

P·A·R·T 07

# 방송영상산업 지원 동향

## Broadcasting Industry White Paper

### 제 1 장 방송영상산업 지원 사업

- 제 1 절 제작기반 강화
- 제 2 절 인프라 지원
- 제 3 절 해외유통 강화
- 제 4 절 방송영상산업 전문인력 양성

### 제 2 장 문화체육관광부 기타 지원 사업

- 제 1 절 방송영상콘텐츠 지원 행사 개최
- 제 2 절 교육 프로그램 운영



# 방송영상산업 지원 사업

## 제7부 방송영상산업 지원 동향

### 제 1 절 제작기반 강화

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 방송영상콘텐츠 제작기반 강화를 목적으로 '방송영상콘텐츠 제작지원 사업'을 2002년부터 진행하고 있다. 우수 방송영상콘텐츠에 대한 지원 사업을 통해 창의적인 제작활동을 활성화하고 제작역량을 강화하고자 하며, 또한 방송영상콘텐츠의 새로운 사업모델인 신규 포맷의 개발과 육성을 통한 해외진출 활성화를 이루고자 한다. 또 방송대본 DB구축을 통한 자료 보존과 창작활동의 기반 마련을 위한 사업도 지원하고 있다.

방송영상콘텐츠 제작지원 사업의 필요성은 3가지로 정리해볼 수 있다. 첫째, 방송영상콘텐츠 제작 활성화는 녹색성장, 신성장 동력 확보, 한류 재점화 등의 국정시책과 밀접히 관련된 사업으로 지속적인 지원이 필요하다. 대한상공회의소가 2012년 2월 20일부터 29일까지 10일간 8개 업종 국내기업 300개사를 대상으로 조사한 결과, 경제적 효과가 큰 한류 분야 1위로 드라마와 영화를 선정하였고(73.0%), 기업 5곳 중 1곳(21.0%)은 '한류스타나 한국드라마를 활용하는 한류마케팅을 활용하고 있다'고 하였으며, 이중 89.1%가 '한류마케팅이 효과가 있다'고 응답한 바 있다. 이러한 조사결과는 방송영상콘텐츠의 영향력과 잠재력이 매우 크며, 제작지원 사업이 요구되는 이유라 할 수 있다.

둘째, 미디어 융합에 따른 창구효과(window effect) 증대로 새로운 수익모델의 창출이 수월해졌으나, 우수한 방송영상콘텐츠의 부재가 산업발전에 큰 걸림돌로 작용하고 있어 이에 대한 정책적·전략적 지원이 필요하다. 현재 우리나라의 수출은 특정 지역에 국한되어 있으며, 인터넷과 모바일 미디어 등에 적합한 방송영상콘텐츠 제작에 큰 관심을 기울이지 못하고 있다. 제작지원 사업을 통해 한국 방송영상콘텐츠의 폭을 넓히고 질적 수준

의 제고를 이루기 위한 노력이 필요하다.

셋째, 포맷 판매는 각국의 문화 보호주의 무역장벽을 우회하여 각종 문화상품 수출을 가능하게 하며, 한국 문화를 적극적으로 전파할 수 있는 또 하나의 한류효과를 극대화할 수 있는 사업으로 판단되기 때문에 정부의 지원이 필요하다고 본다. 포맷 판매는 새로운 수익창구로 매우 유망한 분야이지만, 우리나라의 2010년 방송포맷 수출액은 31억 원 수준으로 수출국보다는 수입국으로 전락할 우려가 있는 것으로 파악되고 있다. 따라서 제작지원 사업을 통해 포맷 제작과 관련한 산업의 육성이 시급하다고 할 수 있다.

## 1 방송영상콘텐츠 제작지원

### 1) 2011년 제작지원 사업 현황

문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 방송영상콘텐츠 제작지원 사업을 통해 2002년부터 2011년까지 다큐멘터리, 드라마 등 총 248편의 작품을 지원해왔다. 2011년도에는 미니시리즈(2편)와 단막극 드라마(10편), 그리고 다큐멘터리(23편) 등 35편에 대한 제작지원이 이루어졌다. 2011년도 제작지원 사업의 목표는 세계 시장 진출이 가능한 콘텐츠 발굴과 지원이었으며, 이를 위해 작품 선정과 관리 체계를 개선하려는 많은 노력이 있었다. 예를 들면, 방송영상독립제작사의 저작권 확보를 위하여 방송사 편성 관련 서류를 제출 서류에서 제외하였다. 그리고 방송제작환경 개선을 위하여 지원금의 50% 이상을 보조출연자와 스태프에 우선적으로 지급하는 제도를 실시하였으며, 드라마 쪽대본의 폐해를 막는데 필요한 사전제작제도를 정착시키기 위해 방송 전 50%의 사전제작이 이루어질 수 있도록 했다.

2011년 제작지원 작품 현황(〈표 7-1-1〉)을 보면 총 35편이 제작되었는데, 이 중에서 23편이 방영되었으며(극장 개봉 예정/확정 2편 포함), 나머지 작품 또한 방송국 편성협의 중에 있다(2012년 6월 현재). 드라마 장르에서 미니시리즈는 2편이 지원되었는데, 〈뿌리깊은 나무〉와 〈미스 리플리〉는 국내외에서 높은 평가를 받으며 큰 인기를 누렸고, 시청률 또한 높았다. 또한 단막극 분야를 적극적으로 지원한 것을 알 수 있는데, 총 10편 중에서 7편이 방송국에 편성되어 방송되거나 극장 개봉 예정/확정에 있었다. 다큐멘터리는 가장 많이 제작지원 되었고, 또한 가장 많이 방송사에 편성되어 방영되었다.

지원작들의 판매루트 개척에 도움이 되고자 한국콘텐츠진흥원에서는 다양한 마케팅 활동을 지원하였는데, 우선 2011년 지원 완성작 35편에 대한 홍보를 위해 삼성동 코엑스(COEX)에서 완성작 상영회를 개최하였다. 또한, 지상파와 종편 등 방송사들을 대상으로

표 7-1-1 2011년 방송영상제작지원 작품현황

구분	작품명	제작사명	지원금액 (단위: 천원)	결과
미니시리즈	미스 리플리	(주)쿠톤콜미디어	500,000	MBC방영
	뿌리깊은 나무	(주)아이에이치큐	500,000	SBS방영
단막극	노리코, 서울에 가다(가제)	(주)브로드스툼	100,000	KBS방영 일본 상영회 개최(4회)
	할머니는 일학년	(주)아피아 스튜디오	100,000	극장개봉 확정 (화앤담Ent 배급/12.4)
	사랑자야	(주)디앤지스타	90,000	KBS 편성 예정(4월)
	섬집 아기	(주)사과나무픽처스	100,000	-
	홀리와 완이	프라이데이 엔터테인먼트	100,000	극장개봉 예정(어뮤즈 배급)
	미로	굿픽처스	99,000	-
	나는 살아있다	이스트스카이필름	100,000	MBC방영
	도깨비 두구닥	(주)디디션엔터	89,640	SBS방영
	봉계씨의 시속 30km	테크션 프로덕션	100,000	OBS방영
	아내가 사라졌다	(주)아이엠티브이	100,000	KBS방영
	다큐멘터리	마지막 상어재비	아이엔티디지털(주)	80,000
소금전쟁		(주)몬스터리퍼블릭	130,000	-
대장벽		좋은프로덕션(주)	50,000	-
주마이야기		포춘미디어	80,000	-
아름다운유혹, MAKE UP		(주)사계절비엔씨	150,000	채널A 편성(12.3.18)
동해 양미리 열전		오션 플래닛	50,000	MBN방영
정신의 길, 문명의 길 타워로드		미디어초이스	130,000	TJB방영
2부작, 저어새 오딧세이		인디비전	130,000	-
한국만화 브라질을 만나다		(주)크릭앤리버코리아	80,000	-
HD휴먼다큐 블루존에 가다 4부작		(주)스타아이 엔터테인먼트	100,000	MBN방영
더 그레이트 비기닝, 잉태		(주)한국씨네텔	140,000	채널A 편성 예정
화(火) 사용설명서(2부작)		(주)엔미디어	70,000	SBS방영
결혼의 진화 -마리아 윤의 51번째 결혼식-		제삼비전	100,000	KBS방영
진화하는 동물원		유니크미디어	100,000	KBS방영
환타스틱! 유럽동화마을견문록		(주)삼웅프로덕션	100,000	-
잃어버린 고향		(주)트럼프미디어	80,000	채널A방영
눈을 떠요! 아프리카		(주)이큐브미디어	100,000	채널A방영
전쟁의 기억에서 평화를 보다		이스크라21	100,000	-
25달러의 기적		(주)미라클픽처스	70,000	-
한중 만두를 탐하다		아주뉴스코퍼레이션	70,000	국회방송/제주방송
잘 늙는 법	주식회사 김진혁공작소	120,000	KBS방영	
한반도 생명의 텃밭_한강	늘푸른비(주)	100,000	-	
한국의 정신, 꽃담	인디컴미디어	100,000	KBS방영	

단막극 지원작의 편성을 요청하였고, 국제방송영상컨텐츠(BCWW)와 연계하여 단막극 홍보 부스를 마련하고 국내외 바이어 등을 대상으로 ‘단막극 피칭’ 프로모션을 진행하였다. 그리고 완성작 홍보를 위한 DVD 패키지를 제작하고 각 작품의 트레일러와 디렉토리북을 제작해 배포하였다. 단막극 지원작인 (주)브로드스톰의 <노리코, 서울에 가다>는 일본에서 유료상영회를 열어 큰 호응을 얻기도 했으며, 단막극의 해외시장 진출 가능성을 타진해 볼 수 있었던 중요한 계기가 되었다.

## 2) 2012년 제작지원 사업 진행(상반기)

2012년에도 다양한 분야의 창의적인 방송영상콘텐츠를 제작지원하기 위한 사업이 진행되고 있다. 특히 해외에서 성공 가능성이 높은 대작 콘텐츠의 발굴과 지원에 초점을 맞추고 있으며, 또한 단막극 제작지원을 통해 역량 있는 제작 인력의 관련 분야 진출을 촉진하는데 역점을 두고 있다. 2012년 상반기 현재, 미니시리즈 2편(<유령>, <드라마의 제왕>)과 단막극 10편, 다큐멘터리 20편 등 총 32편의 작품에 대한 제작지원이 이루어졌고, 방송 편성을 위해 방송사들과 협의 중에 있다.

## 2 방송영상콘텐츠 포맷제작지원

### 1) 2011년 포맷제작지원 사업 현황

2011년에는 방송영상콘텐츠 포맷제작지원의 일환으로 1편의 포맷 바이블 제작과 총 7편의 페이퍼 포맷 개발, 4편의 파일럿 프로그램을 선정, 지원하였다. 파일럿 프로그램의 경우, 2011년 사업 공고를 통해 접수된 아이디어들을 전문가 자문과 포맷개발회의 등을 통해 다듬었고, 이후 국내외 전문가들의 평가를 거쳐 4편을 파일럿 제작지원작으로 선정하였다(<표 7-1-2>). 포맷 제작지원 지원작들 중에서 방송사에 편성되어 방영된 작품도 있었는데, <당신의 선택 소다수>의 경우 KBS 1TV에 편성되어 10.6%의 시청률을 기록하기도 했다.

