

계획대로 진행된다면 '06년 내에 3건 이상의 경매가 진행될 수 있으나, 대역별로 다루어지는 현안들에 따라 추이를 지켜봐야 할 것이다.

참고자료:

- [1] Ofcom, "Auction of spectrum: 412-414MHz paired with 422-424MHz - Information Memorandum", 2006. 4
- [2] _____, "Award of available spectrum 10GHz, 28GHz, 32GHz and 40GHz", 2006. 6
- [3] _____, "Award of available spectrum: 1452-1492MHz", 2006. 4
- [4] _____, "Award of available spectrum: 1785-1805MHz", 2005. 12
- [5] _____, "Spectrum Framework Review", 2004. 11
- [6] _____, "Spectrum Framework Review: Implimentation Plan", 2005. 1
- [7] _____, "Spectrum Framework Review: Implimentation Plan-Interim statement", 2005. 7
- [8] _____, "Statement on the making of regulations in connection with the award of 1781.7-1785MHz paired with 1876.7-1880MHz", 2006. 2
- [9] _____, "The terms of reference for the 2010-2025MHz, 2290-2302MHz and 2500-2690MHz consultancy work", 2006. 2
- [10] www.ofcom.org.uk

각국의 디지털 콘텐츠 전략과 정책 현황

공정경제정책연구실 연구원 송인웅
(T. 570-4082, oiloto77@kisd.re.kr)

1. 개 요

최근 WiBro와 HSDPA와 같은 차세대 통신이 상용화 되면서 이들 신기술의 발전에 국가 경제에 상당한 영향과 파급효과가 예상된다. 이런 차세대 이동 통신 기술의 성공에 있어 가장 중요한 요인 중 하나는 통신망을 타고 전송될 콘텐츠 일 것이다. 기존의 ISDN을 넘어 통합망(BcN)의 구현을 기대하는 관계자들에게 새로운 기회와 도전과제를 제시하는 기저에는 바로 콘텐츠가 자리하고 있다. 각국 정부들은 광대역으로 전송될 콘텐츠 산업을 육성하기 위해 저

마다 나름의 연구와 고민을 하고 있다. 이들의 방법은 약간씩 차이가 있지만 경쟁적 환경조성과 고유 문화 콘텐츠의 육성을 통해 고부가가치의 무형자산을 국가전략산업으로 육성하고자 하는 궁극적 목표는 거의 일치한다.

OECD에서 발간한 ‘디지털 콘텐츠 전략과 정책¹⁾’에는 각국의 디지털 콘텐츠 산업 육성과 관련한 제도, 규제 등에 관하여 적고 있다. 많은 OECD 정부들은 디지털 콘텐츠 정책 프레임워크를 통제하고 경쟁적인 시장체제가 구축될 수 있도록 정책 방향을 조정하고 있으며 콘텐츠와 어플리케이션이 조화롭게 성장·발전할 수 있도록 여러 가지 정책과 대안을 강구하고 있다.

2. 디지털 콘텐츠 관련 이슈

디지털 콘텐츠 산업의 6가지 영역(혁신과 기술, 가치사설과 비즈니스 모델, 인프라 강화, 지적재산권과 비즈니스 규제환경, 콘텐츠의 생산자와 소비자로서의 정부, 콘텐츠의 개념·분류·평가방법)에서 각 부문의 이슈를 살펴보고 광대역의 발전과 함께 디지털 콘텐츠 산업의 발전을 촉진시키고자 하는 OECD 정부들의 대안과 노력을 살펴보고자 한다. 먼저 <표 1>은 디지털 콘텐츠에 대한 각 정부안의 예시이다.

