

다채널시대 농업전문방송채널에서의 공익성 실현 탐색 연구

노광준* · 김성수**

* 경기방송 라디오 프로듀서 · ** 서울대학교 교수

A Study on the Actualizing the Public Interest of the Agricultural Broadcasting Channel in the Multi-Channel Age

Gwang June Rho* · Sung Soo Kim**

* Radio Producer, Gyeonggi Broadcasting Station, ** Professor, Seoul National University

Summary

Since the 1960s in Korea, major broadcasting channels broadcasted farm television programs, however, airing of these programs were reduced in the 1990s. This was due to the declining number of farmers, and the low popularity rating of farm television programs. To cope with the situation, agriculture businessmen, farmers, and the officials concerned tried to acquire the independent farming television channel in cable television and satellite television. In 1998, one cable television channel started broadcasting, while another channel in satellite television began its broadcasting in 2001. One of the major concerns of the people in the broadcasting was actualization of the public interests in the new media multi-channel age. Recognizing this point, the study explored a few areas of concern such as conceptualizations of the public interest of the people in the digital age, examination of the surroundings of program production and marketing, and survey the media use behavior of target audience - rural residents;

In the concept of the public interest, there are two points of view; market focused and democratic principle oriented. As the digitalization of broadcast advances and the logic of economics prevails, it is difficult to offer the public broadcasting service to farmers, however, democratic principles should be more emphasized. The rural resident prefer major terrestrial television channel to cable television and satellite television channel, and in media use behavior, the medium of major terrestrial television would be more useful for farm broadcasting.

Key Words : Public Interest, Agricultural Broadcasting, Broadcasting Channel, Multi-Channel, CATV, Satellite TV

I. 서 론

케이블 방송과 위성방송이 확산되고 지상파 방송의 디지털화가 시작됨에 따라 우리의 방송 환경은 급속히 변화하고 있다. 현재 케이블 방송채널만 백 개에 육박하고 있으며, 방송의 디

지털화는 수 백 개 채널로 무한대의 정보 콘텐츠를 제공하는 인터넷, 위성 TV 등 뉴미디어의 등장(삼성경제연구소, 2000)을 예고하고 있다. 특히 출범초기 경영난에 허덕이던 케이블 TV의 가입자 수가 최근 700만 가구를 넘어서고, 최근 수년동안 시청률이 큰 폭으로 늘고있어 정체상

태에 있는 KBS MBC 등 지상파와 대조를 이루고 있다는 최근 TNS미디어코리아(2003)의 조사 결과는 우리나라 시청자들도 다매체 방송환경을 현실로 받아들이고 있음을 반증하는 것으로 보인다.

이런 가운데 TV를 통해 농업인에게 농사기술과 정보를 제공해주던 TV 농가방송도 그동안 KBS와 같은 지상파 방송국에 그 제작과 송출을 의존하던 오랜 관행을 깨고, 독자적인 채널과 재원을 마련하여 케이블 TV와 위성방송 내에서 독립적인 농업방송국으로 채널을 할당받는 경우가 잇따르고 있다. 케이블 TV 내에서는 홈쇼핑을 통한 농수산물의 유통구조개선이라는 명분으로 농수산 TV가 1998년에 개국했고, 위성방송인 스카이라이프(Sky Life)에서는 상업성으로서의 경마방송과 공익성으로서의 농업방송을 절충한 ABS 농어민방송이 채널을 할당받아 2001년부터 송출을 시작하였다. 정부기관인 농림부 역시 산하기관인 한국마사회의 출연금을 기반으로 농협, 농민단체협의회 등 농업관련 단체가 참여하는 (재)한국농업방송을 설립, 위성방송 내에 농어민채널을 확보하려고 시도한 바 있다.

그런데 이 같은 독자채널 확보 시도는 '다매체 방송환경 속에서 농업방송의 공익성을 어떻게 보장받을 것인가'라는 농업방송의 공익성 보장에 대한 담론으로부터 출발하고 있다. 지상파 방송에서의 농가방송의 축소편성에 이은 40여 년의 역사를 가진 KBS TV의 영농정보 프로그램 편성삭제(KBS, 2002) 등 갈수록 치열해져가는 지상파 방송사들간의 시청률 경쟁구조 속에서 위성방송을 통해 TV 농가방송의 입지를 확보해야 한다는 주장(신동현, 1999)과 함께, 방송을 통한 전문성 있고 심층적인 농산물 유통 정보 제공 등(이윤희, 1990) 농업인이 원하는 시간대에 원하는 정보를 제공할 수 있는 독자채널 확보에 대한 정보 지향적인 요구도 보인다. 이런 가운데 농림부는 크게 3가지로 농업전문채널 확보의 필요성을 정리하고 있다. 그 내용을 정리하면, 농업방송채널 확보를 통해 1)

다채널 환경 속에서의 농업의 정체성의 확보 2) 양질의 농업관련 프로그램 제작과 공급 선도 3) 위성방송을 통한 도시 농촌 지역간의 정보 불균형에 대처한다는 것으로, 농업전문채널을 다채널 환경 속에서 공공성, 공익성을 추구할 수 있는 수단으로 바라보고 있음을 알 수 있다.

