

방송통신 발전지수 개발(Ⅲ)

황주성/유지연

2010. 12



Korea Information Society Development Institute



정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

정책연구 10-35

방송통신 발전지수 개발(Ⅲ)

황주성/유지연

2010. 12

서 언

우리나라는 2008년도에 방송과 통신의 벽을 허물고 조직적·법적 융합을 시작하였습니다. 정부는 방송통신산업 전반의 구조 변화와 시장활성화 및 커뮤니케이션 방식의 고도화를 위한 다양한 정책들을 추진하고 있습니다. 시장에서는 새로운 서비스와 콘텐츠가 개발·공급되고 있으며 방송통신 네트워크가 고도화되고 있습니다. 그리고 국민들에게 있어서는 스마트기기의 보편화와 유비쿼터스화를 통해 인터넷의 일상화, 현실공간과 사이버공간의 경계 소멸 등 일상생활의 변화가 나타나고 있습니다. 또한, 소셜네트워크서비스(SNS)의 활성화로 시·공간을 초월한 상호작용성이 강화되는 방향으로 커뮤니케이션 방식도 변화하고 있습니다.

방통융합이 본격화되고 있는 우리 상황에서 변화의 큰 그림을 보여줄 방송통신 발전지수의 개발은 매우 시의적절하다고 생각합니다. 지수는 특정 영역에 있어 한 사회의 전반적인 수준을 효율적으로 측정·분석함으로써 다양한 변화 양상을 여러 측면에서 파악할 수 있게 하는 바로미터이기 때문입니다. 지수는 가능한 한 포괄적이고 균형적인 관련 지표들을 통합함으로써 어떤 현상의 수준이나 진전도를 파악할 수 있게 함은 물론, 미래의 예측까지 가능하게 합니다. 바람직한 미래사회 구현을 위한 구체적이고 체계적인 계량적 목표를 제시해 주며, 수많은 과제들 간의 우선순위를 결정하는 근거로도 사용될 수 있습니다.

본 연구는 국내 방송통신의 발전수준과 방송통신정책의 성과를 객관적·종합적으로 측정하고 미래방향을 모색할 수 있는 이정표로 방송통신 발전지수를 개발하고자 하였습니다. 본 보고서는 2008년부터 수행한 3개년 연구의 마지막 결과물입니다. 1차년도 연구는 사전연구 성격으로 국내외 관련 지수에 대한 다양한 분석과 지수체계 모형 개발을 도모하였으며, 2차년도 연구는 국제비교가 가능한 지수 개발을 추

진하였습니다. 그리고 이번 3차년도 연구에서는 우리나라의 방송통신 발전 수준을 보다 구체적으로 파악할 수 있는 국내지수 개발에 중점을 두고 지수체계 개발과 지수값 산출을 시도하였습니다.

본 연구는 정보통신정책연구원 미래융합연구실 황주성 연구위원의 책임 하에 유지연 부연구위원이 함께 수행하였습니다. 그리고 본 연구가 성공적으로 수행될 수 있었던 것은 방송통신을 대표하는 산업계, 정부계, 학계, 연구계, 시민계 등의 여러 전문가분들께서 1, 2차에 걸친 전문가 조사에 참여해 귀한 의견을 주셨기에 가능하였습니다. 연구를 도와주신 모든 분들에게 감사의 말씀을 전하며, 끝으로 본 연구 보고서가 방송통신 발전과 성과를 연구하는 연구자나 정책입안자에게 많은 도움이 되길 바라며, 향후 후속연구의 발전을 위하여 독자 여러분들의 많은 조언을 바랍니다.

2010년 12월
정보통신정책연구원
원 장 방 석 호

목 차

서 언	1
요약문	9
제1장 서 론	15
제1 절 연구의 개요	15
1. 연구의 필요성과 목적	15
2. 연구의 추진과 구성	16
제2 절 지수의 개발방향	18
제2장 방송통신 발전의 의미	20
제1 절 방송통신의 개념적 의미	20
1. 방송통신의 개념	20
2. 방송통신의 추구 이념	22
제2 절 방송통신의 정책적 의미	28
1. 방송통신정책의 변화	28
2. 방송통신정책의 목표	30
제3장 방송통신 관련 국내 통계 현황	33
제1 절 국내 통계 현황	33
1. 방송산업실태조사	34
2. 방송매체이용행태조사	35
3. 정보통신산업실태조사	37
4. 인터넷이용실태조사	40

5. 무선인터넷이용실태조사	41
6. 정보보호실태조사	42
7. 정보격차지수 및 실태조사	44
8. 기타	45
제 2 절 지수체계 구성을 위한 참조틀	48
1. 오프콤(OFCOM)의 방송통신시장통계	48
2. 오프콤(OFCOM)의 방통융합준비도	49
3. 유네스코(UNESCO)의 미디어발전지수	52
제 4 장 방송통신 발전지수의 구성	54
제 1 절 지수의 개념	54
제 2 절 지수의 개발절차	55
1. 접근방법	55
2. 지수체계 개발과 측정항목 수집 및 검토	57
제 3 절 지수의 체계와 구성	59
1. 지수체계	59
2. 측정항목	62
제 4 절 지수의 객관성	68
1. 전문가조사의 개요	68
2. 지수체계의 타당성과 측정항목의 적합성	69
제 5 장 방송통신 발전지수의 산출	71
제 1 절 가중치 부여	71
1. 하위지수 가중치	72
2. 지표와 측정항목의 가중치	72
제 2 절 산출방식 및 지수값	76
1. 기본 지수값	76

2. 가중치 부여된 지수값	77
제 6 장 연구의 한계와 제언	80
제 1 절 연구의 한계와 향후 과제	80
제 2 절 새로운 측정항목	82
참 고 문 헌	84
[부록 1] 정보보호실태조사 조사항목	88
[부록 2] 통신시장현황조사 조사항목	92
[부록 3] 미디어발전지수 조사항목	95
[부록 4] 측정항목 후보 검토	99
[부록 5] 전문가조사 설문지	105

표 목 차

〈표 2-1〉 방송정책의 변화	29
〈표 2-2〉 통신정책의 변화	30
〈표 2-3〉 방송통신 추구 목표	32
〈표 3-1〉 방송산업실태조사 조사항목	34
〈표 3-2〉 방송산업실태조사 방송산업 현황 조사항목	35
〈표 3-3〉 방송매체이용실태조사 조사항목	36
〈표 3-4〉 정보통신산업실태조사 조사대상	38
〈표 3-5〉 정보통신산업실태조사 조사항목	39
〈표 3-6〉 인터넷이용실태조사 조사항목	40
〈표 3-7〉 무선인터넷이용실태조사 조사항목	41
〈표 3-8〉 정보격차지수 및 실태조사 조사항목	45
〈표 3-9〉 오프콤(OFCOM)의 융합준비도 하위지수와 목표	49
〈표 4-1〉 방송통신 발전지수의 하위지수와 지표	61
〈표 4-2〉 방송통신 발전지수의 지표별 측정항목 구성	63
〈표 4-3〉 방송통신 발전지수의 측정항목별 설명과 자료출처	64
〈표 4-4〉 전문가 조사 대상자의 구성	69
〈표 4-5〉 지수체계의 타당성 조사 결과	69
〈표 4-6〉 측정항목의 적합성 조사 결과	70
〈표 5-1〉 하위지수의 가중치	72
〈표 5-2〉 지표의 가중치	73
〈표 5-3〉 측정항목의 가중치	74

〈표 5-4〉 전체 가중치	75
〈표 5-5〉 기본지수값	76
〈표 5-6〉 가중치 부여된 지수값 산출식	77
〈표 5-7〉 2008~2009년 방송통신 발전지수: 측정항목별 변화 분석	78
〈표 5-8〉 2008~2009년 방송통신 발전지수: 하위지수와 지표별 변화 분석	79

그림 목 차

[그림 1-1] 연구의 추진과 구성도	17
[그림 1-2] 방송통신 발전의 다차원성	19
[그림 4-1] 지수체계(안)	58
[그림 4-2] 지수체계의 구체화	59
[그림 4-3] 방송통신 발전지수의 체계	60

요 약 문

1. 연구의 목적과 필요성

한 사회의 변화 및 사회 발전 수준을 정확하게 파악하고 그 변화 추이를 예측함으로써 미래의 변화에 대비하기 위해서는 변화를 객관적이고 체계적으로 분석할 수 있는 도구, 즉 지수가 필요하다.

우리나라는 2008년도에 방송과 통신의 벽을 허물고 조직적·법적 융합을 시작하였으며, 융합이라는 새로운 서비스와 콘텐츠를 활성화시키고 방송통신산업 전반의 구조 변화를 위한 정책들을 추진하고 있다. 그동안 IPTV 상용화, 스마트폰 서비스, 개인미디어의 진화 등의 산업 성장을 거듭하여 왔고 방송통신통합법 제정, 규제 개혁 등의 정책적 대응 노력이 이루어졌으며, 스마트폰의 저변화, SNS 이용 활성화 등으로 일상 활동의 방식과 소통의 양식이 변화하고 있다.

이러한 시점에서 변화의 큰 그림을 보여줄 방송통신 발전지수의 개발은 매우 의미가 있다. 융합 이전에 방송과 통신 각각 별개로 이루어져 온 산업 구조 및 정책체계, 시장 전망 등은 여전히 산발적이고 분절적으로 이루어짐에 따라서 중장기적이고 포괄적인 관점에서 방송통신 변화를 파악하고 성과를 평가하며 영향을 전망하기에는 한계를 보이고 있다. 즉, 우리나라에서는 방송, 통신, 융합을 모두 포괄하여 방송통신 발전 정도를 한 눈에 파악할 수 있는 조사 체계가 아직 마련되어 있지 않으며, 방송과 통신이 별개로 진행되고 있다.

이에 본 연구에서는 국내 방송통신 발전의 수준과 방송통신정책의 성과를 측정하기 위한 지수체계를 개발하고 적절한 하위지표 및 측정항목을 도출함으로써, 현재 방송통신의 객관적인 수준을 파악하고자 한다.

2. 연구의 내용과 범위

본 연구에서는 국내 방송통신 발전 수준을 파악하기 위한 방송통신 발전지수 개발을 도모하였다. 방송통신 발전지수는 방송통신의 공익성 추구하고 산업발전을 목표로, 보편성, 다양성, 시장성, 효용성 등 4가지 하위지수와 13가지 지표 및 21가지 측정항목으로 구조화 하였다. 이론 검토와 정책이념 분석에 기반하여 지수체계를 구체화하였으며 전문가 브레인스토밍과 전문가 조사를 통하여 지수체계의 객관성을 확보하였다.

〈표〉 방송통신 발전지수의 지수체계와 측정항목 구성

하위 지수	지표	측정항목		
		방송	통신	융합
보편성	수신보장		인구 천명당 공용 WiFi hot-spot수	디지털방송 커버리지
	접근비용	방송통신비 지출 부담 해소도		
	소외방지	장애인 지원방송 편성 비중	소외계층 정보화 수준	
다양성	공급 다양성	방송시장 분산도 (CR3)	통신시장 분산도 (CR2)	
	내용다양성	지상파방송 편성 균형도		
	지역다양성	지역 자체제작 편성 비중		
시장성	시장규모	GDP 대비 방송통신산업 비중		
	유료시장			디지털유료방송 가입 비중
	공정경쟁		가상통신서비스 가입 비중	
	인프라고도화		유무선통합서비스 (FMC) 보급률	디지털방송 수신기 보급률
효용성	이용도	이동형 방송서비스 이용률	SNS 서비스 이용률	생활서비스 인터넷 이용률
	만족도	방송프로그램 만족 비중	이동전화 서비스 만족도	IPTV 서비스 만족 비중
	안전성			웹보안률

그리고 전문가 조사로 도출된 가중치를 반영하여 최종지수값을 산출한 결과, 2009년 지수값(110.2)은 2008년 지수값(100)을 기준으로 10.2p가 상승한 것으로 나타나, 국내 방송통신 수준이 전반적으로 발전한 것으로 파악되었다.

〈표〉 2008~2009년 방송통신 발전지수: 측정항목별 변화분석

하위지수	지표	측정항목	방송통신 발전지수		증감
			2008년	2009년	
보편성	수신보장	인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 (대)	6.8	6.8	-
		디지털방송 커버리지 (%)	8.4	8.5	△
	접근비용	방송통신비 지출 부담 해소도 (%)	14.9	14.9	-
	소외방지	장애인 시청취 지원방송 편성 비중 (%)	5.5	6.9	▲
소외계층 정보화 수준 (점/100점)		5.9	6.0	△	
다양성	공급다양성	방송시장 분산도 (%)	4.6	4.3	▽
		통신시장 분산도 (%)	4.4	3.1	▼
	내용다양성	지상파방송 편성 균형도 (%)	8.0	8.0	-
	지역다양성	지역 자체제작 편성비중 (%)	6.1	6.3	△
시장성	시장규모	GDP 대비 방송통신산업 비중 (%)	4.0	4.4	△
	유료시장	디지털유료방송 가입 비중 (%)	3.3	7.5	▲
	공정경쟁	가상통신서비스 가입 비중 (%)	3.3	3.3	-
	인프라고도화	유무선통합서비스(FMC) 보급률 (%)	1.6	1.6	-
디지털방송 수신기 보급률 (%)		2.1	3.0	△	
효용성	이용도	이동형 방송서비스(DMB) 이용률 (%)	2.3	3.2	△
		SNS 서비스 이용률 (%)	2.3	3.4	▲
		생활서비스 인터넷 이용률 (%)	3.2	4.0	△
	만족도	방송프로그램 만족 비중 (%)	2.7	3.1	△
		이동전화 만족도 (점/100점)	2.6	2.6	-
		IPTV 서비스 만족 비중 (%)	2.1	2.0	▽
안전성	웹보안률 (%)	6.0	7.3	▲	
계			100.0	110.2	▲

※ 증감은 1p 이하 상승의 경우에 △, 1p 이상 상승의 경우에 ▲, 1p 이하 감소의 경우에 ▽, 1p 이상 감소의 경우에 ▼로 나타낸다.

유료시장 지표의 상승과 시장규모 및 인프라고도화 지표의 약진으로 시장 활성화와 다양한 방송통신서비스 제공을 판단하는 방송통신 시장성이 발전한 것으로 분석되었다. 그리고 이용도 지표의 상승과 만족도 및 안전성 지표의 약진으로 방송통신 이용 확산과 안전성 확보를 측정하는 방송통신 효용성이 증대된 것으로 분석되었다. 또한, 소외방지 지표의 상승과 더불어 수신보장 지표의 약진으로 누구나가 방송통신서비스를 쉽게 접할 수 있는 환경이 구현되고 있는 것으로 나타났다. 즉, 방송통신 보편성이 확대되고 있는 것으로 분석되었다. 다만, 공급다양성 지표의 감소로 국민의 다양한 견해 반영과 선택권 제공을 판단하는 방송통신 다양성은 오히려 퇴보한 것으로 나타났다.

3. 연구의 결과와 정책 제언

본 연구에서는 국내 방송통신의 현황과 변화 양상을 파악할 수 있는 지수체계를 개발하고 지수값 산출을 시도하였으나, 올바른 지수 체계는 변화하는 현실을 반영할 수 있는 진화하는 지수체계여야 한다는 점을 고려한다면 이번에 제시한 방송통신 발전지수는 아직 완결된 버전이 아니다. 확보 가능한 데이터의 한계를 가지고 있으며 기술발전이 빠른 최근의 상황을 볼 때에 어찌면 영원한 베타버전이 될 수도 있다.

본 연구가 제안한 지수의 활용성을 높이기 위해서는 방송통신 환경 및 정책 현황과의 비교 분석을 통하여 기술발전의 속도 및 디지털사회의 변화와 방송통신정책의 목표에 유연하게 대응할 수 있는 지수체제로 구성되었는지 재검토하여야 하며 변화 양상을 반영할 수 있는 측정항목의 개발 등 지수 구성을 정교화 하는 후속연구가 필요하다. 따라서 본 연구의 한계에 기초하여 지수 개발 과정에서 선행되어야 할 과제를 제시함으로써, 향후에 진행될 후속연구 혹은 방송통신 관련 지수 개발의 안내자 역할을 하고자 한다.

첫째, 방송통신 발전에 대한 개념 정립과 사회적 합의 도출이다. 방송통신 발전은 다차원적이고 복합적인 의미로 개념 정의된다. 즉, 방송통신 발전은 방송, 통신, 융

합의 발전을 포괄적으로 의미하는 것으로써, 경제적 차원의 산업 활성화와 국가경쟁력 강화, 기술적 차원의 기술 발전과 네트워크 고도화, 문화적 차원의 삶의 질 향상과 국민 권리의 증진, 그리고 방송통신의 사회적 영향 확대를 의미한다. 하지만, 이러한 복합적 개념 정의는 관련 정책목표를 모호하게 하고 보는 시각에 따라 정책 추진의 무게중심을 다르게 함으로써, 정책 판단을 어렵게 하여 오히려 발전을 저해할 수 있다. 방송통신 발전으로 이루고자 하는 공통의 목표에 맞추어서 개념을 정의하고 정책을 추진함으로써 방송통신 발전이 초래하는 결과들을 그대로 인정하고 만족도를 높일 수 있다.

둘째, 지속적인 지수 개발 연구의 추진이다. 방송통신의 현재 수준과 변화추이를 종합적이고 실증적인 방법으로 파악하기 위하여서는 방송통신 발전 정도를 평가할 수 있는 지수개발이 지속적으로 요구된다. 왜냐하면, 방송통신이 사회에 미치는 영향력이 점차 더 확대되고 강화됨에 따라서, 이러한 다양한 변화를 정확하게 파악하고 그 추이를 올바르게 예측하기 위해서는 방송통신 발전지수의 산출방법이나 해석도 변화되어야 한다. 그리고 융합은 새로운 기술의 등장과 함께 끊임없이 변화하는 역동적 개념을 가지고 있기 때문이다. 따라서 방송통신 발전수준의 측정에 관한 연구는 지속적으로 이루어져야 하며 방송통신 발전에 대한 끊임없는 관찰 및 분석을 통하여 미래 추진방향을 제시해 주어야 한다.

셋째, 변화하는 방송통신 환경을 반영할 통계조사와 측정항목의 개발이다. 지수를 개발하는 과정에서 가장 어려웠던 점은 방송통신을 포괄하는 단일의 측정항목이 거의 없었다는 점이다. 더욱이 지수개발에 필요한 원자료에 해당되는 조사들이 대부분 부처별로, 사업별로, 영역별로 분편화 되어 이루어짐으로써 이들 간에 정합성을 찾기 힘들은 물론 비교가 거의 불가능하였다는 점이다. 특히, 융합이라는 관점에서 통시적 변화를 살펴보기 위해서는 다양한 플랫폼의 이용을 한 조사에서 포착할 수 있어야 하는데, 국내에 이러한 기준을 충족시키는 조사는 거의 없는 편이다. 현재 정보통신정책연구원에서 미디어패널조사를 시작하였지만, 조사항목이 정교화 되고 전국 단위의 시계열 데이터가 확보되기까지는 시간이 걸릴 것이다.

제1장 서론

제1절 연구의 개요

1. 연구의 필요성과 목적

한 사회의 변화 및 사회 발전 수준을 정확하게 파악하고 그 변화 추이를 예측함으로써 미래의 변화에 대비하기 위해서는 변화를 객관적이고 체계적으로 분석할 수 있는 도구, 즉 지수가 필요하다.

우리나라는 2008년도에 방송과 통신의 벽을 허물고 조직적·법적 융합을 시작하였으며, 융합이라는 새로운 서비스와 콘텐츠를 활성화시키고 방송통신산업 전반의 구조 변화를 위한 정책들을 추진하고 있다. 그동안 IPTV 상용화, 스마트폰 서비스, 개인미디어의 진화 등의 산업 성장을 거듭하여 왔고 방송통신통합법 제정, 규제 개혁 등의 정책적 대응 노력이 이루어졌으며, 스마트폰의 저변화, SNS 이용 활성화 등으로 일상 활동의 방식과 소통의 양식이 변화하고 있다.

이러한 시점에서 변화의 큰 그림을 보여줄 방송통신 발전지수의 개발은 매우 의미가 있다. 융합 이전에 방송과 통신 각각 별개로 이루어져 온 산업 구조 및 정책체계, 시장 전망 등은 여전히 산발적이고 분절적으로 이루어짐에 따라서 중장기적이고 포괄적인 관점에서 방송통신 변화를 파악하고 성과를 평가하며 영향을 전망하기에는 한계를 보이고 있다. 즉, 우리나라에서는 방송, 통신, 융합을 모두 포괄하여 방송통신 발전 정도를 한 눈에 파악할 수 있는 조사 체계가 아직 마련되어 있지 않으며, 방송과 통신이 별개로 진행되고 있다.

이에 본 연구에서는 국내 방송통신 발전의 수준과 방송통신정책의 성과를 측정하기 위한 지수체계를 개발하고 적절한 하위지표 및 측정항목을 도출함으로써, 현재

방송통신의 객관적인 수준을 파악하고자 한다.

2. 연구의 추진과 구성

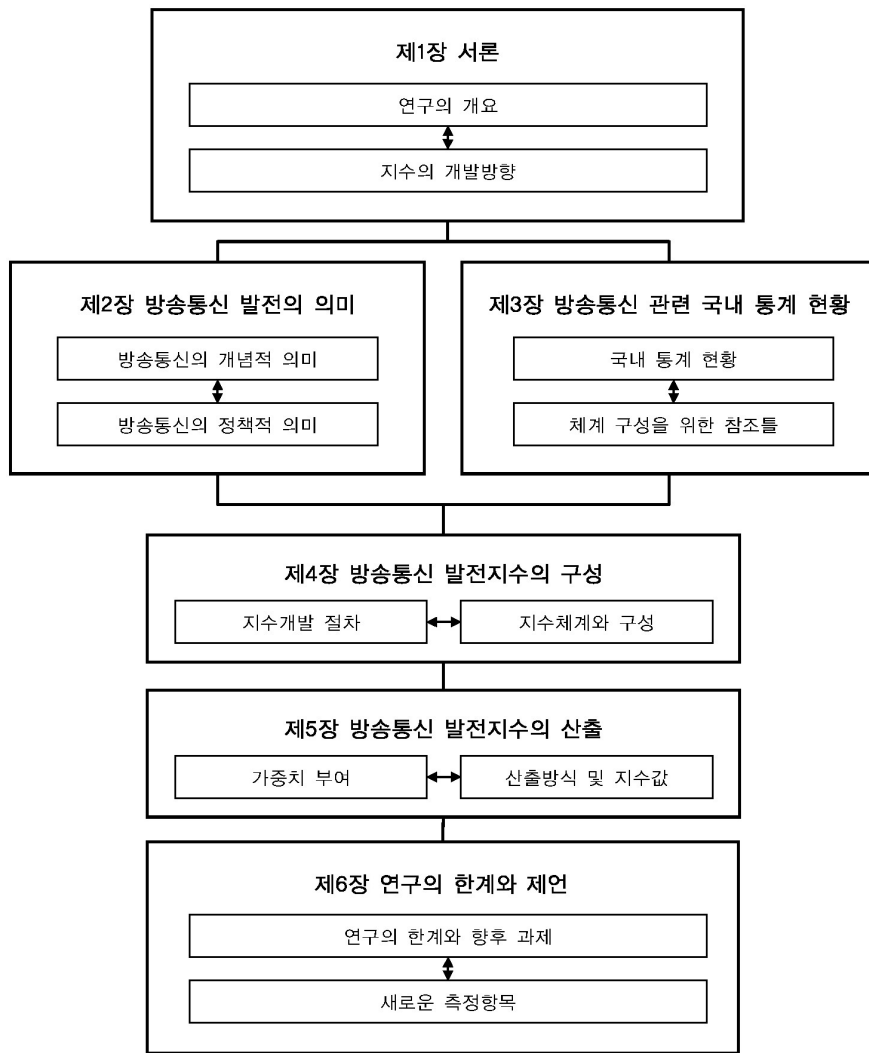
본 연구는 2008년부터 수행한 “방송통신 발전지수 개발 연구”의 3차년도 연구이다. 1차년도 연구는 방송통신 발전지수를 개발하기 위한 사전연구 성격으로 국내외 관련 지수에 대한 다양한 분석과 지수체계 모형 개발을 도모하였다. 2차년도 연구는 1차년도 연구 결과 도출된 지수 체계 모형을 기반으로 주요국 방송통신 수준 대비 국내 방송통신 현황을 파악하고자 국제비교가 가능한 지수 개발을 추진하였다. 이번 3차년도 연구에서는 우리나라의 방송통신 발전 수준을 보다 구체적으로 파악할 수 있는 국내지수 개발에 중점을 두고 지수체계 개발과 객관성 확보를 모색하였다.

지수의 구성에 있어서는 지수체계를 어떻게 설계하느냐가 매우 중요하다. 지수 체계에 따라서 하위지수, 지표, 그리고 측정항목의 구성이 달라지며, 이는 지수의 성격과 지수의 활용 범위를 바꾸기 때문이다. 따라서 지수의 체계를 어떻게 도출하였는가에 대한 설명이 선행될 것이다. 그리고 지수체계에 따른 하위지수, 지표, 측정항목을 선정하고 적절성을 검토함으로써 지수체계를 구체화·명확화 하고자 한다. 지수체계와 하위지수 구성의 타당성과 적합성 검토를 위하여 방송통신 관련 각계 전문가들과의 논의를 진행하였으며, 전문가를 대상으로 한 지수 체계와 측정항목에 대한 평가를 통해 합리적 객관성을 확보하고자 한다.

연구의 추진과 구성은 [그림 1-1]과 같다. 제2장에서는 방송통신에 대한 개념적 의미와 정책적 의미를 정리함으로써, 방송통신 발전지수 개념화와 지수체계 구성의 기반을 제공하고자 한다. 제3장에서는 방송통신 관련 국내 통계 현황을 파악함으로써 방송통신 발전지수의 측정항목으로 활용 가능한 데이터를 파악한다. 그리고 방송통신 환경 변화에 대응하는 새로운 지수를 살펴봄으로써, 지수 체계 구성에 참조하고자 한다. 제4장에서는 제2장과 제3장에서 살펴본 방송통신 발전에 관한 개념과 관련 통계 및 지수에 기반하여 지수체계와 하위지수 구성에 대해서 기술하고자 한

다. 제5장에서는 제4장에서 구성된 지수체계에 기반하여 가중치와 산출식을 마련하고 지수값을 도출한다. 그리고 제6장에서는 연구의 한계와 향후 과제를 제언하고 방송통신 발전지수 정교화를 위해서 개발되어야 할 측정항목을 제안한다.

[그림 1-1] 연구의 추진과 구성도



제2 절 지수의 개발방향

지수는 어디에, 어떻게 활용할 것인가 하는 개발의 목적과 활용 효율성에 따라서 지수의 개발절차와 지수체계, 그리고 측정항목이 달라진다. 이에 지수 개발에 앞서 지수의 개발방향을 명확히 하고자 한다.

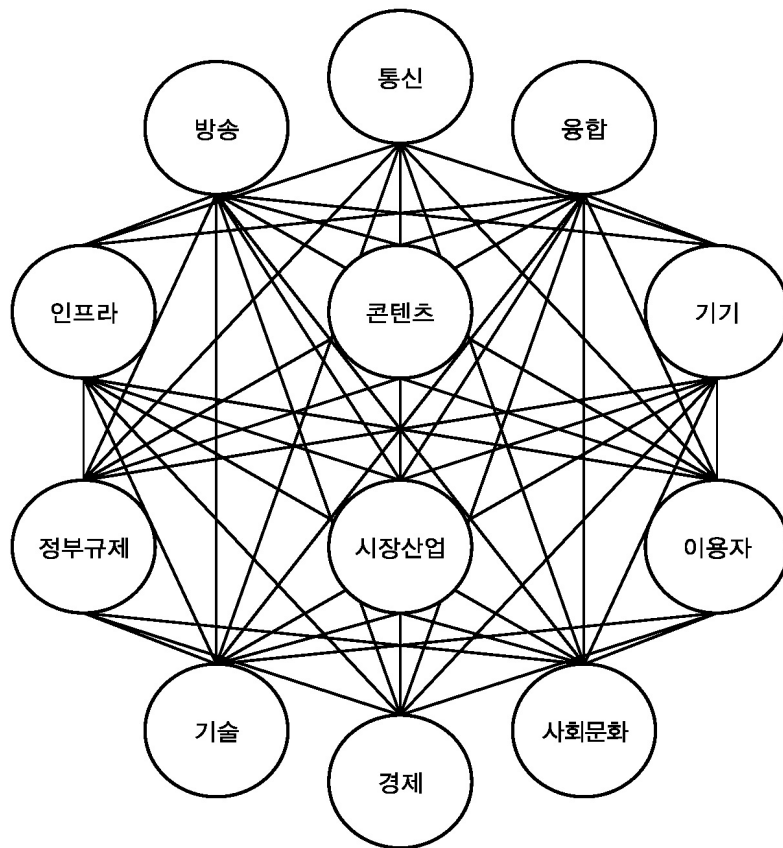
첫째, 방송통신 발전수준을 파악하고 방송통신정책의 목표를 얼마나 달성하는지를 가늠하는 성과평가지수 개발로 상정한다. 즉, 방송통신 발전지수는 방송, 통신, 융합이라는 기술적·경제적·사회문화적 개념이 현실에서 얼마나 구현되고 있는지, 그리고 이러한 개념을 위한 환경, 제도, 이용, 성과 등은 어떤 수준인지 측정하는 지수로서 방송통신이 추구하고자 하는 정책적 목표를 얼마나 성취하는지를 평가하는데 주목적이 있다. 이에 방송통신정책이 지향하는 목표 이념을 명확히 파악하고 목표이념별 세부 가치를 구체화함으로써, 방송통신정책의 개선방안 및 새로운 정책과제 모색의 기초자료로 활용 가능하도록 한다.

