

---

스마트 선진국으로의 도약을 위한

# 2012년 방송통신 핵심과제

---

2011. 12. 29.

# 차 례

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| I. 지난 4년간의 성과 및 반성 .....                     | 1  |
| II. 방송통신 정책환경 .....                          | 4  |
| III. 3대 핵심 과제 .....                          | 5  |
| 1. 방송통신 일자리 창출 및<br>네트워크·콘텐츠 경쟁력 제고 .....    | 6  |
| 2. 성공적 디지털전환 완료 및<br>상생·협력의 방송통신 시장 조성 ..... | 15 |
| 3. 안전한 사이버환경 구축 및 사회적 약자 배려 .....            | 22 |

## I.. 지난 4년간의 성과 및 반성

### □ 주요성과

- **(스마트폰 2천만시대 개막)** 스마트폰이 2,000만대 이상 보급됨으로써 무선 인터넷을 보편적으로 활용하는 시대 도래  
※ 스마트폰 가입자 추이 : 81만명('09) → 720만명('10) → 2,134만명('11.11월)
- **(4세대 이동통신 본격화)** WiBro 서비스를 전국으로 확대('11.3월)하고 서울지역 중심으로 LTE 상용서비스를 개시(SKTEL/LGU+, '11.7월)
- **(IPTV 가입자 450만 돌파)** 대표적인 방송통신 융합서비스인 IPTV는 서비스 개시('08.11월) 이후 3년만에 가입자 수 450만명을 돌파하며 유료방송 시장 성장에 기여  
※ IPTV 가입자 수 변화 추이 : 174만명('09년) → 309만명('10년) → 450만명('11년)
- **(콘텐츠시장 규모 확대)** 스마트시대 경쟁력의 핵심 요소인 방송통신콘텐츠 시장 규모는 '08년 200억 달러에서 '11년 250억 달러로 성장(연평균 5.6%)하였으며, '15년에는 312억 달러에 이를 전망
- **(IT산업 수출 신장)** 방송통신을 포함한 IT산업 수출은 '08년 1,312억 달러에서 '10년 1,539억 달러로 증가(전체 수출의 33% 차지)
- **(IT산업 GDP 비중 확대)** IT산업이 GDP에서 차지하는 비중은 '08년 8%에서 '10년 8.6%로 증가하여 경제발전의 중추적 역할 수행
- **(미디어 빅뱅 본격화)** 종편·보도채널, 중기 전용 홈쇼핑채널 방송 개시('11.12월)로 방송의 다양성을 제고하고, 중소기업 지원을 강화
- **(방송을 통한 사교육비 경감)** EBS의 방송 및 인터넷 수능강의를 통해 지난 4년간('08~'11년) 2조 2,128억원의 사교육비 경감 효과 발생

## □ 미흡한 점

- **(방송사업자간 경쟁·갈등 심화)** 방송시장 경쟁이 심화됨에 따라 스포츠중계권, 지상파방송 재송신을 둘러싼 방송사업자간·매체간 갈등이 심화되어 국민의 방송 시청 불편 초래

※ 재전송 갈등 : '11.4월 MBC·SBS vs KT SkyLife, '11.11월 지상파 vs 케이블방송

- **(개인정보 유출사고 발생)** 해킹 방지 및 개인정보보호를 위한 그간의 정책 노력에도 불구하고 개인정보 유출 사고 지속

- SK커뮤니케이션즈 3,500만명 개인정보 유출 해킹사고('11.6월), 넥슨 1,320만명의 개인정보 유출 사고('11.11월) 등

- **(통신요금인하 국민체감도 미흡)** 가입비·기본료 인하, 초당과금 시행, 무선데이터 요금인하 등 지속적인 통신요금 인하 노력으로 가계통신비 비중은 매년 낮아졌으나, 국민 기대에는 부족

※ '08년 : 이동전화 요금할인(문자요금 등), 저소득층 요금감면 확대 등  
'09년 : 가입비 인하, 선불요금 인하, 무선데이터 요금 인하 등  
'10년 : 초당과금 시행, 발신자번호표시 요금 무료화, 데이터 무제한요금 등  
'11년 : 기본료 인하, 문자 50건 무료 제공, 스마트폰 선택요금제 출시 등

※ 가계통신비 비중 : 6.00%('08년) → 5.89%('09년) → 5.85%('10년) → 5.72%('11.3Q)

- **(방송광고 판매제도 개선 지연)** 방송광고 시장의 효율성을 제고하기 위한 방송광고 판매제도 개선이 국회의 미디어렐 의무위탁 범위 등에 관한 이견으로 지연

※ '08.11월, KOBACO 방송광고 독점판매에 대한 헌법재판소의 헌법불합치 판결('09.12.31 시한) 이후 총 7개의 미디어렐 법안이 국회에 계류·논의('09.5월 이후)

## 〈 국민이 바라보는 방송통신 - 설문조사 〉

### □ 조사개요

- 방통위 출범 이후 지난 4년간 방송통신 분야 정책 전반에 대한 국민들의 평가를 통해 향후 정책방향 수립을 위한 기초자료로 활용
- 전국 만 20세 이상 성인 남녀를 대상으로 지난 4년간 방송통신 위원회가 추진한 주요 정책성과와 '12년에 우선 추진을 기대하는 정책에 대해서 총 1,000명을 대상으로 온라인 설문조사 실시
- 조사기간 : '11.11.30~'11.12.3

### □ 조사결과

- 주요 정책성과 평가(10점 만점)
  - 방통위 설치 이후 지난 4년간 추진한 정책에 대해서 '스마트폰 대중화'(6.1점), '4세대 이동통신 조기활성화'(5.7점), 'IPTV 상용서비스 개시'(5.4점) 등에 높은 점수를 주었음
  - 반면, '가계통신비 인하'(4.2점), '통신사업자의 마케팅비 억제' 및 '사이버 공격예방/대응역량 강화'(각 4.5점) 등은 낮게 평가했음
- '12년에 우선 추진할 것을 기대하는 정책은 스마트 시대 폭발적 데이터 수요에 대비하여 '네트워크 확충'(26.2%), 방송통신의 '공정한 시장경쟁 환경조성'(22.6%), '안전한 인터넷 환경조성'(15.1%) 순으로 응답(2개 선택, 1순위 기준)

