

## 광고수의 감소에 따른 방송 편성 변화에 관한 연구<sup>1)</sup>

유세경

(이화여자대학교 언론홍보영상학부 교수)

### I. 문제제기(서론)

‘편성’의 개념은 ‘제작된 프로그램을 어느 시간대 누구를 대상으로 배열하는가’ 하는 협의의 의미와 “프로그램의 기획, 제작, 분배의 전과정을 계획하고 조절하는” 광의의 의미 두 종류로 해석된다. 그러나 다채널, 다미디어 시대가 개막되면서 채널 간 혹은 미디어 간의 경쟁상태가 심화되고 시청자의 생활패턴이 다양해지면서 방송사들은 프로그램의 성공을 위해서 ‘배열의 문제’ 이상의 것들을 고민하게 되었고, 프로그램의 기획단계에서부터 제작, 분배에 이르는 전과정에 걸쳐서 다양한 전략이 필요하게 되었다.

때문에 최근에 편성의 의미는 광의의 의미로 이해되고 있으며, 편성에 관한 연구시각도 다양해지고 있다. 특히 다채널, 다미디어 시대의 진입으로 인해 방송의 산업적 측면이 강조되면서 방송산업을 둘러싼 외부환경요인의 변화가 프로그램의 기획, 제작, 분배에 어떠한 영향을 미치는가에 많은 관심을 보이고 있다. 방송산업에 영향을 미치는 외부환경적 요인은 크게 법/제도, 국민경제규모, 광고시장, 방송시장구조 등이라 할 수 있는데 전세계적으로 방송에 대한 정치적 영향력이 약화되고 탈규제 현상이 가속화되면서 법/제도적 요인보다

---

1) 이 논문은 1999년도 두뇌한국21사업 핵심분야에 의하여 지원되었음.

는 경제규모, 광고시장, 방송시장구조 등 경제적 요인의 영향력이 증대되고 있다. 특히 민영방송체제의 경우 방송 운용에 있어 경제적 효율성을 중시하기 때문에 편성에 있어 경제적 요인의 변화에 민감하게 반응한다.

경제적요인과 편성에 관한 연구는 대표적인 민영방송체제 국가인 미국의 학자들을 중심으로 이루어졌다. Dominick & Pearce(1976), Adams, Horney & Popovich(1983), Atkin & Litman(1986), Adams(1993)와 같은 학자들은 ‘방송사의 재원조달방법’, ‘광고시장규모’, ‘방송사간의 경쟁의 정도’와 같은 요인들이 프로그램의 기획, 제작, 분배에 어떠한 영향을 미치는가에 대해 연구하였다. 이들의 연구결과에 의하면 경제적 요인들은 상호연관적으로 방송사의 편성행위에 영향을 미치게 되는데, 예를 들어 채널이 증가하면서, 방송사 간 경쟁이 증가하게 되고, 경쟁이 증가하면 방송사는 프로그램 제작에 많은 돈을 투자하게 되고, 수익을 올리기 위해 고 시청률을 겨냥한 프로그램의 기획, 제작이 이루어진다는 것이다. 그러나 광고수익이 감소하거나 경쟁이 줄어들 경우 제작비를 줄이는 방향으로 편성을 한다는 것이다.

이와 같이 방송의 산업·경제적 측면이 중시되면서 방송사의 편성 행위에 영향을 미치는 경제적 요인에 많은 관심이 모아지고 있다. 우리나라도 1990년대 이후 민영방송의 개국, 케이블 텔레비전의 개국으로 인하여 다채널 시대가 본격화되어 시장구조가 독과점 구조에서 자유경쟁시장구조로 전환되면서 방송의 산업적 측면이 중시되기 시작하였다. 그러나 우리나라의 경우 독특한 방송산업구조로 인하여 방송사의 편성행위는 시장경제적인 요인과 함께 정치, 사회적인 요인등 매우 다양한 요인들에 의해서 영향을 받았다. 예를 들어 KBS 2와 MBC의 경우 소유권의 측면에서는 공영방송이지만 재원조달에 있어서는 광고수익에 전적으로 의존하고 있어, 재원의 측면에서는 민영방송체제라 할 수 있다. 그러나 재원조달의 방법에서 우리나라는 한국방송광고공사(KOBACO) 라는 공공기관을 통하여 광고시간의 구매와 판매가 이루어지고 있고, 광고단가도 시급<sup>2)</sup>으로 결정되어 있기 때문에 시장경제원리에 입각한 완전한 민영체제라 하기 힘들다. 또한 IMF 경제위기 상황이전까지는 우리나라의 산업경

제가 급속한 신장을 하면서 매체광고비가 급증하여 매체광고 수요보다 공급이 많았기 때문에 우리나라 방송사는 평균 광고판매율 90%를 기록하면서 시청률에 관계없이 매우 안정적인 재원상태를 유지하였다. 때문에 그동안 우리 방송사는 편성행위에 있어서 제작비, 광고수익, 광고재원 규모 등과 같은 시장경제적인 요인들에 민감하게 반응하기보다는 정치적, 사회적 요인에 의해 편성행위가 영향을 받는 경우가 많았다. 실제로 우리나라의 방송사들은 광고수익을 훨씬 초과하는 대형드라마를 제작하거나<sup>2)</sup> 광고수익단가가 낮게 책정된 B급이나 C급 시간대에 제작비가 많이 투자되는 버라이어티 오락 프로그램을 편성하거나, 프라임 타임시간대에 정책성 보도/교양 프로그램을 편성하는 등 경제적 효율성을 간과한 경우가 많았다.

그러나 1997년 11월 발생한 우리나라의 경제위기상황은 기업체들의 도산을 불러일으켰고 이로 인해 매체광고비는 급격히 감소하여, 방송사들의 광고 판매율도 평균 90%에서 50%로 하락하였다. 경제위기상황으로 인해 그동안 안정적인 재정상태를 유지해오던 방송사는 광고수익의 감소로 재정적인 위기를 경험할 수밖에 없었다. 재원의 급감으로 인해 우리나라 방송사는 인력을 감축하였고, 제작비를 동결하거나 감소시켰으며 드라마와 같이 제작비가 많이 투자되는 프로그램의 제작을 억제할 것을 결의하였다. 이와 같이 경제위기상황으로 인한 광고시장의 축소는 방송사의 편성행위에 직접적인 영향을 미친것으로 파악되고 있다. 물론 경제위기상황이후 사회적 분위기와 정부의 지침등 정치적 요인들이 편성행위에 영향을 미친것도 사실이나 이보다는 광고수익의 급감이라는

2) KOBACO는 텔레비전 광고대행을 독점하면서 프로그램별로 광고를 판매하는 것이 아니라 시간대별로 광고를 판매하는 방식을 택하였다. KOBACO는 시간대별로 SA, A, B, C 등급으로 정하고 요금을 달리하고있다. 1999년 현재 전국규모 광고시급 단가는 1초당 SA 시급이 115,356, A시급이, 93,297, B시급이 63,204, C시급이 29,110 원이다.(KBS 2 기준)

3) 광고비가 가장 비싼 SA 시급의 경우 60분 프로그램 편성시 6분의 광고 판매로 약 4천2백여만 원의 광고수익을 올릴수 있으나 편당 7천만 원에서 1억 원이 소요되는 대형드라마를 편성하는 경우가 상당수 있다.

재원 감소의 문제가 방송사의 인력, 조직구조의 변화를 야기시키면서 편성행위에 더욱 직접적인 영향을 미쳤다는 시각이 지배적이다. 결국 1997년 말에 발생한 경제위기 상황은 우리나라 방송사로 하여금 그동안 간과하였던 시장경제적 요인의 변화에 민감하게 대응하도록 만들었다고 할 수 있다.

이러한 관점에서 본 연구는 경제위기 상황 이전 이후의 우리나라 방송사들의 편성을 비교 분석함으로써 광고시장규모의 축소가 방송사의 편성행위에 어떠한 영향을 미쳤으며, 편성행위의 변화가 방송사의 성과에 어떻게 반영되었는가를 분석하고자 한다. IMF 경제위기 이전 우리나라 방송사들은 과도한 시청률 경쟁으로 인한 특정 오락프로그램의 집중화, 프로그램 질 저하, 과도한 제작비 투자로 인한 방만한 경영이라는 비판을 받았기 때문에 IMF 경제위기 상황으로 인한 광고비의 축소가 방송사의 편성행위와 편성 성과에 어떠한 방향으로 영향을 미쳤는가는 매우 중요한 문제라 할 수 있다. 구체적으로 본 연구에서는 경제위기상황 발생을 기점으로 이전 이후라 할 수 있는 1997년과 1998년을 분석기간으로 하여 우리나라 방송사의 인력구조, 제작비 규모, 프로그램 편성내용의 변화를 비교 분석함으로써 편성행위의 변화를 파악하고 이러한 행위의 변화가 편성성과에 어떻게 반영되었는지 시청률의 변화와 프로그램 유형의 다양성을 비교 분석함으로써 고찰하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 1) 산업 경제학적 시각의 중요성

방송의 내용, 기능에 관한 기존의 연구들은 방송의 내용에 영향을 미치는 정치적, 사회적 요인들과 방송의 이데올로기적, 정치적, 사회적 기능에 초점을 맞추었다. 그러나 커뮤니케이션 기술의 발달로 인한 채널의 증가는 채널간의 경쟁을 증대시키면서, 방송사로 하여금 시장 상황에 민감하게 반응하게 만들

있고, 다채널로 인해 점차 감소하는 재원으로 인하여 운용에 있어 경제적 효율성을 증시하게 만들었다. 예를 들어 그 동안 뉴스는 다른 메시지와는 달리 사상의 공기로 개념화되면서 뉴스에 시장원리를 도입하거나 경제학적인 관점에서 접근하는 것은 저널리즘의 공공성을 해칠 수 있다는 이유로 외면당해왔으나, 다채널, 다미디어 시대가 도래하면서 언론사 간, 미디어 간 경쟁이 치열해지게 되자, 뉴스는 다른 정보상품과 경쟁하게 되었고, 언론사는 뉴스가 수용자들의 이익으로 대표되는 시장의 요구에 적합한 상품인가에 대해 고심하게 되었다. 이와 같이 다채널, 다미디어 시대의 개막은 방송산업에 있어서 시장경제적인 가치와 조건의 중요성을 부각시켰다.

