

생애주기 관점에서 본 노인 시청자의 수용자 복지

□ 송진 / EBS 교육방송연구소 연구위원

I. 서론

지난 2010년 통계청의 인구주택총조사 결과에 따르면, 우리나라의 65세 이상 노인 인구는 542만 명으로 총 인구의 11.3%를 차지하고 있다. 이미 지난 2000년에 65세 이상 인구가 총인구의 7.2%에 이르러 ‘고령화 사회’에 진입했고, 향후 2018년에는 65세 이상 이상의 노인인구가 14.3%를 넘는 고령사회에, 2026년에는 20.8%가 되어 초고령사회에 도달할 것이라 전망되고 있는 상황이다. 2005~2050년 사이에 선진국의 노령화 지수는 1.9배 가량 늘어나는 것으로 예상되는 반면, 우리나라는 무려 9.1배 증가할 것이라는 예측치도 나오고 있다(통계청, 2009).

이같이 급속도로 고령화사회가 진행되면서, 노인들의 삶의 질과 문화 복지를 결정하는 요소들에 대한 심도 깊은 분석과 구조적이고 정책적인

대비책 마련이 중요한 화두로 대두되고 있다. 그 가운데 방송 분야는 매우 핵심적인 위치를 점하고 있다. 대부분의 노인은 신체적으로 노쇠하고, 경제적으로 열악한 조건에 처하게 되면서 사회·문화적 활동 참여에 제약을 받게 되고, 상대적으로 미디어, 특히, 텔레비전에 대한 의존도가 높아지기 때문이다. 텔레비전이 의사사회적 역할, 사회적 관계망의 형성 기능을 수행함으로써 노인이 겪는 사회적·문화적·경제적 소외를 완화시킬 수 있는 방안을 모색해야 하는 이유가 여기에 있다.

한편, 이 과정에서 또 다른 차원의 문제가 하나 개입된다. 방송 기술 환경 변화에 따른 방송 수용 환경의 변화이다. 일반적으로 디지털로 전환되는 방송 서비스는 아날로그 방송에 비해 다양하고 이전에 경험하지 못한 새로운 서비스를 제공하게 되리라는 기대를 부여한다. 하지만, 실제 늘어난 방

송 채널과 서비스의 증가가 시청자 복지에 긍정적으로 작용할 것인가에 대해서는 누구도 확언을 할 수 없다. 주문형 기반의 비선형 온라인 플랫폼, N스크린 등 방송 플랫폼이 다각화되면서 지상파 전파에 한정하여 서비스를 제공하던 방송사들은 내용의 질, 이용방법, 가격 등이 차별화된 방송서비스를 확대해가고 있고, 일반 이용자들은 상시 접속 가능한 방송 플랫폼 환경 속에서 점차 파편화된 이용 양태를 보이게 되지만, 이러한 복잡한 방송 생태계는 역설적으로 그 구조 속에서 소외되는 사회적 집단을 형성시킬 개연성이 높다.

따라서 본 고에서는 고령화 시대의 노인 수용자 복지와 관련된 방송의 현황을 검토하고 문제를 진단해보고자 한다. 특히 생애주기 차원에서 방송이 노인 시청자들에게 어떠한 서비스를 제공해야 할 것인지에 생각해보고, 고령화사회의 진입과 맞물린 방송 환경의 변화 속에서 노인 시청자의 수용자 복지가 어떠한 의미가 있으며, 이를 뒷받침하기 위해 어떠한 차원의 노력들이 뒷받침되어야 하는지 살펴볼 것이다.

II. 노인 시청자의 방송 매체 이용과 방송 서비스 제공 현황

1. 노인 시청자의 방송 매체 이용 현황

노인들의 미디어 이용에서 나타나는 독특한 특성은 텔레비전에 대한 의존도가 절대적으로 높다는 점이다(김영주·정재민, 2006; 안임준 외, 2009; 이은택, 2011). 노인들의 텔레비전 이용은 다른 어떤 연령대에 비해서도, 다른 어떤 매체에 비해서도 두드러진다. 김영주·정재민(2006)의 조사 결과에 따르면, ‘노인들이 생활에서 가장 이용하는 매체’, ‘생활에 없어서는 안되는 매체’, ‘뉴스나 정보를 가장 많이 얻는 매체’, ‘오락거리를 가장 많이 얻는 매체’ 등 모든 질문 항목에서 텔레비전은 91% 이상의 압도적인 응답을 보였다. 이은택(2011)에 따르면, 노인들은 일상생활 시간 중 모두 7시간 40분을 교제 및 여가 시간에 할애하는데, 이 중 대부분의 시간을 미디어, 특히 텔레비전을 이용하며 보낸다. 2006년 한국방송광고공사의 조사에서도 유사한 결

〈표 1〉 60대 이상 노인의 평균 여가시간과 매체별 이용시간

| | | 평 일 | | 토요일 | | 일요일 | |
|---------------|-------|------|--------|------|--------|------|--------|
| 국민 평균 여가시간 | | 5:33 | | 6:49 | | 7:33 | |
| 노인평균 여가시간 | 연령 | 60대 | 70대 이상 | 60대 | 70대 이상 | 60대 | 70대 이상 |
| | 시간 | 6:23 | 8:15 | 6:46 | 8:34 | 7:25 | 8:16 |
| 매체종류별 이용시간 | TV | 2:34 | 3:12 | 2:43 | 3:21 | 3:16 | 3:34 |
| | 신문 | 0:07 | 0:06 | 0:06 | 0:06 | 0:03 | 0:03 |
| | 라디오 | 0:07 | 0:03 | 0:09 | 0:04 | 0:03 | 0:01 |
| | 잡지/만화 | 0:00 | 0:00 | 0:00 | 0:00 | 0:00 | 0:00 |
| | 인터넷 | 0:06 | 0:04 | 0:04 | 0:10 | 0:03 | 0:03 |
| | 휴대전화 | 0:18 | 0:10 | 0:18 | 0:12 | 0:13 | 0:10 |

출처 : KBS·서울대 언론정보연구소(2011); 김균·김양은(2011) 재인용. p.14.

