creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

[UCI]I804:24011-200000266758

2018년 2월

박사학위논문

지역방송의 지역성에 대한 시청자들의 주관적 태도유형 및 상호지향성 연구

조선대학교 대학원

신문방송학과

최 영 준

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역방송의 지역성에 대한 시청자들의 주관적 태도유형 및 상호지향성 연구

A study on Viewers' Subjective Attitude Type and Co-orientation on Locality of Local Broadcasting

2018년 2월 23일

조선대학교 대학원

신문방송학과

최 영 준

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역방송의 지역성에 대한 시청자들의 주관적 태도유형 및 상호지향성 연구

지도교수 김 봉 철

이 논문을 언론학 박사학위 신청논문으로 제출함

2017년 10월

조선대학교 대학원

신문방송학과

최 영 준

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

최영준의 박사학위 논문을 인준함

심사위원장 조선대학교 교수 최 양 호 ㊞

심 사 위 원 전남대학교 교수 김 영 기 ㊞

심 사 위 원 전남대학교 교수 주 정 민 ㊞

심 사 위 원 조선대학교 교수 이 희 은 ㊞

심 사 위 원 조선대학교 교수 김 봉 철 ㊞

2017년 12월

조선대학교 대학원

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

목 차

ABSTRACT

제 1 장 서 론 ····· 1

제 1 절 문제제기 및 연구의 필요성 ····· 1

1. 문제제기 ····· 1

2. 연구의 필요성 ····· 5

제 2 절 연구목적 ····· 7

제 3 절 논문의 구성 ····· 9

제 2 장 이론적 논의 ····· 10

제 1 절 지역방송과 지역성에 대한 논의 ····· 10

1. 지역방송의 역할에 대한 논의 ····· 10

2. 지역방송에 관한 선행연구 ····· 12

1) 지역방송에 대한 정책·법제 연구 ····· 13

2) 지역방송의 프로그램에 관한 연구 ····· 14

3) 지역방송의 지역성에 관한 연구 ····· 16

3. 지역성의 개념변화와 구성요인 ····· 19

1) 지역성의 개념과 변화 ····· 19

2) 지역방송의 지역성 구현 필요성 ····· 21

3) 지역방송의 지역성 개념 구성요인 ····· 24

4) 지역방송의 지역성 지수 및 평가 ····· 28

제 2 절 시청자의 주관적 태도유형과 Q 방법론 ····· 35

1. Q 방법론의 개념과 특성 ····· 35

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. Q 방법론을 적용한 선행연구 검토 ····· 36
제 3 절 지역성 구현과 상호지향성 ····· 38
1. 상호지향성 모델의 개념과 이론적 근거 ····· 38
1) 상호지향성 모델의 개념 ····· 38
2) 상호지향성 모델의 이론적 근거 ····· 39
2. 상호지향성 모델을 구성하는 주요 변인 ····· 42
3. 방송에서 상호지향성 모델 적용 연구 ····· 43

제 3 장 연구문제 및 연구방법 ····· 46
제 1 절 연구문제 ····· 46
제 2 절 연구방법 ····· 47
1. Q 분석방법 ····· 47
1) Q 표본(진술문)의 선정 ····· 47
2) P 표본(응답자)의 선정 ····· 50
3) Q 분류와 통계분석 ····· 50
2. 상호지향성 분석방법 ····· 53
1) 응답자의 구성 ····· 53
2) 설문의 구성 ····· 53
3) 조사 및 통계방법 ····· 53

제 4 장 연구결과 ····· 55
제 1 절 주관적 태도유형에 관한 연구결과 ····· 55
1. Q 유형의 구분 ····· 55
1) Q 유형별 P표본 특성과 요인 가중치 ····· 55
2) Q 유형별 표준점수 값 분석결과 ····· 58

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) Q 유형별 상관관계 분석결과 ····· 61
2. Q 유형별 특성 분석 ····· 62
1) 유형 1: 지역 차별화 지향형 ····· 62
2) 유형 2: 사회/문화 지향형 ····· 64
3) 유형 3: 사회공동체 지향형 ····· 66
4) 유형 4: 사회비판/감시 지향형 ····· 68
5) 유형 5: 다문화/소수자 지향형 ····· 69
3. Q 유형 간 차이점 ····· 71
1) 유형 1과 유형 2의 차이점 ····· 71
2) 유형 1과 유형 3의 차이점 ····· 73
3) 유형 1과 유형 4의 차이점 ····· 74
4) 유형 1과 유형 5의 차이점 ····· 75
5) 유형 2와 유형 3의 차이점 ····· 76
6) 유형 2와 유형 4의 차이점 ····· 78
7) 유형 2와 유형 5의 차이점 ····· 79
8) 유형 3과 유형 4의 차이점 ····· 81
9) 유형 3과 유형 5의 차이점 ····· 81
10) 유형 4와 유형 5의 차이점 ····· 83
4. Q 유형 간 공통점 ····· 84
제 2 절 지역방송의 지역성에 관한 상호지향성 분석결과 ····· 85
1. 응답자의 인구통계학적 특성 ····· 85
1) 지역 시청자의 인구통계학적 특성 ····· 85
2) 지역 방송인의 인구통계학적 특성 ····· 86
2. 설문항목 ····· 87
3. 상호지향성 분석결과 ····· 88
1) 객관적 일치도 분석결과 ····· 88

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2) 주관적 일치도 분석결과 ····· 91
3) 정확도 분석결과 ····· 95

제 5 장 결론 및 논의 ····· 100
제 1 절 연구결과 요약 ····· 100
제 2 절 연구결과에 대한 논의 ····· 105
제 3 절 연구의 한계 및 후속연구를 위한 제언 ····· 108

참고문헌 ····· 110
부록 1: 지역방송의 지역성 Q 표본 추출을 위한 전문가 예비조사 설문지 ····· 117
부록 2: Q 진술문 카드 ····· 119
부록 3: Q 설문지 ····· 121
부록 4: 상호지향성 설문지(시청자용) ····· 123
부록 5: 상호지향성 설문지(지역방송 직원용) ····· 127

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

표 목차

〈표 1〉 방송 매체별 구역과 채널의 지역성 ····· 23
〈표 2〉 지역성 구성요인 ····· 27
〈표 3〉 우리나라 각 방송사의 프로그램 관련 평가지수 ····· 30
〈표 4〉 지역성 지수의 구성영역과 세부 평가항목 ····· 32
〈표 5〉 외국의 방송 프로그램 평가지수 ····· 33
〈표 6〉 유형별 P표본의 특성 및 요인 가중치 ····· 57
〈표 7〉 유형별 표준점수 값 ····· 58
〈표 8〉 유형 간 상관관계 계수 ····· 61
〈표 9〉 유형 1의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문 ····· 63
〈표 10〉 유형 1이 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상) ····· 64
〈표 11〉 유형 2의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문 ····· 65
〈표 12〉 유형 2가 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상) ····· 66
〈표 13〉 유형 3의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문 ····· 67
〈표 14〉 유형 3이 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상) ····· 67
〈표 15〉 유형 4의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문 ····· 69
〈표 16〉 유형 4가 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상) ····· 69
〈표 17〉 유형 5의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문 ····· 70
〈표 18〉 유형 5가 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상) ····· 71
〈표 19〉 유형 1과 유형 2의 차이(± 1 이상) ····· 72
〈표 20〉 유형 1과 유형 3의 차이(± 1 이상) ····· 73
〈표 21〉 유형 1과 유형 4의 차이(± 1 이상) ····· 74
〈표 22〉 유형 1과 유형 5의 차이(± 1 이상) ····· 76
〈표 23〉 유형 2와 유형 3의 차이(± 1 이상) ····· 77

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

〈표 24〉 유형 2와 유형 4의 차이(± 1 이상) ····· 78
〈표 25〉 유형 2와 유형 5의 차이(± 1 이상) ····· 80
〈표 26〉 유형 3과 유형 4의 차이(± 1 이상) ····· 81
〈표 27〉 유형 3과 유형 5의 차이(± 1 이상) ····· 82
〈표 28〉 유형 4와 유형 5의 차이(± 1 이상) ····· 83
〈표 29〉 모든 유형 간 공통적인 진술문(± 1 이상) ····· 84
〈표 30〉 지역 시청자의 인구통계학적 특성 ····· 85
〈표 31〉 지역 방송인의 인구통계학적 특성 ····· 87
〈표 32〉 지역 시청자와 지역 방송인의 객관적 일치도 ····· 90
〈표 33〉 지역 시청자와 지역 방송인의 주관적 일치도 1 ····· 92
〈표 34〉 지역 시청자와 지역 방송인의 주관적 일치도 2 ····· 94
〈표 35〉 지역 시청자와 지역 방송인의 정확도 1 ····· 96
〈표 36〉 지역 시청자와 지역 방송인의 정확도 2 ····· 98
〈표 37〉 상호지향성 분석결과 요약 ····· 103

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

그림목차

<그림 1> 하이데의 균형이론 모델 ····· 39
<그림 2> 뉴콤의 A-B-X 모델 ····· 40
<그림 3> 카터의 감정적 관계 패러다임 모델 ····· 41
<그림 4> 채피와 맥로우드의 상호지향성 모델 ····· 43
<그림 5> Q 분류표 ····· 52

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Abstract

A Study on Viewers' Subjective Attitude Type and Co-orientation on Locality of Local Broadcasting

Choi, Young Jun
Advisor : Prof. Kim, Bong Chol
Department of Journalism & Mass Communication
Graduate School of Chosun University.

The study examines local TV viewers' subjective attitude type and co-orientation on locality of local broadcasting. Formal discussion on Locality of broadcasting is going back to the 1990s. In 1995, local commercial broadcasting and cable TV stations were established in the regions throughout the country. But, most of the locality study had been normative since 1995. That is why the study attempts to examine the meaning of locality from the perspectives of local viewers, as well as perceptual differences on locality between local TV viewers and broadcasters. The study would attempt to find out the values and directions of locality of the local broadcasting. In specific, the main research questions(RQ) of the study are as follows.

RQ1: What are the local viewers' subjective attitude type on locality of the local broadcasting?

RQ2: What are the natures of the local viewers' subjective attitude type on locality of the local broadcasting?

RQ3: What are the similarities and differences among the local viewers' subjective attitude type on locality of the local broadcasting?

RQ4: How does 'agreement' on the locality of the local broadcasting between the local viewers and broadcasters show up?

RQ5: How does 'congruence' on the locality of the local broadcasting between the local viewers and broadcasters show up?

RQ6: How does 'accuracy' on the locality of the local broadcasting between the local viewers and

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

broadcasters show up?

The study has applied Q-Methodology to empirically test RQ1, RQ2, and RQ3. The study also empirically tested the co-orientation model for RQ4, RQ5, and RQ6.

First of all, 42 Q samples have been selected and then 44 P samples have been analyzed to examine the subjective attitude types of local viewers on local broadcasting. Analysis results provided five subjective attitude types. There were 14 people in the first type, 5 in the second type, 7 in the third type, 9 in the fourth type, and 9 in the fifth type. but there were few demographic differences on the characteristics of the type. Therefore, there have been found little correlations between the demographic of the viewers and the subjective attitude structure. The findings suggested that type 1 and type 4 correlation is the highest, and the correlation between type 2 and type 3 is the lowest.

The first type(type1) ‘geographical differentiation orientation’, emphasizes locality which is based on traditional geographical and spatial characteristics such as the pursuit of universal regionalism, and strengthening community-wide criticism programs. The second type(type2), ‘sociocultural orientation’, emphasizes social and cultural regionalism such as the establishment of local community identity and the development of local culture. The third type(type3), ‘social community orientation’, focuses on local community standpoint among the neighboring community such as a joint venture between adjacent towns and their delivery of regional information. The fourth type(type4), ‘social criticism-surveillance orientation’, emphasizes the capability to strengthen the local community which is based on the identity of local governments and their residents, including community access and surveillance functions, and monitoring of local government. The fifth type(type5), ‘multiculture-minority orientation’, focuses on deep understanding of minority and multi-social class, such as developing a multi-cultural content on the part of local broadcasting.

There have been found some differences among the subjective attitude types. There were big differences in the internal operations of the broadcasters between the first type and the second type, such as the recruitment of talented person and separation of their ownership and management. The first type and the third type showed a big difference in strengthening critical community programs and news reporting of significant local issues. The first type and the fourth type showed a huge difference in the statement that local news should report not only events reflecting the region’s universal and

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

special issues but also events happening in the local government and beats. The first type and the fifth type showed another difference in that local broadcasting should be programmed independently, lowering dependence on the national broadcasting. There were big differences between the second type and the third type both in the surveillance functions of local governments and promotion and development of local culture; the second type and the fourth type in both separation of their ownership and management and development of local culture; and the second type and the fifth type in both local residents' rights and interests and production of program contents representing a multi-cultural community.

In addition, The third type and the fourth type showed a big difference in the statement that local broadcasting should report news stories about people outside their area and have criticism and monitoring functions of local government affairs. There were differences between the third type and the fifth type both in strengthening critical/monitoring community programs and news reporting of significant local issues; and the fourth type and the fifth type in both surveillance functions of local media and strengthening broadcasting program planning and local media writers' training.

Regardless of the subjective attitude type, the p-samples agreed with 16 statements. However, based on Z= ±1, eight statements seemed to be found common characteristics between all types in the implementation of locality in the local broadcasting. The 8 statements commonly required in the local broadcasting are as follows: communication with local viewers; representation of local residents' interests; helping common prosperity in the adjacent area; representation of the local community interests; representation of the minority interests; programming local contents; local community opinion formation; and local community solidarity.

Co-orientation analysis also has been administered in order to find out the perceptions of local viewers and local broadcasters on locality in the local broadcasting, as well as their level of understandings toward each other. Online questionnaires were completed by 120 local viewers and 120 local broadcasters. Questionnaires items consisted of commonly agreed 16 items among all the types of respondents, which is based on Q-methodology.

As a result of co-orientation analysis of 'agreement' between local viewers and local broadcasters, there were significant perceptual differences in 7 items and not found significant

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

perceptual differences in 9 items. No significantly perceptual difference items are as follows: representation of local viewers' interests; delivery of local community-related information; delivery of news report about local community people and event; representation of local community lives; interactive communication among local community members; airing of local residents produced contents; cooperation among regional innovation groups; expansion of local community social capitals; and common prosperity between neighboring community. Local viewers' perception have been found to be higher than local broadcasters in the 7 significantly perceptual difference items. It suggests that the local viewer's needs for locality seems far greater than local broadcaster's needs.

As a result of co-orientation analysis of 'congruence1' on the part of local viewers, only 4 items have not been found significantly incongruent between the two groups among all the 16 items. That is, local viewers perceive that local broadcasters might have themselves similar perceptions on locality of local broadcasting. However, 'agreement' comparison suggested significant perceptual differences between the two groups. Similar perception items on the part of local viewers are as follows: delivery of news report about local community people and event; representation of local community lives; cooperation among regional innovation groups; and common prosperity between neighboring community.

As a result of co-orientation analysis of 'congruence2' on the part of local broadcasters, only 4 items have been found significantly congruent between the two groups among all the 16 items. Compared with local viewers, local broadcasters seemed to have a better perception on locality in the local broadcasting.

As a result of co-orientation analysis of 'accuracy1', local broadcasters were found to read accurately perceptions of local viewers except 1 items—public opinion formation of local community. As a result of co-orientation analysis of 'accuracy2', however, local viewers could not seem to read accurately perceptions of local broadcasters.

Keywords: Local Broadcasting, Locality, Local Television Viewer, Local Broadcasters, Subjective Attitude Types, Q-Methodology, Co-Orientation

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 1 장 서 론

제 1 절 문제제기 및 연구의 필요성

1. 문제제기

본 연구는 지역방송의 존재 이유이며, 생존의 보루인 지역성에 관한 것이다. 우리나라는 1995년부터 본격적인 지역방송의 시대에 접어들었지만, 지역방송들이 과연 지역성을 제대로 구현하고 있는지에 대한 의문이 들지 않을 수 없다. 특히 지역방송에서 뉴스나 프로그램을 제작하는 방송인들은 자신들이 제작한 뉴스가 프로그램이 과연 지역성을 담고 있는지, 그리고 지역 시청자들이 뉴스나 프로그램에 얼마나 만족하는지 궁금하지 않을 수 없다. 이러한 맥락에서 본 연구는 지역방송의 지역성에 대한 시청자들의 주관적 태도유형을 밝혀내고, 시청자들과 방송 제작자 간의 지역성 구현에 관한 인식차이 및 상호 이해의 정도를 밝혀내고자 한다. 이를 통해 지역방송의 지역성 구현을 실현할 수 있는 구체적인 방안을 모색하고자 한다.

우리나라에서는 2003년에 노무현 정부가 출범한 이후 국가의 균형발전과 지역분권화가 중요한 사회적 이슈로 부각되었다. 그동안 수도권 중심으로 이루어져 오던 국가 발전 패러다임을 더 이상 방치해서는 안 되며, 수도권과 지역이 서로 균형 있게 발전해야 한다는 주장들이 새로운 패러다임으로 자리잡게 되었다. 이러한 국가 균형발전과 지역분권화 정책은 2017년 새로 출범한 문재인 정부에서도 지속될 것으로 판단된다. 문재인 정부가 출범하면서 내놓은 『문재인 정부 국정운영 5개년 계획』에 따르면, '목표·전략 및 100대 국정과제' 중에 고르게 발전하는 지역이 목표 4로 설정되어 있으며, '4대 복합·혁신 과제' 에도 국가의 고른 발전을 위한 자치분권과 균형발전이 포함되어 있다. 이 계획에 따르면, 문재인 정부는 국가균형발전위원회를 복원시켜 지역균형발전을 위한 지원체계를 재정립하고, 혁신도시와 산업단지 등 지역성장 거점을 중심으로 클러스터를 활성화시킬 계획이다(국정기획자문위원회, 2017).

우리나라는 오래 동안 중앙 집중적인 정책이 추진되어 왔다. 이러한 중앙 집중적 정책은 정치는 물론 경제, 사회, 문화 전반에 걸쳐 이루어져 왔다. 물론 지역 정책들도 간헐적으로 이루어져 왔지만, 이러한 정책들도 대부분 특정 지역에만 편중되어 추진되어 왔다(정상윤, 2009). 1995년 6월에 제1회 지방

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

동시 선거가 이루어지면서 우리나라도 지방자치시대가 시작되었지만, 아직도 우리나라의 지방자치는 여러 측면에서 미흡한 실정이다. 지역 분권화는 지역주민들의 정치적 관심과 참여를 촉진시켜서 지역중심의 참여 민주주의를 실현하는 원칙이다(Collins, 1980). 따라서 지역 분권화는 지역주민들의 참여민주주의를 위해서도 반드시 필요하다.

지역 분권화 정책이 성공하기 위해서는 지방자치제도의 실현이 중요하지만, 그에 못지않게 지역방송의 역할도 매우 중요하다. 왜냐하면 지역방송은 지역사회의 발전과 관련된 문제들을 발굴하여 지역주민들의 관심을 유발시키는 토론의 장을 마련하고, 참여 민주주의와 지역 균형발전에 기여함으로써 지역분권화 정책에 기여하기 때문이다. 나폴리(Napoli, 2001)는 방송이 갖고 있는 공익적인 역할들 중에서 중앙에 집중되어 있는 정치적 통제력을 분산시키는 역할이 중요하다고 강조한 바 있다. 이동근과 민인철(2006)도 지역 분권화가 정착되어 감에 따라 지역 주민들의 여론을 형성하고 선도하는데 지역방송의 역할이 매우 중요하다고 강조하고 있다. 결국, 우리나라에서도 지방자치제도가 도입되면서 성공적인 지역발전을 위해서는 지역방송이 지역의 정치, 문화, 경제의 구심적 역할을 해야 한다는 주장이 설득력을 얻고 있는 것이다(강명현・조정열, 2003).

우리나라에서 방송의 역사는 오래되지만, 지역방송은 1990년대 지방자치제도의 실시와 함께 각 지역에 민영방송이 설립되면서 본격적으로 시작되었다고 할 수 있다. 물론 지방자치제도가 본격적으로 시작되기 전에도 지역에 방송국이 존재는 했었다. 그러나 당시 지역에 존재했던 방송국들은 MBC 혹은 KBS의 지방 계열사나 지방국 형태였다. 때문에 1990년대 이전에 지역에 존재했던 방송사들은 지역방송이라기 보다는 엄격하게 말해서 서울에 소재하고 있는 본사(Key국)의 지역 중계소의 성격이 더 컸다. 그러나 1991년도에 우리나라에서도 지방자치제가 시작되면서 지역방송의 필요성과 중요성에 대한 사회적인 관심이 증대되었고, 그 결과 1995년에 부산(KNN), 대구(TBC), 광주(KBC), 대전(TJB)에 1차 지역 민방이, 1997년에 다시 울산(UBC), 전주(JTV), 인천(OBS), 청주(CJB)에 2차 지역 민방이 설립되었다. 그리고 2001년에 강원(G1), 제주(JIBS)에 3차 지역민방이 설립되면서 본격적인 지역방송의 시대가 도래 하게 되었다.

현재 우리나라의 지역방송들은 인천의 OBS를 제외하고는 모두 KBS, MBC, SBS 등 3대 네트워크에 소속되어 있다. 이들 3대 네트워크에 속한 지역방송사들은 소유, 경영, 편성 등의 형태에 따라서 각각 직할국, 계열국, 가맹국 체제로 구분이 된다. 따라서 지역 KBS는 직할국이고, 지역 MBC는 계열사 체제이며, 9개의 지역 민방들은 SBS와 가맹국 체제를 형성하고 있다(김봉철, 2006). 사실 우리나라 지역방송들은 설립 초기부터 많은 문제점들을 지니고 있었다. 우리나라에서 지역방송이 탄생하게 된 것은 시장

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

의 필요나 사회적 요구에 의해서라기보다는 정치적 판단과 필요에 의해서였기 때문이다. 그 결과 우리나라의 지역방송은 인허가 과정은 물론 제도와 정책에 이르기까지 시장의 요구나 방송의 사회적 역할은 많은 부문이 배제되고, 대신 정치적 이데올로기가 그 자리를 차지하게 되었다(김봉철, 2006). 따라서 지역 주민의 결속강화, 지역정보 제공, 지역정치의 활성화, 지역문화 계승 발전, 지역여론 조성 등 지역방송의 설립 목표이자 최종 목표인 지역성 실현(강대인, 1993)은 사실 설립 당시부터 거창한 구호에 불과했는지도 모른다.

