사진산업진흥을 위한 관련법률 제정 타당성 연구

A validity study on the Act of the Promotion of the Photography Industry

강 종 진* Kang, Jong Jean
주 종 우** Joo, Jong Woo
김 대 욱*** Kim, Dae Wook
김 민 웅**** Kim, Min Ung
권 오 형***** Kwon, Oh Hyung
이 용 환****** Lee, Yong Hwan

Abstract

The photography has passed through the era of analog silver halide film and has entered the era of digital photography. Photographs have been faithfully used for about 170 years as information records, proofs, arts and personal play tools. The development of digital photography is further expanding the scope of photography and their industry. Photography plays a role in various industries that will lead the future such as 3D printing, drones, image big data. Tens of millions of photographs are continuously being recorded and transferred to big data, making information. However, legal and administrative support for photography industry in Korea is very scarce. Already in November 2015, a lawmaker for Park Maong-woo proposed a bill to promote the photographic industry.

In this situation, the financing of the photo promotion law is urgent for qualitative and quantitative growth of photography industry and contents. This study examines various cases related to the promotion law in other fields, and it is a study that discusses the legislative discussion on photography industry promotion based on the theoretical basis. Based on the main contents of this law, Korea should make photographic industry promotion law for the development of the photographic industry and prepare a bridgehead for the huge image industry of the future.

Key words Photography, Korea, Industry, Promotion, Convergence, Law

* 제 1저자: 사진산업진흥법 제정위원회 위원장, (재)울산문화산업개발원 원장 / jongjean@iuci.kr
** 공동저자: 사진산업진흥법 제정위원회 위원, 경운대학교 교수 / jw4150@gmail.com
*** 공동저자: 사진산업진흥법 제정위원회 위원, 대구예술대학 교수 / real7610@gmail.com
**** 공동저자: 사진산업진흥법 제정위원회 위원, 중앙대학교 / cjsea618@gmail.com
***** 공동저자: 사진산업진흥법 제정위원회 고문변호사, 법무법인태화 변호사 / ohpwr@hanmail.net
****** 교신저자: 사진산업진흥법 제정위원회 위원, 중앙대학교 교수 / yong0954@gmail.com

www.kci.go.kr

Ⅰ. 서 론

1839년 사진술이 발명된 이래 170여 년 동안 필름 시대에서 디지털시대로 대변혁기를 거치며 오늘날 정보통신시대의 핵심적인 콘텐츠 포맷으로 자리매김하였다.

사진은 유비쿼터스 시대를 넘어 모바일네트워크 시대와 차세대 데이터융합시대를 차례로 열어가는 과거-현재-미래의 모든 산업의 대표적인 뿌리 산업으로 폭넓은 요구와 활용영역이 확장되었다.

대한민국은 물론 전 세계가 IT와 ICT 창조산업, 미래 신성장 차세대 융복합 산업이라는 키워드로 사진기술을 개인 모바일에 탑재하여 지구촌 곳곳에서 수십억 인류가 이 순간에도 수천억 장의 사진들을 스마트 디바이스를 통해 전송하고 있으며 빅데이터 클라우드의 34퍼센트가량이 사진 데이터이다.

드론, 3D 프린팅, 빅데이터, 인공지능 등 10년 내 펼쳐질 단기 미래 산업은 물론 20~50년 중장기 미래 산업에서도 사진 이미징 기술과 산업적 역할의 중요성과 시장성이 매우 크다.

이제 사진전문가들의 창의적 감성과 미래 산업의 각 분야가 융합하여 경제, 통계, 산업, 과학, 기술, 인문, 교육, 사회, 예술 등 모든 분야에 공통으로 활용되는 사진술이 핵심 산업으로 자리매김할 수 있고 사진콘텐츠의 질적 양적 성장을 위한 법률적 행정적 재정적 진흥정책이 절실하다.

그리하여 성공적 한류 산업을 이루었듯 창의 대한민국 인재양성에 투자하여 사진 전문 인력양성, 미래지향적 비즈니스모델 및 일자리 창출, 신 시장 개척은 물론 국제협력 및 해외시장 진출에 앞장설 수 있도록 사진 산업 진흥법 제정과 정책을 수립을 통한 선순환 구조 조성이 필요하다.

2017년 강길부 국회의원의 대표발의로 바로세우는 사진산업진흥법이 대한민국 사진교육, 기술융복합사진산업, 문화창조산업, 예술, 콘텐츠 등 미래사진산업 각 분야 전반의 중차대한 견인차역할을 할 것이다.

Ⅱ. 국내외 사진 산업 현황 분석

1. 국내 사진 산업 시장현황

1.1 사진 산업 관련영역

국내 사진 관련 분야의 현황을 산업분류표와 전문가의 의견을 통해서 파악해보았다. 사진 산업은 국내 산업별 분류표(9차 개정)에 의하면 '전문과학기술서비스업/사진촬영 및 처리업' 에 해당하면 상업사진, 인물사진, 행사 비디오, 사진처리업으로 정의되고 있다. 사진 관련 산업으로는 출판, 영상, 방송, 문화예술 등의 분야 제작과 서비스에 관련된 업종이 있다.

<표 1> 사진 관련 산업분류

산업별 분류		
1차	2차	4차(5차)
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	출판업	신문, 잡지 및 정기간행물 출판업
	영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업	영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작업
	방송업	지상파 방송업
		유선, 위성 및 기타 방송업
전문, 과학 및 기술 서비스업	기타 전문, 과학 및 기술 서비스업	인물사진 및 행사용 비디오 촬영업
		상업사진 촬영업
		사진처리업
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	창작, 예술 및 여가 관련 서비스업	공연시설 운영업
		공연 및 제작관련 대리업
		그 외기타 창작 및 예술관련 서비스업

국내 산업별 분류에 의하면 사진 관련 산업은 표 1과 같이 1차~5차의 단계로 분류되며 출판 · 방송 관련 제작업과 사진 촬영 및 처리업, 창작예술 서비스 관련업으로 나타나고 있다. 이러한 산업분류 방식은 사진이 폭발적으로 증가하고 다양한 분야에서 이용되고 있는 상황을 고려해 볼 때 새로운 사진분에 맞는 새로운 분류 방식이 필요하며 해외 노동부 자료, 학교 및 현장에 있는 전문가의 의견을 수

www.kci.go.kr

렴하여 사진이 확장되어 적용될 수 있는 산업의 영역을 재분류하였다.

<표 2> 사진 관련 산업 재분류

구분	영역	세부 영역
기존	사진일반	광고사진, 패션사진, 스포츠사진, 다큐멘터리사진, 예술사진, 디지털 이미징, 인물사진, 웨딩사진, 스톡사진, 과학사진, 의학사진, 사진출력, 비디오, 출판
확장	스마트 사진	SNS, 플랫폼
	전시 컨벤션	갤러리 전시 사업, 사진 무역박람회
	사진 융복합	드론사진, 가상현실, 증강현실, 인공지능
	사진 빅데이터	사진통계, 사진은행, 이미지분석
	사진저작권	지식재산권산업
	사진관광산업	광관이미지, 지역측산콘텐츠, 사진관광플랫폼

사진 관련 산업의 재분류는 사진이 가지고 있는 고유의 영역과 확장할 수 있는 영역을 중심으로 분류하였다. 사진 일반은 기존의 사진산업이 가지고 있는 촬영, 출력, 서비스의 영역을 말한다. 확장의 부분은 사진이 앞으로 확장될 수 있는 영역으로 타 분야와 결합하여 발전할 수 있다. 이는 디지털 이미지 기술과 ICT(Information Communication Technology)의 발달로 가능할 수 있게 된 것으로 SNS, Wifi가 내장된 카메라, 드론 등의 사례에서 쉽게 찾을 수 있다. PIV(독일)에서 발간된 보고서(2016)에 따르면 사진은 ICT, VR, AR과 결합하여 자동차 내비게이션, 보안, 의료, 가전 등의 실생활 영역까지 확장될 것으로 보고 있다.

또한, 한국고용정보원의 보고서(2014~2016)에 따르면 사진 관련 직종으로 디지털사진 장의사(Digital Undertaker), 아트 트레이서(Art tracer) 등의 직업들 해외에서 도입할 수 있고 헬리캠 촬영기사, 3D 프린팅 전문가, 미디어 콘텐츠 창작자를 창조산업을 선도해나갈 직업군으로 보고 있다.