둘째, 국내 방송통신의 전반적인 발전 정도를 체계적으로 평가하는 국내지수로 개발한다. 즉, 방송통신 발전지수는 국내 방송통신의 관련 규제, 시장, 이용, 인프라 등에서 어느 부분이 발전하고 혹은 퇴보하였는지를 구체적으로 파악할 수 있게 함으로써, 그 부분에 대한 정책적 개선방안 모색의 기초자료로 활용하는데 주목적이 있다. 이에 방송통신위원회가 출범하고 융합 원년인 2008년을 기준시점으로 국내 방송통신 발전수준을 시계열적으로 측정·분석함으로써, 합리적이고 효율적인 방송통신정책 수립에 활용 가능하도록 한다.

셋째, 방송통신 발전의 다차원적 개념을 고려하여 복합지수로 구성한다. 즉, 방송통신 발전은 [그림 1-2]에서와 같이, 각각의 역할과 기능을 가진 방송, 통신, 융합 영역이 인프라·콘텐츠·기기라는 속성요소별, 정부규제·시장산업·이용자라는 주체대상별, 기술적·경제적·사회문화적인 영향가치별로 복합적인 관계를 형성하고 있다. 다양한 관계를 모두 반영한 지수체계화는 어렵겠지만, 가능한 한 통합적으로

로 고려한 다차원적 구성이 필요하다. 이에 지수체계를 하위지수와 지표 등 단계적으로 구조화하고 측정항목을 방송, 통신, 융합 영역별로 구성함으로써, 방송통신 발전의 가치와 영역별 성장을 파악할 수 있도록 한다.

[그림 1-2] 방송통신 발전의 다차원성



제 2 장 방송통신 발전의 의미

방송통신 발전지수 개발의 목적이 국내 방송통신 수준을 올바르게 측정하는 것이라고 할 때, 먼저 방송통신 발전에 대한 개념 정립이 선행되어야 한다. 이에 본 장에서는 방송통신에 대한 개념적 의미와 정책적 의미를 정리함으로써, 방송통신 발전지수의 개념화와 지수체계의 구성을 위한 기반을 제공하고자 한다.

제 1 절 방송통신의 개념적 의미

1. 방송통신의 개념

방송은 사전적으로 대중 전달을 위한 라디오 및 방송 프로그램의 전송을 의미한다. 법률상으로는 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것을 말한다(방송법 제2조). 즉, 전기통신설비를 이용하는 송신망을 구축하고 이를 통해 송신자가 불특정 다수에게 일방향적으로 음성 및 영상이 포함된 방송프로그램을 전달하는 것을 의미하는 것으로 이해되어 왔다.

방송은 통신에 비하여 화자와 청자의 구분이 비교적 명확하고 대부분의 메시지는 화자로부터 청자에게로 일방향적으로 전파되는 양상을 띠는 것이 특징이다. 방송은 희소한 전파자원을 이용하여 불특정 다수에게 전파함을 목적으로 한다는 점에서 공익성의 논리가 강조되고 있다. 더욱이, 방송을 통해 전파되는 내용은 전반적으로 대중적이고 문화적인 요소가 강한 편이다. 이와 같이 방송내용의 사회적 영향력과 파급효과를 근거로 하여 공익성이 중요한 가치가 되었으며, 누구나가 문화로서 누릴 기회가 주어져야 한다는 보편성 논리가 요구되었다.

방송법 제6조에서는 방송의 공익성에 관한 내용을 구체적으로 열거하고 있는데,

그 내용은 국민의 알 권리 및 표현의 자유 보호, 프로그램 편성의 다양성 및 비 차별성, 방송보도의 공정성과 객관성, 정치집단에 관한 보도 및 정책프로그램의 균형성, 국민의 문화생활에 기여 및 사회교육기능 확대, 소수 및 소외집단 보호가 그것이다.

공익성은 진화하는 개념이며 융합시대에도 적용되는 규범이자 가치로 강조되고 있다. 미국의 연방통신위원회(FCC: Federal Communications Commission)는 전통적으로 공익의 개념을 지역성, 다양성, 경쟁으로 규정하고 있으나 최근 기술혁신을 공익성의 추가적인 가치로 인정하려는 경향을 보이고 있다.

그런데, 최근에 와서는 방송의 디지털화와 방송통신의 융합 현상이 가속화됨에 따라 방송의 자유화와 개방화 등 방송 환경 전반에 변화를 맞이하고 있다. 이용자의 주권이 중시되고 기존의 하드웨어 중심의 방송에서 소프트웨어(콘텐츠) 중심의 방송으로 전환되면서 이용자가 선택할 수 있는 기회를 부여해 주는 것이 중요한 가치로 등장하고 있다.

통신은 전통적으로 사람과 사람 사이의 의사소통이나 정보교환으로 매우 폭넓은 의미를 가지지만, 통신망이 발달하고 전화가 등장하면서 양방향의 통신망을 구축하여 서비스 이용자 사이에 양방향적인 송신과 수신이 이루어지는 것을 의미한다. 법률상으로는 유선·무선·광선 및 기타의 전자적 방식에 의하여 부호·문언·음향 또는 영상을 송신하거나 수신하는 것을 말한다(전기통신기본법 제2조).

통신은 방송과 달리 양방향적 구조로, 전화를 거는 사람과 받는 사람이 서로 화자가 되고 청자가 된다. 통신에 있어서는 통신망으로의 접근 자체가 통신, 즉 커뮤니케이션이 이루어지는 것으로 접근의 중요성이 강조되고 있다. 그리고 양방향의 일대일 커뮤니케이션이 끊임 없이 진행되어야 함에 따라서 인프라의 속도 등에 민감하며, 전달되는 내용(콘텐츠)에 대한 안전성 유지가 중요한 것으로 간주되어 왔다.

그리고 통신의 공익성은 저비용에 따른 활용 문제로 대중의 의사표현 기회의 확대라는 방송의 공익성과는 다른 개념이다. 따라서 통신매체는 보편적 서비스의 확대라는 목표가 구현되어야 할 것이다.

최근에 와서는 데이터통신이 가능해지고 다양한 서비스가 제공됨에 따라서 음성

망 중심의 통신 개념이 확대되고 일상생활로서 보다 적극적인 정보활동과 참여의 수단으로 인식되어지고 있다. 최근의 통신 광대역화와 인터넷의 진화, 그리고 모바일 기술의 발달은 통신의 쌍방향성과 이동성을 극대화하면서 개인과 사회의 혁신 및 사회적 참여 등 더욱 적극적인 활동이 가능하도록 하고 있다.

융합은 2000년대에 들어서 새롭게 발전하는 개념으로, 초기의 ‘이종의 기기나 네트워크를 초월하는 콘텐츠의 흐름(OECD, 2004)’이라는 의미를 넘어서 ‘이용자로 하여금 새로운 정보를 찾아내고 서로 흩어진 미디어 콘텐츠 간의 연결을 만들어 내도록 촉진하는 문화적 변화(Jenkins, 2006; OFCOM, 2008)’로 받아들여지고 있다.

융합의 진전을 방송통신 발전과 관련하여 어떻게 정의할 것인가에 대해서는 여러 가지 견해가 있을 수 있다. 융합이 절대적인 선은 아니라는 주장도 있고 또 융합이 지나치게 광범위하고 과장된 신화여서 목표로 삼을 수 없다는 견해도 있다(Noll, 2003). 하지만, 방송통신은 방송과 통신의 커뮤니케이션 양식이 혼합되는 현상으로서 그 자체가 긍정적 의미를 지니는 것으로 이해될 수 있다. 즉, 방송에 쌍방향성이 추가되어 참여를 극대화함으로써 제공자와 수용자 사이의 간극을 줄일 수 있다. 또한 편성권을 포함한 시·공간적 통제력이 수용자에게 이전됨으로써 수직적 커뮤니케이션을 수평적이고 동등한 커뮤니케이션 구조로 발전시킬 수 있기 때문이다. 융합이 인간의 커뮤니케이션 능력을 확대하는 방향으로 발전하고 있다는 해석이 가능한 이유이다(주정민, 2003).

2. 방송통신의 추구 이념

방송과 통신이 추구하는 주요 이념으로 공익성이 제기되고 있지만, 공통의 합의가 이루어진 것은 아니며 다양한 가치 개념과 논거가 제시되고 있다. 그리고 방송과 통신에서 언급하는 공익성의 개념이 다르고 공익성이 무엇인지에 대해서도 명확하게 정의되고 있지 않으며 여러 시각의 하위 개념들이 존재한다.

방송통신의 추구이념으로 자주 언급되는 공익성, 보편성, 다양성, 공정경쟁에 대

해서 간략하게 살펴봄으로써, 해당 가치의 의미와 세부 가치를 파악해 보고자 한다.

가. 공익성

공익은 서비스를 합리적인 과정을 통해 모든 사람들에게 동등하게 제공하는 것, 이용자의 자유로운 선택을 보장하는 것, 개인의 사사로운 이익이 아니라 사회 전체에 이익이 되는 공통 선 등 다양한 의미를 가지고 있다(McQuail, 1992). 즉, 공익은 사회적 실체가 아니라 사상과 관점에 따른 이념적인 속성으로 이해되며, 다양한 개념을 담고 있다.

공익성과 관련한 대표적인 개념화는 공익론(공공주의)과 산업론(시장주의)이다(Napoli, 2001). 첫째, 공익론은 공공의 재산을 위탁받아서 운영하는 사업자가 그 특혜에 대한 대가로 일정한 의무를 지게 된다는 공공수탁 모델, 즉 가부장적인 결정물에 따라 공익을 결정하는 관점이다. 둘째, 산업론은 시장의 힘에 의존하고 이용자 주권을 우선시하는지의 여부에 따라 공익을 결정하는 관점이다. 이들은 하나의 사상과 관점, 즉 패러다임으로 서로 다른 다수의 규범적인 가치와 원칙들을 갖고 있다.

한편, 공익을 공적 가치를 통해 구현되는 것으로 개념화하고, 공적 가치를 개인적 가치, 시민적 가치, 경제적 가치 등 3가지 가치 차원으로 나누어 보는 견해가 있다(BBC, 2004). 첫째, 개인적 관점의 공적 가치는 개인으로서의 이용자에 대한 방송의 가치를 의미한다. 정보, 교육, 오락 장르의 폭넓은 프로그램을 제공함으로써 개개인이 사적 존재로서 일상생활을 즐기고 사적 생활의 가치를 확인할 수 있게 해주어야 한다는 것이다. 둘째, 시민적 관점의 공적 가치는 이용자가 시민으로서의 역할을 하도록 하기 위해 사회복지의 확대에 기여함으로써 이루어진다. 시민적 가치는 프로그램이 보편적이고 공정하게 제공될 때 극대화된다. 셋째, 경제적 가치로서의 공적 가치는 실제적이고 긍정적인 경제적 가치를 창출할 수 있어야 한다는 것이다.

공익성을 보편성, 다원성, 공동성 등 3가지 특성으로 나누기도 한다(최현철, 2000). 첫째, 보편성은 어느 특정 집단의 이해나 이념에 치우쳐서는 안되며 특정 종교나 이념, 인종과 성별, 지역에 관계없이 국민이면 누구나 방송서비스의 혜택을 누려야 한

다는 이념이다. 둘째, 다원성은 다양한 시각과 목소리를 가진 다양한 집단의 의견을 균형 있게 반영해야 한다는 이념이다. 방송은 중립성을 지키며, 불편부당의 가치를 실현해야 한다는 것이다. 셋째, 공동성은 방송프로그램이 담고 있는 가치와 이념은 전 사회 구성원이 공유하는, 공유할 만한 것이어야 한다는 이념을 말한다.

공익성의 개념을 방송이념, 방송제도, 방송내용, 방송이용자 등 4가지 차원으로 나누기도 한다(이제영, 2005). 첫째, 방송이념 차원에서 공익성은 헌법에 명시된 국민 주권주의, 방송법에 나타난 방송의 자유와 공적 기능 보장, 민주적 여론 형성과 국민 문화의 향상 도모, 공공복지의 증진, 방송 강령에서의 방송의 공정성, 다양성, 균형성의 실현을 의미한다. 둘째, 방송제도 차원에서 공익성은 사회전체의 이익, 국가의 이익, 권위적 전체 이익을 의미하며, 문화의 전파, 공공의 이익과 취향의 향상을 목표로 시청료를 주요 재원으로 하는 공영방송체제는 참여적 개별 이익 및 전체 이익을 의미하고, 이윤이 극대화, 이용자의 극대화를 목표로 광고수입을 주요 재원으로 하는 민영방송체제에서 방송의 공익성은 참여적 개별 이익을 의미한다. 셋째, 프로그램 편성과 내용의 차원에서 공익성은 방송 편성과 내용이 다양성, 형평성 등에 부합되는지의 여부를 의미한다. 즉 프로그램의 편성이 연령별, 성별, 계층별, 지역별간의 이익을 균형 있게 적정한 비율로 반영하고 있어야 함을 의미한다. 넷째, 수용자 차원에서 공익성은 수용자 접근권과 정정보도청구권이 제도적 차원으로 구체화되는 정도를 의미한다.

이상의 공익성의 개념은 디지털시대로 접어들면서 디지털 공익성이라는 새로운 개념 보완이 필요하다는 인식과 주장이 지배적이다(Bollier, 2000; Kim, 2001; Geller, 2003; 정인숙, 2007). 즉, 아날로그시대의 공익성 논거는 대개 자원의 희소성에 따른 공공재론을 근거로 설명되고 있는데, 디지털시대에는 보다 폭넓은 개념이 필요하다는 것이다. 디지털 공익성에 대한 논의를 살펴보면 공동체주의적 속의민주주의를 지향하는 공공서비스 모델, 사회적 약자에 대한 배려, 합리적 가격에 의한 보편적 서비스, 이용자 선택의 기회와 자유, 문화 및 기술 주권, 이용자 이익의 보호 등이 형성되어 있다(정인숙, 2007). 특히, 사회구성원 모두가 저렴한 비용과 손쉬운 방식으로 최대한의

채널에 접근하고 이용할 수 있도록 하는 보편적 서비스와 이용자 이익의 보호는 주요 개념으로 받아들여지고 있다(심미선·김재영, 2003; 김재영, 2005; 정용준, 2009).

나. 보편성

방송은 방송 전파의 희소성으로 출발함에 따라서 방송의 공익성은 궁극적으로 보편성을 추구한다. 보편성은 방송서비스가 가능한 한 다수의 수용자들에게 폭넓게 제공되어야 한다는 것이다. 이 원리는 물리적인 방송신호 도달, 서비스의 이용 가능성, 서비스 내용 등 다양한 차원을 포함하고 있다. 물리적인 신호 도달의 보편성은 방송신호가 사회 구성원 누구에게나 기술적으로 수신될 수 있어야 함을 의미한다. 서비스 이용의 보편성은 누구나 염가로 방송 서비스를 이용할 수 있어야 한다는 것이다. 서비스 내용의 보편성은 방송이 어느 특정 집단이나 문화, 사상 등에 치우치는 내용을 방송해서는 안 된다는 것이다. 결국 보편성은 어느 특정 집단의 이해나 이념에 치우치지 않고 국민이면 누구나 방송 서비스를 누려야 한다는 커먼 캐리어(common carrier)와 유사한 방송이념이다(심미선·김재영, 2003).

반면, 통신은 주요 정책기조로서 보편적 서비스를 추구한다(고창열, 2006; 김영주, 2007). 보편적 서비스는 커리어로서의 통신 산업에 있어서의 주요한 정책적 개념으로 모든 국민이 시간과 장소 그리고 사회, 경제적 및 신체적 제약 없이 전기 통신 서비스를 이용 가능케 하는 것을 목적으로 하고 있다. 구체적으로 보편적 서비스는 다음과 같은 요소들로 구성된. 매체를 이용하는 비용이 적당한가, 매체에 대한 접근이 용이한가 매체를 이용하는 것이 어렵지는 않은가 등이다.

정리하면, 보편성은 두 가지 개념으로 구분되는데, 첫째는 방송에 있어서 독특한 의무로써, 방송 내용이 전 국민을 대상으로 보편적이어야 한다는 것이다. 이는 전국 뉴스, 시사프로그램, 전 국민의 관심사인 특정 스포츠 이벤트 등으로부터 그 누구도 소외받지 않도록 하는 것을 의미한다. 방송에서는 이를 공익적 프로그램 제작, 공익 채널의 구성, 공공 서비스의 제공 등의 방법을 통해서 추구해 나가고 있다. 둘째는 전통적인 통신의 보편적 서비스와 거의 동일한 개념으로, 접근성을 가장 크게 강조

하는 것이다. 구체적으로 이는 방송 전파가 전국의 모든 지역에 도달하도록 하고, 지리적으로는 난시청지역을 제거하는 일, 방송 채널에 대한 이용자의 접근권을 보장하는 일 등을 포괄한다.

그리고 디지털시대에 접어들면서 보편적 서비스 개념을 방송의 보편성에 반영하여 저렴한 비용과 손쉬운 방법으로 최대한의 채널에 접근하고 이를 이용토록 하는 것이 요구되고 있다. 그리고 보편적 서비스가 이용자의 능동성 측면까지 고려해야 한다는 주장이 제기되고 있다.

다. 다양성

다양성은 제공되는 내용이 한 가지 또는 그 이상의 차원에서 얼마나 다른 내용을 보여 주는가에 관련된 것인데 이는 두 가지 차원으로 나눌 수 있다(Van der Wurff & Cuienburg, 2001). 하나는 수요에 맞춰서 여러 가지 다른 의견과 주제를 그대로 반영하여 제시하고 있는가이다. 즉, 모든 사람들이 원하는 것을 다 충족하고 있는가에 관련된 것으로, 실질적으로 제공되는 프로그램의 종류의 많고 적음 보다는 소비를 얼마나 다양하게 하는가에 관한 다양성이다. 다른 하나는 이용자 욕구와는 상관없이 모든 가능한 다양한 내용을 공급하고 있는가에 관한 다양성이다. 이 다양성 개념은 공공의 이익에 부합해야 하고 소수의견이나 소외된 층에게도 혜택이 갈 수 있도록 가능한 모든 종류의 프로그램을 제공해야 한다는 것이다.

한편, 다양성은 공급의 다양성, 내용의 다양성, 노출의 다양성으로도 나눌 수 있다(Napoli, 2001). 공급의 다양성은 프로그램 제작 공급원의 다양성을 뜻하는 개념으로 일정한 지리적 구역에서의 방송국 소유회사의 수와 프로그램 제작사의 소유구조를 분석하는 것이다. 내용의 다양성은 세부적으로 프로그램(포맷) 다양성, 인구학적 다양성, 아이디어 즉 사상의 다양성을 의미하는 의견 다양성으로 나누어 볼 수 있다. 프로그램 다양성은 가장 일반적인 다양성 측정의 주된 영역이다. 프로그램 다양성의 전제는 다양한 장르의 프로그램의 수용자의 선택기회를 넓힘으로써 공익에 기여한다는 것이다. 인구학적 다양성은 방송 프로그램에서 묘사된 또는 출현된 인종적,

민족적, 성별적 다양성을 고려하는 방법이다. 아이디어 다양성은 미디어를 통해서 표현된 또는 제고오딘 사회적, 정치적, 문화적 시각의 다양성을 뜻하는 개념으로 밀턴이 제시한 사상의 자유공개시장과 원활하고 풍부한 정보의 이용과 접근을 통한 민주주의 사회의 자치 개념과 가장 밀접한 관계가 있는 콘텐츠 다양성의 한 영역이다. 노출의 다양성은 수용자가 매체를 이용하는데 있어서 얼마나 다양한 소스에 실질적으로 노출되어 있는가로 집약할 수 있다. 여기서 다양한 소스라는 것은 공급의 다양성 이외에 정치적, 사회적 의견에 있어서의 다양한 반대의견을 포함하는 아이디어 다양성과 프로그램 다양성 등을 포함하는 개념이다.

라. 공정경쟁

방송통신 환경의 변화에 민감하게 반응하는 이념이 경쟁이다. 경쟁이란 일반적으로 시장에서 이윤을 극대화하기 위한 기업 행위로 동질적 상품을 생산하는 사업자의 수, 개별 기업의 생산규모가 전체 산업 생산량에서 차지하는 비율, 개별 기업의 가격 결정력 등으로 판단할 수 있다. 방송통신시장에서 경쟁은 효율적인 자원 관리와 문화의 다양성 확보를 통해 사업자의 수익성과 수용자의 복지를 증진시킬 수 있다는 긍정적인 측면이 강조되어 주요 정책 목표가 되고 있지만, 지나친 경쟁이 오히려 획일적이고 단기적인 이익만을 위한 콘텐츠를 양산할 수 있다는 사회·문화적 영향력에 관한 우려도 동시에 제기되고 있다(손승혜, 2003).

공정경쟁은 경제력 분산을 통해 개인적 자유와 권리의 보호를 추구하는 것으로 독점과 카르텔을 사전 규제하고, 자원배분과 생산의 효율 극대화를 통해 이용자 복지 증진을 추구하는 것으로 기업 활동이 시장성과를 제한하지 않도록 규제하며, 시장의 경합적 상황이나 유효경쟁 유지를 확보하기 위해 신규 사업자에 대한 특정 지배적 기업의 강제, 차별, 거래 거절, 카르텔 등의 시장행위를 규제하는 점에서 경쟁자 보호 측면이 있다(윤석민, 2006).

마. 기타

다른 가치로는 지역성이 있다. 방송이 사회적 합의 창출을 위한 공개장 형성, 문화 전승과 발전의 매개라는 차원에서 지역사회의 자기표현의 기관으로서 기능해야 한다는 의미로 지역성이 제시된다. 지역성은 방송이 지역사회의 필요와 이익에 부응하는 활동으로서 지역사회의 다양한 측면에서 나타난다. 이로 인하여 지역성은 공공의 이익추구와 다양성이라는 이념과 일치한다고 주장되어지고 있다(강대인, 2003; 이진로, 2004).

한편, 기존의 보편성, 접근성, 다양성과 함께 유료화 및 개인 미디어 환경을 고려한 새로운 복지 개념으로 안전성(safety)이라는 개념 추가 요구가 있다. 이 개념은 콘텐츠 이용과정에서는 수용자의 개인정보 보호, 유료 콘텐츠의 사후 서비스, 지적재산권 보호 등을 위해서, 그리고 하드웨어 차원에서는 거래 및 유통망의 안전과 유해 콘텐츠 차단 장치의 제공 등을 위해서 필요시 되는 개념이다(정애리, 2007).

제 2 절 방송통신의 정책적 의미

1. 방송통신정책의 변화

방송정책의 이념과 목표 변화는 <표 2-1>에서 보여지는 바와 같이, 방송시장의 경쟁 상태와 검열의 정도에 따라 크게 3개의 시기로 구분할 수 있다. 첫 번째 시기는 1980년대 중반까지의 국영독점기로서 모든 매체에 대하여 사전검열을 실시하고 검열된 내용이 방송으로 송출되던 시기이다. MBC가 창립되어 공·민영 경쟁구도를 형성하는가 했으나 사실상 공영방송형태를 띠게 됨으로써, 방송시장에서 경쟁은 사라지게 되었고 준국영화된 방송체계를 지니게 된다. 이 시기에 방송은 공공성 확보라는 정책 이념 하에 국가 발전 추진의 수단으로 활용되었다. 두 번째 시기는 1990년대의 경쟁시기로서 이 시기에는 SBS의 설립으로 민방이 설립되었고 경쟁이 다시 허용되었으며 민주화의 진전과 더불어 언론의 민주성과 자유성에 큰 진전이

있었던 시기이다. 이 시기에 방송은 국가중심의 공공성에서 시장 논리 중심으로 패러다임이 변화하기 시작하였으며 공정성과 독립성을 추구하였다. 세 번째 시기는 2000년대 이후의 융합기로서 통합방송법 제정과 방송위원회의 출범으로 방송정책의 제도적 변화가 진행되었다. 이 시기에는 독립성 확보, 공익성 제고, 경쟁력 강화, 이용자 권익 신장 등 방송의 목표를 현실적으로 실현하기 위한 노력이 진행되었다.

즉, 방송정책은 1980년대까지 방송의 공적 기능 보장이라는 차원에서 제한적인 표현의 자유와 공공복지가 실현되었으나, 1980년대 후반과 1990년대에 들어서면서 방송의 공공성과 독립성이 강조되고 규제가 완화되면서 방송정책이 공익성과 함께 경쟁논리가 기본이념으로 추진되고 있는 것으로 분석된다.

〈표 2-1〉 방송정책의 변화

	독점기	경쟁기	융합기
시기	1960년대~1980년대 중반	1980년대 후반~1990년대	2000년대~2010년대
배경	<ul style="list-style-type: none"> • 국가권력이 모든 정책 수행에 있어서 독점적이고 주도적 결정력 행사 • 언론의 기업화와 상업주의화 	<ul style="list-style-type: none"> • 방송산업 도약 및 발전기 • 시청률 경쟁 급증, 광고비 급증 • 언론산업의 개방화, 국제화 	<ul style="list-style-type: none"> • 방송산업 성숙기 • 디지털화, HDTV 보급
정책목표	<ul style="list-style-type: none"> • 국가중심의 공공성: 근대화 추진 과정에서 혁신의 전파자, 발전 지향적 태도나 가치관 형성자로서 기능 강조, 정권의 방송장악을 은폐하기 위한 수단 	<ul style="list-style-type: none"> • 국가중심의 공공성에서 시장논리중심으로 패러다임 변화 • 방송의 공정성과 독립성 • 이용자 주권 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 발전과 경쟁: 규제 완화에서 경쟁 활성화 • 방송의 공정성과 독립성 • 이용자복지 구현 • 지역성 구현 • 방송 통신 융합의 진흥

자료: 이원태·유지연, 2009

통신정책의 이념과 목표 변화는 〈표 2-2〉에서 보여지는 바와 같이, 통신 규제 정도에 따라 크게 3개의 시기로 구분할 수 있다. 첫 번째 시기는 1980년대까지의 독점기로서 통신이 공공재 형태로 정부에 의해 직접 제공되는 서비스였다. 그러므로 이에 대한 규제정책은 존재하지 않았다. 두 번째 시기는 1990년대부터 2000년대 중반까지의 경쟁기로서 독점시장에 경쟁이 도입되기 시작하였다. 이는 국제적인 환경

변화에 받을 맞춘 것으로 국제적으로 국영기업들이 민영화되는 환경과 관련하여 우리 통신시장도 시장개방의 압력을 느끼게 되었기 때문이다. 이 시기의 통신정책은 규제 위주의 정책에서 서비스의 활발한 공급을 위한 경쟁 활성화와 공정경쟁에 그 초점을 맞추었으며 진입규제를 완화하여 외국인에 대한 통신시장의 개방이 진행하였다. 세 번째 시기는 2000년대 후반 이후의 융합기로서 융합사업의 가시화, 규제의 시장 친화적 개편, 이용자보호 및 소외계층에 대한 배려 등을 주요 정책 과제로 선정하여 추진 중에 있다.

즉, 통신정책은 1990년대 상반기까지 정부 주도의 경제·산업정책적 시각에서 통신서비스의 보편적 제공과 경쟁 효율화라는 측면의 공공복리 증진을 기본 이념으로 추진하여 왔으나, 인터넷 확산과 정보화 보급이 활성화되는 1990년대 후반으로 들어서면서부터는 경쟁 촉진과 더불어서 지속가능한 정보사회의 실현과 국민 삶의 질 향상이 기본 이념으로 인식되어지는 것으로 분석된다.

