

Monthly Issue Briefing

2012
월간 이슈브리핑

<http://www.korea.kr>

2012. 10. 11. 제7호(통권 7호)

- 1- 정책 동향- 국내 방송영상 제작시설의 문제점과 개선방안
음원전송사용료 개정안의 주요 내용
- 2- 세미나/포럼- 콘텐츠 미래비전 제10차 정기포럼
문화의 시대, 콘텐츠산업의 국가 성장동력화 방안
미래 성장동력 산업, 콘텐츠-ICT 활성화
- 3- 뉴스브리핑- 콘텐츠산업 관련기사 요약 · 정리

• 작성/정리

강익희 산업정책팀 수석연구원
변미영 산업정책팀 책임연구원
서다영 산업정책팀 사원
최원진 미래전략팀 사원

• 감수

윤호진 산업정책팀장

▲
정책 동향

국내 방송영상 제작시설의 문제점과 개선과제



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

국내 방송영상 제작시설의 문제점과 개선과제

□ 방송영상 제작시설의 현황

- 방송영상 제작시설은 단순히 물리적 공간만이 아니라 드라마와 영화산업의 발전을 위한 중요한 경쟁 요소 중의 하나
 - 제작시설은 영상 미장센을 구성함으로써 콘텐츠의 완성도에 지대한 영향을 미침
 - 제작시설은 제작비용 지출과 관광 등으로 인해 지역경제의 활성화를 촉진하고 고용창출에 기여하는 산업
 - 미국과 영국 등 영상산업의 선진국들은 영상산업의 발전을 통한 지역 및 국가 경제성장을 위해 영상제작시설의 집적화와 영상제작의 지역화 노력을 강화하고 있음
- 우리나라 방송영상 제작시설은 지상파 방송사를 중심으로 구성되어 왔지만 최근 외주제작비율 확대에 따른 외주영상물(특히 드라마)의 제작을 위해 민간시설이 확대되었으며, 공공기관과 지자체에 의해 제작시설의 확충이 이루어지고 있는 상황
- 제작시설은 실내세트장과 야외촬영장으로 구분하는데 운영주체에 따라서 지상파, 민간, 공공시설 등으로 구분할 수 있음
 - 2011년 말 조사에 따르면, 실내세트장의 경우, 방송사는 32개 업체, 공공/민간은 25개로 파악됨. 야외촬영장은 57개 업체 중 지상파 방송사 3곳, 공공/지자체/민간 세트장 39곳으로 구성
 - 실내세트장 중에서 민간시설의 경우, 대부분이 수도권에 분포되어 있으며, 야외촬영장은 수도권뿐만 아니라 경상, 전라, 충청 지역에 산재해 있음
 - 수도권에서는 제작시설이 부족하여 실내 세트장의 경우, 폐공장이나 물류창고 등을 개조하여 제작시설을 활용하는 경우도 빈번함

□ 방송영상 제작시설 이용현황과 문제점

- 드라마나 영화 제작자들이 제작시설의 이용에 있어서 가장 중요하게 고려하는 사항은 제작시설의 규모, 시설 사용료/임대료의 적절성, 지리적 근접성, 우수한 시설운영인력의 보유, 최신장비/시설의 보유 등의 순으로 나타남
- 제작시설의 수급과 관련해서는 부족하다는 의견이 많았으며 특히 실내 스튜디오의 부족이 심각하다는 의견이 많았음
 - 실내스튜디오의 공급부족은 케이블과 종편의 드라마 제작에 따른 영향 이외에 기존 제작시설의 규모가 최근 대규모 드라마나 영화제작이 요구하는 규모에는 미치지 못하는 사실에도 연유
- 기존 방송영상 제작시설의 문제점에 대해서는 다음과 같은 점들이 지적됨

▲
정책 동향

국내 방송영상 제작시설의 문제점과 개선과제



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- 시설의 낙후, 전문시설의 부족 및 부대시설의 미흡 혹은 부재: 조명이나 세트 같은 시설이 부족하고, 냉난방 시설이나 방송시설 등 스튜디오에 전문시설이 필요하며, 분장실, 대기실, 휴게실 등 부대시설이 부재
- 시설의 낮은 수익성으로 인한 재정적 압박의 심화: 낮은 시설 이용률(최대 가동률 70% 안팎)과 낮은 임대료/사용료로 인해 수익창출에 한계가 있음
- 야외촬영장의 경우는 후속 수익모델의 창출이 미흡: 지자체의 입장에서는 막대한 비용투자 이후 제대로 된 관리를 하기 어려워 애물단지로 전락한 경우가 많음

□ 방송영상 제작시설의 운영 개선방안

- 시장의 수요에 대응한 제작시설의 공급 강화
 - 3D와 같은 첨단 촬영에 적합한 시설이나 1천 평 이상의 대규모 드라마 스튜디오 등과 같은 수요를 반영한 제작시설의 공급이 이루어져야 함
- 공공 중심의 제작시설 지원체계의 구축
 - 제작시설의 구축에는 규모의 경제와 장기간의 투자가 필요하다는 점에서 영상시장이 제한적인 우리나라에서는 민간주도로 이루어지기 어려워 공공의 역할이 중요한 부분을 차지
 - 하지만 공공 제작시설의 운영 시, 기존 민간사업자와의 공존에 대한 제도적인 장치가 필요하고, 경우에 따라서는 민간(중소규모)-공공부문(대규모)의 역할을 구분하는 방안을 고려해볼 수 있음
- 제작시설 운영의 수익성 강화 전략 개발
 - 제작시설 운영에 있어 수익성을 개선하기 위해서는 임대뿐만 아니라 관광과 연계되거나 세트제작과 같은 연관 사업 활동이 활발하게 이루어질 수 있도록 해야 함
 - 비수도권의 실내스튜디오는 로케이션 서비스와 결합하여 프로젝트 유치를 활성화할 수 있도록 해야 하며, 스튜디오 소재지 근처의 로케이션에 대한 정보서비스가 체계화될 필요가 있음
 - 야외촬영장의 경우, 이용률 제고를 위해 가변 세트장과 같은 시설을 확충한다든지 지역의 자연 문화시설을 활용한 특징적 시설을 구축하거나 특수시설을 유치하는 것이 필요. 무엇보다도 장기적인 계획에 입각하여 영상, 교육, 관광 등을 결합한 전략적 접근을 하는 것이 바람직

▲
정책 동향

음원전송사용료 개정안의 주요 내용



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

음원전송사용료 개정안의 주요 내용

□ 음원전송사용료 개정 배경

- 2008년 2월에 승인된 저작권사용료 징수규정이 불법복제물의 범람에 대처하여 온라인 음악시장의 유료화와 안정적 성장에 기여
 - 창작(제작)자 수익 안정화 및 창작-유통-소비의 선순환 산업 생태계 강화
 - 정산의 투명성 확보, 합리적 수익배분 등 공정 산업생태계 조성
- 그러나 스마트폰 활성화 등으로 음악의 이용량이 증가하는 상황에서 음악시장의 지속 성장을 위해서는 징수체계의 변화 필요

□ 음원전송사용료 개정 승인 진행 경과

- 문화체육관광부는 음악저작권 3단체¹⁾의 온라인 음악 전송에 대한 사용료 징수규정 개정 신청('11.12.~'12.1.)에 대해 2012년 6월 8일 최종 승인
 - 권리자와 유통사, 일반 소비자 등 다양한 이해관계자간에 ▲종량제 전환과 단가 인상 ▲정액제 기반에서 점진적 개선 ▲현행 저가의 정액제 기조 유지 등 입장 차이가 있었으나, 개정안이 제출된 이후 약 5개월 동안 한국저작권위원회의 심의를 거치면서 모두 23차례의 이해관계자 의견청취와 공청회 개최 및 저작권 상생협약체 회의를 통해 이해 당사자간 의견을 조율 진행
- 문화체육관광부는 유통사업자들이 새 규정에 맞춰 상품을 새롭게 구성하고 소비자에게 홍보할 수 있는 기간이 필요한 점을 감안하여 개정안은 2013년 1월 1일부터 시행기로 함
 - 시행 이전에 자동결제 방식으로 가입한 이용자는 그로부터 6개월간 동일한 요금으로 기존의 상품을 향유할 수 있도록 하여 제도변경에 따른 이용자의 이탈자 최소화

