

종합편성채널의 편성변화

Changes of Programming of General Programming Channels

한진만*, 주청**, 주정민***

강원대학교 신문방송학과*, 강원대학교 대학원**, 전남대학교 신문방송학과***

Jinmann Han(hjmn@kangwon.ac.kr)*, Zhoujing(zhoujing871003@hanmail.net)**,
Chungmin Joo(truejoo77@daum.net)***

요약

이 연구는 2011년 12월 개국한 종합편성채널이 개국이후 어떤 내용을 편성하여 왔는지를 분석하였다. 연구결과, 종합편성채널은 다양한 프로그램을 편성하고 있지만, 뉴스 등의 시사 프로그램과 버라이어티 등의 특정장르 중심으로 편성이 이뤄지고 있었다. 그리고 이러한 편성장르의 집중화는 모든 종합편성채널에서 시간이 흐를수록 더욱 심화되고 있는 것으로 나타났다. 종합편성채널의 재방비율도 50% 수준에 이르는 등 높은 것으로 나타났다. 따라서 종합편성채널은 도입취지에 부응하고, 시청자가 더 많은 프로그램을 선택할 수 있도록 다양한 장르의 프로그램을 편성하는 노력이 필요하다는 것을 확인하였다.

■ 중심어 : | 종합편성채널 | 프로그램 편성 | 다양성 | 프로그램 유형 | 유료방송 | 지상파방송 |

Abstract

This study analyzes what contents the general programming channels have been programming since they opened in December, 2011. The findings reveal that their programming tends to center on specific genres such as news, current affairs, variety shows etc., although the general programming channels have programmed diverse contents. This study also shows that the concentrated programming of these genres has been intensified in all the general programming channels as time goes by. The ratio of re-run is shown to be comparatively high, reaching the level of 50%. Thus, it is necessary that they program more diverse genres in order to satisfy the original purpose of the introduction of the general programming channels and to provide the audience with more chances to select programs.

■ keyword : | General Programming Channel | Programming | Diversity | Type of Program | Pay TV Broadcasting | Terrestrial Broadcasting |

1. 연구목적

2011년 12월 종합편성채널은 많은 우려 속에서 탄생하였다. 일반 방송채널사용사업자(PP)는 전문적인 내

용을 편성하는 형태를 띠고 있으나 종합편성채널(이하 '중편채널')은 보도프로그램을 포함한 교양과 오락 등 다양한 프로그램을 편성하는 특징을 띤다. 그래서 중편채널 도입과정에서 중편채널은 지상파방송인 KBS와

* 이 연구는 2014년도 강원대학교 학술연구조성비로 연구하였음(과제번호 120140222)

접수일자 : 2016년 10월 24일

수정일자 : 2016년 11월 21일

심사완료일 : 2016년 11월 24일

교신저자 : 주정민, e-mail : truejoo77@daum.net

MBC, 그리고 SBS와 같은 프로그램을 편성하는 방송을 하기 때문에 지상파방송과 경쟁하는 또 다른 유사한 형태의 방송사를 허용해야 하는지에 대해 논란이 많았다.

중편채널이 방송을 시작하면서 프로그램 제작에 투입하는 인적 물적 자원 등을 고려해 보았을 때, 일정 수준이상의 시청률은 확보할 수 있을 것이라는 것이 일반적인 평가였다. 그러나 개국 초기에 중편채널 4사의 시청률은 그리 높지 않았다. 2012년 당시 중편채널은 특정 채널의 뉴스나 드라마 일부를 제외하고는 거의 대부분의 프로그램이 1% 이하의 시청률을 보였다. 이 때문에 중편채널의 전망을 어둡게 보는 시각이 많았다[1].

채널 인지도가 낮은 중편채널들로서는 시청자들에게 호감을 줄 수 있는 프로그램을 제공하고 효율적인 편성 전략을 강구하여 후발 주자로서의 불리한 점을 극복하기 위한 노력을 경주했다. 프로그램 편성의 궁극적인 목표인 시청자에게 호의적인 이미지를 각인시켜 가급적 최대의 수용자를 확보하고자 하였다[2]. 아울러 프로그램 편성을 통해 방송사의 이미지를 결정하는 동시에 타 방송사와 경쟁관계에서 우위를 잡기 위한 전략적인 노력을 기울였다[3].

중편채널은 이후 새로운 편성전략으로 프로그램 개편을 시도하였다. 일례로 제작비가 많이 드는 프로그램을 폐지하고, 제작비가 적게 들지만, 일정 정도의 시청률을 확보할 수 있는 프로그램을 확대하기 시작하였다. 중편채널은 드라마나 쇼 등 고비용 프로그램 편성을 줄이고, 저비용의 시사, 보도, 대담 프로그램을 주로 편성하여 제작비 절감을 추구하였다[4]. 이 때문에 중편채널은 각 채널 간의 차별성을 상실하였고, 아울러 채널 내에서도 다양한 장르의 프로그램을 편성하기 보다는 뉴스와 시사정보와 같은 특정 장르에 치중하는 형태로 변화하였다. 그 결과, 중편채널이 개국한 지 6년째에 접어들면서부터 일부 프로그램은 시청률이 6-7%에 이르는 등 점차 자리 잡기 시작하였다.