## Ⅱ. 방송통신 정책환경

### □ 본격적 스마트 시대 진입

- 국민 대다수가 스마트폰을 이용하고 점차 태블릿PC·스마트TV 등으로 스마트 서비스 영역이 확대되면서 사회 전분야 변혁 촉발
- 방송통신 서비스가 커뮤니케이션 수단을 넘어 다양한 사회·문화적 편익을 향유할 수 있는 종합문화서비스 플랫폼으로 진화
- ※ 스마트폰 판매비중(Gartner '11년 추정) : 한국 79.8%, 영국 66.2%, 미국 50.3%

### □ 스마트 경제사회로 전환

- 스마트 기술·플랫폼이 방송통신 영역뿐만 아니라 의료·자동차 등 전 산업으로 확장되면서 지식과 서비스 중심의 소프트 경제사회로 전환

### □ 일상에서의 스마트화

- 항상 연결된 네트워크를 통해 교육·여행·쇼핑 등 모든 일상을 손안의 스마트 서비스로 시작해서 스마트 서비스로 완결하는 풍요로운 스마트 라이프 확산

### □ 콘텐츠·서비스와 생태계 경쟁의 심화

- 방송영역은 새로운 사업자 진입에 따른 채널경쟁이 본격화되고, 통신영역은 전통적 서비스와 스마트 서비스간의 경쟁이 심화되어 본격적 콘텐츠·서비스 경쟁 구도로 변화
- 기존의 독자적 생존경쟁 구도에서 글로벌 ICT기업을 중심으로 콘텐츠·플랫폼·네트워크·기기가 연계되어 공진화(Co-Evolution) 하고 협력하는 생태계 경쟁구도로 변화

### Ⅲ. 3대 핵심 과제

#### ① 방송통신 일자리 창출 및 네트워크·콘텐츠 경쟁력 제고

- 본격적인 스마트시대 진입에 맞춰 미래 신성장 스마트 산업과 벤처를 육성하고 모바일 트래픽의 폭발적 증가에 대비하여 신규 주파수 확보를 추진하는 한편, 광고·콘텐츠 시장 활성화를 도모
- ⇒ 7대 스마트 신산업 육성, 인터넷 비즈니스 창업지원, 모바일 광개토플랜 추진, 광고규제 완화와 콘텐츠 제작 활성화 기반 조성을 통해 글로벌 경쟁력 확보 및 신규 일자리 창출

#### ② 성공적 디지털 전환 완료 및 상생·협력의 방송통신 시장 조성

- 방송의 디지털 전환을 성공적으로 완료하고, 방송과 통신 시장에서 대·중·소 기업이 상생·협력할 수 있도록 법제도 개선
- ⇒ 저소득층 등에 대한 맞춤형 지원으로 디지털 전환을 성공적으로 완료하고 방송의 공적기능 제고, 콘텐츠 거래 불공정 관행 개선을 통해 상생·협력하는 방송통신 시장 조성

#### ③ 안전한 사이버 환경 구축 및 사회적 약자 배려

- 국민이 안심할 수 있는 사이버환경을 구축하고 사회적 약자를 배려하는 한편, 자유와 책임이 함께하는 사이버 소통공간 마련
- ⇒ 인터넷 본인확인제도 재검토, 인터넷상 주민번호 사용의 단계적 금지, 취약계층의 방송통신 접근·이용 지원 및 이용자의 알권리 제고 등을 통해 건전한 소통사회 조성

## 1. 방송통신 일자리 창출 및 네트워크·콘텐츠 경쟁력 제고

### 1-1. 신산업 및 벤처 활성화

◆ ['12년 계획] 스마트TV, 클라우드, 근접통신(NFC) 등 시장성장 가능성 및 산업연관 효과가 크고 국민들의 일상생활에 큰 변화를 가져올 7대 신산업과 벤처 육성 등을 통해 젊은 층을 위한 신규 일자리 1만개 창출

#### □ 7대 스마트 신산업 육성

- (스마트 TV) 스마트TV 서비스 활성화를 위해 제조사, 방송사, 콘텐츠 제작사, 통신사업자 간 협력적 생태계 조성
  - 끊김 없는 동영상 시청이 가능하도록 셋톱박스 고도화 및 음성·동작인식 기능 등 UI(User Interface) 기술 개발
  - 디지털케이블TV, IPTV, 스마트TV 등에 공동으로 활용할 수 있는 TV용 앱스토어 구축

<스마트TV 세계 및 국내시장 전망>

| 구 분         |       | '10년       | '11년       | '12년(e)    | '13년(e)    |
|-------------|-------|------------|------------|------------|------------|
| 세계<br>(백만대) | 스마트TV | 38(17.2%)  | 56(22.9%)  | 72(26.7%)  | 100(33.3%) |
|             | 평판TV  | 182(82.8%) | 189(77.1%) | 198(73.3%) | 200(66.7%) |
|             | 합 계   | 220        | 245        | 270        | 300        |
| 국내<br>(만대)  | 스마트TV | 29(12.8%)  | 54(22.7%)  | 80(32%)    | 131(50%)   |
|             | 평판TV  | 197(87.2%) | 184(77.3%) | 170(68%)   | 131(50%)   |
|             | 합 계   | 226        | 238        | 250        | 262        |

<자료: DisplaySearch & iSuppli, KT경제경영연구소('11.상반기)>

- (클라우드 서비스) 클라우드 서비스 도입을 어렵게 하는 전산설비 구비 의무를 완화하고, 서비스 장애, 정보유출 등으로부터 이용자를 보호하기 위해 「클라우드 法」 제정 추진