□ 음원전송사용료 징수규정 승인안의 주요 내용

1) 스트리밍의 경우 종량제와 월정액제를 병행하여 선택권 보장

- 종량제 공급단가를 1회당 7.2원으로 설정 (시장가격 12원 정도 예상)
- 정액제 무제한 스트리밍도 가능하게 하여 소비자의 선택을 보장
 - ※ 홀드백 적용으로 상품의 가치 하락 고려
- PC뿐만 아니라 모바일 등에서의 이용증가에 따라, 기기별 또는 통합 이용에 따른 가격 차등화

1) (사)한국음악저작권협회, (사)한국음악실연자협회, (사)한국음원제작자협회

▲ 정책 동향

음원전송사용료 개정안의 주요 내용



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

요금제	구분	저작권자	실연자	음반제작자	비고
종량제	-	곡당 1.2원	곡당 0.72원	곡당 5.28원	-
월정액제	단일플랫폼	300원	180원	1,320원	플랫폼 기준 월정액과 매출액 대비 비율 중 많은 금액
	멀티플랫폼	400원	240원	1,760원	
	요율	매출액의 10%	매출액의 6%	매출액의 44%	

2) 다량 다운로드 상품의 할인율 조정

- 5곡~29곡 범위에서 제작된 앨범단위 판매시 할인율 50% 적용
- 30곡부터 다량상품 할인을 단계적으로 적용하여 100곡 이상의 경우에 최대할인율 75%로 설정 (현행은 90%, 공청회안은 67%, 상생협의체 회의안은 80%) ※ 홀드백 적용으로 상품의 가치 하락 고려
 - 곡당 공급단가(3단체 합계) : 30곡-180원/곡, 100곡 이상-90원/곡

요금제	구분	저작권자	실연자	음반제작자	비고
종량제	-	곡당 60원	곡당 36원	곡당 264원	-
앨범	-	곡당 30원	곡당 18원	곡당 132원	-
묶음	30곡~99곡	곡당 30원	곡당 18원	곡당 132원	1곡 추가시 이전 단가보다 1% 할인
	100곡 이상	곡당 15원	곡당 9원	곡당 66원	-
기간제한	-	38% 추가 할인			-
통합형	-	스트리밍사용료×0.5 + 해당 다운로드 사용료			-

* 곡당 단가는 2013년 70%, 2014년 80%, 2015년 90%, 2016년 이후 100%로 차등 적용

3) 홀드백 규정과 판촉 진흥 규정 신설

- 일정기간 무제한 스트리밍과 묶음 다운로드상품에서 제외 가능 (종량제 스트리밍 및 단품 다운로드로만 판매)
- 신곡 프로모션의 경우, 권리자의 동의를 받아 사용료 면제(최소의 관리비용만 지급)

4) 시장의 자율성 보장과 활성화를 위한 규정 정비

- 종량제의 경우 권리자가 받을 곡당 단가 또는 이용횟수 당 단가만 명시하고 매출액 대비 징수율 근거 삭제
 - 유통사업자가 30~40%의 몫을 추가하여 시장가격 제시 예상

▲ 정책 동향

음원전송사용료 개정안의 주요 내용



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- 결합상품의 경우 자율협의로 개별상품의 단순합에 할인을 적용
- 해외 이용자를 위한 별도의 서비스에 대해서는 상품의 가격 등을 고려하여 자율 협의(문화부 승인으로 확정)
- 규정에 없는 새로운 서비스가 생기는 경우, 서비스 개시 후 2개월 이내에 문화부 승인을 요청하고, 승인 되는 규정에 따라 소급 정산

5) 유예기간 설정과 연도별 차등 적용을 통해 시장의 안정 도모

- 2013년부터 시행, 기존 자동결제는 시행 후 6개월간 요금 동결
- 다운로드 묶음상품 사용료에 연도별 할인율 적용: '13년 30%, '14년 20%, '15년 10%

【표】 주요 서비스에 대한 현행규정과 개정신청안, 승인안 비교

단체	상품	현행 규정	개정 신청안	승인안
음저협	다운로드	<ul style="list-style-type: none"> • 개별 다운로드: 곡당 45원 또는 매출액의 9% • 월정액 회원제 - 120곡 이하: 가입자당 420원 또는 매출액의 8.2% - 120곡 초과: 가입자당 900원 또는 매출액의 10% 	<종량제 또는 매출액 12% 중 많은 금액> • 소유형: 곡당 110원 • 기간제: 곡당 90원 • 접속형: 곡당 4원	<ul style="list-style-type: none"> • 곡당 60원 • 다량 할인시 하한가 곡당 15원 ※ 홀드백 적용
	스트리밍	<ul style="list-style-type: none"> • 가입자당 월 150원 또는 매출액의 5% 		<ul style="list-style-type: none"> • 종량제: 회당 1.2원 • 월정액: 가입자당 300원~400원 또는 매출액의 10% ※ 홀드백 적용
음실연	다운로드	<ul style="list-style-type: none"> • 개별 다운로드: 곡당 25원 또는 매출액의 5% • 월정액 회원제: - 120곡 이하: 가입자당 225원 또는 매출액의 4.5% - 120곡 초과: 가입자당 450원 또는 매출액의 5% 	<종량제> • 소유형: 곡당 64원 • 기간제: 곡당 24원 • 접속형: 곡당 2원	<ul style="list-style-type: none"> • 곡당 36원 • 다량 할인시 하한가 곡당 9원 ※ 홀드백 적용
	스트리밍	<ul style="list-style-type: none"> • 가입자당 월 75원 또는 매출액의 2.5% 		<ul style="list-style-type: none"> • 종량제: 회당 0.72원 • 월정액: 가입자당 180원~240원 또는 매출액의 6% ※ 홀드백 적용

▲
정책 동향

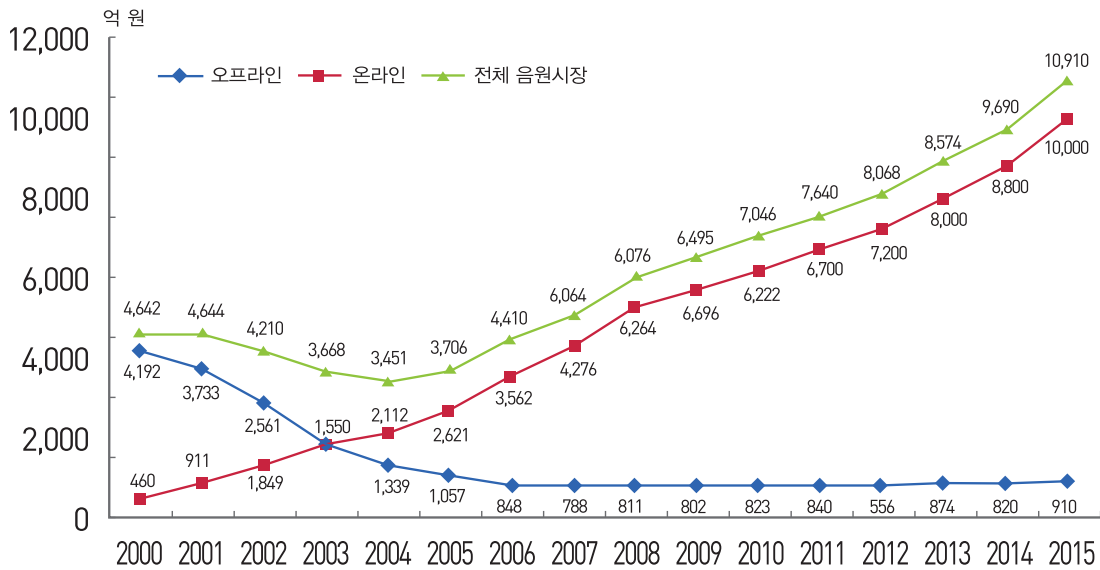
음원전송사용료 개정안의 주요 내용



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

단체	상품	현행 규정	개정 신청안	승인안
음제협	다운로드	<ul style="list-style-type: none"> • 개별 다운로드: 곡당 200원 또는 매출액의 40% • 월정액 회원제: <ul style="list-style-type: none"> - 120곡 이하: 가입자당 2,000원 또는 매출액의 40% - 120곡 초과: 가입자당 4,050원 또는 매출액의 45% 	<종량제> 최소단가 600원	<ul style="list-style-type: none"> • 곡당 264원 • 다량 할인시 하한가 66원 ※ 홀드백 적용
	스트리밍	<ul style="list-style-type: none"> • 가입자당 월 1,050원 또는 매출액의 35% 	<종량제> 최소단가 20원	<ul style="list-style-type: none"> • 종량제: 회당 5,28원 • 월정액: 가입자당 1320원~1760원 또는 매출액의 44% ※ 홀드백 적용

