

IPTV의 도입과 방송통신융합

방송통신융합시대 콘텐츠산업 육성 방안

〈안종배 한세대 미디어영상학부 교수 (사)유비쿼터스미디어콘텐츠연합 공동대표〉

1. 방송통신융합은 시대적 트렌드

최근 미디어의 디지털화에 따라 미디어의 융합이 가속화되고 있다. 특히 방송과 통신이 융합되면서 디지털뉴미디어가 속속 등장하고 새로운 융합서비스도 가시화되고 있다. 이에 따라 대표적인 대중 매체였던 방송이 디지털화되어 통신과 융

합되면서 개인적 성격의 방송(personalized interactive TV)으로 변모하고 상호작용성과 맞춤형서비스 등 특화된 기능이 강화되고 있다. 이에 따라 시청자는 소극적이고 수동적인 수용자에서 점차 원하는 콘텐츠와 서비스를 직접 선택하는 능동적인 사용자로 변화되고 있다.

방송과 통신의 융합은 거스를 수 없는 시대적 흐름이고 이에



효과적으로 대처하여 관련 산업의 국제 경쟁력을 높이는 것이 국가적 당면 과제가 되고 있다. 방송통신 융합에 의해 가장 큰 영향을 받게 될 업계는 미디어 분야이다. 지상파방송, 케이블 방송 등 기존 미디어의 방송통신 융합서비스로의 변화가 가속화 되고 DMB, IPTV, WiBro, 텔레매틱스 등 융합미디어가 도입되고 미디어별 채널수도 대폭 늘어날 것이다.

방송통신 융합이 구체화되면서 미디어와 채널이 급속히 늘어남에 따라 그것을 채울 콘텐츠의 중요성이 대두되고 있다. 이러한 시점에 콘텐츠의 육성과 활성화는 몇 가지 관점에서 국가적인 중요성을 띠고 있다.

2. 방송통신융합시대 콘텐츠산업 육성의 중요성

첫째,

우리 콘텐츠산업은 그간 축적해 온 문화예술적 감성과 창의성을 고부가가치산업으로 연계하는 산업성장 초기 단계로, 최근 한류확산을 타고 해외진출을 강화하는 등 한창 싹을 틔우고 있다. 이런 상황에서 데이터방송·DMB·IPTV·Wibro 등 방송통신 융합 미디어의 등장은 콘텐츠에 대한 수요를 폭발적으로 증가시킬 것으로 예측되며 기존과는 차별화되는 새로운 콘텐츠에 대한 요구가 높아지고 있다. 콘텐츠가 왕인 시대가 도래하고 있다. 미디어 신천지가 등장하면 그에 합당한 콘텐츠가 나와야 한다. 피터 드러커가 "21세기에는 문화산업에서 성패가 결정될 것"이라고 단언한 것처럼 문화산업의 핵심인 콘텐츠산업의 육성은 국가적인 중요 아젠다가 되고 있다.

둘째,

진전하고 양질의 콘텐츠를 통해 문화적 다양성과 수용자 문화복지를 증진시켜야 한다. 미디어와 채널수의 증가를 자칫 잘못하면, 기존 콘텐츠의 재탕 삼탕이나 저가 외국 콘텐츠의 범람 그리고 수준 미달의 콘텐츠가 양산되어 문화적 정체성이 약화되고 질적 수준을 저하되는 부작용이 초래될 수 있다. 이를 방지하고 미디어와 채널수의 증가를 다양한 계층의 문화적 수요를 수용하고 진전한 양질의 콘텐츠를 통해 생활의



질을 높이는데 기여할 수 있도록 육성할 책임이 국가에 있는 것이다. 이러한 관점에서 진전하고 다양한 양질의 콘텐츠 육성정책이 국가적인 관점에서 중요한 것이다.

셋째,

국내 콘텐츠산업을 차세대 먹거리로서 미래전략산업으로 육성해야 할 시대적 필요성이 강화되고 있다. 우리나라는 IT강국임에도 불구하고 새롭게 도입되는 방통융합미디어에서 활용될 콘텐츠의 개발과 공급은 미흡한 실정이다. 콘텐츠가 황금의 손으로 부상되고 있는 상황에서 우리는 콘텐츠산업을 지금보다 더 육성해야 한다. 또한 디지털기술 없는 콘텐츠는 생각하기 어렵다. 우리가 디지털강국으로 부상했기에 그 등을 넘어 콘텐츠 강국을 넘볼 수 있다.

