

방송통신위원회
지정 2009-07

디지털융합시대 방송 소외계층 수요(Needs)대응 정책연구



이 보고서는 2009년도 방송통신위원회 방송발전기금 조사연구사업의 연구결과로서 보고서의 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

이 보고서를 방송통신위원회가 지원하여 수행한 ‘디지털융합시대 방송 소외계층 수요(Needs)대응 정책연구’의 최종보고서로 제출합니다.

2009년 11월

주관연구기관 : 남서울대학교 산학협력단
책임연구원 : 김재영(남서울대학교 광고홍보학과 교수)
공동연구원 : 박진우(남서울대학교 연구교수)
 김찬원(동서언론연구소 연구원)
 정세일(U플러스연구소 연구원)
연구보조원 : 박원준(중앙대학교 대학원)
 김인경(중앙대학교 대학원)

Contents

목 차

요약

ix

I

서 론

1. 연구목적 및 필요성 1
 - 1) 연구배경 및 연구목적 1
 - 2) 연구의 필요성 4
2. 조사범위와 방법 6
3. 연구의 기대효과 및 활용방안 9

II

방송 소외 문제와 지원정책

1. 방송 소외계층 개념과 분류 12
 - 1) 소외계층의 개념과 의미 12
 - 2) 방송 소외계층에 대한 분류 15
 - 3) 방송 소외에 대한 패러다임 변화 17
2. 방송 소외와 사회적 문제의 관계 22
 - 1) 정보격차의 문제 22
 - 2) 매스 커뮤니케이션 기능적 혜택에 대한 소외 27
 - 3) 미디어 소외 극복방안 33
3. 방송 소외계층 지원정책 38
 - 1) 방송 소외계층 지원에 대한 법적 근거 38
 - 2) 방송 소외계층 지원방향 42
4. 방송 소외계층 지원 정책에 대한 해외사례 57
 - 1) 영국 57
 - 2) 미국 60

3) 프랑스	62
4) 일본	63
5. 디지털 융합환경에서 방송 소외지원 방안	64
1) 융합환경의 새로운 방송소외 등장	64
2) 국가정책 수용에 대한 지체자의 문제	67
3) 디지털 방송전환과 소외문제 극복방안	68

III 방송 소외계층 수요조사

1. 조사대상 및 지역	75
2. 조사대상자 선정	76
1) 노인 대상자	76
2) 장애인 대상자	77
3) 저소득층 대상자	77
3. 조사방법 및 분석절차	78

IV 조사분석 결과

1. 인구학적 특성	81
2. 지역별·연령별·소외계층별 TV이용 형태분석	84
1) 조사대상자의 평균 TV시청량	84
2) 지역별 TV이용 형태	87
3) 연령별 TV이용 형태	93
4) 소외집단별 TV이용 형태	102
3. TV 시청 만족과 불만에 따른 사회적 소외 인식정도 분석	109
1) 프로그램 장르만족도에 따른 사회적 소외 인식정도 분석	109
2) TV상태에 따른 사회적 소외 인식정도 분석	109
4. 조사대상자 소외계층별 현재 이용하는 TV 상태	110
1) 소외계층별 TV시청형태	110
2) 소외계층별 보유 TV종류	111
5. 조사대상자별 시청자 권리 인지 분석	113
1) 지역별	113

2) 연령별	115
3) 소외계층별	117
6. 시청자 권리 인지와 사회적 소외정도의 관계성 분석	119
7. TV 상태에 따라 디지털 방송 수용 관계분석	121
1) 디지털방송에 대한 인지 여부	121
2) TV 상태에 따른 디지털방송 수용성 분석	121
8. 방송 소외계층의 디지털 방송 수용요인에 대한 차이	123
9. 방송 소외계층의 디지털 방송 이용의도에 대한 분석	127
1) 지역별, 연령별, 소외계층별 디지털방송 이용의도와 디지털전환 의지	127
2) 디지털방송 수용성과 디지털방송 수용의도의 관계	129
3) 디지털방송 수용성과 국가지원에 의한 디지털전환 의지의 관계 ..	130
10. 디지털 방송 이용의도와 지원정책의 관계성	131
11. 방송 소외계층의 요구사항	132
1) 방송내용에 대한 불만사항	132
2) 방송프로그램의 요청	133

V

방송소외계층을 위한 지원정책

1. 결과분석 요약	134
1) 조사대상자의 평균 TV시청량	134
2) 지역별 TV이용 형태	134
3) 연령별 TV이용 형태	135
4) 소외집단별 TV이용 형태	136
5) 사회적 소외 인식정도 분석	136
6) 소외계층별 현재 이용하는 TV	137
7) 시청자 권리 인지 분석	137
8) 시청자 권리 인지와 사회적 소외	138
9) TV 상태에 따른 디지털 방송 수용 관계분석	138
10) 디지털방송 인지, 유용성, 용이성, 사회적 영향, 경제적 비용에 대한 차이 분석	139
11) 디지털 방송 수용 변인에 따른 이용의도 분석	139
12) 디지털 방송 이용의도와 지원정책의 관계성	141

2. 국가적 차원의 지원정책	141
1) 하드웨어지원 정책	142
2) 소프트웨어 지원정책	146
3) 소외계층별 차별화된 지원정책	150
3. 방송 소외계층 사후관리방향	154

VI

결론 및 제언

1. 방송 소외계층을 위한 지원정책의 확대	157
2. 방송 방송소외계층에 대한 수용자 복지확립	160
참고문헌	164
부록 : < 설문지 >	173

Contents

표 목 차

<표 1> 미디어 교육에 대한 시각 비교	34
<표 2> 장애인 미디어 교육의 목표	35
<표 3> 노인계층을 위한 미디어 교육 목표	36
<표 4> 전국 방송자막수신기 보급비율	45
<표 5> 수능 자막방송물 보급 내역	46
<표 6> EBS 초등 자막 학습물 지원 보급사업	47
<표 7> 지원대상과 지원품목	49
<표 8> 각 방송사의 디지털 전환계획	50
<표 9> 2008년 시청자 참여 프로그램 지원현황	52
<표 10> 2007년과 2008년 시청자 단체활동 지원사업 비교	52
<표 11> 2008년 시청자 단체활동 주요내용	53
<표 12> 소외계층을 위한 프로그램 제작 및 방송	54
<표 13> 다문화 주민 직접 참여 프로그램	55
<표 14> 주민 참여 방송	56
<표 15> 각 국가의 디지털 전환 시기와 전환 기간	69
<표 16> 디지털 전환 국가별 소외계층 지원방안 비교	71
<표 17> 가족 수에 따른 최저생계비 (2008년 기준)	78
<표 18> 수요 조사 범위와 분석절차	79
<표 19> 지역별 주 시청 시간대	87
<표 20> 지역별 평균 TV이용료	88
<표 21> 지역별 TV이용료 인식	89
<표 22> 지역별 주 시청 프로그램 장르 1순위	90
<표 23> 지역별 주 시청 프로그램 장르 2순위	91
<표 24> 지역별 프로그램 장르 만족도	92
<표 25> 연령별 주 시청 시간대	93
<표 26> 연령별 평균 TV 이용료	94

<표 27> 연령별 TV이용료 인식도	95
<표 28> 주 시청프로그램 1순위 빈도와 비율	96
<표 29> 연령별 주 시청 프로그램 장르 1순위	96
<표 30> 주 시청프로그램 2순위 빈도와 비율	97
<표 31> 연령별 주 시청 프로그램 장르 2순위	98
<표 32> 연령별 프로그램 장르 만족도	99
<표 33> 소외계층별 주 시청 시간대	102
<표 34> 연령별 평균 TV 이용료	103
<표 35> 연령별 TV이용료 인식도	104
<표 36> 소외계층별 주 시청 프로그램 장르 1순위	105
<표 37> 소외계층별 주 시청 프로그램 장르 2순위	106
<표 38> 소외계층별 프로그램 장르 만족도	107
<표 39> 소외계층별TV시청형태	111
<표 40> 소외계층별 보유 TV종류	112
<표 41> 시청자 권리 인지가 사회적 소외정도 상관분석	120
<표 42> 시청자 권리 인지가 사회적 소외정도에 미치는 영향	120
<표 43> TV상태에 따른 디지털방송 수용성 분석	122
<표 44> 지역별 디지털 방송 수용성 분석	124
<표 45> 연령별 디지털 방송 수용성 분석	125
<표 46> 소외계층별 디지털방송 수용성 분석	126
<표 47> 디지털방송 수용 요인이 수용의도에 미치는 영향	130
<표 48> 디지털방송 수용 요인과 디지털전환 의지에 미치는 영향	130
<표 49> 디지털방송 이용의도가 디지털전환 의지에 미치는 영향	131
<표 50> 2008년 방송 소외계층 지원 분야 및 지원 규모	143
<표 51> 2009년 방송 소외계층 지원 분야 및 지원 규모	143
<표 52> 2009년 단위 사업별 단체 지원내역	144
<표 53> DVS의 변천사	146
<표 54> 2008년 자막방송수신기와 화면해설방송 수신기 보급 사업 ..	147
<표 55> 화면해설 방송 주간 편성표(2009년 11월 1주)	149
<표 56> 2008년 장애인 시청 지원방송 실시 현황(지상파)	151
<표 57> 2008년 장애인 시청 지원방송 실시 현황(기타)	153
<표 58> 방송 소외계층 지원에 대한 단계별 전략	158

Contents

그림 목 차

<그림 1> 조사절차 및 방법	7
<그림 2> 본 연구조사의 연구흐름과 목적	11
<그림 3> 미디어 복지의 유형	19
<그림 4> 영국의 소외계층 분류	59
<그림 5> 소외계층 및 지역	81
<그림 6> 성별과 연령	82
<그림 7> 가족형태와 학력	82
<그림 8> 직업과 월 평균 소득	83
<그림 9> 지역별 하루 평균 TV시청량 차이	84
<그림 10> 연령별 하루 평균 TV시청량 차이	85
<그림 11> 소외계층별 하루 평균 TV시청량 차이	86
<그림 12> 프로그램 장르만족도에 따른 사회적 소외 인식정도	109
<그림 13> 보유 TV상태에 따른 사회적 소외 인식정도	110
<그림 14> TV 선택권	113
<그림 15> 프로그램 다양성	114
<그림 16> 프로그램 질 평가	114
<그림 17> TV선택권	115
<그림 18> 프로그램 다양성	116
<그림 19> 프로그램 질 평가	116
<그림 20> TV선택권	117
<그림 21> 프로그램 다양성	118
<그림 22> 프로그램 질 평가	119
<그림 23> 방송 소외계층의 디지털 방송전환 인지	121
<그림 24> TV상태에 따른 디지털방송 수용성 분석	122
<그림 25> 지역별 디지털방송 수용성 분석	123
<그림 26> 연령별 디지털방송 수용성 분석	124

<그림 27> 소외계층별 디지털방송 수용성 분석	126
<그림 28> 지역별 디지털방송 이용의도와 디지털전환 의지	127
<그림 29> 연령별 디지털방송 이용의도와 디지털전환 의지	128
<그림 30> 소외계층별 디지털방송 이용의도와 디지털전환 의지	129
<그림 31> 방송 소외계층 불만 사항	132
<그림 32> 방송 소외계층 요구 프로그램	133
<그림 33> 방송 소외계층 지원정책에 대한 절차	141
<그림 34> 2008년 보급된 DVS	145
<그림 35> 방송소외계층에 대한 차별화된 지원정책 마련을 위한 수요조사 절차	150
<그림 36> 방송 소외계층 지원정책 추진 후 사후관리 시스템 구축	155
<그림 37> 방송 소외계층 지원에 따른 효과	162

요 약 문

I. 연구목적과 연구문제

다매체·다채널과 미디어 융합으로 정의되는 방송환경에서 시청자들은 자신의 의지에 따라 매체와 프로그램을 선택하여 이용할 수 있다. 디지털 기술 발전으로 과거 텔레비전, 신문, 유선전화 등과 같이 소수에 불과하던 매체들은 케이블 TV, 위성방송, 위성 DMB, 지상파 DMB, IPTV(Internet Protocol TV), WiBro(Wireless broadband Internet), W-CDMA, DVB-H, 등 기타 융합형 신규 매체 수가 급격히 증가하였다. 신규 매체가 이용자의 일상생활에 더욱 밀접하고 세밀하게 침투하여 일상생활에 변화를 주고 있다. 기존 매체와 신규 매체의 적절한 조화는 이용자들의 편리성과 효율성을 극대화 시키며, 많은 정보와 오락물을 제공하고 있어 현대생활에 필요한 자료와 오락을 적절히 이용할 수 있게 하였다.

기술의 진보로 매체 이용자가 인식하는 개별 채널의 매체적 특수성 즉, 매체 간 접근성, 이용성, 비용, 내용 등의 차이는 점차 줄어들지만, 매체 이용자의 의지, 욕구, 동기, 의도성 등의 측면이 매체 이용의 지배적 요인으로 주목 받고 있다. 이러한 요인은 집단별로 그리고 개인별로 분화되는 경향을 보인다. 다매체 시대에는 매체 이용자의 의지나 욕구, 동기와 같은 개인특성이 더욱 중시되고 있는 상황이다.

이와 같은 방송환경의 변화에 적절히 대응하지 못하는 방송소외계층은 사회적, 문화적 소외에서 벗어나기 힘들며 이러한 소외현상이 가중될수록 사회적 적응 역시 매우 어려운 상황으로 치닫게 될 것이다. 방송소외계층으로 분류되는 장애인, 노인, 저소득층은 신체적, 경제적 문제로 인해 자신들이 원하는 매체와 프로그램 선택할 수 없으며, 선택한다 하여도 일반 시청자들과 똑같이 즐기지 못한다는 문제를 안고 있다. 따라서 이들에 대한 국가적 차원의 관심은 지극히 당연한 것으로 받아들여진다. 하지만 국가차원의 관심과 지원이 어떠한 방향으로 설정되느냐에 따라 방송소외계층의 사회적 적응과 방송시청 만

속도가 달라질 수 있을 것이다.

방송 소외계층을 보호하고 시청권을 확보해 주는 것은 국가적 차원에서 구성원들이 인간다운 삶을 영위할 수 있게 도와주는 동시에 사회적 통합과 사회발전에 이바지 할 수 있기 때문이다. 아울러 산업적 차원에서는 상업적 이익만을 추구하는 것이 아니라 사회적 기여에 해당하기 때문에 해당 사업자들 역시 적극 동참해야 한다. 방송사업자들은 시청자 복지를 추구함으로써 일정 범위의 방송서비스를 최고 수준으로 제공하고 이로 인해 시청자 범위를 확대하는 효과와 더불어 방송의 사회적 역할을 준수하게 되는 것이다. 방송소외계층의 입장에서는 사회적 소외와 문화적 소외를 탈피하고 보다 풍요로운 정보추구와 사회적 현실을 파악하는 동시에 폭넓은 문화적 소비를 통해서 삶에 안정감을 찾을 수 있을 것이다.

이에 본 연구는 방송소외계층의 수요조사를 통해서 앞으로 다가올 본격적인 디지털 융합시대 방송 소외계층 지원정책에 기반을 제공하고자 한다. 이에 본 연구의 주요 연구문제를 다음과 같이 설정하였다.

- 연구문제1. 방송소외계층의 TV 시청 행태는 어떻게 나타나는가?
- 연구문제2 . 방송소외계층이 갖는 TV 시청의 가장 큰 문제점은 무엇인가
- 연구문제3. 방송소외계층은 디지털 방송에 대한 이해와 수용이 어떻게 나타나는가?
- 연구문제4. 방송소외계층을 위한 장기적 지원방안 및 정책은 어떻게 설정되어야 하는가?

II. 조사방법

본 연구는 방송환경의 변화에 따른 방송소외계층의 수요변화를 조사하고 그들의 수요에 따른 지원정책을 마련하고자 하였다. 아울러 연구문제를 해결하기 위해서 국내외 문헌을 검토하여 다매체·다채널 시대 방송소외계층의 범위 및 대상을 설정하였다. 이를 바탕으로 방송소외계층에 대한 설문조사를 위해서 설문구성 변인을 추출하여 설문에 반영하였다.

방송 소외계층 수요조사에 반영된 설문은 크게 5가지로 구성되었다. 인구 통계학적 속성, 방송이용 현황, 요구사항, 만족도, 불만사항 등으로 구성되었다. 이러한 설문조사를 통해서 분석된 결과를 바탕으로 방송환경 변화 전망 및 향후 소외계층 변화에 대응할 수 있는 정책적 제안을 제시하였다. 본 연구에서 방송소외자를 ‘현재 개인의 경제적 또는 신체적 문제로 인해서 기존 방송서비스를 사용하지 못하거나 이해하지 못하는 사람들’로 정의하고 이러한 정의에 의해서 노인(난청노인포함), 장애인, 저소득가정을 설문조사 대상으로 선정하였다. 방송소외계층에 대한 조사대상지역은 서울, 경기도, 지방으로 분류하여 각 지역에 거주하는 노인, 장애인, 기초생활수급대상자로 설정하였다.

- 조사 대상 : 노인, 장애인, 기초생활 수급자
- 조사 지역 : 서울, 수도권, 지방
- 표본 추출 : 각 분류 지역별 성별에 따른 할당표집
- 조사 대상자 수 : 각 집단별 100명 이상

III. 결과 분석 및 결론

방송소외계층의 TV 시청 시간대를 살펴보면, 전체적으로 주 시청 시간대는 밤 8시-밤 11시인 것으로 나타났으며, 지역별로 서울에 거주하는 조사대상자의 주 시청 시간대는 밤 8시-밤 11시, 지방에 거주하는 조사대상자의 주 시청 시간대는 오전 9시-낮 12시인 것으로 나타났다. 아울러 조사대상자의 평균 TV 이용료는 5천원 미만이라는 응답이 가장 높았고, 시각장애인이 다른 소외계층에 비해 평균 TV이용료가 5천원 미만이라고 응답한 비율이 가장 높았다. TV이용료의 경우에 전체적으로 적절하다는 인식이 높았고, 그 중에서 시청각장애인이 다른 소외계층에 비해 TV이용료가 적절하다는 인식이 높았다.

소외계층별 주 시청 프로그램 장르 1순위를 살펴본 결과, 조사대상자들은 보도뉴스와 드라마를 가장 많이 시청하고 있는 것으로 나타났고, 보도뉴스는 시각장애인이, 드라마는 시청각장애인이 주로 시청하는 것으로 나타났다. 방송

프로그램 불만족집단이 프로그램 만족집단에 비해 사회적 소외 인식정도를 보다 높게 인식하는 것으로 나타났고, TV상태 만족집단이 TV상태 불만족집단에 비해 사회적 소외를 보다 높게 인식하는 것으로 나타났다.

방송소외계층별 보유 TV 종류를 분석한 결과, 조사대상자들은 전체적으로 아날로그 TV를 가장 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다. 방송소외계층별 'TV선택권'과 '프로그램 다양성', '프로그램 질 평가'를 살펴보면, 우선 'TV 선택권'의 경우에 시각장애인이 다른 소외계층에 비해 높은 TV선택권 평균을 보였으며, '프로그램 다양성'은 청각장애인이 다른 소외계층이나 일반인에 비해 프로그램 다양성을 높이 평가한 것으로 나타났다. 반면 시각장애인이 '프로그램 다양성'을 가장 낮게 평가한 것으로 나타났다. 또한 청각장애인을 제외하고 다른 소외계층에 비해서 일반인이 프로그램 다양성을 높이 평가한 것으로 조사되었다. '프로그램 질 평가' 부분에서는 노인층이 프로그램 질에 대해 높게 평가한 반면에 시청각장애인이 프로그램 질에 대해 가장 낮게 평가한 것으로 나타났다.

조사대상자들이 디지털 방송전환에 대해서 인지하고 있는지 조사한 결과, '디지털방송을 들어본 적이 있다'는 응답이 '디지털방송에 대해 들어본 적이 없다'는 응답에 비해 압도적으로 높은 비율을 보였다. 디지털 방송의 용이성과 유용성, 그리고 사회적 영향을 중심으로 살펴본 결과, 전반적으로 TV상태 만족집단이 TV상태 불만족 집단에 비해 디지털방송 용이성이나 유용성, 사회적 영향에 대해 비교적 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 소외계층별 디지털방송 이용의도와 국가지원에 따른 디지털 방송전환 의지를 살펴본 결과, 디지털방송 이용 의도는 청각장애인이 다른 소외계층에 비해 높은 이용의도를 가진 것으로 조사되었고, 반면에 시청각장애인의 디지털방송 이용의도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 국가지원을 전제로 디지털전환 의지에 대해 살펴본 결과, 전체적으로 모든 소외계층의 디지털전환 의지가 높은 평균을 보였고, 그 중에서 노인층의 디지털전환 의지가 가장 높은 것으로 나타났다. 디지털방송 이용 의도나 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지는 모두 소외계층별로 통계적으로 유의한 차이를 보인 것으로 나타났다.

이러한 연구결과를 바탕으로 앞으로 추진하게 될 디지털 방송전환과 새로운 미디어에 대한 방송 소외계층 지원정책은 방송을 통한 문화 복지 국가 확

립과 수용자 복지 구현이라는 이념을 실현하는 것이다. 특히 방송소외계층에 대한 지원은 방송매체 선택권 확립, 방송 프로그램 편성, 다양성, 참여프로그램 확대, 소수계층 프로그램 확충 등이 구현되어야 한다. 먼저 방송매체 선택권은 다매체 시대에 자신에게 맞는 방송 기기를 선택할 수 있는 권리이다. 하지만 방송소외계층은 경제적 문제나 시·청각 등의 문제로 일반적인 방송매체를 통해서도 프로그램 시청이 불가능하다. 따라서 그들에게 맞는 TV를 제공하는 것이 무엇보다 중요하다. 시각 장애인은 해설 기능이 추가되어야 하며, 청각 장애인을 위한 수화방송이나 자막방송이 이루어져야 한다. 매체에 대한 지원으로 끝나는 것이 아니라 프로그램 편성 지원이 동시에 이루어져야 한다.

따라서 각 계층에 대한 자막, 해설 등의 프로그램 편성을 확대하기 위해서 법률적으로 편성비율을 높이 제정할 필요가 있다. 아울러 시간적 간격이나 프로그램 배열이 시간대별로 집중되어 있는 현상을 지양하고, 그들이 원하는 시간에 원하는 방송을 볼 수 있는 제도적 장치가 마련되어야 한다. 더불어, 지원 후 사후 관리 역시 매우 중요한 부분이라 할 수 있는데 방송소외계층의 특성상 서비스 받을 수 있는 물리적 거리를 감안해야 한다. 따라서 가까운 우체국이나 시민단체 혹은 관공서에서 관리를 담당하거나 전문 기관과의 연계를 고려할 필요가 있다. 방송소외계층에게 사후 관리 받을 수 있는 장소나 고장 및 요구사항 접수기구에 대한 안내 책자 등을 배포할 필요성이 있다. 이러한 철저한 관리가 막대한 투자를 통한 지원에 대한 효과를 극대화시키는데 크게 기여할 것으로 예측된다.

I. 서론

1. 연구목적 및 필요성

1) 연구배경 및 연구목적

21세기 우리사회는 정보의 대량생산 및 유통이라는 특성을 지닌 정보사회로 급속히 진행되고 있다. 정보사회로의 변화는 정보기술의 혁신과 다양한 정보유통 매체의 확산으로 가능하게 되었다. 사람들이 필요로 하는 정보의 신속한 전달과 다양한 문화생활 향유의 수단으로 사용되는 정보매체는 현대 사람들의 일상생활이 되었다고 해도 과언이 아니다. 정보매체는 인간의 삶을 풍요롭게 하는 긍정적인 측면이 있는가 하면 정보의 불평등과 같은 사회문제를 촉발시켜 인간 소외나 심리적 박탈감을 심화시키는 부정적 결과를 낳기도 한다.

정보 불평등이나 정보 접근의 제한 문제는 정보화의 흐름 속에서 뒤쳐져 있는 빈곤계층이나 교육수준이 낮은 계층, 가정주부, 농어촌 지역주민 및 장애인 등에서 심각하게 나타나고 있다(한국정보사회진흥원, 2007). 정보소외계층에 대한 문제는 정보 확산에 따른 지역 간, 계층 간, 성별 간 격차를 보이기도 한다. 이러한 정보소외는 정보사회가 고도화됨에 따라 격차가 확대 재생산되는 구조적 성격을 갖고 있다(김경준·최창욱, 2005). 결국 정보격차는 각종 사회문제로 이어져 사회적 불만이나 갈등으로 표출될 수 있으며, 국가 발전에 장애 요인으로 작용하기도 한다. 또한 정보화의 진전에 따라 정보접근의 기회보다는 정보를 획득하고 선별하여 이를 생산적으로 활용하는 정보 활용 측면에서 정보 불평등의 문제 역시 매우 심각하게 받아들여지고 있다(김기태, 2008).

초기 정보접근은 도시지역과 비도시지역의 물리적 격차를 줄이는데 초점을 두어 컴퓨터 보급이나 정보통신망과 같은 인프라의 구축 등에 중점을 두었다. 하지만 최근 들어 정보매체에 대한 접근 보다는 정보접근과 활용의 문제로 정보격차의 논의가 이루어지고 있다. 아울러 이러한 문제는 도시와 비도시 간에 큰 차이를 보이고 있다. 그러므로 향후에는 정보 활용의 문제, 중독, 비

행 등 사회적, 심리적 문제의 중요성을 더욱 부각시켜 논의해야 한다.

이제 정보격차나 디지털 격차는 정보에 대한 접근의 문제로 국한할 수 없는 시대가 되었다. 무엇보다 중요한 것은 모든 사람들에게 똑같이 정보 접근이 가능하고, 정보 활용능력이 있다는 가정에서 출발해야 한다. 하지만 오늘날 대부분의 산업이 공공서비스 차원이 아니라 시장의 치열한 경쟁을 통한 보편적 서비스 차원에서 수용자의 지불능력에 따라 차별화된 서비스 제공을 원칙으로 하고 있다는 것이다. 더구나 방송시장의 치열한 경쟁은 공익서비스 차원이 아닌 보편적 서비스의 강력한 추진으로 말미암아 사회적으로 보호가 필요한 사람들에게 정보통신 및 방송의 문화적 향유를 충분히 제공하지 못하는 사태가 발생하고 있다. 정보통신 분야에서는 정보격차에 대한 문제(이재웅, 2007)를 해결하기 위한 노력이 지속적으로 이루어졌으며(조정문, 2001; 강진숙, 2002), 해결 방법으로 정보 활용 교육과 미디어 교육적 차원에서 많은 투자가 이루어지고 있다(박은희, 2007; 최두진 외, 2006; 강진숙, 2007).

하지만 방송시장의 경쟁이 이루어지고 있는 현재 방송부분에서도 정보격차 못지않은 방송소외 현상이 나타나고 있고, 방송소외를 극복하기 위한 정책적 지원이 본격적으로 시작되었다. 지상파, 케이블 TV, 위성방송, DMB, IPTV 등의 출현은 기존 방송공익성에서 추구해 오던 공공서비스를 보편적 서비스로 변화시켜 이용자들의 경제적 지출을 더욱 가중시키고 있다. 경제적 격차 등에서 비롯된 계층 간의 차이는 프로그램 선택의 격차를 보이기도 한다(윤석민·송중현, 1998). 경제적 격차에서 발생하는 문제는 정부 및 각 공공기관의 지원으로 해결될 수 있는 하드웨어적 문제라 할 수 있다. 하지만 경제적 격차가 아닌 소프트웨어 부분과 이용자 특성에서 발생하는 문제라면 경제적 지원뿐만 아니라 소프트웨어적 제도 마련과 개인특성에 따른 지원이 병행되어야 한다.

이러한 문제를 해결하기 위해서 얼마 전 방송통신위원회는 2012년 디지털 전환시점까지 총 435억 원을 투입해 방송 소외계층의 방송접근권 확대를 위한 장애인 방송수신기 보급, 장애인 시청지원 방송프로그램(자막방송 100%, 수화방송 5%, 화면 해설방송 10% 편성 목표) 확대 정책을 추진할 예정(김록환, 2009. 3. 24)이라고 발표한 것 역시 같은 맥락이라 할 수 있다.

방송소외계층을 위한 지원 정책이 중요한 이유는 정보격차에서 발생하는

사회적 소외가 발생하기 때문이다. 방송은 우리 사회의 문화를 구성하는 하나의 중요한 수단인 동시에 여가를 즐기는 중요한 도구이기 때문이다. 따라서 방송소외는 사회 참여기회를 박탈하는 것으로 개인적, 사회적 범주의 불평등을 강화시키는 악순환구조를 갖고 있다. 일종의 디지털 악순환(digital vicious circle)에 허덕이듯 방송 소외로 인한 문제를 초래하게 되는 것이다(강홍렬 외, 2002). 물론 우리 사회에는 기존의 불평등 요인들이 수없이 존재한다. 방송 소외는 경제와 교육적 요인과 같이 기존 개인 또는 사회적 지위범주에서 결정되어진 불평등 구조에 의하여 발생한 불평등 현상이 장기적으로 지속될 수 있음을 보여준다. 결국 방송 소외나 방송배제를 경험하고 있는 집단이나 개인의 경우 우리 사회로부터 오랜 기간 동안 소외와 배제를 당하고 있다고 볼 수 있다.

이와 같은 방송 소외계층을 보호하고 시청권을 확보해 주는 것은 국가적 차원에서 구성원들이 인간다운 삶을 영위할 수 있게 도와주는 동시에 사회적 통합과 사회발전에 이바지 할 수 있기 때문이다. 아울러 산업적 차원에서는 상업적 이익만을 추구하는 것이 아니라 사회적 기여에 해당하기 때문에 해당 사업자들 역시 적극 동참해야 한다. 방송사업자들은 시청자 복지를 추구함으로써 일정 범위의 방송서비스를 최고 수준으로 제공하고 이로 인해 시청자 범위를 확대하는 효과와 더불어 방송의 공익적 역할을 준수하게 되는 것이다. 시청자의 입장에서는 사회적 소외와 문화적 소외를 탈피하고 보다 풍요로운 정보추구와 사회적 현실을 파악하는 동시에 폭넓은 문화적 소비를 통해서 삶에 안정감을 찾을 수 있을 것이다.

결국 방송소외 계층에 대한 지원정책은 우리사회를 발전시키는 밑거름이 된다. 더욱이 디지털 기술의 발전으로 다양한 매체의 출현은 다중매체 이용이나 다매체를 이용 할 수 있는 환경을 구축하였다. 따라서 기존 방송소외계층에 대한 시청권 확보와 방송 수용자 복지는 디지털 시대 최소한의 보호 장치라 할 수 있다. 특히, 기존 방송소외 계층뿐만 아니라 새로운 방송소외계층에 대한 대비 역시 필요하다. 새로운 방송소외계층은 외국인 노동자나 외국이 유학생이 포함될 수 있을 것이다. 방송의 디지털화·융합화에 따라 방송 소외계층 대상이 확대되고 있으며 소외 정도 역시 심화될 것으로 예상된다. 특히, 현재 우리나라에서 추진하고 있는 IPTV와 디지털 방송전환 정책은 방송소외계

층을 지금보다 더 확대 재생산할 가능성이 있다. 이러한 문제를 사전에 예방하기 위해서는 정보격차뿐만 아니라 시대적 변화에 맞춰 방송 수용자복지라는 개념 논의가 활발하게 논의되어야 한다. 수용자복지는 정보격차를 포함한 수용자 측면에서 미디어복지를 구현하는 개념으로써 사회복지제도의 하위개념으로 이해되고 있다. 따라서 방송소외계층에 대한 논의는 수용자복지에 포함되는 논의이기도 하다.

이러한 맥락에서 방송 소외계층의 적극적인 방송 참여를 통한 사회통합 기반으로 방송 소외계층에 대한 제도적 지원이 중요한 문제이자 정책이라 할 수 있다. 그러므로 방송소외계층에 대한 보호 및 지원이 사회적 균형발전과 민주주의 발전에 큰 역할을 할 것으로 기대한다.

2) 연구의 필요성

정보격차 혹은 디지털 격차는 정보기기의 보유 여부와 정보 기술 활용에 따른 정보격차 해소방안에 대해서 지원방법을 달리해야 한다. 방송소외 역시 TV구매에 대한 직접적인 지원과 프로그램 지원이라는 두 가지 차원에서 방송소외를 극복해야 한다. 디지털 테크놀로지 도입은 수용자에게 이용성(affordability)과 방송 프로그램의 접근(access)이라는 사회적 문제들을 야기하고 있다. 아날로그에 비해 상대적으로 고가인 디지털 텔레비전 수상기는 수용자들에게 보편적 서비스를 접하기 위해 단말기를 구매야 하는 비용의 문제와 작동방식 그리고 선호 프로그램 선택 여부 등의 문제가 제기되고 있다. 이미 일부 저소득층은 구매 부담으로 인해 디지털 전환 정책의 가장 저항적 수용자가 되어가고 있다. 특히 아날로그 방송이 중단되면 디지털로 전환하지 못한 일부 계층과 집단들에게는 방송 시청이 더욱 어려워질 전망이다. 이는 새로운 기술에 대비하지 않거나 새로운 기술을 수용하지 않음으로써 나타나는 문제이다.

오늘날 방송은 누구나 누려야 하는 보편적 서비스로 이러한 서비스 이용 권리의 박탈은 심각한 사회적 격차가 발생하는 상황을 만들고 있다. 따라서 디지털 디바이드는 두 가지 측면에서 그 심각성을 이해할 필요가 있다. 첫째는 하드웨어

적 측면으로 기기구입, 기기 이해나 활용 등의 문제로 경제적인 측면과 기술적인 측면이라 할 수 있다. 둘째는 소프트웨어적 측면에서 기기가 제공하는 프로그램 접근, 원하는 프로그램 선택성 등의 문제이다.

우리나라뿐만 아니라 외국에서도 이러한 문제를 해결하기 위해서 국가적 차원의 정책이 지속적으로 추진되고 있다. 영국은 2006년 7월 현재 전가구의 72.4%가 디지털 TV를 채택하고 있는 것으로 밝혀졌다(Ofcom, 2006). 영국의 이러한 디지털 전환과정은 정부와 제조사, 유통업체, 소비자들이 참여한 국가적인 사회 합의가 있었기에 가능했다. 영국의 디지털 전환정책은 무엇보다 디지털 전환 과정에서 보편적 서비스 정책에 따른 방송 소외 대상을 정확히 파악하고 이에 대한 체계적인 대책을 마련하고 있는 것이 특징이다(정군기, 2007). 미국의 경우 FCC를 중심으로 소외계층 우대 방송정책을 실시하고 있으며 소수집단의 필요와 이익을 반영하는 프로그램 편성 확보라는 목적으로 실시되었다. 그밖에 일본, 프랑스, 호주 등에서도 방송소외계층을 위한 지원과 프로그램이 실시되고 있다.

이러한 소외계층 지원과 정책은 크게 국가와 사회 그리고 작게는 한 인간의 커뮤니케이션 활동과 관련된다. 커뮤니케이션은 인간이 갖는 기본 권리와 같다. 터치너와 그의 동료들은(Tichnor, et al., 1970) 매스 커뮤니케이션 관점에서 방송이 서로 다른 사회적 계층의 구성원들 간에 지식을 증가시키는 효과를 갖는다고 지적한 바 있다. 또한 사회 구성원들의 지식은 추가적인 정보 유입에 따라 늘어나지만 높은 사회경제적 지위에 있는 사람들의 지식이 더 많이 증가된다고 주장하고 있다. 오늘날과 같은 사회에서 인터넷 서비스 및 새로운 방송 서비스 등은 인간의 기본적인 의사소통욕구를 충족시켜 주는 일종의 사회필수재의 성격을 갖고 있으며 사회경제적으로는 최저생활 유지시켜주는 생계제로 보아야 한다. 따라서 누구나 최저생활을 수준의 정보서비스를 누릴 수 있는 권리는 보호되어야 한다(임명배, 2003). 정보 및 방송매체를 제대로 접촉할 수 없다는 것은 사회적 장애로 인식되고 있다(Compaine, 2001). 정보 및 방송매체의 소외로 인해 나타나는 사회적 장애의 심각성은 단순한 불평등 요인이 아니라 다른 사회적 불평등 요소와 연계하여 상호 상승작용을 일으켜 사회적 불평등을 심화시키고 사회갈등을 일으키는 순환적 인과성을 갖고 있다(성이중, 2001).

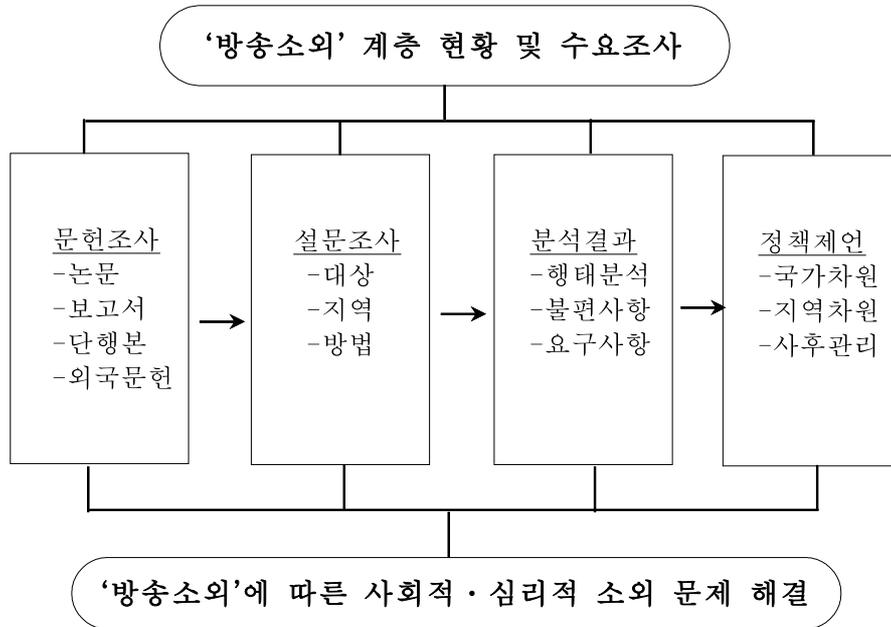
이러한 디지털 디바이스를 해소를 위해 두 가지 주장이 맞서고 있다. 하나

는 디지털 디바이드 해소를 위해서 국가 정책이 우선되어야 한다는 주장(강은미, 2001)과 보다 쉬운 기술개발을 통해서 이를 해결해야 한다는 시각이다(노병성, 2001). 하지만 보다 쉬운 기술을 개발하는 것 자체는 현재 방송소외계층에 대한 지원이 될 수 없다. 단지 정보 기기에 대한 이용의 편리성 문제를 해결하는 방안이 될 뿐이다. 김영덕(2002)은 그 동안 정보통신이나 행정적 영역에서 집중 연구되어 왔던 디지털 디바이드 문제를 방송의 영역에서 분석하였다. 그는 디지털 디바이드 개념이 인터넷 기반의 정보통신 영역을 넘어서 디지털 방송과 방송통신의 융합 환경 아래의 방송영역에서 충분히 적용할 수 있다고 보았다.

따라서 디지털 융합 환경에서 방송소외계층에 대한 수요를 조사해 국가 정책에 반영함으로써 방송소외계층에 대한 지원과 장기적인 지원 프로그램이 마련되어야 함은 국가적 차원에서 그리고 한 인간 측면에서 정상적인 생활을 하기 위한 필수조건이라 할 것이다. 이에 본 연구는 디지털 융합환경에서 방송소외계층이 갖고 있는 방송 시청에 필요한 요구사항을 중심으로 조사하여 분석함으로써 앞으로 우리나라에서 시행되는 가장 큰 방송환경의 변화라 할 수 있는 디지털 방송전환에 대한 사전 준비와 대책 마련에 중요한 자료가 될 것으로 예측한다.

2. 조사범위와 방법

본 조사연구는 방송소외계층으로 분류되는 노인, 장애인, 저소득층 등에 대한 방송이용 현황과 소외 정도, 요구사항, 만족, 불만 등을 중심으로 설문조사를 실시하였다. 이에 본 연구에서 설정한 방송소외계층은 노인, 장애인, 저소득층이며 이들에 대한 조사를 바탕으로 국가적 차원의 소외 해결 방안을 도출하고자 하였다. 방송소외계층에 대한 설문은 미리 조사자들의 사전 문헌 검토와 사전 인터뷰를 통해서 구조화된 설문지를 이용하였다. 이러한 조사를 기반으로 방송소외계층의 전반적인 TV 이용 현황을 파악하고 방송 소외계층에 대한 대책을 마련할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.



<그림 1> 조사절차 및 방법

방송 소외계층에 대한 개념 설정 및 범위를 규정하고, 방송 소외계층에 대한 수요조사를 통해서 분석결과를 바탕으로 정책 제언을 하고자 하였다. 이에 본 연구의 조사방향과 조사 목적을 달성하기 위해서 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제1. 방송소외계층의 TV 시청 행태는 어떻게 나타나는가?

본 연구문제는 방송소외계층이라고 할 수 있는 집단의 방송이용행태를 알아보하고자 한다. 이에 해당하는 조사 항목으로는 방송이용 시간, 이용량, 주이용 장소, 선호 프로그램, 선호 채널 등을 알아보하고자 한다. 아울러, 방송이용행태에서 특정 프로그램을 이용하고자 하는 욕구를 충분히 충족시키고 있는가를 알아보고, 불만족을 느낀다면 이러한 불만이 심리적으로 사회적 소외감에 영향을 미치는지 알아보았다.

연구문제2. 방송소외계층이 갖는 TV 시청의 가장 큰 문제점은 무엇인

가?

연구문제 2는 기존 방송매체 및 프로그램에 대한 불만사항은 무엇이 있는지 알아보려고 하였다. 따라서 시간대, 프로그램 장르, 프로그램 질, 프로그램 내용 등을 기반으로 조사하였다. 아울러 집단별 차별적 질문을 통해서 자막, 수화, 해설 방송에 대한 수요조사를 실시하였다. 이와 함께 방송소외계층의 요구를 파악하고 방송 시청시 필요한 사항에 대해서 조사대상자들의 수요를 알아보았다.

연구문제3. 방송소외계층은 디지털 방송에 대한 이해와 수용이 어떻게 나타나는가?

본 연구 문제는 실질적으로 디지털 융합시대 방송소외계층에 대한 요구사항을 반영한 것이다. 따라서 디지털 방송에 대한 인지, 기술수용, 지원정책 등이 디지털 방송전환 수용정도에 영향을 미치는가에 대해서 파악하였다. 아울러 디지털 방송전환 수용정도가 낮은 조사대상자가 있다면 그 이유를 찾아보고자 하였으며, 앞으로 방송 시청시 요구되는 사항을 분석하였다.

연구문제4. 방송소외계층을 위한 장기적 지원방안 및 정책은 어떻게 설정되어야 하는가?

연구문제 4는 앞서 제시한 연구문제 1, 2, 3을 기반으로 방송소외계층의 수요를 충족시킬 수 있는 정책은 무엇인지 탐구하는 과정이다. 집단별 지원방안이나 정책이 다르게 나타날 것으로 예측한다. 따라서 각 집단에 맞는 정책이 마련되어야 한다는 점을 감안하여, 노인, 장애인, 저소득층 별 차별화된 지원정책의 필요성을 제기하고자 한다.

본 연구조사는 방송환경의 변화에 따른 방송소외계층과 방송소외계층의 변화를 조사하고 그들의 수요에 따른 지원정책을 마련하고자 연구문제를 설정하였다. 아울러 연구문제를 해결하기 위해서 국내외 문헌을 검토하여 다매체·다채널 시대 방송소외계층의 범위 및 대상을 설정하였다. 이를 바탕으로

방송소외계층에 대한 설문조사를 위해서 설문구성 변인을 추출하여 설문에 반영하였다. 방송 소외계층 수요조사에 반영된 설문은 크게 5가지로 구성되었다. 인구통계학적 속성, 방송이용 현황, 요구사항, 만족도, 불만사항 등으로 구성되었다. 이러한 설문조사를 통해서 분석된 결과를 바탕으로 방송환경 변화 전망 및 향후 소외계층 변화에 대응할 수 있는 정책적 제안을 제시하였다.

3. 연구의 기대효과 및 활용방안

본 연구는 앞서 언급한 바와 같이 디지털 융합 환경에서 방송이라는 문화적 향유 수단에서 소외되었던 계층을 지원하기 위한 방안을 찾는 데 목적이 있다. 방송 시청은 끊임없이 변화하는 사회 환경 속에서 이슈와 의제를 공론화 시키는데 매우 유용한 도구다. 따라서 방송소외계층을 위한 복지의 여러 가지 과제들을 해결함으로써 사회적 합의와 통합을 이루고 삶의 질을 높이는 데도 기여할 수 있을 것이다(김미혜·유경, 1996). 이와 같은 맥락에서 본 연구는 급변하는 방송환경의 변화에 대응한 소외계층 지원정책 비전 등을 제시, 정책 수립에 활용하고 예방적 차원의 소외계층 지원 정책에 활용이 가능할 것이다.

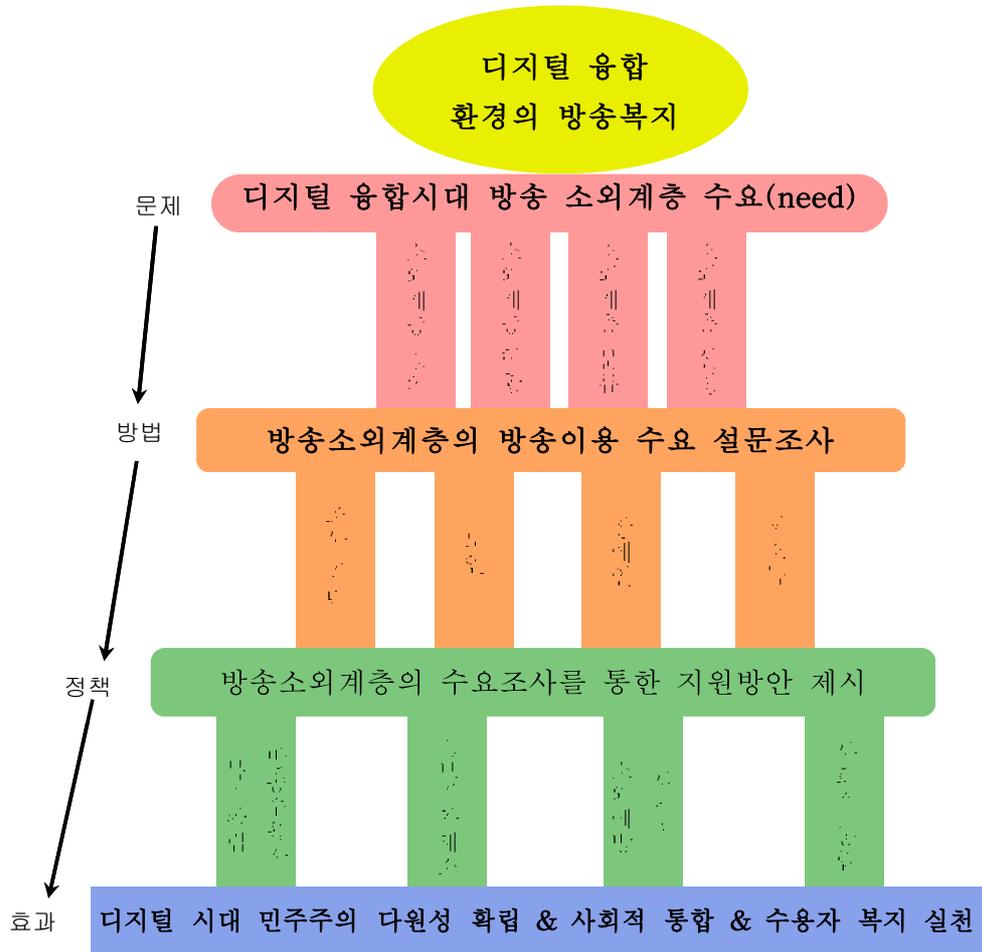
□ 활용방안

- 국가적/사회적 방송소외계층에 대한 공론화를 통해서 방송소외계층의 현황 및 요구사항을 반영함으로써 민주시민사회 확립에 기여할 것이다.
- 방송소외계층에 대한 조사는 방송의 역할과 사회적 책임에 대한 문제를 부각시키는데 기여할 것이다.
- 디지털 융합시대 정보격차를 줄이는데 방송소외계층에 대한 조사는 큰 기여를 할 수 있을 것이다.
- 방송소외 현황 및 요구는 방송소외에 대한 문제를 풀어나가는데 있어 큰 의미를 부여할 것이다.
- 정부 및 지역 기관에서 방송소외계층에 대한 정책 수립에 의미 있는 자료를 제공할 것이다.

- 방송은 우리사회에서 필수 문화요소로 ‘방송소외’는 곧 사회적 소외로 연결된다. 그러므로 사회적 소외를 해결하는 방안으로 활용될 수 있다.
- 학문적으로 이론적 논의와 실용적인 부분이 가미되어 인간중심적인 방송정책 마련에 활용될 수 있을 것이다.
- 방송소외에 대한 프로그램개발, 지침서 제작 등과 관련되어 활용될 수 있을 것이다.
- 방송소외계층을 위한 방송정책 마련에 큰 의미를 부여할 것이다.

□ 기대효과

- 방송소외계층에 대한 수요조사를 통해서 그들이 사회적으로 소외되지 않았다는 믿음과 국가적 관심을 보여줌으로써 함께하는 사회를 구성하는데 큰 의미를 부여할 것이다.
- 복지 개념의 확대로 방송소외계층에 대한 미디어복지를 실현하기 위한 기초자료로 활용되며, 이러한 자료를 기반으로 미디어복지 확립에 큰 기여가 있을 것이다.
- 실질적인 조사를 통해서 얻어진 데이터는 매우 귀중한 자료로 각 지방의 행정기관이 이와 유사한 방법을 통해서 소외계층에 대한 조사를 실시하고 결과를 얻을 수 있는 좋은 본보기가 될 것으로 기대한다.
- 무엇보다 우리 사회의 약자를 보호하고, 지원해 줄 수 있는 당위성과 효율성을 제공하는 자료로 이용될 수 있다.
- 국가적 차원의 복지개념 세부추진 전략을 수립하는데 필요한 자료이며, 이를 바탕으로 미디어복지 혹은 수용자 권리추구 방향이 재설정 될 수 있으며, 나아가 방송소외계층에 대한 새로운 정책변화를 요구하게 된다.
- 방송분야에서 소외계층에 대한 관심과 지원이 확대될 것이며, 이를 통해서 산업적 논리와 공익적 관점 균형을 유지하며 방송산업이 발전하는데 큰 도움이 될 것이다.



<그림 2> 본 연구조사의 연구흐름과 목적

디지털 융합시대 방송소외계층에 대한 문제는 실질적인 현장조사를 통해서 그들의 수요와 욕구 그리고 앞으로 있을 디지털 방송 전환과 관련된 조사를 바탕으로 정책이 마련되어야 한다. 이러한 조사 결과를 바탕으로 크게는 정보격차를 해소하고 방송수용자 복지를 확립하는 동시에 국가적 차원의 통합을 이룩하는데 기여함으로써 방송의 사회적 책임과 공공성이 확립될 수 있을 것이다.

Ⅱ. 방송 소외 문제와 지원정책

1. 방송 소외계층 개념과 분류

1) 소외계층의 개념과 의미

소외(alienation)는 현대사회에서 빈번히 사용되는 개념임에도 불구하고 정의하기 매우 어려운 개념이다. 흔히 소외는 ‘자신이 속한 사회, 노동, 자아로부터 멀어지거나 분리된 듯한 감정상태’를 말한다. 사회과학에서 ‘소외’는 여전히 어려운 개념이며 각 학문분야에 따라 정의에 다소 차이가 있다. 그럼에도 불구하고 소외는 보편적으로 무력감, 무의미성, 무규범성, 문화적 소외, 사회적 고립, 자기소외의 의미를 포함하고 있다. 무력감은 자신의 운명이 자기 스스로의 통제에 따르지 않고 외적인 힘이나 숙명, 또는 운이나 제도의 작용에 의해 결정되는 듯한 감정을 의미한다. 무의미성은 사회생활이나 대인관계와 같은 모든 활동영역에서의 이해가능성 또는 일관된 의미가 없어 삶에 대한 전반적인 목적을 상실한 상태를 의미한다. 그리고 무규범성은 공유된 사회적 행위규범을 지키지 않음으로써 광범위한 비행의 확산, 불신, 무제한적인 개인의 경쟁 등을 초래하는 것을 말한다. 문화적 소외는 사회의 기준가치들로부터 떨어져 있는 감정으로, 예를 들면 관습적인 제도에 대한 지식인이나 학생들의 저항에서 볼 수 있는 감정을 의미한다. 사회적 고립은 사회적 관계에서 느끼는 고독감이나 배척감, 즉 소수집단의 구성원들 사이에서 나타나는 고립감을 말한다. 마지막으로 자기소외는 자기 스스로에 대해 느끼는 괴리감을 말한다.

이에 본 연구에서는 문화적 소외와 사회적 고립을 ‘소외’라는 개념으로 사용하였다. 따라서 소외는 ‘사회의 기존 가치들로부터 떨어져 있어 고독하고 사회적 배척감이 들며, 일반적인 사람들보다 사회적 고립감이 높게 나타나는 상태’라고 정의한다. 이러한 개념의 소외는 소수와 구별되는 개념이다. 일반적으로 소외계층의 의미로 사용되는 ‘마이노리티(minority)’라는 용어는 수적소수라는 개념이 강조된 것으로 엄밀한 의미에서 볼 때 정확한 표현이라고 보기 어렵다. 보통 방송의 소수 계층으로는 여성, 어린이나 청소년, 장애인, 노인, 지

역민, 소수인종 등으로 구별하기도 하지만 소외는 단지 수적 열세보다는 특정 집단을 방송 수용자의 권리로부터 소외시키는 불공평한 차별성에 근거하고 있기 때문이다. 특히 취양에 따른 문화적 선택 기준으로 하위 집단이나 기존의 도덕, 가치 등에 저항하는 집단들 또 사회변화로 인해 새롭게 생겨난 집단들 예를 들어, 외국인 노동자나 유학생, 퇴직자를 포함하기 위한 새로운 개념정의가 필요한 실정이다. 현재 우리사회에서 방송 소외의 새로운 집단으로 부상하고 있는 외국 노동자나 융합 환경에서 정상적으로 방송을 시청하지 못하는 사람들을 방송소외계층으로 상정할 필요가 있다(이경자, 1999).

