

지역성 평가척도를 이용한 권역공동제작 프로그램의 성과평가 연구

이부형¹

서울대학교 언론정보학과¹

hiagain0@snu.ac.kr¹

A Study on Assessing the Achievement of Regional Co-produced Television Programmes Using the Locality Measurement Index

Bu Hyoung Lee¹

Dept. of Communication Seoul National Univ.¹

요약

우리나라 지역방송은 방송의 공익성 강화를 위한 방송프로그램의 '지역성 구현'과 규모의 경제를 이루기 위한 '방송시장의 확대'라는 두 가지 지역방송 발전정책을 추진하고 있다. 그 정책실천의 하나로서 인접한 방송권역의 지역방송사(국)들 간에 방송프로그램의 제작과 편성에 있어서 다양한 교류와 협력을 확대해나가는 권역화의 과정이 있다. 그러나 그 결과물인 권역공동제작 방송프로그램에 대한 내용면 그리고 사업면의 평가 및 검증은 아직까지 이루어지지 않았다.

따라서 본 연구에서는 지역방송 간의 제작·편성교류를 통해 제작된 방송프로그램들이 내용면에서 얼마나 이상적인 지역성을 구현하고 있는지, 그리고 사업면에서 얼마나 지역시청자에게 소구력이 있는지를 평가해보고자 한다. 이 평가의 도구로써는 지역 텔레비전 프로그램 별 지역성 지수와 사업성 지수인 방송시청률을 이용한다. 다양한 지역방송프로그램이 얼마나, 어느 정도 지역성과 방송시청률을 담보하고 있는지 평가하기 위한 하나의 평가척도를 제시하고 그에 따라 각 프로그램의 지역성 정도를 구체화하고자 한다.

지역방송의 권역화 과정에서 '이상적인 지역성'의 구현과 '사업적인 안정'의 실현은 상호배타적인 실천과제가 아니라 동시에 균형적으로 추진되어야 할 중요한 목표인 것이다. 따라서 권역화 과정에 나타나고 있는 다양한 방송프로그램들을 이 두 기준에 맞추어 평가하는 것은 지역방송의 공적 가치와 사업적 토대를 동시에 고려해보는 중요한 의미를 가지게 된다.

Key Words : local broadcasting, assessment of programings, localtiy index,
regional joints, localism.

목 차

I. 서 론		
▶ 문제제기	2
▶ 논문구성	2
II. 본 론		
▶ 이론적 논의	2
▶ 연구문제	3
▶ 연구방법	4
▶ 연구결과	6
III. 결 론		9

서론 1. 문제제기 지금의 우리나라 지상파 지역방송¹⁾들은 ‘방송권역화’의 길에 들어서 있다. 인접권역²⁾의 지역방송들은 프로그램 제작과 편성에 있어서의 상호 협력과 교류라는 방송권역화의 실천을 통하여 새로운 지역방송의 위상을 세우려고 한다.

그런 가운데, 지역방송은 이전의 지역제작시스템과는 차별화되는 방송권역화의 실천형인 ‘권역공동제작’ 시스템을 도입하여 인접한 지역방송들과의 교류와 협력을 증대하고 있다. 그러나 이러한 권역공동제작으로써 생산된 방송프로그램들이 얼마나 지역시청자들에게 봉사하고 있는지는 평가되지 못하였다.

따라서 본 연구에서는 지역방송의 권역화, 즉 권역공동으로 제작된 프로그램들이 지역에서 얼마나 성공적인 성과를 거두고 있는지를 평가해보고자 한다. 이를 위하여, 먼저 프로그램의 내용면에서 얼마나 지역방송의 이념지향 - ‘이상적인 지역성’을 구현하

1) 여기서 ‘지역방송’은 중앙(서울)의 지상파 방송네트워크에 수직적으로 통합되어 있는 ‘지역 지상파 방송’을 말하고 있으며, 지역KBS는 직할방송국으로, 지역MBC 및 지역민영방송은 독립방송사로 운영되고 있다.

2) 여기서 인접(방송)권역은 지리적으로 인접한 지역일 뿐만 아니라, 행정적으로도, 문화적으로도 인접한 지역을 말한다. 부산지역의 경우에 인접권역이라 함은 부산, 울산 및 경남전역까지 포괄하는 경남지역권이 된다.

고 있는지를 살펴보고, 사업성과면에서 얼마나 지역시청자 - ‘지역시청률’을 확보하고 있는지를 살펴볼 것이다.

다시 말해, 권역공동제작 프로그램이 ‘이상적인 지역성’을 잘 구현하고 있는지, 그리고 ‘지역시청률’을 충분히 확보하고 있는지를 평가하고, 이 두 결과를 종합한 ‘지역성 평가척도’로써 권역공동제작 시스템의 도입이 지역방송의 발전정책으로서 가지는 의미에 대해 살펴볼 것이다.

2. 논문구성 본 연구의 목표는 지역방송 발전정책의 하나인 지역방송의 지역성 구현 및 시청률 향상을 위한 현실적 실천을 얼마나 그리고 어떻게 전개하고 있는가를 부산지역의 사례를 통하여 살펴보는 데 있다.

