
스마트미디어시대의 정보통신정책과 정책홍보방안

박성호[†]

A Study on the Information and Communication Policy in the era of Smart media and its Policy PR Direction

Sung-Ho Park[†]

요 약 소셜미디어와 정보통신의 융합으로 다양한 스마트 정보통신 서비스들이 확산되고 있다. 스마트 정보통신에 대한 정책은 전 세계적인 경기침체와 실업, 그리고 경제 및 금융위기를 해결하는 전략적 대안으로 선진 주요 국가들이 활용하고 있다. 그럼에도 불구하고 한국의 정보통신 정책은 정보통신부와 과학기술부의 폐지 등으로 다소 침체되어 있는 상황이다. 본 논문은 스마트미디어시대 정보통신에 대한 정책 철학으로 역동적 삶의 질을 제안하고 있는데, 이것은 삶의 질의 구성요소들이 스마트 정보통신의 정책 요소로 구현되기 때문이다. 특히 이러한 역동적 삶의 질은 그린 IT정책으로서 의미뿐만 아니라 스마트 정보통신을 기반으로 한 경기회복과 경제 성장 그리고 고용창출 전략으로 활용될 수 있다는 점에서 의미를 지니고 있다. 이러한 스마트 정보통신 정책은 국민적 동의와 사회적 합의를 이루기 위한 정책홍보 방법으로 제시된다.

주제어 : 스마트미디어, 정보통신정책, 정책홍보, 삶의 질, 소셜미디어

Abstract Nowadays, Smart media services such as smartphone applications are proliferated through the convergence of social media and the information and communication technologies(ICT). In many countries, the ICT policy is strategically used to solve the economic recession and high unemployment rate caused by the global financial crisis. However, the Korean ICT policies have declined with the abolition of the Ministry of information and communication. This paper suggests the dynamic quality of life as a philosophical foundation of Korean ICT policy and the dynamic policy PR methods for the social consultation and people's approval(national consensus), because the component of dynamic quality of life are embodied in the elements of ICT policy that should be realized through the governance, in which both Korean government and people produce and consume the ICT policies together in the era of smart media.

Key Words : convergence, social media, SNS, dynamic quality of life, policy PR

1. 서론

스마트폰의 등장으로 휴대전화, 인터넷, 각종 미디어의 기능적 융합현상이 가속화되고 있다. 특히 휴대폰과 인터넷 미디어의 기능들이 합쳐지면서 스마트 앱(applications) 서비스들이 폭발적으로 증가하고 있다. 플랫폼으로서 스마트미디어는 전화, 인터넷, DMB, SNS, 등을 아우르는 새로운 정보통신 융합 미디어로서 스마트폰과 IPTV, 스마트TV, 등을 상징하고 있다. 이러한 스마

트 미디어의 융합현상을 특징으로 나타내는 용어가 스마트미디어융합 또는 스마트미디어시대이다[1]. 이러한 스마트미디어 시대 정보통신 환경에 대한 사회적 특징은 양방향과 수평적 커뮤니케이션 구조, 사적 공간의 공적 공간화 등이다.

이러한 스마트미디어는 대단한 사회적 영향력을 지니고 있어 하나의 사회적 변혁 현상으로 나타나고 있다. 특히 스마트미디어는 일상생활은 물론 정치, 사회, 경제, 문화 등 모든 삶의 영역에서 거대한 변혁의 핵심으로 떠오

[†] 호남대학교 광고홍보학과 교수

논문접수 : 2012년 2월 1일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료 : 2012년 2월 17일

르고 있다.

이러한 관점에서 스마트미디어와 정보통신을 결합한 스마트 정보통신이라는 개념이 새롭게 떠오르고 있는데, 이것은 정보통신 정책 영역에서 기존의 정보통신 정책에 스마트미디어의 개념이 추가된 보다 넓은 의미의 개념이라고 할 수 있다.

사실 스마트미디어 시대 정보통신은 스마트 ICT 산업으로 특징화되는데, 이러한 스마트 ICT 산업은 새로운 경제성장의 동력이며, 경기회복과 지속적 경제성장 및 고용창출의 핵심으로 간주되고 있다. 예를 들어 스마트 ICT 산업을 지렛대로 활용하여 침체되어 있는 산업 및 경제구조를 개편할 수 있고, ICT 관련 투자를 경기회복과 지속적 경제성장에 활용할 수 있다. 특히 클라우드 컴퓨팅, 사이버보안, 그린 IT, 헬스케어 IT, 등은 새로운 경제성장의 동력으로 간주되고 있다. 예를 들어, 일본의 경우, 새로운 스마트 ICT 산업을 2008년 세계 금융위기 이후 경기회복과 지속적 경제성장의 도구로 활용하고 있다. 뿐만 아니라 미국에서 스마트 정보통신은 전 산업분야에 있어서 기술이노베이션을 주도하는 역할을 하기 때문에 전 산업분야에서 국제 경쟁력을 향상시킬 수 있는 정책으로 활용되고 있다. 이것은 향후 우리나라가 IT강국으로서 위상을 유지하기 위하여 그리고 역동적인 삶의 질 향상을 통한 복지경제로 나가기 위한 필수적인 요소로서 정책적인 시사점을 주고 있다. 다시 말해 스마트 정보통신은 스마트미디어 사회에서 국민의 삶의 질을 향상하는데 필요한 핵심적 요소이다.

이러한 관점에서 본 논문은 새롭게 부상하고 있는 스마트 정보통신 현황과 문제점들을 살펴보고, 해외 주요 국가들의 사례들을 통하여 스마트 정보통신 정책에 대한 정책 철학을 확립하고, 또 이러한 스마트 정보통신 정책의 사회적 합의를 이끌어 내기 위한 정책 홍보의 실현 방안을 모색하고자 한다.

