

지역 지상파방송의 프로그램 제작시스템 구축 현황

- 대전지역 지상파방송을 중심으로-

Current Situation on the Construction of Program Production Systems in the Local Broadcasting : Centering around the Terrestrial Broadcasting Systems in Daejeon

이종탁*, 정종건**

목원대학교 영화영상학부*, 대전문화방송**

Jong-Tak Lee(ljt@mokwon.ac.kr)*, Jong-Geon Jeong(jong4585@hanmail.net)**

요약

본 연구는 지역 지상파 방송의 프로그램 분석을 통해 지역 방송의 프로그램 제작 현황 변화를 살펴보았다. 현재 지역 방송의 큰 변화는 지역 콘텐츠의 자체제작 강화와 지역 방송사 간의 공동제작의 확대이다. KBS대전의 경우 영남권을 중심으로 지역 총국들 간의연대를 통한 다양한 공동제작 프로그램을 활성화 시키고 있으며, 대전MBC의 경우도 2002년부터 19개 지역MBC를 5개 권역으로 묶어 공동 제작시스템을 구축하여 경쟁력을 강화하고 있으며, TJB는 부산·강원·전주·울산·대구·대전 민방이 각기 다른 콘텐츠 프로그램을 제작하여 공유하는 시스템을 선보이고 있다. 결론적으로 지역 방송은 중앙네트워크의 중계소 기능에서 벗어나 프로그램 '제작소'로서 기능할 수 있도록 자체제작 능력이 강화되어야 하며, 이를 위해 각 지역 방송사간의 지역콘텐츠를 공동 제작하는 프로그램의 확대와 지역 방송국자체 제작 프로그램의 편성비율이 확대되어야만 자생력을 갖출 수 있을 것이다.

■ 중심어 : | 지역방송 | 방송프로그램 | 공동제작 | 자체제작 |

Abstract

This study considers some changes in the program production by the local broadcasting stations through the analysis of their programs. Currently, one of the biggest changes in the local broadcasting systems is that they focus on the self-produced contents about the community and expand the joint-production. In the case of KBS Daejeon, they try to activate various joint-produced programs together with the local broadcasting stations in Yeongnam province. MBC Daejeon has also strengthened the joint-production systems since 2002 by classifying MBC's 19 subsidiary stations around the country into 5 groups in order to strengthen the competitiveness. As for TJB, they work in the cooperation with other commercial broadcasting stations in other cities, including Busan, Kwangju, Jeonju, Ulsan, Daegu by sharing the programs which they produced. In conclusion, the local broadcasting systems should depart from the function as a mediating center of the central broadcasting network and strengthen the ability of producing programs in order to be able to function as a source of producing programs. Thus, local broadcasting stations should expand the joint production of the programs about the communities and the ratio of the organization of the self-produced programs.

■ keyword : | Local Broadcasting | Broadcasting Programs | Joint-production | Self-production |

I. 서론

우리나라 지역방송은 한동안 지상파 방송의 절대적 영향력 우위를 바탕으로 안정적인 성장을 누려왔다. 하지만 1995년 케이블TV, 2002년 위성방송 등 다채널 유료방송이 확대되고 DMB, IPTV 등으로 표현되는 방송 통신 융합 매체의 등장으로 국내 방송시장은 무한경쟁 시대에 돌입하였다.

이러한 현상은 방송 제작 환경에도 큰 영향을 미치게 되었는데, 이는 방송의 디지털화에 따른 다채널화와 경쟁체제 도입으로 요약할 수 있다. 특히, 지상파 방송의 경우 방송의 디지털화와 국제화에 따른 경쟁체제라는 현상으로 인해 프로그램 편성과 제작에 미칠 영향은 매우 클 것으로 예측된다[1].

첫째, 디지털 기술에 의한 다채널화는 프로그램 편성의 다양화와 함께 치열한 내부 경쟁을 유발할 것이다. 시청자 입장에서 편성의 다양화는 수용자 복지 측면에서 긍정적이지만 다채널이 가져올 프로그램의 절대 부족 현상은 매체 내(內), 매체 간(間) 경쟁을 심화시킬 것이며, 이로 인한 중복편성 및 외래문화의 과다 도입이라는 부정적 영향이 발생할 수 있다.

둘째, 방송·통신·컴퓨터의 융합현상은 상호작용성을 증대시켜 시청자의 선택, 이용행태가 근본적으로 변화할 것에 대비한 편성의 유연성이 요구될 것이다. 또한 국제화는 세계 거대 미디어 기업에 의한 프로그램 공급시장의 독점으로 인해 편성비용의 상승이 불가피할 것이다.

셋째, 방송의 디지털화와 다채널화는 제작의 효율성과 용이성을 제고하여 제작 시스템을 근본적으로 변화시킬 것이다.

이상과 같은 방송환경의 변화로 인해 지상파 방송이 직면한 현실적 문제는 프로그램의 수급에 관한 부분이다. 즉, 채널증가에 따른 프로그램 제작 능력의 부족과 이로 인한 양질의 프로그램을 충분하게 확보하는 문제가 방송계의 현안이 되고 있다.

한편 지역 방송은 그간 중앙집중적인 사회구조적 한계를 극복하지 못한 채 IMF의 심각한 위기 속에서 혹독한 시련을 겪었으며, 다매체 다채널의 경쟁으로 인하

여 새로운 매체와 채널들에게 광고시장을 잠식당하고 있어 지역방송의 입지가 점차 약화되고 있는 실정이다 [2].