<표 1> 디지털 콘텐츠에 대한 OECD 국가의 정책안 예시

	Overarching digital content policy	Institution
Australia	Digital Content Strategy/Digital Content Industry Action Agenda/Strategic Framework for the Information Economy 2004~2006/National Broadband Strategy	Department of Communications, Information Technology and the Arts
Austria	eContent Initiative/Multimedia Business Austria	Ministry of Economic Affairs and Labour
Belgium	Digitalisation du patrimoine scientifique et culturel des Établissements Scientifiques Fédéraux(ESF)	Ministre de la Politique scientifique
Czech Republic	Participation in the eContent(plus) programme of the EU	Ministry of Informatics
Denmark	Programmes that aim to foster the development and diffusion of digital content	Danish Ministry of Science, Technology and Innovation/Danish Ministry of Culture
France	Audiovisual sector and content policy for the information society	Ministry of the Economy, Finance and Industry, Ministry of Culture and Communication, Prime Minister Directorate for media development
Germany	Information Society Germany 2010(iD2010)	Federal Ministry of Economics and Technology

1) OECD, Digital Content Strategies and Policies, DSTI/ICCP/IE(2005) 3/Final

	Overarching digital content policy	Institution
Hungary	Initiatives in the field of digital content, public sector information and cultural content	Ministry of Informatics and Communications
Ireland	Strategy for the Digital Content Industry in Ireland/Digital content steering group	Forfás, Department of Enterprise, Trade and Employment/Enterprise Ireland
Italy	eContent Policies and Actions Plans/ Interministerial Commission on digital content in the Internet era	Minister for Innovation and Technology/ Sviluppo Italia/Innovazione Italia/Ministry of Education, University and Research
Japan	Promotion policy for content business/e-Japan Priority Policy Program 2004/Intellectual Property Strategic Program 2005	Intellectual Property Strategy Headquarters/ Cabinet Secretariat/MIC/METI
Korea	New Growth Engine: Digital Contents Industry Broadband IT Korea 2007/IT 839 Strategy/ Digitization of Public Information Resources/ Digital Contents Industry Promotion Policies	Ministry of Information and Communication/ Korean National Computerization Agency
New Zealand	Digital Strategy/National Content Strategy/ Government's Growth for Innovation Framework/ R&D Strategy for creative industries	New Zealand Trade and Enterprise/Minister for Information Technology, Minister of Communications/Ministry for Culture and Heritage
Norway	Norway's Strategy for Electronic Content/ Public sector information programmes	Norwegian Ministry of Trade and Industry/ Ministry of Modernisation
Portugal	Information Society Action Plan(PASI)	Directorate General for development of the Information Society, Ministry for the Information Society
Switzerland	No overall content policy but various thematically oriented policies, such as in the field of digital geographical information (e-geo) or media art programmes	Federal Office of Topography, Federal Office of Culture and others
United Kingdom	Digital Strategy March 2005/Creative Industries Taskforce/Digital Content Forum	Prime Minister's Office/Department of Culture, Media and Sport/Department of Trade and Industry
United States	New Generation of American Innovation (Promoting Innovation and Economic Security through Broadband Technology)/Universal Service Program with the Schools and Libraries Program	Federal Communications Commission/White House(A new generation of American Innovation)
EU	eContent(plus) programme/eEurope Action Plan/ High-Level Group on DRMs/6th Framework Programme(IST)/Directive on re-use of public sector information/Audiovisual Policy	DG Information Society/DG Education and Culture

Source: OECD. This table provides examples and is not meant to be comprehensive. Activities of Intellectual Property Right Offices not included.

가. 혁신과 기술

디지털 콘텐츠 산업의 발전은 네트워크, 소프트웨어 및 신기술에서의 R&D·혁신과 함께 하고 있다. OECD 국가들은 광대역 개발과 경제·사회·문화적 효과를 극대화하기 위해 ICT 분야에서 R&D와 혁신을 촉진하고 그에 맞는 경쟁적 환경을 제공하고 있다. 또한 영리·비영리적 R&D와 혁신관련 활동에 연계를 강화하고 있다.

디지털 콘텐츠는 그 특성상 플랫폼과 전송 측면에서, 디자인과 포맷, 접근가능성 그리고 웹 사이트와 자료의 탐색가능성이 매우 중요하고 전송측면에서는 콘텐츠 패키징, 관리, 압축, 암호화 기술, 콘텐츠 유통 네트워크, 지불시스템, 새로운 하드웨어, cross-platform 등의 기술이 필요하다. 또한 콘텐츠의 안정성을 확보하는 기술(DRM, watermarking, fingerprinting, encryption)과 사생활보호도 중요하다.

