

碩 士 學 位 論 文
指 導 教 授 최 병 수

퍼블릭 액세스 활성화 연구

A research for a public access active

2004년 8월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

컴퓨터신기술학과

인터넷방송 전공

신 진 영

碩 士 學 位 論 文
指導教授 최 병 수

퍼블릭 액세스 활성화 연구

A research for a public access active

위 論文을 工學碩士學位論文으로 提出함

2004년 8월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

컴퓨터신기술학과

인터넷방송 전공

신 진 영

신진영의 工學碩士 學位論文을 認定함.

2004년 8월 일

審査委員長 조 태 병 ⑩

審査委員 최 병 수 ⑩

審査委員 이 향 찬 ⑩

목 차

1. 서 론	1
1.1 문제제기 및 연구의 목적	1
1.2 연구 방법 및 배경	5
2. 대안 미디어 퍼블릭 액세스	6
2.1 퍼블릭 액세스의 개념	9
2.2 퍼블릭 액세스의 필요성	11
3. 대안미디어 퍼블릭 액세스	15
3.1 퍼블릭 액세스의 유형	15
3.1.1 소유구조 액세스	15
3.1.1.1 네덜란드의 참여방송 제도	15
3.1.1.2 스웨덴의 다원적 방송소유 제도	18
3.1.2 제도화된 채널 액세스	20
3.1.2.1 북미지역의 퍼블릭 액세스 채널	22
3.1.2.2 독일의 개방채널	25
3.1.2.3 호주의 커뮤니티 방송	27
3.1.2.4 영국의 시민 미디어	29
4. 국내 퍼블릭 액세스의 현황	32
4.1 공식적인 퍼블릭 액세스 현황	32
4.1.1 KBS의 ‘열린채널’	33
4.1.2 케이블TV의 액세스 프로그램	36
4.1.3 지역 TV방송의 액세스 프로그램	37
4.2 공식적인 채널들의 문제점 및 발전과제	39
4.2.1 법적·제도적 문제점	39
4.2.1.1 액세스 개념의 모호성	40
4.2.1.2 액세스 규정 범위의 국한	41
4.2.1.3 공공채널의 성격과 케이블TV의 강제력	41

4.2.2 운영구조의 개선	42
4.2.2.1 심의주체와 기술장벽	42
4.2.2.2 재정적 안정성 확보	44
4.3 비공식적인 퍼블릭 액세스 현황	45
4.3.1 웃긴대학	47
4.3.2 다시 인사이드	49
4.3.3 CTV	52
5. 퍼블릭 액세스 인터넷 방송 구현	55
5.1 퍼블릭 액세스 채널 구현	56
5.1.1 개발환경	56
5.1.2 설계시 고려사항	57
5.2 설계 및 구성도	58
5.3 프로그램의 진행	60
5.3.1 화면 구성	60
5.3.2 각 메뉴의 기능	64
5.3.2.1 공지 사항	64
5.3.2.2 채보하기	65
5.3.2.3 액세스 채널 소개	66
5.3.2.4 주요 프로그램	66
5.3.2.5 게시판	68
5.3.2.6 시청소감 게시판	68
5.3.2.7 방송일정	70
5.3.2.8 참여하기	71
5.3.2.9 자막방송	72
6. 결론	75
6.1 연구요약 및 제언	75
참고문헌	78
ABSTRACT	80

표 목 차

<표 1> 네덜란드 민간공영방송사의 등급별 회원수와 할당시간	17
<표 2> 각국의 액세스채널 현황(2003년)	21
<표 3> 북미지역의 액세스 채널 현황	23
<표 4> 독일의 방송국 현황	26
<표 5> 호주의 방송국 현황	28
<표 6> 영국의 방송국 현황	30
<표 7> 국내 퍼블릭 액세스의 유형 및 운영구조	33
<표 8> 소프트웨어 환경	57

그림 목차

<그림1> 웃긴대학 홈페이지	47
<그림2> ‘결작 자료실’ 동영상 게시판	48
<그림3> 디시인사이드 홈페이지	50
<그림4> 제품설명 동영상 서비스 게시판 화면	51
<그림5> CTV 홈페이지	52
<그림6> CTV의 동영상 링크 화면	53
<그림7> 전체화면 구성도	58
<그림8> 세부항목 설계도	59
<그림9> 메인화면	61
<그림10> 회원가입 화면	62
<그림11> 로그인화면	62
<그림12> 로그인 접속 화면	63
<그림13> 동영상 서비스 화면	64
<그림14> 공지사항 메뉴	65
<그림15> 체보하기 메뉴	65
<그림16> 액세스채널 소개 메뉴	66
<그림17> 주요프로그램 메뉴	67
<그림18> 주요프로그램 동영상 서비스 화면	67
<그림19> 게시판 메뉴	68
<그림20> 시청소감 게시판 메뉴	69
<그림21> 동영상 크기 조절 화면	69
<그림22> 방송일정 메뉴	70
<그림23> 참여하기 메뉴	72
<그림24> 쌍방향 자막 서비스	73

1. 서 론

1.1 문제제기 및 연구의 목적

오늘날 TV수상기로 쓰이는 브라운관(CRT)이 독일인 브라운에 의해 발명된 것은 1897년으로 지금으로부터 1백년이 넘었다. 방송의 특성상 라디오와 TV의 매체의 보급으로 이후 방송은 발전을 거듭해 왔다.

세계에서 처음으로 방송전파가 발사된 것은 1920년 1월 미국 워싱턴의 아나고스티아 해군비행장으로부터의 군악대 연주방송이었다. 정규 라디오 방송은 같은 해 11월 웨스팅하우스사(社)의 KDKA국(피츠버그)이 개국하여 제29대 하딩 대통령 선거날을 기해 선거결과 속보를 방송하였는데, 이것이 고정 방송국의 시초이다.

사회학자 엘빈토블러의 유명한 저서 '제 3의 물결'에서 예견하였듯이 21세기는 제3의 물결 즉 '정보화 사회'로의 도래로 탈바꿈 되어지고 있다. 현대사회가 다변화 되고 기술이 발달함에 따라 모든 분야 전반에 걸쳐 디지털화가 주류를 이루게 되었다. 이런 변화의 물결에 방송의 경우도 예외 일 수는 없다. 세계 각국은 현재 디지털방송을 준비 중에 있으며, 특히 선진국의 경우 일부 디지털 방송을 시행 중에 있으며, 완벽한 디지털 방송 구축을 위해 계획하고 실천 중에 있다. 실제로 영국에서는 지난 1998년 9월 23일 BBC가 세계 최초로 지상파 디지털 텔레비전 방송을 시작하였으며, 2000년 8월에는 보유채널 7개 전부를 디지털화 하겠다고 발표하여 디지털 방송시대에 따른 발 빠른 대응을 하였다. 미국 역시 1998년 11월 뉴욕, LA, 시카고 등 10대 도시에서 42개의 TV 방송국이 디지털 지상파TV방송을 개시하였으며, 정부가 정해놓은 아날로그방송 종료 시기 2006년에 맞춰 점차 방송지역을 확대 중에 있다. 2002년 10월, 158개 지역에 총 574개의 TV 방송국이 디지털방송을 실시하여 미국 가정의 93%가 시청이 가능한 상황이다.

이런 선진국의 디지털 방송화의 계기는 인터넷 방송, 케이블 TV, 상업

디지털방송 등 다채널, 다매체를 특징으로 하는 방송의 대변혁기를 헤쳐나아 가려는 시도임이 분명하다.

이처럼 기술적으로 방송은 시대의 변화에 따라 새로운 방송의 탄생으로 거듭나고 있다. 하지만 짧지 않은 역사에도 불구하고 방송의 형태는 변하지 않았다. 기존 방송은 거대 방송국이 일률적으로 권한을 독점하고 획일적인 중계로 인해 다변화된 시대를 대변하지 못하는 실정이다. 앞서 말한 인터넷 방송과 케이블TV, 상업 디지털방송 등은 이런 공중파의 문제를 바꾸려는 시도에서 출발하였다고 할 수 있다. 특히 인터넷 방송의 경우 기존 방송에서의 단방향성에서 탈피, 인터넷 방송의 가장 큰 특징인 쌍방향성 방송과 온디맨드 등의 기술은 기존 공중파를 위협할 만한 변화였다. 현대인들의 다변화된 의식과 각각의 뚜렷한 개성을 기존의 공중파는 대변할 수 없었던 반면, 인터넷 방송은 규모와 제작되는 방송은 작았지만 개개인에 맞는 콘텐츠와 방송서비스의 향상으로 대중들의 관심을 모을 수 있었다고 생각된다.

이런 방송의 변혁을 꿈꾸며 인터넷 방송의 시도와 같이 기존공중파에 대항하여 시청자의 입장이던 소수의 사람들이 시청자 참여 즉 시청자의 주권을 주장하며 이른바 대안 미디어 운동을 펼치기 시작하였다. 이를 미디어 액세스 또는 퍼블릭 액세스라는 개념으로 일반대중이 언론표현의 자유를 누리기가 어렵게 된 상황에서 그들의 권리를 보장해 주기위해 등장한 개념이라고 할 수 있다.

현대사회의 공공영역을 상업화, 협소화시키고 시민들의 접근과 참여에 기초해 운영되어야 하는 매체의 보편적, 일상적 측면을 배제하여 정보의 원활한 분배와 공유는 물론이고 사회의 민주적 발전을 저해 하는 요소에서 비롯되었다고 할 수 있다.

퍼블릭 액세스는 60년대 말 캐나다 NFB (National film board of Canada : 영화진흥기구) 의 '변화를 위한 도전' 프로젝트에 그 역사적 기원을 두고 있다. 이 프로젝트는 "가난에 대한 전쟁"이라는 슬로건 하에 진행되던 정부 정책의 하나로, 그 초점은 지역 주민들이 자신의 문제해결을 위해 비디오를 사회적 촉매제로 활용함으로써 사회적 변화를 가져오는데 있었

다. 퍼블릭 액세스의 초기 주창자들은 비판적 인식과 사회적 행동을 확장시키는 하나의 방편으로서 시민의 독자적인 미디어 활용이라는 영역에 주목한 것이다. 말하자면, TV 프로그램의 제작활동을 배우는 것은 가장 효과적인 미디어 교육의 과정이었으며 제작과 해독의 기술을 대중적으로 공유하는 과정은 궁극적으로 미디어를 탈 전문화 할 수 있을 것으로 여겨졌다. 그리고 캐나다에서 시작된 이러한 아이디어는 미국에서 보다 전국적이고 조직적인 형태로 표현되었다. 흔히 PEG 액세스 (public, educational and governmental) 로 불리는 미국의 퍼블릭 액세스의 기본 개념은 그리 복잡하지 않다. 유선방송은 지역사회를 대상으로 하는 사업이며, 공적인 공간을 활용해서 케이블을 설치하는 것이 기본전제이다. 따라서 특정 지역에서 사업을 하고자 하는 유선방송 사업자는 사업허가권을 얻는 대가로 그 지역사회의 자치단체에 일정한 사업허가료를 내게 되고, 지역 사회에 대한 봉사의 의무를 지게 된다. 그 결과 지역 시민들은 유선방송 회사, 그리고 지방자치 단체에 대해 다음과 같은 사항을 요구하게 된다. 첫째, 특정 채널을 서비스 가입자가 만든 영상물을 방송할 수 있도록 개방한다. 둘째, 그러한 창작 활동을 보장하기 위해서 각 방송국은 시민들이 활용할 수 있는 일정량의 기재를 반드시 확보해서 소정의 절차를 거쳐서 자유롭게 사용할 수 있도록 한다. 셋째, 그러한 기재를 쉽게 사용하고, 나아가 영상적인 표현을 해낼 수 있도록 일정한 교육기간을 설정하여 창작에 필요한 최소한의 교육 프로그램을 진행하도록 한다. 이러한 세 가지 내용은 그 활동에 있어서 다양한 편차를 보이고 있는 미국 전역의 퍼블릭 액세스 활동에 공통적으로 관철되는 보편적인 사항이다.

한국의 경우도 지난 1999년, 5년 이상 끌어왔던 시청자 주권을 선언한 통합방송법 제정이 완료됨에 따라 2000년 1월 방송위원회가 설립되고, 2월 시행령이 국무회의를 통과하여 3월말부터 시행되고 있다.

이에 통합 방송법 제정에 따른 법령으로 공중파 방송들은 퍼블릭 액세스 채널을 새로이 만들고 시행중에 있다. 하지만 통합방송법이 통과되면서 “시청자 제작 참여 프로그램”이라는 명칭으로 도입된 퍼블릭 액세스 구조는 현재 그 도입 취지에 무색하게 거의 활성화되고 있지 못한 것이 사실이다. 이

러한 상황이 초래된 데에는 정책 수립 시행 기관인 방송위원회의 책임 방기와 관련 방송사업자들인 KBS, 케이블 방송(SO) 등의 활성화 노력 부족, 이 프로그램의 주요 활용 주체인 시민사회단체의 역량 부족, 한국적 상황에 걸맞은 올바른 전략 수립을 위한 각종 연구의 부재 등이 원인으로 지적될 수 있다.

그 동안 수차례의 퍼블릭 액세스 관련 토론회 및 연구가 진행되어 왔으나 국내의 퍼블릭 액세스 활성화를 위한 실질적인 대안을 제시하지 못하였으며, 국내 퍼블릭 액세스 현황도 제대로 파악하고 있지 않은 실정이다.

현재 법적으로는 공중파인 KBS, MBC, SBS와 위성방송, 케이블 채널을 통한 액세스가 보장되어 있으나 지역의 경우는 오히려 법적 강제력은 없으나 시민들의 자발적인 참여와 지역 방송사(지역 MBC, 지역민방)의 협조를 통해 액세스 프로그램이 방송되고 있으며, 대표적인 예로 공중파 방송인 서울방송(SBS)이 99년 '결정! 당신이 주인공'을, 한국방송(KBS)이 2000년 '열린 채널' 등을 액세스 프로그램 형태로 제작·방송했다. 인천방송의 '당신의 채널'도 같은 예다. 그러나 본격적인 형태로는 퍼블릭 액세스 프로그램 전문 방송채널로 지난해 9월 개국한 시민방송(RTV)을 꼽을 수 있다. RTV의 경우 모든 프로그램의 제작에 시민이 참여하는 것을 원칙으로 삼고 있다. RTV를 제외 하고는 실적으로 퍼블릭 액세스 채널의 역할을 충실히 해내지 못하였다.

특히, KBS의 <열린 채널>같은 경우 파행적인 운영으로 문제를 야기하기도 하였다.

현재 시민참여 프로그램은 소수의 방송관계자들 뿐 아니라 일반인들, 다양한 층위에서 국내의 퍼블릭 액세스의 경험들이 만들어지고 있는 시점에서 이제는 이러한 경험을 공유하고 퍼블릭 액세스의 전국적 확산 및 활성화를 위한 실천들을 적극적으로 제시해야 한다.

이에, 본 논문을 통해서 기초조사도 제대로 되고 있지 못한 국내 지역 퍼블릭 액세스 현황을 파악하고, 세계 각국의 퍼블릭 액세스 현황을 검토하여, 이를 바탕으로 지역의 퍼블릭 액세스 활성화 및 정착을 위한 바람직한

발전 방향의 모색을 목적으로 하고자 한다.

1.2 연구 방법 및 배경

본 연구는 퍼블릭 액세스의 주요 연구와 국내의 현황, 세계 각국의 퍼블릭 액세스 성공사례에 초점을 두었다. 퍼블릭 액세스에 관한 문헌이나 연구가 미비한 것을 미루어 볼 때 현황을 알아보고 이를 검토하여 문제점을 파악하고 향후 발전 방향을 제시하고자 하였다.

제 1장은 서론 부분으로 연구를 시작하게 된 배경과 목적에 대해서 언급하고 전체적인 구성에 대해서 기술하였다.

제2장은 퍼블릭 액세스의 시작과 대안 미디어로서의 발전을 현재 문헌과 연구를 검토하여 정리하였으며, 퍼블릭 액세스의 개념과 그 특성, 퍼블릭 액세스의 필요성에 대하여 설명하였다.

제3장은 세계 미디어 선진국의 퍼블릭 액세스 성공사례를 분석하고 기술하였다.

제4장은 퍼블릭 액세스의 문제점을 짚어 보고 이를 국내현황에 비추어 비교 분석하여 향후 발전 방향을 모색하여 해결 방안을 제시하였다.

제5장은 기존의 퍼블릭 액세스 방송을 살펴보고, 보완점을 파악, 이를 수정하여 퍼블릭 액세스 방송을 웹상에 구현하였다.

2. 대안 미디어 퍼블릭 액세스

거대 공중파 방송이 독점적 권력을 가지며 공공영역을 구성하지 못하고 시민참여의 소외를 증가시킴에 따라 이를 극복하기 위한 다양한 측면의 노력이 전개 되어왔다. 즉 일반 시민들의 참여권을 확대하고 대안적인 가치를 표현하는 통로를 확보함과 아울러 기존 미디어에 의해 일반인들의 참여를 모색하는 노력이 지속적으로 진행되어 온 것이다. 대안 미디어는 크게 세 가지로 구분 할 수 있다.

첫째는, ‘대안미디어’에 대한 모색으로, 이는 소유구조나 참여 면에서 기존의 미디어와는 분명한 차별성을 가진 대안적 형태의 미디어를 구축하고자 하는 것 이었다.

둘째는 ‘퍼블릭 액세스’에 대한 논의로, 이는 표현의 자유 차원에서 발현 되어 특히 방송영역의 액세스 프로그램, 액세스 채널에 대한 논의와 실천으로 발전되어 왔다.

셋째는 ‘시민저널리즘’에 대한 논의로, 이는 언론의 보도 및 의제설정 과정에서 시민의 참여를 활성화 한다는 것이다.

위의 세가지 모두 개념적으로 약간씩 다르나 넓은 의미로 볼 때 모두 민주적인 미디어와 일반시민의 참여권 등을 공통적으로 내포하는 의미를 가지고 있다.

이에 본 연구의 주제인 퍼블릭 액세스를 중심으로 고찰해 보고자 한다.

액세스권에 대한 개념은 매스미디어가 점차 대규모화되고 시장논리에 의존함에 따라 소수의 자본가나 권력에 집중되어 언론의 자유, 표현의 자유가 제한되고 있다는 비판에서부터 비롯됐다. 소수의 권력과 자본에 집중된 미디어가 일반 대중의 언론·표현의 자유를 구현하지 못하기에 그들의 권리를 보장해주기 위해 정초된 개념인 것이다. 액세스 개념의 확장의 대표적인 유형으로는 방송미디어 영역에서 보여지고 있는 ‘퍼블릭 액세스(public access)’ 프

로그래를 들 수 있다. 방송채널에 대한 공중의 접근권을 강조하는 퍼블릭 액세스는 시민이 직접 제작한 프로그램을 통해 방송의 참여를 보장하고, 이를 통해 공공적 공간의 형성을 지향한다. 때문에 퍼블릭 액세스 프로그램은 시청자들이 방청객 또는 프로그램에 선택 동원되는 단순한 시청자 참여 프로그램과는 질적 차별성을 갖는다.

미디어 액세스권에 대한 개념을 최초로 제기한 사람은 배런(J. Barron)이다. 배런은 미디어 기술의 발달과 소유집중이 ‘미디어 경영자(media managers)’라는 새로운 계급을 낳게 했으며, 미국의 수정헌법 제1조가 보장하는 표현의 자유는 그들만의 독점물이 되었다고 문제를 제기했다. 여기에는 미디어와 국민은 일체를 이루고 있으며, 언론자유라는 의미에는 국가의 억압상황만 전제되어 있다고 볼 수 있다. 그러나 자본주의가 진전됨에 따라 미디어는 대규모, 독점화 현상을 강하게 나타내었고, 근대사회의 언론자유 의미에서는 결합되어 있던 미디어와 국민이 분리되는 현상이 발생했다. 이에 따라 언론자유는 미디어를 지배하거나 소유하는 소수계층의 자유로 전락하였기에 일반 시민의 언론자유를 보장하는 액세스권을 인정해야 한다고 제기한 것이다.

이같은 맥락에서 배런은 언론자유이론의 사상적 기초가 되어 온 ‘사상의 자유시장’ 이론이 낡고 비현실적인 개념으로 전락했다고 지적한다. 배런은 시민의 미디어 액세스 유형으로 반론권, 의견광고, 독자투고를 제시하면서 경제적으로 의견광고를 이용할 수 없는 사람을 위하여 독자투고란에 의한 공정한 피드백 기회를 강조한다. 그러나 배런의 논의는 매스미디어의 일방향성을 타파하기 위한 노력의 일환이라는 측면에서 긍정성을 갖지만, 일정한 한계를 가지고 있다고 평가된다.

액세스 개념에 대한 적극적인 인식은 새로운 텔레커뮤니케이션 수단의 발전을 주목해 왔던 영국의 파이어스톤(C. Firestone)과 재클린(P. Jacklin)에 의해 강조되었다. 이들은 방송에 대한 시민사회 또는 시민대표자의 액세

스를 오래전부터 주장해 왔다. 그들은 방송에 대한 액세스를 정부가 부여하는 ‘방송국 허가 취득의 액세스’와 ‘방송사의 참여에 대한 액세스’로 구분하고, 양자에 대한 공공의 참여가 보장돼야 한다고 역설했다. 또한 공중과 관련이 있거나 공중이 관심을 가지고 있는 이슈에 대해서는 첫째, 공적인 중요성을 갖는 논쟁적인 이슈에 대한 공정한 커뮤니케이션 보장, 둘째, 모든 시민에게 정치적 대화의 필수불가결한 수단에 대한 동등한 액세스 보장, 셋째, 공중의 주목을 요하며 집합적 의사결정에 관련되는 의제설정 과정의 민주화, 넷째, 공중의 무관심을 해결하기 위한 노력, 다섯째, 정치적 양당제 혹은 다당제의 활성화를 위한 노력의 차원에서 액세스가 보장되어야 한다고 제시했다.

안드라스(S. Andras)와 먼로(P. E. Monroe)는 미국의 미디어 액세스를 그 종류에 따라 소유권 액세스, 제작자 액세스(producer access), 공중통신과 임대 액세스 퍼블릭(public) 액세스, 소비자 액세스(ownership access) 또는 압력집단 액세스(consumer access or pressure group access)의 5가지 유형으로 구분한다. 첫째, 소유권 액세스란 소유권을 다양화하면 할수록 정보자원의 다양화와 풍부화를 이루어 낼 수 있다는 것이다. 둘째, 제작자 액세스는 방송사업자들이 특정의 프로그램을 다루어야 한다는 규제를 말한다.

제작자 액세스는 다시 여러 유형으로 나뉠 수 있는데, 1. 정당이나 후보자에게 동일한 시간과 환경을 제공해야 한다는 정치적 후보자에 의한 액세스(access by political or candidates) 2. 개인적 침해가 발생했을 때 제공하는 조건적 액세스(conditional access) 3. 지역뉴스, 정치적 사안, 공공문화와 교육적 내용을 의무전송하게 하는 의무전송 채널(must-carry channel) 4. 위임정부와 교육채널(mandated government & education channel) 5. 주요 시간대에 방송 액세스를 할 수 있게 하는 주시청시간대 액세스(prime time access) 6. 특정 인종이나 특수집단을 위한 소수집단에 의한 액세스(access by specific group) 등이다. 셋째, 공중통신과 임대 액세스(common carrier and leased access)란 사회적 행위를 위한 중요한 수단에 대해 공정하고 비차별적인 접근을 의미한다. 넷째, 퍼블릭 액세스는 어떤 사람이든지 출연료

없이 자신이 보이고 싶은 재능과 견해를 보장하는 액세스를 말한다. 다섯째, 소비자 액세스 또는 압력집단 액세스는 스스로 일상적 미디어 생활에 나타나는 뉴스나 시트콤, 드라마 등에서 소외되었다고 간주하는 집단에 의해 형성되는 액세스이다.

이상에서 살펴보았듯이 액세스권에 대한 제기는 미디어의 집중과 독점화가 일반 시민의 표현의 자유를 보장하지 못하고 있다는 문제의식에서 비롯되어 시민의 미디어 접근을 확장하고 보장하는 내용으로 발전되어 왔다.

2.1 퍼블릭 액세스의 개념

앞에서도 언급 했듯이 퍼블릭 액세스 채널이란 케이블TV의 채널중 시청자 개인이나 각급 시민 단체가 직접 제작한 프로그램을 내용에 대한 제한 없이 내보내는 공익적 채널을 의미한다. 독일 등 유럽 국가에서 주로 쓰이고 있는 개방채널(open channel)이나 호주나 라틴아메리카에서 주로 등장하고 있는 공동체TV(community television)도 동일한 개념의 연장이다. 퍼블릭 액세스 채널은 미디어 액세스권(right to the access of mass media)에서 근거하는 것이다. 액세스권을 표현의 자유와 관련하여 해석해보면, 채널의 배타적 이용권을 허가 받은 방송사업자에 의해서만이 아니라 대중에게도 방송접근권을 인정해야 한다는 측면이 부각된다. 요컨대 소수계층의 사람들이나 일반인들도 텔레비전이나 라디오 방송을 이용해 자유롭게 의견을 표명할 수 있어야 한다는 것이다.