과가 제시된 바 있는데, 65세 이상의 노인들이 주로 하는 여가활동은 TV 시청이 86.5%를 차지하며, 특히 남성보다는 여성, 70세에서 74세의 연령대, 소득이 낮을수록 TV 시청이 더 많이 이루어지고 있으며, 자녀와 함께 사는 노인보다는 함께 살지 않은 노인들이 TV를 더 많이 이용하는 것으로 나타난 바 있다(한국방송광고공사, 2006).

노인들은 다른 연령대에 비해 여가시간은 많으나, 그 시간을 채울 수 있는 다른 사회적 활동 여건이 부족하기 때문에 여가시간의 대부분을 TV 시청으로 보내는 것으로 보인다. 연령대가 높아질수록 TV 시청량이 증가해, 70세 이상의 경우 평일 TV 시청시간이 4시간 5분(여자 4시간 24분, 남자 4시간 7분)으로, 가장 TV 시청시간이 적은 16세~19세의 50분과 비교할 때 거의 5배 정도가 된다는 연구 결과가 이를 뒷받침한다(KBS·서울대 언론정보연구소, 2011).

2. 노인 시청자를 위한 방송 서비스 제공 현황

현재 국내 지상파 텔레비전에서 제공되고 있는 노인 전문 프로그램은 2012년 7월 현재 4편이다(〈

표 2〉 참조). KBS 2TV에서 매주 토요일 오전 6시에 방송되는 〈노장불패¹⁾〉는 KBS 대전방송총국에서 제작·방송하는 노년층 대상의 예능 프로그램으로, 상대적으로 소외된 농어촌 노인들을 대상으로 마을 소개와 감동 사연을 사전 촬영 영상 등으로 제공하며, 지역민들과의 소통을 중요시하는 마을 화합 내용을 지향한다. 2009년 4월부터 1TV를 통해 대전·충남권에서 자체 방송되다 현재는 2TV를 통해 전국방송으로 제공되고 있다. 이 프로그램은 2010년~2011년에는 주중 오후 2시 혹은 4시대에 편성되다, 2012년 3월부터 토요일 오전 6시에 편성되고 있다.

MBC에서 방송되고 있는 〈늘 푸른 인생〉의 경우, 2003년 첫 방송을 시작으로 농어촌 노인들의 인생, 춤, 노래 등을 통한 토크쇼 형식으로 세대간 이해와 소통을 목적으로 기획되어 오늘에 이르고 있다. 한편 동 방송사의 〈그린실버 고향이 좋다〉는 각 지역의 특산물 소개, 관광산업 활성화를 위한 테마 여행 정보, 토속 음식 소개 등을 중심으로 지역 정보를 제공하는 형식으로 제공된다. MBC의 두 노인 전문 프로그램은 일요일 오전에 연속 편성되어 있다.

SBS의 100세 건강 스페셜은 2007년 첫방송 이후, 고령화 사회의 건강하게 사는 법에 대한 정보

〈표 2〉 지상파 텔레비전 방송의 노인 전문 프로그램(2012년 7월 첫 주 현재)

| 방송사 | 채널 | 프로그램 이름 | 요일 | 시간 |
|-----|-----|--------------|-----|---------------|
| KBS | 2TV | 노장불패 | 토요일 | 오전 6:00-6:50 |
| MBC | TV | 늘 푸른 인생 | 일요일 | 오전 6:10-6:50 |
| | TV | 그린실버 고향이 좋다 | 일요일 | 오전 7:20-8:10 |
| SBS | TV | 특선 백세 건강 스페셜 | 월요일 | 오후 12:30-1:30 |

1) 이 프로그램 정보는 인터넷 사이트 위키백과를 참조하였다.
<http://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%85%B8%EC%9E%A5%EB%B6%88%ED%8C%A8>

제공을 위해, 건강관리법, 음식 소개, 실버 세대의 라이프스타일을 중심으로 프로그램을 제공한다.

이상과 같이 지상파 방송의 노인 전문 프로그램은 편성 자체가 극히 미미하다. 학계에서나 방송사에서 공히 노인 대상 프로그램을 독립된 프로그램 유형으로 분류하지 않는다. 더욱이 노인 전문 프로그램은 주말 및 유사시간 대에 방송시간 대응 편성으로 노인 시청자의 선택권은 더욱 좁은 상태이다.

