

책 방송 프로그램의 영향력과 실태

책, 이제는 영상시대에 걸맞는 다양한 콘텐츠 제공해야 한다

문화관광부는 지난 4월 '2007 지식강국의 성장동력 출판지식산업 육성방안'을 발표했다. 2007년부터 2011년까지 출판·인쇄문화산업을 진흥시키겠다는 내용인데, '국민의 독서권 보장과 독서환경 조성'을 위한 방안으로 방송매체의 독서진흥 역할 강화를 내놓았다. 문화관광부는 방송의 책·도서관·독서 프로그램 편성 비율 확대한다는 주요골자를 방송법 개정에 포함시키겠다고 발표했다. 현재 방송법 시행령 제50조는 방송 채널의 오락 프로그램 편성 비율을 50% 이하로 제한하고 있다.

글_정윤희 기자 | 사진_박신우 기자



파급력 높은 TV, 그러나 책의 자리는 없다

문화관광부 출판산업팀 관계자는 "책 방송 프로그램은 어린이와 청소년들이 시청할 수 있는 시간대로 편성해야 한다"며 "방송위원회 소관 법령이라 당장 추진하지 못하고 장기적인 과제로 삼고 있다. 방송법을 개정할 때 방송이 독서환경을 조성하는 데 협조할 수 있도록 출판계에서 적극적인 의지를 보여야 한다"고 말했다.

현재 방송 프로그램 편성 중 책과 관련한 프로그램은 매우 미미하다. 공영방송인 KBS에서 조차 책과 관련된 교양프로그램이나 오락프로그램은 현재 <TV, 책을 말하다>와 <낭독의 발견> 정도이다. 더구나 두 프로그램은 자정을 넘겨 방송되기 때문에 시청자가 걱정하고 보지 않는 한 방송매체가 갖는 파급력을 기대하기 힘들다. 공영방송이 담당해야 할 역할 때문에 형식적으로 프로그램을 유지하는 정도이다. 타 방송에 비해 뉴스 시청률이 가장 높게 나오는 <KBS 9시 뉴스>에서조차 신간도서 뉴스나 출판계 관련 뉴스는 전무한 실정이다.

<시사저널>을 퇴사한 기자들이 창간한 시사주간지 <시사인>이 실시한 여론 조사에서 일반인들은 언론매체 중 인쇄매체에 비해서 방송매체를 더 신뢰하는 것으로 조사됐다. 방송 매체 가운데서도 KBS의 신뢰도가 27.3%로 가장 높았고, MBC와 YTN이 뒤를 이었다. 또한 네이버가 5%의 종합 신뢰도로 6위를 차지하는 등 포털 사이트가 뉴스 중계자로서의 영향력이 높아졌음을 보여줬다.

<2006국민독서실태조사>에서도 방송매체의 영향력이 인쇄매체보다 더 큰 것으로 나타났다. 성인의 경우 신문이나 잡지 등 인쇄매체 접촉시간(평일 71분, 주말 50분)보다는 TV, 비디오 등 영상매체 접촉시간(평일 97분, 주말 138분)이 많은 것으로 나타났다. 학생을 대상으로 한 조사에서도 인쇄매체보는 영상매체나 인터넷 등 정보·오락매체 접촉시간이 많은 것으로 조사됐다. 특히 주말의 경우 영상매체나 정보·오

락매체의 접촉시간이 인쇄매체 접촉시간보다 훨씬 많은 것으로 나타났다. 앞의 조사결과에도 나타나듯이 영상매체의 선두인 텔레비전의 파급력은 다른 매체보다 더 높다는 것을 알 수 있다.

단명하는 책 관련 프로그램들

사회적으로 가장 이슈를 주목을 받고 화제를 불러 일으켰던 책 방송 프로그램은 2001년 MBC의 〈느낌표〉 '책책책, 책을 읽읍시다! 코너이다. 코너에 소개된 《팽이부리말 아이들》《봉순이 언니》 등 단행본들은 베스트셀러에 오르고 밀리언셀러 판매 기록을 세우는 등 느낌표 신드롬은 출판계에 적잖은 파장을 일으켰다. 그러나 베스트셀러를 만들어내는 광고 효과를 창출한다는 점에서 책과 방송과의 만남은 순탄하게 이어지지 못했다.

텔레비전 방송에서 책을 다루기 시작한 때는 1993년 6월 5일 KBS가 〈TV독서, 책과의 만남〉을 일요일 심야시간대에 방송하면서부터이다. 뒤이어 텔레비전 독서 프로그램의 대명사 역할을 한 것은 KBS의 〈TV 책방〉으로 1996년 가을 개편을 계기로 신설되어 그해 10월부터 3년 동안 일요일 오전 7시 30분 방송됐다.

라디오방송에서 책을 소개하는 프로그램은 1995년 KBS 1라디오의 〈책마을 산책〉이 시작이었다. 이 프로그램은 주 1회 방송되던 일요일 편성에서 주중 편성으로 확대돼 다른 방송사에도 영향을 미쳤다. MBC에서도 2001년 11월 6일부터 〈행복한 책읽기〉를 방송했지만 심야시간대로 밀려나 2003년 4월 22일 막을 내렸고, 지금까지 책을 소재로 한 고정 프로그램은 편성돼 있지 않다.

출판계가 중심이 된 또 다른 할로는?

〈2006국민독서실태조사〉에서 성인·학생 모두 지난 2004년에 비해 인쇄매체·영상매체·음향매체 접촉시간이 하락하고, 성인의 경우 인터넷·게임·핸드폰·PDA의 사용을 중심으로 한 정보·오락매체 접촉시간이 증가한 것으로 나타난 것에 주목할 필요가 있다. 공중파 방송도 인터넷 미디어에 그 영향력을 점차 빼앗기고 있다는 것을 보여준다. 따라서 인터넷, 핸드폰을 매개로 다양하게 책을 소개하는 프로그램을 제공할 필요가 있다.

한국출판연구소 백원근 책임연구원은 “책 방송 프로그램은 방송사의 수익모델을 만들어내 못하기 때문에 편성에서 밀려나는 추세”라며 출판계가 다른 할로를 모색할 것을 요구했다. 백원근 책임연구원은 “편성문제는 방송사의 정책과 관련되어 있기 때문에 출판계는 공중파 방송만을 고집하지 말고, 영상시대에 걸맞는 다양한 콘텐츠를 제공함으로써 영상세대를 활자문화로 이끌 수 있는 도구를 만들어 내야 한다”면서 “온라인 서점의 책 소개를 지금은 텍스트만 제공해 주고 있는데, 영상으로 만들어 보여주고, 이를 포털 사이트와 연계하는 것도 한 방법이다. 이제는 책과 관련된 영상적인 부가가치를 만들어내는 구조를 창출해야 한다”고 설명했다. **☞**

