

컨버전스 환경에서의 디지털콘텐츠산업 정책 프레임워크

노 시 춘[†] · 방 기 천^{††}

A Framework of Policy for Digital Contents Industry
under the Convergence Environment

Si-Choon No[†] · Kee-Chun Bang^{††}

ABSTRACT

The digital economic environment of next generation, which digital high-technology industry appears to be the economic center of the high degree of industry structure, is expected to be developed as the existing traditional industry is merged with high tech digital one. The developing system of contents policy for digital industry means the policy and vision, and strategic structure which get the mechanism of contents industry structure to work. The promotion organization of digital contents policy is requested to secure the framework of digital contents industry based on cluster, the infra framework of digital infra culture, the infra framework of industry-academic cooperation, and the overall digital contents based on motive policy for the vitality of the youth. The application of digital contents policy may lead to establish the framework of the growth for the every unit of industry with the cluster oriented system.

Key words : Digital Contents, Framework of Policy, Digital Contents Policy

1. 서론 : 새로운 산업 패러다임 양상

21세기가 진전될수록 지식과 정보가 경제성장 모티브 역할을 담당하는 지식기반 경제체제의 도입이 가속화 되고 있다. 이 지식기반 경제체제는 두가지의 양상의 컨버전스(Convergence:융합)사상을 기반으로 한다. 그 두가

지는 신기술과 기존산업간의 컨버전스와 또다른 하나는 기술산업 영역간 컨버전스이다. IT, BT, NT 분야 기술혁명 가속화와 함께 이들 기술이 기존산업과 컨버전스가 진행되면서 기존산업의 원가절감이 실현되는 등 기존산업의 경쟁력이 살아나고 있다[12]. 또한 산업간의 컨버전스(IT + 전자 = 디지털전자, IT + 유통 = 전자상거래)가 가속화되고 컨버전스 상품이 속속 등장하면서 기존 산업의 발전에 새로운 가능성을 보여주고 있기도 한다[4, 6, 17]. 최근 KISDI 이슈리포트(2004)에 따르면, 국내 전체 산업 중 IT 활용 산업의 노동생산성 증가율(1994년~

[†] 남서울대학교 컴퓨터학과 교수(교신저자)

^{††} 남서울대학교 멀티미디어학과 교수

논문접수 : 2008년 1월 5일, 심사완료 : 2008년 2월 20일

2001년)은 8.0%인데 비해 IT 이용이 저조한 산업의 노동생산성 증가율은 0.9%로 IT 활용도는 높은 생산성 향상 효과를 실현하는 것으로 나타났다[7, 8].

결론적으로 오늘날 기업의 강력한 경쟁력 강화 수단은 지식정보화이다. 즉 디지털화는 기존 제조업, 영세 서비스업, 농업 등 1차산업의 경쟁력 강화 및 고부가가치화를 통한 경제적 기여도를 크게 제고할 것이다. 차세대 경제 환경은 디지털 기반의 첨단 산업이 경제의 중심이 되는 산업구조 고도화 현상이 전개될 것이며, 기존의 전통산업도 첨단 디지털 산업과 융합되면서 발전될 전망이다. 융합현상은 디지털 산업 내 융합에서 산업 간 융합으로 발전할 것이며, 궁극적으로 인간과 디지털이 융합하는 방향으로 까지 진화될 전망이다. 더 나아가 차세대 디지털 산업의 융합은 네트워크 간 융합으로 발전하면서 미래 경제사회는 유비쿼터스(Ubiquitous) 네트워크 확산으로 사람과 사람의 통신에서 사람과 사물, 사물과 사물 간 통신하는 단계로 발전되면서 유비쿼터스 기반의 산업구조로 진화될 전망이다[1, 5, 12].