하지만 과연 농업전문채널의 확보가 다채널 환경 속에서 공익성을 보장해 줄 것인가? 그러나 필자는 채널수가 무한정 늘어나는 디지털 환경 속에서는 채널확보 자체가 공익성 실현에 별다른 영향을 미치지 않는다는 점, 그리고 현재 농어촌에 거주하고 있는 시청자들은 여전히 지상파 TV 중심의 매체이용 행태를 보이고 있다는 점에서 독자채널 확보 논리에 대한 문제를 제기하며 농업방송의 공익성 실현논의가 보다 새로운 틀 안에서 이루어질 것을 제안하고자 한다.

이에 대한 올바른 판단을 위해서는 우선 디지털 시대 방송의 공익성 개념에 준하여 농업방송국의 개국을 공익성 실현이라고 말할 수 있는지, 현재의 방송제작환경은 농업방송의 공익성을 담보할 수 있는지, 그리고 주 수용자인 농업인들은 새로운 매체를 통한 농업방송을 받아들일 준비가 되어있는지에 대해 살펴보는 것이 필요하다. 따라서 본고에서는 '농업전문채널 확보를 통한 공익성 실현'이라는 주장을 1) 디지털 시대 방송의 공익성 개념, 2) 디지털 시대 방송제작환경, 3) 농업인 수용자의 정보수집 경로와 매체 이용 행태 등 3가지 맥락에서 검토하고 이에 대한 시사점을 찾고자 한다.

II. 우리나라 농가방송 현황

농업인을 대상으로 농사기술과 농업정책 등 농사관련 정보 제공을 목적으로 제작된 농가방송(農家放送)은 농촌근대화 사업에 발맞춰 1958년에 시작되어 단편적인 농사정보나 간단한 농작업 예고를 중심으로 보도적인 기능을 해오다가 70년대 새마을운동, 녹색혁명과 함께 방송횟수가 늘어나기 시작하여, 1981년 7월 1일부터

매일 아침 KBS TV에서 '앞서가는 농어촌' 프로그램을 신설, 방영하며 매일 방송 체계로 자리잡았다(권일남, 1987). 1980년대 후반에는 수입 개방과 농가인구수 감소 등 사회적 변화요인과 맞물리며 1990년대 축소 편성기를 거쳐 2001년 편성이 삭제되기에 이른다. 그 뒤 TV 농가방송은 케이블 TV와 위성방송에서의 독자채널 확보로 이어진다.

1. 지상파 TV방송을 통한 제작, 송출(1968년~2002)

초기 농가대상 영농정보프로그램은 1958년 간단한 농사작업 예고를 중심으로 한 라디오 보도물의 형태로 시작됐다. 그 후 5.16 혁명 이후인 1962년부터 정부의 중농정책 발전과 보조를 맞춰 1962년 KBS 라디오 농업학교 프로그램, 1963년 TBC 라디오 농가방송, 1964년 MBC 라디오 농가방송이 각각 시작됐고(신건식, 1982) 1965년부터는 DBS 등 민영방송에서도 아침 시간을 이용하여 20~30분씩 농업방송을 실시하였다. 당시 농업방송에 대한 정부의 의지는 1972년 5월 26일 박정희 대통령의 '대농민 라디오방송의 시간, 내용 등을 농민실정에 맞게 검토하라'는 제시사항을 통해서도 잘 알 수 있다(김선오, 1976). 한편 1968년 KBS를 통해 비정규적으로 방송되기 시작한 TV 농업방송은 1972년 KBS TV의 '밝아오는 새농촌', 1973년 MBC TV의 '새마을 새아침', 1975년 TBC TV의 '푸른광장' 등 본격적인 아침 정규프로그램으로 편성되었고(신건식, 1982), 특히 1981년 7월 1일부터 매일 아침 KBS TV에서 '앞서가는 농어촌' 프로그램을 신설, 방영하며 본격적인 방송체계로 자리잡았는데, 매일 방송체계의 특성을 살려 돌발기상, 병해충 방제정보 등 농작업 예고를 통해 농작업 관리에 따른 신속한 홍보가 주요내용이었다. 방영회수도 매년 증가하였는데, 1980년 연간 213회였던 방영회수가 85년에 이르러 325회로 많은 회수를 차지하였다(권일남, 1987). 하지만 1980년대 중반 우루과이 라운드, 1990년대