다른 면에서 액세스권은 시청자의 권리의 연장으로 이해할 수 있다. 시청자가 방송에 참여하는 방법은 크게 보아 정책 형성과 경영과정에 참여하는 것과 방송 프로그램 제작에 참여하는 방법이 있을 수 있다. 프로그램 제작에의 참여는 다시 직접참여와 간접참여로 나눌 수 있다. 직접 참여란 퍼블릭 액세스 유형의 프로그램 제작과정에 참여하여 자율적으로 의사를 개진

하는 것 등을 의미한다. 반면에 간접 참여란 방송 프로그램에 대한 정보제공자, 협조자 혹은 비판자로서 다양한 방식으로 자신의 견해를 표출하는 것을 의미한다. 지상파에 정착되어 있는 음부즈맨 프로그램이 전형적이다. 국제방송협회(BIC)에서는 방송 액세스(access)와 방송 참여(participation)의 차이를 다음과 같이 구분하자고 제안한 적이 있다. 액세스란 “당신이 제안하고 당신이 통제하며 당신 스스로 시스템을 이용하는 것(You apply, you control, you make use of system)”이다. 반면 방송 참여란 “그들이 초대하고 그들이 통제하며 그 시스템이 당신을 이용하는 것(They invite, they control, the system make use of you)”이다.

국내에서는 케이블TV 방송의 출범시기에 한동안 퍼블릭 액세스 채널이 논의된 적은 있으나 현실화되지는 않았다. 최근 위성방송 실시가 임박해 짐에 따라 다시 시민이 직접 제작하고 운영하는 퍼블릭 액세스 채널에 대한 관심이 고조되고 있다. 퍼블릭 액세스 채널이 제도화된다고 했을 때 가장 중요한 것은 시민 일반의 프로그램 제작능력이라고 할 수 있다. 지역 미디어센터가 설립되고 여기서 미디어 교육을 통해 시민방송인들이 양성되어야 한다. 문제는 아직도 퍼블릭 액세스 채널 자체에 대한 보다 광범위한 관심을 촉발시키고, 이를 법적으로 제도화하기 위한 다각도의 모색이 필요한 시기라고 할 수 있겠다.

이런 면에서 퍼블릭 액세스 채널 설립이 가시화 되고 있는 것은 국내 방송 역사에 있어 새로운 차원이 열리는 것이라고 할 수 있다. 요컨대, 시민의 미디어 액세스는 다양한 견해의 보장을 통한 민주적 토론의 장을 개척한다는 점에서 민주주의의 발전을 위한 필수적 전제이며, 부정할 근거가 없는 기본권에 속한다.

서두에 언급한 반론권, 투고, 의견광고, 미디어 평가, 방송의 참여에서부터 시민의 미디어의 소유, 운영 등 자유로운 미디어 접근이라는 액세스 개념이 부각되고 있는 것이다. 미디어 액세스권은 시민이 참여하고 시민이 주체가 되는 권리를 개념화하고 확장한다는 측면에서 시민미디어 구현을 위한 중요한 논리적 틀을 제공한다. 시민이 직접소유, 운영하는 것은 물론 미디어에 대한

시민참여 권리를 통하여 독점화되고 사유화된 미디어를 시민사회의 영역으로 전환시키기 위해서는 적극적인 미디어 액세스권이 요구되는 것이다.

2.2 퍼블릭 액세스의 필요성

1947년 발표된 미국 언론자유위원회¹⁾의 보고서는 ‘언론자유가 위험한가?’라는 질문을 제시하면서 다음의 세 가지 사실 때문에 언론자유는 위험하다고 진단하였다.

첫째는 매스컴의 도구로서 언론의 중요성은 언론의 발전과 함께 크게 높아졌음에도 불구하고, 언론의 발전은 오히려 언론을 통해 의견과 사상을 표현할 수 있는 사람들의 비율을 크게 감소시켰다는 것이다.

둘째는 매스컴의 수단으로서 언론매체를 이용할 수 있는 소수는 사회가 필요로 하는 것에 대해 적절한 서비스를 제공하지 않았다는 것이다.

셋째는 언론기관을 관장하는 사람들은 때때로 사회가 비난하는 관행들에 빠져있다는 것이다. 보고서는 이어 모든 사람에게 가장 중요한 수단이 단지 소수에게만 이용될 수 있을 때, 그리고 그 수단이 사람들이 필요로 하는 정보를 제공하지 않고 소수에 의해서만 사용될 때, 그러한 수단을 사용하는 소수의 자유는 위험하다고 지적한다. 나아가 이 같은 언론자유 위험은 한편으로는 언론 경제구조의 결과이며, 또 다른 한편으로는 현대사회 산업조직의 결과라고 진단한다.

퍼블릭 액세스의 필요성은 50여 년 전 언론자유위원회의 진단이 여전히 유효하며, 나아가 언론자유 위험성이 더욱 커지고 있다는 인식에서 비롯된다. 현대사회에서 미디어는 소유 구조의 집중과 독점 속에서 체계화된 조직으로, 전문화와 객관성이라는 신화로 무장하면서 시민을 생활세계에서 이탈시키고 주체적 삶의 가능성을 지속적으로 약화시켜 왔다는 것이다.

1) 일명 ‘허친슨 위원회’라고 알려져 있으며, 1942년 당시 미 시카고대 총장이던 허친슨을 위원장으로 하고, 언론과 직·간접적으로 관련이 있는 저명한 학자 13명과 외국의 자문위원 4명, 그리고 실행위원 4명이 참가한 가운데 출범 했다.

현대 자본주의 사회에서 미디어는 기업적 성격을 띠게 되며, 이는 시장 경쟁 속에서 경영성과를 증시할 수 밖에 없는 조직으로 나타난다. 이에 따라 미디어 조직은 이윤을 확보하기 위하여 소유의 집중화와 경영다각화 속에서 상업성을 부추겨 왔다. 미디어 기업의 소유 집중 현상은 크게 수평적 집중, 수직적 집중, 기업복합화로 나타났다. 수평적 집중을 통해 미디어의 소유구조가 집중화되었으며, 수직적 집중을 통해 미디어 연관 산업들이 결합되었다. 또한 미디어 모기업을 중심으로 여타의 기업들이 집중되면서 기업복합 혹은 다각기업 현상 역시 촉진되었다. 그 결과 전 지구적 미디어가 출현하면서 정보의 상품화와 미디어의 시장 종속을 확대시키고 있다.

예컨대, 호주 출신의 기업인 루퍼드 머독의 미디어 그룹은 신문, 잡지, 영화, 유선방송, 위성방송 등 언론 전 부문에 걸쳐 전 지구적으로 거미줄 같은 조직망을 건설하여 하나의 미디어 제국을 형성하고 있다. 이와 관련 허만(E. Herman)과 맥체스니(R. McChesney)는 글로벌 미디어의 출현과 발전은 탈 규제, 미디어기업 합병, 미디어시장의 불균등한 발전을 전 지구적으로 확산시키고 있다고 지적한다. 그리고 그 결과 시민적 요구에 부응하는 미디어가 아니라 상품화되고 시장에 종속된 상업모델을 심화시키면서, 민주적 질서에 반하는 오락문화의 범람과 공공영역의 쇠퇴를 가져왔다고 분석한다. 이처럼 자본주의적 구조에 밀착되면서 미디어는 다양성의 확보와 자유로운 의사소통을 위협하는 하나의 체계로 기능하고 있는 것이다.

여기서 미디어의 전문성과 객관성의 신화는 시민과 언론을 분리시키고 진실의 접근을 가로막는 요소로 작용하고 있다. 근대 저널리즘에서 일컫는 객관성이란 첫째, 이념적 목표(ideal goal)이면서 둘째, 저널리즘 실무를 위한 지침(practical guide line)이며 셋째, 저널리즘의 질을 보장해주는 수단 넷째, 저널리스트들의 작업에서 하나의 규범(journalist norm) 다섯째, 뉴스가 제시되는 하나의 형식(form)을 의미한다. 객관성(objectivity)을 ‘사실과 가치의 분리’라고 정의하고 있는 슈드슨(M. Schudson)에 의하면, 객관주의는 1차 세계대전을 거치면서 나타난 언론에 대한 신뢰감의 위기를 과학적으

로 해결하기 위해 적용 발전되었다. 이후 객관주의는 언론보도의 공정, 균형, 중립을 위한 주요한 원리로 작용해 왔다. 그러나 언론의 객관주의 이면에는 모든 사람의 만족을 통한 시장 확대, 심층취재의 부담에서 벗어난 비용절감, 논란의 부담을 우회하는 조직의 안전이 자리하고 있다는 지적이 존재한다. 또한 객관주의의 사실에 대한 강조는 이벤트 중심의 뉴스, 사건성 이슈 중심의 뉴스를 양산해 냄으로써 지배이데올로기의 재생산에 기여한다는 비판과 함께, 미디어의 힘을 선호하는 균형이라는 비판 역시 존재한다.

객관성 문제는 미디어의 전문주의(professionalism)와도 연결된다. 여론의 전문주의는 보다 치밀하고 분석적인 정보를 제공한다는 명분 아래 대다수의 자본주의적 언론이 취하고 있는 가치이다. 그러나 이에 대해 비판적인 사람들은 전문주의가 작업의 본질적 특성을 향상시키기 위한 과정이 아니라 작업에 대한 보다 큰 통제를 갖기 위한 정치적 과정이라고 지적한다.

실러(D. Schiller), 투크만(G. Tuchman), 존슨(T. Johnson)과 같은 미디어 학자들은 언론인들의 전문주의는 첫째, 보다 높은 사회적 지위를 누리기 위한 방편 둘째, 객관주의를 근간으로 하면서 공정하다는 신뢰를 획득하기 위한 후광효과의 전술 셋째, 동료집단 통제와 동료집단 평가를 앞세운 조직적 필요의 산물 넷째, 언론인들의 조직에 대한 종속을 은폐하고 자율성을 과시하기 위한 수단 등의 성격을 갖고 있다고 주장한다.

이처럼 객관성 전문주의의 가치, 그리고 자본주의적 기업체제로 질서화된 현대 사회의 미디어는 '표현의 자유'의 주체가 '시민'이 아니라 '미디어 기업'이 되도록 굴절시켜 왔다. 전통적으로 사상과 표현의 자유는 절대 권력에 대항하는 시민계급의 등장과 함께 발전되었다. 17~18세기 서구 부르주아 혁명의 시기까지만 하더라도 이러한 표현의 자유는 시민의 자유와 일치되었다. 그러나 현대 자본주의 사회에서 이러한 고전적 의미의 표현의 자유는 유명무실하게 되었다. 매스 미디어의 소유주와 저널리스트, 그리고 이에 부응하는 소수의 사람들에게는 표현의 자유가 위력적으로 주어지지만, 객관성과 전문성이라는 장벽이 일반 시민의 접근을 가로막는다. 매스미디어는 더 이상 시민 표현의 수단이 아니라, 지배계급의 이데올로기적 도구이며, 자

본주의적 기업의 이윤추구 기관인 것이다.

현대 자본주의 사회에서 표현의 자유는 매스미디어의 자유로 변질된 것이다.

시민미디어의 모색은 이처럼 주류 미디어가 굴절시킨 표현의 자유를 회복하고자 하는 노력임과 동시에 공공영역의 확장을 통해 의사소통의 합리성을 추구하고자 하는 실천 활동이다. 현대 자본주의 사회의 위기는 환경, 경제, 복지국가, 문화 등의 영역에서 새로운 가치를 제기하고 있다. 구체적으로 지난 1968년의 5월 운동을 기점으로 지역자치운동, 자주관리운동, 반전운동, 페미니즘, 환경운동, 인권운동 등 다양한 분야에서 새로운 가치를 추구하는 운동이 전개되고 있다. 하버마스에 의해 생활세계의 식민화에 대한 저항이라고 정의되는 이들 새로운 운동의 가치를 전달하고 시민의 자유로운 의사소통을 위해 시민미디어의 확산이 요구되고 있는 것이다.

퍼블릭 액세스는 권력과 자본을 중심으로 소유, 운영되면서 시민의 접근에 제한을 가하고 있는 기존 주류 미디어의 장벽을 제거하고 공공영역을 회복하기 위한 활동이다. 또한 환경, 여성, 인권 등 현대 자본주의의 위기를 극복하고자 하는 새로운 가치와 사회적 소외집단의 권익을 옹호하는 새로운 패러다임 미디어를 건설하고자 하는 노력인 것이다.

3. 대안미디어 퍼블릭 액세스

3.1 퍼블릭 액세스의 유형

3.1.1 소유구조 액세스

소유구조 액세스는 시민사회가 미디어의 소유구조와 운영에 직접 참여하는 유형을 의미한다. 이 유형은 제도화된 형태를 보여주고 있으며, 각 국가의 사회문화적 전통과 밀접히 연관되어서 나타나고 있다. 네덜란드의 방송시간 할당제와 스웨덴의 다원적 방송 소유제도가 이의 대표적 유형이라 할 수 있다.

3.1.1.1 네덜란드의 참여방송 제도

네덜란드의 방송은 다원주의에 입각해 시민참여를 제도화하는 문호개방정책(open door policy)을 특징으로 하고 있다. 문호개방정책이란 누구든 일정한 회원을 확보하여 필요한 조건만 갖추면 공영방송의 시간을 할당받도록 하는 것으로, 방송 사용권의 다원화를 보장하고 있는 제도이다. 문호개방정책에서는 각 단체의 회원 수 규모가 중요한 역할을 하고 있어 회원제라고 불리기도 하며, 국민의 지지도에 따라 특정 협회가 배당받는 방송시간의 범위가 달라지기 때문에 ‘방송의회제’라고 지칭되기도 한다. 방송에서 이 같은 다원주의와 문호개방정책이 실현되고 있는 배경에는 ‘필라(pillar)’라고 하는 네덜란드의 독특한 사회문화적 환경이 자리하고 있다. 필라는 네덜란드의 특징적인 사회현상으로서 종교, 이념 등이 같은 사람들을 지칭하는 용어이다. 필라에 기인하는 사회현상을 ‘필라주의’라고 하며, 이는 1870년대부터 형성되기 시작하여 20세기 중반까지 계속 강화되어 온 것으로 파악된다. 필라주의는 종교, 정치, 사상적으로 유사한 성향을 갖는 사람들끼리 교회, 학교, 정당, 전문직종이나 거래협회, 신문, 방송조직 등을 자신들의 입장에

따라 설립하고 운영하는 형태로 구체화되었다. 서로 다른 필라에 속하는 사람들은 생활의 대부분 영역을 해당 필라 속에서 영위하는 특성을 보여준다. 즉, 특정 필라에 속한 사람들은 교육, 경제, 문화 및 여가 활동까지 소속 필라의 사람들끼리 해결하는 것이 일반적이다.

필라주의는 이데올로기가 다원화된 사회적 특성을 갖게 하는 중요한 요인으로 네덜란드는 필라주의에 의해 수직적 다원주의라는 독특한 사회적 특성을 나타내고 있다. 다원주의에 입각한 방송의 문호개방 정책 역시 이러한 필라주의 문화를 반영한 것으로 이해될 수 있다. 네덜란드 방송은 공영방송과 상업방송이라는 이원적 구조로 이루어져 있다. 공영방송 텔레비전은 모두 지상파를 이용하며, ‘네덜란드 1’, ‘네덜란드 2’, ‘네덜란드 3’이라는 3개의 채널로 특화되어 있다. 3개의 공영방송 TV채널은 “one accessible channel and two in-depth channels”이라는 특징으로 구분된다. 먼저 ‘네덜란드 2’ 채널은 특집이나 스포츠 등을 통해 모든 세대들이 접근 가능한 보편적 프로그램을 주로 방송한다. 더불어 타 채널이 쉽게 접근할 수 없는 시청자를 끌어들이고 전체 방송시장의 17%점유를 목표로 하고 있다. 또한 1,3 채널에 참여하지 못하는 다양한 방송사들의 통로역할을 수행한다. ‘네덜란드 1’ 채널은 문화적 내용을 특성으로 하면서 시장점유율 13%를 목표로 하고 있으며, ‘네덜란드 3’ 채널은 진보적이고 사회지향적인 내용을 중심으로 하면서 10%의 시장점유를 목표로 하고 있다.

상업방송은 지상파에서는 허용되지 않으며 대신 케이블방송을 통해서만 허가되고 있다. 1990년부터 시작된 상업방송에는 8개의 TV채널과 10개의 라디오 채널이 존재한다.

네덜란드 공영방송의 특징은 한 방송사가 방송채널 하나를 독점적으로 사용하는 것이 아니라 하나의 방송채널을 여러 방송사가 공동으로 사용한다는 점이다. 즉, 3개의 공영TV채널과 5개의 공영라디오 채널은 단순히 프로그램을 송출하는 기능을 담당하며, 방송 프로그램은 방송시간을 할당 받은 여러 공영방송사들에 의해 제작된다는 것이다. 공영채널을 사용하는 공영방송사들은 크게 국가공영방송사, 민간공영방송사로 구분된다. 국가공영 방송

사는 민간공영방송사들이 다루지 못하는 공익적 프로그램을 담당한다. 그리고 민간공영방송사는 네덜란드 특유의 필라체제에 의해 설립된 방송사들로서 네덜란드의 종교적, 사회적, 사상적 영역을 대표하며, 자신들의 필라에 입각한 문화, 교육, 정보프로그램들을 방송한다. 각 공영방송사들의 프로그램 제작을 위한 시설과 인력지원은 “네덜란드 방송제작공사(NOBB : Nederlands Omroopproductie Bedrijf)”를 통해 이루어진다. 공영방송 프로그램의 70% 이상이 NOBB를 통해 제작되고 있으며, NOBB는 또한 공영방송의 송출을 전담하고 있다. 이처럼 네덜란드에서 공영방송의 채널은 단지 방송 프로그램이 전송되는 통로로만 작용하고 있어서 채널의 특성은 큰 의미가 없다고 볼 수 있다. 따라서 참여방송 제도로서의 공영방송을 이해하기 위해서는 각 사회영역을 대표하며 그들의 참여에 의해 프로그램을 제작하는 공영방송사의 성격을 검토하는 것이 유용하다.

민간 공영방송사들²⁾은 10년에 한 번씩 허가되는데, 허가기간은 5년과 10년이다. 5년의 허가기간이 만료되면 다음 5년 동안 허가기간이 연장된다. 만약 허가기간 중에 허가된 내용과 다른 사항이 있을 경우에는 허가가 취소될 수 있다. 또한 네덜란드의 매체법은 교회단체, 사상단체, 정당 및 정치단체 이외에는 방송시설을 소유하지 못하도록 제한하고 있다. 민간 공영방송사는 각 방송사가 화교하고 있는 회원의 수에 따라 A등급, B등급, C등급, 그리고 임시방송단체로 구분되며, 방송사의 등급에 따라 방송시간이 차등적으로 할당된다.

<표 1> 네덜란드 민간공영방송사의 등급별 회원 수와 할당시간

방송사 등급	기준 회원 수	연간 방송할당 시간 (최소시간)	
		텔레비전	라디오
A 등급	45만 이상	650	3,000
B 등급	30만 ~ 45만	390	1,800
C 등급	15만 ~ 30만	130	600
임시방송단체	6만 이상	65	300

* 출처 : 한국방송광고공사(1995), 네덜란드의 방송광고

2) 민간 공영방송사는 기본적으로 국가 공영방송인 NOS와 별개의 조직으로 자리했다.

방송사의 등급별 할당 방송시간의 비율은 10(A) : 6(B) : 2(C) : 1(임시 방송단체)로 정해져 있으며, 규정된 방송시간은 최소 방송시간을 나타낸다.

민간 공영방송사들은 할당받은 방송시간을 모두 사용해야 하고, 프로그램 편성에서 전적으로 자율권을 보장받지만, 문화, 정보, 교육, 오락 등 종합 편성을 하도록 요구받고 있다. 즉, 방송사들은 할당받은 방송시간에 문화(20%), 교육 및 정보(30%) 프로그램을 포함시켜야 하고, 문화프로그램의 방송시간 중 10%는 예술과 관련된 프로그램을 방송하도록 되어 있다.

그리고 이들 공영방송사들의 재정은 정부에서 지원받는다. 정부가 지원하는 방송재원은 수신료 수입과 방송광고 수입으로 구성된다. 공영방송에 대한 정부지원금은 할당받은 방송시간만큼 이루어진다. 국가 공영방송사인 NOS는 정부로부터 재원을 전액 지원받으며, 국가기간 방송으로 공영방송사들의 편성조정과 합동제작 등을 하기 때문에 방송시간에 따른 지원금 이외에 별도로 지원금을 받는다.

민간 공영방송사들의 재원은 세 가지 방식으로 구성된다. 첫째는 회원들의 회비를 통해 조성하는 것이다. 회원은 방송단체의 회비만 내는 회원과 방송단체에서 발행하는 방송프로그램 가이드의 정기구독자 회원으로 구분된다. 정기구독자 중에서 회원가입을 원하지 않는 경우에는 회원으로 포함시키지 않는다. 두번째는 정부로부터 지급받는 보조금이다. 복지보건문화부 장관은 수신료와 방송광고 수입으로 방송단체들에게 할당받은 방송시간의 양에 따라 보조금을 지원할 수 있는데, 이 보조금은 보통 2/3가 수신료, 나머지는 광고수입으로 구성된다. 세번째 재원조성 방법은 부대사업을 통한 것이다. 여기에는 방송프로그램 가이드의 구독료와 광고 게재료가 포함된다.

3.1.1.2 스웨덴의 다원적 방송소유 제도

스웨덴의 사회적 특성은 강력한 사회민주주의 전통을 유지하고 있다는 것이다. 이러한 전통은 적극적인 국가 및 확장된 복지제도와 관련된다. 사회민주주의적 전통은 스웨덴의 미디어 제도에도 철저하게 적용되면서, 시민들의 미디어 참여를 제도적으로 보장하고 있다. ‘옴부즈맨(ombudsman)제도’³⁾

와 ‘신문평의회(press council)제도’의 근원지인 스웨덴은 1960년대 말부터 ‘신문보조금제도(newspaper subsidy system)’를 도입해 정치적 의견과 여론의 다원성을 추구했다. 이 제도는 표현과 언론의 자유가 실직 적으로 보장되어야 하며, 이를 위해 시장경제의 조건을 평등하게 해야 한다는 취지에서 도입된 것이다.

스웨덴의 방송은 방송시간의 다원화를 통해 시민의 참여를 보장하는 네덜란드와 달리, 공영방송의 소유구조를 다원화함으로써 시민참여의 다원주의를 구현하고 있다. 방송사의 다원적 소유는 스웨덴 최초로 라디오 방송사가 설립되면서부터 정착된 제도이다. 초기에는 방송사의 지분을 방송사업자, 신문기업, 스웨덴 통신사가 각각 1/3을 나누어 가지는 형태였다. 이후 1950년 조직개편을 계기로 사회단체 40%, 신문기업 40%, 상/공기업이 20%를 소유했다. 그리고 1979년의 방송법 개정으로 인해 방송사 구조 및 지분율은 다시 한번 변화했다.

우선 ‘스웨덴 방송공사(SBC : Swedish Broadcasting Corporation)’를 모회사로 하는 가운데 산하에 텔레비전, 전국라디오, 지방라디오, 교육방송의 4개 자회사가 자리하는 형태로 공영방송사의 구조가 재편되었다. 그리고 SBC의 소유구조는 사회대중단체 60%, 신문기업 20%, 상/공기업 20%의 비율로 재조정되었다. 사회대중단체의 비율은 다시 전 노동자의 90%가 가입해 있는 노동조합과 종교단체, 소비단체 등으로 나뉘어진다. 이들 사회단체의 방송사 지분 소유는 조직화된 시민사회의 다양한 목소리를 방송에 반영하는 통로 역할을 수행한다. 또한 신문기업의 20% 주식소유는 교차소유에 의한 미디어 독점과는 다른 의미를 지닌다.

SBC를 모회사로 하고 4개의 자회사가 존재했던 스웨덴의 공영방송 구조는 1993년 또다시 변화를 겪게 된다. SBC가 해체되면서 텔레비전방송사(SVT : Sveriges TV), 라디오방송사(SR : Sveriges Radio), 교육방송사(UR

3) 옴부즈맨이란 일반적으로 공공기관 또는 특정기구에서 관련 업무의 불평과 민원을 접수하고 이를 해결하는 사람을 지칭한다. 이 개념이 제도적으로 도입된 것은 1809년 스웨덴의 행정감시제도부터이다.

: Utbildningsradion)라는 3개의 영역으로 공영방송의 구조가 재편된 것이다. 그리고 각 방송사는 각각의 독립성이 강화되는 가운데 재단에 의해 소유, 운영되고 있다.

이 같은 방송구조의 특징은 대다수의 나라에서 보여지듯 특정 방송사가 TV와 라디오를 공동으로 운영하고 있는 것에 비해, TV와 라디오가 서로 완전히 분리된 독립적인 방송사로 존재한다는 것이다. 스웨덴 공영TV 방송사인 SVT는 4개의 국내채널(SVT1, SVT2, SVT24, SVT Extra)과 1개의 유럽권 채널(SVT Europa)을 보유해, 현재 총 5개의 채널을 운영하고 있다. SVT1과 SVT2는 지상파를 통한 종합편성 채널, SVT24는 지상파뿐만 아니라 위성과 케이블을 통한 24시간 뉴스채널, SVT Europa는 유럽, 북아프리카에 거주하는 스웨덴인을 대상으로 위성을 통해 스웨덴 방송을 내보내는 해외채널이라는 특성을 가지고 있다.