콘텐츠 산업을 위한 각국의 지원 사례는 기술개발에서부터 파이낸싱까지 많은 지원을 하고 있다. 영국의 경우 Department of Trade and Industry는 혁신과 연구조사를 촉진하기 위한 "smart funds"를 제공하고 아일랜드는 '2002 디지털 콘텐츠 전략'이 R&D 프로그램을 통해 산업을 지원하고 있다. 프랑스는 "Fonds a l'aide economique du multimedia(FAEM)"를 통해 R&D를 지원하고 있고 캐나다는 콘텐츠 관련 R&D 지원 프로그램을 가지고 있다. 일본의 "콘텐츠 비즈니스를 위한 촉진 정책"은 콘텐츠 자료의 저장과 확산을 위한 환경 개발을 포함하고 있다.

나. 가치 사슬과 비즈니스 모델 이슈

새로운 비즈니스 기회에 대한 지식과 비즈니스 모델, 네트워킹과 산업 협력 그리고 수출지향성의 부족은 디지털 콘텐츠 산업을 개발하는데 장벽으로 인식된다. 따라서 산업에서 지식 공유와 대화, 협력을 활성화하려는 노력을 기울이고 있다.

아일랜드의 디지털 콘텐츠 스티어링 그룹은 지식과 전략을 개발하기 위해 만들어졌다. 핀란드의 Tekes' Fenix Interactive Computing National Technology Programme의 워킹 그룹은 장기 경쟁력과 상호작용 컴퓨팅 산업의 노하우에 기여하기 위해 만들어졌다. 호주의 디지털 콘텐츠에 관한 Action Agenda는 유지가능한 경쟁 우위를 개발하고 강화하는데 필요한 단계를 명확히 함으로써 이 산업 영역에 관한 성장 전망을 높이려 하고 있다. 이태리에서는 Inter-Ministerial Committee를 설립하여 이해당사자간의 의견 조율을 돕고 있다. US 정부는 산업 자문위원회와 특별 그룹으로 하여금 디지털 콘텐츠 관련된 정책이슈를 다루도록 하고 있다.

OECD 국가들은 산업 협력과 클러스터를 통해 가치사슬 기업간에 광대역 콘텐츠와 어플리

케이션 개발에 있어 긴밀한 협력을 이끌어내려 하고 있다. 디지털 콘텐츠 시장이 발달하고 비즈니스 모델에 과제를 제시함에 따라 많은 참여자들은 복잡하고 수시로 변하는 많은 부분을 통제하기 위해 경쟁하고 있다.

다른 이해당사자간에 협력 증가는 새로운 제품과 서비스에 대한 잠재력을 유인하는데 도움이 된다. 이런 상황을 보완하기 위해, OECD 정부들은 중요 이해당사자간 대화를 이끌고 있다. 몇몇 정부의 연구결과는 세분화의 단점을 극복하고자 협력 메커니즘을 증진하기 위하여 노력하고 있다. 예를 들어 호주는 다른 산업의 부섹터(sub-sector)간에 산업 협력과 연계를 향상시킬 목적으로 Digital Content Industry Action Agenda를 만들었다. Multimedia Business Austria는 Ministry of Economic Affairs and Labour이 국가 클러스터 형성에 참여하기 위해 만든 방안이다.

텔레커뮤니케이션과 디지털 콘텐츠 시장에서 광대역과 저가의 고속 다운로드, 광대역 콘텐츠 서비스의 개발은 중요하다. 이는 소비자가 경쟁적인 가격에 제품을 구매하도록 허용하고 경쟁할 수 있는 시장을 만드는 것이다. 그래서 가치사슬에 있는 각 부분을 통제함으로써 새로운 진입자에 대해 과도하게 제한을 걸지 않고 유통채널이나 기술에 합리적이고 비차별적인 접근이 가능하도록 해야 한다.

텔레커뮤니케이션 오퍼레이터의 시장지배력은 그 목적 이상으로 해가 될 수 있다. 콘텐츠 제공업자와 유통기업간 수직적 미디어 머저(merger)가 범위의 경제를 허용하고 새로운 제품과 서비스를 고객에게 제공하는 반면 그들은 또한 콘텐츠로의 차별적 접근을 만들 수 있다. 수평적 인수합병은 규모의 경제를 이룰 수 있지만 전·후방시장에 있어 시장 지배력을 강화할 수 있다.