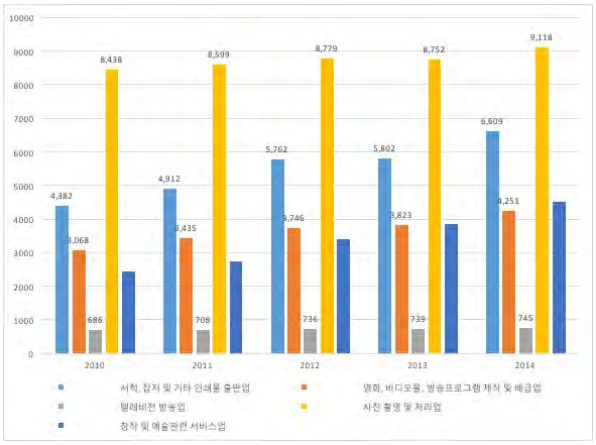
김미련, 박남희(2012)의 논문에 의하면 디지털 사진은 다양한 문화현상을 만들어낼 수 있으며 과학, 예술, 산업이 혼용되어 새로운 기능과 역할을 할 것으로 보고 있으며 다른 영역과 유연한 혼합하는 방식으로 대응해야 하는 것으로 주장하고 있다. 결국, 사진산업이 더욱 발전하고 확장하기 위해서는 다양한 기술과 매체의 결합을 통해야 한다.

이러한 추세로 보아 사진 관련 산업은 확장 및 발전할 가능성이 있으며 타 영역과 사진이 결합하여 사진 관련 산업을 확장해 나갈 필요가 있다.

1.2 국내 사진 관련 산업 시장 현황

현재 사진 관련업의 현황과 종사자 및 매출 현황 등을 통해서 사진 산업의 발전 가능성을 파악해보려고 한다.

(단위:수)



<그림 1> 사진 관련 산업 현황-사업체 수

(단위:명)



<그림 2> 사진 관련 산업현황-종업원 수

사진 관련 사업체의 수는 전체적으로 증가하는 추세로 나타났으며 업종별로는 사진촬영 및 처리업 > 서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업 > 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업 > 창작 및 예술 관련 서비스업 > 텔레비전 방송업 순으로 나타났다. 이 중 창작 및 예술 관련 서비스업의 사업체

www.kci.go.kr

의 수의 증가율이 타 부분에 비해서 높아지는 것으로 나타났다. 이는 창작 및 예술관련 서비스업이 국가에서 장려하는 산업이고 다양한 결과물을 만들어 낼 수 있는 업종의 특성이 있기 때문으로 보인다.

또한, 종업원의 수에서도 9,919명(2010년) ~ 27,863명(2014년)으로 꾸준히 증가하고 있어 앞으로의 발전 가능성이 높은 것으로 판단된다. 이러한 사업체의 수도 종업원의 증가 추세는 영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업에서도 나타나고 있다.

사진 관련 산업은 문화콘텐츠와 밀접하게 관계가 있으며 사진의 확장성에 중요한 요소로서 자리를 잡고 있어 문화콘텐츠의 인력 수요 전망을 파악해 보았다.

<표 3> 문화콘텐츠산업의 인력수요 전망 (단위:천명)

년도 / 기준	2010	2012	2017
광의기준	733	759	788
콘텐츠진흥원 기준	563	596	34

한국고용정보원에서 발표한 보고서(2012)에 따르면 문화콘텐츠산업의 인력의 인력은 연평균 증가율은 1.04(광의 기준), 0.83(콘텐츠 진흥원 기준)으로 나타날 것으로 전망하고 있어 문화콘텐츠 산업의 수요인력은 증가할 것으로 예상한다.

다음으로 2010~2014년 국내 사진촬영 및 처리업의 사업체 현황을 알아보았다.

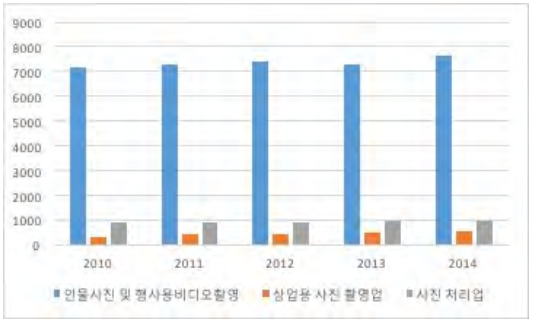
(단위:수)



<그림 3> 사진 산업 전체 현황

2014년 국내 사진촬영 및 처리업의 사업체 수는 9,118개, 2010년의 8,669개에 비해서 다소 증가하고 있는 것으로 나타났으며 이는 종업원 수의 변화에서도 나타나고 있다. 2010년 종업원 수는 17,968명, 2014년 18,940명으로 5년간의 변화 추세를 파악해보았을 때 비교적 증가하는 것으로 나타났다.

(단위:수)



<그림 4> 사진 산업 상세현황-사업체 수

2010~2014년의 사진 산업의 사업체 수와 종업원 수의 세부적인 변화를 파악해 보았다. 인물사진 및 행사용 비디오촬영이 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 상업용 사진보다 사진처리 없이 상대적으로 높게 나타났다.

(단위:명)



<그림 5> 사진 산업 상세현황-종업원 수

인물사진 및 행사용 비디오 촬영 업의 경우 웨딩사진, 베이비사진, 프로필사진 등의 촬영 없이 사진 산업에서 큰 부분을 차지하고 있는 것을 알 수가 있다. 사진 처리업의 경우 사업체 수는 증가하였지만, 종업원 수는 감소하는 추세로 나타났다. 이는 디지털사진이 일반화되면서 소규모의 디지털 출력 업체들이 증가하는 것으로 판단할 수 있을 것으로 본다. 이러한 사진 산업의 시장은 수치적으로는 비교적 상승하고 있지만, 장기적인 경기 침체로 국내 사진 산업이 어려운 실정이다. 한국고용정보원의 보고서(2015)에 의하면 사진 산업이 침체기이기는 하지만 다른 영역에 비해서는 비교적 양호한 편이고 발전 가능성이 있는 것으로 보고 있다.

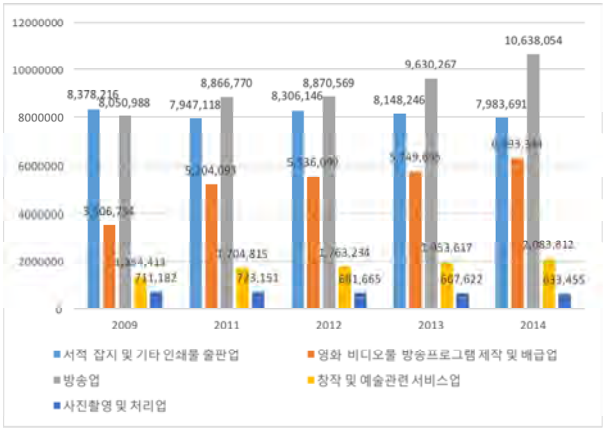
www.kci.go.kr

2. 국내외 사진 산업 시장 규모

2.1 국내 사진 산업 시장 규모

국내의 사진 관련 산업의 시장의 규모를 업종별 매출의 현황을 통계청 자료를 통해서 파악해 보았다.

(단위:백만 원)

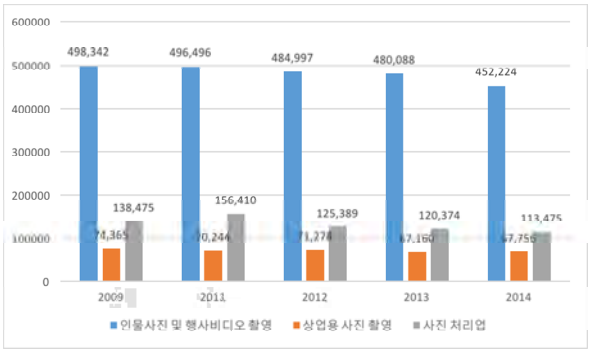


<그림 6> 사진 관련 산업 매출 현황

사진 관련 산업의 매출 규모는 방송업, 서적 잡지 및 기타 인쇄물 출판업, 영화 비디오물 방송프로그램제작 및 배급업이 비교적 높게 나타났다. 그 중 방송업은 1,354,413(2009년)에서 2,083,812(2014)로 매출액의 변화는 많이 증가하는 추세로 나타났다. 그리고 방송업, 창작 및 예술 관련 서비스업이 타 분야에 비해서 매출액이 지속해서 증가하는 경향을 보인다. 사진촬영 및 처리업은 관련 산업보다 5년 동안의 매출량은 감소하고 있으나 그 차이는 크지 않은 것으로 나타났다.