또한 3개의 영역으로 구성된 스웨덴의 공영방송은 비영리기관으로서 광고방송을 하지 못하도록 규정되어 있다. 이에 따라 각사의 재정은 정부가 텔레비전 수상기를 소유한 국민들로부터 거두어 들이는 특별 수신료에 의해 지원된다. SVT의 경우 수신료 60% 지원과 프로그램 판매 등으로 재원을 충당하고 있으며, UR의 재정은 전체 수신료 중 4.7%의 지원과 국가예산의 보조로 충당된다.

3.1.2 제도화된 채널 액세스

독자적인 채널을 확보하여 시민이 직접 제작한 프로그램을 방송하는 채널 액세스 유형은 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 하나는 미디어 정책 차원에서 지상파 방송이나 케이블방송에 ‘액세스 채널’ 등의 이름으로 채널 액세스를 제도화하고 있는 유형이다. 이 유형은 국가적 특수성에 따라 다양한 형태로 나타나는데, 주로 케이블 방송사업자에 대한 의무규정이나 자율규정으로 제도화하고 있음을 볼 수 있다. 또 다른 하나는 공공단체나 미디어 단체에서 스스로 방송사를 만들고 지상파, 위성, 케이블 등과 같은 다양한 형

태의 방송에서 액세스 채널을 확보하는 유형이다.

<표 2> 각국의 액세스채널 현황(2003년)

국가	액세스 채널수	전송수단	전송재원	프로그램 재원	광고, 스폰서 허용 여부
호주	10	UHF(채널6)	본인부담	본인부담	광고 불가 스폰서 허용
벨기에	1	독일참조			불가
브라질	82	케이블			
캐나다	150	케이블	케이블업자, 자율전송	케이블 업자 자율부담	스폰서허용
덴마크	27	UHF 케이블	본인부담 의무전송	정부지원(TV 수신료+ 상업 방송요금)	불가
핀란드	18	UHF 케이블	본인부담 의무전송	자율TV수신료	가능
프랑스	8	UHF	본인부담	본인부담	불가
독일	79	케이블	케이블업자 의무전송	TV수신료 일부	불가
네덜란드	110	케이블	지역사회	본인부담	가능**
이스라엘	9	케이블	지역사회	지역정부	
뉴질랜드	3	UHF	논의 중	개발 중	
노르웨이	New	UHF+ 케이블	정부지원	본인부담	불가
스웨덴	28	케이블	케이블업자 의무전송	본인부담	스폰서 허용
영국	10	케이블 UHF	의무전송	본인부담	가능
미국	약 1,800	케이블 지상파	케이블업자 의무전송/대학	케이블업자에 대한 지역정부 면허세	불가
우루과이	1	케이블			
한국	1	위성방송			

* 출처 : www.openchannel.se/cat/overview.htm

** 수익금이 제작투자로 사용될 경우에 한해 광고 허용

위의 표는 현재 세계 각국에서 보여지고 있는 액세스 채널의 현황을 보

여주고 있다. 이에 의하면, 미국을 비롯해 대부분의 서유럽 국가들과 캐나다, 호주 등에서 액세스 채널이 운영되고 있음을 알 수 있다. 전송은 주로 케이블 방송에 의해 이루어지고 있으며, 미국, 독일, 영국처럼 정책적으로 의무전송을 강제하는 경우와 자발적으로 이루어지는 경우로 나눌 수 있다. 제작관련 비용은 운영자 스스로 해결하는 경우가 대부분이며, TV수신료로 충당하는 경우가 일부 보여 지고 있다. 상업광고는 대개의 경우 허용되지 않고 있지만, 스웨덴, 호주 등과 같이 스폰서가 허용되는 경우, 그리고 네덜란드와 같이 수익금이 제작투자로 사용되어야 한다는 조건 아래에서 광고가 허용되는 경우도 존재한다.

3.1.2.1 북미지역의 퍼블릭 액세스 채널

시장경쟁 모델에 근거한 상업방송 체제를 유지하고 있는 미국의 경우 지역 케이블방송에서 시민 누구라도 자신의 의견을 표현할 수 있는 액세스 채널을 운영토록 하고 있다.

퍼블릭 액세스 채널은 케이블TV 내에 시민영역을 확보하려는 시도로서 1960년대말 미국의 ‘영화진흥기구(NFB : National Film Board of Canada)’를 중심으로 시작되었다. NFB는 ‘가난에 대한 전쟁’이라는 슬로건 하에 진행되던 정부정책의 하나로 ‘변화를 위한 도전’이라는 프로젝트를 수행하였다. 이후 수많은 프로그램이 지역 네트워크를 통해 정기적으로 방송되었으며 그 중에는 10년 이상이나 계속된 프로그램도 있다. 프로그램의 주제는 쓰레기장, 애완동물, 별자리 보기에서 시민자유토론, 배우자 학대문제에 이르기까지 다양하다. 미국의 경우, 액세스 채널의 수와 사용 가능한 장비 및 시설의 규모는 케이블TV 회사와 지역정부 간의 프랜차이즈 협정을 통해 결정된다. 액세스 채널을 이용하고자 하는 사람은 내용에서 제작, 유통에 이르기까지 직접 혹은 공적 도움을 받으며 업무를 수행할 수 있어야 한다. 액세스 채널을 통해 새로운 내용과 형식을 갖는 저비용, 고품질의 프로그램과 전 세계의 미디어 관련 조직 등으로부터 다양한 정보를 방송할 수 있으며,

타 방송사와 유사한 프로그램 뿐 아니라 기존 프로그램 유통체제에서 다루어지지 않는 많은 정보를 활용할 수 있다.

퍼블릭 액세스 방송이 이루어지고 있는 대표적인 국가로는 미국 이외에도 캐나다, 독일과 영국, 스웨덴, 호주 등을 들 수 있다. 그밖에도 라틴아메리카 국가들이나 남아공 등에서도 활발하게 퍼블릭 액세스 방송이 이루어지고 있다. 전송은 주로 케이블TV를 통해 이루어지며 미국과 영국처럼 의무전송(must carry)을 강제하는 경우와 자발적으로 이루어지는 경우로 나눌 수 있다. 제작관련 비용은 운영자 스스로 해결하는 경우와 미국처럼 케이블 프랜차이즈의 대가로 비용을 지불하게 하는 경우 등 다양하다. 대체로 상업광고는 허용되지 않으며 스웨덴 등 일부 국가에서는 스폰서를 허용하는 경우가 있다.

미국에는 현재 약 2,600여 지역 케이블방송사(SO)에서 하나이상의 액세스 채널을 운영하고 있다. 액세스채널의 운영비용은 주로 지역정부와 프랜차이즈 협약을 맺은 케이블TV 사업자가 부담한다. 케이블TV 사업자는 한 개 이상의 비상업적 의무전송채널을 운영하고 제작 장비의 무료 대여 및 지역주민의 교육훈련도 제공해야 한다. 미국의 액세스 채널은 공공, 정부, 교육의 세 가지 유형으로 이루어져 있으며 소도시에는 이 세 영역의 프로그램이 동일한 채널에서 운영되기도 한다.

<표 3> 북미지역의 액세스 채널 현황

국가	액세스 채널수	전송수단	전송재원	프로그램 재원	광고, 스폰서 허용 여부
미국	약 2,600	Cable/ Microwave	사업자 의무전송	케이블 사업자의 지역정부 면허료	불가
캐나다	170	Cable	사업자 자율	케이블 사업자 자율부담	불가

* 출처: <http://www.openchannel.se/cat/overview.htm>

미국케이블 방송에서 공공채널이 법률적으로 분명하게 보장된 것은 1972년 FCC가 비영리 목적의 공공채널을 반드시 두고 이를 위해 최소한의 시설과 장비를 갖추어야 한다는 규칙을 제정하면서부터라 할 수 있다. 이때 규칙은 지역제작과 공공의 접근이라는 개념을 위해 공공(public), 교육(educational), 정부용(governmental) 채널을 두도록 규정하고 있었다. 이어 FCC는 1976년에 모든 케이블방송사에 일괄 적용하던 규칙을 바꾸어 공공채널 설치의무를 3,500가구 이상의 케이블 구독자를 가진 회사에게만 적용한다고 바꾸고, 동시에 4종류의 채널, 즉 공공채널, 정부채널, 교육채널, 임대채널을 반드시 두도록 규정했다.

이와 같은 강제규정들은 70년대 내내 케이블방송사들의 저항을 받으면서 여러 차례 소송을 거쳐 1984년 케이블법에서 대폭적인 규제완화의 방향으로 개정된다. 84년 케이블법이 규제완화의 방향을 택하고 있음에도 불구하고, 액세스 채널 자체는 더욱 강화되고 확대되는 계기를 맞게 된다. 왜냐하면 지방정부의 프랜차이즈 위원회들이 지역사업권 심사에서 공공채널의 시설과 기금조성을 강력하게 요구하고, 또 지역의 시민이나 단체들이 공공채널을 위해 로비할 수 있는 대상이 보다 분명해졌기 때문에 더욱 커다란 영향력을 행사할 수 있게 되었기 때문이다. 미국의 케이블 퍼블릭 액세스 채널은 이제 정보고속도로가 실현되는 과정에서 지역정보센터로서 뿐만 아니라, 종합 미디어 센터와 교육센터로 변화해 가고 있다.

퍼블릭 액세스라는 캐나다의 아이디어는 미국사회에 유입되면서 보다 전국적이고 조직적인 형태로 표현됐다. 사회운동가, 다큐멘터리 제작자, 연구자들의 노력에 의해 퍼블릭 액세스 운동은 70년대 이후 급속도로 확산되었고, 1976년에는 퍼블릭 액세스의 전국적 연합 조직체인 ‘공동체미디어연합(AMC : Alliance for Community Media)’이 결성되었다. 캐나다의 케이블 TV 커뮤니티 채널은 아주 독특한 시스템으로 세계적으로도 가장 성공적인 커뮤니티 방송으로 평가받고 있다. 다양한 삶을 영위하고 있는 개인과 단체에게 자신들의 의견과 관심사를 TV 미디어를 통해 표현할 수 있는 기회를 사업자가 자율적으로 제공하기 때문이다. 캐나다의 커뮤니티 채널 정책은

25년 이상 지속되어 왔는데 이 기간 동안 캐나다 케이블TV 산업은 가입자수와 수익 면에서 비약적으로 성장했다. 캐나다에서는 1997년 집계에 의하면 현재까지 8천여명의 시민과 2천여개의 단체가 235개 액세스 채널을 통해 프로그램을 방송한 것으로 나타났다.

캐나다의 지역공동체 액세스 채널은 미국에 비해 정책적 성격이 강하다. 캐나다의 지역공동체 케이블채널은 CRTC의 사업자가 유료시청료 수입의 10% 이상을 커뮤니티방송에 투자할 것을 권장하는 정책적 권고에 의해 이루어졌다. 또한 설립 당시인 1975년 케이블산업이 초기단계이기 때문에 각 케이블TV 사업자의 실제 이윤과 자금유동성을 고려하여 적절한 정도를 파악하기로 하였다. 그 결과 1985년과 1988년 사이에 케이블TV사업자들이 커뮤니티 방송에 투자한 비용은 기본서비스 수입의 평균 5%정도였고 개별회사의 투자비율은 1.2%~19% 정도였다. 이는 위성 방송 사업이 사업초창기이고 법적 규정자체가 국가의 공공방송과 지역채널에 시청자 제작프로그램이 반영하도록 법적 규정이 되어있기 때문에 법 개정 이전까지 참고할 수 있는 좋은 사례이다.

한편, 미국 케이블 방송 가입자들을 대상으로 실시한 일련의 조사들은 액세스채널에 대한 시청자가 지역적으로 다소 편차는 있지만, 시간이 흐를수록 전반적으로 증가하고 있음을 보여주고 있다. 예컨대, 1986년에는 전체 케이블 가입자 중 액세스 채널을 시청한다는 사람이 19%의 수준에 머물렀지만, 1990년에는 75%, 1996년에는 76%로 확대된 것으로 나타났다. 또한 액세스채널의 가입자들은 지역행사, 지방정부 소식, 지역단체 소식 등에 관한 내용을 주로 시청하는 것으로 조사된 바 있다.

3.1.2.2 독일의 개방채널

독일의 미디어 환경은 히틀러의 중앙집권적 권한에 대한 반동으로 체제화된 지방 분산적인 연방체계의 정치 구조에서 찾아볼 수 있다. 세계 2차

대전이 끝난 후, 연합군측은 방송이 정부의 간섭으로부터 독립할 수 있도록 제도적 장치를 마련하였는데, 방송은 소유와 영향력 행사가 중앙정부의 영향에서 벗어나 자유롭게 공중의 의사를 반영하도록 하였다. 연방헌법 5조는 정보시대의 자유를 보장하며, 프로그램 편성, 제작에 대한 정부의 통제를 금지하고 있었다.

따라서 독일은 연방체제의 구조에 준하여 각 주마다 방송사가 세워졌다. 그러나 국민적 단합과 국가적 대외관계 수행을 위해 전국적 방송이 필요하게 되어 지역방송국은 ARD(독일 라디오 텔레비전 방송 프로그램 공급사)라는 네트워크를 만들었다. 제2의 네트워크 텔레비전 방송인 ZDF(제2 독일 텔레비전)는 주 사이에 협정이 체결되어 1961년에 개국하여 1963년 4월에 방송을 시작하였다. 이 두 개의 방송이 현재 해외방송을 하고 있다. 현재는 유럽공동체위원회가 추진하고 있는 “국경 없는 텔레비전”의 정책 목표에 힘입어 많은 지상파 상업방송이 개국하였고, 케이블, 위성방송도 운영 중에 있다.

<표 4> 독일의 방송국 현황

유 형	운영자 수(1998)	사영 방송국 수	공영 방송국 수
지상파 TV(전국)	16	14	2
지상파 TV(지방)	16	8	8
지상파 라디오(전국)	19	18	1
지상파 라디오(지방)	172	164	8
케이블		약 60여개	1
아날로그 위성방송	37	21	16
디지털 위성방송	2	2	-

*출처: OECD, Communication Outlook 1999.

독일의 개방채널은 세계적으로 독특한 액세스 채널로 인정받고 있는 것으로써 1984년 루트비히하펜에서 시작되었고, 이듬해에 도르트문트와 베를린에도 도입되었으며 현재 40여 개 지역에서 개방채널 활동이 활발히 진행되고 있다. 미국의 개방채널이 시민의 압력에 의해 시작된 것이라면, 독일의

개방채널은 상업방송의 등장을 합리화하기 위한 타협의 산물로서 매체정책에 의해 도입되었다.

오래 전부터 시민방송에 대한 요구는 있었으나 실제로 도입에 대한 구체적인 시도는 케이블망 시스템의 시험이 계기가 되었다. 1974년 2월 기술커뮤니케이션 시스템 구축 위원회가 체신부에 의해 설치되면서 미래 커뮤니케이션에 대한 연구가 시작되었고, 이 위원회에서 보고서를 통해 1975년 광역케이블 시스템의 시범적 실시가 제안되었다. 이 제안이 받아들여져 1978년 5월 당시 11개 주에서 케이블 시험이 결정되었고 이와 더불어 새로운 방송 형태인 개방 채널(Offener Kanal)이 실시되는 기초가 마련되었다.

독일의 개방채널은 긍정적 시각뿐만 아니라 비판적인 의견도 있다. 선착순 원칙으로 인해 현실적으로 필요한 프로그램의 방송이 지연될 경우나 협회나 운영위원회의 개입으로 인해 완전자율이라는 개방채널의 원칙이 지켜지지 않는 경우 등 많은 문제점이 지적된다. 이는 개방채널의 존재근거가 주류 매체에서 소외된 사람들, 예컨대 노약자나 여성들의 목소리를 방송하는 것임에도 불구하고, 선착순의 원칙에 의해 이들이 쉽게 소외될 수 있음을 의미한다. 개방채널에 참여하는 연령층을 보면, 20대와 30대가 참여의 중심이 되고 있어 연령별 참여의 차이가 심한 것을 볼 수 있다. 이러한 문제는 개방채널 편성과 구성을 위해 계획적인 개입이 요구되는 대목이다.

그럼에도 전반적으로 독일의 개방채널은 국가의 지원과 법적, 제도적 보완 등으로 인해 성공한 액세스 채널의 사례로 평가받고 있다. 시청률이나 재정지원의 어려움이 있기는 하나 산업논리가 힘을 얻어가는 현재의 방송현실에서 시민사회의 공론장 역할로서, 시민들의 목소리를 대변하는 통로로서의 기본적인 역할을 담당하고 있다는 평가가 지배적이다.

3.1.2.3 호주의 커뮤니티 방송

호주는 1923년 최초로 상업 라디오 방송을 시작한 이래 현재에는 상업,

국립, 공립 및 특수 방송 등 여러 방송사가 혼재하고 있다. 1928년경부터는 호주 정부가 직접 출연하여 운영하는 방송사 체제를 정비하여 1932년 호주 방송위원회(ABC)를 설립하였다. 1956년에는 국립 및 상업 텔레비전 방송사가 개국하였다. 1974년에는 새로운 형태의 방송사가 생겼는데, 커뮤니티의 이익을 위한 ‘공영방송’이 설립되었다. 이 공영방송은 일반적으로 이해되는 것처럼, 공적 소유로서의 공영방송이 아니라 문맹자들을 위한 방송, 소수민족을 위한 방송, 음악전문 방송 등을 목적으로 면허를 부여받은 방송이었다.

호주는 1998년 현재 5개의 전국 지상파 방송과 50개의 지역 지상파 방송, 6개의 전국 라디오 방송, 296개의 지역 라디오 방송이 방송 중에 있다. 케이블 텔레비전 서비스는 4개가 서비스를 하고 있고 아날로그 위성서비스는 5개가 서비스를 하고 있다. 공공서비스 조직에 의해 운영되는 것은 전국 단위의 지상파 방송이 2개, 전국단위의 라디오 방송과 지역 단위의 라디오 방송이 각각 2개이고, 아날로그 위성방송도 2개가 있다.

<표 5> 호주의 방송국 현황

유 형	운영자 수(1998)	사영 방송국 수	공영 방송국 수
지상파 TV(전국)	5	3	2
지상파 TV(지방)	50 (상업 텔레비전48 +커뮤니티텔레비전8)	50 (사영 TV42 + 커뮤니티 TV8)	0
지상파 라디오(전국)	6	4	2
지상파 라디오(지방)	296 (상업 라디오144 + 커뮤니티 라디오150 + 국영 라디오2)	294 (상업 라디오144 + 커뮤니티 라디오150)	2
케이블	4 (페이TV 제외)	4 (페이TV 제외)	0
아날로그 위성방송	5 (디지털화 추진 중)	3 (디지털화 추진 중)	2 (디지털화 추진 중)
디지털 위성방송	*	*	*

* 출처: OECD, Communication Outlook 1999.

* 1557개의 면허 허가 희망자 있음.

호주는 3개의 방송유관기관이 방송을 규제하고 있다. 호주방송위원회(ABA: Australian Broadcasting Authority)와 전국전송기관협회(NTA: National Transmission Agency), 호주커뮤니케이션위원회(ACA: Australian Communications Authority) 등의 기관이 주파수를 할당, 관리, 허가를 맡고 있다. 호주방송위원회는 프로그램 기준, 허가조건 등을 결정, 변경, 해지하는 업무를 담당하고 있다. 따라서 주파수 할당계획과 허가지역 계획 등을 수립하고 허가료를 징수하며, 프로그램의 관리 감독을 수행한다. 전국전송기관협회는 수상을 대신하여 ABC, SBS 방송을 위해 사용되는 장비 관리를 담당하고 있으며 전송장비의 계획, 설치, 운영, 유지보수의 책임을 맡고 있다. 호주커뮤니케이션위원회는 호주의 텔레커뮤니케이션 규제국의 조합체로서 주파수 대역을 관리하고 전송 허가권을 집행하며, 텔레커뮤니케이션에 있어 소비자의 기술적 문제에 대한 일을 수행한다.

3.1.2.4 영국의 시민 미디어

1950년대 이래 공영방송인 BBC와 민영방송이면서도 양질의 공공서비스 임무를 수행하는 ITV의 2원적 방송체제를 구축해 왔다. 이러한 ‘편안한 과점’ 상태가 깨지면서 공공서비스 방송의 개념이 깨지기 시작한 것은 1982년 채널4가 등장하면서부터이다. 채널4는 ‘Publisher 방송사’라고 표방한 것처럼, 자체 제작 능력이 없이 거의 모든 프로그램을 독립제작사 외주로 방송하였다. 이로부터 규제완화와 시장개방에 따라 방송사의 수적 증가가 일어났다. ITV 방송사 상호간 또는 제작사와의 통합을 통해 인쇄매체와 방송사간의 합병과 같이 방송 분야의 자본집중을 야기시켜 다양성을 제고하는 규정의 필요성이 제기되었다. 이로 인해 영국은 최초로 방송법에 다양성의 요구를 법제화시켰다.

<표 6> 영국의 방송국 현황

유형	운영자수(1998)	사영 방송국 수	공영 방송국 수
지상파 TV(전국)	17	8	2
지상파 TV(지역)	2	2	1
지상파 라디오(전국)	3	3	1
지상파 라디오(지역)	205	64	1
케이블 방송	130	5	-
아날로그 위성방송	173(TV만)	105	-
디지털 위성방송	-	-	-

*출처: OECD, Communication Outlook 1999

영국의 1990년 방송법은 케이블 TV에 대한 액세스 조항을 담고 있지 않다. 1984년 케이블 방송법에 앞서 발표된 정부의 백서에서 이미 그러한 규제를 거부하였다. 액세스를 요구하는 것은 케이블 사업자에게 불공평한 선택을 강요하는 것이며, 사업자에게 위임하는 것이 좋다는 것이다. 1984년 케이블 방송법은 케이블 위원회에게 프랜차이즈 단계에서 사업 신청자의 액세스 프로그램 전송 요구를 고려하였다. 또한 사업 신청자가 제공한 프로그램의 다양성을 고려하도록 하였다. 그러나 이 조항은 1990년 방송법의 규제완화로 사라지게 되었다.

영국은 방송국 소유와 재정상의 다양성을 확보하기 위해 횡적 보조금 제도를 채택하고 있다. 횡적 보조금이란 이전에 ITV사의 공동 프로그램에 있었던 것으로 재정이 넉넉한 지역방송사가 재정이 약한 타 지역 방송사에게 종합방송을 할 수 있도록 자신의 수익 일부를 떼어주는 것을 말한다. 1990년 방송법은 라디오 방송 시장의 다양성을 확보하기 위한 새로운 방법을 열어 놓았다. TV의 경우와 마찬가지로 하나의 전국방송에 대한 기업의 지분 참여 한계를 예시하였다. 지방방송사는 20개까지 소유할 수 있는 관대한 규정을 두었다. 이 차별규정은 1991년 초단파와 중파를 구분하여 방송사의 기

술적 도달범위에 따라 주어지는 평점제도로 발전되었다.

하나의 기업은 지방 방송사의 총 평점 중 최대 15%까지 지분을 소유할 수 있다. 지방 방송사들의 다중적 소유는 기술적 최고 도달범위에 따라 제한된다. 방송사에 대한 자본참여률은 3단계 시스템으로 이루어져 있는데, 자본참여 비율이 20% 미만인 경우는 평가대상에서 제외되고 20-50%는 반점으로, 50% 이상은 온점으로 계상된다.

교차소유 규정에서도 대규모의 변화가 일어났는데, 이는 확실히 규제완화정책과 일치하는 것으로 몇몇의 기업들에 의해 자본집중의 목적으로 이용되고도 있다. 제한 사항은 신문, 방송 또는 TV 시장에서의 이중매체를 소유하는 경우인데, 단지 신문시장에서 20% 이상의 점유율을 가진 때에 한해서이다. 전체 시장의 20% 이상을 점유하고 있는 신문사는 방송사업의 지분을 가질 수 없고 반대로 방송사에 의해서도 이러한 신문사는 인수될 수 없다. 방송사에 대한 참여지분이 20% 이하일 경우에는 시장에서 우위를 차지하고 있는 신문사라도 허용이 된다. 기타의 시장 점유율 제한에서도 보통이 신문사는 일반기업과 똑같이 취급된다.

다양성의 보호를 위한 제2의 보호 장치는 영국의 전형적인 사례로 볼 수 있는데, 기업 간의 결합은 시장에서의 상한선에 도달되지 못했을 때는 ITC와 RA에 의해 파악, 평가되고 금지될 수 있다. 여기서의 주된 사항은 다양성을 해칠 수 있는 위험성이 상당한 정도로 있는가의 여부이다. 이러한 공익성 검증은 감독기관이 미래에 개개의 정황평가에 어려움이 있을 때 2차 규제 장치가 될 수 있다.