다. 인프라의 강화

광대역 기술에 대한 보편적이고 합리적인 접근은 많은 OECD 국가에서 정책 목표가 되고 있다. 미국과 같은 OECD 국가에서는, 광대역의 광범위한 사용을 위해 경쟁적 환경 유지하는 것이 디지털 콘텐츠 개발을 간접적으로 자극하기 위한 중요 정책이라고 보고 있다. 인프라와 네트워크, 서비스 어플리케이션에 있어 효율적인 경쟁과 지속적인 자유화는 텔레커뮤니케이션 시장과 광대역 간의 연계로서 중요하다.

최근까지 모바일 네트워크는 많은 사용자가 보다 세련된 디지털 콘텐츠를 경험하는 것을 보장할 정도로 충분한 대역을 제공하지 못했다. 대부분의 OECD 국가들이 현재 모바일 핸드셋을 많이 보급하고 있는 반면에 용량이 큰 데이터(data-rich) 콘텐츠 서비스는 여전히 한국이나 일본과 같은 몇몇 아시아국가로 제한되고 있다. 이는 대부분 불합리한 가격구조와 이용 불가능한 모바일 콘텐츠 서비스를 가지고 있기 때문이다.

GSM, GPRS, 3세대 네트워크, WiFi, WIMAX, Wlan, RFID와 Bluetooth를 포함해 무선 광대역의 축진은 광대역 모바일 콘텐츠를 지원할 수 있는 모바일 인프라의 개발을 이끌었다. 모바일과 시청각 콘텐츠를 위한 접속(access) 이슈는 이용가능한 스펙트럼과 관련되어 있다. 한국의 DMB와 WiBro는 모바일 콘텐츠의 유통을 촉진시키는 좋은 예가 되고 있다.

광대역과 모바일 콘텐츠는 특히 산업과 기술간에 융합을 주도하고 있다. 많은 OECD 국가에서, 콘텐츠 정책은 콘텐츠가 전송되는 특정 플랫폼에 따라 다르다. 초기에 텔레콤, 방송, 미디어와 콘텐츠 규정들은 각각 따로 발달하였다. 많은 OECD 회원국들은 인터넷 콘텐츠가 풍부하게 만들어짐에 따라 발생하는 불일치를 고려하여 융합을 다루기 위해 규제체제를 재편성하고 있다. 또한 많은 OECD 국가들은 차세대 네트워크의 성장을 겨냥한 프로그램을 유지하고 있다.

디지털 TV 기술은 방송사가 비디오 수준의 동영상과 CD품질의 사운드를 가진 TV를 제공하게 한다. 상호작용 디지털 TV의 출시와 'digital switchover'는 대부분의 OECD 국가에서의 주요 정책 고려사항이다. 벨기에에서는 2010년에 대부분 TV 방송국은 디지털 포맷으로 콘텐츠를 전송하기로 하고 2012년에는 아날로그 TV방송을 중단할 것이다. 이 디지털 전환은 기술사용을 증가시키고 방송국을 통한 콘텐츠 제공을 자극하기 위한 정부 정책의 일환이다.

상호호환적 콘텐츠와 표준 그리고 하드웨어는 시장경쟁과 온라인 콘텐츠 시장에 이익이 될 것이다. 최대한 성장을 위해서, 콘텐츠 관리 기술(포맷, 디지털 저장, 메타데이터 암호화)과 복사 통제, 접근 통제, 전자 우편, 암호화, 워터마킹, 모니터링, 지불 체계와 같은 기술적 보호 수단들이 개발되었고 온라인 콘텐츠 전송과 연관된 가치사슬상의 모든 사업자에 의해 채택되었고 다양한 시장 섹터와 같은 상호호환이 허용되었다. 따라서 콘텐츠 전송 플랫폼(하드웨어)과 소프트웨어(DRM)상의 표준이 필요하다.

