

시청자참여프로그램 내용분석 연구

Content Analysis of Public Access Programs

유승관*, 박창희**, 홍종배***

동명대학교 언론영상광고학부*, 숭실대학교 언론홍보학과**, 한국방송통신전파진흥원***

Seung-Kwan Ryu(sryu27@korea.com)*, Changhee Park(park6610@chollian.net)**,
Jongbae Hong(jongbaeh@hanmail.net)***

요약

본 연구는 시청자참여프로그램의 내용분석을 바탕으로 시청자, 방송사, 정책당국 간의 접점을 찾고 이를 통해 시청자참여프로그램 활성화를 위한 개선방안을 알아보았다. 시청자참여프로그램의 내용을 구체적으로 분석하기 위해서 2009년 8월 31일 현재 시청자참여프로그램 홈페이지가 개설되어 있는 16개 방송사를 대상으로 2009년 4월 한 달 방송된 129개 프로그램과 8월 한 달 방송된 137개 프로그램을 합해서 총 266개 프로그램을 분석하였다. 연구결과 시청자참여프로그램은 방송의 다양성 구현, 지역성 확보 및 소수자 대변이라는 방송통신위원회의 가이드라인에 부합되는 내용들로 구성되어 있었다. 개선방안으로 제작주체가 좀 더 다원화되어야 하고, 지역케이블SO가 더욱 다양한 계층과 소재를 편성할 필요가 있고, 이를 위해 방송사와 정책당국인 방송통신위원회도 저변확대를 위한 더욱 적극적인 홍보와 지원이 필요함을 제언하였다.

■ 중심어 : | 시민참여방송 | 퍼블릭 액세스 | 시청자참여 | 콘텐츠 | 내용분석 |

Abstract

This study conducted content analysis for the 266 public access programs. By doing so it aimed to suggest ideal directions for the public access. This study found that most programs were well meshed with variety, locality, and representation of minorities, which are goals of what public access programs are for. However, this study suggested that more diverse producers in terms of ages and occupations need to participate and also cable SOs should try to motivate viewers by covering various topics and areas in public access programs in the future. Lastly, the Korea Communications Commission also need to continuously offer more positive financial aids and public relations to support this program.

■ keyword : | Public Access Program | Public Access | Viewer Participation | Contents | Content Analysis |

I. 서론

1. 문제제기

21세기의 변화된 방송환경은 시청자주권 강화를 통한 시청자 권익보호를 요청하고 있으며 이러한 시대적 요구는 향후 더욱 강화될 것이다. 이러한 시대적 요구

를 가장 잘 반영하고 있는 개념이 퍼블릭 액세스(public access)이다. 퍼블릭 액세스란 일반인이 직접 기획·제작한 영상물을 그대로 방영하는 것을 의미한다. 우리나라에서는 시청자참여프로그램·음부즈맨프로그램·시청자제작방송프로그램 등 여러 용어로 쓰인다. 그러나 이 가운데 어느 한 가지만 가지고는 퍼블릭 액세스의

전반적인 의미를 담을 수 없다. 퍼블릭 액세스는 일반인, 즉 시청자가 직접 기획·제작한 자체 프로그램, 시청자가 방송사의 프로그램 제작에 참여해 시청자의 의견 또는 주장이 담긴 프로그램, 시청자 평가 프로그램 등을 모두 포괄하기 때문이다[1].

방송통신위원회는 공익채널 정책의 목표를 "방송에서 소외될 가능성이 있는 다양한 견해와 이해를 반영함으로써 시청자의 권익을 보장하고 방송의 공익성을 확보하는 것"이라고 규정하고 있다[2]. 시청자 참여 프로그램은 노동자와 농민, 여성과 장애인, 성적 소수자 등 기존 사회제도와 규범에서 소외된 사람들이 프로그램의 제작 주체로 나선다는 점에서 기존 방송과는 근본적인 차별성을 지닌다. 따라서 시청자참여프로그램이야말로 방송의 공익성 구현과 시청자 권익보호라는 공익채널 정책 목표와 가장 부합하는 분야라고 하겠다.

