

방송통신위원회
지정 2009-12

중장기 해외 한국어방송 활성화 방안 연구



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

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

이 보고서를 방송통신위원회가 지원하여 수행한 ‘중장기 해외한국어방송 활성화 방안 연구’의 최종보고서로 제출합니다.

2009년 10월

주관연구기관 : 사)한국미디어 연구소

책임연구원 : 홍용락(동아방송대 교수)

공동연구원 : 홍숙영(한세대 교수)

이미숙(강남대 강사)

김은정(경희대 강사)

채희상(서강대 강사)

연구보조원 : 양일영(서강대 석사)

손정환(한국미디어 연구소 연구원)

Contents

목 차

요약

v

I

서 론

- 1. 연구목적 및 필요성 1
- 2. 연구과제 2
- 3. 연구방법 5

II

본 론

- 1. 해외 한국어방송 개요 7
 - 가. 방송의 세계화와 콘텐츠의 중요성 7
 - 나. 해외 한국어방송의 역할 9
 - 다. 해외 한국어방송의 현황 15
 - 1) 아시아주 19
 - 2) 중앙아시아/CIS지역 - 독립국가연합 23
 - 3) 오세아니아주 - 호주, 뉴질랜드 26
 - 4) 미주지역 - 미국, 캐나다 29
- 2. 해외 한국어방송 지원 제도 현황과 평가 30
 - 가. 해외 한국어방송 관련 법제도 현황 31
 - 나. 해외 한국어방송 지원현황 33
 - 1) 2005년~2008년 해외 한국어방송 지원성과 33
 - 2) 2009년 해외 한국어방송 지원사업 추진계획 및 현황 38
 - 다. 해외 한국어방송 지원정책 평가 47
 - 1) 해외 한국어방송 지원제도 만족도 조사결과 47
 - 2) 해외 한국어방송 지원제도의 평가 50
 - 3) 해외 한국어방송 지원정책의 문제점 54

3. 해외의 국제방송 운영사례	56
가. 미국	56
나. 일본	60
다. 영국	63
라. 독일	65
마. 해외사례 분석에 따른 시사점	68
1) 정책집행의 체계성 및 연속성 필요	68
2) 끊임없는 연구와 투자	68
4. 해외 한국어방송의 과제와 개선방안	69
가. 해외 한국어방송의 과제	69
1) 지원 제도적 차원의 문제	69
2) 콘텐츠의 다양성 부족	77
3) 지역별 상황 및 조직구조 차이에 대한 인식 부족	79
4) 국내 지원주체 및 방송사와의 미흡한 협력관계	80
나. 해외 한국어방송의 개선방안	82
1) 제도적 차원의 개선방안	82
2) 해외 한국어방송 현안 전반에 관한 개선방안	90

III

결 론

1. 해외 한국어방송의 현안 종합	93
가. 해외 한국어방송의 강점 요인	94
나. 해외 한국어방송의 약점 요인	94
다. 해외 한국어방송의 기회 요인	95
라. 해외 한국어방송의 위기 요인	96
2. 제언	96
가. 해외 한국어방송 단기 발전전략	96
1) 성공적 지원을 위한 지원 주체 정비	96
2) 체계적 지원을 위한 지원제도 정비	99
3) 과감한 정책적 개선과 투자	101
나. 해외 한국어방송 중장기 발전전략	104
1) 지속적인 제작인프라 지원	104
2) 직간접적 인력양성 지원 확대	106
3) 장기적 안목의 지원제도 정비	108
4) 지속적 평가를 통한 정확한 전략수립	110
3. 연구의 한계 및 향후 과제	112
참고문헌	114

Contents

표 목 차

<표 1> <겨울연가>, <대장금>의 OSMU를 통한 수익	9
<표 2> 해외 한국어방송국 분포 수	16
<표 3> 해외 한국어방송사 현황	16
<표 4> 방송법 제38조 ‘기금의 용도’	31
<표 5> 방송법 제54조 ‘(한국방송공사의) 업무’	32
<표 6> 2005년 방송콘텐츠 지원 내역	33
<표 7> 2005년 연수교육 지원 내역	34
<표 8> 2005년 방송장비 지원 내역	34
<표 9> 2006년 방송콘텐츠 지원 내역	35
<표 10> 2006년 연수교육 지원 내역	35
<표 11> 2006년 방송장비 지원 내역	36
<표 12> 2007년 방송콘텐츠 지원 내역	36
<표 13> 2007년 연수교육 지원 내역	37
<표 14> 2008년 방송콘텐츠 지원 내역	37
<표 15> 2008년 연수교육 지원 내역	38
<표 16> 2005~2009 해외 한국어방송 지원사업 집행 예산	39
<표 17> 2009년 해외 한국어방송 방영권지원사업 집행내역	41
<표 18> 2009년 해외 한국어방송 프로그램 제작지원사업 평가항목	43
<표 19> 2009년 해외 한국어방송 프로그램 제작지원사업 선정대상 및 집행내역 ..	44
<표 20> 2009년 해외 한국어방송 연수·교육지원 사업 추진 내용	46
<표 21> ‘미국의 소리’ 방송의 변천과정	57
<표 22> BBG 조직도	58
<표 23> DW의 조직 구성 및 주요 업무	66
<표 24> 해외 한국어방송 지원제도의 주요 당면 과제	76
<표 25> 해외 한국어방송의 SWOT 분석	93

Contents

그림 목차

[그림 1] 연구모형	6
[그림 2] 2009년 해외 한국어방송 지원사업의 기본방향	38
[그림 3] 2009년 방송콘텐츠 제작지원사업 추진 절차	42
[그림 4] 2009년 한국어방송 네트워크 프로그램 공동제작 지원사업 추진절차	45
[그림 5] 2008년 해외 한국어방송 지원사업 수용자 만족도 점수	48
[그림 6] 해외 한국어방송 사업자 선호지원 사업	48
[그림 7] 해외 한국어방송 시청자 프로그램 선호도	49
[그림 8] 미국의 국제방송 현황	59
[그림 9] 일본 TV국제방송의 추진체계	60
[그림 10] 영국의 국제방송 현황	64
[그림 11] 한국 방송콘텐츠의 해외 유통 경로 및 소요시간	83
[그림 12] 미국의 한국어방송 콘텐츠 유통 과정	86
[그림 13] 호주의 한국어방송 콘텐츠 유통 과정	86
[그림 14] 해외 한국어방송 단기 발전전략1: 지원주체 정비	99
[그림 15] 해외 한국어방송 단기 발전전략2: 지원제도 정비	101
[그림 16] 해외 한국어방송 단기 발전전략3: 정책개선 및 투자	103
[그림 17] 해외 한국어방송 발전을 위한 중장기 발전전략	111

요 약 문

해외동포 한국어방송은 해외동포의 역사와 함께해왔다. 외교통상부의 연도별 재외동포현황을 살펴보면, 2008년 현재 재외동포 수는 150여 개 국에 6,833,973명 정도가 거주하고 있는 것으로 나타났다. 재외동포들의 수적 증가와 함께 이들의 거주 지역 또한 다양해지면서 세계 각지에서 현지 재외동포를 대상으로 방송을 하고 있는 해외 한국어방송사들이 늘어나고 있다. 700만 재외동포들이 100년이 넘는 세월 동안 거주국 문화권에서 여러 가지 사회·문화적 그리고 이념적 어려움에도 불구하고 지금까지 한민족의 정체성과 한민족 문화를 유지해 올 수 있었던 데에는 해외 한국어방송사들의 역할이 있었기 때문이다.

이에 본 연구에서는 해외 한국어방송사의 제작 인프라가 어느 정도 구축되어 있는지 자체제작 현황을 파악하고, 국내에서는 국내 제작사들의 콘텐츠 제작 활성화를 위해 어떤 지원을 하고 있는지를 조사하여, 해외 한국어방송사 환경에 적합한 지원 방안을 모색해 보고자 한다. 본 연구에서는 해외 한국어방송을 중장기적인 관점에서 활성화하기 위한 방안을 모색하기 위해 다음과 같이 연구과제를 설정하였다.

- [연구과제 1] 해외 한국어방송의 현재 역할과 현황은 어떠한가?
- [연구과제 2] 해외 한국어방송 지원 사업 현황 및 그에 대한 평가는 어떠한가?
- [연구과제 3] 해외의 국제방송 운영에서 찾을 수 있는 시사점은 무엇인가?
- [연구과제 4] 해외한국어방송의 당면과제와 개선방안은 무엇인가?
- [연구과제 5] 중장기적 해외 한국어방송 지원 사업 전략은 무엇인가?

해외 한국어방송사는 한인들에게 현지 주류 사회에 대한 정보를 제공하는 정치 사회화의 주요 도구이자 모국 관련 정보를 전달하는 창구로서 문화공동체 발전의 인프라로 기능하고 있다. 또한, 우리 문화를 매개하고 전승하는 과정에 중요한 수단으로써, 동일한 경험을 공유하고 공동의 대중화된 문화를 가질 수 있도록 영향력을 발휘함으로써 민족 정체성 확립에 주도적인 역할을 수행하고 있다. 해외 거주 동포들이 많은 지역을 중심으로 자생적으로 형성된 해외동포 한국어방송은 아시아지역(중국, 일본),

북방지역(독립국가연합), 미주지역(미국, 캐나다), 오세아니아(호주, 뉴질랜드) 지역에 걸쳐 94개(2009년 1월 현재)의 방송국이 존재한다.

현재 방송법 38조 1항의 11의 2를 살펴보면 방송발전기금의 사용처로 “해외 한국어 방송에 대한 지원”을 두고 있어 해외 한국어방송 지원사업에 있어 방송발전기금의 재원이 사용될 수 있다는 법적 근거를 명확히 하고 있다. 2005년 5월 방송법 개정으로 이같은 해외 한국어방송에 대한 지원 근거가 마련된 이래, 해외 한국어방송사를 지원하여 재외동포의 우리말과 문화에 대한 접근성을 향상시키고 민족정체성 제고에 기여하고자 방송위원회(현 방송통신위원회)를 중심으로 한 해외 한국어방송에 대한 지원사업이 꾸준히 추진되어 왔다.

2009년 2월 해외 한국어방송 지원사업에 대한 안건이 방송통신위원회에서 의결된 이후, 방송통신위원회를 주축으로 본격적으로 해외 한국어방송 지원사업이 추진되고 있다. 2009년 해외 한국어방송 지원사업은 해외 한국어방송사의 자체제작을 활성화하고, 재외동포에게 맞춤형 콘텐츠를 제작·보급할 수 있도록 자체 프로그램 제작비 지원하며 해외한국어방송 연수·교육사업과 연계하여 시너지 효과 극대화하기 위한 정책들로 구성되어 있다. 나아가 해외 한국어방송사들의 자체제작 능력을 향상시키기 위해 방송프로그램 제작실습, 아나운서 교육 등을 강화하여 장기적 발전을 꾀하고 있다.

이러한 지원제도에 대해 사업의 직접적 수혜자인 해외한국어방송사를 대상으로 2008년 해외 한국어방송 지원사업에 대한 만족도를 성과 목표에 의한 5점 척도로 평가한 결과, 조사대상 방송사의 85%가 현재의 지원사업에 만족하는 것으로 나타나 전반적으로 만족도가 높은 것으로 나타났다. 해외한국어방송사가 선호하는 지원 사업에 대한 응답에서는 첫 번째가 방영권 지원, 콘텐츠 제작·보급과 같이 현재 활발하게 지원중인 콘텐츠 지원이며, 이어 재정적 지원에 대한 선호도 높은 것으로 나타났다. 시청자들을 대상으로 선호하는 TV프로그램 장르를 조사한 결과 드라마가 가장 높게 나타났고, 다큐멘터리, 교육프로그램, 스포츠, 보도시사(영화) 프로그램 순으로 나타났다.

지원정책의 형성, 집행, 효과의 측면에서 실시된 실질적인 평가 부문에서는 지역 특성이 고려되지 않은 획일화된 지원, 사후관리에 실패한 직접운영비 지원, 현지어 자막 삽입 지원 부족 등이 문제점으로 지적되었다.

해외 한국어방송의 지원가치를 도출하기 위해 실시한 해외 연구에서는 미국, 일본, 영국, 독일의 해외 국제방송 운영 시스템 고찰 결과에서는 ‘정책집행의 체계성 및 연속성’, ‘끊임없는 연구와 투자’ 등이 시사점으로 드러났다.

현황조사 및 지원정책 평가, 해외사례 연구 등을 통해 드러난 해외 한국어방송의 과제는 다음과 같다. 첫째, 지원제도적 차원의 문제로는 라이선스 홀더, 프로그램 판권, 홀드백, 저작권, 편성 프로그램 부족, 프로그램 제작비 부족, 방송 전문인력의 부족 등이 문제점으로 지적되었다. 둘째, 콘텐츠의 다양성 부족이 해외 한국어방송 활성화를 위해 극복해야할 문제점으로 지적되었으며, 셋째, 지역별 상황 및 조직구조 차이에 대한 인식 부족, 넷째, 국내 지원주체 및 방송사와의 미흡한 협력관계 등도 당면과제로 지적되었다.

이런 과제를 해결하기 위한 개선방안 중 첫 번째로 정부와 제도적 차원의 개선방안으로 지적된 것은 지역별 특성에 따른 차별적인 지원, 장기적인 안목의 지원 방안 마련, 홀드백 기간에 대한 적극 조정, 다민족 국가의 해외 한국어방송사 집중 지원, 전담 기구 설립 등 관련 제도와 법률 재정비, 저작권 문제 해결을 위한 적극 개입, 편성권 확보를 위한 지원 등이 지적되었다. 해외 한국어방송 현안 전반에 대한 개선방안으로는 첫째, 해외 한국어방송 존립의 필요성에 대한 인식 공유, 둘째, 코리안 커뮤니티의 활성화, 셋째, 해외 한국어방송의 자생적 활로 모색 등이 개선방안으로 도출되었다.

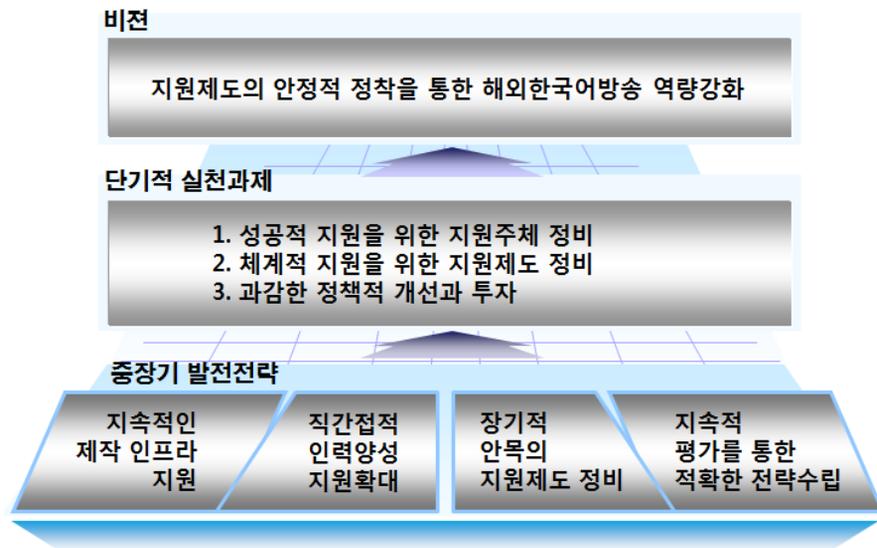
이러한 조사분석을 토대로 현재 해외 한국어방송에 대한 SWOT분석을 실시하였고, 이를 토대로 본 연구에서는 해외 한국어방송의 중장기 발전전략을 제안하고자 한다.

해외 한국어방송의 SWOT 분석

Strength 강점	Weak 약점
<ul style="list-style-type: none"> -고국 문화전파와 동포 간 유대감 강화 -참정권에 따른 공신력 프로그램 필요 -한류 확산과 국내 콘텐츠의 수출 활로 -한국어 확산 및 국가브랜드 가치 제고 -자체제작·공동제작 활성화로 영상산업 기여 -방송 글로벌화라는 장기적 목표 고려 	<ul style="list-style-type: none"> -라이선스 홀더 취득을 위한 시민권 필요 -광고주 대부분 영세사업자로 광고수입미미 -홀드백 -판권 국내 방송사 미주 지사에서 결정 -위성 임차의 경비 지불 부담 -편성권과 관련하여 해외 대리점 계약에 따라 자율적인 편성의 어려움
Opportunity 기회	Threat 위기
<ul style="list-style-type: none"> -임대 사업 방송사들의 라이선스 취득 추세 -지상파 방송 미치지 못하는 지역 케이블이 커버해 다양한 편성 가능 -해외 정착 유형 다양으로 방송 호응 높다 -프로그램 판매 단가 인하를 통해 비디오 홀드백이 단축되는 윈-윈 방안 제안 	<ul style="list-style-type: none"> -영세 한인 방송사들이 라이선스 홀더에게 지불하는 임대료 부담 -불법 다운로드의 유통으로 고객 축소 -중국으로 수출된 한국 콘텐츠 불법 대역 -국내 국제방송의 해외진출(ex.아리랑TV 등)

먼저 해외 한국어방송의 단기발전 전략으로 지원주체의 정비, 지원제도의 정비, 정책적 개선과 투자를 제안한다. 여기서 지원주체의 정비는 다시 지원사업 추진체계 정비 차원의 ‘컨트롤 타워’ 신설·운용, 민관 자문위원회 활용, 예산과 인력 확충이라는 세부 실행 과제를, 지원제도의 개선에서는 ‘선택과 집중’에 기초한 지원대상 선정기준 재정비, 홀드백 기간 단축 지원, 방송콘텐츠 판권 구매 지원이라는 실행과제를, 정책적 개선과 투자에서는 저작권 관리 강화를 통한 불법 콘텐츠유통 차단, 콘텐츠 제공의 다양성 강화, 자율적 편성권 보장이라는 세부실행과제를 제시하고자 한다.

보다 장기적 안목의 중장기발전 전략으로는 지속적인 제작인프라 지원, 직간접적 인력양성 지원 확대, 장기적 안목의 지원제도 정비, 지속적 평가를 통한 정확한 전략수립을 제안한다. 먼저, 지속적인 제작인프라 지원을 위해서는 현지 자체제작 확대 지원, 현지어 자막 삽입 지원, 현지 사업자 제작인프라 지원 강화할 것을 제안한다. 둘째, 직간접적 인력양성 지원을 위해서 연수 프로그램 강화, 국내 방송사와 공동제작 확대를 제안한다. 셋째, 장기적 안목의 지원제도 정비에서는 위성 임차 비용 지원 등 경제적 지원 강화, 지원정책 일원화를 위한 관련법을 재정비를 재강조한다. 넷째, 지속적 평가를 통한 정확한 전략수립을 위해 해외 한국어방송 지원사업 평가모델 개발, 각 지역 특성에 맞는 지원 정책 시행을 제언하고자 한다.



해외 한국어방송 발전을 위한 중장기 발전전략

그러나 중장기적 전략방안을 단계적으로 실행해나가기 위해서는 해외 한국어방송 지원정책을 전담할 수 있는 조직의 신설과, 정책을 개발하고, 개발된 지원정책이 성공적으로 집행될 수 있도록 뒷받침할 수 있는 관련 예산의 확충이 필수 선결조건일 것이다.

I. 서론

1. 연구목적 및 필요성

본 연구는 해외에 있는 한국어방송사에 지난 4년간 추진되어 온 지원 사업에 대한 점검과 중장기 지원계획의 수립이 목적이다. 해외 한국어방송에 대한 지원 사업은 물질·재정적 지원을 통해 재외동포들의 민족정체성 유지 및 사회적 지위 제고, 국가발전 등을 위한 재외동포 역량 활용 등을 위해 방송통신위원회에서 진행하고 있다. 그러나 지금까지의 해외 한국어방송 지원 사업은 지원 사업에 대해 비교적 단순한 지원성과 측정과 사업평가로 적절한 사후관리가 이루어지지 않은 면이 있다. 또한 차기년도의 지원 계획을 수립하는 데 있어서도 지원 대상과 세부적인 지원 사업 내용을 판단할 수 있는 객관적이고 구체적인 근거가 마련되어 있지 않아 문제점으로 지적된다.

중장기적으로 해외 한국어방송이 활성화되기 위해서는 방송사들이 실질적으로 어떤 부분의 도움을 필요로 하고 있는지 파악하고 책정된 예산을 적재적소에 효율적으로 사용하는 것이 중요하다. 해외 한국어방송 지원 사업의 1차 대상은 해외 한국어방송사이다. 따라서 해당 방송사에 대한 실태조사 및 지원성과를 지속적으로 파악하는 것이 보다 현실적이고 실현 가능한 지원 정책의 개발과 지원 방향 설정에 도움이 될 것으로 판단된다. 특히 해외 한국어방송 지원 사업은 공공의 재산을 사용하는 사업이기 때문에 효율성과 효과측정 방법에 대해 지속적인 논의가 이루어져야 하며, 대상이 되는 방송사에 대한 조사를 통해 그 지역에서의 역할 평가와 함께 지원을 올바르게 활용하고 있는지 여부도 파악해야 한다. 지금까지의 한국어방송 조사 연구들을 검토해보면, 현상에 대한 문제점 도출과 그에 따른 개선방안 마련에 중점을 두고 있었다. 개선의 목적이라 할 수 있는 해외 한국어방송의 지향가치와 지원사업의 세부 성격에 대한 고려는 상대적으로 부족했다.

따라서 본 연구에서는 지원 사업에 대한 효율적인 방안을 제시하고자 한다. 먼저, 공공 정책의 측면에서 해외 한국어방송 지원 사업이 지향하는 핵심 가치를 분명히 하고 해외 한국어방송사의 역할 및 기능에 대한 정체성 확립이 이뤄져야 하며, 해외 한국어방송 지원 사업이 추구해 나가야 할 세부가치를 도출하고자 한다. 또한, 해외 한국어방

송사의 운영 실태에 대한 면밀한 분석과 지원 사업 시행 과정 및 결과에 대한 방송사들의 만족도를 조사하고자 한다.

그리고 해외 한국어방송의 기획, 편성, 제작, 운영, 평가 전반에 걸친 실태를 분석함으로써, 해외 한국어방송 지원 사업의 향후 추진 방향에 대한 논의가 이뤄져야 한다. 이를 위해, 해외 한국어방송 지원 사업의 1차 대상인 해외 한국어방송사의 실무자 및 책임자를 대상으로 지원 사업에 대한 그들의 인식 및 요구를 분석하고, 국내 방송사의 해외방송 관련 종사자나 및 학계 전문가 그리고 지원 사업 추진 관련자들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시할 것이다. 이와 같은 조사는 해외 한국어방송사 지원 사업의 지향 가치를 달성하기 위한 다양한 의견들을 수렴함으로써 궁극적으로는 이를 통해 향후 해외 한국어방송 발전을 위한 지원사업의 중장기적인 전략을 제시하고자 함이다.

2. 연구과제

방송통신위원회는 해외에 있는 한국어방송사에 물적·재정적 지원을 통해 재외동포들의 우리말과 문화에 대한 접근권을 확대함으로써 민족정체성 유지 및 사회적 지위 제고, 국가발전을 위한 재외동포 역량 활용 등을 위해 2005년부터 해외 한국어방송 지원 사업을 추진하여 왔다. 현재까지 지원 사업은 방송콘텐츠 지원, 방송장비 지원, 연수 및 교육 지원 등 세 부분으로 나누어 시행되고 있으며, 본 연구의 결과를 통해 제시되는 모델을 통해 보다 체계적이고 장기적인 안목에서 지원이 집행되어야 할 것으로 사료된다. 따라서 본 연구에서는 지원 사업에 대한 지원성과 측정 방법 및 사업평가방안에 대한 계획을 수립하여 지원 대상과 세부적인 지원 사업 내용을 판단할 수 있는 객관적이고 구체적인 근거를 마련하고자 한다.

해외 한국어방송 지원 사업이 해외 한국어방송사와 해외동포들에게 실질적으로 도움이 되는 정책으로 자리 잡기 위해서는 지원 사업에 대한 체계적인 평가가 지속적으로 실시되어야 한다. 방송통신위원회에서는 2008년 「해외 한국어방송 지원 사업에 대한 수용자 만족도 및 평가모델 개발연구」를 통해, 지원현황과 수혜대상의 만족도 등을 분석하고 관리할 수 있는 합리적인 방법론 및 지표체계를 구축한 바 있다. 본 연구를 통해 해외 한국어방송 지원 사업은 새롭게 개발된 평가모델과 평가지표를 통해 신뢰성을 획득할 수 있고, 이를 기반으로 향후 지원사업의 시행안을 마련할 수 있을 것

으로 판단된다. 본 연구에서는 해외 한국어방송 지원 사업에 대한 효율적인 방안을 제시하고자 공공 정책의 측면에서 사업이 지향하는 핵심 가치와 해외 한국어방송사의 역할 및 기능에 대해 고찰하여 추구해 나아가야 할 세부가치를 도출하고자 한다.

한편, 글로벌화 된 방송시장의 환경에서는 방송콘텐츠의 중요성을 인식하고, 해외 한국어방송을 활용하여 국내 콘텐츠 수출 확산 및 문화 전파 등의 다각적 성과를 추구하기 위한 전략적 체계 마련이 시급하다. 그러나 한국어 해외시장이 그다지 크지 않은 시점에서 해외 한국어방송 사업 초기부터 한국 방송콘텐츠 판매를 목적으로 지원을 실시하면 투입되는 비용에 비해 수익모델의 확보가 어려울 수 있기 때문에 해외 한국어방송사를 통한 한국 방송콘텐츠 수출 증대를 중장기적인 목표로 설정하고, 현재 시점에서는 이러한 장기 목표를 달성하기 위한 기초적인 인프라를 구축하는 데 연구의 초점을 맞추고자 한다.

또한, 2004년에 연구된 「해외방송발전전략」에서, 해외 한국어방송사와의 연계를 통해 상승효과를 창출하기 위한 근본적인 방안으로 현지화 전략과 상업적 글로벌 네트워크 구축이 필요함을 지적한 바 있다. 본 연구에서는 이러한 선행 연구 결과를 근간으로, 해외 한국어방송사마다 그 대상지역의 특성을 파악하고, 그러한 특성에 따라 각각 세분화된 전략을 구축하여 효율적인 콘텐츠 유통형태를 모색하고자 한다.

해외 한국어방송사를 활성화시키기 위한 근본적인 방안은 무엇보다 해외 방송사 스스로의 자생력을 확보할 수 있는 여건을 마련해 주는 것에서부터 출발해야 한다. 1세대와 1.5세대는 줄어들고, 한국어보다는 자국어에 익숙한 2세대, 3세대들이 늘어나고 있는 동포사회의 현실을 고려한다면, 더 이상 국내콘텐츠를 제공하는 것만으로는 경쟁력을 키우는 데 한계가 있음을 직시해야 한다.

해외에 거주하고 있는 한인들에게는 모국 소식이나 모국의 드라마 못지않게 그들이 거주하고 있는 해당 사회에 대한 소식이나 문제, 그리고 문제에 대한 그들의 의견 등에 매우 관심이 있으며, 따라서 이들의 시각을 반영하는 콘텐츠를 제공할 필요가 점차 높아지고 있다. 이러한 요구에 부합하여 해외 한국어방송사의 경쟁력을 높이기 위해서는 자체제작이 활성화 되어야 한다. 이는 앞에서 장기적인 목표로 설정되었던 해외 한국어방송사를 통한 방송콘텐츠 유통 활성화를 위해 필요한 단계이다.

이에 본 연구서는, 해외 한국어방송사의 제작 인프라가 어느 정도 구축되어 있는지 자체제작 현황을 파악하고, 국내에서는 국내 제작사들의 콘텐츠 제작 활성화를 위해 어떤 지원을 하고 있는지를 조사하여, 해외 한국어방송사 환경에 적합한 지원 방안을

모색해 보고자 한다.

종합적으로, 이러한 논의들은 해외 동포들의 문화 복지를 보장하고 민족정체성을 고취시킬 수 있는 사회문화적인 가치와 새로운 콘텐츠 유통창구를 확대하고 국내 문화전파 등을 통한 국가 이미지 제고 및 경쟁력 강화 등 산업경제적인 가치들을 지향하기 위한 것이다. 위의 논의를 바탕으로, 해외 한국어방송을 중장기적인 관점에서 활성화하기 위한 방안을 모색하기 위해 다음과 같이 연구과제를 설정하였다.

▶ [연구과제 1] 해외 한국어방송의 현재 역할과 현황은 어떠한가?

[연구과제 1]에서는 지원사업의 중장기적인 목표를 설정하고 체계적인 세부 시행안을 도출하기 위해 근본적으로 해외 한국어방송사의 역할과 현황을 파악하고자 한다. 이를 위해 ①방송의 세계화와 콘텐츠의 중요성, ②해외 한국어방송이 현재 수행하고 있는 역할, ③각 대륙별 해외 한국어방송 현황, ④해외 국제방송 운영 및 지원 사례 등을 점검할 것이다.

▶ [연구과제 2] 해외 한국어방송 지원 사업 현황 및 그에 대한 평가는 어떠한가?

[연구과제 2]에서는 현재까지 집행되고 있는 해외 한국어방송 지원사업의 법적, 제도적 집행 현황을 점검하고 그에 대한 만족도를 점검하여 향후 수립될 정책을 위한 근거자료를 도출하고자 한다. 이에 따라 ①해외 한국어방송에 대한 법적 지원근거를 짚어보고 ②현재까지 집행된 지원사업의 현황을 파악하며 ③지원사업에 대한 실 수혜자들의 평가(만족도 조사)를 측정하여 지원 사업의 현황 및 문제점, 개선점을 도출하고자 한다.

▶ [연구과제 3] 해외의 국제방송 운영에서 찾을 수 있는 시사점은 무엇인가?

[연구과제 3]에서는 중장기 해외 한국어방송 지원계획을 수립하기에 앞서 지원사업이 추구해야 할 지향가치를 도출하고자 한다. 이를 위해 ①해외 국제방송을 성공적으로 육성하고 있는 해외의 사례를 살펴보고 ②이러한 사례들이 해외 한국어방송 현황 개선 및 지원정책수립에 시사하는 점이 무엇인지를 지적해내어 ③해외 한국어방송의 중요성과 역할과 대비하여 지원사업의 지향가치를 도출하고자 한다.

▶ [연구과제 4] 해외한국어방송의 당면과제와 개선방안은 무엇인가?

[연구과제 4]에서는 연구과제 1, 2, 3의 연구결과를 토대로 도출된 해외 한국어방송 지원 사업의 현안과 개선방안을 정리함으로써 중장기적 지원전략을 수립하기 위한 기본 방향을 설정하고자 한다. 이를 위해 ①해외 한국어방송의 현안 및 과제를 항목별로 체계적으로 정리하고 ②이러한 현안을 해결하기 위한 창의적인 개선방안을 생각해보고자 한다.

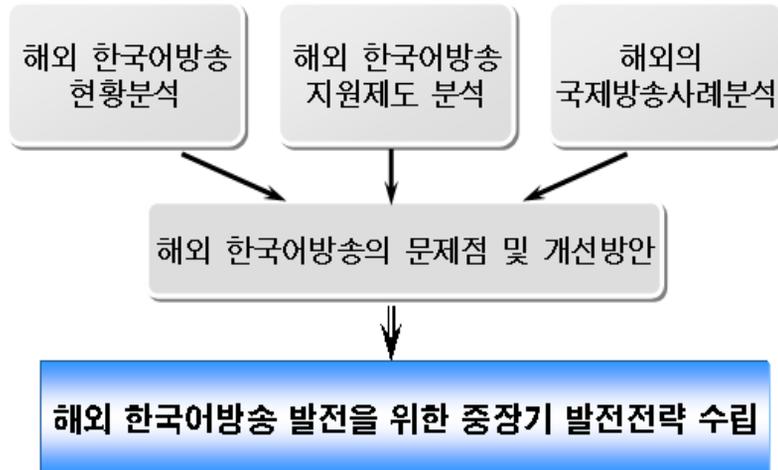
▶ [연구과제 5] 중장기적 해외 한국어방송 지원 사업 전략은 무엇인가?

[연구과제 5]에서는 앞선 논의들을 토대로 지원정책 효율성을 극대화하고 해외 한국어방송사의 자생력을 증강하기 위한 방안을 모색하고자 한다. 이를 위해 ①해외 한국어방송의 현안을 강점-약점, 기회-위기 요인을 기준으로 정리해보고 ②단기적 발전 전략을 세부적으로 수립하며, ③중장기적인 지원사업의 지향점을 도출해내고자 한다.

3. 연구방법

본 연구에서는 해외 한국어방송의 운영현황, 지원사업 및 그에 대한 평가, 해외사례를 통한 한국어방송의 지향가치 탐색, 현안 및 개선방안 분석을 토대로 궁극적으로 중장기 해외 한국어방송의 활성화 방안을 모색하고자 한다. 이에 따라 먼저, 해외 한국어방송의 역할과 현황을 관련 연구 및 최근의 조사자료를 활용하여 점검하고자 한다. 다음으로, 해외 한국어방송의 지원제도 및 그에 대한 평가를 위해 관련 법제도와 지원정책 집행 현황을 살펴보고 2008년 말에 해외 공관 실무자, 한국어방송사 실무자, 수용자를 대상으로 실시된 「해외 한국어방송 지원 사업에 대한 수용자 만족도 및 평가모델 개발연구」의 만족도조사 결과를 면밀히 재검토하고자 한다. 세 번째로, 해외 한국어방송의 지향가치를 도출하기 위하여 해외 국제방송의 지원사례 분석을 실시하고 이를 해외 한국어방송의 중요성 및 역할과 관련지어 그 지향가치를 도출하고자 한다. 네 번째로 앞의 연구결과를 토대로 해외 한국어방송의 당면과제와 개선방안을 도출하고자 하는데, 이에 있어 관련 실무자들과의 심층인터뷰 결과를 반영하여 현장의 목소리에 대한 실질 반영도를 높이고자 한다. 마지막으로 앞선 연구결과들을 토대로 해외한국어

방송에 대한 중장기적 차원의 지원방안을 도출하고자 한다. 개선이 필요한 사항을 보완하고 해외 한국어방송의 역할을 더욱 활성화할 수 있는 정부의 지원체계 구축 방향을 구체적으로 제시하여 앞으로의 지원정책수립 및 집행에 도움이 되고자 한다.



[그림 1] 연구모형

II. 본 론

1. 해외 한국어방송 개요

가. 방송의 세계화와 콘텐츠의 중요성

커뮤니케이션 기술의 고도화와 디지털화는 국가 간 방송의 경계를 무너뜨리며 방송의 세계화를 가속화하고 있다. 이러한 방송 환경의 변화는 곧, 방송산업의 국제경쟁시대를 의미하며, 선진국들은 이미 해외시장선점과 문화확산을 위해 국가 차원에서 해외 방송 지원을 활발히 전개하고 있는 상황이다. 방송콘텐츠는 초방 시장인 지상파 방송 뿐 아니라, 재방송, 케이블 텔레비전 방송, 비디오/DVD, 해외 프로그램 판매, 모바일(DMB) 유통 등 다양한 매체로 보급되고 있으며, 시장의 확대와 함께 캐릭터 등 부대사업이 활발해지고 있다. 다시 말해 종전의 방송콘텐츠는 지상파TV 위주의 제작과 유통구조로 매우 단순하였으나, 기술 발달에 따른 뉴미디어 출현 및 다채널화와 함께 방송환경이 글로벌화 되면서 과거와는 다른 제작·유통 구조를 필요로 하고 있다. 방송 플랫폼이 다원화됨에 따라 방송콘텐츠가 다양한 창구로 유통되고 있지만, 실질적인 유통구조 및 유통의 규모, 그에 따른 효과에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 특히 방송콘텐츠의 제작/유통 구조화에 대한 필요성은 인식하고 있으나 아직까지 본격적인 논의는 이루어지지 않고 있다. 이러한 변화에도 불구하고 국내 방송콘텐츠의 제작·유통정책 및 지원에 관한 연구는 아직까지 미비한 상황이다. 방송시장을 지상파, PP, SO, 위성 등으로 구분하여 매출액을 파악하는 정도의 통계자료 구축은 이루어지고 있으나, 유통시장을 보다 세분화하여 유형화하고 이들 시장을 파악하는 통계자료는 찾기 힘든 실정이다.

콘텐츠 제작·유통에 대한 체계적인 지원정책이 수립되기 위해서는 무엇보다 제작 및 유통업체에 대한 정확한 현황 파악이 선행되어야 하며, 또한 콘텐츠 유통시장을 쉽게 파악할 수 있는 여러 가지 지표의 개발을 통해 방송 콘텐츠 유통의 새로운 기준 제시가 필요하다. 이에 따라 방통위(구 방송위)에서는 방송콘텐츠 제작/유통에 대한 다양한 연구를 추진, 유통지수 등을 구축하고 그에 따른 시장 검증으로 체제 개선을 도모하고 있다. 그러나 해외 프로그램 수출에 있어서는 그러한 연구가 현실적으로 미흡하다. 따

라서 해외 한국어방송과의 연계 전략을 모색함으로써 새로운 활로 모색이 필요하다.

방송콘텐츠 유통의 핵심은 창구화(Windowing)를 통해 규모의 경제를 실현해 이윤을 극대화하는 것이다. 창구화는 시차에 따라 가격차별화를 실시하는 시간적 창구화와 지역적인 차이에 따라 유통순서를 조절하는 지역적 창구화가 있다. 한국의 방송콘텐츠는 지상파 방송만이 존재했던 시기에는 창구화전략 자체가 불가능한 구조였다. 하지만 1990년대 중반 이후, 케이블, 지역민방 등의 방송시장에 진출하면서 방송콘텐츠 시장이 확대되기 시작하였다. 이에 따라 시간적 창구화 전략이 국내 방송콘텐츠 시장에서 통용되기 시작하였다. 또한 한류의 영향으로 국내 방송콘텐츠의 해외 시장 진출이 본격화되면서 지역적 창구화 전략이 가능해지기 시작했다. 커뮤니케이션 기술의 고도화와 디지털화는 국가 간 방송의 경계를 무너뜨리며 방송의 세계화를 가속화하고 있다. 방송의 세계화로 인해 지역적 창구화 전략의 중요성이 방송시장의 화두가 되고 있다. 이러한 방송 환경의 변화는 곧, 방송산업의 국제경쟁시대를 의미하며, 선진국들은 이미 해외시장선점과 문화확산을 위해 국가 차원의 지원정책을 실시하고 있다.

다양한 문화 장르를 넘나드는 ‘원소스멀티유즈’(One Source, Multi Use, 이하 OSMU) 콘텐츠들이 문화산업 전반에 걸쳐 기획되면서 방송콘텐츠사업에 영향을 미치고 있다. OSMU는 원래 1980년대 초 일본에서 디지털 산업 용어로 사용되기 시작한 개념이다. ‘하나의 소재를 디지털화하고, 이를 다양한 종류의 매체와 그 매체에 걸맞은 가장 적합한 형태의 결과물을 아날로그 소재를 이용하는 경우보다 더욱 싸고 간단하게 만들어 낼 수 있는 것’을 의미한다. 주로 ‘콘텐츠 매니지먼트’, ‘디지털 자산 관리’를 전제로 하는 개념이었던 OSMU 용어는 국내에 도입되면서 ‘하나의 (문화)콘텐츠를 영화, 게임, 음반, 애니메이션, 캐릭터상품, 장난감, 출판 등의 다양한 방식으로 판매 해 부가가치를 극대화하는 방식’으로 널리 사용되기 시작했다.¹⁾ OSMU를 활용한 한국의 대표적인 방송콘텐츠는 <대장금>, <겨울연가> 등이 있다. 이 작품들은 한류의 아이콘으로 방송콘텐츠를 활용한 이윤 극대화의 좋은 예이다. <겨울연가>의 경우 창출하는 부가가치가 1,600억 원에 이를 정도로 거대한 시장을 창출했으며 유통창구 다변화라는 성과의 시작이 되었다. 방송콘텐츠의 해외시장 진출은 한류로 인해 시작되었으며 지금까지도 방송콘텐츠의 해외시장 진출의 주요한 흐름이 되고 있다.