4. 국내 퍼블릭 액세스의 현황

4.1 공식적인 퍼블릭 액세스 현황

국내 방송에 액세스 프로그램이 강제된 것은 지난 2000년 새 방송통합법이 발효되면서 부터시민참여의 근거를 확보했다. KBS에 시청자 참여프로그램을 신설하고 케이블TV와 위성방송에 시청자 제작프로그램을 의무화 한 것이다. 나아가 이러한 상황은 미디어에 대한 시민 참여의 인식을 확대했다. 법적 의무가 없는 방송사에서도 시민단체의 요구에 따라 자율적으로 시민참여 프로그램을 편성하고 있는 것이다. 이러한 사례로 마산 MBC 라디오방송과 전주 MBC의 액세스 프로그램을 들 수 있다. 한편으로는 인터넷신문과 지역신문 역시 시민사회 공공영역의 확장 차원에서 발현되어 새로운 저널리즘 관행을 만들어 가고 있다.

그러나 KBS에서 ‘열린채널’이라는 시청자 참여프로그램이 실제 방송되기까지는 1년이 넘는 준비기간이 필요했다. 법적 강제에 의해서는 처음 시도된 것이고 또한 액세스 프로그램에 대한 준비가 아직 미비했던 것이다. 현재, 국내 액세스 프로그램의 현황은 크게 네 부분으로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 공영방송인 KBS에서 보여지는 ‘열린채널’이다. 둘째는 케이블TV에서 보여지는 액세스 프로그램이다. 셋째는 지역 텔레비전 방송의 액세스 프로그램이며 넷째는 라디오방송의 액세스 프로그램이다. 이중 KBS와 케이블TV의 액세스 프로그램은 법적으로 의무화되어 있는 사항이며, 지역 텔레비전 방송과 라디오방송은 방송사가 시민단체의 협력 하에 자발적으로 운영하고 있는 부분이다.

<표 7> 국내 퍼블릭 액세스의 유형 및 운영구조

유형	매체	운영주체	참여구조	강제형태
프로그램 액세스	지상파 TV	KBS (시청자참여프로그램 운영협의회)	액세스프로그램 (시청자참여 프로그램)	법적 강제
		지역방송	액세스프로그램	방송사 자율
	라디오 방송	지역라디오 방송	액세스프로그램 (청취자 참여 프로그램)	방송사 자율 (시민단체 요구)
	케이블 방송	케이블TV사업자	지역채널액세스프로그램(시청자제작 프로그램)	법적의무 (강제사항 아님)
채널 액세스	위성방송	채널사용사업자	액세스채널(시청자 제작프로그램)	위성방송사업자 법적의무

4.1.1 KBS의 ‘열린채널’

통합 방송법은 시민언론단체를 비롯 시민단체와 방송노조 등이 연대하면서 수년간의 정치권 설득과정을 통해 이루어진 결과이다. 시민언론단체와 방송노조는 방송의 독립성과 자율성 확보 등 방송개혁을 위한 통합방송법 제정운동을 벌여왔고, 그 결과 통합방송법은 방송정책권 및 행정권을 갖는 방송위원회의 위상강화, 방송의 편성 및 심의제도 개선, 그리고 시청자권의 신장에 대한 내용을 담게 된 것이다.

시청자의 권리와 관련하여 새 방송법이 제시한 사항에서는 크게 두 가지 점이 주목된다. 첫째 방송발전기금에서 시청자의 프로그램 제작 및 시청자 단체를 직접 지원할 수 있도록 한 것이다.(38조) 둘째는 KBS와 케이블 방송 및 위성방송에 시청자가 직접 제작한 액세스 프로그램이 방영될 수 있도록 근거를 마련한 것이다.(69조, 70조) 특히, KBS의 경우 ‘시청자 참여프로그램’이라는 이름하에 시청자가 직접 제작한 프로그램을 방송하도록 의무화

했다는 것은 주목할 만한 내용이다. 그러나 케이블방송과 위성방송에서는 ‘시청자가 요청할 경우’와 ‘특별한 사유가 없는 한’이라고 규정함으로써 시민 액세스를 강제하지 못한다는 한계점을 남겨놓고 있다.

방송법 시행령은 시청자 참여프로그램이 KBS를 통해 매월 100분 이상 방영토록 하고 있으며, 편성기준을 KBS가 제정토록 규정하고 있다.(51조) 또한 시행령에 따른 방송위원회 규칙은 시청자 참여프로그램의 운영을 KBS의 시청자위원회에서 담당하도록 했으며, 필요에 따라 프로그램 제작비를 지원할 수 있도록 했다. 그리고 방송위원회는 제작비 지원 및 제작 활성화를 위한 시책을 수립, 시행한다고 명시함으로써 향후 문제가 발생할 경우 개입의 여지를 남겨놓았다.(13조)

KBS에 의무화된 시청자 참여프로그램의 타이틀은 시민단체의 요구에 따라 ‘열린채널’로 명명되었다. KBS 1TV를 통해 2001년 5월 5일 첫 방송을 실시한 이후 매주 토요일 오후 30분 분량의 방송이 되는 것으로 편성되어 2003 6월 23일 개편을 통해 매주 목요일 심야시간대로 25분량의 방송으로 재편되어 방송되고 있다.

KBS는 시청자 참여 프로그램이란 시청자(단체 포함)가 직접 기획하고 사전 제작하여 편성을 요청하거나, 기획안을 제출하고 소정의 심사를 통해 제작이 승인되면 방송발전기금 등의 제작비를 지원 받는 조건으로 제작하되, 심의 등 절차를 거쳐 KBS가 편성·방송하는 프로그램을 말한다고 규정하고 있다. 구체적으로 시청자 참여프로그램은 시청자(개인 및 단체)가 직접 기획·제작하는 바, 그 내용과 형식에 제한이 없으며, 심사·선정 및 제작비 지원·관리 등 전반적인 운영은 각계 직능단체와 시민단체 대표로 구성된 KBS 시청자위원회가 담당하여 독립적 성격을 유지하며, 편성과 송출은 KBS가 각각 담당한다는 것이다.

그러나 법적으로 의무화되어 실시된 KBS의 ‘열린채널’은 방영 초기부터 지금까지 시민단체, 방송위원회, KBS의 견해가 서로 엇갈리면서 운영에 있어 문제점을 나타내었다.

책임주체의 모호성에 따라 가장 먼저 부각된 것은 법적책임의 문제이다. 이는 제작은 시청자가 하지만 편성과 송출은 KBS가 담당하기에 발생한 사항이다. 이에 대해 KBS는 편성 및 송출권자가 법적 책임을 면할 수 없다는 자체 유권해석을 들어 만일의 경우 KBS에 부과될 민·형사상의 피해에 대비하기 위해 손해보증보험증권의 문제와 연관되며 열린채널 운영상의 어려움을 낳고 있다.

현재 열린채널의 운영주체는 KBS 시청자위원회 산하의 운영협의회에 주어져 있다. 그러나 운영협의회는 운영업무와 관련하여 행정권에 대한 법적 지위를 보장받지 못했고, 회의 소집도 KBS가 비정기적으로 하고 있으며, 의결규정은 있으나 규정대로 진행하지 못하고 있는 실정이다.

이 문제는 다시 결국 방영 프로그램 선정심의의 최종 권한의 문제로 이어진다. 운영협의회의 실질적 활동이 제대로 보장되어 있지 않은 가운데, 책임문제를 제기하는 KBS의 입장이 강하게 작용하고 있는 것이다. 더구나 운영협의회 9명의 위원 중에는 KBS 직원 및 관련인사가 3명이 포함되어 있으며, 운영위원회의 의결은 1/2 이상의 출석과 출석구성원 2/3 이상의 찬성으로 의결한다고 되어 있다. 이러한 문제를 보여준 경우가 진보네트워드가 제작한 ‘주민등록증을 찢어라’와 인권운동사랑방이 제작한 ‘에바다투쟁 6년’의 불방 사례이다. 이에 대해 시민단체는 액세스 프로그램의 취지를 무색케하는 검열행위라고 반발하는 가운데, 표현의 자유와 평등권의 문제를 제기하며 시위와 헌법소원을 제기하기도 했다.

또한 KBS의 운영지침에서 나타나는 복잡한 절차들과 제작비 정산단계의 문제들 역시 시청자 참여프로그램의 활성화를 가로막는 요소로 나타난다.

프로그램의 원활한 공급문제 역시 열린채널의 운영상에서 풀어나가야 할 과제이다. 열린채널이 시작된 초기 시점부터 프로그램의 수준에 대한 문제가 제기되었고, 실제 첫 회가 방영된 이후 두 달여 동안 후속방송이 나가지 않아 우려의 목소리를 자아내기도 했다. 방송의 질과 책임에 대한 KBS의 입장과 방송에 대한 비전문인들에 의해 제작되는 시청자 참여프로그램의 특

성을 감안하여 운영하여야만 이런 문제점들을 해결 할 수 있다. 열린채널은 통합방송법의 실시 이후 국내 최초로 공영방송에서 실시되고 있는 액세스 프로그램이다. 이는 표현의 자유와 미디어에 대한 시민 액세스를 제기한 시민단체의 부단한 노력의 결과였으며, 나아가 운영과정의 개선 역시 이들에 의해 주도되고 있다. 그러나 열린채널은 시민단체 독자적으로 이루어지는 것이 아니기 때문에 방송행정감독기구인 방송위원회와 편성 주체인 KBS의 전향적 자세 역시 중요하다.

4.1.2 케이블TV의 액세스 프로그램

케이블TV는 다채널과 지역성을 기반으로 하고 있어서 지역주민을 대상으로 한 시민참여의 가능성이 보다 높은 매체라 할 수 있다. 실제로, 미국, 캐나다 등 퍼블릭액세스가 활성화된 나라에서 케이블TV를 통한 액세스 채널 유형이 보편화되어 있는 것은 이 같은 매체적 특성과 무관하지 않다. 1995년 케이블TV가 도입된 이후 국내 케이블TV 산업은 외형적으로 많은 성장을 이루었다. 그러나 이러한 양적 성장에도 불구하고 국내 케이블TV에서 보여지고 있는 시민참여의 수준은 거의 전무한 실정이다. 액세스 채널은 아예 존재하지도 않으며, 액세스 프로그램 역시 몇몇 케이블 방송(SO)에서 실시한 사례가 미미하게 있을 뿐이다. 이처럼 액세스 채널이 미비한 것은 케이블TV에서 액세스 채널과 프로그램을 강제하지 않는 법 규정의 문제가 있기 때문이다. 현재 국내에서 운용중인 공공채널은 K-TV, 아리랑TV, 방송대학TV 3개가 있으며, 이들은 각각 국립영상간행물제작소, 국제방송교류재단, 한국방송통신대학이 운영하고 있다. 때문에 실제적으로 케이블TV에서 시민의 참여가 가능한 것은 케이블 방송(SO)이 직접 운용하는 지역채널이다.

케이블TV에서 시민의 액세스를 담보하기 위해서는 위와 같은 채널 운용 규정이 보다 명확한 개념과 구분으로 개선될 필요가 있다. 방송법이 규정하고 있는 공공채널이란 실질적인 의미에서 정부채널에 해당된다. 그리고 공

공채널에는 정부부문만 포함되는 것이 아니어서 이에 대한 명확한 개념이 요구되는 것이다. 미국의 경우 공공채널은 지역주민과 비영리 지역사회단체, 교육채널은 지역의 초중등 교육기관, 그리고 정부채널은 지방자치 정부 및 지방의회 관련 내용을 방송하고 있다. 또한 지역채널 역시 지역 케이블방송 사업자가 운영주체이기 때문에 지역주민의 채널이라 할 수 없는 부분이다. 물론 방송통합법은 지역채널을 통해 액세스 프로그램이 가능하도록 제시하고 있지만, 지역사회 공공영역의 활성화를 위해서는 케이블TV의 다채널 구조를 활용한 액세스 채널에 대한 규정이 필요하다.

실질적으로 지역채널을 통해 가능하도록 되어있는 시청자 제작프로그램 역시 시청자가 요청하는 경우에만 편성한다고 규정되어 있어 케이블방송사업자에게 액세스 프로그램을 강제할 수 없는 상황이다. 더구나 특별한 사유가 없는 한 방송하여야 한다는 내용은 케이블방송사업자의 상황에 따라 시청자 제작프로그램을 방송하지 않아도 되는 여지를 남겨놓고 있다. 케이블TV에서 시민참여를 보다 활성화하기 위해서는 이 같은 모호한 내용의 조항들이 개선될 필요가 있는 것이다.

4.1.3 지역 TV방송의 액세스 프로그램

지역 텔레비전 방송의 액세스 프로그램은 방송법에 의해 강제 또는 의무화된 것은 아니지만, 지역 시민단체와의 협력 속에서 자발적으로 시행되고 있다. 이의 대표적인 경우로는 경인방송(iTV)의 ‘당신의 채널’과 전주 MBC의 ‘VJ 리포트’를 들 수 있다.

지역 민영방송인 경인방송은 1999년 1월부터 8월까지 ‘당신의 채널’이라는 시민 액세스 프로그램이 지상파를 통해 방송된 것으로, 국내에서는 최초의 시도라는 의미를 가지고 있다. 더구나 시청률과 광고 수입에 의존할 수밖에 없는 민영방송이 액세스 프로그램을 시도했다는 것, 그리고 비록 KBS에 한정되지만 시청자가 직접 제작한 프로그램을 통합방송법이 강제하기 전부터 방송했다는 것은 큰 의미를 지닌다.

‘당신의 채널’에 대한 경인방송의 기획의도는 방송사의 주관적 개입을 최대한 억제하고 시청자들, 넓게는 이 시대를 사는 평범한 우리 이웃이 어떤 생각들을 하고 있는가를 지켜본다는 것이었다. 잘 다듬어 지지지는 않았지만 참신한 아이디어와 다양한 소재로 구성된 풋풋한 영상물을 모아 그들의 눈높이로 제작한다는 취지였다. 이 같은 기획의도에 따라 ‘당신의 채널’은 사회자나 리포터가 영상물 제작자에 대해 인터뷰를 하거나 작품에 대한 평을 하는 등의 주관적 개입을 배제했다. 내용과 기술적 완성도가 떨어지더라도 제작자의 영상물을 있는 그대로 보여줌으로써 제작자의 기획의도를 시청자들 스스로가 파악하도록 했던 것이다. 비록 총 32회를 내보내고 종영했지만, 경인방송의 ‘당신의 채널’은 액세스 프로그램이 아직 대중화되지 않았던 시기에 최초로 시도되었다는 점, 그리고 상업성을 추구하던 지역 민영방송이 시청자가 직접 제작한 프로그램들을 가감 없이 방영함으로써 영상문화의 저변을 확대했다는 점에서 긍정적 평가를 받았다.

전주MBC는 2002년 4월부터 ‘인사이드 전북’프로그램의 한 코너로 ‘VJ리포트’라는 시민 액세스 프로그램을 방영하고 있다. ‘VJ리포트’의 제작에는 퍼블릭 액세스 실현을 위한 전북네트워크 산하의 “퍼블릭 액세스 프로그램 제작협의회” 소속 5개 단체와 전북대 영상사업단, 그리고 일반 시민들이 참여하고 있다. 제작 협의회의 경우 매주 기획회의를 통해 방송아이템을 선정하고 제작담당이 결정되면, 3주 전에 기획안을 제출하고 촬영하는 형식으로 운영하고 있다. 방송된 내용들을 보면, 노동, 환경, 여성, 언론문제 등 시민단체들의 주요 이슈들이면서도 지역사회의 문제를 제기하는 내용들이 주를 이루고 있다.

‘VJ리포트’는 애초 방영되고 있던 ‘NGO와 만납시다’라는 코너를 확대 개편한 내용이다. 전주MBC는 이 코너를 통해 일반 시민단체 및 지역사회 이슈를 제기하는 시민단체들의 목소리를 전달해 왔다. 시민단체 활동가들이 출연해서 자신이 속한 단체들의 활동을 소개하는 5분 정도의 프로그램을 시민단체들이 직접 제작하는 액세스 프로그램으로 확대한 것이다. 전주 MBC

의 ‘VJ리포트’는 심의문제를 시민단체들의 자율적 제작에 전적으로 맡겨놓은 상황이다. 오히려 방송사가 시민단체들의 관점에서 차별성 있고 현장성이 강한 작품들을 요구한다. 방송사에서는 자막작업이나 기술적 부분에 대해 지원하는 역할만 담당할 뿐이다. 또한 방송사에서는 한 편당 20만원의 제작비를 지원하고 있다. 그리고 각 단체에서는 제작에 필요한 기자재를 상호 지원하며, 기술적인 부분도 상호 협력 속에 해결하고 있다.

이같은 전주MBC의 액세스 프로그램 사례는 액세스의 취지를 이해하는 방송사와 지역시민단체간의 협력적 결합이라는 점에서 긍정적인 모델이라 할 수 있다. 특히, 방송사가 자율적으로 액세스 프로그램을 편성하였다는 점, 다양하게 결집된 지역 시민단체들과 결합하였다는 점, 그리고 주류TV 방송에서 아무런 사전 심의 없이 자율적으로 시민단체의 의견이 반영된다는 점은 여타 액세스 프로그램에서도 고려해 볼 사항이다. 나아가 시민참여 미디어 모델을 통해 지역사회의 이슈를 공론화하고 있다는 것 역시 주목할 만하다.

4.2 공식적인 채널들의 문제점 및 발전과제

4.2.1 법적·제도적 문제점

앞서 국내 퍼블릭 액세스의 현황을 중심으로 살펴보았다. 통합방송법 제정 이후 시민참여의 방식으로 도입된 국내의 퍼블릭 액세스의 문제점을 짚어보고 해결방안 및 발전과제에 대하여 살펴본다.

지상파TV, 케이블TV, 위성방송, 라디오방송 등 국내 방송영역은 모두 2000년 새롭게 발효된 새 방송법에 의해 규정받고 있으며, 방송법 시행령에 의하면 시민의 방송 접근권 관련 사항은 크게 다섯 가지 영역으로 구분된다. 첫째는 ‘시청자불만처리’에 관한 사항으로서 방송법은 시청자 불만처리와 시청자보호를 위해 방송위원회가 한국방송공사에 관련기구를 두도록 규

정하고 있다. 둘째는 ‘시청자위원회’에 관한 규정으로 방송법 제87조에 의해 종합편성 또는 보도전문 편성을 행하는 방송사업자는 시청자의 권익을 보호하기 위하여 시청자위원회를 운영해야 한다고 제시하고 있다. ‘시청자 평가 프로그램’에 대한 사항으로 방송법 제89조는 종합편성 또는 보도전문편성을 행하는 방송사업자는 주당 60분 이상의 시청자 평가프로그램을 편성하도록 하고 있다. 시청자 평가프로그램이란 해당 방송사의 프로그램에 대한 시청자의 평가, 의견제시를 위한 통로로서 음부즈맨 제도를 말하는 것이다. 넷째는 ‘시청자 참여프로그램’으로 방송법은 KBS가 매월 100분 이상 이를 편성하도록 의무강제하고 있다. 다섯째는 ‘시청자 제작프로그램’으로 케이블TV사업자와 위성방송사업자는 시청자가 원하는 경우 이를 방영해야 한다고 방송법은 명시하고 있다. 이 중 시민참여 미디어와 직접적으로 관련된 사항은 시청자 참여프로그램 및 시청자 제작프로그램에 대한 내용이다. 물론 시청자 평가프로그램 역시 시청자가 직접 제작할 수는 있지만 소재가 해당 방송사의 프로그램 내용이나 운영에 한정된다는 점에서 다소 성격을 달리한다. 방송법이 KBS와 케이블TV, 그리고 위성방송 영역에서 시민의 액세스를 규정하고 있는 것은 분명 기존에 비해 진일보한 것이다. 그러나 운영의 범위와 제도화 측면에서 볼 때, 광범위하게 이를 보장하고 있다고 보기는 어려우며 개선의 여지를 남겨놓고 있다.

4.2.1.1 액세스 개념의 모호성

방송법 제69조 “한국방송공사는 대통령령이 정하는 바에 의하여 시청자가 직접 제작한 시청자 참여프로그램을 편성하여야 한다.”고 의무강제 하고 있다. 그러나 이 규정상의 내용은 공영방송인 KBS에 시청자의 참여를 강제한다는 전향적 내용을 담고 있기는 하지만, 여타 국가의 경우와 같이 시민 액세스를 보장한다고 보기는 어렵다. 특히 ‘시청자 참여프로그램’이란 용어는 방송사의 제작의도에 따라 내용의 한 구성물로 시청자가 참여하는 단순 참여와 혼동의 여지가 있다. 물론 방송법은 이러한 혼란을 피하기 위해 시청자가 직접 제작한 프로그램이라는 용어를 사용하고 있지만, 이 역시 액세스

스의 명확한 의미를 담보하지 못하고 있다. 시청자의 개념이 방송사 혹은 전문방송제작주체에 대립되는 개념으로만 설정될 경우, 액세스의 개념에서 중요시되는 주류 미디어의 구조적 한계에 대한 문제의식이 제작주체의 차별성으로 축소될 여지가 있는 것이다. 다시 말해 이 같은 개념설정은 시청단체 혹은 무차별한 시청자 집단이 전문방송인 혹은 전문 제작자의 지원이나 결합 없이 프로그램을 제작하는 것이 최선의 방식이라는 협소한 결론으로 이어질 수 있다. 액세스 프로그램에 대한 보다 정확한 개념 정립이 필요한 것이다.

4.2.1.2 액세스 규정 범위의 국한

방송법이 의무화하고 있는 시민 참여 또는 제작프로그램의 대상은 KBS와 케이블TV, 그리고 위성방송이다. 여기서 보여지는 첫번째 문제점은 지역방송에서 시민액세스를 실현할 수 있는 근거가 마련되어 있지 않다는 것이다. 방송법은 전국적으로 시청이 가능한 지상파의 경우 공영방송인 KBS에만 액세스 프로그램을 의무화하고 있으며, 이에 따라 ‘열린채널’이 편성되어 있다. 그러나 서울 본사를 중심으로 이루어지는 이 프로그램은 각 지역의 관심사를 반영하기 어렵기 때문에 지역 수준에서 접근 가능한 액세스 프로그램의 필요성이 제기된다.

이와 관련 국내의 논의에서는 현 시점에서 지역방송에 액세스 프로그램을 강제하는 것은 시기상조라는 견해가 제기된 바 있다. 지역방송의 제작환경이 상대적으로 열악하고 자체제작 편성 비율이 낮다는 점, 프로그램에 참여할 인적 자원이 부족하다는 점 등이 그 이유로 제시된다. 하지만 오랜 중앙 집중적 구조를 벗어나고 지역자치를 활성화해야 한다는 차원에서 오히려 지역방송의 액세스 프로그램은 활성화되어야 할 문제이다.

4.2.1.3 공공채널의 성격과 케이블TV의 강제력

국내 케이블TV와 위성방송은 시청자 제작프로그램을 방송할 의무를 가지고 있다. 방송법 제70조는 “종합유선방송사업자 및 위성방송사업자는 시

청자가 자체 제작한 방송프로그램의 방송을 요청하는 경우 특별한 사유가 없는 한 지역채널 또는 공공채널을 통해 방송하여야 한다.”고 규정하고 있다. 또한 방송법 시행령 54조는 방송사업자가 공공채널을 3개 이상 두도록 명시하고 있다. 이 같은 70조3항에 의하면 공공채널은 “국가가 공공의 목적으로 이용할 수 있는 채널”로 규정되어 있다. 그러나 이는 실질적으로 정부채널을 의미하는 것으로서 시민사회의 영역 혹은 비영리영역을 간과하고 있다. 더구나 현재 국가에서 공공채널로 지정하고 있는 방송은 K-TV, 아리랑TV, 방송대학TV 3개뿐이며, 이들은 각자의 운영주체에 의해 독자적인 편성을 유지하고 있다. 이 같은 상황에서 위성방송사업자의 경우 시청자가 원할 경우 액세스 프로그램을 방송할 의무는 있지만 이를 수용할 수 없는 모순이 발생하는 것이다. 이에 위성 방송사업자인 스카이라이프는 액세스 전문채널인 RTV를 위탁사업자로 선정해 모순을 해결하고 있다. 그러나 형식논리상으로 볼 때, RTV 공공채널로 지정되지 않으면 스카이라이프는 법적 의무를 준수하지 않는 경우가 된다. 공공채널에 대한 새로운 규정이 필요한 부분이다.

4.2.2 운영구조의 개선

4.2.2.1 심의주체와 기술 장벽

국내 시청자 참여프로그램 운영과 관련 프로그램의 심의의 문제가 주요 논란으로 작용한다. 시민이 제작한 프로그램을 누가 심의하고 누가 책임지는가의 문제가 불거지고 있는 것이다. 특히 지상파 방송인 KBS의 경우와 지역채널을 통해 액세스 프로그램을 방송하는 케이블TV의 경우 이러한 논란의 여지가 존재한다. 이는 방송법에 따라 방송내용 심의의 문제가 편성을 담당하는 방송사에 귀속되고 있기 때문이다.

