

부모가 바라는 어린이 프로그램의 특성이 공영방송 필요성에 미치는 영향

Effects of the Characteristics of Children's TV Programs Desired by Parents on the Necessity of Public Broadcasting System

최민음

동덕여자대학교 미래융합학부 커뮤니케이션콘텐츠전공

Mideum Choi(aledma83@dongduk.ac.kr)

요약

이 연구는 뉴미디어를 통한 영상콘텐츠 이용이 증가하고 있는 상황 속에서도 어린이 이용자가 전통매체인 TV를 통해 방송프로그램을 소비하는 비중이 여전히 가장 높다는 점에 주목하였다. 방송은 방송법에 의거하여 상대적으로 소수이거나 이익추구의 실현에 불리한 집단이나 계층의 이익을 충실하게 반영하도록 노력해야 하며, 사회교육기능을 신장해야 한다는 책무를 지닌다. 이 연구는 TV수신료를 주요 재원으로 운영되는 공영방송 KBS가 어린이 시청자의 이익 추구하고 가치 실현을 위해 어떠한 어린이 프로그램을 제공해야 하는지 실증적으로 살펴보았다. 분석 결과 어린이 자녀를 둔 부모가 추구하는 공영방송 어린이 프로그램의 특성으로 교육·규범 요인, 내용 다양성·어린이 흥미 요인, 문화적 다양성 요인, 프로그램 접근성 요인이 도출되었다. 이 연구는 국민이 원하는 어린이 프로그램을 공급하는 공영방송의 노력과 결실이 공영방송의 존립 당위성을 높이고 나아가 수신료 정상화를 실현시키는 핵심 기제로 작동할 수 있을 것으로 기대하였다.

■ 중심어 : | 공영방송 | KBS | 어린이 TV프로그램 | 공익성 | 공적 책무 |

Abstract

This study identified what children's TV program model should KBS offer to the realization of the value of children audience. Results demonstrated that educational and norm, content diversity & children's interest, cultural diversity, and program accessibility were derived as the characteristics of children's programs pursued by parents bringing up children. This study further expects the efforts of KBS to provide children's programs that people want may serve as a key mechanism for enhancing awareness of the need for public broadcasting and contributing to the realization of normalizing TV license fees.

■ keyword : | Public Broadcasting | KBS | Children's TV Program | Public Obligation |

I. 서론

다매체 다채널 시대에 콘텐츠 유통 경로가 확대되고 이용 기기와 플랫폼이 다변화되었음에도 불구하고 TV

는 여전히 어린이가 주로 이용하는 매체로 자리 잡고 있다. 아주대병원 소아정신건강의학과 연구팀에 의하면 만 2~5세 유아의 66.5%가 만 24개월이 되기 전에 TV를 시청하기 시작한다. 조사대상자의 39.3%가 TV를

거의 매일 시청하며 71.8%가 1주일에 사흘 이상 TV를 시청한다고 응답했다[1]. '어린이 방송매체 이용행태 분석'에 따르면 취학 전 어린이의 TV 시청 시작 비중은 78.3%로 그중에서도 만 1~3세에 TV 시청을 시작하는 경우가 43.3%로 가장 높았다. 마찬가지로 주5일 이상(매일, 1주일에 5~6일 포함) TV 수상기를 통해 TV 프로그램을 시청한 비중이 전체의 65%로 가장 높았다[2]. 또한 초등학교 2학년의 생활시간을 분석한 연구는 초등학교 어린이의 82.9%가 주중에 TV를 시청하고 있으며 주말에는 95.3%가 TV를 시청한다고 밝힌 바 있다[3]. 이 연구는 TV가 어린이들의 영상콘텐츠 소비 창구로서 핵심적인 기능을 담당하고 있는 이와 같은 상황에 수요에 상응하는 적절한 공급이 이루어지고 있는지 점검해 볼 필요가 있다는 문제의식에서 시작되었다.

지상파 3사의 2000년~2012년 어린이 TV프로그램 시청률 추이와 전체 프로그램 시청률 추이를 비교한 김옥준(2012)은 전체 TV프로그램의 시청률 하락세보다 어린이 프로그램의 시청률 하락세가 큰 점에 주목하였다[4]. 이러한 양상은 지상파 3사에서 동일하게 발견되었는데 구체적으로 2000년도 지상파 3사의 어린이 프로그램 시청률이 적게는 4%대에서 많게는 8%대였던 것과 달리 2009년 이후에는 모두 1% 미만으로 떨어졌다. 특히 김옥준(2012)은 KBS와 SBS의 2000년도 어린이 프로그램 시청률이 전체 시청률보다도 높은 수준이었음을 강조하며 어린이 프로그램의 위상 하락의 원인을 찾고 해결하려는 노력이 필요하다고 주장하였다. 수년이 지난 현재 상황도 크게 달라지지 않았다. 일례로 KBS2 채널에서 인기콘텐츠 '핑크퐁'이 2019년 6월에 방영을 시작했지만 최고시청률은 0.1%(닐슨코리아 제공)에 그쳤다[5]. 어린이 TV프로그램이 양적으로 충분치 않다는 문제도 지속되고 있다. 김옥준(2012)은 2012년 7월 둘째 주 기준, 지상파3사가 평일 어린이 프로그램을 각 1~2시간 정도 편성하고 있고 주말에는 편성하지 않거나 30분 미만으로 방영하고 있다고 밝혔다. 2021년 2월 첫째 주를 기준으로 살펴보면, 평일 KBS1, KBS2 채널에서 방영 중인 어린이 프로그램은 여전히 하루 평균 1시간 남짓이다.

통계청의 2016년 인구주택총조사에 따르면, 우리나라 어린이 인구는 677만 명으로 전체 인구의 13.6%를

차지한다[5]. 이 연구는 지상파방송 중에서도 전파희소성에 의한 공공수탁이론(fiduciary 혹은 trusteeship theory)의 논거 아래, 국민을 위한 공적 책무를 이행해야 하는 공영방송 KBS가 전체 국민의 13.6%인 어린이 시청자를 위해 어떠한 노력을 기울여야 할지에 대해 논하고자 한다.

II. 이론적 논의

1. 방송의 책무와 어린이 시청자

전통적 의미에서 방송(放送, broadcasting)은 전파를 이용해 불특정 다수에게 프로그램을 송신하는 행위를 일컫는다. 개념적 정의에 드러나 있듯이 방송은 공공 자원인 전파를 활용해 프로그램을 전송한다는 이유로 공공의 이익을 추구해야 하는 대가성 책임을 부여받게 되었다[6]. 또한 특정되지 않은 수많은 사람에게 프로그램을 일방적으로 전송함으로써 강한 문화적, 사회적 영향력을 발휘한다는 점도 방송의 공익성 추구 명분을 강화한다[6][7]. 여기서 일방적으로 프로그램을 전달한다는 것은 프로그램의 기획과 제작을 방송사업자가 담당할뿐만 아니라 어떤 프로그램을 언제 방영할 것인지를 결정하는 편성권을 전적으로 방송사업자가 가지고 있다는 것을 의미한다.