2. 디지털 경제혁명의 3대구도

2.1 디지털화 경제 구도

디지털 경제는 인터넷 산업의 출현과 발전으로부터, 비 인터넷산업의 e-business화에 의한 경영·조직구조상의 변화, 경제사회구조 전반의 변화로 확산됨을 말한다. 디지털경제는 재화와 서비스의 개발, 생산, 판매 및 제공에 있어 디지털기술에 결정적으로 의존하는 경제 즉, 제조업을 중심으로 한 전통경제와는 근본적으로 다른 경제를 말한다. 디지털 경제시대를 이끌어 가는 화두는 '신축성'과 '창의성'으로 경영·조직의 디지털화와 네트워크화로 인한 변화를 대변한다. 다시 말하면 디지털기반으로 한 경영과 조직구성원의 창의력과 경제사회 구조 전반으로의 창의성이 가장 중요한 자산이 된다는 것을 의미한다. 한편, 디지털 경제의 특징을 살펴보면 가상화, 네트워크화, 융합화, 탈 대중화, 분자화, 디지털화, 혁신화의 바탕위에서 설명할 수 있다. 디지털 경제의 특징은 첫째, 경제성장과 고용창출의 원동력 역할을 담당할 것이라는 것이다[13]. 더 이상 전통산업과 전통경제 하에서의 경제성장과 고용창출은 한계가 있다는 것이다. 둘째, 전체산업에서 디지털 산업이 차지하는 비중이 높은 경제를 말한다. 즉 디지털 산업이 중심이 되어 경제성장을 이끌게 된다는 것이다. 셋째, 디지털산업의 발전은 여타의 산업으

로의 파급효과가 커 전체산업의 성장에도 크게 기여할 것이라는 것이다[14]. 넷째, 전통산업의 디지털화로 생산성이 급격히 증가되고 원가가 절감되어 종국적으로 물가하락에 기여하게 될 것이다.

2.2 디지털 콘텐츠산업화 구도

디지털 기술이 발전함에 따라 많은 정보 및 문화적 산물, 즉 콘텐츠들이 디지털화 되고 있다. 디지털화가 가속화되면서 디지털 콘텐츠 산업은 새로운 산업영역을 파생시키고 있으며, 기존의 산업적 모델에 기반하여 성장했던 문화산업과는 다른 새로운 산업생태계(Digital Ecosystem) 모델을 형성하고 있다[11]. 디지털화의 영향으로 문화적 형태에 귀속되었던 소비의 방식이 모든 콘텐츠에서 동질적 형태를 띠게 되고, 소비의 패턴도 정보기기를 통해 특정 장소나 시간에 관계없이 소비될 수 있는 동일한 소비 방식으로 환원되게 된다는 것이다. 이에 따라 새로운 경쟁 구조를 등장시켜 과거 콘텐츠 중심의 경쟁에서 정보단말기 사이의 경쟁을 촉발시키고, 정보단말기의 복잡성 강화, 다양한 기능 및 콘텐츠 소비가 가능한 방식으로 경쟁이 심화된다는 것이다[15]. 더불어 정보단말기의 기술적 우수성보다는 어떤 콘텐츠를 소비자에게 제공해 줄 수 있는가에 의해 정보단말기 시장이 결정되게 되어 결국 콘텐츠의 생산, 유통, 소비 등 산업의 생태계 모든 측면을 포함한 산업화 과정이 중요해지고 있다. 네트워크 기술의 초고속 광대역화는 100Mbps급의 광LAN과 광대역통합망(BcN)의 등장, 그리고 전화+인터넷+케이블방송이 어우러진 TPS, IPTV 등에 의한 것으로 인터넷통신의 발전으로 빠른 속도에서 대역폭 확장으로 인해 다양한 홈엔터테인먼트 시대를 열고 있다. 또한 PMP, PDA, PSP, MP3P, 휴대폰, 디카, 캠카 등 모바일기기 확산과 네트워크 및 컴퓨팅 기술의 진화로 언제 어디서나 접속이 가능하도록 만들어주는 유비쿼터스 환경으로 다가서고 있다[16].

2.3 컨버전스 사상 구도

이러한 모든 변화는 소위 컨버전스, 즉 융합사상을 근간으로 한다. 통신과 방송의 융합에 내포된 의미들은 관련 콘텐츠의 융합, All in One 단말기의 복합, 유무선 네트워크의 통합 등이 있다.

또한 CT(Culture Technology), IT, BT(Bio Technology) 등의 기술 융합으로 인해 TV손목시계, MP3P센글라스, 스트레스폰, 웰빙 콘텐츠의 등장에서도 알 수 있다. 그리

고 이러한 변화의 중심에는 항상 디지털콘텐츠가 존재한다[14, 15]. 통신방송 융합시대를 맞이해 뉴미디어가 등장하고 있지만 이에 적합한 콘텐츠가 없다면 더 이상의 발전을 기대하기 힘들다. 과거와 달리 수신자의 통폐수준이 높고, 능동적으로 변모하는 수용자의 속성이 강화되고 있기 때문이다. 디지털콘텐츠 산업의 또 다른 변화는 소비자 중심으로의 관점 변화이다. 디지털화가 콘텐츠의 다양한 영역을 동일한 정보 형태로 변화시킨 것과 더불어 일 방향으로 제공되던 방식에서 소비자의 요구, 소비를 통해 생산된 의미도 새로운 콘텐츠로 전환이 가능하다는 것이다. 기존의 콘텐츠 산업이 생산적 패러다임 중심, 즉 데이터베이스의 역할에 머무르고 있었다면, 이제는 진정한 소비자 중심, 즉 소비자가 원하는 대로 데이터베이스를 구성할 수 있도록 해주는 새로운 패러다임으로의 변화가 필요한 것이다[19].