시청자 참여프로그램인 ‘열린채널’의 경우, 방송위원회 규칙은 운영에 관한 사항을 KBS 시청자위원회가 담당토록 하고 저작권은 제작자에게 있다고 규정하고 있다. 이에 KBS는 열리채널의 운영주체로 시청자위원회 산하

에 ‘시청자 참여프로그램 운영협의회’를 구성하고 있으며, 별도의 운영 지침을 통해 프로그램을 선정하고 있다. 하지만 열린채널의 운영구조는 한편으로 법적책임과 저작권의 보유는 제작자에게 맡기면서도 다른 한편으로 선정심의를 방송사가 맡고 있는 모순을 보여주고 있다. 이는 현행 방송법이 액세스 프로그램에 대한 별도의 심의규정을 규정하지 않고 있기에 기존 방송심의에 관한 규정, 즉 각 방송사업자는 자체적으로 심의규정을 두고 보도프로그램을 제외한 모든 프로그램에 대해서 사전심의를 수행해야 한다는 규정이 적용됨으로써 발생하는 문제이다. 이에 따라 KBS는 제작자에게 민형사상의 책임을 진다는 서약서와 함께 손해보증보험증권의 제출을 의무화하고 있는 가운데 운영협의회에서 심의를 담당하고 있다. 심의는 운영협의회가 하고, 법적책임은 제작자에게 일임하면서도 혹시 있을지 모를 분재의 안전장치를 마련하고 있는 것이다.

또한 프로그램 심의 권한을 가지고 있는 운영협의회의 경우, 9명의 위원을 두도록 하고 있는 가운데 KBS관련 인사가 3명이나 참가함으로써 KBS의 입장을 강력히 반영하고 있다. 가시화되지는 않았지만 액세스 프로그램에 대한 실질적 검열이 가능한 구조인 것이다. 실제 선정심의에서 문제가 되어 방송되지 못하고 있는 시민단체 제작 프로그램 사례는 열린채널의 운영상의 문제점을 반영하고 있다. 이에 시민단체들은 보증보험증권 폐지, 방송위원회 산하로 운영주체의 전환, 운영위원회 위원에서 KBS관계자 축소 등의 개선안을 제시하고 있다. 또한 시민단체들은 KBS 운영지침이 제시하는 전문적인 방송기술 수준, 복잡한 신청절차, 그리고 복잡한 제작비 정산절차가 시청자 참여프로그램의 활성화를 가로막는 요소라고 주장하며 이의 개선을 요구하고 있다.

또한 기술적 장벽의 문제 역시 액세스 프로그램의 본질적 취지에서부터 출발해야 할 문제이다. 방송 전문가가 아닌 일반시민이 고급 수준의 방송물을 제작하기란 불가능한 문제이다. 기술적으로 다소 뒤떨어지더라도 분명한 내용성을 담보하고 있다면 방송접근이 가능하도록 인정해야 한다. 나아가 이러한 기술적 문제를 해결하기 위해서는 방송사업자들에 의해 기술적 지원

이 가능하도록 제도화하는 것 역시 필요한 부분이다. 이러한 이유에서 시민 참여가 활발한 선진국의 경우 미디어센터를 연계 운영하고 있는 것이다.

4.2.2.2 재정적 안정성 확보

액세스 프로그램은 방송물을 통해 제작자의 의견과 가치를 표현하는 것이기 때문에 재정적인 문제가 발생한다. 최소분량의 프로그램을 제작한다 할지라도 기본적인 인력과 더불어 녹화 및 편집을 위한 비용이 필요하다. 더구나 액세스 채널을 운영할 경우 기존의 방송사에 버금가는 시설과 인력, 그리고 지속적인 운영을 위해 막대한 재정이 필요한 것이다. 이와 관련 새 방송법은 기존과 달리 전향적인 내용을 담고 있다. 방송발전기금으로 시청자가 직접 제작한 프로그램과 공공의 목적을 위한 방송사업자 설립 및 프로그램 제작, 그리고 미디어교육 및 시청자단체의 활동을 지원할 수 있도록 한 것이다.(방송법 제38조)

이에 따라 KBS 열린채널의 경우 제작비를 방송발전기금에서 지원하도록 하고 있으며, 제작지원금의 상한선은 편당 기준 1천만 원으로 정해놓고 있다. 또한 문제가 되었던 손해보증보험료 역시 방송발전기금에서 지불하는 것으로 결정함으로써 갈등을 일단락 시킨 바 있다. 제작비 지원 절차가 다소 복잡하고 까다롭다는 점에서 시민단체들의 개선 요구를 받고 있지만, 기본적으로 액세스 프로그램의 제작비를 방송발전 기금을 통해 지원하도록 규정하고 있다는 것은 긍정적인 일이다.

케이블TV에서 이루어지는 시청자 제작프로그램에 대한 지원 기준이 마련된 것은 비교적 최근의 일이다. 그동안 케이블TV의 시청자 제작프로그램에 대한 지원은 구체적인 방법과 경로를 제시하는 지침이나 운영안이 없는 모호한 상황이었다. 방송위원회는 케이블TV “시청자 제작프로그램 지원금 지급기준”을 마련하고, 이를 2003년 7월부터 실시하기로 하였다. 다소 늦은 감이 있지만 시청자 제작프로그램의 편성 확대와 시청자들의 참여를 활성화 한다는 차원에서 이 같은 지급기준이 마련된 것은 다행스러운 일이다. 그러나 KBS 열린채널과 비교할 때 너무 적은 지원금, 그리고 케이블TV 시청자

제작프로그램에 관한 운영 및 심의규정의 문제가 제시되지 않고 있다는 점에서 여전히 아쉬움을 남겨놓고 있다.

위성방송의 액세스 채널인 RTV의 경우 안정적 재정확보 방안을 강구해야 할 상황이다. 2002년 현재 RTV는 자본금 5억원에 방송발전기금 10억8천만원, 스카이라이프 제작지원금 13억여원을 재원으로 하고 있다. 비영리법인으로 광고방송을 하지 않기 때문에 향후 주요 재원은 발전기금과 지원금 외에 기부금과 회비를 통해 충당해야 할 형편이다. 그러나 이러한 수익구조에서 재정의 안정성을 확보하기는 어렵다. 때문에 비영리 공익방송으로서 액세스 채널의 생존근거가 될 수 있는 법제의 뒷받침이 있어야 한다. 이를 위해서는 시민 액세스 채널의 재정지원이 제도화되어 있는 선진국의 사례가 검토될 필요가 있다.

4.3 비공식적인 퍼블릭 액세스 현황

위의 4.1의 내용은 법률로 정하여진 공식적인 채널이나 비교적 일반적으로 알려진 채널들의 현황을 살펴보았다. 이는 퍼블릭 액세스 채널이라는 이름으로 현재까지 서비스 되었거나 서비스 되고 있는 채널들을 의미한다. 하지만 위와 같은 공식적인 퍼블릭 액세스 채널을 제외하고 수많은 비공식적인 퍼블릭 액세스 채널들이 존재하고 있다. 앞서 언급한 것과 같이 이같은 비공식적인 퍼블릭 액세스 채널의 숫자는 물론 서비스 되고 있는 종류 등 여러 가지 면에서 종합적이고 체계적인 집계는 국내에는 없는 실정이다. 현 상황에서 본 이러한 비공식적인 퍼블릭 액세스 채널들의 자료정리와 통합적인 관리가 필요하다고 판단된다.

이 장에서는 비공식적인 퍼블릭 액세스 채널현황을 살펴보고 현재 서비스 중인 몇몇 퍼블릭 액세스 채널들을 분석하였다.

지난 5월7일 국내에서 “디지털 컨버전스 혁명 : 새로운 기회를 찾아서”라는 주제로 서울 디지털 포럼이 열린바 있다. 세계 각국의 디지털 전문가

들이 디지털 신세계와 한국의 비전 등 첨단 디지털 기술의 시험장으로 각광 받는 한국을 극찬하였다.

세계의 디지털화 추세에서 우리나라는 이미 디지털·인터넷 선진국으로 발전해 가고 있다.

실제로 인터넷정보센터에 의하면 국내 인터넷이용자 수는 현재 2천만 명을 돌파하였다는 집계를 발표하였으며, 전 세계적으로 초고속 인터넷 보급률 1위라는 영예를 안았다.

이는 정부의 광통신사업의 적극적인 추진력과 새로운 사업으로 떠오른 PC방, 컴퓨터의 가격인하로 컴퓨터 보급률 급속한 향상 등 여러 가지 요인에서 기인되었다고 할 수 있다.

이렇듯 잘 구성된 국내의 인터넷망은 정보와 공유를 원활히 해주는 동력이 되었고, 생활과 문화까지도 바꾸어 놓았다. 퍼블릭 액세스 채널 또한 예외는 아니다. 아직 정확한 통계적 수치나 체계적인 정보가 없을 뿐 인터넷 상에는 수많은 퍼블릭 액세스 채널들이 서비스 되고 있는 상황이다.

기존의 퍼블릭 액세스 채널은 같은 이데올로기를 가진 이들이 자신들만의 주제로 한 퍼블릭 액세스 채널이 다수라고 할 수 있다.

하지만 퍼블릭 액세스의 기본적인 개념인 누구나 접근할 수 있고, 참여할 수 있는 시점에서 본다면 하나의 공통된 이념이나 주제를 가지고 서비스 되는 액세스 채널만으로 이해하기는 어렵다고 할 수 있다. 더 많은 주제와 여러 가지 주장을 펼칠 수 있는 액세스 채널이야말로 진정한 퍼블릭 액세스 채널이라 할 수 있다.

소재는 무궁무진 하며, 형식이나 표현 등도 자유로울 수 있다는 것이다. 이런 의미에서 국내에서 서비스 되고 있는 모든 스트리밍 서비스가 가능한 미디어 서비스 즉, 검색엔진, 쇼핑몰, 카페, 커뮤니티, 게시판 등등 까지도 퍼블릭 액세스 채널의 범위에 포함된다고 할 수 있다.

현재 서비스되고 있는 수없이 많은 퍼블릭 액세스 채널 중 사이트 방문 횟수를 나타내는 충성도와 참여도가 비교적 높고 온·오프라인에서의 유명도가 있는 사이트를 선정하여 분석하였다.

4.3.1 웃긴 대학 (http://web.humoruniv.com/)

웃긴 대학은 사이트 제목에서 알 수 있듯이 유머·패러디 사이트이다. 블로그와 미니홈피가 유행하면서 자신만의 인터넷 공간을 ‘재미있는 읽을거리와 볼거리’로 꾸며 놓으려는 네티즌들에게 ‘유머·패러디 사이트’들은 폭발적인 인기를 얻고 있다.

인터넷 순위 평가 사이트인 ‘랭키 닷컴’에서 유머 분야에서 부동의 1위를 차지하고 있는 사이트이다. 지난 98년 ‘남을 행복하게 해주기’란 취지로 개설돼 6년만에 회원 수 32만명의 국내 최대 유머 사이트로 성장했다.

네이버의 지식검색을 패러디한 ‘지식 KIN’에선 각종 황당한 질문과 기발한 대답을 만날 수 있고, 억울한 사연, 사회의 불평불만을 털어놓는 ‘웃대특검’과 마우스로 그린 그림을 올려놓는 ‘그림낙서’ 코너가 특히 인기다.



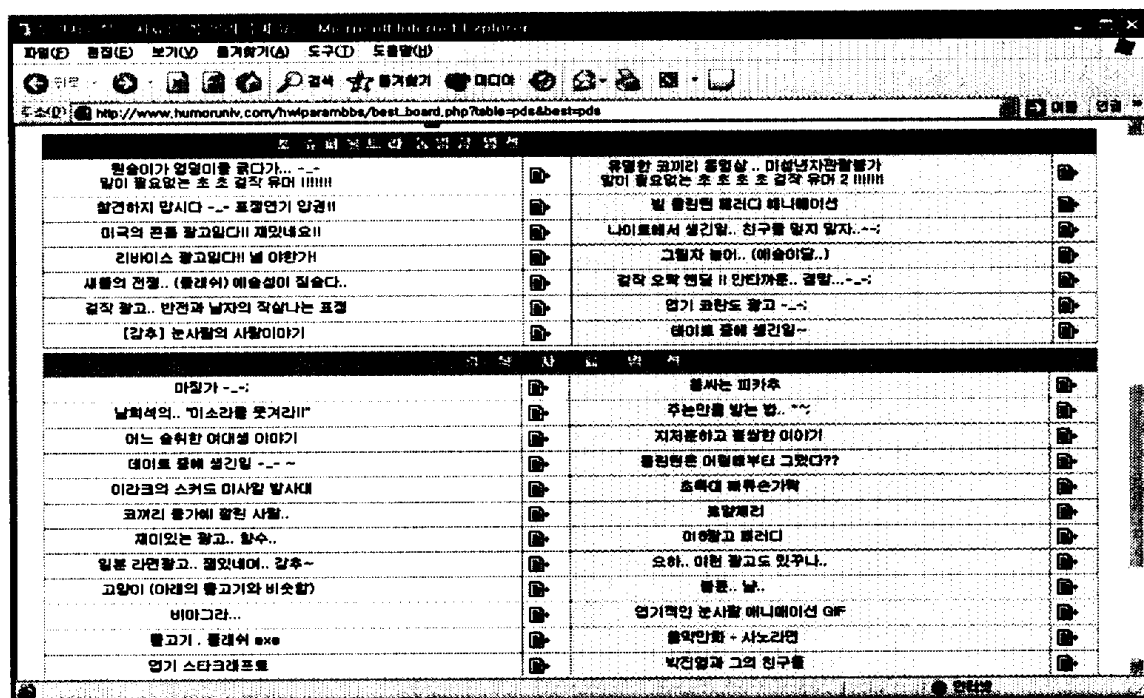
<그림 1> 웃긴 대학 홈페이지

그 외 각종 순위가 매겨져 있는 '웃긴 자료', '웃긴 유머' 등이 네티즌들에게 사랑받는 코너다. 최근엔 '웃긴 대학' 게시판에 올려진 글들을 모은 유머모음집이 책으로도 출간됐다.

비록 유머·패러디 사이트로서 주로 텍스트로 된 이야기 구성이 많으나 이곳에서도 개인이 직접 동영상을 제작하여 올리는 경우도 상당수 있으므로 퍼블릭 액세스 채널의 요건을 갖추었다고 할 수 있다.

웃긴 대학에는 텍스트형 유머가 올라오는 '웃긴유머', 사진이나 플래시가 올라오는 '웃긴자료' 외에도 여러 종류의 유머를 즐길 수 있는 10여 개의 다양한 게시판이 존재한다.

그중 '결작 자료실'이 퍼블릭 액세스와 같은 성격의 게시판으로 사용자가 제작된 동영상이나 직접 제작한 동영상을 게시해 놓고 있다.



<그림 2> 결작 자료실 동영상 게시판

하지만 유머사이트라는 이미지가 강하여 메뉴가 단조롭고 이 같은 영상을 직접 통합적으로 관리 할 수 없는 실정이다. 또한 영상 링크가 완벽하게

서비스 되지 않는 점과 다른 게시물이나 내용에 비해 동영상 서비스라는 차별되지 않은 서비스도 문제점 이라 할 수 있겠다.

또한 동영상 스트리밍 서비스도 미디어 플레이어를 이용한 기존의 서비스와 같아 스트리밍 서비스의 변화도 고려해야 할 부분이다.

결과적으로 위와 같은 성격의 동영상 게시물은 통합적으로 관리 할 수 있는 사이트가 필요하다 할 수 있겠다.

4.3.2 디시 인사이드(<http://www.dcinside.com/>)

디시 인사이드는 디지털 카메라 관련 온라인 동호회에서 시작된 사이트이다. 각종 카메라를 구입·사용해 보고 제품의 장단점, 특징 등을 비교해 글을 올리기 시작해 여러 콘텐츠들을 모아 99년 7월 정식 서비스에 들어간 것이 바로 디시인사이드다. 디지털 카메라의 공급이 늘고 있는데도 국내에는 변변한 사이트가 없었기 때문에 그 틈새를 노려 제작된 사이트이다. 하지만 디시 인사이드는 단지 디지털 카메라를 궁금해 하는 사용자들만 있는 것이 아니다. 수익 면에서 자본금 10억원에 연간 매출이 50억원대로 성장했을 뿐 아니라 하루 평균 방문객이 무려 20만명에 달하는 매머드급 사이트가 됐다.

디시인사이드가 내놓은 디지털 카메라라는 새로운 것에 굶주렸던 얼리어답터들을 열광시켰다. 수요는 한참 늘던 추세였지만 변변한 카메라 리뷰 사이트가 없던 시절이라 브랜드·가격·화소별로 세분화한 리뷰를 올리고 공동구매를 시행한 디시인사이드는 단연 돋보였다. 또 하나 사진과 의견을 올리는 54개의 갤러리, 15개로 세분화한 게시판, 디지털 카메라 브랜드별로 마련된 갤러리와 게시판, 사용기와 구입기, 팁 게시판 등으로 다양하게 마련된 토론의 장은 사이버 논객을 끌어 모았다. 운영자의 인터뷰에서 “방문객이 폭발적으로 늘면서 게시판 관리에 전 직원이 매달려야 할 만큼 바빠졌지만 네티즌이 자유롭게 놀 수 있도록 내버려둔다는 원칙은 변함없다”고 한다. 게시판이 가장 잘 활성화한 디시인사이드는 마치 신흥 도시처럼 그들만의

문화와 색깔을 만들어내 사회 전반에 걸쳐 큰 반향을 일으켰다.

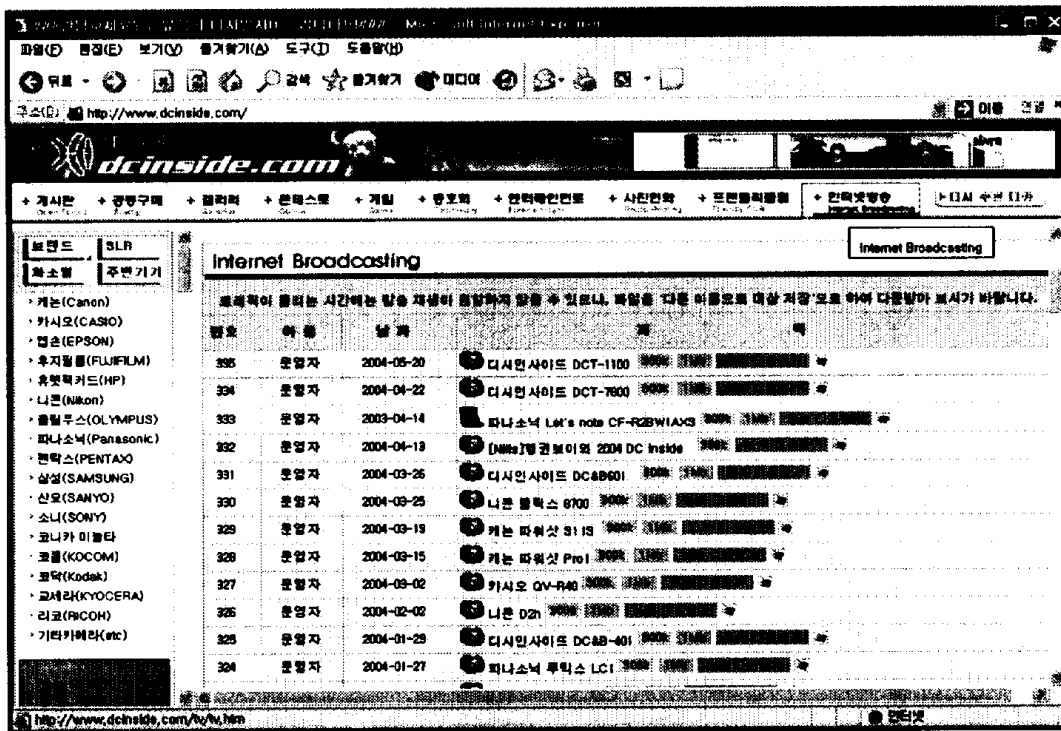


<그림 3> 디시인사이드 홈페이지

사실 디시인사이드는 엽기사이트 내지 유머사이트로 오해받을 만큼 콘텐츠 외적인 것으로 더 많이 알려졌다. 하지만 이런 인기가 사이트를 대외적으로 널리 알림으로써 디지털 카메라를 휴대폰만큼 보편화하는 데 한 몫 한 것도 사실이다. 거기서 한 걸음 더 나아가 디시인사이드는 디지털 카메라 사용자들이 제조사에 한 목소리를 내는 소비자 단체로서도 기능하고 있다.

현재 디시인사이드는 100Mbps의 전용선 4개를 이용해 서버를 운영하고 있다. 하지만 용량이 큰 사진을 취급하다보니 원활한 이용을 위해 서버 증설이 시급해졌다. 이 때문에 이용자를 중심으로 주식을 공모해 약 1억3000만원 정도의 자금을 마련했다. 이를 발판으로 디지털 카메라는 물론이고 IT 전반에 관한 전문 포털 사이트로 자리를 잡았다.

전문 포털 사이트로 변화된 디시인사이드에서 주목할 만한 메뉴는 바로 '인터넷방송' 메뉴이다.



<그림 4> 제품설명 동영상 서비스 게시판 화면

이 메뉴는 동영상 서비스라는 점과 운영자가 직접 제작한 동영상을 스트리밍 서비스로 바로 시청 또는 파일을 다운 받아 서비스 된다는 점에서 퍼블릭 액세스 채널의 성격이 짙다고 할 수 있다.

특히 운영자가 메뉴의 이름에서 알 수 있듯이 인터넷방송의 형태로서 직접 VJ가 진행을 하며 미리 만들어 놓은 대본과 촬영 등 퍼블릭 액세스 채널의 요건을 충분히 갖추고 있다.

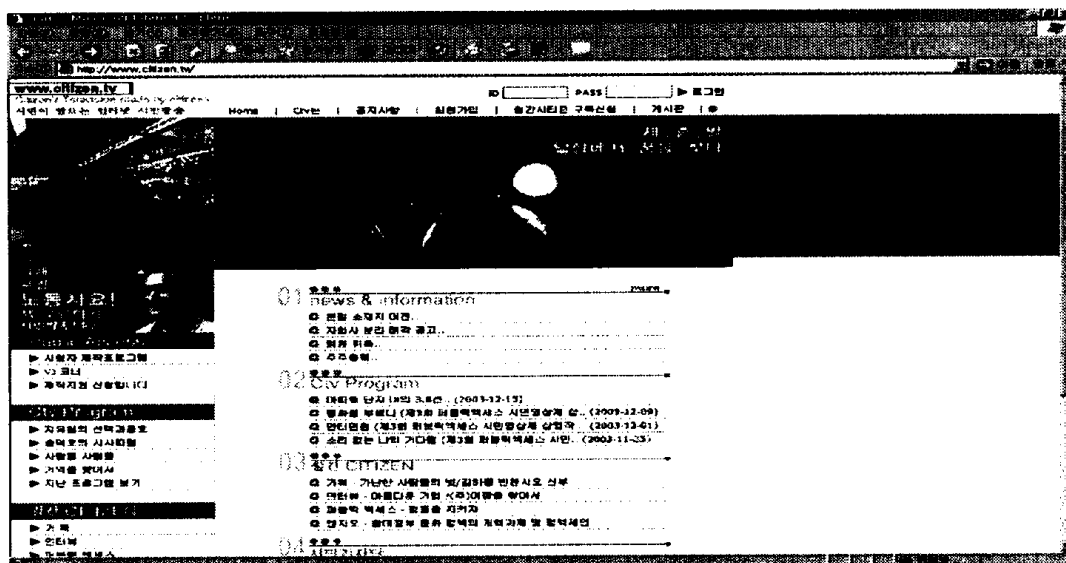
비교적 깔끔한 게시판이 인상적이지만 아쉬움도 있다. 제작에 공을 들인 노력이 나타나 있지만 정작 스트리밍 서비스는 기존의 미디어 플레이어를 이용한 단조로운 서비스를 보여주고 있다.

또한 제품의 제원과 사용소감 등이 신제품 출시와 함께 업데이트는 충실히 되고 있으나 영상과 함께 제품의 설명이나 부가적인 서비스가 필요 하다.

포털 사이트를 표방하고 있어 동상영상 서비스 즉 퍼블릭 액세스 채널로의 역할이 부족하다고 할 수 있다. 웃긴 대학 사이트와 마찬가지로 통합적인 서비스 채널이 필요하다고 하겠다.