노인 대상 프로그램이 활성화되지 않는 이유는 여러 가지 구조적 원인과 관계가 있을 것이나, 무엇보다 사회적으로 노인 특화된 행사나 정보 자체가 부족하기 때문이라 할 수 있다. 이는 사회 전반에 노인들의 삶의 질, 문화, 여가 등에 대한 관심이나 배려가 낮다는 것을 의미한다. 지상파 3사의 노인 전문 프로그램 제공 현황에서 보여지는 특성 역시 이와 같은 한계를 그대로 노정한다. 첫째, 노인 대상 프로그램이 절대적으로 적다. 노인 전문 프로그램 외에 노인층의 취향을 반영한 음악 프로그램 <전국노래자랑>, <가요무대>, <국악한마당> 등을 포함한다 하더라도 4개 지상파 채널의 일주일 방송시간 약 550여 시간 중에 노인 관련 프로그램은 1.5% 남짓한 시간에 해당한다. 둘째, 노인 대상 프로그램 주제가 놓여준 지역 중심으로 협소하게 설정되어 있다. 연령 중심 콘텐츠라기보다 지역 특화된 콘텐츠로 보는 것이 더욱 합당할 지경이다. 셋째, 건강 정보 이외에 생활정보, 취업정보, 교양정보 등 다양한 내용을 제공하고 있지 못하다. 노인 계층에 있어서도 다양한 필요와 다양한 취향이 존재하므로, 다양한 욕구를 반영할 수 있는 다양한 장르와 내용의 프로그램이 제공될 필요가 있다. 넷째, 편성 시간의 문제이다. 노인 대상 프로그램은 편성의 사각지대에 위치한다. 간혹 주중 오후에 편성되는 시도가 있었으나, 다수의 프로그램은 주말 이른 새벽아침 시

간에 몰려 편성되어 있다. 편성 사각지대에서 벗어나 가족시간대로의 편성이 적극적으로 고려될 필요가 있다. 노인대상 프로그램이 노인을 고립시키는 것이 아니라 가족시간대의 다른 장르 속에서 노인들의 문제를 환기 시키는 것이 필요하기 때문이다 (김영주·정재민, 2006).

노인 전문 프로그램과 같이 소수계층을 위한 프로그램은 현실적으로 황금시간대는 물론 주시청시간 주변 시간대에 조차도 편성되지 못한다. 시청 시간대의 영향이 있겠으나, 기본적으로 프로그램 시청률이 1.5~2% 내외로 낮은 편이므로 방송사업자의 경영적 입장에서는 당연한 선택일 수도 있다. 하지만, 역설적으로 시청률 사각시간대에 1.5~2%의 시청률을 꾸준히 유지한다는 것은 프로그램당 30만 가구에 해당하는 고정적인 시청자가 존재한다는 것을 의미하며, 이는 결코 적은 숫자가 아니다. 무엇보다 이들 전문 프로그램에 대한 노인 시청자의 요구와 필요가 명백히 존재하고 있다는 점을 간과해서는 안 될 것이다(김균·김양은, 2011). 지영서(2010)에 따르면, 황금시간대에 편성되는 프로그램은 그 시간대 편성을 원하는 다른 프로그램의 견제와 시청률에 영향을 받지만, 비인기시간대에 편성된 프로그램은 그런 경쟁 구도에서 멀리 떨어져 있기 때문에 시청률이 낮아도 오래 생존할 수 있는 아이러니가 발생한다는 해석을 내린 바 있다. 프로그램의 생존을 위해서는 오히려 공익적 프로그램일수록 현실적으로 주시청 시간대를 피해야 한다는 것이다. 이러한 관점에서 비추어보면, 노인 전문 프로그램은 본방 이후에 평일 고정시간대 혹은 낮시간대를 통한 부가적 편성이 보다 활발하게 이루어질 필요가 있다.

또한, 노인을 위한 전문 채널이나 전문 프로그램이 부족한 현상은 노인 계층이 가지는 경제적 시장성과 관련이 있다. 즉, 광고 수익 중심의 방송 환경

에서 노인 대상 프로그램 및 채널이 광고주들에게 매력적인 매체 수단으로 평가받고 있지 못하기 때문에 유발되는 현상이기도 하다(김균·김양은, 2011, p.32). 이러한 관점에서 노인 전문 프로그램을 노인만 시청하는 형태로 구성할 것이 아니라 온 가족이 함께 시청하는 형태의 포맷과 내용으로 전환할 필요가 있다. 이는 단순히 광고 소구력을 높이는 현실적 측면 뿐 아니라, 세대간 소통과 이해를 증진시키는 주요한 기제가 될 수 있다는 점에서 더욱 의미를 가진다. 이와 관련해 일본의 노인 관련 프로그램 제공 현황은 눈여겨 볼만하다. NHK의 종합TV는 노인층을 위해 오전 10시대에 요일별로 다채로운 내용(시대극, 기행, 여행, 취미, 정보 등)의 프로그램을 방송한다. 노인 특화된 프로그램 외에도 노인을 포함한 가족 시청자들이 함께 즐길 수 있는 세대 통합적 소재(전통 예능, 퀴즈, 엔카, 역사, 드라마 등)의 교양·오락 프로그램을 폭넓게 편성하고 있다. NHK의 교육TV는 매주 저녁 8시대에 노인 중심의 건강 정보를 제공하는 등 노인을 주요한 방송 수용자로 인식하고 있음을 보여준다(지영서, 2010, pp.47-48). 상대적으로 미국, 프랑스, 독일 등에서는 노인전문채널이나 노인대상 프로그램이 활성화되고 있지 못하다 할 수 있다(김영주·정재민, 2006). 다만, 이 국가들은 우리의 상황과 달리 노인들의 복지 수준이 높고 계층에 따른 문화적 차별 정도가 심하지 않아 노인들만을 위한 별도의 전문 채널이나 프로그램이 불필요하다는 차이가 있다는 점을 감안할 필요가 있다(김영주·정재민, 2006, p.50; 임영경, 2007, p.58).