표 7-1-2 2011년 방송영상콘텐츠 포맷제작지원 작품

구분	작품명	제작사	편성
포맷 바이블 제작	공통점을 찾아라	에브리쇼	-
신규포맷 개발 (페이퍼 포맷)	당신의 선택 소다수	ATEAM 엔터테인먼트	-
	심리서바이벌 퀴즈쇼 '아레나'	프로덕션 섬(閃)	-
	5 또는 1	옵티콘미디어	-
	프로파일러 넘버원	에프유엔미디어	-
	복불복	아이엠티비	-
	정글큐브	원원미디어	-
	데스티네이션	앤미디어	-
파일럿 제작지원	1억의 초대	앤미디어	KBS
	당신의 선택 소다수	ATEAM 엔터테인먼트	MBC
	아레나	프로덕션 섬(閃)	MBC
	복불복	아이엠티브이	

## 2) 2012년 포맷제작지원 사업 진행(상반기)

2012년 포맷제작지원 사업은 포맷산업의 국내 조기 정착을 위한 국내 인력의 포맷 개발 능력을 배양하고, 포맷산업을 방송영상산업의 새로운 해외 수출 분야로 육성하기 위한 토대를 구축하는데 목적을 두고 사업이 진행되고 있다. 2012년 상반기 현재 사업내용은 크게 신규포맷 개발과 포맷 전문가 육성으로 나눌 수 있는데, 신규포맷 개발의 일환으로 페이퍼 포맷 제작지원 11편, 포맷 파일럿 제작지원 10편, 포맷 바이블 제작지원 3편이 진행되었고, 한국 포맷을 해외에 홍보하기 위한 'Catch Korea's Top-notch Formats' 행사가 프랑스 칸느에서 열린 MIPFORMAT 행사장에서 개최되었다. 총 8편의 프레젠테이션 및 동영상 상영이 있었고, 주요 포맷 유통사 관계자들이 다수 참석하였다.

## 3 방송영상콘텐츠 창작기반 구축

### 1) 2011년 창작기반 구축 사업 현황

2011년만 디지털대본(파일) 867건, 인쇄대본(문자 DB) 6,568권, 육필원고(그림 DB) 150권이 DB된 방송대본 DB구축은 서비스를 2011년 11월 11일에 개시하였으며(<http://kocca.kr/daevon/read/main.html>), 현재 월평균 방문자 1만명, 대본열람 11,700권을 기록하고 있

표 7-1-3 2011년 방송대본 DB구축지원 성과

DB화 대상 대본 종류	파일대본	인쇄대본	육필원고	합계
DB화 대상 작품 수	91편	271편	6편	368편
DB화 대상 권수	867권	6,568권	150권	7,585권
DB화 대상 면수	25,167면	106,867면	7,500면	139,531면

출처: 한국콘텐츠진흥원(2012).<sup>1)</sup>

다. 한국콘텐츠진흥원은 방송대본 DB구축지원을 위해 한국방송작가협회, 국가기록원과 'TV·라디오 방송대본 기증·활용 협약'을 체결한 바 있다.

또한, 방송영상콘텐츠 창작기반 구축사업의 일환으로 방송작가 국제세미나인 제1회〈한국 예능TV 프로그램 포맷의 글로벌화〉세미나가 2011년 6월 25일부터 27일까지 3일간 개최되어 국내외 작가 100여명이 참석하였다. 더불어 목동 방송회관에 방송작가 창작 공간 구축이 완료되어 2011년 5월 20일 8실에 14개 팀의 입주도 완료되었다.

## 2) 2012년 창작기반 구축 사업 진행(상반기)

2012년에도 방송대본 DB 구축과 서비스를 통한 방송분야 창작기반 구축과, 방송영상프로그램 총목록 작성 사업 등이 진행되고 있다. 방송대본 DB 구축과 관련해서는 인쇄대본과 파일대본 약 110,000면 이상에 대한 텍스트 입력 작업과 XML 변환 작업이 진행되고 있고, DB화된 대본의 메타데이터 조사도 병행되고 있다. 방송영상프로그램 총목록 작성은 지상파방송사 작품들을 대상으로 하고 있으며, MBC는 1996년~2011년 방송영상프로그램 총목록을, KBS는 2011년 프로그램 총목록에 대한 업데이트를, SBS의 경우는 1991년 개국에서부터 2005년까지의 방송영상프로그램 총목록을 작성 중에 있다.

## 4 방송영상그랑프리 개최

방송영상분야의 유일한 정부 포상행사인 '방송영상그랑프리'는 2010년 10월부터 2011년 9월까지 방영된 국내 제작 방송영상콘텐츠를 대상으로(드라마 부문 217편, 비드라마 부문 1,619편) 수상작과 수상자를 결정했다. 각 분야별 전문가로 구성된 위원회가 엄격하게 심사한 2011년도 수상작과 수상자는 <표 7-1-4>와 같다.

1) 한국콘텐츠진흥원(2012). 「2011 콘텐츠 산업백서」.

표 7-1-4 2011년 방송영상그랑프리 수상자

상훈	부문	작품명	수상자(소속)
대통령 표창	드라마	싸인	골든섬
	비드라마	학교란 무엇인가	EBS
국무총리 표창	제작	학교란 무엇인가	김유열 PD/EBS
	연출	무한도전	김태호 PD/MBC
	작가	시크릿 가든	김은숙 작가
문화체육관광부 장관 표창	드라마	시크릿 가든	윤하림 대표/(주)화앤담픽처스
	다큐멘터리	최후의 툰드라	장경수 PD/SBS
	교양/예능	나는 가수다	신정수 PD/MBC
		한국의 유산	이제석 PD/KBS
	사회통합	러브인 아시아	전흥렬 PD/KBS
한국콘텐츠진흥원장상		내마음이 들리니	문희정 작가/로고스필름
	촬영	푸른 지구 마지막 유산 콩고	정희천/KBS
	미술	싸인	김봉천/SBS아트텍

출처: 한국콘텐츠진흥원(2012).<sup>2)</sup>

2) ibid.



## 제 2 절

## 인프라 지원

## 1 방송회관 제작센터 운영

한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠 제작지원 인프라는 서울시 양천구 목동에 위치한 방송회관에 위치하고 있다. 방송회관은 1993년에 지어진 부지면적 4653.5㎡, 지상 21층 지하 6층의 건물로 방송통신심의위원회, 방송협회 등의 방송유관기관 및 단체를 비롯하여 방송관련 업체, 독립프로덕션, 방송직능단체 등이 입주해있다. 2002년부터 제작 지원시설을 통해 국내 영세한 방송영상독립제작사들의 보다 원활한 콘텐츠 제작과 콘텐츠 수급 지원을 위해 공동으로 활용할 수 있는 간접지원 인프라를 구축하고 있다. 방송회관에 있는 주요 제작시설로는 방송영상콘텐츠 제작 지원을 위한 HD/SD TV 스튜디오, HD/SD 후반 제작 지원시설, HD 제작 지원센터가 있으며, 연간 약 3,737편의 HD 방송영상콘텐츠를 제작지원하고 있다.

방송회관 제작 지원시설을 통하여 제작사들은 일반 시장가격 대비 50~70% 수준의 저렴한 비용으로 고가의 방송영상콘텐츠 제작용 장비를 저가에 활용할 수 있으며, 제작시설은 한국콘텐츠진흥원이 추진하고 있는 전문인력 양성사업의 실습용 시설로도 활발히 이용되면서 방송영상콘텐츠 제작과 교육의 질적 수준을 높이는데도 기여하고 있다. 방송회관 제작센터는 2009년까지는 위탁으로 운영되다가, 2009년부터 기존 시설의 HD 전환사업을 진행하면서 HD 전환이 완료된 현재는 스튜디오를 직접 운영하고 있다.

2011년에도 주요 시설에 대한 업그레이드가 이루어졌는데 그 세부 내용은 <표 7-1-6>과 같다.

표 7-1-5 방송회관 제작센터 주요 시설

구분	주요 시설
HD/SD TV 스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 크기: 제1스튜디오 518.1㎡</li> <li>제2스튜디오 138.6㎡</li> <li>• 스튜디오, 부조정실, 조명설비 등</li> </ul>
HD/SD 후반제작 지원시설	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HD 종합편집실(2실), SD 종합편집실(1실)</li> <li>녹음실(1실), 믹싱 전용 스튜디오 1실, 편집실(6실)</li> </ul>
HD 제작지원 시설	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NLE 종합편집실(3실), HD ENG 카메라(6대)</li> <li>* 색보정실 및 녹음 스튜디오 증설중</li> </ul>

표 7-1-6 2011년 방송회관 제작시설 주요 업그레이드 현황

구분	내역
HDTV Studio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HD Studio Camera System 4set(HD 카메라용 케이블)</li> <li>• HD EFP Lens System 4set</li> </ul>
HDTV Studio 부조정실	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HD 2M/E Digital Switcher 1set</li> <li>• HD VCR 3set</li> <li>• HD QC(WFM, SyncGen, Change Over 등) 1sys</li> <li>• HD Modular System(U/D Convertor, WB VDA, ADA 등)</li> <li>• HD Monitor(Wall Monitor 시스템) 1sys</li> <li>• HD CG 1set 등</li> </ul>
HDTV 콘텐츠 제작지원 시스템	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mastering NLE 3set(영상 종합편집, 색보정 용 NLE 시스템)</li> <li>• NLE 3set(기본 편집용 General NLE 시스템)</li> <li>• 각종 HD 케이블, 패치 등</li> </ul>

## 2 디지털매직스페이스(DMS) 제작센터

서울시 마포구 상암동에 위치한 디지털매직스페이스(DMS) 제작센터는 2004년 착공하여 2006년에 준공된 지상 12층 지하 2층 건물로, 이 중 제작센터는 지상 1층부터 5층까지 위치하고 있으며, 6층부터 12층까지는 방송관련 유관업체가 입주하여 있다. 최첨단의 방송영상콘텐츠 제작지원 시설을 구축하여 제작여건이 취약한 국내 영세 제작사들의 제작을 지원함으로써 방송영상 제작산업의 균형적인 발전을 이루고 디지털방송의 조기 정착을 유도할 목적으로 만들어졌으며, 주요 제작시설로는 HDTV 스튜디오와 후반 제작 지원 시설, 3D 입체영상 제작시설 등이 있다. DMS 제작센터는 지상파방송사를 제외하면 국내에서 가장 큰 규모의 HD 방송영상콘텐츠 제작인프라를 제공하고 있고, 3D 입체영상 제작지원 시설 역시 국내 최대 규모를 자랑한다.

스튜디오는 HDTV 제작을 위해 횡축이 넓은 구조로 만들어졌으며, HD와 SD급 방송영상콘텐츠를 동시에 제작할 수 있도록 구축되어 있다. 아시아에서는 최초로 Full HD 공동 제작이 가능한 시설이며, 다양한 장르의 프로그램 제작에 적합하도록 만들어졌다. 후반제작지원 시설인 종합편집실과 개인편집실에서는 HD에서부터 SD급 등 다양한 포맷의 영상물 제작이 가능하며, 국내 최초로 중앙 서버를 통한 NPS(Network Production System)를 설계 및 구축하여 모든 제작시설이 네트워크 연동 및 연계 작업이 가능하다. DMS 제작센터의 주요 시설은 <표 7-1-7>에서 보는 바와 같다. 이 시설들을 이용해 2011년에 2,931편의 HD 방송영상콘텐츠를 제작지원했다.

표 7-1-7 DMS 제작센터 주요 시설

구분	주요시설
제1스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> <li>크기: 597㎡</li> <li>스튜디오, 부조정실, 조명장비 등</li> </ul>
제2스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> <li>크기: 198㎡</li> <li>스튜디오, 부조정실, 조명장비 등(가상 스튜디오 가능)</li> </ul>
제3스튜디오	<ul style="list-style-type: none"> <li>크기: 475㎡</li> <li>스튜디오, 부조정실, 조명장비 등</li> </ul>
후반제작 지원시설	<ul style="list-style-type: none"> <li>종합편집실(2)(Linear 종합편집실 1실, NLE 종합편집실 1실)</li> <li>녹음실(1), 편집실(10), 매체변환실(1)</li> </ul>

한편, 3D 입체영상이 큰 유행을 하면서 3D 방송영상콘텐츠 제작에 대한 관심과 수요가 점차 늘어나고 있는 상황을 감안하여, 3D 입체영상 활성화와 영세한 방송영상독립제작사 지원, 양질의 콘텐츠 제작을 위한 인프라를 제공하기 위해 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 2010년부터 DMS 내에 3D 입체영상 제작인프라의 도입을 추진했다. 2010년도에는 3D 입체영상 촬영시스템 2세트와 입체영상 편집지원시설, 시사실을 구축하였고, 2011

표 7-1-8 DMS 내 3D 입체영상 제작지원센터 주요 시설

제작시설	비고
3D 입체영상 편집실1	NLE : FCP
3D 입체영상 편집실2	NLE : FCP
3D 입체영상 편집실3	NLE : FCP / SMOKE
3D 입체영상 마실	Mastering DI : PABLO 3D
3D 입체영상 촬영시스템1	Camera : RED EPIC RIG : 3Ality TS2 LENS : Angenieux 3D Zoom
3D 입체영상 촬영시스템2	Camera : RED EPIC RIG : 3Ality TS2 LENS : Angenieux 3D Zoom
3D 입체영상 촬영시스템3	Camera : SONY F3 RIG : Element PULSAR LENS : Angenieux 3D Zoom
3D 입체영상 촬영시스템4	Camera : SONY P1 RIG : PS TECH Freestyle LENS : Fujinon 3D Zoom
3D 입체영상 촬영시스템5	Camera : SONY P1 RIG : PS TECH Freestyle LENS : Fujinon 3D Zoom
3D 입체영상 촬영시스템6	Camera : SONY P1 RIG : PS TECH Freestyle LENS : Fujinon 3D Zoom

년 말 3D 입체영상 제작 전반(촬영, 편집, 마스터링 등)을 지원할 수 있는 3D 입체영상 제작 지원센터 구축을 완료하여 사업을 추진하고 있다. 이 시설은 일반 임대와 달리 장비 유지 보수비 수준의 초저가의 비용으로 3D 입체영상 제작장비를 대여하고 있으며, 차후 2012 년도에는 스포츠, 공영영상콘텐츠 제작지원을 위한 3D 입체영상 증계차를 도입할 예정이다. 3D 입체영상 제작지원센터의 주요시설 현황은 <표 7-1-8>과 같다.

