

디지털방송 전환 관련 대국민 홍보 방안



2010. 12.

2012년 12월 31일
새벽 4시
아날로그 방송종료



방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION



목 차

I 추진 개요

II 그 동안 홍보 중점

III 대국민 홍보 추진전략

IV 주요 홍보 내용

V 지자체 협조 사항(홍보 분야)



I. 추진 개요 – 추진 배경 및 필요성

추진 배경

- 디지털방송 전환은 시청자의 보편적 권리와 연계된 공공서비스를 일시 종료하는 정책으로 누구도 예외일 수 없음

- 현 국내 디지털 전환 인지,보급률은 저조한 편으로, 주요국과 비교 상대적 미흡

[주요국 디지털전환 인지율 및 보급률 등 비교]

구 분(조사일)	한국('10.6월)	일본('10.3월)	영국('08.12월)
ATV 방송종료일	'12년 12.31(일시종료)	'11년 7.24(일시종료)	'12년 12.31(순차종료)
디지털전환 인지율	73.2%	97.7%	90%
아날로그 TV방송 종료영향 인지율	62.8%	96.6%	72%
디지털방송 수신기 보급률	61.0%	83.8%	92%('10.3월)

- 그 동안 대중매체 활용 홍보 등을 통한 인지율 변화를 감안할 때, 보다 다양한 홍보를 위한 전략적 접근 요구

- (인지율) '08년 말 34.9% → '10년(상) 62.8%(1년 6개월간 27.9%p 상승)

I. 추진 개요 – 추진 배경 및 필요성

필요성

- '12년 종료시점까지 대국민 홍보 및 디지털방송 수신기기 보급 활성화 통해 국민들의 적극적 디지털 전환 유도 필요

- ☞ 이를 통해 ① 디지털 전환에 따른 사회적 혼란 가능성을 미연에 방지하고,
② 자발적 전환 확대를 통한 전환비용 최소화 기여

1 사회적 혼란 가능성
미연에 방지

2 자발적 전환 확대로
전환비용 최소화 기여

다양한 방법의 홍보를 통해
국민들의 적극적 디지털 전환 유도 필요

I. 추진 개요 - 추진 현황

① 디지털 전환 인지도 저조

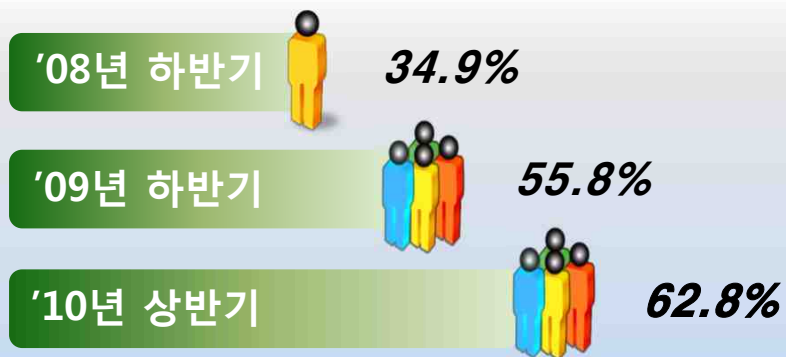
● 디지털전환 인지도는 73.2%(10년 상반기)