WTO체제 출범 등 잇따른 수입개방과 농가인력 감소로 사회경제적인 농업축소가 일어나는 가운데, KBS 1TV의 농가방송은 '앞서가는 농어촌', '잘 살아보세', 1990년대 '농어촌 지금', '농업도 경영이다' 등으로 타이틀과 구성형식에 잦은 변동이 있었을 뿐 아니라 방영회수도 매일 편성, 주 1회 편성, 주 2회 편성 등 급락을 계속하다 결국 편성에서 삭제(KBS, 2002) 되기에 이른다.

2. 케이블, 위성채널 확보(2001~현재)

케이블, 위성채널을 이용한 농업전문채널 확보에 대한 공론화는 신동헌(1999)의 주장으로부터 시작되었다. KBS '농업도 경영이다' 담당 프로듀서였던 신동헌은 지상파 TV를 통한 농가방송이 열악한 제작비와 제작환경의 미비로 깊이 있고 입체적인 취재가 미약하며 시청률 논리에 밀려 위축되고 있음을 들어, 상업성으로의 농산물 흡소평과 공익성으로의 농업정보방송을 기본모델로 하는 케이블 TV내 농업전문 채널의 확보를 주장했다.

이러한 공론화 작업을 통해 2001년 11월 케이블 TV 흡소평 채널인 한국 농수산TV가 개국했는데, 농수산TV는 120개 업체가 참여하고 자본금은 200억 원으로 구성됐다. 농축산업계가 75%, 방송, 물류, 금융 등이 25%의 지분을 분배했으며, 닭고기 생산업체 하림이 대주주가 되고 농협중앙회, 산림조합중앙회 등 13개 생산자조직, 지방자치단체가 출자한 전북무역, 중부농축산물류센터, 대한영양사회, 전국농수산업계단체대표 54명이 참여한 가운데 개국했다(농수산 TV, 2001).

한편 위성방송 출범에 즈음해 농림부 주도로 농협, 마사회, 한국농업인연합회, 농민단체협의회 등 농업관련 단체가 참여한 (재)한국농업방송이 위성방송사업자(KDB)에 채널임대사업을 신청했다(농림부, 2001). 사업자 신청작업에는 당시 (재)한국농업방송 외에 ABS농어민 방송, 농어민디지털위성방송 등 3개 회사가 참가했

데, 이들은 모두 상업성으로서의 경마와 공익성으로서의 농업정보를 기본모델로 삼고있었다. 결국 2001년 9월 'ABS농어민 방송-농어민디지털 위성방송' 컨소시엄이 농림부 주도의 (재)한국농업방송을 제치고 위성채널임대사업자로 선정됐고, 2002년 3월부터 위성방송(스카이라이프) 내에서는 (사)농촌지도자중앙연합회 주도의 ABS 농어민방송이 개국, 운영되고 있다.

앞서 우리나라 TV 농가방송의 현황을 살펴본 결과, 현재 TV 농가방송은 지상파 TV에서는 편성이 중단된 상황이며, 이에 대한 대안으로 독자적인 채널 확보 노력에 들어간 결과, 케이블 TV에서는 쇼핑채널 내에 정보방송의 형태로, 위성TV에서는 경마방송과 결합된 형태의 독립적인 채널이 운영되고 있다. 문제는 이처럼 지상파 방송으로부터 배제된 상태에서 독자채널 확보만으로 농가방송이 지니고 있는 공익성이 실현될 수 있는지는 점으로, 이를 분석적으로 검토해보고자 한다.

III. 디지털 시대 방송의 공익성 개념 검토

농업방송국의 개국을 디지털 시대 방송의 공익성 실현방안이라고 말할 수 있는가? 이에 대한 답변을 구하기 위해서는 현재 참여하게 엇갈리고 있는 디지털 시대 공익성 개념 논의를 살펴볼 필요가 있다.

김정기(2001)에 의하면, 현재 디지털 방송의 공익성을 이해하는 시각은 크게 전통적인 입장, 시장중심의 입장, 제3의 입장 등 세 가지 견해로 나뉘볼 수 있다.

