각한다.

# 콘텐츠는 질적 성장, 영등위 규제가 '발목'

글 / 조성삼 디지털콘텐츠미래포럼 게임분과위원장

## 국산 온라인게임, 중화권 시장 석권 ... 일관성 부족으로 빚어진 영등위 파문

2003년은 국산 온라인게임이 대만시장의 80%, 중국시장의 70%를 점유하는 등 해외시장에서 눈부신 성과를 거둔 반면 역으로 해외 게임업체들은 국내 온라인게임 시장진출을 호시탐탐 노리고 있어 긴장감을 일으킨 한해였다. 온라인게임 산업은 이제 플랫폼에 대한 제한조건이 없으며, 국내업체가 우위를 유지하기 위해서는 마케팅 극대화가 필요하다. 특히 향후 시장 잠재력이 큰 콘솔온라인 부문에서는 많은 투자가 요구된다.

올해 정부는 게임산업 육성을 위한 9대 신성장동력 산업에 게임을 포함시키는 등 적극적인 육성정책을 내놓았다. 반면 정부의 규제가 강화된 데다 주무부서 간 업무협약이 원만하지 못해 아쉬움이 컸다. 특히 정보통신위원회의 경우는 한국소프트진흥원(KIPA)과의 협조를 통해 규제일변도에서 업계의 의견을 수렴하는 자리를 여러 차례 마련했으나, 영상물등급위원회(이하 영등위)의 경우 업체들과의 대화보다는 규제안을 제시한 후 통보하는 형식이어서 업계에서는 어려움이 많았다.

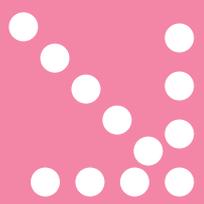
미성년자에 대한 기준에 있어서는, 민법상에 만 20세, 정보통신부 윤리위원회나 소비자보호원, 문화관광부 영등위는 만 19세로 규정하는 등 시행기준이 통일되지 않아 업계는 어느 장단에 맞춰 사업을 해야 될지 혼선을 빚고 있다. 또한 미성년자에 대한 부모동의 절차에 있어서도 팩스로 동의서를 받고 결제시마다 부모동의를 받으라는 형식보다는 산업의 발전방향에 맞는 가이드라인이 필요하다고 판단된다.

### '리니지' 시리즈가 여전히 시장 석권

이러한 정책적 혼선 속에서 올해 국내 게임시장은 업체간 치열한 경쟁을 펼치면서 화젯거리를 양산했다. 대표적인 이슈가 엔씨소프트의 '리니지2' 서비스의 시작이다. 국내 온라인게임 시장의 50% 이상을 점유하는 '리니지'의 서비스업체, 엔씨소프트는 올해 후속작 리니지2를 유료화하면서 국내 게임시장서 부동의 1, 2위를 독식했다.

하지만 외국에서 12세나 15세 이상 사용가능 판정을 받은 리니지2를 영등위는 18세 판정을 내려 논란거리가 된 바 있다. 이는 수출에 있어 외국이 서비스 규제를 할 수 있는 근거를 제공한 것이다. 국내 게임업체가 내수시장의 한계를 극복하기 위해서는 해외시장을 개척해야 한다는 점에서 문제의 소지가 많은 부분이다.

이어 영등위는 포탈업계에 대한 심의 강화안을 발표했고, 그 내용에 온라인 비즈니스 모델(BM)에 해당





하는 영역까지 심위 및 규제 대상으로 포함시킴으로써 업계의 반발을 가져왔다. 아바타 및 충전 시스템은 해당업체의 비즈니스 모델로 규제보다는 권고의 과정을 통해 업계가 자율적으로 정화하는 게 바람직하다.

한편, 지난해 시장정착에 성공했던 웹젠은 온라인게임 '뮤'의 국내 서비스 확대 및 성공적인 중국서비스를 발판삼아 코스닥에 등록했다. 웹젠은 등록되자마자 액면가의 140배라는 경이적인 주가를 기록하고, 이후 6일 연속 상한가 행진을 이어갔다. 웹젠 특수로 인해 게임 관련주들도 동반 상승하는 호재를 맞기도 했다.

현재 가장 치열한 전쟁을 벌이고 있는 게임 포털사이트 분야에서는 NHN과 네오위즈가 일찌감치 선두자리를 굳힌 가운데 다음 커뮤니케이션, 야후코리아, 하나포스닷컴, 네이트닷컴, 엠파스 등이 잇따라 보드게임 등을 서비스에 추가하며 피 튀기는 자리싸움이 이어지고 있다.

게임포털 영역에서는 한게임, 넷마블의 절대강자 밑에 엠게임, 조이온닷컴, 노라조 등의 전문 게임포털들이 존재하고, 다음, 네이트 등이 게임포털 사업에 주력하기 시작하는 피라미드 구조를 유지했으며, 피망, 하나포스닷컴, 네오플 등의 게임포털 사이트들도 등장했다. 특히 100억원 이상의 마케팅비를 투자하며 급부상하고 있는 피망의 행보가 주목을 받았다.