이러한 연구목적은 달성하기 위해 ‘이론적 논의’에서는 ‘지역성 평가척도’의 주요요소인 지역성과 시청률의 의미에 대해서 살펴보고, ‘연구문제’에서는 권역프로그램의 성과를 알아보기 위한 연구의 틀을 구체화시킨다. 다음으로 ‘연구방법’에서는 권역 프로그램을 평가하기 위한 측정척도로서 ‘지역성 지수’와 ‘사업성 지수’를 구성하고, ‘연구결과’에서는 조사결과를 분석하여 권역화된 프로그램이 이상적인 지역성을 충분히 구현하고 있는지 또한 지역시청률을 충분히 확보하고 있는지를 종합적으로 살펴본다. 마지막 ‘결론’에서는 연구결과를 토대로 지역방송정책에 대한 연구자의 제언을 덧붙이고자 한다.

본론 1. 이론적 논의 지역방송이 추구해야 할 이상적 이념가치인 ‘지역성’과 현실적 사업방안인 방송시장 확대로서의 ‘권역화’의 의미에 대해 살펴본다.

1-1. 지역방송의 이념지향

지역방송에는 중앙 네트워크의 지방중계방송이 아니라, 지역사회의 균형적 발전과 지역민의 통합과 화합을 위한 공기(公器)로서의 역할이 있다. 이를 위해 지역사회의 정치, 경제, 문화의 계승과 발전을 위

한 방송의 공적 책임을 수행해야 한다(방송위원회, 2003). 이러한 지역방송의 지역공익 이념은 방송에 있어서의 '이상적인 지역성(localism)' 개념에 토대를 둔다.

이상적인 지역성은 '차별'을 극소화시키고 '차이'를 극대화함으로써 구현가능하다. 즉, 중앙과 지방의 차별을 없애고, 지방분권화라는 지역민주주의를 실현하고, 향토문화의 고양을 추구하지만, 중앙 vs. 지방의 이항대립에서 벗어나서 등권성을 지닌 지역전통 및 생활양식으로서의 고유성을 발현하는 것이다(윤석민 외, 2004). 따라서 지역방송의 이념지향인 '이상적인 지역성'은 정치적 지역성인 지역민주주의의 실현, 경제적 지역성인 지역경제의 발전, 사회적 지역성인 지역민 삶의 표출, 그리고 문화적 지역성인 지역문화의 창달로 요약할 수 있다.

1-2. 지역방송의 현황

3대 중앙네트워크 산하의 지역방송은 KBS의 경우 직할국 체제(9방송총국 16방송국)로, MBC의 경우 계열사 체제(19개 지방계열사)로, 그리고 SBS의 경우 가맹사(지역민영방송) 체제(9개 지역민영방송사)로 운영되고 있다(안혜준, 1997; 신태섭 외, 2004).

비록 지역방송이 네트워크에서 권역이라는 안정된 방송시장을 보장받고 있지만, 중앙네트워크로부터 독자적 경영권과 편성권을 확보하지 못하고 있기 때문에(안혜준, 1997; 신태섭 외, 2004), 그 공적 역할인 지역성 이념 제대로 구현하지 못하고 있다.

1-3. 지역방송 발전정책

: 지역성 구현과 방송시장의 확대

이러한 상황에서 방송위원회(2000)는 다음의 3가지 지역방송 발전정책을 제시하였다. 첫째, 지역방송의 시장 경쟁력을 확보하기 위해서는 규모의 경제를 실현해야 한다. 둘째, 불확실성이 높은 지역방송시장의 상황에서 투자에 대한 위험부담을 공유하는 전략이 필요하다. 셋째, 지역 프로그램의 품질에 대한 투자를 통해 지역시청자의 호응을 얻어야 한다.

또한, 방송위원회(2003)는 지역방송의 자율경영 확대와 권역화의 효율적 추진이 필요하다고 지적한다. 방송시장의 확대를 통하여 규모의 경제를 실현하고, 지역방송 간의 공동제작을 통하여 위험부담을 공유하는 동시에, 지역시청자에게 소구력 있는 지역밀착형 프로그램을 제작하도록 제언하고 있다.

1-4. 지역방송 권역화의 의미

현재의 지역방송 권역화는 공동제작 시스템을 기반으로 하고 있다. 이를 통해 지역방송은 시청자상품과 방송상품의 생산·판매에 있어서 시장의 확대 및 규모의 경제를 달성함으로써 수익을 극대화하려고 한다.

안수근 외(2004)의 분류체계와 부산지역3사³⁾의 프로그램 편성표를 참고하여⁴⁾ 지역방송의 프로그램 제작방식을 다음과 같이 나누었다(표 1).

표 1. 지역방송프로그램의 제작시스템

	지역독자 제작	권역공동 제작	네트워크공동 제작	타지역 제작	외부제작
제작 방식	개별 지역방송의 프로그램 독자제작	권역별 동일네트워크 지역방송간의 공동제작 또는 공동재원분담	권역외 동일네트워크 지역방송간의 공동제작 또는 프로그램공유	권역외 동일네트워크 지역방송에서 제작한 프로그램구입	외부제작사의 프로그램구입

본 연구에는 이상의 분류를 참고하여, 이전의 독자 시스템에서 제작된 프로그램들과 권역공동시스템에서 제작된 프로그램들을 서로 비교함으로써 지역방송 권역화의 기대성과를 지역성과 사업성 측면에서 평가해본다.

2. 연구문제

지역공익성 강화를 위한 이상적인 지역성의 구현과 규모의 경제 달성을 위한 지역방송시장의 확대라는 지역방송 발전정책에 따라, 정책실천의 하나로서 인접지역간의 권역화가 이루어지고 있다. 그러나 권역 프로그램에 대한 내용적·사업적

3) 부산지역3사는 부산KBS, 부산MBC, PSB부산방송의 부산 지역 지상파 지역방송사(국)를 일컫는다. 본 연구는 이들 부산지역3사를 중심으로 이루어졌다.