지역방송의 위기는 다양한 환경변화를 통해서도 느낄 수도 있으나 보다 구체적으로 시청률자료 분석을 통해 실증적으로 확인할 수 있다. 케이블 TV와 위성방송의 가입인구가 급속히 늘어나면서 지상파 점유율이 빠른 속도로 떨어지고 있다.

5대 지역 4대 지상파 채널 시청률이 2000년 76.4%p에서 서서히 떨어져 2004년에는 65.5%p로 4년 만에 10.9%p로 떨어졌고 하락속도도 점차 빠른 것으로 나타났다. 서울의 경우 2004년 지상파 점유율이 68.6%p로 타 지역에 비해 비교적 높게 나타났지만 지역(부산:57.9%p, 대구:63.9%p, 광주:57.7%p, 대전:60.5%p)의 경우는 평균점유율이 60.0%p로 서울에 비해 지상파 점유율이 8.6%p 더 떨어져 있는 상황이다[3].

케이블 TV, 위성방송 등 뉴미디어의 성장은 지상파에 대한 시청 인구수의 감소를 야기하고 이는 결과적으로 지상파 방송사들의 광고수입 하락으로 귀결된다. 저성장시대의 도래 및 그에 따른 광고비 증가를 둔화가 예상되는 상황에서 그 일차적 피해자는 지상파 방송 중에서도 경쟁력이 떨어지는 지역방송이 될 가능성이 높다[4].

디지털 기술의 지속적 발전 및 방송·통신 융합시대의 도래에도 불구하고 지상파 방송의 공익성과 공공성, 공정성의 가치는 더욱 강조되어야 한다. 공익성의 가치는 '다양성'(diversity), '지역성'(localism), 그리고 '보편적 접근'(universal access) 등의 하위개념과 가치를 통해 더욱 구체적으로 구현되어야 한다는 판단이다. 그 중에서도 '지역성'은 지역주의가 아니라 진정한 지방분권 확대 및 지역의 문화적 정체성 확립을 위해 더욱 더 강조되어야 하는 가치인 것이다[5].

본 연구는 1997년 IMF 외환위기 이후 지상파 방송의 수입 급감으로 인해 발생된 프로그램 제작시스템의 변화 중 현재 지역 지상파방송이 프로그램제작에 있어 어떠한 방향으로 변화하고 있는지 분석해 보고자 대전지역 지상파 방송사 즉 KBS1대전, 대전MBC, TJB 3개사를 중심으로 프로그램 분석을 통해 지역방송의 프로그

램 제작현황과 편성의 변화를 살펴보고자 한다.

II. 지역방송체계의 특성 비교

지역방송구도는 그것이 공영이거나 민영이거나간에 체도의 기본 틀과는 관계없이 중앙의 키스테이션을 중심으로 네트워크배급체제를 이루고 있는 현상이다. 이와 같은 배급체제는 오랫동안 지역방송의 문화적 독자성이나 경영상의 독립방안을 개발하지 못하고 중앙 집중 또는 중앙중속상태를 유지하게 만드는 가장 큰 원인이었다.

한국방송시장은 3대 네트워크가 방송의 중추적 산맥을 이루며, 지역방송은 그 안에서 수직적으로 통합된 형태를 띠고 있다. 물론 KBS의 경우 직할국 체제, MBC의 경우 계열사 체제를 채택하고 있어, 양 방송네트워크의 지역방송은 소유구조상의 차이를 보이고, 독립사체제의 지역민방 역시, 가맹사 형태를 띠고 있어 이들 간에 상대적인 차이가 있음은 주지의 사실이다[6].

지역민영방송은 92년 14대 대통령 선거 당시 민자당 후보의 공약에서 비롯되었다. 중앙에 편제된 현재의 일방적 구조 대신에 지역적인 특성을 고려한 방송 편성과 제작을 활성화시키고, 그리하여 지역방송의 질 향상을 모색해야 한다는 것이 제시된 신실의 명분이었다. 그러면서 프로그램 수급의 실질적인 어려움과 관련하여 수도권 방송으로 이미 허가 운용되고 있는 SBS와의 자연스런 제휴 방식이 제시되었다[7].

지역민영방송으로서 TJB가 지난 95년 5월 부산방송, 대구방송, 광주방송과 함께 개국함에 따라 대전, 충남을 권역으로 한 3개 지상파 방송사가 직할국, 계열사, 가맹사 체제로 실질적 운용을 하게 되었다. 이에 대한 특성을 살펴보면 다음과 같다[8].

1. 네트워크(network broadcasting)

네트워크는 지리적으로 다른 곳에 위치하며, 일반적으로 소유권과 경영권이 분리되거나 계열 형태를 이루면서 프로그램의 편성상 동일한 프로그램을 동시에 방송할 수 있도록 기술적으로 동축 케이블이나 광케이블,

지상파 마이크로웨이브, 위성 등으로 상호 연결된 여러 방송사 체제를 의미한다. KBS나 MBC의 경우에는 지배 주주가 일원화되어 직할국 또는 계열사체제로 마이크로웨이브를 이용한 강력한 네트워크 체제를 구축하고 있으며, SBS는 소유권이 독립된 각 지역 민영 방송사와 네트워크 협정을 맺어 가맹사 체제의 프로그램 네트워크를 형성하고 있다.