방송산업에서 시장경제적인 요인의 영향력이 증대되기 시작하자 학자들은 산업·경제학적인 관점에서 미디어에 영향을 미치는 요인에 관심을 갖기 시작하였고 이를 위해 산업조직론의 관점을 도입하였다. 산업조직론은 특정산업의 환경과 구조에 의해 조건 지워지는 기업들의 전략적 행동이 그 기업의 특정 성과를 결정한다는 것으로 환경, 구조, 행위, 성과의 상호인과관계를 중시하는 관점이다.(장용호, 1989) 산업조직론의 관점에 의하면 외부환경과 시장구조는 기업의 불확실성을 유발하기 때문에 기업은 이에 따라 전략적 선택을 하게 되고 전략적 선택을 통해 균형을 회복하고 그 결과가 성과로서 나타난다는 것이다. 때문에 방송산업은 방송산업을 둘러싼 외부환경이나 시장구조가 변화하게됨에 따라 방송사의 행위가 달라지고 성과가 달라지게 된다는 것이다.

특히 상호의존도가 높은 자원의 환경변화일수록 기업의 행위는 직접적인 영향을 받는다고 할 수 있는데, 예를 들어 방송산업은 광고와 시청자 자원에 높은 상호의존도를 보이기 때문에 광고시장의 급격한 변화나 시청자들의 생활패턴, 소비스타일의 변화등은 방송사의 행위에 직접적인 영향을 미치게 된다.

산업경제학적 관점은 외부환경의 변화에 의한 행위의 변화 뿐만 아니라 행위의 변화에 의한 성과의 측면까지 분석하기 때문에 미디어의 문제에 대한 구체적인 정책적 대안을 제시할 수 있다는 장점이 있다. Gomery(1993)는 산업경제학적 분석에서 미디어의 성과에 관한 연구는 다양성과 표현의 자유라는

커뮤니케이션의 질의 문제와 경제적 문제들을 연결시켜줌으로서 커뮤니케이션의 실질적인 발전을 이루게 할 수 있다고 주장하였다. 구체적으로 Gomery는 미디어 기업의 성과는 다음의 6가지 기준에서 평가될 수 있다고 설명하고 있다. 첫째, 자원을 얼마나 효율적으로 사용하였는가, 둘째, 새로운 기술을 얼마나 빨리 시장에 도입하였는가, 셋째, 미디어 제품과 서비스가 전체층에게 얼마나 균등하게 분배되었는가, 넷째, 표현의 자유를 얼마나 증진시켰는가, 다섯째, 공중의 이익 증진에 기여하였는가, 여섯째, 문화의 질 향상에 기여하였는가로 미디어 기업의 성과를 평가할 수 있다는 것이다.

그러나 산업조직론의 관점에서 제기한 방송환경-구조-행위-성과의 패러다임은 검증된 이론이라기보다는 방송을 분석하는 틀로서 유용한 시각을 제공한다고 할 수 있다. 특히 경제위기상황으로 인한 광고시장의 축소라는 외부 환경의 변화가 우리나라 방송사의 편성행위와 그 성과에 어떠한 영향을 미쳤는가를 분석하는데는 매우 적합한 틀이라 할 수 있다. 결국 산업조직론의 환경-구조-행위-성과의 패러다임을 본 연구에 적용시킨다면 경제위기상황으로 인한 광고시장의 급격한 축소는 방송광고 시장구조에 영향을 미치고 이는 방송사의 재원을 감소시키게 된다. 재원이 감소된 방송사는 인사, 조직, 편성행위등에 변화를 일으키게되고 이는 편성내용과 성과에 반영된다고 예측할 수 있다.

## 2) 경제적 요인변화와 방송사 편성 행위, 성과에 관한 연구

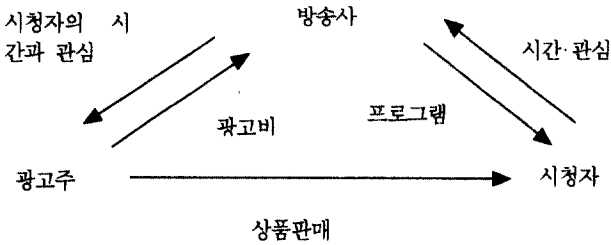
외부환경의 변화가 미디어 행위, 성과에 어떠한 영향을 미쳤는가 하는 연구는 재정투입이론의 시각에서 많이 이루어졌다. 재정투입 이론은 미디어 간의 경쟁의 증가는 재정투입을 유발시키고 재정투입의 증가는 미디어의 내용/질에 영향을 미친다는 이론으로 주로 뉴스미디어를 통해 검증되었다. 재정투입 이론에 관한 초기의 연구들은 재정투입을 이끌어 내는 외부환경의 요인으로 경쟁의 개념에 대해 초점을 맞추고 있는데<sup>4)</sup>, 이후 재정투입모델의 관점에서 미디어를 연구하는 학자들은 미디어의 재정투입의 증·감을 이끌어내는 보다

다양한 요인에 관심을 갖기 시작하였다. Rosse & Dertouzos(1978), Bagdikian(1990)과 같은 학자들은 미디어의 이중산업적 성격으로 인해 미디어의 재정투입에 영향을 미치는 가장 중요한 요인은 광고시장 규모라고 주장하였으며, 유세경과 김희조는(1999) 한국의 경제위기상황으로 인한 광고시장의 축소로 신문사의 재정투입이 감소되었다고 주장하였다.

### (1) 광고와 편성과의 관계

재정투입이론의 관점은 뉴스미디어뿐만 아니라 방송편성을 연구하는 데 있어서도 유용한 시각을 제공한다. 언급하였듯이 방송편성은 방송사의 재원규모의 변화에 직접적으로 반응하기 때문이다. 특히 광고시장규모는 방송사의 수익을 결정짓는 요인으로 방송사의 편성행위에 직접적인 영향을 미치게 된다. 광고와 편성과의 관계는 방송산업의 이중제품 시장의 성격을 파악함으로써 이해될 수 있다. 방송산업의 이중제품 시장이란, 방송사는 내용상품으로서 ‘프로그램’이라는 하나의 제품을 생산해내지마는 이 제품에 대한 거래는 ‘광고시장’과 ‘시청자시장’이라는 두 개의 다른 시장에서 일어난다. 예를 들어 방송사가 프로그램을 시청자들에게 판매한다는 것은 프로그램에 시청자들의 최소자원인 ‘시간’(time) 혹은 ‘관심’(attention)을 끌어들이는 것을 의미하고, 이 과정에서 시청자들은 프로그램 시장에서 공급된 프로그램의 최종소비자인 동시에 시청자 시장에서 거래되는 상품의 생산자로서 이중적 위치를 지니게 된다. 프로그램 시청의 대가로 시청자들이 지불한 시간과 관심을 가지고 방송사가 참여하는 시장이 광고시장이다. 단순히 파악할 경우에는 각 광고주에게 원하는 광고시간을 판다고 볼 수도 있지만 보다 정확하게 말한다면 대 수용자 접근권을 판다고 할 수 있다. 결론적으로 이중제품 시장에서 방송사는 프로그램을 생산해서 시청자에게 제공하고 여기에 생산된 시청자 집단(시청자의 시간과 관심)을 광고주에게 다시 파는 셈이 된다.

4) Rarick & Hartman(1966), Weaver & Mullins(1975), Litman & Bridges(1986) 등은 신문의 경쟁이 증가하면 제작비가 증가하고 이로 인해 신문의 내용에 변화가 있음을 밝혀내었다.



<방송산업의 이중제품 시장(dual product market)>

때문에 방송사의 직접적인 재원은 광고주에서 나오고 광고비를 결정짓는 광고주/시장의 규모는 방송사의 재원규모에 영향을 미치게 된다. 결국 광고를 주재원으로 하는 민영방송체제에서는 광고비요인이 방송의 편성에 직접적인 영향을 미치게 된다는 것이다.

(2) 경제적 요인 변화가 편성에 미친 영향에 관한 선행연구

경제적 요인의 변화와 방송 편성과의 관계를 연구한 초기의 연구들은 주로 ‘방송사 간 경쟁의 정도’와 편성과의 관계에 초점을 맞추었다. Dominick와 Pearce(1976)는 1950년대 중반에서 1974년까지의 주시청 시간대 편성에서 프로그램 유형 다양성의 지속적인 감소를 발견하고 다양성 감소의 이유로서 방송 산업의 과점적 구조를 지적하였다. Dominick와 Pearce는 과점구조 아래서 방송사들은 담합행위를 통해 경쟁관계를 완화시켰고, 이로 인해 프로그램 유형의 다양성이 감소하였다고 주장하였다. Persky(1977)역시 과점구조하에서는 방송사들이 프로그램 편성에 있어서 표준화 된 정책을 공통적으로 받아들이기 때문에 경쟁이 감소하고 다양성이 감소한다고 밝히고 있다.