이러한 관점에서 볼 때 마이너리티 프로그램은 ‘물리적, 문화적 특징으로 인해 편견이나 차별대우를 받고 있는 계층에 대한 프로그램 즉, 동일한 알 권리와 표현의 권리가 있음에도 불구하고 그들의 권리행사에 차별지어지는 계층의 프로그램’이라고 정의 될 수 있다. 이는 수와 관련되기 보다는 편견과 차별에 의한 소외에 초점이 맞추어진 정의라 할 수 있다(안정임, 2004). 블레이크(Blalock, 1982)은 ‘마이너리티, 즉 소수계층’의 지위에 대한 논의에서 단순히 수적인 기준에 의한 ‘피지배 집단’이라고 해서 모두 소수계층이라고 볼 수 없으며 마찬가지로 ‘지배계층’이라고 해서 모두 다수 계층인 것이 아니라고 지적하였다. 따라서 마이너리티는 소외에 대한 정확한 표현이 될 수 없다.

박홍수(1983)는 ‘마이너리티’의 개념을 다음 네 가지 특징으로 설명한다.

첫째, 마이너리티는 매조리티(majority)와 구별되는 물리적 혹은 문화적 특징을 가진다. 이때 물리적 특징은 문화적 특징보다 더 두드러지게 나타나지만 경우에 따라서 문화적으로 마이너리티 성원이 매조리티 문화를 수용함으로써 매조리티 구성원으로 인정받을 수도 있다.

둘째, 마이너리티 계층은 아무리 수적으로 크다 할지라도 매조리티 계층에 의해 지배 받는다. 이러한 사회적 계층 구조에서 분명히 드러나는 것은 한정된 재화나 서비스, 이권 등을 차지하기 위한 경쟁에서 지배계층은 마이너리티 계층을 동등한 기초위에서 경쟁할 기회를 제한함으로써 원하는 자원의 접근을 막는다.

셋째, 마이너리티 성원들은 동등한 대우를 받지 못한다. 다수의 구성원들은 마이너리티 집단의 문화나 물리적 특성이 자신의 것보다 열등하다보고 이러한 상징된 열등의식을 통해 마이너리티 계층에 대한 부당한 대우를 정당화

한다.

넷째, 마이너리티란 용어는 절대적이고 고정된 집단이 아니라 시간적, 공간적 상황에 따라 변할 수 있는 인간의 부류개념으로 사용되어야 한다.

이러한 혼란스러운 개념 속에서 방송 소외계층을 양적 기준과 질적 기준을 바탕으로 4가지 유형으로 나누기도 한다. 혜택 받는 사회적 소수(privileged minority), 혜택 받지 못한 소수(underprivileged minority), 혜택 받은 엘리트 소수(privileged minority), 혜택 받지 못한 사회적 다수(privileged mass)가 그것이다. 여기서 크게 혜택 받은 자와 혜택 받지 못한 자의 구분으로 혜택은 무엇으로부터의 혜택이며 어떠한 혜택인가를 분명히 할 필요가 있다.

이와 같은 논의를 기반으로 본 연구는 방송소외계층을 다음과 같이 정의한다. 방송소외계층이란 ‘사회적, 문화적, 경제적, 신체적으로 기존 방송 시청자들과 구별되는 집단으로 노인, 장애인, 외국인 노동자가 자신이 원하는 방송 플랫폼이나 프로그램을 자신의 욕구에 맞게 선택하여 사용하지 못하는 사람 혹은 집단’으로 정의한다. 이는 사회적, 문화적 소외에 대한 개념 접근이라 할 것이다.

그동안 방송 소외를 매체 혹은 플랫폼 선택권에 대한 문제로 국한시켜 논의 하였다. 아울러 소외계층을 대상으로 방송에 대한 논의 중 가장 빈번하게 언급된 것이 바로 프로그램 편성 상의 배려부족이었다. 이는 프로그램 내용에 있어 특정집단에 대한 왜곡된 묘사나 편견에 대한 논란이다. 방송프로그램이 소외계층에 대한 고정관념(stereotype)적인 묘사를 통해서 부정적인 이미지를 형성시킨다는 비판은 꾸준히 제기되어 왔으며, 특히 여성 및 노인, 장애인, 유색인종, 특정 국가 등에 대한 왜곡된 내용이 대표적인 문제로 지적되고 있다.

이에 대한 구체적인 정책 사례로 영국의 ‘채널 4’에 대한 이해가 필요하다. 영국의 ‘채널 4’는 소외계층의 이념과 이익을 대변하기 위해서 1982년 시작한 방송으로 알려져 있다. 기존의 영국방송이 영국사회의 문화를 풍부하게 하는데 기여하는 것이 아니라 자신의 생존과 수용자의 단기적인 인기에 영합한다는 비판을 토대로 설립된 것이다.

1960년대와 1970년대 혼란스런 사회상황에서 공영방송 BBC는 옥스퍼드와 캠브리지 출신의 잉글랜드 엘리트들에 의해 주도되어 왔다. 이에 따라 중산층 이상의 문화적 성향을 기반으로 하였기에 웨일즈, 아일랜드 민족과 노동자, 여

성 등 소수계층에 대한 봉사가 미약하다는 비판을 받으면서 1974년 애넌 위원회(Annan committee)를 결성하였다. 이 위원회는 기존 방송계가 수용하지 못했던 사회의 다원적인 목소리를 수용할 수 있는 채널의 신설을 제안한 것이다. ‘채널 4’는 시청률보다 내용과 형식에 있어서 창조적인 혁신과 실험을 장려하고 소수 계층 수용자를 목표로 방송하였으며 그들의 참여를 확대시켰다. 여성, 흑인, 청소년과 장애인, 소수민족, 그리고 자유주의자와 동성연애자에 이르기까지 영국사회에서 소외되었던 소수계층들이 ‘채널 4’를 통해서 자기들의 이익을 대변할 수 있는 장을 마련하게 된 것이다(세계방송정보, 1992).

2) 방송 소외계층에 대한 분류

사회과학에서 소외라는 개념은 여전히 어려운 개념이며 각 학문분야에 따라 다양하게 정의하여 사용하고 있다. 그럼에도 불구하고 소외는 보편적으로 무력감, 무의미성, 무규범성, 문화적 소외, 사회적 고립, 자기소외로 분류하고 있다. 시맨(Seeman, 1959) 역시 소외를 6가지 양상으로 분류한다. 무력감(powerlessness), 무의미성(meaninglessness), 무규범성(normlessness), 가치상의 고립(value isolation), 자기소외(self-estrangement), 사회적 고립(social isolation)이다. 특히 여기서 방송소외부분과 관련된 것은 3가지로 압축할 수 있는데 무력감, 가치상의 고립, 사회적 고립이다.

무력감은 자신의 행위가 개인적·사회적 보상이 발생하도록 통제할 수 있는 것에 대한 낮은 기대감을 말한다. 즉, 소외된 사람에게 이와 같은 통제가 외적 힘, 강한 타자, 행운 또는 운명에 맡겨져 있는 것처럼 보인다. 시맨은 이러한 소외의 형태가 참여의 정도가 낮은 사람, 흑인이나 기타 소수인종에서 높게 나타난다고 하였다. 가치상의 고립은 무환(無換)적 소외라고도 할 수 있다. 일반적으로 사회에서 통용되는 목적이나 행위에 대한 낮은 보상가치의 부여라고 할 수 있다. 사회적 고립은 고독감이나 거부 및 거절의 감정으로 나타나는 포용이나 사회적 수용에 대한 개인의 낮은 기대감이다. 예를 들면 노인층, 병약자 및 눈에 잘 띄지 않는 일종의 ‘낮선 사람들’이라 할 수 있다.

이와 같은 의미를 포함하여 안정임(2004)은 소외계층을 다음과 같이 분류

하기도 하였다.

첫째, 권력상의 소외계층이다. 이 계층은 시민의 소외양상 중 ‘무력감’에 기초한 것으로 자신에 대한 스스로의 통제력, 또는 사회에 대한 영향력을 갖추지 못한 계층을 지칭한다. 숫자상의 크기에 관계없이 방송에 대한 접근권이 나 프로그램 선택권 등에서 소외되어 있는 계층이며 대표적으로 여성과 어린이/청소년, 소수인종 등을 포함한다.

둘째는 관계상의 소외계층이다. 이 계층은 ‘사회적 고립’으로 분류된 소외양상에 기초한 것으로 사회주류와 상호작용에 있어서 고립되어 있거나 거리감을 갖고 있는 집단을 지칭한다. 여기에는 노인층, 장애인, 지역민 그리고 외국인 노동자 등이 포함될 수 있다. 또한 조기 정년자들, 명예퇴직자들, 계약제 등으로 인해 사회적 주류에서 벗어남으로써 노년층으로 취급받고 있는 중장년층도 여기에 속한다. 이들은 경우에 따라서 경제력이나 구매력을 갖추고 있기도 하나 사회적으로 고립되어 있다는 특성 때문에 방송에서 소외되고 있는 유형이다.

셋째는 문화상의 소외계층이다. 이 유형은 ‘가치상의 고립’ 개념과 유사한 것으로 최근 새롭게 인식되고 있는 취향 문화적 집단을 지칭한다. 이들은 다수 취향 위주의 방송 프로그램에서 소외된 계층으로 소위 고급문화와 정보를 요구하는 지식인 엘리트층이나 다양한 종류의 문화 예술적 취향을 지닌 집단 및 하위 문화집단 등을 포함한다. 미디어 환경이나 사회문화적 변화로 인해 세분화된 취향집단을 계속 생겨날 전망이다. 이들이 방송을 통해서 자신의 욕구를 충족시키지 못할 경우 문화적 소외계층으로 분류될 수 있다.

넷째는 도덕/규범상의 소외계층이다. 이 계층은 ‘무규범성’과 비교적 유사한 개념의 소외계층으로 여기에는 ‘가치상의 고립’ 개념도 일부 포함된다. 주로 사회전반적인 도덕관념이나 규범과는 다른 가치를 지닌 집단을 의미하는데 대표적으로 현재 새롭게 등장하고 있는 호모섹슈얼리티 즉, 동성애자나 에이즈 환자 집단 등이 해당될 것이다. 이들은 프로그램 선택권 측면보다 자신의 의견이나 태도를 방송을 통해서 표현할 수 있는 참여와 표현의 소외를 경험하는 집단이다.

이와 같은 기준으로 볼 때 방송소외계층에 해당하는 사람들 혹은 집단을 분류하면 노인들, 장애인들, 저소득 가정, 외국인 등이 해당하는 사람들이다.

특히 최근 방송소외계층으로 노인계층, 장애인, 저소득층이 언급되고 있다. 노인들은 소득이 없고, 기존 가치관에 사로잡혀 새로운 기술이나 문화를 받아들이기 힘들며, 사회활동이 부족하여 사회 고립이 나타나기도 한다. 실질적으로 소외계층의 가장 큰 문제는 경제력에 있다고 볼 수 있다. 노인층, 장애인, 저소득층 역시 경제적 여유가 없으므로 아무리 사회적, 문화적 소외가 극복된다 하여 경제적으로 매우 열악한 상태는 벗어나기 힘들다. 따라서 그들은 경제적으로 매우 열악한 상황에서 방송소외라는 문화적·사회적 소외가 가중되고 있다고 볼 수 있다.

우리나라에서도 방송소외계층에 대한 우선적 지원은 경제적으로 빈약한 집단을 대상으로 활발히 이루어지고 있다. 각 공공기관이나 사회단체에서 지원하는 기준 역시 노인이나 장애인 그리고 저소득층에 대한 방송 수신기 지원이 이루어지고 있다. 노인이나 장애인의 경우 경제적으로 빈약할 뿐만 아니라 신체적으로 정상적인 방송 시청이 불가능한 대상이라고 할 수 있다. 아울러 최근 외국인에 대한 방송소외의 문제 역시 제기되고 있다. 국제결혼, 외국인노동자, 유학생, 이민자 등 이들 역시 우리사회에 소속된 일원으로 방송이라는 문화를 추구할 권리를 갖는다고 볼 수 있다. 따라서 향후 이들에 대한 논의와 정책적 지원이 마련되어야 할 것이다.

3) 방송 소외에 대한 패러다임 변화

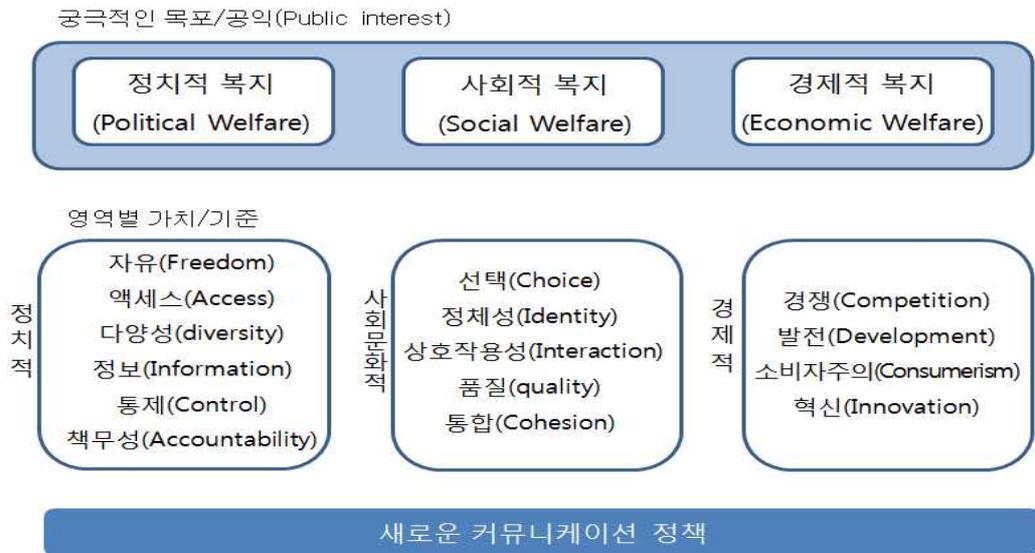
우리나라는 그동안 방송 소외를 매체 즉, 플랫폼 선택권에 대한 문제로 국한시켰다. 정보격차나 디지털 격차 역시 기기 사용이나 접근성에 대한 문제를 심각하게 고려한 것이다. 하지만 최근 들어 기기접근성이 아닌 기기를 통한 프로그램 활용상의 문제로 논의 방향을 변화시키고 있다. 이러한 논의들 가운데 방송 소외계층을 대상으로 소외의 새로운 논의 가운데 가장 빈번하게 언급된 것이 바로 프로그램 편성 상의 문제이다. 이는 크게 두 가지 측면에서 살펴볼 수 있다. 하나는 프로그램 내용에 있어 특정집단에 대한 왜곡된 묘사나 편견에 대한 많은 논란이 발생하면서 특정 집단이나 직업군에 대한 왜곡된 편견을 심어준다. 방송프로그램이 소외계층의 스테레오타입적인 묘사를 통해서

부정적인 이미지를 형성시킨다는 비판은 꾸준히 제기되어 왔다. 이러한 집단에는 여성 및 노인, 장애인, 유색인종, 특정 국가 등은 내용 왜곡의 대표적인 대상으로 지적되고 있다. 다른 하나는 방송소외계층이 자신이 원하는 매체를 소유하고 있다 하더라도 그들이 원하는 프로그램을 선택하지 못하거나 제대로 이용할 수 없다는 문제가 발생한다. 프로그램의 자유로운 이용이 어려운 이유는 노인, 장애인 등에서 발생하는 문제로 난청노인이나 난청 장애인, 혹은 시각 장애인 등이 겪는 문제라 할 수 있다.

디지털 미디어의 출현과 융합 환경은 기존 방송 소외계층 뿐만 아니라 새로운 소외를 양산하는 현상을 보이고 있다. 이에 따라 그동안 사회적 복지 관점을 적용한 미디어 복지 혹은 시청자 권리 향상을 위해서 많은 논의와 투자가 이루어졌다. 우리나라에서도 역시 수용자 복지 향상에 관한 많은 연구가 이루어지고 있다.

켈렌버그와 맥퀘일(Cuilenburg & McQuail, 2003)은 미디어 환경변화에 따른 미디어 정책과 텔레커뮤니케이션 정책의 융합이 필요함을 역설하면서 새로운 커뮤니케이션 정책 패러다임을 제안한 바 있다. 기존 미디어와 텔레커뮤니케이션을 융합한 환경에서도 궁극적인 목표를 여전히 공익에 있으며, 공익을 추구하기 위하여 세 가지 복지(Welfare)형태인 정치적 복지와 사회문화적 복지, 경제적 복지를 공익의 가치로 설정하였다.

정치적 복지(Political welfare)에 해당하는 이념으로 자유, 액세스, 다양성 정보, 통제, 책무성 등을 들 수 있다. 사회문화적 복지는 선택, 정체성, 상호작용성, 품질, 통합 등을 포함한다. 경제적 복지는 경쟁, 발전, 소비자주의, 혁신 등을 추구한다. 이러한 복지의 궁극적인 목표는 공익을 추구하는 것이라 할 수 있다. 특히 복지는 사회적으로 보호받지 못하거나 경제적으로 풍요롭지 못하여 인간적인 삶을 영위하기 힘들 사람들을 대상으로 소위 ‘사람답게’ 살 수 있도록 국가적 차원의 보살핌이라 할 수 있다.



<그림 3> 미디어 복지의 유형

<출처> Cuilenburg, J. & McQuail, D. (2003). Media policy Paradigm shifts: Toward a new communication policy paradigm. European journal of communication, 18(2), 181-207.

<그림 3>과 같이 정치, 사회, 경제적 관점에서 자유로운 이용이 허락되지 않거나 환경이 조성되지 않는 방송 수용자들 역시 소외계층으로 설정해야 한다. 이들은 방송의 자유로운 시청이 허락되지 않거나 불합리한 조건에 의해서 피해를 받은 사람들 그리고 개인적 환경으로 인해 매체 및 프로그램 접근이 불가능한 사람들이라 할 수 있다. 이들에게 새로운 커뮤니케이션 정책을 통해서 미디어복지를 실현해야 한다. 특히 새로운 매체의 등장으로 기존 매체를 이용하는 사람들이 새로운 서비스를 이용하지 못하는 현상이 발생하지 않게 하는 것 역시 매우 중요한 문제이다.

퀸러버그와 맥퀘일(Cuilenburg & McQuail)의 논의에서 정치적 복지는 자유와 책임을 강조하는데, 공익개념의 시청자권리와 관련된 규범적 가치들을 주로 포함하고 있다. 또한 사회적 복지는 사회문화적 영역에서 프로그램의 내용과 관련된 가치들을 의미하는 것으로, 미디어 선택이나 정체성, 상호작용성,

품질, 통합 등을 포함하고 있다. 경제적 복지는 산업의 효율성을 보장하는 정책 가치를 포함하고 있다. 결국, 쿨런버그와 맥퀘일(Cuilenburg & McQuail)은 수용자복지를 새로운 커뮤니케이션 정책에 반영해야 한다고 주장이다.

이와 같이 수용자 복지를 실시할 때 선별적 접근방법(selective approach)과 사회구성원 전체를 위하여 실시해야 한다는 보편적 접근방법(universal approach) 두 가지가 서로 입장을 달리해 왔다. 다시 말해서, 잔여적 복지(residual welfare)와 보편적 복지(universal welfare) 중 어느 쪽을 선택하느냐가 중요한 정책의제로 대립각을 세워왔다.

미디어 복지, 즉 시청자 복지에서 배제(exclusion) 혹은 소외(alienation)란 어떤 집단의 사람들이 경제적, 정치적, 문화적으로 온전한 참여의 기회와 권리를 누리지 못하고 차별을 겪는 상태(신명호, 2004)로 정의된다. 그러므로 미디어 복지 혹은 시청자 복지는 배제나 소외를 겪는 사람들을 포함하며 넓게는 계층, 집단을 구제하는 것이다. 사회적 소외는 개인이 지리적으로 한 사회에 거주하지만 자신이 통제할 수 없는 이유로 정상적인 시민으로서의 활동에 참여할 수 없는 상태에서 참여를 원하는 경우에 사회적으로 소외되고 있다고 볼 수 있다(강신욱, 2006). 특히, 소외 중 경제적 소외상태란 빈곤, 하층계급, 적절한 고용을 통해 통상적으로 얻어지는 경제적 자원의 부족 상태를 의미한다. 경제적 소외는 단순히 경제적 측면의 소외에서 끝나지 않고, 사회적으로나 문화적으로 많은 문제를 유발할 수 있다. 경제적 빈곤으로 인한 범죄, 문화적 소외로 인한 정보의 부족, 인간소외, 상대적 박탈감 등이 발생한다. 결국, 매체 이용에서 기기의 선택이나 프로그램의 선택성 제약의 문제가 발생할 수 있고 이러한 문제는 경제적 소외로 인해 악순환하는 구조를 갖고 있다.

정치적 소외는 권력에 관여하지 못하거나 의사결정과정에 참여하지 못하는 상태를 말한다(배지연 외, 2006). 현재 방송을 이용하는 시청자들은 공중파, 케이블TV, 위성방송 등 다양한 형태의 플랫폼이 있음에도 불구하고 자신들이 원하는 매체를 자유롭게 선택하기가 힘들다. 아울러 매체뿐만 아니라 프로그램 역시 마찬가지이다. 케이블TV나 위성방송이 실시하는 번들링(bundling)과 티어링(tiering) 정책은 시청자들의 선택권을 축소시키고 있다. 이러한 전략으로 인해 인기 있는 프로그램은 고가에 제공하고 있어 자신이 선호는 프로그램을 시청하기 위해서는 다른 프로그램에 대한 시청료 역시 지불해야하기 때문

이다.

유지열(2002)은 성별, 교육별, 소득별, 정보접근, 정보이용량 그리고 정보의 실제이용 등 정보격차 내용이 갈수록 심해지고 있다고 주장하였다. 특히, 지역 간 정보격차에 있어 정보인식보다는 정보에 대한 접근과 이용이 큰 차이로 나타났다. 수도권과 비수도권의 정보격차를 연구한 김주찬과 민병익(2006)은 지역 간 정보격차의 문제가 여전히 존재하고 있으며, 정보접근과 정보 활용 측면에 대한 문제가 심각하다고 주장하였다. 김경준과 최창욱(2005)은 농어촌 청소년의 정보소외 문제에 대한 탐색적 연구에서 도시의 청소년보다 농어촌의 청소년이 정보기술 사용능력이 떨어진다는 연구결과를 발표하였다. 아울러 농어촌청소년들이 정보추구 영역에서 도시지역보다 소외되었다고 하였다.

한국디지털위성방송은 노인, 장애인 그리고 그들의 가족 800명을 대상으로 ‘사랑의 채널’ 편성 전략 수립을 위한 시청행태조사를 실시한바 있다. 그 결과에 의하면, 이들은 노인, 장애인, 건강 관련 정보를 TV에서 가장 많이 얻고 있는 것으로 나타났다. 또한 인터뷰를 통한 정보성 조사에서 노인들은 건강에 대한 관심이 많았으며, 장애인은 여가 스포츠(leisure sports)와 같은 동적인 활동에 대한 관심이 많은 것으로 나타났다. TV 주 시청시간대는 저녁 8~10시라고 응답한 노인과 장애인층이 가장 많았고, 아침 7~9가 그 뒤를 이었다. TV 시청 불편 사항으로 프로그램 편성의 불균형이라고 응답한 사람이 가장 많았으며, 다음으로 시청 환경의 불편을 들었다. 특히, 장애인의 경우는 모든 프로그램에 자막처리가 필요하다고 응답한 사람들이 많았다. 노인들은 젊은 층을 위한 프로그램은 많은 반면에 노인층을 위한 프로그램은 매우 적다고 인식하는 것으로 나타났다(신유진, 2002).

이와 같은 환경에서 방송소외는 사회적, 문화적으로 매우 심각하고 복잡한 문제를 유발 할 수 있다. 아울러 민주주의 다원성과 개인의 정보추구에도 부정적인 결과를 초래할 수 있다. 이러한 문제를 해결하기 위해서 우리나라뿐만 아니라 외국에서도 많은 노력을 기울이고 있다.

영국은 2005년 현재 약 71.0%의 가구가 디지털 TV를 수신하고 있어 세계 최대의 디지털 보급률을 보이고 있다. 이 과정에서 사회적 약자의 디지털 전환에 필요한 자금 6억 파운드를 지원하였으며, 전체 가구의 약 10.0%가 될 것으로 예상되는 디지털 전환 거부자에 대한 전환 비용의 문제 역시 매우 중요

하게 다루었다. 이에 따라 사회적으로 취약한 집단(75세 이상 노인) 약 450만 명, 신체장애자, 디지털 전환 거부자 등의 문제를 국가 비용으로 부담하는 정책을 추진하였다(정인숙, 2007).

독일은 장애인들에 대한 미디어 접근과 이용을 주제로 많은 연구들이 이루어지고 있다. 이러한 연구들은 장벽 없는 미디어 접근과 이용을 기본 목표로 하여 장애인들의 미디어 능력 촉진에서부터 기술적 지원방안에 이르기까지 매우 다양한 측면에서 지원이 이루어지고 있다. 그 중에서 장애인의 미디어 접근과 이용을 원활하게 하기 위한 웹 디자인 관련저서는 웹 제작과 이용의 실천적 측면에서의 내용을 제시되고 있다. 아울러 장애인들의 웹 이용을 위한 편의성을 구현하기 위해 장벽으로부터의 자유, 이용능력의 증진, 소프트웨어 인간공학의 개발, 텍스트 이해능력의 증진 방안 등이 제안되었다(Hassenbach, 2004).

국내에서는 주로 정보격차와 그에 대한 해결책으로 ‘미디어 교육’에 대한 논의가 이루어졌다. 경남과 마산에서는 장애인들을 대상으로 영상제작을 통한 사회 참여와 관련된 교육이 이루어졌으며, 미디어액트(www.mediact.org)에서는 저소득층 자녀들을 대상으로 미디어접근과 미디어 교육의 불평등을 해소할 수 있도록 도움을 주는 ‘찾아가는 미디어교육’이라는 프로그램을 진행한 바 있다. 그 밖에 지역의 각 문화회관이나 청소년을 위한 공간에서 미디어에 대한 교육적 차원의 프로그램이 진행되었다.

2. 방송 소외와 사회 문제의 관계

1) 정보격차의 문제

현재 우리나라는 경제, 정치, 행정, 사회, 문화 등 개인을 둘러싸고 있는 환경 전반에 변화가 일어나고 있다. 특히 인터넷 기반 패러다임의 등장은 새로운 서비스를 지속적으로 창출하는 원동력이 되고 있다. IPTV와 디지털방송 전환으로 디지털 기술은 일상적 생활도구가 되었으며, 전자정부의 확대 및 고

도화, 유비쿼터스 기반의 의료 및 교육서비스와 같은 상품 개발은 인터넷과 정보통신기술을 지식정보사회의 핵심 인프라이자 국가와 기업은 물론 개인의 생존과 발전에 필수불가결한 도구로 자리매김하게 되었다. 이제 방송통신기술의 접근가능성, 정보 활용능력, 정보와 지식의생산적 활용 여부는 개개인 삶의 질을 결정하는 핵심 요소라 할 수 있다(최두진 외, 2006).

방송통신 기술의 급격한 발달은 일반 대중의 생활에 편안하고, 안락하며, 즐거움을 주며, 시간과 공간의 억압된 소비행태에 변화를 주고 있다. 뿐만 아니라 보다 쉽고, 유용하게 이용함으로써 진정한 정보화 시대로 발전해 나가고 있다. 정보화 사회가 의도하는 진정한 성과를 얻기 위해서는 정보 접근의 문제가 아닌 질적인 측면에서 정보 활용에 대한 차이를 해소하는 것이 보다 시급한 과제일 것이다(최두진 외, 2006; 이성식 외, 2006). 즉, 정보기술 자체에 대한 접근중심의 현상에 초점을 두기 보다는 부가가치창출과 복지서비스 수혜라는 측면에서 질적·생산적 정보 활용의 증대방안에 관심을 두어야 한다. 국가 주도의 정보화 사업은 가치창출적인 측면에서 정보를 활용하는 이용자와 그렇지 못한 이용자 사이의 정보 활용의 불균형 해소를 통한 개인 삶의 질적 향상 및 국가경쟁력 강화에 주된 목표를 설정하고 있다. 특히 유비쿼터스 기술을 기반으로 하는 새로운 서비스들이 급격하게 등장하면서 기존의 정보 활용격차 외에 또 다른 차원의 정보격차가 발생할 우려가 있다.

우리나라 정보화의 질적 변화를 살펴보면, 세계적 수준의 정보화 진전에도 불구하고 연령별, 계층별로는 정보격차가 매우 크게 나타나고 있다(노용환, 2006). 특히 고령화의 가속화에 따른 노인과 장애인 등 사회취약계층을 중심으로 2006년 말 현재 전체 인구의 25.2%에 해당하는 국민들이 인터넷을 이용하지 못하거나 이용하지 않고 있는 등 디지털 정보기술의 혜택을 누리지 못하는 정보소외 현상이 심각한 수준에 있는 것으로 나타났다(한국인터넷진흥원, 2007).

정보 격차 즉, 생산적 정보 활용 측면에서의 격차가 사회적 불평등을 야기하는 주된 이유는 이것이 사회적 구분과 배제를 만들어내기 때문이다. 정보 부자와 정보 빈자는 경제적 능력이 있는 사람과 능력이 없는 사람이라는 사회적 구분으로 이어지며, 사회적 차별과 배제로 연결된다. 정보를 가지고 있지 않고 또 정보를 활용할 수 있는 능력을 가지지 못한 사람은 경제, 정치, 문화,

사회적 네트워크 및 커뮤니티 등 여러 다양한 분야에서의 참여도가 낮아질 수밖에 없어(Van Dijk, 2006) 그만큼 삶의 영역에서 불이익과 불편을 겪는다(Hoffman & Novak, 1999).

국내 연구조사에서도 이와 같은 결과를 뒷받침하고 있다(한국정보문화진흥원, 2004, 2005, 2006). 한국정보문화진흥원의 연구에 의하면 노인, 장애인 등 정보취약계층에서 '정보화에 적응'할 필요를 별로 느끼지 못한다는 점이 언급되었다. 이러한 결론은 정보 활용에 대한 필요성 자체가 이들 집단에 존재하지 않는다는 사실을 지적하고 있다. 더구나 교육수준이 낮은 사람일수록 정보추구의 동기도 낮다는 상관관계를 보여주고 있다(Katz & Rice, 2002). 특히 우리나라는 급격한 정보사회 진입으로 상대적으로 사회활동성이 적고 정보접근권이 취약한 노인, 장애인, 여성 등 취약계층의 정보화수준은 매우 낮은 실정이다. 정보화가 진행될수록 계층간 정보격차가 더 크게 벌어질 것으로 전망되며 그 결과 정보이용에 소외된 취약계층은 생활무능력자로 전락할 수 있을 것이다.

정보화 과정에서 각 계층별 정보를 보유한 사람과 보유하지 못한 사람으로 분리되는 과정에서 정보화가 진행됨에 따라 정보격차도 확대되는 과정을 겪어왔다. 장애인에게 있어 정보 불평등은 다음의 몇 가지 요인으로 발생하고 있다(변용찬, 2001). 첫째, 정보통신기기 및 서비스의 이용능력 또는 그 능력을 보완해 줄 수 있는 보편적 설계 및 보조기기의 개발이 필요함에도 이에 대한 개발이 미흡하다. 둘째, 장애인은 경제적이고 사회적 수준이 비장애인에 비해 일반적으로 낮은 관계로 정보통신 기기 구입, 정보 통신 서비스 이용료 지불에 제한이 있다. 셋째, 이동능력이 떨어지는 관계로 정보이용에 대한 교육을 받을 기회가 적으며, 마지막으로 장애인의 유형에 적합한 다양한 콘텐츠의 제공이 미흡한 것도 정보 불평등의 한 요인으로 작용하고 있다(변용찬, 2001). 따라서 정보사회에서 장애인은 정보 불평등으로 중첩된 가장 소외된 정보 빈곤자라 할 수 있다. 장애인 집단을 대상으로 하는 정보격차 및 정보욕구에 대한 연구 결과(한형수, 2002; 김태일·도수관, 2005)는 장애인의 정보접근성과 정보 활용성을 신장시키기 위한 정책마련이 시급함을 강조하고 있다.

한편 지역 간 격차해소를 위한 지역혁신 관점에서 u-농촌 모델의 가능성을 제시하기도 하였으며(고영삼, 2006), 정보격차해소 정책으로 균형과 통합을

지향하면서 정보시스템의 공공접근성 확대, 생산적 지식정보 활용능력의 강화, 지식정보 인프라의 확충, 창의적 지식정보 활용을 위한 학습체계구축, 민간 지식정보운동의 활성화 등을 추진해야 한다는 주장이 제시되었다(한세억, 2006). 특히 고령층 정보화 수준향상 및 정보격차 해소를 위해 관계 중심적·세분화된 교육과정, 접근 가능한 교육장소, 단계별/집단별 세분화된 콘텐츠 개발 등의 정책을 수립해야 한다는 주장도 있었다(한광식, 2006). 이와 같이 정보격차 해소를 위한 다양한 방안이 제시 되었으며 그 대상이 주로 장애인, 노인, 농촌이나 경제적으로 매우 빈곤한 집단을 대상으로 정보격차 해소 방안에 대한 대책이 논의되어 왔다.

정보격차에서 논의되는 정보 빈자의 경우 정보 배제나 소외의 문제로 장애인, 노인층, 저소득층이나 농어촌 지역의 사람들을 주요 대상으로 간주하고 있다. 이들은 정보접근 및 정보 활용에 취약계층(장애인·장노년층·농어민·저소득층)으로서 상대적으로 정보격차 수준 측정 지표인 정보격차지수에서 접근·역량·활용 등 모든 부문에서 매년 감소하고 있는 것으로 나타났다. 취약계층 평균점을 기준으로 했을 때, 접근·역량·활용 부문을 포괄하는 종합 격차지수는 전년 대비 3.9점 감소했으며, 부문별 전년 대비 정보격차 지수 감소폭은 접근(6.3점), 양적 활용(2.5점), 역량(1.6점) 및 질적 활용(1.6점) 등의 순으로 나타났다(김은정·이재웅·양희인, 2008).

2007년 기준, 일반국민의 종합 정보화 수준을 100%로 가정할 때 농어민의 종합 정보화수준이 일반국민에 54.6%로 가장 낮은 수준이며, 그 다음으로는 장노년층(62.6%), 저소득층(75.5%), 장애인(76.0%) 등의 순으로 종합 정보화 수준이 낮게 나타났다. 이는 학력·직업·소득 등 인구사회학적 요인 중 연령과 학력이 개인 정보화 수준에 미치는 영향력이 크다는 것을 보여주고 있다. 이와 같은 결과는 농어민과 장년 그리고 노년층의 고연령·저학력 비율이 타 취약계층에 비해 높기 때문인 것으로 판단된다. 특히 농어민의 정보화 수준이 장년과 노년층 보다 낮은 이유는 동일 직업군으로 이루어진 농어민은 비교적 다양한 직업군으로 구성된 장년과 노년층 등 타 취약계층에 비해 교육수준과 정보이용 욕구가 상대적으로 낮으며 지역적으로도 가장 취약지역에 거주하고 있는 계층이기 때문인 것으로 파악되고 있다.

우리나라 정보격차 실태와 정책적 함의로 2007년 정보격차 실태조사를 바

탕으로 실시한 연구에서 정보격차에 대한 실질조사 현황과 문제 그리고 해결 방안을 제시하고 있다(김은정·이재웅·양희인, 2008). 이 연구결과에서 양적 정보 활용수준을 살펴보면 농어민의 수치가 일반인의 42.4%로 가장 낮은 수준이며, 그 다음으로는 장노년층(44.4%), 장애인(68.1%), 저소득층(70%) 등의 순으로 양적 정보 활용수준이 낮게 나타났다. 질적 정보 활용수준은 농어민이 일반인의 32.0%로 가장 낮은 수준이며, 장노년층(40.6%), 장애인(63.3%), 저소득층(67.2%) 등의 순으로 질적 정보 활용수준이 낮게 나타났다.

이러한 조사 결과를 바탕으로 장애인 계층 내 우선적 지원대상 집단(일반 국민 대비 종합 정보화수준 80% 미만 집단)은 50대 이상 지체장애 및 40대 이상 뇌 병변·시각·청각/언어장애 집단, 40대 중졸 및 50대 이상 모든 학력 집단, 50대 이상 남성 및 40대 이상 여성 집단인 것으로 판단하고 있다. 저소득층 내 우선적 지원대상 집단(일반국민 대비 종합 정보화수준 80% 미만 집단)으로는 40대 이상 고졸 이하 및 50대 이상 모든 학력 집단, 40대 이상 남성 및 여성 집단인 것으로 판단하고 있다. 농어민 내 우선적 지원대상 집단은 30대 이상 중졸 이하 및 50대 이상 고졸 집단, 50대 이상 남성 및 40대 이상 여성 집단인 것으로 보고 있다.

미국의 경우 50대 이상의 정보화 교육을 주요 임무로 고려하여 활동하는 비영리단체 시니어 넷(SeniorNet)에서는 개인 및 기업 후원자들의 재정지원을 토대로 고령층의 정보격차 해소 활동을 적극적으로 전개한다. 캐나다의 경우 정부차원에서 진행되는 산업부의 정보격차해소 프로그램인 CAP(Community Access Program)에서 고령층 정보화를 지원하고 있다. 영국에서는 세대간 정보격차의 심각성을 인식하여 고령층 정보화를 위한 캠페인 및 사업 등이 정책적으로 다양하게 전개되고 있다. 영국국립평생교육연구소(NIACE)에서는 지역조직을 통한 e-러닝 기회제공 및 고령층 정보화 성공사례를 보급함으로써 고령층의 ICT 이용을 촉진하고 있다. 스웨덴에서는 정보격차 해소를 위한 55세 이상의 장년과 노년층을 대상으로 비영리적 네트워크 커뮤니티인 스웨덴 시니어넷(SeniorNet Sweden)이 운영되고 있다. 스웨덴 시니어 넷은 정부의 재정지원을 1997년부터 운영되었으며 스웨덴 고령층의 사이버커뮤니티를 구축하여 웹을 통한 커뮤니케이션 활동을 추구하고 있다. 필란드에서는 고령층 정보격차해소와 관련하여 지난 2006년 핀란드 로바니에미(Rovaniemi)에서 개최된

‘모두를 위한 접근성(International Design for All Conference)에서 고령화와 ICT(Ageing and ICT) 세션을 마련하여 고령층의 ICT 기술 이용의향을 위한 본격적인 논의를 시작하였다. 일본역시 고령층의 정보격차 해소를 위한 노력으로 e-Japan, e-Japan 등 국가 정보화 전략의 세부과제로 추진하고 있다(손연기, 2008).

이와 같이 정보격차는 개인적 차원이 아닌 국가적 차원의 해결방안이 모색되어야 한다. 기존 정보격차나 디지털 격차는 정보 접근의 문제로 귀결되었지만 이제는 정보 활용에 대한 문제로 접근하고 있는 실정이다. 이에 따라 정보격차가 발생하게 되는 원인과 그로인해 나타나는 계층간 격차 해소를 위해서 ‘미디어 교육’을 실시하고 있다. 하지만 정보격차는 인터넷을 중심으로 논의되는 한계를 가지고 있으며, 인터넷 활용방안에 대한 미디어교육에 중점을 두고 있다.

미디어 환경의 다변화는 이러한 정보격차 뿐만 아니라 미디어 격차 혹은 미디어 소외를 가져오고 있다. 미디어 격차나 미디어 소외는 경제적, 기술적인 측면에서 접근성이 다시금 문제시 되고 있다. 예를 들어, 지상파 방송과 케이블 TV, IPTV, 디지털 전환에 따른 수용여부는 결국 기존 미디어 이용자와 새로운 미디어 이용자의 미디어 격차 혹은 방송격차를 발생시킬 것으로 예측한다.

2) 매스 커뮤니케이션 기능적 혜택에 대한 소외

방송은 현재 매스 미디어로 매스 커뮤니케이션(mass communication) 기능을 수행하고 있다. 아울러 방송은 문화, 사회, 정치적으로 매우 중요한 역할을 수행한다. 이에 따라 방송이라는 정보제공 및 문화 전달수단이 전달되지 않거나 향유하지 못할 때 개인적 차원에서 매우 큰 불행이라 할 수 있을 것이다. 방송의 기능적 혜택에서 소외될 때 우리사회에 그리고 특정 집단에 대한 소외는 더욱 가중될 수밖에 없다. 따라서 방송을 커뮤니케이션 수단으로 간주하여 방송 기능 혜택의 소외는 다음과 같은 문제가 발생하는 원인으로 진단할 수 있다.

(1) 방송 이용에 따른 혜택과 소외

① 문화적 향유에 대한 소외

한 사회의 문화상황은 의식주가 단순한 생존의 차원을 넘어 어떻게 먹고, 무엇을 하며 생활하는 것이 바람직한 것인가 하는 문제가 대두되면서 비로소 새로운 의식을 요구하게 된다(김주연, 1985). 새로운 의식은 문화적 욕구가 증가하는 것을 의미한다. 문화적 욕구는 문화능력에 따라 문화를 향유하는 수준이 달라질 수 있다. 문화능력이란 ‘한 사회에 소속된 개인이 자기의 삶에 영향을 미치는 이념과 제도가 바람직한 것인가를 반성하는 능력’을 말한다. 즉, 문화란 끊임없이 반성되어야 하며 반성 없는 사회는 문화사회라고 할 수 없다(이정춘, 2004).

따라서 물질 충족에 만족하는 삶의 영위가 아니라 삶의 질에 눈을 돌려 반성적 문화능력을 배양시킬 필요가 있으며 바로 이러한 기능이 매스 미디어의 기능 중 하나라 할 수 있다. 구체적으로 매스 미디어의 문화적 기능은 인간성 우선의 가치관함양, 정서적·도덕적 환경의 보호, 삶의 물적 토대인 자연 환경의 보호, 폭력과 고문의 비인간성에 대한 고발, 이웃과 더불어 살아가는 공동체 의식과 전통적 가치관의 고양 그리고 연소자, 부녀자, 고아, 장애인, 노인, 저소득층에 대한 보호를 통한 문화적 체질의 치유와 개선의 기능이 필요하다(이정춘, 2004).

사람들이 사회에서 같이 살아가기 위해서는 서로가 지켜야 할 규칙이 있어야 하며 이것이 지켜지지 않을 때에는 공동체생활의 지속이 어렵게 된다. 따라서 인간은 사회 조직 안에서 행동을 평가하여 옳고 그른 것에 대한 행위 규칙을 체계화하게 되는데 이를 생활규범이라고 한다. 방송은 인간의 이러한 생활 규범에 영향을 미친다. 이정춘(2004)에 의하면 이러한 규범은 ‘유행적 규범(mode)’, ‘관습적 규범(convention)’, ‘법규범(law)’으로 분류한다. 유행적 규범은 일상적으로 준수하는 규범으로 특정한 상황에 합당하다고 생각되는 행위 지침이다. 관습적 규범은 오랫동안 사회에 통용되는 전통에 바탕을 두고 많은 사람들의 행동지침이 되고 있다. 법규범은 다른 규범과 달리 국가에 의해서 공적으로 성문화되며 엄격한 법률적 해석을 전제하여 경찰, 판사, 변호사, 검

사 등의 강제력을 갖는 집행 대리인이 존재하고 구체적인 상벌규정까지 갖추고 있다.

이러한 규범은 외부의 일정한 제재나 압박이 없이도 무의식적으로 일상에서 지켜나가는 것이 규범의 내재화라 할 수 있다. 따라서 매스 미디어는 성실한 생활인의 행동양식을 민주적 생활규범으로 제시할 수 있는 사회적 규범 교육을 보급하는 기능과 규범의 일탈을 제재하는 기능을 수행한다. 즉, 시민들의 생활규범 확립에 매스미디어의 영향력이 발휘된다는 것을 의미한다. 방송이 바로 이러한 규범의 형성에 지대한 영향을 미칠 수 있다.

아울러 최근 우리나라 역시 주 5일 근무제 시행으로 여가시간이 늘어나면서 직업과 지위 대신에 여가 활동과 취미생활의 유형이 한사람의 평가기준이 되고 있다. 방송은 참여 및 문화적으로 여가를 제공하는 중요한 수단이다(이상철, 2004). 여가 수단으로써 TV 시청은 많은 사람들에게 중요하게 이용되고 있다. 자기 정체성을 갖는 주체로서 존립하고 삶의 질을 풍요롭게 만들 수 있는 여가 선용을 위하여 문화공간의 창출과 이에 대한 국민의 참여를 유도할 수 있는 참여 매체로 TV는 문화 정책적 차원에서 모든 국민들에게 제공되어야 한다. 모든 사람들이 TV를 이용할 수 있게 기반을 마련하고 지원하는 역할을 바로 국가가 담당해야 한다.

② 사회 참여와 소외

인간은 살아가는 동안 끊임없이 사회화를 통해서 사회에 적응해 나간다. 매스 미디어는 사회화의 기능만이 아니라 관심과 이익을 달리하는 다양한 집단들이 경쟁 상태에서 논쟁하는 사상과 이념의 갈등을 조정하기도 하고, 공존을 모색하는 기능을 제공한다. 방송을 포함한 매스미디어는 다른 사회적 기구들보다 인간의 사고와 행위 방식뿐만 아니라 가치와 규범의식을 매개하는 사회화의 핵심적 요체로서 사회화의 환경을 지배하고 있다. 매스 미디어를 통한 사회화는 사고와 행위 모범상, 가치, 그리고 규범을 선별적으로 매개해 주며 또한 복합적인 조직의 사회체계에서 삶을 가능하게 해주는 동시에 사회의 지속적인 유지와 발전에서 파생되는 다양한 사고와 행동양식을 매개해 준다. 현대사회에서 매스 미디어가 갖는 사회화의 역할은 기존의 제도교육과 가정, 친

구, 사회관계에서의 사회교육이 갖는 기능을 포괄적으로 수용하고 반영시켜주는 기능을 담당하기에 더욱 중요하다.

아울러 매스 미디어는 우리가 사는 세상의 모든 일들을 축소해 제공한다. 즉 매스 미디어는 사회적 접촉과 경험이 부족한 것을 보완해 주며 일상적인 시간과 공간에 적합한 행동을 가능하게 해 준다. 여기서 매스 미디어는 고도로 분화된 사회체계에서 제기되는 문제를 해결하는 결정적인 도움이 되기도 한다. 따라서 각 이해집단의 갈등 조정자의 역할을 하기도 한다. 현대사회는 갈등이 끊임없이 반복되고 재생된다. 자신들의 이익에 조금이라도 피해가 되면 이익집단들 간 충돌은 피하기 힘들다. 따라서 이러한 갈등을 최소화하고 해결하는데 매스미디어의 기능이 매우 중요하다.

매스 미디어는 정보 전달의 기본기능에서 전달대상을 가능한 다각적 측면에서 취급하여 갈등요인을 개방적이고, 공정하게 조정하고 통합하는 복수단위의 정보를 전달해야 한다. 아울러 매스미디어는 갈등을 규제하고 조정하는 중간기구의 입장에서 갈등 당사자달의 이해와 관심을 접하는 접합기능을 수행한다(김경근, 1980). 리어리와 코발스키(Leary & Kowalski, 1995)에 따르면 낮은 커뮤니케이션 능력은 자기 효능감(self presentation efficacy)을 낮추고, 낮은 자기 효능감이 대인 불안을 불러일으킨다고 주장하였다. 개인의 커뮤니케이션 정도는 자기 효능감, 우울증 등과 관련성을 갖는다. 타인과의 커뮤니케이션 정도가 빈번할수록 불안이 감소하지만 그렇지 못한 경우 극단적인 우울이나 불안으로 발전할 수 있다. 타인과의 커뮤니케이션 행위를 불안 혹은 공포로 느끼는 감정이 대인불안 현상으로 표출되기도 한다. 이러한 대인불안은 커뮤니케이션을 하거나 커뮤니케이션을 할 것이라고 예상하는 경우 느끼는 공포나 불안의 정도 라 할 수 있다(Segrin & Flora, 2000).

이와 관련하여 세그린(Segrin, 1996)은 종단연구를 통한 인과관계 검증을 통해서 낮은 커뮤니케이션 능력이 대인불안을 증가시킨다는 것을 발견하였다. 르위슨(Lewinsohn, 1975)에 따르면 커뮤니케이션 능력이 낮은 사람들은 자신의 삶에 있어서 부정적인 감정에 잘 대응할 수 없기 때문에 우울증에 걸린다고 주장한다. 다양한 연구에서 우울증과 커뮤니케이션 능력의 관계를 고찰하고 있지만 그 관련성이 일관적으로 나타나고 있지 못하다. 커뮤니케이션 능력이 우울증에 영향을 미친다(Segrin & Flora, 2000)는 연구가 있는가 하면, 커

뮤니케이션 능력과 우울증이 유의미한 관련이 없다(Hokanson & Rubert & Welker & Hollander & Hedden, 1989)고 주장하는 연구도 제기되었다.

결과적으로 매스 미디어에 대한 자유롭고 편안한 이용은 사회 적응이나 사회적 규율을 습득하는 지름길이며, 개인의 사회화를 이끌어주기도 한다. 하지만 매스 미디어의 소외는 사회적 규율이나 규범에 대한 이해가 부족하고, 타인과 나의 구별을 통해서 사회적 논의나 갈등의 해결보다는 개인의 이익에 집착하게 되어 반사회적 행동을 하게 된다.

③ 건전한 오락 추구 소외

매스 미디어 중 특히 방송은 건전한 오락적인 내용을 제공해 줌으로써 복잡한 사회생활에 쌓인 감정을 해소하고 현대사회에서 대중의 스트레스나 개인적 고통으로 벗어나서 긴장을 완화해 준다. 인간의 생리적인 욕구와 관련된 기분전환과 오락을 위해서 방송시청과 같은 행위가 나타난다. 이는 사람들이 일상적인 생활궤도와 지루함에서 탈출하여 정서적 해방을 기대하고 방송을 시청하는 이유에서 비롯된다. 즉, 자신이 선호하는 프로그램을 선택해 시청함으로써 일상생활의 스트레스에서 벗어날 수 있는 시간을 갖는다. 예를 들어 코미디 프로그램을 시청하면서 웃을 때 자신에게 처한 현실에서 잠시 벗어날 수 있는 것과 같다.

아울러 사람들은 소속감과 애정 및 안전에 대한 강한 욕구를 갖기 때문에 미디어 수용을 통하여 준사회적(para-social)상호작용을 기대한다. 준사회적 상호작용은 수용자가 미디어에 등장하는 인물들과의 준사회적 관계를 맺음으로써 마치 그들과 친분관계를 맺고 있는 느낌을 제공한다. 인간은 자기실현의 무한한 욕구를 갖고 있어서 매스 미디어의 수용을 통하여 좀 더 넓은 환경과 세계를 경험하고자 한다(McQuail & Blumer & Brown, 1972).

이러한 것이 매스 미디어의 오락적 기능이다. 하지만 오락이 단순히 유쾌하고, 즐거운 것으로 취급되지 않는다. 따라서 방송은 어떠한 오락 메시지를 전달할 것인지에 대한 고민이 필요하다. 폭력적이거나 선정적이거나 반사회적 행동의 정당성을 전달하는 오락성은 사회적 피해를 유발할 수 있다.

④ 정치적 소외와 괴리감 형성

방송에서 가장 중요한 기능중 하나가 바로 정치적 기능이다. 매스 미디어는 정치적 공론장으로 비판의식의 창출과 관심의 접합자로서 기능을 수행한다. 자유민주주의는 정적 지배권이 국민에 의해서 인정받을 것을 요구한다. 따라서 올바른 정치를 위해서 끊임없이 국민과 대화를 통한 소통이 필요하다. 이러한 대화 및 소통의 장이 공론장이며, 공론장의 역할을 바로 매스 미디어가 담당하고 있다.

정치는 곧 국민들의 생활과 직결된다. 따라서 정치와 관련된 다양한 정보가 시간과 공간의 제약을 받지 않고 국민들에게 전달되어야 한다. 정치와 관련된 다양한 주제 및 논의를 국민들에게 전달하는 기능 역시 매스 미디어의 역할이다.

현실의 왜곡된 인식, 국민의 정치적 무관심, 비판력의 도태, 정치적 무책임성의 대두, 기존 지배계층의 세습화 등은 민주주의 정치에서 사회적 피해를 나타내는 것이며 이러한 많은 문제를 공론의 장에서 논의하고 해결해야 한다. 그 과정에서 여론이 형성되고 형성된 여론이 정치에 반영되어야 한다. 하지만 여론 창출을 위해서 매스 미디어는 구체적 쟁점과 전망을 객관적으로 제시해주고 특정 현안에 관계된 사람들이 공평하게 의견을 제시할 수 있는 기회를 부여해야 한다. 이러한 매스 미디어의 기능 중 공정성과 관련되며, 공정성은 특정 이익이나 의견의 내용을 편파적으로 옹호하거나 왜곡됨이 없이 전달해야 함을 의미한다.

매스 미디어의 정보 전달기능은 국가적이고 사회적인 정책이나 캠페인 등에 대해서 관심을 유도해야 한다. 이는 정치 캠페인 역시 마찬가지이다. 정부 행위, 기업의 경제적 활동, 공공기관의 정책 등은 모두 일반 국민들과 관련된다. 따라서 매스 미디어는 이와 같은 정보를 국민들에게 전달하고 관심을 불러일으키며, 잘못된 정책이나 행위에 대해서는 비판적 관점으로 보도해야 한다.