### 3 디지털방송콘텐츠 지원센터 건립

뉴미디어 확산 및 디지털전환을 계기로 방송콘텐츠의 수요가 폭증할 것으로 예상되는 가운데, 영세한 방송영상독립제작사와 방송채널사용사업자(PP)가 저렴하게 이용할 수 있는 시설은 이들의 경쟁력 제고를 위해 반드시 필요하다. 또한 방송영상콘텐츠 제작의 효율성을 극대화하고 제작환경 개선을 이루기 위해서는 제작 전반(기획-제작-송출-유통)과 관련한 서비스를 원스톱으로 제공하는 집적시설을 조성할 필요가 있었다. 마지막으로, 디지털전환, HD 드라마 등 한류 방송영상콘텐츠를 육성하기 위한 기반시설로 디지털방송 콘텐츠 지원센터의 필요성이 제기되었다.

그림 7-1-1 디지털방송콘텐츠 지원센터 조감도



표 7-1-9 디지털방송콘텐츠 지원센터 시설세부내역

시 설		수량	세 부 기 능
기획(개발)	교육센터	12실	• 아이디어의 실제 구현, 신개념 콘텐츠 창작, 포맷 개발, 공동제작 프로젝트 등을 위한 실습시설 지원
제작	스튜디오	6실	• 1,605㎡ 1실, 992㎡ 1실, 559㎡ 1실, 525㎡ 3실, 부조정실 포함
	편집실	17실	• HD 종합편집실 7개/ HD 개인편집실 10개
	녹음·더빙실	각2실	• 5.1CH 돌비녹음 및 음향 더빙 기능
송출	송출시설	15CH	• 15개 PP채널의 콘텐츠를 플랫폼사업자에 디지털 전송
유통(활용)	포맷변환실	2실	• 국내·국외 OSMU를 위한 다기능 포맷변환 지원
	회선조정실	1실	• 데이터방송 등 양방향콘텐츠의 뉴미디어플랫폼 구현 테스트 지원
	아카이빙·온라인 유통 시설	각1실	• 콘텐츠의 보존, 활용을 위한 데이터베이스 및 온라인 유통을 위한 시스템 지원
광역제작지원	HD 중계차	1대	• 전국권 HD 제작, 송출 지원
비즈니스	교육·사무실	11개층	• 방송콘텐츠 창작/기획, 방송 신기술, 유통/마케팅 분야 등 교육, 오피스 시설 지원
기타	상가·체험관	-	• 입주 및 방문 업체를 위한 편의시설, 일반인을 위한 체험시설

이를 위해 한국콘텐츠진흥원(문화체육관광부)과 전파진흥원(방송통신위원회)이 공동 사업추진단을 구성하여 총2,276억 원 규모의 디지털방송콘텐츠 지원센터 건립 사업을 시행하고 있다. 경기도 고양시 장항동 한류월드 제3구역 O3 지역에서 진행되고 있는 디지털방송콘텐츠 지원센터 사업 규모를 보면 부지면적 10,702㎡, 연면적 56,587㎡, 지하 4층, 지상 20층 규모이며, 콘텐츠 제작과 연수, 유통, 송출, 기타 체험과 비즈니스가 가능한 멀티플렉스로 건립되고 있다. 2011년 공사 공정률은 13.5%, 2012년 상반기 44.5%의 공정률을 보이고 있고, 2013년 7월에 완공 예정에 있다.

디지털방송콘텐츠 지원센터의 세부 시설로 스튜디오, 종합편집실, 개인편집실, 녹음/더빙실, 송출실, 유통실, 기타 업무 시설 등으로 구성되어 있으며, 세부내역은 <표 7-1-9>에 나타나 있다.

#### 4 HD 드라마타운 조성

최근 드라마·영화 산업이 성장함에 따라 고품질 영상물 제작을 위한 대형스튜디오의 필요성이 증가하게 되었다. 또 한류의 핵심인 방송영상콘텐츠를 육성하고 활성화시키기 위해 중장기적인 예산 배정으로 효율적인 사업을 추진할 필요가 있었다. 이에 따라 국토의 중심인 대전에 고품질 대작 드라마 촬영에 필요한 1,000평(3,306㎡) 이상의 대형 스튜디오

가 구비된 드라마 특화 제작단지를 조성하기 위해 총 885억 원 규모의 HD 드라마타운 사업이 2011년도부터 시작되었다.

HD 드라마타운은 대형 드라마·영화 전문 대형 스튜디오(최대 1,500평, 4,959㎡)를 조성하고자 하는 사업으로 교양·오락·일반 드라마 위주 중소형 스튜디오(500평 이하)를 만드는 디지털방송콘텐츠 지원센터와는 목적이나 규모에 있어서 차이를 보인다. 부지 위치는 대전광역시 유성구 엑스포과학공원 내에 위치하며 부지면적 66,115㎡, 연면적 37,156㎡의 규모로 스튜디오(1,500평, 1,000평, 500평(1,653㎡) 등), 미술센터, 근대 거리세트 등을 만들고 있다. 1,500평형 대형 스튜디오는 대규모 영상물 제작을 위한 것이고, 500평형은 특수효과 스튜디오로 크로마키, 모션캡처 시스템, 3D 스태너 등 CG 스튜디오로 사용할 예정이다. 1,000평형 스튜디오는 특수시설 스튜디오로 법정, 교도소, 수술실, 공항 내부 등 특수시설을 세트로 제작할 예정이다. HD 드라마타운은 2011년 기본계획 수립 및 설계지침서 작성이 완료된 상태로 2015년 상반기 완공을 목표로 하고 있다.

그림 7-1-2 HD 드라마타운 조감도



## 제 3 절

## 해외유통 강화

## 1) 국제방송영상견본시 참가 및 개최

1) 국제방송영상견본시 참가지원<sup>3)</sup>

방송프로그램의 해외 수출을 위해 국제방송영상견본시에 한국공동관을 운영하는 등 국내 방송콘텐츠 제작사들에게 해외수출의 기회를 제공하는 국가차원의 지원이 필요하다. 이에 따라 국제방송영상견본시 참가지원은 방송콘텐츠의 수출을 촉진하기 위해 시행되었다. 국제방송영상견본시 참가지원의 구체적인 사업내용을 살펴보면, 해외 마켓 참가, 한국공동관 설치 및 운영, 다양한 마켓 부대행사 참가를 통한 수출 확대, 네트워크 확보, 한국 콘텐츠 통합 브랜딩을 통한 홍보 마케팅 활성화, 한국 콘텐츠 수출협의회 운영 활성화 등을 포함한다.

〈표 7-1-10〉에서 보는 바와 같이, 2011년 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 총 8개 국제방송영상견본시에 참가지원을 했고, 총 7,712만 7,000달러의 수출 실적을 올렸는데, 이는 전년 대비 45.7% 증가한 수치다. 2009년~2011년 결과를 보면 참가지원 견본시 수와 수출 성과는 늘었고, 2011년의 경우 참가지원 업체의 수가 2010년보다 약간 줄었다. 한편, MIPTV와 MIPCOM의 전문 스크리닝(screening) 마켓인 MIPDOC과 MIPJUNIOR에 16개 업체, 총 50개의 국내 프로그램 등록을 지원했다.

2012년 상반기에도 해외 주요 방송영상견본시 참가 지원을 통한 방송영상콘텐츠 수출 활성화 사업은 지속되었다. 2011년과 마찬가지로 한국공동관을 설치, 운영하고 한국의 방송영상콘텐츠에 대한 홍보 마케팅 활동을 중심으로 지원이 이루어졌다. 2012년 상반기에는 프랑스 칸느에서 열린 MIPTV(3월 말), 중국 홍콩에서 열린 FILMART(3월 중순), 중국 상하이에서 열린 STVF(6월 중순)에 대한 참가 지원이 이루어졌다.

## 2) 국제방송영상견본시 BCWW 개최

국제 방송 제작, 유통, 컨퍼런스를 관통하는 국제적 인지도가 높은 콘텐츠 유통 국제전시회를 개최하여 국내 방송영상산업을 활성화시키고 국내 방송콘텐츠의 해외수출을 촉진

3) 국제방송영상견본시에 대한 자세한 설명은 본 백서 '부록'의 I. 2010년~2011년 해외 주요 방송영상견본시 동향' 참고.

표 7-1-10 국제방송영상견본시 참가지원 내역과 성과(2009년~2011년)

년도	견본시명	지원내역	행사규모	지원업체	수출 성과
2009	MIPTV(3.30-4.3)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부	3,800개사	26개사	\$16,215천
	STVF(6.9-12)	-	1,100개사	16개사	\$5,937천
	TTF(9.22-24)	기본부스사용료 및 장비사용료	-	7개사	\$3,197천
	MIPCOM(10.5-9)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부	4,155	25개사	\$8,810천
	TIFFCOM(10.20-22)	기본부스사용료 및 장비사용료	212부스	15개사	\$12,106천
	ATF(12.2-4)	-	640개사	14개사	\$2,774천
	6개 견본시				123개사
2010	FILMART(3.22-25)	기본부스사용료 및 장비사용료	548개사	15개사	\$1,748천
	MIPTV(4.10-16)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부	3,985개사	30개사	\$13,768천
	STVF(6.8-10)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부, 한국의 날 행사	800개사	16개사	\$7,288천
	TTF(9.27-29)	기본부스사용료 및 장비사용료	75개사	12개사	\$5,072천
	MIPCOM(10.2-8)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부 한국콘텐츠 프로모션 행사	4,323개사	27개사	\$10,050천
	TIFFCOM(10.25-28)	기본부스사용료 및 장비사용료	222개사	19개사	\$12,191천
	ATF(12.8-10)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부	776개사	19개사	\$2,818천
7개 견본시				138개사	\$52,931천
2011	FILMART(3.21-24)	기본부스사용료 및 장비사용료	596개사	17개사	\$4,385천
	MIPTV(4.4-7)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부	4,168개사	24개사	\$17,324천
	STVF(6.6-9)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부, 한국의 날 행사	670개사	13개사	\$9,331천
	DISCOP(6.21-23)	부스사용료 및 장비사용료	1,224개사	7개사	\$285천
	TTF(9.21-23)	기본부스사용료 및 장비사용료	-	10개사	\$3,192천
	MIPCOM(10.1-7)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부	4,120개사	22개사	\$14,777천
	TIFFCOM(10.24-26)	기본부스사용료 및 장비사용료 네트워킹파티	226개사	16개사	\$23,578천
	ATF(12.7-9)	부스사용료 및 장비사용료, 장식비 일부	951개사	20개사	\$4,255천
8개 견본시				129개사	\$77,127천

하기 위해 2001년부터 국제방송영상견본시(BCWW)를 개최하였다. 국제방송영상견본시(BCWW)의 구체적인 사업내용은 견본시 개최, 글로벌미디어포럼 개최, 콘텐츠홍보를 위한 연계행사 개최 등을 포함한다. 2012년 9월 5일~9월 7일간 서울 삼성동 코엑스(COEX)에서 열린 제12회 BCWW는 전 세계 50개국의 165개사에서 온 1,550여 명의 바이어들이 참가했으며, 약 3,958만 달러의 프로그램 판매 실적을 올렸다.