지역성이라는 개념은 미국의 초기 민주주의 사상가인 밀(John Stuart Mill)과 콜(G. D. H. Cole)이 중앙정부의 권한을 분산시키고, 민주주의를 증진시키기 위해 도입된 것에서 유래한다(Napoli, 2001). 즉, 지역성은 지역주민들의 정치 참여와 교육 등을 통해 민주주의 향상에 기여하기 위해 도입되었다고 볼 수 있다. 지역방송을 논할 때 자주 지역성 개념이 등장하는 것은 바로 지역방송이 지역성 구현의 주체이기 때문이다. 사실 지역방송의 존재이유는 지역성 구현에 있다고 해도 과언이 아니다. 오래전부터 방송에서의 지역성은 다양성과 함께 중요한 방송정책의 목표 중 하나로 간주되어 왔다(Napoli, 2001a; Cole & Murck, 2007). 그러므로 지역성 구현의 주체인 지역방송은 당연히 지역사회의 독특한 요구와 이해를 반영할 책임과 의무를 지닌다. 지역방송은 지역사회의 정치적 의사결정 과정에도 기여해야 하고, 지역사회의 경제발전에도 기여해야 한다. 또한 지역문화 창달을 통한 지역사회의 발전에도 기여해야 한다. 그러나 지역방송의 존재이유인 지역성 구현은 자연스럽게 이루어지는 것이 아니다. 지역방송의 지역성 구현은 지역을 기반으로 한 다양한 프로그램들을 만들어 내고, 미디어 시장에서 집중화된 권력을 분산시키는 정책을 통해서만 실현될 수 있다(Newton, 2004).

우리나라 방송에서 지역성이 본격적으로 논의되기 시작한 것은 1995년 지방자치제도가 실시되면서부터라 할 수 있다. 1990년대 이후는 전 세계적으로 시장개방, 탈규제, 민영화, 경쟁체제의 바람이 거세게 불던 시기다. 정부규제 완화와 지방자치제 실시로 국내에서도 지역의 산업 및 문화 육성을 통한 지역 활성화 분위기가 고조되고 있었다. 1980년대 중반부터는 통신사업의 민영화를 시작으로 가스, 도로, 전기 등의 국가 기간산업이 순차적으로 민영화 과정을 밟게 된다. 미디어 문화 산업에 대해서도 정치권력에 의한 직접 통제가 아닌 자본권력에 의한 간접적인 통제로 전환한다(이근용, 2014).

이러한 과정 속에서 1995년에 1차 지역 민영방송들이 개국하고, 케이블 TV가 등장하면서부터 지역방송에 대한 논의가 본격화된 것이다. 물론 지방자치제도가 정치권을 중심으로 거론되기 시작한 1980년대 중반부터 방송의 지역성에 대한 관심이 나타나기 시작했지만, 이는 당시 정치사회적으로 불었던 지방화 시대의 담론들과 연계되어 유행처럼 등장했다가 사라지는 수준에 머물렀다(김재영・양선희, 2015).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

따라서 1980년대 중반 이전에는 방송의 영역에서 지역성 혹은 지역주의가 사실상 존재하지 않았다고 볼 수 있다(윤석민・김희진・윤상길・문태준, 2004; 한선・이오현, 2012). 정상윤(2009)도 우리나라에서 지역방송의 지역성이나 지역방송과 관련된 정책들이 본격적으로 논의되기 시작한 것은 2000년대 이후라고 보고 있다.

지방자치제도가 실시되고 지역방송이 등장하면서 이와 관련된 연구가 점차 늘어나고 있지만, 아직도 전체 방송 관련 연구들 중에서 양적으로 빈곤 상태를 모면하지 못하고 있다. 최현주와 이강형(2008)의 연구에 따르면, 1960년대부터 1964년도까지는 지역 언론과 관련된 학술논문이 단 한건도 없는 것으로 나타났다. 그러던 것이 1990년~1994년 17건, 1995년~1999년 38건, 2000년~2004년 63건, 2005~2008년 55건 등으로 2000년 이후 상대적으로 늘어난 것으로 나타나고 있다(김재영・양선희, 2015). 지역방송에 관한 연구가 2000년대 이후 상대적으로 늘어난 것은 미디어 환경변화로 경쟁이 심화되고 지역방송 위기론이 부상하면서 연구자들의 학문적 관심이 증대되었기 때문으로 풀이된다(최현주・이강형, 2008).

지역방송 연구의 양적 빈곤과 함께 질적 빈곤도 지적된다. 물론 2000년대 이후 지역방송에 대한 연구가 양적으로 늘고 있지만 지역방송에 대한 대부분의 연구들이 당위적이고 규범적인 성격의 정책이나 법제 연구에 치중되어 있다는 것이다(원용진・황상현, 2011; 김재영・양선희, 2015). 뿐만 아니라 그동안의 지역방송에 관한 연구의 상당수가 미디어 환경변화에 따른 위기에서 출발하고 이에 대응한 활성화 방안을 모색하는 방향에서 이루어져 왔다. 즉, 그동안의 지역방송 연구들은 지역방송 위기와 위기 해소에 관한 생산자 중심의 해결책을 내놓으면서 수용자 중심의 사회문화적 관점이 배제되거나 당위적, 부분적으로 다루어져 왔다는 지적이 제기되고 있다(김재영・양선희, 2015).

이러한 문제의식에 출발한 본 연구는 그동안 지역방송의 생산자 중심의 연구를 수용자 중심으로 전환시키고자 한다. 다시 말해 지역방송의 수용자인 지역 시청자들의 관점에서 지역방송의 지역성의 이미를 되살펴보고, 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인간의 인식 차이를 살펴보고자 한다. 이를 위해서 본 연구에는 인간의 주관성(subjectivity)을 탐구할 수 있는 Q 방법론(Q Methodology)과 상호간의 이해도를 파악할 수 있는 상호지향성 모델(co-orientation model)을 통해서 살펴보고자 한다. Q 방법론은 인간의 주관성 연구를 위해 커뮤니케이션학은 물론 사회과학 전반에 걸쳐 사용되고 있는 접근방법이며, 연구방법이다(김홍규, 2008). 또한 상호지향성 모델은 두 집단 사이의 인식 차이를 파악함으로써 상호간의 이해와 커뮤니케이션 확대를 모색하기 위한 적극적인 의사소통 모형이다(McLeod & Chaffee, 1973). Q 방법론과 상호지향성 모델에 대한 이론적 논의와 절차, 방법 등은 뒤에 자세히 설명하도록 하겠다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 연구의 필요성

최근 미디어를 둘러싼 국내외의 환경이 급속도로 변하고 있다. 국내적으로는 다채널 다매체와 방송통신의 융합, 인터넷 사업자의 방송과 유사한 서비스 제공 등으로 매체 간 경계가 허물어진 무한 경쟁이 전개되고 있다. 국제적으로도 정보통신의 발달에 따른 미디어 기업 간의 결합, 자유무역협정(FTA)을 기반으로 한 글로벌 미디어의 지리적 확산 등이 이루어지고 있다. 이러한 환경의 변화는 지역이 가진 공간적인 구속력을 크게 약화시키고 있으며, 지역적인 특이성보다는 국가적인 보편성이 더 강조되고 있다. 이러한 미디어 환경 변화는 지역방송의 지역성이 과연 미래에서 여전히 유효한 개념인가에 대한 의문을 낳게 하고 있으며(Moores, 2004), 지역방송에게 커다란 위기로 다가오고 있다.

앞에서도 살펴보았듯이, 우리나라는 1990년대 지방자치제가 도입되면서 본격적인 지역방송의 시대가 열렸다. 지역방송의 시대가 열리면서 지역의 가치, 지역의 균형발전, 지역성 구현과 같은 지역과 관련된 담론, 정책, 주장들은 여전히 우리 주변에서 끊임없이 제기되어 왔다. 특히 2000년대 이후 지역방송에 대한 다각적인 차원의 연구들이 많은 학자들에 의해 이루어져 왔다. 그러나 지역방송에 대한 연구들은 대부분이 당위적이고 규범적인 성격의 정책이나 법제 연구에 치중되어 있다는 지적이 제기되고 있다. 지역방송 및 지역언론 연구에 관한 메타분석 결과(임영호, 2002; 최현주・이강형, 2008; 원용진・황상현, 2011; 김재영・양선희, 2015)들은 지역방송과 지역 언론 연구가 당위적・규범적으로 이루어지고 있다고 공통적으로 지적하고 있다. 이미 오래 전부터 규범적 내용을 기술적인 방법으로 연구하여 당위론적인 결론을 도출하고 있는 연구경향(김병국・김영호, 1990)이 현재까지도 이어져 오고 있는 것이다.

그 결과, 우리나라에서 지역방송이 본격 도입된 지 20년이 지나고, 그동안 지역방송에 관한 연구가 점차 늘고 있음에도 불구하고 연구의 다양화가 이루어지지 못하고 있다. 지역방송에 대한 연구는 대부분이 생산자인 지역방송의 광역화와 콘텐츠 유통구조의 개선 등 법, 제도적인 지원책과 차별화된 프로그램 개발 등 생산자 중심으로 이루어져 왔으며, 수용자 관점에서 시청자들의 인식이나 특성 등에 관한 연구는 다른 영역에 비해 상대적으로 미진한 편이다(원용진・황상현, 2011). 사실 지역방송을 논할 때 지역 시청자를 제외하고는 아무런 의미가 없다. 방송에서 시청자의 위치는 거의 절대적이다. 따라서 지역방송에서 지역성 구현을 논할 때도 지역 시청자가 항상 중심에 있어야 한다.

물론 최근 지역방송들은 지역성을 구현하고 지역 시청자들의 다양한 시청욕구를 충족시켜 주기위해 많은 노력들을 기울이고 있다. 지역 방송사들도 지역 시청자들의 다양한 미디어 이용 동기를 반영하여 콘텐츠를 통해서 지역성을 적극적으로 구현하고 있다(김영수・김연식, 2011). 또한 지역방송의 시청

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

자들도 자신들의 의견을 적극적으로 개진하기 위해, 블로그 등을 통해서 콘텐츠를 적극적으로 생산하고 있으며, 마이크로 블로그 등을 활용하여 사회적 연결망을 확대하려고 하고 있으며(김영수·강경수, 2013a), 다양한 방식을 통해 지역 방송에 참여하고 있다. 따라서 이제 지역방송의 연구도 제작자나 방송사 등 생산자 입장에서 벗어나 시청자 입장에서 이루어질 필요가 있다. 뿐만 아니라 시청자와 방송인 간의 지역성에 대한 인식의 차이를 살펴볼 필요가 있다. 그래야만 지역방송이 갖고 있는 지역성의 근본적인 문제점을 해결할 수 있다. 본 연구는 바로 이러한 필요성에서 시작했다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 2 절 연구목적

지역방송이 지역성 구현을 통해서 지역 시청자들의 이익을 대변하는 것은 지역방송의 사회적 책무이자 방송의 공익성을 담보하는 길이다. 지역방송에서 지역성이 매우 중요한 가치임에도 불구하고 그동안 지역성에 관한 논의는 제한적으로 이루어졌다. 위성방송 출범 이전까지만 해도 지역방송의 지역성은 전파의 도달 범위와 행정적 관할권을 중심으로 한 기술적·지리적 혹은 공간적 지역성이 오랫동안 논의의 중심이 되었다(임영호, 2002). 그러나 최근 지역방송의 지역성에 관한 많은 연구들은 지역방송을 둘러싼 사회적·기술적 변화들로 인해서 지역성 개념의 재정립이 필요하다고 강조하고 있다. 즉, 지리적 특성을 반영한 전통적인 지역성 개념에서 하이퍼 로컬(hyper-local), 사회적 지역성, 신지역주의, 글로컬(glocal) 등이 포함되는 지역성 개념으로 바뀌어야 한다고 지적하고 있다(Robinson, 2012; 주정민·배윤정, 2009; 김영수·임종수, 2010; 김영수, 2013a; 임종수·김영수, 2013).

이처럼 지역성 개념의 재정립이 요구되는 상황에서 과연 지역 시청자들은 지역성을 어떻게 인식하고 있으며, 또한 지역 시청자와 지역 방송인들은 지역성 구현에 대해 서로 상대방에 대해 어떻게 인식하고 있는지에 대해 살펴볼 필요가 있다. 물론 기존연구들이 지역방송을 둘러싼 사회 환경의 변화에 따라 지역성 개념이 어떻게 재정립되어야 할 것인지를 구체적으로 제시하고 있으며, 지역방송이 갖고 있는 지역성 구현의 한계도 정확하게 지적하고 있다. 하지만 지역 시청자들이 지역성 개념이나 방송의 지역성 구현을 어떻게 인식하고 있는지에 대한 실증적 연구는 매우 부족한 편이다. 뿐만 아니라 지역 시청자와 지역 방송인 간의 지역성에 대한 인식 차이와 상호 이해도를 파악한 연구도 거의 이루어지지 않고 있다.

본 연구는 다음과 같은 몇 가지 목적을 갖고 있다. 첫째, 지역방송의 지역성에 대한 시청자들의 주관적 태도를 유형화함으로써 시청자 중심의 지역성 구현 방안을 모색하고자 한다. 앞에서도 언급했지만 지금까지의 지역성에 대한 논의는 대부분이 정책적 차원 혹은 제작자인 방송인 차원에서만 논의되어 왔다. 그러나 지역방송의 지역성 구현이 중요한 근본적인 이유는 정책 담당자나 방송인이 아닌 시청자의 복지 차원 때문이다. 지역의 시청자들은 지역성이 구현된 지역방송을 시청할 권한이 있다. 따라서 지역방송들이 올바른 지역성 구현을 위해서는 무엇보다도 지역 시청자들이 지역성에 대해 어떤 주관적인 태도나 인식을 지니고 있는가를 파악하는 것이 매우 중요하다. 시청자를 제외하거나 외면한 지역성은 아무런 의미나 가치가 없기 때문이다.

둘째, 본 연구에서 지역 시청자 및 지역 방송인의 지역성에 대한 상호인식을 살펴보고자 하는 것은

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역방송을 제작하는 방송인들이 올바른 방송 콘텐츠를 생산할 수 있는 방안을 강구하기 위해서이다. 즉, 지역 시청자들과 방송인들이 공통적으로 중요하다고 인식하는 부분이 무엇인지, 만약 인식이 다를 경우 어떤 오해가 있는지를 알 수 있으면 방송 프로그램이나 콘텐츠를 제작하는데 큰 도움이 될 수 있다고 판단되기 때문이다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 3 절 논문의 구성

이 논문은 아래에서 보는 것과 같이 모두 5장으로 구성되어 있다. 먼저 제1장은 서론부분이다. 서론부분의 제1절에서는 문제 제기 및 연구의 필요성, 제2절에서는 연구목적, 제3절에서는 논문의 구성 등을 기술한다.

제2장은 이론적 논의 부분으로 제1절에서는 지역방송에 대한 논의, 제2절에서는 지역방송의 지역성에 대한 논의, 제3절에서는 시청자의 주관적 태도유형과 Q방법론, 제4절에서는 지역성과 상호지향성에 대해 다룬다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 제1절에서는 지역방송의 정의와 역할, 지역방송 관련 선행연구 등을 살펴보았다. 제2절에서는 지역성의 개념과 변화, 지역성 개념의 구성요인, 지역방송의 지역성 지수 및 평가 등에 대해 살펴보았다. 제3절에서는 Q방법론의 탄생과 철학적 배경, 주관성의 과학과 가설생성의 논리, 방송에서 Q방법론 적용한 선행연구 등에 대해 살펴보았다. 제4절에서는 먼저 상호지향성 모델의 이론적 근거들을 살펴보고, 이어 상호지향성 모델의 특성과 주요 변인, 방송에서 상호지향성 모델을 적용한 연구들에 대해 살펴보았다.

제3장은 연구문제 및 연구방법을 설명하는 부분이다. 제1절에서는 앞의 연구목적과 이론적 논의를 바탕으로 본 연구에서 해결하고자 하는 연구문제를 제시한다. 그리고 제2절에서는 제1절에서 제시한 연구문제를 해결하기 위한 연구방법에 대해 설명한다. 연구방법은 크게 Q 분석방법과 상호지향성 분석 방법으로 나누어 기술된다. Q 분석방법에서는 Q 표본의 선정방법, P 표본의 선정방법 그리고 Q 분류와 통계분석 방법 등을 자세하게 설명하게 된다. 상호지향성 분석에서는 응답자의 선정, 설문의 구성, 조사방법 및 통계분석 등을 자세히 다룬다.

제4장은 연구결과를 제시하는 부분이다. 제1절에서는 지역방송의 지역성에 대한 시청자들의 주관적 태도유형에 관한 연구결과를 제시하고, 제2절에서는 지역방송의 시청자와 지역 방송인간의 지역성에 관한 상호지향성 분석결과를 제시한다. 좀 더 구체적으로 설명하면, 제1절에서는 연구문제의 제시 순서에 따라 Q 유형의 구분결과를 Q 행렬, Q 유형별 표준점수 값, Q 유형별 상관관계 분석결과의 순으로 제시한다. 이어 Q 유형별 특성을 살펴보고, 나아가 Q 유형간 차이점과 공통점을 제시하게 된다. 제2절 지역방송의 시청자와 지역 방송인간의 지역성에 관한 상호지향성 분석결과에서는 객관적 일치도, 주관적 일치도, 정확도 분석결과 순으로 제시한다.

마지막 제 5장은 결론과 논의에 관한 부분이다. 제1절은 연구결과 요약, 제2절은 연구결과에 대한 함의를 기술한다. 그리고 제3절에서는 연구의 한계 및 후속연구를 위한 제언을 한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 2 장 이론적 논의

제 1 절 지역방송과 지역성에 대한 논의

1. 지역방송의 역할에 대한 논의

사실 지금까지 지역방송과 관련된 연구들이 다수 이루어져 왔지만, 구체적으로 지역방송이 무엇을 의미하는지를 논의한 연구는 거의 없다. 막연하게 중앙과 반대되는 개념으로 인식해 온 게 사실이다. 일반적으로 지역방송은 방송을 통해 지역사회의 균형발전과 지역성 구현, 지역 시청자들의 화합 등 공적인 역할을 수행하는 방송 사업자라고 정의할 수 있다(김미애, 2014). 그러나 지역방송에 대한 정의는 학술적 차원보다는 법률적 차원에서 명확하게 규정하고 있다. 지난 2014년 제정된 지역방송발전지원특별법 제2조(정의)에서는 '지역방송이란 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하거나 특별시 일부와 특별시 외의 지역을 방송구역으로 하는 지상파 방송을 말한다' 고 정의하고 있다. 즉, 방송구역이 어디냐에 따라 네트워크 방송과 지역방송을 구분하는 기준이 되는 것이다. 그리고 지상파 방송만을 지역방송으로 국한시켜 놓고 있다.

우리나라에서 지역방송발전지원특별법에 의해서 지역방송으로 공인된 방송사는 모두 270개에 달한다. 그런데 풍부한 주파수 자원을 지닌 라디오이거나 혹은 종교 등 특수방송이 대부분을 차지하고 있다. 따라서 우리나라 지역방송의 실질적 주체는 KBS의 18개 지역방송국과 16개의 MBC 지역 계열사, 그리고 지역민방 10개사 등이라 할 수 있다(김재영, 2017). 이들 지역방송들은 모두 KBS, MBC, SBS 등 지상파 네트워크 방송 3사에 의해 수직적 형태로 통제되는 것이 일반적 현상이다. 즉, 지역방송들은 모두 본사(key station) 역할을 하는 중앙의 방송사들과 네트워크 체제를 형성하고 있으며, 그 관계는 종속적이거나 비민주적인 형태를 갖고 있다.

가령, KBS의 경우를 보면, 서울에 있는 본사에서 지역의 방송국들을 거의 모두 운영, 관리하는 중앙집권적인 직할국 체제이다. 따라서 실제적인 네트워크 기능이 모두 서울 본사의 필요와 판단에 따라 작동된다. MBC의 경우는 형식상으로는 인사·경영·편성 등이 서울에 있는 본사로부터 독립된 계열사 형태이지만, 지역방송의 사장 선임이나 네트워크 계약 등이 서울 MBC의 통제 아래 놓여 있다고 볼 수

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

있다. 지역민방의 경우는 소유구조만 독립적일 뿐, 편성 구조상 OBS경인 TV를 제외하고는 모두가 수도권의 SBS에 의존적이다(김재영・한상헌, 2015). 현재 우리나라 지역방송들이 처한 이러한 구조적인 현실은 한 국가 내에서 중심부와 주변부 사이의 격차를 의미하는 '내부 식민지론(internal colonialism)' 을 통해서 분석되기도 한다(문종대・이강형, 2005; 장호순, 2015; 김재영・이승선, 2016). 그러나 원용진과 황상현(2011)은 지역방송을 지역 지상파 방송에만 국한시키는 것은 협소한 논의결과를 초래할 수도 있다고 지적하면서, 지역방송에 지역 케이블, 지역 소 출력, 지역 인터넷 방송 등도 포함시킬 필요가 있다고 주장했다. 김재영(2017)도 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 지역 케이블 방송과 유기적으로 연계할 필요성이 있다고 강조하고 있다.

