

〈콘텐츠 미래전략 제11차 정기포럼 (12.11.16)〉

콘텐츠 거버넌스 구축방안(진흥정책 추진 체계)

전국대학교 문화콘텐츠학과 이병민

1. 배경

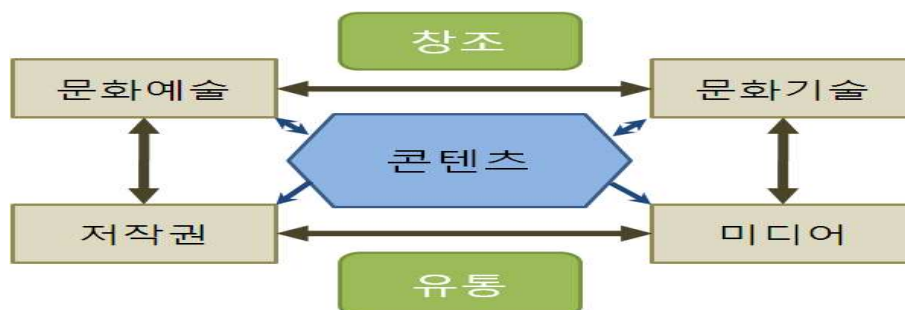
□ C-P-N-D 환경의 변화에 따른 생태계 중요성 강조

- 글로벌 IT기업간 경쟁에서 해외 플랫폼 기업(애플, 구글 등)의 산업주도와 융합환경의 변화에 따라 메가트렌드 변화
- 국제적 환경변화에 따른 한국 IT와 콘텐츠산업의 경쟁력 저하에 대한 우려 등의 이유로 IT와 콘텐츠 생태계*를 포괄하는 콘텐츠 거버넌스 및 진흥정책의 추진체계 등에 대한 논의가 활발

* 콘텐츠(C)-플랫폼(P)-네트워크(N)-디바이스(D)로 구성

□ 가치사슬별 콘텐츠 중심의 산업 생태계 구조화가 필요

- 콘텐츠 산업의 핵심요소인 문화예술(원천), 문화기술(표현), 저작권(가치/활용), 미디어(유통) 등을 유기적으로 연계시키는 생태계 구성



- 콘텐츠 창출을 위해 필요한 다양한 요소간의 연결 및 협력을 위해 생태계 구성요소들간의 연계 및 구조화가 선진국의 창조산업에서 매우 중요한 성공요인임
- 가치사슬별로 보면 기획 및 창작(문화예술), 제작(문화기술), 유통(미디어), 활용(저작권) 등 다양한 영역별 연결고리가 유기적으로 이루어져야 하며, 다양한 영역을 효율적으로 연계하는 거버넌스 구조가 형성되어야 함

□ 콘텐츠산업의 융합 및 장르, 연계 효과를 위한 협력구조 발전

- 콘텐츠의 전후방 파급효과를 극대화할 수 있는 산업간 융합 강화
- 문화예술과 콘텐츠 연계 R&D, 학제간 공동연구 등 융합기반 조성
 - * 문화예술-콘텐츠산업 융합(Art Technology, Culture Technology) 연구, 창작 프로젝트, 교육 등을 위한 콘텐츠 전문 기관 필요성이 증가(예 : MIT미디어랩, ZKM, IRCAM 등)
- 콘텐츠와 여가, 관광, 제품홍보 등의 융합 프로젝트 개발 지원
 - * 콘텐츠 융합비즈니스 프로젝트 사업, 융합사업 지원모델 발굴 등
 - ** TV, 컴퓨터, 핸드폰 등 제조업 제품에 한국 콘텐츠를 탑재하여 유통·배포하는 협력비즈니스 추진 등
- 콘텐츠 관련 장르간, 유관산업과 콘텐츠, 상호 융합 등 다양한 조합을 통한 연계구조가 발달

□ 최근 IT산업의 스마트화·3D화·다채널화로 집약되는 패러다임 변화는 콘텐츠산업에 새로운 도약 기회를 부여

- 애플, 구글 등 글로벌 기업들은 기기-서비스-콘텐츠 결합 비즈니스로 세계시장을 선점하는 등 콘텐츠의 전략적 중요성을 확대
- 스마트, 글로벌 SNS 서비스 환경은 콘텐츠의 국경이 사라지는 무한경쟁 시대를 예고

- * 애플TV가 국내에 상륙할 경우 아이튠즈를 통해 해외 영상콘텐츠(미국 드라마, 영화 등)를 손쉽게 구입 및 시청가능
- * 최근 YouTube, Hulu 등 인터넷 동영상서비스가 무료 광고기반 사업모델에서 프리미엄 콘텐츠 확보를 위한 유료모델로 변화하는 것도 양질의 콘텐츠 중요성 및 다양한 거버넌스 구조의 중요성 시사

2. 현황 및 문제점

□ 글로벌 환경의 경쟁구조가 콘텐츠 기업 중심 생태계로 변화

- 콘텐츠시장의 경쟁구도가 과거 장르·서비스(플랫폼)·기기별 경쟁구조에서 동일한 시장에서 콘텐츠 중심 경쟁하는 구조로 변화
 - 과거 컴퓨터 제조업체였던 애플은 아이팟-아이폰-아이패드와 콘텐츠를 iTunes라는 플랫폼으로 결합시키는 통합적 **Biz모델화**
 - 인터넷 기업인 구글은 스마트폰, 스마트TV에 개방형 OS인 안드로이드를 탑재시켜 자사의 풍부한 웹 콘텐츠 활용을 극대화하는 전략을 추진중
- 콘텐츠시장은 스마트 환경의 확대에 따라 새로운 비즈모델 형성 중
 - ⇒ 스마트폰, 태블릿PC, 스마트TV, 스마트자동차 등으로 IT 패러다임이 확산되고, 이들이 서로 융합되는 환경하에서 콘텐츠의 전략적 가치가 더욱 증가하고 있음
 - ⇒ 비즈니스 모델의 핵심인 콘텐츠산업 육성을 위해 어떠한 진흥체계와 거버넌스 구조를 가져가느냐에 따라 무한경쟁, 글로벌 시대에 국가경쟁력이 좌우될 수 있음