먼저 전통적 입장으로는 아날로그 지상파 방송시대에 전파의 희소성에 근거한 공중수탁자(public trustee) 모델에 입각한 공익성이다. 희소한 전파자원은 공중의 소유이므로 공익성을 조건으로 특정인에게 방송의 경영을 맡긴다는 논리이다. 전통적인 입장은 방송환경이 변해도 공익성이 여전히 중요하다는 점을 강조하여 방송의 기초를 공영방송으로 하되 시장원리는 부분

적으로 도입하여야 한다고 주장한다. 하지만 이러한 입장은 다채널 시대를 맞아 전파의 희소성이라는 근거가 약해지면서 설득력이 약해졌고, 시장경쟁 원리에 취약한 약점을 드러내고 있다.

한편, 시장중심의 입장은 공익성의 개념을 소비자에게 자유로운 선택의 기회를 제공함으로써 실현하는 소비자 주권으로 정의한다. 시장주의자들은 채널의 증가는 시청자에게 채널선택 기회를 확대해주므로 시장경쟁에 맡겨두면 시청자의 취향과 욕구를 가장 잘 반영하는 쪽으로 양질의 방송서비스가 제공될 것이라는 전망을 하고 있다. 채널의 희소성에 터잡은 공익적 규제모델은 존립의 기반이 없어졌다고 주장하며, 따라서 방송정책의 방향도 탈규제와 시장경쟁력 향상에 초점을 맞추고 있다. 하지만 시청자 주권을 소비자주권의 맥락에서 파악하는 견해는 시청률 경쟁을 미화하는 소극적이며 탈정치적인 접근이라는 비판을 받는다. 시장경쟁의 심화는 시민권의 약화를 초래하기 때문이다. 채널의 증가로 소비자들이 프로그램을 선택할 수 있는 여지는 늘어났지만 시청자를 확보하기 위해 시장경쟁에 시달리는 채널들이 제공하는 의견의 다양성은 오히려 줄어들며, 시청자가 시민으로서 방송채널을 통제할 수 있는 권한은 축소된다고 할 수 있다(윤영철, 2001).

마지막으로 김정기가 제3의 입장으로 거론하는 것은 공론민주주의(deliberative democracy)에 기반한 공익성 개념이다. 공론민주주의자들은 하버마스의 공론권 개념을 방송의 공익성과 연계시키면서 다양한 의견의 유통을 공론의 핵심 조건으로 이해하고 있다. 따라서 방송의 공익성은 시청자들이 다양한 견해를 접하고 토론에 참여할 수 있는 장을 제공하는데서 구현된다. 시청자는 오락성이 강한 프로그램을 원하는 경향이 있으므로 시청자 취향의 최대공약수를 공익으로 보는 시장론자의 입장은 오히려 공론민주주의에 해악을 끼친다는 것이다.

위의 세 가지 입장가운데 아날로그 시대의 개념인 전통주의적 입장을 배제하고 디지털 시

대에 걸맞는 나머지 두 가지 입장에 준하여 농업방송국 개국의 의미를 평가해보자. 우선 소비자 주권주의의 입장에서 공익성을 정의한다면, 케이블 TV와 위성 TV내에 농업전문 채널을 신설, 확보한 것 자체가 소비자-특히 농업인-의 채널권리를 신장시켜 공익성을 실현하는 것으로 해석될 수 있다. 편성상 제약에 묶여 주변부 시간대에 짧은 시간을 할당받아 온 지상파 농가방송과는 달리, 원하는 시간대에 깊이 있는 농업정보를 제공받을 수 있는 권리를 신장시킨다는 점에서 공익성을 실현한다고 볼 수 있다는 것이다.

하지만 공론민주주의의 입장에서 공익성을 정의한다면, 농업방송국의 개국 자체만으로 공익성을 실현한다고는 말할 수 없다. 왜냐하면 공론민주주의적 입장에서는 다양한 의견의 유통을 공익성의 실현으로 바라보기 때문에, 비록 농업방송이 일부 전문채널을 통해 방송되고 있다 할지라도 지상파 TV나 케이블, 위성TV내 유력 채널 내에서 농업관련 프로그램이 전혀 다뤄지고 있지 않는 현실에 주목, 이를 공적인 속의 축소로 바라볼 수 있는 것이다. 실제로 신자유주의 경제질서와 함께 1987년 'Fairness Doctrine'을 중단하며 시장주의적 방송정책을 지지해온 미국에서도 디지털 TV 방송사업자들의 공익구현 의무를 검토한 대통령자문위원회 보고서(PIAC 보고서)가 나왔다. '디지털 방송사업자들은 정기적으로 공익적 프로그램의 방영기록과 공익실현을 위해 활동했다는 증거를 제출하여야 한다.'는 조항 등 10가지 권고사항을 담은 이 보고서는 향후 디지털방송을 도입하는 다른 국가들에게 정책수립의 준거가 될 것(윤영철, 2001)이라는 점에서 주목된다.