- 아날로그TV 방송종료 영향인지도 : 62.8%
- 주요 국가 대비 상대적으로 저조

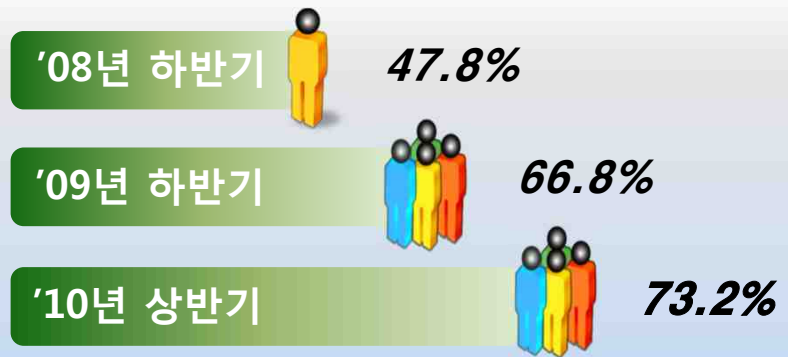
▶ 체험형 홍보 미흡 및 전환 일까지 상당기간 남아있는 상황 등에 기인

※ 선진국들도 정부, 방송사 등 민·관이 공동으로 대국민 홍보를 적극 추진

아날로그 TV방송 종료영향 인지도 비교



디지털 전환 인지도 비교

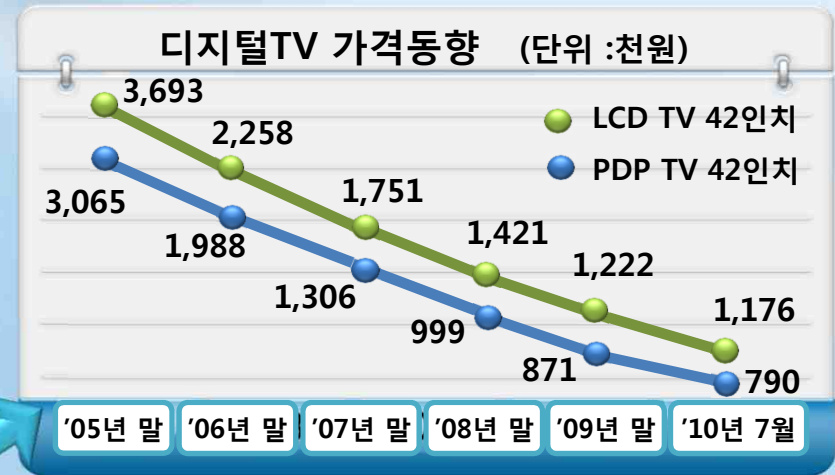
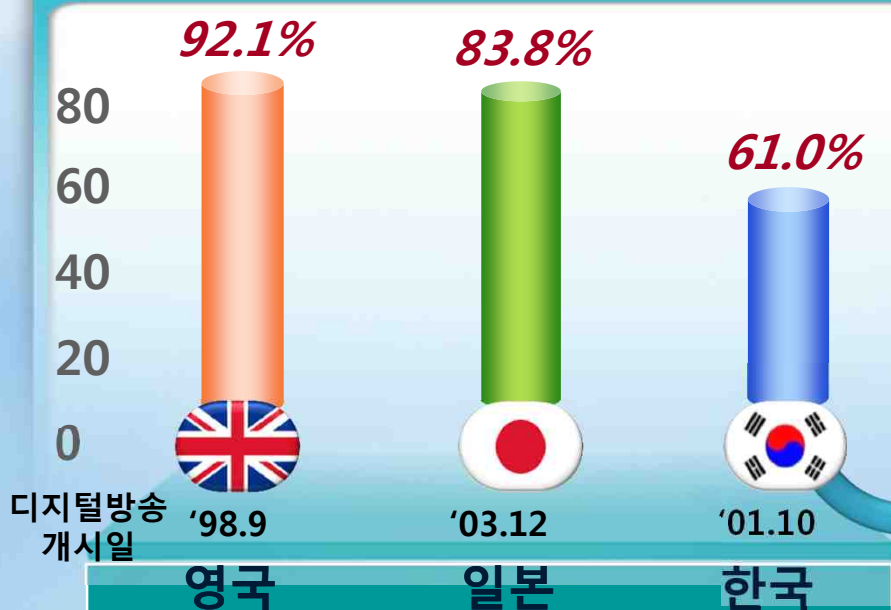


I. 추진 개요 - 추진 현황

② 낮은 디지털방송 수신기기 보급률

- 디지털방송 수신기기 보급률은 61.0%
 - 비슷한 시기에 디지털방송을 시작한 주요 선진국에 비해 낮은 수준
 - ▶ 디지털TV 가격은 지속적으로 하락추세(연평균 18%)이나, 여전히 구매 부담

[국가별 디지털방송 수신기기 보급률('10. 3월)]



(출처 : 디스플레이뱅크)