한편 Litman(1979)은 1974년부터 1979년까지 미국 3대 네트워크의 편성을 분석한 결과 편성의 다양성이 증가하고 있음을 발견하였는데, 다양성이 증가한



이유는 ABC가 기존의 담합구조를 깨고 시청률 경쟁에서 우세를 차지함으로써 3대 네트워크 간의 시청률 경쟁이 증가하게 되고 경쟁의 증가는 새로운 유형의 프로그램의 편성을 탄생시켰기 때문이라고 설명하고 있다. Wakszag & Adams(1985)는 1970년대에 ABC에 의해 깨어졌던 방송사 간의 담합이 1980년대에 들어 회복되면서 공중파 TV 시장의 경쟁이 감소한 결과 프로그램 유형의 다양성이 감소하였다는 결과를 내놓았다. Lin(1995)역시 방송국이 경쟁적인 기간동안에는 제작비 증가와 함께 다양한 포맷의 프로그램을 편성한다고 주장하였다. 이와 같이 미국 네트워크의 편성을 분석한 연구결과는 경쟁의 정도가 프로그램의 다양성 증가에 긍정적으로 영향을 미친다고 밝히고 있으나, 국내의 연구결과에 의하면 경쟁의 증가와 다양성과는 부정적인 관계에 있다는 결론이 많다. 한진만(1989)은 방송국간의 과다경쟁이 동시간대 유사프로그램의 편성과 프로그램 모방현상을 초래함으로써 채널간의 동질화 현상이 증가할 것이라고 주장하였으며, 안정임(1995)의 연구에 의하면 SBS 방송국이 개국하면서 시청률 경쟁이 강화되자, 방송사들은 고시청률 장르인 드라마의 편성비율을 늘리면서 프로그램 동질화 현상이 증가하였다고 주장하였다.

이후 학자들은 방송편성에 영향을 미치는 경제적 요인을 분석함에 있어 경쟁 상황 외에 보다 다양한 요인을 포함하였다. 특히 민영방송 체제의 경우 경제적 효율성을 목표로 하기 때문에 이를 극대화 할 수 있는 광고자원, 제작비, 시청률 등과 같은 요인들이 편성에 미치는 영향에 대해 구체적으로 분석하였다.

Atkin과 Litman(1986)은 광고수익을 방송사의 재원으로, 제작비를 지출의 개념으로 인식하고 제작비, 광고수익, 광고수익을 결정짓는 시청률이 방송 편성에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 이들은 1971년부터 1985년까지 미국 네트워크사의 프로그램 편성의 조건(renewal & cancellation)에 관해 분석하였는데, 분석결과 재편성에 영향을 미치는 주요 요인들은 광고자원, 프로그램 제작비, 시청률, 도달율(Household Penetration) 이라고 제시하였다. 이들은 재편성과 취소가 결정되는 점을 취소점(Threshold of cancellation)으로 규정하고 이는 손익분기점과(Breakeven point) 같다고 설명하였다. Atkin과 Litman은 '방송사의 이익

= 광고수익— 프로그램 원가' 라는 개념을 도입하여 광고수익과 프로그램 원가(제작비와 분배비 포함)가 같은 지점을 방송사의 손익분기점(Breakeven point)으로 보았다. 즉 광고수익이 프로그램 원가(제작비) 보다 많을 때 방송사는 이익을 실현할 수 있기 때문에 그 프로그램을 재편성되며 그렇지 못할 경우에 취소된다고 주장하고 있다. 때문에 손익분기점에 영향을 미치는 요인은 프로그램 제작비와 광고수익이라 할 수 있다. 여기서 광고수익은 시청률로 대체될 수 있는데 광고수익은 시청률에 의해서 결정되기 때문이다. 이들의 설명에 의하면 프로그램 제작비가 증가할수록 손익분기점이 높아지며, 시청률이 높아질수록(광고수익이 증가할수록) 손익분기점이 낮아진다. 따라서 Atkin과 Litman은 상업방송사는 경제적 가치, 이익을 극대화시키기 위해 제작비 감소와 고시청률 전략을 동시에 추구한다고 주장하고 있다.

실제적으로 미국 네트워크 프로그램의 편성조건을 분석한 결과 1970년대 초반에는 미국의 네트워크사들은 제작비를 줄임으로서 이익을 극대화하려 하였으나 1970년대 중반이후에는 시청률을 높임으로서 이익을 극대화하는 경향이 있다고 밝히고 있다. Adams(1993)의 연구결과에 의하면 미국 TV 산업에서 케이블 TV가 활성화되기 이전인 1970년대 초반에는 방송사는 프로그램 제작비를 줄이는 방법으로 이익을 추구하였다고 밝히고 있다. Adams의 분석에 의하면 1970년대 초반에는 네트워크 TV 편성에 영향을 미친 여러 요인들 중 가장 중요한 요인은 프로그램 제작비로, 인기가 있는 프로그램이라도 제작비가 과다한 경우 취소되고, 인기가 없는 프로그램이 지속적으로 편성된 것을 그 예로 하고 있다. 그러나 1972년 이후 케이블이 활성화되고 본격적인 다채널화가 도래하면서 케이블이나 VCR등이 공중과 네트워크의 시청률을 빼앗아가면서 시청률이 편성에 영향을 미치는 가장 중요한 요인으로 대두되었다고 주장하였다. 그의 분석에 의하면 1974-1979년 사이 15% 미만의 시청률을 기록한 프로그램은 모두 재편성되지 못하였다고 밝히고 있다.

McComb & Nolan(1992) 역시 미디어 간, 채널 간의 경쟁이 심화되고 방송사들은 한정된 재원을 나누어가져야 하기 때문에 방송사들은 광고수익 증대를 위

해 고시청률을 추구하고 있다고 주장하고 있다.

결국 광고자원을 주재원으로 하는 민영방송체제에서 방송사는 경제적 효율성/수익성을 중시하기 때문에 방송사의 재원규모와 직접적인 관련이 있는 광고비의 변화는 방송사의 행위에 영향을 미친다고 하겠다.

### 3. 연구문제

다채널 다미디어 시대의 진입으로 방송의 경제적 효율성이 더욱 중요시되면서 방송사는 외부의 시장경제적 요인의 변화에 민감하게 반응하게 되었다. 특히 방송 프로그램의 이증상품적 특성으로 인해 광고자원의 변화는 방송사의 행위에 많은 영향을 미치게 된다. 이러한 관점에서 본 연구는 1997년 말 발생한 경제위기상황으로 인한 광고시장의 축소가 방송사의 편성행위, 성과에 어떠한 영향을 미쳤는가를 분석하고자 한다. 구체적으로 방송사의 광고수의 감소가 방송사의 인력구조, 제작비 규모, 방송편성내용에 어떠한 영향을 미쳤으며 이러한 행위의 변화가 편성성과에 어떻게 반영되었는지를 분석하고자 한다. 특히 재원의 감소라는 경제적 요인의 변화와 편성행위와의 관계를 살펴보기 위해 전체적인 편성의 변화와 함께 가장 높은 광고단가를 유지하는 SA시급(주시청 시간대)의 편성의 변화를 살펴보고자 한다.

구체적인 연구문제는 다음과 같다.

1. 경제위기상황 이전, 이후 방송사의 행위가 어떻게 변화하였는가?
  - 경제위기 상황 이전 이후에 방송사별로 인력구조에 변화가 있었는가?
  - 경제위기 상황 이전 이후에 방송사별로 제작비 규모에 변화가 있었는가?
2. 경제위기상황 이전 이후에 방송사의 편성내용에 변화가 있었는가?
  - 경제위기 상황 이전 이후에 방송사별로 프로그램의 유형별 편성비율에 차이가 있는가?

- 경제위기 상황 이전 이후에 방송사별로 재방송 편성비율에 차이가 있는가?
- 경제위기 상황 이전, 이후 주시청 시간대 프로그램 유형별 편성비율에 차이가 있는가?
- 3. 경제위기 상황 이전, 이후 편성의 성과에 있어서 차이가 있는가?
- 경제위기 상황 이전 이후 방송사별로 프로그램 유형의 다양성에 변화가 있었는가?
- 경제위기 상황 이전 이후 방송사별로 시청률의 변화가 있었는가?

#### 4. 연구방법

##### 1) 분석기간

본 연구에서는 경제위기상황 이전 이후의 편성 행위의 변화와 성과를 분석하기 위해 경제위기 상황의 영향을 받지 않은 1997년 중반과, 경제위기상황 이후 광고 판매액이 큰 폭으로 감소한 1998년<sup>5)</sup> 중반을 분석기간으로 정하고 각 년도별로 방송 편성에 있어서 특이성이 가장 적게 나타나는 7월 첫째주(1997. 7. 7.-7.13., 1998. 7. 6.-7. 14.)를 분석기간으로 표집하였다. 7월 첫째주를 분석기간으로 선택한 또 하나의 이유는 1998년부터 방송사들이 건축재정을 위해 인력을 축소하고 부서 재배치 등 조직의 변화를 단행하였는데 이러한 인력 구조적인 변화가 1998년 상반기에 집중적으로 이루어져 7월에는 새로운 형태의 인력구조가 거의 완료되었고, 1998년 상반기에 제작비를 줄이기 위한 편성

5) 경제위기 전후의 방송사별 광고판매액(단위: 천만원)

방송사	1997년	1998년	감소비율
KBS 1/2	56,989	33,588	41.1 %
MBC	44,184	32,418	26.6 %
SBS	36,661	23,724	35.3 %

이 개편되어 7월에는 경제위기상황에 대비한 편성이 완료되었기 때문이다.