3. 디지털콘텐츠 시대에 개선되어야 할 현안사항들

3.1 디지털콘텐츠 산업 클러스터 미비 및 문화 양극화

디지털콘텐츠 산업 클러스터 추진체계 정립을 위한 본격적인 논의의 필요성은 매우 절실하다. 디지털콘텐츠 산업 클러스터 추진체계는 디지털 신경계 융합환경, 지식기반 경제에서 창조산업, 문화엔터테인먼트 산업, 미디어 산업, 지식 산업, 제조 산업 등 연관 산업의 시너지 창출을 의미한다. 현재 지역별로 테마파크, 영상문화단지, 문화산업 클러스터 등 디지털콘텐츠 산업 관련 클러스터 정책이 산발적으로 시도되고 있지만 부처 간 중복 투자의 문제, 지역별 특성화의 실패 등의 문제를 안고 있다[18]. 건축과 장비 투자 등 하드웨어적인 측면만 강조한 클러스터 정책으로 인해 전문인력 수급, 지속적인 운영정책, 소프트웨어적인 면에서는 준비가 미비하고 생산성이 떨어지고 있으며 클러스터간 연계부족으로 인해 시너지 효과를 거두지 못하고 있다. 지역별, 세대별로 문화 양극화 현상이 뚜렷해지고 있으며, 디지털콘텐츠의 접근성이라는 장점을 활용하지 못하고 있다. 한편 계층간에도 소득격차로 인해 네트워크 접근성의 차이가 발생하고 있으며 이는 다시 문화적 격차로 귀결되고 있다. 또한 경쟁력 고도화를 지속적으로 창출하는 일이 콘텐츠 정책의 핵심과제가 되며 이를 통한 경제 활성화, 기업의 활성화를 통한 성장 발전과 고용 활성화로 양질의 일자리 창출이라는 정책 효과의 기대 이익의 실효성이 매우 크기 때문이

다. 이는 한국경제가 안정된 선진 지식 창조기반 경제구조로 신속히 진입하도록 하는 유력한 대안이기도 하다. 지식 창조 기반 경제에 이미 진입하여 있는 우리 사회가 직면하고 있는 위험 상황과 제반 문제를 해결하고 선진 문화 강국의 비전과 목표 달성을 지향하는 입장에서 클러스터에 기반한 콘텐츠 정책 추진체계의 확립은 아무리 강조해도 지나치지 않다[2].

3.2 고용 없는 IT 분야의 성장

IT분야의 경기회복과 성장기류에도 불구하고 실업률은 떨어질 기미를 보이지 않고 있다. 디지털콘텐츠 분야에서 고용 없는 성장으로 인해 일자리 창출의 선순환 구조가 확립되지 못하고 있다. 지금 우리에게 IT와 CT를 융합하는 새로운 정책으로 일자리를 확보할 필요성이 제기되고 있다. 취업 전선에서의 혹독한 경험을 겪은 대학생들은 진정한 자기 자신을 위해, 본인의 일생을 좌우할 좌표를 결정하기 위해 역량을 축적해 나가야 하고 학문적, 사회적 비전과 목표를 위해 도전정신, 벤처정신으로 무장하여야 할 정작 중요한 시기에 방종으로, 공무원 시험 준비로, 해외 유학으로 현실 도피를 하게 된다. 개인적으로도, 국가 사회적으로 가장 창조적 역량이 집중되어야 할 시기에 역량이 분산되고 방치되고 있고, 정작 대학생들을 기다리고 있는 것은 현실사회로부터 어떠한 미래도 비전도 부여 받지 못하는 청년실업이라는 명에이다[2]. 해외로 빠져 나간 우리의 핵심 인재들은 선진 사회의 창조환경에 머물며 돌아오지 않고 있다. 또 하나 심각한 것은 FTA 글로벌 경쟁 환경으로 더욱 내몰리고 있는 기업이다. 기업과 기업에 속한 직장인들이 정작 본인을 위해 진정한 경쟁력을 확립해 나가고 평생교육으로 지식과 경험을 축적해야 하지만 치열한 기업 경쟁 환경에서 생존을 위한 몸부림에만 에너지를 모두 소비하고 있는 것이다. 이는 기업역량을 함양하도록 돕지 못하는 환경, 비창조적 산학파이프라인 체계와 정책환경 체계 때문이라 할 수 있다. 가장 창조성이 발휘되어야 할 콘텐츠정책 지원 역시 그 범주에 머물러 있다. 이러한 현재 우리 사회의 본질적 구조의 한계로는 진정한 창의적 인재양성 체계도, 창의한국도, 선진강국도 구호에 그칠 가능성이 높다.