어떠한 매체보다도 방송에 대한 노인들의 의존도와 접근 가능성이 높다는 점을 감안하면, 노인

대상의 방송 콘텐츠가 보다 활성화될 필요가 있다. 소위 소외계층 중 장애인, 여성, 농어촌 주민 등을 위한 편성에는 다소간의 노력이 기울여졌지만, 노인 및 사회 저소득층을 위한 고정 프로그램에는 상대적으로 편성 안배가 부족했다는 점은 부인하기 어렵다. 노인 전문 프로그램으로 접근 대상을 한정된 프로그램으로 노년의 필요를 충족하는 동시에, 기존의 방송 틀 속에서 노인들의 접근과 위상을 확대하는 다각적인 해결 방향이 설정될 필요가 있다.

유료 방송의 노인 전문 채널 역시 미미한 수준에 머물고 있다. 국내 유일의 노인 전문 채널인 실버TV는 2005년 12월 개국한 이래 다양한 노후 관련 정보를 제공하고 있는 방송채널사용사업자이다. 실버TV는 2011년 3월 기준으로 SO 94개 중 아날로그 21개, 디지털 54개 SO에 송출되고 있으며, 위성방송과 2개의 IPTV에 송출되고 있다(방송통신위원회, 2011). 노인 전문채널에 대한 전반적 인지도가 약할 뿐 아니라, 전문 채널은 케이블, IPTV 등 플랫폼 사업자가 노인 채널을 편성해야만 이 채널을 이용할 수 있다는 점에서 노인들의 노인 전문 채널 접근은 한계가 있는 것으로 보여진다. 특히 유료방송에 가입해야 하며 상대적으로 이용료가 고가인 IPTV나 디지털 서비스에 가입해야 해당 채널을 이용할 수 있는 가능성이 높아진다는 점에서, 취약계층에 속한 노인들의 노인 전문채널 접근은 제한적으로 이루어지고 있다고 볼 수 있다. 또한, 실버TV는 2009년 케이블 사업자가 의무 편성을 해야 하는 공익채널로 선정되기도 하였으나, 2010년 이후 공익채널에 포함되어 있지 않아 정책적인 지원에서도 소외되어 있다.

2) 영국 소비자 패널(DCMS, 2006)의 소외계층 정의에 따르면, 나이, 다양한 종류의 장애, 낮은 영어 구사 능력으로 파악하고 있다. 우리의 실정에 비추어 볼 때, 노인, 장애인, 다문화 가정의 이러한 범주에 포함될 수 있는 대표적 소외계층이라 할 수 있다.

Ⅲ. 노인 시청자의 수용자 복지 증진을 위한 개선 방안

전통적으로 소외계층²⁾으로 분류되던 노인은 고령화 사회의 심화에 따라, 향후 주요한 방송 수용자군이 될 전망이다. 따라서 노인 시청자 복지에 대한 고려는 향후 전체 방송 수용자 복지를 증진시키는 주요한 수단 중 하나가 될 수 있다는 점에서 의의를 지닌다. 노인 시청자의 수용자 복지는 정보 접근성 강화를 통한 정보복지, 여가로서의 문화 복지, 경제적 부담 없이 필요한 서비스를 이용할 수 있는 보편적 복지가 강조될 필요가 있다.

1. 생애주기 방송 콘텐츠

현대인은 자신의 삶의 많은 부분을 미디어와 함께 한다. 그 가운데에서도 텔레비전이라는 미디어를 통해 자신이 살아가는 사회를 이해하는 부분은 매우 크다. 방송이라는 매체는 수용자 개개인의 일상적인 생활양식, 대인관계, 커뮤니케이션 등 삶의 질에 미치는 영향이 크고, 개개인에 미치는 영향은 나아가 사회를 움직이고 추동하는 주요한 기제로 작동한다. 방송이 미치는 영향은 생애 특정한 시기가 아니라, 영·유아기부터 시작되어, 유년기, 청소년기, 청년기, 중년기, 장년기, 노년기 등 생애주기 별로 모습을 달리하며 일생동안 생활의 중심으로 영향력을 행사한다는 데 그 특징이 있다.

노년 시기의 미디어는 그 어느 생애 주기보다 좀 더 각별한 의미를 지닌다. 생애주기 각 시기마다 보편적으로 발생하는 특성들이 있는데, 노년기에는 신체적 쇠약, 심리적 위축, 사회적 역할 상실 등을 경험하게 된다(김영주·정재민, 2006). 노년기에서

필연적으로 만날 수밖에 없는 육체적·심리적·사회적 상실감 속에서 그 어느 때보다도 이에 대한 위로, 동반, 극복, 해결의 역할이 미디어를 통해 이루어져야 할 필요가 있기 때문이다.