1) 구분철 외(2006) 「방송콘텐츠의 OSMU 실태분석을 통한 경쟁력 향상방안」, 방송위원회(현 방송통신위원회).

<표 1> <겨울연가>, <대장금>의 OSMU를 통한 수익

사례	해외판권	음원/OST	DVD /VIDEO	인터넷 (VOD)	출판	머천다이징	모바일 게임
겨울연가	20억원(일본, 대만 등)	150억원	150억원 /600억원	14억원	24억원		
대장금	50억원(일본, 대만, 이란, 요르단 등)			9억원	12억원	30억원	6억원

*출처 : 구분철 외(2006). 조성룡 외(2007)

나. 해외 한국어방송의 역할

해외 한국어방송은 해외에 거주하는 동포들을 주 대상으로 한민족의 민족정체성을 고취시키고 한국과의 지속적인 접촉을 통해 전 세계 한민족 네트워크를 형성하는데 도움을 주는 것을 목적으로 하는 방송이다. 이는 해외동포들이 현지에서 직접 송출하는 방송으로, 해외 거주 현지인이 운영하는 해외동포방송은 교포사회에 정보를 공유하고 한민족의 문화를 유지하기 위한 방송이다.

해외동포들을 대상으로 하는 해외 한국어방송의 주요한 역할은 다음과 같다(원경태, 2004). 해외 한국어방송은 첫 번째, 한민족의 정체성 유지와 한국의 전통문화를 계승하는 역할을 한다. 이들 방송사들은 한국말을 유지하고 보급시켜 한국어를 통해 한민족으로서의 동질성 유지와 전통문화 보존과 창달에 큰 역할을 하고 있는 것이다. 두 번째는 동포사회의 여론을 형성하는 것과 통합을 주도하는 데 중심적 역할을 하고 있다. 세 번째는 해외동포들의 현지 정착과 안정화에 기여하고 있다. 해외의 한국어방송사들은 현지에 이민 온 동포들에게 각 이민국의 사회 적응에 필요한 법률정보 포함한 사회 복지정보 등을 제공한다. 네 번째로 현지 외국인에게 한국의 문화를 전파하여 동포들과 현지인들과의 교류의 장이된다. 다섯 번째는 해외 각 국에서 소수민족으로서 존재하며 소수민족의 문화 활동의 중심적인 역할을 하고 있다. 마지막으로 해외 한국어방송은 모국과의 문화교류를 이어주는 구심점으로서 존재한다. 이는 거주국과 모국간의 문화교류를 중재하여 국내유관단체와의 교류 및 기업 활동에 대한 원활한 협조를 하

여 모국기업체의 경제활동을 촉진하고 있다. 이와 같은 경제적 요소는 해외방송사의 자생력을 위한 유효한 방안이 될 뿐만 아니라 수출의 활로도 모색할 수 있는 계기를 마련해주는 역할을 할 수 있다.

해외 한국어방송은 해외동포들의 현지 적응과 모국과의 교류, 현지인들의 한국 이해도 증진, 동포사회의 여론형성 및 통합 등을 위해 반드시 존재해야만 하는 매우 중요한 부분이다. 7백만이 넘는 해외동포들을 민족 자산으로 묶어내 전 세계에 한민족 네트워크를 구축하기 위해서 해외 한국어방송의 필요성이 점차 증대되고 있다. 특히 역사적 상황 때문에 어쩔 수 없이 모국을 떠나야 했던 이민 1세대들과는 달리 개인의 자발적인 선택으로 한국을 떠나는 새로운 형태의 이민자들에게 한민족 디아스포라라는 문화적 동질감을 고취시키기 위해서 해외 한국어방송은 반드시 필요하다.

해외 한국어방송국은 전 세계 우리민족이 살고 있는 곳이라면 어디든지 있다고 해도 과언이 아닐 만큼 번창해 있다. 미국의 워싱턴, 뉴욕, 로스앤젤레스, 앵커리지, 호놀룰루, 애틀랜타, 시애틀, 포틀랜드, 시카고 지역을 비롯해서, 캐나다의 토론토, 밴쿠버, 애드먼튼, 캘거리 지역, 그리고 호주의 시드니, 뉴질랜드의 오클랜드, 심지어 독립국가연합과 중국, 일본, 스웨덴에서도 소수민족방송을 이용한 한국어방송은 예외없이 활기찬 모습들을 띠고 있다. 그러나 해외 한국어방송의 현황 또는 실태에 관한 연구는 매우 적은 편이며 연구내용 또한 한국어방송이 활발히 운영되고 있는 미주지역에 집중되어 있는 편이다(강현두, 1992). 재외동포에게 있어서 한국어방송의 존재와 역할은 긍정적인 측면이 강하지만 부정적인 측면 또한 존재한다. 그리고 그 역할과 기능 또한 지역별로 조금씩 차이를 보이고 있다.

강현두(1992)는 미주지역과 독립국가연합에서 운영되고 있는 한국어방송의 역할에 대해서 다음과 같이 제시하고 있다. 미국에서 방송하고 있는 한국어방송은 현지 언어에 익숙하지 않은 노년층과 1, 2세대들에게는 낯선 현지생활에의 적응을 돕고, 그밖의 사람들에게는 언어교육, 고국 미풍양속 소개, 고국 뉴스 전달 등을 통해 한민족의 자긍심을 부여하는 일등을 지속적으로 수행하여 한인 교포사회의 실질적인 정신적 지주로서 많은 기여를 하는 한편, 교포들의 문화생활 함양을 위해 여러 가지 구체적인 사업들도 활발히 벌이고 있다고 밝히고 있다. 한편 독립국가연합의 경우, 1984년 5월 16일 공화국 당 중앙의 결정에 의하여 카자흐스탄과 중앙아시아 지역에서 최초 우리 표준어로 하는 라디오 방송이 울리기 시작했다. 우리말, 고유한 민족가요와 타령을 난생 처음 듣던 교민들에게는 이 사건의 뜻이 매우 의미심장했고 경사로서 인식되었다.

특히 모국어를 전혀 상실했고 민족음악이나 문화에 대한 개념도 없던 청년들에게 있어서는 큰 충격이 아닐 수 없었으며, 오랜 기간 모국어 방송을 기다리던 노인들에게 있어서는 조상들의 얼을 접할 수 있는 기회가 됐다. 세대가 바뀌어 고려인들이 구소련에 도착세력이 되면서도 대부분의 고려자들은 모국어와 전통예절을 잊지 않았고 오히려 러시아말을 전혀 모르거나 잘 사용하지 못하였다. 우리말 방송을 통하여 청취자들은 교포들이 하는 발언을 재미있게 청취하고 고유한 민족음악이나 가요, 타령을 마음껏 즐겨했고 공화국과 전 소련지역에서 벌어지는 사변, 국제소식과 각지의 풍물을 접할 수 있게 되었다. 이 밖에도 대도시나 큰 농촌 지대에 거주하는 교민들은 조선극장에서 교포배우들의 출연을 종종 구경할 수 있었으나 규모가 작고 궁벽한 촌락들에서 한평생 농사짓고 사는 고려인 평민들은 오직 라디오 방송을 통해서만 우리말을 듣고 민족문화의 뜻과 맛을 알게 되기 때문에 매우 중요한 의의를 지니고 있다.

고려신문에 발표되는 글의 내용은 전혀 모르는 반면, 방송에 나오는 말은 거의 다 이해할 수 있다는 다수 청취자들의 반응을 생각해 볼 때, 라디오나 텔레비전 방송의 필요성은 절실한 것이었다. 교포 1세가 사라지고, 교포 2세와 3세가 주된 활동을 하고 있는 독립국가연합의 재외동포들은 높은 교육열을 바탕으로 우리 문화를 보존하고자 하는 의욕이 높다. 그러나 제도적인 교육기관의 절대적인 부족으로 전통문화를 제대로 보존할 수 있는 시설과 자원이 부족한 현상황에서는 소규모이기는 하지만 동포를 대상으로 하는 한국어방송이 전통문화의 맥을 잇는 역할을 하고 있다. 한국에서 교포들을 대상으로 방송하는 프로그램들을 열심히 들어 한국의 최신문화까지도 접할 수 있는 우리 교포들에게 이국땅에서 우리말로 전파하는 방송은 소중한 자원이 되고 있다고 그 의의를 설명하고 있다.

재미 한인사회의 한인방송의 역할에 대해서는 김원태(2000) 역시 고찰한 바 있다. 그는 미국에서의 한국어방송이 한인들의 단합과 여론조성, 그리고 한인사회의 구심점 역할을 하고 있을 뿐만 아니라 한인 2세들에게 한국어를 보급하고 한인의 자긍심 향상에도 기여한다고 역설한다. 이에 따라 현지 한인방송 채널을 효과적으로 이용하면 한인의 동질성을 회복하고 단결하게 하며 애국심과 긍지를 갖게 할 수 있다고 말한다. 또한 한국어방송의 경우, 모국어와 한국의 생활철학을 심어주는 등 효과적인 2세 교육을 실시에 큰 도움을 주며 한인들에게 고국의 소식과 한인사회 소식, 그리고 미국 주류사회에 대한 정보를 전달하며 한국의 문화와 예의범절, 언어, 교양 등을 교육한다고 한다.

이밖에도 음악과 드라마, 퀴즈 등 재미있는 프로그램으로 긴장된 미국생활에 휴식과 스트레스 해소를 할 수 있는 연예오락기능을 제공하며, 새로운 제품을 선전하는 광고 기능을 수행하는 것 역시 한국어방송의 주된 역할이라고 표현하고 있다. 김원태는 뿐만 아니라 한국어방송은 한인사회에 있어서 중요한 여론형성 매체로 자리잡았다고 밝힌다. 미국의 한인방송들은 한인의 단합과 여론조성에 기여하고 한인사회의 지도자 역할을 한다는 것이다. 특히 그는 일례로 LA 폭동당시의 한인방송, 특히 “라디오코리아”는 그들에게 폭동현장의 소식을 가장 빠르고 정확하게 전하였을 뿐만 아니라 여론조성, 미국정부와의 대화, 구조와 복구 지원사업 등 많은 일을 해냄으로써 한인들의 구심점 역할을 했다고 밝히고 있다. 다만, 미국생활에 순조롭게 적응하고 미국 미디어를 통해서 미국정치, 사회, 경제, 문화 등을 직접 터득함으로써 미국의 본류에 보다 직접적으로 접근하는 데는 이런 한국 지향적 미디어 수용이 부정적으로 작용할 수 있을 것이라고 제언하고 있다.

김우룡(1998)은 한국의 해외방송의 역할에 대해서, 교민들로 하여금 새로운 문화에 대한 적응을 지연시킨다는 부정적 시각에도 불구하고 한민족 네트워크를 형성함으로써 민족 정체성을 고취시키며 새로운 사회의 문화를 더욱 적극적으로 받아들이도록 하는 긍정적 측면도 있다고 지적하고 있다. 또한 우리의 문화를 타문화권에 전달하게 하고 이는 우리의 문화를 수출한다는 데 의미가 있을 뿐만 아니라 해외동포들에게는 본국의 문화가 거주국가의 국민들에게 전해지면서 모국의 문화를 그들과 함께 공유할 수 있는 계기를 마련한다는 점에서도 중요한 의미를 갖고 있으며 한국의 해외방송이 교민사회의 언어, 대중문화, 자녀관, 교육관, 애국관, 민족정체성에 미친 영향이 크다고 결론을 내리고 있다.

한편, 한인방송의 현재적 역할 뿐 아니라, 미래적이고 규범적인 역할을 제시한 선행 연구도 주목될 필요가 있다. 원경태(2004)는 미주 남가주지역 중심의 한인방송을 연구하면서, 한인방송의 역할에 대해서 다음과 같이 설명, 제언하고 있다.

첫째, 한인사회의 정보생산 및 유통의 기능으로 한인방송은 미국내 주요 정치적 변화, 경제소식, 사건·사고 소식 등과 함께 한인사회의 민감한 현안과 관련된 내용이나, 고국의 소식을 신속하고 정확하게 보도해야 하는 기능, 즉 정보전달 기능을 수행하고 있으며 이 기능은 교포들이 한인방송에 대해 가지는 기대와 요구에서 가장 기본적인 측면이다. 또한 교민사회가 실질적으로 활력을 발휘할 수 있도록 교포들이 알 필요가 있는 이민생활에 꼭 필요한 정보를 수집, 가공하여 제공하고 한인사회의 발전과 관련

된 문제들을 찾아내어 교포들의 관심을 유발시키는 토론의 장을 마련함으로써 여론형성의 구심점이 될 수 있다.

둘째, 한인사회의 여론조성과 문제해결의 역할이다. 한인사회의 다각적인 여론수렴 과정을 통해 문제점을 분석하고 적출해서 발전방안을 제시하는 지도적이고 계몽적인 프로그램을 제작, 방송함으로써 한인사회가 필요로 하는 각종 사업과 행사들을 주도적으로 추진해나가는 등 한인사회의 구심점 역할을 해야 한다. 아울러 모국 지향적인 동포의식에서 주류사회로의 적극 참여와 편입을 돕는 프로그램을 적극 개발하고 방송함으로써 한인사회의 주류 사회 편입노력에 중추적인 역할을 수행해야 한다.

셋째, 한인교포사회의 정신적 안정화 노력 추구를 위한 기능으로 다양한 연·오락 프로그램의 편성과 방송으로 한인사회의 고단한 삶과 정신적인 공허함을 채워주는 보양적인 역할이 요구된다. 이를 위해 교포들의 자발적, 적극적 참여를 통한 쌍방향 프로그램의 도입이 필요하다. 뿐만 아니라 한인들을 위해 미국 내 영향력 있는 언론기관으로 성장하는 노력을 병행해야 한다. 한인사회는 물론 미국 내 교포들의 친화화 유도로 미국 내에서 영향력을 확보하고 한국의 우수 프로그램, 전통문화 관련 프로그램들의 영어 자막화 방송을 통해 민족의 우수성을 대내외에 홍보함으로써 교포들의 자긍심 고취는 물론 현지인들의 이해증진에 힘쓰고, 한국과의 연결교류 및 정보센터의 역할을 감당해야 한다. 아울러 소수민족방송에서 로컬방송국 차원으로, 현실안주 차원에서 미래지향적 차원으로 사고와 실천능력을 배양해야 한다.

넷째, 한국어 교육 매체로서의 기능과 역할이다. 대부분의 한국학교가 주말학교의 개념으로 운영되고 있어 교포 1.5세와 2세들에게 올바른 한국어교육의 실효성을 기대하기 어렵다. 매일 24시간 한인 TV, 라디오 방송을 통해 올바른 한국어로 교포들의 눈과 귀가 되어 준다면, 한인방송은 앞에서 살펴본 다른 어떤 기능과 역할보다도 잊혀져 가는 우리말을 교포들에게 올바르게 가르쳐 주는 교육매체로서의 역할도 훌륭히 해낼 수 있을 것이다.

또한 원경태(2004)는 한인방송이 다음과 같은 필요를 갖는다고 기술하고 있다. 첫째, 외교정책적 차원에서 한국의 영상정보를 해외로 발신함으로써 국제사회에서 국가의 위상을 강화하고 한국에 대한 충분한 정보제공을 통해 총체적인 국가 이미지를 제고할 수 있다. 앞으로 한인방송은 한인교포들의 권익신장과 민권보호차원에서 재미한인사회의 강력한 압력단체로 교포들을 지원하는 구심점이 될 것이다. 둘째, 교민정책적 차원으로 해외 교포들에게 신속, 정확한 정보를 체계적이고 지속적으로 제공함으로써

조국에 대한 이해를 돕고 아울러 거주국의 민간외교 사절로서 현지의 국가홍보인력이 될 수 있다. 또한 이를 통해서 한인교포들은 조국과의 견고한 정신적 연결 끈을 갖게 된다. 이밖에도 해외여행, 사업 또는 다양한 목적을 위해 단기적으로 외국에 체류하는 여행자들에게도 국내정보를 접할 수 있는 중요한 수단이 된다. 이렇게 한인방송을 통해서 교포들을 하나로 묶는 것은 국가적인 차원에서 추진해야 될 하나의 과제이다. 셋째, 경제 통상적 차원으로 한인방송 광고시간을 통해서 우리나라 기업의 브랜드나 제품을 소개함으로써 현지 바이어들에게 정보를 제공하여 이들 제품의 수출에 긍정적 효과를 가져다 줄 것이다.

한편 서정우(1991)는 해외동포들이 운영하는 한국어방송은 아니지만 해외 동포들을 대상으로 국내에서 송출하는 KBS의 라디오 코리아 등 정부에 의해서 운영되는 국제방송의 기능에 대해서 다섯 가지 사항을 들고 있다.

첫째, 국제방송은 자국의 발전상과 우수성을 국제사회에 전달하는 기능을 수행한다. 둘째, 국제방송은 자국의 국민과 외국에 거주하고 있는 동포들 사이에 커뮤니케이션 수단이 된다. 셋째, 국제방송은 국가간 이해의 증진과 국제적인 문제의 개선을 위해 국제여론을 형성하는 기능을 수행한다. 넷째, 국제방송은 인류의 보편적 가치를 국제적으로 확산함으로써 국가 공동체 형성을 위한 기능을 수행한다. 다섯째 국제방송은 국제사회가 당면한 문제를 개선하고 해결하는데 있어 중심적인 기능을 수행한다.

이상의 논의에서 공통되는 사항 등을 정리해보면 해외 한국어방송의 역할을 다음과 같이 요약할 수 있을 것이다.

첫째, 한민족 정체성 유지와 한민족의 전통문화 계승에 기여한다. 해외 한국어방송은 방송을 하는 현지에서 우리 동포사회에 조국의 문화, 사회에 대한 지속적인 관심과 한인사회에 대한 일체감을 조성시켜 동포간의 단결을 도모하며 한국인으로서의 자긍심과 정체성을 갖는데 기여하고 있다. 한민족에 있어서 언어는 그 민족을 특징짓는 공통성 가운데 가장 중요한 요소이다. 해외 한국어방송은 오랫동안 여러 가지 탄압과 어려움 속에서 한국말을 유지하고 보급시켜 왔으며 한국어를 통해 한민족으로서의 동질성 유지와 전통문화 보존과 창달에 큰 역할을 하고 있다.

둘째, 동포사회의 여론형성과 통합을 주도한다. 동포사회의 여론을 주도하고 동포사회의 문제를 현지정부에 알려서 해결을 도모한다. 광활한 대지에 산재하고 있는 동포들도 한국어방송을 통해서 하나가 된다. 동포들의 개별적인 어려움과 민원을 해결하고 앞장서고 그들에게 위안과 안정을 찾아준다. 때로는 사소한 동포간의 갈등과 분쟁을

해결하여 동포사회의 단합과 통합을 유도한다.

셋째, 동포들의 현지 정착과 안정화에 기여한다. 한국어방송은 우리 동포의 거주국에서의 경제활동에 도움이 되는 정보는 물론 현지사회 적응에 필요한 법률정보를 포함한 사회복지정보 등을 제공하여 안정적인 현지정착에 기여한다.

넷째, 현지인에게 한민족의 문화를 전파하여 한민족의 우수성을 알린다. 거주국 사회에 직접적으로 한국의 문화와 정신을 전파시켜 우리 민족의 우수성을 홍보하는데 큰 역할을 하고 있다. 러시아나 중국 등 오랜 기간 모국과 단절된 생활을 해왔던 현지인들은 한국어방송을 통해 한국에 대한 이미지를 형성하고 정보를 듣는다. 한국어방송은 동포들과 현지인들과의 교류의 장이 되기도 한다.

다섯째, 소수민족의 문화 활동에 대한 중심역할을 한다. 동포들의 문화 창달 활동을 활성화시키고 한민족의 문화적 소양과 활동을 알림으로써 타민족과도 더불어 살아갈 수 있다는 믿음도 심어주고 있다.

여섯째, 모국과의 문화교류의 중심센터의 역할을 한다. 거주국과 모국간의 문화교류의 중재, 국내 유관단체와의 교류, 기업 활동에 대한 원활한 협조를 가능케 하며 모국 기업체의 원활한 경제활동을 촉진한다.

다. 해외 한국어방송의 현황

해외동포 한국어방송은 해외동포의 역사와 함께해왔다. 외교통상부의 연도별 재외동포현황을 살펴보면, 2008년 현재 재외동포 수는 150여 개 국에 6,833,973명 정도가 거주하고 있는 것으로 나타났다. 지역별로 살펴보면, 2009년 2월 기준으로 중국지역은 2,750,919명, 북미지역(미국/캐나다)은 2,325,343명, 구주지역은 688,372명, 일본은 592,113명이다. 재외동포들의 수적 증가와 함께 이들의 거주 지역 또한 다양해지면서 세계 각지에서 현지 재외동포를 대상으로 방송을 하고 있는 해외 한국어방송사들이 늘어나고 있다. 2009년말 현재 해외 한국어방송사는 94사로 조사되었으며, 지역별로 살펴보면 북미지역은 58사, 중국지역은 14사, 기타지역 22사인 것으로 나타났다. 700만 재외동포들이 100년이 넘는 세월 동안 거주국 문화권에서 여러 가지 사회·문화적 그리고 이념적 어려움에도 불구하고 지금까지 한민족의 정체성과 한민족 문화를 유지해 올 수 있었던 데에는 해외 한국어방송사들의 역할이 있었기 때문이다. 해외 한국어방송사는 한인들에게 현지 주류 사회에 대한 정보를 제공하는 정치 사회화의 주요 도구

이자 모국 관련 정보를 전달하는 창구로써 문화공동체 발전의 인프라로 기능하고 있다. 또한, 우리 문화를 매개하고 전승하는 과정에 중요한 수단으로써, 동일한 경험을 공유하고 공동의 대중화된 문화를 가질 수 있도록 영향력을 발휘함으로써 민족 정체성 확립에 주도적인 역할을 수행하고 있다. 해외 거주 동포들이 많은 지역을 중심으로 자생적으로 형성된 해외동포한국어방송은 북방지역(중국, 독립국가연합), 미주지역(미국, 캐나다), 오세아니아(호주, 뉴질랜드) 지역에 걸쳐 약 90여개의 방송국이 존재한다.

<표 2> 해외 한국어방송국 분포 수

(단위: 개)

구분	미국	캐나다	중국	러시아	CIS	호주 뉴질랜드	기타	합계	
방송사 수	2007	51	7	10	2	4	9	4	87
	2008	49	7	14	3	4	7	7	91
	2009	51	7	14	3	5	8	6	94

*출처: 방송통신위원회(2009)

<표 3> 해외 한국어방송사 현황

(2009년 10월 현재)

국가	도시	방송사명	대표	비고
미국(51)	워싱턴DC	워싱턴한국TV방송	전영남	TV
		워싱턴TV방송	유관일	TV
		기쁜소리방송	신경섭	R
		워싱턴기독교방송	김영호	R
		워싱턴미주방송	박용찬	R
		볼티모어미주방송	문무일	R
		미국의소리	이동혁	R
	뉴욕	미디어코리아TV	벤자민유	TV
		코리아채널	한상기	TV
		뉴욕기독교TV방송	박용기	TV
		뉴욕라디오코리아	권영대	R
		미주기독교방송	박희소	R
	버지니아	KOREAN AMERICAN NETWORK INC.	임동일	TV
	뉴저지	마운틴방송	주준서	TV
미디어코리아TV		벤자민유	TV	

	애틀랜타	애틀랜타한국TV방송	심중구	TV
		애틀랜타기독교방송	하라미	R
	필라델피아	미주중앙방송	김덕수	TV
		필라기독교방송	김정현	R
	시카고	한미TV방송	배명화	TV
		시카고라디오코리아	정동찬	R
		시카고기독교방송	김순철	R
	밀워키	한미TV방송	권재옥	TV
	텍사스	텍사스한국방송	손정철	TV
	아리조나	하트앤서울복음방송	김수인	R
	샌디에고	샌디에고TV방송	김관호	TV
		라디오서울	조광세	R
	LA	한국위성방송	김호성	TV
		한미케이블방송	김하석	TV
		한국디지털위성방송	정재훈	TV
		미주한국TV방송	전성환	TV
		텔레비전코리아	에릭윤	TV
		타임워너케이블방송	김정수	TV
		예수위성방송	이종문	TV
		라디오코리아	손태수	R
		TV Korea USA	최영호	TV
		라디오서울	전성환	R
		중앙방송	박인택	R
		LA미주기독교방송	남철우	R
		미주복음방송	임종희	R
	샌프란시스코	북가주한국어방송	유태중	TV
		한미라디오방송	김진배	R
	포틀랜드	오레곤한인문화TV	성성모	TV
		FM코리아방송	김헌수	R
	시애틀	코앰TV방송	고종제	TV
		라디오한국	서정자	R
	하와이	한국TV방송	정계성	TV
		라디오서울	이영호	R
	사이판	사이판한미방송	김재홍	TV
	괌	코리아TV마리아나스	박제승	TV
		괌한국TV방송	고석우	TV
캐나다(7)	토론토	얼TV	이장성	TV
	밴쿠버	밴쿠버한국어방송	최병운	TV
		KCTV	조남세	TV
		캐코컴	성익제	TV
	씨브리지미디어	김호성	TV	

		라디오서울	정용호	R
		밴쿠버기독교방송	유화	R
파라과이(1)	아순시온	파라과이기독교방송	김성일	R
뉴질랜드(5)	오클랜드	월드TV	김운대	TV
		남십자성방송	장옥윤	R
		카톨릭 한국어방송	김남수	R
		오클랜드 FM한인방송	김정곤	R
호주(3)	크라이스트처치	굿뉴스코리아방송	임종환	R
	시드니	TV Korea	강현범	TV
		SBS라디오	주양중	R
		ANZ TV [TVS Korean Program Provider]	김영기	TV
일본(1)	동경	NHK국제방송	후지모토 도시카즈	R
중국(14)	연길시	연변R/TV방송총국	한룡근	R/TV
		연변TV방송	리호남	TV
		연변인민방송	김동환	R
		연길시R/TV방송관리국	김 우	R/TV
		연길시TV방송	김 우	TV
		연길인민방송	현대산	R
	화룡시	화룡시R/TV방송	최창선	R/TV
	용정시	용정시R/TV방송	임룡성	R/TV
	도문시	도문시R/TV방송	정희수	R/TV
	훈춘시	훈춘시R/TV방송	리성웅	R/TV
	왕청현	왕청현R/TV방송	리학철	R/TV
	하얼빈	흑룡강조선어방송	장석주	R
	북경시	중국국제방송	김동광	R
		중앙인민방송	박일선	R
인도네시아(2)	자카르타	동남아 한인방송	승범수	TV
		K-TV	박영수	TV
러시아(3)	사할린	사할린 우리말R/TV방송	김춘자	R/TV
	하바로프스크	하바로프스크 한국방송	김기범	TV
	모스크바	러시아의 소리	빅토르 치스차코프	R
몽골(1)	울란바토르	몽골한인방송	이성욱	TV
카자흐스탄(2)	알마티	고려사람 TV방송	최엘라	TV
		고려말 라디오방송	성이리나	R
우즈베키스탄(1)	타슈켄트	우즈베크국영TV	박리타	TV
키르기스스탄(1)	비슈케크	아리랑방송	박스베틀라나	R
스페인(1)	마드리드	두손TV방송	조 훈	TV
케냐(1)	나이로비	GBS	박철용	TV
합계	15개국 94개사 (TV47,R39,R/TV8)			

1) 아시아주

가) 중국

중국은 280만 동포가 조선족 자치주를 중심으로 모여서 거주하고 있다. 중국의 조선족의 96%이상이 현재 동북 3성에 모여 있고 이곳에 교포사회가 형성되어 있다. 현재에는 중국어가 유창한 젊은 조선족들이 대도시 및 외국의 더 많은 일자리를 찾아 떠나면서 동북 3성 내에 조선족 인구는 점차로 줄어들고 있는 실정이다(방송위원회(현 방송통신위원회), 2004).

(1) 길림성 내 한국어방송국

중국에는 조선족 자치주가 있는 길림성, 흑룡강성에 한국어방송국이 있다. 길림성은 중국의 동북 3성 중의 하나로 요녕성과 흑룡강성 사이에 위치해있다. 중국 공산당의 소수민족 정책에 따라 길림성 내 연변지역에 1952년 연변조선족 자치구가 설립되었고 55년에 자치주로 개칭되었다. 1958년에는 길림성의 서간도 지역에 장백조선족자치현이 설립되었다. 길림성 내 조선족은 이 두 지역을 중심으로 분포하고 중국 내 소수민족 유일의 자치방송국인 주급 방송국인 연변인민방송국과 성급 방송국인 흑룡강 라디오 방송국이 이곳에 있다. 이 두 곳을 제외한 한국어방송은 시설이 매우 열악하여 방송시간이 제한적으로 이루어지고 있다.

(가) 연변인민 라디오방송국

1948년 창립된 연변인민방송국은 지방성과 민족성을 사업방침으로 조선족을 대상으로 하는 방송국이다. 설립 초기에는 조선어로만 방송을 하다가 1956년부터 한족말 프로그램도 방송하기 시작하였다. 1969년부터 조선말방송과 한족말 방송을 두 개의 설비로 나누어 실시하였고 방송시간을 10시간 이상으로 늘렸다. 방송 가청취권은 동북 3성, 내몽골, 조선반도, 소련연해주, 일본 등을 아우르려 현재 FM, AM 채널을 1개씩 가지고 있다.

(나) 연변TV 방송국

연변TV방송국은 중국에서 조선말로 방송한 최초의 TV방송국으로 1977년 개국한

주급 방송국이다. 1981년 흑백에서 컬러로 전환하였고 1991년에는 매일 4시간씩 방송하였으며 조선말방송프로그램은 20~30%를 차지하고 있다. 연변TV방송국의 조선어 채널 프로그램은 3가지로 구성되어 있다. 자체 제작한 조선어 프로그램, 번역 제작한 조선어 프로그램, 중앙과 전국각지에서 제작된 한족어 프로그램으로 나뉜다. 현재 중국의 200여개 TV방송국과 프로그램 교환을 통해 중국 전역에 조선족 정보를 제공하고 있으며 디지털방송시스템을 갖추고 있다. 연변 조선족 자치구에는 이 이외에도 연길TV 라디오방송국, 도문TV라디오방송국, 화룡시TV라디오방송국, 훈춘TV라디오방송국, 용정TV라디오방송국 등이 있다.

(다) 장백TV 라디오방송국

장백 조선족 자치현에 위치한 방송국으로 1952년부터 라디오방송을 시작하였다. 1998년 텔레비전 방송 실시 이후로 예산 부족으로 라디오방송은 폐지되었고 현재는 텔레비전 방송만 실시하고 있다.

(2) 흑룡강성 내 한국어방송국

흑룡강성은 중국에서 가장 북쪽에 위치한 성으로 약 3,800만 명의 인구 중 약 40만 명이 조선족이다. 흑룡강성은 중국에서 가장 비옥한 토지 및 자원을 갖고 있으며 중국의 주요 중화학공업기지이다. 특히 이 지역은 19세기 후반부터 한반도 남부지역(현 대한민국) 이주민들이 대거로 이주해 60%이상의 조선족들이 한반도 남쪽 지역에 원적지를 두고 있다.

(가) 흑룡강 조선어 라디오방송국

흑룡강조선어라디오방송국은 성급 방송국으로 출력 200KW의 중파와 단파를 통해 흑룡강, 길림, 요녕, 내몽골 지역과 한국, 북한, 일본, 러시아 극동지역까지를 가청취권으로 가지고 있다. 1963년 2월에 첫 방송을 시작하여 지금까지 방송을 유지해오고 있다. 1999년에는 디지털 방송 시스템을 도입하였고 2001년 12월에는 인터넷 사이트를 구축하여 방송의 현대화를 꾀하였고 장기적으로는 조선어 TV방송을 계획하고 있다. 흑룡강성 교포들은 위성방송을 통해 국내 KBS 프로그램을 시청할 수 있으나 위성안테나 설치비용 문제로 대부분 흑룡강 조선어 방송을 통해 한국소식을 접한다. 중국의 한국어방송은 지난 100여 년간 한국어방송을 통해 조선족 사회의 정체성 유지를 위한

핵심 역할을 수행해왔다. 하지만 동포 2세, 3세가 조선족 사회의 주요 구성원이 되면서 한국어방송에 대한 관심이 줄어들고 있는 실정이다. 일자리를 찾아 자치주를 떠나는 젊은 조선족의 수가 증가하고 조선어를 배우는 학생이 감소하면서 조선어 방송은 외면을 받고 있다. 이에 따라 조선어 방송 프로그램도 젊은 조선족의 취향을 따라가지 못하고 있는 실정이다.²⁾

나) 일본³⁾

일본은 외국 방송매체에 대해 개방적인 편이다. 가령 외국프로그램의 진입을 규제하기 위한 국산프로그램편성 우대제도는 시행하고 있지 않으며 외국자본진입 및 소유에 대해서도 뉴미디어나 케이블TV에 대해서는 개방되어 있다. 지상파방송국의 외국자본상한은 20%까지 허용되어 있는데, 반면 케이블TV방송국은 1999년에 외국자본진입규제를 전면 철폐했다. 그리고 2001년부터 방송과 통신의 전송로 융합을 이용한 방송, 즉 전기통신역무이용방송사업자에 대해서는 외국자본을 전면적으로 개방하고 있다. 예를 들어 통신위성을 이용한 방송이라든가, IP망이나 케이블망을 이용한 방송에 대해서는 외국자본을 100% 허용하고 있는 것이다. 이에 따라 외국계 채널들은 일본에서 전기통신역무이용방송사업자 지위를 얻어 방송사업을 운영하고 있는 케이스가 많다. 전기통신역무이용방송법이 통과된 2001년 이후부터 국내자본도 일본의 방송채널사업에 본격적으로 투자하고 있다. 후술하게 될 KNTV, MNET, KBS 재팬은 모두 국내 자본이 투입되어 국내자본으로 방송채널을 운영하고 있다. 이들은 국내 방송사의 현지법인들이다.

(1) KNTV

KNTV는 일본에서 가장 오래된 한국어 전문채널이다. KNTV는 1996년 10월에 일본에서 처음으로 디지털 CS방송이 출범할 때부터 방송되었던 채널이다. 현재 스카이프

2) “라디오방송에서 흘러나오는 노래들이 전부 70~80년대 옛날 노래이고 프로그램도 재미없어 청년들은 듣지 않는다...”(김병건, 50대, 할빈거주 10년) (방송위원회(현 방송통신위원회), 2004)

3) 현재 일본에서 운영되고 있는 채널의 경우 국내 자본 투자에 의해 운영되고 있으므로 엄격하게 구분하면 본 연구에서 의미하는 해외동포에 의해 자생적으로 발전한 해외한국어방송은 아님. 그러나 다양한 형태로 활발하게 운영되고, 해외자본에 대해 비교적 개방된 일본 방송환경의 특수성 또한 고려해야하므로 해외 한국어방송의 지역별 운영현황과약을 위해 참고할 필요가 있음.

팩TV 331채널에서 한국의 MBC, SBS의 프로그램을 중심으로 방송하고 있다. 초창기에는 매일 '재일코리아 뉴스'를 생방송하는 등 일본에 거주하는 한국인을 주요 타깃으로 삼았으나 일본인 중심의 가입자 구성이었고 여기에 한류드라마 붐이 불기시작하면서 이전 일본인을 대상으로 한 편성구조로 전환되었다. 한류 붐이 불기전인 1990년대와 2000년대 초반만 하더라도 일반 시세보다 저렴한 정책가격으로 공급되었다. 뿐만 아니라 MBC, SBS뿐만 아니라 KBS도 프로그램을 제공했었다. 그러나 2005년에 KBS 재팬이 설립되면서 KBS 프로그램은 제외되었고 현재는 MBC와 SBS에서 방송된 작품 중심으로 편성되고 있다. 현재 가입자는 한 때 7만명 정도까지 올라갔지만, 지금은 재정문제 및 M-net과의 방영권 경쟁 등으로 6만명선으로 떨어지고 있다.

(2) MNET 재팬

MNET은 현재 일본의 스카이퍼팩TV의 채널 792번에서 방송되고 있는 종합엔터테인먼트 채널이다. MNET은 2000년에 스카이 퍼팩TV에서 개국한 바 있으나 2002년 1월에 일본에서 철수했다. 그러다가 한류 붐이후인 2006년 3월에 792채널에서 다시 개국했다. 2007년부터는 일부 케이블TV에서도 시청할 수 있다. MNET은 음악프로그램은 물론 드라마 및 영화, 버라이어티 등 엔터테인먼트 전반을 방송하고 있다. 가입자는 2008년 5월 11월기준 약 7.5만명 수준으로 크게 늘어났다. 제작사와 직접 거래한다거나 일본 거래처와 공동 구매 등으로 방송 3사의 대표드라마의 방송권을 다수 확보했다.

(3) KBS 재팬

2005년에 설립된 KBS월드는 주로 KBS프로그램을 편성하고 있으며 위성방송인 스카이퍼팩TV와 케이블TV등을 통해 방송되고 있다. 2009년6월말 현재 319만 가구가 KBS월드를 시청하고 있다.

(4) 일본의 한국어방송 개선방안

일본은 워낙 한류로 잘 해주고 있기 때문에 특별한 공적 지원을 필요로 할 것 같지 않으나 그 특성에 따른 방안을 제시하자면 매체의 성격을 분명히 해야 한다는 것을 지적한다. 현재 일본에는 KBS월드와 아리랑TV가 동일한 지역에서 중복해서 프로모션되는 것은 프로모션 자원의 분산으로 보이며 이에 따른 매체성격이나 아이덴티티의 재정립이 필요하다는 생각이다. 아리랑TV의 장점과 KBS월드의 장점을 면밀히 분석해

이것이 훼손되지 않고 시너지를 발휘할 수 있는 통합방안이 무엇인지를 고민해야 할 것이다. 예를 들어 재정기반은 어려우나 대외위상이 높은 아리랑TV와 재정기반이 튼튼한 KBS월드의 국제방송공사 설립안도 고려해볼 만한 일이다. 즉, 아리랑이 그 동안 쌓아온 대외브랜드를 그대로 살리되 재정기반이 튼튼한 KBS가 출자하는 국제방송공사가 설립되고 이곳에서 월드와 아리랑TV를 통합 운영하는 방안이다. 이렇게 되면 조직은 일원화하되 아리랑TV와 같은 브랜드는 살려가는 방안이 될 것으로 생각된다. 이와 같이 일본의 한국어방송에 대한 조직 방안은 큰 틀에서 통합 안으로 가는 것이 맞는 것 같지만 단선적 정보만 갖고 통합 안을 논의하기에는 역부족인 측면이 적지 않으므로 더 개방적이고 현실적 논의가 이뤄져야 할 것으로 생각된다.

2) 중앙아시아/CIS지역 - 독립국가연합

재정러시아로의 한인이주는 1860년대 중국과 러시아가 맺은 북경조약에 따라 러시아가 우수리강 동쪽지역을 획득하게 된 1863년부터 시작되었다. 당시 한국은 가난과 토지부족 및 수탈에 시달리는 농민들의 탈출구가 필요했으며 때마침 연해주지역이 등장하였다. 한인들은 연해주 지역에 벼농사 기술을 전수했다. 1910년 한일합방 이후 일복 총독부의 토지조사사업으로 땅을 잃은 농민들이 다시 러시아로 이주해오므로써 러시아의 한인 수는 더욱 더 증가하였다. 하지만 1937년 소련정부에 의해 실시된 한인 강제 이주 정책에 따라 약 18만 명의 한인들이 극동지역에서 중앙아시아 지역으로 강제 이주하게 되었다. 사할린, 연해주의 한인들이 이주 정책에 따라 이동하다가 아까운 목숨을 잃기도 하였다.