3.3 콘텐츠 산업 성장동력의 취약성

우리나라는 세계 최대 애니메이션 생산국이면서도 대표할만한 장르와 브랜드의 창작품이 드물다. 유일하게 할리우드에 대항하는 영화를 만들 수 있는 것으로 알려져

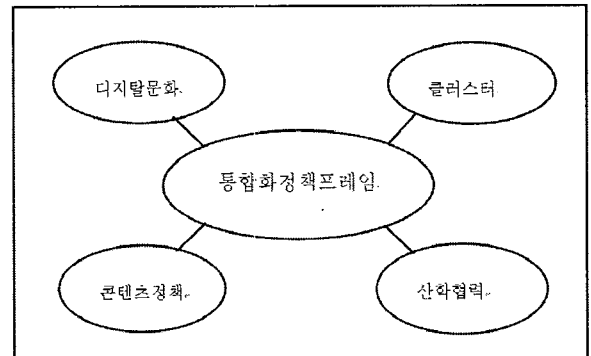
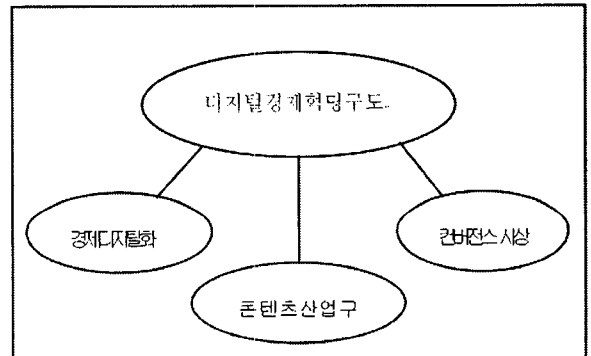
왔지만 내부적으로 영화산업 구조는 매우 취약하다. 그나마 IT인프라를 바탕으로 온라인 게임이 명목을 이어나가지만 젊은 세대들이 전공분야로서 게임 개발자가 되기 위해 모든 노력을 집중하는 사례는 몇이나 될까 하는 우려가 앞선다. 이 같은 사항은 콘텐츠산업 성장 동력의 취약성으로 표현될 수 있다. 다소 무리가 있지만 오늘날 우리 사회의 가장 심각한 문제를 꼽는다면 청년들의 모험가 정신 상실일 것이다. 전국 취업 희망자의 절반 이상이 안정을 찾아 공무원시험에 매달리고 있는 현실은 전체 사회구조가 창조적 도전정신이 상실되어 가고 있으며 심각한 무력중에 빠지고 있다는 반증이다. 우리 모두가 긍정적인 경쟁시장 환경에서 치열하게 노력하는 길, 스스로 개척하는 길이 최선의 성공의 길임을 모두가 인식하고 공감하는 분위기가 조성이 필요하다[14]. 진정한 국가 경쟁력 획득은 의욕 넘치는 인재들에 의한 치열한 경쟁 환경구도에서 비롯된다. 젊은 세대들이 넓은 무대에서 흥행 리스크에 도전하고 성공과 시행착오의 경험과 역량을 축적해 나가는 길이 자기 자신을 위한 일이며, 전체 산업과 경제를 위한 길이 되기도 하다. 그리고 이에 대한 사회적 공감대와 합의를 이끌어 내는 일이 중요하다. 이 시대에는 디지털 콘텐츠가 엔터테인먼트 콘텐츠 소재만이 아닌 창조지식 기반 경제의 핵심 플랫폼으로서의 기능과 역할을 다함으로써 사명을 발휘할 수 있다.