<그림> 음원시장 성장추세 및 전망



※ 출처 및 근거: 2010년까지는 <2011 음악산업백서>, 2012년 이후는 연평균 10% 이상 성장 예측

콘텐츠 미래전략 제10차 정기포럼



한국콘텐츠진흥원



콘텐츠 미래전략 제10차 정기포럼 - 콘텐츠의 문화적 향유 확대방안 -

1. 개요

- 일 시 : 2012년 9월 25일 (화) 14:00~16:20
- 장 소 : 상암동 DMS 12층 다목적홀
- 목 적 : 콘텐츠의 문화적 향유 개념 및 지수개발,
콘텐츠의 향유 확대를 위한 정책과제
발표 및 논의
- 주 최 : 문화체육관광부
- 주 관 : 한국콘텐츠진흥원, 한국문화관광연구원



2. 발제

1) 발제1 : 콘텐츠의 문화적 향유 개념과 정책적 함의

- 우형진(한양대학교 신문방송학과 교수)

□ 국민의 일상생활 변화

- 국민소득의 증가, 여가시간의 확대, 콘텐츠 이용 환경의 변화 등 국민의 일상생활 패턴과 문화생활 양상이 변화

□ 콘텐츠 향유 개념 정립

- 콘텐츠 이용 양상이 변화함에 따라 콘텐츠 이용에 대한 시각 조정과 대체 개념 제시가 필요
- 이를 기반으로 콘텐츠의 경제적 가치보다는 이용자, 소비자 입장에서 콘텐츠 향유 및 복지 논의 필요
- 콘텐츠 향유란 “콘텐츠를 통한 포괄적 즐거움을 획득하기 위해 자발적인 참여와 상호작용행위를 통해 긍정적 정서를 지속하거나 강화시키는 일련의 과정”

□ 콘텐츠 향유 지수 개발

- 콘텐츠의 생산-유통-소비 단계에서 변화된 상황을 반영하고, 콘텐츠 향유의 복합적·입체적 의미 파악

▲
세미나/포럼

콘텐츠 미래전략 제10차 정기포럼



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

을 위한 기준치와 함께 콘텐츠 향유 복지 정책의 기초자료 제공을 목적으로 함

- 문헌연구를 통해 콘텐츠 향유의 개념 정의 후, 30명의 전문가를 대상으로 심층인터뷰를 실시하여 5개의 콘텐츠 향유 지표와 각각의 범주를 개발
 - 콘텐츠 향유 기반지표 : 이용자가 감당할 수 있는 경제력, 여가시간, 접근방법, 콘텐츠 관련 지식수준
 - 콘텐츠 향유 실태지표 : 실제로 소비하는 이용시간, 지출비용, 참여 및 등록횟수, 구입횟수
 - 콘텐츠 향유 참여지표 : 실제로 경험하는 자발성, 상호작용성, 몰입성, 자기목적성
 - 콘텐츠 향유 결과지표 : 이성적 인식도, 심리적 만족도, 정서적 감동, 경제적 혜택
 - 콘텐츠 향유 장애지표 : 콘텐츠의 이용 및 참여를 저해시키는 이용자의 인간관계, 심리적 · 정서적 · 경제적 장애
- 콘텐츠 향유 지표의 지수화 공식
 - (콘텐츠 향유) = (콘텐츠 향유 기반지표) + (콘텐츠 향유 실태지표) + (콘텐츠 향유 참여지표) + (콘텐츠 향유 결과지표) - (콘텐츠 향유 장애지표)

□ 콘텐츠 향유 측정의 정책적 함의

- 성별, 소득, 지역, 연령 등 인구통계학적 변인에 따른 콘텐츠 향유 격차 측정 가능
- 콘텐츠 향유 장르별 측정을 위한 후속 정책 필요
 - 콘텐츠별 특성에 맞게 가중치를 넣는 작업 필요
 - 특정 소비자에 대한 콘텐츠 향유 정도를 복합적 · 입체적으로 파악할 수 있는 정부 대책 마련

2) 발제2 : 콘텐츠의 문화적 향유 확대 방안

- 이기현 (한국콘텐츠진흥원 정책연구실장)

□ 콘텐츠 향유 확대 방안 연구의 필요성

- 콘텐츠에 대한 문화적 관점과 이용자 관점의 접근 필요
- 이용자 복지와 공공콘텐츠 서비스의 확대 방안 마련 필요
- 콘텐츠의 생산, 유통, 소비방식이 근본적으로 변화. 이용동기의 복잡화, 세분화로 콘텐츠 이용환경, 이용능력, 이용만족도에 대한 정책적 고려와 접근 필요

□ 콘텐츠 향유와 문화복지

- 문화복지란 “문화적 욕구충족을 통해 인간다운 문화생활의 보장과 문화생활의 수준 제고로 삶의 질을 향상시키는 공공서비스 또는 정책수단”

▲
세미나/포럼

콘텐츠 미래전략 제10차 정기포럼



한국콘텐츠진흥원



- 문화복지는 문화적 욕구충족, 삶의 질 향상, 문화적 감수성, 창의성 증진, 일상성, 문화적 자각 등과 관련됨
- 콘텐츠 향유의 일상화 필요

□ 해외 정책사례 및 시사점

- 해외 콘텐츠 강국의 콘텐츠정책은 역사와 정책적 맥락에 따라 편차 보임
- 그러나 공통적으로 콘텐츠의 복합적 가치(사회, 문화, 경제적 가치) 극대화 위해 노력
- 콘텐츠의 문화 정책적 접근, 한국형 창조산업 설계의 필요성, 미디어 진흥정책과 콘텐츠산업 진흥정책 통합 필요성 시사

□ 콘텐츠 향유 확대 위한 정책 과제

- 이용환경 개선: 콘텐츠 체험 및 이용공간 확대, 공공콘텐츠 활성화, 지역사회 콘텐츠 활성화, 이용자 보호정책 강화
- 이용능력 향상: 콘텐츠 향유 교육 확대, 콘텐츠 리터러시 강화, 콘텐츠 제작교육 지원
 - 이용만족도 제고: 콘텐츠 평가 및 등급시스템 도입, 콘텐츠의 질적 제고와 향유문화 활성화, 콘텐츠 DB 구축 및 수요 조사

□ 소결

- 콘텐츠의 사회, 문화, 경제적 가치를 창출할 수 있는 창조적 복지가 필요
- 사회복지와 문화복지가 유기적으로 결합되어야 삶의 질 제고 가능
- 경제적 효율성이라는 일차적 차원의 접근이 아닌 창조적 효율성을 추구
- 문화를 통해 배양되는 창의성을 기반으로 국가발전의 새로운 동력 창출과 국민 역량 제고, 국민의 보편적 삶의 질 향상을 지향해야 함
- 궁극적으로 삶의 질을 향상시킬 수 있는 창조문화 생태계를 구축해야 함

▲
세미나/포럼

콘텐츠 미래전략 제10차 정기포럼



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

3. 토론

□ 박은실 (추계예술대 문화예술경영대학원 교수)

- 현재 콘텐츠에 대한 접근이 지나치게 장르에 치우쳐져 있음
- 정책 및 구조적으로 콘텐츠 범위를 확장시키는 가운데 생태계 중심의 이해와 인문학적 접근이 필요

□ 김민규 (아주대학교 문화콘텐츠학과 교수)

- 콘텐츠 향유 환경과 패턴 변화에 대해 다방면의 고민이 필요
- 콘텐츠 향유는 복잡적이어서 지표화가 어려우나 의미 있는 작업임
- 콘텐츠 향유 지수를 병렬적으로 두기보다 동기화에서 행위화까지 선형적 구조로 만드는 것을 제안. 지표들의 계산을 단계적으로 구조화할 필요가 있음