결국 방송이 담당하는 매스 미디어의 정치적 기능은 한 사회의 구성들이 정치에 관심을 갖고 참여할 수 있도록 유도함으로써 민주주의 발전에 공헌한다. 하지만 이러한 기능이 각 개인에게 제대로 전달되지 못하면 정치적 참여와 판단이 미흡하게 된다. 따라서 방송소외는 결국 정치 소외와 정치 괴리감으로

이어져 정치에 대한 회의 또는 회피 현상으로 나타날 수 있다.

⑤ 경제 정보에 대한 배제

매스 미디어의 경제적 기능이란 직접 혹은 간접적으로 자본 투자를 통해 이윤추구에 기여한 성과를 지칭하는 것이다. 상품의 대량생산에 대한 경제적인 필요성에서 요구되는 커뮤니케이션 수단으로 교통수단과 시간과 공간을 초월하여 많은 사람에게 상품 정보를 줄 수 있는 광고 수단 역시 경제적 기능이다. 아울러 현대 사회에 필요한 각종 정보를 전달하는 기능 역시 매스 미디어가 담당하고 있다. 이러한 경제적 정보 제공에 대한 수용이 이루어지지 않는다면 정보 접근에 대한 문제로 경제적 불이익이 발생할 수도 있다.

이와 같이 매스 커뮤니케이션 중 방송은 다양한 기능을 제공하는 우리사회에 매우 중요한 역할을 담당하고 있다. 방송이 담당하는 기능 혹은 방송이 제공하는 다양한 혜택을 누리지 못하는 경우 사회에서 커뮤니케이션 소통이 적을 수밖에 없을 것이다. 따라서 방송은 우리에게 생활의 필수품이며, 생활에 직접적으로 관여하기 때문에 누구나 편리하게 이용할 수 있어야 한다.

3) 미디어 소외 극복방안

매스 미디어의 기능에 대한 앞선 언급은 방송이라는 미디어가 우리사회에 공공서비스를 실시하고 있기 때문이다. 공공서비스는 우리나라 국적을 갖고 있는 사람이면 누구나 이용할 권리가 있음을 의미한다. 따라서 소외계층이라 할 수 있는 집단을 대상으로 방송 서비스를 이용할 수 있게 하는 정책적 지원이 이루어져야 한다. 우리나라에서는 소외계층을 위해서 하드웨어적 지원과 미디어 교육적 차원의 지원 및 교육이 이루어지고 있다. 방송소외계층에 대한 국가기관 및 각 공공기관의 지원은 다음 3절에서 자세히 언급하고 있다. 본 절에서는 방송소외 극복 방안으로 국내에서 이루어지는 미디어 교육 현황을 알아보았다.

(1) 미디어 교육의 목표

미디어 교육은 미디어와 관련되어 인간이 갖는 모든 교육적 사고를 포괄하는 것이다. 인간의 본능적 교육 능력에 바탕을 두고 인간이 이 사회에서 미디어와 함께 살아가며 가져야 할 커뮤니케이션 능력과 미디어 능력을 키워내는 것 그리고 이와 관련된 사회화 능력을 일깨워 주는 것이 미디어 교육의 목표라 할 수 있다(문혜성, 2004). 미디어 능력 개념은 단순히 미디어와 능력의 용어상 조합을 넘어 ‘누구나’ 미디어를 ‘성숙하고 성찰적’으로 이용하고 생산해 낼 수 있는 교육 및 학교 환경의 개선과 함께 능동적이고 창의적인 커뮤니케이션 행위 주체를 지향한다고 볼 수 있다(강진숙, 2005). 미디어 능력은 미디어의 종류와 기술의 발달로 인해 확장된 인간 커뮤니케이션 능력이며 오늘날 미디어 사회, 정보화 사회에서 한 개인이 필수적으로 갖추어야 할 능력으로서 경제적 측면과 기술적 측면을 포함하는 인간의 각 미디어에 대한 적응 능력을 말한다(문혜성, 2004). 따라서 미디어 교육은 미디어 능력을 신장시키는 것을 목적으로 이루어지며 미디어 교육을 통해서 정보격차나 디지털 격차를 해소할 수 있다고 본다. 특히 사회적 소외계층을 위한 미디어 교육은 교육적 차원에서 교육의 내용과 대상, 방법상의 문제가 제기된다. 이러한 문제는 미디어 교육의 관점에 따라 달라질 수 있다.

<표 1> 미디어 교육에 대한 시각 비교

시각	보호주의 관점	기술·도구적 관점	미디어 환경론적 관점
교육목적	예방적 차원	개인의 자율규제 능력	환경적응=미디어 능력
미디어 정의	대중예술	미디어 산업	일상 환경
요구능력	선별적 미디어 수용과 분별	적극적 미디어 수용과 메시지 해독	적극적 미디어 생산, 창조, 메시지 창조
교육목표	감상능력	해독능력	생산능력
인간형	수동적 인간	능동적 인간	창조적 인간

<출처> 『미디어교육 과정 모델 구상에 관한 연구』. 김양은 (2007), 한국언론정보학보, 76쪽.

강진숙(2008)은 사회적 소외계층을 위한 미디어 교육연구에서 미디어 교육 커리큘럼과 프로그램 개발에 따른 미디어 교육목표를 다음과 같이 설정하였다. 먼저 장애인 미디어 교육의 목표는 ‘비판적 수용태도’와 이를 기반으로 한 ‘창의적 생산자로서의 사회화 소통하는 능력’을 갖추는 것에 장애인 미디어 교육의 핵심으로 설정하였다.

<표 2> 장애인 미디어 교육의 목표

구분	구성범주	학습과제	학습목표
기 초 과 정	지식과 이해기초	제1과제: 미디어 유형과 기술, 언어 구조의 이해와 체화	▶ 미디어에 접근하여 개인적인 정서적 경험과 느낌을 체화할 수 있도록 한다.
		제2과제: 미디어 내용의 기초적 이해와 평가	▶ 다양한 미디어 내용들을 비판적으로 이해하고 평가함으로써 선별능력을 키운다.
	제작기초	제3과제: 미디어 프로그램의 선택과 이용	▶ 미디어 프로그램의 선택과 이용방법을 습득하여 스스로 여가시간을 구성하도록 한다.
		제4과제: 미디어 제작초기와 조작방법의 이해	▶ 미디어의 조작방법과 기초적인 제작실습을 통해 미디어 활용능력을 키운다.
	심화비평	제5과제: 미디어의 의미와 가치에 대한 심층적 분석 및 비평	▶ 미디어의 의미와 사회적 영향에 대한 심층적 분석과 통찰을 통해 심화된 비평능력을 키운다.
심화 과정	제작과 배포	제6과제: 미디어 제작물의 제작과 배포	▶ 미디어의 창의적인 제작과 배포를 통해 심화된 제작 능력을 키운다.

<출처> 『사회적 소외계층을 위한 미디어교육 연구』. 강진숙(2008), 한국언론재단, 23쪽.

그리고 노인 계층의 미디어 교육 목표는 ‘노인 계층의 사회적 인식과 참여’, ‘만족도 향상을 위한 미디어 능력 개발’로 설정할 수 있을 것이다.

<표 3> 노인계층을 위한 미디어 교육 목표

구분	구성범주	학습과제	학습목표
기초 과정	지식과 이해기초	제1과제: 미디어 유형과 기술, 언어 구조의 이해와 체화	▶ 미디어의 유형과 특징, 기술적 차이와 언어구조를 이해함으로써 미디어 지식을 습득한다.
		제2과제: 미디어 내용의 기초적 이해와 평가	▶ 미디어 및 언론의 묘사된 노인 이미지와 표현을 평가함으로써 비평능력을 함양한다.
	제작기초	제3과제: 미디어 프로그램의 선택과 이용	▶ 노인 계층이 스스로 여가시간을 구성할 수 있는 프로그램 이용능력을 함양한다.
		제4과제: 미디어 제작초기와 조작방법의 이해	▶ 미디어의 조작방법을 습득함으로써 실생활에서 능동적 미디어 이용과 소통을 가능하게 한다.
	심화비평	제5과제: 미디어의 의미와 가치에 대한 심층적 분석 및 비평	▶ 미디어에 대한 비평능력을 키움으로써 능동적 미디어 이용과 소통을 가능하게 한다.
심화 과정	제작과 배포	제6과제: 미디어 제작물의 제작과 배포	▶ 뉴미디어 제작과 배포를 통해 노인계층의 사회적 참여를 활성화할 수 있도록 한다.

<출처> 『사회적 소외계층을 위한 미디어교육 연구』. 강진숙(2008), 한국언론재단, 25쪽.

현재 미디어 교육은 다양한 기관 및 단체에서 실시하고 있다. 그중에서 전문적으로 미디어 교육을 실시하는 미디어 액트(media act: <http://www.mediaact.org>)는 미디어 리터러시 교육을 강화하면서 퍼블릭 액세스의 활성화와 독립영화 제작 활성화를 위해 사업을 진행하고 있다. 아울러 영상문화의 저변을 확대하는 동시에 일 방향적인 미디어 환경에 주체적으로 대응할 수 있는 능력을 제고하는 역할을 하고 있다.

그리고 각 시민단체에서 미디어 교육이 이루어지고 있지만 아직 학교나 각 공공기관에서의 미디어 교육에 대한 필요성이나 이해 및 관심이 부족한 것이 사실이다. 미디어 교육이 실질적으로 시작된 것은 1990년대 후반으로 미디어

어 교육을 수행하는 단체 및 수행 사업의 종류는 지속적으로 다양하게 늘어나고 있다. 미디어 수용자 단체가 중심이 되어 청소년 단체, 청소년 시설, 독립영화협회 등 미디어 교육의 실천 영역이 점차 넓어지고 있다(노영란, 2005).

방송 소외계층을 대상으로 미디어 교육을 실시하는 단체는 한국농아인협회, 한국시각장애인연합회 등이 있는데 이들의 사업은 주로 장애인의 원활한 TV 시청을 위해서 자막이나 해설 방송신수기 보급에 사업을 집중하고 있다.

초등학교나 중학교에서는 미디어 리터러시 능력함양교육을 실시하고 있으며, 실질적으로 프로그램을 제작하는 교육도 실시되고 있다. 시민단체 및 기관에서 실시하는 미디어교육으로 진주시민미디어 센터, 시청자영상제작단, 사회문화나눔협회 등에서 실시하고 있다. 이러한 기관은 청소년의 미디어 중독예방이나 노인 미디어 프로그램 개발, 미디어 이용 등에 대한 교육을 실시하고 있다. 마지막으로 시청자 권익증진활동을 위해서 선진미래연대, 한국지역사회교육협의회, 인간교육실현학부모연대, 유비쿼터스미디어콘텐츠연합 등이 시청자 불만과 만족도, TV 시청형태, 양방향 방송 프로그램 이용확대를 위한 시청자 미디어 교육방안 등에 대해서 교육을 실시하고 있다(방송통신위원회, 2009).

(2) 미디어 교육의 한계

기존 미디어 교육은 미디어 기기의 활용과 정보 활용 측면에서 교육이 이루어져 왔다. 특히 국가의 경제적 지원으로 시민단체가 미디어 교육을 담당해왔다. 현재 미디어 교육은 학교교육과 연계를 통해서 시민단체의 축적된 경험을 활용하는 가운데 학교 미디어 교육의 단초를 마련했다는 점에서 매우 긍정적으로 평가할 수 있을 것이다. 하지만 학교에서 실시되는 미디어교육은 특별활동과 연계되어 실시된다는 측면에서 한계를 갖고 있다(김은규, 2005). 학교사정에 따라 특별활동 시간의 변경, 부적절한 인원수, 강사의 문제 등이 문제점으로 제기되고 있다. 특히 강사수급의 문제는 다른 시민 단체의 경우에서도 역시 시급히 해결해야 할 문제로 언급되고 있다.

무엇보다 미디어 교육의 한계는 수동적이며, 제한된 인원에 대한 교육이라

는 점이다. 그리고 지속적으로 변화를 거듭하는 미디어에 대한 일상적 사용이 불가능한 집단에 대한 미디어 교육 지원이 우선되어야 함을 잊어서는 안 된다. 교육기관에서 실시하는 미디어를 제대로 이용하기 위해서는 자신이 해당 미디어를 소유하고 있어야 한다. 하지만 이러한 미디어 소유여부는 경제적 차이와 기술적, 개인적 차이에 따라 달라질 수 있다. 그렇기 때문에 학생들을 대상으로 미디어 교육을 실시하는 경우가 많다. 일시적 교육으로 정보격차나 정보 활용능력이 향상되지 않는다. 장기적이고 지속적인 교육과 함께 교육 수혜자들이 해당 미디어를 소유하고 미디어 교육 목적에 맞게 이용할 수 있도록 유도해야 한다.

따라서 국가기관 및 각 기관이나 협회는 미디어교육과 함께 미디어 지원 사업을 실시하고 있다. 미디어 교육은 앞으로 보다 ‘능동적’이고, ‘학생 중심적’이며 ‘참여’ 교육방법을 통해서 실천되어야 한다. 아울러 미디어 교육은 가정-학교-시민사회의 영역이 연계되어 미디어 교육 프로그램의 개발과 이러한 교육을 실시할 수 있는 전문가 양성이 필요하다.

3. 방송 소외계층 지원정책

1) 방송 소외계층 지원에 대한 법적 근거

방송 소외계층 지원에 대한 법적 근거는 다양한 법률에서 찾을 수 있다. 인간으로서 추구해야 할 기본권 차원에서 역시 소외계층 지원이 이루어질 수 있다. 하지만 인본적 차원이 아니라 구체적인 법률적 근거를 통해서 즉, 방송 소외계층 지원에 대한 법률적 근거를 통해서 지원정책의 방향성이 설정되는 것이 무엇보다 중요하다. 방송 소외계층 지원에 대한 법률적 근거는 방송법, 장애인 복지법 등이 가장 대표적인 법률이라 할 수 있다. 특히 방송법은 시청자권익보호 차원에서 장애인에 대한 방송 시청권을 보장하고 있다. 방송법은 장애인에 대한 시청권 보장을 위해서 예산 사용 역시 보장하고 있다.

다음은 방송법과 방송법 시행령 그리고 장애인복지법 등에 나타난 방송 소외계층 지원에 대한 법률적 근거라 할 수 있다.

□ 방송법

- ▶ 방송법 33조(심의규정) 장애인 등 방송소외계층의 권익증진에 관한 사항
- ▶ 방송법 38조(기금의 용도) 장애인 등 방송소외계층의 방송 접근권을 위한 지원
- ▶ 방송법 69조 (방송프로그램 편성 등) 지상파방송사업자는 대통령이 정하는 바에 의하여 장애인의 시청을 도울 수 있도록 하여야 하며 필요한 경우 방송위원회는 기금에서 그 경비를 지원할 수 있다.

□ 방송법 시행령

- ▶ 52조(장애인 시청지원) 방송법 69조 7항에 의하여 방송사업자는 장애인의 시청을 돕기 위하여 다음 각 호에 해당하는 프로그램에 대하여 수화, 폐쇄자막, 화면해설 등을 이용한 방송을 하도록 노력하여야 한다.
 1. 법 75조 규정에 의한 재난방송프로그램
 2. 장애인 복지법시행령 11조 각호의 규정에 의한 방송프로그램
 3. 장애인 방송시청이 필요하다고 판단되어 방송위원회 규칙으로 정한 프로그램
 4. 기타 장애인의 복지를 목적으로 편성된 프로그램

다음은 장애인복지법에서 장애인에 대한 권리 및 보호를 언급하고 있다. 먼저 장애인복지법 제2조에서는 장애인에 대한 정의가 이루어지고 있다. 장애인복지법 2호 1항은 “장애인”이란 신체적·정신적 장애로 오랫동안 일상생활이나 사회생활에서 상당한 제약을 받는 자를 말한다”. “이 법을 적용받는 장애인은 제1항에 따른 장애인 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 장애가 있는 자로서 대통령령으로 정하는 장애의 종류 및 기준에 해당하는 자를 말한다”. 이러한 조항에 따라 “신체적 장애”를 주요 외부 신체 기능의 장애, 내부기관의 장애 등을 말하며, 정신적 장애를 ‘발달장애’ 또는 ‘정신 질환’으로 발생하는 장애를 언급하고 있다.

□ 장애인복지법

- ▶ 제1장 총칙의 제1조 (목적) “이 법은 장애인의 인간다운 삶과 권리

보장을 위한 국가와 지방자치단체 등의 책임을 명백히 하고, 장애발생 예방과 장애인의 의료·교육·직업재활·생활환경개선 등에 관한 사업을 정하여 장애인복지대책을 종합적으로 추진하며 장애인의 자립생활·보호 및 수당지급 등에 관하여 필요한 사항을 정하여 장애인의 생활안정에 기여하는 등 장애인의 복지와 사회활동 참여증진을 통하여 사회통합에 이바지함을 목적으로 한다”.

▶ 제3조 (기본이념) 장애인복지의 기본이념은 장애인의 완전한 사회 참여와 평등을 통하여 사회통합을 이루는 데에 있다.

▶ 제4조 (장애인의 권리)

①장애인은 인간으로서 존엄과 가치를 존중받으며, 그에 걸맞은 대우를 받는다.

②장애인은 국가·사회의 구성원으로서 정치·경제·사회·문화, 그 밖의 모든 분야의 활동에 참여할 권리를 가진다.

③장애인은 장애인 관련 정책결정과정에 우선적으로 참여할 권리가 있다.

▶ 제5조(장애인 및 보호자 등에 대한 의견수렴과 참여) 국가 및 지방자치단체는 장애인 정책의 결정과 그 실시에 있어서 장애인 및 장애인의 부모, 배우자, 그 밖에 장애인을 보호하는 자의 의견을 수렴하여야 한다. 이 경우 당사자의 의견수렴을 위한 참여를 보장하여야 한다.

▶ 제6조(중증장애인의 보호) 국가와 지방자치단체는 장애 정도가 심하여 자립하기가 매우 곤란한 장애인(이하 “중증장애인”이라 한다)이 필요한 보호등을 평생 받을 수 있도록 알맞은 정책을 강구하여야 한다.

▶ 제7조(여성장애인의 권익보호 등) 국가와 지방자치단체는 여성장애인의 권익을 보호하고 사회참여를 확대하기 위하여 기초학습과 직업교육 등 필요한 시책을 강구하여야 한다.

▶ 제8조(차별금지 등)

- ①누구든지 장애를 이유로 정치·경제·사회·문화 생활의 모든 영역에서 차별을 받지 아니하고, 누구든지 장애를 이유로 정치·경제·사회·문화 생활의 모든 영역에서 장애인을 차별하여서는 아니 된다.
- ②누구든지 장애인을 비하·모욕하거나 장애인을 이용하여 부당한 영리행위를 하여서는 아니 되며, 장애인의 장애를 이해하기 위하여 노력하여야 한다.

▶ 제22조(정보에의 접근)

- ①국가와 지방자치단체는 장애인이 정보에 원활하게 접근하고 자신의 의사를 표시할 수 있도록 전기통신·방송시설 등을 개선하기 위하여 노력하여야 한다.
- ②국가와 지방자치단체는 방송국의 장 등 민간 사업자에게 뉴스와 국가적 주요 사항의 중계 등 대통령령으로 정하는 방송 프로그램에 청각장애인을 위한 수화 또는 폐쇄자막과 시각장애인을 위한 화면 해설 또는 자막 해설 등을 방영하도록 요청하여야 한다.
- ③국가와 지방자치단체는 국가적인 행사, 그 밖의 교육·집회 등 대통령령으로 정하는 행사를 개최하는 경우에는 청각장애인을 위한 수화통역 및 시각장애인을 위한 점자자료 등을 제공하여야 하며 민간이 주최하는 행사의 경우에는 수화통역 및 점자자료 등을 제공하도록 요청할 수 있다.
- ④제2항과 제3항의 요청을 받은 방송국의 장 등 민간 사업자와 민간 행사 주최자는 정당한 사유가 없으면 그 요청에 따라야 한다.
- ⑤국가와 지방자치단체는 시각장애인이 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 점자도서와 음성도서 등을 보급하기 위하여 노력하여야 한다.
- ⑥국가와 지방자치단체는 장애인의 특성을 고려하여 정보통신망 및 정보통신기기의 접근·이용에 필요한 지원 및 도구의 개발·보급 등 필요한 시책을 강구하여야 한다. [[시행일 2007.10.12]]

▶ 제25조(사회적 인식개선)

- ①국가와, 지방자치단체는 학생, 공무원, 근로자, 그 밖의 일반국민 등을

대상으로 장애인에 대한 인식개선을 위한 교육 및 공익광고 등 홍보사업을 실시하여야 한다.

②국가는 「초·중등교육법」에 따른 학교에서 사용하는 교과용 도서에 장애인에 대한 인식개선을 위한 내용이 포함되도록 하여야 한다.

③제1항 및 제2항의 사업에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

이와 같이 방송법 제38조(기금의 용도) 8호, 제69조(방송프로그램의 편성 등) 제8항, 시행령 제52조(장애인의 시청지원), 시행규칙 제20조(장애인의 시청지원), 장애인 복지법 제4조(장애인의 권리), 제22조(정보에의 접근), 시행령 제14조(수화·폐쇄자막 또는 화면해설방영 방송프로그램의 범위), 장애인차별금지법 제21조(정보통신·의사소통에서의 정당한 편의제공의무) 제3항 등 방송 소외계층 지원에 대한 법적 근거가 되고 있다.

법률 가운데 방송 소외계층을 지원하는 데 가장 우선 적용되어야 할 법률이 방송법일 것이다. 방송법 내에서 방송 소외계층에 대한 지원이 충분히 언급되어야 하며, 방송법 하나로도 방송 소외계층에 대한 지원 정당성이 확보되어야 한다. 하지만 방송법 69조 7항에서 언급하고 있는 “방송사업자는 장애인의 시청을 돕기 위하여 다음 각 호에 해당하는 프로그램에 대하여 수화, 폐쇄자막, 화면해설 등을 이용한 방송을 하도록 노력하여야 한다”는 명시에서 볼 수 있듯이 방송법 내에서도 강제적 조항이 아니라 권고사항으로 나타나고 있다. 따라서 방송 소외계층에 대한 지원이 권고 이상의 명시가 이루어져야 하며, 아울러 방송법 시행령에서는 별도의 하위 법령이나 법률을 제정하여 방송 소외계층에 대한 명확하고 정확한 지원방법과 자금 조달, 지원 규모, 지원 과정과 평가 등이 언급될 필요가 있다.

2) 방송 소외계층 지원방향

2005년 장애인 실태조사에서 의하면 95%의 장애인이 문화 및 여가활동의 도구로 TV를 활용하고 있는 것으로 나타났다. 아울러 시청각 장애인의 경우 각각 91%와 95%의 시청률을 보이고 있으나 특정 프로그램에 국한되고 있다.

방송 소외계층 지원에 대한 법적 근거를 기반으로 정책적 지원방향은 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 그것은 하드웨어 지원과 소프트웨어 지원으로 하드웨어지원은 기술이나 기기에 대한 지원이다. 방송 소외계층의 방송 접근권을 확대하기 위하여 장애인 방송수신기를 보급하는 지원이 하드웨어적 지원 정책이라 할 수 있다. 방송통신위원회는 2012년까지 저소득층(기초생활수급자 및 차상위계층)에 해당하는 시청각 장애인에게 자막방송 및 화면해설 방송수신기를 100% 보급하고, 고령화 사회로의 진전에 따른 난청노인의 증가에 따라 저소득층 난청노인을 대상으로 난청노인용수신기를 50%수준까지 보급을 확대한다는 계획이다. 아울러 디지털 방송전환을 대비해 디지털 TV를 생산할 때 자막방송 수신기능 내장 의무화를 추진하여 청각장애인의 방송 접근권을 보장한다는 방침이다.

아울러 소프트웨어지원은 장애인 시청지원 방송프로그램(자막방송, 수화방송, 화면해설방송)에 대한 확대를 의미한다. 방송통신위원회는 장애인 시청지원 방송프로그램 확대를 위해 지상파 방송의 경우 자막방송은 100%, 수화방송 5%, 화면해설방송 10% 편성을 2012년까지 달성할 수 있도록 제작을 지원하여 선진국 수준의 방송환경을 구축한다는 계획을 제시하였다. 유료방송의 경우에도 올해 우선적으로 뉴스 전문채널을 중심으로 장애인 시청지원 방송프로그램의 제작을 지원하고 2012년까지 드라마, 오락채널로 확대한다는 계획이다.

이와 같이 우리나라는 방송 소외계층 지원정책인 하드웨어지원과 소프트웨어지원이 동시에 이루어지고 있다. 그러나 실질적으로 자막방송 수신기를 갖고 있지만 자막 프로그램이 없어 방송을 시청하지 못하는 경우가 있을 수 있고, 자막 프로그램은 제공되고 있지만 수신기가 없어 시청하지 못하는 경우도 있다. 따라서 이와 같이 두 지원정책의 적절한 조화와 효율적 집행이 이루어지는 것은 방송 소외계층 지원에 필수적이라 할 수 있을 것이다.

(1) 방송 소외계층을 위한 하드웨어 지원

국내 방송 소외계층 지원 기관에서 실시하는 하드웨어적 지원은 매우 포괄

적으로 이루어지고 있다. 우선 방송통신위원회에서는 장애인 등 소외계층의 방송 접근권 보장 및 미디어교육 지원 사업을 위해 한국농아인협회 등 32개 사업자를 “방송 소외계층 및 미디어교육 지원 대상”으로 선정하여 28억 5000만원 지원하고 있다. 지원 대상으로는 한국농아인협회, 한국시각장애인연합회, 대한사회복지 개발원 등이며, 이들은 방송을 정상인들과 같이 시청하지 못하는 사람들을 대상으로 수신기와 해당 프로그램을 지원하고 있다.

① 한국농아인협회

- ▷ 청각장애인용 TV자막방송수신기 일체형 보급 사업에 7억 3800만원
- ▷ 청각장애 학생을 위한 EBS수능 자막 방송물 보급사업에 1억 3000만원

- 청각장애인용 TV자막방송수신기 보급
 - 청각장애인(기초생활 수급자, 차상위계층 우선 보급)을 대상으로 무료보급 지원
 - TV형 자막방송수신기(21인치) 혹은 외장형 자막수신기

<표 4> 전국 방송자막수신기 보급비율

	등록청각장애인수 (2005년 12월 기준)	2006년도보급량	총보급량 (1999 ~ 2006)	보급비율
서울	26,986	1,205	4,713	17%
부산	9,019	73	993	11%
대구	6,927	368	1,356	20%
대전	4,324	160	701	16%
광주	5,271	122	598	11%
인천	8,401	303	1,325	16%
울산	3,955	65	431	11%
경기	29,138	881	5,018	17%
강원도	6,701	301	1,257	19%
충북	6,397	245	951	15%
충남	8,514	195	1,166	14%
전북	9,061	91	1,180	13%
전남	12,117	159	2,106	17%
경북	11,147	268	1,470	13%
경남	10,534	517	1,770	17%
제주	888	47	292	33%
총 계	159,380	5,000	25,327	16%

□ 청각장애학생을 위한 EBS 수능 방송 제공

- 청각장애학생들의 학력편차를 줄일 수 있도록 일반학생들처럼 어려서부터 교육을 받을 수 있는 환경 및 정책적 지원이 필요함을 강조
- 자막이 지원되지 않는 방송물에 자막을 삽입 한 CD 보급하여, 장소에 구애 받지 않고 학습할 수 있는 환경 조성
- 실력향상과 학습권 확보의 기회를 제공, 나아가 청각장애인 복지증진에 기여

<표 5> 수능 자막방송물 보급 내역

년도	과목	편수	비고
2004	7차 언어로 시작하기	19편	
	현대시 100선	33편	
	합계	총 52편	
2005	사회탐구영역 - 국사	5편	VIDEO
	사회탐구영역 - 정치	5편	
	사회탐구영역 - 윤리	5편	
	사회탐구영역 - 경제	5편	
	사회탐구영역 - 한국지리	5편	
	사회탐구영역 - 사회문화	5편	
	사회탐구영역 - 법과사회	5편	
	사회탐구영역 - 한국근현대사	5편	
	언어영역 - 현대문학	5편	
	언어영역 - 고전문학	5편	
	언어영역 - 쓰기, 비문학	5편	
	언어영역 - 비문학	5편	
	합계	총 60편	
2006	사회탐구영역 - 한국지리	36편	CD
	사회탐구영역 - 한국근현대사	35편	
	합계	총 71편	
2007	사회탐구영역 - 사회문화	35편	DVD
	사회탐구영역 - 국사	24편	
	합계	총 59편	

〈표 6〉 EBS 초등 자막 학습물 지원 보급사업

년도	과목	편수	비고
2005	초등학교3 - 국어	40편	CD/DVD
	초등학교3 - 사회	38편	
	초등학교4 - 국어	40편	
	초등학교4 - 사회	38편	
	초등학교5 - 국어	40편	
	초등학교6 - 국어	40편	
	총 합	236편	

② 한국시각장애인연합회

- ▷ 시각장애인용 DVS 수신기 보급사업에 6억 6000만원
- ▷ 시각장애인용 화면해설방송물 보급사업에 1억 3000만원

한국시각장애인연합회는 ‘미디어 접근센터’ 부서와 ‘시각보조시설 중앙지원 센터’를 통해 방송소외계층을 지원하고 있다.

□ 화면해설방송물 보급사업

- 지상파 3사의 드라마, 영화, 단편, 시사, 교양 등의 화면해설 방송을 주
간단위로 대본을 작성하여 녹음 제작 송출하여 시각장애인의 방송접근
권을 확대
- 전체적인 상황 이해력의 향상으로 문화를 즐기며 적극적인 동참을 유도

□ 수능 화면해설방송물 보급사업

- 시각장애인의 학습활동을 장려하고 공영방송인 교육방송의 장애인 방송
접근권을 보장하고자 대학수학능력시험대비 관련 강좌를 시각장애인이
접근 가능한 매체인 화면해설방송물 형태로 제작하여 보급
- 대입예정시각장애인의 방송시청을 원활하게 하는데 도움

□ 사이버방송센터 운영사업

- 일반 문자 매체로 발행되는 일간, 주간, 월간, 독서방 및 화면해설방송, 정부의 복지시책, 재할정보 등을 전화사서함 02-2092-9000, 1577-6655 또는 웹 페이지(www.kbumac.or.kr)에서 보다 신속하고 다양한 정보를 제공

□ 시각장애이용 DVS(화면해설서비스) 수신기 보급사업

- 전국의 등록 시각장애인 1~3급 대상으로 DVS 수신기 보급 지원

③ 한국노인종합복지관협회

▷ 2억 240만원

□ 노인층의 정보격차 해소를 위한 휴대폰 활용교육

- 대학생 및 어르신 봉사단이 어르신의 휴대폰 활용능력을 높이고, 젊은 세대 및 가족과 소통을 통한 세대격차 해소를 목적으로 사업을 진행
- 30개 노인복지관을 통해 1일 2시간 주1회로 총 10주간 교육진행
- 교육교재 개발 및 자문위원단 운영
- 씨니 대학생 자원봉사단과 연계하여 활동
- 교육 수료 어르신을 대상으로 봉사단 조직
- 사업기간 : 2009. 2 ~ 2009. 12
- 지원기간 : SK Telecom

□ 난청노인용 수신기 보급사업

- 유선음향 방송수신기를 전국 65세 이상 저소득 난청노인에게 보급하여 방송접근성을 높여 삶의 질을 향상추구
- 사업기간 : 미정
- 지원기관 : 방송통신위원회

④ 한국정보문화진흥원

□ 정보통신보조기기 보급(2008. 8. 18(월) ~ 9. 17(수))

- 한국정보문화진흥원에서는 신체적, 경제적 장애로 인하여 정보접근 및 활용이 어려운 정보취약계층에게 정보통신 보조기기 및 특수S/W를 보급하여 정보이용기회를 제공함으로써 정보화를 통한 사회 통합을 유도하고 정보격차를 해소
- 대상: 장애인복지법에 등록된 장애인, 상이등급 판정을 받은 국가유공자 (스크린리더, 특수마우스, 특수키보드 등의 경우 PC 보유자, 점자정보단말기의 경우 점자사용 가능자 등)
- 지원내용: 시각, 청각, 지체 등 장애유형에 따른 다양한 정보통신 보조기기(보급가격의 약 80% 지원, 저소득층은 약 90% 지원)

<표 7> 지원대상과 지원품목

구 분	보급 품목
시각 장애인	스크린리더, 독서확대기, 음성출력기, 점자정보단말기
청각·언어장애인	영상전화기, 의사소통보조기 등
지체·뇌병변장애인	특수키보드 및 마우스, 입력보조기 등

이와 같이 장애인 단체는 방송통신위원회의 지원금으로 각 집단에 방송기기 및 프로그램 편성을 위해서 노력하고 있다. 앞으로 더욱 가속화될 디지털 방송전환에 따른 지원정책 역시 견비되어야 한다. 즉, 디지털 방송 전환에 대한 대비가 지금부터 이루어져야 하며, 방송장비 지원역시 디지털 전환을 위한 대비책으로 이루어져야 한다. 따라서 방송 소외계층에 대한 수요조사는 작은 범위에 해당하는 집단의 수요조사가 이루어지는 것으로 방송통신위원회, 통계청, 보건복지가족부 등의 협력을 통해서 아날로그 TV 소유가정과 디지털 전환시 디지털 장비를 구입할 수 없는 가정 등을 파악해 구체적이고 세부적인 지원 방안을 마련하는 것이 무엇보다 중요하다.

<표 8> 각 방송사의 디지털 전환 계획

방송사	2010년 계획	2012년 계획
KBS	제작설비 65% HD콘텐츠 78%	100% 디지털 전환 HD 콘텐츠 100%
MBC	HD 콘텐츠 73%	100% 디지털 전환
SBS	HD 콘텐츠 80.4%	100% 디지털 전환
EBS	제작 시설 75%	90% 디지털 전환
케이블	HD 콘텐츠 100%	가입자 70% 전환 전송망 94% 전환 디지털 셋톱박스 70% 전환
위성방송	HD 콘텐츠 100%	위성방송 가입자 95% 전환

지상파 방송사가 2010년 3838억을 투자하고 2010년까지 총 1조 1321억원을 투입해 디지털 전환을 완료한다는 계획이다. 또한 케이블의 경우 올해부터 보급형 디지털 셋톱박스를 보급하고 디지털 인프라를 구축해 2010년까지 70%의 전환을 달성하겠다는 목표를 세웠다. 케이블 TV는 2010년까지 가입자 70% 이상이 디지털 전환하는 것을 목표로 2조 3000억원을 추가로 투자하여 현재 100개의 SO 중에서 95개의 SO를 디지털 전환 완료했다고 발표한바 있다. 아울러 2010년 전송망의 디지털 전환을 마무리 한다는 계획이다. 이에 따라 소외계층 정보격차 해소와 지역균형 발전을 위해 시범 서비스 지역과 협력도 강화한다는 목표를 세우고 있다. 위성방송은 현재 100% 디지털 방송을 하고 있으며 2010년 디지털 전환까지 450만명으로 예상되는 위성방송가입자 중 95%이상을 HD로 전환한다는 목표이다.

디지털 방송의 전환과 함께 방송 소외계층에 대한 디지털 장비 지원이 매우 중요한 사회적 문제로 대두되고 있다. 따라서 디지털 방송 장비에 대한 지원이 지속적으로 이루어져야 방송 소외계층의 디지털 격차를 최소화 할 수 있을 것이다.

(2) 방송 소외계층을 위한 소프트웨어 지원

2006년 보건복지부와 20개 장애인단체가 참가하는 ‘장애인사회참여 평가단’은 장애인의 정보접근에 대한 평가에 있어서 방송의 수화통역 화면이 너무 작거나 화면 내용과 자막의 내용이 맞지 않는 경우가 많아 수화통역방송의 경우 10명중 6명이, 화면해설방송은 10명 중 4명이 내용의 절반 이하만을 이해하고 있다고 밝혔다. 또한 EBS에서 운영하는 위성 1, 2채널은 자막방송을 하지 않고 방송위원회 주관으로 방송비디오물 보급사업만 하고 있어 실시간 방송을 통해 학습하고자 하는 청각장애인 수험생들의 방송접근권이 제대로 보장되지 않고 있다고 밝혔다(정외택, 2006. 9. 20).

이에 따라 방송통신위원회는 2008년도에 사회적 소외계층을 위한 시청자 참여프로그램을 KBS를 비롯한 지역지상파 및 종합유선방송사업자, 위성방송 등 총 45개 방송사에 25.7억 원을 지원하여 2500편의 프로그램을 방영하였다. 시청자 참여프로그램 지원 사업은 장애인, 이주노동자 등 사회적 소외계층의 의견이나 지역의 독특한 문화, 풍습 등을 소재로 프로그램을 직접 제작하여 방송 의뢰하는 것으로 시청자의 방송 접근권 및 공익성 제고를 목적으로 한다.

2008년도 시청자 참여프로그램 지원 추진 현황을 분석결과, 사업자를 공모·선정하여 지원하고 있는 지역지상파 및 SO는 사업추진 기간이 부족(9~11월, 3개월)하여 방송편수는 194편(14.9%) 감소하였으나 사업자수는 오히려 11개사(34.4%)가 증가한 것으로 나타났다.

<표 9> 2008년 시청자 참여 프로그램 지원현황

(단위 : 편, 백만원)

구분	'08년도			'07년도		
	사업자수	편수	예산	사업자수	편수	예산
KBS	1	89	414	1	58	404
지역지상파 및 SO	43	1,106	760	32	1,300	700
위성방송	1	1,305	1,399	1	1,417	1,500
계	45	2,500	2,573	34	2,775	2,604

지원 사업에 따라 채택·방영된 프로그램 2500편 중 장애인, 외국인 근로자가 제작한 프로그램이 13편(0.5%)이었으며, 제작자의 연령은 20, 30대가 1,856편(74.2%)으로 대부분 차지한 것으로 나타났다. 아울러, 일본의 독도 영유권을 규탄하는 ‘독도·울릉도 탐방’, 태안 기름 유출 사건을 다룬 ‘태안기록’, 인사동 소개 등 생활문화가 1,783편(71.3%)으로 가장 많았고, 다문화가정, 장애인 등 소수계층 관련 프로그램이 293편(11.7%), 지방의 역사·시사 관련 프로그램이 284편(11.4%)인 것으로 나타났다.

한편, 방송통신위원회는 시청자 단체 활동 지원사업의 경우 정부가 직접 수행하기 어려운 한계점을 극복하기 위해, 방송환경조사, 미디어교육, 정책제안 등을 수행하기 위해 총 33개 단체에 5억 원을 지원하였다.

<표 10> 2007년과 2008년 시청자 단체활동 지원사업 비교 (단위 : 백만원)

구분	'08년도		'07년도		비고
	사업수	예산	사업수	예산	
미디어교육	24	379	30	512	· '07년도는 주제를 자유공모
방송환경조사	6	62	50	532	
정책제안	3	70			
계	33	511	80	1,044	

※ '08년도는 '07년도 대비 사업수 47건(58.7%) 감소, 예산 5.33억(51.1%) 감소

<표 11> 2008년 시청자 단체 활동 주요내용

구분	주요 내용
미디어교육	<p>방학 중 청소년을 대상으로 한 교육이 15개 단체(55.6%)로 가장 많았고, 일반인 대상 5개 단체(18.5%), 소외계층 대상 4개 단체(14.8%) 순이었음</p> <p>- 관련 대학교 교수나 방송사 PD 등 전문가를 활용한 단체가 24개 중 14개 단체(58%)로 전문성이 향상됨</p>
방송환경조사	<p>○ 서울지역 청소년 방송매체 이용실태 및 불만유형조사(서울YWCA)</p> <p>○ 시청자 평가프로그램 운영실태조사(녹색미래 녹색세상 녹색지구)</p> <p>○ 홈쇼핑채널 편성에 대한 시청자 불만조사(매비우스)</p> <p>○ 지상파방송사 시청자 불만유형 및 처리실태조사(미디어세상 열린사람들)</p> <p>○ 종합편성 및 보도전문 편성 방송의 시청자 평가프로그램 운영실태조사(언론인권센터)</p> <p>○ IPTV, VOD 편성표를 통해 본 시청자 불만유형조사(학부모정보감시단)</p>
정책제안	<p>○ 지상파 및 케이블TV 어린이 프로그램 질적 개선을 위한 제안(서울YMCA)</p> <p>○ EBS 교육방송에 대한 학부모 만족도 조사와 만족도 고양을 위한 제안(자유교육연합)</p> <p>○ 보편적 방송서비스 체계 정비를 위한 제안(한국여성민우회)</p>

아울러 방송 소외계층 지원 사업 기획분야는 한국장애인단체총연맹/ 광주장애인총연합회/미디어교육연구소, 장애우권익문제연구소에서 장애인 방송콘텐츠 제작 보급, 장애인과 함께하는 UCC 제작 및 미디어활용 교실, TV속 장애인 모니터 분석, 장애인권방송지표 가이드북 제작을 기획하고 있다.

- ◇ 미디어교재개발 - 14억
- ◇ 한국언론학회, 한국방송교육학회 (3억)
- ◇ 경남함양안의고등학교 외 8개학교의 미디어교육 시범학교 (7300여만원)
- ◇ 청소년폭력예방재단의 미디어중독예방 사업 (1000만원)
- ◇ 수원 YMCA의 ‘미디어교육을 통한 다문화자녀 미소아이 만들기’ 등 저소득층 다문화 가정 자녀 공부방 지원 10개 사업에 1억여원 지원

그 밖에 구미다문화공동체방송국(GMC: Gumi Multiculture Community Broadcast)에서는 장애인, 여성, 노인, 이주민, 빈곤층 등 사회적 소외계층의 방송참여를 이끌어내고 주민의 커뮤니케이션 권리를 확보하는 미디어로서 지역공동체 방송을 통해 소외되어오던 지역 주민들을 지역 사회 문제와 그 해결을 위한 활동에 직접 참여시켜 지역 문화를 발전시키는 것을 목적으로 소외계층을 위한 프로그램 제작을 실시하고 있다.

<표 12> 소외계층을 위한 프로그램 제작 및 방송- 다문화인식 개선 프로그램

주제	프로그램명	PD/DJ	내용
다문화 인식개선 프로젝트	희망의 메아리 (10월~)	김금희	- 거주 외국인의 한국생활에 정착하기까지의 어려움과 거주외국인간의 상호소통 할 수 있는 사연 소개를 통한 다문화 인식개선
	무지개를 타고온 사람들	손순희	- 다문화가족이라는 울타리속에서 희망을 일구어가는 다문화가정 체험수기를 전함
다문화 정착지원	"아시아 산책" (7-9월)	장흔성	- 한국인의 눈으로 본 아시아의 문화특성, 음악, 친근한 아시아문화 경험
	무지개 콜 (10월~)	장흔성	- 구미다문화가족지원센터 장 대구경북다문화지원센터 거점센터 장
	다문화열린마당	박종훈	- 구미지역을 비롯, 전국각지에서 전해져오는 다문화관련 새소식과 교육, 문화, 여가생활에 필요한 정보제공.
다문화 가족의 이해	"행복지대"	전보경	- 가족에 대한 올바른 이해, 가족문제해결의 방안 등을 통해 특히 다문화가족의 기능을 강화 - 경북도립대학 사회복지학과 교수
한국문화의 이해	"풍경과사람"	김교환	- 지역 문화를 중심으로 한 한국문화의 안내. - 지역사람의 재미있는 이야기 - 구미문화해설사
다문화여성의 문제해결능력 강화	클릭1366	권은주	- 가정폭력, 성폭력, 성매매 등 위기에 처할 여성에게 1년 365일에 하루를 더하여 충분하고 즉각적인 서비스를 제공한다는 의미로 여성인권 향상을 위해 연중 24시간 운영되는 여성긴급전화1366을 직접 연결해서 초기상담, 긴급보호 등 즉각적이고 통합적인 서비스지원 실태를 알아봄으로써 다문화 여성의 문제해결능력강화 - 경북1366 대표, 여성신문 경북지사장

<표 13> 다문화 주민 직접 참여 프로그램

주제	프로그램명	PD/DJ	국적	내용
국적별 참여 방송	사람위한 사람들	산뜨시리	스리랑카	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드 등.
	오아연의 편지	오아연 오명숙	중국	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드 등.
	미호와 가오리의 센스있는 한국생활	다나까미호, 우메다가오리	일본	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드 등.
	화마이베트남		베트남	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드 등.
	증인캄보디아		캄보디아	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드 등.
	니하우차이나		중국	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드 등.
	마음세러피	다나까미호	일본	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드 등.
	마린 호르 몽골		몽골	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드 등.
	아이보완 스리랑카	밧툼	스리랑카	- 다양한 나라별 문화음악소개, 한국정착에의 에피소드
	국적별 한글 방송	매화향의 중국어스터디	오기복	중국
에리카와 함께하는 몽골어 따라하기		에리카	몽골	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화
스리랑카어 방송		산뜨시리	스리랑카	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화
한국을 쓱닥쓱닥		우메다가오리	일본	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화
한국어야 놀자		김영해	중국	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화
버벤라 코리아		도티빛음	베트남	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화
아티와 함께 한국말 달리자		아티	인도네시아	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화
신짜오 한국어 따라잡기			베트남	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화
니하우 한국어 따라잡기			중국	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화
아이보완 한국어 따라잡기			스리랑카	- 구미지역 생활편의 중심의 실생활 한글회화

<표 14> 주민 참여 방송

주제	프로그램명	PD/DJ	내용
주민참여 음악방송	7080 그리운노래 정겨운노래 (11월-)	최민	- 지역의 주민들의 사연과 신청곡을 통해 주민의 참여를 활성화하는 주민 밀착형 음악방송
	"구미산책"	정정하	- 지역에 거주하는 다문화 가족 대상의 실생활정보 및 지역소식 - 협약기관:경북중부신문사
구미지역 정보제공	다문화 지킴이	김휘연	- 이주민의 조기 정착에 도움을 주는 다양한 정보제공
	무지개 세상	김휘연	- 다문화가정에 생생한 생활 정보를 전달, 다문화에 대한 인식개선
주민미디어 참여	내가만드는 세상 (11월-)	김휘연	- 지역별 취재원을 통한 발빠른 다문화소식 (상주조희순, 문경·남정분, 예천변덕순, 영주박소영 취재원)
	들려주는 이야기책	이광순 백승희	- 세계의 옛이야기를 통해 다양한 문화와 언어를 이해하고 나아가 다문화시대의 어울림을 추구함
	생활속의 차 한잔	손순희	- 차처럼 맑고 향기롭게 삶의 여유와 편안함을 드리는 차에 얽힌 이야기 - 등설차문화치료연구소

한국방송광고공사(KOBACO)에서는 2009년부터 지역 소외 계층을 지원하는 ‘지역밀착형 사회공헌(1억 3천만원)’ 활동을 전개한다는 계획이다. 이 계획은 다문화 가정지원, 장애인 지원, 농촌 고령자 지원, 지역 청년 인턴 채용, 지역 주민 일자리 창출 등으로 이루어진다. 한편 유선영과 김영주 등의 연구에 따르면 뉴스의 주된 관심분야로 60세 이상은 날씨와 의료, 건강, 재해나 사고, 국내정치, 통일이나 북한, 외교 등의 순으로 관심분야를 나타내고 있다. 특히 건강정보에 대한 관심이 매우 높은 것으로 나타났다.

4. 방송 소외계층 지원 정책에 대한 해외사례

1) 영국

EU는 장애인들을 사회문화적으로 통합하고 방송에 참여할 수 있는 권리 확보를 위하여 미디어 서비스에 대한 접근권의 중요성을 강조한다. AVMS Directive (07)를 마련하여 회원국들의 미디어 서비스 제공사업자에 대한 시청각 장애인의 서비스 접근 강화를 독려하고 있다. EU는 방송통신융합시대 미디어 서비스에 대한 접근권 확대가 사회통합의 주요한 기반이라는 인식과 함께 소외계층의 방송접근권의 중요성을 강조하고 있다. 이에 EU 차원에서의 종합적이고 체계적인 미디어 교육 개념 정립과 회원국간의 조화된(harmonized) 미디어 교육 활성화에 노력하고 있다.

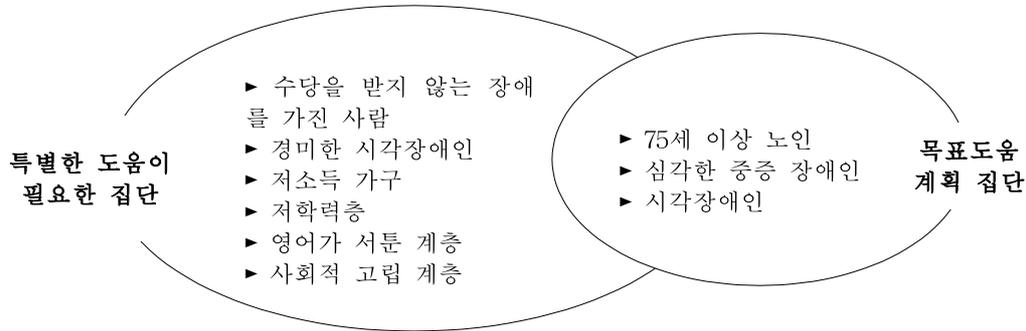
영국의 Ofcom은 소외계층 지원을 위해서 ‘ACOD(Advisory Committee on Older and Disabled People)’에서 제시한 정책을 중심으로 이루어지고 있다. ACOD가 소외계층에 대한 정책 방향을 수립하고 실제적인 조사를 수행하여 정책 수립과 집행이 이루어지고 있다. 현재 영국의 BBC 채널 1, 2, 3, 4는 자막방송 100%, 수화 5%, 화면 해설 10%로 유지하고 있다. 민영의 경우 ITV는 자막 90%, 수화 5%, 화면해설 10%로 실시하고 있다. 자막, 수화, 음성해설 등 장애인의 접근을 보장하기 위한 ‘Code on Television Access Service’(2004) 마련하였다. 영국은 디지털전환 시행기간을 2006년~2010년에서 2008년~2012년으로 연기한 배경이 노인 등 취약계층의 이익을 보호하기 위해서라고 밝히고, Targeted Help Scheme을 통해 취약계층을 지원하는 방안을 마련했다. 지원 대상은 75세 이상의 노인, 장애연금 수령자, 산업재해 연금자, 시각장애인 가구 등이다. 이 프로젝트 이외에도 특별한 도움이 필요한 또 다른 그룹을 위한 부가적인 지원을 할 계획이다. 현재 BBC, ITV, 채널 4와 5, S4C 등 공영 방송을 중심으로 시청각 장애인이 방송 프로그램을 이해하고 즐길 수 있도록 하는 Television Access Services를 제공하고 있다. 그 외에도 저가형 셋톱박스(STB) 보급이나 장비구입과 안테나의 성능개선에 필요한 비용을 지원하거나 디지털 전환에 대한 캠페인을 통한 대중의 인식을 제고하고 있다.

영국은 디지털 방송을 시작하면서 사회적 고립집단과 취약집단에 대해서

우선 지원하고 있다. 특히 디지털 전환과정에서 어떤 특정집단도 배제되거나 소외되지 말아야 한다는 것을 가장 중요한 의제로 설정하고 있다. 디지털 환경에서도 정보 접근에 대한 동등한 기회와 권리가 보장되어야 하는 보편적 서비스 개념은 유효하다. 그렇지만 디지털 방송은 새로운 기술습득과 비용문제를 발생시켜 계층과 집단 간에 디지털 디바이드를 일으킴으로써 스스로 보편적 서비스의 위기를 초래하고 있다. 영국 정부는 디지털 전환 과정에서 특히 취약하고 배제될 위험이 있는 집단이 있다는 것을 주시하였다. 영국 소비자패널은 연구보고서에서 사회적 고립집단이 곧 디지털 전환시 디지털 디바이드를 겪게 되는 집단이라고 보고 있다. 사회적 고립의 개념은 나이, 다양한 종류의 장애, 낮은 영어구사능력 등으로 파악했다. 이에 따라서 정부와 Ofcom은 이들을 지원하도록 하는 방안을 마련하였다.

이들에게 지원은 수상기의 컨버트를 무료공급하고 설치와 사용을 도와줄 수 있는 것을 지지하는 구체적이고 실질적인 내용이 포함되어 있다. 정부와 Ofcom은 ‘목표화된 도움계획(Targeted Help Scheme)’을 통해서 75세 이상의 노인, 장애연금수령자, 산업재해연금자, 시각장애인 가구를 지원하는 방안을 마련하였다. 영국정부는 이러한 가구인구가 6백 5십만 명으로 추정하였다. 특히 텔레비전은 노인들에게 매우 중요하다. 75세 노인집단은 어떤 연령대보다 텔레비전을 많이 보는 것으로 나타났다. 이들은 아무런 취미활동도 하지 않고 그냥 앉아 TV를 시청하는 것으로 나타났다.

노인 집단 이외에 도움이 필요한 집단들이 또 있을 수 있다는 가정 하에 Digital UK와 Ofcom은 디지털 전환에 도움을 필요로 하는 집단을 다음과 같이 분류하여 이들에게 부가적인 지원을 계획하고 있다. 예컨대, 장애가 있는 사람, 시각장애가 있는 사람들, 저소득가구, 저학력, 모국어로 영어를 사용하지 않는 사람들, 사회적으로 고립되거나 소외된 사람들이 이에 해당한다.



<출처> “Digital Switchover : an audit of viewers”, by Ofcom, p.38.

<그림 4> 영국의 소외계층 분류

하지만 이러한 지원에도 불구하고 디지털 전환을 필요하지 않다고 느끼거나 디지털 전환에 거부감을 갖고 있는 집단은 17%로 나타났다. 영국정부는 독거노인들을 대상으로 조사한 결과 76%는 디지털로 전환하기 위해서는 절대적인 도움이 필요하다고 밝혔다.

따라서 영국은 디지털 전환을 지원하는데 있어 직접적인 지원방법을 선택하였다. 직접적인 지원은 인프라를 구축하고 수상기를 구입하는 비용을 지원하는 등의 방법을 선택한 것이다. 구체적으로 75세 이상의 노인집단과 등록된 시각장애인들에게 디지털 전환과정에서 장비의 구입과 안테나 성능개선 등에 필요한 비용을 마련하도록 지원할 계획이다. 비용은 1억 3천만 파운드에서 2억 7천만 파운드가 소요될 것으로 예상했다.