1991년 소련의 붕괴는 고려인들에게 또 다른 충격으로 다가왔다. 신생 중앙아시아 공화국들이 러시아적인 문화를 배제하고 자민족 중심적인 문화육성을 위해 사회 전반적인 시스템에 변화를 가져오자 고려인들은 다시 주변으로 밀려나게 되었다. 또한 분리된 공화국 간의 전쟁으로 6천만 명의 소수민족 대이동이 발생하였는데 여기에 고려인들도 포함되어 있다. 독립국가연합의 12개국을 소련을 구성하는 큰 12개 민족을 중심으로 이루어졌다. 따라서 매우 적은 규모의 한인들에게는 더 큰 어려움을 주고 있다. 러시아가 추진해온 소수민족 정책이 아무 의미가 없어짐에 따라 한인들은 거주 공화국의 소수민족 정책에 자신의 운명을 걸어야 하는 처지에 놓여 있게 되었다. 현재 독립국가연합 내 한인들은 주로 러시아, 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 키르기스스탄에 거주

하고 있고 각 국가마다 한국어방송이 어렵게 운영되고 있는 실정이다.

가) 사할린우리말 방송

사할린 우리말 방송은 사할린 전역의 57만 사할린 거주민과 4만의 동포를 대상으로 하는 라디오 방송이다. 사할린방송은 1956년 10월 1일, 소련 텔레비전라디오 방송공사 창립과 더불어 110개의 소수민족 중 유일한 소수민족 방송으로 사할린텔레비전라디오 방송공사 내 조선말 라디오 방송국으로 설립되었다. 1991년 방송국명을 사할린 우리말 방송국으로 개칭하고 주 6회 하루에 30분씩 유·무선 동시 방송을 실시하였다가 1995년 7월 러시아 경제위기로 방송이 중단되었다. 하지만 같은 해 10월 23일 사할린 한인들의 노력으로 방송을 재개하였다. 2002년 다시 방송시간이 하루 5분씩으로 축소되는 어려움을 겪기도 하였다. 2002년 2월 '사할린 우리말 텔레라디오(Korean Teleradio Sakhalin-KTRS)'의 설립허가를 러시아 연방정부로부터 받고 재외동포재단과 한강포럼의 지원으로 텔레비전 방송을 시작하여 주 4시간 TV와 라디오방송을 실시했었으며, 현재는 경제적 어려움으로 라디오 방송은 중단되고, TV는 주 40분 방송하고 있다.

나) 우즈베키스탄 - 고려사람 '친선' 텔레비전 방송

1990년 3월 고려인을 대상으로 하는 '친선'프로그램이 시작하였다. 매주 일요일 주 1회 20분씩 우즈베키스탄 국영 1TV에서 방송되면서 고려인들의 관심을 얻었다. 1997년 KOICA봉사자들과 합동으로 '한국어를 배웁시다'라는 50부작 교육 프로그램을 준비해 상영하기도 하였다. 현재에는 월 3회 15분씩 방송되고 있으며 국영 우즈베크 TV의 도움으로 제작, 편성되고 있다.

다) 카자흐스탄 - '고려말' 라디오방송, '우리민족' 텔레비전 방송

고려말 방송은 구소련 고려인이 한국어를 배우는 것을 통해 민족문화를 배우고 익히는 라디오 프로그램으로 현재 주 1회 20분 방송되고 있다. 우리민족 텔레비전 방송은 1991년 2월 4일 '고려사람 TV'로 시작하였고 주 1회 30분씩 방송된다. 카자흐스탄 국영 텔레비전/라디오 방송사의 인건비, 제작비, 편성, 시설 지원과 고려인협회의 인력

지원으로 제작, 방송되고 있으나 예산에 따라 지원이 감소할 위험이 항상 존재한다. 카자흐스탄은 구소련으로부터 독립 직후 다른 공화국들과 마찬가지로 성우1인이 모든 연기자의 대사를 읽어 내려가는, 마치 신과극을 연상케 하는 재미있는 더빙이 2000년 초까지도 성행하였다. 또한 모든 구소련 독립국 연합 소속 국가들은 열악한 경제 사정 으로 인하여 대부분 남미나 터키에서 무상공급 받은 드라마 시리즈를 케이블TV 에서나 볼 수 있는 방영 횟수에 해당하는 일일 3~5번을 공중파에서 반복해서 틀어주었다.

현재 카자흐스탄은 독립을 이룬지 20년이 돼가지만 국영 방송의 특성상 재정의 100%를 정부에 의지해야 하는 점과 방송광고 수입과 시청료 징수제도가 없어 일정한 수입이 없이 지출만 해야 하는 부실한 시스템과 자본 부족이 겹쳐 드라마의 자체 제작 은 상상도 못한다. 독립 이후 제작한 드라마는 한 두 편이 고작이었다.

이러한 경제적 이유로 최근까지도 대부분의 드라마를 러시아에서 제작한 시리즈나 한국과 중국 등에서 최근 1~2년부터 10여 년 전에 유행했던 작품을 무상공급 받거나 저렴한 가격에 구매하여 카자흐어 더빙과 러시아어 자막을 동시에 넣어 방영하고 있다. 카자흐스탄은 2008년 7월 3일 국영 회사인 내셔널 인포메이션 홀딩 ‘아르나 미디어’를 설립하여 기존의 국영 방송인 ‘카자흐스탄’을 포함하여 ‘하바르’, ‘엘-아르나’ 등 3 개의 공중파를 국영화 했다. 또 KATELCO, EGEMEN KAZAKHSTAN 신문, 카자흐스탄 프라브다 신문, 인터넷 정보 포털KAZINFORM, 자스오르켄, 카작 가제페르(카작 신문-카자흐어판) 등 TV및 방송 중계시설과 인터넷뉴스 및 신문사를 통합하여 총 9개의 회사를 하나로 묶어 정보 사회에서 국제사회에서 카자흐스탄의 경쟁력 강화를 목표로 힘을 모았다.

라) 키르키즈스탄 - ‘아리랑’ 텔레비전 방송

키르키즈 국영 TV라디오방송을 통해 2002년 8월부터 방송을 시작하였다. 주 1회 30분씩 방송되고 있으나 고려인 협회의 인력지원 등으로 어렵게 운영되고 있다. 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 키르키즈스탄 3국의 한국어방송은 각 나라 국영방송국의 지원에 의존하여 방송을 하고 있으며 점차 지원이 삭감되는 어려움에 봉착해 있다. 위성이나 케이블을 통해서 한국국내방송, 아리랑TV의 시청이 가능하나 비용, 언어의 문제로 실제로 방송을 시청하는 동포는 많지 않은 실정이다.

3) 오세아니아주 - 호주, 뉴질랜드

호주는 1901년 백호주의정책을 채택하여 아시아인의 이주를 엄격히 제한하였다. 한국인을 비롯한 아시아인의 이민이 가능해진 것은 1973년 백호주의정책이 공식적으로 폐지되면서 부터이다. 특히 1980년대 호주의 인종무차별 이민정책이 한국인들의 이민을 폭발적으로 증가시켰다. 뉴질랜드는 1991년 이민정책이 점수제로 바뀌면서 한국의 이민자 수가 급격히 증가하였다. 나이, 학력, 경력, 정착자금 등의 일정한 요건을 갖춘 사람에게는 누구에게나 이민을 허용하면서 한국의 이민자 수는 폭발적으로 증가하였다. 뉴질랜드의 한국인 이민역사는 18년 정도이며 현재 약 3만 명 정도로 이민 인구가 늘어났고 더불어 24시간 운영되는 한국어방송 채널이 2개나 생겨났다는 것은 매우 고무적인 현상이다. TV방송을 기준으로 2개 채널이며, KBS 해외 한국어방송사 일람을 보면 라디오의 경우 4개의 방송사가 별도로 운영되고 있다. 2개의 채널 모두 월드TV에서 운영하고 있으며 각각 KBS와 MBC에서 방송을 제공받아 운영하고 있다. 4년 전 자체적으로 디지털 방송 시설을 갖추었다. 3년 전부터는 뉴질랜드 민영방송인 TV3의 뉴스를 제공 받아 생방송 이후 3시간 뒤에 한국어 자막(자체 번역)과 함께 방송 하고 있다. TV3 뉴스의 한국어 자막 방송은 그 이전 TV3의 중국어 자막 방송 성공 사례에 따라 TV3의 적극적인 협조로 이루어지고 있다. TV1, TV2는 국영방송이다.

현재 오세아니아는 10만 명 정도의 동포가 거주하고 있으며 약 95%의 한국인들이 뉴사우스웨일즈(New South Wales), 퀸즐랜드(Queensland), 빅토리아(Victoria)등의 동부 및 동남 해안지방에 대도시에서 거주하고 있다. 이민의 역사가 쌓임에 따라 등장하고 있는 이민 2세대 교포 자녀의 정체성에 관한 관심이 필요한 시기이다. 오세아니아의 한국어방송은 상업방송, 위성방송, 비상업적 커뮤니티 방송 등 목적에 따라 다양하게 운영되고 있다. 2000년 4월까지의 호주 방송통신위원회가 인가한 커뮤니티 라디오 방송국은 총 190 여개에 달하며 대부분 FM으로 방송한다. 또한 100여개의 커뮤니티 방송국이 준인가 형태로 운영되고 있다. 커뮤니티 방송의 내용은 다른 방송을 통해서 전달이 불가능한 대안적인 사고와 콘텐츠의 다양성을 추구한다. 커뮤니티 방송사들은 각각의 특정한 커뮤니티를 위한 방송 혹은 특정한 이해집단을 위한 방송을 한다. 약 100여개의 방송사(전체 방송사의 약 40%)가 주당 1,571시간 동안 비영어권 소수민족들을 위한 방송을 하고 있으며 약 100여개의 언어가 사용되고 있다.

비영리를 원칙으로 하는 커뮤니티 방송은 재정적인 면에서는 매우 힘든 모습을 보

이고 있다. 방송사들의 주 재정원은 정부의 보조금과 가입자들이 내는 가입비, 복권 판매 등으로 얻는 수익, 그리고 방송 시간당 최고 4분까지 허용되는 협찬광고가 대부분이다. 비율면에서 보면 협찬광고가 약 32%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 커뮤니티방송재단의 보조금, 가입자들의 가입비, 성금 등의 순으로 재원 조달이 이루어지고 있다. 가입비의 경우 전체 방송사의 약 12.5%가 가입비를 통해 수익을 얻고 있으나 이 또한 지역별로 편차가 심하다. 대도시에 위치한 방송사들의 경우 많은 가입자를 확보하고 있지만 지역 방송사들의 경우 그렇지 못하기 때문이다. 연방정부 및 주정부, 각 지방 정부의 보조금이 지급되기는 하나 모든 방송국이 받을 수 있는 것은 아니며 금액도 각각 전체 재원의 5% 미만으로 미미한 수준에 그치고 있다. 이에 따라 대부분의 방송사들이 만성적인 재정난에 심하고 방송인력 또한 많은 수가 자원봉사자들로 구성되어 있는 형편이다(신승한, 2004).

가) SBS(Special Broadcasting Service)라디오 한국어방송

SBS는 호주정부가 운영하는 소수민족채널이다. 호주는 1978년 비영어권 소수민족에게도 방송혜택이 주어져야 한다는 방침 하에 비영어권 다중언어방송국인 SBS라디오 방송국을 설립하였다. SBS는 호주전역을 커버하는 AM/FM채널, 시드니를 커버하는 97.7FM채널과 1107AM채널, 멜버른을 커버하는 93.1FM, 1224AM 채널 등 5개 채널을 통해 총 68개 소수민족 언어로 제작된 프로그램이 방송된다. 한국어방송은 1979년 처음으로 방송된 후 주당 총 7시간(전국 네트워크 1시간, 멜버른 2시간, 시드니 4시간)으로 방송되고 있다(방송위원회(현 방송통신위원회), 2004).

나) TV Korea

TV Korea는 호주의 AMG Sydney주식회사가 운영하는 호주한인 위성방송국이다. 2001년 2월 KBS위성방송과 계약 후 10월에 TVKorea Channel을 설립하였다. 12월에는 호주 위성방송사 Globecast와 1개 채널을 임대하여 호주내 위성방송carrier 계약을 완료하여 TV Korea 방송을 시작하였다. KBS World와 SBS 프로그램을 6:4 정도로 혼합 편성하여 24시간 방송하고 있다.

다) MBC 호주한인방송(Korean Broadcasting Australia Pty. Ltd.)

1996년 개국한 상업라디오방송국으로 MBC 라디오방송을 받아 24시간 방송하고 있다. 자체제작 프로그램을 2시간 편성하고 있으며 교민뉴스, 생활영어, 교민사연 등의 내용을 담고 있다. 가청취권은 시드니 전역이며 방송을 듣기 위해서는 별도의 수신기가 필요하고 7,500대(2004기준)의 라디오 수신기가 보급되어 있다(방송위원회(현 방송통신위원회), 2004).

라) 소수민족액세스채널을 통한 비상업적 라디오방송

뉴질랜드 정부는 1989년 제정된 라디오 커뮤니케이션법(Radio communications Act 1989)에 따라 상업적 목적에 기반을 둔 라디오와 텔레비전 방송 채널은 경쟁과정, 즉 주파수 경매를 통해 분배하고 있다. 그러나 비상업적 라디오 방송과 텔레비전 방송에는 이러한 상업적 방송 시장의 메커니즘이 맞지 않다고 판단하여 비상업적 라디오 방송과 텔레비전 방송 채널권 허가에 있어서는 어떠한 비용도 부과하지 않고 있다. 카톨릭한인방송, 오uckland한인방송, 기독교한인방송 도 이러한 커뮤니티 액세스 채널 중 하나인 Planet FM 104.6 채널을 통해 방송되고 있다.

마) 뉴질랜드 남십자성방송

뉴질랜드 남십자성방송은 뉴질랜드에서 가장 먼저 한국어방송을 실시하였다. 1991년 오uckland 커뮤니티 액세스 라디오 810AM 방송채널을 통해 시작한 후 2003년 11월 남십자성방송으로 명칭을 변경하였다. 2003년 6월부터 하루 24시간 107.7LPM 오uckland 지역방송을 통해 방송되고 있다.

바) 월드 TV

월드 TV는 2000년 5월 6개 채널(한국 1개, 일본 1개, 중국 4개)로 방송을 시작한 상업위성방송사이다. 한국방송은 1개 채널을 통해 24시간 방송하고 있다. KBS 월드 프로그램을 24시간 받아 방송하고 있으며 2006년 4월부터 MBC 편성채널도 운영하고 있

다. 자체제작은 1주일에 10시간정도이다. 뉴질랜드 민영텔레비전 방송국의 뉴스에 한국어 자막을 넣어 방송하는 'TV3 뉴스'와 현지 주요 인사를 초대하여 현안 문제를 토론하는 'WTV 초대석'이 대표적인 프로그램이다. 기본채널 이용료는 월 80\$ NZ이다.

4) 미주지역 - 미국, 캐나다

이민 초기 해외 한인들의 정보욕구를 해소하고 하나의 공동체로 결집시켜 준 것은 한인 교회와 매스미디어였다. 교포 언론이 국내 언론과 다른 점은 한국과 이민 현지사회를 연결해주는 중시하는 언론 고유의 역할보다 한인 사회의 공동 이익을 대변하고 집결시키는 역할이 더욱 기대되었다. 물론 지금은 역사가 오래되면서 한인사회에 대한 비판과 견제라는 언론 본연의 임무를 수행하고 있지만 아직도 여전히 한인 사회의 공동이익을 대변하고 한국 정부와 중개역할을 기대하고 있는 상황이다. 현재 미주지역 한인언론은 지난 1969년 한국일보 미주판이 언론의 닷을 올린 이래 신문과 방송, 잡지, 위성방송, 인터넷 등 다양한 매체들이 운영되고 있어 다채널 환경을 형성하고 있어 양적인 성장을 이룬 상태라고 할 수 있다.

미국의 한인방송은 본격적인 미주 교포사회가 형성되던 1972년 워싱턴에서 시작되었다. 1980년 초까지 로스앤젤레스에는 세 개의 텔레비전 방송국이 설립되어 고국의 텔레비전 방송을 보여줌으로써 교포들의 향수를 달래주는 역할을 했다. 이어 1983년과 1975년 설립된 미주한국방송(KTB)과 미주 중앙방송권이 미주한인방송(KBS어메리카)로 통합되어 오늘에 이르고 있다. KBS어메리카는 로스앤젤레스의 한인방송으로 KBS의 자회사다. KBS 뉴스와 프로그램을 지원 받아 자체 제작한 프로그램과 함께 방송하고 있다(임채완 외, 2008).

KBS어메리카와는 성격이 다른 방송국으로는 1985년 말에 개국한 한미 TV 케이블 방송이 있다. 미국 현지 케이블 텔레비전으로부터 시간을 얻어서 사용하는 방식을 채택한 방송으로 개국 초 이 방송을 통해 로스앤젤레스 시청자들은 매주 월요일부터 금요일까지 가입자에 한해 하루 12시간씩 방송을 시청할 수 있게 되었으며 현재 하루 24시간 교포들에게 방송을 전하고 있다. 이 밖에도 현재 미국에는 워싱턴, 뉴욕, 로스앤젤레스, 호놀룰루, 애틀랜타, 시애틀, 포틀랜드, 시카고 등에서 라디오코리아, 라디오서울 등 다양한 라디오, 텔레비전 방송국이 운영되면서 한국에서 제작된 각종 연예, 교양 프로그램과 자체 제작 프로그램을 방영하고 있다. 이와 같이 미국의 한국어방송국은

한국과 현지 한인사회를 연결해주는 중요한 통로로 한국교포의 단합과 여론 조성에 기여하고 있다. 뿐만 아니라 이민 2세대들에게 한국어를 보급하고 한국인으로서의 자긍심을 높이는데 기여하고 있다.

2. 해외 한국어방송 지원 제도 현황과 평가

방송통신위원회는 2005년부터 매년 해외 한국어방송 지원 사업 계획을 수립하여 추진하고 있다. 지원은 ‘방영권 지원’과 ‘방송콘텐츠 제작지원’ 및 ‘연수 및 교육 지원’과 같이 크게 3가지 분야로 나누어 시행되고 있다.

‘방영권 지원’은 방송콘텐츠의 프로그램 방영권을 지원하는 것으로 국내에서 방송사의 프로그램 콘텐츠들의 방영권을 지원하는 것이다. 그리고 ‘방송콘텐츠 제작지원’은 해외 한국어방송사에서 제작하는 방송콘텐츠를 공동으로 제작하거나 협조하고 있다. 끝으로 ‘연수 및 교육 지원’은 KBS에서 주관하여 해외 한국어방송인을 초청하여 연수하거나 전문가를 현지에 파견하여 연수시키고 있다. 그 외에도 북방동포방송인에게 아나운스먼트나 뉴스 진행 등에 대해 특별연수를 실시하며 ‘서울프라이즈’의 본선진출자들을 위한 제작워크숍 등을 진행한다.

그러나 정부차원의 이러한 지원 사업이 실시된 지 얼마 되지 않은데다, 그동안의 지원사업이 체계적이고 장기적인 안목에서 지속적으로 기획되고 집행되기 보다는 단발적이고 일회성에 그치는 경향이 있어 우려가 제기되어 왔다. 특히, 그동안의 지원사업 성과를 객관적으로 평가할 수 있는 방안이 없었기 때문에 향후 지원 계획을 세우는 데 있어 주관성이 개입될 여지가 있다는 문제점도 제기되어 왔다. 이러한 문제점을 해결하기 위해 2008년 「해외 한국어방송 지원 사업에 대한 수용자 만족도 및 평가모델 개발 연구」를 통해 해외 한국어방송 지원 사업에 대한 체계적인 평가 기준을 개발한 바 있다. 이를 위해 해외 프로그램 구매자들과의 지속적인 연락체계 유지에 어려움이 많다는 점을 인식하고, 해외 프로그램 구매자에 대한 정보 공유가 국내에서 이뤄질 수 있도록 하루빨리 협력 모델이 구축되어야 한다. 해외시장의 개척 성공은 좋은 현지 네트워크 또는 파트너를 구축하는 것에 달려있으며 해외 시장 네트워크 구축을 위한 지원책이 이루어져야 할 것으로 판단된다.

가. 해외 한국어방송 관련 법제도 현황

해외 한국어방송의 지원제도를 논하기에 앞서 이러한 논의의 전제조건이 될 수 있는 법제도 현황에 대해 살펴보고자 한다. 현행 방송법 36조에서는 방송통신위원회가 방송진흥사업 및 문화·예술진흥사업을 위하여 방송발전기금을 설치하여 집행하도록 하고 있으며, 이 기금의 사용처를 명시하고 있다. 방송법 38조 1항의 11의 2를 살펴보면 방송발전기금의 사용처로 “해외 한국어방송에 대한 지원”을 두고 있어 해외 한국어방송 지원사업에 있어 방송발전기금의 재원이 사용될 수 있다는 법적 근거를 명확히 하고 있다.

<표 4> 방송법 제38조 ‘기금의 용도’

제38조 (기금의 용도)

① 기금은 다음 각호의 1의 사업에 사용된다. [개정 2005.5.18, 2006.10.27, 2008.2.29 제8867호(「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」)]

1. 교육방송 및 기타 공공을 목적으로 운영되는 방송
2. 공공의 목적을 위한 방송사업자의 설립 및 방송프로그램 제작
3. 방송프로그램 및 영상물 제작 지원
4. 시청자가 직접 제작한 방송프로그램
5. 미디어 교육 및 시청자단체의 활동
6. 방송광고 발전을 위한 단체 및 사업 지원
7. 방송기술 연구 및 개발
8. 장애인등 방송소외계층의 방송접근을 위한 지원
9. 문화·예술진흥사업
10. 언론공익사업
11. 남북간 방송 교류·협력 및 남북공동 방송프로그램 제작 지원

11의2. 해외 한국어방송에 대한 지원

12. 기타 방송의 공공성 제고와 방송발전에 필요하다고 방송통신위원회가 의결한 사업

② 방송통신위원회 위원장은 방송통신위원회의 동의를 얻어 기금의 일부를 방송의 공공성·공익성 제고와 방송진흥 및 시청자복지를 위하여 용자 및 투자재원으로 활용할 수 있다. [신설 2006.10.27, 2008.2.29 제8867호(「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」)]

또한 공정하고 건전한 방송문화를 정착시키고 국내외 방송을 효율적으로 실시하기 위하여 국가기간방송으로서 설립된 한국방송공사(이하 KBS, 방송법 제43조)는 국내외

를 대상으로 민족문화를 창달하고, 민족의 동질성을 확보할 수 있는 방송프로그램을 개발하여 방송하여야 할 의무를 진다(방송법 제44조 4항)고 명시하고 있다. 다시 말해 KBS의 공적 의무의 하나로서 해외 한국어방송 프로그램의 제작 및 방송을 지목하고 있는 것이다. 이는 방송법 제54조 1항의 5호에서 보다 명확하게 명시하고 있다. 여기서는 KBS가 국제친선 및 이해증진과 문화·경제교류 등을 목적으로 국가가 필요로하는 방송을 시행할 것을 주요 업무 중 하나로 제시하고 있다. 이어 제54조 2항에서는 국가가 5호의 업무에 대하여 보조금을 지원할 수 있다고 명시하고 있다.

<표 5> 방송법 제54조 ‘(한국방송공사의) 업무’

<p>제54조 ((한국방송공사의) 업무)</p> <p>① 공사는 다음 각호의 업무를 행한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 라디오방송의 실시 2. 텔레비전방송의 실시 3. 위성방송등 새로운 방송매체를 통한 방송의 실시 4. 방송시설의 설치·운영 및 관리 5. 국가가 필요로 하는 대외방송(국제친선 및 이해증진과 문화·경제교류 등을 목적으로 하는 방송)과 사회교육방송(외국에 거주하는 한민족을 대상으로 민족의 동질성을 증진할 목적으로 하는 방송)의 실시 6. 한국교육방송공사법에 의한 한국교육방송공사가 행하는 방송의 송신 지원 7. 시청자 불만처리와 시청자 보호를 위한 기구의 설치 및 운영 8. 전속단체의 운영·관리 9. 방송문화행사의 수행 및 방송문화의 국제교류 10. 방송에 관한 조사·연구 및 발전 11. 제1호 내지 제10호의 업무에 부대되는 수익사업 <p>② 국가는 제1항 제5호에 해당하는 업무에 대하여 보조금을 지원할 수 있다.</p> <p>③ 공사는 이사회의 의결을 거쳐 제1항 각호에 해당하는 업무 또는 이와 유사한 업무를 행하는 법인에 대하여 그 자본금의 전부 또는 일부를 출자할 수 있다.</p>

다시 말해 해외 한국어방송에 대한 지원업무에 대해서는 주무부서인 방송통신위원회 외에 KBS도 의무를 지고 있으며 이러한 지원사업은 방송발전기금에 의해 그 재원을 조달할 수 있다는 법제도적 근거가 명확하다고 할 수 있다.

나. 해외 한국어방송 지원현황

1) 2005년~2008년 해외 한국어방송 지원성과

2005년 5월 방송법 개정으로 해외 한국어방송에 대한 지원 근거가 마련된 이래, 해외 한국어방송사를 지원하여 재외동포의 우리말과 문화에 대한 접근성을 향상시키고 민족정체성 제고에 기여하고자 방송위원회(현 방송통신위원회)를 중심으로 한 해외 한국어방송에 대한 지원 사업이 꾸준히 추진되어 왔다. 2005년부터 추진된 해외 한국어방송 지원사업의 지원성과를 연도별로 살펴보면 다음과 같다.

가) 2005년 해외 한국어방송 지원 현황

2005년 방송통신위원회는 해외한국어방송의 방송프로그램 제작기반 개선에 우선순위를 두고 방송장비지원에 가장 많은 예산을 할당하였다.

<표 6> 2005년 방송콘텐츠 지원 내역

(단위 : 백만원)

대상 방송국	프로그램 및 편수	지원비용
연변광과전시국	‘아줌마’ 등 5편	34
사할린우리말방송국, 사할린국영TV라디오방송공사	‘대장금’ 등 6편	132
TV친선프로그램, 우즈베크국영TV라디오 방송국	‘윈더플라이프’ 등 각7편	27
우리민족TV, 카자흐스탄국영TV라디오 방송국		27
World TV	‘완전한 사랑’ 등 5편	33
합 계	총 30편	254

<표 7> 2005년 연수·교육 지원 내역

(단위 : 백만원)

연수·교육 프로그램	연수 수혜자	지원비용	비고
초청연수	중국동북 3성 11개사의 방송인 11인	20	KBS 초청연수와 병행

<표 8> 2005년 방송장비 지원 내역

(단위 : 백만원)

국가	대상 방송국	지원비용	국가	대상 방송국	지원비용
중국	흑룡강조선어방송국 등 4개사	467	우즈베키스탄	TV친선프로그램	17
러시아	사할린우리말방송국	75	호주	TV KOREA 등 3개사	130
카자흐스탄	우리민족TV방송 등 2개사	10	뉴질랜드	World TV 등 5개사	170
합계		총6개국 17개사에 869백만원			

이는 해외한국어방송사는 해당국의 소수민족 지원정책에 따라 국영방송사 소속, 비영리법인, 영리법인 형태 등 다양한 형태로 방송을 실시하고 있으나 일부 방송사는 가정용 영상장비를 이용하는 등 방송제작 시설 및 장비가 열악하여 프로그램을 제작·방송하기 어려운 실정이었던 당시 상황에서 해외한국어방송사의 송출중단을 막고 앞으로 진행될 콘텐츠 지원사업의 기반을 마련하기 위함이었다.

지원은 교포의 수가 많지만 영세한 방송사 환경과 한국문화를 접할 수 있는 방법이 한정됨으로 인하여 어려움을 겪고 있는 중국, CIS를 우선으로 이루어졌다. 그리고 당시 국내 지상파 3사에서 인기리에 방영을 마친 드라마 콘텐츠 중심의 방영권지원을 하였으며, KBS 초청연수와 병행하여 중국의 한국어방송 방송인을 대상으로 초청 연수 기회를 주었다.

나) 2006년 해외 한국어방송 지원 현황

2006년 해외 한국어방송 지원 사업에서는 방송장비부분이 줄고 연수·교육과 방송 콘텐츠지원이 크게 늘어났다. 이는 2005년 방송장비지원으로 운영이 활성화된 해외한국어방송사에 콘텐츠와 교육을 통한 장기적인 지원을 시작했기 때문이다. 특히 초청연수 외에도 전문가 파견연수를 통해 한국에서의 일률적인 연수가 아닌 각 국 현지의 사정에 맞는 교육을 받을 수 있게 되었다.

<표 9> 2006년 방송콘텐츠 지원 내역

(단위 : 백만원)

구 분	지원대상지	프로그램 및 편수	지원비용
방영권	사할린우리말방송국(사할린국영TV라디오방송공사)	'영웅시대' 등 4편	190
	TV친선프로그램(우즈베크국영TV라디오 방송국)		
	우리민족TV(카자흐스탄국영TV라디오 방송국)		
비디오물	폴란드 등 11개국	'주몽' 등 17편	128
제작·지원	해외한국어방송사, 해외문화원, 해외공관 등	'한국의 과학기술' 등 총 6편	570
	합 계	총 35편	888

<표 10> 2006년 연수·교육 지원 내역

(단위 : 백만원)

연수·교육 프로그램	연수 수혜자	지원비용	비고
초청연수 2회, 전문가 파견연수 3회	총 60개사 369인	257	KBS 보조사업

<표 11> 2006년 방송장비 지원 내역

(단위 : 백만원)

국가	대상 방송국	지원비용	국가	대상 방송국	지원비용
중국	연길인민방송국 등 6개사	204	파라과이	기독교한인방송	50
키르기스스탄	아리랑방송국	6	러시아	KCH	32
합계		총4개국 9개사에 292백만원			

다) 2007년 해외 한국어방송 지원 현황

2007년에는 해외한국어방송사에 대한 방송장비 및 직접적인 기금지원 사업은 이루어지지 않았다. 대신 2006년과 마찬가지로 콘텐츠 지원과 해외 한국어 방송 실무자들을 위한 연수·교육은 늘어났다. 자세한 지원 내역은 다음과 같다.

<표 12> 2007년 방송콘텐츠 지원 내역

(단위 : 백만원)

구 분	지원대상지	프로그램 및 편수	지원비용
방영권	사할린우리말방송국(사할린국영TV라디오방송공사)	'낭랑18세' 등 7편	258
	TV친선프로그램(우즈베크국영TV라디오 방송국)		
	우리민족TV(카자흐스탄국영TV라디오 방송국)		
비디오물	베트남 등 19개국	'주몽' 등 36편	241
제작·지원	해외한국어방송사, 해외문화원, 해외공관 등	'소나무' 등 총 8편	717
합 계		총 51편	1,375

<표 13> 2007년 연수·교육 지원 내역

(단위 : 백만원)

연수·교육 프로그램	연수 수혜자	지원비용	비고
초청연수 4회, 전문가 파견연수 2회	총 65개사 406인	289	KBS 보조사업

라) 2008년 해외 한국어방송 지원 현황

2008년에도 해외한국어방송사에 대한 방송장비 및 직접적인 기금지원 사업은 이루어지지 않았다. 대신 2006년, 2007년에 이어 콘텐츠 지원과 해외 한국어 방송 실무자들을 위한 연수·교육을 늘어났다. 자세한 지원 내역은 아래 표와 같다.

<표 14> 2008년 방송콘텐츠 지원 내역

(단위 : 백만원)

구 분	지원대상지	프로그램 및 편수	지원비용
방영권	사할린우리말방송국	한국사전(20회) HD역사스페셜(20회)	269
	스페인두손방송	커피프린스1호점(17회)	
	이집트 KOREA TV방송	비포앤애프터((12회)	
	우즈베크국영TV방송 사할린우리말방송 하바로프스크 한국방송	로비스트(24회) 달콤한 나의 도시(16회) 신의 저울(16회)	
	KBS World	한 네트워크(16회)	270
제작·지원	해외한국어방송사, 해외문화원, 해외공관 등	독도, 한국어교육 등 8편	878
합 계		총 15편	1,417

<표 15> 2008년 연수·교육 지원 내역

(단위 : 백만원)

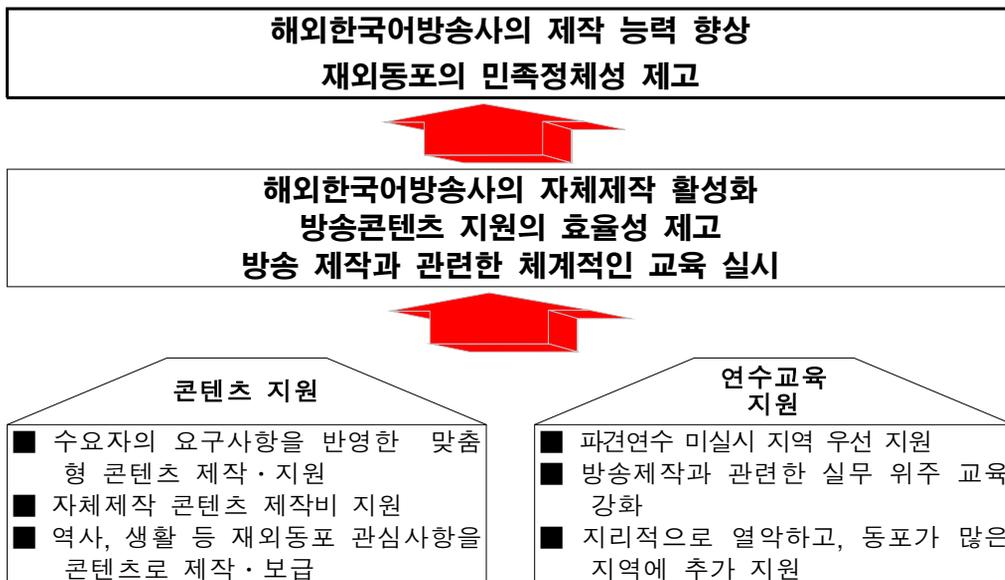
연수·교육 프로그램	연수 수혜자	지원비용	비고
초청연수 3회, 전문가 파견연수 2회	총 71개사 337인	270	KBS 보조사업

2) 2009년 해외 한국어방송 지원사업 추진계획 및 현황

가) 기본방향

2009년 2월 해외 한국어방송 지원사업에 대한 안건이 방송통신위원회에서 의결된 이후, 방송통신위원회를 주축으로 본격적으로 해외 한국어방송 지원사업이 계획·추진되고 있다. 2009년 3월에는 국가브랜드 강화를 위한 10대 과제 중 하나로 선정되어 “Friendly Digital Korea”라는 대과제 하에 “해외 한인방송 지원 강화”라는 세부과제로 보다 체계적으로 추진되고 있다.

[그림 2] 2009년 해외 한국어방송 지원사업의 기본방향



*출처: 방송통신위원회

2009년 해외 한국어방송 지원사업은 해외 한국어방송사의 자체제작을 활성화하고, 재외동포에게 맞춤형 콘텐츠를 제작·보급할 수 있도록 자체 프로그램 제작비 지원하며 해외한국어방송 연수·교육 사업과 연계하여 시너지 효과 극대화하기 위한 정책들로 구성되어 있다. 나아가 해외 한국어방송사들의 자체제작 능력을 향상시키기 위해 방송프로그램 제작 실습, 아나운서 교육 등을 강화하여 장기적 발전을 꾀하고 있다.

2009년 해외 한국어방송 지원사업을 좀 더 구체적으로 살펴보면, 사업의 추진기간은 2009년 1월부터 12월까지이며 총사업비 22억 4000만원으로 방송통신위원회, 한국전파진흥원, KBS 등이 각각 전담분야를 맡아 집중 지원한다. 지원예산을 항목별로 살펴보면 방송콘텐츠 방영권 지원, 전문가 양성을 위한 연수·교육 지원이 각각 6억 원, 3억 원으로 2008년과 동일하고 방송콘텐츠 제작·보급이 13억 4천만원으로 전년보다 소폭 증가하였다. 실태조사, 지원정책평가 등의 연구사업에는 3천 4백만원이 책정되어 예년보다 적은 비용이 할당되었다.

<표 16> 2005~2009 해외 한국어방송 지원사업 집행 예산

(단위: 백만원)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
방영권 지원	254	318	499	600	600
방송콘텐츠 제작	-	570	876	1,040	1,340
연수교육	20	257	289	300	300
실태조사 등	85	23	39	59	34
방송장비 지원	869	292	-	-	-
합계(결산기준)	1,228	1,462	1,703	1,711	2,240

나) 수행주체별 지원사업 현황

(1) 방송통신위원회 및 전파진흥원 수행 사업

(가) 방송콘텐츠 방영권 지원

방송콘텐츠 방영권 지원사업은 국내 우수한 프로그램을 해외 한국어 방송사가 해당 국가에서 방송할 수 있도록 방영권을 지원하는 사업이다. 총 6억원이 책정되어 있는 이 사업의 추진과정은 다음과 같다. 먼저 인터넷을 이용하여 해외한국어방송사의 수요를 파악하고, 방영권 지원 여부는 국내 방송사와 해외한국어방송사간 사전협의토록 하며, 국내방송사와 해외한국어방송사간 사전협의된 자료를 바탕으로 간담회를 개최하여 지원여부를 최종 결정한다. 드라마, 다큐멘터리, 라디오 프로그램 등 지원 프로그램을 다양화하여 해외한국어방송사가 최대한 수혜를 얻을 수 있도록 지원하도록 한다는 것이 사업 추진에 있어 기본적인 원칙이다.

세부적인 추진절차를 보면 2009년 1~2월에 해외한국어방송사 의견수렴 실시 및 국내방송사 통보하고, 2~3월에 국내방송사로부터 방영권 지원 제안서 접수받으며, 3월 안에 제안내용 관련 검토 및 확정하여 선정 사업자를 발표한 후 4월에 최종적으로 보조금을 지급한다. 집행된 보조금에 대해서는 12월에 정산 및 평가를 수행하게 된다.

2009년 10월 현재 집행된 방영권 집행내역은 <표 17>과 같다.

(나) 방송콘텐츠 제작 지원

방송콘텐츠 제작지원 사업은 해외 한국어방송사 및 재외동포에게 한국문화 소개 다큐멘터리, 한국어 교육 프로그램 등의 제작을 지원하는 사업으로 총 5억 4천만원의 예산이 책정되어 있다. 이 사업은 한국의 역사와 문화 등 모국에 대한 이해가 부족한 재외동포들에게 한국에 대한 이해를 제고시킬 수 있는 내용으로 제작·보급한다는 원칙을 가지고 있다. 따라서 우리 말과 문화에 대한 접근성을 제고하고, 프로그램 만족도 제고를 위해 재외동포들의 관심사항을 소재로 개발·보급하여 점점 우리의 말을 잃어가는 재외동포와 동포2·3세 들에게도 우리 말과 역사에 대한 흥미와 인식을 심어주고자 하고 있다. 다큐멘터리, 한글교육 프로그램 등을 영어, 러시아어, 중국어 등 지역에 맞는 자막을 포함하여 제작지원할 계획이며 해외한국어방송사, 재외공관, 해외문화원 등에 TV방영용, 또는 비디오물로 공급할 계획이다.