그라비티의 온라인게임 '라그나로크'는 국내 서비스를 시작으로 일본, 대만, 중국, 미국, 태국 등으로 빠르게 서비스 영역을 넓혀가고 있다. 그라비티는 국내에 각국의 언어를 지원하는 서버를 놓고 서비스를 하다가, 일정수의 유저를 확보한 후 현지에 진출하는 방식을 택했는데, 이는 다른 기업에 모범적인 사례가 될 듯 하다.

### 성인게임 뜨고, 콘솔게임 지고

'미르의전설 2' 분쟁은 일파만파로 퍼져 한국게임에 대한 인식에 악영향을 미쳤다. 미르의전설 2의 중국서비스 업체인 산다는 계약 당사자 액토즈소프트 및 개발사 위메이드엔터테인먼트와 미묘한 대립양상을 보여왔다. 3사의 대립은 중국 내 미르의전설 2의 불법서버 출현에 따른 기술지원 미흡과 로열티 미지급에 대한 문제가 중심을 이루고 있다. 또 미르의전설 시리즈에 대한 서비스 연장 등도 갈등의 요인이 됐다. 이는 온라인게임 수출시 계약서의 중요성을 인지해야 하고, 분쟁시 어떻게 할 것인가, 상표권은 어떻게 할 것인가 등에 대한 숙제를 남겼다.

액토즈소프트의 온라인게임 'A3'의 서비스가 시작됨으로 인해

성인게임이 뜨고 있다는 점도 올해의 흥미거리였다. 사행성, 도덕성 논란이 되고 있는 포탈사이트의 고스톱과 포커게임은 차별화로 승부를 걸고 있으며, 향후 선정성이 아닌 다른 요인들로 18세 판정을 받은 게임들도 의도적으로 캐릭터를 선정적인 분위기로 이끌 가능성이 높아졌다.

RPG게임의 경우 PC방 확보가 중요한데 이를 해결할 수 있는 방안인 PC방 금연구역 설정에 따른 칸막이 등의 설치로 자신만의 공간이 생겨 다소 '야한 게임' 들을 혼자 즐길 수 있게 됐기 때문이다. 이는 성인게임이 PC방을 통해서도 성공할 수 있는 근거가 되고 있으며, 이로 인해 성인용 게임개발은 더욱 활성화 될 것으로 보인다.

### 인수합병 등 구조조정 본격화

게임업계의 구조조정도 두드러진 한해였는데, 네오위즈의 경우 아예 '루시아드'를 개발중인 타프시스템에 57억원을 출자해 최대 주주로 올라섰고, 비게임 업종에서 게임업체를 인수·합병하는 사례도 잇따랐다. 전자상거래 솔루션업체인 이네트를 시작으로 음반회사인 예당엔터테인먼트, 보안업체인 장미디어인터랙티브 등이 게임업체를 인수하거나 지분을 사들이고 있다.

전문가들은 이들의 게임시장 진출이 다양한 수익 모델을 찾기 위한 노림수로 분석하고 있다. 게임산업은 한번 대박이 나면 일정 기간 고수익을 올릴 수 있는 장점이 있어 수익 다각화를 시도하는 기업들 입장에서는 매력적인 사업이기 때문이다. 더군다나 투자자들의 인식도 좋아 게임에 진출한 업체들의 경우 곧바로 주가가 오르는 경우가 많다.

게임업계의 구조조정 구도에 발맞춰 게임관련 출판업도 그 행보를 같이 했다. PC관련 월간지 중 올초에는 'V챔프', '게임피아'가, 하반기에는 '골라(Gola)'가 휴간, 혹은 폐간됐다. PS2 관련 월간지는 구도개편이 좀더 두드러지는 경향이 있었는데, 콘솔시장의 빠른 확장에 따라 속속들이 생겨나던 콘솔잡지들 중에서도 휴간과 폐간은 더욱 빠르게 진행됐다. 올해 PC게임 및 온라인 게임 출판시장은 제우미디어와 시공사의 양대구도로, 콘솔부문은 게임문화의 단독구도로 정리된 셈이다.

한편, 블리자드엔터테인먼트는 지난 10월 16일 '월드 오브 워크래프트' 전담팀을 구성, 올해 내에 클로즈 베타서비스를 시작하겠다고 발표해 내년을 기점으로 국내업체와의 한판승부가 불가피하게 됐다.

# 다양한 콘텐츠 비즈니스 모델로 눈부신 도약 이뤄

글 / 다음커뮤니케이션 전략그룹 한상기 대표

## 아바타·보드게임 등 본격 성장기반 구축 ... 지식검색·블로그 등 자생적 콘텐츠 급성장

2003년은 2002년 하반기부터 이루어진 인터넷 콘텐츠의 도약이 눈부시게 이루어진 한해이다. 국내외적으로 콘텐츠의 유료화에 대한 소비자 인식이 크게 향상됐고, 부문별로 경쟁력 있는 콘텐츠 개발로 사업기반과 성장 도약을 갖춘 회사들이 크게 증가했다.



아바타 비즈니스는 국내 인터넷 기업들의 주요 수익모델 가운데 하나로 자리를 잡았다.