디지털 콘텐츠 산업은 제품과 기술 표준화의 부족에 직면해 있다. 디지털 음악 전송을 포함한 상호호환성과 표준화를 촉진하기 위한 방안이 계속 나오고 있다. 그러나 최근, 표준의 부족이나 호환되지 않는 표준의 대두는 디지털 콘텐츠의 개발을 늦추고 있다. 또한 표준 개발 때문에 상당한 고착(lock-in) 효과가 나타났다. 수직적 통합과 특정 표준에의 소비자 고착화(lock-in)와 특정 콘텐츠에 접속하기 어렵기 때문에, 작고 혁신적인 사업자가 경쟁할 수 있는 환경을 유지하기 위해 많은 관심이 필요하다. 이는 디지털 콘텐츠 유통(소프트웨어, DRM 기술, 하드웨어 등)과 관련된 매우 중요한 가이드 원칙이다. 예를 들어 온라인 음악의 경우, 성장을 둔화시키는 오디오 코덱, DRM을 포함한 독점(proprietary) 포맷과 네트워크, 서비스, 소비자 장치의 양이 증가하는 것으로 나타났다. 한편에서, 이런 표준들은 저작권 침해행위(piracy)를 줄이고 소비자 확신(certainty)을 증가시키는 반면 온라인 음악 유통을 위한 중

요 촉매제로 작용한다.

라. 비즈니스와 규제 환경

광대역 개발을 위한 OECD 의회의 권고안(OECD Council Recommendation on Broadband Development)은 비즈니스와 규제 환경을 고려하는데 있어 두가지 원칙을 고려했다.

(i) 상호호환성과 혁신을 촉진하고 선택을 늘리며 규제 프레임워크의 재평가와 일관성이 필요한 플랫폼과 서비스의 융합을 고려한 경쟁과 기술개발간의 중립적인 정책과 규제

(ii) 혁신적인 e-비즈니스 모델에 불이익을 주는 것 없이 지적재산권 보호와 디지털 저작권관리와 같은 영역에서 공급자와 유저간 이익에 균형을 맞추는 규제 프레임워크

디지털 기술은 현재 콘텐츠와 콘텐츠를 기반으로 한 새로운 '부가가치가 더해진 added value' 새로운 시장을 만들어 냈다. 그러나 디지털 저작권 침해(piracy)로 인해 온라인으로 콘텐츠를 유통시키는 합법적 서비스를 만들고 강화시키는데 있어 주요 방해물이 되고 있다. OECD 정부들은 입법과 그 실행 그리고 디지털 저작권 침해행위와 관련된 의식/교육 캠페인을 통해 지적재산권의 보호를 촉진하고 있다.

비인증 peer-to-peer 파일 공유와 함께 콘텐츠의 사용과 지적재산권과의 관계를 둘러싼 논쟁의 예로는 Google Print Project를 들 수 있다. 미시건대, 스탠포드대, 하버드, 뉴욕 퍼블릭 라이브러리, 옥스퍼드대와 파트너 라이브러리를 가진 이 구글 프로젝트는 저작권을 받지 않았거나 저작권이 기한이 만료된 많은 공공 도메인 책을 이용할 수 있게 했다. 구글은 또한 검색과 복구 기능의 일부로서 탐색가능한 저작권 작품을 디지털화하고 검색할 수 있도록 계획했다.

1996년 겨울, WIPO 저작권 협약(WCT)과 WPPT(WIPO Performance and Phonograms Treaty)는 100개국 이상에서 채택되었다. 국가법과 특정 조항의 특수성에 대한 WIPO 인터넷 협약 기준은 많은 OECD 국가에서 발생 가능한 일이며 이에 따라 WIPO 협약의 실행을 독려하고 있다.

몇몇 OECD 국가들은 저작권의 기간을 연장했다. 예를 들어, US-호주간 FTA를 따른 법적 변화의 결과로서 호주는 컴퓨터 소프트웨어를 포함한 Works, 음반, 영화의 저작권 기간을 작가의 삶에 20년을 연장해 70년으로 연장하고 음악과 영화의 출판으로부터 70년으로 연장했다. 또한 'fair use' 원칙에 입각한 저작권의 예외조항을 디지털 네트워크를 감안하여 따르거나 채택해야 할지를 검토하고 있다.