- 現 IDC를 클라우드로 발전시키기 위해 ‘한국형 클라우드 데이터 센터 로드맵’을 도출하고, 지방세 감면 등 검토 (관계부처 협의)
- o (사물인터넷) 사물지능통신을 통해 우리 주위의 다양한 기기를 인터넷으로 연결시킴으로써, 누구나 시간·공간·단말의 제약 없이 복지 서비스를 향유할 수 있도록 서비스 개발 추진

#### <사물인터넷 활용 예시>

|              |                                                                                                       |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| u-헬스케어 서비스   | 고혈압·당뇨·만성폐질환 등의 만성질환자를 대상으로 스마트폰, 스마트TV 등과 연동되는 원격 건강관리 서비스 제공                                        |
| 지능형 교통 서비스   | 3G/4G/WiFi 등 외부 네트워크와의 결합을 통해 인터넷 검색, 교통 정보 등을 제공하고, 위치 추적·주행 정보·긴급서비스 요청 등 운전자 중심의 지능형 모바일 서비스 환경 구축 |
| 스마트 재해경보 서비스 | 지진, 해일, 홍수 등 자연재해 발생시, 재난상황을 자동으로 탐지하여 대응기관간 신속한 정보를 공유토록 하고 대국민 경보 서비스 제공                            |

- o (근접통신 : NFC) 공항, 구내식당 등 시범사업 거점 확대, 종이 없는 ‘Green 영수증’ 등 신 응용모델 발굴 및 ‘여수 세계EXPO’ 등 국제행사에서 시연 추진
- 편의점, 주유소 등 7대 전략가맹점 및 버스·지하철·택시 등 모바일 후불 교통카드 상용화
- 모바일 전자지갑을 통한 할인쿠폰 발급·사용 규격, 그린영수증 표준, NFC 콘텐츠카드 등을 위한 표준화 추진
- o (T-커머스) 드라마, 오락 등 실시간 방송과 연동하여 광고, 물품 구매, 결제 등이 가능한 TV전자상거래 시범서비스 추진
- TV와 개인 단말(스마트폰, 스마트패드 등)을 연동하여 TV전자상거래 정보를 개인 단말에서도 구현하는 시범서비스 개발
- ※ 국내 T-커머스 이용규모는 '13년까지 약 193~272만 가구로 추정되며, '15년 매출 규모는 7조 8천억원에 이를 전망

- **(3DTV)** 실험 차원의 기술검증 단계에서 정규 방송의 주파수·설비를 활용한 시범방송으로 고화질 3D방송 상용화 추진

**<고화질 3D 실험방송과 시범방송 비교>**

| 구분     | 실험방송('10년~'11년)  | 시범방송('12년~)       |
|--------|------------------|-------------------|
| 사용 채널  | 실험용 채널(CH.66 지정) | 일반 방송 채널(정파시간 이용) |
| 서비스 권역 | 수도권              | 전 국               |

- 우리나라의 3D 관련 기술의 국제 표준화(ATSC 등) 추진 및 고품질 3D 콘텐츠 생산을 위한 콘텐츠 제작 가이드라인 v2.0 마련

※ ATSC 표준화 일정 : 심사 개시('12.1월) 및 표준 확정 예정('13년 상반기)

\* ATSC(Advanced Television Systems Committee) : 미국 디지털방송 표준위원회

**< 3DTV 시장의 급성장 >**

- (세계시장) '11년 2,164만대 ⇒ '14년 1억대로 **5배 증가** 예상(출처 : Displaysearch)
- (국내시장) '10년 10만대 ⇒ '11년까지 **90여만 대 보급**(추정)
  - 국내 3DTV의 수출규모 : '10년 220만대 ⇒ '11년 1,500만대(추정)로 확대

- **(위치기반서비스)** 진입규제 완화, 위치정보 활용 고지·동의 절차 개선 등 관련 법·제도 개선 추진

- 생활밀착형 LBS 우수 아이디어를 발굴하여 개발부터 창업, 상품화까지 전 과정을 지원하고 'LBS 앱&웹 아이디어 공모' 실시

- **(신산업 R&D)** 방송통신 기술은 UI/UX·홀로그램과 같은 감성 기술, 빅데이터 처리·상황인식 등과 같은 지능화 기술, N-스크린·클라우드 컴퓨팅과 같은 연계기술 등을 중심으로 발전

- 신산업 육성을 위해 음성·동작인식, 오감방송 등 UI/UX, 빅데이터 처리, 사물인터넷 플랫폼 등 기술 개발('12년 1,527억원)

- 대학, 중소기업이 상호 협력하는 공생발전형 R&D 모델을 정립하고, 지적재산권 관리체계를 확립하는 등 R&D 관리체계 개선

## □ 중소벤처 육성

- **(글로벌 K-스타트업 추진)** 인터넷 스타트업 발굴 및 육성을 위해 아이디어 공모에서부터 개발·창업지원 프로그램 추진('12.3~9월)
  - 구글, 네이버 등 포털사 벤처지원 프로그램과 연계하여 창업지원 확대 및 글로벌 진출 기회 제공
  - 해외진출 초기 창업 준비를 위해 KOTRA 등과 연계하여 비즈니스 거점 및 현지 정보네트워크(가칭 'IT Business Designer 팀') 지원 추진
- **(중소벤처 투자 지원)** 코리아 IT펀드(KIF)를 IT분야 유망 중소 벤처기업에 투자하여 벤처기업의 자금 부족 해소 및 활력 제고
  - ※ KIF(약 3,700억원 규모)로 '10년 10개, '11년 10개의 자펀드를 결성하여 투자중
- **(중소벤처 인재확보 지원)** 모바일 앱 개발자를 위한 '스마트 모바일 앱 개발지원센터(SMAC)' 운영, 테스트 환경 및 교육 지원
  - ※ 방통위(교육프로그램), 이통사(단말기, 통신요금), 대학 및 기관(공간 및 운영) 등 연계 지원
  - ※ SMAC 운영 : 서울 지역(5개) 외 동남, 호남, 충청, 대경, 강원권 지역
- 전국 7개 지역에서 대학생 모바일 취업박람회를 개최하고, 중소벤처기업을 위한 청년개발자 인턴 프로그램 도입 추진
- 글로벌 오픈 모바일 플랫폼 생태계 조성 및 UI/UX 디자인 분야 전문인력 양성을 위한 교육 지원
- **(중소벤처기업 기술지원)** 방송통신 중소벤처의 지속적인 성장 생태계 조성을 위한 기술 인프라 구축
  - 초소형기지국 등 중소기업 특화 기술을 개발하고, 위치기반 서비스(LBS) 등 창의적 모바일 서비스의 사업화 지원
  - 근접통신(NFC), Wi-Fi 등 근거리 통신기술이 탑재된 모바일 기기 테스트 베드를 구축하고, 기술컨설팅 등 기술사업화 지원