## 2) 분석대상

본 연구에서는 광고자원의 감소로 인해 방송사의 편성행위가 어떻게 변화하였으며 이러한 변화가 성과에 어떻게 반영되었는가를 분석하기 위해 광고 자원 의존도가 높은 공중파 방송 3사를 모두 분석대상으로 하였다. KBS<sup>6)</sup>의 경우 수신료로 재원을 일부 충당하고 있으나 광고의존도가 재정의 70%로 높게 차지하고 있으며 각주에서 알 수 있듯이 광고판매비 감소비율이 41.1%로 방송3사중 가장 높기 때문에 MBC, SBS와 마찬가지로 경제위기상황으로 인해 재정적으로 영향을 받았으리라 예측되기 때문이다.

본 연구에서는 광고수익의 감소로 인한 방송사의 인력구조 변화, 제작비 변화, 편성내용 변화를 살펴보고 이로 인한 시청률, 프로그램 유형의 다양성 변화를 살펴보고자 하기 때문에 이를 파악할 수 있는 다양한 자료를 분석대상으로 하였다. 우선적으로 인력, 예산/회계, 조직/부서 변화를 살펴보기 위해 방송사의 연감, 회계결산자료를 분석하였고 편성내용의 변화를 살펴보기 위해서는 1997년과 1998년 7월 첫째주의 주간편성표를 분석하였다. 편성성과를 측정하기 위한 시청률의 변화는 1997년과 1998년 7월 첫째주의 MSK(Media Service Korea) 사의 프로그램별 시청률 자료를 토대로 분석하였고 프로그램 유형별 다양성은 주간편성표를 토대로 다양성 지수를 계산하였다.

---

6) KBS 1은 KBS 2와는 달리 광고의존도가 낮지만 본 연구에서 분석대상으로 포함시킨 이유는 KBS 1, 2의 경우, 인력, 재원등을 모두 공유하고 있으며 인력구조의 변화나 재정투입의 증감을 살펴볼 수 있는 모든 자료가 KBS 1, 2를 합산한 자료로 되어있기 때문에 이를 분리시킬 수가 없기 때문에 분석대상에 포함시켰다. 또한 광고자원의 변화 요인 외에도 정치적 사회적 요인의 변화가 편성에 영향을 미칠 수 있으므로 KBS 1을 분석대상에 포함시킴으로서 이러한 변인들을 통제할 수 있으리라 본다. 즉 광고의존도가 높은 MBC, SBS가 KBS 1, 2에 비해 행위와 편성내용에 변화를 많이 보였다면 광고비의 축소가 다른 어느 요인보다 영향을 많이 미쳤다고 판단할 수 있기 때문이다.

## 3) 주요개념의 조작적 정의

본 연구에서는 광고수익의 감소로 인한 방송사의 편성행위와 성과의 변화를 분석하고자 한다. 광고의 의미로서의 편성의 개념은 프로그램의 기획에서부터 제작 송출 마케팅의 전과정을 일컫는 것으로서 편성행위 역시 매우 광범위하게 정의될 수 있다. 그러나 본 연구에서는 광고비 수익 감소에 따른 편성행위의 변화를 보고자 함으로 프로그램의 기획, 제작에 가장 큰 영향을 미친다고 할 수 있는 방송사 인력구조의 변화, 제작비 규모의 변화를 편성행위로 정의하였다. 편성성과 역시 다양하게 측정할 수 있으나 보다 객관적 자료를 가지고 편성성과의 변화를 검증하기 위해 프로그램 시청률과 방송사내 프로그램 유형의 다양성을 분석하였다. 편성행위와 성과를 구성하는 세부적인 유목의 선정이유와 유목별 내용은 다음과 같다.

(1) 인력구조의 변화: 인력구조의 변화는 다양한 측면에서 살펴볼 수 있으나 경제위기상황이후 방송사는 제작의 효율성을 높이기 위한 인력구조 변화를 단행하였기 때문에 이러한 변화를 파악하기 위해서 방송사 인력을 기능별로 기획, 경영/관리, 편성, 보도, 제작, 기술, 기타로 분류하고 경제위기 상황 이전이라 할 수 있는 1997년 인력구조와 경제위기 상황 이후라 할 수 있는 1998년 인력구조를 비교 분석하였다.

(2) 제작비 규모: 제작비는 프로그램을 제작하는데 직접적으로 투자된 제작비를 의미하는 것으로 작가, 출연자, 비정규직 인건비, 촬영경비, 의상, 세트비용 등이 포함되며 정규직 직원의 인건비, 방송국 내의 기자재 사용비 등의 간접제작비는 제외하였다.

(3) 유형별 편성비율: 프로그램은 유형별로 제작비 규모가 큰 차이가 나기 때문에 편성에 있어 제작비 규모의 증·감에 가장 민감하게 반응하는 것이 프로그램 유형이다. 따라서 본 연구에서는 제작비 규모의 변화에 따른 편성내용의 변화를 살펴보고자 함으로 우선적으로 본방송 프로그램과 재방송 프로그램

비율을 분석하였고, 이를 다시 12가지의 프로그램 유형으로 분류하여 편성비율을 분석하였다. 12개의 유형은 일반적인 프로그램 유형 분류기준과 제작비 요인을 함께 고려하여 주간 드라마, 일일극/시트콤, 교양/정보, 다큐/리얼리티, 가요, 퀴즈/게임, 외화/외국프로그램, 뉴스, 스포츠중계, 연예오락, 만화, 기타 등으로 구분하였다.

(4) 시청률: 편성성과를 시청률로 측정하는 것에는 논란이 있을 수 있으나 다채널 시대로 접어들면서 시청자의 선호도 개념이 방송의 공익성 개념으로 강하게 대두되고 있고, 시청률은 시청자의 선호도를 반영한 것으로 편성성과를 측정하는데 있어 적합한 기준이라고 생각하여 포함시켰다. 시청률은 미디어 서비스 코리아가 제공하는 프로그램별 시청률 자료를 사용하였다.

(5) 다양성: 다양성(Diversity)의 개념은 주로 '시청자의 채널 선택권' 혹은 '프로그램 선택권'의 의미로 사용되고 있기 때문에 본 연구에서는 다양성 지수를 측정함에 있어 유형별 다양성 지수를 사용하였다. 또한 제작비규모와 가장 밀접한 관련이 있는 것은 프로그램 유형이기 때문에 편성 성과를 측정하는데 있어 프로그램 유형의 다양성을 분석하는 것이 타당하리라 본다. 따라서 본 연구에서는 12가지 프로그램 유형을 기준으로 프로그램 유형별 편성비율과 다양성 지수를 계산하였는데 다양성 지수는 HI(Herfindal Index) 지수를 이용하여 계산하였다. 다양성 지수는 단일 네트워크에서 다른유형의 프로그램이 얼마나 많이 제공되는가를 분석하는 수직적 다양성 지수와 특정 시간대에 시청자가 선택할 수 있는 모든 채널에서 얼마나 다른 유형의 프로그램이 제공되는가를 의미하는 수평적 다양성 지수로 구분하는데 본 연구에서는 광고수익의 감소가 각 방송사의 편성행위와 성과에 미친 영향을 분석하고자 하기

7) 특정유형의 프로그램이 전체 프로그램에 비해 얼마나 차지하는가를 계산한 비율을 제곱하여 모두 합산한 것으로 Herfindahl의 지수가 낮을 수록 다양성이 증가됨을 의미한다.

$$\text{Herfindahl Index} = \sum_{i=1}^K K_i^2 \leftarrow K_i = \text{프로그램 유형}$$

때문에 본 연구에서는 수직적 다양성 지수만을 분석하였다.

## 5. 분석결과

### 1) 광고재원 축소에 따른 방송사 행위의 변화

각주에서 알 수 있듯이 경제위기발생이후인 1998년에는 1997년에 비해 방송사 모두 광고판매액이 약 1200억 원 이상씩 감소하여 평균 30% 정도 감소하였음을 보여준다. 방송사 재원의 95% 이상을 차지하는 광고 판매수입이 30% 이상 급감함으로써 방송사는 긴축재정을 위해 인력 축소와 부서 재배치 등 조직구조를 변화시켰고, 제작비를 절감하는 편성 행위를 단행한 것으로 나타났다.

#### (1) 인력구조의 변화

다음의 <표 1>은 경제위기상황 발생이전인 1997년과 경제위기발생 이후인 1998년 방송 3사의 인력구조를 보여준다. <표 1>에 의하면 SBS가 인력감소율이 4.9%로 가장 낮고, KBS 1, 2의 경우는 약 280여 명을 축소하여 약 8% 정도 인력을 감축하였고, MBC의 경우는 330여 명을 축소하여 20.6%의 인력 감소를 보여 MBC가 가장 많은 인원을 감축한 것으로 나타났다. SBS의 경우 KBS나, MBC에 비해 상대적으로 적은 인원으로 방송사를 운영하고 있었으며 다른 방송사에 비해 비정규직의 비율이 높았기 때문에 인력감소의 폭이 적었던 것으로 풀이된다. 비교적 비슷한 수준의 인력구조를 가지고 운용되었던 KBS와 MBC의 인력감소비율을 살펴보면 광고의존도가 높은 MBC가 KBS에 비해 훨씬 많이 인력을 감축한 것으로 나타나 광고비 축소가 방송사의 인력감축에 직접적으로 영향을 미쳤음을 알 수 있다.

