

방송통신융합과 콘텐츠 진흥체계

2006. 8. 7

요 약

1. 문제제기
2. 방송통신융합과 콘텐츠
3. 콘텐츠 진흥체계 현황
4. 해외 각국의 진흥체계
5. 맺음말

작성 : 김영덕 연구원(3219-5521)

kimyd@kbi.re.kr



<본문 요약>**■ 현황과 문제점**

- 문화관광부는 방송영상콘텐츠진흥에 대해서는 방송법과 문화산업진흥기본법, 디지털 콘텐츠진흥에 대해서는 문화관광부는 문화산업진흥기본법과 온라인디지털콘텐츠산업 발전법, 정보통신부는 온라인디지털콘텐츠산업발전법에 입각해 정책을 수립/시행하고 있음.
- 방송위원회는 방송진흥정책수립의 법적 근거가 명확하지 않음. 다만 방송발전기금의 관리 감독 주체인 방송위원회가 방송법의 기금 용도에 입각해 방송산업 진흥사업에 기금을 지원하고 있으나, 직접 사업도 추진하고 있어 ‘기금의 용도’ 규정(방송법 제 38조) 취지에 반하고 있음.
- 문화관광부는 기본적으로 국고와 일부 방송발전기금, 정보통신부는 국고 및 관련 기금, 방송위원회는 방송발전기금을 재원으로 삼아 지원사업을 추진하고 있음. 다만 방송영상콘텐츠진흥에 대해 정책수립과 기금관리운용주체가 분리되어 있어 정책의 실행력이 떨어지고 있음.
- 방송영상콘텐츠와 디지털 콘텐츠 진흥사업을 살펴본 결과, 방송영상콘텐츠 부문에서는 문화관광부와 방송위원회간에 디지털 콘텐츠부문에서는 문화관광부와 정보통신부와의 사이에서 지원사업 중복 또는 중복 우려가 엿보임.
- 선진각 국에서 방송영상콘텐츠정책수립의 주체는 대부분 독임제 형식의 정부부처에 의해 실시되고 있고 그 중에서도 문화관련 부처가 담당하고 있는 것이 일반적임.
- 또한 정책수립기관의 산하에 별도로 진흥기관을 두고 독자 내지 복수의 기금을 운용해 지원하고 있음. 다만 해외각국에서 방송영상콘텐츠와 디지털 콘텐츠 진흥에 대한 관할구분은 명확하게 되어 있지 않은 듯함.

■ 제언

- 국제적 협력·대책의 증가와 강력한 콘텐츠 진흥정책의 필요성에 입각한다면, 방송영상 콘텐츠진흥정책은 다양한 정책수단과 막강한 자원동원력, 신속한 의사결정을 가진 정부 내 전담부서의 진흥조직체계에 의해 주도되는 것이 바람직할 것임.
- 책임소재가 불분명하고 합의제의 의사결정구조로는 추진동력과 효율성이 떨어져 소기의 산업진흥 목적을 달성하기 어려울 것임. 여기에 ‘독립행정의 규제 감독기관’으로써의 정체성, 공공적 가치의 실현이 제일가치로 ‘산업진흥’을 전면에 내세우기 어려운 구조와 한계를 지님.

- 선진 각국은 정부주도하에 국가전략산업의 일환으로 문화산업을 자리매김하고 이의 진흥에 적극적으로 나서고 있고 글로벌화에 따라 국제협력 및 대책등 정부차원의 업무가 훨씬 많아지고 정치(精緻)하게 요구될 것으로 보임.
- 산업진흥이라는 목표를 실천하는데 있어 현실적으로 기타 타 부처로부터의 원활한 협력을 이끌어내기 위해서도 정부부처주도의 진흥체계가 바람직함. 산업진흥정책의 주체가 '독립행정기관'일 경우, 타 부처로부터의 협력이 여의치 않아 콘텐츠진흥에 차질을 빚을 수 있음.
- 다양한 콘텐츠를 결합한 종합적이고 유기적인 정책과 전략추진체계 속에서 방송영상 콘텐츠 진흥이 이루어져야 만이 콘텐츠간의 시너지 효과를 극대화할 수 있고 궁극적으로 산업진흥에도 기여할 것임.
- 콘텐츠 유통의 근간에는 저작권제도가 존재하며 따라서 콘텐츠진흥은 저작권제도 및 정책과 긴밀하고 유기적으로 추진될 수 있도록 해야 할 것임.
- 한류의 지속과 확대를 위해서는 콘텐츠간의 가치사슬 구조와 시너지 효과 차원에서 타 콘텐츠와의 연계 속에서 진흥정책이 수립되고 시행되어야 할 것임.
- 방송과 통신의 융합을 기회로 분산되어 있는 산업진흥 또는 방송영상콘텐츠/디지털콘텐츠진흥 규정을 통합해 '콘텐츠진흥법'을 제정하는 것이 바람직할 것임. 이러한 법제화 과정을 통해 안정적 제도적 토대위에서 '제대로 된 산업진흥'의 정책목표를 실현할 수 있을 것임.
- 디지털 콘텐츠는 아날로그 콘텐츠와 대비되는 개념으로 콘텐츠자체의 본질이 변하는 것이 아니며 뿐만 아니라 대부분의 콘텐츠가 디지털화된 경우 '디지털 콘텐츠'의 개념 자체가 무의미해짐.
- 디지털 콘텐츠의 과도기적 지원 효용성이 인정된다고 하더라도 장기적으로는 온/오프라인을 구분해야할 커다란 실체가 존재하는 것이 아니며 네트워크나 매체에 구애받지 않는 콘텐츠의 속성과 콘텐츠간의 유기적 관계, 콘텐츠 종합전략의 필요성 등을 감안할 경우, '콘텐츠진흥법'의 형태가 타당할 것임.
- 진흥정책 혼선의 또 다른 모습은 정책주체와 재원의 분리에 있음. 산업진흥의 정책주체는 문화관광부임에도 진흥재원의 하나인 방송발전기금의 관리운영 주체는 방송위원회로 되어 있어 정책의 실효성이 담보되지 않은 경우도 종종 발생. 진흥정책에 따른 재원의 담보가 안정적이고 유기적으로 연결될 수 있도록 제도정비가 필요할 것임.

1. 문제제기

■ 문화의 힘과 방송통신융합 환경

- 냉전 이데올로기의 종식과 더불어 1990년대부터 ‘소프트 파워’가 세계를 지배하는 질서의 하나로 떠오르고 있음.
 - 세계적인 정치학자인 미국 하버드대학의 조셉 나이(Joseph S. Nye) 교수는 사람의 마음을 끄는 힘을 ‘소프트 파워’(Soft Power)¹⁾로 명명하고 이것이 냉전을 종식시킨 결정적인 계기가 되었다고 주장.
 - 저명한 경제학자 피터 드러커(Peter F. Drucker)도 “21세기는 문화산업에서 각국의 승패가 결정될 것”이라고 점치고 있음.
 - 최근 문화의 중요성은 특히 경제적 측면에서 강조되고 있는데, 일례로 허리우드의 한 해 매출액은 우리나라의 1년간 자동차 수출액을 능가하며 해외에 수출된 ‘겨울연가’ 한 편의 경제적 파급효과는 수 조원에 달하고 ‘해리포터’ 소설 하나로 약 25억 달러의 매출을 올렸다고 함²⁾.
 - 실제로 우리는 ‘한류’라는 대량의 대중문화 수출을 경험하면서 ‘문화의 힘’을 직접 실감하고 있음.
- 세계 각국은 이러한 ‘문화의 힘’을 인식하고 소프트 파워를 국가전략산업으로 자리매김하며 강력한 진흥정책을 실시하고 있음.
 - 미국, 영국, 프랑스, 캐나다, 일본 등의 선진국과 말레이시아, 중국, 대만 등의 아시아 각국은 문화산업 진흥정책을 수립해 실시하고 있음(부록 1 참조).
- 한편 ‘문화의 힘’은 이른바 디지털화와 네트워크화로 대표되는 ‘IT혁명’과 결합하면서 본격적인 디지털 문화 시대의 도래를 예고하고 있음. 정보통신 테크놀로지의 발전은 기존 틀과 경계를 급속도로 무너뜨리고 다양한 융합현상을 초래하고 있음.

1) 여기서 “소프트 파워’란 문화, 이데올로기, 제도적인 매력등 타국이 추종하고 싶어지는 가치관을 힘의 원천으로 보고 타자를 끌어들이는 매력이 국가의 상대적 우위성에 기여하는 것”을 말함.

2) 이코노믹 리뷰, ‘2006 KOREA SOFT POWER’, 2005년 12월 27일자

■ 방송통신융합과 콘텐츠진흥

- 방송통신의 융합이 빠르게 진행됨에 따라 기존의 방송과 통신 틀로는 접근하기 어려운 그레이 존(Grey-zone)이 생겨나고 있음. 이로 인해 정책과 규제의 공백이 장기화면서 경제/문화적 손실도 커져가고 있음.
- 2006년 7월부터 종합유선방송사업자는 기간통신사업자의 허가를 받아야 하며, 데이터방송채널사용사업자는 전기통신사업법에 따라 부가통신사업자 신고를 해야 하고 DMB방송을 휴대전화통합수신기로 제공할 경우 이동전화사업자와 방송사업자간의 공정거래문제는 정보통신부와 방송위원회가 함께 관여할 수밖에 없음.
- 그럼에도 그 동안 이러한 ‘공백’에 대한 제도적 대책이나 정비는 첨예한 ‘영역논쟁’으로 비화되면서 뒷전으로 밀려나있었음. 최근에서야 이러한 ‘공백’을 조속히 없애 방송통신융합산업을 적극 육성하고 이용자에게 다양한 서비스를 제공하기 위한 구조개편논의가 한창 진행 중임³⁾.
- 일부 선진국에서는 방송통신융합이 진행되어 양자의 융합에 대비한 구조개편작업을 마무리한 상태인데, 우리는 세계적인 IT인프라를 구축하고 있음에도 불구하고 구조 및 제도개편 미비로 인해 세계 방송통신융합 서비스와 시장에서 주도권을 확보하고 도약할 수 있는 기회조차 잡지 못해 이로 인해 우리의 국제경쟁력은 갈수록 뒤쳐지고 있음.
- 한편 방송영상콘텐츠 진흥을 둘러싸고 문화관광부와 방송위원회, 디지털콘텐츠는 정보통신부, 문화관광부 사이에 정책 혼선 및 중복적인 지원이 발생하고 있음. 방송과 통신간의 융합이 심화되면, 이러한 정책과 지원의 중복영역도 더욱더 확대될 것으로 보임.
- 방송통신융합은 방송과 통신의 각자 추구해왔던 가치가 충돌하거나 결합하는 것을 의미함. 이는 상대적으로 ‘산업적 가치’, ‘콘텐츠’와 ‘이용자의 존재’를 부각시키게 될 것임. 다시 말해 방송과 통신의 융합으로 통신의 산업적 가치와 만나면서 방송의 전통적 가치가 재정립받게 될 것이며 다매체 다채널로 인해 유통 파워의 평준화가 가속되어 종전보다 ‘콘텐츠’와 ‘이용자’의 지위가 상승할 것으로 보임. 이 세 가지를 관통하는 핵심에는 ‘콘텐츠’가 있음.

3) 2006년 7월말에 방송통신융합추진위원회가 발족되어 구조개편논의가 본격화되었음.

- 이처럼 콘텐츠의 중요성에 대한 인식은 갈수록 높아지고 있음에도 실제로 유통되는 콘텐츠는 턱없이 부족하고 ‘그 반찬이 그 반찬’이라는 불만도 끊이질 않음. 유통채널은 수없이 늘어났음에도 이를 채울만한 제대로 된 콘텐츠가 별로 없는 현실에다가 콘텐츠 제작업체는 대부분 영세하기 짝이 없음. 다채널 다매체 환경에서 경쟁력있는 콘텐츠를 다양하게 생산할 수 있는 제작환경을 조성하고 이의 유통을 효율적이며 원활하게 가져가는 진흥정책이 시급하게 요청되고 있음.
- 본 연구는 방송통신융합구조개편논의가 한창인 가운데, 현재적 시점에 입각해 방송통신융합시대의 핵심사안중의 하나인 콘텐츠산업에 대한 진흥체계를 어떻게 확립하는 것이 적절한지 이의 방향성과 방안을 제시해보고자 함.