이를 위해 2000년 통합방송법 이후 방송통신위원회는 방송발전기금으로 시청자가 직접 제작·방송 요청하는 시청자참여프로그램을 지원하여 방송 소외 계층과 시청자 단체를 통하여 시청자 방송음부즈맨 활동을 지속적으로 지원해 오고 있다. (구)방송위원회는 시청자참여프로그램을 활성화하기 위해 2003년부터 방송채택료를 방송위가 직접 지원하는 정책을 펼쳐오다 정책의 실패로 2005년 8월 지원사업을 전면 중단하였다. 이후 2006년부터 현재와 같이 시청자참여프로그램을 정규 편성하는 방송사를 선정해서 지원하는 정책으로 전환하여 운영하고 있다. 시청자참여프로그램은 시청자들이 직접 제작한 프로그램으로 주로 장애인, 다문화 가정 등의 생활 모습과 지방의 독특한 문화 등을 방송하여 방송의 다양성과 공익성을 제고하는 목적을 지녔다. 뿐만 아니라, 시청자 권익증진활동을 강화하기 위해 2000년 이후 매년 수억 원의 지원금을 지원했다.

시청자참여프로그램 지원 현황을 살펴보면, 2001년도에 KBS의 시청자참여프로그램인 '열린채널'이 편성되었고, 2002년 시민방송, 2003년 종합유선방송, 2005년 일부 지상파 방송에서 프로그램 편성을 시작했다. 해마다 지속적으로 지원한 결과, 2008년도에는 총 25.7억 원을 지원하여 총 2,500편의 시청자직접제작프로그램이 방영되었다[3].

구체적으로, 2008년도 시청자참여프로그램 지원사업 추진 결과를 살펴보면, 시청자참여프로그램 지원현황의 경우 KBS, SO 등 45개 방송사업자에게 2,573백만 원을 지원하여 2,500편의 프로그램을 방송했고, 특이한 점은 SO 및 지역지상파의 경우 사업 추진기간이 부족(9~11월, 3개월)하였으나, 사업자수는 증가(34.4%)하였고 방송편수는 감소(△14.9%)한 경향을 보였다.

그런데 지금까지 수만 여 편의 일반시청자들이 직접 제작한 시청자참여프로그램이 방송되었으나 시청자참여프로그램에 대한 체계적인 내용분석은 이루어지지 않고 있다. 시청자 직접 제작 프로그램을 분석함으로써 시청자들이 어떤 이슈나 주제에 관심을 갖고 있고 어떤 아이디어나 생각을 프로그램을 통해 나타내고자 하는지를 파악할 수 있다. 뿐만 아니라, 분석한 프로그램 내용을 시청자참여프로그램 담당자들의 의견 및 정책당국의 생각과 비교함으로써 시청자참여프로그램 관련 시청자, 담당자 및 정책당국 간의 접점을 찾아야 할 필요가 있다. 이를 통해 우리나라 시청자참여프로그램의 향후 방향성과 활성화를 동시에 이끌어 낼 것이다.

2. 기존연구

시청자참여프로그램의 내용을 분석한 연구로는 김남철[4]의 연구와 방송통신위원회 내부자료가 있다. 먼저, 김남철은 케이블TV의 공중참여 프로그램 운영에 관한 연구에서 서울지역에서 12개의 SO와 경기북부지역에 3개의 SO를 보유하고 있는 (주)우리케이블의 2006년과 2007년 9월까지 편성된 시청자제작프로그램 230개를 제작자, 작품형식, 방영시간, 주제범주 등 4개 분석요목을 통해 분석하였다.

분석결과, 전체 230개의 시청자제작프로그램 중 개인이 제작한 프로그램이 190개(82.7%)로 단체보다 압도적으로 많이 나타났으며 프로그램 작품형식으로는 99개(43%)가 다큐멘터리 프로그램 포맷으로 나타났으며, 다큐멘터리는 서울지역과 경기북부지역 모두 균등하게 제작된 것으로 파악되었다. 그 다음 순으로 기타 부문이 20개(20%)로 나타났는데 정보, 교양, 애니메이션 등을 포함 시켰다.

드라마는 대부분 서울지역 SO에서 방송된 것으로 나

타났는데 이는 대부분이 농촌 지역인 경기북부지역 보다는 서울지역이 제작 인프라 여건이 잘 갖추어져 있기 때문으로 해석할 수 있다. 반면 단순 행사성 프로그램은 경기북부지역에서 16개 모두 제작된 것으로 파악되었다.

특이한 사항은 제작시간과 제작비가 많이 투입되고 프로그램의 완성도와 전문성이 요구되는 다큐멘터리와 드라마가 다른 형식에 비해 높게 나타났다는 점이다. 이것은 일반 시민들 보다는 프로그램 제작에 대해 기본적인 지식은 알고 있는 즉 영상제작에 관련된 학생들이나 마니아층에서 다수 제작된 것으로 해석할 수 있다. 또한 시청자제작프로그램에 대한 제작 분량의 경우 20분에서 30분미만의 프로그램이 43%로 가장 높게 나타났는데 이것은 방송위원회의 방송채택료 지급기준이 편당 25분물을 기준으로 설정하고 있기 때문인 것으로 생각된다.

