

# Monthly Issue Briefing

2012  
월간 이슈브리핑

<http://www.korea.kr>

2012.06.13 제3호(통권 3호)

- 1\_ 정책 동향 - 콘텐츠산업 주요 장르별 정책이슈 및 동향
- 2\_ 세미나/포럼 - 콘텐츠 미래전략 제6차 포럼  
2012 문화원형 통(通) & Talk 컨퍼런스  
방송-IT 거버넌스에 대한 평가와 개선방향
- 3\_ 뉴스브리핑 - 콘텐츠산업 관련기사 요약·정리

• 작성/정리

홍유진 산업정책팀 책임연구원  
변미영 산업정책팀 책임연구원  
백승혁 산업정책팀 선임연구원  
이양환 산업정책팀 선임연구원  
송요셉 산업정책팀 선임연구원  
임윤주 보조연구원(이화여대 언론학 석사)

• 감수

윤호진 산업정책팀장

▲ 정책 동향

콘텐츠산업 주요 장르별  
정책이슈 및 동향



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

콘텐츠산업 주요 장르별 정책이슈 및 동향

〈방송 분야〉

- 방송콘텐츠 진흥업무 중복 추진에 대한 부처 간 갈등과 예산지원 낭비문제 해결 필요
- 방송통신위원회는 방송통신 분야의 정책수립 및 규제집행을 핵심 기능으로 삼고 출범했지만, 여전히 방송 콘텐츠 진흥업무를 수행하고 있어 예산편성 및 지원업무 중복 등 정책 효율성 저하 초래
- 공정거래위원회와 방송·통신 관련 사후 규제 업무 중복으로 혼선 발생
- 다양한 콘텐츠를 연계하여 새로운 가치를 창출하기 위해서는 문화체육관광부의 일원화된 시스템 속에서 콘텐츠 중심형 전후방 가치사슬 통합 정책 수립·시행 필요

• 방송영상 관련 현행법상 규정

- 방송법(제92조) : 문화체육관광부장관은 방송영상산업의 진흥을 위하여 필요한 정책을 수립·시행하여야 한다
- 문화산업진흥기본법 : 문화산업(방송영상물 포함)정책은 문화체육관광부장관이 총괄한다
- 정부조직법(제30조) : 문화체육관광부장관은 문화·예술·영상·광고·출판·간행물·체육·관광에 관한 사무와 국정에 대한 홍보 및 정부발표에 관한 사무를 관장한다
- 방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률(제12조) : 위원회는 제1항제1호(방송·통신 기본계획에 관한 사항)의 방송에 관한 사항을 심의·의결하는 경우 방송영상정책과 관련된 사항은 문화체육관광부장관과 협의하여야 한다

□ 외주제도 개선을 위한 관련 법률 개정 논의

- (외주인정제) 방송통신위원회는 지난 2월 외주제작 방송 프로그램의 인정기준 등을 포함한 「방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시」 일부 개정안을 마련했으며, 6월부터 동 고시 제9조의2제4항에 따라 5인 이상 9인 이하의 자문위원회를 가동하여 외주제작 방송 프로그램 인정 여부 판단
- (간접광고) 방송사업자 외에도 외주제작사에게 간접광고를 허용하는 방송법 일부개정법률안 입법예고
  - 지난 2월 외주제작사에 대한 간접광고 허용 전까지 지상파방송 3사와 한국드라마제작사협회 간 간접광고 매출액 동등배분을 위한 양해각서 체결로 외주제작사의 권익보호 장치 마련
  - 그러나 비드라마 계열의 경우는 여전히 수익배분 등에 대한 명확한 기준이 없어 드라마-비드라마 계열 간 비대칭 구조가 지속되고 있는 상황
  - ※ 협찬고지의 경우 2011년 8월 방송법 시행령 개정을 통해 지상파방송 3사도 가능하게 되었음

▲ 정책 동향

## 콘텐츠산업 주요 장르별 정책이슈 및 동향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

**외주제작 방송 프로그램의 인정기준** : 작가 계약체결 및 주요 출연자 계약체결, 주요 스태프 계약체결, 제작비의 30% 이상 조달, 제작비 집행 및 관리 중 세 가지 이상의 요건을 갖추고 외주제작사가 실질적인 제작을 담당하는 프로그램의 경우에만 외주제작 방송 프로그램으로 본다  
(방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제9조의2)

**간접광고** : 방송 프로그램 안에서 상품을 소품으로 활용하여 그 상품을 노출시키는 형태의 광고를 말한다(방송법제73조)

**협찬고지** : 타인으로부터 방송 프로그램의 제작에 직접적·간접적으로 필요한 경비·물품·용역·인력 또는 장소 등을 제공받고 그 타인의 명칭 또는 상호 등을 고지하는 것을 말한다(방송법제2조)

### □ 방송콘텐츠 공정거래 및 분쟁 조정을 위한 일원화된 표준계약서 시행 추진 필요

○ 구 방송위원회 및 문화부, 공정거래위원회는 방송콘텐츠산업의 공정거래 환경 조성을 위한 표준계약서를 마련하여 발표하였으나 법적 강제성이 없는 가이드라인의 수준으로 시장 활용도가 낮은 상황

- (구 방송위원회) 「외주제작 표준계약 가이드라인」을 제정하여 2004년 발표
- (공정거래위원회) 「방송업종 표준하도급계약서」를 개정하여 2011년 1월 1일부터 시행
- (문화부) 2011년 7월 19일 '콘텐츠산업 공정거래 환경조성을 위한 표준계약서 공청회'를 통해 「방송 프로그램 제작 표준계약서(안)」 발표

○ 방송콘텐츠 제작자-사업자-이용자 간의 합리적인 대금지급과 권리 관계에 대한 공정거래를 유도할 수 있는 표준계약서를 마련하고 제도화 방안 마련 필요

※ 문화체육관광부 장관은 「문화산업진흥기본법」 제12조의2와 「콘텐츠산업진흥법」 제25조에 따라 문화산업의 공정한 거래 질서를 구축하기 위하여 공정거래위원회위원장 및 방송통신위원회위원장과 협의하여 문화산업 관련 표준약관 또는 표준계약서를 제정 또는 개정하여 그 시행을 권고할 수 있음

### □ 한중 FTA 협상과 방송분야 동향

○ 2012년 5월 2일 한중 FTA 협상이 개시됨

- 협상은 1단계로 양국의 협상대상(양허대상)을 정하고 협상지침(modality)에 대한 협상을 진행하며, 2단계로 1차에서 정해진 대상들에 대한 양허협상을 본격적으로 진행하게 됨. 1차 협상은 중국 베이징에서 지난 5월에 열렸고, 2차 협상은 7월에 한국에서 개최. 아직까지 구체적인 협상대상과 내용이 밝혀진 것은 없음
- 한국은 방송통신을 포함한 서비스 시장 개방에 주력하고 있으나, 중국은 전통적으로 서비스 시장 개방에 매우 소극적 자세를 견지하고 있음
- 중국은 2012년 1월에 발표한 <외상투자산업지도목록>의 투자금지와 제한업종에 방송통신서비스를

▲ 정책 동향

## 콘텐츠산업 주요 장르별 정책이슈 및 동향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- 포함. 중국이 체결한 8개 국가에 대한 FTA의 선례를 보더라도, 방송서비스에 대한 개방에 대해서는 매우 소극적 입장임을 알 수 있음
- 한국이 방송통신 시장에 대한 개방을 요구할 경우, 미미한 수준의 개선방안을 내놓거나 아니면 협상 대상에서 아예 방송통신 분야를 제외하고자 할 수 있음
- 단기간에 <외상투자산업지도목록>에서 방송분야에 대한 금지와 제한을 완화하거나, 한국에 대한 해외 방송콘텐츠에 대한 편성규제 완화를 기대하기 어렵다는 전망이 우세
- FTA 일괄타결에 쫓겨 무리하게 방송통신 분야에 대한 절충을 시도하는 것보다는 시간을 두고 WTO 다자무역협상체제인 DDA 협상으로 다수 국가들과 공조해 쟁점을 논의해 나가는 것이 좋다는 의견<sup>1)</sup>