□ 김소영 (숙명여자대학교 경영학과 교수)

- 지수화 공식에서 지표를 더하고 빼기보다 구조방정식모델 이용을 제안
- 향유에 대한 고민 이전에 생산과 소비의 유기적 관계에 대한 연구가 필요
- 각 카테고리의 인과관계에 의한 벡터값에 가중치 두는 것을 제안
- 가치사슬 개념으로의 접근이 필요하며 문화 향유라는 결과뿐만 아니라 투입과 과정에도 집중할 필요가 있음

□ 윤소영 (한국문화관광연구원 책임연구원)

- 지수와 관련하여, 공동체와 같이 향유를 지속시킬 수 있는 조건들에 대한 고민 필요
- 문화 향유의 확대뿐만 아니라 콘텐츠 생태계가 이용자와 어떻게 만날 수 있는지에 대한 고민 필요
- 문화복지에 대한 개념 재정립과 기존 문화복지와의 차이점에 대한 고민 필요

▲
세미나/포럼

‘문화의 시대, 콘텐츠산업의
국가 성장동력화 방안’ 토론회



한국콘텐츠진흥원



‘문화의 시대, 콘텐츠산업의 국가 성장동력화 방안’ 토론회

1. 개요

- 일 시 : 2012년 9월 14일 (금) 09:30~18:00
- 장 소 : 서울대학교 행정대학원(57-1동)
- 주 최 : 한국정책학회, 한국행정연구원
- 주 관 : 한국정책학회
- 후 원 : 교육과학기술부, 국무총리실, 한국연구재단, 한국콘텐츠진흥원 등

2. 제1부

1) 발제 : 콘텐츠 비즈니스 생태계 진단

- 이 원(인천카톨릭대학교 문화예술콘텐츠학과 교수)

□ 콘텐츠산업 트렌드 및 전망

- 제조산업이나 지식정보산업에서 창조산업으로의 전환이 이루어지고 있으며, 그에 따라 문화복지가 굉장히 중요한 시대가 되었음
- 콘텐츠산업 생태계는, 콘텐츠를 중심으로 문화예술, 문화기술, 저작권, 미디어 등의 구성요소들이 작용하는 생태계

□ 콘텐츠산업의 현황 진단과 문제점

- 방송의 경우, 새로운 유통방식이 발전되고 있으나 그에 따른 수익창출의 기회는 부족. 또한 여전히 중편이 부진하고 제작사들의 지상파에 대한 의존도가 높음
- 영화의 경우, 디지털화되면서 전통적인 DVD나 비디오 대여가 줄고, 불법유통의 문제가 해결되지 않고 있음
- 음악의 경우, 디지털 음원시장이 시작되는 초기부터 자리 잡은 불법다운로드, 불법유통 때문에 저가 시장이 형성되면서 지속적으로 저가 음원유통이 고착화되었음. 유통사업자 중심의 시장지배 문제도 시정이 필요
- 멀티스크린 시스템이나 N스크린 같은 다양한 유통 플랫폼 발전에 따른 서비스 플랫폼 정책이 필요

▲
세미나/포럼

‘문화의 시대, 콘텐츠산업의 국가 성장동력화 방안’ 토론회



한국콘텐츠진흥원



□ 콘텐츠 비즈니스 활성화 방안

- 불공정한 거래 개선 및 콘텐츠 창작자의 지위 향상
- 새로운 아이디어와 창의력, 도전의식을 가진 창작자에게 기회를 줄 수 있는 정책
- 유통구조의 선진화, 불법 저작물 유통시장 정상화
- 디지털 컨버전스 관련 법제도의 선진화

1) 발제 : 콘텐츠산업 활성화를 위한 미래정책 방안

– 구문모(한라대학교 미디어콘텐츠학과 교수)

□ 문화산업 및 창조산업의 특성

- 현실적인 정책 추진 및 실행에 있어, 문화산업과 창조산업의 정의에 대한 논의적인 견고성이 필요
- 문화산업 및 창조산업은 모래시계형 산업구조로, 이것은 구조적인 문제일 뿐 개선할 수 있는 문제는 아님
- 문화기업가는 문화 전문인력이 비즈니스를 겸해서 하는 것으로, 이윤추구와 예술적인 가치를 동시에 추구하고 아우르는 것이 문화기업가의 특성임. 이러한 특성을 감안한 문화산업 인력 형성 정책이 필요
- 콘텐츠 R&D정책의 경우, 콘텐츠 혁신 정책에 대한 정의가 내려지고 콘셉트를 발전시킨 후에 진행되어야 함

□ 정책 시사점

- 문화산업진흥기본법 개정
- 문화산업전문기업 양성에 있어서, 재정 보증과 같은 금융시스템이나 프로젝트 참여방법 등을 고민하여 문화산업, 창조산업 고유의 시스템을 만들어내는 것이 중요
- 인재양성 교육과정에서 문화예술 친화적인 경영기법 프로그램 개발
- 기술개발 중심의 R&D보다는 콘텐츠 혁신 중심의 R&D가 필요

3) 발제 : 콘텐츠산업 진흥을 위한 거버넌스 구축방안

– 정철현(연세대학교 행정학과 교수)

□ 콘텐츠산업의 성과와 한계

- 우리나라 콘텐츠산업의 규모가 고성장하고 있으나, 세계시장의 점유율은 2.4% 밖에 되지 않고, 이 수치

▲
세미나/포럼

‘문화의 시대, 콘텐츠산업의 국가 성장동력화 방안’ 토론회



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

는 3년째 정체되고 있음. 또한 수출지역의 편중 현상도 극복해야할 문제임

- 대다수의 콘텐츠기업이 영세하고 큰 기업도 글로벌 기업의 20분의 1 수준. 이는 근본적으로 열악한 창작 환경과 창작자들을 위한 사회 안전망 부족해서 비롯됨
- 저작권 침해에 따른 경제적 손실 및 콘텐츠 창작물의 향유 기반 부족도 문제
- 콘텐츠 친화적이지 않은 생태계 구조

□ 콘텐츠 중심의 생태계 구축 필요성

- 문화산업 성장에 있어서, 콘텐츠가 가장 중요하며 이것이 문화기술, 저작권과 ICT, 유통과 결합되는 생태계가 만들어질 필요가 있음
- 문화콘텐츠산업의 현재 진흥체계를 보면, 많은 부처들이 업무를 따로 관장하고 있으며, 문화예술과 문화기술, 저작권, 미디어(유통) 네 가지가 분리되어 있어 비효율적임. 통합은 ICT 위주로 가는 것보다는 콘텐츠 위주로 가야 함

□ 콘텐츠산업의 거버넌스 구축방안

- 구축을 위한 원칙으로서 가장 중요한 것은 콘텐츠 진흥 영역의 일원화
- 문화예술, 콘텐츠, 저작권, 미디어(유통)를 결합시킨 콘텐츠산업 생태계 형성 필요
- 콘텐츠의 파급효과를 극대화하기 위해, 방통위의 진흥업무를 문화부로 이관하거나, 콘텐츠 생태계 차원의 내용들을 문화부처로 일원화하는 안이 가능

3. 토론

□ 송철민 (한국음원제작자협회 음악정보센터실장)

- 어떤 정책을 펴더라도 대기업 관점에서 보면 대응할 수 있는 방법이 상당히 다양함. 따라서 그들이 일정 부분 포기를 하면서 시장의 건전성 내지는 활성화 측면에 기여를 해줄 필요가 있음
- 저가유통에 대해서는 이통사와 제작자 그리고 창작자 서로간의 커뮤니케이션이 매우 필요하고, 이를 위한 포럼의 자리가 마련되어야 함
- 창작자들에게 서비스 유통에 대한 설명뿐만 아니라, 외국에서의 음반 제작이나 음악의 성향과 같은 해외 정보를 제공할 필요가 있음
- 온라인에서의 저작권 정보를 정리하는 역할이 중요한데, 현재 정보 관리가 매우 미비함

▲
세미나/포럼

‘문화의 시대, 콘텐츠산업의 국가 성장동력화 방안’ 토론회



한국콘텐츠진흥원



□ 김국진 (미디어미래연구소장)