□ 국내 경우 콘텐츠산업의 패러다임 변화에 대응하는 기가콘텐츠서비스의 산업 선순환 생태계 조성이 지연

○ 애플, 구글 등 글로벌 기업들과 선진국들은 콘텐츠와 서비스, 기기를 연계 또는 제휴하는 전략으로 글로벌 경쟁력을 확보하고 있음

- 반면, 우리나라 콘텐츠산업 환경은 플랫폼 사업자 등 유통의 힘의 우위가 지속 되면서 불공정 거래 관행 고착 등 대-중소기업 상생 협력 체계가 부족한 상황

○ 경제의 서비스화(Shift to Service) 진전에 따라 현재 뿐 아니라 앞으로도 성장과 고용에서 서비스업 비중이 더욱 증가할 전망

- 서비스산업 중 콘텐츠산업은 기기-서비스 등 관련산업의 동반성장을 이끌어가는 미래 먹거리 산업*으로 중요성이 더욱 부각됨

* 영화 "아바타"의 경제적 효과 : 33억달러(극장+부가판권)=현대 자동차 YF소나타 약 16만대=아시아나 항공매출액(3조8천억원, '09년)

⇒ 정부는 콘텐츠산업을 17대 신성장 동력 산업의 하나에 포함하고, 범 국가적 진흥체계 구축을 위해 콘텐츠산업진흥법 제정('10.6월)

□ 문제점

○ 스마트화 환경변화에 대응, 콘텐츠 산업육성을 위한 부처간 협력시스템 마련 및 콘텐츠산업 컨트롤 타워 역할이 필요하나, 관련기능의 중복 및 갈등으로 진흥체계 추진이 미약한 상황

- 문화부는 문화예술과 콘텐츠, 저작권, 미디어(신문, 방송, 출판) 정책을 종합적 관장, 방통위는 방송사업, 통신(네트워크) 정책 관장, 여성부는 게임이용 규제, 음반심의 등으로 중복 및 정리 미흡

○ 콘텐츠산업을 IT산업을 이을 국가 성장동력산업으로 육성할 범 정부 차원의 전략적 육성과 추진사업은 미약

- 대형 국책사업 등 투자에 비해 콘텐츠산업에 대한 국가적 지원 부족

* '11년 콘텐츠 분야 지원은 국가전체예산의 0.2%수준에 불과하여 기존 자동차, IT 등 국가전략산업의 재정투입 비율(2~7%)에 크게 미달

⇒ 기존의 사회 간접자본(SOC) 중심투자에서 **콘텐츠산업** 부분에 국가재정 및 민간 자본을 집중 투입할 필요성이 더욱 커짐

o C-P-N-D를 연계(수직계열화, 수평협력)하여 사업생태계를 구성하고, 경쟁을 하는 주체는 기업이나, 국제적 경쟁력을 갖는 콘텐츠 부분 민간역량과 협력은 미흡한 수준

- 민간부분의 기업은 콘텐츠산업 핵심분야의 경쟁력을 보유하고 타 분야와의 동반협력을 통해 생태계 구축·경쟁력 확보가 성공의 관건

* 애플은 기기와 OS 기반, 구글은 검색서비스를 기반으로 사업 확장을 한 반면, 지속적인 성장가능성을 담보하기 위해서는 한국적 콘텐츠기업의 경쟁력을 육성하는 것이 필요

- 거버넌스 구조의 재편을 통해, **협력자 및 조력자**로서의 정부역할 강조를 통해, 우리 업계의 자기혁신을 도와주는 역할이 필요

o 영국의 창조산업 발전에서도 나타나듯이, C-P-N-D라는 비즈니스 가치사슬 구조는 산업이 연결되는 모습을 보여주는 하나의 틀이기 때문에, 이를 고려하되, 진흥체계는 전체적인 틀과 부분별 발전계획의 **유연적인 조화가 필요함**

* 영국은 국민소득 2만불이던 '97년 'Creative Britain' 비전하에 창조산업을 육성, 경제 도약에 성공(6년후 국민소득 3만불, 9년후 4만불 / 일자리 40만개 창출)

- C-P-N-D를 구성하는 각 요소가 하나의 독자적인 산업으로 존재하며, 각각의 개별적인 진흥계획이 존재하여 협력해야 함

- 이때, 가치창출의 핵심으로서 콘텐츠(C)는 다른 PND와는 상이하고 경쟁력의 원천으로서 **특수한 산업적 가치와 특성을 지니기 때문에(문화적 요소)**, 이를 고려하여 다른 구조들을 연결하는 허브기능으로서 진흥체계를 마련하는 것이 매우 필요

3. 전략방향

□ 콘텐츠를 둘러싼 기술 및 인프라 환경 변화로 융합형 콘텐츠의 성공을 위한 생태계를 구축

- 앞으로 스마트콘텐츠 환경으로의 변화에 따라 융합과 개방적 생태계로의 전환이 가속화될 것으로 전망되며 이에 따라 자율적인 생태계 구축에 대한 수요와 변화도 급속화할 것으로 예상
- 환경변화 속에서 시장의 자율성을 최대한 보장하면서, 활성화를 이끌 수 있는 선순환체계 구축형 업그레이드 정책 추진이 필요
- 이를 효과적으로 뒷받침하기 위해서는 가치사슬 특성화를 최대한 보장하고, 시너지를 창출할 수 있는 생태계 구축 지원조직, 가치사슬별 체계적 지원, 플랫폼과 공진화하는 콘텐츠 지원 등 마련

<콘텐츠 생태계 특성과 지원정책의 변화 전망>

	As Is (과거)		To Be
기본방향	아날로그기반 사업	⇒	융합화, 스마트화
생태계 특성	개별장르 추진 특성화 미흡	⇒	가치사슬 특성화 / 역할분담 선순환 시너지창출
사업추진	하드웨어 중심사업	⇒	소프트웨어/콘텐츠 중심사업
무게중심	공공위주 공급자 중심	⇒	자율성/책임 증대 시장활성화(고용,매출)
거버넌스	부처별 칸막이 추진	⇒	국가경쟁력 위한 협력체계 마련 / 가치창출 중심 콘텐츠의 차별성
산업경쟁력 주도	IT 및 기술기반	⇒	창조산업, 부가가치 창출
정부역할	초기시장 주도 및 인프라 조성 주력	⇒	생태계 조성 위한 협력자 및 조력자