한편, 최근 지역의 중요성과 지역의 균형발전이 강조되면서 다양한 학문분야에서 연구와 담론이 많이 생성되었다. 그 결과 지역의 중요성과 균형발전의 필요성 인식은 많이 높아졌지만, 지역 균형발전은 아직도 사회적 과제로 남아 있다. 지역의 균형발전을 위해서는 여러 가지 방안들이 모색될 수 있으나 그 중의 하나가 바로 지역방송의 역할이다(이준호・이현정, 2005). 지역방송은 프로그램을 송출하는 기업적 속성 외에도 지역사회의 문제점을 지적하고 해결해야 하는 공적 의무를 지니고 있다. 뿐만 아니라 지역의 문화 예술을 창달하고 지역민의 권익을 대변해야 하는 역할도 해야 한다.

지역방송은 지역사회의 다양한 여론형성 과정에서 공통되거나 다양한 뉴스를 지역 시청자에게 제공함으로써 지역의 전체 여론형성에 기여한다(Atwater, 1984). 또한 지역방송은 중앙에 집중된 정치적 통제력을 지역으로 분산시키는 역할도 하며, 지역 공동체가 공유하는 고유한 문화를 반영하는 프로그램을 제작하여 지역의 문화적 전통을 보존하고, 계승・발전시킴으로서 지역의 문화적 정체성을 형성하는 역할도 한다(Napoli, 2001). 지역방송은 하나의 의제를 공동으로 다뤄 중요 현안을 부각시키기도 하고 다양하고 차별화된 정보를 제공하여 지역성을 구현한다(최용준, 2014). 뿐만 아니라 지역방송은 지역 민주주의의 정치적 이익을 대변하고(정상윤, 2003), 지역의 공동체가 공유하는 사회적, 집단적 정체성을 높이며(Scriven & Roberts, 2001), 지역사회의 유대형성에도 기여한다(Rothenbuhler et al., 1996; Stamm, Emig, & Hesse, 1997; Viswanath, Finnegan, Rooney, & Potter, 1990). 이와 같은 이유로 많은 나라들은 지역방송의 다양한 정보 제공을 통해 로컬리즘의 강화를 꾀하고 있다(배현석, 2002).

하지만 지역방송이 이러한 역할을 제대로 잘 수행하고 있다는 사례는 극히 드물다(이근용・김영수, 2012). 그 이유는 우리나라 지역방송이 태생적 한계 때문에 중앙 집권적인 체제에서 중앙 지상파에 종속된 네트워크 형태를 지니고 있기 때문이다. 최용준(2014)은 지역방송의 역할을 지역의 현실을 대변하고 지역여론을 형성하며 나아가 지역의 독특한 문화적 특징을 보전하면서 지역발전에 기여하는 것이라는

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

주장은 난센스라고 지적하고 있다. 그는 지역방송도 기본적으로 영리를 목적으로 운영되기 때문에 지역방송의 역할을 공공적인 것에 무게를 두는 것은 잘못이라는 것이다.

2. 지역방송에 관한 선행연구

2000년대 들어 지역방송에 대한 연구가 늘어나면서 지역방송 연구에 대한 메타분석을 한 연구들이 발견되고 있다. 원용진과 황상현(2011)은 2000년부터 2010년 사이에 국내에서 발표된 주요 언론학 관련 학술지에 게재된 학술논문, 세미나 발표문 그리고 석·박사 학위논문들을 분석하여 지역방송의 연구가 어떻게 진행되고 있는지 그 경향성과 어떠한 담론들로 구성되어 있는지, 이것이 초래할 수 있는 사회적 효과 등이 무엇인지 등을 살펴보았다. 이들은 지역방송에 관한 연구들을 생산자-수용자 중심과 제도적-사회·문화적 관점으로 분류했다. 그리고 이를 교차시켜 4가지 차원으로 분류한 뒤 수용자 배제와 현실을 주목한 로컬리티보다는 이상(이념)을 내포한 로컬리즘을 더 선호하는 편향성이 있다는 것을 밝혀냈다(김재영·양선희, 2015).

김재영과 양선희(2015)의 연구도 지역방송을 대상으로 삼고, 특히 위기와 대응책의 연결고리인 활성화에 초점을 맞추었다는 점에서 원용진과 황상현(2011)의 연구와 유사하고 할 수 있다. 그러나 이 연구는 원용진과 황상현(2011)의 연구와는 분석대상 시기와 범위를 달리 설정하여 메타분석을 실시했다. 우선 분석대상을 지역방송과 가장 밀접한 관계에 있다고 판단되는 한국언론학회, 한국언론정보학회, 한국방송학회, 한국지역언론학회 등 4개 학회에서 발행하는 총 6개의 등재 학술지로 한정했다. 분석유목은 ① 지역방송 자체에 대한 관심, ② 지역방송의 영향/효과, ③ 지역방송 메시지/수용자, ④ 지역방송에 대한 개선 등 4개의 영역으로 나누었다. 분석결과를 토대로 이 연구는 ① 지역방송 연구의 양적 빈곤, ② 당위적·규범적 성격의 연구, ③ 지역방송 연구 주제의 미세분화 등이 이루어지고 있다고 결론을 맺고 있다.

연구의 범위를 지역언론으로 좀 더 확장하면, 최현주와 이강형(2008)의 연구와 임영호(2008)와 연구가 있다. 먼저 임영호(2008)는 지역언론의 정체성을 진단하고 제언하기 위해 선행연구들을 살펴본 뒤 그 특징을 사회현상으로서의 지역언론, 규범성, 공간성 등 3가지 차원의 접근방식으로 구분해 논의하고 있다. 그러나 이 연구는 수많은 지역언론 관련 연구를 인용했으나 분석대상 연구의 시기와 범위, 유목 등을 특징짓지 않고, 연구자의 주관적 판단에 근거한 메타분석의 성격을 띤다는 한계를 갖고 있다.

반면에 최현주와 이강형(2008)의 연구는 1960년부터 2008년 3월까지 발행된 언론학 관련 전문 학

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

술지에 게재된 논문과 학회뿐만 아니라 유관기관이나 단체 등에서 발행하는 학술지 및 대학부설연구소에서 발행하는 논문집도 분석대상에 포함시켰다. 연구주제, 분석매체, 방법론, 중심이론 등도 분석유목으로 설정하고, 지역언론에 대한 연구 경향과 특성들을 시기에 따라 체계적으로 정리한 뒤 향후 논의 방향을 모색했다는 점에서 전형적인 메타분석이라 할 수 있다. 본 연구에서는 이러한 메타분석 결과를 토대로 지역방송에 대한 선행연구들을 정책과 법제, 프로그램, 지역성 등으로 나누어 고찰해 보고자 한다.

1) 지역방송에 대한 정책・법제 연구

지역방송 연구에 관한 메타분석 결과(원용진・황상현, 2011; 김재영・양선희, 2015)를 보면, 지역방송의 정책이나 법제와 관련된 연구들이 가장 많이 이루어지고 있다. 지역방송의 정책이나 법제와 관련된 연구들은 주로 1990년대와 2000대 초반에 이루어졌으며, 대부분이 당위적이고 규범적인 성격을 갖고 있는 것으로 나타나고 있다. 지역방송의 정책 및 법제 연구가 1990년대와 2000년대 초반에 집중적으로 이루어진 것은 우리나라에서 지방자치제도가 실시되고, 지역 민방이 설립 전후 정책적 필요성 때문으로 해석된다. 즉, 지역방송 초창기에 제도적 정착을 위한 연구들이 많이 이루어졌다고 볼 수 있다. 이들 연구들은 공통적으로 지역방송에서 지역성은 매우 중요한 명제이며, 지역방송에 대한 정책적 지원과 지역방송사들의 자생적인 노력에도 불구하고 지역방송은 활성화되지 못했을 뿐만 아니라 갈수록 위기가 더 가중되고 있다는 문제의식에서 출발하고 있다(김재영・양선희, 2015).

먼저, 김세철(1993)은 지역민방 설립 논의가 한창이던 때에 지역민방 이전의 상황을 서술한 뒤 지방화 시대에는 지역언론의 활성화가 중요하다고 강조했다. 그는 지역민방 설립의 기본방향을 공익성 보장, 방송 내외부의 민주화, 방송의 지역화와 인문화 등을 제시하고, 방송 채널의 성격은 지역 밀착적, 공익적, 대안적이 되어야 한다고 제안했다. 아울러 지역민방의 경영이념과 전략, 소유구조와 운영주체는 어떻게 할 것이며, 시설, 장비, 인력관리, 조직구조, 방송운영 등 지역민방의 문제점과 기대되는 역할, 향후 바람직한 발전방향 등에 관한 구조적 모델을 제안함으로써 지역방송이 활성화할 수 있는 방향의 설정에 보탬을 주고자 했다.

전환성(2001)은 지역방송의 종속적 구조를 야기한 네트워크 체제를 비판하기도 했다. 그는 지역방송이 지상파 3사에 의해 수직적 통합구조로 이루어져 자율성이 많이 상실되었다며, 이를 지방방송들이 자율성을 회복할 수 있는 수평적 구조로 바꾸어야 한다고 주장했다. 그래야만 지역방송들이 인사, 편성, 재정 등 방송의 전체적인 운영에서 중앙 의존도를 줄여 자체적인 경쟁력 확보를 할 수 있다는 것이다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

정상윤(2003)은 KBS가 공영방송으로서 지역국의 역할도 중요한데, 실제적으로는 로컬 제작 프로그램이 적으며, 지역국의 인사와 예산, 제작과 편성 등 모든 것이 본사에 귀속되어 있어 지역방송의 역할을 제대로 할 수 없다고 지적하고 있다.

이진로(2004)는 민영방송에 초점을 맞춰 지역민방이 활성화되기 위해서는 SBS가 키국(key station)으로 기능하는 수직적 관계가 수평적 관계로 바뀌어야 한다고 지적했다. 또한 그는 SBS가 타 지역 민영방송의 주식을 소유하는 것은 지역민방의 지역성 구현과 독립성 제고에 걸림돌이 된다고 밝혔다. 아울러 지역민방들도 증가한 순익을 제작비 등에 재투입하지 않고 주주 배당금 등으로 할애하는 것도 문제라고 지적했다. 또한, 이진로(2008)는 지역방송이 지역사회의 민주적 운영과 경제적 발전에 크게 기여한다고 전제하고, 지역방송의 경영을 위협하는 방송광고 판매제도의 변화 등을 거론하며 지역방송과 관련된 정책들이 더 강화될 필요가 있다고 주장했다.

지금까지 살펴본 정책 및 법제와 관련된 지역방송 연구들은 대부분이 당위적이고 규범적인 성격을 띠고 있다. 일반적으로 당위적이고 규범적인 성격의 연구들은 실증적이고 분석적인 연구에 비해 이론적·방법론적 틀이 약하고 엄밀성이 떨어지며, 결론이 선험적으로 흐를 가능성이 있다는 지적도 제기된다(김재영·양선희, 2015), 그러나 윤리적 이슈와 함께 정책이나 법제와 관련된 분야의 연구는 당위적이고 규범적인 접근이 요구되는 분야로 지역방송의 연구에서도 반드시 다른 방법론에 비해 떨어진다고 할 수는 없을 것이다. 지역방송의 발전을 위해서는 앞으로도 이러한 정책 및 법제 연구가 지속되어야 할 필요가 있다.

2) 지역방송의 프로그램에 관한 연구

지역방송의 프로그램에 관한 연구들은 크게 지역방송의 프로그램 경쟁력 제고와 프로그램 평가척도 개발에 관한 연구로 나눌 수 있다. 먼저, 지역방송 프로그램 경쟁력 제고를 주제로 한 연구들은 뉴스(마동훈, 2001)나 전통문화 콘텐츠(이근용, 2012), 편성패턴과 시청행위(김진영·이상훈·한태학, 2008) 등을 자료 분석이나 설문조사를 한 것들이다. 마동훈(2001)은 지역방송 뉴스에 대한 내용분석을 통해 지역방송 뉴스의 주제가 다양성과 심층성인 보도가 부족하다고 지적하고 있다. 그는 지역방송에 대한 정책적, 제도적 지원은 불가피하지만 경쟁력 있는 지역방송이 되기 위해서는 내부 경쟁력 제고가 선결과제라고 지적하고 있다. 이를 위해 지역방송들은 어떤 분야에 인력과 시설 등을 투입할 것인가의 우선순위를 합리적으로 설정할 필요가 있다고 제안했다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

반면에 이근용(2012)은 그동안 국내에서 이뤄진 지역방송의 지역성 연구가 개념 변화나 의미 탐색에 치중하여 실제 지역방송 콘텐츠에 지역성이 어떻게 담겨졌는지에 대한 연구는 미진했다며, 전통문화를 소재로 한 방송 콘텐츠를 연구대상으로 삼았다. 그는 전통문화에는 지역의 역사뿐만 아니라 풍토나 심성 등이 모두 응축되어 있기 때문에 다른 것보다도 더 지역성이 더 뚜렷하게 나타날 수 있다며, 이를 통해 지역방송의 콘텐츠 제작을 활성화시킬 수 있는 실마리를 찾고자 했다. 그는 이 연구를 통해서 지역방송이 갖고 있는 전통문화 콘텐츠는 지역의 특성을 갖고 있으면서도 한편으로는 전 세계적으로 인간의 보편적인 감성에 소구하는 글로컬한 콘텐츠였다고 결론을 맺고 있다.

김진영・이상훈・한태학2008)은 설문조사와 자료 분석 등을 통해서 지역방송의 프로그램 편성패턴과 프로그램 시청 행태 및 방송광고의 현황 등을 분석했다. 그들은 특히 공영방송인 지역 MBC의 프로그램을 대상으로 분석을 했는데, 분석결과를 토대로 지역민이 가장 많이 시청하는 뉴스와 정보에 집중해야 하며, 교양 프로그램에 대한 만족도도 높여야 하고 새로운 오락 프로그램의 포맷도 점진적인 개발이 필요하다고 제안했다.

지역방송 프로그램 연구의 또 다른 주제는 프로그램 평가척도의 개발에 관한 것이다. 먼저 강명현(2005)은 지역방송의 지역 프로그램에 대한 질적인 지수의 개발이 필요하다고 제안하고 있다. 이와 함께 이러한 지역 프로그램에 대한 질적 지수를 지역방송 정책에서 활용할 가능성을 탐색적으로 제시하고 있다. 그는 KBS에서 프로그램 평가지수로 활용하고 있는 PSI 지수를 이용해 지역 시청자들을 대상으로 지역방송사들의 지역 프로그램에 대한 평가를 한 뒤에 이를 전국 프로그램의 평가점수와 비교했다. 분석결과를 보면, 지역방송 프로그램에 대한 평가점수는 전국 프로그램의 평가점수와 큰 차이가 없었으며, 오히려 유익성과 관련된 일부 평가에서는 전국 프로그램보다도 지역 프로그램에 대한 평가가 더 높게 나타났다. 이러한 결과는 지역방송 프로그램에 대한 평가가 지역민들의 가치와 철학에 적합한 잣대로 이루어져야 한다는 사실에 대한 논리적 정당성을 부여하는 것이라고 밝혔다. 또한 강명현(2013)은 지역 프로그램 평가에 적당한 질적 평가척도 개발을 위한 연구를 진행했다. 문헌고찰 및 지역방송 전문가들을 대상으로 심층인터뷰를 한 뒤 측정항목을 개발해서 지역민들을 대상으로 설문조사를 실시해 신뢰도와 타당도를 검증했다.

프로그램 평가에 관한 이러한 유형의 연구들은 이론적 차원은 물론이고 실무적 차원에서도 활용도가 매우 높다고 할 수 있다. 이러한 연구들은 지역 방송에게는 지역 시청자들이 어떤 프로그램을 수용하고 또 만족하는지 등에 대한 정보를 제공해줌으로써 방송 프로그램의 편성과 제작에 활용할 수 있도록 하고, 또 정책기관에게는 지역방송에 대한 재허가 심사 등 지역방송 평가나 정책지원을 할 경우 반

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

영할 수 있는 참고자료로 활용할 수 있도록 하기 때문이다. 종합하면, 지역방송 프로그램에 관한 연구들 중 프로그램 경쟁력 제고와 관련된 연구들은 주로 내용분석과 설문조사 등을 방법론을 이용했으며, 전문 인력과 시설 등의 보강을 통해 내부 경쟁력을 강화하고, 글로컬 콘텐츠의 육성, 새로운 프로그램 포맷 개발 등을 통한 지역방송 프로그램의 경쟁력 제고 필요성을 제안하고 있다. 이 범주의 연구들은 분석적 형식을 갖추고는 있으나 내용적인 면에서는 당위적·규범적인 특징들을 갖고 있다. 반면에 프로그램 평가척도 개발에 관한 연구들은 현안에 천착하지는 않고 있으나 지역 방송사와 정책기관에서 실무적으로 활용할 수 있는 가능성을 제공했다는 면에서 의의가 있다고 하겠다(김재영·양선희, 2015).

하지만 기존의 지역방송 프로그램에 관한 연구들은 현실성이 결여된 부분도 없지 않다. 왜냐하면 우리나라와 같은 방송환경에서 지역방송 고유의 프로그램을 개발하기가 어려울 뿐만 아니라, 서령 개발한다고 하더라도 시청자들로부터 호응을 받기가 어렵기 때문이다. 현재와 같은 중앙 중심적인 방송환경에서 지역방송 프로그램에 대한 연구들은 큰 성과를 발휘하기 힘들 것이다.

3) 지역방송의 지역성에 관한 연구

지역방송의 지역성 관련 연구들은 지역성 개념과 변화를 다룬 연구와 지역성 척도개발이나 측정과 관련된 연구로 대별된다. 먼저, 지역성 개념과 변화를 다룬 연구들은 공통적으로 지역방송 연구에서 암암리에 전제된 지리적·물리적·기술적 공간관에 변화가 불가피하다고 보고 있다. 가령, 임영호(2002)는 그의 연구에서 기존 공간 개념의 한계를 세 가지 측면에서 적시했다. 그에 따르면 첫째, 공간을 사회 현상에서와 마찬가지로 서로 경쟁하며 갈등을 하는 사회적 가치나 이익이 아니라 도구적, 효율성 차원에서 이해할 필요가 있으며, 둘째, 지역방송을 도구적 공간 개념으로 이해하기 때문에 사회 현상 분석에서 고려해야 할 다양한 사회적 행위자를 간과하고 주요 행위자를 방송사와 정책기관에 한정하고 있으며, 셋째, 사회 현상의 공간적인 분포를 마치 자연적인 현상인 것처럼 인식하는 무비판적 자세로 이어졌다고 비판하고 있다. 또한 그는 정치·경제·사회적으로 열악한 지역을 보호해야 한다는 취지의 규범적 지역성도 추상적이고 비현실적이라 비판했다(임영호, 2002).

이러한 맥락에서 그는 공간구조를 사회생활이 전개되는 단순한 물리적 장이 아니라 사회관계가 생산·재생산되게 하는 매개체로 봐야 한다고 제안했다. 즉 "사회 현상이 다양한 사회적 요소로 구성되듯이 지역이라는 단위 역시 동질적인 실체가 아니라 다양한 요소들의 움직임과 상호작용으로 이루어지는 복합적인 것으로 보아야 한다 …. 이와 더불어 지역은 단순히 물리적이고 객관적인 형태로 나타나는 공

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

간적 실체가 아니라 … 다양한 사회적 요소들이 융합, 갈등하면서 생겨난 복합적인 과정" 이라고 역설했다(임영호, 2002). 이 연구는 "기술적, 지리적 공간 개념에 갇혀 있던 지역 개념을 사회적 개념으로 확장한 최초의 이론적 제안" 으로 "이후 지리적 공간 개념을 탈피한 시도나 연구에 자주 인용되면서 사회, 문화적 지역성 개념이 정립될 수 있는 이론적 주춧돌 역할" 을 했다는 평가를 받는다(한선・이오현, 2012).

조항제(2006)는 근대 이후의 지역성 변화에 주목하면서, 지역성을 단순히 '주어진 것' 이 아니라 '형성하는 것' 을 포괄하는 정체성으로 인식할 필요가 있다고 강조했다. 그는 장소, 공간, 문화 등 모든 정체성을 하나로 통합했던 전근대적인 시기와는 달리 근대에 들어서는 영토적 지역성이 해체되기 시작했다고 보았다. 이 같은 현상은 이는 일방적인 탈영토화 현상이라기보다는 공간의 다층화와 다 차원화에 따른 지역성의 입체화 과정이라고 설명했다(조항제, 2006). 즉, 지역성을 단순한 장소, 공간, 문화의 개념으로 본 것이 아니라 수직적으로는 지역민의 이해와 공감을 이끌어내고, 수평적으로는 타 지역이나 타 미디어 영역으로 외연을 확장하는 과정으로 이해하고 있다고 할 수 있다.

이 같은 지역성 개념과 관련된 새로운 이론적 모색들은 후속연구들을 더욱 활발하게 이끌어냈다. 먼저, 한선과 이오현(2012)은 지역방송의 프로그램 제작 현장을 심층면접 및 참여관찰 방법을 통해 분석한 뒤 지역방송에서의 지역성 개념이 지리적 차원을 벗어나 사회문화적 차원으로 변화되고 있음을 밝혀냈다. 또한 그들은 지역성이 신자유주의적 세계화의 흐름 속에서 산업적・경제적 논리로 바뀌고 있다는 것도 발견했다. 이러한 시대적 변화에 입각해 지역방송들이 추구해야 할 지역성은 일상생활 세계에 주목하는 풀뿌리 민주주의와 생활정치, 그리고 그 토대로서 일상성의 맥락에서 고안되고 실천되어야 한다고 밝혔다(한선・이오현, 2012). 이를 구체적으로 제안하면, 지역방송들은 현재적인 삶에 토대를 둔 생활밀착적인 내용들을 반영해야 하며, 단발성 특집이 아닌 데일리(daily) 프로그램에 역량을 집중해야 한다. 지역방송과 일상의 연결은 소재뿐 아니라 수용자의 일상적 맥락과 연결돼야 하기 때문이다(한선・이오현, 2012).

