

정책연구 09-55

시청자 권익증진 활동의 활성화를 위한 포럼 운영

KISDI 방송정책연구그룹 편저

2009. 11

1. 본 연구보고서는 방송통신위원회의 출연금으로 수행한 방송통신정책 연구용역사업의 연구결과입니다.
2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회 방송통신정책연구용역사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

서 언

방송과 통신의 융합서비스로 대변되는 다채널·다매체 시대를 맞아 방송영역이 확장되면서, 전파의 희소성에 따른 방송의 공익성논리는 점점 약해지고 있는 것처럼 보입니다. 그러나 이용자 중심의 적극적인 참여(access)활동은 더욱 필요하며, 이를 위한 제반여건에 대한 점검이 절실히 요청되고 있습니다.

채널과 매체의 희소성이 극복되는 방송 통신 융합의 시대에는 국가에 의한 공익성의 강제가 어렵기 때문에, 시청자 접근권(public access)의 보장은 더욱 중요한 의미를 가지게 됩니다. 또한 쌍방향적인 커뮤니케이션이 가능한 경로를 활용하여 이용자들의 미디어에 대한 참여가 확대될 수 있습니다. 이처럼, 21세기의 변화된 방송 환경은 시청자주권 강화를 통한 시청자 권익보호를 요청하고 있으며, 이러한 시대적 요구는 향후 더욱 강화될 것입니다.

이러한 요구에 발맞추어, 본 연구는 시청자들의 권익을 증진시킬 방안을 모색하기 위하여 주제별로 포럼을 운영하고 그 결과물을 정리하는 것을 목적으로 수행되었습니다. 구체적으로는 ‘시청자위원회 및 시청자 의견수렴 제도 활성화 방안’, ‘시청자 참여프로그램 발전방안’ 그리고 ‘미디어 교육과 시청자미디어센터의 역할과 과제’의 3개 과제로 세분화하여 시청자의 권익을 증진시킬 수 있는 체계적인 정책 및 법제도의 개선방안을 모색하였습니다. 이를 위하여 본 연구에서는 각계 전문가들로 ‘시청자권익증진포럼’을 구성하고 운영하면서 시청자 의견수렴 제도, 시청자 참여 프로그램, 미디어 교육과 미디어 센터 등의 바람직한 발전방향에 대한 각계의 의견을 수렴하고자 주제별로 전문가 토론회 및 포럼을 개최하였습니다. 그 결과물들은 본문에 체계적으로 정리되어 있습니다.

본 과제를 통하여 향후 시청자위원회의 위상과 역할이 향상되고 시청자 참여 프로그램, 미디어 센터 등 시청자 영역에 대한 시청자 지원 사업의 성과가 높아질 수

있기를 바랍니다. 또한 각 시청자 위원회, 시청자 참여프로그램 관련 기관 그리고
각급 시청자 미디어센터 등의 관계자 분들과 정책 입안자들이 이러한 시청자 권익
제도의 발전 방향을 모색하고 시청자들이 이러한 제도를 적극적으로 활용하는데 도
움이 되었으면 합니다.

본 보고서는 조성운 방송·전파정책연구실장, 염수현 책임연구원, 김남두 책임연
구원, 박민성 연구원, 김인희 연구원의 참여로 수행되었습니다. 특히, 포럼에 참가해
서 귀중한 의견을 주신 각계 전문가 및 시민단체, 방송통신위원회 관계자분들의 협
조가 큰 도움이 되었습니다. 도움을 주신 모든 분들께 감사를 드리며 마지막으로 본
보고서가 미력하나마 시청자들의 권익을 보호하고 증진시키는 데 기여하기를 바랍
니다.

2009년 11월
정보통신정책연구원
원 장 방 석 호

목 차

서 언	1
요약문	7
제1 장 서 론	21
제2 장 시청자 의견수렴 제도 활성화 방안	23
제1 절 시청자 의견수렴 제도의 이론적 배경	23
제2 절 국내 시청자 의견수렴 제도 운영현황	24
1. 법제도현황	24
2. 시청자 위원회의 구성	27
3. 시청자 위원회 제시의견 및 처리상황	28
제3 절 해외 유사사례	29
제4 절 시청자 의견수렴 제도에 대한 기존의 지적 및 활성화방안	30
1. 시청자위원회 구성 관련 문제	30
2. 시청자위원회의 직무 및 권한	31
3. 시청자위원회 운영	32
제5 절 시청자 의견수렴제도에 대한 제언	32
제6 절 시청자 의견수렴제도에 대한 전문가 의견	33
제3 장 시청자 참여프로그램의 발전방안	46
제1 절 개 요	46
1. 시청자 참여프로그램의 의의	46
2. 한국에서의 시청자 참여프로그램의 보장	46
제2 절 국내 시청자 참여프로그램의 운영현황과 문제점	47

1. KBS 시청자참여프로그램	47
2. 케이블 TV의 시청자 참여프로그램	47
3. 방송현장실태조사 결과	48
제 3 절 국내 지원사업 추진 실적	49
1. 연도별 시청자방송참여 지원사업 추진현황	49
제 4 절 시청자참여프로그램 내용 분석	52
1. 분석대상	52
2. 분석내용	52
제 5 절 시청자참여프로그램 방송사 담당자 인터뷰	59
1. 분석대상 및 범위	59
2. 인터뷰결과 요약	59
제 6 절 시청자 참여프로그램에 대한 제언	62
제 7 절 시청자 참여프로그램에 대한 전문가 의견	63
제 4 장 미디어 교육과 시청자미디어센터의 역할과 과제	71
제 1 절 서 론	71
제 2 절 시청자미디어센터의 기능 점검	72
1. 시청자주권시대와 시청자미디어센터	72
2. 미디어교육 수행 기능	72
3. 시청자 접근권(퍼블릭 액세스권) 보장 기능	74
4. 기타 시청자 서비스 제공 기능	76
제 3 절 시청자미디어센터의 운용 주체별 유형 분류	76
1. 방송통신위원회 시청자미디어센터	76
2. 영화계(영화진흥위원회) 시청자미디어센터	76
3. 정부부처(문화체육관광부) 시청자미디어센터	77
4. 방송사(지역MBC) 시청자미디어센터	77
5. 지방자치단체 시청자미디어센터	78

6. 기타 시청자미디어센터	78
제 4 절 시청자미디어센터 유형별 운영 개요	79
1. 방송통신위원회 시청자미디어센터 운영 개요	79
2. 지역MBC 시청자미디어센터 운영 개요	80
3. 문화체육관광부 시청자미디어센터 운영 개요	82
제 5 절 시청자미디어센터의 미디어교육 프로그램에 대한 제언	83
제 6 절 시청자미디어센터의 미디어교육 프로그램에 대한 전문가 의견	84
참고문헌	87
<부록 1> 광주시청자미디어센터 미디어교육 사업 추진 결과(요약)	90
<부록 2> 시청자 의견수렴제도 활성화 방안	99
<부록 3> 시청자 참여프로그램 활성화 방안	109
<부록 4> 시청자 미디어센터 미디어교육 활성화 방안	119

표 목 차

<표 2-1> 방송사업자별 시청자위원회 구성현황(총 41사, 486명)	27
<표 2-2> 시청자위원회 위원의 추천 단체별 분야 구성현황(2009. 9 현재) ...	28
<표 2-3> 시청자위원회 제시의건의 항목별 현황('09. 상반기)	28
<표 2-4> 시청자위원회 제시의건의 조치결과 현황	29
<표 3-1> 연도별 시청자참여프로그램 지원 현황	49
<표 3-2> 2007년과 2008년의 시청자참여프로그램 편수와 예산 비교	50
<표 3-3> 2008년 SO 및 지역지상파TV 주제별 프로그램 현황	50
<표 3-4> 2007년과 2008년 프로그램 등급	51
<표 3-5> 2007년과 2008년 프로그램 제작자 분류	51
<표 3-6> 2008년 주요 방송프로그램 주요내용	53
<표 3-7> 시청자참여프로그램 주요내용(2009. 4월)	56
<표 3-8> 시청자참여프로그램 주요내용(2009. 8월)	57
<표 3-9> 2007년과 2008년 프로그램 주제 분석	58
<표 3-10> 2009년 4월과 8월 프로그램 주제 분석	59
<표 3-11> 시청자참여프로그램 담당자 인터뷰 결과(요약)	61
<표 4-1> 유형별 시청자미디어센터 현황	77

요 약 문

1. 연구 배경 및 필요성

- 미래 지향적인 시청자 권익 보호정책의 입안을 위한 사전 정지작업으로써, 현행 시청자 권익 관련 제도를 점검하고 시청자 권익 증진을 위한 법적, 제도적, 정책적 개선 방향을 모색하는 토론의 장을 마련하여 전문가들의 의견을 청취하고자 함
- 시청자 권익과 관련하여 아래의 사항들에 대해 논의할 필요성이 있음
 - － 현행 방송법제에 근거한 시청자 의견 수렴제도(방송사의 시청자 위원회 등)의 운영상황을 점검하고 현재의 문제점과 향후 개선방향에 관한 의견을 취합
 - － 방송발전기금을 통한 시청자영역 지원 사업의 합리적 운영 방안을 포함하여 시청자 미디어 교육 강화, 미디어센터의 운영 활성화, 그리고 시청자 방송 참여 활성화를 위한 법적, 제도적, 정책적 개선 방향 모색

2. 연구목표

- 이 연구의 목표는 시청자의 권익을 증진시킬 수 있는 체계적인 정책 및 법과 제도의 개선방안을 모색하는 데에 있음
- 이를 위해 이 연구는 다음과 같은 내용을 중심으로 추진될 예정임
 - － ‘시청자권익증진포럼’을 구성하고 운영
 - － 주제별 전문가 토론회 및 연말 종합 포럼 추진
 - － 시청자 의견 수렴을 위한 시청자위원회와 시청자 평가프로그램의 발전 방안 모색
 - － 방송발전기금으로 지원하는 시청자 참여 프로그램, 미디어 교육, 미디어 센터

등의 바람직한 발전 방향에 대한 각계의 의견 수렴

3. 주요 연구내용

- 본보고서는 ‘시청자권익증진포럼’의 내용을 재구성한 것임

가. 시청자 의견수렴 제도 활성화 방안

☐ 시청자위원회 제도의 의미

- 시청자위원회는 1990년 개정 방송법에 처음 도입된 제도로, 방송 운용 및 프로그램 내용에 있어서 시청자의 견해가 공식적으로 피드백 될 수 있는 권리를 제도화하여 지상파방송의 공익성을 담보하기 위한 목적으로 설치 운영되도록 하고 있음
- 현행 방송법에서도 이를 유지하여 법 제87조에 종합편성 및 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 시청자의 권익을 보호하기 위하여 시청자위원회를 두도록 의무화 하고 있고, 시청자위원회 구성을 위한 방법, 위원을 추천할 수 있는 단체, 그리고 시청자위원회의 구성 및 운영에 대한 사항 및 권한과 직무에 대하여 방송법 제87조 ②와 ③, 제 89조, 그리고 방송법 시행령 제 64조와 방송통신위원회 규칙 제34조 등에 규정하고 있음
- 시청자위원회는 다양한 시청자 집단을 대표하는 인사들로 구성하여 이들의 전문적 의견개진을 통해 방송 프로그램 내용이나 편성에 시청자의 의견을 제시하거나 시정을 요구하고, 여타 시청자의 권익보호와 침해구제를 도모 하도록 하고 있음

☐ 국내 시청자위원회 제도의 운영현황

1) 법적권한

- 방송법에서는 방송통신위원회규칙에 명시된 단체의 추천을 받아서 각 방

송사가 10인 이상 15인 이내의 인원을 위원으로 임명하도록 하고 있고, 매월 1회 이상 정기회의를 개최하도록 하고 있음

○ 방송법 제88조에 명시된 시청자위원회의 권한 및 직무는

- － 방송편성에 관한 의견제시 또는 시정요구
- － 방송사업자의 자체심의규정 및 방송프로그램 내용에 관한 의견제시 또는 시정요구
- － 시청자평가원의 선임
- － 기타 시청자의 권익보호와 침해구제에 관한 업무

2) 구성

- 방송통신위원회 자료에 따르면, 현재 우리나라에는 총 41개 방송사, 혹은 그 하위사업장에서 시청자위원회를 구성하여 운영하고 있으며, 시청자위원회에 참여하는 인사는 486명임
- 각 방송사에 시청자위원회의 위원으로 참여하고 있는 인사들의 추천단체 및 분야를 살펴보면, 언론관련 시민, 학술단체와 경제, 문화단체가 전체의 약 3분의 2 정도를 차지하고 있음

3) 시청자 위원회 제시의견 및 처리상황

- 대부분의 의견(94.3%)은 방송 프로그램의 내용에 관한 사항이었으며, 방송 편성과 관련된 부분은 불과 5.9%에 지나지 않았으며, 자체심의 관련 의견은 1건만 제기되어 매우 미미함
- 각 방송사는 시청자위원회에서 지적되거나 제기된 사항들의 91.9%를 수용하여 조치하고 있는 것으로 나타났음
- 방송사들의 시청자위원회 운영 상황을 종합하면, 현재 방송사들은 방송법 및 관련법령에서 규정하고 있는 시청자위원회를 모두 설치하여 비교적 제대로 결맞게 운영하고 있는 것으로 보임. 또한 시청자위원회에서 제기된 의견도 최대한 수용하고 조치하고 있는 것으로 나타남

□ 시청자위원회에 대한 기존의 지적 및 평가

1) 시청자위원회 구성 관련 문제

- 10가지의 유목으로 이루어진 추천 단체는 일견 매우 다양하게 보이지만 각 유목별 비중이나 포괄범위가 동일하지 않고, 매우 대비되는 단체들을 ‘또는’이라는 표현으로 묶어놓는 등 일관성이나 포괄성 면에서 다소의 문제가 있음. 또한 실제 시청자위원회 구성에서의 시청자 대표성이 제대로 구현되고 있는가에 대해서도 문제임

2) 시청자위원회의 직무 및 권한

- 시청자위원회의 주된 권한과 직무는 방송의 편성 및 제작과 관련된 “의견 제시 또는 시정 요구”로 한정되어 있음
- 방송편성이나 방송프로그램 내용에 대한 의견개진이나 보다 적극적인 의미에서의 시정요구가 발생할 경우 이를 어느 정도까지 인정해야 하는가에 대해서는 논란의 소지가 있음

3) 시청자위원회 운영

- 각 방송사의 시청자위원회는 현재 관행적으로 1년 단위로 소집되어 매월 정기적인 회의를 개최하여, 각 위원들의 의견진술을 듣고 방송사측의 해명(경우에 따라서 필요하거나 가능한 경우 방송사 해당부서의 답변)을 듣는 방식으로 진행되고 있음. 대개의 경우 시청자위원회의 위원으로 선임된 사람들은 각 분야에서 전문성을 인정받은 시청자 대표의 입장이지만, 시청자위원회 위원들이 단순히 한 달에 한 번 회의에서 그간 TV시청에서 느낀 소감 중심으로 의견을 개진하는 것으로는 시청자의 권익을 증진시킨다는 시청자위원회의 취지를 살리는데 한계가 있음

□ 제언

○ 시청자위원회의 대표성

- 시청자위원회를 구성하는 방송사가 얼마나 다양한 시청자집단으로부터 실질적인 의견을 청취하고자 하는가의 의지를 가지고 있는가로 해결해야 함

- 시청자위원회 위원 선임문제
 - 불명확하게 되어 있는 시청자위원회 위원 선임의 절차 등에 대하여서는 향후 보다 구체적인 사항들을 제도적으로 완비하는 것이 바람직함
- 시청자위원회의 의견이나 시정요구 거부 관련
 - 시청자위원회의 의견 개진이나 시정요구가 받아들여지지 않을 경우에 대비한 시청자불만처리위원회에서의 처리 절차에 대하여서도 보다 분명한 제도화가 요망됨.
- 시청자평가원, 고충처리인, 시청자주권위원회 등 시청자 권한 보장을 위한 여러 인사 및 제도를 시청자위원회를 중심으로 연계화시켜서 보다 실질적이고 협력적인 운영이 되도록 해야 함.

나. 시청자 참여프로그램의 발전방안

□ 개요

- 1) 시청자 참여프로그램의 의의
 - 기존 방송사에서 다루지 않는 내용을 다룸으로써, 소수의 의견, 일반 시민들의 생각, 상이한 주장과 가치관들이 담길 수 있는 새로운 공론의 장으로서의 역할을 할 수 있음
- 2) 한국에서의 시청자 참여프로그램의 보장
 - 2000년 통합방송법에서 시청자참여프로그램의 편성을 KBS에 의무화하였고, 2002년 이후에는 공모를 통해 지역지상파방송사, 지역민방 및 지역 케이블방송사 등으로 지원 대상을 확대함. 현재 방송통신위원회에서 관리하는 방송발전기금을 바탕으로 시청자참여프로그램 지원 사업을 지속적으로 펼쳐오고 있음
 - 그러나 그럼에도 불구하고 일반 시청자들이 직접 방송 프로그램을 기획·제작하여 방송채널을 통해 방송하는 시청자참여프로그램은 아직까지 활성화되지 못하고 있는 실정임

□ 국내 시청자 참여프로그램의 운용현황과 문제점

1) KBS 시청자참여프로그램

- 2000년 방송법에 의하면, KBS는 매월 100분 이상 시청자가 직접 제작한 ‘시청자참여프로그램’을 편성하도록 규정하고 있으며, ‘열린 채널’이란 제목으로 시청자참여프로그램을 편성하고 있음.

2) 케이블 TV의 시청자 참여프로그램

- 2000년 통합방송법에 의하면, ‘케이블방송사업자는 공공채널과 지역채널을 두고, 시청자가 자체 제작한 방송프로그램의 방송을 요청하는 경우 특별한 사유가 없는 한 지역채널 또는 공공채널을 통하여 방송하여야 한다’고 규정하고 있음. 방송위원회는 시청자참여프로그램을 활성화하기위해 2003년부터 방송채택료를 방송위가 직접 지원하는 정책을 펼쳐오다가 2005년 8월 지원사업을 전면 중단하였다. 그 후 2006년부터 현재와 같이 시청자참여프로그램을 정규 편성하는 방송사를 선정해서 지원하는 정책으로 전환하여 운영하고 있음

3) 방송현장실태조사 결과

- 운영위원회는 외부 2명을 포함한 5명으로 구성하여 월 1~2회 개최하고 있었고, 시청자참여프로그램 관계자가 방송여부를 먼저 결정하고 방송 결정 후 운영위원회를 개최하여 등급을 결정(선 방송결정 후 운영위 개최)하고 있음
- 방송편성의 경우 대부분의 방송사들이 주간 25분 이상 편성하여 운영하고 있었음. 또한 모든 방송사들이 “방통위에서 지원하는 기금으로 제작된다”는 내용을 표기하고 있는 것으로 나타남

□ 국내 지원사업 추진 실적

1) 연도별 시청자방송참여 지원사업 추진현황

- 시청자참여프로그램 지원 현황

- 2001년도에 KBS의 시청자참여프로그램인 ‘열린채널’이 편성되었고, 2002년 시민방송, 2003년 종합유선방송, 2005년 일부 지상파 방송에서 프로그램 편성을 시작함. 해마다 지속적으로 지원한 결과, 2008년도에는 총 25.7억 원을 지원하여 총 2,500편의 시청자직접제작프로그램이 방영됨
- 2008년도 시청자참여프로그램 지원사업 추진결과
 - KBS와 SO 등 45개 방송사업자에게 2,573백만 원을 지원하여 2,500편의 프로그램을 방송했음
 - 특이한 점은 SO 및 지역지상파의 경우 사업 추진기간이 부족(9~11월, 3개월)하였으나, 사업자수는 증가(34.4%)하였고 방송편수는 감소(14.9%)하였음
- 2008년도 시청자프로그램의 주요 내용 및 특징
 - 첫째, 생활정보·문화가 1,783편(71.3%), 다문화가정, 장애인 등 소수계층 관련 프로그램이 293편(11.7%)으로 나타남
 - 둘째, SO 및 지역지상파방송의 경우 2007년까지는 프로그램 수준과 관계없이 일률적으로 분당 4만원을 지급하였으나, 2008년도부터는 작품성과 내용 수준 등에 따라 프로그램 등급제를 운영하였고, 상위등급(A,B)이 65%이상으로 평가되고 있음. 또한 시민방송의 경우 상위등급(SA, A)이 2007년까지는 117편(4.5%)에 불과하였으나 2008년도에는 141편(5.6%)으로 점차 향상되는 등, 프로그램의 질과 완성도가 점차 향상되고 있다. 다만, KBS의 경우 상위등급(SA, A)이 2007년의 경우 47편(81.0%)이었으며 2008년도에는 35편(39.3%)에 불과한 것으로 나타남
 - 셋째, 프로그램 제작 참여에 있어서 2008년도는 총 3,265편을 응모하여 이중 2,500편이 채택되었고, 전년(응모 3,146편, 채택 2,611편) 대비 4.4% 감소한 것으로 나타남. 시청자참여프로그램 제작자는 일반시청자가 2,269편(90.7%)으로 대부분을 차지하였으나, 방송 소수계층인 장애인 및 외국인근로자 등의 참여도 25편(1.0%)으로 나타남

□ 시청자참여프로그램 내용 분석

1) 분석내용

- 첫째, 시청자참여프로그램의 방송시간량(분)은 평균(M) = 11.9분으로 나타남
- 둘째, 장르의 경우 대장르 구분에 있어서 교양/정보 장르가 가장 많이 제작되었고(71.4%), 그 다음이 오락/개그 장르였으며(24.1%), 시사/보도 장르는 가장 적게 제작된 것으로 나타남(4.5%). 주목할 점은 대장르 구분에서 교양/정보 장르는 모든 프로그램이 다큐멘터리였음
- 셋째, 시청자참여프로그램의 주제에 있어서 시청자들이 가장 많이 취급한 주제는 생활일반(60.2%)이었고, 그 다음으로 문화/역사(16.2%), 행사/축제(9.4%), 자연/환경(5.3%), 정치/경제(3.0%), 장애인/동성애(2.3%), 건강/웰빙과 다문화가정/이주노동자(1.5%), 및 기타(0.8%) 순으로 나타남

2) 프로그램 주제 분석

- 2007년과 2008년 프로그램 주제를 분석해 보면, 2007년과 2008년의 경우 생활정보와 문화를 다룬 프로그램이 가장 많았고, 그 다음으로 시사, 장애인, 역사를 다룬 프로그램 순이었음. 하지만 상대적으로 인권이나 노동을 다룬 프로그램은 매우 드물었음

□ 시청자참여프로그램 방송사 담당자 인터뷰

1) 분석대상 및 범위

- 방통위로부터 방송발전기금을 지원받아 시청자참여프로그램을 편성·운영하고 있는 방송사의 시청자프로그램 담당자 총 13명

2) 인터뷰결과 요약

<표 1> 시청자참여프로그램 담당자 인터뷰 결과(요약)

1. 운영위원회 등급결정	대체로 무난
2. 프로그램 수급문제	지상파 수급어려움 v. 케이블SO 수급문제 없음
3. 프로그램의 질(수준)	지상파 수준 낮음 v. 케이블SO 수준 괜찮음
4. 편성에 따른 문제점	특별한 문제는 없고 일부는 방송시간대 고정 및 이동 필요
5. 주당 25분 이상 편성 타당성	타당함
6. 프로그램 등급별 분류 기준, 방송채택료 산정 기준 & 개인(단체) 600만원 이내 연간 지급 한도	프로그램 등급 및 채택료는 적당하나 좀 높이는 것도 괜찮음. 지급 한도 넘기는 경우는 없으나 중복 지원 문제는 해결책 필요
7. 자부담 문제	큰 부담은 없는 편이나 지원액예산규모를 높이거나 방통위 100% 지원도 생각해 볼 문제임
8. 전담인력	큰 문제없음(최소한 1인의 전담해서 맡을 담당자는 두자)
9. 홍보방안	주로 화면 스크롤 자막, 스포츠광고, 홈페이지
10. 시청률/시청자반응	시청률의 점진적 증가 및 점차적으로 더 많은 호응과 관심
11. 광고 파급 효과	거의 없음
12. 신규매체 시청자참여 프로그램 운영	회사입장에서 반대하나 개인적으로 찬성
13. 운영상 애로사항 및 건의사항	전담인력부족, 질 높은 프로그램 수급문제, 미디어교육기관의 체계적인 교육과정 부족과 각 센터나 기관 간 연계부족, 시민들의 낮은 참여의식, 늘 하던 사람이 제작함—중복지원 막을 방안이 필요 명확한 시행시기 정하기, 월 한도액(500만원) 없애기, 명확한 날짜에 지원금 입금해주기, 3월분 예산을 11월에 쓸 수 있도록 해 주기, 수급계획서를 없애고 방송사의 자체운영에 맡기기, 지원 금액 늘리기, 지역이나 권역별로 나누어 체계적인 지원, 미디어 센터나 교육기관 간 연계교육, 하한 금액을 3만원에서 5만원으로 늘리기, 프로그램 수급 시 수급 후 예산 지급이 아니라, 공모형태를 통해 제작비를 지원해주고 계획서를 받아서 운영, 1년 주기로 정기적으로 시청자참여프로그램을 공모하고 운영
14. 청소년미래직업연계	청소년 보다는 노인이나 주부의 미래 직업으로 적당
15. 지역방송발전기여정도	상당한 기여
16. 시청자권익증진효과	상당한 권익 증진

□ 제언

- 시청자참여프로그램의 방송창구, 재정적 지원, 제작인프라 등 여러 제도적 지원이 이미 상당히 갖추어져 있음에도 활성화되지 못하고 있음
- 제작인프라, 방송창구, 재정적 지원 간 체계적이고 긴밀한 연계 구축 필요
- 시청자 의견의 직접적 표현, 미디어 교육 효과, 방송제작 인력의 저변확대 등 활성화에 따른 긍정적 효과가 복합적으로 나타날 수 있으므로 지원 확대가 바람직함

다. 미디어 교육과 시청자미디어센터의 역할과 과제

□ 서론

- 시청자미디어센터의 역할과 기능에 대한 관심이 높아지고 있음. 특히, 미디어교육 수행기관으로서의 역할과 성과에 대한 기대가 커지고 있음
- 미디어교육은 교육 주체, 교육 정책, 교과 과정, 교육 방법, 교육 도구, 교육 내용, 교육 대상, 교재 발간, 지도자 양성 등 전반적인 면에서의 진단과 평가 그리고 발전 방안을 모색해야 할 시점임
- 최근 다양한 형태의 시청자미디어센터가 늘고 있는 가운데, 이용자들의 이용 횟수나 만족도, 그리고 지역별, 운용 주체별, 운용 방식별 센터간 역할 분담이나 활용도, 향후 건립될 센터들의 바람직한 모델은 무엇인지, 또한 기존 센터의 평가와 진단이 제대로 이루어지고 있는지 등 논의해야 할 과제들이 많음
- 본 장에서는 이러한 시청자미디어센터의 기능 및 점검을 토대로 미래 시청자미디어센터의 효율적인 미디어교육 프로그램 추진 방안에 대해 탐색해 보고자 함

□ 시청자미디어센터의 기능 점검

1) 시청자주권의 중요성

- 시청자 주권에 대한 일반 국민들의 인식 변화
- 시청자 주권 보장을 위한 법·제도적 장치 마련

2) 미디어 교육의 정의

- 미디어교육이란 매체의 긍정적 기능을 보다 적극적으로 발휘하기 위한 창조적 활용교육과 역기능적 폐해를 최소화하기 위한 보호적 예방교육의 두 가지 형태로 진행될 수 있음

3) 미디어 교육의 종류와 내용

- 매체에 대한 비판적 수용(critical viewing skill) 교육
- 미디어 리터러시(media literacy) 교육
- 시민교육으로서의 미디어교육
- 소비자교육으로서의 미디어교육
- 다양한 수용자운동을 위한 미디어교육
- 인성교육으로서의 미디어교육

4) 시청자 접근권(퍼블릭 액세스권) 보장 기능

- 시청자 접근권에의 다양한 차원에서의 논의 사항
 - 방송의 공공성 영역
 - 방송법상 보장된 시청자 권리 부분
 - 알 권리 부분
 - 표현의 자유 부분
- 퍼블릭 액세스
 - 퍼블릭 액세스란 시청자 주권을 실현할 수 있는 방안 중 하나로 국민의 매체 접근권을 의미함
 - 매스미디어에 대한 국민의 액세스권 문제는 헌법학자이며 매스컴 법학자인 배런(J. A. Barron)에 의해 1967년 처음으로 제기

5) 기타 시청자 서비스 제공 기능

- 커뮤니티 네트워크 구축을 통한 시청자 서비스 강화
- 다양한 행사 및 이벤트 시행을 통한 시청자 서비스 강화 기능
- 시청자미디어센터 소재지에 위치하고 있는 지역 대학과의 연계를 통한 산

학 협력 프로그램을 진행하는 방안

☐ 시청자 미디어센터의 운영주체별 유형 분류

<표 2> 유형별 시청자미디어센터 현황

유형 및 지원기관	센터 및 개관 년도	비고
국가기관(방송통신위원회) 시청자미디어센터	부산시청자미디어센터(2005년), 광주시청자미디어센터 (2007년)	
영화계(영화위원회) 시청자미디어센터	영상미디어센터 ‘미디어팩트’(2002년), 전주시민미디어센 터 ‘영시미’(2004년)	
정부부처(문화체육관광부) 시청자미디어센터	김해(2005년), 제주(2006년), 대구(2007년), 인천 주안 (2007년), 천안(2008년), 제천(2008년), 안동(2008년), 익 산(2009년), 원주(2009년), * 강릉, 부천, 순천은 개관 준 비 중임.	
방송사(지역MBC) 시청자미디어센터	마산MBC(2003년), 목포MBC(2005년), 전주MBC(2005년), 춘천MBC(2005년), 대구MBC(2006년), 울산MBC(2006년)	
지방자치단체 시청자미디어센터	서울시립청소년정보센터 ‘스스로넷’(2000년), 서울 강 서 영상미디어센터(2004년), 서울 성북 아리랑 미디어 센터(2004년)	
기타 시청자미디어센터	전주시민미디어센터(시민사회)(2004년)	

☐ 시청자미디어센터 유형별 운영 개요

1) 방송통신위원회 시청자미디어센터 운용 개요

- 1990년대 중후반부터 사회운동단체들이 ‘국민주방송 설립추진 운동’ 등을
통해 ‘퍼블릭 액세스 전문 채널 도입’과 시청자 권익 신장을 위해 노력한 결
과 2000년 개정된 방송법은 KBS와 케이블TV, 위성방송에 ‘시청자참여프
로그램’을 일정기간 이상 편성하도록 명문화하기에 이르렀음
- 방송통신위원회는 시청자의 퍼블릭 액세스권을 실현하기 위한 기반시설로
서 시청자미디어센터를 건립

2) 지역MBC 시청자미디어센터 운용 개요

- 방송문화진흥회에서는 2000년 ‘전국 미디어센터 네트워크 워크숍’을 지원

하며, 시청자미디어센터와 관련된 사업에 대해 정보수집 등 본격적인 검토 작업 시작

- 2001년부터는 본격적으로 사업에 참여하였으나 방송위원회, 문화관광부, 각 지자체 등의 예산규모가 큰 공공기관들의 관심으로 인해 방송문화진흥회에서는 사업 착수를 보류하게 되었음

3) 문화체육관광부 시청자미디어센터 운용 개요

- 대통령 당선자, “주요 도시의 영상미디어센터 설치 확대” 공약(중점공약-16)
- 참여정부 문화산업 정책비전 대통령 보고회('03. 12. 17)

□ 시청자미디어센터의 미디어교육 프로그램에 대한 제언

- 시청자미디어센터는 미디어교육을 집행하는 센터이자 다양한 주체에 의해 시행되는 미디어교육을 지원하는 센터의 역할을 수행해야 함
- 시청자미디어센터의 사업 및 미디어교육 프로그램의 기본 방향
 - 미디어교육 프로그램을 ‘매체’중심적으로 접근하기 보다는 ‘언어’적 차원에서 접근하여 다양한 미디어들에 대한 접근 방법 및 미디어능력을 높일 수 있는 프로그램이 제시되어야 함
 - 대상에 따른 차별화된 프로그램 개발이 진행되어야 함
 - 미디어교육 프로그램이 장기적인 전략 차원에서 계획되고 추진되어야 함
 - 미디어교육 프로그램은 우선 ‘일반 교사 및 미디어 교사’의 양성 프로그램을 중심으로 먼저 시작되어야 함
 - 어린이 및 청소년들을 위한 다양한 체험 및 기획 프로그램들이 포함되어야 함
 - 미디어교육 자문 및 지원 기관으로서의 미디어 센터 역할을 수행해야 함
 - 지역 미디어교육 정책 연구 기관으로서의 역할
 - 미디어교육 인적 네트워크의 구심으로서의 역할
 - 모든 사업이나 프로그램은 교육 환경이나 여건을 충분히 고려하는 맞춤형 사업 추진이 되어야 함

제1 장 서 론

최근 제기되고 있는 방송통신 융합 논의에서 ‘시청자 권익’은 아직 주변적인 지위에 머물러 있다. 시청자 권익 증진을 위한 연구나 활동은 여전히 미흡한 실정이며 전문가들 간의 의견교환과 토론을 통하여 수렴된 의견을 정책 방안으로 제시하는 생산적인 논의의 장이 충분히 마련되지 못하였다. 본 연구에서는 미래 지향적인 시청자 권익 보호정책의 입안을 위한 사전 정지작업으로써, 현행 시청자 권익 관련 제도를 점검하고 시청자 권익 증진을 위한 법적, 제도적, 정책적 개선 방향을 모색하고자 학계, 시청자 및 관련 단체, 언론계, 연구기관, 방송사 등 관련 전문가들로 ‘시청자권익증진포럼’을 구성하였고 주제별 전문가 토론회 및 종합 포럼을 개최하였다.