4. 디지털콘텐츠 정책 프레임워크 구축 방향

4.1 통합화된 콘텐츠 정책

모든 개선대책의 중심과 기반은 콘텐츠 정책 추진 체계에 있다. 이 체계는 콘텐츠 산업구조의 메커니즘을 심층적으로 이해하고 통찰하며, 원활하게 작동되도록 하는 정책 철학과 비전, 전략 체계를 의미한다. 콘텐츠 정책 추진체계는 디지털 신경제 시대의 창조적 개인, 기업, 산업을 지식 창조경제, 창조국가로 나아가도록 하는 방법론이자 체계이다. 콘텐츠 정책 추진 체계는 디지털 신경제 지식창조정책 추진체계의 원칙이자 핵심이다. 방송 통신 융합 기구 개편 및 IPTV 서비스 법제화 연착륙 외에도 지식 창조 기반 경제에 이미 진입하여 있는 우리 사회가 직면하고 있는 위험 상황과 제반 문제를 해결하고 선진 문화 강국의 비전과 목표 달성을 지향하는 입장에서 클러스터에 기반한 콘텐츠 정책 추진체계의 확립은 아무리 강조해도 지나치지 않는다. 콘텐츠 정책 추진체계는 어떻게 확립될 수 있는가. 먼저 엘리트 관료 조직의 콘텐츠 정

책 체계에 대한 보다 심도 있는 이해와 새로운 시각을 여는 체험 과정이 요구된다[19]. 그리고 글로벌화, 디지털문화화, 융합화의 콘텐츠 정책 트렌드 속성을 인식해야 한다. 디지털문화 정책환경, 개인 미디어, 개인화 융합 환경에 따른 조직 구조와 정책 환경의 변화에 대응하여 창조적 혁신을 단행해야 한다. 국회의 입법 및 정책 체계 역시 지식 문화 정보의 융합 창조 네트워크의 정책 R&D 기반 확충과 민간 전문가, 개인, 기업, 연구소, 단체 등과의 창조적인 정책 파이프라인 기반을 축적해야 한다. 콘텐츠 정책 추진체계 수립과 실행의 핵심 역량으로서의 국가의 역할 모델을 정의하고 글로벌 정책 경쟁 환경을 인식하며 경쟁력 있는 지식 창조 사회 기반을 조성해야한다[13]. 이를 위해서 종합적 의사결정 역량, 창조적 리더십 역량, 일관성 있고 통합된 전략체계 수립역량의 기본 속성이 요구된다.



〈그림 1〉 디지털콘텐츠 정책 프레임워크

4.2 클러스터에 기반한 디지털콘텐츠 산업 프레임 워크

디지털콘텐츠 산업 클러스터란 디지털콘텐츠 관련 요소 간 순환체계를 의미한다. 관련요소는 디지털 생태계,

콘텐츠 생태계의 선순환 체계를 통한 미디어 융합, 콘텐츠 융합, 네트워크 융합의 경쟁 환경이다. 이 순환체계 구현은 관련 요소를 심층적으로 분석, 정의, 진단하는 데에서 출발한다. 디지털콘텐츠 산업 클러스터가 발달하기 위해서는 일반적으로 높은 수준의 과학기반, 활발한 기업기반, 자금조달능력, 기업 지원 서비스, 숙련 노동력, 효율적 네트워크, 정책지원이 필요하다. 지역별 육성전략도 필요하지만 중앙정부 차원에서 지역 클러스터를 연계하는 마스터 플랜을 확보하고 총괄적인 정책을 펼침으로써 시너지 효과를 극대화해야 한다. 콘텐츠 창출 전략기반은 콘텐츠의 파이프라인 분야별 전문화와 역할 모델 창출 및 협업 역량을 또한 요구한다[8]. 콘텐츠의 유통, 배급, 서비스 파이프라인, 기획 파이프라인, 투자 파이프라인, 제작 파이프라인의 구조와 현장에서의 본질적 경험과 이해를 요구한다. 양질의 콘텐츠 창출 전략은 무엇인가? 이는 콘텐츠의 핵심 가치 요소를 인식하고 지역의 문화정체성, 상징적 의미를 통찰하는 과정을 기본으로 한다. 문화코드와 법칙을 이해하고 글로벌 문화전략 기획 역량 축적을 필요로 한다. 콘텐츠 창출 전략의 핵심이라 할 정보가치와 엔터테인먼트 가치의 조화는 인류 보편적 감동과 재미가치, 지식 가치를 제공하는 데서부터 출발한다. 콘텐츠 창작전략 역량은 거시적, 미시적 시각, 역량과 경험을 요구하며, 글로벌 파이프라인 및 커뮤니케이션 역량을 요구한다[3]. 콘텐츠의 핵심가치 요소는 이미지, 브랜드, 캐릭터, 스토리, 디자인, 사운드 등이며 양질의 콘텐츠 창출이다. 그리고 그중 콘텐츠 마케팅 전략은 이제는 콘텐츠 파이프라인 전반에 걸쳐 인식을 공유해야 하는 핵심 역량으로 강조되고 있다. 고객과 사용자의 문화소비의 확대, 문화소비력의 증진을 위한 노력과 함께, 시장과 고객이 요구하는 의미 있는 양질의 킬러콘텐츠를 창출하는 역량은 콘텐츠 마케팅 프로세스와 전략 역량 기반에서 가능하다.