올해 인터넷 콘텐츠 시장의 성장은 눈부실 정도였다. 전문 인력의 노력을 통해서 양질의 콘텐츠를 공급하면 소비자는 이제 지갑을 열 수 있다는 것을 실적으로 보여준 것이다.

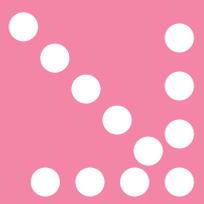
인터넷 콘텐츠 분야에서 올해 가장 활성화된 영역은 게임과 아바타일 것이다.

이미 지난해부터 인터넷 유료 서비스 콘텐츠의 중심에 자리 잡은 보드 게임류와 아바타는 본격적인 성장 기반을 구축했다. 그러나 이런 와중에 사회적 이슈나 과금의 공정성, 시장 지속 확대에 대한 우려성이 논의된 것도 사실이다.

### 콘텐츠 비즈니스에 대한 가능성 확인

한국의 아바타 사업은 전세계에서 주목을 받는 독특한 사업 내용으로 현재 세계 주요 국가의 업체들이 자기 지역에 맞는 아바타 사업을 모색하기 위한 준비가 한창이다.

아바타는 이제 단순히 유저의 분신으로서의 가치를 뛰어넘어 일부 기업에서는 사업의 가장 핵심 요소로 자리





잡았으며, 향후 3D 등 신기술 채용과 더불어 새로운 성장 엔진을 찾아야 하는 과제를 갖고 있다.

멀티미디어 서비스 역시 큰 변화와 개선을 보여준 영역이다. 그러나 벽스뮤직이나 소리바다 등으로 대변되는 음악 저작권 관련 서비스에 대해 해결점을 찾지 못하고 대립 양상을 띄고 있는 것은 아쉬운 점이다.

우리와 달리 미국에서는 애플사의 아이튠스(iTunes) 서비스의 성공에 힘입어 마이크로소프트, 월마트, 델컴퓨터 등이 속속 디지털 음악 다운로드 서비스 사업을 강화하거나 새로 진입하기 시작했다. 4월에 시작해서 이미 1,700만곡 이상을 판매한 아이튠스의 서비스 성공은 유료 콘텐츠, 미디어 콘텐츠 사업이 우리나라에서도 성공할 수 있다는 것을 실제로 보여주었다.

국내 영화나 드라마 콘텐츠가 고화질 온디맨드 형식으로 판매되기 시작한 것 역시 2003년의 특징이다. 고화질 서비스는 그동안 전문 미디어 사이트에서만 활용되던 제한된 스트리밍 서비스를 넘어서, 웹 스토리지 전문 업체인 그레텍이나 나우콤, 다음 등의 주요 포털들도 고화질 서비스에 전면적으로 나서기 시작했다. 특히 다음은 월정액제 개념의 새로운 서비스를 선보여 보다 도전적인 콘텐츠 서비스에 나섰다.

### 소비자 생성 콘텐츠의 성장

또 올해는 방송 드라마와 인터넷이 결합돼 완전히 새로운 양상을 만든 한 해이다. 방송 내용에 대한 엄청난 반향이 인터넷에서 표출되고, 그 의견들에 의해 방송 시나리오가 바뀌고, 드라마 폐인이라는 신조어가 만들어지는 상황에서 이제 인터넷은 하나의 주요 미디어로 자리를 잡은 것이다. 특히 소비자와 만나는 창구로 가장 중요한 채널이 됐고, 이러한 변화에 가장 큰 역할을 한 것은 소비자들이 생성하는 엄청난 콘텐츠이다.

소비자들이 생성하는 인터넷 콘텐츠로 올해 큰 주목을 받은 것은 역시 소비자들의 질의 응답 콘텐츠로 이루어진 지식 서비스이다. 네이버, 야후코리아, 엠파스, 네이트 등 대부분의 포털이 참여한 이 서비스는, 아주 전문적이거나 학구적인 것이 아닌 주변에서 겪게 되는 많은 상식이나 유용한 생활 지식들이 질문자와 대답자가 웹으로 만나면서 자체 증식하고 진화하는 모델로, 외국에서도 시도되고 있지만 우리만큼 활성화되지는 못했다.

이러한 소비자 중심의 서비스는 인터넷이 생활 속에 자리를 차지하는데 큰 역할을 했고, 이에 착안한 방송 프로그램이 생기기도

했다. 그러나 아직 고급 콘텐츠를 자동으로 가공하고, 진정한 지식 검색으로 발전하는 기술에 대해서는 큰 진전을 보이지 못한 면이 아쉽다.

블로그는 올해 가장 많이 논의된 주제임에도 불구하고 아직 뚜렷한 비즈니스 모델로서 자리를 갖추기에는 부족한 모습을 보였다. 아직은 개념의 정립도, 사업적 모델도, 추구하는 가치 명제도 명확하게 정리되지 못한 상태라고 볼 수 있다. 짐작컨대 내년에는 가장 주목을 받거나 아니면 하나의 패션으로 취급당하고 사라지거나 하는 운명에 처할 것이다.

온라인 미디어 콘텐츠는 온라인 전문 신문 매체의 영향력 성장을 볼 수는 있었으나 아직도 수익성에서는 크게 미흡했던 한 해로 볼 수 있다. 오히려 미디어다음 같은 포털의 새로운 미디어 시도가 가장 큰 성과를 보인 해일 것이다.