현재의 사진(이미지), 영상과 같은 산업은 디지털의 기술과 결합을 하고 있으며 디지털 콘텐츠 시장에서 중요한 비중을 차지하고 있다.

(단위:백만 원)



<그림 7> 사진 산업 매출 현황

사진 산업의 5년간(2009~2014)의 매출현황은 전체적으로 감소하는 추세로 나타났다. 인물사진 및 행사 비디오 촬영 업은 매년 1%씩 매출액이 감소하는 것으로 나타났고 사진처리업은 매년 2% ~3%의 감소하는 경향을 보였다. 반면에 상업용 사진 촬영업은 2%~3%의 감소 및 증가의 변화를 보였다. 결국 사진 산업은 타 분야보다 매출의 비율은 작지만 연 매출액의 변화는 작아 사진 산업이 정체기에 있는 것으로 보인다. 그러나 사진 관련 산업(방송업, 영화 비디오물 방송프로그램제작 및 배급업)에서 매출액은 증가하고 있으므로 사진의 발전 가능성과 확장성은 긍정적으로 바라볼 필요가 있는 것으로 판단된다.

2.2 해외 사진 관련 산업 시장 규모

(단위:100만 달러)



<그림 8> DSLR &CSC 세계시장 현황 (자료:PIV)

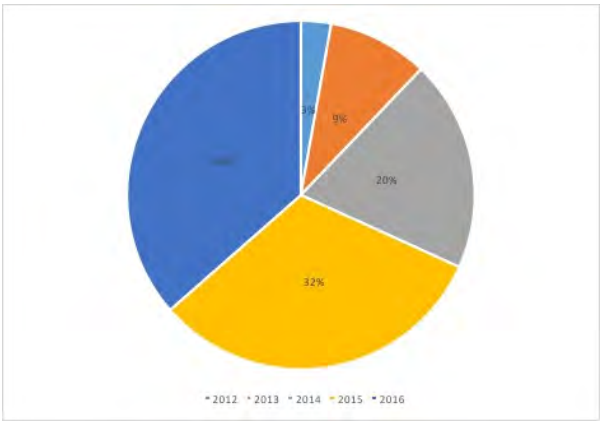
해외의 사진 관련 산업의 시장의 규모를 국내외 각종 보고서를 통해서 파악해 보았다. PIV(Photoindustrie-Verband)에서 발행한 사진&

www.kci.go.kr

이미지 시장보고서에 의하면 세계 디지털카메라와 비디오 촬영은 스마트 솔루션과 함께 성장할 것이며 새로운 비즈니스 분야를 개척할 것으로 보고 있다.

디지털카메라의 시장의 특성을 파악하기 위해서는 DSLR과 CSC의 세계시장 규모를 알아보았다.

위의 <그림 8>은 DSLR과 CSC(Compact System Cameras)의 세계시장 규모(2011~2016년 08)를 나타낸 것이다. DSLR과 CSC 시장의 규모는 2013년도를 기준으로 전체적으로 감소하는 경향을 보였고 DSLR과 CSC의 시장 규모의 비율(2011 ~2016년)은 변화하고 있는 것으로 나타났다. DSLR의 시장 규모는 85%(2011년)에서 72%(2016년)로 감소하고 있었으며 CSC의 시장 비율은 13%로 증가하고 있는 것으로 나타났다.

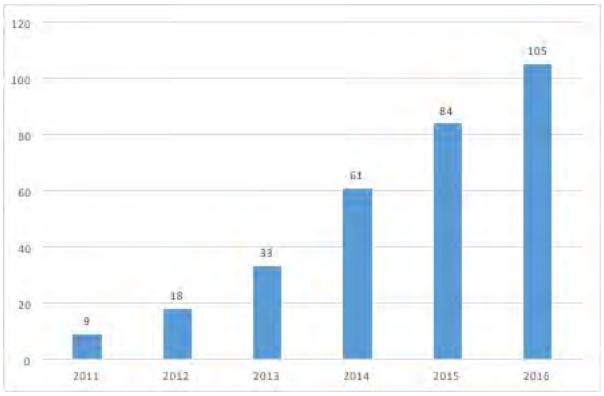


<그림 9> Wifi가 탑재된 카메라 이용현황 (자료:PIV)

<그림 9>는 GFK(시장조사기관/독일)에서 조사한 자료이며 독일 내의 카메라 시장에서 Wifi가 탑재된 카메라를 사용하는 비율을 나타낸 것이다. Wifi가 탑재된 카메라의 비율은 전체 시장에서 지속해서 증가하고 있으며 2년(2014년 ~ 2015년) 동안 23%가 증가한 것으로 나타났다. 이는 Wifi를 이용하여 사진을 손쉽게 촬영하고 전송할 수 있는 기능을 선호도와 활용도가 높아지는 것으로 볼 수 있다. 따라서 디지털카메라를 사용하는 소비자는 디지털 카메라의 휴대성과 사용의 편이성을 중요시 여기는 경향으로 바뀌고 있는 것으로 볼 수 있다.

현재 많은 사람들은 디지털카메라나 스마트 폰 등 사용하여 동영상을 촬영해 많은 콘텐츠를 생산하고 있으며 동영상의 시장규모는 확대되고 있다. 이 중 스포츠와 같은 극렬한 움직임을 촬영하는 액션캠(Action Cam)은 동영상의 시장에 사용의 빈도가 급격하게 늘어나고 있으며 시장의 규모도 커지고 있다.

(단위:100만 달러)

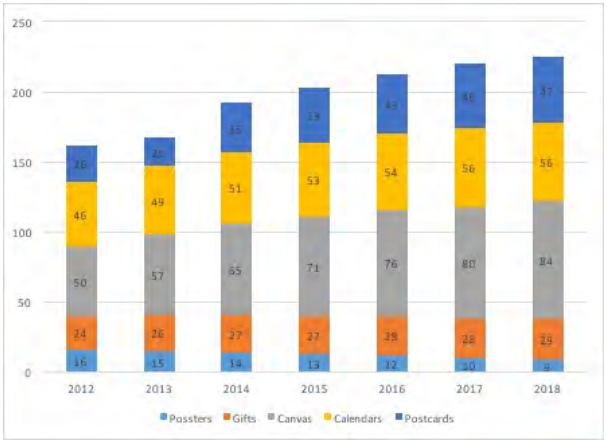


<그림 10> Action Cam 세계시장 현황 (자료:PIV)

PIV 자료에 의하면 액션 캠의 세계시장은 90만 달러(2011년)에서 1,050만 달러(2016년)까지 급격하게 증가하고 있는 것으로 나타나 액션 캠의 시장규모는 지속해서 확대될 것으로 파악되고 있다.

사진은 다양한 분야와 접목하여 다양한 부가 상품을 만들어 내고 있다. PIV에 따르면 독일 내 사진 관련 상품의 전체 판매량은 지속해서 증가하는 추세로 나타나고 있다.

(단위:100만유로)



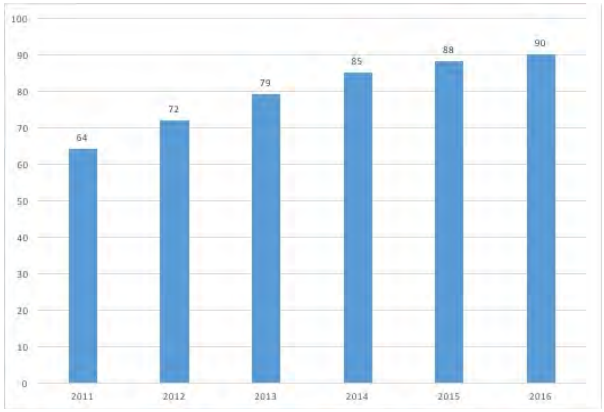
<그림 11> 사진 관련 상품의 판매량 (독일/자료:PIV)

이 중 Calendar(5천 6백만), Canvas(8천 4백만), Postcard(4천 7백만), Gift(2천 9백만)의 판매량은 증가하였으나 Poster(9백만)의 판매량은 감소하는 것으로 나타났다. 이러한 경향은 Photo

www.kci.go.kr

Book 시장에서도 나타나고 있다.