- 문화산업은 본질적으로 인구 규모의 구속을 받기 때문에, 대한민국 문화산업이 발달하지 않는다고 지적을 할 때에 내수시장의 크기를 간과해서는 안 됨
- 기술 기반의 R&D 개념을 콘텐츠 혁신이란 개념 측면으로 봐야 함
- R&D와 문화산업의 효과는 굉장히 장기적이기 때문에 단기적 관점의 성과 측정은 잘못된 것임

□ 김태은 (한국교통대학교 행정학과 교수)

- 정책과 규제 구분은 현실적으로 상당히 어려움
- 현재 발전하고 있는 모든 콘텐츠에 대해서 정부가 개입을 해야 된다는 것은 한 번 생각해볼 필요가 있음
- 각 부처들의 기능 중복이 부정적인 효과도 있지만 긍정적인 부분도 있음. 또한 소수의 기능적인 중복 자체가 크게 문제가 되지 않기 때문에, 이런 부분도 같이 고려해서 거버넌스 구조 틀을 제시해야 함

▲
세미나/포럼

**‘미래 성장동력 산업, 콘텐츠-ICT 활성화’
정책토론회**



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

**‘미래 성장동력 산업, 콘텐츠-ICT 활성화’
정책토론회**

1. 개요

- 일 시 : 2012년 9월 12일 (수) 15:00~17:30
- 장 소 : 서울대학교 행정대학원 국제회의장
- 목 적 : 미래 성장동력 산업으로서 콘텐츠산업의 육성과 발전을 위한 국가적 의제 도출
- 주 최 : 서울대학교 행정대학원
- 주 관 : 서울대학교 행정대학원 정보통신행정연구소
- 후 원 : 한국콘텐츠진흥원, 정보통신정책연구원
- 전체 프로그램 일정

시간	내용	강사
15:00~15:05	개회사	김병섭 서울대학교 행정대학원 원장
15:05~15:15	축사	홍상표 한국콘텐츠진흥원 원장 김동욱 정보통신정책연구원 원장
15:15~15:45	콘텐츠 산업 활성화를 위한 생태계 형성 방안	최세경 미래전략팀장 (한국콘텐츠진흥원)
15:45~16:15	스마트 융합시대 ICT 생태계에 기반한 콘텐츠 산업 진흥정책 방향	황준호 부연구위원 (정보통신정책연구원)
16:15~16:30	휴식	
16:30~17:30	종합토론 및 질의응답	· 사회자 : 조윤선 초빙교수(서울대 행정대학원) · 토론자 : 고정민 교수(홍익대학교) 김태원 대표(푸른여름콘텐츠홀딩스) 송종길 교수(경기대학교) 엄석진 교수(서울대학교) 전범수 교수(한양대학교) 최원용 사무국장(영화제작사협회)

▲
세미나/포럼

‘미래 성장동력 산업, 콘텐츠-ICT 활성화’ 정책토론회



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

2. 발제

1) 발제 : 콘텐츠산업 활성화를 위한 생태계 형성 방안

- 최세경(한국콘텐츠진흥원 미래전략팀장)

□ 문제의식 및 논의 틀

- 콘텐츠산업 활성화를 위한 생태계 형성 방안 논의에는 3가지 틀(콘텐츠의 가치 증가, 콘텐츠산업의 환경 변화, ICT 생태계 논의)에서의 검토가 필요

□ 콘텐츠산업 동향과 이슈

- 창의적인 스토리의 발굴, 스토리텔링 기획력 등이 콘텐츠의 성공을 좌우
- 인간의 감각을 만족시켜주고 이용편의성을 높여주는 다양한 문화기술 적용
- 스마트 미디어, OTT(Over-The-Top) 및 N스크린 서비스 확산으로 온라인 유통과 소비 증가
- 콘텐츠가 관광, 여가, 디자인, 제조업 등 관련 산업에 미치는 파급효과 상승
- 융합의 진전으로 가치사슬이 수직적 결합구조에서 수평적 분화구조로 전환
- 크로스 플랫폼은 네트워크의 우회를 통해 서비스 간의 경계를 붕괴
- 콘텐츠 사업자의 협상력이 증가하는 대신 네트워크 사업자는 수성전략 강화
- 비즈니스 갈등에 따른 시장지배력 강화는 불공정 경쟁에 대한 논란을 야기

□ 국내 콘텐츠산업 생태계 진단

- 시장규모나 수출규모 등에 있어 성장세를 보이고 있으나 세계시장 점유율은 2.4%에 3년째 정체되어 있으며 보편성·다양성 부족 등의 문제를 지님
- 구조적으로는 영세한 기업규모, 열악한 창작환경, 온라인 저작권 침해 증가, 열악한 창조적 재능 함양 시스템 등의 한계 지님

□ 콘텐츠산업 생태계 형성 방안

- 콘텐츠산업 생태계 형성의 핵심조건: 문화예술, 문화기술, 저작권, 미디어
- C(콘텐츠)-P(플랫폼)-N(네트워크)-D(디바이스) 생태계 논의와 한계
 - ICT산업의 경쟁력 제고 위해 콘텐츠를 포함한 가치사슬 생태계 강조

▲
세미나/포럼

‘미래 성장동력 산업, 콘텐츠-ICT 활성화’ 정책토론회



한국콘텐츠진흥원



- 가치를 창출하는 비즈니스 관점 위주이기 때문에 정책 대상으로서의 접근에 한계 존재
- 콘텐츠산업 생태계 형성을 위한 정책 방향과 과제
 - 에코시스템(Ecosystem)에서 에콜로지(Ecology)로 생태계 정책의 관점 전환
 - 콘텐츠의 가치를 극대화하기 위한 핵심요소 연계
 - 모든 생태계의 핵심기반이 되는 자금, 인력, 기술 공급
 - 콘텐츠 관련 혼재된 법체계 통합 및 정비

2) 발제 : 스마트 융합시대 ICT 생태계에 기반한 콘텐츠 산업 진흥정책 방향

- 황준호(정보통신정책연구원 방송미디어연구실 부연구위원)

□ 스마트 융합시대 인터넷 기반 ICT 생태계 등장

- 정보의 디지털화 및 네트워크/플랫폼/디바이스 간 융합의 진전으로 콘텐츠산업의 가치사슬 구조가 변화하면서 양질의 킬러콘텐츠 생산이 핵심 화두가 됨
- C-P-N-D를 연계하는 비즈니스 모델이 성공하면서 새로운 콘텐츠 생태계 등장이 가속화됨

□ 콘텐츠산업 생태계에서 정부의 역할

- 콘텐츠산업 생태계 구조의 조직화를 위한 법제도 환경 제공자
- 콘텐츠산업 생태계의 활성화를 위한 정책 환경 제공자

□ 우리나라 콘텐츠 산업의 취약점

- 아날로그적 콘텐츠 생태계에 머물고 있는 것이 가장 큰 문제. 또한 국내 유통 플랫폼의 글로벌 경쟁력이 취약하고 응용 소프트웨어 산업의 인력·자본 투입 저조에 따른 경쟁력 저하, 저작권 침해와 불공정 거래 분쟁 지속, 열악한 노동환경 등의 문제가 존재

□ 콘텐츠산업 진흥을 위한 정책방향

- 소문자 content에서 대문자 Content로 콘텐츠산업의 영역 확대
- 콘텐츠 생태계 활성화 기반 구축을 위한 정책 에너지 제공
- 공존과 상생의 콘텐츠 생태계 조성을 위한 제도적 환경 구축

▲
세미나/포럼

‘미래 성장동력 산업, 콘텐츠-ICT 활성화’ 정책토론회



한국콘텐츠진흥원  KOREA
CREATIVE CONTENT
AGENCY

3. 토론

□ 고정민 (홍익대학교 경영대학원 교수)

- 가치사슬 중에서도 중소기업 위주의 ‘제작’ 부문에 대한 경쟁력 강화나 배려가 절대적으로 필요
- 콘텐츠 기획·창작 분야와 유통·기기 간 특성이 매우 달라 통합적 진흥체계 구상은 난망

□ 김태원 (푸른여름콘텐츠홀딩스 이사)

