

미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망

2010. 10

연구기관: 미디어전략연구소
연구책임자: 박태순(미디어전략연구소 실장)
참여연구원: 이광석(호주 울런공 대학 연구교수)
장성준(중앙대학교 박사수료)

제 출 문

정보통신정책연구원 원장 귀하

본 보고서를 『미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망』의 최종 보고서로 제출합니다.

2010. 10. 15

연구 기관: 미디어전략연구소

연구 책임자: 박태순(미디어전략연구소 실장)

참여 연구원: 이광석(호주 울런공 대학 연구교수)

장성준(중앙대학교 박사수료)

목 차

요약문	7
서 론	19
제 1 장 디지털 미디어 융합 환경 및 동향	20
제 1 절 기술 환경 변화	20
1. 재매개(remediation)와 리믹스(remix) 현상	20
2. 컨버전스의 유형과 진화 방향	23
제 2 절 사회·문화 환경 변화	27
1. 사회 관계적 측면: 소셜 미디어의 등장과 소통관계의 변화	28
2. 문화소비 측면: 소비의 글로벌화와 자발적 소비의 문화화	29
3. 산업과 서비스 측면: 세분화와 통합화 공존	30
4. 참여와 사회적 합의: 혹은 파편화의 위험?	30
제 2 장 전통적 미디어 환경에서 문화다양성의 정의와 활동	32
제 1 절 문화다양성과 방송프로그램 다양성	32
1. 문화다양성의 개념	32
2. 나폴리(Napoli)의 미디어다양성 개념	35
제 2 절 미디어 환경 변화와 문화다양성	38
1. 아날로그 방송 환경의 문화다양성	39
2. 미디어 컨버전스 환경에 따른 지상파 방송개념 변화	40
3. 스마트 미디어의 등장과 사회 영향 증가	43
4. 미디어 컨버전스 현상에 따른 문화다양성 개념 재규정의 필요성	45

제 3 장 국가별 문화다양성 적용 사례	50
제 1 절 유럽 및 프랑스 사례	50
1. 유럽과 프랑스의 문화다양성 인식과 제도화	50
2. 문화다양성 활성화 방향	52
제 2 절 호주의 ‘다문화주의’와 융합시대의 차세대 초고속망(NBN)	56
1. 문화다양성의 인식적 범위	56
2. 호주 미디어와 문화 정책적 입장	58
3. 융합시대의 문화다양성 활성화 방안들	60
제 3 절 융합환경 하 미국식 문화다양성 구현	61
1. 미국 내 문화·예술의 시장 규제 기구	61
2. 미 연방통신위원회(FCC)와 시장 내 미디어다양성 구현의 기제들	63
3. 융합 국면하의 문화다양성 실현	66
제 4 장 문화다양성의 재정립과 정책 방향	70
제 1 절 문화다양성의 의미 규정	70
1. 유네스코의 문화다양성 회의	70
2. 융합 환경에서 문화다양성 재개념 및 실천 범주	72
제 2 절 전문가 인터뷰 분석 결과	78
1. 연구 방법	78
2. 미디어와 문화의 관계	79
3. 문화다양성에 대한 인식	89
4. 컨버전스 미디어와 문화다양성의 관계에 대한 인식	97
5. 융합 환경 하 문화다양성의 측정방안 및 정책 제언	108
제 3 절 문화다양성 측정을 위한 지수와 정책 방향	115
1. 문화다양성지수(cultural diversity index) 개발	115
2. 미디어 다양성 확보 추진을 위한 제언	120

3. 문화다양성 증진을 위한 정책 기본이념	124
제5장 결 론	129
참고문헌	132
(첨 부) 인터뷰 문항	136

표 목 차

〈표 1-1〉 미디어 융합의 기본원칙	26
〈표 2-1〉 지상과 방송의 다양성 관련 국내외 연구 경향	34
〈표 2-2〉 다양성의 다차원적 영역과 특성	37
〈표 2-3〉 방송 다양성 확보 정책 수단	38
〈표 2-4〉 지상과 방송의 특성	40
〈표 2-5〉 전파정책의 변화	41
〈표 2-6〉 보편적 서비스와 공공 서비스 비교	42
〈표 2-7〉 미디어 플랫폼 수가 다양성에 미치는 영향에 대한 선행연구	46
〈표 3-1〉 FCC의 방송 미디어다양성 보장 정책	65
〈표 4-1〉 문화다양성 협약의 주요 내용	70
〈표 4-2〉 인터뷰 참여자의 일반적 특성	79
〈표 4-3〉 미디어의 문화적 가치 요인	83
〈표 4-4〉 미디어 가치 변화 요인	89
〈표 4-5〉 문화다양성에 대한 요인	93
〈표 4-6〉 문화다양성에 부적인 영향을 미치는 요인	97
〈표 4-7〉 컨버전스 미디어와 문화다양성의 관계 요인	102
〈표 4-8〉 융합미디어 환경에서 문화다양성 가치의 재정립	108
〈표 4-9〉 융합 환경 하 문화다양성의 측정방안 요인	112
〈표 4-10〉 디지털 멀티미디어 활동 측정내용	116
〈표 4-11〉 장르 표현의 다양성 측정내용	116
〈표 4-12〉 소재별 표현의 다양성 측정 내용	117
〈표 4-13〉 문화 확산의 다양성 측정내용	118

〈표 4-14〉 문화적 인지 다양성 측정 내용	118
〈표 4-15〉 시장 가치 다양성의 측정내용	119
〈표 4-16〉 이용자의 주체성 측정내용	119
〈표 4-17〉 나폴리 개념의 구체화 제안	120
〈표 4-18〉 국내 방송사 프로그램 평가제도 요약	122
〈표 4-19〉 2009년 방송통신위원회 방송평가 범주	123
〈표 4-20〉 방송정책 수립을 위한 범주 제안	123

그림 목차

[그림 1-1] 콘텐츠 융합의 과정들	22
[그림 1-2] 컨버전스의 확대 및 심화 배경	24
[그림 1-3] 디지털 융합의 사회·경제적 구조	28
[그림 2-1] 프로그램 다양성의 개념과 구조	35
[그림 2-2] 모바일 산업의 변화 양상	49

요 약 문

서 론

이 연구는 디지털 미디어 융합 환경에서의 문화다양성 개념을 재정립하고 디지털 미디어를 통한 문화 활동 및 문화 행태의 다양성을 진단할 수 있는 기준과 바람직한 정책 방향을 제시하는 하는데 목적을 두고 있다.

이 연구는 다섯 개의 장으로 구성되어 있다. 제1장은 연구의 도입부분으로서 디지털 미디어 융합 환경의 동향을 살펴보기 위한 이론적 검토로서 기술 환경 변화과정과 사회·문화적 환경변화에 대한 논의를 진행했다. 제2장은 전통적인 미디어 환경에서 규정되었던 문화다양성의 정의에 대해 검토하고, 미디어가 추구해야 할 문화다양성의 가치를 고찰했다. 전통적인 미디어 환경에서 제기되었던 문화다양성의 개념은 미디어의 사회적 위치나 가치를 살펴보고, 연구를 통해 제안하고자 하는 미디어다양성의 기본 이념을 설정하기 위함이다. 제3장은 유럽과 프랑스, 호주 및 미국에서 문화다양성에 대한 연구와 정책적 방안이 어떻게 진행되고 있는가를 분석하였다. 해외사례의 검토는 이 연구에서 지향하는 다문화에 대한 다양한 논의들을 살펴봄으로써 국내에 미디어 환경에서 적용 가능한 스펙트럼들을 알아보기 위함이다. 4장은 이 연구의 실증자료를 수집하는 과정으로서, 제1장과 제2장, 제3장을 통해 살펴본 아날로그 미디어 환경에서의 미디어 다양성 개념과 해외사례를 통해 도출한 의미, 마지막으로 유네스코에서 제안하는 문화다양성 개념을 수렴하는 작업을 수행했다. 그리고 문화다양성 개념 제안을 위해 살펴본 스펙트럼의 수렴을 통해 문화다양성에 대한 개념을 확장하고자 현재 다양한 분야에서 문화 활동을 펼치는 10인을 선정하여 심층인터뷰를 실시하여 ‘문화다양성의 개념’, ‘미디어와 문화의 관계’, ‘문화다양성에 대한 인식’, ‘컨버전스 미디어와 문화다양성에 대한 관계’ 등 4개의 범주

에 대한 의견을 수렴하였다. 또한 수집한 문헌연구 자료와 인터뷰 자료를 바탕으로 문화다양성지수 및 정책방안을 도출하는 작업을 진행했다. 제5장은 이 연구의 결론으로서 이 연구가 가지고 있는 함의와 제언을 정리하였다.

제1 장 디지털 미디어 융합 환경 및 동향

제1 절 기술 환경 변화

최근 미디어 환경의 변화 추세는 근본적으로 미디어 기술 혹은 단말기 융합의 ‘크로스 미디어’적 흐름이 대표적이라 볼 수 있다. 미디어 기술 진화의 흐름을 크게 ‘재매개’(remediation)와 ‘융합’(convergence)으로 나누어 살펴볼 수 있다. 전통 미디어들 또한 신종 미디어와 결합되면서, ‘재매개’(remediation)되어 새롭게 생명력을 얻는 경우를 쉽게 목격할 수 있다. 볼터와 그루신(2006)에 따르면, 재매개는 두 가지 논리에 기반하고 있다. 하나는 ‘비매개(immediacy)’이고 다른 하나는 ‘하이퍼매개(hypermediacy)’이다. 비매개와 하이퍼매개 등으로 다시 재매개되어 새롭게 태어나는 미디어 양식들과 더불어, 콘텐츠 자체에도 변화가 이뤄지고 있다. 미디어로부터 분리되어 새로운 플랫폼이나 단말기에 어떤 방식으로든 적응하는 콘텐츠의 융합 및 변형 현상이 폭발적으로 늘어난다. 그림에서처럼 변형, 창조, 혼성의 융합형 콘텐츠가 증가하고 유통의 중요성이 강화된다. 콘텐츠의 ‘멀티 플랫폼화’가 진행되면서, 다양한 플랫폼, 채널, 분배 방식을 통해 디지털 콘텐츠가 개방화되고 재가공되어 소비된다.

재매개와 리믹스란 개념이 사실상 기술적, 문화적 미디어 간 경계 허물기라 본다면, 컨버전스는 보다 본격적인 매체 간 융합과 결합 현상을 지칭하기 위해 만들어진 개념이다. 즉, 하드웨어적 혹은 기술적으로 미디어 기기간의 결합 특징은 물론이고, 문화, 서비스, 미디어 산업 간의 융합 그리고 정책적 융합 등을 지칭하는 용어로 확대되어 사용된다.

이와 더불어 또 다른 차원의 융합은 이용자 스스로 문화적 다양성을 극대화시키

는 ‘콘텐츠 융합’(convergence of contents) 이다. 디지털 융합의 구조적 흐름에 반응하여 이용자 스스로 구성하는 콘텐츠의 미디어 영역과 경계를 넘나드는 활용 방식과 다양성의 문화는 다시 또 디지털 융합에 반작용하며 함께 ‘공진화(coevolution)’한다.

이와 같은 다양한 미디어들 간의 생성, 소멸, 진화, 변형 과정의 재매개와 리믹스, 그리고 컨버전스에 대한 특징들에 대한 이해 없이는 미래 미디어 이용자들의 문화 다양성을 보장하는 전면적이고 실제적인 사회 및 정책적 환경 조성이 어려운 환경이 되었다.

제2절 사회·문화 환경 변화

디지털 융합의 기술적 측면과 더불어 미디어 융합과 사회관계의 변화 또한 문화 다양성의 중요한 환경이 되고 있다. 융합에 따른 문화소비 구조와 문화가치 창출 방식의 변화는 다양한 문화 활동의 토대라 할 수 있다. 기술 융합과 문화적 다양성의 영향 관계를 파악한다는 것은, 단순히 미디어 융합을 이제 하나의 IT 트렌드이자 현실 문화적 다양성의 흐름에 영향을 미치는 절대적 환경 변수로 보는 시각을 넘어선다. 오히려 미디어 소비자들과 이용자들이 자유롭게 만들어내는 다양성의 문화들이 역으로 미디어 융합과 재매개 등을 촉매 하는 변수로 작동하기도 한다. 즉, 이용자들의 새로운 문화 패턴과 양식들이 기술진화와 융합의 방향에 다시 영향을 미치기도 한다. 이는 미디어 융합과 이용자의 문화적 다양성이 일방의 관계가 아닌 상호 공존의 관계이자 상생의 관계임을 뜻한다. 디지털 융합이 사회·문화적으로 미치는 영향은 사회적 관계, 문화적 활동, 산업 및 서비스, 그리고 사회적 의사결정, 소비자의 능동성 등과 같이 다양한 차원에서 동시에 진행되고 있다.

제2장 전통적 미디어 환경에서 문화다양성의 정의와 활동

제1절 문화다양성과 방송프로그램 다양성

현대사회에서 문화다양성은 문화정책이 추구해야 할 주요한 정책이념으로 사용

되고 있다. 일반적으로 문화다양성은 다양한 국적과 다양한 장르, 다양한 수준 및 규모와 형식을 아울러 지칭하는 개념으로 풍요로운 문화를 보장하는 개념이다. 유네스코(UNESCO)는 문화를 한 사회와 집단의 성격을 나타내는 정신적·물질적·지적, 감성적 특성의 총체이며, 예술이나 문화의 형식을 포함한 생활양식과 인간의 기본권·가치·전통·신앙 등을 포함하는 포괄적 개념으로 정의한다. 유네스코 협약 이전에 방송정책에서 문화다양성에 대한 개념은 기본적인 원칙 중 하나로 매스 미디어 시스템과 커뮤니케이션 정책 수립에 기초가 되는 기본적인 평가 원칙으로 적용되어 왔다. 이때 다양성은 다원성에 근거한 민주주의의 필수적 요소로 미디어에게 기본적으로 부과된 의무이다. 특히 우리나라에서 방송에서 문화의 다양성은 전파 희소성의 논리에 기초한 전통적 방송 공익성 개념을 반영하면서 수용자들의 선택권을 확대하기 위한 미디어 산업의 전제조건으로 적용된다. 현재 국내 방송의 다양성에 대한 논의는 나폴리(Napoli)의 이론적 논의를 바탕으로 진행되고 있다. 나폴리(2001)는 미디어다양성을 확보하기 위해서 공급원의 다양성(source diversity), 내용의 다양성(content diversity), 접근의 다양성(expose diversity) 등의 상위 개념과 이들을 구성하고 있는 하부구성 요소들 간 관계를 살펴봐야 한다고 강조한다.

제 2 절 미디어 환경 변화와 문화다양성

방송시장과 환경이 복잡한 구조로 형성되기 시작하면서, 복잡성은 다양한 행위자들과 이해관계자들이 참여할 수 있는 다양성이라는 개념으로 변모하기 시작한다. 미디어의 단말기와 서비스 및 네트워크 등이 자유롭게 결합하고 해체할 수 있는 환경이 만들어지면서, 기존의 지상파 중심의 방송환경의 한계를 극복하고 새로운 모델을 제시할 필요성이 제시되고 있다. 아날로그 방송 시대에서는 방송의 공공성 원칙이나 편성과 방송국의 법적지위 제한으로 아날로그 방송 프로그램 다양성이 공급의 다양성이나 내용의 다양성 등의 형식적으로 준수될 수 있었다. 그러나 디지털 뉴미디어의 발전과 방송통신융합 상황에서는 미디어다양성과 문화다양성에 대한 개념을 정립하고 다양성 가치에 대한 새로운 시각이 필요하다.

디지털 멀티미디어 기술은 미디어 환경 변화 뿐 만 아니라 미디어 간의 경쟁관계와 미디어 수용자들의 이용 행위에 영향을 주면서 기존에 존재하던 방송의 다양성에 대한 논의를 확장시키게 되었다. 왜냐하면 기존의 방송시장은 ‘메시지를 생산하고 전달’하는 총체적 기업에게 위탁된 범주였지만, 이제 ‘메시지를 생산’하는 콘텐츠 사업자와 ‘전달’하는 플랫폼 사업자가 분리되기 시작했기 때문이다. 또한 기존의 방송이 무료 미디어에 기반을 두어 공익성을 중심적 가치로 추구했던 미디어다양성의 개념에서 유료 미디어를 이용하는 미디어 수용자의 개념으로 공익성과 다양성의 원칙이 변화하고 있기 때문이기도 하다. 또한 스마트 폰과 같은 디지털 멀티미디어의 등장으로 나타나고 있는 상호작용성이나 참여, 공유 및 개방의 특성으로 누구나 정보의 생산과 취득이 자유롭게 되었다. 실상, 기존의 문화다양성 개념은 텔레비전에 국한된 영역으로 규정되었다. 그러나 스마트 미디어와 같은 새로운 미디어들에 의한 컨버전스 상황은 기존의 하드웨어적 관점에 국한된 것이 아니라 소프트웨어, 즉 어플리케이션에 대한 내용, 그리고 이용자 차원에서의 문화 다양성 문제를 조명해야 하는 상황이 되었다.

제3장 국가별 문화 다양성 적용 사례

제1절 유럽 및 프랑스 사례

유네스코의 ‘문화적 표현의 다양성 보호와 증진 협약’이 제시하고 있는 문화다양성의 본질은 ① 인류 고유의 중대한 특성이라는 점, ②인류 공동 유산이며 모든 이들의 이익을 위해 보존돼야 한다는 점, ③ 선택 범위 확장, 인간의 능력과 가치를 육성해주는 다양한 세계의 창조, 이를 통한 공동체, 민족, 국가의 지속가능한 발전의 원천을 이룬다는 점, ④ 문화는 민주주의, 관용, 사회정의, 사람 및 문화 간의 상호 존중의 틀 안에서 번성되는 것이라는 점 등이다. 따라서 문화를 산업적 범주와 경제적 가치라는 관점에서만 볼 수 없는 이유가 문화 자체에 내재해있는 본질에 있음을 강조하고 있다. 유네스코의 협약에서 보듯이 문화다양성은 국제법적 차원에서 법률

적 효력을 갖는 문화 정책의 사안으로 정서와 정체성, 가치를 담고 있는 문화 서비스 및 생산물로서 특별성을 부여 받고 있다. 문화다양성은 국가들이 자유로이 문화 정책을 채택하고 국제교역으로부터 독립적일 때 발전한다. 따라서 문화에 대한 국가 주권의 재인식, 문화 상품 및 서비스의 특수한 가치 인정 그리고 국제적 문화 협력과 협업이 문화다양성을 확대하는 핵심적 정책 사안이 되고 있다.

프랑스의 경우, 1986년 9월 30일 개정된 커뮤니케이션 자유에 관한 법은 사상과 의견 표현의 다원주의적 성격의 존중을 위해서 필요한 경우 국가적 규제를 허용하고 있다. 따라서 문화 다양성은 시장에서의 문화 상품 혹은 서비스의 다양한 공급이라는 차원 뿐 만 아니라 시민사회 차원의 정책적, 제도적 규제의 원리에서 출발하고 있음을 보여준다. 프랑스 방송의 역할은 프랑스 문화권의 부흥과 세계에서의 프랑스 문화와 언어의 고양에도 기여하는 목적성을 가지고 있다. 미디어를 통한 문화적 표현의 다양성은 문화들이 상호 풍성하고 자유롭게 상호작용하고 꽃피울 수 있는 여건들을 만드는 것이다. 한 사회 안에서 문화적 표현을 풍요롭게 하는 것은 다양한 미디어 활동과 함께 사상, 표현, 정보의 자유를 보장하는 것이며, 다양한 형태의 예술적 창조, 생산, 보급, 배포 및 향유가 실현되는 환경을 만든다.

제 2 절 호주의 다문화 주의와 융합시대의 차세대 초고속망(NBN)

호주 전반에 깔린 ‘다문화주의’에 대한 내용은 사실상 원주민들과 이민세대들에 의해 만들어진 다인종 사회와 밀접한 연관을 갖고 있다. 서로 다른 인종적 결합과 동거를 인정하고 받아들이는 ‘수용’(acceptance), ‘존중’(respect), ‘다양성’(diversity), ‘조화’(harmony)의 미덕이 바로 호주인 들의 국가 유지의 핵심이다.

다문화주의를 지향하는 방송의 모습을 보면, 호주산 방송 프로그램의 발전을 도모하기 위한 ‘쿼터제’를 도입하여 텔레비전 내용 중 절반 이상은 호주에 관한 것으로 하는 규정을 두고 있고, 그 외에도 지역 사회의 특수성에 기반을 둔 ‘지역서비스 의무 조항’, 그리고 어린이용 프로그램을 방송하는 소위 ‘적절하고 포괄적인 서비스’를 제공하는데 방점을 두면서 자국의 문화를 보호하려고 애쓰고 있다. 기본적으로

로, 핵심적 미디어문화 정책은 사회문화적 가치와 산업적 가치의 조화이다. 산업적 가치 분야에서는 미디어 시장 독점을 방지하기 위한 ‘미디어 소유법’이 존재하고, 동일 방송지역에서 TV와 라디오간 교차소유, TV사업자의 신문소유, 라디오 사업자의 신문소유를 금지하고 있다. 사회문화적 가치 분야에서는 사회, 문화적으로 다원성을 토대로 이질적 언어와 다인종을 묶어주는 동질성 및 정체성의 문화를 보호하고 증진하려는 정책 목표를 가지고 있다. 최근 인터넷과 통신 영역에 대한 호주의 문화다양성 접근을 위한 정책의 경우, ‘국가 브로드밴드 전략’(National Broadband Strategy, 2004) 중에서 지리적으로 원주민과 소수 민족들이 거주하는 내륙 지대에 대한 고려를 우선적으로 하고 도시지역 거주민들로부터 차후 NBN 이용 부담 비용을 더 받는 조치를 고려하고 있다. 이는 융합 국면 하에서 소수자와 다인종사회의 문화다양성과 정보 접근성을 보장하려는 조치 중 하나로 파악할 수 있다.

제3절 융합환경하 미국식 문화다양성 구현

미국은 다인종 사회임에도 불구하고, 딱히 문화 영역에 있어서 ‘다문화주의’를 표방하고 있지는 않다. 오히려 주변국들인 캐나다 등이 미국의 대중 소비문화에 위협을 느껴 자국의 문화를 보호하려는 문화 정책을 공격적으로 펴는 실정이다. 즉, 문화 수출국의 지위를 늘 접하는 미국의 위상, 그리고, 시장질서와 규제 정책에 있어서는 ‘자유방임’에 기초하고 있는 점 등을 고려하면 사실상 딱히 문화다양성을 보장하기 위한 제동장치가 없어 보인다. 미국은 굳이 자국의 문화다양성 진흥 정책이라고 불릴 수 있는 명확한 정책 방향을 갖고 있지 않고 문화산업 시장을 이끌어가지는 않는다. 설사 관련 정책을 펴더라도 주정부 중심의 정책 결정이 지배적이고, 연방 단위의 조직이 문화다양성 진작을 위해 직접 개입한다고 보기는 어렵다. 그러나 미국은 문화 정책이나 문화예술 진흥 체계가 부재하거나 미약하다는 일부 인식과 달리, 미국 사회의 구조와 환경에 조응하는 문화정책과 문화행정 제도를 구축해 오고 있다. 연방 국가 차원의 문화부는 부재하지만, ‘국립예술위원회’(National Council on the Arts) 형태로 연방 차원의 문화관련 기구가 있다. 1965년 연방의회가 설립한 독립적 문화

예술 지원기구인 ‘국립예술기금’(NEA: National Endowments for the Arts)의 사업 방향에서부터 예산 배정에 이르는 정책자문을 국립예술위원회가 하고 있다. 이러한 중앙차원의 문화예술진흥 체계는 미국연방 차원의 문화예술진흥과 관련된 지원정책을 수립하고 관련 지원 사업을 수행한다. 이 또한 직접적으로 방송영상예술 정책에 관여하지는 않으며, 문화예술 진흥과 후원에만 관여하고 있다. 문화부와 같은 주요 행정부처로서의 문화정책 전달기관이 없다는 말은, 역사적으로 문화예술에 대한 정부의 지원을 자유에 대한 통제로 해석하는 미국인들이 많고, 많은 정치가들과 관료들이 문화예술에 대한 정부의 직접적 개입을 극도로 주저하고 경계해왔다고 보면 된다. 그래서 간접적이고 분산된 형태의 문화예술지원 체계를 발전시켜 왔다.

방송분야의 경우, FCC가 역사적으로 독점 미디어사들에 의해 시장 실패를 막기 위해 때때로 ‘공익’의 잣대를 들이대며 규제를 수행한 적이 있다. ABC, CBS, NBC 등 네트워크 방송사들의 시장 독점적 영향력을 감소시키고 미디어다양성의 필요조건을 구성하는 데 중요한 역할을 한 정책인 ‘핀-신 규정(Fin-Syn Rules: Financial Interest and Syndication Rules)’, 시장 내 미디어 독점 금지 방안을 위해 ‘이중 네트워크 규정’(dual network rule), ‘텔레비전 복점 규정’(television duopoly rule), ‘전국 복수 소유권 규정’(national multiple ownership rule), 그리고 ‘케이블 채널 수직 소유 규정’(Cable vertical ownership rule), 방송-신문과 방송-케이블 방송 교차소유 규정 등을 통해(박주연·전범수, 2007, 111~115쪽 참고), 시장 내 지배적 방송·통신업자에 의한 권력 남용을 막기 위한 다양한 법적 제도 장치들을 고안해냈다. 또한 FCC는 미디어의 질적 다양성 보장을 위해 지역 방송사들의 편성을 규제하였다.

한편, 미국은 미디어 콘텐츠 융합 국면에서 표현과 문화 창작의 자유와 관련해 콘텐츠 사업자 중심으로 시장 질서를 재편하려는 움직임이 두드러지게 나타나고 있다. 저작권법의 저작권 소유자 중심의 법리 해석과 판결, 유사저작권의 일부로써 DRM 등 기술적 보호 조치 등은 미국의 초창기 저작권법 전통인 공익과 사익의 균형 논리가 어떻게 무너지고, 문화다양성을 보장할 공유 영역이 기업에 의해 어떻게 사유화하는 단계로 바뀌었는지를 입증한다. 미국은 새로운 디지털 융합 기술의 출현으로

이용자들의 자율적인 소통과 공유의 다양성 문화를 새롭게 꽃피우긴 했지만, 정반대로 미국 내 혹은 전 세계적 문화 시장을 겨냥한 저작권 강화 경향 또한 읽을 수 있음을 확인할 수 있다. 최근들어, 미국의 FCC 정책 역시 ‘공익’에 근간하고 있으나, 근래에 올수록 전통적인 방송 미디어 영역에서 상업적 독점기업들의 강화로 미디어 다양성이 크게 훼손되고 있음을 알 수 있다. 그나마, 오바마 정부 들어 브로드밴드 인터넷과 소수 미디어에 대한 지원 정책을 통해, 미디어와 문화다양성을 최소한으로 지켜내는 모습을 발견할 수 있다.

제 4 장 문화다양성의 재정립과 정책 방향

세계적으로 사람과 문화의 교류가 확대됨에 따라서 제기되는 다문화, 그리고 문화다양성에 대한 논의가 지속적으로 전개되고 있다. 특히 문화가 경제나 정치의 논리에 포함되는 현상이 나타나기 시작하자, 경제적/정치적 약자들이 향유했던 문화에 위협이 나타나게 된다. 문화다양성 협약은 완전 개방을 요구하는 경제논리로부터 각국의 문화주권과 문화 권리를 지켜내는 기본 원칙으로 채택된다. 문화다양성 협약에서 정의하는 문화다양성의 개념은 ‘집단과 사회의 문화가 표현되는 다양한 방식, 문화적 표현을 통해 인류의 문화유산을 표현하고 풍요롭게 하면 전달하는데 사용되는 다양한 방식’으로 정의된다. 그럼에도 불구하고 국내에서 진행되는 다문화주의에 대한 담론들은 제한된 범주만이 포함된 사회 통합적 요소들을 강조하는 한계들을 보인다. 특히 다양성의 범주를 국적이나 인종주의적인 차원에서 설명하고자 하는 경향을 보이며, 표면적으로 이해나 관용 융화와 화합을 말하는 것처럼 내세우지만 결과적으로 한국사회의 단일성과 동질성을 확인 또는 강화시키기 위한 방법으로 왜곡되고 있다. 이는 문화라는 개념의 다차원적인 경향을 간과하고, 수적인 차원이나 다수성을 전제로 한 다양성을 추구하고 있음에 나타나는 현상으로 볼 수 있다. 그리고 이러한 현상은 다양한 미디어로 둘러싸인 현재에 들어서 더욱 공고한 방법으로 체계를 유지하고 있다.

오늘날 기술적 합리성과 표준화에 의해 제작되고 전 세계로 배포되는 대중적 문화 생산물들, 다양한 경제적 난제들, 도시화, 전혀 새로운 형태로 보편화되는 매스 미디어 그리고 기타 다양한 요소들이 여전히 문화와 삶의 형태들을 혼란스럽게 뒤섞어 놓고 있는 실정이다. 디지털 기술의 발전과 더불어 전 지구적으로 편재(omnipresence)하고 있는 새로운 디지털 미디어는 이러한 혼란스런 뒤섞임을 더욱 가속화시키고 있다. 이러한 양상은 무엇보다 다양하게 과편화된 많은 문화적 양태들을 더욱 표면화 시키면서 다양성을 폭발적으로 발전시키고 있다. 이 다양한 다른 문화적 과편들, 조각들은 글로벌리즘의 진행과 더불어 일반화된 코즈모폴리턴 속에서 엄청난 생산력을 가지고 서로 결합한다. 이들은 끊임없이 문화적 요소들, 문화적 과편들을 재구성한다. 이 과정에서 문화 정체성은 새로운 혼란의 시기를 맞이하게 되었다. 결국, 다양한 문화 형식들은 커뮤니케이션과 결합하고 코즈모폴리턴에 집결하면서 각각의 정체성에 혼란을 맞게 되었으며, 이에 따라 다양성의 역설(paradox)이 시작되었다. 즉, 숨겨져 있고 존재성을 망각하고 있던 다양한 문화들이 글로벌 세계로 드러나면서 문화다양성에 대한 의식들이 고양되기 시작했던 이면에 혼란스런 뒤섞임에 의해 문화 정체성의 명료성이 약화되기 시작했다. 한편, 글로벌 미디어의 발전과 커뮤니케이션 체계의 구축으로 다양한 문화 양식들은 경제적, 상업적 원류에 따라서 결합되고 재생산되어 글로벌 문화라는 새로운 양식이 출현하고 또한 지배적 위치를 갖기 시작하였다. 이 글로벌 문화는 대부분 초강대국의 산업적 문화 생산과 부유한 집단들의 이익이 지배하는 거대한 기류가 되었다. 반면에 불안정한 사회적 존재들의 문화 양식들은 문화적 계통에 따라, 소집단 형태로, 문화 주체들의 활동 범위 및 경향 등에 따라서 분화되어 존재한다. 이러한 글로벌 세계에서의 불안정한 문화 정체성과 디지털 미디어 환경에서 문화 다양성을 제고하기 위해서는 문화 다양성을 실현하기 위한 실천적 범주를 명확하게 인식할 필요가 있다. 우선, 디지털 멀티미디어 활동의 다양성을 고려할 수 있다. 둘째, 문화적 표현의 다양성을 들 수 있다. 셋째, 문화 확산의 다양성을 볼 수 있다. 넷째, 심리학적 차원에서 바라보는 문화적 인지의 다양성으로, 수용자들의 다양한 문화 수용에 따른 문화 인식의 다양성

도 문화다양성의 중요한 관찰 요소가 된다. 다섯째, 모바일 미디어를 비롯한 다양한 디지털멀티미디어를 이용하는 각 주체들의 다양성을 고려할 수 있다. 마지막으로 미디어 상업주의라는 사회적 가치를 제시할 수 있다.

제5장 결 론

디지털 컨버전스 상황이 도래하면서 나타나는 표현이나 참여의 기회는 문화적 다양성을 고취할 수 있는 긍정적인 계기로 작용하게 된다. 그렇지만 미디어를 운영하는 상황을 고려했을 때, 미디어다양성을 확보하기 위한 논의는 쉽게 이뤄질 수 없다는 것이 사실이다. 왜냐하면 미디어를 운영하는데 영향을 미치는 수많은 행위자들의 이해관계가 작용하기 때문이다. 삶의 다양한 방식들로 구성되는 사회와 미디어 환경은 문화의 다층적인 내용을 이뤄야 할 것을 요구받는다. 사회 속 구성원들이 각각의 행위자가 되어 문화의 다양성들의 특징을 내세우기 때문이다. 왜 문화의 다양성을 미디어와 방송의 영역에서 확장하여야 하는가? 이는 미디어가 사회를 재현하는 장이자, 문화를 전달 및 재창조하는 역할을 수행하고 있기 때문이라고 설명할 수 있다. 그리고 문화는 각각의 특성을 바탕으로 내포하고 있는 차이라는 가치로 다양성 가치를 부각시킨다. 사실상, 융합 시대에 새롭게 한국 사회에서 쟁점화 되는 소수자들과 이주민들에 대한 문화적 다양성에 대한 정책적 논의가 요구되고 있다. 콘텐츠 다양성을 상업적 가치를 벗어나 시민사회의 완성을 위한 미디어의 역할과 풍요로운 문화 자산의 구축을 위한 다양한 문화의 공존 환경을 만들 수 있는 정책적 노력이 필요하다.

서 론

오늘날 한국 사회를 가로지르는 두 가지 큰 흐름이라면, 디지털 미디어 융합 발전에 따라 정보 사회의 완성을 향해가는 기술 문화적 흐름, 그리고 문화적, 인적 자원들이 국제적 차원에서 활발히 교류되면서 체화되어 가고 있는 글로벌리즘적 경향을 들 수 있다. 이러한 흐름은 개방적이며, 다양성이 존재하는 사회, 수평적 의사소통 체계와 참여, 탈권위적 질서와 민주적 문화 향유를 향한 조용한 변화를 자극하고 있다.

이러한 변화의 노정에서 문화다양성 담론은 현재 우리사회의 트렌드를 설명하는 대표적 표현들이라 할 수 있다. 채널과 네트워크가 무한정 증가함으로써 문화적 표현의 장이 확장되고, 쌍방향적 커뮤니케이션 기술 발전으로 문화 주체와 대상의 구분을 희석되면서 다양한 문화적 활동과 참여가 가능해졌다. 이로 인해 문화다양성에 대한 논의와 연구, 정책적 방향 등에 관한 제언들이 활발하게 표출되고 있는 실정이다.

이 연구는 디지털 미디어 융합 환경의 변화에 따른 문화다양성의 논의들을 재정립하고, 문화다양성의 실태 및 디지털 환경에 따른 변화의 가능성들을 진단함으로써 바람직한 정책 방향을 제시하고자하는 목적을 두고 있다.

이 연구의 주요 범위는 첫째, 문화 활동의 기반이라 할 수 있는 미디어 환경의 디지털화와 융합에 따른 기술, 문화, 사회적 환경 변화 그리고 문화다양성 논의와 담론 현상들을 분석하는 것. 둘째 미디어 생태계의 변화에 따른 문화가치 창출 구조의 변화를 분석하는 것. 셋째 유럽연합(영국, 프랑스 등), 미국, 호주 등의 문화다양성 적용사례. 넷째, 디지털 융합 하에서 문화다양성 개념 및 범주의 재설정. 다섯째, 문화다양성 활성화를 위한 평가 기준 및 지수 측정 모델링 그리고 정책 제언 등이다.

이 연구의 방법은 문헌연구를 기반으로 한 인식론적, 이론적 작업과 전문가 심층 인터뷰를 통한 현실 진단 등이 이중적 구조를 가지고 있다.

제 1 장 디지털 미디어 융합 환경 및 동향

제 1 절 기술 환경 변화

최근 미디어 환경의 변화 추세는 근본적으로 미디어 기술 혹은 단말기 융합의 ‘크로스 미디어’적 흐름이 대표적이라 볼 수 있다. 미디어 기술 진화의 흐름을 크게 ‘재매개’(remediation)와 ‘융합’(convergence)으로 나누어 살펴볼 수 있다.

미디어 하드웨어적 흐름에서 나타나는 재매개와 융합과는 달리 그 미디어의 연결망(도관:conduits)을 흐르면서도 이로부터 분리, 변형, 창조, 혼성되는 융합형 콘텐츠의 흐름 또한 중요한 환경의 변화로 관찰한다. 기술 진화의 흐름과 새로운 콘텐츠 흐름의 경향들, 그리고 이 두 부분은 문화다양성을 조건 짓는 새로운 매체 환경을 파악하기 위한 중요한 인식적 배경이 되고 있다.

1. 재매개(remediation)와 리믹스(remix) 현상

현재 매체환경에서는 미디어 융합과 영역 파괴 등 ‘미디어 스크램블’ 현상이 심화되고 있다(삼성경제연구소, 2008). 디지털 기술과 인터넷의 영향으로 미디어산업이 급속히 재편되는 등, 미디어 빅뱅이 가속화하고 있다. 또한 다양한 디지털 콘텐츠들이 인터넷망(IP)이란 공통의 플랫폼을 통해 유통되면서 통신, 방송, 인터넷 등, 인접산업간 경계와 장벽이 소멸하고 있다.

전통 미디어들 또한 신중 미디어와 결합되면서, ‘재매개’(remediation)되어 새롭게 생명력을 얻는 경우를 쉽게 목격할 수 있다. 볼터와 그루신(2006)에 따르면, 재매개는 두 가지 논리에 기반하고 있다. 하나는 ‘비매개(immediacy)’이고 다른 하나는 ‘하이퍼매개(hypermediacy)’이다. 먼저 비매개는 마치 가상현실처럼 몰입하는 투명성 논리 또는 방식에 해당한다. 영상 환경의 변화와 관련해 보자면, 3차원 디지털 텔레

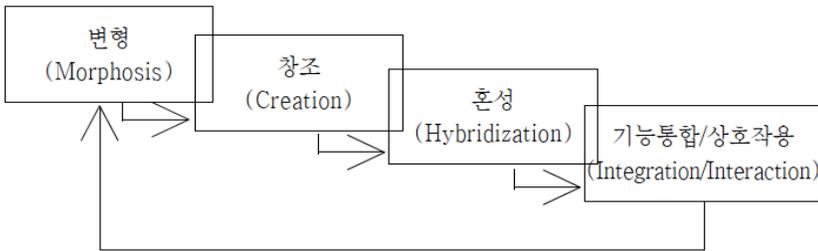
비전처럼 보는 이가 미디어 자체를 보지 못하거나 미디어가 있다는 사실을 느끼지 못하고 미디어가 표상한 대상에 주목하거나 빠져들도록 만드는 표상 양식이다. 반면 하이퍼매개는 비매개와는 달리 매개하고 있는 미디어 그 자체를 드러내거나 복수의 이질적인 화면 또는 공간을 만들어 보는 이가 미디어 자체에 주목하게 만들고 미디어를 환기시키는 표상 양식이다. 예를 들면, 웹의 윈도우창들, 데스크톱 인터페이스, 멀티미디어 프로그램들, 비디오 게임들이 이에 해당한다. 이런 비매개와 하이퍼매개는 어떤 원리이기보다는 문화적 관습에 가까우며, 또 각각의 논리가 배타적이라기보다는 서로 의존적으로 작동한다.

비매개와 하이퍼매개 등으로 다시 재매개되어 새롭게 태어나는 미디어 양식들과 더불어, 콘텐츠 자체에도 변화가 이뤄지고 있다. 미디어로부터 분리되어 새로운 플랫폼이나 단말기에 어떤 방식으로든 적응하는 콘텐츠의 융합 및 변형 현상이 폭발적으로 늘어난다. 그림에서처럼 변형, 창조, 혼성의 융합형 콘텐츠가 증가하고 유통의 중요성이 강화된다. 콘텐츠의 ‘멀티 플랫폼화’가 진행되면서, 다양한 플랫폼, 채널, 분배 방식을 통해 디지털 콘텐츠가 개방화되고 재가공 되어 소비된다.

콘텐츠의 멀티 플랫폼화를 대중화하는 융합형 콘텐츠의 증가는 닷컴이후 경제 모델인 소위 ‘리믹스’(remix) 경제가 근간이 되기 때문이다. ‘리믹스’란 물리적 미디어 형식을 뛰어넘어 다양한 콘텐츠를 뒤섞고 이를 통해 새로운 콘텐츠와 경제 가치를 만들어내는 새로운 경제 논리를 지칭한다(Lessig, 2008). 리믹스의 근간은 정보재가 지닌 공유적 특성들, 비배제적 혹은 비경쟁적, 무한복제, 한계비용 등으로부터 발생하며, 누리꾼들이 형성하는 창작물과 놀이 형식을 새로운 비즈니스의 영역 안에서 어떻게 잘 포획 할 수 있는가가 리믹스 경제의 요체가 된다. 미래에는 이와 같은 리믹스 법칙을 거스르고는 시장 내 생존이 불가능함을 미디어 기업들 스스로도 체득한다. 예를 들어, 2008년 삼성경제연구소의 보고서는 콘텐츠를 이용하는 누리꾼들에 의한 공유 문화를 저작권 등 법적 처벌 보다는 이를 인정하고 그 문화 현실에 조응하는 사업 모델을 개발해야 한다고 적고 있다. 당연하게도, 정보 풍요의 시대에 범용화된 정보는 모두 무료화 될 가능성이 높고, 유료서비스의 경우도 가격하락이

불가피하다고 본다. 그래서 장차 사업 방식은 이용자에게 저가·무료 서비스를 제공하면서도 기업 입장에서는 수입을 보전할 수 있는 차별화된 비즈니스 모델 발굴로 가자고 말한다. 사실상 이는 삼성이 구글이나 애플 등 첨단 미디어 미래 기업들을 모델로 미래 이익의 원천을 간과하고 있음을 드러낸다.