II. 그 동안 홍보 중점

1

인지 단계 중심

- 종료일자 및 준비방법
- 콜센터 및 홈페이지

2

불특정 다수 상대

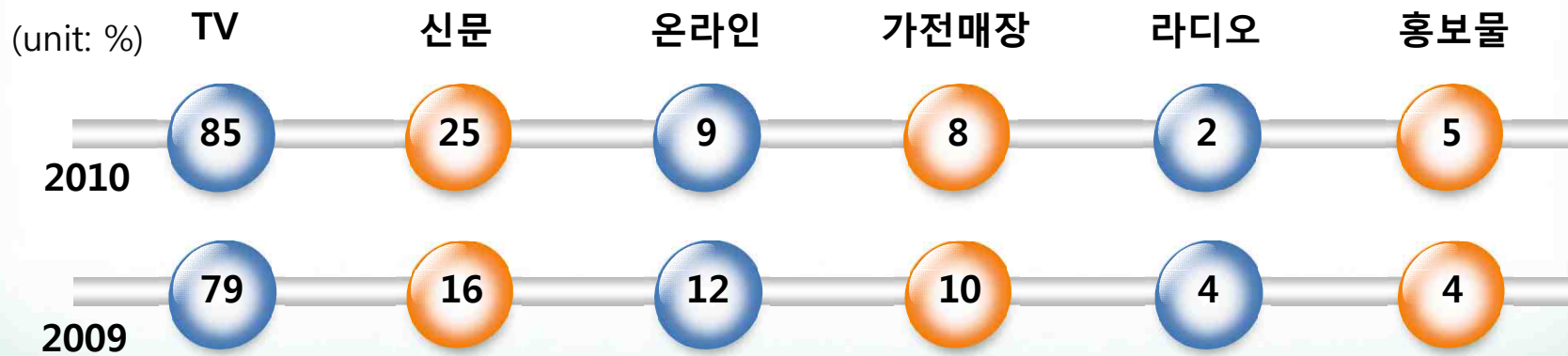
- 수도권 및 대도시 중심
- 정보접근 취약계층 제외

3

대중매체 중심 홍보 수단

- 캐릭터, 홍보대사 및
홈페이지 병행 홍보

[아날로그 TV방송 종료 인지경로 조사결과]



III. 대국민 홍보 추진전략

3대 기본방향

- 홍보 예산, 계층별 인지율, 정책 관심도 차이 등 주어진 여건 감안, 다양한 방법 활용 및 효과적인 홍보를 위해 3대 기본방향 마련
 - ① 정보 전달형, ② 찾아가는 현장형, ③ 참여와 협력형



- 인지('10) - 이해('11) - 실행('12)
- 오프라인
 - TV, 전광판 등 매체 홍보
 - 인쇄 유인물 홍보
- 온라인
 - 웹사이트 구축/인터넷 홍보

- 정보접근 취약계층/지역
 - 찾아가는 체험차량
 - 현장밀착 교육/상담/설명회
 - 농어촌/오지 순환버스 활용

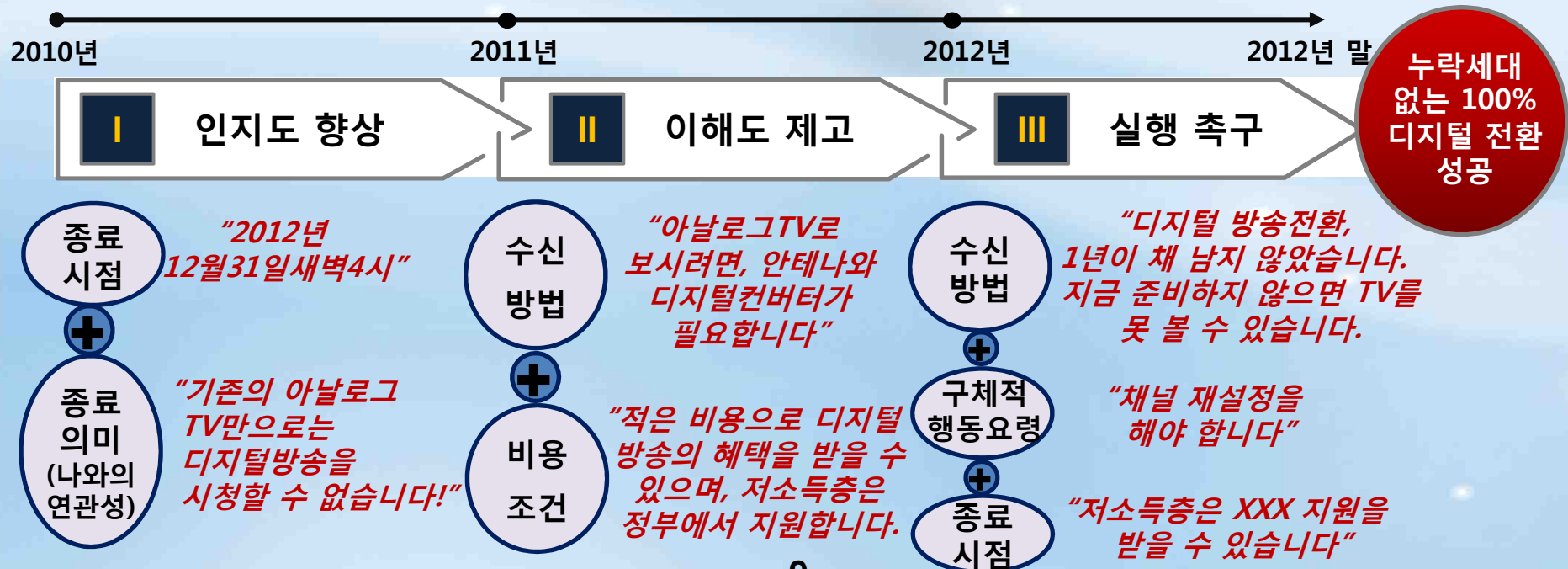
- 공공분야
 - 웹, 교육청, IPTV공부방 등 활용
- 민간분야
 - 주요 가전사 및 유통사 협조
- 방송분야
 - 자막방송, 프로그램 노출 등