무선의 경우는 망 개방이라는 중요 이슈가 떠오르면서 유선 인터넷 사업자들이 무선 영역으로 진출을 심각하게 준비하고 논의한 한 해이다. 아직 눈에 띄는 큰 격변은 없으나, 이미 2004년의 지각 변동을 예견할 수 있는 조짐을 보이고 있다.

### 콘텐츠 육성 위한 현실적 지원 아쉬워

정부 차원에서는 디지털 콘텐츠 사업 육성에 대해 많은 노력이 있었지만 눈에 띄는 추진이나 성과를 거두지는 못한 한해로 여겨진다. 정부만이 할 수 있는 중장기적이고 국가 자원 수준의 고급 인터넷 콘텐츠에는 아직 정부의 인식이 충분하지 못한 것으로 보인다. 정부는 늘 수익성, 시장성을 얘기하지만 사실 시장과 가장 간격을 보이는 것이 정부이다. 시장성 있는 콘텐츠는 정부의 지원이 필요 없고, 정부 지원을 원하는 소규모 업체에 대한 지원은 큰 성과를 내기가 힘들기 때문이다.

2004년에는 우리 인터넷 콘텐츠의 글로벌화를 위한 많은 변화가 예상된다. 국내 인터넷 기업들은 우리나라 사용자의 특별한 취향이나 로컬한 특성에 맞춰 성공한 여러 비즈니스 모델들을 중국이나 일본에서도 적용할 수 있을 것인가라는 큰 고민을 갖고 있다. 하지만 글로벌화에 성공하지 못하는 포털은 그 내재적 한계성으로 인해 그저 지역 포털로 남아 중국이나 일본에서 새롭게 성장하는 인터넷 기업에 의해 커다란 도전을 받게 될 것이다.

앞으로 국내 인터넷 기업의 콘텐츠 사업은 타 시장에서도 받아들일 수 있는 콘텐츠 생성이나 사업 모형, 그리고 지역별 특성을 담은 원활한 생성 시스템의 확보 등이 과제로 등장할 것으로 보인다. 

# 콘텐츠 산업 육성 위해 ‘고군분투’

취재 권경희 기자

## 컬러폰 보급확대와 브로드밴드화로 콘텐츠 양·질 ‘업그레이드’

정부는 2003년 초 서울 세종로 중앙청사에서 김진표 국무조정실장 주재로 정보통신부를 비롯한 문화관광부·산업자원부 등 관련 부처 차관과 민간 전문가 등이 참석한 가운데 온라인 디지털콘텐츠산업 발전위원회를 열고 우리나라를 디지털콘텐츠 생산 메카로 만들겠다는 전략을 발표한 바 있다. 이 같은 내용을 뼈대로 한 ‘온라인 디지털콘텐츠산업 발전 기본계획(2003~2005년)’을 확정하기도 했다. 이에 올해는 산업기반을 다지는 한 해로 만들겠다는 포부를 밝힌 바 있다. 이 같은 계획 아래 정부가 올 한해동안 디지털콘텐츠산업 발전을 위해 펼친 지원정책을 정리하며 디지털콘텐츠 산업에 종사하고 있는 이들에게 더 많은 혜택을 내년에는 누릴 수 있도록 돕고자 한다.



정부는 우리나라를 디지털콘텐츠 생산 메카로 만들겠다는 전략아래 2003년 게임, 애니메이션, 디지털영상, 모바일콘텐츠, 온라인콘텐츠 등 산업 활성화를 위해 많은 사업을 펼쳤다.

정부는 유비쿼터스 네트워크 환경과 고성능·초소형 지능형 단말기 등장 등 디지털라이프 시대의 추세에 맞춰 디지털콘텐츠산업을 21세기 핵심 산업으로 육성, 우리나라를 오는 2010년까지 세계 5위 디지털콘텐츠 강국으로 만들기 위한 범정부 차원의 콘텐츠산업 육성에 나섰다.

이에 IT기술을 기반한 콘텐츠산업 육성에 정보통신부가 디지털콘텐츠산업 육성에 총대를 메고 콘텐츠 산업 활성화를 위해 고군분투했다.

정보통신부는 국내에 유기적인 디지털콘텐츠산업 체계를 구축해 글로벌한 허브로 발돋움하겠다는 것을 골자로 한 ‘온라인디지털콘텐츠산업 발전을 위한 정책방향’에 근거해 2004년까지 콘텐츠산업의 글로벌 경쟁력을 강화하고 2005년에는 콘텐츠 강국의 대열에 진입하겠다는 야심찬 목표 아래 올 한해동안 콘텐츠 산업기반 구





축에 대부분의 사업을 집중했다.

이에 디지털콘텐츠 관련 기업들을 위한 각종 세미나 및 비즈니스상담회, 해외 현지화 지원, 차세대 첨단 유망 콘텐츠 개발·지원 등 다양한 분야를 통해 지원사업을 아끼지 않았다.