전문가 토론회 및 포럼에서 논의된 주제는 시청자 위원회 및 시청자 의견 수렴제도 개선방안, 시청자 참여프로그램의 발전 방안, 그리고 미디어 교육과 시청자미디어센터의 역할과 과제이다. 현행 방송법은 시청자의 권익을 보호하고 방송 프로그램의 품질을 향상시키는 데 기여하기 위하여 시청자위원회와 시청자 평가 프로그램을 법제화하고 있으며 시청자 권익 증진과 관련하여 방송발전기금을 통한 시청자 활동지원을 명시하고 있다. 구체적으로 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 시청자의 권익을 보호하기 위하여 시청자 위원회를 두어야 하며 시청자 평가프로그램을 편성하여야 한다. 시청자 대표들로 구성된 시청자위원회는 방송 프로그램 내용에 관하여 의견을 제시하고 시정을 요구해 그 내용을 방송제작에 반영시키도록 되어 있다. 그리고 시청자가 직접 제작한 방송프로그램, 미디어 교육 및 시청자단체의 활동 등의 시청자 영역은 방송 발전기금의 사용 용도 중 하나로 규정되어 있다.

본 연구에서는 국내 시청자 위원회 제도의 운영 현황을 분석하고 시청자위원회의 구성, 시청자위원회의 직무와 권한, 그리고 시청자 위원회의 운영과 관련된 문제점

을 분석하고 향후 개선방안을 모색하였다. 또한 시청자 방송 참여 활성화를 위한 법적, 제도적, 정책적 개선 방향을 모색하기 위하여 시청자 참여프로그램 운용 현황을 파악하고 내용 및 주제 분석, 시청자참여프로그램 방송사 담당자 인터뷰 등을 통하여 문제점과 개선방안을 도출하였고 이에 대한 전문가들의 의견을 취합하였다. 마지막으로 시청자 미디어센터의 운영 상황을 점검하고 시청자미디어센터의 미디어 교육 프로그램에 대해 제언하였다.

이 보고서는 ‘시청자권익증진포럼’을 운영하면서 전문가 토론회 및 종합 포럼의 개최결과를 종합보고서로 정리한 것이다.

제2 장 시청자 의견수렴 제도 활성화 방안¹⁾

제1 절 시청자 의견수렴 제도의 이론적 배경

○ Right of Access

- 국내의 ‘시청자 주권’ 혹은 ‘시청자의 방송 주권’에 대한 관심과 외국의 ‘Public Access’운동이 함께 시청자 권익에 관한 논의를 활성화 시킴. 특히 Jarome Barron(1967, 1973, & 2003)은 미국의 ‘the First Amendment’를 매스미디어에 대한 일반인들의 액세스권으로 적용·확대시킴. 그의 저서 ‘누구를 위한 언론자유인가(1973)’를 통해, 언론자유가 미디어 소유자 혹은 지배계층의 권한으로만 전락하고 있다고 지적하며 일반 시민들의 언론자유를 위한 액세스권 인정을 주장하며, 시청자 권익 보호 환기
- 미국에서 Public Access Television은 상업 방송 시스템의 폐해에 대응하는 대안적 방송 시스템으로 시작됨. 케이블 TV나 유선방송 채널을 이용하여 시청자가 자신의 의견 혹은 제작물을 제작자의 편집이나 다른 검열을 거치지 않고 방송함. First-come, first serve를 원칙으로 표현의 자유를 보장함

○ 시청자주권론

- 방송 수용자의 권리를 보장하는 근거는 방송운영경비의 국민부담, 전파자원의 희소성 및 공공재적 성격, 표현의 자유, 소비자주의 등을 들 수 있음
- 통상 사용되는 시청자 주권이라는 용어는 헌법상 논의되는 주권개념과 엄밀한

1) 이 장의 내용은 2009년 10월 30일 열린 ‘시청자위원회의 운영 활성화를 위한 전문가 토론회’에서 김도연(국민대학교 언론정보학부 교수)이 발표한 “시청자위원회 제도의 평가와 개선방안”과 2009년 11월 25일 열린 ‘방송통신 이용자 권익보호 포럼’에서 김희조(성균관대 신문방송학과 교수)가 발표한 “시청자 의견수렴제도 활성화 방안”의 내용을 중심으로 재구성한 것이다.

의미에서는 차이가 있음. “주권이라 함은 국가의사를 전반적으로 또 최종적으로 결정할 수 있는 최고권력을 의미하는데 이런 의미에서 시청자 주권이란 말을 사용한다고 보기는 힘들다. 시청자가 방송이라는 영역에서 가장 중심적인 위치를 점해야 하며, 방송에 관한 모든 의사결정은 시청자의 의사와 합치하는 한도에서 그 정당성을 인정할 수 있다는 선언적 표현이라고 볼 수 있다.”(신홍균, 2008)

- 따라서 소비자주권론에는 방송 접근권(방송에 자신의 의견 개진), 정보 접근권, 피해 구제받을 권리 등이 포함됨. 즉, 이는 시청자의 권리를 방송상품의 소비자로서 채널 선택권 등에 국한시키지 않고 좀 더 적극적인 측면에서는 방송의 주인으로서의 권리, 즉 방송주권이라는 개념과 함께 사용함. 전파자원의 주인으로서 언론권을 가지는 국민에게 방송주권이 있다는 주장

제2 절 국내 시청자 의견수렴 제도 운영현황

1. 법제도현황

□ 시청자 위원회

- 시청자위원회는 1990년 개정 방송법에 처음 도입된 제도로, 방송 운용 및 프로그램 내용에 있어서 시청자의 견해가 공식적으로 피드백 될 수 있는 권리를 제도화하여 지상파방송의 공익성을 담보하기 위한 목적으로 설치 운영되도록 하고 있음
- 현행 방송법에서도 이를 유지하여 법 제87조에 종합편성 및 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 시청자의 권익을 보호하기 위하여 시청자위원회를 두도록 의무화 하고 있고, 시청자위원회 구성을 위한 방법, 위원을 추천할 수 있는 단체, 그리고 시청자위원회의 구성 및 운영에 대한 사항 및 권한 및 직무에 대하여 방송법 제87조 ②와 ③, 제 89조, 그리고 방송법 시행령 제 64조와 방송통신위원회 규칙 제34조 등에 규정하고 있음

- 시청자위원회는 다양한 시청자 집단을 대표하는 인사들로 구성하여 이들의 전문적 의견개진을 통해 방송 프로그램 내용이나 편성에 시청자의 의견을 제시하거나 시정을 요구하고, 여타 시청자의 권익보호와 침해구제를 도모하도록 하고 있음
- 방송법에서는 방송통신위원회규칙에 명시된 단체²⁾의 추천을 받아서 각 방송사가 10인 이상 15인 이내의 인원을 위원으로 임명하도록 하고 있고, 매월 1회 이상 정기회의를 개최하도록 하고 있음
- 방송법 제88조에 명시된 시청자위원회의 권한 및 직무는
 - － 방송편성에 관한 의견제시 또는 시정요구
 - － 방송사업자의 자체심의규정 및 방송프로그램 내용에 관한 의견제시 또는 시정요구
 - － 시청자평가원의 선임
 - － 기타 시청자의 권익보호와 침해구제에 관한 업무

2) 방송법 시행규칙 제34조(시청자위원 추천단체) ①법 제87조제2항의 규정에 의하여 시청자위원을 추천할 수 있는 단체는 다음 각호와 같다.

1. 초·중등교육법 및 고등교육법에 의한 각급 교육기관의 운영위원회 등 학부모 단체
2. 소비자보호단체
3. 여성단체
4. 청소년관련 기관 또는 단체
5. 변호사단체
6. 방송·신문 등 언론관련 시민·학술단체
7. 장애인 등 사회소외계층의 권익을 대변하는 단체
8. 노동 관련 기관 또는 노동단체
9. 경제단체 또는 문화단체
10. 과학기술관련 단체

②제1항제2호 내지 제10호의 규정에 의한 단체는 다음 각호의 요건을 갖추어야 한다.

1. 해당 단체가 법인인 경우에는 비영리법인일 것
2. 해당 단체가 법인이 아닌 경우에는 연간 1회 이상 정기회의를 개최하고, 정관이 있을 것

- 이러한 시청자위원회의 업무와 관련하여 방송사업자는 시청자위원회가 의견제시나 시정요구를 할 경우 특별한 사유가 없는 한 이를 수용하도록 방송법 제90조에서 규정하고 있음. 아울러 시청자위원회의 의견제시나 시정요구를 방송사가 부당하게 거부하는 경우 방송통신위원회에 시청자 불만처리를 요청할 수 있고, 이 경우 방송통신위원회 내부의 시청자불만처리위원회에서 이를 처리하도록 하고 있음

□ 기타 시청자의견 수렴 제도

○ 옴부즈맨 프로그램

- － 현재 방송사 옴부즈맨 프로그램은 제작주체가 명확하지 않음. 방송사 내부 프로듀서(KBS)나 외주 제작사(MBC, SBS)가 제작하고 있음. 시청자위원회의 회의가 방영되기도 하고, 시청자 평가원은 매주 6~7분 가량의 발언을 하고 있으나, 연계성이 부족한 상황임. 따라서 옴부즈맨 프로그램은 시청자의견을 수용하는데 제한적이고, 심지어 자사 프로그램의 홍보수단으로 보여지는 경우가 많음. 시청자 위원회와 제작진의 논의과정을 거쳐 옴부즈맨 프로그램의 아이টে을 선정하는 등 시청자 권익 보호를 위한 제도 간의 연계성 확보가 필요함
- － 2009년 지상파 3사의 옴부즈맨 프로그램이 토요일 낮에서 금요일 낮 시간대로 변경됨. 옴부즈맨 프로그램 시간대에 관한 공식적인 규정이 없으면 계속 시청률이 낮은 시간대로 옮겨갈 우려가 있음. 옴부즈맨 프로그램의 활성화를 위해 많은 시청자를 확보할 수 있는 시간대를 공식적으로 규정할 필요가 있음

○ 시청자 불만처리위원회

- － 현행 법에 의하면, 방송사업자가 시청자 위원회의 시정요구를 받아들이지 않는 경우, 시청자 위원회에서 불만처리 위원회에 안전을 제출할 수 있음. 그러나 이러한 규정은 존재하나, 실제 시청자위원회와 방송사업자의 관계나 절차상의 문제를 고려해 보면 현실적으로 적용되기는 힘든 상황임. 따라서

시청자위원회와 불만처리위원회 간의 연계와 시너지 창출이 현재로서는 어려움. 불만처리위원회가 소극적인 업무처리에서 나아가 시청자위원회와의 정기적인 논의를 통해 적극적으로 미디어 이용자들의 불만을 파악할 필요가 있음

2. 시청자 위원회의 구성

- 방송통신위원회 자료에 따르면, 현재 우리나라에는 총 41개 방송사, 혹은 그 하위사업장에서 시청자위원회를 구성하여 운영하고 있으며, 시청자위원회에 참여하는 인사는 486명임

<표 2-1> 방송사업자별 시청자위원회 구성현황(총 41사, 486명)

구 분	방송사업자	시청자위원회
종합편성 (39개사)	— 지상파 3사(KBS, MBC, SBS)	• KBS(13), MBC(12), SBS(11)
	— 지역 MBC 계열사 19개사	• 각 사별 10~15명(총 229명)
	— 지역민방 11개사	• 각 사별 10~15명(총 137명)
	— 영어FM	• 수도권(13), 부산(10), 광주(11)
	— 이동멀티미디어 한국DMB, YTNDMB, U1미디어	• 각 사별 10명(총 30명)
보도전문편성 (2개사)	— YTN, MBN	• 각 사별 10명(총 20명)

출처: 방송통신위원회(2009)

- 각 방송사에 시청자위원회의 위원으로 참여하고 있는 인사들의 추천단체 및 분야를 살펴보면, 특히 지상파방송 3사와 보도전문채널 2개의 시청자위원회의 경우 방송법 시행규칙에 명시된 10개 분야 추천단체 중에서 언론관련 시민, 학술단체와 경제, 문화단체가 전체의 약 3분의 2 정도를 차지하고 있음

<표 2-2> 시청자위원회 위원들의 추천 단체별 분야 구성현황(2009. 9 현재)

구 분	학부모 단체	소비자 보호단체	여성 단체	청소년 단체	변호사 단 체	언론관련 단체		소외 계층 단체	노동 단체	경제문화 단체		과학 기술 단체	총원	추천 단체수
						시민	학술			경제	문화			
KBS		1	1	1	1		3	1	1	2	1	1	13	9
MBC	1	1	1	1	1		3	1		2	1		12	8
SBS		1	1		1	3	3				2		11	5
YTN			1				3			4	1	1	10	4
MBN					1	3	1			4	1		10	3
총계	1	3	3	2	5	6	13	2	2	12	6	1	56	29
평균	0.2	0.6	0.6	0.4	1	1.2	2.6	0.4	0.4	2.4	1.2	0.2	11.2	5.8
비율	1.8	5.4	5.4	3.6	8.9	10.7	23.2	3.6	3.6	21.4	10.7	1.8	100	

3. 시청자 위원회 제시의견 및 처리상황

- 대부분의 의견(94.3%)은 방송 프로그램의 내용에 관한 사항이었으며, 방송편성과 관련된 부분은 불과 5.9%에 지나지 않았으며, 자체심의 관련 의견은 1건만 제기되어 매우 미미함. 또한 방송 프로그램 내용에 관한 지적 중에는 보도 프로그램에 대한 의견이 상대적으로 많았는데(37%), 이는 최근 불거지고 있는 방송 뉴스의 편향성 논란과도 관련이 있는 것으로 추측됨

<표 2-3> 시청자위원회 제시의견의 항목별 현황('09. 상반기)

방송사	방송 편성	방송 프로그램 내용					자체 심의	계
		보도	교양	오락(스포츠)	기타	소계		
KBS	11	48	61	41	16	166	1	178
MBC	17	54	50	38	26	168	0	185
SBS	12	49	44	42	2	137	0	149
YTN	0	46	0	0	1	47	0	47
mbn	2	80	66	0	50	196	0	198
계	42	277	221	121	95	714	1	757
비율	5.5	37.6	28.0	16.9	12.4	94.3	0.1	100

출처: 방송통신위원회(2009)

- 시청자위원회에서 제시된 의견들은 대개 방송사업자에게 수용되어 조치되고 있는 것으로 나타났다. 방송통신위원회가 수합한 자료에 의하면 각 방송사는 시청자위원회에서 지적되거나 제기된 사항들의 91.9%를 수용하여 조치하고 있는 것으로 나타났다. 시청자위원회의 지적에 대하여 반론을 제기한 경우는 불과 7%에 불과함

<표 2-4> 시청자위원회 제시의견의 조치결과 현황

방송사	수용(조치)	반론	진행	계
KBS	144(52)	34	—	178
MBC	171(82)	11	3	185
SBS	141(12)	6	2	149
YTN	43(42)	1	3	47
mbn	196(31)	1	1	198
계	695(219)	53	9	757
비율	91.8	7.0	1.2	100

출처: 방송통신위원회(2009)

- 방송사들의 시청자위원회 운영 상황을 종합하면, 현재 방송사들은 방송법 및 관련법령에서 규정하고 있는 시청자위원회를 모두 설치하여 비교적 제도에 걸맞게 운영하고 있는 것으로 보임. 또한 시청자위원회에서 제기된 의견도 최대한 수용하고 조치하고 있는 것으로 나타남

제3 절 해외 유사사례

- 주요 선진국을 중심으로 조사한 결과 외국에는 우리나라의 시청자위원회와 같은 방송사별 시청자권익증진을 위한 기구는 존재하지 않음(신홍균 등, 2008)
- 미국과 영국은 방송관련 법령에서 방송사 내에 우리나라의 시청자위원회와 같은 기구를 설치할 의무가 없음

- 다만, 영국 BBC의 경우 뉴스의 공정성 영역에 관한 시청자 불만은 BBC 트러스트(경영위원회)가 담당하고, 그 외 방송기준에 관한 시청자 불만사항은 규제기관인 오프콤(Ofcom)에서 통합 처리.
 - 독일의 경우 공영방송과 민영방송에 차별화된 이원적 규제를 행하고 있음
 - 공영방송에서는 방송사 내부에 외부 사람들이 포함된 방송평의회를 두어서 이를 통해 자체적으로 방송 프로그램 내용이나 방송사 경영 등 모든 사항에 대하여 심의하고 의견을 제시하는 것으로 나타남
 - 민영방송의 경우에는 방송사별로 별도의 조직을 두기보다는 주미디어국에서 허가를 포함하여 포괄적인 심의 및 규제를 행하고 있음
 - 프랑스의 경우 공영방송은 자체 프로그램자문위원회를 운영하고, 민영방송은 CSA(시청각퇴고평의회)와의 계약에 따라 프로그램심의위원회를 설치하여 운영하고 수행한 성과를 방송사업자 재허가 시에 제출하도록 의무화하고 있음
 - 일본에서는 방송사의 재심의를 의무화하고 관련 내용을 총무성에 보고하도록 정부에서 권장하고 있음
- 해외에서는 우리나라의 시청자위원회와 같은 조직을 방송사 내부에 만들도록 법에서 강제하고 있지 않으며, 이러한 조직을 별도로 만들고 있지 않음. 다만 방송사 내부 혹은 외부에 심의조직이나 방송평의회, 자문위원회 등의 이름으로 조직을 만들거나 이를 활용하여 시청자들의 의견을 수렴하고 이를 방송사 운영 및 제작 편성되는 프로그램 내용에 반영토록 함으로써 시청자의 권익을 보장하려는 노력을 기울이고 있음

제 4 절 시청자 의견수렴 제도에 대한 기존의 지적 및 활성화방안

1. 시청자위원회 구성 관련 문제

- 시청자위원회 위원은 방송통신위원회 규칙에 제34조에 열거된 단체들로부터

위원을 추천받아 각 방송사가 선임하도록 되어 있음. 10가지의 유목³⁾으로 이루어진 추천 단체는 일견 매우 다양하게 보이지만 각 유목별 비중이나 포괄범위가 동일하지 않고, 매우 대비되는 단체들을 ‘또는’ 이라는 표현으로 묶어놓는 등⁴⁾ 일관성이나 포괄성 면에서 다소의 문제가 있음. 또한 실제 시청자위원회 구성에서의 시청자 대표성이 제대로 구현되고 있는가에 대해서도 문제임

2. 시청자위원회의 직무 및 권한

- 시청자위원회의 주된 권한과 직무는 방송의 편성 및 제작과 관련된 “의견 제시 또는 시정 요구”로 한정되어 있음. 이와 관련하여 일각에서는 만약 방송사가 시청자위원회의 인견제시나 시정요구에 대하여 적극적으로 수용하지 않을 경우 시청자위원회는 허울뿐인 조직으로 남을 것이라는 주장이 있었음. 그러나 방송사업자가 적극적으로 시청자위원회 운영을 게을리하거나 시청자위원회의 의견 수용을 거부할 가능성은 매우 낮다고 생각됨

3) 방송법 시행규칙 제34조(시청자위원 추천단체)

- ①법 제87조제2항의 규정에 의하여 시청자위원을 추천할 수 있는 단체는 다음 각 호와 같다.
 1. 초·중등교육법 및 고등교육법에 의한 각급 교육기관의 운영위원회 등 학부모 단체
 2. 소비자보호단체
 3. 여성단체
 4. 청소년관련 기관 또는 단체
 5. 변호사단체
 6. 방송·신문 등 언론관련 시민·학술단체
 7. 장애인 등 사회소외계층의 권익을 대변하는 단체
 8. 노동 관련 기관 또는 노동단체
 9. 경제단체 또는 문화단체
 10. 과학기술관련 단체
- 4) 6번째 방송, 신문 등 언론관련 시민 또는 학술단체, 그리고 9번째의 경제단체 또는 문화단체의 경우 하나로 묶은 종류의 단체들의 성격이 매우 상반된다고 하겠다.

- 다만, 방송편성이나 방송프로그램 내용에 대한 의견개진이나 보다 적극적인 의미에서의 시정요구가 발생할 경우 이를 어느 정도까지 인정해야 하는가에 대해서는 논란의 소지가 있음

3. 시청자위원회 운영

- 각 방송사의 시청자위원회는 현재 관행적으로 1년 단위로 소집되어 매월 정기적인 회의를 개최하여, 각 위원들의 의견진술을 듣고 방송사측의 해명(경우에 따라서 필요하거나 가능한 경우 방송사 해당부서의 답변)을 듣는 방식으로 진행되고 있음. 대개의 경우 시청자위원회의 위원으로 선임된 사람들은 각 분야에서 전문성을 인정받은 시청자 대표의 입장이지만, 시청자위원회 위원들이 단순히 한 달에 한 번 회의에서 그간 TV시청에서 느낀 소감 중심으로 의견을 개진하는 것으로는 시청자의 권익을 증진시킨다는 시청자위원회의 취지를 살리는데 한계가 있음

제 5 절 시청자 의견수렴제도에 대한 제언

- 시청자위원회의 대표성
 - 시청자위원회를 구성하는 방송사가 얼마나 다양한 시청자집단으로부터 실질적인 의견을 청취하고자 하는가의 의지를 가지고 있는가로 해결 해야 함
- 시청자위원회 위원 선임문제
 - 불명확하게 되어 있는 시청자위원회 위원 선임의 절차 등에 대하여서는 향후 보다 구체적인 사항들을 제도적으로 완비하는 것이 바람직함
- 시청자위원회의 의견이나 시정요구 거부 관련
 - 시청자위원회의 의견 개진이나 시정요구가 받아들여지지 않을 경우에 대비한 시청자불만처리위원회에서의 처리 절차에 대하여서도 보다 분명한 제도화가 요망됨

- 시청자평가원, 고충처리인, 시청자주권위원회 등 시청자 권한 보장을 위한 여러 인사 및 제도를 시청자위원회를 중심으로 연계화시켜서 보다 실질적이고 협력적인 운영이 되도록 해야 함

제6 절 시청자 의견수렴 제도에 대한 전문가 의견⁵⁾

□ 신홍균(국민대 법학과 교수)

- 시청자위원회는 시청자 주권을 법으로 보장하자는 취지에서 만들어 진 것으로 보이는데, 문제는 정부가 규제할 수 없는 복잡한 분야까지 법을 통해 규제하고자 하는 것이 타당한가에 있음. 예를 들어, 시청자위원회의 의견이나 요구를 방송사가 수용하여야 한다고 규정하였지만, 이를 의무적으로 방송사에게 적용하게 되면 편성권을 포함한 방송자유와 상충될 여지가 있음. 따라서 이 문제를 고려하여 ‘특별한 사유가 없는 한’이라는 단서를 붙임. 시청자위원회의 설치라는 구조적 규제는 일면 타당성을 갖는 것으로 판단되나, 구체적인 행위 수준에 대해서 법이 규제하는 것의 필요성이나 타당성은 재론될 필요가 있음
- 시청자위원회 활성화의 필요성이나 과연 무엇이 활성화인가에 대해서는 다양한 의견들이 있을 수밖에 없음. 시청자위원회의 활동 목적이 무엇인가에 대해서 방송사, 시청자위원회 위원, 일반 시청자 또는 정부 당국 등의 의견은 큰 차이를 보여주고 있음. 그러한 점을 고려할 때에 시청자위원회의 활성화를 법제도적으로 도모한다는 것은 취지는 좋으나, 행위규제에 의한 활성화는 입법론적으로 보았을 때 타당하지 않음. 이 문제에 대해서는, 행정학이나 정치학 등에서 자주 거론되고 있는 “소통을 통한 자율적 규율”(communicative governance)의

5) 이 절의 내용은 2009년 10월 30일 열린 ‘시청자위원회의 운영 활성화를 위한 전문가 토론회’에서 김도연이 발표한 “시청자위원회 제도의 평가와 개선방안”과 2009년 11월 25일 열린 ‘방송통신 이용자 권익보호 포럼’에서 금희조가 발표한 “시청자 의견수렴제도 활성화 방안”에 관한 전문가들의 토론내용을 정리한 것이다.