### □ 스마트미디어 콘텐츠 동향

- 방송·통신 시장의 뇌관, 망중립성
  - 최근 모바일메신저 카카오톡이 무료 모바일 인터넷 전화(mVoIP) 서비스를 시작하면서 망중립성(net neutrality) 논쟁이 통신업계에서 다시 이슈가 되고 있음
  - 망중립성 문제는 방송·통신 융합시대에 대부분의 미디어가 인터넷 네트워크 중심의 비즈니스 환경으로 변모하고 있는 이때에 가장 핵심적인 쟁점 중 하나임
  - 지난해 12월 26일 방송통신위원회는 「망중립성 및 인터넷 트래픽 관리에 관한 가이드라인」을 마련해 이용자의 권리, 인터넷 트래픽 관리의 투명성, 합법 콘텐츠·기기의 차단금지, 합법 콘텐츠·서비스 등의 차별금지, 합법적인 트래픽 관리 허용 등 5가지 기본 원칙을 제정한 바 있음. 그러나 차별 금지에 대한 규정이 명확하지 않아 실제 적용에서 논란의 여지가 있음<sup>2)</sup>

#### 《망중립성이란?》

누구나 동등하게 인터넷 네트워크에 접근할 수 있어야 하고, 모든 서비스(콘텐츠)가 동등하게 접근되어야 한다는 원칙으로 비차별성(non-discrimination), 상호접속(interconnection), 접근성(accessibility) 등의 개념을 근간으로 한다. 한마디로 네트워크(망) 사업자가 트래픽 유발의 주체가 되는 웹사이트와 서비스 등에 대해 차별을 두어서는 안 된다는 것을 의미한다.

- 방송서비스와 관련해서, 지난 2월 9일 네트워크 사업자인 KT가 전격적으로 삼성스마트TV에 대한 인터넷 접속을 차단한다고 발표했다가 14일 철회하는 해프닝이 있었음
  - 이에 NHN, 다음, 구글 등 국내외 주요 인터넷 기업들이 망중립성 관련 의견을 제시하기 위해 구성된 협의체인 OIA(Open Internet Alliance)는 성명을 내고 이는 명백한 망중립성 위반이라고 지적

1) 이한영(2011), 「방송통신분야 중국 FTA의 특징 및 시사점」, p. 193.

2) 한겨레신문(2012.12.26.), 방통위 '망중립성 가이드라인' 실효성 의문.

▲ 정책 동향

## 콘텐츠산업 주요 장르별 정책이슈 및 동향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

- KT는 스마트TV에 대한 차단은 망중립성의 문제가 아닌 초고속인터넷망 무단사용에 대한 조치라 설명
- 방송사들의 인터넷 동영상 서비스인 OTT(Over-The-Top)의 경우도 망중립성 논란의 중심에 있음
  - OTT 서비스가 네트워크 사업자가 운영하는 IPTV 등에 위협이 된다고 판단될 경우 네트워크 사업자가 OTT에 대한 차단 등의 행위를 할 수 있다는 우려가 있음
  - 다른 서비스와 마찬가지로, OTT로 인한 네트워크 트래픽이 과다 발생했을 경우 역시 네트워크 사업자가 네트워크 사용에 대한 대가를 요구할 수 있음

### □ 디지털 전환과 콘텐츠산업

- 디지털 전환은 오는 12월 31일 오전 4시를 기해 이루어지며, 이후 안테나로 지상파를 시청하는 가정에서는 디지털TV나 셋톱박스 등을 갖추지 않을 경우 지상파 시청이 어려움
  - 케이블, 위성, IPTV 등 유료방송 시청가구는 디지털 전환이 의무가 아님
- 방통위의 2012년도 예산은 디지털 전환을 최우선시 하고 있으며, 스마트 시대를 선도할 수 있도록 정보 보호 강화, 콘텐츠인프라 조성, R&D 강화, 네트워크 고도화, 스마트서비스 활성화 등에 재원을 배분하고 있음
- 향후 정책 지향점은 고품질 방송콘텐츠 개발, 이용자 지향적 서비스가 핵심
  - 디지털의 장점을 극대화하여 화질과 음질이 개선된 프로그램 제작과, 이용자 개인에 초점이 맞춰진 서비스 즉, 개인화된 서비스(personalized service)가 미래 방송시장의 핵심 콘텐츠가 될 것으로 전망
- 인터넷을 통한 영상물 유통에 대한 법적, 제도적 대안 마련 역시 시급한 과제

### 〈게임 분야〉

#### □ 게임과몰입과 관련하여 도입된 일명 섯다운제 관련 타 법률과의 충돌문제 해소 필요

- 게임과몰입 및 게임중독에 대한 사회적 우려 증가로, 2011년에 「청소년보호법」 및 「게임산업 진흥에 관한 법률」 개정 추진
  - 2011년 5월 19일 개정된 「청소년보호법」 제23조의3에 따라 16세 미만의 청소년에게 오전 0시부터 오전 6시까지 인터넷게임 제공 금지(강제적 섯다운제)
  - 2011년 7월 21일 개정된 「게임산업 진흥에 관한 법률」 제12조의3에 따라 청소년 본인 또는 법정대리인의 요청 시 게임물 이용방법, 게임물 이용시간 등 제한(섯택적 섯다운제, 게임시간 섯택제도)
- 이상의 법률 개정으로 인해 게임이용자에 대한 정보 수집이 불가피하나, 개인정보의 수집 및 처리를 최소화 하는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 및 「개인정보보호법」 등의 취지와 배치되는 문제 발생

▲ 정책 동향

## 콘텐츠산업 주요 장르별 정책이슈 및 동향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE  
CONTENT  
AGENCY

- 주민등록번호 등 개인정보의 수집이 가능하도록 관련 법률에 해당조항 명기 등 법률간 충돌문제와 관련한 개선 필요

### □ 게임 민간자율등급분류제 도입 관련 법률 개정, 세부 실행방안 마련 및 시행

- 게임산업 발전을 위해 정부중심의 게임물 등급분류제도를 민간 중심으로 전환하는 취지로 「게임산업 진흥에 관한 법률」 개정
  - 제1단계로 모바일게임에 대한 등급분류 업무를 민간으로 이관(2011. 7. 6.)하고, 제2단계로 “전체·12세·15세 이용가” 온라인게임에 대한 등급분류 업무를 민간으로 위탁할 수 있도록 법률 개정(2011. 12. 31.)
- 오는 7월 30일까지 “전체·12세·15세 이용가” 온라인게임의 등급분류 업무를 민간 위탁

### □ 「이스포츠진흥에 관한 법률」 제정

- 2011년 12월 30일 「이스포츠 진흥에 관한 법률」이 국회 본회의를 통과, 세계 최초로 이스포츠에 관한 특별법 제정
- 이스포츠에 관한 국가 및 지자체의 책임과 지역 이스포츠의 진흥, 이스포츠 진흥을 위한 기본계획 수립, 자문위원회 구성·운영, 자금·인력·대회 지원, 종목 다양화 및 지원센터 지정, 국제교류 및 해외홍보, 전문·생활 이스포츠 육성 등의 내용으로 구성