### 다양한 분야 세미나 펼쳐

정보통신부가 올 한해동안 펼친 대표적인 세미나를 살펴보면 ‘국내외 DC시장전망 및 진출 전략 세미나’ ‘게임 개발 기술 세미나’ ‘국제 게임비즈니스 세미나’ ‘온라인게임 개발업체의 중국진출 전략 세미나’ 등이다.

정보통신부는 지난 4월, ‘국내외 디지털콘텐츠 시장전망 및 진출전략 세미나’를 개최하고 일본과 미국시장에 진출하려는 국내 콘텐츠 기업에 실질적인 정보를 제공했다.

이 세미나에는 일본의 인터넷콘텐츠와 모바일콘텐츠 등 디지털콘텐츠 시장조사 결과 및 진출전략, 그리고 업체사례 등이 소개됐다. 이와 함께 미국 디지털콘텐츠 시장조사 결과 및 진출전략, 디지털영상 업체사례, GDC2003을 통해 본 미국 게임시장 트렌드, PS2의 온라인 사업전략 등이 소개됐다.

국내 업체들의 희망 진출 대상국가인 일본이나 미국지역의 영상, 게임, 인터넷, 모바일 등 분야별 시장 전망에 대한 발표를 통해 해당 분야 업체의 진출 전략 수립 및 향후 발전 방향을 제시했다. 이와 함께 분야별 업체들의 사례 발표를 통해 진출시 겪을 수 있는 문제점에 대한 시뮬레이션 기회도 제공했다.

정보통신부는 씨넷코리아와 공동으로 세계 게임 비즈니스의 방향과 전략을 소개하는 ‘국제 게임비즈니스 세미나’도 지난 9월에 개최했다. 이날 세미나에는 EA 아타리 소니 소프트뱅크 등 세계적인 게임 관련업체 인사들이 대거 참석했다.

특히 세계 최대 게임펀드 캐피털업체인 UBSW사의 데이비드 히글리 사장이 ‘게임시장 변화에 따른 게임사업 투자 방식의 변화와 전략’이란 주제로 강연해 투자 유치를 원하는 국내 게임업체들에게 좋은 기회가 됐다.

이밖에 소프트뱅크의 전략기획·투자 담당 이사인 존 리, 아이린 추아 EA 퍼시픽부사장, 제이슨 벨 아타리 수석 부사장, 소니 온라인 엔터테인먼트의 글로벌 사장인 신디 암스트롱 등이 각각 연사로 나섰다.

국제 게임비즈니스 세미나를 통해 해외 게임 경영자들과 국내 게임개발사 경영자간의 온라인게임산업의 현재와 미래, 그리고 한국 온라인게임 산업의 해외 진출을 위한 다양한 아이디어를 주고받는 성과를 이뤄냈다. 이와 함께 해외 게임개발사, 유통사, 게임기 제조사, VC와 국내 게임업체와의 중요한 네트워크 형성에 많은 도움이 됐다.

국제 게임 비즈니스 세미나에는 모든 세션마다 청중들의 질문이 쇄도했다. 또 강사로 초빙된 이들이 해외에서 실제로 현재 업체를 운영하고 있는 경영자들로 실제적인 경험이 바탕돼 국내 게임업계 종사자들에게 세계

주요 게임 리딩업체들의 시장전망과 전략을 이해하는데 많은 도움이 됐다.

정보통신부는 또 지난 10월 ‘국내 온라인게임 개발업체의 중국진출 전략 세미나’를 통해 중국 및 해외 온라인게임 시장 진출을 준비하고 있거나 진행중인 온라인게임 개발업체가 중국지역에서 실제로 수출 계약 당시 발생되고 있는 제반 분쟁사례를 분석해 이를 토대로 계약서 작성을 위한 가이드 라인을 제시했다. 이와 함께 정보통신부는 게임 제작지원에도 적극 나섰다.

정보통신부는 이 세미나를 통해 전 세계에 통용될 수 있는 ‘글로벌 게임 테스트베드’를 구축할 예정이라고 밝혔다. 글로벌 게임 테스트베드는 국내 게임업체들의 원활한 해외진출을 지원하는 사업으로 2004년부터 개시될 예정이다.

정보통신부는 세미나를 통해 실제 해외 통신환경과 비슷한 모바일 네트워크를 구축하는 한편, 해외서 사용되는 휴대폰을 제공함으로써 국내 모바일 게임업체들의 해외출장 비용을 줄일 계획이라고 밝혔다.

이와 함께 국내 온라인게임의 테스트베드 시설도 강화하겠다고 밝히고 경기 분당내 위치한 KT-IDC를 통해 지원규모를 40개 업체로 늘리고 최대 9개월까지 서버와 전용선을 무상으로 제공하고 있다. 뿐만 아니라 모션 캡처, 이미지편집, 모션컨트롤 카메라 등 제작장비와 함께 다양한 게임 데이터베이스(DB)들도 지원하고 있다.

### 해외기업 초청 콘텐츠 수출에 적극지원

2003년 한해동안 디지털콘텐츠 해외기업을 초청해 국내 콘텐츠 기업간의 1:1 비즈니스 상담회도 12월에 펼쳐질 상담회를 제외하고 지금까지 세 차례에 걸쳐 이뤄졌다. 국내 기업이 일본, 중국, 동남아, 미국, 유럽 등 해외에 직접 나가 펼친 상담회도 거의 매달 펼쳐졌다.