(그림 1-1) 콘텐츠 융합의 과정들



새로운 매체 발생 시 새로운
매체에 맞는 형태로 변형

출처: 방송통신융합추진지원단, 2007.

삼성 보고서에서 드러난 리믹스형 경제의 요체는 무엇보다 더욱 더 아마추어적 정보 생산자/이용자들의 활동에 기반을 두어 이윤의 근거를 삼고 유저들의 자유로운 기운으로부터 자산의 증식력을 확보하는 방식이다. ‘웹/미디어 2.0’, ‘위키노믹스(Wikinomics)’, ‘잡종형 경제(hybrid economy)’, ‘롱 테일(long tail)’ 법칙 등은 바로 이용자들의 행동 패턴, 지식 생산 활동, 네트워킹 과정 등을 관찰하며 생긴 신종 경제 개념들이다. 그 초점은 이용자들의 지식과 지성 능력을 끄집어내 미래 자본 이윤모델의 근거로 삼는 온라인 커뮤니티형(예컨대, 유튜브, 프리커, 페이스북, 블로거, 싸이월드 등) 기업 모델을 개발하는데 있다. ‘닷컴 이후’ 자본주의의 진화는 급속히 이와 같은 리믹스 경제 모델을 개발하는 방향으로 진화하고 있다. 즉, 누리꾼들이 생산하는 지식 생산물들 이용하는 ‘창의 산업(the creative industries)’형 모델로 가고 있다. 결국, 현대 미디어 기업들의 사활은 살아 움직이는 누리꾼들의 문화와 생산물들을 흡수하는데 달려 있다.

2. 컨버전스의 유형과 진화 방향

미디어 기술간 컨버전스의 기원은, 사실상 1979년 MIT ‘미디어 랩’을 만들기 위해 대중 강연을 수행했던 네그로폰테(Nicholas Negroponte)로부터 출발한다. 컨버전스란 말을 설명하기 위해 그는 ‘방송과 영화산업’, ‘컴퓨터산업’, ‘신문과 출판 산업’이 서로 합쳐 뒤섞여 구성되는 새로운 형태의 커뮤니케이션 미디어 산업을 묘사한 적이 있다. 즉, 커뮤니케이션의 멀티미디어 형식 혹은 혼성 미디어 형식으로 ‘컨버전스’란 말을 사용했다.

90년대 중반 이후로 네그로폰테가 미처 주목하지 못했던 인터넷 통신이 부각되기 시작한다. 사실상 이는 아날로그 시대를 거쳐 디지털 이행기에 접어들면서 컨버전스의 의미를 보다 획기적으로 바꾸는데 기여한다. 즉, 오늘날에는 디지털 기술의 발전에 따라 나타나게 된 컨버전스 현상에 대하여 유럽연합(European Commission, 1997)은 ‘서로 다른 네트워크, 플랫폼이 본질적으로 유사한 서비스를 제공하거나, 전화, TV, 컴퓨터와 같은 단말기들이 통합되는 현상’으로 정의하고 있다. 통합의 근거로 인터넷 네트워크가 핵심 기능을 수행하는 것으로 묘사된다. 또한 OECD(2004)의 경우도, 융합을 ‘유사한 종류의 서비스를 다른 종류의 단말기가 받거나 새로운 서비스가 나타나는 현상’으로 규정하고 있다. 네그로폰테의 전통을 이어 받아 새로운 미디어 기술의 발전에 의해 형성된 미디어 기술간 소통과 경계 넘기를 강조하는 용어로 컨버전스란 말을 상용화하는데 틀림없다. 하지만, 네트워크 통신의 개념이 기존의 미디어를 재구성하는데 중심 요소로 언급되고 있다는 점이 크게 다르다고 볼 수 있다.

1) 컨버전스의 영역들

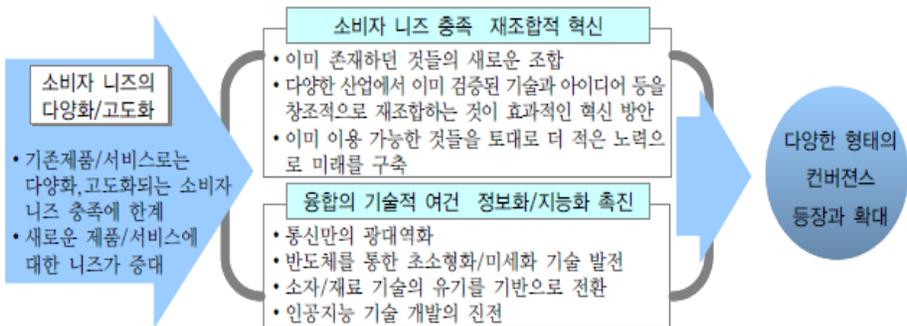
앞서 살펴본 재매개와 리믹스란 개념이 사실상 기술적, 문화적 미디어 간 경계 허물기라 본다면, 컨버전스는 보다 본격적인 매체 간 융합과 결합 현상을 지칭하기 위해 만들어진 개념이다. 즉, 하드웨어적 혹은 기술적으로 미디어 기기간의 결합 특징은 물론이고, 문화, 서비스, 미디어 산업 간의 융합 그리고 정책적 융합 등을 지칭하는 용어로 확대되어 사용된다. 기본적으로 디지털 미디어 융합이 새롭게 성취할 수

있는 기술적 특성은 고품질, 양방향적 정보전달방식, 다기능, 유비쿼터스 등으로 아날로그에서는 구현할 수 없는 새로운 혁신과 변화를 만들어내고 있다.

디지털 융합은 또한 단말기 융합(convergence of terminal), 네트워크 융합(convergence of network), 서비스 융합(convergence of service), 사업자 융합(convergence of business) 등의 영역들로 확장되어 나타난다. 스마트폰 등 단말기 융합은 기기 간 융합을 지칭하는 용어로, 컴퓨터, 텔레컴, 텔레비전의 통합 등은 네트워크 융합의 예들로서 국내 통신사들이 홍보하는 초고속 인터넷, 전화, IPTV 등의 결합 상품 등은 서비스 융합의 예로, 이종의 혹은 동종 미디어 기업 간 병합이나 흡수 등에 의한 시장 형성과 정책 기구 간 통합(방송위원회와 정보통신부의 일부 업무 결합하여 통합된 방송통신위원회) 등은 사업자와 정책 융합의 예라 할 수 있다.

다양한 융합 현상들의 또 다른 차원은 이용자 스스로 문화적 다양성을 극대화시키는 ‘콘텐츠 융합’(convergence of contents) 현실이다. 디지털 융합의 구조적 흐름에 반응하여 이용자 스스로 구성하는 콘텐츠의 미디어 영역과 경계를 넘나드는 활용 방식과 다양성의 문화는 다시 또 디지털 융합에 반작용하며 함께 ‘공진화(coevolution)’한다. 앞서 리믹스의 새로운 경제 모델에서 본 것처럼, 네트워크를 타고 흐르는 이미지, 상징, 음성, 비디오, 언어 텍스트, 게임 등이 합쳐지고 뒤섞여 새로운 문화 콘텐츠들을 끊임없이 생성하고 변환하는 현실을 만들어낸다.

(그림 1-2) 컨버전스의 확대 및 심화 배경



출처: 한국전산원, 2006.

이처럼 다양한 층위에서 발생하는 디지털 융합은 디지털 기술의 발전으로 촉발된 네트워크, 단말기, 콘텐츠 서비스의 융합으로 산업별 발전 경로를 뛰어넘어 서비스 영역, 사회·문화적 활동 영역 그리고 이에 따른 제도적 적용의 경계가 불분명해지면서 확대 재생산된다.

2) 컨버전스 미디어의 진화 방향과 특징

디지털미디어 융합 기술의 상용화가 진전되면서 국내 미디어 시장도 급변하고 있다. 컨버전스의 가장 핵심적 추동력은 ‘방송의 디지털화’이다. 2001년 지상파 디지털 본방송 및 디지털 위성방송 출범에 이은 케이블TV의 디지털 전환 추진으로 방송의 디지털화가 본격 진행되고 있다. 특히 지상파 및 위성 DMB, 데이터방송, HDTV, PVR (personal video recorder), VOD, UCC 등 쌍방향 서비스, 모바일 TV, IPTV, 아이폰(iphone) 등 새로운 디지털 기술 융합형 영상미디어들이 속속 등장하고 있다. 이러한 융합형 서비스의 확산으로 미디어 콘텐츠의 부가가치도 날로 커지고 있다.

디지털 융합은 미디어 가치사슬(value chain)에도 큰 변화를 가져왔다. 변화의 핵심은 ‘수평적’ 구조 또는 관계다. 이전에는 콘텐츠 제작에서 유통에 이르는 일련의 과정이 수직적 상하관계를 형성했다. 프로그램 제작부터 편성 및 서비스 제공과 배급, 그리고 유통에 이르기까지의 전 과정이 수직적으로 통합된 국내 지상파방송의 전통적 ‘수직적 통합구조’가 그 전형적 사례다. 하지만 디지털 융합에 따라 거의 모든 유형의 콘텐츠가 다양한 네트워크를 통해 제공되는 통합 플랫폼 환경에서는 개별 미디어의 수직적 공정보다 서로 다른 미디어 산업의 가치사슬을 구성하는 유사한 공정들 간의 수평적 관계가 더욱 두드러지게 발생한다(김재영, 2007).

전통적 미디어로는 충족시킬 수 없는 이용자들의 욕구(needs)가 다양한 형태로 나타나기 시작 했으며, 또한 미디어 활동의 고도화가 진행되기 시작했다. 융합은 이러한 이용자들의 욕구 충족을 위해 기존 기술의 창조적 재조합과 기술적 여건들이 성숙하면 새로운 서비스를 가능하게 하는 정보화와 지능화를 촉진시키고 있다. 따라서 초기 컨버전스는 주로 IT산업 내 단말기 간 융합이 선도하였으나, 최근에는 미디어 산업, 의료, 유통, 금융, 교육 등이 IT와의 융합을 통해 산업, 문화, 소비 및 라이

프스타일에 있어 새로운 패러다임을 형성하고 있다. 즉 IT산업을 넘어 여타 산업 U-health, T-commerce, U-금융(인터넷, 모바일뱅킹), e-learning, e-book 등으로까지 확대 추세에 있다.

장차 미디어 융합의 기본 원칙들은, 상기의 변화 속에서 다음의 특징들을 가지면서 진화할 것으로 보인다(Fidler, 1999): (1) 공진과 공존, (2) 모포시스(변형), (3) 전파, (4) 생존, (5) 기회와 필요, (6) 적응 지체 등. 먼저, 공진과 공존이라 함은 모든 커뮤니케이션 형태가 복잡한 적응 시스템 안에서 오랜 시간에 걸쳐 여러 가지 모습으로 진화하고 적응해나가는 특성을 지칭한다. 예를 들어, 기술 융합이 문화에 영향을 주기도 하지만 당대 문화나 정책 현실이 융합 기술에 영향을 미치기도 한다. 둘째, 모포시스(변형)는 뉴미디어의 등장이란 그 자체로 자발적이고 독립적으로 나타나지 않고 기존 미디어의 변형을 통해 점진적으로 나타남을 뜻한다. 이는 앞서 지적했던 재매개와 리믹스 개념에서 드러난 특성과 매우 흡사하다. 모포시스는 재매개처럼 새로운 형태가 나타나면 기존의 낡은 형태가 사라지기보다는 함께 진화하거나 적응하는 특성을 설명한다.

〈표 1-1〉 미디어 융합의 기본원칙

용어	의 미
공진과 공존	모든 커뮤니케이션 형태가 복잡한 적응 시스템 안에서 오랜 시간에 걸쳐 여러 가지 모습으로 진화하고 적응해나가는 특성을 지칭.
모포시스	모포시스(변형)는 뉴미디어의 등장이란 그 자체로 자발적이고 독립적으로 나타나지 않고 기존 미디어의 변형을 통해 점진적으로 나타남.
전파	새로이 등장하는 미디어는 주로 기존 미디어 형태의 가장 현저한 특성. 언어라고 하는 커뮤니케이션 코드를 통해 전파되고 확산.
생존	모든 커뮤니케이션 매체의 형태는 미디어 기업도 마찬가지로 변화하는 환경 속에서 생존을 위한 진화와 적응을 강요받음.
기회와 필요	뉴미디어는 기술 하나만의 장점 때문에 크게 선택되지는 않음. 뉴미디어 기술이 발달할 수 있는 사회적, 정치적, 경제적 동인들과 기회가 항상 존재함.
적응 지체	초기수용자들이 새로운 미디어를 활용하는 시기를 지나 대중화까지 걸리는 기간.

출처: Fidler, R., 1999.

셋째, 전파(확장)란 새로이 등장하는 미디어는 주로 기존 미디어 형태의 가장 현저한 특성을 전파한다는 점을 일컫는다. 이 같은 특성은 언어라고 하는 커뮤니케이션 코드를 통해 전파되고 확산된다. 넷째, 생존의 문제는 미디어의 생성과 사활에 있어 중요한 요인이다. 모든 커뮤니케이션 매체의 형태는 미디어 기업도 마찬가지로 변화하는 환경 속에서 생존을 위한 진화와 적응을 강요받는다. 그래서 신문 매체의 소멸을 극복하는 방안으로 ‘아이패드’ 등의 터치스크린 장비들이 인쇄매체의 새로운 인터페이스로 각광받는다. 다섯째, 기회와 필요가 있다. 뉴미디어는 기술 하나만의 장점 때문에 크게 선택되지는 않는다. 뉴미디어 기술이 발달할 수 있는 사회적, 정치적, 경제적 동인들과 기회가 항상 존재한다. 마지막으로, 적응 지체란 ‘초기수용자’들이 새로운 미디어를 활용하는 시기를 지나 대중화까지 걸리는 기간을 지칭한다.

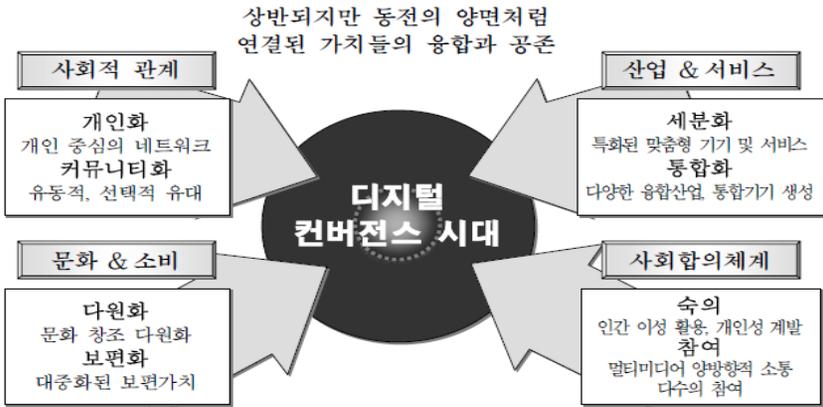
결국, 다양한 미디어들 간의 생성, 소멸, 진화, 변형 과정의 재매개와 리믹스, 그리고 컨버전스에 대한 특징들에 대한 이해 없이는 미래 미디어 이용자들의 문화다양성을 보장하는 전면적이고 실제적인 사회 및 정책적 환경 조성이 어려울 것이다.

제2절 사회·문화 환경 변화

디지털 융합의 기술적 측면과 더불어 미디어 융합과 사회관계의 변화 또한 문화다양성의 중요한 환경이 되고 있다. 융합에 따른 문화소비 구조와 문화가치 창출 방식의 변화는 다양한 문화 활동의 토대라 할 수 있다. 실상, 디지털 융합이 사회·문화적으로 미치는 영향은 사회적 관계, 문화적 활동, 산업 및 서비스, 그리고 사회적 의사결정, 소비자의 능동성 등과 같이 다양한 차원에서 동시에 진행되고 있다.

기술 융합과 문화적 다양성의 영향 관계를 파악한다는 것은, 단순히 미디어 융합을 이제 하나의 IT 트렌드이자 현실 문화적 다양성의 흐름에 영향을 미치는 절대적 환경 변수로 보는 시각을 넘어선다. 오히려 미디어 소비자들과 이용자들이 자유롭게 만들어내는 다양성의 문화들이 역으로 미디어 융합과 재매개 등을 촉매 하는 변수로 작동하기도 한다. 즉, 이용자들의 새로운 문화 패턴과 양식들이 기술진화와 융합의

(그림 1-3) 디지털 융합의 사회·경제적 구조



출처: 황지연, 선지환, 2006.

방향에 다시 영향을 미치기도 한다. 이는 미디어 융합과 이용자의 문화적 다양성이 일방의 관계가 아닌 상호 공존의 관계이자 상생의 관계임을 뜻한다. 황지연·선지환(2006)이 이용한 디지털 컨버전스 시대의 경제적 구조적 변화 틀은 쌍방향의 상생적, 변증법적 상호 영향과 변화들을 잘 설명하고 있다.

1. 사회 관계적 측면: 소셜 미디어의 등장과 소통관계의 변화

사회관계적 측면에서 보자면 개인화와 커뮤니티화가 동시에 진행되며 정보통신 기술의 발달로 개인은 보다 가치 있는 존재로 부각될 수 있는 기회가 주어지고 있다. 웹 2.0은 바로 이와 같은 소셜미디어를 통한 개인과 이들을 엮는 커뮤니티의 가치가 증대하는 시대를 지칭한다. 즉, 미국의 닷컴 붐과 이후에 살아남은 기업들의 공통점을 찾으면서 시작됐지만, 이는 인터넷 혹은 무선 기술 그 자체의 진화로 인한 발전이라기보다는 이를 이용하는 사람들의 질적 변화에서 얻은 표현이다. 즉 블로그 그와 같은 1인형 개방형 저널리즘, 다수의 협업에 의해 만들어지고 영향력을 얻는 위키피디아, 아고라, 디시인사이드 등의 새로운 유형의 개인 커뮤니티형 사이트들,

태그와 트랙백(썬인 글)을 통해 논의의 지점이 어디서 다시 공유되고 재생산되는지 파악하는 방식, 온-오프간 경계가 허물어지는 새로운 소통 양식 등에서 디지털 융합과 웹2.0의 가치가 생성되고 있다.

2. 문화소비 측면: 소비의 글로벌화와 자발적 소비의 문화화

문화소비의 측면에서 보자면, 보편화와 다원화가 중심 키워드로 인터넷 및 사이버 문화 활동 등 네트워크로 연결된 전 세계의 문화 소비성향이 글로벌화 되고 보편화되고 있다. 그리고 디지털 미디어를 통한 커뮤니케이션이 문화 활동 및 트렌드에 가장 중대한 영향력을 갖게 되었다. 예를 들어, 아이폰을 통한 어플리케이션의 구매는 애플 아이튠스(iTunes)를 통해 전 세계 유저들이 접속하여 구매하거나, 프로그램을 개발하여 어디서든 올릴 수 있는 시스템을 구비한다.

소비 방식에 있어서도 이용자들의 능동성이 두드러진다. 즉, 창구(window)의 다양화가 촉진되면서 능동적이고 참여적(participant) 형태의 수요가 증대하여 소비자의 이용패턴을 변화시키고 있다. 즉, 소비자의 매체 이용패턴이 개인형 단말기의 확대와 서비스의 양방향성 확대로 수동적 수용자 개념에서 유료방송사업자와 계약주체로서의 ‘가입자’ 개념이 도입되었고, 방송의 디지털화가 가능해지면서 단순한 서비스 선택자로서의 가입자 개념을 벗어나 데이터방송 등 다양한 서비스를 필요에 따라 편집, 가공할 수 있는 ‘정보 이용자’의 적극적 개념으로까지 발전하고 있다. 이와 함께, ‘프로슈머(prosumer)’ 혹은 ‘생비자’의 개념은 미디어 이용자의 지위를 콘텐츠 생산자의 주체로까지 확대하고 있다.

미디어 이용자들의 생산자 역할을 지칭해, 보통은 ‘아마추어 창작자’ 개념을 쓴다. 이는 대체로 인터넷을 기반으로 자신의 창작을 수행하는 이용자들을 지칭한다. 대중이 이렇듯 아마추어적이거나 작품 생산의 주체가 되가는 정황이 되면서, 이들의 창작이 기존에 저작권에 보호받는 작품들을 샘플링하고 인용하면서 장차 표현의 자유 문제와 관련해 논쟁이 확산될 전망이다.

3. 산업과 서비스 측면: 세분화와 통합화 공존

산업과 서비스 측면에서 관찰하면, 산업 및 서비스 활동의 융합(convergence)과 분화(divergence)가 함께 나타나고 있다. 시장 상황과 관련된 융합의 트렌드는 유무선 네트워크 통합, 전송망 통합, 플랫폼 통합 등의 기술적 융합과 방송·통신 융합, 통신과 문화 콘텐츠 융합 등의 산업적 융합이 이루어지고 있다.

다른 한편으로, 이용자들의 맞춤형 서비스들 소량다품/발주형 콘텐츠의 분화적 소비 형태가 증대한다. 아날로그 시대에 대량생산·대량공급, 불특정 다수를 대상으로 했던 콘텐츠 생산 및 소비 체계는 ‘소량다품종/발주형’, ‘불특정다수/특정대상’, ‘UCC’ 등과 같이 사용자 참여형, 개인 활용형 콘텐츠 형태로 발전하고 있다. ‘긴 꼬리’ 법칙(long tail)으로 말미암아, 바로 이전까지 소외됐고 주목받지 못했던 대부분의 콘텐츠가 네트워크를 통해 주목 받으면서 문화소비의 다양성을 극대화하고 있다.

생산 영역 바깥에서 머물던 소비자들의 문화가 산업과 서비스 가치 사슬의 중심으로 이동한다. 이용자들의 문화적 다양성은 이미 기업의 경영 전략 속에서도 반드시 고려해야할 사항으로 얘기될 정도다. 이용자들의 놀이와 스타일 문화가 기업/서비스 융합을 추구하는 시장 논리와 상호 작용을 일으키면서, 그 자체가 기업들에게는 새로운 이윤 창출 원으로 등장하고(예를 들어, UCC를 이용한 유튜브의 수익 모델을 생각해보라) 이용자들에게는 새로운 문화 흐름과 패턴을 만들어내고 있다.

4. 참여와 사회적 합의: 혹은 파편화의 위험?

디지털 네트워크 기반형 참여와 쌍방향 커뮤니케이션을 통한 사회적 합의가 증대한다. 미디어의 발달로 많은 사람들이 참여 기회를 갖고 쌍방향적 커뮤니케이션 기술을 이용해 논의하고 토론을 하는 등 숙의적 방법을 통해서 사회적 합의를 만들고 의사결정을 이룰 수 있게 되었다.

그러나 미디어 이용자의 파편화, 분중화로 인한 위기의식을 지적하기도 한다. 즉 탈장소성, 이동성, 편재성, 비동시성, 자기편집성 등의 경향이 한편으로 미디어 이용

과 경험 방식의 질적인 변화를 야기하고 있다. 그 중에서도 미디어 이용이 신체화 되는 것, 즉 미디어 수용 방식을 어떤 사회집단의 매개 없이 각 사람들의 개별 신체에 직접적으로 접촉되도록 하는 경향(조동원, 2006)이 참여와 사회적 합의를 약화시킨다는 주장이 제기된다. 융합 기기의 개별적 특성으로 말미암아 이용자들을 과편화해 공통의 정치적 관심사에 대한 합의와 사회적 반응을 후퇴시킨다고 보는 것이다(이효성, 2009).

90년대 접어들면, 오래된 미디어 기기들이 가볍고 소규모로 간편하게 변하면서 대중들은 개인의 취향대로 미디어를 소비하는데 익숙해지기 시작한다. 그래서 모두들 대중의 분중화와 과편화를 거론했다. 텔레비전의 방송뿐만 아니라 다양한 매체와 채널들을 통한 소비가 그리 만든 것이다. 이는 개성과 스타일의 부각이라는 측면에서 긍정의 징후이기도 했지만, 정치적 혹은 사회적 공통 관심사의 축소라는 불편한 미디어 효과를 만들기도 했다. 한편, 최근 등장하고 있는 ‘소파 디바이스’(sofa devices) 등으로 인해, 커뮤니티와 가족의 가치들이 되살아난다는 지적도 있다. 소파 디바이스란, 말 그대로 주로 가족들이 휴식을 취하는 거실 소파를 중심으로 활용되는 미디어 장치를 지칭한다. 애플이 개발한 ‘아이패드’(iPad)는 가족 공용의 소파 장비가 되고 닌텐도 ‘위’(Wii) 비디오 게임 등도 이제 가족이 함께 즐기는 여가 활동의 일부가 되면서 해체됐다고 믿었던 가족들을 다시 거실에 모을 수 있다는 논의도 활성화되고 있다. 물론 이는 가족 유대의 정서적 가치 회복 수준에 머물 뿐, 사회적 합의와 정서 공유의 유대감을 복돋는 효과와는 무관하다고 볼 수 있다.

제 2 장 전통적 미디어 환경에서 문화다양성의 정의와 활동

제 1 절 문화다양성과 방송프로그램 다양성

1. 문화다양성의 개념

현대사회에서 문화다양성은 문화정책이 추구해야 할 주요한 정책이념으로 사용되고 있다. 일반적으로 문화다양성은 다양한 국적과 다양한 장르, 다양한 수준 및 규모와 형식을 아울러 지칭하는 개념으로 풍요로운 문화를 보장하는 개념이다. 하지만 문화정책이념으로서 문화다양성의 개념은 명확하게 정립되어 있지 않고 있어 사용목적에 따라서 그 의미가 다양하게 정의되고 있다. 유네스코(UNESCO)는 문화를 한 사회와 집단의 성격을 나타내는 정신적·물질적·지적, 감성적 특성의 총체이며, 예술이나 문화의 형식을 포함한 생활양식과 인간의 기본권·가치·전통·신앙 등을 포함하는 포괄적 개념으로 정의한다(유네스코한국위원회, 2008).

알브로(Albro, 2005)는 문화다양성의 개념을 주장(Claiming Diversity)과 정당화(Justifying Diversity), 관리(Managing Diversity), 재설정(Relocating Diversity)차원으로 구분하여 문화다양성의 의미를 제시하고 있다. 우선 주장은 다양성이 민족문화를 강조하는 측면과 문화의 자유로운 표현과 이동을 강조하는 측면으로 구분된다. 정당화 차원에서 다양성은 집단과 사회의 다양한 문화표현 방식과 문화적 자유, 인권을 강조하는 보편적 문화적 다양성을 의미한다. 관리차원에서 문화 다양성은 혁신과 창의성, 지속가능한 발전을 추구할 수 있는 수단을 의미한다. 재설정은 다양한 문화 양식이 특정 사회에 유입되고 정착하는 수준을 의미한다. 알브로의 이 분류는 문화다양성의 개념을 특정 문화에 대한 문제와 연계하여 맥락적 요인을 파악할 수 있는 기본적 틀로 활용할 수 있다는 특징이 있다(임학순, 2005). 문화다양성에 대한

개념은 2005년 체결된 ‘유네스코 문화다양성 협약’에 의해 실질적으로 각 국가의 정책에 투영되기 시작하는데, 방송 산업은 서비스업 차원에서 영역이 포함되게 된다.

유네스코 협약 이전에 방송정책에서 문화다양성에 대한 개념은 기본적인 원칙 중 하나로 매스 미디어 시스템과 커뮤니케이션 정책 수립에 기초가 되는 기본적인 평가 원칙으로 적용되어 왔다(Levin, 1971). 이때 다양성은 다원성에 근거한 민주주의의 필수적 요소로 미디어에게 기본적으로 부과된 의무이다. 특히 우리나라에서 방송에서 문화의 다양성은 전파 희소성의 논리에 기초한 전통적 방송 공익성 개념을 반영하면서 수용자들의 선택권을 확대하기 위한 미디어 산업의 전제조건으로 적용된다(홍종배·권상희, 2010). 방송에서 다양성에 대한 논의는 어떻게 다양성을 정의하고 그 구성요인을 분류하는가에 대한 문제에 쟁점이 발생한다. 이 쟁점은 크게 내용적 다양성과 정책적 다양성 확보로 나뉘어 전개된다.

우선 내용적 다양성을 제시한 블룸러(1991)는 프로그램의 질과 범위(range)와 관련하여 프로그램 내용과 유형, 편성, 양식, 자원분배, 수용자의 다양성 및 질적 다양성 등을 방송 다양성의 확보로 제시한다. 한편 맥퀘일(McQuail, 1992)은 방송에서 다양성 개념을 프로그램 유형의 다양화를 피하며 수용자의 선택의 폭을 넓히고 사회적·문화적·경제적 소외층을 수용하는 원칙으로 정의한다. 블룸러와 맥퀘일이 제시한 방송의 다양성 추구를 위한 원칙에는 공통적으로 한 사회 내에서 문화적 차이점을 반영해야 한다는 책무를 부여하고 있다. 이러한 의견은 매스미디어가 사회에서 문화적 차이점을 반영하고(reflect), 각각의 집단들이 스스로 문화적 정체성을 간직하고 의견을 표출하기 위해서 채널에 접근할 수 있어야 하며(access), 더 많은 채널로 수용자의 선택의 폭을 넓혀야 한다(choice)는 방송의 기본적 가치를 준수하도록 요구한다.

두 번째로 정책적 다양성은 미디어 산업의 성과 및 방송규제정책의 목표를 평가할 수 있는 원리를 활용하여 미디어의 다양성을 정의한다. 예를 들면 미국은 수정헌법 1조에 나타난 커뮤니케이션 정책의 여섯 가지 기본 원리인 공익과 지역주의 사상의 시장, 보편적 서비스 및 다양성, 경쟁을 확보하는 방안으로 제시하고 있다(홍

종배 외, 2010). 또한 영국의 미디어 규제 기관인 오프콤(OFCOM)은 방송의 가치를 크게 범위·균형성, 프로그램 질의 다양성 및 사회적 가치 등으로 나누면서 편성의 이념으로 다양성확보를 추진하고 있다(OFCOM, 2004).

〈표 2-1〉 지상파 방송의 다양성 관련 국내외 연구 경향

연구자	주제	연구결과
Dominic & Pearce(1976)	정부규제와 프로그램 다양성	강력규제와 다양성의 정적 상관관계
Owen(1977)	정부규제와 프로그램 다양성	강력규제와 다양성의 정적 상관관계
Mitchell(1978)	정부규제와 프로그램 다양성	강력규제와 다양성의 정적 상관관계
Napoli(1997)	지상파방송 시청자수와 노출다양성	시청자수와 노출다양성간의 정적상관관계
이은미(2001)	경쟁과 지상파방송 프로그램 다양성	경쟁 심화는 프로그램의 다양성을 하락시킴
박소라(2003)	경쟁과 지상파방송 프로그램 다양성	경쟁심화는 주시청시간대의 프로그램 다양성을 하락시킴

출처: 김응숙, 2007.

다양성에 대한 논의는 오랫동안 지역성(Localism)이나 수월성(Quality), 공정경쟁(Fair competition) 등과 더불어 미디어 정책의 주요 목표로 논의되어 왔다(Napoli, 2003). 이 후 반데볼프와 쾰렌버그(Van der Wurff & Van Cuilenburg, 2001)는 다양성의 개념을 개방형 다양성과 반영적 다양성으로 방송 다양성의 개념을 분류하여 새로운 접근 방법을 제시한다. 우선 개방형 다양성(Open diversity)은 기존의 연구에서 많이 사용되었던 개념으로서, 방송은 소비자 욕구와는 상관없는 모든 가능한 모든 다양한 내용을 공급하는 차원으로 역할이 제한된다. 이 다양성 개념에서 방송은 공공의 이익에 부합하고 소수의견이나 소외된 계층에도 혜택이 갈 수 있도록 프로그램을 제공하는데 임무가 부여된다.

박소라(2003)는 이 입장에서 발생하는 쟁점은 누가 어디까지 어떤 프로그램을 방송해야 한다는 점을 결정하는가에 있다고 지적한다. 예를 들어 사람들이 시청하지 않는 프로그램이지만 공익적인 프로그램까지도 방송해야 하는 것인지 그리고 그렇다면 어느 정도까지 방송을 해야 하는지에 대한 기준을 제시하기가 어렵기 때문이다.

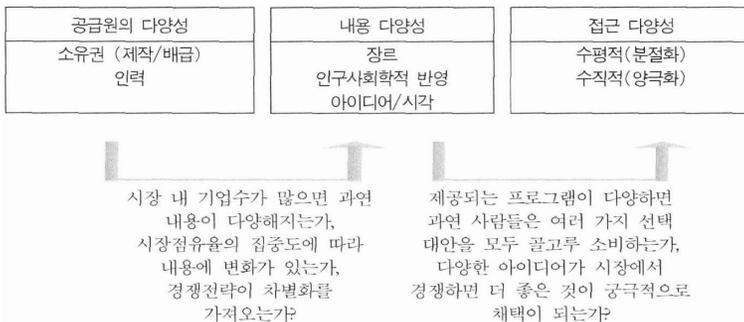
한편, 반영적 다양성(Reflective diversity)은 하나의 수요에 맞춰서 여러 가지 다른 의견과 주제를 방송이 반영하여 제시하는가를 살펴보는 개념이다(Napoli, 2003). 이는 소비자의 기호에 맞춰 주변의 다양한 의견과 주제가 미디어에 잘 반영되고 있는지에 대한 평가가 주된 쟁점으로 논의된다.

2. 나폴리(Napoli)의 미디어다양성 개념

현재 국내 방송의 다양성에 대한 논의는 나폴리(Napoli)의 이론적 논의를 바탕으로 진행되고 있다. 나폴리가 제시하는 미디어다양성 확보 전략은 규제 수단이 정책 목표를 달성하는 데 필요한 도구로 인정받기 위해서 비례의 원칙 관점을 수용하고, 이를 위해 다음과 같은 몇 가지 요건을 충족할 것을 요구한다. 이 요건에는 목적의 정당성과 수단의 최소성, 목적과 수단의 합리적 인과성이 포함되는데, 다양성 확보가 정당한 합목적성을 가지고 있는지를 검토가 필요하다(유의선, 2009).

또한, 나폴리(2001)는 미디어다양성을 확보하기 위해서 공급원의 다양성(source diversity), 내용의 다양성(content diversity), 접근의 다양성(expose diversity) 등의 상위 개념과 이들을 구성하고 있는 하부구성 요소들 간 관계를 살펴봐야 한다고 강조한다. 각 차원들은 ‘공급원의 다양성 → 내용의 다양성 → 접근의 다양성’으로 이어지는 순서로 이어지며, 이는 [그림 2-1]과 같이 개념화 할 수 있다.

[그림 2-1] 프로그램 다양성의 개념과 구조



출처: 박소라, 2003.

1) 공급원의 다양성(source diversity)

공급원의 다양성은 일반적으로 소유권의 다양성과 인력의 다양성을 하부 개념으로 포함하고, 여기서 소유권의 다양성은 내용 소유권과 채널(전국·지역방송)소유권의 다양성으로 구분된다. 공급의 다양성은 소유권의 다양성과 인력의 다양성을 강화함으로써 공급원이 다양하게 참여할 수 있으며, 이는 내용적 측면에서도 다양성을 확보할 수 있다고 전제한다(홍종배 외, 2010). 하지만 정보원의 다양성을 강화하는 정책은 단순히 정보 공급원을 강화한다는 측면에서, 내용 다양성을 추구하기 어려울 때 대안적인 방법으로 활용되기도 한다(Napoli, 2001).

2) 내용의 다양성(content diversity)

내용의 다양성은 장르다양성과 인구사회학적 반영의 다양성, 그리고 의견과 관점의 다양성 등으로 이루어진다. 우선 장르의 다양성은 방송 프로그램의 유형이 얼마나 다양한가를 기준으로 평가된다. 두 번째로 인구의 다양성은 방송 프로그램에 등장하는 인종과 민족, 성(gender) 및 연령, 직업 등의 다양성을 의미하는 개념이며, 마지막으로 의견과 관점의 다양성은 방송 프로그램에 나타나거나 상징되는 사회적, 정치적, 문화적 관점의 다양성을 의미한다(박소라, 2003). 내용의 다양성 중 의견과 관점의 다양성에 대해 나폴리는 내용 다양성이 자유롭게 교환될 수 있는 사상의 시장(market place of idea)으로 설명하고 있다(Napoli, 2001).

3) 접근의 다양성(expose diversity)

접근의 다양성은 프로그램 시청자들이 무료로 접근가능한 중요한 콘텐츠와 다양한 미디어 시스템을 이용할 수 있는가에 따라서 평가된다. 즉 접근의 다양성은 시청자들이 미디어를 이용할 때, 다양한 정보원이 제공한 정보들을 실질적으로 소비하는가를 나타낸다(Napoli, 2001). 나폴리에 따르면 접근의 다양성은 미디어 산업—미디어 정보원의 다양성 측면에서가 아닌, 미디어 수용자 측면—미디어 수용자의 미디어이용 및 소비의 다양성에 초점을 맞추고 있다(홍종배 외, 2010).

정리하자면, 나폴리는 다양성의 세부범주들이 미디어 정책의 수립과 집행의 차원

으로 구분되어 활용되어야 한다고 지적한다. 우선 정보원의 다양성은 얼마나 다양한 제작주체가 참여하는가, 그리고 내용의 다양성은 얼마나 다양한 프로그램과 시각 및 관점들이 제공되는가, 마지막으로 접근의 다양성은 시청자들이 선택 가능한 프로그램의 선택을 얼마나 골고루 선택하여 시청할 수 있는가에 대한 문제에 초점을 맞추고 있다.

〈표 2-2〉 다양성의 다차원적 영역과 특성

영역	기준영역	기준영역	대안영역	대안영역
종류	공급원의 다양성	내용의 다양성	노출의 다양성	문화적 다양성
세부 영역	1. 소유구조의 다양성	1. 프로그램 다양성 (수직적, 수평적, 다양성)	수직적, 수평적, 노출 다양성	1. 다양한 의견이나 상반된 시각에 대한 액세스 보장
	2. 인력 다양성	2. 인구학적 다양성		2. 정치적, 지역적, 프로그램 내적, 외적 다양성
		3. 의견 다양성		3. 의견 다양성
측정 방법	양적측정	양적측정	양적/질적 측정가능	양적/질적 측정가능 질적 측정과 개념에 근접
결정요인	시장 결정적	시장 결정적	시장정책 결정적	정책 결정적

출처: 박주연·전범수, 2007.

한편, 국내에서 제정되고 있는 미디어다양성 확보방안은 주로 편성과 프로그램 제작으로 구현하기 위한 수단을 마련하고 있다(〈표 2-3〉 참조). 특히 미디어 컨버전스 현상이 가속화되는 있는 현 국내 상황에서 지상파 방송의 법적 지위와 역할에 대해 지속적으로 논의가 이뤄지고 있다. 하지만 법적 규제와 평가로서 방송에서 문화다양성이 확보된다고 할 수는 없다. 특히 지상파 방송과 뉴미디어 방송, 컨버전스 미디어 등에 따라서 문화다양성을 추구할 수 있는 방법과 기준이 상이하게 나타남을 간과해서 안 된다. 다음 절에는 미디어 환경 변화를 살펴보면서 미디어 컨버전스 상황에 적합한 문화다양성 범주를 찾아보기로 한다.

〈표 2-3〉 방송 다양성 확보 정책 수단

유형		정책수단	측정수단
공급의 다양성	소유(공급)구조의 다원화	진입규제, 교차소유제한, 점유율 규제	CR, HHI 지수
		외주제작고시비율, 망중립성규제, FinSyn rule	
	방송법 제 69조 2항-시청점유율 제한규정	샤논&위버 지수	
	제작인력의 다양성	제작인력의 다양성 확대 (equal opportunity rule)	뉴스룸(편집인) 다양성 측정
내용 다양성	장르 다양성	편성규제(국내외 제작비율, 보도/교양/오락비율)	내적/외적 다양성(프로그램 램펀포)지수
	인구통계학적 특성	편성규제(PTAR규제, 방송법 제 5조, 제 6조, 제 69조)	
	관점/견해의 다양성	Fairness Doctrine, Personal Attack Rule, 반론권, 선거법에 기초한 여야 후보방송토론회 규칙)	
소비의 다양성	수평적 노출의 다양성	프로그램/채널/매체 액세스 보장	특정시간(전체)/시간대별(개인) 시청(점유)측정
	수직적 노출의 다양성	가격정책, 신규플랫폼 사업자 허가, PP승인	

출처: 유의선, 2009.