## 〈애니메이션〉

### □ 애니메이션 방송총량제 확대 등을 포함한 방송법 개정, 하위법령 마련 및 시행 예정

- 국산 애니메이션 활성화라는 취지로 애니메이션 방송총량제 확대 등을 포함한 방송법 개정(12.1.17 공포) 및 하위법령을 마련하고(12.7.18 시행 예정) 적용 예정(13.1.1)
  - 방송법 개정 사항을 반영하여 기존 지상파방송사(4개 채널) 외에 중편(4개 채널) 및 연간 전체 방송시간 중 애니메이션을 100분의 50 이상 편성하는 방송채널 사용사업자(10개 채널)로 애니메이션 총량제 적용범위 확대(지역 지상파 방송 제외)
  - 또한 주시청시간대에 국내제작 애니메이션을 편성하는 경우, 편성비율 산정시 100분의 150으로 가중치 부여
- 애니메이션 방송총량제 확대를 통해 창작 애니메이션 제작 증대 및 생산성 증대로 산업 부가가치가 증대 될 것으로 기대

▲ 정책 동향

콘텐츠산업 주요 장르별  
정책이슈 및 동향



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

〈기존 애니메이션 방송총량제 내용과 성과〉

- 지상파방송사업자에게 연간 전체 방송시간의 일정비율(KBS·MBC·SBS 1%, EBS 0.3%) 이상을 국산 신규 애니메이션으로 편성토록 의무 부여('05.1.1부터 실시)
- 창작 애니메이션 산업의 양적 성장에 큰 기여
  - (방영시간 확대) 지상파의 국산 신규 애니메이션 편성시간이 10,523분(2004년)에서 20,675분(2010년)으로 약 2배 증가

구분	KBS1	KBS2	MBC	SBS	EBS	합계
2004	3,870		993	3,116	2,544	10,523
2009	5,530	4,440	5,520	4,225	7,565	27,280
2010	4,180	4,410	5,485	4,125	2,475	20,675

\* 출처 : 애니메이션산업백서(2005-2011)

- (매출) 약 94% 증가: 265,015백만 원('04) → 514,399백만 원('10)
- (수출) 약 57% 증가: 61,765백만 원('04) → 96,827백만 원('10)
- 창작 애니메이션 제작중대로 하청산업 중심에서 창작 콘텐츠 산업으로 구조전환에 성공
  - (창작제작 매출) 약 42% 증가 : 1,600억 원('04) → 2,280억 원('10)

〈만화/기타〉

- 웹툰의 청소년 유해매체물 지정으로 만화심의제도에 대한 논의 촉발
- 방송통신심의위원회는 1월 10일 웹툰 심의계획을 발표하고 4개 포털 23개 작품을 청소년 유해매체물로 지정하는 데 대한 의견서 제출을 요청
  - 웹툰 작가들을 비롯한 만화계는 타율 심의의 부적절성을 지적하며 적극적으로 대응했고 웹툰 독자들의 지지를 이끌어 내는 데에도 성공함
- 문화체육관광부의 중재로 4월 9일 방송통신심의위원회와 한국만화가협회가 웹툰 자율규제 협력에 대한 업무 협약을 체결했으며, 이는 디지털 환경에서의 만화심의 문제에 대해 주의를 환기시키는 역할을 함
- 이후 구체적인 웹툰 심의 방법과 관련하여 포털의 참여와 역할 수행에 대한 논의의 필요성 대두
  - 특히 등급제의 경우, 시행 주체 입장에서는 포털의 접근성이 매우 높기 때문에 포털에 대해서는 등급 부여의 기준도 상대적으로 더 엄격히 적용할 필요가 있음
  - 포털의 입장에서는 등급 부여나 로그인 필수화 등으로 인한 접근 제한이 이용자들의 클릭수에 기반하는 수익 모델에 장애물로 작용하므로 갈등의 소지가 있음

▲ 정책 동향

## 콘텐츠산업 주요 장르별 정책이슈 및 동향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

### □ 만화진흥법의 도입에 대한 기대와 전망

- 「만화 진흥에 관한 법률(이하 만화진흥법)」은 2011년 12월에 국회를 통과하고 2012년 2월에 공포되었으며, 2012년 8월부터 본격적으로 발효될 예정
- 법 시행의 효과가 구체화되기 시작할 것으로 보이는 2012년 4/4분기부터 만화계에 어떤 변화가 있을 것인지, 「만화진흥법」의 효용과 활용 가능성이 어느 정도 수준에 이를 것인지 등에 대한 논의와 전망이 활발하게 이루어지고 있음
  - 「만화진흥법」의 수립과 도입을 위한 논의들 중 초반부터 안건으로 다루어졌으면서도 법률로는 구체화 되지 못한 것으로 기금 형성, 자체 심의 제도 수립, 만화진흥위원회 설립 등을 들 수 있음
  - 이상의 쟁점들은 「만화진흥법」의 발효 이후에도 지속적인 이슈가 될 가능성이 높음

### □ 연예기획업 등록제 도입 관련 쟁점

- 지난 4월 17일 문화체육관광부는 ‘글로벌 콘텐츠 경쟁력 강화 방안’을 발표하며 연예기획업 등록제의 추진을 언급
- 연예기획업 등록제 추진의 취지는 기획사 난립 금지, 연예인 성폭력 방지 등을 통해 산업을 건전화하고 사회적 혼란을 방지하는 것
  - 이를 위해 4년 이상의 종사 경력 등 일정한 자격 요건을 갖추도록 하고 있음
- 다만, 자격 요건의 적용과 관련해서는 진입 장벽 형성으로 인한 산업 축소, 기존 업체들에의 우월적 지위 부여로 인한 독과점 현상 등 부작용들에 대한 우려도 제기되고 있는 실정

▲  
세미나/포럼

콘텐츠 미래전략 제6차 포럼



한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

콘텐츠 미래전략 제6차 정기포럼  
-문화기술의 경쟁력과 콘텐츠 산업 발전-

1. 개요

- 일 시 : 2012년 5월 29일(화) 16:00~18:00
- 장 소 : 상암동 DMS 12층 다목적홀
- 목 적
  - 국내 콘텐츠산업의 지속발전을 위한 문화기술의 경쟁력 제고 방안과 문화기술 연구개발사업의 성과 극대화를 위한 전문기관 설립 및 운영 방안 논의
- 주 최 : 문화체육관광부
- 주 관 : 한국콘텐츠진흥원, 한국문화관광연구원



2. 발제

1) '문화기술(CT)의 국제경쟁력 강화 방안 – 문화기술전망을 중심으로'

- 최원재(단국대학교 시각디자인학과 교수)

□ 트렌드 분석과 문화기술 키워드 도출

- 국내외 주요 메가트렌드와 미래 전망
  - 사회·문화 : 고령화/인구 및 권력구조의 변화(양극화)/네트워크사회/웰빙과 건강
  - 기술·정보 : 소셜네트워크/감성미디어(3D, VR, AR)/기술 융복합화/카트로닉스
  - 경제·금융 : 글로벌, 지역화/지식기반 경제/소비시장 경제
  - 환경·기후 : 기후 환경 변화/에너지 위기
  - 정치·권력 : 네트워크 권력/새로운 안보 이슈/다문화와 동북아 세력 다극화
- 메가트렌드 분석을 통한 3가지 문화기술 키워드 도출
  - T소셜 : 네트워크/ 테크놀로지/소셜/SNS/트렌드 변화
  - 사피엔스 : 신인류/인간공학/사회심리/정보와 인류
  - N 르네상스 : 인간회귀/신르네상스/신인본주의/인문학/네러티브

▲  
세미나/포럼

## 콘텐츠 미래전략 제6차 포럼



한국콘텐츠진흥원  KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- 심층인터뷰와 FGI를 통한 전략 분야 전망(5가지 전략 분야 및 상품 콘텐츠 도출)
  - N-터테인먼트(N-tertainment) : 증강현실 노래연습장
  - 인문학 i-book : 스마트 i-book 참고서
  - 360 맵핑 콘텐츠(mapping contents) : 공연프로젝션 360 맵핑콘텐츠
  - 스포테인먼트 콘텐츠(spotainment contents) : 스포테인먼트 머신
  - CNS(Contents Network Service) : 라이프 3.0