4) 부산지역3사의 텔레비전 프로그램 제작 현황은 2005년11월14일 기준으로 작성되었다.

성과평가가 이루어지지 않은바, 본 연구에서는 그것이 내용면에서 얼마나 지역성을 구현하고 있는지 그리고 사업성과면에서 얼마나 시청자 소구력이 있는지에 대한 평가를 시도해본다.

이러한 연구문제를 해결하기 위하여 권역화의 한 사례인 부산지역3사를 연구대상으로 삼는다. 그리고 그 텔레비전 프로그램을 평가대상으로, 지역시청자(부산지역 대학생)를 평가주체로 하는 조사연구를 실시한다. 그 내용면에서의 평가를 위해 지역성 지수를 이용하고, 사업성과면에서의 평가를 위해 사업성 지수(지역시청률)을 이용한다.

이를 토대로 권역공동제작 프로그램들과 독자제작 프로그램들의 지역성 지수 및 사업성 지수와의 비교 평가를 수행한다.

연구문제

부산지역방송의 권역공동제작 프로그램들과 독자제작 프로그램의 지역성 지수와 평균시청률은 어떻게 나타나는가?

지역방송 권역화의 정책목표인 내용품질의 향상과 사업기대성과의 달성을 실현하고 있는가를 다음의 연구가설로서 검증해본다.

연구가설. 권역공동제작 프로그램들이 독자제작 프로그램에 비하여 지역성 지수 및 평균 시청률에 있어서 비교우위에 있을 것이다.

이러한 연구문제 및 연구가설을 검증함으로써, 권역화의 정책방향인 권역공동제작이 프로그램의 지역성 제고와 시청률 향상이라는 목표에 얼마만큼 기여하는지를 고찰해볼 수 있다.

3. 연구방법

3-1. 조사방법의 개관

먼저, 지역성 평가척도의 한 구성요소인 지역성 지수를 측정하였다. 이를 위해 부산지역3사 및 그 프로그램에 나타난 지역성 정도를 지역시청자(부산지

역 대학생)의 입장에서 얼마만큼 평가하고 있는지를 조사하였다.

설문조사는 2005년11월15~16일, 부산지역 5개 대학(부산대학교, 부경대학교, 동의대학교, 동서대학교, 신라대학교)에서 무작위로 추출된 6개 수업의 356명을 대상으로 하였다. 응답자 중에서 타지역 출신자 및 타지역 거주자 47명을 제외하였는데, 그 이유는 이들이 부산지역방송에 대해 거의 시청경험이 없는 상태에서 내릴지도 모르는 선부른 평가를 배제하여 조사결과의 신뢰도를 높이기 위함이다.

다음으로, 지역성 평가척도의 또 다른 구성요소인 사업성 지수인 지역시청률을 조사하였다. 부산지역의 시청률 자료는 2005년10월31일~11월20일 사이에 부산광역시에서 AC Nielsen Korea이 집계한 시청률 데이터를 활용하여 부산지역3사의 텔레비전 프로그램에 대한 사업성 평가를 실시하였다.

3-2. 지역성 평가지수의 구성

이론적 논의에서 살펴본 바와 같이, 윤석민 외(2004)에 의하면 이상적인 지역성은 다음의 3가지 요소를 담아내고 있어야 한다. 첫째는 지역의 정치·경제적인 측면이고, 둘째는 지역의 사회적인 측면이며, 셋째는 지역의 문화·예술적인 측면이다. 이 같은 3가지 요소가 이상적으로 결합될 때 진정한 지역성은 구현될 수 있는 것이다.

그리고 방송프로그램 내용을 평가하기 위해 필요한 2가지 기본개념을 도입하고자 한다. 강명현 외(2003)는 지역방송이 주최하고 방송하는 '문화공연 행사'에 대하여 참가자 또는 비참가자의 입장에서 평가할 때, 그 행사내용의 '양(quantity)'과 '질(quality)'이라는 두 차원에서 논의하고 있다. 또한, 김규호(2003)는 문화행사에 대한 방문자의 만족정도를 평가할 때, 프로그램 측면의 평가요소로서 '행사내용의 다양성', '행사내용의 충실성', '행사내용의 흥미도', '전시물의 내용 및 수준', '행사 특성의 반영 정도', 그리고 '행사진행의 짜임새' 등을 들고 있다. 이러한 평가요소들은 프로그램 콘텐츠의 양

(quantity)과 질(quality)이란 개념으로 요약될 수 있는데, 프로그램 콘텐츠에 있어서 ‘양’이라는 속성은 그 내용이 충분한가를 나타낸 것이고, ‘질’이라는 속성은 그 내용이 깊이 있는가를 낸 것이라 하겠다.

방송프로그램에서 담아내고 있는 지역성의 정도를 지역시청자 입장에서 평가하기 위하여 이상에서 살펴 본 두 가지 평가항목 - 이상적인 지역성의 3요소와 방송콘텐츠의 2요소를 결합한 측정값으로써 하나의 지역성 평가지수를 구성한다(표 2).

