

C-P-N-D 생태계와 ICCT (Information, Communication, Contents Technology)

최창현
관동대학교, 행정학과

C-P-N-D Ecological System and ICCT (Information, Communication, Contents Technology)

Choi, ChangHyeon

Dept. of Public Administration, Kwandong University

요 약 본 연구는 현행 ICT 거버넌스의 주요 논리를 분석하여 콘텐츠가 성장할 수 있는 ‘창조산업 생태계 및 친화적 콘텐츠 거버넌스 구축’을 위한 정책대안을 제시하는데 있다. 이를 위해 ICT 생태계가 주장하는 인터넷 중심의 콘텐츠(C)-플랫폼(P)-네트워크(N)-디바이스(D) 부문의 문제점을 진단하고, 이를 포괄하는 보다 거시적 개념으로서 콘텐츠산업 생태계(c-P-N-D에서 C-p-n-d로의 진화)’의 근거 논리를 전개하였다. 연구결과 ICT 생태계 주장의 논리는 IT 차원의 통합에 집중됨으로서 콘텐츠(C) 경쟁력의 원천과 핵심 속성(창작자, 창조성 등) 등이 경시되어, 콘텐츠(C) 부문이 P-N-D 각 부문보다 작은 개념으로 인식될 가능성이 매우 크다. 즉 콘텐츠(C)는 Large C가 아닌 Small c 개념으로 c-P-N-D 가치사슬체계로 간주되어 상대적으로 창의적 콘텐츠가 소홀하게 다루어질 우려가 있다. 따라서 콘텐츠 핵심인 창작이 순수예술과 함께 어우러진 문화적 감수성에서 발현될 수 있도록 ‘ICT생태계(c-P-N-D)에서 콘텐츠산업 생태계(C-p-n-d)로의 진화’가 모색되어야 할 것이다.

주제어 : C-P-N-D 생태계, 콘텐츠산업, ICT, ICCT, 거버넌스

Abstract This study aims to analyze the key logic of the current C-P-N-D ICT ecological system, to find out the shortcomings of the current system, and then to offer policy suggestions for the establishment of a new creative contents industry ecological system; that is, ICCT (Information, Communication, Contents and Technology) System.

Key Words : C-P-N-D Ecological System, Contents Industry, ICT, ICCT, Governance

1. 서론

스마트폰, 태블릿PC, 스마트TV 등으로 IT 패러다임이 확산되고, 이들이 서로 융합되는 환경하에서 콘텐츠

의 전략적 가치가 더욱 증가하고 있다. 비즈니스 모델의 핵심인 콘텐츠산업 육성을 위해 어떠한 진흥체계와 거버넌스 구조를 가져가느냐에 따라 무한경쟁, 글로벌 시대에 국가경쟁력이 좌우될 수 있다.

Received 5 November 2013, Revised 18 December 2013
Accepted 20 March 2014
Corresponding Author: Choi, ChangHyeon(Kwandong University)
Email: choich@kd.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

애플, 구글 등 글로벌 기업들과 선진국들은 콘텐츠와 서비스, 기기를 연계 또는 제휴하는 전략으로 글로벌 경쟁력을 확보하고 있으나, 우리나라 콘텐츠산업 환경은 플랫폼 사업자 등 유통의 힘의 우위가 지속 되면서 불공정 거래 관행 고착 등 대기업과 중소기업간의 상생 협력 체계가 부족한 상황이다.

따라서 콘텐츠의 문화적 측면과 창의성을 훼손하지 않으면서, 새로운 행정환경과 산업변화에 부합하는 콘텐츠 정책 진흥체제에 대한 심도 있는 검토가 필요하다. 여기에서 중요한 것은 기업의 노력과 시장의 자정작용이지만 더 중요한 것은 정부의 역할이며, 특히 문화를 배경으로 하는 콘텐츠산업의 경쟁력 향상에는 콘텐츠 관련 부처의 효율적 업무 통합·조정이 매우 중요하다. 그 이유는 정보통신기술이 미디어와 콘텐츠와 통신 네트워크가 결합된 새로운 융합사회를 만들고 있어서[1], 문화정책과 콘텐츠산업정책은 물론 정보미디어환경 나아가 정보통신산업까지를 종합적으로 보는 시각이 필요하기 때문이다.

그러나 콘텐츠산업을 IT산업을 이을 국가 성장 동력 산업으로 육성할 범정부 차원의 전략적 육성과 추진사업은 미약하고, 대형 국책사업 등의 투자에 비해 콘텐츠산업에 대한 국가적 지원이 부족한 실정이다. 2011년 콘텐츠 분야 지원은 국가전체예산의 0.2%수준에 불과하여 기존 자동차, IT 등 국가전략산업의 재정투입 비율(2~7%)에 크게 미달하고 있는 실정이다. 따라서 기존의 사회 간접자본(SOC) 중심투자에서 콘텐츠산업 부분에 국가재정 및 민간 자본을 집중 투입할 필요성이 있다.

이 연구의 목적은 콘텐츠정책에 대한 전략적인 산업 진흥을 위하여 콘텐츠정책 진흥체제를 진단하고 새로운 콘텐츠정책 진흥체제의 개선과 대안을 제시하는 것이다.

콘텐츠정책 진흥체제의 업무통합·조정은 단기적인, 전략적인 차원에서 이루어지는 것이 아니라 포괄적이고 중장기적인 안목에서 신중하게 이루어져야 하며, 정부 내 다른 부처와 상호 관련됨으로써 관련 부처 간, 관련 조직 주체 간 업무분화(differentiation)와 업무통합(integration)이 중요한 과제이다. 이를 종합화하여 주요 연구목적은 제시하면 콘텐츠의 핵심가치를 분석하고, 현재 논의되고 있는 ICT 거버넌스의 현황과 문제점을 분석한 후 콘텐츠산업 생태계 조성·강화를 위한 대안을 제시하고자 한다. 이를 위해 플랫폼, 네트워크(인터넷) 중심의 콘텐츠(C)-플랫폼(P)-네트워크(N)-디바이스(D)

부문의 수평적 통합이 지닌 문제점을 진단하고, 이를 포괄하는 거시적 개념으로서 콘텐츠 중심의 '콘텐츠산업 생태계(c-P-N-D에서 C-p-n-d로의 진화)'의 근거 논리를 전개하고자 한다.