2012년 BCWW은 B2B 강화, B2C 보완, 포럼의 전문성 강화 등의 중점 과제들을 중심으로 추진되었는데, B2B 강화를 위해서 기존의 축적된 바이어 DB를 활용, 조기에 이들을



표 7-1-11 BCWW 행사결과 및 주요 실적(2001년~2012년)

개최연도	기간 & 장소	참가규모	예산규모	프로그램 판매실적	비고(주최/주관)
2001년 (1회)	11.14~16 (3일간) 부산 BEXCO	25개국 110개사 구매자참가 708명	13억(민간자본 12.5억/ 국고 0.5억)	5,700,000달러 (약 74억원)	주최 : (주)에이트픽스(민간) 후원 : 한국케이블TV협회
2002년 (2회)	11.6-8 (3일간) 서울 COEX	24개국 99개사 구매자참가 1,033명	10억(국고) - 아리랑 : 5억 - 콘진원 : 5억	7,700,000달러 (약 100억원)	주최 : 문화관광부 주관 : 한국문화콘텐츠진흥원 아리랑TV
2003년 (3회)	11.19-21 (3일간) 제주 ICC	22개국 151개사 바이어 1,774명	5억(국고)	9,765,100달러 (약 125억원)	주최 : 문화관광부 주관 : 아리랑TV(전시) 방송영상산업진흥원(컨퍼런스)
2004년 (4회)	11.24-26 (3일간) 서울 aT센터	26개국 156개사 바이어 800명	5억(국고)	13,000,000달러 (약 143억원)	주최 : 문화관광부 주관 : 아리랑TV(전시) 방송영상산업진흥원(컨퍼런스)
2005년 (5회)	11.16-19 (4일간) 서울 COEX	32개국 147개사 바이어 1,500명	7억 (국고 5억/ 방발기금 2억)	15,000,000달러 (약150억원)	주최 : 문화관광부(전시) 방송위원회(컨퍼런스) 주관 : 아리랑TV(전시) 방송영상산업진흥원(컨퍼런스)
2006년 (6회)	8.30~9.1 (3일간) 서울 COEX	30개국 150개사 바이어 2,000명	8억 (국고 5억/ 방발기금 3억)	17,000,000달러 (약160억원)	주최 : 문화관광부(전시) 방송위원회(컨퍼런스) 주관 : 방송영상산업진흥원
2007년 (7회)	8.29~31 (3일간) 서울 COEX	40개국 149개사 바이어 1,127명	12.3억 (국고 8억/ 방발기금 4.3억)	16,000,000달러 (약 160억원)	주최 : 문화관광부(전시) 방송위원회(컨퍼런스) 주관 : 방송영상산업진흥원
2008년 (8회)	9.3~9.5 (3일간) 서울 COEX	45개국 160개사 바이어 1,200명	10.5억(국고)	27,000,000달러 (약300억원)	주최 : 문화체육관광부 주관 : 방송영상산업진흥원
2009년 (9회)	9.10~9.12 (3일간) 서울 COEX	44개국 206개사 바이어 1,412명	9억 (국고)	20,560,000달러 (약267억원)	주최 : 문화체육관광부 주관 : 한국콘텐츠진흥원
2010년 (10회)	9.1~9.3 (3일간) 서울 COEX	50개국 221개사 바이어 1,023명	11억 (국고)	26,400,000달러	주최 : 문화체육관광부 주관 : 한국콘텐츠진흥원
2011년 (11회)	8.31~9.2 (3일간) 서울 COEX	50개국 231개사 바이어 1,137명	9.5억 (국고)	29,550,000달러	주최 : 문화체육관광부 주관 : 한국콘텐츠진흥원
2012년 (12회)	9.5~9.7 (3일간) 서울 COEX	50개국 240개사 바이어 1,550명	9.5억 (국고)	39,580,000달러	주최 : 문화체육관광부 주관 : 한국콘텐츠진흥원

대상으로 마케팅 활동을 펼쳐 참가를 유도하고, 해외 마케팅을 강화해 미주와 유럽 지역의 바이어를 유치하는데 힘썼다. B2C 보완을 위해서는 B2C 관련 이벤트를 활성화해 방송한류의 지속성장을 지원했고, 포럼 전문성 강화를 위해서는 전문성과 연속성이 있는 포럼을 구성해 운영했다.

## 2 수출용 방송콘텐츠 재제작 지원

방송콘텐츠의 해외수출 촉진을 위한 노력으로 방송콘텐츠 수출 재제작 지원이 이루어지고 있다. 수출용 방송콘텐츠 재제작 지원 사업은 1999년부터 시작되었으며 우수한 방송영상콘텐츠의 해외 수출이 가능하도록 번역, 종합편집, M/E 분리, 자막, 더빙을 지원하는 사업이다. 독립제작사, 독립배급사, 케이블방송사업자, 지역민방, 지상파방송사 및 계열사 등 국내 방송영상콘텐츠의 해외 판권을 소유하거나 대행하는 업체가 지원 대상이다.

표 7-1-12 수출용 방송콘텐츠 재제작 지원 현황(2009년~2011년)

구분	사업예산 (백만원)	지원금액 (백만원)	지원업체 수	지원 프로그램 수	지원 편수	수출실적 (천달러)
2009	800	732.0	29	58	2,314	37,064
2010	900	847.1	26	39	3,336	21,888
2011	1,000	932.5	37	68	3,038	34,975

출처: 한국콘텐츠진흥원(2012), 「수출용 방송콘텐츠 재제작 활성화 방안 연구」, p.29 표 재구성.

〈표 7-1-12〉를 보면, 2011년의 경우 지원업체 수는 37개, 프로그램 수는 68개, 지원 편수는 총 3,030편이었으며 총 지원 금액은 9억 3,250만원 규모였다. 전년과 대비할 때 지원 금액과 업체 수, 편수 모두 증가하였으며, 수출 실적은 3,497만 5,000달러로 전년 대비 59.8%나 증가한 것으로 나타났지만 2009년 수출 실적에는 못 미쳤다.

〈표 7-1-13〉은 2009년에서 2011년 사이 지원받은 업체를 사업자별로 구분하고 지원 편수와 지원금 비중을 파악한 것이다. 2011년에는 독립제작사가 1,244편으로 전체의 40.9%를 차지하고 있었다. 지상파방송사가 760편으로 25.0%, 독립배급사가 750편으로 24.7%를 나타냈다. 지원금 비중도 독립제작사가 전체의 40.5%, 지상파방송사가 39.6%, 독립배급사가 23.6% 순으로 사업체별 지원 편수 순과 같았다. 독립배급사의 제작 편수가

표 7-1-13 사업자별 지원 편수와 지원금 비중(2009년~2011년)

구분	독립제작사	독립배급사	지상파방송사	지역민방	케이블방송사	합계	
2009	편수	856	110	1,116	32	200	2,314
	지원금비중(%)	43.0	2.1	39.6	2.3	13.0	100
2010	편수	2,185	83	695	-	373	3,336
	지원금비중(%)	59.5	4.5	18.9	-	17.1	100
2011	편수	1,244	750	760	8	276	3,038
	지원금비중(%)	40.5	23.6	24.6	0.3	11.0	100

출처: 한국콘텐츠진흥원(2012), 「수출용 방송콘텐츠 재제작 활성화 방안 연구」, p.51, 52 표 재구성.

표 7-1-14 지원 분야별 재제작 현황(2009년~2011년)

구분	번역						더빙	자막	녹음	종합 편집	ME 분리	합계
	영어	일어	중국어	말레이어	기타	소개						
2009	548	22	51	-	78	699	167	90	192	280	886	2,314
2010	593	270	124	60	-	1,048	262	729	289	289	720	3,336
2011	536	281	162	111	16	1,106	83	798	107	305	639	3,038

출처: 한국콘텐츠진흥원(2012), 「수출용 방송콘텐츠 재제작 활성화 방안 연구」, p.55 표 재구성.

2010년 83편에서 2011년 750편으로 804.0%나 증가한 것이 가장 큰 특징이었으며, 여전히 독립제작사가 차지하는 비중이 높았다. 지상파방송사도 꾸준히 재제작 지원을 받고 있는 것으로 나타났다.

한편, 지원 분야별로 재제작 현황을 살펴보면 2011년의 경우 번역이 1,106편으로 전체의 36.4%를 차지하고 있었는데, 그 중에서는 영어가 536편(48.5%)으로 가장 비중이 높았고 일어가 281편(25.4%), 중국어 162편(14.6%), 말레이어 111편(10.0%) 순이었다. 번역 다음으로 자막이 798편(26.3%), ME분리가 639편(21.0%), 종합편집이 305편(10.0%), 녹음 107편(3.5%), 더빙 83편(2.7%) 순으로 나타났다.

2012년에도 총 40개사의 52개 작품들을 대상으로 수출용 방송영상콘텐츠 재제작 지원이 이루어지고 있으며, 재제작의 완성도를 높이고 신흥시장 개척 및 활성화 지원을 통해 재제작 작품의 수출 촉진에 특히 노력하고 있다.

표 7-1-15 2012년 수출용 방송콘텐츠 재제작 지원 현황

장르별 지원현황		
드라마	18개 작품	15개 업체
다큐멘터리	22개 작품	15개 업체
교양·오락 등	12개 작품	10개 업체
총계	52개 작품	40개 업체

### 3 해외배급지원

2011년 해외배급지원은 2010년에 재제작된 프로그램들의 해외 미진출 지역 배급을 우선적으로 추진했고, 교류 확대가 필요한 지역에 배급하기 위한 프로그램의 현지어 더빙, 자막 등 재제작 지원이 이루어졌다. 2011년에는 주로 2010년에 재제작된 애니메이션인 〈후토스2〉, 〈뛰뛰빵빵 구조대〉, 〈최강합체 믹스마스터〉, 〈꼬마버스 타요〉, 〈우당탕탕 아

표 7-1-16 2011년 해외배급지원을 위한 신규 재제작 작품 현황

작품명	업체	장르
오페라하우스	EBS	애니메이션
깨미	(주)지앤지 엔터테인먼트	애니메이션
신이라 불리운 사나이	(주)피엘에이엔비픽처스	드라마
아시아의 소원	OBS 경인TV	다큐멘터리

이쿠> 등 5개 작품을 아프리카, 인도권, 중동, 유럽, 아시아 지역에 배급 상영했다. 신규 재제작은 4개 프로그램을 대상으로 이루어졌는데, 2012년부터 목표시장을 중심으로 배급 될 4개 재제작 완료 프로그램은 <표 7-1-16>과 같다.

또한, 과거 지원작품을 홍보하기 위한 DVD 제작 사업도 병행되었다. DVD 제작은 재제작된 방송영상프로그램들의 활용도를 높이고 차후에 해외에서 편성 및 방영될 수 있도록 하는 마케팅 활동의 일환으로 진행되었다. <표 7-1-17>을 보면, 2009년에서 2011년 사이에 지원된 작품들 중 11개를 선정, 주로 인도권과 아프리카 지역을 대상으로 영어로 제작되었다. 장르는 애니메이션이 많았고, 드라마도 2편 제작되었다.