효과적인 DRM 기술은 소비자가 원하는 새로운 비즈니스 모델과 콘텐츠의 디지털 유통을 위한 비즈니스를 가능하게 만드는 수단으로 비쳐진다. 콘텐츠에 다양한 방법으로 접속할 수

있게 되어 시장을 키운다면 DRM은 소비자 수요를 더 잘 맞춘 콘텐츠를 제공할 수 있고 소비자 선택과 만족, 경제적 복지를 증가시킬 수 있다.

DRM과 관련된 몇가지 문제점은 여전히 존재한다. 첫째 DRM의 가장 중요한 문제중 하나는 과거에 인증받지 않은 사용을 방지하는데 실패했다는 것이다. DRM 기술은 디지털 콘텐츠가 인증되지 않은 복제나 의도하지 않은 사용이 쉽지 않도록 보장하기 위해서 더욱 강력해져야 한다. 이런 상황을 해결하기 위해서 많은 정부는 WIPO 협약에 서명함으로써 DRM과 같은 기술적 보호수단의 “적절한 법적 보호와 circumvention에 대한 효과적인 법적 해결책”을 만들기로 서약했다. 둘째, 이해당사자들과 함께 DRM 기술의 사용 증가는 circumvention이 잠재적으로 권리 사용을 제한하지 않는지에 대한 의문을 제기했다. 이런 주제는 소비자들이 주목할 만한 고려사항이 되었고 관련 회의와 소비자 설문에서 반영되었다.

유럽위원회는 기준을 설정했을 뿐만 아니라 이해당사자들(제조업자, 저작권 보유자, 이익 집단, 소비자)간의 대화를 촉진하는데에도 관여하고 있다. 2005년 4월에 작업이 완료된 DRM에 관한 High Level Group가 설립되었다. 또한 저작권 관리에 대한 소비자 측면에 대해 논의하기 위해 INDICARE 프로젝트(Informed Dialogue about Consumer Acceptability of Digital Rights Management Solutions)를 설치했다. 미국의 FCC는 소위 ‘broadcast flag²⁾’를 정의하는데 관여했다.

안전성과 사생활보호는 전자 상거래에 포함된 정책과 규제의 중요 영역이다. 현재 anti-spam initiative를 보완하는 anti-spyware와 anti-phishing³⁾은 많은 OECD 국가에서 고려되고 있다.

유럽위원회는 2005년 말에 “Television Without Frontiers Directive”의 수정을 제안함으로써 시청각 서비스에 대한 규제를 현대화하기 시작하였다. EU Directive는 회원국에 의해 사후에 매우 중요하다고 간주되는 사건(event)이 방송되지 않도록 보장하고 있다. EU Directive의 근대화는 규제 목적이 방송 시장에서 다른 발전과 결합된 디지털 기술의 개발과 어플리케이션이 유럽 방송의 현실성을 변화시키는데 목표를 두고 있다.

부적절한 법적 규제적 프레임워크는 인터넷 콘텐츠의 성장을 제한하고 시장에서 활동하는 비용을 증가시키고 있다. 콘텐츠의 온라인 유통은 상대적으로 새로운 현상이고 결과적으로 이런 계약을 위한 법적 프레임워크는 재고될 필요가 있다. 모든 OECD 정부들이 e-commerce/디지털 전송의 규제에 따르는 수순을 밟고 있는 반면, 전자서명, 권리 보호 기술(워터마킹,

2) 디지털 방송 프로그램에 표시를 하게 하여 부적절한 사용을 제한하는 내재화된 소프트웨어

3) phishing이란 금융기관 등으로부터 개인정보를 불법적으로 알아내 이를 이용하는 사기수법임

암호화), 안전한 지불시스템, 사생활 보호, 과세, 불법이나 유해 콘텐츠와 같은 이슈들은 시장 플레이어와 정부의 주요 관심사로서 보여진다.