- 스토리산업에 대한 각종 지원들에 반해 ICT 등 기술적 분야에 대한 정부의 역할은 미약하여 이로 인해 기업적 논리에 많이 좌우됨
- 콘텐츠 유통의 근본적 문제인 저작권과 불공정거래 관행을 해결하기 위해서는 콘텐츠 진흥정책 대상이 유통 플랫폼사업자가 아닌 제작자가 되어야 함

□ 송종길 (경기대학교 언론미디어학과 교수)

- 콘텐츠산업 생태계 활성화는 유통보다 스토리가 관건
- 비 시장영역이 접해 있는 콘텐츠 부문에 대한 지원이 가장 많이 필요
- C-P-N-D 모두를 아우르려 하기 보다는 효율적인 측면에서 가장 합리적 조직을 찾아내는 것이 필요

□ 엄석진 (서울대학교 행정대학원 교수)

- SNS와 같이 세계화된 유통과 디바이스로 인한 글로벌 기준에 국내 ICT가 어떻게 호응 및 적응해 갈 것 인지에 대한 고민 필요
- ICT 리더십 부재나 정책 동력 상실 측면에 있어 ICT 거버넌스 재구성 시급
- 부처 간 연계 기능을 강화한 효율적 거버넌스 구성을 생각해 볼 수 있음

□ 전범수 (한양대학교 신문방송학과 교수)

- 최근 글로벌 미디어 기업들은 변화된 환경에 대한 대응으로 플랫폼, 스토리, 글로벌을 공통적으로 지향
- 콘텐츠산업 경쟁력 강화를 위해, 콘텐츠와 ICT를 종합적으로 조망함과 더불어 투자와 혁신의 가치를 현실적으로 실현 가능한 시장 가이드라인이 필요함

□ 최현용 (영화제작사협회 사무국장)

- 정책적 논의 이전에 콘텐츠 개념에 대한 명확한 정립과 유통사업자 등 정책적 대상에 대한 구체화가 필요
- 콘텐츠산업에 대한 거버넌스 고민은 국민의 문화적 권리 향유에 초점이 맞춰져야 함

뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원



□ 콘텐츠 일반

○ (서울경제, 9. 2) 온라인 광고, 음악시장 쑥쑥 크다

- 한국콘텐츠진흥원과 관련 업계에 따르면, 지난해 17억 달러 수준이던 국내 온라인 광고시장이 올해부터 매년 평균 12.1%씩 성장하여 오는 2016년에는 31억 달러에 이를 것으로 전망. 국내 유선 인터넷 보급률이 100%에 육박하고, 롱텀에볼루션(LTE)망 보급으로 모바일 환경 또한 크게 개선돼 관련 시장이 급성장하고 있기 때문
- 또한 모바일 기기를 통해 음악을 듣는 사람이 늘어남에 따라 음악시장도 급성장하고 있는 추세. 지난해 8억 5,000만 달러 규모였던 국내 음악시장은 연 평균 10.2%의 성장률을 기록하며 2016년에는 14억 달러에 육박할 것으로 예상되며, 특히 한류 열풍 등의 호재가 많아 향후 성장세가 꾸준할 것으로 관측

○ (머니투데이, 9. 3) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원 '2012 국제콘텐츠 컨퍼런스' 개최

- 문화체육관광부가 주최하고 한국콘텐츠진흥원이 주관하는 '2012 국제콘텐츠컨퍼런스'(DICON 2012, 디콘 콘퍼런스)가 지난 4일부터 이틀간 서울 코엑스에서 개최됨
- 상상력과 기술, 혁신이 융합되어 만들어 가는 콘텐츠의 미래 비전과 그 무한한 가능성을 살펴볼 수 있는 이번 디콘 콘퍼런스에는 팀 맥거번 위스퍼픽처스 CCO(Creative Chief Officer) 겸 할리우드 시각 효과 감독, 모리시타 코조 도에이 애니메이션 부회장 등 미국, 영국, 일본, 중국 등 10개국 32명의 세계적인 콘텐츠 분야 전문가들이 연사로 초청됨
- 이 밖에 세계지적재산권의 UN전문기구인 WIPO(World Intellectual Property Organization)와 한국콘텐츠진흥원의 업무협력 조인식, 콘텐츠업계 관계자와의 네트워킹 파티 등의 부대행사도 마련돼 국내 콘텐츠업계의 해외 진출에 실질적인 도움을 줄 것으로 기대

○ (해럴드경제, 9. 6) 亞 최대 방송영상마켓 BCWW 개막... 한국 프로그램 판매 3000만弗 기대

- 아시아 최대 규모의 방송영상마켓인 '국제방송콘텐츠전시회(BCWW) 2012'가 5일 서울 삼성동 코엑스 홀에서 개최
- 올해로 12회째를 맞는 BCWW에는 세계 50개국 약 250개 사에서 바이어 등 관계자 1500여 명이 참가하였으며, 국내 지상파TV 4사·케이블TV 등 90개 사와 일본 NHK, 후지TV, 영국 BBC 등 해외 전 시사가 마케팅을 펼침. 특히 올해는 한·중 수교 20주년을 기념해 중국관이 차려져 중국국제방송공사(CITVC), 상하이미디어그룹(SMG), 후베이유니버설필름앤티텔레비전 등 100여명이 참가
- 이와 더불어 글로벌 방송 환경 변화를 살피고 미래를 전망하는 콘퍼런스가 개최되어, 'N 스크린 그 이후'와 '프랑스·중국 국제 공동 제작 사례' '중국 콘텐츠 투자 정책 변화' 등을 주제로 한 발표가 이어짐

○ (연합뉴스, 9. 19) 상반기 국내 콘텐츠산업 소폭 성장

- 한국콘텐츠진흥원과 문화체육관광부가 발간한 <2012 2분기 및 상반기 콘텐츠산업 동향분석보고서>에 따르면 지난 2분기와 올 상반기 출판, 음악, 방송 등 국내 콘텐츠산업의 생산과 수출이 전년 동기대비 각각 4.3%, 5.8% 증가했으며, 콘텐츠산업의 수출액 또한 각각 1조 872억 원(2분기), 2조 1천 800

뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

- 역 원(상반기)에 달해, 반기로 따질 때 5.4% 증가함
- 특히 콘텐츠솔루션 산업이 지난해 같은 기간과 비교해 무려 18.9% 증가한 8천 253억 원의 매출액을 기록하며 콘텐츠산업의 매출 상승을 이끌어 냄
- 한국콘텐츠진흥원은 스마트폰·태블릿 PC 등 스마트콘텐츠 시장의 저변 확대로 국내 스마트콘텐츠의 수요가 큰 폭으로 증가하며 전체 콘텐츠산업의 매출과 수출실적 확대에 기여한 것으로 판단된다며, 대내외적 위기와 상관없이 관련 업체들의 지속적인 국제 경쟁력 강화 노력이 있었기 때문이라고 분석

○ (한국일보, 9. 27) 문화체육관광부, 내년 한류 예산 24% 증액...3190억

- 문화체육관광부(이하 문화부)는 27일 발표한 내년도 예산·기금 운용 계획에서 내년 예산안을 올해보다 6.44% 늘어난 전체 3조 9,590억 원 규모로 편성했으며, 한류 육성에 전력투구하기 위해 관련 예산을 올해보다 23.9% 증액한 3,190억 원으로 편성했다고 밝힘
- 문화부는 한류 진흥 사업, 한글 가치 확산 사업, 국악 등 전통문화 지원 사업, 고궁 및 역사문화 관광상품화 등 40가지 관련 사업을 추진할 예정이며, 예체능계 대학 졸업생의 취업 등 청년 실업문제를 해소하기 위해 문화 재정으로 지원하는 일자리 사업도 크게 확대해 1,548억 원을 배정함
- 콘텐츠 산업 부문에서는 신규로 모태펀드 문화계정에 400억 원을 출자해 자금 지원을 계속할 예정