표 7-1-17 2011년 재제작 지원작 홍보 DVD 제작 현황

작품명	장르	판권 업체명	재제작 언어	목표시장	DVD제작 분량
종합병원2	드라마	MBC	아랍어	아랍권	60분x2편(2장)
신이라 불리운 사나이	드라마	피엘에이엔비픽처스	영어	아프리카	70분x1편(1장)
M! Countdown	음악방송	MNet미디어	영어	인도권	70분x2편(2장)
아시아의 소원	다큐멘터리	OBS 경인TV	영어	인도권, 아프리카	60분x2편(2장)
아라리쇼	애니메이션	에이치컬처테크놀러지	러시아어	CIS	5분x5편(1장)
우당탕탕 아이쿠	애니메이션	EBS	영어	인도권, 아프리카	10분x2편(1장)
꼬마버스타요	애니메이션	아이코닉스엔터테인먼트	영어	인도권, 아프리카	13분x4편(1장)
뛰뛰빵빵 구조대	애니메이션	빅스크리에이티브스튜디오	영어	인도권, 아프리카	11분x4편(1장)
최강합체 믹스마스터	애니메이션	선우 엔터테인먼트	영어	인도권, 아프리카	22분x2편(1장)
후토스 2	애니메이션	KBSN	영어	아프리카	25분x4편(2장)
깨미	애니메이션	지앤지 엔터테인먼트	영어	인도권, 아프리카	15분x4편(1장)

#### 4 국제방송문화교류 지원

국제방송문화교류 지원 사업은 방송콘텐츠의 공동제작과 교차방영을 추진할 수 있도록 2007년부터 시행되고 있다. 특히 이 사업은 잠재시장에서 반한류(反韓流)·혐한류(嫌韓流)를 예방하고, 전략시장에서는 한류 홍보를 강화하며, 확산시장에서는 반한류·혐한류를 극복하려는 목적을 가지고 있다. 그동안의 국제공동제작의 경우 주로 EBS와 아시아권 국가 간에 많이 이루어졌으며, 2011년에는 국제방송문화교류 지원 사업을 통해 KBS와 중국 CCTV의 공동제작과 EBS와 콜롬비아 RCN-TV 간의 공동제작이 이루어졌다(〈표 7-1-18〉).

2011년 KBS와 CCTV의 공동제작 프로그램 중에서, 수교 20주년을 축하하기 위해 기획된 한-중 이원 중계 토크쇼인 〈통(通)하다〉의 경우 총 6억 원이 지원되었고, KBS와 CCTV 모두 2012년 1월에 편성되어 방송되었다. 다큐멘터리 2부작 〈신중국인턴〉과 〈왕징〉도 수교 20주년 기념 다큐멘터리인데, 각각 KBS와 CCTV가 제작하여 각국에서 교차 편성, 2012년 1월에 방송되었다. 또한, KBS가 3편, CCTV가 3편씩 상대국과 관련한 다큐멘터리를 제작해 교차 편성 및 방송한 수교 20주년 특집 3부작 다큐멘터리 〈13억의 질주〉(KBS)와 〈13억이 본 한류〉(CCTV)는 2012년 8월에 편성 및 방송되었다.

한편, 2011년 사업으로 모두 1억 3,800만 원이 지원된 콜롬비아 RCN과의 공동제작 프로그램인 〈치유의 축제 바라키야〉와 〈DMZ, 그리고 한국전쟁〉 역시 각각 EBS와 RCN이 제작해 각국에서 방송했고, 상호 언어로 자막작업을 거친 후 교차 방송도 계획 중에 있다.

표 7-1-18 국제방송문화교류지원 사업 추진실적(2009년~2011년)

국 가	프로그램명	지원액(천원)	제작 및 방영	
			국내	해외
2009년도(09.1~10.6) 2개국 6편, 4.7억 원				
카자흐스탄	• 〈중앙아시아의 작은 거인, 카자흐스탄〉 등 2편	235,000	EBS	KTRC
키르기스스탄	• 〈실크로드의 오래된 보석, 키르기스스탄〉 등 2편	235,000	EBS	NTRK
2010년도(10.1~11.12) 2개국 8편, 8.75억 원				
말레이시아	• 〈아시아의 허브, 말레이시아〉 4부작	437,452	EBS	ASTRO
러시아	• 〈우랄, 알타이를 가다〉 4부작	437,409	EBS	Tuba TV
2011년도(11.1~12.9) 2개국 9편, 7.4억 원				
중국	• 신년특집 다큐멘터리 및 종합 토크쇼 - 〈신중국인턴〉(KBS), 〈왕징〉(CCTV) - 종합토크쇼 〈통(通)하다〉 • 수교특집 다큐멘터리 〈13억의 질주〉 3부작 • 수교특집 다큐멘터리 〈13억이 본 한류〉 3부작	600,000	KBS	CCTV
콜롬비아	• 〈치유의 축제, 바라키야〉(EBS) • 〈DMZ, 그리고 한국전쟁〉(RCN)	138,000	EBS	RCN TV

2012년에도 방송한류의 확산과 한류의 잠재시장을 중심으로 반한류·혐한류 예방과 국가 이미지 제고를 위해 국제방송문화교류 지원 사업이 진행되었다. 2012년 사업은 2013년까지 이어지도록 사업 기간이 늘었는데, 이는 교류국의 특성을 충분히 담고 후반제작 기간과 방송문화교류 기념행사 개최 등을 고려할 때 사업기간이 충분해야 한다는 의견을 반영한 결과다. 2012년에는 최종적으로 태국의 CH9 및 콜롬비아의 Caracol TV와 공동제작을 하게 되었는데, CH9은 한국의 EBS와, Caracol TV는 아리랑TV와 파트너 관계를 맺고 작업을 진행하고 있다.

## 제 4 절

방송영상산업 전문인력 양성<sup>4)</sup>

방송영상산업 전문인력 양성은 사이버방송영상아카데미 운영, 한국콘텐츠아카데미의 방송영상제작과정, 드라마 프로듀서 스쿨 운영, 방송영상기술전문가 양성, 3D 입체콘텐츠 전문인력 양성 등의 세부 사업을 포함한다.

## 1 사이버방송영상아카데미

사이버콘텐츠아카데미 운영 사업의 하나로 진행되는 사이버방송영상아카데미는 온라인으로 방송관련 교육 서비스를 제공하여 지역교육격차 해소, 학계 교육기반 확충, 현업인 교육기회 제공 등 방송영상인력 저변확대를 목표로 한다.

교육과정은 주로 기획과 제작, 경영지원 부문으로 나뉘지는데, 기획 부문에는 방송영상 콘텐츠 기획, 방송콘텐츠 스토리텔링, 영상미학, 디지털미디어 스토리텔링, TV 다큐멘터리 글쓰기 등의 과정이 마련되어 있다. 제작 부문의 경우 20개 이상의 과정들이 개설되는데, 예를 들면 3D 영상제작개론, 3D 입체촬영실무, 방송아나운싱, 방송음향 기초, 방송제작 실무, 영상촬영 기본, 3D 입체편집, 영상 창작의 기본-조명, 기초를 다지기 위한 Cinema4D 등 다양한 과정이 개설되어 있다.<sup>5)</sup>

사이버방송영상아카데미는 방송콘텐츠관련 예비인력 및 전문가를 대상으로 하며, 2011년에는 총 과목 수 1,224개(43개 과정), 총 교육인원 11,121명에 9,776명이 수료해 87.8%의 수료 비율을 보였다. 2007년에 수강생이 3,300명이었던 것에 비하면 3배가량 성장한 것을 알 수 있다. 사이버방송아카데미는 시간, 장소, 그리고 경제적인 사정으로 방송 제작에 대한 기술의 습득이 어려운 사람들에게 방송영상콘텐츠 제작기술을 익힐 수 있는 기회를 제공하여 방송영상산업의 우수한 인력 인프라를 구축하는데 크게 기여하고 있다고 평가할 수 있다.

2012년에도 방송제작 실무 36개 과정이 기획창작(11개), 제작실무(12개), 전문가 특강(2개), 편집(4개), 미디어 비즈니스(3개), 그리고 미디어 교육(4개) 분야로 나뉘어 제공되고 있다. 세부 과정은 아래 <표 7-1-19>에서 보는 바와 같다.

4) 제4절의 일부 내용은 한국콘텐츠진흥원이 2012년에 발간한 「2011 콘텐츠산업백서」의 내용에서 발췌, 정리하였다.

5) 매년 개설 과정은 다를 수 있다.

표 7-1-19 2012년 사이버방송영상아카데미 교육 과정

구 분(36개)	과정명
기획창작(11)	• TV 다큐멘터리 글쓰기, 디지털미디어 스토리텔링, 촬영에서 편집까지, 비주얼 스토리텔링(신규), 영상미학, 정재형의 영화로 보는 영상미학, 창조적 사고 글쓰기, 블로그 기자되기, 다큐멘터리 트레일러제작 및 피칭전략, 방송영상콘텐츠 기획, 방송콘텐츠 스토리텔링, 블로그에서 책까지 글쓰기 실습(신규)
제작실무(12)	• 방송제작 실무, 영상창작의 기본조명(신규), 영상촬영 기본, 영상촬영의 이해, 스튜디오 프로그램 제작, TV다큐 이론과 실제, 방송 아나운싱, 방송음향기초, 3D입체영상 제작개론, 3D입체촬영 실무, 디지털 포맷과 워크플로우, Autodesk Maya를 이용한 입체영상 제작
전문가특강(2)	• 방송제작전문가특강-연출론, 방송제작전문가특강-영상론,
편집(4)	• 파이널컷프로, 어도비 프리미어 프로 CS5, 아비드 미디어컴포저 어드밴스, 애프터 이펙트 CS5
미디어비즈니스(3)	• 방송콘텐츠 유통마케팅, 콘텐츠 비즈니스와 투자전략 이론과 실제, 성공기업의 성공CEO
미디어교육(4)	• 미디어교육의 이해, 미디어 매체별리터러시 I, 미디어 매체별 리터러시 II, 미디어속의 양성평등

## 2 한국콘텐츠아카데미 방송영상제작과정

한국콘텐츠아카데미의 방송영상제작과정은 미래형 영상콘텐츠 제작 기술과 창작 역량을 갖춘 '산업계 맞춤형 전문 인력'의 육성을 목표로 하는 과정으로, 2011년은 VFX, 모션그래픽, 디지털영상편집 과정 등 총 6개 과정에서 69명의 인력을 배출하였다. 좀 더 자세히 보면, VFX 모델링, 애니메이션 과정 15명, VFX 합성 렌더링 과정 9명, 모션그래픽 과정 11명, 디지털음향제작 과정 8명, C4D for Motionographer 과정 11명, 국제 콘텐츠 비즈니스 과정 15명 등이다.

교육과정은 3D, CG, 4K급(4096 × 2304, 무압축 RAW 영상) 방송영상콘텐츠와 최신 트렌드를 반영하고 있으며, 디지털방송 제작 시스템과 교강사들의 노하우, 그리고 소수 핵심 인력 대상의 체험 교육시스템을 통해 창의 인재를 양성하고 있다. 배출된 인력들은 방송영상, CG 제작사, 2D, 3D 기반 모션그래픽 제작사, 음악콘텐츠 기획 제작 스튜디오 등으로 진출해 활발히 활동하고 있으며, 국내 방송영상콘텐츠의 해외시장 진출에도 기여하고 있다.

## 3 드라마 프로듀서 스쿨

드라마 프로듀서 스쿨은 창작역량을 갖춘 현장실무 전문 드라마 프로듀서를 양성하여 드라마 콘텐츠의 제작역량을 강화하고 산업을 활성화하고자 사업을 진행하고 있다. 또 글



로벌 경쟁력을 갖춘 전문 프로듀서를 양성하여 한류의 킬러콘텐츠인 국내 TV드라마 콘텐츠의 해외 시장 진출을 지원하는 것이 목표이다. 강서구 등촌동 KGIT 강서캠퍼스에 위치한 드라마 프로듀서 스쿨은 2010년부터 드라마제작에 관심 있는 예비프로듀서를 대상으로 교육이 이루어지고 있다. 교육 과정은 기획 프로듀서 과정과 제작 프로듀서 과정으로 운영되는데, 2011년도에는 2개 과정에 40명을 교육하여 기획 프로듀서 과정 18명, 제작 프로듀서 과정 19명 등 총 37명이 교육을 수료하였다. 또한, 효과적인 드라마 프로듀서 스쿨 운영을 위한 교육인프라 구축의 일환으로 I Mac 영상편집용 데스크탑, 각종 소프트웨어, DSLR 카메라와 렌즈, HD 모니터, HD SLR SYSTEM, 컬러 프린터 등의 기자재를 보충하였다.