2. 방송 통신 융합과 콘텐츠

1) 방송과 통신 개념 비교

- 방송과 통신은 추구하는 가치나 규제내용이 다르지만, 디지털과 네트워크기술의 발달과 이에 따른 신규 서비스 등의 등장으로 이의 경계는 급격하게 허물어지고 있음.
- 불특정 다수를 대상으로 하는 ‘방송’과 1 대 1인이 기본인 ‘통신’은 서비스 대상이 다름.
- 상대적으로 방송은 공익적 가치를 우선해왔지만, 통신은 산업적 측면을 중시해왔음.
- 통신은 ‘경쟁촉진과 소비자 편익증진’에 무게를 두어온 반면, 방송은 ‘엄격한 진입, 소유, 내용규제’ 등을 실시하고 있음.
- 방송은 ‘공개’를 원칙으로 하지만, 통신은 ‘비밀’을 전제로 하고 있음.

<표-1> 방송과 통신의 개념 비교

	방송	통신
대상	불특정 다수	1대 1인
우선 가치	공익적 가치 - 엄격한 진입/소유/내용 규제	산업적 가치 - 경쟁촉진과 소비자 편익 증진
원칙	공개	비밀

- 이처럼 방송과 통신은 서로 상이한 정책과 규제 틀 속에서 존재해왔으나 최근 디지털 기술과 광대역 네트워크의 보급, 인터넷 및 휴대폰 이용자의 증가 등으로 각자의 울타리에서 존재해왔던 방송통신이 고유의 영역을 뛰어나와 양자가 새롭게 융합/연대하는 서비스가 속속 등장하고 있음⁴⁾.

2) 융합현상

- 방송통신테크놀로지의 발달로 인해 방송과 통신의 융합 내지 연계 현상이 사업자, 전송로, 콘텐츠, 단말기 영역에서 활발하게 진행되고 있음.
- 케이블TV망을 이용한 ISP접속, 웹캐스팅, TV포탈, VOD, DMB, 데이터 방송 등과 같은 경계영역적인 서비스가 속속 출현하고 있고 앞으로도 다양한 형태의 융합서비스가 나타날 것으로 전망됨.

■ 서비스 융합

- 방송과 통신 양자의 특성을 지닌 중간 영역적인 서비스가 등장하고 있음. 일본의 예를 들면 ‘공연성(公然性)을 지닌 통신’⁵⁾, ‘특정성(特定性)을 지닌 방송’⁶⁾이라 불리는 서비스의 이용이 확대되고 있음.

4) 한국방송영상산업진흥원(2005), ‘세계 주요국의 미디어 융합형 서비스 현황과 규제 방안’, 242항

5) 한국방송영상산업진흥원(1996), ‘21세기 방송산업의 발전방향’, 112항

- 특정성을 지닌 방송으로는 데이터 방송⁷⁾, 인터넷 방송⁸⁾, 공연성을 가진 통신으로는 전자게시판⁹⁾, 홈페이지에 의한 정보발신 등이 있음.
- 국내 통신사업자의 June, Fimm의 방송서비스, 통신사업자의 IPTV서비스, 케이블 TV의 DMC구축을 통한 TPS(Triple Play Service)¹⁰⁾, QPS(Quadruple Play Service)¹¹⁾, 디지털 데이터 방송 등.

■ 전송로 융합

- 통신용 전송로를 이용한 방송, 방송용 전송로를 이용한 통신등과 같은 방송·통신 전송로의 융합이 진행되고 있음.
- 통신망의 광대역화, 방송망의 디지털화 등으로 인해 통신사업자의 통신망을 이용한 케이블TV, 통신위성(CS)을 이용한 방송, 인터넷 기반의 IPTV서비스 등이 등장.

■ 단말기의 융합

- 인터넷만이 아니라 텔레비전방송의 수신/녹화도 할 수 있는 PC, TV에서 인터넷에 접속할 수 있는 수신기 및 STB, 전화는 물론 TV를 수신할 수 있는 휴대폰등 하나의 단말기가 통신서비스와 방송서비스 모두에 이용되는 상황이 벌어지고 있음.

6) 고도로 전문적인 정보를 제공하는 방송등 방송으로서의 기본적 특성을 지니면서 한정된 시청자에 대해 정보를 발신. 출처 : 우정성(1996), '21세기를 향한 통신 방송의 융합에 관한 간담회 최종보고서'

7) 데이터 방송은 전파를 이용해 문자 및 정지화상 등에 의한 뉴스 등의 프로그램을 송신하는 서비스임.

8) 수신하는 음성/영상콘텐츠를 실시간으로 재생할 수 있는 스트리밍 기술을 채택해 인터넷상에서 콘텐츠를 전송하는 서비스를 말함. 미리 정해진 시각에 대량/동시에 콘텐츠를 전송하는 라이브(Live)형과 수신자의 요청에 의해 개별적으로 콘텐츠를 전송하는 온 디맨드(On-demand)형이 있음.

9) PC통신서비스 및 인터넷, 그룹웨어, 인트라넷의 서비스의 하나로 제공되는 기능이며 컴퓨터를 이용한 메시지 교환시스템의 한 형태임. 이용자가 네트워크를 경유해 서버의 게시판에 메시지를 입력하면 타 이용자도 입력된 메시지를 네트워크를 경유해 열람, 다운로드할 수 있음.

10) 단일네트워크에서 전화, 인터넷, 방송을 함께 제공하는 서비스를 말함.

11) 단일네트워크에서 전화, 인터넷, 방송, 무선음성을 함께 제공하는 서비스를 말함.

■ 사업체의 융합

- 제한적이거나 통신사업과 방송사업의 상호진출이 활발해지고 있음. 구체적으로 케이블TV사업자에 의한 통신서비스 제공등 통신사업과 방송사업을 겸영하는 사업자나 자본제휴 등의 사례가 늘어나고 있음.
- KT의 스카이 라이프 겸영, SKT의 Tu미디어콤플 겸영, 케이블TV의 ISP접속사업등.

3) 방송영상콘텐츠의 특성과 전망

(1) 콘텐츠의 정의

■ 콘텐츠(contents)에 대한 일반적 정의

- 방송통신융합의 핵심인 ‘콘텐츠’에 대한 기본 개념을 정리하고 콘텐츠에 대한 ‘윤곽’과 이해를 높이고자 함.
- 콘텐츠란 ‘하드웨어’에 대비되는 개념으로서, ‘인터넷 콘텐츠’나 ‘방송 콘텐츠’와 같이 전송수단(미디어)을 통해 전해지는 내용물의 의미를 지님¹²⁾.
- ‘콘텐츠’란 정보저장장치에 기록되고 재생되거나, 방송과 통신과 같은 미디어에 의해 전송되는, 일반인 수용자가 즉각적으로 해독 가능한, 자기 완성적인 기호체계로서 다수의 공중이 의미를 공유할 수 있는 내용물.
- 상기는 유통과 수용에 포커스를 맞춘 일련의 기능적 메커니즘을 강조하고 있음.
- 콘텐츠의 특성은 첫째, 기계적 매개수단(기록 장치이든 전송수단이든 기계적인 장치에 의해 매개되는 특성), 둘째는 보편적 수용성, 셋째는 자기 완성적인 단위를 갖는, 넷째는 내용의 공공성 등으로 요약할 수 있음¹³⁾.
- 콘텐츠란 문자, 소리, 화상, 영상 등 여러 가지 형태로 이루어진 정보의 내용물을 뜻하는 것으로, 출판, 음악, 영화 등의 영상, 사진 등의 화상, 게임, DB 등 광범위

12) 최양수(2004). ‘디지털 콘텐츠 유통과 진흥정책’. 한국뉴미디어방송협회 창립1주년 기념 방송통신포럼 주제 발제문.

13) 최양수(2004) 앞의 발제문,

한 분야를 대상으로 하고 있음¹⁴⁾.

- 상기의 정의는 콘텐츠의 표현수단 또는 양태에 포커스를 맞추고 있음.
- 콘텐츠는 일반적으로 콘텐츠 상품은 on, off - line의 유통 체계를 통해 배포되는 거의 모든 종류의 서비스 내용물을 지칭하며, 콘텐츠 산업의 가치 사슬 측면에서 보면 내용물의 개발, 제작, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스 산업을 통칭¹⁵⁾.
- 상기는 산업적 관점에서 일련의 기능적 메커니즘을 강조한 정의임.

■ 디지털 콘텐츠에 대한 정의

- 디지털콘텐츠란 “첨단 IT기술을 사용하여 부호, 문자, 음성, 음향, 영상 등을 디지털 포맷으로 가공, 처리하여 정보통신망, 디지털방송망, 디지털저장매체 등을 통하여 활용하는 정보”¹⁶⁾를 말함.
- ‘디지털 콘텐츠’는 기호를 기록하고 재생하는 특정 방식에 따라, ‘영상 콘텐츠’는 내용물의 기호적 특성에 의해, ‘게임 콘텐츠’는 내용물의 형식과 기능에 따라, 그리고 ‘문화 콘텐츠’는 다수의 공중이 공유한다는 의미에 의해 서로 다르게 정의되는 개념으로서 사용되고 있음¹⁷⁾.
- 진흥관련 법에서도 ‘디지털 콘텐츠’에 대해 정의하고 있음.
- 문화관광부 소관의 ‘문화산업진흥 기본법’에서는 디지털 콘텐츠란 “부호, 문자, 음성, 음향 및 영상 등의 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용에 효용을 높일 수 있도록 디지털 형태로 제작 또는 처리한 것”으로 정의.
- 정보통신부 소관의 ‘온라인디지털콘텐츠산업 발전법’ 제 2조에서는 디지털콘텐츠란 “부호, 문자, 음성, 음향, 이미지 또는 영상 등으로 표현된 자료 또는 정보로서, 그 보존 및 이용에 있어서 효용을 높일 수 있도록 전자적 형태로 제작 또는 처리

14) 김동욱최성락(2003). ‘디지털콘텐츠 산업의 발전과 행정체계의 변화’. 한국행정학회 2003년도 동계학술대회 발표논문.

15) 박소라(2005). ‘방송통신융합 환경에서의 콘텐츠 관련 이슈’. (사)미디어미래연구소 주최 ‘방송통신융합 정책 과제: 진단과 처방’ 세미나 자료.

16) 김동욱최성락, (2003), 앞의 발제문

17) 최양수(2004), 앞의 발제문

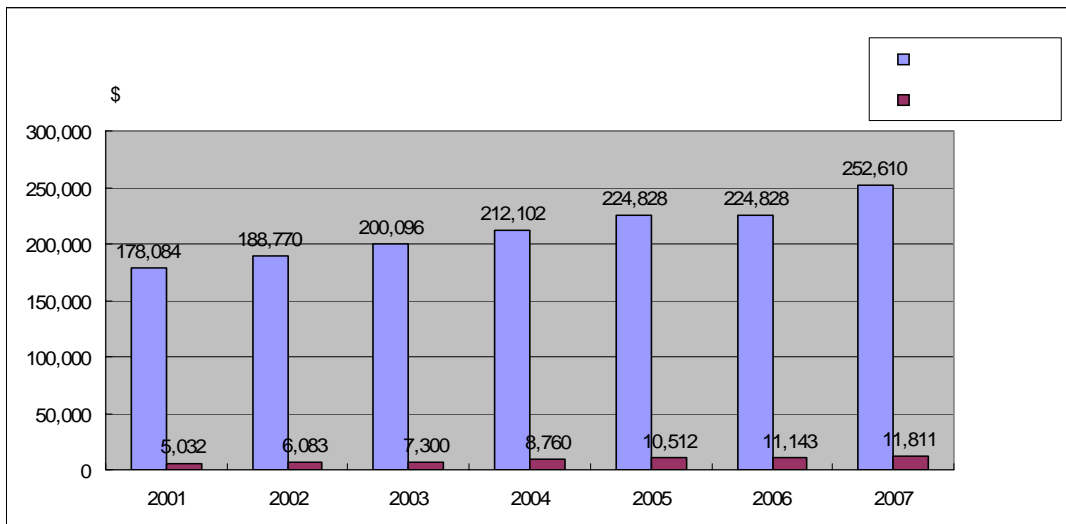
된 것”으로 정의.

- OECD는 디지털 콘텐츠에 대해 “전통 text, data, 화상, 동영상 등을 디지털화하여 이용자들의 참여가능성 및 상호작용이 가능하도록 한 것”이라고 정의. 호주는 “전자디지털 형태로 제작되고, 배포되며, 지적 재산권으로서의 가치가 있는 창조적 생산물”로 정의¹⁸⁾.

