



이정구 미래창조과학부 방송진흥정책관

## “스마트미디어 산업

# 2020년 14조 원 수준으로 확대할 것”

글\_손해웅 중앙일보 기자 hysohn@joongang.co.kr

**미**래창조과학부의 방송진흥정책관 자리는 미래부 내에 서도 여론·시장 트렌드에 가장 민감한 곳으로 꼽힌다. 방송과 뉴미디어는 어느 분야보다 진화 속도가 빠르다. 기본적으로 여론·시장의 흐름을 계속 스크린해야 하고, 기본적으로 쌓인 내공이 두둑해야 한다. 여기에 정책 결정에 대한 업계 간의 이해관계도 첨예하다. 방송진흥정책관은 무엇보다 편견 없는 마음가짐이 기본 덕목이다.

지난 8월 미래부의 새 방송진흥정책관으로 선임된 이정구 국장은 이런 능력과 품성을 갖춘 인물이다. 알면 알수록 ‘진국’이라는 평가를 받는 몇 안 되는 미래부의 인물이기도 하다. 각종 방송진흥정책 이슈로 눈코 뜰 새 없이 바쁜 이 국장에게 한국의 주요 방송 이슈와 미래에 대해 물었다.

부산남고, 동국대 국사교육학과, 미국 하워드대(HOWARD UNIV.)를 졸업한 그는 행정고시 35회로 공직에 입문했다. 정보통신부 지식정보산업팀장, 방송통신위원회 방송정책기획과장, 감사담당관 등을 역임한 그는 지난 8월까지 미래부 중앙전파관리소장으로 재임했다.

### Q. 오랜만에 미래부 본부로 복귀한 소회는?

**A.** 2년 정도 본부에서 떨어진 중앙전파관리소에서 일하다 복귀한 지 3개월 남짓 됐다. 언제 중앙전파관리소에 근무했었는지 아득할 정도로 분주하게 지내고 있다. 지난 2011년에도 1년 정도 방송정책 업무를 담당했었다. 그렇지만 그간 ICT 기술 발전이 더 빨라졌고, 시장 내 경쟁 상황이 한층 복잡·다양해져서 새롭게 업무에 임하고 있다.

### Q. 방송진흥정책관의 주요 업무는 무엇인가?

**A.** 말 그대로 한국의 방송진흥과 관련된 일이다. 구체적으로는 케이블·인터넷TV(IPTV)·위성 등 플랫폼 사업자와 PP(Program Provider, 케이블 채널사용사업자)의 인허가 승인 등의 업무가 있다. 방송 콘텐츠 제작 및 유통 등을 지원하고, 방송시장의 블루오션이라 할 수 있는 스마트 미디어와 스마트 광고를 육성하는 일을 한다.

### Q. 미래부의 스마트미디어 산업 육성 계획은?

**A.** 스마트미디어란 스마트폰·TV·셋톱 등 인터넷 접속이 가능한 기기를 기반으로 방송과 함께 인터넷 콘텐츠 이용이 가능한 신유형 방송서비스를 뜻한다. 쉽게 말해 TV 방송에 인터넷 콘텐츠를 더한 개념이다. 스마트미디어는 방송 등 기존 미디어의 새로운 경쟁 분야로 급성장 중이다. 애플·구글 등 글로벌 기업들도 시장 진출에 적극적이고, 미국·일본·EU 등 주요국 정부도 스마트미디어 활성화를 위한 제도 개선, 정책적 지원 등을 아끼지 않고 있다. 미래부는 12월 중 ‘스마트미디어산업 육성 전략’을 발표할 예정이다. 국내 스마트미디어 시장규모를 2013년 2조 1천억 원에서 2020년 14조 원 수준으로 확대하기 위한 계획을 담고 있다. 구체적으로 중소·벤처업체의 창업 전단계계를 종합적으로 지원하고, 스마트사이니지 플랫폼, 가상공간미디어 플랫폼 등 스마트미디어 플랫폼 및 기반기술 개발, 스마트광고·디지털사이니지 산업 육성, 스마트미디어 시장동향 분석 체계 구축 등의 세부 추진방안을 담고 있다.

**Q. 최근 프랑스 MIPCOM에서 460만 달러 규모의 공동 제작 유치 등 성과를 거두었는데, 한국 방송콘텐츠의 글로벌 시장 진출 상황은 어떤가?**

**A.** 지난 10월 프랑스 칸에서 열린 국제영상콘텐츠 박람회(MIPCOM)의 '한국 UHD/3D 콘텐츠 쇼케이스' 행사는 초고화질(UHD) 콘텐츠의 세계적 관심과 수요를 확인할 수 있었던 좋은 기회였다. PP들의 수출 계약 실적은 지난해보다 3배 증가한 210만 달러를 기록했다. CJ E&M은 행사 기간에 동남아 국가들에 초고화질(UHD) 콘텐츠 '관찰아, 사랑이야'와 '응답하라 1994' 등의 판매계약을 체결했다. 전문 장르 프로그램에 대한 수요도 높아졌다. 푸드TV·홈스토리는 이탈리아 제작사와 요리 프로그램을 공동 제작하기로 협의를 마쳤으며, 아리랑TV도 태국, 중국, 네덜란드 등 해외 바이어들과 일부 프로그램 수출 계약을 맺었다. 그동안 방송 콘텐츠 '한류'는 아시아 지역에 드라마 중심으로 형성되었다. 하지만 최근에는 유럽 지역에 다큐멘터리 중심으로 인기를 끄는 등 방송 한류가 다양하게 확장되고 있다. 올해 미래부의 지원으로 우리 방송사·제작사와 영국의 미디어 기업 간 다큐멘터리 공동제작 4건, 합작회사 설립 MOU 1건 등의 실적을 거두기도 하였다. 내년부터는 새롭게 글로벌 온라인 유통 플랫폼(K-플랫폼)을 구축해 유통 기반을 갖추기 어려운 중소 방송사·제작사 등의 글로벌 진출을 지원할 계획이다.