국내 방송법 제1장 제5조(방송의 공적 책임)와 제6조(방송의 공정성과 공익성)에는 방송의 공적 책임과 공익성 개념이 언급되어 있다. 가령 방송은 국민의 화합과 조화로운 국가의 발전 및 민주적 여론형성에 이바지하여야 하며, 상대적으로 소수이거나 이익추구의 실현에 불리한 집단이나 계층의 이익을 충실하게 반영하도록 노력해야 하고, 사회교육기능을 신장해야 한다는 등의 책무를 지니고 있다[8]. 나아가 전파를 활용하는 지상파방송 중에서도 TV수신료를 주요 재원으로 운영되는 한국방송공사(이하 KBS)는 방송법 제4장 제44조(공사의 공적 책임)에 의거해 별개의 공적 책임을 부여받고 있다. 다만 국내 방송법과 관련하여 '규정되어 있는 방송의 책무들이 지나치게 관념적인 표현으로 명시되어 있고, 세부적인 책임 행위를 장려하는 것이 아닌 금지 행위를 중심으로 나열되어 있다'¹⁾는 문제가 제기된

바 있다[9].

유사한 맥락에서 영국의 '2003년 커뮤니케이션 법(the Communication Act 2003)'을 살펴보면 영국의 공영방송(공공텔레비전서비스)은 제264조 제4항에 의거하여 다양성, 보편성, 균형성, 품질 등 4개 영역의 책무를 다하도록 규정되어 있다[10]. 구체적으로 영국의 공공텔레비전서비스들은 "다양한 주제의 프로그램을 서비스하고(다양성), 다양한 시청집단의 관심사를 만족시키고(보편성), 시청자의 이익과 요구를 충족하기 위한 균형 있는 서비스를 제공하고(균형성), 콘텐츠 제작과 편집에서의 높은 품질을 유지하여 서비스를 제공(품질)해야 한다[6][9]."는 책무를 지니고 있다. 이때 다양한 시청집단은 성, 연령, 지역, 종교, 인종 등으로 구분될 수 있는데, 특히 제264조 제6항에 따라 "어린이와 젊은이들을 위한 고품질의 오리지널 프로그램들을 적절한 양과 범위로 오프콤(Ofcom, 영국의 미디어 규제 기구)에 제시해야 한다[11]"는 의무를 지니고 있다. 이에 영국의 공공텔레비전서비스인 BBC는 0~6세 대상의 CBeebies와 6~12세 대상의 CBBC 채널 등 2개 어린이 채널을 소유하고 있고, ITV는 6~11세를 겨냥한 상업채널인 CiTV를 시험 운영한 바 있으며, Channel 4는 10~14세 중심의 콘텐츠를 주요 시청 시간대에 제공하는 등 어린이 시청자를 위한 방송 프로그램의 기획과 제작, 유통에 힘쓰고 있다[11].

국내의 경우 TV수신료의 3%를 배분받는 EBS가 어린이 시청자를 위한 다양한 프로그램을 제공하고 있지만 영국 BBC의 교육채널과 비교해보았을 때 '학습 분야에 치우쳐 있고, 연령대별 콘텐츠가 부재하며 다양한 교육 및 플랫폼 변화에 따른 대처 능력이 부족하다'는 아쉬움이 있다고 평가된다[12]. EBS가 연령, 장르, 소재, 문화의 다양성을 충분히 고려하지 못하고 학습 분야에 집중되어 있는 이유 중 하나로 한정된 재원을 꼽을 수 있다. 이러한 상황에서 TV수신료의 상당 부분을 운영 재원으로 충당하고 있는 KBS가 EBS 교육방송이 메우지 못하는 부분을 채워가는 등 어린이 시청자의 이익 추구하고 사회적 가치의 실현을 위한 보다 적극적인

움직임을 보여줘야 한다.

2. 공영방송의 책무에 대한 시청자의 기대, 평가와 공영방송 필요성 인식

영국의 대표적인 공영방송(공공서비스방송) BBC는 공영방송의 책무에 대한 시청자의 평가를 공적가치 검증(Public Value Test) 개념으로 조사해왔다. 구체적으로 BBC가 프로그램을 통해 시민들에게 민주적 가치, 교육적 가치, 문화-창조적 가치, 사회공동체적 가치, 글로벌 가치를 충분히 전달하고 있다고 생각하는지를 영국 시청자를 대상으로 직접 조사하고 있다[13]. 영국의 미디어 규제기구인 오프콤도 일반 시청자를 대상으로 공영방송의 역할에 대한 사용자 인식을 조사해왔다. 오프콤은 공영방송의 역할을 사회적 가치, 품질, 범위와 균형, 다양성, 일반 가치 등으로 구분하고, 과연 시청자가 각각의 가치를 얼마나 중요하게 인식하는지 그 기대 수준을 파악한다. 그렇다면 이들은 왜 공영방송의 책무에 대한 시청자 개개인의 기대와 평가를 살피고 이를 방송 운용에 반영하는 노력을 기울이고 있는 것일까? 그 이유는 시청자들의 기대와 평가가 곧 공영방송 제도의 존립 당위성에 영향을 미치기 때문이다[13-15].

선행연구를 살펴보면, 공영방송이 이행하는 가치를 긍정적으로 평가하거나 기대하는 사람일수록 공영방송 제도의 당위성 즉 공영방송의 필요성을 높게 인식하는 것으로 나타난다. 일례로 박기완과 우형진(2020)은 KBS가 새롭고 창의적인 프로그램을 제공하고, 고품질의 프로그램을 제공하고, 완성도 높은 프로그램을 제공하고, 즐겁게 시간을 보내는데 도움을 주고 있다고 생각하는 사람일수록 공영방송이 우리 사회에 필요하다고 인식한다는 것을 밝혔으며, 이러한 연구 결과를 바탕으로 공영방송이 시청자에게 어떠한 실질적인 이익을 누리게 해주어야 할지 지속적으로 고민해야 한다는 함의를 제공하였다[14]. 한편 오하영과 강형철(2015)은 공영방송의 공적가치 이행에 대한 시청자의 기대가 프로그램 품질, 사회적 가치, 다양성, 개인적 실용가치 등으로 유형화되는 것을 확인하고, 공영방송의 사회적 가치에 대한 기대와 품질에 대한 평가가 높은 사람일수록 공영방송의 필요성을 높게 인식한다는 사실을 밝혔다. 구체적으로 연구자들은 교육적이고 공익적인 프로그램

1 (방송법 제1장 제4조)방송은 타인의 명예를 훼손하거나 권리를 침해하여서는 아니된다. (방송법 제1장 제5조)방송은 건전한 가정생활과 아동 및 청소년의 선도에 나쁜 영향을 끼치는 음란·퇴폐 또는 폭력을 조장하여서는 아니된다.