2. 네트워크 체제의 지역 방송의 구조 형태

네트워크의 지역 방송 체제는 일반적으로 직할국, 계열사, 가맹사로 분류될 수 있다. 이러한 분류는 첫째, 네트워크 중앙국이 지역 방송국을 소유하는 하나의 방송사업체로 인정하느냐 둘째, 중앙사가 어느 정도 지역 방송사의 주식 지분을 소유하지만 동일 사업체가 아닌 독립채산체로서 계열화하느냐, 셋째, 중앙사가 지역 방송사와 소유 관계를 전혀 맺지 않고 단지 프로그램 관계의 협정 등만 맺느냐의 분류 기준에 근거하고 있다.

1) 직할국

직할국은 모기업인 네트워크에서 직접 소유하고 운영하는 사업체로 정의 될 수 있다. 우리나라에서는 네트워크 공영 방송의 직할국 체제를 인정하고 있으나, 민영 방송은 모기업의 직할국 체제나 복수 소유를 인정하고 있지 않다. 미국의 경우 민영 방송 체제에서 직할국 체제를 인정하고 있으나, 일본의 경우에는 우리나라처럼 민영 방송의 직할국 체제를 인정하지 않고 있다. 직할국 체제는 KBS1, 2 본사와 같이 KBS 지역 방송도 같은 하나의 사업자로 보는 완전 직할국 체제가 있다. 한국의 KBS를 비롯하여 일본 공영 방송 NHK, 영국 공영 방송 BBC, 독일의 ZDF 등이 대표적인 사례이다.

KBS는 1개의 중앙 방송국(key station)과 9개의 총국, 그리고 16개의 지국 등 모두 26개의 방송국으로 구성되었으나 2003년 지역국 기능조정과 팀제 도입을 골자로 하는 개혁안이 통과되어 1개의 중앙 방송국과 9개 총국, 9개 지국의 55개 팀을 두고 있어 완전 중앙 집권적 직할국 체제를 구축하고 있다.

2) 계열사

독립 규제 및 공정 거래에 관한 법률상의 개념으로서 둘 이상의 회사가 동일한 기업 집단에 속하는 경우에 이들 회사는 서로 상대방의 계열 회사라 한다. 모회사가 주식의 40% 이상을 소유하는 경우 구조상 본사가 지방사의 지배 주주로서 지방공사 경영권, 인사권, 편성권에 대한 지배적인 영향력을 행사할 수 있다. 우리나라 방송사 중 계열사 형태를 갖추고 있는 곳은 MBC이다. MBC 본사는 지역 MBC의 지배 주주로서 주식회사 문화방송 본사가 지역 MBC를 계열사로 관리하고 있다. 1980년 11월 14일 방송국의 통폐합 조치에 따라 12월 1일부터 주식회사 문화방송(본사)은 지방 가맹사를 하나의 체제로 흡수함으로써 오늘날의 문화방송 본사 및 계열사를 하나의 체제로 구축했다. 당시 주식회사 문화방송(방송문화진흥재단)이 21개의 가맹사 주식을 각각 51%이상 인수함으로써 프로그램만 제휴해왔던 가맹사 체제를 무너뜨리고 경영, 인사, 관리까지 지배하는 계열사 체제를 구축하게 되었다. MBC는 초기의 직할국 체제에서 가맹국 체제였다가 1980년 이후 현행 계열사 체제를 유지하고 있다. 현재 MBC는 1개의 중앙사와 19개의 지방 방송사의 계열사 체제를 구축하고 있다. MBC의 경우, 각 지역 방송사는 법적인 차원에서 각각 독립 법인체로 등록되어 있어 직할국 체제인 KBS 보다 상당히 경영의 자율성과 책임성을 지니고 있다. 그러나 이는 형식적일 뿐 실제로는 본사가 주식 지분 51% 이상의 대주주로서 지방MBC에 강력한 영향력을 행사하고 있다.

3) 가맹사

특정 네트워크와 가맹 계약을 맺고 프로그램을 공급받아 송출하는 지역 방송사를 말한다. 미국의 경우, 지역 방송사는 하나 또는 둘 이상의 네트워크 가맹 계약을 맺을 수 있는데, 모든 상업텔레비전의 4분의 3 정도는 대체로 미국의 3대 네트워크와 가맹 계약을 맺고 있다. 네트워크와 가맹사는 인사, 재정, 경영이 각각 독립된 회사로서 단지 프로그램 공급과 관련해서만 가맹 계약을 맺게 된다.