올해 펼쳐진 디지털콘텐츠 1:1 상담회는 지난 6월에는 일본의 KDDI, 소프트뱅크 모바일, 싱가포르의 싱텔, 호주 Hutchison, 영국의 O2, 중국의 Tencent, Qualcomm, Magma, 미국의 Jamdat 등 해외의 이동통신사 및 모바일사업자 27개 기업이 해외기업으로 초청돼 국내 기업 컴투스, 지오인터랙티브, 게임빌 등 70개 모바일 콘텐츠 기업들과 1:1 상담을 벌였다.

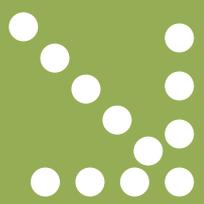
이런 가운데 K4 테크놀로지가 일본의 이토추 상사와 수출계약을 체결하고 유무선 아바타 캐릭터 서비스를 제공기로 하는 등 수출 성과도 크게 올랐다. 9월에 펼친 해외 수출 상담회도 성황리에 이뤄졌다.

AOL, 타이토, 테라ICT 말레이시아, 게임스퀘어 태국 등 미국, 중국, 일본, 동남아, 유럽 등 해외 유명기업 18개사와 국내기업 58개사가 참여해 이틀동안 MOU 7건 NDA 3건 제품테스트 7건 등 총 17건의 신규 비즈니스 협의가 진행됐다. 이와 함께 상담 기간동안에만 3,500만 달러의 상담성과를 거두는 쾌거를 이뤘다. 이는 처음 수출예상 금액인 2,000만 달러를 훨씬 웃도는 금액이다.

이와 별도로 상담회장에 미국 벤처캐피탈사의 상담부스가 설치돼 투자유치에 관심을 갖고 있는 국내기업과 상담이 진행됐다. 이 자리에서 200만 달러 규모의 투자 건이 협의됐다. 싱가포르, 태국을 비롯한 동남아시아와 유럽, 미국 등에서 펼친 비즈니스 상담도 성황을 이뤘다.

정보통신부는 지난 8월 대만, 싱가포르, 태국 등 동남아시아에 직접 나가 게임을 비롯한 국내 디지털콘텐츠업체와 현지업체간 1대1 비즈니스 상담회도 개최했다. 8월 25~26일 양일간 대만에서 개최된 한-대만 디지털콘텐츠 비즈니스 상담회는 삼성전자, EUWave, Onnet, 이클릭 등 국내 13개 업체가 참가해 대만의 최대 게임 유통업체인 Gamania (2002년 시장점유율 31%)를 비롯한 총 50개 현지업체와 1대1 비즈니스 상담회를 갖고 파트너사 발굴을 추진했다. 총 상담 규모가 1,500만 달러에 이르렀다.

26~27일 싱가포르에서 한빛소프트, 리자드인터랙티브 등 10개 온라인·모바일 게임업체가 참가, 디지털콘텐츠





츠 비즈니스 상담회를 개최해 현지 온라인 게임 포탈업체인 Pacific Internet Ltd.사, 최대 이동통신사업자인 싱텔사 등 10여개 업체와 상담을 벌였다. 29일에는 태국의 방콕에서 온라인 게임 포탈업체인 게임스퀘어사 등 10여개 태국 현지업체와도 비즈니스 상담회를 개최했다.

동남아시아에서 펼쳐진 비즈니스 상담회는 최근 중국, 일본 이외에 태국, 대만 등의 동남아 국가들에서도 국내 온라인게임에 대한 인기가 높아지고 시장이 형성되기 시작함에 따라 전략적으로 이 지역의 시장을 선점할 필요성이 있다는 판단에 따라 추진됐다.

실제로 동남아 국가들에서 국산 온라인게임의 인기는 대단해서 대만의 IT 조사기관인 자책회(資策會)에 의하면 '리니지', '천년', '드래곤라자', '라그나로크' 등의 시장점유율이 70%에 이르는 것으로 나타났다.

지난 9월에는 일본 도쿄 미나토구 이즈미가든 갤러리에서 한일 디지털콘텐츠 비즈니스 상담회를 개최했다.

한일 디지털콘텐츠 비즈니스 상담회는 일본 온라인게임 및 콘텐츠솔루션 분야 마켓채널과 국내 디지털콘텐츠업체와의 일대일 비즈니스 상담을 통해 국내업체의 현지진출을 모색하는 자리가 이뤄졌다.

지난해 1회 행사에서 코인즈·K4·엔젠·액토즈소프트 등이 연간 600여달러의 수출계약을 체결하는 실적을 올린 바 있는 일본에서의 상담회는 일본 소프트뱅크 계열 경호온라인엔터테인먼트를 비롯한 온라인게임업체와 글로벌미디어온라인·미쓰비시·NEC 등 콘텐츠솔루션업체를 포함해 총 50여 현지기업이 참여했다.

### 콘텐츠 개발·해외현지화 작업등 지원

유망 디지털콘텐츠 현지화 지원에도 정보통신부가 발벗고 나섰다. 정보통신부는 유망 디지털 콘텐츠 수출지원금으로 올해 20억원 가량을 예산에 편성하고 지원업체를 모집했다.