그러나 중편채널의 출범 목적이 달성되었는지에 대해서는 엄밀한 분석이 필요하다. 우선 지상파 방송중심의 방송시장에 경쟁을 도입하여 프로그램의 다양성을 제고하고, 보도와 시사물의 균형과 공정성을 높여 지상

파에 집중된 여론 조성 기능을 분산시키는 역할을 얼마나 하고 있는지에 대해 확인이 필요하다. 그리고 방송시장에 자본력을 확충하고 콘텐츠 출구 확대하여 프로그램 제작 기반 및 콘텐츠 산업 기반을 강화하는 역할에 얼마나 충실했는지에 대해 분석이 필요하다[5][6].

중편채널의 도입 목표가 어느 정도 달성되었는지에 대한 분석의 출발은 방송프로그램을 어떻게 편성하고 있는지를 통해 확인할 수 있다. 편성은 채널의 정체성과 이미지 형성에 매우 중요하게 작용할 뿐만 아니라 방송의 존재 목적을 설명하는 지표이기 때문이다. 또한 시청자들에게 어떤 서비스를 제공하고, 방송산업 발전에 어떻게 기여하는지를 보여주는 지표이기도 하다.

이러한 관점에서 본고에서는 중편채널들이 개국 초기부터 현재에 이르기까지 어떠한 편성의 변화를 시도해왔는지를 분석하고자 한다. 어떤 장르의 프로그램을 편성하여 왔는지, 얼마나 다양한 프로그램을 편성해 왔는지를 살펴보고자 한다. 이를 통해 방송프로그램 측면에서 중편채널의 역할을 평가하고, 향후 프로그램의 편성방향 등을 제시해보고자 한다.

II. 종합채널의 편성에 대한 논의

1. 방송채널의 경쟁과 편성전략

방송사의 편성 행위는 경쟁 상대가 소수로 제한적일 경우 효과적일 수 있다. 그렇지만 현재와 같이 채널이 급증한 방송환경에서 전통적인 편성전략의 효용성에 대해서는 의문이 들지 않을 수 없다. 과거에 지상파방송 3-4개 채널이 경쟁할 때는 효율적이고 적절한 편성 전략을 강구하는 것이 크게 어렵지는 않았다. 그러나 지금은 지상파 방송뿐만 아니라 다양한 채널사용사업자(PP)들이 쏟아내는 각양각색의 프로그램들로 시청자들의 관심을 끌고 있으며, 중편채널들도 서로가 차별화를 통해 경쟁을 해나가고 있기 때문에 효율적인 편성 전략을 마련하는 일은 결코 쉽지 않다. 뿐만 아니라 시청자들도 과거와 같이 텔레비전 수상기 앞에 앉아 프로그램을 시청하는 패턴에서 벗어나 이동을 하면서 보거나 다시보기 등의 방법을 통해 시청하기 때문에 방송사들

이 소위 '본방사수'를 기대하면서 시도하는 편성전략은 점차 위력을 잃어가는 추세라고 할 수 있다.

방송환경의 변화에 따라 편성전략이 큰 실효성을 갖지 못한다고 할지라도 방송사가 목표로 하는 시청자들을 보다 많이 확보하기 위한 편성 전략을 강구하려는 노력은 여전히 필요하다. 유료방송 채널들이 지상파방송사들이 소홀하였던 틈새를 노리는 전략을 택하는 것이라든가 미니시리즈의 경우 전편 재방에 이어 본방을 연속하여 편성하는 방법도 새로운 시도라고 할 수 있다. 그리고 '본방사수'보다는 시청자에게 어필할 수 있는 프로그램이라면 다시보기와 같은 방법을 통해서라도 시청자들을 더 많이 확보할 수 있을 것이라는 기대에서 프로그램의 질로 승부를 하려는 편성전략의 전환 등이 주요할 수 있다.

실제로 지상파방송과 달리 유료방송으로 새롭게 등장하는 방송사나 채널의 경우 기존의 방송사와는 다른 차별화된 편성 전략을 시도하는 경향이 있다. 예를 들어 그동안 지상파 위주의 방송에서는 주변시청시간대로 여겨졌던 밤 11시대가 유료방송 채널들에게는 주시청시간대로 여겨져 미니시리즈나 드라마를 집중 편성하는 경향을 보이기도 하는 것도 편성 전략의 변화 중의 하나이다. 즉 주시청시간대에 대한 기존의 고정관념을 깨고 새로운 시간대로 나름대로의 주시청시간대를 설정하고 거기에 적합한 편성전략을 강구하기도 한다. 종편채널 중에는 나름대로 특성화를 시도하여 시청자들에게 소구할 수 있는 프로그램을 편성하려는 노력을 경주하기도 한다.

2. 종합편성 채널의 프로그램 편성 연구

종편채널의 편성에 대한 연구들은 대체적으로 종편채널들은 특정 유형의 프로그램에 집중하는 편성형태가 나타났음을 보여주었다. 즉, 편성에서 다양성이 부족하다는 지적이 많았다.