제 2 절 미디어 환경 변화와 문화다양성

방송시장과 환경이 복잡한 구조로 형성되기 시작하면서, 복잡성은 다양한 행위자들과 이해관계자들이 참여할 수 있는 다양성이라는 개념으로 변모하기 시작한다. 미디어의 단말기와 서비스 및 네트워크 등이 자유롭게 결합하고 해체할 수 있는 환경이 만들어지면서, 기존의 지상파 중심의 방송환경의 한계를 극복하고 새로운 모델을 제시할 수 있는 계기로 여겨지고 있는 것이다.

일례로 시청자들은 국내 방송시장의 유료화가 시작된 1993년 이 후 다매체·다채널 시대가 도입됨에 따라서 지상파방송에서 제공하는 방송 콘텐츠 이외 다양한 방송 콘텐츠를 소비할 수 있게 되었다. 이는 전국 시청자들의 약 80%인 1,750만 가구가 유료방송을 시청하고 있다는 집계로도 설명이 가능하다(방송통신위원회, 2009). 하지만 흥미로운 사실은 유료방송이 처음에 등장하였을 때 방송사업자의 개념으로

분류되었지만 현재 유료방송은 방송과 통신의 결합으로 나타나는 복수의 의미로 해석되고 있다는 점이다. 그 결과 현재 언급되는 방송의 영역은 기존 방송 산업 행위자에서 확장된 망(network)의 개념까지 포함한 새로운 이해관계자들이 등장하게 되었다. 이제 미디어 컨버전스는 기존의 방송이나 통신, 신문 및 인터넷 등과 같이 하나의 특정한 미디어분야를 지칭할 수 없는 현상으로 여겨지고 있다.

하지만 미디어 컨버전스가 진행됨에 따라서 미디어 수용자에 대해 전달하는 메시지의 내용들이 콘텐츠라는 이름으로 통일되고 있는 특징이 나타난다. 이에 하나의 미디어(플랫폼)를 활용하여 다양한 메시지(콘텐츠)를 전달할 수 있게 되었으며, 방송시장은 미디어 사업자(platform)와 메시지 사업자(contents)로 분류하기 시작한다. 이 중 미디어 컨버전스 상황에서 중요하게 부각될 사안은 다양성과 공정성, 균형 등 문화의 규범적 가치를 어떻게 보존하고 장려할 것인가에 대한 문제는 새로운 미디어 환경에서도 지속적으로 주요한 문제로 다뤄지게 된다(박주연·박소라, 2005). 이에 본 장에서 미디어 환경이 가지고 있는 사회적 역할과 미디어 컨버전스 상황에서 논의되어야 할 미디어다양성에 대한 논의를 살펴보기로 한다.

1. 아날로그 방송 환경의 문화다양성

아날로그 방송환경에서 지상파 방송의 사회적 책무는 전파의 희소성이라는 국민 재원을 활용한다는 점에서 규정되었다. 이에 방송의 공공성 개념으로 취합되는 아날로그 방송환경의 중요한 쟁점은 단연 ‘공익’을 어떻게 규정할 것인가에 대한 문제였다. 우리나라 방송환경은 미국과 영국·일본으로 대표되는 상업방송 모델과 공영방송 모델이 혼합되어 나타나고 있기 때문에 공익에 대한 논의는 쟁점으로 부각되고 있었다. 아날로그 방송환경의 문화다양성 구현은 크게 공공성 논의와 더불어 편성과 방송사의 법적위치 제한, 채널 다양성 확보 등의 세 흐름으로 나누어 살펴볼 수 있다.

우선 방송의 원칙으로 공공서비스에 대한 입장을 살펴보면, 전통적으로 전파는 희소 자원으로 여겨져 왔으나 그 수요가 높지 않아 자원으로서는 가치를 높게 평가되

지 않았다(최영목, 1997). 하지만 방송 역시 하나의 산업으로 입지를 차지하게 되자 주파수에 대한 사회적 가치는 증가하게 된다. 이에 국내에서 방송이 공공 서비스로서 논의되기 시작하고, 전파의 희소성과 자원의 사회적 영향력을 기준으로 방송 프로그램의 문화다양성 구현의 요구가 생겨나게 된다. 이에 방송은 프로그램 편성 규제와 방송국의 법적지위를 통해 방송국의 프로그램 주제의 다양성을 구현하고자 시도한다.

방송의 편성규제는 방송에서 시민참여 프로그램이나 보도/시사 프로그램의 편성을 보호하여 다양한 시청자들에게 프로그램을 제공하고자 만들어진 개념이다. 또한 방송사들은 공공재인 주파수를 사용하기 때문에, 정기적으로 주파수 운용에 대한 감사를 통해 방송사의 주파수 재사용에 승인을 받게 된다. 하지만 한정된 자원과 시장진입의 어려움으로 방송사 채널의 다양성은 확보가 불가능한 상황이었다. 전통적인 지상파 방송의 특성은 다음과 같이 정리할 수 있다.

〈표 2-4〉 지상파 방송의 특성

	소유권	운영재원	방송지역	방송대상	매체내 채널간 관계	편성 특성	편성내용
지상파	공영, 상업	시청료, 광고료	전국	전 국민	경쟁	종합편성	보도, 교양, 오락

아날로그 방송에서 방송의 공공성 원칙이나 편성과 방송국의 법적지위 제한으로 아날로그 방송 프로그램 다양성이 공급의 다양성이나 내용의 다양성 등의 형식적으로 준수될 수 있었다는 장점은 존재한다. 하지만 방송의 다양성을 평가할 때 기준이 되는 소비의 다양성 측면은 고려되지 않았다는 한계가 있다.

2. 미디어 컨버전스 환경에 따른 지상파 방송개념 변화

전통적인 방송의 역할이 방송의 공익이라는 측면과 주파수 할당에 대한 문제로 이어졌다면 최근 진행되고 있는 공익에 대한 논의는 주파수가 희소자원이어서 가치를

상실하고 있다는 점에 초점을 맞추어 진행되고 있다. 즉 현재 진행되는 방송에 대한 논의는 공익기준으로 불리는 아날로그 방송의 편성이나 프로그램 제작의 규제가 미디어 컨버전스 상황에서 적합한가에 대해 초점이 맞춰져 있다. 또한 신자유주의가 확산되면서 나타나는 시장논리 기반의 산업론적 관점이 힘을 얻게 되면서 방송의 공익성에 대한 문제는 방송의 위치 재정립이라는 논으로 이어지게 된다(〈표 2-4〉참조).

〈표 2-5〉 전파정책의 변화

구분	~1990년대 초	1990년대 초~2000말	2000년 이후~
핵심 논리	전파의 희소성에 근거한 공익론	시장 논리에 따른 산업론	기술 발전에 따른 공유모형
전파이용 환경	공급이 충분함 경제적 가치·희소성 적용	수요가 급증함 가치 및 희소성 급증	전파자원이 부족함 가치 및 희소성 확대
전파관리 이슈	혼선 및 간섭방지 (기술·이용조건 규정)	혼선 및 간섭방지+ 공정한 배분 및 경제적 가치 환수	혼선 및 간섭방지+배분 및 경제적 가치 환수+ 신규 전파자원 확보이용+ 효율의 극대화
핵심원리	규제기관 중심 관리	규제기관 중심 관리+ 시장원리 도입	규제기관 중심 관리+ 시장원리 도입+공유모형

출처: KISDI, 2006.

방송의 보편적 서비스 개념은 미국에서 처음으로 1934년 통신법(Communication Act of 1934)을 통해서 법제화되었다. 미국의 통신법 제 1조는 ‘모든 미국인에게 가능한 신속하고도 효율적인 유·무선 서비스를 충분한 설비와 합리적인 요금으로 제공해야 한다’라고 명시되어 있다. 이 후 1996년 개정된 통신법에서 보편적 서비스를 ‘국민 누구나 언제 어디서나 적절한 가격에 제공받을 수 있는 기본적인 정보통신 서비스’로 규정하여 보편적 서비스의 개념을 체계화한다(고창렬, 2006).

이에 국내에서도 전통적인 방송의 공익성에 대한 재규정 필요성이 필요하다는 의견들이 등장하여, 디지털 환경과 미디어 컨버전스 상황에 대응할 것을 요구하고 있다. 미디어 컨버전스가 진행되면서 나타나는 방송환경 변화의 특징은 채널의 증가

와 그에 따른 새로운 방송 수용자의 유입, 전통적인 공영방송 영역에 대한 상업방송의 침식과 수용자 및 광고수입에 따른 경쟁상황 조성, 방송정책 및 통제의 변화, 초국적 방송에 의한 국가 문화 및 경제적 주권 변화, 다국적 미디어 기업과 네트워크에 의한 전통문화 정체성의 위협 등으로 정리할 수 있다(Kenneth & Humphreys, 1988). 이러한 변화에 따라 국내 지상파 방송의 디지털화와 미디어 컨버전스는 새로운 유희 주파수를 확보할 수 있는 계기가 되었으며, 미디어 구조 역시 변화한다.

〈표 2-6〉 보편적 서비스와 공공 서비스 비교

	보편적 서비스	공공서비스
목적	상업적 이해 속의 기본적 서비스 구현	공익을 우선하는 평등한 서비스 제공
정책적 초점	형식적 불평등 해소 (균일한 접근 기회)	실질적 불평등 해소 (서비스의 평등한 향유)
수단	간접적, 우회적 개입 (가격과 비용보조, 법적 의무화)	직접적 개입 (국가정책, 국영기업, 소유 및 법적 규제)

출처: 박원준, 2010.

앞서 살펴보았던 것처럼 미디어 컨버전스는 기존 아날로그 방식과는 다르게 프로그램의 내용과 형식, 그리고 수용방식의 변화를 가져왔다. 비록 국내 지상파 방송의 원칙에 대한 변화가 요구되는 상황이지만, 방송이 가지고 있는 사회적 역할을 감안할 때, 오히려 문화다양성을 추진할 수 있는 계기로 작용할 수 있다.

이러한 방송환경에서 지상파 방송이 추구해야 할 방송의 이념과 방향성에 대한 논의가 더욱 중요하게 된다. 특히 세분화된 전문채널로 시청자들에게 다가가는 뉴미디어·컨버전스 미디어의 상황을 고려해볼 때, 미디어다양성의 개념을 재정립할 필요가 있다. 나아가 문화다양성에 대한 개념을 정립하고 추구할 가치를 논의되어야 한다. 그리고 이 가치에 대한 논의는 공공서비스를 지향하는 지상파의 개념에 국한될 것이 아니라 융합 미디어 환경과 부합하는 보편적 서비스인 유료 방송시장과 상생방안을 모색해야 한다.

3. 스마트 미디어의 등장과 사회 영향 증가

미디어 컨버전스 현상이 가속화됨에 따라서 변화를 맞이한 미디어들의 공통적인 속성은 네트워크를 지향하게 되었다는 점이다. 이러한 현상은 선택적으로 네트워크를 사용했었던 휴대전화에도 영향을 미치게 된다. 애플(Apple)의 아이폰과 구글(Google)의 안드로이드 OS 탑재 휴대전화들이 확산됨에 따라서 이제 기존의 고정된 컴퓨터를 통해서 정보를 접하던 제약들이 극복되기 시작한다. 특히 네트워크가 가진 개방과 공유, 참여 등의 속성은 기존의 제약적 네트워크를 벗어남에 따라서 새로운 영역으로 사람들을 이끌기 시작했다.

2010년 상반기 불과 몇 만 명에 불과했던 스마트폰 이용자들이 2010년 말(추산) 700만 명을 넘어설 것이라는 현재의 기사들은 단순히 새로운 유형의 휴대전화 등장했다는데 의미가 국한되지 않는다. 왜냐하면 스마트폰은 기존 미디어를 기능적으로 보완하거나 대체하는 수준에서 멈추는 것이 아니라 컨버전스 미디어의 특성, 즉 기존의 미디어가 가지고 있었던 특성들을 새롭게 재창조하는 활동으로 이어지고 있기 때문이다.

스마트폰은 GPOS(General Purpose OS)라는 범용 OS를 탑재한 휴대전화로서, 컴퓨터를 이용할 때와 유사하게 다양한 프로그램인 어플리케이션을 설치하고 사용할 수 있는 단말기를 말한다. 스마트폰이라는 단어는 1992년 IMB이 이동전화에 휴대 정보 단말기를 부착하면서 처음 사용하게 되었고, 1996년 노키아가 WIFI와 카메라 등을 휴대전화에 추가한 모델을 선보였으며, 2000년 이후 포켓PC나 PDA가 휴대전화 기능과 합쳐지면서 스마트폰으로 진화하게 되었다. 현재 통용되고 있는 스마트폰의 개념은 2006년 출시된 애플의 iPhone이 성공함에 따라서 휴대전화 기능 외에 네트워크와 어플리케이션의 을 활용할 수 있는 단말기로 정의되고 있다(김윤지, 2010). 스마트폰의 확장은 휴대전화 사업자들의 지각변동을 초래하는 요인으로 여겨지고 있다. 왜냐하면 경쟁의 핵심이 하드웨어에서 소프트웨어로 변화했으며, 모바일용 소프트웨어가 새로운 시장으로 각광받기 시작했기 때문이다. 스마트폰에서 사용되는 소프트웨어는 어플리케이션으로 지칭되는데, 이는 기존 피쳐폰과 스마트

폰과 차이를 가장 부각시키는 요소이기도 하다.

현재 논의되고 있는 스마트폰의 가장 큰 특성은 ‘개방성’과 ‘확장성’이며, 이를 기반으로 소비자들에게 새로운 편의성을 제공하는 서비스 업자를 중심으로 시장이 재편되고 있다. 기능적으로만 본다면 고급 피쳐폰과 스마트폰은 차이가 없다. 고화질 해상도나 WIFI의 사용, MP3·카메라와 같은 기능들은 이미 피쳐폰에서 지원되었던 기능이기 때문이다. 하지만 스마트폰은 GPOS를 개방형 OS를 탑재함으로써 다양한 어플리케이션을 설치할 수 있는 차이점을 가지고 있다. 기존 피쳐폰의 경우, GPOS가 아닌 실시간 운영체제인 RTOS(Real Time Operating System)을 지원함에 따라서 어플리케이션에 대한 설치나 이용이 불가능했기 때문이다.

반면 스마트폰은 각 단말기의 OS표준만 맞추면 누구나 스마트폰에서 이용할 수 있는 어플리케이션을 만들거나 구매할 수 있는 ‘개방성’과 이용자들이 원하는 대로 이용할 수 있는 ‘확장성’을 가지고 있다. 그리고 이 특성으로 인해 어플리케이션이라는 새로운 개념이 부각되기 시작했으며, 이를 판매하고 구매할 수 있는 중간단계인 어플리케이션 마켓이 새로운 산업으로 부각되기 시작한다. 이제 휴대전화의 영역, 통화와 메시징으로 국한되었던 범주가 이제 다양한 어플리케이션을 통해서 이용자들의 특성을 반영할 수 있는 새로운 미디어로 등장하게 된 것이다. 이러한 스마트폰의 특성을 바탕으로 미디어 다양성의 개념 확장의 요소를 추출할 수 있다. 그리고 이는 다양한 이용자들이 활용할 수 있는 어플리케이션의 제공과 접근이 용이한 플랫폼의 개발 등과 같은 요소들로 압축하여 살펴볼 필요가 있다.

점차적으로 스마트폰이나 태블릿 PC등과 같은 스마트 미디어들이 확산됨에 따라서 모바일 어플리케이션 시장은 앞으로 지속적인 성장을 가져올 것으로 여러 기관들이나 시장 분석가들이 예측하고 있다. 이러한 변화는 앞으로 휴대전화 시장에 새로운 국면을 맞이할 수밖에 없다는 전망이기도 하다. 왜냐하면 향후 새로운 스마트폰, 즉 하드웨어는 디자인이나 기능적인 차이에서 크게 차이가 있지 않을 것이므로, 결국 스마트폰 시장에서 점유나 이용자를 이끌 수 있는 전략은 스마트폰을 이용한 어플리케이션 마켓의 콘텐츠밖에 없을 것이기 때문이다.

우선 현재 국내에서 SKT와 KT, U+ 및 삼성전자 등 대기업들이 적극적으로 통합적인 앱스토어 구축에 적극적인 관심을 갖고 콘텐츠 개방과 공유를 통한 새로운 가치 발굴에 대한 관심을 적극적으로 보이고 있다. 스마트폰과 어플리케이션에 대한 이러한 지원들은 다소 늦은 감은 있지만, 이를 시작으로 국내 어플리케이션 시장에 커다란 지각변동이 일어날 것으로 기대하며, 동시에 이용자들에게 다양한 서비스를 제공할 수 있을 것으로 예상할 수 있다. 스마트폰은 개발자들과 이용자들이 상호 접촉할 수 있는 기회를 더욱 촉진시키며, 누구나 창의적인 콘텐츠 개발자로서 사업에 진출할 수 있는 가능성을 열어놓고 있다. 이는 미디어와 사용자 사이의 새로운 관계를 만들어 내고 있음을 의미하며, 미디어를 통한 문화 활동의 새로운 양식을 가능하게 하고 있다.

4. 미디어 컨버전스 현상에 따른 문화다양성 개념 재규정의 필요성

1) 방송환경에서 미디어 다양성 재규정의 필요성

디지털 멀티미디어 기술은 미디어 환경 변화 뿐 만 아니라 미디어 간의 경쟁관계와 미디어 수용자들의 이용 행위에 영향을 주면서 기존에 존재하던 방송의 다양성에 대한 논의를 확장시키게 되었다. 왜냐하면 기존의 방송시장은 ‘메시지를 생산하고 전달’하는 총체적 기업에게 위탁된 범주였지만, 이제 ‘메시지를 생산’하는 콘텐츠 사업자와 ‘전달’하는 플랫폼 사업자가 분리되기 시작했기 때문이다. 또한 기존의 방송이 무료 미디어에 기반을 두어 공익성을 중심적 가치로 추구했던 미디어다양성의 개념에서 유료 미디어를 이용하는 미디어 수용자의 개념으로 공익성과 다양성의 원칙이 변화하고 있기 때문이기도 하다(박주연, 전범수, 2007). 하지만 미디어 환경이 변화했다고 해서 반드시 다양성을 증가시키는 것은 아니다(임성원·구세희·연보영, 2007). 나폴리(2001)가 분류했던 것처럼 미디어다양성은 여러 영역으로 구분되어 있지만, 각 부분의 측정은 개념을 어떻게 규정하는가에 따라서 그 영향이 상이하게 나타나기 때문이다.

〈표 2-7〉 미디어 플랫폼 수가 다양성에 미치는 영향에 대한 선행연구

정적 영향 연구		부적 영향 연구	
저자(연도)	주제	저자(연도)	주제
Greenberg & Barnet (1971), Chan-Olmsted (1996)	채널수와 프로그램 다양성	Atwater(1984)	방송국 수와 기사별 할당 시간
Dominick & Pearce (1976), Litman(1979), Wakshlag & Adams (1985)	경쟁과 프로그램 다양성	Grant(1994), Noll, Peck & McGowan(1973)	채널 수 증가와 프로그램 다양성
Bae(1999)	뉴스 채널 증가와 뉴스내용 차별화	Li & Chiang(2001), Lin(1995)	경쟁과 프로그램 다양성
Li(1999)	경쟁과 수직적 다양성	Lacy(1998)	타매체간 경쟁과 신문 내용
Powers et al.(1994)	경쟁과 뉴스 내용 다양성	Einstein(2002)	시기별 소스 다양성과 내용 다양성
Everett & Everett(1989), Lacy(1987, 1998, 1999), Roger & Woodbury (1996), Rothenbuhler & Dimmick(1982)	음반, 라디오, 신문 등 다른 미디어 산업에서 경쟁 증가와 다양성	Levin(1971)	공익교육 TV프로그램 경쟁 및 상업TV 경쟁과 다양성 지수
박소라(2003)	경쟁과 다양성	안정입(1992)	새로운 채널의 등장과 프로그램 유형과 내용의 중복 편성
이은미(2001), 이준호(1998)	경쟁과 다양성 변화	한진만(1995)	채널 내 다양성과 채널 간 중복편성

출처: 홍종배 · 권상희, 2010.

이렇게 연구의 결론들이 다르게 보고되지만 미디어 컨버전스 현상이 확산됨에 따라서 미디어 환경에서 다양성을 확보할 수 있을 것이라는 기대는 증대되고 있다. 그 이유는 미디어에 대한 경제적 · 사회적 가치를 어떻게 규정하는가에 따라서 다르게 나타나는 것이기도 하지만 문화를 형성하는 주체의 역할과 위상에 따라서 다르기 때문이기도 하다.

이를 설명할 수 있는 계기로서 우선 뉴미디어가 등장하고 나타난 미디어의 새로운 기능인 상호작용성이나 참여, 공유 및 개방을 통해서 정보의 생산과 취득이 자유롭게 형성될 수 있다는 사회적 현상을 들 수 있다. 이는 나폴리의 분류대로 공급자의 다양성, 내용의 다양성을 보장하는 현상으로 규정할 수 있다. 또한, 사회적으로 미디어 이용자들이 미디어 컨버전스 상황을 자신의 생활환경에 적극적으로 이용하고 있는 추세도 이를 설명할 수 있는 근거로 제시할 수 있다. 마지막으로 디지털 멀티미디어 환경에서 미디어를 소유하고 있는 주체의 활동 제약이 상대적으로 약하다는 근거를 들 수 있다. 이러한 현상들을 바탕으로 미디어 컨버전스 현상은 소셜 네트워크를 통한 소통형식의 등장과 국제적인 문화 소비 및 사회참여까지 이어지게 된다. 그리고 이 현상은 미디어 컨버전스가 진행되는 과정에서 그 영역이 확대될 수 있을 것이며 이를 보장하기 위해 미디어와 문화다양성, 그리고 미디어다양성을 측정하기 위한 기존의 틀들의 보완이 필요하다.

정책적으로 문화다양성을 추구하기 위해서는 현재 방송 환경이나 뉴미디어 환경에서 보장하고 있는 문화다양성의 범주와 한계들을 검토하는 작업이 필요하다. 또한 각각의 미디어들이 가지고 있는 특성들을 바탕으로 미디어 컨버전스 상황에서 나타나는 방송영역의 쟁점을 해소할 필요가 있다. 특히 뉴미디어 환경이 등장함에 따라서 더욱 강조되고 있는 방송의 공익적 역할과 상업적 역할을 어떻게 적절히 활용할 것인가를 결정해야 한다.

다양한 변인들과 상황들을 고려해야 함에도 불구하고 준수해야 할 쟁점이 있음을 간과해서는 안 된다. 우선 미디어 컨버전스 상황에서 문화적 다양성 확대를 추구해야 한다. 여기서 다양성은 문화를 어떻게 규정하는지에 따라서 결정되지만 다양성의 전달과 공유가 계몽적이거나 당위적인 시각으로 표현되어서는 안 된다. 자율적이고 능동적인 다양성을 확대하여 다수의 문화적 취향 속에서 소수의 문화적 취향을 배려하는 것이 아닌 시청자들의 새로운 문화적 취향을 형성할 수 있는 계기를 마련하는 것이 방송의 역할일 것이다.

선행연구들에서 나타나는 쟁점들은 미디어의 다양성과 문화다양성을 어떻게 확보할 것인가에 대한 문제를 국내에 적합한가에 대한 부분들이 부각되지 못하고 있는 점이다. 한국에서 방송이 공공서비스로 시작된 근거나 문화적 특성, 그리고 방송 산업의 특성을 고려해보면 다음과 같은 쟁점들을 검토할 필요가 있다. 우선 컨버전스 상황에서 다양성을 측정하기 위한 지수가 과연 무엇을 위한 것인지, 그리고 그 철학적·역사적 명분이 국내에 적합한 것인가를 고려해야 한다. 두 번째로 다양성 지수 측정을 위해 국내 방송 산업의 특성과 이 특성이 미디어 컨버전스 현상에 의해 어떻게 변화하였는가를 고려해서 이해할 필요가 있다. 마지막으로 다양성 지수 개발을 위한 변인들을 해석하는 과정은 수치화된 양적 분석뿐만 아니라 부득이하게 간과된 접근을 보완이나 개선책으로 활용될 필요가 있다(유의선, 2009). 왜냐하면 다양성을 양적인 측면에서 분석하면, 선택할 수 있는 프로그램의 수가 다양성의 잣대로 적용되지만 액세스나 내용의 차이는 발견할 수 없기 때문이다. 또한 새로운 컨버전스 미디어가 개별 수용자 차원에서 미디어를 활용하는 것이 아니라 참여와 공유라는 측면을 다양성 개념과 접목시킬 수 있는 틀을 규정할 필요가 있다.

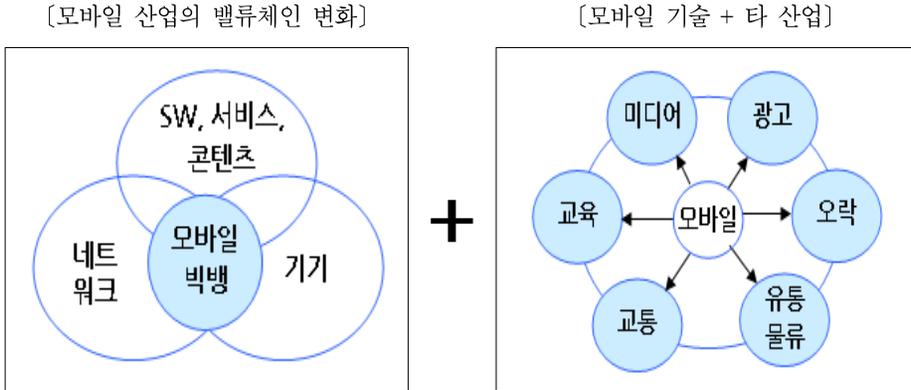
2) 스마트 미디어 등장에 따른 미디어 다양성 재규정의 필요성

앞서 살펴본 바와 같이 현재 스마트폰을 포함한 스마트 미디어의 등장은 앞으로 미디어 환경에서 주류적 움직임으로 나타날 것으로 예상된다. 이 과정에서 점차 부각되는 요소들은 새로운 미디어에 접근할 수 있는가에 대한 여부와 이를 자유롭게 활용할 수 있는 소프트웨어의 다양한 보급으로 논점이 정리된다. 하지만 현재 진행되고 있는 스마트 미디어 산업의 가치사슬은 사업영역이 모호하고, 정책적 방안 및 성장목표가 불투명해, 대형 글로벌 업체들이 네트워크를 제외한 단말기와 플랫폼, 및 서비스 등의 사업 영역을 모두 제공하고 있다. 그리고 이용자들은 이들이 제공하는 콘텐츠 및 어플리케이션 시장을 사용할 수밖에 없는 구조를 형성하고 있다.

하지만 (그림 2-2)에서 설명되는 것처럼 스마트 미디어가 가진 특성, 즉 모바일에 대한 특성은 다양한 영역으로 확장되어 사회적으로 강력한 영향력을 가질 수 있

기 때문에 이에 대한 가치를 정립하지 않는 한 다양성이라는 가치를 형성하는데 무리가 있다.

〔그림 2-2〕 모바일 산업의 변화 양상



현재까지 스마트 미디어를 통해 다양성의 가치를 정립하는 시각을 제시하는 연구들이 전무한 상태이다. 이는 국내에서 스마트 미디어가 급격히 부상한 이유도 있지만 변화하는 추세에 초점을 맞추지 못한 결과이기도 하다. 이에 본 연구는 스마트 미디어에서 다양성 구축을 위한 정책 방안을 모색하기 위해 기존의 다양성 척도를 바탕으로 연구를 진행하였다. 물론 기존의 문화다양성 개념이 텔레비전에 국한된 영역으로 규정되었다는 점에서 두 미디어를 접목시키는 것에 대한 타당성이 문제시될 수 있다. 하지만 스마트 미디어가 지향하는 컨버전스 상황은 기존의 하드웨어적 관점에 국한된 것이 아니라 소프트웨어, 즉 어플리케이션에 대한 내용을 포함하고 있으므로, 적합성을 제시할 수 있을 것이라 판단한다.

제 3 장 국가별 문화다양성 적용 사례

제 1 절 유럽 및 프랑스 사례

1. 유럽과 프랑스의 문화다양성 인식과 제도화

유네스코의 ‘문화적 표현의 다양성 보호와 증진 협약’은 2001년 채택한 ‘세계문화 다양성선언’을 기초로 하여 문화적 재화의 독특한 성격을 인정해 문화상품을 자유 무역 대상에서 제외하기 위한 협약이다. 유네스코는 2002년에는 5월 21일을 ‘세계 문화다양성의 날’을 선포하고, 2005년 10월 제33차 유네스코 총회 본회의에서 이 협약을 채택 하여 2007년 3월 18일 공식 발효시켰다. 이 협약은 각국의 문화정책에 대한 자주권을 보장하고, 문화교류 과정에서의 분쟁의 해결 방향, 문화 약소국에 대한 지원을 명시하고 있다.

이 협약이 제시하고 있는 문화다양성의 본질은 ① 인류 고유의 중대한 특성이라는 점, ②인류 공동 유산이며 모든 이들의 이익을 위해 보존돼야 한다는 점, ③ 선택 범위 확장, 인간의 능력과 가치를 육성해주는 다양한 세계의 창조, 이를 통한 공동체, 민족, 국가의 지속가능한 발전의 원천을 이룬다는 점, ④ 문화는 민주주의, 관용, 사회정의, 사람 및 문화 간의 상호 존중의 틀 안에서 번성되는 것이라는 점 등이다. 따라서 문화를 산업적 범주와 경제적 가치라는 관점에서만 볼 수 없는 이유가 문화 자체에 내재해있는 본질에 있음을 강조하고 있다.

문화는 시간과 공간을 가로지르면서 다양한 양식으로 외연화 되어왔다. 이러한 문화의 다양성은 인간 공동체 및 각 사회의 정체성을 만들고, 각기 독특한 문화적 표현과 다원적 문화 활동에 의해서 구현된다. 이 협약은 유무형의 지식체계 및 문화 활동 양식은 풍요한 인류를 위한 공통의 원천이며, 따라서 소멸이나 심각한 훼손의 가능성으로 인해 문화적 표현이 위협 받는 곳에서 문화 콘텐츠를 포함한 문화적 표

현의 다양성을 보호하기 위한 조치 필요하다는 인식을 재고하고 문화다양성이 생각의 자유로운 유통으로 강화되고 문화 간 지속적인 교류와 상호작용을 통해 육성된다는 목적을 제시하고 있다.

결국, 문화다양성은 국제법적 차원에서 법률적 효력을 갖는 문화 정책의 사안으로 정서와 정체성, 가치를 담고 있는 문화 서비스 및 생산물로서 특별성을 부여 받고 있다.¹⁾ 문화다양성은 국가들이 자유로이 문화 정책을 채택하고 국제교역으로부터 독립적일 때 발전한다. 따라서 문화에 대한 국가 주권의 재인식, 문화 상품 및 서비스의 특수한 가치 인정 그리고 국제적 문화 협력과 협업이 문화다양성을 확대하는 핵심적 정책 사안이 되고 있다.

디지털 미디어가 전 가정에 보급되고 하루 3시간 이상 TV를 시청하는 상황에서 미디어는 이제 단순한 기술 산업이나 경제적 논리 속에서만 인식될 수 없는 것이 되었다. 미디어는 각 사회, 문화, 정치적 가치를 급속히 전파하고, 프랑스 혹은 유럽에 거주하는 모든 시민의 의식적 교류와 통합을 위한 중요한 부분이 되었다. 문화 콘텐츠 정책은 디지털 기술의 발전에 좌우되기 보다는 유럽 문화와 정신의 고유성과 정체성을 보존 한다는 차원에서 추진된다. 디지털 융합 환경에서 문화다양성을 프랑스와 유럽의 정책 방향을 보면, 무엇보다 영상 콘텐츠 및 정보 서비스에 대한 객관적이고 투명한 규제 시스템을 통해 적합한 체제를 마련할 것, 둘째로 네트워크 송출과 콘텐츠의 규제를 분리하여 운영함으로써 문화적 생산물 및 시청각 콘텐츠 활동을 네트워크 활동과 구분 할 것 그리고 마지막으로 보편이익을 보호하기 위한 조치로 다양한 문화 및 언어활동을 보장하고 미성년, 소비자 및 콘텐츠 활동을 적정하게 규제할 것 등이 있다.

이러한 기본 방향은 방송통신 융합 환경에서도 지속되고 있으며, 문화 활동과 문화 콘텐츠의 특수성을 반영한 정책적 노력이라 할 수 있다. 이 정책 방향은 디지털 시대에 있어서 방송의 문화 콘텐츠를 보호하고, 미국 중심의 신자유주의 산업 논리

1) Laura Anghel, La convention sur la diversité des expressions culturelles: Etat des lieux.

의 영향력으로 부터 벗어나 국가가 정책적 주체로 자리 잡기 위한 조치가 되었다. 프랑스의 2006년 3월 31일 개정된 커뮤니케이션 자유법(제 43-11조)은 프랑스 방송이 국가 공동체적 차원에서 역할을 제시하였다. ① 다양성, 다원성의 원칙 그리고 양질의 혁신적이며 인간 기본권과 헌법적 민주주의의 원칙을 존중하면서 모든 프로그램과 서비스를 공중에게 제공한다. ② 아날로그 및 디지털 형태로 다양한 정보, 문화, 지식, 오락 및 스포츠 프로그램을 제공한다. ③ 민주적 토론, 서로 다른 사회적 활동 영역 및 시민활동의 교류를 존중한다. ④ 프랑스어의 발전과 문화 및 언어 유산을 가치화 하는데 기여한다. ⑤ 사회적 화합과 문화적 다양성 그리고 반사회적 행위에 대항하기 위해 활동한다. ⑥ 프랑스 사회의 다양성을 반영한 프로그램을 제공한다. ⑦ 지적, 예술적 창작물의 확산 그리고 시민, 경제, 사회, 과학 및 기술적 지식 뿐 만 아니라 시청각 및 미디어 교육의 확산을 활성화하는 역할을 한다. ⑧ 적합한 장비를 이용해서 청각장애인과 난청인의 시청을 위한 프로그램을 제공한다. ⑨ CSA의 권고와 균형 있는 활동 원칙에 따라서 다양한 생각과 의견이 교류하도록 정보의 다원성, 독립성, 진실성을 보장한다.

2. 문화다양성 활성화 방향

문화다양성의 문제는 오늘날 특별한 상황에 놓여있다. 모든 국가를 대상으로 한 오락 콘텐츠의 산업적 생산 체제가 세계의 중심에 자리 잡고 있다. 정보의 디지털화는 20세기 위대한 혁신 중의 하나인 문화의 산업화를 더욱 촉진하고 있다. 디지털화는 양면적 효과를 가지고 있다. 콘텐츠의 생산과 배포에 있어서 산업 집중이 강화되며, 생산가격의 인하와 소비자 자신들의 경제력을 위한 창의성을 가능하게 할 수 있을 것이다.²⁾

1986년 9월 30일 개정된 커뮤니케이션 자유에 관한 법 제1조는 시청각 커뮤니케이션의 자유는 본질적 속성이며, 이를 제한할 수 있는 조건을 두 가지 차원에서 명

2) Michel Gensollen, Pourquoi et comment faut-il défendre la diversité culturelle?, 2010.

시하고 있다. 즉, 한편에서는 인간의 권위, 타인의 자유와 소유권, 현행하는 사상과 의견 표현의 다원주의적 성격의 존중을 위해서 필요한 경우, 그리고 공공질서의 보호, 국가 방위상의 필요, 공적 서비스의 요청, 커뮤니케이션 수단에 내재하는 기술의 제약에 의해서 그리고 시청각물 생산이라는 국가 산업을 발전시킬 필요성에 의해서만 제한될 수 있다. 이 법은 프랑스에서 다양성은 시장에서의 문화 상품 혹은 서비스의 다양한 공급이라는 차원 뿐 만 아니라 시민사회 차원의 정책적, 제도적 규제의 원리에서 출발하고 있음을 보여준다.

먼저, 시민사회에서의 정책적, 제도적 규제 원리로써 문화다양성에 대한 프랑스 사회의 접근 방향을 볼 수 있다. CSA는 미디어 콘텐츠와 방송 프로그램의 다양성 및 품질, 국가 시청각 창조와 생산의 발전, 그리고 프랑스 문화와 언어의 보호를 위한 규제기구로서의 역할이 주어졌다. 커뮤니케이션 자유에 관한 법은 문화다양성을 위한 공영방송의 역할을 강조하고 있다. 이 법이 정하고 있는 문화다양성을 위한 미디어의 기여는 ① 프로그램의 다원성과 다양성, 혁신과 양질의 콘텐츠 제공, ② 정보, 문화, 지식, 오락, 스포츠 분야 등 다양한 분야에 관한 프로그램을 디지털 방송을 통해 제공, ③ 다양한 계층 간의 민주적 토론, 사회 통합노력, 시민정신 등이 교류될 수 있도록 역할을 함. ④ 프랑스 언어의 교류 촉진과 지역적 다양성을 지닌 문화 자산의 가치를 높이는데 역할 수행, ⑤ 그들은 미디어와 시청각에 대한 교육, 지적, 예술적 창조, 경제, 사회, 과학, 기술, 윤리적 지식의 유포와 발전에 기여. ⑥ 적절한 방법을 통해서 농아와 청각 장애자들, 지진아들이 이들이 방영하는 프로그램에 접근할 수 있도록 한다. 등...

이와 같은 방송의 역할은 프랑스 문화권의 부흥과 세계에서의 프랑스 문화와 언어의 고양에도 기여하는 목적성을 가지고 있다. 미디어를 통한 문화적 표현의 다양성은 문화들이 상호 풍성하고 자유롭게 상호작용하고 꽃피울 수 있는 여건들을 만드는 것이다. 한 사회 안에서 문화적 표현을 풍요롭게 하는 것은 다양한 미디어 활동과 함께 사상, 표현, 정보의 자유를 보장하는 것이며, 다양한 형태의 예술적 창조, 생산, 보급, 배포 및 향유가 실현되는 환경을 만든다.

2005년 유네스코의 협약(Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions cultureless)은 문화다양성을 보존하기 위한 문건들은 콘텐츠 다양성이 어떤 제약 없이 어떤 경우에서도 보호되어야한다는 점을 강조한다. 문화 콘텐츠는 문화 정체성에서 비롯되며, 이를 표현하는 상징적 의미, 예술적 영역, 문화 가치를 포함하고 있는 실체들이다. 문화적 표현은 문화 콘텐츠를 소유하고 있는 개인, 집단, 사회의 창의적 활동의 결과들이다. 따라서 문화다양성을 관찰하기 위해서는 무엇보다 문화 주제, 문화물이 무엇인지를 명확히 구분할 필요가 있으며, 문화 활동, 문화 상품 및 문화 서비스를 상업적 가치와 상관없이 표현하는 그 자체를 목적으로 바라 볼 필요가 있다.

미디어는 다양한 문화 주체들과 문화물들의 표현 장으로써 중대한 역할을 하고 있다. 즉, 미디어는 문화행위, 의견, 표현주체들을 다원성을 실현하는 내적 다양성 뿐만 아니라 하드웨어 및 콘텐츠 양식 차원에서 공급의 다원성을 실현하는 외적 다양성을 동시에 보존해야한다. 미디어의 내·외적 다양성 실현은 표현의 자유, 의견의 자유, 정보의 자유, 커뮤니케이션의 자유를 전제해야한다. 그것은 독립성, 편집과 경제성, 윤리, 정치, 전문적인 것 그리고 시민성을 고려하고 포괄해야한다.

한편, 경제적 차원에서의 문화다양성에 대한 프랑스 사회의 시각은 다원적 경쟁 체제를 구축함으로써 차별적 문화 상품의 품질을 높이고 필요한 기술을 효율적이고 유용하게 사용하기 위해 시장 경쟁을 필수 요소로 보고 있다. 사실, 새로운 미디어 기술은 경쟁을 심화시키지만 경쟁을 부추기는 유일한 요소는 아니다. 소비자의 요구에 의한 시장에 대한 압력과 규제를 통해 경쟁 법을 존중하도록 하는 ‘다양한 경쟁’이 전제되어 기술과 결합하게 된다. 문화 콘텐츠 유통 구조 속에서 전문적인 콘텐츠 시장 상에서 자리 잡고 있는 미디어의 산업 활동 함께 개별적 상호작용과 개인의 창작에 의한 개별 콘텐츠의 생산과 교환 시장이 구축됨으로써 형성되는 ‘자유 미디어 경제’가 점점 더 발전하고 있다.