이에 앞서 영국은 Digital UK의 2006년 전국적인 커뮤니케이션 활동을 시작하였다. 전국의 TV와 신문, 지역신문, 온라인 광고 등 모든 매체를 동원하여 디지털 전환 촉구를 위한 캠페인 활동을 전개하였다. 이러한 활동은 6주 동안 계속되었으며 영국전지역 인구의 85%~90%를 대상으로 하였다. 이러한 캠페인 결과 상당한 효과가 나타나기 시작하였다. 캠페인 전에 비해 디지털 전환 인식이 약 13%, 웨일즈 지방에서는 무려 24%가 증가한 것으로 나타났다. 그들이 캠페인에 사용한 문구는 ‘디지털 전환이 일어나고 있어요, 기다리지 말고 새로운 디지털 TV를 삽시다’라는 슬로건이었다.

아울러 산업적으로 디지털 TV 구입자들을 보호하기 위한 일환으로 소비자들 이 디지털과 아날로그 혼용의 시대에서 값비싼 수상기를 구매하면서 실수

하지 않도록 현재 판매되고 있는 모든 장비가 ‘디지털 용’이라는 것을 명확히 하는 표시를 부착할 것을 주문하였다. 아울러 장비 제조업체들은 복잡한 기능을 원하지 않는 사람들을 대상으로 보다 사용하기 쉬운 셋탑 박스나 리모컨트를 개발하도록 요구하였다(정군기, 2007).

2) 미국

FCC의 소외계층 지원 정책은 CGB(Consumer & Governmental Affairs Bureau) 소속의 DRO(Disability Rights Office)가 중심이 되어 진행되고 있다. FCC의 소외계층 우대 방송정책은 소수집단의 필요와 이익을 반영하는 프로그램 편성의 확보라는 목적으로 실시되었다. 특히 소외계층 방송사 소유주들에게 방송 프로그램의 다양성 정책의 성공여부가 이들의 책임에 달려있다는 점을 상기시키면서 FCC에서는 정책의 효율성으로 소외계층 방송 소유주와 고용인들이 프로그램의 편성을 통해 이를 실현하고자 하는 의지와 능력을 강조하였다(Tabor, 1991). FCC는 소외계층의 방송사 소유가 증가함에 따라 소외계층의 목소리와 의견이 방송 프로그램에 반영되는 확률도 높아질 것으로 기대하였다.

FCC는 다음 4가지 소외계층의 우대정책을 통해서 소외계층의 방송사 소유를 지원하고 있다. 면허과정에서의 자격강화, 방송사 구매에서의 소외계층 소유주 우대, 소외계층 방송사 구매자 세금감면정책, 면허권 추첨시 우대정책 등이다. FCC측은 이러한 소수계층 우대 정책의 결과 소외계층의 방송사 소유 비율이 1978년 1%에 불과하던 것이 1999년 3.5%로 증가하였다.

또한 미국의 경우 대다수의 상업방송 네트워크 프로그램을 자막처리(폐쇄자막 방송)하고 있다. 공공 텔레비전 경우 거의 100%, 톱 6 프리미엄 케이블 네트워크 프로그램의 60%에 자막 서비스가 제공되고 있다. 미국은 청각장애인이나 난청자를 위하여 자막 방송 시스템이 고안된 것이 아니라 실시간 정보를 동시에 미전역에 보내려는 목적으로 서비스를 실시하였다. 그러나 1991년 Closed Caption 방식의 자막방송을 실시하는 방송사는 전체 2/3를 넘어섰다. Closed Caption 처리되는 방송 프로그램이 주당 400시간을 넘어서게 되었다.

장애인들을 위한 화면해설 방송도 실시하고 있다. FCC는 1999년 법률 개정 공고를 통해 몇 가지 화면해설 방송과 관련된 규칙을 제정하였다. 규칙들 가운데 하나는 상위 25개 텔레비전 시장 내 4대 상업방송 네트워크 가맹국은 주당 최소 4시간 혹은 분기당 50시간의 비디오 해설방송을 제공할 것을 요구하는 것이었다. FCC는 2000년 7월 방송사들에게 해설방송서비스 제공을 강제하는 규칙을 채택하였으나 방송사업자들은 의무적인 방송서비스 제공에 반발하였고 2002년 11월 연방법원은 이 규칙들을 파기할 것을 결정함으로써 의무적인 비디오 해설방송은 없어졌다. 그럼에도 불구하고 일부 방송사들과 프로그램 공급업자들은 비디오 해설방송 서비스를 제공하고 있는 것으로 나타났다. 법원의 결정이 긴급 상황에서 비디오해설 방송을 의무적으로 제공해야 한다는 규칙을 파기한 것이 아니기 때문에 긴급 상황에서 비디오 해설방송은 제공되어야 한다. 미국 장애인들의 정보나 미디어 액세스권을 강화하고 있다. 그동안 시청각 장애인들이 사용하기 불편했던 공공장소에서의 커뮤니케이션 수단이나 정보획득 매체의 이용을 가능하게 위해 대형 버튼 전화기, 볼륨 조정 전화기, 헤드셋 전화기, 호출기 등을 설치하는 조항을 강화했다. 2002년 11월 시각 장애인용 TV 프로그램 제작 규정을 발표하여, 시각 장애인들이 텔레비전에서 대사 없이 전개되는 움직임이나 사건들을 이해할 수 있도록 나레이터가 장면을 설명하도록 하였고 방송사업자들은 청각 장애인이나 청각 능력이 떨어지는 사람들을 위해서도 폐쇄자막, 개방자막, 스크롤과 같은 시각 재현물을 이용해 음성 부분을 처리해야 한다.

노인들의 방송시청을 위해서는 1990년 노인청(Administration of aging)을 설립하고 각 주 정부마다 노인문제 전담부서(Department of aging)를 두어 연방-주-지방 정부간 협력활동을 전개 중이다. 고령층 정보화를 위한 비영리단체인 시니어넷(Seniornet)에서 개인 및 기업 후원자들의 재정지원을 토대로 50세 이상 정보화 교육을 담당하고 있다. 특히 각 지부에서 운영하는 교육 센터에서 고령층의 정보화를 위해 정보화 교실 등 프로그램을 운영함으로써 저렴한 비용으로 고령층의 정보화에 친숙할 수 있는 환경을 제공하고 있다. DRO는 통신부분의 장애인 접근권, 긴급정보(emergency information) 정책과 함께 자막방송에 대한 정책 수립 및 관련 자문역할을 수행하고 있다.

미국은 디지털 전환과 관련해 방송사들의 디지털 방송에 필요한 시설과

장비의 설치와는 별도로 미국의 디지털 방송 전환에서 더욱 큰 문제는 저소득층에게 디지털 셋탑박스 구입 보조금을 지원하는 것이라 할 수 있다. 이는 지난 1월 말에 대통령으로 취임한 오바마가 디지털 방송의 전환 예정일을 2월 18일에서 오는 6월 12일로 연기하고자 했던 가장 큰 이유이다. 지난 몇 년 동안 연방정부는 상무성(Department of commerce)산하의 NTIA(National Telecommunication and Information Administration)를 통해 저소득층에게 디지털 셋탑박스를 지원하는 쿠폰 프로그램에 약 13억 4천 달러를 지원했다. 이를 통해서 해당 가구들은 각각 40달러짜리 쿠폰 2장을 받을 수 있었다. 그러나 올해 초 할당된 예산을 모두 집행했음에도 불구하고 약 650만 가구가 쿠폰을 지급받지 못한 상황이 발생하자 오바마는 급기야 전환 예정일을 연기하도록 촉구했다.

최근 닐슨 미디어 리서치(Nielsen Media Research)의 조사에 의하면 4월 현재 360만에 달하는 미국인들이 아직까지 디지털 방송으로의 전환에 전혀 준비가 되어 있지 않는 것으로 밝혀졌다. 무엇보다 중요한 것은 디지털로의 전환에 있어 필요한 재원을 마련하고 법적 장치들의 정비 등 연방정부와 관련 방송사들의 노력과 함께 더욱 중요한 점은 실제 시청자들이 얼마만큼 디지털 전환에 대해서 알고 있느냐 하는 문제이다(박남기, 2009).

3) 프랑스

프랑스 역시 장애인을 위한 자막 서비스에 대한 요구가 급증함에 따라 1984년 275시간이던 자막방송이 1999년 3,366시간, 2001년 5,216시간으로 급격히 증가하였다(한국방송영상산업진흥원, 2003). 프랑스 정부는 아날로그 방송 종료 시점까지 프랑스의 모든 가구가 디지털 TV 수신 장비를 갖출 수 있도록 하는 정책을 펼치고 있다.

디지털 전환에 관한 전반적인 법제도적 근거를 마련하고 있는 2007년 3월 ‘방송의 현대화와 미래의 텔레비전에 관한 법’은 디지털 수신 장비지원에 관한 조치와 특히 저소득층 가구를 대상으로 하는 지원 기금은 공익을 목적으로 하는 단체에서 관리한다는 규정을 마련하고 있다. 지원대상자의 범위는 많은 논

란 끝에 수신료 면제 가구로 제한하기로 하였다. 이들은 최저 생계비 지원 대상자, 65세 이상의 저소득자 또는 60세 이상의 장애인으로 제한하고 있다. 지난해 11월 프랑스 정부는 종합적인 디지털 경제 계획인 '디지털 플랜 2012'에서 이들 대상에게 디지털 TV 수신용 단말기 이용 일부 및 설치에 필요한 제반 비용 일부를 총 30유로까지 지원한다는 조치를 마련한바 있다.

한편 디지털 소외 계층을 위한 지원 기금 운영과 전반적인 지원 업무는 '미래의 텔레비전'법에 근거하여 창설된 '프랑스 디지털 TV'에서 담당하고 있다. 지난 해 4월 확정된 FTN 예산안에 따르면 노년층 및 저소득층에 대한 디지털 TV 수신기 지원예산으로는 정부가 1억~1억 2천 유로를 지원하고 방송사들은 애초 계획보다 대폭 하향 조정된 5,900만 유로를 지원해야 한다.

4) 일본

1993년부터 일본은 장애인의 기본법에 방송분야에 관한 규정을 신설하여 국가가 장애인의 이용편의를 도모하기 위해서 노력하고 있다. 장애인을 위해서 자막 및 해설 프로그램 등의 제작비를 지원하기 시작했다. 일본의 경우에는 1993년의 장애인 기본법에 방송 분야에 관한 규정을 신설하여 국가가 장애인의 이용편의를 도모키 위해 노력해야 한다고 함으로써 93년 5월 장애인이용 원활화법을 제정하고 자막 및 해설 프로그램 등의 제작비를 지원하기 시작했고, 디코더의 개발과 보급에 노력하여 94년 말 약 100만대 이상의 TV 수신기를 보급하였다. 일본은 1985년 자막제작공동기구(문부성 후생성, 우정성, 동경도, NHK, 민방연합, 재경민방 5개사의 합의로 설립)를 설립하여 각 방송사에서 자막을 제작하지 않고 별도의 기구에서 자막을 제작 공급하였다. 아울러 생방송에 대응하는 뉴스의 자막 방송이 늘어나고 있는 추세이다. 시각장애인을 위해, 고속 워드프로세스 시스템을 이용하여 뉴스에서 방송되는 음성을 동시에 문자화하여 자막으로 방송하는 서비스가 늘어나고 있다. 각 방송사는 뉴스의 문자 방송화를 적극 추진하고 있으며 오락 프로그램 스포츠 중계에서도 실시간 자막화를 추진하고 있다.

화면해설방송에는 48개의 민간방송 사업자가 참여하고 있다. 화면해설 방

송의 현황을 살펴보면 NHK 교육이 601시간 36분으로 가장 많은 시간을 화면 해설방송을 하고 있으며 NHK 종합이 231시간, 민영방송 도쿄 키 스테이션 5국이 83시간으로 각각 화면해설방송을 하고 있다. 이들 가운데 화면해설방송을 시행하고 있는 방송사는 니혼 TV와 TV 도쿄뿐이다. 니혼 TV가 약 82시간, 화면해설방송을 하고 있으며 도쿄 TV가 약 2시간 정도 화면해설방송을 실시하고 있다.

그 외 독일은 2002년 장애인 평등법 제 5조 공동목표협약에 의거하여 공공영역에서 장애인들의 활동을 제한할 수 있는 장애물을 제거하는 작업을 시행하고 공영방송을 중심으로 텔레텍스트, 자막방송, 수화방송, 음성해설방송이 실시되고 있다. 국내에서도 이러한 노력이 이루어지고 있으며, 장애인과 노인의 방송 접근을 지원하기 위한 관련법은 크게 방송법, 장애인 복지법, 그리고 정보격차해소에 관한 법률을 들 수 있다. 방송법 시행령 제 52조에서는 장애인의 시청 지원을 위해 방송사업자로 하여금 재난방송 프로그램, 장애인복지법 시행령 제 11조에 의한 방송프로그램, 장애인의 방송시청이 필요하다고 판단되어 방송통신위원회 규칙으로 정한 방송 프로그램, 그리고 기타 장애인의 복지를 목적으로 편성된 방송 프로그램에 대해 수화, 폐쇄자막, 화면 해설 등을 이용한 방송을 하도록 노력할 의무를 규정하고 있다.

5. 디지털 융합 환경에서 방송 소외계층 지원

1) 융합환경의 새로운 방송소외

최근 IT 산업은 동태적이고 역동적으로 변화를 거듭하며 발전하고 있다. 디지털, 컴퓨터, 방송, 전화 등 정보통신기술과 영상기술이 결합된 첨단 기술 혁명은 우리사회를 유비쿼터스 사회(u-society)로 유도하고 있다. 디지털 기술은 영상 압축, 저장, 전송, 처리 기술을 고도화시킴으로써 디지털 컨버전스(digital convergence) 현상을 자연스럽게 만들고 있다. 방송통신융합은 이미 우리 주변에서 흔히 볼 수 있으며, 현재도 매우 빠르게 진행 중이다. 융합현상은 방송과 통신의 구별을 모호하게 만들었으며, 그에 따라 사업자의 융합을

가져왔다. 케이블 TV 사업자가 초고속인터넷 서비스를 제공하고 있으며, 통신 사업자는 IPTV 방송을 실시하고 있다. IPTV는 초고속인터넷, 방송, 인터넷 전화의 트리플 서비스를 제공하는 상황이며 휴대전화와 DMB는 이제 새로운 융합이 아니라 구시대적 서비스로 전락하고 있다.

우리나라는 IPTV 활성화뿐만 아니라 2013년부터 모든 방송이 디지털로 전환된다. 디지털 방송전환을 위해서 특별법이 제정되고 현재 국가적인 차원에서 추진하고 있다. 특히 디지털 전환에 대한 국민들의 인식이 2007년 말 기준으로 영국은 89%, 일본은 93%에 달하는 반면 우리는 31%에 불과하여 2009년 인지도 제고에 초점을 맞춰 정책을 시행하였다.

이와 같이 IPTV와 디지털 방송전환은 이용자들에게 매체 선택권 확대와 프로그램 다양성 증가를 통해서 보다 고품질 서비스와 질 높은 콘텐츠를 제공하는 동시에 국가 경쟁력 향상이라는 두 마리 토끼를 포획하는 목표를 갖고 추진되었다. 특히 콘텐츠 산업 측면에서 IPTV와 디지털 방송전환은 콘텐츠 산업의 발전을 꾀하는데 큰 도움이 될 것으로 예측하고 있다. 이에 따라 방송통신위원회는 규제개선과 인프라 확충을 통해서 방송통신 콘텐츠 활성화 종합대책을 확정하바 있다(서병조, 2009).

매체가 다양해지고, 채널이 많아지면서 프로그램 다양성을 통해서 시청자의 권리는 더욱 확대되는 방향으로 방송정책이 추진되고 있다. 매체 선택권과 프로그램 다양성과 관련된 이념은 방송정책에서 매우 중요한 의미를 갖고 있으며, 시청자의 입장에서 능동적 선택과 선호의 다양성 측면에서 매우 중요하다고 할 것이다. 과거 지상파 위주의 방송 환경에서는 볼 수 없었던 새로운 매체와 채널이 시청자들에게 제공되면서 시청자들의 방송매체 및 채널 선택에 영향을 미치고 있다(Heeter, 1985). 이에 따라 신규 매체의 최종 선택자인 시청자의 위치가 매우 중요해졌다. 새로운 매체가 기술적으로 진보될수록 매체 간 접근성, 이용성, 비용, 내용 등의 차이가 점차 줄어들어는 반면, 매체 이용자의 의지, 욕구, 동기 등은 집단별로 그리고 개인별로 세분화되는 경향을 보인다(이준웅·김은미·심미선, 2006). 따라서 다매체 시대에는 매체 이용자의 의지나 욕구, 동기 등과 같은 개인적 특성이 중요시 되는 이유는 이용자가 모든 선택권을 갖고 있기 때문이다.

방송 매체를 중심으로 '선택권'은 매체의 수가 많아지면서 선택 폭이 넓어

질 것으로 예측했다. 선택성 개념은 프로그램 및 인터넷 이용자 연구에 적용되어 왔으며, 이용자들의 능동성이 선택권 확대에 기인하고 있다(Eighmey & McCord, 1998). 이와 같은 선택권은 수용자의 능동적 미디어 이용을 위한 기본적인 전제조건이기 때문에 수용자 능동성 개념을 평가하는 척도로 이용되기도 한다(Perse & Dunn, 1998; Biocca, 1987).

하지만 매체가 다양화되었다고 하여 선택권이 확대되었다고 보기 어렵다는 주장도 제기되고 있다. 특히 소수의 특정 매체에 시청자들이 집중되는 현상에서 시청자들이 선택하는 실질적인 선택의 폭은 확대되지 않았다는 주장이다(Webster, 2004). 아울러 선택권은 개인이 갖는 특성과 기술에 대한 편리성 혹은 간편성, 경제적 차이에서 매체 선택권 소외가 나타나고 있다. 이는 결국 기존 방송소외계층은 매체가 다양화되면서 방송 소외현상이 가중되는 결과를 가져올 것으로 예측한다. 또한 디지털 시대에 미디어 다양성의 문제를 접근 다양성성과 선택의 다양성에서 출발한다면 무엇보다도 시청자가 원하는 시간과 공간에서 콘텐츠 접근이 가능 하는가에 대한 문제가 중요한 의제라 할 수 있다. 다양성은 수용자의 관점에서 다양한 계층의 미디어 접근권에 관한 차원을 그리고 콘텐츠 내용에 있어서는 프로그램 유형의 다양성뿐만 아니라 가치, 사상, 의견, 취향 등의 다양성 차원을 포함한다.

IPTV와 디지털 방송전환 같은 새로운 서비스는 무한수의 콘텐츠 서비스를 가능하게 하지만, 실제 IPTV와 디지털 방송 전환시 프로그램이 모두가 비슷한 것이라면, 과연 다매체·다채널이 수용자에게 다양성의 가치를 제대로 발휘하고 있다고 평가하기 힘들 것이다. 다양성은 다양한 계층의 다양한 욕구에 부응할 수 있는 콘텐츠 개발을 통해 이루어진다. 이러한 관점에서 문화적 다양성에 대한 문제도 제기될 수 있을 것이다(박주연, 2006). 결국 다양성 역시 방송의 유료화로 인하여 기존 방송 소비자들에게는 다양성에 대한 논의 자체가 무의미하다면 특히 기존 방송 소외계층은 더욱 다양성 효과를 검증하거나 판단하기 어려운 문제가 될 것이다. 따라서 채널이 다양해지고, 프로그램이 많아졌음에도 불구하고 자신의 욕구에 맞는 다양한 프로그램 시청이 불가능한 상태를 새로운 방송 소외현상이라고 볼 수 있을 것이다. 매체가 많아지고, 채널이 다양화된 현재 신체 및 경제적 여건으로 인해 이러한 다양화된 서비스를 제공받지 못하는 이들이 소외 계층으로 설정될 수 있으며, 앞으로 신규 방송

매체의 등장은 이들에 대한 지원정책을 같이 고민해야 한다.

2) 국가정책 수용에 대한 지체자의 문제

현재 우리사회에서 일어나는 방송통신 혁신현상은 일반 시청자들에게는 일종의 ‘개혁’이라 할 수 있다. 특히 디지털 방송전환은 기존 아날로그 시청자들의 변화를 유도하고, 국가 정책에 따라서 능동적으로 대처하는 행위를 보여 줄 것을 기대하고 있다. 새로운 미디어의 끊임없는 등장과 디지털 방송전환이 ‘개혁’이라는 의미로 사회적 합의를 통해 우리사회에 안정적으로 확산된다면 ‘개혁’은 다시금 보편적 서비스로 자리잡아 기존 서비스에 분류될 것이다. 따라서 ‘개혁’이 우리사회에 안정적으로 확산되기 위해서는 많은 조건과 유인정책이 필요하며, ‘개혁’을 받아들이지 않는다하여 피해가 유발되지 않도록 필요한 조치를 강구해야 한다.

로저스와 많은 연구자들은 사회구성원들이 속하게 되는 개혁확산 채택 범주를 제시하였다. 로저스(Rogers, 1995)는 채택자 분류를 ‘개혁성을 토대로 한 사회 체계내의 개인에 대한 분류’로 보았다. 로저스의 분류에 의하면 혁신자, 조기 채택자, 조기 다수수용자, 후기 다수수용자, 그리고 지체 수용자로 분류하고 있다. 이러한 분류는 각 개인이 내재하고 있는 개인적 특성과 사회적 영향에 의해서 시간의 경과에 따라 집단별 채택률(rate of adoption)이 각각 다르게 나타난다.

개혁을 가장 먼저 수용하는 개혁자(innovator)는 대담하며 기꺼이 새로운 것을 시도하는 사람들로 이들은 경제적으로 비교적 부유하며, 수준 높은 교육을 받은 사람들이 주로 이 부류에 속한다(Lin, 1998; Atkin, 1993).

두 번째로 조기 채택자(early adopters)는 개혁에 대한 정보를 추구하고 그들의 충고는 소속집단이나 지역에 존중된다. 이 범주에 속하는 사람들은 성공과 개혁을 기꺼이 받아들이려는 마음가짐을 갖고 있다.

세 번째는 조기 다수자(early majority) 범주에 속하는 사람들은 새로운 기술이나 새로운 아이디어를 가장 먼저 채택하기를 원치 않는다. 이들은 하나의 개혁을 정당화하는 즉, 지역사회의 나머지 사람들에게 그러한 개혁이 유용하며

채택하는 것이 바람직함을 보여주는 중요한 기능을 수행한다.

네 번째는 후기 다수자(late majorities)들은 채택의 이점에 대해서 회의적이고 조심스럽다.

마지막으로 지체자(laggards)들은 가장 늦게 개혁을 채택하는 사람들이다. 지체 수용자들은 과거 즉, 전통적인 행위 방식에 얽매어 있으며 새로운 시도를 매우 두려워한다. 예를 들어 전통적인 가치관과 완고한 세계관을 가진 나이 든 노인, 저소득층, 장애인들이 지체자에 해당한다.

‘개혁’이 우리사회에 확산되는 과정에서 소위 ‘지체자’들이 소외된 채 확산되는 경우가 많다. 방송통신정책이 추구해야 하는 ‘지체자’ 즉 ‘개혁의 소외자’들에 대한 지원과 관리가 중요한 이유가 바로 여기에 있다. 개혁의 소외자들은 비의도적 소외자들이며 이들은 ‘개혁’에 대한 수용의지는 있지만 경제적, 기술적, 개인의 신체적 문제로 수용하지 못하는 경우이다. 현재 방송통신위원회와 각 시민단체 및 협회에서 노인, 장애인, 저소득층에 대한 지원 역시 로저스의 분류에 따라 ‘지체자’에 대한 지원이라 할 수 있을 것이다. 이들에 대한 적극적 참여 유도는 앞서 언급한 바와 같이 하드웨어적 지원과 소프트웨어적 지원이 동시에 이루어져야 한다.

3) 디지털 방송전환과 소외문제 극복방안

(1) 디지털 전환방송

우리나라 역시 2013년 방송의 대 전환이 예고되어 있다. 기존 아날로그 방송을 중단하고 디지털 방송으로 전환한다는 국가적 차원의 방송정책이 공표되었다. 디지털 전환은 전 국민을 대상으로 방송전환을 요구하는 매우 중대하고 광범위한 국가정책이다. 이러한 국가정책을 추진함에 있어 일반 국민의 동의와 협조는 필수적이다. 따라서 그들이 능동적이고 적극적으로 디지털 방송을 수용할 수 있게 도와야 한다. 하지만 비의도적으로 발생하는 디지털 방송 소외계층에 대한 지원정책 역시 마련되어야 한다.

‘방송 소외계층’에 대한 관심은 능동적으로 국가정책을 수용하지 못하는

사람들을 지원하는데 목적을 두고 있다. 디지털 전환 특별법의 내용적 측면에서 볼 때 아날로그 방송 종료로 인해 소외계층에 대한 지원 범위, 수신환경 개선에 대한 정부의 역할, 디지털 방송활성화 추진위원회 설립문제, 사업자 위주의 정책 시연 등이 문제점으로 나타나고 있다(강상현, 2008; 최선욱, 2007).

디지털 전환을 촉진하기 위해서 우리나라에서는 크게 두 가지 정책이 전개되고 있는데 특정한 의무나 강제 또는 이에 상응하는 일정한 지원책이 제시되고 있다. 아날로그 방송 종료일의 확정이나 디지털 튜너내장은 강제적 촉진 방안이며, 수신자 보조 정책은 지원에 관한 것이다. 디지털 특별법은 이러한 강제나 지원의 두 가지 정책방향이 함께 반영된 것이라 할 수 있다(강상현, 2008). 세계적으로 디지털 방송전환으로 전환을 서두르고 있으며, 소외계층에 대한 지원 대책 역시 추진되고 있다.

<표 15> 각 국가의 디지털 전환 시기와 전환 기간

국가	디지털 방송시작	아날로그 방송 종료	디지털 전환기간
룩셈부르크	2006	2006.9	1년
네덜란드	2003	2006.12	3년
독일	2002	2008	6년
프랑스	2005	2011	6년
이탈리아	2003	2012	9년
일본	2003	2011	8년
스페인	2000	2010	10년
미국	1998	2009	11년
영국	1998	2012	14년
한국	2001	2012	11년

<표 15>에서 보는 바와 같이 디지털 전환이 완료된 룩셈부르크 등의 나라는 전체 가구 수가 적은 특수한 경우이고, 독일, 일본, 프랑스 등 몇몇 나라는 한국보다 디지털 방송이 늦게 실시되었음에도 불구하고 아날로그 방송 종

료예정일이 우리보다 빠른 상황이다. 영국은 1998년 세계에서 가장 빨리 디지털 방송을 시작했지만 전환완료일이 우리나라와 같은 2012년으로 지역별로 순차적으로 디지털 전환 작업을 실행하기 때문이다.

(2) 외국의 디지털 방송전환 추진정책

① 영국

영국의 Digital UK, 미국의 DTV Transition Coalition, 일본의 D-PD 등은 디지털 전환을 위해 설립된 상설기구이다. 디지털 전환에서 정책 추진과정을 점검하고 대국민 홍보를 전담하는 별도의 독립적 기구가 필요하지만 우리나라의 경우 자문기구 성격을 띄어왔다. 영국의 경우 구체적으로 아날로그 방송 종료시점을 발표하기 전 2004년부터 2008년까지 오프콤(Ofcom)과 문화미디어스포츠부(DCMS)를 중심으로 소외계층 대상과약과 지원방법을 사전에 조사한바 있다. 영국은 Digital UK를 만들어 대국민 홍보를 실시하였다. 영국의 디지털 전환 계획에서 가장 돋보이는 부분은 소외계층 발생에 대한 대책이다. 영국정부와 오프콤은 외부전문가에게 위촉해 2000년 이후 9차례의 조사를 통해서 소외계층 지원정책을 마련하였다. 이 조사의 결과 소외계층 중에서도 75세 이상 노인에 대한 지원문제를 가장 중요시 하였다. 아울러 지원 대상에 장애인을 포함하였다(Korupp & Marc, 2005).

영국은 'Target Help Scheme'이라는 지원책을 통해서 소외집단에 디지털 수상기 구입비를 지원하고 무료로 수신환경을 개선하는 것을 주요 내용으로 하고 있다. 지원 대상으로는 75세 이상 고령자, 장애인 생활 수당, 간호 수당, 장기 간호 수당, 이동성 보완재(mobility supplement) 등의 수령자, 등록된 시각장애인이나 부분 시각장애인 등이다. 특이한 점은 저소득층이나 지역적 소외계층은 지원 대상에 해당하지 않는다는 점이다(정준희, 2009).

영국 정부는 지원 대상 인구가 7백만 명에서 이를 것으로 전망하고 있다. 예산은 BBC와 영국 문화미디어 체육부와 협정으로 BBC 수신료로 충당될 예정이며, 6억 파운드, 한화 1조 2천억 원에 이른다. 영국은 전통적으로 행정부도의 정책입안이 많은데 디지털전환 정책도 문화미디어스포츠부가 주도적으로 이끌면서 이해당사자들과의 긴밀한 협의 속에 정책을 주도하고 있다.

지원방법은 비용 대비 효과가 가장 좋은 옵션이나 당사자의 요구에 부응하는

보조를 제공하는 것으로 대개 프리뷰 서비스를 통해 공공서비스 텔레비전 채널을 모두 받아볼 수 있게 해주는 셋톱박스를 제공하거나 설치해 주는 방법으로 지원하고 있다. 이와 더불어 안테나와 위성 접시 등 텔레비전 방송 수신기구들을 설치, 수리, 교체, 재배치, 재배선 등을 지원하고 있다. 이러한 지원은 완전 무료가 아니라 수수료 40파운드를 지불해야 하는데 연금 수령자, 소득 보조금/실업 수당 등을 수령하는 저소득자인 경우 수수료가 면제된다. 만약 지원 대상자가 어린이라면 그와 관련된 아동수당을 수령하는 자, 아동을 책임지는 사람, 동일 주소에 거주하는 사람 등이 수수료를 지불해야 한다.

<표 16> 디지털 전환 국가별 소외계층 지원방안 비교

구분	영국	미국	일본	한국
지원 대상	▶75세 이상 노인 ▶중증 장애인 ▶등록된 시청각 장애인	▶아날로그 직접수신 대상자	▶아날로그 수신세대 ▶소외계층지원2008년 계획수립	▶국민기초생활수급권자 (장애인, 65세 이상 노인, 저소득층)
지원 범위	▶700만 세대	▶3,350만 세대	▶426만 세대	▶81만 세대
지원 내용	▶수신기1대 ▶설치(안테나 포함) ▶이용방법 교육	▶최대40달러 쿠폰 2개 ▶D-A컨버터 ▶이용방법 교육	▶채널 preset ▶안테나 교체 ▶증폭기 교체	▶6만원상당 D-A 컨버터 ▶설치지원
지원 예산 규모	▶6억파운드	▶15억달러	▶1800억엔	▶608억원
지원예산 마련	▶BBC 수신료	▶주파수 경매	▶전파사용료	▶중앙정부 예산
시행시기	▶2013년 시작	▶2009년	▶2011년	▶2013년
지원 결정기관	▶DCMS-BBC합의	▶의회	▶총무성	▶방통위원장 고시

<출처> 최선욱, 방송문화연구, 2007년 12월 호, p.30 재구성

영국 역시 디지털 전환에 따른 문제점 중 가장 우선적이고 시급한 문제로 예산문제를 들고 있다. 전 세계적인 경기 침체와 구조화된 광고재원의 축소 경향 등은 지상파 방송사들로 하여금 커다란 재정적 압박을 느끼지 않을 수

없는 상황이다.

② 미국

미국은 디지털 전환을 위해 FCC와 의회가 주도적으로 입법 활동을 추진해 왔다. 미국은 2006년 2월 아날로그방송 중단일정을 2009년 2월 17일로 명시한 DTV전환법(The Digital Transition and Public Safety Act)을 제정했다. 미국의 경우도 2005년 의회를 중심으로 소요비용과 대상을 추정하고 2006년 디지털 지원에 따른 예산 등을 법으로 확정했으며, 2008년 1월부터 가구당 2개의 쿠폰을 나눠주는 등의 정책을 추진하였다. DTV 전환연합은 2009년까지 약 1300만 가구가 컨버터 박스를 필요할 것으로 추정하고 있다. 특히 FCC는 특정집단의 사람들이 디지털 전환에 잠재적 부담을 느끼고 있다는 것을 밝혀 2007년 9월 의장이 직접 고령층과 장애인, 저소득층, 농어촌주민들, 소수민족, 비영어권자들이 디지털 전환에 대한 이해부족으로 불균등한 영향을 받지 않게 정책을 추진하고 있다. 이와 더불어 잘못된 정보를 갖고 있는 사람들 중에서 노인이나 가난한 사람들과 영어를 사용하지 않는 사람들이 다수 포함되어 있다는 사실을 알게 되었다. 이에 따라 연방정부와 전국방송사연합 등은 단기간에 엄청난 비용을 들여 디지털 방송으로의 전환에 대한 대대적인 홍보를 시작하였다. 홍보의 방법으로 콜 센터(call center)를 설치하고, 시민들의 질문에 바로 대답할 수 있도록 전화 및 인터넷 서비스를 실시하였으며, 미전역을 돌려 6,000여개의 교육 이벤트를 실시하였다. 이해증진을 위해서 웹사이트(www.dtv.com) 등을 이용해 대대적인 홍보에 들어갔으나 웹 정보전달은 효과적이지 않는 것으로 나타났다(이윤희, 2008, 재인용).

NTIA는 월밍콘시에 6만여 장의 셋톱박스 쿠폰을 지원하고 지역 방송사들 또한 사전에 방송과 빌보드 등을 통해서 월밍튼시의 조시 전환에 대해서 적극적으로 홍보하였다. 아울러 지역축제나 노인복지센터 등을 방문해 디지털 방송에 대한 교육을 실시하는 등 사전준비를 철저히 하였다(박남기, 2009).

특히 미국의 경우 대학연구소가 이미 디지털환경에서 시각장애인을 위한 영상 개선연구를 실시하고 있다. 디지털 TV 속 인물 및 사물 이미지의 밝고 어두움 색 차이를 높이는 새로운 기술로 저시력자의 TV 시청능력을 향상시킬

수 있는 연구를 진행하였다. 아울러 장애인이나 노인들을 위한 기술이 다양한 방면에서 개발되고 있다(송재일, 2008, 재인용).

디지털시대 방송은 우리에게 전화와 같은 생활필수제이다. 제2의 방송혁명이라고 불리는 방송의 디지털 전환은 한명의 국민이라도 소외되거나 배제되지 않도록 해야 하는 것이 진정한 디지털 복지국가일 것이다. 이는 경제적 문제와 사회적 활동의 제약 그리고 가족적 관계의 고립으로 TV를 친구로 삼고 살아가는 노인들과 장애인 경제적 약자들의 모습은 이제 우리주위의 일상적인 모습이다. 디지털 시대에 그들이 TV를 통해서 사회와 소통할 수 있도록 복지 정책이 마련되어야 함은 정부의 역할이자 책임이다.

③ 프랑스

프랑스 정부는 아날로그 방송 종료 시점까지 프랑스의 모든 가구가 디지털 TV 수신 장비를 갖추 수 있도록 하는 정책을 펼치고 있다. 디지털 전환에 관한 전반적인 법 제도적 근거를 마련하고 있는 2007년 ‘방송현대화와 미래의 텔레비전에 관한 법’은 디지털 수신 장비 지원에 관한 조치와 특히 저소득층 가구를 대상으로 하는 지원기금은 공익을 목적으로 하는 단체에서 관리한다는 규정을 마련하고 있다. 지원 범위는 수신료 면제 가구(최저 생계비 지원 대상자, 65세 이상의 저소득자 또는 60세 이상의 장애인)로 제한하기로 하였다. 프랑스 정부는 이러한 지원 대상에게 디지털 TV 수신용 단말기 비용 일부 및 설치에 필요한 제반 비용 일부를 포함해 총 30유로까지 지원한다는 조치를 마련하였다.

④ 일본

일본은 전국의 약 5,000만 가구 중 약 620만 5만개의 수신 장애 공청 시설을 통해서 방송을 수신하고 있으며, 약 140만 가구가 산간벽지의 공청 시설을 통해서 아날로그 방송을 수신하고 있어 이들에 대한 대책을 마련하였다. NHK 방송문화연구의 자료에 따르면 공청시설을 이용하는 약 150만 가구가

케이블 TV로 전환하고, 130만에서 140만 가구는 직접 수신하는 방법으로 디지털 TV로 전환하는 방안을 추진한다는 계획이다. 아울러 일본은 2009년 정부예산에서 88억 엔이 투입되는 ‘고령자, 장애인에 대한 활동지원’ 등을 업계 인재를 선별 파견하여 디지털 전환을 돕는다는 계획이다. 일본의 경우 생방송에 대응하는 뉴스의 자막방송이 늘고 있다. 시각장애자를 위해서 고속 워드프로세스 시스템을 이용하여 뉴스에서 방송되는 음성을 동시에 문자 자막으로 방송하는 서비스가 늘고 있다. 이는 각 방송사가 뉴스의 자막화를 적극 추진하고 있으며, 오락 프로그램과 스포츠 중계에서도 실시간 자막화를 추진하고 있기 때문이다.

Ⅲ. 방송 소외계층 수요 조사

1. 조사대상 및 지역

본 조사의 목적은 디지털 융합 환경에서 기존 방송소외계층의 수요를 파악하여 그에 따른 대응 방안을 마련하는 것을 목적으로 하고 있다. 따라서 단지 기존의 방송 소외계층 수요뿐만 아니라 앞으로 발생할 수 있는 문제를 사전에 예방하는 차원에서 장기적인 정책 마련이 필요할 것이다. 이에 기존 방송소외계층에 해당하는 사람들을 대상으로 설문조사를 실시하여 보다 실증적인 자료를 수집하여 분석하는 것이 현실적인 방안을 도출할 수 있을 것이다.

본 연구에서 방송소외자를 ‘현재 개인의 경제적 또는 신체적 문제로 인해서 기존 방송서비스를 사용하지 못하거나 이해하지 못하는 사람들’로 정의하였다. 이러한 정의에 의해서 노인(난청노인포함), 장애인, 저소득가정을 설문조사 대상으로 선정하였다. 즉, 방송소외계층에 대한 조사대상지역은 서울, 경기도, 지방으로 분류하여 각 지역에 거주하는 노인, 장애인 기초생활수급대상자로 설정하였다.

- 조사 대상 : 노인, 장애인, 기초생활 수급자
- 조사 지역 : 서울, 수도권, 지방
- 표본 추출 : 각 분류 지역별 성별에 따른 할당표집
- 조사 대상자 수 : 각 집단별 100명 이상

이에 지역별 조사 대상자의 경우 서울이 115명, 수도권이 107명, 지방이 108명으로 총 330명을 대상으로 일대일 면접 조사를 실시하였다. 본 조사는 조사 전문기관에 의뢰해 수집한 자료를 바탕으로 분석을 실시하였다.

2. 조사대상자 선정

1) 노인 대상자

우리나라는 현재 세계 최저 수준의 출산율과 빠른 고령화 사회로 변화하고 있다. 1983년 합계출산율이 인구 대체수준이하로 하락한 이래 25년간 저출산 현상이 지속되고 있다. 반면, 영양 상태나 건강상태가 좋아지고, 의학기술이 발전하면서 65세 이상 노년층의 인구는 지속적으로 증가하고 있다. 고령화 지수는 1960년 6.9%에서 1980년 11.2%, 2000년 34.4%로 증가하였으며, 2020년에서 125%로 노년층의 인구가 유년층의 인구를 초과할 것으로 전망하고 있다. 우리나라 인구 10명 중 1명은 65세 이상 고령자라는 통계 조사결과가 나왔다. 2008년 10월 통계청 발표에 따르면 2008년 7월 총인구 중 65세 이상 인구가 차지하는 비율은 10.3%(501만 6,000천명)으로 향후 10년 후에 2018년에는 초고령사회(노인인구 14% 이상, 707만명), 2026년에는 초고령사회(20%이상, 1021만명)에 도달할 것으로 예측하였다.

유엔은 65세 이상 인구비율을 기준으로 7% 이상은 고령화 사회(aging society), 14% 이상은 고령사회(aged society), 20% 이상은 초고령사회(super-aged society)로 구분하고 있다. 따라서 고령 즉, 노인은 65세 이상으로 설정하였다. 아울러 우리나라 노인복지법 시행령에 의하면 생활보호대상노인이 아닌 65세 이상으로 부양의무자로부터 적절한 부양을 받지 못하는 자를 지칭하고 있다. 그리고 실비양로시설 입주자 자격으로 본인 및 그 배우자와 부양의무자의 월 소득을 합산한 금액을 가구원수로 나누어 얻은 1인당 월평균 소득액이 통계청장이 통계법시행령 제3조의 규정에 의하여 고시하는 전년도(본인 등에 대한 소득조사일이 속하는 해의 전년도를 말한다)의 도시근로자가구 월평균 소득을 전년도의 평균 가구원수로 나누어 얻은 1인당 월평균 소득액이하인 자(이하 “실비보호대상자”라 한다)로서 일상생활에 지장이 없는 65세 이상인 자로 규정하고 있다.

통계청(2009)의 조사에 따르면 2008년 우리나라 65세 이상 노인의 경우 약 510만 명으로 추정하고 있다. 그중에서 보건복지가족부의 통계에 의하면 경로연금 수급자는 610,000명이다. 따라서 본 조사는 65세 이상 노인 중에서

경로 연금 수급자나 경제적으로 매우 열악한 환경에 있는 노인들을 대상으로 조사를 실시하였다.

□ 노인층 : 65세 이상으로 경로연금 수급자 또는 기초생활보호 대상자와 난청노인 포함 총 36명(단, 시각·청각 장애의 경우 장애집단으로 분류)을 조사하였으며 이는 전체 조사대상자의 10.9%에 해당한다.

2) 장애인 대상자

방송 소외계층 중 장애인의 경우 신체적·정신적 장애로 인해 TV 시청이 원활하지 못한 사람으로 설정하였다. 따라서 청각, 시각 장애인이 대상이 되며 정신적 장애 또는 기타 장애는 본 조사 대상에서 제외되었다. 이는 장애인들 중에서 방송을 시청하는 데 기술적, 프로그램 소외 이외의 문제를 해결하는 것은 본 연구조사의 목적과 맞지 않기 때문이다. 즉 본 연구조사는 장애인용 방송 수신기를 확대 보급할 필요성과 장애인들이 선호하는 프로그램의 편성과 시간상의 문제를 알아보고 지원하기 위한 목적을 갖고 있기 때문이다.

보건복지가족부(2009)의 통계에 따르면 우리나라 장애인은 장애 급수에 따라 1급에서 6급으로 구분된다. 보건복지가족부의 자료에 의하면 등록된 장애인은 총 2,104,889명으로 조사되었다. 이중 청각 장애인 242,214명, 시각장애인은 243,422명으로 나타났다.

□ 장애인 : 시·청각 장애인 1~6급에 해당하는 자 또는 난청노인을 포함하여 총 254명의 응답을 분석에 이용하였다.

3) 저소득층 대상자

저소득층은 정상적인 2인 이상의 가족으로 구성된 가구가 최저임금수준인 시급 4,000원으로 월 1,120,000원을 수입으로 생활하는 가정이나 생활보호

대상자로 가족 수에 의거 최저생계비이하 소득 가정을 저소득층으로 설정하였다.

<표 17> 가족 수에 따른 최저생계비 (2008년 기준)

가구규모	1인	2인	3인	4인	5인	6인
최저생계비(월)	435,921원	743,412원	972,866원	1,205,535원	1,405,412원	1,609,630원

※ 7인 가족 이상 가구는 1인 증가 시 204,218원씩 증가

결국 이러한 기준에 의하면 기초생활보호 대상자 또는 가구가 저소득층에 해당한다. 보건복지가족부의 통계에 따르면 우리나라는 현재(2008년 기준) 기초생활보호 가구 수는 852,420 가구로 153만 명에 이르는 것으로 조사되었다. 이는 우리나라 전체 인구의 3.2%에 이른다. 수급자 별로 일반수급자가 94.4%, 시설수급자가 5.6%로 나타났다.

□ 저소득층 : 기초생활보장 수급자 혹은 가구에 저소득층은 총 40명 (12.1%)으로 이들의 응답을 분석에 이용하였다.

3. 조사방법 및 분석절차

방송 소외계층에 대한 조사는 일반인들 조사와는 매우 큰 차이를 보인다. 우선 노인, 장애인의 경우 일일이 가정을 방문해야 하며, 조사원이 일대일 면접을 통해서 조사대상자에게 조사문항을 설명하고 문항을 읽어주어야 한다. 아울러 저소득층에 해당하는 기초생활보장 수급자 혹은 가구에 대해서는 해당 조사의 취지나 목적을 정확하고 올바르게 이해시키는 것이 무엇보다 중요하다. 그들이 갖고 있는 사회적 반감이나 마음에 상처를 주지 않는 범위에서 조사되어야 한다. 따라서 조사원의 철저한 교육이 필요하며, 본 조사의 목적을 충분히 숙지하여 조사가 이루어져야 한다.

- 조사 절차 : 조사원에 의한 일대일 면접조사
- 조사 기관 : 외부 설문조사 전문업체

본 조사의 목적은 방송 소외계층에 대한 정확한 실태를 파악하는 것이 우선이며 실태 파악을 중심으로 방송 소외 계층을 지원하기 위한 정책 및 대응 전략을 마련하고자 한다. 이에 따라서 앞으로 실시될 디지털 방송에서 역시 방송 소외를 최소화하여 방송복지 실현을 추구하고자 한다. 결국 새로운 방송 정책이라 할 수 있는 디지털 방송전환에 대해서 정확한 정보를 알리고 올바르게 인식하여 국가정책에 호응도를 높여 디지털 전환정책을 수용할 수 있게 해야 한다. 그러기 위해서 현재 시청하고 있는 TV 이용실태와 만족, 요구, 불만, 디지털 전환에 대한 인지, 수용여부, 사회적 소외 정도 등에 대한 파악이 우선 되어야 한다. 이러한 조사를 실시함으로써 다음과 같은 절차를 통해서 본 연구조사의 목적을 달성하고자 한다.

<표 18> 수요 조사 범위와 분석절차

1. 인구통계학적 특성	계층별-성별, 연령, 직업, 소득, 학력, 가족형태 등
2. TV 시청 행태	계층별-시간, 장소, 양, 선호하는 프로그램 등
3. TV 상태	화질, 음향, 리모콘, 사용연수, 새 TV 구입의향
4. 프로그램 만족도	만족도, 불만, 요구,
5. 인지된 소외정도	각 계층별 사회적/개인적 소외인지정도
6. 시청자 권리	매체 선택권, 프로그램 다양성, 질, 관련성
7. 디지털 방송 수용	인지, 용이성, 유용성, 사회적 영향, 경제적 비용, 수용의도
8. 국가 정책 수용	디지털 정책 수용의도
9. 각 계층별	변수 비교분석(예: TV 상태와 사회적 소외 등)
10. 각 계층별 디지털 수요 분석	만족도와 디지털 방송 수용 관계성
11. 각 계층별 디지털 정책 수용	디지털 방송 변수와 정책 수용 관계성 및 차이
12. 시청자 권리와 디지털 수용	시청자 권리와 디지털 방송 수용 관계성 및 영향

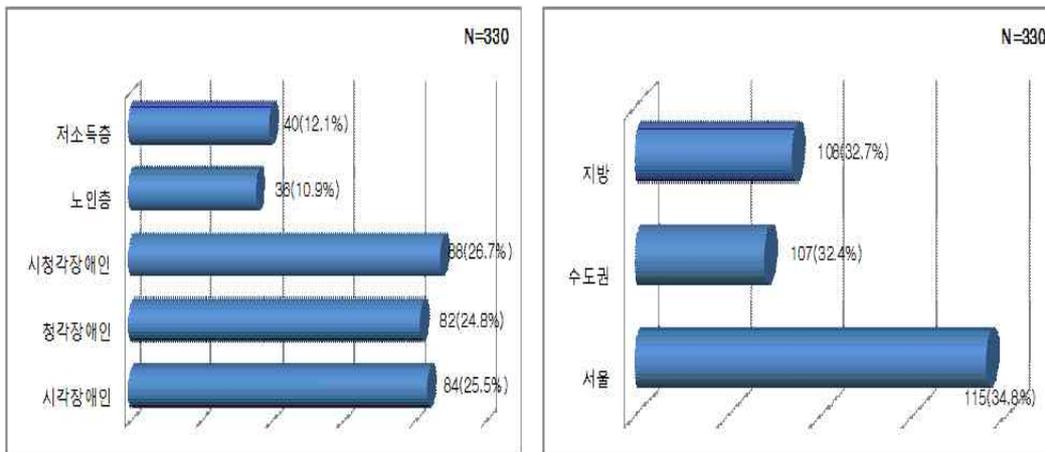
방송소외계층은 현재 진행 중인 국책 사업이라 할 수 있는 디지털 전환 정책에 있어서 역시 매우 중요한 집단으로 분류된다. 즉, 기존 방송 소외계층에 대한 디지털 전환 지원 사업이 매년 실시되고 있어 실질적으로 그들에게 긍정적인 영향을 줄 수 있는 사업으로 평가되기 위해서 이러한 조사 연구가 반드시 필요하다. 기존 방송 소외계층 지원방안 또는 디지털 격차 해소방안으로 제시되었던 많은 연구들은 전문가 집단을 대상으로 한 인터뷰 혹은 전문가 집단 토론 등으로 이루어진 한계를 갖고 있다. 다시 말하면 전문가들이 제시하는 정책으로 소외계층지원이나 디지털 격차의 한계를 극복할 수 있을 것으로 예측한 것이다. 전문가들의 정책적 제안이 나름의 성과를 거두고, 소외계층 및 미디어 교육에 성공적인 효과를 발휘하고 있음은 부정할 수 없다. 다만 실질적인 수요조사가 없이 전문가들의 입장이 소외계층에 대한 현실을 그대로 반영하지 못한다는 한계를 갖는다는 문제이다.

따라서 본 연구조사가 비록 방송 소외계층으로 설정한 모든 사람들 혹은 집단을 대상으로 조사를 실시하지 못하지만 현장에서 그들의 방송 이용형태를 조사하고, 그들의 목소리를 반영할 수 있다는 점에서 매우 큰 의미를 갖는다고 할 것이다. 방송 소외계층에 대한 보다 체계적이고, 효과적인 지원이 이루어지기 위해서는 그들이 원하고, 추구하는 욕구를 분명히 파악해 지원 정책에 반영할 필요가 있다. 따라서 본 연구 역시 방송 소외계층이라 분류되는 노인, 장애인, 저소득층을 대상으로 설문조사를 실시하여 그들이 갖는 방송에 대한 다양한 욕구를 파악하여, 이를 바탕으로 보다 구체적이고 실천적인 지원정책을 수립하고자 하였다.

IV. 수요 조사 분석 결과

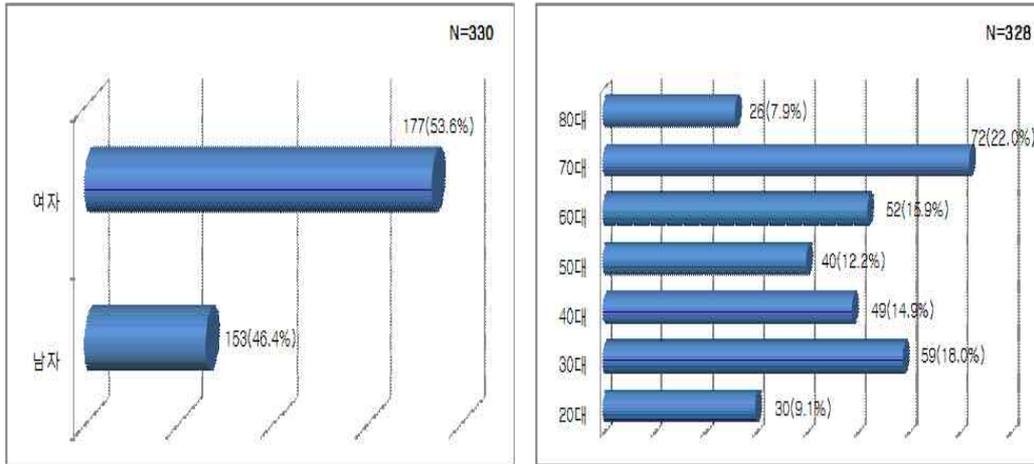
1. 인구학적 특성

본 연구의 인구통계학적 특성은 크게 소외계층별, 지역별, 성별, 연령별, 가족형태, 학력, 직업, 월 평균 소득 등으로 구성되어 있는데, 간략하게 정리하면 다음과 같다. 우선 소외계층별로 살펴보면, 전체 330명 중 시각장애인은 84명(25.5%), 청각장애인 82명(24.8%), 시청각장애인 88명(26.7%), 노인층 36명(10.9%), 저소득층 40명(12.1%)으로 조사되었고, 지역은 크게 서울, 수도권(인천, 경기), 지방으로 구분하여 살펴본 결과, 서울이 115명(34.8%), 수도권 107명(32.4%), 지방 108명(32.7%)이었다.