종편채널의 초기에 연구에서도 종편채널이 특정장르 중심의 편성이 이뤄지고 있다고 지적하고 있다. 최세경은 2012년 3월 12일부터 2주간 종합편성채널의 편성을 분석하였다. 주요결과를 보면, 첫째, 종편들은 뉴스와 시사 프로그램은 줄떠편성을 하고 드라마와 오락은 장

기판편성을 주로 시행하는 것으로 나타났다. 둘째, 종편채널의 편성에서 본방비율은 40% 수준에 못 미쳤고 장르별 편성비율은 오락, 뉴스, 드라마 순으로 나타났다. 셋째, 종편채널의 편성에서 나타난 장르의 다양성 지수는 0.8을 넘지 않아 기존 연구에서 유사한 분석기준을 적용해 분석한 지상파방송 3사의 다양성 지수보다 약간 낮았다. 넷째, 방영 프로그램의 특성을 보면 장르의 경우 뉴스/보도, 시사/교양, 예능/오락 순으로 나타났다[7].

이러한 편성특성은 종편채널 출범 일 년이 지난 후에도 그대로 유지되었다. 하주용은 종편채널은 2013년 5월 20일부터 26일까지 일주일 동안의 주간 편성표를 분석하였다. 편성과 관련된 주요 결과를 보면, 출범 후 일 년 반동안 종합편성을 행하는 방송사업자로서 편성의 장르 간 균형과 프로그램의 다양성을 보여주지 못하였다. JTBC를 제외한 종편채널 3사의 편성은 시사/보도 프로그램의 비중이 가장 높았으며, 오락프로그램의 비중은 지상파TV 채널에 비해 낮은 편이었으며, 방송시간의 절반가량을 재방송 프로그램으로 편성하는 것으로 나타났다. 따라서 지상파 중심의 방송시장에서 경쟁을 도입하여 콘텐츠 산업의 활성화와 프로그램의 다양성을 제고하고자 했던 종편채널 도입의 목표는 달성하기 어려울 것으로 전망했다[4].

이후 또 다른 연구에서도 종편채널이 뉴스와 시사 중심의 장르 편성을 지속하는 것을 밝혔다. 윤성옥은 2014년 11월 3일부터 16일까지 2주 동안 지상파와 종편 편성표를 살펴본 결과 TV조선의 뉴스와 시사 프로그램 편성 시간은 5100분에 달했다. 일주일 동안 3일 만나절을 꼬박 뉴스와 시사 프로그램으로 채우고 있는 셈이다. 다음으로 채널A 4400분, MBN 3410분, KBS 1TV 2975분, JTBC 2725분, MBC 2320분, SBS 2145분 등이 뒤를 이었다. 실제로 방송통신위원회에 따르면, 2013년 종편의 보도프로그램 편성 비율은 TV조선 48.2%, 채널A 43.2%, MBN 39.9%, JTBC 14.2% 등으로 JTBC를 제외하곤 보도프로그램을 집중 편성하고 있었다[8].

3. 종합편성 채널의 프로그램 편성 규제

방송통신위원회에 따르면, TV조선의 2013년 보도편

성은 전체의 48.2%에 해당했다. 교양은 34.6%, 오락은 17.2%를 기록했다. 이는 당초 종편사업자로 선정당시 제출했던 사업계획과 큰 차이를 보이는 대목이다. 채널 A와 MBN 역시 다르지 않았다. 채널A는 보도 43.2%, 교양 30.8%, 오락 26.0%를 편성했다. MBN 또한 보도 39.9%, 교양 29.9%, 오락 30.2%를 나타냈다. 비교적 돈이 많이 들어가는 오락 관련 프로그램을 제작하지 않았다는 반증이다. 반면, JTBC는 보도 비율 14.2%를 기록해 사업계획 때보다 낮았다[9].

방송통신위원회는 해마다 지상파(TV, 라디오, DMB), 종편 방송채널사용사업자(PP), 보도PP, 케이블 TV(SO)/위성방송, 홈쇼핑PP 등을 대상으로 전년도 각사의 방송 내용과 편성, 운영 등 3개 영역을 평가해 방송사 재허가나 재승인 심사 때 40%를 반영한다. 방송통신위원회는 2016년 8월 11일 전체회의를 열어 주시청시간대 보도 프로그램의 편성비율이 42%을 넘어서면 방송사 재승인 심사 때 감점을 받게 하는 내용을 담은 '2016년도 방송평가 세부기준 개정안'을 의결했다[10].

개정안에서는 '주시청시간대 편성 평가' 영역에 '보도 분야'가 신설됐다. 지상파와 종편의 주시청시간대(평일 오후 7~11시, 토·일·공휴일 오후 6~11시) 보도 프로그램 방송시간 비율이 42%를 넘기면 초과 비율에 따라 감점을 주기로 했다. 또 지금까지는 지상파의 경우에만 주시청시간대 오락 프로그램 편성 비율이 60%를 넘기면 감점했으나 이를 종편에도 적용하기로 했다. 방송평가에서 총점은 지상파가 900점, 종편은 700점이다. 이 중 '주시청시간대 편성 평가' 영역에서는 지상파에 60점, 종편에 45점이 배정됐다[10].