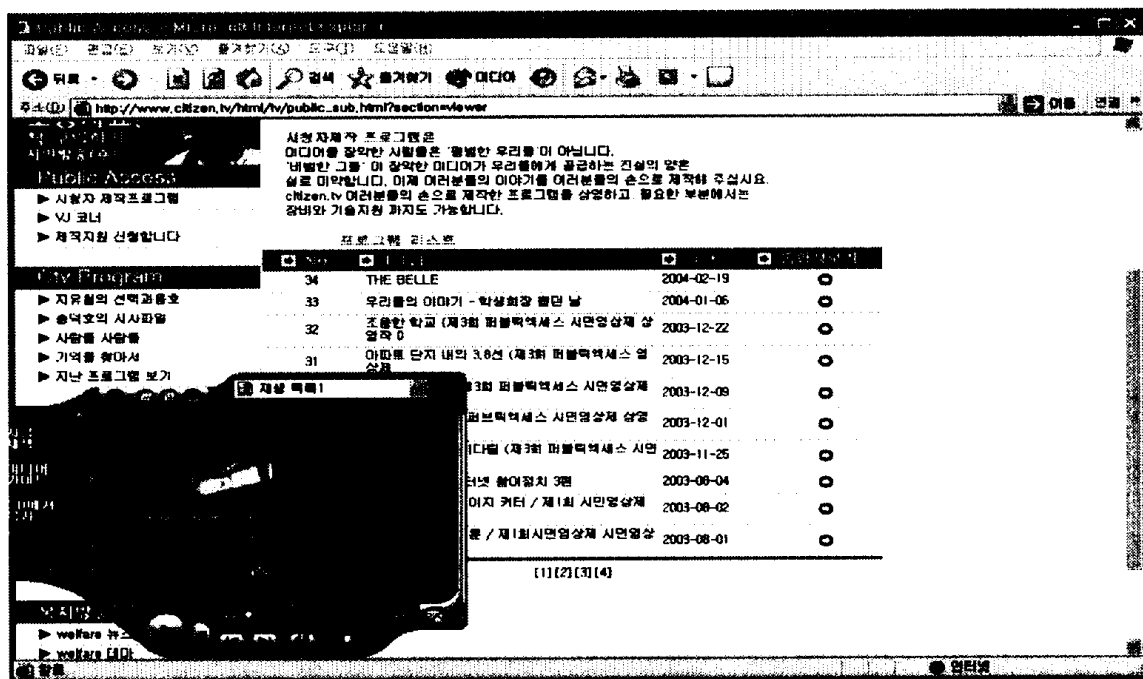
4.3.3 CTV (http://www.citizen.tv)

CTV는 Citizen TV에서 변명된 2002년 말에 설립된 퍼블릭 액세스 방송국이다. CTV의 특징은 거의 대부분의 동영상들이 시민의 참여에서 이루어진 작품들로 구성되어져 있다는 점이다. 설립한 단체 자체에서나 주최 측에서 제작된 영상물 뿐 아니라 시민들이 직접 제작한 영상들을 서비스 하고 있다는 점에서 비교적 홍보 면에서는 크게 알려지지 않았지만 높은 점수를 받고 있다. 또한 영상뿐 아니라 라디오와 잡지 즉, 자체 발행되는 퍼블릭 액세스 잡지도 함께 운영 하고 있다. CTV의 목표는 시민이 만드는 인터넷 시민방송으로 우리사회의 미디어 현실은 미디어를 장악한 권력과 자본이 의도하는 일방의 소통에서 벗어나 미디어 본연의 비판기능과 사회적 약자를 보호하고 그 권익을 대변하는 기능을 시민이 스스로 미디어의 주인으로 나서는 '미디어 시민운동'의 활동을 주목적으로 하고 있다. 이에 따른 구체적인 방법으로, 주류언론에서 취하지 않는 이야기들을 담아내는 작업과 퍼블릭 액세스로 제작에 참여하는 방식을 중심으로 운영하는 인터넷 TV, 오프라인 잡지, 소외계층을 위한 복지방송, 인터넷 라디오방송을 통해 구현하고 있으며, 시민방송의 모든 미디어는 바로 시민들 자신들이 주인이라는 것을 강조하고 있다.



<그림 5> CTV 홈페이지

주요 프로그램으로 CTV의 퍼블릭 액세스 방송은 인터뷰 전문 인터넷 방송으로 자리매김 하고 있으며, 오래 남을 수 있는 프로그램을 중심으로 제작방향을 잡고 운영하고 있다. 월간CITIZEN은 2002년 11월호를 창간호로 월간 단위로 발행하는 잡지로 시민들의 자유 기고 글을 중심으로, 시사보도적 내용을 바탕으로 소박한 사람들의 진중한 이야기를 담는 오프라인 잡지를 지향하고 있다. 또한 복지방송 welfare.tv는 상업화되어 가고 있는 인터넷 공간에서 따뜻한 마음을 나누거나 유익한 정보를 제공하는 사회복지 전문방송 사이트로 구성해 가고 있다. 끝으로 CITIZEN Radio는 2003년 3월 31일 시험방송을 시작으로 새롭게 시티즌 가족으로 자리한 라디오 방송으로, 시민들의 하지만 기존 라디오 방송과는 차별화된 방송으로 운영되고 있다.



<그림 6> CTV의 동영상 링크 화면

퍼블릭 액세스 채널은 기본적으로 상업성을 배제하기 때문에 광고 방송을 할 수 없다. 이런 재정적인 면을 제외하고는 CTV는 비교적 잘 운영되고 있는 상황이다. 하지만 위에서 본 운영 콘텐츠들에 비해 다소 방송되는 작

품이 적다고 할 수 있다. 다른 방송서비스보다 영상서비스에 관점을 두자면 업데이트 면에서는 개국 이래 지금까지 꾸준한 업데이트 상황을 보여준다.

하지만 단조로운 텍스트 형태의 메뉴와 동영상 시청 링크 화면이나 작품 감상 서비스는 영상만을 기본적인 링크하여 스트리밍 서비스 하는 단순한 형태이다.

작품에 대한 이해를 돕고 영상자막과는 다르게 줄거리 요약 내용 등이 시청서비스와 함께 이루어져야 할 것이다.

또한 작품에 대한 정보나 총체적인 자료들의 부족은 아쉬운 점이라 할 수 있다. 콘텐츠와 메뉴의 다양성에 비례하여 이에 대한 영상서비스와 정보가 필요하다 하겠다. CTV가 좀 더 계속해서 시간이 거듭될수록 그 모습 변화가야만 퍼블릭 액세스 채널다운 모습이 갖추어질 것이다.

5. 퍼블릭 액세스 인터넷 방송 구현

퍼블릭 액세스의 활성화에 따른 문제점과 몇 가지 방안을 모색해 보았다. 퍼블릭 액세스의 활성화를 위해 효과적인 제도마련과 시민참여를 위한 운영이 시급하다고 할 수 있다. 또한 이와 더불어 일반인들의 참여와 관심을 더욱 높여야 하는 것이다.

앞장에서 논한 바와 같이 현재 퍼블릭 액세스 채널은 인터넷, 인터넷 방송을 중심으로 확산 발전하고 있다.

정보공유와 민주적인 원칙에서 탄생한 인터넷은 이런 퍼블릭 액세스의 본질과 상통된다. 현재 대부분의 퍼블릭 액세스는 인터넷 방송을 기반으로 제작하고 서비스 되고 있다. 규모의 크고 작음을 떠나 이런 인터넷방송을 기본으로 제작된 퍼블릭 액세스 채널이 많이 탄생되어야만 퍼블릭 액세스의 정착은 더욱 빠르게 다가올 것이다. 이에 기존 퍼블릭 액세스 채널을 살펴보고 보완 될 점을 찾아 지점 액세스 채널페이지를 웹상에 구현하여 퍼블릭 액세스의 기술적 인면과 방송서비스에 대하여 살펴보기로 하겠다.

웹 방송국의 콘텐츠 특성 요인은 크게 인터페이스요인, 정보요인, 사용자 서비스요인으로 분류 되어진다. 구조적 간결성 및 탐색의 편리성 정보의 충실성 등이 웹 방송국의 성공의 열쇠가 된다. 이 중 사용자 시청자의 관심과 재방문, 참여도를 높일 수 있는 사용자 서비스 요인을 중심으로 구현하였다.

본 구현의 목적은 전문적인 방송지식이 없는 일반인들의 퍼블릭 액세스에 대한 관심과 참여를 높이고자 한다.

현재 국내에 얼마나 많은 수의 액세스 채널이 활동하고 있으며, 어떤 프로그램을 방송하고 있는지 정확하게 집계된 데이터는 없다. 아직 국내에서는 액세스 방송이 초기 단계에 있고, 법적·제도적으로 활성화 되지 않았기 때문이다. 하지만 지역방송이나 개인·단체에서 액세스 방송국이나 프로그램을 꾸준히 제작하고 있어 그 수는 증가 추세에 있다.

그렇지만 이런 증가 추세에도 통합적이고 체계적인 액세스 채널은 없는 실정이다. 퍼블릭 액세스의 개념을 확대하여 사회, 경제, 문화 등 여러 가지 주제를 집중시켜 서비스되어야 하며, 퍼블릭 액세스를 이용하고 참여하는데 있어 어떤 곳에 어떻게 참여를 해야 하는지 그리고 현 시점에서 국내 퍼블릭 액세스 채널을 통합하고 체계적으로 서비스 할 사이트가 필요하다고 할 수 있다.

이처럼 계속적으로 꾸준히 증가 하고 있는 액세스 채널들을 살펴보고 기존 액세스 채널들의 문제점을 보완하여 활성화 방안이 추가 되어진 액세스 채널을 구현하였다.

5.1 퍼블릭 액세스 채널 구현

이들 액세스 채널 방송국은 비교적 방송서비스의 질적으로나 양적인 면에서 다른 액세스 채널 방송국 보다 잘 꾸며져 있었다. 기존 액세스 방송들은 인터넷 방송을 기본으로 영상을 서비스 하고 시청자들에게 새로운 정보의 매체를 해주고 있다. 퍼블릭 액세스는 기본적으로 규모와 설립요건 등을 고려하지 않아도 본래의 취지는 시민참여에 있다. 하지만 몇 가지 개선해야 할 점이 있었다. 바로 영상을 송출하는 서비스를 보다 사용자 편의를 위주로 더욱 시민참여의 여지를 높이려는 노력이 크게 나타나 있지 않았다. 이처럼 개선되어야 될 여지가 있거나 보충되어야 부분을 보완하여 액세스 채널을 구현하였다.

5.1.1 개발환경

본 연구는 퍼블릭 액세스 채널을 제작·운영 하는 관리자의 측면에서 개발하였으며, 운영체제는 윈도우 2000이고, 웹서버는 IIS를 이용하며, 데이터베이스는 MS SQL로 구축하였다. 또한 본 연구는 Internet Explorer 6.0이

상과 해상도 1024×768에서 최적으로 이용할 수 있다.

본 연구에서 사용된 소프트웨어 환경은 아래의 <표 8>과 같다.

<표 8> 소프트웨어 환경

	구 분		사 양
소프트웨어	서 버	운영체제	Windows 2000 SERVER
		웹서버	IIS
	클라이언트	운영체제	윈도우 98
	DBMS		MS SQL SERVER 2000
	웹 브라우저		Explorer 5.0
	제작 언어		ASP, DHTML, JavaScript

5.1.2 설계시 고려사항

설계시 고려사항은 다음과 같다.

첫째, 모든 메뉴와 동영상 서비스는 액세스 채널의 특성에 맞게 가입조건 없이 이용가능하다.

둘째, 각 메뉴의 내용은 주제별로 적절히 재구성하여 사용자의 편의를 도모한다.

셋째, 참여자 중심의 사이트를 위하여 있도록 주제별 메뉴를 세분화하여 설계한다.

넷째, 웹 페이지를 동적으로 설계한다. 사용자의 흥미와 관심에 따라 메뉴별로 동적으로 생성되며, 참여가 용이하도록 메뉴를 추가한다.

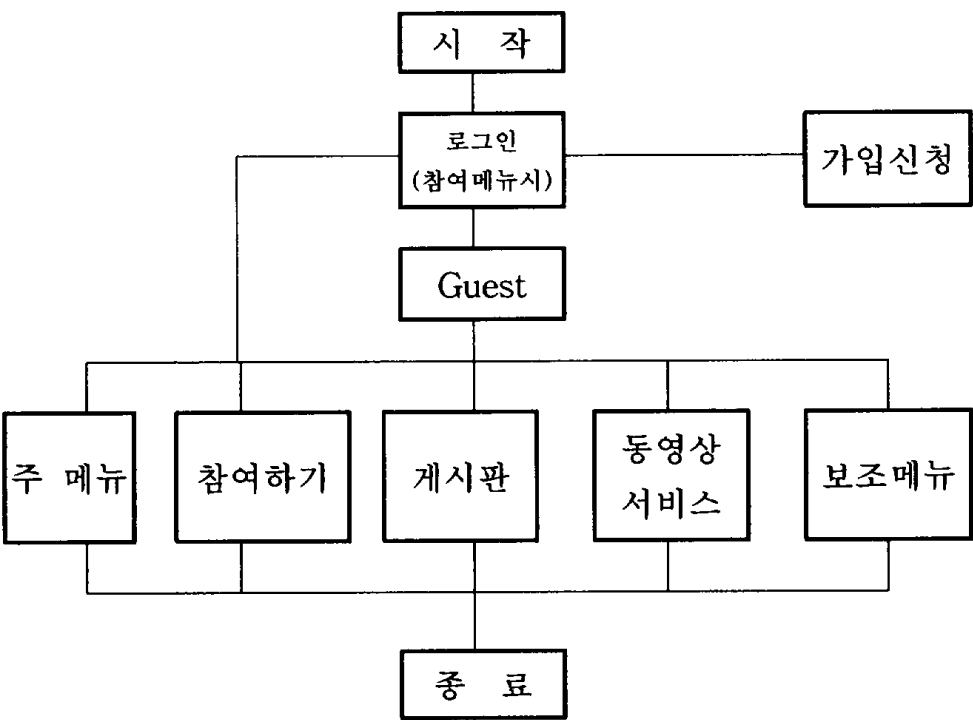
다섯째, 동영상 메뉴에 있어 메뉴와 주제에 맞게 설정하되 실제 서비스 되는 영상은 직접 제작하거나 일부 영상을 재편집하여 사용한다.

여섯째, 기존 스트리밍 서비스를 향상시켜 동영상 서비스와 동시에 시청과 의미를 동시에 서비스 되도록 한다.

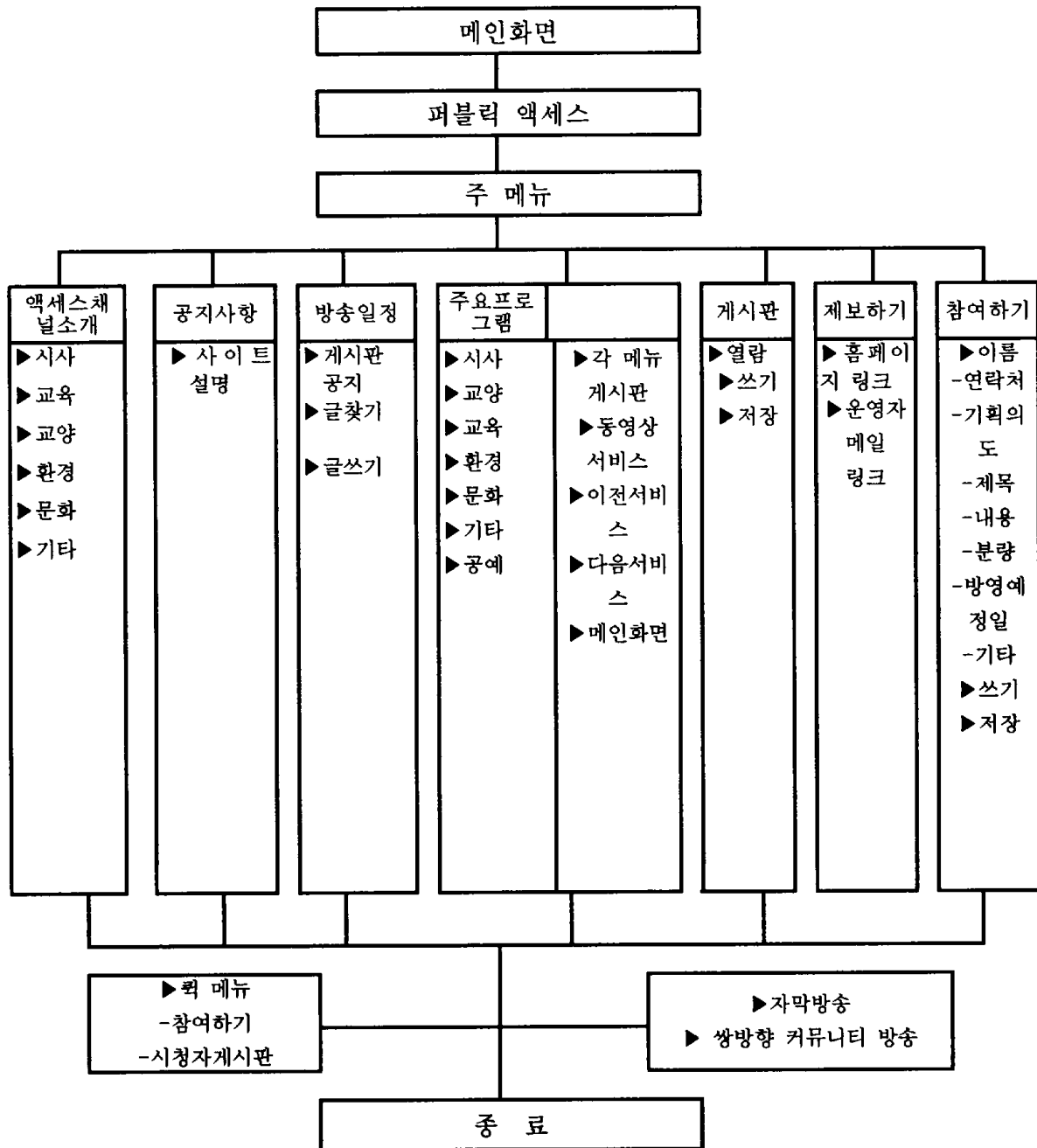
일곱째, 운영자와 사용자의 쌍방향 커뮤니티를 위하여 ‘자막방송 서비스’ 기능을 추가 제공한다.

5.2 설계 및 구성도

퍼블릭 액세스 채널을 설계하기 위한 전체화면 구성도는 <그림 7>과 같다. 초기화면에서는 학습자와 제작자의 원활한 의사소통을 위하여 로그인 이루어져야 프로그램을 진행할 수 있게 하였으며 학습메뉴, 평가메뉴, 질문·답변 게시판, 동영상자료실, 보조메뉴 등의 기능을 활용할 수 있다.



<그림 7> 전체화면 구성도



<그림 8> 세부항목 설계도

5.3 프로그램의 진행

본 퍼블릭 액세스 채널에 접속하면 메인 화면이 제시되고 전체적인 구성을 볼 수 있다. 모든 메뉴와 동영상 서비스는 기본적으로 로그인 없이 열람 또는 이용이 가능하다. 단, 참여하기 메뉴 선택 시 로그인 화면으로 분기하여 참가자의 개인정보와 영상자료의 구분을 위해 로그인 하도록 제작하였다.

메인 화면에서 주요프로그램을 이미지와 간단한 내용을 한눈에 알아 볼 수 있도록 하였으며, 해당 관심 사항의 이미지나 제목을 클릭 하면 곧 바로 영상이 서비스 된다.

주 메뉴에서 주요 프로그램은 각각 6가지 메뉴로 구분하여 각각의 메뉴와 게시판에 연결되어 있으며 선택 시 영상 서비스가 가능하다.

각각 다른 메뉴 7개를 두어 선택 시 해당 화면으로 이동해 각각의 메뉴의 서비스가 제공된다. 부메뉴로 바로 이동 할 수 있는 3가지 메뉴를 두어 서비스 되도록 제작하였다.

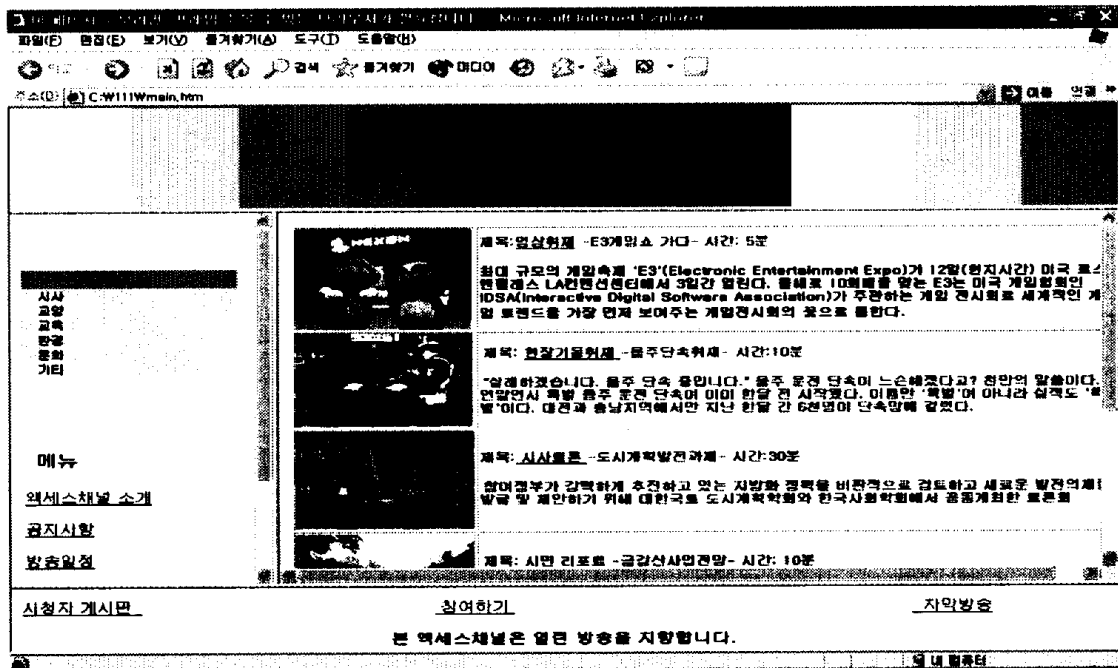
5.3.1 화면 구성

전체적인 기본 구성은 메인 화면 자체에서 서비스를 선택할 수 있는 메뉴 부분과 주요프로그램 메뉴를 두어 메뉴를 통일화 하였다. 주요프로그램을 클릭하면 각각의 세부적인 게시판이 활성화 되며, 게시판에서 제목이나 영상서비스를 선택하면 영상 서비스가 시작된다. 동영상 서비스 중에도 이전 메뉴나 다음 메뉴, 메인 메뉴 또는 다른 각각의 서브 메뉴로 이동할 수 있도록 하였다. 본 연구는 화면의 디자인 보다 영상서비스의 향상을 우선으로 스트리밍 서비스를 디자인과 정보전달의 모두를 동시에 만족시키는 것을 목표로 제작하였다.

주요프로그램의 세부적인 부분은 다음과 같다.

메인 화면은 <그림 9>와 같이 구성하였다. 메인 화면은 그 사이트의 첫

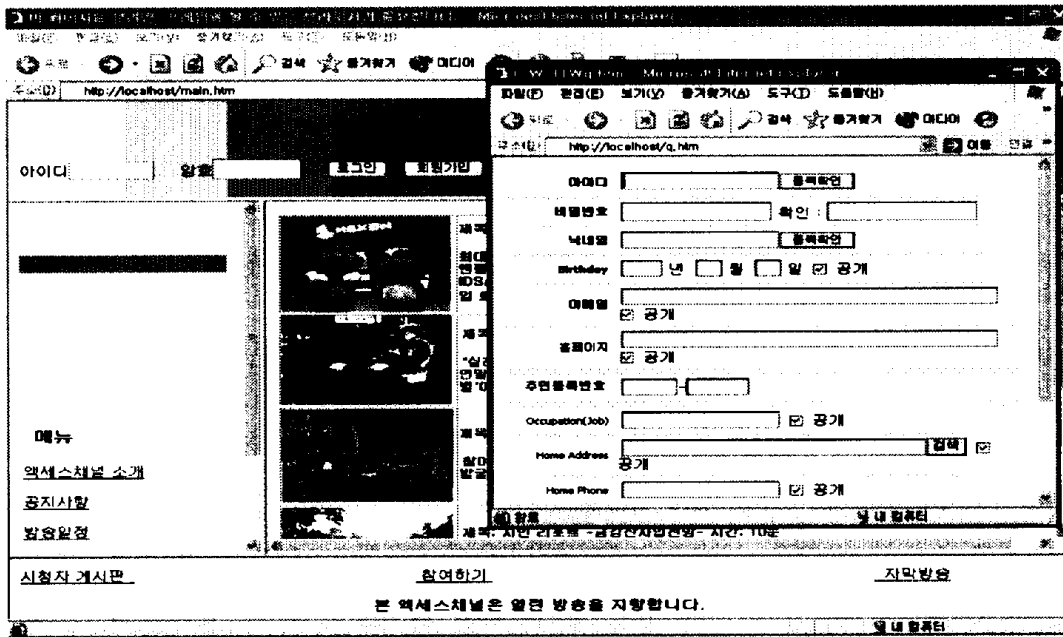
인상을 심어주는 화면이므로 깔끔한 화면구성에 중점을 두어 구현하도록 하였다. 사이트에 대한 간결한 메뉴와 이미지등의 도식화가 사이트를 처음 찾은 사용자들에게 한 눈에 알아 볼 수 있도록 구성하였다.