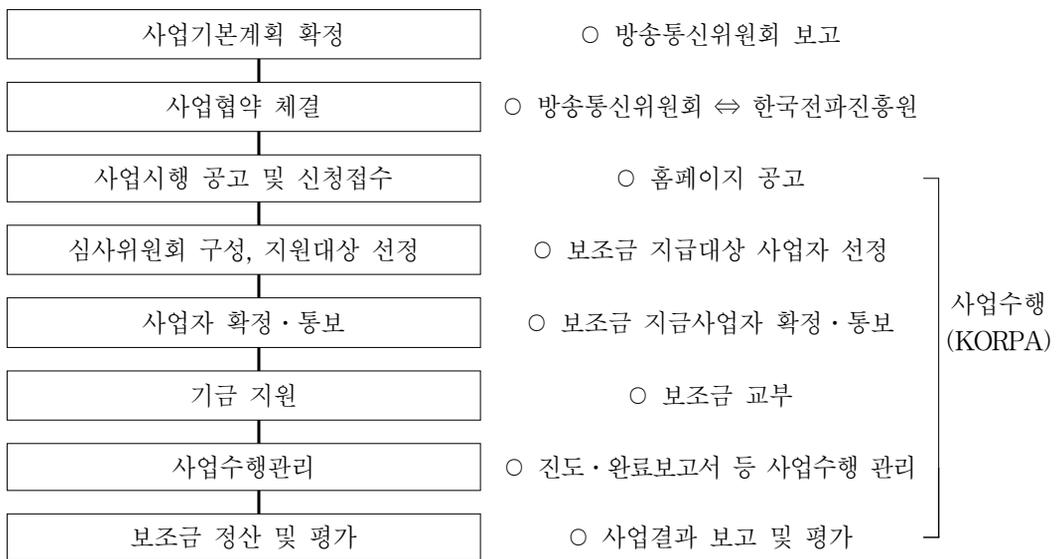
<표 17> 2009년 해외 한국어방송 방영권지원사업 집행내역

(2009년 10월 6일 현재)

구분 방송사	방영권		지원금액(원)
	지원 방송사	지원프로그램	
KBS	중국 연길TV	미안하다사랑한다(16회) 오필승 봉순영(16회) 로즈마리(18회) 애정의조건(60회)	62,220,000
	뉴질랜드 VOICE TV	불멸의 이순신(106회) 폴하우스(16회)	56,100,000
MBC	러시아 하바로프스크 KCH	대장금(54회)	28,620,000
	뉴질랜드 VOICE TV	대장금(54회) 주몽(81회) 내이름은 김삼순(16회) 궁(24회)	92,750,000
SBS	우즈베키스탄(친선TV프로그램)	왕과 나(63회)	123,165,000
	러시아 사할린우리말방송		
	러시아 하바로프스크 KCH		
EBS	카자흐스탄 Korea TV	쉽고 재미있는 한국어(16회) 이민자를 위한 한국어(25회)	12,300,000
	케냐 GBS	Go Go Giggles(156회) 다큐멘터리(20회)	27,980,000
	러시아 하바로프스크 KCH	쉽고 재미있는 한국어(16회) 이민자를 위한 한국어(25회) 한글이 야호(52회) 천사랑(104회)	32,580,000
	하와이 KBFD-TV	한국말 쉬워요(25회) Hello 안녕하세요(260회) 명의(50회) 세계테마기행(50회) 잉글리쉬 카페(26회)	48,190,000
MBCNET	WBS워싱턴TV	MBCNET명품다큐(80회) 문화콘서트 난장(7회)	46,545,000
	하와이 KBFD-TV	MBCNET명품다큐(50회)	26,750,000
	뉴욕 MKTV	MBCNET명품다큐(80회)	42,800,000
합계	14개사	31편	600,000,000

구체적으로 2009년 1~2월에 사업추진 기본계획을 수립하고 사업협약 체결하며 2~3월, 사업공고와 제안서 접수가 시작되어 3월에 심사위원회를 구성하여 제안서를 심사·평가하여 최종 사업자를 선정하게 되고, 4월에는 실질적으로 보조금을 지급·집행한다. 사업수행결과에 대한 평가는 12월에 보조금 정산 및 사업결과보고와 함께 실시된다. 이 사업의 세부일정진행은 한국전파진흥원이 전담하게 된다.

[그림 3] 2009년 방송콘텐츠 제작지원사업 추진 절차



(다) “재외국민 투표권 부여” 영상물 제작·보급

재외국민에게 대통령선거와 총선 비례대표 투표권을 부여한다는 법안(공직선거법, 국민투표법)이 국회를 통과함에 따라 이를 홍보하는 영상물의 제작과 배포를 지원하게 된다. 구체적으로 영상물 제작비는 방송통신위원회가 부담하고, 영상물에 포함될 내용은 중앙선거관리위원회의 협조를 받아 제작하게 된다. 영상물은 재외국민 투표권 부여 관련 법령 개정사항, 투표절차 및 투표방법, 선거운동 방법 등 내용을 포함하게 되며, 제작이 완료되면 이를 DVD로 재제작하여 재외공관, 해외방송사 등에 배포하게 된다.

콘텐츠는 약 30분 분량의 다큐멘터리형식으로 영어, 러시아어, 중국어 등 현지에 적합한 자막을 포함하게 지원비용으로는 약 1억원이 할당되었다. 추진절차는 콘텐츠 제

작지원사업과 유사하다.

(라) 해외 한국어방송 프로그램 제작 지원

해외 한국어방송 프로그램 제작 지원사업은 해외 한국어방송사의 자체제작을 활성화하고, 재외동포에게 맞춤형 콘텐츠를 제작·보급할 수 있도록 프로그램 제작비를 지원하는 제도이다. 2009년의 총 사업비는 4억원이 책정되어 있으며 해외 한국어방송사에게 실질적 도움을 줄 수 있도록 편수 제한 없이 1사 당 최대 5천만원 범위 내에서 제작비를 지원할 수 있다. 제작 완료 프로그램은 자사 방송국을 통해 의무적으로 현지 송출하는 것을 원칙으로 하며 제작 프로그램에 대한 활용도 제고를 위해 방송통신위원회가 활용 가능하도록 규정하고 있다. 재외동포 사회에 기여도가 높은 해외 한국어 방송사가 우선 선정될 수 있도록 심사기준에 이를 평가할 수 있는 항목을 추가하였다.

지원이 가능한 프로그램 장르는 다큐멘터리, 교육, 스포츠, 연예·오락 등으로 다양하며 대상매체도 TV, 또는 라디오 어느 쪽 매체도 지원 가능하다. 지원 작품 분량은 60분물 최소 1편, 또는 30분물 2편 이상이다. 추진절차는 2월 사업공고 및 제안서 접수를 시작으로 12월 사업결과 보고 및 보조금 정산까지 콘텐츠 제작지원사업 진행절차와 유사하며 사업수행은 한국전파진흥원에서 전담한다.

<표 18> 2009년 해외 한국어방송 프로그램 제작지원사업 평가항목

구 분	평가항목 및 배점	배점
프로그램 기획능력 (30)	○ 프로그램 내용의 공익실현 가능성	10
	○ 소재 및 구성의 독창성·참신성 ○ 프로그램 내용의 흥미성	15
	○ 제작 프로그램의 국제적 활용 가능성	5
제작비적절성(20)	○ 자체자원(인력·시설) 활용 및 제작비 구성의 적절성	20
프로그램 제작능력 (30)	○ 제작 계획의 구체성 - 인력 구성, 일정 등 제작 계획의 구체성	15
	○ 제작실적 및 제작능력	15
방송사기여도(20)	○ 재외동포 사회에 대한 기여도	20
총 점		100

2009년 10월 6일 현재 프로그램 제작비 지원대상 선정 및 집행 목록은 다음과 같다.

<표 19> 2009년 해외 한국어방송 프로그램 제작지원사업 선정대상 및 집행내역

(2009년 10월 6일 현재)

매체	국가	한국어방송사	프로그램명	금액 (만원)
T	미국	KOREAN AMERICAN NETWORK INC	장례! 살아 있는 자의 몫	4,996
T	호주	ANZ TV [TVS Korean Program Provider]	G'day Mate	5,000
R	중국	후룡강조선어방송국	우리동포 노래자랑	4,972
T	미국	MKTV	미국을 움직이는 한국인들	4,600
T	미국	Korean Cable TV of Washington, INC	한국을 배웁시다	2,212
T	우즈베키스탄	고려친선프로그램	우즈베키스탄 고려의 명인들	3,000
R	중국	연변인민방송국	제비는 돌아온다	1,300
T	미국	TV Korea USA, Inc.	문화충돌 "대장정 America"	4,135
T	미국	Television Korea 24 Inc.	한민족의 미래를 만든다.-참정권	5,000
R	중국	연변인민방송국	주덕해주장	1,000
T	미국	Vision Connection Inc	3,850마일 대장정 52일 간의 기록	3,776

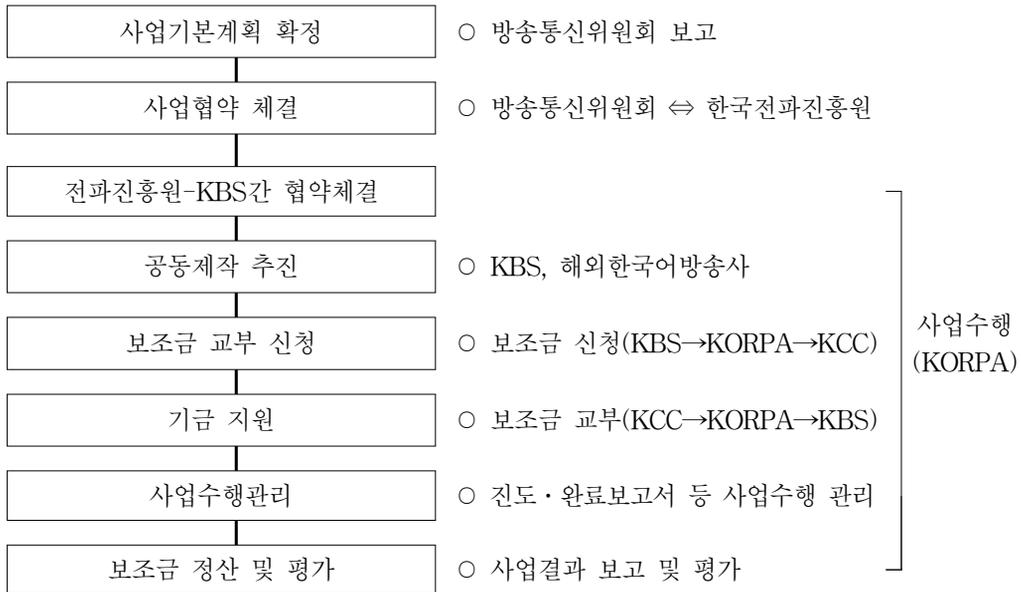
(2) KBS 수행 사업

(가) 해외한국어방송 네트워크 프로그램 공동제작

해외 한국어방송 네트워크 프로그램 공동제작사업은 재외동포 간 정보교류의 장을 마련하기 위해 전 세계 한국어방송사가 지역별 교민 사회의 뉴스, 화제 등 프로그램 제작하게 하고, KBS가 이를 수합·재편집하여 KBS월드를 통해 해외방송사에 제공하는 방식으로 진행하게 된다. KBS월드는 2003년 7월에 개국한 KBS 국제위성방송으로, KBS1, 2 TV의 중요 프로그램을 24시간 편성하여, 미국, 유럽, 중남미 등 전세계 54개국에 송출 중이다. 기존에 형성된 이 방송망을 이용하여 KBS는 공동제작 사업을 전파 진흥원으로 부터 위탁받아 해외한국어방송사와 공동으로 프로그램을 제작하고, 공동 제작에 따른 제작비를 지원함으로써 자체 제작 활성화를 유도하게 된다. 또한 이를 해

외한국어방송 연수·교육 사업과 연계한 프로그램 제작으로 해외한국어방송사의 제작 역량을 극대화할 수 있다.

[그림 4] 2009년 한국어방송 네트워크 프로그램 공동제작 지원사업 추진절차



2009년 1~2월에 사업추진 기본계획 수립 및 사업협약 체결을 시작으로 2~3월 보조금 교부 및 집행, 12월 보조금정산 및 평가 등의 절차로 추진되며 총 3억원의 예산이 책정된다.

(나) 연수·교육지원

방송인 연수 및 교육지원사업은 특히 재외동포가 많고 방송환경이 열악한 지역(중국, 중앙아시아)에 중점적으로 프로그램 제작 실습 등 실무 중심으로 연수·교육 실시하여 자체제작능력을 신장시키고자 추진되는 사업이다. 연수프로그램은 해외 한국어방송인 초청 방송일반, 제작, 아나운싱 연수, KBS 전문가 현지파견 연수, 북방동포 방송인 초청 연수, 해외 한국어방송사 자체제작 프로그램 경진대회인 서울프라이즈⁴⁾ 본선

진출자 제작워크숍, 해외 한국어방송사 편람제작 등으로 진행되며 총 3억원의 사업비가 책정되어 있다. 사업 진행은 2005년부터 해외한국어방송사를 대상으로 연수·교육 사업을 수행해 오고 있는 KBS가 기존 사업⁵⁾과의 연속성을 고려하여 보조사업자로 위탁받아 진행하게 되고, 집행결과를 방송통신위원회에 보고하게 되어 있다.

<표 20> 2009년 해외 한국어방송 연수·교육지원 사업 추진 내용

프로그램명	기간(예정)	교육과정	예산 (만원)	참여자 (명)
해외한국어방송인 초청연수 - 해외 한국어방송 종사자들을 국내로 초청	3.11~4.3	방송일반, 제작, 아나운싱	7,500	20
KBS 전문가 현지파견 연수(2회) - 해외현지의 요구를 반영한 맞춤형 교육	5.10~5.24 8.23~9.6	아나운싱, 기술, TV, 라디오제작	9,500	250
북방동포방송인초청연수(2회) - 재외동포가 많고, 상대적으로 열악한 지역 방송사 대상	4.12~29 9.13~30	한국어 아나운싱, 프로그램 제작기법	7,000	30
서울프라이즈본선진출자 제작워크숍	11.2~11	본선진출자에 대한 연수교육	4,000	14
해외한국어방송사 편람 제작	연중	-	2,000	
합 계	6회	-	30,000	364

4) 서울프라이즈 경연대회는 1989년부터 1991년까지 KBS에서 연수를 받은 북방 동포들의 지속적인 요청과 동포방송사와 프로그램 교류 필요성에 따라 1993년에 제정된 이 대회는 1995년 세계한국어방송인대회 창설의 모체가 되었다. TV와 라디오 부문 수상작을 KBS 채널로 전국에 방송하여 시·청취자들로부터 좋은 반응을 얻고 있으며 2005년부터 국내 유관기관(한국언론재단)이 특별상을 후원하고 있다.

5) 1989년에 시작된 해외 한국어방송인연수는 1991년까지 5차례에 걸쳐 북방지역 동포들을 대상으로 실시하다가, 1995년 세계한국어방송인대회의 창설을 계기로 전 세계 동포방송사 임직원에게 문호를 개방하였다. 특히 연수를 받고 간 중국 조선어방송요원들은 서울 표준어를 보급하고, 우리 문화를 현지에 전파하는데 앞장서고 있다. 2005년부터 전액 방송발전기금을 활용하여 연수 인원을 대폭 확대하고 있어 2008년까지 연수 수료자 누계는 약 250여명에 달한다. 또 해외 한국어방송인연수는 2006년부터 KBS 분야별 전문가들을 해외 현지에 직접 파견하여 맞춤형 교육을 실시하고 있으며 세부적으로 아나운서, 라디오/TV제작, 기술 등의 4개 과정으로 진행하고 있다.

다. 해외 한국어방송 지원정책 평가

1) 해외 한국어방송 지원사업 만족도 조사결과

정책집행의 성공여부를 평가하는데 있어 가장 유용한 척도 중 하나는 정책의 실 수혜를 받는 대상자들에게 그 만족도를 조사하는 방법이다. 이런 의미에서 2008년에 방송통신위원회에서 실시한 「해외 한국어방송 지원 사업에 대한 수용자 만족도 및 평가모델 개발 연구」는 현재 집행되고 있는 해외 한국어방송 지원사업 전반에 대한 평가를 냉철히 수행하여 개선방안을 강구하는데 도움을 줄 수 있는 매우 좋은 자료를 제공해준다. 따라서 본 연구에서는 위의 조사자료를 면밀히 재검토하여 해외 한국어방송 지원사업의 실효성 및 효과, 개선방안 등을 도출해내고자 한다.

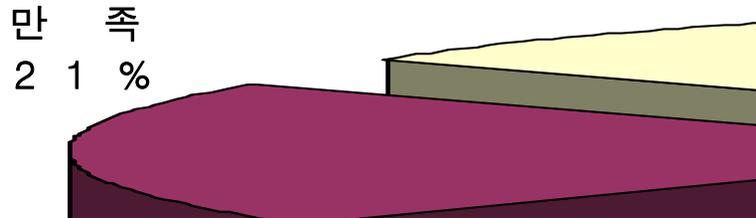
2008년에 실시된 「해외 한국어방송 지원 사업에 대한 수용자 만족도 및 평가모델 개발 연구」는 2008년 11월 15일부터 2008년 12월 15일까지 해외교포 시청자 320명, 해외 45개 한국어방송사에 종사하는 실무자 63명, 재외공관 및 문화원 37곳의 실무자 49명을 대상으로 설문을 통해 실시된 만족도 조사이다. 조사결과, 실 수혜자들이 인식하는 해외 한국어방송 지원사업에 대한 인식은 다음과 같이 나타났다.

가) 해외 한국어방송 지원사업에 대한 만족도

사업의 직접적 수혜자인 해외한국어방송사를 대상으로 2008년 해외 한국어방송 지원사업에 대한 만족도를 성과 목표에 의한 5점 척도로 평가한 결과, 조사대상 방송사의 85%가 현재의 지원사업에 만족하는 것으로 나타나 전반적으로 만족도가 높은 것으로 나타났다.

이와 같은 만족도 결과를 토대로 지원 사업을 분석했을 때, 본 사업을 통하여 직접적인 수혜를 입었던 경험이 있는 등 사업을 인지하고 있는 해외 한국어방송사는 지원사업에 대한 만족도가 매우 높음을 알 수 있다.

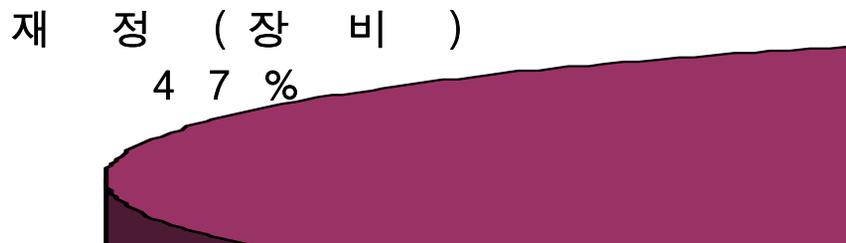
해 외



[그림 5] 2008년 해외 한국어방송 지원사업 수용자 만족도 점수(5점 척도)

나) 향후 해외 한국어방송 선호 지원사업 유형

해외한국어방송사가 선호하는 지원 사업에 대한 응답에서는 첫 번째가 방영권 지원, 콘텐츠 제작·보급과 같이 현재 활발하게 지원중인 콘텐츠 지원이며, 이어 재정(장비 등)적 지원에 대한 선호도 높은 것으로 나타났다. 하지만, 현재 활발하게 진행중인 연수 교육 등 교육에 대한 선호도는 낮게 나타났는데, 이는 이미 교육 지원을 받은 대상이 많을 뿐만 아니라, 향후에 기대하는 선호지원이 반영된 결과로 판단된다.



[그림 6] 해외 한국어방송 사업자 선호지원 사업

따라서 향후 해외 한국어방송 지원사업계획을 수립할 때 모든 방향을 고루 고려하여 지원계획을 수립해야 할 것으로 보인다.

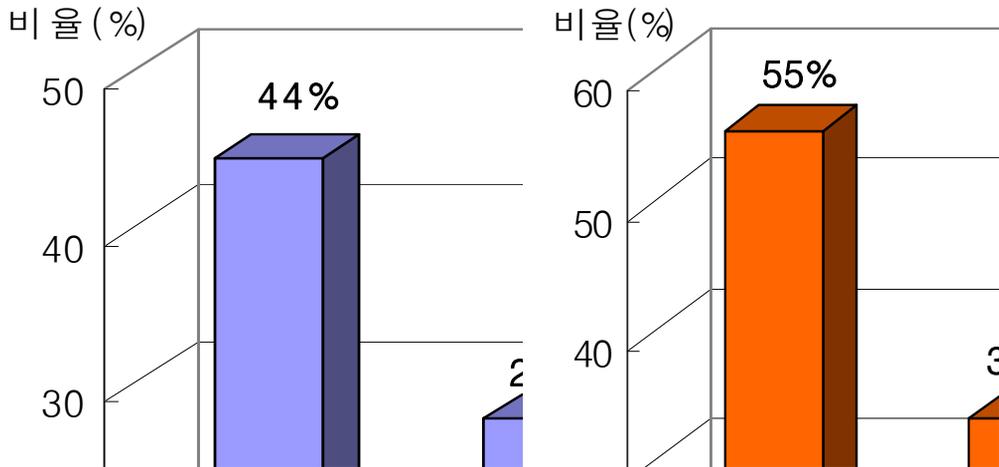
다) 해외 한국어방송 시청선호 프로그램 유형

해외 한국어방송 시청자들을 대상으로 선호하는 TV프로그램 장르를 조사한 결과 드라마가 44%로 가장 높게 나타났고, 다큐멘터리가 28%, 교육프로그램이 14%, 스포츠가 8%, 보도시사(영화) 프로그램이 6% 순으로 나타났다.

선호하는 라디오프로그램으로는 대중음악 관련 프로그램이 55%로 가장 높게 나타났으며 시사프로그램이 33%, 클래식이 6%, 드라마, 국악 등 기타 프로그램에 대한 선호도가 6% 등으로 조사되었다.

따라서 앞으로 해외 한국어방송 지원사업 계획 수립 및 집행시 드라마, 대중음악, 다큐멘터리, 시사 프로그램 등 다양한 분야의 맞춤지원이 필요하다고 할 수 있다.

한편 콘텐츠의 한국어 자막 필요 유무에 대한 질문에는 응답자의 84%이상이 필요하다는 응답을 보여, 해외 한국어방송 콘텐츠에 대한 현지어 자막지원도 반드시 고려해야 할 요인 중 하나인 것으로 나타났다.



[그림 7] 해외 한국어방송 시청자 프로그램 선호도

2) 해외 한국어방송 지원제도의 평가

가) 지원 정책 형성의 측면

(1) 지원성과의 달성도

(가) 해외 한국어방송 지원 사업의 성과지표에 따른 목표달성도

지원성과에 대한 목표달성도는 해외 한국어방송의 지원 사업의 정책을 형성하는 과정에서 필요한 평가 지표가 된다. 이는 성과 관리 시행계획에 제시된 성과지표의 목표 달성도를 보고자 하는 것으로 해외 한국어방송과 국내 방송사의 협력에 대한 문제를 주요 내용으로 다루고 있다. 해외 한국어방송의 지원 사업을 하기 위해 목표 달성을 얼마나 할 수 있는가의 측정은 전체적인 정책 평가의 기초를 수립하는 과정으로서 지원 성과의 달성도를 위한 잣대가 되는 문제이다. 그러므로 지원 사업의 시행 계획에서 형성해야 할 정책이 무엇인지를 파악하는 것이 달성도에 영향을 미칠 것이라는 예측이 가능하다. 해외 한국어방송이 존재하기 위해 가장 근본적으로 필요한 것은 국내 방송사를 통해 유통되는 콘텐츠의 문제이다. 따라서 국내 방송사와의 협력 관계가 동포들에게 방송이 전달되는 시점에서 가장 현실적인 문제로 생각되며 콘텐츠의 수출과도 연계할 수 있는 가능성을 보이고 있으므로 이에 대한 방안이 필요하다.

(나) 해외 한국어방송 지원 사업에 대한 성과지표의 적절성

지원정책을 형성하는 성과의 달성도를 평가하는 또 다른 지표가 되는 것은 성과 지표의 적절성으로 보는 관점의 측정이다. 이와 같은 측정은 성과지표의 대표성을 확보하고 성과에 따른 목표치를 적극적으로 설정함으로써 해외 한국어방송의 지원 사업을 점검할 수 있다. 성과 지표의 적절성에서는 해외 한국어방송의 역할에 주목하여 구분하였다. 해외 한국어방송이 방송을 전달하는 자체로부터 파생되는 내용적인 측면과 방송이 전달하는 내용을 수행하기 위한 방송 매체기능을 포함하고 있다고 볼 때 방송 프로그램의 내용과 매체를 적절히 결합하여 재외동포와 한류의 수출 경로까지 연계해서 지원 방안을 활성화하는 모델을 제시해야 한다. 이러한 정책적인 형성은 해외 한국어방송이 교민만을 대상으로 하는 한계에서 벗어나 한류로 연결되는 경로를 탐색하는데 도움을 줄 것으로 보이며 해외 한국어방송의 프로그램 지원에 대한 다각적인 방안을

모색하는데 근간이 될 것이다.

(2) 계획 수립의 적절성

(가) 지원 계획 수립시 사전조사 및 의견수렴의 충실성

지원정책의 형성은 전술한바와 같이 지원에 따른 성과를 지표로 측정하는 것이 기초가 되는 작업으로 본다면 이에 따른 적절한 계획의 수립 또한 주요한 정책형성의 지표가 될 것으로 보인다. 이와 같은 문제의 측정에서는 해외 한국어방송과 관련된 현황에 대한 사례 조사 및 전문가 의견을 얼마나 수렴하였는지에 대한 여부가 계획을 수립하는 적절성을 제공할 것으로 판단된다. 해외 한국어방송 지원에 있어 주요 수용자인 재외동포와 현지 한국어방송사, 그리고 비디오 업자들의 관계에서 적절한 합의점을 찾아 프로그램의 유통 구조 개선과 지원에 도움을 주는 근간이 될 것으로 생각된다. 해외 한국어방송의 지원에 대한 사전조사는 현황 문제를 통해 조사되었으며, 해외 한국어방송 환경이 변화하여 위성 수신을 하기 위한 공청안테나의 방송 가입 증가하고 있는 현상을 들 수 있다. 넉넉한 콘텐츠에 비해 공청안테나의 설치가 비용 문제로 어려움 호소하며, 전문가들의 의견 또한 여러 가지 면에서 앞서가는 대륙별로 차이를 두고 지원해야 한다는 것으로 조사됐다. 해외 한국어방송을 시청하는 교민의 이용 동기가 고국의 문화와 정보를 접하는 것에 두고 있다는 점을 감안한다면 우선 해결해야하는 문제로 대두 된다.

(나) 정책분석의 적절성

해외 한국어방송의 지원 사업이 중장기적으로 활성화되기 위한 정책적인 방안 중의 하나는 지원에 대한 정책분석이 얼마나 적절하게 되었는가의 문제이다. 정책적인 분석과 분석결과로 도출된 내용의 개선·보완 및 그에 따른 필요사항에 대한 대비책 수립의 여부를 측정하고자 한다. 해외 한국어방송에 대한 정책 분석이 적절한가의 문제를 두고 본 보고서에서는 국내 방송사와 해외 한국어방송사 간의 콘텐츠 제공이 얼마나 다양하게 이루어지고 있는지에 초점을 맞추었다. 국내 방송사의 프로그램 콘텐츠는 해외 한국어방송을 유지하기 위한 최초의 요소이다. 민족문화의 전파가 목적이거나 상업적인 이윤이 목적인 경우를 포함하여 재외 동포들을 위한 한국 방송 프로그램의 제공은 해외 한국어방송이 존재하기 위한 근간이 되는 문제이다.

이와 같은 맥락에서 콘텐츠의 제공은 다양해야 한다는 의견이다. 콘텐츠의 적절한 지원 방안을 문화전파의 측면에서 본다면 해외 한국어방송과 국내 방송사 간의 동시 간 방영이 되어야 한다는 견해이다. 또한 이에 따르는 방송 콘텐츠 피에 대해 문화전파와 교민을 위한 예산의 배려 측면에서 콘텐츠의 유통에 따르는 부대비용은 해외 한국어방송사가 지불해야겠지만 콘텐츠 배급의 비용은 무료 또는 최소의 비용으로 지원해야 한다는 견해이다. 해외 한국어방송사들의 자체 제작에 대한 활성화 역시 품질향상의 요망과 함께 재외동포를 위한 맞춤형 콘텐츠를 제작·보급하기 위해 지원이 정책 평가의 지표가 되어야 한다. 콘텐츠가 얼마나 적절하게 유통되는가의 지표는 또한 국내 방송사와 해외 한국어방송사 간에 동시 방송을 하는 것이 대안으로 생각되며 이에 따른 국가적 차원의 협조가 필요하다.

나) 지원 정책 집행의 측면

(1) 시행 과정의 적절성

(가) 방송 환경 변화에 대한 대응성

지원 정책의 집행은 해외 한국어방송의 지원에 대한 시행 과정이 얼마나 적절하게 되었나를 보는 것으로 이는 국내 및 세계적인 추세에 따른 방송 환경의 변화와 함께 교민 사회에 도래한 방송 환경의 변화 대응한 지원의 집행이 되었는가를 평가하는 지표이다. 최근 방송의 환경의 변화와 함께 1인 1PC시대가 된 것은 물론이고 양방향적 방송 환경은 텔레비전 이외의 매체에서도 콘텐츠를 다양하게 받아 볼 수 있는 상황이 되었다. 이에 대한 피해 사례의 예를 들어 본다면, 텔레비전의 시청이외에 인터넷으로 받아보는 불법 다운로드의 성행을 들 수 있다. 이와 같은 평가의 측정을 위해서는 현지 방송인들과의 인터뷰 등을 통해 파악된 방송 여건 및 상황 변화에 적시에 적절히 대응하였는지 여부를 살펴야 할 것이다. 이에 따른 대응책을 강구하는 것이 현재 해외 한국어방송인을 지원하는 방안이 되어야 한다.

(나) 관련기관·정책과의 연계성

해외 한국어방송의 지원 정책에 대한 집행의 세부 항목으로 평가 지표를 삼은 두 번째 측정 방법은 지원에 대한 시행 과정의 적절성을 보고자 한다. 이는 해외 한국어

방송과 관련된 관련기관 및 정책적인 문제와 관련되어 연계된 것으로 이들과 협조체제가 얼마나 구축되어 운영하였는지의 여부를 측정하고자 함이다. 이와 같은 문제는 국내 방송사의 협조도 필요하지만 해외 한국어방송이 활성화되기 위한 제도적인 관점도 간과할 수 없는 문제이다. 먼저, 국내의 연계된 문제를 보면 재외 공관과 협의하여 적정 비율의 한국어방송 실시해야 한다는 점을 제안한다. 해외 한국어방송이 방영되는 시간은 짧게는 1시간 미만부터 24시간 방영하는 곳까지 다양한 행태를 보이고 있다. 이에 따른 조율이 필요하다. 두 번째는 해외 한국어방송이 위치한 각 나라마다 특성이 다른 점은 국가적 차원에서 적극적인 방법을 강구해야 한다는 점이다. 해외 한인들의 각 방송사마다 특징을 파악하여 기존의 기득권과의 문제는 기존의 기득권에 대해 그 권리를 보장해 주면서도 국가 차원의 컨트롤이 필요하다. 이에 따른 방안으로는 해외 한국어방송을 총괄할 수 있는 기관을 설립하는 것인데 지역마다 특화를 할 수 있는 컨트롤 타워를 설립하여 한국 정부에서 주도하는 독자적인 ‘컨트롤 타워’와 제도화가 필요하다. 또 다른 관련기관과의 연계성은 해외 한국어방송의 소유구조와 통제의 관점으로 제도적인 차원에서 언급할 수 있으며 아래에 제시한 문제들은 개인의 힘으로는 해결하는데 한계가 있어 정부 주도의 제도화가 필요한 부분이라고 하겠다.

다) 지원 정책 효과의 측면

(1) 정책적인 효과

해외 한국어방송의 지원에 대한 평가와 정책의 효과에 대한 측정은 정책적으로 영향이 발생한 정도를 나타내는 지표가 되며 지원의 궁극적 목표라고 볼 수 있다. 이에 따라 당초 지원 계획의 수립시 예상한 정책적인 효과가 발생하였는지에 대한 여부를 측정할 수 있는 해당과제의 성과가 목표달성에 기여할 수 있는 정도를 파악해 보고자 한다. 해외 한국어방송의 지원에 대한 효과는 고국의 민족 문화를 전파한다는 목표 아래 동반되는 다양한 측면의 효과를 예측할 수 있다. 예를 들어 재외국민에 대한 참정권 부여에 따른 여론을 파악하는 등 국가 차원의 컨트롤 필요한 측면에서의 고찰이다.

(2) 재외국민의 여론형성 기여

효과적인 지원 정책에 있어 앞서 살펴본 바와 같이 콘텐츠의 유통과 수출, 문화 전파 등을 주요 요소로 언급하였으나 다가오는 글로벌 방송 시대에서 해외 한국어방송

이 해야 할 일은 참정권의 홍보에 초점을 놓치지 말아야 할 것이다. 재외국민 여론 형성에 미치는 한국어방송의 역할은 재외국민의 참정권 문제가 불거지면서 관심을 갖게 되었다. 2008년 3월 발표된 외교통상부의 조사 결과에 따르면 내국인의 이민에 대한 욕구도 51.1%로 높아 앞으로도 지속적으로 재외동포가 증가할 수 있음을 보여준다. 특히 재외동포들에게 고국의 소식을 알려주는 가장 좋은 방법에 대한 의견으로 국내방송중계 또는 위성방송 실시 47.7%로 가장 높게 나타나 해외 한국어방송국의 활용과 운영의 활성화에 대한 정부의 지원은 많은 공감을 얻을 수 있을 것으로 보인다.

3) 해외 한국어방송 지원정책의 문제점

가) 지역 특성이 고려되지 않은 획일화된 지원

한국어방송의 역할 및 입지여건은 지역에 따라 다르다고 할 수 있다. 그런데 현재 해외 한국어방송 지원정책은 지역 특유의 상황 및 조건에 대한 고려 없이 통합되고 획일화된 형식으로 지원되고 있다.

예를 들어 독립국가연합의 경우 한국어방송의 역할은 민족정체성 유지와 확립이다. 이는 다른 지역에 모두 해당되는 공통사안이기도 하지만 독립국가연합의 경우 현재 우리말을 할 줄 아는 사람도 점점 줄어들고 있는 상황에서 한국어방송을 지속적으로 유지하는 것이 최우선 과제이고 또한 이를 통해 한국인으로서의 민족정체성을 유지하는 것이 시급한 과제이다. 이를 위해서 타 지역과 달리 재정적 지원이 뒷받침되어야 할 것이다.

중국지역의 경우에는 오랜 시간 동안 한국어방송이 지속적으로 유지되어 왔으며 그 규모 또한 독립국가연합이나 오세아니아지역에 비할 바가 안 될 정도로 대규모이다. 그러나 최근 경제 환경의 변화로 현재 운영하고 있는 방송국의 유지가 힘들어지고 있는 상황이다. 그들의 지원요청 사항도 중계차 등 장비 쪽이 대다수를 차지하고 있다. 또한 한국의 방송국 또는 방송관련기구와의 지속적 교류를 요청하고 있다.

오세아니아 등 이른바 자발적 이민이 주를 이루는 지역은 한국어방송국의 역할이 교민들의 모국과의 지속적인 의사소통과 정보공유, 그리고 그들이 거주국에 안정적으로 정착하여 일등시민으로 자리 잡기 위한 효율적인 도구로 작용한다. 현재 이곳에서 운영되고 있는 한국어방송은 한국의 고등학교 방송반에서나 사용할 만한 기자재와 설

비 등을 가지고 오로지 종사자들의 열의와 봉사성격으로 방송이 이루어지고 있지만 교민사회에 끼치는 영향력은 다른 어떤 문화수단보다도 강력하다.

이처럼 해외 한국어방송 프로그램이 제작되고 방송되는데 갖추고 있는 조건은 지역 별로 상이하다. 따라서 이러한 사정에 맞추어 지원정책도 해당 지역의 특성을 고려하고 해당 지역 한국어방송사 및 시청자의 요구에 부응하는 개별화된 형태의 지원으로 개선되어야 할 것이다.

나) 직접운영비 지원 지양

해외 한국어방송사는 재외동포에게 고국의 소식을 전하는 통로로서 한국문화를 전파하고 교민사회를 엮어주는 중요한 역할을 수행한다. 따라서 콘텐츠 제작, 자막지원, 방송인 연수 등 다양한 분야의 지원이 이루어져야 하지만, 직접적 운영비 형식의 지원은 사후관리가 어렵고 지출 분야를 명확히 정산할 수 없는 등 다양한 문제점을 갖게 된다.

예를 들어 2005년, 2006년 2년 간 해외 한국어방송 지원사업의 일환으로 약 12억원 상당의 방송장비 지원이 이루어졌지만 이러한 운영상의 문제점이 발생하여 중단되었다. 장비를 국내에서 직접 구매하여 지원하는 경우 장비관세 부과, 운송료 등 추가금액이 발생하고 A/S 서비스가 어려움을 호소해오는 경우가 많았으며, 장비구매자금을 지원할 경우 구매장비의 현지 시가 및 활용여부를 점검하기가 불가능해 많은 어려움이 있었기 때문이다. 그 결과 2007년부터는 장비지원 행태의 직접운영비 지원이 실행되지 않고 있다.

따라서 향후 지원계획에서도 현지 한국어 방송사는 지속적인 운영비 지원을 요청하지만 장기적으로는 실효성에 문제가 있을 수 있기 때문에,

프로그램 제작비 지원, 연수교육 프로그램 확대 등은 적극 지원할 필요가 있지만 장비구입, 내부인건비지급, 방송사운영비 등의 목적으로 지원되는 직접운영비 형태의 지원은 지양해야할 것으로 판단된다.

다) 현지어 자막삽입 지원 부족

현재 해외 한국어방송사에 제공되는 콘텐츠는 해외동포 및 방송사의 분포가 많은

지역의 언어인 영어, 중국어, 러시아어 등 3개 국어에 국한되어 있다. 그러나 해외동포 2세, 3세의 경우 현지어에만 익숙한 경우가 많기 때문에 이 경우 당연히 한국어 방송에 대한 접근성이 떨어질 수밖에 없다.

따라서 해외 한국어방송의 역할증대 및 지원정책 효율성을 높이기 위해서는 다양한 언어로의 자막서비스 확대가 필요하다. 방송사가 적더라도 동포가 많이 거주하는 일본과, 사용인구비율은 높지만 우리말 문화에서 소외되어 있는 스페인, 아랍 등 다른 지역의 언어에도 자막을 추가 지원하는 방안이 필요하다.

3. 해외의 국제방송 운영사례

위성, 인터넷 등을 통해 전 세계적인 네트워크로 연결된 세계에서 방송시장의 글로벌화는 피할 수 없는 시대의 흐름이다. 선진국들은 이미 해외시장선점과 자국의 문화 확산을 위해 해외방송 지원을 활발히 전개하고 있다. 미국, 영국, 독일 등은 이미 오래전부터 전 세계를 대상으로 해외방송을 실시해왔으며 중국과 일본을 포함한 아시아 국가들도 위성방송을 활용한 국제방송에 관심과 투자를 아끼지 않고 있다. 21세기 글로벌 시대의 해외방송은 자국의 문화적 시장보호와 국가홍보를 위한 이미지 제고뿐만 아니라 해외시장 진출의 교두보를 마련한다는 산업적 차원에서 보다 적극적으로 진행되고 있다. 이에 따라, 종전까지 국가홍보성 내용의 콘텐츠를 제공하던 기존의 국제방송은 라디오와 TV, 위성, 인터넷 등 다양한 전송방식을 이용하고 상업적 목적과 국가홍보 목적의 채널을 통합적으로 편성하며, 뉴스, 정보, 오락, 문화예술 등 다양한 콘텐츠를 제공하는 등 다각적으로 발전하고 있다. 이 장에서는 해외의 국제방송 운영사례를 바탕으로 1장에서 살펴본 해외 한국어방송의 역할 및 현황과 대비하여 해외 한국어방송의 지향가치를 도출해내고자 한다. 이를 위해 먼저 각국의 해외 국제방송 운영사례를 면밀히 검토하고자 한다.