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제

방송에서의 편성은 시청자를 최대한 확보하기 위한 전술적 방법인 동시에 채널의 정체성을 확립하면서 시청자들에게 어떠한 채널인지 이미지를 각인시켜주는 효율적인 방법이다. 따라서 종합편성채널로서의 특성

을 갖고 출발한 종편채널일지라도 나름대로의 편성전략을 통해 특화시킬 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 종편채널들이 어떠한 유형의 프로그램을 어떻게 편성해왔는지를 분석하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제1 : 종편채널은 개국 이후 어떤 편성의 변화를 추구해왔는가?

종편채널들은 유료방송의 다른 채널들이 전문화를 추구하는 것과는 달리 다양한 프로그램을 편성하는 것을 특성으로 한다. 즉 지상파방송과 같은 형태의 종합편성을 하고 있지만 나름대로 특정 유형의 프로그램에 보다 집중하면서 차별화하는 전략을 강구할 것으로 보인다. 이러한 채널 간 차별화는 프로그램 유형별 편성과 더불어 지수화를 통해 분석이 가능하다. 따라서 종편채널의 다양성을 측정하고 이를 이용하여 채널 간 차이를 분석하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제2 : 종편채널 프로그램 편성의 다양성은 개국이후 어떤 변화를 보였는가?

종편채널이 어떤 프로그램을 제공하는지는 프로그램의 다양성을 통해 살펴볼 수 있지만, 이러한 프로그램을 얼마나 편성하는지는 본방비율과 재방비율로 살펴볼 수 있다. 본방 비율이 높다는 것은 그만큼 프로그램에의 투자가 많이 이루어지고 있다는 것을 의미한다. 아울러 재방프로그램이 많다는 것은 그만큼 시청자가 다양한 프로그램을 선택할 수 있는 기회가 줄어든다는 것을 의미하기도 한다. 따라서 다음과 같은 연구문제 3을 설정하였다.

연구문제3 : 종편채널 간 본방비율과 재방비율은 개국이후 어떤 변화를 보였는가?

2. 연구방법

이 연구에서는 앞에서 제시한 연구문제들을 해결하

기 위해 종편채널의 주간편성표를 분석대상으로 한 내용분석방법을 적용하였다.

2.1 분석대상

종편채널은 2011년 12월 1일에 개국하였다. 그러나 개국 초기에는 특집 프로그램을 많이 편성하였고, 또한 시험적인 프로그램을 편성했다. 따라서 본 연구에서는 종편채널이 어느 정도 안정기에 들어섰다고 판단되는 2012년 5월 중하순부터 매년 같은 시기에 어떤 변화를 보였는지를 분석하였다. 즉 2012년부터 2015년까지 매년 5월의 4번째 주에 해당하는 기간을 정하여 편성내용을 분석하였다. 구체적인 분석대상 기간은 2012.5.21-27, 2013.5.20-26, 2014.5.19-25, 2015.5.18-24 등이다. 자료 수집은 종편채널 홈페이지와 네이버 및 다음에서 제공하는 편성표를 통해서 이루어졌다.

2.2 분석유목

종편채널의 편성의 특성을 분석하기 위해서 본 연구에서 채택한 분석유목은 프로그램 유형별 분류기준이다. 프로그램 유형별 분류기준은 연구자마다 약간씩 다르게 사용하고 있다. 그러나 그 동안 일련의 편성관련 연구들이 방송통신위원회(구 방송위원회)의 기준안을 사용하여 변화의 흐름을 측정해왔기 때문에 본 연구에서도 그 유형을 적용하였다. 구체적으로는 프로그램 장르를 뉴스, 시사보도, 다큐멘터리, 생활정보, 토론, 교육 문화예술, 애니메이션, 드라마, 버라이어티쇼, 음악쇼, 퀴즈와 게임쇼, 인포테인먼트, 영화, 코미디, 스포츠 등으로 구분하였다.

2.3 다양성 측정

종편채널들이 얼마나 다양한 프로그램을 편성하고 있는지를 분석하기 위해서 이 연구에서는 Herfindahl Hirshman Index를 적용하였다. 이 지수는 원래 집중의 정도를 측정하는 데 사용되나, 특정한 유형의 프로그램이 집중되어 있는 정도를 다양성으로 재해석하는데 유용한 측정도구이다. 특히 채널 내 프로그램 장르의 다양성을 측정하여, 특정장르가 어느 정도 집중되어 있는지를 분석하는데 자주 쓰이는 지수이다. Herfindahl

Hirshman Index를 구하는 공식은 다음과 같다.

$$HHI = \sum_{i=1}^n K_i^2$$

K_i = 프로그램의 유형별 편성비율(백분율)

다양성을 측정하기 위한 프로그램 유형은 앞에서 제시한 방송통신위원회의 15개의 유형을 분류기준으로 적용하였다. 이 경우 다양성 지수는 0.067에서부터 1.00까지 나타나는데 15개의 프로그램유형이 똑같은 비율로 편성되어 있는 경우 지수의 값은 0.067 되며 하나의 프로그램 유형만 편성되어 있는 경우는 1.00이 된다[11].