노인을 위한 방송 콘텐츠는 구체적으로 다음과 같은 역할을 수행할 수 있다. 첫째, 방송을 통해 노인들을 사회 구성원의 일부로 인식하고 있다는 것을 느끼게 해준다. 둘째, 노인들이 일상생활에서 필요로 하는 유용하고 적합한 정보를 집중적으로 제공해 줌으로써, 노인들이 사회 변화에 발맞추어 나가게 해줄 수 있다. 무엇보다, 사회 전반의 흐름에 무심해지고 소외됨으로써 사회 변화에 적응하지 못하기 쉬운 노인들에게 실질적인 정보를 제공함으로써, 변화에 적응하고 실제 생활 향상에 도움을 줄 수 있다. 셋째, 사회 구성원이 노인문제와 노인복지에 관심을 가지고 세대 간의 이해를 증진하고 갈등을 해소하는 조정자의 역할을 할 수 있다. 노인의 문제는 특정 계층의 문제가 아니라, 누구나 가까운 미래에 겪게 되는 ‘자신’의 문제이다. 노인을 중심으로 한 세대간 커뮤니케이션은 현재 노인 뿐 아니라 미래의 예비 노인들에게 노후의 삶을 어떻게 준비할 것인가에 대한 정보를 주는 것을 의미한다. 이러한 관점을 제공할 때, 고령화 사회에 진입한 우리나라의 노인문제 해결은 보다 용이해질 수 있다(김우룡, 1993; 김영주·정재민, 2006 재인용).

생애주기의 특성에 맞추어 방송은 실용적 정보를 제공하고, 자아존중감 등 심리적 복지를 향상시켜 줄 필요가 있다. 노년기에는 단순히 시간 보내기의 성격보다 여생을 즐겁고 보람 있게 보내기 위한 것이 인생의 어떠한 주기보다도 중요하다. 고령화 사회 진입에 대비하여, 국내에서도 평생교육의 차원에서 노인 대상의 다양한 교육 프로그램이 각 기관 관련 노인 복지관, 미디어 센터 등을 통해 이루어지

고 있는데, 이와 유사한 역할을 보다 적극적으로 방송이 수행할 필요가 있다. 이는 노인 세대에게 적합한 콘텐츠란 단순히 여가 시간을 소비하는 형태가 아니라, 노인들이 주체적으로 문제를 해결할 능력을 배양하고 사회 참여를 하며, 이를 통해 삶의 질을 향상시키는데 목적이 두어져야 함을 의미한다(김균·김양은, 2011, p.3). 이와 관련, 자기 주도적 사회적 적응 및 학습 능력 배양, 정보 접근성 확대 및 다양성 확대, 안정적 노후를 위한 교육 복지 지원, 사회 참여를 통한 삶의 의미 재발견, 직업 세계에서 노인의 노하우 활용 등(한국교육개발원, 2007)은 노년 시청자 대상 프로그램의 핵심적 주제가 되어야 한다.

노인에 적합한 생애주기 방송 콘텐츠는 점차 더욱 분화되어 이루어지는 다매체 다채널 시대의 방송의 전문화 및 방송 대상층의 세분화 추세에도 부합할 수 있다. 이는 단순히 노인을 소외된 계층으로 접근하는 것이 아니라 사회 내 주요한 구성원으로서 인정하고 그 위상을 부여하는 것을 의미한다. 현재 방송에서 다루는 노인들의 여가는 주로 오락이나 여행, 맛 기행 등에 중심을 맞추는 경향이 있지만, 상대적으로 노인들을 위한 교육이나 노인 문화에 대해 보다 많은 관심이 기울여질 필요가 있다. 이는 다음과 같은 다양한 장르와 내용을 통해 재현될 수 있다.

가령, 우리나라의 경우, 60세 이상 노인들이 일상생활에서 갖는 가장 큰 관심사는 건강문제로 나타난다(한국방송광고공사, 2006). 방송은 노인들이 생활 속에서 건강을 지켜나갈 수 있도록 노인에게 필요한 정보를 쉽고 편리하게 제공하여 노인들에게 실질적인 도움이 될 수 있다. 특히, 노인질환과 건강 상식 이외에 노화에 대한 적응 혹은 노인들의 심리적, 정신적 건강에 대한 정보를 총체적으로 제공

함으로써 노년기의 건강한 삶에 대한 사회적 관심과 논의를 촉발시킬 수 있다. 구체적으로 노화에 대한 이해와 적응, 노년기의 질환, 노년기의 건강관리, 노년기의 성, 죽음에 대한 준비 등이 폭 넓게 다루어질 수 있다.

둘째, 일반적으로 가정하고 있는 노인들의 사회·경제적 소외와는 대조적으로 선거를 통한 노인들의 정치 참여는 활발하다. 실제, 지난 4월 제19대 총선의 60세 이상 유권자의 투표율은 69.7%로 전체 평균 투표율 54.3%보다 높다. 이들이 정치적으로 누구를 지지하느냐의 문제를 떠나서, 이러한 관심을 보다 긍정적으로 승화시킬 수 있도록 유도하는 방송의 역할이 필요하다. 이들이 제한되고 한정된 정보에 입각하지 않고 폭넓은 사고의 유연성을 갖는데 기여하며, 정치적 에너지를 사회에 긍정적으로 기여할 수 있는 사회봉사 및 참여의 통로를 마련하는 기회를 마련하는 것을 고려할 필요가 있다.

셋째, 많은 노인들이 경제적으로 열악한 상황에 처해 있다는 점에서 노인 대상 프로그램은 노인 취업과 관련한 경제 활동 부문에 관심을 두는 것이 필요하다. 이는 단순히 노인 취업 문제 뿐 아니라 연금제도, 재정 관리, 주거 문제 등 경제 관련 주제 범위를 넓히고 심화시킬 필요가 있다. 또한 노인 소비자로서의 권리와 복지도 관심을 기울일 필요가 있다(김균·김양은, 2011).