**Q. 방송콘텐츠 시장 활성화가 전제되어야 하는 것은 아닌가?**

**A.** 당연하다. 방송 콘텐츠 시장 활성화를 위해 먼저 국내 시장에서 적절한 콘텐츠 공급 대가를 받고 이를 제작에 재투자할 수 있는 선순환 구조가 형성되어야 할 것이다. 미래부는 지난해 12월 '방송산업발전 종합계획'과 지난 7월 'PP산업 발전전략' 등을 통해 향후 5년간의 방송 콘텐츠 시장 활성화를 위한 제도적·재정적 지원 방안을 발표하고 이를 추진 중이다. 콘텐츠 시장의 유통 환경 개선은 해묵은 과제인 만큼 해결이 쉽지 않을 수 있으나 관심을 갖고 지켜봐 주시기 바란다.

**Q. 각종 방송산업 규제를 혁신하겠다고 했는데 현재 진행 상황은?**

**A.** 지난해 12월 문화체육관광부·방통위와 공동 발표한 '방송산업발전 종합계획'을 통해 ICT 융합 환경에서 방송 발전을 저해하는 규제 개선 사항을 포함시켰다. 구체적으로 케이블의 8VSB 변조방식을 허용하는 기술기준 고시를 개정하여 지난 3월부터 적용하고 있고, 지난 9월에 일부 케이블방송사의 8VSB상품에 대한 요금 승인이 있었다. 8VSB 전송은 디지털 신호를 송출하는 방식이다. 1개 채널당 6MHz 대역폭을 사용해 아날로그 케이블TV에도 고화질(HD) 방송을 내보

낼 수 있는 기술이다. 8VSB 규제가 완화되면 흐릿한 저화질 방송을 봐야 했던 860만 명의 아날로그 케이블 가입자들도 고화질(HD) 방송을 볼 수 있게 된다. 이밖에도 다른 방송 기술기준의 규제 완화 역시 사업자 간 이해관계가 얽혀 있어 쉽게 해결할 수 있는 사항이 아니지만 방송 산업을 둘러싼 환경의 변화에 맞게 차츰 개선될 것이라 생각한다.

**Q. 한·미 FTA에 따른 방송시장 개방으로 국내 PP가 고사할 것이라는 우려가 있는데, 대응책은?**

**A.** 내년 3월부터 시행되는 한·미 FTA에 따라 PP의 외국 자본 지분율을 49% 제한하는 조항이 철폐된다. 이에 따라 외국 방송사가 국내에 직접 진출할 경우 미국 드라마, 스포츠 프로그램 등 외국 콘텐츠를 방송하던 일부 PP가 타격을 입을 것이라는 우려가 나온다. 하지만 국내 PP의 경쟁력이 많이 높아져 방송시장 개방에 따른 피해 우려는 과거에 비해 훨씬 줄어들었다. 그래도 정부는 한·미 FTA에 따른 PP시장 개방에 대비해 'PP산업 발전전략'을 수립하고 PP시장의 불공정 거래 관행 개선, 제작·송출·유통 복합시설(빛마루·일산 한류월드) 건립, 글로벌 유통 등을 지원하고 있다. 한·미 FTA는 PP에 위기이자 글로벌 경쟁력을 갖출 수 있는 기회가 될 수 있으므로, 시장 개방에 대비하여 적극적인 사업 전략의 수립과 추진 등도 중요하다고 본다.

**Q. 방송정책 문제로 방통위와 자주 대립하는 것처럼 비쳐진다. 실제 그런가?**

**A.** 언론 등에 보도된 내용이 과장된 면이 크다. 미래부와 방통위는 업무 특성상 서로 협력하고 자주 커뮤니케이션해야 하는 부처다. 그래서 본부로 복귀하고 먼저 추진한 일이 방통위 개별 국과의 점심·저녁 간담회였다. 자주 만나다보면 일도 훨씬 순조롭게 진행할 수 있기 때문이다. 정부가 하는 일이 결국 국민에게 최대한 이익이 되는 방향으로 가야 하는 것 아니겠는가? 방통위와는 계속 협의하고 대화해 주요 정책을 조율해 나갈 것이다.

**Q. 최근 공영TV홈쇼핑 설립과 관련하여 편법시비가 일고 있는데 이에 대한 입장은?**

**A.** 정부는 내년 개국을 목표로 공영TV홈쇼핑 승인을 준비 중이다. 일부 우려하는 시각도 있으나 최근 공청회에서 밝힌 것처럼 공영TV홈쇼핑 신설이 창의·혁신기업의 원활한 시장 진입과 중기제품·농축수산물의 판로 확대를 정책 목표로 하는 만큼, 기존 TV홈쇼핑의 전철을 밟지 않고 정책 목표를 지속적으로 실현할 수 있도록 객관적이고 공정한 절차에 따라 심사를 추진할 것이다. 