을 제공해야 하며, 국가적 문화유산이나 전통을 보호하는 프로그램을 제공해야 하며, 어린이나 청소년에게 유해한 프로그램을 편성하지 말아야 하며, 중요한 정치적, 사회적 문제를 신속하게 보도해야 한다고 생각할수록 공영방송의 필요성이 높아진다는 것을 검증하였다.

이 연구는 수용자가 상정하는 일련의 공적 가치가 공영방송 제도의 당위성에 영향을 미친다는 선행연구들의 결과를 바탕으로, 어린 자녀를 둔 부모가 어떤 어린이 프로그램을 원하는지를 파악하고 부모의 기대를 충족시켜나가는 노력이 공영방송의 필요성 인식을 높이는 주요한 기제가 될 것이라고 가정하였다.

3. 어린이 프로그램 관련 선행연구 고찰

어린이 프로그램 관련 선행연구는 크게 프로그램의 제작(생산) 국면, 내용 국면, 편성 국면 등 세 가지 유형으로 나누어진다. 즉 어떠한 방식으로 프로그램을 생산할 것인지, 어떤 내용의 프로그램을 만들 것인지, 프로그램이 어느 정도 방영되고 있는지에 대한 논의로 구분 가능하다. 첫째로 프로그램의 제작과 생산 단계에 주목한 선행연구들은 프로그램을 기획하는 초기 단계에서부터 어린이 시청자에 대한 배려가 필요하며 작품의 완성도를 높이기 위한 고민이 필요하다고 주장한다. 주영규(1987)는 프로그램 기획 단계에서 어린이 시청자를 전혀 고려하지 않는 안이한 제작태도를 버려야 한다고 강조하였다[16]. 대부분의 어린이 프로그램이 어른들의 유희장소에 그치고 있다는 점을 지적하고 어린이가 직접 출연해 주체적으로 이야기를 이끌어 나갈 수 있도록 해야한다고 주장하였다. MBC의 대표적인 어린이 프로그램 <뽀뽀>의 생산과정을 점검한 이규정(2010)은 창의적이고 고품질의 어린이 프로그램을 생산하기 위해 본사와 외주제작사의 위계적 권력관계 등 외주제작제도에서 비롯되는 문제점을 개선하고, 과감한 제작비와 적절한 제작 시간을 투입해야 한다고 주장하였다[17]. 제작위원회방식의 도입이 어린이 프로그램 제작 활성화에 기여할 수 있다는 가능성을 제시한 한상균과 이정환(2010) 역시 충분한 자본과 시간의 투자가 필요하다고 강조하였다[18]. 구체적으로 연구자들은 국내 지상파 방송사의 새로운 시도로 평가받는 <후토스-하늘을 나는 집>에 등장하는 주요 캐릭터를 디자인하는

데만 7개월 이상이 소요되었고, 인형탈을 쓰고 연기를 해야 하는 출연배우가 제작 프로듀서와 함께 약 3개월 이상의 체계적인 훈련을 수행함으로써 작품의 완성도를 높였다고 설명하였다.

둘째로 프로그램의 내용에 초점을 맞춰 연구를 수행한 선행연구들은 주로 어린이 프로그램의 폭력성과 공격성에 대해 논하였다. 가령 지상파 방송 3사의 어린이 프로그램을 분석한 연구에 따르면[19], 상대적으로 애니메이션 장르에서 심각한 폭력 장면들이 많이 등장하였고 내부제작 보다 외주제작 프로그램에서 폭력성이 심각하게 드러났다. 강인설과 박희경(2013) 역시 애니메이션 프로그램에서 공격성이 가장 높은 빈도로 나타나며, 다양한 유형의 공격성 중에서도 신체적 공격성의 빈도가 가장 높다고 밝혔다[20]. 한편 언어적 폭력성에 주목한 구현정과 정수희, 김해수(2006)는 어린이 만화 프로그램에 폭력적, 인간 비하적 언어 표현이 많고 불필요한 외래어나 어법이 맞지 않는 언어, 비속어가 빈번히 사용되고 있음을 지적하였다[21]. 또한 어린이 프로그램이 자칫 어린이들에게 성역할에 대한 잘못된 고정관념을 심어줄 수 있다는 문제점을 제기한 지정순(2015)은 어린이 프로그램에서 여자는 주로 소극적이고 수동적인 보조자로 등장하는 경향이 있다고 밝혔으며[22], 동일한 맥락에서 김은주와 임홍남(2011)은 <보통보통 보로로>에 등장하는 캐릭터에 고착된 성역할의 모습이 포함되어 있어 아이들에게 잠재적으로 부정적인 영향을 미칠 수 있다고 우려하였다[23].

셋째로 방송프로그램의 편성 현황에 주목한 선행연구들은 공통적으로 전체 방송프로그램 대비 어린이 시청자를 위한 프로그램이 매우 부족한 실정이라고 지적한다[24-26]. 케이블·위성방송의 13개 어린이 방송채널, 5개 지상파 방송채널의 어린이 프로그램 편성 현황을 살펴본 유홍식·조은희·김지혜·이민·유선선·홍양선(2008)은 지상파채널의 어린이 프로그램 편성비율이 4.15%에 그치며 그마저도 애니메이션 장르에 지나치게 편중되어 있다고 밝혔다[24]. 박창희(2002) 또한 어린이와 청소년을 위한 프로그램의 편성비율이 선진 국가에 비해 매우 낮은 수준임을 지적하면서, 특히 어린이의 주 시청시간대인 아침에 어린이 프로그램 편성량을 늘려야 하며, 애니메이션에 집중되어있는 장르 편중화

문제를 해결하고, 어린이가 원하는 프로그램이 무엇인지 지속적으로 연구 개발해서 제작해야 한다고 주장하였다[25].

이 연구는 선행연구를 고찰하는 과정에서 드러난 다양한 논지를 참고하여, 공영방송 KBS가 어린이 프로그램을 공급할 때 제작 및 생산 차원, 내용 차원, 편성 차원에서 어떠한 배려와 노력을 기울여야 하는지를 실증적으로 살펴보고자 한다.

III. 연구 문제

어린이 자녀를 둔 부모가 공영방송이 구체적으로 어떤 어린이 프로그램을 제공하길 바라는지 살펴보기 위하여 연구문제1을 수립하였다.