콘텐츠는 방송통신 융합서비스의 경쟁력을 좌우하는 핵심 산업이자 고성장성이 기대되는 미래산업이다. 전 세계 콘텐츠 산업은 최근 매년 10% 이상의 고속성장을 이루어 왔고 향후에도 7% 이상의 지속적인 성장이 전망되는 경제성장의 핵심동력으로 세계 선진국들이 집중 육성하고 있다. 미국은 콘텐츠 산업을 군수산업과 더불어 2대 주력산업으로 집중 육성하고 있고 영국도 창조산업(Creative Industries)을 국가전략산업으로 지정하여 집중 육성하는 등 대부분의 선진국이 미래전략산업으로 콘텐츠산업을 육성하고 있다.

우리나라는 이미 IT기술의 글로벌경쟁력을 갖추고 있고 이와 연계된 CT(콘텐츠기술)이 최근 급속히 발전하고 있어 방송

통신이 융합된 디지털뉴미디어에서의 미디어 콘텐츠를 집중 육성할 경우 세계적인 경쟁력을 갖추 수 있는 충분한 잠재력을 갖고 있다. 이를 통해 콘텐츠 강국의 비전 구현을 통한 국가성장의 견인차 역할을 담당할 수 있을 것이다.

3. 방송통신융합시대 콘텐츠산업 육성 방안

이상에서 언급한 것처럼 방송통신융합시대의 콘텐츠산업은 산업적 필요와 문화적 다양성과 정체성 및 문화복지 실현 관점에서 그리고 차세대 먹거리로서 국가미래성장 전략산업이란 측면에서 집중적으로 육성되고 활성화시켜야 한다. 이러한 관점에서 콘텐츠산업을 발전시키고 육성시키기 위해서는 다음과 같은 범국가적인 차원의 다양한 노력이 경주되어야 한다.

첫째,

일관되고 효율적인 콘텐츠 정책을 추진할 수 있는 정책기구의 조기 정립이 매우 중요한 시점이다. 방송통신융합의 시대에 정책기구의 혼재와 비전문성이 얼마나 정책적인 오류와 국가 발전에 저해요인이었는지를 이미 충분히 경험하였다. 콘텐츠산업에 관해서도 부처 간 주도권 다툼이 연출되면 고부가가치를 창출하기 전에 내부 혼선을 빚어 성장의 뿌리를 흔들 수 있다.

이제 방송통신 융합시대에 우리의 문화적 정체성과 다양성을 제고하면서 세계콘텐츠 시장에 진입하고 글로벌 경쟁력을 강화할 수 있도록 기초 예술과 문화 등 콘텐츠산업의 원천과 방송통신 융합미디어 특성 및 디지털 콘텐츠기술(CT)을 접목시켜 장기적인 관점을 가지고 효율적이고 일관된 콘텐츠 정책을 주관하여 콘텐츠산업을 미래전략산업으로 육성할 수 있는 일원화된 정부기구가 조기에 정립되어야 한다.

둘째,

콘텐츠 육성 정부 기구 산하의 산재되어 있는 정부투자기관(문화콘텐츠진흥원, 소프트웨어진흥원 디지털콘텐츠단, 방송영상진흥원, 게임산업개발원 등)도 업무 중복 부분을 통합



하여 일원화 하고 콘텐츠 진흥 관련 법제(문화산업진흥기본법 온라인 디지털콘텐츠 산업발전법, 방송법, 음반, 비디오물 및 게임물에 관한 법률, 영화 등의 진흥에 관한 법률 등)를 정비하여 단일법을 제정하여 내용상의 중복과 주무부서간 영역 다툼이나 정책적 자원의 사각지대를 없애야 하며 콘텐츠 진흥을 위한 기금(방송발전기금, 정보통신진흥기금 등)을 정비하고 콘텐츠 전담 기구에서 기금의 관리 및 운영, 기금의 확보 등을 총괄케 함으로써 콘텐츠 진흥과 육성을 효율적이고 일관성 있게 추진할 수 있도록 체제를 정비하여야 할 것이다.

셋째,

양질의 콘텐츠가 제작되고 공급될 수 있도록 중요한 콘텐츠 유통 플랫폼인 미디어들이 수익기반을 확보할 수 있도록 공정한 경쟁을 통한 미디어 균형발전과 상생 정책을 전개해야 한다. 미디어 사용자 복지우선 정책, 광고 수익의 공정한 경쟁 체계도입, 미디어의 새로운 수익모델 활성화 정책지원을 통해 지상파방송과 지역 방송, 특화방송의 균형적인 발전을 도모하고 케이블 방송과 IPTV의 상생 정책을 전개하며 DMB와 Wibro 텔레매틱스 등 디지털뉴미디어의 성공적인 안착을 위한 수익모델에 관한 정책적 지원이 제공되어야 할 것이다.