(2) 콘텐츠 산업전망과 구조변화

■ 콘텐츠산업 전망

- 방송영상시장이나 디지털 콘텐츠 시장은 고속 성장이 예상되는 분야임.
- 세계 방송영상시장규모는 2002년 대비 2007년까지 약 33% 신장 전망(2002년 약 1,887억불), 국내 방송영상시장 규모는 2002년 현재 약 60억불로 세계시장의 3.2%수준.

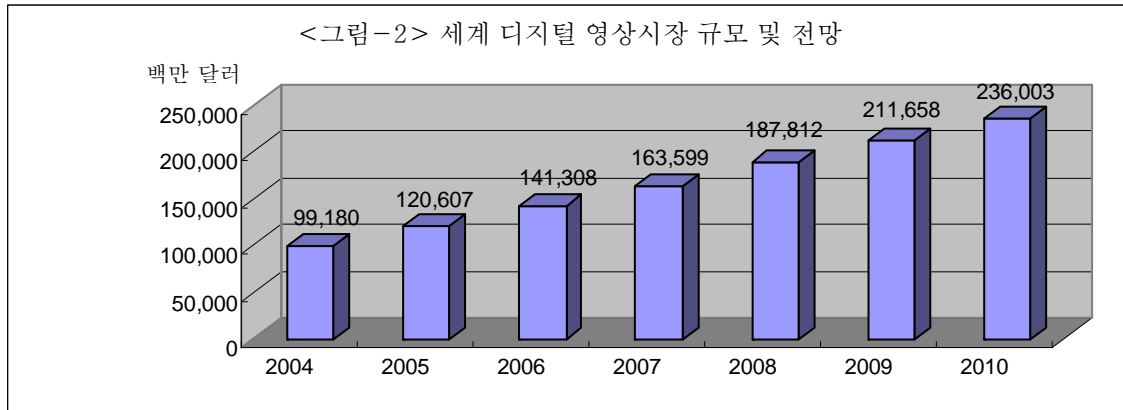


<그림-1> 방송영상시장 규모전망

출처 : 문화관광부(2003), ‘방송영상산업 5개년 계획’

18) 김현성·정진우(2003). ‘디지털콘텐츠진흥사업의 전개와 정책적 과제’. 한국행정학회 2003년도 동계학술대회 발표논문.

- 2004년 전 세계 디지털 영상시장 규모는 약 992억 달러에 달했으며, 2005년에는 전년대비 21.6% 성장하고 2010년에는 연평균 14.4% 성장세를 나타내 2,360억 300만 달러를 기록할 것으로 전망¹⁹⁾.



자료원 : 한국소프트웨어진흥원(2006), '2005년 해외디지털콘텐츠 시장 조사',

주) 연평균 성장률 전망 : 05~10 CAGR 14.4%

■ 방송통신융합의 주요 이슈

- 그 동안의 방송통신융합논의 가운데 주요 이슈를 정리하면 다음과 같음²⁰⁾.
 - 통합규제기구의 성격과 관련해서 초기의 '합의제 위원회냐', '단임제 기구이냐' 하는 문제에서 점차 위원회로 하되 그러한 위원회이더라도 '행정위원회이냐 독립위원회이냐'로 변하는 양상을 보이고 있음.
 - 통합규제기구의 성격과 관련, 정책과 규제기능을 분리하는 것이 불가능하다는 입장과 정책이 지향하는 목표와 기능 그리고 규제가 지향하는 목표와 기능이 상이하므로 얼마든지 분리 가능함.
 - 통합법체제와 관련 일부 필요하지 않다는 의견도 있으나 대체로 통합법률 체제가 필요하다는 입장과 필요하나 당장 그러한 체제로 가는 것이 가능하거나 보다 효과적이지 않다는 입장이 대립되는 양상.

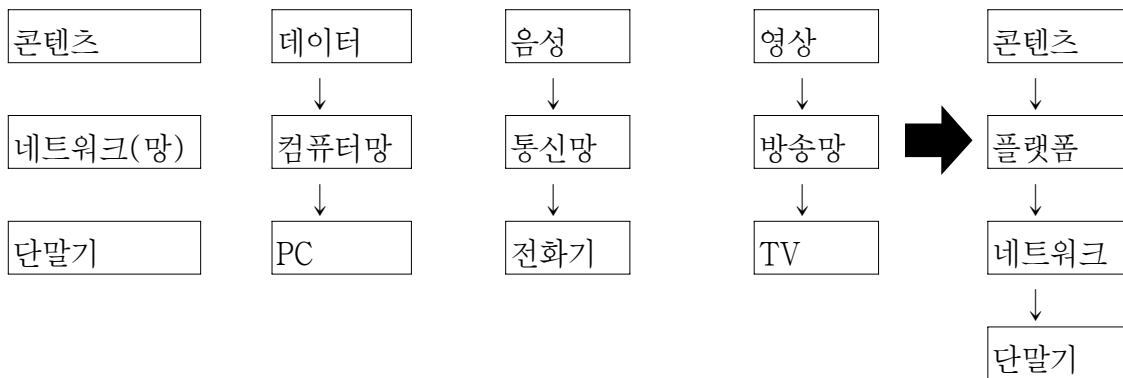
19) 한국소프트웨어진흥원(2006), '2005년 해외 디지털 콘텐츠 시장 조사 : 디지털 영상편',

20) 김국진(2005), '방송/통신 융합논의 종합정리-2004~2005.11 언론에서 다룬 사례 중심분석'- 한국뉴미디어 방송협회, 5~8항.

- 콘텐츠와 네트워크의 수평적 분리규제 틀을 도입해야 한다는 입장과 상당 기간 기존의 수직규제 틀을 유지하여야 한다는 입장이 있음.

■ 구조변화

- 과거에는 방송이 가치사슬의 각 단계가 전송수단에 따라 수직적으로 결합된 방송통신 구조를 형성했으나 융합의 진전에 따라 가치사슬의 각 단계별로 수평적인 산업구조로 변모할 것으로 전망²¹⁾.



<그림-3> 방송통신융합에 따른 구조변화

출처 : 박소라(2006), '방송통신융합시대 디지털 콘텐츠의 현황과 미래전략', 한국방송영상산업진흥원

- 콘텐츠 생산, 유통, 소비에 커다란 변화를 초래될 것으로 전망됨. 콘텐츠-플랫폼 간의 수직관계와는 달리 콘텐츠가 플랫폼으로부터 분리되면서 다중 콘텐츠, 다중 플랫폼의 형태로 발전할 것임²²⁾.
- 융합현상으로 인하여 기존의 네트워크 간에는 경쟁이 발생.
- 콘텐츠 유통방식에는 변화→콘텐츠를 전달하는 다양한 플랫폼의 발전을 가져오고 이는 콘텐츠를 확보하기 위한 플랫폼 사업자 간의 경쟁을 유발.

21) 박소라(2006), '미디어 패러다임의 변화와 디지털콘텐츠, 방송통신융합시대 디지털 콘텐츠의 현황과 미래전략', 한국방송영상산업진흥원, 7항

22) 박소라, 앞의 발제문, 7항

■ 진흥대책의 필요성

- 고성장과 부가가치가 높은 콘텐츠가 방송통신융합시대의 핵심적 과제로 떠오르고 있지만, 국내 콘텐츠 제작산업은 대부분 소규모 영세사업자로 구성되어 있어 경영구조가 매우 취약하며 콘텐츠 유통이나 관련시장도 충분하게 구축되어있지 않음.
- 기술발달로 유통수단은 급격하게 다양해지고 있지만, 이를 채울 콘텐츠는 턱없이 부족한 상황임. 우선 수요과잉으로 공급난에 직면한 콘텐츠의 병목현상을 완화할 수 있도록 양질의 콘텐츠 제작을 활성화해야 할 것이며, 이와 더불어 한정된 콘텐츠를 효율적이고 다원적으로 유통시키기 위한 저작권 등의 진흥대책이 필요함.
- 또한 국내의 제도적 울타리 속에서 온실산업으로 성장해온 콘텐츠산업은 해외의 거대자본과 경쟁한 적이 거의 없음. 더구나 FTA등으로 콘텐츠 산업의 대외개방은 필연적인 흐름이 되고 있으며 방송과 통신의 융합은 자본의 운동성을 강화시켜 글로벌화를 한층 가속시킬 것임. 경쟁과 개방화 흐름에 더 이상 역행할 수 없으며 국제경쟁력을 갖춘 콘텐츠산업을 적극 육성해야 할 것임.
- 해외‘한류’를 지속시키고 확대시키기 위해서도 국제경쟁력을 제고하기 위한 지원이 필요.
- 국제적으로 격화되고 있는 해외 선진각국의 콘텐츠산업육성전략 속에서 주도권을 행사하기 위해서는 정부차원의 강력한 드라이브 정책이 필요함.
- 엔터테인먼트 산업은 군수산업에 이은 2대 산업으로 미국 경제를 견인하고 있으며 60년대 비틀즈 효과를 경험한 영국도 엔터테인먼트 산업을 집중 육성하고 있다. 프랑스도 임 오래전부터 ‘국가를 문화로 일으킨다’는 슬로건 아래 문화산업에 대한 과감한 지원정책을 펼쳐왔음²³⁾.

3. 콘텐츠 진흥체계 현황

- 이하의 내용은 기존의 방송영상콘텐츠와 방송통신 융합영역에 해당하는 디지털

23)김동규(2003), ‘외주의 활성화방안 모색, 독립제작사협회 세미나

콘텐츠의 진흥체계를 중심으로 다루고 있음.

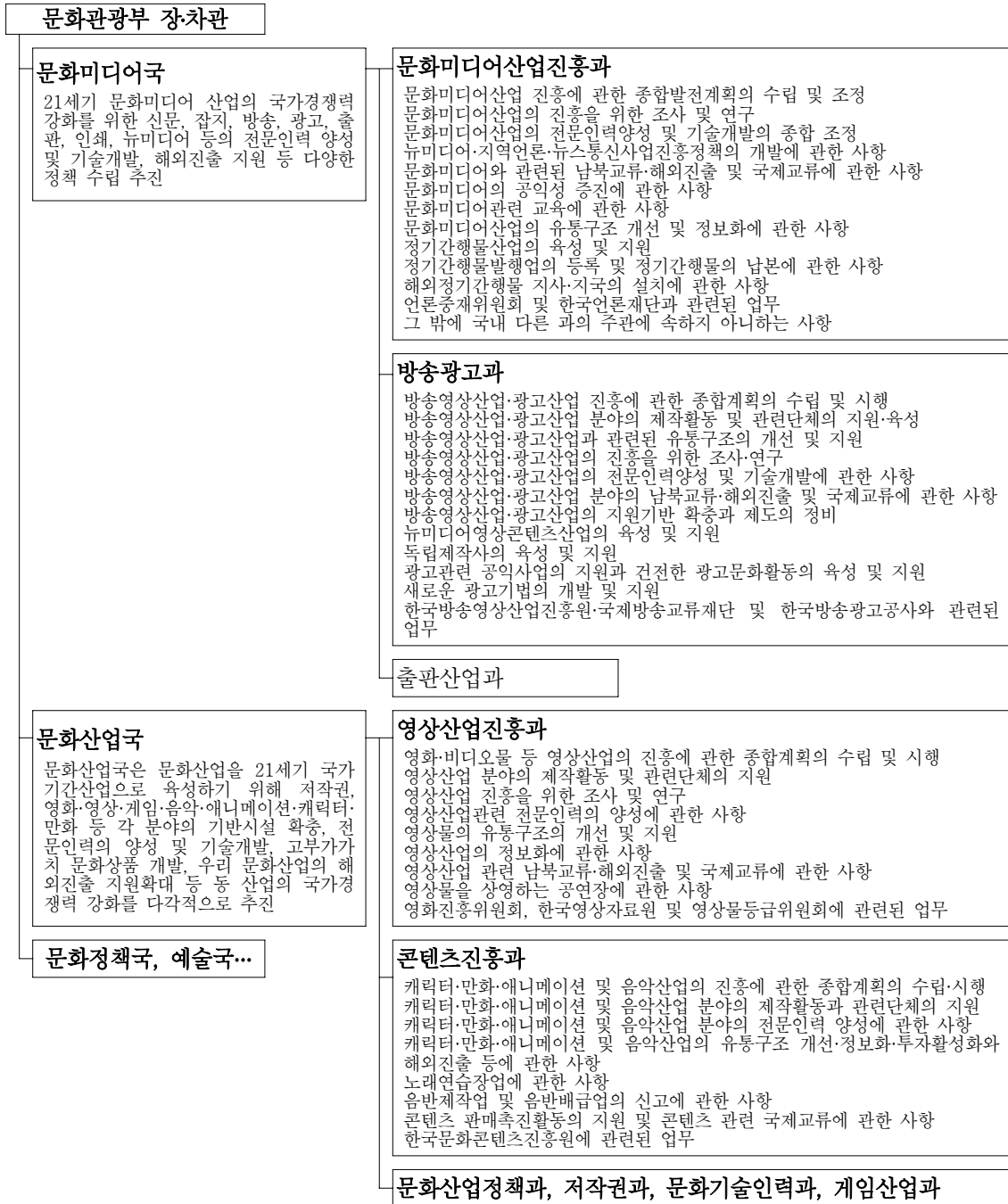
- 콘텐츠진흥체계와 관련 법제, 소관부처, 정책수립 및 지원사업, 관련 기금을 중심으로 살펴봄.
- 특히 방송영상콘텐츠는 문화관광부와 방송위원회, 디지털 콘텐츠는 문화관광부와 정보통신부간의 비교를 축으로 하고 있음.