연구문제1. 어린이 자녀를 둔 부모가 바라는 공영방송 어린이 프로그램의 특성은 무엇인가?

또한 어린이 프로그램의 여러 특성들 중에서 공영방송 필요성 인식에 유의미한 영향을 미치는 특성이 무엇인지를 살펴보기 위해 연구문제2를 수립하였다. 이를 통해 KBS가 어린이 프로그램을 제작·유통할 때 공영방송으로서 보다 비중을 두고 고려해야 할 점에 대한 함의를 제공하고자 하였다.

연구문제2. 어린이 프로그램의 특성 중에서 공영방송 필요성 인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

나아가 공영방송의 존립 당위성 다시 말해 공영방송의 필요성이라는 전제가 합의될 때 공영방송의 주요 재원인 수신료에 대한 긍정적인 인식이 형성될 수 있다는 선행연구[27]에 착안하여 연구문제3을 수립하였다.

연구문제3. 공영방송의 필요성 인식이 수신료 납부의향에 영향을 미치는가?

IV. 연구 방법

1. 자료수집 및 표본의 특성

조사대상은 어린이 자녀를 둔 성인 남녀 중 자녀가

최근 한 달 이내에 KBS 어린이 프로그램을 시청한 경험이 있는 사람으로 선정하였다. 표본은 편의표집법 (convenience sampling)을 활용하여 추출하였고 조사방식은 KBS국민패널을 이용한 인터넷 조사로 2019년 4월 17일~22일에 진행하였다. 조사결과 24개월~초등학생 자녀를 둔 성인 남녀 692명의 응답이 수집되었으며 응답자의 인구통계학적 속성은 아래 [표 1]과 같다.

표 1. 응답자의 인구통계학적 특성

		사례수	백분율
전체		692	100.0
성별	남성	348	50.3
	여성	344	49.7
연령	25-29세	5	0.7
	30대	206	29.8
	40대	465	67.2
	50대	16	2.3
자녀 연령대	유아 자녀 (24개월-7세)	492	71.1
	초등학생 자녀 (8-13세)	200	28.9
자녀 성별	남아	367	53.0
	여아	325	47.0

2. 주요 변인의 측정

어린이 자녀를 둔 부모가 추구하는 공영방송 어린이 프로그램의 특성과 공영방송 필요성 인식을 측정하기 위한 문항은 [표 2]에 제시된 선행연구들을 참고해 구성하였다. 구체적으로 어린이 자녀를 둔 부모가 바라는 공영방송 어린이 프로그램의 특성은 어린이 TV프로그램을 기획·제작·유통하는 과정에서 발견되는 문제점이나 발전 방안을 논하거나, 어린이 프로그램이 시청자에게 미칠 수 있는 영향, 어린이 프로그램을 평가하는 기준 등에 대해 언급한 선행연구를 참조하여 25개 문항으로 구성하고, 어린이 프로그램을 제작하는 KBS PD를 만나 문항의 표현 방식 및 내용을 수정하는 과정을 거쳤다. 모든 문항은 5점 척도(1:전혀 그렇지 않다 ~ 5:매우 그렇다)로 측정하였다.

표 2. 측정문항의 구성

공영방송 어린이 프로그램의 특성	참고문헌
(A) 어른들의 언어와 말투를 자제하고 거칠고 저속한 언어 사용을 삼가야 한다.	김경희·심미선·박은희(2015); 김은주·임홍남(2010)
(B) 신체적, 감정적으로 폭력적인 표현을 삼가야 한다(예: 신체폭력의 구체적 묘사, 언어폭력, 감정적 비난 등).	강인실·박희경(2013); 심효영·정수영·최연철(2017); 이규정(2010); 안정임·유홍서(2007);

	유홍식·조은희·김지혜·이민·유선선·홍양선(2008)·윤성옥·김영수·김재철(2010)·하승태·김창숙·최수진·유성훈 외(2008)·한군태·하승태·서영남·조의현(2007)
(C) 일상적인 애정표현을 넘어서는 성적 행위 묘사나 적나라한 신체 노출 등 선정적인 표현을 삼가야 한다.	방송통신위원회(2008)
(D) 불필요한 외래어 사용이나 어법이 맞지 않는 언어 사용을 지양해야 한다.	이규정(2010)
(E) 성 역할 고정관념이 생기지 않도록 주의해야 한다.	김은주·임홍남(2010)·박혜림·곽금주(1989)·유홍식 외(2008)
(F) 어린이들이 사회규범을 배우고 올바른 가치관을 함양할 수 있도록 도와야 한다.	김은주·임홍남(2010)·유홍식·조형숙·황성연(2006)·지정순(2015)·유홍식 외(2008)·이규정(2010)
(G) 어린이가 주체적인 출연자로 참여해야 한다.	심효영·정수영·최연철(2017)·주영규(1987)·이규정(2010)·홍석경(1996)
(H) 다양한 장르의 어린이프로그램을 방송해야 한다(예:인형극, 다큐멘터리, 만화, 어린이뉴스, 영화, 드라마 등).	윤성옥·김영수·김재철(2010)
(I) 부모와 아이가 함께 시청하며 교감할 수 있는 어린이프로그램을 제작해야 한다.	원경아(2000)·한국언론학회편집부(2006)
(J) 어린이들이 직접 프로그램 소재나 아이디어를 제공하는 등 제작 및 편성에 참여할 수 있는 기회를 줘야 한다.	심효영·정수영·최연철(2017)
(K) 어린이의 흥미를 끌 수 있는 프로그램을 제작해야 한다.	이규정(2010)·한국언론학회편집부(2006)·홍석경(1996)
(L) 한국 고유의 전통 문화를 반영해야 한다.	김은주·임홍남(2010)·심효영·정수영·최연철(2017)
(M) 한부모 가정, 다문화 가정, 조부모 가정, 재혼 가족, 입양 가족 등 다양한 가족 형태를 보여 주어야 한다.	정해린·안은미·최혜림·정익중(2012)
(N) 세계 곳곳의 친구들이 어떻게 살아가는지, 세계 곳곳의 이야기를 알려줘야 한다.	이규정(2010)
(O) 어린이 시청자가 KBS 어린이프로그램을 유튜브, 페이스북 등 소셜미디어에서 쉽게 접할 수 있도록 해야 한다.	원경아(2000)
(P) 어린이 시청자를 위해 KBS홈페이지나 앱(my K)을 적극 활용해야 한다.	원경아(2000)
(Q) 어린이프로그램 방송 시간을 늘려야 한다.	김기태(2009)·김기태(2011)·박창희(2002)·윤성옥·김영수·김재철(2010)·이호영·유성옥(2010)
(R) 새로운 소재 개발에 힘써 다양한 소재를 활용해야 한다. (예: 정치, 역사, 안전, 요리, 고전문학, 건강 등)	심효영·정수영·최연철(2017)·최미진(2016)
(S) 어린이 시청자가 친밀감을 형성할 수 있는 상징적인 캐릭터를 개발, 활용할 필요가 있다.	김은주·임홍남(2010)·유수정·이영주·송진(2017)
(T) 지역, 장애, 인종 등 사람 사이의 차이에 대한 올바른 이해를 도와야 한다.	박해린·곽금주(1989)·심효영·정수영·최연철(2017)·유홍식 외(2008)
(U) 국내외 유수의 어린이 프로그램을 방영해야 한다.	윤성옥·김영수·김재철(2010)
(V) 어린이 연극, 뮤지컬, 오페라 등 평소 쉽게 접할 수 없는 문화콘텐츠를 소개해야 한다.	윤성옥·김영수·김재철(2010)
(W) 어린이 프로그램을 어린이가 실제로 볼 수 있는 시간대에 편성해야 한다.	윤성옥·김영수·김재철(2010)·이규정(2010)·홍석경(1996)
(X) 영유아의 연령과 발달 단계를 고려하여 제작되어야 한다.	심효영·정수영·최연철(2017)·이규정(2010)·유홍식 외(2008)
(Y) 상업성을 최소화해야 한다. (예: 지나친 협찬광고 주의)	김희정(2003)·박주연(2004)