그러나 부서별로 인력감축의 변화를 살펴보면 전체적으로 인력이 감축되었



음에도 불구하고, 방송사 모두 프로그램을 직접 제작하는 제작부의 경우에는 오히려 인력을 늘렸음을 알 수 있다. KBS 1, 2의 경우는 제작부서에만 2백여 명 정도의 인원을 증대시켰고, SBS도 약 9십여 명, MBC는 2십여 명을 증가시켜 전체적인 방송사 인원은 줄었으나 제작부서의 인원은 오히려 증가하였음을 알 수 있다. 가장 많이 인력을 축소된 부서는 KBS 1, 2의 경우 편성부문인데 무려 4백여 명이 감소되었다. 그런데 편성부문에서 일하였던 상당수가 제작부서로 재배치 된 것으로 알려져, KBS 1, 2는 채용의 급감이라는 환경변화에 대비하기 위해 기획, 편성을 축소하는 대신 제작부서의 인력을 늘린 것으로 판단 된다. MBC의 경우도, 기획, 편성, 관리의 순으로 인원을 대폭 줄인 것으로 나타났다. 그러나 SBS는 다른 방송사와는 달리 보도와 편성을 축소하고 관리와 제작을 늘린 것으로 나타났는데, 이는 1998년에 인천방송, 전주방송, 청주방송 등 8개의 지역민방이 새로이 개국하였고 이중 7개의 지역민방이 SBS와 가맹관계를 맺음으로써 기획, 관리 인원이 충원된 때문으로 풀이된다.

<표 1> 경제위기 상황 이전 이후의 방송사별 인력 감축 변화

직능	KBS 1/2			MBC			SBS		
	1997	1998	감소율	1997	1998	감소율	1997	1998	감소율
기획	138	88	36.2	95	34	64.2	61	69	-13.1
경영(관리)	537	575	-7.1	353	215	39.1	91	133	-46.2
방송(편성)	460	68	85.2	193	78	59.6	131	83	36.6
보도	565	568	-0.5	319	312	2.2	381	259	32.0
제작	1134	1345	-18.6	351	372	-6.0	430	518	-20.5
기술	639	542	15.2	299	268	10.4	240	232	3.3
기타		13					45	17	62.2
계	3,473	3,199	7.9	1,610	1,279	20.6	1,379	1,311	4.9

\* 출처: 전국 언론사 종사자 현황, 언론연구원, 1997, 1998.

이와 같이 경제위기 상황 이후 광고수익 감소에 대응하기 위해 방송사 모두 인력감축과 재배치 등 경제적 효율성을 위한 인사행위를 단행하였음을 알 수 있다.

## (2) 프로그램 제작비 규모의 변화

<표 2> 경제위기 이전 이후 방송사별 총 직접 제작비 규모(단위:천만원)

	1997	1998	감소비율
KBS 1/2	41,472	34,319	17.2%
MBC	29,121	24,581	15.6%
SBS	23,453	18,777	19.9%

\* 출처: 방송 3사의 1997, 1998 회계 결산자료

재원의 급감으로 인해 방송사는 인력의 감소와 함께 제작비를 감소한 것으로 나타났는데, <표 2>에 의하면, KBS 1, 2의 경우 약 700억 원의 제작비를 감소하였고, MBC의 경우는 약 500억 원, SBS의 경우도 500억 원 정도를 감소시킨 것으로 나타났다. 감소비율의 측면에서 보면, KBS 1, 2의 경우 2개 채널이므로 단일 채널로 환산하여 생각할 경우 약 8.5%로 감소비율이 가장 낮고, SBS는 19.9%로 제작비 감소비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 이와 같이 방송사 모두 급격히 감소한 광고수익에 대처하기 위해 제작비를 감소하였음을 알 수 있는데 광고의존도가 상대적으로 낮은 KBS가 MBC, SBS에 비해 제작비 감소비율이 적은 것으로 나타나 광고비 축소가 제작비 투입의 감소에 직접적인 영향을 미쳤음을 알 수 있다.

## (3) 편성 내용의 변화

### ① 전체방송시간의 감소와 재방송비율의 확대

급격히 감소하는 광고판매수익에 대처하기 위해 방송사는 인력을 축소하고

제작비를 평균 18% 정도 감축하였다. 이러한 방송사의 행위가 방송사의 편성에 어떻게 반영되었는가를 분석하기 위해 방송사별로 1997년과 1998년 7월 첫째주 편성을 프로그램 유형별로 비교 분석하였다. 본 연구는 재원 감소로 인한 인력의 감소, 제작비의 감소가 편성의 변화에 미친 영향을 파악하고자 하기 때문에 제작비를 투자하여 제작한 본방송 프로그램과 제작비가 따로 투자되지 않고 방송되는 재방송 프로그램으로 분류하여 각각 프로그램의 유형을 분류하였다. <표 3, 4, 5, 6>은 각 방송사의 본방송 프로그램의 유형별 편성비율과 재방송 프로그램의 유형별 편성비율을 보여준다.

<표 3> KBS 1 TV의 프로그램의 유형별 편성의 변화

유형	1997		1998	
	본방송 분(%)	재방송 분(%)	본방송 분(%)	재방송 분(%)
① 주간드라마	210(3.3)		210(3.9)	55(13.9)
② 일일극/시트콤	270(4.3)	110(66.6)	1270(5.1)	110(27.8)
③ 교양/정보	2245(35.8)		1905(35.7)	155(39.2)
④ 다큐/리얼리티	400(6.4)		335(6.3)	30(7.6)
⑤ 가요				
⑥ 퀴즈/게임				
⑦ 외화/외국프로그램	620(6.5)		425(8.0)	
⑧ 뉴스	1895(30.2)		1880(35.3)	
⑨ 스포츠중계	195(3.1)			
⑩ 연예오락	355(5.7)	55(34.4)	225(4.2)	45(11.4)
⑪ 만화	50(0.8)		50(0.9)	
⑫ 기타	30(0.5)		30(0.6)	
전체(백분율)	6270(100.0)	165(100.0)	5330(100.0)	395(100.0)

<표 4> KBS 2 TV의 프로그램의 유형별 편성의 변화

유형	1997		1998	
	본방송 분(%)	재방송 분(%)	본방송 분(%)	재방송 분(%)
① 주간드라마	660(10.8)	410(80.4)	370(7.3)	350(70.0)
② 일일극/시트콤	305(5.0)		250(4.9)	
③ 교양/정보	2295(37.7)	40(7.8)	1920(37.9)	30(6.0)
④ 다큐/리얼리티	100(1.6)	60(11.8)	275(5.4)	
⑤ 가요	50(0.8)		60(1.2)	
⑥ 퀴즈/게임	210(3.5)		110(2.2)	
⑦ 외화/외국프로그램	465(7.6)		200(3.9)	
⑧ 뉴스	490(8.1)		435(8.6)	
⑨ 스포츠중계				
⑩ 연예오락	1160(19.1)		1085(21.5)	120(24.0)
⑪ 만화	350(5.8)		350(6.9)	
⑫ 기타				
전체	6085(100.0)	510(100.0)	4,825(100.0)	500(100.0)

<표 5> MBC TV의 프로그램의 유형별 편성의 변화

유형	1997		1998	
	본방송 분(%)	재방송 분(%)	본방송 분(%)	재방송 분(%)
① 주간드라마	750(11.5)	190(54.3)	365(6.2)	70(10.3)
② 일일극/시트콤	450(6.5)	90(25.7)	815(13.8)	320(47.1)
③ 교양/정보	1695(25.9)		1330(22.6)	
④ 다큐/리얼리티	445(6.8)		290(4.9)	65(9.6)
⑤ 가요	100(1.5)		160(2.7)	
⑥ 퀴즈/게임	50(0.8)		100(1.7)	
⑦ 외화/외국프로그램	475(7.3)		380(6.4)	
⑧ 뉴스	1055(16.1)		1520(25.8)	
⑨ 스포츠중계	70(1.1)			
⑩ 연예오락	855(13.1)	70(20.0)	600(10.2)	225(33.1)
⑪ 만화	350(5.3)		125(2.1)	
⑫ 기타	245(3.7)		215(3.6)	
전체	6540(100.0)	350(100.0)	5900(100.0)	680(100.0)

<표 6> SBS TV의 프로그램의 유형별 편성의 변화

유형	1997		1998	
	본방송 분(%)	재방송 분(%)	본방송 분(%)	재방송 분(%)
① 주간드라마	610(9.8)	350(76.1)	420(8.6)	240(38.1)
② 일일극/시트콤	390(6.2)	60(13.0)	1520(10.7)	45(7.1)
③ 교양/정보	1860(29.8)		1335(27.4)	225(35.7)
④ 다큐/리얼리티	290(4.6)		305(6.2)	60(9.5)
⑤ 가요	115(1.8)		105(2.2)	
⑥ 퀴즈/게임	250(4.0)			
⑦ 영화/외국프로그램	610(9.8)	50(10.9)	215(4.4)	
⑧ 뉴스	970(15.5)		785(16.1)	
⑨ 스포츠중계	50(0.9)		50(1.0)	
⑩ 연예오락	825(13.2)		765(15.7)	60(9.5)
⑪ 만화	270(4.3)		45(0.9)	
⑫ 기타	5(0.09)		335(6.8)	
전체	6245(100.0)	460(100.0)	4880(100.0)	630(100.0)