〈표 2-2〉 통신정책의 변화

	독점기	경쟁기	융합기
시기	1980년대	1990년대~2000년대 중반	2000년대 후반~2010년대
배경	<ul style="list-style-type: none"> • 공공재로서의 통신서비스 정부 • 규모의 경제에 의한 자연독점성 강조 	<ul style="list-style-type: none"> • 통신시장구조 개편의 필요성 인식 • WTO 기본통신협상 타결 • 신규무선통신서비스 출현 • 인터넷 확산 	<ul style="list-style-type: none"> • 융합 서비스 촉진 및 규제 필요성 인식
정책 목표	<ul style="list-style-type: none"> • 통신수요의 충족 • 서비스제공의 효율성 • 장비산업 발전 	<ul style="list-style-type: none"> • 통신사업의 효율화, 경쟁촉진 • 이용자편익 증진 • 국가기간통신망 안정적 유지 및 초고속 정보통신망 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 융합사업의 가시화 • 규제의 시장친화적 개편 • 이용자보호 및 소외계층에 대한 배려

자료: 이원태·유지연, 2009

2. 방송통신정책의 목표

앞서 방송과 통신의 정책 목표 변화를 살펴봄으로써 우리나라에서 추구하는 방송

통신정책의 변화방향에 대해서 간략히 살펴보았다. 다음으로, 현재 추진되고 있는 정책과 제도의 목표 분석을 통하여 방송통신 발전이 추구하는 정책 목표와 이념에 대해서 파악하고자 한다. 현재 방송통신정책을 추진하고 있는 방송통신위원회의 비전과 업무, 방송통신위원회 운영 원칙, 그리고 방송통신발전기본법에 근거하여 방송통신 발전의 목표를 검토한다.

먼저, 방송통신위원회 홈페이지에 제시된 방송통신위원회의 비전과 임무는 방송, 통신, 정보 융합의 새로운 성장 엔진을 활용해 서비스를 제공하는 것을 목표로 한다. 조화로운 공동체 형성을 통해 품격있고 활기찬 커뮤니케이션 일류국가로 발돋움하여 이용자 보호 및 공익성을 높이고 신규 서비스 개발 및 콘텐츠를 활성화하여 국민 모두가 혜택을 누릴 수 있는 환경의 구현이다.

다음으로, 방송통신위원회 설치 및 운영에 관한 법률 제2조에 제시된 방송통신위원회의 운영원칙은 크게 3가지이다. 방송통신위원회는 방송과 통신 이용자의 복지 및 보편적 서비스의 실현, 방송·통신 기술과 서비스의 발전 장려 및 공정한 경쟁 환경의 조성, 방송통신사업이 공공의 이익에 부합될 수 있도록 필요한 대책 마련을 위하여 노력해야 한다.

마지막으로 방송통신발전기본법에 제시된 방송통신 발전을 위한 주요시책은 방송통신의 공익성·공공성 추구, 이용자의 권익 보호, 공정한 경쟁 환경 조성, 방송통신콘텐츠의 제작·유통 등 지원, 방송통신에 이용되는 유·무선망의 고도화, 방송통신기반시설 조성·지원 등이다. 방송통신발전기본법은 방송과 통신이 융합되는 새로운 커뮤니케이션 환경에 대응하여 방송통신의 공익성·공공성을 보장하고, 방송통신의 진흥 및 방송통신의 기술기준·재난관리 등에 관한 사항을 정함으로써 공공복리의 증진과 방송통신 발전에 이바지함을 목적으로 한다. 세부조항별 구체적인 사항을 살펴보면, 균등성, 소외방지, 보편성, 건전성, 다양성·다원성, 기술과 서비스 발전, 공정경쟁, 콘텐츠·서비스, 인프라 고도화, 이용자 편익 증대, 명예훼손·권리침해, 정보보호 등이 포함되어 있다.

이상에서 살펴본 방송통신위원회의 비전과 업무, 운영 원칙, 그리고 방송통신발전

기본법에 근거하여 방송통신 발전의 목표를 검토한다. 정리하면, 다음 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> 방송통신 추구 목표

구분	방송통신 추구 목표		
	비전과 임무	운영 원칙	방송통신발전기본법
공익성	• 공익성	• 공공의 이익	• 공익성 · 공공성 추구
보편성		• 보편적 서비스 • 이용자 복지	• 균등성 · 소외방지 · 보편성
다양성			• 다양성 · 다원성
공정경쟁	• 공정한 경쟁 환경	• 공정한 경쟁 환경	• 공정한 경쟁 환경
시장활성화 산업발전	• 서비스 콘텐츠 활성화	• 기술과 서비스 발전	• 기술과 서비스 발전 • 콘텐츠 · 서비스 지원 • 방송통신기반시설 조성 지원
고도화	• 네트워크 자원 효율화		• 유무선망 고도화
이용성			• 이용자 편익 증진
이용자보호	• 이용자 보호		• 이용자 권익 보호
안전성			• 정보보호 • 명예훼손 · 권리침해

제 3 장 방송통신 관련 국내 통계 현황

본 연구에서 개발하는 방송통신 발전지수는 국내 방송통신 수준을 파악하기 위한 이정표로써 방송통신 현황을 잘 나타낼 수 있는 데이터를 필요로 한다. 본 장에서는 방송통신 관련 국내 통계 현황을 파악함으로써 방송통신 발전지수의 측정항목으로 활용 가능한 데이터를 파악한다. 그리고 방송통신 환경 변화에 대응하는 새로운 지수체계를 살펴봄으로써, 지수구성에 참조하고자 한다.

제 1 절 국내 통계 현황

국내 방송통신 관련 주요 국가승인통계는 방송 영역 2개, 정보통신 영역 12개의 조사가 이루어지고 있다¹⁾. 그러나 방송, 통신, 융합을 모두 아우르는 지수 및 통계 조사는 아직 없고 최근에 와서 필요성이 언급되고 있다.

방송 관련 통계는 1990년대 말 시청률 조사로 시작되었다고 할 수 있으며, 방송산업 현황에 대한 파악과 방송프로그램에 대한 질 평가가 대부분이다. 정보통신 관련 통계는 정보화가 본격적으로 추진되기 시작한 1990년대 중반부터 시작되었으며, 정보통신산업에 대한 현황 파악과 인프라 보급률 및 인터넷 이용실태가 대부분이다.

1) 방송영역은 방송산업실태조사, 방송매체이용행태조사 등 2개의 주요 조사가 있으며, 정보통신영역은 정보산업실태조사, 인터넷이용실태조사, 무선인터넷이요실태조사, 개인인터넷이용자 정보보호실태조사, 민간기업 정보보호실태조사, 정보격차 지수 및 실태조사, 정보화통계조사, 사이버쇼핑동향조사, 전자상거래동향조사, 이 러닝산업실태조사, 중소기업정보화수준조사, 인터넷중독실태조사 등 12개의 주요 조사가 있다.

1. 방송산업실태조사

방송산업실태조사는 방송산업의 분야별 실태를 파악하기 위하여 방송통신위원회가 2000년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 2000년에 방송위원회에서 ‘방송 운영 현황 및 서비스 실태조사’라는 명칭으로 제1회 조사를 실시하였으며, 2001년에 ‘방송산업실태조사’로 명칭을 변경하고 2010년에 제11회 조사가 실시하였다.

조사대상은 조사일 기준으로 방송통신위원회에 등록된 방송사업자 전체²⁾이며, 2010년 조사 시에 476개의 조사대상 사업자수 중에 448개사가 응답하였다. 조사대상기간은 조사시점을 기준으로 전년도 1월에서 12월까지 1년간이며, 조사기간은 20일 정도이다. 조사주기는 매년 실시하고 조사기준일은 전기 말이다. 조사방법은 전수조사 및 인터넷 설문조사를 이용한다.

조사항목은 <표 3-1> 에서와 같이, 일반현황(대표자명, 주소, 홈페이지, 사업형태, 개국·설립일, 자본금, 최대출자자, 종사자, 편성 및 광고책임자, 프로그램 송출 현황), 사업현황(매출액, 특수 관계, 사업결합 현황), 방송운영현황(방송시간, 편성 비중, 외부제작 프로그램 편성, 시설, 부가서비스), 프로그램 제작 및 유통현황(제작비, 외부제작, 수출입, 프로그램 판매 및 구매), 유료방송서비스 현황(가입자 수, 수신료, 채널구성)으로 이루어져 있다.

<표 3-1> 방송산업실태조사 조사항목

구분	조사항목
일반현황	대표자명, 주소, 홈페이지, 사업형태, 개국·설립일, 자본금, 최대출자자, 편성 및 광고책임자
인력과 시설 현황	매체별, 성별 종사자, 보유시설과 시설장비투자 현황
프로그램 제작과 유통 현황	제작비, 프로그램 판매와 구매, 수출입, 공동제작 현황
방송편성과 운영현황	방송시간, 제작원별 및 방송유형별 편성 현황

- 2) 지상파방송사업자, 지상파이동멀티미디어방송사업자, 종합유선방송사업자, 중계유선방송사업자, 일반위성방송사업자, 위성이동멀티미디어방송사업자, 방송채널사용사업자, 전광판방송사업자, IPTV사업자

구분	조사항목
유료방송 현황	플랫폼별 가입자 현황, 채널운영 현황, 부가서비스
사업결합과 소유구조 현황	MPP, MSO, MSP 현황, 특수관계 현황, 자본금과 최대 출자자
손익·재무 현황	매출액, 매출구성내역, 손익과 재무 현황

조사항목 가운데 방송산업 현황은 <표 3-2> 에서와 같이, 방송매체별 사업자수, 종사자 현황, 매출과 재무 현황, 사업결합 현황, 유료방송 현황, 프로그램 제작과 편성 현황, 프로그램 유통 현황으로 이루어져 있다.

<표 3-2> 방송산업실태조사 방송산업 현황 조사항목

구분	조사항목
방송매체별 사업자수	방송매체별 사업 여부
종사자 현황	매체별 종사자 현황, 성별 종사자 현황
매출과 재무 현황	시장규모, 지상파 방송, 종합유선방송과 중계유선방송, 위성 방송, 방송채널사용사업
사업결합 현황	지상파방송사, 종합유선방송사, 방송채널사용사업자(수평결합, 수직결합)
유료방송 현황	유료방송 가입자 현황, 채널운영 현황, 부가서비스 현황
프로그램 제작과 편성 현황	지상파 방송사(프로그램 제작비 현황, 프로그램 편성 현황, HDTV 프로그램 제작 현황), 종합유선방송사업자 제작과 편성 현황, 위성방송사의 제작과 편성 현황, 방송채널사용사업자의 제작과 편성 현황
프로그램 유통 현황	프로그램 국내 판매와 구매 현황, 프로그램 수출입 현황(지상파 방송사의 프로그램 수출입 현황, 방송채널사용사업자의 프로그램 수출입 현황)

2. 방송매체이용행태조사

방송매체이용행태조사는 방송환경 변화에 따른 지상파 방송, 유선방송, 위성방송과 DMB 등 다양한 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 추적, 분석함으로써 수용자정책 수립에 활용하기 위하여 방송통신위원회가 2000년부터

터 매년 수행하고 있는 조사이다. 2000년에 방송위원회에서 ‘TV 시청행태 연구’라는 명칭으로 제1회 조사(서울지역 13세 이상 1,000 표본 조사)를 실시하였고, 점차 표본 규모를 확대하여 2008년에 통계청 국가통계 승인을 받은 후에 2010년에 ‘방송매체이용행태조사’로 명칭을 변경하고 제11회 조사를 실시하였다.

조사 대상은 13세 이상 69세 이하의 남녀 이용자로 전국을 대상으로 하며, 조사 규모는 3,500가구의 가구원 전원 조사로 가구 설문과 개인 설문을 별도로 구성하여 진행하였다. 이를 통해 매체 보유와 방송서비스 가입 현황 등 가구원들이 공유하는 매체 환경에 대해서는 가구주나 가구주 배우자 등 가구 대표 1인에게만 응답을 받고, 매체 이용 빈도나 매체 이용 정도와 만족도, 향후 이용 의향 등은 가구원 전원을 대상으로 설문을 진행하였다.

조사항목은 <표 3-3> 에서와 같이, 매체 보유와 이용, 매체 이용시간 분석, 지상파 방송 시청행태, 위성방송 시청행태, DMB 시청행태, 인터넷 방송 이용 행태, 신규 매체 영향력으로 이루어져 있다.

<표 3-3> 방송매체이용실태조사 조사항목

구분		조사항목
가구	매체 보유와 가입 현황	매체별 보유실태, 유료방송 가입현황과 유형
	유선방송 이용 현황	유선방송 가입 유형, 유선 방송 가입 시 주요 고려요인, 유선 방송 해지 또는 비가입 이유
	위성방송 이용 현황	위성방송 가입 유형, 위성방송 가입 이전 유선 TV가입 여부, 위성방송 가입 시 주요 고려요인, 위성방송 해지 또는 비가입 이유
	자녀의 방송 이용 현황	자녀의 방송 매체 이용 여부
개인	매체 이용	매체별 이용 빈도와 이용량, 신규 매체로 인한 매체 이용 변화, 관심 분야별 주이용 매체
	매체 이용시간 (Media Diary) 분석	시간대별 매체 이용률, 매체 이용자별 평균 시간과 이용률
	지상파 방송 이용행태	지상파 방송 시청정도, 지상파 방송 만족도, 지역 방송국 제작·편성 프로그램 평가(지방 거주자)
	라디오 청취행태	라디오 청취 장소와 청취방법, 인터넷 라디오 청취 여부와 평균 청취시간, 라디오 청취 이유, 프로그램 유형별 청취정도와 만족도

구분	조사항목
유료방송 이용행태	유료 방송 유형별 평균 시청시간, 유료방송 채널별 시청정도와 만족도
유선방송 이용행태	채널별 시청정도와 만족도, 유선방송 전환 가능성, 향후 6개월 이내 유선 방송 가입의향과 가입희망 유형, 유선방송 콘텐츠와 사업자 만족도, 디지털 유선방송 이용희망 여부
위성방송 이용행태	위성방송 프리미엄 채널 이용여부, 위성방송 콘텐츠와 사업자 만족도, 위성방송 채널별 시청정도와 만족도, 위성방송 전환 가능성, 위성방송 향후 가입의향
IPTV 이용행태	IPTV 인지도, IPTV 향후 가입 의향, IPTV 콘텐츠와 사업자 만족도
DMB 이용행태 (지상파·위성)	DMB 가입 시기, DMB 수신 장비, DMB 서비스 만족도, DMB 향후 이용의향과 시기
데이터 방송 이용행태	데이터 방송인지와 이용 경험, 데이터 방송이용 또는 비이용 이유
인터넷 방송 이용행태	인터넷을 통한 TV 시청 여부, 인터넷을 통한 TV 시청 이용시간, 인터넷을 통한 TV 시청 시 비용 지불 여부
매체 중요도와 미디어 대체	일상생활에서 매체 중요도, 신규 매체로 인한 기존 매체 이용 변화
인구통계학적 특성	주거지역, 성별, 연령, 직업, 결혼여부, 가족구성, 월 평균 가구소득, 학력 등

3. 정보통신산업실태조사

정보통신산업실태조사는 국내 방송통신산업의 사업별, 지역별 사업규모와 시장현황을 조사하기 위하여 방송통신위원회가 1991년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 한국정보통신산업협회에서 조사하기 시작하였으며, 1996년 정보통신산업 통계연보 1년차로 본격화되어 2010년에 15년차 조사가 실시되었다.

조사대상은 <표 3-4> 에서와 같이, 기간통신서비스, 별정통신서비스, 부가통신서비스, 방송서비스가 포함되는 방송통신 서비스 분야, 통신기기와 방송기기를 포함하는 방송통신 기기분야 사업체이며, 조사규모는 13,000 사업체 정도이다.

〈표 3-4〉 정보통신산업실태조사 조사대상

구분	대분류	중분류	세분류	
방송 통신 서비스	기간통신 서비스	유선통신	전화서비스, 전용회선, 초고속망, 전신·전보, 기타	
		무선통신	이동통신, 무선고정통신, 위성통신	
	별정통신 서비스	설비보유재판매	음성재판매, 인터넷전화, 국제콜백전화, 국제회선재판매, 초고속접속서비스	
		설비미보유재판매	재과금, 호집중, 인터넷전화, 무선재판매	
		구내통신서비스	구내통신서비스	
	부가통신 서비스	네트워크서비스	네트워크서비스	
		인터넷 접속 및 관리서비스	인터넷접속기반, 호스팅 및 관리 서비스	
		부가통신응용서비스	신용카드검색, 전자지불서비스, 기타	
	방송 서비스	콘텐츠제공서비스	인터넷, 모바일 콘텐츠 제공서비스, 기타	
		지상파방송	지상파방송	지상파방송
			유선방송	종합유선, 중계유선, 기타
			위성방송	위성방송
		프로그램제작공급	방송채널사용사업, 프로그램제작업	
방송 통신 기기	통신 기기	유선통신기기	유선전화기, 교환기, 전송기기, 유선전신기기, 전선 및 광케이블, 네트워크 장비, 유선통신기기부분품, 기타	
		무선통신기기	무선통신단말기, 무선통신시스템, 무선통신송수신기, 무선통신기기부분품, 기타	
	방송 기기	방송용기기	방송용 수신기, 방송용 가전, 방송국용기기	
		디지털미디어기기	디지털오디오기기, 디지털비디오기기, 기타	
		방송기기부분품	방송기기부분품	

조사방법은 방송통신서비스부문은 전화와 팩스 및 전자메일 등을 통한 전수조사를 실시하였으며, 방송통신기기부문은 타 기관의 공표 자료를 사용하였다. 통계청의 광업·제조업 통계조사 자료와 관세청의 방송통신기기 수출수입 자료를 통계청과 한국정보통신산업협회가 공동검수 및 재조사하여 활용하였다.

조사항목은 〈표 3-5〉 에서와 같이, 총매출액, 종사자 수, 자본금, 영업비용, 유·무형 자산 등의 22개 일반항목과 생산액, 수출액, 수입액 등의 10개 사업부문별 세부항목으로 이루어져 있다.

〈표 3-5〉 정보통신산업실태조사 조사항목

구분		조사항목
총괄	사업체 수	대표산업별 업체 수
		부문별 업체 수
	종사자 수	종사자 수
	생산액	방송통신생산액
		방송통신수출입액
방송통신무역수지		
	방송통신자본금	
방송통계	사업체수	사업체수
	종사자수	종사자수
	생산액	매출액
		수출입현황
		무역수지
		제작 및 수급현황
	가입자 및 편성현황	가입자
TV 편성현황		
제작수급현황		
통신통계	사업체수	대표산업별 업체 수
		부문별 업체 수
	종사자수	종사자 수
	생산액	통신산업매출액
		통신기기수출입
		통신기기무역수지
	통신산업자본금	
가입자 현황	가입자 현황	
요금 현황	요금 현황	
네트워크	인터넷 현황	산업별매출액
		산업별사업체수
		산업별 총 종사자 수
		산업별 상시 종사자 수
		kr도메인등록건수
		주요 gTLD통계
		IPv4, IPv6 연도별 보유수
	전파방송현황	전파방송산업
		무선국 국종별 현황
	주파수 할당 현황	주파수대역 가입자 수
		주파수대역폭 1MHZ당 가입자 수
주파수대역 매출액		
	주파수 대역폭 1MHZ당 매출액	

4. 인터넷이용실태조사

인터넷이용실태조사는 급속히 변화하는 인터넷 이용 환경 및 행태 변화를 체계적으로 파악하기 위하여 방송통신위원회가 1999년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 조사의 구체적인 목적은 국내 인터넷 이용자수 및 이용률에 대한 정량적 측정, OECD, ITU 등의 국가별 정보통신 수준 평가를 위한 기초 자료 제공, 가구의 정보통신 기기 보유 및 인터넷 접속 등 인터넷 환경 분석, 인터넷 이용 시간, 장소, 방법, 목적 등 인터넷 이용행태 분석, 일상생활에서 인터넷 활용 및 인터넷의 사회적 영향 분석, 향후 인터넷 이용 전망이다. 조사는 1999년에 전국 1,403가구(만 7세 이상 인구 3,445명)를 대상으로 ‘국내 인터넷 이용자수 산출 및 통계 기법 검증에 관한 연구’라는 이름으로 처음 실시되었으며 2008년에 ‘인터넷이용실태조사’로 조사명 변경 및 표본 규모 확대(전국 가구 및 만3세 이상 인구)를 하여 지금까지 계속 실시되고 있다.

조사대상은 전국 가구 및 가구 내 상주하는 만 3세 이상 가구원이며, 조사규모는 30,000가구(약 73,000명) 정도이다. 조사 방법은 가구방문 면접조사를 이용한다.

조사항목은 <표 3-6> 에서와 같이, 인터넷 이용 현황 및 이용 행태, 가구의 인터넷 환경, 일상생활에서 인터넷 활용, 인터넷의 사회적 영향 등을 파악할 수 있는 항목으로 이루어져 있으며, 기존 조사 결과와의 시계열 분석을 통해 향후 추이 변화를 예측해 볼 수 있도록 구성하였다.

<표 3-6> 인터넷이용실태조사 조사항목

구분	조사항목
인터넷 사용 현황	인터넷이용률 및 이용자수(성별, 연령별, 직업별, 학력별), 인터넷 이용형태(빈도 및 시간, 장소, 목적)
인터넷과 커뮤니케이션	이메일(이용률, 계정수, 내용), 인스턴트 메신저(이용률, 목적), 블로그(이용률, 빈도, 목적)
인터넷과 경제활동	인터넷쇼핑(만 12세 이상 성·연령별 이용률, 구매 품목, 월평균 빈도 및 금액, 만족도, 비이용 이유, 이용 의향), 인터넷뱅킹(만 12세 이상 성·연령별 이용률, 월평균 빈도, 의용 의향), 인터넷 주식거래(만 12세 이상 성별 이용률, 월평균 빈도, 이용의향)

구분	조사항목
가구의 정보화 환경	정보화 기기 보유 현황(데스크탑, 디지털카메라, 프린터, MP3플레이어, 게임기, PMP, PDA 등), 컴퓨터 보유 현황 가구의 인터넷 환경((유선)인터넷 접속률)
포털사이트 이용 현황	포털사이트 이용률, 주 이용 포털사이트 선택 이유, 서비스별 이용 현황, 인터넷을 통한 뉴스기사 이용 현황

5 무선인터넷이용실태조사

무선인터넷이용실태조사는 무선인터넷 확산에 따라 다양해지고 있는 무선인터넷 이용 현황 및 이용 행태를 파악하기 위하여 방송통신위원회가 2002년부터 매년 실시하고 있다. 조사는 2002년에 전국 3,000가구에 상주하는 만 12세 이상 이동전화 보유자 대상으로 ‘무선인터넷 이용현황 및 실태조사’를 처음 실시하였고 2003년에 ‘무선인터넷이용 실태조사’로 조사명을 변경하였다. 2007년에는 만 12~59세 인구로 조사대상을 변경하고 이동전화 무선인터넷 외에 무선랜 및 초고속 무선인터넷(HSDPA·WCDMA, 와이브로)을 포함하는 것으로 무선인터넷 정의를 변경하여 지금까지 조사를 실시하고 있다.

조사대상은 만12세 이상 59세 이하의 일반국민으로 전국을 대상으로 하며, 조사 규모는 3,000명 정도이다. 조사방법은 가구방문 면접조사를 사용하고 있다.

조사항목은 <표 3-7> 에서와 같이, 무선인터넷 이용률에 대한 정량적 측정, 무선인터넷 서비스 유형(이동전화 무선인터넷, 무선랜, 초고속 무선인터넷)별 이용률 및 이용 행태 분석, 신규 무선인터넷 서비스 이용 현황 파악, 향후 무선인터넷 이용 전망 등으로 이루어져 있다.

<표 3-7> 무선인터넷이용실태조사 조사항목

구분	조사항목
무선인터넷 이용 환경	무선인터넷 인지도, 무선인터넷 단말기 보유 현황
이동전화 무선인터넷 이용 현황	이동전화 무선인터넷 최근 이용 시기, 이동전화 무선인터넷 최초 이용 시기, 이동전화 무선인터넷 이용 빈도 및 시간, 이동전화 무

구분	조사항목
	선인터넷 이용 장소, 이동전화 무선인터넷 이용 이유, 이동전화 무선인터넷 이용 목적(모바일게임, 모바일쇼핑, 모바일뱅킹 이용 행태 포함), 이동전화 무선인터넷을 통한 UCC 이용, 신규 이동전화 무선인터넷 서비스별 이용 현황
무선랜 이용 현황	무선랜 최근 이용 시기, 무선랜 최초 이용 시기, 무선랜 이용 방법 및 접속기기, 무선랜 이용 빈도 및 시간, 무선랜 이용 장소, 무선랜 이용 이유
광대역 무선인터넷 이용 현황	광대역 무선인터넷 최초 이용 시기, 광대역 무선인터넷 접속기기, 광대역 무선인터넷 이용 계기, 광대역 무선인터넷 이용 장소, 광대역 무선인터넷 특징별 유용성에 관한 인식
무선인터넷 이용 전망	무선인터넷 이용 의향, 무선인터넷 비이용자의 이용 예상 시기, 무선인터넷 서비스 유형별 이용 의향, 무선인터넷 단말기별 이용 의향, 무선인터넷 요금 체계에 관한 선호
이동전화 이용 현황	이동전화 서비스별 이용 비중, 3세대 이동전화서비스 이용 현황, 3세대 이동전화서비스 이용 전망

6. 정보보호실태조사

가. 개인인터넷이용자

개인인터넷이용자 정보보호실태조사는 국내 인터넷 이용자의 정보보호 인식 및 정보보호 수준 제고를 위한 정책 인지도, 정보화 역기능 대응 현황 등을 파악하기 위하여 한국인터넷진흥원이 1998년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 구체적인 목적은 민간 영역의 정보보호 인식 제고를 위한 각종 정책 활동의 성과지표로 활용, 국내 정보보호 수준 측정을 위한 각종 지수 산출의 지표 데이터 제공(개인정보보호 지수, 국가정보보호지수 등), 국가정보보호백서, 한국인터넷백서 등의 민간분야 정보보호 통계자료 제공이다. 조사는 1998년에 국내 만 15세 이상 인터넷 이용자 1,500명 대상 ‘정보화 역기능 실태조사’라는 이름으로 처음 실시되었으며, 2006년에 ‘민간기업 정보보호실태조사’로 명칭 변경, 2007년에 조사 표본 수를 4,000명으로 확대하였고, 2009년에는 한국인터넷진흥원으로 통합되면서 한국정보보호진흥원에

서 한국인터넷진흥원으로 통계 작성주체가 변경되었다.

조사대상은 전국에 거주하는 만13세 이상 59세 이하의 개인용 PC를 통해 인터넷을 이용하는 개인 인터넷 이용자로서 월 1회 이상 인터넷 이용자이다. 조사규모는 4,000명 정도이다.

조사항목은 개인 인터넷 이용자의 정보보호 인식, 정보화 역기능 대응, 정보화 역기능 피해 등에 관한 현황을 파악할 수 있는 지표로 구성하였다. 주요 내용은 정보보호 및 개인정보보호의 중요성 및 역기능 심각성에 대한 인식, 정보보호 제품 이용 현황 및 정보보호 대책 수립 여부, 인터넷 침해사고(웜·바이러스, 해킹, 애드웨어·스파이웨어 등)대응 현황, 데이터 보안을 위한 비밀번호 설정 행태 및 데이터 백업 여부, 이메일 및 휴대전화 스팸 방지를 위한 활동 내용, 개인정보·프라이버시 침해 방지를 위한 대응활동 내용, 인터넷 침해사고, 개인정보·프라이버시 침해, 불법 스팸, 피싱·파밍 등 정보화 역기능 피해 현황 및 신고 실태로 이루어져 있다(부록1]의 1. 참조).

나. 민간기업

민간기업 정보보호실태조사는 국내 민간기업의 정보보호 정책 및 조직 구성 현황, 역기능 대응실태와 정보화 역기능 피해현황 등을 종합적으로 파악하기 위하여 한국인터넷진흥원이 2001년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 구체적인 목적은 민간영역의 정보보호 인식 제고를 위한 각종 정책 활동의 성과지표 산출, 국내 정보보호 수준 측정을 위한 각종 지수 산출의 지표 데이터 제공, 국가정보보호백서, 한국인터넷백서 등의 민간분야 정보보호 통계자료 제공이다. 조사는 2001년 국내 500여개 기업체 대상 ‘민간부문 정보보호실태조사’라는 명칭으로 처음 실시되었고 2005년 전국의 종사자수 5명 이상, 네트워크로 연결된 컴퓨터를 1대 이상 보유한 사업체로 조사대상을 변경하였다. 2007년에는 표본 수를 2,500개로 확대하여 지금까지 조사가 실시되고 있다.