□ 방송

○ (파이낸셜뉴스, 9. 3) 통합 규제 없는 방송시장, 새 기술 나올 때마다 혼선

- 접시안테나 없는 위성방송(DCS)이 일으킨 방송시장의 혼란을 계기로 통합 방송법 제정 필요성이 강조되고 있음. 현재 방송법은 스마트TV, DCS, 올레TV스카이라이프(OTS) 같은 새로운 기술을 규제할 수 있는 내용을 담고 있지 않아 매번 비슷한 논란이 반복되고 있기 때문
- KT와 KT스카이라이프가 지난 2009년 선보인 OTS는 IPTV와 위성방송이 결합한 서비스로 전년 동기 대비 13% 증가하며 시장에서 꾸준히 인기를 끌고 있으나, 현행 방송법에는 '방송+방송' 결합상품에 대한 규정이 없다는 문제가 있음. 이 뿐만 아니라 서비스 내용이 똑같은 디지털 케이블TV와 IPTV는 각각 방송법과 IPTV로 나뉘어 규제받고 있다는 문제도 존재
- 이러한 한계는 현행 방송법 체제가 시장을 규제하는 데만 초점이 맞춰져 있고, 방송통신 분야 기술 및 서비스의 발전 속도를 수용하지 못한 데서 비롯되었다는 분석

○ (조선일보, 9. 3) 방송통신위원회, 지상파 TV '종일 방송' 허용 추진 논란

- 방송통신위원회가 KBS, SBS, MBC 등 지상파 TV 방송에 대해 하루 24시간 '종일 방송'을 허용하는 방안을 지난해 말에 이어 다시 추진할 계획임에 따라, 이에 대해 국내 미디어업계의 공공성과 균형발전이 훼손되는 것 아니냐는 논란이 일고 있음
- 한국케이블TV방송협회, 한국신문협회는 시청 점유율 62%, 광고매출 점유율 60% 등 지상파 TV 방송의 시장 장악력이 여전히 높은 현실에서의 심야 방송 규제 완화는 시기상조라며, 성명 발표 등의 반대

▲
뉴스브리핑

뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

의사를 밝히기 위한 방법을 모두 검토하겠다는 입장을 밝힘

○ (중앙일보, 9. 3) 방송법 개정안 누가 봐도 'CJ 공룡법'

- 방송통신위원회(이하 방통위)는 올 2월부터 채널사업자(PP) 한 곳의 매출이 전체 유선방송 매출 가운데 차지하는 비중을 33%에서 49%까지 완화하는 개정안을 추진하고 있으며, 이와 동시에 종합유선방송사업자(SO)가 전체 유선방송 가입자의 33%를 넘지 못하도록 한 규정도 완화하는 방안을 함께 추진하고 있어 방송법 시행령 개정안이 특정 기업의 미디어 분야 독과점을 조장한다는 지적을 받고 있음
- 관련 업계와 학계 등에서는 이 같은 개정안이 확정될 경우 CJ계열이 유료방송 시장을 장악할 가능성이 크다는 우려를 제기하고 있음. 콘텐츠를 공급하는 PP와 이를 가입자에게 서비스하는 SO는 보통 경쟁 관계에 놓여있으나, CJ계열은 가장 큰 PP인 CJ E&M과 3대 SO 가운데 하나인 CJ헬로비전을 동시에 갖고 있어 시행령 개정안이 통과돼 제한이 완화되면 1조원까지 수익을 늘릴 수 있기 때문
- 방통위는 비판이 거세지자 지난달 31일로 예정됐던 개정안 심의를 연기함. 하지만 글로벌 시장에서 경쟁할 수 있는 전문 미디어 기업을 육성하려면 대형화는 피할 수 없다고 주장

○ (서울경제, 9. 19) 방송 콘텐츠 구입에 1인당 월 4607원 쓴다

- 한국콘텐츠진흥원의 '2012년 2분기 소비자 콘텐츠 구매실태 조사'에 따르면, 방송콘텐츠 구입비용 중 케이블TV에 지출하는 금액이 2,783원으로 가장 높았고 IPTV(805원), 온라인방송(285원), 웹하드(283원)가 뒤를 이음
- 케이블TV 관련 콘텐츠 소비가 높은 이유는 1,500만 명 이상의 높은 가입자 수와 리모컨 조작만으로 다시보기가 가능한 주문형비디오(VOD) 이용 증가 때문으로 분석됨. 또한 티브로드, CJ헬로비전, 씨앤앰과 같은 종합유선방송(MSO) 사업자의 디지털방송 전환 가입자가 늘어난 것 또한 관련 콘텐츠 소비 증가에 기여했다는 평가

○ (서울신문, 9. 20) 한국-페루 케이블TV업계, 방송 콘텐츠 진흥 협약 맺어

- 한국케이블TV방송협회는 20일 광주 김대중컨벤션센터에서 페루케이블TV협회, 코트라와 한국-페루 방송 콘텐츠산업 진흥을 위한 협약을 체결함
- 페루 방송시장은 미국과 멕시코 방송 콘텐츠에 대한 의존도가 높지만, 2002년부터 드라마를 시작으로 국내 방송 콘텐츠의 점유율이 높아지고 있어 국내 케이블TV방송업계가 진출할 수 있는 새로운 시장으로 평가받고 있음
- 한국케이블TV방송협회와 페루 케이블TV협회 등은 앞으로 ▲영상 콘텐츠 산업 정보 교환 ▲간행물·조사보고서·세미나 등 자료 및 관련 노하우 교환 ▲전시회 등 이벤트 공동 참가 ▲콘텐츠 기업간 공동 제작 등을 추진할 예정

▲
뉴스브리핑

뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

□ 게임

○ (에이블뉴스, 9. 4) 제 8회 전국 장애학생 e스포츠대회 개최

- 한국콘텐츠진흥원, 국립특수교육원, CJ E&M 넷마블이 공동 주최하고 문화체육관광부와 교육과학기술부가 후원하는 '제10회 전국 특수교육 정보화대회 및 제8회 전국 장애학생 e스포츠대회'가 지난 4일부터 2일간 서울교육문화회관에서 개최
- 장애학생의 정보격차 해소와 건전한 여가생활 개발, 장애 인식개선을 위해 개최된 본 대회에는 장애학생, 교사, 학부모, 일반학생 등 총 1,500명이 참여하였으며, 전국장애학생 e-스포츠대회를 비롯해 전국 특수학교(급) 학생 정보경진대회, 특수교육 산업 홍보전시, 전국특수교육정보화 세미나 등 다양한 행사가 진행됨

○ (디지털타임스, 9. 12) 모든 게임물 심의 민간이양 추진

- 모든 게임물의 심의를 일시에 민간으로 넘기고 게임물등급위원회를 해체하는 것을 주된 내용으로 하는 법 개정이 의원입법을 통해 추진될 예정
- 해당 법안은 모바일, 온라인, 비디오, 업소용 아케이드 등 모든 플랫폼의 게임(청소년 게임과 성인용 게임 일체) 심의를 민간기구에 넘기고, 문화체육관광부 산하에 게임물관리센터를 신설, 해당 센터가 사후관리 업무를 전담하게 하는 내용을 담고 있음. 또한 게임물관리센터에는 특수사법경찰을 배정, 사법권까지 부여해 불법게임물 단속의 실효를 높이도록 할 예정

○ (코카뉴스, 9. 12) 한국콘텐츠진흥원, '찾아가는 모바일게임 컨설팅' 개시

- 한국콘텐츠진흥원이 개인 및 소규모 개발사의 모바일게임 개발 지원을 위해 전국의 모바일게임 개발사를 찾아가는 신규 서비스를 펼칠 예정
- '찾아가는 모바일게임 컨설팅'인 이번 서비스는 모바일게임 기획, 서비스에 고심하는 중소기업과 게임 동아리, 개인 개발자를 방문해, 개발 중인 모바일기용 게임에 대한 기획, 디자인, 유료화모델, 수익성, 시장성 등 심층 상담을 진행할 예정. 컨설턴트로는 '12년도 모바일게임 글로벌 퍼블리싱 사업'에 참여중인 게임빌(대표 송병준), 컴투스(대표 박지영), 픽토소프트(대표 김세훈)의 전문 인력들이 참여함
- 9월부터는 전국에 있는 지역별 콘텐츠 관련 12곳 진흥기관들과 연계해서 접수, 모집, 장소 제공 등의 협조를 받아 전국 어디든지 개발자의 수요가 있는 곳에 찾아가, 개발 노하우와 최근 모바일게임 개발 동향에 대한 분석 등의 정보를 제공할 예정