## 1-2. 스마트 네트워크 구축

◆ ['12년 계획] LTE 서비스 전국 확대, 전파사용료 감면 등을 통한 투자 확대 유도 및 모바일 트래픽의 폭발적 증가에 대비한 신규 주파수를 확보함으로써 세계 최고 수준의 네트워크 경쟁력 유지

### □ 최고의 네트워크 경쟁력 유지

- (LTE 서비스 전국 확대) '11.7월 서울 지역을 중심으로 상용서비스가 개시된 LTE 서비스를 '12년 중 전국으로 확대
  - 모바일 트래픽 폭증에 대비하고, 미래 통신서비스 시장 선점 추진
- (Giga 인터넷 상용서비스) 현재 100Mbps급 BcN보다 10배 빠른 Giga 인터넷서비스 시범사업을 마무리하고 상용서비스 도입
  - 시범서비스를 2배 확대하고(2,000여 가구 → 4,000여 가구), CJ헬로비전('11.9월, 상용서비스 개시)에 이어 다른 사업자까지 상용서비스 도입 확대 추진
  - 글로벌 기업과 연계한 특화서비스 발굴, Giga 인터넷 품질기준 개발, 관련 표준화 지원 등 서비스 활성화를 위한 기반을 조성
- (전파사용료 감면 추진) 주파수 경매제 도입에 따른 부담 완화 및 신규 서비스 투자 촉진 등을 위해 이동통신서비스 전파사용료 인하
  - ※ '10년도 전파사용료(2,880억원) 중 이통사업자가 97%(2,791억원)를 납부  
(현재 가입자당 분기별 단가 : 2,000원)
  - 관련 산업 활성화를 위한 사물지능통신(M2M, Machine to Machine) 서비스의 전파사용료 인하
    - ※ M2M서비스는 소량의 데이터 위주의 서비스이나 이동통신과 동일한 전파사용료 단가 적용

- (트래픽 지도 구축) 트래픽 폭증에 대응하기 위해 국내 유·무선 네트워크 자원 및 트래픽 조사를 실시하여 트래픽 지도 구축
  - 무선망 유형별(2G/3G/LTE/WiBro 등) 트래픽 현황, 수도권 무선 기지국 부하량 등에 대한 DB 구축
  - 유선통신설비(관로, 전주, 광케이블 등)별 사업자의 보유량·유휴설비, 지역별 설비용량·트래픽 현황 DB 구축
- (망 중립성) ICT 생태계의 지속가능한 발전을 위해 망 중립성 기본 원칙인 가이드라인 시행('12.1월)
  - 가이드라인 시행성과를 감안하여 세부기준 등 후속조치방안 수립
  - m-VoIP 등 신규 통신서비스에 대한 시장 모니터링 등 실증적 검토와 추가 공공정책자문 등 시행

## □ 모바일 광개토 플랜

- (광대역 이동통신 주파수 확보) 모바일 트래픽 급증에 대비하기 위해 '20년까지 최대 650MHz폭의 모바일 광대역 주파수 확보
  - '12년에 170~220MHz 폭의 신규 주파수에 대한 할당방안 마련

<모바일 트래픽 증가 전망>



※ 모바일 트래픽은 '11년 대비 '20년까지 약 11~13배 증가할 전망(한국전자파학회)

- (주파수 공유 확대) 주파수의 효율적 이용 촉진을 위해 사용빈도가 낮은 대역 등을 발굴하여 시간적·지역적 공유 추진

### 1-3. 콘텐츠 경쟁력 강화

#### ◆ ['12년 계획] 규제완화 및 신규 스마트 광고시장 창출로 광고시장 규모를 확대하고 콘텐츠 제작·유통기반을 강화하여 글로벌 경쟁력 제고

##### □ 광고시장 활성화

- (방송광고 규제완화) 복잡한 광고규제를 단순화하는 등 시장의 효율성이 제고될 수 있도록 규제 개선(매체간 비대칭 규제는 유지)
- 지상파방송의 광고유형별 개별 편성규제의 통합·단순화, 지상파 광고총량제 도입 등 검토

##### <지상파 및 유료방송 광고편성규제 현황>

| 지상파                                                              | 유료방송                      |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| ○ 광고유형별 개별규제(시간당 총 10분)<br>: 프로그램(6분)·토막(3분)·자막(40초)·<br>시보(20초) | ○ 시간당 총량제(평균 10분, 최대 12분) |

- 간접광고 판매를 미디어렐 의무위탁에서 제외하는 등 간접광고와 제작협찬 거래방식의 일원화·간소화 검토
- (방송광고 판매시장 경쟁도입) 지상파 방송광고 판매 독점의 위험요소를 해소하고 시장 효율화를 위해 미디어렐 경쟁 도입
- 기존 KOBACO를 정부출자공사로 개편(역할기능 재정립, 조직 및 인력 정비 등)하고 민영광고판매회사 허가 추진
- 중소방송의 경우 현행 수준의 광고매출이 보장되도록 제도적 지원방안 강구
- ※ 미디어렐이 입법되면 미디어렐 허가시 허가조건 부과(네트워크 지역방송)와 연계판매(비네트워크 중소방송) 등을 통해 중소방송 지원방안 마련