표 2. 지역방송프로그램의 지역성 지수의 측정요소

평가항목	방송콘텐츠의 양적 측면 : 충분한가?	방송콘텐츠의 질적 측면 : 깊이 있는가?
지역 정치·경제 : 정치·경제적 지역문제를 담아내는가?	지역성 요소 1-1.	지역성 요소 1-2.
지역 사회 : 지역민의 삶의 모습을 담아내는가?	지역성 요소 2-1.	지역성 요소 2-2.
지역 문화·예술 : 지역의 문화·예술을 담아내는가?	지역성 요소 3-1.	지역성 요소 3-2.

표 3과 같이 지역성 지수는 ‘이상적인 지역성의 3가지 요소(지역정치·경제, 지역사회, 지역문화·예술) × ‘방송콘텐츠의 2가지 요소(양, 질)’인 6개 평가요소로 구성된다.

먼저, ‘지역성 요소 1-1’은 지역방송이 지역과 관련된 정치·경제적 현안들을 충분히 다루고 있는가를, ‘지역성 요소 1-2’는 정치·경제적 현안들을 깊이 있게 다루고 있는가를 평가한다. 다음으로, ‘지역성 요소 2-1’은 지역방송이 지역 사람들의 삶의 모습을 충분히 다루고 있는가를, ‘지역성 요소 2-2’는 지역 사람들의 삶의 모습을 깊이 있게 다루고 있는가를 평가한다. 마지막으로, ‘지역성 요소 3-1’은 지역방송이 지역의 문화·예술을 주제와 소재로써 충분히 다루고 있는가를, ‘지역성 요소 3-2’는 지역의 문화·예술을 주제와 소재로써 깊이 있게 다루고 있는가를 측정한다.

그리고 측정방법은 평가주체인 지역시청자가 각 평가문항에 따라 특정 방송프로그램에 대해 느낀 감정을 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘그저 그렇다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’의 5점 척도(리커트 형)로써

나타낼 수 있도록 한다.

3-3. 사업성 평가지수의 구성

방송시장에서의 주거래 품목은 ‘방송콘텐츠’뿐만 아니라 ‘시청자 상품’이다. 특히 상업광고를 수익모델로 삼고 있는 광고방송 서비스의 경우, 미디어와 광고주 간의 ‘시청자 상품’의 성공적 거래 여부가 방송사의 사업적 성공을 결정하는 중요한 변인이 된다. 이렇게 볼 때, 지역방송시장에서도 ‘시청자 상품’의 거래 정도에 따라서 그 지역방송의 사업적 성공 정도가 결정된다고 볼 수 있다. Napoli(2003)에 따르면, 거래되는 실제 ‘시청자 상품’의 규모 또는 크기는 거의 측정이 불가능하기 때문에, 시청률 조사회사에 의해 ‘측정된 시청자’ 즉, ‘방송 시청률’이 그 기준이 된다. 결국 시청률 조사회사에서 측정한 방송시청률은 방송시장에서 중요한 거래수단이 되며, 방송의 사업적 성공을 결정하는 중요한 기준이 된다.

따라서 권역 프로그램의 사업성을 평가하기 위해서 ‘지역시청률’ 데이터를 이용할 수 있다. 여기서는 연구의 편의를 위해서 개별 방송프로그램의 방영시간대에 집계한 총 시청률의 평균값인 ‘평균 시청률’을 이용하도록 한다.

3-4. 연구대상 방송프로그램의 선정

다음과 같은 조건에 맞추어 각 방송사(국) 별로 6개 프로그램씩 총 18개 프로그램을 선택하여 평가대상으로 삼았다.

먼저, 저녁시간대의 방송프로그램들을 선택하였는데, 왜냐하면 저녁시간대의 프로그램들은 설문응답자들이 시청했을 가능성이 높은 프로그램들로서, 시청경험이 있는 프로그램들로만 평가대상을 한정지를 경우 그 평가가 용이해지기 때문이다. 단, 부산KBS의 ‘아침마당 노래로 여는 세상’은 주말 아침 편성이기 때문에 어느 정도 시청경험이 있을 것으로 판단되어 평가목록에 포함시켰다.

그리고 방송프로그램에 대한 평가는 응답자들이 시청경험이 있는 프로그램에 한해서만 하도록 명시하

였다. 이들이 시청경험이 없는 프로그램들까지 평가하게 된다면 그 결과는 시청경험을 토대로 해서 나온 직접적인 평가가 아니라 단순히 프로그램 대해 느껴지는 피상적 인상에 의한 것일 가능성이 높다. 만약 이런 방법으로 평가가 진행된다면 결과의 신뢰성이 대단히 떨어질 염려가 있다. 따라서 시청경험이 있는 프로그램들에만 평가를 한정지었다.

다음으로, 프로그램 유형(보도, 교양, 오락)과 제작 시스템 유형(독자제작, 권역공동제작, 네트워크공동제작, 타지역제작)도 적절히 고려하였다. 방송프로그램의 평가결과가 프로그램의 유형에 따라서 좌우되는지도 함께 알아보기 위하여 각 유형별로 방송프로그램들을 적절히 선택하였다. 그리고 본 연구의 목적이 제작시스템별 지역방송프로그램의 비교이기 때문에 제작시스템 유형은 당연히 고려되어야 할 조건이다.

이러한 선택기준에 따라 평가대상이 된 부산지역3사과 그 방송프로그램들은 표 3과 같다.