표 1. 지역방송체제별 장단점 비교

구분	장 점	단 점
직할국	<ul style="list-style-type: none"> · 일체감 조성에 의한 통합이 미지 부각 · 통일된 예산 편성, 안정된 재정 지원으로 지역간 격차 해소 · 인력관리의 효율성, 지역사 간 인력 불균형 해소, 제작능력 향상 및 체계적 재교육 가능 · 중장기 발전계획 수립의 통일성 · 순환근무 등에 의한 사기진작과 인력불균형 시정 	<ul style="list-style-type: none"> · 중앙에 대한 지방국의 예측화 · 지역국의 자주지 상실 · 편성권의 중앙사 집중으로 인한 중계소화 가능성 증대 / 지역성 상실 우려 · 중앙사 위주의 인사로 인한 부작용 가능성 상존 · 안일무사, 중앙지향적 사고 태배 · 자생력 약화
계열사	<ul style="list-style-type: none"> · 행정 및 인사의 표준성과 공정성 확보 · 제작여건 및 프로그램 질 향상 · 지역사의 조직, 기구운영이 탄력적임 · 대외업무처리의 효율성이 높음 · 새로운 정보와 기술의 신속한 도입 · 프로그램의 안정적 확보 가능 · 일정 수준의 안정된 수익 보장 	<ul style="list-style-type: none"> · 지역실정이 무시된 업무하달로 인해 위화감 조성 · 통일된 규정이 없어 혼란발생 · 지역사의 편성 자율성 부족 · 본사 우선주의적 뉴스 편집 · 지역방송인의 사기저하 · 조직의 비효율성 발생 가능성
가맹사	<ul style="list-style-type: none"> · 인사, 경영, 편성의 독립성 보장 · 경쟁을 통한 프로그램의 질적 향상 · 소재의 다양성에 의한 편성의 다양화 · 지역방송의 기능과 역할 강화 	<ul style="list-style-type: none"> · 가맹사간의 상호연계 부족 · 광고확보 등 재정자립의 곤란 · 프로그램 공급기반 약화 · 방송인력 및 기술 조달 곤란

우리나라의 지역 민영 방송은 소유 구조상 지역 중소 기업의 컨소시엄으로 조직된 독립 방송사로 운영되고 있다. 이들 지역 방송은 소유 구조상 자본의 구성과 운영 형태는 지역 독립 방송사이지만, 편성 구조상 프로그램은 SBS 네트워크로 방송되고 있다. 지역 민영 방송 네트워크의 구조적 특성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 지역 민방은 모두 SBS와 '방송업무 협력에 관한 기본협정서'와 각 부문별 5개 세부 협약을 조인하여 사실상 SBS의 가맹사로서 네트워크를 형성하고 있다. 둘째, 지역민방(TV)은 프라임 타임대를 포함하여 중앙사에 해당하는 SBS의 프로그램을 동시 중계하고 있어 지역 가맹사로서의 기능을 충실히 수행하고 있다. 셋째, 네트워크 시간대 이외의 로컬 시간대는 각 사가 자주적으로 편성하나, "양 사를 포함하는 네트워크 이외의 타 공중파 방송 전 프로그램 및 케이블사의 보도 및 스포

츠 프로그램을 편성할 수 없다.”는 단서 조항을 넣어 독립 민방과의 프로그램 교류 기회를 원천 봉쇄하고 있다. 이러한 구조는 일본의 민방이나 미국의 네트워크 체제보다도 폐쇄적이다.

이런 체제들은 나름대로 장단점을 가지고 있어 어느 체제가 더 우월하다거나 우리 사회에 더 적합하다고 말하기는 어렵다. 이들 체제의 장·단점을 비교한 것이 [표 1]이다[9].

3. 지역 네트워크 체제의 방송프로그램 수급

네트워크 체제에서의 프로그램 생산 측면은 시장의 거래를 기업 내의 내부거래로 전환시킴으로써 시장에서 거래함으로써 발생하는 기회비용을 감소시키고, 시장거래의 위험과 수익의 불확실성을 제거한다는 이점이 있다. 그러나, 이러한 생산과 유통의 수직적 통합이 긍정적인 측면만 있는 것은 아니다. 결과적으로 중앙사의 영향력은 극대화되고 지역 네트워크의 방송사들은 자생력을 감소시키는 결과를 가져왔다. KBS와 MBC의 경우이러한 수직적 프로그램 공급을 충실히 수행하고 있다.

가맹사 체제를 유지하고 있는 SBS와 지역 민방은 '방송업무 협력에 관한 기본 협정서'와 이를 근거로 한 부문별 5개 세부협약(편성 및 네트워크 시간대관련 협약, 보도에 관한 협약, 광고에 관한 협약, 네트워크 프로그램의 공급권료에 관한 협약, TV회선 및 장비사용에 관한 협약)을 맺고 프로그램 공급에 있어 가맹사간 이해에 의해 프로그램을 교류하고 있다. 이 결과 지역민방은 프라임시간대(방송시간 평균 80%이상)에 SBS의 프로그램을 동시중계하고 있으며, 이외의 지역민방 로컬시간대는 자체제작 및 외주제작 프로그램을 편성하고 있다.

III. 방송 프로그램 수급 현황

국내 방송 프로그램 사업은 지상파 방송사와 자회사, 독립 제작사, 케이블 텔레비전 PP 등으로 구성되어 있다. 방송사 외부에서 공급받는 외주 제작 비율이 의무

적으로 정해져 있기는 하지만 중앙의 지상파 방송사에서 제작되는 비율이 80% 이상으로 높다.

프로그램 수급을 프로그램 제작의 주체가 누구냐에 따라 자체 제작, 공동 제작, 외주제작 등으로 분류할 수 있다.