- **(스마트광고 활성화)** 스마트 미디어 환경에 대응하여 디지털광고 산업 육성 및 신규 광고시장 창출을 위해 스마트광고 생태계 조성
  - 스마트광고(맞춤형 광고, T-커머스 등) 활성화를 위한 시범사업, 표준화, 기술개발, 디지털광고 제작시설·인력양성 지원 추진

## □ 콘텐츠 제작·유통기반 강화

- **(국내 애니메이션 제작 활성화)** 신규 국내 애니메이션 편성의무 대상을 지상파방송에서 종합편성·애니메이션 PP 등으로 확대
  - 종합편성 및 대통령령으로 정하는 비율 이상 애니메이션을 편성하는 PP로 편성의무 채널을 확대하여 국내 애니메이션 수요 창출
    - ※ 0.3% 편성의무 부과시 연간 약 315편 신규수요 창출 전망
- **(지역 콘텐츠 제작 활성화)** 다양한 지역문화를 콘텐츠 제작의 소재로 활용하고, 지역제작 콘텐츠가 원활하게 유통될 수 있도록 지원
  - 디지털방송콘텐츠지원센터(Hub)가 보유한 디지털 소스(음원, 영상 등)를 지역콘텐츠 제작과 교육에 활용하고 지역제작 콘텐츠의 온라인 유통을 지원하는 등 지역과 연계한 'Hub & Spoke'체계 구축
  - 방송통신전파진흥원, 콘텐츠진흥원 등 콘텐츠 관련 기관이 혁신 도시(전남 나주)로 이주할 예정인 바, 관련 기관 및 지자체간 협업체계를 구축하여 해당 지역을 지역 콘텐츠의 허브로 육성하는 방안 마련
- **(유통전문법인 설립)** 지상파, PP, 독립제작사 등이 공동 출자한 콘텐츠 공동판매회사 설립을 추진하여, 스마트시대의 핵심 비즈니스인 온라인 서비스 제공자로서의 역할 수행 지원
  - 지상파방송, PP 등에서 방영된 콘텐츠가 유료방송·스마트 미디어 등에 유통될 수 있도록 시장 참여자간의 거래 지원

- **(콘텐츠 해외수출 촉진)** 중동, 동유럽, CIS 등 유망 지역을 중심으로 방송콘텐츠 신규시장을 개척하여 신한류 확산을 도모

**<쇼케이스 개최 실적>**

| 구분   | '08년               | '09년                      | '10년                             | '11년                                                  |
|------|--------------------|---------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 개최회수 | 4                  | 6                         | 5                                | 5                                                     |
| 개최국가 | 프랑스, 헝가리, 베트남, UAE | 태국, 프랑스, 미국, 헝가리, 중국, 필리핀 | 미국, 프랑스, 헝가리, 에콰도르, 우르과이, 말련, 인니 | 미국, 카자흐, 우즈베크, 브라질, 페루, 콜롬비아, 터키, 이집트, UAE, 루마니아, 폴란드 |

**<방송프로그램 수출액>**

(단위:천달러)

| 구분  | '03년   | '04년   | '05년    | '06년    | '07년    | '08년    | '09년    | '10년    |
|-----|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 수출액 | 35,559 | 70,306 | 121,763 | 133,917 | 150,953 | 160,120 | 170,228 | 214,942 |

※ '10년 방송프로그램 국가별 수출은 일본 53.9%, 대만 13.2%, 중국 8.8%, 중남미 7.0% 순(한국문화산업교류재단, 2010 해외한류동향)

- **(통합 앱스토어 서비스 확대)** 통합 앱스토어 서비스 제공 범위를 국내 무료 애플리케이션에서 국내외 유·무료 애플리케이션으로 확대
  - 통합 앱스토어와 해외 이통사의 앱 마켓을 연동하여 국내 우수 애플리케이션의 글로벌 시장 진출을 지원
  - 국산 애플리케이션의 언어번역 등을 통한 현지화 및 해외 이통사 앱 마켓을 통한 판매 수익에 대한 정산 대행 등을 지원



## 2. 성공적 디지털전환 완료 및 상생협력의 방송통신 시장 조성

### 2-1. 디지털전환 성공적 완료

◆ '12년 계획 전국민에 대한 시청권을 보장하고, 12월 31일 지상파 아날로그 TV 방송을 성공적으로 종료하여 본격적인 디지털 방송 시대 개막

#### □ TV방송 시청권 보장

- (지원대상) 유료방송에 가입하지 않고 안테나로 지상파 아날로그 TV방송만을 직접 수신하는 가구('11.10월말 통계청 조사결과 97.5만 가구)
- (지원내용) 소득수준 등을 고려하여 계층별 맞춤형 지원 추진

#### < 직접수신가구 계층별 지원 내용 >

- (저소득층) DTV 구매 보조(10만원) 또는 디지털 컨버터 무상지원
- (일반가구) 디지털컨버터 대여(대여금 2만원), 안테나 설치비 일부지원(자부담 3만원)
- (노인·장애인) 디지털컨버터 대여(대여금 2만원), 컨버터·안테나 설치 무상지원

- (수신환경 개선) 지상파방송사의 방송보조국 디지털화, 소출력 중계기 구축 등 디지털방송 커버지리 확대를 위한 수신환경 개선 추진
  - 방송보조국 디지털화('11년말 68%→'12.6월 100%), 소출력 중계기 구축('12년까지 144개), 농어촌지역 마을 공시청설비 디지털화('12년까지 382개소)
    - ※ '12.6월까지 디지털 방송보조국 구축을 완료하도록 재허가 조건 부과('10년)
  - 공공임대 아파트 공시청 설비를 디지털로 개선('12년까지 804개 단지) 하고, 민영아파트 공시청 설비는 홍보·안내 등을 통해 개선 유도('12년까지 7,885개 단지)
  - 디지털방송 신규 난시청 가구에 대해 위성방송 수신기 무상임대 추진