2. 우리나라 정보통신 정책의 현황과 문제점

2.1 우리나라 정보통신 정책 현황

현재 우리나라 정보통신 정책은 애플(Apple)의 아이폰(i-phone) 충격과 S/W침체 현상 등으로 침체되어 있다. 정보통신부의 폐지에 따른 정보통신 정책의 혼선과 컨트롤타워(control tower)의 부재 현상 그리고 이러한

정보통신부를 대신한 방송통신위원회(방통위)의 역할에 대한 부정적 평가 등이 제기되고 있다[6]. 특히 방통위나 행안부가 새로운 IT정책을 제시하여도 부처 간 의견조율과 협력 부족으로 정책 홍보가 제대로 되지 않고 추진력을 잃은 경우도 있다. 이러한 정부 정책들이 사회적 합의를 얻지 못하고 국민적 동의를 얻는 정책 홍보도 부실하여 이해와 지지 그리고 참여가 이루어지지 못하는 등 문제점들을 노출시키고 있다.

2.2 정보통신부 폐지에 따른 부작용

사실, 이러한 문제들은 스마트미디어시대가 도래하고 있음에도 불구하고 이에 대해 정책적으로 충분히 대응치 못한 면이 크다. 2007년 새로 들어선 정부는 작은 정부를 실현한다는 명분으로 정보통신부와 과학기술부를 폐지하였다. 그리하여 정보통신 관련 기술 개발과 ICT 산업이 크게 위축되었고, 정보통신 강국으로서 위상도 크게 흔들렸다. 브로드밴드의 경우, 이미 일본에게 추월을 당했고, 유럽 각국 및 중국이 우리를 바짝 추격하게 되었다. 특히 정통부 해체이후 IT관련 정책 업무가 방통위, 지경부, 문화부, 행안부 등으로 분산됨으로써 IT콘트롤타워 문제가 불거졌고, 이러한 콘트롤타워의 부재가 와이브로, DMB 등에 대한 체계적인 지원 미흡으로 국내는 물론 해외에서도 실패한 기술로 전락했다는 것이다[6].

2.3 정보통신에 대한 철학의 부재

우리나라 정보통신 정책의 가장 큰 문제점은 이러한 스마트 혁명과 새로운 패러다임에 대응한 스마트 정보통신 정책에 대한 철학을 정립하지 못했다는 점이다. 특히 새로운 정보통신 기술과 스마트미디어 서비스 등을 국민 복지 와 삶의 질 향상을 위한 정책으로 제시하지 못했다는 점을 지적할 수 있다. 예를 들어 스마트 정보통신을 경기회복이나 경제성장 그리고 일자리 창출 등과 같은 적극적이고 역동적인 삶의 질 향상에 연계하는데 실패했다고 할 수 있다.

무엇보다도 스마트 정보통신에 대한 철학과 장기 계획, 비전 상실 등은 최첨단 스마트 기술 개발 및 S/W에 대한 국가 경쟁력 저하로 나타났고, 이것은 민간 기업 및 벤처 기업들의 쇠퇴를 야기하면서 스마트 정보통신에 기반 한 경기회복과 지속적 경제성장 및 국가 경쟁력 등에 대한 전략 부재 현상을 보여주고 있다.

2.4 방송통신위원회의 역할 미흡

새로운 정부 출범과 함께 방송과 정보통신을 통합한 방통위가 출범했는데, 이 기구는 합의제 행정기관으로서 정책적 한계를 보이고 있다. 예를 들어 독립규제위원회로서 방송위원회의 역할과 정보통신부로서 정보통신 진흥 정책에 대한 집중력이 떨어져 결국은 두 개의 기능 중 어느 하나도 충실하지 못한 면이 부각되고 있다. 이것은 국민생활과 직결된 스마트미디어에 대한 정책은 없고, 정권과 관계된 종합편성채널(중편) 등에 대한 배려나 국민생활에 부담을 주는 방송 수신료 인상 등을 추진한 것에서 볼 수 있다. 또 인터넷실명제, 인터넷 정치 규제, 등 국민생활의 불편과 글로벌 추세에 역행하는 정책을 추진하였다.

이러한 현상에 대해 일부 언론들은 “방통위 출범 4년 동안의 가장 큰 치적은 특정 보수 신문사에게 중편 사업자 선정에 관한 선물을 해 준 것 밖에 없다”고 비아냥거리고 있다[4]. 특히 송경재는 이러한 방통위의 비판을 다음과 같은 원인에서 찾고 있다[4]. 첫째, 정치색을 가진 위원회의 구성이다. 방통위는 여당3명, 야당 2명의 추천 인사로 구성되는데, 대통령이 임명하는 위원장의 권한이 막강하여 인터넷 규제정책을 남발했고, 중편채널 심사와 선정 논란으로 여당과 야당 추천위원들 간의 대립으로 제대로 된 정책 토의나 협의, 연구가 없이 졸속으로 중편채널 선정이 이루어졌다는 것이다. 둘째, 인터넷 실명제에 대한 정책 실패이다. 이것은 세계적으로 실효성이 없었던 인터넷 실명제를 붙잡고 있다가 구글(Google)이 운영하는 동영상 사이트인 유튜브(YouTube)가 철수한 사실이나 미네르바 사건으로 “국경 없는 기자회견”가 한국을 인터넷 감시국으로 지명하는 치욕을 당했다는 것이다. 셋째, 주파수 경매의 실패이다. 지난 4년 동안 야심차게 시장논리로 밀어붙였던 주파수 경매가 오히려 과도한 시장부담과 소비자부담만 늘렸다는 것이다. 넷째, 스마트폰 환경 대응 미숙이다. 스마트혁명에 따른 기술개발이나 서비스 개발 등을 등한시하여 국제적으로 한국 IT의 경쟁력이 하락했다는 것이다. 다섯째, 이밖에 와이브로를 통한 제4 이동통신사업 신규사업자 선정 불발이나 정치 논리에 따른 방송통신 정책의 흔들림 등을 들고 있다.

