

기획
취지문

스마트 콘텐츠 특집을 발간하면서

요즘 ICT 관련 콘텐츠 및 최신 기술의 최대 화두는 스마트콘텐츠이다. 스마트콘텐츠의 포괄적 관점에서의 정의는 "스마트콘텐츠는 웹, 게임, 영상, 음악, 교육, 여가(여행, 교통, 스포츠, 연예 등), 광고, e-Book, 생활, SNS, 전자상거래 등 다양한 분야에서 콘텐츠를 개발하여 스마트기기(스마트폰, 태블릿PC, 스마트TV 등)에 활용되어 쌍방향 터치와 네트워크, GPS, 센서등의 기능을 활용하여 표현력과 전달력을 높인 콘텐츠라고 할 수 있다.

이러한 스마트 콘텐츠는 기술적 관점에서 다양한 사용자경험, 정보통신기술, 융복합 기술 등을 활용하여 사용자 환경에 최적화된 형태로 제공되는 서비스임. 둘째, 문화적 관점에서 사용자 라이프스타일에 구체화되어 SNS를 통하여 확산되고 새로운 문화를 창출하는 서비스로 각광받고 있다. 또한 스마트 콘텐츠는 비즈니스 관점에서 다양한 플랫폼을 기반으로 생산자와 소비자의 능동적인 참여와 평판을 통해 지속가능한 수익모델을 제공하는 서비스로 제공되기도 한다. 소비자 관점에서 스마트환경을 리드하는 플레이 콘슈머의 참여와 공유를 통해서 개인의 만족도와 집단의 가치를 향상시키는 서비스이기도 한다.

2012년 Forrester research, Frost & Sullivan(2010), Gartner(2010), IDC(2011) 자료를 통해 스마트 콘텐츠 시장규모를 분석 하여 보면, 2012년 세계 스마트콘텐츠 시장규모는 1,368억 불이며, 장르별로 살펴보면, 세계 시장 역시 게임 301억 달러(22.0%), 에듀테인먼트 152억 달러 (11.1%) 등 문화콘텐츠 비중이 83.5%로 대부분을 차지하고 있다. 세계 스마트콘텐츠 시장규모는 2012년 1,368억불, 2015년 2,293억불로 연평균 성장률 18.8%에 이르고, 국내 시장은 2012년 19,472억원, 2015년 35,399억 원으로 연평균 성장률 22.0% 정도 될것으로 예측하고 있다. 시장규모의 경우 정의 및 범위에 따라서 시장규모가 달라질 수 있으나, 국내 스마트콘텐츠 매출을 디바이스별로 살펴보면 스마트폰 76.1%, 태블릿PC 17.6%, 스마트TV 6.3% 순으로 나타나며, 국내 업체의 어플리케이션 다운로드 지역을 보면, 국내 90.4%, 해외 9.6%로 조사되었으며, 매출 규모로 보면, 국내 비중이 93.7%로 나타나 국내 시장의 의존율이 높게 나타나는 것을 볼수 있다.

스마트미디어 학회지의 6월호 특집에서는 이러한 스마트 콘텐츠의 다양한 특성을 반영한 관련 기술 동향 및 시장 규모를 콘텐츠 관련 기술별로 제공하고자 한다. 첫 번째 원고는 실감미디어 콘텐츠 기술 동향 및 발전 전망에 관하여 기술하고, 두 번째는 증강현실 기술을 이용한 eBook 콘텐츠 기술동향, 세 번째는 모바일 영상 검색 기술 및 표준화 동향, 네 번째는 웹 브라우저 기반 게임 개발 기술 및 시장 동향, 다섯 번째는 차세대 웹 콘텐츠 표준 HTML5 기술 동향, 마지막으로 실감미디어와 스마트미디어 중심으로 미디어변화에 대한 고찰 순으로 특집 원고를 게제 될 것이다. 본 특집을 위해 원고를 보내주신 최준명 연구원님, 이영호 교수님, 조한진 교수님, 강성관 기술이사님, 김세진 연구원님, 윤재홍 부장님 등 각 저자분들께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다. 본 특집을 통하여 독자들은 스마트 콘텐츠에 대한 이해가 확대되기를 바랍니다.

2013년 6월
목포대학교 멀티미디어공학과 교수 최 한 석