이 연구에서는 일주일을 단위로 프로그램이 유형별로 편성되어 있는 정도를 계산하여 백분율을 제곱(square)하고 이를 합하여 채널내의 다양성 지수를 구하였다. 이 때 구한 값이 높으면, 낮은 값에 비해 상대적으로 다양성이 줄어들고 특정 유형의 프로그램을 집중 편성하는 경향이 있는 것을 의미하며 지수의 값이 낮을수록 프로그램이 유형별로 다양하게 편성되어 있음을 뜻한다[12]. 이 연구에서는 다양성에 대한 혼란을 줄이기 위해 다양성 지수를 집중도 지수로 대체하여 표현하고자 한다.

IV. 연구결과

1. 프로그램 유형별 편성현황

종편채널이 편성하는 주요 프로그램 유형은 뉴스, 시사보도, 다큐, 생활정보, 드라마, 버라이어티쇼, 스포츠 등 8개 유형에 집중되어 있는 것으로 나타났다. 이 중에서도 뉴스, 다큐, 드라마, 버라이어티쇼가 주요 편성장르였다. 토론, 애니메이션, 음악쇼, 퀴즈와 게임쇼, 인포테인먼트, 영화, 코미디와 같은 장르는 거의 편성하지 않았다. 따라서 편성 장르가 다양하지 않고, 특정 장르에 편중되어 있음을 알 수 있다.

[표 1]에서 제시한 바와 같이 2012년 종편채널이 등장하였을 때만 해도 비교적 다양한 장르의 프로그램을 편성하였으나, 이후 시간이 지나면서 점차 그 장르의

수가 줄어들었다. 2012년에는 15개의 프로그램 유형 중 12개의 장르를 편성하였으나 2015년에는 8개의 유형으로 축소되었다. 편성하는 프로그램의 유형이 줄었다는 것은 그만큼 시청률이나 비용을 고려하여 특정 장르 편성에 집중했다는 것을 보여준다.

장르별 편성특성을 살펴보면, 뉴스의 경우 MBN을 제외하고, 초기 12~14%대에서 2015년에는 21%~40%대로 확대되었다. 생활정보와 버라이어티도 시간이 지날수록 편성비율이 확대되었다. 그러나 시사보도, 다큐, 드라마와 같은 프로그램은 점차 편성비율이 축소되었다. 이러한 특성은 종편채널 4사에서 동일하게 나타났다. 이는 종편채널이 점차 특정장르에 집중하는 편성형태를 보이고 있다는 사실을 보여주는 결과라 할 수 있다.

표 1. 종편채널의 프로그램유형별 편성비율

| 전체 | TV조선 | | | | MBN | | | |
|---------|------|------|------|------|-------|------|------|------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| 뉴스 | 14.4 | 28.9 | 39.5 | 33.6 | 42.4 | 25.1 | 32.4 | 32.6 |
| 시사보도 | 13.1 | 20.1 | 9.5 | 10.0 | 12.4 | 5.6 | 7.7 | 4.7 |
| 다큐 | 25 | 8.2 | 6.0 | 1.4 | 12.2 | 18.7 | 18.4 | 13.8 |
| 생활정보 | 3.9 | 11.5 | 6.7 | 15.1 | 5.7 | 9.5 | 4.8 | 6.4 |
| 토론 | 0 | 0 | 0.6 | 0 | 0.5 | 0 | 0.7 | 0.7 |
| 교육문화예술 | 0 | 0 | 0 | 2.4 | 0.9 | 0 | 0 | 0 |
| 애니메이션 | 3.9 | 5.1 | 0 | 0 | 0 | 4.0 | 0 | 0 |
| 드라마 | 19.6 | 3.6 | 4.0 | 3.9 | 7.2 | 1.3 | 0.7 | 11.4 |
| 버라이어티쇼 | 12.2 | 31.5 | 38.2 | 32.9 | 6.6 | 17.3 | 26.5 | 25.8 |
| 음악쇼 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 퀴즈와 게임쇼 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 인포테인먼트 | 1.8 | 0 | 0 | 0 | 3.8 | 1.6 | 7.3 | 4.2 |
| 영화 | 3.0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2.0 | 0 | 0 |
| 코미디 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5.5 | 0 | 0 | 0 |
| 스포츠 | 2.9 | 0 | 2.2 | 0.4 | 2.2 | 14.3 | 1.4 | 0 |
| 계(%) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 총시간 | 9120 | 8690 | 8830 | 8570 | 10770 | 7950 | 8470 | 8420 |