미디어 자유 시장경제에서의 경쟁에 승자가 되기 위한 관건들은 다음과 같다. ① 고객을 통제하고 다양성에 대한 접근을 제한하면서 기술에 의한 콘텐츠에의 접근

장악. ② 요금화를 통해 고객 접근을 지배. ③ 수요를 세분화하고 공급을 주체화함으로써 수익성이 좋은 분야를 찾음. ④ 일반 고객, 특수한 계층 고객, 주제별, 일반적, 인접, 원거리 및 근거리 고객 등에 따른 적절한 전략을 가지고 수요의 요구에 대응하는 공급 실현. ⑤ 경제적 논리에 따라 새로운 사업자가 시장에 진입하고 안정화 됨. 이러한 시장 논리는 누가 콘텐츠 소비를 위해 지불하는가, 후원과 광고를 위해 누가 비용을 책임지는가에 의해서 문화 콘텐츠 생산 및 공급 체계를 규정한다. 따라서 자유 시장에서의 다양성은 문화 콘텐츠의 선별적 생산 및 소비 체제에 따라서 제한적일 수밖에 없다. 따라서 자유 시장에서 문화 상품의 다양성은 집단적 소비 체제에 의존하며, 개개의 소비 주체의 몰 개성성을 증폭시키게 된다.

한편, 디지털 멀티미디어 환경에서 부상하기 시작한 새로운 미디어 주체들, 사이버 공간과 네트워크에 접속하여 활동하고 있는 개인들은 전통적 미디어들을 대체하는 개인 미디어를 구축하고 문화 전도자로서 활동하고 있다. 이들은 문화 콘텐츠에 영향을 미치고, 새로운 유행을 만들어내고, 문화 콘텐츠를 창조하면서 이윤의 장을 만들고 있다. 개개의 문화 활동 주체들은 시장에서의 새로운 형태의 다양한 문화 콘텐츠 소비 구조를 만드는데 기여하기 시작했다. 이들의 활동은 자유 시장 원리를 벗어나 개인의 개성성을 강조하면서 무수한 문화적 파편들을 재 조각하여 개별적 문화물들을 만들어내고 소비하게 된다.

이처럼 자유시장의 문화 상품의 다양성 그리고 개개인의 사적 문화 활동양식의 증가에도 불구하고 문화다양성의 문제는 중국적으로 국가의 주도적 역할을 필요로 한다. 국가 기구는 지표를 산출하고, 민간 사업체에 의한 공급, 시장 집중에 대한 견제, 활력 있고 다양한 공적 서비스와 보편성에 기반 한 경쟁이 공존하도록 조정하고, 규정하며 권리를 보장한다. 따라서 문화다양성은 국가 역할에 대한 책임과 시민들의 요구를 반영한 시민 다원주의를 기반으로 하게 된다. 따라서 유네스코가 제시하고 있는 한 국가 혹은 한 사회 내에서 문화적 표현의 다양성을 위한 정책 수준을 측정하기 위한 기준은 중요한 의미를 가지고 있다. 이를 보면, ① 문화적 표현의 다양성을 보호하고 증진하기 위한 규제 조치가 어떤 수준인가? ② 문화 활동, 상품,

서비스에 사용되는 언어에 대한 조치를 포함하여 당사국 영토내의 모든 문화 활동, 서비스 및 상품 가운데 자국의 것이 창조, 생산, 보급, 배포 및 향유되도록 적절한 방법으로 기회를 제공하는 조치. ③ 비공식 부문에서 이루어지는 자국의 독립적 문화산업과 활동이 문화 활동, 상품 및 서비스의 생산, 보급 및 배포 수단에 효과적으로 접근할 수 있도록 하는 조치 등의 내용이 포함되어 있다.

결국, 유럽 사회와 프랑스는 문화다양성을 위한 정부의 공공 재정지원을 통해서 비영리 조직이나 공공 및 민간 기관, 예술가와 문화 전문가들의 창의적인 사고, 문화적 표현, 문화 활동, 상품 및 서비스를 자유롭게 교환하고 유통할 수 있도록 지원하고 고무하는 국가적 개입이 문화다양성의 중요한 요소임을 보여주고 있다.

제 2 절 호주의 ‘다문화주의’와 융합시대의 차세대 초고속망(NBN)

1. 문화다양성의 인식적 범위

호주 전반에 깔린 ‘다문화주의’에 대한 내용은 사실상 원주민들과 이민세대들에 의해 만들어진 다인종 사회와 밀접한 연관을 갖고 있다. 서로 다른 인종적 결합과 동거를 인정하고 받아들이는 ‘수용’(acceptance), ‘존중’(respect), ‘다양성’(diversity), ‘조화’(harmony)의 미덕이 바로 호주인 들의 국가 유지의 핵심이다(Kerkyasharian, 2008). 인구의 40% 이상이 다인종 이민자들에다 영어뿐만 아니라 다양한 문화를 발전시키고 그 안에서 비영어권 언어들을 쓰고 있는 소수 인종들에 대해서, 호주 정부는 (뉴)미디어 영역을 비롯해 문화 영역 전반에서 힘없는 소수가 목소리를 내고 공존하는 다문화주의 정책을 취할 수밖에 없다.

호주는 20세기 초 영국 독립 이후에 영국계 앵글로-색슨 계열의 백호주의 정책을 70년대 초반까지 공식적으로 유지해왔던 나라다. 그만큼 인종적으로 원주민을 포함한 유색인종들인 ‘타자’(the others)에 대한 문화다양성에 대한 억압을 통한 일방적 동화 정책을 펴왔다. 하지만, 비백인계 이민자들의 증가, 앵글로·색슨계 문화에 대한 대중적 반감, 경제 노동인구 중 유색인종 비율의 증가 등으로 말미암아, 서로

다른 문화적 차이와 상대성을 인정해야 한다는 논의가 정책 중심에 서게 된다.

호주에서 제작된 영화 <토끼 울타리 Rabbit-Proof Fence(2002)>를 보면, 초창기 백호주의의 폐해가 어느 정도인지 짐작하기에 충분하다. 이 영화를 통해서, 우리는 초창기 호주에서 벌어졌던 영국계 백인 중심의 백호주의 정책의 극단적 단면을 생생히 느낄 수 있다. 정부 정책의 일환으로 호주 당국에 의해 가족들에게서 강제로 분리된 세 명의 백인 ‘혼혈’ 원주민 소녀들의 탈출 실화를 다루고 있는데, 기실 이 영화는 한 사회 내에 두 가지 이상의 문화가 공존하는 것을 인정하지 않고, 소수민족의 문화를 열등한 것으로 취급하며 백인의 피가 섞인 ‘혼혈’ 아이들을 백인 기숙사로 강제 이주시켜 순혈 문화를 주입했던 초창기 호주 ‘백호’ 문화 정책의 비상식을 꾸짖고 있다.

앵글로-색슨계 백인들의 문화에 의해 철저히 관리되는 국가였던 호주는, 이처럼 동화주의, 즉 근대화론과 문화우열주의에 입각하여 약한 문화는 강한 문화에 흡수된다는 논리에 젖어 있었다. 그러나 새로운 비백인계들의 유입은 이에 대한 반성을 낳고, ‘다문화주의’에 대한 관심을 낳기 시작한다. 이미 호주에는 1947~1983년까지 기간 동안 약 3백만 명의 이민자들이 이주했고, 이들 중 60% 이상 이민자들이 영국 이외의 비백인계 지역들로부터 유입되었다. 역사적으로는, 자유당(liberal party)과 국가당(country party)의 보수 연합 정당이 1972년 권력을 잃으면서 1973년 휘트렘 노동당 정권이 들어서고, 이 정부는 베트남 파병 군들을 철수시키고 호주에서 공식적으로 인종차별주의에 기반을 둔 백호주의를 공식적으로 철폐한다.

휘트렘 정부 이래 호주의 백인 중심의 문화 정책은 많은 변화를 겪는다. 당시 아시아계 이주자들의 급증에도 불구하고 호주의 대표 격인 ABC방송사가 이들의 문화를 무시하고 냉담한 태도로 일관하자, 이민자들을 대상으로 하는 ‘다언어’ SBS(Special Broadcasting Service) 라디오 방송이 1978년 최초로 개국한다. 이를 기반으로 1980년에는 SBS 텔레비전 방송이 문을 연다. 이처럼 1972년 시작된 지역 공동체 방송은 2005년에 이르면, 360여개의 공동체 라디오와 6개의 공동체 텔레비전 방송사로 성장한다(김경환, 2006). 이들 호주 공동체 방송국들은 주류방송에 의해 불공정하게 다뤄지던 사회적 소수자들의 목소리를 적극 반영코자 했다. 지상파 방송만 본다면,

다중언어를 방송하는 SBS의 공중과 시청률이 5%대에 머무르고 있으나, 이의 철학은 호주 대중문화를 접근하는 중요한 준거 틀로 기능하고 있다.

다문화주의의 전통은, 방송 지형만을 보자면 호주산 방송 프로그램의 발전을 도모하기 위한 ‘쿼터제’를 도입하여 텔레비전 내용 중 절반 이상은 호주에 관한 것으로 하는 규정을 두고 있고, 그 외에도 지역 사회의 특수성에 기반을 둔 ‘지역서비스 의무 조항’, 그리고 어린이용 프로그램을 방송하는 소위 ‘적절하고 포괄적인 서비스’를 제공하는데 방점을 두면서 자국의 문화를 보호하려고 애쓰고 있다. 정책적인 차원에서의 개입과 더불어 방송의 질적인 내용에 대한 개입에서 보자면, 다인종의 ‘재현’(representation)뿐만 아니라 9-11사태 이후에는 이슬람 등 종교적 차이들과 다른 목소리를 담기 위해 방송 내용의 질적인 부분에서 크게 애쓰고 있다(Dreher, 2009).

그렇다고, 현재 호주에서 ‘다문화주의’가 문제가 없는 것은 아니다. 즉, 다문화의 인정을 통해서 인종간 정치적 통합을 이루고 사회적 갈등 요소를 줄일 수 있으나, 사실상 본질적인 인종 문제나 이에 기반을 둔 사회적 빈부 격차 등 사회 계급의 근본적 갈등 요소들을 은폐하거나 봉합할 수 있다는 비판이 제기될 수 있다.

2. 호주 미디어와 문화 정책적 입장

90년대 중후반까지 호주의 방송과 통신 산업은, 각각 호주방송위원회(Australian Broadcasting Authority, 이하 ABA)와 호주커뮤니케이션위원회(Australian Communications Authority, 이하 ACA)에 의해 규제되었다. ACA는 텔레커뮤니케이션 주파수 관리를 포함해서 텔레커뮤니케이션과 라디오 커뮤니케이션에 대한 규제를 맡고 있다. ABA는 무선 주파수 대역 내의 방송 서비스 대역에 대한 계획과 규제에 관한 광범위한 책임, 그리고 방송면허 부여와 온라인 및 호주적인 색깔을 내는 콘텐츠 육성에 대한 책임을 함께 진다. ACA는 1997년 호주커뮤니케이션법(Australian Communications Authority Act 1997, ACA Act)에 의해 설립되었으며, ABA는 1992년 방송서비스법(Broadcasting Services Act 1992, BSA) 12조에 의해 설립되었다. 커뮤니케이션 환경 변화와 발전에 따라 2개의 커뮤니케이션 규제기관의 통합이 요구되었고, 호주 정부

는 ACA와 ABA를 합병하여 방송, 통신 및 온라인 규제를 책임지는 새로운 단일 기구를 만든다. 이것이 2005년 7월 1일에 생긴 호주 ‘통신미디어청’(ACMA; Australia Communications and Media Authority)이다.

기본적으로, 핵심적 미디어문화 정책은 사회문화적 가치와 산업적 가치의 조화이다. 한국으로 보자면, 문화관광부와 정보통신부의 기능을 단일화 한 정부부처인 브로드밴드통신디지털경제부(Department of Broadband, Communications and the Digital Economy; DBCDE)에서 방송통신 산업 정책을 수립, 추진하고 있다. 정부 중심의 정책 추진 통합 규제기구인 ACMA는 실질적으로 DBCDE의 영향을 받고 있으며, 전반적인 융합 관련 정책기조가 DBCDE를 비롯한 정부 중심으로 진행된다. DBCDE는 2007년 12월 러드 내각이 들어서며 DCITA를 해체하며 만들어진 것으로, 이전의 예술과 스포츠 관련 권한은 각각 DEWHA(Department of the Environment, Water, Heritage and the Arts)와 DHA(Department of Health and Ageing)로 이전되었다. 현재의 DBCDE의 주요업무 범위는 브로드밴드 정책, 통신정책, 주파수관리, 방송정책, 디지털경제 관련 국가정책, 정보경제 관련 콘텐츠 정책이다(여혁중, 2010).

방송 영역은 전통적으로 다인종-다문화주의에 기반을 둔 방송정책을 추구한다. 미디어 시장 독점을 방지하기 위한 ‘미디어 소유법’이 존재하고, 동일 방송지역에서 TV와 라디오간 교차소유, TV사업자의 신문소유, 라디오 사업자의 신문소유를 금지하고 있다. 텔레비전 시장의 경우에 한 개인이 호주 전 인구의 75% 이상을 도달하는 방송권역을 지배할 수 없게 하고 있으며, 동일 방송 지역에서 한 개 이상의 방송권을 소유할 수도 없다. 외국인인 방송사 주식의 15%까지 소유가능하며, 전체 외국인 소유 주식은 20%를 넘어서지 못하게 막고 있다. 또한 유료방송의 경우에는 개인이 20%까지 소유 가능하다(김영욱 외, 2009).

호주의 방송 산업 규모는 전체 인구나 시청가구 수를 중심으로 판단했을 때, 아시아 시장에서 크지 않은 편이다. 방송체제는 전국단위의 송출권을 가진 공영방송(ABC와 SBS)과 세 개의 민영방송(채널 7, 9, 그리고 10)으로 구성된다. 영국에서 상업방송사들이 오프콤(Ofcom)에 의해 강한 규제를 받는 것에 비교해 볼 때, 호주는

철저하게 상업방송 시스템으로 운영되고 있다(곽기성, 2001). 게다가, 공중파 방송시장의 80% 이상을 상업 방송이 차지하고, 15% 정도의 시청률을 공영성에서 철저히 못한 ABC 방송사가 가져가면서, 사실상 SBS가 추구하는 ‘다문화주의’라는 방송이념이 온존하게 발휘되고 있지는 못한 실정이다. 마찬가지로, 신문의 경우 루퍼드 머독이 소유하는 뉴스 리미티드(News Ltd.)와 패어팩스(Fiarfax) 두 회사가 호주 일간지 총 발행부수의 90%이상을 차지하면서 과잉 독점을 누리고 있다.

3. 융합시대의 문화다양성 활성화 방안들

기본적으로 호주는 사회, 문화적으로 다원성을 토대로 이질적 언어와 다인종을 묶어주는 동질성 및 정체성의 문화를 보호하고 증진하려는 정책 목표를 가지고 있다고 볼 수 있다. 예를 들자면, 2007년 12월 이전까지 DBCDE의 전신이었던 정보통신 예술부(Department of Communications, Information Technology and the Arts; DCITA) 시절에 예술, 미디어, 정보경제 영역을 아우르는 형식의 행정 부처, 그리고 다인종 보호를 위한 특별 행정 부처 신설, SBS 등을 비롯한 상대적으로 커뮤니티 미디어들의 성장과 발전 등은 다문화주의의 노력들로 볼 수 있다. 그러나 신문과 방송의 과도한 상업적 독점이 진행돼, 국가 정책의 공익성과 문화다양성 증진이 사실상 반감되는 효과를 가진 것 또한 사실이다.

그럼에도 불구하고, 기본적으로 호주의 다문화주의 원칙은 그 연방 조직적 특성에서도 드러나고 있는 것처럼, DCITA 시절에 문화, 예술 정책 전반을 다루는 예술, 방송과 통신정책을 맡고 있는 커뮤니케이션, 정보통신기술을 포함한 산업진흥을 담당한 정보경제 등 각각 독립적이면서도 상호 유기적인 정책 공조체제를 유지하면서 공익과 다문화주의의 관점을 놓지 않고 있다(이동훈 2005). 그리고 호주 정부는 방송·통신의 융합을 단순히 경제 성장의 동력만으로만 간주하는 것이 아니라, 사회문화적 가치와 산업적 가치의 조화를 통한 다문화주의의 달성이라는 차원에서 접근하는 것으로 볼 수 있다.

최근 인터넷과 통신 영역에 대한 호주의 문화다양성 접근을 보자. 초고속 인터넷

의 인프라 구축의 미비로 말마암아, 2000년대 초반부터 브로드밴드 네트워크의 확산 및 산업으로서의 가치를 인식하여 ‘국가 브로드밴드 전략’(National Broadband Strategy, 2004)과 2007년 ‘Australia Connected’ 프로그램을 추진하였다. 위 계획 들은, 현재 통합, 확대되어 새 노동당 총리인 길라르(Gillard)의 모든 호주인들에 1Gbps의 전송 속도를 보장한다는 슬로건을 달고 ‘국가 브로드밴드 네트워크’(NBN) 계획으로 진화하고 있다. 이는 현재 호주 국민이 주로 사용하고 있는 인터넷 속도보다 약 100배 빠른 것이다. 그리고 무선 브로드밴드 네트워크와 위성 브로드밴드 확충 또한 함께 진행되고 있다. 특히, 호주의 지리적 광대함에서 보면, 위성 초고속 인터넷은 해안 주변의 주요 인구 밀집지역보다 상대적으로 유선 네트워크 확충이 불리한 내륙 지방의 브로드밴드 네트워크 확충에 큰 역할을 할 것으로 예상된다(이동훈, 2005). 호주 정부는 지리적으로 원주민과 소수 민족들이 거주하는 내륙 지대에 대한 고려를 하고 있고, 사실상 도시지역 거주민들로부터 차후 NBN 이용 부담 비용을 더 받는 조치를 고려중이다. 이는 융합 국면 하에서 소수자와 다인종사회의 문화다양성과 정보 접근성을 보장하려는 조치 중 하나로 파악할 수 있다.

제 3 절 융합환경 하 미국식 문화다양성 구현

1. 미국 내 문화·예술의 시장 규제 기구

미국은 다인종 사회임에도 불구하고, 딱히 문화 영역에 있어서 ‘다문화주의’를 표방하고 있지는 않다. 오히려 주변국들인 캐나다 등이 미국의 대중 소비문화에 위협을 느껴 자국의 문화를 보호하려는 문화 정책을 공격적으로 펴는 실정이다. 즉, 문화 수출국의 지위를 늘 점하는 미국의 위상, 그리고, 시장질서와 규제 정책에 있어서는 ‘자유방임’에 기초하고 있는 점 등을 고려하면 사실상 딱히 문화다양성을 보장하기 위한 제동장치가 없어 보인다. 즉, 우리나라와 같이 국가 개입의 진흥 정책보다는 시장 주의적 메커니즘에 맡기는 편이다. 미국은 영상 제작 분야에서 세계에서 가장 큰 시장 점유율을 가지고 있다. 미국 엔터테인먼트 시장에서 방송 산업은 약

1/4인 26.9%의 비중을 차지하고 있고, 2011년 시장규모가 854억 달러에 이를 것으로 기대된다. 사태가 이렇다보니, 주로 내국의 문화산업을 진흥하는 측면에 치우치고 미국식 상업주의 문화를 부추기는 경향이 있다. 그나마 시장 내 과대 독점을 막는 최소한의 장치를 두어 여론과 문화의 다양성을 방어하는 수준에 머무르는 정도다.

이렇게 미국은 굳이 자국의 문화다양성 진흥 정책이라고 불릴 수 있는 명확한 정책 방향을 갖고 있지 않고 문화산업 시장을 이끌어가지는 않는다. 설사 관련 정책을 펴더라도 주정부 중심의 정책 결정이 지배적이고, 연방 단위의 조직이 문화다양성 진작을 위해 직접 개입한다고 보기는 어렵다. 우리와 같은 연방 차원의 문화/예술 부처가 없는 것도 특징이다. 그러나 미국은 문화정책이나 문화예술 진흥 체계가 부재하거나 미약하다는 일부 인식과 달리, 미국 사회의 구조와 환경에 조응하는 문화정책과 문화행정 제도를 구축해 오고 있다. 연방국가 차원의 문화부는 부재하지만, ‘국립예술위원회’(National Council on the Arts) 형태로 연방 차원의 문화관련 기구가 있다. 1965년 연방의회가 설립한 독립적 문화예술 지원기구인 ‘국립예술기금’(NEA: National Endowments for the Arts)의 사업 방향에서부터 예산 배정에 이르는 정책자문을 국립예술위원회가 하고 있다. 즉 우리나라의 문화관광부와 달리 별도의 위원회로서 국립예술위원회가 있고, 우리나라의 문화예술진흥원과 같이 NEA가 있는 것이다. 이러한 중앙차원의 문화예술진흥 체계는 미국연방 차원의 문화예술진흥과 관련된 지원정책을 수립하고 관련 지원 사업을 수행한다. 이 또한 직접적으로 방송영상 예술 정책에 관여하지는 않으며, 문화예술 진흥과 후원에만 관여하고 있다. 문화부와 같은 주요행정부처로서의 문화정책 전담기관이 없다는 말은, 역사적으로 문화예술에 대한 정부의 지원을 자유에 대한 통제로 해석하는 미국인들이 많고, 많은 정치가들과 관료들이 문화예술에 대한 정부의 직접적 개입을 극도로 주저하고 경계해왔다고 보면 된다. 그래서 간접적이고 분산된 형태의 문화예술지원 체계를 발전시켜 왔다.

방송과 통신 영역을 봐도, 미국 연방 정부의 정책 역할이 전혀 없다고 볼 수는 없다. 예를 들어, 독립제작사의 성장에 한 몫을 한데는, 미 연방통신위원회(Federal Communications Commission, 이하 FCC)의 역할이 작지만 존재한다. 사실상 FCC는

디지털 방송환경에 대비하여 방송 영상산업의 규제 범규 등을 개선하면서 거시적인 측면에서 미디어 생산의 독점을 규제하고 채널 다양성을 도모하는 기본적 역할을 수행한다. 물론 이는 미디어 생산물 내용의 질적이고 문화적인 다양성을 보장하는 것과는 무관한 최소한의 시장 다양성, 경쟁성, 지역성의 질서를 구축하는데 그 임무를 제한하고 있다.

2. 미 연방통신위원회(FCC)와 시장 내 미디어다양성 구현의 기제들

우리의 방송통신위원회마냥 미국의 지상파 방송과 통신 규제 담당 기관은 FCC이다. FCC는 독립적 행정기관으로서의 위상을 가진다. 즉, 행정 기관이지만 행정부의 직접적인 통제를 받지 않고 독립적으로 행정 기능을 수행한다. 방송통신 관련 업무 전반에 관한 행정적, 준 입법적, 준사법적 권한을 행사하는 기구이다. FCC는 전화, 라디오, 텔레비전, 유선, 위성, 케이블에 기반을 둔 미국 내 및 국제 커뮤니케이션 방송통신 관련 업무 전반을 규제하는 임무를 수행한다.

방송통신 산업에서 자유경쟁원리를 도입함에 따라 정부가 산업과 시장에 보다 대립되는 이해관계를 조정하기 위한 개입을 정당화하기 위해, 그리고 공익을 수호하기 위해 공정한 판단을 내려야 하는 규제기구에 대해 행정부의 간섭을 막아보려는 취지에서 탄생했다. 그래서 의회에 대해 책임을 지지만, 규제 자체는 행정부와 독립하여 집행한다.(송종길·최용준, 2001. 11.) 이 말은 나름 FCC가 역사적으로 독점 미디어사들에 의해 시장 실패를 막기 위해 때때로 ‘공익’의 잣대를 들이대며 규제를 수행한 적이 있다는 점을 시사한다.

먼저 ABC, CBS, NBC 등 네트워크 방송사들의 시장 독점적 영향력을 감소시키고 미디어다양성의 필요조건을 구성하는 데 중요한 역할을 한 정책은, ‘핀-신 규정(Fin-Syn Rules: Financial Interest and Syndication Rules)’이라 할 수 있다. 이는 네트워크들의 방송 프로그램 소유를 제한하고 이들이 아예 신디케이션 사업에 참여하지 못하도록 금지하는 규정으로, 이 또한 주시청시간대 접근 규정과 함께 독립제작사를 활성화시키자는 목적 하에 만들어진 규칙이다. 이 네트워크 사들의 외주제작물

에 대한 판매, 배급(신디케이션 사업)의 진출 금지 조항은 사실상 이들이 뉴스, 스포츠, 오락 프로그램 등의 제작에 의존하도록 하는 결과를 초래했다. 이 편-신 규정 또한 네트워크 사의 시장 영향력을 일정 부분 줄이고, 독립 제작사들의 성장을 촉진하는 효과를 가졌으나, 그 역시 FCC에 의해 지난 95년에 폐지되었다. 즉, 편-신 규정을 적용해서 외부의 다양한 프로그램 공급원을 확보하고 결과적으로 네트워크의 권력을 줄이고 소비자들의 콘텐츠 선택의 다양성을 추구하기 위한 기능을 수행했다.

둘째, 시장 내 미디어 독점 금지 방안과 관련해서는, ‘이중 네트워크 규정’(dual network rule), ‘텔레비전 복점 규정’(television duopoly rule), ‘전국 복수 소유권 규정’(national multiple ownership rule), 그리고 ‘케이블 채널 수직 소유 규정’(Cable vertical ownership rule), 방송-신문과 방송-케이블 방송 교차소유 규정 등을 통해(박주연·전범수, 2007, 111~115쪽 참고), 시장 내 지배적 방송·통신 업자에 의한 권력 남용을 막기 위한 다양한 법적 제동 장치들을 고안해냈다. 그러나 이 다양한 규제 장치들은 사실상 FCC의 탈규제 정책과 함께 겸영이나 교차소유를 강화하는 쪽으로 크게 기우는 추세다.

셋째, 미디어의 질적 다양성 보장을 위한 방식으로 FCC가 도입했던 것은 지역 방송사들의 편성 규제였다. FCC는 1971년 만들어진 ‘주시청시간대 접근규칙’(Prime Time Access Rules, 이하 PTAR)을 통해 저녁 7시부터 11시까지의 프라임타임 대에 지역방송사들이 방송하는 네트워크 프로그램이 3시간을 넘지 못하도록 했다. 이 말은 적어도 나머지 시간에는 지역방송사들에게 독자적인 프로그램을 편성하도록 의무화하는 규정을 만듦으로써, 독립제작사들이 제작한 프로그램의 유통 채널을 확보해주는 계기가 되고, 특히 이들이 주시청 시간대에 방영 시간을 확보할 수 있어 제작 시장에 활력을 불어넣고 미디어 편성 내용의 다양성을 꾀하고자 했다. 프라임타임 액세스 규정은 95년 7월 FCC에 의해 폐기되었는데, 이는 이 규정이 지역 프로그램을 활성화시키는 데 실패했고, 케이블 채널들과 위성방송 등 새로운 미디어의 등장으로 더 이상 방송 네트워크들의 프로그램을 통한 영향력을 강제적으로 줄이는 기제가 불필요해졌다는 이유를 들고 있다.

〈표 3-1〉 FCC의 방송 미디어다양성 보장 정책

정책	주요 내용
주시청시간대 접근 규칙 Prime Time Access Rule(1971~95)	전국 50대 TV시장에서 지역방송국이 주시청 시간(7시~11시)에 전국 네트워크의 프로그램을 방송할 수 있는 시간을 3시간으로 제한
재정 이익 규칙 Financial Interest Rule(1970~96)	3대 네트워크가 외부제작사의 제작물에 출자, 방영권 이외의 재정적 이윤권, 저작권 소유 금지
신디케이션 규칙 Syndication Rule (1970~95)	3대 네트워크가 외주 제작물을 판매 혹은 배급하는 것을 금지

출처: 이만재·김영덕, 2007.

종합해보면, 미국은 전반적으로 시장 자유와 방입에 기울면서, FCC 또한 이에 반응해 각종 미디어다양성 정책과 관련 부정적 효과를 가져오게 된다. 90년대 중반 이후로 그나마 미디어다양성을 보장했던 최소한의 기제들, 핀-신 규정, PTAR 등이 제거되면서, 시장의 지배적 사업자에 대한 독과점에 대한 용인과 더 많은 자유가 주어지게 되었다. 이후 네트워크와 다국적 미디어 기업들은 제작과 유통에 모두 관여하는 수직적 통합을 지향하게 되고, 이들 독점체들의 영향력이 오히려 더욱 더 커지게 되는 부정적 효과를 낳았다. 핀-신 규칙이나 PTAR이 FCC가 목적하는 프로그램의 다양화와 경쟁을 활성화시키는데 더 이상 필요하지 않다는 결론과 함께, 이후 프라임 시간대 네트워크 자체 제작 편수가 급격히 높아지면서 프로그램 공급원의 다양성을 잃기 시작한다. 한 예로 2002~03년 시즌의 경우 NBC는 100%의 프로그램을 자신의 자회사인 NBC 스튜디오들로부터 공급받았으며, ABC는 88%의 프로그램을 마찬가지로 디즈니의 스튜디오들로부터 공급받았다(박남기, 2004).

결국, 미 연방정부는 다양성 확보 방안을 최소 규제책인 소유의 다양성이란 정책 방향을 통해 추구함으로써, 2003년 이후에 FCC는 직접적으로 ‘다양성 지수’(DI)라는 것을 도입한다. 허핀달 지수(HHI) 산출 방식을 활용하여 매체별 상대적 가중치를 계산하여 전체 미디어 시장에서의 미디어 영향력을 조사하는 방법을 채택한다. 그러나 다양성 지수 자체가 이미 미디어 시장 소유구제 완화를 지지하기 위한 산술로

써 고안되면서, 실질적인 미디어다양성 보장과는 점점 거리가 멀어지고 있다.

3. 융합 국면하의 문화다양성 실현

무엇보다 미국은 미디어 콘텐츠 융합 국면에서 표현과 문화 창작의 자유와 관련해 콘텐츠 사업자 중심으로 시장 질서를 재편하려는 움직임 또한 두드러진다. 구체적으로 미국은 할리우드와 음반업계로 대표되는 저작권자들의 힘에 크게 좌우되고 있다. 그 중심에는 저작권자들을 대신하여 법적 공방을 이끄는, 미국 음반산업협회(RIAA)와 미국 영화산업협회(MPAA)가 버티고 있다. 저작권 강화 경향은, 95년 클린턴 행정부의 백서 기획, 이를 바탕으로 만들어진 98년의 디지털밀레니움저작권법(DMCA)의 입법화, 그리고 P2P 정보공유 프로그램의 상징이었던 냅스터 사망 판결(2001)로 본격화됐다. 이와 같은 역사적인 저작권법의 저작권 소유자 중심의 법리 해석과 판단에 덧붙여서, 유사저작권의 일부로써 DRM 등 기술적 보호 조치 등은 미국의 초창기 저작권법 전통인 공익과 사익의 균형 논리가 어떻게 무너지고, 문화 다양성을 보장할 공유 영역이 기업에 의해 어떻게 사유화하는 단계로 바뀌었는지를 입증한다. 달리 말해, 미국은 새로운 디지털 융합 기술의 출현으로 이용자들의 자율적인 소통과 공유의 다양성 문화를 새롭게 꽃피우긴 했지만, 정반대로 미국 내 혹은 전세계적 문화 시장을 겨냥한 저작권 강화 경향 또한 읽을 수 있음을 확인할 수 있다.

인터넷 통신 영역의 경우를 보면, 한국의 경우 국가 지원을 통해 통신 기업들이 광통신을 전역에 깔고 인터넷 문화의 기본 인프라를 재빨리 구축한데 비해, 2천 년대 중반까지도 미국은 사정이 달랐다. 미 연방 정부의 정책 제안이 각 주정부에 미치는데 힘이 한참 모자랐고, 미국의 통신 기업들이 우리처럼 정부의 한마디에 쉽게 움직이지도 않았다. 결국 통신회사들은 통신망 개선 사업을 게을리 했고, 기존의 노후한 구리선을 이용해 서비스를 계속하면서 초고속 인터넷망 설비를 그대로 방치했다. 그러나 오바마 정부 이후 몇몇 주 정부들이 거세게 미국의 초고속 인터넷 상황을 비판하면서, 미국의 통신 기반 사업 움직임이 남다르다. 2007년 자료 기준으로

보면, 가구당 초고속 인터넷 보급률이 50%를 넘어섰고 최근 케이블이나 ADSL가입자 수도 급증하는 추세다.

오바마 행정부의 정보망 기반사업에 대한 접근은 대단히 소외된 계층에 대한 문화 접근권에 대한 보장에 기초해 있다. 오바마 대통령의 인수위원회의 핵심 3대 영역 중 하나가 정보통신 기술 부문이기도 하다. 오바마는 2010년 2월 ‘미국 회생과 재투자법’(ARPA)에 서명을 했고, 현재 상무성의 연방정보통신국(NTIA)과 농무성의 지역 유틸리티 서비스(RUS)에 미화 280억 달러의 예산을 배정할 상태다. 현재 2천 2백여 건에 이를 정도의 초고속 인터넷 사업 신청서가 접수되었는데, 이미 이 숫자는 배당된 예산의 7배 정도라 하니 이도 심사를 통해 우선 집행 대상을 추려야한다. 지원 대상은 주 정부, 지역 자치 단체와 정부, 비영리 단체, 도서관·대학·지역 병원 등을 주재하는 기관들, 그리고 공공 안전 조직들이다. 미국도 한국처럼 아직까지 인터넷은 공중과 방송과 전화처럼 보편적 서비스에 포괄할 것인지에 대한 포괄적 합의가 이뤄지지 않았기 때문에, ARPA와 같은 특별 정부 예산을 통한 간접 지원이 주종이다.

이번 ‘전미 브로드밴드 플랜’(Connecting America: National Broadband Plan)의 50개 주 지원 사업들은 주로 원격교육, 원격진료 및 초고속인터넷 프로그램 지원에 초점이 맞춰져 있다. 효과는 보다 큰 이들이 경제적 수입에 상관없이 그리고 지역적, 인종적 격차와 차별 없이 초고속 인터넷에 접근할 수 있고 양질의 다양한 정보 서비스를 누릴 수 있는 기반 조성이다. 미 상무성과 농무성 중심의 초고속 인터넷 사업 구상에 발맞춰 미연방통신위원회(FCC)는 8월 내내 관련 워크숍과 10월말까지 관련 초고속 인터넷망 기반 사업과 관련된 공공 의견 청취를 받고 있다. 지원 대상에 따라 내용이 달라지겠지만 정부 지원의 원칙으로 주로 논의되는 기준은, ‘커뮤니티가 지닌 유무형의 자산에 기반을 둔 지속가능한 발전’(Asset-Based Community Development, A-BCD) 모델이 크게 설득력을 얻고 있다.

1990년대 초 연방 수준에서 제안된 미 ‘정보초고속도로’의 의도가 당시 순수 시장의 논리로 기획됐다면, 이번 오바마 정부의 초고속 인터넷 서비스망은 맥락이 다르다. 인터넷을 보다 아래로부터 사고하는 공익적 정책 판단이 개입되어 있다. 명시적

으로 ‘보편적 서비스’에 대한 언급이 없으나, 이제 인터넷을 사회의 소외되고 약소한 계층을 위한 보편적 접근과 문화적 다양성의 시각에서 바라보고 있다.

영국 문화미디어체육부(Department for Culture, Media and Sport, DCMS)의 핵심 전략 보고서인 <디지털 브리튼Digital Britain>만큼 한 나라의 디지털 미래 청사진에 시민 참여와 통합의 화두를 제 1과제로 삼지는 못했으나, 미 오바마 행정부에서 추진되는 NBP 계획 또한 디지털 정책의 핵심으로 소외된 계층의 참여와 통합(inclusion)을 그 기본 정책 명제로 삼고 있다는 점이 새롭다.

마지막으로, 미국 내 중소형 소수 미디어 지원을 보자. 미국 내에서 이에 대한 제도적으로 체계화된 지원은 ITVS(Independent Television Service)를 통해 이뤄지고 있다. ITVS는 공영방송의 다원성과 다양성을 보장하기 위하여 1988년 미 의회 법에 의해 설립된 공적 기관이다. 91년부터 지원 제도를 도입하여 창의적이고 실험적인 시각을 지니고 공적 논의를 고무하는 독립제작사의 프로그램을 개발하고 지원하는 역할을 수행하고 있다. 또한 뉴미디어 콘텐츠에 대한 지원을 강화할 목적으로 상업적 콘텐츠에 대항해 사회적 다양성을 보장하기 위한 디지털 프로그램 제작에 대한 지원을 수행하고 있다. 이와 함께, 지역 공영방송의 안정적 재정 지원과 지역적 가치 증진, 공공성과 비상업성에 기반을 둔 프로그램 제작 등을 목표로 만들어진 공영방송 지원재단(Corporations for Public Broadcasting; CPB)을 들 수 있다. 이는 지역 공영 방송국들의 능력과 서비스 질을 향상시키고 이들의 경쟁력을 위해 직접적으로 기금을 지원하는 프로그램이다(정윤경 · 이상민, 2005, 53~56쪽).

종합해보면, 미국의 FCC 정책 역시 ‘공익’에 근간하고 있으나, 근래에 올수록 전통적인 방송 미디어 영역에서 상업적 독점기업들의 강화로 미디어다양성이 크게 훼손되고 있음을 알 수 있다. 기본적으로 연방 정부 정책을 보자면, 시장 독과점을 통한 표현의 억압과 사유화 과정에 대한 기본적인 제어 장치로 마련되었던 것들이, 앞서 본대로 핀-신 규칙, PTAR, PAR 등 규정들이었다. 이들은 FCC가 표방하는 공공의 이익을 위해 독립방송국, 지역방송국에 활력을 주고, 제작회사에 경제능력을 제공하여 제작 능력을 육성하며, 배급 권을 보다 많은 배급업자에게 분산함으로써,

중앙의 거대 네트워크의 힘에 좌우되지 않는 방송구조를 만들려던 시도들이었다. 그러나 결과적으로 시장 내 미디어다양성을 지켰던 이 모든 최소한의 다양성 장치들을 제거함으로써 그 반대의 부정적 국면에 접어들고 있다. 그나마, 오바마 정부 들어 브로드밴드 인터넷과 소수 미디어에 대한 지원 정책을 통해, 미디어와 문화다양성을 최소한으로 지켜내는 모습을 발견할 수 있다.