III. 대국민 홍보 추진전략

① 정보 전달형 홍보

- 아날로그 TV방송 종료까지 2년여 남은 점을 고려, 홍보 단계를 도미노 이론에 따른 3단계(10년(인지)→11년(이해)→12년(실행))로 구분,
 - 단계별 핵심 메시지 전달 등 통해 홍보효과 극대화 도모(on/off Line)

[대국민 홍보 단계 및 핵심 메시지]



[참고] 디지털 전환 통합 홈페이지 구축

디지털 전환 홍보 홈페이지
(www.dtvkorea.org)

수신환경 정보제공 홈페이지
(www.dtv.go.kr)



디지털전환 통합 홈페이지
(www.dtvkorea.org)

- 디지털방송 정의
- 우리 집 자가진단
- 설치영상 가이드 등

[홈페이지 초기화면]

[우리 집 자가진단]



[설치영상 가이드]

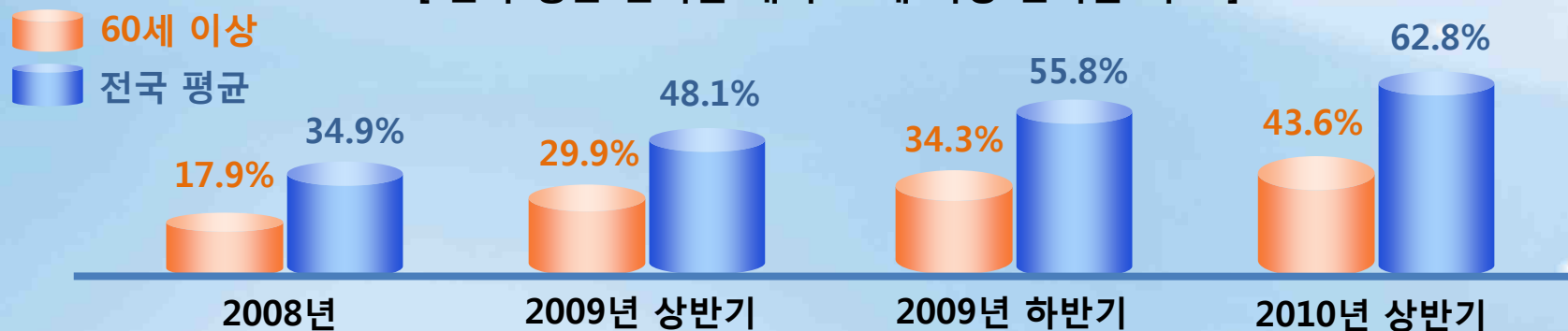


III. 대국민 홍보 추진전략

② 찾아가는 현장형 홍보

- 인지율 및 보급률 조사결과에 따라, 상대적으로 디지털방송 전환 정보 접근이 취약한 계층 및 지역에 대한 찾아가는 홍보 추진
 - 디지털방송 전환 과정에서 소외되는 계층이 없도록 시청권 보장
 - ▶ 대상 : 인지율이 상대적으로 낮고, 60세 이상 고령자가 많은 지역
→ '11년 우선 대상(안) : 강원, 충남, 전북, 전남, 경북 등
 - ▶ 추진 방안 : 찾아가는 체험차량 운영, 면대면 상담·교육·설명회 개최, 농·어촌·오지 대중버스 활용 홍보 등