모델이 적절한 것으로 보임. 예컨대 방송사와 시청자위원회, 시청자와 시청자위원회, 정부와 방송사간의 관계에서 시청자위원회의 역할은 방송사에 대한 규제가 아니라, 시청자를 비롯한 사회 전체의 의사를 전달하는 소통의 기능이라고 한정할 수도 있음. 오히려 그것이 적절한 역할일 수도 있으며, 어떤 역할이 과연 적정한가에 대한 검증은 정부 당국이나, 입법부의 사전적 판단이 아니라 시청자위원회의 활동의 과정 속에서 이루어질 것으로 판단됨

- 다만 현 단계에서 시청자위원회 운영활성화를 위해 필요하다고 하다면, 각 방송사의 옴부즈맨방송시간을 법에 의해서 규제하는 정도는 강구될만하다고 판단됨. 또한 시청자위원회의 구성과 관련하여 위원 추천 자격이 현재 시행규칙에 규정되어있는데, 한 단계 내려서 고시로 하는 것이 더 바람직할 것이라고 생각함

□ 박은희(대진대학교 신문방송학과 교수)

- 시청자위원회의 그간의 공과는 한 마디로 ‘창대하나 미약하다’라고 정리 할 수 있음. 즉, 시청자의 권익보호를 법안에서 조문화하고 이를 구현하기 위한 방안으로 시청자위원회와 평가원, 평가프로그램, 시청자 참여프로그램에 이르기까지를 제도화한 것은 분명 의미 있음
- 그러나 법이 모든 것을 보호해주는 것은 아니라는 점을 고려해 본다면, 시청자위원회의 활동이 시청자의 권익을 보호해주는지의 여부는 실제 활동과 운용에 달려 있음. 실제 운용여부를 고려하여 판단한 것이 ‘법은 창대하나 활동은 미약하다’는 개인적인 의견
- 시청자위원회의 실제 운용에 대한 평가를 위해서는 세 가지 측면을 살펴볼 수 있음. 첫째는 위원구성과 추천단체의 대표성 문제, 둘째는 실제 시청자위원들의 활동 여하, 셋째는 평가원이나 시청자 참여프로그램, 평가프로그램 등과의 연계 가능성
- 그런데 이 문제들은 모두 하나로 연결되어 있어서 굳이 나누기 어려운 문제이

면서 동시에 한 가지의 해결로 모든 것을 해결할 수 있는 문제이기도 함. 즉, 시청자위원의 활동의 현실화 문제임. 지금까지의 시청자위원의 활동에 대해서는 그 공과가 분명 존재함. 적어도 방송사 임원진들이 시청자를 대표한 위원들에게 관련 질문에 대한 성실한 답변을 준비함으로써 시청자들에게 간접적으로나마 참여할 수 있는 기회를 준다는가, 시청자로서의 지위를 갖게 할 수 있는 등의 효과가 분명 있음. 하지만 여기에서 조금 더 발전하고자 한다면 다소 형식적인 질의응답으로 끝나는 현 단계를 조금 더 보완하는 것이 필요함. 현재의 시청자위원회 운영을 형식적이라고 보는 까닭은, 시청자 위원회가 실질적으로 활동한다고 한다면 명망가 중심, 실제 텔레비전은 전혀 시청할 시간도 없는 사람들 중심, 혹은 평소 텔레비전 시청 자체를 즐기지도 않는 사람들 중심으로 시청자위원회를 구성하는 현재와 같은 일은 일어나지 않았을 것이기 때문

- 현재 문제 중의 하나는 시청자위원이 자신이 어떤 분야에서 추천을 받고 위원으로 선임되었는지조차 모르는 게 일반적이라는 점. 시청자 대표라는 지위는 막대한 것임에도 불구하고 가끔 시청자위원회가 보도되는 내용을 보면 각 위원들 각자가 대변해야 하는 부분에 대한 역할인식이 차별적이지 않고, 통상 그 때그때의 현안들을 중심으로 문제제기하는 것을 볼 수 있음. 이러한 현상이 만연한다면, 특별히 시청자위원을 구성할 때 추천단체를 차별화할 이유가 없어짐
- 시청자위원회의 활성화와 실질적인 활동을 위해서 각 방송사들이 시청자위원을 공개적으로 활용하도록 하는 방안을 제안함. 예를 들어, 각 방송사마다 시청자위원들을 홈페이지 첫 화면에 넣어서, 시청자위원들에게 시청자들이 직접 불만을 제기할 수 있도록 하고, 이를 적극적으로 홍보하도록 하는 방안이 고려될 수 있음. 즉, 시민단체나 개별 시청자 각각이 방송사 고충처리인이나 시청자센터 일반 자유게시판 등에 올리기보다는 시청자위원 개인 각각에게 민원을 올리도록 함. 여성, 청소년, 소비자보호, 언론관련 시민단체, 소외계층 대변 단체, 노동 단체, 경제, 문화, 과학기술 등을 담당하는 위원들을 홈페이지에 게시하고, 관련 문제는 해당 위원들에게 직접 불만제기를 하도록 함. 그러나 이렇

게 하면 방송사가 결코럽게 느끼고, 시청자위원들이 이만한 노력을 감내할 준비가 되어 있는지가 명확하지 않다는 문제가 있음. 그러나 이 문제만 해결한다면 시청자위원회와 관련하여 제기되는 모든 문제를 한꺼번에 해결할 수 있음

- 시청자위원의 위상을 이렇게 정의하면, 시청자위원을 쉽게 수락하기는 어려울 것. 우선 시청자 관련한 일을 할 것인지에 대한 자기검증이 필요하고, 실제 활동에 들어가는 노력도 만만치 않을 것이기 때문. 하지만 이러한 제도적 개선 및 자기 검증의 결과로, 시청자를 대변하여 방송에서의 시청자주권을 실현시키는 실질적인 의미의 시청자위원으로 자리 잡을 수 있음

□ 금희조(성균관대 교수)

- 발제의 내용 중, ‘위원회의 구성’ 부문에 포괄범위가 동일하지 않고, 배타성이 뚜렷하지 않는다는 지적에 동의하는 부분이 있음. 그러나 시청자위원회가 국민을 대표하지 않고 시청자를 대표하는 것이라고 한다면, 방송관련 활동을 한 것을 고려하여 방송과 관련된 전문성이 있는 단체에 추천권을 주는 것이 바람직함
- 그렇다면 대표성과 전문성을 고려하지 않을 수 없는데, 원칙적인 대표성은 시청자의 다양한 계층을 다양하게 대표할 수 있는 것. 이를 위해서는 당연히 연령·교육수준 등이 고려되어야 함. 그런데 단체로 추천을 받다 보니, 단체는 다양하지만 연령층이나 교육수준, 관심사가 비슷한 사람들이 추천되는 경향을 보임. 그 부분에 대한 고민이 필요. 그리고 시청자위원회의 역할이 제작자와 시청자를 연결시켜주는 통로라고 한다면, 그것을 잘 전달하기 위해서는 시청자의 권리와 제작자의 표현의 자유 사이에 전문성이 있어야 하고, 그 경우 제작자가 수용할 수 있는 의견을 제시할 수 있음
- 그리고 단체의 구성도 모든 유목이 모든 방송사마다 똑같이 적용되는데, 지상파·케이블·위성에 조금씩 차이를 두는 것이 좋을 것 같음
- 시청자위원회의 내용적인 측면에서 활성화될 필요가 있는 부분이 많음. 현재 시청자 위원회의 지적은 내용에 집중되어 있음. 편성이나 경영에 대한 지적은

거의 나오지 못하는데, 이는 장기적인 개선방안과 계획이 부재하고 개인의 판단에 의존하고 있기 때문. 따라서 내용적이고 단기적인 지적에 치우칠 수밖에 없음. 이는 개인이 극복하기는 어렵고 시스템차원의 아이디어 필요

- 또한 제작자의 91%정도가 시청자위원회에서 나온 지적을 수용하겠다고 이야기하지만, 그것이 실질적으로 개선이 되는 것은 다른 문제임. 실제 그것이 개선이 되는지를 체크하기는 현재의 상태에서는 어려우며 시스템적으로 보완할 장치 필요
- 미국의 경우 시청자위원회라는 장치는 없고 상업적인 수용자 리서치만 하고 있음. 미국은 상업적으로 이용한다는 한계는 있지만, 체계적이고 과학적인 리서치를 한다는 점에서 본받을 점이 있음. 그러나 우리는 목적에서는 더 좋지만, 시청자의 요구를 조사하는 측면이 부족함. 시청자 위원들의 의견이 주가 되고, 실제 일반 시청자들의 의견을 수집하는 것은 약함

□ 박태경(KBS 시청자서비스 팀장)

- 추천단체의 구성은 각 부분별로 다양화 하려고 노력하고 있음. 그리고 전문성을 갖추면서 다양성을 추구하는 것이 바람직하다고 생각함. 그러나 실질적으로 교수가 중심이 될 수밖에 없는 이유가, 전문성이 없는 분들은 시청자위원회 자리에서 말도 안 되는 이야기를 하는 경우가 많기 때문. 그리고 교수직에 종사하고 있는 사람들도 대부분 시민단체의 임원이나 자문으로 활동하고 있기 때문에 일률적으로 교수가 많다 라고 보기는 어려움
- 방송법에 특별한 사유가 없는 한, 시청자위원회의 의견을 수용하여야 한다는 규정이 있지만, 전문가가 아니기 때문에 자기 단체의 입장을 주장하거나 말도 안 되는 이야기를 하는 경우가 있는데 이런 주장까지 수용해야 하는가라는 고민이 있음. 그리고 시청자 위원의 역할에 대해 편성과 경영에 대해 이야기하는 경우가 없다는 지적이 있는데, 시청자위원회와 이사회가 구분되어 있기 때문에 역할구분이 필요하다고 봄. 경영까지 시청자위원회의 권한이라고 보기는 어려움

□ 김태현(경실련 시민권익센터 사무국장)

1. 현 제도의 문제점과 개선 방향

- 시청자의견수렴제도 활성화의 핵심은 시청자 주권론의 이론적 의미에 대한 해석이 아니라, 적극적인 의미로 해석하든 소극적인 의미로 해석하든 그 본질은 시청자가 방송의 영역에서 가장 중심적인 위치를 점해야 한다는 것임. 또한 방송에 관한 모든 의사결정은 시청자의 의사와 합치해야 한다는 대(大) 전제임. 이를 위해 시청자의 방송 접근권, 정보 접근권, 피해 구제받을 권리 등 시청자 권리보호와 권익이 제대로 구현될 수 있도록 해야 함
- 시청자위원회는 방송 운용 및 프로그램 내용에 있어서 시청자의 견해가 공식적으로 피드백 될 수 있는 권리를 제도화한 것으로, 시청자 주권 강화와 시청자위원회의 역할은 중요한 상관관계를 갖고 있음. 하지만 시청자위원회는 방송법상에 시청자평가원을 선임하고, 시청자위원회가 선임한 시청자평가원이 시청자평가프로그램에 직접 출연하여 의견을 진술할 수 있도록 하고 있으나, 법상의 제도 연계의 근거를 뛰어넘는 실질적 연계가 이루어지고 있는 것은 아님. 하지만 시청자위원회가 다른 시청자 권익보호를 위한 제도와의 연계가 실질적으로 이뤄지지 않는다면 지극히 개인적인 의견진술에 머무르게 되고 제도적으로도 완결성을 갖기 어려워 시청자의견수렴제도의 취지를 강화하는데 한계가 있음
- 현재 대표적인 시청자의견수렴제도인 시청자위원회에서는 프로그램 내용에 대한 의견과 시정 요구가 어느 정도 이루어지고 있으나, 실제 시청자위원회에서 운영되고 있는 직무의 성격이 방송법 제88조에 명시되어 있는 4가지 직무와 권한을 모두 포괄하지는 못하고 있음. 실제 시청자위원회의 대부분의 직무가 프로그램 내용에 대한 시정요구에 치중되고 있고, 시청자의 권익보호와 침해 구제를 도모하는 활동은 상대적으로 저조함. 이에 변화된 환경에 맞춰 시청자위원회의 직무를 보다 구체화하고 이를 활성화 할 수 있도록 시스템을 마련해야 할 것임

- 시청자위원회에서 제시된 의견에 대해 방송사들은 최대한 성의를 표시하여 가능한 조치를 취하고 있는 것으로 보이나, 방송편성이나 방송프로그램 내용에 대한 적극적인 시정요구가 있을 경우에 이에 대한 방송사의 인정범위가 모호하여 논란의 소지가 있음. 그럼에도 여러 가지 측면을 고려할 때 시청자 권익을 법령으로 강화하는 것보다 방송사의 자율적 활성화를 촉구하는 것이 적절할 수 있으나, 아무런 유인책과 정책방안 없이 방송사의 자율에만 기대하는 것은 실효성이 없을 것임
- 제도의 활성화를 위해 일률적인 잣대가 아니라 공영방송과 민영방송을 이원화하여, 공영방송의 경우 시청자의 이익과 관점을 최우선으로 하는 경영진과 분리 강화된 시청자위원회의 상을 제시하고, 민영방송의 경우 재허가 평가요소로 반영하는 방식의 활성화가 적절함. 하지만 현재 방송사들이 시청자위원회 운영에 최대한 성의를 표시하고 있는 원인 중에 방송법에서 방송사의 시청자위원회 구성 및 운영에 관한 내용이 평가적으로 포함되어 있다는 점이 일조하고 있음에도, 재허가시 성과 평가요소에 대한 사실상의 질 평가가 어려운 상황임. 따라서 방통위가 별도의 가이드라인을 마련하여 이를 구체화하지 않을 경우 요식행위로 흐를 수 있음

2. 시청자의견수렴제도 활성화 방안

- 시청자위원과 평가원의 전문성 문제
 - 현재 법에서 허용하고 있는 시청자위원회와 시청자평가원의 의견 제시 범위가 방송프로그램 및 편성과 관련한 의견으로 명시되어 있음에도, 방송편성과 관련한 부분은 5.9%에 불과한 반면, 94.3%의 대부분 의견이 방송 프로그램의 내용에 관한 사항에 집중됨.
 - 하지만 편성과 관련한 문제는 방송사의 기본정책과 맞물려 있고 법제도, 경제, 조직 등 다양한 요인을 고려하는 등 전문적인 판단을 요하기 때문에, 전문성과 연관성이 없는 시청자위원들이 이 문제와 관련하여 접근하는 데에는 한계가 있음.

- 또한 시청자위원이 전문성이 있다고 해도 시청자위원의 개인 여건에만 의존하고 이를 시스템을 통해 보장하지 못할 경우 개인적인 의견에 머무르거나 개인 간의 편차만 드러낼 뿐 시청자위원회의 역할 강화로 귀결되기는 어려움.
- 또 전문성의 경우도 방송법 제88조에 명시된 시청자위원회의 권한 및 직무를 폭넓게 판단하여 적용하기 보다는 실제 판단의 근거로 삼고 있는 기준이 프로그램 내용과 관련한 것으로 국한하여 전문성 자체를 제약하는 문제가 있음.
- 뿐만 아니라, 특정 성향에 치우친 인사들이 주도하는 구조가 되었을 때 이를 객관적으로 검증하기 쉽지 않아 논란의 대상으로 남게 될 수 있음
- 이러한 점에서 시청자위원회 구성시 시청자의 관점에서 전문성과 경험을 갖춘 단체로 한정하는 것의 문제의식은 동의하나, 과연 전문성의 기준을 무엇으로 삼을 것인지에 대해서는 별도의 고민이 필요함
- 또한 전문성과 경험에 강조를 둘 경우 애초 다양한 시청자집단을 대표한 의견수렴이라는 취지를 퇴색시키지 않는 방안에 대해서 함께 고려해야 할 것임
- 특히 시청자위원회 구성 권한이 방송사의 재량권에 맡겨져 있는 상황에서는 해당 방송사의 이해관계나 입장에 따라 구성이 편중될 수 있어, 방송사의 자의적인 판단이 개입될 가능성을 최소화하는 것이 중요할 것임
- 시청자위원회 직무와 역할 관련
 - 현재 각 방송사에 제기하는 민원관련 의견이 거의 다뤄지지 않는 것은 시청자위원들이 이와 관련된 업무처리가 가능하도록 운영되지 않는 이유에 기인하는 것으로 보임
 - 지금과 같이 시청자위원회가 각 방송사의 재량권과 의지여부, 그리고 시청자위원의 개인 여건에만 의존하게 될 경우 이러한 문제에 대한 시정은 요원할 것이고 각 시청자위원회 간 편차는 불가피할 것임

- 시청자의 권익보호와 침해구제 활동이 시청자위원들의 실질적인 업무로 진행될 수 있도록 각 방송사와 방통위에 접수된 해당 방송사와 관련 민원 내용을 시청자위원들에게 정기적으로 보고하거나 관련 정보를 제공하고, 역할 분담을 하여 시청자위원들의 실질적인 업무로 다뤄질 수 있도록 해야 함
 - 또한 시청자위원회 운영과 관련한 구체적 모델을 제시하거나 모범적인 운영사례를 제시하여, 회의 당일 개인의견을 개진하는 1회성의 방식의 운영에서 탈피하도록 유도해야 할 것임
 - 이를 위해 시청자위원회 운영 현황을 근거로 시청자위원회의 권한 및 직무와 관련하여 방송법에 명시된 4가지에 대한 보다 세부적인 방침을 마련하여 제공하는 것이 필요함
 - 시청자위원회 권한과 직무를 보다 구체화하고 소위원회와 같은 분과체제로 역할을 분담하여 이를 지속적으로 업그레이드 시킬 수 있도록 지원하는 체계를 갖추고 이 과정에서 시청자평가원이 촉매역할을 하는 것이 적절할 것으로 보임
- 시청자위원회 구성의 대표성 문제
- ① 10개 분야 추천단체 관련
- 현재 10유목으로 구성된 세부단체에서 추천을 받아 방송사에서 임명하는 것은 10유목이 적절한 분류인가의 문제와는 별도로 다양한 시청자집단을 대표한 의견수렴을 위한 구분으로 이해하는 것이 적절함
 - 다만, 현실적으로 10개 분야의 모든 단체가 매년 시청자위원으로 책임자인 후보자를 추천하는 것이 현실적으로 쉽지 않은 상황임을 고려해야 하고, 10개 분야 추천단체를 기계적으로 적용하는 것 모두에 대해서는 경계할 필요가 있음
 - 가령, 현재 각 방송사에 시청자위원으로 참여하고 있는 인사들의 약 3분의 2정도가 언론관련 시민, 학술단체와 경제, 문화단체이고 특히 언론관련 학술단체와 경제단체에 집중되고 있고 시청자위원의 30.4% 이상이 언론관련 학계 교수, 그 다음이 경제인으로 특정 직업에 편중되어 있는 상황임을 고

려해야 함

- 따라서 현재의 분류에서 포괄범위가 너무 상이한 분야를 억지로 묶어두는 것은 부적절하며, 실제 시청자위원 선임과정에서 10개 분야를 모두 포괄하기 쉽지 않은 현실 여건을 고려하여 전체 분류를 12개 분야로 구분은 하되 각 방송사가 선임시 특정 분야나 특정 직업에 편중되지 않도록 일정한 비율을 넘지 않아야 한다는 기준점을 제시하여 시청자의 다양성을 반영하면서 균형 있게 구성할 수 있도록 하는 것이 적절할 것임

② 연령별 구성 관련

- 현재 선임된 시청자위원들의 연령별 구성이 50대가 41%를 넘고 50대 이상이 전체의 64.3%를 차지하는데 반해, 20대는 단 한명도 없고 30대도 12.5%에 불과함
- 현재 시청자위원회에서 이루어지는 방송프로그램 내용에 대한 의견제시가 보도프로그램에 대한 의견이 상대적으로 많은 것은 방송사 프로그램 편성 비율의 50% 정도가 오락프로그램, 보도프로그램이 10%정도인 상황을 고려할 때 시청자위원들이 높은 연령에 집중되어 있는 문제에 기인하는 것으로 보임
- 이에 각 방송사마다 다양한 장르의 프로그램과 다양한 시청층을 겨냥한 프로그램이 만들어 지고 있음에도 특정 연령층이나 특정 분야로 치우칠 경우 다양한 시청자의 목소리를 반영하고자 한 시청자위원회 제도 취지에 벗어날 수 있다는 점에서, 전체적으로 시청자위원들의 연령대를 더 낮추고 20대의 참여를 적극적으로 보장하는 등 연령별 균형을 맞출 수 있도록 해야 할 것임

○ 시청자위원 선임절차 관련

- 시청자위원회 위원 선임을 위한 공모절차와 과정이 명확하지 않음. 모집기간, 선임기준, 시청자위원회 공식 운영기간, 연임의 문제 등이 명확하지 않고 위원 선임과정이 투명하지 않은 것이 현실임

- 각 방송사 시청자위원회 위원 공모시기가 일반적으로 외부에 잘 드러나지 않고 알려진다고 해도 모집 단계부터 선임과정에 이르기까지 방송사의 주관으로 이루어지고 있어 그 과정이 투명하게 드러나지 않음
- 일부 방송사의 경우 공모 시 수신단체를 지정한 후에 공문을 배포하거나 추천을 원하는 단체나 개인에게 사전에 연락을 취하여 의사를 타진하는 방식으로 위원을 선임하고 있어 시청자위원회 구성과정이 어떠한 형식과 절차를 취하든지 방송사의 입장과 의지에 의해 구성되고 있음
- 물론 방송사의 입장에서는 시청자의 대표성뿐만 아니라 일정한 전문성 등의 검증이 가능한 방식에 의존하게 될 수밖에 없겠지만, 이러한 문제로 인하여 시청자 전반의 의견수렴이 원활하지 못할 수 있다는 점에서 이와 관련해서는 일정한 보완장치가 필요할 것으로 판단됨

○ 시청자평가프로그램과 시청자평가원

- 시청자평가프로그램 제작주체와 프로그램 시간대와 관련한 문제는 오랜 논란의 대상이었음. 시청자평가프로그램의 위상이 방송사내에서 낮은 편이고 시청자가 지적한 내용을 제작에 반영해야 하는 강제성이 없고 영향력을 행사할 수 있는 위치에 있지 못하기 때문에, 제작주체가 방송사 내부에 있는 경우 비판적 기능을 발휘하기가 구조적으로 어려운 문제가 있음
- 하지만 제작주체가 외부에 있다고 해도 영향력을 행사하기 어려운 문제가 발생함. 또한 시청자평가프로그램의 편성과 관련한 의무규정은 있으나 프로그램 시간대와 관련한 규정이 없음으로 인해 시청의 사각지대로 밀리는 등 형식적으로 편성되더라도 이에 대해 아무런 제재를 가할 수 없는 상황임
- 또 평가프로그램이 자사 홍보에 치중하거나 이미 지적된 문제들이 반복된다는 지적과 함께, 시청자 의견 개진에 대해서도 선별된 시청자의 의견만 사용하거나 단순한 소개에 그친다는 문제도 있음. 이에 시청자 의견을 제대로 수렴하고 방송제작에 반영하기 위해서는 시청자 의견의 접수와 선별작업에 시청자평가원이 적극 개입하여 시스템을 구축하는 것이 필요함

- 시청자평가원은 이 과정을 통해 수렴된 시청자 의견이 시청자위원회의 직무와 연계할 수 있도록 돕는 것은 물론이고 시청자평가프로그램을 통해 의견개진이 될 수 있도록 통로역할을 담당해야 함
- 또 시청자위원회와의 유기적 연계를 통해 시청자평가원의 역할이 방송내용에 대한 의견개진에 한정되어 있는 문제를 극복하여 방송운영과 편성 등 제도적인 문제에 대해서도 의견이 개진할 수 있도록 하여야 할 것임
- 현재 방송법상 시청자 의견 수렴의 주체가 각 방송사의 시청자위원회로 책임지워지고 있기에 시청자평가프로그램이 제도적인 구속력을 가지고 원래의 기능을 제대로 담보해 내기 위해서는 실질적인 책임을 지닐 수 있는 시청자위원회의 역할이 중요하다는 점에서, 시청자평가프로그램의 제작과정에 시청자위원회와의 긴밀한 연계 시스템이 마련되어야 할 것임

○ 방송통신위원회 그리고 시청자불만처리위원회와 시청자위원회

- 앞서 지적한 시청자평가프로그램과 시청자평가원의 제도적 장치가 현실적인 의미를 갖기 위해서는 이를 뒷받침할 수 있는 방송통신위원회의 역할과 다양한 조치가 필요하며 시청자위원회가 제대로 구성되어 운영될 수 있도록 방통위의 관리, 감독을 강화해야 함
- 또한 시청자평가프로그램과 시청자평가원의 역할을 방송사가 자의적으로 해석하거나 축소 해석하는 문제를 해결하고 시청자평가프로그램 시간대 문제 등 시청자주권 보장의 기본정신을 담보하기 위한 방송통신위원회 규칙의 개정 등이 이뤄져야 함
- 아울러 시청자의 의사결정참여를 확대하기 위해서는 시청자불만처리위원회와 시청자위원회와의 관계도 중요함. 시청자위원회에서 불만처리위원회에 안건을 제출할 수 있도록 방송법에 명시한 규정의 실효성을 제고하고 시청자의 권익보호와 침해구제 활동이 시청자위원들의 실질적인 업무로 진행될 수 있도록 각 방송사와 방통위에 접수된 해당 방송사와 관련 민원 내용을 시청자위원들에게 정기적으로 보고하거나 관련 정보를 제공하고 역할 분담을 하여

- 시청자위원들의 실질적인 업무로 다뤄질 수 있도록 연계방안이 마련되어야 함
- 이러한 과정을 통해 시청자불만처리위원회의 역할이 시청자권익이 보다 구체적이고 제도적으로 보호될 수 있는 업무와의 유기적 관계를 제고할 수 있음

제 3 장 시청자 참여프로그램의 발전방안⁶⁾

제1 절 개 요

1. 시청자 참여프로그램의 의의

- 기존 방송사에서 다루지 않는 내용을 다룸으로써, 소수의 의견, 일반 시민들의 생각, 상이한 주장과 가치관들이 담길 수 있는 새로운 공론의 장으로서의 역할을 할 수 있음
- 특히 시청자 참여프로그램을 지상파나 케이블에서 방송할 경우,
 - － 독점되어 있는 방송매체를 시민적 표현수단으로 활용하며,
 - － 상업적 경쟁에 따라 고비용의 유사프로그램만이 양산되고 있는 제작구조에 경종을 울리고,
 - － 시민들이 가장 확실한 방법으로 방송미디어의 본질을 이해할 수 있다는 장점이 있음

2. 한국에서의 시청자 참여프로그램의 보장

- 2000년 통합방송법에서 시청자참여프로그램의 편성을 KBS에 의무화하였고, 2002년 이후에는 지역지상파방송사, 지역민방 및 지역 케이블방송사 등으로 공모를 통해 지원 대상을 확대함. 현재 방송통신위원회에서 관리하는 방송발전

6) 이 장의 내용은 2009년 9월 3일 열린 ‘미디어교육과 시청자참여 확대 컨퍼런스’에서 홍종배(한국전파진흥원 책임연구원)가 발표한 “시청자참여프로그램 발전방안”과 2009년 11월 25일 열린 ‘방송통신 이용자 권익보호 포럼’에서 유승관(동명대 언론영상광고학부 교수)이 발표한 “시청자 참여프로그램 지원사업 발전방안”의 내용을 중심으로 재구성한 것이다.

- 기금을 바탕으로 시청자참여프로그램 지원 사업을 지속적으로 펼쳐오고 있음
- 그러나 그럼에도 불구하고 일반 시청자들이 직접 방송 프로그램을 기획·제작하여 방송채널을 통해 방송하는 시청자참여프로그램은 아직까지 활성화되지 못하고 있는 실정임

제2 절 국내 시청자 참여프로그램의 운용현황과 문제점

1. KBS 시청자참여프로그램

- 2000년 방송법에 의하면, KBS는 매월 100분 이상 시청자가 직접 제작한 ‘시청자참여프로그램’을 편성하도록 규정하고 있으며, ‘열린 채널’이란 제목으로 시청자참여프로그램을 편성하고 있음
- KBS는 <열린 채널>은 프로그램 심사에 대한 기본입장으로 다음 세 가지를 제시하고 있음
 - 시청자참여프로그램이란 사회현상에 대한 시청자의 의견과 주장을 담는 프로그램이므로, 작품의 메시지가 뚜렷하게 부각되어야 함. 작품의 연출·편집 완성도는 낮다고 하더라도 주제의식만큼은 작품에서 표출되어야 함
 - 기존 공중과 프로그램에서 많이 다루고 있는 내용이나 구성형식과는 차별성이 있어야 함
 - 방송위원회가 제정한 ‘방송심의에 관한규정’에 위배되는 내용을 다루어서는 안됨

2. 케이블 TV의 시청자 참여프로그램

- 2000년 통합방송법에 의하면, ‘케이블방송사업자는 공공채널과 지역채널을 두고, 시청자가 자체 제작한 방송프로그램의 방송을 요청하는 경우 특별한 사유가 없는 한 지역채널 또는 공공채널을 통하여 방송하여야 한다’고 규정하고 있

음. 방송위원회는 시청자참여프로그램을 활성화하기위해 2003년부터 방송채택료를 방송위가 직접 지원하는 정책을 펼쳐오다가 2005년 8월 지원사업을 전면 중단함. 그 후 2006년부터 현재와 같이 시청자참여프로그램을 정규 편성하는 방송사를 선정해서 지원하는 정책으로 전환하여 운영하고 있음

- 그러나 문제는 현재 방송통신위원회의 시청자참여프로그램 공모에서 선정된 4개의 지역지상파방송사(광주MBC, 대구MBC, OBS경인TV, 전주민방)와 40개의 지역 SO방송사업자를 제외한 대부분의 케이블 SO 지역채널에서는 시청자 참여 프로그램을 편성하지 않고 있다는 사실임. SO간의 교환 편성 프로그램에 일부 있는 경우도 있지만 최근 몇 년간 형식적으로나마 편성하던 액세스 프로그램이 많이 줄어들었고, 이는 다른 지역의 경우도 마찬가지임

3. 방송현장실태조사 결과

- 운영위원회는 외부 2명을 포함한 5명으로 구성하여 월 1~2회 개최하고 있었고, 시청자참여프로그램 관계자가 방송여부를 먼저 결정하고 방송 후 운영위원회를 개최하여 등급을 결정(선 방송결정 후 운영위 개최)하고 있음
- 방송편성의 경우 대부분의 방송사들이 주간 25분 이상 편성하여 운영하고 있었음. 또한 모든 방송사들이 “방통위에서 지원하는 기금으로 제작된다”는 내용을 표기하고 있는 것으로 나타남
- 방송채택료 지급과 관련하여,
 - 사전에 운영위원들에게 작품을 배포하여 검토하고, 운영위원회 개최시 의견을 개진하여 등급을 결정하고 있었고,
 - 각 SO방송사로 의심나는 프로그램의 지원금 중복 신청여부를 전화로 확인하고 있었으며,
 - 대부분 별도의 통장으로 방송채택료를 관리하고 있으나, 전주문화방송의 경우는 제작자에게 방송채택료를 지급 한 후 동 방송사의 시청자미디어센터에서 제작자로부터 별도의 제작지원금을 수수료 명목으로 징수하고 있는 것으로 나타남

- 자부담의 경우 전주문화방송은 시청자미디어센터에 연간 5,000만원을 지원하고 있었고, 남인천 방송은 12월분 400만원을 별도 지원 예정인 것으로 나타남. 또한 기타 운영위원회 간담회 비용, 우수프로그램 시상, 대학생 기자 뉴스 취재 지원 등의 지원을 하고 있었음
- 전담인력 배치에 있어서 대부분 전담인력 1명 이상을 배치하고 있으나, 기타 업무를 겸직하고 있어서 인원충원이 필요한 것으로 나타남
- 참여프로그램 활성화와 관련해서 각 방송사들은 홈페이지 및 매주 참여프로그램 방송 끝부분에 홍보문안을 게시하고 있었음

제3 절 국내 지원사업 추진 실적

1. 연도별 시청자방송참여 지원사업 추진현황

○ 시청자참여프로그램 지원 현황

- 20001년도에 KBS의 시청자참여프로그램인 ‘열린채널’이 편성되었고, 2002년

<표 3-1> 연도별 시청자참여프로그램 지원 현황

(단위: 편, 백만 원)

구 분		'01년	'02년	'03년	'04년	'05년	'06년	'07년	'08년	합계	비 고
KBS	편수	6	21	43	51	50	67	58	89	385	매주 토
	예산	51	138	330	385	369	426	404	414	2,517	정규편성 (13:00~13:30)
지역 지상파	편수	—	—	—	—	167	208	202	65	642	2개사('08년)
	예산	—	—	—	—	122	63	57	26	268	· 전주MBC · OBS경인TV
SO	편수	—	—	43	214	557	907	1,098	1,041	3,860	SO 41개사
	예산	—	—	13	64	365	492	643	734	2,311	('08년) 공모선정
위성방송 (시민방송)	편수	—	167	1,340	1,615	1,294	1,344	1,417	1,305	8,482	일일
	예산	—	1,079	2,000	1,800	1,800	1,200	1,500	1,399	10,778	2시간 편성
계	편수	6	188	1,426	1,880	2,068	2,526	2,775	2,500	13,369	
	예산	51	1,217	2,343	2,249	2,656	2,181	2,604	2,573	15,874	

시민방송, 2003년 종합유선방송, 2005년 일부 지상파 방송에서 프로그램 편성을 시작함. 해마다 지속적으로 지원한 결과, 2008년도에는 총 25.7억 원을 지원하여 총 2,500편의 시청자직접제작프로그램이 방영됨

○ 2008년도 시청자참여프로그램 지원사업 추진결과

- － KBS와 SO 등 45개 방송사업자에게 2,573백만 원을 지원하여 2,500편의 프로그램을 방송했고, 특이한 점은 SO 및 지역지상파의 경우 사업 추진기간이 부족(9~11월, 3개월)하였으나, 사업자수는 증가(34.4%)하였고 방송편수는 감소(14.9%)하였음

<표 3-2> 2007년과 2008년의 시청자참여프로그램 편수와 예산 비교

(단위: 백만 원)

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

○ 2008년도 시청자프로그램의 주요 내용 및 특징

- － 첫째, 생활정보·문화가 1,783편(71.3%), 다문화가정, 장애인 등 소수계층 관련 프로그램이 293편(11.7%)으로 나타남

<표 3-3> 2008년 SO 및 지역지상파TV 주제별 프로그램 현황

구분	생활정보·문화	장애인·다문화가정 등	역사·시사	기타	계
편수	1,783	293	284	140	2,500
점유비(%)	71.3	11.8	11.4	5.5	100

- － 둘째, SO 및 지역지상파방송의 경우 2007년까지는 프로그램 수준과 관계없이 일률적으로 분당 4만원을 지급하였으나, 2008년도부터는 작품성과 내용