- 정부지원 경우, 구체적으로 방통위, 지경부, 행안부, 문화부로 해체된 미디어-콘텐츠 관련 기능들을 정비하되, 콘텐츠 생태계와 관

련된 최근의 관련영역까지 통합하여 국가경쟁력 제고를 고려

- * **지경부**(IT산업 진흥, SW진흥, 기기), **문화부**(디지털 콘텐츠, 콘텐츠 일반, 미디어, 부처 업무 전체), **행안부**(정보화) 업무 등 그 범위와 영역을 고려

○ 콘텐츠생태계를 구성하는 C-P-N-D 요소 전체를 포괄하는 정부조직 설계는 신중한 접근이 필요하되, 국가경쟁력의 제고에서 가장 우수한 시나리오가 무엇인가를 고려

- 산업 분야를 넘어 비즈니스 가치사슬인 생태계 구조가 정부조직과 정책영역에 맞추어 그대로 전환하는 것은 타당성 미흡
- 산업 분야와 콘텐츠 생태계의 구조에 따라, 미래 비전하 부처 정부조직 및 진흥체계를 전환, 협력하는 철학과 전략이 필요

- * 개별 산업의 핵심가치와 정책, 발전단계와 시장상황 등이 모두 다르며, 통합 이후 정부가 생태계 차원에서 할 수 있는 역할과 내용에 대한 논의가 현재는 부재한 상황

□ 플랫폼과 인프라 구축중심 IT서비스와 생태계 가치창출 중심의 콘텐츠서비스는 진흥과 육성 정책을 구분 추진

⇒ IT(플랫폼으로서 방송·통신, 융합 서비스, 네트워크, 기기)와 콘텐츠는 각자 진흥하기 위한 정책목표와 수단, 대상의 차이가 커 조정 필요

구분	콘텐츠 산업(C)	IT산업(PND)
핵심 영역	문화예술, 문화콘텐츠, 저작권	네트워크, SW, 기기
가치	스토리, 창의성, 다양성	효율성(속도), 사용자 중심 편의성, 표준화(융합 기반)
정책	창작과 보호 중심	기술 진보, 망 고도화, 서비스 중심

⇒ 기존의 부처진흥사업 및 창출가치는 최대한 보전하되, 법령 및 기존 조직의 장점을 최대한 살리며, 스마트 시대 미래 국가경쟁력 원천으로서의 콘텐츠 진흥의 공공효과성을 최대한 높이기 위해 튼튼한 협력모델의 마련이 요구됨

- IT의 경우, 타 산업과의 연계효과가 뛰어나고, 위키팩처링(Wiki-Facturing) 등 기존 제조업 등의 혁신창출 지원효과가 뛰어나기 때문에 축매산업으로서의 연결성을 최대한 강조
 - IT와 자동차, IT와 조선, IT와 의료, IT와 금융 등 전통산업과 융합되고 사회발전의 기반으로서의 육성과 진흥정책이 효율성 중심으로 진행되어야 하며, 창의성 가치 정책과는 구분되어 추진하는 것이 바람직
 - 가치창출 중심의 콘텐츠 정책은 IT정책과 구분하여 추진하되, 전체적인 시너지효과를 위한 진흥체계와 거버넌스의 조정은 필요
 - 투자규모에서도 나타나듯이, IT와 기기중심 인프라는 기반조성 목적으로 육성하되, 성공적인 비즈니스 모델 마련과 성과 창출을 위해 콘텐츠 연계협력 모델 및 사업전략의 마련이 필요
- * 2012년 삼성전자 투자 규모 : 140조 7719억원
 - 2012년 국가 R&D 예산 규모 : 16조 244억원(부처 통합) / 지경부 예산 16조 121억원(정보통신진흥기금 6890억원), 방통위 예산1조 1204억원
- 콘텐츠 형식이 매체로부터 자유로워짐에 따라 콘텐츠가 다양한 플랫폼을 통해(선택) 유통되므로, 정보통신(네트워크와 플랫폼) 중심의 콘텐츠 정책은 한계*
 - 기술발전에 따라, 또 다른 매체와 플랫폼, 기기는 출현할 수 있으나, 핵심가치 창출로서의 콘텐츠는 특성이 크게 변하지 않음
- * 콘텐츠의 경우 온·오프라인을 구별하지 않고 유통되므로, 온라인상에서 유통되는 콘텐츠만을 총괄하는 독임제 부처 설립은 오히려 콘텐츠 산업 발전을 저해할수도 있음. 콘텐츠와 미디어를 연계하는 다양한 협력장치를 마련, 보완
- 소비자의 욕구에 따라 디지털 플랫폼, 네트워크, IT 등의 기술환경은 변화하나, 기획과 창작의 문화적 행위가 투여된 콘텐츠의 속성은 크게 변하지 않음
 - . 기존 미디어의 콘텐츠는 미디어의 변화에 따라 신규 미디어의 콘텐츠로 적용되고 새로운 유형의 콘텐츠를 창조하는 요소로 활용되나, 가치창출의 본질은 크게 변하지 않음

< 콘텐츠의 매체 발전에 따른 속성 >



- 만약, IT와 현재 유통기반 중심의 거버넌스 구조가 혼재되어 만들어진 경우 현실적으로 영세한 콘텐츠 사업자들의 이해관계 보다는 대기업 위주의 유통과 플랫폼 사업자 중심 정책 추진가능성이 높아 콘텐츠 시장이 위축되거나 축소될 위험성이 높음

- * 음원시장에서 ‘정액제’는 콘텐츠공급자에게 불리하며, ‘종량제’는 유통사들에게 불리한 것처럼 양 산업의 이해관계가 상충되는 경우 다수
- * 방송사업자(지상파 등)와 방송콘텐츠 외주제작사, 음악창작자와 음원서비스 사업자(이동통신사), 영화제작사와 투자·배급사(대기업) 등