강명현과 홍석민(2005)은 공간적 기준 대신 내용적 기준이 중요하다는 사실에 의거, 공유된 문화나 사회적 연대감에 기초해 로컬리즘 개념을 규정했다. 그들은 지역방송의 시청에 영향을 미치는 요인들을 설문조사를 통해서 실증적으로 조사했다. 조사결과, 공간적인 요인보다는 시청자들의 지역사회에 대한 연대감, 향후 거주 의향, 지역에 관한 정보 추구 동기 등 사회・심리적인 요인들이 더 중요한 예측변인인 것으로 나타났다. 이는 지역방송들이 지리적 공간에만 함몰될 것이 아니라 사회적 공간에 의거해서 프로그램을 제작하고, 다른 지역의 지역방송들과 공동제작 등을 통해 광역화 작업을 해야 한다는 것에

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

대한 논리적 정당성을 부여하는 것이라 할 수 있다. 다시 말하면, 프로그램이 제작된 지리적·공간적인 지역보다는 지역사회의 이해나 관심사 등 사회·심리적 요인에 대한 반영이 더 중요하다는 의미이다.

탁진영과 서예란(2011)은 지역성 개념이 지리적 공간적 차원에서 사회·문화적 차원으로 이동하고 있음에 착안해서 이에 대해서 지역 시청자들과 제작자들 간의 인식의 차이를 분석했다. 조사결과를 보면, 지역 시청자들은 지리적·공간적 특수성을 더 중요시하고, 제작자들은 사회·문화적 보편성을 더 중요시하는 것으로 나타났다. 이를 토대로 해서 지리적 개념과 사회문화적 개념이 잘 조화될 수 있도록 지역방송이 노력할 필요가 있다고 밝혔다.

방송정책에 나타난 지역주의를 국가 간 비교분석한 연구도 있다. 정용준(2007)은 우리나라 방송정책에 나타난 지역주의가 다른 나라와 어떤 차이가 있는지를 분석했다. 영국, 미국, 캐나다, 호주 간에 어떤 차이가 있는지 비교분석했는데, 이 연구도 역시 지역이라는 공간적 개념의 변화를 모티브로 삼았다고 할 수 있다. 연구결과를 보면, 우리나라는 지역주의가 변해왔지만, 지역방송에 관한 정책은 여전히 지역 공동체와의 소통을 중요시하는 과정적 지역주의보다는 지리적 혹은 내용적 지역주의 위주로 이루어지고 있다고 비판하고 있다.

최근에는 지역방송의 지역성 평가의 중요성과 필요성 등에 관한 연구들이 나오고 있다. 먼저 김영수와 강경수(2014)는 지역 방송인들이 지역성에 대해 어떻게 이해하고 있으며, 방송 콘텐츠를 생산하는 과정에서 어떤 지역성 요인들에 우선순위를 두고 있는지를 AHP분석과정(Analytic Hierarchy Process)을 통해 살펴보았다. 그들은 지역성의 개념을 지리적 지역성, 신지역주의, 사회적 지역성, 글로컬 지역성, 하이퍼 로컬 등으로 구분한 뒤 지역 언론인들을 대상으로 AHP조사를 실시하여 지역성 평가요인들의 상대적 중요성과 우선순위를 살펴보았다.

분석결과를 살펴보면, 1단계 평가요인에서의 상대적 중요성과 우선순위는 하이퍼 로컬이 가장 높게 나타났고, 사회적 지역성이 두 번째 높게 나타났다. 그 뒤로는 글로컬 지역성, 지리적 지역성, 신지역주의 순으로 나타났다. 즉, 지역 방송인들은 5개의 지역성 개념들 중에서 하이퍼로컬이 가장 중요하고, 신지역주의가 상대적으로 가장 중요하지 않다고 평가하고 있는 것이다. 여기서 주목할 것은 그동안 지역성 개념의 근간을 이루어오던 지리적 지역성이 하위로 밀려났다는 점이다. 이는 지역 방송인들이 더 이상 지리적 지역성에 함몰되지 않고, 시대적 변화에 따라 새로운 지역성 개념을 적극 도입하여 이를 프로그램 제작에 반영하고 있다는 것을 보여주고 있는 것이라고 할 수 있다.

2단계분석에서는 1단계 5개 지역성 개념의 하위 요소들에 대해 분석했다. 먼저, 지리적 지역성 요인 중에서는 사건이 일어난 지역을 중심으로 한 보도가 언론기관의 행정적 위치에 따른 보도보다 더 중

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

요한 것으로 나타났다. 즉, 지역 방송인들은 방송사의 지리적 위치보다는 사건이 발생한 지역이 더 중요하다고 인식하고 있는 것이다. 비록 지역에 소재하고 있는 방송이지만, 다른 지역에서 사건이나 사고가 발생하면 당연히 취재하고 방영해야 한다는 관점이다. 사회적 지역성에서는 다른 지역과 차별화되는 고유한 콘텐츠의 발굴이 가장 중요한 것으로 나타났고, 이어 지역 주민들이 필요로 하는 정보 콘텐츠의 제공 순으로 나타났다. 하이퍼 로컬에서는 지역 인물 중심의 보도가 가장 중요한 요인인 것으로 나타났고, 이어 지역민과의 커뮤니케이션 확대를 통한 콘텐츠의 생산 순으로 나타났다. 신지역주의에서는 지역사회의 자생적인 역량강화가 가장 중요한 요인으로 나타났고 이어, 지역과 개인의 정체성 확립, 지역 사회자본의 확대 등의 순으로 나타났다. 마지막으로 글로컬 지역성에서는 지역 중심에서 글로벌로 확대된 사건이 가장 높은 중요도를 보이는 것으로 나타났다. 마지막으로 1단계와 2단계 분석결과를 통합한 복합 중요도를 보면, 지역인물의 중심보도가 가장 중요한 요인으로 나타났고, 이어 지역 중심에서 글로벌로 확대된 사건, 지역민에게 다양한 관점 제시, 지역 언론과 지역 공동체와의 협력 등의 순으로 나타났다.

이처럼 지역방송의 지역성과 관련된 연구들은 지역성 개념의 정의에서부터 출발하여 지역성 지수의 개발, 그리고 지역성 개념 및 구성요인의 상대적 중요도와 우선순위 선정 등 다양한 측면에서 지속적으로 이루어져 오고 있다. 그러나 아직도 우리나라 지역방송들이 지역성을 제대로 구현하고 있다고 보기는 어려울 것이다.

3. 지역성의 개념변화와 구성요인

1) 지역성 개념과 변화

지역성의 개념이나 내용은 연구자에 따라 다양하게 규정될 수 있지만, 일반적으로 지역성이란 어떤 한 지역이 갖고 있는 특별한 성격이라고 할 수 있다. 이러한 일반론적인 지역성 개념은 지역사회(community)의 구성요소와 특정 지역의 개성을 뜻하는 지역 정체성(identity)의 관점으로 나누어 설명할 수 있다. 먼저 지역사회란 일정한 크기의 지리적 영역을 지닌 '지역' 과 두 사람 이상의 인간 집단을 의미하는 '사회' 의 단순한 합성어로 구성된다. 그러나 오늘날 지역사회는 지역과 사회를 결합한 단순한 합성어가 아니라 공동체 의식을 가진 인간집단이 특정 지역을 함께 공유하면서 구성원들이 사회적 상호작용을 통해 서로에 대한 유대감과 소속감을 공유하면서 조화로운 공생을 통해 스스로의 존속을 꾀

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

하는 사회집단으로 이해할 수 있다(장우진, 2011).

한편, 지역 정체성의 관점에 지역성은 사람들이 행위와 상징체계를 주고받는 사회적 상호작용(social interaction)을 통해 형성된 다른 지역과는 차별화되는 그 지역만의 고유성과 상징성으로 이해된다. 조항제(2006)는 지역성을 개인 또는 공동체가 특정 공간이나 장소와 연계해서 갖는 일종의 사회적·집단적 정체성이라며 지역 정체성 관점에서 해석하고 있다. 이는 곧 주어진 지리적 공간 내에서 지역민들이 공유하는 경험이나 유산, 이해, 기대 등에 의해 형성되는 소속감이다(Scriven & Roberts, 2001). 이러한 관점에서의 지역성은 주로 지역을 편의체로서의 외부적 조건에 의해 구체화된 구조적 상징물 즉, 지리적 근접성을 바탕으로 확립되어 왔지만, 지역은 일정한 주민들이 서로 영향을 주고받는 '특정한 장소의 지역적 경계영역'으로 이해될 수 있으며(한진만, 2006), 지역사회를 구성하는 공통적이면서 가장 기초가 되는 속성을 의미한다.

이처럼 지역성에 대한 전통적인 개념은 지리적으로 근접한 공간들을 행정단위로 나누고, 같은 지역으로 나누어진 공간 내에서 추구하는 공동의 이해관계를 지칭하는 개념으로 이해되어 왔다(다(Calhoun, 1980; Stavitsky, 1994). 따라서 지역성은 지역적 영역(영역, 환경, 시설, 형태, 사회적 다양성 등), 상호작용(활동과 시설사용, (비)공식적 작용 및 협동, 조직, 지원환경, 경제적 흐름 등), 인지적 아이덴티티(지각과 인지, 정서적 인지), 역동적 변화(장·단기, 일시적 변화 등) 지역의 다양한 자원(자연적, 역사적, 인문적 등) 등으로 파악할 수 있다(장우진, 2011). 결국 지역의 역사, 전통사상, 문화유적, 풍속과 같은 유무형의 유산이나, 지역의 사회경제적 상황이나 현안, 지역의 사건사고 같은 당대의 생활환경, 지역의 발전 계획이나 미래 비전과 같은 지역의 이상과 미래상이 모두 지역성 요소가 될 수 있다(이근용, 2014).

지역성은 지역 주민들이 위와 같은 구성 요소들을 배경으로 작용하고 반응하며 살아가면서 축적해 가는 가치로서 지역 주민들의 삶 속에서 발현된다. 따라서 지역성은 일정한 장소와 연관되고 시간의 흐름 속에서 늘 생성하고 변화해 가는 유동성과 가변성을 띤다고 할 수 있다. 특히 디지털 네트워크 시대를 맞이해 주민들은 지역의 경계에 국한되지 않고 사이버 공간에서 활동하는 시간이 늘어나면서 지역성 개념이 희박해지기도 한다(이근용, 2014). 따라서 지역성을 살리기 위해서는 정치, 산업경제, 문화, 환경, 제도, 인간관계와 같은 다양한 생활 영역이 같이 동조되고 동원될 필요가 있다. 지역의 다양한 행위주체, 지역정책, 자연환경, 기술수준, 사회적 자본 같은 것들이 같이 어우러져야 한다. 이러한 맥락에서 매케인과 로우(McCain & Lowe, 1990)는 지역성의 개념을 비 표준화된 지리적 영역과 그곳에 사는 사람들에 의해 표현된 상황적·문화적으로 결정된 가치와 취향, 관심의 집합이라고 규정했다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역성은 지역개발사업과 밀접한 관련을 가지며, 최근에는 중앙과 지방, 지역사회 간의 균형과 조화를 위한 지역성의 회복이 강조되고 있다(백효경・우신구, 2006). 또한 인간의 삶의 공간과 인간생활과의 관계에서 인간의 삶의 질 향상을 위한 현대적인 재 개념화의 필요성이 제기된 바 있다(이영민, 1999). 도시화 율이란 도시지역에 거주하는 인구의 비율을 의미하는데, 우리나라는 오래 전에 이미 90%를 넘어서고 있어 지역과의 균형발전 및 지역성 회복은 염원한 실정이다. 따라서 이제 지역성은 지역 주민의 거주생활 공간에서 벗어나 인간의 생애 주기적 차원에서 삶의 질 향상과 관련한 지역 경쟁력 창출의 관점에서 접근할 필요가 있다.

2) 지역방송의 지역성 구현 필요성

앞에서 지역성의 개념에 대해 살펴보았다. 그렇다면 지역방송의 관점에서 지역성은 어떠한 의미를 갖는가를 살펴볼 필요가 있다. 언론학 분야에서 지역성 개념은 신문보다는 방송 분야에서 많이 논의되고 다루어져 왔다. 그동안 지역방송과 관련하여 지역성을 다룬 연구들은 지역방송이 지역성을 구현한 방식에 관한 연구(강승묵, 2007; 양선희, 2013; 윤석민・김희진・윤상길・문태준, 2004; 조성호・송민정, 2000; 주정민・박복길, 2007; 최영재, 2007), 지역성 개념의 변화에 관한 연구(강명현, 2013; 강명현・홍석민, 2005; 김송희・유종원, 2012; 이근용, 2012; 임영호, 2002; 조항제, 2006; 한선・이오현, 2012), 지역성 구현을 위한 제도 환경 및 지원에 관한 연구(김응숙, 2002; 이진로, 2004: 문종대・이강형, 2005; 김병선, 2008)들이 있어 왔다. 지역성의 개념 정의나 강조하는 측면은 조금씩 다르지만, 지역성을 지역 미디어가 구현해야 할 중요한 가치로 여기는 점은 모두 같다.

그러나 지역방송의 지역성 개념은 아직 학자들 간의 일치된 정의가 도출되지 않고 있다. 지역성이 오래 동안 커뮤니케이션 정책의 핵심 원칙으로 자리잡아왔음에도 불구하고, 구체적인 의미와 목적이 규정되지 않은 채 일관성 없이 모호하고 불확실하게 개념이 적용되어 왔다(Napoli, 2001; Cowling, 2005). 아마도 그 이유는 지역방송의 지역성은 고정된 개념이 아니라 시대적 상황이나 방송을 바라보는 관점에 따라 다르게 이해될 수 있기 때문일 것이다. 가령, 지역성을 공간적 개념으로 보느냐 아니면 사회적 개념으로 보느냐에 따라 정의가 달라질 수도 있고, 또 시청자의 관점에서 보느냐 방송인의 관점에서 보느냐에 따라서도 달라질 수 있다. 그 결과 지역성 개념은 지역 방송사와 지역 방송인의 상황인식에 따라서 다양한 형태로 폭넓게 정의되고 있다.

방송에서 초기의 지역성 개념은 전파가 도달하는 범위 내에 있는 지역사회의 독특한 요구와 이해

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

를 반영한다는 것으로 규정했다(Napoli, 2001). 즉, 초기의 지역성은 방송 전파의 도달범위를 행정구역으로 나누는 지리적 개념에서 출발했다(김미애, 2014). 그러나 1990년대 중반에 위성방송이 도입되면서 그동안 지역 지상파 방송사들이 갖고 있던 배타적 방송권역의 의미가 퇴색되기 시작했다. 즉, 미디어 기술의 발전으로 통신망과 무선망을 통해 방송 프로그램을 전송할 수 있게 되면서 지리적 지역성에 기반 한 방송권역이라는 말이 무색해졌으며, 지역성 가치도 과거에 비해서 점차 평가 절하되고 있는 실정이다(Bollier, 2005).

이처럼 방송 기술의 발달로 인해 지리적 지역성 개념이 퇴색해지기 시작하자 지역성과 관련한 연구들도 바뀌어야 한다는 지적들이 제기되어 오고 있다. 시대와 사회적 변화 환경에 맞춰 새로운 지역성의 개념이 필요하다는 주장들이 나오고 있다(Stavitsky, 1994). 즉, 지역방송의 지역성 연구는 지리적 지역성에서 탈피하고, 지역민들의 사회적 관계 망 속에서 지역사회와 협력 및 유대를 강화하는 방향으로 바뀌어야 한다는 주장들이 끊임없이 제기되고 있는 것이다. 가령, 임영호(2002)는 공간 이론을 통해 본 한국 방송학의 정체성 문제라는 연구에서 방송의 지역성을 언급하면서 지역 구성원들 간의 사회적인 관계에 기반 한 사회적 공간(social space)으로서 지역성 개념을 강조했다. 그는 지리적, 기술적, 규범적인 지역성 개념 대신에 '공유된 문화'나 '사회적 연대감' 등에 초점을 맞춘 새로운 지역성 개념으로 바뀌어야 한다고 강조했다. 그의 주장은 이후 지역언론의 지역성 연구에서 지리적 공간 개념을 탈피하고 사회 문화적 지역성 개념이 정립될 수 있는 이론적 주춧돌 역할을 해 주었다는 평가를 받는다(한선·이오현, 2012).

조항제(2006)도 지역방송이 지역의 관점과 시각을 갖고 지역의 이익을 대변하며, 지역민들의 참여를 적극 독려하는 것이 바로 지역성 구현을 실현하는 길이라며 사회적 지역성의 중요성을 지적하고 있다. 주정민과 배윤정(2009)도 사회적 관계와 지역 공동체와의 협력을 강조하는 구성주의적 관점의 지역성 도입이 필요하다고 주장했다. 비슷한 맥락에서 로빈슨(Robinson, 2012)도 로컬리즘은 지역기관들과 지역언론 간 밀접한 협력을 의미한다고 주장했다. 이처럼 연구자의 관점이나 연구의 목적에 따라서 지역성의 개념과 적용범위는 매우 다르게 나타나고 있다. 하지만, 선행연구에서 공통적으로 규정하는 것은 지역이 더 이상 닫힌 공간이 아니라 외부와의 상호작용을 통해 변화, 발전해 가는 열린 공간이 되어야 한다는 것이다. 이는 지역성이 평면적인 개념이 아니라 입체적 개념이며, 고정된 것이 아니라 변화되는 개념이라는 것을 의미하는 것이라 할 수 있다.

이처럼 지역성이 지리적 공간 개념을 탈피해 사회 문화적 개념으로 바뀔 수 있게 된 것은 무엇보다도 물리적인 지역을 초월할 수 있는 미디어 테크놀로지의 등장 때문이다. 즉, 인터넷이나 위성TV,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

DMB, SNS 등이 등장하고 확산되면서 시공간의 원격화를 초래하고(Giddens, 1990), 그 결과 장소, 공간, 문화가 하나의 공동체였던 근대적 지역성이 해체되기 시작한 것이다(조항제, 2006). 따라서 이제 지역 언론에서 다루어야 하는 지역성은 공간의 크기에 따라 세분화될 수 있는 다양한 지역성들의 교집합을 모두 포괄할 수 있는 개념으로 바뀌어야 한다.

그러나 지리적 지역성이나 사회문화적 지역성은 여전히 지역의 내부에만 머물러 있다는 한계를 갖는다. 이처럼 지역성이 지역의 내부 관계에만 머물러 있게 되면 지역사회의 발전을 위한 원동력이 되지 못하고, 지역을 폐쇄적이고 닫힌 공간으로 만드는 이데올로기로 전락하게 될 우려가 있다. 최근에는 신자유주의적인 세계화의 흐름 속에서 지역 내부의 요소들보다는 지역 외부와 세계에서 지역성 조건을 찾을 필요가 있다. 가장 지역적인 것이 가장 세계적인 것이 될 수 있기 때문에 지역과 세계가 직접 교류할 필요가 있다는 것이다(한선·이오현, 2012). 즉, 시대적 변화에 대응하기 위해서는 지역 언론들도 신지역주의의 도입이 필요한 시점이다.

나아가 지역언론은 지역의 세계화 전략인 글로컬리즘 전략에도 주목할 필요가 있다. 글로컬리즘은 지역 간의 공통된 이해와 관심을 찾아내고, 이를 통해 세계적 보편성을 만들어 가는 과정이라고 할 수 있다(임종수·김영수, 2013). 종합하면, 이제 지역 언론의 지역성은 지리적 공간적 지역성은 물론, 사회문화적 지역성과 작은 규모의 마을 단위에서 온라인 뉴스 또는 미디어 콘텐츠를 제공하는 하이퍼로컬, 개인과 지역의 정체성을 기반으로 하는 신지역주의, 글로벌 지역성으로 대표되는 글로컬리즘에 대해서도 염두에 둘 필요가 있다.

<표 1> 방송 매체별 구역과 채널의 지역성

구분	방송구역	채널
지상파 방송	지역성	대부분 프로그램: 전국성
		일부분 프로그램: 지역성
케이블 TV	지역성	다수 일반채널: 전국성
		소수 지역채널: 지역성
위성방송	전국성(국제성)	전국성(국제성)

자료: "국경을 초월한 방송시대 방송권역과 지역성," 김대호, 2001, 『한국언론학회 2001년 심포지엄 발제문』, p.4.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) 지역방송의 지역성 개념 구성요인

앞에서 살펴본 것처럼, 미디어 기술의 발달과 사회 환경의 변화 등으로 지역성의 개념도 변화하고 있다. 즉, 과거에는 지역성이 주로 지리적 공간적 개념에 머물러 있었으나 최근에는 사회 문화적 개념으로 바꾸어갔으며, 더 나아가 하이퍼로컬, 신지역주의, 글로컬리즘으로 변모하고 있다. 이처럼 최근 들어 지역성 개념이 다양화되고 다차원화되고 있으나 많은 학자들은 대체적으로 지리적 지역성, 사회적 지역성, 하이퍼로컬, 신지역주의, 글로컬리즘 등 5가지로 나누고 있다(임영호, 2002; 김민남, 2003; 조항제, 2006; 임종수・김영수, 2013; Robinson, 2012).

그러나 이 같은 5가지 지역성 개념은 상호 배타적(mutual exclusive)인 개념이라고 볼 수는 없다. 왜냐하면 지역성은 정의하기 힘든 불분명하고(discursive boundary object), 변화무쌍한 개념(protean concept) 개념이기 때문에 이를 상호 배타적 개념으로 명확하게 분류하기 어려운 부분이 있다(Dunbar Hester, 2013). 여기에서는 이러한 다양한 지역성 개념들을 구성하고 있는 요인들을 살펴봄으로써 지역성을 좀 더 다차원적으로 해석하고자 한다.