[전국 평균 인지율 대비 60세 이상 인지율 비교]



III. 대국민 홍보 추진전략

③ 참여와 협력형 홍보

- 정부 차원의 일방적 홍보에서 탈피,
공공 및 민간 분야 등 각 분야별 협력과 자발적 참여 유도
- 디지털전환 이해관계자 모두의 공감대 형성 및 동참 분위기 조성 가능

[공공 및 민간분야 협조 방안]

분 야	주요 추진방안
공공 분야	<ul style="list-style-type: none"> - 공공기관 웹 사이트 연계 배너 홍보 - 반상회보('09.3~현재) 및 정책 홍보지 등 간행물 기고 - 교육청 및 초·중·고교 연계 홍보(가정통신문 발송 등) - 'IPTV 공부방' 활용 홍보물 배포 등
민간 분야	<ul style="list-style-type: none"> - 기업의 비영리 공익광고 시 디지털전환 공식 후원 명칭 사용 등 검토 - '전경련 사회공헌위원회' 협조 등
방송 분야	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 소재로 노출 - 자막 고지 요청 등(국민적 관심행사 방송시 자막 노출)

IV. 주요 홍보 내용 - 시점 인지 및 준비방법

아날로그 TV방송 종료 및 디지털방송 전환 시점 인지

- 2012년 12월 31일 새벽 4시 (디지털방송 전환 특별법 시행령 제10조의 2)

옥외 또는 실내 안테나로 아날로그 방송을 직접 시청하는 국민

방법 1. 디지털TV에 안테나 설치
(신규 구매 포함)



디지털TV

+



안테나

방법 2. 아날로그TV에 디지털컨버터와 안테나 설치



아날로그TV

+



디지털컨버터

+



안테나

케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송을 시청하는 국민

skyLife

QOOK

B tv

LG U+



현재와 같이 지상파 방송을 그대로 보실 수 있습니다.

IV. 주요 홍보 내용 - 자동채널설정

아날로그방송 종료 후, 디지털방송 시청을 위해 해야 할 일

- 아날로그 방송이 종료되면 반드시 「자동채널설정」을 해야 TV 시청이 가능합니다.

※ 자동채널설정 : 수신되고 있는 디지털 방송을 디지털 TV가 인식하여 향후 시청자가 사용하기 쉽도록 설정하는 과정



- 각 제조사별 자동채널설정 방법이 다소 다를 수 있으므로, 자세한 방법은 TV 설명서를 참조하거나 제조사에 직접 문의 하시기 바랍니다.

IV. 주요 홍보 내용 - 안내 및 피해주의

디지털방송 전환 관련 안내를 받아 보는 방법

디지털방송 콜센터
080-2012-012(무료),
1666-1335(유료)

또는

안내 및 홍보 홈페이지
<http://www.dtvkorea.org>

디지털 전환 피해 주의하기 !!!

- 유료방송(케이블TV, 위성방송, IPTV 등) 가입자는 디지털로 전환하지 않아도 TV 시청에 전혀 문제가 없습니다.
 - 디지털 케이블TV의 가입여부는 시청자의 자율적 선택사항이며, 의무사항이 아닙니다.
 - 피해가 발생하는 경우 아래로 신고하여 주십시오.
- ※ 방송통신위원회 CS센터(국번 없이 133, <http://www.kcc.go.kr>),
국민신문고(<http://epeople.go.kr>)

V. 지자체 협조 사항(홍보 분야)

주민 홍보관 등 운영 협조

- 지자체 청사 출입 지역주민 홍보를 위해 청사 현관 또는 로비 등에 디지털방송전환 홍보 부스를 설치하거나,
- 기존 주민홍보관 등 디지털전환 내용을 홍보할 수 있는 공간 확보 필요