## □ 타깃 홍보로 정부지원 대상 발굴·지원

- (맞춤형 홍보) 국민들의 자발적 디지털 전환과 정부지원 신청을 독려하기 위해 전국민·직접수신가구 등으로 구분하여 맞춤형 홍보 추진
  - 전국민에게 디지털방송 혜택을 홍보하여 사회적 공감대 형성, 아날로그방송 직접 수신가구에 자막고지방송을 송출하여 지원 신청 유도
  - 소외계층과 농어촌 지역에 체험차량 운행 등 면대면 홍보 추진
- (자막고지 방송) '12.1월부터 아날로그방송 직접수신가구 대상으로 자막고지 방송을 매일 실시, 정부지원 상황 등을 고려하여 단계적 확대
  - ※ 동일지역내 KBS1·2, MBC, EBS, 민방 등 모든 채널은 동일시간대에 자막고지방송 실시

### <자막고지방송 단계적 강화>

| '12.1~2월                                                                            | '12.3~6월                                                                            | '12.7~12월                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 화면비율 30% 이내                                                                         | 50% 이내                                                                              | 50% 이상                                                                                |
|  |  |  |

- (가상종료) '12.7월부터 9개 권역(KBS 총국기준) 정부지원 완료 단계 (디지털방송 수신기기 보급률 98% 이상) 지역은 가상종료(전체화면 자막) 추진

### <지역별 가상종료 실시>

| 【보급률 98% 미만 지역】                                                                     | 【보급률 98% 이상 지역】                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

※ 디지털방송 수신기기 보급률 : 지상파 디지털방송을 시청할 수 있는 기기(DTV, 디지털 컨버터, 유료방송 셋톱박스 등)를 보유한 가구 비율

## □ 아날로그 방송 종료에 따른 시청자 불편 최소화

- (아날로그방송 종료) '12.12.31일에 전국의 모든 아날로그 방송국 1,191개(기간방송국 64개, 방송보조국 1,127개)의 운용 폐지
  - (시청자불편 최소화) 아날로그 방송 종료에 따른 국민 불편을 최소화하기 위해 콜센터 인력을 확충하고 지원센터를 비상근무 체제로 전환
    - 디지털방송 전환 지원센터 비상근무 체제 유지('12.12월~'13.1월까지)
- ※ 아날로그 방송 종료후 미 전환자 등을 위해 콜센터 및 지원센터를 '13.6월까지 운영

## 2-2. 방송통신 시장경쟁 활성화

### ◆ [12년 계획] 방송의 산업성·공익성 조화발전 및 미디어의 여론 다양성 제고 기반 마련, 통신시장의 개방과 경쟁 확대를 통해 시장의 건전한 경쟁 촉진

#### □ 방송시장 활성화·공익성 제고

- (방송 경쟁력 확대) 새로운 방송환경에 부합하고, 여론의 다양성·공정성을 확보할 수 있도록 방송법제 개선 추진
  - 신규·기존 방송사업자간의 건전한 경쟁구도 조성 등을 통해 방송시장 활성화 도모
- (방송의 공적기능 제고) 신규 방송, 미디어랩 도입 등으로 방송시장 경쟁이 심화됨에 따라 지역방송·공동체라디오 활성화 방안 마련
  - 수능강의 등 EBS의 공교육 보완기능을 강화하고, 공익채널 관련 제도 개선을 추진
- (여론다양성 제고기반 마련) 시청점유율 규제의 전문적·안정적 수행을 위해 시청점유율 조사·검증기관 설립 추진
  - 방송사업자의 영향력을 종합적으로 판단할 수 있는 매체간 합산 영향력 지수를 개발

#### □ 통신시장의 개방과 경쟁 확대

- (MVNO 활성화) 무선재판매사업자(MVNO) 활성화를 통해 통신요금과 서비스 품질 경쟁 확대를 촉진
  - 기존 통신사업자의 이동통신 단말기 사양을 공개하여 MVNO가 원활히 단말기를 제작·수급할 수 있도록 지원
  - 기존 통신사업자와 MVNO간의 번호이동제를 도입

- **(단말기 유통 개방제도 도입)** 단말기 식별번호(IMEI)의 이통사 등록 여부와 관계없이 통화를 허용하되, 분실·도난된 단말기만 통화를 차단하는 방식의 단말기 유통 개방제도를 시행
  - 기존 이동통신사업자 중심의 단말기 유통구조를 제조사, 마트, 편의점 등으로 다양화하고 저가형 스마트폰 보급 기반 마련
  - 중고 단말기를 통한 이동통신서비스 가입 시에도 요금할인 적용 추진
- ※ 단말기 유통 개방제도의 차질 없는 시행을 위해 정부, 연구소, 사업자 등으로 구성된 준비상황 점검반 운영
- **(통신설비 개방 확대)** 광케이블, 관로 등 필수설비의 의무제공 범위를 확대하여 후발·중소사업자의 설비 구축 부담을 완화하고 경쟁촉진 유도

## 2-3. 상생 · 협력 시장환경 조성

◆ ['12년 계획] 홈쇼핑채널의 중소기업 지원 확대, 포털 등 대형 플랫폼 사업자와 중소 콘텐츠 업체의 공정거래 환경을 개선하여 대중소 기업이 상생·협력하는 시장환경 조성

### □ 상생협력 환경 조성

- (방송통신 통합분쟁조정제도) 방송분쟁조정과 통신재정을 통합 운영하는 '방송통신분쟁조정위원회'를 설치하는 등 제도개선 추진
  - 다수인이 관련된 동일 원인 분쟁에 대한 집단분쟁조정제도 도입 검토
- (홈쇼핑채널의 중소기업 지원 확대) 중기 전용 홈쇼핑채널 등을 통해 중소기업의 해외시장 진출 및 우수 중소기업 제품 판매 확대 지원
- (포털사의 중소 콘텐츠업체 지원) 네이버, 다음 등이 지도·검색 기술 등의 오픈 API 개방 및 개발자 교육 지원

※ 오픈 API(Open Application Programmer Interface): 응용프로그램과 서비스 개발을 위해 포털사의 검색, 지도 관련 데이터를 누구나 사용할 수 있도록 공개