표 3. 지역성 평가대상 목록

방송사 평가	부산지역방송에 대한 전반적인 평가			
	부산KBS에 대한 평가			
	채널	프로그램 명	제작시스템	유형
프로그램 평가	부산 KBS	KBS뉴스9 부산	지역독자	보도
		TV문화속으로	지역독자	교양
		아침마당 노래로 여는 세상	지역독자	오락
		생생투데이! 사람과 세상	권역공동	교양
		휴먼다큐 현장기록21	권역공동	교양
		우리사이 36.5	권역공동	오락
	부산 MBC	MBC뉴스데스크 부산	지역독자	보도
		APEC 아이라브부산	지역독자	오락
		시네마월드	지역독자	오락
		시사 네트워크 +365	권역공동	보도
		고등어	권역공동	교양
		MBC 영남주부가요열창	권역공동	오락
PSB 부산 방송	PSB뉴스아이	지역독자	보도	
	리얼터치 오늘	지역독자	교양	
	PSB 현장추적 싸이렌	지역독자	교양	
	쏘TV유랑극단	지역독자	오락	
	세상발견 유레카	네트워크공동	오락	
	전국 TOP10 가요쇼	타지역	오락	

4. 연구결과

1-1. 지역성 지수의 산출

평가대상 지역방송사(국) 또는 방송프로그램에 따라 집계된 각 평가항목(표 3)별 지역성 점수들의 내적 일치도를 알아보았다. 즉, 신뢰도 계수 Crombach's α 값을 구하여 각 항목별 평가점수를 하나의 지수화하는 것이 가능한지 검토하였다. 표 4에서 제시한 바와 같이, 평가대상이 된 지역방송사(국) 및 방송프로그램의 Crombach's α 계수는 최고0.906, 최저 0.737이다. 그 모든 계수가 0.6 이상⁵⁾으로 각 항목별 점수 간의 내적 일치도가 높기 때문에 평가척도에는 신뢰도가 있는 것으로 보인다.

표 4. 평가대상의 평가항목별 신뢰도 분석

평가대상	통계량			신뢰도 통계량	
	사례수	평균	표준편차	항목수	크롬바 α
부산지역방송	286	2.863	0.605	6	.816
부산KBS	271	2.755	0.616	6	.844
부산MBC	268	2.848	0.606	6	.835
PSB부산방송	272	3.140	0.696	6	.847
KBS뉴스9 부산	235	2.847	0.585	6	.840
생생투데이! 사람과 세상	142	2.991	0.614	6	.820
휴먼다큐 현장기록21	117	3.004	0.585	6	.823
TV 문화속으로	127	2.949	0.558	6	.784
우리사이 36.5	103	2.835	0.521	6	.799
아침마당 노래로 여는 세상	128	2.624	0.613	6	.815
MBC뉴스데스크	222	2.934	0.610	6	.846
MBC영남주부가요열창	166	2.480	0.656	6	.813
APEC! 아이라브부산	123	2.982	0.668	6	.862
시네마월드	182	2.311	0.722	6	.851
시사네트워크+365	91	2.828	0.539	6	.737
고등어	136	2.656	0.751	6	.906
PSB뉴스아이	181	3.063	0.637	6	.871
리얼터치 오늘	182	3.185	0.682	6	.842
PSB현장추적 싸이렌	110	2.859	0.712	6	.877
쏘TV유랑극단	138	2.646	0.684	6	.825
전국TOP10가요쇼	92	2.351	0.674	6	.828
세상발견 유레카	166	2.834	0.787	6	.878

따라서 각 항목별로 높은 내적 일치도를 보이기 때문에 평가점수를 하나의 종합적인 점수로 묶을 수 있다. 이렇게 하여, 지역성 구성요소별 평가점수를 평균하여 각 평가대상에 대한 종합적인 지역성 지수를 구성할 수 있게 된다.

5) 연구결과에 의하면, 탐색적인 연구 분야에서는 크롬바 α 계수가 0.6 이상이면 충분하고, 기초연구 분야에서는 0.8, 그리고 중요한 결정이 요구되는 응용연구 분야에서는 0.9 이상이어야 한다는 주장이 있다. 일반적인 사회과학의 분석수준에서 크롬바 α 계수가 0.6이상이면 측정도구의 신뢰도에는 별 문제가 없는 것으로 알려져 있다(노형진, 2005).

1-2. 연구문제의 분석결과 및 논의

지역방송 권역화의 목표인 방송프로그램의 내용품질의 향상과 사업성과의 기대를 달성하고 있는가를 연구가설의 검증을 통해 살펴보았다.

권역공동 프로그램과 지역독자 프로그램을 비교해보면, 제작시스템의 특성에 따라 지역성 지수가 달리 나타나는 것이 아니라 그 프로그램 유형과 성격에 부합하는 부분의 지역성만 나타나고 있다는 것을 알 수 있다. 종합해 보면, 독자제작이든 권역공동제작이든 비교대상이 된 16개 지역프로그램 중에서 PSB부산방송의 '리얼터치 오늘'을 제외한 15개 프로그램이 이상적인 지역성을 제대로 구현하고 있다고 보기 어려웠다. 왜냐하면, 비록 부분적인 요소에서나마 지역성의 구성요소의 특성을 드러내고 있는 것이 없지만 그 지역성 점수가 월등하게 높은 것이 아니었기 때문에 종합적인 지역성 지수는 높게 평가되지 못했다.

