

특집  
원고 II

## 스마트 시대의 ICT 정책 방향

김준호 (방송통신융합정책실장)



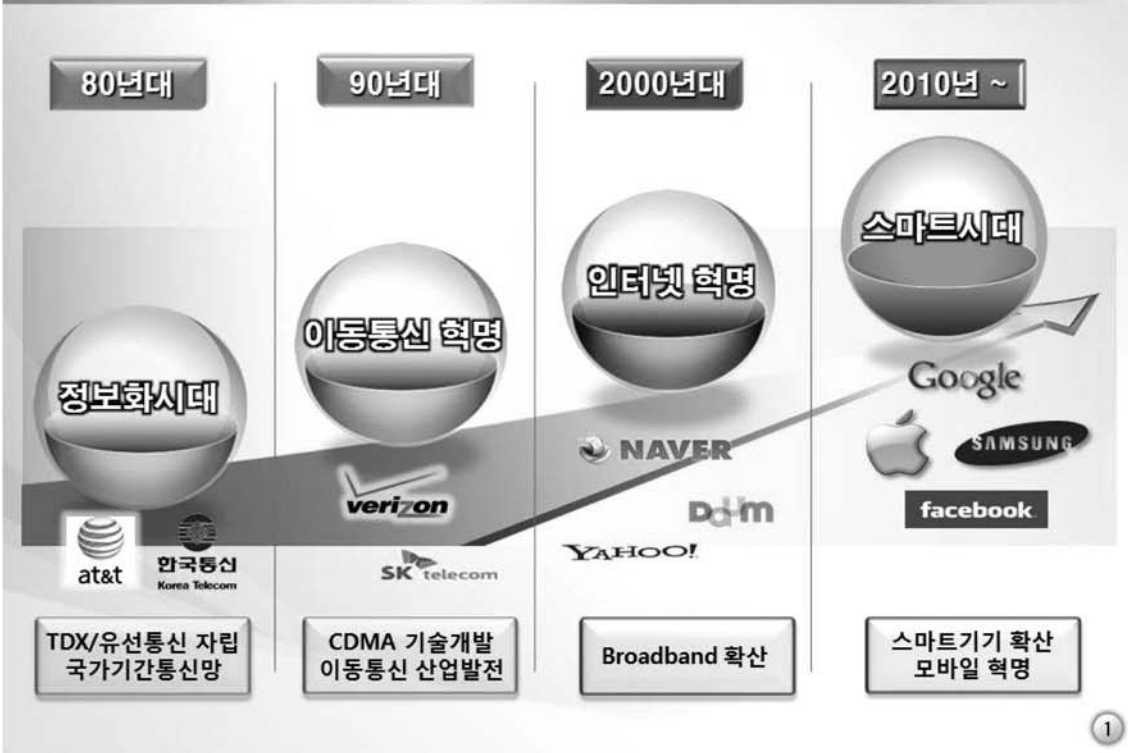
# 목 차

I ICT 정책환경 변화

II ICT 정책방향

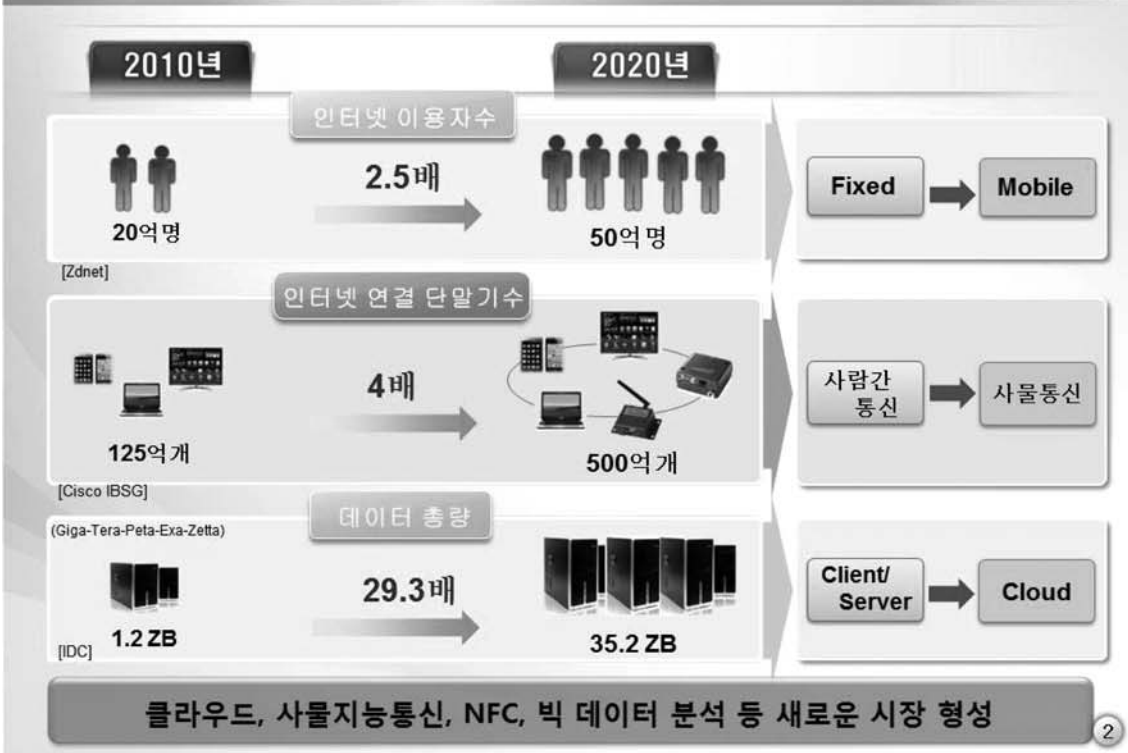
I ICT 정책환경 변화

# 1-1. 정보통신의 발전



1

# 1-2. 모든 것이 인터넷에 연결



2

### 1-3. 시장경쟁 양상의 변화(1)

플랫폼 사업자 중심 글로벌 생태계 경쟁, 콘텐츠 영향력 증대

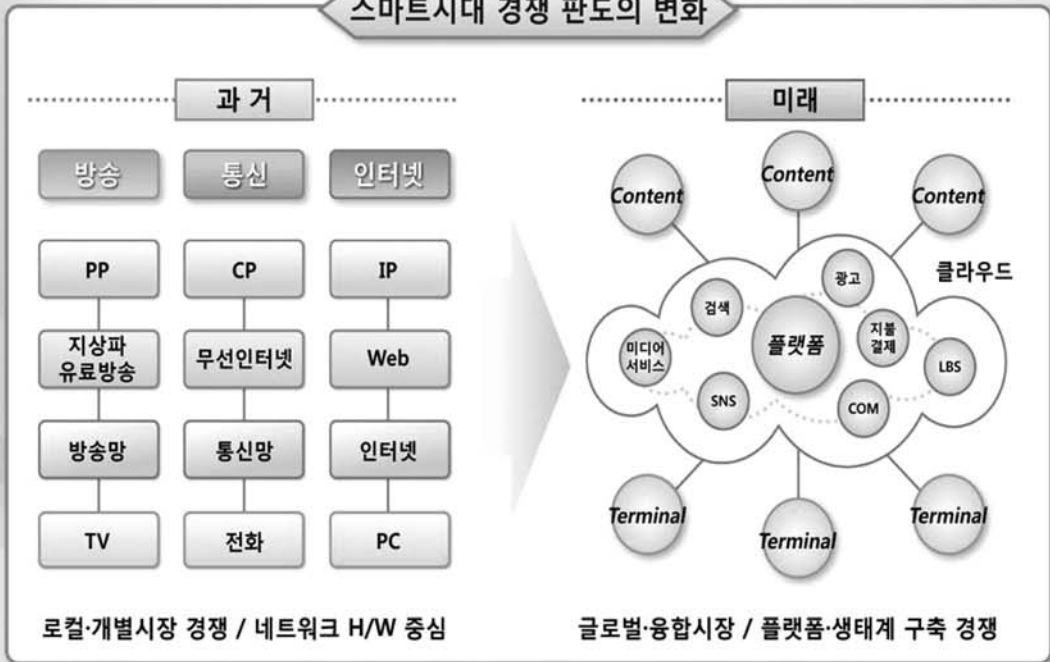


스마트 미디어 융합시대에 대응한 국내 SW·콘텐츠 산업 경쟁력 제고 필요

3

### 1-4. 시장경쟁 양상의 변화(2)

스마트시대 경쟁 판도의 변화



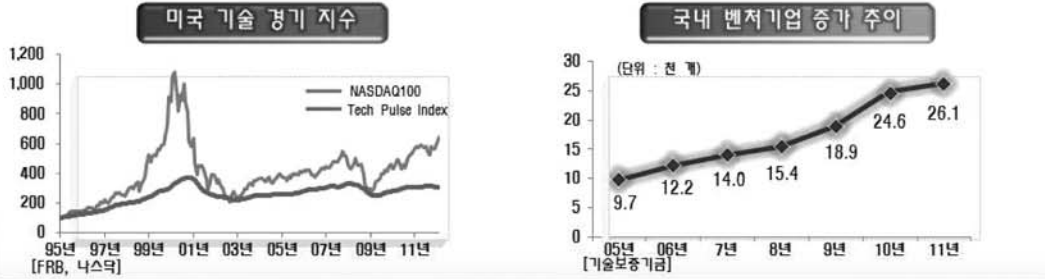
4

## 1-5. 개인과 벤처의 기회와 역할 증대

◆ 온라인 도구를 활용, 누구나 창의적 아이디어로 새로운 가치 창출 가능



◆ 전세계적 벤처 창업 열기, 제2의 IT 르네상스 시대 도래



중소벤처·1인 창조기업 육성 및 대중소 ICT기업간 협력적 생태계 조성 필요

5