4.3 디지털 문화 인프라 프레임워크

우리도 디지털 신경제 시대의 코드에 부합하는 문화 엔조이를 생활화하여야 한다. 지금까지 우리는 고유한 전통문화를 가지고 있으면서도 이의 가치를 창출함에 있어서 자부심을 가지지 못했으며, 문화를 누리고 향유하는 문화엔조이를 자연스럽게 받아들이지 못했다. 디지털 신경제 시대의 문화는 디지털인프라를 기반으로 조성되는 문화 패턴이다. 이 문화는 우리의 전통적인 고유의 문화를 기반으로 정보화 시대의 제반환경에서 창출되는 새로운 문화 패러다임이다[11]. 이 새로운 조류의 문화를 향유

하는 것은 국민들이 디지털 문화의 생산자이자 소비자가 되고 이러한 환경이 교육에서부터 자연스럽게 구축되는 것이다. 이러한 환경구축이 미진하면 디지털 세대와 아날로그 세대와의 문화적 양극화 현상이 나타나고 문화적 접근성, 정보 획득의 차이, 향유 문화의 계층별 분리, 문화 향유 환경의 지역별 편차 등이 나타난다. 문화 양극화를 극복하기 위해서는 공공 디지털기기 교육의 확대로 중산층과 서민의 문화예술에 접근성을 보장하고 UCC, 미디어아트 등 예술의 디지털화, 대중화를 적극 지원하여 서민계층의 디지털 문화 향유권을 증진시켜야 한다. 또한 지역별 클러스터를 거점으로 특색화된 문화콘텐츠 산업을 육성하고 보급해야한다[13]. 이러한 지역별 문화산업 활동은 사회적, 문화적, 예술적 창조 지식 자본(인문 콘텐츠, 스토리텔링 등)을 축적하게 하고 영국과 같이 폭넓은 문화산업의 기반을 튼튼하게 하여 새로운 디지털 환경에서 차세대 먹거리를 제공하며 부의 선순환을 이끌게 한다. 이러한 환경은 문화창조자, 크리에이터, 아티스트의 저변 확대와 질적 고도화를 실현하고 콘텐츠 산업 구조 전반에서 양질의 일자리 창출되는 순기능 역할을 하게 된다. UCC 등 사용자 제작 환경의 콘텐츠의 저작권 문제를 Creative Commons License를 통해 통합 관리하고 그 수익이 생산자에게 돌아가도록 보장하고 문화 소비와 향유의 사회 분위기를 형성해 가면서 부의 창출 환경, 부의 선순환 발전을 디지털콘텐츠 산업 환경에서도 도모해야 한다.

4.4 산학협력 인프라 프레임워크

현재 콘텐츠 관련 클러스터는 IT인력 및 문화관련 인력을 융합, 정보통신 분야와 문화예술 분야의 학제간 연구를 통해 새로운 일자리를 창출하는 선순환 구조를 정착해야 한다. 콘텐츠 인력 교육에 있어서는 제작기술 보다는 창안자로서의 창의성 교육에 집중하며, 콘텐츠 인력의 해외 진출을 추진하여 청년 일자리를 제공한다. 지금 당장이라도 새로운 비즈니스 모델 창출 분위기 조성, 창조산업으로서 콘텐츠 산업에 대한 본질 이해 확대, 지식기반 서비스 모델 창출 사례 연구가 활성화되어야 한다. 모험 기업의 창업, 시장 지향적인 프로세스로 우리 사회의 정책과 교육, 미디어 환경의 전반적인 분위기를 창조적으로 혁신, 변모시켜 가야 한다. 청년들의 창조적 도전정신을 회복시켜내는 데에도 역시 디지털콘텐츠가 일정부분 역할을 해낼 수 있다. 지식기반 경제로의 연착륙과 나아가 양질의 일자리 창출에 매우 중요한 기능과 역할을 해낼 수 있다. 디지털콘텐츠는 지식 창조 시대의