2.5 정보통신에 대한 정책 홍보의 부족

사실 이러한 스마트 정보통신 정책에 있어서 정책 홍보가 아주 중요한데, 이것은 아무리 훌륭한 정책들이라

고 하더라도 사회적 합의나 국민과의 소통부족 등으로 국민의 동의를 얻지 못하면 스마트미디어시대에서는 실패할 수밖에 없기 때문이다. 특히 지금까지 방통위는 인터넷 광고 규제, 인터넷실명제 실시, 등 국내 이용자에게 불리한 차별적 정책을 추진하고, 삶의 질에 역행하는 정보통신 가격 정책(기업에게 유리한 가격구조)으로 서민 부담, 개인정보보호 정책(정보유출, 감시체제), 망의 안정성, 디지털 격차 등 문제를 오히려 심화시키는 정책들을 추진하여 국민적 참여와 소통 부족 그리고 홍보 부족현상을 야기한 것이 사실이다. 정부정책에 대한 이러한 왜곡된 현상들은 정부정책에 대한 국민들의 이해와 지지 그리고 참여를 어렵게 하고 있다.

3. 스마트 정보통신 전략 현황

3.1 해외 정보통신 전략 현황

3.1.1 미국의 정보통신 정책

21세기 지식 기반시대를 대비하는 세계 주요 국가들의 정보통신 아젠다는 IT융합기술을 포함한 스마트 ICT 전략이라고 할 수 있다. 미국은 디지털과 스마트 혁명이 가져오는 새로운 변혁에 대한 주도권의 확보, 국가 우선 과제의 해결, 장기적인 과학기술의 실현 등을 위하여 스마트 정보통신 분야의 혁신적인 기술들의 돌파가 불가피하다는 입장을 취하고 있다[3].

이러한 관점에서 미국의 정보통신 정책을 크게 정보통신기술의 연구 개발과 서비스 활용 정책으로 나누어 볼 수 있다. 첫째 미국 정보기술 연구 개발 정책으로는 연방정부 주도의 장기적인 계획으로 추진되는 정보화 및 기술 개발 정책 프로그램인 “네트워크 및 정보기술 연구 개발”(NITRD)을 들 수 있는데, 이 프로그램은 미래 스마트 정보화 사회를 대비한 미국의 장점과 고유 특징을 살린 경쟁력 확보 전략 프로그램이라고 할 수 있다. 특히 이 프로그램은 범정부적, 다부처 횡단적, 총체적 ICT연구개발 정책으로 미국의 전체적인 연구개발의 기본 방향을 제시하고 있다. 둘째는 정보통신 기술의 이노베이션 정책으로 오바마 대통령이 취임 때부터 강조한 ‘기술 이노베이션’ 전략이다. 이것은 개방적 인터넷과 다양한 매체를 통해 미국 국민들이 완전하고 자유롭게 정보를 교환하도록 한다는데 목표를 두고 있다. 이 프로그램의 목적과 목표들을 살펴보면 다음과 같다[5]. ①정보화정책을

통해 투명한 민주주의 그리고 소통하는 민주주의를 실현한다. ②최첨단 정보통신 인프라를 정비하고 촉진한다. ③정보화정책을 통해 의료제도개혁, 크린 에너지개발(그린IT), 공공보안개선, 등을 해결한다. ④정보통신을 통해 미국의 국가 경쟁력을 향상한다.

3.1.2 EU의 '디지털유럽 전략' 과 유럽 제국의 정보통신 정책

유럽연합(EU)은 1990년대 들어 미국과의 경제적 격차가 더욱 확대되고, 경기침체현상이 나타나자 스마트 정보통신 정책을 통해 유럽 경제 성장의 잠재력을 높여려고 안간힘을 쏟고 있다. 이러한 관점에서 EU는 유럽차원의 지식 경제 전략의 비전을 제시하고 있는데, 2010년까지 지식 경제에서 세계 최고의 경쟁력을 확보한다는 “리스본 전략”을 발표하였고, 이러한 리스본 전략은 eEurope 2005, i-2010, 등과 같은 여러 개의 액션 프랜에 의해 수행되었다.

한편 EU 국가들의 정보통신 정책은 EU에서 결정된 원칙에 따라야 하는데, EU는 정보통신에 관한 “유럽위원회”를 구성하고, EU의 “디지털 유럽 전략”을 다음과 같은 차원에서 발표하였다. 첫째, ICT산업의 촉진을 통해 유럽의 경기회복을 앞당긴다. 둘째, 경제위기극복을 위한 수단으로써 디지털 경제를 표방한다. 그리고 이러한 원칙에 따라 실행되는 영국과 프랑스의 정보통신 정책들을 살펴보면 다음과 같다.

1) 영국 정부의 'Digital Britain' 정책

영국은 2008년 10월 ICT분야를 “금융위기에 대응한 경제성장의 최우선 과제”로 생각하고 미래 경제성장을 촉진한다는 차원에서 'Digital Britain' 정책을 추진하였는데, 이것은 디지털 정보통신 제도정비를 통한 민간의 참여 유도 및 정부의 적극적인 개입을 특징으로 하고 있다. 또 이러한 정책의 목표는 영국의 모든 가정에 브로드밴드서비스를 제공하고, 정보통신망의 조속한 디지털 전환 목표 완료 및 실행 계획으로 되어 있다. 세부 정책 목표로는 디지털 서비스의 이용확대, 디지털 인프라 확충, 방송의 디지털 전환 완료, 창조산업의 경쟁력 확보, 공공 서비스 콘텐츠 제공, 연구 및 교육 지원, 디지털보안정책(온라인 소비자 보호, 개인 정보보호, 콘텐츠 보안, 청소년 유해 콘텐츠 규제), 디지털 정부 실현 등이다.

2) 프랑스 정부의 'France Numerique 2012' 정책

프랑스는 2004년 디지털 경제와 전자커뮤니케이션 법으로 기존 미디어 관계법들을 손질한 후, 2008년 10월에 포괄적인 디지털 국가 전략인 'France Numerique 2012' 계획을 발표하였다. 이 계획은 디지털 경제의 발전에 최우선권을 부여하여 선진 경제의 경쟁력을 확보한다는 것인데, 이러한 정책을 통해 GDP에서 차지하는 ICT의 비율을 6%에서 12%로 올리고 전 국민이 브로드밴드 네트워크에 접속도록 하며, 디지털 콘텐츠 제작에 대한 정부의 적극적 지원 내용 등을 포함하고 있다. 또 이 계획에는 디지털경제라는 개념이 들어가 있는데, 디지털경제란 방송, 통신, S/W, 정보서비스, 온라인 서비스, 등을 모두 포함하는 개념이다. 특히 이러한 디지털 경제를 위한 핵심과제로는 초고속인터넷의 접속 보장, 지상파의 디지털 전환 완료, 디지털 격차 해소를 위한 방안 마련(홍보캠페인, 콜센터운영, 저소득계층 기금운영 및 수신 장비 구입비 지원 등)으로 되어 있다. 특히 프랑스의 'France Numerique 2012' 정책 목표는 초고속인터넷 기술을 통해 유럽과 프랑스의 기업들에게 비교우위의 국가경쟁력을 갖도록 한다는 것이다.