조사대상은 종사자수 5인 이상, 네트워크가 구축된 컴퓨터를 1대 이상 보유한 사

업체를 대상으로 하며, 응답사업체의 컴퓨터 보유 현황, 웹사이트 구축 현황, 웹사이트 내 개인정보 수집 현황에 따라 질문지를 4가지 유형으로 구분하였다. 조사규모는 2,800명 정도이다.

조사 항목은 정보보호의 다양한 측면을 포괄할 수 있도록 정보보호 환경, 정보보호 대책, 개인정보보호 조치, 침해사고 대응 및 스팸통제, 침해사고 피해 등으로 이루어져 있다((부록1)의 2. 참조).

7. 정보격차지수 및 실태조사

정보격차지수 및 실태조사는 정보격차 지수의 주기적 산출을 통해, 정보격차해소 정책의 연간 추진성과를 계량적으로 측정·평가하고 효과적인 정책 추진방향 도출하기 위하여 행정안전부가 2002년부터 매년 실시하고 있는 조사이다.

조사대상은 일반국민과 취약계층으로, 만 7세 이상 등록 장애인, 만10세 이상 기초생활수급층, 50세 이상 장 노년층, 만15세 이상 농어업 종사층을 대상으로 한다. 단, 장노년층과 농어민은 매년 교대로 조사한다. 조사규모는 일반국민 2,200명, 장애인 3,200명, 저소득층 3,200명, 농어민 3,200명, 장노년층 3,200명 정도이다.

정보격차 지수는 접근·역량·활용 부문별 격차 수준 및 특성을 종합적으로 측정·분석할 수 있는 다차원적 개념의 계량지표로서, 일반국민의 정보화 수준을 기준으로 하여, 일반국민과 취약 계층 간 상대적 정보격차 수준을 지수화한 것이다. 일반국민의 정보화 수준을 100으로 가정할 때 일반국민 대비 취약계층의 정보화 수준을 측정하여 일반국민과 취약계층 간 격차를 산출한 것으로서 지수는 0~100(점) 범위의 값을 가지며, 0(점)에 가까울수록 정보격차가 개선된 것을 의미한다. 세부항목으로는 정보 접근격차(정보기기 보유·성능 및 컴퓨터·인터넷 접근 용이성 차이), 정보 역량격차(컴퓨터·인터넷 사용능력 수준 차이), 정보 활용격차(컴퓨터·인터넷 이용량, 일상생활 도움 및 활용정도 차이)가 있다.

조사항목은 <표 3-8> 에서와 같이, 접근 지수, 역량 지수, 활용 지수로 구성된다.

접근 지수는 필요시 접근 가능성, 정보기기 보유 정도, 컴퓨터 인터넷 성능으로 구성되며, 역량 지수는 컴퓨터 사용능력, 인터넷 사용 능력으로, 활용 지수는 양적 활용, 질적 활용으로 이루어져 있다.

〈표 3-8〉 정보격차지수 및 실태조사 조사항목

구분		조사항목
접근 지수(0.3)	필요시 접근 가능성(0.6)	필요시 PC 접근가능 정도
		필요시 인터넷 접근가능 정도
	정보기기 보유 정도(0.2)	컴퓨터 보유 여부 인터넷 접속 여부
	컴퓨터 인터넷 성능(0.2)	PC기종 인터넷 접속 방식
역량 지수(0.2)	컴퓨터 사용 능력(0.5)	컴퓨터 활용 능력
	인터넷 사용 능력(0.5)	인터넷 활용 능력
활용 지수(0.5)	양적 활용(0.6)	컴퓨터 이용률
		인터넷 이용률
		컴퓨터 및 인터넷 사용 시간
	질적 활용(0.4)	일상생활 도움 정도 - 업무(학업), 가사 및 개인용무, 여가, 사회활동, 의사소통 및 교제활동 권장용도 이용 정도 - 정보검색, 자료작성, 거래 및 커뮤니티 활동 등

※ ()는 지수 가중치를 의미함

8. 기타

상술한 방송통신분야 주요 통계 이외에도 통계청 승인통계로는 정보화통계조사, 사이버쇼핑동향조사, 전자상거래동향조사, 이러닝산업실태조사, 중소기업정보화수준조사, 인터넷중독실태조사 등이 있으며, 한국은행의 인터넷뱅킹서비스현황조사, 한국능률협회 컨설팅의 한국산업고객만족도 조사 등이 있다.

정보화통계조사는 국내 사업체의 정보화 현황을 종합적으로 파악하기 위하여 행

정안전부가 1999년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 조사대상은 전국의 종사자수 1인 이상 사업체이며, 조사규모는 300만개 업체 정도이다. 조사항목은 컴퓨터 보유 현황, 컴퓨터 이용 현황, 네트워크 구축 현황 등 정보화 기반, 인터넷 접속 현황, 홈페이지 구축 현황, 전자상거래 이용 현황, 유비쿼터스 이용현황, 전자정부 서비스 이용 현황 등 정보 이용, 정보화 투자 현황, 온라인 직원 교육 현황, IT를 통한 업무 혁신 현황 등 정보화 투자, 정보보호 및 보안 등으로 이루어져 있다.

사이버쇼핑동향조사는 사이버쇼핑몰을 통한 전자상거래의 규모·인프라 등을 파악하여 전자상거래의 확산도를 측정하고, 주로 기업과 이용자 간 전자상거래 동향을 분석하기 위하여 통계청이 지방통계청과 연계하여 1999년부터 매월 실시하고 있는 조사이다. 조사대상은 인터넷상의 가상공간에서 B2C 전자상거래를 수행하는 전국의 사이버쇼핑몰이며, 조사규모는 1,010개 업체 정도이다. 조사항목은 상품군별 거래액, 결제수단, 배송수단 등으로 이루어져 있다.

전자상거래동향조사는 기업 간 전자거래시스템, e-마켓플레이스 및 정부전자조달 시스템을 이용한 전자상거래의 규모와 인프라 등을 분기별로 파악하여 전자상거래의 성장을 측정하고 또한 기업 간(B2B) 및 기업정부간(B2G) 거래동향을 분석하기 위하여 통계청이 지방통계청과 연계하여 2001년부터 분기별로 실시하고 있는 조사이다. 조사대상은 전자상거래시스템을 구축운영하면서 B2B 전자상거래를 실시하는 것으로 파악된 1,400여개 기업체(전수조사)와 기업정부간(B2G) 전자상거래를 실시하는 500개 정부기관이다. 조사항목은 판매액 및 구매액이다.

이러닝산업실태조사는 이러닝산업 시장규모와 현황을 파악하기 위하여 지식경제부가 2004년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 조사대상은 이러닝 공급자와 이러닝 수요자로서 정규교육기관, 정부공공기관, 업종별 사업체, 그리고 3세 이상의 인터넷 이용자를 대상으로 한다. 조사항목은 이러닝 공급자의 경우에 일반현황, 인력 현황, 해외진출현황, 사업·시장동향, 지적재산권 관련 등으로 이루어지며, 이러닝 수요자의 경우에 기관과 사업체의 이러닝 도입여부, 개인의 인식 및 이용실태 등으로 이루어진다.

중소기업정보화수준조사는 국내 중소기업 정보화 현황을 종합적이고 시계열적으로 파악하기 위하여 중소기업기술정보진흥원이 1999년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 조사대상은 제조업, 건설업, 도소매업, 운수업, 정보통신산업, 지식서비스업, 녹색·환경업 등 7개 산업 4,040개 사업체이다. 조사항목은 기업의 일반현황, 정보화 전략수립, 정보화 추진환경, 정보화 구축현황, 정보화 활용수준, 정보화 효과수준, 전자상거래 현황, 정보화 문제점과 정책적 건의사항, 기업 간 협업 등으로 이루어져 있다.

인터넷중독실태조사는 인터넷 중독자의 인구학적·사회학적·정보환경적 특성을 파악하고 인터넷 중독을 유발하는 외적환경요인을 탐색하기 위하여 행정안전부에서 2004년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 조사대상은 전국 만9세~39세 인구 중 최근 1개월 이내 1회 이상 인터넷 이용자 6,500명이다. 조사항목은 개인생활관련 사항, 인터넷 이용 실태, 인터넷 중독 진단, 주요 정보통신 서비스 및 이동형 기기 이용 행태, 정보화 역기능 현상에 대한 인식 수준, 생산적 정보 활용 행태, 인터넷 중독 및 정보윤리에 대한 인식 수준 등으로 이루어져 있다.

한국은행의 인터넷뱅킹서비스현황조사는 국내은행의 인터넷뱅킹 서비스 현황을 파악하기 위하여 한국은행이 분기별 자료를 파악하여 제공하는 조사이다. 국내 17개 은행을 대상으로 하며, 인터넷뱅킹 등록고객수, 인터넷뱅킹서비스 이용건수와 거래액, 모바일뱅킹서비스 이용실적 등으로 이루어져 있다.

한국능률협회 컨설팅의 한국산업고객만족도조사는 한국산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 만족 정도를 평가함으로써 미래의 질적인 성장 가능성을 보여주기 위하여 한국능률협회 컨설팅이 1992년부터 매년 실시하고 있는 조사이다. 조사대상은 만 18세 이상 65세 미만의 전국 10,000명 정도의 일반국민으로, 가구방문조사를 수행한다. 조사항목은 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반 서비스업, 공공 서비스업 등 국내 총 99개 산업에 대한 전반적 인지 품질, 요소 만족도, 고객 충성도로 이루어져 있다.

제 2 절 지수체계 구성을 위한 참조틀

1. 오프콤(OFCOM)의 방송통신시장통계

방송통신 환경의 변화와 융합에 적극적으로 대응하고 있는 영국 오프콤(OFCOM)은 2004년부터 매년 방송통신시장통계(Communication Market Data)를 발표·발간하고 있다(OFCOM, 2010). 방송통신시장통계는 방송, 통신, 융합이라는 매체별 시장과 이용자 활동을 포괄적으로 담은 통계로서, 영국의 방송통신 환경에 대한 전반적인 현황과 수준을 모두 파악할 수 있는 자료이다. 방송통신시장통계의 조사항목은 방송통신 발전지수 개발을 위한 측정항목의 선정 및 향후 후속연구로 진행될 측정항목의 개발에 참고자료로 활용 가능하다.

영국 오프콤은 영국 통신법(The Communication Act 2003)에 의거하여 정책결정의 토대가 되는 전자통신서비스에 대한 시민과 이용자의 의견, 경험을 측정하는 연구를 수행하고 있다. 오프콤 연구는 크게 방송통신시장, 이용자 경험, 방송, 라디오, 전파, 기술 등 6개 분야로 나뉜다. 특히, 방송통신시장통계 연구는 방송, 통신, 융합 영역을 중심으로 산업의 규모, 구조, 자금, 시장진출, 이용가능성, 이용 태도와 행위를 조사하는 연구를 진행한다.

방송통신시장통계 연구의 조사항목은 방송통신산업 환경(방송통신산업 발전, 규제여건, 요금수준), 융합시장(멀티플랫폼 간 유통 콘텐츠, 멀티서비스 융합산업, 네트워크 융합, 융합 소비), 방송시장(HDTV 성장, 디지털 전환, 국제 뉴스 채널, 인수 합병의 진척정도, 유료방송시장과 스포츠 채널, 방송산업, 이용자), 라디오시장(디지털 라디오, 디지털 라디오 플랫폼 이용자), 통신시장(모바일 성장과 유선대체물, 브로드밴드 시장의 크기와 속도, 텔레콤 이용자) 등으로 크게 구분되며, HD 방송 채널 수, 공영방송의 시청비중, 모바일 매출 중 데이터 서비스의 비중 등 방송과 통신을 모두 포괄하며 융합을 측정하는 지표항목도 제시되고 있다([부록 2] 참조).

2. 오픈컴(OFCOM)의 방통융합준비도

오픈컴은 디지털 전환 분야의 성장을 촉진시키기 위해서는 먼저 현재의 수준과 준비상태에 대한 분석이 필요하며 이 분석을 위한 평가기준으로 방통융합준비도 (Convergence Readiness)를 제시하였다(OFCOM, 2005). 방통융합준비도는 융합 활성화 위해 필요한 검토 혹은 논의 요소를 제시하고 있어서 방송통신 발전지수의 융합 관련 지표 및 측정항목 검토에 활용 가능하다.

방통융합준비도는 정부·규제, 시장·산업, 이용자, 인프라, 콘텐츠, 기기 등 6가지 하위지수로 구성되며, 다음 <표 3-9>와 같다. 그리고 전문가 조사를 통하여 융합 추진의 중요도와 융합 준비도 대한 평가를 하였다. 중요도 순위는 인프라가 가장 중요하며, 기기, 콘텐츠, 이용자 순으로 판단하였다. 그리고 융합준비도는 시장·산업 영역이 가장 많이 진행되었으며, 인프라, 콘텐츠, 정부·규제, 이용자, 기기 순으로 평가하였다.

<표 3-9> 오픈컴(OFCOM)의 융합준비도 하위지수와 목표

하위지수	목표
정부·규제	공정한 경쟁 환경 조성
시장·산업	융합서비스 활성화
이용자	융합 수용을 위한 인식 제고와 활용 촉진
인프라	네트워크 고도화
콘텐츠	콘텐츠 질 제고
기기	상호 운용성 확보

가. 정부·규제

융합은 새로이 등장하는 디지털 경제에 부합할 수 있도록, 정책 수립 및 규제체계의 개선이 요구된다. 그러나 융합과 관련된 정부의 접근은 정책 개발에 대한 수직적 접근법을 유지하고 있다. 이는 방송과 통신에서 각각 독립적으로 이루어진 디지털 전환 전략에서 잘 나타나고 있다. 이에 새로운 환경에 대응하는 수평적 접근법의 모

색과 융합 환경에 맞는 정책 결정을 내리는 것이 현재 당면한 과제라이다.

나. 시장·산업

융합은 가치사슬 전반에 걸쳐 융합 영역을 포용할 수 있도록, 기존 비즈니스모델의 변형을 이끌어 갈 수 있다. 이러한 구조에서는 수직적 결합과 수평적 비즈니스 모델 간의 경합(충돌 또는 긴장)이 나타나는데, 이러한 비즈니스모델의 변형은 시장에서 경쟁을 위한 새로운 기회를 제공하지만 누가, 시장·산업의 어느 영역에서 경쟁하고 있는지를 이해하는 것을 어렵게 한다. 따라서 결국 융합과 관련한 시장을 파악하려면 융합으로의 진입장벽보다는 융합으로 인한 수혜자는 누구이고 피해자는 누구인가를 파악하는 것이 핵심적인 사항이다.

다. 이용자

융합 사회의 궁극적인 형태는 이용자가 결정할 것이라고 예측된다. 현재 브로드밴드와 3G 모바일 서비스가 급속히 성장하고 있고, 디지털 방송 전환도 본래 예상보다 빠르게 전환되어지고 있다. 그러나 이용자의 수용에는 차이(양극화)가 나타나고 있음을 간과해서는 안된다. 즉, 각 플랫폼 혹은 사회 각 계층에 따라 이용의 차이가 나타나고 있으며 디지털 리터러시에 대한 양극화는 매우 크다. 특히 노인층이나 사회적 소외 계층이 융합 수용에 상대적으로 소극적인 경향이 나타나며 이러한 점이 사회적 배제를 심화시킨다.

라. 인프라

융합의 핵심 요소로서 인프라는 다양한 콘텐츠와 서비스를 제공하는 정보 공간으로 중요하다. 네트워크 사업자에게 있어서 중요한 이슈는 차세대 네트워크에 투자하는 것이 정당화 될 수 있는가의 여부이다. 즉, 투자금의 회수에 대한 불확실성이 존재함으로써, 투자의 속도 및 규모를 제한하고 있고, 그에 따라 인구 밀도가 높은 지역의 공급에 초점이 맞추어지고 있기 때문이다. 더욱이, 1990년대 파산하는 네트워크 사업자들이 생기면서 새로운 인프라에 대한 투자에 신중을 기하게 되었으며

새로운 환경 구현에 도움이 되지 못하고 있다. 차세대 서비스의 보급 확산을 위한 신속한 해결책이 필요하며, 이러한 해결책 모색에서는 스펙트럼 할당 및 통신배관과 안테나와 같은 주요 인프라의 공유 등이 고려되어야 한다.

마. 콘텐츠

디지털 전환에서 또 한가지 핵심적인 사항은 콘텐츠의 질이다. 높은 수준의 콘텐츠 가치를 제대로 인식하고 저작자의 권리 및 정당한 권리 행사를 이해하는 문화의 형성이 필요하다. 이러한 문화 없이는 콘텐츠 생산을 위한 지속적인 투자 유치는 어렵기 때문이다. 또한 이용자의 콘텐츠 이용에 대한 요구를 충족할 수 있는 합법적 서비스 개발과 지속적 투자의 유인을 위한 적절한 조정도 필요하다. 최근 아이튠즈(iTunes)의 사례에서 확인한 바와 같이, 이용자는 양질의 콘텐츠에 대하여 합리적 대가를 지불할 의사가 있다. 지적재산권의 적절한 보호는 융합을 이끌 수 있는 종류의 콘텐츠에 대한 투자 유인을 이끌어낼 수 있다. 특히 DRM 기술은 이용자가 이용을 원하는 기기들에서의 접근을 가능하게 하는 대신에 무차별적인 무단·무상 이용을 제한하는 등의 방법으로 균형을 이루는 한도 내에서 적용되어야 한다.

바. 기기

기기는 융합에 대한 이용자 경험을 결정짓는다. 어떤 기기를 이용하든 언제, 어디서나 개인화된 콘텐츠에 접근할 수 있어야 하기 때문이다. 때문에 기기 문제에 있어서 핵심적인 사항은 기기의 사용 간편화이며, 이는 인터페이스의 개선에 달려있다. 기기가 더 많은 영역에서 이용될수록 이용자들은 IT기기로 인식하기보다는 가전제품처럼 이용할 것이다. 따라서 기기의 판매 시 혹은 판매 후의 기술·서비스 지원도 중요한 문제로 부각될 가능성이 있다. 서비스 혹은 콘텐츠 이용에 이상이 생겼을 경우에 기술·서비스 지원을 받을 곳이 기기 제조사인지, 플랫폼 제공자인지, 콘텐츠 공급자인지 분명하지 않을 수 있어 문제가 된다. 또한 콘텐츠의 합법적인 이용에 대해서 기기가 지원을 할 수 있는지도 고려할 사항 중에 하나이다. DRM의 적용은 콘텐츠의 합법적 접근 및 이용에 지나친 제약을 부가한다는 비판이 있으므로 이러

한 점에서 서로 다른 기기 간의 진정한 상호 호완성의 확보 문제는 대단히 어려운 문제로 인식되고 있으며, 국제적인 차원에서 표준의 논의가 필요한 부분이다.

3. 유네스코(UNESCO)의 미디어발전지수

유네스코(UNESCO)에서는 국가의 미디어 발전 정도를 파악할 수 있는 기준으로 미디어 발전지수(MDI: Media Development Indicators)를 제시하였다(UNESCO, 2008). 미디어 발전지수는 미디어를 통한 국가 개발과 민주주의 확립 관점에서 요구되는 기준사항을 제시하고 있다. 미디어 발전지수에서 제시하는 기준사항은 담론적·개념적이어서 방송통신 발전지수의 지표 및 측정항목 개발에 직접적인 참고자료는 되지 않지만, 지수의 구성 틀은 방송통신 발전지수의 성격과 지수체계를 구조화하는데 참고 가능하다. 즉, 방송통신 발전지수는 방송통신으로 인한 사회·국가적 변화 양상만을 측정하는 지수로 개발하기 보다는 방송통신이 추구하는 가치와 이념의 성과를 판단하는 지수로 개발한다.

유네스코에서는 미디어를 국민의 목소리를 들을 수 있는 매개체이며, 공론의 장 강화, 국민과 정부 사이의 정보 비대칭 해소, 정보 교류 매체, 감시견 역할, 문화 가치와 국가 단결 강화 등을 위한 중요한 플랫폼으로 상정하고 미디어 발전을 도모하고 있다. 미디어는 방송뿐만 아니라, 인쇄, 직접 대면 대화, 거리 극장 등 전통적인 형태의 미디어에서부터 휴대전화, 디지털 통신 등을 포함한다.

미디어발전지수의 개발 목적은 개발도상국과 체제전환국 미디어 발전과 관련해서 개선이 필요한 영역을 파악함으로써 이들 국가를 원조하는데 유용한 기준으로 사용하고자 한다. 즉, 미디어 전문가, 정책 결정권자, 관련 기관이 모여서 미디어 발전을 측정할 수 있는 지표를 개발함으로써, 미디어 시스템의 다양한 요소를 분석하고 정책적 요구가 필요한 영역을 식별하여 정책 실행과 프로젝트를 제안하는데 있다. 궁극적으로는 디지털 미디어를 통해서 국가력을 강화하고 보편적 접근 육성 및 정보와 지식 유통을 촉진함으로써 지속가능한 발전, 민주주의와 좋은 거버넌스 향

상에 기여하는데 있다.

미디어발전지수는 우선적으로 추진해야 할 미디어 발전 목표로 ① 표현의 자유와 미디어 다원주의 확보, ② 커뮤니티 미디어의 발전, ③ 인적 자원 개발 등 3가지를 제시하였으며, 이를 기반으로 ① 표현의 자유, 다양성·다원주의를 보호하는 규제 제도, ② 공정한 경쟁원리와 소유권의 투명성 보장, ③ 민주주의 담론의 기반 형성, ④ 전문능력 구축 및 지원, ⑤ 독립성과 다원성의 구조적 보장 등 5가지 하위지수를 제시하였다.

5가지 하위지수의 주요 지표를 살펴보면, 다음과 같다([부록3] 참조). 첫째, ‘표현의 자유, 다양성·다원주의를 보호하는 규제 제도’의 지표로는 국내법·헌법·타국과의 협정에서 표현의 자유, 알 권리, 방송인의 편집 권한 등의 규정, 독립된 규제 시스템, 인터넷 콘텐츠에 대한 규제 여부 등이 있다. 둘째, ‘공정한 경쟁원리와 소유권의 투명성’의 지표로는 공공·개인·지역사회 미디어의 다양한 진화를 위한 국가적 장려, 소유권·콘텐츠의 다양성을 장려하는 국가적 계획, 독립적이고 공명한 규제 시스템 등이 있다. 셋째, ‘민주주의 담론의 기반 형성’의 지표로는 미디어가 사회의 모든 계층 및 집단의 이익을 보호하는지의 여부, 자율규제가 가능한 효과적인 메커니즘 마련 여부, 미디어에 대한 대중의 높은 수준의 신뢰를 가지고 있는지의 여부, 대중의 평가 여부 등이 있다. 넷째, ‘전문능력 구축 및 지원’의 지표로는 미디어 전문가에 대한 적절한 훈련 여부, 발전과 민주주의에 대한 이해를 기반으로 하는 교육, 미디어에 대한 체계적인 모니터링 실시 여부, 대중의 소리와 정보 확보를 위한 지역 기관에 대한 지원 등이 있다. 다섯째, ‘독립성과 다원성의 구조적 보장’의 지표로는 첨단 기술에의 접근성, 인터넷에서 얼마나 수월하게 정보를 취합할 수 있는지의 여부, 정보격차 해소를 위한 일관된 정책의 시행 등이 있다.

제 4 장 방송통신 발전지수의 구성

본 장에서는 제2장과 제3장에서 살펴본 방송통신 발전에 관한 개념과 관련 통계 및 지수에 기반하여 방송통신 발전지수의 지수체계와 하위지수 구성에 대해서 기술하고자 한다. 지수의 구성에 있어서는 지수체계를 어떻게 설계하느냐가 매우 중요하다. 지수체계에 따라서 하위지수, 지표, 그리고 측정항목의 구성이 달라지며, 이는 지수의 성격과 지수의 활용 범위를 바꾸기 때문이다. 따라서 지수의 체계를 어떻게 도출하였는가에 대한 설명이 선행될 것이다.

그리고 지수체계에 따른 하위지수, 지표, 측정항목을 선정하고 적절성을 검토하고 지수체계를 구체화·명확화 하고자 한다. 지수체계와 하위지수의 구성을 위해서 방송통신 관련 전문가들과의 브레인스토밍과 협의를 통해 타당성과 적합성을 확보하고 전문가를 대상으로 한 지수체계와 측정항목에 대한 평가를 통해 합리적 객관성을 담보하고자 한다.

제 1 절 지수의 개념³⁾

방송통신 발전지수를 개발하기 위해서는 가장 먼저 방송통신 발전이라는 개념 정의가 요구된다. 지수는 개발 목적과 개념 정의에 따라서 지수 성격과 개발 형식에 차이가 있기 때문이다.

방송통신이라 함은 유선·무선·광선 및 기타의 전자적 방식에 의하여 방송통신 콘텐츠를 송신하거나 수신하기 위한 일련의 활동과 수단을 말하며, 방송과 전기통

3) 지수의 개념은 본 연구의 2차년도 연구로 수행된 황주성·유지연(2009)에서 정리된 내용이다.

신을 포함한다(방송통신위원회, 2008). 그리고 발전이라 함은 경쟁력의 의미와 함께 긍정적인 사회로의 변화를 의미한다. 한편, 현재의 방송통신 환경을 살펴보면, 방송과 통신뿐만 아니라, 융합이라는 새로운 환경을 포함한다. 융합은 방송이 발전하는 방향과 통신이 변화하는 방향이 하나의 지점에서 수렴하는 것이다.

이러한 방송통신과 발전에 관련한 정의들을 종합해 본 결과, 방송통신 발전은 다차원적이고 복합적인 의미의 개념 정의가 필요하다. 방송통신 발전이라 함은 방송, 통신, 융합의 발전을 포괄적으로 의미하는 것으로써, 관련 기술 및 네트워크가 고도화되고 산업이 활성화되며 국가경쟁력 강화와 삶의 질 향상, 그리고 이용자의 참여 등 사회적 영향이 확대되는 것을 의미한다. 즉, 방송통신 발전은 기술적·산업적 발전만을 의미하는 것이 아니라, 국민들의 실제 삶의 질 제고와 민주주의의 향상 등 사회적·문화적 발전에 기여할 수 있어야 한다. 방송통신 환경에서 소수자 및 사회적 약자의 정보에 대한 접근권 보장, 다양한 소수자의 목소리가 전달될 수 있는 미디어 환경, 자유롭게 활성화된 시장, 정보인권을 보장하고 안전한 정보소통의 환경 등에 대한 판단이 지수에 포함되어야 한다.

그리고 방송통신 발전지수라 함은 방송통신 발전의 수준을 총체적으로 파악하고 그 변화 추이를 예측하기 위하여 직접 측정하기 어려운 수량의 변동을 기준시점 값의 상대 값으로 나타낸 것이다.

제 2 절 지수의 개발절차

1. 접근방법

지수 개발에서 가장 중요한 것은 지수체계의 구조화와 그에 대응하는 측정항목의 확보이다. 그리고 이 두 가지 요소 중 어느 편을 먼저 고려하느냐에 따라서 지수체계 개발절차가 두 가지 방식으로 나뉜다. 첫 번째 방식은 지수체계를 구조화하고 하위지수와 지표에 따라 측정항목을 배치하는 Top-down 방식의 접근이다. 지수 개발

의 목적이 명확한 비교 대상을 둔 상대적 수준의 측정이거나 개념적·이론적 논리에 기초한 절대적인 수준 등을 파악하는 것일 경우에 이용된다. 대체적으로 지수 개발 목표가 명확한 경우에는 개념 정립에서부터 출발함으로써, Top-down 방식(지수 → 하위지수 → 지표 → 측정항목)의 접근이 자주 사용된다.

두 번째 방식은 구체적인 측정항목을 분석하고 집단화함으로써 지수체계를 구조화하는 Bottom-up 방식의 접근이다. 지수개발의 목적이 어떤 현상 및 환경에 대한 수준의 판단 또는 상대적인 변화의 정도 등을 파악하는 것일 경우에 이용된다. 대체적으로, 현상에 대한 비교판단이 필요한 경우에는 가능한 데이터의 존재여부가 중요하므로, 확보 가능한 데이터들로 지수체계를 이루는 Bottom-up 방식(측정항목 → 지표 → 하위지수 → 지수)의 접근이 자주 사용된다.

