



“콘텐츠 개발 · 정책 지원 필요” 이구동성

디지털뉴미디어포럼이 부산광역시, 유비쿼터스 누리사업단과 공동으로 주최하는 ‘유비쿼터스시대 디지털뉴미디어와 디지털콘텐츠’가 지난달 14일 부산 벡스코에서 열렸다. 이 날 컨퍼런스에선 서병문 한국문화콘텐츠진흥원 원장과 안종배 한세대 미디어영상학부 교수가 각각 ‘유비쿼터스시대 디지털콘텐츠의 변화와 활성화 정책’과 ‘유비쿼터스 미디어와 방송콘텐츠의 변화와 활성화 정책’을 주제로 기조강연하고 이시혁 티유미디어, 조한신 KTF 상무, 한창완 세종대 애니메이션학과 교수 등이 유비쿼터스시대 콘텐츠 정책 등에 대해 발표했다. 포럼은 컨퍼런스에서 제안된 발제와 토론 결과를 디지털뉴미디어포럼 소속 국회의원들의 정책 제언과 입법 활동에 반영할 계획이다.

글 이은규 객원기자

눈 앞으로 다가오고 있는 유비쿼터스 세상을 미리 살펴보고 함께 토론하고자 부산시와 디지털뉴미디어포럼(공동위원장 국회의원 변재일, 심재철, 류근찬), 누리디지털영화영상콘텐츠사업단(동시대 동명정보대 부경대 경남정보대학) 등은 지난달 14일 부산 벡스코(BEXCO)에서 ‘유비쿼터스시대 디지털 뉴미디어와 디지털 콘텐츠’를 주제로 한 대규모 컨퍼런스를 개최했다.

이번 행사는 유비쿼터스시대의 미디어 변화와 디지털뉴

미디어별로 특화된 디지털콘텐츠 유형과 활성화 정책에 대해 전문가들과 정책 당국자들이 토론하는 자리로 마련, 위성DMB와 모바일콘텐츠·게임·애니메이션 등의 산업전망 및 활성화 정책에 대해 열린 토론을 벌였다.

행사에서는 ▲유비쿼터스시대 디지털콘텐츠의 변화와 활성화 정책(한국문화콘텐츠진흥원 서병문 원장) ▲유비쿼터스 미디어와 방송콘텐츠의 변화와 활성화정책(한세대 미디어영상학부 안종배 교수) ▲유비쿼터스시대 DMB 콘텐

츠 유형과 콘텐츠 활성화 정책(TU미디어 이시혁 콘텐츠담당 상무) ▲유비쿼터스시대 모바일 콘텐츠 유형과 활성화 정책(KTF 조한신 콘텐츠담당 상무) ▲유비쿼터스시대 게임 애니메이션 변화와 활성화 정책(세종대 애니메이션학과 한창완 교수) 등의 발제가 이어졌다.

또 ‘유비쿼터스시대 디지털 콘텐츠 발전 방향과 활성화 정책 방향’을 주제로 문화관광부, 정보통신부, 업계, 언론계, 학계를 대표하는 패널들의 토론이 벌어졌다.

제조업 보다 뛰어난 황금시장

이날 기조강연에서 서병문 한국문화콘텐츠진흥원장은 “전세계 문화 콘텐츠 산업은 지난해부터 오는 2008년까지 연평균 6.3%의 지속적으로 높은 성장을 이어갈 전망”이라며 “제조산업뿐만 아니라 문화콘텐츠 산업의 육성에 적극 나서야 한다”고 주장했다.

디지털콘텐츠 산업이 제조업 못지 않은 성장 가능성이 있다는 점을 주목해야 한다는 지적이다. 그는 “SK텔레콤의 경우 10조원에 가까운 매출 가운데 15%가 콘텐츠 매출로 이뤄지는 등 유비쿼터스 시대를 맞아 기업들의 콘텐츠 영역 진출이 활발하다”며 “미국의 엔터테인먼트 산업의 수출이 1,000억달러가 넘어서고 일본에서도 콘텐츠 보호 육성법을 만드는 등 전세계는 지금 디지털콘텐츠 산업 육성에 팔을 걷어 부쳤다”고 소개했다.

특히 서 원장은 국내 주요 수출 산업의 전세계 시장 규모와 문화 콘텐츠 산업의 시장 규모를 비교하며 문화콘텐츠 산업 육성의 필요성을 설명했다. 우리나라의 수출 주력 품목인 반도체의 경우 전세계 시장이 1,607억달러 규모이고 우리나라의 점유율은 7.9%에 달한다는 것.