(단위:100만 달러)



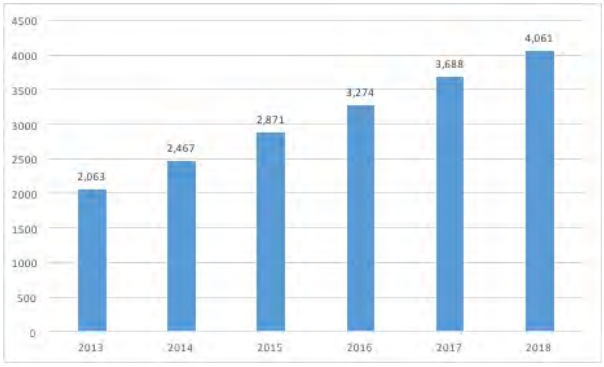
<그림 12> Photo Book 판매량 (독일/자료:PIV)

<그림 12>는 PIV에서 2011~2016년 08월까지 독일의 Photo Book 판매량을 나타낸 것이다. Photo Book 판매량은 6천 4백만 달러(2011년) ~ 9천만 달러(2016년)까지 지속해서 증가하고 있는 것으로 나타났다.

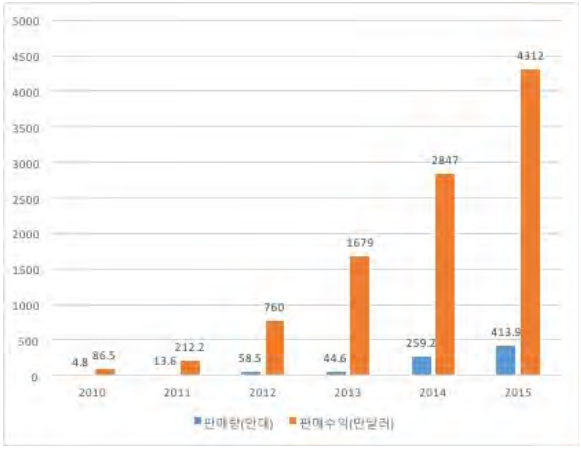
따라서 Calendar, Postcard, Gift, Photo Book과 같은 사진 관련 상품의 산업은 지속해서 발전할 것으로 보인다. 이러한 현상은 대중들의 사진의 이용형태가 온라인에만 집중되지 않고 일정 부분은 오프라인의 형태를 이용하기 원하는 요인에서 나타난 결과인 것으로 판단된다.

현재 이미지 산업은 2D에서 3D로 확장되고 있으며 전 세계적으로 많은 연구와 투자가 이루어지고 있다. 이러한 3D 이미지는 산업, 교육, 의학 등 많은 분야에서 활발하게 적용되고 있다. 3D 이미지 산업은 3D 카메라, 3D 스캐닝, 3D 프린팅의 영역이 중심축을 해당하고 이미지 산업의 근간인 사진과 밀접한 관계가 있다. 따라서 3D 이미지 산업의 시장 규모를 파악해 사진의 확장성을 확인해 보았다.

(단위:100만 달러)

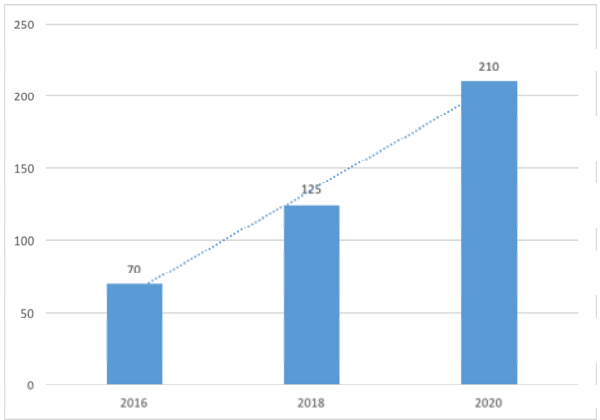


<그림 13> 3D 스캐닝 세계 시장규모
(자료:Marketstand Market Analysis 2015)



<그림 14> 세계 3D카메라·캠코더 시장 규모
(자료:디스플레이서치)

(단위:억 달러)



<그림 15> 3D프린팅 세계시장 규모
(자료:Whlers Report 2014)

3D 스캐닝의 영역에서 세계시장의 규모는 Market stand Market Analysis(2015)에 의하면 20억6300만 달러(2013년)에서 40억6100만 달

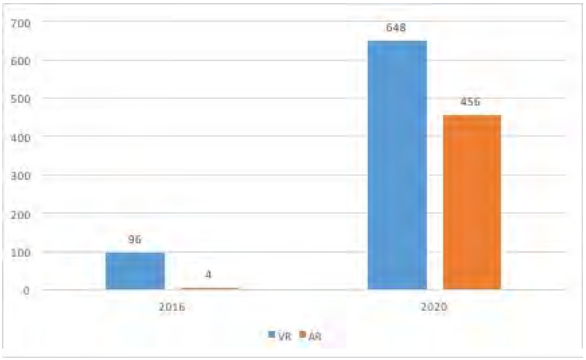
www.kci.go.kr

러(2018)까지 지속해서 성장할 것으로 예상한다.

3D카메라•캠코더시장 규모는 86만5천 달러(2010년)에서 4,312만 달러(2015년)까지 급속도로 성장했으며 2015년도에는 413만9천대의 장비를 판매한 것으로 나타났다. 그리고 3D 프린팅의 경우 70억 달러(2016년)에서 210억 달러(2020년)까지 성장할 것으로 보고 있어 3D 이미지 산업의 발전 전망은 밝은 것으로 나타났다.

이러한 이미지 산업의 흐름은 VR(가상현실) & AR(증강현실) 산업도 나타나고 있다.

(단위:100만 달러)



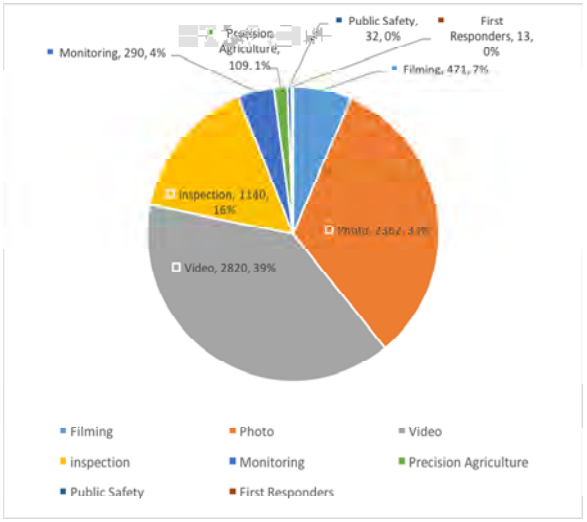
<그림 16> VR과 AR 장치의 판매량 (자료:PIV)

PIV 자료(2016.08)에 의하면 VR & AR 장치는 판매량은 2020년에 6억4천8백만 달러(VR), 4억5천6백만 달러(AR)에 이를 것으로 전망하고 있으며 VR이 AR보다 판매량이 더 많을 것으로 보고 있다. Bitkom(독일 연방 정보기술미디어협회)에 따르면 14세 이상의 독일인(9%)가 VR을 체험해 본 것으로 발표 하였다. VR은 게임, 360° 사진, 3D 콘텐츠 등에 이용되는 장치로 이미지 영상 산업의 부가가치를 창출할 잠재력이 있는 것으로 판단된다.

사진 관련 산업은 무인항공기인 '드론'을 통해서 항공분야까지 확장하고 있다.

드론은 군수용, 민간(상업)용으로 주로 이용되고 있으며 최근 들어 민간(상업)용 드론의 사용비율이 높아지고 있다.

Tealgroup(2014)에서 발표한 자료에 의하면 민간용 사용되고 있는 드론의 비율은 11%(2014)에서 14%(2023)으로 증가할 것으로 보고 있어 드론이 민간(상업)용으로 활용이 증가하고 드론의 수요가 늘어날 것으로 예상한다.



<그림 17> 상업용 드론의 사용 현황(자료:FAA,IITP)

위의 그림 18는 미국 FAA에 상업용으로 등록된 3,426개의 드론을 업종별 사용되고 있는 현황을 나타낸 것이다. 전체 3426개의 드론 중 사진(33%), 비디오(39%), 영화(7%)가 차지하는 비율은 79%로 다른 분야에 비해서 압도적으로 이용률이 높은 것으로 나타나고 있어 사진 관련 산업의 발전에 큰 영향을 미칠 것으로 판단된다.

해외 사진 관련 산업은 카메라, 스캐닝, 프린팅, 항공촬영, 사진 관련 상품 등의 산업에서 이용자의 요구를 반영하여 지속해서 발전하고 확장해가고 있다. 이러한 사진 관련 산업은 스마트 홈, 로봇, 자동차, 보안 및 군사, 의학 등의 분야에서 적용 가능한 많은 기술개발이 이루어지고 있어 사진 관련 산업은 차세대 산업의 중심에서 주도적인 역할을 해 나가리라 판단된다.