가. 미국

1·2차 세계대전 전까지 미국은 강대국이긴 하였으나 국제정치 무대에 전면적으로 나서지는 않았기 때문에 국제방송이 활발하게 운영되지 않았다. 하지만 세계대전을 겪

으며 적국에 대한 선전 즉, 군사적 목적을 위해 국제방송의 필요성을 느끼게 된 미국은 미국의 소리(Voice of America/VOA) 방송을 시작하게 된다.

<표 21> '미국의 소리' 방송의 변천과정

시기	소속	비고
제1기: 전쟁 선전 1942~1953	-전시정보국 (Office of War Information)소속 -전쟁 후 미국무부로 이동	
제2기: 해외 홍보 1953~1999	-해외공보처 (U.S. Information Agency)	전 세계를 대상으로 한 국제방송체제 구축
제3기: 기관 독립을 통한 전문화된 정보제공 1999~	-방송이사 (BBG: Broadcasting Board of Governors) 아래로 독립	-독립된 기관 설립으로 안정적 지원·관리 가능 -기술 및 행정지원: 국제방송부(IBB)

방송은 2차 세계대전이 한창이던 1942년 2월 24일 독일어 뉴스로 첫 방송을 시작했다. 미국의 소리는 자체 방송설비도 없이 민영방송국을 빌려 시작하였으나 미국이 전후 세계의 패권을 장악해 가면서 그 규모와 영향력 면에서 엄청난 성장을 이뤘다. 미국이 추구하는 이데올로기인 민주주의와 시장경제체제를 선전하고 공산권 국가들의 선전에 맞서기 위해 미국 정부는 국제방송의 중요성을 인지하고 정보국과 국무부와 같은 대외정책기관과 국제방송 간의 협력관계를 공고히 하고 지속적인 지원을 벌였다. 이에 따라 VOA를 중심으로 전 세계를 대상으로 한 국제방송체제를 갖추게 되었다. VOA의 역사를 살펴보면 미국의 국제방송의 흐름을 파악할 수 있다.

1990년대에 접어들면서는 VOA는 국제정세의 흐름에 발맞춰 새로운 구조개혁과 방송성격의 변화를 겪게 된다. 소련과 동구권에서 공산정권이 붕괴하고 탈냉전이라는 국제정세 분위기에 맞춰 과거 공산권 국가들을 대상으로 했던 국제방송은 새로운 전기를 맞는다. 시대 변화의 흐름에 맞추어 미국의 국제방송 관련 정책도 많은 변화를 겪게 되는데 1999년 방송이사회(BBG: Broadcasting Board Governors)가 설립되면서 독립적인 정책 집행이 가능하게 된다.

<표 22> BBG 조직도

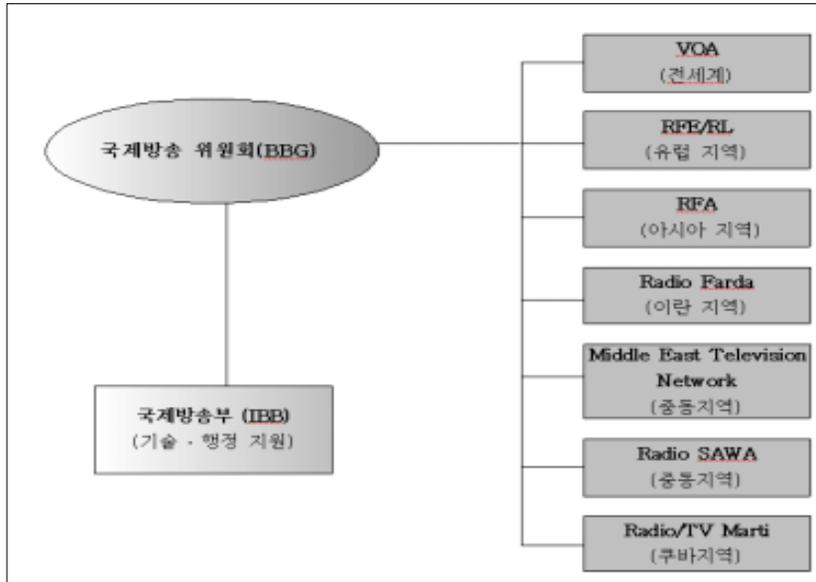


*자료: 아리랑국제방송(2008)

BBG는 1950년대 초 이후 미국의 국제방송과 관련된 가장 중요한 법인 ‘외무업무 개선 및 재구조화법(Foreign Affairs and Restructuring Act : Public Law 105-277)’에 의해 권한을 위임받아 1999년 발족한 미국의 국제방송을 총괄하는 독립기구이다. BBG는 매주 60여개의 언어로 1억 7,500만여 명에 달하는 텔레비전, 라디오, 인터넷 이용자들에게 제공되는 국제방송서비스를 관장한다. 전 세계를 수용자로 하는 VOA 이외에도 개별 방송 서비스들은 BBG의 관할 아래에 개별기관에 의해 각 지역 및 언어의 특성에 따라 특화되어 운영되고 있다.

BBG는 현재 새롭게 미국의 이익에 위협을 줄 수 있는 세력으로 떠오르고 있는 국가들에 대한 선전을 강화하기 위한 수단으로 미국의 국제방송을 재정비하였다. 테러위험국가, 국제정치적 중요지역 등이 새로운 국제방송의 요충지로 떠올랐다. BBG는 탈냉전 시대 이후로 상대적으로 중요한 국제방송 지역에는 따로 방송사를 설립하여 운영함으로써 전문성을 확보하고 있다. 중동지역의 METN(Middle East Television Network), 이란의 라디오파르다(Radio Farda), 쿠바 지역의 OCB(Office of Cuba Broadcasting), 유럽지역에서 방송되는 RFE/RL(Radio Free Europe/Radio Liberty) 등이 전 세계로 방송되는 VOA와는 다른 지역에 맞는 특화된 메시지를 전파하기 위해 노력하고 있다. 북한의 핵문제가 불거지면서 미국 정부는 VOA 및 RFA를 통해서 적극적으로 한국어방송을 실시하고 있다. 한국에서도 2002년 3월 디지털 조선과 인터넷 사업에 관한 양해각서 체결, 2008년 야후 코리아와의 뉴스공급에 관한 교류 합의 등을 통해 적극적으로 한국어방송을 위한 정책을 펼치고 있다.

[그림 8] 미국의 국제방송 현황



출처: 방송위원회(현 방송통신위원회) (2004). <해외방송 발전전략 연구>, p40

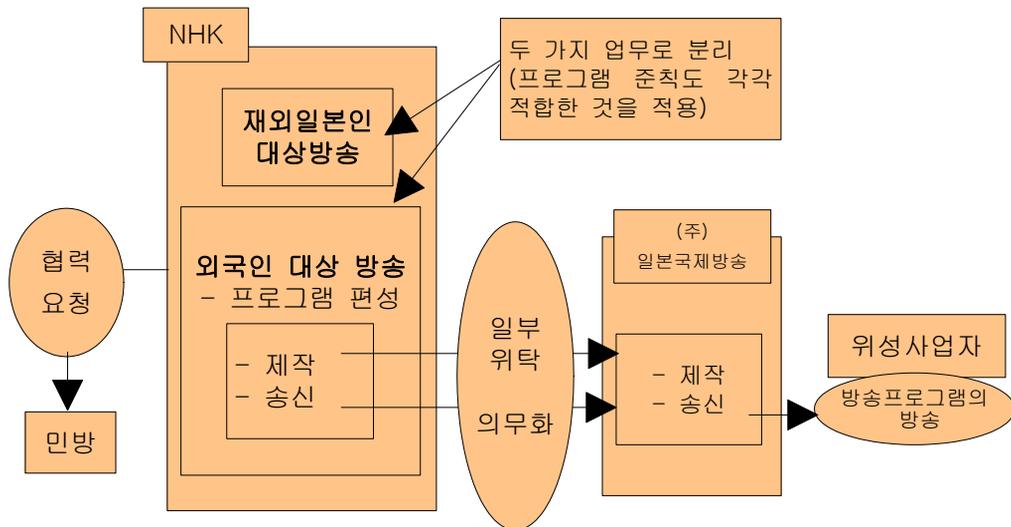
미국의 해외 자국어 방송인 AFKN은 각 국가에 거주하는 교포들이 소규모 자생 네트워크를 통해서 방송하고 있으며 한국보다 훨씬 적은 규모로 판단된다. 선진국의 해외 자국어 방송이 활발하지 않은 이유는 아주 단순하다. 한마디로 큰 규모의 해외 자국어 방송이 필요 없기 때문에 존재하지 않는다. 대부분 국제방송에 자국어 방송이 존재하며 국제방송의 커버리지도 매우 넓다. 또한 미국, 영국, 독일, 프랑스 등 서구문화권의 국민들 중 국제방송 시청을 하는 국민들은 대부분 영어가 가능하기 때문에 자국의 영어 국제방송도 시청가능하다. 해외 자국어 방송이 이루어지려면 해외에 집단으로 모여 있는 자국어를 사용하는 문화 공동체가 존재해야 한다.

미국의 AFKN도 사실 한국에 미군이라는 거대한 공동체가 존재했기 때문에 가능한 방송이었다. 역설적으로 한국은 이런 면에서 해외 자국어 방송이 절실하다. 한국의 해외 거주 특징은 하나의 집단촌을 이루고 자국의 문화를 유지하기 위해 노력한다는 점이다. 언어는 문화적 정체성을 유지하기 위한 가장 큰 요소이고 해외 자국어 방송은 이를 위한 매우 효율적인 매체이다.

나. 일본

일본정부가 TV국제방송을 실시하는 목적은 일본의 대외이미지 향상, 대일친근감 조성에 있으며 이를 달성하기 위한 구체적인 방송이념으로는 일본의 관점에서 어디에도 편향되지 않고 독립된 입장에서 전달, 등신대(等身大)의 생활, 문화, 언어, 과학기술, 산업 등의 전달, 다양한 가치관/아이덴티티의 균형 잡힌 전달을 목표로 하고 있다(총무성, 2007년).

[그림 9] 일본 TV국제방송의 추진체계



일본의 국제방송은 크게 TV와 라디오 두 가지 형태로 실시된다. 라디오에 의한 국제방송은 1950년대부터 실시되어왔으며 TV에 의한 국제방송은 1995년부터 개시되었다. 그러나 고이즈미 정권하인 2000년대 중반에 TV국제방송의 역할에 대한 전면적인 재검토가 이루어졌다. 당시 국내용으로 제작된 프로그램이 다수를 차지하고 있고 방송 대상이 외국인과 재외일본인으로 혼재되어 있으며 중국, 한국, 프랑스 등이 국책차원에서 국제방송을 강화하는 상황이라는 점에서 일본의 국제적 위상에 걸맞게 국제방송을 강화해야 한다는 목소리가 드높았다.

이 결과 정부로부터 독립된 자율적 편성권 확보를 중시해 기존의 국가에 의한 국제 방송 ‘명령권’은 ‘요청권’으로 개선되었으며 국비에 의한 국제방송 지원을 명확히 했고 외국인과 재외일본인으로 방송대상이 혼재되어있던 국제방송의 정체성을 매체별로 분리하는 방향으로 정비했다. 아울러 TV에 의한 국제방송 제작 및 해외보급을 확대하기 위해 NHK자회사인 ‘일본국제방송주식회사’를 설립했으며 NHK만이 아닌 다양한 방송 영상콘텐츠 공급을 위해 후지TV 등의 민간지상파방송사의 자본을 끌어들었다.

일본의 국제방송은 제 2차 세계대전에서 선전의 목적으로 시작되었다. 1935년 일본 방송협회(NHK)에서 하와이와 북미대륙에서 시작된 일본의 국제방송은 일본의 패망으로 중단되었다. 중단되었던 방송은 1952년 단파방송으로 재개되었고 1995년 4월에는 북미와 유럽을 대상으로 하는 TV 국제방송이 시작되었다. 본격적인 국제방송으로서의 위상을 갖기 시작한 때가 이 무렵이었다. 현재에도 일본의 국제방송은 NHK에서 주관하고 있다. NHK 내의 NHK 월드가 국제방송 업무를 담당하고 있다.

1) NHK

가) NHK월드TV

방송법에 따라 NHK는 현재 총무대신의 ‘요청’에 의해 국제방송을 실시하고 있다. 이에 일본정부는 NHK의 국제방송에 대해 교부금을 지급하고 경비를 부담하고 있다. 재원은 일본정부로부터 지급되지만, 방송형태는 어디까지나 공공방송이다. NHK월드TV는 일본 국내의 방송방식과 동일한 NTSC와 PAL 두 가지 방식으로 통신위성 인텔샤프트 3기의 중계기를 이용해 전 세계에서 방송되고 있다. 일정한 크기의 파라볼라 안테나와 튜너를 설치하면 무료방송이기 때문에 가정에서 직접 수신도 가능하다. 통신위성이 커버하지 못하는 아프리카, 캐나다, 러시아 일부, 스칸디나비아국가, 그린랜드, 북극권 등은 직접수신이 불가능하다. 방송대상은 주로 일본바깥에 거주하는 외국인을 대상으로 하고 있다. 외국인 대상인 만큼, 모든 시간대는 영어방송이며 월드TV 자체의 영어 뉴스 및 정보프로그램을 중심으로 음악, 요리, 기행프로그램도 방송되고 있다. 24시간 방송체제이며 최신 뉴스를 매정시에 30분 방송한다. 매시 30분 이후에는 경제 및 문화 등의 정보프로그램을 방송한다.

나) JIBTV

JIBTV는 ‘일본국제방송주식회사’로 2008년 4월에 NHK의 자회사⁶⁾형태로 설립되었다. JIBTV는 NHK로부터 프로그램제작의 일부 및 해외송출업무, 수신환경정비 등의 수탁업무를 담당하고 있으며 새롭게 지상파 민간방송 4사 및 IT기업, 상사, 금융기관 등 민간기업 15사의 출자를 받아 사업회사로 본격 출범하였다. 일부 민간방송사의 주식이 투입된 것은 민간방송으로부터 다양한 프로그램 공급과 프로그램 제작협력 등을 받으려는 것 때문이며 마이크로 소프트나 NTT커뮤니케이션즈가 주주로 되어 있는 것은 TV국제방송의 인터넷 서비스 등을 의식한 것이다. JIBTV는 2009년 2월부터 NHK 국제방송인 NHK월드TV의 일부업무를 수탁받아 프로그램 제작 및 광고영업, 해외수신환경확대 등을 실시하고 있다.

다) NHK 월드프리미엄

NHK 월드프리미엄은 케이블TV 및 위성방송을 대상으로 프로그램을 송출하는 서비스 명칭을 가리킨다. 프로그램 송출주체는 NHK이지만, 운영은 NHK의 자회사인 NHK글로벌 미디어 서비스가 담당하고 있다. 일본국내의 표준텔레비전방송과 동일한 NTSC방식으로 방송되며 주로 해외에 거주하는 일본인이나 해외여행이나 출장중인 일본인을 대상으로 일본국내용 뉴스 및 정보프로그램 외에 NHK종합과 교육TV, BS에서 방송되는 오락/드라마/스포츠중계 등 인기프로그램을 종합편성해 송출하고 있다. 영어 방송 중심의 NHK월드TV와는 대조적으로 24시간 일본어 중심의 방송이다.

2) 민간의 국제방송사업

가) TV재팬

TV재팬은 재팬 네트워크 그룹(JNG)에 의해 방송되는 주미일본인을 대상으로 하는

6) NHK가 51.28%, 주식회사 NHK엔터프라이즈 5.12%, 주식회사 NHK글로벌 미디어서비스 5.12%, 니혼 TV/후지 미디어 홀딩스/TBS홀딩스/TV아사히는 각 2.56%, 마이크로 서비스/NTT커뮤니케이션즈 각 2.56%등

서비스이다. 기본적으로 NHK의 각채널의 프로그램을 조합해 방송하고 있는데, 일부 프로그램은 민간방송사로부터 조달받아 내보내고 있다. CM도 방송가능하다. 수신가능 지역은 미국, 푸에토리코, 캐나다 일부이다. 일부 호텔에서도 시청가능하다. 1991년에 방송을 개시했다.

나) JSTV

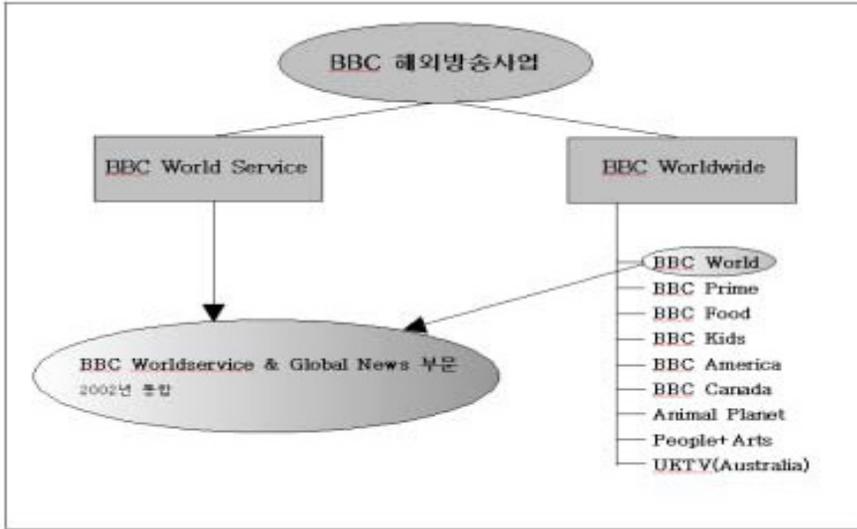
JSTV는 유럽 및 중동, 러시아, 북아프리카 지역을 대상으로 프랑스의 'EUTELSAT'가 운영하는 통신위성 Hotbird6를 이용해 일본어 방송을 실시하고 있다. 1990년에 본방송을 시작했으며 주요주주로는 NHK엔터프라이즈, 국제미디어코퍼레이션, 마루베니 유럽회사, 미즈호 코퍼레이트은행 등이다. 방송내용은 NHK 및 각 민간 방송의 프로그램을 유료로 재송신하는 형태이며 CM도 가능하다. 권리관계상 NHK프로그램이 많으며 민간방송사의 드라마 등은 일본에서 방송된 후 일정기간이 흘러야 방송할 수 있다. 가입료는 150유로/100파운드(영국)이며 월 시청료는 50유로/30파운드이다.

다. 영국⁷⁾

영국은 미국과는 달리 수많은 식민지를 관리하기 위한 수단으로 국제방송을 시작하였다. 해외 영토에 나가 있는 본국의 국민과 식민지인들에게 영국의 이데올로기를 전파하기 위한 장치로 'BBC 제국 서비스(BBC empire service)'라는 이름으로 1930년대에 시작된 영국의 국제방송은 2차 세계대전에 이르러 큰 변화를 겪게 된다. 대영제국 영토에 거주하는 본국, 식민지인을 위한 방송에서 전 세계인을 위한 방송으로 방향을 바꾸게 된다. 이에 따라 국제방송의 명칭도 'BBC 해외서비스(BBC Overseas Service)'로 변화한다.

7) 해외방송정보. 2008.08. pp34~41 참조

[그림 10] 영국의 국제방송 현황



*출처: 방송위원회(현 방송통신위원회) (2004). <해외방송 발전전략 연구>, p65

현재의 BBC는 BBC 월드 서비스와 BBC 월드 뉴스를 중심으로 국제방송을 운영해 가고 있다. BBC 월드 서비스는 단파, 중파, FM, 위성, 케이블, 인터넷 등을 통해 33개 언어로 방송되고 주당 약 1억 8,300만 명(2007)에 이르는 도달률을 가진다. BBC월드서비스는 영국정부의 예산으로 운영되는 공적 서비스로 연간 약 2억 3,000만 파운드의 예산이 투입된다. 주 시청 권역은 아프리카와 인도 등의 과거 영국의 연방권 및 중동 지역이다. 최근에는 정치적 변화로 인해 영향력이 미미해진 불가리아, 체코, 헝가리어 방송 등을 중단하고 그 재원을 중동 지역으로 돌려 아랍어 텔레비전 뉴스 채널을 설립 하기도 하였다.

BBC월드뉴스는 세계 200개국 이상에 공급되고 주당 시청자 도달률은 8,000만 명에 조금 미치지 못하는 수준으로 BBC가 운영하는 텔레비전 채널 중 가장 수용자 규모가 크다. BBC 월드뉴스는 2008년 들어 기존의 BBC 월드를 재편성하여 다수의 채널로 분화한 것이다. BBC America, BBC Canada, BBC Food, BBC Prime, BBC Lifestyle, CBeebies 등의 채널이 운영되고 있다. BBC 월드 뉴스에 속한 채널들은 BBC 월드서비스와는 달리, 기본적으로 수익성 강화 및 영국 방송 콘텐츠와 채널의 안정적 해외진출을 위해 운영되고 있다. 하지만 BBC월드뉴스는 대표적인 경쟁 국제방송사인 CNN에 비해 국제적 영향력 측면이나 상업적 측면에서 큰 성과를 거두지는 못하고 있다.

최근 영국은 BBC의 경쟁력 강화를 위한 장기 전략을 세우고 있다. 이를 위해 다소 혼란스럽게 진행되었던 국제방송 사업을 BBC 글로벌 뉴스 부문(Global News Division)형태로 통합하여 효율적인 운영을 꾀하고 있다. BBC 글로벌 뉴스 부문은 영국정부의 예산으로 운영되는 BBC월드서비스, 상업적 시스템에 의존하는 BBC월드뉴스, 수신료 재원에 근거를 둔 BBC 온라인 뉴스 서비스로 그 재원에 따라 구분하여 운영되지만 서비스 구성에 있어서는 최대의 효과를 창출하기 위해 유연함을 추구하고 있다. 단파라디오 중심의 플랫폼 기반의 BBC 월드 서비스가 아랍어 텔레비전 뉴스채널을 운영하거나 인터넷의 활발한 활용을 통한플랫폼 확장 전략이 좋은 예이다.

라. 독일

독일의 국제방송은 뉴스와 정보, 문화에 중점을 둔 대외 홍보방송인 도이체벨레(DW: Deutsche Welle)와 오락 및 스포츠 프로그램을 제공하는 German TV로 구성된다. 도이체벨레(DW) 방송은 1953년 5월 3일 라디오 방송으로 국제방송을 시작하였다. 도이체벨레는 개국 당시 동서독 분단 상황에서 양국 간의 긴장완화를 위한 목적으로 시작되었고 점차 넓은 권역을 아우르는 국제방송의 면모를 갖추게 되었다.

1954년부터 영어, 프랑스어, 스페인어, 포르투갈어 등 4개 언어로 방송하였고, 1956년 도이체벨레법에 따라 NWDR(Northwest German Broadcasting)로부터 독립하여 독자적인 국제방송국의 기틀을 마련하였다. 1960년 이 후 체코, 그리스 등의 주변 국가 국민들에게 대안 언론의 역할을 하고 TV 프로그램 보급사인 '트란스텔(TransTel)'을 통해 독일어 영상 프로그램을 보급하면서 독일의 대표적인 국제방송사로 자리 잡게 되었다. 현재는 아랍어, 불가리아어, 이탈리아어, 러시아어, 중국어 등 29개국 언어로 라디오 방송을 실시하고 있으며 DW-TV는 독일어, 영어, 스페인어, 아랍어 등 4개 언어로 방송하고 있다. 또한 인터넷 사이트 DW-WORLD.de는 30개 언어로 방송을 공급하고 있다.

1) DW-TV

DW-TV는 독일통일과 함께 구동독의 국제방송사를 흡수하는 과정을 통해 탄생하였다. 기존의 구동독 국제방송인 인터나치오날(International)과 구서독 서베를린 지역의

미국 점령 방송국인 RIAS를 인수하여 1992년 출범하였다. 처음에는 독일어와 영어방송으로 하루 6시간 방송으로 시작하였으나 1995년 24시간 방송으로 전환했다. 전 세계 DW 시청자는 주 평균 9000만 명을 기록하고 있는 것으로 추정된다. 이 가운데 DW-Radio는 주 평균, 6,500만 명, DW-TV는 2,800만 명으로 나타나고 있다. 주요 수용자는 아프리카대륙의 국민들로 주 평균 4,100만 명, 유럽, 호주, 남미 등의 지역에 주 평균 1,100만 명으로 추정된다.

DW-TV의 대표적인 프로그램은 <DW-TV Journal>으로 매일 3개 언어(독일어, 영어, 스페인어)로 순환 편성되고 있다. <DW-TV Journal>은 주로 독일 및 유럽을 중심으로 세계 주요 소식을 전하고 있는데 1시간 간격으로 독일어와 영어방송이 송출된다. 북남미 지역에는 지역의 주요 언어인 스페인어 방송이 매일 2시간 씩 방영되고 있다. 2000년 독일 하노버대학 커뮤니케이션저널리즘연구소의 조사연구에 따르면 DW-TV의 주요 시청층은 오피니언 리더들로 독일 및 유럽 관련 고급 정보를 DW-TV를 통해 얻고 있다⁸⁾.

<표 23> DW의 조직 구성 및 주요 업무

사장(Intendent)	방송평의회(Rundfunkrat)	행정관리평의회 (Verwaltungsrat)
<ul style="list-style-type: none"> - 방송사 운영 총괄 - 방송평의회에 의해 선출 - 6년 임기, 연임가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 방송사 운영 원칙과 평성지침의 준수 여부 감시하는 감독기관 - 사장이 제안한 방송사업 계획에 대해 행정관리 평의회의 동의를 받아 최종 결정 - 2개의 상임위원회(TV편성위원회, 라디오 편성위원회)와 17명의 위원으로 구성 	<ul style="list-style-type: none"> - 방송사업 전반과 방송 사장의 경영감독 - 7명의 위원으로 구성 (연방상원, 하원, 연방정부 1명씩 추천, 방송평의회 4명 임명)

DW는 51개국 출신의 1,404명의 직원을 가진 조직(2006년 기준)으로 크게 사장, 방송평의회, 행정관리평의회 등 3개의 주요 기관으로 구성된다. DW는 연방정부의 예산으로 운영되기 때문에 예산에 규모에 따라 시청수요가 없는 지역일 경우 과감하게 방송을 중단하거나 새로운 수요가 발생하는 곳에서 방송공급을 늘리는 등의 탄력적 운영을 한다.⁹⁾ DW는 라디오, TV 방송사업 이외에 활발한 교육연수 프로그램을 운영한다.

8) 해외방송연구. 2008.08.p50 참조

교육연수프로그램은 독일연방경제협력개발부로부터 재정지원을 받으며 본과 베를린 그리고 DW와 방송사업협력 관계에 있는 국가에서도 교육·연수가 진행된다.

DW는 지난 1997년에 제정된 DW방송공사법을 법적 근거로 하여 현재까지 운영하고 있다. DW방송공사법은 2004년까지 세 차례에 걸쳐 개정되었으며, 방송사업 영역을 TV와 라디오를 넘어 온라인미디어까지 확장하는 근거가 되고 있다. DW방송공사법은 제3조와 4조에서 DW의 방송목적은 독일적 차이와 세계문화적 가치간의 교류라고 명시하였다. 또한 8조에서는 ARD, ZDF와 같은 공영방송사를 비롯한 방송사와의 방송제작 및 편성협력을 명시함으로써 방송 프로그램 공급에 수월성을 기하였다. ARD, ZDF의 인기 시사 토크쇼들이 북남미 지역을 대상으로 공급되고 있다. 하지만 이러한 방송 프로그램 협력 및 제작물 판매에 있어서 DW 방송편성정책의 독립성이 훼손되지 않아야 한다. 광고에 있어서도 주류 및 폭력적 광고 금지, 간접광고(PPL), 중간광고 금지 등을 통해 독일을 대표하는 국제방송으로서의 공공성을 확보하려 하였다.

2) DW-Radio

1953년 5월 3일 시작된 DW-Radio는 독일의 방송정책을 통제하던 연합국의 방송담당위원회의 허가에 따라 영어, 불어, 스페인어, 포르투갈어 방송을 송출하면서 급격히 확대되기 시작했다. 1974년부터 24시간 방송체계를 갖추었으며 현재는 4시간 간격으로 30개 언어로 뉴스, 경제, 사회, 스포츠, 문화 등의 다양한 프로그램을 제공하고 있다. 1995년부터는 라디오 방송의 디지털화 정책을 실시하고 있다. 현재 DRM을 통해 디지털 방송을 송출하고 있다. 대표적인 프로그램으로는 라디오 저널(Funkjournal), 비조(WISO), 문화 리포트(KulturReport), 생활 독일어(Alltagsdeutsch) 등이 있다.

3) German TV

German TV는 Pay TV 프로그램을 공급하기 위해 ‘독일 해외채널 기초협약’을 기초로 DW, ARD, ZDF이 함께 만든 채널이다. ‘독일 해외채널 기초협약’에 따르면

9) 1998년 덴마크, 노르웨이, 네덜란드, 이탈리아 등의 유럽국가에서 시청수요가 낮자 이들 언어의 방송을 중단하고 증가하는 러시아어 수요에 대응하고자 러시아어 방송공급을 늘리는 탄력적인 운영을 하고 있다.

DW-TV는 뉴스와 정보, 문화에 중점을 둔 프로그램을 공급하고 German TV는 스포츠, 오락 프로그램을 전 세계 독일어 시청자들에게 공급하도록 구분하고 있다. German TV는 Pay TV이기는 하지만 연방정부의 특별예산이 투입되는 공공적 영역의 프로젝트이다. ARD는 German TV가 Pay TV를 통한 수익 창출이 목적이 아니라 미국 방송 시장 진출을 위한 시험의 성격이 강하다고 밝히고 있다. German TV의 궁극적인 목표는 북미지역 내 독일계 및 독일어를 사용하는 다양한 분야의 엘리트들에게 독일을 알리고 장기적으로는 Free TV로의 전환을 목표로 하고 있다. 이 경우 DW와의 통합을 통한 상승효과도 기대할 수 있을 듯하다.

마. 해외사례 분석에 따른 시사점

1) 정책집행의 체계성 및 연속성 필요

지금까지 살펴본 세계 각국의 국제방송 운영현황에서, 미디어 융합에 따른 방송환경 변화를 맞이하고 점점 더 네트워크로 연결되는 지구촌 환경에 대응하기 위해 국제방송 선진국들이 발 빠르게 대처하고 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 혼란스러운 국제방송체제를 통합하여 자국의 문화를 전파하고 세계 문화 강대국으로서의 지위를 유지하려는 미국, 영국의 시도와 민간기업의 자본을 끌어들여 미디어 융합서비스를 구축하려는 일본의 시도는 한국의 국제방송 정책 설정에 있어 많은 시사점을 주고 있다. 정책 집행의 연속성, 효율성이 실현될 수 있는 체계 구축이 현재 한국의 해외방송지원에 있어 가장 시급한 문제임을 확인할 수 있었다.

2) 끊임없는 연구와 투자

글로벌화 된 방송 시장에서, 선진국들은 이미 해외시장선점과 문화 확산을 위한 해외방송 지원을 활발히 전개하고 있다. 미국, 영국, 독일 등은 이미 오래 전부터 전 세계를 대상으로 해외방송을 실시해왔으며 중국과 일본을 포함한 아시아 국가들도 위성방송을 활용한 국제방송에 관심과 투자를 아끼지 않고 있다. 21세기 글로벌 시대의 해외방송은 자국의 문화적 시장보호와 국가홍보를 위한 이미지 제고뿐만 아니라 해외시장 진출의 교두보를 마련한다는 산업적 차원에서 보다 적극적으로 진행되고 있다. 이

에 따라, 종전까지 국가홍보성 내용의 콘텐츠를 제공하던 기존의 국제방송은 라디오와 TV, 위성, 인터넷 등 다양한 전송방식을 이용하고 상업적 목적과 국가홍보 목적의 채널을 통합적으로 편성하며, 뉴스, 정보, 오락, 문화예술 등 다양한 콘텐츠를 제공하는 등 다각적으로 발전하고 있다. 해외 한국어방송도 시장 및 현황에 대한 지속적 연구와 투자를 통해 시장을 유지·확대해나갈 수 있어야 한다는 점을 확인할 수 있었다.

4. 해외 한국어방송의 과제와 개선방안

가. 해외 한국어방송의 과제

해외 한국어방송의 현황 문제는 해외 한국어방송이 현지에서 적용되는 조직적인 문제를 중심으로 기술하고자 한다. 전술한바와 같이 현재 해외 한국어방송의 조직구조는 대륙별로 다양하게 나타나고 있어 하나의 중심을 갖고 정립할 수 있는 문제가 아니라고 본다. 먼저 방송 환경이 변화하여 위성 수신을 하기 위한 시스템으로 인해 지원의 용도가 공청안테나 설치 문제라는 면에서 공청안테나의 방송 가입 증가하고 있는 현상을 들 수 있다. 두 번째는 해외 한국어방송을 이용하게 되는 동기의 유발이 무엇인가를 살펴보는 것이다. 해외 한국어방송이 갖고 있는 재외 동포 사회의 기능은 교민 사회에서 방송의 조직적인 문제와 관련된 시각에서 분석하고자 한다. 방송의 영향력은 우리 사회를 구성하는 주요 권력이 되었고 여기서 발생 하는 효과는 능동적으로 대처하는 수용자의 역할을 간과하지 못하도록 접근하고 있다. 이에 따라 해외 한국어방송의 지원 방안의 모델을 구축하는데 있어서도 해외 한국어방송의 구조와 효과 측면에서 살펴보는 것이 필요하다고 생각하여 해외 한국어방송의 현황 문제를 짚어보고자 한다. 보다 심층적인 접근을 위해 실제 각지에서 관련 업무에 종사하고 있는 해외 한국어방송 실무담당자들의 인터뷰를 참고하였다.

1) 지원 제도적 차원의 문제

해외 한국어방송의 현안문제를 알아보기 위한 본 항목에서는 해외 한국어방송이 제

도적인 차원에서 어떠한 관계에 놓여 있는지 고찰하였다. 이는 해외 한국어방송이 설립에서 유지하는 과정에서 영향을 받는 일은 무엇인지에 대해 하는 목적에서 조사되었다. 이와 같은 현황을 알아보기로 '라이선스 홀더(License holder)'와 '프로그램 관권' 및 '홀드백(Hold back)', '저작권' 등에 대해 살펴보았으며 국가 차원의 컨트롤에 대해 제안하였다. 해외 한국어방송이 영향을 받는 국내 정치와의 문제가 있다면, 해외 한국어방송의 지원을 전담하는 기구가 없다는 문제를 제기하는 제도적인 차원을 들 수 있다. 그리고 국내에서 지원하는 문제에 있어서는 해외 방송 정책의 부재를 들 수 있다. 이와 같은 문제들은 지원과 진출의 충돌을 야기하며 콘텐츠의 진출을 통한 수익의 기회를 잃을 수도 있다는 우려를 낳고 있어 이에 대한 문제를 정리해 보고자 한다.

해외 한국어방송의 제도적인 차원에서는 해외 한국어방송의 소유구조와 통제의 문제가 제기된다. 이러한 차원의 문제점 역시 대륙별로 다르게 나타날 것이라는 본 과제와 맥락을 함께하는 주제 역시 제도적인 측면에서도 차이를 드러내고 있는 점이 발견되었다. 미국의 경우 한국어방송은 재미교포의 긴 역사와 함께 교민사회에서 자리를 잡아가는 방송 시스템으로 해당 국가의 성향을 따라 상업적인 방송의 전형이 되고 있다. 텔레비전 프로그램의 광고는 물론 주요 수입원이 홈쇼핑이 될 만큼 타 지역과는 차별화된 방송을 한다. 그리고 호주는 현재 한인방송 TV-Korea에서 홈쇼핑 방송을 준비하고 있는 과정에 있다. 이와 같이 다른 양상으로 나타나는 제도적 차이에 대해 아래에 기술하였다.

지난 2005년부터 시행되고 있는 해외 한국어방송의 지원에는 몇 가지 문제점이 지적된다. 방송통신위원회는 2005년부터 매년 방영권, 방송콘텐츠 제작, 연수 및 교육의 영역에서 해외 한국어방송 지원 사업의 계획을 수립하여 추진하고 있다. 방영권 지원은 방송콘텐츠 제작을 지원하는 것으로 국내방송사 프로그램 방영권을 지원하고 해외 한국어방송 네트워크 프로그램 제작을 지원하고 있다. 또한 방송콘텐츠의 제작이나 보급은 방송통신위원회가 해외 한국어방송사 및 재외동포를 위한 방송콘텐츠를 제작하여 보급하고 있다. 세 번째는 연수 및 교육의 지원인데 해외 한국어방송인들을 초청하여 연수하거나 KBS에서 이를 맡아 전문가가 현지에서 파견하여 연수하는 두 가지 형식으로 진행하고 있다. 그러나 정부차원의 이러한 지원 사업이 실시된 지 얼마 되지 않은 데다, 그동안의 지원 사업이 체계적이고 장기적인 안목에서 지속적으로 기획되고 집행되기 보다는 단발적이고 일회성에 그치는 경향이 있었음을 지적한다. 특히, 그동안의 지원 사업의 성과를 객관적으로 평가할 수 있는 방안이 없었기 때문에 향후 지원 계획

을 세우는 데 있어 주관성이 개입될 여지가 있다는 문제점도 제기된다.

가) 라이선스 홀더(License holder)

라이선스 홀더는 미주지역의 한인 방송을 중심으로 제기 되는 문제이다. 미주 지역에서 공중파 방송을 하기 위해서는 라이선스가 필요한데, 이러한 라이선스를 보유하고 있는 사람이나 기업을 라이선스 홀더라 하며, 이를 취득하기 위해서는 미국 시민권이 필요하다. 현재 미국 한인 방송국 중라이선스 홀더는 공중파 TV 방송을 기준으로 하와이, 뉴욕, 시카고 등 지역에 4개 정도이며, 나머지 대부분의 사업자들은 타 라이선스 홀더들에게 임대료(air fee)를 주고 빌린 2~3시간 동안 한국뉴스, 지역 로컬 뉴스(자체 제작), 한국 드라마 등 한인 방송을 하고 있는 실정이다. 영세 한인 방송사들이라이선스 홀더에게 지불하는 임대료는 지출의 약 70%를 차지할 정도로 큰 부담 요소이다. 미국 한인 방송사 중 가장 큰 영향력을 행사하고 있는 radio korea도 얼마 전까지 임대 사업자였으나 임대료 부담을 줄이기 위해 최근 라이선스를 취득하였다. 결국 라이선스를 가지고 있는 방송사가 진정한 방송사라고 볼 수 있는데, 이들 한인 라이선스 홀더들도 전 시간을 한인 방송에 쓰는 것은 아니고 다른 소수 민족 영세 방송사들에게 시간을 임대하여 운영하고 있기 때문에 오세아니아 지역과 같이 전적으로 한인방송을 하는 해외 한국어방송은 많지 않은 것으로 파악된다.

나) 프로그램 판권

프로그램 판권의 문제는 해외 한국어방송사들과 한국의 방송국 사이의 제도적인 영향을 받고 있는 부분이다. 미주 지역의 경우 모든 판권은 최종적으로 한국 방송사들의 미주 지사에서 결정하고 있다. KBS 미디어, MBC 글로벌사업본부(최근 조직개편에서 글로벌사업본부가 해체되어 '경영본부 내 사업센터'로 통합), SBS 콘텐츠허브에서 미주 지역 지사로 방송 판권을 판매한 후, 미주 지사에서는 구입한 판권을 현지 방송사들에게 다시 대행 판매하는 형태이다. MBC 미주 지사의 경우 미국 내 뿐만 아니라 남북미 및 하와이까지 판권 관리를 하고 있으며, 단 판, 사이판은 MBC 본사에서 직접 거래를 하고 있다. 처음 KBS에서 미국에 지사를 설립할 당시에는 프로그램 판매를 위한 사업의 개념이 아닌 한인 동포를 위한 서비스의 일종이었으나, 이후 MBC 등 타

방송 지사들과의 경쟁이 본격화되면서 점차 ‘사업화’되어 지는 양상이다. 한인 방송사들은 총 방송시간에 따라 프로그램의 판권을 구입하게 된다. 대부분 드라마에 치우쳐져 있으며 인기 정도에 따라 가격 변동이 발생하는데, 교포들이 선호하는 프로그램 역시 뉴스와 인기 드라마이다. 한국에서와 마찬가지로 한인 방송국도 영향력은 지상파, 케이블, 위성의 순이며, 지상파 방송이 미치지 못하는 지역을 케이블 업자가 맡게 되는 형식인데 지역이 중복되는 경우는 각자 편성을 조정하고 있다. 프로그램의 전송에 드는 비용(예. 위성 임대) 등은 모두 현지 한인 방송사에서 부담하고 있다.