(1) 문화관광부

■ 방송영상콘텐츠육성

- 문화관광부는 ‘방송법’, ‘문화산업진흥기본법’등에 입각해 방송영상진흥정책을 수립하고 지원사업을 실시할 수 있음. 문화관광부는 방송영상산업진흥과 관련 일찍이 1998년에 발표한 ‘방송영상산업 진흥대책’에 입각해 각종 지원사업을 추진해 왔으며 2003년 6월에는 ‘방송영상산업진흥 5개년 계획’을 발표한바 있음.

<그림-4> 문화관광부의 콘텐츠진흥부서현황



출처: http://www.mct.go.kr/open_content/administrative/organization/organ_view.jsp

- 방송영상산업진흥 5개년 계획에 따르면, 문화관광부는 2007년까지 약 5천억 원

이상을 투입해 방송영상 선진권에 진입하는 동시에 아시아 방송영상시장의 허브로서 도약하겠다는 목표를 제시²⁴⁾.

- 방송법 제 92조제2항 “문화관광부 장관은 방송영상산업의 진흥을 위하여 필요한 정책을 수립/시행하여야 한다.” 규정.
 - 문화산업진흥기본법 제4조 2호 “문화산업진흥에 관한 종합적이고 기본적인 중장기 기본계획과 문화산업의 각분야별 및 기간별 세부시행계획을 수립/시행해야한다.”고 규정.
- 문화관광부는 ‘방송영상산업진흥 5개년 계획’에서 7대 중점 과제를 밝히고 있는데 방송프로덕션사 자생기반마련, 방송영상 공동활용 인프라 구축, 방송영상 전문인력 양성체제 구축, 유통선진화 및 해외진출 촉진, 방송을 통한 국가브랜드 이미지 제고, 디지털 방송환경에 부응하는 법·제도 정비, 고객참여확대 및 성과평가제도 도입에 역점을 두고 추진하고 있음.

<표-2> 과제별 추진전략

1. 방송프로덕션사 자생기반 마련	·디지털매직스페이스 등 집적 제작 인프라 조성 ·방송영상투자조합 설립 및 제작비 지원 내실화 ·외주제작제도의 정책실효성 확보
2. 공동활용 인프라 구축	·방송영상 포털사이트 구축 ·디지털 방송영상아카이브 운영 확대 ·방송영상제작시설 인력DB구축
3. 방송영상 전문인력 양성체제 구축	·On-Off line 연수시스템 구축 ·현업인 재교육 확대 ·소수정예 전문디렉터 양성 ·방송영상 민간자격증제도 도입
4. 유통선진화 및 해외진출 촉진	·외주전문채널 설립 등 방송콘텐츠유통 촉진 ·수출용 방송콘텐츠 현지화지원 확대 ·국제방송 건본시 개최 및 한·중·일 교류확대
5. 방송을 통한 국가 브랜드 이미지 제고	·아리랑TV 영어라디오방송 실시 ·해외위성방송의 실질적인 글로벌 네트워크 구축 ·문화를 통한 국가이미지 제고
6. 법·제도 정비	·방송영상진흥관련 법제화 추진 ·방송영상산업 총괄지원기능강화를 위한 기구 정비
7. 고객참여확대 및 성과평가제도 도입	·민간 주도의 「방송영상진흥협의회」 구성·운영 ·주요사업 추진성과의 정기적인 평가시스템 도입

출처: 문화관광부(2003), ‘방송영상산업진흥 5개년 계획’

24) 문화관광부 홈페이지 <http://www.mct.go.kr>를 참조.

- 구체적인 지원사업은 ‘한국방송영상산업진흥원’ 등이 다음과 같은 내용으로 실시하고 있음.

<표-3> 문화관광부 소속 공공단체별 방송영상산업 지원현황

	한국방송영상산업진흥원	디렉터스쿨
제작비 지원	·우수과일럿프로그램제작비 지원사업 ·케이블TV PP사 프로그램제작비 저리대출 지원 ·투자조합 운영	
인프라 구축	·첨단디지털방송교육시스템 구축 및 운영 ·지역디지털미디어센터 구축 및 운영 ·방송교육자료개발 및 R&D ·DMS장비 및 시설구축	
인력 양성	·디지털방송영상교육과정운영 ·사이버방송영상아카데미운영 ·미래지향적인 교육체계 확립	·제작디렉터와 마케팅디렉터 양성
해외 유통 지원	·해외마켓 참가지원 ·수출용 방송프로그램 재제작 지원 ·국제방송영상건본시 (BCWW)개최 ·방송영상시장 동향분석 및 수출입정보 제공	
기타 지원	·산업진흥 정책과제 연구 ·미디어 산업 및 시장 직접지원 연구 ·분기별 토론회 개최 ·디지털 아카이브 운영	

■ 디지털콘텐츠 육성

○ 디지털 콘텐츠산업 지원정책은 현재 문화관광부와 정보통신부를 중심으로 추진되고 있음. 디지털콘텐츠산업은 그 특성상 정보기술과 그 내용이 되는 문화자원의 융합에 기반을 두기 때문에 정보기술을 관장하는 정보통신부와 문화전반을 관장하는 문화관광부와 관련²⁵⁾.

- 문화관광부는 디지털 콘텐츠를 문화콘텐츠산업의 일부로서 인식하는 반면, 정보통신부에서는 디지털 정보기술과 융합된 새로운 산업으로서 접근.
- 문화관광부는 1994년에 문화산업국을 신설. 주요 콘텐츠 산업에 대한 정책적 추진체계를 마련하고 1999년에 ‘문화산업진흥기본법’을 제정하여 게임, 애니메이션,

25) 정용준, 이만제(2005), ‘차세대 디지털 문화콘텐츠 법제도 연구’, 한국문화콘텐츠진흥원.

음악등 주요 콘텐츠산업에 대한 정책적 지원시스템을 구축.

- 문화관광부는 문화산업진흥기본법에서 방송, 영화, 애니메이션 등의 ‘문화산업’, ‘문화상품’ 뿐만 아니라 ‘디지털콘텐츠’, ‘디지털문화콘텐츠’, ‘멀티미디어콘텐츠’²⁶⁾를 지원영역으로 규정하고 있음.
 - 또한 2002년부터 시행된 ‘온라인디지털콘텐츠산업발전법’²⁷⁾에 입각해 ‘디지털콘텐츠’ 또는 ‘온라인디지털콘텐츠’를 지원영역으로 규정하고 있음(<표-8> 참조).
 - 다만 정통부 역시 ‘온라인디지털콘텐츠산업발전법’에 입각해 음성/영상 등의 ‘온라인콘텐츠’, ‘온라인디지털콘텐츠’를 지원영역으로 하고 있어 이중지원의 가능성이 존재함²⁸⁾.
- 한국방송영상산업진흥원은 기존의 지원프로그램 테두리 내에서 디지털방송영상 콘텐츠육성에도 자원을 배분하고 있음.
- 우수 디지털콘텐츠제작지원사업을 통해 DMB콘텐츠제작을 지원하고, DMS²⁹⁾장비 및 시설구축을 구축해 저렴하게 제작인프라를 제공하고 있음.
 - 인력연수지원프로그램을 통해 매년 디지털방송영상 콘텐츠제작인력을 양성하고 있으며 그밖에 뉴미디어 콘텐츠 소재 및 포맷개발사업, 뉴미디어 콘텐츠의 해외 유통지원사업도 실시하고 있음.

26) 문화산업진흥기본법 제2조

4 "디지털콘텐츠"라 함은 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용에 효율을 높일 수 있도록 디지털 형태로 제작 또는 처리한 것을 말한다.

5. "디지털문화콘텐츠"라 함은 문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 디지털콘텐츠를 말한다.

6. "멀티미디어콘텐츠"라 함은 부호·문자·음성·음향 및 영상 등과 관련된 미디어를 유기적으로 복합시켜 새로운 표현 및 저장기능을 갖게 한 콘텐츠를 말한다.

27) 온라인디지털콘텐츠산업발전법에서 규정하고 있는 진흥정책 수립 주체는 정부. 각 부처마다 해당영역에서 디지털 콘텐츠 진흥책을 수립하고 시행하고 있으며 문화관광부는 ‘온라인디지털콘텐츠산업발전시행계획’에 따라 온라인 디지털콘텐츠 지원사업을 추진하고 있음. 동법의 소관부처는 정보통신부임.

28) <표-9> ‘온라인 디지털콘텐츠산업 발전법’과 ‘문화산업진흥 기본법’ 개관을 참조

29) DMS는 Digital Magic Space의 약자로 디지털방송영상콘텐츠 제작 및 편집, HD제작이 가능한 첨단 인프라 시설임.

(2) 방송위원회

- 독립행정기관인 방송위원회는 2001년 11월에 ‘방송산업 진흥 대책’을 수립해 실시하고 있음. 크게 방송발전기금 지원을 통한 육성대책과 법 제도 정비를 통한 지원 대책으로 나눌 수 있는데, 방송발전기금 지원을 통한 육성대책으로 방송의 방송영상콘텐츠 제작 활성화 지원, 디지털방송영상인프라 구축 및 전문인력 양성 지원, 방송의 해외진출 지원확대 등을 명시하고 있음.
- 다만 방송법 제92조에서 문화관광부장관에게 방송영상산업진흥정책 수립권한이 명시되어 있을 뿐만 아니라, 방송위원회는 방송법 제 20조³⁰⁾에 입각해 ‘방송의 공적 책임·공정성·공익성을 실현하고 방송내용의 질적 향상 및 방송사업에서의 공정한 경쟁을 도모하기 위하여’ 설립된 만큼, 방송법 제 92조, 제 20조의 입법 취지에도 반함(<표-4> 참조).

30) 방송법 제 20조 방송의 공적 책임/공정성/공익성을 실현하고 방송내용의 질적 향상 및 방송사업에서의 공정한 경쟁을 도모하기 위하여 방송위원회를 둔다

<표-4> 문화부·방송위 업무영역 구분

문화관광부	방송위원회
<p>■방송법 제92조(방송발전의 지원)</p> <p>①정부는 국민이 다양한 방송을 균등하게 향유할 수 있도록 하고, 방송문화의 발전 및 진흥을 위하여 노력하여야 한다.</p> <p>②문화관광부장관은 방송영상산업의 진흥을 위하여 필요한 정책을 수립·시행하여야 한다.</p> <p>③정보통신부장관은 방송기술 및 시설에 관하여 필요한 정책을 수립·시행하도록 하여야 한다.</p>	<p>■방송법 제20조(방송위원회의 설치)</p> <p>방송의 공적 책임·공정성·공익성을 실현하고, 방송내용의 질적 향상 및 방송사업에서의 공정한 경쟁을 도모하기 위하여 방송위원회를 둔다.</p>
<p>■방송법 제27조(위원회의 직무)</p> <p>위원회는 방송의 기본계획에 관한 사항을 심의·의결할 경우 방송영상정책과 관련된 사항은 문화관광부장관과 협의하여야 하고...</p>	<p>■방송법 제27조(위원회의 직무)</p> <p>위원회는 방송의 기본계획에 관한 사항을 심의·의결할 경우 방송영상정책과 관련된 사항은 문화관광부장관과 협의하여야 하고...</p>
<p>■방송법 제94조(방송전문인력의 양성 등)</p> <p>정부는 방송전문인력을 양성하기 위하여 전문교육기관 및 방송관련학과 등에 대한 지원 등에 필요한 시책을 수립할 수 있다.</p>	
<p>■방송법 제97조 (방송의 국제협력)</p> <p>정부 또는 방송위원회는 외국의 방송관련기관·단체와의 국제교류, 방송프로그램의 공동제작, 방송전문인력의 상호교류 및 방송기술의 공동개발 등 국제협력을 촉진할 수 있는 사업을 지원할 수 있다.</p>	

- 방송위원회는 지원사업레벨에 있어서도 문화관광부가 실시하는 진흥사업과 상당 부분 중복되거나 중복이 우려됨(<표-6> 참조).
- 구체적으로 방송위원회는 문화관광부가 기실시하고 있는 방송콘텐츠제작지원, 방송인력 연수 및 해외유통사업 등은 독자적인 기획 하에 진흥업무를 수행하고 있어 문화관광부와의 업무 중복이 발생하고 있음.