수준 등에 따라 프로그램 등급제를 운영하였고, 상위등급(A, B)이 65%이상으로 평가되고 있음. 또한 시민방송의 경우 상위등급(SA, A)이 '07년까지는 117편(4.5%)에 불과하였으나 '08년도에는 141편(5.6%)으로 점차 향상되고 있어 프로그램의 질과 완성도가 점차 향상되고 있음. 다만, KBS의 경우 상위등급(SA, A)이 2007년의 경우 47편(81.0%)이었으며 2008년도에는 35편(39.3%)에 불과한 것으로 나타남

<표 3-4> 2007년과 2008년 프로그램 등급

(단위: %)

등 급	'07년		'08년	
	편수	비율	편수	비율
A(6만원)	4만원 (등급 구분 없음)	—	346	31.3
B(5만원)			382	34.5
C(4만원)			237	21.4
D(3만원)			141	12.8
합 계	—	—	1,106	100.0

— 셋째, 프로그램 제작 참여에 있어서 2008년도는 총 3,265편을 응모하여 이중 2,500편이 채택되었고, 전년(응모 3,146편, 채택 2,611편) 대비 4.4% 감소한 것으로 나타남. 시청자참여프로그램 제작자는 일반시청자가 2,269편(90.7%)으로

<표 3-5> 2007년과 2008년 프로그램 제작자 분류

(단위: %)

구 분	'07년		'08년	
	편수	비율	편수	비율
일반시청자	481	57.3	641	57.9
여성·어린이	346	41.3	414	37.4
노동자	7	0.8	5	0.5
단체	4	0.5	34	3.1
장애인	1	0.1	7	0.6
외국인근로자	—	—	5	0.5
합 계	839	100.0	1,106	100.0

대부분을 차지하였으나, 방송 소수계층인 장애인 및 외국인근로자 등의 참여도 25편(1.0%)으로 나타남

제 4 절 시청자참여프로그램 내용 분석

1. 분석대상

- 2009년 8월 31일 현재 시청자참여프로그램 홈페이지가 개설되어 있는 16개 방송사를 대상으로 2009년 4월 한 달 방송된 129개 프로그램과 8월 한 달 방송된 137개 프로그램을 합해서 총 266개 프로그램을 분석함

2. 분석내용

- 첫째, 시청자참여프로그램의 방송시간량(분)은 평균(M) = 11.9분으로 나타남. 한 프로그램 당 최고 제작 시간량 25분~30분을 기준으로 살펴보면 4분, 5분, 6분, 7분 길이의 프로그램과 9분, 10분, 11분, 12분 프로그램 및 13분, 14분, 15분, 20분 길이의 프로그램이 많이 제작·방송된 것으로 나타남
- 둘째, 장르의 경우 대장르 구분에 있어서 교양/정보 장르가 가장 많이 제작되었고(71.4%), 그 다음이 오락/개그 장르였으며(24.1%), 시사/보도 장르는 가장 적게 제작된 것으로 나타남(4.5%). 주목할 점은 대장르 구분에서 교양/정보 장르는 모든 프로그램이 다큐멘터리였음
- 셋째, 시청자참여프로그램의 주제에 있어서 시청자들이 가장 많이 취급한 주제는 생활일반(60.2%)이었고, 그 다음으로 문화/역사(16.2%), 행사/축제(9.4%), 자연/환경(5.3%), 정치/경제(3.0%), 장애인/동성애(2.3%), 건강/웰빙과 다문화가정/이주노동자(1.5%), 및 기타(0.8%) 순으로 나타남

☐ 2008년 주요 방송프로그램의 주요 내용

- 독거노인, 우리바다의 연안환경, 독도 영유권, 기름유출이후 태안, 울산 처용

문화제, 대안학교 간디학교, 청소년의 아르바이트, 제주도 용두암, 자전거를 타고 출퇴근하는 사람들의 이야기, 도시와 농촌에 각각 떨어져 사는 부부 이야기, 시각장애인들의 안마봉사, 2008 태화강국제설치미술제, 하이서울 페스티벌, 두물머리와 수종사의 가을을 여행, 울주군 두동면 구미리에서 문화촌을 만들고 글자로 그림을 그린 작업을 하는 김반석 선생님의 일상과 작품소개, 팔공산 동화사 소개 등으로 매우 다양함

<표 3-6> 2008년 주요 방송프로그램 주요내용

방송일(방송사명)	프로그램명(제작자)	주요 내용
'08. 09. 20 (전주 문화방송)	난 행복합니다 (최병택)	전주의 한 식당에서는 매달 한 번씩 독거노인들을 모시고 음식을 대접한다는데 외로우신 어르신들과 맛있는 음식을 함께 먹고 가까운 공원에서 즐거운 시간도 보내며 추석을 맞아 더욱 따뜻한 온기를 전달할 수 있었던 나들이 현장을 담은 다큐멘터리
'08. 09. 11 (서경방송)	새 생명의 바다 (안기동)	우리바다의 연안환경이 오염되어 자원이 고갈되고 있는 실정을 안타까워하며 바다의 오염을 줄이고 생명자원의 재생산을 할 수 있도록 잘 가꾸고 있는 두미도 앞바다의 수중생태를 담은 다큐멘터리 작품임
'08. 09. 25 (JCN울산 중앙방송)	독도울릉도 탐방 (박정동)	최근 일본의 독도 영유권 명기에 대해서 강력히 규탄하고 정부의 독도에 대한 실효적 지배 방침의 부응하고자 한국해양대학교에서 마련한 행사로 다시 한번 국토사랑에 대해 생각해보는 계기를 마련하고자 제작함
'08. 09. 29 (씨엠비 대전방송)	“태안기록” 울고싶어라 (정현균)	기름유출이후 태안 주민들이 살아가는 모습을 담았다. 조금씩 예전의 모습을 찾아가지만 아직 그들의 마음속에 우리가 모르는 아픔을 가지고 있고 그들의 목소리를 기억하자는 의미를 담고 기록
'08. 09. 28 (GS울산방송)	월드뮤직페스티벌에 대한 궁금증 (이훈희)	울산 처용문화제 기간에 열리는 월드뮤직 페스티벌에 대한 궁금증과 출연 뮤지션을 소개하고 축제를 만들어가는 과정을 다룬 다큐멘터리
'08. 10. 23 (서경방송)	간디학교 (장현동)	행복 찾는 대안학교 간디학교의 자발적인 수업과 이를 즐기는 간디학교 학생들의 일상모습을 담은 작품과 휠체어에 의지해 이동 해야만 하는 라미씨의 외출모습을 통해 우리 일상에 널린 장애인에 대한 벽을 장애인의 시선으로 담은 작품

방송일(방송사명)	프로그램명(제작자)	주요 내용
'08. 10. 15 (JCN울산 중앙방송)	떡볶이 한 접시 2500원 (박계현)	청소년의 아르바이트가 늘어나는 요즘 과연 청소년들은 아르바이트에 대해 어떻게 생각하고, 학생 신분으로서의 아르바이트에 대해 생각해 보는 시간을 갖음
'08. 10. 13 (한국케이블 TV제주방송)	용두암 (김주운)	도내에서 제일 인기있는 관광지로 매년 수만명이 찾아가는 제주도 해안도로에 위치한 용두암, 그곳에서 추억을 만드는 관광객들의 모습을 담음
'08. 10. 06 (수성 케이블방송)	자전거가 주는 선물 (대경시민영상M)	환경문제와 고유가 시대가 대두됨에 따라 이용량이 급격하게 증가하는 자전거, 자전거를 타고 출퇴근하는 사람들의 이야기 에 대해서 알아보는 내용
'08. 10. 13 (티브로드 기남방송)	포도밭 (한정숙)	도시와 농촌에 각각 떨어져 사는 부부. 주말마다 도시에 사는 부인과 딸이 농촌에서 사는 남편을 만나러 시골로 온다. 남편이 일구는 포도밭에서 같이 농사를 지으며 서로의 가족애를 느낌
'08. 10. 27 (티브로드 홀딩스수원방송)	시각장애인 봉사단, 피난살이 체험 (최은숙)	시각장애인들의 안마봉사를 통해 이웃들에게 도움을 주는 현장을 소개하며, 피난살이를 체험해보면서 전쟁의 아픔과 경각심을 체험하는 모습들을 소개
'08. 10. 19 (GS울산방송)	2008태화강 국제설치미술제 (신성선)	2008태화강국제설치미술제를 소개해 미술제가 가진 매력을 알아보고 관람하는 시민들의 소감을 들어봄으로써 설치미술제가 시민들에게 미치는 영향을 알아가는 과정을 일반 관람객의 입장에서 전개해 나가는 다큐멘터리
'08. 11. 05 (티브로드 강서방송)	서울 축제로 물들다 (송동일)	서울의 가을. 하이서울 페스티벌에 맞춰 시행되는 다양한 축제들을 소개하고 시청자들로 하여금 그 축제를 즐길 수 있도록 구성된 영상 다큐멘터리
'08. 11. 10 (씨엔앰경동 케이블티브이)	가을에 떠나는 여행스케치 (이상원)	경기도 양평군에 유명한 양평의 대표적인 명소인 두물머리와 수종사의 가을을 여행.. 북한강의 멋진 풍광과 깊어가는 양평의 가을모습을 볼 수 있음
'08. 11. 22 (GS울산방송)	양촌 김반석 (김정욱)	울주군 두동면 구미리에서 문화촌을 만들고 글자로 그림을 그리는 작업을 하는 김반석 선생님의 일상과 작품소개를 담았다. 그로써 한글이 예술이 될 수 있는 가능성을 제시
'08. 11. 18 (에이치씨 엔경북방송)	동화사 (진명식)	시민들의 휴식처로 사랑받고 있는 팔공산 자락의 동화사를 찾아가 사찰의 무구한 역사와 문화재를 소개하고 자연속에서 휴일을 즐기는 사람들의 모습을 담아낸 VJ물

방송일(방송사명)	프로그램명(제작자)	주요 내용
'08. 10. 13 (한국케이블 TV제주방송)	용두암 (김주운)	도내에서 제일 인기있는 관광지로 매년 수만명이 찾아가는 제주도 해안도로에 위치한 용두암, 그곳에서 추억을 만드는 관광객들의 모습을 담음
'08. 10. 06 (수성 케이블방송)	자전거가 주는 선물 (대경시민영상M)	환경문제와 고유가 시대가 대두됨에 따라 이용량이 급격하게 증가하는 자전거, 자전거를 타고 출퇴근하는 사람들의 이야기 에 대해서 알아보는 내용
'08. 10. 13 (티브로드 기남방송)	포도밭 (한정숙)	도시와 농촌에 각각 떨어져 사는 부부. 주말마다 도시에 사는 부인과 딸이 농촌에서 사는 남편을 만나러 시골로 온다. 남편이 일구는 포도밭에서 같이 농사를 지으며 서로의 가족애를 느낌
'08. 10. 27 (티브로드 홀딩스수원방송)	시각장애인 봉사단, 피난살이 체험 (최은숙)	시각장애인들의 안마봉사를 통해 이웃들에게 도움을 주는 현장을 소개하며, 피난살이를 체험해보면서 전쟁의 아픔과 경각심을 체험하는 모습들을 소개
'08. 10. 19 (GS울산방송)	2008대화강 국제설치미술제 (신성선)	2008대화강국제설치미술제를 소개해 미술제가 가진 매력을 알아보고 관람하는 시민들의 소감을 들어봄으로써 설치미술제가 시민들에게 미치는 영향을 알아가는 과정을 일반 관람객의 입장에서 전개해 나가는 다큐멘터리
'08. 11. 05 (티브로드 강서방송)	서울 축제로 물들다 (송동일)	서울의 가을. 하이서울 페스티벌에 맞춰 시행되는 다양한 축제들을 소개하고 시청자들로 하여금 그 축제를 즐길 수 있도록 구성된 영상 다큐멘터리
'08. 11. 10 (씨엔앰경동케이블 티브이)	가을에 떠나는 여행스케치 (이상원)	경기도 양평군에 유명한 양평의 대표적인 명소인 두물머리와 수종사의 가을을 여행.. 북한강의 멋진 풍광과 깊어가는 양평의 가을모습을 볼 수 있음
'08. 11. 22 (GS울산방송)	양촌 김반석 (김정욱)	울주군 두동면 구미리에서 문화촌을 만들고 글자로 그림을 그리는 작업을 하는 김반석 선생님의 일상과 작품소개를 담았다. 그로써 한글이 예술이 될 수 있는 가능성을 제시
'08. 11. 18 (에이치씨엔 경북방송)	동화사 (진명식)	시민들의 휴식처로 사랑받고 있는 팔공산 자락의 동화사를 찾아가 사찰의 무구한 역사와 문화재를 소개하고 자연속에서 휴일을 즐기는 사람들의 모습을 담아낸 VJ물

<표 3-7> 시청자참여프로그램 주요내용(2009. 4월)⁷⁾

방송사명	프로그램명(제목)	방송일시	방송시간대	방송분량	주요내용
광주 문화방송(주)	무지개를 본 적 있나요	4월 5일	매주 화요일 오후 7:20	15분	남자 대학생 동성연애자 커플의 현실과 편견을 그린 드라마
대구 문화방송(주)	장애인과 비장애인의 지하철동행기	4월 11일	매주 토요일 오전7:35	19분	장애인에 대한 우리사회의 배려를 강조하는 다큐
OBS경인 TV(주)	오라차차 U美C	4월 25일	일요일 오전00:40	9분	영화 ‘놈놈놈’을 패러디한 작품
(주) 큐릭스	신은 만인을 결합시키는 빛줄이다	4월 16일	매주 목요일	24분	인도수행자들의 석굴-금 욕 명상하기게 이상적 장소 이야기
(주) 서경방송	뽕떡어미와 나무꾼에 관한 진실	방송일시 미표기	매주 화요일 9시 20분 15시20분	12분	콩쥐와 팥쥐, 신녀와 나무꾼 이야기를 섞어서 변형한 해 학적요소가 강한 실험영상
(주)HCN 충북방송	내사랑 미선나무	4월 20일	비정기적	26분	충북 괴산에 있는 천연기념 물인 미선나무 이야기
(주)HCN 서초방송	고미워	4월 21일	화/금 06:50	17분	꿈과 현실에서 고뇌하는 20 대 이야기
(주)CI 헬로비전 충남방송	잊혀지는 소리	4월 13일	매주 수요일 오전 9시	12분	사라져가는 대장장이의 일 상과 대장장이를 지키려는 마음을 그린 다큐
(주)CI 헬로비전 양천방송	재활용 캔의 변신은 무죄	4월 20일	월요일 13시	5분	무심코 버려지는 쓰레기가 예술작품으로 탄생하는 이 야기
(주)한국 케이블TV 제주방송	제3회 해녀물질대회	4월 24일	오전 8:30	13분	제주도 기량있는 해녀들의 물질 대회
(주)cmb 대전방송	아버지와 아들	4월 6일	격주(월) 오전10시	10분	실직한 아버지와 구직중인 아들의 이야기를 그린 다큐

7) 44개 방송사 중 홈페이지를 개설하고 있는 16개 방송사 중 프로그램 제접근이 가능
한 12개 방송사 홈페이지를 분석함

<표 3-8> 시청자참여프로그램 주요내용(2009. 8월)⁸⁾

방송사명	프로그램명(제목)	방송일시	방송 시간대	방송 분량	주요내용
광주 문화방송(주)	아몰지 않은 상처	8월 4일	매주화 오후 7:20	5분	철거 위기에 놓인 구 도청 이 가진 의미와 철거를 반 대하는 5.18유족들의 심정 을 표현한 다큐멘터리
대구 문화방송(주)	니하오 준현	8월 8일	매주 토요일 오전7:35	8분	결혼이주여성이 아들(준현) 과 함께 한국에서의 삶을 완성해가는 이야기
OBS경인 TV(주)	열쇠	8월 8일	일요일 오전 00:40	10분	한 남자가 열쇠를 찾는 과 정속에서 드러나는 공포를 주제로 한 호러물
(주)전주방송	한옥마을에 온 미.수.다	8월 2일	매주 일요일 오전 10:45	12분	이주여성들의 삶을 직접 들 으며 그들을 사랑으로 감싸 안아주는 한국여성들과의 교 류의 장을 표현한 다큐
(주)큐릭스	아름다운 요리	8월 6일	매주 목요일	20분	호텔조리학과 봉사동아리 ‘양념’의 봉사 활동 현장을 보여주는 다큐
(주)HCN 충북방송	친구는 아무나 하나	8월 10일	비정기적	25분	대학생들의 사랑과 우정을 해학적으로 표현한 패러디 형식의 드라마
(주)HCN 서초방송	CHAOS 1부	8월 4일	화/금 06:50	20분	어느 날 밤 체육관에서 신 후배 사이에서 벌어진 살 인, 범죄 스릴러
(주)CJ 헬로비전 충남방송	잃어버린 시간을 찾아서-부여	8월 4일	매주 수요일 오전 9시	7분	부여박물관과 백제의 역 사, 유물 소개
(주)CJ 헬로비전 양천방송	재외동포의 한국언어문화체험 1탄-경북여자고등학교	8월 8일	월요일 13시	9분	중국 하얼빈의 동포들이 고국의 언어와 문화를 직 접 경험한 체험 다큐
(주)한국 케이블TV 제주방송	니하오 제주올레	8월 11일	오전 8:30	12분	제주에서 일하는 남편을 만나러 온 가족들이 함께 올레길을 걸으며 함께 정과 기쁨을 나누는 일상 다큐

8) 44개 방송사 중 홈페이지를 개설하고 있는 16개 방송사 중 프로그램 재접근이 가능
한 10개 방송사 홈페이지를 분석함

□ 프로그램 주제 분석

- 2007년과 2008년 프로그램 주제를 분석해 보면, 2007년과 2008년의 경우 생활정보와 문화를 다룬 프로그램이 가장 많았고, 그 다음으로 시사, 장애인, 역사를 다룬 프로그램 순이었음. 하지만 상대적으로 인권이나 노동을 다룬 프로그램은 매우 드물었음

<표 3-9> 2007년과 2008년 프로그램 주제 분석

(단위: %)

주 제	'07년		'08년	
	편수	비율	편수	비율
생활정보	316	37.7	437	39.5
문화	276	32.9	307	27.8
장애인	57	6.8	57	5.2
시사	41	4.9	86	7.8
역사	33	3.9	46	4.2
복지	29	3.5	36	3.3
교육	27	3.2	39	3.5
환경, 날씨	26	3.1	38	3.4
다문화가정, 이주노동자 등	17	2.0	31	2.8
인권	10	1.2	20	1.8
노동	3	0.4	—	—
기타	4	0.4	9	0.7
합 계	839	100.0	1,106	100.0

※ '08년 대상사업자 중에서 '07년 대상사업자(25개사)는 2년 연속 사업자로 선정

- 2009년 프로그램 주제를 분석해 보면, 생활정보와 문화를 다룬 프로그램이 가장 많았고, 그 다음으로 교육, 환경/날씨, 역사, 시사를 다룬 프로그램 순. 하지만 상대적으로 인권이나 노동을 다룬 프로그램은 매우 드물었음

<표 3-10> 2009년 4월과 8월 프로그램 주제 분석

(단위: %)

주 제	'09년 4월		'09년 8월		합계
	편수	비율	편수	비율	
생활/정보	39	52.7	44	60.3	83(56.5)
문화	18	24.3	8	11.0	26(17.7)
장애인	2	2.7	·	·	2(1.4)
시사	1	1.4	4	5.5	5(3.4)
역사	5	6.8	1	1.4	6(4.1)
복지	·	·	·	·	·
교육	3	4.1	6	8.2	9(6.1)
환경, 날씨	2	2.7	5	6.8	7(4.8)
다문화가정, 이주노동자 등	·	·	2	2.7	2(1.4)
인권	1	1.4	·	·	1(0.7)
노동	·	·	·	·	·
기타	3	4.1	3	4.1	6(4.1)
합 계	74	100.0	73		147(100)

제5 절 시청자참여프로그램 방송사 담당자 인터뷰

1. 분석대상 및 범위

- 방통위로부터 방송발전기금을 지원받아 시청자참여프로그램을 편성·운영하고 있는 방송사의 시청자프로그램 담당자 총 13명
 - － 지상파방송사 3개(대구MBC, 전주방송, 광주MBC) 시청자프로그램 운영 담당자
 - － 케이블방송사 10개(익산 금강방송, 한국케이블TV광주방송, 광주CMB, 대구 TCN, HCN경북방송, 충청방송 CMB, 티브로드서부산방송, C&M서초케이블, 송파미디어원, 큐릭스) 시청자참여프로그램 운영 담당자

2. 인터뷰결과 요약

- 운영위원회 등급결정
 - － 대체로 무난한 편이나 좀 더 체계적일 필요가 있음

- 운영위원들의 방송프로그램 평가 관련 전문성이 요구됨
- 프로그램 수급문제
 - 지상파방송의 수급이 어렵다는 입장과 케이블SO 의무시간을 채울 편수 정도는 수급하고 있다는 입장이 존재함
- 편성에 따른 문제점
 - 특별한 문제는 없지만, 일부는 방송시간대 고정 및 이동 필요함
 - 시청률이 거의 없는 경우가 많으나, 일부 프로그램에서 시청률이 점진적으로 증가하고 있고, 점차적으로 더 많은 호응과 관심을 받고 있음
- 주당 25분 이상 편성 타당성
 - 제작된 프로그램 길이 및 편수를 고려할 때 타당함
- 등급별분류기준, 방송채택료 산정기준 & 개인(단체) 600만원이내 연간 지급 한도
 - 프로그램 등급 및 채택료는 적당하나 좀 높이는 것도 괜찮음
 - 중복 지원 문제는 해결책 필요
- 자부담 문제점
 - 큰 부담은 없지만, 지원액의 예산규모를 높이거나 방통위가 100% 지원하는 것도 생각해 볼 수 있음
- 전담인력
 - 큰 문제는 없으나, 대부분이 전담인력이 아니라 다른 직무도 병행하는 이중직무를 수행하고 있기 때문에, 최소한 1인의 전담인력을 두어 전문성확보 필요가 있음
- 홍보방안
 - 주로 화면 스크롤 자막, 스포츠광고, 인터넷 홈페이지, 간혹 단발성 이벤트나 신문광고가 이용됨. 학교 및 시청이나 구청과의 연계를 통한 일반시민 친화적 홍보방안이 요청되고, 다양한 대중매체를 연계해서 보다 다양하고 전략적인 홍보방안이 절대적으로 필요함
- 시청률/시청자반응
 - 시청률이 거의 없는 경우가 많으나, 일부 프로그램에서 시청률이 점진적으로

증가하고 있고, 점차적으로 더 많은 호응과 관심을 받고 있음

○ 광고 파급 효과

— 시민들의 무관심과 저조한 시청률로 인해 아직까지는 광고효과를 기대할 수 없음

<표 3-11> 시청자참여프로그램 담당자 인터뷰 결과(요약)

1. 운영위원회 등급결정	대체로 무난
2. 프로그램 수급문제	지상파 수급어려움 v. 케이블SO 수급문제 없음
3. 프로그램의 질(수준)	지상파 수준 낮음 v. 케이블SO 수준 괜찮음
4. 편성에 따른 문제점	특별한 문제는 없고 일부는 방송시간대 고정 및 이동 필요
5. 주당 25분 이상 편성타당성	타당함
6. 프로그램 등급별 분류기준, 방송채택료 산정 기준 & 개인(단체) 600만원이내 연간 지급 한도	프로그램 등급 및 채택료는 적당하나 좀 높이는 것도 괜찮음. 지급 한도 넘기는 경우는 없으나 중복 지원 문제는 해결책 필요
7. 자부담 문제	큰 부담은 없는 편이나 지원액예산규모를 높이거나 방통위 100% 지원도 생각해 볼 문제임
8. 전담인력	큰 문제없음(최소한 1인의 전담해서 맡을 담당자는 두자)
9. 홍보방안	주로 화면 스크롤 자막, 스포츠광고, 홈페이지
10. 시청률/시청자반응	시청률의 점진적 증가 및 점차적으로 더 많은 호응과 관심
11. 광고 파급 효과	거의 없음
12. 신규매체 시청자참여프로그램 운영	회사입장에서 반대하나 개인적으로 찬성
13. 운영상 애로사항 및 건의 사항	전담인력부족, 질 높은 프로그램 수급문제, 미디어교육기관의 체계적인 교육과정 부족과 각 센터나 기관 간 연계부족, 시민들의 낮은 참여의식, 늘 하던 사람이 제작함—중복지원 막을 방안이 필요 명확한 시행시기 정하기, 월 한도액(500만원) 없애기, 명확한 날짜에 지원금 입금해주기, 3월분 예산을 11월에 쓸 수 있도록 해주기, 수급계획서를 없애고 방송사의 자체운영에 맡기기, 지원 금액 늘이기, 지역이나 권역별로 나누어 체계적인 지원, 미디어센터나 교육기관 간 연계교육, 하한 금액을 3만원에서 5만원으로 늘이기, 프로그램 수급 시 수급 후 예산 지급이 아니라, 공모형태를 통해 제작비를 지원해주고 계획서를 받아서 운영, 1년 주기로 정기적으로 시청자참여프로그램을 공모하고 운영
14. 청소년미래직업연계	청소년 보다는 노인이나 주부의 미래 직업으로 적당
15. 지역방송발전기여정도	상당한 기여
16. 시청자권익증진효과	상당한 권익 증진

제 6 절 시청자 참여프로그램에 대한 제언

- 참여자의 저변확대 방안
 - － VJ 등 준 프로 방송제작 전문 인력에게 참여프로그램 문호 개방 여부를 결정할 필요성 존재함
- 참여프로그램 질 향상 방안도 마련
 - － 시청자미디어센터와 같은 기존 제작 인프라 적극 활용하고 방송프로그램 직접 제작을 통한 미디어교육을 활성화해야 하며, 궁극적으로는 방송제작 인력의 저변확대와 양질의 방송콘텐츠 양산을 목표로 해야 함
- 제작비(채택료) 합리적 산정 방안이 마련
 - － 일반 시청자들이 충분한 인센티브를 느낄 수 있는 수준으로 지원해야 함
- 2009년 4월 현재 위성방송(RTV) 지원이 중단된 상태인데 이에 대한 지원재개 방안을 검토할 필요성 존재함
- SO 및 지역 지상파 지원방식을 개선하고 지원액을 증가해서 더 많은 SO들을 대상으로 지원해야 함
- 시청자참여프로그램 의무편성은 방송사업자의 편성권 침해 시비가 있을 수 있으나 시청자권익보호 차원에서 필요한 제도이기 때문에 유지해야 함
- 시청자의 접근성이 가장 뛰어난 종합유선방송사업자의 시청자참여프로그램을 중점 지원할 필요가 있음
 - － 고품질 프로그램 제작을 유도하고, 지원대상 SO와 지역방송사를 점차 확대하고 지원기간을 현재 연간 40주에서 52주로 확대하여 정규편성 정착을 유도하며, 종합유선방송사업자에 대한 방송평가 항목에 시청자참여프로그램 편성 항목을 신설해야 함
- 시청자참여프로그램 제작 지원과 시청자 미디어교육을 활성화할 필요성 존재
 - － 시청자참여프로그램 방송창구인 SO와 최대 수요처인 지역 내 각급 학교와의 유기적인 협조체계를 구축하여 시청자의 방송제작을 체계화해야 함

- 미디어 활용을 통한 창의적 학교교육을 개발하고 지원
 - 방송반 특활 등 미디어 담당교사를 중심으로 미디어 교육연구반 운영하고, 지역 오피니언 리더를 대상으로 디지털 콘텐츠 제작 등 미디어 아카데미 운영할 필요가 있음
- 체계적인 시청자 미디어교육이 이루어져야 함
 - 규제기관, 시청자단체, 시청자미디어센터 및 지역방송사, 정부 유관부처와 표준화된 교재개발, 교사 지원 시스템 구축을 위한 협조체계가 구축되어야 하고, 미디어교육에 관한 대외창구를 방통위로 일원화해야 함
- 방송통신 융합시대에 시청자 권익의 중요성을 알리고 시청자의 참여를 격려하는 시청자대회 개최 필요
- 시청자권익증진활동 지원사업 시행결과를 공공에게 공개함
 - 지원사업 수행결과 평가에서 높은 평가를 받은 성공사례 발표 및 상호교류를 통해 지원사업 개선방향을 도출할 필요성 있음
- 내국인 뿐만 아니라 해외동포들도 직접 제작한 프로그램을 지원해서 선정, 방송될 수 있도록 해야 함

제 7 절 시청자 참여프로그램에 대한 전문가 의견⁹⁾

□ 박은희(대진대학교 교수)

- 시청자참여프로그램의 취지에 대한 사회적 합의 필요
 - Public Access의 원래 취지와 의도는 시청자의 권익을 위해 제작자, 혹은 방송

9) 이 절의 내용은 2009년 9월 3일 열린 ‘미디어교육과 시청자참여 확대 컨퍼런스’에서 홍종배(한국전파진흥원 책임연구원)가 발표한 “시청자참여프로그램 발전방안”과 2009년 11월 25일 열린 ‘방송통신 이용자 권익보호 포럼’에서 유승관(동명대 언론영상광고학부 교수)이 발표한 “시청자 참여프로그램 지원사업 발전방안”에 관한 전문가들의 토론내용을 정리한 것이다.