주제범주는 방송위원회의 채택료 가이드라인에 부합되는 방송의 다양성 189개(82.1%), 지역성 구현24개(10.4%), 소수자 대변17개(7.3%)순으로 나타났다. 이 중 지역성 구현은 경기북부지역에서 대부분 제작된 것으로 나타나 서울지역 보다는 지역 정체성이 강한 경기북부지역에서 더 많이 제작된 것으로 조사 되었다. 그러나 '소수자 보호, 지역성 구현, 방송의 다양성 실현'은 다소 추상적이고, 선언적인 내용을 담고 있어서 적용에 있어 서울지역과 경기북부 지역이 편차를 보이고 있을 수도 있다. 비록 해석상의 문제는 존재하지만 이는 경기북부지역은 여건상 서울시라는 대규모의 도시 보다는 차별되는 향토색 짙은 지역성프로그램 제작이 가능하기 때문일 것이다.

한편, 2008년도 방통위 내부자료에 의하면, 방송된 총 2,500편을 프로그램 주제는 일본의 독도 영유권을 규탄하는 독도·울릉도 탐방, 태안 기름 유출 이후 주민들이 살아가는 모습을 다큐멘터리로 다룬 "태안기록", 인사동 소개 등 생활정보·문화가 1,783편(71.3%), 다문화가정, 장애인 등 소수계층 관련 프로그램이 293편(11.7%)으로 나타났다.

3. 연구문제 및 연구방법

시청자참여프로그램의 내용분석을 바탕으로 시청자, 방송사, 정책당국 간의 접점을 찾으려고 시도한 연구는 다음과 같은 두 가지의 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1 : 시청자참여프로그램의 내용상 특징은 어떠한가?

연구문제 2 : 시청자참여프로그램 내용분석을 통해 나타난 시청자, 방송사, 정책당국 간의 접점을 통한 개선방안은 무엇인가?

시청자참여프로그램의 내용을 구체적으로 분석하기 위해서 2009년 8월 31일 현재 시청자참여프로그램 홈페이지가 개설되어 있는 16개 방송사를 대상으로 2009년 4월 한 달 방송된 129개 프로그램과 8월 한 달 방송된 137개 프로그램을 합해서 총 266개 프로그램을 분석하였다. 다만, 홈페이지 상에 전체 프로그램이 나타나지 않는 방송사의 경우 방통위 내부자료를 이용해서 보충하였다.

시청자참여프로그램의 내용은 (1) 방송분량(분), (2) 장르, (3) 주제, (4) 오리엔테이션 (5) 지역성구현 (6) 주요문법 (7) 제작주체 등을 통해 분석하였다. 첫째, 장르는 먼저 시사/보도, 교양/정보, 오락/개그 등의 대장르로 구분한 후 시청자참여프로그램에서 가장 많이 등장하는 교양/정보 장르의 다큐멘터리는 휴먼, 정보/강좌, 자연/환경, 문화/역사, 기타 및 NA(not available) 등으로 세분하여 분석하였다. 또한 오락/개그 장르는 단편영화/드라마, 애니메이션, 실험영상, 뮤직비디오, 기타, 및 NA 등으로 나누어 분석하였다.

둘째, 주제는 생활일반, 정치/경제, 문화/역사, 행사/축제, 건강/웰빙, 환경/자연, 장애인/동성애, 다문화가정/이주노동자 및 기타로 구분하였다. 구체적인 예를 들면, 생활일반의 경우 광주MBC의 '시청자가 만듭니다' 따듯한 TV'에서 4월19일 방송된 "오직그날을 위해"에서 고등학교 3학년 수험생들의 일상과 응원의 목소리를 담은 내용, 정치/경제의 경우 큐릭스의 '우리가 만드는 세상'에서 8월6일 방송된 "망향가"에서 실향민들의 제2의 고향인 아바이마을의 위기와 실향민들의 인터뷰를