양질의 일자리를 창출해 내는 엔진이자 파이프라인이 될 수 있다[12]. 이제 지방자치단체에서도 민관 거버넌스 창출이 추진되어야 하며 지역 단위의 콘텐츠 창조와 진흥위원회의 설치 역시 활성화 되어야 한다. 이를 통해 산학연 기반의 다양한 콘텐츠 전문가 커뮤니티의 구축이 이루어져야 한다. 이를 기반으로 지역 특화된 양질의 콘텐츠 창출 전략의 도출과 지역경제와 문화의 진정한 성장과 발전, 문화 소비와 향유의 기회를 확대하고 창조 지식과 정보, 방법론을 심층 기반에서 축적해야 한다. 산학연 네트워크 기반의 시장 지향적 콘텐츠 프로젝트의 창출과 지역의 특화 브랜드와 지역 시민들의 삶에 활력을 부여하는 문화콘텐츠 창출기회를 확대해 나가야 한다[14].

4.5 청소년 활력의 모티브 정책

우리 사회는 지난 IMF 국가 경제위기, 인터넷벤처 버블위기를 넘어 현재에 이르고 있다. 그 과정에서 경제 양극화, 중산층 붕괴, 청년실업, 민생경제 악화, 지역경제 침체 등의 파장에 직면해 왔다. 그중 부의 불균형과 청년실업 등은 심각한 사회 현상으로 창조지식 기반 경제의 핵심 플랫폼이자 커뮤니케이션 네트워크의 허브가 위협받는 것이다. 이 상황에서 디지털콘텐츠는 글로벌 시장에서의 한국 경제 성장의 동력 역할을 수행함으로써 이러한 우리 사회의 직면한 난제들을 단계적으로 해소해 나가는 데 기여할 수 있다. 이 난제들을 풀어내는 해법은 콘텐츠 창조 지식기반에서의 일자리 창출에 있다. 즉 창조지식 기반경제를 담당할 양질의 일자리의 지속적인 창출을 통해 제반 문제가 단계적으로 해소되어 갈 것으로 보이며 따라서 우리 모두가 함께 공유하고 풀어가야 할 최고의 핵심 가치는 일자리 창출의 여건과 환경 조성에 있다. 창조지식 기반경제하에서 양질의 일자리 창출을 위해서는 디지털 신경제 환경의 창조지식 분야의 직업정보 접근성 확대, 창조지식 서비스 분야의 전문직종과 자격, 직무의 개발 역량의 고도화, 직업선택 기회와 정보 네트워크의 확대를 의미한다[9]. 디지털 신경제 사회의 본질과 창조지식 기반에 대한 우리사회의 올바른 인식과 창조적 리더십에 입각한 대응전략은 향후 보다 다양한 분야에서 양질의 일자리를 창출해 내므로써 분명 우리 사회가 현재 직면하고 있는 난제를 풀어 나갈 수 있을 것이다. 청년들의 창조적 도전정신을 회복시키는 데에도 역시 디지털 콘텐츠가 일정 부분 역할을 해낼 수 있다[15, 16]. 지식 기반 경제로의 연착륙과 나아가 양질의 일자리 창출에 매우 중요한 기능과 역할을 해낼 수 있다.

5. 결론

핵심분야 인프라 구축전략은 디지털 콘텐츠 체계 전반의 구심체를 확보할 수 있게 된다. 이는 단기성이 아닌 중장기적인 디지털콘텐츠 산업의 공동전략 수행여건을 확보할 수 있음을 의미한다. 무엇보다도 콘텐츠 산업 기반의 대내외적인 성장동력을 확보하는 것이다. 그동안 침체되고 있는 국내적인 산업의 상황을 내부 클러스터를 중심으로 각 산업 단위 요소별 성장의 프레임워크를 구축하게 된다. 대외적으로도 콘텐츠산업 수출 인프라 구축을 실현 하므로써 해외 현장의 베타테스트 구현과 포팅 센터 상시화, 수출정보 및 비즈니스 컨설팅 서비스 고도화, 저작권 보호 및 라이선스 활성화, 안전한 유통기반 체계 마련이 실현된다. 이를 통해 한국 문화콘텐츠에 대한 세계적 관심을 이끌어내고 한국의 이미지 상승에도 큰 도움을 줘 휴대폰, TV, 자동차, 패션 등 단기적인 한국 상품의 구매효과는 물론 한국 방문을 통한 관광수익 증대라는 파급효과도 거둘 수 있을 것으로 기대된다. 융합시대의 U-미디어 콘텐츠 시장은 정부, 기업, 소비자의 선순환 구조가 형성된다[3, 10]. 정부의 콘텐츠 개발을 위한 정책적 지원, 콘텐츠를 제작하고 개발하는 기업, 이를 소비하고자 하는 욕구를 지닌 소비자가 유기적으로 연동된다. 특정 분야만의 활성화가 아닌 전체적인 순환구조 시스템 기능을 도입하는 것이며 내부네트워크를 통해 이 같은 유통체계가 활성화됨으로써 활력을 위한 시너지 효과를 얻게 된다.