1. 자체 제작

자체제작은 방송사가 자체 소유 인력과 제작시설을 사용하여 프로그램을 완성하는 것이다. 지역방송은 경영과 편성전략을 수립할 때 두 가지 측면- 지역성과 수익성을 동시에 고려한다. 지역방송의 지역성을 짚어볼 때 가장 많이 거론되는 것이 자체편성 프로그램의 비율이다. 즉, 지역에 관련된 정보나 뉴스를 만드는 것이 지역방송사의 역할이고, 지역민에게 소구력 있는 소재를 지역에서 발굴하여 지역의 자원을 활용하여 만드는 것이 자체제작 프로그램이며, 가장 지역밀착적일 수 있는 장점이 있기 때문이다. 자체제작 프로그램은 자체편성 프로그램 가운데 하나이다.

1) KBS1 대전

뉴스를 제외한 순수자체제작 프로그램은 「아침마당 여기는 대전입니다」(금 8:25- 9:30, 65분), 「신나라 과학나라」(화 16:35-17:00, 25분 전국방송), 「생방송 따따부따」(월-금 17:40-18:00 20분 X5), 「충청패트룰」(금 19:30-20:00 30분) 「휴먼 다큐 길」(금 20:00-20:20 20분), 「이영애의 이슈와 현장」(목 22:00-23:00 60분), 「과학카페」(토 19:10-20:10 60분 전국방송), 「행복충전 아름다운 일요일」(일 8:10-9:00 50분) 등이 있다.

2) 대전MBC

대전MBC 순수자체제작 프로그램은 「생방송 NOW」(금 18:50-19:45, 55분), 「무지개」(일 8:30-9:30, 60분), 「뉴스 & 포커스」(금 21:55-22:50, 55분) 등이 있다.

3) TJB

TJB 순수자체제작 프로그램은 「TJB 뉴스스테이션」(월-금 17:35-18:30 55분 X5), 「오형오감」(목 18:30-19:20 50분), 「다큐 에세이 길을 떠나다」(화

20:50-21:55 65분), 「출동 VJ」(수 20:50-21:55 65분), 「TJB 뉴스추적」(수 23:05-23:55 50분), 「이슈 인 충청」(일 7:10-8:20 70분) 등이 있다.

2. 공동 제작

방송프로그램의 공동제작은 “제작비와 제작 업무를 분담하여 프로그램이라고 하는 상품을 공동으로 제작하고 그 상품의 제 권리를 공동제작자가 공유하는 제작 형태”라는 다소 경제적 의미가 내포된 개념으로 정의하는 경향이 많다. 진 세계적으로 증가 일로에 있는 공동제작의 활용 배경으로는 갈수록 증가해지는 제작비와 채널간의 경쟁 상황에서 제작 인력의 효율적 활용과 비용 대비효과의 극대화 및 제작자들 간의 투자의 시너지 효과를 기대하는 목적 등이 있다. 이러한 견지에서 프로그램의 공동제작은 그 개념을 크게 두 가지 구분 방식에 의해 유형화 할 수 있다. 첫째로 프로그램의 공동제작과 교류에 있어서 어느 단계의 제작 과정에서 주된 공조가 일어나는가에 따른 구분이다. 먼저, 제작자들이 비용 또는 자원과 제작 과정 모두에 공동으로 참여하고 협동하는 협의의 의미에서의 공동제작(coproduction, cooperation, codevelopment)이 있다. 이는 순수한 의미의(genuine) 공동제작이라고도 할 수 있으며, 제작자들 간의 공통적 이해관계라든지 관여도 면에서 공동제작 본연의 의미가 가장 크게 내포된 유형이라 할 수 있다. 광의의 의미에서 보면, 자원을 공동으로 분담하는 방식(cofinancing)과 프로그램을 공동으로 구매하는 방식(joint acquisition) 등 자원 출자 우선의 방식과 함께, 각자 제작 후 교환하여 방송하는 방식(twinning package : 순환제작 포함)도 공동제작의 유형으로 간주될 수 있다.

표 2. 공동제작의 방식에 따른 유형화

1. 협동의 유형과 단계		2. 제작 파트너, 방송권역
1-1. 협의(순수)의 공동 제작 (자원 및 제작과정 전반)	1-2. 광의의 공동제작(재정 및 제작과정 일부)	
공동제작 (co-production)	재원분담방식 (co-financing) 공동구매방식 (joint acquisition) 각자제작 후 교환 (twinning package)	권역 내, 권역 간 공동중계 국제공동제작

또 다른 유형화 방식으로는 공동제작의 파트너와 방송권역에 따른 것이다. 우선 권역 내(예를 들면, 부산/경남권 내, 대구/경북권 내, 광주/전남권 내, 대전/충청권 내) 공동제작을 들 수 있다. 이는 서로 인접하여 유사한 생활권에 속한 시청자들을 대상으로 하기 때문에 프로그램 소재와 방향을 용이하게 설정할 수 있고 제반 비용이 낮은 반면, 권역의 확대효과가 적다는 단점이 있다. 이를 보다 확대한 개념이 권역 간 공동제작이라고 할 수 있는데, 권역 및 수익의 확대효과가 기대되기는 하나, 순수 공동제작의 경우 시청자들에게 공통으로 적용되는 소재가 한정된다. 다음으로는, 공동 중계 방식이 있는데 인력, 장비, 비용의 효율적 활용이 장점이 될 수 있는 반면에 제작사들 간 커뮤니케이션의 원활함이 담보되어야 한다. 마지막으로 국제 공동제작인데, 이는 준비과정과 비용이 보다 많이 들며, 시장과 효과의 확실성이 전제가 될 때 가능하므로 지역방송사들에게는 부담이 되는 요인이 크다고 할 수 있다[10].