먼저 지리적 지역성은 가장 전통적인 지역성 개념으로 방송사업자가 허가를 받은 때 정한 전파의 도달 범위가 중심이 된다(김대호, 2001). 즉, 지리적 지역성은 전파가 도달할 수 있는 행정 관할 구역 내에서 지역 주민들의 요구와 이해를 반영하는 것이라 할 수 있다. 즉, 지리적 지역성은 취재원과 출입처로 대표되는 공간적 기준(윤영철, 2001)을 토대로 콘텐츠에서 지역성을 반영한 것이라고 볼 수 있다. 지리적 지역성의 구성요인을 살펴보면, 방송권역이라는 행정구역 내에서 일어난 사건과 지역민들에 관한 보도를 포함할 수 있다(임영호, 2002). 더불어, 취재 공간에서 일어나는 사건을 효율적으로 취재할 수 있는 출입처라는 공간적 기준 내에서 일어난 사건이 포함될 수 있다(윤영철, 2001). 이를 토대로 볼 때 지리적 지역성은 취재원, 취재기관과 출입처에서 발생한 사건, 취재망이 미치는 지역에서 발생한 사건, 취재 권역 이내에서 발생한 사건들이 중심이 된다고 볼 수 있다(김영수・강경수, 2014). 이 같은 공간성을 강조하는 지리적 지역성은 그동안 미디어 정책에 큰 영향을 끼쳐왔다(Stavitsky, 1994).

사회적 지역성은 지역민들의 독특한 이해와 관심을 반영하는 것이 가장 기본적인 요인이다(강명현・홍석민, 2005). 사회적 지역성은 지역은 동질적인 실제가 아니라 다양한 요소들의 움직임과 상호작용으로 이루어지는 복합적인 공간(임영호, 2002)이라는 인식에서 출발한다. 사회적 지역성은 지역이라는 특정한 공간을 지리적 개념이 아니라 사회적 관계 및 상호작용 속에서 파악해야 할 필요성이 대두되면

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

서 나타난 개념이다. 즉, 새로운 미디어 기술의 개발로 지리적 지역성의 토대가 무너지면서 지역 사회의 공유된 문화와 사회적 연대감에 초점을 맞춘 사회적 지역성이 중요하게 대두되었다(임영호, 2002). 방송의 지리적 소재지보다 사회적 내용을 더 강조하는 입장이 제기되기 시작한 것이다(Napoli, 2000, 2001). 그 결과 방송의 지역성 개념이 공간적 접근에서 탈피하여 공유된 가치나 문화, 사회적 연대감 등에 초점이 맞추어져야 한다는 주장이 제기된다(Dillman, 1985; Napoli, 2001). 그 이유는 오늘날 정보화 사회에서는 지리적으로 구속되지 않는 인간 관계가 구성원들의 행동에 더 중요한 요소로 작용하기 때문이다(Dillman, 1985).

사회적 지역성은 지역의 규모와 범주에 따라서 개념과 구성요인들이 약간 다르게 정의될 수 있있다. 구체적으로 지역민들의 독특한 이해와 관심이라는 개념을 세분화하면 지역이라는 상상의 공동체를 하나로 묶을 수 있는 공유된 문화, 사회적 연대감과 유대를 강화할 수 있는 내용을 포함할 수 있다(임영호, 2002; 김송희・유종원, 2012). 지역민들의 공감을 확대하기 위해서는 지역민들의 생활을 구체적으로 담을 수 있는 내용이 되어야 한다(이근용, 2014). 또한, 지역방송은 지역사회의 민주적 발전을 위해서 다양한 의견을 반영할 수 있는 공론장 기능을 수행해야 한다(주정민・박복길, 2007; 윤영태, 2008). 이를 통해서 지역민들의 다양한 의견을 반영할 수 있어야 하고, 지역민들의 이익을 대변하고, 다양한 관점의 제시가 포함되어야 한다(조항제, 2006).

더불어, 특정 장소가 가지고 있는 인지적 특성을 가진 지역이라는 장소성에 입각한 문화 원형의 콘텐츠화도 사회적 지역성에 반영되어야 한다(임종수・이원, 2010). 지역방송이 사회적 지역성을 제대로 실현하기 위해서는 지역주민들이 실제적으로 필요로 하는 지역 정보와 관련된 콘텐츠를 개발하고, 지역주민들이 직접 콘텐츠 제작에 참여하는 것으로 확대해야 한다(김민남, 2003; 김경희・윤영민, 2008). 방송 콘텐츠뿐만 아니라 지역방송에서 주최하는 문화행사도 지역문화 창달과 발굴에 기여하는 중요한 지역성 요인으로 인식할 수 있다(강명현・조정열, 2003). 이를 토대로 사회적 지역성 개념은 특정 장소가 가지고 있는 인지적 특성인 장소성에 입각한 문화원형의 콘텐츠 화(임종수・이원, 2010)에 입각한 지역성이 반영되어야 한다. 또한, 사회적 지역성은 취재망이 미치는 지리적 공간을 넘어서서 지역민들의 이익을 대변하고, 다양한 관점의 제시(조항제, 2006)를 포함할 수 있다. 뿐만 아니라 지역민들이 정말 필요로 하는 지역정보와 관련된 콘텐츠들을 발굴하고, 지역민들의 콘텐츠 제작 참여 기회를 확대하는 것도 사회적 지역성 개념의 중요한 요인이 된다.

하이퍼로컬은 지역 공동체 구성원 간 커뮤니케이션 활성화 기능을 수행해야하기 때문에 지역 공동체 내의 사람과 사물을 포함한 존재와 사건에 관한 콘텐츠를 제작하는 것을 의미한다(주정민・박복길,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2007). 즉, 하이퍼로컬은 온라인 등을 기반으로 지역사회 구성원 간의 커뮤니케이션을 위한 지역 공동체 미디어의 가치를 가지고, 지역민들이 이용할 것을 목적으로, 지역민들이 제작한, 지역 공동체 내의 사람과 사물을 포함한 존재와 사건에 관한 콘텐츠를 제작하는 것을 중시한다(Radcliffe, 2012), 그렇기 때문에 하이퍼로컬은 지역인물을 중심으로 그들의 스토리를 담고, 지역의 구체적인 장소와 소규모 공동체에 대한 정보를 생산하고, 지역 현안에 대해서 지역민들 간에 소통을 강화하는 것이라고 지적하고 있다(김영수・강경수, 2013). 또한, 하이퍼로컬은 지역민들이 직접 제작과 참여를 중요시하여 전문기자와 아마추어 유저가 협업을 통한 콘텐츠 생산을 강조하고, 지역민들이 직접 제작한 콘텐츠를 적극적으로 반영하는 지역성이라고 할 수 있다(김송희・유종원, 2012; 장병희・남상현, 2012).

하이퍼로컬은 온라인을 기반으로 전문기자와 아마추어 유저가 협업을 통해서 새로운 로컬 콘텐츠 생산을 의미하고 있다(김송희 · 유종원, 2012). 또한, 지역 언론사들이 추구하는 하이퍼로컬은 지역인물을 중심으로 그들의 스토리를 담고, 지역의 구체적인 장소와 소규모 공동체에 대한 정보를 생산하고, 지역 현안에 대해서 지역민들 간에 소통을 강화하는 것이라고 지적하고 있다(김영수・강경수, 2013a). 즉, 하이퍼로컬은 넓은 취재영역의 일부로 간주되어 오던 아주 작은 마을 공동체의 세세한 정보들을 제공하는 것이라고 할 수 있다(Baines, 2012).

신지역주의는 지리적인 근접성을 기반으로 지역 내의 존재하는 자원들을 최대한 활용하기 위해 서로 협력하고, 지속적인 혁신을 통해 발전하는 전략이다. 즉, 신지역주의는 개인과 지역의 정체성을 기반으로 지역의 주체들이 시너지를 발휘하여 내부적인 역량을 강화하는 것을 의미한다(김영수 · 임종수, 2010). 신지역주의는 개인과 지역의 정체성을 기반으로 공공기관, 대학과 기업 등 지역의 주체들이 협력을 통해서 지역의 역량을 강화하는 로컬 거버넌스 개념을 지닌다(김영수・임종수, 2010). 신지역주의는 혁신주체 간 협력이 제대로 이루어져야 하기 때문에 지역사회에 대한 정체성을 가지고, 지역사회를 넘어서 외부로 다양하게 소통하고, 발현하려는 것을 콘텐츠로 담아야 한다(강용배, 2003). 신지역주의는 중앙과 지역 간의 관계에서 중앙보다는 지역의 발전을 더 중요한 개념으로 인식한다.

그러므로 신지역주의는 지역의 역량 강화를 위해서 지역사회의 자본을 더 많이 확충하는 내용, 국내 인근 지역과의 유대 및 협력을 더 강화하는 내용, 중앙과 지역 간의 관계에서 나타나는 문제를 지역의 입장에서 담아내는 내용, 인접한 해외 지역과의 협력을 필요로 하는 내용들을 포함하고 있다(강용배, 2003; 조항제, 2006; 김영수・임종수, 2010; Padley, 2013). 이를 구체적으로 실현하기 위해서는 제작의 다변화를 통한 협력적 네트워크 구축과 수평적 제작 시스템의 도입이 적극적으로 필요하다는 주장도 제기되고 있다(김영수・임종수, 2010).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 2> 지역성 구성요인

지역성	구성요인
지리적 지역성	방송사의 방송권역 내에서 발생한 사건의 보도
	방송권역 내에 있는 지역의 주민들과 관련된 보도
	출입처(행정기관, 취재원)에서 발생한 사건의 보도
	방송권역 내에 있는 지역주민과 구체적으로 연관성이 있는 사건의 보도
	방송권역 내에 있는 정보의 전달
	방송권역 내의 지역 문화 창달과 발굴
하이퍼로컬	공동체 구성원 간 커뮤니케이션을 위한 내용
	지역 공동체의 사람 및 사물과 관련된 내용 → 동네 뉴스 및 인물중심 보도
	내 이웃에 대한 기사화, 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것
	전문가와 비전문가 간의 협력
	지역민들이 직접 제작한 콘텐츠의 방영
사회적 지역성	지역민들의 독특한 이해와 관심을 반영한 콘텐츠
	공유된 문화, 사회적 연대감, 유대 강화 보도
	지역민들의 생활에 관한 내용의 큰텐츠화
	지역사회의 공공적 이슈에 대한 공론장 형성
	지역사회를 대변하고, 다양한 입장 반영
	지역 문제에 대한 심층적 접근과 대안 제시
	지역민들의 지역 언론 참여 확대
	지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠 화
신지역주의	지역의 혁신주체간의 협력적 로컬 거버넌스
	사회관계 속에서 지역사회 정체성 확립
	지역문화와 정체성의 외부적 발현
	지역의 삶을 개선시키는 사회자본 확충
	지역 간 현안에 대한 적극적 개입과 공동 번영 추구
	중앙과의 관계에서 지역의 현안 보도
	지리적으로 인접한 해외 지역과의 협력
	콘텐츠 제작 주체의 다변화, 수평적 협력 강화
글로컬리즘	지역에서 발생한 사건이 세계적으로 확대된 경우
	국제적인 사건이 지역과 연관성이 있는 경우
	지역문화와 문화자원이 세계적으로 확장하는 것
	보편성과 로컬적 특수성을 반영하는 내용
	다문화를 반영하는 콘텐츠, 문화 혼종으로 보편화된 콘텐츠를 생산하는 경우

출처: “AHP기법을 활용한 지역방송의 지역성 평가요인의 상대적 중요도 분석,” 김영수・강경수, 2015, 『언론학연구』, 19(1), 52-56쪽 표를 연구자가 재구성함.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

마지막으로, 글로컬 지역성은 지역성의 공통적 요소인 지역민들이 가지는 동일한 이해와 관심을 지리적으로 확장하는 것을 의미한다(김영수·임종수, 2013). 글로컬 지역성은 보도 측면과 제작 측면으로 나누어 볼 수 있다. 먼저, 보도 측면에서 글로컬 지역성은 지역에서 발생한 사건을 세계적으로 확대할 수 있거나, 세계적인 사건이 지역에 커다란 영향을 미칠 수 있는 것을 의미한이다. 가령, 광주 민주화 운동 보도가 다른 나라의 민주화에 영향을 미치거나 일본에서 발생한 원전 사고 보도가 우리 지역에 영향을 미치는 것들이다.

즉, 지역민들이 지니고 있는 이해나 관심을 지리적·공간적으로 확장하는 것을 의미한다. 제작 측면에서의 글로컬 지역성은 세계적으로도 관심을 가지고 있는 지역 문화자원을 확장하고, 지역의 본래 모습을 세계로 유통하는 문화 콘텐츠를 제작하여 지역적 특수성과 세계적 보편성을 연결고리의 형성하는 과정을 담아내는 것이다(김영수·임종수, 2013). 또한 전통문화를 기반으로 한 지역사회가 다양한 문화를 가진 복합적 공간으로 바뀌면서 다문화 환경에 적합한 콘텐츠를 제작하는 것도 글로컬 지역성에서이 요구되고 있다(김송희·유종원, 2012). 최근 우리나라는 다문화 환경으로 바뀌면서 글로벌 문화가 문화 혼종으로 나타나고 있는데, 이를 반영할 수 있는 콘텐츠를 적극적으로 제작하는 것도 글로컬 지역성에서는 고려되어야 할 필요성이 있다(김영수, 2013). 이상의 지역성 구성요인들을 김영수와 강경수(2015)는 앞의 <표 2>와 같이 요약 제시하고 있다.

물론 이러한 지역성 유형과 구성요인들이 많은 학자들(임영호, 2002; 김민남, 2003; 조항제, 2006; 임종수·김영수, 2013; Robinson, 2012에 의해 지지를 받고 있으나, 이 유형과 구성요인이 현재 우리나라 지역방송이 당면하고 있는 지역성을 모두 포괄하고 있다고 볼 수는 없다. 앞에서도 논의했듯이 지역성이라는 개념은 고착된 것이 아니라 시대적 상황에 따라 항상 변할 수 있는 유기체와 같은 것이기 때문이다. 그러므로 이러한 지역성 유형과 구성요인이 과연 타당성이 있는지는 재점검해볼 필요가 있다. 특히 지금까지는 지역성이 주로 방송사 관점에서 해석되고 연구되어 왔을 뿐 시청자 관점에서 지역성의 개념을 정의하고, 연구한 경우는 거의 없다.

4) 지역방송의 지역성 지수 및 평가

지역방송에 대한 정책 추구에서 지역성은 매우 중요한 목표 중 하나이다(Cole & Murck, 2007). 미국의 최초 방송법인 '1927년 라디오 법' 이 제정된 이후 지역성은 90년 이상 지속되어 온 중요한 방송 정책의 하나로 간주되어 왔다. 미국의 경우만 해도 지역성의 가치를 위해 보호하기 위해 '메인 스튜디오(main-studio)규칙', 주 시청 시간대 접근규칙(PTAR)', ' '이슈/프로그램 목록(issues/programs list)'

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

의 비치 의무화, ‘확증조사(ascertainment study)’와 같은 방송정책들을 추구해 왔다. 특히 확증정책은 지역민을 대상으로 여론조사를 의무적으로 실시토록 하여 지역의 현안들을 파악하도록 하는 제도로 지역주민의 의견을 방송 프로그램에 반영하도록 유도하기 위한 것이다(Napoli, 2001b). 우리나라에서도 방송의 지역성 구현을 위해서 지역 프로그램 편성의무화, 역외재전송 금지, 지역채널 의무전송 등 다양한 정책적 배려가 있어왔다(강명현, 2013).

지역방송의 지역성 구현을 위한 다양한 정책적 배려가 이루어지고 있음에도 불구하고 아직까지도 지역방송을 평가할 만한 기준 등이 미미하다. 현재 지역방송의 기능이나 역할에 대한 평가는 방송통신위원회가 집계하는 지역방송의 자체 편성비율과 자체적으로 발표하는 경영성과에 대한 공표가 거의 전부라고 할 수 있다(주정민, 2004). 물론 각 지역 방송사들이 조직의 효율성과 경영성과에 대한 분석 등을 자체적으로 실시하고 있기는 하지만 대부분이 내부 자료로만 활용되고 있어 외부로는 공개되고 있지 않다. 또한 방송통신위원회가 방송평가지수를 개발하여 시행하고 있기는 하지만, 주로 중앙의 방송사들을 대상으로 하고 있다. 방송통신위원회의 방송평가지수는 지역방송에 대한 평가도 이루어지고 있기는 하지만, 지역방송이 지역성을 얼마나 잘 구현해 내고 있는가를 측정하기보다는 주로 방송사의 정책적 지원이나 재 허가에 필요한 평가점수를 산출하는 근거로 활용되고 있다.

우리나라의 방송 평가제도는 크게 방송통신위원회가 방송법에 근거하여 실시하고 있는 방송평가제도인 AI(Appreciation Index)와 중앙 방송사들이 자체적으로 실시하고 있는 방송 프로그램에 대한 질적평가제도가 있다. 우리나라의 중앙 방송사들이 자체적으로 개발한 질적인 평가지수로는 KBS의 PSI(Public Service Index), MBC의 QI(Quality Index), SBS의 ASI(Audience Satisfaction Index), EBS의 EPEI(EBS Program Evaluation Index) 등이 있다. 방송통신위원회의 AI는 방송된 프로그램들을 ‘유익하거나/하고 재미있는’이라는 평가 기준에 따라서 6점 척도로 측정한 뒤 100점 만점으로 환산한다.

KBS의 PSI는 프로그램의 평가기준을 인지적 차원, 정서적 차원, 기능적 차원으로 나눈 뒤 시청자들로 하여금 ‘잘 만들었다’, ‘시간가는 줄 몰랐다’, ‘뭔가 얻는 게 있다’ 등으로 측정토록 한다. MBC의 QI는 뉴스, 교양, 오락/드라마 등 장르로 나누고, 시청한 프로그램에 대해 인지반응과 중요도(제1요인), 감성반응과 제작평가(제2요인) 등 두 가지 차원으로 측정한다. SBS의 ASI는 민영방송의 특성을 반영하여 보도, 교양, 오락, 드라마로 구분하여 측정하며, 객관성, 신뢰성, 창의성, 즐거움/재미를 측정하여 장르별로 적용한다. 마지막으로 EBS의 EPEI는 교육방송이라는 특성을 평가에 반영하고 있는데, 공익성, 독창성/완성도, 유익성, 흥미성 등의 4개의 하위차원으로 나누어 복수의 문항으로 측정하고 있다. 우리나라 각 방송사의 프로그램 관련 평가지수를 요약하면 아래 <표 3>과 같다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 3> 우리나라 각 방송사의 프로그램 관련 평가지수

평가조사명	개발기관	측정방법 또는 항목
AI	방송위원회	- 시청한 프로그램을 '유익하거나/하고 재미있는' 이라는 6점 척도로 측정한 뒤에 100점 만점으로 환산
PSI	KBS	- 시청자들의 인지적, 정서적, 기능적 평가기준을 세분화하여 '잘 만들었다', '시간가는 줄 몰랐다', '뭔가 얻는 게 있다' 등의 항목으로 측정
QI	MBC	- 뉴스, 교양, 오락/드라마 장르로 구분하여 측정 - 시청한 프로그램에 대해 두 가지 요인 차원으로 나누어 측정 - 제1요인은 인지반응과 중요도 평가이고 제2요인은 감성반응과 제작평가임
ASI	SBS	- 프로그램을 보도, 교양, 오락, 드라마 등 장르별로 구분하여 측정 - 각 장르별로 객관성, 신뢰성, 창의성, 즐거움/재미를 측정
EPEI	EBS	- 교육방송이라는 특성을 평가에 반영 - 독창성/완성도, 공익성, 흥미성, 유익성 등 하위차원으로 나누어 복수의 문항으로 측정

자료: "지역방송의 지역성 지수에 관한 연구," 주정민, 2004,『한국방송학회 가을철 학술대회 논문집』, 331-348쪽.

이러한 질적 평가지수는 중앙의 방송사들이 자체 프로그램을 평가할 목적으로 개발하고 측정해 오고 있기 때문에 이를 지역방송에 그대로 적용하기에는 무리가 따른다. 특히 지역방송은 전국 시청자를 대상으로 하는 전국 프로그램과 달리 해당 지역민을 시청 대상 층으로 하고 있으며, 제작 목적 역시 지역성의 구현이라는 특수성을 지닌다(강명현, 2013).

지역방송의 지역성 구현이 강조되면서 지역성 지수의 개발 및 평가의 중요성이 강조되고 있다. 주정민(2004)은 지역방송의 역할이 강조되고 있는 현실을 고려할 때 현재 지역방송의 모습을 정확하게 진단할 필요성이 있다며 이를 위해서는 지역성 지수의 개발이 필요하다고 주장했다. 앞의 이론적 논의에서 살펴보았듯이, 지역방송의 지역성에 관한 기존 논의들을 살펴보면 지역방송의 역할과 앞으로 나아가야할 방향이 무엇인지를 알 수 있다. 그리고 지역방송의 지역성 측정척도의 개발이 왜 필요한지도 알

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

수 있다.

사실 지역방송이 지역성 구현이라는 본래의 목적을 충실히 이행하기 위해서는 무엇보다도 먼저 지역성에 대한 개념 정립과 지역성을 평가할 수 있는 측정지표가 필요하다. 그러나 지금까지 지역방송의 지역성 개념 정립이나 구현에 대한 논의는 수없이 많이 이루어져 온 반면(한선·이오현, 2012; 조항제, 2006; 윤영태, 2014; 이근용, 2014; 안재현, 2010; 이진로, 2004; 주정민·박복길, 2007; 한진만, 2006), 지역성을 평가할 수 있는 척도나 측정지표의 개발은 거의 이루어지지 않고 있다. 지역방송의 지역성에 관한 정의가 일관성을 갖지 못하고 지표화 하는데 어려움이 많은 것도 이 때문이다(김영수·강경수, 2014).