### 2) '문화기술 전문기관 설립과 운영'

- 홍지만(숭실대학교 컴퓨터공학과 교수)

#### □ 문화기술의 중요성과 위상

- 문화기술은 기반이 필요 없고 녹색 산업과 연결된 전도유망한 분야. 우리의 미래 먹거리 산업이 되어야 함
- 미래기술은 창조성이 강조된 문화기술이 주도할 것
- 문화기술의 전도유망함에 비해 우리나라는 문화기술산업 전문기관에 대한 지원이 적었고, 관련 부처들이 산발적으로 관련 일을 진행해왔음

#### □ P<sup>3</sup> 시스템

- 문화기술 산업 발전을 위해서는 문화기술기획평가원(Planning), 문화기술연구원(Production), 콘텐츠 진흥원(Promotion)의 3개 기관(기능)이 모두 설립되고 유기적으로 운영되어야 함
- P<sup>3</sup> 시스템의 장애요소 : 예산 부족 및 선입과가 없음으로 인한 일관성 없는 투자 등
- P<sup>3</sup> 시스템 장애요소 해결 방안 : 기본 경상 경비 및 인건비 기금 활용(사업비와 일부 인건비는 신규 R&D 예산을 활용)/인문학 중심의 콘텐츠, 예술, 디지털콘텐츠, 관광 등 연구(ETRI 디콘단, 체육과학연구원, 문화관광연구원 등)/예산과 기획을 조정하는 총괄 조직이 필요(문화·체육·관광 산업 및 기술 총괄 부서 신설 및 재편)

## 3. 토론

#### □ 권두영(KGIT 교수)

- 문화기술은 일반기술과 달리 감동을 주는 기술이어야 하는데, 우리나라의 경우 화려함만을 제공하는 방향으로 개발되고 있지 않나 우려됨.

▲  
세미나/포럼

## 콘텐츠 미래전략 제6차 포럼



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

○ 우리나라의 현실과 보통사람들의 문화 코드, 경험, 지식을 이해하는 것이 중요하며, 예술 분야에 기술을 접목할 때는 좀 더 신중할 필요가 있음

### □ 김계원(서울예술대학교 교수)

- 문화기술이 경쟁력을 갖추기 위해서는 문화부만 문화기술에 관심을 가지는 것이 아니라 많은 부처, 기업, 전문가들이 기본적인 인프라 구축에 함께 노력해야 함
- 문화기술 발전을 위해서는 우선 콘텐츠 산업이 활성화되고 발전되어야 함

### □ 박석원(성균관대학교 교수)

- 문화기술은 꿈을 실현시켜주는 게 목적인만큼 기술 뿐 아니라 콘텐츠에 대한 강조도 중요함
- 정책 수립 과정에서, 어떤 꿈을 문화기술이 실현시켜줄 수 있을까에 대한 고민이 필요함
- 획일화된 환경과 교육은 창의성, 문화 발전을 저해할 수 있음

### □ 김정화(KAIST 교수)

- 문화기술을 이야기하면서 문화에 대한 논의가 없는 것이 아쉬움.
- 문화산업정책과 문화기술은 불가분의 관계이며, 문화산업을 바탕으로 문화기술의 범주를 규정하고 새로운 지평을 확장하는 것이 필요함. 특정 산업 분야에 대한 논의보다 무엇을 지향할 것인가를 고민하는 기술 발전에 대한 철학적 바탕을 가진 정책이 중요함
- 기술평가원 설립 이전에 평가 기준에 대한 고민이 필요함. 단순히 경제적 성과만을 기준으로 한다면 문화는 발전하지 못할 것임

### □ 인호(고려대학교 교수)

- 정부 기관들의 부처 이기주의로 인해 비전 공유가 어려움
- 예산 확보를 위해서는 국민을 설득할 필요가 있으며, 이 과정에서 '문화 복지'가 중요한 아젠다가 되어야 함

### □ 조현훈(한국콘텐츠진흥원 팀장)

- 내부적 필요와 당위성으로 문화기술전략센터가 설립되었다면, 이제 외적인 환경에서 이를 키워나갈 필요가 있음
- 문화부가 지원했던 과제를 수행한 기관이나 조직들이 긍정적인 결과를 적극적으로 홍보할 필요가 있음

▲  
세미나/포럼

## 2012 문화원형 통(通) & Talk 컨퍼런스



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

### 전통문화의 '아주 새로운' 이야기 -2012 문화원형 통(通) & talk 컨퍼런스-

#### 1. 개요

- 일 시 : 2012년 5월 16일(수) 14:00~18:00
- 장 소 : 페럼타워 3층 페럼홀
- 목 적
  - 2002년 이래 지난 10년 간 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 중점 추진해 온 우리 '문화원형 디지털 콘텐츠화 사업'의 성과를 공유하고, 문화원형을 활용한 창조적 아이디어로 성공을 일궈낸 개발 사례 집중 조명
- 주 최 : 한국콘텐츠진흥원, 문화체육관광부



#### 2. 기조연설 : '문화원형 디지털화 사업의 중요성과 확산성'

- 주진오 (상명대학교 역사콘텐츠학과 교수)

##### □ 문화원형 사업의 추진현황

- 전통문화 콘텐츠화의 필요성
  - CT기술, 제작인력 등의 강점이 있으나, 기획 및 상품화에 필요한 독창적인 창작소재 부족
  - 창의적인 소재 발굴에는 대규모 투자가 필요하며, 국가적 차원에서 전략적 추진 필요
  - \* 문화원형사업('02년~) : 전통문화의 디지털콘텐츠화 및 개발된 콘텐츠의 산업적 활용 활성화
  - 민족문화원형사업('06년~) : 전통문화의 복원/보전/창달을 위한 콘텐츠화를 통해 민족 정체성 확립
- 문화원형 디지털화 사업의 추진
  - 순수예술 및 인문학 가운데 전통문화를 대상으로 테마별로 디지털콘텐츠화 및 창작소재화
  - 인문학과 예술, 기술의 만남을 통한 문화콘텐츠의 진화
  - 2002~2010년 총 237개 과제(약 30만 건)
  - ① 상상(想像) : 상상력에 날개를 다는 우리 이야기 (신화, 전설, 민담, 역사 등 이야기 소재)
  - ② 감동(感動) : 감동적인 아름다움 (회화, 서예, 복식, 문양, 음악, 춤 등 예술형 소재)

▲  
세미나/포럼

## 2012 문화원형 통(通) & Talk 컨퍼런스



한국콘텐츠진흥원  
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- ③ 역동(力動) : 역동적으로 변화하는 삶의 모습 (전투, 놀이, 외교, 교역 등 경영전략형 소재)
- ④ 지혜(智慧) : 기나긴 세월 동안 쌓여온 삶의 지혜 (건축, 농사, 음식, 의학 등 기술형 소재)

### 〈표〉 문화원형 디지털화 사업 연도별 투입 예산 현황

사업연도	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	합계
투입예산	5,000 (10,000)	7,000	7,000 (5,000)	12,000	4,400	3,980	3,600	3,420	2,140	63,540