공영방송 필요성 인식	참고문헌
(i) 나는 정부, 정치, 경제 등 모든 권력 집단으로부터 독립된 공영방송이 있어야 한다고 생각한다.	강형철(2018)·김재철(2007)
(ii) 나는 상업미디어와 구별되는 공적 책무를 수행하는 공영방송이 있어야 한다고 생각한다.	강형철(2018)·김재철(2007)
(iii) 나는 사회적 약자, 소수 계층의 이해 보호를 위해 공영방송이 있어야 한다고 생각한다.	김대호(1995)·김재철(2007)
수신료 납부 의향	참고문헌
(iv) 나는 (향후 혹은 앞으로) TV수신료를 납부할 의향이 있다	송진, 유수정, 김근수(2012)

V. 연구 결과

1. 부모가 바라는 어린이 프로그램의 특성

어린이 자녀를 둔 부모가 추구하는 공영방송 어린이 프로그램의 특성(25개 측정 문항)을 요인화하기 위하여 SPSS 16.0 프로그램을 활용해 탐색적 요인분석을 수행하였다. 분석 결과 도출된 4개 요인은 전체 변량의 49.6%를 설명하는 것으로 나타났다.

첫 번째 요인은 '교육·규범'으로 '어린들의 언어와 말투를 자제하고 거칠고 저속한 언어 사용을 삼가야 한다', '신체적, 감정적으로 폭력적인 표현을 삼가야 한다', '일상적인 애정표현을 넘어서는 성적 행위 묘사나 적나라한 신체 노출 등 선정적인 표현을 삼가야 한다', '불필요한 외래어 사용이나 어법이 맞지 않는 언어 사용을 지양해야 한다', '성 역할 고정관념이 생기지 않도록 주의해야 한다', '어린이들이 사회규범을 배우고 올바른 가치관을 함양할 수 있도록 도와야 한다' 등 6개 문항으로 구성되었다. 교육·규범 요인은 전체 어린이 프로그램 특성 요인의 17.79%를 설명하였다(M=4.49, SD=.53). 두 번째 요인은 '내용 다양성-어린이 흥미' 요인으로 '어린이가 주체적인 출연자로 참여해야 한다', '다양한 장르의 어린이 프로그램을 방송해야 한다', '부모와 아이가 함께 시청하며 교감할 수 있는 어린이 프로그램을 제작해야 한다', '어린이들이 직접 프로그램 소재나 아이디어를 제공하는 등 제작 및 편성에 참여할 수 있는 기회를 줘야 한다', '어린이의 흥미를 끌 수 있는 프로그램을 제작해야 한다' 등 5개 문항으로 구성되었고 전체 요인의 12.05%를 설명하였다(M=3.98, SD=.53). 세 번째 요인인 '문화적 다양성' 요인은 '한국 고유의 전통 문화를 반영해야 한다', '한부모 가정, 다문화 가정, 조부

모 가정, 재혼 가족, 입양 가족 등 다양한 가족 형태를 보여 주어야 한다', '세계 곳곳의 친구들이 어떻게 살아가는지, 세계 곳곳의 이야기를 알려줘야 한다' 등 3개 문항으로 구성되었으며 전체의 10.58%를 설명하였다(M=4.09, SD=.60). 마지막 '프로그램 접근성 향상'은 '어린이 시청자가 KBS 어린이 프로그램을 유튜브, 페이스북 등 소셜미디어에서 쉽게 접할 수 있도록 해야 한다', '어린이 시청자를 위해 KBS홈페이지나 앱을 적극 활용해야 한다', '어린이 프로그램 방영 시간을 늘려야 한다' 등 3개 문항으로 구성되었으며 전체 요인의 9.14%를 설명하였다(M=3.82, SD=.71). 탐색적 요인분석 결과표는 내용이 대동소이한 확인적 요인분석 결과표[표 3]로 같음하였다.

2. 공영방송 어린이 프로그램의 특성과 공영방송 필요성 인식, 수신료 납부 의향의 영향관계 분석

2.1 확인적 요인분석 및 타당도 검증 결과

먼저 어린이 프로그램의 4개 특성 요인과 공영방송 필요성 인식 등 5개 구성개념에 대한 확인적 요인 분석(confirmatory factor analysis)을 수행하였다. 확인적 요인분석은 AMOS 18 프로그램을 이용하였으며 모수추정은 최대우도추정법을 통해 산출하였다.

확인적 요인분석 결과, 내용 다양성·어린이 흥미 요인에 포함된 문항 중 '어린이가 주체적인 출연자로 참여해야 한다(G)'와 '어린이들이 직접 프로그램 소재나 아이디어를 제공하는 등 제작 및 편성에 참여할 수 있는 기회를 줘야 한다(J)' 등 2개 문항의 경우 표준화회귀계수가 0.5보다 작아서 삭제하였다. 이후 분석모형의 적합도 값은 모두 만족할 만한 수준으로 나타났으며² 수렴타당도와 판별타당도 역시 확보되었다.