- 따라서, 다른 산업 구조를 지닌 IT와 콘텐츠를 구분하고, 콘텐츠 중심의 생태계를 고려하는 정책 기능을 강화하여 경쟁력 제고 필요

- 콘텐츠산업이 지속적으로 성장하고 있으나, 여전히 내수 중심의 산업발전 초기단계이며,

- * 세계시장과 비교할 때 한국 시장 규모는 2.4%로 10위 규모(PWC 2012)

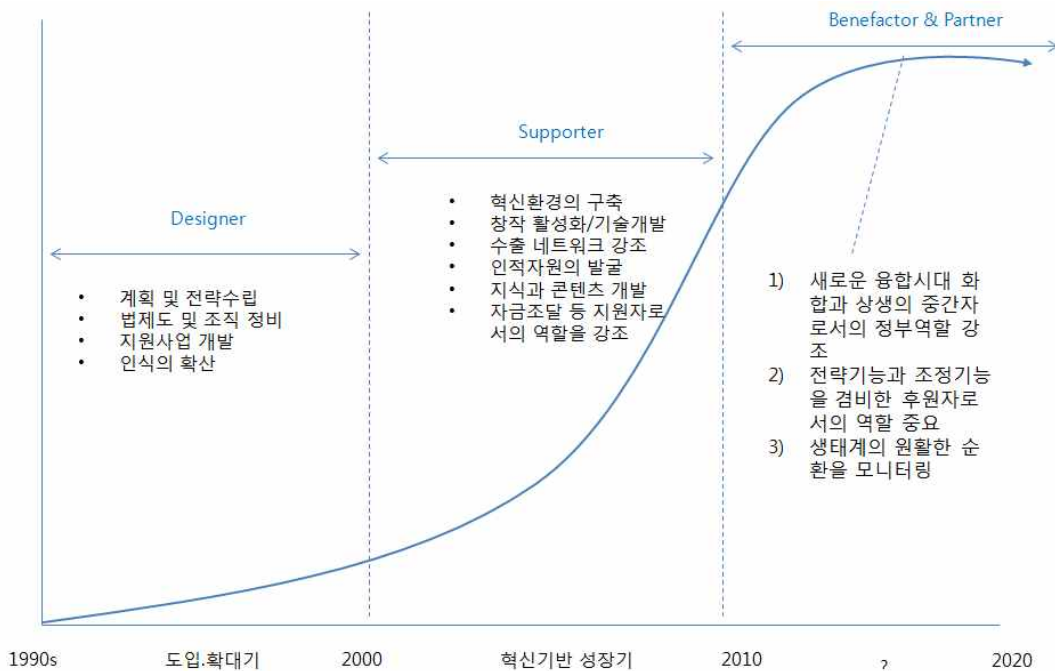
- 창작 원천의 부족, 기업 영세성, 금융투자 환경의 어려움, 유통(플랫폼)사업자와의 불균형·불공정한 관계 등을 해결하기 위한 정부의 체계적이고 일관된 진흥이 중요

- * (연계 과제) 콘텐츠 기업들의 창의성 보호, 경쟁력 강화를 위한 공정경쟁, 동반성장 생태계 조성, 콘텐츠의 창조성을 높이는 방향으로 기술과 미디어를 활용할 수 있도록 다양한 지원과 협력과제를 지속 발굴 등

⇒ 콘텐츠산업의 발전단계에 맞추어 정부의 역할은 생태계의 완성을 위한 파트너로서 자리매김되어야 함

- 콘텐츠 생태계의 완성을 위해 산업과 시장, 국민의 질적 수준을 끌어올리는데 많은 자원을 투입

<콘텐츠산업의 발전을 위한 정부의 단계별 역할(안)>



4. 거버넌스 제안 : 콘텐츠 친화적 거버넌스 구축 (안)

① 콘텐츠 생태계를 포괄, 효과성을 높이는 정책 추진체계 구축

- 범정부 차원의 '창조산업진흥위원회'를 설치하여 국정 전반에 문화적 가치를 높이고, 콘텐츠 중심의 창조산업발전을 주도할 수 있도록 제안

* 콘텐츠산업진흥위원회, 국가지식재산위원회 → 창조산업진흥위원회 전환, 위원장은 대통령으로 하고 위원은 콘텐츠분야 민간 자문위원과 관계부처 장관

- 콘텐츠산업을 필두로 하는 창조산업의 중장기 기본계획 수립 · 진흥정책의 총괄 조정심의 등 콘텐츠산업 진흥과 관련된 최고 의사결정기구로서 역할수행 (산업진흥, 매체심의, 저작권 보호 등)

- 실무위원회 성격으로 창조산업진흥위원회에서 심의 확정되거나 위임된 사항의 이행실적 점검을 위한 정례회의 개최
 - * 예) 문화부 제1차관을 위원장으로 11개 관련부처 고위 공무원 및 8명의 관계 중앙행정기관의 장이 추천한 관련분야 전문가들로 구성
- 정기이행실적 점검 및 평가를 위해 매년 이행상황을 서면으로 점검·평가하고, 그 결과는 실무위원회 개최를 통하여 성과분석 및 피드백 시스템 구축
- 부처간 협력사업의 발굴을 촉진하기 위하여 분과위원회를 설치·운영하고 의제 발굴, 협의를 위하여 수시 개최
 - * 분과위원회는 해당부처와 위촉직 위원으로 탄력적으로 구성 및 운영
- IT 및 인프라 기능과 구분하여, 콘텐츠 진흥 경우는 창조적 부가가치 창출이 가장 용이한 부처로 일원화하여 역량을 강화 (세부안 첨부 참조)
- 문화예술, 콘텐츠, 미디어, 저작권 등 콘텐츠 생태계를 총괄
 - * 문화예술, 창의성 등 창조적 자산이 부가가치를 극대화할 수 있는 콘텐츠 생태계 차원의 정책 진흥체계 마련(문화체육관광부내 ‘창조문화진흥실’ 신설)
 - ** 여가(스포츠, 체험), 관광, 디자인/스타일 등 관련분야에 대한 콘텐츠의 파급효과 극대화 유도
- 방송통신위원회의 방송콘텐츠·콘텐츠 플랫폼(방송, 통신, 인터넷) 등 콘텐츠 생태계 차원의 기능 통합을 유도
 - * 향후 방송통신위원회는 방송 통신 등 미디어규제를 위한 독립위원회로만 집중 역할을 수행할 수 있도록 조직 재편 건의