\* '10년도부터 일몰(日沒) 프로젝트로 전략 예산의 축소와 신규 개발 과제 중단, 닷컴 서비스의 재정비와 대국민 홍보에 역점

#### ○ 문화원형 디지털화 사업의 신(新) 정책방향 모색

- (추진배경) 2010년부터 사업 효율성을 고려해 문화원형 사업과 민족문화원형사업 통합 추진
- (진행방향) 대한민국 국민 누구나 문화원형 정보를 쉽게 정보를 이용 가능하도록 문화콘텐츠닷컴 서비스 운영, 문화원형 개발 콘텐츠를 국민 모두가 비상업적인 목적으로 자유롭게 활용할 수 있도록 홍보, 전통 문화와 콘텐츠산업의 상호 발전방향 수립
- (기대효과) 최근 최광식장관 취임 이후 전통 문화의 현대화라는 취지에 부합하는 프로그램으로 다시 주목을 받고 있음, 단순한 재시작이 아니라 그동안의 사업성과에 대한 면밀한 분석과 반성 위에서 향후 정책방향 수립 필요

#### □ 문화원형 사업의 한계와 문제점

##### ○ 문화원형 사업의 한계

- (사업성과) 237개 과제 개발 및 온라인 서비스, 산업계에서의 다양한 활용실적, 투입예산 대비 약 1.2 배의 경제 효과, 인문학과 문화산업 연계 가능성 확인, R&D 통한 전통문화 정체성 확립에 일조, 민족 문화에 대한 일반의 인식제고
  - (사업한계) 사업성과에 대한 상반된 평가, 창작소재 활용에 대한 적극적 홍보 부족, 실수요자 중심의 서비스 체계 미흡, 개발 영역의 광범위성, 과제 간 이질성, 사업추진의 비체계성
- ⇒ 기존 문화원형 성과와 한계에 대한 치밀한 분석을 통해 향후 방향성 정립 필요

##### ○ 문화원형 사업의 문제점

- (콘텐츠의 내용) 완성재 지향의 사업결과물로 인한 활용도의 미흡
- (콘텐츠의 품질) 고증 필요 정보의 학문적 검증체계 미흡
- (활용 요건) 2차 상품화가 가능한 저작권 확보의 어려움
- (개발 주체) 국가 산하기관의 개발사업 참여 제한
- (개발환경) 인문학과 CT 기술 전문가의 소통 부재

▲  
세미나/포럼

## 2012 문화원형 통(通) & Talk 컨퍼런스



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

### □ 문화원형 자원 활성화와 향후 추진방향

#### ○ 문화원형 사업 부활의 필요성과 방향

- 전통문화와 콘텐츠산업 간의 시너지 효과 : 문화원형콘텐츠의 직접적 수익창출 지양, 풍부한 문화자원이  
으로서 콘텐츠산업에 이바지, 콘텐츠를 통해 우리 문화의 우수성을 창달
- 활용유형: 사실정보(공간·소품자료, 에피소드 자료 등) - 재가공정보(캐릭터, 시나리오 등)  
\* ex <왕의 남자> (경복궁 무대 세트: 공간자료), <별순검> (증수무원록 소재: 에피소드)

#### ○ 문화원형 자원 활성화 방안 - 기존 콘텐츠 개선

- (테마와 콘텐츠 재구성) 작가들의 흥미를 유발하는 테마 카테고리 개발, 개별 콘텐츠들이 테마 별로  
자유롭게 결합될 수 있는 서비스 개편  
\* ex 신문을 초월한 사랑: 삼국유사, 여왕, 전설과제 등에서 개별 콘텐츠들 추출 가능
- (메타데이터 고도화) 모티프와 캐릭터 등을 포함하는 메타데이터 보완, 개별콘텐츠에 대한 다중 분류  
적용, 직접적 접근이 가능하도록 시대·분야·지역 등의 메타데이터 부여 필요  
\* ex 고구려 덕흥리 고분벽화: 고구려/사냥을 즐기는 귀족/평안북도 등의 메타
- (카테고리, 연관정보 요소의 개선) 현행 학문적 카테고리를 산업종사자들이 접근하기 용이한 카테고리로  
다변화, 아울러 개별콘텐츠들의 연관정보 제공이 가능하도록 연계정보 구축  
\* ex 정변-만적의 난: '신분제사회에 맞선 천민' 개별콘텐츠들을 해체, 재결합

#### ○ 문화원형 자원 활성화 방안 - 신규 콘텐츠 구축

- (한국 문화원형 전반) 문화원형 포털이 한국의 역사와 문화를 대표할 수 있도록 비어있는 주제와 분야에  
대한 추가 과제 지원  
\* ex 고려시대 정치기구- 사극 <무신>의 무인정권기 정치제도에 대한 이해(현재는 없음)
- (사실정보에 충실) 기존 문화원형의 반창작형태 콘텐츠보다 신규 구축대상은 충실한 사실정보를 반영할  
필요, 멀티미디어 또한 텍스트 정보를 쉽게 이해할 수 있는 도구로 사용  
\* ex 시나리오, 캐릭터, 일러스트 등 창작요소가 들어있는 콘텐츠 지양
- (활용사업자 지원) 문화원형 콘텐츠의 자유로운 활용 기반 마련 필요, 선 구매 후 산업화보다 선 산업화  
후 비용 정산의 방식을 도입  
\* 상용콘텐츠 제작방식의 변화로 활용성 강화 및 산업계의 수익창출 활성화 기대

#### ○ 문화원형 성과 확산을 위한 체계화 추진

- (커뮤니케이션 시스템 구축) 직접적인 콘텐츠 활용 집단과의 커뮤니티 형성, 콘텐츠 활용 가능한 각계의  
집단층과 커뮤니케이션 시스템을 개발
- (성과 지표 개발) 경제논리에만 치우친 현재의 성과 지표를 보완, 교육·문화 활동 등 공공재로서의 문화  
원형 콘텐츠에 대한 성과 지표도 필요
- (전담 독립부서의 조직) 문화원형을 비롯한 전통콘텐츠 개발과 유통을 담당할 독립 부서 필요

▲  
세미나/포럼

## 2012 문화원형 통(通) & Talk 컨퍼런스



한국콘텐츠진흥원  KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

### 3. 성공사례 발표

- 이상봉 디자이너
  - (패션) 한글을 활용한 작품 이외에도 단청, 산수화, 발목 등 한국의 고유한 소재를 활용해 세계적인 인기를 얻고 있는 작품을 소개하며 한국적 소재의 세계화 가능성 시사
- 주호민 작가 (웹툰 <신과 함께>)
  - (웹툰) 한국 전통신화를 소재로 만화 강국 일본에서 웹툰 <신과 함께> 리메이크 됨
- 최욱 대표 (ONE o ONE)
  - (건축) 건축가인 자신에게 주어진 역사성에 대한 고민을 어떻게 공간을 통해 구현해왔는지 다양한 건축물 이미지를 활용해 전달
- 전세훈 작가 (만화 <물 위를 뛰다>)
  - (만화) 문화원형 콘텐츠를 활용한 성공적인 콘텐츠 제작을 위해서 꼭 필요한 것은 상상의 힘
- 조여영 실장 (민화 디자인 연구소 '그랑')
  - (민화) 여권 커버, 안경다리, 돈봉투, 스카프 등 다양한 소품에 민화를 적용
- 이동훈 이사 (디스트릭스 홀딩스)
  - (미디어 아트) 국내 사례 뿐 아니라 해외의 다양한 문화원형 활용 사례 제시

▲  
세미나/포럼

## 방송-IT 거버넌스에 대한 평가와 개선방향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

### 방송·IT 거버넌스에 대한 평가와 개선방향

#### 1. 개요

- 일 자 : 2012년 5월 29일(화) 15:00~17:50
- 장 소 : 방송회관 3층 회의장
- 목 적
  - 현 정부 5년 간 방송, 통신, IT 정책의 근간인 현행 거버넌스 체제의 득과 실을 종합적으로 살펴보고, 미디어 환경변화를 종합적으로 고려하여 향후 개선방안에 대한 심도 깊은 토론의 장 마련
- 주 최 : 한국방송학회

#### 2. 발제

##### 1) 'ICT 거버넌스 체계의 변화와 전망'

- 김대호 (인하대학교 언론정보학과 교수)