넷째로는 노년기의 다양한 사회적 관계를 폭넓게 다룰 수 있다. 노년기의 부부관계, 재혼, 성인 자녀와의 관계, 고부와의 관계, 손주와의 관계, 형제자매 및 친척과의 관계 등 노년기의 가족 관계를 비롯, 교우관계, 여가활동, 학습활동, 자원봉사활동, 단체 활동 등 노년기의 사회관계를 증진하는 계기가 다각도로 마련될 필요가 있다.

그 밖에 노인복지 및 소득보장 정책, 의료보험 정

책, 주택보장 정책, 사회복지서비스 정책 등 노인복지정책에 대한 정보 역시 노인 시청자들에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 주요한 생애주기형 콘텐츠가 될 수 있으며, 예비노인을 위한 노년기 준비, 즉 퇴직 준비 교육, 퇴직 후 생활 적응 등도 주요한 카테고리로 다루어질 경우, 세대 간 이해를 증진시킬 수 있는 수단이 될 수 있다(김미혜·유경, 1996).

이상에서 살펴본 생애주기 방송 콘텐츠를 제공하는 데 있어 무엇보다 중요한 것은, 다양한 노인 문제를 노인들 당사자 뿐 아니라 다른 세대의 시청자가 거부감 없이 보다 편안하게 받아들이고 시청할 수 있도록 다양한 장르와 내용의 프로그램을 개발할 필요가 있다는 점이다. 자칫 노인에 특화된 프로그램이 노인 시청자를 더욱 고립시키고 소외시키는 결과를 가져올 수 있기 때문이다.

2. 디지털 격차

일반적으로 디지털 격차를 발생시키는 주요한 원인으로 사회경제적 지위, 성, 연령, 소득, 교육수준, 지역 등과 같은 인구통계학적 속성들이 제기된다.

〈표 3〉 디지털 격차를 축소하기 위한 정책적 도구

| 배경 | | 정책도구 |
|----------------|-----------|-------------------|
| 물질적 접근 | 기술적 | 기술확산 |
| | | 보편적 서비스(혁신, 투자) |
| | | 퍼블릭 액세스 |
| | | 보편적 서비스(자금지원, 규제) |
| 동기적, 숙련, 이용 접근 | 교육적 | 교육적 투자: 기술 구비 |
| | | 특별반 운영 교사 훈련 |
| | | 교육 프로그램 개발 |
| | 심리적 | 인식 개혁 프로그램(캠페인) |
| 사회문화적 | 콘텐츠와 응용개발 | |

출처 : van Dijke, Deepening Digital Divide(2005), p.192. 정군기(2012), p.11, 재인용.

디지털 기술이 급속도로 발전하고 있는 상황에서 노인들은 새로운 기술 발전이 가져다주는 혜택과 편익으로부터 소외될 개연성이 높은 사회 집단 중 하나이다. 일반적으로 미디어 소외계층은 사회 내 연결망에서 유리되거나 최소한의 오락물로 삶을 영위하게 될 가능성이 높다는 점에서, 보다 적극적인 정책적 역할이 요구된다. 디지털 격차의 문제는 단순히 접근과 활용의 문제를 넘어, 소비와 생산의 격차까지도 포함하므로(정군기, 2012), 다양한 각도에서 노인 수용자의 디지털 격차를 검토할 필요성이 제기된다. 디지털 격차를 해소하기 위한 다차원적 정책적 수단은 <표 1>에서 정리되어 있는 반다이크(van Dijke, 2005)의 논의를 참고할 만하다. 반다이크는 연령이라는 기준이 디지털 격차의 문제에서 가장 중요하며, 평생교육을 통해 이를 극복해야 한다고 제시한 바 있다.

현재 진행되고 있는 디지털 방송 전환 역시 이러한 맥락에서 노인 수용자의 복지를 고려할 필요가 있다. 디지털, 스마트화된 텔레비전이 방송서비스가 가져다 주는 편익들을 노인 시청자가 경제적 부담, 기술적 부담 없이 어렵지 않게 이용할 수 있을 것인가의 여부가 방송을 둘러싼 디지털 격차의 관건이 된다. 아날로그 시대의 방송이 세대와 계층을 초월하는 보편적 미디어로 기능했다면, 디지털 시대의 텔레비전은 디지털 격차를 만들어낼 개연성이 높다(김영주·정재민, 2006). 가장 기본적으로는 ‘보편적 서비스’와 연계된 접근의 문제이다. 경제력이 취약한 노인의 경우, 고가의 디지털 TV나 스마트 미디어 기기를 스스로 구입하는 것은 수월하지 않다. 단말기 가격 뿐 아니라 이용 요금의 부담도 크다. 경제적 원인으로 인한 디지털 방송 수용에 대한 격차 심화 가능성이 제기되는 부분이다. 디지털 시대의 새로운 미디어를 통해 시청자들이

접근과 이용의 보편화 혜택을 볼 수 있을 때 방송 환경의 변화는 긍정적이지만, 서비스에 더욱 많은 돈을 지불해야 하고, 그로 인해 주요한 서비스를 누리지 못하는 수용자가 늘어날 경우, 방송 환경의 변화가 가져오는 디지털 격차는 심각한 사회문제가 될 수 있다. 디지털 미디어의 진화, 텔레비전의 진화는 정보매체에 대한 접근성, 정보동원력, 정보화 동기 등에 영향을 미칠 개연성이 높다. 즉, 디지털 격차는 경제적 격차에서 비롯되기 쉬우나, 정보의 격차로 이어지고, 정보의 격차가 지식의 격차, 권력의 격차로 이어지는 연쇄적 격차의 심화 현상을 가져온다는 점에서 문제의 심각성이 있다(박은희, 2005, p.95).