통해 고향을 그리워하는 이야기를 담은 내용, 문화/역사의 경우 서경방송의 'TV속으로 시청자 세상만사'에서 8월3일 방송된 '산성 그곳에 서다'에서 우리 민족의 역사를 묵묵히 함께 한 강원도 춘천 삼악산성을 성곽전문 사진기자와 함께 돌아보며 우리산성의 의미를 되짚어 본 내용, 행사/축제의 경우 CJ헬로비전 충남방송의 '6mm우리들 세상'에서 4월 13일 방송된 '남도에서 부는 봄바람'에서 봄기운이 완연한 남도에서 봄꽃축제인 '매화축제'가 열리는 현장을 보여준 내용, 건강/웰빙의 경우 한국케이블 TV제주방송의 '6mm 시청자세상'에서 4월 28일 방송된 '2009년 비만탈출' 프로그램, 환경/자연의 경우 영서방송의 '열린 TV시청자세상'에서 8월13일 방송된 '중국 장가계를 가다 프로그램에서 중국 장가계의 아름다운 자연환경을 보여주는 내용, 장애인/동성애의 경우 대구문화방송의 'TV희망세상 토요일'에서 4월 11일 방송된 '장애인과 비장애인의 지하철 동행기', 다문화가정/이주노동자의 경우 JTV전주방송의 '함께사는 세상'에서 8월2일 방송된 '한옥마을에 온 미.수.다' 프로그램에서 이주여성들의 삶을 직접 들으며 그들을 사랑으로 감싸안아주는 한국여성들과의 교류의 장을 표현한 내용 등을 포함하였다.

셋째, 오리엔테이션(전반적인 내용의 방향)은 호의/낙관, 중립, 비판/냉소 등으로 구분하였다. 호의/낙관의 경우 CMB광주방송의 '열린TV 시청자세상'에서 4월19일 방송된 '그리고 성장' 프로그램에서 어려운 환경속에서 자라온 아이들이 다른 아이들과 비교되지 않고 있는 모습 그대로 존중받기를 바라고, 약하게 커온 아이들과는 다르게 강하게 자라고 꿈을 갖고 미래에 멋진 사람이 되었으면 하는 장성신흥학교의 교육 목표와 과정의 실천 모습을 다룬 내용, 중립의 경우 HCN 서초방송의 '열린TV 시청자'에서 8월 25일 방송된 '자연, 진희 일본 여행기' 프로그램에서 일본의 관광명소를 돌아다니며 낯선 일본에서 새로운 문화를 접하는 두 친구의 좌충우돌 일본여행기를 담은 내용, 비판/냉소의 경우 광주문화방송의 '시청자가 만듭니다, 따뜻한 TV'에서 8월 18일 방송된 '소망의 빛 프로젝트, 그 후' 프로그램에서 2007년 양동 통샘 마을에서 시행된 소망의 빛 프로젝트의 장밋빛 기획 의도와 현재의 일그러진 모습을 고발하

는 내용 등을 포함하였다.

넷째, 시청자참여프로그램 내용 중 가장 핵심적인 사항이라 할 수 있는 지역성 구현 여부는 '있다'와 '없다'로 양분하여 분석하였다.

다섯째, 프로그램에서 사용된 주요 문법(영상처리기술)은 자막, 애니메이션, 배경음악, 3-D 그래픽, 플래쉬, 적용불가(NA) 등의 프레임을 바탕으로 분석하였다.

여섯째, 제작주체는 (1) 성별(남, 여, NA), (2) 개인/단체 여부(개인, 단체) (3) 연령대(10대, 20대, 30대, 40대, 50대, 60대 70이상), (4) 소속(일반인, 시민단체, 미디어센터교육생, 대학생, 중/고등학생, 기타), (5) 직업으로 구분하였다. 특히 직업의 경우 노동통계정보시스템에 나타난 한국표준직업분류표(2000년 1월 기준)를 바탕으로 전체 10가지 직업군(의회의원/고위임직원/관리자, 전문가, 기술공/준전문가, 사무 종사자, 서비스 종사자, 기능원/관련 기능 종사자, 판매 종사자, 농업/임업/어업 숙련 종사자, 장치/기계조작/조립 종사자, 단순 노무 종사자)으로 분류한 후 다시 3가지 직업군(White, Grey, Blue Color)으로 통합하였다. 그 다음, 학생과 무직(군인, 주부 등) 군을 포함해서 전체 5가지 직업군으로 구분하였다.

코딩은 전문적인 교육을 받은 세 명의 연구원이 수행했고, 코더간 신뢰도(inter-coder reliability)는 홀스티(Holsti)의 상호일치도에 의한 검증법을 사용했다. 다시 말해, 코더간 신뢰도 값은 전체 코딩 목록 중 세 명의 코더들 간 일치한 코딩수를 개별 코더들의 코딩수를 모두 합산한 값으로 나누어 산출했다. 홀스티의 공식을 이용한 코더간 신뢰도 값은 .93으로 상당히 높게 나타났다.