2. 콘텐츠정책 진흥체제를 둘러싼 환경 변화와 문제점

2.1 콘텐츠정책 진흥체제를 둘러싼 환경변화

기술이 시대를 바꾸고 정보통신시대·디지털 시대가 기술개발을 유발하고 있다. 이 중에서도 문화가 담긴 콘텐츠와 새로운 기술이 시대를 선도하고 있다. 속도와 경쟁의 시대에는 기술개발이 지체되거나 상품 출시가 조금만 늦어도 뒤쳐지는 세상이다. 이런 현상은 오늘날 비일비재하게 나타나고 있다. 실제 IT시장에서 상당기간 독주할 것 같던 마이크로소프트사가 어느새 애플에게 시장 선도의 자리를 내주었다. 애플의 시가 총액이 마이크로소프트사를 추월한 것이다. 애플이 아이폰에 이어 태블릿 PC 아이패드를 상용화 하면서 시장을 선도하고 넓혀간 때문이다. 애플은 인터넷 직거래 사이트인 아이튠즈를 통해 세계 콘텐츠 장악에 나섰다 이것이 성공한 것이다. 통신 산업과 문화콘텐츠가 결합하여 융합(convergence)을 이루어 낸 성과이다. 성공의 이면에는 소프트웨어의 원천인 문화가 자리 잡고 있다. 문화에 바탕한 콘텐츠와 첨단 디지털 기술의 접목이 오늘의 애플을 있게 한 것이다. 그래서 소프트웨어의 원천으로서 문화와 디지털 기술의 가치가 높아지고 있다. 이런 이유로 문화에 바탕한 디지털 콘텐츠산업이 각광을 받고 있다. 이렇듯 오늘날 문화산업과 문화상품은 순수한 문화예술 차원을 넘어선다. 기술과 문화의 결합으로 새로운 문화산업과 수요를 계속 창출하고 있기 때문이다.

오늘날 문화산업은 이미 살펴본 바와 같이 전통적인 문화영역에 한정되지 않는다. 통신과 IT기술 그리고 문화가 융합된 정보문화가 새로운 수요를 창출하고 있다. 문화콘텐츠산업은 정보화 시대, 디지털 시대 산업의 핵심으로 점점 그 영역을 넓혀가고 있다. 콘텐츠 산업의 비약적인 발전이 이를 말해주고 있다.

방송통신 융합시대의 도래로 콘텐츠산업의 구조 및 이슈변화를 가져오고 있다. 방송통신융합은 기존 콘텐츠

의 유통시장 확대뿐 아니라 신규 서비스의 등장을 가능하게 함으로서 새로운 유형의 콘텐츠 개발을 촉진하는 효과를 기대할 수 있다.

예를 들어 영화와 방송, 영화와 게임, 게임과 음악 등 콘텐츠들의 구분이 모호해졌으며 인력과 자본 등 제작 요소들의 크로스오버 현상은 더욱 가속화되고 있기 때문에(문화체육관광부, 2008: 157), 정책의 영역에서도 콘텐츠 진흥 정책을 확연히 구분하는 작업이 날로 어려워지고 있다.

다양한 채널들의 등장과 더불어 방송 및 영상 콘텐츠 간의 경쟁이 강화되고 있다. 이와 같은 시장변화는 과거 다른 영역을 점유하였던 콘텐츠 간 경쟁을 가속화시키고 있으며, 또한 유통망의 변화에 따라 포털, 지상파, 종편 등 영향력 있는 매체의 중요성이 커지고 있다. 이러한 방송융합에 따른 콘텐츠시장의 변화는 과거 경험하지 못한 것이며, 관련 제도, 법률 등도 이러한 변화 추세를 뒤따르지 못하고 있는 실정이다.

디지털콘텐츠 비중의 증가에 따라 하드웨어 매체의 융복합화도 동시에 진행되고 있으며, 콘텐츠, 매체 서비스, 하드웨어 간의 동반성장 모델도 중요한 차세대 성장동력으로 인식되고 있다. 가장 대표적인 사례는 iTunes와 iPod 라고 할 수 있다.

2.2 콘텐츠정책 진흥체제를 둘러싼 환경변화

2.2.1 산업생태계 중심의 콘텐츠 유통구조 환경

기술과 유통을 중심에 둔 산업생태계로 인해 콘텐츠 창작자가 아닌 유통사업자가 구조적 우위를 점유하고 있다. 유통사업자 중심의 생태계는 유통사업자가 창작자를 선택(창작자 계열화)하고, 소비자의 선택을 제한(자사 콘텐츠 위주의 서비스)할 수 있다

유통이 지배하는 산업생태계는 단기적으로 시장의 질서를 왜곡하고, 장기적으로 콘텐츠 경쟁력을 약화시키는 요인으로 작용한다. 즉 콘텐츠 창작자, 소비자는 플랫폼 구축·운영과정에서는 소외된 채 비용만 분담하는 구조가 고착화될 가능성이 높다.

저작권자의 권리가 무시되고 콘텐츠가 적정한 가치를 인정받지 못하는 산업 환경은 창작자들의 의욕을 저하시킨다. 또한 유통사업자 중심의 불공정한 거래 관행 고착화, 다양한 콘텐츠의 제작과 유통을 제한하는 진입장벽이 존재하고 있다.

2.2.1 콘텐츠정책 업무의 중복문제

현행법상 방송영상을 비롯하여 콘텐츠는 문화체육관광부의 고유 소관이다. 정부조직법, 문화산업진흥기본법, 방송법, '온라인 디지털 콘텐츠 산업 발전법'(정통부에서 문화체육관광부로 이관, 이후 콘텐츠산업진흥법으로 전면 개정) 등은 문화산업, 콘텐츠 진흥을 문화체육관광부 업무로 규정하고 있다. 2002년 제정된 정통부 소관의 '온라인 디지털 콘텐츠 산업 발전법'은 2008년 2월 이명박 정부의 정부조직 개편으로 콘텐츠 일원화 취지에 따라 문화체육관광부로 이관되었다. 특히 방송영상의 경우 2000년 '통합방송법' 제정 시 문화산업을 담당하는 문화체육관광부 소관으로 규정하고 방송통신위원회는 방송 기술 및 시설지원을 담당한다고 명시되어 있는데, 이는 방송영상콘텐츠는 문화콘텐츠의 핵심 분야로서 양자를 분리하는 것은 불가능하다는 현실적인 이유 때문이다.

하지만 여전히 방송통신위원회 및 타 부처와의 일부 중복업무가 존재하여 콘텐츠산업에 대한 부처 간 갈등은 계속되고 있다. 특히 콘텐츠정책 업무의 중복문제(문화체육관광부-방송통신위원회의 갈등)는 오래전부터 계속되어 왔다. 2008년 정부조직을 개편하여 문화체육관광부에 구(舊) 정보통신부의 콘텐츠사업을 이관하였지만 여전히 방송통신위원회 및 타 부처와의 중복 업무가 있기 때문에 콘텐츠 사업에 대한 부처 간 갈등은 계속되고 있다.