3.1.3 일본의 정보통신 정책 현황

1990년대 ‘잃어버린 10년’이라 불리는 극심한 경기침체를 겪은 일본은 ICT를 통해 경제성장과 사회문제를 극복하고자 하였고, 또 이를 위해 2006년 1월 “IT혁신 전략”(ICT에 의한 사회적 과제 해결의 가속화), 2008년 6월 “후쿠다 비전”(ICT에 의한 저탄소 사회를 위한 비전) 등과 같은 여러 가지 정보통신 비전과 전략들을 발표하면서 적극 대응하고 있다.

일본의 독특한 정보통신 정책으로 ‘일본 창생 프로젝트’(ICT하토야마 프랜)을 들 수 있다. 일본의 창생 프로젝트는 2008년 금융위기를 계기로 2009년 3월 17일 발표되었는데, 이것은 일본이 경기침체와 경제위기를 벗어나기 위한 단기 및 중장기 민간주도의 지속적 경제성장 프로젝트라고 할 수 있다. 이 프로젝트의 목표는 ICT 관련 투자를 통한 경기회복과 중장기적 경제 성장력 향상을 목표로 하고 있으며, ICT 관련 설비에 향후 3년간 3조 엔을 투자하여 수십조엔 규모의 시장을 창출하고, 30-40만 명의 고용을 창출한다는 것이다. 특히 ICT 관련 투자를 통해 삶의 진정한 풍요와 안심, 안전을 실감할 수 있는 스마트환경, 스마트 사회를 건설하는데 목표를 두고 있

다. 특히 일본 정부는 이러한 계획을 2015년까지 디지털 기술을 통한 국민생활의 풍요로움과 새로운 가치창출을 실현하기 위한 미래비전으로 제시하면서 국민적 참여를 유도하고 있다.

3.2 각국의 스마트미디어 활용정책

미국, 영국 등 주요 정보통신 선진국의 스마트미디어 활용 정책을 살펴보면, 새로운 SNS를 통한 국민과 소통, 공유, 연계, 참여의 정보통신정책을 실시하고 있으며, 또 미래 정부 T/F팀의 가동 등을 통해 적극적 소셜미디어 활용 정책들을 실시하고 있다. 이러한 정책들은 스마트 미디어 기술 및 정보통신 기술 등을 통해 국민생활에 필요한 서비스를 개발하고, 국민의 삶의 질을 향상하겠다는 정책으로 특징화된다. 주요 국가들의 소셜미디어 활용 사례들을 살펴보면 다음 표와 같다[5].

〈표 1〉 국가별 소셜미디어 활용 사례

구분	활용 국가	활용 내용
소통 전략	미국	- 백악관의 'Stay Connected': 8개 SNS 사이트 연계 - 오바마 대통령과 32명의 미국 주지사들의 트위터 운영 - 캘리포니아 주정부는 주지사의 트위터를 통한 개인 이미지 개선과 친밀감 형성, 온라인 혁신포럼(myidea4CA)운영으로 정책추진에 활용
	영국	- 세계 최초로 왕실에서 트위터 구축 및 활용
공유 전략	미국	- 모바일 상용 경보시스템 구축(DHS) - 취약계층을 위한 특별 위기 대응 체계 구축(뉴저지주) - 조직간 지원 협업체계 구축(FEMA) - 온라인 자선 모금 활동
	호주	- 미래 정부 T/F의 "Emergency 2.0 Australia" 프로젝트
연계 전략	미국	- 샌프란시스코의 소셜미디어센터 및 트위터콜센터 운영(311)
	호주	- 멜버른 경찰국의 트위터 활용: 24시간 시민과의 정보공유와 정보제공 및 연계를 통한 대민 서비스 개선 노력
참여 전략	영국	- "소셜미디어" 총선으로 새로운 정치문화 조성: SNS를 통한 지지와 코멘트, 온라인 선거 뱃지를 통한 선거 참여 열풍, 소셜미디어 토론회 개최 등
	뉴질랜드	- 시민 참여를 확대하기 위한 정책수립 및 온라인 협의 공간(Participation NZwiki) 운영

(자료원: CIO리포트, 2010)

4. 스마트 정보통신 정책의 필요성

4.1 경기회복과 경제성장의 동력으로서 스마트 정보통신정책의 필요성

앞에서 살펴본 바와 같이 스마트 정보통신 정책은 경기회복과 경제성장 그리고 일자리 창출을 위한 필수적인 정책 요소들이다. 즉, 새로운 스마트 미디어와 ICT산업을 통해 경기회복과 일자리를 창출하고 세계적인 경제 위기의 극복을 위한 수단으로써 디지털 경제를 활용할 수 있다. 특히 세계 주요국의 사례에서 보았듯이, 많은 국가들이 스마트 정보통신 정책을 활발히 추진하고 있고, 공공영역에서 스마트 미디어의 시범적 활용을 통해 민간 기업의 도입과 이용을 촉진하고 있다. 스마트 정보통신 정책은 경기회복과 고용창출 그리고 경제성장의 새로운 동력으로써 필요한 정책이다.