사업자의 일방적인 방송프로그램 송출에 공중의 이해와 관심이 반영되도록 해야 한다는 것. 시청자권익보호는 다양한 경로를 통해 이루어져야 하지만, 방송산업과 시장의 의미와 비중이 점점 더 커져가는 현실을 고려할 때, 방송 사업자가 소수자·주변인의 권익보호에 더 많은 관심을 기울이고 이를 실현 시킨다는 취지로 이해되어야 함

○ 매체별 실태파악에서의 분석틀 보완 필요

- 보고서에서 현행 매체별 시청자참여프로그램의 실태를 분석할 때 보다 실질적인 개황을 파악하고 이해하려면 지상파와 케이블에서의 시청자참여프로그램은 달리 취급되거나 분석될 필요가 있음. 그리고 케이블에서의 시청자참여프로그램을 분석할 경우, 이제는 MSO와 SO를 구분하여야 함. 이는 MSO로 광역화되면서, 시청자참여프로그램 안에서의 지역성이나 해당 지역의 시청자 이해와 관심과는 무관한 내용들이 방송되는 사례가 많기 때문
- 실태 분석이 잘 이루어진다면 KBS(전국)/지역지상파 권역별/케이블 MSO와 SO별/ 위성 등으로 현재 시행되고 있는 매체들을 비교하여 각각의 취지와 활용실태, 대상 프로그램 등을 구분하여 살펴보고, 이를 바탕으로 지원책이나 향후 방향 등을 개선해 나가는 것이 바람직함

○ 방송평가와 시청자참여프로그램의 연계방안

- 발제내용을 보면 시청자참여프로그램의 실시여부를 방송평가에 반영할 것을 제안하셨는데, 현재는 방송평가 항목에는 포함되어 있지 않으나 3년마다 실시되는 방송사업자 재허가시 재허가 심사 항목에 시청자 권익 부분에서 시청자참여프로그램이 중요하게 평가되고 있음. 그러므로 방송평가에 굳이 넣지 않더라도 재허가에 반영함으로써 충분히 시행노력을 점검할 제도는 존재함

○ 시청자참여프로그램의 지역성에 대해

- 실제 방송된 시청자참여프로그램이 해당 지역과의 지역성과 얼마나 연계되어 있는지를 살펴보는 것도 좋음. 지역성문제는 MSO가 확대되어 가는 최근 추세에 비추어 볼 때 사라져 갈 우려가 있음

- 시청자참여프로그램의 전담인력 조직화 문제에 대해
 - 시청자참여프로그램제도의 전담 인력 요구는 현실적으로 어려움. 시청자참여 프로그램은 대부분 개별 SO 단위로 신청을 받거나 편성하는 경향이 있어, 개별 SO에 전담인력을 배치하기는 쉽지 않을 것
 - 결국 방송사업자의 자발적인 관심과 지원이 문제인데 현행 방송통신위원회로부터 지원을 받으면 편성하고 지원을 받지 못하면 편성을 포기하는 것으로 미루어 방송사업자의 인식부터 개선될 필요가 있음
- 제작진의 저변 확대를 위해 PD인증제 실시
 - 시청자참여프로그램이 가장 난관에 봉착한 것은 제작과 편성 그 이후임. 시청자참여프로그램에 참여한 순수 제작진이 영상산업의 가장 기초적인 인프라로 활용될 수 있는 방안 모색을 통해 시청자참여프로그램의 그 다음 나아갈 길을 마련해야 함
 - 이를 위해서는, 첫째 미디어교육—프로그램제작—시청자참여프로그램의 편성 등과 같은 원스톱체제로 묶어 갈 수 있도록 하고, 둘째는 미디어교육 수료 후 프로그램 방송에 참여한 시청자제작단들을 단계별, 수준별로 나눠 PD인증을 해 주는 방안을 모색해 볼 수 있음. 예를 들어 시민PD, 준PD, 전문PD 등으로 인증해줌으로써 이들이 지역 SO에서 시청자참여프로그램에 참여했다면, 추후 지역지상파방송에서 활동하고 더 나아가 KBS시청자참여프로그램에 참여하거나 독립제작사에서 활동할 수 있도록 하는 인증제 실시를 제안함
- 시청자참여프로그램 활성화를 위해 매년 시상제도 도입
 - 최근 CMB가 한국방송학회와 협약을 맺고 시청자참여프로그램 시상제도를 지원하기로 하였는데, 이는 대단히 고무적인 일이라 생각함. 시청자참여프로그램 시상제도는 그 자체 제작진을 응원하고 격려하는 자리로도 의미가 있으며, 동시에 시청자참여프로그램의 전형을 제시할 수 있게 한다는 점에서도 좋은 활동이라 생각함
 - 시청자참여프로그램이 어떤 내용과 포맷을 추구해야 할지 아직 모델이 제시

되지 못하고 있음. 비록 거꾸로 된 방향이기는 하지만 시청자참여프로그램 시상제도를 통해 좋은 프로그램이 무엇인지를 가려내고 알려주고 확산해 나가면서 차츰 모델을 제시해주는 것도 좋은 방안일 것임. 시상 제도를 정착해 가는 과정에서 심사를 통해 제작가이드라인을 마련할 수 있을 것이기 때문

- 특히 제작가이드라인은 미디어교육에도 활용할 수 있어 시청자참여프로그램과 미디어교육을 연계시키고, 제작지원센터나 미디어교육 담당자들을 위한 가이드라인으로도 활용하도록 하여 시청자참여프로그램의 전체적인 방향과 수준을 높이는 데도 기여할 수 있음

○ 시청자참여프로그램에 대한 중복지원의 문제 해결

- 방송통신위원회에서 현재 실시하는 시청자참여프로그램에 대한 제작비 지원은 긍정적인 면이 많지만 부작용도 존재함. 그 중의 하나가 중복지원의 문제인데, 이 부분은 시청자참여프로그램 아카이브 혹은 DB화하는 것으로 해결 가능함

□ 이흥주(복지TV 사장)

○ 시청자참여프로그램의 한계

- 드라마, 연예오락, 고급다큐멘터리 등 프로페셔널한 성향의 프로그램은 시청자가 제작할 수 없음
- 시청자 주변에서 접할 수 있는 각종 현상을 포착하여 편집하거나, 포착한 영상을 분석해서 나름대로의 논리를 전개해 나가거나, 논리전개에 의한 주변사회의 변화를 촉구하는 내용이 주로 될 수밖에 없음
- 이런 수준을 넘어선다면 시청자참여가 아닌 직업적 제작자참여로 인정됨

○ 시청자참여프로그램을 방송할 방송채널의 한계

- 지상파 공공방송

수신료로 운영되는 국가기간공공방송은 시청자 국민의 참여를 기본적으로 모든 분야에서 받아 들여야 함

－ 케이블TV의 지역 SO

SO는 지역사회에 근거를 두고 있으므로 해당지역 시청자참여를 적극적으로 받아 들여야 함

－ PP 中 공공, 공익, 교양 채널

다(多)플랫폼 시대에는 PP가 시청자 참여프로그램을 방송하는 것이 전국적 효과를 낼 수 있음. PP선정은 현재 방통위가 선정하는 공공채널, 공익채널, 그리고 건전한 교양방송을 실시하는 교양채널로 하되 채널의 전문성을 고려함. 이는 다플랫폼, 다채널 산업화하는 방송환경에서 공익성과 공공성을 유지해 나가는 꼭 필요한 방법

□ 주정민(전남대 신문방송학과)

○ 시청자 참여프로그램의 범위 확대

- － 방송법 시행령 제 51조(시청자 참여프로그램)에 따르면 KBS는 매월 100분이 상의 시청자 참여프로그램 편성의무가 부여됨
- － 방송법 시행령 제 52조의 2(청취자 참여프로그램)에 따르면 소출력라디오방송은 매월 전체 방송시간의 100분의 20씩을 편성 할 의무가 부여됨
- － KBS와 소출력 라디오 이외에도 방송(지상파, 케이블TV 직접채널, IPTV 등)으로의 확대 검토가 필요

1) 시청자 참여프로그램의 개념정의

- 방송법 시행령 제 51조(시청자 참여프로그램) ‘시청자가 직접 제작한’ 프로그램으로 규정
- 시청자가 직접, 혹은 청취자가 직접의 개념을 ‘시청자가 참여한’으로 수정 필요
- 시청자 제작프로그램의 법적 책임 규정 완화로 참여 활성화
 - － 방송법 제86조(자체심의) 방송사는 보도이외의 프로그램 모두 사전심의 의무 부여

- 시청자참여 프로그램의 형식, 내용 등에서 논쟁적 문제 등 문제 발생시에 편성책임을 지고 있는 방송사가 책임 → 방송사 사전심의 문제 프로그램 거부 → 방송사의 자의적 판단 가능 → 시청자 참여프로그램 제약 → 시청자 참여프로그램의 편성 기준 마련 필요, 공정성 합리성 확보 필요
- 그러나 이러한 규제완화가 제작자의 명예훼손 등 민 형사상 책임에 대한 면책규정이 되어서는 안됨 → 기준마련 필요
- 방송사업자 시설과 장비 지원 필요
 - 송출뿐만 아니라 시청자참여 프로그램이 방송사업자의 시설장비를 활용할 수 있도록 교육, 개방 필요
- 시청자 참여프로그램의 질제고 방안 모색
 - 대부분의 프로그램이 지역 시민단체들의 활동 당은 영상물, 내용도 편향적, 다큐멘터리에 치중
 - 새로운 시청자 참여프로그램 모델개발과 교육 필요

□ 정용준(전북대 언론심리학부)

- 시청자 참여프로그램을 논하기 이전에 근간이 되는 미디어의 공공영역을 둘러싼 국가, 시장 그리고 시민사회의 역관계를 볼 필요가 있음. 김대중 노무현 정부에서 국가와 시민사회의 권력이 강화되었다면, MB정부는 국가와 시장중심으로 시민사회권력이 소외되고 있음. 혹은 우파중심의 시민사회권력으로 시민사회 권력의 다양성이나 참여민주주의의 명분이 훼손되고 있는 것이 사실임. 민언련 등 전통적인 미디어 시민사회들이 정부의 지원에서 배제되고 있으며, RTV같은 것은 고사하고 있음
- 제도적으로 한국은 공공채널제도에서 국가(정부)와 시장영역의 채널이 지나치게 많음. 이를 떼면, 국가는 KTV에 더하여 국회채널(NATV)까지 의무편성하는 반면, 일반시민사회채널은 공익성 채널로 협소하게 선정되고 자의적인 판단기

준이 작용함

- 방송통신위원회가 시청자 참여프로그램을 정기적으로 편성하는 SO 및 지역지상파 방송을 지원하는 방식은 다시 한번 생각할 필요가 있음. 제작단체에 직접 지원하는 것이 행정적으로 어렵다는 것은 이해가 가지만, 이것이 원래의 취지에 맞지 않는 측면도 있음. 주파수를 배정받고 많은 특혜를 누리고 있는 방송사업자가 가장 큰 공익성중의 하나인 시청자제작프로그램에 대해 국가의 추가적 지원을 받고 시행한다는 것은 문제임. 미국 FCC가 케이블TV의 PEG 채널에 자금지원하는 것은 들어 본바 없음. 시청자 참여 프로그램 지원은 방송사업자의 당연한 공익적 의무로 판단됨
- 대형프로그램 지원방안을 권고하였는데, 이는 자칫 시청자제작프로그램의 근본 취지보다는 독립프로덕션이나 다른 방송사업자들이 시청자참여프로그램의 형태로 지원받는 이른바 Producer중심의 편법으로 활용될 가능성이 농후함. 따라서 아직은 제도의 근본취지를 살리는 소형물, 단편물 위주가 타당할 것으로 판단됨

□ 신홍균(국민대 법학부)

- 시청자 참여프로그램은 시청자의 방송 액세스를 활성화하기 위한 제도이나, 시행 당시와 지금의 환경 사이에는 영상제작기술이나 인프라에서 큰 차이가 존재함. 따라서 정부가 시청자에게 재정적 지원을 하고, 그 방송물이 방송사의 편성권과의 조정을 통해서 방송됨에 있어서 유의해야 할 문제점이 있음. 예를 들어, 시청자 참여프로그램이 너무 잘되는 경우 이는 방송사의 편성권과 상충될 수 있음. ‘사상의 자유시장’이라는 관점에서 볼 때, 누구든 자기생각을 자유롭게 이야기 할 수 있어야 함. 이러한 자유로운 시장기능을 통해 어떤 여론이나 사상이 설득력을 갖게 되는 것. 이를 위해서는 시청자의견의 직접적 표현, 미디어 교육효과, 방송제작 인력의 저변확대가 동시에 나타나는 것이 필요. 방안, 반드시 지상파 방송에서만 방송되어야 할 필요 없음. 시청률이 너무 높을

필요도 없음

- 그러나 본 연구의 결과, 시청자 참여프로그램의 제작자의 구성, 프로그램의 내용 측면 등에서 그러한 우려가 현실화된 것으로 보이지는 않음. 다만 전반적인 미디어 리터러시 차원에서 시청자 참여프로그램을 지원할 것인지, 아니면 시청자 액세스 차원에서 지원할 것인지에 대한 검토가 필요함

제4 장 미디어 교육과 시청자미디어센터의 역할과 과제¹⁰⁾

제1 절 서 론

□ 문제의 제기

- 시청자미디어센터의 역할과 기능에 대한 관심이 높아지고 있음. 특히, 미디어 교육 수행기관으로서의 역할과 성과에 대한 기대가 커지고 있음
- 미디어교육은 교육 주체, 교육 정책, 교과 과정, 교육 방법, 교육 도구, 교육 내용, 교육 대상, 교재 발간, 지도자 양성 등 전반적인 면에서의 진단과 평가 그리고 발전 방안을 모색해야 할 시점임
- 최근 다양화 형태의 시청자미디어센터가 늘고 있는 가운데, 이용자들의 이용 횟수나 만족도, 그리고 지역별, 운용 주체별, 운용 방식별 센터간 역할 분담이나 활용도, 향후 건립될 센터들의 바람직한 모델은 무엇인지, 또한 기존 센터의 평가와 진단을 제대로 이루어지고 있는지 등 논의해야 할 과제들이 많음
- 본 장에서는 이러한 시청자미디어센터의 기능 및 점검을 토대로 미래 시청자미디어센터의 효율적인 미디어교육 프로그램 추진 방안에 대해 탐색해 보고자 함

10) 이 장의 내용은 2009년 9월 3일 열린 ‘미디어교육과 시청자참여 확대 컨퍼런스’에서 김기태(호남대학교 신문방송학과 교수)가 발표한 “미디어교육과 시청자미디어센터의 역할 및 과제”와 2009년 11월 25일 열린 ‘방송통신 이용자 권익보호 포럼’에서 주정민(전남대학교 신문방송학과 교수)이 발표한 “미디어센터를 활용한 미디어교육 활성화방안”의 내용을 중심으로 재구성한 것이다.

제2 절 시청자미디어센터의 기능 점검

1. 시청자주권시대와 시청자미디어센터

☐ 시청자주권의 중요성

- 시청자 주권에 대한 일반 국민들의 인식 변화
 - 매우 적극적으로 자신의 의사를 표현하는 시청자가 늘어나고 있음
 - 이는 단지 방송에만 국한되는 현상이 아니라 신문, 케이블, 위성방송이나 인터넷 매체와 같은 뉴미디어의 경우에도 나타나고 있음
- 시청자 주권 보장을 위한 법·제도적 장치 마련
 - 2000년 새로운 방송법에는 시청자주권을 보장하기 위한 여러 장치들이 포함되어 있음
 - 예를 들면, 시청자평가프로그램의 의무편성(종합편성 및 보도 전문채널), 시청자참여프로그램의 의무편성, 시청자평가원 제도, 시청자위원회 설치 운용, 시청자 단체 및 미디어교육 단체에 대한 방송통신위원회의 방송발전 기금 지원 등
 - 이러한 법률적 장치 못지않게 시청자미디어센터의 설립 및 운영 또한 시청자주권 보장 사업의 하나임
 - 시청자미디어센터는 미디어교육, 시청자 접근권 보장 및 기타 시청자 서비스 제공 등 세 가지 기능 수행을 통해 설립 목적을 달성할 수 있음

2. 미디어교육 수행 기능

☐ 미디어 교육의 정의

- 미디어교육이란 매체의 긍정적 기능을 보다 적극적으로 발휘하기 위한 창조적 활용교육과 역기능적 폐해를 최소화하기 위한 보호적 예방교육의 두 가지 형태로 진행될 수 있음

- 시청자미디어센터에서 실시할 미디어교육이란 올바른 매체이해 및 수용교육인 동시에 주체적인 창조 및 활용교육임
- 최근 국내에서의 미디어교육은 그 중요성이나 필요성에 대한 인식 정도에 비해 이를 보다 효율성있게 지속적으로 추진하는 실천 차원에서 상대적으로 미흡하다는 평가를 받고 있음

□ 미디어교육의 종류와 내용

- 매체에 대한 비판적 수용(critical viewing skill)교육
 - 대부분의 미디어 수용자들은 맹목적이고 수동적이며 소극적인 수용 행태를 보이고 있다는 문제 인식을 바탕으로 미디어를 비판적으로 수용할 수 있는 능동력을 기르기 위한 교육임
- 미디어 리터러시(media literacy) 교육
 - 인간이 사용하는 모든 일상 언어에 일정한 법칙이나 규칙이 있듯이 모든 미디어도 그 나름대로의 사용 법칙, 즉 독특한 질서가 있다는 전제하에 미디어를 올바르게 이해하고 파악하기 위해서는 바로 이러한 미디어 언어 또는 문법이라는 각종 미디어마다 지니고 있는 독특한 구조적 특성을 이해해야 한다는 것임
- 시민교육으로서의 미디어교육
 - 현대사회는 시민의 주체적이고 적극적인 참여를 바탕으로 형성되고 이끌어지는 시민참여형 사회임
 - 아젠다 설정하는 과정에서부터 이를 여론을 통해 공론화하는 단계에 이르기까지 미디어의 역할이 지대함
- 소비자교육으로서의 미디어교육
 - TV프로그램을 시청하고 신문과 잡지를 읽으며 인터넷을 통해 정보를 얻는 모든 행위는 곧 미디어를 소비하는 행위임
- 다양한 수용자운동을 위한 미디어교육
 - 적극적인 미디어 수용 능력 배양은 곧 수용자운동이라는 집단적 행동을 통

한 미디어 감시 또는 실천 행동 양식과 직간접적인 관계를 가짐

○ 인성교육으로서의 미디어교육

- 미디어는 청소년을 비롯한 수용자들의 가치와 규범에 큰 영향을 미치고 있음
- 미디어를 통해 유포되는 가치관과 규범들은 자연스럽게 현대인들의 인성을 좌우하는 메시지로 작용하고 있음

3. 시청자 접근권(퍼블릭 액세스권) 보장 기능

□ 시청자 접근권에의 다양한 차원에서의 논의 사항

○ 방송의 공공성 영역

- 방송은 제한된 자원인 전파를 이용하기 때문에 국가로부터 제한된 주파수 대역을 허가받아 방송사업을 할 수 있음
- 즉, 방송은 독점적 사업권을 국민의 위임을 받은 국가로부터 허가받기 때문에 시청가가 공극적인 방송의 주체임
- 그러므로 방송은 시청자의 권익을 위해 존재해야 함

○ 방송법상 보장된 시청자 권리 부분

- 방송법에는 ‘방송의 자유’와 ‘방송의 공적 기능’을 모두 보장한다고 규정하고 있음
- 이 두 영역은 각각 방송의 독립성과 중립성에 대한 요청으로, 실정법에서는 시청자의 권익 보호를 규정한 내용과 방송 편성의 자유와 독립, 공적 책임을 각각 규정하고 있는 내용 등으로 구성되어 있음
- 즉 방송의 공적 책임과 공공성의 의무는 시청자의 권익보호하는 방송법의 대원칙을 위해 존재하는 것

○ 알 권리 부분

- 알권리(the right to know)는 모든 정보원천으로부터 일반적 정보를 수집할 수 있는 권리임
- 위긴즈(James Russel Wiggins)는 국민의 알 권리를 ① 정보를 취득할 수 있

는 권리, ② 사전억제 없이 인쇄할 수 있는 권리, ③ 정당한 절차에 의하지 않은 보복의 두려움 없이 인쇄할 수 있는 권리, ④ 커뮤니케이션을 하는 데 필요한 시설 및 내용물에 접근할 수 있는 권리, ⑤ 위헌적으로 법을 악용하는 정부나 법을 무시하고 행동하는 시민에 의해 간섭받지 않고 정보를 배포할 수 있는 권리 등을 포괄한다고 정의

○ 표현의 자유 부분

- 방송의 공공성은 시청자의 표현의 자유가 전제조건임
- 모든 국민은 자유롭게 정보에 접근할 자유가 있고 이를 타인에게 전달할 자유를 가지는데, 공공성을 상실한 방송은 의사전달에 장애가 되며, 나아가 올바른 정보접근에 대한 방해 요소가 됨
- 그러므로 표현의 자유가 실효적인 것이 되려면 시청자 주권이 실현되어야 함

□ 퍼블릭 액세스

- 퍼블릭 액세스란 시청자 주권을 실현할 수 있는 방안 중 하나로 국민의 매체 접근권을 의미함
 - 매체 접근권이란 넓은 의미에서 매스 미디어에 접근하여 이용할 수 있는 접근이용권을 말함
 - 즉 프로그램을 제작하는 생산자에게만 독점되어 있던 미디어에 대한 접근권을 일반 시청자에게도 허용하는 것임
 - 퍼블릭 액세스는 시청자 주권을 실현하기 위한 방안이면서, 동시에 시청자 주권 개념에 기반하고 있음
- 매스미디어에 대한 국민의 액세스권 문제는 헌법학자이며 매스컴 법학자인 배런(J. A. Barron)에 의해 1967년 처음으로 제기
 - 언론자유를 보장한 미수정헌법 제1조와 전통적 언론자유이론에 대한 재평가를 주장

4. 기타 시청자 서비스 제공 기능

- ☐ 커뮤니티 네트워크 구축을 통한 시청자 서비스 강화
 - 분절적이고 단절적인 시민사회 커뮤니티 조직 간의 네트워크를 구축함으로써, 네트워크간의 민주적 의사소통 활성화를 통한 시민의 공적 아젠다를 사회 의제화하고, 각 시민 커뮤니티 간의 자원 및 전문성을 상호 공유하도록 함으로써 시민사회의 역량을 강화할 수 있도록 지원함
- ☐ 다양한 행사 및 이벤트 시행을 통한 시청자 서비스 강화 기능
 - 다양한 계층의 시민들이 참여할 수 있는 영상제를 비롯하여 시민미디어 제작 공모전을 통해 시청자 서비스 강화 기능을 수행
- ☐ 시청자미디어센터 소재지에 위치하고 있는 지역 대학과의 연계를 통한 산학 협력 프로그램을 진행하는 방안
 - 지역 소재 언론사와 취재 및 프로그램 제작 협력 사업을 추진하는 방안도 가능

제3 절 시청자미디어센터의 운용 주체별 유형 분류

1. 방송통신위원회 시청자미디어센터

- 부산(2005년), 광주(2007)년에 시청자미디어센터 건립
- 현재 후속 센터 설립 문제가 주요 현안 과제로 떠오르고 있음
- 부산과 광주 센터의 운영 전반에 대한 종합적인 평가와 미래 전망을 토대로 종합적인 중장기 계획을 수립하여 보다 체계적이고 안정적인 시청자미디어센터 설립 사업이 추진되어야 함

2. 영화계(영화진흥위원회) 시청자미디어센터

- 2002년 설립된 미디어엑트(서울)과 2005년 개관한 전주 시민영상센터가 있음

- 미디어액트의 경우 이상적인 시청자미디어센터 운영 사례를 축적하여 다양한 후발 센터의 모델이 되고 있음. 각종 미디어교육 프로그램 운용을 비롯하여, 영상제작 장비 대여 및 제작 컨설팅 및 정보교류, 그리고 미디어교육 정책 개발 및 지역미디어센터활성화 사업과 정책연구개발 사업까지 전개하고 있음

<표 4-1> 유형별 시청자미디어센터 현황

유형 및 지원기관	센터 및 개관 년도
국가기관(방송통신위원회) 시청자미디어센터	부산시청자미디어센터(2005년), 광주시청자미디어센터(2007년)
영화계(영화위원회) 시청자미디어센터	영상미디어센터 ‘미디어액트’(2002년), 전주시민미디어센터 ‘영시미’(2004년)
정부부처(문화체육관광부) 시청자미디어센터	김해(2005년), 제주(2006년), 대구(2007년), 인천 주안(2007년), 천안(2008년), 제천(2008년), 안동(2008년), 익산(2009년), 원주(2009년) * 강릉, 부천, 순천은 개관 준비 중임.
방송사(지역MBC) 시청자미디어센터	마산MBC(2003년), 목포MBC(2005년), 전주MBC(2005년), 춘천MBC(2005년), 대구MBC(2006년), 울산MBC(2006년)
지방자치단체 시청자미디어센터	서울시립청소년정보센터 ‘스스로넷’(2000년), 서울 강서 영상미디어센터(2004년), 서울 성북 아리랑 미디어센터(2004년)
기타 시청자미디어센터	전주시민미디어센터(시민사회)(2004년)

3. 정부부처(문화체육관광부) 시청자미디어센터

- 2005년 출범한 김해 영상미디어센터를 시작으로 제주(2006년), 대구(2007년), 인천 주안(2007년), 천안(2008년), 제천(2008년), 안동(2008년), 익산(2009년), 원주(2009년) 등 총 9개 센터를 건립하여 운영하고 있음
- 강릉, 부천, 순천은 개관 준비 중

4. 방송사(지역MBC) 시청자미디어센터

- 방송사가 직접 지원하여 설립, 운영중에 있는 시청자미디어센터는 MBC의 공

익재단인 방송문화진흥회가 지원하는 MBC 지역계열사의 시청자미디어센터가 유일함

- 시청자들을 대상으로 하는 미디어 접근 및 이용 능력 제고
- 지역 문화방송 계열사의 시청자 서비스 강화를 통한 공공성 확보
- 방송문화진흥회 시청자사업에 대한 선택과 집중의 결과
- 영상 편집 및 제작 지원을 위한 임대시설 중심의 기자재를 구비하고 있음. 시청자들에 대한 영상제작 지원으로 영상제작 입문을 위한 교육과정 운영 및 영상제작을 위한 장비지원(카메라, 조명, 편집시설 등) 활동을 수행하고 있음
- 엑세스 프로그램 제작 창구로서 엑세스 프로그램 제작 교육과 엑세스 프로그램 제작 협의 및 제작(협의 창구) 활동을 할 뿐 아니라 공익사업으로 소외집단 대상 영상제작 교육 등을 추진하고 있음

5. 지방자치단체 시청자미디어센터

- 각 지방자치단체들도 문화센터, 영상센터 등 다양한 형태의 시청자미디어 센터를 설립, 운영하고 있음
- 서울특별시가 운영하는 서울시립청소년정보센터 <스스로넷>을 비롯하여 서울 강서구의 영상미디어센터, 서울 성북구의 아리랑센터 등이 있음

6. 기타 시청자미디어센터

- 지역 시민단체가 운영하고 있는 진주시민미디어센터를 비롯한 크고 작은 규모의 시민사회단체에서 설립한 시청자미디어센터가 있음

제4 절 시청자미디어센터 유형별 운영 개요

1. 방송통신위원회 시청자미디어센터 운용 개요

☐ 퍼블릭 액세스권(시청자방송접근권)

- 1990년대 중후반부터 사회운동단체들이 ‘국민주방송 설립추진 운동’ 등을 통해 ‘퍼블릭 액세스 전문채널 도입’과 시청자 권익 신장을 위해 노력한 결과 2000년 개정된 방송법은 KBS와 케이블TV, 위성방송에 ‘시청자참여프로그램’을 일정기간 이상 편성하도록 명문화하기에 이르렀음
- 방송법 개정으로 시청자의 방송접근권에 대한 법적인 근거 및 제도적 장치가 마련되었음. 하지만 이를 실현하기 위한 시청자 방송제작 및 교육기반이 부족
- 방송통신위원회는 시청자의 퍼블릭 액세스권을 실현하기 위한 기반시설로서 시청자미디어센터를 건립
- ‘시청자 영상 및 방송 제작 지원’, 미디어 소외계층인 ‘장애인의 미디어 접근권 확대사업’, ‘시청자 미디어교육’, ‘시청자 단체 지원활동’ 등을 주요 사업으로 추진

☐ 시청자미디어센터의 주요 사업 영역

1) 광주·전남·전북 지역 시청자 미디어교육

- 광주·전남·전북 지역 시청자를 대상으로 미디어에 대한 체계적인 교육
- 미디어 강사 및 미디어교육 활동가의 양성과 활용
- 시민사회단체, 공공 기관, 학교의 미디어 교육에 대한 지원 및 자문
- 미디어 교육의 정책 연구

2) 시청자의 영상 및 방송 제작 지원

- 영상 및 방송 제작을 위한 제작기반 시설 및 장비 대여
- 다양한 계층의 지역 시청자 퍼블릭 액세스 제작 지원

- 지역 영상 제작자 · 활동가의 교육 및 네트워크 구축
- 3) 시청자참여프로그램 지원사업
 - 시청자참여프로그램 지원센터(센터 제작지원 콘텐츠 배급 · 관리)
 - 각종 상영회, 공모전 개최 등 액세스 기반사업
- 4) 미디어 소외계층의 방송접근성 향상
 - 장애인 · 어린이 · 노인 등 미디어 소외 계층별 미디어교육과 제작지원 실시
 - 자막방송, 화면해설방송 제작지원 및 제작인력 육성

2. 지역MBC 시청자미디어센터 운용 개요

- ☐ 방송문화진흥회에서는 2000년 ‘전국 미디어센터 네트워크 워크숍’을 지원하며, 시청자미디어센터와 관련된 사업에 대해 정보수집 등 본격적인 검토작업 시작
 - 2001년부터는 본격적으로 사업에 참여하였으나 방송위원회, 문화관광부, 각 지자체 등의 예산규모가 큰 공공기관들의 관심으로 인해 방송문화진흥회에서 사업 착수를 보류하게 되었음
- ☐ 문화방송 지역계열사 시청자미디어센터 설치목적
 - 시청자들을 대상으로 하는 미디어 접근 및 이용 능력 제고
 - 지역 문화방송 계열사의 시청자 서비스 강화를 통한 공공성 확보 목적
 - 방송문화진흥회 시청자사업에 대한 선택과 집중의 결과
- ☐ 주요 설치 내용
 - 시청자들의 영상제작 지원으로 영상제작 입문을 위한 교육과정 운영 및 영상 제작을 위한 장비지원(카메라, 조명, 편집시설 등) 활동
 - 액세스 프로그램 제작 창구로서 액세스 프로그램 제작 교육과 액세스 프로그램 제작 협의 및 제작(협의 창구) 활동
 - 공익사업으로 소외집단 대상 영상제작 교육

- 방송문화진흥회의 지역 계열사 시청자미디어센터 설립지 선정 기준
 - 시청자미디어센터 운영에 대한 계열사의 적극성
 - 지역사회의 영상에 대한 욕구
 - 액세스 프로그램의 활성화 정도
 - 설치를 위한 공간확보 정보
- 방송문화진흥회의 지역MBC 시청자미디어센터 건립 사업의 의의
 - 문화방송 지역계열사 시청자미디어센터 연속 설치 사업은 먼저 특화된 시청자 미디어 센터로서의 역할을 수행한다는 점에서 의의를 찾을 수 있음
 - 시민들이 환영하는 센터 건립 사업으로서의 의의
 - 공익을 취지로 설립된 방송문화진흥회와 문화방송과의 공조체제를 본격화할 수 있다는 점에서 의의
 - 방송문화진흥회 시청자 사업의 집중 공간 확보 가능성으로서의 의의
- 지역MBC 시청자미디어센터 설치 사업의 특징
 - 방송사가 운영하는 시청자미디어센터
 - 접근성의 강화로 시청자 제작과 시청자 참여 프로그램의 방영이 원스톱으로 이루어질 수 있는 시스템을 갖추었다는 점과 시청자 참여 프로그램과 편성권의 만남
 - 네트워크 시스템이란 점에서의 특징인데, 전국 19개 계열사들의 네트워크 장점이 미디어센터에서도 구현될 수 있고, 같은 교재와 유사 시스템 운영을 통해 보편적 교육 수준 유지가 가능하다는 점
 - 소규모 센터로서의 특성으로 적은 사업비를 통해 설치하며, 지속적인 운영을 목표로 하고 신속한 설치와 기능적 운영이 가능하다는 점

