

가

1. 국가 개황

- 동남아시아 지역의 싱가포르를 총 인구 수가 약 400만 명에 달함.
- 총 가구 수는 100만 가구이며, 이 가운데 케이블TV 가입 가구는 38만 가구, 인터넷 가입 가구는 66만 가구.
- 현재 지상파TV는 7개이며, 케이블TV는 1개 사만이 운영되고 있음.
- TV 보급률은 99%, 인터넷 보급률은 63%에 이를 만큼 방송 인터넷 보급률이 높음.
- 싱가포르는 ‘코스모폴리탄’을 지향하는 국제도시의 성격이 강한 소규모 국가임. 따라서 현재, 동남아시아에서 가장 뛰어난 방송 매체 환경을 갖고 있으며 정부의 적극적인 시장 개방과 경쟁, 전폭적 지원을 통해 ‘21세기 Asia Media Hub’로의 도약을 추진 중에 있음.
- 2002년 시작된 싱가포르의 종합예술센터 건립과 이에 따른 제작산업(Creative Industry)에 대한 지원과 투자는 고급예술의 창조력을 기반 하여 싱가포르의 미디어, 문화 콘텐츠 관련 분야가 ‘산업적’ 성격을 강하게 드러내기 시작했음을 의미.
- 문화 콘텐츠에 대한 역량 집중과 투자를 진행하고 있는 MDA(Media Development Authority)는 세계적인 미디어 기업의 싱가포르 유치에 핵심으로 다양한 제작 지원 및 기업 활동에 대한 규제 완화를 진행 중에 있음.
- 정부의 적극적인 콘텐츠 제작 환경의 조성 및 지원에 힘입어 싱가포르는 국제적 방송 기준을 배울 수 있는 장소로 성장했

음.

- 이미 NGCI(National Geographic Channels International)나 CNBC 등 유수의 해외 미디어 기업들이 싱가포르에 본부를 두고 있으며, 그 추세는 점차 늘어나는 상황임.

2. 방송산업 현황

- 싱가포르의 방송은 MediaCorp., SPH(Singapore Press Holdings), StarHub 등의 멀티미디어 기업들의 주도로 콘텐츠 제작의 중심적 위치를 차지하고 있음.
- 채널 5, 8, U 등을 운영하는 MediaCorp.의 경우는 TV 드라마를 중심으로 각종 오락 프로그램들을 제작하고 있음. MediaCorp.의 경우 편당 3만 5000달러에서 15만 달러 사이의 거래 비용을 통해 말레이시아, 베트남, 캄보디아, 중국, 태국, 홍콩 등의 동남아시아 국가들로 수출하고 있음.
- StarHub의 경우 On-Demand, 쌍방향TV, 전자프로그램가이드 등 디지털 기술 기반의 패키지를 제공하고 있으며, 이와 같은 기술적 환경의 우수성과 정부의 시장 개방에 따른 합작, 합자 등의 시장 규모, 질의 성장은 제작 시설의 발전을 이끌었음.
- 이러한 선진적 시스템 구축에 대한 정책적 방향이 프로그램 제작 지원 문제뿐만 아니라 제작 인력의 흐름이나 완성 방식에 있어 세계 선진국 수준으로 발돋움하게 한 것.
- 이러한 디지털 기술 기반 환경의 조성은 모바일 드라마의 제작 등 적극적인 콘텐츠 개발로 진행되고 있는데, 'PS...I LUV U'의 경우 중국어 기반의 3세대 모바일 드라마이며 30개의 에피소드로 구성함.
- 차후 아시아 10개국 이상에서 인기를 얻을 모바일 콘텐츠 시리즈 개발을 눈앞에 두고 있으며, 이러한 가운데 StarHub를

비롯한 기존 방송 프로그램 제작사들은 인터넷 기반의 다양한 기술적 시도가 이뤄지고 있음.

- Discovery나 National Geographic, CNBC 등은 싱가포르에 마련된 기술 기반을 적극적으로 활용할 계획을 갖고 있는 것으로 알려짐.

1) 케이블TV

- 1995년 여름에 개국한 싱가포르 케이블 비전(SCV)은 싱가포르의 유일한 케이블 방송사였음. 2004년 말까지 가입자는 41만 2000명에 육박했는데 이는 무려 38만 1000명이 1년 만에 늘어난 수치임.
- 2001년 여름, 스타허브라는 이동 공급자가 등장하면서, 유료 TV와 케이블 모뎀 서비스를 함께 제공하기 시작함. 스타허브의 디지털 서비스는 2004년 봄부터 시행되고 있는데 아날로그로 제공되던 50개 채널에서 11개의 채널이 늘어났음.
- 지역 신문에 따르면, 디지털 서비스는 전체 시청자의 40%에 도달하도록 끌어올릴 계획이며, 3~4년 내에 70%를 목표로 하고 있음.
- 회사 차원에서는 디지털 서비스 가입자 목표치를 낮춰 잡았는데, 2004년까지 5만 명을 목표로 함. 이미 쌍방향 아날로그 케이블 네트워크 시스템을 구축하기 위해 S\$600을 사용했으나, 이를 다시 디지털 방식으로 업그레이드하는 데 S\$40을 추가로 책정함.