따라서 디지털시대 농업방송 채널의 공익성 실현 여부는 '소비자 주권주의'의 입장에서 '예'라고 답할 수 있는, 하지만 '공론민주주의' 입장에서 '아니오' 라고 답할 수 있는 불분명한 것이 되고 있다. 분명한 것은 디지털 시대 방송의 공익성에 대한 현재의 논의구조 하에서는 농업방송국의 개국 자체를 공익성을 실현하

는 도구라고 단정지을 수는 없다는 것이다.

IV. 디지털시대 방송프로그램 제작과 공급 차원에서의 검토

방송 프로그램의 제작과 공급 현실은 프로그램의 질과 관련하여 현실적으로 방송의 공익성을 결정하는 중요한 요소 가운데 하나이다. 특히 디지털 시대에는 방송의 제작, 공급 환경에 막대한 변화가 예상되고 있는데, 대부분의 디지털 방송 추진주체들은 디지털 전송방식의 도입을 통한 거시적인 변화를 언급하고 있다.

영국 정부가 BBC의 지상파 TV의 디지털화 계획에 맞춰 1995년 8월에 발간한 디지털 방송 백서, '디지털 지상파 방송: 정부제안서'에 따르면 방송의 디지털화가 가져오는 변화는 다음과 같다(한국방송공사, 1997). 첫째, 디지털 방송은 라디오와 TV 방송의 새로운 송신방법이다. 아날로그 방식에서 음향과 영상은 연속적으로 변화하는 전자신호로 변환되어 디지털 방식에서는 2진수, 즉 "0과 1"로 변환되어 송신된다. 둘째, 디지털 신호는 아날로그 신호보다 강하기 때문에 지상파의 디지털 송신에 아날로그에서는 이용할 수 없었던 주파수 대역을 이용할 수 있다. 게다가 비디오 압축처리에 의해 동일한 주파수 대역 내에서 복수의 프로그램 서비스를 송신할 수 있다. 셋째, 디지털 방송이 제공할 수 있는 것은 다채널화, 고화질, 고음질 실현, 와이드 스크린 TV 등 새로운 서비스, 수신기의 향상(특히 카라디오와 휴대용 TV)이다. 넷째, 디지털 방송은 사람들에게 정보 고속도로의 모든 가능성을 체험시켜 준다. 전화회선을 이용한 홈쇼핑, 기타 상호작용 서비스(뉴스, 교육, 정보)가 가능하다. 한 마디로 디지털 전송방식의 도입을 통해, ① 고품질·고화질 방송이 가능하고, ② 채널이 다양해지며, ③ 방송사와 시청자간의 쌍방향 대화가 가능해진다는 것이다.

그렇다면 이같은 디지털 테크놀로지의 진보는 농업방송채널의 부가서비스를 강화시켜 공익성 강화에 기여할 수 있을까? 이에 대해 최

현철(2000)은 디지털 테크놀로지는 자기 발생적이고 자기 실현력을 가진 존재가 아니며 개발에서부터 도입에 이르기까지 정치, 경제, 사회적일 수 밖에 없다는 주장을 펼치며 디지털 텔레비전 방송이 실시될 경우, 방송의 공익성이 침해될 소지가 크다는 견해를 피력하고 있다. 그 현실적인 근거로는 첫째, 방송사는 고가의 디지털 텔레비전 방송장비를 구입하기 위해 대자본을 투자해야 하고, 이로 인해 방송사의 경영수지가 악화되고, 2010년까지는 약 2조634억원이 소요될 것으로 전망된다.

둘째, 방송사가 디지털 텔레비전 방송에 필요한 많은 인력을 충원함으로써 인건비 부담이 늘게되고, 셋째, 제작비가 상승하고, 다채널이 실시되어 다수의 프로그램이 필요하여 방송사의 제작비 부담이 가중된다는 점, 넷째, 디지털 텔레비전 방송을 시청하기 위해서 시청자는 약 40만원이 되는 셋톱박스과 약 300~350만원이 되는 고가의 수상기를 구입해야 하는 등, 방송의 시청비용 증가로 인해 보급률이 저조하여 광고수입이 감소할 경우 방송사는 광고수입을 안정적으로 확보하기 위한 경제논리의 지배를 받게 된다는 점 등을 들어 방송의 공익성은 축소되고, 상업주의가 확대될 것이라는 전망을 내놓았다.