3. 문화체육관광부 시청자미디어센터 운용 개요

☐ 추진목적

- 지역민의 영상미디어 활용, 교육기회 확대를 통해 영상문화의 균형적 확산 및 영상산업 기반 확대 추진
- 지방 분권화시대를 맞이하여 영상문화 인프라 구축을 통한 지역 주민들의 퍼블릭 액세스권 신장 및 미디어 수용 교육에 기여
- 소형·단편 영화에 대한 체계적인 지원시스템을 구축하여 영화산업의 발전 기반을 공고히 하고 참신한 젊은 인재 발굴
- 지역 영상산업의 저변 확대 및 안정적 발전 기반 확충

☐ 추진경위

- 대통령 당선자, “주요 도시의 영상미디어센터 설치 확대” 공약(중점공약-16)
- 참여정부 문화산업 정책비전 대통령 보고회('03. 12. 17)

☐ 사업개요

- 총사업비: 300억(국고150억, 지방비 150억)
- 사업규모: 전국(서울 제외), 15개 시·도에 1개소씩 설립(15개소)
 - 1개소당 20억(국고 10억, 지방비 10억 이상)
- 지원내용
 - 인프라구축 및 기존 건물 리모델링 비용
 - 카메라 등 영상제작·교육·후반작업 등에 필요한 기자재 구입비용
- 주요내용
 - 지역의 복합 영상·미디어 문화교육 및 제작활동 지원
 - 21세기 새로운 지역영상 도서관으로서의 공공영상 아카이브 운영
 - 전용상영관을 설치하여 다양한 영상문화를 감상 및 토론할 수 있는 시네마 테크로서의 기능
 - 지역내 각급 학교와 문화기반시설과의 네트워크 구축 및 프로그램 연계

- 지원형태: 자치단체 자본보조
- 지원조건: 정률지원(50%)
- 사업시행주체: 지방자치단체

제 5 절 시청자미디어센터의 미디어교육 프로그램에 대한 제언

- 시청자미디어센터는 미디어교육을 집행하는 센터이자 다양한 주체에 의해 시행되는 미디어교육을 지원하는 센터의 역할을 수행해야 함
- 시청자미디어센터의 사업 및 미디어교육 프로그램의 기본 방향
 - 미디어교육 프로그램을 ‘매체’중심적으로 접근하기 보다는 ‘언어’적 차원에서 접근하여 다양한 미디어들에 대한 접근 방법 및 미디어능력을 높일 수 있는 프로그램이 제시되어야 함
 - 대상에 따른 차별화된 프로그램 개발이 진행되어야 함
 - － 미디어교육은 교육 대상, 교육 목표, 교육 매체에 따라 각기 다른 형태의 교육 프로그램이 개발되어야 함
 - 미디어교육 프로그램이 장기적인 전략 차원에서 계획되고 추진되어야 함
 - 미디어교육 프로그램은 우선 ‘일반 교사 및 미디어 교사’의 양성 프로그램을 중심으로 먼저 시작되어야 함
 - 어린이 및 청소년들을 위한 다양한 체험 및 기획 프로그램들이 포함되어야 함
 - 미디어교육 자문 및 지원 기관으로서의 미디어 센터 역할을 수행해야 함
 - 지역 미디어교육 정책 연구 기관으로서의 역할
 - 미디어교육 인적 네트워크의 구심으로서의 역할
 - 모든 사업이나 프로그램은 교육 환경이나 여건을 충분히 고려하는 맞춤형 사업 추진이 되어야 함

제 6 절 시청자미디어센터의 미디어교육 프로그램에 대한 전문가 의견¹¹⁾

- 양적 성장과 질적 수준 제고의 조화 필요하며, 이를 위한 체계적인 성과지표 개발이 요구되고 있음
 - － 부산미디어센터가 개관한지 4년, 광주미디어센터가 2년이 된 시점에서 볼 때, 상대적으로 짧은 기간이지만 시청자미디어센터는 미디어교육에 관한 관심과 논의를 지역 사회 내로 확산시키는데 긍정적 기능을 수행했다고 평가하고 싶음
 - － 그러나 풍부한 설비와 공간, 인력을 바탕으로 한 차별화된 미디어교육의 조건을 갖추고 있음에도 불구하고, 역사가 오래 된 여타의 미디어교육 기관에 비해 아직 양적 측면에서의 성과는 상대적으로 부족함
 - － 더불어 특화된 교육 프로그램을 통해 피교육자의 만족도와 교육의 효과를 제고할 수 있는 질적으로 다양하고 수준 높은 프로그램의 개발에 있어서도 기대만큼의 성취감을 주지는 못하는 것으로 보임
 - － 정부의 공적 지원을 받아 운영되는 미디어센터의 속성 상 양과 질이라는 두 마리 토끼를 잡기가 쉽지 않은 구조임. 정부 예산 집행에 따른 성과측정이 필수적인 바 이를 충족시키기 위해 주력하다보면 성과주의라는 평가를 받을 수밖에 없기 때문
 - － 그런데 문제는 질적으로 다양하고 수준 높은 프로그램의 기획과 집행을 위해서는 많은 시간과 노력, 시행착오가 동반될 수 있기 때문에 단기간에 가시적인 성과를 보여주기가 쉽지도 않다는 점

11) 이 장의 내용은 2009년 9월 3일 열린 ‘미디어교육과 시청자참여 확대 컨퍼런스’에서 김기태(호남대학교 신문방송학과 교수)가 발표한 “미디어교육과 시청자미디어센터의 역할 및 과제”와 2009년 11월 25일 열린 ‘방송통신 이용자 권익보호 포럼’에서 주정민(전남대학교 신문방송학과 교수)이 발표한 “미디어센터를 활용한 미디어교육 활성화방안”에 관해 송종현(신문대학교 교수)의 토론문을 정리한 것이다.

- 따라서 큰 틀에서 볼 때 이런 양적 성과와 질적 수준 제고라는 두 가지 목표를
여하히 조화롭게 성취해 갈 수 있는가가 미디어센터의 과제라 할 수 있음
- 또한 이 문제의 해결을 위해서는 미디어교육의 사업효과를 계량적으로 측정하
기 위한 체계적인 성과지표의 개발이 필요해 보임. 기존 미디어교육 성과지표
는 대부분 피교육자들의 만족도나 대상 집단의 범위 등을 중심으로 측정되어
왔음. 미디어교육이 단기적이고 일회적으로 진행됨에 따라, 누적적이고 장기적
인 교육의 효과를 계량적으로 측정하기가 쉽지 않은 것은 사실이며, 이런 점에
서 발표자가 제시한 ‘생애주기별 교육프로그램 운영’과 ‘미디어교육 효과 평가
지수 개발’은 적절한 대안이 될 수 있다고 생각함
- 미디어교육 목표의 다양한 하위차원에 있어서의 균형잡힌 교육프로그램의 개발
필요
 - 미디어교육의 목표는 미디어에 대한 지식의 습득, 미디어의 가치에 대한 이해
와 분석, 창의적인 미디어 생산 능력 제고, 미디어를 통한 상호작용 능력의 함
양 등으로 구성된다 할 수 있음
 - 2008년 부산시청자미디어센터 주관 콜로키엄 발표논문에 따르면, 당해 년도
부산센터의 미디어교육 프로그램 분석결과 제작과 관련된 내용이 전체의 60%
에 이르고, 상호작용능력 함양이 35.6%인 반면, 미디어에 대한 지식 습득과 가
치에 대한 이해와 분석은 4.4%에 불과한 것으로 나타남. 이처럼 단순히 기계적
인 제작능력만 강조하는 프로그램보다는 자신을 둘러싸고 있는 미디어 세계에
대한 이해와 미디어를 통해 전달되는 가치체계의 대한 이해능력을 제고하는
프로그램과의 조화와 균형이 필요
- 매체환경과 이용행태 변화에 능동적으로 대응할 수 있는 모듈형 교육 프로그램
의 개발과 적용 필요
 - 미디어교육의 대상이 다양해지고, 수준별, 생애주기별 맞춤형 교육의 필요성이
증대되고 있음
 - 맞춤형 교육프로그램의 효율적 운영을 위해 종적으로는 수준별, 대상별, 매체

별 차원을 두고, 횡적으로는 교육목표의 하위차원을 두어 각 셀별로 독립적인 모듈을 만들어 상황에 따라 조합하는 적용 방식이 필요

- 또한 모듈형 프로그램은 급변하는 미디어환경과 이용자들의 미디어 이용행태 변화를 능동적으로 반영할 수 있도록 미디어센터의 자체적인 기획 역량을 강화하는 것이 필요

○ 수평적 네트워크 강화를 통해 지역 미디어교육의 거점 기관의 위상 제고 필요

- 미디어센터는 출범 당시 목표로 삼았던 지역사회의 연계성 강화를 통해 미디어교육 기관의 방향성과 발전을 주도한다는 추상적 개념에 머물고 있는 실정임
- ‘시청자미디어센터 자문위원회’와 같은 협의체 구성을 통해 산업/문화계, 학계, 연구소, 관공서간 MOU 체결을 확대할 필요
- 이러한 활동이 지역방송사와의 다양한 제작지원사업과 결합될 때 지역 콘텐츠 산업 활성화 및 문화 다양성 제고에 기여할 것으로 기대하고 있음
- 협의체가 실효성 있게 운영되기 위해서는 미디어센터가 주도적인 역할을 수행하되 참여기관과의 수평적인 네트워크를 조성하는데 주력해야 할 것임

○ 미디어교육 전문강사 양성 프로그램 확대와 공교육과의 연계방안 모색 필요

- 미디어교육의 활성화와 관련해 전문적인 강사 풀이 절대적으로 부족한 상황임
- 올해 전파진흥원에서 미디어교육 전문강사 양성 프로그램을 진행한 바 있는데, 이러한 프로그램을 수료한 전문인력 풀을 DB화 하여 각종 교육사업 활동에 참여토록 하는 것이 필요
- 나아가 장기적인 미디어교육의 효과를 제고하고 전문강사의 진출 영역을 확장하기 위해서는 무엇보다 공교육과의 연계 방안을 적극 모색해야 할 것임

참 고 문 헌

□ 시청자 위원회 및 시청자 의견의 수렴 방안

- 김중서(1999), 시청자 권리의 법제론적 고찰, 『방송연구』통권 48호, 40-69
- 성낙인(1999), 시청자와 액세스권—편성·제작관련, 『방송연구』통권 48호, 70-102
- 신흥균(2008), 『해외 시청자 권익보호제도와 국내제도 비교연구』, 방송통신위원회 지정과제 2008-22
- 방송개혁위원회(1999), 『방송개혁위원회활동백서』, 1999. 3. 3
- 방송통신위원회(2009), 시청자위원회 관련 간담회 회의자료, 2009. 9. 15

□ 시청자 참여프로그램의 발전방안

- 강길호, 홍종배 외(2008), 미디어교육 프로그램의 원리와 방법: 미래지향형 교육으로서 미디어교육의 토대. 영남대학교출판부
- 구종상·이준호·유승관(2007), 『퍼블릭 액세스와 한국의 시민참여방송』, 커뮤니케이션북스
- 김기태(2007), 시청자미디어센터 운용실태 및 활성화 방안 연구. 방송문화진흥원 연구보고서
- 김서중(2006), 퍼블릭액세스 활성화를 위한 제언. 시청자참여프로그램 활성화를 위한 대토론회. 부산미디어센터
- 김서중·김금녀·이설희(2006), 퍼블릭액세스 참여 프로그램 활성화 방안연구. 방송위원회
- 박은희(1996), 시청자 참여 프로그램의 발전방안연구. 한국방송개발원 연구보고서 방송통신위원회 내부자료. 2007, 2008
- 송덕호(2007), 케이블TV 시청자참여프로그램 활성화를 위한 발견과 대안모색, 미디어

어연대 <SO 시청자참여프로그램 발견과 대안을 위한 토론회>, 2007. 11. 14
발표문

유승관(2004), 케이블TV의 공중엑세스채널 제도화와 운용방안: 한국과 미국의 현황
과 쟁점을 중심으로, <한국방송학보> 2004,18(3), 91 ~ 133

이준호(2004), 지역 미디어센터와 케이블TV채널을 활용한 부산시민방송(가칭) 설립
및 운영방안, 부산공공미디어센터 활성화를 위한 시민 대 토론회 발표논문.
2004

홍종배(2008). 한국 미디어교육의 현황과 과제: 현장으로부터의 목소리. 한국언론학
회 봄철정기학술대회

_____(2009), 미디어교육과 미디어능력간의 관계에 대한 연구. 한국언론학회 봄철
정기학술대회

Assessing the Damage(2009), <<http://www.ourchannels.org/up-content/uploads/2008/09>>

Bucy, E. P. & Newhagen, J. E.(2004), Media Access: Social and Psychological Dimensions
of New Technology Use, NJ: Lawrence Erlbaum.

□ 미디어 교육과 시청자미디어센터의 역할과 과제

광주시청자미디어센터(2009), 『2007~8년 광주시청자미디어센터 백서』

부산시청자미디어센터(2009), 『2008년 부산시청자미디어센터 백서』

김기태(2007), 『시청자미디어센터 운용실태 및 활성화 방안 연구』, 방송문화진흥회

_____(2004), 『시청자 주권과 시청자 운동』, 한나래

문화관광부(2005), 『지역 영상미디어센터 설립 2005년도 사업추진지침』

_____(2006), 『지역 영상미디어센터 사업개요 및 추진현황』

이주훈(2004), 『새로운 공공문화시설로서 영상미디어센터 설립해야: 지역 영상미디
어센터건립 :참여정부 문화산업 정책비전』 열린미디어연구소, 열린미디어 열
린사회, 통권10호(2004 여름) pp.210~217. 30호

한국미디어교육학회, 『제1회~제12회 미디어교육전국대회 자료집』, (1997년 12월 ~ 2008년 12월)

<http://cafe.daum.net/imjinju/독립영상미디어센터> ‘진주’

<http://chmbc.co.kr/media/>춘천 MBC 시청자미디어센터

<http://masanmbc.co.kr/>마산 MBC 시청자미디어센터

<http://mc.mokpombc.co.kr/>목포 MBC 시청자미디어센터

<http://mc.usmbc.co.kr/>울산 MBC 시청자미디어센터

<http://media.gasc.or.kr/>김해영상미디어센터

<http://ohzemidong.co.kr/>충무로 영상센터 ‘오!재미동’

<http://tgmbc.co.kr/Media/>대구 MBC 시청자미디어센터

<http://www.camf.co.kr> 인천시 남구 청소년미디어센터

<http://www.chonjumbc.co.kr/>전주 MBC 시청자미디어센터

<http://www.dgmedia.or.kr/>대구영상미디어센터

<http://www.jejufc.or.kr/>제주영상미디어센터

<http://www.kumayouth.or.kr/>고리울 청소년 문화의 집 ‘꾸마’

<http://www.mct.go.kr/>문화체육관광부

<http://www.ssro.net/>스스로넷 청소년방송

<http://www.0simi.org/>전주 시민미디어센터(영시미)

<http://www.arirang.go.kr/>아리랑미디어센터(성북구 도시관리공단)

<http://www.mediact.org/>영상제작센터 미디어엑트

<부록 1>

광주시청자미디어센터 미디어교육 사업 추진 결과(요약)¹²⁾

1. 미디어교육팀 영역별 사업 분류

교육영역	내용	프로그램
상설 미디어교육	동영상제작교육	거침없이 동영상
	캠코더촬영교육	캠코더 누구나 넌
		캠코더집중촬영
	영상편집교육	영상편집프리미어
		영상편집기초아비드
	어르신대상미디어교육	어르신클릭미디어
	디카교육	디카오감활용
		청소년디카교실
	문화예술과 결합한 미디어교육	부모랑 만드는 미디어동화
움직이는 애니동화		
우리가족뮤직앨범		
디카로 쓰는 영상편지		
공동체 미디어교육	유형별장애인 미디어교육	세상을 찍어라 － 장애인미디어교육
		미디어로 펼쳐라 － 장애인부모와 자녀가 함께하는 미디어교육
		장애인부모미디어교육
		영상으로 듣고 카메라로 말하다 － 청각장애인미디어교육
	지역아동센터 미디어교육	미디어와 어울림 － 공부방미디어교육
		사각형안 우리 동네 표정 － 공부방미디어교육
		지역아동센터 미디어교육을 위한 교사 교육
		우리가족 이야기 애니메이션 만들기

12) 광주시청자미디어센터(2009), 『2007~2008년 광주시청자미디어센터 백서』에서 발
췌, 인용.

교육영역	내용	프로그램
	타센터와의 연계 미디어교육	미디어와 향해 — 찾아가는 어린이 미디어교육
		창, 우리가 열다 — 목포지역 장애인미디어교육
		나의 삶, 미디어예찬 — 순천지역 장애인미디어교육
		주부, 미디어열전 — 전주주부
		두근두근, 미디어완전정복 — 관매도 청소년 미디어캠프
	기타공동체 미디어교육	노동자영상제작교실 — 찾자! 권리, 알자! 미디어
		우리 농촌, 미디어로 알리기
	청소년 미디어교육	미디어, 풍경을 만나다 — 순천·구례 청소년들을 위한 미디어캠프
		미디어는 내친구 — 우리 지역 콘텐츠, 뉴스로 제작하기
		내 마음속의 프레임 — 대안학교미디어교육
		5·18 숨은그림찾기 — 대안교육공간 ‘나잘난학교’ 미디어교육 프로젝트
		미디어, 나의 멘토가 되다 — 장흥청소년미디어교육
		미디어 꿈 프로젝트
		청소년인권영상제를 위한 교육
	어르신 미디어교육	미디어만복래 1, 2
		미디어만복래 3-진도지역
		해남지역 찾아가는 영상제작교육
체험교육	미디어놀이와 함께 하는 체험 교육 “미소프로젝트”	열린뉴스, 광고야놀자 미디어놀이터 파랑콩 드라마별곡 실버들의 수작 미디어와 일촌맺기 미디어캠프
학교 미디어교육	초, 중, 고교생 대상 시범교육	소리저장창고 프로젝트 — 동림초

학교 미디어교육	초, 중, 고교생 대상 시범교육	미디어읽기와 동영상제작 — 대자중
		미디어로 어깨동무 — 극락초
유아 미디어교육	어린이집, 유치원 등 유아 대상 시범교육	더 자랄 수 있도록 — 금호홍익어린이집
		삼색 미디어 속으로 — 자연동산 어린이집
		소리 창작 놀이 — 무등유치원
		색으로 명화읽기 — 고서초병설유치원
미디어읽기	미디어를 보고 함께 이야기 나누기	다(多)락(樂)방 피서: 가족영화를 만나러 갑니다
		미디어, 시대를 반영하다
		미디어논술 공개강좌
미디어교육 네트워크	미디어강사 발굴 및 네트워크	제2기 미디어교육 전문가 양성교육
		장애인 미디어교육 예비교사 교육
		미디어교육 현장활동가 양성교육
		미디어교육활동가 양성교육
		강사네트워크
		미디어교육활동가 워크숍 — 연구발표
	학교교사 미디어교육	교원 직무연수 — 교과교육을 풍부하게 하는 미디어활용수업
		교원직무연수 — 사례를 통해서 본 미디어교육과 영상제작
	미디어교육활동가 발굴 프로젝트	여성미디어활동가 양성교육
		세상을 바꾸는 휠체어
	미디어교육 네트워크	2007전국미디어교육페스티벌

2. 광주시청자미디어센터 미디어교육의 평가

○ 호남지역 미디어교육 확산에 일정정도 기여하다.

— 상설미디어교육: 센터 미디어교육의 첫발은 상설미디어교육에서 시작되었다.

상설미디어교육이라는 이름으로 일반시청자들이 미디어를 접하면서 가장 먼저 관심을 갖거나 손쉽게 접근할 수 있는 내용부터 문화예술을 접목시킨 내용까지, 다양한 대상과 내용의 시도를 통해 좀 더 대중적인 미디어교육이 되기 위해 노력하였다. 많은 분들이 상설교육에 관심을 보여주었고 그 관심이 다른 교육에까지 이르러 매번 교육마다 성황리에 마칠 수 있었으며 교육결과물들의 성과도 가져올 수 있었다. 동영상 제작하기 위한 기초, 사진을 활용한 동영상만들기 등 어렵지 않고 무겁지 않게 미디어와 친해질 수 있는 계기를 마련하고자 했다. 그리하여 많은 분들이 교육을 통해 개인적인 이야기에 서부터 사회적인 내용까지 영상의 주제를 정하고 작품들을 만들면서 당당히 미디어세계에 입성하였다.

- 공동체미디어교육: 센터에 터를 잡고 이루어지는 상설미디어교육과 달리 공동체미디어교육은 센터를 직접 활용하지 못하는 지역과 대상들을 위해 발로 뛰는 교육을 진행하였다. 그 중에서도 호남지역에 미디어센터라는 같은 지향점을 가지고 활동하고 있는 타미디어센터들과의 연계미디어교육은 네트워크형성이라는 차원과 더불어 미디어교육의 확산에 함께 힘써주었다. 특히 목포MBC시청자미디어센터와 전주MBC시청자미디어센터는 주부미디어교실, 분교 단위의 학교미디어교육, 섬 지역 어린이미디어교육, 장애인미디어교육 등 호남지역 미디어교육의 가제트의 손과 발이 되어 우리에게 많은 교훈을 남겨주는 교육들을 진행하였다. 아쉬운 점이라면 더 많은 센터와 연계하지 못한 한계를 노정시켰다는 것이다. 미디어교육의 대의 아래 내용과 형식을 의논하고 진행할 수 있는 구조가 마련되었으면 하는 바람이다.

○ 미디어교육의 영역과 내용을 확대해 가다.

- 유아미디어교육: 소도시일수록 문화영역과의 조우나 경험이 적은 것이 보편적일 것이다. 우리지역도 예외는 아니었으므로 센터가 들어서면서 쏟아지는 관심 중에 두드러지는 것은 관람 혹은 견학 및 체험의 기회 유무였다. 미소를 띠며 떠나는 미디어소풍이라는 ‘미소프로젝트’는 체험교육콘텐츠들을 각각

구성하고 이끌어갈 인력(멘토)을 모집, 교육 후에 미소프로젝트를 진행하였다. 호남지역 내에 퍼지는 입소문은 빨랐고 관광버스를 대절하면서까지 체험교육을 받겠다고 찾아오는 단체들이 늘어났다. 특히 유치원, 어린이집의 참여를 지켜보던 우리는 유아미디어교육이 일회적으로 관람 혹은 체험으로 끝날 게 아니라 미디어교육으로서 자리를 잡고 유아세대에서부터 미디어에 대한 인식이 올바르게 되기를 바라며 유아미디어교육을 시도하게 되었다. 유치원 및 어린이집 교사들의 관심이 계속 높아가고 있고 일정한 성과가 축적되고 나면 유아미디어교육에 대한 연구 성과를 내놓을 예정에 있다.

어린 아이들과의 교육은 지금 당장의 성과를 확인할 수 없다. 뿌리를 감싸고 있는 흙에 깊이 스며들어 살아가는 내내 축축하게 적셔주는 자양분이 될 것이라는 믿음으로 유아미디어교육은 계속 지속될 것이다.

- 어르신미디어교육: 센터가 문을 열면서 눈에 확연히 드러난 것은 어르신들의 잦은 왕래와 혈기왕성한 미디어에 대한 관심이었다. 고령화시대에 맞게 어르신들의 미디어에 대한 관심과 열정은 세대간 소통의 도구로, 또는 살아온 인생의 보상으로 도구로 활용되는 듯 붓물처럼 쏟아져 나왔다. 이에 시청자미디어센터는 어르신들이 미디어에 쉽게 다가갈 수 있도록 하기 위해 컴퓨터 활용의 내용을 담은 교육, 본인의 인생을 미디어로 돌아보는 계기를 마련하는 내용으로 영상자서전 만들기 등 다양하게 시도되었다. 결국은 어르신들도 영상을 제작할 수 있다는 판단과 욕심으로 드디어 창작교육을 시도, 작품을 내오는 성과를 거두었다. 지금 현재는 자발적이고 자율적인 동아리를 결성, 클릭ps라는 어르신영상동아리 활동을 지속적으로 하고 있으며 후속교육 등을 통해 창작활동을 계획하고 있다. 퍼블릭 액세스의 새로운 인력으로 등극되리라 여기고 있다.
- 미디어읽기교육: 미디어를 접하는 데 있어서 ‘어떻게 읽느냐’가 ‘어떻게 쓸 것인가’만큼이나 중요하다. 각각의 교육프로그램 안에서 ‘비판적 미디어읽기’에 대한 내용을 담아낸다고는 하나 좀 더 특화시키고 공개된 자리에서 많은

시청자들과 함께 ‘어떻게 읽느냐’를 토론해 볼 수 있는 자리 또한 필요했다. 쉬는 토요일 등을 활용해 미디어비평, 미디어논술 등 알찬 시간들을 계획함으로 청소년, 학부모, 교사 등 다양한 사람들이 참여할 정도로 인기를 끌기도 했다.

- 학교미디어교육: 미디어교육의 중요성과 필요성이 전사회적으로 회자되면서 교육의 본거지인 학교에서도 미디어교육을 안착시켜야 한다는 목소리와 사례들이 나오고 있다. 공교육 안에서 교과로서 제도화하자는 움직임과 교육내용의 흡수라는 서로의 향방을 뒤로하고 학교미디어교육의 학급단위 또는 동아리단위의 미디어교육을 시범적으로 운영하고 연구의 초석으로 마련하고자 했다. 초등학교의 재량활동시간을 활용한 미디어교육, 중학교의 영상동아리 미디어교육, 고등학교의 교과시간 미디어교육 등 다양하게 시도되었다. 비록 눈에 띄는 어떤 성과를 가져오진 못하였으나 꼭 풀어가야 할 숙제로 남는다. 그것은 공교육 안에서 미디어영역을 어떤 위치와 범위를 차지할 것인가에 대한 숙제와도 함께 하고, 학교교사들의 미디어에 대한 이해와 인식, 미디어교육의 직접수행에 대한 숙제와도 한 길에 서 있기 때문이다.

○ 미디어접근으로부터의 소외계층 미디어교육에도 힘쓰다.

- 장애인미디어교육: 센터의 설립목적 중에 중요하게 차지한 사항이 바로 장애인 미디어접근권 확대이다. 이에 청각, 지체장애인 등 장애인들의 미디어교육을 계획하고 시행함으로서 센터 스스로 새로운 발견을 하게 된다. 막연하게 어려울 것만 같았던 생각과 행위들이 현실로 드러나고 성과를 가져온 것이다. 비장애인들과의 협력관계를 통해 작품을 제작하고 약점으로 여겨졌을 장애영역이 강점으로 활용되는 센스 있는 영상물도 만들어지기도 하였다. 이러한 가능성들을 확인한 시청자미디어센터는 장애인미디어교육에 지속적인 연구와 노력을 아끼지 않을 것이다.
- 공부방미디어교육: 자라나는 꿈나무 청소년들의 미디어교육에 대해서는 어떤 표현을 해도 과하지 않을 것이다. 저소득층 청소년들의 미디어의 접근영역 확대와 표현력 향상을 위한 교육은 여전히 절실하며 센터가 책임져야 할

영역이기도 하다. 청소년의 정체성과 사회적 관계의 시작에 대한 올바른 인식을 미디어를 통해서 한다면 더할 나위 없이 기쁜 일이다. 자신과 자신의 꿈을 이야기하고 사랑하는 가족을 이야기하고 살고 있는 동네를 이야기함으로써 미디어라는 것이 거대담론에만 천착하는 것이 아니라—혹은 패러디미디어로 전락하는 것이 아니라—우리를 담아내고 그것으로 사회와 소통할 수 있음을 인식시켜주는 작업들이 교육에 고스란히 녹아날 수 있도록 하는 것이 우리가 할 일이다. 여러 차례 공부방(지역아동센터) 교육 등을 통해서 이러한 지점을 놓치지 않으려 했으나 의도만큼이나 잘 되지 않는 것이 청소년을 대상으로 하는 교육인 듯 하다. 또한 좀 더 장기적으로 계획하고 실행해야 하기도 하다. 숙제다.

- 여성미디어교육: 미디어라고 하는 것은 차갑고 냉정하게 생겨먹은 기계들과 관계를 맺어야 함으로 많은 여성들이 두려워하거나 벅차해 하는 것이 다수이지만, 미디어는 여성의 섬세함과 부드러운 센스들과 참으로 잘 어울린다는 절대적인 생각이 든다. 여성미디어교육이라 한다면 그것은 아이들과 함께 만들어가는 교육도 즐겁고 소중하겠지만 여성 스스로 사회의 한 일원으로 미디어주체자가 되는 과정이라는 것이다. 공모사업으로 지원하게 된 여성미디어교육(여성미디어활동가 양성교육)에서 작지만 소중한 경험과 성과를 가져올 수 있었다. 수강생들이 교육 동안 창작물을 만들어내더니 교육이 마친 후에도 모임을 지속하면서 창작에 대한 고민을 하고 있다는 것이다. 여성의 눈으로 세상을 보고 여성의 목소리로 세상을 향할 수 있도록 미디어가 잘 활용되는 날까지 센터 또한 여성미디어교육에 대한 관심과 활동을 지속할 계획이다.

○ 미디어교육의 질적 도약을 위해 전진하다

미디어교육의 다양한 대상, 다양한 시도, 목표에 대한 열정으로 질적 도약을 꾀하다. 노동자교육, 농민교육 등 미디어로부터 자칫 멀어질 수 있는 계층들을 위한 교육들이 시도되고 공부방교사 교육, 학교교사교육 등 ‘미디어매개자’로서 다음세대의 미디어의 표현력, 자기결정력 등의 향상을 위한 양성교육 등을 통해 미디어교육의

확산이 요구되었다.

계층별, 연령별 대상에 맞는 미디어교육의 목표를 설정하고 커리큘럼을 구성, 교육을 진행하였다. 일회성 교육의 한계를 모르는 바는 아니지만 아직 첫걸음 단계여서 지속적인 시도는 해보지 못한 채 마무리 되었다. 여전히 미디어교육의 숙제로 남아 시도하고 연구해야 할 부분이다.

교육의 내용으로는 기능과정이라 할 수 있는 캠코더 촬영부터 영상편집 교육 등을 분리시켜 기능을 중심으로 한 교육, 퍼블릭 액세스 인력 양성을 위해 기획 구성을 비롯해 작품제작을 위한 교육, 교육생 전체가 한 작품을 제작하기 위해 교육 받고 스텝으로 활동한 교육, 학교 교과시간(초등 재량활동시간, 고등학교 국사시간 등)에 배치되어 진행한 학급단위의 학교미디어교육 등 다양하게 시도해 보았다.

더불어 미디어교육 결과물에 대한 성과도 끊임없이 계획하고 노력해왔다. 교육결과물의 양과 질로 교육을 평가할 수 없지만 교육결과물에 대한 유무 즉 교육결과물을 위한 교육참여자의 의지와 열정은 교육의 성취도를 높이고 그 성취도는 교육의 효과를 배가시키는 역할을 충실히 해주는 게 사실이다. 센터 미디어교육을 통해 제작된 작품들이 영상전에서 상을 받거나 퍼블릭 액세스 되는 성과는 더욱 더 그러하다. 그러한 경험들이 미디어와의 친밀도를 높이고 지속시켜주는 경향을 확인할 수 있었다.