② 창조문화 환경을 뒷받침하는 법체계 정비 및 개선

- 공정사회 정책기조에 부합하고, 국내 콘텐츠의 글로벌화·스마트화·융복합화에 부응하는 제도를 적극적으로 발굴하여 시행
- 창조산업기본법 제정, 분야별 진흥법제 정비

- 문화산업진흥기본법, 콘텐츠산업진흥법, 문화예술진흥법, 방송법, 지식재산기본법 등 관련법간 중복요소 해소 및 미래지향성 담보
- * 1차적으로 문화부 소관 법령간의 구조체계를 조정하고 2차적으로 방송통신, 지식재산 등 타 부처 소관 법령과의 합리적 연결고리 마련 등

○ 콘텐츠 관련 각종 규제와 가이드라인 재검토 및 콘텐츠규제개선 로드맵 마련

- 실질적 규제 개선을 위해 산업계, 학계 등을 포함한 전문가들로 구성된 '콘텐츠규제개선위원회' 상설 운영
- * 규제강화가 필요한 영역(콘텐츠의 유통 및 공정거래 등), 규제완화가 필요한 영역(콘텐츠의 이용 및 창작 등)을 구분
- ** 동반성장 촉진을 위한 금융 및 세제 개선, 불공정거래 규제, 문화예술 및 콘텐츠 기반의 창업 활성화 등 부처간 협력사항 논의

○ 문화 매체의 특수성을 고려한 콘텐츠 심의체계 정립

- 민간 자율 심의 체계 구축, 정부 사후 관리·감독 강화 및 일원화
- * 영화 : 영등위, 게임 : 계등위, 음악 : 청보위, 방송 : 방심위 → 통합 기구화를 검토하되, 현행 구조의 효과성을 최대한 보존하고, 단계별로 통합 필요성을 논의

③ 미래성장동력으로서의 콘텐츠 진흥을 위한 투자 확대

○ 콘텐츠 관련 분야 예산을 정부 재정의 2%로 확대

- 현재 정부예산 1%인 문화 분야(콘텐츠 포함) 예산을 향후 10년간 6.5조원(2%)으로 확대할 것을 제안
- * 2012년 정부재정 325.4조원, 문화부 예산 3.7조원, 콘텐츠 예산 0.5조원
- * 콘텐츠 분야의 예산(정부예산의 0.18%) 또한 1.5조원 (0.5%) 규모로 확대
- 콘텐츠 분야의 창조적, 기술적 혁신을 유도할 수 있도록 콘텐츠 R&D 예산 확대 병행
- * 2012년 콘텐츠 R&D예산은 1,015억원으로 국가 R&D예산 총액의 0.6%에 불과

○ 합리적이고 효과적인 콘텐츠산업 진흥을 위한 별도의 정책성과평

가 및 관리체계 마련

- 제조업과 서비스업, 일반 산업과 문화산업의 산업 구조, 성과창출 기간, 성과 형태 등 차이를 고려하여 체계적 기준 마련 후 반영
 - * 콘텐츠산업은 투자 대비 결과가 단기간에 나올 수 없으며, 중장기간 축적을 통해 트렌드가 형성되고 그에 기반하여 성과가 창출되는 구조임

④ 부처간 협력프로젝트 추진

- o 산업간 융복합 추세에 부응, 각부처 콘텐츠 제작추진사업에 콘텐츠의 가치창출 핵심역량(문화요소와 문화기술)을 접목, 새로운 고부가가치 시장 창출을 위해 다양한 협력방안을 강구
- 범부처 융합 과제기획위원회(관련부처 CCO*, 관련 산하단체, 외부전문가 포함) 구성, 과제도출
 - * 각부처의 콘텐츠 산업의 원활한 추진을 위해 콘텐츠 책임관(CCO : Chief Contents Officer) 지정 운영
 - * 선정된 프로젝트에 대해서는 부처간 MOU체결을 통해 역할 분담 및 협력
- o 협력사례로 범정부 부처와 함께 국가 차세대 IT혁신 사업으로 ‘기가코리아(Giga KOREA)’ 전략 등과 같은 프로젝트를 수립
 - 체감형 에듀테인먼트, 실감형 모바일 관광, 홀로그램 기반 응급의료, 3D/4D 재난 체험/대응 교육, 3D/4D 온라인 장터, 개인별 기가급 모바일 실감 미디어 오감 및 홀로그램 방송통신과 같은 서비스 구축 등

⑤ C-P-N-D 발전기반 마련 : 기기-서비스-콘텐츠간 동반성장 촉진

- o 차세대 ‘콘텐츠 동반성장협의회’(‘10.10월)를 민간주도로 운영하고 협업 프로젝트 개발 활성화 유도
- 콘텐츠 생태계(가치사슬연계) 프로젝트 사업 공동 개발 및 대중소기업 동반 해외진출 시 정책자금 등 지원

- 서비스, 플랫폼사업자와 콘텐츠기업간 공정한 거래환경 조성협약
- * 정부지원사업시 기기-서비스기업의 콘텐츠 협력기여도를 평가, 인센티브 부여

□ 대규모 동반성장프로젝트 추진

- 글로벌 시장 진출 노하우가 축적된 대기업(스마트 기기 제조사, 방송통신 서비스사)의 기기·서비스망에 콘텐츠를 내재하는 방식으로 동반진출 활성화
 - * 삼성(바다플랫폼), SKT(글로벌플랫폼) 등 대기업은 기술지원, 중소콘텐츠기업은 콘텐츠 개발, 제공을 통해 동반 해외시장 개척
 - * 게임, 음악, 영화, 드라마 등의 개별 국내 콘텐츠를 패키지화하여 동반진출 유도
- 콘텐츠 개발업체(중소기업)와 콘텐츠 수요자인 기기·서비스 업체(대기업) 및 정부가 공동으로 참여하는 대규모 시장창출 프로젝트 추진
 - 콘텐츠 수요자인 기기·서비스 기업(자본)과 개발자인 콘텐츠기업(기술, 인력)이 공동으로 컨소시엄을 구성하여 콘텐츠를 개발하고, 정부는 우량 컨소시엄을 선정하여 제작비를 지원(제작비의 20%) 등
 - * 스마트콘텐츠, 3D 콘텐츠, 차세대 게임, 모바일콘텐츠, e-북 등 기기-서비스-콘텐츠 연계한 비즈모델
- '15년까지 향후 3년간 3천억원 규모의 산업간 공동협력콘텐츠 개발 사업 추진 등 제안