Ⅲ. 사진산업진흥 관련 법체계 분석

1. 사진산업진흥을 위한 법률체계

1.1 주요 내용

1) 이 법은 사진산업 진흥에 필요한 사항을 정함으로써 사진산업의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화하여 국민경제의 발전과 국민의 문화적 삶의 질을 향상하는데 이바지함을 목적으로 함(안 제1조).

www.kci.go.kr

2) 문화체육관광부 장관은 사진산업의 진흥을 위하여 관계 중앙행정기관의 장과 협의를 거쳐 5년마다 기본계획을 수립하고, 문화체육관광부 장관과 시·도지사는 기본계획에 따라 연도별 시행계획을 수립·시행하도록 함(안 제5조).
3) 정부는 사진산업의 진흥에 필요한 전문 인력 양성을 위한 시책을 마련하고, 사진콘텐츠의 창작·제작에 필요한 기술개발을 촉진하며, 사진콘텐츠의 건전한 유통질서 확립을 위하여 불법 복제 방지 등 필요한 시책을 수립하여야 함(안 제7조부터 제9조).
4) 정부는 사진콘텐츠의 지식재산권 보호 시책을 수립하고, 사진산업의 국제협력 및 해외진출을 위한 사업을 추진함(안 제10조 및 제11조).
5) 문화체육관광부 장관은 사진산업의 진흥을 위하여 사진산업진흥원을 설립하고, 사진산업 진흥을 위한 정책 및 제도의 연구·조사·기획 등 사진산업 진흥을 위한 사업을 수행함(안 제12조).
6) 사진산업의 진흥을 위한 사업이나 활동을 지원하기 위하여 사진발전기금을 설치하고, 기금은 문화체육관광부 장관이 관리·운용하되, 진흥원에 위탁할 수 있음(안 제13조).

1.2 제안의 이유

사진산업은 인터넷, 모바일을 비롯한 다양한 정보통신 콘텐츠와 미래 데이터산업의 핵심인 빅데이터, 드론, 3D 프린팅 등 차세대 영상시장의 뿌리 산업으로 널리 활용되고 있음.

그러나 과학기술에 바탕을 둔 사진기술 발전에만 집중됨에 따라 창의적 사진콘텐츠 개발이나 사진산업의 진흥 및 육성을 위한 노력과 이에 대한 제도적 지원은 절대적으로 부족한 실정임.

물론 「문화예술 진흥법」에 따라 사진도 문화예술의 한 분야로서 각종 사업과 활동을 지원받을 수는 있으나, 영화, 음악, 만화, 애니메이션, 출판, 방송, 인쇄, 공예 등 각 분야에 대한 진흥법이 각각 제정되고 이에 대한 지원 및 육성이 이루어짐에 따라 사진 분야에 대한 지원 및 육성은 거의 이루어지지 않고 있는 것이 현실임.

이에 사진산업의 진흥을 위한 제도적 장치를 마련함으로써 사진산업의 기반 조성과 경쟁력을 강화하여 국민경제의 발전과 국민의 문화적 삶의 질을 향상하는데 이바지하려는 것임.

2. 관련법 분석

2.1 법체계 (법률, 시행령, 시행규칙)

– 상위법 우선의 원칙: 하위 법은 상위법의 내용을 벗어나지 않는 범위에서 유효하다.

헌법>법률>시행령>시행규칙>조례>규칙>고시>예규>민속습관

– 법률: 국회에서 개정하거나 만듬(위헌성은 헌법재판소에서 판단)
– 시행령: 대통령이 정하는 명령(국회에서 통과 되어야 함, 위헌성은 법원을 거쳐 대법원에서 판단)
– 시행규칙: 대통령이 정한 명령안에서 국무총리나 각 부장관이 정하는 명령, 각각 총리령 부령이라고도 함(국민에게 영향을 주는 것은 법률과 시행령임. 시행규칙부터는 행정적 사항만 가능)

2.2 국가재정법

<표 4> 국가재정법의 구성

국가재정법 (7장 106개 조, 3개 별표)		
제1장	총칙	제1조~제15조
제2장	예산	제1절 총칙
		제2절 예산의 편성
		제3절 예산의 집행
제3장	결산	제56조~61조
제4장	기금	제62조~85조
제5장	재정건전화	제86조~92조
제6장	부칙	제93조~101조
제7장	벌칙	제102조
별표 1	특별회계설치 근거 법률	
별표 2	기금설치 근거 법률	
별표 3	금융성 기금	

별표 2에 「사진산업 진흥에 관한 법률」을 추가함. (안 별표 2 제68호 신설)

국가 제정법은 국가의 예산 기금 결산 성과관리 및 국가채무와 재정에 관한 사항을 정해 놓은 법으로 효율성과 투명한 재정운영을 위한 재정의 기틀

www.kci.go.kr

을 만드는 법을 말한다.[1] 국가 재정법은 국가의 예산의 편성, 예산의 집행, 결산원칙, 기금관리 운용의 원칙, 재정 건전화 원칙을 그 주요 내용으로 삼고 있다. 국가재정법은 2006년 10월 4일 법률 제8050호로 제정, 2007년 1월 1일부터 시행되었다. 2012년 6월까지 총 39차례에 걸쳐 개정되었다.

국가재정법은 재정운영의 기본방향과 목적을 법으로 규정하는 것을 통해서 국가의 재정을 관리 하고자 하는 법이라 할 수 있다.

국가재정법은 헌법의 조항을 구체화한 국가 재정의 기본법이라 할 수 있다.

– 제안이유 : 사진산업은 인터넷, 모바일을 비롯한 다양한 정보통신 콘텐츠와 미래 데이터산업의 핵심인 빅데이터, 드론, 3D 프린팅 등 차세대 영상시장의 뿌리 산업으로 널리 활용되고 있음.

그러나 과학기술에 바탕을 둔 사진기술 발전에만 집중됨에 따라 창의적 사진콘텐츠 개발이나 사진산업의 진흥 및 육성을 위한 노력과 이에 대한 제도적 지원은 절대적으로 부족한 실정임.

물론「문화예술 진흥법」에 따라 사진도 문화예술의 한 분야로서 각종 사업과 활동을 지원받을 수는 있으나, 영화, 음악, 만화, 애니메이션, 출판, 방송, 인쇄, 공예 등 각 분야에 대한 진흥법이 각각 제정되고 이에 대한 지원 및 육성이 이루어짐에 따라 사진 분야에 대한 지원 및 육성은 거의 이루어지지 않고 있는 것이 현실임.

이에 사진발전기금을 설치하여 사진산업의 진흥에 필요한 재원을 안정적으로 확보하려는 것임.

2.3 콘텐츠산업진흥법

–중요내용[2]