표 3. 확인적 요인분석 및 타당도 검증결과

요인명	항목	요인 적재치	t값	P	CR	AVE
외생 변수 교육·규범	(A)	0.771	-	-	0.92	0.65
	(B)	0.781	20.517	***		
	(C)	0.759	19.887	***		
	(D)	0.663	17.153	***		

2 $\chi^2(125)=452.11, p<.001, RMSEA=.06(90\% \text{ Confidence Interval } [CI] = .055, .068), TLI=.90, SRMR=.048, CFI=.92, GFI=.93$

내용 다양성 어린이 흥미	(E)	0.570	14.563	***	0.78	0.54	
	(F)	0.635	16.377	***			
	(H)	0.626	-	-			
	문화적 다양성	(I)	0.654	11.872	***	0.75	0.50
		(K)	0.604	11.373	***		
		(L)	0.579	-	-		
	프로그램 접근성	(M)	0.553	10.432	***	0.80	0.58
		(N)	0.718	11.857	***		
		(O)	0.713	-	-		
(P)		0.744	12.789	***			
내생 변수 공영방송 필요성 인식	(Q)	0.517	10.849	***	0.78	0.54	
	(i)	0.699	-	-			
	(ii)	0.792	16.151	***			
	(iii)	0.675	14.779	***			

2.2 영향관계 분석 결과

다음으로 공영방송 KBS 어린이 프로그램의 특성 요인과 공영방송 필요성 인식, 수신료 납부 의향의 영향 관계를 검증하기 위해 AMOS 18 프로그램을 활용하여 구조방정식 분석을 시행하였다. 연구모형의 적합도를 확인한 후³ 요인 간 영향 관계를 검증한 결과, 공영방송 필요성 인식에 유의미한 영향을 미치는 요인은 문화적 다양성($\beta=.39, t=4.15, p<.001$), 교육·규범($\beta=.24, t=2.85, p<.01$), 접근성 향상($\beta=.21, t=4.30, p<.001$) 요인의 순으로 나타났다. 또한 공영방송 필요성 인식($\beta=.47, t=6.02, p<.001$)이 높을수록 수신료 납부 의향이 높아지는 것으로 나타났다.

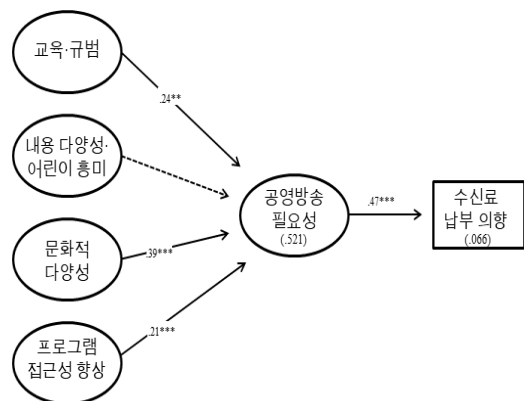


그림 1. 구조방정식 모형 분석 결과

- ***p <.001, **p <.01
- 모든 경로의 계수는 표준화 값임
- 유의미하지 않은 경로는 점선으로 표시함

3 $\chi^2(142)=517.68, p<.001, RMSEA=.06 (90\% \text{ Confidence Interval } [CI] = .056, .068), TLI=.90, SRMR=.052, CFI=.91, GFI=.93$.

VI. 결론 및 논의

어린이의 영상콘텐츠 평균 시청 시간은 주중 평균 2시간 38분, 주말 평균 3시간 33분으로 주로 TV를 이용해(89.3%, 중복응답), 지상파/중편/케이블 채널(56.1%)을 시청하는 것으로 나타났다. 최근 유튜브, 틱톡, 포털 등 뉴미디어를 통한 영상콘텐츠 이용이 증가하면서 기존 전통매체의 잠식을 우려하는 목소리도 있지만, 본 조사 결과에 따르면 어린 자녀들의 경우 전통매체로 영상콘텐츠를 소비하는 비중이 여전히 가장 높았다. 이는 전통매체, 그중에서도 공적 책무를 이행해야 하는 공영방송이 어린이 시청자를 위한 프로그램 제작에 힘써야 한다는 것을 시사한다.

한편 어린이 자녀를 둔 부모가 추구하는 공영방송 어린이 프로그램의 특성은 4개 요인(교육·규범 요인, 내용 다양성·어린이 흥미 요인, 문화적 다양성 요인, 프로그램 접근성 요인)으로 도출되었다. 먼저 응답자들은 신체적·감정적·언어적 폭력성 및 선정성이 낮고 올바른 가치관을 함양할 수 있는 어린이 프로그램을 원했다(교육·규범 요인). 따라서 어린이 프로그램은 어른들의 언어, 말투와 거칠고 저속한 언어 사용을 자제하고 신체적, 감정적으로 폭력적, 선정적 표현을 삼가야 하며, 어린이들이 사회규범을 배우고 올바른 가치관을 함양하는 데 도움이 되는 내용을 고려해 제작해야 한다. 또한 이러한 결과를 통해 공영방송이 사람이 직접 출연하는 어린이 프로그램 제작에 힘써야 한다는 함의를 제공할 수 있다. 사람이 직접 출연하는 어린이 프로그램의 경우 만화, 애니메이션 장르에 비해 폭력선과 선정성이 낮을 뿐만 아니라 아이들이 등장인물과 교감하며 프로그램을 즐길 수도 있다. 또 프로그램 공급 차원에서는 방송사가 프로그램 등급제의 요소를 제대로 인식하고 지키는 노력도 필요할 것이다[28].

다음으로 응답자들은 우리 고유의 전통문화와 세계 곳곳의 다양한 문화를 보여주고, 한부모 가정, 다문화 가정, 조부모 가정, 재혼 가족, 입양 가족 등 다양한 가족 형태를 보여주는 어린이 프로그램(문화적 다양성 요인)을 원했다. 영국의 공영방송 BBC는 문화적 다양성을 교육하기 위한 콘텐츠를 다수 제작함으로써 공영방송의 책무를 다하고 있다고 평가받는다. 가령 어린이

시청자를 위한 채널 CBeebies에서 방영된 <Hey Duggee>에서는 장애가 있는 동물들의 모습, 입양 가족의 모습 등을 다양하게 보여주고 있으며 <Balamory>에서는 장애인, 다양한 인종, 역량이 다른 아이를 등장시켜 문화적 다양성을 교육한 바 있다[12].