<그림 9> 메인 화면

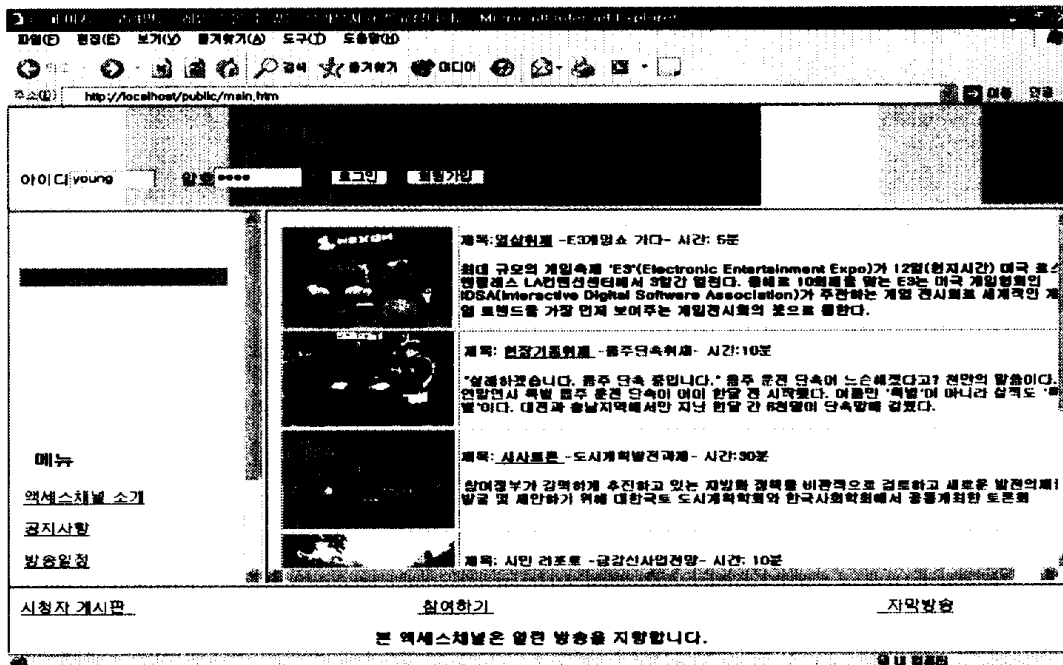
기본적인 모든 메뉴는 로그인 없이 이용 가능하며, 메인 화면에서 곧바로 선택 사항을 클릭하여 서비스 받을 수 있다.

본 서비스의 이용에는 문제는 없지만 참여하기 메뉴를 사용하기 위해 로그인 접속된 화면 상태에서 실행 하였다. 기존 사용자는 아이디와 패스워드 입력으로 로그인 되고 처음 사용자는 회원가입을 통하여 로그인 할 수 있다.



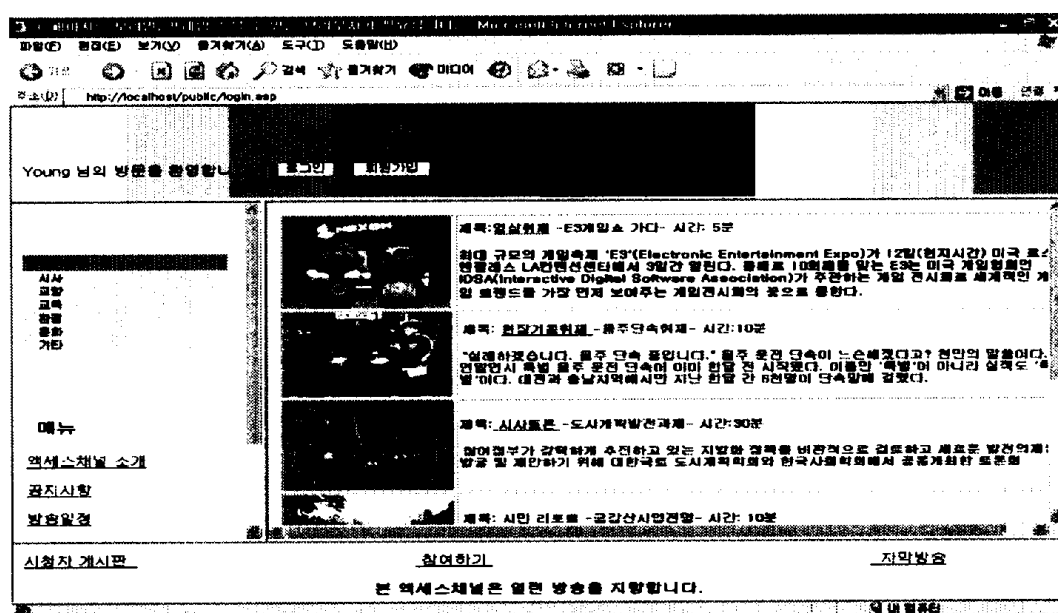
<그림 10> 회원가입 화면

회원가입 메뉴시 가입의 편의를 위하여 아이디 중복 체크 주소 등은 자동 입력 도구를 이용하였다.



<그림 11> 로그인 화면

회원가입에 성공 후 메인 화면으로 돌아가 로그인하면 아래의 <그림 12>과 같이 등록자 이름과 아이디를 보여주는 로그인 성공 창으로 이동하며 로그인 접속 메인화면이 나타나게 된다.

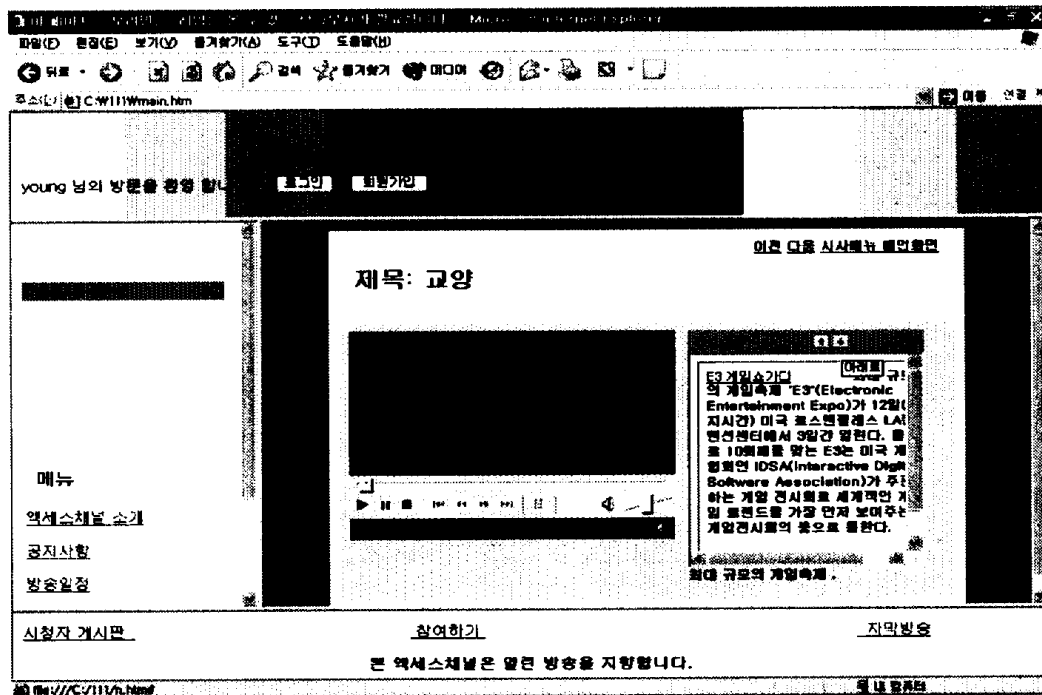


<그림 12> 로그인 접속 화면

회원가입 없이 게스트 방문으로도 접속이 가능하다. 회원의 아이디와 환영 메시지를 제외하고는 같은 페이지라고 볼 수 있으며, 게스트 방문으로도 ‘참여하기’ 메뉴를 제외 하고는 모든 메뉴와 동영상 서비스를 이용할 수 있다.

메인화면에서 동영상 서비스를 곧바로 시청할 수 있는 퀵 메뉴를 두어 사이트 접속과 동시에 인기 동영상 서비스나 관심 동영상 등을 한눈에 확인하고 클릭하면 곧바로 스트리밍 서비스 화면으로 이동 된다.

이때 스트리밍 서비스는 디자인을 깔끔한 인터페이스로 제작하였으며, 동영상 서비스와 동시에 내용의 주제나 줄거리, 등장인물, 서비스 시간 등을 한 번에 확인 할 수 있도록 만들었다.



<그림 13> 동영상 서비스 화면

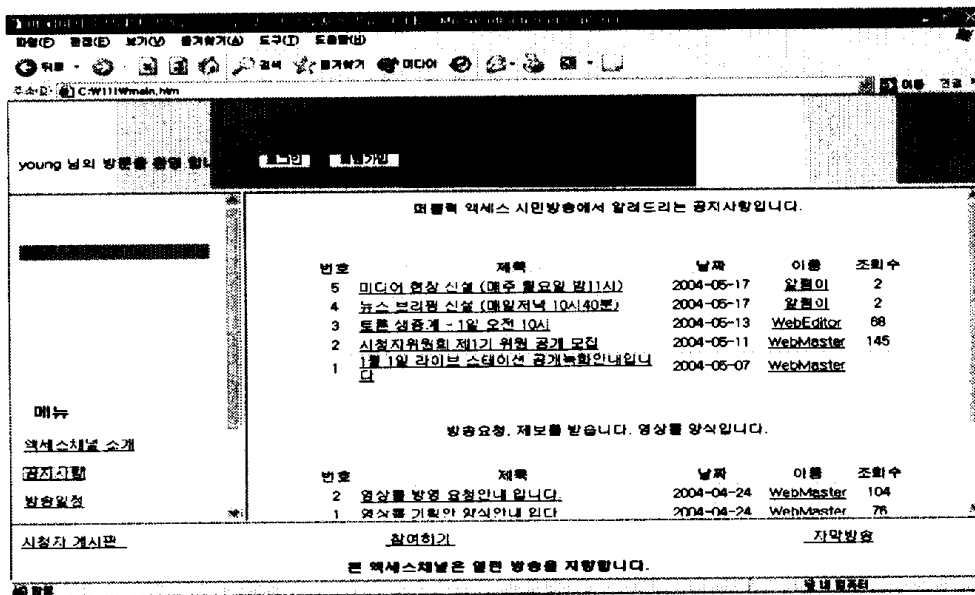
줄거리나 내용이 길 경우 제작된 영상서비스 크기와 텍스트 화면이 길어 지므로 이는 자바 스크립트를 이용하여 제작하였다.

영상 서비스 도중 긴 줄거리 내용 등을 읽고 싶을 때 상단 우측에 있는 아래, 위 화살표에 마우스를 가지고 가면 동영상 서비스는 그대로 시청하는 동시에 텍스트가 롤오버 되어 위, 아래로 내용을 확인 할 수 있다.

5.3.2 각 메뉴의 기능

5.3.2.1 공지 사항

운영자가 사이트 운영지침이나 이용안내등 사용자의 편의를 위해 만든 메뉴이다. 특히 액세스 채널의 특성상 실시간으로 방송되는 프로그램이나 동영상의 원활한 서비스를 위해 방영시간 일정 등을 공지한다.

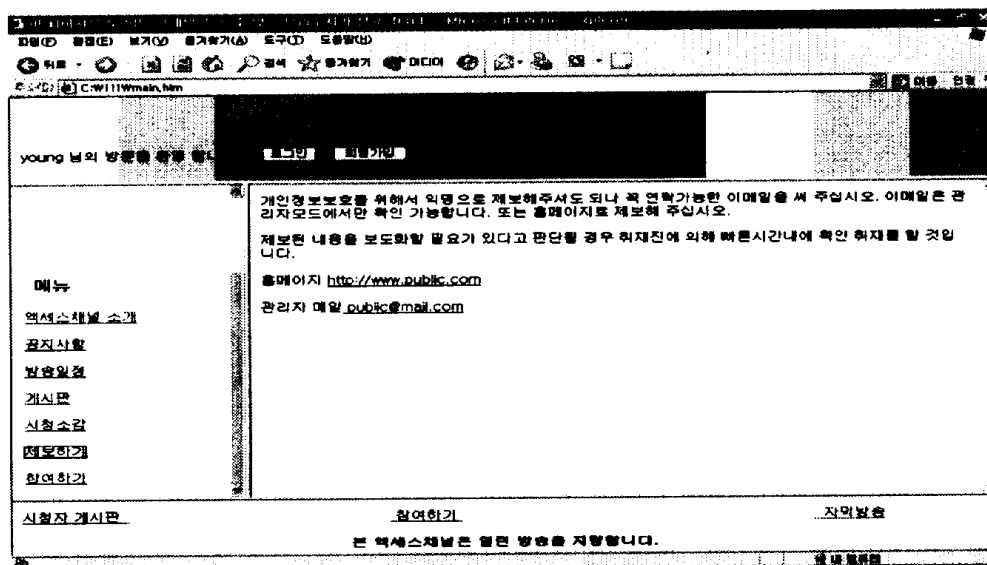


<그림 14> 공지 사항 메뉴

5.3.2.2 제보하기

제보하기 메뉴는 방송이라는 특성상 소재를 제보하여 간접 참여를 할 수 있도록 만든 메뉴이다.

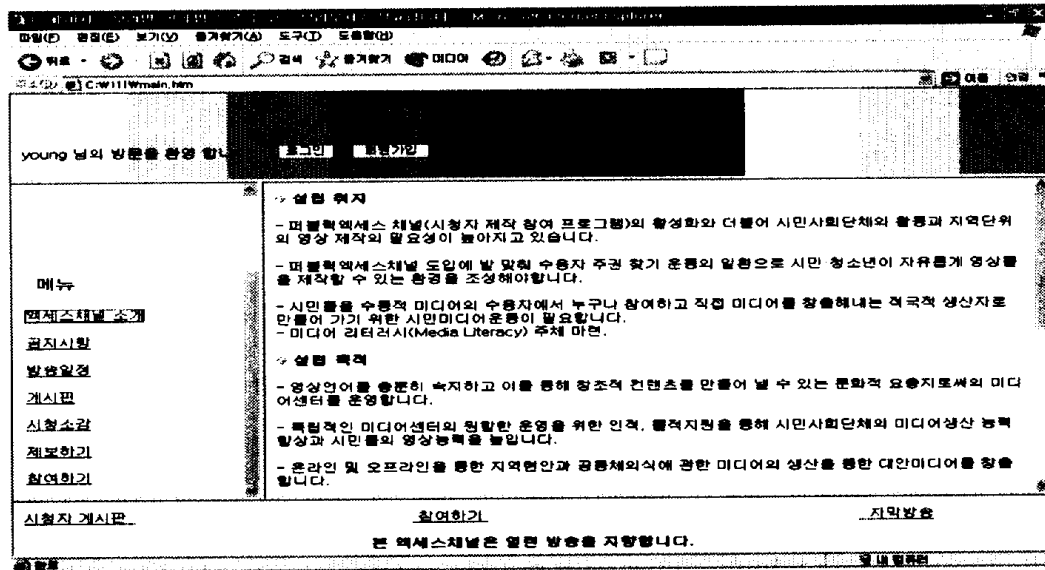
시청자 개인이 직접 영상을 촬영, 편집하기 어려운 여건이거나 자신의 주장이나 생각을 알릴 때 중요한 정보로 제공 된다.



<그림 15> 제보하기 메뉴

5.3.2.3 액세스 채널 소개

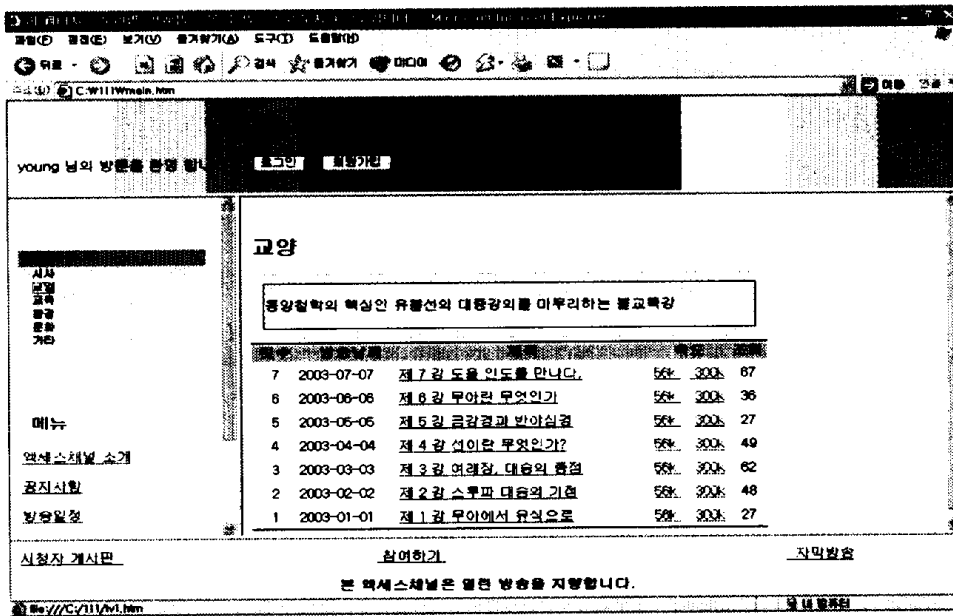
본 메뉴는 퍼블릭 액세스 채널 의의 와 필요성 등 처음 방문하였거나 퍼블릭 액세스의 개념을 잘 알지 못하는 사용자들을 위해 퍼블릭 액세스의 설명과 본 사이트의 목적과 제작 동기 등을 알아 볼 수 있도록 정리 하였다.



<그림 16> 액세스채널 소개 메뉴

5.3.2.4 주요 프로그램

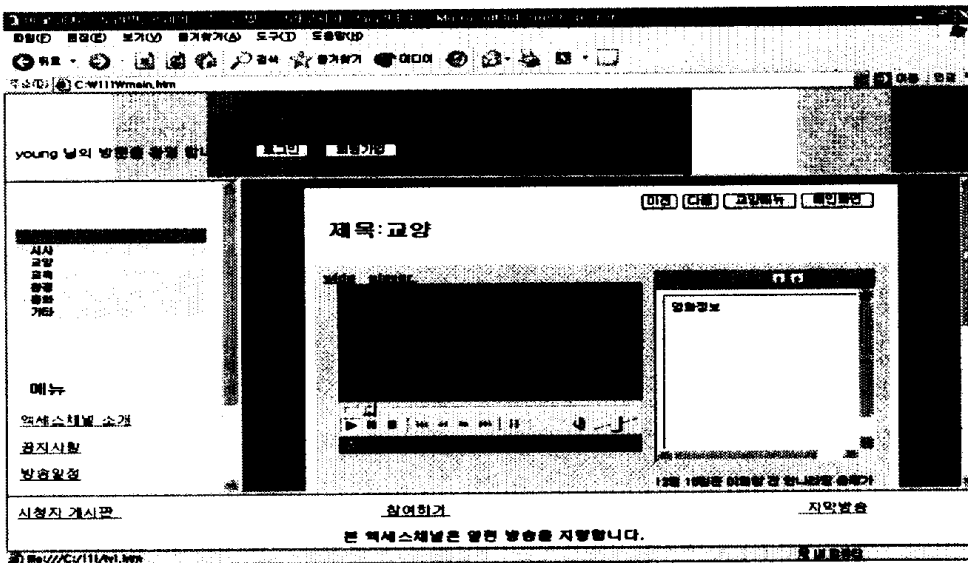
주요 프로그램은 시사, 교양, 교육, 환경, 문화, 기타의 6가지 메뉴로 포괄된 메뉴이다. '주요 프로그램' 메뉴를 클릭하면 서브메뉴로 위의 6가지 메뉴가 열리며, 자바 스크립트를 이용하여 펼침 메뉴로 디자인하였다.



<그림 17> 주요프로그램 메뉴

각각의 서브메뉴들은 '시사' 메뉴 게시판, '교양' 메뉴 게시판 등으로 이동되고 각각의 해당되는 동영상 서비스들이 링크되어 있다.

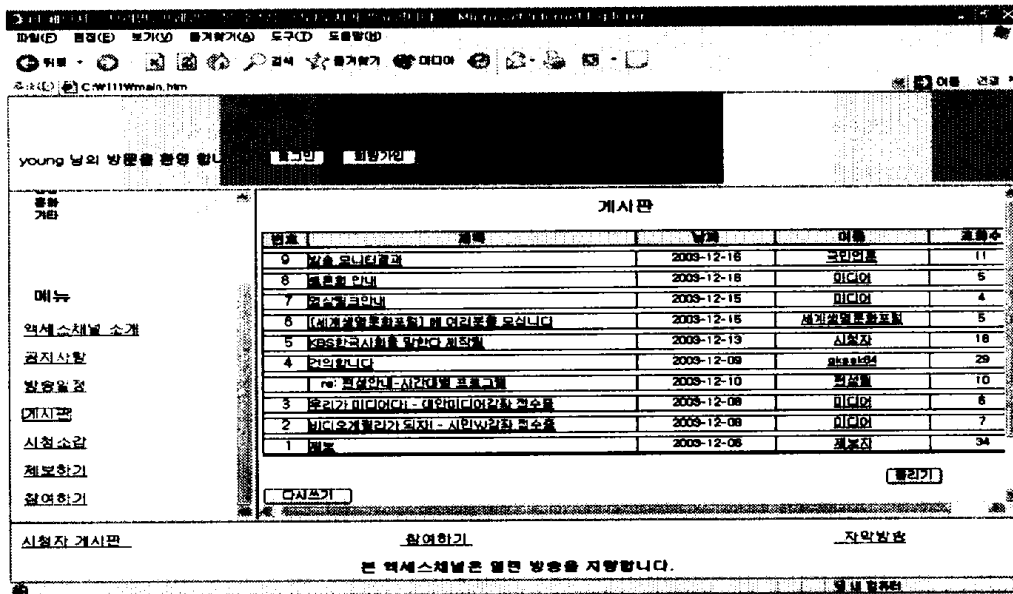
6개의 메뉴 게시판을 각각 확인하고 동영상 링크 또한 여러 번 클릭하고 접속해서 서비스를 받는 번거로움을 두 번의 간단한 확인과 클릭으로 메뉴의 다양화를 통합하고 간략화 하였다.



<그림 18> 주요프로그램 동영상 서비스 화면

5.3.2.5 게시판

기존의 커뮤니티나 카페에서 기본적으로 사용되는 게시판 메뉴이다. 방송서비스에 관한 이야기나 같은 사용자끼리 혹은 운영자와 사용자의 질의응답 등 자유롭게 글을 올리고 열람할 수 있는 메뉴이다.

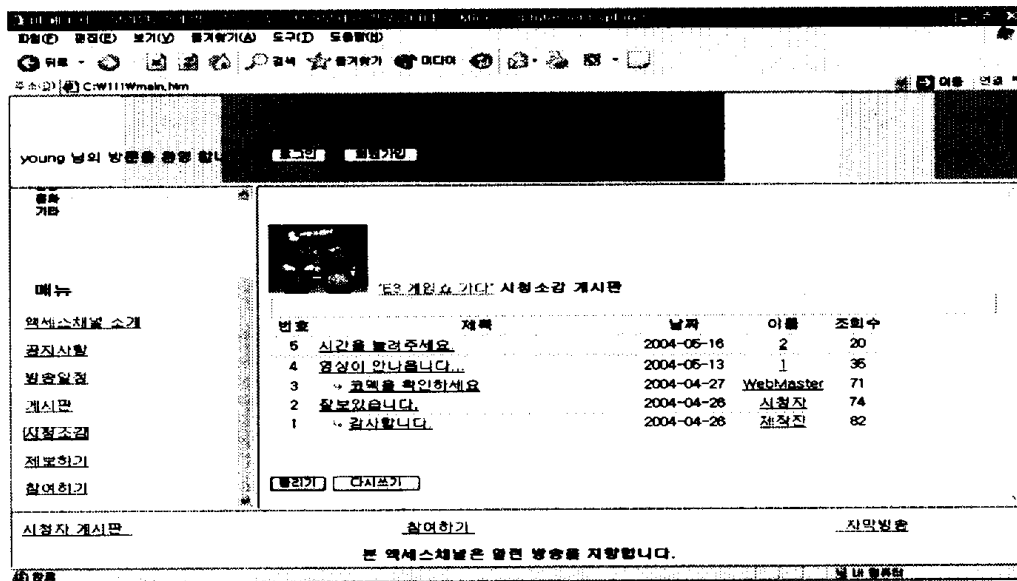


<그림 19> 게시판 메뉴

5.3.2.6 시청소감 게시판

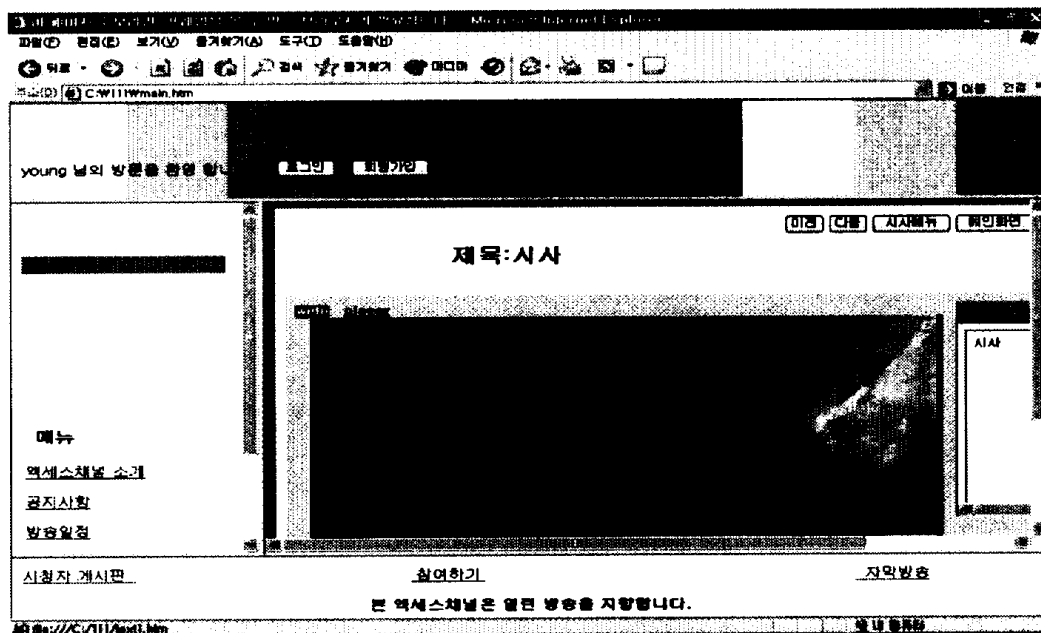
게시판이 자유롭게 자신의 의견을 올리는 메뉴라면 '시청자 게시판' 메뉴는 동영상 서비스를 시청하고 느낀 점이나 사용자들 상호간의 대화 그리고 운영자에 대한 프로그램 평가 등을 올릴 수 있는 메뉴이다.