1) 이 법은 콘텐츠산업의 진흥에 필요한 사항을 정함으로써 콘텐츠산업의 기반을 조성하고 그 경쟁력을 강화하여 국민 생활의 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다. (목적: 제1조)
2) 정부는 콘텐츠산업의 기반을 조성하고 그 경쟁력을 강화하기 위하여 3년마다 콘텐츠산업의 진흥에 관한 중, 장기 기본계획을 수립하여야 한다. (기본계획: 제 5조)
3) 정부는 콘텐츠산업의 발전에 필요한 재원을 마련하기 위하여 노력하여야하며 다양한 분야와 다양한 형태의 콘텐츠가 창작, 유통, 이용될 수 있는 환경을 조성하여야 하며, 콘텐츠제작자의 창의성을 높이고 경쟁력을 강화하기 위한 시책을 마련하여야 한다. (재원의 확보와 콘텐츠제작의 활성화: 제 8, 9조)
4) 정보는 콘텐츠산업의 진흥에 필요한 전문 인력을 양성하기 위하여 노력하며 한국콘텐츠진흥원 등을 전문 인력 양성기관으로 지정하여 교육 및 훈련을 실시하게 할 수 있으며, 이에 필요한 예산을 지원할 수 있다. (전문 인력의 양성: 제 14조)
5) 정부는 사회적, 경제적 환경의 변화에 따른 콘텐츠 이용 방법의 다양화에 적절하게 대응하여 콘텐츠의 지식재산권 보호 시책을 강고하여야 한다. 문화체육관광부장관은 효율적인 콘텐츠제작과 콘텐츠의 품질향상, 콘텐츠 간 호환성 확보 등을 위하여 관계 중앙행정기관의 장과의 협의를 거쳐 다음 각 호의 사업을 추진하고, 관련 사업자에게는 제정된 표준을 고시하여 권고할 수 있다. 이 경우 콘텐츠의 디지털화와 관련된 사항은 미래창조과학부장관과 협의하여야 한다. (전문 인력양성 및 표준화의 추진: 제 14, 16조)
   ① 콘텐츠에 관한 표준의 제정, 개정, 폐지 및 보급
   ② 콘텐츠와 관련된 국내외 표준의 조사, 연구, 개발
   ③ 그 밖에 콘텐츠의 표준화에 필요한 사업
6) 정보는 콘텐츠산업의 국제협력 및 해외시장 빈출을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다. (국제협력 및 해외진출 지원: 제 17조)
   ① 콘텐츠의 해외 마케팅 및 홍보활동 지원
   ② 외국인의 투자 유치
   ③ 국제시상식 · 견본시장 · 전시회 · 시연회 등 참여 및 국내 유치
   ④ 콘텐츠 수출 관련 협력체계의 구축
   ⑤ 콘텐츠의 해외 현지화 지원
   ⑥ 콘텐츠의 해외 공동제작 지원
   ⑦ 국내외 기술협력 및 인적 교류
   ⑧ 콘텐츠 관련 국제표준화
   ⑨ 그 밖에 국제협력 및 해외진출을 위하여 필요한 사업
7) 콘텐츠사업자는 콘텐츠에 관한 영업의 건전한 발전과 콘텐츠사업자의 공동이익을 도모하기 위하여 문화체육관광부장관의 인가를 받아 협

1) 국가재정법[일부개정 2012.3.21 법률 제11378호 시행일 2014.1.1] 제1장 제1조
2) 국가법령정보센터, 콘텐츠산업 진흥법:http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=105953#0000

www.kci.go.kr

회를 설립할 수 있다. 콘텐츠사업자는 상호협동과 자율적인 경제활동을 도모하고 콘텐츠산업의 건전한 발전을 위하여 문화체육관광부장관의 인가를 받아 각종 자금 대여와 보증 등을 행하는 콘텐츠공제조합을 설립할 수 있다. (협회의 설립과 콘텐츠공제조합의 설립: 제20조)

8) 정부는 온라인으로 유통되는 콘텐츠 거래의 투명성·공정성·효율성을 확보하고 우수 콘텐츠의 유통을 촉진하기 위하여 콘텐츠 거래사실에 관한 자료를 보관하고 거래사실을 확인·증명하는 콘텐츠 거래사실의 인증사업을 실시할 수 있다. (콘텐츠 거래사실 인증사업의 추진: 제 21조)

3. 사진산업 진흥법제의 개관

사진 산업 법제의 경우 헌법과 국가 재정법에 그 근거를 두어 사진산업 진흥에 필요한 사항을 법률로 정함으로써 사진산업의 기반을 조성하고 그 경쟁력을 강화하여 국민경제의 발전과 국민의 문화적 삶의 질을 향상하는데 이바지함을 목적으로 한다. 사진산업 진흥을 위해 문화체육관광부장관은 관계 중앙행정기관의 장과 협의를 거쳐 5년마다 기본계획을 수립하고, 문화체육관광부장관과 시·도지사는 기본계획에 따라 연도별 시행계획을 수립·시행하도록 하는 것을 통해 사진산업의 진흥을 체계적으로 수행하도록 한다. 이는 사진산업진흥을 위한 주체 기관과, 기한을 정하는 것을 통해 또한 정부는 사진산업의 진흥에 필요한 전문 인력 양성을 위한 시책을 강구하고, 사진콘텐츠의 창작·제작에 필요한 기술개발을 촉진하며, 사진콘텐츠의 건전한 유통질서 확립을 위하여 불법 복제 방지 등 필요한 시책을 수립하여야 함을 그 기본 내용으로 한다. 정부는 사진콘텐츠의 지식재산권 보호시책을 수립하고, 사진산업의 국제협력 및 해외진출을 위한 사업을 추진함 문화체육관광부장관은 사진산업의 진흥을 위하여 사진산업진흥원을 설립하고, 사진산업 진흥을 위한 정책 및 제도의 연구·조사·기획 등 사진산업 진흥을 위한 사업을 수행함 사진산업의 진흥을 위한 사업이나 활동을 지원하기 위하여 사진발전기금을 설치하게 하는 것을 그 내용으로 한다.

3.1 제정안의 세부내용

1) 제1조(목적) 법 제정의 목적
2) 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의
3) 제3조(국가 및 지방자치단체의 책무) 정부의 정책수립과 시행 책무 규정
4) 제4조(다른 법률과의 관계) 이 법의 적용 규정
5) 제5조(사진산업진흥기본계획의 수립·시행 등) 정부의 기본계획수립 의무 규정
6) 제6조(사진콘텐츠의 창작·제작 등의 지원) 사진가,사진사업자,사진교육기관,사진기술개발업자 및 사진 관련단체 지원
7) 제7조(전문 인력 양성) 산학연관의 협력강화 및 전문 인력양성을 위한 해외교류
8) 제8조(기술개발의 촉진) 사진 산업과 관련된 기술개발 사업을 지원
9) 제9조(유통질서의 확립) 불법 복제 유통을 방지, 표준계약서를 통한 질서 확립
10) 제10조(지식재산권의 보호) 사진콘텐츠의 기술적 보호
11) 제11조(국제협력 및 해외진출의 지원) 국제 전시회, 해외 마케팅 및 홍보, 사진산업 해외 현지화 및 해외 공동제작 지원
12) 제12조(사진산업진흥원의 설립) 진흥원 설립을 통한 진흥 정책 및 제도 연구
13) 제13조(기금의 설치 및 조성)
14) 제14조(기금의 관리·운용) 문화체육관광부장관이 관리 운용
15) 제15조(기금의 용도) 사진 진흥을 위한 사업지원 및 연구
16) 제16조(권한의 위임·위탁) 이 법이 규정하는 정부의 책무 일부를 사진산업진흥목적의 기관·단체에 위탁할 수 있음을 규정

4. 타 진흥법 진행현황

4.1 문학진흥법

-중요내용[3)]

1) 이 법은 문학 진흥을 위한 사업과 활동을 지원하고, 문학 창작 및 향유와 관련한 국민의 활동을 증진함으로써 문학 발전에 이바지함을 목적

3) www.law.go.kr/법령/문학진흥법/

www.kci.go.kr

으로 한다. 국가와 지방자치단체는 문학 진흥에 관한 시책을 마련하고, 문학 창작 및 향유와 관련한 국민의 활동을 권장 · 보호 · 육성하도록 노력하여야 한다.

2) 문화체육관광부 장관은 문학 진흥을 위하여 특별시장 · 광역시장 · 특별자치시장 · 도지사 · 특별자치도지사의 의견을 들어 문학진흥기본계획을 5년마다 수립 · 시행하여야 한다고 명시해 국가와 지방자치단체, 문화체육관광부의 문학 진흥책 마련 의무를 명시했다.

3) 체계적인 한국 문학작품 및 간행물의 번역, 출판과 해외 홍보, 교류 사업을 위하여 한국문학번역원을 둔다.

4) 문학관은 그 설립, 운영의 주체에 따라 국립, 공립, 사립문학관이 있으며 아래와 같은 사업을 한다.

1. 문학관 자료의 수집 · 보존 · 복원 · 관리 · 전시 및 활용
2. 문학관 자료에 대한 조사 · 연구
3. 문학관 자료와 관련된 국내외 교류 · 협력
4. 문학의 대중화를 위한 홍보, 교육 및 각종 부대시설의 설치 · 운영
5. 그 밖에 설립 목적을 달성하기 위한 사업

2015년 12월 31일 문학진흥법이 국회에서 통과됨에 따라 한국문학관 설립과 문학진흥기본계획 수립 등의 사업이 진행되었다. 문화체육관광부(문체부)는 2016년 1월 5일 상반기 중 한국문학관 설립을 위한 부지 공모에 나선다고 밝혔으며, 문체부는 하반기 중 설계를 설계비 명목으로 예산 10억 원을 배정했다. 문학진흥법은 특별법인으로 국립한국문학관을 설립하고, 문학진흥기본계획을 수립하며, 문학 관련 전문 인력을 양성 및 지원하고, 문학 단체 및 비영리 법인을 지원하는 등의 내용을 담았다. 또 그동안 출판문화산업 진흥법 안에 있었던 한국문학번역원(번역원)에 대한 법적 근거 역시 문학진흥법으로 옮겨오도록 했다[4].