참고 문헌

- [1] 한국문화콘텐츠진흥원(2006), “문화콘텐츠산업 인력구조 및 직무분석-만화, 음악, 캐릭터 산업을 중심으로”, 문콘진 06-37, 2006. 12.
- [2] 한국문화콘텐츠진흥원(2006), “문화콘텐츠 인력양성 해외 선진사례 조사연구”, 문콘진 06-48, 2006. 9.
- [3] 한국소프트웨어진흥원(2007), “디지털콘텐츠산업백서 2006~2007”.
- [4] 한국소프트웨어진흥원(2006), 2006년도 국내 디지털 콘텐츠산업 시장조사 보고서, 2007. 3.
- [5] 한국전산원(2005), “개념과 사례로 본 유비쿼터스 사회전략”, 유비쿼터스 사회연구 시리즈 제10호.
- [6] 한국정보사회진흥원(2007), “2007년도 유비쿼터스 키워드로 본 쟁점과 과제”, 유비쿼터스 사회연구 시리즈 제26호.

- [7] 한국정보사회진흥원(2007), “지속가능 발전사회를 위한 유비쿼터스 IT의 역할 재조명”, 유비쿼터스 사회연구 시리즈 제30호.
- [8] 한국정보산업연합회(2005), “국내 유비쿼터스 사업 추진 현황-국내기업의u-비즈니스 전략을 중심으로-”, FKII REPORT 2005-05.
- [9] 행정자치부(2006), 차세대 전자정부 비전과 로드맵 연구.
- [10] 황주서 외(2005), “IT기반 미래국가발전 전략 연구총괄 보고서”, 정보통신정책연구원, 2005. 12.
- [11] KIBA(2004), “국내 디지털 콘텐츠 산업 시장조사 보고서”, 조사연구 2004-09.
- [12] KIPA(2004), “디지털 콘텐츠 산업분류체계에 관한 연구”, KIPA 연구보고서. 2004년 2월.
- [13] 김효정(2006), “융합시대의 디지털 콘텐츠 인프라 구축 방안”, ZDNet Korea, 2006. 9. 8.
- [14] 정중호, 채송화(2006), “디지털융합시대의디지털콘텐츠전략과추진정책”, 한국소프트웨어진흥원.
- [15] 양희동, 김가혜(2007), “통방융합시대디지털콘텐츠 전략 및 기술발전동향”, 주간기술동향.
- [16] 박현주(2006), 디지털콘텐츠와문화수용, 정보통신정책제17권19호.
- [17] 한국소프트웨어진흥원(2007), 2006년도 국내디지털콘텐츠산업시장조사보고서, 2007. 3.
- [18] 강만석 외(2007), 디지털미어시대공공서비스콘텐츠 정책방안, 한국방송영상산업진흥원, 2007. 6.
- [19] Belanger, F., Carter, L.D., Schaupp, L.C.(2005), “U-Government: a framework for the evolution of e-government”, Electronic Government-Interscience, Vol. 2 No. 4, pp. 427-445.



노 시 춘

1987 고려대학교
경영정보학(석사)
2005 경기대학교
정보보호기술(박사)
2002 KT 시스템보안부장

2004 KT 충청전산국장
2005~현재 남서울대학교 컴퓨터학과 교수
관심분야 : 차세대통신, 컴퓨터네트워크, 정보보호
E-Mail : nsc321@nsu.ac.kr



방 기 천

1981 서울대학교 전자공학과
(학사)
1988 성균관대학교
정보처리학(석사)
1996 성균관대학교 전산통계학(박사)

1984~1995 MBC 기술연구소
1995~현재 남서울대학교 멀티미디어학과 교수
관심분야 : 멀티미디어콘텐츠, 멀티미디어 응용,
인터넷 방송 등
E-Mail : bangkc@nsu.ac.kr