기획 프로듀서 과정은 드라마 콘셉트 구상, 비즈니스 및 관리, 홍보 및 마케팅 등으로 구성되어 있으며, 제작 프로듀서 과정은 드라마 제작을 위한 카메라, 음향, 조명, 편집 등의 심화 연출 과정으로 구성되어 있다. 특히 드라마제작사의 1:1 멘토링 현장 실습 교육과 드라마제작사협회 회원사와 연계한 취업지원 프로그램 운영으로 2011년도 수료자의 75%가 드라마 제작현장에 취업하였다. 1:1 멘토링 및 취업 연계 프로그램에는 삼화네트웍스, 크리에이티브리더스 그룹 에이트, IHQ, 김종학프로덕션, JS픽처스, 팬엔터테인먼트, 초록뱀미디어 등 12개사가 참여했다.

전반적으로, 드라마 프로듀서 스쿨의 운영을 통해 드라마 제작 현장의 필요에 기반한 창의적 전문인력 양성으로 교육과정 설립 취지를 달성하고, 방송영상콘텐츠 전문 프로듀서 양성을 통한 글로벌 경쟁력 강화에 기여했다고 평가된다.

2012년에도 드라마 기획, 창작, 제작, 비즈니스 등 창작 시스템 전반과 관련한 교육 과정을 기획하여 제공 중에 있는데, 세부 교육 과정은 <표 7-1-20>과 같다.

표 7-1-20 2012년 드라마 프로듀서 스쿨 세부 교육 과정

구분 (주4일, 10개월)	세부 내용
창작교양과정 (2개월)	• 창의적 아이디어 발상, 스토리텔링, 방송영상산업 현황, 융합미디어 이해, 디지털 제작 시스템 이해, 시나리오 작성 및 각색, 영상문법, OSMU, 공동창작, 미디어 법률, 프리젠테이션 기법 등
전문직무과정 (4개월)	• 기획·구성안 작성실무, 드라마 촬영, NLE 편집(Video/Audio), 후반작업, 예산분석 및 스케줄링 매니지먼트, IR·피칭 실무, 프로그램 수익구조 분석, 홍보·마케팅, 유통·배급 실무 등
프로젝트 제작 (2개월)	• IR을 위한 기획서(투자제안서) 작성, 드라마 창작 프로그램 기획·구성, 촬영, 편집, 포스트 프로덕션 작업 등 개인 프로젝트 완성
드라마제작사 현장실습(2개월)	• 드라마제작 현장의 프로젝트 기반 전문실무 실습교육
취업지원	• 취업지원 교육과정 운영 및 컨설팅 지원

#### 4 방송영상기술전문가 양성

융합미디어 콘텐츠 분야의 창의적 청년 리더를 발굴하고 고도의 창작 역량을 가진 '산업계 맞춤형 전문인력'을 육성하기 위한 방송영상기술전문가 양성 사업은 방송영상 예비인력들을 콘텐츠 산업 특성에 맞는 방송영상제작과정, 글로벌비즈니스과정 등으로 나눠 교육한다. <표 7-1-21>은 2011년에 진행된 방송영상기술전문가 양성사업의 결과로, 총 74명 교육에 69명이 수료했다.

표 7-1-21 2011년 방송영상기술전문가 양성 현황

과정명	일자	기간	교육인원	수료인원
VFX 모델링·애니메이션	'11.4.4~12.16	5개월	15	15
VFX 합성 렌더링	'11.4.4~12.16	5개월	9	9
모션그래픽과정	'11.4.4~12.16	9개월	15	11
디지털음향제작	'11.5.2~9.29	5개월	8	8
C4D for motionographer	'11.5.2~8.31	4개월	12	11
국제콘텐츠비즈니스	'11.4.4~8.31	5개월	15	15

이 과정에서 수행한 프로젝트들 중 일부는 각종 공모전에서 수상하기도 했는데, 그 내역은 <표 7-1-22>에서 보는 바와 같다.

표 7-1-22 수상 작품 및 공모전 수상실적

공모전 명(주최)	작품명	수상부문	수상자
대한민국 3D콘텐츠 공모전(3D콘텐츠협회)	Eiffel & Leffie	금상	이수철
EBS헬로루키(EBS/KOCCA)	밴드명 : 이슈타르	9월 헬로루키 선정	김빛나, 노육용
신인공연창작자 지원프로그램(CJ azit(삼성문화재단))	여신님이보고계셔	신인피디상	한정석

#### 5 3D 입체콘텐츠 전문인력 양성

3D 입체콘텐츠 전문인력 양성을 위한 선진 3D 입체콘텐츠 제작기술 교육을 목표로 하는 이 사업은 2011년에 총 46개 과정에 487명이 수료했다. 3D 입체 제작기술 인재 양성 과정에서 41개 과정 418명이 수료했고, 프로젝트 연계 3D 입체 리더 인재 양성과정의 5개과정에서 69명이 수료했다. 또한 3D 교육 활성화를 위해 3D 입체콘텐츠 제작과 관련한 교재 3편(3D 입체영상제작 기본 워크플로우 가이드라인 교재, Avid MC6 S3D Editing 교육 교재,

Nuke 3D 입체 컴포지트 교재 등)을 개발했으며, 3D 입체콘텐츠 프로덕션 분야의 교육시스템 구축을 위해 200명 규모의 시사실, 조명시설과 Quantel iQ 2K 등 3D 입체콘텐츠 제작 관련 각종 시설과 장비가 구비되었다.

한국콘텐츠진흥원의 3D 입체콘텐츠 제작인력 양성교육을 받은 수료생들 중 일부는 국내 주요 3D 입체콘텐츠 제작에 스텝으로 참여하기도 했는데, EBS의 <양코르 왓트>, <위대한 로마>, <한반도의 인류> 등과 MBC의 <엄홍길 바다로 가다> 등 많은 작품에서 그 능력을 발휘하고 있다. 또한, 이 과정에서 탄생한 작품들 중에서 대외 수상작품도 나왔는데 작품명과 공모전 이름은 아래 표 <표 7-1-23>에서 보는 바와 같다.

표 7-1-23 수상 작품 및 공모전 수상실적

공모전 명	작품명	수상부분
LA 3D MOVIE 페스티벌	27년 후에	대상
I3DS 페스티벌	반디의 숲	대상
대한민국 3D 콘텐츠 공모전	aepel&lepea	금상



# 문화체육관광부 기타 지원 사업

## 제7부 방송영상산업 지원 동향

### 제 1 절

### 방송영상콘텐츠 지원 행사 개최

#### 1 부산콘텐츠마켓(BCM, Busan Contents Market) 개최

부산콘텐츠마켓은 한국의 우수 방송영상물의 해외 수출을 위한 비즈니스 기회를 제공하고 국내 영상물의 수출기반을 확대하고자 (사)부산콘텐츠마켓 조직위원회가 주최하고 문화체육관광부가 후원하는 국제방송영상견본시로, 2007년부터 매년 5월에 부산에서 개최되었다. 또한 뉴미디어 산업이 활성화되고 콘텐츠의 질적 향상과 시장저변의 확대로 아시아 최대의 마켓 또는 세계 유명 메이저 마켓으로의 성장을 도모하고 있다. 부산콘텐츠마켓은 BCM MARKET(MARKET, BIZ Matching), BCM FORUM(BCM 아카데미, 세미나), BCM PLAZA(전시 및 체험), 공식행사(개막식, 환영리셉션, 선상파티), 부대행사(프로그램 제작발표회 및 쇼케이스) 등으로 구성되어 있다.

2011년에는 2011년 5월 12일부터 5월 14일까지 3일간 해운대 벅스코(BEXCO)에서 개최되어 총 41개국 527개사의 관계자 1,060명(해외 322명)이 참가했고, 구매계약이 2,766만 달러, 구매상담이 2,123만 달러 등 총 거래액이 4,889만 달러에 달하는 성과를 거두었다. 2012년에는 47개 참가국, 57개의 참가업체 관계자 1,192명이 참가하여 총 거래액이 약 5,400만 달러에 달할 것으로 전망하고 있다.

2011년 부산콘텐츠마켓 행사의 가장 큰 특징으로는 다큐멘터리 장르에 특화된 콘텐츠 마켓으로 타 방송 콘텐츠 견본시와 차별화를 꾀하였다는 것과 지역 시민이 참여하는 기회(B2C 프로그램)를 늘림으로써 단순 투자 유치를 넘어 지역과 결합된 문화 행사로서의 발전을 시도하였다는 것을 들 수 있다. 실제로 2011년 부산콘텐츠마켓에서는 기존 견본시 및

표 7-2-1 부산콘텐츠마켓 역대 개최 현황(2007년~2011년)

구분	일시 및 장소	참가 규모	구매(계약/상담)금액
2007 (1회)	5.22~5.24 부산 그랜드호텔	19개국 229개사 바이어 414명	750만 달러
2008 (2회)	5.13~5.15 부산 그랜드호텔	29개국 304개사 바이어 583명	1,105만 달러
2009 (3회)	5.13~5.15 부산 그랜드호텔	26개국 294개사 바이어 664명	1,855만 달러
2010 (4회)	5.13~5.15 부산 BEXCO	33개국 403개사 바이어 906명	3,100만 달러 계약: 1,921만 달러 상담: 1,176만 달러
2011 (5회)	5.12~5.14 부산 BEXCO	41개국 527개사 바이어 1,060명	4,889만 달러 계약: 2,766만 달러 상담: 2,123만 달러

투자 관련 프로그램 외에 저명한 다큐멘터리 감독이 관객과 직접 소통하는 프로그램(영상 상영, 특강, 세미나)이나 대중 예술과의 결합 프로그램(다큐멘터리 콘서트) 등 지역 관객을 위한 요소들이 많이 포함되었으며, 그 결과 하나의 독립적 문화 행사의 정체성을 획득할 수 있었다고 평가할 수 있겠다.

## 2 서울드라마어워즈(SDA, Seoul Drama Awards) 개최

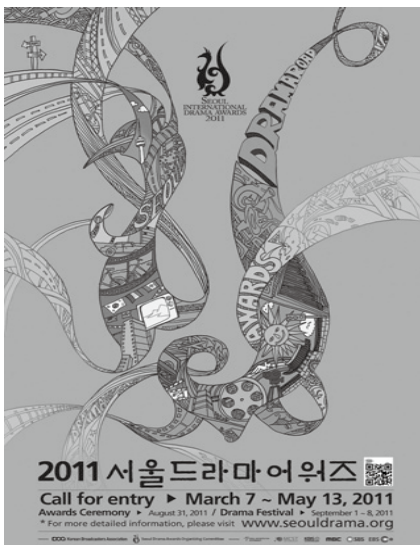
지난 2006년에 출범해 2011년 제6회째를 맞은 서울드라마어워즈는 방송 한류가 지속적으로 발전할 수 있는 문화콘텐츠 교류의 장을 형성하고 세계적인 국제 행사로서의 권위 확보를 통해 문화브랜드 창출과 상호 협력을 기반으로 하는 인프라를 구축하는 목적을 가지고 있다. 서울드라마어워즈 조직위원회와 한국방송협회와 주최하고 KBS, MBC, SBS, EBS, 문화체육관광부가 후원하는 2011년 제6회 서울드라마어워즈는 지난 8월 31일부터 9월 4일까지 5일간에 걸쳐 개최되었는데, 시상식은 KBS 홀에서, 부대행사는 서울 광화문 세종문화회관 일대에서 열렸으며 관계자와 관객, 언론, 참석자를 합해 약 3만 명에 달하는 인원이 참석한 거대 문화 행사로 치러졌다. 2011년 행사는 역대 최다인 세계 37개국의 장, 단편 드라마 총 204편이 출품되었으며, 시상식에 1,521명, 부대행사에는 26,942명이 운집한 것으로 집계되었다.