⑥ 콘텐츠산업 육성 추진체계 확립을 위한 통합적 지원기관 운영

- 미래 핵심성장동력 분야인 창조산업 및 연관분야의 종합적 체계적 육성과 진흥을 위한 종합적인 지원기능의 확충과 연계
 - 기존 콘텐츠 진흥분야의 영역을 문화예술과 관광, 미디어, 저작권, 체육 뿐 아니라, 방송, 광고 등 연관분야의 연계성을 최대한 확보하며, 스마트 시대 IT와 CT의 성공적인 결합을 통하여 전략적 콘텐츠를 성공적으로 육

성, 발전시키기 위한 조직을 확대 개편 추진

- 단계적으로는 문화체육관광부 내 콘텐츠 유관분야의 지원조직과 소단위 팀 및 관련 지원사업을 연계하여 만들고, 유관분야 네트워킹 및 통섭적 지원을 위한 산업진흥 전문기관의 역할과 사업을 총괄적으로 발전시키는 방향으로 예산 및 인력을 총합
- 콘텐츠산업 대내외 환경 조사, 유무형 창조자산 개발지원을 위한 국가 차원의 창조자산 개발 지원체계 마련
 - * 분산되어 있는 **문화관광연구원의 문화산업연구기능과 콘텐츠진흥원, 영진위** 등의 콘텐츠 정책연구 및 산업분석 기능들의 통합 및 적절한 역할분담을 고려
 - * 미디어 관련 정보통신정책연구원과의 협력연구 등 실시하고, 협력연구의 **효율성 . 적정성에 대한 타당성 연구를 통해 최적의 운영방안을 결정(공공기관의 운영에 관한 법률에 따라 기재부와 협의추진)**
- 문화기술의 타산업 적용 확대 등 산업적 비중 확대에 대응한 R&D 추진체계를 강화
 - 그동안 콘텐츠분야로 집중되었던 R&D를 문화예술 등 창조적 R&D를 위한 범위를 확대하고, 필요한 추진체계 정립
 - 콘텐츠 R&D전반에 대한 기획·평가·관리 등 통합적 운영방안 마련
 - * 예시) 기존에 분산되어있는 문화분야의 R&D 기획·평가·관리 등의 기능을 통합하는 『한국문화기술 기획평가원(가칭)』 설립 추진하고 문화기술에 대한 정책개발, 기술과제 기획, 평가관리, 수행 및 성과확산 등 R&D 전반적 업무 수행
 - * 문화기술 R&D(콘진원), 도서관 R&D(한국과학기술정보원), 스포츠 R&D(체육과학연구원), 저작권 R&D(한국저작권위원회), 체육 등으로 분산되어 있는 **R&D 관리기능을 일원화하고 관광 및 예술분야 등으로 R&D확대**(공공기관의 운영에 관한 법률에 따라 기재부와 협의추진)
 - * 기술기반 R&D와 달리 비기술적 문화 R&D의 특성을 살릴 수 있는 포괄적 범위의 마련 및 지원체계를 마련
- 문화예술과 연계한 융합기술 연구, 대형 국책성 R&D 수행
 - * 한국전자통신연구원(ETRI) 콘텐츠연구본부, '아시아문화중심도시조성종합계획('07.10)' 등을 감안하여 연계협력 및 확대 운영방안 마련(기재부 예비타당성조사를 통해 추진)
 - * 차세대 콘텐츠 선도기술개발을 위한 범부처 과제기획단 설립 추진

[별첨 : 콘텐츠산업 육성을 위한 통합적 지원체계 마련(안)]

1) 개요

- 미래 핵심성장동력 분야인 창조적 콘텐츠산업 및 연관분야의 종합적 체계적 육성과 진흥을 위한 통합적 지원체계 마련
 - IT 및 인프라 기능과 구분하여, 콘텐츠 진흥 경우 창조적 부가가치 창출이 가장 용이한 부처로 일원화하여 역량을 강화
 - 문화예술, 콘텐츠, 미디어, 저작권 등 콘텐츠 생태계를 총괄
 - 방송통신위원회의 방송콘텐츠·콘텐츠 플랫폼(방송, 통신, 인터넷) 등 콘텐츠 생태계 차원의 기능 통합 유도 등
 - 단계적으로는 콘텐츠 지원과 관련된 방송 미디어 분야 부처와 사업을 통합하고, 유관분야 네트워킹 및 통섭적 지원을 역할과 사업을 총괄적으로 발전시키는 방향으로 예산 및 인력을 총합
 - 창조산업 및 콘텐츠 분야 지원의 정당성을 마련하고, 이에 대한 평가와 역할분담, 모니터링을 공고히 함

2) 현황 및 문제점

- 세계는 융복합 환경의 변화에 따라, 문화가 기반이 된 창조산업을 기반으로 성공적인 콘텐츠들을 양산
 - 애플의 사례에서와 같이, 문화예술과 인문학, 창의력이 바탕이 된 새로운 혁신이 성장의 근거가 됨.
 - 이러한 발전에는 기술적인 혁신과 함께, 비기술혁신 개념인 콘텐츠 R&D를 상당히 많이 포함되며, 콘텐츠 진흥에는 기획과 예술과 인문학을 근간으로 하여, 가치사슬별 제작 과정, 미디어, 사용자 접촉 및 유통 분야도 분포되어 있어, 이에 대한 체계적인 사업지원 및 연구개발이 필요하나, 현재는 포괄적인 지원이 미흡한 상황

- * 90년대 후반 이후 주요 선진 콘텐츠 산업 국가를 중심으로 콘텐츠 산업을 자국의 신성장 동력으로 육성하고자 하는 움직임이 본격화되었음
- * 미국의 자국 콘텐츠 권리보호를 위한 일련의 저작권 보호법 제정, 영국의 창조산업 육성을 위한 'Digital Britain' 전략, 프랑스의 디지털경제를 대비하는 'Digital France 2012' 계획, 일본의 국가 브랜드 제고를 위한 'Cool Japan' 전략 등은 콘텐츠 산업을 국가적 전략산업으로 삼고자 하는 구체적인 노력임