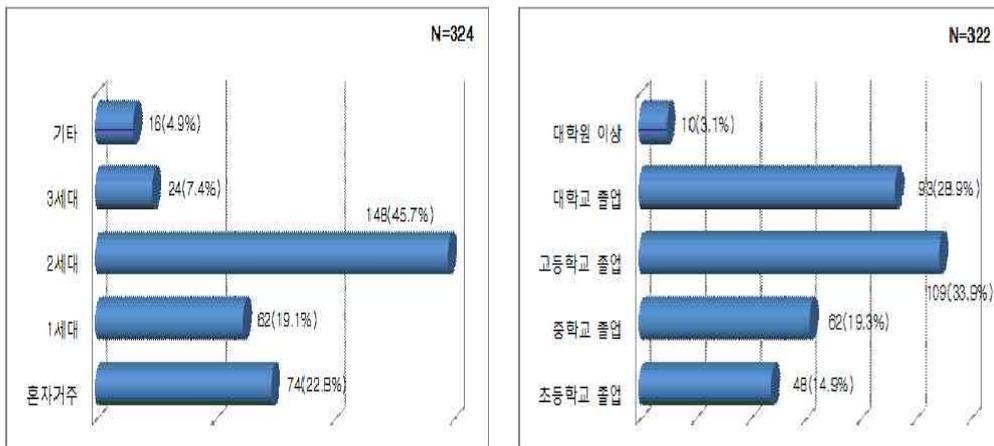
<그림 5> 소외계층 및 지역

성별을 살펴보면, 남자가 153명(46.4%), 여자가 177명(53.6%)로 나타났고, 연령은 20대가 30명(9.1%), 30대 59명(18.0%), 40대 49명(14.9%), 50대 40명(12.2%), 60대 52명(15.9%), 70대 72명(22.0%), 80대 26명(7.9%)으로 각각 조사되었다.



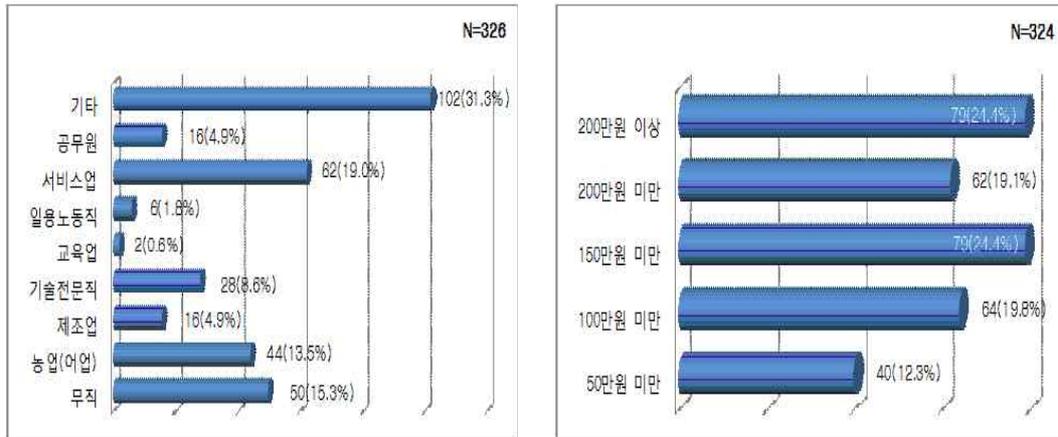
<그림 6> 성별과 연령

조사대상자의 가족형태별 현황을 보면 혼자 거주가 74명(22.8%), 부부만 거주하는 1세대가 62명(19.1%), 부부와 자녀가 거주하는 2세대가 148명(45.7%), 조부모와 부부, 그리고 자녀가 함께 거주하는 3세대가 24명(7.4%), 기타 16명(4.9%)으로 조사되었고, 학력을 살펴보면, 초등학교 졸업 48명(14.9%), 중학교 졸업 62명(19.3%), 고등학교 졸업 109명(33.9%), 대학교 졸업 93명(28.9%), 대학원 이상 10명(3.1%)으로 나타나 전체적으로 조사대상자들은 부부가 자녀와 함께 거주하는 2세대 형태가 많으며 고등학교 졸업이 높았다.



<그림 7> 가족형태와 학력

조사대상자의 직업(은퇴자는 은퇴 전 직업)을 살펴보면, 무직 50명(15.3%), 농업(어업) 44명(13.5%), 제조업 16명(4.9%), 기술전문직 28명(8.6%), 교육업 2명(0.6%), 일용노동직 6명(1.8%), 서비스업 62명(19.0%), 공무원 16명(4.9%), 기타 102명(31.3%)으로 나타났고, 월 평균 소득은 50만원 미만 40명(12.3%), 100만원 미만 64명(19.8%), 150만원 미만 79명(24.4%), 200만원 미만 62명(19.1%), 200만원 이상 79명(24.4%)으로 조사되었다.



<그림 8> 직업과 월 평균 소득

방송 소외계층의 인구통계학적 속성을 살펴본 결과 시각, 청각, 시청각, 노인층, 저소득층으로 구분할 수 있으며, 성별이나 연령 비율이 적절히 조사되었음을 알 수 있다. 방송 소외계층의 학력은 대부분 고등학교 졸업이하로 대학교와 대학원 이상이 전체 조사 대상자의 약 30%로 나타났다. 아울러 가족의 형태 역시 혼자 거주하는 사람과 부부만 거주하는 사람이 전체 조사 대상자의 40%를 넘는 것으로 나타났다. 직업의 경우 노인층은 은퇴했거나 일을 하던 시기에 종사하던 직업으로 조사하였다. 조사대상자의 직업을 보면 무직, 농업, 제조업, 일용 노동직 등으로 나타났으며, 높은 소득을 올리지 못하는 직업을 갖고 있었다. 결국 방송 소외계층의 특성은 높은 교육을 받지 못하고, 소득이 많지 않으며, 주로 혼자나 부부만 거주하는 사람들이라는 것을 알 수 있다. 특히 경제적 여건이 매우 열악하다는 것을 통해서 신규 매체에 대한 접근이 쉽지 않을 것이라 짐작할 수 있다.

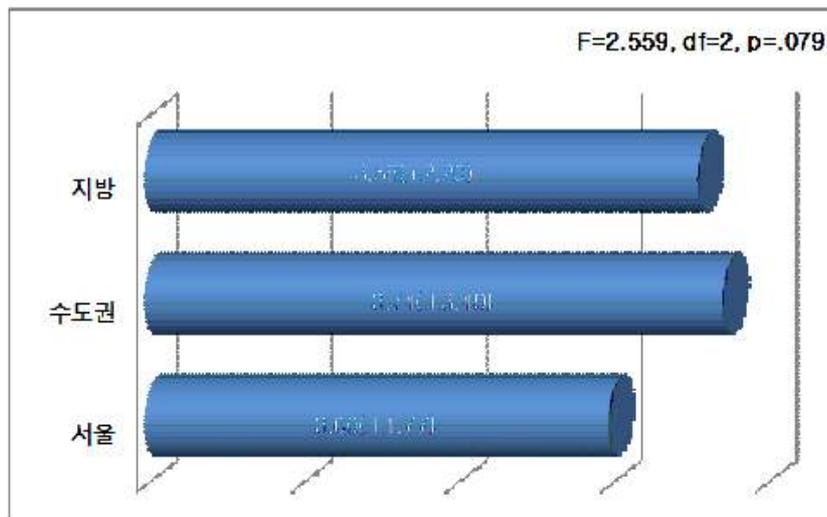
2. 지역별·연령별·소외계층별 TV이용 형태분석

1) 조사대상자의 평균 TV시청량

방송 소외계층에 대한 하루 평균 TV시청량은 3.43시간(± 2.58)으로 조사되었다. 이를 기반으로 지역별, 연령별, 소외계층별 하루 평균 TV시청량 차이를 살펴보기 위하여 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시하였다.

(1) 지역별 평균 TV시청량

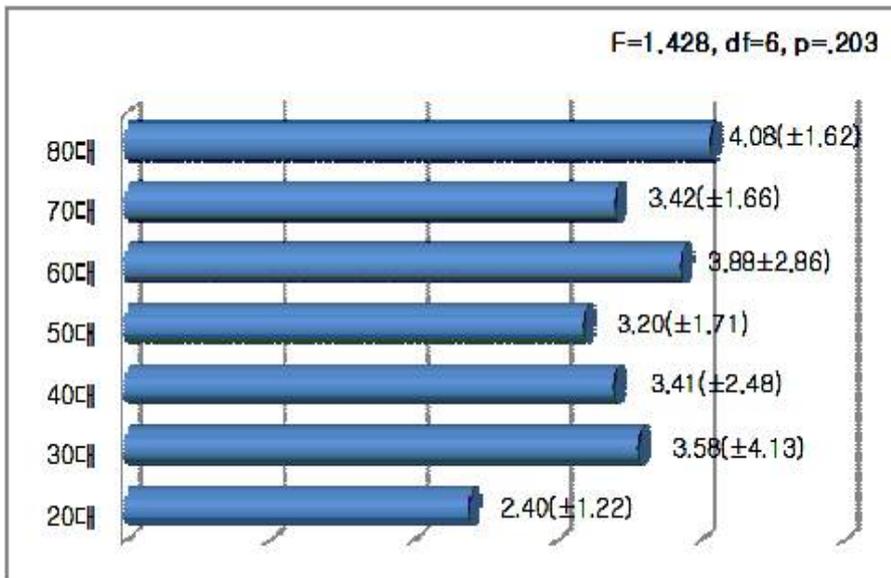
지역별 하루 평균 TV시청량은 서울이 3.00시간으로 나타났고, 수도권(인천과 경기) 3.74시간, 지방 3.58시간으로 조사되어 수도권인 인천과 경기 거주자의 평균 TV시청량이 가장 많은 것으로 나타났다. 그 다음으로는 지방, 서울 순으로 조사되었으나, 지역별 하루 평균 TV시청량 자체는 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았다($F=2.559$, $p=.079$). 즉, 지역별로 TV 시청량에는 차이가 없는 것으로 나타났다.



<그림 9> 지역별 하루 평균 TV시청량 차이

(2) 연령별 평균 TV시청량

방송 소외계층의 연령별 하루 평균 TV시청량을 살펴본 결과, 20대는 2.40시간, 30대 3.58시간, 40대 3.41시간, 50대 3.20시간, 60대 3.88시간, 70대 3.42시간, 80대 4.08시간으로 나타나 80대가 하루 평균 가장 높은 TV시청량을 나타내보였고, 그 다음으로 60대, 30대 순이었으며, 20대가 가장 낮은 TV시청량을 보인 것으로 조사되었다. 그러나 각 연령별로 하루 평균 TV시청량에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($F=1.428, p=.203$).

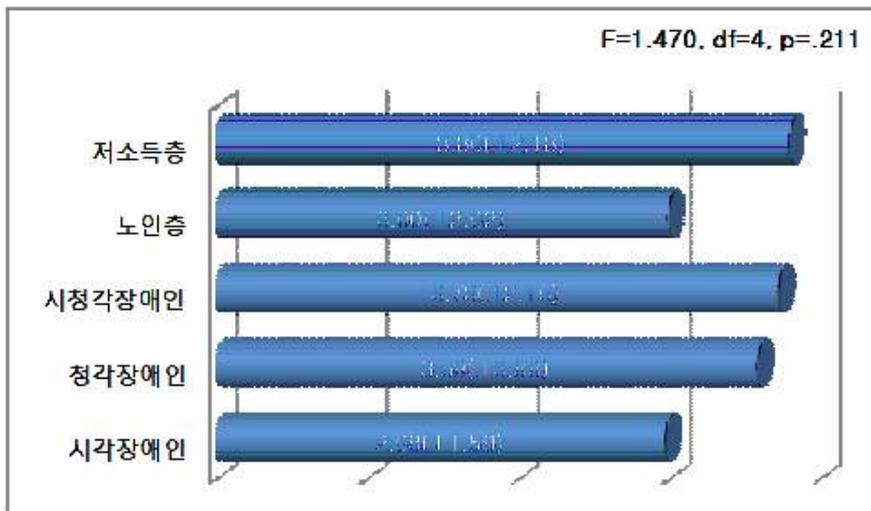


<그림 10> 연령별 하루 평균 TV시청량 차이

방송소외계층의 연령별 시청량을 살펴보면 연령이 많을수록 TV를 많이 시청하는 것으로 나타났다. 즉, 20대와 30대, 40대 보다 60대 이상이 더 많은 시청량을 보이고 있다. 통계적으로 연령별 시청량의 차이는 나타나지 않았지만 평균적으로 연령이 많을수록 더 많은 TV 시청량을 보이는 것으로 젊은 층은 노인층보다 야외 활동이나 인터넷을 이용하기 때문으로 해석할 수 있다.

(3) 소외계층별 평균 TV시청량

소외계층별 하루 평균 TV시청량을 살펴본 결과, 시각장애인이 2.98시간, 청각장애인 3.59시간, 시청각장애인 3.73시간, 노인층 3.00시간, 저소득층 3.80시간으로 나타나 저소득층의 하루 평균 TV시청량이 가장 높았고, 그 다음으로 시청각장애인, 청각장애인 순이었다. 반면에 시각장애인은 가장 낮은 TV시청량을 보인 것으로 조사되었으나, 소외계층별 하루 평균 TV시청량은 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았다($F=1.470, p=.211$).



<그림 11> 소외계층별 하루 평균 TV시청량 차이

소외계층별 TV 시청량의 차이를 알아본 본 결과 통계적 유의미한 차이는 없었지만 저소득층과 시청각, 청각 장애인이 노인층이나 시각장애인보다 평균적으로 더 많이 TV를 시청하는 것으로 나타났다. 저소득층의 경우 야외 활동이나 기타 문화 및 오락을 추구하기에 경제적 부담으로 인해 가정에서 쉽게 TV를 시청하는 것으로 예측된다.

2) 지역별 TV이용 형태

방송 소외계층의 지역별 TV 주 시청 시간대와 평균 TV이용료, 시청료에 대한 인식, 주 시청 프로그램 장르, 프로그램 만족도를 살펴보기 위하여 교차 분석과 일원변량분석(one-way ANOVA)을 이용하였다.

(1) 주 시청 시간대

방송 소외계층인 조사대상자의 지역별 TV 주 시청 시간대를 살펴본 결과, 전체적으로 밤 8시-밤 11시가 주 시청 시간대인 것으로 나타났고, 그 다음으로는 오전 9시-정오 12시인 것으로 조사되었다. 먼저 주 시청 시간대인 밤 8시-밤 11시를 살펴보면, 서울 37.7%, 수도권(인천과 경기) 35.8%, 지방 26.4%로 서울에 거주하는 조사대상자가 이 시간대에 TV를 주로 시청하는 것으로 나타났고, 반대로 오전 9시-정오 12시에는 지방이 42.3%, 수도권 29.6%, 서울 28.2%로 조사되어 이 시간대의 경우에는 지방에 거주하는 조사대상자의 TV 시청이 높았다. 따라서 서울에 거주하는 조사대상자는 밤 8시-밤 11시 사이에 TV를 주로 이용하며, 반대로 지방의 경우에는 오전 9시-정오 12시에 TV를 주로 이용하는 것으로 평가할 수 있으며, 통계적으로도 각 지역별로 주 시청 시간대 차이가 존재하는 것으로 조사되었다($X^2=26.928$, $p=.003$).

<표 19> 지역별 주 시청 시간대

	오전5시 오전8시	오전9시 정오12시	오후1시 오후4시	오후5시 밤8시	밤8시 밤11시	밤12시 새벽4시
서울	11(34.4%)	20(28.2%)	4(50.0%)	18(34.6%)	60(37.7%)	1(16.7%)
수도권	14(43.8%)	21(29.6%)	-	9(17.3%)	57(35.8%)	5(83.3%)
지방	7(21.9%)	30(42.3%)	4(50.0%)	25(48.1%)	42(26.4%)	-
합계	32(100%)	71(100%)	8(100%)	52(100%)	159(100%)	6(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
chi-square=26.928, df=10, p=.003

(2) 평균 TV 이용료

조사대상자의 평균 TV 이용료는 전체적으로 5천원 미만이 가장 높은 비율을 차지한 것으로 나타났고, 그 다음으로는 5천원 이상-1만원 미만인 것으로 조사되었다. 구체적으로 지역별로 살펴보면, 5천원 미만의 경우에 서울 37.3%, 수도권(인천과 경기) 32.0%, 지방 30.7% 순이었고, 5천원 이상-1만원 미만은 서울 43.9%, 수도권과 지방이 각각 28.0%를 차지한 것으로 조사되었고, 각 지역별로도 통계적으로 유의한 차이를 보인 것으로 분석되었다 ($X^2=30.812$, $p=.000$).

<표 20> 지역별 평균 TV이용료

	5천원 미만	5천원 이상 1만원 미만	1만원 이상 2만원 미만	2만원 이상
서울	56(37.3%)	47(43.9%)	4(8.9%)	2(11.1%)
수도권	48(32.0%)	30(28.0%)	22(48.9%)	3(16.7%)
지방	46(30.7%)	30(28.0%)	19(42.2%)	13(72.2%)
합계	150(100%)	107(100%)	45(100%)	18(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
chi-square=30.812, df=6, p=.000

(3) TV이용료 인식

조사대상자의 TV이용료에 대한 인식을 살펴본 결과, 전체적으로 적절하다는 인식이 가장 높은 것으로 나타났으나, 대체적으로 TV이용료가 비싸다는 인식도 비교적 높은 것으로 조사되었다. TV이용료가 적절하다고 인식하는 조사대상자를 각 지역별로 분류하여 살펴본 결과, 수도권(인천과 경기) 36.5%, 서울 31.7%, 지방 31.7%로 수도권에 거주하고 있는 조사대상자가 다른 지역에 비해 TV이용료가 적절하다고 인식하였고, TV이용료가 비교적 비싸다고 인식하고 있는 조사대상자들의 경우에는 서울 37.6%, 지방 33.1%, 수도권 29.3%로 서울에

거주하는 조사대상자가 다른 지역에 비해 비싸다고 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 그러나 각 지역별로 TV이용료에 대한 인식은 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았다($X^2=3.455$, $p=.485$)

<표 21> 지역별 TV이용료 인식

	비싸다	적절하다	저렴하다
서울	50(37.6%)	53(31.7%)	9(34.6%)
수도권	39(29.3%)	61(36.5%)	6(23.1%)
지방	44(33.1%)	53(31.7%)	11(42.3%)
합계	133(100%)	167(100%)	26(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
 $\chi^2=3.455$, $df=4$, $p=.485$

(4) 주 시청 프로그램 장르

각 지역별로 주 시청 프로그램 장르 1순위를 살펴본 결과, 전체 조사대상자들은 보도뉴스를 가장 많이 시청하고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로는 드라마의 순으로 나타났다. 각 지역별로 살펴보면, 보도뉴스의 경우에 서울이 41.7%로 수도권(인천과 경기) 26.5%, 지방 31.8%에 비해 높은 비율을 보인 것으로 나타났고, 드라마의 경우에는 수도권 43.0%, 지방 41.9%, 서울 15.1%로 조사되어, 서울에 거주 조사대상자들은 주로 보도뉴스를 시청하는 경향이 있었고, 반면에 수도권이나 지방에 거주하는 조사대상자들은 주로 드라마를 시청하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 또한 지역별 주 시청 프로그램 장르의 경우, 통계적으로 유의한 차이를 보인 것으로 분석되었다($X^2=51.254$, $p=.000$).

<표 22> 지역별 주 시청 프로그램 장르 1순위

	보도 뉴스	종교	교양	다큐	교육	정보	영화	스포츠	연예 오락	드라마
서울	63 (41.7%)	2 (50.0%)	5 (41.7%)	7 (58.3%)	-	4 (33.3%)	4 (25.0%)	3 (37.5%)	8 (80.0%)	14 (15.1%)
수도권	40 (26.5%)	2 (33.3%)	-	2 (16.7%)	4 (100%)	5 (41.7%)	8 (50.0%)	2 (25.0%)	2 (20.0%)	40 (43.0%)
지방	48 (31.8%)	1 (16.7%)	7 (58.3%)	3 (25.0%)	-	3 (25.0%)	4 (25.0%)	3 (37.5%)	-	39 (41.9%)
합계	151 (100%)	6 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	4 (100%)	12 (100%)	16 (100%)	8 (100%)	10 (100%)	93 (100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨

chi-square=51.254, df=18, p=.000

한편, 지역별로 주 시청 프로그램 장르 2순위를 살펴본 결과, 전체적으로 조사대상자들은 드라마, 교양, 연예오락 순으로 관련 프로그램을 가장 많이 시청하는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 드라마의 경우에 서울 44.4%, 수도권(인천과 경기) 33.3%, 지방 22.2%의 순으로 나타났고, 교양의 경우에는 서울 45.3%, 지방 32.1%, 수도권 22.6%의 순으로 분석되었다. 또한 연예오락의 경우에는 수도권 46.2%, 지방 32.7%, 서울 21.2%의 순으로 나타나 드라마나 교양 프로그램의 경우에는 서울 거주 조사대상자가, 그리고 연예오락의 경우에는 수도권과 지방에 거주하는 조사대상자가 주로 시청하는 장르인 것으로 조사되었으며, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($X^2=47.994$, $p=.000$).

<표 23> 지역별 주 시청 프로그램 장르 2순위

	보도 뉴스	종교	교양	다큐	정보	영화	음악	스포츠	연예 오락	드라마
서울	4 (12.5%)	3 (30.0%)	24 (45.3%)	14 (35.0%)	3 (37.5%)	15 (46.9%)	-	12 (44.4%)	11 (21.2%)	24 (44.4%)
수도권	10 (31.3%)	4 (40.0%)	12 (22.6%)	8 (20.0%)	4 (50.0%)	11 (34.4%)	8 (80.0%)	3 (11.1%)	24 (46.2%)	18 (33.3%)
지방	18 (56.3%)	3 (30.0%)	17 (32.1%)	18 (45.0%)	1 (12.5%)	6 (18.8%)	2 (20.0%)	12 (44.4%)	17 (32.7%)	12 (22.2%)
합계	32 (100%)	10 (100%)	53 (100%)	40 (100%)	8 (100%)	32 (100%)	10 (100%)	27 (100%)	52 (100%)	54 (100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
chi-square=47.994, df=18, p=.000

(5) 프로그램 장르 만족도

지역별로 프로그램 장르 만족도를 살펴본 결과, 전체적으로는 보도뉴스, 드라마, 다큐멘터리의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, 반면에 만화, 음악, 홈쇼핑의 만족도가 가장 낮은 것으로 조사되었다. 구체적으로 높은 만족도를 보이는 프로그램을 중심으로 살펴보면, 보도뉴스의 경우에는 지방(M=4.94)에 거주하는 조사대상자가 서울(M=4.69)이나 수도권(M=4.37)에 거주하는 조사대상자에 비해 높은 만족도를 보였으며, 드라마의 경우에도 지방(M=4.86)에 거주하는 조사대상자가 서울(M=4.10)이나 수도권(M=4.37)에 거주하는 조사대상자에 비해 높은 만족도를 나타낸 것으로 분석되었다. 그러나 다큐멘터리의 경우에는 서울(M=4.21)에 거주하는 조사대상자가 수도권(M=3.82)이나 지방(M=4.05)에 비해 높은 만족도를 보인 것으로 나타나 전반적으로 보도뉴스나 드라마의 경우에 지방에 거주하는 조사대상자의 만족도가 높았고, 다큐멘터리의 경우에는 서울에 거주하는 조사대상자의 만족도가 높은 것으로 평가할 수 있으나, 다큐멘터리의 경우에는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 24> 지역별 프로그램 장르 만족도

	지역	N(사례수)	평균(표준편차)	합계(N/M)	F
보도뉴스	서울	114	4.69±1.45	328/4.67	5.472**
	수도권	106	4.37±1.27		
	지방	108	4.94±1.06		
종교	서울	115	3.30±1.62	330/3.07	1.423
	수도권	107	2.95±1.90		
	지방	108	2.94±1.80		
교양	서울	115	3.70±1.86	330/3.50	1.05
	수도권	107	3.33±2.08		
	지방	108	3.45±1.98		
다큐멘터리	서울	115	4.21±1.71	330/4.03	1.146
	수도권	107	3.82±1.89		
	지방	108	4.05±2.08		
교육	서울	115	3.27±1.68	330/3.15	.946
	수도권	107	3.21±1.66		
	지방	108	2.95±2.03		
정보	서울	115	3.83±1.71	330/3.53	2.392
	수도권	107	3.45±1.79		
	지방	108	3.29±2.15		
영화	서울	115	3.69±1.67	330/3.14	8.940***
	수도권	107	2.62±1.82		
	지방	108	3.07±2.16		
음악	서울	115	3.10±1.75	330/2.88	2.207
	수도권	107	2.95±1.92		
	지방	108	2.58±1.93		
스포츠	서울	115	4.09±1.64	330/3.50	9.616***
	수도권	107	3.03±1.79		
	지방	108	3.34±2.10		
연예오락	서울	115	3.90±1.84	330/3.37	6.995**
	수도권	107	2.93±1.86		
	지방	108	3.23±2.28		
퀴즈게임	서울	115	3.79±1.88	330/3.26	5.913**
	수도권	107	3.00±2.03		
	지방	108	2.95±2.22		
드라마	서울	115	4.10±1.91	330/4.44	4.045*
	수도권	107	4.37±2.12		
	지방	108	4.86±1.97		
만화	서울	115	3.18±1.63	330/2.68	6.983**
	수도권	107	2.35±1.73		
	지방	108	2.49±1.99		
홈쇼핑	서울	115	3.34±1.72	330/2.91	4.788**
	수도권	107	2.64±1.85		
	지방	108	2.70±2.00		

* p<.05 ** p<.01 *** p<.001

3) 연령별 TV이용 형태

조사대상자의 연령별 TV 주 시청 시간대와 평균 TV이용료, 시청료에 대한 인식, 주 시청 프로그램 장르, 프로그램 만족도를 살펴보기 위하여 교차분석과 일원변량분석(one-way ANOVA)을 이용하였다.

(1) 주 시청 시간대

연령별 TV 주 시청 시간대를 살펴본 결과, 전체적으로 조사대상자는 밤 8시-밤 11시에 주로 TV를 시청하는 것으로 조사되었다. 구체적으로 살펴보면, 30대가 23.6%, 40대와 50대, 70대가 각각 16.6%, 그리고 60대 14.0%, 20대 8.9%, 80대 3.8%로 나타나 밤 8시-밤 11시 시간대의 경우에 30대가 다른 연령대에 비해 시청비율이 가장 높은 것으로 조사되었으며, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($X^2=90.198$, $p=.000$).

<표 25> 연령별 주 시청 시간대

	오전5시- 오전8시	오전9시- 정오12시	오후1시- 오후4시	오후5시- 밤8시	밤8시- 밤11시	밤12- 새벽4시
20대	-	2(2.8%)	4(50.0%)	6(11.5%)	14(8.9%)	2(33.3%)
30대	4(12.5%)	8(11.3%)	-	8(15.4%)	37(23.6%)	2(33.3%)
40대	2(6.3%)	11(15.5%)	-	10(19.2%)	26(16.6%)	-
50대	2(6.3%)	4(5.6%)	-	6(11.5%)	26(16.6%)	2(33.3%)
60대	12(37.5%)	10(14.1%)	-	8(15.4%)	22(14.0%)	-
70대	8(25.0%)	22(31.0%)	2(25.0%)	14(26.9%)	26(16.6%)	-
80대	4(12.5%)	14(19.7%)	2(25.0%)	-	6(3.8%)	-
합계	32(100%)	71(100%)	8(100%)	52(100%)	157(100%)	6(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
chi-square=90.198, df=30, p=.000

(2) 평균 TV 이용료

조사대상자의 평균 TV 이용료는 한 달 평균 5천원 미만이 가장 높은 비율을 보였고, 그 다음 순으로는 5천원-1만원 미만인 것으로 분석되었다. 연령별로는 5천원 미만의 경우에 70대가 20.3%로 다른 연령대에 비해 비교적 높은 비율을 보였고, 5천원-1만원 미만의 경우에는 60대가 22.4%로 다른 연령대에 비해 높은 비율을 보인 것으로 나타났고, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다($X^2=51.505$, $p=.000$).

<표 26> 연령별 평균 TV 이용료

	5천원 미만	5천원-1만원	1만원-2만원	2만원 이상
20대	18(12.2%)	8(7.5%)	-	-
30대	28(18.9%)	17(15.9%)	6(13.3%)	2(11.1%)
40대	22(14.9%)	20(18.7%)	5(11.1%)	2(11.1%)
50대	22(14.9%)	14(13.1%)	2(4.4%)	2(11.1%)
60대	12(8.1%)	24(22.4%)	8(17.8%)	8(44.4%)
70대	30(20.3%)	16(15.0%)	22(48.9%)	4(22.2%)
80대	16(10.8%)	8(7.5%)	2(4.4%)	-
합계	148(100%)	107(100%)	45(100%)	18(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨

chi-square=51.505, df=18, p=.000

(3) TV이용료 인식

조사대상자의 연령별 이용료 인식의 경우에는 전체적으로 TV 이용료가 적절하다는 인식이 가장 높은 것으로 나타났다. 이를 연령별로 살펴보면, 30대가 34.5%로 70대 24.2%, 60대 17.0%, 50대 15.8%, 40대와 80대 12.1%, 20대 7.3%에 비해 높은 비율을 보여 30대가 다른 연령대에 비해 TV 이용료가 적

절하다고 인식하는 경향이 가장 높은 것으로 나타났고, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다($X^2=40.328$, $p=.000$).

<표 27> 연령별 TV이용료 인식도

	비싸다	적절하다	저렴하다
20대	18(13.5%)	12(7.3%)	-
30대	34(25.6%)	19(34.5%)	2(7.7%)
40대	19(14.3%)	20(12.1%)	10(38.5%)
50대	10(7.5%)	26(15.8%)	4(15.4%)
60대	18(13.5%)	28(17.0%)	6(23.1%)
70대	28(21.1%)	40(24.2%)	4(15.4%)
80대	6(4.5%)	20(12.1%)	-
합계	133(100%)	165(100%)	26(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
 $\chi^2=40.328$, $df=12$, $p=.000$

(4) 주 시청 프로그램 장르

연령별 주 시청 프로그램 장르 1순위를 살펴본 결과, 전체적으로 조사대상자들의 주 시청 프로그램은 보도뉴스(45.7%)로 나타나 가장 자주 시청하는 것으로 나타났으며, 다음으로는 드라마(25.2%)로 나타났다. 보도나 드라마 이외 교양, 다큐멘터리, 영화 등의 순으로 각각 나타났다. 결국 방송 소외계층이 주로 시청하는 프로그램은 보도나 뉴스 프로그램과 쉽게 즐길 수 있는 드라마나 영화 프로그램인 것을 알 수 있다.

<표 28> 주 시청프로그램 1순위 빈도와 비율

	N(사례수)	비율(%)
보도	58	45.7
종교	3	2.4
교양	5	3.9
다큐멘터리	5	3.9
교육	2	1.6
정보	5	3.9
영화	5	3.9
음악	4	3.1
연애/오락	4	3.1
드라마	32	25.2

<표 29> 연령 별 주 시청 프로그램 장르 1순위

	보도 뉴스	종교	교양	다큐	교육	정보	영화	스포츠	연애 오락	드라마
20대	20 (13.4%)	-	-	-	2 (50.0%)	-	-	-	6 (60.0%)	-
30대	33 (22.1%)	-	2 (16.7%)	4 (33.3%)	2 (50.0%)	4 (33.3%)	2 (12.5%)	2 (25.0%)	2 (20.0%)	6 (6.5%)
40대	20 (13.4%)	-	4 (33.3%)	4 (33.3%)	-	4 (33.3%)	6 (37.5%)	2 (25.0%)	-	9 (9.7%)
50대	22 (14.8%)	2 (33.3%)	-	4 (33.3%)	-	2 (16.7%)	-	2 (25.0%)	2 (20.0%)	4 (4.3%)
60대	18 (12.1%)	-	2 (16.7%)	-	-	2 (16.7%)	-	2 (25.0%)	-	28 (30.1%)
70대	18 (12.1%)	4 (66.7%)	4 (33.3%)	-	-	-	8 (50.0%)	-	-	38 (40.9%)
80대	18 (12.1%)	-	-	-	-	-	-	-	-	8 (8.6%)
합계	149 (100%)	6 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	4 (100%)	12 (100%)	16 (100%)	8 (100%)	10 (100%)	93 (100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
 chi-square=181.730, df=54, p=.000

연령별로 살펴보면, 보도뉴스는 30대가 22.1%로 다른 연령대에 비해 보도 뉴스를 주로 시청한다고 응답한 비율이 가장 높았고, 드라마의 경우에는 70대가 40.9%로 다른 연령대에 비해 높은 비율을 보였다. 그러므로 보도뉴스의 주 시청 층은 30대이고 드라마의 주 시청 층은 70대인 것으로 판단할 수 있으며, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($X^2=181.730$, $p=.000$).

한편, 연령별 주 시청 프로그램 장르 2순위의 경우에는 드라마와 교양, 연예오락 순으로 나타났다.

<표 30> 주 시청프로그램 2순위 빈도와 비율

	N(사례수)	비율(%)
보도	9	7.1
종교	4	3.1
교양	20	15.7
다큐멘터리	17	13.4
정보	2	1.6
영화	16	12.6
음악	2	1.6
스포츠	10	7.9
연예/오락	20	15.7
드라마	20	15.7

<표 30>에서 보는 바와 같이 주 시청프로그램 2순위는 교양(15.7%), 연예/오락(15.7%), 드라마(15.7%)로 나타났다. 다음으로 다큐멘터리(13.4%), 영화(12.6%), 스포츠(7.9%) 등의 순으로 각각 나타났다.

드라마의 경우에는 50대가 22.2%로 다른 연령대에 비해 가장 높은 비율을 보였고, 교양은 30대가 30.2%, 연예오락은 70대가 가장 높은 비율을 보인 것으로 조사되었고, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다($X^2=198.602$, $p=.000$).

<표 31> 연령별 주 시청 프로그램 장르 2순위

	보도 뉴스	종교	교양	다큐	정보	영화	음악	스포츠	연예 오락	드라마
20대	-	-	8 (15.1%)	-	-	2 (6.7%)	-	-	12 (23.1%)	6 (11.1%)
30대	2 (6.3%)	-	16 (30.2%)	6 (15.0%)	2 (25.0%)	12 (40.0%)	-	5 (18.5%)	6 (11.5%)	8 (14.8%)
40대	-	2 (20.0%)	7 (13.2%)	6 (15.0%)	-	10 (33.3%)	-	12 (44.4%)	4 (7.7%)	8 (14.8%)
50대	2 (6.3%)	-	2 (3.8%)	12 (30.0%)	2 (25.0%)	4 (13.3%)	-	2 (7.4%)	-	12 (22.2%)
60대	14 (43.8%)	2 (20.0%)	6 (11.3%)	8 (20.0%)	-	-	-	4 (14.8%)	8 (15.4%)	6 (11.1%)
70대	12 (37.5%)	4 (40.0%)	6 (11.3%)	8 (20.0%)	4 (50.0%)	2 (6.7%)	10 (100%)	2 (7.4%)	18 (34.6%)	6 (11.1%)
80대	2 (6.3%)	2 (20.0%)	8 (15.1%)	-	-	-	-	2 (7.4%)	4 (7.7%)	8 (14.8%)
합계	32 (100%)	10 (100%)	53 (100%)	40 (100%)	8 (100%)	30 (100%)	10 (100%)	27 (100%)	52 (100%)	54 (100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
chi-square=198.602, df=54, p=.000

방송 소외계층이 주로 시청하는 프로그램은 보도 및 뉴스를 가장 자주 시청하는 것으로 나타났으며, 다음으로 드라마로 나타났다. 아울러 교양과 다큐멘터리 역시 자주 시청하는 것으로 나타났다.

(5) 프로그램 장르 만족도

먼저 전체적으로 프로그램 장르 만족도를 살펴본 결과, 보도뉴스, 드라마, 다큐멘터리에 대한 만족도가 가장 높은 것으로 조사되었고, 반면에 홈쇼핑과 만화에 대한 장르 만족도가 가장 낮은 것으로 분석되었다. 만족도가 높은 보도뉴스와 드라마, 다큐멘터리를 중심으로 연령별 차이를 살펴보면, 보도뉴스의 경우에 40대(M=5.14)가 다른 연령대에 비해 높은 평균을 보인 것으로 나타났고, 드라마의 경우에는 70대(M=5.64), 다큐멘터리는 30대(M=4.61)가 가장 높은

평균을 보였다. 그러므로 30대와 40대는 보도뉴스에 대해 비교적 높은 만족도를 나타내 보였고, 70대의 경우에는 드라마에 대해 비교적 높은 만족도를 보인 것으로 평가할 수 있으며, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다.

<표 32> 연령별 프로그램 장르 만족도

		N(사례수)	평균(표준편차)	합계(N/M)	F
보도뉴스	20대	29	4.00±1.30	326/4.67	2.617*
	30대	59	4.68±1.15		
	40대	49	5.14±1.41		
	50대	39	4.67±2.05		
	60대	52	4.77±.94		
	70대	72	4.64±1.09		
	80대	26	4.46±.64		
	종교	20대	30		
30대		59	3.02±1.59		
40대		49	4.04±1.45		
50대		40	2.35±1.51		
60대		52	2.50±2.00		
70대		72	3.22±1.84		
80대		26	2.85±2.11		
교양		20대	30	3.47±1.65	328/3.50
	30대	59	3.86±1.49		
	40대	49	3.82±2.12		
	50대	40	3.55±2.32		
	60대	52	3.04±2.02		
	70대	72	3.33±2.11		
	80대	26	3.38±1.98		
	다큐멘터리	20대	30	3.20±1.66	
30대		59	4.61±1.06		
40대		49	4.49±1.73		
50대		40	3.85±2.29		
60대		52	4.35±1.81		
70대		72	3.81±2.01		
80대		26	3.08±2.51		

교육	20대	30	3.40±1.77	328/3.14	6.479***
	30대	59	3.63±1.51		
	40대	49	3.88±1.81		
	50대	40	2.80±1.85		
	60대	52	2.77±1.77		
	70대	72	3.14±1.66		
	80대	26	1.62±1.72		
정보	20대	30	3.47±1.57	328/3.52	4.043**
	30대	59	3.86±1.43		
	40대	49	4.12±1.94		
	50대	40	3.25±1.91		
	60대	52	3.23±2.15		
	70대	72	3.72±1.83		
	80대	26	2.15±2.14		
영화	20대	30	3.33±1.88	328/3.14	9.174***
	30대	59	3.78±1.79		
	40대	49	4.35±1.57		
	50대	40	3.10±1.53		
	60대	52	2.50±1.98		
	70대	72	2.69±1.92		
	80대	26	1.77±1.92		
음악	20대	30	3.27±1.83	328/2.88	5.132***
	30대	59	3.27±1.78		
	40대	49	3.43±2.02		
	50대	40	2.45±1.64		
	60대	52	2.73±1.80		
	70대	72	2.92±1.79		
	80대	26	1.31±1.71		
스포츠	20대	30	3.40±1.61	328/3.50	7.555***
	30대	59	4.05±1.51		
	40대	49	4.45±1.82		
	50대	40	3.75±1.75		
	60대	52	2.77±1.90		
	70대	72	3.33±1.85		
	80대	26	2.08±2.24		
연예오락	20대	30	3.67±1.68	328/3.37	4.519***

	30대	59	3.83±1.72		
	40대	49	4.10±1.96		
	50대	40	3.15±2.31		
	60대	52	2.85±2.01		
	70대	72	3.36±2.00		
	80대	26	2.00±2.19		
	20대	30	2.87±1.65		
퀴즈게임	30대	59	3.59±1.73	328/3.27	5.516***
	40대	49	4.41±2.08		
	50대	40	3.15±2.46		
	60대	52	3.23±2.06		
	70대	72	3.00±1.91		
	80대	26	1.85±2.14		
	20대	30	3.33±1.60		
드라마	30대	59	4.15±1.71	328/4.44	7.204***
	40대	49	4.53±1.99		
	50대	40	4.15±2.40		
	60대	52	4.00±2.09		
	70대	72	5.64±1.19		
	80대	26	4.23±2.86		
	20대	30	3.07±1.63		
만화	30대	59	3.46±1.69	328/2.68	6.609***
	40대	49	3.43±2.02		
	50대	40	2.10±1.59		
	60대	52	2.35±1.79		
	70대	72	2.22±1.46		
	80대	26	1.85±2.14		
	20대	30	3.00±1.70		
홈쇼핑	30대	59	2.90±1.78	328/2.91	5.413***
	40대	49	4.00±1.55		
	50대	40	2.90±1.80		
	60대	52	2.46±1.90		
	70대	72	2.89±1.85		
	80대	26	1.69±2.20		

주: 위 평균은 5점 척도(1=매우 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였음.

* p<.05 *** p<.001

4) 소외집단별 TV이용 형태

조사대상자의 소외집단별(시각장애인, 청각장애인, 시청각장애인, 노인층, 저소득층) TV 주 시청 시간대와 평균 TV이용료, 시청료에 대한 인식, 주 시청 프로그램 장르, 프로그램 만족도를 살펴보기 위하여 교차분석과 일원변량 분석(one-way ANOVA)을 이용하였다.

(1) 주 시청 시간대

전체적으로 조사대상자의 TV 주 시청 시간대는 밤 8시-밤 11시인 것으로 나타났다. 소외계층별로는 시각장애인이 34.6%로 청각장애인 26.4%, 시청각장애인 18.9%, 노인층 11.3%, 저소득층 8.8%에 비해 높은 시청 비율을 보인 것으로 나타났고, 통계적으로도 소외계층별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($X^2=76.451$, $p=.000$).

<표 33> 소외계층별 주 시청 시간대

	오전5시- 오전8시	오전9시- 정오12시	오후1시- 오후4시	오후5시- 밤8시	밤8시- 밤11시	밤12- 새벽4시
시각장애인	4(12.5%)	19(26.8%)	2(25.0%)	-	55(34.6%)	2(33.3%)
청각장애인	6(18.8%)	8(11.3%)	-	24(46.2%)	42(26.4%)	2(33.3%)
시청각장애인	16(50.0%)	28(39.4%)	4(50.0%)	10(19.2%)	30(18.9%)	-
노인층	4(12.5%)	2(2.8%)	-	10(19.2%)	18(11.3%)	2(33.3%)
저소득층	2(6.3%)	14(19.7%)	2(25.0%)	8(15.4%)	14(8.8%)	-
합계	32(100%)	71(100%)	8(100%)	52(100%)	159(100%)	6(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
chi-square=76.451, df=20, p=.000

(2) 평균 TV 이용료

조사대상자의 평균 TV 이용료는 5천원 미만이라는 응답이 가장 높았고, 그 다음으로는 5천원-1만원이었다. 소외계층별로는 5천원 미만의 경우에 시각장애인이 37.3%로 다른 집단에 비해 높은 비율을 보였고, 5천원-1만원의 경우에는 청각장애인과 시청각장애인이 각각 29.9%로 다른 집단에 비해 높은 비율을 나타냈고, 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($X^2=45.291$, $p=.000$).

<표 34> 연령별 평균 TV 이용료

	5천원 미만	5천원-1만원	1만원-2만원	2만원 이상
시각장애인	56(37.3%)	19(17.8%)	5(11.1%)	-
청각장애인	32(21.3%)	32(29.9%)	8(17.8%)	6(33.3%)
시청각장애인	26(17.3%)	32(29.9%)	22(48.9%)	8(44.4%)
노인층	16(10.7%)	12(11.2%)	2(4.4%)	4(22.2%)
저소득층	20(13.3%)	12(11.2%)	8(17.8%)	-
합계	150(100%)	107(100%)	45(14.1%)	18(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
 $\chi^2=45.291$, $df=12$, $p=.000$

(3) TV이용료 인식

조사대상자의 경우에 전체적으로 TV이용료가 적절하다고 인식하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 이를 연령별로 살펴보면, 시청각장애인이 27.5%로 시각장애인 25.7%, 청각장애인 20.4%, 노인층 15.6%, 저소득층 10.8%에 비해 TV이용료가 적절하다고 인식하는 경향이 가장 높았고, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다($X^2=17.433$, $p=.026$).

<표 35> 연령별 TV이용료 인식도

	비싸다	적절	저렴하다
시각장애인	35(26.3%)	43(25.7%)	4(15.4%)
청각장애인	38(28.6%)	34(20.4%)	10(38.5%)
시청각장애인	36(27.1%)	46(27.5%)	6(23.1%)
노인층	8(6.0%)	26(15.6%)	-
저소득층	16(12.0%)	18(10.8%)	6(23.1%)
합계	133(100%)	167(100%)	26(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
 chi-square=17.433, df=8, p=.026

(4) 주 시청 프로그램 장르

소외계층별 주 시청 프로그램 장르 1순위를 살펴본 결과, 전체적으로 조사 대상자들은 보도뉴스를 가장 많이 시청하고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로는 드라마 순이었다. 소외계층별로 살펴보면, 보도뉴스의 경우에 시각장애인이 40.4%로 다른 소외계층에 비해 보도뉴스 시청 비율이 높았고, 저소득층이 10.6%로 가장 낮은 시청 비율을 보였다. 드라마의 경우에는 시청각장애인이 47.3%로 나타나 다른 소외계층에 비해 드라마 시청 비율이 높았고, 반면에 청각장애인의 드라마 시청비율이 8.6%로 가장 낮았다. 그러므로 보도뉴스는 시각장애인이, 드라마는 시청각장애인이 주로 시청하는 프로그램 장르로 볼 수 있으며, 통계적으로도 유의한 차이를 보인 것으로 나타났다($X^2=158.160$, $p=.000$).

<표 36> 소외계층별 주 시청 프로그램 장르 1순위

	보도 뉴스	종교	교양	다큐	교육	정보	영화	스포츠	연예 오락	드라마
시각	61 (40.4%)	-	2 (16.7%)	-	-	-	-	-	2 (20.0%)	13 (14.0%)
청각	22 (14.6%)	4 (66.7%)	4 (33.3%)	10 (83.3%)	4 (100%)	10 (83.3%)	8 (50.0%)	6 (75.0%)	6 (60.0%)	8 (8.6%)
시청각	34 (22.5%)	2 (33.3%)	4 (33.3%)	-	-	-	2 (12.5%)	2 (25.0%)	-	44 (47.3%)
노인	18 (11.9%)	-	-	2 (16.7%)	-	2 (16.7%)	2 (12.5%)	-	2 (20.0%)	10 (10.8%)
저소득	16 (10.6%)	-	2 (16.7%)	-	-	-	4 (25.0%)	-	-	18 (19.4%)
합계	151 (100%)	6 (100%)	12 (100%)	12 (100%)	4 (100%)	12 (100%)	16 (100%)	8 (100%)	10 (100%)	93 (100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨

chi-square=158.160, df=36, p=.000

다음으로 소외계층별 주 시청 프로그램 장르 2순위를 살펴본 결과, 전체적으로 조사대상자들은 드라마, 교양, 연예오락에 집중되어 있는 경향을 나타내 보였다. 조사대상자들의 주 시청 프로그램 중 드라마가 가장 높았고, 그 다음으로 교양, 연예오락 순이었다. 소외계층별로 살펴보면, 드라마의 경우에는 시각장애인(33.3%)의 시청 비율이 높았고, 교양 역시 시각장애인의 시청 비율이 높은 것으로 나타났다. 또한 연예오락의 경우에는 시청각장애인의 시청 비율이 높은 것으로 나타났고 통계적으로도 유의한 차이가 존재하는 것으로 분석되었다($X^2=132.175$, $p=.000$).

<표 37> 소외계층별 주 시청 프로그램 장르 2순위

	보도 뉴스	종교	교양	다큐	정보	영화	음악	스포츠	연예 오락	드라마
시 각	2 (6.3%)	2 (20.0%)	27 (50.9%)	8 (20.0%)	-	10 (31.3%)	-	5 (18.5%)	6 (11.5%)	18 (33.3%)
청 각	-	-	4 (7.5%)	14 (35.0%)	2 (25.0%)	22 (68.8%)	-	10 (37.0%)	16 (30.8%)	12 (22.2%)
시 청 각	16 (50.0%)	6 (60.0%)	10 (18.9%)	12 (30.0%)	2 (25.0%)	-	4 (40.0%)	6 (22.2%)	18 (34.6%)	10 (18.5%)
노 인	8 (25.0%)	2 (20.0%)	4 (7.5%)	4 (10.0%)	2 (25.0%)	-	2 (20.0%)	2 (7.4%)	4 (7.7%)	8 (14.8%)
저 소 득 층	6 (18.8%)	-	8(15.1%)	2 (5.0%)	2 (25.0%)	-	4 (40.0%)	4 (14.8%)	8 (15.4%)	6 (11.1%)
합 계	32 (100%)	10 (100%)	53 (100%)	40 (100%)	8 (100%)	32 (100%)	10 (100%)	27 (100%)	52 (100%)	54 (100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨

chi-square=132.175, df=36, p=.000

(5) 프로그램 장르 만족도

조사대상자들의 프로그램 장르 만족도를 살펴본 결과, 전체적으로 보도뉴스(M=4.67)와 드라마(M=4.44)의 만족도가 높은 것으로 나타났고, 반면에 가장 낮은 장르 만족도를 보인 프로그램 장르는 음악(M=2.88)과 만화(M=2.68)인 것으로 조사되었다. 만족도가 높은 프로그램 장르를 중심으로 소외계층별 만족도를 살펴보면, 우선 보도뉴스의 경우, 청각장애인과 저소득층(M=4.85)의 만족도가 가장 높게 나타났으며, 드라마의 경우에는 시청각장애인(M=5.07)의 만족도가 가장 높은 것으로 조사되었다. 반면에 만족도가 낮은 음악의 경우에는 청각장애인(M=2.41)의 만족도가 가장 낮게 나타났고, 만화의 경우에는 시청각장애인(M=2.20)의 만족도가 가장 낮은 것으로 분석되었다.

<표 38> 소외계층별 프로그램 장르 만족도

		N(사례수)	평균(표준편차)	합계(N/M)	F
보도뉴스	시각장애인	82	4.27±1.37	328/4.67	2.784*
	청각장애인	82	4.85±1.61		
	시청각장애인	88	4.75±.98		
	노인층	36	4.78±1.04		
	저소득층	40	4.85±1.07		
종교	시각장애인	84	3.24±1.32	330/3.07	.330
	청각장애인	82	3.05±2.03		
	시청각장애인	88	2.93±1.97		
	노인층	36	3.11±2.02		
	저소득층	40	3.00±1.66		
교양	시각장애인	84	3.54±1.44	330/3.50	1.658
	청각장애인	82	3.37±2.26		
	시청각장애인	88	3.23±2.07		
	노인층	36	4.17±1.79		
	저소득층	40	3.70±2.17		
다큐멘터리	시각장애인	84	3.86±1.19	330/4.03	1.026
	청각장애인	82	4.17±2.11		
	시청각장애인	88	3.82±2.22		
	노인층	36	4.22±2.15		
	저소득층	40	4.40±1.64		
교육	시각장애인	84	3.50±1.39	330/3.15	1.784
	청각장애인	82	3.02±2.11		
	시청각장애인	88	2.82±1.75		
	노인층	36	3.17±1.94		
	저소득층	40	3.35±1.73		
정보	시각장애인	84	3.55±1.24	330/3.53	.040
	청각장애인	82	3.59±2.21		
	시청각장애인	88	3.48±2.09		
	노인층	36	3.50±2.11		
	저소득층	40	3.50±1.79		
영화	시각장애인	84	3.10±1.47	330/3.14	6.577***
	청각장애인	82	4.00±2.10		
	시청각장애인	88	2.59±1.95		
	노인층	36	3.00±2.13		
	저소득층	40	2.80±1.68		

음악	시각장애인	84	3.58±1.25	330/2.88	5.114**
	청각장애인	82	2.41±2.27		
	시청각장애인	88	2.57±1.79		
	노인층	36	2.94±2.04		
	저소득층	40	3.00±1.69		
스포츠	시각장애인	84	3.49±1.34	330/3.50	3.333*
	청각장애인	82	4.05±2.11		
	시청각장애인	88	3.00±1.96		
	노인층	36	3.56±2.00		
	저소득층	40	3.45±1.98		
연예오락	시각장애인	84	3.49±1.43	330/3.37	1.890
	청각장애인	82	3.54±2.36		
	시청각장애인	88	3.11±2.12		
	노인층	36	2.78±1.95		
	저소득층	40	3.85±2.17		
퀴즈게임	시각장애인	84	3.52±1.52	330/3.26	1.781
	청각장애인	82	3.15±2.35		
	시청각장애인	88	2.84±2.18		
	노인층	36	3.67±2.21		
	저소득층	40	3.50±2.06		
드라마	시각장애인	84	3.70±1.58	330/4.44	5.732***
	청각장애인	82	4.41±2.10		
	시청각장애인	88	5.07±2.01		
	노인층	36	4.22±2.30		
	저소득층	40	4.85±1.98		
만화	시각장애인	84	3.19±1.34	330/2.68	3.882**
	청각장애인	82	±2.90±2.37		
	시청각장애인	88	2.20±1.71		
	노인층	36	2.44±1.62		
	저소득층	40	2.45±1.55		
홈쇼핑	시각장애인	84	3.23±1.53	330/2.91	1.035
	청각장애인	82	2.93±2.01		
	시청각장애인	88	2.73±2.05		
	노인층	36	2.61±2.06		
	저소득층	40	2.85±1.73		

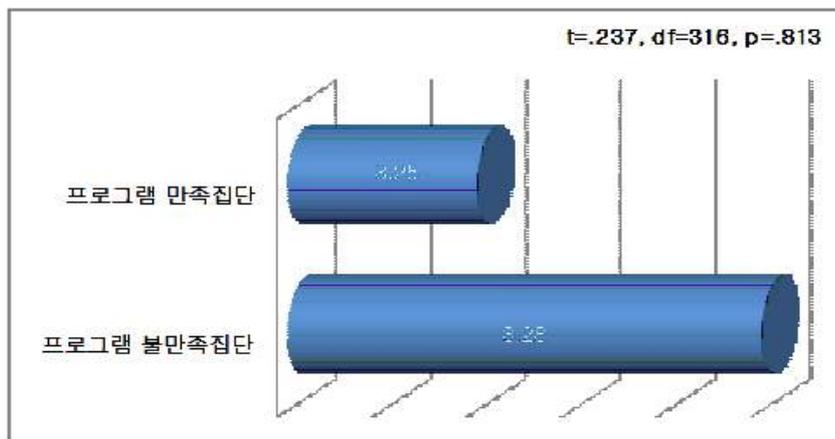
주: 위 평균은 5점 척도(1=매우 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였음.