방송통신 발전지수는 “방송통신 발전”이라는 추상적 개념과 체계에서 출발하며 국내 방송통신 발전의 현실을 계량적으로 파악하고자 함으로써, 두 가지 방식의 접근을 모두 필요로 한다. Top-down 방식의 접근 → Bottom-up 방식의 접근 → Top-down 방식의 접근을 단계별로 반복적으로 검토하는 Up & Down 방식의 접근으로, 개념적이면서 현실성 있는 지수체계로 구조화한다.

즉, 방송통신 발전지수는 환경의 변화를 반영한 국내 방송통신의 전반적인 수준을 파악하고자 함으로써, “방송통신 발전”이라는 개념과 체계에서 출발하는 Top-down 방식의 접근을 필요로 한다. 이에 방송통신 발전지수 개발을 위한 1단계는 지수체계의 구조화를 위하여 방송통신 발전에 대한 이론적·정책적 이념을 검토하고 그에 기초하여 지수체계를 구성하는 Top-down 방식으로 접근한다.

다음으로, 지수를 도출하기 위해서는 정확한 통계값을 가지고 있어야 한다. 이에 방송통신 발전지수 개발을 위한 2단계는 현실을 반영한 통계의 확보 가능성을 고려하여 측정항목에서부터 출발하는 Bottom-up 방식으로 접근하여 지수체계를 구체화한다.

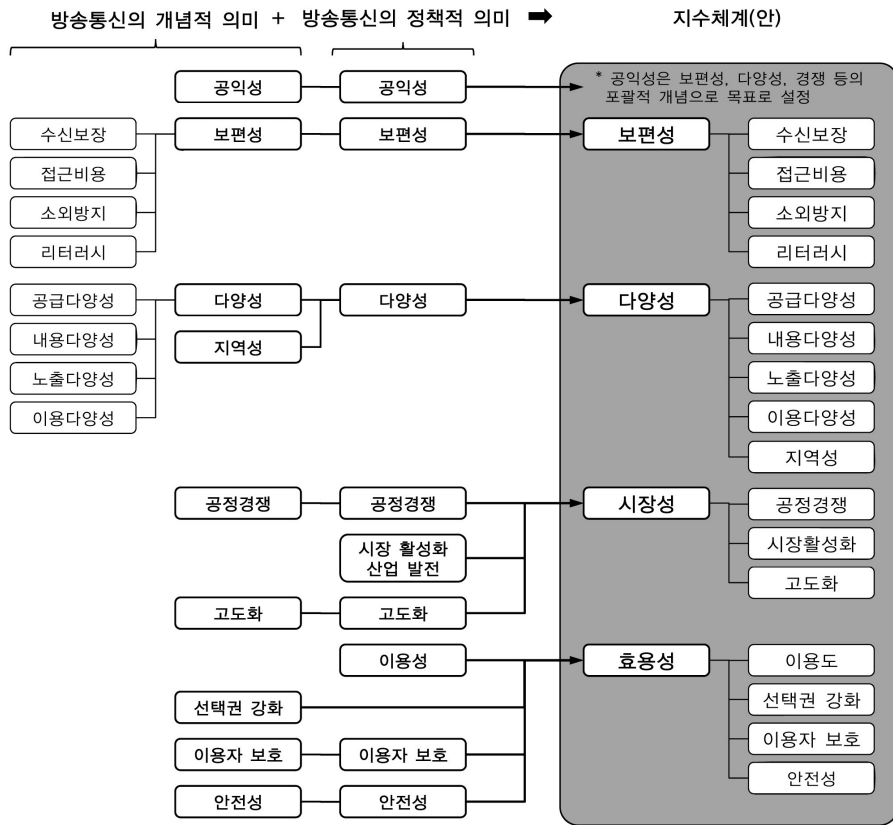
마지막으로, 지수 개발에서 중요한 것은 지수체계의 객관성 확보이다. 지수체계의 객관성이란 지수의 전체적인 구성의 타당성과 지수의 세부적인 구성요소로서 지표

및 측정항목의 대표성과 포괄성을 인정받는 것이다. 객관성 확보는 일반적으로 크게 두 가지 방법으로 나뉜다. 하나는 전문가 의견 수렴을 통한 확보이다. 관련 전문가들의 검토·판단을 통하여 객관성을 확보하는 방법으로써, Top-down 방식의 지수 개발절차에서 자주 활용된다. 다른 하나는 통계적 방법에 의한 확보이다. 측정항목의 수집 및 검토 과정에서 통계는 가설 모형의 적합성, 집단 구분의 유의미성 등을 파악하기 위한 방법으로써, Bottom-up 방식의 지수 개발절차에서 자주 활용된다. 이에 방송통신 발전지수 개발을 위한 3단계는 전문가 협의와 전문가 조사를 통한 Top-down 접근으로 지수체계를 수정·보완함으로써 지수의 객관성을 확보하고자 한다.

2. 지수체계 개발과 측정항목 수집 및 검토

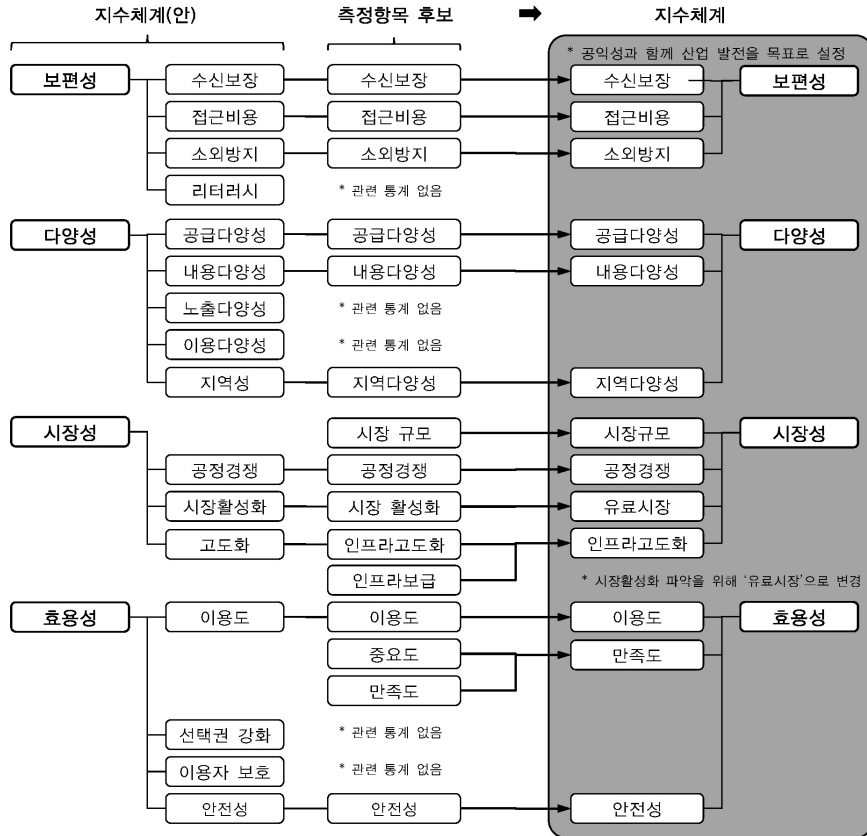
지수체계는 방송통신 발전지수 개념 하에 기초하여 상술한 방송통신 발전에 대한 이론적·정책적 목표를 구체화하여 지수체계를 개발하였다. 즉, 지수체계는 ① 방송통신의 추구이념, ② 방송통신정책의 목표, ③ 방송통신의 기술적·경제적·사회문화적 의미를 고려하여, (1차) 이론적·정책적 검토 → (2차) 국내 통계 및 국외 관련 지수들 참조 → (3차) 전문가 논의를 통하여 구조화하였다. 이러한 과정을 거쳐서 [그림 4-1]과 같이 지수체계(안)을 마련하였다.

[그림 4-1] 지수체계(안)



한편, 방송통신 발전지수 체계에 기초하여 현실적으로 확보 가능한 방송통신 관련 국내 통계조사를 분석하고 수집·정리한 결과, 77가지 측정항목을 선정하였다 ([부록4] 참조). 그리고 77가지 측정항목은 ① 최근의 방송통신 발전 정도를 판단할 수 있는 현실 반영성, ② 측정하고자 하는 지표를 포괄하는 대표성, ③ 다른 측정항목과 중복되지 않는 독립성 등을 원칙으로, (1차) 데이터 취합·정리 → (2차) 방송통신 현실과의 비교 분석과 의미 판단 → (3차) 데이터 적절성 판단을 위한 전문가 논의를 통하여 지표와 측정항목을 정리하였다. 이러한 과정을 거쳐서 [그림 4-2]와 같이 지수체계를 구체화하였다.

[그림 4-2] 지수체계의 구체화



이러한 검토 과정을 여러 차례에 걸쳐서 반복함으로써, 최종적으로 4가지 하위 지수와 13가지 지표 및 21가지 측정항목을 선정하였다.

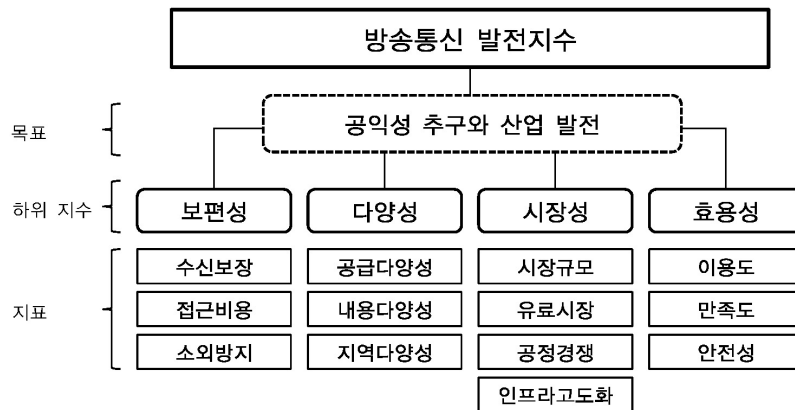
제 3 절 지수의 체계와 구성

1. 지수체계

방송통신 발전지수는 방송통신이 추구하는 목표 가치와 정책 이념을 반영하고 현

실반영이 가능한 측정항목을 고려하여 (그림 4-3)과 같이 지수체계를 구조화 하였다. 공익성 추구하고 산업 발전을 목표로 하며, 목표 개념을 구체화한 보편성, 다양성, 시장성, 효용성을 하위지수로 구성하였다. 하위지수에 따라 3~4가지 지표를 고려하고 다시 지표에 따라 지표의 특성을 잘 반영할 수 있는 1~3가지 측정항목을 선정하여 최종적으로 13가지 지표와 21가지 측정항목으로 구체화 하였다.

[그림 4-3] 방송통신 발전지수의 체계



방송통신 보편성은 방송통신이 커먼 캐리어(common carrier)로서 국민 누구나가 방송통신 서비스를 누릴 수 있어야 함을 의미하는 하위지수이다. 수신보장, 접근비용, 소외방지 등 3가지 지표로 구성된다.

방송통신 다양성은 방송통신이 국민의 다양한 견해를 반영하며 국민에게 폭넓은 선택범위를 제공할 수 있어야 함을 의미하는 하위지수이다. 공급다양성, 내용다양성, 지역다양성 등 3가지 지표로 구성된다.

방송통신 시장성은 방송통신이 국가 발전의 원동력으로서 작용하며 시장활성화를 통해 다양한 방송통신서비스가 제공될 수 있어야 함을 의미하는 하위지수이다. 시장규모, 유료시장, 공정경쟁, 인프라고도화 등 4가지 지표로 구성된다.

방송통신 효용성은 방송통신 이용을 통하여 생활 편의와 문화 향유 기회를 확대

하고 사회적 이익의 추구하고 국민 삶의 가치 증대에 기여할 수 있어야 함을 의미하는 하위지수이다. 이용도, 만족도, 안전성 등 3가지 지표로 구성된다.

방송통신 발전지수의 하위지수와 지표는 <표 4-1>과 같다. 방송통신 보편성에서 수신보장은 사회 구성원 누구에게나 방송통신신호가 기술적으로 수신될 수 있어야 함을 의미한다. 그리고 접근비용은 사회 구성원 모두가 저렴한 비용으로 방송통신 서비스를 이용할 수 있는지를, 소외방지는 사회 구성원 누구나 방송통신 서비스 혜택을 동등하게 받을 수 있는지를 파악하기 위한 지표이다.

방송통신 다양성에서 공급다양성은 폭넓은 선택 범위가 제공되어야 함을 의미한다. 그리고 내용다양성은 다양한 각 계층의 입장과 관심사가 골고루 반영될 수 있는지를, 지역다양성은 특정 지역의 고유한 문화적 가치와 전통이 반영, 공유되어 사회의 공동 연대감이 형성될 수 있는지를 파악하기 위한 지표이다.

방송통신 시장성에서 시장규모는 방송통신 시장이 활성화되고 있는지를, 유료시장은 양질의 방송통신 서비스가 제공되고 활용되고 있는지를 파악하기 위한 지표이다. 그리고 공정경쟁은 다양한 서비스 주체들이 시장에 손쉽게 진입하여 활동할 수 있어야 함을, 인프라고도화는 보다 높은 품질의 방송통신 기반 환경이 마련되어야 함을 의미한다.

방송통신 효율성에서 이용도는 방송통신 서비스가 국민 생활에서 차지하는 비중을 파악하기 위한 지표이다. 그리고 만족도는 국민 삶의 질과 문화 향상에 기여할 수 있어야 함을, 안전성은 방송통신 서비스가 안전하게 제공되어야 함을 의미한다.

<표 4-1> 방송통신 발전지수의 하위지수와 지표

하위지수	지표	설명
보편성	수신보장	사회 구성원 누구에게나 방송통신신호가 기술적으로 수신될 수 있어야 함
	접근비용	사회 구성원 모두가 저렴한 비용으로 방송통신 서비스를 이용할 수 있어야 함
	소외방지	사회 구성원 누구나 방송통신 서비스 혜택을 동등하게 받을 수 있어야 함

하위지수	지표	설명
다양성	공급다양성	폭넓은 선택 범위가 제공되어야 함
	내용다양성	다양한 각 계층의 입장과 관심사가 골고루 반영되어야 함
	지역다양성	특정 지역의 고유한 문화적 가치와 전통이 반영, 공유되어 사회의 공동 연대감이 형성될 수 있어야 함
시장성	시장규모	방송통신 시장이 활성화되고 있는지를 파악
	유료시장	양질의 방송통신 서비스가 제공되고 활용되어야 함
	공정경쟁	다양한 서비스 주체들이 시장에 손쉽게 진입하여 활동할 수 있어야 함
	인프라고도화	보다 높은 품질의 방송통신 기반 환경이 마련되어야 함
효용성	이용도	방송통신 서비스가 국민 생활에서 차지하는 비중 파악
	만족도	국민 삶의 질과 문화 향상에 기여할 수 있어야 함
	안전성	방송통신 서비스가 안전하게 제공되어야 함

2. 측정항목

방송통신 발전지수의 측정항목 구성은 <표 4-2>와 같다. 방송통신 발전지수의 각 지표별로 방송, 통신, 그리고 융합을 나타낼 수 있는 대표적인 측정항목을 고려하였다. 융합시대이기 때문에 방송과 통신의 경계를 뛰어넘는 지수의 개발이 필요하지만, 방송과 통신만이 가지는 특성이 있고 현재 확보 가능한 통계 데이터는 여전히 방송과 통신으로 분리되어 있기 때문에 방송, 통신, 그리고 융합 각각을 나타낼 수 있는 측정항목을 모색하고자 하였다.

수신보장은 인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수, 디지털방송 커버리지로 파악하고, 접근비용은 방송통신비 지출 부담 해소도로 측정하며, 소외방지는 장애인 시청취 지원방송 편성 비중, 소외계층 정보화 수준으로 판단한다.

공급다양성은 방송시장 분산도(CR3), 통신시장 분산도(CR2)로 파악하고, 내용다양성은 지상파방송 편성 균형도로 측정하며, 지역다양성은 자체제작 편성 비중으로 판단한다.

시장규모는 GDP 대비 방송통신산업 비중으로 파악하고, 유료시장은 디지털유료 방송 가입 비중으로 측정하며, 공정경쟁은 가상통신 서비스 가입 비중으로 판단한

다. 그리고 인프라고도화는 유무선통합서비스(FMC) 보급률, 디지털방송 수신기 보급률로 가늠한다.

이용도는 이동형 방송서비스 이용률, SNS 서비스 이용률, 생활서비스 인터넷 이용률로 파악하고, 만족도는 방송프로그램 만족 비중, 이동전화 서비스 만족도, IPTV 서비스 만족 비중으로 측정하며, 안전성은 웹보안률로 판단한다.

〈표 4-2〉 방송통신 발전지수의 지표별 측정항목 구성

하위 지수	지표	측정항목		
		방송	통신	융합
보편성	수신보장		인구 천명당 공용 WiFi hot-spot수	디지털방송 커버리지
	접근비용	방송통신비 지출 부담 해소도		
	소외방지	장애인 지원방송 편성 비중	소외계층 정보화 수준	
다양성	공급다양성	방송시장 분산도 (CR3)	통신시장 분산도 (CR2)	
	내용다양성	지상파방송 편성 균형도		
	지역다양성	지역 자체제작 편성 비중		
시장성	시장규모	GDP 대비 방송통신산업 비중		
	유료시장			디지털유료방송 가입 비중
	공정경쟁		가상통신서비스 가입 비중	
	인프라 고도화		유무선통합서비스 (FMC) 보급률	디지털방송 수신기 보급률
효용성	이용도	이동형 방송서비스 이용률	SNS 서비스 이용률	생활서비스 인터넷 이용률
	만족도	방송프로그램 만족 비중	이동전화 서비스 만족도	IPTV 서비스 만족 비중
	안전성			웹보안률

방송통신 발전지수의 구성내역과 데이터 출처는 〈표 4-3〉과 같다.

〈표 4-3〉 방송통신 발전지수의 측정항목별 설명과 자료출처

하위 지수	지표	측정항목	설명	데이터 출처
보편성	수신 보장	인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 (대)	인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 현황	JiWire Mobile Audience Insight Report
		디지털방송 커버리지 (%)	전체 가구 대비 디지털방송 시청 이 가능한 가구 비중(KBS 기준)	방송통신위원회 중앙전파관리소
	접근 비용	방송통신비 지출 부담 해소도 (%)	가계 소비지출비 중 통신서비스 이용료와 방송 수신료를 제외한 지출비 비중	가계동향조사
		소외 방지	장애인 시청취 지원방송 편성 비중 (%)	전체 방송시간 대비 장애인 시 청취 지원을 위한 화면해설방송 시간 비중(KBS1 기준)
소외계층 정보화 수준(점/100점)	일반국민의 정보화 수준(100점) 대비 소외계층의 정보화 수준		정보격차지수	
다양성	공급 다양성	방송시장 분산도 CR3(Concentration Ratio) (%)	방송산업 총매출액 중 방송사업 수익을 기준으로, 자회사를 포 함한 지상파 방송 3사를 제외한 방송사업자의 수익 비중	방송산업실태조사
		통신시장 분산도 CR2(Concentration Ratio) (%)	통신산업 매출액에서 선두적인 통신 2사를 제외한 통신사업자 의 매출액 비중	정보통신산업실태 조사
	내용 다양성	지상파방송 편성 균형도 (%)	지상파 방송 3사의 연간 방송시 간을 기준으로 보도, 교양, 오락 편성시간의 균형분배률(1:1:1이 면, 균형률 100%)	방송산업실태조사
	지역 다양성	지역 자체제작 편성비중 (%)	지상파방송 전체 편성시간 대비 지역 방송사의 자체제작 편성시 간 비중	방송산업실태조사
시장성	시장 규모	GDP 대비 방송통신산업 비중 (%)	GDP 대비 방송통신서비스(기간 통신, 별정통신, 부가통신, 방송) 와 방송통신기기 생산액 비중	정보통신산업실태 조사
	유료 시장	디지털유료방송 가입 비중 (%)	전체 가구 대비 IPTV, 디지털케 이블방송 가입 비중	방송산업실태조사
	공정 경쟁	가상통신서비스 (MVNO, VoIP) 가입 비중 (%)	국내 기간통신서비스 가입자수 대비 무선재판매, VoIP 가입 비중	정보통신산업실태 조사
	인프라 고도화	유무선통합서비스 (FMC) 보급률 (%)	전체 인구 대비 유무선통합서비 스 가입 비중	정보통신산업실태 조사
디지털방송 수신기 보급률 (%)		디지털방송수신기 보급률	DTV 코리아	

하위 지수	지표	측정항목	설명	데이터 출처
효용성	이용도	이동형 방송서비스(DMB) 이용률 (%)	지상파 DMB 이용자 비중	방송매체이용행태조사
		SNS 서비스 이용률 (%)	만6세 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 SNS 이용자 비중	인터넷이용실태조사
		생활서비스 인터넷 이용률 (%)	생활서비스 인터넷 이용 비중 - 은행거래 업무 대비 인터넷뱅킹 거래 비중 - 소매판매액에서 사이버쇼핑거래 비중 - 초중고 사교육에서 인터넷 및 통신 참여 비중	인터넷뱅킹서비스 이용현황 사이버쇼핑동향조사 사교육비조사
	만족도	방송프로그램 만족 비중 (%)	지상파 방송 이용자 중 방송 프로그램에 전반적으로 만족하는 이용자 비중	방송매체이용행태조사
		이동전화 만족도 (점/100점)	이동전화서비스 종합만족도 점수(전반적 만족도×0.4+요소만족도×0.4+재거래의향률×0.2)	한국산업의 고객만족도
		IPTV 서비스 만족 비중 (%)	IPTV 이용자 중 IPTV 제공 콘텐츠에 대해 만족하는 이용자 비중	방송매체이용행태조사
	안전성	웹보안률 (%)	웹보안 조치 비중 - 기업의 웹방화벽 사용 비중(종사자수 5명 이상, 네트워크로 연결된 컴퓨터 1대 이상 보유 사업체) - 개인의 보안패치 설치 비중(인터넷 이용자 중 1개월에 1회 이상 보안패치 설치)	정보보호실태조사

측정항목을 구체적으로 살펴보면, 다음과 같다. 순위순 방법으로 최대한의 채널에 접근할 수 있도록 하기 위한 수신보장의 측정항목으로서 인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수는 인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 현황을 측정함으로써, 네트워크 접속이 손쉽게 가능한 환경이 구현되었는지 파악하고자 한다. 디지털방송 커버리지는 KBS를 기준으로 전체 가구 대비 디지털방송 시청이 가능한 가구 비중으로 측정한다.

저렴한 비용으로 방송통신서비스를 이용토록 하기 위한 접근비용의 측정항목으로서 방송통신비 지출 부담 해소도는 가계 소비지출비 중 유선전화, 이동전화, 인터

넷, 기타 통신 등의 통신서비스 이용료와 방송 수신료를 제외한 지출비 비중으로 측정한다. 방송통신비가 일상생활을 영위하는데 지장을 주지 않는 수준으로 지출되고 있는가를 파악할 수 있다.

방송통신 서비스를 가능한 한 다수의 이용자들에게 폭넓게 제공하기 위한 소외방송의 측정항목으로서 장애인 시청취 지원방송 편성 비중은 KBS1을 기준으로 전체 방송시간 대비 장애인 시청취 지원을 위한 화면해설방송시간 비중으로 측정한다. 그리고 소외계층 정보화 수준은 일반국민의 정보화 수준을 100점으로 보았을 때에 장애인, 노약자층 등 소외계층의 정보화 수준으로 측정한다.

방송통신의 다양한 프로그램과 서비스 제공을 보장하기 위한 공급 다양성의 측정항목으로서 방송시장 분산도는 방송산업 총매출액 중 방송사업 수익을 기준으로, 자회사를 포함한 지상파 방송 3사를 제외한 방송사업자 수익 비중으로 측정한다. 통신시장 분산도는 통신산업 매출액에서 선두적인 통신 2사를 제외한 통신사업자의 매출액 비중으로 측정한다.

방송통신을 통해 다양한 의견과 사상, 문화를 확보하기 위한 내용 다양성의 측정항목으로서 지상파 방송 편성 균형도는 지상파 방송 3사의 연간 방송시간을 기준으로 보도·교양·오락 편성시간의 균형분배률로 측정한다. 즉, 보도·교양·오락 편성시간이 1:1:1이면, 편성 균형도는 100%가 된다. 보도·교양·오락 세 가지 장르를 기준으로 한 다양성 수치화가 이용자가 선택 가능한 또는 시청하고 있는 프로그램의 다양성을 보여줄 수 있는지는 판단하기 어렵지만, 적어도 보도·교양·오락이 균형적으로 편성, 방송됨으로써, 다양한 정보 전달과 문화 제공을 효과적으로 수행할 수 있을 것이라 판단한다.

지역사회의 문화와 발전을 제고하기 위한 지역 다양성의 측정항목으로서 지역 자체제작 편성비중은 지상파방송 전체 편성시간 대비 지역 방송사의 자체제작 편성시간 비중으로 측정한다.

방송통신산업의 크기와 발전 현황을 측정하기 위한 시장규모의 측정항목으로서 GDP 대비 방송통신산업 비중은 GDP 대비 방송통신서비스(기간통신, 별정통신, 부

가통신, 방송)와 방송통신기기 생산액 비중으로 측정한다.

방송통신 서비스와 콘텐츠 시장의 활성화 질적 향상을 파악하기 위한 유료시장의 측정항목으로서 디지털유료방송 가입 비중은 전체 가구 대비 IPTV, 디지털케이블 방송 가입 비중으로 측정한다.

방송통신 시장에서 신규 서비스 진입의 용이성 등 공정한 경쟁 환경이 조성되어 있는지를 판단하기 위한 공정경쟁의 측정항목으로서 가상통신서비스(MVNO, VoIP) 가입 비중은 국내 기간통신서비스 가입자수 대비 무선재판매, VoIP 가입 비중으로 측정한다. 기존 음성통화 위주의 2G뿐만 아니라, 3G를 비롯해 데이터, 무선인터넷 접속 서비스 등 기존 통신사의 전 서비스 영역으로 가상이동통신사업자의 사업영역을 확대하는 전기통신사업법 개정안은 방송통신시장의 공정경쟁을 활성화함으로써 융합에 따른 다양한 서비스 상품을 개발하고 통합 상품을 통한 요금인하를 유도하기 위한 조치로써, 가상통신서비스 가입 비중은 공정경쟁 환경을 잘 파악할 수 있는 측정항목이다.

네트워크의 효율적인 자원 활용과 기술 혁신을 위한 인프라 고도화의 측정항목은 유무선통합서비스(FMC) 보급률은 전체 인구 대비 유무선통합서비스 가입 비중으로 측정한다. 디지털방송 수신기 보급률은 디지털방송수신기 보급률로 측정한다.

방송통신 서비스가 시·공간을 초월하여 이용자들의 일상 활동 행태 및 커뮤니케이션 방식을 변화시켰는지를 파악하기 위한 이용도의 측정항목으로서 이동형 방송 서비스(DMB) 이용률은 지상파 DMB 이용자 비중으로 측정한다. 이동형 방송서비스 이용률은 시간과 공간에 구애받지 않고 방송을 시청한다면 그 만큼 방송 이용도가 높을 전제로 한다. SNS 서비스 이용률은 만 6세 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 SNS 이용자 비중으로 측정한다. SNS 서비스는 통신 서비스 중 대표적인 서비스 중 하나이며, 커뮤니케이션의 방식 변화라는 측면에서 큰 의미를 가지고 있다. 생활서비스 인터넷 이용률은 은행거래 업무 대비 인터넷뱅킹 거래 비중, 소매판매액에서 사이버쇼핑거래 비중, 초중고 사교육에서 인터넷 및 통신 참여 비중의 평균으로 측정한다. banking, 쇼핑, 교육 등 주요 일상 활동에서 인터넷이 차지하는 비중으로 인터

넷서비스 활용과 일상화 정도를 파악한다.

방송통신 이용자의 이익 보장이라는 차원에서 만족도의 측정항목으로서 방송프로그램 만족 비중은 지상파 방송 이용자 중 방송 프로그램에 전반적으로 만족하는 이용자 비중으로 측정한다. 이동전화 만족도는 이동전화서비스에 대한 전반적인 만족도, 음질·통화성공률 등 요소 만족도, 재거래의향률 등의 종합만족도 점수로 측정한다. IPTV 서비스 만족 비중은 IPTV 이용자 중 IPTV 제공 콘텐츠에 대해 만족하는 이용자 비중으로 측정한다.