제 4 장 문화다양성의 재정립과 정책 방향

제 1 절 문화다양성의 의미 규정

1. 유네스코의 문화다양성 회의

세계적으로 사람과 문화의 교류가 확대됨에 따라서 제기되는 다문화, 그리고 문화다양성에 대한 논의가 지속적으로 전개되고 있다. 특히 문화가 경제나 정치의 논리에 포함되는 현상이 나타나기 시작하자, 경제적/정치적 약자들이 향유했던 문화에 위협이 나타나게 된다. 이러한 흐름 속에서 2005년 10월 프랑스 파리에서 개최된 33차 유네스코 회의에서 ‘문화적 표현의 다양성 보호와 증진을 위한 협약’(이하 문화다양성 협약)이 채택된다. 문화다양성 협약은 완전 개방을 요구하는 경제논리로부터 각국의 문화주권과 문화 권리를 지켜내는 기본 원칙으로 채택된다(이동연, 2006). 문화다양성 협약에서 정의하는 문화다양성의 개념은 ‘집단과 사회의 문화가 표현되는 다양한 방식, 문화적 표현을 통해 인류의 문화유산을 표현하고 풍요롭게 하면 전달하는데 사용되는 다양한 방식’으로 정의된다.³⁾

〈표 4-1〉 문화다양성 협약의 주요 내용

회차	주요내용
1차 전문가회의 (2003. 12. 17 ~20)	문화적 예외(exception, exemption)가 아닌 문화적 인정(recognition)으로 설정 - 문화상품과 서비스 및 이에 대한 적절한 관련 조치의 특수성 인정 - 문화다양성 보호와 증진을 위한 회원국의 의무 명시 - 문화다양성 증진을 위한 적절한 조치의 적용과 시행을 위한 국가의 권리 보호 - 국제시장에서의 생산과 접근성에 있어 개도국과 산업화 국가들 간의 균형을 유지하기 위한 국제협력과 연대의 강화

3) 유네스코 한국위원회

available: http://www.unesco.or.kr/front/unesco_global/global_04_view.asp?articleid=8

회차	주요내용
1차 전문가회의 (2003. 12. 17 ~20)	국제협력과 지원에 있어서는 ‘모든 국가가 문화콘텐츠와 예술적 표현의 다양성에 접근 가능하도록 하고 개발도상국이 국·내외적 요구를 만족시키는 문화산업을 육성할 수 있도록 지원하고, 개발도상국의 상품과 서비스의 생산, 분배, 마케팅 기술의 개발, 문화적 표현의 확장을 위한 협력과 지원을 강조’했다. 국가의 권리와 의무 조항도 설정하여 ‘회원국의 적극적 시행 의지의 중요성을 강조’하며, 협약은 국가별 상황, 법제도, 사회적 맥락의 차이를 고려하고, 개도국에 대한 혜택, 인권에 기초한 문화다양성 증진에 노력하는 국가의 권리를 인정해야 하며, 창작의 자유를 위한 조건, 창조를 위한 조건, 유통가능성의 항목을 포함해야 한다고 보았다. 또한 ‘문화상품의 소비에 대한 교육, 새로운 소비자의 개발을 의무 항목으로 포함해야 한다’고 제안했다.
2차 전문가회의 (2004. 3. 30 ~4. 3)	<ul style="list-style-type: none"> - 초보적인 형태의 협약 1차 초안 마련 - 협약 범위 확대를 위해서는 새로운 위임(mandate)부여가 필요하다고 함 - 미국과 프랑스간 입장 차이가 드러나서 협약의 적용 범위를 “문화적 콘텐츠 및 표현”으로부터 “문화적 표현”으로 국한하고 문화상품 및 서비스 교역에 있어 기존의 국제규범 존중을 원칙으로 하되, 제한적으로 동 원칙에 대한 예외를 존중하는 방향으로 타협점을 찾아가고 있다. - 전문 및 5개장으로 초안 구성
3차 전문가회의 (2004. 5. 28 ~31)	<ul style="list-style-type: none"> - 전문, 목적과 지도원칙, 응용과 정의의 범위, 당사국의 권리와 의무, 타조약과의 관계, 후속체계와 메커니즘, 결론 구성 - 국제협력이라는 관점에서 모든 문화적 표현의 다양성을 증진하고 보호하기 위하여 개별국가의 권리와 의무에 관심을 갖고, 그러한 기구를 갖는 협력 메커니즘(문화다양성 감시기구와 역동적 파트너십)은 상세히 열거되어 문화산업을 강력하지 않은 국가, 특히 개도국이 가능한 한 이익을 보도록 마련

그럼에도 불구하고 국내에서 진행되는 다문화주의에 대한 담론들은 제한된 범주만이 포함된 사회 통합적 요소들을 강조하는 한계들을 보인다(오경석, 2007). 특히 다양성의 범주를 국적이거나 인종주의적인 차원에서 설명하고자 하는 경향을 보이며, 표면적으로 이해나 관용 융화와 화합을 말하는 것처럼 내세우지만 결과적으로 한국 사회의 단일성과 동질성을 확인 또는 강화시키기 위한 방법으로 왜곡되고 있다. 이는 문화라는 개념의 다차원적인 경향을 간과하고, 수적인 차원이나 다수 성을 전제로 한 다양성을 추구하고 있음에 나타나는 현상으로 볼 수 있다(Deleuze, G. & Guattari, P., 1980/2001). 그리고 이러한 현상은 다양한 미디어로 둘러싸인 현재에 들어서 더욱 공고한 방법으로 체계를 유지하고 있다. 왜냐하면 매스미디어는 현실을 반영한다는

가장 흥미로운 역할을 수행할 수 있기 때문이다.

매스미디어를 통해 현실이 재구성되는 과정은 대상과 상황들에 영상이나 음향, 그림 등으로 왜곡된 이미지를 만들어간다. 이 왜곡된 이미지는 인간의 체험의 일환으로 연결되어 문화의 재현체계 속에서 그리고 언어와 사회적 상황이 유사한 사람들을 대상으로 영향을 미친다. 이런 현상들을 고민했을 때, 생산자가 전달하고자 의도한 메시지가 무엇인가를 고민하고 그 불평등을 찾아내는 작업이 필요하다(Hall, 1985/1996). 그리고 문화다양성 협약에서도 채택되어 있는 것처럼 다양한 의도들을 바탕으로 문화가 보존되고 전달될 수 있게 하는 방안들을 찾는 것이 중요하다. 그래서 현대에는 문화다양성이라는 개념의 재정립과 미디어의 표현 다양성이 주요한 쟁점으로 부각된다. 그리고 미디어 융합 환경에서 나타나는 표현 방식의 변화나 소유구조의 변화, 그리고 참여주체의 변화들이 문화다양성 가치를 구현할 수 있는 기폭제로서 활용될 수 있다.

2. 융합 환경에서 문화다양성 재개념 및 실천 범주

1) 디지털 미디어와 문화의 글로벌적 결합

문화다양성은 레비스트라우스의 민속학에 기원하고 있다.⁴⁾ 그러나 오늘날 문화다양성의 문제는 무엇보다 정책적 개념에서 출발하고 있음을 볼 수 있다. 유럽에서 문화다양성 개념은 인종적, 사회적 중대한 변화 뿐 만 아니라 2차 세계대전과도 관련이 있다. 무엇보다 이러한 역사적 과정에서 이민 문제가 그 기저에 흐르고 있으며, 문화의 민주주의와 상업화, 그리고 포스트모더니즘이과 후기식민주의 등과 같은 철학적 사유의 흐름에서 나타나는 문제들과도 관련이 있다. 사실, 문화는 표현적 가치 영역으로, 복잡하고 급격한 이데올로기적 변화의 시기에 본질적이고 필수적인 논쟁 지점이었다. 오늘날 이와 같은 사회적, 인식적 의미를 포함하고 있는 문화다양성은 문화적 현상 뿐 만 아니라 정치적 선택이나 경제력의 문제가 중요한 변수가 되고 있다.

4) Lévi-Strauss, Race et histoire, Paris, 1976, p.13.

결국, 문화다양성은 문화 정책에 기초한 개념으로 중요하게 자리 잡기 시작했다.⁵⁾

오늘날 기술적 합리성과 표준화에 의해 제작되고 전 세계로 배포되는 대중적 문화 생산물들, 다양한 경제적 난제들, 도시화, 전혀 새로운 형태로 보편화되는 매스 미디어 그리고 기타 다양한 요소들이 여전히 문화와 삶의 형태들을 혼란스럽게 뒤섞어 놓고 있는 실정이다. 디지털 기술의 발전과 더불어 전 지구적으로 편재(omnipresence) 하고 있는 새로운 디지털 미디어는 이러한 혼란스런 뒤섞임을 더욱 가속화시키고 있다. 이러한 양상은 무엇보다 다양하게 파편화된 많은 문화적 양태들을 더욱 표면화 시키면서 다양성을 폭발적으로 발전시키고 있다. 이 다양한 다른 문화적 파편들, 조각들은 글로벌리즘의 진행과 더불어 일반화된 코즈모폴리턴 속에서 엄청난 생산력을 가지고 서로 결합한다. 이들은 끊임없이 문화적 요소들, 문화적 파편들을 재구성한다. 이 과정에서 문화 정체성은 새로운 혼란의 시기를 맞이하게 되었다. 결국, 다양한 문화 형식들은 커뮤니케이션과 결합하고 코즈모폴리턴에 집결하면서 각각의 정체성에 혼란을 맞게 되었으며, 이에 따라 다양성의 역설(paradox)이 시작되었다. 즉, 숨겨져 있고 존재성을 망각하고 있던 다양한 문화들이 글로벌 세계로 드러나면서 문화다양성에 대한 의식들이 고양되기 시작했던 이면에 혼란스런 뒤섞임에 의해 문화 정체성의 명료성이 약화되기 시작했다. 라스(Paul Rasse, 2008)는 문화가 형성되고, 내적으로 결합하고 다양화되도록 하기 위해서는 어느 정도 필요한 숨고르기를 할 수 있는 시간, 공간 그리고 고립성들이 필요하다는 점을 강조하였다.⁶⁾

글로벌 미디어의 발전과 커뮤니케이션 체계의 구축으로 다양한 문화 양식들은 경제적, 상업적 원류에 따라서 결합되고 재생산되어 글로벌 문화라는 새로운 양식이 출현하고 또한 지배적 위치를 갖기 시작하였다. 이 글로벌 문화는 대부분 초강대국의 산업적 문화 생산과 부유한 집단들의 이익이 지배하는 거대한 기류가 되었다. 반

5) Laura Anghel, La convention sur la diversité, des expressions culturelles: Etat des lieux, in L'épreuve de la diversité culturelle, Hermès 51, 2008, p.67.

6) Paul Rasse, La diversité des cultures en question, in L'épreuve de la diversité culturelle, Hermès 51, 2008, p.47.

면에 불안정한 사회적 존재들의 문화 양식들은 문화적 계통에 따라, 소집단 형태로, 문화 주체들의 활동 범위 및 경향 등에 따라서 분화되어 존재한다.

이러한 문화적 불균형은 단순히 특정 문화 영역에 대한 영향을 넘어 인간존재와 각 사회 구성체의 공동체적 문화 활동, 더 나아가 한 국가의 결속과 대외적 역량에 영향을 미치게 된다.

2) 문화다양성의 실천 범주

유네스코에서 제시하고 있는 문화다양성의 범주에는 계급이나 인종, 민족 및 성별(gender) 등을 비롯하여 정체성을 규정하는 여러 가지 결정요인들을 문화의 중요한 구성요소로 인정하고 있다. 따라서 문화다양성은 다문화에 대한 옹호나 다문화주의적 시각에서의 정의하는 것이라기보다는 다원주의적 접근, 즉 자유주의적 시도와 특수한 이익에 집착하는 분리주의적 경향에 반대하는 개념으로 바라볼 필요가 있다(Kellner, 1997/2003). 문화다양성은 먼저, 문화적 표현의 다양성을 통해서 외연화 된다. 즉 다양한 문화 양식들, 문화적 의미들이 수용자가 접근하고 인지할 수 있도록 표출되는 수준을 말한다. 또한 문화다양성은 다양한 문화 자원(resource)이 문화 활동의 영역에서 활용됨으로써 차이를 가진 문화 양식과 행위들이 동시에 존재하는 수준을 말한다. 오늘날 문화다양성은 다양하고 다차원적인 디지털 멀티미디어에 의해 다양한 문화적 표현이 이루어짐에 따라서 실현될 수 있다. 그리고 다원적인 문화적 잔재와 문화유산이 디지털 시대에 응용하고 현대화함으로써 문화적 다양성을 확대하고 있다. 디지털 멀티미디어에 의해 문화다양성을 실천 할 수 있는 활동 범주를 크게 다섯 가지 영역에서 볼 수 있다.

우선, 디지털 멀티미디어 활동의 다양성을 고려할 수 있다. 디지털 미디어 융합이 촉진되고, 경계가 분명했던 미디어 간, 산업 및 시장 간의 경계가 모호해 짐에 따라서 미디어 기업 간 합종연행이 진행되면서 규모의 경제가 주요한 이슈가 되었다. 이에 따라 미디어 시장의 독점화가 가속되기 시작했는데, 몇 개의 기업들이 콘텐츠 생산에서부터 최종 소비자에게 배포하기까지 모든 활동을 독점하는 현상들이 나타났다. 그 결과, 글로벌 미디어의 동질화, 유사 콘텐츠의 확산이 가속화되고, 이로 인해

여 미디어 콘텐츠를 소비하는 사람들의 지각과 생각에도 단일성을 요구하게 되었다. 이러한 현상은 미디어의 통합과 독점에 의한 방송영상 콘텐츠의 표준화 및 집중화가 필연적으로 소비자에게 균일화된 문화를 강요하게 된다는 점을 강조하는 것으로 해석할 수 있다(Heinderyck, F, 2003). 이러한 상황에서 미디어 다원주의와 다양한 미디어 활동은 표현의 자유, 국경의 제약이나 시장의 압력에서 벗어나 다양한 정보와 아이디어를 교환하고 표현할 수 있는 자유를 위한 기본적인 조건이 되고 있다. 미디어 활동의 다원성은 문화 소비자들에게 다방면의 접근 기회를 부여함으로써 다양한 생각과 의견이 교류할 수 있는 환경을 만든다. 서로 다른 전통과 특수성을 가진 공동체나 지역적 환경을 반영하는 것, 서로 다른 시장구조와 서로 다른 수준에서의 서비스 규제와 시장을 인정하는 것, 그리고 사회, 경제, 문화 및 지리적 환경에 따른 다양한 소비자 및 이용자들의 취향과 필요성을 충족시킬 수 있는 점, 마지막으로 다양한 차원에서 보편적 서비스가 실현됨으로써 서비스 일반이익이 실현될 수 있다는 점에서 미디어 다원성은 문화다양성을 실현하는 원칙적 의미가 있다. 미디어 다양성은 소수 목소리, 소수 공동체들의 문화를 재현하는 소수채널이나 지역의 문화적 특성을 반영하는 지역 미디어의 활성화가 핵심적 요소라 할 수 있다.

둘째, 문화적 표현의 다양성을 들 수 있다. 미디어 콘텐츠의 문화적 가치를 확대, 실현할 수 있는 또 하나의 요소는 표현의 다양성이라 할 수 있다. 콘텐츠가 표출하는 다양한 표현들은 무엇보다도 문화다양성을 실현하는 상징의 활동이라 할 수 있다. 이 상징의 활동은 다양한 사회적 존재들과 다원적이며 역동적인 문화적 정체성을 가진 개인 및 집단들의 상호작용을 활성화시키고 문화적 표현들을 풍요롭게 만든다. 오늘날 다양한 문화 활동이 활성화되기 위한 전제에는 미디어가 있다. 현대사회에서 미디어는 정치, 경제, 교육, 문화 및 사회적 활동들이 교차하고 교류하는 십자로의 위상을 가지고 있다. 결국, 미디어는 다양한 문화적 실체들에게 시민사회를 향해 자신들을 표현해 내고, 상호 접근할 수 있는 기회와 서로 다른 집단들이 상호 발전할 수 있는 조건들을 제공함으로써 긍정적 기능을 담당한다. 그러나 다른 한편에서는 미디어가 선택하지 않은 여타의 사회분야 혹은 타 문화적 실체와 행위들을

약화시키거나 접근을 가로막음으로써 다양한 활동 영역들을 파괴하는 ‘군주(Ramonet, I., 1999.)’가 될 수도 있다. 따라서 문화 콘텐츠는 이러한 미디어의 영향력으로 인해서 규제와 지원의 대상이 되어왔으며, 문화 교류의 활성화와 일상생활을 풍요롭게 문화 활동으로 정의되고 있다. 표현의 다양성은 언어적 표현의 다양성, 표현 장르의 다양성, 각 소재별 표현 분야의 다양성 등을 통해서 현실화된다.

셋째, 문화 확산의 다양성을 볼 수 있다. 문화다양성 실현을 위한 문화 콘텐츠 정책은 궁극적으로 모든 사람에게 선택의 범위를 넓혀주고자 하는 목적을 가지고 있다. 유네스코(UNESCO, 2.11.2001, article3.)는 문화적 다양성이 단순한 경제적 성장의 개념으로 이해되어서는 안 되며 지적, 감성적, 도덕적 그리고 정신적 만족을 성취하는 수단으로써 사회발전의 한 뿌리로 이해해야 함을 강조하고 있다. 문화 확산의 다양성은 경제적 가치에 의해 선별된 소수의 문화 형식 혹은 문화 콘텐츠들만이 국가적으로 혹은 국제적으로 확산되는 경향에 대응하는 것이다. 그리고 보다 다양한 형식의 문화, 문화 인류학적 차원과 시민사회 차원에서 의미와 가치 있는 문화 콘텐츠들이 보다 잘 확산되고, 많은 시민들이 접근할 수 있도록 디지털 멀티미디어와 커뮤니케이션 네트워크가 기여하는 부분이다. 지상파 방송, IPTV, 위성방송, 케이블, DMB 등이 얼마나 다양한 문화 양식과 콘텐츠를 확산하고 있는지를 통해 문화다양성의 정도를 관측할 수 있다.

넷째, 심리학적 차원에서 바라보는 문화적 인지의 다양성으로, 수용자들의 다양한 문화 수용에 따른 문화 인식의 다양성도 문화다양성의 중요한 관찰 요소가 된다. 철학자 츠브탄 토도로브(Tzvtan Todorov, 1995, p.115)의 인간의 보편적 존재성에 대한 설명에 따르면, 인간 존재성을 구성하는 보편적인 사건은 인간이 태어나면서부터 인간 상호관계 망에 편입되고 따라서 사회체계로 진입하게 되며, 여기서 인간은 모든 존재성에 대해 감정을 느끼고 인식하고자하는 열망을 갖는다는 점이다. 미디어 이러한 인간의 보편적 존재성을 부각시키는 중대한 기제가 되고 있다. 아날벨 케인과 필립 마리옹(Annabelle Kein et Philippe Marion, 1996, p.47)은 오늘날 인식의 장들은 점점 더 다양화되고 있는데, 무엇보다 미디어, 특히 텔레비전은 대표적인 재인

식의 공간으로 설명하고 있다. 재인식 현상은 모든 사회적 상호작용과 문화 활동 속에서 나타난다. 인간은 재인식의 과정에서 지속적으로 자신을 규정하게 된다. 이러한 재인식 현상들은 실천, 외현화, 경험으로 구성된다. 재인식의 장으로써 텔레비전을 비롯하여 미디어는 상징적 형태로 또 다른 나를 구현함으로써 정체성을 구성하는데 중요한 역할을 담당하고 있다. 오늘날 다양한 미디어 이용자들이 미디어를 통해 얼마나 다양한 문화 양식과 문화 콘텐츠를 수용하고 인식하고 있는지를 측정함으로써 문화다양성의 현실을 파악할 수 있다. 이와 같은 네 가지 문화다양성 실천 분야는 한 사회의 문화다양성을 실제적으로 측정하고, 정책적 방향을 수립하는데 있어서 고려해야 할 사항들이다. 문화다양성의 실천 영역들은 또한 문화 정체성을 파악하고 도식화하는데 필수적인 장들이라 할 수 있다.

다섯째, 모바일 미디어를 비롯한 다양한 디지털멀티미디어를 이용하는 각 주체들의 다양성을 고려할 수 있다. 멀티미디어의 접근성은 문화 활동의 중요한 요소가 되어있는 환경에서 장애인 등을 비롯한 사회의 다양한 주체들이 소외됨 없이 기술적으로 접근가능하고, 제도적 혹은 정책적으로 액세스권이 보장되는 것은 문화 주체의 다양성을 확보하는 시작이라 할 수 있다. 또한 디지털 미디어의 콘텐츠를 이용할 수 있는 어플리케이션 이용 능력, 이용자들의 창의적 콘텐츠 개발 참여 기회, 콘텐츠 공유 수준 및 기존 콘텐츠 및 정보의 다각적인 활용 수준, 표현의 자유 수준 등은 문화 활동 주체들의 멀티미디어 활용의 다양성을 파악하는 기준이라 할 수 있다.

한편, 이상과 같은 다섯 가지 요소들 외에 미디어 상업주의라는 사회적 가치를 제시할 수 있다. 보편적으로 미디어 상업주의는 미디어의 존재이유, 역할, 가치 등을 분석하거나 평가하고 의미를 부여 할 때, 시장 원리 혹은 경제적 시스템 안에서만 바라보는 경향을 말한다. 따라서 미디어 상업주의는 미디어를 금전적 수익을 위한 도구로서만 바라보게 되는 물신주의에 빠질 위험성이 있다.

미디어 상업주의의 유형화 한다는 것은 매우 자의적이거나 추상적인 수준일 것이다. 미디어 상업주의는 먼저, 나타나는 미디어 현상들을 상거래 중심으로 분석하고 논리화하는 학술적 작업, 둘째, 미디어의 현실을 인식함에 있어서 경제적 수익여부

나 물질적 가치를 중심으로 생각하는 사유체계를 말할 수 있다. 마지막으로 미디어 소유주가 미디어를 사회적으로 활용함에 있어서 시장 중심으로, 시장을 가장 중요한 요소로 여기는 현상들을 말할 수 있을 것이다. 미디어 상업주의의 이 세 가지 유형은 학문세계에서 개인이 미디어를 바라보는 세계관에서 그리고 미디어를 주도적으로 운영하는 개인 혹은 집단의 활동에서 동시에 나타난다. 이 세 가지 상업주의 동시에 작동하면서 상호 조율하고 보완하면서 지배적 위치를 점하게 되고, 그 결과 경제주의 혹은 시장 환원주의가 미디어 세계에 대한 인식과 행위를 결정한다.

문화다양성을 실현하기 위한 구체적 실천으로는 먼저, 작품 활동 능력이 미력하거나 지엽적이고 소수언어 문화권에 있는 지역 및 나라들의 문화 콘텐츠 활동을 지원하는 방법. 둘째, 새로운 콘셉트를 가진 콘텐츠 제작 계획이나 독특한 작품을 구상하는 제작 계획을 활성화시키기 위한 지원, 셋째, 다양한 방송영상 콘텐츠를 생산하고 유통할 수 있는 조건을 만드는 것 등을 들 수 있다. 이러한 실천을 통해서 방송영상 콘텐츠의 생산 및 문화적 양태의 불균형성을 극복할 수 있는 토대를 다지게 된다. 셋째, 문화유산의 현대화를 들 수 있다. 이러한 기본원칙을 바탕으로 문화다양성 확보를 방송을 포함한 미디어 측면에서 구현시키고 재개념화에 대한 논의를 진행해야 한다.

제 2 절 전문가 인터뷰 분석 결과

1. 연구 방법

본 연구는 문화다양성 척도를 새롭게 구성하고 제안하기 위해 문화 영역에서 다양하게 활동을 펼치고 있는 10명의 전문가의 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰는 크게 4가지 주제로 설계하였다. 각 문항 및 주제에 대한 내용을 분석하는 과정에서 연구자들이 중요하다고 생각되는 개념이나 항목을 분류하여 ‘문화다양성 척도 개발’에 적용하고자 한다.

〈표 4-2〉 인터뷰 참여자의 일반적 특성

사례	성별	경력	활동 분야
1	남	28년	미디어 운동, 독립영화 관련 교육, 네트워킹
2	남	10년	문화현실, 정책, 문화운동
3	여	5년	여성주의 미디어 활동
4	여	7년	인권활동가, 인권영화제 기획
5	남	3년	문화산업 관련 연구직
6	남	12년	대중문화 교육
7	남	10년	언론·미디어 연구 분야
8	남	20년	교육 및 학술연구
9	여	4년	미디어 콘텐츠 및 사용자 연구
10	남	10년	방송 문화연구 및 방송 콘텐츠 비평

이를 위해 본 연구는 두 단계의 절차를 거쳤다. 첫 번째 전문가 인터뷰는 전수조사 성격으로 미디어와 관련된 정부부처에 재직 중인 인사 5인을 대상으로 1차 인터뷰를 진행했다. 이는 세부적인 인터뷰 계획과 문항을 도출하기 위한 방법으로, 총 4개 유목의 12개 세부 질문을 이끌어 낼 수 있는 계기로 활용했다. 두 번째 단계는 첫 번째 단계에서 도출한 인터뷰 문항을 바탕으로 실질적인 인터뷰를 시행하는 과정이다. 두 번째 단계에서 인터뷰에 참가한 사례의 일반적인 특성은 〈표 4-2〉와 같다.

2. 미디어와 문화의 관계

1) 미디어의 문화적 가치에 대한 평가

우선, 인터뷰 참여자들에게 미디어의 문화적 가치에 대한 생각을 물어보았다. 미디어의 문화적 가치는 현재의 컨버전스나 뉴미디어 환경을 중심으로 평가 할 것을 요청하였다.

미디어의 쌍방향성, 일상성이 강화되면서 참여적 문화, 아래로부터의 소통의 문화가 확장되고 있다고 생각합니다. 물론 그러한 변화를 매개하는 기술 변화 및 미디어

수단들이 시장의 거래에 기초하여 촉발되고 있으며 전통적인 공적 미디어 정책의 한계가 드러나는 상황에서 그 문화적 기능은 상업화와 민주화라는 양 측면을 동시에 드러내며 진행되는 것이 현재 미디어 문화의 특성이라고 생각합니다. <사례 1>

Wibro 체계나 “스마트 폰” 사용화에서 알 수 있듯이 시간과 장소에 상관없이 실시간 정보 접속과 전송이 가능해졌기 때문에 융합미디어를 통한 개인들의 소통과 네트워크가 활성화 되었다고 생각합니다. 또한 미디어의 메시지를 단순하게 전달받기만 하는 것이 아니므로 수신자와 발신자 사이의 상호작용적인 의사소통이 가능해졌다. <사례 8>

디지털 미디어가 등장하고, 네트워크가 다양한 차원으로 활용 가능하게 변화함에 따라서 미디어의 쌍방향이라는 특성은 이제 일반적인 특성으로 받아들여지게 되었다. 인터뷰 참여자들의 언급에서도 이에 대한 부분들을 많이 찾아 볼 수 있었다. 하지만, 쌍방향성이라는 특성은 단순하게 정보의 참여라는 부분에만 국한되는 특성은 아니다. 2차적 효과로서 나타는 네트워크의 참여나 정보의 참여가 사회적으로 새로운 변화를 가져올 수 있는 발판을 제공했기 때문이다.

미디어 수용자 간 관계가 변화한 게 중요한 현상이 아닌가 생각합니다. 고도의 네트워크를 가능하도록 만든 디지털 미디어 기술의 혁신과정은 수용자간 정보적 소통을 긴밀하게 형성시키고 있습니다. 이로부터 집단지성이라 불릴만한 앎의 주체로서 미디어 수용자를 이성의 주체로 변화시키게 되었다고 생각합니다. <사례 2>

미디어 환경의 급격한 변화 중, 우선 기존의 문화향유자에 머물렀던 대중이나 수용자들이 다양한 콘텐츠를 창의적으로 소비할 뿐 아니라 적극적으로 생산하고 있는 창구를 마련함으로써 문화의 다양성을 심화할 수 있는 가능성은 긍정적 측면이라고 생각합니다. 문화 생산자와 수용자가 극명하게 나뉘었던 과거와는 달리 형식에 얽매이지 않는 다양한 문화적 생산이 가능하게 되었고, 이는 조심스럽지만 확실적이고 무기력한 대중에서 능동적이고 현명한 다중의 등장에 대한 가능성을 열어준다고 볼 수 있지 않을까요? <사례 5>

디지털 환경에서 문화의 주체는 이제 더 이상 국한된 사회적 단계로 흘러나오는 것이 아니다. 흥미롭게도 쌍방향성이 가지고 있는 ‘참여’의 기회는 많은 사람들이 자신들의 문화를 창조할 수 있다는 전제까지도 이어진다. 하지만 더욱 흥미로운 사실은, 이 특성들이 이미 기존에 논의되어왔던 범주에서 벗어나지 못하고 있다는 점이다. 즉, 인터넷의 가장 큰 특성이라는 참여와 공유, 개방이라는 논의에서 벗어나지 못한다는 것이다.

전통 미디어에서 제한되어 왔던 새로운 사회문화적 이슈의 생산과 소통에 기여하고, 이 미디어를 기반으로 다양한 사회문화적 공동체가 형성되고 있다고 생각합니다. 기존 환경에서는 전통미디어에 대한 비판이 운동사회 내 미디어활동에서 주를 이루었다면, 현재는 사회문화 운동의 주요한 소통의 장이자 전략으로서 미디어를 활용하고 생산한다고 생각합니다. <사례 3>

융합 미디어, 디지털 미디어, 1인 미디어 혹은 소셜 미디어 등의 출현은 과거보다 확연하게 팽창되고 확산된 정보의 추구하고 활용, 그리고 의견과 관점을 포함하는 담론의 생성과 전파 과정을 훨씬 용이하게 만들었다고 생각합니다. 특히 문화적인 차원에서 이는 지식과 담론의 민주적 생산과 매개 및 수용을 일정 부분 촉진시켰으며, 특정 문화적인 이슈와 트렌드들이 보다 탄력적이고, 빠른 속도로 전파, (재)전유, (재)생산, 그리고 수용될 수 있는 환경을 형성했다고 말할 수 있습니다. <사례 7>

그렇다고 이 가치가 언제나 고무한 의미로만 해석되지 않는다는 현실을 인지해야 한다. 왜냐하면 인터넷이 가지고 있었던 특성들이 다른 미디어로 전이되는 과정이 컨버전스 상황에서 구현되고 있기 때문이다. 나아가 그 범주의 확장은 위 인터뷰 사례들에서 나타나듯이 미디어라고 불리는 다양한 매개체들에게 영향을 미치고 있다. 그렇다면, 쌍방향성이나 네트워크성을 가진 현대 미디어에서 나타나는 내면적인 특성들은 무엇이 있는가? 미디어는 그 미디어를 사용하는 사람들에 의해서 그 형식과 내용이 결정되기 때문에, 그 가치들을 살펴볼 필요가 있다. 인터뷰 참가자들의 언급을 살펴보면 몇 가지 특성으로 구분할 수 있음을 알 수 있다.

표현의 자유라는 권리를 실현할 수 있는 공간과 기술 확장이 가장 큰 특성이라고 생각합니다. 일반 대중이 개인 스스로 미디어에 참여할 수 있는 기회를 확보하여 개인 또는 집단이 문화를 창출하고 발전시킬 수 있는 계기 마련되었기 때문이죠. 또한, 문화의 경계와 범위를 확장하여 개방성을 보장했고, 상호이해와 상호공존을 향하는 가치를 구현할 것이라는 기대 역시 확산되고 있습니다. <사례 4>

사회의 저변까지 커뮤니케이션 네트워크를 확장함으로써 큰 손에 의한 미디어 콘텐츠 가치의 결정이나, 게이트 키핑, 필터링 및 왜곡 등의 가능성이 감소되었다는 현실이 가장 확연한 차이가 아닌가 생각합니다. <사례 6>

우선 <사례 4>의 언급처럼 미디어를 통한 상호공존이 가능해졌다는 특성을 제안할 수 있다. 사람들이 문화에 참여하여 문화를 만들며, 그 문화는 하나의 가치를 위해 형성되는 것이 아니다. 나아가 다양한 이해관계자들과 문화 소비자들의 가치가 다양하게 중첩되어 있는 현상으로 이어지게 된다. 이러한 현상들이 자연스럽게 이어진다면 <사례 6>의 언술에서처럼 어떤 정보나 사실에 대한 왜곡을 벗어날 수 있는 가능성들을 만들 수 있게 된다. 왜냐하면 정보는 이제 일방적으로 주어지는 것이 아니기 때문이다.

문화의 정의를 어떻게 내리는가에 따라 다를 수 있으나, 저는 문화를 자기표현과 타자와의 연대로 생각합니다, 그래서 융합시대의 미디어는 주체의 자기표현을 보다 쉽게 할 수 있도록 도왔고, 더불어 표현을 담는 매체의 힘까지도 늘려왔다고 평가합니다. 자기-표현은 매체의 힘에 의해 사회화될 수 있는 개연성이 높아졌습니다. 이는 또한 타자와의 연대 가능성 또한 늘렸다고 생각합니다. 사회화된 자기표현이 여러 사람에게 공유되고 조정됨으로써, 보다 많은 집단 지성의 연대가 가능해졌다고 생각합니다. <사례 10>

더욱 흥미롭게 현상을 현대 미디어 문화에 대한 현상을 살펴보면, <사례 10>의 언급에서 나타나는 것처럼 연대의 측면으로 이어질 수도 있다. 표현의 자율성, 그리고 참여를 통한 문화 생산의 주체화는 ‘표현이 공유됨’으로서 구현할 수 있는 새로운

미디어의 가치로 등장한다. 블로그나 토론 게시판을 시작으로 제시되기 시작한 온라인 공간의 집단지성은 SNS로 이어지는 마이크로 블로그와 개인 공간의 확장으로 그 이합 분산의 기능이 더욱 강화되었다. 사회에서 당연하다고 여겨지는 현상들의 저변에는 바로 미디어 컨버전스가 존재했던 것이다.

과거 미디어 플랫폼 중심의 콘텐츠가 소비되고 이를 중심으로 한 문화가 형성되었다면 현재는 콘텐츠 중심의 문화생산, 유통, 소비 시스템이 구축되고 있습니다. 따라서 동일한 콘텐츠가 플랫폼별로 유통되면서 다양한 문화아이템을 담아낼 뿐만 아니라 시간과 공간의 제한을 축소시키는 방향으로 빠르게 변화됩니다. 또한 수용자 혹은 이용자 중심의 콘텐츠 제공이 더욱더 세분화되고 개별화되고 있으며, 그 전달 속도 역시 매우 빨라지는 것이 현실입니다. 따라서 국가, 민족의 제약이 점차 낮아지고 있으며, 동일한 콘텐츠의 공유, 각 지역별로 로컬화과정을 거치면서 글로벌문화가 형성되고 있다고 할 수 있다고 생각합니다. <사례 9>

미디어 컨버전스 상황은 문화를 생산하거나 소비하는 양식이 개인이나 한 집단에 서만 공유되었던 기존의 환경과는 다른 양상을 초래하기도 한다. OSMU의 가치들이 플랫폼이나 소비 집단의 특성에 따라서 다양하게 변이될 수도 있고, 해석될 수도 있게 된다. 이상과 같은 내용들이 바로 미디어 환경의 변화에서 문화다양성 개념이 함께 변화되어야 한다는 근거이기도 하다. 이 근거들은 다음 진술들에서 더욱 흥미롭게 진행된다.

<표 4-3> 미디어의 문화적 가치 요인

요인	특성	방향
네트워크	참여의 보장	산업 · 양적 · 질적 접근
창조성	개개인의 표현 가치	
공유	정보의 다양한 흐름 보장	
집단지성	행위자들의 정보형성	

2) 미디어 환경 변화에 따른 미디어 가치의 변화

미디어 환경 변화는 사람들에게 기회를 제공함과 동시에, 미디어에 새로운 가치나 책무를 제공하게 되었다. 흥미로운 사실은 이 가치라는 측면은 다양한 행위자들과 사회적 관계를 기반으로 정의되고 있다는 지점이다. 그렇기 때문에 미디어 환경 변화에서 나타나는 다양성의 가치는 더욱 많은 논의를 통해서 정의될 필요가 있다는 점이다.

최근에 디지털과 정보 테크놀로지의 사회적 그리고 일상적인 활용과 더불어 미디어의 다양성이 일견 증가한 측면이 분명히 존재합니다. 그럼에도 늘어난 플랫폼과 미디어 채널 그리고 흐름 등이 집합적으로 형성하는 양적인 풍요에도 불구하고, 이 다양성이 어떤 질적이며 사회문화적 공공성을 견인하거나 실천할 수 있는 다양성인지에 관한 심도 있는 공론화의 노력과 담론 측면의 차별화, 그리고 제도적인 지원은 아직 크게 현실화되고 있다고 보기 어렵습니다. <사례 7>

미디어 환경의 변화와 산업의 이해관계에 의해 의도적으로 확대 재생산되는 미디어와 문화의 다양성은 실질적 다양성이라기보다는 양적, 기계적, 혹은 박제화 된 다양성으로 변질될 개연성이 상존한다고 봅니다. 미디어와 통신, 그 밖에 관련 기업과 언론에 의해 유포되는 이런 문화다양성 혹은 다문화 담론들은 실제로 대중의 선택과 자율성을 특정한 틀이나 질서 속에 가두고 실재하는 생산과 소비의 불평등과 거대기업의 독과점, 정부의 이데올로기적, 문화적 통제를 심화하는 현상을 쉽게 목도할 수 있기 때문이죠. 그러므로 융합 환경에서 만들어지는 다양성에 대한 내용들은 인위적 조성보다 특유한 매체 영역에 대한 독립적인 발전과 변화를 수용하고 활용할 수 있는 대중의 선택과 이를 위한 산업적, 제도적 기반이 마련되어야 한다 생각합니다. <사례 5>

우선, 미디어를 구성하고 작동하는 차원에서 정책이라는 부분은 미디어다양성의 범주를 확정할 수 있는 가장 기본적인 요인으로 작용한다. 그렇지만 연구 참여자들의 언급에서 나타나는 것처럼 미디어다양성을 확정하기 위한 범주는 하나의 범주로

정의할 수 없는 거대한 요소라는 점이다. 하지만 현재 진행되고 있는 정부 차원의 미디어다양성은 인종 특성에 기반을 둔 다양성 확보를 논하고 있다는 점에서 그 문제가 제기된다. 이러한 부분은 연구 참여자들의 언급에서도 나타나고 있었다. 특히 미디어는 그 사회적으로 큰 영향력을 미치고 있다는 점에서 정책 제반에 대한 논의들이 필요함을 연구 참여자들이 지적하고 있었다.

단순한 양적 차원에서의 개념화가 아니라, 질적 차이와 그에 대한 정치적 배려를 고려한 재개념화가 필요합니다. 이를 위해서는 하나의 잣대로 제단해서 파악하는 ‘평등’의 개념이 아니라 ‘공정함’과 ‘정의’로부터 그 개념을 이끌어 내야 하는 작업이 필요하다고 생각합니다. <사례 6>

무엇보다도 정보의 양적인 증가에 부합하는 질적 가치의 고려가 필요하다. 정보를 생산하고 공유하는 것뿐만이 아니라, 정보 수용과 전송을 포함한 문화적이고 사회적인 격차에 대한 해결책까지도 고려해야 합니다. <사례 8>

연구 참여자들이 지적하는 내용 중에서 흥미로운 현상들은 위의 언급에서 나타나듯이 다양성을 양적 보장이 아닌 질적인 보장을 동일 선상에서 다뤄져야 함을 말한다는 사실이다. 현재 국내 미디어 구조에서 다양성을 보장하는 방법은 크게 두 가지 흐름으로 이어지고 있다. 우선 하나는 프로그램 질 평가라는 차원에서 방송 내용에 대한 평가를 다양성 확보 방안으로 진행하는 방안이다. 현재 각 지상파 방송 3사에서 제시하고 있는 프로그램 질 평가에 대한 내용은 주로 프로그램 자체에서 포함되고 있는 표현 방식에 대한 언급으로 이뤄지고 있지만, 자사 홍보용으로 사용되고 있다는 점에서 그 가치는 한계가 존재한다. 두 번째로 편성을 통한 미디어다양성 확보 전략이 있다. 방송통신위원회에서 권고하고 있는 내용을 바탕으로 각 프로그램의 편성 시간을 조정함으로써 시청자 참여가 보장되고 있다. 하지만 흔히 말하는 컨버전스 미디어 환경에서 구축하고 있는 참여의 의미와 상이한 차이를 보이고 있다는 점에서 그 한계는 역시 존재하게 된다.

연구 참여자들의 위 언급과 같이 정보의 양적인 증가는 편성이나 프로그램 질 평

가에는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 이어지지 않는다. 정보를 일방적으로 제공하는 방안에 익숙해져 있는 정책의 형성은 컨버전스 시대에 적합한 방안으로 모색하기에는 한계가 존재하는 것이다. 특히 위 언급에서 나타나는 것처럼 프로그램 속 다양성을 질적인 차원에서 어떻게 평가할 수 있는가에 대한 고민이 필요한 것이다. 컨버전스 미디어가 가지고 있는 가장 큰 특성은 과거 인터넷이 등장했을 때처럼 참여나 공유, 개방의 차원을 모두 포함하고 있기 때문에, 어떤 정보가 어떻게 미디어를 통해서 이어질 수 있는가에 대한 고민이 필요한 것이다. 그렇다면 컨버전스 상황에서 어떤 방안을 통해 미디어다양성을 확보할 수 있을 것인가? 이 부분은 다음 언급들을 통해서 찾아볼 수 있을 것이다.

유럽의 경우 가장 보편적인 미디어다양성 정책 방안은 내적 다원성과 외적 다원성 보호를 통한 다양성 확보입니다. 다원성은 미디어 소유의 다양성과 생산물의 다양성을 포함하며, 이것이 바로 외적·내적 다원성을 의미한다. 결국 다양한 사회적, 정치적, 문화적 관심과 관점이 미디어에 내용에 충분히 반영될 수 있는 기반이 마련되어야 한다는 것이죠. 결국 디지털 융합 환경이라는 변화된 현실에 맞는 미디어다양성의 재개념화를 위해서는 균형, 다양성, 프로그램의 질, 사회적 가치 등을 고려해야 한다고 생각합니다. <사례 9>

콘텐츠의 내용과 형식의 다양성뿐만 아니라, 그 생산주체와 생산방식, 플랫폼의 다양성이 보장될 필요가 있습니다. 방송에서의 공영방송, 영화에서의 스크린쿼터 등은 다양성과 관련하여 여전히 중요한 가치이나, 멀티플랫폼의 확장, 쌍방향성의 증대, 참여의 확대 등과 관련한 가치 개념들이 논의되어야 한다고 생각합니다. <사례 1>

우선, 연구 참여자들은 미디어 환경이 변화함에 따라서 질적인 차원을 사회를 구성하는 다양한 주체들이 참여할 수 있는 문화다양성의 확보가 필요함을 언급한다. 특히 <사례 9>의 언급에서 나타났듯이 문화다양성을 다양한 주체로 확장하여 문화의 균형과 다양성, 사회적 가치를 고려하여 미디어다양성을 확보할 필요가 있다. 또

한 <사례 1>의 언급에서 나타나는 것처럼 쌍방향성의 확보라는 지점은 컨버전스 미디어 환경에서 나타나는 문화적 주체 미디어 이용자를 확보할 수 있는 방법의 모색이 필요할 것이다.