| 전체 | JTBC | | | | 채널A | | | |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| 뉴스 | 12.9 | 9.6 | 16.4 | 21.3 | 12.4 | 28.8 | 28.9 | 40.0 |
| 시사보도 | 7.1 | 1.2 | 8.9 | 0 | 17.7 | 20.3 | 18.4 | 11.6 |
| 다큐 | 18.5 | 8.0 | 6.2 | 7.5 | 15.5 | 9.6 | 7.7 | 8.7 |
| 생활정보 | 3.8 | 9.0 | 16.8 | 5.4 | 9.1 | 14.3 | 14.2 | 15.0 |
| 토론 | 0 | 0.6 | 0.6 | 0 | 1.3 | 0 | 1.6 | 1.4 |
| 교육문화예술 | 2.2 | 1.6 | 0 | 0 | 0.6 | 0 | 0 | 0 |
| 애니메이션 | 0 | 0 | 0 | 2.6 | 0 | 0.6 | 0 | 0 |
| 드라마 | 21.5 | 19.8 | 24.1 | 5.2 | 11.5 | 0.6 | 3.3 | 2.9 |
| 버라이어티쇼 | 15.2 | 39.9 | 18.9 | 54.3 | 24.8 | 24.3 | 19.1 | 18.9 |
| 음악쇼 | 2.1 | 4.5 | 1.0 | 2.2 | 0 | 0 | 1.3 | 0 |
| 퀴즈와 게임쇼 | 2.5 | 0 | 1.7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 인포테인먼트 | 1.4 | 4.5 | 0.6 | 0 | 3.1 | 0 | 0 | 0 |
| 영화 | 5.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 코미디 | 7.0 | 0 | 2.0 | 0 | 0.6 | 0 | 2.0 | 0 |
| 스포츠 | 0 | 0.5 | 2.0 | 0.7 | 1.3 | 1.2 | 2.7 | 1.2 |
| 계(%) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 총시간 | 8505 | 9285 | 8620 | 7945 | 8815 | 9740 | 8855 | 8240 |

2. 프로그램 편성의 다양성 분석

종편채널의 프로그램 다양성은 2012년 이후 점차 낮아지는 것으로 나타났다. 장르집중도가 2012년에 .149-.228대에서 2015년에 .227-.353대로 높아져 상대적으로 다양성이 낮아졌다. 종편채널 편성의 다양성 정도가 어느 정도인지를 비교하기 위해 별도로 2015년 지상파방송 4개 채널의 편성의 다양성을 분석한 결과, .148에서 .216의 수준을 보였다(SBS: .216, KBS2: .156, MBC: .155, KBS1: .148). 2015년 종편채널들이 .227에서 .353의 수준을 보였다는 점을 비교해 볼 때, 종편채널의 다양성이 지상파방송에 비해 낮은 수준이라는 것을 알 수 있다. 즉, 종편채널은 지상파방송에 비해 특정 유형의 프로그램을 보다 더 집중 편성하는 경향이 있다는 것이다.

시기적으로 살펴보면, 2012년에는 MBN을 제외한 세 개의 종편채널 모두 낮은 집중도 지수를 보였는데, 다른 년도에 비해 이때가 가장 다양한 편성형태를 보였다. 이후 2013년에는 오히려 MBN을 제외한 세 개의 종편채널 공히 다양성이 낮아졌다. 2014년에는 JTBC와 채널A의 경우 다양성이 높아진 반면 TV조선과 MBN은 전년에 비해 다양성이 낮아졌다. 2015년에는 또 다른 현상을 보였는데, JTBC와 채널A는 전년에 비해 다양성이 높아진 반면 MBN은 비슷한 수준을 유지했고 TV조선은 다양성이 높아졌다.

표 2. 채널별, 연도별 집중도 지수

| 구분 | 2012 | | | 2013 | | |
|------|------|------|------|------|------|------|
| | 평일 | 주말 | 전체 | 평일 | 주말 | 전체 |
| JTBC | .146 | .155 | .149 | .241 | .278 | .227 |
| 채널A | .154 | .200 | .155 | .219 | .276 | .213 |
| TV조선 | .161 | .228 | .159 | .212 | .232 | .248 |
| MBN | .352 | .136 | .228 | .311 | .178 | .163 |

| 구분 | 2014 | | | 2015 | | |
|------|------|------|------|------|------|------|
| | 평일 | 주말 | 전체 | 평일 | 주말 | 전체 |
| JTBC | .162 | .199 | .162 | .337 | .473 | .353 |
| 채널A | .187 | .201 | .183 | .239 | .277 | .228 |
| TV조선 | .281 | .303 | .321 | .251 | .254 | .256 |
| MBN | .248 | .232 | .223 | .239 | .183 | .227 |

채널별로는 MBN의 경우 집중도 지수는 매년 비슷한 수준을 유지하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 TV조선의 경우 2015년에는 전년에 비해 다소 다양성이 높아졌지만, JTBC를 비롯한 3개 채널은 집중도 지수가 시간이 흐를수록 약간씩 높아져 다양성이 낮아지는 것으로 나타났다. 특히 JTBC의 경우 2015년에 집중도 지수가 .353을 보여 매우 낮은 수준의 다양성을 보였다. 즉 JTBC가 2015년에 특정장르에 편성을 집중하는 경향을 보였다는 것을 알 수 있다. 실제로 [표 1]에 따르면 JTBC는 2015년에 버라이어티쇼를 54.3%나 편성하였다.