방송통신의 새로운 복지 개념인 서비스의 안전한 제공을 보장하는 안정성의 측정항목으로서 웹보안률은 웹보안 조치 비중으로 측정한다. 종사자수 5명 이상의 네트워크로 연결된 컴퓨터 1대 이상 보유한 사업체 중 웹방화벽(Web-Firewall)을 사용하는 사업체 비중과 인터넷 이용자 중 1개월에 1회 이상 보안패치를 설치하는 이용자 비중의 평균으로 측정한다.

제 4 절 지수의 객관성

1. 전문가조사의 개요

지수체계에 대한 객관성과 타당성을 검증하고자 방송과 정보통신 영역의 각계 전문가를 대상으로 전문가 조사를 실시하였다.

조사 목적은 지수체계의 객관성을 확보하고 지수 가중치를 부여하는 것으로써, 1차 조사의 주요내용은 지수체계의 타당성과 측정항목의 적절성을 10점 만점을 기준으로 판단하도록 하고 개선 혹은 대체해야 할 사항을 판단하는 것이며, 2차 조사의 주요내용은 수정된 지수체계에 대한 재검토와 함께 4가지 하위지수 상호간과 각 하위지수 내 지표 간 상대적 중요성을 평가하는 것이다.

조사 기간은 2010년 12월 첫째 주의 일주일 동안에 1차 조사를 실시하였으며, 1차 조사결과를 바탕으로 지수체계를 수정·보완한 후에 12월 셋째 주의 일주일 동안

에 2차 조사를 실시하였다. 대상 전문가는 방송과 통신 및 융합을 포함한 정보통신 영역에서 관련 연구나 업무를 수행·담당하고 있는 산업계, 학계, 정부기관·연구계, 시민계의 총 32명을 대상으로 하였으며, 최종적으로는 <표 4-4>에서와 같이, 총 27명의 응답을 받았다. 조사 방법은 전문가와의 전화 통화를 통하여 전문가의견 조사 수용 여부를 확인한 후에 이메일로 설문조사지([부록5] 참조)를 송부하고 수신하였다.

<표 4-4> 전문가 조사 대상자의 구성

구 분	방송	정보통신	전체
산업계	5	3	8
학계	3	4	7
정부기관·연구계	3	3	6
시민계	2	4	6
합계	13	14	27

2. 지수체계의 타당성과 측정항목의 적합성

방송통신 발전지수의 지수체계에 대해서 10점 척도로 타당성을 평가하였다. 2차에 걸친 지수체계의 타당성에 대한 전문가 조사 결과를 보면, 다음 <표 4-5>와 같다. 1차 조사에서는 10점 기준으로 타당성 점수가 7.8점이었으며 7점 이상의 비율이 27명 중 25명으로 92.6%로 나타났다. 하위지수 편익성을 효용성으로 수정한 지수체계에 대한 2차 조사에서는 10점 기준으로 타당성 점수가 8.0점이었으며 7점 이상의 비율이 27명 중 25명으로 92.6%로 나타나 지수체계가 타당한 것으로 분석되었다.

<표 4-5> 지수체계의 타당성 조사 결과

지수체계 타당성	1차 조사		2차 조사	
	타당성 (10점 만점)	7점 이상 비율	타당성 (10점 만점)	7점 이상 비율
	7.8	92.6	8.0	92.6

방송통신 발전지수의 측정항목에 대한 적합성 평가 결과는 <표 4-6>에서 보이는 바와 같이, 모든 측정항목의 적합성 평균이 7점 이상으로 나타났다. 그 가운데서도 GDP 대비 방송통신산업 비중이 가장 적합한 것으로 나타났으며, 디지털방송 커버리지, 장애인 시청취 지원방송 편성 비중, 방송시장 분산도, 통신시장 분산도 등이 높은 적합성을 보였다.

<표 4-6> 측정항목의 적합성 조사 결과

측정항목	타당성(10점 만점)	7점 이상 비율
인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 (대)	7.4	77.8
디지털방송 커버리지 (%)	8.3	92.6
방송통신비 지출 부담 해소도 (%)	8.1	88.9
장애인 시청취 지원방송 편성 비중 (%)	8.3	88.9
소외계층 정보화 수준 (점/100점)	8.2	88.9
방송시장 분산도 (%)	8.3	96.3
통신시장 분산도 (%)	8.3	92.6
지상파방송 편성 균형도 (%)	7.5	74.1
지역 자체제작 편성 비중 (%)	7.9	88.9
GDP 대비 방송통신산업 비중 (%)	8.4	92.6
디지털유료방송 가입 비중 (%)	8.1	88.9
가상통신서비스 가입 비중 (%)	7.3	74.1
유무선통합서비스(FMC) 보급률 (%)	7.5	85.2
디지털방송 수신기 보급률 (%)	8.1	96.3
이동형 방송서비스(DMB) 이용률 (%)	7.2	85.2
SNS 서비스 이용률 (%)	7.4	88.9
생활서비스 인터넷 이용률 (%)	8.1	92.6
방송프로그램 만족 비중 (%)	8.0	88.9
이동전화 만족도 (점/100점)	8.0	85.2
IPTV 서비스 만족 비중(%)	7.7	85.2
웹보안률 (%)	7.5	81.5

제 5 장 방송통신 발전지수의 산출

본 장에서는 제4장에서 구성된 지수체계에 기반하여 지수를 산출하기 위해 필요한 가중치와 산식도출의 과정을 기술하고자 한다.

지수 작성의 가장 큰 문제점은 지표와 측정항목을 어떻게 체계화하느냐와 더불어 총계화 과정에서 하위지수와 지표에 대한 가중치를 어떻게 결정하느냐이다. 지수를 구성하는 하위지수와 지표들이 가중치를 구성하는 것은 지수가 나타내고자 하는 지수 개발 목적의 반영이며, 방송통신 발전지수의 경우에 방송통신정책 추진의 무게 중심을 의미하기 때문이다.

제 1 절 가중치 부여

가중치 부여는 상술한 2차 전문가 조사의 상대적 중요성 판단을 통하여 수행하였다. 첫 번째는 4가지 하위지수 상호간에 상대적 중요도를 측정하는 것으로 AHP방법⁴⁾에 기초하여 상대적 중요도를 -9~9까지 판단하도록 하였다. 두 번째는 하위 지수내 3~4가지 지표 및 측정항목에 대한 상대적 중요도를 측정하는 것으로 Swing방법⁵⁾에 기초하여 1순위 항목을 100점으로 하였을 때 상대적 중요도를 백분위 점수로 표기하도록 하였다.

4) AHP(Analytical Hierarchy Process)방법은 비교 대상 요소들을 9개의 단계로 쌍대 비교하여 중요도를 측정하는 방법으로 주관적인 가중치 적용의 대표적인 기법이다.

5) Swing기법은 특정 속성이 최악의 수준에서 최선의 수준으로 이동(swing)하는 경우 대안의 선호도에 어떤 영향을 미치는가를 백분위 점수로 분석하는 것으로서 대표적인 비 계층적 가치도출 기법이다.

1. 하위지수 가중치

전문가 조사결과로 받은 데이터를 AHP 분석 프로그램인 Expert Choice를 이용하여 분석한 결과, <표 5-1>과 같은 가중치 값을 구하였다. 전체적으로 보편성이 가장 중요하며 다양성, 효용성, 시장성 순으로 그 중요성이 낮아지는 것으로 나타났다. 특히, 보편성은 전체 지수의 40%를 차지하며 발전지수에서 보편성이 얼마나 중요한지를 나타내었다.

그런데, 한 가지 주목할 점은 방송분야와 정보통신분야 전문가 사이에 방송통신 발전에 대한 시각 차이이다. 방송분야 전문가는 보편성(38.4%) 다음으로 중요한 하위지수를 다양성(32.7%)으로 간주하였으나, 정보통신분야 전문가는 보편성(42.9%) 다음으로 중요한 하위지수를 효용성(28.5%)으로 보았다.

이러한 시각 차이는 방송통신 발전에 대한 사회적 합의가 전문가들 사이에서도 아직 이루어지지 못하였음을 나타내며, 방송통신정책의 추진방향과 미래과제에 대한 보다 심층적인 논의와 구체화가 필요함을 의미한다.

<표 5-1> 하위지수의 가중치

	하위지수 가중치(AHP값)		
	방송분야 전문가	정보통신분야 전문가	전체
보편성	0.384	0.429	0.415
다양성	0.327	0.153	0.231
시장성	0.142	0.133	0.143
효용성	0.147	0.285	0.211
	(Inconsistency: 0.02)	(Inconsistency: 0.01)	(Inconsistency: 0.00)

2. 지표와 측정항목의 가중치

방송통신 발전지수 내 지표의 상대적 중요성에 대한 응답 점수와 백분위 점수로 전환한 지표 가중치를 산출한 결과, <표 5-2>와 같이 나타났다.

하위지수 내 지표의 상대적 중요성에 대한 응답 점수로 본 경우에 다양성 내 공급 다양성(93.5)이 가장 중요한 지표로 분석되었으며, 다음으로 보편성 내 수신보장(90.6)과 접근비용(88.9), 효용성 내 이용도(88.9), 시장성 내 시장규모(87.8) 순으로 나타났다. 백분위 점수로 전환한 지표 가중치는 응답점수의 상대적 중요성과 유사하였으며, 다만 하위지수 내 지표수가 많은 시장성 내 지표 가중치가 낮게 산출되었다.

〈표 5-2〉 지표의 가중치

하위지수	지표	응답점수	지표 가중치(Swing값)
보편성	수신보장	90.6	36.7
	접근비용	88.9	36.0
	소외방지	67.6	27.4
다양성	공급다양성	93.5	38.7
	내용다양성	84.1	34.8
	지역다양성	63.9	26.5
시장성	시장규모	87.8	28.3
	유료시장	71.7	23.1
	공정경쟁	70.6	22.8
	인프라고도화	80.0	25.8
효용성	이용도	88.9	36.4
	만족도	85.7	35.1
	안전성	69.6	28.5

방송통신 발전지수 내 측정항목에 대한 상대적 중요성을 지표 내 백분위 점수로 전환한 측정항목 가중치를 산출한 결과, 〈표 5-3〉과 같이 나타났다.

접근비용, 내용다양성, 지역다양성, 시장규모, 유료시장, 공정경쟁, 안전성 등과 같이 지표 내 측정항목이 1개인 경우는 측정항목 가중치가 100이지만, 수신보장, 소외방지, 공급다양성, 인프라고도화, 이용도, 만족도 등과 같이 지표 내 측정항목이 2~3가지인 경우는 측정항목 가중치가 나뉜다.

〈표 5-3〉 측정항목의 가중치

하위지수	지표	측정항목	측정항목 가중치
보편성	수신보장	인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 (대)	44.6
		디지털방송 커버리지 (%)	55.4
	접근비용	방송통신비 지출 부담 해소도 (%)	100.0
	소외방지	장애인 시청취 지원방송 편성 비중 (%)	48.4
소외계층 정보화 수준 (점/100점)		51.6	
다양성	공급다양성	방송시장 분산도 (%)	51.3
		통신시장 분산도 (%)	48.7
	내용다양성	지상파방송 편성 균형도 (%)	100.0
	지역다양성	지역 자체제작 편성비중 (%)	100.0
시장성	시장규모	GDP 대비 방송통신산업 비중 (%)	100.0
	유료시장	디지털유료방송 가입 비중 (%)	100.0
	공정경쟁	가상통신서비스 가입 비중 (%)	100.0
	인프라고도화	유무선통합서비스(FMC) 보급률 (%)	43.8
디지털방송 수신기 보급률 (%)		56.2	
효용성	이용도	이동형 방송서비스(DMB) 이용률 (%)	29.3
		SNS 서비스 이용률 (%)	29.4
		생활서비스 인터넷 이용률 (%)	41.3
	만족도	방송프로그램 만족 비중 (%)	36.5
		이동전화 만족도 (점/100점)	34.5
		IPTV 서비스 만족 비중 (%)	29.0
안전성	웹보안률 (%)	100.0	

전체 가중치 값은 AHP 분석으로 산출된 하위지수의 가중치값과 Swing 분석으로 얻어진 지표의 가중치값, 그리고 상대적 중요성으로 도출된 측정항목의 가중치값을 고려하여 산출하였다. 전체 가중치는 다음 〈표 5-4〉에서 보여지는 바와 같이, 보편성 내 방송통신비 지출 부담 해소도(14.9)가 가장 중요한 항목으로 분석되었으며 디지털방송 커버리지(8.4), 지상파방송 편성 균형도(8.0) 순으로 높은 가중치를 보였다.

〈표 5-4〉 전체 가중치

하위지수	하위지수 가중치	지표	지표 가중치	측정항목	측정항목 가중치	전체 가중치 (100)
보편성	41.5(x1)	수신보장	36.7(y1)	인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 (대)	44.6(z1)	6.8(q1)
				디지털방송 커버리지 (%)	55.4(z2)	8.4(q2)
		접근비용	36.0(y2)	방송통신비 지출 부담 해소도 (%)	100(z3)	14.9(q3)
		소외방지	27.4(y3)	장애인 시청취 지원방송 편성 비중 (%)	48.4(z4)	5.5(q4)
				소외계층 정보화 수준 (점/100점)	51.6(z5)	5.9(q5)
다양성	23.1(x2)	공급다양성	38.7(y4)	방송시장 분산도 (%)	51.3(z6)	4.6(q6)
				통신시장 분산도 (%)	48.7(z7)	4.4(q7)
		내용다양성	34.8(y5)	지상파방송 편성 균형도 (%)	100(z8)	8.0(q8)
		지역다양성	26.5(y6)	지역 자체제작 편성비중 (%)	100(z9)	6.1(q9)
시장성	14.3(x3)	시장규모	28.3(y7)	GDP 대비 방송통신산업 비중 (%)	100(z10)	4.0(q10)
		유통시장	23.1(y8)	디지털유통방송 가입 비중 (%)	100(z11)	3.3(q11)
		공정경쟁	22.8(y9)	가상통신서비스 가입 비중 (%)	100(z12)	3.3(q12)
				유무선통합서비스(FMC) 보급률 (%)	43.8(z13)	1.6(q13)
		인프라고도화	25.8(y10)	디지털방송 수신기 보급률 (%)	56.2(z14)	2.1(q14)
효용성	21.1(x4)	이용도	36.4(y11)	이동형 방송서비스(DMB) 이용률 (%)	29.3(z15)	2.3(q15)
				SNS 서비스 이용률 (%)	29.4(z16)	2.3(q16)
				생활서비스 인터넷 이용률 (%)	41.3(z17)	3.2(q17)
		만족도	35.1(y12)	방송프로그램 만족 비중 (%)	36.5(z18)	2.7(q18)
				이동전화 만족도 (점/100점)	34.5(z19)	2.6(q19)
				IPTV 서비스 만족 비중 (%)	29.0(z20)	2.1(q20)
		안전성	28.5(y13)	웹보안률 (%)	100(z21)	6.0(q21)

※ 1. 하위지수의 가중치 결과: $x1+x2+x3+x4=100$

※ 2. 지표의 가중치 결과: $y1+y2+y3=100$, $y4+y5+y6=100$, $y7+y8+y9+y10=100$,
 $y11+y12+y13=100$

※ 3. 측정항목의 가중치 결과: $z1+z2=100$, $z4+z5=100$, $z6+z7=100$, $z13+z14=100$,
 $z15+z16+z17=100$, $z18+z19+z20=100$

※ 4. 전체 가중치 산식: $q1=x1 \times y1 \times z1$, $q2=x1 \times y1 \times z2$, $q3=x1 \times y2 \times z3$, ..., $q20=x4 \times y12 \times z20$,
 $q21=x4 \times y13 \times z21$

제2 절 산출방식 및 지수값

1. 기본 지수값

기본 지수값은 가능한 한 백분위로 표현되도록 분석한 원데이터값을 그대로 반영하여 <표 5-5>와 같이 나타났다.

<표 5-5> 기본지수값

하위지수	지표	측정항목	방송통신 발전지수	
			2008년	2009년
보편성	수신보장	인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 (대)	27.2	27.2
		디지털방송 커버리지 (%)	86.6	87.3
	접근비용	방송통신비 지출 부담 해소도 (%)	93.4	93.5
	소외방지	장애인 시청취 지원방송 편성 비중 (%)	21.9	27.5
소외계층 정보화 수준 (점/100점)		68.0	69.7	
다양성	공급다양성	방송시장 분산도 (%)	39.8	37.3
		통신시장 분산도 (%)	33.5	23.9
	내용다양성	지상파방송 편성 균형도 (%)	89.2	89.1
	지역다양성	지역 자체제작 편성비중 (%)	18.8	19.3
시장성	시장규모	GDP 대비 방송통신산업 비중 (%)	12.7	14.1
	유료시장	디지털유료방송 가입 비중 (%)	12.3	27.8
	공정경쟁	가상통신서비스 가입 비중 (%)	4.0	4.0
	인프라고도화	유무선통합서비스(FMC) 보급률 (%)	5.0	5.1
디지털방송 수신기 보급률 (%)		38.7	55.1	
효용성	이용도	이동형 방송서비스(DMB) 이용률 (%)	17.5	24.1
		SNS 서비스 이용률 (%)	44.6	65.7
		생활서비스 인터넷 이용률 (%)	13.5	16.8
	만족도	방송프로그램 만족 비중 (%)	43.4	50.3
		이동전화 만족도 (점/100점)	62.9	63.1
		IPTV 서비스 만족 비중 (%)	44.3	41.6
안전성	웹보안률 (%)	35.0	42.5	

※1. 공용 WiFi hot-spot 수에서 2008년과 2009년 데이터값은 각각 2008년 12월과 2009년 12월 기준의 데이터값이 아니라, 2009년 6월과 2010년 6월의 누적 데이터값이다.

※2. GDP 대비 방송통신산업 비중에서 방송통신산업 생산액의 2009년 데이터값은 방송통신산업통계월보 7월호에 실린 잠정치이다.

※2. 가상통신서비스 가입 비중에서 2009년 데이터값은 2006~2008년의 3년 평균 성장률을 반영하여 산출한 추정치이다.

2. 가중치 부여된 지수값

최종 지수값은 기본 지수값에 전문가 조사로 도출된 가중치를 반영한 <표 5-6>의 산출식을 통하여 <표 5-7>과 같은 최종 결과값을 산출하였다.

지수는 기준시점값의 상대값을 나타내는 것으로써, 본 지수에서는 2008년도 기본 지수값을 기준시점값으로 상정한다. 2008년 기본지수값이 그대로 가중치 부여된 지수값이 되며, 2009년 기본지수값을 2008년 기본지수값으로 나누고 가중치를 곱한 값이 된다.

<표 5-6> 가중치 부여된 지수값 산출식

$$\begin{aligned} & 2009\text{년의 가중치 부여된 지수값 산출식은} \\ & = (2009\text{년 기본지수값}) / (2008\text{년 기본지수값}) \times \text{가중치} \end{aligned}$$

가중치가 부여된 최종 지수값을 산출한 결과, 2009년 지수값은 2008년 지수값(100)을 기준으로 10.2p가 상승한 110.2로 나타났다. 즉, 국내 방송통신 발전 수준은 전반적으로 발전한 것으로 파악되었다. 디지털유료방송 가입 비중이 4.2p 상승하여(3.3→7.5) 가장 높은 성장을 보였으며, 다음으로 장애인 시청취 지원방송 편성 비중(1.4p 상승), 웹보안률(1.3p 상승), SNS 서비스 이용률(1.1p 상승) 등이 발전한 것으로 분석되었다.

반면에 통신시장 분산도가 1.3p 감소하여(4.4→3.1) 통신시장의 다양성이 결여되고 있는 것으로 나타났으며, 방송시장 분산도(0.3p 감소), IPTV 서비스 만족 비중(0.1p 감소) 등도 퇴보한 것으로 분석되었다.

〈표 5-7〉 2008~2009년 방송통신 발전지수: 측정항목별 변화 분석

하위지수	지표	측정항목	방송통신 발전지수		증감
			2008년	2009년	
보편성	수신보장	인구 천명당 공용 WiFi hot-spot 수 (대)	6.8	6.8	-
		디지털방송 커버리지 (%)	8.4	8.5	△
	접근비용	방송통신비 지출 부담 해소도 (%)	14.9	14.9	-
		소외방지	장애인 시청취 지원방송 편성 비중 (%)	5.5	6.9
	소외계층 정보화 수준 (점/100점)		5.9	6.0	△
다양성	공급다양성	방송시장 분산도 (%)	4.6	4.3	▽
		통신시장 분산도 (%)	4.4	3.1	▼
	내용다양성	지상파방송 편성 균형도 (%)	8.0	8.0	-
	지역다양성	지역 자체제작 편성비중 (%)	6.1	6.3	△
시장성	시장규모	GDP 대비 방송통신산업 비중 (%)	4.0	4.4	△
	유료시장	디지털유료방송 가입 비중 (%)	3.3	7.5	▲
	공정경쟁	가상통신서비스 가입 비중 (%)	3.3	3.3	-
	인프라고도화	유무선통합서비스(FMC) 보급률 (%)	1.6	1.6	-
		디지털방송 수신기 보급률 (%)	2.1	3.0	△
효용성	이용도	이동형 방송서비스(DMB) 이용률 (%)	2.3	3.2	△
		SNS 서비스 이용률 (%)	2.3	3.4	▲
		생활서비스 인터넷 이용률 (%)	3.2	4.0	△
	만족도	방송프로그램 만족 비중 (%)	2.7	3.1	△
		이동전화 만족도 (점/100점)	2.6	2.6	-
		IPTV 서비스 만족 비중 (%)	2.1	2.0	▽
	안전성	웹보안률 (%)	6.0	7.3	▲
계			100.0	110.2	▲

※ 증감은 1p 이하 상승의 경우에 △, 1p 이상 상승의 경우에 ▲, 1p 이하 감소의 경우에 ▽, 1p 이상 감소의 경우에 ▼로 나타낸다.

가중치가 부여된 최종 지수값에 기초하여 하위지수와 지표의 발전 정도를 파악하면, 〈표 5-7〉에서 보여지는 바와 같이 국내 방송통신 수준이 전반적으로 발전한 것으로 나타난다. 유료시장 지표의 상승과 시장규모 및 인프라고도화 지표의 약진으로 시장활성화와 다양한 방송통신서비스 제공을 판단하는 방송통신 시장성이 발

전한 것으로 분석되었다. 그리고 이용도 지표의 상승과 만족도 및 안전성 지표의 약진으로 방송통신 이용 확산과 안전성 확보를 측정하는 방송통신 효용성이 증대된 것으로 분석되었다. 또한, 소외방지 지표의 상승과 더불어 수신보장 지표의 약진으로 누구나가 방송통신서비스를 쉽게 접할 수 있는 환경이 구현되고 있는 것으로 나타났다. 즉, 방송통신 보편성이 확대되고 있는 것으로 분석되었다. 다만, 공급다양성 지표의 감소로 국민의 다양한 견해 반영과 선택권 제공을 판단하는 방송통신 다양성은 오히려 퇴보한 것으로 나타났다.

〈표 5-8〉 2008~2009년 방송통신 발전지수: 하위지수와 지표별 변화 분석

하위지수	방송통신 발전지수		증감	지표	방송통신 발전지수		증감
	2008년	2009년			2008년	2009년	
보편성	41.5	43.1	△	수신보장	15.2	15.3	△
				접근비용	14.9	14.9	—
				소외방지	11.4	13.0	▲
다양성	23.1	21.7	▽	공급다양성	9.0	7.4	▽
				내용다양성	8.0	8.0	—
				지역다양성	6.1	6.3	△
시장성	14.3	19.9	▲	시장규모	4.0	4.4	△
				유료시장	3.3	7.5	▲
				공정경쟁	3.3	3.3	—
				인프라고도화	3.7	4.6	△
효용성	21.2	25.5	▲	이용도	7.8	10.5	▲
				만족도	7.4	7.7	△
				안전성	6.0	7.3	△
	100.0	110.2			100.0	110.2	

※ 증감은 2p 이하 상승의 경우에 △, 2p 이상 상승의 경우에 ▲, 2p 이하 감소의 경우에 ▽, 2p 이상 감소의 경우에 ▼로 나타낸다.

제 6 장 연구의 한계와 제언

제 1 절 연구의 한계와 향후 과제

본 연구에서는 국내 방송통신 발전 수준을 파악하기 위한 방송통신 발전지수 개발을 도모하였다. 방송통신 발전지수는 방송통신의 공익성 추구하고 산업발전을 목표로, 보편성, 다양성, 시장성, 효용성 등 4가지 하위지수, 13가지 지표, 21가지 측정항목으로 구조화 하였다. 이론 검토와 정책이념 분석에 기반하여 지수체계를 구조화 하였으며 전문가 브레인스토밍과 전문가 조사를 통하여 지수체계의 객관성을 확보 하였다.

그리고 전문가 조사로 도출된 가중치를 반영하여 최종지수값을 산출한 결과, 2009년 지수값(110.2)은 2008년 지수값(100)을 기준으로 10.2p가 상승한 것으로 나타나, 국내 방송통신 수준이 전반적으로 발전한 것으로 파악되었다. 유료시장 지표의 상승과 시장규모 및 인프라고도화 지표의 약진으로 시장활성화와 다양한 방송통신서비스 제공을 판단하는 방송통신 시장성이 발전한 것으로 분석되었다. 그리고 이용도 지표의 상승과 만족도 및 안전성 지표의 약진으로 방송통신 이용 확산과 안전성 확보를 측정하는 방송통신 효용성이 증대된 것으로 분석되었다. 또한, 소외방지 지표의 상승과 더불어서 수신보장 지표의 약진으로 누구나가 방송통신서비스를 쉽게 접할 수 있는 환경이 구현되고 있는 것으로 나타났다. 즉, 방송통신 보편성이 확대되고 있는 것으로 분석되었다. 다만, 공급다양성 지표의 감소로 국민의 다양한 견해 반영과 선택권 제공을 판단하는 방송통신 다양성은 오히려 퇴보한 것으로 나타났다.

이상과 같이, 본 연구에서는 국내 방송통신의 현황과 변화 양상을 파악할 수 있는

지수체계를 개발하고 지수값 산출을 시도하였으나, 올바른 지수 체계는 변화하는 현실을 반영할 수 있는 진화하는 지수체계여야 한다는 점을 고려한다면 이번에 제시한 방송통신 발전지수는 아직 완결된 버전이 아니다. 확보 가능한 데이터의 한계를 가지고 있으며 기술발전이 빠른 최근의 상황을 볼 때에 어쩌면 영원한 베타버전이 될 수도 있다.

본 연구가 제안한 지수의 활용성을 높이기 위해서는 방송통신 환경 및 정책 현황과의 비교 분석을 통하여 기술발전의 속도 및 디지털사회의 변화와 방송통신정책의 목표에 유연하게 대응할 수 있는 지수체계로 구성되었는지 재검토하여야 하며 변화양상을 반영할 수 있는 측정항목의 개발 등 지수 구성을 정교화 하는 후속연구가 필요하다. 따라서 본 연구의 한계에 기초하여 지수 개발 과정에서 선행되어야 할 과제를 제시함으로써, 향후에 진행될 후속연구 혹은 방송통신 관련 지수 개발의 안내자 역할을 하고자 한다.

첫째, 방송통신 발전에 대한 개념 정립과 사회적 합의 도출이다. 방송통신 발전은 다차원적이고 복합적인 의미로 개념 정의된다. 즉, 방송통신 발전은 방송, 통신, 융합의 발전을 포괄적으로 의미하는 것으로써, 경제적 차원의 산업 활성화와 국가경쟁력 강화, 기술적 차원의 기술 발전과 네트워크 고도화, 문화적 차원의 삶의 질 향상과 국민 권리의 증진, 그리고 방송통신의 사회적 영향 확대를 의미한다. 하지만, 이러한 복합적 개념 정의는 관련 정책목표를 모호하게 하고 보는 시각에 따라 정책 추진의 무게중심을 다르게 함으로써, 정책 판단을 어렵게 하여 오히려 발전을 저해할 수 있다. 방송통신 발전으로 이루고자 하는 공통의 목표에 맞추어서 개념을 정의하고 정책을 추진함으로써 방송통신 발전이 초래하는 결과들을 그대로 인정하고 만족도를 높일 수 있다.

둘째, 지속적인 지수 개발 연구의 추진이다. 방송통신의 현재 수준과 변화추이를 종합적이고 실증적인 방법으로 파악하기 위하여서는 방송통신 발전 정도를 평가할 수 있는 지수개발이 지속적으로 요구된다. 왜냐하면, 방송통신이 사회에 미치는 영향력이 점차 더 확대되고 강화됨에 따라서, 이러한 다양한 변화를 정확하게 파악하

고 그 추이를 올바르게 예측하기 위해서는 방송통신 발전지수의 산출방법이나 해석도 변화되어야 한다. 그리고 융합은 새로운 기술의 등장과 함께 끊임없이 변화하는 역동적 개념을 가지고 있기 때문이다. 따라서 방송통신 발전수준의 측정에 관한 연구는 지속적으로 이루어져야 하며 방송통신 발전에 대한 끊임없는 관찰 및 분석을 통하여 미래 추진방향을 제시해 주어야 한다.