4.2 만화진흥법

-주요 내용[5]

1) 이 법은 만화 창작 및 만화산업 진흥에 관하여 필요한 사항을 정하여 만화 창작을 활성화하고 만화산업의 진흥을 촉진함으로써 국민의 문화생활 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

2) 문화체육관광부 장관은 이 법의 목적을 효율적으로 달성하기 위하여 만화 창작 및 만화산업을 육성 · 지원하는 기본계획을 수립하여야 한다. 또한, 만화 및 만화산업을 보호하고 육성하기 위한 시책을 강구하여야 한다.

3) 문화체육관광부장관은 만화가 및 만화산업에 관한 전문 인력 양성을 위한 계획을 수립 · 시행하여야 하며, 디지털만화 및 만화산업과 관련된 기술의 개발을 촉진하기 위하여 기술개발 사업을 실시하는 자에 대하여 그 소요되는 자금의 전부 또는 일부를 출연 또는 보조할 수 있다.

4) 문화체육관광부장관은 만화산업의 진흥을 위하여 만화 및 만화상품의 유통활성화 및 유통정보화에 노력하여야 한다. 만화사업자는 합리적 이유 없이 만화가 또는 다른 만화사업자에게 지적재산권의 일방적인 양도 요구 등 그 지위를 이용하여 불공정한 계약을 강요하거나 부당한 이득을 취득하여서는 아니 된다.

5) 정부는 만화가의 창작활동과 만화산업을 보호하고 육성하기 위하여 만화의 지적재산권 보호시책을 마련하여야 한다.

만화 진흥법은 지난 1990년대 중반부터 그 필요성이 제기되었지만, 추진위원회가 결성되어 구체적인 실행 단계에 들어간 것은 2009년부터이며 주로 작가단체를 중심으로 다소 더디게 진행되었다. 하지만 2010년 젊은 만화작가들이 추진위원회를 결성하면서 2011년 6월 관련 법안이 발의되었으며 2011년 12월 29일 국회 본회의에서 통과되었다[6].

그러나 당시 만화진흥법의 주요내용(만화진흥위원회설치, 만화발전기금, 만화저작권보호 위원회, 한국만화자료원)은 핵심은 제외된 상태이며 다음 단계인 시행령에서 구체적인 만화계의 의견을 반영하기로 하였다. 이유는 기획재정부, 행정안전부, 문화부 등의 반대를 넘기 힘들어 전략적으로 진흥법을 간소화 시킨 것이다[7].

4) 한겨레신문:http://www.hani.co.kr/arti/culture/book/724868.html#csidx1cdef8763ff839497efee5a027c7d1a
5) www.law.go.kr/법령/만화진흥법/
6) http://koreancontent.kr/477

www.kci.go.kr

4.3 유사분야 진흥법 제정 현황

<표 5> 진흥법현황

법령명	제정일	관할부처
공예문화산업 진흥법	2015.5.18	문화체육관광부 (시각예술디자인과)
관광진흥법	2015.4.22	문화체육관광부 (관광정책과)
국민체육진흥법	2014.5.28	문화체육관광부 (체육정책과)
독서문화진흥법	2013.3.23	문화체육관광부 (출판인쇄산업과)
문화예술진흥법	2014.1.28	문화체육관광부 (예술정책과)
박물관 및 미술관 진흥법	2014.1.14	문화체육관광부 (박물관정책과)
산업디자인진흥법	2014.5.20	산업통상자원부 (디자인생활산업과)
작은 도서관 진흥법	2012.2.17	문화체육관광부 (도서관정책기획단)
전통무예진흥법	2008.3.28	문화체육관광부 (체육진흥과)
출판문화산업 진흥법	2014.5.20	문화체육관광부 (출판인쇄산업과)
스포츠산업 진흥법	2010.2.4.	문화체육관광부 (스포츠산업과)
콘텐츠산업 진흥법	2014.11.19	문화체육관광부 (문화산업정책과)
씨름 진흥법	2012.1.17	문화체육관광부 (체육진흥과)

<표 6> 법률 현황

법령명	제정일	관할부처
문학 진흥에 관한 법률	2016.2.3	문화체육관광부 (예술정책과)
게임산업진흥에 관한 법률	2014.11.19	문화체육관광부 (게임콘텐츠산업과)
뉴스통신 진흥에 관한 법률	2013.3.23	문화체육관광부 (미디어정책과)
만화진흥에 관한 법률	2012.2.17	문화체육관광부 (인문정신문화과)
신문 등의 진흥에 관한 법률	2013.8.6	문화체육관광부 (미디어정책과)
영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률	2015.5.18	문화체육관광부 (영상콘텐츠산업과)
음악산업진흥에 관한 법률	2013.8.6	문화체육관광부 (대중문화산업과)
이스포츠(전자스포츠) 진흥에 관한 법률	2012.2.17	문화체육관광부 (게임콘텐츠산업과)
잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률	2013.3.23	문화체육관광부 (미디어정책과)

7) 만화진흥법 추진위원회, 2011년 12월 29일

Ⅳ. 사진산업진흥법 제정의 타당성

1. 법적인 측면에서의 법률제정의 타당성

콘텐츠산업진흥법이 있고 전체를 아우르는 저작권법도 있고 시각예술담당자도 있으므로 사진 분야를 육성할 체계가 갖추어져 있는데 굳이 사진산업진흥법을 제정해야 하는가? 그렇게 되면 다른 분야도 각각의 법률을 제정해야 하지 않나? 라는 문화부의 실무적 반박의견이 있었다. 그러나 이는 일반법과 포괄적 행정에 의한 집중육성의 부재라는 부당함을 간과한 판단이다. 통상적으로 일반법은 그 법의 효력이 미치는 범위에 특별한 제한이 없는 법이고 특별법은 일정한 범위 안에서만 효력을 가지는 법이다. 사진산업 진흥법은 사진산업에 국한하여 집중 육성하고 사진을 중심으로 한 전 방위의 산업적 성장을 도모하기 위한 특별법이므로 만화산업, 영화산업, 게임산업 등의 세부분야 육성을 위한 특별법을 통해 산업기반토대구축과 시장 확보에 큰 성과를 이룬 선례에서 검증되었듯 사진산업진흥법 제정을 통한 포괄적 사진연관산업 육성이라는 엄중한 필요성과 타당성이 충분하다 할 것이다. 즉, 콘텐츠산업진흥법과 저작권법을 문화콘텐츠 관련 포괄적 일반법이라 한다면 사진산업진흥법은 사진산업진흥을 위한 특별법이다.

2. 사진산업진흥에 관한 법률 제정의 필요성

국가 행정체계를 살펴보면, 사진산업을 특별히 육성 지원할 수 있는 제도나 기관 등 창구가 없고 문화체육관광부 내 포괄적 시각예술담당자가 유일하며 이마저도 주로 타 직업을 가진 아마추어사진작가가 주요 회원으로 이루어진 한국예술문화단체총연합회 산하의 한국사진작가협회만이 정기적으로 소정의 보조금을 받는 유일한 수혜단체이다. 이렇다 보니 학회와 협회 등 사진전문가로 이루어진 제 단체가 구심점 없이 각자 자생하기 위한 힘겨운 노력에 머물고 일자리 창출, 비즈니스모델 발굴, 인력양성 등의 사진산업적 육성과 성장은 엄두도 내지 못하고 있다. 전 단원의 <표5,6> 법률제정현황에서 보듯 영화산업진흥법, 만화산업진흥법, 게임산업진흥법 등이 속속 제정된 이후 각 분야산업이 활성화

www.kci.go.kr

되고 한류와 세계시장 진출에 박차를 가하게 된 선례를 보더라도 사진산업진흥법의 절대적인 필요성을 부정할 수 없다. 대한민국은 법치국가로서 헌법과 법률이 정하지 않은 부분을 소신과 사명을 가지고 추진하기란 하늘의 별따기고 공허한 메아리에 머무는 경우가 허다하다. 오늘날 전 세계 인류의 손에 카메라가 한 대씩 들려있는 이 때 사진산업의 미래를 설계하고 법률로 정하여 제도적, 행정적 육성지원체계를 마련하는 것이 합당하다.