2011 서울드라마어워즈의 행사는 사전행사와 토론회, 시상식과 부대행사로 구성되었는데, 먼저 사전행사에서는 'TV 영화제'란 제목으로 2011년 출품작 중 단편 작품에 대한 사회가 열려 덴마크, 폴란드, 독일, 중국 등 4개국의 총 6작품이 상영되었다. 토론회에서

는 서울드라마어워즈의 지속적인 발전 방안을 모색하기 위해 국내·외 전문가 7인으로 구성된 패널들의 토론이 있었다. 시상식은 총 38명의 초청자(해외 21명, 국내 17명)가 참여한 ‘레드카펫’ 행사를 시작으로, 전체 출품작 중 26건에 대한 시상이 진행되었고 국내·외 드라마관계자, 시상자, 수상자 등 300여 명이 참석한 축하연을 끝으로 마무리되었는데, 행사의 전 과정은 내·외신 91개사(220명)에 의해 전 세계로 보도되었다. 2011년 서울드라마어워즈 시상식에서 중국의 <Three Kingdoms>가 대상을 차지했고, 단편드라마 부문 최우수작품상에는 독일의 <Shades of Happiness>가, 미니시리즈 부문에서는 영국의 <Luther>, 장편드라마 부문에서는 루마니아의 <In the Name of Honour>가 최우수작품상을 수상했다. 연출상은 <Shades of Happiness>를 연출한 Miguel Alexandre가 수상했고, 남자연기자상은 <Three Kingdoms>에서 조조를 연기한 중국의 첸빈천(陈建斌)이 받았으며, 여자연기자상은 <나야, 할머니>에서 열연한 한국의 나문희가 받았다.

한편, 본 시상식과 별개로 여러 부대행사 역시 개최되었는데, CBS(기독교방송), BBS(불교방송), WBS(원음방송) 등 3개 라디오 방송사가 각 1회씩, 총 3회의 공개 방송을 진행하였고, ‘한류드라마관’, ‘미국드라마관’, ‘한·호 수교 50주년 기념 호주 특별관’ 등 3개 부분의 쇼케이스도 진행되었는데, 쇼케이스에는 레드카펫 및 포토월, 이벤트 등의 세부 프로그램이 진행되었다. 또 가수 및 인디밴드 11팀을 초청하여 드라마 OST를 테마로 공연을 진행하였으며 미국, 덴마크, 한국의 2011 서울드라마어워즈 출품작 4개 작품에 대한 야외 시사회도 진행되었다.

그림 7-2-1 2011 서울드라마어워즈 / 2011 코리아드라마페스티벌 포스터



### 3 코리아드라마페스티벌(KDF, Korea Drama Festival) 개최

서울드라마어워즈와 마찬가지로 2006년 시작된 코리아드라마페스티벌은 매년 경상남도 진주시 일원에서 개최되며, 드라마의 세계화를 통해 한류의 세계화 및 지역경제 활성화와 국가 브랜드 가치 향상에 기여하고자 기획되었다. (사)코리아드라마페스티벌 조직위원회가 주최하고 경상남도, 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원 등이 후원한 제5회 코리아드라마페스티벌은 2011년 10월 1일부터 9일까지 9일간 진행되었는데, 총 503,000명(국내 500,000명, 해외 3,000명)의 인원이 행사에 참석한 것으로 집계되었다.

2011년 코리아드라마페스티벌의 주요 프로그램은 다음과 같다. 먼저 경남문화예술회관에서 행사 기간 중 ‘코리아드라마어워즈’가 열려 13개 부문에 걸쳐 심사와 시상식이 진행되었다. 코리아드라마어워즈 대상은 <시크릿 가든>이 받았고, <시크릿 가든>의 김은숙 작가는 작가상을 받았다. 연출상은 <성균관 스캔들>의 김원석 PD, 남자 최우수연기상에 <시티헌터>의 이민호, 여자 최우수연기상은 <로열 패밀리>의 염정아가 수상했다.

한편, 한류드라마 스페셜 이벤트로 그룹 ‘부활’이 ‘드라마 스페셜’이라는 타이틀로 공연을 벌였고, 드라마 OST를 주제로 한 콘서트인 ‘드라마와 OST의 만남’ 행사가 경남문화예술회관에서 개최되었다. 또 신인연기자 발굴을 위한 ‘뉴-스타선발대회’와 가족을 위한 특별 공연인 ‘드라마인키즈’ 역시 같은 자리에서 성황리에 진행되었다.

이와 함께 학술 관련 행사가 경남과학기술대학교에서 열렸는데, ‘국제영상포럼: 아시아 드라마의 도전과 미래’란 제목의 학술 포럼에 해외드라마 관계자, 국내 방송계 임원 및 관계자 50여명 참석하였으며, 대학생 100명이 참가한 ‘드라마 영상 아카데미’도 개최되었다. 또 ‘창작 극본 공모전’도 개최되었는데, 제출된 총 400여 편의 극본 중 양질의 작품을 발굴하여 시상하고 발표하는 자리였다.

2011년 코리아드라마페스티벌의 부대행사로는 남강변 일대에서 개최된 ‘드라마 테마파크’를 첫 손에 꼽을 수 있다. ‘드라마 테마파크’는 전시와 체험, 문화와 이벤트 행사로 구분되어 진행되었는데, 전시 행사로는 드라마 세트장 전시, 방송장비 전시, 추억의 교실 7080 거리 전시 등이 있었다. 체험 행사는 서당/관아 체험, 다도(茶道) 체험, 특수효과 체험, 공예 체험, 캐리커처(caricature) 체험, 액션/스턴트 체험, 특수분장 체험 등 다양한 체험 프로그램이 진행되어 인기를 끌었고, 문화 행사로는 드라마 저자거리, 추억의 음악다방, 포토 존 등의 행사가 열렸다. 끝으로 이벤트 행사에는 어워즈 레드카펫, 옷찾사 퍼포먼스, 꽃가마 여행 이벤트와, 2.5m의 로봇이 테마파크를 다니며 관람객들과 사진촬영을 하는 로보칸 쇼 등이 진행되었다. 이와 별도로 남강변에 설치된 특설무대에서는 행사 기간 중 15개팀이 55회에 공연하는 ‘프린지 페스티벌’이 개최되었으며, 드라마 사진전, 드라마 포스

터전, 드라마 스케치 등의 행사와 상권 활성화 연계사업인 ‘진주를 찾아라’도 함께 진행되었다. 이 중 상권 연계화 프로그램은 DJ박스 운영, 연예인 팬 사인회, 드라마 스케치전, 프린지 공연을 중심으로 진행되었다.

#### 4 부산국제광고제 개최

문화체육관광부는 아시아 광고산업의 허브로 부산시를 육성하고 국가 및 국가 광고산업의 경쟁력 강화에 기여한다는 목표 아래 지난 2008년부터 부산국제광고제를 개최하고 있다. 2011년 부산국제광고제는 8월 25일부터 27일까지의 3일간 부산 해운대 그랜드 호텔에서 개최되었는데, 전 세계 46개국에서 광고 7,130편이 온라인 사이트(www.adstarsfestival.org)를 통해 출품되었고 이들 중 41개국의 광고 1,267편이 본선에 진출했다. 광고제 참가 인원은 해외 방문객 3,000명을 포함하여 연 89,000여 명으로 추산된다(초청 VIP 250, Press 50, 일반인 참관 34,700, 온라인 참가 54,000여 명).

2011년 부산국제광고제는 사전행사, 공식행사, 부대행사 등으로 구성되었는데, 사전행사에는 심사위원 사전미팅(Pre-Meeting), 예선심사(7월 중 35개국 93명의 심사위원에 의한 온라인심사) 등이, 공식행사에는 개·폐회식 및 시상식(9개 부문, 총 100편 시상) 등이, 끝으로 부대 행사로는 전시와 컨퍼런스 그리고 기타 행사 등이 진행되었다.

2011년 부산국제광고제 공익광고 부문 대상은 광고회사 Publicis Indonesia에서 출품한 <Mud-Flow>, 제품/서비스 부문 대상은 광고회사 Tokyu Agency에서 출품한 <Japan World Cup>이 각각 선정되어 수상하였다. 수상자에게는 한국방송광고공사(KOBACO)와 KNN의 후원으로 각 1만 달러의 상금이 주어졌다.

전시 행사에는 한국, 미국, 중국, 일본, 러시아, 남아공, 칠레 등의 공익광고가 전시된 ‘세계 공익광고 전시관’ 프로그램과 예선 통과된 작품들을 대상으로 하는 전시 행사인 ‘파이널리스트 상영 및 전시’ 프로그램, 해운대 해변에서 열린 ‘공공브랜드 홍보관’, 그리고 ‘협찬사 홍보관 및 KOBACO 세계공익광고 전시’ 프로그램이 진행되었다. 컨퍼런스 부문

표 7-2-2 부산국제광고제 출품작 규모

연도	참가국 수	출품작 수
2008	29개국	3,105편
2009	38개국	3,258편
2010	41개국	5,437편
2011	46개국	7,130편

출처: 한국광고협회 광고정보센터(www.ad.co.kr)



에서는 ‘공공 브랜드의 관리와 미래 전망’ 등 총 16개 주제에 대한 세미나와 ‘대회 심사위원들과의 대화’ 프로그램이 진행되었다. 또 기타 행사로는 광고업계 취업설명회와 역대 부산국제광고제 수상작 상영 및 홍보대사(가수 김도향) 공연 등 시민참여 축제(‘Beach AD Night’), 그리고 5개국 140여 명이 참여한 대학생 광고경연대회인 ‘Young Stars AD Competition’ 프로그램 등이 성황리에 개최되었다.

2011 부산국제광고제의 주요 성과를 살펴보면 다음과 같다. 우선 출품규모로 봤을 때 부산국제광고제는 세계 주요 광고제들의 출품규모의 감소세에도 불구하고, 전년 대비 31%가 증가하는 흥행을 기록했으며 태국의 ‘Ad Fest’를 제치고 아시아 최대 광고제로 성장했다. 또한 이번 행사는 3D 광고체험, 공공브랜드 홍보관 등 다양한 볼거리로 일반인 참여가 크게 증가하였는데, 해외 도시·국가브랜드의 성공적 캠페인 사례를 공유하는 공공브랜드 홍보관, 3D광고 체험부스 등 다양한 부대행사에 대한 일반인 참여율은 전년대비 무려 30%나 증가하는 성과를 거두었다. 그리고 역대 수상작을 활용한 광고제 홍보를 통한 광고산업 저변 확대라는 대회 본연의 취지도 어느 정도 달성했다고 평가된다.

## 제 2 절 교육 프로그램 운영

### 1 다큐멘터리 디렉터 스쿨 운영

문화체육관광부는 국내 콘텐츠 산업, 특히 저변이 약하고 지원이 시급한 다큐멘터리 분야의 인적 기반을 확충하고 그로 인한 산업 발전에 기여한다는 취지로 지난 2002년부터 다큐멘터리 디렉터 스쿨 프로그램을 운영하고 있다. 2011년 다큐멘터리 디렉터 스쿨 사업은 (사)독립제작사협회가 보조사업자로 참여하여 2011년 1월부터 2012년 1월까지 각 교육 기간(1일 7시간)에 걸쳐 제작과 마케팅 두 부문에 걸친 전문가를 양성하였는데, 수료한 인원은 총 51명이다(제작디렉터 41명, 마케팅디렉터 10명). 전체 수료 인원 중 1명을 제외한 50명이 취업에 성공하였고, 수강생의 만족도도 평균 84점에 달하는 등 질적 차원에서도 많은 성과를 거뒀다고 평가할 수 있다.

표 7-2-3 다큐멘터리 디렉터 스쿨 실적(2008년~2011년)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년
교육과정 수	2과정	2과정	2과정	2과정
수료 인원	40명	40명	36명	51명
취업 인원	38명	40명	36명	50명

교육 과정은 전술한 바와 같이 제작디렉터와 마케팅디렉터 과정의 두 가지로 구분된다. 교육과정은 다시 이론, 기초실습, 제작실습, 현장실습의 3부분으로 나뉘지는데, 마케팅 디렉터의 경우는 국내외 견본시 연수를 통해 현장 실무를 체험하는 프로그램이 추가로 편성되어 있다. 아래 <표 7-2-4>와 <표 7-2-5>는 2011년 다큐멘터리 디렉터 스쿨의 커리큘럼을 요약 정리한 내용인데, 각 분야가 요구하는 이론 및 실무 경험을 축적하도록 잘 구성되어 있다는 사실을 알 수 있다.