1) KBS1대전

KBS1대전은 자체 제작하여 전국 방송하는 「신나라 과학나라」 「과학카페」 등의 프로그램은 있어도 지방 총국과 연계한 권역 내, 권역 간 공동제작 프로그램이 없고, KBS2에서 「KBS네트워크」 프로그램을 통해 지방 9개 총국의 공동제작을 선보이고 있다.

표 3. KBS 지역 총국 공동제작 프로그램 현황

권역	참여 방송사	프로그램명	요일 및 시간	프로그램 내용
영남권	KBS대구 KBS부산 KBS창원	KBS 네트워크 충 TV	일 08:10~09:00	영남지역 주민들의 건강하고 행복한 삶을 위한 정보와 모델 제시
	KBS부산 KBS창원 KBS울산	생생 투데이 사람과 세상	월-금 17:40~18:00	6mm 카메라와 VJ를 활용하여 지역사회의 문화, 생활정보 및 다양한 삶의 현장 소개하는 생활정보 프로그램
지역 9개 총국	부산 창원 대구 광주 전주 대전 청주 춘천 제주	KBS 네트워크	월-금 14:00~14:50	지역 9개 총국이 참여, 지역의 문화, 생활정보 등을 다루는 프로그램

* 출처: 각 지방총국 인터넷 홈페이지(2008.4.28 현재) 재구성

[표 3]에서 보는 바와 같이 영남권에서는 지역총국 간 활발히 연대하여 다양한 장르의 공동제작 프로그램을 활성화시키고 있다.

2) 대전MBC

MBC 계열사는 매체환경 변화에 대응하기 위해 나름대로 자구책을 강구하였는바 이러한 노력 중의 하나가 공동제작 시스템의 활성화라고 할 수 있다. 2002년 6월 MBC 노사정책협의회에서 19개 MBC계열사의 경쟁력 강화 방안의 일환으로 권역별 공동제작팀 운영이 합의되었다[11].

표 4. MBC 계열사 권역별 공동제작 프로그램 현황

권역	참여 방송사	프로그램명	요일 및 시간	프로그램 내용
경남권	부산MBC 마산MBC 울산MBC 진주MBC	희망 100%	일 16:40~ 17:40	어렵고 힘들게 살아가는 사람, 삶에 지친 사람들에게 힘과 용기를 불러주는 프로그램
		MBC 영남 주부가요열 창	금 21:55~ 22:50	이택림 진행. 영남에 거주하는 주민들이 참여하여 노래 대결을 펼치는 노래 경연 프로그램
호남권	광주 여수 목포 전주	MBC 가요열전	목, 18:50~ 19:45	노래를 통해 지역민들이 참여하는 노래 경연 프로그램
	여수 광주 목포	중이비행기	화 18:50~ 19:45	프로포즈, 여행, 몸치탈출, 희망직업체험 등 시청자들의 소망을 실현시켜주는 솔루션 프로그램
	목포 광주 여수	힘내라 한국농업	수 18:50~ 19:45	농촌, 농업의 활로를 모색하고 도시와 농촌의 공생을 통한 한국농업 농촌에 대한 희망을 소개하는 프로그램
강원권	춘천 강릉 원주 삼척	강원365	월-금, 17:35~ 18:30	지역 화제, 풍물 등을 소개하는 종합 매거진 프로그램
충청권	대전MBC 청주MBC 충주MBC	e-세상이야 기	토, 08:10~ 09:00	지역의 역사, 문화, 인물, 자연, 풍물 등을 다뤄 형식으로 제작
		건강플러스	토, 09:00~ 09:55	매거진 건강관련 프로그램

* 출처: 지방MBC 계열사 홈페이지(2008.4.28. 현재)재구성
* '힘내라 한국농업' 프로그램은 대구, 안동, 마산MBC 에서 공동구입.

이 방안에 따라 전국 19개 지역MBC를 경남권, 경북권, 호남권, 충청권, 강원권 등 5개 권역으로 묶었다. 제주MBC는 특수성이 인정돼 권역에는 포함되지 않았다. 경남권과 강원권은 2002년 10월부터 경북, 호남, 충청권

은 2003년 3월부터 공동제작팀을 운영하기로 합의하였고 2002년 10월 21일 경남권과 강원권 공동제작 프로그램이 첫선을 보였고, 이듬해 3월 나머지 3개 권역 공동제작 프로그램이 전파를 뒀다. 경북권의 대구, 포항, 안동MBC 3사는 2003년 3월에 공동제작 프로그램으로 다양한 사람들의 세상사는 모습을 조명하는 「사람과 세상」(화, 19:20~20:20), 20명 정도 퀴즈 신청자를 모집하여 버스로 지역의 명소를 돌며 관련된 퀴즈도 풀고 현장체험을 동시에 하는 「퀴즈 원정대 승승장구」(목, 19:20~20:20)를 방송하였다. 2004년 9월 MBC 본사의 계열사 권역 조정안이 발표되어 대구MBC 지사가 포항MBC 권역에 설립된 결과로 대구MBC 구성원들과 포항, 안동MBC 구성원들 사이에 마찰이 일어나 경북권 공동제작 프로그램이 차질을 빚게 되었다. 이 사태로 권역별 공동제작의 한계가 노정되었지만 다른 지역의 권역별 공동제작은 큰 무리 없이 진행이 되어 현재까지 이르고 있다. MBC 계열사 권역별 공동제작 프로그램 현황을 살펴본 것이 [표 4]이다.