특히 시청자 게시판은 몇몇의 주요 프로그램이나 인기프로그램의 시청자 게시판을 각기 다르게 링크해 놓았으며, 해당 프로그램의 게시판을 시청자들이 의견을 열람하고 있는 중에도 영상을 다시 볼 수 있도록 동영상 서비스를 링크시켜 놓았다.



<그림 20> 시청소감 게시판 메뉴

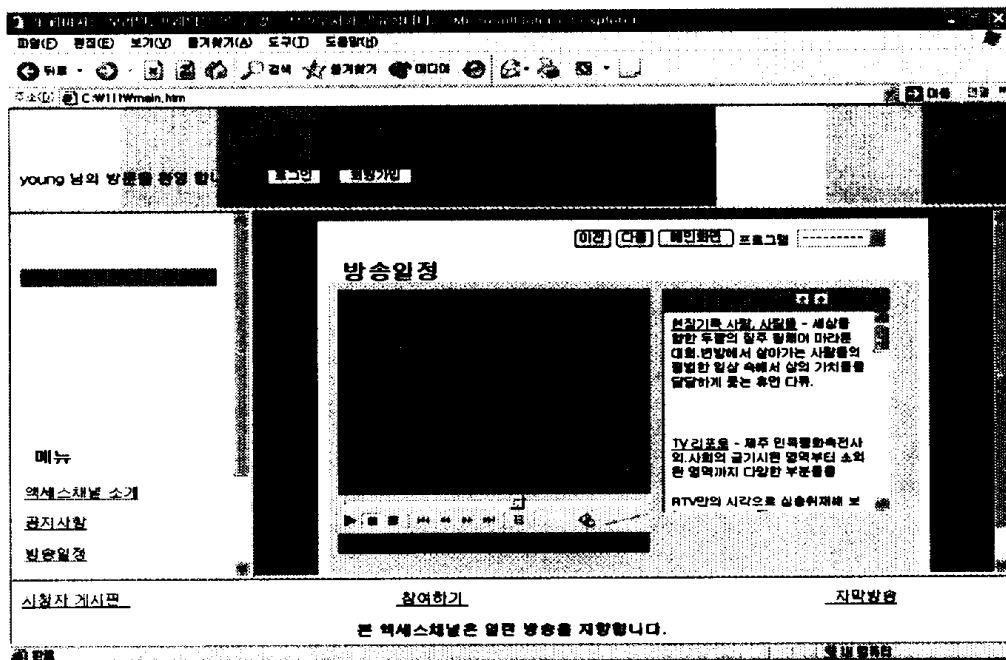
또한 영상의 화질이나 내용에 따라서 좀 더 넓은 화면이나 보통화면으로 전환하여 시청할 수 있는 기능을 추가하였다. 원본 영상 자체가 압축되지 않은 고화질 영상 제작물일 경우 이 기능을 사용하면 원하는 화면의 크기로 볼 수 있다.



<그림 21> 동영상 크기 조절 화면

5.3.2.7 방송일정

프로그램을 한 눈에 볼 수 있는 방송 둘러보기 기능을 포함한 메뉴를 만들었다. 액세스 채널 방송국뿐만 아니라 다른 웹 사이트들에서도 메뉴의 대부분은 텍스트화되어 있다. 이는 의미의 전달은 정확하게 줄 수 있지만 시각적인 효과와 사용자의 관심을 유도하기 어렵다. 텍스트 메뉴는 아직 많은 인터넷 페이지 상에서 주로 쓰고 있으며, 도식화된 메뉴를 사용하지 않는 이유는 구현의 문제와 그림을 클립보드에 저장하여야 하는 속도 문제 등 여러가지 이유로 잘 쓰이고 있지 않다.



<그림 22> 방송일정 메뉴

하지만 액세스 채널에서는 미디어의 특성상 이를 한눈에 도식화된 메뉴로 바꿀 수 있다. 특히 액세스 채널은 영상의 업데이트로 자료가 많아지면 메뉴에 링크된 영상의 설명이나 제목을 확인하기가 다소 불편해 진다. 이는 곧 사용자의 불편으로 이어지고 사용자는 불편하게 되어있는 영상들을 더 이상 보려 하지 않으려 할 것이다. 미디어 서버를 이용하여 시청자가 보기

편한 인터페이스로 디자인하여 보았다. 미디어 서버를 이용하여 ‘방송일정’ 메뉴를 만들었다.

메뉴를 클릭하면, 미디어 플레이어는 자동으로 열리는 페이지로 이동하며, 미디어서버는 링크되어 있는 프로그램을 순차적으로 짧고 주요한 내용을 방영한다. 미디어 플레이어 옆에는 시청자가 시청중인 프로그램의 개요를 좀 더 알아보기 쉽게 설명한 그림이 시청을 돕는다. 이처럼 사용자가 프로그램의 전체적인 흐름을 파악하고 시청한다면 서비스의 향상은 물론 시청자들의 방문을 높이고 보다 높은 시청을 유도할 수 있다. 이는 인터넷 방송 특징의 하나인 시청자가 언제 어디서나 시간에 구애 받지 않고 서비스 받을 수 있는 온디맨드 기능의 추가된 메뉴라 하겠다.

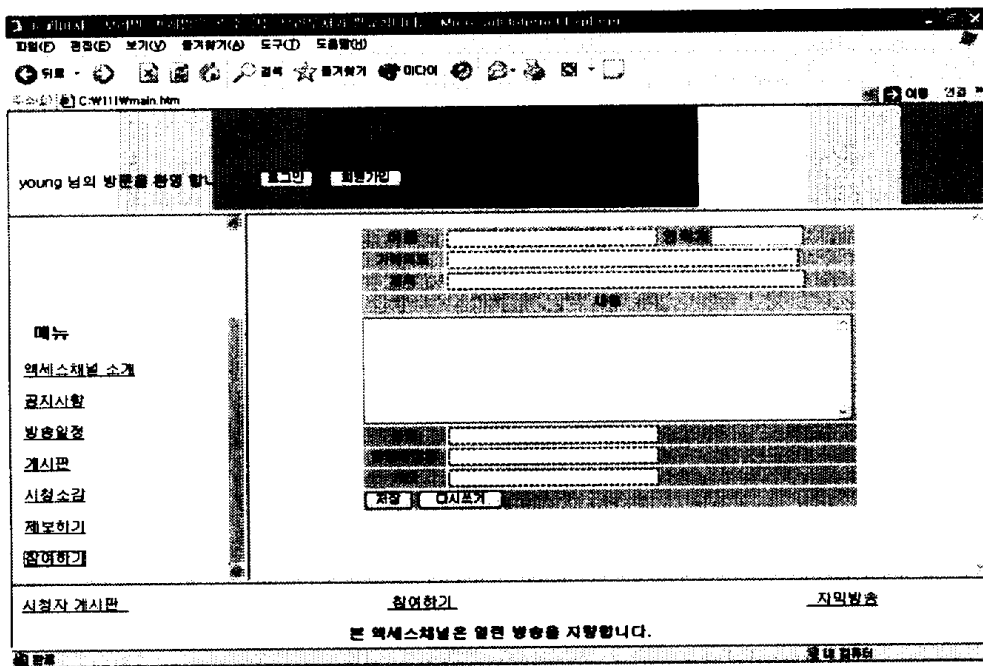
5.3.2.8 참여하기

시민참여 본연의 취지를 나타내지 못했다. 퍼블릭 액세스 채널은 일반 시민의 참여를 모티브로 하고 있다. 하지만 정작 시민들이 참여할 수 있는 공간은 없었다. 아직 액세스 채널이 활성화 되지 않은 시점에서 개인은 물론이거나 단체 역시 제대로 된 액세스채널 방송국을 개국하기는 어려운 실정이다. 이에 현재 개국되어 있거나 서비스 준비중인 액세스 채널 방송국은 일반시민들 자신이 직접 제작한 영상을 방영해 주어야 하는 기회를 넓혀 주어야 한다. 이에 시민참여의 본 취지를 고려하여 메뉴에 ‘시민참여’라는 버튼을 구성하였다.

누구나 참여하고 시청할 수 있는 액세스 채널의 특성상 방송시청은 로그인 없이 가능하지만 게시판이용이나 시민참여 메뉴는 로그인 되어 있어야 서비스 받을 수 있도록 하였다.

메뉴를 클릭 ‘기획서 올리기’와 ‘영상 올리기’ 버튼이 보이게 되며, ‘기획서 올리기’를 선택하면 아이디와 같은 형식에 맞는 글을 쓰고 올리기를 클릭하게 되면 담당자가 볼 수 있도록 전달되며, 영상 올리기는 비교적 용량이 적은 영상파일들을 올릴 수 있게 자료실을 만들었다. 이처럼 몇 번의 클

릭으로 참여를 할 수 있도록 하였다, 이는 영상을 제작한 시민이 전화 또는 오프라인 상에서 방영을 요청해야하는 번거로움에서 탈피, 웹상에 바로 담당자가 관리하는 자료실에 기획서와 함께 올리므로 사용자의 이용의 불편과 그만큼 방영될 날짜를 줄일 수 있다는 장점이 있다. 이는 현재 액세스 채널 방송국이 고려해야 할 부분이다.



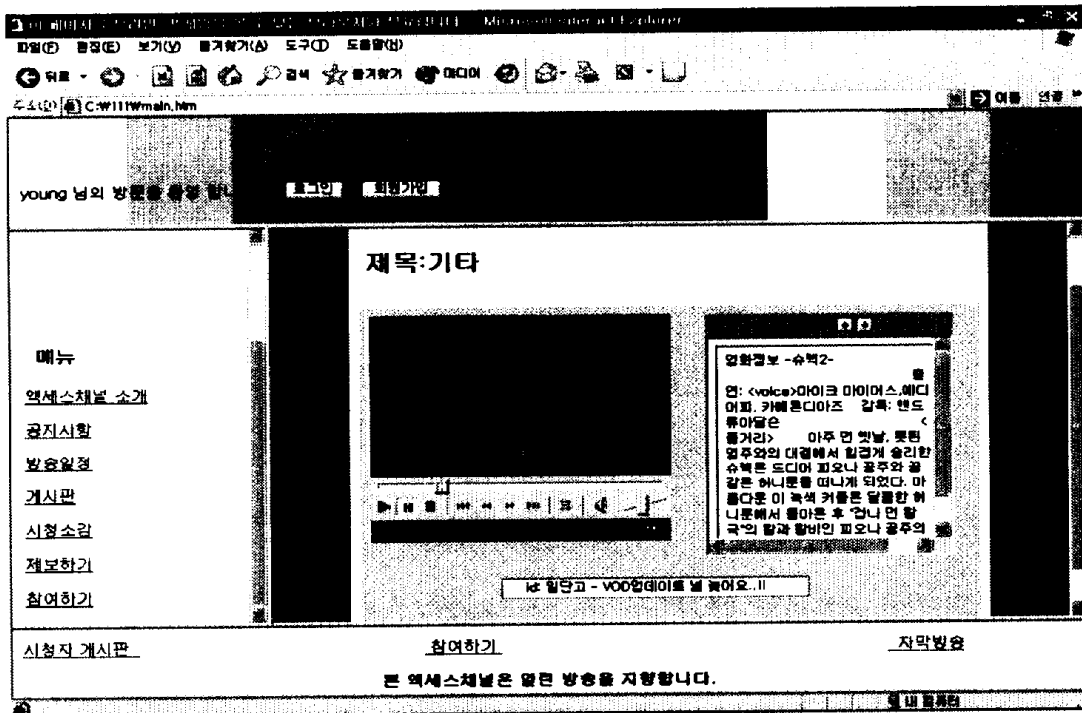
<그림 23> 참여하기 메뉴

5.3.2.9 자막방송

쌍방향성 커뮤니케이션의 노력이 부족하다. 현재 공중파는 물론이고 각 지역방송 케이블, 위성 방송까지 시청자와의 쌍방향 커뮤니케이션 방송을 구현하고자 힘쓰고 있다. 기존의 방송은 단방향성의 서비스였다. 방송국에서 제작하고 이를 각 가정으로 송출하였다. 이에 반해 방송을 시청하는 시청자들은 그저 방송국에서 송출한 영상을 보고 판단할 수밖에 없었다. 그만큼 시청자의 참여도가 현저히 떨어졌다고 할 수 있다. 시청자들은 방송을 시청한 후 시청소감을 몇 자 적는 것이 전부였다. 하지만 현재의 방송은 변화하

고 있다. 디지털 방송시대에 맞게 쌍방향 커뮤니케이션은 필수 항목으로 변모하고 있다.

실제로 일본에서는 몇 년 전 TV드라마를 보며 시청자가 방송을 시청하면서 홈쇼핑을 하거나 드라마의 이야기를 시청자가 원하는 구성방향으로 선택하여 시청이 가능하도록 쌍방향 커뮤니케이션 방송의 실현을 앞당기고 있다. 이처럼 쌍방향성은 본래의 방송에서도 액세스 채널에서도 중요한 서비스라고 할 수 있다. 이 같은 서비스는 상당한 기술력과 장비가 요구되기도 한다. 하지만 쌍방향 서비스는 작은 아이디어와 충실한 서비스로 구현할 수 있다. 쌍방향성이라는 과제에서도 시민참여라는 해답을 찾을 수 있다.



<그림 24> 쌍방향 자막 서비스

화면은 영상시청을 클릭 했을 때 나타나는 미디어 플레이어 화면이다. 동영상 서비스의 인터페이스를 좀 더 시청하기 쉽게 바꾸고 미디어 플레이어에 동영상이 플레이되는 창은 사이즈를 조절하여 아래 공백에 시청자들의 시청소감을 서비스 할 수 있도록 하였다. 이는 생방송으로 송출할 경우 더

욱 더 쌍방향 커뮤니티에 가깝게 서비스 할 수 있다. 시청소감이 서비스 되는 동안 현재 시청하고 있는 시청자는 이미 시청한 다른 시청자들의 소감을 바탕으로 자신의 생각과 여론을 비교하며 시청 할 수 있게 된다. 결과적으로 시청자들의 참여를 보다 적극적이고 직접적으로 참여할 수 있게 만들어 주는 것이다.

지금까지 구현해본 액세스 채널과 같이 시청자들에 대한 서비스를 향상시키고 리뉴얼 시켜나가야만 퍼블릭 액세스 채널은 활성화 될 수 있으며, 또한 한편으로 다양한 시청자 참여를 위한 메뉴와 프로그램으로 시청자의 방문을 유도하고 참여율을 높여 시민참여의 참뜻을 잃지 않고 더욱 변화해 나아간다면 퍼블릭 액세스 활성화는 보다 앞당겨 이루어 질 것이다.

6. 결 론

6.1 연구요약 및 제언

미디어 액세스권은 매스미디어로부터 소외된 공중이 자기의 의견을 표명하기 위해 매스미디어에 그것에 필요한 지면이나 시간을 요구하여 그것을 이용할 수 있게 하는 권리라 할 수 있다. 이는 매스미디어가 점차 대규모화하고 발전하게 됨에 따라 소수의 자본가나 정치권력에 장악됨으로써 일반대중이 언론표현의 자유를 누리기 어렵게 된 상황에서 그들의 권리를 보장해 주기 위해 등장한 개념이다.

본 논문은 방송영역의 대안미디어 운동 퍼블릭 액세스의 활성화 방안을 목적으로 연구하고자 하였다. 해외의 퍼블릭 액세스가 선진화된 국가들의 현황을 중심으로 퍼블릭 액세스의 문화적, 제도적, 운영적인 면을 중심으로 논의 하였다. 특히 국내 퍼블릭 액세스의 활성화가 극히 미흡한 시점에서 <3. 퍼블릭 액세스의 유형>에서 논의된 해외 선진 국가들의 퍼블릭 액세스 제도는 우리상황에 맞는 검토가 필요하다 하겠다.

<4. 국내 퍼블릭 액세스의 현황>에서 논의한 국내퍼블릭 액세스는 크게 KBS의 열린 채널과 지방 액세스 방송 그리고 위성방송에서 실시되고 있으나 이 또한 법적 강제로 실시된 KBS의 열린 채널을 제외하고 의무적으로 시행되고 있기 때문에 국내 퍼블릭 액세스의 활성화에는 기여하지 못하고 있는 실정이다. 열린채널 역시 제도적, 운영적 미흡으로 시민참여 프로그램이라는 본질에 퇴색되어진 상태이다.

본 논문의 연구 결과 국내 퍼블릭 액세스의 활성화 방안을 몇 가지 정리하고자한다.

첫째, 미디어에 대한 시민접근권 개념의 확립이다. 현재 방송법이 보여주고 있는 관련 내용의 모호성은 운영의 문제로 이어지고 있다. 표면적으로는 시민참여 프로그램으로 액세스권을 보장하는 것 같지만 현 방송법상 액세스

프로그램은 편성과 송출을 책임지는 방송사가 심의를 해야 하는 구조에 있다. 퍼블릭 액세스의 특성상 기존 미디어가 담당하지 못하는 가치나 이슈를 시민제작을 통해 제시한다는 취지를 가진 액세스 프로그램을 기존 미디어가 심의하는 것이다. 이에 액세스 프로그램의 경우 심의의 특별 조항을 마련하여 기존의 방송심의와 구분할 필요가 있다.

둘째, 제한적으로 규정되어 있는 시민참여 범위의 문제이다. 현재 국내의 방송유형은 지상파TV, 케이블TV, 위성방송, 라디오방송으로 나뉘어 진다. 이중 방송법이 제시하고 있는 시민참여 규정은 지상파TV의 KBS, 케이블TV, 위성방송에만 국한되어 있다.

그러나 이는 지역방송과 라디오를 간과하는 문제를 안고 있다. 매체별 특성을 활용하는 가운데 지역공동체의 공공영역을 활성화한다는 차원에서 그 범위를 확장해야 할 것이다. 이는 법적으로 모든 매체에서 똑같이 적용되기보다는 매체특성에 따라 수준을 달리할 수 있다. 여기서 법적 ‘강제’와 ‘의무’를 구분할 필요가 있다. 강제는 KBS의 ‘열린채널’과 같이 고정적인 편성을 의미하며, 의무는 케이블TV 및 위성방송의 경우와 같이 시청자가 원할 경우 특별한 이유가 없는 경우 편성토록 하는 것을 의미한다. 지상파TV의 경우 공영방송인 KBS는 현재와 같은 강제를 유지하는 가운데 각 지역국에 액세스 프로그램의 편성을 의무화 할 필요가 있다.

셋째, 안정적 운영을 위한 재정적 확보 이다. 퍼블릭 액세스는 대개 비영리성을 추구하기 때문에 일정한 수익구조를 갖기 어려운 상황이다. 국내 액세스채널인 RTV의 경우도 비영리법인으로서 광고방송을 하지 않고 있어 안정적인 수익구조가 없는 형편이다. 제도적인 재정지원이 필요한 사항이다. 액세스채널을 공공의 개념에서 접근하여 공공채널로 지정하고 정부가 지원하는 방안이 있을 수 있다.

넷째, 미디어센터 등 액세스를 위한 인프라의 구축이다. 국내 퍼블릭 액

세스의 문제점에서 보았듯이 시민참여의 가능성이 조금이나마 열려 있지만, 이를 위한 제작시설의 토대가 매우 열악한 수준이다. 방송영역에서 퍼블릭 액세스가 발전하기 위해서는 제작시설 및 교육에 대한 지원이 함께 이루어져야 한다.

다섯째, 시민단체의 역할과 관련한 문제이다. 앞에서 지적인 논의와 함께 특히 중요한 문제점이라 할 수 있다. 시민단체와 퍼블릭 액세스는 서로 분리할 수 없는 유기적인 관계에 있다. 시민단체들은 기존 미디어가 반영하지 못하는 자신들의 이슈와 가치를 시민미디어를 통해 전달할 수 있으며, 시민미디어는 이들의 프로그램을 통해 자신의 정당성을 부여받을 수 있다. 국내에서 지금과 같은 시민미디어가 발현되기까지에는 시민단체들의 많은 노력이 있었고, 또한 현재도 시민미디어가 파행적으로 운영되지 않도록 감시와 협력관계를 유지하고 있는 게 사실이다. 시민미디어가 발전되기 위해서는 앞으로도 시민단체의 지속적인 노력을 필요로 한다.

끝으로 웹미디어 인터넷의 개방성과 상호작용성에 기반하고 있어 퍼블릭 액세스의 구조를 정착하는데 그 어느 미디어 영역보다 많은 가능성을 가지고 있다. 인터넷의 장점이 바로 퍼블릭 액세스의 기능을 원활히 해주는 조건을 갖추고 있다는 것이다. 생산자와 소비자가 수평적 구조를 이루는 인터넷의 기술적 특성에 시민의 참여를 강조하는 퍼블릭 액세스의 내용적 특성을 결합함으로써 퍼블릭 액세스의 확장을 모색할 수 있다.

참고 문헌

최영목·김명준·서명석 공저(1999), <국민참여 방송의 이론과 실천>, 언론개혁시민연대, 59p

민간 공영방송사는 기본적으로 국가 공영방송인 NOS와 별개의 조직으로 자리했다.
오현숙(2002), “시민이 만드는 방송 : 유럽의 제3채널들”, <KBS 해외방송정보> 2002.3월호

김기범(1988), “독일의 개방채널 : 1993년 이후 2배로증가”, <동향과 분석>, 통권72호 및 성숙희(2001), “독일의 개방채널, 대안방송으로 자리매김”, <동향과 분석>, 통권 124호

김택환(1993), “공론장으로서의 방송 프로그램: 한국의 시민참여 방송프로그램과 독일의 공개채널의 현황을 중심으로”, <방송연구>, 겨울호.

곽기성(2001), <호주의 미디어>, 커뮤니케이션북스

이상훈(2001), “시청자 제작프로그램 활성화 방안 연구”, 한국방송진흥원 연구보고

김명준(2001), “한국적 퍼블릭 액세스의 정착 과제”, <21세기 시민언론운동>, 언론개혁시민연대.

오현숙(2002), “시민이 만드는 방송: 유럽의 제3채널들”, <KBS 해외방송정보>, 2002. 3월호.

유인설(1999), “액세스채널 도입의 제문제 : 국내 현실 진단”, <뉴미디어 저널>.

1999. 8월호.

Commission on freedom of the press(1947), A Free and Responsible Press,
Chicago ; University of Chicago press ; 김택환 역 (2001), <자유롭고 책임 있는
언론>, 중앙

Tomlinson, T.(1988), “스웨덴 편”, Rosen, T.(ed.), Internatinal Handbook of
Broadcasting System ; 양기석 역(1993), <세계의 방송제도>, 나남

OECD, Communication Outlook 1999.

<http://www.openchannel.se/cat/overview.htm>

<http://www.openchannel.se/cat/overview.htm>

ABSTRACT

A research for a public access active

Shin, Jin_Young
Major in Webcasting
Dept. of Computer New Technology
Graduate School of Computer New Technology
Hansung University

This essay consist of 5 chapters. Chapter 1 is an introduction which explains the purpose and the background of this essay.

Chapter 2 is explains the concept, the feature, and the need of the public access. Chapter 3 is analyzes examples of the public access in other countries.

Chapter 4 is indicates the present condition, the problems ,and the solutions in Korea Chapter 5 is embodies the combination of the public access's concepts on a web site.

This treatise examines the problems of domestic public access, and gives some solution about it on the basis of the examples of other countries.

This is about solving those problem mentioned.

First of all, establish a citizen's access right about the media.

Second, it is about how much citizens can participate in, which is limited by current law.

Third, there should be a guarantee that they will have enough money to run it

Fourth, there should be infrastructure for access channel.

Fifth, It is a matter of civil group.

Finally, Web media has a possibility that it can help access channel to get settled because it is based on openness and interaction.

Internet has a good feature that it makes Access channel run properly.

Clients and Server has equal right to do something in the internet. This mean that if Internet go with public access channel, it should be kind of mutual thing ever.