또한 응답자들은 어린이의 흥미를 끌 수 있고 부모와 아이가 함께 시청하며 교감할 수 있는 다양한 장르의 어린이 프로그램(내용 다양성·어린이 흥미 요인)을 원하는 것으로 나타났다. 방송사 운영의 여건 상 어린이 시청자만을 타깃으로 한 프로그램 제작이 어렵다면 공영방송은 여행, 환경, 동·식물 다큐멘터리, 자극적이지 않은 소재의 가족드라마 등 부모와 자녀가 함께 시청할 수 있는 다양한 장르의 가족형 프로그램을 제작, 편성할 필요가 있다. 예를 들어 미국의 CTW(Children's Television Workshop)는 어린이만을 위한 콘텐츠가 아닌 가족이 함께 이용할 수 있는 가족 프로그램 개발에 힘썼는데 특히 인터넷을 통해 온 가족이 모여 함께 배우고 즐길 수 있는 다양한 가족형 어린이 프로그램을 제공한 바 있다. 영국의 공영방송 BBC는 제1차 세계대전 100주년 기획 다큐멘터리 'Britain's Great War'를 청소년 타깃 프로그램 'Britain's Great War for Children'으로 재가공해 편성하였다. 이처럼 기존 자료를 적극적으로 활용하되, 어린이 타깃 시청자를 고려해 일부 내용 및 포맷을 가공하는 추가적인 노력도 수반되어야 할 것이다.

마지막으로 어린이 자녀를 둔 부모는 어린이 시청자가 유튜브, 페이스북 등 소셜미디어나 앱을 통해 프로그램을 쉽게 시청할 수 있기를 바라는 것(프로그램 접근성 요인)으로 나타났다. 기존의 TV 어린이 프로그램을 복수의 플랫폼으로 유통하려는 노력은 물론이거니와 온라인 플랫폼 유통 과정에서 콘텐츠 분절화(contents segmentalization) 전략도 적극적으로 활용할 필요가 있다. 예컨대 <걸어서 세계 속으로>와 같은 KBS 대표 다큐멘터리를 PC, 태블릿 PC, 스마트폰 등 개인 미디어를 통한 콘텐츠 소비 방식에 적합한 분절화된 콘텐츠로 변형시켜 제공함으로써 다큐멘터리가 어린이 시청자에게 스낵컬처로 소비될 수 있도록 장려해야 할 것이다.

다음으로 앞서 도출된 4개 공영방송 KBS 어린이 프

로그램의 특성 요인과 공영방송 필요성 인식의 영향관계를 검증한 결과 문화적 다양성, 교육·규범, 접근성 향상 가치가 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다시 말해 KBS 어린이 프로그램이 한국 고유의 전통 문화와 세계 곳곳의 이야기를 들려주고, 언어적/신체적/감정적 폭력성 및 선정성을 줄여야 한다고 생각할수록, 또한 어린이 프로그램 방영 시간을 늘리고, 어린이 시청자가 유튜브, 앱 등을 통해 쉽게 프로그램을 접할 수 있도록 해야 한다고 생각하는 사람일수록 공영방송 필요성을 높게 인식하고 있었다. 반면 어린이의 흥미를 끌 수 있는 다양한 어린이 프로그램이 필요하다는 인식은 공영방송 필요성 인식 형성에 유의미한 영향력을 지니고 못한 것으로 나타났다. 이는 재미있고 다채로운 흥미 위주의 어린이 프로그램에 대한 수요는 공영방송이 아닌 다른 플랫폼을 통해서도 충분히 충족될 수 있고, 또 충족되고 있음을 시사한다.

마지막으로 공영방송 필요성 인식이 높을수록 수신료 납부 의향이 높아지는 것으로 나타났다. 즉 모든 권력 집단으로부터 독립된, 상업미디어와 구별되는 공적 책무를 수행하며, 사회적 약자의 이해를 보호하는 공영방송이 우리 사회에 필요하다는 인식이 강할수록 수신료를 납부할 의향이 높게 형성된다는 것이다. 이는 교육·규범 가치, 문화적 다양성 가치, 접근성 향상 가치가 공영방송 필요성을 거쳐 수신료 납부 의향에 간접적인 영향을 미친다는 것을 의미하기도 한다.

TV수신료 문제는 첨예하게 대립되어 온 정치적 쟁론의 테두리에 갇혀 해결의 끝이 보이지 않는 난제가 되었다. 정파적 분쟁으로 치부되어 온 수신료 문제를 해결하기 위해서는 국민 개개인을 고려한 사회적 준거를 찾아야 한다. 국민을 성, 연령, 수도권/지역, 사회경제적 지위 등 다양한 기준으로 세분화하고 각 대상에 따른 차별화된 설득 준거를 마련해야 한다. 이 연구는 어린이 자녀를 둔 부모가 어떤 이유로 공영방송의 필요성, 공영방송의 존립 당위성에 동의하게 되는지, 나아가 공영방송의 주요 재원으로서 수신료 납부 제도를 인정하게 되는지를 '어린이 프로그램'을 중심에 두고 살펴보았다. 공영방송은 최근 유튜브 등 동영상 사이트를 거점으로 불거지고 있는 어린이 콘텐츠의 상업성, 폭력성, 선정성 문제(예: 엘사게이트 사건)를 방지하고 소수 계

층(어린이)의 이해와 보호라는 방송의 공적 책무를 이행하기 위해 노력하고 있음을 강조함으로써 시청자로 하여금 공영방송의 필요성 인식을 증진시켜 나가야 한다. 특히 문화적 다양성이 담보된 교육·규범적인 어린이 프로그램 제작에 힘써 공영방송의 필요성에 대한 국민적 동의를 확대해 나가야 한다. 어린이 프로그램은 수익성이나 화제성 측면에서 매력적이지 않은 콘텐츠일 수 있으나, 그럼에도 KBS는 '성, 연령 등을 이유로 방송 편성에 차별을 두지 않고, 상대적으로 소수이거나 이익추구의 실현에 불리한 집단이나 계층의 이익을 충실하게 반영[8]'해야 하는 방송의 공적 책무를 이행해야 한다. 이러한 공적 책무 이행의 노력과 결실이 공영방송의 존립 근거를 강화시키고 나아가 수신료 정상화를 실현시키는 핵심 기제로 작동할 수 있을 것이다.

이 연구는 주요 논의에서 간간 소외되었던 어린이 시청자를 위한 공영방송의 책무를 실증적으로 살펴보고 분석결과를 바탕으로 공영방송이 추구해야 할 실행적 가치를 제안했다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있다. 다만 다음과 같은 한계를 지니고 있다. 첫째, 어린이 자녀를 대상으로 심층인터뷰를 수행하여 문항을 구성하지 못하고 선행연구에서 언급된 특이 사항을 활용하여 측정 문항을 구성하였다는 한계를 지닌다. 후속 연구는 사전 조사를 통해 타깃 시청자인 어린이가 원하는 TV프로그램의 특성을 보다 직접적이고 사실적으로 구성할 필요가 있다.