문화체육관광부는 융합시대의 콘텐츠 진흥은 내용(콘텐츠) 기준으로 접근해야 하며 신속성을 요하는 진흥 정책은 위원회 조직이 수행하기에 부적절하다는 것이다. 예를 들어 원소스 멀티유즈(OSMU: one source multi use)는 문화콘텐츠 사업에서 많이 쓰이는데, 우리나라 상품 중 성공을 거둔 OSMU의 대표적인 사례는 '뽀로로'이다. 이에 따르면 OSMU의 진전으로 영화, 음악, 게임 등의 다양한 콘텐츠가 다양한 플랫폼을 통해 유통되므로 방송통신위원회의 플랫폼 위주의 접근은 의미가 없으며 전 세계적으로도 플랫폼 위주의 콘텐츠 관리사례는 없다.

양 부처 간에 입장 차이가 발생하는 다른 이유로는 우선 업무의 중복을 들 수 있는데, 2011년 1월 24일 전파진흥원이 전파법의 시행으로 한국방송통신전파진흥원(KCA)으로 개편되어 방송 콘텐츠 제작 및 진흥업무를 담당하면서부터 문화체육관광부 산하 한국콘텐츠진흥원과의 업무 중복이 발생하였다. 한국콘텐츠진흥원은 게임

부터 애니메이션까지 다양한 장르를 독립제작사에 지원하도록 돼있고, 한국방송통신전파진흥원은 방송사업자의 프로그램에만 지원하게 되어 있다. 하지만 지상파 방송사의 외주제작 비율이 40%나 되어 프로그램 재하청 등을 겪다보면 중복지원이 이뤄질 수밖에 없다는 지적이 끊이지 않았다[2].

이제는 미래창조과학부, 산업통상자원부, 방송통신위원회와 문화체육관광부 간의 확실한 업무분장을 통해 업무가 중복되지 않도록 명확히 구분하는 것이 필요해 보이며, 이를 해결하기 위해 중장기적인 관점에서 콘텐츠 중심의 '콘텐츠산업 생태계' 구축이 요구된다.

3. 기존 ICT 생태계 관련 문헌 분석과 콘텐츠 생태계 분석틀

3.1 콘텐츠 생태계

ICT(Information and Communications Technology) 생태계는 양쪽 끝에 콘텐츠(C) 생산자와 이용자가 위치하고, 그 사이에 중간 매개자로 콘텐츠(C)-플랫폼(P)-네트워크(N)-디바이스(D or T)가 존재하는 수평적 사슬로 구성된 생태 시스템으로 보고 있다[3].

콘텐츠(Contents)란 원래 서적, 논문 등의 내용이나 목차를 일컫는 말이었지만, 현재는 각종 유무선 통신망을 통해 제공되는 디지털 정보를 통칭하는 말로 자주 쓰이며, 예를 들어 인터넷이나 PC통신 등을 통해 제공되는 각종 프로그램이나 정보 내용물, CD-ROM 등에 담긴 영화나 음악, 게임 소프트웨어 등이 모두 이에 속한다.

플랫폼(Platform)이란 광범위한 범위로 소프트웨어적인 것과 하드웨어적인 것을 합친 것을 말하는데, 컴퓨터 시스템의 기본이 되는 특정 프로세서 모델과 하나의 컴퓨터 시스템을 바탕으로 하는 운영체제를 말한다. 예를 들어 MS-Windows, APPLE의 Mac OS, 그리고 UNIX와 LINUX 등이며 일반적으로 '기차역'을 떠올릴 수 있다. 오늘날 컴퓨터 OS뿐만 아니라 다양한 모바일 기기의 OS도 플랫폼이며, 그 외에도 Open API기반의 플랫폼으로 페이스북, 트위터, 페이스북, 포스퀘어 등이 있으며, 최근 우리가 즐겨 사용하는 SNS(Social Network Services)들은 소셜미디어를 넘어서 플랫폼으로 성장하고 있다.

또 다른 예를 들면, iOS 같은 애플의 독자적 운영체제와

아이폰, 아이패드 같은 하드웨어적인 기계를 합쳐 놓은 것으로 탁자나 책상이라고 볼 수 있다. 즉 플랫폼이란 탁자위에 아이폰, 아이패드 등의 디바이스와 단말기내의 iOS, 스토어 등의 소프트웨어들이 모두 올려져 있는 것이다.

네트워크(Network)란 통신분야에서는 단말기 등을 접속하기 위해 사용되는 단말기기, 선로 및 교환기 등으로 구성되는 전송매체를 말하며, 현재 전기통신망으로서는 전화망, 디지털 데이터 교환망, 팩시밀리 통신망, 비디오텍스 통신망 등의 개별망으로 구축되어 왔지만, 오늘날 이러한 통신망을 통합한 디지털 통신망으로 발전하고 있다.

디바이스(Device)란 일반적으로 어떤 목적을 위해 설계된 기계나 장치를 의미하며, 주변장치, 단말기, 그리고 터미널(Terminal) 등과 같은 하드웨어적 기계를 말한다. 예를 들어 컴퓨터PC(각종 컴퓨터 장치도 포함), 태블릿 PC, 스마트폰(애플의 아이폰, 아이패드 등), IPTV 등이다.

따라서 ICT 생태계는 통신과 컴퓨터 제조 및 SW 등 소수의 대기업과 콘텐츠 개발 및 공급 등 다수의 창의적인 개인 및 중소기업, 그리고 소비자가 수직적 통합과 수평적 연계를 통하여 형성하는 거대한 환경이다. 웹 2.0시대에는 이용자인 소비자가 동시에 콘텐츠 생산자인 프로슈머로서 생태계 구축의 중심에 자리잡게 되었다[4].

과거의 ICT 생태계는 하드웨어와 소프트웨어 그리고 네트워크 중심이었다. 그러나 스마트시대를 맞아 이제는 콘텐츠(Content)와 플랫폼(Platform), 네트워크(Network), 단말기(Device)의 통합이라는 새로운 ICT 생태계가 융합·구축되고 있다. 애플의 성공 사례를 보듯이, 그 핵심은 C-P-N-D(콘텐츠-플랫폼-네트워크-단말기)를 잘 결합한 데 있으며, 최근 구글이 태블릿 PC 시장 진출하면서 애플에 도전장을 낸 것도 이와 맥을 같이 한다고 보고 있다.

3.2 ICT 생태계 관련 문헌 분석

ICT 생태계의 변화요인으로 2000년대 후반부터 시작된 스마트 혁명을 들고 있다. 그 예로 유무선 통합과 무선 환경의 확대로 서비스 수요를 만족시키기 위해 4세대 이동통신 서비스의 본격화, 클라우드 및 N스크린 서비스 확대, 스마트TV 도입, 인터넷 동영상 전달 서비스(OTT: Over The Tops), SNS 서비스 확대 등이며, 이들 ICT 환경변화 요인을 세분화하여 다음과 같이 보고 있다[5].