II. 연구결과

1. 프로그램 방송분량

시청자참여프로그램 내용 분석을 통해 시청자, 방송사, 정책당국 간의 접점을 찾고자 한 이 연구의 결과는 다음과 같다.

시청자참여프로그램의 내용상 특성과 관련하여 시청

자참여프로그램의 방송시간량(분)은 평균(M) = 11.9분으로 나타났다. 한 프로그램 당 최고 제작 시간 량 25분 - 30분을 기준으로 살펴보면 4분, 5분, 6분, 7분 길이의 프로그램과 9분, 10분, 11분, 12분 프로그램 및 13분, 14분, 15분, 20분 길이의 프로그램이 많이 제작·방송된 것으로 나타났다.

2. 장르

장르의 경우 대장르 구분에 있어서 교양/정보 장르가 가장 많이 제작되었고(71.4%), 그 다음이 오락/개그 장르였으며(24.1%), 시사/보도 장르는 가장 적게 제작된 것으로 나타났다(4.5%). 주목할 점은 대장르 구분에서 교양/정보 장르는 모든 프로그램이 다큐멘터리인 것으로 나타났다. 다큐멘터리 세부 장르에서는 휴먼다큐가 가장 많이 제작되었고(31.2%), 그 다음으로 정보/강좌(17.3%), 문화/역사(16.9%), 자연/환경(5.6%) 다큐 순으로 많이 제작된 것으로 나타났다. 오락/개그 장르에 있어서는 단편영화/드라마(13.5)가 가장 많이 제작되었으며, 그 다음으로 애니메이션(4.9%), 뮤직비디오(12.6), 실험영상(1.9), 기타(1.1) 순으로 많이 제작된 것으로 나타났다.

표 1. 장르

| | 빈도 | 퍼센트 | 유효 퍼센트 | 누적 퍼센트 |
|-------------------|-----|-------|--------|--------|
| 대장르 | | | | |
| 시사/보도 | 12 | 4.5 | 4.5 | 4.5 |
| 교양/정보 | 190 | 71.4 | 71.4 | 75.9 |
| 오락/개그 | 64 | 24.1 | 24.1 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |
| 다큐멘터리 세부장르 | | | | |
| 휴먼 | 83 | 31.2 | 31.2 | 31.2 |
| 정보/강좌 | 46 | 17.3 | 17.3 | 48.5 |
| 자연/환경 | 15 | 5.6 | 5.6 | 54.1 |
| 문화/역사 | 45 | 16.9 | 16.9 | 71.1 |
| 기타 | 1 | 0.4 | 0.4 | 71.4 |
| NA | 76 | 28.6 | 28.6 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |
| 오락개그 세부장르 | | | | |
| 단편영화/드라마 | 36 | 13.5 | 13.5 | 13.5 |
| 애니메이션 | 13 | 4.9 | 4.9 | 18.4 |
| 실험영상 | 5 | 1.9 | 1.9 | 20.3 |
| 뮤직비디오 | 7 | 2.6 | 2.6 | 22.9 |
| 기타 | 3 | 1.1 | 1.1 | 24.1 |
| NA | 202 | 75.9 | 75.9 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |

3. 주제

시청자참여프로그램의 주제에 있어서 시청자들이 가장 많이 취급한 주제는 생활일반(60.2%)이었고, 그 다음으로 문화/역사(16.2%), 행사/축제(9.4%), 자연/환경(5.3%), 정치/경제(3.0%), 장애인/동성애(2.3%), 건강/웰빙과 다문화가정/이주노동자(1.5%), 및 기타(0.8%) 순인 것으로 나타났다. 시청자참여프로그램의 전반적인 내용의 방향성을 의미하는 오리엔테이션의 경우 호의/낙관적인 성향을 띠는 것이 가장 많은 것으로 나타났다(50.8%), 그 다음이 중립적 성향이었으며(41.0%), 비판/냉소 성향을 띤 내용은 가장 적은 것으로 나타났다(8.3%).