미디어다양성은 단순히 채널, 매체, 소재의 다양성만으로 설명될 수 없다. 따라서 미디어다양성이 시청자 주권과 권리를 보장하고 보다 다양한 사회문화적 가치를 담보하는 논의가 되기 위해서는 생산주체의 다양성(계급, 인종, 민족, 섹슈얼리티, 나이 등), 이데올로기의 다양성(사회문화 혹은 정치에 대한 가치관, 관점 등), 생산체계 및 방법의 다양성(주류, 독립 혹은 대안 등) 등에 관한 논의가 함께 이루어져야 한다고 봅니다. <사례 3>

미디어 환경과 문화다양성의 관계를 언급하는 내용들을 살펴보았을 때, 시청자 주권과 권리라는 측면이 과연 어떻게 보장되고 있었는가를 고민할 필요가 있다. 미디어를 구성하고 있는 문화는 과연 어떤 시각을 통해서 정리되고, 확산되고 있었는가를 고민하는 과정이 필요한 것이다. 하지만 현실에서 나타나고 있는 미디어다양성의 주체는 미디어를 생산하는 특정한 대상들에 국한되어 있기 때문에, 이를 어떻게 잘 활용할 수 있는가에 대한 미디어다양성 논의로 확장될 필요가 있다.

민주성의 확보가 필요하다고 생각합니다. 미디어다양성은 ‘밑으로부터의 요구’라 할 일반 대중의 문화현실과 욕구로부터 제기되어야 하는 것이기 때문이죠. 자본의 가치 창출 및 정책의 가시적 성과에만 치중하면 기존의 문화공공기반시설이 야기한 문제, 즉 시설만 있고 프로그램과 이용자는 없는 상황이 발생할 수 있을 것이란 생각이 듭니다. <사례 2>

모든 문화권에서 그러하듯이 미디어다양성에서도 인권이 존중되어야 한다고 생각합니다. 사회의 조화와 약자에 대한 배려, 개인과 집단의 존엄과 역사를 존중하는 것이 중요하기 때문이죠. 인권보장 없는 미디어 발전은 소수의 이익을 위한 기술적 성장과 경제 성장에 그쳐 악용될 여지가 있을 거라 생각합니다. <사례 4>

미디어가 재현하는 현상에 대한 문제는 매스미디어가 등장하고, 그 영향력이 확

장됨에 따라서 지속적으로 논의되어 왔던 문제이다. 나아가 그 안에서 그려지고 있는 사회나 환경에 대한 문제는 앞으로도 하나의 정의로 합의할 수 없는 논점을 지니고 있다. 그럼에도 불구하고 미디어다양성을 논할 때, 가장 주요하게 다뤄져야 할 토픽은 우리 사회가 표방하고 있는 민주성이라는 가치와 인권이라는 가치일 것이다. 연구 참여자들의 언급에서 나타나고 있는 이 가치들이 미디어다양성과 과연 부합하는지, 그리고 컨버전스 상황에서도 부합할 수 있는지를 우선적으로 고민해야 한다. 왜냐하면 앞선 논의에서 살펴보았던 것처럼 미디어다양성의 부분에는 행위자들의 자유로운 참여가 지속적으로 제기되고 있기 때문이다. 이 부분은 뒤에서 다시 자세하게 다루도록 한다.

융합 환경에서 미디어다양성을 논의할 때 빠지기 쉬운 함정 중 하나는 새로운 미디어의 등장이 올드 미디어의 사장으로 이어진다는 생각입니다. 물론 그럴 수 있지만, 저는 새로운 미디어는 올드 미디어와 동반자적 관계를 갖는다는 생각입니다. 올드 미디어의 영향력이 과거처럼 독점적이지는 않더라도, 일정한 제도와 관습 속에서 올드 미디어가 유통되는 만큼, 그 영향력 또한 새롭게 조정된다고 보는 편이 맞아 보입니다. 미디어의 다양성은 올드 미디어를 포괄하는 논의의 틀 속에서 이해되어야 할 것이고 자칫 올드 미디어를 배제한 논의가 되지 않도록 주의를 기울여야 할 것입니다. <사례 10>

<사례 10>의 언급은 새로운 미디어 등장과 동시에 나타나는 가치에 대한 지적이라고 이해할 수 있다. 컨버전스 미디어는 하나의 미디어가 사라지고 새롭게 등장하는 것이 아니라, 기존의 미디어가 가지고 있었던 사회적·문화적 한계들을 극복할 수 있는 방안으로 이어지고 있음을 인지해야 한다. 그렇기 때문에 컨버전스 미디어의 가치와 그 가치를 통해 만들어지는 미디어다양성에 대한 내용들은 기존의 가치를 확장하는 개념으로 인식해야 할 필요가 있다. 그리고 미디어가 가지고 있는 다양한 의미들을 선택과 배제의 과정을 통해서 새롭게 정립해야 할 필요가 있는 것이다.

〈표 4-4〉 미디어 가치 변화 요인

요 인	특 성	방 향
문화다양성을 위한 정책수립	가이드라인 제시	정책적 접근
미디어 주체의 다양성	참여, 공유, 개방	
인 권	사회 구성원들에 대한 재현 가치	

그렇다면 연구 참여자들은 문화다양성에 대해서 어떻게 인식하고, 또 그 가치의 변화에 대해 어떤 전망을 하고 있는가? 이를 알아보기 위해 1차적으로 연구 참여자들이 생각하는 문화다양성에 대한 인식과 그 가치의 재정의의를 알아보기로 한다.

3. 문화다양성에 대한 인식

1) 문화다양성에 대한 정의

문화다양성이란 유네스코에서 제시하고 있는 내용처럼, 사회를 구성하는 다양한 주체들의 행위를 보장하는 방안이라고 해석할 수 있다. 하지만 추상적인 개념으로서 문화다양성을 책정할 경우, 그 안에 존재하는 함정에 빠질 수 있다. 가치를 인정하는 것뿐만이 아니라 참여의 보장이 중요하기 때문이다. 이에 대한 연구 참여자들의 언급을 살펴보기로 한다.

문화다양성에 기초한 문화생태계의 조화로운 발전과 소통의 확장 개념을 기초로 하되, 위에서 언급했듯이 문화 생산 시스템 전반의 재구성이 전제되는 다양성 개념이 정의되어야 한다고 생각합니다. 〈사례 1〉

문화를 사람들이 살아가는 삶의 총체적인 모습으로 정의했을 때, 문화다양성의 기본적인 방안은 〈사례 1〉의 언급처럼 문화 간 소통을 보장하는데 있을 것이다. 문화를 이해하는데 언급되는 다양한 이론들은 문화를 상호 어떻게 이해할 것인지, 혹은 어떻게 문화 사이의 차이를 인정할 것인지에 대한 논의로 이어진다. 이러한 흐름에서 문화의 다양성이란 사회 속에 내재되어 있는 문화에 대한 1차적인 접근서부터 이뤄질 수 있다. 여기서 접근이란 앞서 논의했던 문화에 대한 양적인 보장을 뛰어

넘어 질적인 이해까지 이어지는 관점의 형성이 필요하다. 그리고 이를 위해서는 소통, 즉 상호작용을 통해서 그 가치를 발견할 수 있다. 그렇다면 소통의 기회로 문화 다양성을 정의했을 때, 어떤 가치들을 포함 한 것이 문화다양성 개념으로 대표할 수 있을 것인가?

우선 인식의 다양성 (자신을 둘러싼 객관 세계 및 그로부터 형성되는 자아의 정체성을 개인 스스로 자유롭게 생각하고 사고할 수 있어야 한다고 생각합니다. 당대의 사회가 갖는 혹은 요구하는 주류의 가치체계나 이데올로기로부터 벗어나 자유롭게 자신과 대상을 생각하고 의미화 할 수 있어야 하구요. 그리고 마지막으로 표현의 다양성(생각이 다양한 만큼, 그것을 표현하는 방식도 다양해야 한다고 생각합니다. <사례 2>

문화다양성은 다양한 층위와 스펙트럼을 배경으로 하는, 예컨대 지배문화와 상업적 대중문화, 하위문화, 소수문화, 다문화, 코즈모폴리타니즘, 잡종문화, 전통문화 등- 문화들과 이들 문화를 향유하고, 생산/전유하는 집단들이 일정하게 공존하고 서로의 존재와 자신들이 선호하는 콘텐츠를 인정할 수 있는 상황을 뜻한다고 생각합니다. <사례 7>

<사례 2>와 <사례 7>의 언급에서 나타나는 것처럼 우선적으로 인식의 다양성을 전제하는 것이 문화다양성의 기본 원리를 성취할 수 있는 방안이다. 소통이 이뤄진 상태에서 자신과 대상을 생각하고 의미화 할 수 있는 작용을 넘어, 다양한 스펙트럼을 보장하는 기회가 필요하다. 문화다양성 안에는 인식의 다양성을 확보함으로써, 상호 공존이라는 전제가 내포될 필요가 있다.

문화다양성은 개인들이 자신의 일상에서 자유롭게 표현할 수 있고, 문화매체와 콘텐츠에 접근할 수 있는 통로와 기회가 다양하게 보장되어야 하며, 각각의 문화적 차이들이 자본과 권력에 의해 배제되거나 차별되어서는 안 된다고 생각합니다. 유네스코는 지나치게 국가 대 국가, 민족 대 민족 간의 문화다양성에 초점을 맞추고 있다. 개인들의 관점에서 문화다양성을 언급하는 것은 결국 개인들의 문화적 권리에 대한 확장을 말하는 것이라 생각합니다. <사례 8>

문화다양성은 자기표현의 책임 있는 발현과 타자와의 연대 가능성의 향상에 달려 있다고 봅니다. 책임 있는 자기표현과 타자와의 연대는 집단 지성으로 발현되어 문화를 보다 풍부하고 다채롭게 만들 것으로 기대합니다. <사례 10>

연구 참여자들의 언급에서 나타나는 문화다양성의 특성은 개인의 가치에 대한 보장이 주요점으로 작용하기도 한다. 즉, <사례 8>과 <사례 10>의 언급처럼 문화의 다양성은 각각의 문화적 차이들을 존중하려는 자세와 이 자세를 통해 형성되는 연대나 집단지성에 대한 문제로 이어질 수 있다. 2010년 상반기에는 웹 2.0이 등장함에 따라서 새롭게 대두되고 있는 인터넷의 가능성은 집단지성이라는 단어로 집약된다. 피에르 레비의 ‘집단지성’은 개미들의 군집처럼 이용자들이 어떤 정보나 지식에 대해서 자유롭게 의견을 타진하는 과정에서 자연스럽게 형성되는 문화적 산물이다. 즉 아래서부터 위로 올라가는 의견 개진이 보장되는 상황에서 구축 가능한 가치이다. 이 가치는 표현의 자율성이라는 전제와 참여의 자율성, 나아가 정보에 대한 자유로운 접근까지 포함되어 문화적 다양성이라든지, 혹은 컨버전스 상황에서 나타나는 새로운 변형들을 체화할 수 있는 것이다.

문화의 다양성은 한 사회의 성숙이나 삶의 질, 민주화 정도를 보여주는 중요한 지표이고 이를 위해 제도나 정책의 변화 뿐 아니라 의식과 사회적 담론, 실천이 수반되어야 한다고 생각한다. 그러나 한국 사회에서 문화다양성 혹은 다문화 담론들은 정부나 기업 등에 의해 획일적인 양상으로 유포되는 문제점을 드러내고 이런 이유에서 문화다양성이 신자유주의적 언어나 담론전략에 의해 전유되는 경향을 보여준다고 생각합니다. <사례 5>

문화다양성에 관한 논의에는 인종, 성별, 나이와 같은 생물학적 종의 다양성 뿐 아니라 젠더 혹은 섹슈얼리티, 계급, 민족, 사회문화적 지위에 따른 차이, 신념이나 가치의 차이 등에 관한 논의 역시 포함해야 한다고 생각합니다. 그러나 한국사회에서 논의되고 있는 문화다양성은 성별이나 인종과 같은 단순히 가시적인 다양성의 측면만을 강조하고 있으며, 특히 최근 이주민의 급증과 함께 논의되는 문화다양성

은 차이에 대한 상호인정의 맥락에서보다는 한국사회로의 편입과 동질화의 전략으로 차용되고 있는 것 같습니다. 또한 문화다양성을 ‘인권’ 및 ‘윤리’의 맥락과 연계하지 않는 것 같다. <사례 3>

하지만 위 연구 참여자들의 언급에서 나타나는 것처럼 현재 국내에서 확장 및 논의되고 있는 문화적 다양성에 대한 관점들은 주류 문화에 포섭될 수 있는 문화적 가치만을 다양성의 개념 안에서 설명하려 한다는 한계들이 존재한다. 또한 가시적인 차원에서 구축하고자 시행하고 있는 문화다양성에 대한 논의들은 인종을 벗어난 차이가 보장되지 않는다는 점에서 그 의미 제고를 요청할 필요가 있다. 그렇다면 문화다양성의 기본적인 논의로 돌아가서, 어떤 차원에서 문화다양성을 정립해야 하는가로 시각을 맞춰볼 필요가 요구된다. 연구 참여자들은 이에 대해 다음과 같은 진술로 문화다양성을 정의할 필요가 있다고 지적했다.

한 문화(또는 사회)가 다른 문화(사회)를 인정(존중)하고, 그 안에서 보편적 가치를 정의하거나 또는 해석하고, 그 중에서 우선순위를 정할 수 있는 자유와 권리. 그리고 스스로 또는 다른 사회(또는 문화)와 함께 정해 놓은 문화적 가치/정의/해석/우선순위의 것들/그 자유/그 권리를 평가할 수 있는 지속적인 자유와 권리가 포함된 개념이 문화다양성이라고 생각합니다. <사례 4>

문화는 살아있는 삶이자 결과물입니다. 즉, 다양한 사회구성원, 계층, 국가가 혼종화 되어 드러나는 것이 바로 문화이며, 단순한 상품이자 소비재로 여겨서는 안 되기 때문에 제도적 보완과 정책이 매우 중요합니다. 결국 자본의 논리로부터 문화를 보존하고, 보호하며, 소수문화의 존재를 인정하고 발전시키자는 것이 문화다양성이라 할 수 있습니다. <사례 9>

문화다양성에 대한 측면은 사회를 구성하고 있는 사람들이 스스로 만들어낸 문화 차원을 보장한다는 점에서 전제가 진행되어야 한다. 그리고 연구 참여자들 역시 문화다양성의 개념에는 상호 간 문화의 이해가 전제되어야 함을 동일하게 언급하고 있었다. 문화적 혼종이나 공존의 문제, 이를 진행할 수 있는 계기를 만들어 주는 것

은 문화다양성에 대한 근본적인 접근, 즉 다양한 사회구성원들이 자신 삶뿐만 아니라 다른 사람들과의 관계로 이어지는 의미들을 인정한다는 점에서 문화다양성은 구현될 수 있는 것이다.

다양성이란 질적으로 다른 유형의 문화적 인자들이 산출될 가능성. 이는 결과로서의 다양성 뿐 아니라, 그러한 결과를 만들어낼 수 있는 ‘시스템’의 문제와 연관된 사회적 가치라고 생각합니다. <사례 6>

문화다양성은 문화에 대한 인정뿐만 아니라, 어떤 가이드라인을 통해서 보장되는 것도 중요한 변수로 작용할 수 있다. 그렇기 때문에 문화를 만들어 나갈 수 있는 개개인들의 자율성을 보장하는 것이 중요한 요소로 다뤄질 필요가 있다. 특히 문화다양성의 개념을 컨버전스 미디어 상황으로 접근했을 때, 이 상황에서 구현되는 문화의 다차원적인 다양성 구성 요인들의 등장을 보장할 필요가 있는 것이다.

<표 4-5> 문화다양성에 대한 요인

요인	특성	방향
자유로운 생각의 의미화	문화적 주체로서 향유	양적·질적 접근
문화 권리의 확장	문화의 공존 보장	
문화 생성의 자율성 보장	시스템 기반 자율성 보장	

2) 문화다양성에 부적인 영향을 미치는 요인

그렇다면 다양한 가치와 스펙트럼으로 구성된 문화다양성의 의미를 현실화시킬 수 있는 방안은 어떠한 것들이 있는가? 이에 대한 논의를 진행하기에 앞서 연구 참여자들이 생각하고 있는 문화다양성의 저해요인들을 알아보았다. 이는 연구 참여자들이 각각 규정하는 문화다양성에 대한 의미를 재검토 하는 것뿐만 아니라, 나아가 문화다양성을 구성하는 요인의 개발로 이어 지는 것으로 판단했기 때문이다.

문화다양성 이전의, 다양한 가치, 주체, 제도 등의 다양성에 대한 몰이해 및 그에 기초한 정책 결정 프레임과 결정 구조, 그리고 자원의 분배 문제가 있다고 생각합니

다. 말하자면, 필연적으로 독점을 낳고 결과적으로 공정한 분배 및 다양성의 보장을 저해하는 시장 그 자체 및 시장중심주의, 그리고 그에 기초하여 국가 및 공적 영역의 역할이 배치되고 있는 지배적 사회구조의 문제가 동시에 장애물들이라고 생각합니다. <사례 1>

먼저 자본논리에 의한 특정한 문화물의 과도한 생산과 범람 그리고 시장과 수용자들에 대한 문화산업이나 거대기업의 장악능력을 들 수 있고, 국가나 지배집단에 의한 특정한 문화에 대한 과도한 보호와 집착과—문화의 국가적 전유—같은 사례나, 특정 사회 내부에 지배적으로 형성되는 본질주의적인 문화에 대한 강조와 규문화 혹은 제도화의 정도—민족주의나 국수주의와 결합된 문화의 형성 그리고 남성우위의 문화와 같은 특정한 젠더문화—등을 꼽을 수 있다고 봅니다. <사례 7>

연구 참여자들은 문화다양성을 저해하는 요소로서 분배에 대한 부분을 우선적으로 지적하고 있었다. 문화를 누가 구성하고 확장하는가에 대한 논점들과 이어지는 연구 참여자들의 이 지적은 문화의 범주를 확정하는 단계에서도 유효하게 적용할 수 있다. 특히 문화다양성의 개념을 사회적으로 요구하는 기준에 적합한 요소들로 국한했을 경우 나타나는 오류에 대한 언급은 그 속에 배제되고 있는 다양한 가치에 대한 평가가 필요함을 지적하는 것으로 이어지고 있었다. 이 과정에서 제기되는 분배에 대한 문제, 그리고 그 분배를 바탕으로 구성되는 문화다양성에 대한 기준제시들이 가져오는 한계를 극복한 새로운 유형의 문화다양성을 요구하는 것으로 해석할 수 있었다.

경제적, 자본의 논리에 따라 문화를 재단하고 정의하는 것이 가장 큰 저해요소라고 생각합니다. 콘텐츠의 특성 역시 제작 국가의 정치적, 문화적 가치관을 반영하며, 이것이 바로 문화다양성을 살펴볼 수 있는 주요 텍스트가 됩니다. 콘텐츠가 플랫폼화 되는 현재의 미디어 환경 속에서 수많은 채널을 채울 수 있는 콘텐츠를 제공할 수 있는 주체와 제작 주체는 대부분 경제적 우위를 점하기 때문이죠. <사례 9>

<사례 9>의 언급은 앞서 살펴보았던 <사례 1>과 <사례 7>의 언급을 구체적으로

다른 내용으로 해석할 수 있다. 분배의 문제를 사회적·경제적인 논의로 접근하는 것 뿐 만 아니라, 미디어에 대한 영역으로 접근하고 있기 때문이다. 현재 사회적으로 미디어에 대한 논의들은 미디어 콘텐츠에 대한 다양성 확보로 이어진다. 나폴리의 논의에서 제기되는 것처럼 소스의 다양성과 접근의 다양성, 그리고 채널의 다양성에 대한 문제가 충족되기 위해서 채널과 콘텐츠에 대한 부분들이 지속적으로 고민되어야 한다는 것이다. 하지만 사회적으로 문화다양성에 대한 논의는 문화를 상품의 가치로 판단하고 그 의미를 해석하고 있다는 점에서 문화다양성을 정의하는데 부정적인 영향을 미치게 된다. 그리고 그 문화다양성의 가치는 국내의 특수한 상황에 기인하여 한계를 만들어내기도 한다.

우선 민족주의가 가장 큰 저해 요소라고 생각하구요, 자본과 시장 및 정치권력 등 다양한 요소들이 있다고 생각합니다. 이에 대해 어떻게 접근할 것인가에 대한 문제가 가장 크구요. <사례 2>

국내에서 문화다양성에 대한 논의가 시작된 것은 유네스코의 문화다양성 협약에 따른 권고뿐만 아니라, 외국인 노동자 및 국제결혼 등으로 인해 인구 이동이 많아졌기 때문이다. 즉 이미 사회는 다문화로 구성되어 있었음에도 불구하고, 그 다양성을 단일화된 가치체제로 규정하려 했기 때문에 실질적인 문화다양성의 가치를 도출하기에 무리가 있었다. 이 후 지속적으로 문화다양성에 대한 논의가 이뤄지기 시작하자 국가나 영토, 인종 등의 가치를 바탕으로 문화다양성에 대한 가치를 언급하기 시작했다. 그 결과 <사례 2>의 언급에서 제기되는 것처럼 민족주의라는 가치와 자본에 대한 문제로도 이어진다. 그리고 그 문제점들은 다른 한계로도 이어지게 된다.

문화자본의 독점화 현상이 큰 문제라고 생각해요. 예로, 영화의 수직계열화, 대중음악의 장르편중, 엔터테인먼트의 소수독점 등과 같은 현상 말이죠. 또한 사회적으로 소수자들에 대한 편견과 배제의 논리도 주요한 문제라고 생각합니다. <사례 8>

국가주의에 기반을 둔 문화다양성 정의는 문화자본의 독점화라는 차원과 편중된 가치나 문화의 상품화로 이어지는 흥미로운 현상과 맞물리게 된다. 왜냐하면 다양

성이라는 가치를 바탕으로 새로운 문화 소비자들을 만들어 내거나 포섭하여 새로운 문화적 영역을 향유할 것을 지속적으로 호명하기 때문이다. 그렇기 때문에 앞서 연구 참여자들이 지적했던 문화의 분배에 대한 논의가 주요한 쟁점으로 부각된다.

미디어생산 방법 및 과정, 소통 창구가 다양해지고 접근이 용이해진 현재 미디어 환경은 문화다양성을 촉진하는 주요 요인이라 할 수 있습니다. 그러나 문화다양성은 각각의 개별 주체들이 자신의 취향과 의견을 표현하는 것에 그치는 것이 아니라, 그것을 사회적으로 소통하고 공유함으로써 형성되는 것이라 생각한다. 하지만 여전히 소수의 주류 미디어가 사회적 이슈와 관점, 대중적 취향을 지배하고 장악하고 있는 상황에서 문화다양성은 저해될 수밖에 없다고 생각합니다. <사례 3>

그럼에도 불구하고 <사례 3>의 언급에서 나타나는 것처럼 문화다양성은 소수의 주류 미디어나 문화가 어느 특정한 획일화를 위해 구성하고, 이끌고 있다는 점에서 이에 대한 재평가가 필요하다. 미디어 자체가 가지고 있는 메시지 전달 효과를 감안했을 때, 사회적으로나 경제적으로 자유로운 가치를 추구할 수 있는 기반 형성이 필요하게 된다. 그렇다면 현재와 같이 왜곡된 문화적 가치들이 공유되고 있을 때 나타날 수 있는 문화의 왜곡현상은 어떠한 것들이 있는가? 이에 대해서 한 연구 참여자는 다음과 같은 평가를 내리고 있었다.

하버마스가 공론장의 구조변동에서 논의한 공론장을 활성화하기 위한 일련의 장치들이 오히려 공론장과 공공성을 질식시키고 식민화하였다는 주장과 유사하게 문화다양성이라는 가치를 특수한 목적에 봉사하거나 시류에 편승하는 양상으로 동원하는 각종 기제들이 오히려 문화다양성이나 문화다원주의를 국지화, 파편화, 획일화 등의 과정을 통해 저해할 수 있는 가능성 역시 배제하기 어렵다고 생각합니다. 또한 한국사회의 전통적 가치관이나 남북 분단 등 특수한 상황에 기인하는 보수적인 이념과 사회 분위기는 진정한 다양성 수용에 저해요소가 되기도 한다고 생각합니다. <사례 5>

자기 책임의 부재를 들 수 있습니다. 자신의 표현이 사회적 영향력을 갖고 있음을 감안하는 책임의식이 있어야 할 텐데, 일부에게서는 표현만 하고 책임지지 않는 모

습을 보여주고 있습니다. 또한 공적 기관의 책임 회피가 문제이지요. 수단에 비해 책임의식은 덜한 것 같습니다. 이들을 규제하고 책임질 수 있게 하는 제도적 장치가 필요하고, 이들이 일반 수용자에 대해 갖는 대답가능성(answerability), 응답가능성/책임성(responsibility), 설명성(accountability)을 보다 높여야 할 것입니다. <사례 10>

주류적으로 왜곡되고 있는 문화적 상황을 고려했을 때, 사회적 분위기의 변화는 연구 참여자들이 공통적으로 언급하는 부정적인 요소로 평가할 수 있었다. 특히 이 상과 같은 문화다양성의 요소들의 변화 과정을 감한하지 않은 상태에서 진행되고 있는 문화다양성에 대한 논의가 가져온 현재의 부조리한 상황을 개선해야 한다는 언급으로 이어지고 있었다. 그렇기 때문에 연구 참여자들은 공통적으로 새로운 문화다양성 개념의 확립의 필요성을 강조했으며, 나아가 현 상황과 같은 미디어 컨버전스 상황에 대한 평가로 이어지고 있었다.

<표 4-6> 문화다양성에 부적인 영향을 미치는 요인

요인	특성	방향
분배의 왜곡	편파된 미디어 구조	산업 및 질적 접근
국내 사회적 특성	단일 민족주의적 사회 기류	
문화적 편견	문화다양성에 대한 이해 부족	

4. 컨버전스 미디어와 문화다양성의 관계에 대한 인식

1) 컨버전스 미디어와 문화다양성의 관계

그렇다면 미디어에 대한 접근이나 정보의 참여 및 공유가 자유로운 환경에서 구축되었다고 평가받는 컨버전스 미디어 환경에서 문화다양성은 어떤 의미를 가지게 될 것인가? 이에 대해서 연구 참여자들은 다양한 전망을 내 놓았다.

융합시대의 미디어는 주체의 자기표현을 보다 쉽게 할 수 있도록 도왔습니다. 큰 틀에서 저는 우호적으로 평가하는 편입니다. 하지만, 이러한 미디어 활용이 글로벌 미디어 대기업이 제공한 디바이스를 통해 이루어지고 있다는 측면은 우려스러운 부

분입니다. 국가 또한 반론을 막고 자신의 정책을 관철시키기 위해 이러한 창의성을 제한하려 하는 움직임이 보여주고 있는 부분도 있습니다. 시장과 국가를 통제하기 위한 시민사회의 움직임이 활발하게 이루어질 때, 융합시대 미디어다양성과 문화다양성에 대한 정당한 평가를 내릴 수 있을 것입니다. <사례 10>

<사례 10>의 언급에서 나타나듯이 미디어 컨버전스 상황은 다양한 스펙트럼을 바탕으로 평가를 내릴 수 있다. 하나의 입장으로 살펴볼 수 있는 것이 아니라 미디어에 대한 활용을 전적으로 긍정적인 평가와 결부되지는 않는다는 점을 망각해서는 안 된다. 특히 앞 절에서 논의되었던 것처럼 정보를 분배하는 차원에서 나타나는 그 제약들이 컨버전스 미디어 디바이스라는 자체의 접근에서부터 발생할 수 있다는 점은 주요한 문제로 부각될 것으로 판단할 수 있다. 예를 들어 인터넷이 등장하고 난 이후 인터넷 활용에 적극적으로 이용자들을 증가시켰지만, 현실적으로 인터넷을 접할 수 없는 디바이스 미 소지계층들과 정보격차가 발생했던 사례처럼 말이다.

이러한 컨버전스 상황의 특성을 바탕으로 연구 참여자들은 컨버전스 미디어 환경과 미디어다양성의 확보라는 과제에 대한 평가를 상이하게 내리고 있었다. 우선 부정적인 평가를 사례들을 살펴본다.

미디어의 다양성이 문화다양성에 기여하고 있는 것은 사실이나, 앞서 이야기했듯이 상업화된 미디어 ‘상품’의 다양성은 오히려 문화다양성을 저해하고 있다고 생각합니다. 주류 미디어를 중심으로 편재되는 미디어질서는 상업주의적 가치나 전통적 가치를 고수함으로써 다양한 정치적 신념, 생활방식의 차이, 다양한 사회문화적 혹은 성적 소수자들의 인권 등의 문제를 포함하는 문화다양성을 오히려 훼손하기도 하니까요. <사례 3>

융합 미디어의 광범위한 미디어 보급은 미디어에 대한 예상 이상의 의존도와 신뢰도를 갖고 있지 않은가요? 보지 않고 듣지 않는 것은 의심하게 되었으니 말입니다. 결국, 미디어다양성이 문화다양성을 보존 확대할 것이라는 기대를 갖게 하기도 하겠지만, 한편 시공간을 뛰어 넘어 존재하는 문화다양성을 부정하거나 의심하는

역효과를 만들기도 한다고 생각합니다. <사례 4>

미디어다양성을 문화다양성의 하부 범주로 규정했을 때, 컨버전스 미디어는 미디어다양성을 표현할 수 있도록 매개해주는 하나의 디바이스로 평가할 수 있다. 하지만 문화에 대한 일 방향적인 평가를 조장하고 있는 현재 주류 미디어 상황에서 미디어다양성은 사회라는 질서에 편입된 왜곡의 대상으로 이어질 수 있게 된다. 즉 다양한 미디어가 등장했기 때문에 미디어다양성이 확보된다는 1차적인 평가가 아니라, <사례 3>의 언급처럼 다양한 질적 차원에서 미디어다양성 가치를 확보하는 방안이 필요하게 된다. 그렇다고 해서 미디어다양성 개념을 기존의 미디어들과 전혀 다른 가치로 평가해서는 안 된다. 미디어 컨버전스, 즉 미디어가 특성이 교차되는 현재의 환경은 기존의 미디어들이 가지고 있던 성격을 기반으로 재구성 되고 있기 때문이다.

미디어는 사회의 제도나 구조를 추동하기 위한 담론이나 패러다임을 매개하는 중요한 기능을 수행하고 있는 기구이므로, 미디어가 사회 구성원들의 올바른 시각 정립을 위해 특수한 정치적, 경제적, 이데올로기적 이해관계에 편승하여 문화다양성을 왜곡하거나 편의적으로 활용하는 관행을 극복해야 합니다. 여기에서 양적으로 다양한 미디어의 채널, 기관 뿐 아니라 질과 내용의 다양성, 공공성이나 사실 보도 여부, 같은 사안에 대한 이질적이고 다양한 해석, 공정성 등의 중요한 가치가 기계적인 다양성에 의해 훼손되지 않고, 보다 보편적인 다원주의란 가치 하에서 유기적으로 공존하는 방안을 모색해야 합니다. <사례 5>

연구 참여자들이 미디어 컨버전스 환경과 문화다양성의 관계를 평가하기 위해서 제시되는 내용들은 흥미롭게도 미디어의 양적인 측면과 질적인 측면을 모두 포함한 개념으로 확장해야 한다는 사실이다. 특히 컨버전스 상황이 가져오는 미디어 접근에 대한 문제를 앞서 평가했던 분배의 평등을 넘어서 보편적인 다원주의를 구축할 것을 요구하고 있었다. <사례 5>의 경우처럼 다양한 해석이나 공정성, 채널의 확보 등의 가치의 언급은 미디어다양성이나 문화다양성의 개념은 특정한 시대적 흐름이나 현상에 국한된 개념이 아니라 사회 전반적으로 스펙트럼을 구성해야 한다는 지

향점을 제시하고 있는 것으로 해석가능하다. 그렇다면 컨버전스 상황에서 이 지향점을 어떤 가치를 통해, 또는 기회를 통해 찾을 수 있는가?

미디어가 주요한 사회적 논쟁의 영역이 되며, 동시에 미디어가 주요한 사회적 변화의 국면에서 중심적 위치를 차지하기 시작한 최근 상황을 볼 때, 미디어 영역의 다양성이 확대되는 것은 문화다양성 전반의 다양성을 확대되는데 관건적 요소가 된다고 봅니다. 따라서 이러한 역학관계를 어떻게 전환시키는가는 미디어 영역만의 문제가 아니라 문화 전반의 결정적 문제이기도 하다고 생각합니다. <사례 1>

3D와 더불어 4D로까지 확장되고 있는 콘텐츠의 다중성과 이를 전달하는 미디어의 급속한 기술혁신은 공진화의 과정을 밟고 있다고 판단합니다. 이는 곧 ‘리얼리티’의 구현에 있어 내용(콘텐츠)과 형식(미디어)이 긴밀하게 연결되어 있음을 의미하는 것이지요. 이로부터 발전하고 있는 미디어다양성은 문화다양성, 즉 인식과 표현의 다양성에 중대한 영향을 미칠 것으로 예상합니다. 왜냐하면 새로운 미디어 경험은 생각하고 표현하는 주체의 실천에 새로운 상상력과 적응을 요구하고 있기 때문이죠. <사례 2>

연구 참여자들은 미디어 컨버전스 환경이 사람들의 미디어 참여나 표현 다양화에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이라 평가하고 있었다. 즉 기기를 통한 표현의 단계는 사회를 구성하고 있는 사람들이 전적으로 자신들의 의도대로 표현할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 그렇지만 이 장점은 컨버전스를 통해서 자연스럽게 이뤄지는 것이 아니라 그 컨버전스 미디어를 사용하고 있는 사람들에게 따라서 문화적 가치가 결정된다.

일단 다수의 채널과 플랫폼으로 상징되는 융합시대의 미디어 환경은 일단 표층적으로는 다양하고 이질적인 복수의 문화들이 개화되고 유지될 수 있는 일정한 조건을 형성, 제공한다고 봅니다. 반면에 제도와 질적인 차원에서 문화의 다양성과 다원성을 확보할 수 있는 장치나 메커니즘과—특히 전자의 경우—문화다양성이 사회의 발전과 문화의 민주화를 실현하는데 긴요한 요소라는 공통의 인식과 문제의식이 이

해를 달리하는 사회집단들에 의해 공유되지 않으면, 상업적인 이해관계에 포획된 무늬만의 다양성의 문화나 박제화 된 문화다양성의 문제가 충분히 발생할 수 있다고 봅니다. <사례 7>

즉, <사례 7>의 언급에서 나타나는 것처럼 컨버전스 미디어 상황에서 문화적 가치는 다양성을 표면적으로 충족시키지만, 실질적으로 사회적 자율성 보장이나 가치의 확산을 충족하지 않는다면 진정한 의미의 다양성을 구축하는데 한계가 작용하는 것이다. 특히 양적인 측면으로 다양성을 확보하는 방안만을 모색할 경우, 실질적으로 문화를 찾는 것이 아닌 한계들이 작용한다. 그렇다면 어떤 관점으로 문화에 대한 다양성을 논의할 때, 양적이고 질적인 부분을 충당할 수 있는 다양성 기준을 제시할 수 있는 것인가?

문화다양성의 현실적 실천에 있어서 미디어다양성을 아주 중요한 과제라고 생각합니다. 다양한 볼 권리를 제공하고, 보편적인 시청권을 보장하는 방법으로서 말이죠. 이를 위해서 쌍방향적인 미디어를 적극적으로 개발하고, 프로그램 편성에서 다양성의 원칙이 고수되는 것이라고 생각합니다. 하지만 채널의 다양성이 미디어의 다양성 문화다양성을 보장해주지 않는다는 점에서 DMB, IPTV 등 새로운 융합형 미디어에 대한 콘텐츠의 다양성 확보가 시급하다고 판단합니다. <사례 8>

융합미디어는 과거 미디어 정책의 변화를 가져온 가장 큰 요인이라 할 수 있습니다. 컨버전스 미디어는 기존의 전통적인 미디어의 소유구조의 변화와 미디어 콘텐츠 생산의 변화를 가져왔기 때문이죠. 과거에 비해 엄청나게 늘어난 채널은 보다 다양한 내용을 다룰 수 있는 기반을 제공할 수 있는 장점을 가지고 있습니다. 다매체, 다채널에 등장으로 이루어진 다양한 내용을 다루는 콘텐츠 제작은 그 사회의 이념, 언어, 인종, 사회적 가치관 등을 반영하게 되므로 미디어의 다양성은 다양한 문화를 담아낼 수 있는 중요한 틀을 제공한다고 볼 수 있다. <사례 9>

연구 참여자들의 언급에서 가장 빈번하게 등장하는 지적은 문화다양성의 개념을 새로 정립하기 위해 미디어 자체에 대한 접근이 보장되어야 한다는 내용이었다. 미

디어를 통해서 자유롭게 메시지를 전달하고, 그 메시지를 공유하며 가치를 판단하는 상황이 진정한 문화의 다양화를 추구할 수 있다는 지적으로 해석할 수 있다. 위 사례에서 지적하는 것처럼 미디어 채널의 확장이나 플랫폼의 확장이 과연 미디어 내용의 다양성으로 이어졌는가를 재고할 필요가 있다. 현재 케이블 방송이나 위성 방송, 지상파 및 위성 DMB를 통해서 제공되는 프로그램은 전통적 아날로그 방송의 프로그램이 주를 차지하고 있다. 그렇기 때문에 양적인 차원에서 접근의 자율성이 용이해졌다고 하지만, 프로그램 질적인 차원에서선 기존 미디어와 유사하게 미디어 다양성이 구축되고 있다고 평가되는 것이다.

요약하자면, 연구 참여자들은 미디어의 형식이 증가했다는 점에는 긍정적으로 접근하고 있지만 그 미디어의 소유구조나 전달하는 메시지의 내용 등을 고려하여 새로운 미디어에 대해 가치를 부여할 것을 요구했다. 그 요구는 미디어 환경에서 문화 다양성 가치의 재정립에 대한 요소들의 제시로 이어졌다.

〈표 4-7〉 컨버전스 미디어와 문화다양성의 관계 요인

요인	특성	방향
채널의 확보	소유의 완화	양적·질적 접근
채널 참여의 자율성	정책적 참여 보장	
인식과 표현의 자율성	개인의 가치 보장	

2) 융합미디어 환경에서 문화다양성 가치의 재정립

앞서 살펴보았던 내용처럼 연구 참여자들은 융합 환경에서 문화다양성을 구축하기 위해서는 문화에 대한 다양성의 정도에 대한 범주 확정이 필요함을 강조하고 있었다. 그렇다면 연구 참여자들이 생각하는 문화다양성의 가치는 어떠한 범주들을 내포하고 있는가? 이 범주들을 살펴보기 위해서 연구 참여자들에게 융합미디어 환경에서 새롭게 추구할 미디어다양성 가치에 대해서 물어보았다.

주체, 생산과 소통의 방식, 플랫폼 성격에 따른 차별적 적용 등이 고민될 필요가

있으며, 참여, 자기표현, 소통을 서로 연결하고 이러한 비전업적 콘텐츠 생산주체, 독립영화 등과 같은 대안적이면서도 전업적인 생산주체의 활동 양식을 고려하는 새로운 개념의 재구성이 필요하다고 봅니다. 이를 위해서 다양성의 의제가 대중적인 의제로 어떻게 뿌리내릴 수 있는 것인지, 그리고 그러한 다양한 주체가 다양성과 같은 의제를 제도적으로 정착시키는 과정에서도 어떻게 적극적인 참여의 주체가 될 것인지에 대한 이론적, 정책적 답변이 필요합니다. <사례 1>

생산주체의 다양성, 미디어주체의 다양성(주류/대안, 상업/독립 등) 등과 같은 미디어 생산주체와 체계, 방법의 맥락을 고려할 필요가 있다고 봅니다. 이러한 요소들이 미디어 콘텐츠 혹은 문화의 내용을 결정하는 데 중요한 요인이 되기 때문이다. 또한 주체의 정체성과 인권의 맥락 역시 고려해야겠지요. <사례 3>

연구 참여자들의 미디어 컨버전스 상황에서 미디어 융합에 대한 언급은 기존의 문화다양성 개념에서 배제되었던 참여자들의 주체성의 확보라는 지점에 초점이 맞춰져 있었다. 기존의 미디어가 자신들의 목적에 부합하는 방식으로 표현이나 가치를 제한했다면, 융합 환경에서는 다양한 행위자들이 등장하기 때문에 이전의 상황과는 다른 양상으로 이어진다. 즉 미디어 주체의 다양성이 새로운 가치로 표현되는 것이다. 이에 <사례 1>이나 <사례 3>의 언급에서처럼 문화의 영역을 확장하고 그 문화를 표현하는 방식으로 미디어다양성에 대한 범주를 정할 필요가 있다. 그렇다면 여기서 다시 제기되는 문제는 문화의 영역에서 주체성을 어떻게 표현하는가에 대한 지점이다.