## 1-6. 우리의 현주소



6

## II ICT 정책방향

### II-1. 신산업 및 벤처 활성화

#### 신산업과 벤처를 육성하여 신규 일자리 창출

##### 스마트 신산업 육성



- 스마트 신산업 기술개발에 1,527억원 투자
- 스마트폰 이후 핵심 플랫폼인 스마트TV 활성화
  - 음성·동작인식 기술개발, 핵심 콘텐츠 확보 등 종합적인 활성화 방안마련

##### 중소벤처 육성

- 인터넷 비즈니스 창업 지원
  - 신생벤처 발굴, 글로벌 진출 지원
  - KIF(Korea IT Fund) 등 투자 확대
- 창의적 인력양성
  - 모바일 앱 개발자 지원센터 운영
  - 대학생 모바일 취업박람회 개최(전국 7개 지역)
  - 청년개발자 중소벤처 인턴 프로그램 도입 추진
- 중소 벤처기업 기술지원
  - 모바일 테스트베드 구축, 기기 시험인증 지원
  - 자유공모형 과제를 통해 창의적 아이디어의 기술개발 지원(Idea & Development)

7

## II-2. 스마트 네트워크 구축

### 언제 어디서나 연결되는 스마트 네트워크 사회 구축

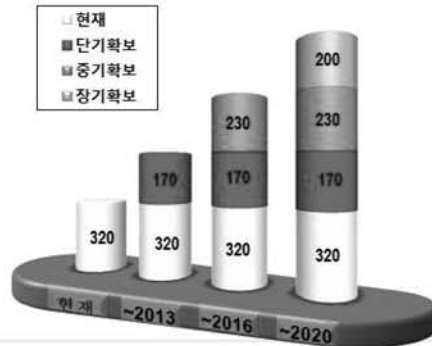
#### 세계 최고의 네트워크 경쟁력 유지



- '12년 4G(LTE) 서비스 전국 확대