넷째,

국내외 콘텐츠 유통의 구조개선과 해외 유통 활성화를 위한 노력이 경주되어야 한다. 대형 미디어 플랫폼 중심의 국내 콘텐츠 유통 구조를 합리적이고 공정하게 개선하고 국내외 콘

텐츠들이 소개되고 유통될 수 있는 아시아 미디어콘텐츠마켓 플레이스를 정례화하고 국제적인 규모의 콘텐츠산업 전시와 박람회를 주최하고 유치함으로써 아시아 콘텐츠유통의 허브로 한국을 육성하여야 한다.

다섯째,

국내 콘텐츠업계의 국제 협력강화를 통해 글로벌 경쟁력을 제고해야 할 것이다. 국내 콘텐츠업계의 해외 진출을 적극 지원하며 해외 유수의 콘텐츠업계와의 공동 기획제작을 적극 유도하고 해외 우수 콘텐츠업계의 국내진출과 유치를 위한 지원 정책을 통해 국내 콘텐츠업계의 국제경쟁력을 강화하여야 한다.

여섯째,

국내 콘텐츠산업의 문화적 정체성을 유지하고 다양성을 육성하는 정책이 전개되어야 한다. 지속적으로 수요가 늘고 있는 엔터테인먼트 콘텐츠 육성을 계속할 뿐만 아니라 지식콘텐츠, 예술문화 콘텐츠, 공익 콘텐츠, 지역 콘텐츠 등 다양하고 유익한 콘텐츠가 제작되고 유통될 수 있도록 지원정책이 필요하고 국가적인 문화 정체성과 다양성 확보를 위해 미디어에 국내 콘텐츠와 장르별 쿠퍼제도를 도입할 필요가 있다.

일곱 번째,

특히 한국이 기술적인 측면에서 국제경쟁력을 갖추고 있는 디지털미디어 콘텐츠의 기획제작 역량을 강화하여야 할 것



이다. 우리는 유비쿼터스시대의 주력미디어로 등장하는 HDTV·데이터방송·디지털케이블·DMB·IPTV·Wibro·모바일·텔레매틱스 등 디지털미디어부분에 국제 경쟁력을 갖추고 있다. 이제 이러한 디지털미디어에서 양질의 콘텐츠를 기획 제작할 수 있는 인프라를 구축하여 우리의 강점을 활용한 글로벌 경쟁력 강화를 위한 노력에 집중할 필요가 있다. 이를 위해 디지털미디어 콘텐츠를 기획 제작 할 수 있는 전문인력 양성에 대한 지원을 강화하고 디지털미디어 콘텐츠 테스트베드를 구축하여 활용도를 높이며 양질의 디지털미디어 콘텐츠 제작을 위한 지원이 강화되어야 할 것이다.

여덟번째,

디지털미디어를 통해 양질의 콘텐츠가 보급되고 활용되며 건전한 콘텐츠 소비문화가 확산 될 수 있도록 지원 육성해야 한다. 이를 위해 국민을 대상으로 디지털뉴미디어의 활용법을 보급하고 디지털뉴미디어 콘텐츠를 일반국민들이 직접 체험할 수 있는 시범센터를 지역별로 공공기관에 설치 운영하며 양질의 미디어콘텐츠를 일반인과 학생들도 제작 참여하고 우수콘텐츠를 추천하는 공모전을 확대할 필요가 있다. 또한 콘텐츠의 지적재산권에 대한 교육 홍보를 통해 정당한 대가를 지불하고 콘텐츠를 이용하는 콘텐츠 소비문화를 확산시켜야 할 것이다.

4. 콘텐츠강국이 세계를 지배한다

방송통신 융합의 가속화로 콘텐츠를 지배하는 나라가 세계를 지배하는 시대가 도래하고 있다. 이에 정부는 국민의 문화역량 강화와 차세대 먹거리 산업으로서 콘텐츠 산업 육성을 위한 체제정비와 일관되고 체계적인 육성책을 구축하며 산발적으로 분산된 콘텐츠 진흥 업무를 통합하고 역량과 재원을 집중하여 정책을 수립하고 집행함으로써 효율성을 극대화시키고 장기적인 관점의 콘텐츠산업의 글로벌 경쟁력 강화와 건전한 콘텐츠 소비문화 확산을 통한 콘텐츠 강국으로의 도약을 도모해야 할 것이다. **K**