<표-5> 문화부-방송위 방송영상산업 지원사업현황(2005년 기준)

문화관광부	방송위원회
- 우수과일릿 프로그램 제작지원(2002년~) ○지원대상 : 독립제작사, PP, 지역민방 등	- 우수프로그램 제작비 지원(2000년~) ○지원대상 : 지상파, 위성, 독립제작사 등 - PP콘텐츠 제작지원(2004~) ○지원대상 : PP *'04년 기금운용계획 변경하여 반영됨
- 프로그램 제작비 용자(1999~) ○지원대상 : 독립제작사, 애니메이션 제작사(방송용)	- SO프로그램 제작지원(신규) ○지원대상 : 지역채널프로그램 - 프로그램 제작비 용자(신규) ○지원대상 : 독립제작사, PP
- 방송영상콘텐츠 해외수출지원(1999~) ○해외견본시참가지원 ○국제방송영상견본시 개최 ○현지어 재제작 지원 ○신규시장 개척 등 마케팅 ○수출지원협의회 운영	- 방송콘텐츠 해외수출 육성 ○해외견본시 참가지원(신규) *TV코리아 쇼케이스 ○현지어 재제작 지원 *아리랑TV 보조 사업 ○해외방송교류협력단·방송해외진출협의회운영
- 방송영상투자조합 ○1호('02년) : 140억원 ○2호('04년) : 100억원	- 방송영상콘텐츠투자조합(2003) ○1호 : 150억원, 2호 : 140억원 *방송진흥원 대행 운영
- 방송전문 인력양성 ○디렉터 스쿨 ○사이버방송영상아카데미 ○방송인력 양성과정 운영	- 방송인 교육연수 지원(2005~)

○ 방송위원회는 방송법 제 38조의 기금의 용도에 입각해 방송진흥을 위한 각종 사업에 기금을 지원하고 있음.

제38條(基金의 用途) 基金은 다음 各號의 1의 事業에 사용된다.

1. 教育放送 및 기타 공공을 목적으로 운영되는 放送
2. 공공의 목적을 위한 放送事業者의 설립 및 放送프로그램 製作
3. 放送프로그램 및 映像物 製作 지원
4. 視聽者가 직접 製作한 放送프로그램

5. 미디어 교육 및 視聽者團體의 활동
6. 放送廣告 발전을 위한 團體 및 事業 지원
7. 放送기술 연구 및 개발
8. 障擧人 등 放送소외계층의 放送接近을 위한 지원
9. 文化·藝術振興事業
10. 言論公益事業
11. 남북간 방송 교류·협력 및 남북공동 방송프로그램 제작 지원 <신설 2005·5·18>
12. 기타 放送의 공공성 제고와 放送發展에 必要하다고 委員會가 議決한 事業 <개정 2005·5·18>

- 2006년도 방송발전기금 운용계획에 따르면, 방송진흥과 콘텐츠진흥 사업에 514 억원을 배정하고 있음. 전체기금 1,713억원의 30%에 해당하는 액수임.

<표-6> 2006년도 방송발전기금 가운데 방송진흥 관련 운용계획

구분	지원대상 및 사업	지원 규모
방송진흥 사업지원	방송인프라 지원	130억
	방송기술 개발	39억
	방송교류사업	86억원
	조사연구/연수교육등	73억원
	디지털방송 전환 용자	120억원
콘텐츠진 흥사업지 원	방송콘텐츠 제작지원	95억원
	프로그램 제작비 용자	40억원
	방송분야 시상	5억원
	콘텐츠 심의	61억원
합계	9개 사업	649억원

출처 : <http://www.kbc.go.kr>를 토대로 재정리

- 다만 기금용도 규정은 방송법 제92조, 제 20조의 입법 취지로 보아 방송영상산업 지원사업을 직접 추진(제작지원, 해외유통, 인력연수등)하라는 의미가 아니라 기금의 용도에 부합하는 사업에 기금을 배분/사용하라는 것으로 의미로 해석하는

것이 적절함.

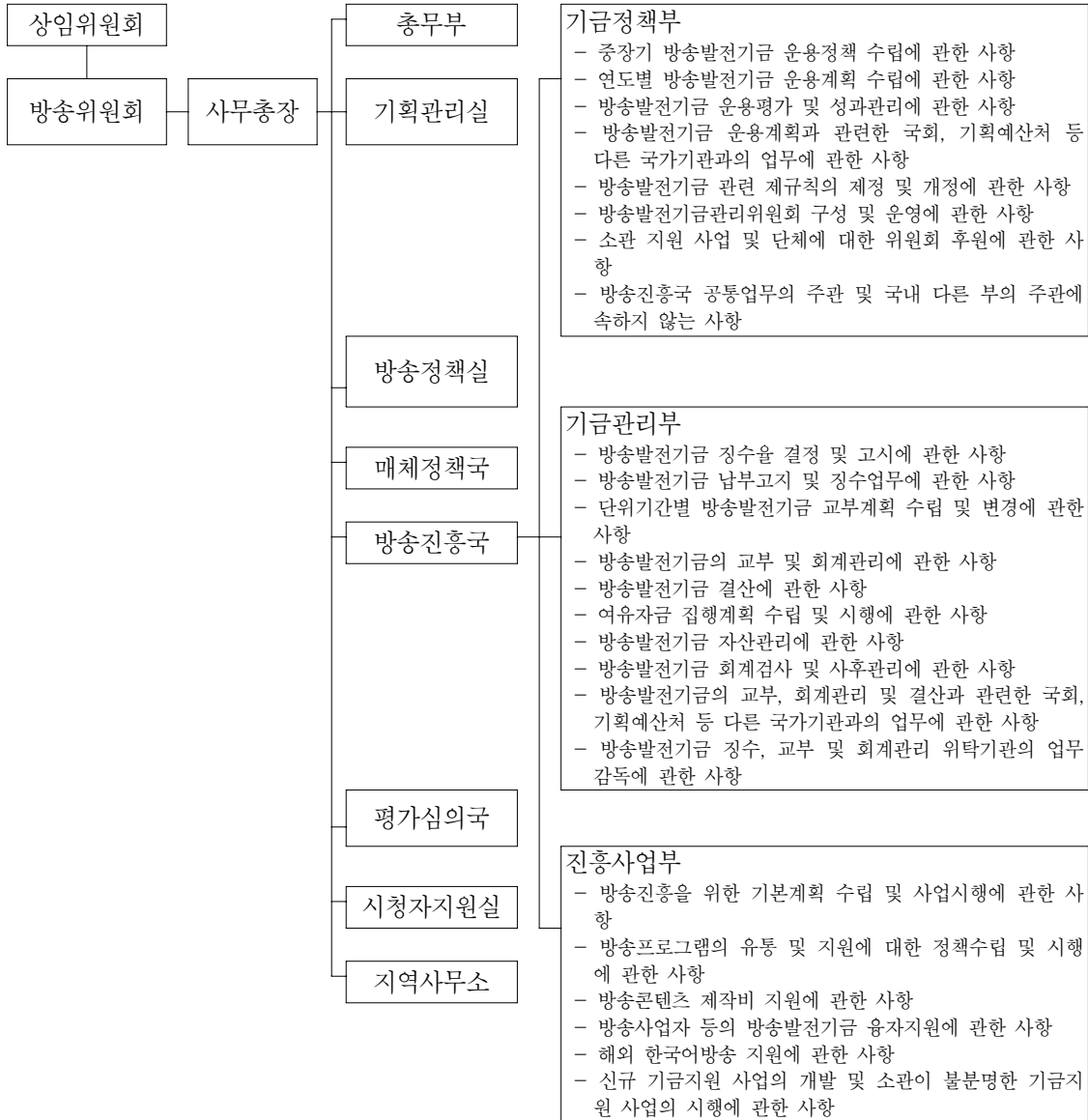
- 어쨌든 현행과 같은 진흥정책수립의 주체와 진흥재원의 분리로 인해 비효율성과 마찰이 초래되고 있으며 차제에 정책과 진흥재원을 결합시키는 방향으로 개선해 정책의 실행력을 높여야 할 것임.
- 방송위원회에서 추진하는 법 제도 정비를 통한 지원대책은 방송사업자의 소유규제 완화 및 공정경쟁 유도, 방송편성정책 효율성 제고, 외주제작 저작권 개선 및 공정거래 정착 유도, 방송의 보편적 서비스 확대 등이 있음.
- 방송위원회는 문화관광부와 합의하에 외주 비율을 확대한다거나 소유규제를 완화한다거나 하는 제도적 지원 방식을 통해 방송영상산업 진흥에 관여하고 있음.

<표-7> 문화부와 방송위원회의 업무영역구분

방송위원회		합의협의사항		문화관광부	
단독업무	근거	내용	근거	단독업무	근거
○방송프로그램 및 방송광고의 운용편성에 관한 사항	방송법 제27조	○방송의 기본계획중 방송영상정책과 관련된 사항 - 방송영상산업진흥에 영향을 미치는 방송제도의 수립 - 방송프로그램 제작·수급 및 유통 등에 영향을 미치는 방송사업자 구도의 변경 - 방송시장개방 또는 국제협력 증진 등을 위하여 정부차원의 협조가 필요한 사항 - 새로운 방송환경의 형성·변화에 따른 정부차원의 지원이 필요한 사항	방송법 시행령 제20조 제1항	○영상정책	정부조직법제35조
○방송사업자 등의 허가, 제허가 추진, 승인, 등록, 취소 등에 관한 사항				○방송영상산업 진흥정책 수립시행	방송법제92조
○위원회 규칙의 개정·개정 및 폐지				○방송프로그램 유통·수출 등	방송법제96조
○방송에 관한 연구조직 및 지원에 관한 사항				○광고정책, 방송광고판매 대행 등 제도개선	정부조직법 제35조, 문화부직제 제13조 방송법제73조 시행령 제59조
○방송사업자 등 상호간의 공동사업이나 분쟁조정				○방송영상산업 진흥 종합계획 수립	문화관광부 소속기관 직제(대통령령 제13조)
○방송프로그램 유통상 공정거래 질서확립에 관한 사항					
○시청자 불만처리 및 청원에 관한 사항					
○방송발전기금의 조성 및 관리·운용의 기본계획에 관한 사항		○국내제작 방송프로그램 편성비율 고시	방송법 시행령 제57조		
○시정명령 및 제재조치에 관한 사항		○외주제작방송프로그램 편성비율 고시	방송법 시행령 제58조		
○위원회 예산안 편성 및 집행에 관한 사항		○방송광고물 심의기구 위탁(협의)	방송법 시행령 제68조		
○한국방송공사 이사 추천, 한국교육방송공사 이사 및 사장 임명, 방송문화진흥회 이사임명					
○공영방송 및 방송관련 비영리법인 관리 감독					

- 방송위원회에서 방송진흥국이 방송영상진흥을 총괄하고 있음. 방송진흥국은 2003년 7월 직제 개편 때 신설된 국으로 방송진흥사업 및 발전기금운영을 담당하고 있음. 방송진흥국은 다시 진흥정책부와 기금운영부로 구성되어 있으며 각 부서별로 추진하는 지원사업을 총괄하고 관리하는 업무를 담당.

<그림-5> 방송위원회 방송진흥 부서현황



출처 : http://www.kbc.go.kr/introduction/org_03.asp

(3) 정보통신부

■ 디지털 콘텐츠 진흥부서와 업무

○ 정보통신부는 주파수 행정 및 디지털 방송기술 정책에서 방송과 관련되어 있음.