올해에는 크게 온라인 게임이나 플래시애니메이션 등 유선 콘텐츠와 모바일 게임, 벨소리 등 무선콘텐츠 분야로 나눠 지원했다.

정보통신부는 무선 콘텐츠의 경우 한 개 콘텐츠 당 1,000만원까지, 한 기업에 총 5,000만원까지 지원했다. 현지화에 필요한 자금 중 업체가 절반, 정보통신부가 절반 부담했다.

정보통신부는 마크애니, 길드디자인 등 32개 업체를 대상으로 해외 현지화 작업을 지원했다. 이에 디지털콘텐츠보호 전문회사인 마크애니는 수출 현지화 사업을 완료하고 해외진출에 박차를 가하고 있다.

마크애니는 일본 현지법인을 통해 현지화를 이뤄내 문서유출방지 및 디지털 콘텐츠 유통 솔루션과 관련한 일본진출에 탄력을 받을 수 있게 됐다. 디지털 디자인 벤처기업 길드디자인도 일본판 디자인 쇼핑몰인 '테마갤러리 재팬( <http://www.themegallery.com/japan> )' 을 오픈해 서비스에 들어갔다.

테마갤러리 사이트는 현재 전 세계 41개국의 회원들이 이용하는 글로벌 쇼핑몰로 일본판 개통을 통해 일본 디지털 콘텐츠 시장공략에 박차를 가하고 있다. 정보통신부는 앞으로도 해외 바이어와 국내 업체를 연결하는 역할에 더욱 적극 나설 것이라고 말했다.

실제로 지난해에 정보통신부의 지원을 받은 기업들 중 엔타즈, 토이소프트, 포켓스페이스 등 상당수 기업들이 최근 수출 실적을 내고 있다. 수출을 위해 해외지역 특성에 맞도록 언어나 일부 프로그램, 캐릭터 등을 바꿔야 하지만 영세한 콘텐츠 업체들로서 그동안 결과를 예측할 수 없는 '거금'을 투입해 현지화에 나서기 힘든 면이 있었기 때문에 정보통신부가 적극적으로 돕고 있다.

정보통신부는 IT산업 신성장 동력발굴의 일환으로 디지털콘텐츠산업육성을 위한 차세대 첨단 유망콘텐츠 개발·지원사업도 실시했다.

미래시장을 대비하기 위해 개발, 적용한 콘텐츠로 영상 1개 업체, 게임 4개 업체, 모바일 6개 업체, 인터넷 5개 업체 등 총 16개 업체의 총 사업비 40%이내에 지원했다. 게임과 애니메이션 분야는 건당 최대 10억원까지 지원하고 모바일 및 이러닝, 기타 콘텐츠 분야는 건당 최대 1억원까지 지원했다.

정보통신부는 HD(고화질)TV방송용 디지털콘텐츠의 신규 제작 등에 100억원을 지원하는 등 디지털 TV시장 활성화에도 본격 나섰다. 정보통신부는 국내 프로덕션의 HDTV용 디지털콘텐츠의 신규 제작과 이미 제작된 콘텐츠의 HD변환을 활성화하기 위해 주관기관을 통해 9월부터 지원토록 했다.

신규 제작 지원 규모는 총 90억원으로, 다큐멘터리·교양·교육물·드라마·시트콤 등 분야는 50분기준으로 편당 2500만원, 애니메이션의 경우에는 편당 5000만원이 지원됐다. 또한 아날로그 형태의 필름 영상물을 HD형식으로 변환하는 사업에 10억원을 투입, 1995년 이후 제작돼 원본 네가필름이 잘 보존돼 되어 있는 작품에 한해 편당 500만원을 지원했다.

아울러 데이터방송 기능이 콘텐츠 제작내용에 포함되는 경우는 데이터의 내용과 양에 따라 지원 한도를 최대 10%까지 증액할 수 있도록 했다. 정보통신부는 콘텐츠의 해외 수출가능성, HD영상미의 실현성 등을 중점적으로 평가해 지원대상을 확정했다.

### 디지털콘텐츠 개발·해외수출 장려 지원

디지털콘텐츠 업체들의 콘텐츠개발 및 해외수출을 장려하고 지원하고자 디지털콘텐츠 대상을 4분기에 걸쳐 선정, 시상하기도 했다.

정보통신부는 1분기 디지털콘텐츠 대상에 개그맨 영구아트(D-WAR), 아리수미디어의 '아리수 한글', 엔파인의 '아이클릭아트'를 선정, 시상했다.



영상부문 수상작인 영구아트의 D-WAR는 개그맨 심형래 씨가 제작중인 컴퓨터그래픽을 가미한 SF영화로, 지난 99년 제작에 들어가 내년 7월 전 세계에서 개봉될 예정이다.

교육용 콘텐츠 부문 수상작인 아리수 한글은 동요, 그림 그리기, 플래시 게임 등의 기능을 활용한 유아용 한글학습 프로그램으로 앞으로 140개국 재외동포들에게도 서비스된다.