##### □ ICT 거버넌스 체계의 역사

- 1기 : 정보통신부 및 방송위원회 (1994~2008)
  - 정보통신부를 중심으로 정보화, IT산업 육성 정책 추진을 위한 제도적인 기반을 완성한 시기
  - (정보통신부 출범) 정보사회화에 대처하고 정보통신산업을 국가발전 전략산업으로 집중 육성하기 위해 체신부를 중심으로 상공자원부, 과학기술처 등의 정보통신 관련 기능을 흡수·통합
  - (방송위원회) 방송규제기구로서 1981년 언론기본법에 의해 설립, 2000년 방송법에 의해 종합유선방송 위원회와 합쳐서 방송 규제 정책을 담당하는 기구로 격상
- 2기 : 방송통신위원회 (2008~현재)
  - 방송통신 융합에 대응하여 출범, 2008년 MB정부 조직개편의 철학이 반영(정부조직 축소, 정부부처 간의 중복기능 통합)
  - (성과) 방송통신 융합의 기반을 마련, IPTV를 시장에 안착시켜 국내 유료방송시장에 경쟁을 활성화 하고 시청자의 선택권 확대(2012년 가입자 500만)
  - (한계) 정치적인 영향에 크게 노출, '방송통신위원회=규제기구' 이미지 고착, ICT 환경 변화 대처에 미흡, 위원회 조직의 부적합성 발생(ICT 중심부처로서의 역할 부족- IT 국가경쟁력 지수(EIU), 2007년 3위에서 2011년 19위로 하락)

▲ 세미나/포럼

## 방송-IT 거버넌스에 대한 평가와 개선방향



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

### □ 제기되는 대안

#### ○ 방송통신위원회 체제 유지

조직형태	방송통신위원회
법적위상	대통령 직속 독립위원회 (합의제)
내용	- 현 방통위 체제를 유지하되 다양한 보완책 - 합의제 보안을 위해 사무처(사무총장) 제도를 도입, 일부 정책의 경우 위원장 책임 - 방통위 상임위원 별도 정책 비서 배치
장단점	- 장점: 방통위의 설립취지를 지속적으로 살릴 수 있음 - 단점: 방통위에 대해 이미 제기된 문제들을 해결할 수 없음

#### ○ 민주통합당 안

조직형태	정보통신미디어부
법적위상	정부부처
내용	- 현 정권의 IT 확대 정책으로 'IT강국 대한민국'의 위상 추락 - 현행 합의제인 방송통신위원회의 한계를 극복하기 위해 독임제 부처 필요 - 과거 정보통신부의 21세기형 부활: IT 컨트롤 타워
장단점	- 장점: 통합부처를 신설하여 관련 업무 추진의 효율성 - 단점: 정통부의 부활

○ (그 밖에) 국회입법조사처, 국가정보화전략위원회, 미디어커뮤니케이션네트워크, 미디어공공성과 발전을 위한 시민연대 등이 제시한 대안들 존재

○ (대안 종합) 현재의 분산형 ICT 거버넌스를 종합형으로 개편하자는 안이 다수

- 무엇보다도 통신과 방송, IT 융합에 통합적으로 대응할 새로운 틀 도입이 필요함을 주장
- 정책적인 영역과 정치적인 영역의 균형과 분리

### □ ICT 생태계

○ 크게 ICT 산업, 전통산업, 신산업 3개 부분으로 구성

○ (ICT 산업 자체) 방송·통신·정보·미디어·콘텐츠의 융합

○ (전통산업의 융합) ICT가 전통산업과 ICT산업을 묶어주는 접착제이자 촉진자 역할

○ (신산업 창출) ICT와 BT, NT, CT 등 신기술간 상호작용으로 기술 융합과 이를 기반으로 한 새로운 혁신 기술 출현

▲  
세미나/포럼

## 방송-IT 거버넌스에 대한 평가와 개선방향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

### □ 새로운 ICT 생태계 체계

#### ○ 새로운 ICT 거버넌스 체계 방향

- 열린 정부 추진 : '개방형 혁신', '협력적 창조'가 정부 체계의 중심철학이 되도록
- 플랫폼 형 정부 거버넌스 추진 : 산업화 시대에서처럼 시장에 직접 뛰어드는 것이 아니라, 국민과 기업 등이 스스로 경쟁하며 만들어갈 수 있도록 환경 조성

#### ○ ICT 생태계를 포용하는 거버넌스

- (ICT 자체 거버넌스 체계) ICT 플랫폼 부처의 확립, 독립제 부처로 설립
- 규제위원회는 독립위원회로서 정치적인 고려가 필요한 직무를 담당
- ICT 담당관 설치, 상향식(bottom-up) 혁신 및 협업 확대
- 지방자치단체에도 ICT 담당관 설치 권고, 대통령실에는 ICT 담당 비서관 설치
- ICT 융합이 바이오, 나노 등 신성장 산업 발전에 기반이 되는 만큼 이런 직무를 담당할 체계가 갖추어져야  
→ 과학기술 부처 설립을 통해 현실화 가능

### 2) '스마트미디어 시대 방송통신 정책·규제 기구 개편의 핵심쟁점'

- 지성우 (성균관대학교 법학전문대학원 교수)

#### □ 쟁점 1. 방송·통신 융합의 미래상

- 방송과 통신의 융합현상은 이미 피할 수 없는 세계적 추세, 이러한 상황을 도외시키고 방송과 ICT산업의 정책부서를 인위적으로 분리할 경우, 방송정책기관과 ICT정책기관 간의 갈등은 불가피
- 방송정책기관과 ICT정책기관을 과거처럼 명확하게 분리하는 것은 바람직스럽지 못하고 가능하지도 않은 것으로 보임

#### □ 쟁점 2. 미디어 환경변화와 방송의 공공성 유지의 필요성

- 방송의 자유는 방송이 탄생한 지난 백여 년 동안 '주파수의 희소성', '사회적 영향력' 등을 이유로 통신 분야와는 달리 진입·활동·퇴출에 있어 특별한 규제 이론의 적용대상이 되어옴
- 그러나 다수의 동영상 서비스를 비실시간(non-linear service) 시청하고 포털 사이트를 통한 뉴스 검색을 하게 되면서, 더 이상 방송의 독자성이나 공공성을 인정할 수 없다는 견해도 존재