이러한 최현철의 주장은 영화나 드라마 채널에 비해 광고주들의 관심이 상대적으로 덜한 농업전문 방송채널에 있어 더욱 설득력있게 적용될 것이다. 공익성을 표방하며 개국한 농업전문 채널이 고가의 장비, 막대한 제작비와 인건비, 콘텐츠 수급의 압박 등 제반 여건 속에서 오히려 경제논리를 앞세워 탈공익화의 과정을 견겨될 수도 있다는 아이러니컬한 일도 예측이 가능한 상황이다. 실제로 위성 TV내의 농업전문채널확보를 시도했던 농림부에서도 농업방송의 제약조건으로 1) 영세 민간업자 중심의 방송

운영으로 양질의 농업프로그램 제작, 보급의 어려움이 예상되며, 2) 수익증대를 위해 상업성 프로그램 편성 확대가능성(예를 들어 농수산 홈쇼핑)을 지적한 바 있다(농림부, 2001). 이같은 정황을 살펴볼 때, 디지털시대 방송프로그램 제작환경의 변화는 농업전문채널의 공익성 실현에 있어 결코 호재(好材)가 아니며, 상황에 따라서는 공익성을 해치는 악재(惡材)로 작용할 수 있음을 알 수 있다.

V. 농어촌 주민의 정보수집 경로와 매체이용 형태

방송 프로그램의 내용은 제작진과 광고주의 요구에 맞춰 꾸며지지만 결과적으로는 전파의 소비자인 수용자의 요구에 맞춰질 수 밖에 없다. 케이블, 위성채널을 이용한 농업방송의 공익성 실현여부도 결과적으로는 수용자인 농업인들이 농업방송을 많이 시청하고 채널에 대한 충성도가 높은 고객이 될 경우 긍정적인 방향으로 귀결지어질 수 있을 것이다. 그렇다면 현재 케이블 TV와 위성채널을 이용한 농업방송국에 대해 수용자인 농업인은 어떤 태도를 보여주고 있을까? 물론 케이블 TV가 개국 8-9년 만에 가입자 수 1천만여 명에 육박하며 안정기에 올랐듯이 위성채널 또한 향후 5-6년 뒤의 장기적인 전망을 감안한다면 현재의 농업인 매체이용 행태에 대한 분석은 별다른 의미를 갖지 못할 것이다. 하지만 기존의 조사결과에서 필자는 농업인(또는 농어촌 거주민)들이 도시민과는 다른 매체 이용 행태를 보이고 있으며, 이는 향후 농어촌에서의 디지털 방송 전개양상에 있어서도 유의미한 영향을 줄 것이라는 판단을 하게 된다.

우선 농촌지역 주민의 정보수집경로를 살펴보면, 농촌지역의 정보매체로서 TV의 중요성을 알 수 있다. 한국언론연구원의 조사에 따르면 읍·면단위의 농촌지역에서는 도시지역에 비해 훨씬 높은 TV 시청률을 보이고 있고, 농촌지역 주민들의 경우 59.4%가 TV를 통해 타지방의

1) 정부는 디지털방송 전환비용으로 2005년까지는 약 1조 5,885억 원(방송사별 KBS 6,310억 원, MBC 4,695억 원, 기타민영방송사 4,880억 원)이 필요하다.

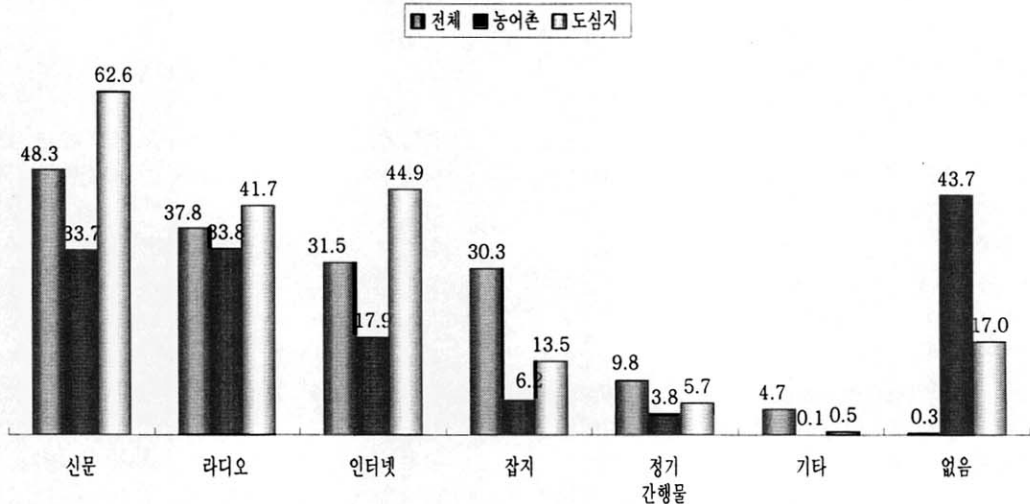
소식을 얻고있는 것으로 밝혀졌는데(한국언론연구원, 1993), 이에 대해 이동필 등은 여가를 보낼만한 마땅한 문화, 레저, 스포츠시설이 제한되어 있는 읍·면 단위의 농촌지역 주민들에게 TV가 많은 영향을 미치고 있음을 알 수 있다고 주장한다(이동필·김중선, 1997).