첫째, 플랫폼을 둘러싼 ICT 생태계 간 글로벌 경쟁의 심화. 스마트폰, 태블릿PC 등 스마트 디바이스(smart

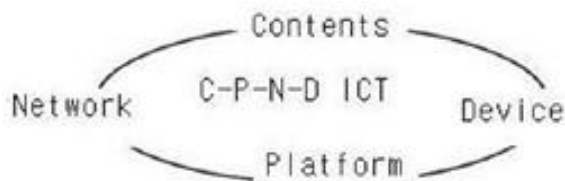
devices)의 확대에 따라 무선 환경으로 확대되고 기존의 TV, 휴대전화, PC, MP3 등 구분된 서비스 환경에 따른 기능별 단말의 경쟁 환경이 콘텐츠(contents) - 플랫폼(platform) - 네트워크(network) - 단말기(terminal or devices)가 통합된 생태계 구축 경쟁 환경으로 변화한 것이다. 즉 ICT 산업경쟁이 과거 콘텐츠, 네트워크, 플랫폼, 단말기 등 가치사슬 내부의 경쟁에서 가치사슬 간 연합체, 즉 생태계 간 경쟁으로 변화되었다고 보았다[6].

둘째, ICT 생태계 환경의 수평적 개방성으로의 변화와 소프트웨어 중심으로의 전환. 생태계의 개방으로 통신시장의 폐쇄성이 허물어지고 있으며, 스마트폰 확대, 무선망 다양화, 어플리케이션과 콘텐츠의 자유로운 유통 환경이 조성된다고 보았다. 또한 통신시장의 경쟁은 단말기나 네트워크 중심의 하드웨어 경쟁에서 OS, 콘텐츠, 어플리케이션 중심의 소프트웨어 경쟁으로 급속히 이동하고 있다고 한다.

셋째, 부문 간 다양한 형태의 융합의 활성화를 들고 있다. 그 예로서 단말기와 서비스의 융합, 네트워크와 서비스 융합, 그리고 스마트 콘셉트와 융합기술의 조화 등이다.

넷째, 모바일 플랫폼 개발로 인한 모바일 생태계의 부상을 들고 있다. 이러한 변화는 기존 통신사업자 중심의 모바일 이용자 접점이 개방됨으로써 이용자를 두고 C-P-N-D가 경쟁하는 구도로 변화되고 있다. 또한 타 산업분야에 참여, 공유 및 혁신의 기회를 제공하여 융합서비스의 개발을 유도하고 있다. 따라서 소비자들의 다양한 콘텐츠 소비욕구에 맞춘 융합서비스가 개발되고 있다.

다섯째, 새로운 비즈니스모델을 구축한 새로운 시장 참여자가 급부상하고 있다. 그 예로 앱스토어(소프트웨어와 콘텐츠 거래), SNS를 활용한 티켓 몬스터의 공동 구매사업, 오픈 플랫폼 등장 등이다.



[Figure 1] ICT Ecological Systems

ICT 생태계 추진체계의 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다. 음악의 예로 들면, 콘텐츠(C)의 저작권 보호, 편성,

유통 및 소비는 점차 인터넷을 통한 플랫폼 제공자, 즉 ICT 기업의 역할이 증대하고 있으며, 이러한 추세는 인터넷 모바일 기기의 대중화로 더욱 강화될 전망이다이다. 따라서 콘텐츠 정책의 수립 및 추진은 ICT 산업·기업에 대한 전문성을 더욱 요구하며, 콘텐츠(C) 등 서비스의 확산을 위해서는 콘텐츠 트래픽/서비스 시장 전망에 기초한 네트워크 인프라 정책도 여전히 중요하는 것이다. 이 또한 ICT시장에 대한 이해를 기반으로 한다(예: 주파수 정책).

디바이스(D)와 소프트웨어의 통합도 중요한 추세이며, 이에 기반한 플랫폼 제공자의 위상 강화를 전제로 HW, SW정책을 추진하여야 한다고 보았다. SW가 곧 디지털 콘텐츠의 저장, 유통, 창조, 소비를 위한 필수불가결한 요소가 되고 있음을 감안하여야 한다. 이는 SW가 C-P-N-D의 전 단계에 연관된 중요한 요소라는 것이다.

All-IP 네트워크의 시대에서 통신은 사실상 컴퓨팅 부문과 융합하여 C-P-N-D 생태계의 기반 구성요소가 될 것이며, 전통적인 방송플랫폼도 인터넷 중심의 C-P-N-D 생태계와 병존하면서 상호작용을 통해 ICT 플랫폼의 하나로 될 가능성이 높다고 한다.

국가정책관리에서 ‘분산’보다는 ‘통합’, C-P-N-D 및 이에 기반하는 국가혁신을 위하여 보다 고도의 전문성을 갖춘 정책 추진 전담부처가 요구된다고 주장한다. 콘텐츠(C)가 C-P-N-D 생태계에 흡수될수록 P가 중요해지고, 이는 다시 D, N의 혁신을 요구하는, 즉 위의 예와 반대 경로도 가능해진다. 단순히 특정 부문들이 서로 융합하기 때문에 각 정책기능/영역이 합치거나 재분리되는 것이 아니라, ‘인터넷을 중심으로 하는 C-P-N-D 통합’을 위한 새로운 ICT 정책을 기획·추진하기 위해 분리되어 있던 각 기능을 통합하고 정책 기능별 내용도 변화되어야 한다는 것이다.

ICT 부문은 통신, 방송 등 제 부문이 인터넷을 중심으로 컴퓨팅 부문과 통합되면서 혁신이 과거보다 더욱 빠르게 진행되고 있으며 새로운 산업, 비즈니스가 창출되고, 콘텐츠의 질, 콘텐츠의 효용은 네트워크(N)의 발전 및 기기(D)의 발전과 직결되고 있다고 본다. 또한 인터넷이 콘텐츠 유통의 핵심 통로로 발전하면서 콘텐츠 시장의 성장은 네트워크 수익성과 밀접한 관계가 있다는 것이다.

C-P-N-D의 통합의 시대에 ICT 진흥정책과 규제정

책은 하나의 유기적 거버넌스 시스템으로 작동하는 것이 바람직하며 점차 구분이 모호해지고 있다. 따라서 독립 제적 성격을 갖춘 단일 기구가 규제와 진흥을 포괄하여 C-P-N-D 생태계의 진화를 도모하고, 일부 정책 영역만 독립형 기구내의 합의제 위원회에서 담당해야 한다고 보았다. 또 통신·방송보다는 정보·혁신에 주안을 두는 기구로서, ICT기반의 국가혁신을 추진하는 기구를 신설해야 한다고 주장하고 있다.