셋째, 변화하는 방송통신 환경을 반영할 통계조사와 측정항목의 개발이다. 지수를 개발하는 과정에서 가장 어려웠던 점은 방송통신을 포괄하는 단일의 측정항목이 거의 없었다는 점이다. 더욱이 지수개발에 필요한 원자료에 해당되는 조사들이 대부분 부처별로, 사업별로, 영역별로 분편화 되어 이루어짐으로써 이들 간에 정합성을 찾기 힘들은 물론 비교가 거의 불가능하였다는 점이다. 특히, 융합이라는 관점에서 통시적 변화를 살펴보기 위해서는 다양한 플랫폼의 이용을 한 조사에서 포착할 수 있어야 하는데, 국내에 이러한 기준을 충족시키는 조사는 거의 없는 편이다. 현재 정보통신정책연구원에서 미디어패널조사를 시작하였지만, 조사항목이 정교화 되고 전국 단위의 시계열 데이터가 확보되기까지는 시간이 걸릴 것이다.

제2 절 새로운 측정항목

지수 개발은 지수체계 구축에서부터 지수값 산출까지 매우 까다로운 작업을 수반한다. 그 가운데 무엇보다도 필요한 것은 수준을 판단할 수 있는 데이터의 확보이다. 이번에 제시된 방송통신 발전지수는 확보 가능한 데이터의 한계로 지수 활용성의 한계를 가지고 있다. 이에 지수 개발 과정에서 개발 필요성이 제시된 측정항목을 제안하고자 한다. 전문가 협의와 전문가 조사에서 논의된 측정항목이며, 현재의 방송통신 환경 파악을 위해서도 꼭 필요한 데이터이다.

첫째, 융합과 관련된 수요자 중심의 측정항목이다. 결합상품은 현재 4가지(유선전화, 이동전화, 인터넷, IPTV)가 융합되어 있는데, 이용자 입장에서 측정할 수 있는 측정항목이 필요하다.

둘째, ‘디지털 지상파 수신률’이다. 소외계층 뿐만 아니라 모든 국민이 수신할 수 있는 가능성이 중요하다. 본 지수에서 제시한 ‘디지털 지상파 커버리지’로는 실제 국민 수신률을 파악하기 어렵다.

셋째, ‘미디어 리터러시 수준’이다. 본 지수에서 제시한 소외계층 정보화 수준으로는 보편성을 측정하는 것이 한정된다. 일반 국민 사이에서도 디지털 활용 능력의 격차가 발생하고 있으며 최근에는 인터넷이 아닌 모바일 환경으로 기반으로 디지털 환경이 변모하고 있다.

넷째, ‘내용다양성’을 측정할 수 있는 측정항목이다. 가령, 방송의 경우 보도의 편성 비중이나 외주제작 비율의 증가, 또는 지역방송의 자체제작 비율이 높아진다고 해서 방송내용의 질이 높아졌다고 할 수 없기 때문에 양적·질적 평가방법을 병행하는 방법도 고려해 볼 수 있다. 그리고 보도·교양·오락 등 장르별 분류가 아니라 이용자가 선택 가능한 또는 시청하고 있는 프로그램의 다양성을 보여줄 수 있는 새로운 분류체계에 대한 연구가 검토되어야 하며, 현재의 지상파방송 뿐 만 아니라, 케이블방송과 위성방송까지 포괄적으로 파악할 수 있는 조사가 필요하다.

다섯째, ‘공정경쟁에 대한 객관적 수준’이다. 공정경쟁 환경은 여러 가지 환경과 연계된 복합적 의미를 가지므로, 단일 계량 데이터로 판단하기에는 한계가 있다. 이에 공정경쟁에 대해서 측정할 수 있는 구체화된 항목에 기초하여 관련 전문가 대상의 질적 데이터 확보도 함께 고려되어야 한다.

참 고 문 헌

<국내문헌>

- 강대인(2003). 『한국방송의 정체성 연구』, 커뮤니케이션스북스
- 강상현(2006). 『디지털 시대, 방송의 공익성 정립 방안』, 방송위원회.
- 고창열(2006). “미국의 보편적서비스 제도 관련 논의”, 《정보통신정책》 제18권 제19호.
- 김대호(2009). “방송 서비스의 보편적 서비스 정책 연구”, 《정보통신정책연구》 제16권 제3호.
- 김영주(2008). “방송산업에서의 보편적 서비스 제도화에 관한 연구”, 《한국방송학보》 제22권 제5호.
- 김재영·박규장(2005). “디지털 시대의 방송 공익성과 지상파방송 정책 패러다임”, 《사회과학연구》 제16권.
- 남궁협(2006). “방송통신 융합 시대 방송의 새로운 공공성에 관한 일고”, 한국언론정보학회 세미나 자료집 《방송통신융합과 통합미디어 관련 의제 설정》.
- 박은희(2006). “융합 환경에서의 수용자 복지정책유형과 추진과제”, 《방송연구》 2006년 겨울호.
- 박홍수(1995). “다채널 시대의 프로그램 공익성 구현방안에 대한 고찰”, 《연세행정논총》 제20집.
- 손승혜(2004). “위성방송 사업의 경쟁 형태와 규제 정책에 관한 연구”, 《한국방송학보》 제18권 제1호.
- 심미선·김재영(2003). “디지털 시대 방송 공익성 개념에 대한 재정의”, 《방송과 커뮤니케이션》 2003년호.

- 윤석민(2006). “21세기 초반 우리나라 방송산업의 주요 동향과 정책 쟁점들”, 《방송과커뮤니케이션》 제7권 1호.
- 윤영철(2001). “디지털시대 방송의 공익성과 민주주의”, 《방송연구》 2001년 여름호.
- 이원태·유지연(2009). 『방통융합의 사회적 순기능과 역기능에 대한 미래정책 연구』, 정보통신정책연구원 경제·인문사회연구회 협동연구총서.
- 이제영(2005). “디지털 미디어융합시대 방송의 공영성 개념에 관한 주관성 연구”, 《주관성연구》 통권 제11호.
- 이진로(2004). “지역방송의 지역성 구현과 방송법의 규제 방안”, 《한국방송학보》 통권 제18-3호.
- 정애리(2007). “융합형 콘텐츠 확산에 따른 수용자 복지 개념의 변화: 격차를 넘어서”, 《방송연구》 2007년 겨울호.
- 정용준(2009). “미디어 공공성의 다양성과 주요 쟁점”, 《한국방송학회 2009 봄철 정기학술대회 자료집》.
- 정인숙(2004). “방송시장에서의 공정경쟁 기본원칙과 불공정 거래행위 분석”, 《방송연구》 통권 제58호.
- 정인숙(2007). “공영방송의 디지털 전환 이슈와 정책적 대응”, 《방송연구》 제64권.
- 정재하·방송위원회(2006). 『지상파 다채널방송의 영향분석 연구』, 방송위원회 연구보고서 2006-15호.
- 정지연(2007). “DMB 정책과정에서 살펴본 디지털 미디어의 공공성에 관한 연구”, 《사이버커뮤니케이션학보》 통권 제21호.
- 주정민(2003). “방송통신 융합 서비스의 도입과 채택, 확산에 관한 연구”, 《Telecommunication Review》.
- 최현철(2000). “디지털 텔레비전 방송과 공익실현 정책”, 《방송연구》 2000년 겨울호.

<국외문헌>

- BBC(2004). "Building the public value".
- Bollier, D.(2000). "Asserting the Public Interest in Digital Media: The Challenge for Philanthropies", New York University Law School.
- Entman, R. & Wildman, S.(1992). "Reconciling economic and non-economic perspectives on media policy: Transcending the marketplace of ideas", *Journal of Communications*, 21(1).
- Grant, A. E.(1994). "The promise fulfilled? An empirical analysis of program diversity on television", *The journal of media economics*, 7(1).
- Geller, H.(2003). "Promoting the Public Interest in the Digital Era", *Federal Communications Law journal*.
- Jenkins, H.(2006) "Convergence Culture: Where Old and New Media Collide", 김정희 원 · 김동신 역(2008), 『컨버전스 컬처』, 서울: 비즈앤비즈.
- Kim, Eun-Mi(2001). "Rethinking Public Interest in Digital Broadcasting: A Review of Policy Discourse in Korea", 정보통신정책연구원.
- Mcquail, D.(1992). 『Media Performance』, London, Sage.
- Miller, S.(1996). 『Civilizing cyberspace: Policy, power, and the information superhighway』, New York : ACM Press.
- Napoli, P. M.(2001). 『Foundations of Communications Policy: principles and process in the regulation of electronic media』, Hampton Press.
- Noll, M.(2003). "The Myth of Convergence", *The International Journal on Media Management*, 5(1).
- OECD(2004). "The Implications of Convergence for regulation of Electronic Communications", DSTI/ICCP/TISP, 2004. 7. 12.
- OFCOM(2006). "Consumer Engagement with Digital Communications Services".

OFCOM(2008). "What is convergence?", CTT Seminar.

Van der Wurff, R. & Culienburg, J.(2001). "Impact of moderate and ruinous competition on diversity: Dutch television market", *Journal of Media Economics*, 14(4).

<기타>

방송통신위원회(2010). 「방송산업실태조사」 .

방송통신위원회(2010). 「방송매체이용행태조사」 .

한국은행(2010). 「인터넷뱅킹서비스현황」 .

한국인터넷진흥원(2010). 「인터넷이용실태조사」 .

한국인터넷진흥원(2010). 「무선인터넷 이용실태조사」 .

한국인터넷진흥원(2010). 「정보보호 실태조사」 .

한국정보통신산업협회(2010). 「정보통신산업실태조사」 .

행정안전부(2010). 「정보격차지수 및 실태조사」 .

한국정보통신산업협회 방송통신통계포털. <http://icti.or.kr>

통계청 국가통계포털. <http://kosis.kr>

OFCOM(2005). *Capitalising on Convergence*.

OFCOM(2010). *International Communications Market*.

UNESCO IPDC(2008). *Media Development Indicators*.

[부록 1] 정보보호실태조사 조사항목

1. 개인 조사항목

구분		조사항목
정보보호 인식	정보보호의 중요성에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> - 정보보호의 중요성 인식 - 정보화 역기능 유형별 인지 여부 - 정보화 역기능의 심각성에 대한 인식 - 정보화 역기능 유형별 심각성에 대한 인식
	정보보호 관련 학습 및 정보수집 활동	<ul style="list-style-type: none"> - 정보보호 관련 최신 정보/대책 수집 여부 - 정보보호 관련 최신 정보/대책 수집 활동 - 정보보호 관련 최신 정보/대책 수집 활동을 하지 않는 이유 - 정보보호 관련 최신 정보/대책 수집 활동을 하는 이유
정보화 역기능 대응 실태	정보보호 제품 이용 및 정보보호 대책	<ul style="list-style-type: none"> - 정보보호 제품별 이용 현황 - 정보화 역기능 대처 방안 - 정보보호 대책 실시 여부 - 정보보호 대책을 충분히 실시하지 못한 이유
	인터넷 침해사고(해킹, 웹·바이러스, 애드웨어/스파이웨어)대응	<ul style="list-style-type: none"> - 실시간 웹·바이러스 검사기능 설정 여부 - 웹·바이러스 예약검사 기능 활용 여부 - 웹·바이러스 검사 빈도 - 백신 프로그램 업데이트 방법 - 파일 다운로드 시 바이러스 검사 방법 - 보안패치 설치 방법 - 보안패치 설치 빈도 - 웹사이트 접속 시 설치 보안경고창 대처 방법
	데이터 보안관리	<ul style="list-style-type: none"> - 비밀번호 설정 여부 - PC 및 웹사이트 비밀번호 변경 주기 - 데이터 백업 빈도
	불법스팸 대응	<ul style="list-style-type: none"> - 출처 불명의 이메일 수신 시 대처 방법 - 이메일 스팸 방지 조치 - 이메일 스팸 차단을 위한 기술적 조치 - 이메일 스팸 차단을 위한 조치를 취하지 않는 이유 - 휴대전화 스팸 방지 조치 - 휴대전화 스팸 차단을 위한 기술적 조치 - 휴대전화 스팸 차단을 위한 조치를 취하지 않는 이유

구분	조사항목	
	개인정보/ 프라이버시 침해 대응	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 상 개인정보 제공 목적 - 개인정보 제공 경험이 많은 사이트 - 개인정보 제공 시 관리 수준 확인 여부 - 개인정보 제공 시 관리 수준을 확인하지 않는 이유 - 개인정보 제공 시 관리 수준 확인 방법 - 개인정보보호정책/이용약관에서 확인하는 내용 - 개인정보보호정책/이용약관의 개인정보보호 효과 - 주민번호 대체수단(i-PIN 서비스)인지·이용 여부 및 이용만족도 - 보안서버 존재 인지 여부 - 보안서버 식별 방법 인지 여부 - 보안서버 여부 확인 - 보안서버의 필요성
정보화 역기능 피해현황	인터넷침해사고 (해킹, 웹바이러스, 애드웨어스파이웨어)	<ul style="list-style-type: none"> - 유형별 피해 경험률 및 피해 건수 - 유형별 신고 건수 - 웹·바이러스 감염 경로 - 인터넷 침해사고 피해를 신고하지 않은 이유
	개인정보/프라이버시 침해	<ul style="list-style-type: none"> - 개인정보/프라이버시 침해 경험 및 횟수 - 개인정보/프라이버시 침해 유형 - 개인정보/프라이버시 침해 보상 경험 여부 - 개인정보/프라이버시 침해 보상 횟수 및 보상액 - 개인정보/프라이버시 침해 적정 보상액 - 개인정보/프라이버시 침해에 대한 기관별 문의 여부 및 횟수 - 개인정보/프라이버시 침해를 신고/상당하지 않은 이유 - 개인정보/프라이버시 침해 방지를 위한 투자 여부 및 예상투자 금액
	불법 스팸	<ul style="list-style-type: none"> - 스팸 유형별 피해 심각성 - 이메일 스팸으로 인한 피해 유형 - 휴대전화 스팸으로 인한 피해 유형
	피싱/파밍	<ul style="list-style-type: none"> - 피싱/파밍 경험 - 개인정보, 금융정보 변경요청 이메일 수신 경험 - 개인정보, 금융정보 변경요청 이메일 수신 시 해당기관 확인 여부
	불건전 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 정보검색 중 음란물에 접한 경험 여부 - 정보검색 중 음란물에 접한 빈도 - 음란물 이외 자주 접하는 불건전 정보 유형

2. 기업 조사항목

구분		조사항목
정보보호 기반 및 환경	정보보호 정책 및 조직	공식적으로 문서화된 정보보호정책 수립 여부, 정보 보호 정책 내용, 내부 사용자 정보보호지침 제정·운영 현황, IT 관련 책임자의 명시적 임명 여부, 정보관리 책임자, 정보보호책임자, 개인정보관리책임자, 공식적 인 IT 전담조직 설치 및 운영, 정보보호 전담조직, 개 인정보보호 전담조직
	정보보안 위협환경	정보보안 위협 원천별 우려 정도, 사이버 환경상의 안 전성 정도
	정보보호 교육	정보보호 교육의 필요성, 정보보호 교육 실시 여부, 대상별 정보보호 교육 실시 현황, CEO 대상, 정보보 호 책임자급 직원 대상, IT 및 정보보호 실무자 대상, 일반직원 대상, 외부인력 대상, 개인정보 관리자 대상
	정보보호 투자	정보화 투자 대비 정보보호 투자비율, 정보보호 관련 지출이 없는 이유, 예산 항목별 정보보호 지출 비율
정보보호 대책	정보보호 시스템 및 서비스 도입	정보보호 제품별 사용 현황 및 인증 여부, 보안 취약 성 점검 도구 사용 여부, 정보보호 업무의 아웃소싱, 정보보호 서비스 유형별 아웃소싱
	보안관리	정기적인 보안점검 수행 여부, 보안패치 적용방법, 클 라이언트 PC, 외부공개 네트워크 서버, 내부이용 로 컬 서버, 정보보호 시스템, 정보보호 시스템 사용자 인증 방식)
개인정보보호 조치	개인정보보호 정책	개인정보 취급방침별 공개 여부, 개인정보 이용/제공 시 이용자 동의 여부, 개인정보 제 3자 제공/취급 위탁 여부, 개인정보 제공 형태, 개인정보 제공 시 공지 및 동의 여부, 개인정보 취급 위탁 시 공지 및 동의 여부, 개인정보 파기 절차 및 방법에 대한 지침 확보, 개인 정보 침해사고 사후처리방침 문서화 여부, 개인정보보 호 전담조직 내부관리계획 수립 여부, 내부관리계획 세부 내용, 개인정보관리책임자의 직급 및 직책, 임직 원 대상 보안서약서 서명 여부, 개인정보보호 교육계 획 수립 여부, 개인정보보호 교육계획 세부내용
	개인정보보호를 위한 관리적 조치	비밀번호 작성규칙 수립 여부, 개인정보취급자 비밀 번호 작성규칙 수립/이행 여부, 개인정보취급자 비밀 번호 작성규칙 내용, 개인정보취급자 PC에 P2P 사용 규제 여부, 개인정보취급자 PC 공유 설정 여부, 공유

구분		조사항목
		설정 시 접근제어 수행 여부, 본인인증정보의 일방향 암호화 저장 여부, 개인정보취급자 PC 저장 시 암호화 설정 여부, 개인정보 출력항목 최소화 여부, 종이 인쇄 및 이동식 저장매체 복사 시 기록 내용, 개인정보관리책임자 사전 승인 여부, 출력/복사 시 정보통신망법 위배 확인 여부, 개인정보 불법 유출 시 법적책임 주지 여부, 개인정보 조회/출력 시 개인정보보호 조치 방법
	개인정보처리시스템 관리 및 접근통제	개인정보처리시스템 운영·관리 여부, 개인정보 처리시스템 접근권한 제한 여부, 책임자/취급자 변경 시 접근권한 변경/말소 여부, 접근권한 부여/변경/말소 내역 기록/보관 여부, 개인정보처리시스템 외부망 접속가능 여부, 외부망 접속 시 인증수단 적용 여부, 개인정보처리시스템 접속기록 저장/관리 여부, 접속기록 관리 방법, 개인정보처리시스템 내 개인정보 암호화 저장 여부, 암호화 저장 항목
	보안서버 구축 및 i-PIN 서비스 도입	보안서버 도입 여부, 보안서버 구축 방식, 보안서버 도입 및 확대/계획 여부, 웹사이트를 통한 주민번호 수집 여부, 인터넷 상 본인확인 수단 서비스 인지 여부, 향후 i-PIN 서비스 이용 의향
침해사고 대응 및 스팸통제	침해사고 대응	정보보안 침해사고 대응 활동을 위한 내용, 정보보호 활동 평가수단, 침해사고 시 문제해결을 위한 대외협력채널, 사이버 보안사고 대비 보험 가입 여부, 사이버 보안사고 발생 시 신고 정도, 사이버 보안사고 발생 시 미신고 이유, 재해 및 침해사고 대비 비상복구 계획 수립/운영 현황
	스팸 통제	이메일 중 스팸이 차지하는 비율, 메일서버 운영 여부, 안전한 이메일 송수신을 위한 방안, 이용 중인 이메일 스팸 통제 수단, 이메일 스팸 차단을 위한 계획
침해사고 피해	피해 빈도	인터넷 침해사고 유형별 피해 빈도, 워·바이러스, 트로이잔 감염 피해 경로
	피해 규모	매출 손실, 생산효율 저하, 복구비용, 데이터 재생산 비용
	개인정보 침해사고 피해	개인정보 유/노출 사고 경험 여부, 개인정보 유/노출 사고 경험 빈도, 개인정보 유/노출 개인정보 건수, 피해 원인, 개인정보 침해사고 처리 총 투입 직원 수, 개인정보 침해사고 처리 총 투입 일수

[부록 2] 통신시장현황조사 조사항목

지수	지표	측정항목
방송통신 산업 환경	방송통신 산업 발전	방송통신 산업의 총규모(십억 파운드 L bn)
		방송가입가구수(백만)
		일인당 시청시간(분/일)
		최대채널의 점유율(%)
		인구100인당 모바일가입자수
		인구100인당 3G가입자수
		광대역중 DSL의 비중
		WiFi hot-spot(1000개소)
		1인당 방송통신 산업 매출액(pound)
	규제여건	통합규제기관의 유무(bin)
		TPS QPS의 존재여부(bin)
		주파수자원 관리방식: 경매제도 도입여부
		NGA(프리미엄망) 개방문제
		가입자망 기능분리(functional separation): 도매재판매
		망중립성 보호여부(인터넷 내 차별)
		가입자망 분리(local loop unbundling)
		콘텐츠 규제
	요금수준	모바일 터미내이션비용 규제 도입여부
		모바일 국제 로밍 요금규제
	융합 시장과 이용 (인터넷포함)	멀티플랫폼간 유통콘텐츠
Bundling으로 인한 최소가격(할인률): Basket4기준		
1인당 온라인방송 및 비디오 매출액 규모		
멀티서비스 융합산업 (융합산업: 콘텐츠와 음성)		1인당 디지털 음악 매출액 규모
		광고수익중 인터넷의 비중(%)
		인구100인당 온라인영화 매출액(DTO+VOD) L
		휴대폰을 통한 사진, 동영상 촬영 활용정도(%)
(network convergence)		사진이나 비디오물의 인터넷 게시(%)
		위키피디아 게시글 수
		IPTV가입자수(천명)
		인구100인당 VOIP가입자수
		모바일방송: 유료 모바일방송가입자수나 인당 매출
유선-무선 융합상품(듀얼모드 & 모바일/위피, 모바일VOIP)		

대분류	중분류	지표항목
방통융합시장 과 이용 (인터넷 포함)	융합소비	세컨드라이프 이용자 비중(전 세계 가입자중 %)
		소셜네트워킹 이용자 비중(%)
		IM의 이용율(%)
		영화나 방송 전체를 인터넷으로 다운받거나 보는 비중(%)
		라디오를 인터넷으로 듣는 비중(%)
		음악이나 podcast를 인터넷으로 다운, 듣는 비중(%)
		디바이스의 보급율(%) MP3 or 4
		모바일폰의 메시지 이용(ex, SMS, MMS, MP3, radio)
		모바일 폰을 통한 MP3 청취
		모바일 폰을 통한(MP3나) 라디오 청취
방송시장과 이용	HDTV의 성장	HD수신가능 단말기의 보급가구수(million)
		HD방송채널 수
		HD가입가구율(%)
	디지털 전환	디지털 전환완료 예정년도
		DTV서비스 보급율(%)
	국제 뉴스채널	자국어로 방송되는 국제뉴스채널
	인수합병 진척	주요 방송통신 인수 건
	유료방송시장	모바일 스포츠 방송채널(플랫폼 간 융합의 선진마켓)
	방송산업	방송 산업의 수익규모(L bn)
		방송 산업의 수익구조(1인당) 비중: 공적, 가입, 광고
		공영채널의 장르별 프래그램 비중(Factual)
		프로그램의 소스별 비중(자체)
		프로그램의 생산지역별 비중(국내)
방청객	플랫폼의 가용성(지상파 외 플랫폼의 비중)	
	플랫폼의 디지털화(메인세트 플랫폼중 디지털비중)	
	디지털 방송 보급율(%)	
	유료방송의 가구 비중(%)	
	일인당 방송시청시간(분/일)	
공영방송의 시청비중(%)		
라디오 시장과 이용	디지털라디오	성인의 디지털 라디오세트 보급율(%)
		라디오 산업의 성장율(2002-2006)(%)
		라디오스테이션 수 or 인당
	디지털라디오 플랫폼 이용자	라디오 산업 수익중 광고료 비중(%)
		라디오 산업의 1인당 매출액(Pound)
		주당 라디오 청취시간

대분류	중분류	지표항목
통신시장	모바일의 성장과 유선대체율	일인당 유선대비 무선 이용시간의 비율(%)
		모바일만 갖는 가구의 비중(%)
		후불제 휴대폰의 비중
	브로드밴드 시장의 크기와 속도	브로드밴드 속도에 대한 만족도(매우 만족)
		16Mbps이상 브로드밴드의 비중(액면 nor 인지)
		모바일 회선중 3G의 비중
		총 통신매출액에서 모바일의 비중
		MVNO가 소매가입자에서 차지하는 비중
		광대역시장의 1인당 연간 매출(pound)
	텔레콤 이용자	모바일 매출중 데이터서비스의 비중
		100가구당 브로드밴드 가입자수
		브로드밴드의 평균 매출액(pound/month)
융합의 부정적 측면		영화매출액중 해적판에 의한 손실율(%)

[부록 3] 미디어발전지수 조사항목

1. 카테고리 1: 표현의 자유, 다양성·다원주의를 보호하는 규제 제도

시민사회의 참여를 개발하고 표현 및 정보의 자유를 보호·촉진하는 규제체계 및 정책·법률에 관한 사항이다.

A. 법률 및 정책 기반	
1.1.	실제로 존중받고 법률로서 보장되는 표현의 자유
1.2.	실제로 존중받고 법률로서 보장되는 정보에 대한 권리
1.3.	실제로 존중받고 법률로서 보장되는 언론권
1.4.	언론인이 그들의 취재원을 보호받기 위한 권리로서의 법률
1.5.	미디어에 대한 공공정책을 구체화하는 공공기관 및 민간사회단체
B. 방송을 위한 규제 시스템	
1.6.	실제로 존중받고 법률로서 보장되는 독립된 규제 시스템
1.7.	미디어의 다원주의와 표현 및 정보의 자유를 보장하는 역할을 하는 규제 시스템
1.8.	언론인에 대한 명예훼손 관련 법률 및 기타 법적 제한
1.9.	명예훼손에서 개인의 명성을 보호하기 위하여 부과되는 좁은 범위의 제한의 필요성
1.10.	국가안보, 편파연설, 개인정보, 법정모독, 음란성과 같은 부분은 표현의 자유 영역에서 벗어난 제한을 받을 수 있음
C. 검열	
1.11.	미디어는 법률뿐만 아니라 실무영역에서 사전 검열대상이 되지 않음
1.12.	국가는 인터넷 콘텐츠들에 대하여 민감하거나 유해한 것으로 간주하여 규제 또는 필터링되는 것을 추구하지 않음

2. 카테고리 2: 공정한 경쟁원리와 소유권의 투명성 보장

개인 및 지역사회 대중매체를 통해 미디어의 복잡·다양한 소유 및 과도한 집중을 방지하고 콘텐츠의 투명성을 보장하는 방식을 통해 미디어 부문의 개발 촉진에 관한 사항이다.

A. 미디어 집결	
2.1.	다원적인 미디어를 홍보하기 위한 국가의 긍정적 조치 필요
2.2.	다원적인 미디어를 홍보하기 위한 국가적 보장 조치
B. 공공, 개인 및 지역사회 미디어의 다양한 조화	
2.3.	공공, 개인 및 지역 사회 미디어의 다양한 조화를 위한 국가적 장려
2.4.	독립적이고 공명한 규제 시스템
2.5.	지역사회 미디어를 발전시키기 위한 국가와 민가사회단체 의 적극적인 홍보
C. 허가 및 할당된 범위	
2.6.	할당된 범위에 대한 계획은 공공의 이익을 위하여 최선으로 이행될 것을 보장함
2.7.	소유권 및 콘텐츠의 다양성을 장려하는 할당 범위를 위한 국가적 계획
2.8.	독립적이고 공명한 규제 시스템
D. 과세 및 사업 규제	
2.9.	비차별적 방식으로 미디어의 개발을 장려하기 위한 과세 및 업무 규칙
E. 광고	
2.10.	국가는 광고정책을 통하여 차별하지 않음
2.11.	미디어 광고에 대한 효과적인 규제방침

3. 카테고리 3: 민주주의 담론의 기반 형성

미디어는 소외된 그룹들을 포함하여 지배적인 분위기에 대한 자율적 규제를 존중하며 사회의 관심과 전망을 반영하고 정보와 매체활용 능력 수준 향상에 관한 사항이다.