조사기간 동안의 부산지역 평균시청률은 4.37%로 보고되는데, 이것을 기준으로 5% 이상⁶⁾의 시청률을 안정적인 사업성에 대한 평가기준으로 삼았다. 이런 기준을 따를 때, 뉴스를 제외한 부산KBS의 '휴먼다큐 현장기록21', '우리사이 36.5', '아침마당 노래로 여는 세상'만이 시청률 5% 이상을 나타내었다. 이들 중에서 '아침마당 노래로 여는 세상'을 제외하고는 모두 권역공동제작 프로그램으로써 권역공동제작 시스템이 어느 정도 시청률 확보에 기여하고 있음을 단적으로 보여주었다. 그러나 이들 프로그램 모두 가벼운 흥미위주의 교양 프로그램이거나 쇼·오락 프로그램이기 때문에 반드시 공동제작의 효과로서 시청률이 향상되었다고는 볼 수 없었다. 돌려 생각해보면, 권역 프로그램들이 오히려 재미 중심의 교양·오락 프

6) 얼마만큼의 시청률을 얻어야 사업적으로 성공적이냐의 기준은 아직까지 마련된 바가 없다. 왜냐하면, 각 방송프로그램마다 시청대상 및 제작조건이 다르기 때문에 절대적인 시청률 기준은 있을 수 없다. 그러나 현실적으로 시청률이 보다 높은 방송프로그램을 낮은 다른 방송프로그램들보다 사업적으로 긍정적인 평가를 내릴 수 있다. 따라서 평균시청률보다 조금 높은 수치인 평균 5%를 기준으로 그 이상을 사업적으로 안정되었다고 가정할 수 있겠다.

그램으로 치워져서 제작기반의 혁신이 아닌 단순한 프로그램 유형특징에 의해 프로그램의 소구력이 향상되지 않았나 의심된다.

1-3. 종합적인 분석

부산지역3사의 18개 지역방송프로그램의 내용평가를 위해 '지역성 지수'를, 사업평가를 위해 '사업성 지수 - 평균시청률' 자료를 이용하였다. 그리고 결과를 종합하여 표 5로 나타내었다.

표 5. 방송프로그램별 지역성 지수 및 평균시청률

평가대상 (제작시스템, 프로그램유형)	지역성지수	지역시청률
KBS뉴스9 부산 (지역독자, 보도)	2.85 n=235	17.66
생생투데이! 사람과 세상 (권역공동, 교양)	2.99 n=142	3.01
휴먼다큐 현장기록21 (권역공동, 교양)	3.00 n=117	7.96
TV 문화속으로 (지역독자, 교양)	2.95 n=127	4.64
우리사이 36.5 (권역공동, 오락)	2.84 n=103	6.63
아침마당 노래로 여는 세상 (지역독자, 오락)	2.62 n=128	7.60
MBC뉴스데스크 부산 (지역독자, 보도)	2.93 n=222	7.46
MBC영남주부가요열창 (권역공동, 오락)	2.48 n=166	7.24
APEC! 아이러브부산 (지역독자, 오락)	2.98 n=123	4.88
시네마월드 (지역독자, 오락)	2.31 n=182	3.11
시사네트워크 +365 (권역공동, 보도)	2.83 n=91	2.37
고등어 (권역공동, 교양)	2.66 n=136	2.29
PSB뉴스아이 (지역독자, 보도)	3.06 n=181	6.97
리얼터치 오늘 (지역독자, 교양)	3.19 n=182	3.47
PSB현장추적 싸이렌 (지역독자, 교양)	2.86 n=110	4.49
썬TV유랑극단 (지역독자, 오락)	2.65 n=138	4.63
전국TOP10 가요쇼 (타지역제작, 오락)	2.35 n=92	2.09
세상발견 유레카 (타권역공동, 오락)	2.83 n=166	2.88

* 주1: 지역성이 있는 경우, one-tailed t-test (p<0.025) ; 평균시청률이 5% 이상
주2: 권역공동제작 프로그램

먼저, 지역방송프로그램의 내용평가 차원에서 '지역성 지수'를 비교해보면, 몇몇 프로그램의 특정 평가항목에서 유의한 지역성 점수를 발견할 수 있었다.

그러나 종합적인 '지역성 지수'를 프로그램 내용평가의 기준으로 삼을 때, PSB부산방송이 독자제작하는 교양 프로그램인 '리얼터치 오늘'에서만 어느 정도의 지역성이 구현되고 있음을 확인할 뿐이었다. 나머지 프로그램들에서는 전반적으로 지역성 지수가 낮거나, 특정 평가항목에서 유의미한 값을 나타내더라도 모든 평가항목을 합산 평균하면 지역성이 나타나는 임계값에 근접하지 못했다.

다음으로, 지역방송프로그램의 사업평가 차원에서 '평균시청률'을 비교해보면, 지역 뉴스를 제외⁷⁾할 때 4개 프로그램에서 5% 이상의 시청률을 보였다. 권역 프로그램들 중에서는 부산KBS의 교양 프로그램인 '휴먼다큐 현장기록21'과 오락 프로그램인 '우리사이 36.5', 부산MBC의 오락 프로그램인 'MBC영남주부가요열창'이 높은 시청률을 보였으며, 지역독자 프로그램들 중에서는 부산KBS의 '아침마당 노래로 여는 세상'이 5% 이상의 시청률을 보였다. 시청률 5% 이상의 프로그램들 중에서 '아침마당 노래로 여는 세상'을 제외하고는 모두 권역공동제작 프로그램이므로 이 결과는 권역공동제작을 통해 어느 정도 방송시청률 확보에 성공하고 있음을 의미한다.