나아가 물리적 접근 이후에 발생하는 디지털 기술의 이용에 대한 동기적 접근, 디지털 활용 능력을 가리키는 숙련적 접근, 적절하게 이용하는 이용 접근을 다차원적으로 검토하고 취약 부분을 지원할 필요가 있다. 디지털 장비를 보유하고 있다 하더라도 복잡한 서비스와 기능을 숙지하는 것이 쉽지 않은 문제이다. 조작방법의 어려움, 기기에 대한 이해 부족으로 인해 발생하는 디지털 미디어에 대한

접근의 문제는 노인들이 디지털 시대에 다양한 디지털 미디어와 친밀해지지 못하고 일방적인 아날로그식 서비스를 제공해주는 전통적 텔레비전에서 쉽게 벗어나질 못할 가능성을 크게 하고 있다. 고화질, 다채널 등의 물리적 속성은 노인들에게도 쉽게 받아들여질 수 있지만, T-커머스, banking, 교육, 커뮤니케이션 등의 서비스 이용은 노인들에게 두려움의 대상이 될 수 있다. 이 과정에서 이용자가 손쉽게 활용할 수 있는 유저 인터페이스의 개발 여부는 가장 핵심적인 사안이다. 기술이나 서비스 접근 여부 뿐 아니라 그 서비스를 이용할 수 있는 능력과 적절한 콘텐츠 활용 능력이 더욱 중요하다는 측면에서, 디지털 리터러시의 문제는 노인들이 익숙하게 이용해 온 아날로그 미디어의 진화 영역에서 더욱 강조되어야 한다(정군기, 2012).

한편, 베이비붐 세대의 예비 노인 계층은 앞선 세대보다 능동적인 방식으로 뉴미디어나 스마트 디바이스를 활용할 가능성을 지닌다는 점에서(김균·김양은, 2011), 이전의 디지털 격차와는 다소 다른 양상의 디지털 격차 양태를 보일 것으로 전망된다. 이와 관련, 최근 수행된 EBS 시청자 조사³⁾ 중 노인 시

| | 교육방송 노인 시청자의 매체 보유 및 이용 특성 | | |
|----------|----------------------------|-------------|------------|
| | 보유 여부 | 하루평균이용시간(분) | 본인 주이용 여부 |
| 지상파 | 285(98.3%) | 135.85 | 128(44.1%) |
| 케이블 | 147(50.7%) | 117.06 | 89(30.7%) |
| 위성 | 25(8.6%) | 102.46 | 15(5.2%) |
| IPTV | 64(22.1%) | 112.34 | 45(15.5%) |
| DMB | 63(21.7%) | 58.57 | 62(21.4%) |
| 스마트폰 | 155(53.4%) | 104.94 | 139(47.9%) |
| 태블릿 | 35(12.1%) | 71.54 | 35(12.1%) |
| 인터넷 다운로드 | 74(25.5%) | 80.28 | 67(23.1%) |
| 방송사 홈페이지 | 76(26.2%) | 70.13 | 64(22.1%) |

* 중복응답, 전체 응답자는 290명

3) 미간행자료. 전국의 EBS 이용자 3,000명을 대상으로 2012년 6월 설문조사가 이루어졌으며, 이 가운데 60대, 70대 이상 노인은 290명이 포함되었다.

청자의 매체 보유 및 이용 특성은 향후 노인 시청자들의 특성을 반영하는 지표적 자료라 할 수 있다. 교양, 교육, 문화 콘텐츠를 중심으로 하는 해당 방송의 특성상, EBS의 시청자는 프로그램 이용과 관련한 필요와 요구가 상대적으로 분명한 시청자군이라 할 수 있다. EBS를 시청하는 노인 시청자가 포함된 가정은 기존의 지상파 및 유료방송서비스 외에도 스마트폰, 인터넷 다운로드, 인터넷 홈페이지를 통한 방송 이용이 가능하며, 가정 내 이루어진 이들 매체 이용에서 다른 가족이 아니라 노인 시청자 본인이 주로 이용한다는 응답이 매우 높은 비중으로 나타났다. 가령, 스마트폰을 보유한 노인 수용자는 53.4%로 이 가운데 90%가 보유한 스마트폰을 자신이 주로 이용한다고 응답하였으며, 방송사 홈페이지를 통한 방송 이용이 가능하다고 응답한 노인 시청자는 전체의 26.2%이며, 이 가운데 노인 본인이 주로 해당 홈페이지를 이용한다는 응답이 80%로 나타났다. 이러한 결과는 노인층임에도 불구하고 적극적인 방송 이용 행태를 보이는 시청자의 경우, 매체 보유 및 이용에 있어 일반적 소외계층으로서의 노인층과 차이를 보이는 것이라 할 수 있다.

방송 환경의 변화란 불특정 다수의 수용자들을 대상으로 콘텐츠를 생산하여 전달하는 것이 아니라 세대와 계층을 구분하고, 정교하게 타겟화된 수요자를 대상으로 콘텐츠를 만들어 제공할 수 있다는 것을 의미한다. 이러한 측면에서, 현재는 주로 구매력을 가진 젊은 층의 이해와 요구를 반영하기 위해 방송 산업에서 노인들을 위한 콘텐츠를 별도로 활발하게 제공하지 않고 있지 않지만, 방송 산업 구조의 메커니즘 상, 노인의 구매력이 점차 확대될 경우, 노인 특화된 다양한 서비스가 제공될 가능성이 있다. 이 경우, 노인의 디지털 격차의 문제는 거주

지역, 학력, 경제 수준에 따라 다른 보다 세부적인 논의들이 이루어질 필요가 제기된다.