3. 프로그램 편성의 본방비율 분석

중편채널은 프로그램은 방송초기인 2012년에는 34.3-53.1% 수준의 본방비율을 보였으나, 이후 점차 본방비율을 높여 2015년에는 54.8-66.5% 수준에 달했다. 이는 본방비율을 점차 확대하고, 재방비율을 줄임으로써 시청자들에게 그만큼 새로운 프로그램을 제공했다는 것을 보여준다. 그렇지만 여전히 본방비율이 54.8-66.5% 수준에 불과하다는 것은 그만큼 새로운 프로그램의 개발과 투자가 이뤄지지 않고 있다는 것을 보여준다.

표 3. 채널별, 연도별 본방과 재방 비율

| 구분 | JTBC | | 채널 A | | TV조선 | | MBN | |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 본방 | 재방 | 본방 | 재방 | 본방 | 재방 | 본방 | 재방 |
| 2012 | 43.0 | 57.0 | 34.3 | 65.7 | 45.7 | 54.3 | 53.1 | 46.9 |
| 2013 | 45.5 | 54.5 | 67.6 | 32.4 | 68.4 | 31.6 | 67.7 | 32.3 |
| 2014 | 81.1 | 18.9 | 66.6 | 33.4 | 68.2 | 31.8 | 61.1 | 38.9 |
| 2015 | 66.5 | 33.5 | 59.5 | 40.5 | 59.0 | 51.0 | 54.8 | 45.2 |
| 계(%) | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

채널별 본방비율의 특성을 살펴보면, JTBC는 2012-2013년에는 본방비율이 낮았으나 이후 점차 높아졌다. 그러나 채널A와 TV조선은 2014년까지는 본방비율을 확대하였으나 2015년에는 축소하는 경향이 있었다. MBN도 채널A와 TV조선과 같은 경향을 보였으나 2012년 초기에 상대적으로 다른 중편채널보다는 높은 본방비율을 보였다. 2015년에 TV조선을 제외한 3개 중편채널이 본방비율이 낮아진 이유는 2014년에 재승인 심사가 끝났고, 아울러 경기가 좋지 않아 광고수익이 줄어드는 등의 이유로 새로운 프로그램 개발에 투자할 여력이 부족

했기 때문인 것으로 보인다.

V. 논의

중편채널은 2011-2012년 개국 초에는 인지도가 낮았을 뿐만 아니라 이미 오랜 기간 정착해온 지상파방송과 같은 형태의 종합편성으로 차별화가 이루어지지 않아 매우 낮은 시청률을 보였다. 그러나 중편채널들은 나름대로 특정 유형의 프로그램을 집중편성하면서 차별화를 시도했다. 2012년 개국 초에는 MBN이 뉴스에 중점을 두는 편성을 하였으며, 나머지 중편채널들은 비교적 다양한 프로그램을 고르게 편성하였다. 그러나 이후에는 장르의 수도 줄어들어 특정 장르에 집중하면서, 중편채널이 원래 목표로 내세웠던 프로그램의 다양성 실현과는 거리가 먼 편성을 하였다.

중편채널은 초기의 약속처럼 다양한 프로그램을 편성하지 않고 있다. 아울러 시간이 흐를수록 다양성이 약해지는 특징을 띠고 있다. 특정장르의 유형에 집중하는 형태를 띠고 있고 그 장르도 뉴스와 버라이어티 등 한정적인 장르에 치중하고 있다. 이들 장르의 편성이 40.0%~54.3% 수준에 달하고 있어 사실상 전문편성을 하는 일반 PP와의 차별성이 약해지고 있다. 중편채널이 특정채널에 집중한 이유는 초기에 드라마 등이 시청률이 예상 시청률을 밑돌면서 이들 장르를 편성하지 않는 방식으로 편성전략을 수정한 결과이다. 이른바 제작비 대비 시청률이 높은 프로그램을 집중적으로 편성한 결과라고 할 수 있다.

아울러 본방비율도 높지 않아 시청자들이 선택할 수 있는 프로그램의 다양성이 점차 축소되고 있다. 지상파 방송 3사가 약 80% 수준의 본방비율을 보이고 있다는 점에서[13], 2015년 기준 54.8-66.5% 수준인 중편채널의 본방비율은 매우 낮은 수준이다. 방송에서 재방송은 방송자원의 재활용이라든가 시청하지 못한 시청자에게 시청기회의 제공이라는 측면에서 긍정적인 역할을 하지만, 재방비율이 높다는 것은 시청자가 선택할 수 있는 프로그램 장르가 줄어든다는 것을 의미한다. 아울러 방송사에서 새로운 프로그램 제작을 위해 투자를 하지 않는다는 것을 보여준다. 더 큰 문제는 재방비율이 높

으면, 장기적으로 시청자들로부터 외면당할 수 있는 소지가 크다는 점이다.