2) 광대역사업자(Broadband)

- 가장 규모가 큰 사업자는 싱텔.
- 2004년 9월까지 싱텔은 27만 6000 명의 가입자를 확보한

상태이며, 가입자 증가는 지속적임.

- 경쟁사인 SCV는 약 20만 가입자 수를 확보했는데, 연간 34%의 신장세를 보이고 있음.
- 정부는 광대역 망 증설을 추진 중에 있음.
- 1994년에 싱가포르 방송법을 제정하면서 멀티미디어 사업 정책의 개요를 확정한 바 있음.
- IT2000으로 불리는 이 계획에 따르면 가정과 학교, 사무실, 공공 건물에서 쌍방향의 인터넷 서비스를 비롯해 VOD, 교육, 홈쇼핑이 가능한 환경을 조성할 계획임.
- 1999년 2월 정부는 S\$150만의 자금을 조성해 광대역 서비스 인프라를 구축했는데, 이 싱가포르 ONE은 세계 최초의 국영 멀티미디어 광대역 네트워크임. 네트워크 인프라는 ATM사의 기술에 기반함.

3) DTT

- 디지털 TV로의 전환은 현재 거의 이루어지지 않고 있음.
- SBA는 DTT의 도입이 새로운 방송 기술과 서비스를 가능케 할 것이라고 기대했으나 어떤 회사도 방송 허가를 신청하지 않은 상태임.
- Media Corp.은 상업 기반의 DTV와 이동 텔레비전 서비스에 대한 허가권을 내렸고, DTV는 파일럿 서비스를 2000년 겨울에 실시했음. Media Corp.의 야심 찬 기획에도 불구하고 정부는 이에 대한 충분한 투자를 감행하지 않을 전망이다. 2003년 지상파 텔레비전을 비롯해 Media Corp.은 디지털화가 제공한 최선의 기회가 무엇인지 고려 중에 있음.
- 싱가포르 디지털 텔레비전은 유럽의 DVB 방식을 표준 송출 방식으로 채택했으며, 향후 프로그램 또한 이 방식으로 제작할 것을 결정했음.

- 위원회는 싱가포르 전역의 98%를 디지털 방송 영역으로 전환하는 것을 목표로 삼고 있음.

4) 지상파TV

- 영어 상업방송 채널인 I는 2005년 폐쇄됨. 이러한 움직임은 2004년 가을부터 있어 왔음. 지역 신문들은 정부가 이러한 결정에 강력한 영향을 미쳤으며, 이로써 I 채널에서만 200명 미디어 코퍼레이션에서 72, SPH에서 132명이 해고당했다고 전함.
- SPH 미디어 워스와 미디어 코퍼레이션은 2004년 겨울 합병되었고, 이로써 미디어 코퍼레이션 TV 홀딩스라는 새로운 그룹이 탄생함. 이 방송사에서는 7개의 채널을 운영 중임. SPH의 만다린어 전문 채널과 채널 U는 유지되고 있음.
- 디지털 변환을 위해서는 채널 5와 8이 그 대상으로 선정되었으며, 2001년 이후 디지털 서비스가 일부 시행되고 있음. 이러한 움직임은 근본적으로 지상파TV 시장의 축소로 인해 여전히 미래가 불투명함.

3. 규제기관 및 법률

- 싱가포르는 여러 가지 네트워크법으로 아시아 지역의 검열 제도에 대한 기준을 규정하고 있음. 검열을 받아서 삭제를 했건 하지 않았건 하나의 프로그램이 싱가포르에 방송될 수 있다면, 일반적으로 그 프로그램은 아시아 태평양 지역 전역에서 방송될 수 있음.
- 싱가포르 방송 관계당국은 영국 및 오스트레일리아와 같은 방식으로 방송국을 규제하고 있으며, 프로그램과 광고에 대한

규약을 만들고 이와 같은 규약들은 본질적으로 싱가포르 방송 프로그램의 기준을 좌우하는 주요한 지침이 되고 있음.