○ 문화부 내에서도 스마트시대의 **통섭적인 콘텐츠 지원**에 대한 진흥정책의 **거버넌스 체계의 정비 필요성**이 제기되고 있으나, 이에 대한 체계적인 지원이 이루어지지 않는 실정임

- 산업적인 영역과 관련이 되는 콘텐츠분야 뿐 아니라, 최근에는 문화예술과 관광, 체육 등 다양한 분야의 다양한 협력 및 지원 필요성이 제기되고 있으며, 이에 대한 **크로스오버** 및 **융합 지원 필요성**이 제기되고 있으나, 부처내, 부서간 협력은 미비한 상태임

○ 콘텐츠 지원에 대한 **영역간 갈등** 등으로 부처간 협력도 미흡

- 산업기반의 콘텐츠 뿐 아니라, 방송, 미디어, 플랫폼 등 다양한 영역의 발전에 따라 해당 지원부처간 협력 필요성이 제기되고 있으나, 지원사업의 영역 등 문제점이 제기되고 있음

3) 전략방향 및 고려사항

(1) 국가경쟁력의 제고

- 취지 : 문화체육관광부가 담당하고 있는 협의의 콘텐츠영역뿐 아니라, 문화와 예술, 미디어, 저작권, 관광 등 연관영역의 문화적인 측면에서의 **콘텐츠 지원을 일원화하고 융합하여 전략산업인 콘텐츠산업의 국가경쟁력을 제고**하고, 명실상부한 발전적 콘텐츠산업 생태계로 만들어나가기 위함
- 이는 문화로 행복한 나라의 건설이라는 목표를 상정하고, 문화의 영역을 토대로 이를 콘텐츠로 완성시키기 위한 구체적인 세부 목표를 가져간다

는 전략을 세우고, 창의국가를 완성하는 중요한 맥락이며, 이제까지 진행되어온 정책의 연속성을 확보한다는 측면에서 중요

- * 콘텐츠의 경우 그 성과가 단기 대응보다는 문화적 축적과 창의성, 독창성에 의해 장기간에 걸쳐 나타나기 때문에, 정책일관성 유지와 강화가 중요

(2) 국민의 공감대 형성과 국가브랜드 제고 (한류 등)

- ‘한류’로 성공잠재력을 확인한 지금, 드라마와 K-POP을 넘어 국제 경쟁력이 있는 **K-Culture**로 발돋움해야 하는 중요한 시기
 - 국가주도와 대기업 중심의 공급자적 콘텐츠 진흥보다는 국민이 공감하고, 피부에 와닿을 수 있는 콘텐츠 진흥정책을 통해 한류 등 성공사례를 더욱 발굴, 지원하고, 국민에게 꿈과 희망을 제공함
- * 콘텐츠는 국가의 문화적 품격을 고양시켜 전통적인 제조업이 재탄생할 수 있는 계기를 제공하는 등 문화기반의 융합 창출 가능

(3) 해외사례 등 참조하여 정책 대응

- 선진국은 콘텐츠 중심의 창조산업을 집중 육성하기 위한 정책추진 체계를 정비·구축하고 있으나 국내의 경우 관련 정책대응 지연 (별첨 해외 사례 참조)
 - 영국과 같은 경우 문화와 창조산업 중심 부처 지원
- * 현재까지는 기술 및 IT 중심의 국가발전전략 및 진흥체제 구축이 대부분

(4) 산업의 가치사슬 효과성 최적화 및 OSMU 효과 제고

- 콘텐츠의 핵심 경쟁력은 창작, 기획-제작-유통-소비 등에서 스토리, 창의성, 재미와 감동을 가져오는 문화와 창작이 좌우
- 융합시대의 발전에 따라, 콘텐츠는 미디어의 다양화로 매체에 구애되지 않고 유통될 수 있기 때문에 OSMU 효과등을 최적화할 수 있는 지원체계를 갖추는 것이 중요

(5) 정부의 역할 및 거버넌스 효과의 고려 (협력자로서의 국가)

- 융합시대를 맞이하여, 정부의 역할은 인프라 조성이나, 혁신 주도 보다는, 민간 등에서 융합이 잘 이루어지도록 제도를 구축하고, 규제완화 등을 통해 진흥을 독려하는 조력자의 역할이 더 중요

4) 세부 추진내용

- 문화예술·콘텐츠·미디어·관광·체육 등 관련 분야에서 국민의 창의성 진흥 및 삶의 질 제고를 위한 적극적 여가문화를 이루도록 최적의 공공지원방향 및 거버넌스 체계를 구축
- 문화체육관광부 소관분야의 콘텐츠 관련 지원업무의 총괄 및 방송, 미디어 및 광고 등 연관분야 통합 및 진흥 네트워킹 등 통해 구심적 역할 담당 및 지원사업의 총괄
 - 융복합시대의 패러다임 변화에도 불구하고, 개별 산업 및 장르 분야에서 콘텐츠 관련 지원을 독자적으로 진행함으로써, 규모의 비경제, 연결의 비경제, 범위의 비경제 손실을 감수하는 상황
 - 문화부 차원의 콘텐츠 분야 광의적 의미의 창조산업 콘텐츠 지원 체계형성과 활동 사업 주체를 디자인하는 개념을 살리고 전략산업 등을 총괄
 - 부처간 사업에 있어 다양한 네트워크 총괄 담당 및 법제도 지원 근거 마련 (콘텐츠산업 진흥법 시행령 개정 등)
 - 관련 연구개발, 기획센터 등을 포함하여 산·학·연 공동연구까지 포괄하는 지원기능의 확대 재편
 - 관련 협회, 창업보육기능의 능동적 연계 포함 및 체계 마련
- 관련 시행 시나리오 (안)