현재의 방송환경 하에서 중편채널의 프로그램 유형의 다양화와 본방비율을 높이는 것은 어려운 일이다. 방송광고시장이 점차 축소되고 있어 신규프로그램을 만들어도 그만큼의 수익을 창출하기 어렵다. 프로그램 제작을 위해 별도의 수익을 창출 할 수 있는 구조도 아니다. 이러한 상황에서 방송제작비는 점차 증가하여 향후 프로그램에 투자해야 할 비용은 점차 늘어나고 있다. 따라서 중편채널이 현재보다 다양한 프로그램을 편성할 수 있도록 하기 위해서는 중편채널 스스로가 보다 새로운 아이디어를 통해 시청자에게 호소할 수 있는 다양한 프로그램을 제작하는 방안에 좀 더 많은 노력을 기울여야 한다.

종합편성 채널이 다양한 프로그램을 편성하도록 하기 위해서는 방송 프로그램에 투자했을 때, 더 나은 수익을 올릴 수 있는 구조형성이 필요하다. 종합편성 채널이 다양한 프로그램을 편성할 경우, 그에 따르는 시청률과 광고수익이 보장되지 않는다면, 물리적으로 다양한 편성을 유지하기가 어렵기 때문이다. 따라서 중편채널이 다양한 프로그램을 편성하여 제작할 수 있도록 방송광고시장의 활성화를 위한 정책적 지원을 고려해야 한다. 방송광고의 품목규제 완화 등의 정책적 보완을 통해 방송광고 산업의 활성화를 추진해야 한다.

종합편성 채널이 다양성을 구현하도록 하기 위해서는 정부의 규제 정책에 변화도 필요하다. 방송평가와 방송사업 재승인 과정에서 편성에 대한 다양성 구현 여부를 평가할 필요가 있다. 아울러 재방송비율을 규제하는 제도를 강화하고, 이를 준수하는지를 지속적으로 관리해야 한다. 종합편성 채널의 도입목적이 시청자들에게 다양한 방송 프로그램을 제공하기 위한 것이었고, 방송법의 편성규제의 목적 또한 방송 프로그램의 다양성을 제고하여 시청자의 방송복지에 기여하도록 하기 위한 것이기 때문이다.

참 고 문 헌

- [1] 한진만, “종합편성채널의 실상과 비전,” 관훈저널, 봄호, 통권122호, pp.76-77, 2012.
- [2] 한진만, *한국방송의 이해*, 한울아카데미, 2014.
- [3] 한진만, “텔레비전 편성의 결정 요인,” 커뮤니케이션과학, 제19권, 통권 제21호, pp.31-45, 2002.
- [4] 하주용, “종합편성채널의 초기 성과 분석,” 방송통신연구, 겨울호, 통권 제85호, pp.37-67, 2013.
- [5] 방송통신위원회, *종합편성 및 보도전문 방송채널 사용사업 승인 기본계획*, 2010.
- [6] 하주용, “방송콘텐츠산업 활성화를 위한 종합편성 채널 도입 정책에 관한 연구,” 문화산업연구, 제10권, 제3호, pp.73-98, 2010.
- [7] 최세경, “종합편성채널의 편성전략, 장르의 다양성 그리고 시청 성과,” 방송문화연구, 제24권, 제1호, pp.75-109, 2012.
- [8] 한국프로듀서연합회, “중편 출범 3년에 오염된 방송생태계,” PD저널, 2014.11.20.
- [9] 미디어스, “‘불공정’ 중편... 방통위 평가 “공정성 성실히 이행,” 2014.2.28.
- [10] KBS 인터넷 뉴스, “방통위, 중편들 보도 편성비율 42% 넘기면 감점,” 2016.8.11.
- [11] 한진만, “방송환경 변화와 지상파 텔레비전 편성의 다양성 변화,” 미디어경제와 문화, 겨울호, 제 8-1호, pp.27-43, 2010.
- [12] 한진만, “텔레비전 편성의 다양화 분석,” 방송문화연구논총, 제2집, pp.259-351, 1993.
- [13] 미래창조과학부·방송통신위원회, *2015 방송산업 실태조사 보고서*, 2015.

저 자 소 개

한 진 만(Jinmann Han)

정회원



- 1989년 2월 : 고려대학교 신문방송학과(박사)
- 1984년 3월 ~ 1992년 8월 : 건국대학교 신문방송학과 부교수
- 2007년 11월 ~ 2008년 11월 : 한국방송학회 회장
- 2012년 9월 ~ 2015년 8월 : KBS 이사
- 1992년 8월 ~ 현재 : 강원대학교 신문방송학과 교수
<관심분야> : 방송 내용의 다양성, 방송편성, 지역방송

주 청(Zhoujing)

정회원



- 2011년 : 강원대학교 학사
- 2014년 : 강원대학교 대학원 석사
- 2015년 ~ 현재 : 강원대학교 대학원 박사과정
- <관심분야> : 중국 영상콘텐츠, 방송정책, 방송편성

주 정 민(Chungmin Joo)

정회원



- 2001년 2월 : 고려대학교 신문방송학과(박사)
- 1998년 12월 : 대통령직속 방송개혁위원회 전문위원
- 1993년 10월 : 방송위원회 연구원
- 2002년 8월~현재 : 전남대학교 신문방송학과 교수
<관심분야> : 뉴미디어 기술의 채택 및 확산, 뉴미디어 정책, 뉴미디어 콘텐츠