- 방송 규약들은 일반적으로 인정된 사회적, 문화적, 도덕적 기준과 가치관에 근거를 두고 있으며 방송 프로그램은 대중들이 만족할 수 있는 기준을 유지하도록 함. TV 프로그램 규약의 주된 관심 분야는 인종과 종족의 조화에 대한 문제, 범죄와 폭력, 도덕 및 사회적 가치관, 그리고 아이들에 대한 것임.
- SBA 방송을 하기 전에 어떤 프로그램도 사전 검열을 하지 않으며 방송관계자들은 자신들의 판단으로 프로그램 규약을 근거로 하는 적절한 방송을 결정함.
- 잔혹하게 살해되거나 고문을 받는 장면이나 신체 일부를 베어버리는 장면에 대한 근접 촬영과 지나치게 오랜 시간 동안 불필요한 폭력이 있는 장면을 방영하는 것은 제재하고 있음.
- 일반적으로 범죄에 대한 프로그램은 신중하게 다루며, 폭력 및 다른 반사회적인 행위를 미화하거나 자극하지 않음.
- 성적 묘사에 있어서도 신중하고 적절한 규제를 하고 있음. 난잡한 성행위, 간통, 동거, 동성애 묘사는 규정에 따라 규제의 대상임.
- 어린이 대상 프로그램은 장르 및 내용, 줄거리에서 광범위한 규제가 적용됨. 영웅적인 인물과 사악한 인물의 구분이 명확하게 가능해야 하며 폭력단의 생활양식이 바람직한 것처럼 표현되어서는 안 됨. 아이들을 위한 프로그램은 아이의 정서적인 상태에 부정적인 영향을 미치지 말아야 함.
- 이 외에도 올바른 언어 사용, 사실에 입각한 프로그램 작성의 객관성, 그리고 공포와 초자연적인 현상 방송 규제 등이 있음.

4. 문화 콘텐츠 산업

- The Esplanade 등 문화예술 혹은 제작산업(Creative Industry)에 대한 투자의 핵심은 콘텐츠 개발과 판매 이를 위한 국제적 방송 허브로서 기술개발과 시장 환경 조성 등이 싱가포르의 특성이라 할 수 있음.
- 따라서 직접 콘텐츠 제작에 초점을 맞추기보다는 이미 발전된 시스템 구축을 통해 여타 아시아 국가들에 대한 콘텐츠 판매에 주력함.
- 자국에 기반한 외국 미디어 기업의 콘텐츠를 활발히 유통시키고 있는데, 이러한 콘텐츠 수급 구조는 싱가포르의 대중문화 발전에 큰 기여를 하고 있음.

5. 싱가포르의 한류

- 싱가포르의 한류는 2000년 수입된 영화 <쉬리>에서 촉발됨. 그 후 많은 작품들이 싱가포르에 수출되었지만 그 가운데 <시월애>와 <비천무>가 뜨거운 반응을 이끌어냄.
- 2002년에는 본격적인 한류의 물결을 타고 <엽기적인 그녀>가 소개되었는데, 싱가포르에서 50만 달러의 흥행기록을 남겼다. TV 드라마 가운데는 SBS의 <불꽃>과 KBS의 <가을동화>가 한류 형성과 확산에 결정적인 기여함.
- 싱가포르에서 역대 수출된 한국 영상 콘텐츠 가운데 가장 화제가 된 인기작은 <겨울연가>로, <겨울연가>의 인기 때문에 배용준은 국민급 대접을 받고 있기도 함.
- MBC의 자료에 따르면 2005년 싱가포르와 수출계약을 체결한 프로그램은 총 15개로, 계약 건수는 물론 그 수출금액도 2001년 이후 계속 증가하고 있는 것으로 나타났음.
- 싱가포르의 경우에도 다른 국가와 마찬가지로 드라마 편중 현상이 심하게 나타나, 이를 보완할 만한 새로운 대책 마련이

시급한 것으로 평가됨.

- 한국의 온라인 게임은 싱가포르와 말레이시아에서도 절대적으로 중요한 위치에 있음.
- 2004년 한 해에 온라인 게임인 ‘바이탈 싸인’이 70만 달러의 계약금에 로열티 30% 조건으로 싱가포르에 수출된 것을 비롯해, 한빛 소프트는 ‘서바이벌 프로젝트’를 15만 달러의 계약금에 통상적인 수준이라고만 밝힌 로열티를 받기로 하고 싱가포르와 말레이시아에 수출됨.
- 노아시스템과 엠게임이 공동 개발한 ‘나이트 온라인’은 미국을 비롯하여 싱가포르와 말레이시아에 수출됨. ‘나이트 온라인’은 미국을 비롯하여 싱가포르와 말레이시아에 수출됨. ‘나이트 온라인’의 싱가포르, 말레이시아 수출계약금은 20만 달러임.
- 한얼 소프트는 ‘아웃포스트’를 계약금 12만 달러에 로열티 30% 조건으로 싱가포르와 말레이시아에 공급계약을 맺음.
- 그라비티의 ‘라그나노크’의 인기에 힘입어 캐릭터 라이선스도 준비하고 있으며 애니메이션 제작도 추진 중에 있음.
- 한국의 온라인 업계는 여기에 그치지 않고 모바일 게임도 적극 개발하여 시장 개척을 위해 노력 중에 있음.