한편, 방송통신위원회(2014)는 「지역방송발전지원 특별법」에 명시된 기금 지원의 제한 요건이 될 수 있는 '지역성 지수' 개념을 좀 더 명확하게 하여 관련 고시(지역성 지수 고시) 제정에 활용할 수 있도록 하기 위한 지역성 지수를 개발한 바 있다. 지역성 지수 영역은 '방송내용 및 편성 영역'과 '운영' 영역으로 구분했다. 각 영역별 평가 요소는 아래 <표 4>에 나타난 것처럼, 방송내용 및 편성의 경우 '방송 프로그램의 우수성', '지역 밀착성 확보 노력', '편성의 적정성' 등 3개의 평가 항목으로 구성되어 있다. 이 4개의 평가항목은 다시 세부적인 평가항목으로 나누어지는데, 지역방송이 자체적으로 제작한 프로그램의 우수성을 평가할 경우 '자체 제작 프로그램의 국내외 판매 등 유통 실적'과 '프로그램 관련 수상 실적 종합 평가' 등 2개의 세부 평가항목으로 이루어져 있다. 지역방송의 지역 밀착성 확보 노력도 다시 3개 세부항목으로 나누어지는데 '지역 내 외주제작 프로그램 편성에 대한 평가', '지역 시청자 참여 프로그램에 대한 평가', '주 시청 시간대 지역 자체 제작 프로그램 편성비율에 대한 평가' 등이 바로 그것이다. 편성의 적절성을 평가하는 항목의 경우에도 다시 3개 하위항목으로 나누어 평가가 되는데, '자체 제작 프로그램 편성비율에 대한 평가', '자체편성 프로그램의 분당 구매비용에 대한 평가', '장애인 시청지원 프로그램 편성에 대한 평가' 등이다.

한편, 운영 영역의 경우 '경영의 적정성', '지역사회 기여도', '지역 시청자 권익 보호' 등 3개의 평가 항목으로 구성되어 있다. 각 영역을 구성하는 평가항목은 다시 몇 개의 세부 평가항목으로 세분화된다. 먼저 경영의 적정성 평가는 지역방송이 지역성 구현을 위해 경영을 얼마나 잘했는가와 관련된 것으로 '영업이익대비 배당 비율에 대한 평가', '구성원에 대한 재교육 활성화 평가', '제작인력 비율의 평가' 등 3개 세부항목을 통해 평가된다. 지역사회 기여도는 지역방송이 지역사회에 얼마나 혹은 어떻게 기여해오고 있는가와 관련된 것으로 '자체제작 프로그램에 대한 투자 평가', '지역에 소재한 대학 출신의 채용 평가', '지역사회 및 지역문화 발전 등에 대한 기여도 평가', '재난방송 편성 및 운영현황 종합 평가' 등 4개의 세부 평가항목으로 구성된다. 지역 시청자 권익보호는 지역

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

방송사가 지역 시청자들의 권익을 보호하기 위해 얼마나 노력해 오고 있는가와 관련된 것으로 '시청자 위원회 구성 및 활용의 적정성 평가', '시청자 의견 수렴의 적절성 평가', '시청자 불만 처리의 적절성 평가' 등 3개의 세부 항목으로 평가된다. 그러나 이 평가지수는 단순히 「지역방송발전지원 특별법」에 따른 기금 지원의 기준을 만들기 위한 목적으로 개발되었기 때문에 이론적 학문적 차원에서의 지역성 지수 개발과는 성격이 다르다고 할 수 있다.

<표 4> 지역성 지수의 구성영역과 세부 평가항목

구성 영역	평가항목	세부평가항목
방송 내용 및 편성	방송프로그램의 우수성	– 프로그램 관련 수상실적 종합 평가
		– 자체 제작 프로그램의 국내외 판매 등 유통 실적
	지역밀착성 확보 노력	– 지역 내 외주제작 프로그램 편성 평가
		– 지역시청자 참여 프로그램 평가
		– 주 시청 시간대 지역 자체 제작 프로그램 편성비율 평가
	편성의 적정성	– 자체 제작 프로그램 편성비율 평가
		– 자체편성 프로그램의 분당 구매비용 평가
		– 장애인 시청지원 프로그램 편성 평가
운영	경영의 적정성	– 영업이익대비 배당 비율 평가
		– 구성원 재교육 활성화 평가
		– 제작 인력 비율 평가
	지역사회 기여도	– 자체제작 프로그램 투자 평가
		– 지역 대학출신의 고용 평가
		– 지역사회 및 지역문화 발전 등 기여 평가
		– 재난방송 편성 및 운영현황 종합 평가
	지역시청자 권익 보호	– 시청자위원회 구성 및 활용의 적정성 평가
		– 시청자 의견 수렴의 적절성 평가
		– 시청자 불만 처리의 적절성 평가

자료: 심홍진・이소정・이재용(2014)

외국의 경우에도 방송사나 규제기관에 의한 다양한 프로그램 평가제도가 있다. 가령, 미국의 경우를 보면, TVQ(Television Quotient)는 전국의 1,200개 패널을 대상으로 방송 프로그램에 대한 인지도와 호감도를 5점 척도로 측정한다. 그리고 VOX BOX는 전자 반응장치를 이용해 전국 200여 가구를 대상으로 6개 항목과 프로그램 인물에 대한 평가를 한다. 또한 공영방송 평가시스템은 공공 TV에 대한 시청자 만족도를 4점 척도로 측정한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 5> 외국의 방송 프로그램 평가지수

국가	평가조사명	측정방법 또는 항목
미국	TVQ (Television Quotient)	전국 1,200개 패널을 대상으로 프로그램에 대한 인지도와 호감도를 5점 척도로 측정
	VOX BOX	전국 200여 가구를 대상으로 전자 반응장치를 통해 6가지 항목과 프로그램 인물에 대한 평가로 구성
	공영방송 평가시스템	공공TV에 대한 시청자 만족도를 4점 척도로 측정
영국	QI(Quality Index)	프로그램 질에 대한 시청자 평가척도. '매우 우수한' 부터 '매우 낮은' 의 5점 척도로 측정하고 100점 만점으로 환산
	GQ(General Quality)	프로그램의 전반적인 질적 수준을 '높다' 에서 '낮다' 까지의 5점 척도로 측정
	PQ(Proportion of High Quality)	우수했던 프로그램의 비율이 '매우 많다' 에서 '거의 없다' 까지 5점 척도로 측정
	AI(Appreciation Index)	감상지수로 알려진 이 지수는 시청자들에 의한 프로그램의 사회문화적 기여도를 측정함
일본	FASS(Fuji Television Satisfaction Servey)	프로그램의 질을 16개의 기능으로 분류, 112개의 체크 항목으로 나누어 각 기능별로 4점 척도를 사용하여 8단계로 시청 만족도를 측정
캐나다	EI(Enjoyment Index)	전혀 재미없다' 에서 '매우 재미있다' 의 6점 척도로 측정
	FI(Familiarity Index)	타 방송사의 유사 프로그램과 차별성이 있는지, 그리고 친밀하게 지각하는 프로그램이 있다면 얼마나 자주 시청하는지를 측정
프랑스	CEO	프로그램의 질을 문화적 생동감, 오락적 가치, 주제의 독창성, 전통적 가치, 연출수준, 접근가능성, 내용의 기여도, 연출의 독창성 등으로 설정하여 측정
	KALOMATH	프로그램의 질을 결정하는 7개 개념을 18개 항목으로 측정

자료: "지역방송의 지역성 지수에 관한 연구," 주정민, 2004, 『한국방송학회 가을철 학술대회 논문집』, 331-348쪽.

영국의 경우도 방송 프로그램 질에 대한 시청자 평가를 '매우 우수한' 부터 '매우 낮은' 의 5점 척도로 측정하고 100점 만점으로 환산하는 QI(Quality Index), 프로그램의 전반적인 질적 수준을 '높

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다' 에서 '낮다' 까지의 5점 척도로 측정하는 GQ(General Quality), 우수했던 프로그램의 비율을 '매우 많다' 에서 '거의 없다' 까지 5점 척도로 측정하는 PQ(Proportion of High Quality) 등이 있다. 또한 1982년부터 시청자들에 의한 프로그램 질적 평가인 감성지수라고 알려진 AI(Appreciation Index) 평가를 하고 있다. AI는 시청자들로 하여금 프로그램의 사회·문화적 기여도를 평가하게 함으로써 시청률이 낮은 프로그램이라 하더라도 질적 지수를 통해 공영방송의 존재 의의를 찾고자 하는 의도를 담고 있다(정준희, 2004).

일본의 경우는 프로그램의 질을 중심으로 시청 만족도를 측정하는 FASS(Fuji Television Satisfaction Servey)이 있다. FASS는 프로그램의 질을 16개로 나눈 뒤, 이를 112개의 체크 항목에 대해 각 기능별로 4점 척도를 사용하여 8단계로 측정하도록 되어 있다. 캐나다는 프로그램을 '전혀 재미가 없다' 에서 '매우 재미가 있다' 의 6점 척도로 측정하는 EI(Enjoyment Index) 및 다른 방송사의 비슷한 프로그램과 차별성이 있는지, 그리고 친밀하다고 지각하는 프로그램이 있다면 그 프로그램을 얼마나 자주 시청하는지를 측정하는 FI(Familiarity Index)가 있다.

프랑스는 프로그램의 질을 문화적 생동감, 오락적 가치, 주제의 독창성, 전통적 가치, 연출수준, 접근가능성, 내용의 기여도, 연출의 독창성 등으로 설정하여 측정하는 CEO와 프로그램의 질을 결정하는 7개 개념을 18개 항목으로 측정하는 KALOMATH 등이 있다. 외국의 평가제도들을 요약 정리한 것이 앞의 <표 5>이다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 2 절 시청자의 주관적 태도유형과 Q 방법론

1. Q 방법론의 개념과 특성

Q 방법론은 인간의 주관성을 측정하기 위해 고안된 연구방법론이다. 여기서 주관성이란 특정한 사건 혹은 현상 등에 대해서 각 개인들이 갖는 태도나 가치, 이미지 등을 의미한다. 그러나 그동안 실증주의적 연구가 주류를 이루면서 인간의 마음에 관한 주관성 연구는 매우 미흡했다. 그 결과 주관성에 관한 연구는 해석학이나 현상학의 영역에 머물러 왔다(진상현, 2006).

Q 방법론은 윌리엄 스티븐슨(W. Stephenson)이 1935년에 *Nature*에 발표한 "Technique of factor analysis"라는 논문에 기초하고 있다. 물론 그는 이 논문에서 Q 방법론이라는 용어를 사용하지는 않았지만, 인간의 주관성 측정이 기존의 요인분석 방법으로는 불가능하다며, 그 대안으로 사람 간의 상관관계를 측정할 것을 제안했다(김홍규, 2008, p. 3 재인용). 그리고 그는 1953년에 Q 방법론의 원전이라고 할 수 있는 "The Study of Behavior"을 발간했다.

주관성이란 개개인이 특정 사건, 생각, 사물에 대해 스스로의 관점에서 어떤 의견(opinions)이나 생각을 갖고 있는지를 밝히는 것이다(Brown, 1980). 대체적으로 사람들 개개인의 가치와 태도 등은 그들이 갖고 있는 라이프스타일이나 개개인의 취향, 선호 등 매우 주관적이며 내적인 요인들이 서로 복합적으로 작용하여 형성하게 된다(McQuail, 2000). 따라서 사람들의 태도나 가치, 이미지 등을 연구할 때 주관성을 살펴보는 것은 매우 중요하다. 그런데 인간의 주관성은 보편성보다는 개별성과 독특성을 기본으로 하며, 우연이나 무작위로 존재하는 것이 아니라 일정한 구조와 형태를 지니게 된다(Brown, 1980).

일반적으로 사람들은 각 개인이 갖고 있는 주관성에 의존하여 자신들의 생각을 정리하거나, 다가올 미래의 일들을 어떻게 대처해 나갈지를 판단하게 된다. 이처럼 사람들은 개개인이 특수한 내적 의미와 적합성의 구조를 가지고 있기 때문에 주관성을 배제하고 사람의 본질과 사회현상을 탐구한다는 것은 사실상 불가능하다고 할 수 있다(김홍규, 2008). 그러므로 사람들의 어떤 행위에 대한 연구는 한 개인의 내적구조인 자아반영, 자아인식, 자아관찰을 기본으로 해야 하며, 이를 통해 한 개인이 자신에 관해 말하는 것과 그가 믿고 있는 바를 진술하는 것으로부터 시작해야 한다(Stephenson, 1953).

과거에는 사람들이 갖고 있는 주관성을 객관적으로 측정하고 이해하는 것이 불가능하다고 여겨왔다. 그러나 Q 방법론을 창시한 스티븐슨(Stephenson, 1953)은 이러한 고정관념을 깨고, 인간의 주관성도 객관적으로 측정 가능한 것으로 이해했다. 그는 인간의 주관성도 경험주의적인 통계기법을 통해 체계적

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이고 과학적인 방법으로 측정이 가능하다고 주장했는데, 그것을 가능케 하는 것이 바로 Q 방법론이다. 스티븐슨(Stephenson, 1953)은 인간의 행동이나 사고에는 자연현상과 달리 가치가 개입될 수밖에 없기 때문에 주관성을 배제한 채 사회현상이나 인간의 본질에 대해 연구하는 것은 불가능하다고 보았다(김홍규, 2008).

Q 방법론에서는 사람들의 주관적인 가치나 신념, 태도, 이미지 등이 우연하게 존재하는 것이 아니라 일정한 내적구조(inner frame)를 갖고 있으며, 한 사람의 과거행적과 미래의 행동까지 예측이 가능한 지침을 제공한다고 가정한다. 따라서 Q 방법론을 활용하면 그동안 비현실적이거나 측정이 불가능하다고 생각해왔던 사람들의 주관적인 영역도 객관적으로 측정하거나 예측을 할 수가 있다.

2. Q 방법론을 적용한 선행연구 검토

Q 방법론은 개인의 태도나 느낌 같은 주관적인 것의 측정이 가능하며, 개인의 자아구조 속에 있는 심리적 요인들까지 심층적으로 파악할 수 있다(김홍규, 2008). 이러한 장점들 때문에 커뮤니케이션학은 물론 광고학, 간호학, 행정학, 정책학, 교육학, 종교학, 아동심리학, 정신분석학 등 사람들의 주관성을 탐구하는 여러 학문 분야에서 활발하게 활용되고 있다. 특히 최근에는 새로운 연구 분야인 사회적 구성(social construction), 담론분석(discourse analysis), 페니미즘 그리고 질적 분석에서도 Q 방법론이 적용되고 있다(김홍규, 2008).

그러나 본 연구에서는 방송과 관련된 분야에서의 Q 방법론을 적용한 연구들을 중심으로 살펴보고자 한다. 먼저 하종원(2012)은 방송 프로그램의 심의기준에 대해 이해 당사자들은 어떤 인식유형을 갖고 있는가를 Q 방법론을 이용해 분석했다. 이 연구는 방송 프로그램 심의의 이해 당사자를 규제기관(규제자), 방송 제작자(피 규제자), 수용자(규제 수혜자)로 구분하고, Q방법론을 이용하여 방송심의기준의 상대적 중요성에 대한 인식을 유형화했다. 그 결과 4개의 인식유형이 도출되었는데, 이 4개의 인식유형을 '상업적 비판형', '공영적 책임형', '규범적 원칙형', '전향적 완화형'으로 명명했다. 이 연구는 방송심의 기준에 대해서는 각자가 속한 집단의 이해관계나 개인이 갖고 있는 특성과 가치관 등에 따라 다양한 스펙트럼이 존재하고 있음을 알려주고 있다.

현승훈(2011)은 TV방송 다큐멘터리 선호도에 대한 시청자의 주관성 연구를 실시했다. 즉, TV 다큐멘터리를 시청하는 시청자들의 시청동기를 Q 방법론을 이용해 분석한 것이다. 연구결과를 보면, 모두 3개의 유형으로 구분되었는데, 즐거움과 재미를 추구하는 오락적 가치 지향형, 공익과 교육적 목적을 추

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

구하는 공익·사회적 가치 지향형, 다큐멘터리의 문화적 가치를 지향하는 문화·예술적 가치 지향형 등이다.

김홍규·정정주(2004)는 지상파 방송 정책 결정에 대한 참여자들의 인식 유형을 Q 방법론을 이용해 분석했다. 분석결과 모두 3개의 유형으로 분류되었는데, 첫째 방송 3사의 구도 개편 논의가 필요하다는 것은 인정하지만 방송정책 결정과정에는 비판적 입장을 견지하는 긍정적 비판 형, 둘째 방송 3사의 구도 개편 논의가 필요하다는 것을 강조하고 방송정책 결정과정에도 지지를 보내는 긍정적 지지형, 셋째 방송환경의 변화에 따라 방송산업 및 방송시장에 대한 논의를 강조하면서 현 방송구도 정책에 불만을 갖고 있는 시장지향적 불만형으로 구분했다.

김유화(2008)는 디지털 시대 수용자가 인식하는 공영방송 정체성에 대해 Q분석을 실시했는데, 모두 4개의 유형으로 구분했다. 첫째 유형은 공영방송의 편성가치 구현을 가장 중요하게 생각하며 시청률 경쟁이나 광고시장으로부터 보호해야 할 국민 모두를 위한 방송으로 생각하고 있으며, 이를 위해 수신료가 반드시 필요하다고 생각하는 전통적 공익형이다. 둘째 유형은 공영방송의 존재 필요성에 대해서는 강하게 인식하고 있지만, 현 공영방송의 경영에 대한 불신 때문에 공영방송이 최소한의 역할만 담당해야 한다는 최소 공익형이다. 셋째 유형은 공영방송에서 시청자가 철저하게 소외되고 있으며, 이와 같은 현상은 안정적인 수신료 재원 때문이라고 인식하고 광고와 경영의 다각화가 필요하다는 경쟁력 지향형이다. 그리고 마지막 넷째 유형은 공영방송에 대한 전형적인 숙의민주주의 시각을 갖고 있으면서 수용자 주권의 중요성을 인식하는 수용자 주권/참여형이다. 이처럼 방송 영역에서도 Q방법론을 적용한 연구들이 많이 이루어지고 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 3 절 지역성 구현과 상호지향성

1. 상호지향성 모델의 개념 및 이론적 근거

1) 상호지향성 모델의 개념

상호지향성은 개인이나 집단 간 인식 차이 및 상호 이해도를 파악하는 데 유용한 방법론적 도구이다. 상호지향성 모델은 원래 두 집단 간의 상호 이해를 파악하는데 중요한 분석 틀로 이용되어 오고 있다. 상호지향성 모델을 처음 제안한 채피와 맥로우드(Chaffee & McLeod, 1968)는 상호지향성이란 어떤 사물과 사람에 대해 동시에 지향하는 것이라고 했다. 즉, 어떤 대상(x)에 대한 지향이 한 사람(a)에 의해서만 이루어지는 것이 아니라, 그 대상(x)에 대해 공통적으로 지향하는 다른 사람(b)과의 관계라는 맥락 속에서 이루어진다고 보는 것이다.

사람들은 어떤 대상에 대해 태도를 결정할 때 자신의 인지나 가치 혹은 경험이나 지식 등에 의존하기도 하지만, 같은 사회 체계 안에 있는 다른 사람들의 인지나 가치 등에도 의존하게 된다. 즉, 사람들은 어떤 태도를 취할 때 일반적으로 같은 사회 체계 안에 있는 다른 사람들과의 관계를 의식하게 된다. 즉 나와 관계있는 그 사람이 대상에 대해 어떤 태도를 취하게 될까를 항상 생각하게 되고, 그 생각에 따라서 자신도 어떤 태도를 취할까를 결정하는 경우가 많다. 그러므로 어떤 대상에 대한 사람들의 인식이나 태도를 올바르게 이해하기 위해서는 같은 사회 체계 안에 살고 있는 다른 사람들의 인식이나 태도도 동시에 이해할 필요가 있는 것이다.

상호지향성 모델은 그동안의 커뮤니케이션 효과 연구들이 커뮤니케이션 행위를 설득에 관한 태도 변화에만 초점을 맞춤으로써 이해와 관련된 효과를 간과했다는 비판에서 시작되었다. 기존의 커뮤니케이션 효과 연구는 주로 태도 변화에만 초점을 맞추어왔다. 그러나 상호지향성 모델은 기존의 커뮤니케이션 효과를 태도의 차원에서 인지의 차원까지 확대시켰다. 상호지향성 모델을 적용하기 위해서는 적어도 두 사람 이상이 커뮤니케이션에 참여해야 하고, 커뮤니케이션 참여자들이 특정 대상을 동시에 지향해야 한다. 또한 특정 대상에 대한 사람들의 태도는 자신의 개인적인 가치나 신념뿐만 아니라 다른 사람의 가치나 신념에도 영향을 받는다는 것이 전제되어야 한다(김인숙, 2001).

원래 상호지향성 모델은 대인 간 커뮤니케이션 관계를 이해할 수 있도록 제안되었다. 또한 상호지

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

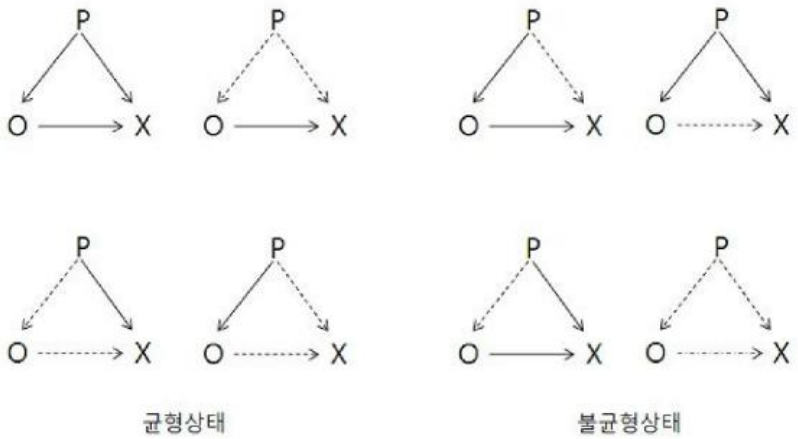
향성 모델은 한 대상에 대한 두 집단 간의 인지 상태를 보다 심층적으로 비교해주고, 집단 간의 이해와 몰이해의 정도까지도 명확하게 파악할 수 있게 해준다는 장점을 지니고 있다. 그러나 모델의 유용성이 입증되면서 오늘날에는 집단과 집단, 전체사회 등의 관계에까지 확대되어 연구되고 있다(박종민・신명희, 2004).