  - Giga 인터넷 상용 서비스 도입
  - 전파사용료 감면 등을 통해 투자확대 유도
- ※ 통신사업자, 네트워크 구축 등에 7조원 이상 투자('12년)

#### 모바일 광개토 플랜 추진

- '20년까지 600MHz 신규주파수 확보·공급
- '13년까지 170MHz 신규 주파수 확보



8

## II-3. 콘텐츠 경쟁력 강화

### 스마트시대 핵심경쟁력인 콘텐츠산업 활성화

#### 제작 인프라 확충

- One-Stop Work-Station 구축
  - 기획·제작·송출·유통을 종합 지원하는 디지털방송콘텐츠지원센터 건립
- 콘텐츠인력양성 Flagship Project 추진
  - 기업, 대학, 관련기관 등 인력양성 기관이 공동 참여하는 협의체 구성
  - 현장과 연계한 맞춤형 교육과정 개발
- 3D 등 차세대 콘텐츠 전문인력 양성
  - 핵심인재를 드림웍스 등 글로벌기업 파견

#### 콘텐츠 제작 및 유통 지원

- 국내 애니메이션 편성 의무를 지상파(1%)에서 종편·애니메이션PP 등으로 확대
- 지역과 연계한 Hub-Spoke 체계 구축
  - 지원센터(Hub)의 디지털 소스를 지역(Spoke) 콘텐츠 제작 및 교육에 활용
- 중소PP 등을 위한 콘텐츠 유통법인 설립
- 대형 3D 콘텐츠 및 OSMU형 콘텐츠 제작 지원