다) 홀드백(Hold back)

드라마 등 한국 방송에 대한 홀드백 4주는 1993년 8월 경 미국 내 한인 방송에서 처음 시행된 후 세계 각 지역으로 퍼지게 되었으며, 해외 한인 방송사들은 뉴스를 제외한 모든 한국 프로그램들을 한국에서 방영된 이후 4주 뒤에 받을 수 있다는 규정이다. 비디오 판매업자들의 집단 반발에서 기인한 홀드백 제도는 해외 한인 방송사들이 가지고 있는 가장 큰 불만 사안이다. 예전에 비해 비디오 시장이 줄어들고 있기는 하지만, 아직까지도 호주와 미국에서 비디오 판매업자들의 영향력은 강력하다. 해외에서 한국어방송 프로그램을 대여하는 비디오 업자들은 초기 3개월의 홀드백을 요구하였으며, 현재도 4주의 홀드백을 더 늘려야 한다고 주장하고 있다. 전술한바와 같이 해외 한국어방송이 교민들에게 휴식과 더불어 고국의 문화 전파와 정보를 전달하는 창이고 보면 이들이 4주가 지나서야 프로그램을 접할 수 있다는 사실은 해외 한인 방송들을 통한 문화 전파의 효과를 반감될 수밖에 없는 것이 사실이다.

라) 저작권

해외 한국어방송인들과 비디오 업자가 주목하는 최대의 이슈는 인터넷과, P2P 서비스 및 방송사의 다시보기 등을 통한 불법 다운로드 문제이다. 미국의 경우는 워낙 카피라이트법이 엄중하게 처벌되어 국가 차원에서 저작권 위원회 산하 저작권센터를 두고 불법 방송의 형식을 제어하고 있으며, 중국의 경우도 이와 같은 체제를 갖추고 있다. 그러나 정작 문제가 불거지고 있는 호주의 경우는 국가 차원에서 제제를 가하는 법적인 제도를 갖지 않고 있다. 결과적으로 불법다운로드의 문제는 콘텐츠를 배급하고

사용료를 받고 있는 한국의 방송사에서 처리해야 할 몫이라는 것이 일반적이다. 그런데 실정은 이와 많이 다르게 나타나고 있는 것이 사실이다.

불법다운로드에서 해외 한국어방송국들의 입장을 고려한다면 저작권 문제의 해결이 시급하게 결정되어야 할 제도적인 문제라고 본다. 해외 한국어방송인들의 입장에서는 콘텐츠 사용료를 각 방송사에 지불하고, 비디오 업자들은 현지 총판사업자에게 유료로 받아보는 입장에서 프로그램 배급처에서 불법다운로드 관련사항을 처벌하는 방안을 마련하는 것이 대안이다. 인터넷 다운로드가 해외 한국어방송을 저해하는 사항에 처해 있다 보니 해외 한국어방송 콘텐츠를 제공하는 운영자들은 침예하게 대립하는 구도를 가진 홀드-백의 문제도 불법다운로드가 해결되면 문제될 것 없다는 입장이다.

어제 나온 방송이 오늘 새벽이면 웹에 올라오게 되고 또 이것을 PC방에서 다운을 받아놓으면, USB를 가지고 가서 다운을 받는다. 한 시간에 뭐 한 10편씩을 받아간다. 고액의 총판비를 내고 비즈니스를 하는 것인데, 이러한 상황을 총판에 얘기를 해도 형식적인 단속 밖에 하질 않고 있고 몇 년 째 이러한 상황이 계속되고 있다. 원하는 바는 PC방 같은 곳의 불법 유통을 막아주는 것인데 아무 것도 시정 되는 것이 없는 상황이다. 지금 같은 경우 특히 20~30대 고객 층들은 거의 없다. PC방에서 한 시간이면 2불 정도인데 2불이면 PC방에서 다운 받고 있다. / 시드니 비디오 사업자

저작권 문제의 해결은 해외 한국어방송 지원에 있어 주요 수용자인 재외동포와 현지 한국어방송사, 그리고 비디오 업자들의 관계에서 적절한 합의점을 찾아 프로그램의 유통 구조 개선과 지원에 도움을 주는 근간이 될 것으로 생각된다.

현재 오세아니아를 비롯한 단일 방송국 형태의 해외 한국어방송에서 가장 큰 문제로 떠오르는 것이 저작권과 관련된 문제이다. PC 불법 다운로드가 확산되면서 현지의 방송운영자들은 애로사항을 토로하고 있다. 사회 규범과 질서의 유지의 차원에서 이와 같은 문제는 해결 방안을 모색하여 근절되어야 할 것으로 지적된다.

그러나 한편으로 미주의 경우에는 상업성 TV의 방송 형태를 취하고 있어 온라인 시청의 문제가 크게 작용하는 것으로 보이지 않는다. 이에 따라 본 보고서에서 모델링하고자하는 지원 방안의 구도 역시 대륙별로 차이를 두어야 한다.

미주 지역의 경우 교민들이 미디어 환경에 적응하는 속도가 매우 느리며 따

라서 온라인 상에서 방송을 보는 것에 익숙하지 않다. 그러므로 불법 다운로드와 같은 문제는 잘 일어나지 않고 있다. 그리고 미국은 저작권법이 강화되어 있어 저작권에 걸리는 일을 하는 것 자체에 대해 생각을 하지 않는 경향이 있다. 미국의 한인방송 시청자의 불만 요소는 오히려 상업적인 방송의 성향을 갖고 있어 TV를 통한 광고나 홈쇼핑을 이용하는 사례에서 간혹 불만이 나오곤 한다. / 서울 미국미디어전문가

저작권과 관련된 이 외의 개별적인 사안은 한국 저작권 위원회 산하인 한국 저작권 센터에서 관리하고 있다. 방송국 본사와 외주 제작사와의 저작권 분할 문제에 있어서는 저작권 자체의 권리는 같고 판매에 다른 수입은 수수료 수입을 제외한 금액을 5:5로 나누고 있다고 한다. 방송사의 프로그램을 공연으로 바꾸는 경우는 작가나 원작자에게 권리가 있으며 단지 방송국의 입장에서조차 원작 소설 이용자 중의 한 사람으로 본다.

프로그램이 저작권 권리를 갖고 있는 부분은 영상 제작물이나 드라마와 같이 영상으로 처리되어 나간 것을 사용할 때만 방송국에서 관리하고 있다. 방송 영상을 통한 화보와 책자를 만드는 경우에도, 사진 등의 저작권이나 프로그램에 대한 제목 등 허락 받고 사용하게 되어 있으며, 대개 사진 영상물 한 1컷 당 가격을 책정하는 것이 관례이다. 단, 제목을 사용하는 문제에 있어서는 ‘모래시계’나 ‘스타일’ 등과 같이 이미 명사화 되어 있는 용어에 대한 제제는 어렵고 독창성이 인정될 경우에만 권리를 적용하고 있다.

프로그램을 통한 포스터 등의 제작에도 방송사의 저작권보다는 연예인의 초상권 문제로 처리하는 경우가 90% 이상 차지하고 있다. 연예인의 초상권은 인접저작권의 문제에서도 권리를 주는데 이를테면 수출하는 경우 작가, 연기자 등에 대해 부가적 저작료 형식으로 이미지의 퍼센티지로 지불하고 있다. 또한 한국에서 외국에 드라마를 보내는 경우에 외국 음악이 들어갔으면 저작권 협회에서 해당국의 협회와 연계하여 저작권 보유 회사에 저작료를 지불해야 한다.

이와 같은 국내 방송사와 법안처리 내용은 해외 방송의 송출 경우에도 동등하게 적용되어 있어 콘텐츠의 유통과정에서 일어나는 저작권의 문제는 이러한 범위 안에서 권리를 주장하고 있다. 그러나 현지에서 불법 다운로드하는 상황까지는 체크하기 어렵다는 것이 한국의 법안 관계자들의 증언이다. 그렇다면 불법 다운로드의 원인을 제거해야 하는 문제인데, 인터넷에서 제공하는 TV프로그램 다시보기 등의 서비스에 대한

문제를 지적하지 않을 수 없다.

국내에서도 2009년 7월 23일부터 저작권법을 강화하여 실행하고 있으나 사실 사이버 상의 불법 다운로드를 제재하기는 쉽지 않은 일이다. 더구나 해외의 교민들이 다운로드 받는 것까지 체크한다는 것은 무리가 따른다는 점도 이해가 어려운 점이 아니다.

이런 상황을 감안한다면, 불법으로 다운로드 받는 사실에 대해 묵인하면서 배급하는 콘텐츠 피를 무료 수준으로 하향 조정해야 한다는 것을 대안으로 제시하고자 한다. 사이버 상의 문제는 눈에 드러나는 테러 수준의 해킹도 처리하기 어려운 경우가 종종 발생하고 있는 것이 인터넷과 관련된 불법 다운로드 및 사이버 범죄의 현주소이다. 사이버 윤리는 개인적인 양심의 문제로 정리되어야 하는 한계를 갖고 있는 상황에서 불법다운로드가 드러날 경우에 강력한 처벌법을 세워야 할 필요가 있다. 상업적인 방송으로 잘 알려진 미국에서는 불법 다운로드를 엄히 규제하므로 근절하고 있는 점을 감안하여 이와 동등한 처벌을 가하는 법규가 제도적으로 마련되어야 한다는 입장이다.

마) 편성 프로그램 부족

프로그램의 지원에 있어 북방지역 한국어방송사와 CIS의 큰 어려움 중 하나는 한국에 대한 정보와 프로그램의 부족이다. 특히 독립국가연합은 100여 년간 모국과 단절되어 한국말은 물론 한국문화도 대부분 상실한지 오래다. 이 지역 고려인 방송국에서 한국에 관한 프로그램을 제작하여 방송하려고 해도 한국에 대한 정보가 너무 부족하여 여건이 좋아져 방송시간이 연장되거나 제작환경이 호전되어도 프로그램을 제작할 정보나 채울 내용이 없는 것이 더 큰 문제이다. 이들 한인 방송사에게 프로그램의 지원은 절실한 것이 현실이다.

<표 24> 해외 한국어방송 지원제도의 주요 당면 과제

구분	내 용	
미주 지역	라이선스 홀더	-라이선스 홀더 취득을 위한 시민권 필요 -대부분 사업자 면허를 빌리는 형식, 임대료 부담 -빌린 2~3시간 동안 한국뉴스, 지역 로컬 뉴스 등 자체 제작. 편성
	프로그램 판권	-한국 방송사들의 미주 지사에서 결정 -지상파방송이 못 미치는 경우만 지역케이블 업자가 맡게 됨 -프로그램 전송 제경비 한인 방송사 부담
호주 지역	홀드백	-한국 방영 후 4주 뒤에 프로그램 받을 수 있다는 규정(MBC 2주) -비디오 판매업자들의 집단 반발에서 기인 -고국의 문화 전파와 정보를 전달의 기능이 우선되는 효과
	저작권	-불법다운로드의 저작권 문제는 콘텐츠를 배급하고 사용료를 받고 있는 한국의 방송사 및 정부차원에서 처리해야 할 몫 -비디오업자도 불법다운로드가 해결되면 홀드백은 문제될 것 없다는 입장
공동	참정권	-재외국민 참정권 부여에 따른 여론 조성의 중요성 인식 -재외동포에 대한 포용력과 역할 확대에 대한 내국인의 공감대 -해외한국어방송은 재외동포들의 합리적 의사결정에 기여
	컨트롤 타워	-재외동포의 민족정체성 확립을 위한 운영 및 콘텐츠지원 방안 필요성 -현지에 적합한 한국어방송 실시를 위한 재외 공관과의 협의 필요 -지상파 현지법인, 현지 한국어방송사의 콘텐츠 사용, 비디오 판매 등에 대한 자생적 제도에 대한 협의, 조정 필요성 -지역별 특성에 따른 현실적인 지원방안 강구 -방통위를 중심으로 한 외교부, 문화부, 각 지상파 방송사를 총괄할 수 있는 기구 필요 -장기적으로 해외 한국어방송을 중심으로 한류확산의 거점화를 모색할 수 있도록 정부 주도의 '컨트롤 타워' 설립과 이에 대한 제도화 필요
	일본의 선례	-외국 방송매체에 대해 개방적인 편 -지상파방송국의 외국자본상한은 20%까지 허용 -케이블TV방송국은 1999년에 외국자본진입규제를 전면 철폐 -외국자본진입 및 소유, 뉴미디어나 케이블TV에 대해서는 개방 -외국계 채널들, 일본에서 전기통신역무이용방송사업자 지위 획득 후 방송 운영 사례 많음 -KNTV, MNET, KBS재팬 등 국내자본 투입으로 방송채널 운영 -미국 내 일본인 자국어 방송 최근 약화 일로 -이민 온 일본인들의 급격한 미국화가 이유 -한국 동포들의 경우 민족적 특수성 때문에 미국화가 매우 느리나 장기적인 안목에서 일본의 경우를 거울삼아 변화에 대비

바) 프로그램 제작비 부족

현지 거주국의 상황이나 동포들의 생활상, 동포들의 역사 등 매우 중요하고 의미 있는 프로그램 소재는 널려있으나 프로그램을 만들 수 있는 제작비가 없어서 프로그램을 만들 수 없다. 소수민족으로는 한국어방송 프로그램의 제작 및 유지는 한국어방송사 자생력 배양에 매우 중요한 일이다. 프로그램 제작비 지원을 통하여 동포방송사의 자체 제작능력도 향상시키고 한국어방송 콘텐츠의 내실화도 도모할 수 있다. 제작비의 지원을 통해 우수한 프로그램이 제작되면 거주국에서뿐 아니라 국내방송에서도 유통될 수 있을 것이다. 해외 한국어방송사들로 확대 실시하여 제작비를 지원할 수 있을 것이다. 해외 한국어방송사들의 공모를 받아 심사를 거쳐 지원금을 송금하고 사후 감독을 진행하는 방식을 하면 적절할 것으로 사료 된다.

사) 방송 전문인력의 부족

해외 한국어방송사의 어려움 중의 하나는 방송 전문 인력의 부족이다. 대개는 보수가 낮고, 종교단체에서 간여하는 운영주체가 많은 오세아니아의 경우에는 무보수로 일해야 하는 경우가 많다. 그리고 모국어를 잘 하면서 방송 일에 유능한 사람을 확보하기 어렵고 기존 인력도 현지의 급변하는 방송제작환경에 적응해나가기 어렵기 때문에 단기적이고 일회성의 연수가 아닌 전문적이고 체계적인 방송연수가 필요하다. 현재 KBS나 언론재단에서 이루어지는 3~4주의 단기과정으로는 실제 현장업무에 큰 도움이 되지 않는다. 동포 방송인 연수는 전문적이고 체계적으로 과정을 개발하여 집중적인 교육이 필요하며, 연수내용도 방송기술부터 제작과정, 방송인 윤리에 이르기까지 심도 있고 다양하게 마련되어야 할 것이다.

2) 콘텐츠의 다양성 부족

‘콘텐츠 제공의 다양성’은 해외 한국어방송에서 제공하는 오락과 정보 등 재외동포들에게 일상문제로부터 탈피해 여가를 메워준다거나 휴식을 제공한다는 의미에서 장점을 지닌 해외 한국어방송의 역할과 기능 중의 하나이다. 이 항목에서는 해외 한국어방송을 시청하는 재외 동포들의 요구는 어떻게 프로그램에 반영되는지 또는 지원방안과

연결되어 어떠한 의미를 구성하고 있는지에 대한 의미를 포함하고 있다. 이 기능은 수용자가 원하는 시간에 가장 손쉽게 접할 수 있는 곳에서 휴식을 제공 받고자 하는 의미를 담고 있다. 오락처럼 휴식을 원하는 시간에 어려운 방법으로 취할 수 있는 미디어를 원하지 않는다는 것은 설명이 필요 없는 이유로 생각된다. 최근에는 이민 동포 이외에도 유학이나 관광으로 잠깐씩 다녀가는 수용자를 대상으로 하는 방송도 필요한 것으로 보인다.

관광, 유학, 워킹홀리데이, 이민신청 등 한국인의 해외 정착 유형도 다양하다. 이에 따라 방송의 공신력을 이용한 콘서트나 스포츠 이벤트(남북평기전 중계방송) 등의 호응이 높았다. 해외에 나와 있는 이민자는 물론이고, 고국을 잠시 떠나온 여행객이나 자녀를 보러 다녀가는 부모 등 한국의 뉴스를 가장 궁금해 하고 있다. 식당이나 기타 장소에서 한국어방송TV를 접한 사람들의 문의 중 대부분은 뉴스와 일일드라마를 요청하고 있다. 더불어 현지의 방송사를 이용한 홍보와 이벤트는 재외 동포들에게 휴식과 쉼터를 제공해주는 역할을 해야 한다고 생각한다. / 시드니 방송인

또한 해외 한국어방송의 역할이 방송을 전달하는 자체로부터 과생되는 내용적인 측면과 방송이 전달하는 내용을 수행하기 위한 방송 매체기능을 포함하고 있다. 해외 한국어방송의 역할과 접목해 방송사의 매체는 내용과 별개의 것으로 보아서는 안 된다는 견해이다. 그러므로 방송 프로그램의 내용과 매체를 적절히 결합하여 재외동포와 한류의 수출 경로까지 연계해서 지원 방안을 활성화하는 모델을 제시하고자 한다. 본 연구는 해외 한국어방송이 교민만을 대상으로 하는 한계에서 벗어나 한류로 연결되는 경로를 탐색하는데 도움을 줄 것으로 보이며 해외 한국어방송의 프로그램 지원에 대한 다각적인 방안을 모색하는데 근간이 될 것으로 생각된다.

한류에 대한 견해는, 먼저 호주 내에 중국 교민들이 한국 교민의 3~4배 이며, 그 밖에 인도네시아, 필리핀 등 동남아 교민들이 상당히 많은데 이 친구들이 한류 때문에 한국 드라마, 쇼프로 이런 것들에 관심이 많다. 그런데 중국 비디오 숭에서 중국으로 수출된 한국 콘텐츠들을 불법으로 가져와서 DVD로 대여를 하고 있어서 그들의 DVD를 보면 한국 콘텐츠에 중국어 자막으로 나오는데 중국어 더빙보다는 그걸 더 좋아한다. 창구가 단일화가 되고 체계적으로

관리를 해주게 된다면 호주는 복제(copyright)가 강한 나라이기 때문에 이 시장을 우리가 찾을 수 있다. 동남아나 중국 교민들에게 저희가 DVD를 자막을 넣어서 팔 수 있도록 복제를 통합 관리하는 쪽에서 보장을 해주시면 괜찮을 것이다. / 시드니 비디오업자

미국의 경우, 일반적인 편성 비율은 로컬 뉴스, 지역 탐방 등 자체 제작물이 1/3 정도이고 나머지 2/3 가 한국 드라마 등이다. 자체제작의 활성화는 재외 동포가 거주하고 있는 현지의 소식과 정보를 제공해 주는데 의미가 있어 활성화되어야 한다. / 서울 미국미디어전문가

이민 1.5세대를 위한 영문 자막 삽입이 민족 문화 전파의 차원에서 문제가 제기되나 시장을 좁게 볼 것이 아니라 해외에 인기를 얻고 있는 한류문화를 전파한다는 차원에서는 영문 자막 삽입도 나쁘지 않다고 본다. 그렇게 되면 고국 문화 전파용 프로그램과 한류를 대상으로 하는 프로그램을 따로 제작해야 한다는 결론이다. 한국 방송사에서 자막을 넣어서 보내는 경우와 현지 방송사에서 직접 넣는 경우가 모두 있는 것으로 알고 있다. / 샌프란시스코 방송인

3) 지역별 상황 및 조직구조 차이에 대한 인식 부족

위성 방송의 수신을 위한 공청안테나의 방송 가입이 증가하고 있는 방송사는 호주 지역에서 선두 역할을 하고 있다. 24시간 호주의 전 영역을 커버하는 방송인 호주 TV-Korea는 넉넉한 콘텐츠에 비해 공청안테나의 설치 비용 문제로 어려움 호소하고 있으며, 여러 가지 면에서 앞서가는 미국과 다르게 지원해 주기를 바라고 있다. 해외 한국어방송을 시청하는 교민의 이용 동기가 고국의 문화와 정보를 접하고자 하는데 가장 크게 두고 있다는 점을 감안한다면, 위성 방송 안테나의 설치 문제는 방송 환경의 변화문제와 접목하여 우선 해결해야하는 문제로 대두 된다. 그러나 정부차원에서 사업자의 직접적 운영비를 지원해주는 것은 또 다른 논란을 불러일으킬 수 있는 문제이다.

호주지역의 경우, 위성 방송 안테나의 대당 설치비용은 지역에 따라 편차를 두고 있다. 빌딩이나 아파트 단지처럼 주민들이 밀집된 곳에서는 1만 5천불이고 그 아래 수준이 1만 2천불, 가구 수가 적은 곳이거나 낮은 빌딩의 경우는 1만불을 받고 설치해주고

있다. 앞으로 해외 동포들에게 주어지는 참정권과 관련되어 생각할 때 위성 수신을 통한 일일 방송권 및 언어·문화의 보급은 정보 전달자의 입장에서는 절실한 문제로 볼 수 있다. 현재 위성 TV 가입자 수는 전체 교포의 4분의 1 수준인 4천 5백 세대로 30%미만의 교민만이 한국어방송의 TV시청을 하고 있는 셈이다.

이러한 위성 방송의 수신 현상과는 차별화된 개념에서 독립적인 방송활동을 하고 있는 아리랑 TV의 경우에는 한국에서 직접 세계 각 지역에 한국어방송을 하고 있다. 아리랑 TV는 대부분의 편성이 시사, 교양에 맞춰져 있고 드라마의 경우 아주 오래 전 내용을 방송하기 때문에 한인들 보다는 한국어를 공부하려는 외국인 및 한류의 수요가 더 많은 것으로 보인다.

미주한인방송(KBS어메리카)은 로스앤젤레스의 한인방송으로 KBS의 자회사다. KBS 뉴스와 프로그램을 지원 받아 자체 제작한 프로그램과 함께 방송하고 있다(임채완 외, 2008). KBS어메리카와는 성격이 다른 방송국으로는 1985년 말에 개국한 한미 TV 케이블방송이 있다. 미국 현지 케이블 텔레비전으로부터 시간을 얻어서 사용하는 방식을 채택한 방송으로 개국 초 이 방송을 통해 로스앤젤레스 시청자들은 매주 월요일부터 금요일까지 가입자에 한해 하루 12시간씩 방송을 시청할 수 있게 되었으며, 현재 하루 24시간 교포들에게 방송을 전하고 있다. 미주지역의 한국어방송은 역사가 오래되면서 한인사회에 대한 비판과 견제라는 언론 본연의 임무를 수행하고 있지만 아직도 여전히 한인 사회의 공동이익을 대변하고 한국 정부와 중개역할을 기대하고 있는 상황이다. 현재 미주지역은 다양한 매체들이 운영되고 있어 다채널 환경을 형성하고 있어 양적인 성장을 이룬 상태라고 할 수 있다.

미주 지역의 한인 방송은 케이블 형태로 전송되는 경우가 대부분이어서 위성 안테나의 설치 등에 따른 비용에는 지출이 과다한 편이 아니다. 그러나 미주지역은 상업 방송의 모델이 되는 운영 형태를 보이기 때문에 이에 따른 비용의 출혈이 큰 편이다. 그리고 미주 지역의 가장 큰 문제는 라이선스 홀더에게 주는 비용에서 큰 어려움을 겪고 있다. 그러므로 지역에 따라 차별화된 지원을 해야 하는 것이 방안이라고 본다.

4) 국내 지원주체 및 방송사와의 미흡한 협력관계

해외 한국어방송 지원 전담 기구 부재의 문제에 있어서도 지원의 중복 및 혼란이 발생되는데 아리랑TV, KBS월드, MBC 등의 중복 진출로 인해 지원과 진출의 혼재된

상황이므로 경제적 진출과 공익적 지원 간의 갈등이 발생하고 있다. 이와 같은 문제의 해결을 위해서 지원기구 설립을 위한 예산 및 법안의 부재가 절실한 문제이다. 이와 같은 제언은 콘텐츠 진출을 통한 경제적 이익과 문화정체성 확보를 통한 한민족 네트워크 형성이라는 공익 추구간의 갈등을 조절할 기구의 필요성을 제기하는 것이다. 그리고 그에 따른 동반 상승효과로 인한 재외동포들의 문화 전파에서부터 정책적인 면으로는 참정권 부여에 따른 투표율을 높이는 효과로 이어질 수 있을 것이다.

해외 한국어방송과 국내 방송사와의 협력 문제는 동포들에게 방송이 전달되는 시점에서 가장 현실적인 문제이다. 국내 콘텐츠의 수출과 연계하여 본다면 새로운 시장의 개척을 통해 지역적 한계를 극복할 수 있는 가능성을 보이고 있으므로 이에 대한 방안이 필요하다. 매년 총 수출액이 급성장하고 있기 때문에 전체에서 차지하는 비중은 상대적으로 낮게 나타나지만 베트남, 인도네시아, CIS(독립연합국) 지역 등에서 우리나라 방송 콘텐츠 수출이 양적으로 늘어나고 있는 추세를 감안 한다면, 문화 산업의 신 시장을 개척하고 새로운 문화 교류 네트워크를 구축해야 한다. 또한 드라마의 수출이 매우 큰 비중을 차지하기 때문에 앞으로 질 좋은 드라마가 지속적으로 제작, 유통되지 않는다면 수출 감소가 장기화 될 우려가 있다. 그러므로 국내 방송사는 해외 한국어방송사에게 콘텐츠의 유통뿐만 아니라 프로그램의 수준도 향상시켜야 한다는 점을 주목해야 한다. 이를 위해 해외 프로그램 구매자들과의 지속적인 연락체계 유지에 어려움이 많다는 점을 인식하고, 해외 프로그램 구매자에 대한 정보 공유가 국내 방송사에서 도 이뤄질 수 있도록 하는 협력 모델이 구축되어야 한다.

해외시장의 개척의 성공은 능력있는 현지 네트워크 또는 파트너를 구축하는 것에 달려 있다고 볼 때 해외 한국어방송사들의 현지 인력 자원은 좋은 조건을 갖추고 있다. 따라서 해외 시장 네트워크 구축을 위한 지원책이 이루어져야 할 것으로 판단된다. 최근 방송통신위원회가 방송콘텐츠를 와이브로, IPTV, DMB와 함께 4대 수출전략품목으로 선정하고 본격적인 글로벌 마케팅 지원에 나설 계획임을 밝혀 방송콘텐츠 수출 환경이 더욱 좋아질 것으로 예상된다. 방송통신위원회는 국내 방송통신 서비스산업 수출현황을 파악하고, 관련 업계의 애로 사항을 해소하기 위해 ‘방송통신 해외진출지원협의회’를 구성하고, 회의에서 올해 총 66억원을 투입해 주요 수출 유망국가를 대상으로 해외 마케팅 활동을 지원할 계획이다. 또한 지원협의회를 매월 정례적으로 개최하고 지식경제부, 문화체육관광부 등 관련 부처와의 공동사업 및 수출 활성화에 장애가 되는 법제도 사항 등을 개선해 나갈 방침을 밝혔다. 이와 같은 방침을 해외 한국어방송

의 지원 방안과 활성화를 위해 국내 방송사의 협력이 조화를 이루게 된다면 이상적인 방안이 될 것으로 보인다.

나. 해외 한국어방송의 개선방안

1) 제도적 차원의 개선방안

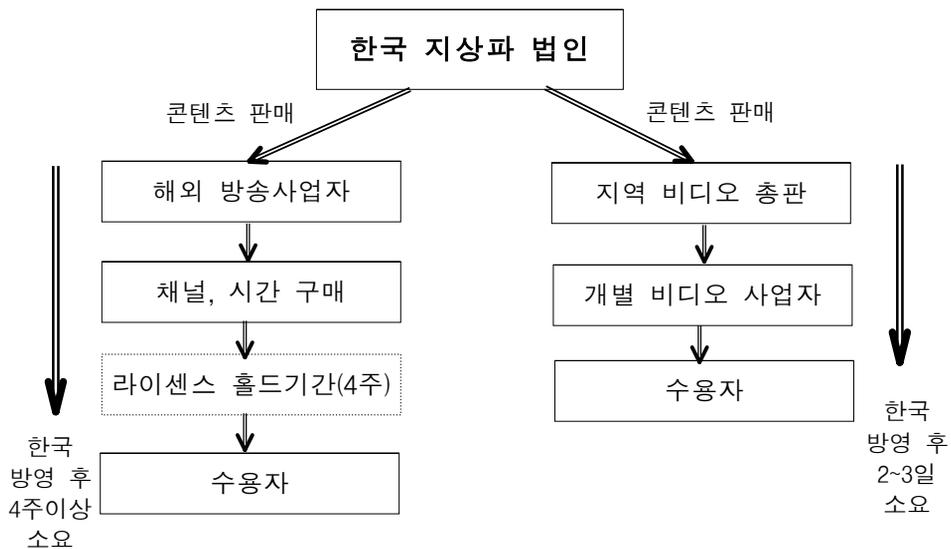
가) 지역별 특성에 따른 차별적인 지원

해외 한국어방송에 대한 지원이 지역별로 차별화되어야 한다는 점은 전술한 내용에서 강조한 바 있다. 이는 우리 동포뿐만 아니라 해당 지역민들에게 우리의 문화를 이해시켜서 우리 문화상품의 경쟁력을 제고한다는 차원에서라도 결코 소홀히 할 수 없는 부분이다. 해외 동포방송의 방송지원은 해당지역의 현황과 사정을 정확하게 파악한 다음 동포 언론의 경쟁력을 제고한다는 차원에서 이루어져야 한다. 현지 사정에 따라 방송기자재나 제작비의 지원, 프로그램 공급가격의 인하, 전파 사용료 지원, 신기술이나 인력지원 등 다양한 방법을 통해 현지 방송사가 거주 지역에서 경쟁력을 갖고 성장할 수 있는 지원이 필요하다. 이를 위해선 정기적이고 지속적인 지원 정책수립이 필요하다. 이를 위해 가장 크게 작용하는 문제가 지역별 특성에 따른 차별적인 지원을 해야 한다는 것으로 해외 한국어방송의 규모 및 지원이 필요한 사항은 지역에 따라 현저한 차이를 보인다. 지역에 따라 다양한 형태로 존재하고 있는 한국어가 다양한 형태로 존재하고 있기 때문에 한국어방송사의 형편과 역할에 따라 차별적 지원정책이 필요하다. 동포규모 및 동포들의 거주하는 국가의 사정이나 한국과의 관계등도 고려하고 또한 지역별 경제 여건과 자립 능력 등도 감안하여 지원이 결정되어야 할 것이다.

즉, 미주 지역과 타 지역의 한국어방송사를 동일 선상에 놓고 보면 안 된다는 것이 지원 방안의 주요 요소이므로 해외 한국어방송사의 지원 기준이 미주 지역이 되는 우를 범하지 않았으면 한다. 미주 지역에서 라이선스 홀더를 취득하기 위한 미국 시민권이 필요한 문제 등과 같이 제도적인 어려움을 겪고 있으며, 이에 따라 라이선스 홀더가 없는 방송사들은 임대료를 지불하고 시간을 임대하여 운영하는 실정이다. 이는 현지 해외 한국어방송이 속한 국가의 제도적인 문제이기 때문에 지원 방안을 위해서는 국내에서는 라이선스 홀더 미취득방송사에게 들어가는 임대료 이외의 경비를 줄일 수

있게 콘텐츠의 구입에 따르는 비용을 줄이거나 프로그램 판권과 관련된 기타 비용들을 축소 시켜주는 것이 방안 중의 하나이다. 호주의 경우는 위성 임차의 경우 현재 개별 사업자가 경비를 지불하고 있는데 큰 부담으로 작용하고 있으며, 이에 대한 국가 차원의 지원 및 협조를 필요로 하고 있다.

홀드백은 드라마, 오락, 다큐멘터리 등을 한국 방송에 비해 4주 늦게 방송하게 하는 제도로 1993년 8월 경 미국 내 한인 방송에서 처음 시행된 후 세계 각 지역으로 퍼지게 되었으며, 해외 한인 방송사들은 뉴스를 제외한 모든 한국 프로그램들을 한국에서 방영된 이후 4주 뒤에 받을 수 있다는 규칙이다. 비디오 판매업자들의 집단 반발에서 기인한 홀드백 제도는 해외 한인 방송사들이 가지고 있는 가장 큰 불만 사안이다. 예전에 비해 비디오 시장이 줄어들고 있기는 하지만, 아직까지도 미국에서 비디오 판매업자들의 영향력은 강력하다. 초기 비디오 판매업자들은 3개월의 홀드백을 요구하였으며, 현재도 4주의 홀드백을 더 늘려야 한다고 주장하고 있는 실정이다.



[그림 11] 한국 방송콘텐츠의 해외 유통 경로 및 소요시간

이와 같은 상황은 비디오 업자와 한인 방송 운영자 간의 갈등을 심화시키고 있으므로 호주, 뉴질랜드와 같이 단일 방송 사업자(지상파 TV의 경우)에 의해 운영이 되고 있는 지역을 선정하여 홀드백 단축을 위한 시범 지역을 설정하여 시행해 보는 방법도 하나의 방향이 될 수 있다. 또한 국내 방송사와의 협조를 받아 프로그램 판매 단가 인

하를 통해 이 지역 비디오 판매업자들을 설득하고 홀드백 단축이 방송사와 비디오 판매업자 모두에게 이득이 된다면 양 측 모두 불리한 조건으로 치우치지 않는 결과를 보일 것으로 생각된다. 예를 들어 홀드백이 방송사와 비디오 모두 1주일로 같아지게 되면 서로 간의 시너지 효과를 발생시킬 것으로 보인다. 이와 같은 시범 시행이 성공할 경우 이 모델을 중심으로 각 지역에 알맞은 지원 정책을 확대하여 실시하면 될 것이다.

또한 독립국가 연합 지역은 이민사가 오래된 반면에 경제사정도 열악할 뿐만 아니라 오랜 기간 동안 모국과의 단절로 인해 한국어방송의 지속성과 안정성 확보가 가장 큰 문제이다. 반면 중국은 한국어방송이 나름대로 유지되고 있지만 개방 정책과 더불어 오히려 한국어방송의 성장과 발전이 정체된 상태로 한국어방송의 경쟁력 향상이 과제이다. 사례연구에서 볼 수 있듯이 오세아니아는 소수민족방송으로서 방송시간의 확대와 방송콘텐츠 부족이 가장 큰 문제이다. 오세아니아의 교민들은 모국에서 무료로 보는 방송을 위성을 통해서 유료로 보는데도 홀드백을 통한 차별을 받는 것에 대해 이해할 수 없다고 지적하고 있다. 따라서 독립국가 연합 및 중국지역 등 낙후된 지역에 대해서는 한국어방송의 생존과 안정을 위한 경제적 지원이 우선시되어야 한다. 그리고 그 외 부수적으로 기본적인 기자재를 포함하여 콘텐츠의 내실화를 위한 질 높은 프로그램 제작을 위한 제작비지원과 한국과의 방송프로그램 교류 등 간접적이고 다각적 지원의 병행이 필요하다.

나) 장기적인 안목의 지원 방안 마련

해외 한국어방송의 지원 방안은 일회성 지원이 아닌 체계적이고 장기적인 안목에서 이루어져야 한다. 지원의 목표가 동포방송국 운영의 안정화와 경쟁력 향상에 있는 만큼 향후 5년 이상의 일정 기간 지속적인 지원이 필요한 것이다. 즉, 방송인 교육과 프로그램 교류, 공동제작 등은 장기적이고 지속적으로 이루어 질 때 동포방송사의 경쟁력 향상을 도모할 수 있으며 이는 전 지역에 있는 해외 한국어방송 모두에게 해당되는 사항이다. 재외국민 여론 형성에 미치는 한국어방송의 역할은 재외국민의 참정권 문제가 불거지면서 관심을 갖게 되었다. 외교통상부의 조사 결과에서와 같이 재외동포가 증가할 수 있는 상황에서 해외 한국어방송국의 활용과 운영의 지원은 많은 공감을 얻을 수 있을 것으로 보인다. 재외동포들에게 고국의 소식을 알려주는 해외 한국어방

송국의 활용과 운영의 활성화에 대한 정부 지원의 공감을 얻을 수 있을 것으로 보인다.

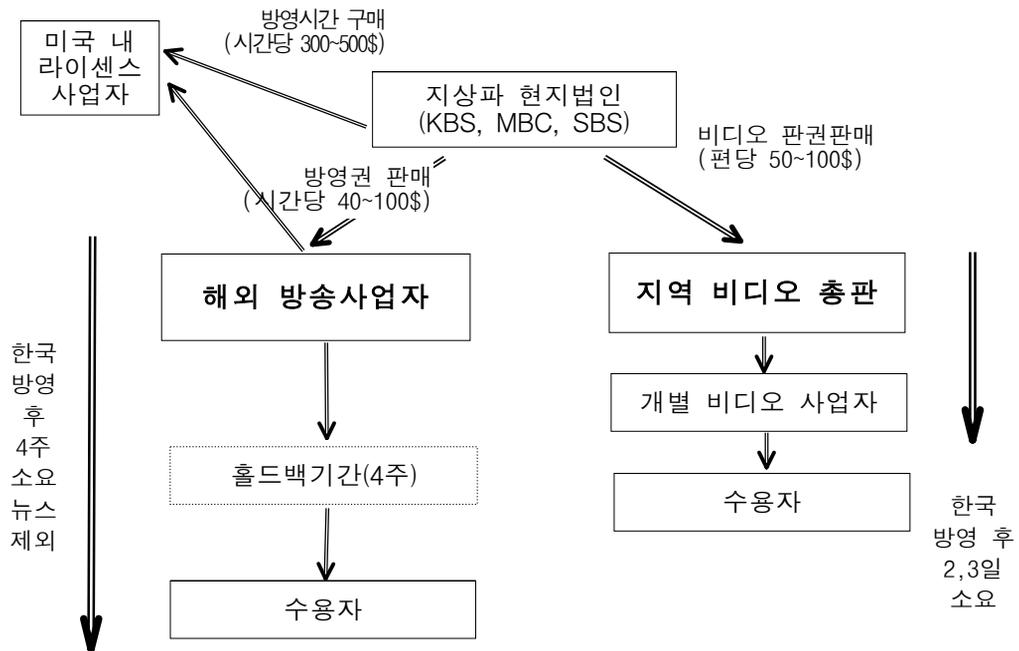
단기적 지원 방안으로는 당장 방송 실시에 차질을 가져올 기자재나, 방송시간을 채울 콘텐츠의 지원 등을 들 수 있는데, 이는 독립국가연합의 한국어방송국과 중국의 일부 한국어방송국 등은 경제적 어려움이 극심하거나 한국 문화 단절의 위험이 존재하는 낙후된 지역에 우선적으로 해당이 될 것이다. 한국어방송의 난립과 더불어 시장 경제의 논리에서 성장하고 있는 미주지역과, 비록 한인방송의 규모는 영세하지만 교민들의 고국에 대한 향수와 정보욕구 해소 및 의사소통의 역할을 수행하고 있는 오세아니아 지역, 그리고 이와 비슷한 양태를 보일 것으로 예상되는 유럽 등은 향후 이민 2세대와 3세대가 주역이 될 날도 머지않았으며 그때가 되면 한국에 대한 정체성 및 문화 유지가 중요하고 시급한 과제로 떠오를 것이다. 비록 이들 지역이 당장 지원 대상이 되지 않을지라도 장기적인 관점에서 본다면 이들에 대한 끊임없는 관심과 효율적 지원 정책을 수립해야 하는 이유가 거기에 있다.