IV. 결론

노인은 방송을 가장 많이 시청하는 주요 시청자임에도 불구하고, 방송으로부터 오히려 소외받고 있는 시청자이다. 노인들이 변화하는 미디어 환경 속에서 정보약자가 되지 않도록 스스로 디지털 리터러시에 적극적으로 참여하여야 하며, 이것이 가능한 환경을 정책적으로 뒷받침할 필요가 있다. 노인전문 채널 및 프로그램의 강화, 디지털 환경에서의 노인들이 누려야 할 정보 및 문화, 경제적 차원에서 보편적 접근과 관련한 수용자 복지 중심으로 노인 친화적 미디어 정책이 강화될 필요가 있다. 현재 추진 중인 디지털 방송 전환은 그 첫 시험대가 될 수 있다. 지원대상의 제한과 절차의 복잡성으로 인해 ‘지원의 당위성’이 ‘지원의 가능성’으로 약화되지 않도록(강상현, 2008), 디지털 텔레비전을 구입하는 비용지원 등 물리적 접근을 보장하는 현실적인 보편적 서비스 강화가 가장 기본적으로 충족되어야 할 부분이다. 디지털 방송 미디어의 활용과 교육 등 디지털 리터러시 역시 노인 시청자들을 대상으로 활발하게 이루어져야 할 것이다. 또한, 디지털 방송을 통해 제공되는 콘텐츠가 다양한 노인의 특화된 필요와 요구에 부합하며, 노인 친화적인 내용을 담고 있어야 할 것이다. 또한 시력과 청력이 약화된 노인들이 충분히 방송 콘텐츠를 즐길 수 있도록 하는 기술적 개발도 강화되어야 한다.

지금껏, 우리사회에서 노인 수용자나 노인의 미디어 복지에 대한 논의는 거의 이루어지지 않아 왔으며, 방송 현장과 학문적인 관심도 매우 낮다. 국

민 전체의 평균 수명이 길어지고, 은퇴 후 시기가 물리적으로 많아지면서, 노년의 삶의 질을 보장해 줄 수 있는 사회적 차원의 고민들이 본격화되어야 할 시점이다. 노인의 문제는 단순히 나이드는 사람의 문제라기보다 노인이 되어 살아가는 문제이며, 이

는 사회 내 어느 누구도 피해갈 수 없는 문제이다. 노인들이 경제적 문제와 사회적 활동의 제약, 사회적 관계의 고립을 딛고 방송을 통해 사회와 소통할 수 있도록 하는 것이 방송 정책의 가장 주요한 당면 과제가 되어야 하는 이유이다.

참고 문헌

- [1] 강상현(2008). 디지털전환특별법 통과와 실행과제(하). 월간 방송문화, 5월호.
- [2] 김균·김양은(2011). 고령화 시대 노인층의 미디어 이용행태 및 지원방안 연구. 한국언론진흥재단.
- [3] 김미혜·유경(1996). 노인대상 텔레비전 프로그램 분석 : 노인 복지에서 다루어야 할 과제들을 중심으로. 한국노년학, 16(1), 1-17.
- [4] 김영주·정재민(2006). 노인과 미디어 : 노인들의 미디어 이용과 복지. 한국언론진흥재단.
- [5] 박은희(2005). 수용자복지 정책 제도화를 위한 개념적 접근.
- [6] 방송통신위원회(2011). 방송산업실태조사보고서.
- [7] 안입준 외(2009). 방송 소외계층 매체이용행태 조사. 방송통신위원회.
- [8] 이은택(2011). 노인의 생활시간 사용에 관한 실증적 연구. 국제신학대학원대학교 박사학위논문.
- [9] 임영경(2007). 노인의 여가활동 활성화를 위한 TV 프로그램에 관한 연구. 동국대학교 대학원 석사학위논문.
- [10] 정군기(2012). 디지털방송 전환에 따른 정보격차해소 방안. 5(3), KADO 이슈리포트. 한국정보문화진흥원.
- [11] 지영서(2010). 노인대상 프로그램 제작진의 인식과 제작환경에 관한 현장연구 : 공영방송 KBS를 중심으로. 미디어, 젠더 & 문화, 15, 239-286.
- [12] 통계청(2006). 장래인구추계.
- [13] 통계청(2009. 7. 9.). 세계 및 한국의 인구현황.
- [14] 한국교육개발원(2007). 노년정책 연구.
- [15] 한국방송공사·서울대 언론정보연구소(2011). 2010년 국민생활시간조사.
- [16] 한국방송광고공사(2006). 2006년 실버세대 조사.
- [17] van Dijke, J.(2005). Deepening Digital Divide: Inequality in the information society, London: Sage.

필자소개



송진

- 1994년 : 이화여자대학교 신문방송학과 학사
- 1996년 : 고려대학교 일반대학원 신문방송학과 석사
- 2010년 : 이화여자대학교 일반대학원 언론홍보영상학과 박사
- 2007년 ~ 2011년 : 이화여자대학교 커뮤니케이션미디어연구소 연구원
- 2011년 ~ 현재 : EBS 교육방송연구소 연구위원
- 주관심분야 : 방송통신융합 정책, 미디어 법제, 뉴미디어 산업