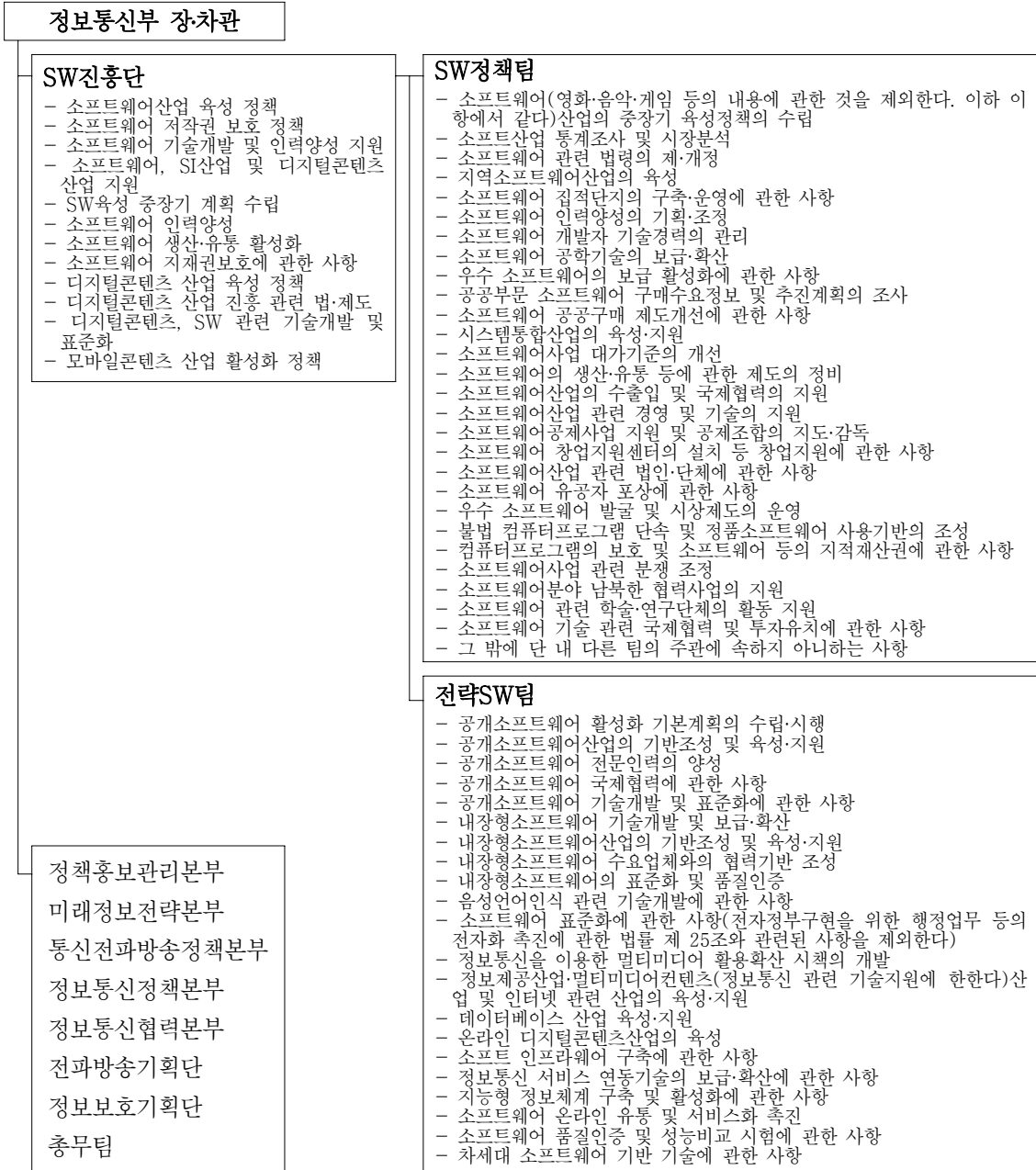
정보통신부는 방송기술정책을 수립하고 시행하는 주체로써 방송콘텐츠와 디지털 콘텐츠 진흥의 일환으로 각종 사업을 전개하고 있음.

- ‘온라인디지털콘텐츠산업발전법’의 주관부처인 정보통신부는 이에 입각해 디지털 콘텐츠의 진흥정책수립 및 관련사업을 실시하고 있음.
- 실제의 진흥업무는 정보통신부의 산하기관이며 ‘소프트웨어산업진흥법’에 의거해 설립된 ‘소프트웨어진흥원’이 맡고 있음³¹⁾.
 - 이에 따라 소프트웨어진흥원은 온라인디지털산업 발전을 위한 정책/제도의 연구/조사/기획, 온라인콘텐츠 산업발전에 필요한 기술 및 표준화 연구, 온라인 콘텐츠 기술산업의 유통촉진에 관한 사항, 온라인콘텐츠 기술산업의 창업 및 해외진출지원, 문화원형, 학술자료, 역사자료의 온라인 콘텐츠 산업 개발지원 업무 등을 담당하고 있음.
- 구체적으로는 디지털콘텐츠 산업 육성을 위해 이의 기반조성사업, 디지털콘텐츠 제작 지원센터 운영, 디지털콘텐츠 정보시스템 구축, 온라인 콘텐츠 유통체계 활성화 지원 사업, 디지털 콘텐츠의 글로벌 경쟁력 강화 지원사업 등을 실시³²⁾.
- 소프트웨어진흥원의 2005년도 구체적인 실적을 보면 소프트웨어기업의 경쟁력강화, 디지털콘텐츠 경쟁력강화, 공개소프트웨어 활성화, 수출활성화, IT SoC 산업 육성, 첨단 IT복합플렉스 조성사업 등이 있음.

31) 2002년부터 온라인콘텐츠산업발전법 제 13조에 입각해 온라인콘텐츠산업지원기관으로 지정되었음.

32) http://www.software.or.kr/intro/intro_publish_plan2003.php를 요약 정리

<그림-6> 정보통신부 조직현황



출처: http://www.mic.go.kr/gpms.tdf?a=common.HtmlApp&c=1001&page=prroom/organization_d_01.html&mc=P_02_01_04

○ 다만 온라인디지털콘텐츠산업발전법과 문화산업진흥기본법에서 동일하게 '디지털

콘텐츠'를 진흥영역으로 삼고 있어 중복지원의 우려가 있음(<표-8> 참조). 실제로 디지털 콘텐츠관련 지원사업을 살펴보면, 유사하거나 중복지원의 가능성이 엇보임(부록 2 참조). 방송통신융합이 보다 진행된다면, 중복지원영역은 지금보다 확대될 전망이다.

<표-8> '온라인 디지털콘텐츠산업 발전법'과 '문화산업진흥 기본법' 개관

	온라인디지털콘텐츠산업 발전법	문화산업진흥 기본법
제정 및 개정일	2002. 1. 14. 제정	1999. 2. 8. 제정 2002. 1. 26. 디지털콘텐츠 포함
주관부처	정보통신부	문화관광부
목적	온라인콘텐츠, 디지털콘텐츠 산업발전에 관한 사항	문화산업 발전에 필요한 사항
적용 대상	디지털콘텐츠 산업 정보통신망에서 이용되는 디지털콘텐츠 - 디지털영화, 음악, 방송, 온라인게임, 교육, 정보, 의료콘텐츠 등 디지털화 된 모든 콘텐츠	문화산업의 한 부분으로서 디지털콘텐츠 산업 영화, 음반, 게임, 출판물 등 문화상품 문화상품 : 문화적 요소가 체화되어 경제적 부가가치를 창출하는 유무형의 재화와 서비스 및 이들의 복합체
디지털 콘텐츠의 정의	부호, 문자, 음성, 음향, 이미지 또는 영상 등으로 표현된 자료 또는 정보로서, 그 보존 및 이용에 있어서 효용을 높일 수 있도록 전자적 형태로 제작 또는 처리된 것	부호, 문자, 음성, 음향 및 영상 등의 자료 또는 정보로서, 그 보존 및 이용에 효용을 높일 수 있도록 디지털 형태로 제작 또는 처리한 것
계획	온라인 디지털콘텐츠산업 발전에 관한 중장기 기본계획 및 시행계획 작성	문화산업 진흥에 관한 기본계획과 세부 시행계획 수립
지원 조치	창업지원 및 활성화, 유통촉진, 전문인력 양성, 기술개발, 디지털콘텐츠의 표준화, 거래 및 품질 인증, 디지털콘텐츠 식별표지 부착 장려, 해외진출, 세제지원 등 디지털콘텐츠산업과 관련된 기반 조성 전반	문화콘텐츠관련 기업의 창업지원, 제작 지원, 문화상품의 유통촉진, 전문인력 양성, 기술개발 지원, 표준화, 해외진출, 산업단지 조성, 세제지원 등 문화상품과 관련된 사항

출처: 김동욱(2005), '미디어융합시대, 정책기구의 기능과 구성방안'. 이경숙 의원실 주관 방송통신법 제정을 위한 2차 토론회 발제문.

- 법제 정비를 통해 통합하는 것이 바람직할 것이며 이것이 여의치 않으면 지원사업을 실시하는데 있어 명확한 업무정리나 유기적인 협조체제구축이 필요할 것임.
- 한편 정보통신부의 주요 지원사업 가운데 방송콘텐츠진흥과 직접적으로 관계하는 것은 HDTV 제작비 지원임. 방송위원회나 문화관광부의 지원사업과의 중복우려가 있음.

(4) 기타 부처

- 산업자원부도 일부 영역에서 콘텐츠 진흥업무를 담당하고 있음.
- 산업자원부 중심의 지원정책을 살펴보면 ‘산업정보화정책(1997)’, ‘산업정보화촉진시행계획(1999)’을 수립함으로써 디지털콘텐츠산업의 경쟁력 확보를 위해 노력해 왔으며 2000년4월 ‘디지털가전산업종합육성방안’ 수립 및 추진 등의 디지털콘텐츠 육성전략을 언급한 바 있음. 2005년에는 전체소요예산 97억원의 ‘온라인디지털콘텐츠산업발전시행계획’을 발표했음.
- ‘온라인디지털콘텐츠산업발전시행계획’은 “산업기술혁신 5개년계획”에 따른 지식서비스산업의 발전기반조성, ‘온라인디지털콘텐츠분야 지역균형발전시책추진 및 관련기술 개발’을 그 목표와 추진전략으로 채택. ‘온라인디지털콘텐츠산업발전시행계획’에는 디지털 콘텐츠 생산 및 유통기반 구축사업, 게임산업 인프라 조성, 음성정보기술산업지원센터, 지역(강원, 춘천) 애니메이션산업구조 개선 시범사업, 차세대 e-learning 기술개발의 5개 중점사항이 있음(부록 참조).
- 그밖에 교육인적자원부는 e-Learning활성화 차원에서 농림부는 농림부는 농업/농촌정보화촉진의 일환으로 지원사업을 추진하고 있음(부록 2 참조).

(5) 소결

- 문화관광부는 방송영상콘텐츠진흥에 대해서는 방송법과 문화산업진흥기본법, 디지털 콘텐츠진흥에 대해서는 문화관광부는 문화산업진흥기본법과 온라인디지털콘텐츠산업발전법, 정보통신부는 온라인디지털콘텐츠산업발전법에 입각해 정책을 수립/시행하고 있음.
- 방송위원회는 방송진흥정책수립의 법적 근거가 명확하지 않음. 다만 방송발전기금의 관리 감독 주체인 방송위원회가 방송법의 기금 용도에 입각해 방송산업 진흥 사업에 기금을 지원하고 있으나, 직접 사업도 추진하고 있어 ‘기금의 용도’ 규정(방송법 제 38조) 취지에 반하고 있음.
- 문화관광부는 기본적으로 국고와 일부 방송발전기금, 정보통신부는 국고 및 관련 기금, 방송위원회는 방송발전기금을 재원으로 삼아 지원사업을 추진하고 있음. 다만 방송영상콘텐츠진흥에 대해 정책수립과 기금관리운용주체가 분리되어 있어 정책의 실행력이 떨어지고 있음.
- 방송영상콘텐츠와 디지털 콘텐츠 진흥사업을 살펴본 결과, 방송영상콘텐츠 부문에서는 문화관광부와 방송위원회간에 디지털 콘텐츠부문에서는 문화관광부와 정보통신부와의 사이에서 지원사업 중복 또는 중복 우려가 엿보임.
- 방송통신의 융합이 보다 가속된다면 콘텐츠진흥을 둘러싸고 정책수립주체논쟁 및 지원사업 중복영역은 더욱 확대될 것으로 보임.
- 방송통신융합에 대비해 효율적인 콘텐츠진흥정책을 추진하기 위해 방송영상콘텐츠진흥정책 수립 및 시행의 현실화, 디지털 콘텐츠 정책수립 및 시행 관련 제도 및 기금정비 등을 검토해야 할 것임.