표 2. 주제

| 주제 | 빈도 | 퍼센트 | 유효 퍼센트 | 누적 퍼센트 |
|---------------|-----|-------|--------|--------|
| 생활일반 | 160 | 60.2 | 60.2 | 60.2 |
| 정치/경제 | 8 | 3.0 | 3.0 | 63.2 |
| 문화/역사 | 43 | 16.2 | 16.2 | 79.3 |
| 행사/축제 | 25 | 9.4 | 9.4 | 88.7 |
| 건강/웰빙 | 4 | 1.5 | 1.5 | 90.2 |
| 환경/자연 | 14 | 5.3 | 5.3 | 95.5 |
| 장애인/동성애 | 6 | 2.3 | 2.3 | 97.7 |
| 다문화가정/이주노동자 | 4 | 1.5 | 1.5 | 99.2 |
| 기타 | 2 | 0.8 | 0.8 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |
| 오리엔테이션 | | | | |
| 호의/낙관 | 135 | 50.8 | 50.8 | 50.8 |
| 중립 | 109 | 41.0 | 41.0 | 91.7 |
| 비판/냉소 | 22 | 8.3 | 8.3 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |
| 지역성 | | | | |
| 있다 | 67 | 25.2 | 25.2 | 25.2 |
| 없다 | 199 | 74.8 | 74.8 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |

한편, 시청자참여프로그램의 내용 중 가장 중요한 측면의 하나인 지역성 구현 여부에 있어서 전체 266개 프로그램 중 67개(25.2%)가 지역적 특성이나 지역문화 등을 다루었고 나머지 199개(74.8%)의 프로그램은 전혀 지역성을 나타내지 않은 것으로 나타났다. 지역성이 없는 프로그램 비중이 높은 점은 콘텐츠 장르의 다양성 문제와 함께 지역민의 참여를 통해 확산시켜야 할 필요가 있음을 시사한다.

4. 주요문법

시청자참여프로그램에서 사용된 주요문법(영상처리 기술)을 분석한 결과, 전체 프로그램 266개 중 167개의 프로그램이 자막과 배경음악을 동시에 사용한 것으로 나타났고(62.8%), 53개의 프로그램이 배경음악만을 (19.9%), 26개의 프로그램이 자막만을 사용한 것으로 나타났다(9.8%). 그 외 몇 가지 기술을 혼용하여 사용한 프로그램이 약간 있었으며 어떤 형태의 영상처리 기술도 사용하지 않은 프로그램이 9개(3.4%)로 나타났다.

표 3. 주요문법

| | 빈도 | 퍼센트 | 유효 퍼센트 | 누적퍼센트 |
|----------------------|-----|-------|--------|-------|
| 자막 | 26 | 9.8 | 9.8 | 9.8 |
| 배경음악 | 53 | 19.9 | 19.9 | 29.7 |
| 없음(NA) | 9 | 3.4 | 3.4 | 33.1 |
| 자막/애니메이션 | 1 | 0.4 | 0.4 | 33.5 |
| 자막/배경음악 | 167 | 62.8 | 62.8 | 96.2 |
| 애니메이션/배경음악 | 2 | 0.8 | 0.8 | 97.0 |
| 배경음악/플래쉬 | 1 | 0.4 | 0.4 | 97.4 |
| 자막/애니메이션/배경음악 | 4 | 1.5 | 1.5 | 98.9 |
| 자막/배경음악/플래쉬 | 1 | 0.4 | 0.4 | 99.2 |
| 자막/애니메이션/배경음악/3-D그래픽 | 2 | 0.8 | 0.8 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |

5. 제작주체

제작주체는 성별의 경우 남자(53%)가 여자(38.7%)보다 더 많이 시청자참여프로그램을 제작한 것으로 나타났다 단체(2.3%)보다는 개인(91.7%)이 훨씬 더 많이 프로그램을 제작한 것으로 나타났다. 하지만, 제작주체의 성별을 알 수 없는 경우도 6개 있었다(2.3%). 연령대의 경우 20대(44.0%)와 30대(30.1%)가 압도적으로 많이 제작한 것으로 나타났고, 그 다음으로 40대(16.9%), 50대(1.1%), 10대(0.8%) 순으로 나타났고, 60대가 1명(0.4%) 제작했으며 70대 이상 제작자는 없는 것으로 나타났다. 제작주체 소속의 경우 일반시청자가 가장 많은 것으로 나타났고(14.3%), 그 다음으로 대학(11.3%), 중고등학교(0.8%), 미디어센터(0.4%) 순으로 나타났다. 하지만 195개(73.3%)의 프로그램은 제작주체의 소속을 알 수 없었다. 직업의 경우 학생이 가장 많은 비중을 차지했

고(12.0%), 그 다음으로 그레이컬러(7.1%), 무직(4.5%), 블루컬러(0.8%), 화이트컬러(0.4%) 순으로 나타났다. 하지만 200개(75.2%)의 프로그램은 제작주체의 직업을 알 수 없었다.