9

## II-4. 광고시장 활성화

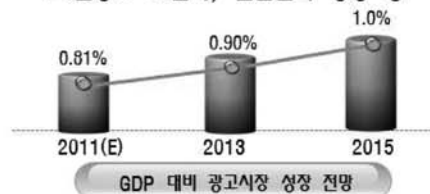
### 광고시장 활성화로 미디어산업 발전 견인

#### 미디어법 후속조치 추진

- 미디어법 주요내용 및 의미
  - 방송광고판매시장에 경쟁 도입(1공영 多민영)
  - KBS, MBC, EBS는 공영미디어법에 포함
  - 4개 종편의 미디어법 광고위탁 3년 유예
  - 민영 미디어법의 한 방송사 지분 40%로 제한
- 후속조치
  - 허위법령 제정, 민영광고판매회사 허가
  - 정부출자공사(한국방송광고진흥공사) 설립
  - 현 한국방송광고공사 자산 이관
  - 중소방송 제도적 지원방안 강구

#### 규제 완화 및 스마트광고 활성화

- 규제완화로 광고시장 성장 촉진
  - 지상파방송 광고총량제 도입 검토
  - 유료방송 광고총량제 확대 검토
  - 외주제작사에 간접광고를, 지상파방송에 제작협찬 허용
  - 간접광고 거래방식 개선
- 맞춤형 등 스마트광고 활성화로 신규시장 창출
  - 디지털광고 표준화, 전문인력 양성 등



10

## II-5. 디지털전환 성공적 완료

### 아날로그방송 종료로 본격적 디지털방송 시대 개막

2012.12.31  
지상파 아날로그 방송 종료

2012년

아날로그 방송  
직접수신가구 시청권 보장

#### 종료시 TV 시청권 보장을 위한 지원

- 지원대상 : 아날로그 방송 직접수신가구
- 소득수준 등을 고려한 맞춤형 지원
  - 저소득층 : DTV구매보조(10만원) 등
  - 일반가구 : 디지털컨버터 대여(대여금 2만원)
  - 노인·장애인 : 디지털컨버터 설치 무상지원

#### 타겟홍보로 정부지원 대상 발굴·지원

자막고지방송('12.1~6월)



가상종료('12.7월~)



- 아날로그 방송 종료 전·후 클러스터, 지원센터 비상근무 체계

11



## II-6. 방송통신 시장경쟁 촉진

### 방송과 통신시장의 건전한 경쟁 촉진

#### 방송시장 활성화 및 공익성 제고

- 신규·중소방송을 통한 방송시장 경쟁력 확보
  - 중편·보도채널을 통한 방송시장 활성화
  - 지역방송·공동체라디오 발전방안 마련·추진
- 방송의 공적기능 제고
  - 수능강의 품질제고 등 EBS 공교육 보완기능 강화
  - KBS World 등 해외방송 운영효율화 방안 검토
- 미디어의 여론 다양성 제고 기반 마련
  - 시청점유율 조사·검증기관 설립 추진
  - 방송, 인터넷 등 매체간 합산 영향력 지수 개발

#### 통신시장의 개방과 경쟁 확대

- 무선재판매사업자(MVNO) 활성화를 통한 요금경쟁
  - 원활한 단말기 제작·수급 지원
  - 기존 통신3사와 MVNO간 번호이동 도입
- 단말기 자급제 도입
  - 편의점, 마트 등으로 단말기 유통구조 다양화
- 후발·중소사업자의 설비구축 부담완화
  - 광케이블 등 필수설비 의무제공 범위 확대

12

## II-7. 상생·협력 시장환경 조성

### 대중소 기업이 상생·협력하는 시장 조성

#### 상생협력 환경 조성

- 신속한 시정자 피해 구제를 위해 방송통신 통합 분쟁조정제도 추진
- 홈쇼핑채널의 중소기업제품 편성 확대 및 중소기업 해외진출 교두보 역할 강화
- 포털사의 중소 콘텐츠업체 기술·교육 지원

#### 공정한 콘텐츠 거래 활성화

- 통신사·제조사와 콘텐츠 개발자간 공정 거래 기반 확립
- 외주제작 분쟁조정제도 도입으로 공정거래 환경 조성
- 지상파방송 재송신제도 개선을 통한 국민의 시청권 보장 강화
- 방송통신 결합상품의 시장영향력 평가를 통한 시장지배력 전이 방지

13