4. 해외 각국의 콘텐츠 진흥체계

(1) 독일

- 독일은 주 정부 주도로 콘텐츠 정책이 수립되어 시행되고 있음.
 - 방송영상정책은 각 주정부의 수상청(Staatskanzlei)과 수상회의의 관할.
- 독일 연방차원에서는 ‘연방문화수입청(BKM)’이 문화적으로 우수한 영상물과 국제방송을 지원하고 있음.
- 연방차원의 진흥기구로는 영상진흥원(FFA: Filmförderungsanstalt)이 운영.
 - 공법상 연방공사로 영상진흥법(Filmförderungsgesetz)에 의해 설립
 - 주요사업 내용 : 독일 영상산업 진흥, 유통인력 양성
- 주의 매체진흥기구는 각 주마다 단독 또는 연합으로 진흥기구를 설치 운영.
- FFA는 연방차원의 영상진흥 기금이며 진흥단체인 ‘영상진흥원’이 운영주체임.
 - 각 주마다 진흥기금을 운영하고 있으며 운영주체는 각주의 매체진흥기구임.

(2) 영국

- 영국의 방송영상산업 진흥정책 담당부서는 정부부처인 DCMS(Department for Culture, Media and Sport)임.
 - 중앙정부 부처로서 1992년 메이저 총리의 선거공약에 따라 설립된 Department of National Heritage가 1997년 현재의 명칭으로 변경.
 - 창조산업(Creative Industry)인 방송, 광고, 영화, 디자인, 음악, 출판, 컴퓨터 게임, 소프트웨어 등의 활성화에 초점을 두고 있음.
 - 디지털콘텐츠분야는 DTI(Department of Trade & Industry)가 담당.

- 영상 진흥기관은 DCMS산하의 UK Film Council이며 독자적인 기금을 운영하며 지원사업을 실시. 그밖에 국립복권기금 등을 영상산업진흥에 일부 활용.

(3) 프랑스

- 방송영상산업진흥정책기관은 정부부처인 문화커뮤니케이션부(MCC).
 - 건축, 문화유산, 미디어, 출판, 음악과 무용을 포함한 공연예술, 시각예술등 문화 분야 전반을 관장.
 - 미디어 및 정보사회에 대한 정책을 수립 입안하는 기능은 문화커뮤니케이션부장관의 감독 하에 별도의 독립 부서 DDM에서 관장함
 - 방송, 영화, 멀티미디어 콘텐츠의 진흥, 유통 및 인력 개발을 위한 정부 정책의 시행은 문화커뮤니케이션부 산하 기관인 CNC, INA 등을 통해 수행
- 방송영상진흥기관은 국립영화센터(CNC, Centre National de la Cinematographie)
 - 영화, 방송, 애니메이션, 시청각 멀티미디어 산업에 대한 지원 기금을 운용하며, 법제 기능 외에 콘텐츠 제작 유통 보호 전반에 걸친 지원 사업을 수행하는 프랑스의 대표적인 진흥 기구
 - 주요업무: 영상산업을 위한 자동지원(제작, 배급, 개봉 지원), 영상산업의 모든 부문을 위한 선별지원(재정지원, 음악지원, 편집지원, 단편영화 등의 지원), TV 영화, TV 다큐멘터리, TV 애니메이션 등 프로그램 제작 지원, 지방문화 사업부(DARC)를 통한 지역단위와 연계 사업 수행
 - '시청각 프로그램 산업 국가재정지원기금'을 운영하며 방송영상산업을 지원.

(4) 일본

- 방송정책·규제·진흥주체는 합의제 형태의 위원회가 아닌 독립제 행정부처인 총무성이 담당.
 - 방송콘텐츠정책은 정보통신정책국에서 담당하고 있음.

※정보통신정책국내 방송관련부서는 방송정책과, 방송기술과, 지상파방송과, 위성방

송과, 지역방송과등

- 디지털 콘텐츠 영역에서는 총무성과 경제산업성이 담당하고 있음.
 - 경제산업성 상무정보정책국 미디어콘텐츠과
 - 내각관방소속의 지적재산전략본부는 콘텐츠관련 전반적인 정책수립 및 부처간 업무관계 조정역할
- 방송영상콘텐츠관련 저작권 정책수립은 문화청이 담당하고 있으며 공정거래 사항은 방송통신 주무부서인 총무성이 담당.
- NPO 법인 영상산업진흥기구(VIPO)는 총무성, 경제산업성등 부처횡단적으로 활동하며 각종 지원사업을 실시.
 - 특정비영리활동촉진법에 입각해 영화, 방송, 게임, 애니메이션, 음악 등의 영상산업을 진흥을 위해 2004년 12월에 설립.
- 재단법인 디지털 콘텐츠 협회는 경제산업성과 밀접한 관련 하에 사업을 추진
 - 1991년 설립되어 경제산업성과 밀접한 관련 있음.
 - 정보화 사회를 리드하는 우수한 디지털 콘텐츠 제작/유통/이활용(利活用)을 추진함으로써 산업발전과 문화향상, 풍요로운 국민생활 실현 및 국제공헌에 기여.
- 독립행정법인 정보통신연구기구는 총무성 산하법인으로 자막방송 등의 콘텐츠제작비 조성사업 등을 실시하고 있음.

(5) 미국

- FCC(Federal Communications Commission)는 디지털 방송환경에 대비하여 방송 영상산업의 규제법규 등을 개선하면서 거시적인 측면에서 방송영상산업의 진흥도모.
 - 공영방송의 재정안정과 지역문화 구현을 위해 설립된 CPB(Corporation for Public Broadcasting)가 Television Community Service Grant와 The Program Challenge Fund를 운영하며 콘텐츠 제작 등을 지원.
- 국립예술위원회는 비정부기구로 방송영상정책에는 관여하지 않으며 문화예술 진흥에만 관여.

(6) 기타

- 그밖에 방송영상정책은 오스트레일리아는 커뮤니케이션 정보기술 예술부, 캐나다 문화부, 이탈리아 문화부, 싱가포르 정보통신예술부, 말레이시아 예술문화부 등이 수립하며 각국은 모두 산하에 진흥기관과 관련기금을 두고 방송영상산업을 진흥.

(7) 소결

- 각 국가의 방송영상콘텐츠진흥체계는 기본적으로 해당국가의 정치/행정 제도, 역사적/문화적 전통, 그리고 방송영상콘텐츠산업에 대한 사회적 의미와 이해 등에 따라 다양한 스펙트럼이 존재함.
- 그러나 방송영상콘텐츠정책수립의 주체는 대부분 독임제 형식의 정부부처에 의해 실시되고 있고 그 중에서도 문화관련 부처가 담당하고 있는 것이 일반적임.
 - 또한 정책수립기관의 산하에 별도로 진흥기관을 두고 독자 내지 복수의 기금을 운용해 지원하고 있음.
 - 다만 해외각국에서 방송영상콘텐츠와 디지털 콘텐츠 진흥에 대한 관찰구분은 명확하게 되어 있지 않은 듯함.

<표-9> 주요국의 방송영상진흥 정책추진기관

국가	부처명	국가	부처명
영국	문화미디어스포츠부	호주	커뮤니케이션정보기술예술부
프랑스	문화커뮤니케이션부	캐나다	문화부
독일	주수상청, 수상회의	이탈리아	문화부
미국	해당부서 없음	싱가포르	정보통신예술부
일본	총무성	말레이시아	에너지수자원커뮤니케이션부

5. 맺음말

■ 진흥정책수립 주체

- 국제적 협력·대책의 증가와 강력한 콘텐츠 진흥정책의 필요성에 입각한다면, 방송 영상콘텐츠진흥정책은 다양한 정책수단과 막강한 자원동원력, 신속한 의사결정을 가진 정부 내 전담부서의 진흥조직체계에 의해 주도되는 것이 바람직할 것임.
- 선진 각국은 정부주도하에 국가전략산업의 일환으로 문화산업을 자리매김하고 이의 진흥에 적극적으로 나서고 있음. 이는 ‘소프트 파워’와 국제경쟁력 제고, 국내 문화발전 등을 겨냥한 움직임으로 세계적으로 문화산업경쟁이 격화될 것으로 보이며 이에 대한 대책이 시급하게 요청됨.
- 방송통신융합의 진전에 따라 초국적인 콘텐츠 유통이 활발해지고 있고, 글로벌화에 따른 시장개방 압력도 높아짐에 따라 국제협력 및 대책등 정부차원의 업무가 훨씬 많아지고 정지(精緻)하게 요구될 것으로 보임.
- 선진각국의 문화산업육성정책의 한편으로 세계적인 글로벌화의 흐름 속에서 FTA 협상등 방송영상시장의 개방은 거스를 수 없는 대세가 되고 있음. 우리는 개방화의 물결에 대비함은 물론 해외거대자본과 콘텐츠간의 치열한 경쟁에서 살아남고 나름의 주도권을 행사해야 할 것임. 더욱이 선진국에 비해 펀더멘탈(Fundamental)면에서 열세이고 그 동안 울타리 내에서만 안주해왔던 콘텐츠업계의 관행을 고려해볼 때, 조속히 취약한 국제경쟁력을 끌어올리기 위해서는 정부주도의 강력한 콘텐츠 진흥정책 드라이브가 필요함.
- 책임소재가 불분명하고 합의제의 의사결정구조로는 추진동력과 효율성이 떨어져 소기의 산업진흥 목적을 달성하기 어려울 것임. 여기에 ‘독립행정의 규제 감독기관’³³⁾으로써의 정체성, 공공적 가치의 실현이 제일가치로 ‘산업진흥’을 전면에 내세우기 어려운 구조와 한계를 지님.
- 산업진흥이라는 목표를 실천하는데 있어 현실적으로 기타 타 부처로부터의 원활한 협력을 이끌어내기 위해서도 정부부처주도의 진흥체계가 바람직함. 가령 콘텐츠

33) 방송통신융합위원회가 독립행정기관의 위상을 가질 경우를 전제

츠산업진흥을 위해서는 국세청(세금등), 교육인적자원부(교육콘텐츠등), 산업자원부(일반기업지원) 등으로부터 유기적인 협력을 이끌어내야 할 것임. 그러나 산업진흥정책의 주체가 ‘독립행정기관’일 경우, 타 부처로부터의 협력이 여의치 않아 콘텐츠진흥에 차질을 빚을 수 있음.

- 콘텐츠 간의 경계영역이 무의미해지고 자유롭게 윈도우를 넘나들고 있음. 방송통신융합이 보다 가속된다면, 이러한 경향은 더욱 더 일반화될 것임. 이처럼 콘텐츠 간의 결합과 재가공, 멀티 유스 등이 일반화되고 있는 상황에서 개별적인 콘텐츠진흥정책의 수립과 시행은 비효율적이라고 할 수 있음. 다양한 콘텐츠를 결합한 종합적이고 유기적인 정책과 전략추진체계 속에서 방송영상콘텐츠 진흥이 이루어져야 만이 콘텐츠간의 시너지 효과를 극대화할 수 있고 궁극적으로 산업진흥에도 기여할 것임.
- 잇따른 방송통신융합 서비스의 출현으로 단일 서비스 내에서 방송영상과 음악, 영화, 애니메이션, 텍스트정보 등과 같은 다른 콘텐츠와의 다양한 조합이 이전보다 훨씬 수월해졌고 활발하게 진행되고 있음. 또한 앞서 언급한 TPS, QPS 처럼 방송과 통신서비스를 결합한 각종 패키지 상품도 대거 등장하고 있고 하나의 콘텐츠가 다양한 미디어를 통해 새로운 콘텐츠로 거듭나거나 원소스 멀티유스(One Source Multi Use)되는 경우도 많아지고 있음.
- 다매체 다채널 환경 속에서 콘텐츠의 멀티 유스, 미디어 믹스 시장이 크게 열리고 있는 가운데, ‘콘텐츠 유통’은 매우 핵심적인 사안중의 하나임. 이러한 콘텐츠 유통의 근간에는 저작권제도가 존재하며 따라서 콘텐츠진흥은 저작권제도 및 정책과 긴밀하고 유기적으로 추진될 수 있도록 해야 할 것임.
- 한류의 지속과 확대를 위해서는 콘텐츠간의 가치사슬 구조와 시너지 효과 차원에서 타 콘텐츠와의 연계 속에서 진흥정책이 수립되고 시행되어야 할 것임.
- 해외한류의 개척과 대중화에 ‘방송영상콘텐츠’가 지대한 역할을 해왔고 음악, 영화 등과 같은 타 대중문화산업에의 파급효과가 매우 컸음. 한류콘텐츠의 유기적 관계를 고려해볼 때 방송영상콘텐츠진흥은 한류의 지속과 확대라는 전략의 연속선상에서 추진되는 것이 바람직함.