이것만으로는 방송프로그램들 간의 지역성 지수와 사업성 지수의 상대적인 비교평가가 어렵다. 따라서 이를 보완하기 위해 지역성 지수와 사업성 지수의 기준을 확장하였다.

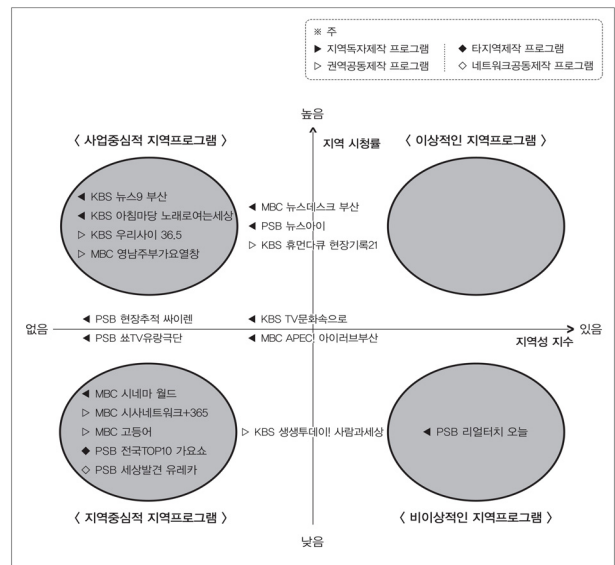
먼저, 지역성 지수는 다음과 같이 3가지로 다시 구분한다. 앞서 구한 t-test 결과를 토대로 하여 지역성 지수가 통계적으로 3점보다 클 때 '지역성이 있는 경우'로, 통계적으로 3점과 다르다고 할 수 없을 때 '지역성이 그저 그런 경우'로, 통계적으로 3점보다 작을 때 '지역성이 없는 경우'로 보았다. 그러나 이상적인 지역성을 나타내는 기준이 지역성 지수 3점 이상이라는 본 연구의 가정에는 변함이 없다. 다만, 이상적인 지역성이 있다고 볼 수는 없지만 3점

이라는 평가기준점에 근접한 프로그램들을 하나로 묶어서 지역성이 나타나지 않는 다른 프로그램들과 구별할 수 있도록 하였다.

다음으로, 지역시청률 또한 다음과 같이 3가지로 다시 구분한다. 앞서 살펴 본 부산지역의 시청률 자료를 평균 5% 이상인 경우, 4~5%인 경우, 4% 미만인 경우의 프로그램들로 구분하였다. 그러나 안정적인 시청률을 나타내는 기준이 평균 5%이상이라는 본 연구의 가정에는 변함이 없다. 다만, 성공적인 시청률이라고 볼 수는 없지만 5%라는 평가기준점에 근접한 프로그램들을 하나로 묶음으로써 시청률이 훨씬 낮은 프로그램과 구별할 수 있도록 하였다.

이러한 재분류를 통해서 확연히 구별되는 4개의 영역으로 나눌 수 있었다(그림 1).

그림 1. 지역방송프로그램의 4분류



이상의 결과를 종합해 볼 때, 지역독자제작 프로그램과 권역공동제작 프로그램 할 것 없이 이상적인 지역성 구현과 안정적인 시청률 확보를 제대로 실천하고 있는 지역 프로그램은 없었다.

그리고 인접권역 지역방송 간의 교류와 협력이라는 권역화 과정에서 탄생한 몇몇 권역공동제작 프로그램들은 지역시청자 확보라는 사업적 성과를 거두고 있었지만, 지역방송의 이념지향인 이상적인 지역성의 구현과는 거리가 있어 보였다.

7) 전국 뉴스에 덧붙는 지역 뉴스의 시청률은 전국 뉴스의 시청률과 같이 집계되기 때문에 지역 뉴스의 순수한 지역 시청률로 볼 수 없다.

결론

인접권역 지역방송 간의 권역화가 진 행되면서 권역공동제작 시스템이 도입 되었고, 그에 함께 일부 권역공동제작 프로그램들에 서 시청률 제고를 통한 지역방송의 사업부분에 개선 이 나타나는 것으로 분석되었다. 그러나 6개 권역공 동제작프로그램 중에서 3개 프로그램에서만 평균 이 상의 시청률을 보일 뿐 나머지 프로그램은 지역시청 자에게 높은 소구력을 보인다고 보기 어려웠다. 그 리고 그 이상적인 지역성 구현 역시도 아직까지는 멀게 느껴지는 과제로 보였다.

즉, 기존의 지역독자제작 시스템과 비교하여 권역공 동제작 시스템의 제작물들이 우수한 지역프로그램으 로서 평가받기는 아직 일러 보인다. 지역방송의 방 송프로그램 품질 향상과 시장 확대라는 목표 아래에 서 탄생한 권역공동제작 시스템 역시 부분적 요소에 서만 이상적인 지역성을 향한 노력과 시청률 제고를 위한 성과만이 나타날 뿐 그 전체적인 맥락에서는 지역방송의 이념지향인 이상적인 지역성 추구하고 사 업지향인 충분한 시청자 확보라는 목표를 달성하기 위해서는 부족한 점이 많았다.

참고문헌

강남준 (2004). 현행 방송평가제 개선연구. 《방송연구》, 겨울호, 33~61.