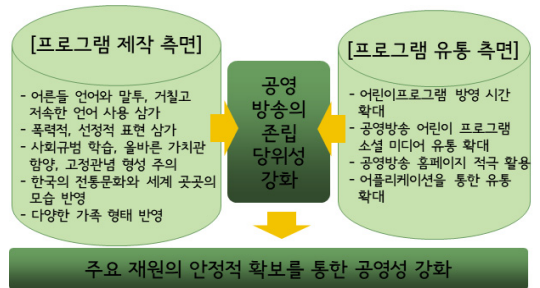


그림 2. 연구함의 도식화

둘째, 수신료 납부 의향을 복수의 문항으로 측정하여 신뢰도와 타당도를 높일 필요가 있다. 마지막으로 이 연구는 수용자가 추구하는 바, 다시 말해 실현가능한 이상(理想)에 대한 구체적 인식이 그것을 이행하는 기

관과 제도의 필요성에 유의미한 영향을 미친다는 점을 밝혔으나, 변인들 간 선후 영향관계에 대한 명확한 이론적 토대를 갖추고 있지 않다는 한계를 지닌다.

* 연구에 활용할 수 있도록 데이터를 공개해 주신 KBS 공영미디어연구소에 깊은 감사의 말씀을 전합니다.

참 고 문 헌

[1] 이재윤, “2~5세 유아 12%, 매일 스마트폰...31%는 두 살도 안돼 노출,” 연합뉴스, 2018.5.30.
 [2] 박선영, “어린이 방송매체 이용행태 분석,” KISDI STAT REPORT, 제16권, 제5호, pp.1-11, 2016.
 [3] 도남희, 배윤진, 이윤진, 이예진, 김문정, 임준범, 김희수, *한국아동 성장발달 종단연구*, 육아정책연구소, 2017.
 [4] 김옥준, “지상파 3사의 어린이 TV 프로그램 시청률 변화 및 제언,” 정보통신방송정책, 제24권, 제14호, pp.86-96, 2012.
 [5] http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/1/2/2/index.board, 2021.02.22.
 [6] 박종민, 이종관, 노창희, 최민음, 정준희, 신명환, *산업적 지속가능성을 위한 방송영상산업의 재구조화*, 시간의물레, 2020.
 [7] 주성희, 김대규, 김성규, *스마트 미디어 시대 방송의 공익성에 관한 연구*, 정보통신정책연구원, 2012.
 [8] <http://www.law.go.kr>, 2020.04.17.
 [9] 윤성옥, “지상파방송 규제에 관한 비판적 고찰-방송법상 공적 책무와 재원 관련 규정을 중심으로,” 언론과 법, 제10권, 제1호, pp.29-62, 2011.
 [10] <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/section/264>, 2019.04.17.
 [11] 홍남희, “英 Ofcom 어린이 콘텐츠 리뷰 보고서 공개,” KBS 해외방송정보(2월호), 2018.
 [12] 김혜인, *EBS와 BBC 교육채널을 비교해보면, 미디어스*, 2020.11.25.
 [13] 오하영, 강형철, “공적가치 인식에 따른 시청자 유형과 공영방송 제도 및 수신료에 대한 태도,” 한국언론정보학보, 제69호, pp.139-169, 2015.
 [14] 박기완, 우형진, “KBS의 공익 실현에 대한 시청자 평

가가 수신료 정책 및 공영방송제도 필요성 인식에 미치는 영향에 관한 연구,” 방송통신연구, 제110호, pp.9-50, 2020.
 [15] Human Capital, *Audience attitudes to the licence fee and public service broadcasting provision beyond the BBC*, Human Capital, 2008.
 [16] 주영규, “TV 어린이프로그램, 알찬 기획이 필요하다,” 광장, 제169호, pp.316-320, 1987.
 [17] 이규정, “텔레비전 어린이 프로그램의 생산과정에 대한 민속지학적 연구: MBC <보보보>를 중심으로,” 미디어와 공연예술연구, 제6권, 제2호, pp.7-42, 2010.
 [18] 한상균, 이정환, “국내 지상파 방송사의 어린이 프로그램제작 접근방식 변화 연구: KBS <후토스-하늘을 나는 집> 사례를 중심으로,” 어린이미디어연구, 제9권, 제2호, pp.19-37, 2010.
 [19] 한균태, 하승태, 서영남, 조의현, “지상파 텔레비전의 어린이 프로그램에 나타난 폭력성 연구-내용분석을 중심으로,” 한국방송학보, 제21권, 제1호, pp.311-351, 2007.
 [20] 강인설, 박희경, “지상파 어린이 애니메이션에 나타난 미디어 공격성 분석,” 생태유아교육연구, 제12권, 제4호, pp.299-320, 2013.
 [21] 구현정, 정수희, 김혜수, “텔레비전 어린이 만화에 나타난 국어사용의 문제점-지상파 방송 3사 프로그램을 중심으로,” 한국사회언어학회, 제14권, 제2호, pp.19-73, 2006.
 [22] 지정순, “안심해도 될까? 다시 보는 TV 어린이 프로그램,” 새가정, 제62호, pp.40-44, 2015.
 [23] 김은주-임홍남, “TV애니메이션 보롱보롱 보로로의 유아교육적 의미와 한계점에 관한 탐색,” 어린이미디어연구, 제10권, 제2호, pp.163-185, 2011.
 [24] 유흥식, 조은희, 김지혜, 이민, 유선선, 홍양선, “국내 어린이 프로그램의 편성현황 및 발달단계별 내용분석,” 스피치와 커뮤니케이션, 제9호, pp.31-67, 2008.
 [25] 박창희, “공중파방송의 어린이청소년 프로그램의 편성현황과 개선방안,” 숭실대학교 인문학연구, 제32권, pp.135-175, 2002.
 [26] 안중혁, 김효용, “어린이콘텐츠 부재에 대한 제언: 애니메이션을 중심으로,” 한국콘텐츠학회지, 제11권, 제4호, pp.155-163, 2010.
 [27] 이현우, 오형일, 최문호, “공영방송 수신료 지불의사

형성 구조 분석,” 한국언론학보, 제56권, 제6호, pp.101-126, 2012.

- [28] 송원숙, 심재웅, “부모의 미디어 중재유형이 청소년의 방송프로그램 등급제 실효성 인식에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회지, 제16권, 제9호, pp.386-395, 2016.

저 자 소 개

최 민 음(Mideum Choi)

중신회원



- 2015년 2월 : 한양대학교 신문방송학과 (박사)
- 2015년 6월 ~ 2016년 5월 : KBS 방송문화연구소 객원연구원
- 2016년 11월 ~ 2017년 8월 : 고려대학교 정보문화연구소 연구교수
- 2018년 9월 ~ 2020년 8월 : KBS 공영미디어 연구소 연구원
- 2020년 9월 ~ 현재 : 동덕여자대학교 미래융합학부 교수
<관심분야> : 뉴미디어, 미디어 콘텐츠, 수용자 연구