2) 상호지향성 모델의 이론적 근거

상호지향성 모델은 기본적으로 소규모 사회체계 분석을 위해 개발된 방법론이다(이강수, 1987). 채피와 맥로우드(Chaffee & McLeod, 1968)는 하이데(Heider, 1958)의 균형이론, 뉴컴(Newcomb, 1966)의 A-B-X 모델 그리고 카터(Carter, 1965)의 감정적 관계의 패러다임 모델 등을 토대로 상호지향성 모델을 발전시켜왔다(김봉철・조병량・이병관, 2004).

먼저, 하이데(Heider, 1958)의 균형이론은 인지적 불균형 상태가 긴장을 형성하고, 인간은 다시 균형 상태로 되돌리려는 강한 본능을 지닌다는 것에서 출발한다. 아래 <그림 1>에서 보듯이, 균형이론은 나(P)와 상대방(O), 그리고 제3자나 물리적 대상 혹은 사건(X)을 놓고 설명할 수 있다. 사람들은 세 개의 구성 요소인 P, O, X의 관계가 모두 긍정적이거나, 두 개의 구성요소가 부정적이고 하나가 긍정적인 관계를 가질 때 균형의 상태가 이루어진다. 즉, 특정 제품(X)에 대해 내가 좋아하는 친구와 내 생각이 다를 때 사람들은 인지적 불균형이 나타나게 된다.

<그림 1> 하이데의 균형이론 모델



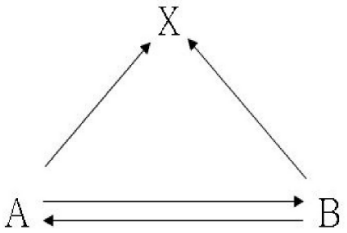
Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이것은 곧 심리적으로 불편한 상태를 만들게 되므로 이러한 심리적 불편함을 해소하기 위해서 사람들은 자신의 태도를 바꾸어서라도 편한 상태, 즉 균형감을 회복하려고 한다는 것이 균형이론의 핵심이다. 하이데의 균형이론은 사람들의 기호나 애정, 존경심, 가치평가와 같은 태도와 인과관계, 소유, 유사성, 소속 등 인지과정의 연구에 많이 적용되고 있다. 그러나 주의해야 할 것이 있는데, 사람들의 인지구조에 있어 이러한 부조화 상태는 사람들의 태도 변화를 일으키려는 경향만을 조성할 뿐이지 실제적으로 태도 변화가 일어나도록 영향을 미치는 것은 아니라는 점이다.

하이데의 균형이론은 뉴콤(Newcomb, 1966)의 A-B-X 모델에도 큰 영향을 미쳤다. 하이데의 균형모델이 개인의 내적 커뮤니케이션(intrapersonal communication)을 설명하는 반면 뉴컴의 A-B-X 모델은 대인적 커뮤니케이션(interpersonal communication)을 설명하는 균형이론이다. 뉴컴은 하이데의 모델과 구별하기 위해서 균형(balance)이란 말 대신에 대신 대칭(symmetry) 이란 용어를 사용했다. 이 이론에 따르면, 사람들은 균형(대칭)을 이루기 위해 서로에게 영향을 미치며, 이 과정에서 커뮤니케이션 행동이 이루어지게 된다.

<그림 2> 뉴콤의 A-B-X 모델



자료: "An approach to study of communicative acts," by T. M. Newcomb, 1953, *Psychological Review*, 60(6), pp.393-404.

A-B-X 모델에서는 어떤 대상(X)에 대한 지향은 단지 두 사람의 관계에서만 이루어지는 것이 아니라 이 문제에 대해 공동으로 지향하고 있는 또 다른 사람과의 상호 종속인 관계 속에서 이루어진다고 보고 있다(Newcomb, 1966). A-B-X 모델은 사람들 사이에 일어나는 커뮤니케이션은 기본적으로 커뮤니케이션을 하는 사람들이 특정 대상에 대해 동시에 지향, 즉 상호지형을 유지하도록 하는 필수적인 기능을 수행하고 있다고 가정한다. 그리고 사람들은 이 같은 상호지향 체계의 유지 혹은 지향 체계의 회복을 위해 태도를 변화시키려고 한다는 것이다. 따라서 A-B-X 모델에서 가장 중요한 개념은 커뮤니케이

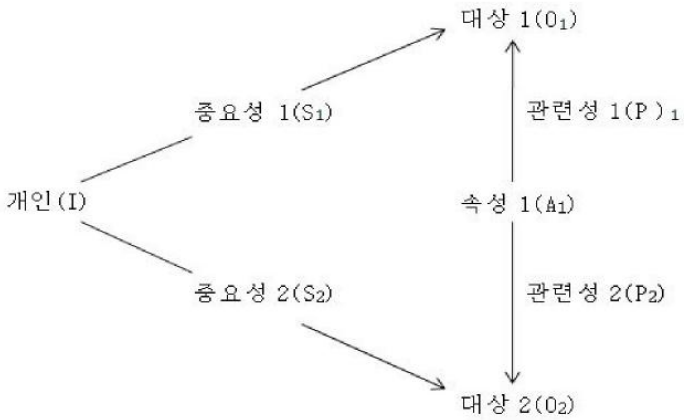
Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

션과 지향이라고 할 수 있다. 여기서 주목해야 할 것은 하이데의 균형이론이 두 사람 사이의 관계를 일방향 화살표로 가정하고 있는 반면에, A-B-X 모델은 쌍방향을 명시한 것이다(<그림 2> 참조).

한편, 상호지향성 모델에 영향을 미친 또 다른 모델은 카터(Carter, 1965)의 감정적 관계 패러다임 모델이다. 이 모델은 사람들이 어떤 방식으로 환경 속의 대상에 특정한 가치를 부여하는가를 자세하게 분석한 것이다. 이 모델에서 I는 개인(personal)이고, O_1 과 O_2 는 환경 속에 있는 대상(objective)이다. 한 사람이 특정 대상(보기: O_1)에게 부여하는 가치는 중요성(importance)과 관련성(relevance)이라는 두 개념에 기초한다. 카터가 심리적 근접성이라고 부르는 중요성은 한 개인이 대상과 접촉하고 경험한 것의 결과이다. 대상에 대한 경험이 긍정적일수록, 그리고 기존에 갖고 있던 긍정적인 태도를 강화할수록 그 대상은 더욱 중요해지고 가치도 커지게 된다. 아래 <그림 3>에서 S_1 은 I에게 O_1 의 중요성이며, S_2 는 I에게 O_2 의 중요성이다.

<그림 3> 카터의 감정적 관계 패러다임 모델



자료: "Communication and affective relations," by R. F. Carter, 1965, *Journalism Quarterly*, 42, pp.203-212.

카터의 감정적 관계 패러다임 모델에 의하면, 중요성 외에 주어진 상황 속에서 한 대상에 대해 갖는 가치의 또 다른 원천은 관련성이다. 어떤 대상에 대한 사람들의 평가는 과거의 경험에만 기초하는 것이 아니라 주어진 상황적 변수에 의해서도 좌우된다(Routledge, 1990). 사람들은 주어진 특정한 상황

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

속에서 어떤 대상을 평가할 때 다른 대상과 비교하는 경향이 있다. 또한 사람들은 그 대상이 다른 대상과 공유하는 속성에 기초해서 평가하는 경우도 있으며, 그 시점에서 중요하다고 판단한 속성을 근거로 해서 평가를 하기도 한다.

<그림 3>에서 A_1 은 O_1 과 O_2 가 공유하는 속성이다. P_1 은 대상 1의 관련성이며, P_2 은 대상 2의 관련성이다. 카터에 따르면, 대상에 대한 가치는 중요성과 관련성 두 가지 모두에 기초한다. 가령, 내가 두 명의 정치 후보자 (O_1 과 O_2)를 평가한다고 했을 때, 각각의 후보자에 대한 중요성은 각 후보자에 대한 과거의 반응(예: 정당 가입 여부, 동료들 사이에서의 유대 관계, 후보자 이미지에 대한 과거 평가, 이슈에 대한 견해 등)에 의해 결정이 된다. 만약 당시에 원전 문제가 자신한테 중요한 이슈였다면, 후보자들이 원전에 대해 어떤 입장을 갖고 있는가에 따라 후보자들을 평가하게 될 것이다.

2. 상호지향성 모델을 구성하는 주요 변인

상호지향성 모델은 어떤 대상에 대해서 자신의 인식과 다른 사람의 인식을 동시에 측정하고 추정해야 한다. 따라서 상호지향성 모델을 적용하기 위해서는 ① 특정 대상에 대한 자신의 인식, ② 특정 대상에 대한 상대방의 인식, ③ 상대방의 인식에 대한 자신의 추정, ④ 자신의 인식에 대한 상대방의 추정을 동시에 파악하고, 이들이 얼마나 일치하는가를 살펴보아야 한다. 이 관계들을 조합하게 되면, 기본적으로 객관적 일치도(agreement), 주관적 일치도(congruence), 정확도(accuracy)라는 세 가지 기본 변인이 구성되고 이 변인들을 중심으로 집단 간 커뮤니케이션 정도를 파악하게 된다(Chaffee & McLeod, 1968).

먼저 객관적 일치도는 어떤 대상(X)에 대한 집단 A의 인식이나 중요성 판단과 집단 B의 인식이나 중요성 판단이 일치하는 정도를 의미한다. 일반적으로 집단 A와 집단 B의 대상(X)에 대한 객관적 일치도가 높을 때 두 집단은 상호지향이 되어 있다고 할 수 있다. 그러나 채피와 맥로드(Chaffee & McLeod, 1968)는 객관적 일치도가 커뮤니케이션 연구에서 보편적으로 사용되는 변인이지만, 그것이 특별하게 좋은 변인은 아니라고 강조했다. 두 사람 혹은 두 집단이 이 아무리 커뮤니케이션이 많이 한다고 해도 대상(X)에 대한 두 사람(혹은 두 집단)의 평가가 완전히 일치하기는 어렵고, 커뮤니케이션을 통해 가끔씩 객관적 일치도를 높인다고 해도 전체적인 일치를 이루기는 어렵기 때문이다.

주관적 일치도는 대상(X)에 대한 집단 A의 평가와 집단 B의 평가를 집단 A가 어떻게 추정하고 있는지를 파악하는 것이다. 다시 말하자면, 어떤 대상(X)에 대해 자신의 평가와 상대방 평가가 얼마나 일치할 것이라고 생각하는지를 추정하는 것으로 적합도라고도 한다. 대상에 대한 자신의 평가와 상대방의

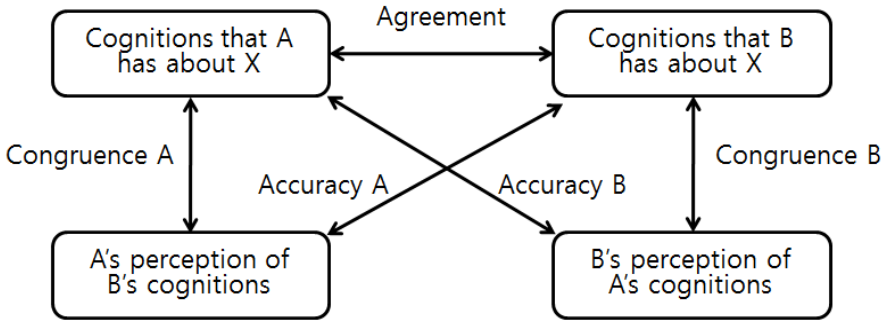
Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

평가가 일치할 것이라고 추정하게 되면, 상대방과의 커뮤니케이션은 적극적이 될 것이다. 그러나 만약 자신의 평가와 상대방의 평가가 다를 것이라고 추정한다면, 상대방과의 커뮤니케이션을 회피하게 될 것이고 이는 상호간에 오해와 불신을 가져올 수 있을 것이다.

정확도는 대상(X)에 대한 집단 A의 평가와 집단 A의 평가를 집단 B가 어떻게 추정하고 있는지의 일치 여부를 파악하는 것이다. 즉, 어떤 대상(X)에 대한 자신의 평가와 상대방이 자신의 평가를 어떻게 추정하고 있는지를 의미하며, 이는 자신이 상대방을 얼마나 정확하게 이해했는지를 나타내는 지표이다. 따라서 상호지향성 모델에서는 다른 변인들보다도 정확도 변인이 커뮤니케이션 효과를 판단하는데 있어 가장 중요한 척도라고 보고 있다(McLeod & Chaffee, 1973). 정확도가 크면 클수록 커뮤니케이션의 효과 역시 커진다는 것이다.

<그림 4> 채피와 맥로우드의 상호지향성 모델



자료: "Sensitization in panel design: A coorientational experiment," by S. H. Chaffee, & J. M. McLeod, 1968, *Journalism Quarterly*, 45, pp.661-669.

3. 방송에서 상호지향성 모델 적용 연구

1965년 채피와 맥로우드에 의해 제안된 상호지향성 모델은 원래 대인 간 커뮤니케이션 관계를 이해할 수 있도록 제안되었다. 따라서 상호지향성 모델이 초기에는 주로 대인적 커뮤니케이션에 연구에 많이 적용되었다. 그러나 오늘날에는 대인적 관계뿐만 아니라 집단과 집단, 전체사회 등의 관계에까지 확대 적용되고 있다(박종민・신명희, 2004). 특히 상호지향성 모델은 마케팅, 홍보, 언론보도, 미디어, 노사갈등, 위기관리 등 다양한 커뮤니케이션 분야에서 두 집단 혹은 그 이상의 집단이 특정 대상이나 주

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제를 놓고 상호간 어떠한 인식 양상을 보이는지를 연구해 왔다(이세민·김영욱, 2012). 본 연구에서는 방송에 국한해서 상호지향성 모델을 적용한 선행연구들을 살펴보기로 한다.

먼저, 변효진과 전범수(2008)는 상호지향성 모델을 적용하여 미디어 기업의 CSR에 대한 이용자와 조직 구성원 간의 인식 차이를 연구했다. 주요 분석결과를 보면 첫째, 미디어 기업의 CSR에 대해 이용자와 조직 구성원들 간의 객관적 일치도가 낮은 것으로 나타났다. 주관적 일치도와 정확도에서도 이용자와 조직 구성원들 간에는 평가 차이가 매우 큰 것으로 나타났다. 결국, 이 연구는 미디어 기업과 이용자 간에는 미디어 기업의 CSR을 놓고 서로 정확히 이해하지 못하고 있는 것으로 나타났다.

조욱희와 권상희(2012)는 상호지향성 모델을 적용하여 PD 저널리즘의 특성에 관한 연구를 실시했다. PD, 기자, 시청자 등 세 집단을 대상으로 한 연구 결과를 보면, PD 저널리즘에 대한 세 집단 간의 상호지향성은 매우 낮은 것으로 나타났다. 이는 PD 저널리즘에 대해 세 집단 사이에 이해의 정도가 매우 낮으며 커뮤니케이션이 제대로 이루어지지 못하고 있음을 반증해 주는 것이다. 세 집단 중 PD 저널리즘에 대해 가장 비판적 인식을 지니고 있는 것은 기자들로 나타났다. 시청자 집단은 PD 저널리즘의 상업성에 대해서 매우 비판적인 인식을 갖고 있으며, 권력에 대한 비판이나 사회적 약자에 대한 보호 측면 등에서는 상대적으로 긍정적인 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다. 기자와 PD 집단은 모두 PD 저널리즘의 공익성이라는 가치를 지향하고 있으나, 공익성 실현을 위한 조직 내의 세부적인 문화적 특성에 대해서는 서로 평가가 다르게 나타났다.

김찬석·이완수·최명일(2014)은 상호지향성 모델을 이용하여 시청자와 KBS 직원 간의 공영방송 수신료에 대한 상호 이해와 곡해를 분석했다. 분석결과, 수신료 인상 이유와 필요성에 대해서는 시청자에 비해 KBS 직원이 더 높은 지지와 동의를 보였으며, 시청자와 KBS 직원은 서로가 상반된 의견을 갖고 있는 것으로 나타났다. 또 수신료 인상에 대해 시청자는 KBS직원이 과대추정하고 있다고 생각하는 반면, KBS 직원은 시청자가 과소추정하고 있다고 곡해하는 것으로 나타났다. 수신료의 사회적 갈등 이유에 대해서는 시청자와 KBS 직원이 서로 자신에게 유리한 항목에 대해서는 동의의 정도가 높았지만, 자신에게 불리한 내용에 대해서는 동의의 정도가 낮았다. 수신료 인상은 상대방 입장에서 이해하는 역지사지(易地思之)를 늘리고, 내 생각중심으로 곡해하는 아전인수(我田引水)를 줄이는 인식의 전환에서 그 해법을 찾아야 한다는 점을 중심으로 토론했다.

김유미(2017)는 상호지향성 모델을 적용하여 라디오 교통안전 공익광고 캠페인에 대한 제작자와 청취자 간의 인식차이를 연구했다. 분석 결과, 먼저 교통안전 공익광고 캠페인에 대한 객관적 일치도는 매우 높은 것으로 나타났다. 주관적 일치도의 경우 청취자들은 대부분 자신의 생각과 제작자의 인식에

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

대한 추정이 비교적 비슷하게 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 정확도의 경우 청취자들은 상대방의 인식을 대체로 정확하게 인식하고 있었으나 제작자들은 모든 항목에서 청취자의 인식을 정확히 읽어내지 못하고 있으며 실제인식보다 과소 추정하고 있는 것으로 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 3 장 연구문제 및 연구방법

제 1 절 연구문제

지역방송에 관한 많은 선행연구들(임영호, 2002; 김민남, 2003; 조항제, 2006; 주정민・배윤정, 2009; 김영수・임종수, 2010; 김송희・유종원, 2012; 임종수・김영수, 2013)이 지역성 개념과 변화, 중요성 등에 대해 논의를 해 왔다. 그러나 지역방송의 지역성 구현을 어떻게 해야 하는지에 대한 지역 시청자들의 인식에 관한 연구는 매우 미진한 편이다. 특히 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 태도 유형을 살펴본 연구는 전무한 편이다. 지역방송의 지역성 구현을 위해서는 무엇보다도 지역 시청자들이 지역방송의 지역성에 대해 어떤 태도를 갖고 있는가를 파악하는 것이 중요하다고 하겠다. 이에 본 연구에서는 아래와 같은 연구문제를 설정했다.

연구문제 1: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 태도유형은 어떻게 구분되는가?
연구문제 2: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 태도유형의 특성은 무엇인가?
연구문제 3: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 태도유형 간 차이점과 공통점은 무엇인가?
연구문제 4: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인 사이의 객관적 일치도는 어떻게 나타나는가?
연구문제 5: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인 사이의 주관적 일치도는 어떻게 나타나는가?
연구문제 6: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인 사이의 정확도는 어떻게 나타나는가?

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 2 절 연구방법

본 연구에서는 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자의 주관적 태도유형을 살펴보기 위해 즉, 연구문제 1~3을 해결하기 위해 Q 방법론을 사용했다. 또한 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인 간의 상호 이해도를 알아보기 위해 즉, 연구문제 4~6을 해결하기 위해 상호지향성 모델을 적용하여 분석했다. 이 절에서는 Q 분석방법 및 상호지향성 분석방법을 나누어 자세히 설명하도록 하겠다.

1. Q 분석방법

앞의 이론적 논의에서 살펴본 것처럼 Q 방법론은 인간의 주관적 태도 유형을 살펴보는데 매우 유용한 방법론 중의 하나이다. Q 방법론을 이용해 인간의 주관적 태도유형을 분석하기 위해서는 먼저 Q 표본(진술문)과 P 표본(응답자)을 선정해야 한다. Q 표본(진술문)과 P 표본(응답자) 선정 작업이 마무리되면 그 다음에는 P 표본(응답자)들에게 Q 표본(진술문)을 일정한 규정에 의해 분류토록 한다. Q 분류가 완성되면 되면 코딩작업을 거쳐 통계분석을 하게 된다.

1) Q 표본(진술문)의 선정

Q 방법론에서 Q 표본(진술문)은 설문문항에 해당된다. 일반적으로 Q 표본은 진술문(statements)이나 혹은 자극물(stimuli)로 구성된다. Q 표본(진술문)은 연구대상의 Q 모집단을 통해 선정을 하게 되는데, Q 모집단은 어떤 특정한 연구주제에 대해서 사람들이 커뮤니케이션을 할 수 있는 주관적인 진술문이나 자극물들의 집합체이다. 본 연구는 지역방송의 지역성이 연구대상이므로, Q 모집단은 지역방송의 지역성과 관련된 모든 진술문들이 포함된다. Q 표본(진술문)의 선정 절차는 다음과 같다.

첫째, 문헌고찰 및 설문조사이다. 지역방송의 지역성과 관련된 진술문을 최대한 이끌어내기 위해 지역방송의 지역성과 관련된 문헌들을 통해 가능한 진술문을 모두 추려냈다. 이와 함께 전국 지역방송에 근무하는 방송인들을 대상으로 지역방송의 지역성 구현을 위해서는 어떻게 해야 하는지에 대해 자유응답식 개방형 질문을 제시(설문은 <부록> 참조)하고, 평소 지역방송의 지역성에 대해 갖고 있는 의견을 자유롭게 기술하도록 했다. Q 표본(진술문) 선정을 위한 설문은 2017년 5월 10일부터 30일까지 이메일 및 우편방식으로 수집했다. 설문에 응답한 방송인들은 모두 135명이었다. 문헌고찰 및 설문조사를 통해

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

1차 수집된 Q 표본(진술문)은 모두 258개였다.