개인/주체적인 차원에서는 앞서 언급한 대답가능성(answerability), 응답가능성/책임성(responsibility), 책무성(accountability)을 들고 싶습니다. 말하고픈 것을 무조건 토해내는 것뿐만 아니라 상대방에게 귀를 기울이고 그에 반응해야/책임져야 하는 의무가 있다고 생각합니다. <사례 10>

문화다양성에는 인권의 가치가 존중되어야 합니다. 문화다양성을 중시하는 듯 보이지만 인종, 계급, 젠더, 지리적/경제적 등 여러 가지 여건에 따라 사회적 약자/집단은 불평등한 조건에 놓여 있습니다. 은연중에 깔린 특정 집단의 우월의식을 버려야

하는 게 다양성을 확보하기 위한 우선적인 과제이죠. 문화의 동질성을 고집하는 것이 아니라, 문화 이질성을 극복하고 상호 존중하며 인권을 회복하는 과정에 문화다양성의 기류는 커지고 자유롭게 흐를 것이라고 생각합니다. <사례 4>

<사례 10>의 언급에서처럼 개인의 주체성이라는 지점은 수동적인 정보의 유희자에 대한 틀을 벗어나 능동적인 유희자로서 문화를 형성하는 태도의 필요성으로 이 글 수 있다. 앞 절에서 살펴보았던 것처럼 미디어 환경의 변화는 기기의 변화이지, 실질적으로 사람들의 참여나 의견표출이 제약이 있었기 때문이다. 흥미로운 점은 이를 ‘미디어 인권’으로 표현한 <사례 4>의 언급이다. 다양한 가치들을 다양한 방식으로 향유할 수 있는 방안을 모색하기 위한 의견 정립을 바탕으로 미디어 속 재현대상이나 표현 대상들의 참여를 구체적으로 제시할 수 있는 지점이기도 하다. 그리고 미디어 인권이라는 가치는 다음과 같은 내용으로 구성될 수 있다.

공공성, 불편부당성, 기회균등이나 기계적 공정성 뿐 아니라 이를 포괄하는 공명정대함에 대한 사회적 고민과 숙의라는 기본적인 공론장의 이치를 구현하는 것이 우선적인 과제라고 생각합니다. <사례 5>

우선적으로 사회적 의제로의 공론화 작업이 필요하다고 봅니다. 문화다양성은 신자유주의 세계화에 따른 문화개방이 야기할 문화생태계의 파괴를 비판할 수 있는 키워드이기 때문이죠. 무엇보다도 문화다양성은 문화 영역을 넘어 사회 전 영역에서 준수되고 그 수혜를 모든 구성원들에게 돌릴 수 있어야 함. 또한, 소수자와 소수문화의 보호 역시 중요한 과제로 등장했다고 생각합니다. <사례 2>

인터넷에 대한 가치를 평가할 때, 공론의 영역인가 혹은 공론의 영역이지 않은가에 대한 논쟁이 한동안 불어졌던 시기가 있었다. 하버마스가 정리하고 제시하는 공론의 영역은 모든 사람들이 자유롭게 자신의 의견을 개진할 수 있는 공간이라는 점에서 컨버전스 미디어 역시 이 가치를 추구할 필요가 있다. 특히 미디어라는 대상 자체가 가진 메시지 전달 능력은 사회를 구성하는 개개인들이 모두 참여하여 만들 수 있다는 가치를 부여해야 한다. 그리고 이를 위해서는 소수자와 소수문화라는 대

상들이 가진 특이성들을 배제하는 것이 아니라 참여를 통해 소통하는 기회를 마련하는 것이 공론의 영역, 그리고 연구 참여자들이 언급한 미디어 인권 및 참여의 보장으로서 가치를 부여할 수 있는 계기를 제공한다.

연구 참여자들은 미디어 컨버전스 상황에서 문화다양성을 확보하기 위한 방안을 어떤 지점에서 취할 필요가 있다고 인식하고 있는가에 대해 알아보기 위해 미디어와 컨버전스 미디어의 접합 점에 대한 의견을 물어보았다.

새로운 미디어들의 특성, 혹은 기존 미디어의 재편(디지털 전환 등) 과정에 대한 섬세한 고려에 기초한, 각 영역에서 다양성을 보장하기 위한 현실적 의제들이 제시될 필요가 있습니다. 현재 미디어 상황이 복합적으로 전개되고 있기 때문에, 콘텐츠의 현실 재현 기능에 주목한 다양성의 평가, 혹은 콘텐츠 생산주체의 국적 개념에 기초한 다양성의 평가는 다양성 보장을 위한 부분적 요소임을 인정할 필요가 있음. 보다 원칙적으로는 다양성의 논리가 공공성의 개념과 연결되고 나아가 문화적 권리, 커뮤니케이션 권리와 만날 필요가 있다고 봅니다. <사례 1>

현재 국내에서 매스 미디어는 공공재적 성격과 보편적 서비스적 성격이 혼합된 개념으로 평가받고 있다. 이 평가는 현재 미디어 환경에서 부각되는 것처럼 다양성을 확보하는 가장 기본적인 배경으로 작용한다. 그리고 <사례 1>의 언급에서처럼 미디어를 활용한 문화적 권리, 소통의 권리로도 확장하여 해석할 수 있다. 하지만 이를 보장하기 위해서는 다음과 같은 요소들이 선결되어야 할 필요가 있다.

융합 미디어 환경이 대중의 알 권리와 선택의 범위를 확장한다는 미명하에 산업적 측면에서 과잉 강조되지 않도록 견제·비판해야 합니다. 즉 사적 소유의 대상이 아니라 공공성의 확보가 중요하게 된다는 것이지요. 이는 정치권력으로부터 자율성 및 독립성을 확보하는 방안을 모색하는 것과 이어진다고 봅니다. <사례 2>

현 상황에서 축소되어 버린 미디어생산 영역 및 과정의 다양성을 보장하고 지원하는 것이 급선무라고 생각합니다. 다양한 사회 주체들의 미디어생산을 보장하고 다양한 가치와 관점들을 표현할 수 있는 통로를 보장, 지원해주는 문화정책이 시급

하다고 생각합니다. <사례 3>

우선 지속적으로 논의되었던 표현의 자율성이나 참여의 자율성에 대한 규정의 필요성을 들 수 있다. <사례 1>이나 <사례 3>의 언급처럼 다양한 행위자들이 참여할 수 있는 지원이나 참여권의 보장은 이를 구현할 수 있는 기본적 패러다임이라고 평가할 수 있다. 하지만 이 가치는 다양성이라는 미명하에 정책적 범주 확정으로 이어질 수 있다는 위험성이 존재한다. 그렇기 때문에 문화에 대한 가치평가에 앞서 새로운 시각의 정립이 필요하다.

일단 핵심 고리 혹은 행위자들로서 시민사회 내의 NGO와 지식인 집단, 복수의 문화생산자와 수용자 집단, 문화다양성에 대한 고민을 일정하게 공유할 수 있는 전문가 집단 등을 들 수 있으며, 핵심 지점은 일단 보는 관점에 따라서 문화다양성 협약이나 특정한 문화정책과 법률(탈)지역적으로 다루는 라운드와 조약들과 같은 제도/정치적인 영역들이 있다고 생각합니다. <사례 7>

다양한 행위자들이 참여할 수 있는 계기는 그 행위자들이 향유하고 있는 문화에 대한 상호간 인정 및 이해를 도울 수 있다는 계기를 마련할 수 있다. 그리고 이 계기들을 통해서 각각 문화적 다양성이라는 범주의 확장이 가능할 것이다. 이러한 문화의 유동적 확정은 획일화된 문화의 평가가 아니라 새로운 방식의 문화 간 이해를 도울 수 있는 계기를 마련할 것으로 기대할 수 있다. 이러한 의견은 연구 참여자들의 언술에서도 찾아볼 수 있었다.

다양한 사람들이 미디어에 접근할 수 있는 구조가 구축되고, 그 공간에서 자유롭게 평등하게 의사 표현할 수 있어야 하며, 자신에게 필요한 정보와 지식에 자유롭게 접근할 수 있어야만 합니다. 미디어 환경이 자유롭게 개방적이어야 미디어다양성이나 문화다양성은 존재할 것이며, 인간다운 삶에 기여할 것이라 생각합니다. <사례 4>

SNS와 Social Game 등을 통해서 대중이 소통할 수 있는 네트워크를 확장하고 이를 다변화하는 방법들을 고려할 필요가 있습니다. 미디어다양성을 구축하는 초기 조건과 끌개에 대한 고려가 전제되지 않는 한 한계는 언제나 존재할 것이라고 생각합니

다. 패러다임의 확장이라고 할까? 카오스 이론을 통한 사회이론이 재구성되어야 한다고 생각합니다. <사례 6>

<사례 6>의 언급에서 나타나는 것처럼 소통을 위한 네트워크의 보장, 그리고 미디어에 대한 접근의 보장은 컨버전스 미디어 환경에서 기본적으로 보장되고 있는 문화적 가치라고 할 수 있다. 특히 1인 미디어로 불리는 소셜 미디어 콘텐츠들이 매스 미디어라고 불리는 텔레비전이나 뉴미디어에서 활용되고 있는 현실을 감안할 때, 더욱 자연스러운 환경을 구축하기 위한 패러다임의 구축을 논할 필요가 있다. 왜냐하면 미디어는 사회의 가치를 전달하는 것뿐만 아니라 그 가치에 대한 자율적인 해석까지 이끌어 내는 도구이기 때문이다.

미디어의 다양성은 메시지의 다양성을 이행하기 위해서는 개입들이 얼마나 메시지를 다양하게 소통하고 연계할 것인가가 중요하다. 이는 미디어를 소비하고 수용하는 개인들의 역할이 중요하다는 것을 말한다. <사례 6>

독과점의 극복은 가장 중요한 문제라고 생각합니다. 또한 정부에 의한 강하고 일방적인 미디어 정책 및 통제, 인위적인 통폐합 움직임을 제고할 필요도 있습니다. <사례 5>

하지만 현재 거대 미디어 기업을 바탕으로 그 가치들은 제한적으로 운영되고 있다는 한계가 있다. 이 역시 연구 참여자들이 지속적으로 제시했던 부분이라고 판단할 수 있다. 특히 운영의 자율성은 거대 미디어뿐만 아니라 그 대안 미디어들의 주류 미디어 시장의 편입이 자유롭게 이뤄지는 환경까지 포함하게 된다. 그리고 이 환경은 <사례 8>이나 <사례 5>의 언술처럼 강압적 미디어 환경의 구축이 아닌 자율적이고 자생적인 미디어 환경의 구축으로 이어질 수 있을 것이다. 자율적이고 자생적인 미디어 환경의 구축이 필요한 이유는 다음 연구 참여자의 언술을 통해서 필요성을 이해할 수 있다.

미디어 환경과 별개로 저는 사회를 시민사회-국가-자본의 세 축으로 이해합니다. 우선 앞서 말한 것과 같은 시민사회를 통한 자율적 합의, 협의가 중요하다고 생

각하고요. 그 이유는 사회적 소통이 증가함에 따라 그에 결정적 영향을 받는 시민 사회가 응당 그와 같은 사회적 소통의 수렴점이 되어야 한다고 생각하기 때문이지요. 둘째로 국가입니다. 국가의 역할은 대단히 중요한데요. 국가가 지나치게 시민사회로 기울어지면 강제력의 집행이 불가능하고요, 자본으로 기울어지면 시민 사회의 창의성을 질식하고 그저 돈의 논리로 모든 것을 재단하게 되기 때문에 국가의 균형 감각이 중요합니다. 자본의 경우 독점의 장이 되어서는 안 되겠지요. 다양한 기업들이 보다 창의적인 디바이스를 개발할 수 있도록 협력해야 할 것입니다. <사례 10>

<사례 10>은 자율적인 참여에 대한 범주를 확장할 필요가 있음을 언급하고 있다. 사회 환경이란 어느 한 주체가 강압적으로 제시하고 그 영역을 획정하는 것이 아니라, 그 가치를 바탕으로 새로운 문화의 창출까지 포함한 개념으로 볼 수 있다. 이러한 사회 환경의 특성은 현재 진행되고 있는 미디어 컨버전스 환경과 유사하게 해석할 수 있다. 새로운 문화의 자율적인 창출과정은 사람들의 표현 욕망을 강화시키고, 그 강화를 통해 독창적인 여러 가지 가치를 찾을 수 있는 지점을 보여주기 때문이다.

연구 참여자들의 이러한 가치 평가는 자율성을 요구한다는 점에서 위험이 존재함을 망각하고 있다고 평가할 수도 있다. 하지만 어떤 가치를 통해서 다양성이라는 개념을 전제했는지, 그리고 미디어 환경이라는 가치를 어떻게 선결했는지에 따라서 새로운 환경의 미디어다양성을 고민할 필요가 있다.

<표 4-8> 융합미디어 환경에서 문화다양성 가치의 재정립

요인	특성	방향
미디어 인권	사회 구성원들의 가치 인정	질적 접근
공론의 영역	참여의 보장	

5. 융합 환경 하 문화다양성의 측정방안 및 정책 제언

연구 참여자들의 새로운 문화다양성과 미디어다양성 개념에 대한 인식을 통해 현

재 사용되고 있는 문화다양성에 대한 가치의 한계를 도출할 수 있었다. 그렇다면 직접적으로 문화다양성을 측정하기 위한 개념이나 왜곡된 다양성 개념을 정립할 수 있는 계기들은 어떻게 마련할 수 있는가? 이에 대해 연구 참여자들의 의견을 들어보았다. 우선 연구 참여자들에게 문화다양성을 측정하기 위한 구체적 요인들이 어떤 것들이 있는지 의견을 들어보았다. 연구 참여자들은 미디어 속 콘텐츠의 질적인 부분을 감안해야 한다는 의견으로 귀합할 수 있었다.

콘텐츠가 대변하는 계층 및 의제, 콘텐츠 생산주체와 재현의 소재와의 상호 관계, 주요 수용 및 소비계층 등 콘텐츠 그 자체 및 생산과 소비와 소통 과정 전반을 아우르는 범주가 해당 미디어의 잠재적 특성에 대한 판단 속에서 각각 구체적으로 정리될 필요가 있다고 생각합니다. 또한 문화의 각 영역, 그리고 미디어의 각 영역에 따른 상황의 차이를 쉽게 파악할 수 있는 보편적 프레임 또한 정리될 필요가 있지 않을까요? <사례 1>

첫 번째로 도출할 수 있는 평가 기준은 소통 중심의 다양성 측정이다. 융합 미디어 환경은 메시지를 전달하는데 그치는 것이 아니라 네트워크를 통해서 상호간의 의견 교환 및 정보에 대한 참여가 보장된다. 인터넷이 등장한 이후로 지속적으로 논의되었던 이 가치는 개인들이 네트워크에 편입할 수 있는 다양한 디바이스를 소유함으로써 더욱 부각될 것으로 판단할 수 있다. 이는 양적인 측면에서 피드백 뿐 만 아니라 어떤 메시지를 통해서 어떤 표현을 진행했는가를 살펴보면서 문화별 특성을 찾아낼 수 있는 계기를 마련할 것으로 기대할 수 있다.

참여 또는 노출 빈도(인종, 성, 나이, 언어, 종교, 정치적 견해, 사회적 출신, 국가 등)를 기본적으로 보장해야겠지요. 그리고 융합 환경의 쓰임새와 쓸모 가치, 상업적 가치 등을 판단할 수 있도록 개방적인 평가를 할 수 있어야 합니다. 이런 방안들을 바탕으로 융합 환경에서 노출되는 문화의 스펙트럼들을 다양하게 확보할 수 있을 것이라고 생각합니다. <사례 4>

지금보다 훨씬 더 넓은 스펙트럼을 가지고 다양한 문화적 가치들을 담보함으로써

다양한 사회구성원의 다원화된 욕망을 포용할 수 있어야 할 것이라 생각합니다. 또한 문화다양성 지수는 현상을 양화하기 위한 척도의 역할을 넘어, 현실을 규정하는 사람이나 정책, 산업 간의 입체적 교차분석이 가능하도록 책정되어야 한다고 생각합니다. <사례 2>

미디어 컨버전스 환경에서 소통에 대한 원칙이 지켜졌을 때, 성별이나 연령, 직업 및 지역 등을 포괄할 수 있는 다원적인 공공적 가치를 보장할 수 있는 근거들을 찾을 수 있다. 즉 다원성이라는 가치를 어떤 관점에서 평가하는가에 대한 사회적 고민을 이끌어 낼 수 있는 것이다. 그런 과정을 통해서 컨버전스 환경에서 <사례 4>나 <사례 2>의 언급에서처럼 개방적이고 입체적인 미디어 속 문화의 다양성 평가를 구축할 필요가 있다. 이는 사회를 구성하는 다차원적 구성원들의 가치를 표현하는 것이 전부가 아니라, 현실을 반영하는 새로운 가치로 많은 사람들에게 지지를 받을 수 있기 때문이다.

문화다양성 지수 측정 범주는 크게 접근의 다양성과 내용의 다양성으로 구분지어 논의할 수 있다고 생각합니다. 이를 구체적으로 제시하면 다음과 같습니다. 우선 접근의 다양성은 프로그램 장르, 편성 시간 등이 고려되어야 하고, 내용적인 측면에서는 인공과 계급, 언어 및 연령, 젠더 등이 주요한 요소로 간주되어야 한다고 생각합니다. <사례 9>

현재 문화다양성 지수는 재현물에 대한 평가에 중점을 두고 있다고 생각합니다. 각 재현물들이 성별, 지역, 세대, 계급, 인종, 민족, 정치적 지향 등에 차별이 존재하는지의 여부에 중점을 두고 있는 것이지요. 하지만 여기에 성별뿐 아니라 성정체성, 섹슈얼리티의 범주 역시 필요. 또한 장애인, 이주민, 성소수자 등의 인권과 관련한 범주들도 필요할 것이라 생각합니다. 또한, 생산주체의 다양성을 포함할 필요하다고 생각합니다. <사례 3>

또한 현실 반영의 과정에서 현실을 구성하는 다원적 스펙트럼을 미디어를 통해서 표현할 수 있는 계기를 제공할 필요가 있다. 여기서 언급하는 표현은 주류 미디어에

서 표현하는 양식을 배제하는 것을 요구하는 것이 아니다. <사례 9>와 <사례 3>의 언급에서 나타나는 것처럼 기존의 패러다임을 확장한 광의의 사회와 문화의 기준으로 그 다양성의 표출과 공유, 접근 및 참여 과정을 요구하는 것이다.

그리고 앞에서 언급되었었던 ‘문화 인권’의 측면을 보장할 수 있는 개방성에 대한 가치도 미디어다양성 측정을 위한 요인에 포함될 필요가 있다. 나아가 주류 문화에 밀려 사라져가는 가치들을 보장해야 하며, 동시에 이 문화들이 가진 사회적 특성들을 표출할 수 있는 소수자성들을 보장함으로써 새로운 문화 패러다임을 구축해야 한다. 이러한 가치가 미디어다양성의 범주에 포함되었을 때, 미디어는 문화적 다양성을 보장할 수 있는 도구로서 사회에 기여할 수 있을 것이다.

현재의 미디어 관련 국가 기구의 역할과 책임에 대한 정당성 평가가 필요합니다. 또한 거대기업에 의한 미디어 독과점의 문제나 개인의 표현의 자유에 대한 체감도도 중요한 항목이 되겠지요. 추가적으로 개인과 개인의 연대 가능성 및 집단 지성에 대한 체감도나 충성도, 그리고 문화다양성에 대해 참여하거나 고민하는 사회단체(거버넌스)의 활동 정도를 알아보는 것도 중요하다고 생각합니다. <사례 10>

개인적으로 가장 중요하다고 생각하는 내용은 계층별로 디지털 격차, 정보 격차 등의 지수를 개발하여 가중치를 부여할 필요가 있다고 생각합니다. <사례 6>

마지막으로 연구 참여자들이 언급하고 있는 미디어다양성 척도의 범주는 거버넌스로 대표되는 시민단체 및 자율적 행위자들의 연계성에 대한 분석이 포함될 필요를 지적하고 있었다. <사례 10>. 또한 새로운 미디어 컨버전스 디바이드, 즉 미디어 격차를 어떻게 해소할 수 있는가에 대한 내용으로 정리할 수 있다. <사례 6>. 여기서 요점은 각각의 요소들이 양적인 차원에서만 국한되어 분석되어야 하는 것이 아니라 질적인 차원에서 과정이나 내용을 살펴볼 필요의 부각이다.

〈표 4-9〉 융합 환경 하 문화다양성의 측정방안 요인

요인	특성	방향
소통	생산—이용자 간 양방향성	양적·질적 접근 필요
개방적, 입체적 문화접근	문화의 스펙트럼 확장	
다양성의 표출, 공유, 접근 용이성	다층적 사회 표현	
거버넌스	행위자의 확장	
미디어 디바이드	미디어 접근 및 활용 격차 해소	

다음으로는 연구 참여자들이 생각하는 정책의 방향성에 대한 의견을 물어보았다.

융합시대의 미디어다양성에 대한 정책 프레임이 부재한 상황에서 시급히 그 프레임 및 가치, 그리고 권리 개념이 재정의 될 필요가 있습니다. 이를 위해 기본적 의제에 대한 사회적 논쟁과 합의 과정이 진행될 수 있는 정책적 고려가 필요하고, 다른 한편으로는 그러한 사회적 논의의 기초 자양분이 되는 각 미디어 영역별 실험이 진행될 수 있도록 자원의 투자가 필요할 것입니다. 〈사례 1〉

〈사례 1〉의 언급에서 나타나는 것처럼 컨버전스 미디어 환경은 지금까지 미디어 환경과는 다른 양식으로 진행되고 있다는 특징이 있다. 그렇기 때문에 현재 정부에서도 실질적인 가이드라인을 형성하고 있기 보다는 변화하는 환경의 산업적 측면에 초점을 맞추어 방안을 모색하는 현실이다. 이런 상황에 대해 연구 참여자들은 넓고 다양한 스펙트럼을 포함한 문화다양성 보장을 위한 방안 모색의 필요성을 피력하고 있었다.

미디어의 기술에 따른 주어진 다양성이 아니라 개인들이 사회가 집단이 그 기술적 환경을 잘 활용해서, 새롭게 만들어나갈 수 있는 다양성이 무엇인지에 대한 고민이 필요합니다. 〈사례 8〉

다양성 보호 정책은 본질적으로 사회 내에 공존하는 여러 이해 계층의 다양한 의견이 매스 미디어를 통해 표출되고 전파될 수 있도록 미디어 제도가 운용되도록 하는 것을 의미한다 생각합니다. 결국 다양한 사회집단이 이념적 분화를 이루고 이를

대변할 매체 환경이 마련될 수 있도록 정책적 기반이 마련되어야 할 필요가 있다고 생각합니다. <사례 9>

연구 참여자들은 미디어가 다양성을 담보하지 않는다는 지적을 다양한 근거를 통해서 언급하고 있었다. 이를 정리하자면 다매체와 다채널이라는 것은 문화정책의 기반으로 작용하지만 실질적으로 배제되고 있는 가치들이 존재하고 있었다는 논점이었다. 이 논점들을 통해서 컨버전스 미디어 환경에 따른 문화다양성 보장을 위한 정부역할 대한 논의는 쌍방향성에 기초한 논의가 가능한 상황을 구축할 필요가 있다. 즉 쌍방향 미디어를 수용하는 사람들을 대하는 것이 아니라 양방향에 기초한 이용자들로서 미디어를 접할 수 있고, 다양한 사회집단들에게 공정한 미디어 접근 및 활용 기회를 제공해야 한다는 가이드라인으로 정리할 수 있다.

인간을 존중하지 않는 미디어/문화는 유해한 상품입니다. 인간에 대한 존중(특히 사회적 약자)/자유/평등을 실현하고자 하는 의지와 실천이 있어야만 미디어다양성/문화다양성의 가치가 빛날 것입니다. 이 가치를 확보하기 위해서 정책적으로 보장할 수 있는 방안을 모색해야 할 것입니다. <사례 4>

미디어다양성이나 문화다양성은 인간의 삶과 사회 전체를 위한 것으로 작동하기 보다는, 특수한 이해집단의 편협한 이해관계를 위한 도구적 담론으로 전락할 우려가 항상 존재합니다. 그러므로 정책적으로 미디어다양성을 진작하기 위한 법 입안 및 집행, 제도의 실행에 있어 정치 논리나 상업성을 지양하고, 공공성과 공정성, 사회통합에 도움이 되는 방향으로 시행되어야 한다고 생각합니다. <사례 5>

즉, 자율성이라는 측면이 무분별한 미디어 이용자들을 양산하는 것이 아니라 <사례 4>와 <사례 5>의 언급에서처럼 인간 중심의 미디어 환경을 구축하기 위함이라고 시각을 변경할 필요가 있다는 점이다. 이에 연구 참여자들은 사회를 구성하고 있는 각 계층의 자율적인 활동을 보장하여 자신들의 가치를 표현할 수 있도록 기회의 보장이 우선적으로 해결되어야 한다고 지적하고 있었다. 이는 미디어를 구성하는 콘텐츠에 대한 다양성과도 결부지어 판단할 수 있으며, 이는 <사례 3>의 언급에서 그

필요성을 찾아볼 수 있었다.

융합 환경에서 미디어 혹은 채널의 다양성이 실질적인 콘텐츠의 다양성으로 이어지는지의 여부는 제작주체의 다양성과도 연결되기 때문에, 생산주체의 다양성, 다양한 소통의 창구를 보장하는 정책적 지원이 필요하다고 생각합니다. <사례 3>

연구 참여자들이 여러 가지 흐름으로 정책적 방안에 대해 논의했지만 주요하게 제시되는 내용은 인식 변화의 필요성으로 정리할 수 있었다. 즉 다양성이라는 가치와 미디어라는 도구, 그리고 문화라는 삶의 영역을 도출할 수 있는 의미들을 고민해야 하는 주체들의 판단과 인식이 필요하다는 것이다.

우선 정부의 역할로 문화다양성과 관련된 국내의 현실을 정확히 파악하고 문화다양성을 진작시킬 수 있는 정책의 마련. 문화다양성 협약에 대한 조속한 국내 비준 및 협약안의 성실한 이행하는 기초적 작업이 필요합니다. 그리고 문화 산업계는 자본과 시장논리의 무조건적인 적용이 문화다양성을 근본적으로 제약할 수 있다는 인식의 변화가 필요하며, 마지막으로 시민사회는 문화다양성을 지키는 것이 인간의 기본권을 지키는 것이라는 인식으로 문화다양성에 대한 참여를 촉진해야한다고 생각합니다. <사례 2>

컨버전스 미디어 환경은 사회를 구성하는 주체들이 스스로 미디어 환경에 참여할 수 있는 가능성을 제시하고 있다. 그렇기 때문에 집단지성처럼 주체들끼리의 이합분산이 자유롭게 이뤄질 수 있도록 지원이 필요하게 된다. 이 지원은 주체들이 많은 사람들로 구성된 대표성을 띠고 있기 때문에 필요한 것이 아니다. 문화다양성이라는 개념과 미디어다양성에 대한 개념은 문화를 구성하는 개개인의 삶과 연관이 되기 때문에, 폭 넓은 인식의 변화가 필요한 것이다. 따라서 문화다양성을 추구하고 있다는 주체들, 예를 들어 정부나 문화 산업의 주체들, 시민 사회 등이 함께 참여하여 고민할 수 있는 토론장이 필요하다.

이 외에도 연구 참여자들은 미디어 시장의 관리 기능이 필요함을 지적하고 있었다. 표현의 대상이 다양하게 등장하더라도, 개방적이거나 입체적이지 못한 접근 방

식이나 평가방식으로 새로운 양식을 평가하기에는 무리가 있기 때문이다. 그리고 문화를 하나의 상업적 가치로만 판단하는 것이 아니라 사람들 개개인의 양식을 바탕으로 형성된 삶의 가치로 치환하여 정책을 형성할 필요가 있다는 지적도 있었다.

제 3 절 문화다양성 측정을 위한 지표와 정책 방향

본 연구에서 제시하는 문화다양성 측정 지표는 특정 프로그램이나 콘텐츠의 문화적 다양성을 측정하기 위한 기준들을 제시하는 것이 아니라 미디어를 통한 문화 양태 및 활동의 다양성을 측정하기 위한 변수들을 제시하는데 목적이 있다. 이 변수들을 기반으로 한 다양성 측정 프레임은 정책 방향을 수립하기 위한 기초가 될 수 있을 것이다.

1. 문화다양성지수(cultural diversity index) 개발

문화다양성 지수를 측정하기 위한 변수 영역으로는 디지털 멀티미디어 활동의 다양성, 장르적 표현의 다양성, 소재별 표현의 다양성, 문화 확산의 다양성, 문화적 인지의 다양성, 시장 가치의 다양성 등을 제시할 수 있다.

1) 디지털 멀티미디어 활동의 다양성

다양한 디지털 미디어(지상파, 위성, 케이블, IPTV, Wibro, 스마트 폰 등)를 통해서 문화 콘텐츠나 프로그램 활동이 이루어지는 정도 및 쌍방향성을 통한 문화적 참여 가능성 등을 측정한다. 무엇보다 다각적인 정보 및 콘텐츠의 접근 및 수용 방식의 다양성 더 나아가 생비자(prosumer)로서의 문화 콘텐츠의 창조와 능동적 수용의 다양한 활동을 가능하게 하는 환경들 측정한다. 이를 측정하기 위한 기준으로 각 미디어들이 수용자의 능동적 참여와 쌍방향 기회를 어느 정도나 허락하는지를 관찰한다. 이는 시간, 공간 및 기술적 기회를 분석함으로써 가능하다. 이는 양적 분석(빈도 분석)과 질적 분석(내용 분석)으로 나누어 살펴볼 필요가 있다.

〈표 4-10〉 디지털 멀티미디어 활동 측정내용

	측정내용
시간	방송사 프로그램에 대한 접근이 시간적 구속 없이 자유로운가?
	방송 프로그램 및 콘텐츠에 대해 의견을 개진할 수 있는 시간적 경로가 확보되었는가?
	일반 시민들이 제작 또는 참여한 프로그램 및 콘텐츠의 방영을 위한 시간이 확보되었는가?
공간	프로그램이나 콘텐츠에 대한 접근이 공간적 제약 없이 자유로운가?
	프로그램 및 콘텐츠를 다양한 미디어를 통해 수용할 수 있는가?
	프로그램 및 콘텐츠에 대한 평가와 참여를 위해 시청자들에게 공간을 제공하는가?
기술	일반 시민들이 프로그램을 제작할 수 있는 지원을 하고 있는가?
	일반 시민들이 프로그램에 참여할 수 있는 기술적 기반을 확보하고 있는가?
	일반 시민들의 창작 환경을 위한 어플리케이션이 제공되는가?
	일반 시민들이 프로그램과 콘텐츠를 활용할 수 있도록 소스를 제공하는가?

2) 장르 표현의 다양성

문화적 표현의 다양성은 문화 콘텐츠나 프로그램들이 내용을 구성함에 있어서 인구 사회학적 차원에서의 표현 양태, 장르적 표현 양태 그리고 소재별 표현 양태 차원에서 관찰할 수 있다. 먼저, 인구사회학적 표현 양태는 표현 계층의 다양성, 여성/남성의 성별 및 세대별 표현 계층의 다양성, 지역적 표현의 다양성, 인종, 민족 및 종교적 표현의 다양성 등을 들 수 있다. 장르적 표현의 다양성은 흔히 문화 양식으로 규정되고 있는 장르들 예를 들어 픽션, 다큐, 매거진, 만화영화, 공연영상, 영화 등이 균형 있고 다양하게 제공하고 있는지 여부를 측정할 수 있다.

〈표 4-11〉 장르 표현의 다양성 측정내용

	측정내용
인구 사회학적 차원	다양한 계급/계층의 문제를 다루고 있는가?
	여성 또는 성적 소수자를 차별하지 않는가?
	다양한 세대(어린이, 청소년, 청년, 장년, 노인)의 문제를 다루고 있는가?
	지역적 차별을 언급하고 있지는 않는가?
장르적 표현 다양성	인종, 민족, 종교를 바탕으로 차별적인 내용을 다루고 있지 않은가?
	보도, 픽션, 다큐, 오락, 스포츠 등 다양한 장르가 방영되고 있는가?
	프로그램 편성 시간의 분배가 공평하게 이뤄지고 있는가?
	시민 참여 프로그램을 제공하고 있는가?
	비평 프로그램을 통해 시청자의 의견을 취합하는가?

3) 소재별 표현의 다양성

소재별 표현의 다양성은 문화 콘텐츠나 프로그램들이 다루는 소재의 다양성을 의미하는 것으로 문학, 미술, 음악, 스포츠 그리고 전통 문화 유산 등 문화 영역에 속하는 분야들로부터 기원하는 소재들을 얼마나 다양하게 다루는가를 측정하는 것이다. 이는 프로그램에서 다루고 있는 내용의 다양성을 확보함으로써 다양한 계층이 방송의 영역에서 포함될 수 있는 계기를 제공하는 것으로 이어질 수 있다.

〈표 4-12〉 소재별 표현의 다양성 측정 내용

	측정내용
예술	프로그램에서 다양한 문학 소재를 다루고 있는가?
	프로그램에서 다양한 미술 소재를 다루고 있는가?
	프로그램에서 다양한 음악 소재를 다루고 있는가?
	방송프로그램에서 국내 문화유산에 대한 다양한 정보를 제공하는가?
	방송프로그램에서 다른 나라의 문화적 유산에 대한 정보를 제공하는가?
	방송프로그램에서 특정한 국가의 문화적 유산을 옹호하지는 않는가?
	방송 프로그램에서 특정한 국가의 문학을 옹호하지는 않는가?
	방송 프로그램에서 특정한 국가의 미술을 옹호하지는 않는가?
	방송 프로그램에서 특정한 국가의 음악을 옹호하지는 않는가?
스포츠	방송 프로그램은 다양한 스포츠 소재를 다루고 있는가?
	방송 프로그램에서 특정한 국가의 스포츠를 옹호하지는 않는가?
	방송 프로그램에서 다루는 스포츠의 장르는 편파적이지 않은가?

4) 문화 확산의 다양성

문화 확산의 다양성은 문화 콘텐츠와 프로그램들을 수용자들에게 전달함에 있어서 다양한 배포 체계와 네트워크 상태를 측정하는 것이다. 장르별 혹은 소재별로 다양하게 구성된 영상 콘텐츠들이 얼마나 다양한 네트워크를 통해 수용자의 액세스권을 보장하고 있는지를 관찰하며, 특정하게 편중됨 없이 균형 있고 다양한 콘텐츠들을 액세스 할 수 있는 배포체계 수준을 분석함으로써 문화 확산의 다양성을 관측할 수 있다.

〈표 4-13〉 문화 확산의 다양성 측정내용

	측정내용
확산 방법	프로그램이 방송되는 창구가 다양하게 확보되었는가?
	프로그램의 재시청 및 재청취가 용이하게 이뤄지는가?
	프로그램을 시청하기 위한 네트워크 비용은 적합한가?
	프로그램을 시청할 수 있는 네트워크가 확보되었는가?
	프로그램을 시청할 수 있는 방법이 용이한가?

5) 문화적 인지의 다양성

문화적 인지의 다양성은 문화 콘텐츠나 프로그램에 대한 시청자의 문화 인지의 다양성 정도를 측정하는 것이다. 문화 콘텐츠나 프로그램을 소비하고 향유한 수용자들이 가치, 사상, 의견, 취향, 문화 의식을 얼마나 다양하게 가지고 있는지 그리고 미디어를 통한 문화 소비의 다양성을 얼마나 느끼고 있는지를 측정하는 것이다. 문화적 인지의 다양성은 공급자 중심의 시각에서 벗어나 수용자 및 이용자 차원에서 문화다양성을 관측하는 영역이다.

〈표 4-14〉 문화적 인지 다양성 측정 내용

	측정내용
문화 인지	프로그램에서 제공하는 정보가 특정한 가치를 왜곡하지는 않는가?
	프로그램에서 제공하는 정보가 특정한 사상을 왜곡하지는 않는가?
	프로그램에서 제공하는 정보가 특정한 의견을 왜곡하지는 않는가?
	프로그램에서 제공하는 정보가 특정한 취향을 왜곡하지는 않는가?
	프로그램에서 제공하는 정보가 특정한 문화를 왜곡하지는 않는가?
	프로그램이 정의하는 가치를 자유롭게 평가하고 있는가?
	프로그램이 정의하는 사상을 자유롭게 평가하고 있는가?
	프로그램이 정의하는 의견을 자유롭게 평가하고 있는가?
	프로그램이 정의하는 취향을 자유롭게 평가하고 있는가?
	프로그램이 정의하는 문화를 자유롭게 평가하고 있는가?

6) 시장 가치의 다양성

문화 콘텐츠나 프로그램은 순수 문화 영역으로만 존재할 수 없으며, 다양성의 문화적 순수성 차원에서만 측정할 수 없는 것이 현실이다. 문화 콘텐츠는 무엇보다 시장에서 유통되고 소비되며 수용자의 액세스 기회가 게이트 키핑(gate keeping)됨을 부인할 수 없다. 따라서 얼마나 다양한 문화 콘텐츠나 프로그램이 시장에서 가치를 인정받고 소비의 기회를 부여 받게 되는지, 어떤 콘텐츠나 프로그램이 시장을 지배하는지를 측정하는 것이 문화다양성의 현실을 분석할 수 있는 열쇠가 된다.

〈표 4-15〉 시장 가치 다양성의 측정내용

	측정내용
시장의 평가	시청자들은 어떤 방송국을 선호하는가?
	시청자들이 어떤 장르의 프로그램을 선호하는가?
	시청자들이 어떤 프로그램을 선호하는가?
	시청자들은 어떤 뉴미디어를 선호하고 있는가?
	시청자들은 어떤 채널을 통해 프로그램을 시청하는가?

7) 멀티미디어 활용주체의 다양성

디지털 융합 미디어 환경에서 미디어의 접근성은 주체적인 문화 활동의 필수적 조건이다. 다양한 문화 활동 주체들이 소외되지 않고 기술적으로 혹은 경제적으로

〈표 4-16〉 이용자의 주체성 측정내용

	측정내용
미디어 이용자의 주체성 평가	프로그램에 대해 입체적인 정보를 제공하고 있는가?
	프로그램에 참여하고 있는 방송국 외 단체들이 존재하는가?
	프로그램의 내용을 많은 사람들이 이해할 수 있는가?
	프로그램이 사회 구성원들의 가치를 인정하고 있는가?
	시민들의 계층, 종교, 지역, 인종 등의 요인과 상관없이 참여가 보장되는가?
	시민들의 계층, 종교, 지역, 인종 등의 요인과 상관없이 채널에 참여할 수 있는가?
	시민들의 계층, 종교, 지역, 인종 등의 요인과 상관없이 표현이 자유롭게 보장되는가?

멀티미디어에 접근할 수 있는 여건이 조성되고 정책적으로 액세스권이 보장됨으로써 개개인의 문화 활동이 활성화 될 수 있다. 이를 위해서는 새로이 나타나는 개인 미디어 등의 기술적 활용 능력과 어플리케이션 이용 능력, 정보 생산 및 이용 능력 등이 다양한 문화 활동의 전제 조건이 되고 있다.

이상과 같은 7가지 유목 이외에도 다음과 같은 범주를 바탕으로 다양성을 측정할 필요가 있다. 이는 특정한 부문으로 국한된 것이 아니라 다양한 행위자를 포함시키기 위한 척도로 활용될 수 있을 것이다.

2. 미디어 다양성 확보 추진을 위한 제언

1) 나폴리 미디어 다양성 개념의 구체화

나폴리는 미디어 다양성 확보를 위해 규제 수단이 정책 목표를 달성하기 위한 방안으로서, 비례 원칙의 관점과 미디어를 구성하는 요소들의 정당성, 수단의 최소성, 목적과 수단의 합리적 인과성을 제안하고 있다. 나폴리가 제안한 이 내용은 미디어 구성요인의 공급과 내용 및 접근에 대한 합목적성을 측정하는 방안 모색으로 이어진다. 국내 방송 상황에서도 이를 구체화시킴으로 정책적인 가이드라인을 제시할 수 있다.