4.2 소통하는 민주주의 정착에 활용

스마트 정보통신을 투명하고 소통하는 민주주의의 정착에 활용할 수 있다. 스마트혁명에 대응하는 새로운 정보통신정책을 통해 투명한 사회와 소통하는 민주주의를 건설하고, 기존 미디어로부터 소외된 계층에게 새로운 대안적 커뮤니케이션 수단으로 스마트 정보통신 서비스를 제시할 수 있다. 특히 기존의 수직적 커뮤니케이션 문화에서 벗어나 수평적 커뮤니케이션 네트워크를 구성하게 해주는 스마트미디어를 통해 폐쇄적이고 수직적인 기업 및 관료 문화를 수평적이고 개방적인 커뮤니케이션 조직 문화로 개선할 수 있다.

4.3 역동적 삶의 질을 정책요소로 활용

스마트 정보통신 정책을 통해 역동적 삶의 질 향상을 달성할 수 있다. 스마트혁명으로 나타난 새로운 정보통신정책을 통해 커뮤니케이션 영역에서 역동적인 삶의 질을 보장하는 국민 복지정책을 실현할 수 있다. 이것은 앞에서 살펴 본 바와 같이 스마트 정보통신 서비스들이 국민생활의 풍요로움과 새로운 가치를 창출하는 요인이 되기 때문이다. 그리고 이러한 정책은 역동적 삶의 질 향상에 대한 국가적 미래비전으로 활용될 수 있다.

5. 스마트미디어시대 정보통신 정책의 과제와 개선방안

5.1 스마트 정보통신 정책과제

5.1.1 스마트 정보통신 철학의 확립

1) 역동적 삶의 질의 개념

실존주의(Existentialism)에 의하면 인간은 그의 가치들의 실현에 의해서만 존재 의미가 있는 것으로 해석된다[8]. 인간은 의식적이든 무의식적이든 삶의 계획을 가지고 있으며 삶의 계획의 실현에 의해서 존재의 의미를 찾을 수 있다. 삶의 질의 분석 방법은 환경을 특징화하는 요인들의 긍정적, 혹은 부정적 관계율(率)로 평가되는데, 삶의 질은 환경적 요소와 인간욕구의 실현 가능성에 대한 정량적, 정성적 평가의 합이며, 삶의 질은 이들 요소들 각자에게 서로 다른 비중 요소들의 상대적 중요치로 평가된다.

이러한 삶의 질은 인간의 욕구와 아주 밀접하게 연계되어 있는데, 인간 욕구는 매슬로우(Maslow)의 지적처럼[7], 순차적인 욕구의 충족에 따라 물리적 욕구에서 안전의 욕구로 그리고 소속의 욕구에서 명예의 욕구로 그리고 마지막으로 자아실현 욕구로 변화한다는 점에서 역동적이다. 따라서 삶의 질도 욕구의 순차적인 실현 방법에 따라 역동적으로 변하게 된다. 결국 스마트미디어 시대에 이들 욕구들이 보다 잘 실현될 수 있도록 하는 스마트 환경이 중요하며, 이를 위한 정책들이 요구된다.

2) 스마트미디어시대의 상징적인 인간 모델

스마트미디어시대의 일상생활은 잠에서 깨어나면서부터 스마트폰의 사용으로 시작하여 잠자리에 들 때까지 스마트미디어를 통해 커뮤니케이션하는 인간의 모델로 상징화된다. 이러한 스마트미디어시대 인간 모델은 Homo-Faber(창작하는 인간)에서 Homo-Communicus(커뮤니케이션하는 인간)로 변화를 의미한다[9]. 다시 말해 스마트미디어시대는 사회적 관계가 중요한 시대이며, 인간생활은 스마트미디어를 통한 관계의 생산과 관계의 소비로 특징화된다. 이러한 인간의 상징 모델에서 삶의 질은 결국 관계 커뮤니케이션의 가능성으로 평가되며, 이러한 커뮤니케이션 요소들이 삶의 질을 좌우한다고 할 수 있다.

3) 스마트미디어시대 역동적 삶의 질의 요소들

스마트미디어시대 삶은 커뮤니케이션 환경의 풍부, 환경의 지속성(안정성), 환경의 안전성, 기다림, 환경의 비경제적 요소(과다한 광고물, 스팸) 등에 의존한다. 그리고 이러한 환경의 풍부는 환경에 대한 접근 비용에 의해 평가된다[2]. 이러한 접근의 일반 비용(General Cost: GC)은 상품이나 서비스에 접근하는데 소요되는 물질적 혹은 정신적 모든 비용을 의미한다. 이러한 접근비용은 가격(P) 또는 비용, 소요되는 시간(T), 육체적 수고(W), 인식적 노력(WC) 그리고 이러한 접근에서 발생하는 위험부담(WR)으로 평가된다.¹⁾ 예를 들어 스마트폰 이용은 가입비와 매월 통화료가 요구되며, 콘텐츠를 찾는 등의 육체적 수고와 인터넷 접속을 위해 기다리는 시간 그리고 콘텐츠 내용을 파악해야 하고 주소를 찾고 하는 등의 인식적 노력 그리고 마지막으로 잘 못 검색하거나 혹은 개인정보가 유출될 위험 부담 등과 같은 비용소요가 든다는 것이다.

5.2 스마트 정보통신 정책의 방향

5.2.1 역동적 삶의 질 향상을 위한 정보통신 정책의 방향

1) 환경의 풍부를 실현하는 ICT 관련 콘텐츠, 시설 투자 정책

스마트미디어 및 정보통신 환경의 풍부와 좋은 환경의 질을 유지하기 위해서는 ICT관련 콘텐츠, 관련시설 투자가 요구된다. 특히 정보통신 환경의 접근에 대한 비용을 줄이기 위해 초고속인터넷 망, 클라우드 컴퓨팅, 등의 구축이 필요하며, 보다 나은 스마트 정보통신 환경을 위해서는 그린IT, 헬스케어IT, 등에 대한 투자가 요구된다.