○ (한국경제, 9. 22) 여성가족부, 모바일도 섯다운제 포함 '애니팡도 부적격'

- 여성가족부(이하 여성부)가 지난 11일 강제 섯다운제도 대상 게임물 평가계획을 공개하면서 모바일 플랫폼도 포함시켜 논란이 되고 있음. '국민퍼즐게임'으로 부상한 '애니팡'도 강제 섯다운제의 대상이 될 가능성이 높아지는 것
- 이 같은 여성부의 행보는 스마트폰 보급 증가로 게임시장이 모바일 플랫폼으로 확대되는 추세에 대한 대응으로 보이지만, 오픈마켓 자율등급분류 시행 후 활성화된 스마트폰게임 시장이 위축될 수 있다는

뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원



예측이 제기되고 있는 상황

- 한 게임업체 관계자는 ‘SNS 친구들과 경쟁하는 스마트폰게임의 경우 여성부 평가서의 12번 조항(이 게임은 다른 사람들과의 경쟁심을 유발하는 게임구조를 가지고 있다)에 해당되며, 강박적 상호 작용 · 과도한 보상 구조 · 우월감 경쟁심 유발의 세 가지 항목 중 하나라도 해당되면 최종 판정에서 ‘그렇다’고 나오게 되어 있어, 합리적이지 못한 평가로 인해 오픈마켓이 다시 위축될 가능성이 높다’고 전함

○ (서울경제, 9. 24) 게임 품은 카카오톡 · 라인 고공행진

- 카카오톡과 라인 등 모바일 소셜네트워크서비스(SNS) 업체가 잇따라 게임 업체와 손잡고 시장 공략에 나서고 있음. 카카오톡이 모바일 게임을 앞세워 가파른 성장세를 이어가자 모바일 메신저 라인을 운영하는 NHN, 마이피플을 운영하는 다음도 연내에 모바일 게임 플랫폼을 앞세워 시장 공략에 나설 계획
- 하지만 업계에서는 모바일 메신저시장이 게임을 앞세워 가파른 성장세를 기록하고 있지만 정작 게임 업체에는 기대만큼 성과가 이어지지 않을 수 있다고 분석. 앱스토어 등에 게임업체가 게임을 공급하면 30%의 수수료를 지급하고 70%는 고스란히 가져가는 구조이지만, 모바일 메신저를 거치면 70% 중 30% 가량을 다시 수수료로 지급해야 되는 문제가 존재하기 때문

□ 영화/음악/패션

○ (동아닷컴, 9. 4) 中 유통 케이팝 음원 94%가 저작권 침해

- 문화체육관광부와 한국저작권위원회는 한류 콘텐츠 저작권 침해 실태조사 지역을 전 세계로 확대해 나가기 위해, 내년부터 미국, 캐나다, 유럽, 남미, 중앙아시아 등에서 매년 2-3개 국가를 선택해 한류 콘텐츠의 저작권 침해 여부를 조사할 방침
- 정부는 지금까지 중국 태국 필리핀에만 해외저작권센터를 두고 한류 콘텐츠 불법유통 실태를 조사해 왔으나 저작권 피해 정도가 심한 것으로 알려진 베트남에도 연말 해외저작권센터가 들어설 예정이며, 일단 국가별 실태조사를 통해 한류 콘텐츠 저작권 침해 규모를 확인한 후 각 나라에 맞는 맞춤형 세부 대책을 세울 계획이라고 밝힘

○ (OSEN, 9. 10) 컨셉코리아 S/S 2013 뉴욕패션위크 성공 개최

- 우리 디자이너의 해외 진출을 돕고 한국 패션 문화를 세계에 알리기 위한 글로벌 프로젝트인 ‘컨셉코리아 S/S 2013’이 지난 7일 뉴욕 링컨센터 더 스테이지(The Stage)에서 성황리에 개최됨
- 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 대구광역시, 한국패션산업연구원과 함께 개최하는 이번 행사에는 계한희, 김홍범, 손정완, 이상봉, 최복호 등 총 5명의 국내 디자이너들이 참여하였으며, 행사를 주관한 해외 언론 및 업계 관계자들의 한국의 전통 색상과 다섯 디자이너의 조화에 대한 감탄이 끊이지 않아 패션을 통한 또 한 차례의 한류 열풍을 기대하게 함
- 또한 참가 디자이너 전원에게 현지 유통 전문가와의 컨설팅을 통해 해당 디자이너 브랜드에 최적화된 세일즈 쇼룸 입점을 지원함으로써, 현지 패션 유통업체와 패션 브랜드 사이의 비즈매칭 및 컨설팅 역할을 담당할 예정

▲
뉴스브리핑

뉴스브리핑



한국콘텐츠진흥원



- (연합뉴스, 9. 19) 예술영화펀드 500억 원 조성...저예산영화 지원 확대
 - 영화진흥위원회는 19일 기자간담회를 열고 저예산 독립영화를 지원하기 위해 500억 규모의 전용 펀드를 조성하고, 전국 150여개 문예회관을 독립 예술영화 상영관으로 이용할 계획이라고 밝힘
 - 우선 현재 영화진흥위원회가 출자해 운용 중인 예술영화 전용펀드를 170억 원에서 2015년까지 500억 원 규모로 확대할 방침이며, 이미 제작 중이거나 완성된 작품에 주로 펀드 투자가 이뤄지는 관행을 개선해 기획 단계의 아이디어가 쉽게 영화로 제작될 수 있도록 제작초기펀드를 현재 360억 원에서 700억 원 규모로 확대할 방침
 - 또한 독립영화 창작 활성화를 위한 독립영화제작지원 사업도 현재 7억 원에서 내년 12억 원으로 확대하고, 전국 14개 지역영상미디어센터 및 150여개 문예회관을 독립·예술영화 상영 공간으로 확보해 운영할 계획
- (천지뉴스, 9. 20) 韓 영화 사상 최대 누적 관객 기록
 - 영화진흥위원회(이하 영진위)는 올해 국내 영화 관객 수가 지난해(1억 6천만 명)보다 13%가량 증가해 사상 최대인 1억 8천만 명에 이를 것으로 예상
 - 최근 영화 <도둑들>이 1천만 관객을 넘기는 등 흥행 대작이 연이어 쏟아지면서, 8월 말 누적 기준 국내 영화 관객 수는 1억 2800만 명으로 작년에 비해 20.2% 늘어난 수치를 기록함. 이대로 간다면 영진위에서 전국 영화관의 발권정보를 온라인으로 추산한 2004년 5월 이후 사상 최대 관객 수를 돌파할 것으로 기대됨
 - 현재 <도둑들>을 비롯해 한국 영화 7편을 찾은 관객은 9월까지 각각 400만 명을 넘었음. 400만 명 이상 관객동원에 성공한 한국 영화 숫자가 2010년 2편, 지난해 5편에 불과한 점을 고려했을 때 큰 성과라고 볼 수 있음
- (한경닷컴, 9. 28) 세계 음악 산업계 거장들이 서울에 모인다
 - 한국콘텐츠진흥원이 한국 대중가요(K-POP)의 해외진출을 돕고 세계 음악인들과의 협력 및 교류의 활성화를 위해 올해 첫 선을 보이는 국내 최대의 국제 음악마켓 서울국제뮤직페어(이하 '뮤콘') 컨퍼런스에 참여하는 주요 연사 라인업을 공개
 - 이번 컨퍼런스는 글로벌 음악 산업의 키 플레이어들이 한자리에 모여 '세계로 진출하는 아시아 음악의 발전방향과 전략'이라는 주제로 세계 음악 시장 발전에 대한 정보 공유와 네트워킹의 장을 펼치며, 총 17개 세션(기조연설 1, 특별강연 2, 트렌드 세션 7, 아카데미 세션 7)으로 구성될 예정
 - 서울 상암동 누리꿈스퀘어 및 홍대 일대에서 펼쳐지는 이번 행사에는 전 세계 약 100여 개의 음악 관계사와 관련 전문가 300여 명이 참가할 예정이며, 국내·외 뮤지션 50여 팀의 쇼케이스 공연과 음악 산업의 최신 경향 및 현안에 대한 국제 컨퍼런스 및 비즈매칭 프로그램 등이 진행될 예정