대전MBC의 공동제작 프로그램을 살펴보면 권역 내 공동제작 프로그램으로는 「e-세상이야기」, 「건강플러스」가 있고 권역 외 공동제작 프로그램으로는 대전, 대구, 부산, 청주, 울산, 춘천, 광주, 전주, 제주 전국 9개 계열사가 순번대로 각 지역의 관광, 문화, 음식 등을 소개하는 프로그램 「TV 전국기행」, 14개 계열사가 각 사 제작 방송 후 프로그램을 상호 교환하는 「MBC 가요베스트」가 있다.

19개 계열사가 지방 화제의 인물, 먹을거리 등의 소재를 찾아 제작된 방송 태임을 상호 교환하여 자체제작 형식으로 운영되는 「생방송 전국시대」가 있다. 대전MBC 공동제작 프로그램 현황을 나타낸 것이 표 5이다.

표 5. 대전MBC 공동제작 프로그램 현황

프로그램명	편성시간	시간량
e-세상이야기	토, 08:10~09:00	50분
건강플러스	토, 09:00~09:50	50분
생방송 전국시대	월-금, 17:35~18:30	55분 X 5
TV 전국기행	화, 18:50~19:45	55분
MBC 가요베스트	일, 13:10~14:10	60분

3) TJB(대전방송)

지역 지상파 TV 방송 프로그램의 공동제작은 중앙의 키스테이션 방송보다는 지역 방송사들에서 2~3개의 소규모 권역별로 실행하는 경우가 일반적이다. 따라서 공동제작 후에도 권역의 범위가 그리 넓어지는 효과가 크지 않다는 특징이 있고, 주로 일정한 지역사들 간 협조가 많은 편이다.

표 6. TJB 공동제작 프로그램 현황

프로그램명	편성시간	시간량
네트워크 현장 고향이 보인다	목-금, 14:10~15:00	100분 (50분 × 2)
전국 TOP 10 가요 쇼	토, 11:00~12:00	60분
365일 천국보다 아름다운 세상	일, 23:10~24:10	60분
창업스토리 퀴너머니	일, 12:10~13:10	60분
TV 특강 행복플러스	토, 07:30~08:30	60분
세상발견 유레카	월, 10:50~11:00	70분

반면에 비교적 그 방송권역이 더 넓게 설정되어 있는 지역 민방의 경우 실제 공동제작이나 편성을 보다 광범위한 전국적인 규모로 실행하는 사례가 많은 편이다. 지역 민방사가 공동제작 프로그램을 본격적으로 가동시킨 건 2000년 들어서부터다. IMF 사태 이후 재정해결을 위해 자연스레 지역민방사이의 교류 필요성이 제기됐고 때마침 위성방송 재전송 문제가 불거지면서 공동제작이 급속히 확산되었다. 이후 부정기적으로 지역 민방 간 모였던 편성간부회의, 제작협회가 정례화되면서 구체적인 체계를 갖추게 되었다. TJB의 공동제작 프로그램을 살펴보면 지역민방 9개사가 공동제작을 하여 네트워크 체제의 모습을 보여주고 있는 「네트워크 현장! 고향이 보인다」, 부산·강원·전주·울산·대구·대전 등 6개 민방사가 코너별로 제작한 VJ 프로그램을 부산방송이 다시 편집·완성하여 타 민방에 제공하는 형태의 프로그램인 「세상발견 유레카」, 청주민방에서 제작하여 지역 민방에 공급, 제작비를 분담하는 「전국 TOP10 가요 쇼」, 대전방송이 주축이 되어 제작하는 「365일 천국보다 아름다운 세상」, 전주방송이 주축이 되어 제작하는 「TV 특강 행복 플러스」 등이 대표적인 공동제작 프로그램이다. TJB 공동

제작 프로그램 현황을 정리한 것이 [표 6]이다.

IV. 결론

뉴 미디어 기술의 발전으로 방송·통신 융합의 방송 환경이 다매체 다채널화 되는 과정에서 수용자들의 선택의 폭은 더욱 넓어지겠지만, 지상파 방송 특히 지역 지상파 방송의 입지는 오히려 악화될 전망이다. 배타적 방송권역의 보장이 현실적으로 어려워지고 있는 지역 방송사 입장에서는 생존을 모색하지 않으면 안 되는 상황에 처해 있다. 아직은 지역의 독립제작사의 인프라가 제대로 구축이 되어 있지는 않지만 치열한 경쟁적 방송 환경에 있어 지역 독립제작사의 역량강화는 지역 콘텐츠 산업의 활성화에도 긍정적 역할을 할 것이다.