3. 앞으로의 과제

센터가 개관 이후 수많은 시행착오를 경험하며 그나마 자리를 잡아갈 수 있는 것은 모두가 센터와 함께 호흡해주고 있는 사람들 덕분이다. 센터의 미디어교육을 같이 책임지고 계시는 강사분들, 그리고 열성적으로 교육에 임하고 함께 행복해 주시는 수강생들 덕분일 것이다. 미디어교육은 교육을 기획하고 진행하는 주체만의 성과가 아니며 교육에 참여하고 있는 이 모든 사람들의 성과이다. 이 글을 통해 다시 한 번 함께 해주시는 많은 분들께 감사인사 드리고 싶다. 항상 고마울 뿐이다.

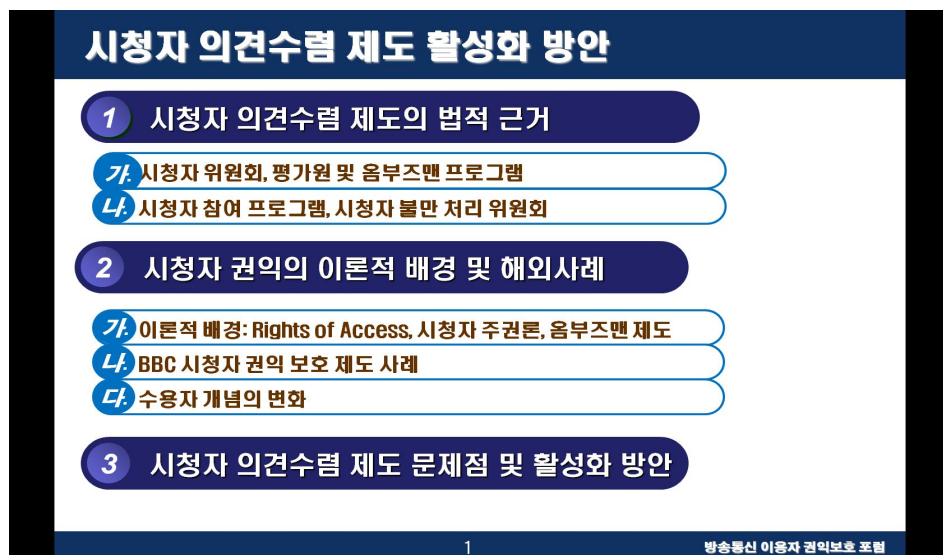
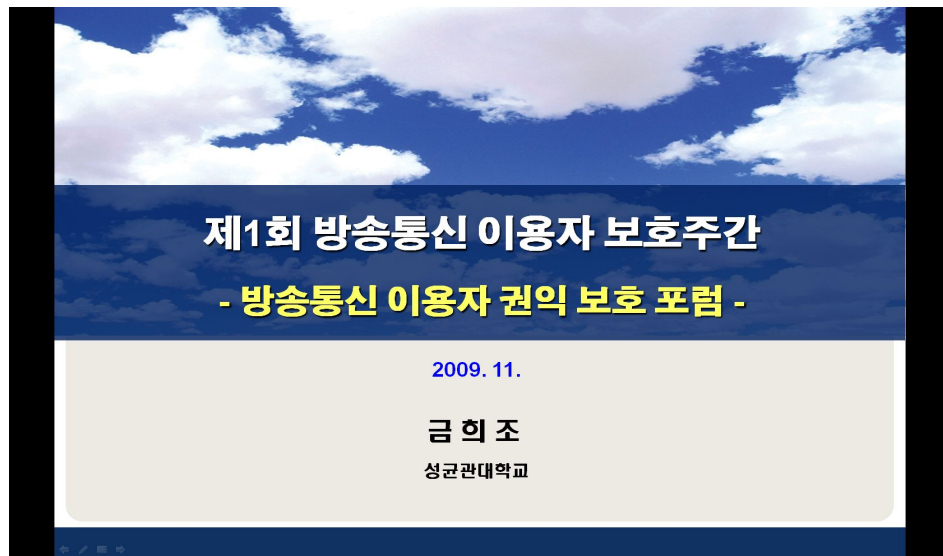
미디어교육은 그냥 하나의 강좌를 개설하고 수강생을 모집하고는, 연인원을 기록

하고 교육결과물 또는 창작물의 수량으로 평가되어질 문제가 아니다. 강좌라는 표현을 제치고 ‘교육’이라는 말이 붙은 것에는 우리 일상에 미디어는 그 만큼 아주 가깝게 근접해 있고 많은 영역을 섭렵하고 있을 뿐만 아니라 많은 범위를 차지하고 있는 만큼 좋은 나쁜 전 세대를 거쳐 많은 영향을 미치고 있기 때문에 교육이라는 개념으로 정리되어질 영역이다. 교육이라 함은 백년지대계로 당연히 철학이 담겨 있어야 하며 행사로만 규정 내릴 수 있는 성격의 것이 아니다. 따라서 미디어교육은 그냥 이벤트성 행사로 그치는 것이 아니라 교육을 주최하는 곳에서 로드맵을 설계하고 차근차근 목표 달성을 위해 실행해 가야 할 중차대한 사안인 것이다. 이에 센터는 미디어교육에 대한 정책적 사고와 계획으로 미디어교육에 대한 책임성을 다하도록 노력할 것이다.

상설이라는 애매한 개념을 깨고 미디어교육이 좀 더 쉽고 친근하게 다가간다는 의미로의 열린미디어교육을, 청소년들의 미디어교육이 현장으로 스며들어야 한다는 의미로의 미디어매개자교육(학교교사 등)을, 다양한 연령과 계층을 위한 미디어교육을, 미디어접근으로부터 소외 받는 지역이나 계층을 위한 공동체미디어교육 등을 지속적으로 시도하고 진행할 것이다.

<부록 2>

시청자 의견수렴제도 활성화 방안



시청자 의견수렴을 위한 법적 근거: 시청자 위원회, 평가원 및 음부즈맨 프로그램

- 시청자위원회: 방송법 제87조 “① 종합편성 및 보도전문 편성을 행하는 방송사업자는 시청자의 권익을 보호하기 위하여 시청자 위원회를 두어야 한다. ② 방송사업자는 각계의 시청자를 대표할 수 있는 자 중에서 방송통신위원회 규칙이 정하는 단체의 추천을 받아 시청자위원회의 위원을 위촉한다.”
- 시청자위원회 권한과 직무: 방송법 제88조 ①시청자위원회의 권한과 직무는 다음과 같다. 1. 방송편성에 관한 의견제시 또는 시정요구. 2. 방송사업자의 자체심의규정 및 방송 프로그램 내용에 관한 의견제시 또는 시정요구. 3. 시청자평가원의 선임. 4. 기타 시청자 권익보호와 침해구제에 관한 업무. ② 시청자 위원회의 대표자는 방송통신위원회에 출석하여 의견을 진술할 수 있다.”
- 음부즈맨 프로그램: 방송법 제89조 ①종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 당해 방송사업자의 방송운영과 방송프로그램에 관한 시청자의 의견을 수렴하여 주당 60분 이상의 시청자 평가프로그램을 편성하여야 한다. ②시청자 평가프로그램에는 시청자위원회가 선임하는 1인의 시청자평가원이 직접 출연하여 의견을 진술할 수 있다.
- 시청자 의견 수용: 방송법 제 90조 ①종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 제 88조제1항 제1호 및 제2호의 규정에 의한 시청자위원회의 의견제시 또는 시정요구를 받은 경우에는 특별한 사유가 없는 한 이를 수용하여야 한다. ②시청자위원회는 방송사업자가 시청자위원회의 의견제시 또는 시정요구의 수용을 부당하게 거부하는 경우에는 방송통신위원회에 시청자불만처리를 요청할 수 있다.

시청자 의견수렴을 위한 법적 근거: 불만처리 위원회 및 참여 프로그램

- 방송법 시행령 제6장 시청자의 권익보호.제 64조 ①법 제87조의 규정에 의한 시청자위원회는 10인 이상 15인 이내의 위원으로 구성한다. ⑤시청자위원회를 설치한 방송사업자는 시청자위원회의 심의결과에 대하여 조치가 필요한 경우에는 그 처리에 관한 계획과 처리결과를 회의 종료 후 1월 이내에 시청자위원회에 보고하여야 하며, 월간 시청자위원회의 운영실적을 다음 달 20일까지 방송통신위원회에 보고하여야 한다.
- 방송통신위원회 규칙 제 34조 ①법 제87조제2항에 따라 시청자위원을 추천할 수 있는 단체는 다음 각 호와 같다. 1. 초·중등교육법 및 고등교육법에 따른 각급 교육기관의 운영위원회 등 학부무단체. 2. 소비자보호단체. 3. 여성단체. 4. 청소년관련 기관 또는 단체. 5. 변호사단체. 6. 방송, 신문 등 언론관련 시민·학술단체. 7. 장애인 등 사회소외계층의 권익을 대변하는 단체. 8. 노동 관련 기관 또는 노동단체. 9. 경제단체 또는 문화단체. 10. 과학기술관련 단체
- 방송법 제 35조 [시청자불만 처리위원회] ①방송통신위원회는 방송에 관한 시청자의 의견을 수렴하고 시청자불만처리 및 청원사항에 관한 심의를 효율적으로 수행하기 위하여 시청자불만처리위원회를 둘 수 있다. ②시청자불만처리위원회 위원은 방송통신위원회 위원장이 방송통신위원회의 동의를 얻어 위촉한다.
- 방송법 시행령 제 51조 ①법 제69조제7항에 따라 공사는 지상파 텔레비전 방송사업의 허가를 받아 행하는 텔레비전방송의 채널에서 매월 100분 이상의 텔레비전방송프로그램을 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램으로 편성하여야 한다.

이론적 배경: Rights of Access

- 국내의 ‘시청자 주권’ 혹은 ‘시청자의 방송 주권’에 대한 관심과 외국의 ‘Public Access’ 운동이 함께 시청자 권익에 관한 논의를 활성화 시킴.
- Rights of Access: Jarome Barron(1967, 1973, & 2003)은 미국의 ‘the First Amendment’를 매스미디어에 대한 일반인들의 액세스권으로 적용, 확대시킴. 그의 저서(1973) ‘누구를 위한 언론자유인가’ : 언론자유가 미디어 소유자 혹은 지배계층의 권한으로만 전락하고 있다고 지적하며 일반 시민들의 언론자유를 위한 액세스권 인정을 주장. 시청자 권익을 보호 환기.
- Public Access Television: 상업 방송 시스템의 폐해에 대응하는 대안적 방송 시스템으로 시작됨. 케이블 TV나 유선방송 채널을 이용하여 시청자가 자신의 의견 혹은 제작물을 제작자의 편집이나 다른 검열을 거치지 않고 방송함. First-come, first serve를 원칙으로 표현의 자유를 보장함.
- 시청자 액세스는 기존의 민주주의 이론에 입각하여 미디어에 대한 기회 분배에 있어 보다 균등한 접근을 가져야 함을 의미. 액세스의 원칙은 공공의 쟁점에 대해 광범위하고 다양한 의견을 듣기 위해 미디어를 통해 자신의 의견을 표현하고자 하는 다양한 사람들의 접근을 허용해야 한다는 주장 (신홍균, 2008).
- 미국의 경우 rights of reply 만 인정.

이론적 배경: 시청자 주권론

- 방송 수용자의 권리를 보장하는 근거는 방송운영경비의 국민부담, 전파자원의 희소성 및 공공재적 성격, 표현의 자유, 소비자주의 (김기태, 1991, 김용호, 1994, 이수영, 1999) 등을 들 수 있음.
- 통상 사용되는 시청자 주권이라는 용어는 헌법상 논의되는 주권개념과 엄밀한 의미에서는 차이가 있다. “주권이라 함은 국가의사를 전반적으로 또 최종적으로 결정할 수 있는 최고권력을 의미하는데 이런 의미에서 시청자 주권이란 말을 사용한다고 보기는 힘들다. 시청자가 방송이라는 영역에서 가장 중심적인 위치를 점해야 하며, 방송에 관한 모든 의사결정은 시청자의 의사와 합치하는 한도에서 그 정당성을 인정할 수 있다는 선언적 표현이라고 볼 수 있다.” (신홍균, 2008)
- 방송 접근권(방송에 자신의 의견 개진), 정보 접근권, 피해 구제받을 권리 등 포함.
- 시청자의 권리를 방송상품의 소비자로서 채널 선택권 등에 국한시키지 않고 좀더 적극적인 측면에서는 방송의 주인으로서의 권리, 즉 방송주권이라는 개념과 함께 사용한다. 전파자원의 주인으로서 언론권을 가지는 국민에게 방송주권이 있다는 주장. 김용호는 “시청자 주권이라는 개념은 시청자를 방송 수용자로서의 보호대상으로 보는 이론적 근거가 되나…… 국가의 주권은 국민에게 있으므로 방송주권도 국민주권의 일부로서 국민에게 있다”고 주장 (김용호, 1994).

이론적 배경: 옴부즈만 제도

(이관열 & 박경숙, 2000)

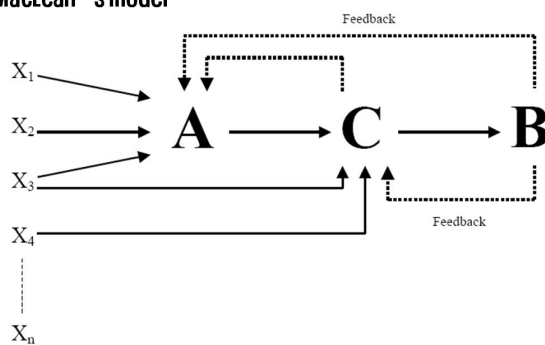
- **옴부즈만 제도의 기원 (Routhledge & Paul, 1985):** 1810년 경 스웨덴에서 공무원의 권력 남용에 대한 시민의 불평, 불만을 조사하여 바로 잡기 위해 시작된 제도로 관료들의 일방적인 권한 행사로부터 일반 시민의 권익을 보호하고자 하는 이론적 근거. 통상 옴부즈만은 입법부에서 임명되지만 전혀 의회의 간섭을 받지 않음.
- **언론의 옴부즈만 (Bridges & Bridges, 1995):** 신문에서 시작된 옴부즈만 제도는 독자들의 신문 기사에 대한 불만과 시정 요구를 중재하는 역할 담당. 지역적, 국가적 이슈 보도에 대한 신문의 공정성과 객관성을 감시하거나 중재.
- **방송의 경우 캐나다의 CBC, 미국의 CBS, NBC 등이 대표적으로 옴부즈만을 운영하고 있고, 운영하지는 않지만 시청자들의 불만을 처리하는 기능을 두어 옴부즈만 정신을 반영하는 방송사들도 있음.**
- **세계 최초로 방송 옴부즈만 제도를 실시한 캐나다의 CBC의 옴부즈만은 경영진으로부터 간섭을 받지 않고, 사장과 이사회에만 책임을 진다.**

해외 사례: BBC

- **주요 선진국의 경우 우리나라의 시청자위원회와 같은 방송사별 시청자권익증진을 위한 기구 설치 의무가 법적으로 의무화된 경우는 많지 않음.**
- **영국 BBC의 경우 뉴스의 공정성 영역에 관한 시청자 불만은 BBC 트러스트(경영위원회)가 담당하고, 그 외 방송기준에 관한 시청자 불만사항은 규제기관인 오프콤(Ofcom)에서 통합 처리 (심미선, 2009).**
- **BBC Trust:** KBS 이사회, 시청자 위원회와 유사한 기능. 기존의 경영위원회보다 시청자의 이익에 봉사하는 책임을 강화한 독립적 성격의 관리 감독 기구. 시청자 불만이 들어오면 소위원회가 꾸려지고 자체 지침에 따라 조치를 취한 뒤 그 결과를 시청자에게 알려줌.
- **Audience Council:** England, Scotland, Wales and Northern Ireland 각각의 nation을 대표하는 Audience Council이 각국의 시청자 의견을 BBC Trust에 전달하고 논의함. Audience Council의 위원장 4명이 BBC 트러스트 위원으로 포함됨.

수용자 개념의 변화

- 방송법 제2조: 시청자를 '개별계약에 의한 수신자를 포함' 하는 공중이라고 규정. 수동적 이용자로서 간주.
- Wetly and MacLean' s model

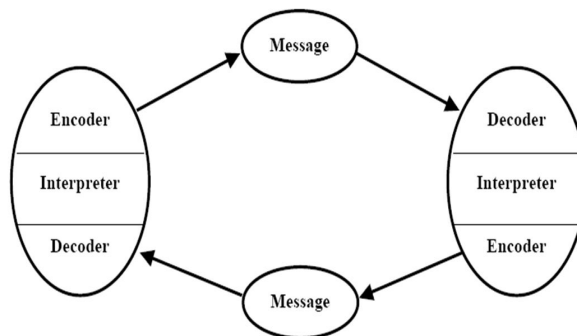


8

방송통신 이용자 권익보호 포럼

수용자 개념의 변화

- Prosumer(생비자)로서의 이용자 (참여적 수용자)
- Schramm' s model



9

방송통신 이용자 권익보호 포럼

분석 방법

- 시청자 권익보호 제도에 대한 시청자의 깊이 있는 이해를 위해 질적 연구방법인 심층 인터뷰 조사를 실시함.
- 인터뷰 대상 : 시청자 위원회, 평가원, 평가 프로그램에 대한 이해를 위해 KBS, MBC, SBS의 2009년 11월 방송 본 옴부즈맨 프로그램을 시청하게 하고 심층 인터뷰 실시함. 대상은 20대 대학생 20인.



SUNGKYUNKWAN
UNIVERSITY

Graduate School

Journalism & Mass Communications

방송통신 이용자 권익보호 포럼

인터뷰 결과: 시청자위원회

“방송 3사 중 시청자 위원회를 사이트 메뉴에 포함하고 있는 곳은 SBS뿐이다. 시청자 참여의 접근성이 가장 원활하다는 것이다. KBS 역시 일반 네티즌이 시청자 위원회에 접근 가능한 하지만 시청자 게시판 메뉴를 거친 후 또 다시 링크를 거쳐야하는 번거로움이 있다. 이 중 “1:1일 메일, 궁금한게 있는데요” 코너는 시청자가 시청자 상담실에 직접 메일로 문의할 수 있는 곳인데 답변이 활발하게 이루어지는지의 여부는 알 수 없다. MBC는 시청자 의견 코너만 있을 뿐 사이트 내에서 시청자 위원회에 접근할 수 있는 경로가 없다. 시청자가 참여할 수 있는, 가장 표면에 드러나는 방법은 시청자 게시판을 이용하는 것인데 방송 3사의 시청자 게시판에서 하루에 업데이트 되는 시청자의 의견은 그리 많지 않다. 시청자의 의견 제시, 참여가 저조하다는 것이며 이는 즉 제작진과의 원활하지 못한 피드백을 나타낸다.” (인터뷰 응답자 A).

“시청자 위원회 구성에 대해 “시청자 위원회는 각계의 시청자를 대표할 수 있는 사람으로서 방송위원회 규칙이 정한 단체의 추천을 받아 시청자 위원회의 위원으로 위촉된다.” 라고 표기하고 있는데 시청자를 대표할 수 있는 사람이란 각 계에 포함되는 시청자가 직접 선출해야 마땅하다고 생각되는 바인데 어째서 방송위원회 규칙이 정한 단체의 추천을 받아 선출되는지는 것이다. 물론 각계에 포함되는 시청자를 모집하여 객관적으로 선출하는 일이 어려운 일인 것은 알지만 방송위원회의 규칙에 따른다면 각 방송사의 방송 정체성, 성향에 영향을 받는 것은 당연한 얘기일진데 방송사의 성격과 비슷한 위원회를 선출하는 것이 과연 스스로를 평가하는 옴부즈맨 프로그램에 있어 마땅한 것인가 하는 의문이 든다.” (인터뷰 응답자 B)

방송통신 이용자 권익보호 포럼

인터뷰 결과: 시청자 평가원

“시청자 의견이 반영되지 않고, 전문가가 자신의 의견을 전하고 있다는 문제를 제외하고서라도, 평가원은 자사 프로그램을 홍보하는 데 그치고 있다는 문제점을 보이고 있다. MBC 대중문화 평론가인 평가원은, 전문가의 시각에서 최근에 자극적인 토크쇼와 달리 <놀러와>가 가지고 있는 장점을 소개하고 있다. 오히려 반대로 최근 자극적인 토크쇼들의 문제점과 이를 개선할 수 있는 방안에 대해 모색하는 대신 그와 대비된 <놀러와>의 장점만을 부각하고 있다는 점은, 비평으로서의 의미가 매우 약하다고 볼 수 있다.” (인터뷰 응답자 C)

“시청자 평가원의 비평이 원론적인 비평에 머무르는 것이 많았고 구체적인 사례의 부족 등 준비 미흡의 모습이 강했으며 방송 제작 환경에 대한 인식 역시 부족한 모습을 보였다. 시청자 평가원의 역할이 중요한데 방송 시간이 제한되어 있기 때문에 여러 계층이 공감할 수 있는 의견을 표현해야 하며 그 준비과정 역시 철저해야 한다고 생각한다.” (인터뷰 응답자 D)

“평가원이 일방적으로 자기 생각을 전달하여 시청자와 유리된 느낌을 주었다. 방송이 역기능을 비판하는데 치우쳐, 제작진과 시청자 입장에서 재미를 놓치지 않으면서 문제를 해결할 수 있도록 다양한 논의를 이끌어 내는 데는 미흡했다. 따라서 평가원의 비판을 보면서 공감을 하기보다는 감시 임무를 맡은 사람으로서 비판을 위한 비판을 한다는 인상을 주었다. 신뢰를 주어야 할 평가원이 되려 프로그램에 대한 칭찬만 늘어놓음으로써 자질과 대표성이 의심된다.” (인터뷰 응답자 E)

방송통신 이용자 권익보호 포럼

인터뷰 결과: 옴부즈맨 프로그램

옴부즈맨 프로그램에서 ‘시청자 접근권’ 의 보장미흡 함.

“일반 시청자들의 의견 반영 정도가 생각보다 매우 작았다. 대부분의 인터뷰는 방송전문가, 비평가들의 전문적인 내용으로 이루어졌고, 시청자들의 의견은 '이런저런 내용이 있었다.' 식의 전달이 전부였다. 일반 시청자들의 적나라한 비판이 더욱 반영되어야 솔직하고 공감되는 옴부즈맨 프로그램이 될 수 있지 않을까?” (인터뷰 응답자 F)

“기획자와 언론인이라는 권위 있는 인터뷰가 앞쪽에 몰려있었고 시청자들의 의견이 뒤쪽에 배치되어 있었는데, 시청자들의 의견이 앞쪽의 의견을 뒷받침하는 형식으로 의견 또한 호의적이고 비슷한 의견만이 나열되어 있어 프로그램 성공요인에 주로 초점이 맞춰져 있었다. 해당 프로그램의 한계에 대한 기획자와 언론인의 의견은 있었으나, 시청자의 부정적인 의견은 드러나지 않았다. (인터뷰 응답자 G).”

보완점 : 심층 인터뷰 결과, 앞서 살펴본 시청자 접근권 보장을 위한 제도가 시행되고 있으나 제대로 운영되지 못하고 있음을 알 수 있음. 옴부즈맨 프로그램에서 방송사나 전문가 보다는 일반 시청자의 접근권에 대한 보장을 좀 더 증진시키는 방향으로의 시정이 필요함.

방송통신 이용자 권익보호 포럼

인터뷰 결과: 옴부즈맨 프로그램

방송 3사의 옴부즈맨 프로그램 방영시간이 적합하지 않음.

“과거 방송 3사는 일괄적으로 토요일 낮 12시 10분에서 13시 10분까지 60분간 방송사별 옴부즈맨 프로그램을 방영하고 있다. 방송 3사가 담합이라도 한 것처럼 같은 시간대에 같은 내용의 프로그램을 방송하고 있다는 것은 시청률이 가장 낮은 토요일 낮 시간대로 방송시간을 정한 것은 방송법령에 대한 구색만을 맞추려는 인상을 주고 있다.” (인터뷰 응답자 H)

“옴부즈맨 프로그램은 시청률에 크게 연연하면 안 되며 시장의 논리에서 최대한 자유로워야 하는데 시청률이 낮은 수박에 없는 토요일 낮 12시에 옴부즈맨 프로그램을 방영하는 것은 문제가 있다.” (인터뷰 응답자 I)

보안점 : 시청자 주권은 방송 접근권, 정보 접근권 피해 구제받을 권리를 포함하므로 옴부즈맨 프로그램이 시청자가 접근할 수 있는 시간대에 배정을 해야 함이 마땅함(김용호, 1994). 방송통신위원회가 개입하여 지상파 3사의 옴부즈맨 프로그램이 더 이상 시청률 사각지대로 옮겨가지 않도록 시청자 접근권을 높일 수 있는 방안을 마련할 필요 함.

방송통신 이용자 권익보호 포럼

시청자 의견수렴 제도의 문제점과 활성화 방안: 시청자 위원회

- 미디어 환경 변화로 인한 소비자(프로슈머)로서의 참여적 시청자상의 대두와 시청자 주권 시대를 맞아 시청자 위원회의 역할은 더욱 중요해 짐.
- 선진국의 사례와 방송 편성권 vs. 시청자 권리의 충돌 등 여러 가지 측면을 고려할 때 시청자 권익을 법령으로 강화하는 것보다는 방송사의 자율적 활성화를 촉구할 필요 있음.
- 시청자위원회는 “미디어가 자발적으로 스스로의 공적인 역할에 대해 평가하여 이용자의 요구에 응답하는 사회적 책무수행 영역의 활동(McQuail, 2003)”으로 보고 다른 시청자 권익 보호를 위한 제도와 연계 강화 필요 (신종균, 2008).
- 구성의 대표성: 현재 10유목으로 구성된 세부단체에서 추천을 받아 방송사에서 임명하는 것에 대한 지속적 문제제기 많음. 방송사업자들의 의견대로 단체를 좀더 포괄적으로 분류하되 시청자의 이익과 관점을 대변할 수 있는 전문성과 경험을 갖춘 단체에 한정할 필요가 있다. 단체의 정파성에 좌우되지 않기 위한 방통위와 방송사업자의 공동의 노력이 필요함. BBC와 같이 지역, 연령 등의 대표성도 고려해야 함.

시청자 의견수렴 제도의 문제점과 활성화 방안: 시청자 위원과 평가원

- 위원과 평가원의 전문성 확보: 자신의 전문성을 바탕으로 시청자의 이익과 관점을 가장 최우선의 가치로 둘 수 있는 위원 확보가 방송사업자 입장에서도 필요. 다테, 다채널 미디어 환경에서 시청자 요구의 파악은 방송사업자의 생존을 위해 필수적. 시청자위원회가 소극적 참여인 심의, 시정요구 등의 역할에 머무르기 보다 audience research와 consultation을 주도할 수 있는 적극적 역할을 할 수 있도록 활성화 필요.
- 시청자 위원회의 기능 중 시정요구권의 구속력 불분명. 시정요구와 방송편성권 혹은 방송 심의규정이 충돌할 경우 문제의 소지가 많음. 시정 요구권의 구속력 법규정으로 강화하는 것보다는 재해가시 성과 평가요소의 일부로 활용하거나 간접적 방식으로 강화 촉구할 필요 있음.
- 현재 시청자 평가원의 가장 큰 책임은 방송에 출연하여 시청자위원회와 논의된 사안에 관해 자신의 의견을 진술하는 것임. 시청자 위원과 시청자 평가원 모두 개인의 의견을 개진하는 경우가 많고 일반 시청자 의견 수렴에는 소극적임. 시청자 평가원의 책임 중 일반 시청자 의견수렴 부분을 강화할 필요 있음.

시청자 의견수렴 제도의 문제점과 활성화 방안: 옴부즈맨 프로그램

- 현재 방송사 옴부즈맨 프로그램은 제작주체가 명확하지 않음. 방송사 내부 프로듀서(KBS)나 외주 제작사(MBC, SBS)가 제작하고 있음. 시청자위원회의 회의가 방영되기도 하고, 평가원은 매주 6-7분 가량의 발언을 하고 있으나, 연계성이 부족한 상황임. 따라서 옴부즈맨 프로그램은 시청자 의견을 수용하는데 제한적이고 자사 프로그램의 홍보수단으로 보여지는 경우가 많음. 옴부즈맨 프로그램의 아이템 선정 등에 시청자 위원회와 제작진의 논의 과정 등을 거침으로써 시청자 권익 보호를 위한 제도 간의 연계성 확보가 필요함.
- 지상파 3사의 옴부즈맨 프로그램이 토요일 낮에서 금요일 낮 시간대로 변경됨 (2009년). 옴부즈맨 프로그램 시간대에 관한 공식적인 규정이 없으면 계속 시청률이 낮은 시간대로 옮겨갈 우려가 있음. 옴부즈맨 프로그램의 활성화를 위해 많은 시청자를 확보할 수 있는 시간대로 공식적 규정 필요.
- 시청자 위원회, 평가원, 옴부즈맨 프로그램 모두 방송사업자들이 법규정을 따라 운영은 하고 있으나, 소극적이거나 형식적인 수준에 머무르는 측면이 많아 자율적인 활성화를 독려하는 것이 가장 필요함.