<표 3, 4, 5, 6> 에 의하면 각 방송사 모두 광고재원이 대폭 줄어든 1998년에는 방송시간을 약 1,000여 분씩 줄였음을 알 수 있다. 1997년 평균 방송시간은 6,000여 분 정도였으나 1998년에는 평균 방송시간이 약 4,900여 분으로 평균 하루에 2시간 이상씩 감소하였음을 알 수 있다. 그러나 방송 시간에서 차지하는 재방송 시간의 비율은 KBS 2를 제외하고는 대폭적으로 증가하였음을 알 수 있다. KBS 2의 경우는 510분에서 500분으로 거의 변동이 없으나 KBS 1의 경우는 재방송 시간이 165분에서 395분으로, SBS의 경우는 460분에서 630분으로, MBC는 350분에서 680분으로 증가하였다. 재방송의 증가는 재원의 감소로 인해 제작비를 절감하기 위한 편성전략으로 행해진 것으로 시간의 증가와 함께 프로그램 유형의 다양성도 함께 증가한 것으로 나타났다. 특히 KBS 1의 경우 1997년에는 일일극과 연예/오락 프로그램만을 재방송하였지만 1998년에는 일일극, 연예/오락 프로그램, 드라마, 교양/정보, 다큐/리얼리티 프로그램 등 보다 다양한 프로그램을 재방송으로 활용하였던 것으로 나타났다. 이러한

경향은 다른 방송사들에게도 공통적으로 나타나는데 1997년에는 방송사별로 2-3개 유형의 프로그램만이 재방송으로 활용된 반면 1998년에는 각 방송사 모두 4-5개 유형의 프로그램을 재방송으로 활용함으로써 재방송이 양적, 질적으로 다양해졌음을 알 수 있다.

② 프로그램 유형별 편성 비율의 변화: 경제적 효율성을 위한 전략적 편성 방송사별로 프로그램 유형별 편성비율에 변화가 있는가를 살펴보기 위해 프로그램 유형을 12가지로 분류하여 1997년과 1998년을 비교 분석한 결과 KBS 1을 제외하고는 KBS 2, MBC, SBS 모두 편당 제작비가 가장 많이 투자되는<sup>8)</sup> 주간 드라마의 편성비율을 줄인 것을 알 수 있다. KBS 1의 경우 드라마의 편성비율이 3.4%에서 3.9%로 약간 증가하였으나, KBS 2의 경우는 10.8%에서 7.3%로 MBC는 11.5%에서 6.2%, SBS는 9.8%에서 8.6%로 감소하였다. 방송사별로 보면 MBC가 드라마를 가장 많이 축소 편성하였으나 대신에 주간 드라마에 비해 제작비가 적게 투자되는 일일극이나 시트콤의 편성을 대폭 증대시켰다. MBC는 1997년에는 일일극/시트콤을 450분 정도 편성하였던 것에 비해 1998년에는 815분으로 대폭 증가하여 편성함으로써 주간드라마를 대신하는 전략적 편성을 하였음을 알 수 있다. SBS역시 1997년에는 일일극/시트콤을 390분 편성하였던 것을 1998년에는 520분으로 늘려 편성함으로써 제작비를 절감하면서 시청자들이 선호하는 드라마 유형을 지속적으로 편성하고 있음을 알 수 있다.

8) 프로그램 유형별 제작비를 산출하기 위해 KBS, MBC, SBS 내부 자료를 수집하여 참조하였으나 방송사별로 프로그램 제작비를 계산한 근거(포함되는 유목에 차이가 있었음) 차이가 있어 방송사별로 비교하여 제작비를 산출하기에는 무리가 있었다. 이를 해결하기 위해 본 연구에서는 세 방송사 기획부 사원과 인터뷰를 하였고 그 결과 방송사별로 유형별 제작비 규모는 거의 차이가 없으므로 특정방송사의 유형별 평균 제작비를 계산하여 일반적인 제작비 기준으로 사용하여도 무방하다는 사실을 확인하였다. 따라서 본 연구에서는 SBS 1998년 춘/하계 프로그램별 제작비 자료를 활용하여 유형별 평균 직접제작비를 계산하였다. 10분당 평균 직접제작비는 주간드라마: 900-950만 원, 일일 드라마: 370-420만 원, 연예오락 프로그램: 370-400만 원, 퀴즈/게임: 300-320만 원, 다큐멘터리: 350-380만 원, 교양/정보: 150-200만 원으로 나타났다.

이에 비해 KBS 1과 KBS 2는 일일극의 편성에 있어 변화가 거의 없는 것으로 나타나 전체적으로 제작비가 가장 많이 편성되는 드라마 유형의 편성비율이 감소하였음을 알 수 있다.

드라마 유형의 축소 다음으로 가장 많이 감소된 유형은 외화/외국 프로그램이다. KBS 1의 경우 수입프로그램을 620분에서 425분으로 줄여서 편성하였으며, KBS 2의 경우에는 465분에서 200분으로, MBC는 475분에서 380분으로 SBS는 610분에서 215분으로 각각 줄여서 편성하였다. 외화/외국 프로그램의 축소는 경제위기상황으로 인한 환율의 급등으로 외국 프로그램의 수입단가가 거의 2배가 되었기 때문에 경제적 효율성을 더 이상 추구하기 힘들기 때문인 것으로 풀이된다.

프로그램 유형별 편성비율을 경제위기 상황 이전과 이후로 분류하여 분석한 결과 또 하나의 특기할 만한 사실은 광고판매액이 급격히 감소한 1998년에 방송사 모두 평균 제작비가 가장 적게드는 교양/정보 프로그램의 편성비율을 축소하였는데, 이는 방송시간을 줄인 것에서 기인한다고 생각된다. 경제위기 상황 이후 밤 12시 이후, 오후 4시에서 5시, 오전 11시 이후의 방송시간을 단축하였는데 이 시간대 주로 편성되었던 프로그램 유형이 교양/정보 프로그램이었기 때문에 방송시간 단축과 함께 편성비율이 감소한 것이라 할 수 있다.

### ③ 주시청 시간대 방송사별 편성 내용의 변화

본 연구에서는 광고판매 축소에 따른 재정투입의 감소가 편성의 행위에 미친 영향을 분석하고자 하므로 광고판매액수가 가장 높고 방송사별로 가장 많은 제작비를 투입하는 주시청 시간대인 SA 시급의 편성의 변화를 비교 분석하였다.<sup>9)</sup>

9) 광고시급 단가를 산정함에 있어 프로그램 시작시간을 기준으로 하기 때문에 본 연구에서는 주시청 시간대 프로그램을 선정함에 있어 프로그램 시작 시점을 기준으로 선정하였다. 주시청 시간대 시작하는 프로그램의 종료시간이 다르기 때문에 방송사별로 주시청 시간대 시간량에 차이가 있다.

<표 7> KBS 1 TV의 경제위기 상황 이전 이후 주시청시간대 프로그램 유형 편성 비율

시 급	유형	1997	1998
		분(백분율)	분(백분율)
SA	①주간 드라마	100(8.4)	100(8.2)
	② 일일극/시트콤	150(12.7)	150(11.9)
	③ 교양/정보	165(13.9)	240(19.1)
	④ 다큐/리얼리티	120(10.1)	180(14.3)
	⑤ 가요		
	⑥ 퀴즈/게임		
	⑦ 외화/외국프로그램	125(10.5)	
	⑧ 뉴스	420(35.5)	420(33.4)
	⑨ 스포츠중계		
	⑩ 연예오락	105(8.9)	165(13.1)
	⑪ 만화		
	⑫ 기타		
전체(백분율)		1,185(100.0)	1,255(100.0)

<표 8> KBS 2 TV의 경제위기 상황 이전 이후 주시청시간대 프로그램 유형별 편성비율

시 급	유형	1997	1998
		분(백분율)	분(백분율)
SA	① 주간드라마	480 (33.8)	305 (25.8)
	② 일일극/시트콤	125 (8.8)	
	③ 교양/정보	50 (3.5)	170 (14.4)
	④ 다큐/리얼리티		115 (9.7)
	⑤ 가요		
	⑥ 퀴즈/게임	100 (7.0)	50 (4.2)
	⑦ 외화/외국프로그램	140 (9.9)	100 (8.5)
	⑧ 뉴스	250 (17.6)	180 (15.3)
	⑨ 스포츠중계		
	⑩ 연예오락	275 (19.4)	260 (22.1)
	⑪ 만화		
	⑫ 기타		
전체(백분율)		1,420 (100.0)	1,180 (100.0)



<표 9> MBC TV의 경제위기 상황 이전 이후 주시청시간대 프로그램 유형별 편성 비율

시급	유형	1997	1998
		분(백분율)	분(백분율)
SA	① 주간드라마	430(32.0)	120(8.8)
	② 일일극/시트콤	175(13.0)	485(35.7)
	③ 교양/정보	50(3.7)	50(3.7)
	④ 다큐/리얼리티		55(4.0)
	⑤ 가요		
	⑥ 퀴즈/게임		
	⑦ 외화/외국프로그램	175(13.0)	110(8.1)
	⑧ 뉴스	405(30.1)	430(31.6)
	⑨ 스포츠중계		
	⑩ 연예오락	110(8.2)	110(8.1)
	⑪ 만화		
	⑫ 기타		
전체(백분율)		1,345(100.0)	1,360(100.0)