#### □ 쟁점 3. 공영방송의 개념과 사회적 역할

- 공영방송은 사회적·정치적 세력으로부터 정치적 독립성과 운영의 자율성이 허용되어야 하며 '존속과 발전'을 보장받아야 함

▲  
세미나/포럼

## 방송-IT 거버넌스에 대한 평가와 개선방향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

- 현행 「방송법」에서는 ‘공영방송’이나 ‘민영방송’ 또는 ‘상업방송’의 개념 자체 대해 직접 정의하고 있지 않음. 때문에 학계와 현장에서는 각자의 이념과 필요에 따라 다양하게 정의
- **쟁점 4. 공영방송의 범주 설정 문제와 MBC의 법적 위상**
- 공영방송의 범주를 결정하는 문제는 공영방송에 대해 특별한 보호와 경제적 혜택을 주는 동시에 자본과 권력으로부터 독립시키는 것을 의미
- 결국 쟁점은 MBC의 위상을 어떤 방식으로 정립하는가의 문제로 귀결
  - MBC는 자본은 공적으로 구성되었지만, ‘광고’라는 민영방식으로 운영
  - \* MBC는 「방송문화진흥회법」에 의하여 설립된 공익법인인 방송문화진흥회가 70%, 정수장학회가 30%의 지분을 가진 상법상 주식회사
- **쟁점 5. 방송정책기관의 합의제 유지 또는 독임제 전환 여부**
- (합의제 장점) 독임제 형태에 비하여 상대적으로 정치적 독립성 확보가 용이, 콘텐츠 내용에 다수의 구성원이 관여할 수 있어 독임제에 비하여 미디어의 공공성을 확보할 수 있음
- (합의제 단점) 여·야의 정치적 안배만을 고려하여 위원회를 구성할 경우 방송의 정치적 독립성보다는 정치적 균형성만을 추구, 정식 행정기구가 아닌 불완전한 독립규제위원회의 형태를 취함으로써 정책의 결정·집행에 있어 권위와 강제력 결여, 막강한 권한에 비하여 전문성 결여
- (독임제 장점) 타 부처와의 긴밀한 협조 하에 업무 수행 효율화
- (독임제 단점) 강한 규제집행력에 대하여 사업자들의 저항 예상, 방송의 독립성 및 민주성 확보가 어렵다는 문제점이 있어 여론의 지지를 얻지 못할 가능성 높음
- **쟁점 6. 방송정책기관 또는 방송통신정책기관의 공영방송에 대한 인사권 문제**
- 방송법 제49조 제1항 7항에 따르면, 이사회는 KBS 사장·감사의 임명제청과 부사장 임명동의권을 가짐. 즉 이사회는 KBS의 사장을 대통령이 임명할 수 있도록 임명에 대한 제청권을 가짐
  - \* KBS의 부사장과 본부장은 사장이 임명하며 다만 부사장을 임명할 때에는 이사회의 동의를 얻어야 함
- 이렇듯 대통령 소속기관이 임명제청이라는 형태로, 대통령이 임명하는 제도를 통해 직·간접적으로 관여하게 하는 구조는 방송의 정치적 중립성 유지라는 차원에서 바람직스럽지 못함
- **쟁점 7. 방송통신정책기구와 방송통신심의위원회와의 관계**
- ‘방송통신위원회의설치및운영에관한법률’ 제18조 제1항에서는 방송 내용의 공공성 및 공정성을 보장하고 정보통신에서의 건전한 문화를 창달하여 정보통신의 올바른 이용환경 조성을 위하여 독립적으로 사무를

▲  
세미나/포럼

## 방송-IT 거버넌스에 대한 평가와 개선방향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE  
CONTENT  
AGENCY

수행하는 방송통신심의위원회를 두고 있음

\* 심의위원회 위원은 대통령이 위촉, 이 경우 3인은 국회의장이 국회 각 교섭단체 대표의원과 협의하여 추천한 자, 3인은 국회의 소관 상임위원회에서 추천한 자

- 현행법상 방송통신심의위원회는 독립된 국가기관의 일종으로 보아야 하는데, 국가기관인 심의위원회가 방송과 통신의 내용물에 대해 사후적으로 심의하는데 대해서는 헌법상 위헌의 여지는 없으나 자율심의를 우선해야 한다는 견해 존재

### 3. 토론

#### □ 김도연 (국민대 언론정보학부 교수)

- 현재의 체계를 변화시키자는 데에는 모두 동의, 즉 현재의 거버넌스에 불만이 많다는 뜻임
- 변화는 시대조류와 조화되는 방식으로, 결정과정에서 수많은 논의를 거칠 테지만 결국 정치적 논리로 귀결 되는 것을 지양해야

#### □ 탁재택 (KBS 정책기획센터 연구원)

- 5년 단임 대통령제인 우리나라에서는 이러한 논의가 5년마다 반복 - 제도가 만들어져 활용되는 데는 '숙성 시간'이 필요한 법, 그러기에 5년은 너무 짧은 것이 아닌가 생각됨
- 이러한 논의가 반복되고 있다면, 이 문제가 '제도의 오류인가 아닌가'에 대해 먼저 살펴봐야 한다는 뜻

#### □ 강명현 (한림대 언론정보학부 교수)

- 제도의 문제인지, 운영의 문제인지, 원인 규명이 제일 중요한 문제
  - 이러한 문제가 계속 반복적으로 지적되고 논의된다는 건, 제도적 문제일 가능성이 큼
- 논의의 포인트는 '독임제가 필요하냐, 아니냐'
  - 개인적으로 독임제는 적절한 방안이 아님, 플랫폼 형 정부에는 동의하지만 독임제 내 규제기구가 과연 독립성을 가질 수 있을지 의문
- '미래지향적', '우리 환경에 적절한가' 이 두 가지 원칙에 맞는 대안이 필요

#### □ 주정민 (전남대 신문방송학과 교수)

- 기본적으로 거버넌스 논의는 중요하지만, 그에 앞서 '표현의 자유 보장'이 중요하다는 기본 전제가 반드시 필요함

▲  
세미나/포럼

## 방송-IT 거버넌스에 대한 평가와 개선방향



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

- 기술 발전을 반드시 시장주의적으로 해석해서 논의해서는 안 될 것
- 논의는 ① 융합상황에 맞게, ICT 환경에 맞도록 뒤쳐지지 않도록 하며 ② 공공성 부분 약화 문제와 ③ 기술발전으로 인한 디지털 격차와 ICT 생태계 구축에 대한 고민이 필요
- 강재원 (동국대 신문방송학과 교수)
  - 개인적으로, 행정기구는 '독립성'과 '전문성'이라는 원칙을 버려서는 안 된다고 생각
  - 시대정신, 트렌드에 너무 매몰되는 것도 문제
- 이종원 (정보통신정책연구원 방송미디어연구실 방송제도그룹장)
  - '환경변화'에 대한 인식이 중요함, 그 후에 그 '수단'에 대해서 어떤 조직이 어떻게 할 수 있을지 논의하는 것이 순서일 듯
  - 전체적인 환경변화 속에서 새로운 분리가 필요한 것은 아님
- 강혜란(한국여성민우회 미디어운동본부 정책위원)
  - 현재 방송 거버넌스에 대한 평가가 엇갈리니, 그에 대한 대안이 엇갈릴 수밖에 없음
    - 다양한 평가가 존재하는 지금, 대안에 대한 논의는 다소 무의미한 것일 수도
    - 방송 거버넌스에 대한 평가와 환경변화에 대한 합의가 먼저 이루어져야
  - 정부는 유동적이지만, 행정은 지속성과 안정성이 필요
  - 우리 사회의 모습을 반영한다면, 분리하지 않는 것이 좋다고 생각됨

▲  
뉴스브리핑

## 뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

### □ 콘텐츠 일반

- (디지털타임즈, 5. 3) 아마존, 콘텐츠 제작사업 진출
  - 세계최대 인터넷 소매업체인 아마존닷컴, TV영상 콘텐츠제작사업 진출 발표
  - 코미디와 아동 관련 프로그램을 온라인 스트리밍서비스인 아마존인스턴트비디오로 배포
  - 아마존 스튜디오는 관련 원고나 프로젝트 등을 공모해 선택되면 1만 달러를 지불한 뒤 실제로 제작이 되면 추가로 5만5천 달러와 함께 로열티 5%를 지급할 예정
- (매일경제, 5. 7) 삼성, 유럽 IPTV사업자와 협력- 셋톱박스 없이 콘텐츠 활용
  - 삼성전자가 노르딕, 발틱 지역 통신사업자인 엘리온(Elion)과 IPTV 서비스 협력하기로 함
  - 엘리온은 '텔리아 소네라 (Telia Sonera)' 그룹 산하의 통신 사업자로서, 엘리온 IPTV 서비스를 이용하는 삼성 스마트TV 고객들은 셋톱박스와 앱 없이 스마트TV 리모콘으로 간편하게 IPTV 서비스에 접속해 다양한 콘텐츠를 이용할 수 있게 됨
  - 이를 통해 사업자는 셋톱박스 투자비용을 줄일 수 있고, 삼성 TV의 브랜드 파워를 통해 가입자 확충에 드는 마케팅 비용을 아낄 수 있음
- (디지털타임즈, 5. 18) 행안부, 디지털 콘텐츠 7만 건 개방
  - 행정안전부는 한국고전번역원, 한국문화정보센터 보유 자료 중 국가데이터베이스(DB) 사업으로 디지털화한 7만여 건의 자료를 5월부터 일반 국민들에게 무료로 제공
  - 이번에 개방되는 원문 콘텐츠는 계원필경, 연암집 등 한국문집총간 973건과 삼봉집, 성호사설 등 고전번역총서 177건, 연화문 수막새와당, 채화문단 복식 등 한국전통문양 6만9606건
  - 행안부는 문집 콘텐츠를 디지털화해 기계가독형 문서(XML 형식)로 제공, 전통문양은 디지털화(JPG, AI형식)해 개방. 다만 고전번역총서는 비영리적 목적으로 사용범위 한정