### □ 공정한 콘텐츠 거래 활성화

- (오픈마켓 상생협력 기반 조성) 통신사, 제조사와 콘텐츠 개발자간 공정 거래기반을 확립하여 상생협력 생태계 조성
  - 모바일 콘텐츠 오픈마켓 상생협력 가이드라인 적용 대상을 이통사 오픈마켓 이외에 제조사 오픈마켓 등으로 확대
  - 새로운 형태의 불공정 행위 유형조사 및 가이드라인 보완 추진
- (불공정 수익배분 금지 확대) 현행 이동통신사-CP간의 불공정 수익배분 금지행위 규정을 포털 등 유선통신사업자까지 확대

- **(외주제작 분쟁조정)** 외주제작사를 방송분쟁조정위원회의 조정 대상에 포함함으로써 외주제작 시장의 공정거래 환경 조성
  - 외주제작사와 방송사간 분쟁이 발생할 경우 신속한 분쟁 해결
- **(재송신 제도개선)** 지상파방송사와 유료방송사간 재송신 분쟁으로 인한 시청자 피해방지를 위해 지상파 재송신 개선안 법제화 추진
  - 지상파방송 의무재송신 범위 재설정, 방송사업자간 재송신 분쟁시 위원회 직권조정 도입 등
- **(결합상품 시장영향력 평가)** 방송통신 결합상품이 방송시장의 경쟁상황에 미치는 영향력을 평가하여 공정경쟁 환경을 조성
- **(통신시장 평가범위 확대)** ICT 생태계 확장 및 통신서비스 융합에 대응하여 통신시장 경쟁상황 평가 범위를 확대
  - 기간통신사업자 중심의 경쟁상황 평가에서 ICT 생태계 전반을 포괄할 수 있도록 개편

### 3. 안전한 사이버환경 구축 및 사회적 약자 배려

#### 3-1. 생산적 소통사회 실현

◆ ['12년 계획] 인터넷규제 개선, 윤리 교육·홍보 강화, 인터넷 기업과의 협력체계 구축 등을 통해 생산적 소통사회 실현

##### □ 인터넷 본인확인제도 재검토

- (인터넷 소통환경 변화) 악성댓글 등으로 인한 사회적 피해 방지를 위해 국내 포털의 인터넷 게시판 중심으로 본인확인제도를 도입하여 시행('07.7월)하였으나,
  - '10년 이후, 트위터 등 해외 SNS가 급속하게 확산되는 등 인터넷 소통환경이 변화함에 따라 제도개선 요구가 제기되고 있는 한편,
    - ※ SNS에 대한 제도 적용제외, 본인확인 우회 댓글 서비스(소셜 댓글) 등장 등
  - 국내 기업의 역차별, IT 강국 이미지 저해 우려
- (개선방안 검토) 관계부처간 합동 TF를 구성하여 본인확인제도의 장단점과 인터넷 환경변화, 기술발전 등 제반 사항을 종합적으로 분석하고, 향후 제도개선 방향 및 보완방안을 검토
  - 공청회, 간담회, 설문 조사, 연구반 운영 등 사업자 및 이용자들의 폭넓은 의견수렴과 사회적 합의도출을 위한 공개 논의 추진

##### □ 건전한 소통과 인터넷 윤리문화 확산

- (SNS 인권침해 예방 및 생산적 활용) SNS를 통한 명예훼손 등 권리침해를 예방하고 생산적 활용을 촉진하기 위해,



- SNS 이용윤리에 관한 교육 콘텐츠 제작 및 교육 프로그램 운영과 홍보대사 위촉 등 건전한 SNS 소통문화 정착을 위한 캠페인 강화
  - 재해재난 인명구조, 교육, 기업경쟁력 제고 등 SNS 기술을 활용한 생산성 제고 방안 연구 및 확산 여건 조성
  - **(인터넷윤리 학교교육 강화)** 청소년의 인터넷윤리 의식 제고를 위해 초·중·고교 인터넷 윤리교육 강화
    - 교과부 등 관계부처와 협의, 학교별 인터넷윤리 담당교사제 도입 추진
    - 신규교과서 내 인터넷 윤리교육 내용이 강화되도록 집필 참고자료를 지원하고 온라인([www.nethics.kr](http://www.nethics.kr))으로 교육 콘텐츠를 보급, 활용 장려
  - **(기업의 자정 역할 확대)** 인터넷사업자에 의한 자율적 내용규제, 이용자 교육·캠페인을 장려하고 모범기업을 포상
    - 방송통신심의위원회와 인터넷서비스 사업자 간에 불법유해정보 자율심의 협력시스템을 구축하여 불법성이 명확한 음란·사행행위 정보 등에 대해서는 사업자가 자율심의를 통해 신속하게 조치
- ※ 자율심의협력시스템 구축·운영 계획 : 주요 포털사 ('11년 구축 → '12년 운영), 주요 P2P, 웹하드 업체 ('12년 구축 → '13년 운영)
- 인터넷윤리 교육·홍보, 자율규제 모범기업을 청정 인터넷기업으로 선발·포상, 엠블럼 부여

## 3-2. 안전한 사이버환경 구축

◆ ['12년 계획] 모두가 안심할 수 있는 사이버환경 구축을 위해 개인정보 보호 강화, DDoS해킹사고 방지 및 정보보호 글로벌 리더십 강화 추진

### □ 개인정보보호 강화

○ (주민번호 사용 금지) 개인정보 유출로 인한 피해 방지를 위하여 법적 의무를 제외한 인터넷상 주민번호의 수집·이용 전면 제한

- 이를 위해 '12년부터 단계적으로 제한하는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 개정 추진

- ※ '12년 : 1일 방문자 1만명 이상 웹사이트 적용
- ※ '13년 : 모든 웹사이트 대상 적용 확대
- ※ '14년 : 주민번호 수집·이용시 행정조치