* p<.05 * p<.01 *** p<.001

3. TV 시청 만족과 불만에 따른 사회적 소외 인식정도 분석

1) 프로그램 장르만족도에 따른 사회적 소외 인식정도 분석

조사대상자의 프로그램 장르만족도에 따른 사회적 소외 인식정도를 살펴보고자 프로그램 장르별 만족도를 통합한 평균점수를 비율로 환산하여 50%를 기준으로 프로그램 장르불만족 집단과 장르만족 집단으로 구분하였다. 그 결과 프로그램 장르불만족 집단은 155명(48.7%), 장르만족 집단은 163명(51.3%)으로 분류되었고, 이를 바탕으로 각 집단별 사회적 소외 인식정도를 분석하고자 t-검증을 이용하였다. 분석결과, 프로그램 불만족집단(M=3.28)이 프로그램 만족집단에 비해 사회적 소외 인식정도를 보다 많이 인식하는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않은 것으로 나타났다($t=.237, p=.813$).

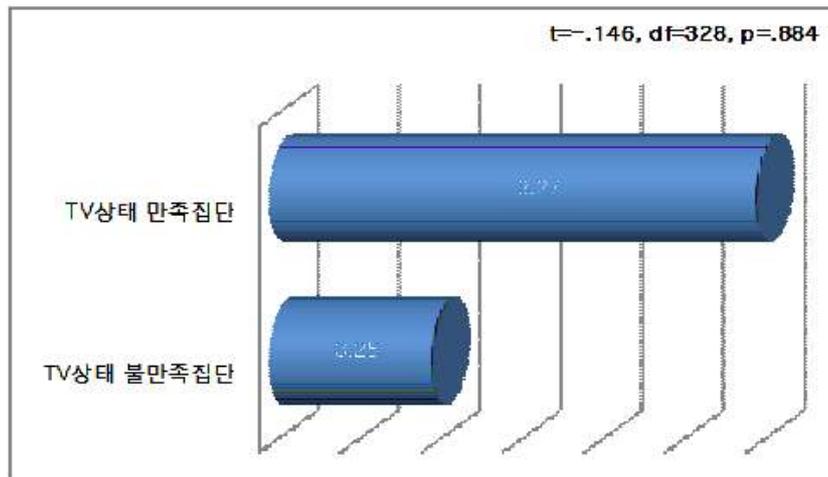


<그림 12> 프로그램 장르만족도에 따른 사회적 소외 인식정도

2) TV상태에 따른 사회적 소외 인식정도 분석

조사대상자가 보유하고 있는 TV상태(화질, 소리, 리모콘 작동상태)에 따른 사회적 소외 인식정도를 살펴보고자 보유한 TV상태 만족도를 평균점수로 통합하여 그 비율을 50% 기준으로 TV상태 불만족 집단과 만족 집단으로 구

분하였다. 그 결과 현재 보유하고 있는 TV상태에 대해 불만족하고 있는 집단은 102명(30.9%), 만족하고 있는 집단은 228명(69.1%)으로 분류되었고, 이를 바탕으로 사회적 소외 인식정도를 알아보기 위하여 t-검증을 실시하였다. 분석결과, TV상태 만족집단(M=3.27)이 불만족집단(M=3.25)에 비해 사회적 소외를 보다 많이 인식하는 것으로 나타났으나, 두 집단 간에 통계적으로 유의하지는 않은 것으로 조사되었다($t=-.146, p=.884$).



<그림 13> 보유 TV상태에 따른 사회적 소외 인식정도

4. 조사대상자 소외계층별 현재 이용하는 TV 상태

1) 소외계층별 TV시청형태

소외계층별 TV시청형태를 살펴본 결과, 전체적으로 지상파방송을 많이 이용하고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로는 케이블방송, 유선방송, 위성방송 순이었다. 이를 소외계층별로 살펴보면, 지상파방송의 경우에는 시각장애인이 43.8%로 나타나 청각장애인(14.9%)이나 시청각장애인(14.9%), 노인층(14.9%)에 비해 높은 이용률을 보였고, 반면에 저소득층은 11.6%로 가장 낮은 이용률을 보였다. 케이블방송의 경우에는 청각장애인이 30.5%로 가장 높은 이

용률을 보였고, 그 다음으로는 시청각장애인 28.6%, 시각장애인 20.0%, 저소득층 13.3%로 조사되었다. 케이블방송 이용률이 가장 낮은 집단은 노인층으로 7.6%에 그치는 것으로 나타났다. 또한 위성방송의 경우에는 시청각장애인(85.7%)이 높은 이용률을 보였고, 유선방송의 경우에는 시각장애인(35.9%)과 청각장애인(35.9%)의 이용률이 높은 것으로 나타났고, 이러한 차이는 통계적으로도 유의한 것으로 분석되었다($X^2=91.092$, $p=.000$).

<표 39> 소외계층별 TV시청 형태

	지상파방송	케이블방송	위성방송	유선방송	IPTV
시각장애인	53(43.8%)	21(20.0%)	-	-	2(50.0%)
청각장애인	18(14.9%)	32(30.5%)	2(14.3%)	28(35.9%)	2(50.0%)
시청각장애인	18(14.9%)	30(28.6%)	12(85.7%)	28(35.9%)	-
노인층	18(14.9%)	8(7.6%)	-	10(12.8%)	-
저소득층	14(11.6%)	14(13.3%)	-	12(15.4%)	-
합계	121(100%)	105(100%)	14(100%)	78(100%)	4(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
 $\chi^2=91.092$, $df=16$, $p=.000$

2) 소외계층별 보유 TV종류

소외계층별 보유 TV 종류를 확인한 결과, 조사대상자들은 전체적으로 다른 TV종류에 비해 아날로그 TV를 가장 많이 보유하고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로 디지털TV의 보유량이 많은 것으로 조사되었다. 소외계층별로 살펴보면, 아날로그 TV의 경우에 시각장애인 27.4%, 시청각장애인 26.8%, 청각장애인 20.4%, 노인층 14.0%, 저소득층 11.5%로 각각 조사되었으며, 디지털 TV의 경우에는 청각장애인 31.9%, 시각장애인 29.4%, 시청각장애인 20.2%, 저소득층 11.8%, 노인층 6.7%로 각각 조사되었다. 소외계층별 TV보유량은 시청각장애인이 26.7%로 가장 많은 보유량을 보였고, 그 다음으로 시각장애인

25.5%, 청각장애인 24.8%의 순이었다. 반면에 저소득층은 12.1%, 노인층은 10.9%로 가장 낮은 TV보유량을 보였고, 이런 차이는 통계적으로도 유의한 것으로 조사되었다($\chi^2=25.790$, $p=.011$)

<표 40> 소외계층별 보유 TV종류

	아날로그TV	디지털TV	흑백TV	HDTV
시각장애인	43(27.4%)	35(29.4%)	-	6(11.5%)
청각장애인	32(20.4%)	38(31.9%)	2(100%)	10(12.9%)
시청각장애인	42(26.8%)	24(20.2%)	-	22(42.3%)
노인층	22(14.0%)	8(6.7%)	-	6(11.5%)
저소득층	18(11.5%)	14(11.8%)	-	8(15.4%)
합계	157(100%)	119(100%)	2(100%)	52(100%)

주: 합계는 세로(column)에 한정됨
 $\chi^2=25.790$, $df=12$, $p=.011$

소외계층이 현재 시청하는 TV의 형태 즉, 플랫폼에 대해서 알아본 결과 대부분이 지상파 방송과 케이블 TV를 시청하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 소외계층이 보유하고 있는 TV의 종류를 보면 아날로그 TV를 소유하고 있는 사람들이 많은 것에서도 이유를 찾을 수 있을 것이다. 하지만 디지털 TV를 갖고 있는 사람들도 비교적 많은 것으로 나타났다.

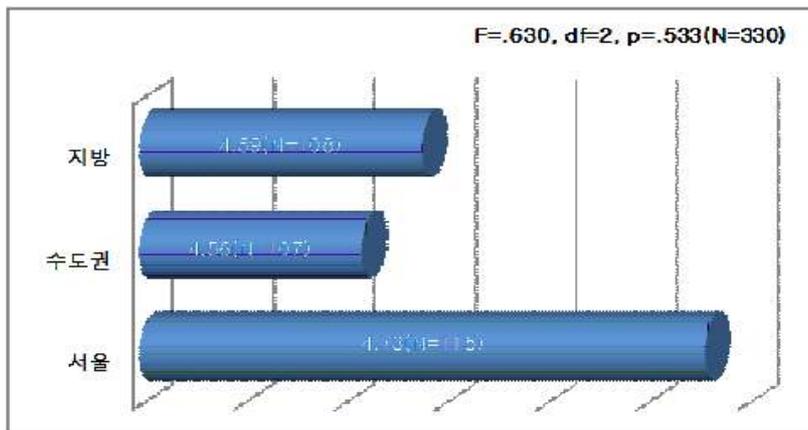
이러한 조사는 소외계층 사람들이 주로 지상파 방송 채널을 주로 이용하여 보도나 드라마를 주로 시청하며, 지상파 이외 프로그램은 케이블 TV를 통해서 영화나 다큐멘터리를 시청하는 형태를 띄고 있는 것으로 파악된다. 지상파 방송과 케이블 TV의 적절한 조화를 통해서 자신들이 원하는 프로그램을 선별하여 시청하는 형태로 그들 나름의 규칙과 습관이 형성되어 있을 것이다. 특히 시각장애인은 지상파 방송에 크게 의존하는 것으로 나타났다.

5. 조사대상자별 시청자 권리 인지 분석

본 연구에서는 시청자 권리를 TV 선택권, 프로그램 다양성, 프로그램 질 평가 등으로 설정하고, 조사대상자의 지역별, 연령별, 소외계층별 시청자 권리에 대한 인식의 차이를 살펴보기 위하여 일원변량분석(one-way ANOVA)을 이용하였다.

1) 지역별

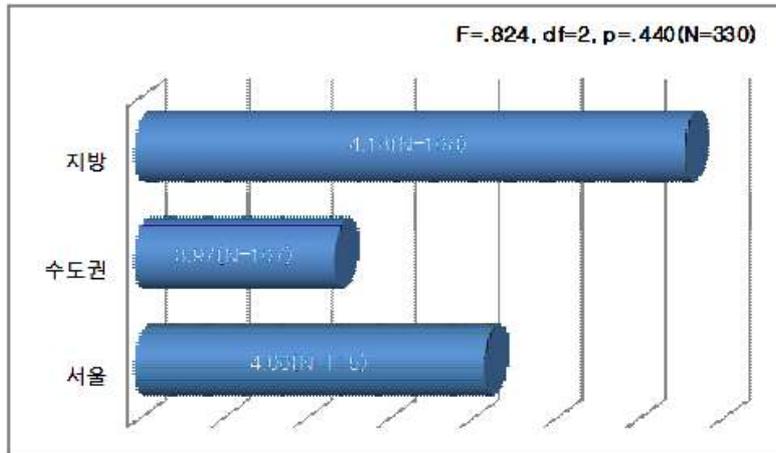
조사대상자의 지역별 TV 선택권에 대한 인식을 살펴본 결과, 서울(M=4.73)이 수도권(M=4.56)이나 지방(M=4.59)에 비해 높은 평균을 보여 서울에 거주하는 조사대상자들이 다른 지역에 거주하는 조사대상자들에 비해 TV 선택권이 보다 높은 것으로 평가할 수 있으나, 각 지역별로 통계적으로 유의한 차이를 나타내지는 않은 것으로 조사되었다($F=.630, p=.533$).



<그림 14> TV 선택권

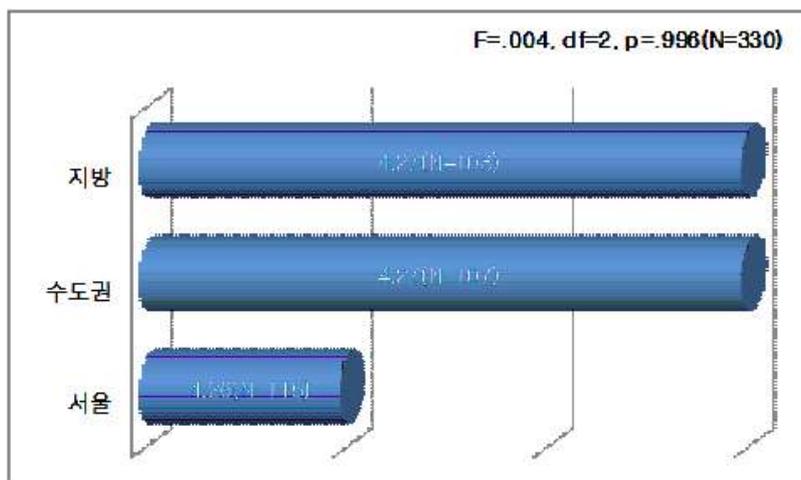
한편, 지역별로 조사대상자들이 인식하는 프로그램 다양성을 살펴보았다. 그 결과 지방(M=4.18)에 거주하는 조사대상자들이 수도권(M=3.97)이나 서울(M=4.06)에 거주하는 조사대상자들에 비해 높은 프로그램 다양성을 보이고 있는 것으로 나타나 지방에 거주하는 조사대상자들이 프로그램 다양성을 보다

높이 평가하는 것으로 나타났다. 그러나 각 지역별로 통계적으로는 유의한 차이가 존재하지는 않은 것으로 조사되었다($F=.824, p=.440$).



<그림 15> 프로그램 다양성

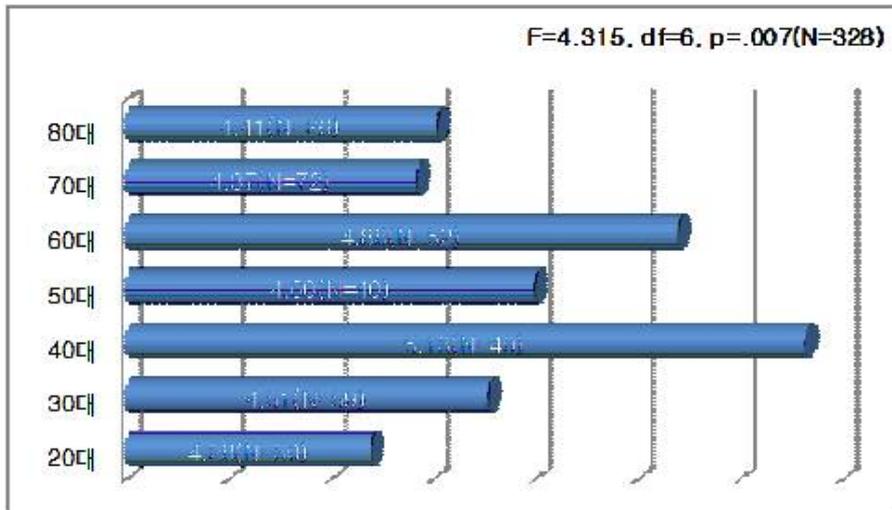
조사대상자의 지역별 프로그램 질을 평가한 결과, 서울(M=4.26)에 거주하는 조사대상자들에 비해 지방과 수도권(M=4.27)에 거주하는 조사대상자들의 평균이 높은 것으로 나타났으나 그 평균의 차이가 미미하고 지역별로 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다($F=.004, p=.996$).



<그림 16> 프로그램 질 평가

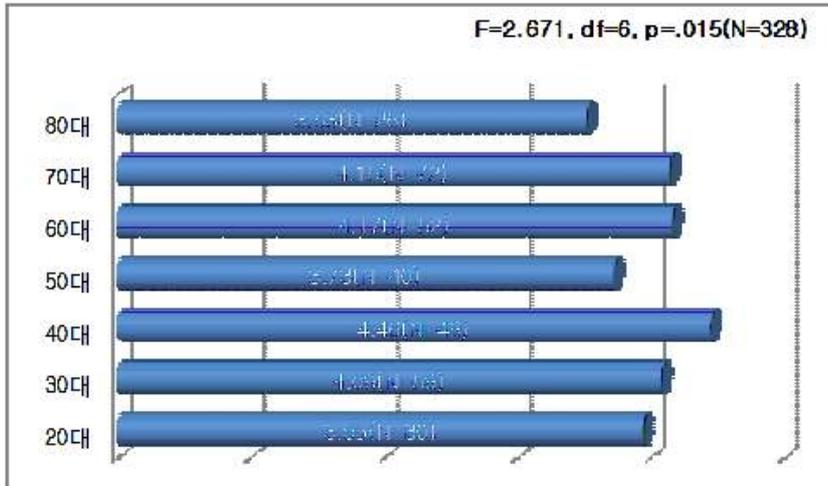
2) 연령별

조사대상자의 연령별 TV선택권에 대한 인식의 차이를 살펴본 결과, 40대(M=5.13)가 다른 연령대에 비해 높은 평균을 보이는 것으로 나타났고, 그 다음으로는 60대(M=4.88), 50대(M=4.60), 30대(M=4.51), 80대(M=4.41), 70대(M=4.37), 20대(M=4.28)의 순이었으며, 각 집단별로도 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($F=4.315, p=.007$). 그러므로 40대가 다른 연령 집단에 비해 비교적 높은 TV선택권을 보이고 있는 것으로 평가할 수 있다.



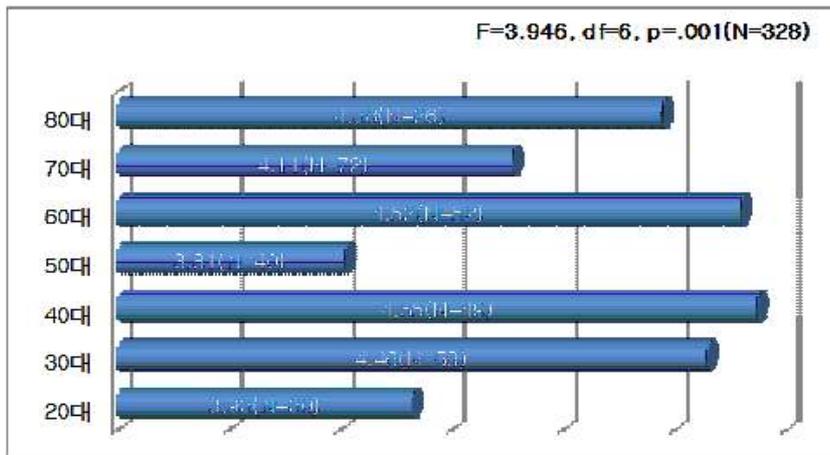
<그림 17> TV선택권

조사대상자의 연령별 프로그램 다양성에 대한 인식을 살펴본 결과, 40대(M=4.46)가 다른 연령층에 비해 프로그램 다양성을 높이 평가한 것으로 나타났다. 그 다음으로는 60대(M=4.17), 70대(M=4.15), 30대(M=4.09), 20대(M=3.95), 80대(M=3.53)의 순으로 조사되었고 각 연령 별로 통계적으로 유의한 차이가 존재하는 것으로 나타났다($F=2.671, p=.015$). 그러므로 40대가 다른 연령층에 비해 프로그램 다양성을 높이고 평가하고 있는 반면에 80대의 경우에는 프로그램이 다양하다는 인식의 정도는 다른 집단에 비해 낮은 것으로 볼 수 있다.



<그림 18> 프로그램 다양성

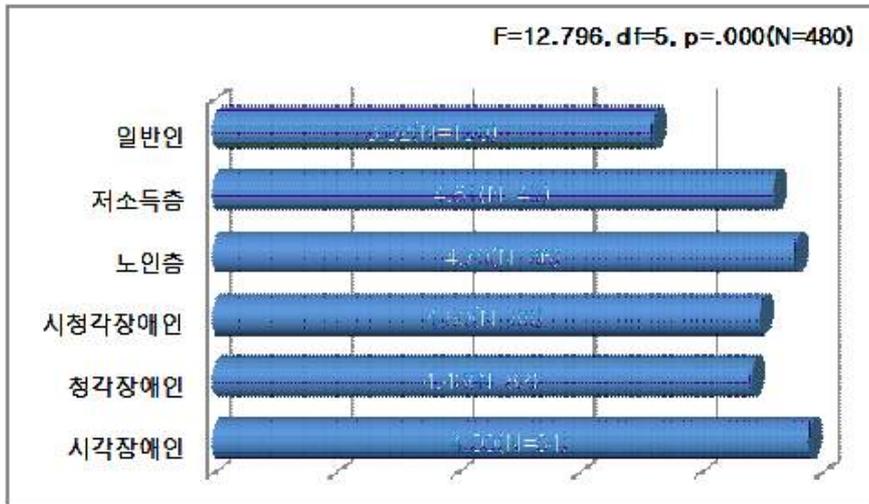
한편, 조사대상자의 연령별 프로그램 질을 평가한 결과, 40대(M=4.55)가 다른 연령대에 비해 프로그램 질을 높이 평가하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음 순으로는 60대(M=4.52), 30대(M=4.46), 80대(M=4.38), 20대(M=3.93), 50대(M=3.81)로 나타났고, 통계적으로도 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다(F=3.946, p=.001). 그러므로 40대가 방송의 프로그램 질에 대해 높이 평가하는 경향이 있었고, 반대로 50대가 다른 연령대에 비해 프로그램 질을 비교적 낮게 평가하는 것으로 볼 수 있다.



<그림 19> 프로그램 질 평가

3) 소외계층별

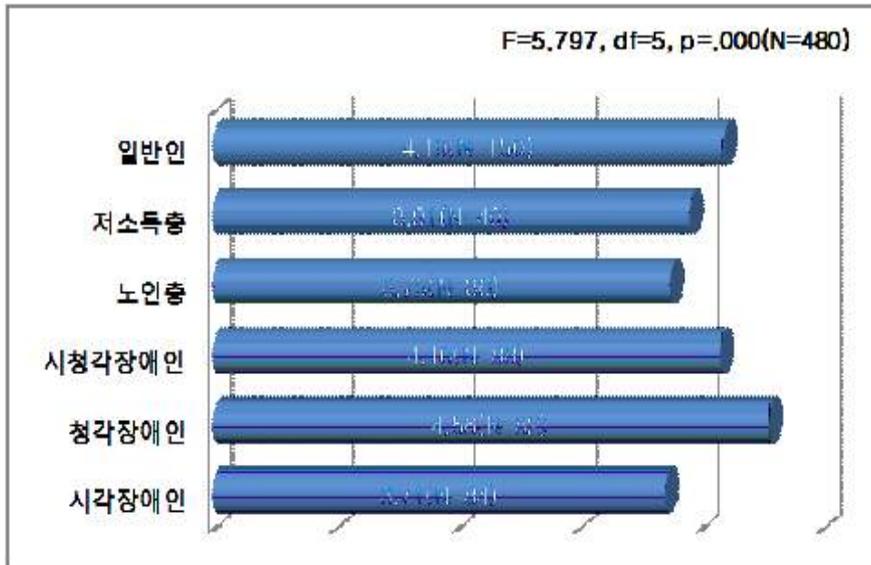
본 연구에서는 소외계층별 TV 선택권과 프로그램 다양성, 프로그램 질 평가에 대한 차이와 더불어 일반인을 포함시켜 소외계층과 일반인의 시청자 권리에 대한 인식의 차이를 추가로 살펴보았다. 분석결과, 시각장애인(M=4.90)이 다른 소외계층에 비해 높은 TV 선택권을 가지고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로 노인층(M=4.79), 저소득층(M=4.61), 시청각장애인(M=4.50), 청각장애인(M=4.43)의 순으로 조사되었다. 반면에 일반인이 M=3.62로 가장 낮은 평균을 보이는 것으로 나타나 오히려 소외계층에 비해 낮은 TV 선택권을 가지고 있는 것으로 평가할 수 있으며, 각 집단별로 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다($F=12.796, p=.000$).



<그림 20> TV 선택권

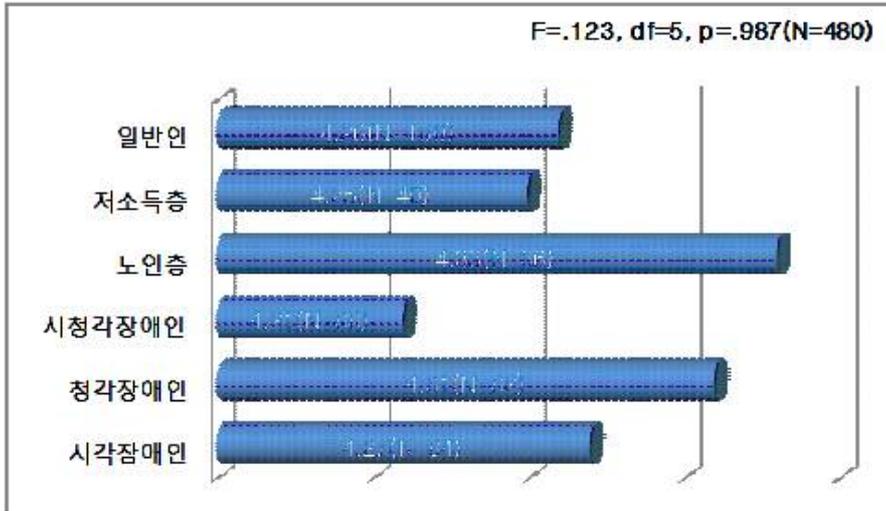
한편, 소외계층과 일반인의 프로그램 다양성에 대한 인식의 차이를 살펴본 결과, 청각장애인(M=4.56)이 일반인(M=4.19), 시청각장애인(M=4.16), 저소득층(M=3.91), 노인층(N=3.75), 시각장애인(M=3.71)에 비해 프로그램 다양성을 높이 평가하고 있는 것으로 나타났고, 통계적으로도 각 집단별로 유의한 차이를 보인 것으로 조사되었다($F=5.797, p=.000$). 따라서 소외계층별로는 청각장애인이 프로그램 다양성을 높이 평가하는 반면에 시각장애인이 프로그램 다양성을 낮게 평가한 것

으로 나타났고, 청각장애인을 제외하고 다른 소외계층에 비해 일반인이 프로그램 다양성을 높이 평가하는 것으로 분석되었다.



<그림 21> 프로그램 다양성

소외계층과 일반인의 프로그램 질 평가에 대한 인식을 살펴본 결과, 전체적으로 노인층(M=4.33)이 청각장애인(M=4.31), 시각장애인(M=4.27), 일반인(M=4.26), 저소득층(M=4.25), 시청각장애인(M=4.21)에 비해 프로그램 질을 높이 평가하고 있는 것으로 나타났다. 반면에 시청각장애인이 가장 낮은 평균을 보인 것으로 나타나 다른 집단에 비해 프로그램 질을 낮게 평가하였다. 특히 일반인의 경우에는 노인층과 청각장애인, 시각장애인을 제외하고 저소득층이나 시청각장애인에 비해 프로그램 질을 높이 평가한 것으로 나타났으나, 각 집단 간에 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다(F=.123, p=.987).



<그림 22> 프로그램 질 평가

6. 시청자 권리 인지와 사회적 소외정도의 관계성 분석

시청자 권리인 TV 선택권과 프로그램 다양성, 그리고 프로그램 질 평가가 조사대상자가 인식하는 사회적 소외에 미치는 영향을 살펴보고자 상관분석과 위계적 회귀분석을 이용하였다. 먼저 상관분석을 실시한 결과, TV 선택권과 프로그램 다양성($r=.275, p<.01$), TV 선택권과 프로그램 질 평가($r=.210, p<.01$), 프로그램 다양성과 프로그램 질 평가($r=.304, p<.01$)간에 통계적으로 유의한 정적 상관을 보이는 것으로 나타났으나, TV 선택권과 사회적 소외($r=-.029, p>.05$), 프로그램 다양성과 사회적 소외($r=-.095, p>.05$), 프로그램 질 평가와 사회적 소외($r=.010, p>.05$)간에는 통계적으로 유의한 상관성이 나타나지 않는 것으로 분석되었다.

<표 41> 시청자 권리 인지가 사회적 소외정도 상관분석

	TV선택권	프로그램 다양성	프로그램 질 평가	사회적 소외
TV선택권	-			
프로그램 다양성	.275**	-		
프로그램 질 평가	.210**	.304**	-	
사회적 소외	-.029	-.095	.010	-

한편, 시청자 권리인 TV선택권이나 프로그램 다양성, 프로그램 질 평가가 조사대상자들의 사회적 소외에 대한 인식에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시한 결과, 시청자 권리는 사회적 소외에 대한 인식에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 TV선택권이나 프로그램 다양성, 프로그램 질 평가 자체가 조사대상자들이 인식하는 사회적 소외와는 아무런 관련성이 없음을 확인하였다.

<표 42> 시청자 권리 인지가 사회적 소외정도에 미치는 영향

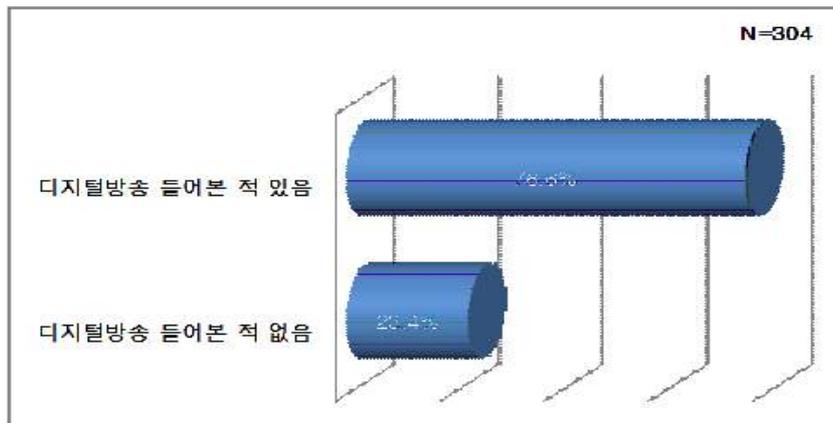
	R ²	ΔR ²	B	β	t	p
TV선택권			-.010	-.009	-.150	.881
프로그램 다양성	.011	.002	-.129	-.106	-1.788	.075
프로그램 질 평가			.061	.044	.748	.455

시청자가 추구할 수 있는 권리를 플랫폼 선택권, 프로그램 다양성, 질 좋은 프로그램 추구권으로 설정하여 이러한 변인들이 사회적 소외와 어떠한 관계를 갖는지 알아본 결과 관련성이 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 방송이라는 매체 특성상 소외계층이 추구하는 다양한 욕구를 충분히 충족시키지 못하지만 일정한 충족을 통해서 사회적으로 소외되었다는 인식을 촉발시키지 않았다고 볼 수 있다.

7. TV 상태에 따라 디지털 방송 수용 관계분석

1) 디지털방송에 대한 인지 여부

방송소외계층의 디지털방송에 대한 인지 여부를 살펴본 결과, 디지털방송을 들어본 적이 있다고 응답한 비율은 76.6%로 나타났고, 반대로 디지털방송에 대해 들어본 적이 없다고 응답한 비율은 23.4%로 조사되어 방송 소외계층의 경우에 디지털방송에 대한 인지가 비교적 높은 것으로 볼 수 있다.



<그림 23> 방송 소외계층의 디지털 방송전환 인지

2) TV 상태에 따른 디지털방송 수용성 분석

방송 소외계층의 보유 TV 상태에 따라 TV 상태 불만족 집단과 만족 집단으로 구분하여 디지털방송 수용성을 살펴보고자 t-검증을 이용하였다. 분석 결과, 디지털방송 수용성 중 인지도와 비용은 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았고, 용이성과 유용성, 그리고 사회적 영향에서만 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 구체적으로 살펴보면, 먼저 디지털방송 수용성 중에서 용이성은 TV상태 만족집단(M=3.79)이 TV상태 불만족집단(M=3.32)에 비해 높은 평균을 보였고, 유용성의 경우에도 TV상태 만족집단

(M=4.24)이 TV상태 불만족집단(M=3.82)에 비해 높은 평균을 보였다.



<그림 24> TV상태에 따른 디지털방송 수용성 분석

또한 사회적 영향의 경우에도 TV상태 만족집단(M=4.17)이 TV상태 불만족집단(M=3.77)에 비해 높은 평균을 보인 것으로 나타나 전반적으로 TV상태 만족집단이 TV상태 불만족 집단에 비해 디지털방송이 용이성이나 유용성, 사회적 영향에 대해 비교적 긍정적으로 인식하는 경향이 있는 것으로 평가할 수 있다.

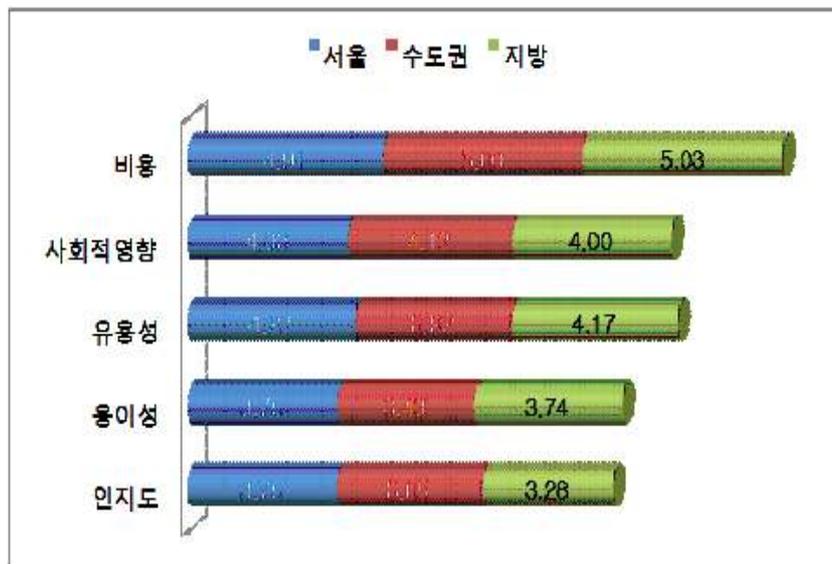
<표 43> TV상태에 따른 디지털방송 수용성 분석

	수용성	t	p
TV상태 불만족(N=102) TV상태 만족(N=228)	인지도	.391	.696
	용이성	-2.601	.010*
	유용성	-2.238	.026*
	사회적 영향	-2.280	.023*
	비용	-1.591	.113

*p<.05

8. 방송 소외계층의 디지털 방송수용 요인에 대한 차이

방송 소외계층의 지역별, 연령별, 소외계층별 디지털방송의 수용성에 대한 차이를 살펴보기 위하여 일원변량분석(one-way ANOVA)을 이용하였다. 우선 지역별 디지털방송의 수용성을 살펴본 결과, 디지털방송의 용이성, 유용성, 사회적 영향, 비용을 제외하고 디지털방송에 대한 인지도에서만 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 구체적으로 살펴보면, 인지도의 경우에 서울(M=3.75)이 수도권(M=3.65)이나 지방(M=3.28)에 비해 높은 평균을 보여 서울에 거주하는 조사대상자들이 수도권이나 지방에 거주하는 조사대상자들보다 디지털방송에 대한 인지도가 높았고, 반면에 지방에 거주하는 조사대상자들은 디지털방송에 대한 인지도가 낮은 것으로 나타났다.



<그림 25> 지역별 디지털방송 수용성 분석

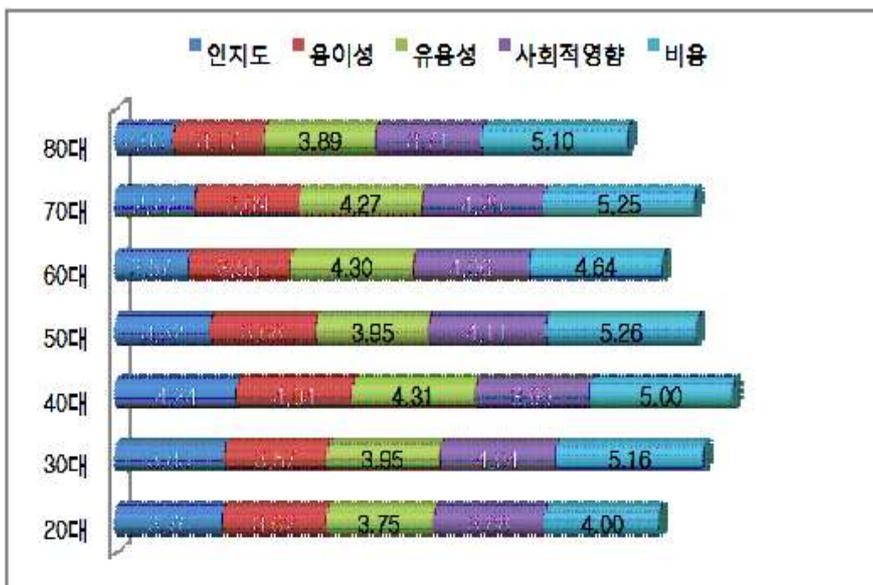
조사대상자들의 연령별 디지털방송 수용성을 분석한 결과, 디지털방송 용이성, 유용성, 사회적 영향을 제외하고 디지털방송 인지도와 비용에서만 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 44> 지역별 디지털 방송 수용성 분석

		수용성	F	p
서울(N=107) 수도권(N=107) 지방(N=108)	인지도		10.775	.000***
	용이성		1.563	.211
	유용성		1.176	.310
	사회적 영향		.181	.835
	비용		.128	.880

***p<.001

먼저 디지털방송 인지도의 경우에 40대(M=4.24)가 30대(M=3.83), 20대(M=3.76), 50대(M=3.32), 70대(M=2.77), 60대(M=2.57), 80대(M=2.03)에 비해 높은 인지도를 보인 것으로 나타났고, 반면에 80대와 60대, 70대가 디지털방송에 대해 매우 낮은 인지도를 나타내 보였다. 디지털방송 비용에 대해서는 거의 모든 연령대별로 비용이 비싸거나 부담스럽다는 인식이 지배적이었다.



<그림 26> 연령별 디지털방송 수용성 분석

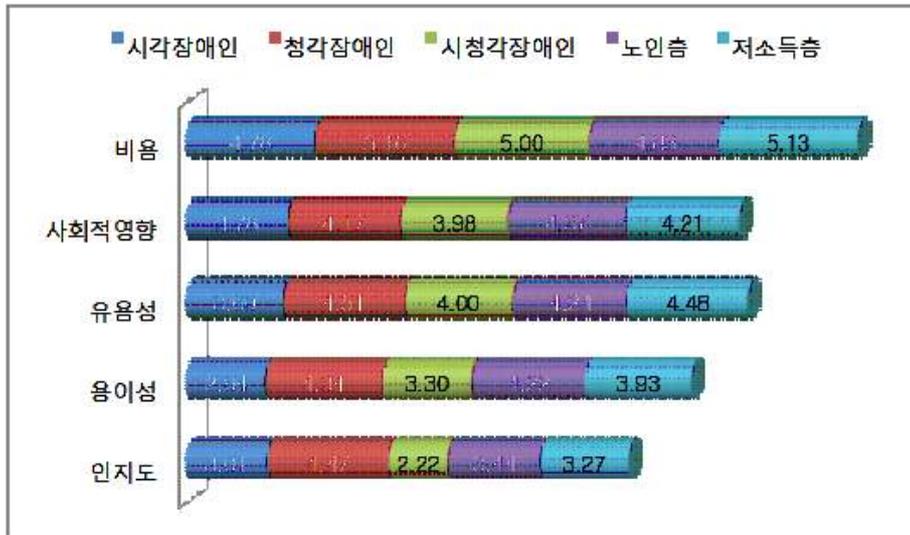
조사대상자들의 소외계층별 디지털방송 수용성을 분석한 결과, 디지털방송 인지도와 용이성, 유용성에서만 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다.

<표 45> 연령별 디지털 방송 수용성 분석

	수용성	F	p
	인지도	8.919	.000***
20대(N=30), 30대(N=59), 40대(N=49)	용이성	1.052	.392
50대(N=40), 60대(N=52), 70대(N=72)	유용성	.905	.491
80대(N=26)	사회적 영향	.519	.794
	비용	2.668	.015*

*p<.05, ***p<.001

먼저 디지털방송 인지도를 살펴보면, 청각장애인(M=4.47)이 시각장애인(M=3.01), 시청각장애인(M=2.22), 노인층(M=3.44), 저소득층(M=3.27)에 비해 높은 인지도를 보였고, 반대로 시청각장애인이 가장 낮은 인지도를 보인 것으로 나타났다. 디지털방송 용이성의 경우, 청각장애인(M=4.34)이 노인층(M=4.22), 저소득층(M=3.93), 시청각장애인(M=3.30), 시각장애인(M=2.94)에 비해 디지털방송 조작성이 전반적으로 용이할 것이라는 인식이 강한 것으로 나타났고, 반면에 시각장애인이 인식하는 디지털방송 용이성은 가장 낮은 것으로 조사되었다.



<그림 27> 소외계층별 디지털방송 수용성 분석

또한 디지털방송의 유용성에 대해서는 청각장애인(M=4.51)이 저소득층(M=4.48), 노인층(M=4.24), 시청각장애인(M=4.00), 시각장애인(M=3.60)에 비해 높은 유용성을 인식하고 있는 것으로 나타났고, 반면에 시각장애인은 디지털방송의 유용성에 대해 비교적 낮게 인식하고 있는 것으로 조사되었다.

<표 46> 소외계층별 디지털방송 수용성 분석

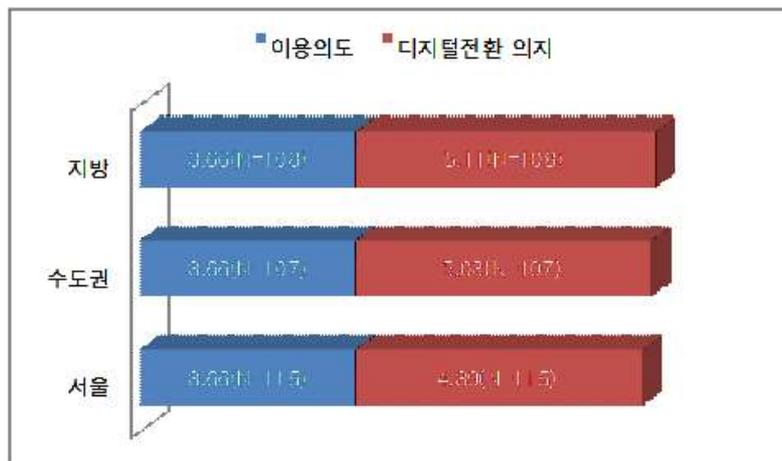
	수용성	F	p
	인지도	20.859	.000***
시각장애인(N=84), 청각장애인(N=82)	용이성	13.477	.000***
시청각장애인(N=88), 노인층(N=36)	유용성	4.374	.002**
저소득층(N=40)	사회적 영향	1.399	.234
	비용	.655	.624

p<.01, *p<.001

9. 방송 소외계층의 디지털 방송 이용의도에 대한 분석

1) 지역별, 연령별, 소외계층별 디지털 방송전환 의지

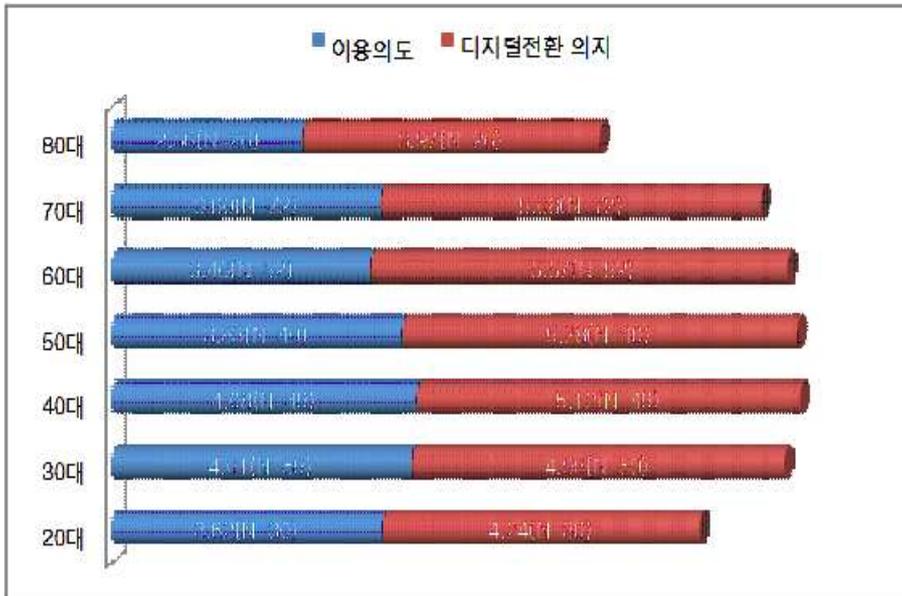
조사대상자들의 지역별, 연령별, 소외계층별 디지털방송 이용의도와 국가 지원을 전제로 한 디지털전환 의지에 대한 차이를 살펴보기 위하여 일원변량 분석(one-way ANOVA)을 이용하였다. 먼저 조사대상자들의 지역별 디지털방송 이용의도를 살펴본 결과, 서울(M=3.66)이나 수도권(M=3.66), 지방(M=3.66) 모두 같은 평균을 보인 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의한 차이가 나타나지는 않았다(F=.001, p=.999). 국가지원을 전제로 디지털전환 의지의 경우에는 서울이나 수도권, 지방 모두 비교적 높은 평균을 보였고, 그 중에서 지방(M=5.11)의 디지털전환 의지가 가장 높은 것으로 조사되었으나, 각 집단별로 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았다(F=.493, p=.611).



<그림 28> 지역별 디지털방송 이용의도와 디지털전환 의지

연령별 디지털방송 이용의도와 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지를 살펴본 결과, 이용의도의 경우에 40대(M=4.08)가 30대(M=4.01), 50대(M=3.88), 20대(M=3.62), 70대(M=3.60), 60대(M=3.46), 80대(M=2.56)에 비해 높은 디지털 방송 이용의도를 나타내 보였고, 80대가 가장 낮은 이용의도를 보인 것으로 조사되었다. 국가지원을 전제로 디지털전환 의지를 살펴본 결과, 80대(M=3.97)

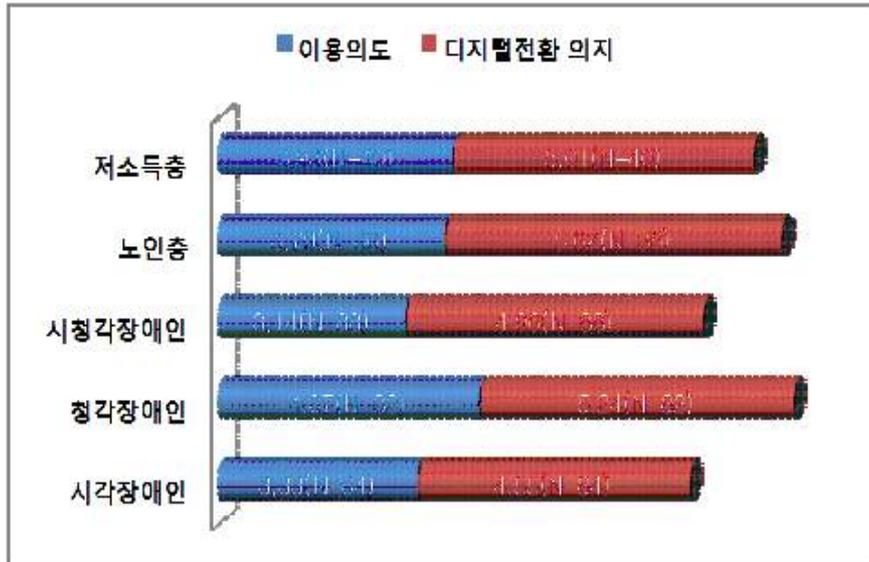
가 가장 낮은 평균을 보인 것을 제외하고는 나머지 연령대는 국가지원을 전제로 한 높은 디지털전환 의지를 보인 것으로 나타났다. 특히 60대(M=5.57)와 50대(M=5.28), 40대(M=5.12)의 디지털전환 의지가 높은 것으로 조사되었다. 디지털방송 이용의도(F=4.179, p=.000)와 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지(F=4.156, p=.000)는 모두 연령별로 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다.



<그림 29> 연령별 디지털방송 이용의도와 디지털전환 의지

소외계층별 디지털방송 이용의도와 국가지원에 따른 디지털전환 의지를 살펴본 결과, 디지털방송 이용의도는 청각장애인(M=4.37)이 저소득층(M=3.93)이나 노인층(M=3.79), 시각장애인(M=3.33), 시청각장애인(M=3.14)에 비해 높은 이용의도를 가진 것으로 조사되었고, 반면에 시청각장애인은 다른 소외계층에 비해 디지털방송 이용의도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 국가지원을 전제로 디지털전환 의지에 대해 살펴본 결과, 전체적으로 모든 소외계층의 디지털전환 의지가 높은 평균을 보였고, 그 중에서 노인층(M=5.62)의 디지털전환 의지가 가장 높은 것으로 나타났고, 그 다음으로는 청각장애인(M=5.24), 저소득층(M=5.01), 시청각장애인(M=4.96), 시각장애인(M=4.55) 순으로 조사되었다.

디지털방송 이용의도($F=9.686$, $df=4$, $p=.000$)나 국가지원을 전제로 한 디지털 전환 의지($F=3.263$, $df=4$, $p=.012$)는 모두 소외계층별로 통계적으로 유의한 차이를 보인 것으로 나타났다.



<그림 30> 소외계층별 디지털방송 이용의도와 디지털전환 의지

2) 디지털방송 수용 요인과 디지털방송 수용의도의 관계

디지털방송 수용성이 수용의도에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 위계적 회귀분석을 이용하였다. 분석결과, 디지털방송 수용성 중 유용성을 제외하고 인지도, 용이성, 사회적 영향, 비용이 디지털방송 수용의도에 긍정적인 정적 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 이 중에서 디지털방송의 사회적 영향($\beta=.339$)이 수용의도에 가장 커다란 영향을 미치는 것으로 나타나고, 그 다음으로는 인지도($\beta=.236$), 용이성($\beta=.183$), 비용($\beta=.118$)의 순으로 조사되었다. 디지털방송의 수용의도에 대한 사회적 영향, 인지도, 용이성, 비용의 설명력은 45.8%로 분석되었다.

<표 47> 디지털방송 수용 요인이 수용의도에 미치는 영향

	R ²	ΔR ²	B	β	t	p
인지도			.194	.236	4.188	.000***
용이성			.180	.183	2.572	.011*
유용성	.467	.458	.006	.007	.102	.919
사회적 영향			.327	.330	5.574	.000***
비용			.103	.118	2.710	.007**

모델적합도 F=56.673, p=.000

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3) 디지털방송 수용 요인과 국가지원에 따른 전환 의지의 관계

국가가 디지털TV 구입비용이나 전환비용을 지원해준다는 전제 하에서 디지털방송 수용성이 디지털전환 의지에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다.

<표 48> 디지털방송 수용 요인과 디지털전환 의지에 미치는 영향

	R ²	ΔR ²	B	β	t	p
인지도			.041	.045	.732	.465
용이성			-.102	-.092	-1.199	.231
유용성	.371	.361	.228	.215	2.966	.003**
사회적 영향			.275	.248	3.849	.000***
비용			.347	.357	7.534	.000***

모델적합도 F=38.218, p=.000

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

분석결과 디지털방송 수용성 중 유용성과 사회적 영향, 그리고 비용이 디지털전환 의지에 긍정적인 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 중에서 비용($\beta=.357$)이 디지털전환 의지에 가장 커다란 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 다음으로는 사회적 영향($\beta=.248$), 유용성($\beta=.215$)의 순으로 조사되었다. 국가가 디지털TV 구입비용이나 전환비용을 지원해준다는 전제에서 디지털전환 의지에 대한 비용, 사회적 영향, 유용성의 설명력은 36.1%로 조사되었다.

본 조사연구에서 설정한 방송 소외계층인 노인층, 저소득층, 장애인이 디지털 방송 전환에 따른 수용의도가 매우 높은 것을 알 수 있으며, 수용의도에 영향을 미치는 변인으로 인지도, 용이성, 사회적 영향, 비용 등으로 나타났다. 국가의 지원을 가정하여 디지털 전환 의지에 대한 분석결과 역시 유용성, 사회적 영향, 비용이 전환 의지에 유의미하는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 사회적 영향이나 비용이 방송 소외계층의 디지털 전환 의지에 가장 큰 영향 변인임을 확인할 수 있었다.

10. 디지털 방송 이용의도와 지원정책의 관계성

디지털방송 이용의도가 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 분석결과 디지털방송 이용 의도는 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지에 긍정적인 정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 디지털전환 의지에 대한 디지털방송 이용의도의 설명력은 34.4%로 나타났다.

<표 49> 디지털방송 이용의도가 디지털전환 의지에 미치는 영향

	R^2	ΔR^2	B	β	t	p
디지털방송 이용의도	.346	.344	.660	.589	13.184	.000***

모델적합도 $F=173.820$, $p=.000$

*** $p<.001$

따라서 디지털방송에 대한 이용의도가 높을수록 국가에서 지원을 해줄 경우에 디지털로 전환하겠다는 의지도 높아지는 것으로 볼 수 있다. 결국 방송 소외계층에 대한 국가의 지원은 소외계층이 사회적 영향과 비용의 지원이 될 것이다. 사회적 영향은 소외계층이 갖는 두려움이나 불안일 것이다. 사회적으로 소통되는 방송제도의 변화를 따라 갈 수 있을까하는 두려움이나 자신들이 사회적으로 소외될 것 같은 심리적 불안을 해소해 주는 일이다. 비용은 디지털 방송 장비 구입에 따른 비용임으로 국가적 지원이 이루어진다면 디지털 전환을 받아들이는데 큰 무리가 없을 것으로 판단된다. 따라서 사회적 영향에 대한 지원은 미디어 교육차원의 극복이 대안이 될 수 있을 것이다.