온오프라인 콘텐츠 유통에 추정된 세금은 OECD 국가간에 다양하다. 그러나 경제 효율성의 측면에서 가장 중요한 것은 과세가 공정하게 이루어지는가라는 것이다. 몇몇 OECD 국가들은 직접적으로 e-commerce와 디지털 콘텐츠 제품에 영향을 미치는 특정한 과세 도구를 적소에 배치하였다. 예를 들어 미국은 1998년(Internet Tax Freedom Act) 이래로 인터넷 접속 세금에 대한 일시적 지급유예를 했다.⁴⁾ 디지털 콘텐츠 제품의 측면에서, 2003년 7월 이후, 새로운 EU 법안 조항은 디지털 콘텐츠 제품의 비유럽 공급자들이 EU 고객에게 전자 서비스를 제공할 경우, 동일한 부가가치세를 내도록 명문화 했다.

마. 콘텐츠 생산자와 유저로서의 정부

공공부문은 데이터/정보, 이미지, 영화 등을 만들어내는 주요 콘텐츠 생산자이다. 공적 기금이 투입된 디지털 콘텐츠는 일반 공중의 접속이 쉽지 않다. 이 콘텐츠는 기존에 만들어져 있거나 디지털 콘텐츠 어플리케이션과 부가가치가 더해져 매우 가치가 있다. 정부는 또한 모바일 플랫폼을 통해 사용되기 쉬운 매우 많은 양의 콘텐츠를 만들어 내고 있다. 이들의 목적은 시장에 정부의 콘텐츠를 밀어넣고 공익적 서비스를 제공하여 공공 콘텐츠 소스에 접근할 수 있도록 하기 위함이다.

정부의 공공서비스로의 접근 강화는 e-health와 e-education 육성 뿐만 아니라 공정정보를 제공하고 세금을 징수하거나 상품과 서비스를 온라인으로 조달하는 등의 활동을 통해 더욱 발전했다. 종종 공공부문에 있어 마인드의 변화와 공공정보의 구조를 재배치하는 것을 요한다. 필수적인 국가 법제와 가이드라인 통제원칙을 만드는 것은 중요하다. 정부는 전자서명, 지불 등의 영역에 표준화를 이끄는 모델 유저로서 활동한다.

미국은 공공부문 정보에의 접근과 영리적 재사용을 촉진하는 역사를 가지고 있다. 최근 많은 EU 국가들은 영리적 재사용을 증가시키는 공공 부문 정보의 재사용에 대한 EU안을 실행하고 5가지 주요한 아이디어를 만들었다(i) 지역간 사용을 촉진시키는 최소한의 일치(조화), ii) 조건의 투명성, iii) 시장력의 남용 회피, iv) 비차별, v) 명확한 처리과정, 자산 목록, 온라인 라이선스).

노르웨이에서는 공공정보의 접근을 위한 포괄적인 계획이 공공 정보의 구조를 재조정하기 위한 제안을 포함하도록 만들어졌다. 2005년 6월, 덴마크 의회는 데이터에 대한 최대가격으로서 한계비용을 설정하고 공공부문 데이터로의 접근을 향상시키기 위해 시민과 비즈니스간

4) 인터넷 접속에 대한 일시적 세금 금지와 e-commerce에 대한 멀티플 혹은 차별적 세금

공공 부문 정보의 재사용에 관한 법을 통과시켰다. EU PSI Directive의 실행 후에 헝가리는 현재 국가 기상 서비스의 웹 사이트로부터 무료로 다운받을 수 있는 기상, 관측, 전보와 같은 기상정보를 이용할 수 있게 되었다.

미국과 유럽 등 많은 OECD 국가에서, 도서관, 박물관 자료를 디지털화하려는 노력들이 이루어지고 있다. 2004년 10월, 유럽위원회는 유럽 디지털 도서관 계획을 발표했다. 2003년 호주 국립 도서관은 디지털 유산에의 접근을 향상시키기 위한 UNESCO 캠페인의 부분에 대한 Guidelines for the Preservation of Digital Heritage를 준비했다. 뉴질랜드의 EPIC는 도서관을 통해 e-content에 모든 뉴질랜드인이 접근할 수 있도록 하고 있다.

문화 유산 측면에서, 체코는 고대 필사본을 보존하고 고문서의 디지털화를 완료할 목적을 가지고 있는 Manuscriptorium 프로젝트는 National Library의 협력으로 시작되었다. 덴마크 문화부하에서 디지털 콘텐츠 프로그램은 개발되었다(Danish Archival Information System: DAISY). 프랑스에서는, 'Programme national d'numerisation du ministere de la culture et de la communication'이 공공 비영리 조직에서 국가의 중요 시청각 자료와 문서의 수집을 디지털화하도록 돕는 전화를 개설했다.