### □ 방송

- (한국경제TV, 5. 7) 방통위, 과장·과대광고하는 방송사 엄격 제재
  - 방송통신심의위원회는 근거가 불확실한 판매가격을 강조해 시청자가 실제보다 많은 가격혜택을 받는 것으로 오인할 우려가 있는 내용을 방송한 상품판매방송사업자를 제재하기로 결정
  - 방통심의위는 가격과 관련해 시청자를 오인케 하는 상품판매방송 프로그램에 대해서는 법정제재, 향후 시청자가 합리적으로 제품을 구매할 수 있도록 판매가격에 대한 정확한 기준을 갖고, 가격·제품구성 등 거래조건 관련 정보를 시청자에게 명확히 제공할 것을 당부
- (디지털타임즈, 5. 8) IPTV 500만 시대, 유료방송시장 지형 바꿨다
  - IPTV 상용화 서비스를 시작한 지 3년 4개월 만에 가입자 수 500만 명 돌파
  - \* 유료방송 역사상 최단 기록. 참고로 아날로그 케이블TV는 500만 가구 확보에 6년, 위성방송은 300만 가구를 확보하는데 9년이 걸림

▲  
뉴스브리핑

뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

- 유료방송 시장에서 500만이란 숫자는 광고효과를 발휘하고 독립된 산업으로 '규모의 경제'가 가능한 기준점. 즉, 한 플랫폼이 광고주에게 영향을 미칠 수 있는 의미 있는 수치
- IPTV의 광고시장 규모는 출범 초기보다 4배 성장. 출범 첫 해인 2008년 53억 원에서 이듬해인 2009년에는 114억 원, 2010년에는 205억 원 대로 2배씩 증가
- (전자신문, 5. 15) SBS 드라마 <뿌리깊은 나무>, 방송사 최초로 이라크 수출
  - SBS는 드라마 <뿌리깊은 나무>가 방송사 최초로 단독 직거래를 통해 이라크에 수출
  - 그동안 이라크 시장은 대사관 등 공공기관을 통해 무상으로 공급되거나 중동판권의 일부로 거래된 적은 있으나 단독으로 판매된 것은 처음
- (EBN, 5. 31) 케이블TV업계, "2015년까지 디지털방송 전환 완료"
  - 케이블TV 업계가 2015년 말까지 도시지역 가입자들의 디지털 전환을 100% 완료 계획
  - 2015년까지 3조원 규모의 추가 투자로 현재 투자된 4조 3천억 원을 포함해 총 7조 3천억 원 규모의 투자를 발표, 2015년까지 전체 가구의 약 83% 이상이 디지털로 전환 예상
  - 케이블업계는 이를 위해 ▲디지털 난시청 해소 통한 최소한의 정보 접근권 보장 ▲고급형 및 보급형 등 고객맞춤형 상품 개발 통한 소비자 선택권 강화 ▲HD 채널 및 스마트 콘텐츠 확대 통한 스마트 서비스 기반 확립 ▲지역채널 HD화 정보소통 강화 통한 '지역생활방송' 구현 등 제시
- 게임
- (ZD Net, 5. 10) 소셜게임 <타이니팜>, 한류 바람 일으키
  - 컴투스 <타이니팜>이 해외서 새로운 한류 바람
  - 국내서만 하루 이용자수 60만 명을 돌파한 상태, 5월 첫 주에 지난 달 같은 기간 대비 일본, 독일, 프랑스 가입자가 18배가량 증가
- (전자신문, 5. 16) 400억 대박 <롤더스카이> 성공 주역, 게임사 창업
  - 연 매출 400억을 내다보는 스마트폰 게임 <롤더스카이> 개발 총괄 신재찬 디렉터와 김성용 모바일 사업 부장이 '이노스파크' 공동 창업.
  - 지난 4월 JCE를 퇴사한 두 사람은 스마트폰 소셜네트워크게임(SNG) 개발에 착수, '혁신(innovate)'과 '스파크(spark)'를 결합한 '이노스파크' 창업. 신재찬 대표가 최고경영자(CEO)를, 김성용 대표가 최고 기술책임자(CTO)를 맡음
- (게임메카, 5. 31) 선택적 섯다운제, 청소년 이용가 게임 87% 적용
  - 문화체육관광부는 선택적 섯다운제를 오는 6월부터 한 달 간 시범 운영을 거친 후, 7월 1일에 본격적으로 시행한다고 발표
  - 선택적 섯다운제는 지난 1월 22일 개정된 게임산업진흥에 관한 법률 시행령에 근거를 두고 있으며,

▲  
뉴스브리핑

## 뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원  
KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

청소년 본인 혹은 법정대리인이 게임을 원하지 않는 요일 혹은 시간대에 서비스 제한. 이 외에도 각 게임사는 청소년의 게임회원 가입 시 실명 확인과 본인 인증은 물론 부모의 동의를 확보해야 하며, 게임물 이용시간 및 결제정보를 청소년 본인과 법정대리인에게 고지해야 할 의무를 가짐

- 100대 인기게임 중 청소년이 이용할 수 있는 게임의 87%에 선택적 섯다운제가 적용. 100종의 게임 중 청소년 이용불가 게임 38개와 개인정보 수집이 없어 제도 이행이 불가능한 <스타크래프트>, <워크래프트3>, 그리고 연매출 300억 미만 혹은 상시 근로자 수가 300명에 못 미쳐 중소기업으로 분리되는 업체가 서비스하는 게임 7개가 제외 대상으로 선정

### □ 영화/애니메이션

- (스포츠동아, 5. 18) 베르나르 베르베르 소설 <개미> 한국서 3D 애니로 제작
  - 프랑스 인기 작가 베르나르 베르베르의 대표 소설 <개미>가 한국에서 3D 애니메이션으로 제작. 미로 미전이 총 2000만 달러를 투입해 제작하는 애니메이션 <개미의 제국>은 세계적으로 인기를 끈 원작 소설을 한국 제작진과 기술을 이용해 3D로 만드는 새로운 시도
  - <개미의 제국> 연출은 애니메이션 <원더풀데이즈>를 만든 김문생 감독이 원작 소설을 바탕으로 줄거리를 만들지만 애니메이션에 맞는 시나리오 집필은 김세정 작가가 맡음
- (매일경제, 5. 25) 해운대에 'BIFF 로드' 영화의전당~문탠로드 8km 구간 조성 추진
  - 해운대구는 부산국제영화제(BIFF)가 열리는 영화의 전당과 해운대해수욕장, 달맞이 고개를 잇는 영화의 거리(가칭 BIFF 로드) 조성 사업을 추진하기로 하고 사업 타당성 및 기본계획 수립 용역 발주
  - 새로 조성되는 영화의 거리는 부산국제영화제 전용관인 '영화의 전당'과 APEC 나루공원, 요트경기장, 마린시티, 동백섬, 해운대해수욕장, 미포, 달맞이 고개 문탠로드를 연결하는 8km 구간