11. 방송 소외계층의 요구사항

1) 방송내용에 대한 불만사항

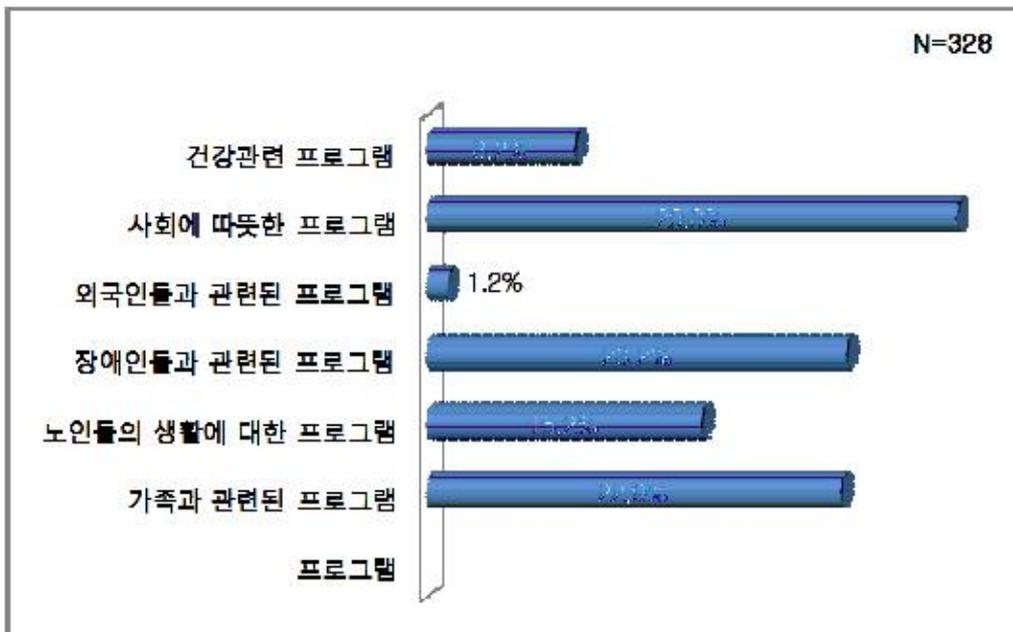
조사대상자의 방송내용에 대한 불만사항을 살펴본 결과, ‘불만한 프로그램이 없다’는 불만이 23.3%로 가장 높았고, 그 다음으로는 ‘프로그램 시간대가 맞지 않다’ 18.4%, ‘해설이 나오는 프로그램이 많지 않다’는 불만이 17.2%였다.



<그림 31> 방송 소외계층 불만 사항

2) 방송프로그램의 요청

조사대상자가 원하는 방송프로그램을 살펴본 결과, ‘사회에 따뜻한 프로그램’이라고 응답한 비율이 29.3%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 ‘장애인과 관련된 프로그램’이 23.2%, ‘가족과 관련된 프로그램’이 22.9%를 보인 것으로 나타났고, 이외에 ‘노인들의 생활에 대한 프로그램’이 15.2%, ‘건강관련 프로그램’이 8.2%로 조사되었다.



<그림 32> 방송 소외계층 요구 프로그램

방송 프로그램에 대한 불만은 불만한 프로그램이 적다는 것과 프로그램 시간대가 맞지 않다는 불만이 가장 많았으며, 이를 극복하기 위해서는 사회적으로 따뜻한 프로그램을 많이 제공하고, 아울러 가족관련 프로그램과 장애인들을 위한 프로그램을 주로 원하는 것으로 나타났다. 결국 방송 소외계층에서 저소득층을 제외한 노인, 장애인들은 시각과 청각의 장애로 인해서 그들이 볼 수 있는 해설방송이나 자막방송에 대한 편성비율을 높여가는 방안을 통해서 소외계층의 요구를 충족시켜 갈 수 있을 것이다.

V. 방송소외계층을 위한 지원정책

1. 결과분석 요약

1) 조사대상자의 평균 TV시청량

조사대상자의 지역별 하루 평균 TV시청량은 서울이 3.00시간, 수도권(인천과 경기) 3.74시간, 지방 3.58시간으로 조사되었으며, 연령별 하루 평균 TV시청량은 20대는 2.40시간, 30대 3.58시간, 40대 3.41시간, 50대 3.20시간, 60대 3.88시간, 70대 3.42시간, 80대 4.08시간으로 나타나 80대가 가장 높은 TV시청량을, 20대가 가장 낮은 TV시청량을 보였다. 소외계층별로는 시각장애인이 2.98시간, 청각장애인 3.59시간, 시청각장애인 3.73시간, 노인층 3.00시간, 저소득층 3.80시간으로 나타나 저소득층이 가장 높은 TV시청량을, 시각장애인이 가장 낮은 TV시청량을 보인 것으로 나타났다.

2) 지역별 TV이용 형태

조사대상자의 지역별 TV 주 시청 시간대와 평균 TV이용료, 시청료에 대한 인식, 주 시청 프로그램 장르, 프로그램 만족도를 살펴보았다. 우선 주 시청 시간대를 살펴보면, 전체적으로 조사대상자의 주 시청 시간대는 밤 8시-밤 11시인 것으로 나타났다. 지역별로 서울에 거주하는 조사대상자의 주 시청 시간대는 밤 8시-밤 11시, 지방에 거주하는 조사대상자의 주 시청 시간대는 오전 9시-정호 12시인 것으로 나타났고, 지역별 평균 TV이용료는 전체적으로 5천원 미만이 가장 높은 비율을 보였고, 지역별로는 서울이 수도권이나 지방에 비해 평균 TV이용료가 5천원 미만이라고 응답한 비율이 가장 높았다. TV이용료는 전체적으로 적절하다는 인식이 가장 높았고, 지역별로는 수도권에 거주하고 있는 조사대상자가 다른 지역에 비해 TV이용료가 적절하다고 인식하

였고, 서울에 거주하는 조사대상자가 다른 지역에 비해 TV이용료가 비싸다고 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 주 시청 프로그램 장르의 경우, 전체적으로는 보도뉴스, 드라마를 가장 많이 시청하고 있는 것으로 나타났고, 서울 거주 조사대상자들 주로 보도뉴스를 시청하는 반면에 수도권이나 지방에 거주하는 조사대상자들은 주로 드라마를 시청하는 경향이 있었다. 지역별로 프로그램 장르 만족도는 전체적으로 보도뉴스, 드라마의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났고, 반면에 만화, 음악, 홈쇼핑의 만족도가 가장 낮은 것으로 조사되었다. 구체적으로 보도뉴스와 드라마의 경우에는 지방에 거주하는 조사대상자가 서울이나 수도권에 거주하는 조사대상자에 비해 높은 만족도를 보였다.

3) 연령별 TV이용 형태

조사대상자의 연령별 TV 주 시청 시간대와 평균 TV이용료, 시청료에 대한 인식, 주 시청 프로그램 장르, 프로그램 만족도를 살펴보았다. 연령별 TV 주 시청 시간대를 살펴본 결과, 전체적으로 조사대상자는 밤 8시-밤 11시에 주로 TV를 시청하는 것으로 조사되었으며, 밤 8시-밤 11시 시간대의 경우에 30대가 다른 연령대에 비해 시청비율이 가장 높은 것으로 나타났다. 연령별 조사대상자의 평균 TV 이용료는 한 달 평균 5천원 미만이 가장 높은 비율을 보였고, 그 중에서 70대가 다른 연령대에 비해 평균 TV이용료가 5천원 미만이라고 응답한 비율이 가장 높았다. 연령별 TV이용료 인식의 경우에는 전체적으로 TV 이용료가 적절하다는 인식이 가장 높은 것으로 나타났고, 30대가 다른 연령대에 비해 TV 이용료가 적절하다고 인식하는 경향이 있었다. 연령별 주 시청 프로그램 장르 1순위를 살펴본 결과, 전체적으로 조사대상자들은 보도뉴스와 드라마를 가장 많이 시청하고 있는 것으로 나타났고, 보도뉴스의 주 시청 층은 30대이고 드라마의 주 시청 층은 70대인 것으로 조사되었다. 프로그램 장르 만족도는 전체적으로 보도뉴스, 드라마, 다큐멘터리에 대한 만족도가 가장 높은 것으로 조사되었고, 반면에 홈쇼핑과 만화에 대한 장르 만족도가 가장 낮은 것으로 분석되었다. 특히 30대와 40대는 보도뉴스에 대해 비교적 높은 만족도를 나타내 보였고, 70대의 경우에는 드라마에 대해 비교적 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.

4) 소외집단별 TV이용 형태

조사대상자의 소외집단별(시각장애인, 청각장애인, 시청각장애인, 노인층, 저소득층) TV 주 시청 시간대와 평균 TV이용료, 시청료에 대한 인식, 주 시청 프로그램 장르, 프로그램 만족도를 살펴보았다. 전체적으로 조사대상자의 TV 주 시청 시간대는 밤 8시-밤 11시인 것으로 나타났고, 이 시간대에 시각장애인이 다른 소외계층에 비해 높은 시청 비율을 보였다. 조사대상자의 평균 TV 이용료는 5천원 미만이라는 응답이 가장 높았고, 시각장애인이 다른 소외계층에 비해 평균 TV이용료가 5천원 미만이라고 응답한 비율이 가장 높았다. TV이용료의 경우에 전체적으로 적절하다는 인식이 높았고, 그 중에서 시청각장애인이 다른 소외계층에 비해 TV이용료가 적절하다는 인식이 높았다. 소외계층별 주 시청 프로그램 장르 1순위를 살펴본 결과, 전체적으로 조사대상자들은 보도뉴스와 드라마를 가장 많이 시청하고 있는 것으로 나타났고, 보도뉴스는 시각장애인이, 드라마는 시청각장애인이 주로 시청하는 것으로 나타났다. 조사대상자들의 프로그램 장르 만족도를 살펴본 결과, 전체적으로 보도뉴스와 드라마의 만족도가 높은 것으로 나타났고, 반면에 가장 낮은 장르 만족도를 보인 프로그램 장르는 음악과 만화였다. 보도뉴스의 경우, 청각장애인과 저소득층의 만족도가 가장 높게 나타났고, 드라마의 경우에는 시청각장애인의 만족도가 가장 높은 것으로 조사되었다.

5) 사회적 소외 인식정도 분석

프로그램 불만족집단이 프로그램 만족집단에 비해 사회적 소외 인식정도를 보다 많이 인식하는 것으로 나타났고, TV상태 만족집단이 TV상태 불만족집단에 비해 사회적 소외를 보다 많이 인식하는 것으로 나타났다.

6) 소외계층별 현재 이용하는 TV

소외계층별 TV시청형태를 살펴본 결과, 전체적으로 지상파방송을 많이 이용하고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로는 케이블방송 순이었다. 지상파 방송의 경우에는 시각장애인이 높은 이용률을 보였고, 케이블방송의 경우에는 청각장애인이 높은 이용률을 보인 것으로 나타났다. 소외계층별 보유 TV 종류를 확인한 결과, 조사대상자들은 전체적으로 다른 TV종류에 비해 아날로그 TV를 가장 많이 보유하고 있는 것으로 나타났고, 그 다음으로는 디지털TV의 보유량이 많은 것으로 조사되었다. 아날로그 TV는 시각장애인의 보유량이 많았고, 디지털TV의 경우에는 청각장애인의 보유량이 가장 높았다.

7) 시청자 권리 인지 분석

조사대상자의 지역별 TV 선택권에 대한 인식을 살펴본 결과, 서울에 거주하는 조사대상자들이 다른 지역에 거주하는 조사대상자들에 비해 TV선택권이 보다 높은 것으로 나타났고, 프로그램 다양성은 지방에 거주하는 조사대상자들이 높게 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 프로그램 질 평가의 경우에는 서울에 거주하는 조사대상자들이 지방과 수도권에 거주하는 조사대상자들에 비해 높게 나타났으나 그 평균의 차이는 미미하였다. 조사대상자의 연령별 TV선택권에 대한 인식의 차이를 살펴본 결과, 40대가 다른 연령대에 비해 비교적 높은 TV선택권을 보였고, 프로그램 다양성과 프로그램 질 평가의 경우에는 40대가 다른 연령대에 비해 프로그램 다양성과 프로그램 질에 대해 높이 평가하는 경향이 있었다. 소외계층별 TV선택권과 프로그램 다양성, 프로그램 질 평가를 살펴보면, 우선 TV선택권의 경우에 시각장애인이 다른 소외계층에 비해 높은 TV선택권을 보였고, 반면에 일반인이 가장 낮은 TV선택권을 보인 것으로 나타나 일반인이 소외계층에 비해 오히려 낮은 TV선택권을 보인 것으로 조사되었다. 프로그램 다양성은 청각장애인이 다른 소외계층이나 일반인에 비해 프로그램 다양성을 높이 평가한 것으로 나타났고, 시각장애인이 프로그램 다양성을 가장 낮게 평가한 것으로 나타났다. 또한 청각장애인을 제외하고

다른 소외계층에 비해서는 일반인이 프로그램 다양성을 높이 평가한 것으로 조사되었다. 프로그램 질 평가의 경우에는 노인층이 프로그램 질에 대해 높게 평가한 반면에 시청각장애인이 프로그램 질에 대해 가장 낮게 평가한 것으로 나타났다. 특히 일반인의 경우에는 저소득층이나 시청각장애인에 비해 프로그램 질을 높이 평가하였으나, 노인층과 청각장애인, 시각장애인에 비해서는 프로그램 질을 낮게 평가한 것으로 조사되었다.

8) 시청자 권리 인지와 사회적 소외

시청자 권리인 TV선택권이나 프로그램 다양성, 프로그램 질 평가가 조사대상자들의 사회적 소외에 대한 인식에 미치는 영향을 살펴본 결과, 시청자 권리는 사회적 소외에 대한 인식에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 TV선택권이나 프로그램 다양성, 프로그램 질 평가 자체가 조사대상자들이 인식하는 사회적 소외와는 아무런 관련성이 없음을 확인하였다.

9) TV 상태에 따른 디지털 방송 수용 관계분석

조사대상자들의 디지털방송에 대한 인지 여부를 살펴본 결과, ‘디지털방송을 들어본 적이 있다’는 응답이 ‘디지털방송에 대해 들어본 적이 없다’는 응답에 비해 압도적으로 높은 비율을 보였다. 또한 조사대상자들의 보유 TV 상태에 따라 TV 상태 불만족 집단과 만족 집단으로 구분하여 디지털방송 수용성을 살펴본 결과, 디지털방송 수용성 중 인지도와 비용은 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았고, 용이성과 유용성, 그리고 사회적 영향에서만 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 디지털방송의 용이성과 유용성, 그리고 사회적 영향을 중심으로 살펴본 결과, 전반적으로 TV상태 만족집단이 TV상태 불만족 집단에 비해 디지털방송 용이성이나 유용성, 사회적 영향에 대해 비교적 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다.

10) 디지털방송 인지, 유용성, 용이성, 사회적 영향, 경제적 비용에 대한 차이 분석

조사대상자의 지역별, 연령별, 소외계층별 디지털방송의 수용성에 대한 차이를 살펴본 결과, 지역별로는 디지털방송에 대한 인지도에서만 통계적으로 유의한 차이가 있었고, 서울에 거주하는 조사대상자들이 수도권이나 지방에 거주하는 조사대상자들에 비해 디지털방송에 대한 인지도가 높았고, 반면에 지방에 거주하는 조사대상자들은 디지털방송에 대한 인지도가 낮은 것으로 조사되었다. 연령별로는 디지털방송 인지도와 비용에서만 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 디지털방송 인지도는 40대가 다른 연령대에 비해 높은 인지도를 보였고, 디지털방송 비용에 대해서는 거의 모든 연령대가 비용이 비싸거나 부담스럽다는 인식이 지배적이었다. 조사대상자들의 소외계층별 디지털방송 수용성을 분석한 결과, 디지털방송 인지도와 용이성, 유용성에서만 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 먼저 디지털방송 인지도를 살펴보면, 청각장애인이 다른 소외계층에 비해 높은 인지도를 보였고, 반대로 시청각장애인이 가장 낮은 인지도를 보였다. 디지털방송 용이성의 경우, 청각장애인이 다른 소외계층에 비해 디지털방송 조작성이 전반적으로 용이할 것이라는 인식이 강하였고, 반면에 시각장애인이 인식하는 디지털방송 용이성은 가장 낮았다. 디지털방송의 유용성에 대해서는 청각장애인이 다른 소외계층에 비해 유용성이 높다고 인식하고 있었고, 반면에 시각장애인은 디지털방송의 유용성에 대해 비교적 낮게 인식하는 것으로 나타났다.

11) 디지털 방송 수용 변인에 따른 이용의도 분석

조사대상자들의 지역별, 연령별, 소외계층별 디지털방송 이용의도와 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지에 대한 차이를 살펴보았다. 먼저 조사대상자들의 지역별 디지털방송 이용의도를 살펴본 결과, 지역별로 이용의도에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았고, 국가지원을 전제로 디지털전환 의지의 경우에는 서울이나 수도권, 지방 모두 비교적 높은 평균을 보였고, 그 중에서 지

방의 디지털전환 의지가 가장 높은 것으로 조사되었으나, 각 집단별로 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았다. 연령별 디지털방송 이용의도와 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지를 살펴본 결과, 이용의도의 경우에 40대가 다른 연령대에 비해 높은 디지털방송 이용의도를 나타내 보였고, 80대가 가장 낮은 이용의도를 보였다. 국가지원을 전제로 디지털전환 의지를 살펴본 결과, 80대가 가장 낮은 평균을 보인 것을 제외하고는 나머지 연령대는 국가지원을 전제로 한 높은 디지털전환 의지를 보인 것으로 나타났다. 특히 60대와 50대, 40대의 디지털전환 의지가 높았으며, 디지털방송 이용의도와 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지 모두 연령별로 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 조사되었다. 소외계층별 디지털방송 이용의도와 국가지원에 따른 디지털전환 의지를 살펴본 결과, 디지털방송 이용의도는 청각장애인이 다른 소외계층에 비해 높은 이용의도를 가진 것으로 조사되었고, 반면에 시청각장애인의 디지털방송 이용의도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 국가지원을 전제로 디지털전환 의지에 대해 살펴본 결과, 전체적으로 모든 소외계층의 디지털전환 의지가 높은 평균을 보였고, 그 중에서 노인층의 디지털전환 의지가 가장 높은 것으로 나타났다. 디지털방송 이용의도나 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지는 모두 소외계층별로 통계적으로 유의한 차이를 보인 것으로 나타났다.

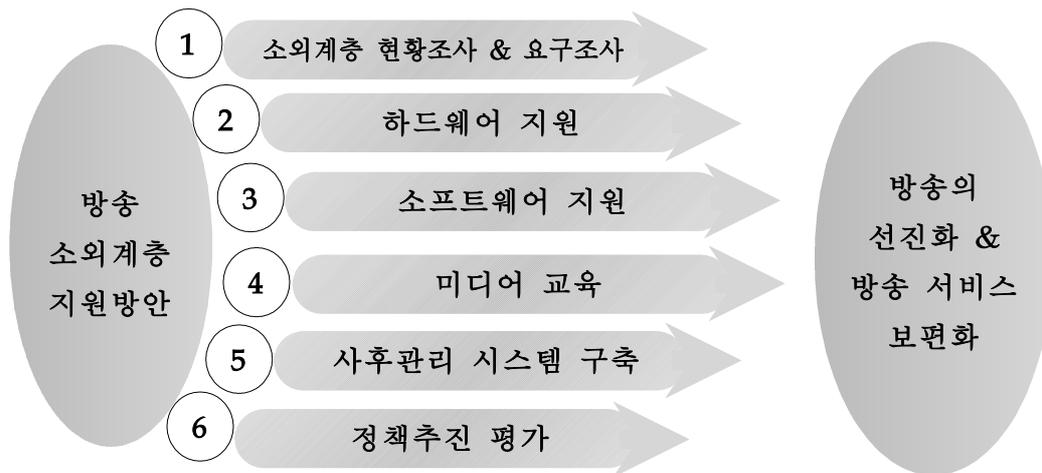
한편, 디지털방송 수용성이 수용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 디지털방송 수용성 중 유용성을 제외하고 인지도, 용이성, 사회적 영향, 비용이 디지털방송 수용의도에 긍정적인 정적 영향을 미쳤고, 이 중에서 디지털방송의 사회적 영향이 수용의도에 가장 커다란 영향을 미쳤고, 그 다음으로는 인지도, 용이성, 비용의 순이었다. 국가가 디지털TV 구입비용이나 전환비용을 지원해 준다는 전제 하에서 디지털방송 수용성이 디지털전환 의지에 미치는 영향을 살펴본 결과, 디지털방송 수용성 중 유용성과 사회적 영향, 그리고 비용이 디지털전환 의지에 긍정적인 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 중에서 비용이 디지털전환 의지에 가장 커다란 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 다음으로는 사회적 영향, 유용성의 순으로 조사되었다.

12) 디지털 방송 이용의도와 지원정책의 관계성

디지털방송 이용의도가 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지에 미치는 영향을 살펴본 결과, 디지털방송 이용의도는 국가지원을 전제로 한 디지털전환 의지에 긍정적인 정적 영향을 미치는 것으로 나타나 디지털방송에 대한 이용의도가 높을수록 국가에서 지원을 해줄 경우에 디지털로 전환하겠다는 의지도 높은 것으로 평가할 수 있다.

2. 국가적 차원의 지원정책

디지털 융합시대의 지원정책은 방송 소외계층에 대한 수요조사를 바탕으로 마련해야 한다. 급변하는 방송통신융합 환경 속에서 방송이라는 보편적 서비스를 제대로 이용하지 못하는 사람들을 대상으로 방송 시청권을 확보하는 것은 매우 중요한 의미를 갖는다. 따라서 방송 소외계층에 대한 지원정책이 다음과 같은 단계를 통해서 정책 집행의 효율성을 극대화 시킬 수 있을 것이다.



<그림 33> 방송 소외계층 지원정책에 대한 절차

지원정책 마련에 앞서 정책의 기반이 되는 소외계층에 대한 현황 및 수요 조사를 기반으로 정책을 마련할 필요가 있다. 아울러 지원 규모와 대상을 정확하게 설정하여야 한다. 이에 따라서 지원기관 및 해당 기관의 자발적인 참여를 통해서 하드웨어지원과 소프트웨어지원이 동시에 이루어져야 한다. 본격적인 지원이 실시되는 과정에 미디어 교육을 통한 방송매체 활용도를 높이고, 새로운 장비에 적응하도록 도와야 한다.

방송소외계층에 대한 지원과 동시에 사후관리 시스템을 구축하여 지속적인 관심과 지원 후 서비스를 제공해야 할 것이다. 특히 장애인과 노인층에 대한 관심을 높여한다. 이에 따라 최종적으로 방송소외계층에 대한 지원정책이 초기 목표 설정 및 목적에 얼마나 도달하였는지 평가해 보는 정책영향 평가를 실시하여 추후 지원정책에 반영할 수 있다.

이에 본 조사 역시 방송 소외계층의 수요조사를 바탕으로 하드웨어지원(장비)과 소프트웨어(프로그램)를 나누어 정책 방안을 제안하고자 하였다.

1) 하드웨어지원 정책

방송통신위원회는 2012년까지 저소득층 장애인에 방송수신기를 100% 보급한다는 계획이다. 이에 따라서 정부가 오는 2012년까지 디지털 전환을 목표로 방송 소외계층의 지원을 위해 총 435억 원을 투입하는 등 소외계층을 위한 적극적인 지원정책을 마련하고 있다. 이에 따라서 2008년 방송 소외계층을 위한 수신기 보급에 약 24억을 우선 투자하였다. 방송 소외계층에 대한 지원 사업은 장애인, 노인층에 집중되는 경향이 있는데 저소득층에 대한 지원 역시 고려해야 할 부분이다. 방송통신위원회는 주로 방송기기에 대한 지원정책을 실시하고 있으며, 2012년까지 지속적인 장비 지원을 실시한다는 계획이다. 이러한 방송 기기 지원정책은 방송 프로그램을 시청할 수 있는 기반을 조성하는 단계라 할 수 있다. 즉, 가장 기본적인 기기 보급이 이루어져야 프로그램 시청이 가능하기 때문이다. 아울러 기기 지원정책이 가장 중요한 지원정책이자 가장 많은 예산이 투입되는 정책이다. 따라서 체계적이고, 실효성 있는 정책으로 평가받기 위해서는 기기보급 사업과 함께 프로그램 보급 사업 역시 동시에 추

진되어야 한다. 본 연구에서 나타난 방송소외계층의 다양한 방송 이용현황 중 주요 불만 사항은 시청료 부담, 현 소유 TV 상태 불만, 프로그램 시간대, 해설방송 부족 등으로 나타났다. 2008년 방송통신위원회의 방송 소외계층 지원 분야 및 규모를 보면 <표 44>와 같이 나타났다.

<표 50> 2008년 방송 소외계층 지원 분야 및 지원 규모

지원분야	배정예산
자막방송수신기 보급	7억3천8백만원
화면해설방송수신기 보급	6억6천만원
난청노인용 수신기 보급	6억1천4백만원
EBS수능 방송물 보급	2억6천만원
기획분야(2단체 이상)	1억4백만원
수신기 활용실태 점검	4천만원
총 계	24억 1천 6백만원

방송통신위원회의 방송 소외계층에 대한 지원정책으로 방송 접근권을 확대하기 위해 장애인 방송수신기 보급, 자막방송·수화방송·화면해설방송 등 장애인 시청지원 방송프로그램에 대한 지원을 우선 실시하기로 하였다. 방송 접근권이나 방송시청권리 확보는 하드웨어적 차원의 지원이라고 할 수 있다.

<표 51> 2009년 방송 소외계층 지원 분야 및 지원 규모

지원분야	배정예산
자막방송수신기 보급	11억2천 5백만원
화면해설방송수신기 보급	6억6천만원
난청노인용 수신기 보급	2억6천만원
장애인 방송물 보급	2억6천만원
장애인단체 기획사업 지원	7천만원
수신기 활용실태 점검	4천만원
총 계	24억 1천 6백만원

방송통신위원회는 2008년 24억의 예산 지원을 통해서 방송 소외계층에 대한 자막방송수신기보급사업, 화면해설방송수신기 보급사업, 난청노인용 수신기보급사업, 장애인방송물 보급사업, 장애인단체 기획사업, 수신기 활용실태조사사업 등을 실시하였다. 2009년 역시 24억의 예산을 배정하여 지원 사업을 실시하였다.

<표 52> 2009년 단위 사업별 단체 지원내역 (단위: 천원)

분야	사업명	지원액
자막방송수신기 보급	청각장애인을 위한 TV 자막수신기 일체형 보급	1,125,000
화면해설방송수신기보급	시각장애인을 위한 화면해설방송물 보급사업	660,000
난청노인용수신기 보급	난청노인용 방송수신기 보급사업-맑은소리, 밝은세상	130,500
	난청노인용 방송수신기 보급사업	130,500
수능방송물 보급	청각장애인학생을 위한 EBS 수능 자막방송물 보급	130,000
	시각장애인을 위한 화면해설방송물 보급사업	130,000
장애인 기획사업	장애인 미디어 교육 (장애인 영상전문인력 양성과정)	30,000
	2009 '함께 우리' 미디어 축제 한마당	40,000
합 계		2,376,000

방송통신위원회는 이러한 지원 사업을 관련단체의 공모를 통해서 실시하고 있다. 방송 소외계층 시청권확보를 위해서 참여한 단체는 한국농아인협회, 한국시각장애인협회, 한국노인종합복지관협회 등이 참여하고 있는 것으로 나타났다.

앞서 언급한 바와 같이 방송 소외계층의 조사에서 현재 보유하고 있는 TV 상태 불만과 해설 장비 부족에 대한 문제는 방송통신위원회에서 실시하고 있는 디지털 TV 지원 사업 등과 같은 지원정책으로 단계적으로 해결할 수 있

을 것으로 예측한다. 방송 소외계층에 대한 지원을 위해 방송통신 위원회는 2012년까지 저소득층(기초생활수급자 및 차상위계층)에 해당하는 시청각 장애인에게 자막방송 및 화면해설 방송수신기를 100% 보급하고, 우리나라가 고령화 사회로 넘어감에 따라 난청노인의 증가 특히 저소득층 난청노인을 대상으로 난청노인용수신기를 50%수준까지 확대 보급한다는 계획이다. 더불어, 시각장애인들을 위한 DVS 지원 역시 이루어져야 한다. DVS(Descriptive Video Service: 화면 해설 서비스)는 텔레비전을 통해 음성 정보만을 접할 수밖에 없는 시각장애인들을 위해 송출되는 화면에 대한 설명(등장인물의 대사 외에 영상으로만 보여 지는 배경, 상황 등을 라디오 드라마처럼 성우가 설명)을 대사 중간 중간에 방송하는 서비스 음성 다중 채널을 통해 송출되며 시청자들은 정상적으로 송출되는 프로그램을 선택해 청취 할 수 있도록 하는 것이다.

DVS 수신기는 DVS 방송을 보다 쉽게 청취하기 위해 제작된 기기로서 일반 TV 외관에는 점자표기가 없고 리모컨은 음성다중버튼이 있다. 그럼에도 불구하고 제조사마다 그 위치가 달라 시각장애인들이 음성다중 기능을 사용하여 화면해설방송을 청취하기 어려운 실정이다. 이에 수신기는 외관에 점자표기를 하고 음성다중(DVS수신)버튼을 추가하여 보다 쉽게 화면해설방송을 청취할 수 있도록 제작하여 통일시켜 보급해야 한다.



<그림 34> 2008년 보급된 DVS

현재 보급되고 있는 별도의 장비를 디지털 TV에 내장하여 일체형 보급을 추진할 필요가 있다. 따라서 디지털 전환과 함께 화면해설이나 자막수신기를 TV에 내장하여 보급하는 것을 적극 추진해야 한다.

<표 53> DVS의 변천사

제작연도	2002~2004	2005	2006	2007	2008	2009
기본사양	아날로그 TV 수신기	아날로그 TV 수신기	아날로그 TV 수신기	아날로그 TV 수신기	아날로그 TV 수신기	아날로그/디지털 겸용 TV 수신기
추가사양	-DVS(화면해설 서비스) 방송 수신	-DVS 방송 수신 -FM/AM 라디오	-DVS 방송 수신 -FM 라디오 수신 -오디오CDP	-DVS 방송 수신 -MP3P(1GB)	-DVS 방송 수신 -MP3P(2GB) -FM라디오 -녹음기능	-DVS 방송 수신 -MP3P(2GB) -녹음기능

DVS 수신기는 2002년부터 사단법인 한국시각장애인연합회가 방송통신위원회 지원으로 제작하여 보급하고 있다. 2008년까지 전국의 19,000여대가 보급되었으나 등록시각장애인 228,126명(보건복지가족부 등록장애인 현황 2008년 12월 기준)에 비해 부족한 실정이다.

아울러 청각 장애인들을 TV 시청을 통한 방송 및 정보의 접근을 원활하게 할 수 있도록 청각 장애인들을 위한 TV 자막 수신기 보급에 박차를 가해야 한다. 특히 난청 노인들 중 독거 노인들을 대상으로 난청노인용 방송수신기 보급 역시 지원 사업에 포함시켜야 한다. 장애인복지법 시행령 규칙상 청각장애등급에 해당하지 않는 65세 이상 노인들의 청력이 41-59db 정도에 해당하면 난청에 해당한다. 따라서 노인들 중 난청노인용 방송수신기를 보급해야 한다.

2) 소프트웨어 지원정책

법적·제도적 측면에서 장애인의 방송접근을 규정하는 조항들은 임의조항으로 방송사들이 의무적으로 수화·자막·화면 해설방송을 실시할 것을 기대하기 어려운 점이 있다. 또한 하위 조항과 시행 규칙에서 구체적인 방송범위가 명확하게 규정되어 있지 않아 장애인 방송을 시행해야 하는 프로그램의 장

르를 뉴스보도, 재난 등 매우 제한적으로 규정하고 있어, 교양, 오락 등 다양한 장르에 대한 접근이 어렵고 주 시청 시간대에 대한 편성 규정이 마련되어 있지 않아 실질적인 복지 실현이 어려운 상황이다. 아울러 장애인 방송을 실시해야 하는 방송사업자를 지상파 방송 특히, 공영방송으로 국한하고 있어 민영방송, 케이블 방송, 위성방송, DMB, IPTV 등 매체가 증가하는 환경임에도 불구하고 장애인을 위한 편의성이 개선되고 있지 않다.

이런 측면에서 주요 방송 소외계층에 대한 정책적인 배려와 접근 지원이 필요하고 사회적 약자인 장애인이나 노인 그리고 저소득층이 보편적 서비스에서 소외되지 않고 시청자 주권을 행사할 수 있는 방안을 마련해야 한다. 특히 장애인이나 노인들은 인위적인 교육기회의 확대와 장비 지원만으로 디지털 디바이드를 극복하기는 쉽지 않기 때문에 새로운 디지털 TV나 셋탑박스 구입 같은 비용의 문제, 설치시의 기술적 문제와 함께 사용의 복잡성 같은 새로운 테크놀러지에 대한 적응 문제를 감안해야 할 것이다.

<표 54> 2008년 자막방송수신기와 화면해설방송 수신기 보급 사업

지원분야		사 업 유 형
수신기 보급사업	자막방송	○ 청각장애인을 위한 자막방송수신이 가능한 기기 보급 사업
	화면해설방송	○ 시각장애인을 위한 화면해설방송수신기 보급 사업
	난청노인용	○ 난청노인을 돕기 위한 방송수신기 보급 사업
EBS수능 방송물보급		○ 청각장애인을 위한 자막 방송물 보급 사업 ○ 시각장애인을 위한 화면해설방송물 보급 사업
기획사업		○ 지정부문을 제외한 창의적 사업(연구, 세미나, 교육 등)

장애인이나 노인의 매체 접근권이나 정보접근권의 문제는 방송의 공익성과 보편적 서비스의 핵심 영역이다. 따라서 방송소외계층의 고립을 사전에 예방하고 디지털 환경에서 적응력을 키워주기 위한 정책이 필요하다. 모든 시청자가 평등하게 방송과 정보에 접근할 수 있도록 하는 보편적 접근을 촉진하는 것이야말로 방송의 공익성을 가장 잘 실현할 수 있는 방안이라 할 수 있을 것

이다.

무엇보다 방송기기 보급에 맞게 프로그램 접근권 역시 보장되어야 한다. 프로그램 접근권은 시각 장애인들에게는 해설 방송이 필요하며, 청각 장애인들에게는 자막방송이 필요하다. 해설방송이나 자막방송은 그 적용범위가 매우 제한되어 있다. 그렇다 보니 시청각 장애인들이 방송시청에 있어 시간대별, 프로그램별로 매우 제한적인 이용형태를 보이고 있다.

본 조사에서도 장애인들의 요구사항은 불만한 프로그램 없다는 것과 해설 및 자막방송이 매우 부족하고, 시간대가 맞지 않는다는 불만을 표출하였다. 이는 <표 55>에서 보는 바와 같이 해설방송은 매우 제한적인 시간대에 제한적인 프로그램이 제공되는 것으로 확인할 수 있다. 특히 해설방송의 부족한 프로그램과 편성 시간대의 문제, 편성된 장르 등이 문제로 나타나고 있다. 따라서 해설방송에 대한 프로그램 확대, 편성의 확대, 프로그램 장르 다양화를 추구해야 한다. 방송은 오락을 추구하기 위해 매우 중요한 수단으로 이용되고 있다. 하지만 현재 해설방송에서 오락 장르가 없는 것을 알 수 있다.

이에 장애인 시청지원 방송프로그램 확대를 위해서 지상파 방송의 경우 자막방송은 100% 확대 실시하고, 주요 프로그램에 대한 수화방송 30%, 화면해설방송 30% 이상 편성할 수 있도록 명문화를 시켜야 한다. 화면해설이나 자막 프로그램의 비율에 있어서도 장르별 비율을 설정하여 다양한 장르의 편성이 이루어져야 한다. 이러한 제도를 마련하기 위해서 법적으로 강제성을 강하게 규정하고 시행은 광고 규제에서 사용하는 월별 총량제 등 실시할 수 있을 것이다. 총량제는 시간 총량제와 장르 총량제 등을 사용할 수 있을 것이다.

이러한 목표를 달성할 수 있도록 제작사를 지원하거나 세금을 감면해 주는 방법을 선택할 수 있다. 케이블TV나 위성방송 같은 유료방송 역시 최소한의 규제가 필요하다. 즉, 자막방송이나 해설방송에 대한 제작 및 편성이 시사/보도, 영화, 스포츠 등에서 이루어져야 한다. 그에 따른 비율은 협회 및 제작사들과 적극적인 논의과정에서 결정되어야 할 것이다.

<표 55> 화면해설 방송 주간 편성표 (2009년 11월 1주)

일자	방송사 및 시간	해설 방송 프로그램
11월 02일 (월요일)	EBS TV 06:30	세계테마기행 카리브의 숨은보석,벨리즈-1부
	KBS2 TV 11:00	공주가 돌아왔다 13,14회
	MBC TV 11:00	맨땅에 헤딩 14회
	EBS TV 11:30	타큐프라임 참매와 나
	KBS1 TV 13:00	바람의 나라 1회
11월 03일 (화요일)	SBS TV 16:00	창작애니메이션 일지매 26(최종)회
	EBS TV 06:30	세계테마기행 카리브의 숨은보석,벨리즈-2부
	MBC TV 11:00	맨땅에 헤딩 15회
	KBS2 TV 11:00	그바보 5,6회
	EBS TV 11:30	타큐프라임 바람의 혼 참매
11월 04일 (수요일)	KBS1 TV 13:00	바람의 나라 2회
	EBS TV 06:30	세계테마기행 카리브의 숨은보석,벨리즈-3부
	MBC TV 11:00	인연만들기 7회
	EBS TV 11:30	타큐프라임 잡초
	EBS TV 12:20	시네마천국 775회, “쿠엔틴 타란티노의 작품세계”
11월 05일 (목요일)	KBS1 TV 13:00	바람의 나라 3회
	EBS TV 06:30	세계테마기행 카리브의 숨은보석,벨리즈-4부
	MBC TV 11:00	인연만들기 8회
	MBC TV 12:40	보석비빔밥 17회
	KBS2 TV 11:00	그들이 사는 세상 7, 8
11월 06일 (금요일)	EBS TV 11:30	타큐프라임 과학,불과의 전쟁에 나서다
	KBS1 TV 13:00	바람의 나라 4회(교체편성)
	KBS2 TV 11:00	열혈 장사꾼 7,8회
	MBC TV 12:40	보석비빔밥 18회
11월 07일 (토요일)	MBC TV 01:00	주말의 명화 ‘오래된 정원
	KBS1 TV 13:00	바람의 나라 5회(교체편성)
	SBS TV 13:05	아내가 돌아왔다 1,2,3회
11월 08 (일요일)	SBS TV 14:05	그대 웃어요 11,12회
	KBS2 TV 14:35	아이리스 7,8회
	KBS1 TV 07:00	영상앨범 ‘산’
	KBS1 TV 14:20	일일연속극 다함께 차차차 93,94,95회
	MBC TV 13:50	선덕 여왕 47,48회
	SBS TV 13:00	아내가 돌아왔다 4,5회
SBS TV 14:00	천사의 유희 6,7회	
EBS TV 22:50	한국영화특선 - 미술관 옆 동물원	
MBC TV 23:35	CSI 뉴욕 421	

<출처> <http://www.kbuwel.or.kr>

아울러 시청각 장애로 인해 학습권을 박탈당한 청소년 및 수험생을 위해서 EBS의 노력이 절실히 요구된다. 시청각 장애학생의 학습권을 보장하기 위해서 EBS 수능방송물을 수능의 5가지 영역별로 기초과목, 심화과목으로 나누어 자막, 화면해설 방송으로 재제작하여 시간대별, 요일별로 프로그램을 제공해야 한다. DVD나 웹 서비스 역시 동시에 시행될 수 있다면 더욱 큰 효과를 거둘 수 있을 것이다.

3) 소외계층별 차별화된 지원정책

방송소외계층은 현재 장애인, 노인(난시청 노인), 저소득층이 포함되고 있다. 특히 장애인의 경우와 난시청 노인에 대한 지원이 매우 중요하며 어려운 문제이다. 저소득 계층은 방송장비 지원으로 해결될 수 있다. 하지만 장애인과 난시청 노인들은 별도의 기기와 프로그램이 제공되어야 한다. 따라서 방송소외계층에 대한 지원정책은 그 특징에 따라 다른 지원과 차별화된 관리가 필요하다.



<그림 35> 방송소외계층에 대한 차별화된 지원정책 마련을 위한 수요조사 절차

따라서 방송 소외집단별 차별화된 지원을 위해서는 그들이 갖고 있는 욕구를 충분히 반영해야 한다. 이에 수요조사를 현재를 기준으로 하여 디지털 방송 전환 전까지 지속적인 조사가 필요하다. 이는 방송통신위원회가 주관 부서로 담당하고, 조사기관이나 시민단체들의 도움으로 이루어질 수 있다.

현재 우리나라 역시 방송 소외계층 수요 조사를 바탕으로 화면해설방송, 자막방송이나 수화방송 등을 실시하고 있다. 화면해설방송은 2001년 KBS와 MBC가 각각 ‘일요스페셜’과 ‘전원일기’에 방송을 송출한 이후 본격적으로 실시하였다(신윤진, 2002).

<표 56> 2008년 장애인 시청 지원방송 실시 현황(지상파 4사)

사업체명	구분1)	연간 방송시간(단위: 분)			연간 편성비율(%)			
		보도	교양	오락	보도	교양	오락	
KBS	1TV	폐쇄자막방송	109,300	197,650	69,065	77.7	88.9	90.4
		화면해설방송	0	5,350	16,720	0.0	2.4	21.9
		수화방송	32,875	4,940	200	23.4	2.2	0.3
	2TV	폐쇄자막방송	45,610	200,645	169,920	96.1	96.8	94.8
		화면해설방송	0	930	26,910	0.0	0.4	15.0
		수화방송	5,175	0	0	10.9	0.0	0.0
EBS	폐쇄자막방송	0	323,175	0	0.0	76.5	0.0	
	화면해설방송	0	7,426	0	0.0	1.9	0.0	
	수화방송	0	0	0	0.0	0.0	0.0	
MBC	폐쇄자막방송	81,915	144,975	173,550	86.2	95.9	89.2	
	화면해설방송	0	3,690	20,700	0.0	2.4	10.6	
	수화방송	13,510	2,005	0	14.2	1.3	0.0	
SBS	폐쇄자막방송	84,367	135,095	161,033	88.7	90.1	81.1	
	화면해설방송	0	0	25,475	0.0	0.0	12.8	
	수화방송	12,515	2,220	0	13.2	1.5	0.0	

주: 편성비율(%)은 전체방송시간 대비 장애인 시청취 지원 방송 시간에 대한 비율임.

출처: 2009년 방송산업실태조사, 방송통신위원회, 2009, 140쪽.

- 1) * 폐쇄자막방송 : 청각 장애인들을 위해 텔레비전 프로그램의 청각 메시지를 전자코드 형태로 변환 전송하여 텔레비전 화면에 자막으로 나타나게 하는 서비스를 실시하는 프로그램
- * 화면해설방송 : 시각 장애인들을 위해 프로그램 인물들의 행동, 의상, 몸짓 및 기타 장면의 상황 변화 요소를 음성으로 설명하는 서비스를 하는 프로그램
- * 수화방송 : 청각 장애인들을 위해 화면 안에 또 하나의 분리된 화면을 통해 프로그램의 청각 메시지를 수화로 통역하는 서비스를 실시하는 프로그램

2008년 현재 지상파 4사에서 서비스하고 있는 ‘화면해설방송’은 KBS를 제외한 나머지 방송사는 평균 3%를 넘지 않고 있다. KBS 1TV는 화면해설 방송을 약 25% 실시하고 있다(방송통신위원회, 2009). 더욱이 현재 진행되는 방송은 거의 대부분 재방송프로그램에 한정되어 있어 본 방송시청은 거의 불가능하다. 화면해설방송’은 시각장애인들이 방송화면의 움직임 등을 말로 설명해주는 방송이다. 즉, 방송의 대사와 대사 사이에 화면의 내용을 설명하는 오디오를 넣어서 방송을 송출하는 방식이다. ‘화면해설방송’을 시청하려면 음성다중 기능이 있는 텔레비전을 이용하면 되며, 텔레비전에서 외국어나 음성 채널을 선택하면 들을 수 있다. 음성다중 텔레비전이 없는 시각장애인에게는 현재 화면해설방송을 별도로 청취할 수 있는 단말기를 보급하고 있다.

자막방송’은 1999년 본격적인 자막방송을 실시하였다(송종길, 2003). 2003년 전체방송시간의 약 20%를 폐쇄자막방송으로 실시하였으며, 2008년에는 지상파 4사의 경우 약 90%에 육박하는 자막방송 비율을 보이고 있다. 하지만 미국이나 일본 등은 공공TV는 100%가까이 자막방송을 하는 것과 대조가 되며(송종길, 2003), 지방방송사나 위성방송, 종합유선방송에서는 거의 자막방송을 하지 않는다는데 문제가 있다. 자막방송을 시청할 수 있는 자막 수신기도 미국의 경우 자국에서 판매되는 13인치 이상의 텔레비전에 의무적으로 자막을 수신할 수 있도록 법률을 만들었다. 이에 따라 우리나라 가전회사에서도 1993년 이후 자막수신반도체를 내장하여 미국에 텔레비전을 수출하고 있다는데 우리나라 내수용의 경우는 몇 개의 모델을 제외하고는 자막을 수신할 수 있는 텔레비전이 없다. 현재 대안으로 보급하고 있는 부착형 수신기도 청각장애인 인구의 10%에 머물러 있는 실정이다.

시각이나 청각장애인들이 텔레비전을 시청하는데 있어서 ‘화면해설방송’, ‘자막방송’, ‘수화통역방송’은 없어서는 안 될 서비스다. 하지만 문제는 현재 방송사에서 실시하는 서비스와 이를 시청하기 위한 수신 장치가 충분하지 않다는데 있다. ‘수화통역방송’의 경우 수화를 모국어로 사용하고 있는 청각장애인들에게 매우 중요하지만 1997년 ‘수화통역방송’이 처음 실시된 이래 아직까지도 방송서비스가 확대될 조짐이 보이지 않고 있다. 현재 방송사 평균 방송 송출대비 0.8%내외 방영에 머물러 있기 때문이다. ‘수화통역방송’은 방송화면 오른쪽 아래 둥근 화면에 수화통역을 내보내는 방송이다. 이 방송을 흔히 ‘수화

방송'이라고 알고 있는데, '수화방송'은 오디오가 아닌 수화가 중심이 되는 방송이다. 이때 진행자나 연기자는 수화만을 사용하며, 수화를 이해하지 못하는 시청자를 위하여 보조적으로 자막이나 음성을 내보내 줄 뿐이다. 이와 달리 '수화통역방송'은 방송내용을 수화로 통역하는 방송이다. 영국의 경우 방송법에서 5%이상 '수화통역방송'을 하도록 명시한 것과는 매우 대조적이다.

<표 57> 2008년 장애인 시청 지원방송 실시 현황(기타)

사업체명	구분	연간 방송시간(단위: 분)			연간 편성비율(%)		
		보도	교양	오락	보도	교양	오락
(재)국제방송교류재단	폐쇄자막방송	60,705	7,320	0	11.5	1.4	0.0
(주)MBC플러스미디어	폐쇄자막방송	0	0	66,766	0.0	0.0	12.7
(주)케이비에스엔	폐쇄자막방송	0	81,055	115,430	0.0	0.1	7.3
한국정책방송원	폐쇄자막방송	0	90,576	0	0.0	20.6	0.0
국회방송	수화방송	7,947	0	0	2.2	0.0	0.0
(주)기독교복음방송	수화방송	0	38,480	0	0.0	7.3	0.0
(주)기독교텔레비전	수화방송	0	14,840	0	0.0	4.0	0.0
불교텔레비전(주)	수화방송	0	7,020	0	0.0	1.0	0.0
서울특별시	수화방송	630	0	0	0.0	0.0	0.0
(주)와이티엔	수화방송	0	150	0	0.0	0.0	0.0
(주)유로티브이	수화방송	0	28,830	0	0.0	5.5	0.0
(주)지에스홈쇼핑	수화방송	0	700	0	0.0	1.6	0.0
(주)평화방송	수화방송	0	198	0	0.0	0.5	0.0
(주)한국뉴스채널	수화방송	0	450	0	0.0	0.0	0.0
한국디엠비(주)	수화방송	0	2,070	0	0.0	0.4	0.0
한국방송통신대학교	수화방송	0	6,900	0	0.0	1.7	0.0
(주)현대홈쇼핑	수화방송	0	1,125	0	0.0	0.2	0.0
(주)희망복지방송	개방자막방송	92,920	397,020	95,660	100.0	100.0	100.0
	화면해설방송	0	55,620	0	0.0	30.7	0.0
	수화방송	92,920	397,020	95,660	100.0	100.0	100.0

출처: 2009년 방송산업실태조사, 방송통신위원회, 2009, 165쪽.

<표 57>에서 보는 바와 같이 케이블이나 위성방송에서 자막방송, 화면해설방송, 수화방송은 대부분 교양 프로그램에 한정되어 있는 것을 알 수 있다(방송통신위원회, 2009). 전문채널이라고 하지만 각 채널이 갖고 있는 특성을

감안하여 채널별 장애인 방송을 실시할 명분이나 규정을 둘 필요가 있다. 앞으로 방송 사업권 허가시 이러한 규정을 준수할 것을 계약 및 준수 사항에 반드시 명시할 필요가 있다.

아울러 방송 소외계층이 적극적으로 방송참여 활동을 할 수 있도록 방송 콘텐츠 접근기회를 확대하고 미디어교육 사업도 적극 추진해야 한다. 방송 참여에 적극적인 관심을 갖고 있는 방송 소외계층을 중심으로 전문가 그룹을 양성하여 방송 제작 및 참여를 촉진하고, 방송 소외계층을 대상으로 한 방송축제를 개최하여 소외계층이 적극적으로 방송에 참여할 수 있는 환경을 만드는 것이 무엇보다 중요하다. 소외계층 역시 시민의 한 사람으로 방송에 참여함으로써 보다 적극적이고 능동적으로 개인의 역량을 발휘할 수 있는 기회를 제공한다는 측면에서도 매우 바람직하다.

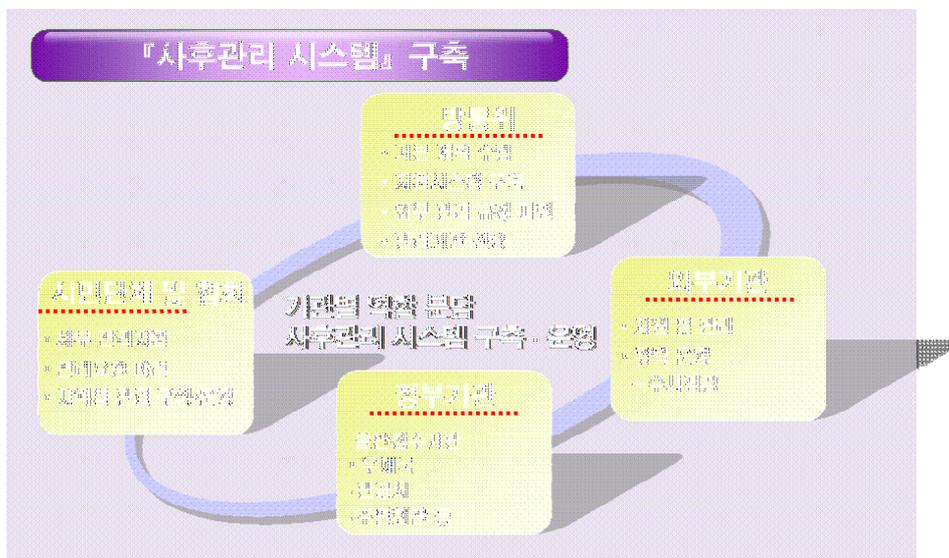
그밖에 다문화 가정 및 새터민의 사회통합에 중요한 역할을 한다는 점을 고려하여, 다문화가정 및 새터민을 위한 미디어 교재를 발간하고 특화된 교육을 실시하는 등 사회통합을 위한 다양한 노력이 이루어져야 한다. 앞으로 국제결혼이나 국제 교류에 따른 이민자 증가, 유학생 등이 늘어나는 추세에서 이들에 대한 방송 접근권 역시 중요한 문제로 부각될 것이다. 이에 우리 문화의 우수성을 알리는 좋은 계기가 될 뿐만 아니라 그들 역시 우리 사회의 구성원으로 방송 문화를 충분히 이용할 수 있는 역량을 구축하는데 방송 접근권이 매우 중요한 역할을 할 것이다.

3. 방송 소외계층 사후관리방향

아날로그 시대의 소외계층이 디지털시대의 소외계층으로 전이되지 않도록 하기 위하여, 방송 소외계층의 디지털 전환을 점검하고, 디지털 전환 홍보에 힘을 기울여야 한다. 국가 정책결정과 동시에 가장 중요한 부분이 정책에 대한 홍보라 할 수 있다. 특히 기존 방송소외계층이 국가의 지원 하에 디지털 방송전환에 적극적으로 동참할 수 있도록 해야 한다. 이를 위해서 장애인 및 노인층의 디지털 기기 및 서비스의 사용 용이성 제고를 위한 교육정책이 함께 이루어져야 한다. 이러한 교육을 위해서 플랫폼별 서비스 제공 사업자, 제조사, 방송 소외계층 관련단체, 학계 등을

망라한 ‘방송기기이용 불편해소 협의회’를 구성하여 시청각 장애인 및 노인을 위한 디지털 TV 최소기능요건과 자막·화면해설·수화방송 제작 가이드라인을 만드는 것도 하나의 방법이다.

방송 소외계층에 대한 지원과 교육이 지속적인 성과를 얻기 위해서는 사후 관리 시스템을 도입해야 한다. 사후 관리는 방송기기 지원과 프로그램 접근에 대한 체계적이고 지속적인 관심이라 할 수 있다. 장애인들이나 노인들은 기기에 대한 조작이 쉽지 않다. 작은 고장이나 변경에도 당황하고 문제를 해결하기 매우 힘든 상황에 처하게 된다. 따라서 텔레비전의 고장이나 프로그램 변경 등 다양한 사후 관리가 필수적이다.