장기적으로는 방송전문 인력교육기관과 제휴하여 연수과정을 개발하고 매년 일정규모로 동포방송인들을 대상으로 위탁교육을 의뢰하는 것도 한 방법이 될 수 있다. 그리고 연수 교육을 받은 후 효과를 측정하거나 재교육을 받을 수 있어야 한다. 그리고 방송프로그램의 교류 지원으로 동포방송사와 모국 방송사의 프로그램 교류를 통해 민족동질감 회복을 기대할 수 있고, 공동프로그램 제작을 통해 동포방송사들은 방송 선진기술을 습득하고 국내 방송사들은 까다롭고 번거로운 현지제작의 어려움이 해결된다. 프로그램 교류는 동포방송이 속하는 거주국 방송사와의 교류로 확대되는 것도 필요하다.

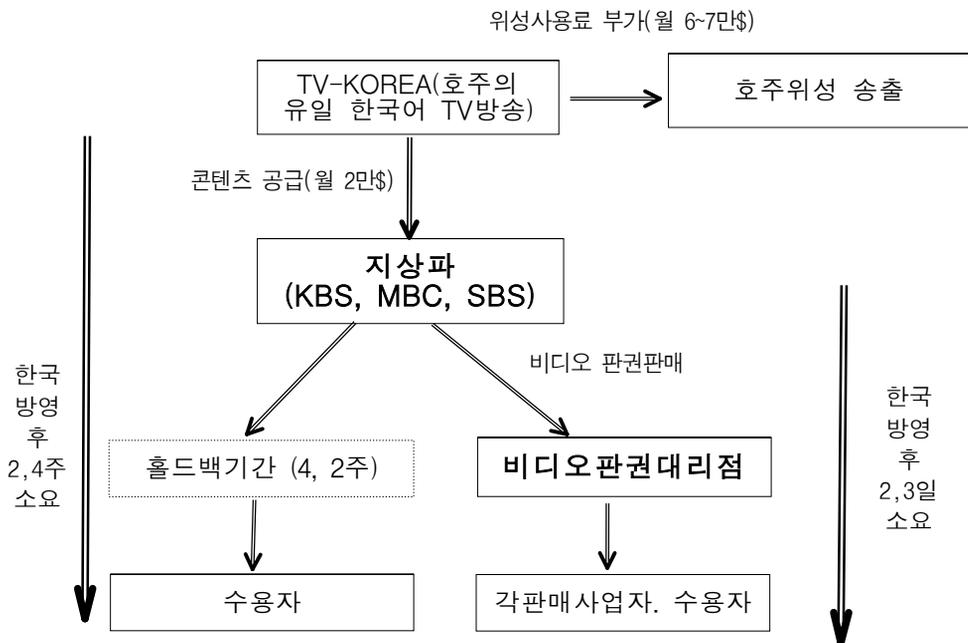
다) 정부차원의 보다 적극적인 제도적 정비와 개선

(1) 홀드백 기간에 대한 적극 조정

많은 한국어방송 사업자들이 홀드백 기간과 관련하여 어려움을 호소한다. 방송콘텐츠의 유통 경로는 지역별로 약간의 차이가 있는데, 미국의 경우 KBS아메리카(KBS의 현지법인), MBC아메리카, SBS아메리카 등의 지상파 현지법인이 콘텐츠 방영권 및 비디오 판권을 독점판매한다. 미국의 한국어방송사들은 지상파 현지법인들에게 콘텐츠를 구입한 후, 미국 현지의 라이선스사업자에게 방송시간을 구매하여 케이블로 전송하게 된다.



[그림 12] 미국의 한국어방송 콘텐츠 유통 과정



[그림 13] 호주의 한국어방송 콘텐츠 유통과정

뉴스를 제외한 드라마, 다큐멘터리, 오락 등의 프로그램들은 4주의 홀드기간이 지나야만 방영될 수 있다. 반면 현지 지상파법인에서 콘텐츠를 구매한 비디오판매 사업자들을 구매와 동시에 판매가 가능하여 대부분의 콘텐츠를 한국 방영 후 2~3일 안에 대역할 수 있다. 특히 KBS법인의 경우, 방송사업자와 비디오사업자에게 엄격하게 방영권과 비디오판매권을 분리하여 판매하고 있어, 방송사업자들이 타격을 입는 경우가 많다.

호주의 경우에는 TV-KOREA가 KBS, MBC, SBS로부터 콘텐츠를 구입하여 수용자들에게 공급이 이루어진다. TV-KOREA는 콘텐츠를 구매하고 월 6~7만 달러에 달하는 호주 위성사용료를 지불한 뒤 방영하고 비디오 판매도 겸하고 있다. 방송 송출의 경우 미국과 마찬가지로 뉴스는 실시간 방송되고, 드라마, 오락, 다큐 프로그램은 2주간(MBC 등), 4주간(KBS)의 라이선스 홀드기간을 거쳐야 방송이 가능하다.

이러한 콘텐츠 공급구조로 인해 불법 다운로드와 제3국을 통한 불법 비디오 반입, 복제, 배포 등이 점차 광범위 하게 음성화 되는 문제가 대두 된다.

따라서 현지 방송환경과 콘텐츠 유통 시장의 출발과 현황이 차이가 있으므로, 지원하고 조정을 해야 할 제도적 성격이 다를 수 있으므로 철저한 현지조사를 통해 해당 지역에 가장 적절한 도움을 줄 수 있도록 제도를 정비해야 할 것이다.

한편, 오세아니아를 비롯하여 미주 및 유럽지역 등 이른바 자발적 이민이 주를 이루는 곳은 해당 국가에서의 소수민족 정책과 연계하여 접근 채널을 적극 활용할 수 있는 지원 방안을 모색해야 할 것이다. 예를 들어 호주의 소수민족을 위한 국영방송 SBS의 일부 시간대에서 편성되고 있는 한국어방송은 안정적인 송출과 함께 탄탄한 방송시스템을 갖추고 있으므로 이곳에 고국의 소식과 더불어 한국의 다양하고 수준 높은 문화를 소개할 수 있는 방송 프로그램을 공급하면 큰 효과를 볼 수 있을 것이다. 그리고 방송사 종사자들의 인터뷰를 통해 요청사항으로 밝힌 바와 같이 방송사 직원들을 대상으로 모국의 정부 또는 방송관련 기관이 주최하는 방송연수 및 교육 등을 정기적으로 제공한다면 많은 비용을 들이지 않고 해당 지역에서 한국이라는 국가를 소개하고 이미지를 제고할 수 있는 효과를 거둘 수 있을 것이다. 아울러 상업위성 방송이 확대되고 있는 지역의 경우 앞서 지적한 라이선스 홀드 등으로 인한 프로그램의 창구별 차별 공급이 더욱 문제가 되고 있으므로 이에 대한 정부차원의 제도적 정비 또는 개선을 통해서 해당 지역 수용자 및 한국어방송사에게 편의를 제공할 수 있을 것이다.

(2) 다민족 국가의 해외 한국어방송사 집중 지원

우리 동포들이 많이 거주하고 있는 중국이나 구 소련연방인 독립국가연합, 오세아니

아 등은 모두 다민족 국가들을 중심으로 지원해야 한다. 이 지역에서 한국어방송이 시작되고 오랜 세월 동안 생존해 올 수 있었던 것은 각 거주국가의 소수민족에 대한 인정과 배려, 보호정책 때문이다. 특히 오세아니아는 역사가 그리 길지 않은 신생 국가로서 백인이 주류를 이루고 있지만 이민자들로 구성된 나라이다. 한국교민들의 이민역사도 짧지만 이 지역에서 한국어방송이 시작되고 생존해 올 수 있었던 것은 소수 민족 정책이 큰 역할을 했다고 할 수 있다. 즉, 소수민족에 대한 지원으로 소수민족방송채널을 제공하여 이민사가 짧은 한인들도 저렴한 비용으로 손쉽게 한국어방송국을 운영할 수 있었다. 해외 한국어방송의 지원은 궁극적으로 해당지역의 우리 동포들이 한 민족의 정체성을 잘 유지하면서 거주국 사회의 일등 시민이 되어 성공적인 정착과 편안한 삶을 누리는데 한국어방송이 적극적으로 기여할 수 있는 여건을 조성하자는 것이다. 따라서, 해외 한국어방송에 대한 지원은 거주국의 정책과 제도적 테두리 내에서 필요하면 거주국 정부 혹은 해외공관과의 협조와 지원 하에 뚜렷한 정책목표와 원칙을 가지고 신중하게 진행되어야 한다.

(3) 전달기구 설립 등 관련 제도와 법률 재정비

그리고 제도적인 측면에서는 해외 한국어방송 담당기구 설립 및 관련 법률 재정비에 관한 필요성이 논의되어야 한다. 해외 정부와 한국 정부와의 직접적인 방송 편성시간을 확보하거나 재외 공관과 협의하여 적정 비율의 한국어방송을 실시하는 것이다. 또한 해외 한국어방송을 총괄할 수 있는 기관을 설립하여 한국 정부에서 주도하는 독자적인 '컨트롤 타워'의 제도화가 필요하다. 이와 같은 제도적 차원의 정립은 해외 한국어방송 자생력을 증강시킬 것이며 이를 통한 고국 문화의 전파라는 효과를 거둘 수 있다. 해외 한국어방송의 지원원칙은 해당지역의 현황과 사정을 정확하게 파악한 다음 장기적이고 지속적으로 이루어져야 한다. 각 지역의 한국어방송사의 형편과 역할에 따라 차별적 지원정책이 필요하며 지역적, 역사적 특수성을 감안하여 북방 지역을 우선적 지원해야 한다. 또한, 거주국의 소수민족정책을 존중하여 지원은 거주국의 정책과 제도적 테두리 내에서 이루어져야 한다.

(4) 저작권 문제 해결을 위한 적극 개입

해외 한국어방송 지원의 방안에 새로이 등장하는 이슈는 디지털 방송 환경의 변화와 글로벌화이다. 최근 1인 1PC시대가 된 것은 물론이고 위성의 보급으로 인한 전 세

계의 지구촌화는 다시 언급할 필요도 없는 일이다. 매스미디어 시대의 일방향적 전달이 위주였던 방송 환경과 뉴미디어 시대의 도래로 인한 양방향적 방송 환경은 시청자들을 능동적으로 만드는 것은 물론이고 텔레비전 이외의 매체에서도 콘텐츠를 다양하게 받아 볼 수 있는 상황이 되었다. PC 불법 다운로드가 확산되면서 현지의 방송운영자들은 애로사항을 토로하고 있다. 사회 규범과 질서의 유지의 차원에서 이와 같은 문제는 해결 방안을 모색하여 근절되어야 할 것으로 지적된다. 불법다운로드의 문제는 콘텐츠를 배급하고 사용료를 받고 있는 한국의 방송사에서 처리해야 할 몫이다. 그런데 현실적 실정은 이와 많이 다르게 나타나고 있는 것이 사실이다. 불법다운로드에서 해외 한국어방송국들의 입장을 고려한다면 저작권 문제의 해결이 시급하게 결정되어야 할 제도적인 문제라고 본다.

(5) 편성권 확보를 위한 지원

또한 편성권과 관련하여 국내 방송사와 계약조건에 따라 자율적인 편성의 어려움을 갖고 있다.

해외 한국어 방송사들은 하와이를 포함한 남. 북 미주지역은 현지 국내 방송사 법인의과의 방영권 및 비디오 계약을 하며, 그 외 지역은 한국의 방송사와 직접계약을 하는 경우가 보편적이다. 계약조건으로 장르별 방송비율과 방송 프로그램을 제시받으며, 매월 각 해외 방송사의 편성 보고서를 제출하도록 하고 있다.

최근에는 해외 한국어 방송 사업자들의 독자적인 편성비율이 늘어나고 있으나, 암묵적으로 갑의 입장인 방송사 프로그램과 원하지 않는 프로그램의 편성도 요구받고 있는 실정이다. 즉, 방영권 계약의 조건을 통해 한국어 방송의 독자적인 편성이 우회적으로 간여 받고 있다 하겠다.

따라서, 현지실정에 부합되는 자율적인 편성이 되지 못하는 문제점도 될 수 있다.

이에, 정부차원에서 편성비율과 장르 등의 문제를 국내방송사와 협의를 통해 조정해 보는 방법과 재외 공관과 협의하여 적정 비율의 한국어방송을 실시하는 여건을 마련하는 것도 한 방법이 될 수 있다.

편성의 자율권을 확보해 주는 것은, 프로그램 콘텐츠 비용(콘텐츠 피)을 공영 방송의 경우에는 재외 동포들을 배려하는 측면에서 무료로 제공하거나 최소 비용만으로 제공해 주는 정책방향 마련을 위한 우선적인 방안 마련의 문제가 될 것 같다.

실제로 방송사의 수입구조로 본다면 해외한국어 방송에 대한 프로그램 콘텐츠 판매

수입은 극히 미미하지만, 해외 한국어 방송사들에게는 부담이 큰 과제이다.

2) 해외 한국어방송 현안 전반에 관한 개선방안

가) 해외 한국어방송 존립의 필요성에 대한 인식 공유

중국, 이스라엘, 이탈리아에 이어 세계에서 4번째로 많은 600만이 넘는 해외 동포를 가지고 있는 우리에게서 해외 한국어방송들이 동포들을 위해 수행하는 역할과 임무는 매우 중요하다. 또한 국가 경제의 2/3를 수출에 의존하고 있는 우리의 현실을 감안해 볼 때 한국이라는 국가브랜드에 대한 전반적인 신뢰도 제고로 인지도를 높이고 교역의 활성화에 이바지 할 수 있을 것이다. 이와 같은 관점에서 해외 한국어방송의 필요성 몇 가지를 개괄하면 다음과 같다.

첫째, 정책적 차원에서 한국의 영상 정보를 해외로 발신함으로써 국제사회에서 국가 이미지를 제고 시킬 수 있다. 최근 일본과 아시아 쪽에 불고 있는 한국 영상 콘텐츠의 붐, 이른바 한류 열풍이 좋은 예이라 할 수 있다.

둘째, 교민 정책적 차원으로 해외 동포들에게 고국의 다양한 정보를 체계적이고 지속적으로 제공함으로써 조국에 대한 이해를 돕고 아울러 거주국의 민간외교 사절로서 현지의 국가 홍보 인력이 될 수 있다. 또한 이를 통해서 한국 동포들은 조국과의 견고한 정신적 연결 끈을 갖게 된다. 결국은 국내 정보의 시간적, 공간적 격차를 최소화하여 한인교포들을 방송을 통해 수용함으로써 민족 정체성과 공동체 의식을 유지, 강화시키고 더 나아가 민족적 자긍심을 부여하게 된다.

셋째, 경제 통상적 차원으로 한인방송 광고 시간을 통해 우리나라 기업의 브랜드나 제품을 소개함으로써 현지 바이어들에게 정보를 제공하여 이들 제품의 수출에 긍정적 효과를 가져다 줄 수 있을 것이다.

이와 같은 상황에 따라 해외 한국어방송 지원 원칙은 전 세계에 퍼져 있는 한 민족의 복지를 위해 기여하고 있다. 이제는 국내 수용자뿐만 아니라 해외에 흩어져 있는 한민족 수용자의 복지를 위해서 동포방송에 관심을 갖고 이들을 위한 지원 정책의 마련이 필요한 것으로 보인다.

나) 코리안 커뮤니티의 활성화

중남미나 중앙아시아에서처럼 소규모 한국어방송국을 설립하여 코리안 커뮤니티를 활성화하려는 시민들을 대상으로 지원프로그램을 만드는 것도 하나의 방안으로 제안한다. 현재 해외에서 한국어방송을 신규로 설립하는 것보다 기존 한국어방송에 대한 하드웨어 지원이 많은 것으로 알고 있다. 또한 해외 한국어방송인들은 고국과의 접점이 비교적 드물 것으로 판단된다. 그렇게 되면 한국어방송을 하겠다는 동기도 약해질 것 같다. 그들의 방송 동기를 제고시킬 수 있는 수상제도 이외에도 해외 한국어방송 프로그램 대상 등과 같은 제도의 마련 및 한국 초청연수 등과 같은 제도를 강화하면 좋을 것으로 생각된다. 아울러 기술 등의 지원을 해놓고 그 기술을 제대로 활용하지 못한다면 무용지물일 것이므로 기술지원과 더불어 기술스태프의 파견과 초청교육도 함께 지원해야 한다고 생각한다.

그리고 KOICA(해외청년협력단)과 협력해 한국관련 소식이나 한국과 연락, 한국과의 네트워크 등을 그들이 대신 해주게 된다면 여러모로 한국어방송이 활성화되지 않을까 생각한다. 최근 한류의 상승은 연예인에 국한된 공식을 넘어 확대되어가고 있는 현상을 보이고 있다, 일례로 인도네시아의 작은 섬인 ‘찌아찌아’에서는 글이 없어 한국어를 공식 언어로 채택했다. 이와 같이 그들이 외국인이라고 할지라도 한국어방송을 한다면 지원 대상으로 해야 할 것이다. 실제 한국어를 잘하는 외국인이 한국어전문방송을 하는 경우도 있다고 하므로 지원의 대상도 한국인만을 대상으로 하는 것 보다 확대하는 방안도 고려해야 할 문제로 생각한다. 정작 공적 지원이 필요한 곳은 중앙아시아, 중남미, 우리들의 손길이 쉽게 미치지 어려운 곳이라고 생각한다. 그리고 해외소규모한국어방송과 국내 방송사업자와 자매결연을 시켜주는 지원사업도 필요하다. 지속적인 관심, 수평적 네트워크 확대 등을 통해 끊임없이 조국에 대한 관심을 환기시켜나가는 것이 필요하다. 해외 현지에서 한국어방송 운영자들 간의 유기적 네트워크 구축에도 지원을 하면 서로의 정보 교환이나 도움 요청도 가능 할 것으로 본다.

다) 해외 한국어방송의 자생적 활로 모색

해외 한국어방송의 경제적인 문제를 살펴보기 위해 해외 한국어방송의 자생적 활로를 모색해 보고자 한다. 상업방송의 성격을 가진 미국의 경우에는 홈쇼핑 방송을 운영하며 수익을 창출하고 있으며 광고 또한 방송사의 수입을 창출하고 있다. 그러나 한인

방송사에 광고를 내는 사업자들은 대부분 한인 영세 상인들인 경우가 대부분이며, 이에 방송사들의 광고 수입도 미미한 실정이다. 국내 방송사인 현대홈쇼핑에서는 사할린 우리말 방송에 매년 1억원 정도를 지원해왔고, 흑룡강 조선어방송에도 2009년부터 5천만원을 지원하고 있다. 이와 같이 현지 방송국에 국내의 스폰서를 구해 주는 것이 최선의 방법이라는 방송관계자들의 의견이 있으나 선뜻 나서는 후원 방송사를 구하는 것은 쉬운 일이 아니므로 해당 기관의 담당자 통해 지원방안에 대한 검토를 요청하는 것도 한 방법이라고 본다.

한인들이 해당 사회에서 살아가는 이야기들을 방송을 통해 전달하는 것이 해외 한국어방송이 존재하는 이유로 충분하다고 할 수 있다. 그러나 문제는 자체 제작을 하기 위한 인력과 운영 재정이 턱없이 부족하다는 것이다. 재외동포에게 맞춤형 콘텐츠를 제작하고 보급하는 것의 지원이 모색되어야 할 것이다. 현재는 자체제작의 상황이 원활하다고 보기는 어려운 실정으로 다큐와 스포츠 및 연예·오락부분에 한 시간(60분×1편 또는 30분×2편) 정도의 프로그램을 제작하고 있으나 품질면에 있어서는 향상이 요망되는 수준이다. 또 다른 방법으로는 국내 방송사와 공동제작의 형태를 갖고 작업하는 방법도 우선적인 품질향상을 위해 필요한 방법이라 하겠다.

살펴본바와 같이 방송 환경의 변화는 국내에서뿐만 아니라 해외 한국어방송사에게도 방송 산업의 국제경쟁시대를 의미하고 있는 것으로 나타났다. 이에 따른 시장의 확대와 함께 캐릭터 등 부대사업이 활발해지고 있는 상황에서 해외 한국어방송인들의 자생적 활로를 마련해 주는 것은 물론 이고 한류를 통한 콘텐츠 수출의 증대에도 힘을 더할 수 있는 방안의 모색과 협력이 되어야 한다고 판단된다.

Ⅲ. 결론

1. 해외 한국어방송의 현안 종합

해외 한국어방송의 현황 및 문제점을 파악하기 위해 해외 한국어방송사를 통한 전반적인 현황을 살펴보았다. 먼저 해외 한국어방송의 현안을 점검하고 현행 지원제도에 대해 파악하였으며 해외사례를 고찰함으로써 해외 한국어방송의 지향가치를 점검하였으며 이를 토대로 해외 한국어방송의 문제점 및 개선방안을 도출하였다. 그리고 마지막으로 해외 한국어방송의 중장기 발전전략을 제언하기에 앞서 제기한 문제들을 정리해보고자 한다. 이를 위해 SWOT 분석의 틀을 사용하여 해외 한국어방송의 Strength(강점), Weak(약점), Opportunity(기회), Threat(위기)의 요인을 일목요연하게 정리해보고자 한다.

<표 25> 해외 한국어방송의 SWOT 분석

Strength 강점	Weak 약점
<ul style="list-style-type: none"> -고국 문화전파와 동포 간 유대감 강화 -참정권에 따른 공신력 프로그램 필요 -한류 확산과 국내 콘텐츠의 수출 활로 -한국어 확산 및 국가브랜드 가치 제고 -자체제작, 공동제작 활성화로 영상산업 기여 -방송 글로벌화라는 장기적 목표 고려 	<ul style="list-style-type: none"> -라이선스 홀더 취득을 위한 시민권 필요 -광고주 대부분 영세사업자로 광고수입미미 -홀드백 -판권 국내 방송사 미주 지사에서 결정 -위성 임차의 경비 지불 부담 -편성권과 관련하여 해외 대리점 계약에 따라 자율적인 편성의 어려움
Opportunity 기회	Threat 위기
<ul style="list-style-type: none"> -임대 사업 방송사들의 라이선스 취득 추세 -지상파 방송 미치지 못하는 지역 케이블이 커버해 다양한 편성 가능 -해외 정착 유형 다양으로 방송 호응 높음 -프로그램 판매 단가 인하를 통해 비디오 홀드백 단축되는 원-원 방안 제안 	<ul style="list-style-type: none"> -영세 한인 방송사들이 라이선스 홀더에게 지불하는 임대료 부담 -불법 다운로드의 유통으로 고객 축소 -중국으로 수출된 한국 콘텐츠 불법 대역 -국내 국제방송의 해외진출(ex., 아리랑TV 등)

가. 해외 한국어방송의 강점 요인

해외 한국어방송의 강점은 고국 문화전파와 그로 인한 한류의 확산까지 확대되는 효과를 가질 수 있다는 것이다. 고국 문화의 전파는 현지 국가 내의 한국어 확산 및 국가브랜드의 가치를 제고하고 해외에 거주하는 동포들과의 유대감을 강화하는 효과를 가져 온다. 그리고 재외 동포들의 참정권 부여에 따른 홍보와 방송의 공신력이 방송 프로그램을 통해 전달하는 것이 효과적이라는 점이다. 이와 같은 장점들을 이용하여 적절한 지원정책의 모델이 제시된다면 중장기 지원을 위한 기초 자료를 제공하는 데 도움이 될 것으로 생각된다. 또한 최근 확대되고 있는 한류의 확산으로 국내 콘텐츠의 해외수출 전진기지로 활용할 수 있다는 면에서 해외 한국어방송의 역할은 부가된다. 또한 현재 일부 해외 한국어방송사에서 실시하고 있는 프로그램 자체제작과 함께 국내 방송사와의 공동제작을 활성화하여 방송영상산업에 기여할 수 있다. 방송 산업의 글로벌화라는 장기적인 목표를 고려한다면 이들 방송국에 지원을 하는 것은 세계 속에서 한국인이라는 정체성을 찾고 자긍심을 준다는 면에서 중요하다. 특히 이민 2세대에서 나타나는 한국어 미흡의 문제를 한국어방송으로 인해 자연스럽게 고국의 말을 익히는 것이 해외 한국어방송의 큰 역할이라 하겠다.

나. 해외 한국어방송의 약점 요인

해외 한국어방송의 약점은 제도적인 면과 밀접하게 연관되어 있다. 미주 지역에서 라이선스 홀더를 취득하기 위해서는 미국 시민권이 필요한데 한인 라이선스 홀더들도 다른 소수 민족 영세 방송사들에게 시간을 임대하여 운영하는 실정이다. 미국 한인 방송국 중 라이선스 홀더는 공중파 TV 방송을 기준으로 하와이, 뉴욕, 시카고 등 지역에 4개 정도이며, 대부분의 사업자들은 타 라이선스 홀더에게 임대료를 주고 빌린 2~3시간 동안 한국뉴스, 지역 로컬 뉴스(자체 제작), 한국 드라마 등으로 한국어 방송을 하고 있다. 한국어 방송사에 광고를 내는 사업자들은 한인 영세 상인들인 경우가 대부분이며, 이에 방송사들의 광고 수입도 미미하다. 그리고 4주라는 홀드백은 동포들에게 전달되는 프로그램의 시기를 인위적으로 늦추고 있다.

또한 국내 방송사와의 콘텐츠 유통 과정에 있어서도 미주 지역의 경우 모든 판권은

최종적으로 한국 방송사들의 미주 지사에서 결정하기 때문에 한인 방송사들은 총 방송시간에 따라 프로그램의 판권을 구입해야 한다. 편성권과 관련하여 계약조건의 일방성 등에 따라 자율적인 편성이 어렵다는 점도 한인 방송국에서는 약점으로 작용하고 있다. 마지막으로 프로그램의 전송에 드는 비용(예. 위성 임대) 등은 모두 현지 한인 방송사에서 부담하므로 이에 대한 운영상의 어려움이 있다.

다. 해외 한국어방송의 기회 요인

해외 한국어방송의 현황문제 중 기회가 되는 요소를 알아보았다. 방송을 하기 위해 라이선스 홀더들에게 지불하는 임대료 부담을 줄이기 위해 최근 라이선스를 취득하는 일이 증가하고 있다. 미국 한인 방송사 중 가장 큰 영향력을 행사하고 있는 radio korea도 얼마 전까지 임대 사업자였으나 라이선스를 취득하여 고국의 소식을 마음껏 전달하고 있다.

지상파의 영향력이 강한 미주 지역의 방송 환경에서 지상파 방송이 미치지 못하는 지역을 케이블 업자가 맡게 되는 형식인데 지역이 중복되는 경우는 각자 편성 조정하여 창의적인 영상을 제공하는데 도움을 주고 있다. 또한 미주 지역의 경우 교민들이 미디어 환경에 적응하는 속도가 매우 느리기 때문에 온라인상에서 방송을 보는 것에 익숙하지 않아 불법 다운로드의 우려는 아직 크게 염려할 시점은 아니라 하겠다.

최근 관광과 유학 및 워킹홀리데이와 같은 젊은 층과 이민신청자의 증가로 한국인의 해외 정착 유형이 다양해지고 있다. 이에 따라 방송의 공신력을 이용한 콘서트나 스포츠 이벤트(남북평가전 중계방송) 등의 호응이 높다. 해외 동포들을 위해 방송의 영향력이 강해지는 것을 기회로 다양한 홍보가 가능하다는 점을 활용한다면 문화 전파와 같은 목적의 달성도 함께 이루어 질 것으로 기대된다.

또한 최근 문제가 더욱 불거지고 있는 호주와 뉴질랜드 등과 같이 단일 방송 사업자(지상파 TV의 경우)에 의해 운영이 되고 있는 지역을 선정하여 홀드백 단축을 위한 시범 시행 실시하게 된다면 더 좋은 효과의 방송 전달자가 되는 기회를 가져 올 것으로 생각된다.

또 하나의 기회 요인을 제안한다면 프로그램 판매 단가 인하를 통해 이 지역 비디오 판매업자들을 설득하고 홀드백 단축이 방송사와 비디오 판매업자 모두에게 이득이 됨을 보이게 함으로서 시너지 효과를 발생시킬 수 있을 것으로 생각된다. 이와 같은

시범 시행이 성공할 경우 이 모델을 중심으로 각 지역에 알맞은 지원 정책을 실시한다면 기회를 이용하여 새로운 방안을 마련하는 계기가 될 것이다.

라. 해외 한국어방송의 위기 요인

해외 한국어방송인들에게 다가오는 가장 큰 위기로인 중 하나는 인터넷을 통한 불법 유통으로 20~30대 고객 층들은 거의 없다는 것이다. 이들은 PC방에서 다운 받아 대량 유포하고 있어 통제가 어렵다는 점이 가장 위기를 느끼게 하고 있다. 또한 중국 비디오 스푼에서 중국으로 수출된 한국 콘텐츠들을 불법으로 가져와서 DVD로 대여하고 있어 현지 방송인과 비디오 사업자는 모두 이러한 피해에서 빠져 나가기 어려운 상태에 놓여 있다. 또한 아리랑TV 등의 국내 국제방송이 케이블TV, 위성방송을 통해 해외로 진출하면서 해외 한국어방송이 존재의 위기에 놓일 수도 있다는 점은 또다른 위기로인 될 수 있을 것이다.

2. 제언

해외 한국어방송의 중요성을 고려했을 때, 범정부 차원의 적절한 지원정책 수립과 집행이 중요하며, 전략적 측면에서 단기적, 중장기적 대응방안 모색이 필요하다 하겠다. 앞서 고찰한 문제점과 개선방안을 토대로 해외 한국어방송의 단기적, 중장기적 발전전략을 제시하면 다음과 같다.

가. 해외 한국어방송 단기 발전전략

1) 성공적 지원을 위한 지원 주체 정비

가) 지원사업 추진체계 정비차원의 '컨트롤 타워' 신설·운영

현재 해외 한국어방송은 2009년 10월을 기준으로 볼 때, 94곳으로, 지역별로 살펴보면 북미지역 58곳, 오세아니아 지역 8곳, 중국지역은 14곳, 중국을 제외한 북방지역 8

곳 등이다. 이러한 전 세계적 한국어방송 사업자 분포도를 볼 때, 정부 차원의 좀 더 체계적인 지원기능이 요구된다 하겠다. 이런 맥락에서 관련 조직과 인력, 예산을 대폭 확대해서 순기능적 측면에서의 ‘컨트롤 타워’ 기능을 수행할 수 있는 기구 신설을 검토해 볼 수 있다고 본다. 주무 부서인 방통위원회를 중심으로 전략적 논의가 필요하며, 최근 다각도의 활동을 보이고 있는 국가브랜드위원회와 실무적 업무협의 필요성도 있어 보인다.

한국어방송 사업의 ‘국가적 위상 담보’ 측면의 중차대한 목적성을 고려할 때, 정부 조직 내의 유기적인 논의와 업무협조 체계 강화가 중요하다 하겠다. 즉, 해외 동포들의 민족동질성 유지와 모국과의 유기적 관계를 정립하는데 중요한 역할과 기능을 감안한다면 해외 한국어방송에 대한 국가적 차원의 지원방향은 해외에 거주하는 동포들이 모국에 대한 객관적인 정보를 접할 수 있는 통로가 될 수 있으며, 장기적으로는 모국에 대한 자부심을 높일 수 있는 정 기능적인 역할을 할 수 있다 하겠다.

또한, 이러한 여건 조성을 위한 기술적인 방법으로 현재 해외 한국어방송이 처해 있는 어려움을 장차 법제정 등을 통해 문제 해결과 개선을 위한 조작적인 행정 지원이 뒷받침되어야 해외 한국어방송이 체계적인 발전을 유도할 수 있을 것이다. 구체적인 예로 현재 국내의 지상파 방송에서는 해외 한국어방송에 프로그램 판매와 콘텐츠 사용료로 확보되는 수입구조가 전체 수입원의 0.1%도 채 못되는 미미한 수준이지만, 지속적으로 매년 프로그램 판매단가를 임의적으로 올리고 있는 실정이다.

미국의 해외 한국어방송의 경우 미국 방송라이센스를 구입해 방송하는 경우가 90% 이상인 실정이며, 각 해외 한국어방송의 경우 수입의 70% 이상을 라이선스 전파사용료를 지불하는 상황에서 국내 콘텐츠 구입비 상승이 양질의 방송운영의 큰 장애요인이 되고 있다 하겠다.

그러므로 각 대륙별 해외 한국어방송의 존립의 의미가 다르고, 방법이 다른 상황에서, 국가적인 목적과 해외에 거주하는 자국민들과의 원활한 커뮤니케이션 통로 확보를 위해서나 현재 국내 각 방송사 단위와 해외 한국어방송 간에 무분별하고 비체계적인 교류로 인해 야기되는 여러 가지 문제점을 합리적이고 체계적인 협조와 뒷받침할 수 있는 방향으로 종합적인 ‘컨트롤 타워’를 구축해야 할 시점이라 하겠다.

이를 통해 해외 한국어방송 지원제도의 성과기반으로 시너지 효과를 높일 수 있는 방향이 될 것으로 전망된다.

나) 민관 자문위원회 활용

해외 한국어방송서비스의 성공적 안착과 안정적 운영을 위해서는 정부 차원의 컨트롤 타워 신설 및 전담 부서 확충과 함께, 전문가 그룹 중심의 자문기구의 운영도 검토해볼 수 있을 것이다. 정부 인사, 학계 인사, 민간 부문 인사, 국제 지역 전문가 등이 참여한 자문기구를 운영할 경우, 현재 방통위원회 5인 상임위원 중 한 명이 운영위원장을 맡아, 지원 정책 수립과 집행의 효율성을 제고하는 방안이 있을 수 있을 것이다. 일례로 방통위원회가 운영 중인 지역방송발전위원회 같은 기구가 모델이 될 수 있을 것이다.

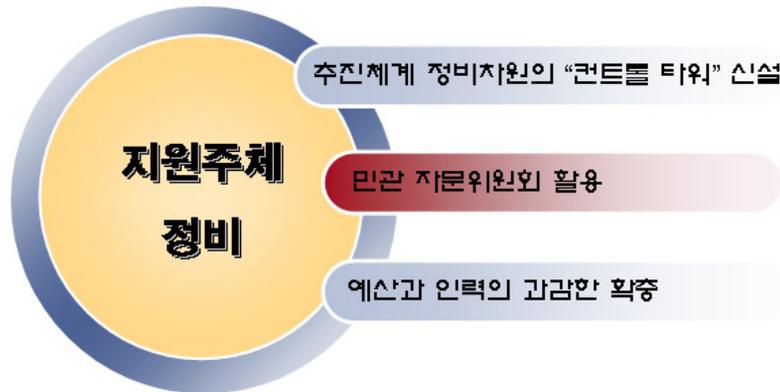
다) 예산과 인력 확충

해외 한국어방송 지원정책의 실효성 담보는 모든 정책적 사안이 그러하듯 충분한 예산과 우수한 인력의 확보가 관건이라 하겠다. 해외 현지의 사업자들 다수가 아직 영세성에서 벗어나고 있지 못하고 있는 현실에서, 그리고 다수 사업자들이 방송장비나 인력, 프로그램 수급 등 기본적인 인프라 수급관리에 어려움을 겪고 있는 상황이기 때문에 재정적 지원 틀이 재정비되어야 하고, 해외 연수 파견 등을 통해 현지 사정에 밝은 전문가 그룹, 전담 요원 육성과 또한, 장기적으로 우수한 인력을 양성·확보해나가는 작업이 중요하다 하겠다.

2009년의 경우, 해외 한국어방송 지원 용도로 잡힌 예산이 약 22억 규모로서, 이는 국내 일개 지원사업 아이টে็ม용으로든 경우에 따라서는 부족할 수 있는 금액이다. 하물며, 국가 사회적 의미에서 한민족 정통성 보호와 국가브랜드 관리라는 중차대한 글로벌 미션이 부여된 해외 한국어방송 지원에 5개 대륙을 모두 합해 20여 억 원이 지원된다는 것은 우리 국민이 모두가 한 번쯤 진지하게 재고해 봐야 할 대목이라 하겠다.

이런 측면에서 정부가 5대륙 현지에 실사단을 파견해 현지의 목소리를 직접 듣고 그 결과를 매 년도 정부 예산안 수립 과정에 반영함으로써 지원사업의 실효성을 높일 수 있을 것이다.

세부 방안으로 법적으로 가능하다면, 방송통신발전기금의 일부를 해외 한국어방송 지원 사업에 활용할 수 있는지 여부에 대한 실무적 검토도 있을 수 있다고 본다.



[그림 14] 해외 한국어방송 단기 발전전략1: 지원주체 정비

2) 체계적 지원을 위한 지원제도 정비

가) ‘선택과 집중’에 기초한 지원대상 선정기준 재정비

사업의 실효성과 효율성을 고려해 현지 사업자들에 대한 지속적인 실사가 필요하다. 관련 부서 업무 담당자들을 정기적으로 현지에 파견해 지원정책의 실효성을 점검해야 하며, 동시에 지원정책의 효율성을 담보하는 차원에서 선택과 집중 전략이 필요해 보인다. 다시 말해, 국가적으로 중요한 지역이나, 우리 동포들의 한국어방송에 대한 수요가 많은 지역에 대해서는 지원을 대폭적으로 확대하고, 인큐베이팅 단계에 있거나 상대적으로 수요가 덜한 지역에 대해서는 자생력을 지속적으로 점검하는 ‘투 트랙’ 전략이 정부 예산의 효율적 집행의 측면에서 필요하다고 하겠다.

나) 홀드백 기간 단축 지원

뉴스를 제외한 일반 콘텐츠의 과도한 홀드백 기간은 프로그램 서비스의 시의성 전반을 현저히 낮추고 있어 이에 대한 논의와 점검이 필요해 보인다. 비디오 사업자들의 반발에서 비롯된 4주 홀드백 제도는 인터넷 기반의 커뮤니케이션 환경이 확대되는 과정에서 사업자의 큰 부담요인이 되고 있다.

실제, 시의성에 기반한 콘텐츠 이용 및 소비 여건은 사업자들의 경쟁력을 좌우하는

현실이다. 한국어방송이라는 특수성이 내재돼 있다 하더라도 향후 조성될 유비쿼터스 미디어 환경에 능동적으로 대응한다는 차원에서 홀드백 제도 개선에는 정부 차원의 지원책 마련이 더욱 절실히 보인다. 구체적으로 현지 한국어방송 사업자와 국내 방송사 간의 협상과정에서 양 측이 ‘윈-윈’ 할 수 있는 합리적 해결방안 모색에 정부 차원의 역할이 요구되는 측면이 있어 보인다.

다) 방송콘텐츠 판권 구매 지원

국내 방송사와의 콘텐츠 유통 방식에 있어 미주 지역의 경우 모든 판권은 최종적으로 한국 방송사들의 미주 지사에서 결정하기 때문에 현지 사업자들은 총 방송시간에 따라 프로그램의 판권을 구입해야 하는 실정이다.

당초, 처음 KBS에서 미국에 지사를 설립할 당시에는 프로그램 판매를 위한 사업의 개념이 아닌 한인 동포사회를 위한 무료서비스 개념의 일종이었으나, 이후 MBC 등 타 방송사 지사들이 진출하면서 사업적 개념이 커지게 되어, 사업자들의 판권 구입비용 부담이 커지게 되었다.