지역방송이 현재 가지는 경쟁력은 자체 프로그램의 경쟁력이 아니라 네트워크 링크의 한 지점으로서 위상 즉 '배타적 방송권역을 가진 전송로'라는 지위에 기초하고 있다. 지역방송은 콘텐츠를 대부분 중앙 방송 3사에 의존하면서 독과점적 전송로의 이점을 통해 콘텐츠의 열세를 어느 정도 만회하고 있는 상태다. 그렇지만 케이블 방송과 위성방송, 인터넷의 발전은 더 이상 기존 지상파의 독점을 허용하지 않는다. 그 이점이 사라진 상태에서 콘텐츠 경쟁력 없이 지역방송이 살아남을 수 없을 것이다.

앞에서 살펴본 바와 같이 지역방송의 큰 변화는 지역 콘텐츠의 자체제작 강화와 지역 방송사 간의 공동제작의 확대이다. KBS의 경우 영남권을 중심으로 지역총국들간의 연대를 통한 다양한 공동제작 프로그램을 활성화시키고 있으며, 대전MBC의 경우도 2002년부터 19개 지역MBC를 5개 권역으로 묶어 공동제작시스템을 구축하여 경쟁력을 강화하고 있으며, TJB(대전방송)은 부산·강원·전주·울산·대구·대전 민방이 각기 다른 콘텐츠 프로그램을 제작하여 공유하는 시스템을 선보이고 있다.

결론적으로 지역 방송이 중앙네트워크의 중계소 기능에서 벗어나 프로그램 '제작소'로서 기능할 수 있도록 제작력이 강화되어야 하며, 이를 위해 각 지역 방송

시간의 지역콘텐츠를 공동 제작하는 프로그램의 확대와 지역방송국 자체 제작 프로그램의 편성 비율이 확대되어야만 자생력을 갖출 수 있을 것이다.

마지막으로 본 논문에서 부족한 부분인 외주제작의 공급 확대와 국제 공동제작 프로그램 제작의 확대에 대한 논의는 추후 보다 구체적인 연구를 통해 연구해보고자 한다.

참고 문헌

[1] 인운섭, "21세기 방송환경 변화와 프로그램 편성 제작", 『방송연구』 겨울호, 방송위원회, pp.119-120, 1999.

[2] 정상윤, "지역방송의 지역성 구현을 위한 법·제도 개선방안", (사)민주언론노동시민연합주최, 지역방송 발전방안 모색을 위한 토론회, 2004.

[3] 방송위원회, "2005년 방송 산업 실태조사 보고서", 방송위원회, 2005.

[4] 이진로, "방송환경의 변화와 MBC 네트워크 문제점과 개선방안", MBC 네트워크 경쟁력 강화방안 세미나, 부산MBC, 2004.

[5] 강대인, "방송정책 주요 과제 - 방송위원회 당면 추진 과제", 한국언론재단 주최 지역방송 보도국장 세미나 발표 논문, 2003.

[6] 김동규, "지역방송의 시장구조 및 경영성과 분석", 방송문화진흥회 엮음, 정보화 시대의 지역방송, 한울 아카데미, 1998.

[7] 전규찬, "지역민영방송 편성 및 제작현황 조사 연구", 한국방송개발원, 1995.

[8] 한진만, "방송론", 커뮤니케이션북스, 2000.

[9] 안수근, "지역방송 위상과 역할", 언론연구원, 1995.

[10] 안수근, 이준호, "지역방송 공동제작의 필요성과 방식의 인식에 관한 연구", 한국방송학보, 제18권, 제2호, pp.93-133, 2004.

[11] 한국방송프로듀서연합회, PD연합회보, 2002.

[12] 조성호, "권역별 공동제작의 효과와 발전방안에

대한 종합적 고찰", 울산문화방송 주최 심포지엄, 2003.

[13] 김경환, "방송환경변화와 외주정책의 재정립방안", 지상파 방송3사 외주제작 프로그램 편성 실태보고 및 개선방안을 위한 토론회, 문화연대, 2007.

[14] 박재현, "지역민방 발전방안으로서의 VJ 시스템 활용에 관한 연구: iTV를 중심으로", 중앙대 신문방송 대학원 석사학위 논문, 2003.

[15] 박용진, "방송통신융합시대의 콘텐츠 유통 활성화 방안에 관한 연구", 연세대학교 대학원 석사논문, 2006.

[16] 여상훈, "지역방송의 활성화 방안에 관한 연구", 한남대학교 사회문화대학원 석사논문, 2007.

저자 소개

이 중 탁(Jong-Tak Lee)

정회원



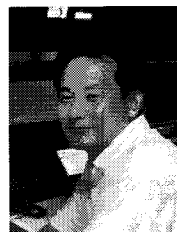
- 1991년 2월 : 대전대학교 수학과 (이학사)
- 2002년 8월 : 경일대학교 사진영상학과(미술학석사)
- 2004년 3월 ~ 현재 : 전북대학교 영상공학과(박사수료)

· 2008년 3월 ~ 현재 : 목원대학교 영화영상학부 전임 강사

<관심분야> : 방송영상, 영상제작, 1인 제작시스템

정 종 건(Jong-Geon Jeong)

정회원



- 1985년 2월 : 서울대학교 환경대학원(도시계획학 석사)
- 2006년 2월 : 충남대학교 대학원 신문방송학과(신문방송학 석사)
- 2008년 3월 ~ 현재 : 충남대학교 대학원 언론정보학과(박사과정)

· 1987년 12월 ~ 현재 : 대전MBC TV편성제작부장
<관심분야> : 방송제작, 방송영상, 방송산업