표 4. 제작주체

| | 빈도 | 퍼센트 | 유효 퍼센트 | 누적 퍼센트 |
|-------------|-----|-------|--------|--------|
| 성별 | | | | |
| 남 | 141 | 53.0 | 53.0 | 53.0 |
| 여 | 103 | 38.7 | 38.7 | 91.7 |
| 혼합/단체 | 6 | 2.3 | 2.3 | 94.0 |
| NA | 16 | 6.0 | 6.0 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |
| 연령대 | | | | |
| 10대 | 2 | 0.8 | 0.8 | 0.8 |
| 20대 | 117 | 44.0 | 44.0 | 44.7 |
| 30대 | 80 | 30.1 | 30.1 | 74.8 |
| 40대 | 45 | 16.9 | 16.9 | 91.7 |
| 50대 | 3 | 1.1 | 1.1 | 92.9 |
| 60대 | 1 | 0.4 | 0.4 | 93.2 |
| 70대 이상 | 0 | 0 | 0 | 93.2 |
| NA | 18 | 6.8 | 6.8 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |
| 소속 | | | | |
| 일반인 | 38 | 14.3 | 14.3 | 14.3 |
| 미디어센터 | 1 | 0.4 | 0.4 | 14.7 |
| 대학 | 30 | 11.3 | 11.3 | 25.9 |
| 중고등학교 | 2 | 0.8 | 0.8 | 26.7 |
| NA | 195 | 73.3 | 73.3 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |
| 직업 | | | | |
| 블루컬러 | 2 | 0.8 | 0.8 | 0.8 |
| 그레이컬러 | 19 | 7.1 | 7.1 | 7.9 |
| 화이트컬러 | 1 | 0.4 | 0.4 | 8.3 |
| 학생 | 32 | 12.0 | 12.0 | 20.3 |
| 무직 | 12 | 4.5 | 4.5 | 24.8 |
| (주부 군인 실업자) | | | | |
| NA | 200 | 75.2 | 75.2 | 100.0 |
| 합계 | 266 | 100.0 | 100.0 | |

III. 결론

이 연구는 시청자참여프로그램 내용분석을 통해 시청자, 방송사, 정책당국 간의 접점을 찾고자 했다. 연구 결과 2009년도의 시청자들이 직접 제작한 시청자참여 프로그램은 방송의 다양성 구현, 지역성 확보 및 소수자 대변이라는 방송통신위원회의 가이드라인에 어느 정도 부합되는 내용들로 구성되어 있다고 볼 수 있다.

물론 이러한 해석은 채택되어 방송된 시청자 제작 프로그램보다 채택되지 않은 그래서 방송을 통해 볼 수 없는 프로그램들이 더 많다는 사실을 고려할 경우 채택되어 방송된 시청자 제작 프로그램들은 해당 지역 방송사 운영위원회의 게이트키퍼 과정을 통과한 것들이기 때문에 이는 곧 시청자참여프로그램 내용에 대한 해당 지역 방송사의 입장을 나타내는 것으로도 볼 수 있다.

물론 방송통신위원회 입장에서는 어떤 형태와 수준의 시청자 제작 프로그램도 가능하다면 방송해야 한다고 강조하며, 방송사 입장에서는 최소한(방송용으로 적합한) 어느 정도의 수준이 되어야만 방송할 수 있다고 주장하며, 시청자제작자 측면에서는 일단 활용하여 방송사에 제출하기만 하면 무조건적으로(방송사 자체적으로 일부 순서나 흐름을 편집하더라도) 선정해서 방송해 주기를 원한다. 하지만 퍼블릭 액세스 개념이 보통 시청자가 자신의 의견을 자기 방식대로 자유롭게 표명하기 위해 방송권을 요구하고, 이를 이용하도록 보장받는 권리를 뜻하며, 넓게는 자신과 관련된 언론 행위에 대해 반론이나 해명을 요구할 수 있는 반론권까지 포함된다[5]는 사실을 상기해 볼 때 방통위와 시청자 간에는 기본적인 합의가 이루어진 상태이지만 방송사가 여전히 문제임을 알 수 있다. 이는 프로그램의 오리엔테이션 상 꼭 그렇게 볼 수는 없더라도 어떤 이슈에 대해 비판 또는 냉소적인 내용을 담은 프로그램의 비중이 상대적으로 낮다는 점에서도 비판적인 사회적 문제제기의 내용이 드물다는 점에서 확인할 수 있다.