3. 제정안 정비사항

2015년 11월 박맹우 국회의원이 발의한 법안의 주요 내용은 첫째: '사진산업육성 기본계획 및 시행계획', 둘째: '세부추진사업과 방법', 셋째: '사진산업진흥원의 설립', 넷째, '기금의 설치 및 조성'으로 이루어져 있다. 첫째와 둘째, 셋째의 내용은 안정화 조기 정착을 위한 최소한의 산업육성 필수 사업과 기반 원안대로 인용함이 합당하다. 넷째, '기금의 설치 및 조성'에 있어 효과적인 사진산업발전을 도모하기 위해서는 사업화 주체가 될 사업자들이 거대한 미래시장을 향한 도전과 투지를 발휘 할 수 있도록 국가재정차원의 진흥정책을 마련하여야 한다. 기금을 설치하기 위해서는 국가재정법 제5조"기금은 국가가 특정한 목적을 위하여 특정한 자금을 신축적으로 운용할 필요가 있을 때에 한하여 법률로써 설치한다."에 따른 법률적 근거가 선행되어야 한다. 다시 말해 효과적인 사진산업진흥을 위해서는 최소한의 일반예산으로 추진하는 소극적인 진흥사업에 머물러서는 아니 되며 사업성 기금을 통한 선도 기업 특별육성과 사회 저변환경 조성을 위한 적극적인 노력이 필요하다. 이를 위한 보다 효과적이고 구체적인 기금의 설치와 조성에 대한 법안 마련에 힘써야 한다.

Ⅴ. 결 론

오늘 날 사진은 모바일네트워크 시대와 차세대 데이터융합시대를 차례로 열어가는 영상시대의 과거와 미래를 연결하는 근간산업으로 확장 및 자리매김하고 있다. 세계가 미래 신성장 차세대 융복합 산업으로 사진을 모바일에 탑재하여 지구촌 수십억 인류가 이 순간에도 수천억장의 사진들을 다양한 디바이스로 소통하고 있으며 빅데이터의 상당 부분이 사진으로 되어 있다. 이는 미래 산업의 핵심에 사진과 디지털 이미지가 자리 잡고 그 중요도와 가치가 높게 평가되고 있다는 것이다. 하지만 질적 양적 향상과 육성이 절실함에도 어떠한 형태의 육성정책과 법률적 토대가 마련되어 있지 않은 상황이다.

그 대표 예가 3D 이미지 산업이다. 상당수 3D가 사진 이미지를 그 베이스로 한다는 점이다. 스캐닝과 프린트도 사진의 원리를 기반으로 한다. VR & AR 장치도 사진을 기반으로 한다. 이러한 영역의 전반은 4차 산업의 기반 기술이 된다. 대한민국의 새로운 부를 창출하기 위해선 4차 산업에 진입하여야 하며 융합된 사진산업의 진흥은 진입을 가속화 할 것이다. 그러므로 사진 관련 산업의 질적 양적 성장을 위한 법률적 행정적 재정적 진흥정책인 사진산업진흥법이 절실히 필요하다.

2014년 사진촬영 및 처리업의 규모는 연간 매출액 약 6,334억으로 GDP의 1%를 차지하고 있지만, 실제 파급산업(사진, 영상, 출판, 예술 서비스)을 추산하면 83조 원에 이르는 거대산업의 뿌리 산업으로 GDP의 6%를 차지하고 있다.[8] 영국 미국 프랑스 일본 등 선진국에서는 “Photography”를 명실공히 핵심콘텐츠산업의 하나로 지정하여 헤드 타이틀의 한 자리에 올려놓고 지원 육성하고 있지만 우리나라는 아직 두루뭉술한 변방의 시각예술분야 중 하나로 취급하고 있다.

전문단체도 한국광고사진가협회는 광고단체연합회 산하, 한국사진기자협회는 방송기자연합회 , 한국프로사진협회는 소상공인연합회, 한국사진작가협회는 한국예술문화단체총연합회 산하 등과 같이 산산이 흩어져 구심점이 없이 각각 활동하고 있다. 그 외 한국사진학회등 사진 학술단체나 한국패션사진가협회, 한국사진영상기재협회, 한국디지털사진협회 등은 상호연계관계를 확보하지 못하고 각자 독립적으로 활동하고 있다.

사진산업진흥법은 사진산업에 국한하여 집중 육성하고 사진을 중심으로 한 전 방위의 산업적 성장을 도모하기 위한 특별법으로 만화산업, 영화산업, 게임산업 등의 세부분야 육성을 위한 특별법을 통

8) 통계청 – 사진, 영상, 출판, 예술 서비스 관련 분야

www.kci.go.kr

해 산업기반 토대 구축과 시장 확보에 큰 성과를 이룬 선례에서 검증되었듯 사진산업진흥법 제정을 통한 포괄적 사진연관산업 육성이라는 필요성이 제기되었다.

본 연구에서 기존의 사진 산업이 축소되고 사진 융복합 분야와 사진 빅데이터 그리고 드론과 VR 등으로 재편되는 것을 발견할 수 있었다. 사진이 타 영역과 결합하여 새로운 시너지를 가진다는 것을 확인하였다.

오늘날 전 세계 인류의 손에 카메라가 한 대씩 들려있는 이때 사진 산업의 미래를 설계하고 법률로 정하여 제도적, 행정적 육성지원체계를 마련하는 것은 당연하다.

2015년 11월 박맹우 국회의원이 발의한 법안의 주요 내용은 '사진산업육성기본계획 및 시행계획', '세부추진사업과 방법', '사진산업진흥원의 설립', '기금의 설치 및 조성'으로 이루어 져 있다.

대한민국은 법치국가로서 법이 규정하고 보장하지 않는 분야는 사각지대로 그 누구도 어떠한 방법으로도 효과적으로 육성발전 시킬 방법이 없다. 영화산업에서 스크린쿼터제와 영화산업진흥법 제정 후 한류와 헐리우드 영화를 능가하는 수준의 영화산업성장을 촉발하였고, 기성세대로부터 학습방해요소나 쓸데없는 짓이라 평가받던 게임산업과 만화산업이 진흥법수립 후 세계시장으로 진출하는 등 급성장을 이룬 것과 같이 사진 산업의 미래도 진흥법을 통한 육성정책과 법률에 의해 창의적 신개념의 거대시장을 창출할 수 있는 170년 저력을 분출해야할 때다. 효과적인 사진산업발전을 도모하기 위해서는 사업화 주체가 될 사업자들이 거대한 미래시장을 향한 도전과 투지를 발휘할 수 있도록 국가재정차원의 진흥정책을 마련하여야 한다.

최초논문접수일 2017년 1월 8일
논 문 심 사 일 2017년 2월 8일
최종논문접수일 2017년 2월 10일

www.kci.go.kr

참고문헌

· 김미련, 박남희(2012).『디지털 포토그램과 디지털 사진의 확장』. 한국멀티미디어학회.
· 한국고용정보원(2015). 『미래를 함께할 새로운 직업』.
· 한국고용정보원(2015).『한국고용정보원』.
· 한국직업능력개발원(2015).『미래의 직업세계』.
· 한국고용정보원(2015).『색다른 직업 생생한 인터뷰』.
· 한국고용정보원(2015).『창조산업직업전망』.
· 이시균, 강순희, 노준석(2012).『문화콘텐츠산업 인력수요 전망』. 한국고용정보원.
· PIV(2016). 『Photo and Imaging Market Trend Report』.
· 송기민, 최호영, 김영갑, 문승일(2010).『외식산업 진흥을 위한 관련 법률 제정의 타당성에 대한 입법학적 연구』. 외식경영학회.
· 최지선, 임기철, 성경모, 백상훈, 현지원, 김경숙, 한정선, 이선주(2013).『국가연구개발 시설, 장비 법제화 연구』. 과학기술정책연구원.
· 정보통신기술진흥센터(2014).『영국의 문화콘텐츠 진흥을 위한 창조산업 정책동향-동향보고서: 해외 ICT R&D 정책동향』.
· 한국콘텐츠진흥원 유럽사무소(2012).『유럽콘텐츠산업동향』.
· 강중구(2013).『이미지/동영상 기반 콘텐츠의 생산 및 이용량 증가』. KOCCA통계브리핑
· 한국콘텐츠진흥원 미국사무소(2014).『미국콘텐츠 시장의 빅데이터 활용 전략』. 미국콘텐츠산업동향.
· 이성빈(2016).『VR, 핵심은 소프트웨어 콘텐츠』. 교보 SRC.
· 채송화, 홍승표(2015).『상업용 드론의 기회와 위험요소 분석』. 한국통신학회.

www.kci.go.kr