- '주민번호 미수집 전환 지원센터'를 구축하여 중소 영세기업들을 대상으로 전환 방법, 절차 등에 대해 기술지원과 컨설팅 제공

○ (개인정보 유·노출 피해방지) 국내 100대 웹사이트에 대해 개인정보보호 실태점검 및 중국 등 해외 개인정보 노출 대응센터 구축

- 개인정보보호에 관한 기술적·관리적 보호조치 준수 여부 점검 및 컨설팅 제공을 통해 기업의 정보보호 수준을 제고하고, 취약 사이트 공개([www.i-privacy.kr](http://www.i-privacy.kr), 방통위 홈페이지 등)를 통해 이용자의 정보보호 강화

- 중국 등 해외 웹사이트에서 노출되는 개인정보를 신속히 검출·삭제하고 국가간 공조체계를 강화하기 위해 중화권에 개인정보보호 센터 구축

※ 중국, 대만, 베트남 등 동남아 국가들과 개인정보보호 정책 및 기술 교류 적극 추진

## □ 해킹사고 선제적 대응

- (사전 예방체계 구축) 악성코드 차단, 대응설비 증설, 첨단 보안 기술개발 등을 통해 DDoS, 해킹 침해사고를 선제적으로 방지
    - 웹 하드 등 좀비PC 확산경로에 대한 사전점검 시스템을 구축하여 숨겨진 악성코드를 탐지·제거
    - DDoS 대응설비 증설, 사이버대피소 운영, 국가 중요행사 관련 보안위협 모니터링 등 DDoS 대응체계 지속 보강
    - 해킹추적, 암호 등 첨단 보안기술 개발 지원('12년 124억원)
  - (기업의 정보보호 체질 개선) 보안관리기준 강화 등 법제도 개선을 통해 기업의 보안인력·투자 확대 유도 및 정보보호 역량 강화
    - 기업 보안관리에 관한 48개 항목을 점검하는 정보보호 안전진단 제도를 정보보호관리체계 인증제로 전환하여 137개의 보안관리 점검 항목으로 대폭 강화하는 법률 개정 추진
    - 정보보호최고책임자(CISO) 지정 제도화 등 정보보호 책임성 강화 및 인식제고를 위한 기업 정보보호조치 권고기준 강화
  - (IT보안정책 글로벌 리더십 강화) ITU, ISO 등 국제 표준화 기구에 '개인정보보호 관리체계'에 대한 국제 표준제정 제안·추진
    - 사이버분야 글로벌 규범을 논의하기 위한 제3차 국제 사이버정책 장관급 회의('13년)의 의제설정 등에 주도적으로 참여
- ※ '11년 제1차 런던회의, '12년 제2차 헝가리 개최, '13년 제3차 한국 개최 예정

### 3-3. 이용자 중심의 권익증진

◆ ['12년 계획] 취약계층 대상 스마트폰·VoIP 요금감면 개선, 방송통신 이용요금의 부가세 면제 및 소득공제 추진, 통신요금 및 전자파에 대한 이용자 대상 정보 제공 강화

#### □ 사회적 약자에 대한 배려 강화

- (요금감면 제도 개선) 취약계층의 통신요금 부담 경감을 위해 스마트폰 요금감면 개선 및 인터넷전화(VoIP) 요금감면 시행 추진
  - 스마트폰의 대중화에 따라 요금감면 혜택이 확대될 수 있도록 스마트폰 요금감면 구조 개편 추진
  - 인터넷전화의 시내전화 대체가 가속화('11.11월 인터넷전화 1,063만 가구 가입)됨에 따라 인터넷전화 요금감면 제도 시행 추진
    - ※ 장애인·국가유공자의 월 통화료 50% 감면, 기초생활수급자의 가입비·기본료 면제 및 월 450분 무료통화 제공
- (소외계층 미디어 교육) 장애인·노인 등 소외계층 대상 스마트 미디어교육 강화
  - 시청자미디어센터 중심의 미디어 활용교육 및 찾아가는 미디어 교육 실시
- (장애인 방송수신기 보급) 취약계층 대상 디지털전환 지원사업과 연계하여 장애인 방송수신기 보급 확대
- (장애인 방송 편성 의무화) 지상파, SO, PP 등 방송사업자에 대해 장애인방송(자막·수화·화면해설방송) 편성을 단계적으로 의무화
- (방송통신요금 세제 개선) 유료방송(케이블, IPTV 등) 이용요금 및 통신비의 부가가치세 면제 추진, 방송통신요금의 근로소득 소득공제 신설 추진(기획재정부 등 관계부처 협의)

- **(통신중계서비스 본격화)** 청각·언어 장애인의 통화지원을 위해 '장애인↔장애인/일반인'간 통신중계서비스 본격 실시
- 행정안전부에서 동 서비스를 위해 운영중이던 통신중계서비스센터의 방통위 이관 추진



## □ 이용자의 알 권리 제고

- **(스마트 초이스 정보포털 구축)** 통신서비스 관련 정보를 종합적으로 제공하는 스마트 초이스 정보포털 구축
- 요금제 비교·분석, 최적 요금제 추천, 단말기 비교, 기술동향 등 통신 이용 관련 정보의 원스톱 종합 제공체계 구축
- **(요금고지서 개선)** 기존의 어렵고 복잡한 요금고지서를 통일된 용어를 사용하는 등 이해하기 쉽고 간명하게 개선

## □ 전자파에 대한 불안감 해소

- **(전자파 안전등급제)** 다양한 무선설비로부터 방출되는 전자파의 등급을 분류하고, 사업자가 해당 설비에 표시하도록 법제도 마련
- **(휴대전화 이용 가이드라인)** 전자파에 취약한 어린이·청소년 보호를 위해 안전한 휴대전화 이용 가이드라인 제정·보급
  - ※ 세계보건기구(WHO)는 휴대전화 전자파가 암을 유발할 가능성이 있다고 발표('11.5월)
- **(한국전자파문화재단 설립)** 전자파 인체영향 전담기구를 통해 객관적인 조사·연구 및 교육·홍보 강화