<표 10> SBS TV의 경제위기 상황 이전 이후 주시청시간대 프로그램 유형 편성 비율

시급	유형	1997	1998
		분(백분율)	분(백분율)
SA	① 주간드라마	610(34.8)	420(23.7)
	② 일일극/시트콤		270(15.3)
	③ 교양/정보		
	④ 다큐/리얼리티	230(13.1)	250(14.1)
	⑤ 가요		
	⑥ 퀴즈/게임		
	⑦ 외화/외국프로그램	170(9.8)	105(5.9)
	⑧ 뉴스	450(25.7)	395(22.3)
	⑨ 스포츠중계		
	⑩ 연예오락	290(16.6)	330(18.7)
	⑪ 만화		
	⑫ 기타		
전체(백분율)		1,750(100.0)	1,770(100.0)

<표 7, 8, 9, 10>은 광고단가가 가장 높기 때문에 그만큼 광고수익의 감소가 가장 컸던<sup>10)</sup> 주시청 시간대의 방송사별 프로그램 유형별 편성비율을 보여

준다. 분석결과 편성변화의 패턴이 전체 편성의 변화 패턴과 유사함을 알 수 있다. 특징적인 결과는 광고의존도가 가장 낮은 KBS 1이 편성의 변화가 가장 적은 것으로 나타나 재정투입의 감소가 편성행위에 영향을 미쳤음을 알 수 있다. KBS 1의 경우 1997년에는 125분 정도 외국 프로그램을 편성하였으나 1998년에는 외국 프로그램을 전혀 편성하지 않은 것을 제외하고는 유형별 편성의 변화가 거의 없음을 알 수 있다. 이에 비해 KBS 2와, MBC, SBS는 모두 제작비가 가장 많이 투자되는 주간 드라마의 편성비율을 대폭적으로 줄이고, 제작비가 적게 투자되는 유형의 프로그램으로 대체 편성하였다. MBC와 SBS는 주간 드라마에 비해 제작비가 비교적 적게드는 일일극/시트콤을, KBS 2는 다큐/리얼리티, 교양/정보 프로그램으로의 편성비율을 늘림으로써 주간 드라마를 대신하는 편성을 한 것으로 나타났다. 특히 KBS 2의 경우는 1997년에는 125분 편성하였던 일일극/시트콤마저도 1998년에는 편성하지 않음으로서 드라마 유형의 편성을 대폭적으로 축소하였음을 알 수 있다. 결국 광고수입 감소에 의한 제작비 축소는 주시청 시간대의 편성에도 영향을 미쳤음을 알 수 있다.

## 2) 경제위기상황 이전 이후의 편성성과의 변화

편성행위 변화로 인한 편성성과의 변화를 살펴보기 위해 프로그램 유형의 다양성과 시청률을 분석하였다.

### (1) 경제위기상황 이전 이후의 프로그램 유형의 다양성 변화

경제위기상황 이전 이후의 편성의 다양성 변화를 살펴보기 위해 방송사별로 본방송, 재방송, 주시청 시간대 프로그램의 유형별 다양성 지수를 계산하였다.

---

10) KOBACO의 광고시급별 광고판매 비율을 살펴보면 1998년에는 모든 광고시간대에 걸쳐 광고판매가 저조했음을 알 수 있다. 1997년에는 KBS 1의 경우 SA시급의 광고판매율이 KBS는 85%, MBC는 97%, SBS는 91%였으나 1998년에는 KBS는 47%, MBC는 77%, SBS는 53%인 것으로 나타났다.

<표 11> 경제위기 상황 이전 이후 방송사별 프로그램 유형별 다양성 지수

	KBS 1		KBS 2		MBC		SBS	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
본방송	0.76	0.73	0.80	0.79	0.86	0.85	0.85	0.85
재방송	0.44	0.72	0.34	0.45	0.62	0.65	0.41	0.70
주시청시간대	0.80	0.80	0.80	0.82	0.76	0.81	0.77	0.77

<표 11>에서 알 수 있듯이 재방송의 경우 방송사 모두 프로그램 유형의 다양성 지수가 큰 폭으로 상승하였으나 본방송과 주시청 시간대 프로그램의 다양성 지수는 경제위기상황 이전이나 이후에 큰 차이를 보이지 않았다. 이러한 결과는 재정투입의 감소에 따른 편성행위의 변화가 프로그램 유형의 다양성에는 별다른 영향을 미치지 않았음을 나타내 준다. 제작비가 감소하여 방송사는 제작비가 많이 투자되는 프로그램의 유형을 축소하였으나 대신에 제작비가 적게 투자되는 비슷한 유형의 프로그램을 대체 편성함으로써 시청자들의 관심을 끄는 전략적 편성을 하였고 이로 인해 다양성 지수는 큰 변화가 없었다고 할 수 있다. 본방송 프로그램 유형의 다양성 지수가 큰 변화 없었던 것에 비해 재방송 프로그램의 프로그램 유형 다양성 지수는 증가한 것으로 나타나, 방송사들이 재방송 시간대를 양적으로만 증대시킨 것이 아니라 다양한 프로그램을 재방송으로 편성함으로써 프로그램을 적극적으로 재활용하였다고 할 수 있다.

(2) 경제위기상황 이전 이후의 방송사별 시청률 변화

편성성과로서의 시청률의 변화를 살펴보기 위해 시청률 경쟁이 가장 치열하고 시청률이 가장 높은 주시청 시간대의 시청률의 변화를 살펴보았다. 주시청 시간대 시청률을 파악하기 위해 미디어 서비스 코리아가 제공하는 프로그램별 시청률 자료를 이용하였는데 주시청 시간대는 저녁 8시부터 10시까지이나 프로그램 시작 시간으로 광고단가가 결정되기 때문에, 시청률 자료를 분석

함에 있어 저녁 8시 이후 저녁 10시 이전에 시작한 모든 프로그램의 시청률 자료를 계산하여 시간대별로 평균 시청률을 계산하였다. 주말의 경우 대형 프로그램이 많아 프로그램 시작 시간과 시간대 구분이 잘 맞지 않아 주시청 시간대 시청률을 시간대로 따로 구분하지 않고 모두 합쳐 평균 시간대 시청률을 구하였다.

주중 주시청 시간대의 시청률 변화를 살펴보면 MBC와 KBS 1이 경제위기상황 이전과 이후에 큰 폭의 변화를 보인 반면, SBS와 KBS 2는 소폭의 변화를 보였다. 저녁 8시 시간대에는 MBC의 대폭적인 상승, KBS 1의 대폭적인 하락이 눈에 띈다. MBC는 1997년에는 8시 시간대 평균 시청률이 15% 정도였으나 1998년에는 49%정도로 거의 3배로 상승하였으나, KBS 1은 38% 정도에서 15% 정도로 하락하였다. 이는 이 시간대 편성되는 일일연속극의 시청률의 결과에 의한 것이라 할 수 있으나 9시, 10시 시간대의 경우도 MBC는 시청률이 상승하였고 KBS 1은 하락한 것으로 나타나, 주시청 시간대 전체의 시청률 변화 경향이라고 할 수 있다. 이에 비해 KBS 2는 8시 시간대는 1998년에 약간 하락하였으나 9시, 10시 시간대는 약한 상승세를 보였으며, SBS도 1998년에 주시청 시간대 시청률이 약간 상승하였음을 알 수 있다.

결국 주시청 시간대라 할 수 있는 저녁 8시부터 10시까지 제작비 투입이 줄어든 1998년에 KBS 1을 제외하고는 세 방송사가 오히려 시청률이 상승하였거나 보합을 유지하고 있음을 알 수 있다. 그러나 주말의 경우에는 SBS를 제외하고는 나머지 방송사 모두 약한 하락세를 보이는 것이 특징이라 할 수 있다.

이러한 시청률 변화 패턴은 주시청 시간대뿐만 아니라 전체 시간대에서도 비슷한 패턴을 보여주는데 경제위기상황 이전 이후의 방송사별 전체 시청률 경향을 파악하기 위해 프로그램별 시청률을 합산하여 평균을 계산한 결과 KBS 1은 1997년에는 13.9%, 1998년에는 9.8%로 하락하였고, KBS 2는 1997년에는 10.4%, 1998년에는 10.7%로 거의 비슷한 상태를 유지하였고, MBC는 1997년에는 13.5%, 1998년에는 16.7%로 상승하였다. SBS경우는 1997년에는 7.9% 1998년에는 8.9%로 상승한 것으로 나타나 전체적으로 시청률 면에서 상승하

였음을 알 수 있다. 이러한 시청률 결과는 제작비 감소로 인해 편성성고가 저하할 것이라는 기존의 연구결과와는 달리 제작비가 감소한 1998년에 오히려 시청률이 상승하여 방송사들의 편성행위가 성공적이었다고 평가할 수 있다.

#### 4. 논의 및 결론

본 연구에서는 경제위기상황으로 인한 광고수익의 축소가 방송사의 편성행위와 성과에 어떠한 영향을 미쳤는가를 분석하기 위해 경제위기상황 발생 이전이라 할 수 있는 1997년과 이후라 할 수 있는 1998년을 분석기간으로 하여 방송사별로 인력구조의 변화, 제작비 규모의 변화를 비교 분석하였고 편성내용의 변화를 살펴보기 위해 1997년과 1998년 7월 첫째주의 편성을 본방송과 재방송으로 나누어 프로그램 유형별 편성비율을 살펴보았다.