반면 전세계 캐릭터 시장은 1,450억달러에 이르고 그 중 우리나라의 점유율은 2.8%에 불과해 가능성이 무궁무진한 시장이라고 주장했다.

또한 휴대폰의 전세계 시장규모는 745억달러이고, 우리나라 점유율은 28.3%이며, 영화산업은 전세계 시장규모가 753억달러로서 휴대폰산업과 비슷하지만 영화산업에서 우리나라가 점유하는 비율은 1.9%에 머물러 있다고 지적했다.

서 원장은 “문화콘텐츠 시장이 제조업보다 결코 작지 않다는 것은 앞으로 우리가 어느 쪽에 더 많은 신경을 써야 하는지를 잘 보여주고 있다”며 “양질의 콘텐츠 및 시나리오, 기획력, 마케팅 능력 등 부족한 부분을 더욱 보강할 수 있도록 산학연의 노력이 절실하다”고 강조했다.

문화콘텐츠, 선점 기회 살려야

‘유비쿼터스 시대 미디어와 방송콘텐츠의 변화와 활성화 정책’을 주제로 강연한 안중배 한세대 교수는 “유비쿼터스는 인류 역사의 필연적 흐름으로 이해해야 한다”며 “생리 욕구에서 편리욕구로 그리고 참여욕구(정보화사회)를 거쳐

자아실현욕구의 충족을 위한 수단으로 자리매김하고 있다”고 강조했다.

그는 “유비쿼터스 사회를 이끌어 가는 힘은 정보와 콘텐츠의 매개물인 미디어에 있다”며 “이미 우리나라에도 디지털 위성방송, IPTV, 디지털 케이블방송, 지상파 방송 등의 고정형 뿐 아니라 텔레매틱스, 위성DMB, 지상파DMB 등 이동형 미디어가 치열한 경쟁과 융합을 시도하고 있다”고 소개했다.

안중배 교수는 현재의 미디어 환경을 두고 ▲디지털화 ▲융·복합(컨버전스) ▲개인미디어화 ▲이동성 강화 및 상호작용 강화 등의 변화가 가속화되는 특징을 보이고 있다고 진단했다.

그는 “이런 환경에 적합한 참여형, 하이브리드형, (부가 서비스와) 연동형, 개인 맞춤형 콘텐츠의 활성화 시대가 열릴 것”이라며 “이런 특징에 맞는 콘텐츠 개발과 함께 정책적 지원이 필요한 때”라고 말했다.

그가 예로 든 영국의 ‘빅 브라더’ 서비스의 경우 이를테면 축구중계를 할 때 시청자들은 자기가 원하는 앵글을 마음대로 선택해 시청할 수 있고, 선수들의 프로필 정보를 즉시 검색하거나 관련 상품의 쇼핑 등 부가 서비스도 가능해 큰 인기를 끌고 있는 것으로 알려졌다.

안 교수는 “디지털 방송 콘텐츠 제작관리 기관의 일원화, 방송통신 통합 규제기구 조기 구성, 콘텐츠 검증기구 설치, 방송법 개정 등이 필요하다”며 “디지털콘텐츠 제작지원센터 확충, 기획 제작 인력 지원 등 세계 시장 선점의 기회를 놓치는 우를 범하지 않기 위해 신속한 대응이 필요하다”고 강조했다.

뉴미디어는 콘텐츠 배급 매니저

오후 열린 컨퍼런스에서 TU미디어 이시혁 상무는 지난해 말에 동안의 위성DMB 본방송 실시 결과 “1분, 15분 내외의 짧은 콘텐츠뿐만 아니라 30분에 이르는 길이가 긴 콘텐츠(영화포함)의 인기도 예상보다 높게 나타났다”고 소개했다.

KTF 조한신 상무는 “KTF의 경우 오는 2007년께 5조 5,000억원의 예상 매출 가운데 음성 부문은 전체 매출에서 76%로 줄어들고, M커머스, 무선데이터 등 신규 산업의 비중이 한층 높아질 것”이라고 설명했다.

한창완 세종대 교수는 “예전에는 극장배급 뒤 위성방송 및 지상파방송 등 순차적으로 등장하던 콘텐츠가 뉴미디어의 출현과 함께 동시다발적으로 확산될 수 있는 시기가 도래했고, 콘텐츠 배급에 있어서 미디어의 매니저 역할이 증대될 것”이라고 말했다.

그는 “애니메이션 캐릭터만 해도 모바일게임, 영화, TV 방송, 스포츠 등 다양한 분야에서 순식간에 확산되고 있기 때문에 순발력 있는 회사의 경우 상품화에 성공할 가능성이 아주 높다”고 덧붙였다. ●