1안) 문화부처(문화예술, 저작권)와 ICT 가치사슬 총괄 대부처 추진안

- C(콘텐츠) 중심으로 P(플랫폼), N(네트워크), D(기기)의 관련성을 최대한 고려하되, 가치사슬 특성에 맞추어 방송, 통신의 연계 콘텐츠를 중심으로 콘텐츠 생태계 차원에서 콘텐츠 유통 창구인 플랫폼(방송, 통신) 정책까지 통합하여 진흥하는 안을 제안
- C(콘텐츠) 중심으로 P(플랫폼), N(네트워크), D(기기)의 관련성을 최대한 고려하되, 문화적 가치를 고려한 콘텐츠·방송·통신정책을 모두 통합, 융·복합 환경 대응 및 콘텐츠 중심의 산업생태계를 조성

○ 현행 문화부 조직 + 방송통신 정책 업무 등(콘텐츠생태계 조성)

⇒ 신문·방송, 방송·통신, 콘텐츠·미디어의 융·복합에 대응, 통합적 미디어정책 구현 및 콘텐츠생태계 조성*을 위해 규제 및 심의 업무를 제외한 방송·통신산업 진흥 업무를 방통위로부터 이관

* 현 방통위의 미디어(방송), 플랫폼(네트워크, 인터넷 등) 기능 통합

* 콘텐츠의 창작기반·제작·유통·소비(저작권 보호)과정의 가치사슬 구조와 연계한 플랫폼 및 네트워크 정책 추진 등

※ 규제 정책의 공정성·독립성 확보를 위해 방송·통신 규제 및 심의 기능을 담당하는 별도의 독립규제위원회를 신설(현 방통위의 개편)

- 단, 단말기(D)는 콘텐츠산업에 직접적인 연관성이 없음으로 산업부처가 진흥
- 또한, 콘텐츠와 관광산업은 ICT과 차별성이 크고 창조산업의 핵심인 만큼 (가칭)창조광관산업진흥청을 외청으로 설립하는 안을 별도로 고민

2안) 문화부처(문화예술, 저작권)와 방송산업 진흥업무의 지원 일원화

- 문화부처(문화예술, 저작권) 중심으로 콘텐츠 가치사슬에 해당하는 콘텐츠 관련 진흥업무의 일원화를 꾀하되, 인프라에 해당하는 통신을 제외한 미디어 관련 방송산업 진흥 업무를 통합하는 방향
- 문화부 + 방통위 미디어(방송), 기능 지원의 통합 제안
- 문화부처와 방송콘텐츠 제작(방송사, 외주제작사), 수단(편성, 방송

광고) 등 방송과 통신을 분리, 방송산업의 진흥기능을 통합하는 형태가 됨

※ IPTV 콘텐츠, 편성 및 외주제작, 방송광고, 방송정책, 이용자 보호 등 관련 방송산업 (규제제외) 기능을 문화부처로 통합

3안) 문화부처(문화예술, 저작권) 중심 콘텐츠 진흥정책만 일원화

- 문화부처 중심으로 콘텐츠 진흥정책만 일원화; 방송(콘텐츠), 동영상(VOD), 포털, 애플리케이션 서비스 등을 문화부처로 이동
- **방송콘텐츠(드라마, 다큐멘터리 등)는 문화콘텐츠의 주요 장르 중 하나로, 관련 진흥 기능을 일원화할 필요 있음**

⇒ 콘텐츠산업 진흥인프라 구비와 전문성 등을 고려, 방통위가 중복 지원*하고 있는 방통콘텐츠 관련업무를 문화부로 일원화

* 방통위는 방송통신발전기본법에 방송통신콘텐츠 업무를 규정, 방송사의 방송 프로그램 제작을 지원 (독립제작사의 방송프로그램 제작 지원은 문화부가 담당)

o 사업의 역할분담

- 이에 따른 중장기적 추진주체별 역할 분담 및 협조체계 구축은 다음과 같이 정리가 가능
- 투입요인과 투입과정, 기대효과 및 성과의 측면에서, 정책 가치사슬 체계에 따라 체계적인 역할분담과 협조가 절대적으로 필요한 상황임
- 초기 투입단계(input)에서는 차세대 성장동력으로서의 콘텐츠산업의 발전에 대한 기대와 국가 문화기반 활성화에 대한 책임으로 중앙정부와 관련부처의 협력 및 의지가 절대적으로 초기에 요구됨
- 추진과정(process)에서는 문화체육관광부내 연관부서와 관련 부처, 방송통신위원회, 민간 등의 효과적인 역할분담이 요구되며, 궁극적으로 기대효과(output)에서는 이러한 협조관계에 의한 실질적인 콘텐츠 산업 활성화가 기대됨
- 특히 문화부 내부 부서간 협조와 함께, 콘텐츠관련 부처간, 연관분야 협력 지원 노력이 필수

- 민·관 정책협력을 위한 거버넌스 구축

- 스마트 시대 새로운 신규콘텐츠 시장에 대한 합리적 규제와 건전성 확보를 위해 공동규제시스템 또는 자율적 규제시스템 도입.운영
- 정책수요자의 의견, 수요 등을 정책에 반영할 수 있도록 민.관 전문협력체 구성. 운영
- 정부정책에 대한 투명성과 책임성을 담보하는 다양한 공표제도를 통해 콘텐츠 비즈니스에 대한 예측가능성 제공

<참고: 콘텐츠, 미디어 관련 해외 정부 조직>

		독일	영국	프랑스	미국	일본	한국
콘텐츠		문화미디어 특보(연방), 지방정부(문화부)	문화미디어 체육부	문화커뮤니 케이션부	-	경제산업성 (콘텐츠), 문부과학성 (문화예술)	문화체육 관광부
미디어	방송 (TV, 라디오)	州 미디어청	문화미디어 체육부(진흥) / 방송통신위원회(규제)	문화커뮤니 케이션부(진흥) / 시청각위원회(규제)	연방통신위원회(규제)	총무성 (진흥, 규제)	· 방송 콘텐츠(문화체육관광부) / 방송정책·규제 (방송통신위원회)
	통신	연방경제기술부(진흥) 연방통신청(규제)		경제재정산업부(진흥) / 통신위원회(규제)	상무부(IT진흥) / 연방통신위원회(규제)		방송통신위원회
	신문 잡지출판	주 문화부(NRW)	문화미디어 체육부	문화커뮤니 케이션부	-	문부과학성	문화체육 관광부