이러한 주장들은 이명박 정부의 '분산형 ICT 거버넌스'의 문제점을 극복하기 위한 방안이며 이를 중심으로 각계 전문가들의 의견을 종합하면 다음과 같다.

대부분의 연구들은 정보통신부 폐지와 방송통신위원회 설치 등 이명박 정부의 ICT 거버넌스에 대한 평가를 중심으로 하여 차기 정부에서의 ICT 거버넌스 구축 및 운영방안에 초점을 맞추고 있다. 즉 현재의 분산형 ICT 거버넌스로 인해 IT 산업의 위기가 발생하게 된다. 따라서 IT 산업을 기반으로 국가의 성장동력을 확충한다는 측면에서 중복 사업의 조율 및 정책갈등을 조정할 수 있도록 정부기능의 재설계가 필요하다고 주장한다[7].

IT분야의 시너지를 창출할 전담기구를 설치할 필요성을 제기하고 있다. 스마트 시대에 ICT 생태계를 복구하고 효율적인 C-P-N-D 산업육성 차원에서 흩어진 기능을 효율적으로 통합·관리할 수 있는 '집중형 ICT 거버넌스' 개편의 필요성과 이를 통해 분리된 제 기능을 통합해야 한다고 주장하고 있다. 그 주요 내용을 정리하면 다음과 같다. ICT 생태계를 구성하고 있는 C-P-N-D의 유기적인 연계가 중요하므로 이에 대한 규제와 진흥도 한 곳에 모으는 '진흥-규제 통합형(융합과 집중형 모형)'이 정책 내용면이나 조직 측면에서 바람직하지만, 동일기관에서 진흥과 규제를 담당하는 것은 문제의 소지가 있다는 것은 인식하고 있다.

ICT 거버넌스의 기본방향은 지원과 진흥을 위한 구조적 변화로서 ICT 분야의 지원과 규제기능의 균형 및 조화로 설정하고 그에 따른 융복합 추세에 부합하는 협력적 거버넌스와 책임과 권한을 강화하는 독립형 거버넌스로 변화해야 한다고 논의하고 있다[8]. 구체적인 ICT 거버넌스의 개편방안으로 IT 거버넌스 전담부처 설립 및 방통위 개편안(1안), IT 거버넌스 전담부처 설립 및 방통위 분리안(2안), 현 체제의 보완을 위한 국가정보화전략위원회의 조정기능강화등을 제시하고 있다(국가정보화

전략위원회, 2011: 209-222). 이러한 논리는 정부통신 업무를 총괄할 부처의 필요성을 언급하면서, 정보화 추진 체계를 일원화해야 한다는 의견이며[9], 조직의 형태에 대해서는 IT 전담 부처 신설안과 기존 부처인 방송통신위원회 혹은 지식경제부의 기능 강화를 통한 일원화가 대립되고 있다. 조직의 기능에 대해서는 현재의 IT 생태계의 변화에 따라서 정부의 역할은 IT 업계를 지원하고 협력해야 하는 의견이 대부분이다[10].

이를 종합하면 ICT 생태계를 주장하는 논리에는 몇 가지 문제점을 지니고 있다. 첫째, ICT 거버넌스 개편에 대한 각계의 공통된 입장은 인터넷을 중심으로 하는 C-P-N-D 가치사슬체계의 구축 및 유기적 결합이 필요하다는 의견이다. 여기서 콘텐츠(C) 부문은 역할과 기능 면에서 P-N-D 각 부문보다 작은 개념으로 인식될 가능성이 크다. 즉 콘텐츠(C)는 Large C가 아닌 Small c 개념으로 c-P-N-D 가치사슬체계로 간주되어 상대적으로 창의적 콘텐츠가 소홀하게 다루어질 우려가 있다.

둘째, IT 조직차원의 통합에만 치중함으로써 콘텐츠(C) 경쟁력의 원천과 핵심 속성(창작자, 창조성 등) 등에 대한 언급이 거의 없다.

셋째, ICT 생태계의 환경변화요인으로 플랫폼을 둘러싼 ICT 생태계간 경쟁의 심화를 주장하고 있는데, 우리나라에서 콘텐츠는 P, N, D를 거의 구분하지 않고 서비스를 하기 때문에 아이폰용, 안드로이드용 등의 플랫폼에 맞춰 유통되고 있다. 결국 N과 D의 수직적 생태계 간의 경쟁일 뿐이므로 ICT 생태계 간 경쟁이 치열하다는 것은 타당하지 않다. 또한 어떤 기업도 독자적인 C-P-N-D 형의 ICT 생태계를 구축하고 있지 않으며, 애플과 구글 등의 콘텐츠는 대부분 아웃소싱을 통해 유통되고 있는 실정이다. 따라서 특정 부처에서 ICT 생태계 관련 산업 전체를 소관해야 한다는 것은 논리적 비약일 수 있다.

넷째, C-P-N-D 각 요소를 동일한 범주로 인식하고 있다는 것은 위험한 발상일수 있다는 것이다. 그 이유로 콘텐츠(C)의 생성 없이는 N-P-D 요소들은 자기경쟁력을 잃을 수밖에 없다. C-P-N-D도 전체 콘텐츠 생태계의 일부에 불과하고 만일 콘텐츠가 방송통신위원회나 새로 신설되는 독립형 부처에서 담당하게 되면 콘텐츠(C)부문이 약해져 결국은 C-P-N-D부문도 경쟁력을 잃게 될 가능성이 높다.