도서관, 박물관과 다른 기관들을 온라인으로 이용하게 하는 것과 더불어, OECD 국가들은 과학과 기술 연구 정보에의 접근의 중요성을 강조하고 있다. 연구와 혁신은 근원적인 재평가를 겪고 있고 지식기반 경제에서 공공 정책의 중심이 되고 있으며 점차적으로 지식 이전을 증진시키는데 중점을 두고 있고 혁신과 상업화를 지원하고 있다.

바. 개념, 분류 그리고 평가

많은 OECD 정부들은 디지털 콘텐츠의 평가 방법을 향상시킬 필요가 있다는 것을 인정하고 있다. 특히 구조, 범위, 디지털 콘텐츠의 진행과정이 적절하게 맞춰지지 않았다. 많은 정부들의 발표자료는 통계 수치를 낮추는 것이(lagging) 비즈니스 이슈와 정부 정책 설정에 영향을 주어 경제 잠재력과 신흥 산업과 트렌드의 함의를 가로막고 있다고 주장했다. 이런 산업에서 정보를 더욱 체계적으로 수집, 연구, 분석할 필요를 느끼고 있다.

디지털 콘텐츠의 개발을 정의하고 분석하는데에 두가지 주요한 개념적 분류 과제가 있다.

1. 최근 통계 분류는 많은 새로운 활동을 잡아내지 못하고 있거나 디지털 콘텐츠가 개발되는 활동을 인식하지 못하고 있다.
2. 디지털 콘텐츠는 전통적 콘텐츠 산업(출판, 시청각 등)과 그 활동을 통해 디지털 콘텐츠를 만드는 산업을 기반으로 하고 있다.

두 가지 문제는 각국마다(심지어는 한나라의 다른 조직) 디지털 콘텐츠에 대해 다르게 정

의하고 있다는 것과 허부영역 정의가 무엇을 포함하고 있는가이다. 그리고 기술적 차이를 기반으로 정의를 내림으로써 디지털 콘텐츠는 영화나 출판처럼 허부영역에서 많은 비율을 차지하고 있는 아날로그 콘텐츠를 제외하고 있다.

각국의 광대역 콘텐츠 발전방안을 벤치마킹하기 위해서는 그에 맞는 적절한 평가/측정기준이 정책개발과 분석에 도움이 될 것이다.

3. 결 어

OECD국가들은 디지털 콘텐츠 산업을 기존의 제조산업을 대체할 산업으로 육성코자 많은 노력을 하고 있다. 콘텐츠 산업의 성장은 ICT산업의 발전과 함께 해왔기 때문에 네트워크, 소프트웨어, 하드웨어 상의 R&D와 혁신이 선행되어야 한다고 하고 있다. 비차별적이고 경쟁적인 비즈니스 환경을 조성하기 위한 노력과 함께 광대역 커버리지와 인프라를 통해 고품질의 콘텐츠에 접속할 수 있도록 하고 있다.

기존 규제를 디지털 환경에 맞게 고치고 지적재산권의 보호 및 이의 보호 수단 개발에 열을 올리고 있다. 정부는 생산자로서만이 아니라 그 정보의 사용자로서의 역할도 수행하고 일반인들이 쉽게 공공정보에 다가갈 수 있는 여러 가지 장치를 마련해두고 있다. 마지막으로 디지털 콘텐츠에 대한 평가를 정확히 내리기 위한 평가 방법과 지표를 마련하여 보다 경쟁력 있는 디지털 콘텐츠 산업을 육성하려 하고 있다.

OECD 각국은 저마다 다른 환경에서 고유의 방식으로 콘텐츠 산업을 육성하고 있다. 자국의 사정에 맞는 정책과 규제를 통해 보다 경쟁적인 환경속에서 규모가 작고 혁신적인 사업자도 자유롭게 활동할 수 있는 환경을 조성하고 있다.

참고자료:

[1] OECD, Digital Content Strategies and Policies, DSTI/ICCP/IE(2005) 3/Final.

[2] www.kinds.or.kr