웹정보 콘텐츠 부문 수상작인 아이클릭아트





는 광고, 웹, 출판, 인쇄, 팬시, 교육 등에 사용되는 다양한 포토이미지, 클립아트, 캐릭터 등을 제공하는 디지털 이미지 포털사이트(www.iclickart.co.kr)로, 지난해 11월 미국에 수출돼 50만 달러의 실적이 예상되고 있다.

2분기 수상작품으로는 디지털영상 부문에서 카프의 '화이트 티론', 온라인게임 부문은 드림미디어의 '비틀윙', 교육용콘텐츠 부문은 이야기의 '에듀모아', 무선콘텐츠 부문은 엔분의일의 '클레이아바타'가 선정됐다.

웹정보콘텐츠 부문은 뛰어난 제품이 많아 웹스의 '특허검색시스템'과 길드디자인의 '테마갤러리' 2곳이 동시에 선정됐다. '화이트 티론'은 귀여운 공룡 캐릭터를 소재로 가족에 대한 사랑과 용기를 담은 상업용 3차원 입체 애니메이션이다.

'비틀윙'은 CCR에서 배급하는 게임으로 전통적인 비행슈팅게임의 쾌감을 즐길 수 있고 곤충을 모티브로 하는 깜찍하고 귀여운 캐릭터로 원소스 멀티유즈 가능성이 높다. '에듀모아'는 전국 1058개교의 초등학교를 대상으로 한 초등교육 전문 포털사이트로 다양한 교육컨텐츠를 모은 것이 특징이다.

'클레이아바타'는 세계 최초로 진흙인형(클레이)을 소재로 한 입체 아바타를 제작해 주목받았다. '특허검색시스템'은 국내에서 처음으로 전 세계 71개국의 특허 관련 데이터를 데이터베이스 형태로 가공해 제공하고 있다. '테마갤러리'는 웹디자인과 프리젠테이션디자인 등 다양한 디자인 소스를 가공해 상품화한 글로벌 디지털 디자인 콘텐츠이다.

3분기 수상작품은 디지털영상 부문에서 캐릭터플랜의 '망치', 아이코닉스엔터테인먼트의 '뽀롱뽀롱 뽀로로', 온라인게임 부문 위젯의 '메이플스토리', 그리곤엔터테인먼트의 '썰 온라인', 교육용 콘텐츠 부문 유니메이션코리아의 '스몰 포테이토', 무선콘텐츠 부문 웨이엔지코리아의 '부루마블', 웹정보콘텐츠 부문 로앤비의 '온라인법률정보' 등 7개 작품이 선정됐다.

디지털콘텐츠대상은 정보통신부가 주최하고 한국소프트웨어진흥원과 한국데이터베이스진흥센터, 매일경제신문이 공동으로 주관하고 있다. 분기별 수상업체는 정보통신부의 해외 진출과 마케팅을 위한 각종 활동에 우선적으로 참가하는 혜택이 제공되고 있다. 또 연말에 열리는 '디지털콘텐츠페어 2003' 전시회에 참가하고 대통령상 후보에 오르는 자격을 얻는다.

이와 함께 정보통신부는 국내 디지털콘텐츠 산업 활성화를 위한 산·관·학 협의체를 결성하는 '한국디지털콘텐츠미래포럼'을 출범했다.

정보통신부는 디지털콘텐츠산업을 선도하는 업체와 학계, 연구소, 협회 등 핵심 인력 300여명으로 구성된 국내 최고 커뮤니티를 출범하고 디지털콘텐츠 산업 발전을 위해 뜻을 같이 한 국내 대표 통신사업자와 SI기업 대표들과 함께 본격적인 활동에 들어갔다.

정보통신부는 그동안 분야별로 소규모 협회 형태로 산재해 있어 관련 사안에 대한 집중적인 의견 교류나 정보 교환 등이 미진한 점을 개선하기 위해 각종 정책 개발과정에서부터 강력하고도 일관된 정책 대안을 제시하고 업계의 대변자 역할을 할 수 있도록 디지털콘텐츠 커뮤니티를 만들었다.

이에 한국디지털콘텐츠미래포럼을 창립해 ▲디지털콘텐츠 제작·유통기반 조성 ▲기술개발과 표준화 선도 ▲글로벌콘텐츠 육성 및 해외진출 촉진 ▲서비스 활성화를 위한 법·제도 개선 안 제시 ▲전문 정보교류 촉진 등을 중점 추진할 계획이다. 또한 이 포럼을 통해 통신사업자와 디지털콘텐츠 관련 기업을 연결하고 네트워크와 SW, HW 등 관련 산업의 부가가치를 제고시키는 계기도 마련할 계획이다.

'한국디지털콘텐츠미래포럼'은 한국소프트웨어진흥원에 운영사무국을 두고, 게임·디지털영상·모바일·e-러닝·인터넷콘텐츠·솔루션·디지털스토리텔링·법제도 등의 8개 분과별로 활동하게 되며, 산·학·연 지식정보 커뮤니티로서 디지털콘텐츠의 해외진출 확대, 유통 활성화, 표준 개발 등에 관한 전문지식 교류와 정책개발 역할을 수행하게 된다. 본격적인 활동은 2004년부터가 될 것으로 보인다. 