2) 환경의 안정과 안전, 인식적 비용을 줄이기 위한 규제 정책

정보통신 환경의 안정성을 위해서는 서비스의 질이 중요하다. 이러한 서비스의 질을 확보하는 방법으로 경쟁체제, 경쟁적인 가격구조 정책 등이 요구된다. 또 안전성을 위해서는 사이버보안, 프라이버시 보호, 사이버 테러, 등에 대한 대책 등이 요구된다. 또 접근의 용이성을 위해서 특히 인식적 비용을 줄이기 위해서는 환경의 안정성이나 안전과 관련된 규제 정책이 요구되는데, 환경적

1) 여기서 육체적 수고는 힘을 나타내는 W이며, 인식적 노력(WC)과 위험부담(WR)은 심리학적 기호이다. C와 R은 각각 Cognition과 Risk를 의미한다.

스트레스와 인식적 비용을 줄이기 위해서 기술 개발과 디자인, 홍보 등이 필요하고, ICT 콘텐츠의 신뢰도를 높이기 위해서 규제도 필요하다(음란, 폭력물, 흑색선전, 등).

3) 삶의 질 향상을 위한 “그린 정보통신” 정책 실현
 결국 커뮤니케이션 환경의 풍부는 다양한 콘텐츠 개발 정책으로 실현될 수 있고, 환경의 지속성과 안정성은 스마트 및 방송통신서비스의 안정성, 서비스 이용에 있어서 안보 또는 정보보안 정책이나 개인정보보호와 음란 폭력물로부터 청소년의 보호정책 등으로 실현되며, 기다림의 세금은 초고속인터넷망의 구축이나 광대역 이동통신망의 구축과 같은 정책으로 실현될 수 있다. 이러한 삶의 질의 구성요소를 정책요소로 나타내면 다음 표와 같다[1].

〈표 2〉 삶의 질의 구성요소를 통한 스마트 정보통신 정책 요소들의 도출

구분	삶의 질의 구성 요소	방송통신 정책 요소	해당 정책부서
정보통신 진흥 정책	환경의 풍부 (개선)	콘텐츠(개발) 정책	방통위, 문화부
	가격(P)	통신 요금 정책	방통위
	육체적 노력	단말기 개발 정책	지경부
	인식적 노력	(고품질) 서비스 개발 정책	지경부
정보통신 규제 정책	기다림의 세금	초고속통신망, 이동통신망 정책	방통위
	안정성	서비스의 고도화 정책	방통위
	위험부담	정보보호정책, 청소년보호정책	방통위
	안전	통신보안, 사이버 테러 대응 정책	방통위, 행안부

(자료원: 박성호, 2011)

6. 삶의 질을 위한 정보통신 정책의 실천 방안과 정책 홍보 방안

6.1 역동적 삶의 질을 위한 스마트 정보통신의 정책 방안

6.1.1 환경의 풍부 및 접근성 확보 정책

1) 콘텐츠 개발 및 육성정책

정보통신 및 스마트 미디어 콘텐츠의 개발 육성 정책

으로는 SNS 콘텐츠, 스마트 앱(S/W), 등의 개발 및 활성화 정책이 필요하며, 고품질, 고품격의 정보통신서비스 및 스마트 미디어 콘텐츠의 풍요 정책으로 실현될 수 있다.

2) 정보통신 및 스마트 미디어의 접근성 보장 정책

정보통신 및 스마트미디어 활용에 필요한 가격 및 요금을 인하하는 정책이 요구되고, 디지털 격차 해소를 위해서는, 저소득 계층대상 기금운영이나 수신 장비 구입비 지원 정책 등이 요구된다. 또 정보통신의 보편적 서비스 정책은 모든 국민이 정보통신 서비스를 이용해야 한다는 오래된 정보통신분야의 정책기조이다. 이것은 산간벽지나 오지 등에 TV안테나를 설치하고 전화를 가설하며, 멀어도 동일한 가격에 우편서비스를 제공하는 등의 정책들을 말한다. 이러한 보편적 서비스 정책이 요즘에는 인터넷 망의 개방 확대, 망의 중립성, 초고속인터넷 망의 구축, 단말기 구입비 지원 정책 등으로 나타나고 있다. 특히 장애인, 고령자 등 소외계층에 대한 스마트 정보통신 이용환경을 위한 인프라 구축 및 서비스개발 정책도 요구된다. 예를 들어 사회적 소외계층을 위한 인프라 구축 지원 체계 구축, 교육 및 학습 서비스 제공, 단말기 지원, 요금혜택, 세금 감면 정책 등을 들 수 있다.

6.1.2 정보통신서비스의 안정, 안보 정책

1) 정보통신서비스의 지속성과 안정에 관한 정책

정보통신서비스의 지속성과 안정에 관한 정책은 정보통신 서비스의 고도화 및 초고속인터넷 망의 확대, 망의 고도화 정책 등으로 나타나는데, 이러한 정책은 정보통신 서비스의 경쟁체제 확대, 복합적 정보통신 대체망의 설치, 그리고 국가 재난에 대한 지능망 구축과 대응적 스마트 시스템 마련, 정보통신 서비스의 단절, 혼선 등의 방지 대책 등으로 실현될 수 있다.

2) 정보통신의 안전 및 보안에 관한 정책

정보통신의 안전 및 보안에 관한 정책은 프라이버시 보호, 인터넷실명제의 폐지, 음란, 폭력물로부터 청소년 보호, 불법 인터넷 광고, 흑색선전, 허위사실유포, 유언비어, 사이버 불링(Cyber Bullying) 등에 대한 자율적 사전적 규제정책 그리고 불건전, 불법적인 인터넷 콘텐츠에 대한 민간 자율 규제기구의 활동에 대한 지원 정책 등으로 실현될 수 있다.

3) 기다림의 세금 및 기타 비경제적 요소의 축소 정책
 기다림의 세금을 줄이기 위해서는 초고속인터넷 망의
 설치나 초고속 인터넷 단말기 기술개발(4G LTE), 접속
 이 용이한 프로토콜 개발 등으로 실현될 수 있다. 또 기
 타 비경제적 요소의 축소 정책으로는 인식적 비용을 줄
 일 수 있는 인식시스템(음성인식 방식, 디자인 등) 개발
 및 실용화 정책, 기타 정보통신 서비스의 고도화(너무 늦
 게 도착하는 이메일, 광고에 덧칠된 인터넷화면 등 개선)
 등의 정책으로 실현될 수 있다.