분석결과 경제위기 상황 이후 방송 3사 모두 인력과 제작비 규모를 감축한 것으로 나타났으며, 특히 광고비 의존도가 비교적 낮은 KBS의 경우 타 방송사에 비해 인력과 제작비의 감소폭이 상대적으로 적어 광고자원의 변화요인이 다른 어떤 요인보다 방송사의 인력감축, 제작비 규모에 큰 영향을 미쳤음을 예측하게 하여준다. 구체적으로 방송사들은 광고수익으로 감소에 대응하기 위해 관리인력을 감축하고 비제작부서의 인력을 제작부서로 재배치하였으며, 제작비 절감을 위한 편성을 단행함으로써 경영의 효율성을 높이고자 한 것으로 나타났다.

제작비 절감을 위한 편성행위의 내용을 살펴보면, 첫째 방송3사 모두 방송시간을 줄이고 재방송 비율을 늘린 것이다. 방송시간은 하루 평균 2시간 이상씩 감축한 반면 재방송 편성비율은 KBS 2를 제외하고 1997년 5% 내외였으나 1998년 10% 내외로 두 배 이상 증대시킨 것이다. 재방송은 제작비가 따로 투입되지 않기 때문에 이와 같은 편성행위는 제작비 절감을 위한 전략의 결과임을 알 수 있다.

두번째 변화는 제작비가 가장 많이 투자되는 장르인 주간 드라마의 편성을 축소한 것이다. KBS 1을 제외하고 세 방송사 모두 주간 드라마의 편성비율을 대폭적으로 줄이고 대신 제작비가 적게 투자되는 프로그램으로 대체 편성한 것이다. 그러나 주간 드라마를 대체하기 위한 편성전략에 있어서는 방송사별로 차이가 있는데 MBC와 SBS는 주간드라마의 편성비율을 줄이는 대신 주간드라마보다는 제작비가 훨씬 적게 투자되면서 시청자들의 관심을 끌 수 있는 일일극/시트콤의 편성을 대폭적으로 증가시킨 반면, KBS 2는 교양/정보 프로그램과 다큐/리얼리티 프로그램의 편성을 증가시켰다. 세번째는 외화/외국 프로그램 편성비율의 감소라 할 수 있다. 외화/외국 프로그램의 편성비율이 감소한 이유는 외화를 절약하자는 당시 사회분위기에 영향을 받은 탓도 있지만 경제적으로 볼 때 환율이 2배 이상으로 급등하면서 외화수입가격이 2배로 올라 더 이상 경제적 효율성을 추구할 수 없게 되었기 때문이다. 방송사들이 수입 프로그램을 편성하는 행위는 시청률보다는 경제적 효율성이기 때문에(정윤경, 1998), 외화/외국 프로그램 수입 가격의 상승은 외화/외국 프로그램의 편성의 축소를 가져온 것이다.

이러한 편성행위의 변화에 대한 평가는 편성성과로 측정될 수 있다. 편성행위의 변화가 편성성과에 어떠한 영향을 미쳤는가를 살펴보기 위해 시청률과 프로그램 유형의 다양성 지수를 분석하였는데, 분석결과 재원이 줄어들어 인력이 감축되고 제작비가 감소한 1998년에 오히려 시청률이 상승하였고 다양성 지수도 소폭이나마 증가하였음을 알 수 있다. 이는 우리나라 방송사들이 재원 감소라는 경제적 요인변화에 매우 성공적으로 대처했다고 평가할 수 있다. 특히 인력 감축의 측면을 살펴보면 전체적으로 인력은 감축되었으나 프로그램을 제작하는 제작부서의 인력은 오히려 증가하여 방송사들이 경제적 위기상황에 보다 적극적으로 대처하였다고 할 수 있다. 또한 이러한 인력감축과 재배치는 그 동안 우리 방송사들이 경제적 효율성을 무시한 방만한 조직운영과 인력관리를 해왔다는 비난과 무관하지 않다고 할 수 있다. 즉 경제위기상황을 계기로 불필요한 인력을 축소하고 필요한 부서에 인력을 재배치하거나 인력

을 증가시킴으로써 보다 효율적인 경영을 하는 계기가 되었다고 할 수 있다.

행위의 변화로 인한 편성성과에서 가장 특기할 만한 사실은 시청률의 변화이다. 경제위기 상황 이후인 1998년에 전체적으로 시청률이 소폭 상승하였으며 방송사별로는 MBC의 시청률이 가장 많이 상승하였고, KBS 1이 가장 많이 하락한 것으로 나타나 MBC의 편성행위의 변화가 가장 성공적이었다고 할 수 있다. MBC의 뒤를 이어 SBS도 1998년에 시청률이 약간 상승한 것으로 나타났는데 이러한 시청률 상승의 이유는 MBC와 SBS가 경제위기상황 이후에도 시청자들이 선호하는 오락 프로그램의 편성을 지속한 때문이라 할 수 있다. 특히 시청자들이 가장 선호하는 유형인 주간 드라마를 축소함에 있어 MBC와 SBS는 같은 드라마 유형인 일일극/시트콤으로 대체편성한 반면, KBS는 교양/정보를 강화함으로써 시청률이 하락한 것으로 풀이된다. 물론 편성성과를 측정함에 있어 시청률 요인을 포함시킨 것에 대한 논란이 있을 수 있으나 앞서 언급하였듯이 시청률의 시청자의 선호도와 선택을 반영하는 가장 객관적인 자료이며, 다채널 시대로 접어들면서 시청자의 선호도의 개념이 방송의 공익성을 구성하는 주요요인으로 인지되고 있으므로 편성성과로서 시청률의 변화를 보는 것은 큰 문제가 없다고 생각한다. 결론적으로 1997년 말 발생한 경제위기상황은 기업활동을 위축시킴으로서 매체광고비의 급격한 감소를 가져왔고 이로 인한 방송사의 광고수익의 감소는 방송사의 편성행위에 영향을 미쳤다고 할 수 있다. 그러나 경제위기상황 이후의 방송사들의 편성행위의 변화는 편성성과의 측면에서 볼 때 긍정적으로 평가할 수 있다.

본 연구가 광고시장의 감소라는 경제적 요인 변화에 의한 방송사의 편성행위, 성과의 변화를 분석함으로써 경제적 요인의 변화가 편성행위에 미치는 영향을 고찰하고자 하였으나, 여러가지 면에서 제한점이 있으므로 후속연구를 통해 다음과 같은 요인들이 분석되어야 한다고 생각한다. 첫번째는 본 연구가 편성행위의 변화를 살펴봄에 있어 프로그램 유형별 편성비율만을 분석하였는데 제작비 감소에 따라 프로그램 유형뿐만 아니라 프로그램의 형식, 제작 방식 등도 영향을 받을 수 있으므로 보다 다양한 측면에서 편성행위의 변화를

고찰하는 것이 필요하다. 두번째로는 편성성과를 측정함에 있어 시청률과 프로그램 유형의 다양성 등 프로그램의 외형적인 성과만을 분석하였는데 이와 함께 프로그램의 질, 내용에 대한 질적 분석을 통하여 내면적인 성과를 분석하는데 노력을 기울여야 한다고 생각한다.

### ◎ 참고문헌

- 안정임(1995), 「한국 텔레비전 편성변화에 대한 분석적 고찰」, 《방송연구》 겨울호.
- 유세경·김희조(1996), 「재정투입의 변화와 신문의 질」, 《한국언론학보》 여름호(43호).
- 정윤경(1999), 「국내방송 구조변화에 따른 지상파 방송의 프로그램 수입, 편성행위와 성과 변화에 관한 연구」, 《방송연구》.
- 한진만(1989), 「한국 텔레비전 내용의 다양화에 대한 연구」, 고려대학교 대학원 박사학위 논문.
- Adams, W. J., Eastman, S. T., Horney L. J., & Popovich, M. N.,(1983), "The Cancellation and Manipulation of Network Television Prime Time Programs," *Journal of Communication*, 33.
- Adams, W. L.(1993), "TV Program Scheduling Strategies and Their Relationship to New Program Renewal Rates and Rating Changes," *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37.
- Atikin, D., & Litman, B.(1986), "Network TV Programming: Economics, Audiences, and the Rating Game 1971-1986," *Journal of Communication*, 36.
- Bagdikian, B.(1990), *The Media Monopoly*, Boston: Beacon.
- Dommick. J., & Pearce, M. C.(1976), "Trends in Network Prime-Time Programming 1953-74," *Journal of Communication*, 26.
- Gomery(1993), "The Centrality of Media Economics," *Journal of Communication*, 43.
- Lacy(1992), "The Financial Commitment Approach to New Media Competition," *Journal of Media Economics*, 8.



- Lin, C.(1995), "Diversity of Network Prime-Time Program Formats During the 1980s," *Journal of Broadcasting*, 14.
- Litman, B. R.(1979), "The Television Networks, Competition, and Program Diversity," *Journal of Broadcasting*, 23.
- Litman, Barry R. and Janet Bridges(1986), "An Economic Analysis of Daily Newspaper Performance," *Newspaper Research Journal*, 7.
- McCombs, Maxwell E. and Jack Nolan(1992), "The Relative Constancy Approach to Consumer Spending for Media," *Journal of Media Economics*, Summer.
- Persky(1977), "Twenty Years of Prime Time," *Television Quarterly*, 144.
- Rarick, Galen & Barrie Hartman(1966), "The Effects of Competition on One Daily Newspaper's Content," *Journalism Quarterly*, 43.
- Ross, James H. and James N. Dertouzos(1978), *Economic Issues in Mass Communication Industries*, Washington D.C.
- Wakshlag, J. , & Adams, W. J.(1986), "Trends in Program Variety and the Prime Time Access Rule," *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29.
- Weaver, David H. and L. E. Mulline(1975), "Content and Format Characteristics of Competing Daily Newspapers," *Journalism Quarterly*, 52.