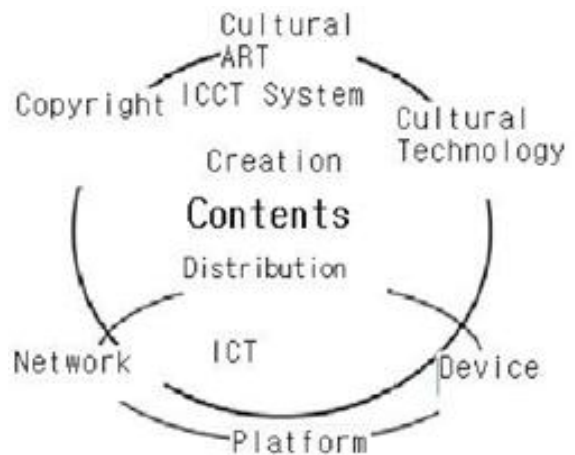
예를 들어 아이폰이 성공한 것은 하드웨어 등의 ICT 영역 때문이라기보다는 콘텐츠(C)부문이 주요 요인이라고 할 수 있다. 그 외에도 풍부한 콘텐츠 거래시장 환경 조성 등 이용자 중심의 콘텐츠 친화적 유통정책, 창조적인 하드웨어와 운영체제도 성공 이유로 들 수 있다. 흔히 애플의 성공요인 중 하나로 인문학과 IT의 절묘한 융합을 드는데, 만일 문화체육관광부에서 담당해오던 콘텐츠 기능이 다른 단일 부처로 흡수된다면, C-P-N-D부문의 콘텐츠(C)부문은 죽어버리고 P-N-D부문의 하드웨어적인 측면만 남게 될 수도 있다. 이런 시대적 변화에서 정보통신부의 별도 부처조직으로서의 신설 논의는 융합 상황과 어울리지 않는다. OECD 국가들 대부분은 정보통신 IT 단독 부처를 가지고 있지 않으며, 이들 국가에서는 정보통신을 융합사회에서 하나의 인프라로 받아들이고 있다(이민화, 2012). 우리나라에서도 IT 1단계 수준에서는 정보통신부가 IT 산업 그 자체의 발전을 위해서 상당한 역할을 한 것으로 보인다. 하지만 지금과 같은 IT 융합단계에서는 정보통신부의 단독 부처 논의는 정부부처 간의 네트워크체계에서 많은 갈등을 야기하게 되며, 이는 시대적 패러다임과 일치하지 않는다(이종열, 2012: 14). 따라서 문화체육관광부를 중심으로 콘텐츠 생태계를 구축하고, 그 틀 내에서 ICT 생태계정책을 재설계하는 것이 바람직하다고 본다.

예를 들면, ICT 분야를 담당하는 부처가 있어도 과학 기술(SI)를 담당하는 부처가 따로 있듯이, C-P-N-D 분야를 담당하는 ICT 부처가 있어도 문화기술(CT)를 담당하는 부처가 필요하다. 즉 하드웨어적인 ICT 생태계 조성은 소프트웨어적인 문화콘텐츠(CC)의 생성과 발전을 저해하는 요소로 작용할 것이다.

3.3 콘텐츠 생태계 분석틀

콘텐츠(C)를 중심으로 하는 ‘콘텐츠산업 생태계 (C-p-n-d) 조성·강화안’은 콘텐츠(C), 플랫폼(P), 네트워크(N), 디바이스(D)를 문화생태계로 묶고, 인적 창의성과 문화기술, 다양성, 문화적 축적이 요구되는 콘텐츠(C) 창작을 초점으로 하여 플랫폼(P), 네트워크(N), 디바이스(D) 등의 유통, 소비체제를 통합하는 방안이다. 따라서 C-p-n-d 중심의 콘텐츠 산업 생태계가 조성되어야만 플랫폼 경쟁시대에서 SW 및 ICT서비스 경쟁력은 강화될 수 있다.

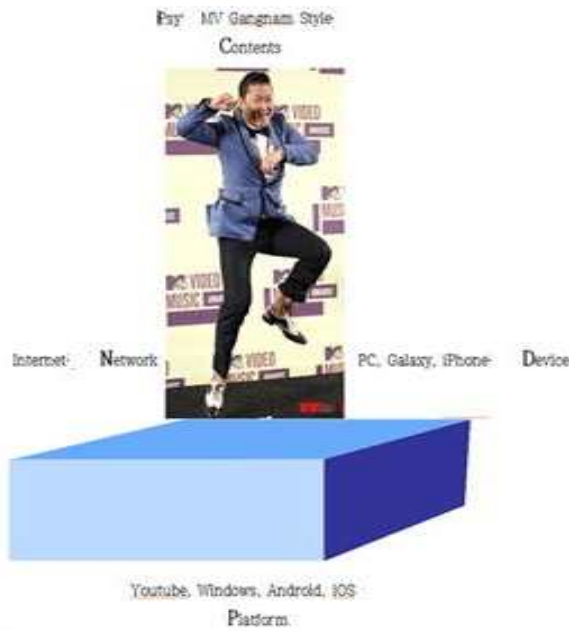
콘텐츠산업 생태계는 문화체육관광부의 주요 기능인 문화예술, 저작권, 문화기술 등을 매개로 하여 콘텐츠의 창조뿐만 아니라 유통체제까지도 포함하는 개념이며, 더 나아가 ICT 생태계(c-P-N-D)를 포괄하는 개념이다. 이는 콘텐츠(C) 생태계의 범주 내에 ICT 생태계(c-P-N-D)가 함께 포함되는 의미¹⁾로서 통신, 방송 등 제 분야가 콘텐츠(C)를 중심으로 융합되고, 콘텐츠(C)를 중심으로 C-p-n-d가 결합되어 상호작용이 본격화되는 것을 의미한다.



[Figure 2] Contents Ecological Systems

다음 그림 3에서 보여 지듯이 싸이의 성공은 뮤직 비디오 강남스타일등의 콘텐츠가 유튜브등의 플랫폼을 통해 유통되어 시너지 효과를 극대화한 사례이다. 이해하기 쉬운 예를 들어보자. 만일 당신이 엄청 빠른 속도의 인터넷 즉 네트워크를 가지고 있고, 1000만원 상당의 한정판 iPad 즉 디바이스를 가지고 있다고 하자. 하지만 이렇게 훌륭한 기기를 갖고 있더라도 좋은 콘텐츠가 없다면 별 효용이 없을 것이다.

1) 융합의 본격화 이전부터 정립되어 있던 가치사슬모델 (c-P-N-D → C-p-n-d)이 변화하는 것이다.



[Figure 3] C-P-N-D Case: Psy's MV

IT 1단계 수준에서는 구 정보통신부가 IT 산업 그 자체의 발전을 위해서 상당한 역할을 한 것으로 보인다. 하지만 지금과 같은 IT 융합단계에서는 정보통신부의 단독 부처 논의는 정부부처 간의 네트워크체계에서 많은 갈등을 야기하게 되며 이는 정보사회를 넘어 문화와 창조의 시대를 지향해야 하는 시대적 패러다임과 일치하지 않는다.