6.1.3 통합적 정보통신 정책의 제시

이러한 스마트 정보통신 정책들은 새로운 패러다임
 변화에 대응한 미디어 융합 정책으로 실현될 수 있다. 다
 시 말해 스마트 미디어 패러다임에 따른 스마트 미디어
 정책 수립과 실천이 중요하며, 이것은 단편적인 정책으
 로는 불가능하므로 종합적이고 체계적으로 수립되고 실
 현되어야 할 것이다. 이를 위해 정보통신부의 부활이나
 새로운 정보미디어부의 신설 등과 같은 콘트론타워의 설
 치가 요구된다. 특히 스마트혁명을 지속적 경제성장과
 국민의 삶의 질 향상을 위한 국가적 비전 모델로 제시하
 고 추진할 추진체가 필요하며 이러한 통합적 정책에 국
 민 모두가 참여토록 하는 것이 필요하다. 더욱이 새로운
 정책기구는 스마트 정보통신서비스를 국민 소통과 거버
 너нс 차원에서 개발, 실용화하는 정책을 추진해야 할 것
 이다.

6.1.4 스마트미디어 혁명에 대한 홍보 정책(참여정책)

이러한 스마트미디어 기술개발 및 새로운 정보통신
 패러다임 변화에 대한 홍보를 통해 이러한 스마트 미디
 어 기술과 서비스들이 사회적 혁신(Social Innovation)으
 로 이어지도록 하는 것이 중요하며, 스마트혁명이 초래
 하는 경제, 산업적 영향, 패러다임의 홍보로 민간 부문의
 참여와 혁신을 유도해야 한다. 예를 들어 스마트혁명을
 통해 실현할 수 있는 콘텐츠 개발, 스마트 워크, 스마트
 직장 또는 스마트한 일상생활에 활용되도록 해야 한다.
 이를 위해서는 스마트 정보통신 인력개발과 교육, 이를
 위한 홍보 캠페인 실시 등이 요구된다.

특히 집단지성과 협업이 이루어지는 스마트워크와 여
 유롭고 행복한 삶으로서 스마트라이프 지향 및 참여 유
 도, 스마트미디어를 통한 정보통신 거버너нс(협치) 체제,
 정보통신 및 스마트 정부와 유비쿼터스 기반 디지털 정

부의 홍보 등으로 사회적 합의와 국민적 참여가 이루어
 져야 할 것이다.

6.2 스마트정보통신의 정책홍보 방안

6.2.1 정책 홍보의 개념과 필요성

정부의 정책 홍보(Government Policy PR)란 정부가
 시행하고자 하는 정부정책을 국민에게 알리고, 이해와
 지지, 그리고 참여를 통해 사회적 합의나 국민적 동의를
 얻는 일련의 정부 홍보활동을 말한다. 이러한 정책홍보
 는 인터넷, 휴대폰 그리고 SNS 등 다양한 뉴미디어의 탄
 생을 통해 기존의 일방적인 정책 홍보가 아니라 국민과
 쌍방향적으로 소통하는 정책 커뮤니케이션으로 변하고 있
 다. 특히 인터넷이나 SNS 등에 의한 전자정부의 실현으
 로 정부의 정책과 행정이 국민과의 협치를 통해 이루어
 지고 있으며, 이러한 협치(協治)를 의미하는 거버너нс
 (Governance)가 새로운 정부의 정책 홍보 형태로 자리
 잡고 있다. 따라서 오늘날 정부의 정책 홍보는 정부와 국
 민이 생산한 정책을 널리 알리고, 정책에 대한 이해와 지
 지, 협력, 참여 등을 실현하고자 하는 쌍방향의 정책 커뮤
 니케이션 활동이라고 할 수 있다.

이러한 정책 홍보 방법으로는 국정브리핑, 보도자료,
 쟁점관리, 웹캐스팅, 기관운영 웹사이트, 웹진, 이메일 서
 비스(PCRM), 지식검색, 블로그, 트위터, 페이스북 등 다
 양한 미디어들이 활용되고 있는데, 예전에 주로 신문이
 나 방송 등 대중 매체에 의존하던 정책 홍보가 요즘에는
 오히려 소셜미디어와 SNS를 사용하는 경향이 높아지고
 있다. 이것은 스마트미디어시대 정부 정책 홍보의 패러
 다임이 일방적이고 대량 메시지 살포에서 쌍방향의 맞춤형
 메시지 전달과 커뮤니케이션으로 변화하는 양상을 보
 이기 때문이다.

사실 이러한 정책 홍보의 중요성과 필요성은 정책 홍
 보가 지니고 있는 특성에 기인한다. 다시 말해 정책 홍보
 는 정책에 대한 정보의 제공이나 정보의 공유 기능뿐만
 아니라 사회적 쟁점을 관리하고, 사회 행정적 능력과 사
 회적 화합을 촉진하는 기능을 가지고 있다. 특히 현대 거
 버너нс시대에서 국민이 정책을 생산하고 정책을 소비하
 는데 있어서 홍보는 절대적으로 필요한 필수 요소가 되
 고 있다.

6.2.2 역동적 삶의 질로서 정책 패러다임

역동적 삶의 질 향상을 위한 스마트 정보통신 정책의

실현은 새로운 정책 패러다임으로서 의미를 갖는다. 스마트 정보통신 정책을 통해 국민 생활의 풍요와 새로운 가치를 창출할 수 있기 때문이다. 특히 기후변화에 대한 대응전략으로 스마트 정보통신이 활용되고 있으며(그린 IT, 저탄소 녹색성장, 등), 녹색 정보통신 환경 조성을 통한 역동적인 삶의 질 향상 정책에도 활용되고 있다.

뿐만 아니라 역동적 삶의 질 향상을 위한 스마트 정보통신(진흥, 규제) 정책 실현은 정보통신 선진국으로서 선도적, 모범적 정책 사례로 평가될 수 있고, 이러한 정보통신 분야의 비전 제시는 정보통신 선진국으로서 국가적 위상과 국가 브랜드 확립 및 정보통신 분야에서 국가 경쟁력 확보에 크게 기여할 수 있기 때문에 정책홍보차원에서 중요한 의미를 갖는다.