표 7-2-4 2011년 다큐멘터리 디렉터 스쿨 세부 교육과정(제작디렉터 과정)

구분	기간(일정)	교육목표 및 내용
이론 교육 (PD,MD 공통)	4주 (2.21~3.15)	TV 프로그램 제작이해, 프로그램 연출론, 영상문법, 방송기획, 스토리텔링 이해, 취재방법론, 3D 입체영상 등 연출적 소양과 방송에 대한 이해 중심의 수업 진행
기초실습교육 - 촬영 / 1:1 편집 / NLE 편집	4주 (3.21~4.15)	각 과정별로 1주씩 전임강사 지도하에 제작 과정에 필요한 기초실무과정 실습과 심화 교육 진행
제작 실습 교육	24주	실습 전 제작·연출관련 이론 교육을 실시하고 다양한 방송프로그램 제작 전 과정에 대한 반복 실습교육을 통해 연출 마인드와 프로그램 제작능력을 함양, 실습담당 전임강사를 통해 교육생들의 개인 제작능력 최대한 고취
- 취재물 제작 I (3인 1조 / 5분)	1주 (4.18~4.22)	직접 발로 뛰는 현장 취재와 해당 아이টে에 대한 밀착
- 취재물 제작 II (2인 1조 / 5분)	1주 (4.25~4.29)	시장 중심의 다양한 소재 발굴과 6mm카메라의 기동성을 살리는 생동감 있는 현장 프로그램 제작실습
- 단편드라마 (4인1조 / 10분)	2주 (5.2~5.13)	각색을 통한 스토리텔링 훈련과 정확하고 생생한 영상표현을 통해 드라마적 연출 감각 고취
- vj 제작 (2인 1인 / 8분)	4주 (5.16~6.10)	6mm 카메라 촬영을 통해 현장과 인물에 대한 밀착과 기동성 있는 취재를 통해 VJ 프로그램 특유의 발 빠른 취재와 생생한 현장기록
- 스튜디오 I, II (10인 1조 / 28분)	4주 (6.13~7.8)	아침 종합구성물을 기본 형식으로 세트제작, TD, 오디오, 카메라 등 교육생들이 직접 스태프 역할을 분담해 2주에 한편씩 스튜디오 물 제작실습 진행
- 다큐멘터리 제작 (2인 1조 / 8분)	4주 (7.11~8.3)	다큐멘터리적 발상과 기획 그리고 취재와 편집을 통해 현실과 주위 현상에 대한 새로운 사실과 연출자의 주제의식 있는 메시지 전달
교육생 집체교육	2박3일 (8.4~8.6)	졸업 작품 관련 기획 회의와 교육생들의 이후 진로에 대한 상담, 하반기 제작 실습을 위한 사기 진작 도모
- 졸업 작품 제작 (1인 1조 / 10분)	4주 (8.16~9.9)	기획에서 촬영, 편집, 대본작성까지 1인 1 제작 실습 과정을 통해 개인적 제작역량을 최대한 끌어올리며 교육생과 실습강사와의 1:1 개인 멘토 교육 지향
- 자유 작품 제작 (1인 1조 / 10분)	4주 (9.14~10.7)	방송프로그램의 장르와 소재에 관계없이 창의적인 발상과 아이디어로 풍부한 영상표현과 스토리 전달 등 새로운 프로그램 제작에 대한 연출자의 제작 능력 함양
현장 실습	10주	방송제작사에 근무, 제작실습 관련 교육 및 취업연계
총 교육시간		43주 1,412시간

표 7-2-5 2011년 다큐멘터리 디렉터 스쿨 세부 교육과정(마케팅디렉터 과정)

구분	기간(일정)	교육목표 및 내용
이론 교육 (PD,MD 공통)	4주(2.21~3.15)	TV 프로그램 제작이해, 프로그램 연출론, 영상문법, 방송기획, 스토리텔링 이해, 취재방법론, 3D 입체영상 등 연출적 소양과 방송에 대한 이해 중심의 수업 진행
기초실습교육 - 촬영 / 1:1 편집 /NLE 편집	4주(3.21~4.15)	각 과정별로 1주씩 전임강사 지도하에 제작 과정에 필요한 기초실무 과정 실습과 심화 교육 진행
제작 실습 교육	1주(4.18~4.22)	직접 발로 뛰는 현장 취재와 해당 아이템에 대한 밀착시도
마케팅 이론 교육		콘텐츠 마케팅과 미디어환경에 대한 기본적 이해
- 콘텐츠 산업 이해	1주(4.25~4.29)	콘텐츠 산업에 대한 이해와 미디어 환경의 변화에 관한 시장조사를 통해 비즈니스 실무에 기본적 이해도를 넓힘
- 영상비즈니스 이해	1주(5.2~5.6)	영상물 계약과 수출입에 대한 기본적인 과정과 실무이해
- 국제견본시 마케팅	1주(5.9~5.11)	부산 BCM 참가를 위해 견본시 이해와 마케팅에 대한 이해
- 디지털 미디어 마케팅	1주(5.23~5.27)	디지털 미디어의 시장 및 사례조사와 마케팅방안의 이해
- 콘텐츠 수출입 실무		장르별 콘텐츠의 수출입에 대한 사례 분석 및 시장 조사
- 콘텐츠 해외마케팅	1주(5.30~6.3)	상해 STVF 참가를 위한 사전 준비로 대표적 미디어기업과 국내 대표적 콘텐츠 유통배급사의 비즈니스 책임자들의 강의로 아시아 시장과 비즈니스 전 과정에 대한 상세한 사례 설명과 토론 중심의 수업진행.
- 중국영상산업 이해		중국영상산업에 대한 이해와 마케팅 사례분석을 통해 STVF 참가 시 중국시장에 대한 이해도를 높이고자 함
- 드라마 비즈니스 이해	1주(6.20~6.24)	현 드라마 시장의 현황 파악과 제작 프로세스 이해, 그리고 드라마 해외시장 개척을 위한 킬러콘텐츠 개발에 대한 논의와 토론 중심의 수업 진행
마케팅 실습 교육		콘텐츠 장르별 마케팅 관련 실무 실습
- 국제 비즈니스 영어	16주(48시간)	원어민 강사로부터 비즈니스 영어에 대한 실제 응용사례를 중심으로 국제 비즈니스 실무에 대한 기본적 감각과 원활 한 소통을 돕고자 함
- 영화 제작 기획서 작성	1주(6.27~7.1)	영화 기획과 제작에 대한 전반적인 과정 이해 및 개인별 영화 제작 기획안 작성 및 발표
- 게임 사업 계획서 작성	1주(7.4~7.8)	게임 시장 조사 및 개인별 사업 계획서 작성 실습
- 스마트 TV 비즈니스	1주(7.11~7.15)	N 스크린시대를 맞이하여 다양한 스마트환경 내에 이뤄지고 있고 콘텐츠 유통과 비즈니스에 대한 이해와 토론중심 수업
- SNS 실습	2회(8주 활동)	SNS 마케팅 사례 분석과 SWOT 분석을 통해 SNS 마케팅에 대한 이해를 돕고 실제 디렉터스쿨 계정으로 스쿨 홍보와 인지도 확산을 위해 소셜 커뮤니티 운영 및 홍보 활동 중심 수업 (트위터, 페이스북)
- 멘토 심화 실습	5주(7.18~8.26)	1:1 멘토 심화교육을 통해 현장 실무에 대한 감각과 전문성을 향상시키고 이후 희망분야에 취업 연계 프로그램 도모 (드라마 기획개발 / 일본권 비즈니스 / 중화권 비즈니스 / 일본영화 수입배급 / 캐릭터 비즈니스 / 애니메이션 해외 마케팅)

국내·외 견본시 연수		방송 견본시 참가를 통해 마케팅 실무 교육
- 부산콘텐츠마켓	3일	제 5회 (5.12~5.14) - 상반기내 국내 견본시 참가 실습
- 상해TV페스티벌	3일	제 17회 (6.7~6.9) - 아시아 최대 규모의 영상 콘텐츠 견본시
- 서울 캐릭터 & 라이선스 페어	5일	제 4회 (7.20~7.24) - 아시아 최고의 문화콘텐츠 라이선싱 SHOW
- BCWW	3일	제 11회 (8.31~9. 2) - 국내 최대 규모의 방송영상 콘텐츠 마켓
- MIPCOM	4일	제 27회 (10.3~10.6) - Reed Midem이 주관하는 세계 최대의 국제 방송영상견본시
현장 실습	10주	콘텐츠 관련 회사에 근무, 마케팅 현장실습 및 취업 연계
총 교육시간		43주 1,412시간

2012년에도 다큐멘터리 디렉터 스쿨은 최첨단 영상이론과 현장 중심 집중 실습을 통한 교육을 10개월 간 주 5일 과정으로 운영되었으며, <표 7-2-6>은 세부 교육 과정을 보여 주고 있다.

표 7-2-6 2012년 다큐멘터리 디렉터 스쿨 세부 교육 과정

구분 (주4일, 10개월)	세부 내용	
방송기초교양(5주)	방송기초교양, 방송연출론, 프리프로덕션 이해, 방송제작환경론, 프로덕션 과정 이해, 프로그램 제작론, 포스트 프로덕션 이해, 프로그램 제작 이해 등	
제작기초교육(3주)	카메라 기초 실무, 1대1 편집, NLE 편집 (컴퓨터 영상, 음향 편집)	
기초제작 및 마케팅 실습(3주)	<ul style="list-style-type: none"> <li>제작 : 공익광고 제작실습, KIPA 홍보영상을 제작, 취재를 제작실습, 과제평가, 토론</li> <li>마케팅 : BCM 참가, 방송영상산업 콘텐츠 유통 이해, 장르별 콘텐츠 이해</li> </ul>	
제작실습 및 마케팅 이론 및 실습(5개월)	제작디렉터 과정	마케팅디렉터 과정
	VJ프로그램 제작, STUDIO 종합구성 프로그램 제작, 드라마 제작, 다큐멘터리 제작, 졸업작품 제작	방송영상 콘텐츠 유통과 실제, 드라마 기획과 마케팅, STVF 참가, 한류전망, 영화 기획, 마케팅, 배급, 유통, 콘텐츠 업체 현장 탐방, BCWW 참가 등
관련회사현장실습교육 (2~3개월)	<ul style="list-style-type: none"> <li>제작디렉터 과정 : 독립제작사 현장실습 교육</li> <li>마케팅디렉터 과정 : STVF, BCWW, MIP-COM 참가, 관련회사 현장 실습 교육</li> </ul>	

## 2 해외 방송인 초청 교육 사업

문화체육관광부는 국가 방송통신융합산업의 차세대 디지털 환경 속에서 한류 확산에 기여하고 방송영상콘텐츠의 해외진출과 한국 방송교육의 우수성을 전파할 수 있는 한류 선호 해외방송인 초청 연수 프로그램을 진행하였다. 이는 현재 한국과 긴밀한 경제협력

관계를 맺고 있는 한류 선호국가의 방송 전문인들에 대한 직능교육을 통해 한국 인식도를 높이는 민간외교 차원의 교육 시행함으로써 지속 가능한 한류 발전을 도모하고자 하는 정책 목표를 달성하기 위한 것이다.

구체적으로 해당 프로그램은 (사)한국PD교육원을 보조사업자로 선정하여 2011년에 총 3회(상반기 2회, 하반기 1회)에 걸쳐 진행되었는데, 대상 국가(조직)는 몽골 국립방송(MNB) 교육과 중국 안후이성(安徽省) 허페이(合肥) 방송사 등 2개였다. 상반기에는 4월 17일부터 5월 10일까지 23박 24일의 일정으로 15인의 몽골국립방송 소속 방송인력에 대해 교육이 진행되었으며, 6월 21일에는 16인의 중국 허페이 방송사 신입 방송인력에 대한 초청교육(왕복항공료 제외 경비 일체 부담)이 진행되었다. 하반기에는 8월 20일부터 9월 10일까지 21박 22일의 일정으로 15인의 몽골국립방송 인력에 대한 교육이 시행되었는데, 세부 교육 내용은 현장(제작현장, 세트장 등) 견학 및 관계자 미팅, 방송영상프로그램 제작 실습, 국내 유명 PD(감독)와의 만남, 한국 문화 탐방 및 산업시설 견학, 한국어교육 등으로 구성되었다. 문화체육관광부는 해외 방송인 초청 교육 사업이 방송영상제작의 노하우를 전수하고 방송인력 교류를 통한 한류콘텐츠 홍보 효과뿐만 아니라, 양국의 민간 차원의 우호증진에도 도움이 된다고 보고 향후 지속적으로 사업을 추진해 나갈 예정이다.