문화의 문외한인 독임 부처가 콘텐츠까지 관장할 경우 C-P-N-D 생태계가 아니라 c-P-N-D 생태계로 전락될 우려가 다분하다. 이러한 의미에서 소문자 c로 표현하고자 한다. 이런 c(small c)-P-N-D ICT 생태계를 모두 전담하는 독임제 부처보다는 C(large C)-P-N-D ICCT (Information, Communication, Contents Technology) 생태계를 총괄하는 부처가 필요하다. 만일 ICCT 생태계를 총괄하는 부처로 통폐합되지 않을 바에는 디지털 콘텐츠 영역은 현행대로 문화부에서 맡는 것이 바람직하다. 과학기술정보부로 혹은 문화미디어부로 과기부나, 문화부와 통합하는 안도 고려해 볼 수 있다. 과학기술은 장기적이고 정보 통신은 급변하는 환경에 단기적으로 대응해야 한다는 점에서 과기정보부로 과학기술과 정보통신을 합치는 안보다는 업무상의 기능중복이 많은 문화와 정보통신의 통합이 차라리 바람직하다. 이 경우 문화와 정보통신 기술 기능을 융합하여 문화미디어부 혹은 미디어문화부로 하는 안도 생각해 볼 수 있다. 이 경우 거대 부처가 되

는 것을 방지하기 위해 관공등은 정으로 내정화해야 할 것이다. 또한 정보사회를 넘어 문화와 창조의 시대에 정보력과 문화력이 국력의 핵심 요소라는 점을 고려한다면 부총리급으로 격상시키는 방안도 고려해 볼 수 있다.

콘텐츠산업 생태계 조성·강화안의 장점은 다음과 같다. 첫째, 콘텐츠산업 생태계 조성으로 인해 콘텐츠(C), 플랫폼(P), 네트워크(N), 디바이스(D)를 하나의 문화콘텐츠 생태계로 통합·관리할 수 있어 콘텐츠가 성장할 수 있는 생태계 기반환경이 조성될 수 있다. 방송통신 융합현상이 심화됨에 따라 방송과 통신의 구분 및 네트워크-서비스의 수직적 결합을 전제로 한 현행 법체계는 콘텐츠 진흥의 공백 및 중복문제를 발생시킨다. 이를 위해 현행 법체계 개편과 더불어 개별 기관의 진흥기금을 통합·조정해야 한다.

문화예술분야, 저작권, 문화기술 등의 콘텐츠 창조업무와 방송통신위원회의 콘텐츠 제공사업인 유통업무 등이 상호 연계되어 새로운 콘텐츠 제작 지원 및 활성화, 이를 연계한 유통단계의 간소화 등의 정책효과가 발생할 것이다. 이는 콘텐츠 창작과 유통체제를 일원화할 수 있는 계기가 되며, 콘텐츠 경쟁력의 원천과 핵심 속성(창작자, 창조성)을 기반으로 하는 콘텐츠 창작자가 방송통신사업 제공자를 통해 적재적소에 방송통신 콘텐츠를 제공할 수 있는 유통구조가 조성될 수 있다.

둘째, 이질화되고 분권화된 대중사회로의 사회구조 변화는 그에 상응하는 정보, 지식, 경험들을 다양하게 창조하고 공급하는 새로운 문화콘텐츠 생태계를 요구하고 있다. 이는 기존 ICT 생태계가 강조하는 인터넷 중심의 플랫폼(P)부분이 아니라 다양한 문화콘텐츠(C)의 창작을 요구하는 것이며 이를 충족시킬 수 있다.

셋째, 방송통신위원회의 방송통신콘텐츠 및 방송통신사업은 일원화된 정책체계를 확립시키고, 방송통신산업 진흥정책의 활성화에 기여할 것이다. 특히 문화콘텐츠를 매개로 하는 기존 방송사업, 인터넷멀티미디어 방송사업, 전기통신사업 분야의 고품질 콘텐츠 장르 개발에도 기여할 것이다.

활발한 콘텐츠(C)의 제작과 유통은 플랫폼(P), 네트워크(N), 디바이스(D) 부분 등에 연쇄 파급효과를 가져오며 이는 콘텐츠의 해외수출을 강화시키는 기회로 작용할 것이다. 콘텐츠산업 생태계(C-p-n-d)는 콘텐츠 핵심인 창작이 순수예술과 함께 어우러진 문화적 감수성에서 발

현되고 이를 토대로 방송통신산업의 경쟁력으로 이어질 것이며, 그 핵심기체인 문화콘텐츠(CC)가 그 역할을 수행할 것이다.

넷째, 문화미디어부로 개편될 경우 콘텐츠산업 총괄부처로서의 콘텐츠의 생태계(창작과 유통) 조성과 유지기능을 최대로 살릴 수 있으며, 문화예술, 저작권, 문화기술을 매개로 하여 ICT 생태계의 조성 및 발전에도 기여할 것이다. 따라서 문화체육관광부가 문화 콘텐츠(CC), 콘텐츠 플랫폼(CP), 콘텐츠 네트워크(CN), 콘텐츠 디바이스(CD) 분야에서 정책조정과 정책 주도권을 행사할 수 있을 것으로 보인다.

콘텐츠산업 생태계 조성·강화안의 단점은 다음과 같다. 첫째, 문화체육관광부로의 방송통신정책의 이관·통합은 정치권과 부처간 이기주의에 의해 갈등이 발생할 가능성이 높다. 또한 문화체육관광부 주도의 콘텐츠산업 생태계 조성·강화안은 ICT 생태계를 포함하는 포괄적인 정책 범주로서 타 부처의 고유업무 영역인 플랫폼(P), 네트워크(N), 디바이스(D) 등과 업무 중복의 가능성이 매우 높다. 그리고 ICT 고유업무의 축소에 대한 타 부처간의 연대 협력으로 인해 갈등이 증폭될 것으로 보인다. 문화체육관광부의 방송통신사업은 지식경제부의 정보통신 산업육성정책, 행정안전부의 정보문화, 정보보호 등과 맞물리면서 콘텐츠 전반 영역에서 갈등이 발생할 가능성이 높다.

둘째, 방송통신정책의 업무 영역과 기능을 어느 정도로 할 것인지가 매우 중요한데, 문화체육관광부와 방송통신위원회간의 합의점 도출은 매우 어려울 것이다. 문화체육관광부의 콘텐츠사업, 방송통신콘텐츠 진흥사업, 방송통신사업 등과 방송통신위원회의 방송통신 관련 정책간의 조정과정에서 어려움이 예상된다.

4. 결론

산업경제에서 문화경제로서의 패러다임의 급격한 이동은 문화 및 콘텐츠 수요를 증가시키는 계기가 되었다. 특히 콘텐츠의 산업적 측면이 강조되면서 그 자체로서의 가치뿐만 아니라 관련 산업으로의 연쇄효과를 통해 국가 경쟁력의 중심축으로 부상되고 있다.

C-P-N-D라는 가치사슬 구조는 산업이 연결되는 모

습을 보여주는 하나의 틀이기 때문에, 이를 고려하되 진흥체계는 전체적인 틀과 부분별 발전계획의 유연적인 조화가 필요하다. 이때, 가치창출의 핵심으로서 콘텐츠(C)는 다른 PND와는 상이하고 경쟁력의 원천으로서 특수한 문화적 요소와 특성을 지니기 때문에, 이를 고려하여 다른 구조들을 연결하는 허브 기능으로서 진흥체계를 마련하는 것이 매우 필요하다.