이런 관점에서 영세 사업자의 판권 구입에 정부 차원의 지원책 모색이 필요해 보인다. 일례로 판권 비용의 일부, 일정 비율을 정부가 구입해 지원해주는 방안과 ‘컨트롤 타워’ 활성화가 가능하다면 국내 방송사의 수입구조에 미미한 재원규모이기 때문에 전체적인 판권의 하향조정을 유도하거나, 해외 한국어방송의 존재 입장에서 차이가 있는 미주지역과 타 지역의 대폭적인 차별화가 필요하다고 하겠다.

해외 한국어방송의 콘텐츠 판권 구입은 해외 한국어방송사의 존립여부와 밀접한 관계가 있다는 점을 감안한다면, 국내 방송사 중에서 국민들의 시청료를 받는 KBS와 EBS는 비용만 해외 한국어방송사가 부담한다면 무상으로 지원할 수도 있는 개연성이 있기 때문에 정책적 유도를 할 수 있는 근거가 될 것이다.

이렇게 함으로서 현재 현실성 없이 과당경쟁을 하고 있어서 해외 한국어방송사의 발전에 걸림돌이 되고 있는 방송콘텐츠 판권에 대해 MBC와 SBS도 현재 판매가를 50%이하로 낮추도록 요구하는 명분을 확보할 수 있으리라 사료된다.

덧붙여, 한국정책방송(KTV)등 케이블 방송의 의무전송채널(must carry)들의 해외 한국어방송에 대해 무료 콘텐츠 제공 정책을 유도하는 계기가 될 수 있으며, 곧 출범할 종합유선채널이 의무전송채널로 편입될 경우 해외 한국어방송에 무료 또는 실비

콘텐츠 관련 제공을 정책적으로 협조 받을 수 있는 기반조성이 가능하다 하겠다.

이러한 조건이 충족된다면 해외 한국어방송은 부족한 콘텐츠를 양질의 콘텐츠로 확보하고 경영상태가 개선될 수 있으며, 나아가 자체제작 등의 폭이 커지면서 해외 동포 사회의 커뮤니케이션의 구심점으로서 본래의 취지에 맞는 역할을 높이는 개선방향이 될 수 있을 것으로 판단된다 하겠다.



[그림 15] 해외 한국어방송 단기 발전전략2: 지원제도 정비

3) 과감한 정책적 개선과 투자

가) 저작권 관리 강화를 통한 불법 콘텐츠유통 차단

해외 한국어방송이 처한 위기의 본질적 요소는 바로 인터넷 등을 통한 콘텐츠 불법 유통이다. 특히 호주의 경우, 이 같은 문제가 한국어방송 사업에서 가장 큰 문제점으로 대두되고 있다고 한다. 해외 한국어방송 사업자들과 비디오 사업자가 주목하는 최대의 이슈는 인터넷과, P2P서비스 및 방송사의 다시보기 등을 통한 콘텐츠 불법 다운로드 문제이다. 미국의 경우는 카피라이트법이 엄격하게 적용되고 있어 불법 콘텐츠유통을 제어하고 있으나 호주의 경우는 국가 차원에서 제제를 가할 수 있는 법적 근거를 갖추지 못해 그 심각성이 더해지고 있다고 한다.

원론적 의미에서 불법다운로드의 문제는 콘텐츠를 제공하고 사용료를 받고 있는 국내 방송사의 책임론도 대두될 수 있으나, 해외 현지에서 벌어지고 있는 불법 행위에

대한 제재 방법은 간단치 않다는 것이 현실적인 문제이다. 불법다운로드와 관련해 해외 한국어방송사업자들의 입장을 고려한다면 저작권 문제의 해결이 시급한 현안이다. 한국어방송 사업자들의 입장에서는 콘텐츠 사용료를 각 방송사에 지불하고, 비디오사업자들의 경우는 현지 총판사업자에게 비용을 지불하는 현실에서 프로그램 배급처 중심의 불법다운로드 근절책 마련은 매우 중요한 사항이다.

이 같은 상황에서 홀드백의 어려움까지 가중되고 있어 사업 부담요인이 큰 상황이다. 저작권 문제의 해결, 다시 말해 프로그램 유통구조 개선은 해외 한국어방송 지원에 있어 수용자인 재외동포와 현지 한국어방송사, 그리고 비디오사업자들의 관계에서 적절한 합의점을 찾는 가운데 마련되어야 한다. 최근에 국내 지상파 3사에서 협의체를 마련해 공동대처를 하겠다고 선언했으나, 민간 방송 사업자가 외국의 정부를 상대로 문제협의를 일정부분 한계가 따를 수 있기 때문에, 이 과정에서 주무부서인 방통위가 중심이 되어 외교부 등 관련 정부 부서를 통한 정부 차원의 지원 방안 모색이 필요한 시기라 하겠다.

현재 한국어방송을 이용하는 20~30대 수용자 층은 많지 않은 실정이다. 이들은 PC 방 등에서 콘텐츠를 다운 받아 대량 유포하고 있는 실정이며, 불법 복사된 DVD등이 현지에서 판을 치고 있는 실정이다. 호주의 경우를 예로 보면, 호주 내에 중국 교민들보다 숫자 면에서 한국 교민의 3~4배 낮으며, 이 밖에 인도네시아, 필리핀 등 동남아에서도 교민들이 상당히 많은 비중을 차지하고 있다. 이들은 한류 때문에 한국 드라마, 인기 연예인이 출연하는 쇼프로그램 등에 관심이 많다. 그런데 중국 비디오 숭에서 중국으로 수출된 한국 콘텐츠들을 불법으로 가져와서 불법 복제 후 DVD로 대여를 하고 있는 실정이며, 이들은 중국어 자막이 깔린 한국 콘텐츠 DVD를 중국어 더빙 DVD보다 더 선호하는 실정이다.

따라서 콘텐츠 저작권 보호 체계가 정부의 관심 속에 정교해진다면 한국어방송 사업자들에게 여러모로 득이 된다고 볼 수 있다. 일부 사업자들은 현지에서 자신들이 직접 DVD에 자막을 넣어서 팔 수 있도록 권한을 이양해달라는 요구를 하고 있으나, 이는 전문적 지식 및 노하우와 경험을 바탕으로 자막작업을 해야 하는 것이기 때문에 국내에서 콘텐츠를 제작한 방송사가 맡아 하는 것이 바람직하고 또한 신중한 정책 기조라 하겠다.

종합적으로 현지에서의 저작권 침해 사례는 한국어방송 사업자들의 사업경영 전반을 위축시키고 있는 상황이며, 따라서 이에 대한 정부 차원의 관심과 지원책 마련은

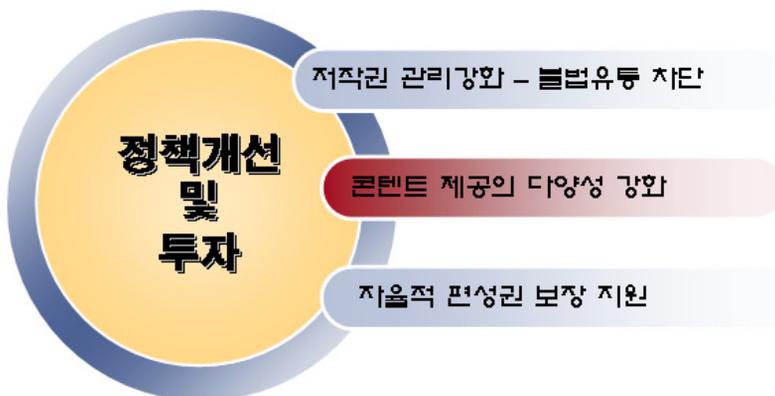
의가 활성화되어야 하겠다.

나) 콘텐츠 제공의 다양성 강화

해외에서 한국어방송에 대한 수요는 기본적으로 뉴스 등 고국관련 소식과 일일드라마, 다큐멘터리 장르에서 크다. 따라서, 보도와 드라마·다큐멘터리 장르의 콘텐츠 제공이 중요하다 하겠다. 이와 함께 최근 들어서는 대중음악 등의 콘서트와 스포츠 빅 이벤트에 대한 수요도 커지는 것으로 알려지고 있다. 이러한 트렌드를 종합적으로 고려해 다양한 콘텐츠가 제공될 수 있는 여건 마련이 중요하다 하겠다. 이를 위해서는 주기적인 현지 수용자 요구조사 연구가 필요하다 하겠다.

다) 자율적 편성권 보장

편성권과 관련해서는 계약조건의 불균형한 계약 방식의 적용으로 사업자들의 자율적인 편성이 어렵다는 점도 한국어방송 사업자에게는 어려움이 되고 있다. 이런 맥락에서, 현지 사업자들이 현지 사정과 콘텐츠 소비자들의 특성을 고려해 자율적 편성권을 행사할 수 있도록 배려하는 정책기조가 필요해 보인다. 특히, 재외동포 사회의 효율적 커뮤니케이션을 위해 현지의 정보 및 재교육 프로그램 편성이 중요시된다. 따라서 해외 한국어방송의 자체제작 활성화에 기초한 편성권이 최대한 존중되어야 할 필요성이 있다 하겠다.



[그림 16] 해외 한국어방송 단기 발전전략3: 정책개선 및 투자

나. 해외 한국어방송 중장기 발전전략

단기 발전전략에 이어 해외 한국어방송 지원방향의 중장기적 발전전략을 제안하고자 한다. 해외 한국어방송의 자생력 담보 차원에서 국내 방송사와의 공동제작 확대 및 현지 사업자의 제작인프라 지원 방안, 인력양성 제도, 경제적 지원 및 법제 정비, 평가 제도 등의 관점에서 살펴보고자 한다.

1) 지속적인 제작인프라 지원

가) 현지 자체제작 확대 지원

장기적으로 현지에서의 자체제작 비율을 확대하는 방향으로의 정책적 유도가 필요해 보인다. 미국의 경우, 일반적인 편성 비율이 로컬 뉴스, 지역 탐방 등 자체 제작물이 1/3 정도이고 나머지 2/3 가 한국 드라마 등이다. 자체제작의 활성화는 재외동포가 거주하고 있는 현지의 소식과 정보를 제공해 주는데 의미가 있어 장기적 관점에서 대폭 활성화되어야 하며, 특히 이민 2~3세대와 그 이후를 고려한다면, 이러한 정책 기조는 불가피하며, 이런 관점에서 정부의 지원정책기조가 강화되어야 하겠다.

자체제작 프로그램을 지원하는 조건을 국내방송사에 편성을 전제한다면, 결과적으로 자체제작의 질적 수준도 담보할 수 있을 뿐 아니라, 국내 시청자들과 해외동포들 간에 자연스러운 정보와 문화교류가 확보되기 때문에, 글로벌 시대에 해외동포와 국내 국민들 사이에 이해의 공통분모가 증대되는 계기가 될 수 있다 하겠다.

덧붙여, 현재 KBS의 해외 한국어방송 대상 시상식과 별도로 방송협회 등의 협력을 통해 국내 각 방송사들의 시상식 때 해외 한국어방송부문을 단독으로 신설하는 정책 지원도 프로그램의 양과 질을 한 단계 업그레이드하는 계기가 될 수 있겠다.

나) 현지어 자막 삽입 지원

이민 1.5세대 이상을 위한 현지어 자막 삽입도 중요하다. 이는 민족 문화 전파의 차원에서 이견도 제기될 수도 있으나, 관점을 넓히면, 수용자 복지 측면에서 또, 한류의 대중성을 확대한다는 측면에서 현지어 자막 삽입에 대한 전향적 접근이 필요하다. 방

법론적으로는 국내 방송사에서 자막을 넣어서 보내는 경우와 현지 방송사에서 직접 넣는 경우가 있을 수 있으나, 정확한 내용 전달을 고려한다면, 원 제작자 중심으로 이뤄지는 것이 마땅하다 하겠다. 현재 영어, 중국어 등 일부언어에만 자막지원이 되고 있는데 예산 증가를 통해 자막지원범위를 더 넓혀 아랍권, 독립국가연합 등지의 소수언어로까지 자막지원을 넓혀야만 해외 한국어방송의 접근도를 높일 수 있다.

하지만, 현지 방송 사업자들이 현지 거주민들의 감정과 배치되는 자막삽입에 대한 불만도 큰 만큼 현실적 절충점도 고려할 수 있다.

다) 현지 사업자 제작인프라 지원 강화

2008에 실시한 「해외 한국어방송 지원 사업에 대한 수용자 만족도 및 평가모델 개발 연구」에서 실제로 상당수의 해외 한국어방송 사업자들이 기본적인 방송장비나 인력, 그리고 편성 내용물 즉, 한국어프로그램 수급 등에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 따라서 해외 현지 사업자에게 대한 프로그램콘텐츠 지원 확대와 함께 장비, 인력 등 제작인프라 전반에 대한 지원이 강화되어야 하겠다.

하지만 장비 등의 무작정 지원은 현실적으로 양쪽이 최신장비 시스템을 지향하기 때문에 실효가 없을 수 있는 문제가 될 수 있다. 또, 현실적으로 제작인프라 지원이 직접적인 운영비 지원의 문제가 될 수 있기 때문에 신중히 접근해야 할 부분도 된다.

따라서, 정기적 실사를 통해 한국어방송 사업자들이 실제 필요로 하는 부분이 무엇인지 그 요구를 파악해 지원의 방향성과 범위를 확정해야 할 필요가 있다. 일례로, 현지 사업자들의 경우, 대체적으로 드라마와 다큐멘터리 장르 중심의 콘텐츠 수요가 크다는 것이 일반적인 정설이다. 따라서 이러한 현지 수요를 고려한 콘텐츠의 실질적인 지원제도가 주요하다 하겠다.

그러나 제작 인프라의 지원요구는 실제적으로 해외 한국어방송의 운영비에 해당하는 범위이다. 미주 지역의 경우, 한국어방송은 케이블 형태로 전송되는 경우가 대부분이어서 위성 안테나의 설치에 따른 비용은 지출이 과다한 편이 아니다. 그러나 미주 지역은 상업 방송의 모델이 되는 운영 형태를 보이기 때문에 이에 따른 비용 부담이 큰 편이다. 이러한 관계로 미주 지역의 가장 큰 사업자 부담 요인은 라이선스 홀더에게 주는 비용 문제다.

한편, 호주의 경우는 상황이 다른 편이다. 24시간 호주의 전 영역을 커버하는

TV-Korea의 경우, 공청안테나 설치비용 문제가 큰 어려움으로 나타나고 있다. 호주지역의 경우, 위성 방송 안테나의 대당 설치비용은 지역에 따라 편차가 있으나, 빌딩이나 아파트 단지처럼 주민들이 밀집된 곳에서는 1만 5천불 수준이고, 가구 수가 적은 곳이거나 낮은 빌딩의 경우는 1만 불 정도를 받고 설치해주고 있다고 한다. 현재 위성 TV 가입자 수는 전체 교포의 4분의 1 수준인 4천 5백 세대로 30%미만의 교민만이 한국어 방송 서비스를 받고 이는 실정이다.

이와 같은 이유로 호주 한국어방송인 TV-Korea는 미국의 사업자들과는 달리 현지 거주 동포들의 고국 방송 시청권 보장 차원의 공청 안테나 설치 차원의 지원을 바라고 있지만, 그 자체가 국내 차원에서는 운영비 지원으로 비취질 수 있는 시각차가 있다 하겠다.

종합해서 볼 때, 현지 사정에 대한 실사를 통해 지역에 따라 차별화된 지원책 마련의 필요성이 대두된다 하겠다.

2) 직간접적 인력양성 지원 확대

가) 연수 프로그램 강화

해외 한국어방송사의 어려움 중의 하나는 방송 전문 인력의 부족이다. 대개는 보수가 낮고 심지어 무보수로 일해야 하는 경우가 많기 때문에, 특히 호주 및 뉴질랜드의 경우에는 종교단체에서 운영하는 경우가 많아서 그러한 실정이 높다 하겠다. 그리고 모국어를 잘 하면서 방송 일에 유능한 사람을 확보하기 어렵고 기존 인력도 현지의 급변하는 방송제작환경에 적응해나가기 어렵기 때문에 단기적이고 일회성의 연수가 아닌 전문적이고 체계적인 방송연수과정이 제공되어야 한다. 현재 KBS나 언론재단에서 이루어지는 3~4주의 단기과정으로는 실제 현장업무에 큰 도움이 되지 않는다는 게 대체적인 견해들이다.

동포 방송인 연수는 전문적이고 체계적으로 과정을 개발하여 집중적인 교육이 필요하며, 연수내용도 방송기술부터 제작과정, 방송인 윤리에 이르기까지 심도 있고 다양하게 마련되어야 할 것이다.

방송통신위원회가 방송전문 인력교육기관과 제휴하여 연수과정을 개발하고 매년 일정규모로 동포방송인들을 대상으로 위탁교육을 의뢰하는 것도 한 방법이 될 수 있다.

그리고 연수 교육을 받은 후 효과를 측정하거나 재교육을 받을 수 있었으면 한다. 연수 대상도 경영 책임자, 아나운서 중심에서 벗어나 피디, 기자, 기술직 등으로 확대 적용될 필요성이 대두되는 시점이라 하겠다.

이와 함께, 현재 KBS가 하고 있는 해외 파견연수 지원프로그램도 기자, 피디, 아나운서, 경영 등 다양한 직종에서 이뤄져야 하며, 이를 통해 현지 상황에 맞는 맞춤형 연수과정이 되도록 해야 한다.

방송프로그램의 교류지원 사업 또한 중요하다. 해외방송사와 모국 방송사의 프로그램 교류를 통해 민족 동질감 회복을 기대할 수 있고 공동프로그램 제작을 통해 동포방송사들은 방송 선진기술을 습득하고 국내 방송사들은 까다롭고 번거로운 현지제작의 어려움이 해결될 수도 있다. 프로그램 교류는 동포방송이 속하는 거주국 방송사와의 교류로 확대되어 가는 노력도 병행해 결과적으로 한류확산의 또 하나의 방향성을 찾는 방향으로 진행되어야 하겠다. 예를 들어, 미국의 해외 한국어방송사의 공동프로그램 제작 교류의 지원은 우선 600만 재미 한인동포들과의 직접적인 교류이지만, 나아가서는 재미 1억2천만 유색인종들과의 교류의 범위로 점점을 이루는 계기점이 될 것이다.

나) 국내 방송사와 공동제작 확대

해외 한국어방송의 활성화를 위해 현지 사업자들과의 공동제작이 대폭 확대될 필요가 있다. 현지 사업자들의 제작 역량상의 한계가 있는 것은 사실이지만, 소비자 중심의 니즈를 소구한다는 측면에서 공동제작 확대 기조는 필요해 보인다. 사업의 중장기적 실효성을 고려한다면, 해외 한국어방송만을 통해서 가는 것은 한계가 있어 보인다.

우선, 이민 1~1.5세대는 한국 방송에 대한 소비가 많지만 교포 2세대가 넘어가면서 방송을 보는 시간이 점차 줄고 있다. 또한 이민 가는 숫자도 점점 줄어가고 있기 때문에 장기적으로 한국어방송에 대한 수요가 점점 줄 것이다. 이렇듯 시장 자체는 줄어들고 있는데 한국 방송사들의 경쟁에 따른 사업 경쟁 구도는 점점 치열해지고 있다면 그 효용성은 문제를 내포하고 있다. 결과적으로 현지에서 방송 사업을 하고 있는 교포들과의 접점이 약해질 것이 자명하기 때문에, 궁극적으로는 위 '가'항에서 지적한 교포를 포함한 관련된 우호적 유대 관계를 유지하는 현지인 들을 가청대상으로 현지 실정과 수요에 맞게 공동제작 형식을 확대하는 것이 필요해 보인다.

덧붙여, 국내방송사와의 공동제작을 통한 시장진출의 방향을 점차적으로 국내 프로

그림제작사들(프로덕션)과의 공동제작으로 확대하는 방향으로의 정책적 유도를 통해 공동제작의 수월성도 확보하고, 제작비 절감도 유도할 수 있는 방법이 될 수 있다 하겠다. 공동제작 활성화를 위해 국내 방송사와 프로그램 제작사들을 대상으로 공모를 통한다면 국내 제작사들의 해외 한국어방송사와의 자연스럽게 공동제작의 연결이 가능하며, 결과적으로 해외 한국어방송사에 대한 지원과 제작수준 향상에 기여할 수 있는 방향이 될 수 있다 하겠다.

3) 장기적 안목의 지원제도 정비

가) 위성 임차 비용 지원 등 경제적 지원 강화

해외 한국어방송의 경제적인 문제는 최종적으로 그들이 경제적으로 자립할 수 있는 여건을 마련해 준다는 입장에서 중요한 문제다. 독립국가연합 지역은 이민사가 오래된 반면에 경제사정이 열악할 뿐만 아니라 오랜 기간 동안 모국과의 단절로 인해 한국어방송의 지속성과 안정성 담보가 가장 큰 문제점으로 대두된다.

반면 중국은 한국어방송이 나름대로 유지되고 있지만 개방 정책과 더불어 오히려 한국어방송의 성장과 발전이 정체된 상태로 한국어방송의 경쟁력 향상이 과제이다. 호주를 비롯한 오세아니아는 소수민족방송으로서 방송시간의 확대와 방송콘텐츠 부족이 가장 큰 문제이다. 호주의 교민들은 모국에서 무료로 보는 방송을 위성을 통해서 유료로 보는데도 홀드 백을 통한 차별을 받는 것에 대해 이해할 수 없다고 지적하고 있다.

따라서 독립국가 연합 및 중국지역 등 낙후된 지역에 대해서는 한국어방송의 생존을 위한 경제적 지원도 차별적으로 고려해 볼만한 사항이지만, 그 지역 한국어방송의 소유가 그 지역 국가라는 점에서 국가 간 협의를 통한 지원과 협력의 우회적 지원을 명문화 시키는 노력도 대안적 논의의 방향이 되리라 판단된다.

그 외 부수적으로 이제는 우리 정부 차원의 지원이 끝난 기본적인 기자재 지원을 대신하여 콘텐츠의 내실화를 위해 프로그램 제작을 위한 한국과의 방송프로그램 교류 등도 더욱 확대되어야 하겠다.

또한, 앞서 언급한 고국의 소식을 전달하는 문화 전파와 민족의식의 고취 및 참정권 관련 투표율 제고 문제에 있어서도 해외 한국어방송국의 존립 구조가 흔들리지 않도록 하는 의미에서 실질적인 지원은 필요해 보인다.

현재 방송통신위원회의 해외 한국어방송의 활성화를 위한 지원이 이루어지고 있으나 전 세계의 한국어방송인에게 골고루 도달하기는 매우 부족한 실정이다. 선택적으로 혜택을 받는 수혜자는 일부분이기 때문에 해외 한국어방송인들이 자생적으로 일어날 수 있는 여건을 마련해 주는 것이 바람직한 방안이라고 본다. 다시 말해, 해외 한국어 방송들이 자생적으로 활로를 마련해 나갈 수 있도록 현지 사업자들의 간접적인 운영비에 속할 수 있는 위성 임차 비용 등은 정부 차원의 지원방안 마련이 필요해 보인다.

이와 같은 경제적 문제의 해결은 최종적으로 국내의 콘텐츠를 해외에 수출하게 되는 동기를 제공하는 계기가 될 것으로 예상되며, 한류로 인한 해외 수출의 활로도 개척될 것으로 기대된다.

나) 지원정책 일원화를 위한 관련법률 재정비

해외 한국어방송이 민족 정체성을 유지하고 국제사회에서의 국가적 위상을 담보하는 데 중차대한 기능과 역할을 수행하고 있음에도 불구하고, 대부분의 현지 해외 한국어방송사들은 매우 열악한 경영환경 구조에 놓여있는 실정이다. 특히 우리 동포들의 현지 이주·정착의 역사가 짧은 지역이나 동포 수가 상대적으로 적은 지역의 해외 한국어 방송사의 경우 그 한국어방송 사업 환경은 더욱 열악한 것으로 알려져 있다. 이런 맥락에서 볼 때, 해외 한국어방송에 대한 정부차원의 일관된 목표나 정책 비전이 더욱 명확히 정립될 필요가 있으며, 이를 위한 관련법률 정비가 포괄적으로 이뤄져야 하겠다. 다시 말해, 예산 확충과 조직·인력을 보강하는 방향으로의 지원방안이 법·제도적으로 확립되어야 한다.

현재, KBS, MBC, SBS, YTN, 등 복수 사업자들이 세계사회에서 자사 브랜드이미지 확대나 수익 증대 목적 하에 중복적으로 해외 방송서비스를 하고 있는 실정이다. 이는 효율성 등의 측면에서 결코 바람직한 구조가 아닌 것으로 판단된다. 무엇보다 중복 진출로 인한 국내 방송사들 간의 과도한 경쟁상황이 발생하는 등 국가적인 측면에서 비효율적이고 고비용적 문제점이 나타나고 있기도 하다.

따라서 국익의 관점에서 사업자 난립의 폐해를 개선할 수 있는 특단의 조치가 합법적 틀 내에서 마련될 필요가 있으며, 국제적 브랜드 파워, 콘텐츠 제작 역량 등을 고려했을 때, 앞서 제시한 방통위를 중심으로 한 ‘컨트롤 타워’의 활성화를 통해 정부기관과 국회 및 관련 공중파들의 협력을 이끌어내야 하고, 하부 단위로 국가기간방송사 중

심의 기능 통합적 논의가 필요하다 하겠다. 이를 위한 국회 차원의 법안발의나 정부 주무부처 차원의 입법을 통해 관련 법률을 재정비하는 노력이 필요해 보인다.

4) 지속적 평가를 통한 정확한 전략수립

가) 해외 한국어방송 지원사업 평가모델 개발

해외 한국어방송 지원사업의 평가는 지원사업 과정에서의 적합성을 검증하는 데 주안점을 두어야 한다. 즉, 전체적인 지원사업에 대한 평가를 하여 향후 지원방안의 개선책 마련에 활용할 근거자료들을 축적해나가는 의미가 크다 하겠다. 지난 4년간 추진되어 온 지원 사업은 성과측정 방법 및 사업평가 방안의 부재로 적절한 사후관리가 제대로 이루어지지 않은 면이 있다는 일부의 지적이 있다. 따라서 향후에는 해외 한국어방송 사들이 실질적으로 어떤 부분의 도움을 필요로 하고 있는지 파악하고 책정된 예산을 적재적소에 효율적으로 사용하고 있는지를 평가하는 일이 중요하다.

해외 한국어방송 지원 사업의 1차 대상은 해외 한국어방송사이다. 따라서 해당 방송사에 대한 실태조사 및 지원성과를 지속적으로 파악하는 것이 보다 현실적이면서, 실현 가능한 지원 정책의 개발과 지원 방향 설정이 가능할 것으로 판단된다. 특히 해외 한국어방송 지원 사업은 공공의 재산을 사용하는 사업이기 때문에 더욱 그 효율성과 효과에 대한 지속적인 논의가 이루어져야 하며, 대상이 되는 방송사에 대한 조사를 통해 그 지역에서의 역할 평가와 함께 지원방향의 적절성 여부도 파악해야 한다. 이를 위해 적합한 모델과 지표 개발 등이 필요하며, 학계 등 전문가 그룹과의 공동연구가 필요해 보인다. 이러한 작업은 해외 한국어방송이 교민만을 대상으로 하는 한계에서 벗어나 한류로 연결되는 경로를 탐색하는데도 도움을 줄 것으로 보이며 해외 한국어방송의 프로그램 지원에 대한 다각적인 방안을 모색하는데 있어 중요한 근간이 될 것이다.

나) 현지화 전략 강화: 각 지역 특성에 맞는 지원 정책 시행

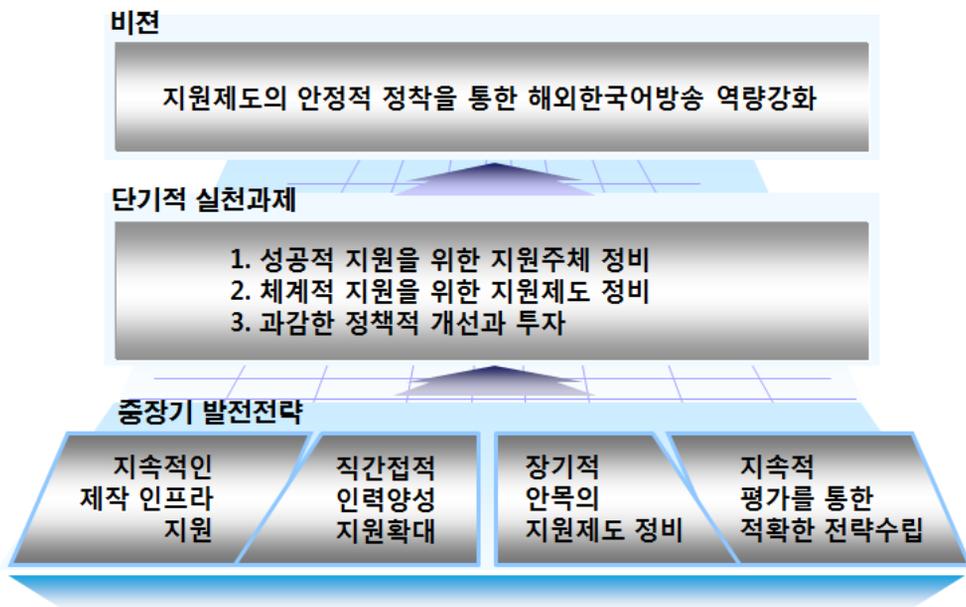
현재 700백만 채외동포들을 대상으로 한 해외 한국어방송 사업자는 94곳으로 미주, 오세아니아, CIS, 유럽, 중국, 일본 등지에 분포되어 있다. 다양한 사업자 분포가 암시

하듯, 제도적인 측면에서도 차이를 보여주고 있다. 미국의 경우 한국어방송은 재미교포 사회의 긴 역사와 함께 교민사회에서 일정부분 뿌리를 내린 상황에서 미국사회의 특성이 반영된 상업적 방송서비스의 전형을 보여주고 있다. 텔레비전 프로그램의 광고는 물론 주요 수입원이 홈쇼핑이 될 만큼 타 대륙, 지역과는 차별성을 보여주고 있다.

이에 반해 호주는 현재 TV-Korea에서 홈쇼핑 방송을 이제 준비하고 있는 상황에 있다. 이렇듯 서로 다른 사업 구도를 고려해 지역적 특성을 고려한 지원 정책 수립과 시행이 필요해 보인다.

방송통신위원회는 2005년부터 매년 방영권, 방송콘텐츠 제작, 연수 및 교육의 영역에서 해외 한국어방송 지원 사업의 계획을 수립하여 추진하고 있다. 향후 이러한 지원 프로그램은 각 대륙과 지역적 특성에 따라 세분화된, 지역별로 특화된 전략으로 접근하는 것이 바람직해 보이며, 이 과정에서 각 권역에 맞는 핀-포인트 정책이 실효성을 제고할 것으로 전망된다. 이를 위해서는 지속적인 시장조사와 지원제도 평가와 만족도 조사, 피드백 등이 필요하다.

위에서 제시한 해외 한국어방송 중장기 발전전략을 정리하면 다음과 같다.



[그림 17] 해외 한국어방송 발전을 위한 중장기 발전전략

3. 연구의 한계 및 향후 과제

본 연구에서는 해외 한국어방송의 현황을 파악하고 현행 해외 한국어방송 지원사업을 조사 및 평가하며 해외사례 연구를 통해 해외 한국어방송의 지향가치를 도출하고자 하였다. 이를 통해 현행 해외 한국어방송의 문제점을 파악하고 이에 대한 개선방안을 제시하여 중장기적으로 해외 한국어방송이 성장할 수 있는 전략을 모색하고자 하였다. 그럼에도 불구하고 이 과정에서 본 연구는 몇 가지 한계를 지닌다.

먼저 해외 한국어방송의 현황을 파악하는데 있어 해외각지의 한국어방송사의 제작 현황을 포함한 실질적 현황을 파악하지 못하였다. 해외 각지에 위치하는 각 한국어방송사와 긴밀한 관계를 유지하며 그들의 제작인프라 현황을 파악하고 현장에서 느끼는 문제점과 요구사항을 명확히 파악하는 일은 현실적으로 어려운 일이다. 그러나 이러한 부분이 충족되어야만 지역 특성 및 요구에 맞는 지원정책 수립 또한 가능한 일이다. 향후 연구 및 조사분야에 대한 후속지원이 이루어져 지속적으로 고민되고 연구되어야 할 부분이다.

둘째, 한국의 해외 한국어방송 및 방송사가 한국의 방송콘텐츠 유통에 어떠한 영향을 미치는지가 명확히 제시되지 못하였다. 그러나 해외 한국어방송 및 아리랑TV를 비롯한 국제방송이 한류의 확산 및 한국의 방송콘텐츠 유통에 한 몫을 담당하고 있음은 자명한 사실이다. 향후 한국 방송콘텐츠 유통창구로서의 해외 한국어방송의 기능 및 역할에 대해서도 면밀한 조사 및 연구가 필요할 것이다.

셋째, 관련된 선행연구 매우 부족하여 자료수집 및 실태조사가 충분히 진행되지 못하였다. 이는 해외 한국어방송 정책과도 무관하지 않은 문제로, 관련부분의 실태조사 및 명확한 지원 성과와 현황, 지원체계에 대한 평가지표 등에 대한 자료가 형성되어 있지 않다. 최근 들어 방송통신위원회에서 체계적으로 해외 한국어방송에 관한 제도와 사업집행을 관리하고자하는 만큼 제도와 인력, 연구에 관한 보다 과감한 예산집행과 투자가 있어야 할 것이다.

이러한 한계점에도 불구하고 2008년도 실시된 ‘해외 한국어방송 지원 사업에 대한 수용자 만족도 및 평가모델 개발연구’의 결과가 보여 주듯이, 해외 한국어방송 수용자들은 정부의 정책 방향이나 실행 내용에 있어 긍정적인 입장을 보이고 있다. 이는 지

금까지의 정부의 사업관리 정책기조가 그 방향성에 있어 일정부분 소기의 효과를 거두고 있다는 것을 의미한다. 관련 전문가들도 해외 한국어방송 지원사업의 당위성이나 현재 실시되고 있는 정책방향의 큰 틀에 대해 동의를 하고 있다는 것을 조사결과는 보여주고 있다. 그러나 이에 만족하지 않고 향후 지원사업의 연속성과 효율성 제고를 위해서는 기존의 패러다임에서 과감히 벗어난 새로운 비전으로 다각도의 전략방안 마련해 실행에 옮기는 작업이 중요해 보인다.

또 해외 방송서비스의 성공 여부는 좋은 현지 네트워크 또는 파트너를 구축하는 것에 달려 있다고 볼 때, 이와 관련한 지원책 마련 또한 중요하다 하겠다. 최근 방송통신위원회가 방송콘텐츠를 와이브로, IPTV, DMB와 함께 4대 수출전략품목으로 선정하고 본격적인 글로벌 마케팅 지원에 나설 계획임을 밝혀 국제 방송콘텐츠 사업 환경이 더욱 좋아질 것으로 예상된다.

방송통신위원회는 국내 방송통신 서비스산업 수출현황을 파악하고, 관련 업계의 애로 사항을 해소하기 위해 ‘방송통신 해외진출지원협의회’를 구성하고, 올해 총 66억원을 투입해 주요 수출 유망국가를 대상으로 해외 마케팅 활동을 지원할 계획이다. 또한 지원협의회를 매월 정례적으로 개최하고 지식경제부, 문화체육관광부 등 관련 부처와의 공동사업 및 수출 활성화에 장애가 되는 법제도 사항 등을 개선해 나갈 방침을 밝혔다. 이와 같은 기조 하에서 해외 한국어방송의 지원방안과 활성화를 위해 국내 방송사의 협력을 유도하는 노력이 강화된다면 이상적인 결과를 도출해낼 수 있을 것으로 보인다.

끝으로, 해외 한국어방송의 지원정책은 일회성이 아닌 체계적이고 장기적인 안목에서 집행되어야 하겠다. 이를 위해 무엇보다도 해외 한국어방송 지원정책을 전담할 수 있는 조직의 신설과 정책을 개발하고, 개발된 지원정책이 성공적으로 집행될 수 있도록 하는 예산의 확충이 무엇보다 시급할 것이다.

참고문헌

- 강현두 외 (1992). 『해외교포방송 및 수용실태에 관한 조사연구』. 서울: 한국방송개발원.
- 구본철 외(2006). 『방송콘텐츠의 OSMU 실태분석을 통한 경쟁력 향상방안』, 방송위원회(현 방송통신위원회).
- 권희영 (1996). 『세계의 한민족 : 독립국가연합』, 통일원.
- 김상철·장재혁 (2003). 『연변과 조선족: 역사와 현황』, 백산서당.
- 김영기 (2001). “한민족 공동체와 언론의 역할”, 동북아학회 국제학술회의 자료집.
- 김우룡 (1998). “해외위성방송의 편성 경향 연구”, 동서언로 제10호.
- 김원태 (2002). “중국 조선족의 언론문화에 관한 연구”, 『중국한인연구』, 전남대 사회과학연구소 연구총서 제8권.
- 김원태 (2003). “중국 조선족의 언론 현황과 언론관에 관한 조사연구”, 한국학술진흥재단 기초 학문분야 세계한상문화연구단, 재외한인학회.
- 박용수 (2002). 『중국의 언론과 사회변동』, 나남출판.
- 방송위원회(현 방송통신위원회) (2004). 『해외 한국어 방송 실태 조사 보고서 - 독립국가연합, 중국, 오세아니아를 중심으로』.
- 방송위원회(현 방송통신위원회) (2004). 『해외방송 발전전략 연구』. 정책연구 2004-2.
- 방송통신위원회 (2008). ‘해외 한국어방송 지원사업 추진계획’
- 방송통신위원회 (2009). ‘해외 한국어방송 지원사업 2009년 제작프로그램 지원사업 수행 지침’.
- 방송통신위원회 (2009). ‘해외 한국어방송 지원사업 추진계획’
- 방송통신위원회(2008). 『해외 한국어방송 지원 사업에 대한 수용자 만족도 및 평가모델 개발연구』.
- 신승한 (2004). “해외 한국어방송 정책지원방안에 관한 연구”, 고려대학교 언론대학원.
- 안수근 (2006). “뉴질랜드 거주 교민의 한국어 매체 이용 및 문화적응 요인”. 『언론과 학연구』, 6권 4호, 203~242.
- 원경태 (2004). “뉴미디어시대 한인방송 활성화 방안에 관한 연구 - 미국남가주지역을 중심으로”, 연세대학교 대학원 석사논문.
- 임채완 외 (2008). 『재외한인 언론인 네트워크』, 서울: 북코리아

- 정정길 외 (2004). 『정책평가-이론과 적용-』, 신판, 법영사.
- 최길성 (2003). 『사할린 유형과 기민의 땅』, 민속원.
- 한국방송개발원 (1992). 『해외교포방송 및 수용실태에 관한 연구』.
- 한국방송개발원 (1997). 『문화정체성 제고를 위한 방송프로그램 정책연구』.
- 한국방송공사 (1996). “95 세계한국어방송인대회 세미나: 세계 한국어방송의 발전방향”.
- 한국방송공사 (1996). “96 세계한국어방송인대회 세미나: 해외 한국어방송 역량제고 방안과 소수민족 방송정책”.
- 한국방송공사 (2001). ‘중국 연변TV방송국 초청 출장 결과보고’, KBS 내부문서,
- 해외방송정보 (2008년 8월호).

방송통신위원회 지정 2009-12

중장기 해외 한국어방송 활성화 방안 연구

발 행 일 2009년 12월 (비매품)

발 행 인 최 시 중

발 행 처 방송통신위원회

서울특별시 종로구 세종로 20 (세종로 100번지) 방송통신위원회

대표전화 : 02-750-1114

E-mail : webmaster@kcc.go.kr

Homepage : www.kcc.go.kr

인 쇄 처 맥향커뮤니케이션