권중문 (1999). 《다채널·다매체 시대의 지역방송 활성화 방안에 관한 연구: 대구지역 방송(KBS, MBC, TBC)을 중심으로》. 경일대학교 석사학위논문.

김규호 (2003). 문화행사요소가 방문자 만족에 미치는 영향: 2000경주세계문화엑스포를 중심으로. 《관광레저연구》, 15권2호, 한국관광레저학회, 225~237.

김대호 (2002). 방송 권역의 의미와 쟁점에 대한 연구. 《한국언론정보학보》, 통권19호, 65~93.

김석환 (1999). 지역 민방 광역화와 지역방송 활성화 방안. 《지역방송의 과제와 활성화 방안 세미나》, 한국방송학회, 15~32.

_____ (2003). 《디지털 시대의 지역방송 편성》. 서울: 커뮤니케이션북스.

김용호 (2004). 《방송평가론》. 서울: 백년글사랑.

김은정 (2005). 《사회통계》. 서울: 삼성북스.

김응숙 (1999). 지역방송 프로그램의 제작 및 편성과 활성화 방안. 《한국방송학회 세미나 자료집》, 45~62.

노형진 (2005). 《SPSS 12.0에 의한 조사방법 및 통계분석》. 서울: 형설출판사.

문종대 (2004). 《지역언론의 발전과 개혁》. 서울: 커뮤니케이션북스. 《지역방송의 과제와 활성화 방안 세미나》, 한국방송학회, 45~61.

방송위원회 (1994). 《지역방송 발전정책 연구보고서》.

_____ (2000). 《지역방송 발전정책 연구》.

_____ (2003). 《지역방송발전위원회 종합보고서》.

_____ (2004a). 《KI 도입기반 구축연구: 방송평가제 개선연구 최종보고서》.

_____ (2004b). 《KI 도입기반 구축연구: 수용자평가지수 개발연구 최종보고서》.

_____ (2004c). 《2004년 방송산업 실태조사 보고서》.

_____ (2004d). 《텔레비전 프로그램 장르설정 기준에 관한 연구》.

_____ (2005). 《2005년 방송산업 실태조사 보고서》

서울대학교 언론정보연구소, 한국방송공사 (2000). 《국민생활시간대조사 2000》.

손형기 (2002). 《우리나라 지역방송의 산업 구조적 특성에 관한 연구: 지상파방송의 위성을 통한 재전송 사례를 중심으로》. 연세대학교 석사학위논문.

신태섭, 이진로 (2004). 《지역 MBC 발전 방안 연구》. 서울: 커뮤니케이션북스.

안수근, 이준호 (2004). 지역방송 공동제작의 필요성과 방식의 인식에 관한 연구: 부산, 경남지역 방송전문인 면접조사를 중심으로. 《한국방송학보》, 18권2호, 93~133.

안혜준 (1997). 《방송의 지역성 개념 인식에 관한 연구: 지역 방송종사자 및 지역 시청자를 중심으로》, 성균관대학교 석사학위논문.

오두범 (1984). 지방문화와 로컬프로그램. 《방송연구》, 봄호, 156~165.

유승관 (2003). 방송 환경 변화에 따른 다양성 영역에 관한 법제 및 정책연구. 《한국방송학보》, 17권3호, 7~47.

윤석민, 김희진, 윤상길, 문태준 (2004). 방송에서의 이념형적 지역주의와 그 현실적 전개. 《언론과 사회》, 12권2호, 121~156.

이진로 (2004). 지역방송의 지역성 구현과 방송법의 규제 방안. 《한국방송학보》, 18권3호, 643~678.

전국문화방송노동조합 (1998). 《지방문화방송 권역별 광역화 자료집》.

전성진 (2003). 《지역방송 광역화 논의에 대한 비판적 고찰: 지역 MBC 광역화 방안을 중심으로》. 전북대학교 석사학위논문.

조향제 (1998). 지역민방의 프로그램 수급 활성화와 질 제고 방안. 《언론과 정보》, 통권4호, 79~107.

최화웅 (1999). 지역 MBC의 활성화를 위한 또 하나의 제언. 《한국방송학회 세미나 자료집》, 33~44.

Entman, R. M., & Wildman, S. S. (1992). Reconciling economic and non-economic perspective on media policy: Transcending the "marketplace of ideas". *Journal of Communication*, 42(1), 5~19.

Hoskins, C., & McFadyen, S. (1993). Canadian participation in international co-productions and co-ventures in television programming. *Canadian Journal of Communication*, 18(2). 219~236.

McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. Newbury Park, CA: Sage.

Napoli, P. M. (2001). *Foundations of communication policy: Principle and process in the regulation of electronic media*. Cresskill NJ: Hampton Press, Inc. 203~224.

Napoli, P. M. (2003). *Audience economics: Media institutions and the audience marketplace*. NY: Columbia University Press.

Owen, B. M., & Wildman, S. S. (1992). *Video economics*. Cambridge MA: Harvard University Press. 최양수 역 (2004). 《영상경제학》. 서울: 나남.

Stavitsky, A. G. (1994). The changing conception of localism in U.S. public radio. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38(1), 19~33.

Van der Wurff, R., & Van Cuilenburg, J. (2001). Impact of moderate and ruinous competition on diversity: the Dutch television market. *The Journal of Media Economics*, 14(4), 213~229.

Van der Wurff, R. (2004). Program choice of mutichannel broadcasting and diversity of program supply in the Netherlands. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(1), 134~150.