하지만 농업인을 대상으로 농업정보의 취득 경로를 분석한 조사에서는 TV보다는 농업전문지 구독이 더 큰 영향을 미치고있다는 분석이 제기되고 있는데, 천경우(1996)는 농협협동조합 직장과정 에 입교한 농민 300명을 대상으로 한 농업정보의 일반적인 수용매체에 대한 조사에서 농업전문지(50.7%), 영농교육(20.7%), TV(10.5%), 일간신문(6.2%) 순의 결과를 얻었다. 특히 연소득 3천만원 이상 소득수준의 농업인들에게는 농업전문지를 통해 농업정보를 얻는 비율(55.3%)이 TV를 통해 얻는 비율(7.9%)보다 더 큰 격차를 보이고 있는데, 이런 결과는 노령화된 농업인들이 어려운 농업전문지를 구독하는 것보다는 접하기 쉬운 TV를 통해 정보를 얻을 것이라는 일반적인 예상과는 달리, 농업인들은 매체를 통해 실제 영농활동에 도움이 되는

보다 전문적인 정보획득을 원한다는 것으로 해석할 수 있다.

한편 케이블 TV가 정착되고 위성방송이 출범한 시점에서의 농어촌 지역주민의 TV 시청실태 조사연구는 농어촌 지역주민의 뉴미디어에 대한 입장을 밝혀준다. 올해 TV가 잘 나오지 않는 난시청 도심과 농어촌거주민에 대한 시청실태조사 결과(리서치앤리서치, 2003)에 따르면, TV 이외의 접촉 가능한 매체로 도심지역에서는 신문(62.6%)과 인터넷(44.9%)을 꼽은 반면, 농어촌 지역에서는 접촉 가능한 매체가 없다는 대답이 43.7%로 가장 많아 여전히 농어촌지역은 도심지역에 비해 TV 의존도가 높은 것을 알 수 있다(〈그림 1〉 참조).

한편, 농어촌 지역은 케이블방송(CATV)과 위성방송(Skylife)에 대한 인지도가 도심지역보다 20% 정도 낮은 것으로 나타났고, 가장 선호하는 대중매체로 74.2%가 지상파 방송을 꼽아 도심지역(57.2%)을 크게 앞질렀다. 지상파 방송을 선호하는 이유에서도 농어촌지역에서는 도심지역에서는 감지되지 않은 '접하는 매체가 TV밖에 없어서' 라는 응답이 10%를 넘어서 현재 도



〈그림 1〉 TV를 제외한 접촉가능한 매체

출처: 리서치앤리서치, 2003, p. 82.

시와 농어촌간의 매체이용 행태에 커다란 차이가 있음을 알 수 있다.

한편 이종순(2001)은 농촌과 도시간의 정보격차 연구에서 농민과 도시민 모두 농촌과 도시간의 정보격차가 크다고 생각하고 있으며, 그 이유로는 초고속통신서비스 등 농촌지역의 정보인프라 구축의 미비를 1순위로 들었음을 지적하고 있다. 이는 케이블, 위성방송 뿐 아니라 인터넷 매체 역시 농촌지역에서 큰 영향력을 갖고있지 못함을 시사하고 있다.

위의 조사결과를 종합해 볼 때, 농어촌 지역 주민들은 1) 도심지역에 비해 TV 의존도가 높으며, 2) 선호하는 TV 유형으로 지상파가 압도적이고, 3) 지상파 TV에 대한 대안으로 케이블 방송, 위성방송, 인터넷 매체는 도심지역에 비해 선호도가 떨어진다는 것으로, 농어촌 지역 주민들의 뉴미디어를 통한 농업전문채널에 대한 수용준비태세는 도심지역에 비해 현저히 떨어지고 있음을 알 수 있다.