<그림 36> 방송 소외계층 지원정책 추진 후 사후관리 시스템 구축

이에 따라 방송통신위원회가 주축이 되어 외부기관, 정부기관, 시민단체 및 협회의 공조로 사후관리 체도를 마련할 필요가 있다. 특히 정부기관은 우체국, 관공서, 주민 센터 등을 통해 텔레비전 고장 신고를 간편하게 할 수 있을 것이다. 시민단체나 협회는 전화 등을 통해서 고장 등의 문제를 접수하고, 외부기관에서 무상으로 수리 및 교체 할 수 있는 방법을 강구해야 한다. 이러한 사후관리 시스템은 지원정책의 효과를 극대화 시킬 수 있으며, 방송소외계층에 대한 국가적 관심과 그들의 소외감을 줄여주는데 매우 큰 역할을 할 수

있을 것으로 예측한다. 아울러 지원대상자들에게 서비스 신고 센터나 안내 등에 대한 홍보물을 만들어 제공하는 것도 큰 도움이 될 것이다.

현재 방송불만처리위원회나 각 방송사의 시청자위원회 등이 시청자 권익 보호를 위해서 방송법에서 의무적으로 운영해야 하는 기관으로 규정하고 있다. 따라서 이러한 위원회와의 연계 역시 고려해 볼 수 있을 것이다. 이에 방송불만처리위원회 산하 소외계층불만접수나 불만처리위원회를 별도로 구성하여 방송 소외계층의 불만을 전담으로 처리해주는 역할을 담당하는 것 역시 매우 효율적인 방안이 될 것이다. 이러한 역할은 현재 각 시민단체나 협회에서 실시하고 있지만 불만처리나 사후 관리에 강제성이 없어 불만처리에 대한 투명성이나 실효성을 파악하기 매우 힘들다. 따라서 방송 소외계층의 불만을 처리하고, 사후 관리하는 업무를 시청자불만처리위원회 산하에 별개의 조직으로 구성하는 것을 고려해 볼 수 있을 것이다. 이는 2012년을 기준으로 디지털 방송전환에 대한 대비를 위해서도 역시 매우 중요한 의미를 갖고 있다. 즉, 2013년은 아날로그 방송의 중단으로 소외계층의 불만이 더욱 커질 수밖에 없고, 지원대상임에도 불구하고 지원받지 못한 사람들의 불만을 접수하고, 해결할 수 있는 능력을 보유하기 위해서는 더욱 방송통신위원회의 직속기관이 해당 업무를 담당해야 할 것으로 보인다.

앞으로 디지털 방송전환에 따른 방송 소외계층에 대한 문제는 끊임없이 제기될 것이다. 디지털 전환이라는 거대한 정책이 성공하기 위해서는 무엇보다 국가정책을 수용하지 못하는 비의도적인 집단을 어떻게 정책 수용 집단에 합류시키는가에 따라 달라질 것이다. 국가기관뿐만 아니라 사업자, 시민단체 등이 합심하여 사회적 약자를 보호하는 방안이 시기적절하게 마련되어야 하며, 정치적 이해를 벗어나 사회적 통합과 약자 보호를 위해서 모두가 합심해야 할 것이다.

VI. 결론 및 제언

1. 방송 소외계층을 위한 지원정책의 확대

방송소외계층에 대한 지원정책을 문화화적 지원이라고 할 수 있다. 또는 자원배분의 효율성을 위한 공공재 분배정책이라고 할 수 있다. 배분과 분배를 결정하는 정부는 비용 산출과 비용 투자를 위해서 일반 시민들의 세금과 다양한 방법을 통한 예산을 마련하게 된다. 정부, 일반 시민, 기업 등 각각의 주체들에 의해서 마련된 예산으로 방송 소외계층 지원이 가능하다.

아울러 이러한 지원방식은 중앙집권적 형태의 지원과 지방분배식 지원체제로 나누어 생각해 볼 수 있다. 현재 추진되고 있는 중앙집권적 지원형태는 모든 결정과 지원 예산이 중앙에서 시작된다. 따라서 중앙의 결정에 따라 지원규모, 예산, 지원 대상, 방법 등이 결정된다고 보아야 할 것이다. 다만 시민단체나 각 기관의 사업에 따라 약간의 차이는 있을 수 있다. 중앙집중적 정책결정은 의사결정의 신속성, 빠른 집행, 정확한 목표 설정 등과 같은 장점이 있는 반면 단점으로 지방에 대한 배려, 하위 기관에 대한 간섭, 정책 추진 후 객관적인 평가, 집행의 투명성 등에 문제를 보이고 있다.

또한 지방분배식 지원체제는 각 지방에서 방송소외계층에 대한 지원 정책을 수립하여 지원하는 체제라 할 수 있다. 하지만 실질적으로 지방에서 추진하는 방송소외계층에 대한 지원정책은 예산 마련부터 문제가 발생한다. 아울러 전문 인력이 부족하거나 방송 소외계층 지원에 대한 체계적인 시스템이 미흡하여 자칫 예산 집행이 잘못 쓰일 수 있다.

결국 우리나라 방송소외계층에 대한 지원은 중앙의 일괄 관리 및 처리 시스템이 안정적이며 이를 보다 확대할 필요가 있다. 실질적인 지원자들이 지원혜택에서 배제되지 않아야 하며, 지속적인 국가의 홍보와 관심이 필요하다. 본 조사연구의 결과를 바탕으로 다음과 같은 절차에 따라 방송지원정책을 실시해야 한다.

<표 58> 방송 소외계층 지원에 대한 단계별 전략

단계	정책 추진 방향
1단계	정책 결정과 홍보
2단계	정책 지원 대상 설정 & 수요조사
3단계	대상범위와 규모 결정 후 예산 책정
4단계	지원결정 집행 & 홍보
5단계	정책 평가 & 사후 관리

정책이 추진되기 위해서는 우선 지원에 필요한 근거와 방법이 설정되어야 한다. 방송소외계층에 대한 철저한 조사 및 의견반영을 통해서 지원 정책이 마련되어야 한다. 방송소외계층에 대한 지원에 대한 절차는 먼저 첫 단계로 방송기기 지원과 디지털 방송전환에 대한 대국민 홍보를 실시하여야 한다. 대국민 홍보커뮤니케이션은 디지털 특별법이 가장 소홀하게 다루고 있는 부분이다. 특별법에서 홍보와 관련된 별도의 조항을 두지 않고 기본계획안에 ‘아날로그 텔레비전 방송종료 및 디지털 방송 전면 실시의 홍보에 관한 사항’을 포함하도록 규정하고 있다. 따라서 홍보의 주체와 방법 내용, 홍보활동에 필요한 예산에 대한 구체적인 내용이 조속히 마련되어야 한다. 특히 디지털 전환에 대한 홍보예산은 방송발전기금과 디지털 TV나 컨버터 사업자들에게 일부 배당을 요구할 수 있을 것이다. 즉, 디지털 전환에 대한 홍보를 통해서 디지털 TV를 구입하거나 셋톱박스 구매, 컨버터 구매가 이루어짐으로 사업자들은 광고비 없이 손쉽게 이익을 얻을 수 있다. 따라서 국가적 차원의 홍보비를 국가와 사업자가 공동으로 부담하는 방안을 마련하여 홍보 예산을 마련할 수 있을 것이다. 홍보의 목표는 디지털 방송은 무엇이며, 아날로그 방송이 왜 종료되어야 하는가에 대해서 알려야 하고 디지털 전환에 다른 시청자의 욕구와 경제적 부담, 수용의도 등에 관한 시청자 조사가 함께 이루어져야 한다.

두 번째 단계는 방송통신위원회를 중심으로 기존 방송 소외계층이나 지원 대상을 파악하고 적극적인 지원방법을 강구하여 실천해야 한다. 성공적인 디지털 전환에는 반드시 국민들의 능동적인 참여가 무엇보다 중요하다. 하지만

기존 방송소외계층은 능동적으로 참여하고자 하여도 참여할 수 없는 환경에 있는 사람들이다. 따라서 사회적 통합이나 국가 복지 차원에서 이들에 대한 지원은 무엇보다 중요하다. 현재 실시되고 있는 소외계층 지원 정책뿐만 아니라 디지털 전환을 고려해 미래지향적 정책이 마련되어야 한다. 2011년이 되어 디지털 방송소외계층을 조사하거나 정책을 강구한다면 시기적으로 매우 촉박해 제대로 된 조사가 이루어지기 힘들다. 따라서 지금부터 소외계층에 대한 조사를 포괄적으로 실시하여 지원범위, 지원 방법, 예산마련 등과 같은 실질적인 방안을 마련하는데 노력을 기울여야 한다.

세 번째, 단계는 실사 후 결과를 기반으로 예산을 책정(향후 5년간)해야 한다. 실질적으로 정책을 추진하는데 있어 가장 어려운 단계가 바로 예산 책정이다. 과연 어떻게 정책 집행 예산을 마련해야 하는가가 가장 큰 문제점이다. 우리나라는 방송통신위원회 중심으로 소외계층 예산 편성과 지원이 이루어지고 있다. 하지만 디지털 전환정책은 우리나라 전체 국민들과 관련된 사항으로 지상파의 경우 전파사용료, 유료방송의 경우 세금이나 방송발전기금 추징, 기타 방송의 경우 각종 추징금을 통해서 예산을 마련하는 방법을 고려할 필요가 있다.

네 번째, 단계는 일반 이용자에게 디지털 방송전환을 적극적으로 장려하고, 디지털 방송전환에 대한 대대적인 홍보를 실시해 나가야 한다. 그리고 소외계층에게는 디지털 TV 지원정책을 지속적 추진해야 한다. 이는 도입기를 지난 성숙기에 이를 수 있도록 꾸준한 투자와 홍보가 필요하다. 아울러 디지털 방송으로부터 소외된 이용자가 없도록 해야 한다. 따라서 디지털 방송이용에 대한 교육도 같이 추진해 나가야 한다. 디지털방송 수신기는 튜너가 내장된 일체형 수상기, 디스플레이를 포함하지 않는 셋톱박스, 브로드밴드 기반의 컴퓨터를 통해서 이용할 수 있다. 하지만 우리나라 가전업체들은 경쟁으로 일체형 수상기를 중심으로 마케팅을 하고 있어 시청자들이 디지털 수신기기로 셋톱박스를 선택하는 비율이 매우 낮다. 그러나 고화질 중심으로 디지털 전환을 추진하는 미국, 일본을 포함한 대부분의 국가들은 시청자들에게 셋톱박스 와 컨버터박스를 이용함으로써 기존 아날로그 수상기를 통해 디지털 방송을 수신하는 방법 등을 안내하고 있다. 이처럼 고가의 디지털 TV를 구입하지 않고 셋톱박스나 컨버터를 이용해 디지털 방송을 수신할 수 있음을 알리며 적극

적인 동참을 유도해야 한다.

마지막 단계는 사후관리를 통해서 국가 정책에 대한 반감을 줄이고, 정책 수용에 대한 불편을 최소화해야 한다. 특히 소외계층에 대한 지원이 이루어졌다 하여 모든 소외계층 지원이 종료되는 것은 아니다. 지원에서 제외된 계층이나 지원대상임에도 불구하고 지원받지 못한 사람들을 찾아내어 지원해야 한다. 아울러 지원 대상자들의 지원이 정확하고 효율적으로 이루어졌는가를 평가해야 하며, 지원자들을 대상으로 원활한 이용을 위해 관리가 필요하다. 이러한 사후관리 단계는 국가 공무원이 일일이 실시하기 힘들기 때문에 시민단체나 협회 등에 지원을 받아 실시할 수 있을 것이다. 노인, 장애인들은 가정을 방문해 교육을 실시해야 하며, 그들과 가까운 곳에 서비스 센터 혹은 소비자 신고 센터를 운영하는 것도 역시 사후 관리에 해당한다.

2. 방송 소외계층에 대한 수용자 복지확립

방송통신 융합은 다매체·다채널의 방송환경을 구축하였으며, 이제는 유비쿼터스 환경 속에서 방송의 일상화 혹은 영상 레볼루션(revolution)을 이룩하고 있다. 방송 환경의 혁명적인 변화는 시청자의 선택권을 더욱 확대시키고 있다. 시청자의 입장에서 채널이 많고, 프로그램이 많아서 수용자 복지가 자연스럽게 확립되는 것으로 생각할 수 있다. 하지만 선택할 것이 너무 많아지기 때문에 갈등이 증폭되고 결국 자신이 선호하는 것을 편협적으로 접하게 된다.

일반 이용자들의 선택권은 강화되고 있으며, 선택권 노출과 선택권 취향에 따른 자기 결정권 행사를 통해서 자신의 욕구를 충족시킬 수 있다. 그러나 신체적, 정신적, 경제적, 문화적 차이로 인해 선택권에 대한 권리가 기본선에서 작동하지 않을 때 나타나는 문제는 그 누구도 책임질 수 없는 ‘사회적 소외’가 발생한다.

따라서 수용자 복지는 방송으로부터 소외되는 계층을 최소화하고 방송서비스가 수용자 구성원에게 골고루 돌아가게 함으로써 구현될 수 있다. 이러한 요구의 정당성은 수용자 주권론이나 방송의 공익성 등에 그 근거를 찾을 수 있다. 산업 성장을 위해서 탈규제나 민영화 방향에서 수용자 복지를 기대하기

힘들겠지만 방송의 공익적 성격을 고려할 때 방송에 대한 최소한의 책무를 규정해 놓는 것은 그리 어려운 일이 아니다.

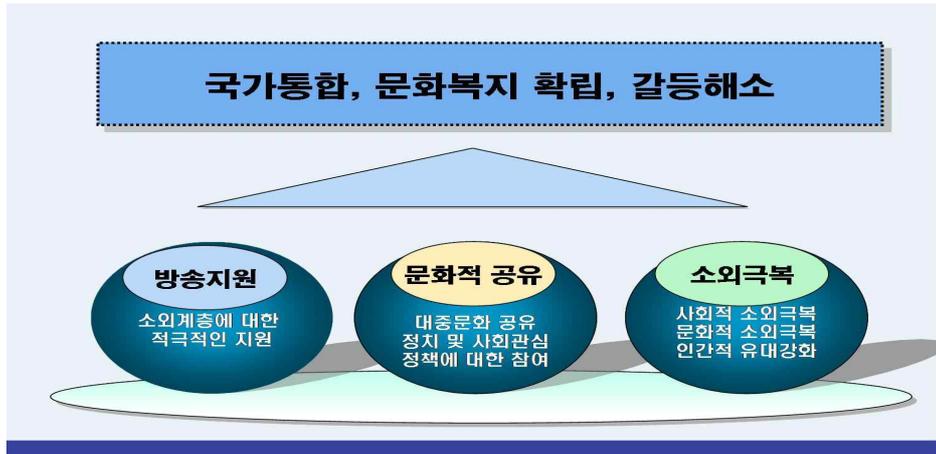
방송 복지는 시청자들이 불편함 없이 방송을 시청할 수 있는 제도를 확립하는 것이다. 시청자들 불편함 없이 방송을 시청하는 제도에 대한 확립을 최근 ‘수용자 복지’, ‘시청자 권리’라는 개념을 통해서 미디어 융합시대를 맞아 시청자의 의미를 강조하고 있다. 수용자 복지는 ‘인간다운 삶을 영위할 권리를 충족하기 위해서 어떠한 차별도 없이 모든 수용자들이 일정 범위의 방송서비스를 가능한 최고 수준으로 제공받는 상태’라고 정의할 수 있다. 이러한 정의에 의해 복지라는 개념은 보편적 서비스를 포함하고 있으며, 방송 역시 중요한 보편적 서비스의 일환으로 보고 있다. 따라서 방송의 보편적 서비스가 곧 방송의 수용자 복지임을 언급하는 것이며 방송의 보편적 이념은 수용자 측면에서 모든 취향과 이익을 충족시켜야 한다는 것을 의미한다.

하지만 ‘수용자 복지’가 모든 구성원의 욕구를 충족시킬 수 없으며, 최대 다수의 최대 만족을 위해서 시행된다고 할 것이다. 따라서 일반 수용자의 최대 만족을 충족시켜 주기 위한 수용자 복지는 ‘시청자 권리’라는 또다른 개념으로 접근할 수 있다. 시청자 권리는 과거 ‘시청자 불만’, ‘액세스 프로그램’, ‘인격보호’, ‘참여성 확대’ 등의 논의로 이루어졌다. 최근 시청자 권리를 보다 확장된 개념으로 해석하고 있으며, 확장된 시청자 권리는 위와 같은 사항을 포함하여, 매체 선택권, 프로그램 다양성, 프로그램 질 평가, 어린이와 청소년 보호, 방송소외계층의 방송 시청권 확보, 방송 프로그램 참여성 등을 언급하고 있다.

그 중에서 방송 소외계층에 대한 시청권 확보는 보편적 서비스 이념으로 구현하기 매우 힘든 부분이다. 일반적으로 보편적 서비스는 통신 분야의 시장 논리에 적용되어온 개념이다. 보편적 서비스는 이용하고자 하는 사람이면 누구에게나 서비스를 제공해야 한다는 주장으로 보편적 서비스에 내포된 의미는 지불비용, 기술 이용성, 자기 결정권 등이 포함되어 있다고 할 것이다. 하지만 방송소외계층은 이러한 보편적 서비스 차원의 지불비용, 기술 활용성, 자기 결정권이 박탈된 상태이며, 특히 경제적, 신체적 문제로 인해 방송에 대한 접근이 매우 어려운 환경 속에 놓여 있는 사람 혹은 계층이라고 할 것이다.

따라서 방송소외계층에 대한 문제는 국가적 차원의 지원이 절실히 필요하

며, 장기적 관점의 정책을 통해서 해결해야 할 쟁점이기도 하다. 이러한 문제를 해결할 수 있을 때 방송 소외계층 역시 문화적 공유와 사회적 소외를 극복할 수 있을 것이다. 이는 결국 국가 통합과 문화복지 국가 확립에 기여할 수 있을 것이다.



<그림 37> 방송 소외계층 지원에 따른 효과

방송을 통한 문화복지 국가 확립은 수용자 복지 구현과 맥을 같이 한다. 수용자 복지는 방송매체 선택권 확립, 방송 프로그램 편성, 다양성, 참여프로그램 확대, 소수계층 프로그램 확충 등이 구현되어야 한다. 먼저 방송매체 선택권은 다매체 시대에 자신에게 맞는 방송 기기를 선택할 수 있는 권리이다. 하지만 방송소외계층은 경제적 문제나 시, 청각 등의 문제로 일반적인 방송매체를 통해서 프로그램 시청이 불가능하다. 따라서 그들에게 맞는 TV를 제공하는 것이 무엇보다 중요하다. 시각 장애인은 해설 기능이 있어야 하며, 청각 장애인을 위한 수화방송이나 자막방송이 이루어져야 한다.

새로운 소외계층이라고 할 수 있는 다문화 가정에 대한 소외극복 방안 역시 함께 강구되어야 한다. 본 연구는 국제결혼 자녀, 외국인노동자 자녀, 북한 이탈 청소년들을 새로운 소외 계층 자녀들로 범주화하고 이들의 정보격차 해소를 위한 정책 방안을 모색하는데 연구의 목적이 있다. 구체적으로, 정보화를 통해 새로운 소외계층 학생들의 학교생활 및 사회 적응도를 높이고 학업성취도를 향상 시키는데 도움을 줄 수 있는 방안을 모색하고자 하였다. 이를 위해

다문화가정 및 북한이탈가정의 실태에 대한 다양한 정책자료 및 관련 선행연구를 중심으로 심층적인 문헌 분석을 통해 새로운 소외계층 학생들이 당면한 교육적 문제점을 정리한 후 교육정보화를 통해 교육격차 및 정보격차를 해소할 수 있는 방안을 탐색하였다. 새로운 소외계층 학생들은 가정의 소득 수준이 낮아 경제적으로 어려울 뿐만 아니라, 부모도 사회 적응에 힘들어하고 있기 때문에 가정환경이 열악한 경우가 많다. 또한 학교 교육 측면에서도 한국어 구사 능력의 미비와 익숙하지 못한 학교문화 속에서 갈등을 겪고 있다. 이러한 문제는 정보 접근성 및 정보 활용 능력에도 그대로 연결된다. 이로 인해 정부 차원의 소외계층 정보화 지원 사업 대상으로 PC, 인터넷 통신비를 지원받고, 사이버가정학습 우선 수혜군 혜택 등을 제공받고 있으나 이들의 교육정보격차 문제를 해소하기에는 미흡한 형편이다.

지금까지의 논의는 과거나 현재가 아닌 미래를 위한 대비로 우리사회에서 약자라 분류되는 장애인, 노인, 저소득층에 대한 방송 이용권에 대한 정책적 대안을 논의하였다. 특히 컨버전스로 대변되는 현재 미디어 환경은 디지털 기술의 발전으로 하루가 다르게 변화를 거듭하고 있다. 고정형태에서 이동형태로, 음성에서 영상으로, 대형에서 소형 또는 극소형으로 변화하고 있다. 과거 지상파으로 한정되었던 방송 시청형태가 오늘날 케이블, 위성, DMB, IPTV, 인터넷 방송 등 다양한 형태의 방송이 등장하면서 선택권과 다양성이 시청자의 권한으로 이양되고 있다. 일반 시청자들은 방송 플랫폼을 마음대로 선택할 수 있으며, 프로그램 역시 자신이 원하는 시간대에 원하는 프로그램을 선별하여 시청할 수 있다. 하지만 방송 소외계층은 매체 선택권이나 프로그램 다양성에 따른 선택권한이 매우 제한적일 수밖에 없다. 따라서 소외계층에 대한 지원은 결국 방송에 대한 최소한의 선택권을 보장하는 정책인 동시에 미디어 격차를 해소하는 최상의 방법이다.

■ 참고문헌 ■

- 강명현 (2006). 지불의사 및 선호도와 수용자 복지. 『방송연구』, 통권 63호 겨울, 방송위원회 59-84.
- 강상현 (2006). 『방송법제: 디지털 방송미디어론』. 한국방송학회(역), 서울: 커뮤니케이션북스.
- 강상현, (2008). 디지털 전환특별법 통과와 실행과제(상). 『방송문화』, 4월호.
- 강신욱 (2006). 사회적 배제 개념의 정책적 적용을 위한 이론적 검토. 『동향과 전망』, 66호, 사회과학연구소.
- 강은미 (2001). 『인터넷시대의 정보격차, 사이버스페이스 오디세이』, 서울: 창작과 비평사.
- 강진숙 (2002). 인터넷 네트워크의 정보격차 현황과 대응 정책연구: 미국과 독일의 사례를 중심으로. 『한국언론학보』, 46권 4호.
- 강진숙 (2007). 미디어 능력 제고를 위한 미디어 교육의 과제와 문제점 인식 사례연구. 『한국언론학보』, 51권 1호, 91-113.
- 강형철 (2006). 새로운 채널 확대아래, 소외된 수용자 복지』. 『신문과 방송』, 12, 24-28.
- 강홍렬 외 (2002). 『정보격차에 대한 사회경제적 함의』. 정보통신정책연구원.
- 고영삼 (2006). 지역 간 격차해소를 위한 지역혁신 관점의 u-농촌 모델 연구. 『한국지방정부학회』, 2006년도 추계학술대회 논문집, 451-475.
- 정군기 (2007). 영국방송의 디지털 전환에 관한 연구: 디지털디바이드 관점에서. 『언론과학연구』, 7권 1호, 262-291.
- 김 규 (1996). 『방송미디어』. 서울 : 나남.
- 김경근 (1980). 내적 언론자유 실현 방안. 『고려대 정경대 사회과학』, 8집, 64-65.
- 김경준·최창욱 (2005). 농어촌청소년의 정보소외 문제에 대한 탐색적 연구. 『농업교육과 인적자원개발』, 37권 4호, 163-178.
- 김광호 (2006). 다양한 부가서비스로 지상파 DTV 활성화 기대. 『방송문화』, 7월호.
- 김기태 (2008). 『디지털 격차해소와 미디어 리터러시』. 한국방송학회 세미나, 37-57.

- 김록환 (2009. 3. 24). 『방송 소외계층 지원 435억원 투입』. 『메디컬투데이』.
- 김미혜·유경 (1996). 노인대상 텔레비전 프로그램 분석: 노인복지에서 다루어야 할 과제를 중심으로. 『한국노년학』, 16권 1호, 1-17.
- 김병근 (1997). 『주요 선진국의 보편적 서비스 정책변화와 우리나라 정책방향』. 정보통신정책연구원.
- 김영덕 (2002). 디지털디바이드 해소와 방송. 서울 : 한국방송영상산업진흥원.
- 김은규 (2005). 『시민사회단체의 미디어교육』. 한국스피치커뮤니케이션학회 학술대회 자료집. 2005 가을정기학술대회, 30-44.
- 김주연 (1985). 산업화와 문화충격. 『현대사회』, 1985 겨울호, 3쪽.
- 김주찬·민병익 (2006). 수도권과 비수도권의 정보격차 연구. 『한국거버넌스 학보』. 13권권 1호, 115-142.
- 김태일·도수관. (2005). 장애인과 비장애인의 정보격차 분석. 『사회복지정책』, 21(4): 341-365.
- 노병성 (2001). 디지털 콘텐츠 시대의 디지털 디바이드에 관한 연구, 『협성논총』, 13집, 233-260.
- 노영란 (2005). 『한국시민사회단체 미디어 교육의 현황과 전망』. 제9회 미디어 교육 전국대회 자료집, 146-153.
- 노용환. (2006). 「정보격차와 경제성장」. 금융경제연구(제157호): 한국은행 금융경제연구원.
- 마동훈 (2006). 미디어복지개념의 역사적 변천. 『방송연구』, 겨울호, 7-30.
- 박남기 (2009). 미국 정부주도하에 저소득층에 지원 대책에 충력, 『KBS 해외방송정보』, 5, 6월호. 2-10.
- 박남기, (2009). 정부 주도하에 저소득층 지원 대책에 충력. 『해외방송정보』, 5·6월 호, 통권 734호, 2-10.
- 박용기 (2007). 『미디어 진화에 따른 미디어 이용행태 변화』. 한국언론학회 주체 미디어 산업의 진화방향과 미디어 이용행태 변화 세미나 자료집.
- 박은희 (2005). 『수용자복지 정책 제도화를 위한 개념적 접근』. 언론학회 주최 미디어 어카운티 빌리티와 수용자 복지에 관한 개념 탐색과 사례 세미나 발표자료.
- 박은희 (2006). 융합환경에서의 수용자 복지 정책 유형과 추진과제. 『방송연

- 구』, 통권 36호, 85-110.
- 박은희 (2007). 방송통신 융합 환경에서의 격차해소 정책: 디지털 격차해소를 위한 정책 모델. 『이슈 심층분석 : KADO 이슈 리포트』, 07-04회.
- 박주연 (2006). 미디어 다양성은 융합환경에서도 핵심가치. 『신문과방송』, 150-153.
- 박홍수 (1983). 마이너리티 프로그램의 개발. 『방송연구』, 여름호.
- 방송위원회 (2006). 『지상파방송 디지털 전환 수요분석 연구』, 1.26.
- 방송통신위원회 (2009). 『2009년 방송소외계층, 미디어 교육 및 시청자 권익 증진활동 지원사업 선정결과』.
- 배지연·노병일·곽현근·유현숙 (2006). 노인의 사회적 배제와 우울에 관한 탐색적 연구, 『노인복지연구』, 33호, 7-28.
- 변용찬 (2001). 장애인의 정보격차 현황과 해소방안. 『한국보건사회연구원』, 보건복지포럼 통권 55권. 39-50
- 서병조 (2009). 디지털 융합시대 방송통신 정책방향. 『2009년 정보통신 기술 및 정책』. 11-15.
- 성이중 (2001). 정보격차와 정보불평등. 『정보통신진흥연구』, 3권 1호, 17-30.
- 세계방송정보 (1992). 『영국 Ch 4, 10년의 회고와 전망』. 제211호 1992.11.4, MBC.
- 손연기 (2008). 고령사회를 대비한 정보격차해소 정책방안 고찰. 『정보와 통신』, 32-43.
- 송재일, (2008). 미대학연구소, 시각장애인을 위한 디지털 TV 영상 개선방법 제안, 정보격차, 『정보문화 해외동향자료』, 1월 16일
- 신명호 (2004). 한국사회의 새로운 빈곤 혹은 사회적 배제. 『도시와 빈곤』, 67호, 160-170.
- 신윤진 (2002). 노인가 장애인 대상 새벽 시간 편성: 방송의 소외계층 프로그램. 『신문과 방송』, 2월호, 38-43.
- 신태섭 (2005). 『방송통신 융합시대, 수용자주권 보장 위한 법제개선의 원칙과 방향. 미디어수용자주권 월례포럼 방송통신 융합시대 수용자주권 어떻게 지킬 것인가』, 발표문.
- 안정임 (1997). 방송소외계층에 대한 이론적 고찰. 『한세대학교』, 261-283.

- 안정임 (2004). 방송 소외계층과 수용자 복지: 다양성 개념으로 살펴본 정책 현황과 방향. 『방송문화연구』, 16권 1호, 207-232.
- 안정임 (2006). 디지털 격차와 디지털 리터러시. 『한국언론정보학보』, 겨울 (36호), 78-108.
- 안정임 (2007). 『디지털 빈곤, 박은희 편. 디지털 마니아와 포비아』 (pp.262-281). 서울: 커뮤니케이션북스.
- 유지열 (2002). 우리나라의 정보격차에 관한 지수(index) 접근 연구. 『한국사회학』, 36권 1호, 223-246.
- 윤석민 (1999). 다채널 상황하의 수용자 복지와 보편적 방송영상 서비스. 『한국언론학보』, 44권 1호, 287-327.
- 윤석민 · 송중현 (1998). 지식 격차효과의 이론적 토대. 언론과 사회, 20호, 여름, 7-42.
- 이경자 (1999). 『국제화/뉴미디어시대의 소수방송의 과제와 전망. 94방송편성 정책 연구위원회 종합보고서』. 방송위원회.
- 이남표 (2006). 시장 개방과 수용자. 『한국언론정보학보』, 가을 35호, 87-112.
- 이상식 (2003). 공익성과 보편적 서비스 개념의 비교연구. 『한국언론정보학보』, 20호, 111-139.
- 이상철 (2004). 『포스트미디어 신문』. 서울: 박영사.
- 이성식·양석민·김정미. (2006). 「정보화로 인한 세대 간 갈등연구」. 연구보고서 (06-09): 한국정보문화진흥원.
- 이수영 · 박은희 (2002). 양방향시대 수용자 복지의 개념화와 새로운 구현장치, 『방송연구』, 여름, 65-87.
- 이윤희 (2008). 미 디지털 TV 전환을 위한 소비자 교육 정보격차, 『정보문화 해외동향자료』, 3월 10일, 정보문화진흥원.
- 이재웅 (2007). 『2006 정보격차 지수 및 실태조사 주요 결과 분석자료집』. 한국정보문화진흥원.
- 이재창 · 김영만 (2005). 탈북자들의 심리적 특성이 소외감에 미치는 영향: 탈북자들과 남한주민들 간의 비교를 중심으로. 『한국심리학회지』, 11권 3호, 41-66.
- 이정춘 (2004). 『미디어와 사회』, 서울: 세계사,

- 이효성 (1995). 언론권력과 언론 수용자 주권 : 수용자주권이론-언론소비자 주권론과 구별돼야. 『저널리즘 비평』, 20권, 14-15.
- 임명배 (2003). 디지털 비다이드와 디지털 지니계수. 『재정논집』, 18권 1호, 17-30.
- 정군기 (2007). 영국 방송의 디지털전환에 관한 연구: 디지털디바이스 관점에서. 『언론과학연구』, 7권 1호, 262-291.
- 정애리 (2005). 디지털 격차 담론의 변화와 그 함의 : 확산이론 S-curve 곡선의 재해석 가능성을 중심으로. 『커뮤니케이션이론』, 1권 2호, 208-239.
- 정외택 (2006. 9. 20). 청각장애인 ‘수화통역방송’ 제대로 이해 못한다. 『복지타임즈』.
- 정인숙 (2006). 『세계의 지상파방송사 경영전략』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 정인숙 (2007). 공영방송의 디지털 전환 이슈와 정책적 대응. 『방송연구』, 여름호, 131-159.
- 정준희 (2009). BBC, 조직개편을 통해 디지털 방송환경조성. 『KBS 해외방송정보』, 5·6월호, 통권 734, 25-53.
- 조정문 (2001). 『정보격차 현황 및 정책의 발전 방향』. 한국전산원.
- 주정민 (2003). 상호작용적 디지털방송 서비스의 수용자 보호 논리와 정책. 『언론과학연구』. 33권 1호, 207-238.
- 최두진·고정현·김은정·장주병·박세은. (2006). 「정보격차 패러다임 전환에 따른 정보격차해소를 위한 새로운 방향 모색」. 연구보고서: 정보통신연구진흥원.
- 최선욱, (2007). 외국의 사례로 본 디지털전환 실행과제. 『방송문화』, 12월호.
- 최영묵 (1997). 『방송공익성에 관한 연구』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 최현철 (2000). 디지털 텔레비전 방송과 공익실현 . 『방송연구』, 겨울호, 119-138.
- 한광식. (2006). 고령층 정보화수준 향상 방안 연구. 『한국컴퓨터정보학회논문지』, 11(5): 291-297.
- 한국방송영상산업 진흥원 (2003). 프랑스의 장애인을 위한 방송 서비스 제공 현황과 문제점. 『방송 동향과 분석』, 통권 185호, 11-19.
- 한국언론재단 (2008). 『사회적 소외계층을 위한 미디어교육 연구: 커리큘럼과

- 프로그램 개발을 중심으로』. 미디어교육연구서.
- 한국인터넷진흥원. (2008). 「2007 한국인터넷백서」. 서울: 한국인터넷진흥원.
- 한국정보문화진흥원, (2005). 「2005 정보격차 지수조사」. 조사보고서(05-03): 한국정보문화진흥원
- 한국정보문화진흥원. (2006). 「2006 정보격차 지수 및 실태조사」. 조사보고서 (06-03): 한국정보문화진흥원.
- 한국정보사회진흥원 (2007). 『2007 국가정보화백서』 .
- 한세익 (2006). 정보격차해소정책의 지향과 과제-균형과 통합. 「한국행정학회 50주년 기념 국제학술대회 겸 2006 추계학술대회 발표논문집」, 237-251.
- 한형수. (2002). 도시장애인의 사회복지 욕구분석과 그 정책과제에 관한 연구: 서울시 장애인의 정보격차와 욕구를 중심으로. 「사회복지정책」, 15(2): 155-181.
- 홍기선 (2004). 『무료방송과 유료방송의 바람직한 관계설정에 관한 논의』 . 한국뉴미디어방송협회 주최, 무료방송과 유료방송의 역할규정과 개선 방안 토론회 발제문.
- 홍기선 (2006). 커뮤니케이션 환경변화에 따른 보편적 서비스의 개념구성에 관한 연구. 『커뮤니케이션학 연구』 , 14권 2호, 69-94.
- 홍인화 · 이석필 (2007). IPTV 기술동향. 『IT Soc Magazine』 , 17호, 26-34.
- Atkin, D. (1993). Adoption of cable amidst a multimedia environment. *Telematics and Informatics*, 10, 51-58.
- Becker. C, E. (2002). *Media market and democracy*. New york : Cambridge University Press.
- Biocca, F. A.(1987). *Opposing conceptions of the audience: The active and passive hemispheres of mass communication theory*. *Communication Yearbook*, 11, 55-80.
- Blalock, Jr. H. (1982). *Race and Ethnic Relations*. Eaglewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Compaine, B. M. (2001). *The Digital Divide: Facting a Crisis or Greating a Myth?*. Cambridge. MS: MIT press.

- Cuilenburg, J. & McQuail, D. (2003). Media policy Paradigm shifts: Toward a new communication policy paradigm. *European journal of communication*, 18(2), 181-207.
- Eighmey, J. & McCord, L.(1998). Adding value in the information age: Uses and gratifications of site on the World Wide Web. *Journal of Business Research*, 41(3), 1879-1894.
- Entman. R, M. (1989). *Democracy without citizens : Media and the decay of America politics*. New York : Oxford University Press.
- Hadden, S. G., & Lenert, E. (1995). Telecommunication networks are not VCRs: The public nature of new information technologies for universal service. *Media Culture and Society*, 17, 121-140.
- Hassenbach, A. (2004). *Barrierefreiheit von Webangebote am Beispiel der Stadtbibliothek Bremen*. In webMen Internet Bremen.
- Heeter. C (1985). Program selection with abundance of chice: A process model. *Human Communication Research*, 12, 126-152.
- Hoffman, D., Novak, T.P. and A. E. Schlosser. (1999). *The Evolution of the Digital Divide: How Gaps Interaction*. Cambridge, MA, USA: MIT Press.
- Hokanson, J. E., Rubert, M. P., Welker, R. A, & Hollander, G. R, & Hedden, C. (1989). Interpersonal concomitants and antecedents of depression among college students. *Journal of Abnormal Psychology*, 98, 209-217.
- Katz, J.E. & Rice, R.E. (2002). *Social Consequences of Internet Use, Access, Involvement and communication*. (March 2000), (<http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue3/hoffman.html>).
- Korupp, S. E., & Marc, S. (2005). Cause and Trends of the digital divide. *European Sociological Review*, 21(4), September.
- Lancaster, K. J (1991). *Modern consumer Theory*. Hants : Edward Elgar Publishing Limited.
- Leary, M. R, & Kowalski, R. M, (1995). *Social anxiety*. NY: Guilford Press.
- Lewinsohn, P. M. (1975). *The behavioral study and treatment of depression*. In

- M, Hersen, R. M. Eisler, & P. M. Miller (Eds). *Progress in behavior modification* : Vol 1(pp. 19-64). NY: Academic Press.
- Lin, C. A. (1998). Exploring personal computer adoption by dynamics. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42(1), 95-112.
- McQuail, D. & Blumer, J. & Brown, K. (1972). *The Television Audience: A Revised perspective*. McQuill (Ed.), *Social of Mass Communication*, London : Harmondsworth, pp.135-165.
- Perse, E. M. & Dunn, D. G. (1998). The utility of home computers and media use: Implications of multimedia and connectivity. *Journal of Broadcasting and Electronic media* 42(4), 435-456.
- Rogers, E. M., (1995). *Diffusion of innovations*. New York : Fress Press.
- Seeman, M. (1959). On the meaning of alienation. *American Sociological Review*, 24(6).
- Segrin, C. & Flora, J. (2000). Poor social skills are a vulnerability factor in the development of psychosocial problem. *Human Communication Research*, 26(3), 489-514.
- Segrin, C. (1996). The relationship between social skills deficits and psychosocial problems: A test of vulnerability model. *Communication Research*, 23, 425-450.
- Tabor, M. (1991). Encouraging “Those who would speak out with fresh voice” through the federal communication commission’s minority ownership policies. *Iowa Law Review*, 76(3).
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public opinion Quarterly*, 34, 159-170.
- Van Dijk, J.A.G.M (2006). *Digital divide research, achievements and shortcomings*, Poetics. 34: 221-235.
- Webster, J. G.(2004). Beneath the veneer of fragmentation: Television audience polarization in a multichannel world. *Journal of communication*, 55(2), 366-382.

Wellman, B., Hase, A. W., Witte, J. & Hampton, K. (2001). Does the internet increase, Decrease or Supplement social capital? social Networks, participation and community commitment. *American behavior scientist* 45(3), 436-455.

TV 시청자에 대한 수요대응 연구

A1. 살고 계신 지역은?	① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 경기 ⑨ 강원 ⑩ 충북 ⑪ 충남 ⑫ 전북 ⑬ 전남 ⑭ 경북 ⑮ 경남 ⑯ 제주
A2. 성별과 연령은?	① 남자 (만 세) ② 여자(만 세)
A3. 가족형태?	① 혼자거주 ② 1세대(부부만 거주) ③ 2세대(부부+자녀) ④ 3세대(조부모+부부+자녀) ⑤ 기타()

B. 다음은 귀하의 TV 시청에 관한 질문입니다.

1. 귀하는 하루 평균 TV를 얼마나 시청하십니까? 약(시간 분)

2. TV 시청 이외 이용하는 매체와 하루 평균 이용시간은?

①신문 (약 분) ②라디오(약 분) ③인터넷(약 분) ④DMB(약 분)
⑤잡지(약 분)

3. 귀하께서 평소 다음 매체를 얼마나 자주 이용하십니까?

매체 종류	매일	거의매일	1주일 3~4회	1주일 1~2회	한 달에 1~2회	거의 이용 하지 않음	전혀이용하 지 않음
1) TV	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 신문	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 라디오	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 인터넷	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) DMB	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 잡지	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

4. 주로 TV를 시청하는 시간대는?

- ①오전 5시부터 오전 8시 사이 ②오전9시부터 오후 12시 사이 ③오후 1시부터 오후 4시 사이
 ④저녁 5시부터 밤 8시 사이 ⑤밤 8시부터 새벽 11시 사이 ⑥밤 12시부터 새벽 4시 사이

5. 귀하의 한 달 평균 TV 이용료는?

- ① 5000원 미만 ② 5000이상-10,000원 미만 ③ 10,000이상 -20,000원 미만 ④ 20,000원 이상

6. 귀하는 현재 사용하고 있는 방송 이용료(시청료)에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- ① 비싸다. ②적절하다. ③ 저렴하다.

7. 귀하가 TV에서 주로 시청하는 프로그램 장르는? (순서대로 3개 선택) (, ,)

- ①보도 ②종교 ③교양 ④다큐멘터리 ⑤교육 ⑥정보 ⑦영화 ⑧음악
 ⑨스포츠 ⑩연애/오락 ⑪게임 ⑫드라마 ⑬어린이/만화 ⑭홈쇼핑

8. 귀하는 다음 프로그램에 얼마나 만족하십니까? 해당란에 √ 하세요.

질 문	전혀만족 하지 않음	만족하지 않음	조금만족 하지 않음	보통	조금 만족	만족	매우 만족
1) 보도/뉴스	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 종교	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 교양	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 다큐멘터리	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 교육	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 정보	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7) 영화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8) 음악	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9) 스포츠	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10) 연예/오락	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11) 퀴즈/게임	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12) 드라마	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13) 만화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14) 홈쇼핑	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

9. 귀하가 현재 사용하고 있는 TV 시청형태는 무엇입니까? (하나만 선택) ()

보기 ① 지상파 방송 ② 케이블 방송 ③ 위성방송 ④ 유선방송
 ⑤ IPTV ⑥ DMB ⑦ VOD

10. 현재 귀하가 주로 시청하는 채널은 몇 개 정도입니까? (약 개)

11. 현재 귀하의 가정에서 사용하고 있는 TV의 종류는?

- ① 일반 아날로그 TV ② 디지털 TV ③ 흑백 TV ④ HDTV ⑤ TV 없음

12. 현재 귀하의 가정에서 사용하는 TV의 상태에 대한 질문입니다. 해당란에 √ 하세요.

질 문	매우 좋지 않음	중지 않음	조금 좋지 않음	보통	조금 좋음	좋음	매우 좋음
1) 화질(화면상태)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 소리(음향)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 리모콘 작동상태	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

13. 귀하의 가정에서 사용하고 있는 TV는 언제 구입하셨습니다까? (약 년 전)

14. 현재 귀하의 가정에서 사용하고 계신 TV의 구입방법은?

- ① 자비 구입(중고포함) ② 지원기관에서 무료 지급 ③ 보조금으로 구입 ④ 선물로 받음
 ⑤ 기타

15. 새로운 TV를 구입할 의향이 있나요?

- ① 새로운 TV를 구입할 의향이 있다. ② 새로운 TV를 구입할 의향이 없다.

16. 새로운 TV를 구입할 의향이 없다면 이유는?

- ① 돈이 없어서 ② 요즘 TV는 복잡해서 ③ 현재로도 만족해서 ④ 기타

17. 새로운 TV를 구입할 의향이 있다면 그 이유는?

- ① TV가 너무 오래되어
- ② TV가 잘 작동하지 않아
- ③ 화질이 좋지 않아서
- ④ 음질이 좋지 않아서
- ⑤ 고장나서
- ⑥ 좋은 TV를 갖고 싶어서

18. 귀하가 TV를 시청하는 가장 큰 이유는?

- ① 심심해서 시간 보내려고
- ② 취미 생활을 따로 할 게 없어서
- ③ 사회적 문제나 정보를 알아보려고
- ④ 좋아하는 드라마(영화)를 보려고
- ⑤ 일상적으로 그냥(습관)

19. 현재 귀하의 가정에 보유하고 있는 방송매체를 모두 선택 하세요()

① 일반 TV ② 디지털 TV ③ VCR ④ DVD ⑤ IPTV ⑥ DMB ⑦ PDA ⑧ 기타(직접 작성:)
--

20. 귀하가 현재 이용하는 자막이나 해설방송의 개수와 주로 이용하는 프로그램은?
(장애인 분-시각 & 청각에 장애가 있으신 분과 난청 노인 어른신만 응답)

①보도 ②종교 ③교양 ④다큐멘터리 ⑤교육 ⑥정보 ⑦영화 ⑧음악 ⑨스포츠 ⑩연애/오락 ⑪게임 ⑫드라마 ⑬어린이/만화 ⑭홈쇼핑

① 현재 이용하는 자막방송 프로그램은 몇 개입니까?

(프로그램 개)(주 이용프로그램 번)

② 현재 이용하는 해설방송 프로그램은 몇 개입니까?

(프로그램 개)(주 이용프로그램 번)

C. 다음은 귀하의 생활에 관한 질문입니다. 해당란에 V 하세요.

질 문	전혀 그렇지 않다 ←-----→ 매우 그렇다						
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1) 나는 우리 사회적으로 별 관심을 받지 못한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 나는 우리 사회에서 변두리 같은 존재라 생각한 적 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 나는 삶의 목표가 없다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 나는 삶에 즐거움이 없다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 나는 새로운 일을 하지 못한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 나는 우리 사회에서 소외되었다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7) 나는 가끔 우리사회를 원망할 때가 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8) 나는 가끔 죽고 싶은 충동을 느끼곤 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

D. 귀하가 현재 이용하고 있는 TV 시청에 대한 질문입니다. 해당란에 V 하세요.

질 문	전혀 그렇지 않다 ←-----→ 매우 그렇다						
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1) 나의 의지에 따라 TV 시청형식을 선택할 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 내가 원하면 TV 시청형식을 변경할 수 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 나는 돈에 대한 부담 없이 다양한 TV 형식 선택할 수 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 내가 이용하는 방송은 프로그램이 매우 다양하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 다양하게 볼 만한 프로그램이 많다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 내가 관심을 갖고 있는 프로그램이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7) 나와 관련된 이야기를 소재로 한 프로그램이 많다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8) 내가 이용하는 방송은 다양한 직업의 사람을 보여준다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9) 나와 비슷한 사람들의 이야기를 들려준다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

E. 귀하가 생각하는 방송 프로그램을 아래에 사항에 대해서 평가해 주세요. 해당란에 V 하세요.

질 문	전혀 그렇지 ←-----> 매우 그렇다						
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1) 내가 이용하는 방송 프로그램은 잘 만들어 진 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 내가 이용하는 프로그램을 보고 나면 뭔가 얻은 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 내가 이용하는 방송 프로그램이 중요한 내용을 다루고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 최근 방송 프로그램이 너무 상업적이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 최근 방송 프로그램이 지질스럽다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 내가 사는 모습과 너무 동떨어진 이야기를 전하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7) 나는 방송 프로그램을 보면 내가 비참해 진다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8) 방송 프로그램의 주인공들은 나와 전혀 관계없다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9) 방송 프로그램을 이해하지 못하는 경우도 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

F. 다음은 디지털 방송전환과 관련된 질문입니다.

1. 귀하는 디지털 방송에 대해서 들어본 적이 있습니까?

- ① 들어본 적 있다. ② 들어본 적 없다.

2. 다음은 디지털 방송에 대한 귀하의 생각을 묻는 질문입니다. 해당란에 V 하세요.

질 문	전혀 그렇지 ←-----> 매우 그렇다						
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1) 나는 디지털 방송을 잘 알고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 나는 디지털 방송이 무엇인지 알고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 디지털 방송 사용법은 알기 쉬운 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 디지털 방송은 내가 원하는 프로그램을 쉽게 볼 수 있을 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 디지털 방송을 시청하기 위한 리모컨 조작은 편리할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 디지털 방송이 내게 유익한 정보를 제공할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7) 디지털 방송을 이용하면 사회적 정보를 많이 얻을 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8) 디지털 방송이 나의 생활에 도움이 될 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9) 나는 디지털 방송을 주변 사람들이 권하면 사용할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10) 주변주위 사람들이 디지털 방송을 좋게 평가하면 사용할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11) 디지털 방송을 시청하면 유행에서 뒤떨어지지 않을 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12) 디지털 TV 구입은 경제적으로 비용이 부담스럽다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13) 내가 디지털 방송을 신청하기는 비용이 비싸다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14) 디지털 방송은 지금 당장 구입하는 것은 비싸다고 생각한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

3. 다음은 디지털 전환 사용의지와 예상되는 만족도에 대한 질문입니다. 해당란에 V 하세요.

질 문	전혀 그렇지 ←-----> 매우 그렇다						
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1) 주위 사람들에게 디지털 방송을 적극 추천할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 다른 매체보다 디지털 방송을 통해서 정보를 추구할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 같은 품질수준의 매체라도 디지털 방송을 이용할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 디지털 방송을 지속적으로 이용할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 국가가 지원해 주면 디지털 방송으로 전환하겠다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 국가에서 디지털 TV 구입비용을 지원하면 구입할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7) 국가적 차원의 정책이라면 디지털 TV를 구입할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

G. 다음은 귀하가 생각하는 방송에 대한 귀하의 의견을 해당란에 V 하세요.

1. 귀하는 현 방송 내용에서 가장 큰 불만 사항은 무엇입니까?

- ① 불만한 프로그램이 없다.
- ② 프로그램 시간대가 맞지 않는다.
- ③ 방송 내용이 살아가는데 도움이 되지 않는다.
- ④ 방송 내용은 나와는 전혀 관련 없는 이야기들이다.
- ⑤ 나의 관심을 끄는 프로그램이 없다.
- ⑥ 자막이 나오는 프로그램이 많지 않다.
- ⑦ 해설이 나오는 프로그램이 많지 않다.
- ⑧ 방송에서 나오는 소리가 잘 들리지 않는다.

2. 귀하가 보고 있거나 필요한 방송은 무엇인지 보기에서 플라 번호를 적어주세요.

■ 보기 ■

- ① 자막방송(소리가 잘 안 들려 글자로 방송내용을 알려주는 방송)
- ② 수화방송(수화로 방송내용을 전달하는 방송)
- ③ 화면해설방송(시력이 안 좋은 사람들에게 방송화면을 해설해 주는 방송)

1) 보고 있는 방송 (), 하루 평균 시청시간 (약 시간).

2) 필요한 방송().

3. 귀하가 보고 있는 자막방송, 수화방송, 화면해설방송 등에 대해서 만족하십니까?

질 문	매우 불만	불만	조금 불만	보통	조금 만족	만족	매우 만족
1) 방송 자체	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 프로그램 이해	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 즐길 정도	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

4. 귀하가 자막방송이나 화면해설 방송을 시청하기 위해서 도움을 요청하기 가장 편한 곳은? ① 우체국(우편배달부) ② 관공서(동, 읍 사무소) ③ 지역방송사나 시민단체

5. 귀하는 방송에서 어떤 프로그램이 많아야 한다고 생각하십니까?

- ① 가족과 관련된 프로그램
- ② 노인들의 생활에 대한 프로그램
- ③ 장애인들과 관련된 프로그램
- ④ 외국인들과 관련된 프로그램
- ⑤ 사회에 따뜻한 프로그램
- ⑥ 건강 관련 프로그램

H. 다음은 귀하의 특성에 대한 질문입니다. 해당란에 V 하세요.

1. 귀하의 학력은?

- ① 초등학교 졸업 ②중학교 졸업 ③고등학교 졸업 ④대학교 졸업 ⑤ 대학원 이상

2. 귀하의 직업은?(노인의 경우 은퇴 전 직업)

- ①무직 ②농업(어업) ③제조업 ④기술전문직 ⑤교육업 ⑥일용노동직
- ⑦서비스업 ⑧공무원 ⑨기타

3. 귀하 가정의 월 평균 소득은?

- ① 50만원 미만 ②100만원 미만 ③150만원 미만 ④200만원 미만 ⑤ 200만원 이상

조사원 작성 사항 조사일시 : 2009년 월 일 조사장소 : _____

<부록: -일반인 설문지>

A. 귀하가 현재 이용하고 있는 TV 시청에 대한 질문입니다. 해당란에 V 하세요.

질 문	전혀 그렇지 않다 ←-----→ 매우 그렇다						
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1) 나의 의지에 따라 TV 시청형식을 변경할 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 내가 원하면 TV 시청형식을 변경할 수 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 나는 돈에 대한 부담 없이 다양한 TV 형식 선택할 수 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 내가 이용하는 방송은 프로그램이 매우 다양하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 다양하게 볼 만한 프로그램이 많다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 내가 관심을 갖고 있는 프로그램이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7) 나와 관련된 이야기를 소재로 한 프로그램이 많다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8) 내가 주로 보는 방송은 다양한 직업을 가진 사람을 보여준다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9) 나와 비슷한 사람들의 이야기를 들려준다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

B. 귀하가 생각하는 방송 프로그램을 아래에 사항에 대해서 평가해 주세요. 해당란에 V 하세요.

질 문	전혀 그렇지 ←-----→ 매우 그렇다						
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1) 내가 이용하는 방송 프로그램은 잘 만들어 진 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 내가 이용하는 프로그램을 보고 나면 뭔가 얻은 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 내가 이용하는 방송 프로그램이 중요한 내용을 다루고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 최근 방송 프로그램이 너무 상업적이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 최근 방송 프로그램이 저질스럽다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6) 내가 사는 모습과 너무 동떨어진 이야기를 전하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7) 나는 방송 프로그램을 보면 내가 비참해 진다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8) 방송 프로그램의 주인공들은 나와 전혀 관계없다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9) 방송 프로그램을 이해하지 못하는 경우도 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

방송통신위원회 지정 2009-07

디지털융합시대 방송 소외계층 수요(Needs)대응 정책연구

발행일 2009년 12월 (비매품)

발행인 최시중

발행처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20 (세종로100번지) 방송통신위원회

대표전화 : 02-750-1114

E-mail : webmaster@kcc.go.kr

Homepage : www.kcc.go.kr

인쇄처 이진문화사