※ 홍보관(또는 부스) : 디지털TV 시현 및 홍보포스터, 홍보전단 비치

반상회를 통한 지역주민 홍보

- 매월 실시하는 반상회의 시, 반상회 소식지에 게재된 자료를 가지고 적극 홍보될 수 있도록 이장단 협의회 등과 공조(협조) vlfdy

V. 지자체 협조 사항(홍보 분야)

지자체 운영 웹사이트 통한 홍보

- 시도 및 시군 홍보지와 홈페이지 등을 통해 지역주민에게 디지털방송 전환을 알리는 내용이 게재될 수 있도록 홍보 협조

DTV 구매 협조

- 공공기관 TV보유 현황 조사 결과 광역 지자체 DTV 보급률 40.5%, 시·도 교육청 DTV 보급률 62.7%로 조사

중앙부처(50개)			광역(시·도) 지자체(16개)			시·도 교육청(16개)		
계	DTV	ATV	계	DTV	ATV	계	DTV	ATV
66,429	22,557	43,872	43,467	17,614	25,853	274,554	172,030	102,524
(100.0)	(34.0%)	(66.0%)	(100.0)	(40.5%)	(59.5%)	(100.0)	(62.7%)	(37.3%)

- 아날로그TV의 디지털TV 전환(불우이웃돕기, 군장병 위문 등 포함) 시, 방송통신위원회 선정 보급형 DTV 구매 협조

[참고] 보급형 DTV 선정 및 출시

☞ 보급형 디지털TV : 성능은 타 제품과 유사하나,
가격은 상대적으로 저렴한 디지털TV(방송통신위원회 선정)

대우
디스플레이



LD32L1B1
(HD LCD)

- 화면크기 : 32인치
- 해상도 : 1366 * 768
- 명암비 : 10,000 : 1
- 밝기 : 500cd/m²
- 가격 : 일반 53만9천원
저소득층 43만9천원



LD42L1B1F
(FULL HD LCD)

- 화면크기 : 42인치
- 해상도 : 1920 * 1080
- 명암비 : 20,000 : 1
- 밝기 : 550cd/m²
- 가격 : 일반 81만9천원
저소득층 71만9천원

MOTV



Q2000HDT
(HD LCD)

- 화면크기 : 20인치
- 해상도 : 1600 * 900
- 명암비 : 10,000 : 1
- 밝기 : 300cd/m²
- 가격 : 일반 22만6천원
저소득층 12만6천원



Q2400LEDT
(FULL HD LED)

- 화면크기 : 24인치
- 해상도 : 1920 * 1080
- 명암비 : 10,000 : 1
- 밝기 : 250cd/m²
- 가격 : 일반 29만7천원
저소득층 19만7천원

삼성전자
(시범지역
전용)



P2370HD
(FULL HD LCD)

- 화면크기 : 23인치
- 해상도 : 1920 * 1080
- 명암비 : 50,000 : 1
- 밝기 : 300cd/m²
- 가격 : 저소득층
20만5천원



P2770HD
(FULL HD LCD)

- 화면크기 : 27인치
- 해상도 : 1920 * 1080
- 명암비 : 50,000 : 1
- 밝기 : 300cd/m²
- 가격 : 저소득층
33만9천원

※ 구매문의 : ☎ 1688-3221, www.16883221.co.kr

V. 지자체 협조 사항(홍보 분야)

디지털전환 교육 추진

- 각 기관별 자체 직장교육 시, 디지털전환 관련 내용 포함 협조
 - 교육강사 추천 요청 시, 디지털방송 전환 전문가 추천(☎ 02-750-1488)
- 산하 교육원 등 교육기관의 과정별 공통교육시간 활용 교육 추진 협조

디지털TV 전시

- 일반 시민들이 보급형 디지털TV를 직접 확인하고 구매할 수 있도록 주요 관공서에 DTV 전시관 구축을 위한 공간 확보 필요
 - 현재 제주 시범지역 운용 중(정부제주지방합동청사, 제주 및 서귀포 우체국)
- ☞ 보급형 디지털TV 전시를 통해 일반 시민들이 디지털TV 방송 혜택과 고품질 방송 서비스 체험기회 제공 가능