VI. 결 론

다채널 시대 농업전문방송채널의 확보가 공익성을 실현할 수 있는지에 대한 올바른 판단을 위해서 필자는 디지털 시대 방송의 공익성 개념 논의에 준한 개념적 검토와, 디지털 시대 방송제작환경의 변화에 준한 현실적 검토, 그리고 농어촌 주민의 매체 이용 행태 분석을 통한 수용자 특성 검토를 하였다. 분석결과, 1) 방송의 공익성 개념 면에서 시장중심적인 입장과 민주주의적 입장이 치열한 논의를 거듭하고 있는 가운데, 농업전문채널의 확보를 곧 공익성 실현이라고 단정지을 수는 없으며, 2) 방송의 디지털화가 심화됨에 따라 경제논리가 방송의 제작과 공급환경에 큰 영향을 미치게 되어 오히려 농업전문채널을 통한 공익성 실현이라는 목표는 더욱 어려워질 것으로 예측되며, 3) 수용자인 농어촌 주민은 케이블방송과 위성방송보다는 여전히 지상파 TV를 선호하는 매체 이용 행태를 보이고 있다는 점을 발견할 수 있

었다. 따라서 현재 운영되고 있는 케이블방송과 위성방송내의 농업전문채널만으로는 디지털 방송환경 속에서 공익적 역할을 다 할 수 없으며, 오히려 농업분야만의 독자채널을 할당받지 못하더라도 지상파, 케이블방송, 위성방송 내에서 높은 시청률과 공익적 평가를 받고있는 유력채널 속에서 농업을 소재로 다루는 방송프로그램이 방영될 수 있도록 하는 새로운 틀의 논의가 필요할 것으로 보여진다. 뿐만 아니라 WTO 시장개방 체제 하에서 우리 농업의 활로는 이제 농업기술혁신, 농가경쟁력 확대라는 농업 내부적인 요인 뿐 아니라 도시소비자와의 정보·문화교류, 국민을 상대로 하는 농업가치·문화의 전파 같은 외적요인이 실질적인 영향력을 행사한다는 차원에서 농업방송을 바라본다면, 특정 집단을 대상으로 하는 케이블, 위성방송에 과도하게 집착하는 것에서 벗어나 보다 다양한 대상이 쉽게 접할 수 있는 지상파 방송을 보다 적극적으로 활용할 수 있는 방안이 모색되어야 할 것이다. 앞으로 본격적으로 펼쳐질 다매체 다채널 시대는 농업분야에서의 매체활용 논의도 특정매체, 특정채널에 집착하는 것이 아니라 다매체 다채널적으로 형성될 것을 요구하고 있는 것이다.

VII. 참고 문헌

1. 권일남, 1987, 농민의 TV 농가방송 시청실태와 개선방안, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
2. 김선요, 1976, "독농가의 매스컴접촉 실태분석," 한국농업교육학회지, 8(1):79-84.
3. 김정기, 2001, 디지털시대에서의 방송의 공익성, 방송위원회 세미나 자료집.
4. 농림부, 2001, 농업방송의 필요성과 제약조건.
5. 리서치앤리서치, 2003, TV 난시청 실태 조사결과 보고서.
6. 삼성경제연구소, 2000, 세계 미디어시장 재편과 전망 보고서.

7. 신건식, 1982, TV 농가방송 시청반응, 농촌진흥청 연구지도속보.
8. 신동헌, 1999, "농업정보 확산을 위한 방송매체의 역할". 농업정보과학, 1(2):80-88
9. 윤영철, 2001, "디지털시대 방송의 공익성과 민주주의," 방송연구, 2001년 여름호: 36-42.
10. 이동필·김종선, 1997, "지역간 정보격차와 농촌지역의 정보화," 농촌경제, 20(2):70-72.
11. 이윤희, 1990, 농민들의 대중매체 농산물유통정보 활용에 대한 연구, 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문.
12. 이종순, 2001, 정보격차가 농민들의 경제·사회에 미친 영향 연구, 성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
13. 천경우, 1996, 한국농민의 농업정보 수용경로에 관한 연구, 성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문.
14. 최현철, 2000, "디지털 텔레비전 방송과 공익실현 정책," 방송연구, 2000년 겨울호: 127-130.
15. TNS미디어코리아, 2003, 2003년 상반기 케이블TV 시청률 조사.
16. 한국방송공사, 1997, KBS 방송연구자료 3.
17. 한국언론연구원, 1993, 제6회 미디어의 영향과 신뢰도 조사.
(2003년 9월 10일 접수, 심사후 수정보완)