〈표 4-17〉 나폴리 개념의 구체화 제언

차원	내 용
공급원	<ul style="list-style-type: none"> • 채널 소유권의 투명성 확보(독과점 및 채널 운용에 대한 평가) • 프로그램 제작 인력의 다양성 확보(인구통계학적, 사회적 변인 추가) • 다양한 프로그램 제작을 위한 제작 인력의 재교육 및 부서 간 교차 이동 허용(예. NHK)
내용	<ul style="list-style-type: none"> • 편성 규정에 따른 채널 운용현황 조사 및 규제 방안 신설(장르다양성 확보) • 시청자별 프로그램 조사 및 권고방안 모색 • 인구 구성을 반영한 인종 및 직업, 연령 프로그램 신설 권고 • 프로그램 내용에 대한 의견의 교류 및 표현의 자율성 확보(컨버전스 미디어 활용방안)
접근	<ul style="list-style-type: none"> • 지상파 방송 접근에 대한 시청자 조사 및 권역 확대 • 케이블 방송 접근에 대한 시청자 조사 및 비용 감소, 권역 확대 • 위성 방송 접근에 대한 시청자 조사 및 비용 감소, 권역 확대 • 컨버전스 미디어(IPTV, 스마트TV 등)의 수요 조사 및 시청지역 확대, 비용 감소 • 유료방송의 의무송신채널(Must Carry) 확대

정책적으로 공급원에 대한 접근은 채널을 어떤 주체가 소유하고 있는가에 따라서 그 방향이 정해지게 된다. 그럼에도 불구하고 무료/유료 방송의 차원을 넘어서 소유권을 인정할 필요가 있으며, 이는 어떤 과정을 거쳐 채널의 소유권을 확보하게 되는가를 논의할 근거로 제시된다. 이에 공급원에 다양성은 채널 소유자의 경영/운영적 차원에서 투명성을 조사할 필요가 있다. 나아가 프로그램 제작 인력의 다양성을 확보나 재교육을 실시함으로써 미디어 내용의 공급을 다양화 할 수 있다.

두 번째로 내용적 차원은 단순히 인구통계학적 변인만을 차용하는 것이 아니라 편성 규정에 따른 채널 운용현황/ 다양한 시청자가 시청할 수 있는 프로그램/컨버전스 상황을 고려한 프로그램 내용 참여의 자율성이 어떻게 나타나고 있는가를 살펴볼 필요가 있다. 마지막으로 미디어 접근에 대한 문항은 지상파나 케이블/위성/컨버전스 미디어 등등을 구체화하여 방송 권역을 조사함으로써 사각지대를 최소화 할 수 있도록 내용을 구성해야 한다. 또한 의무 송신채널을 확대함으로써 시청자들의 권익을 보장하는 방안도 고려할 필요가 있다.

2) 방송사별 측정 방안의 통합

국내에서 사용되고 있는 프로그램에 대한 평가는 구 방송위원회의 수용자 반응조사(Appreciation Index: AI)와 KBS의 공영성지수(Public Service Index), EBS의 프로그램 평가지수(EBS Program Evaluation Index: EPEI), MBC의 질적 지수(Quality Index: QI), SBS의 시청자 만족지수(Audience Satisfaction Index) 등이 있다. 이 측정 방안들은 방송사들의 프로그램 품질을 담보하기 위해 각 사의 경영방침에 기초하여 진행되고 있는 방법이다. 지금까지 진행되고 있는 프로그램 평가지수의 공통적인 특성은 수용자가 단순하게 자사의 프로그램을 시청했는가에 대한 여부를 넘어서 어떻게 프로그램을 평가하는가에 대해 관심을 둔다는 점이다. 하지만 실질적으로 프로그램 평가 지수들은 자사 홍보용이나 정책 권고에 의해 진행되고 있는 현실임을 감안하면, 이를 어떻게 통합 또는 확장하여 개선할 필요가 있는지를 고민할 필요가 있다.

〈표 4-18〉 국내 방송사 프로그램 평가제도 요약

	KBS(PSI)	MBC(QI)	SBS(ASI)	EBS(EPEI)
특징	<ul style="list-style-type: none"> 공영성 측정지수 시청률 연동(CPI) 	<ul style="list-style-type: none"> 브랜드자산 관계 연구(채널인식+채널연상+채널 선호도) 	<ul style="list-style-type: none"> 민영방송 정체성반영 장르별 척도 차별화 제작자에게 정보제공 다면·다차원적 평가 	<ul style="list-style-type: none"> 전체 및 장르로 구분 EPEI1(전체)/EPEI2(생활문화, 교양)/EPEI3(다큐멘터리)/EPEI4(드라마, 영화)
평가구분	전 프로그램 동일	뉴스/교양(①+②) 드라마/오락(③+④)	<ul style="list-style-type: none"> 보도(객관/공정/신뢰+완성도+기여도) 교양(창의성+완성도+즐거움/재미+생활기여도) 예능(창의성+완성도+즐거움/재미+문화기여도) 동일차원이 프로그램 유형별로 상이함 	$EPEI1=①+②+③+④$ $EPEI2=③+①+④$ $EPEI3=①+②+③+④$ $EPEI4=③+①+④+②$
평가차원(항목)	<ul style="list-style-type: none"> ① 제작평가: 잘 만들었다 ② 정보지향반응: 믿어주는 게 있다 ③ 감성지향반응: 시간가는 줄 몰랐다 	<ul style="list-style-type: none"> ① 사회적으로 중요한 내용을 다루었다 ② 흥미로웠다 ③ 새로운 것을 알게 되었다 ④ 재미있었다. 		<ul style="list-style-type: none"> ① 유익성 ② 흥미성 ③ 완성도/독창성 ④ 공익성
개발방법	<ul style="list-style-type: none"> 질 평가 항목 요인분석으로 구분 	<ul style="list-style-type: none"> 내부/시청자 토론회 시청자반응 연구접목 시청자설문 질 평가 항목 요인 분석으로 구분 	<ul style="list-style-type: none"> 내부 제작진 토론회 초안개발 후 내부토론 시청자설문 평가항목 타당도 검증 	<ul style="list-style-type: none"> 내부 제작자 토론회 시청자설문 통해 질 평가 항목 요인 분석으로 구분

출처: 황성연, 2005.

2008년 출범한 방송통신 위원회는 변화하고 있는 미디어 상황에 적합한 방송프로그램 평가를 위한 정책적 연구를 진행하고 있지만, 아직까지 실질적인 틀을 구성하고 있지는 못하다. 이에 기존에 방송위원회에서 사용했던 AI지수와 지상파 방송사의 프로그램 평가 지수를 확장 또는 수정하여 사용할 필요를 제안하고자 한다. 이를 위해 2009년 방송통신위원회에서 시행한 방송평가 기본 범주를 살펴본다.

〈표 4-19〉 2009년 방송통신위원회 방송평가 범주

내용 및 편성(250)	운영(250)
자체심의(50)	경영의 적정성(40)
시청자 불만처리(20)	재무의 건전성(40)
시청자 평가 프로그램(40)	인적자원 개발투자(30)
시청자 위원회(40)	방송기술 투자(30)
방송심의 제 규정 준수(60)	공정거래 준수(10)
재난방송 편성 및 실시(40)	법령준수여부(30)
-	장애인 고용(20)
-	여성고용(20)
-	경영 투명성(30)

현재 시행되고 있는 두 가지 방송프로그램에 대한 평가 기준은 앞으로 전개될 미디어 컨버전스 상황과 다양성의 범주를 책정하기에는 무리가 있다. 이에 본 연구는 해외 사례 검토 범주와 인터뷰를 통한 범주를 추가하여 방송 평가를 진행할 것을 제안한다. 이를 정리하면 다음과 같다.

〈표 4-20〉 방송정책 수립을 위한 범주 제안

내용 및 편성	운영	활동	표현	접근	기타
시청자 불만처리	경영의 적정성	시청자의 의견 개진	문화범주에 대한 판단	프로그램 방송 채널의 다양성	프로그램에 대한 개방적 접근
시청자 위원회	재무의 건전성	사회 가치 환원 여부	왜곡된 가치의 표현 여부	방송 품질의 고화질화	미디어 격차 해소 방안 모색
방송심의 규정 준수	인적/방송자원 투자 및 재투자	소수자의 참여 활동 보장	다양한 장르의 제작 및 참여	프로그램 접근 비용의 최소화	공론의 영역으로 확장
공영 프로그램 편성 및 제작	독립제작사와의 연계	가치 다양성 활동 보장	다양한 이해관계자를 위한 표현 보장	프로그램 재접근 비용의 최소화	문화적 편견 해소 노력
프로그램 장르의 다양화	인력의 다양성	사상적 다양성 활동 보장	문학적 다양성 확보	프로그램 접근 네트워크의 다양성	새로운 문화 생성의 자율성 보장

내용 및 편성	운영	활동	표현	접근	기타
독창성·시의성	방송사 운영의 투명성	시청자 의견의 활동보장	음악의 다양성 확보	시청자 의견 개진 채널의 다양화	—
프라임타임 장르 편성	사회적 활동을 통한 재원 환원	프로그램에 대한 정보 제공	미술의 다양성 확보	시간 제약의 최소화	—
지역적 특성 고려	학계 및 사회단체 재원 지원여부	—	국내 문화유산에 대한 다양성 확보	공간 제약의 최소화	—
시민의 프로그램 제작 참여	스포츠 중계의 다채널화	—	다양한 국가의 가치관 제공	참여 제약의 최소화	—
프로그램 정보의 형평성	편파적 미디어 구조 방지	—	다양한 장르의 스포츠 중계	—	—

미디어 다양성의 개념은 문화 다양성과 미디어의 다양성이라는 두 차원에서 논의되어야 한다는 점에서 그 평가 역시 다차원적으로 진행되어야 할 필요가 있다. 이에 본 연구가 정책적 방안으로 제안한 두 내용은 각각 독립적으로 운용되는 것이 아니라 상호보완적인 관계에서 진행될 필요가 있다. 이는 기존에 진행되어 왔던 프로그램의 평가를 확장시킨 개념으로 정의된다. 미디어 컨버전스 상황에서 미디어가 가진 특성은 컨버전스에 포함된 미디어 각각의 특성뿐만 아니라 새로운 특성이 형성된다는 점에서 기존 프로그램 평가의 틀은 유용하게 활용될 수 있다. 하지만 프로그램 평가의 틀로 제안된 부분들이 기존의 수용자 측면에 국한되어 있었다는 점에서 이를 참여와 생성의 차원으로 확장시키고, 동시에 다양성이라는 가치를 구체화 할 수 있는 방안의 모색으로 재규범화 할 필요가 있다.

3. 문화다양성 증진을 위한 정책 기본이념

1) 방송분야

우리사회에서는 흔히 정부에서 정책을 수립한다고 하면, 시민들이나 해당 분야의

당사자들은 부정적인 반응을 보이는 경우들이 많다. 이는 무엇보다 정책이라는 것이 규제하고 제약하는 것이라는 정서가 팽배해 있음으로 해서 표출되는 부정적 반응이라 할 수 있다. 사실, 문화정책 혹은 문화다양성이라는 현안에 대한 정책은 자칫 각 문화 주체들의 창작 활동과 자유로운 문화 및 작품들을 표준화하고 획일화시키며, 수직적으로 가치화시키는 관료주의적 감독체제의 위험성을 항시 내포하고 있다. 문화다양성 촉진을 위한 지수 개발 역시 각 창작품과 문화 활동, 미디어를 통한 문화 콘텐츠의 확산을 특정한 기준으로 평가함으로써 다양한 활동을 서열화 시키고, 가치의 경중을 따지고, 이를 기준으로 하여 국가 경쟁력을 위한 산업 증진이라는 이름으로 문화 활동과 미디어 활동에 대하여 선별적으로 지원하는 지극히 관료주의적 정책이라는 함정을 만들 위험성을 가지고 있다. 그럼에도 현재의 시장 중심, 경제적 가치 중심의 편중되고, 건강하지 못한 문화 활동과 지원 체계를 점검하고, 변화하는 디지털 환경에 부응하는 문화다양성에 대한 새로운 정책적 제고가 필요하다. 이에 전술한 논의를 토대로 몇 가지 정책 제언을 하자면 다음과 같다.

첫째, 앞으로 점점 더 융합 환경에서 문화다양성을 전제한다고 말하는 것은 새로운 미디어의 소비와 구매력에 근거해서다. 즉, 이 같은 신매체 구매력과 신매체에 대한 노출 차이에서 새로운 기술에 접근할 수 있는 미디어 격차가 발생한다고 본다면, 새로운 융합 기술에 얼마나 이용자들이 쉽게 노출되고 접근할 수 있는 지가 장차 문화다양성의 관건이 된다. 이를 위해선 정책적으로 미디어 융합시대의 ‘미디어 접근 격차’를 파악하고 이를 해소하는 노력이 필요하다. 이는 앞서 본 다섯 가지 다양성 지표 가운데, ‘디지털 멀티미디어 활동의 다원성’을 기초 토대로 정책 지표로 활용하는 작업이 필요하다.

둘째, 근본적으로 미디어 혹은 채널의 다양성이 콘텐츠의 다양성으로 확보되는가의 여부는 제작 주체의 다양성과 다양한 소통의 창구를 보장하는 정책적 지원에 달려있다. 하지만, 또한 다양한 시각을 보장하기 위한 의견 다양성 혹은 사회적 약자의 논리를 정책적으로 과감하게 지원하는 것이 필요하다. 다른 말로 하면, 융합 시대에 새롭게 등장하는 미디어 소외 계층에 대한 노출과 참여 빈도를 보장하는 노력

이, 제작 참여, 의무 편성이나 신중 미디어 확보와 공공 지원 등으로 정책 보완되어야 할 것이다. 새로운 사회적 약자로 부상하는 이주민이나 성적 소수자들의 관심과 노출을 장기적으로 보장할 수 있는 정책 지원이 고려되어야 할 것이다. 이를 위해선 앞서 다양성 지표들 가운데, ‘장르적 표현의 다양성’과 ‘소재별 표현의 다양성’ 측정 지표를 가이드 삼아 인구통계학적으로 어떤 미디어다양성 차이가 있는지를 확보하는 작업이 선행되어야 한다.

셋째, 기술적으로 보면 융합 환경은 국내 미디어 환경과 관련하여 텔레비전의 ‘디지털 전환’ 이후에 보다 질적으로 만개할 것으로 추측할 수 있다. 이 말은 질적으로 의견 다양성이 보장되는, 제대로 된 쌍방성이 확보되지 않으면 단순히 계량적인 다양성 수치가 어느 정도 쌓였다 해서 이뤄질 수 없는 고품질의 융합 시대가 다가오고 있음을 지칭한다. 즉 이용자-제작자간 소통과 상호작용을 강조하는 방식의 새로운 기술 디자인, 그리고 이런 소통을 강조하는 디자인이 새로운 미디어 도입과 관련해 적극적으로 관련 미디어 기구들에 의해 추동될 필요가 있다. 디지털 전환 국면 이후 텔레비전의 쌍방성 확보에도 이제까지 논의했던 문화다양성의 질적인 문제의식들을 담을 수 노력들이 필요하다. 이는 문화다양성 측정 지표와 관련해, ‘문화 확산의 다양성’과 ‘문화적 인지의 다양성’ 측정치에 크게 의존한다.

마지막으로, 정부의 역할로, 문화다양성 현실을 정확히 파악해 이를 진작시킬 수 있는 문화 콘텐츠 정책을 마련해야 할 것이다. 먼저 문화다양성 관련 국제 기준과 협약에 대한 조속한 국내 비준 및 협약안에 대한 이행이 필요하다. 이는 물론 현 단계 저작권 논의와도 맞물려 있는데, 문화다양성을 확보하는 방식이 절대 자본과 시장논리에 과도하게 의존해서는 오히려 실패할 수 있음을 알아야 한다. 오히려 공공의 지적 자산을 공유 모델로 확보하여, 누구나 손쉽게 그리고 저작권법 위반의 공포 없이도 자유롭게 이용할 수 있는 콘텐츠 환경을 조성해야 한다. 최근 과도한 저작권의 적용을 경계하면서, 이용자들의 창발성을 추동하려는 논의들 중 ‘크리에이티브 커먼스’(Creative Commons) 등 라이선스 모델은 그 적절한 대안이 될 수 있을 것이다. 다양성 측정 지표와 관련해선, ‘시장 가치의 다양성’ 측정치를 활용하여 과도한

시장 집중을 확인함으로써 합리적인 시장 모델을 확보하는 노력이 필요하다.

이러한 정책적 고민과 노력은 다양한 문화들이 건강하게 사회적으로 재현되고 배포되며 사회적 창의성을 높이는데 기여할 수 있는 기초와 토양을 다지는 작업이 될 것이다. 결국, 문화다양성 정책은 위로부터 아래로의 감독 체계가 아니라 아래로부터 위로 다양한 문화적 샘플을 솟아나게 하는 매트릭스가 돼야 할 것이다.

2) 스마트 미디어 분야

현재 국내 통신사들이 구성하고 있는 어플리케이션 마켓은 안드로이드 기반을 중심으로 형성되고 있다. 단말기 제조업자들이 다양한 스마트폰을 제공함에 따라서, 2010년 국내 스마트폰 보급은 약 700만대로 성장할 것으로 예상되고 있다. 이는 전 세계 안드로이드 계열 스마트폰의 증가로 애플 대 안드로이드 진영의 대결은 가속화 되면서 스마트폰에 대한 경쟁은 가열화 될 것이며, 후발주자로 등장한 마이크로소프트사의 모바일 윈도우즈 역시 새로운 국면을 맞이하게 할 계기로 작용될 것이다. 이 과정에서 부각된 스마트폰의 경쟁구도는 모바일 생태계 조성의 중요성이 부각되었다는 점이다. 즉 경쟁이 하드웨어 중심에서 소프트웨어 중심으로 넘어오면서 어떤 기기가 더욱 강력한 콘텐츠, 즉 어플리케이션을 소유할 수 있는가에 따라서 제품력의 핵심 차이로 작용되는 것이다.

따라서 이용자들에게 어떻게 편리하게 어플리케이션을 제공하는가에 대한 문제, 그리고 이러한 OS를 채택하는 단말기 등으로 구성되는 유기적인 모바일 생태계를 갖추는 것이 중요하게 부각된다. 이는 하드웨어적으로 전 세계인 우위를 점하고 있는 국내기업들이 앞으로 어떤 시장을 겨냥해야 하는가를 보여주는 사례이기도 하다. 현재 국내 기업들이 형성하고 있는 어플리케이션 마켓은 구글이 제공하고 있는 안드로이드를 활용하는 차원에서 마켓을 공유하고 있기 때문에, 새로운 OS를 구축하는 방안이 우선적으로 고려되어야 한다.

이는 현재 개방형을 추구하고 있는 구글의 안드로이드 OS가 새로운 장벽으로 작용할 수 있다는 우려와 함께 논의되고 있는 문제이기도 하다. 개방성은 스마트폰의 등장과 함께 모바일 산업에서 가장 화두가 되었던 단어이지만, 콘텐츠와 어플리케이션

이션은 여전히 제한된 어플리케이션을 사용하고 있다는 이중적인 의미를 내포하는 단어이기도 하다. 실제로 어플리케이션은 각기 다른 OS별로 차이가 있으며, 이는 GPOS에 종속되어 있다. 물론 페이스북이나 트위터와 같은 어플리케이션은 거의 모든 스마트폰에서 사용할 수는 있지만, 이는 서로 다른 방식으로 프로그래밍을 했거나 포팅(Porting: 기존 소프트웨어를 다른 기종의 컴퓨터에서 동작하도록 변환하는 과정)을 거쳤기 때문에 여전히 폐쇄적이라고 밖에 할 수 없다. 이에 국내의 어플리케이션 시장의 특성과 종속적인 스마트폰 OS 구조를 개선하기 위해 국내 기술을 활용한 GPOS 개발에 대한 문제가 정책에서 지속적으로 제기할 필요가 있다.

제5장 결론

디지털 컨버전스 상황이 도래하면서 나타나는 표현이나 참여의 기회는 문화적 다양성을 고취할 수 있는 긍정적인 계기로 작용하게 된다. 그렇지만 미디어를 운영하는 상황을 고려했을 때, 미디어다양성을 확보하기 위한 논의는 쉽게 이뤄질 수 없다는 것이 사실이다. 왜냐하면 미디어를 운영하는데 영향을 미치는 수많은 행위자들의 이해관계가 작용하기 때문이다. 이에 본 연구는 미디어 컨버전스 환경에서 나타나고 있는 다양성 확보방안에 대한 논의를 진행했다.

문화다양성은 문화의 질을 기반으로 가늠할 수 있는 가치이다. 이 가치는 질(quality)이라는 것을 기반으로 하고 있기 때문에, 양적으로만 평가할 수 없는 동시에 정확한 측정이 어렵다는 한계를 가지고 있다. 왜냐하면 질이라는 가치는 측정하는 사람의 사상이나 관점, 사회적 특성 및 개인적 신념 등에 영향을 받는 요소이기 때문이다. 그러므로 미디어에서 만들어지고 있는 문화적 요소를 다양성의 개념 안에서 설명하기 위해 장르나 프로그램의 형식 등의 차이를 감안할 필요가 있다. 즉, 어떤 프로그램의 장르가 우월하게 질이 높다고 말할 수 없고, 시청자가 많이 찾는다 고 해서 질이 높다고 언급할 수 없는 것이다. 그렇기 때문에 문화다양성, 특히 미디어에서 전달하는 메시지의 내용을 한 가지 잣대로 평가한다는 것은 어렵다.

삶의 다양한 방식들로 구성되는 사회와 미디어 환경은 문화의 다층적인 내용을 이뤄야 할 것을 요구받는다. 사회 속 구성원들이 각각의 행위자가 되어 문화의 다양성들의 특징을 내세우기 때문이다. 이러한 시각에서 사회 구성에 실질적이고 결정적인 요소로서 문화는 새로운 가치를 포함하게 된다. 이 가치는 바로 다양성이다. 하지만 미디어 환경에서 다양성의 가치는 왜곡된 채 받아지고 해석되고 있다. 인종이나 국가에 따른 다양성만을 언급하기 때문이다.

그렇다면 왜 문화의 다양성을 미디어와 방송의 영역에서 확장하여야 하는가? 이

는 미디어가 사회를 재현하는 장이자, 문화를 전달 및 재창조하는 역할을 수행하고 있기 때문이라고 설명할 수 있다. 그리고 문화는 각각의 특성을 바탕으로 내포하고 있는 차이라는 가치로 다양성 가치를 부각시킨다. 이러한 차원에서 논의되는 방송의 다양성 확보 근거는 공익성에 대한 논의로 이어진다. 그래서 1차적으로 방송은 사회의 다양한 차이들을 최대한 넓고 고르게 반영할 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다. 어느 특정한 가치 하에서 공익을 추구한다는 것은 어느 특정한 왜곡의 형태로 이어질 수도 있는 개념으로 해석될 수도 있다. 그렇지만 공익이라는 개념을 차이의 인정이나 공감대를 형성하는 개념으로 접근한다면 전체성을 넘어선 새로운 의미로 문화다양성을 정의할 수 있다.

이러한 점에서 본 연구는 문화다양성의 개념을 현재 국내에서 진행되고 있는 개념을 넘어선 새로운 가치로 규정하고, 문화다양성 측정을 위한 방안을 모색하고자 문헌 연구 및 인터뷰를 진행하였다. 물론 현 단계 변화하는 미디어 환경, 특히 디지털이 전면화 된 새로운 환경 속에서 문화다양성의 가치가 무엇인지에 대한 논의를 중심으로 연구를 진행하면서 문화다양성의 가치가 왜곡되었던 근거를 사회적·경제적 요소를 통해 찾아볼 수 있었다.

이를 통해, 문화다양성 지수를 측정하기 위한 영역들과 지표로써, 연구자들은 디지털 멀티미디어 활동의 다원성, 장르적 표현의 다양성, 소재별 표현의 다양성, 문화 확산의 다양성, 문화적 인지의 다양성, 시장 가치의 다양성, 이용주체의 다양성 등을 제시하면서, 각각의 영역에서 현 단계 정책적으로 필요한 방점들이 어디에 주어져야 하는지를 정책 제언 형식으로 제시했다.

본 연구를 통해 문화다양성의 부정적 경향, 혹은 문화다양성을 궁극적으로 지향할 수밖에 없게 만든 요인들은, 크게 보면 동일한 언어와 민족성을 바탕으로 문화의 동일성을 추구했던 배타적 습성들, 과도한 시장경제체제 하에서 이뤄지는 산업적 논리, 형식적 채널 확장이 질적 다양성 확보와 곧바로 연결될 수 있다는 기술주의적 경향 등에서 발생했다고 볼 수 있다. 이들 요인들은 사실상, 융합 시대에 새롭게 한국 사회에서 쟁점화 되는 소수자들과 이주민들에 대한 문화적 다양성의 고려 사항

을 아직도 초보 수준에 머물게 했고, 콘텐츠 다양성을 상업적 가치 추구에만 매달리게 만드는 오류를 저지르게 했고, 결과적으로는 미디어 편성 정책이나 디지털 전환 서비스 설계에 다양성의 가치들이 아예 개입하기조차 어려운 구조를 만들어냈다.

이후 다른 관련 연구 과제들에서, 현 연구 과정을 통해 도출된 일곱 영역에서의 지표들을 기초 자료로 활용하여 전반적인 조사연구를 수행하여 다양성 왜곡의 지점들과 부족한 부분들이 무엇인지를 분석하고 짚어내어, 차후 미디어다양성 확보 방안을 마련하는데 이를 근거 틀로 활용한다면 이 자그만 연구의 의의가 빛날 것으로 사료된다.

참 고 문 헌

- 고창렬, 미국의 보편적 서비스 제도 관련 논의. 정보통신정책, 15권 21호, 2006, 1~37.
- 곽기성, 호주의 미디어, 커뮤니케이션북스 2001.
- _____, 호주의 방송 소유 규제와 통신미디어위원회의 탄생, 세계의 언론법제, 언론진흥재단, 2004, 99~120쪽.
- 김경환, 일본과 호주 방송의 다문화주의, 전규찬 외 지음, 글로벌시대 미디어문화의 다양성, 커뮤니케이션북스, 2006, 121~137쪽.
- 김영욱 외, 세계의 언론법제: 미디어 집중도조사(통권 제 25호), 언론진흥재단, 2009.
- 김윤지(2010). IT산업 지각변동의 축, 스마트폰. 한국수출입은행 보고서.
- 김응숙, 글로벌 미디어환경과 글로벌리즘 콘텐츠, 한국방송공학회, 방송공학회논문지, 12권 5호, 2007. 9. pp.480~490.
- 김평호, 문화적 생태환경으로서의 미디어, 한국언론학회, 한국언론학회 학술대회 발표논문집, 한국언론학회 2007 가을철 정기학술대회, 2007. 10, pp.69~82.
- _____, 미디어 환경개념의 정책적 함의, 한국언론정보학회, 한국언론정보학보, 한국언론정보학보 통권 43호, 2008. 8, pp.152~172.
- 박남기, 지상파 네트워크, 외주제작 의존도 크게 줄어, 해외방송정보, 2004. 8. 17~22쪽.
- 박소라, 경쟁 도입이 텔레비전 프로그램 장르 다양성에 미치는 영향에 대한 연구. 한국언론학회, 한국언론학보, 2003, 10, 47권 5호, 222~250.
- 박주연·박소라, 2005, 융합시대의 미디어 기금. 한국언론재단.
- 박주연·전범수, 2007, 미디어다양성: 디지털 융합시대의 미디어다양성 정책. 한국언론재단.
- _____, 미디어다양성: 디지털 융합시대의 미디어다양성 정책, 언론진흥재단, 2007.
- 박태순, 방송·통신 융합시대에 방송의 문화적 가치에 관한 연구, 한국지역언론학

- 회, 언론과학연구, 언론과학연구 제6권 3호, 2006. 9, pp.204~236.
- 방송통신위원회, 2009 방송산업실태조사.
- 배현석, 외국의 지역방송 현황 1-미국. 『방송연구』, 38, 1994, 여름. 63~75쪽.
- 삼성경제연구소, 인터넷과 미디어산업의 재편, 2008. 11.
- 손 용, 디지털 미디어의 융합 메커니즘, 동서언론학회, 동서언론, 동서언론 제7집, 2003. 12, pp.75~103.
- 송종길·황성연, 방송통신융합 시대 미디어 연구의 경향, 한국방송학회, 방송통신 연구, 방송통신연구 2009년 여름호(통권 제68호), 2009. 7, pp.110~132.
- 송종길·최용준, 방송·통신 융합시대 정책일원화를 위한 규제·정책기구 개편방안 연구, 2001. 11.
- 여혁중, 호주 통신서비스 시장 통상환경 및 한-호주 FTA협상에 대한 시사점, 방송 통신정책, 22(9), 2010. 5. 18.
- 오경석, 어떤 다문화주의인가?: 다문화사회의 논의에 관한 비판적 조망. 2007 『다문화주의: 현실과 쟁점』(21~56). 파주: 한울.
- 유의선, 미디어다양성: 정책함의와 접근 방법, 2009, 한국방송학회, 방송통신연구, 69권, 42~68.
- 윤석민, 미디어 융합현상에 대한 소통 이론적 접근, 한국방송학회, 방송통신연구, 방송통신연구 2009년 여름호(통권 제68호), 2009. 7, pp.9~48.
- 이남표, 미디어 융합의 시장자유주의적 이해에 대한 비판, 한국언론정보학회, 한국 언론정보학회 학술대회, 디지털 다매체 시대의 방송 공공성과 공익성, 2007. 8, pp.3~24.
- 이동연, 한국사회 문화다양성의 현실과 대안적 문화정책 구상. 유네스코 문화다양성 포럼 발제집. 2006.
- 이동후, “융합 미디어 환경, 트랜스리터러시, 그리고 디지털 주체의 양가성”, 한국 방송학회, 한국방송학회 세미나 및 보고서, Beyond Convergence: 디지털 컨버전스의 미래, 2009. 6, pp.15~32.

- 이동훈, [KBI이슈페이퍼] 호주의 방송통신 융합 관련 법제 현황. 한국방송영상산업진흥원, 2005. 9.
- 이만제 · 김영덕, 국내 드라마 제작 시스템 개선 방안 연구, 한국방송영상산업진흥원, 2007. 10.
- 이수영, 방송 · 통신 융합과 수용자의 미디어 이용행태의 변화, 한국방송학회, 방송통신연구, 방송연구 2004년 여름호(통권 제58호), 2004. 7, pp.145 ~ 175.
- 이효성, 방송, 권력과 대중의 커뮤니케이션, 커뮤니케이션북스, 2009.
- 임학순 · 문화다양성 증진을 위한 만화산업정책 방향설정에 관한 시론적 연구, 한국만화애니메이션학회, 만화애니메이션연구, 10권, 2006, 10, 91 ~ 106.
- 정보통신정책연구원, 해외 주요국의 주파수 관리체제 분석, KISDI 이슈 리포트, 2006. Jay Bolter and Richard Grusin, 이재현(역), 재매개: 뉴미디어의 계보학, 커뮤니케이션북스, 2006.
- 정재철, 융합시대 미디어와 문화에 대한 탐색적 연구, 한국언론학회, 한국언론학회 학술대회 발표논문집, 한국언론학회 2007 가을철 정기학술대회, 2007. 10, 1 ~ 18.
- 조동원, 융합 미디어 환경에서의 대중 주체 변화, 진보평론, 진보평론, 진보평론 2006년 여름(제28호), 2006. 6, pp.60 ~ 78.
- 최영목, 한국방송정책론—역사와 전망, 논형, 2010.
- 홍종배 · 권상희(2010). 한국 방송의 다양성 지수 연구. 문화방송, 방송과 커뮤니케이션 11권 1호, 2010, 6, 187 ~ 227.
- 황성연(2005). 텔레비전 프로그램의 구조적 요인과 질 평가가 시청선택에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- Albro, R., Managing Culture at Diversity's Expense? Thoughts in UNESCO's Newest Cultural Policy Instrument. The Journal of Arts Management, Law and Society, 35(3), 2005.
- Deleuze G. & Guattari. P.,(1980). Mille Plateaux: capitalisme et schizophrénie 2. 김재인 역(2001). 『천개의 고원: 자본주의와 분열증 2』. 서울: 새물결.

- Electronic Media. Cresskill, 2001, NJ: Hampton.
- Fidler, R.,(1999) Mediamorphosis: understanding new media. 조용철 역(1999). 『미디어 모포시스』, 커뮤니케이션북스.
- Hall. S.(1996). 의미, 작용, 이데올로기. 임영호(편역). 『스튜어트 홀의 문화이론』 (pp.61~101). 서울: 한나래.(원저 출판연도, 1985).
- Henry Jenkins, 김정희원. 김동신(역), 컨버전스 컬처, 비즈앤비즈, 2008.
- John Pavlik and Shawn McIntosh, Converging Media: A New Introduction to Mass Communication, Boston: Allyn and Bacon, 2004.
- Kellner, D(1997). Media Culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern. 김수정 · 정종희 역(2003). 『미디어 문화』. 서울: 새물결.
- Kenneth Dysin & Peter Humphreys. The context of new media politics in Western Europe, In Kenneth Dyson and Peter Humphreys(ed), Broadcasting and New Media Politics In Western Europe, 1988,(London: Routledge).
- Levin, H. & Litman, B.(1971). Socioeconomic Aspects of Program Diversity. Studies of Broadcasting, 6, 1~21.
- McQuail, D., Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. 1988, London: Sage.
- Napoli, P., Deconstructing the Diversity Principle. Journal of Communication, 49(4). 1999, 7~34.
- _____, Foundations of Communication Policy: Principles and Process in the Regulation of.
- _____, The Public Interest Obligations Initiative: Lost in The Digital Shuffle. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 21(3), 2003, 305~331.
- OFCOM, Public Service Broadcasting: Statement of Programme Policy and Self-Assessment Reviews, 2004.

(첨부) 인터뷰 문항

미디어 융합 환경하의 문화다양성 평가 심층인터뷰 설문

미디어 융합 환경에서 문화다양성 의미 재정립을 위한 연구

안녕하세요?

저희 연구팀은 정보통신정책연구원의 연구사업 일환으로 ‘미디어 융합 환경에서 문화다양성 의미 재정립을 위한 연구’란 제목의 연구 프로젝트를 진행하고 있습니다. 형식에 있어서 큰 틀에서의 질문들이 주어지지만, 자유롭게 각 카테고리별로 시간에 상관없이 답변을 주시면 됩니다.

이해를 돕기 위해 본 설문에서 정의하는 미디어 범주는, 범용 콘텐츠를 실어나르는 대부분의 동영상 장비와 융합형 미디어를 포함한 개념으로 폭넓게 사용되었습니다. 이에 맞춰 ‘문화다양성’의 범주 또한 기존의 전통적 주류 매체들을 둘러싼 ‘미디어다양성’의 범주를 넘어서 인터넷, 영화, 모바일 등과 혹은 문화 일반과 맺고 있는 다양성의 유형으로 확대해서 사용하고 있습니다.

본 설문은 미디어 환경을 포함해 문화 일반의 다양성 논의를 풍부히 하기 위해 쓰이고, 관련된 모든 설문 내용은 연구 목적으로만 활용할 것을 약속드립니다.

연구팀: 박태순(책임연구자), 이광석(공동연구원), 장성준(보조연구원)

※ 다음은 기본적인 인구사회학적 항목입니다.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까? ① 남성 () ② 여성 ()
2. 귀하가 종사하는 직종 및 전문 활동 영역은 무엇입니까?
3. 귀하는 귀 전문분야에 얼마동안 종사하고 계십니까?

〈설문 항목〉

1. 미디어의 문화적 가치에 대한 의견

1-1. 융합 시대의 미디어가 전통적 미디어와 달리 사회에서 어떤 새로운 문화적 기능을 수행하고 있다고 보십니까?

* 부연: 디지털 멀티미디어는 문화활동, 문화 콘텐츠의 생산, 문화의 교류 등에 중대한 영향을 미치고 있는 것으로 이야기 되고 있음. 이러한 새로운 양상들 속에서 전통 미디어와 특별히 차이를 보이는 문화적 기능이 무엇인지 ?

1-2. 디지털 융합 환경이라는 변화된 현실에 맞는 미디어다양성의 재개념화가 필요하다면, 이를 위해 어떤 가치들을 중심에 두고 논의를 시작해야 하나요?

* 부연: 융합 환경에서 미디어다양성이 매우 강조되고 있는 상황입니다. 과연 다양성이 최선의 선인지, 다양성의 역기능은 없는지 생각해 볼 수 있으며, 그렇다면 미디어다양성의 부정적 측면을 살펴보고, 긍정적 측면을 발전시킬 수 있는 가치 판단의 기준들이 있어야 할 것입니다.

2. ‘문화다양성’에 대한 의견

2-1. 평소에 ‘문화다양성’ 개념은 무엇이라고 보십니까?

* 부연: 문화다양성은 UNESCO의 접근에서는 일종의 생물학적 종의 다양성 개념으로부터 도출해 내고 있습니다. 오늘날 우리사회에서 문화다양성의 개념을 어떻게 보고 계시는지?

2-2. 문화다양성을 촉진 혹은 저해하는 요인들은 어떠한 것들이 있다고 생각하십니까?

* 부연: 문화다양성은 문화 활동, 이를 매개하는 미디어, 경제적 영향, 언어적 영역, 지역적 차이 등 다양한 환경 변수들이 있을 것입니다. 이 중에서 문화다양성을 저해하는 요인들이 있을 것입니다.

3. 미디어와 문화다양성에 대한 의견

3-1. 융합시대 미디어(다양성)와 문화다양성의 관계에 대해 어떻게 생각하고 계십니까?

3-2. 과거와 달리 ‘융합 미디어 환경’에 맞춰서, 학계의 연구자들은 문화다양성에 어떤 새로운 요인들이나 가치들을 추가하거나 이를 고민해야 한다고 생각하십니까? 그렇다면, 어떤 요인들과 조건들이 필요할까요? 그것이 아니라면, 기존의 어떤 요인들이 다시 재조명을 받는지요?

3-3. 융합 미디어 환경에서 문화다양성을 확보할 수 있는 핵심 지점이나 고리들이 무엇이라고 보시는지요? 왜 그들이 중요하다고 판단하시는지요?

4. 융합 환경 문화다양성 측정과 정책

4-1. 융합 환경의 문화다양성 지수 측정 범주를 만든다고 한다면, 구체적으로 어떤 범주들과 내용들이 포함되어야 한다고 생각하십니까?

4-2. 미디어다양성을 포함한 문화다양성 진작을 위한 정책 제언이나 나아갈 방향에 대해 몇 가지 조언을 하신다면?

디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 시리즈 안내

- 10-01 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅱ) 총괄보고서 (황주성, KISDI)
- 10-02 디지털 문화산업의 융합기술에 대한 철학적 성찰 (이종관, 성균관대)
- 10-03 전자책의 출현과 문학적 패러다임의 변화 (이정준, 성균관대)
- 10-04 매체변화에 따른 미의식의 변화와 컨버전스 시대의 미학적 특징
(김성도, 고려대)
- 10-05 모바일 커뮤니케이션의 매체철학적 고찰 (이동후, 인천대)
- 10-06 디지털 컨버전스 환경에서 자기조직화 원리의 이해 (황주성, KISDI)
- 10-07 디지털 컨버전스 사회의 정치권력 연구 (류석진, 서강대)
- 10-08 컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여 (윤성이, 경희대)
- 10-09 디지털 정치조직의 출현과 e-거버넌스의 미래 (조희정, 숭실대)
- 10-10 융합 환경에서 정책결정과정의 변화와 전망 (차재권, 동의대)
- 10-11 소셜미디어에서 온라인 정치담론의 특성 (이원태, KISDI)
- 10-12 컨버전스에 따른 경제 활동 및 산업 구도 변화 연구 (조남재, 한국경영정보학회)
- 10-13 디지털 컨버전스와 프로슈머의 행태 변화 및 전망 (김진우, 연세대)
- 10-14 컨버전스 세대의 등장 및 경제활동 특성 연구 (김연정, 호서대)
- 10-15 디지털 컨버전스가 미디어 활용 서비스 산업 활동에 미치는 영향
(한현수, 한국경영정보학회)
- 10-16 컨버전스 경제에서 가상현실 기술의 의의와 산업구조 변화
(손상영, KISDI)
- 10-17 융합문명의 도전과 응전 (김문조, 한국사회학회)
- 10-18 디지털 사회의 일상성 탐구 (김종길, 덕성여대)
- 10-19 사회문화적 융합의 동역학 (장용석, 연세대)
- 10-20 융합적 사회질서의 심층 분석 (유승호, 강원대)
- 10-21 새로운 소통합리성과 인본사회화 과정 (정국환, KISDI)

- 10-22 디지털 컨버전스의 커뮤니케이션 이론적 의미와 문화적 특성 (이호규, 동국대)
- 10-23 컨버전스 환경에서의 개인과 집단 간의 상호작용 (김경희, 한림대)
- 10-24 미디어 생태계에서의 컨버전스와 디버전스 (안민호, 숙명여대)
- 10-25 미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망
(박태순, 미디어전략연구소)
- 10-26 모바일 소셜미디어에서 유력자(influential)의 역할 (이원태, KISDI)
- 10-27 디지털 컨버전스의 미래 이슈와 미디어 정책 (디지털 컨버전스 미래포럼)
- 10-28 건강한 모바일 생태계 구축을 위한 10대 정책아젠다 (모바일 인터넷 포럼)

디지털 컨버전스 기반 미래연구(II) 시리즈 10-25

미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망

2010년 10월 일 인쇄

2010년 10월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정보통신정책연구원

경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)

TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인쇄 인성문화

ISBN 978-89-8242-826-5 94320

ISBN 978-89-8242-801-2 (전28권)