시청자 의견수렴 제도의 문제점과 활성화 방안: 시청자 불만처리 위원회

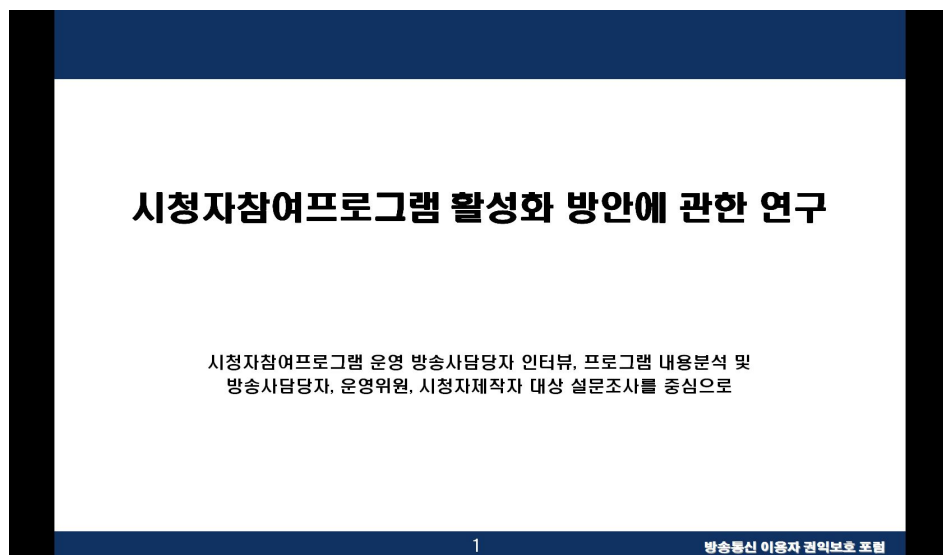
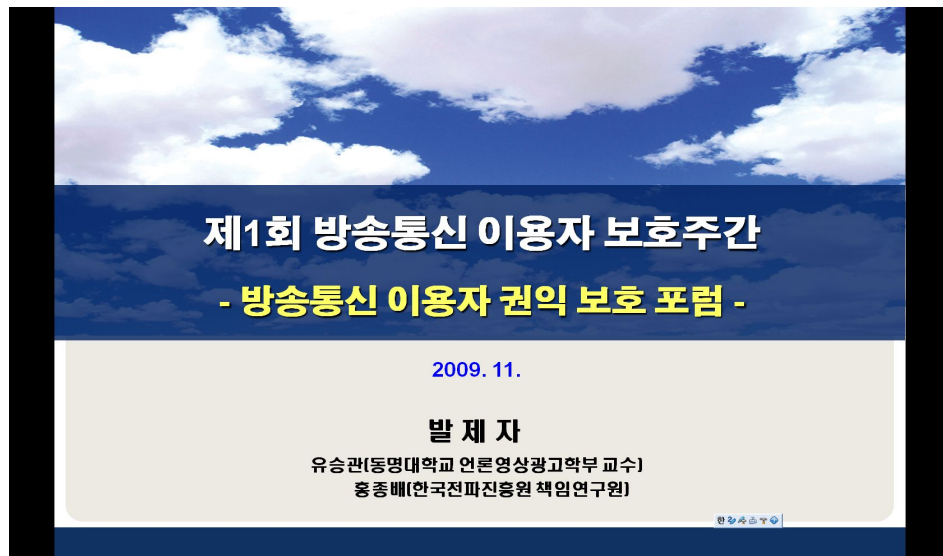
- 방송사업자가 시청자 위원회의 시정요구를 받아들이지 않는 경우, 시청자 위원회에서 불만처리 위원회에 안건을 제출할 수 있음. 규정은 가능하게 되어 있으나, 실제 현실적으로 힘든 상황임. 시청자 위원회와 방송 사업자간의 관계, 실제 문제가 발생했을 때 조정을 위한 시간이나 절차상의 문제 등으로 인해 거의 불가능함. 따라서 시청자위원회와 불만처리위원회 간의 연계와 시너지 창출이 현재로서는 어려움. 불만처리위원회가 소극적인 업무처리에서 나아가 시청자위원회와의 정기적인 논의를 통해 적극적으로 미디어 이용자의 불만을 파악할 필요 있음.
- IPTV, 방송융합 등의 미디어 환경 변화와 수용자에서 참여 이용자로 변화하는 시청자 상등을 고려해, 시청자위원회, 불만처리위원회 등 권익보호 제도를 환경에 맞게 향상시킬 수 있는 종합적 대책 마련이 필요함.

시청자 의견수렴 제도의 문제점과 활성화 방안:

- 공영방송과 민영방송을 이원화하여, 공영방송의 경우 BBC Trust와 같이 시청자의 이익과 관점을 최우선으로 하며 경영진과 분리된 강화된 시청자위원회의 상이 필요하며, 민영 방송의 경우는 재허가시 평가요소로 반영하는 등의 간접적 활성화 특려가 필요함.
- 시청자 의견수렴 제도의 활성화를 위해, 위원 공모와 시기 절차를 투명화하고 위원들이 일반 시청자들의 의견을 수렴하는 과정을 체계화 하며 관련 제도와의 연계성을 강화하는 것이 필요함.

<부록 3>

시청자 참여프로그램 활성화 방안에 관한 연구



연구의 필요성 및 목적

- 방송통신융합 환경에서 방송의 혜택을 모든 국민이 고루 누릴 수 있도록 보편적 서비스를 유지, 확대하기 위한 방편으로써 시청자참여프로그램 활성화 방안을 강구 필요
- 현장 중심의 경험적 연구의 필요성
- 국내외 시청자참여프로그램의 현황과 방송 현장에서 시청자참여프로그램 운영을 직접 담당하고 있는 담당자들을 대상으로 한 심층인터뷰, 시청자참여프로그램 내용분석 및 설문조사를 통해 시청자참여프로그램의 현황을 파악하고 문제점 발견 및 개선책을 제시하여 궁극적으로 그 활성화 방안을 탐색

시청자참여프로그램 방송사담당자 인터뷰

• 분석대상 및 범위

2009년 8월 현재 방통위로부터 방송발전기금을 지원받아 시청자참여프로그램을 편성·운영하고 있는 지상파방송사 3개(대구MBC, 전주방송, 광주MBC)와 케이블방송사 10개(익산 금강방송, 한국케이블TV광주방송, 광주CMB, 대구TCN, HCN경북방송, 충청방송 CMB, 티브로드서부산방송, C&M서초케이블, 송파미디어원, 큐릭스) 등 총 13개 방송사에 근무 중인 13명의 시청자참여프로그램 운영 담당자.

인터뷰 결과 요약

- 1. 운영위원회 등급결정
대체로 무난한 편이나 좀 더 체계적일 필요가 있음
운영위원들의 방송프로그램 평가 관련 전문성 문제
- 2. 프로그램 수급문제
지상파 수급어려움 v. 케이블SO 의무시간을 채울 편수 정도는 수급
- 3. 프로그램의 질(수준)
지상파 수준 낮음 v. 케이블SO 낮은 수준의 프로도 방송해야 함
- 4. 편성에 따른 문제점
특별한 문제는 없고 일부는 방송시간대 고정 및 이동 필요
시청률이 거의 없는 경우가 많으나 일부에서 시청률의 점진적 증가 및 점차적으로 더 많은 호응과 관심을 받는 현상이 나타나고 있음.

- 5. 주당 25분 이상 편성 타당성
제작된 프로그램 길이 및 편수를 고려할 때 타당함
- 6. 등급별분류기준, 방송채택료 산정기준& 개인(단체) 600만원이내 연간 지급 한도
프로그램 등급 및 채택료는 적당하나 좀 높이는 것도 괜찮음
중복 지원 문제는 해결책 필요
- 7. 자부담 문제점
큰 부담은 없는 편이나 지원액 예산규모를 높이는 방안과 방통위 100% 지원도 생각해 볼 문제임
- 8. 전담인력
큰 문제는 없으나 대부분이 전담인력이 아니라 다른 직무도 병행하는 이중직무를 수행하고 있음. 최소한 1인의 전담인력을 둔다면 전문성확보를 통한 활성화에 도움이 될 것임

- 9. 홍보방안

주로 화면 스크롤 자막, 스포츠광고, 인터넷 홈페이지, 간혹 단발성 이벤트나 신문광고가 이용됨. 학교 및 시청이나 구청과의 연계를 통한 일반시민 친화적 홍보방안이 요청되고 다양한 대중매체를 연계해서 보다 다양하고 전략적인 홍보방안이 절대적으로 필요함

- 10. 시청률/시청자반응

시청률이 거의 없는 경우가 많으나 일부에서 시청률의 점진적 증가 및 점차적으로 더 많은 호응과 관심을 받는 현상이 나타나고 있음

- 11. 광고 파급 효과

시민들의 무관심과 저조한 시청률로 인해 아직까지는 광고효과를 기대할 수 없음.

- 12. 신규매체 시청자참여프로그램 운영

회사입장에서는 반대하나 개인적으로는 시청자참여프로그램 활성화 측면에서 찬성함

- 13. 운영상 애로사항 및 건의사항

시민들의 낮은 참여의식

중복(복수)지원 사전 차단 방안 필요

전담인력부족

미디어교육기관의 체계적인 교육과정 부족과 각 센터, 기관 및 단체 간 연계부족

월 한도액(500만원) 없애는 방안 고려해 보기

지원 금액 늘이기

지역이나 권역별로 나누어 체계적인 지원

프로그램 수급 시 수급 후 예산 지급이 아니라, 공모형태를 통해 제작비를 지원해

주고 계획서를 받아서 운영

1년 주기로 정기적으로 시청자참여프로그램을 공모하고 운영하기

- 14. 청소년미래직업연계
방송에 재능있는 청소년을 조기에 발견할 수 있고 노인이나 주부의 미래 직업으로 적당
- 15. 지역방송/문화발전 기여
지역의 다양한 목소리나 의견 및 특수한 문화를 소개하고 알림으로써 만약 활성화만 된다면 지역의 방송과 지역문화발전에 상당한 기여를 함.
- 16. 시청자권익증진
일반시민들의 생각과 의견을 표출하는 대표적 출구로써 존재 자체만으로 상당한 권익 증진임

시청자참여프로그램 내용분석

- 2009년 8월 31일 현재 시청자참여프로그램 홈페이지가 개설되어 있는 16개 방송사를 대상으로 2009년 4월 한 달 방송된 129개 프로그램과 8월 한 달 방송된 137개 프로그램을 합해서 총 266개 프로그램을 분석

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

- 둘째, 장르의 경우 대장르 구분에 있어서 교양/정보 장르가 가장 많이 제작되었고(71.4%), 그 다음이 오락/개그 장르였으며(24.1%), 시사/보도 장르는 가장 적게 제작된 것으로 나타났다(4.5%). 주목할 점은 대장르 구분에서 교양/정보 장르는 모든 프로그램이 다큐멘터리였음.

다큐멘터리 세부 장르에서는 휴먼다큐가 가장 많이 제작되었고(31.2%), 그 다음으로 정보/강좌(17.3%), 문화/역사(16.9%), 자연/환경(5.6%) 다큐 순으로 많이 제작된 것으로 나타났다. 오락/개그 장르에 있어서는 단편영화/드라마(13.5)가 가장 많이 제작되었으며, 그 다음으로 애니메이션(4.9%), 뮤직비디오(12.6), 실험영상(1.9), 기타(1.1) 순으로 많이 제작된 것으로 나타남.

- 셋째, 시청자참여프로그램의 주제에 있어서 시청자들이 가장 많이 취급한 주제는 생활일반(60.2%)이었고, 그 다음으로 문화/역사(16.2%), 행사/축제(9.4%), 자연/환경(5.3%), 정치/경제(3.0%), 장애인/동성애(2.3%), 건강/웰빙과 다문화가정/이주노동자(1.5%), 및 기타(0.8%) 순인 것으로 나타남.

시청자참여프로그램의 전반적인 내용의 방향성을 의미하는 오리엔테이션의 경우 호의/낙관적인 성향을 띠는 것이 가장 많은 것으로 나타났고(50.8%), 그 다음이 중립적 성향이었으며(41.0%), 비판/냉소 성향을 띤 내용은 가장 적었음.

시청자참여프로그램의 내용 중 가장 중요한 측면의 하나인 지역성 구현 여부에 있어서 전체 266개 프로그램 중 67개(25.2%)가 지역적 특성이나 지역문화 등을 다루었고, 나머지 199개(74.8%)의 프로그램은 전혀 지역성을 포함하지 않았음.

시청자참여프로그램 담당자, 시민제작자, 운영위원 대상 설문조사

• 설문 대상 및 범위

2009년 현재 방통위로부터 채택료를 지원받고 있는 전국 4개의 지역지상파방송사와 40개의 지역케이블방송사(SO)의 시청자참여프로그램 담당자, 운영위원 및 시청자제작자를 대상. 지역케이블과 지역지상파 방송사의 시청자참여프로그램 운영 담당자 55명과 각 방송사의 시청자참여프로그램 운영위원 51명, 그리고 각 방송사의 시청자제작자 157명이 설문조사에 참여한 결과 총 262개의 설문지 수거. 최종적으로 249개의 설문 분석

• 결과

시청자참여프로그램이 지역방송발전과 시청자권익증진에 상당한 기여를 하고 있기 때문에 체계적인 활성화 방안 및 홍보 방안을 통한 저변확대의 중요성 지적

결론 및 제언

-현재까지 시청자참여프로그램에 대한 정부의 지원은 상당히 적극적이었고 그 규모도 적은 편은 아님.

-전국적으로 시청자참여프로그램을 확산, 활성화시킬 의무가 있기 때문에 전국적인 차원에서 시청자참여프로그램 홍보 방안 및 지원 방안을 전략적으로 구상할 필요가 있음(지상파-MBC, SBS, EBS의 참여 유도 및 지상파 공익광고).

-미디어교육기관의 체계적인 교육과정 부족과 각 센터나 기관 간 연계부족 문제를 우선적으로 해결해서 테크닉이 아니라 기획과 내용 영역에서 어느 정도 수준이 되는 프로그램을 충분히 공급할 수 있는 원스톱시스템을 만들어야 함.

-시청자참여프로그램 의무편성은 방송사업자의 편성권 침해 시비가 있을 수 있으나 시청자권익보호 차원에서 필요. UCC의 활성화 등으로 방송매체의 원도우 효과가 많이 약화되어 시청자의 참여 유도에 한계가 있으나 방송의 장점인 높은 영향력과 신뢰도로 극복이 가능.

-지역이나 권역별로 나누어 체계적인 지원하는 방안 필요. 전국 103개 권역별로 구분되어 시청자의 접근성이 가장 뛰어난 종합유선방송사업자의 시청자참여프로그램을 중점 지원할 필요: 특히, 지역케이블(MSO)에 미디어센터나 방송아카데미를 구축하여 지역대학 및 기관, 단체와 연계를 통해 시청자미디어교육(제작포함)을 무료로 수행-지역MBC 운영 미디어센터와 방통위 소속 시청자미디어센터 및 각종 기관 및 단체 운영 미디어센터와 경쟁 구도 마련

-일반 공모 이외에 기획 공모 등을 통해 기획, 내용 및 기술 영역에서 수준있는 프로그램 제작을 유도하고, 지원대상 S0와 지역방송사를 점차 확대하며, 지원기간을 현재 연간 40주에서 52주로 확대하여 정규편성 정착을 유도(지원 금액을 늘여 1년 주기로 정기적인 시청자참여프로그램을 공모 및 운영 필요)

-종합유선방송사업자에 대한 방송평가 항목에 시청자참여프로그램 편성 항목을 신설(평가항목(예): 참여프로그램 편성여부, 편성시간, 운영위원회 구성여부, 참여 프로그램 관련 인적·물적 지원 정도 등을 종합적으로 평가).

-시청자참여프로그램 내용분석을 통해 드러난 문제는 시청자참여프로그램의 제작주체가 주로 20-30대 개인 남자 학생과 일반남성시청자이고, 주제는 주로 생활일반(45%)과 문화역사(13%) 및 행사축제(8%)로 한정됨: 제작주체와 프로그램 주제의 다양성 확대 문제 - 일반시청자 전체로 저변확대와 더불어 보다 다양한 주제에 관심을 가지도록 유도해야 함

-전국 각지에 산재한 다양한 미디어센터, 시민단체센터 및 영상단체센터를 연계해서 시청자참여프로그램 인터넷 포털이나 허브(hub)를 구축하고 프로그램 상호 교환 등을 장려(인터넷 홈페이지의 DB화)

-각종 취업센터나 구직프로그램을 이용해서 구직자들을 위한 직업으로 시청자참여프로그램을 교육

-연말 전국 시청자대회 개최 및 시상식을 통해 시청자제작자, 방송사담당자 및 정책담당자들이 시청자참여프로그램에 대해 커뮤니케이션 할 수 있는 공론장 마련

- 시청자참여프로그램의 활성화를 위해 시청자들은 보다 많은 관심과 애정을 가지고 시청자참여프로그램에 적극적으로 참여하는 자세가 필요

- 시민기자제도 및 시민PD인증제도 등을 도입하여 시민기자와 시민PD를 활용

- 학교, 구청 및 시청 등과 연계하여 지속적인 공지나 공고 형태로 홍보한다든지, 인터넷 홈페이지를 개설하고 홈페이지 주소를 매시간 스폿 광고나 자막을 통해 홍보하며, 방송사건물외관에 대형 플랜카드를 걸거나 애드벌룬 띄우기 및 신문전단지 등을 통해 홍보

- 프로그램 수급 시 수급 후 예산 지급이 아니라, 공모영태를 통해 제작비를 지원해 주고 계획서를 받아서 운영하는 방안 필요

- 유명 연예인이나 저명인사를 시청자참여프로그램 홍보대사로 활용

- 개인이 제작한 프로그램의 방송시간과 내용을 가족, 친지 및 친구나 지인들에게 적극적으로 알리고 시청자참여프로그램의 장점과 매력을 홍보

- 더 많은 사람들에게 시청자참여프로그램을 알린 사람들을 특정 기준(홈페이지 방문이나 제작프로그램 출품시 정보제공자 이름도 함께 제출하기)을 바탕으로 선별한 후 일정 수 이상의 사람들에게 시청자참여프로그램이 홍보가 되었다면 그 사람을 자동적으로 홍보대사로 임명 후 활용

- 결론

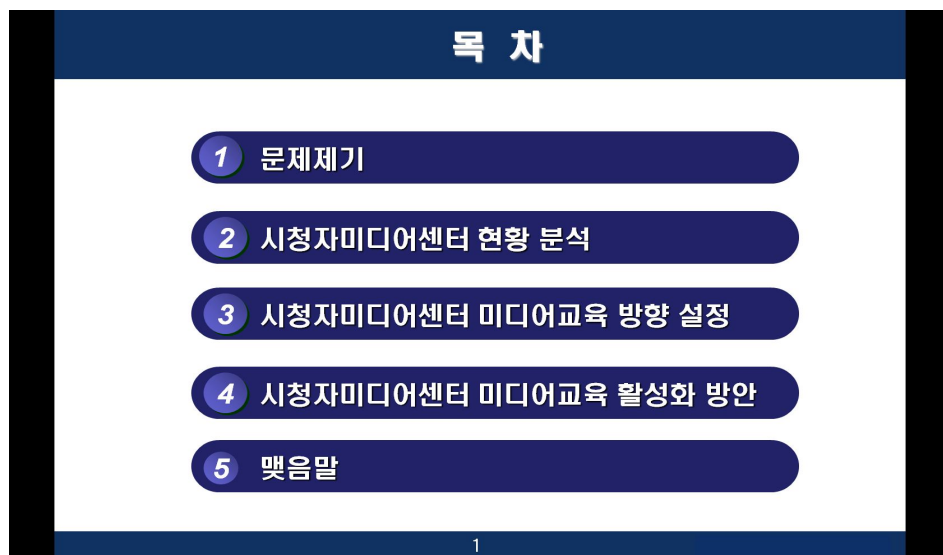
- 결국, 시청자참여프로그램의 방송창구, 재정적 지원, 제작인프라 등 여러 제도적 지원이 이미 상당히 갖추어져 있음에도 활성화되지 못하고 있는 실정

- 제작인프라, 방송창구, 재정적 지원 간 체계적이고 긴밀한 연계 구축 필요

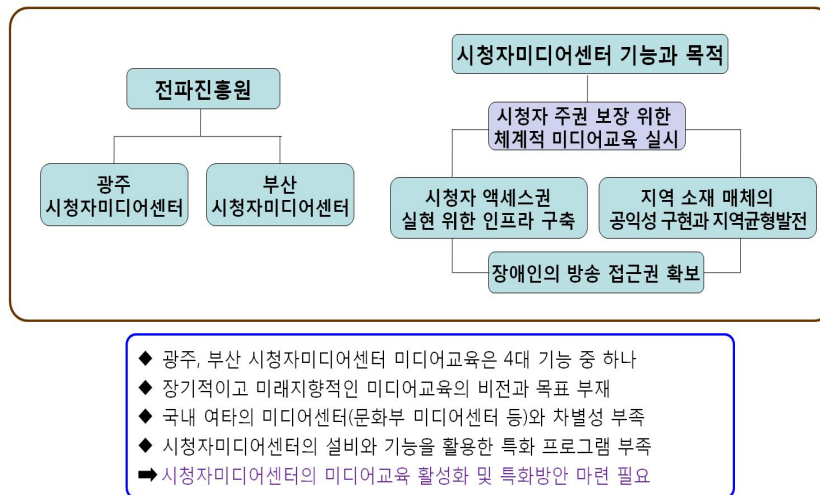
- 시청자 의견의 직접적 표현, 미디어 교육 효과, 방송제작 인력의 자변확대 등 활성화에 따른 긍정적 효과가 복합적으로 나타날 수 있으므로 지원 확대가 바람직함

<부록 4>

시청자 미디어센터 미디어교육 활성화 방안



1. 문제제기



2

2. 시청자미디어센터 현황 분석

가 국내 미디어센터 현황

추진주체	명칭	설립지역
영진위, 한국독립영화협회	영상미디어센터	서울, 전주
문화부+지방자치단체	영상미디어센터	김해, 제주, 대구, 인천, 천안, 제천, 안동, 익산, 원주, 강릉, 부천, 순천 등
방문진 (MBC 대주주)	시청자미디어센터	마산, 목포, 전주, 춘천, 대구, 울산
지자체	미디어센터	서울 성북구
시민사회단체	시민미디어센터	서울, 진주, 울산

- ◆ 전파진흥원 산하 광주, 부산 미디어센터 이외에 다수 미디어센터 존재
- ◆ 미디어센터의 설비는 주로 방송, 영상 설비가 중심
- ◆ 시청자 미디어(방송, 영상) 활용 교육 및 장비대여 업무에 초점

3

2. 시청자미디어센터 현황 분석

4 시청자미디어센터 미디어교육 현황

광주 시청자미디어센터

- ◆ 상설교육: 퍼블릭 액세스 제작교육 및 지원 등
- ◆ 공동체 미디어교육: 공부방, 노인, 장애인 등 대상
- ◆ 체험학습: 체험교육 '미소 프로젝트'
- ◆ 교육지원: '푸른 길 미니FM 제작교실' 등
- ◆ 회원교육 등 기타: 교사직무연수, 미디어교육활동가 양성 등

부산 시청자미디어센터

- ◆ 상설교육: 6mm 카메라 촬영과 실제, 교사직무, 시민영상제작 등
- ◆ 체험학습: 미디어체험 '꿈스꿈스'
- ◆ 교육지원: 부·울·경 지역 미디어센터와 네트워킹, 공모사업과 컨설팅
- ◆ 회원교육 등 기타: 공동체 제작지원, 시설장비 활용 교육 등
- ◆ 공동체 미디어 교육: 장애인, 비정규 노동자, 청소년 등 대상

- ◆ 다양한 계층대상으로 다양한 프로그램운영, 주로 영상제작교육과 장비 활용 교육에 초점
- ◆ 미디어 교육의 질적 수준 제고보다는 양적 성과 위주 교육 시행

4

2. 시청자미디어센터 현황 분석

다 시청자미디어센터 미디어교육 평가

광주와 부산 시청자미디어센터 교육 비교 평가(상설교육 기준, 2008)

- ◆ 프로그램 단순 구성, 참여자 제한
- ◆ 교육 프로그램 종류와 시간 상대적 부족
 - 미디어트 : 43종류, 546회, 총 1,638시간, 1,283명
 - 광주센터 : 12종류, 277회, 총 771시간, 658명
 - 부산센터 : 13종류, 280회, 총 532시간, 521명

- ◆ 공간 미디어교육 및 시설의 우수성, 무료교육의 이점에 비해 성과 저조
- ◆ 미디어 교육 실시 2년차 임을 고려해도 상대적으로 성과 미흡

5

2. 시청자미디어센터 현황 분석

라 시청자미디어센터 미디어교육 만족도 (방송통신위원회, 2008)

	광주(5점 기준)	부산(5점 기준)
프로그램다양성	3.77	3.58
프로그램수준	3.85	3.72
수강시간	3.46	3.29
교재만족도	3.43	3.20
평가방식	3.57	3.40
강사만족도	3.96	3.81
계	3.68	3.50

- ◆ 전반적으로 교육에 대해 긍정적인 수준의 만족도
- ◆ 인프라를 활용한 부분(시설, 강사)은 만족도 높으나 운영방식(시간, 평가, 교재)은 상대적으로 낮은 평가

6

3. 시청자미디어센터 미디어교육 방향 설정

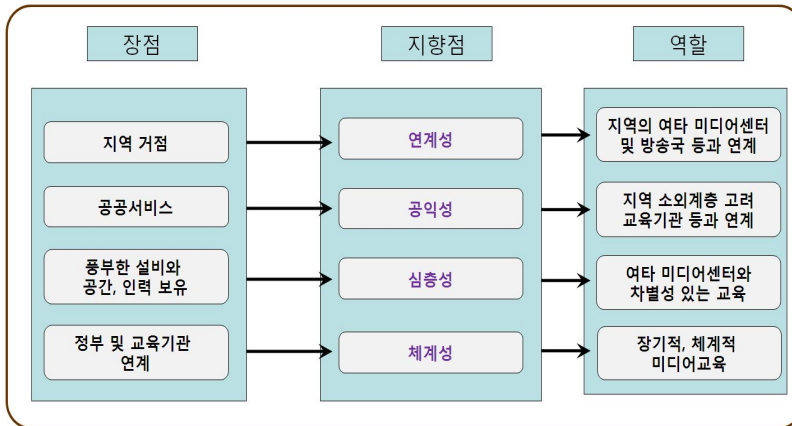
가 시청자미디어센터 SWOT 분석

<p>장점</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 충분한 시설과 공간 ● 무료교육과 이용자 접근 용이 ● 정부의 지원과 투자 	<p>단점</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 낮은 인지도, 홍보 부족 ● 경직된 조직문화 ● 여타의 업무와 병행, 집중력 저하
<p>기회</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 미디어 교육의 중요성 확산 ● 미디어교육 전문설비 및 프로그램 부족 ● 체계적, 단계적 미디어교육 부재 	<p>위협</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 여타의 유사 미디어센터 설립 및 프로그램 ● 미디어교육의 학교 교육화

7

3. 시청자미디어센터 미디어교육 방향 설정

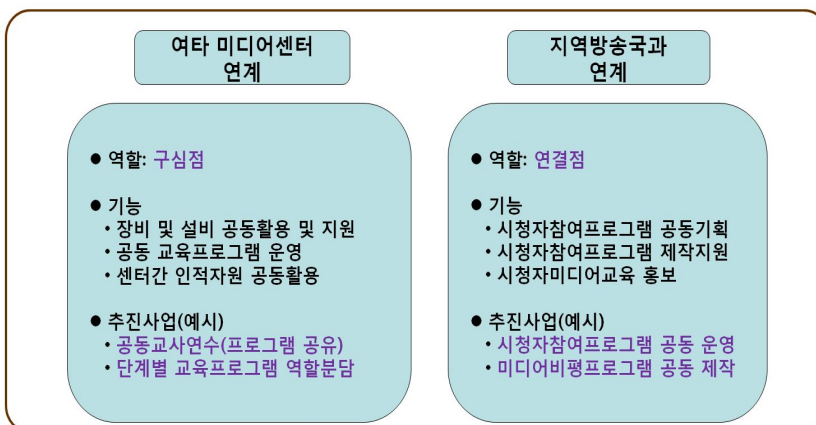
4 시청자미디어센터의 미디어교육 방향



8

4. 시청자미디어센터 미디어교육 활성화 방안

가 연계성 측면



9

4. 시청자미디어센터 미디어교육 활성화 방안

나 공익성 측면

지역소외계층 고려

- 역할: 미디어 접근권 보장
- 기능
 - 장애인 미디어 활동 및 교육
 - 노약자 미디어 활용 및 교육
 - 다문화가정 미디어 활용 및 교육
 - 도서 벽지 미디어 접근권 제공
- 추진사업(예시)
 - 다문화가정 이주민 대상 미디어 활용 교육
 - 소외계층 미디어 활용 사례 발표대회

교육기관 등 연계

- 역할: 미디어 리터러시 향상
- 기능
 - 교사대상 미디어교육 지원
 - 학생대상 미디어활용 교육
- 추진사업(예시)
 - 단계별, 기능별, 역할별 교사연수 프로그램 운영
 - 방과 후 활동 미디어교육프로그램 공동운영, 지원

4. 시청자미디어센터 미디어교육 활성화 방안

다 심층성 측면

수준별 교육프로그램 운영

- 기능: 단계별 미디어 교육
- 역할
 - 초급, 중급, 고급 미디어교육 프로그램 개발 및 운영
 - 비판성, 창의성 문제해결 능력별 미디어교육 프로그램 개발 및 운영
- 추진사업(예시)
 - 미디어 역기능 해소 교육 프로그램 운영
 - 자기발견을 위한 미디어교육 프로그램 운영

미디어교육 강사 양성

- 기능: 전문교사 양성
- 역할: 단계별, 기능별, 매체별 미디어교육 강사 배출
- 추진사업(예시)
 - 농어촌지역 파견 미디어교사 양성 프로그램 운영
 - 학교 방과 후 특별프로그램 교사 양성
 - 제3세계 파견 미디어교사 양성 프로그램 운영

4. 시청자미디어센터 미디어교육 활성화 방안

라 체계성 측면

생애주기별 교육프로그램 운영

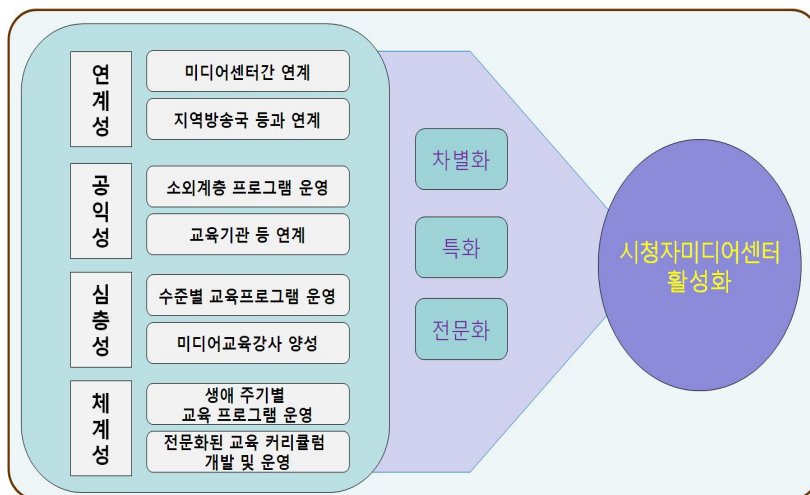
- 기능: 미디어의 효과적 활용
- 역할: 유아, 청소년, 장년, 노년별 미디어 활용방안 교육
- 추진사업(예시)
 - 생애 주기별 미디어 활용방안 교재 개발
 - 생애 주기별 미디어 이용 패턴 컨설팅 사업

전문화된 미디어 교육 커리큘럼 개발 및 운영

- 기능: 미디어교육 전문화 선도
- 역할: 체계적 미디어 교재개발 및 교육프로그램 운영
- 추진사업(예시)
 - 전문 미디어교육 프로그램개발위원회 구성 및 운영
 - 미디어교육 효과 평가지수 개발

12

5. 맺음말



13

정책연구 09-55

시청자 권익증진 활동의 활성화를 위한 포럼 운영

2009년 11월 일 인쇄

2009년 11월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원

경기도 과천시 주암동 1-1

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

인 쇄 인 성 문 화

ISBN 978-89-8242-590-5 93320