A. 사회의 다양성을 투영하는 미디어	
3.1.	미디어는 사회의 모든 구성원(공공, 개인 및 사회단체 등)의 요구에 부응함
3.2.	미디어단체는 실제로 사회 구성원들을 고용함으로써 사회의 다양성을 반영함
B. 방송 모델을 통한 공공 서비스	
3.3.	공영방송의 목표로서 법적인 정의 및 보장
3.4.	공영방송의 작업이 어느 분야에서나 차별을 받지 않도록 함
3.5.	독립적이고 투명한 관리 시스템
3.6.	대중 및 민간사회단체와 함께하는 공영방송

C. 미디어의 자율적 규제	
3.7.	신문 및 방송매체는 자율규제가 가능한 효과적인 메커니즘을 가지고 있음
3.8.	미디어는 자율규제의 문화를 보여주고 있음
D. 형평성과 공정성을 위한 요건	
3.9.	형평성과 공정성을 가진 효과적인 방송 법규 마련을 요구
3.10.	방송법규의 효과적인 시행
E. 미디어에 대한 공공의 신뢰와 확신의 수준	
3.11.	일반공중은 미디어에 대하여 높은 수준의 신뢰와 확신을 보여줌
3.12.	대중의 인식에 대한 미디어업계의 반응
F. 언론인의 양심	
3.13.	미디어 업계 종사자들은 직업적 윤리를 실천하며 업무에 종사함
3.14.	미디어는 여론의 불안정한 분위기에 의해 휩쓸리지 않음

4. 카테고리 4: 전문능력 구축 및 지원

미디어 계열 종사자들은 그들 경력의 전 단계에 걸친 직업 교육 및 학술뿐만 아니라 전문기관 및 사회단체로부터 모니터링하고 모든 미디어 부문의 전문적인 교육 및 발전에 대한 접근 권한에 관한 사항이다.

A. 전문적인 미디어 훈련을 위한 가능성	
4.1.	미디어 전문가들은 필요에 의해 적절한 훈련을 실시할 수 있음
4.2.	기관 관련자를 포함한 미디어 담당자들은 필요에 의해 적절한 훈련을 실시할 수 있음
4.3.	민주주의와 발전에 대한 이해를 기반으로 하는 교육
B. 미디어에 대한 교육과정 시행의 가능성	
4.4.	광범위한 학생들이 접근가능한 교육과정
4.5.	민주주의 발전과 관련된 내용을 담은 교육과정
C. 노동조합 및 노동단체의 존재여부	
4.6.	미디어 업계 종사자들은 독립적인 노동조합에 가입하여 권리를 행사할 수 있음
4.7.	노동조합과 노동단체는 실제 업무를 대신하여 종사자들에 대한 지지를 제공함

D. 민간사회단체의 존재여부	
4.8.	미디어에 대한 체계적인 모니터링 실시
4.9.	표현의 자유와 관련된 이슈에 대하여 직접적 지원
4.10.	대중의 소리와 정보 확보를 위한 지역단체에 대한 지원

5. 카테고리 5: 독립성과 다원성의 구조적 보장

소외된 계층을 포함하여 현지상황에 맞는 정보와 뉴스를 효과적인 기술 사용으로
서 수집하고 배포하며 공공접근권의 수준 향상에 관한 사항이다.

A. 미디어에 의한 기술자원 활용 및 가능성	
5.1.	미디어 단체들은 뉴스의 수집 및 취재 유통에 대한 현대적인 기술 설비를 이용할 수 있음
B. 언론, 방송과 정보통신기술로의 진출	
5.2.	정보소외계층은 그들만의 소통방식을 통해 정보에 접근할 수 있음
5.3.	정보소외계층들이 필요한 정보에 접근할 수 있도록 함을 목표로 하여 정부는 일관된 정보통신기술 정책을 시행해야 함

[부록 4] 추경항목 후보 검토

구분	추경항목	신청 여부	설명
수신보장	WiFi hotspot 커버리지	×	관련 통계 없음. 공용 WiFi수로 대체
	공용 WiFi hotspot 수	○	네트워크에 부담없이 접속할 수 있는 환경 제공이라는 차원에서 채택
	디지털방송 수신 커버리지	×	단, 국외 통계로, 국내 통계 개발 필요
	디지털방송 송신 커버리지	○	관련 통계 없음. 디지털방송 송신 커버리지로 대체함
접근비용	브로드밴드 요금수준 (USD/PPP)	×	디지털방송의 접근 가능 환경 제공이라는 차원에서 채택
	방송통신비(일반전화, 이동전화, 인터넷, 방송수신료) 지출액	×	인터넷에 한정됨
	방송통신비(일반전화, 이동전화, 인터넷, 방송수신료) 지출 부담 해소도	○	방송통신비 지출 부담 해소도로 대체
	가구당 방송·인터넷·휴대전화 이용요금	×	가계지출에서 방송통신비 지출을 제외한 금액으로 방송통신비가 일상생활을 영위하는데 지장을 주지 않는 수준으로 제공되고 있는가를 파악하는 차원에서 채택
소외방지	전체 프로그램 대비 장애인해설방송 시간 비중	○	결함상품도 고려한 포괄적인 방송통신비 통계 확보 필요
	디지털정보 복지서비스 비중(디지털 음성도서 비중 등)	×	소외계층의 방송 접근성 확보 차원에서 채택
	정보소외계층 정보화 수준	○	관련 통계 없음
리터러시	인터넷 이용능력(구각활동, 경제활동, 사회활동 등)	×	소외계층의 인터넷 접근성 확보 차원에서 채택
	디지털 리터러시	×	관련 통계 없음
	보안 의식 수준	×	관련 통계 없음

구분	추정항목	선정 여부	설명
공급다양성	방송시장의 시장 분산도	○	방송시장에서 주요 3개사 이외의 방송사업자가 차지하는 비중으로 방송시장이 얼마나 다양하게 분포되어 있는지를 판단 가능하여 채택
	통신시장의 시장 분산도	○	방송시장에서 주요 2개사 이외의 통신사업자가 차지하는 비중으로 통신시장이 얼마나 다양하게 분포되어 있는지를 판단 가능하여 채택
내용다양성	방송사의 방송 광고 수입을 통한 수입집중률 지수	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여, 방송광고 수입집중률은 방송사의 영향력을 판단할 수 있는 기준이 되지 못하며, 방송시장의 시장 분산도로 대체
	방송 프로그램 장르별 편성률	○	보도·교양·오락의 편성균형률로 변경하여 채택
	방송 프로그램 장르별 시청률	×	시청률은 흥미·재미·관심 등에 의해 좌우됨으로써 오락 시청률이 높을 수 있으므로 배제함. 장르별 편성률로 대체
	방송사 외주제작 편성·제작비 비율	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여, 외주 제작 편성·제작비는 프로그램 독립성 차원에서 고려하였으나, 장르별 편성률로 대체
지역다양성	지역 자체제작 프로그램 편성 비율	○	지역 자체 제작은 가급적 지역사회 정보와 의견을 제 공할 것이라는 가정 하에 채택
	방송통신산업 생산액	×	GDP 대비 방송통신산업 생산액 비중으로 대체
시장규모	GDP 대비 방송통신산업 생산액 비중	○	국민총생산에서 방송통신산업이 차지하는 비중은 방송통신산업의 시장 크기와 수준 파악이라는 차원에서 채택
	1인당 방송통신산업 생산액	×	추정항목의 단위가 백분위로 표현됨에 따라서 GDP 대비 방송통신산업 생산액 비중으로 대체

구분	추정항목	선정 여부	설명
	방송서비스 매출액	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	통신서비스 매출액	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	3G(IMT2000) 서비스 생산액	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	GDP 대비 ICT 비중	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	인터넷산업의 총규모	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	초고속 인터넷서비스 생산액	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	온라인콘텐츠 시장규모	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	1인당 디지털콘텐츠산업 규모	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	1인당 온라인 방송 및 모바일 방송 매출액 규모	×	추정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 방송통신 전체를 파악할 수 있는 통계 고려
	진입규제 수준	×	관련 통계 없음
	가격 규제 여부	×	관련 통계 없음
	가상통신 서비스 가입 비중	○	신규서비스 진입규제 완화라는 차원에서 채택
	유선 인터넷 다운로드 속도	×	관련 통계 없음
	인터넷 이용자 대비 국제인터넷 대역폭	×	관련 통계 없음. 추정항목 검토 원칙의 대표성 결여
방송통신 기술 신진화 정도	×	관련 통계 없음	

공정경쟁

인프라 고도화

구분	측정항목	신정 여부	설명
인프라 보급	유무선통합서비스(FMC) 보급률	○	유무선에 관계없이 다양한 서비스와 콘텐츠를 이용할 수 있다는 차원에서 채택
	디지털방송 수신기 보급률	○	융합미디어의 보급이라는 차원에서 채택
	유료방송 서비스 가입자수	×	측정항목 검토 원칙의 현실반영성 결여. 새로운 서비스 환경을 파악할 수 있는 통계 고려
	IPTV 가입자수	○	융합미디어시장의 크기와 수준 파악이라는 차원에서 채택
	이동형 방송서비스(DMB) 이용률	○	방송의 융합 성향과 이용성을 파악한다는 차원에서 채택
	인구 100인당 스마트폰 보유률	×	관련 통계 없음
	브로드밴드 가입자수	×	측정항목 검토 원칙의 현실반영성 결여. 새로운 서비스 환경을 파악할 수 있는 통계 고려
	Wibro 가입자	×	최종 선정시까지 고려하였으나, 측정항목 검토 원칙의 대표성이라는 차원에서 배제
	FTTH 가입자수	×	최종 선정시까지 고려하였으나, 측정항목 검토 원칙의 대표성이라는 차원에서 배제
	인터넷뱅킹 거래 비중	○	뱅킹, 소평, 교육을 주요 생활서비스라는 차원에서 통합 하여 하나의 통계로 활용
시장활성화	인터넷쇼핑 거래액 비중	○	뱅킹, 소평, 교육을 주요 생활서비스라는 차원에서 통합 하여 하나의 통계로 활용
	인터넷교육 비중	○	뱅킹, 소평, 교육을 주요 생활서비스라는 차원에서 통합 하여 하나의 통계로 활용
	인터넷 이용자 중 인터넷뱅킹 이용률	×	생활서비스(뱅킹, 소평, 교육)에서 인터넷 이용률로 대체
	인터넷 이용자 중 인터넷쇼핑 이용률	×	생활서비스(뱅킹, 소평, 교육)에서 인터넷 이용률로 대체
	SNS 이용률	○	커뮤니케이션의 새로운 방식 제공이라는 차원에서 채택

구분	측정항목	선정 여부	설명
이용도	일평균 미디어 이용시간(신문, 방송, 라디오, 인터넷, DMB, IPTV)	×	미디어 이용시간이 많다고 과연 이용도가 높고 방송 통신이 발전한 것이냐 하는 의문으로 배제
	일평균 SNS 이용시간	×	관련 통계 없음
중요도	일상생활/학습/직장생활에 인터넷 중요(5점 척도)	×	방송통신에 대한 효용성을 대신하여 파악하고자 하였으나, 만족도로 대체
	수용자 평가지수(KI)(점/11점)	×	평가지수의 년도별 통계값이 ±0.1로 변별력이 없음
	방송프로그램 만족도(점/5점)	×	평가지수의 년도별 통계값이 ±0.05로 변별력이 없음
	이동전화 무선인터넷 만족도(점/5점)	×	평가지수의 년도별 통계값이 ±0.05로 변별력이 없음
	IPTV 서비스 만족도(점/5점)	×	평가지수의 년도별 통계값이 ±0.05로 변별력이 없음
	이동전화 서비스 만족도(점/100점)	○	방송통신에 대한 효용성을 대신하여 전체 만족도를 파악하고자 하였으나, 통합 통계가 없어서 방송, 통신, 융합 각각에 대한 만족 수준과 정도로 대체
만족도	방송프로그램 만족 비중	○	방송통신에 대한 효용성을 대신하여 전체 만족도를 파악하고자 하였으나, 통합 통계가 없어서 방송, 통신, 융합 각각에 대한 만족 수준과 정도로 대체
	IPTV 서비스 만족 비중	○	방송통신에 대한 효용성을 대신하여 전체 만족도를 파악하고자 하였으나, 통합 통계가 없어서 방송, 통신, 융합 각각에 대한 만족 수준과 정도로 대체
	방송통신서비스 이용자 피해 신고 건수	×	방송통신심의위원회의 추진방향에 영향을 많이 받는 통계라서 배제
이용자 보호	방송통신서비스 이용자 피해 구제 건수	×	방송통신심의위원회의 추진방향에 영향을 많이 받는 통계라서 배제

구분	측정항목	선정 여부	설명
선택권 보장	콘텐츠 이동성 보장	×	관련 통계 없음
	인터넷 사회참여정도	×	관련 통계 없음
	보유 미디어 기기수	×	보유 미디어 기기수와 선택권 보장의 상관관계가 약해서 배제
안전성	기업의 웹방화벽 설치률	○	웹 보안에 대한 기업과 개인 차원의 준비라는 차원에서 통합하여 채택
	개인의 보안패치 설치률	○	웹 보안에 대한 기업과 개인 차원의 준비라는 차원에서 통합하여 채택
	사이버 침해 사고 처리건수	×	측정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 측정항목은 공격 의미의 통계를 채택하고자 함
	개인정보침해사고 신고률	×	측정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 측정항목은 공격적 의미의 통계를 채택하고자 함
	PC 악성 Bot 감염률 통계	×	측정항목 검토 원칙의 대표성 결여. 측정항목은 공격적 의미의 통계를 채택하고자 함
	인터넷보안 서버수	×	기업의 웹방화벽 설치률로 대체
	아이핀발급건수	×	아이핀 발급건수와 안전성과의 상관관계가 약해서 배제
	※ 선정여부는 측정항목에 대한 수집 및 검토 과정을 거쳐서 최종 확정 결과를 반영함		

[부록 5] 전문가조사 설문지

※ 본 [부록]에는 ‘방송통신 발전지수 개발을 위한 전문가 조사’ 1차 조사 결과를 반영하여 정리된 지수체계와 가중치 부여 조사항목을 담고 있는 2차 조사 설문지만을 제시한다.

방송통신 발전지수 개발을 위한 전문가 조사 2차 설문지

안녕하십니까?

먼저, 지난 1차 조사에 응답해 주셔서 진심으로 감사합니다.

1차 조사에서 주신 귀한 의견을 반영하여 방송통신 발전지수체계를 일부 수정하였습니다.

이에 수정된 방송통신 발전지수의 체계 타당성과 가중치를 측정하기 위한

< 방송통신 발전지수 개발을 위한 2차 전문가 조사 >를 실시하고자 합니다.

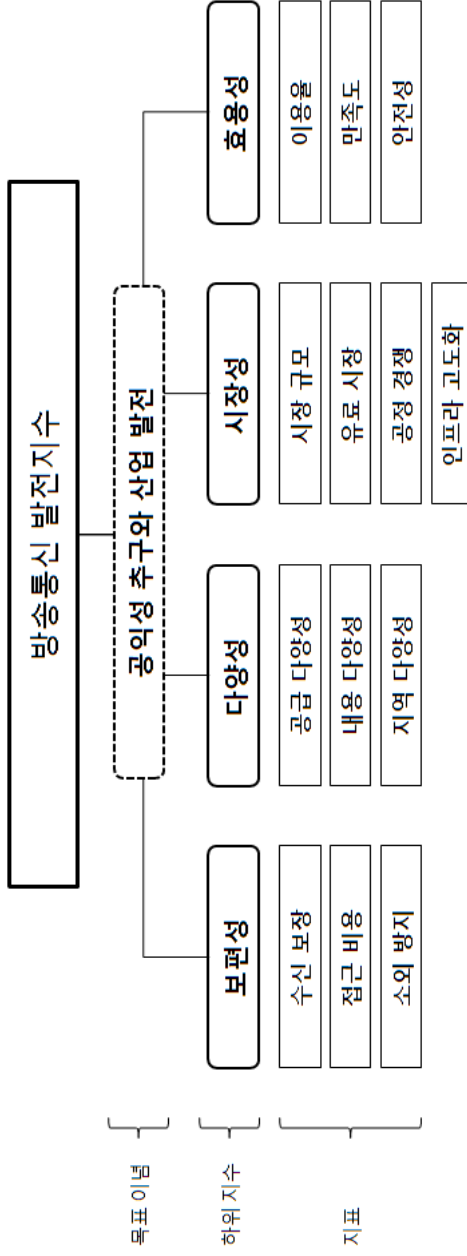
작성에 소요되는 시간은 20분입니다.

조사에 참여하여 주셔서 진심으로 감사드리며 다시 한번 좋은 의견을 부탁드립니다.

A. 방송통신 발전지수체계 개요

※ “방송통신 발전지수체계”를 방송통신의 공익성 추구와 산업발전을 목표로, 보편성, 다양성, 시장성, 효율성 등 4가지 하위 지수, 13가지 지표, 21가지 측정항목으로 구조화 하였습니다.

< 방송통신 발전지수체계 >



< 방송통신 발전지수체계의 구체적인 구성 >

하위지수 (4)	지표 (13)	측정항목 (21)		
		방송	통신	
보편성	수신보장	인구 천명당 공용 WiFi수	융합	
	접근비용	방송통신비 지출 부담 해소도	DTV 커버리지	
	소외방지	장애인 지원방송 편성률	소외계층 정보화 수준	
다양성	공급다양성	방송시장 분산도(CR3)	통신시장 분산도(CR2)	
	내용다양성	지상파방송 편성 균형도		
	지역다양성	자체제작 편성률		
시장성	시장규모	GDP 대비 방송통신산업 비중		
	유통시장		디지털유통방송 가입 비중	
	공정경쟁	가상통신 서비스 점유율		
	인프라고도화	유무선통합서비스(FMC) 보급률	디지털방송 수신기 보급률	
효용성	이용도	이동형 방송서비스 이용률	생활서비스 인터넷 이용률	
	만족도	방송프로그램 만족 비중	IPTV 서비스 만족 비중	
	안전성		이동전화 서비스 만족도	
				웹보안률

※ 1차 조사시 지수체계(안)에서 수정·보완된 내용

1. 지수 목표 변경 : 공익성 추구 → 공익성 추구하고 산업 발전
2. 하위지수명 변경 : 편익성 → 효용성
3. 지표 삭제 : 효용성(前 편익성) 내 효용성, 이동성, 이동성 삭제
4. 측정항목 삭제 : 유료방송 가입가구수, 일평균 미디어이용시간, 무선인터넷 이용률
5. 측정항목 추가 : 유무선통합서비스(FMC) 보급률, SNS 서비스 이용률
6. 측정항목 이동 : 공용 WiFi 설치수(인프라고도화) → 수신보장, IPTV 가입가구(유통시장) → 인프라고도화, 이동형 방송서비스 이용률(이동성) → 이용도, 인터넷 뱅킹, 쇼핑, 교육 서비스 이용률(효용성) → 이용도
7. 측정항목 기준 및 단위 변경 : 공용 WiFi 설치수 → 인구 천명당 공용 WiFi hot-spot수, 가동 방송통신 서비스 이용요금 → 방송통신비 지출 부담 해소도, 지상파 방송 보도 편성률 → 지상파 방송 편성 균형도, 방송통신산업생산액 → GDP 대비 방송통신산업, IPTV 가입가구 → 디지털유통방송(실시간 IPTV, DCATV) 가입률, 인터넷 뱅킹·쇼핑·교육 서비스 이용률 → 인터넷 생활 서비스 이용률, 웹보안서비스 보유 기업률·보안패치 개인 설치률 → 웹보안률

- 수정된 방송통신 발전지수의 전체적인 체계가 적절하다고 여기시는지, 지수체계의 타당성 여부를 10점 만점 기준으로 판단하여 주시기 바랍니다.

타당성 (10점 기준)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
지수체계									

- 수정된 방송통신 발전지수의 전체적인 체계와 관련하여 개선할 의견 등이 있으시면 적어 주시기 바랍니다.

- B. 방송통신 발전지수의 측정항목**
- 방송통신 발전지수의 측정항목별로 적절성 여부를 10점 만점 기준으로 판단하여 주시기 바랍니다.
적절하지 않거나 보다 적합한 측정항목이 있다면, 대체 가능한 측정항목과 측정항목의 출처를 적어주시기 바랍니다.

< 보편성 지표 >

지표	설명
수신보장	사회 구성원 누구나 방송통신서비스에 대한 접근이 보장되어야 함
접근비용	사회 구성원 모두가 저렴한 비용으로 방송통신 서비스를 이용할 수 있어야 함
소외방지	사회 구성원 누구나 방송통신 서비스 혜택을 동등하게 받을 수 있어야 함

< 보편성 측정항목 >

지표	측정항목	설명	출처	1차 조사결과		적절성 (10점 기준)										대체항목		
				점수	비고	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
수신보장	인구 천면당 공용 WiFi hot-spot 수 (내)	전체 인구 백만명 대비당 공용 WiFi hot-spot 수	JiWire	7.7	- 수신보장 추가 항목: 인포라고 도회에서 이동 - 인구 백만명당 hot-spot 수로 변경													
	디지털방송 커버리지 (%)	전체 가구수 대비 디지털방송 시청이 가능한 가구수 (KBS 기준)	KCC 중앙권과 판리소	8.1														
	방송통신비 지출 부담 해소도 (%)	가계 소비지출비 중 통신서비스 이용료와 방송 수신료를 제외한 지출비 비중	통계청가계동향 조사	8.2	- 가계소비 대비 비중으로 변경													
수의 방지	장애인 시청취 지원방송 편성 비중 (%)	전체 방송 대비 장애인 시청취 지원 방송 시간에 대한 비율 * KBSI의 화면해설방송 비중 (배혜자만방송, 화면해설방송, 수화방송)	KISDI 방송산업 실태조사	8.5														
	소외계층 정보화 수준 (점/100점)	일반국민 대비 취약계층의 정보화 수준 * 일반국민의 수준을 100으로 가정	NIA 정보격차지수	8.1														

< 시장성 지표 >

지표	설명
시장규모	방송통신 시장이 지속적으로 성장하는지를 파악
유료시장	비용을 지불할 만한 양질의 방송통신 서비스가 제공되고 활용되어야 함
공정경쟁	다양한 서비스 주체들이 시장에 손쉽게 진입하여 활동할 수 있어야 함
인프라고도화	보다 높은 품질의 방송통신 기반이 조성되어야 함

< 시장성 측정항목 >

지표	측정항목	설명	출처	1차 조사결과		적절성 (10점 기준)										대체항목		
				점수	비고	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
시장 규모	GDP 대비 방송통신 산업 비중 (%)	GDP 대비 방송통신서비스(기간통신, 위성통신, 부가통신, 방송), 방송통신기기 생산액 비중	통계청 KAIT 방송통신통계포털	8.4	- GDP 대비 비중으로 변경													
유료 시장	디지털유료방송 가입 비중 (%)	전체 가구수 대비 IPTV와 디지털 케이블방송 가입가구수 비중 * Pre-IPTV 제외	통계청 KAIT 방송통신통계포털	8.1	- 유료방송 가입가 구수에서 실시간 IPTV와 DCATV 가입가구 비중으로 변경													
공정 경쟁	가상통신서비스 (MVNO, VoIP) 점유율 (%)	국내 기간통신서비스 가입자수 대비 무선채판매 & VoIP 가입자수 증 비중	KAIT 방송통신통계포털	7.1	- 가상통신서비스 의미 고려													
인프라 고도화	유무선통합서비스 (FMC) 보급률 (%)	전체 인구 대비 유무선통합서비스 (FMC) 가입자수 비중 * 2008.7/2009. 7 기준	통계청 KAIT 방송통신통계포털		- 새로운 추가항 목													
	디지털방송 수신기 보급률 (%)	디지털방송수신기 보급률	DTV Korea 디지털전환 통계	7.8														

4. 방송통신 발전지수 내 각 하위지수간 상대적 중요성을 측정하고자 합니다.
 좌의 하위지수 중 더 중요하다고 생각하시는 하위지수 측의 중요성 정도를 표시해 주시면 됩니다.

비교항목	중요성 정도										비교항목				
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	동 등		약 간 중요	중 요	매 우 중요	극 히 중요
보편성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	동 등	약 간 중요	중 요	매 우 중요	극 히 중요	다양성
보편성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	동 등	약 간 중요	중 요	매 우 중요	극 히 중요	시장성
보편성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	동 등	약 간 중요	중 요	매 우 중요	극 히 중요	효용성
다양성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	동 등	약 간 중요	중 요	매 우 중요	극 히 중요	시장성
다양성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	동 등	약 간 중요	중 요	매 우 중요	극 히 중요	효용성
시장성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	동 등	약 간 중요	중 요	매 우 중요	극 히 중요	효용성

5-1-a. 방송통신 보편성의 지표(측정항목)는 다음과 같습니다.

어떠한 항목이 더 중요하다고 생각하든지 아래 표의 순호도 순위란에 1-3 순위로 적어주십시오.

5-1-b. 그렇다면, 1위 항목을 100으로 보았을 때 다른 지표(측정항목)의 상대적 중요성을 백분률(0-100)로 표시해 주십시오.

※ (참고) 지수값은 측정단위에 상관없이 표준화된 점수로 계산되므로, 측정항목의 단위차이는 고려치 않아도 됩니다.

	방송통신 보편성	중요도 순위(6-1-a)	상대적 중요성
① 수신보장 (인구 천명당 공용 WiFi 설치률(%), DTV 커버리지(%))			
② 접근비용 (방송통신비 지출 부담 해소도(%))			
③ 소외방지 (장애인 시청취 지원방송 편성 비중(%), 소외계층 정보화 수준(점/100점))			

5-2-a. 방송통신 다양성의 지표(측정항목)는 다음과 같습니다.

어떠한 항목이 더 중요하다고 생각하십니까 아래 표의 선호도 순위란에 1-3 순위로 적어주십시오.

5-2-b. 그렇다면, 1위 항목을 100으로 보았을 때 다른 지표(측정항목)의 상대적 중요성을 백분율(0-100)로 표시해 주십시오.

※ (참고) 지수값은 측정단위에 상관없이 표준화된 점수로 계산되므로, 측정항목의 단위차이는 고려치 않아도 됩니다.

	방송통신 다양성	중요도 순위(6-2-a)	상대적 중요성
① 공급다양성 (방송시장 분산도 CR3(%), 통신시장 분산도 CR2(%))			
② 내용다양성 (지상파방송 편성 균형도(%))			
③ 지역다양성 (지역 자체제작 편성 비중(%))			

5-3-a. 방송통신 시장성의 지표(측정항목)는 다음과 같습니다.

어떠한 항목이 더 중요하다고 생각하시는지 아래 표의 신호도 순위란에 1-4 순위로 적어주십시오.

5-3-b. 그렇다면, 1위 항목을 100으로 보았을 때 다른 지표(측정항목)의 상대적 중요성을 백분율(0-100)로 표시해 주십시오.

※ (참고) 지수값은 측정단위에 상관없이 표준화된 점수로 계산되므로, 측정항목의 단위차이는 고려치 않아도 됩니다.

	방송통신 시장성	중요도 순위(6-3-a)	상대적 중요성
① 시장규모 (GDP 대비 방송통신산업 비중(%))			
② 유통시장 (디지털유료방송 가입 비중(IPTV, DCATV)(%))			
③ 공정경쟁 (가상통신 서비스 점유율(%))			
④ 인프라고도화 (유무선통합서비스(FMC) 보급률(%), 디지털방송 수신기 보급률(%))			

5-4-a. 방송통신 효율성의 지표(측정항목)는 다음과 같습니다.

어떠한 항목이 더 중요하다고 생각하시는지 아래 표의 선호도 순위란에 1-3 순위로 적어주십시오.

5-4-b. 그렇다면, 1위 항목을 100으로 보았을 때 다른 지표(측정항목)의 상대적 중요성을 백분율(0-100)로 표시해 주십시오.

※ (참고) 지수값은 측정단위에 상관없이 표준화된 점수로 계산되므로, 측정항목의 단위차이는 고려치 않아도 됩니다.

방송통신 효율성		중요도 순위(6-4-a)	상대적 중요성
① 이용률 (이동형 방송서비스(DMB) 이용률(%), SNS 서비스 이용률(%), 생활서비스 인터넷 이용률(%))			
② 만족도 (방송프로그램 만족 비중(%), 이동전화 만족도(점/100점), IPTV 서비스 만족 비중(%))			
③ 안전성 (웹보안률(웹보안서버 설치 기업률, 개인 보안패치 설치률)(%))			

● 저 자 소 개 ●

황 주 성

- 서울대 지리경제학 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

유 지 연

- 고려대 정보경영공학과 박사수료
- 현 정보통신정책연구원 부연구위원

정책연구 10-35

방송통신 발전지수 개발(III)

2010년 12월 일 인쇄

2010년 12월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원

경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)

TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인 쇄 크리홍보(주)

ISBN 978-89-8242-759-6 93320