그리고 케이블TV의 특징이자 의무는 지역 구석구석에서 일어나는 시시콜콜하고 사소한 이야기까지도 지역민들에게 알리는 커뮤니티 미디어의 역할이다. 그런데 내용분석에서 나타난 바와 같이 지역적 소재를 다룬 프로그램이 상대적으로 비율이 낮다는 점은 방송사와 프로그램 제작주체 공히 생각해 볼 문제이다.

즉, 시청자들이 직접 제작한 프로그램을 통해서 기존 지상파 위주의 전통적인 미디어가 커버하지 못하는 이야기들을 커뮤니티미디어로서 지역케이블방송사는 커버해 줄 필요가 있다. 이것이 지역미디어로서의 케이블 방송의 또 하나의 존재 이유이다.

내용분석을 통해 드러난 또 하나의 문제는 시청자참

여프로그램의 제작주체가 주로 20-30대 개인 남자 학생과 일반남성시청자들이라는 점에서 제작 주체의 편중이 심하다는 점과 다큐멘터리의 비율이 높다는 점이다. 즉, 시청자제작자는 주로 대학의 영상 관련 학과나 대학내 영상동아리의 출신의 학생이나 졸업생이라는 점이다. 또한 이들은 단체 명의로 프로그램을 출품하기 보다는 주로 개인적으로 출품하는 경향이 강하다. 이러한 사실은 정책 당국 차원에서 적극적으로 후원하고 있는 전국에 산재한 수많은 대학내 영상 관련 학과나 영상동아리, 방송사 계열 미디어센터, 부산과 광주에 위치한 방통위 소속 시청자미디어센터 및 시민 단체나 영상단체 소속의 미디어센터에서 개별적인 미디어교육 및 영상제작교육은 어느 정도 성공을 거두고 있으나 단체나 센터를 대표할 수 있는 다양한 연령층과 성별을 한 팀으로 묶어 팀별영상제작활동 등을 활성화 시킬 필요가 있음을 시사한다. 그리고 방송사와 기존 시청자미디어센터의 스튜디오 등을 적극적으로 이용하도록 해서 실내제작 프로그램 제작을 통한 참여를 유도하고, 장르를 다원화하여 많은 시청자가 더욱 쉽게 시청자참여프로그램 제작에 참여할 수 있는 여건을 마련해 줄 필요가 있다. 종합적으로 볼 때 기존의 정책적 지원이 일반인에 대한 참여확대와 홍보강화를 통해 콘텐츠의 다양화에 선순환 효과를 줄 수 있도록 노력해야 할 것이다.

이 연구는 방송사가 채택하여 방송한 시청자참여프로그램만을 분석 대상으로 했기 때문에 채택되지 않은 시청자 제작 프로그램에 대해서는 분석하지 않았고, 직업상의 분류도 알 수 없는 경우가 많았다는 점에서 많은 한계를 지닌다. 후속 연구는 채택된 프로그램과 채택되지 않은 프로그램의 내용을 비교·분석하고 제작자나 내용에 대한 더욱 상세한 연구가 지속되길 기대한다.

참고 문헌

- [1] 구종상, 이준호, 유승관, *퍼블릭 액세스와 한국의 시민참여방송*, 커뮤니케이션북스, 2007.
- [2] 방송통신위원회 *규칙*, 2008.
- [3] 방송통신위원회 *내부자료*, 2008.

[4] 김남철, “케이블TV(SO)의 공중참여 프로그램 운영에 대한 연구”, 한양대학교 언론정보대학원 석사학위논문, 2008.

[5] L.R. Linder, *Public Access Television: America's Electronic Soapbox*. Praeger, Westport, C, 1999.

저 자 소 개

유 승 관(Seung-Kwan Ryu) 정회원



- 2002년 : 미) 서던일리노이대학교 커뮤니케이션학 (박사)
- 현재 : 동명대학교 언론영상광고학부 교수

<관심분야> : 커뮤니케이션 이론 및 정책

박 창 희(Changhee Park) 정회원



- 1985년 : 한국외국어대학 신문방송학과
- 1995년 : 미) 오하이오주립대 언론학(박사)
- 현재 : 숭실대학교 언론홍보학과 교수

<관심분야> : 방송과 문화

홍 중 배(Jongbae Hong) 정회원



- 2004년 : 미) SIU 커뮤니케이션 Ph.D.
- 현재 : 방송통신진흥원 시청자권익증진부장

<관심분야> : 수용자 효과, 미디어교육