■ 진흥법제

- 방송과 통신의 융합을 기회로 분산되어 있는 산업진흥 또는 방송영상콘텐츠/디지털진흥 규정을 통합해 ‘융합콘텐츠진흥법’을 제정하는 것이 바람직할 것임. 이러한 법제화 과정을 통해 안정적 제도적 토대위에서 ‘제대로 된 산업진흥’의 정책목표를 실현할 수 있을 것임.
- 앞서 살펴보았듯이 방송영상콘텐츠진흥은 방송법과 문화산업진흥기본법, 디지털콘텐츠³⁴⁾는 온라인디지털콘텐츠산업발전법, 문화산업진흥기본법 등으로 분산되어 있음. 이로 인해 문화관광부, 방송위원회, 정보통신부 사이에 그 동안 정책상의 혼선 내지 이중지원의 폐해가 수없이 지적되어 왔음.
- 디지털 콘텐츠는 아날로그 콘텐츠와 대비되는 개념으로 콘텐츠자체의 본질이 변하는 것이 아니며 뿐만 아니라 대부분의 콘텐츠가 디지털화된 경우 ‘디지털 콘텐츠’의 개념자체가 무의미해짐.
- 디지털 콘텐츠의 과도기적 지원 효용성이 인정된다고 하더라도 장기적으로는 온/오프라인을 구분해야할 커다란 실체가 존재하는 것이 아니며 네트워크나 매체에 구애받지 않는 콘텐츠의 속성과 콘텐츠간의 유기적 관계, 콘텐츠 종합전략의 필요성 등을 감안할 경우, ‘콘텐츠진흥법’의 형태가 타당할 것임.
- 통합 콘텐츠 진흥법이 여의치 않다면, 적어도 정책주체와 영역의 명확한 선긋기 등을 통해 정책혼선과 이중지원의 낭비를 최소화할 수 있도록 진흥관련규정의 정리 등이 필요할 것임.
- 진흥정책 혼선의 또 다른 모습은 정책주체와 재원의 분리에 있음. 산업진흥의 정책주체는 문화관광부임에도 진흥재원의 하나인 방송발전기금의 관리운영 주체는 방송위원회로 되어 있어 정책의 실효성이 담보되지 않은 경우도 종종 발생하고 있음. 따라서 진흥정책에 따른 재원의 담보가 안정적이고 유기적으로 연결될 수 있도록 제도정비가 필요할 것임.
- 그럼에도 본 연구는 아직 방송통신융합현상과 구조개편논의가 진행형이라는 점, 현실적으로 융합영역인 디지털 콘텐츠에 대한 개념이 추상적이고 포괄적이라서 특정하기 어렵다는 점, 산업진흥과 관련 공정거래문제를 어떻게 처리해야 할 점

34) 모든 디지털 콘텐츠를 염두에 두고 있지 않으며 방송통신융합에 따른 디지털 콘텐츠영역으로 한정된다.

에서의 논의 등이 미흡해 차제 연구에서 향후 고려되어야 할 과제임.

□ 참고문헌

- 강남준(2004). '디지털 콘텐츠 제작과 진흥정책'. 한국뉴미디어방송협회 창립1주년 기념 방송통신포럼 주제발제문(2004. 10. 13).
- 김국진(2005), '방송/통신 융합논의 종합정리-2004~2005.11 언론에서 다룬 사례 중심분석'- 한국뉴미디어방송협회
- 김동규(2003), '외주의 활성화방안 모색', 독립제작사협회
- 김동욱(2005). '미디어융합시대, 정책기구의 기능과 구성방안'. 이경숙 의원실 주관 방송통신법 제정을 위한 2차 토론회 발제문.
- 김동욱·최성락(2003). '디지털콘텐츠 산업의 발전과 행정체계의 변화'. 한국행정학회 2003년도 동계학술대회 발표논문.
- 김현성·정진우(2003). '디지털콘텐츠진흥사업의 전개와 정책적 과제'. 한국행정학회 2003년도 동계학술대회 발표논문.
- 문화관광부(2003), '방송영상산업 5개년 계획'
- 박소라(2005). '방송통신융합 환경에서의 콘텐츠 관련 이슈'. (사)미디어미래연구소 주최 '방송통신융합 정책과제: 진단과 처방' 세미나 자료(2005. 10. 7).
- 박소라(2006), '미디어 패러다임의 변화와 디지털콘텐츠, 방송통신융합시대 디지털 콘텐츠의 현황과 미래전략', 한국방송영상산업진흥원,
- 성열홍(2006). '디지털콘텐츠산업의 현황과 미래 전망'. 한국방송영상산업진흥원 주최 '방송통신 융합시대 디지털콘텐츠의 현황과 미래전략' 세미나 발표자료(2006. 7. 25).
- 이청기(2006). '방송콘텐츠의 현재와 미래'. 한국방송영상산업진흥원 주최 '디지털 컨버전스와 방송콘텐츠의 미래' KBI 국제세미나 자료(2006. 6. 29).
- 최양수(2004). '디지털 콘텐츠 유통과 진흥정책'. 한국뉴미디어방송협회 창립1주년 기념 방송통신포럼 주제발제문(2004. 10. 13).

한국방송영상산업진흥원(2005), '세계 주요국의 미디어 융합형 서비스 현황과 규제 방안'

한국소프트웨어진흥원(2006), '2005년 해외디지털콘텐츠 시장 조사',

황 근(2003). '방송영상콘텐츠산업 활성화를 위한 제도적 방안'. 한국방송학회, 한국방송영상산업진흥원 공동주최 '방송영상콘텐츠 산업현황과 정책적 대응방안' 세미나 발제문(2003. 2. 14).

사이트 자료 www.cpb.org

www.fcc.gov

www.itvs.org

<http://www.bundesregierung.de>

<http://www.ffa.de/>

http://www.mdm-online.de/index_e.html

<http://www.culture.gov.uk>

<http://www.dti.org.uk>

부록 1 해외 콘텐츠산업 진흥기관과 정책

	진흥주체 정책기관	주요정책
프랑스	문화커뮤니케이션부 (Ministre de la culture et de la communication)	-데뷔레갈 온라인 (Dépot légal en ligne) -국립영화진흥센터(CNC)의 영화 및 비디오 지원정책 -지방문화사업부(DRAC)의 지원정책 -시청각 지원프로그램 -멀티미디어 창작 지원(DICREAM)
캐나다	문화(유산)부 (Department of Canadian Heritage)	-캐나다영화비디오제작세액공제(CPTC)(1995) -영화비디오제작서비스세액공제(PSTC)(1997) -도서출판산업발전프로그램 (BPIDP) -음악발전프로그램(SRDP) -독립애니메이션지원프로그램 -간행물지원프로그램 -캐나다디지털문화콘텐츠시책(CDCCI) -Tomorrow Starts Today(2001)
영국	문화미디어스포츠국 (DCMS)	- 산업 네트워크 구축 지원 - 창작산업 대외 수출 지원 - 영화 제작자들에게 세금 혜택을 줌.
호주	통신정보예술부 (DCITA)	-지역문화발전을 위한 지원정책 -청소년을 위한 창의적 문화예술교육정책 -정책 예술장르별 창작 및 제작 지원 -문화예술기관 및 예술가 지원
미국	중앙전담부처 없음.	-예술적 창의성과 문화유산의 보존을 위한 사업 -어린이와 청소년을 위한 예술교육 사업 -예술접근성 제고 사업

		<ul style="list-style-type: none"> -예술단체와 예술가에 대한 지원 -주 정부 및 광역예술기구와의 협력사업 -연구조사 사업 및 책자 간행 사업 -채류자금지원 -영화, 비디오, 멀티미디어지원 -박물관을 통한 문화의 재발견 -해외페스티벌에 참가한 미국예술가 지원기금 -ATP 사업(Advanced Technology Programs) -휴대형 디지털 음악장치에 대한 표준화 작업
일본	<p>문화청 (저작권, 미디어아트, 문화교류)</p> <p>경제산업성 미디어콘텐츠과 (상무정보정책국 문화정보관련 산업과)</p> <p>총무성, 외무부</p>	<ul style="list-style-type: none"> -지적재산추진계획등
독일	<p>문화매체국 (the cultural and media department in the federal chancellery)</p>	
싱가폴	<p>정보통신문화부 (MICA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Renaissance City 2.0 -Design Singapore - Media 21 등의 전략 수립 - 예술주택사업(Art Housing Scheme)
말레이시아	<p>문화 예술 관광부 (Cultural Division of the Ministry of Culture, Arts and Tourism)</p>	<p>Pesta Gawai, Pesta Kaamatan, Pesta Pantai, Drum Festival, Dance Festivals, Socio-Cultural Camp등과 같은 다양한 사회-문화 프로그램</p> <p>Annual Song of the Year Competition 개최</p> <p>Malaysian Film Producers Association 과 Malaysian Film</p>

		Journalist Association 지원
뉴질랜드	문화 유산국(Ministry for Culture and Heritage)의 문화업무부(Ministry of Cultural Affairs)	Creative New Zealand(예술활동승인) 다양한 문화교류(중국과 비공식 문화 협정 체결, 뉴질랜드-일본 교환 프로그램, 호주 문화 외교 사절 협회 회원, 프랑스·이탈리아와 공식 문화 협정 체결, UNESCO 활동)
중국	문화부 (中國文化部)	-중앙인민공화국 국민경제와 사회발전 11차 5개년 계획(2006) -삼망합일(三網合一)정책(2001~2005) -중국 문화산업 5개년 육성계획 발표(2005, 북경, 상해 등 7개 '문화산업기지' 조성) -중화합작 음반영상제품 소매기업 관리방법 실시(2002) -음반영상제품 수입 관리방법 발표(2002) -중국 애니메이션산업 발전계획(2001~2005) -애니메이션 지적소유권 보호 강화 -음상시장정치공작방안(音像市場整治工作方, 2006) -온라인게임 집중 육성정책(2004)

출처 : 한국방송영상산업진흥원

부록 2 온라인디지털콘텐츠산업발전시행계획 소요예산(2005년도)

부처명	구분	일반예산	기금	지방비	민간	합계
교육부	이러닝 체제구축	14,097	-	2,470	-	16,567
	교수학습센터 구축운영	2,940	-	-	-	2,940
	대학이러닝지원센터 구축사업	2,139	-	-	-	2,139
	소계	19,176	-	2,470	-	21,646
문광부	콘텐츠창작 활성화	25,492	1,593	-	21,577	48,662
	인력양성 및 CT개발	14,642	-	-	-	14,642
	유통환경 개선	2,631	-	-	-	2,631
	해외진출 지원	3,770	-	100	597	4,467
	소계	46,535	1,593	100	22,174	70,402
농림부	Affis 운영	3,158	-	-	120	3,278
	출하지원시스템 운영	777	-	-	-	777
	지식관리시스템 운영	290	-	-	-	290
	소계	4,225	-	-	120	4,345
산자부	콘텐츠 기반 구축	900	-	-	446	1,346
	게임산업 인프라 조성	1,570	-	200	1,025	2,795
	음성기술산업센터 지원	990	-	-	330	1,320
	애니메이션산업 지원	1,100	-	250	235	1,585
	이러닝 기술개발 지원	1,750	-	-	903	2,653
	소계	6,310	-	450	2,939	9,699
정통부	산업기반 강화	79,810	-	-	-	79,810
	창업 및 성장지원	147,500	-	-	-	147,500
	기술개발 및 표준화	-	22,350	-	-	22,350
	인력양성	-	7,270	-	-	7,270
	해외진출 촉진	6,600	-	-	-	6,600
	소계	233,910	29,620	-	-	263,530
계	310,156	31,213	3,020	25,233	369,622	

단위 : 백만 원