영국의 창조산업 발전에서도 나타나듯이, 국민소득 2만불이던 '97년 'Creative Britain' 비전하에 창조산업을 육성하여 경제 도약에 성공, 6년후 국민소득 3만불, 9년후 4만불에 달하고 일자리를 40만개 창출하였다.

방송과 통신의 융합현상이 진행됨에 따라 콘텐츠를 얼마나 많이 보유하고 있으며, 우수한 창조력을 바탕으로 한 유익하고 흥미로운 콘텐츠를 얼마나 개발할 수 있는가에 좌우되기에 창의적인 지식활동과 문화 활동을 보장하고 새로운 콘텐츠 자원을 확보할 수 있는 방안이 마련되어야 할 것이다. 또한 콘텐츠는 산업적 측면뿐 아니라 우리 사회 전체의 문화수준 향상과 맥을 같이 한다고 볼 수 있으며, 콘텐츠는 상상력, 창의성 등 문화적 가치에 기반하고 있으므로 문화정책의 큰 틀에서 콘텐츠 진흥정책을 추진하여야 한다.

문화예술과 콘텐츠, 저작권, 신문, 방송, 출판등의 미디어 정책을 종합적으로 관장하는 문화부, 방송사업, 통신(네트워크) 정책을 관장하는 방통위, IT 기기, IT 산업진흥 및 SW 진흥 등을 관장하는 지경부, 그리고 게임이용 규제와 음반심의 등을 관장하는 여성부등의 업무 범위와 영역등을 고려하여, 콘텐츠생태계를 구성하는 C-P-N-D 요소 전체를 포괄하는 정부조직 설계는 신중한 접근이 필요하고, 국가경쟁력의 제고라는 측면에서 가장 좋은 대안이 무엇인가를 고려해야 할 것이다.

콘텐츠 형식이 매체로부터 자유로워짐에 따라 콘텐츠가 다양한 플랫폼을 통해 선택되고 유통되므로, 네트워크와 플랫폼 중심의 콘텐츠 정책은 한계를 보일 밖에 없다. 만일 구정통부와 유사한 독립제 부처가 만들어 질 경우 현실적으로 영세한 콘텐츠 사업자들의 이해관계 보다는 대기업 위주의 유통과 플랫폼 사업자 중심 정책 추진 가능성이 높아 콘텐츠 시장이 위축되거나 축소될 위험성이 다분하다.

이러한 측면을 고려할 때 지금까지 문화예술, 문화산업, 미디어 등 문화콘텐츠를 구성하는 모든 영역에서 진

홍업무를 담당해온 문화체육관광부가 방송통신융합 환경에서도 가장 효율적으로 콘텐츠 진흥산업을 추진할 수 있다고 판단된다. 이를 통해 콘텐츠가 성장할 수 있는 영국의 사례와 같은 '창조산업 생태계' 구축이 가능하다. 이를 위해 우리나라의 콘텐츠정책은 콘텐츠의 기본 속성을 고려하여 사회문화적 역량 강화를 위한 중·장기적 '콘텐츠산업 생태계'를 조성·발전시키고, 그 기능을 통합해야 한다. 콘텐츠의 산업적 측면과 사회문화적 역량강화라는 양 측면을 균형있게 발전시키기 위해 '콘텐츠산업 생태계'는 필수적이다.

콘텐츠의 핵심요소인 4C, 즉 문화예술 (CA), 문화산업 (CD), 문화기술 (CT), 저작권 (Copyright), 그리고 미디어를 유기적으로 연계시키는 콘텐츠 중심의 창조산업 콘텐츠생태계를 구축하는 거버넌스 시스템에 대한 고민이 필요하다. 그렇다고 반드시 새로운 부처를 만들 필요는 없다. 현재의 문화체육관광부 조직을 일부 보강하고 대통령 산하에 콘텐츠진흥위원회 설치, 충분한 자금 확보, 분산돼 있는 디지털 콘텐츠를 비롯한 문화 콘텐츠진흥사업의 문화체육관광부로의 집적화 등 지원시스템을 손질하면 될 것이다.

또한 2011년도 기준으로 대한민국의 총부채 규모는 약 1,255조원 (정부 774조원, 공기업 463조원 등)에 육박하고 있다. 이 부채의 상당분이 국토해양부의 토목과 주택사업등에 의하여 발생했다는 것이다. 그럼에도 불구하고 2013년도 국토해양부의 예산은 약 27조나 되지만, 2012년 정부예산 325.4조원중 문광부 예산은 3.7조원 (콘텐츠 예산은 0.5조원)으로 정부예산의 약 1% 정도에 불과하다. 따라서 이제는 SOC 투자보다는 문화콘텐츠 등에 좀 더 많은 투자를 해야 할 것이다.

REFERENCES

[1] Lee, JongYeoul, The Age of Convergence, The Direction of Creative Governance, The Association of Cultural Administration Studies, 2012
 [2] ChangHyeon, Choi, Yongwhan Lee, The Efficient Reorganization of the Contents -related Industries, The Hansun Foundation, 2011

[3] Jung, Won. (2012). The Policy Implications of the foreign Cases of the ICT Governance ,Proceedings of KAPA
 [4] SangTaek, Kim, HeeJoon Song, The Methods to Reorganize the Governance System of National Informatization, The Report of the Committee for the National Informatization Strategy, 2011
 [5] Myungwhan, Kim, The Roles and Patterns of the ICT Governance, The Proceeding of the KAPA, 2012
 [6] Jungsuk, Kang, et al. The Study on the ICT Governance suitable to the Smart Age, KIPA Report, 2011
 [7] Cungsik, Jung, The Reorganization for the IT Industries, Korean Society and Public Administration Studies, 21, 3, 2010
 [8] Jungsuk, Kang, et al. The Study on the ICT Governance suitable to the Smart Age, KIPA Report, 2011
 [9] SangTaek, Kim, HeeJoon Song, The Methods to Reorganize the Governance System of National Informatization, The Report of the Committee for the National Informatization Strategy, 2011
 [10] Wonhee, Jung, The policy Implications of the Foreign Cases of the ICT Governance, The Proceedings of the Summer Kapa, 2012

최 창 현(Choi, Chang-Hyeon)



- 1959년 3월 : 美) State University of New York at Albany(행정학 박사)
- 1991년 3월 ~ 현재 : 관동대학교 행정학과 교수
- 관심분야 : 조직관리, 문화정책, 복잡계
- E-Mail : choich@kd.ac.kr