6.2.3 경제성장과 고용창출 전략으로서 스마트 정보통신 정책

역동적 삶의 질 향상을 위한 스마트미디어 정책은 금융 및 경제위기로 초래된 경제적 침체현상을 활성화하고, 새로운 성장 동력으로서 다양한 스마트 정보통신 서비스의 개발 및 정보통신 인프라 구축 등을 통한 경제성장과 고용창출 효과를 기대할 수 있다. 더욱이 정보통신 및 스마트 미디어관련 첨단 기술 개발 및 연구 수행에 적극적인 투자 및 국가적 핵심역량 집중, 클라우드컴퓨팅, 스마트 워킹, 헬스케어IT, 그린IT, 스마트 콘텐츠 개발 등 첨단 정보통신산업에 대한 집중을 통한 경제 성장과 경기 회복 방안의 모색 등 이에 따른 정책 홍보의 필요성도 지적된다.

7. 결론

전 세계적인 경제침체와 경제위기 그리고 환경과피로 인한 자연 재해 등으로 선진국들은 2009년부터 디지털 경제 정책과 스마트 정보통신 정책들을 추진하고 있다. 미국의 경우 새로운 스마트혁명에서 세계적인 주도권의 확보와 경제적 위기의 극복 수단으로 정보통신 정책에 매달리고 있고, 유럽은 디지털경제를 통한 경제회복과 경제위기의 극복 그리고 스마트 정보통신을 통한 유럽 단일 공동체의 실현에 주력하고 있다. 일본은 스마트 정보통신을 통해 잃어버린 10년이라는 극심한 경기 침체의 극복과 일본 경제의 새로운 부활을 꿈꾸고 있다.

물론 스마트미디어시대 스마트 정보통신이 경기침체나 경제위기 그리고 환경 위기 등을 극복해 줄 수 있는 완전한 해답은 되지 못한다. 하지만, 새로운 디지털기술과 스마트미디어 그리고 ICT 인프라의 구축과 이용 등이 우리 사회 각 분야에서 효율적으로 활용된다면 이러한 스마트 정보통신과 각 산업들이 시너지를 일으켜 새로운 사회 경제적인 성장의 동력으로 나타날 수 있을 것이다.

따라서 전략적 스마트 정보통신정책을 통해 산업 구조의 변혁을 유도하고, 지속적 경제성장과 국가경쟁력 향상, 새로운 성장 동력으로 활용하는 보다 적극적인 스마트 정보통신 전략이 필요하다. 특히 스마트폰, 스마트 TV, IPTV 등 스마트 정보통신 기기들은 우리의 생활방식(life style)과 삶의 질(quality of life)을 급격히 변화시킬 것으로 예상되고 있다. 이에 대한 대안으로써 스마트 정보통신에 대한 정책 철학을 확립하고, 또 스마트 정보통신 혁명을 통한 사회, 경제적 발전에 기여하는 정책 수행에 사회적 합의와 국민적 동의를 얻는 정책홍보 역시 매우 중요하다.

스마트 정보통신에 대한 정책 홍보는 스마트 정보통신 정책에 대한 철학을 확립하고, 스마트 정보통신 정책을 통한 국가 산업 및 경제구조 개편과 스마트 정보통신을 기반으로 한 경기활성화, 경제성장, 고용창출 전략들을 제시하며, 이에 대한 사회적 합의를 얻기 위한 커뮤니케이션 과정이다. 스마트미디어 시대는 정부와 국민이 상호 협력하여 정책을 생산하고 소비하는 거버넌스의 시대이며, 이를 위해 정책홍보는 중요한 의미를 갖는다. 역동적 삶의 질의 향상을 위한 정보통신 정책들이 정책홍보를 통해 국민의 이해와 지지 그리고 동의를 얻을 때 힘차게 추진될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 박성호 (2011). 스마트미디어융합시대 방송통신정책: 삶의 질을 위한 정책 패러다임과 정책 PR을 중심으로, 디지털정책연구, 제9권 5호, 99-111
- [2] 박성호 (1994). 『21세기와 삶의 질』, 서울: 정보환경연구원
- [3] 연승준 (2009). “방송통신 기술연구 및 정책 분석”, <방송통신정책연구> 09-진흥-마-01, 한국전자통신연구원, 36-39

- [4] 송경재 (2012,01,11). 미디어바로미터, 미디어오늘
- [5] CIO리포트 (2010). 공공부문의 성공적인 소셜미디어 도입과 활용전략, 한국정보화진흥원, IT Find, 제466호, 2010.09.03.
- [6] 디지털데일리 (2011.09.19.). 정통부해체이후 IT콘텐츠 타워 논쟁지속, 인터넷 신문 기사
- [7] Maslow, A. (1970). Motivation and Personality, New York: Harper & Row
- [8] Moles A. (1980). La qualité de vie, un mode d'analyse des composantes de la satisfaction attaché aur cadre de vie, Université de Strasbourg
- [9] Moles A. (1986). Théorie Structurale de la Communication et Société, Paris: Masson.

박 성 호



- 1980년 : 성균관대학교 불문학과(문학사)
- 1986년 : 프랑스 Strasbourg대 커뮤니케이션대학원(커뮤니케이션학 석사)
- 1989년 : 프랑스 Strasbourg대 커뮤니케이션대학원(커뮤니케이션학 박사)
- 1996년 ~ 현재 : 호남대학교 광고홍

보학과 교수

- 2009년 ~ 2010년 : 한국PR학회 회장
- 2005년 ~ 2006년 : 한국지역언론학회 회장
- 2004년 ~ 2005년 : 광주전남 언론학회 회장
- 1998년 ~ 1998년 : PBC방송국 생방송 99.9 사회자(앵커)
- 1993년 ~ 1995년 : 정보환경연구원(TERI) 원장
- 1990년 ~ 1992년 : 통신개발연구원(KISDI) 책임연구원
- 관심분야 : 소셜미디어, PR전략, 스마트정책홍보
- E-mail : shpark@honam.ac.kr