둘째, 예비 진술문의 추출이다. 앞서 문헌고찰 및 설문조사를 통해 수집된 258개의 지역성과 관련된 진술문들 중 중복되거나 불필요한 것을 제거하고, 설문에 알맞게 문장을 다듬는 작업이다. 이 과정은 신문방송학 분야 대학원 석사 이상의 학력을 가진 조사 전문가 2명이 진행했다. 조사 전문가들은 서로 토의를 해 나가면서 동일 또는 유사한 문장을 통합해 나갔으며, 진술문의 형태로 문장을 가다듬어 나갔다. 이 과정을 통해 Q 예비 진술문을 62개로 취합했다.

셋째, Q 표본(진술문)의 확정단계이다. Q 방법론에서 Q 표본(진술문)의 수가 많으면 좋지만, 많다고 해서 무조건 좋은 것은 아니다. Q 표본(진술문)의 수가 너무 많게 되면 Q 분류(Q sorting)를 하기가 어렵게 된다. 따라서 Q 표본(진술문)의 크기는 너무 커서도 안 되고, 너무 적어서도 안 된다. 원칙은 없지만 Q 표본(진술문)의 크기는 Q 표본을 구성하는 구성체에 따라 그 수를 결정하는 것이 좋다(김흥규, 2008). 커린저(Kerlinger, 1986)는 통계적 안정성과 신뢰성을 위해 60~90개 정도의 Q 표본(진술문)이 적당하다고 한 반면, 브라운(Brown, 1980)은 40~50개 정도가 적당하다고 했다. 그런가 하면 김흥규(2008)는 40~60개 정도가 일반적이며, 20개 혹은 80개 이상의 Q 표본(진술문)을 사용한 연구도 있다고 했다.

이러한 논의들을 종합하여 본 연구에서는 예비로 추출된 62개의 진술문들을 다시 통합하고 정제하여 최종 42개로 확정했다. 최종 확정된 42개의 Q 표본(진술문)은 아래와 같다.

01. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.
02. 지역방송은 방송권역 외의 지역민에 대해서도 많이 보도해야 한다.
03. 지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다.
04. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.
05. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.
06. 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다.
07. 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다.
08. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적인 접근과 환경에 대한 감시 기능을 해야 한다.
09. 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다.
10. 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.
11. 지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다.
12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

13. 지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다.
14. 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.
15. 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.
17. 지역방송은 지역공동체 내 생활정보 교류와 유통에 기여해야 한다.
18. 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다.
19. 지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다.
20. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다.
21. 지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다.
22. 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다.
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.
24. 지역방송이 지역기관의 마케팅 창구역할을 하는 것은 본연의 임무가 아니다.
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.
26. 지역방송이 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장하는 것은 바람직하지 않다.
27. 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다.
28. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다.
29. 지역방송은 지역의 문화자원의 국제적 홍보를 해야 한다.
30. 지역방송은 글로벌 문화의 지역적 수용과 적용에 기여해야 한다.
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.
33. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다.
34. 지역방송은 중앙방송사의 의존도를 높여야 한다.
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.
36. 지역방송의 지역성 구현과 경영진의 노력과는 큰 상관이 없다.
37. 지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다.
38. 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.
39. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다.
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.
42. 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다.

2) P 표본(응답자)의 선정

Q 방법론에서 P 표본(P sample)은 응답자들을 의미한다. 본 연구는 지역방송의 지역성에 관한 지역 시청자들의 주관적 태도유형을 살펴보기 위한 것이므로 P 표본은 지역방송의 시청자들로 구성된다. Q 방법론의 특성 중 하나는 소 표본 이론(small-sample doctrine)에 근거한다는 것이다(Stephenson, 1953). 즉, 응답자의 수가 많을 필요가 없다는 것이다. 그 이유는 Q 방법론이 개인 간의 차이(inter-individual difference)를 밝혀내기보다는 개인 내의 중요성 차이(intra-individual difference in significance)를 밝혀내기 위한 것이기 때문이다.

Q 방법론에서 P 표본(응답자)이 크면 한 요인(Q-factor)에 많은 사람이 편중되어 특성이 명확하게 드러나지 않기 때문에 오히려 통계학적으로 문제를 갖게 된다(김홍규, 2008). Q 방법론에서 P 표본(응답자)의 수에 제한을 두지 않지만 일반적으로 20~60명 정도가 적당하다고 알려지고 있다. 또한 Q 연구에서는 P 표본을 선정할 때 확률적 표집방법을 따르지 않는다. 이는 Q 방법이 표본의 특성으로부터 모집단의 특성을 추론하는 것이 아니기 때문이다. 따라서 Q 방법론에서는 자신들의 주관적인 태도나 의견을 분명하게 제시할 수 있으면 아무나 P 표본으로 선정할 수가 있다. 본 연구는 지역방송의 지역성에 대한 것이므로 지역성에 대해 자신의 주관적인 태도를 명확하게 제시할 수 있는 시청자이면 아무런 문제가 없다. 이러한 원칙들을 고려하며 본 연구에서 P 표본의 수는 44명으로 정했다.

3) Q 분류와 통계분석

Q 진술문을 분류하는 방법에는 강제적인 분류(forced sorting) 방법과 비강제적인 분류(unforced sorting) 방법이 있다. 강제적인 분류방법은 분류의 분포가 정상분포(normal distribution)나 유사정상분포(quasi-normal distribution)가 되도록 하는 방법이다. 즉, Q 표본의 수가 확정되면 이 수에 맞게 분류 판을 정상분포 혹은 유사정상분포가 되도록 만든 다음 각 점수에 할당될 카드의 수를 사전에 미리 정하는 방법이다. 강제분류에서 분류도구는 일반적으로 카드를 사용한다. 한편, 비강제분류는 정상분포나 의사정상분포를 전제로 하지 않는다. 따라서 응답자들이 마음대로 Q 표본을 분류할 수 있다. 비강제분류에

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

서의 분류도구는 카드와 설문지 모두가 가능하지만, 브라운(Brown, 1980)에 따르면 설문지로 하는 것이 훨씬 더 편리하다. 국내의 Q 방법을 적용한 대부분의 연구들은 이 두 가지 분류방법 중 대부분이 강제분류방법을 택하고 있다. 따라서 본 연구에서도 강제분류방식을 채택했다.

본 연구는 강제분류를 했기 때문에 Q 진술문을 카드 형태로 작성했다. Q 표본을 강제 분류할 경우 평점의 범위(range of scores)를 어떻게 할 것인지를 결정해야 한다. 일반적으로 Q 표본의 수가 많아지면 자연적으로 평점의 범위도 넓어질 것이다. 일반적으로 Q 표본의 수가 40개 이하인 경우에는 -4에서 +4까지의 평점을, Q 표본의 수가 40개 이상, 60개 이하일 경우는 -5에서 +5까지의 평점을, 그리고 매우 드믄 경우지만 Q 표본 수가 60개 이상이면 -6에서 +6까지의 평점을 사용하게 된다(김홍규, 2008). 그리고 평점의 범위가 정해지게 되면 Q 표본 수에 따라 유사정상분포가 되도록 분류 판을 작성하게 된다. 본 연구에서는 Q 진술문이 모두 42개이므로 평점의 범위를 -5에서 +5까지 적용했다. 그리고 Q 표본의 할당 빈도는 유사정상분포가 되도록 했다. 본 연구에서 진술문의 분류를 위해 사용한 Q 분류표는 <그림 5>와 같다.

Q 분류카드 및 분류 판을 작성하고 나면 실제 Q 진술문의 분류작업에 들어가게 된다. 즉, 응답자인 P 표본들이 주어진 Q 분류카드를 분류 판에 분류하도록 하는 것이다. 이것은 일반 설문조사에서 응답자들에게 설문을 요구하는 것과 마찬가지이다. Q 분류를 위한 P 표본(응답자)들과의 면접은 연구자가 직접 했다. 즉, 연구자가 44명의 P 표본들을 일대일 면접방법을 통해 Q 분류를 하도록 요청하고, 분류결과를 바로 수거했다. 그러나 Q 분류가 응답자들에게 익숙하지 않기 때문에 연구자는 실제 Q 분류에 앞서 연구의 목적과 분류방법 등을 자세히 설명했다.

먼저 분류방법에 대한 설명을 약술하면, 잘 섞인 Q 분류 카드를 응답자들에게 전달하고 모두 42개가 맞는지 확인토록 했다. 확인이 끝나고 나면 42개의 Q 카드에 적힌 진술문을 읽으면서 지역방송의 지역성 구현에 동의하는 내용, 동의하지 않는 내용, 중립적인 내용 등 대충 3가지로 분류하도록 요청했다. 1차로 3종류로 분류를 하고 나면, 그 다음에는 동의하는 내용의 Q 카드를 동의의 정도에 따라 +5, +4, +3…의 순으로 배열토록 했다. 그 다음은 동의하지 않는 내용의 Q 카드를 동의하지 않는 정도에 따라 -5, -4. -3… 의 순으로 배열토록 했다. 마지막으로 중립적인 내용의 Q 카드를 나머지 빈 칸에 정도에 따라 배열토록 했다. 이렇게 배열이 끝나면 해당 Q 카드의 상단에 있는 일련번호를 Q 분류표의 각 칸 속에 기입토록 했다.

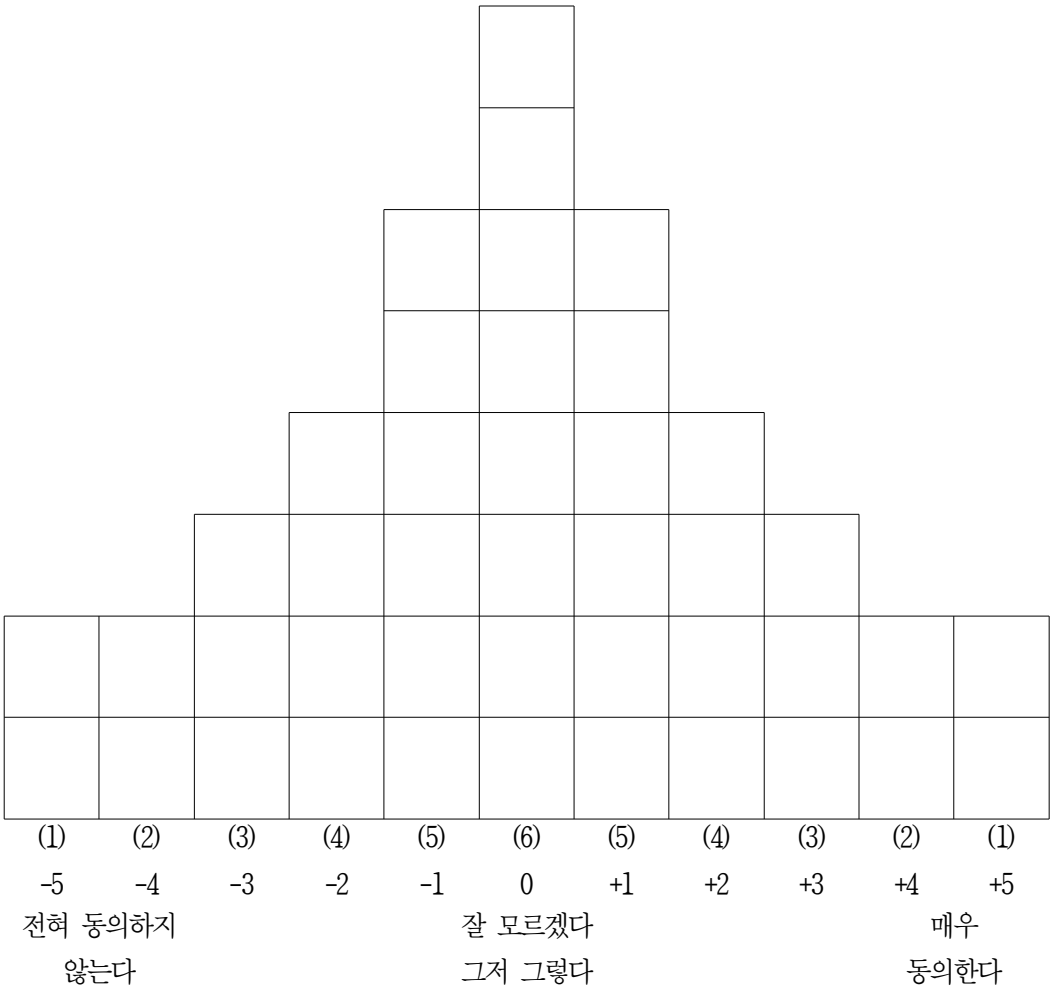
이렇게 Q 분류작업이 끝나게 되면 코딩작업을 거쳐 Q 통계처리(Q statistics)를 하게 된다. Q 통계 프로그램에는 여러 개가 있지만, 본 연구에서는 QUAN 프로그램을 사용했다. QUAN 프로그램은 연구자

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

가 연구주제에 대한 이론적 틀이 부족하거나 Q 설문과정에서 응답자들의 특정 시각을 감지하지 못했을 때(김홍규, 2008), 그리고 강제분류방법을 통해 수집된 자료들을 분석할 때 유용하다. 본 연구는 선행연구가 부족하여 이론적 틀이 약하고, 설문과정에서 응답자들의 특정 시각을 감지하지 못했으며, Q 소팅 과정에서 강제분류방법을 택했으므로 QUANL 프로그램을 이용해 주인자분석방법(principal component factor analysis)으로 자료를 분석했다.

<그림 5> Q 분류표



Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 상호지향성 분석방법

1) 응답자의 구성

상호지향성분석은 기본적으로 두 사람 혹은 두 집단 간의 인식 차이나 또는 상호 이해의 정도를 분석하는 것으로 응답자도 두 집단으로 나누어 선정해야 한다. 본 연구는 지역방송의 지역성 구현에 대한 지역 시청자와 방송인 간의 상호인식을 파악하기 위한 것이므로 응답자 집단은 지역 시청자와 방송인으로 구분된다. 먼저, 지역 시청자 집단은 서울과 수도권(경기도 포함)을 제외한 지역의 20세 이상 남녀 시청자 120명으로 구성했으며, 지역 방송인들은 각 지역에 소재하는 방송국에 근무하는 방송인 120명으로 구성했다. 따라서 상호지향성 분석을 위한 응답자 수는 총 240명이다.

2) 설문의 구성

본 연구에서 지역방송의 지역성에 대한 상호지향성 설문은 Q 진술문 중에서 모든 유형이 공통적으로 동의하는 진술문을 대상으로 실시했다. 상호지향성 분석은 기본적으로 응답자 자신의 생각뿐만 아니라 응답자가 추정하는 다른 집단의 생각도 응답해야 한다. 따라서 설문문항도 자신의 생각뿐만 아니라 다른 집단의 생각도 추정할 수 있도록 구성해야 한다. 가령, 지역 시청자들에게 질문하는 설문의 경우 '내가 생각하기에 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다' (시청자 인식)와 '지역 방송인들은 지역방송이 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다고 생각할 것이다' (시청자가 추정하는 지역 방송인의 인식) 형식으로 구성되었다. 다른 항목들도 모두 마찬가지이며, 지역 방송인들에게 묻는 질문항목도 이와 같은 형식으로 작성되었다. 설문항목은 모두 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 구성되었다. 이밖에 응답자의 성별, 학력, 연령, 직업(직군) 등의 인구통계학적 변인들이 추가되었다.

3) 조사 및 통계방법

본 연구는 지역방송의 시청자들과 방송인 두 집단을 대상으로 설문조사를 실시했다. 먼저 지역방송의 시청자들은 온라인 서베이 전문회사를 이용해 자료를 수집했다. 수도권을 제외한 지역에 거주하는

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역민들을 대상으로 성별, 연령 등을 고려하여 표본을 선정했다. 한편, 지역 방송인들은 전문가 집단으로 온라인 서베이가 불가능해 우편이나 이메일 등을 통해 자료를 수집했다. 응답자 선정은 조사 시점에 지역방송에 종사하는 방송인들로 구성했다. 조사는 2017년 9월 10일부터 20일 사이에 이루어졌다. 통계는 SPSS 프로그램을 이용했으며, 객관적 일치도와 정확도는 집단 간 분석이므로 독립표본 t-test를, 주관적 일치도는 집단 내 분석이므로 대응표본 t-test(paired t-test)를 실시했다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 4 장 연구결과

제 1 절 주관적 태도유형에 관한 연구결과

1. Q 유형의 구분

1) Q 유형별 P표본 특성과 요인 가중치

Q 방법론을 이용하여 44명의 지역방송 시청자들을 대상으로 지역방송의 지역성에 대한 주관성을 분석한 결과 모두 5개의 유형이 발견되었다. 각 유형들은 지역방송의 지역성에 대해 서로 비슷한 의견이나 생각, 태도 등을 가진 시청자 집단으로 볼 수 있다. 이 5개의 유형은 서로 독특한 요인(Q factor)으로 존재하며, 지역 방송의 지역성에 대한 인식에 있어 차이를 보이고 있다. 본 연구에서 추출된 5개의 유형은 그 특성에 따라 제1유형은 <지리적 차별화 지향형>, 제2유형은 <사회/문화 지향형>, 제3유형은 <사회공동체 지향형>, 제4유형은 <사회비판/감시 지향형>, 제5유형은 <다문화/소수자 지향형> 등으로 명명되었다. 이들 각각 유형들의 아이겐 값(eigenvalue)을 살펴보면, 22.6627, 2.0556, 1.6719, 1.5134, 1.1551의 순으로 나타났으며, 각 유형의 설명변량(variance)은 .5151, .0467, .0380, .0344, .0263이고, 5개 유형의 누적 변량은 .6604로 나타났다.

아래 <표 6>은 유형별 P 표본의 구성과 요인 가중치(factor weights)가 나타나 있다. 제1유형에는 14명, 제2유형에는 5명, 제3유형에는 7명, 제4유형에는 9명, 제5유형에는 9명이 속해 있다. 요인 가중치가 높을수록 해당 유형의 전형적인 사람이며, 그 유형의 특성을 가장 많이 지닌 사람이라고 할 수 있다.

유형 1에는 모두 14명이 속해 있으나 그중 요인 가중치가 1 이상인 사람은 ID 40번(1.2619)과 ID 42(1.2775)번 두 사람이다. 따라서 이 두 사람이 유형 1의 전형적인 사람이며, 유형 1의 특성을 가장 많이 지닌 사람이라고 할 수 있다. 이들의 인구통계학적 특성을 살펴보면, ID 40번은 남성이며 대학에 재학 중인 학생이다. 가정의 월수입은 200~300만 원 정도이며 1993년생인 것으로 나타났다. ID 42번은 남성이며, 대학원을 졸업하고 사무/기술직에 종사하고 있다. 가정의 월수입은 500만 원 이상이며, 1988년생으로 나타났다.

유형 2에는 모두 5명이 속해 있으며 그 중 요인 가중치가 1 이상인 사람은 ID 23번(1.8619), ID 24

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

번(2.2642), ID 25번(3.2391) 등 3명이다. 따라서 이들 3명이 유형 2의 전형적인 사람이며, 유형 2의 특성을 가장 많이 반영하는 사람이라고 할 수 있다. 이들의 인구통계학적 특성을 보면, ID 23번은 남성이며 대학원을 졸업하고 사무/기술직에 종사하고 있다. 가정의 월수입은 500만 원 이상이고, 1961년생이다. ID 24번은 남성이며 대졸이고 자영업을 하고 있다. 가정의 월수입은 500만 원 이상이고 1970년생이다. ID 25번은 여성이며 대학원을 졸업하고 전문직에 종사하고 있다. 가정의 월수입은 500만 원 이상이고 1970년생이다.

유형 3에는 모두 7명이 속해 있으나 요인 가중치가 1 이상인 사람은 ID 5번(1.2409) 1명뿐이다. 따라서 ID 5번이 유형 3의 전형적인 사람이며, 유형 3의 특성을 가장 많이 지닌 사람이라고 할 수 있다. ID 5번의 인구통계학적 특성을 보면, 남성이며 고등학교에 재학 중인 학생이다. 가정의 월수입은 500만 원 이상이고 2002년생이다.

유형 4에 속한 사람은 모두 9명이며 그 중 유형 가중치가 1 이상인 사람은 ID 19번(1.2857), ID 20번(1.2694), ID 41번(1.0448) 등 3명이다. 따라서 이들 3명이 유형 4의 전형적인 사람이며, 유형 4의 특성을 가장 많이 지닌 사람이라고 할 수 있다. 이들의 인구통계학적 특성을 보면, ID 19번은 남성이며 대학원을 졸업하고 전문직에 종사하고 있다. 가정의 월수입은 300~500만 원이고, 1958년생이다. ID 20번은 남성이며 대졸이고 사무/기술직에 종사하고 있다. 가정의 월수입은 500만 원 이상이고 1963년생이다. ID 41번은 여성이며 대학원을 졸업하고 사무/기술직에 종사하고 있다. 가정의 월수입은 500만 원 이상이고 1989년생이다.

마지막으로 유형 5에도 모두 9명이 속해 있으며 그 중 유형 가중치가 1 이상인 사람은 ID 4번(1.0792), ID 15번(1.2167), ID 32번(1.0616) 등 3명이다. 따라서 이들 3명이 유형 5의 전형적인 사람이며, 유형 5의 특성을 가장 많이 지닌 사람이라고 할 수 있다. 이들의 인구통계학적 특성을 보면, ID 4번은 남성이며 대학원을 졸업하고 전문직에 종사하고 있다. 가정의 월수입은 200만 원 미만이고, 1957년생이다. ID 15번은 남성이며 대졸이고 사무/기술직에 종사하고 있다. 가정의 월수입은 200~300만 원 정도이고 1975년생이다. ID 32번은 여성이며 대학에 재학 중인 학생이다. 가정의 월수입은 500만 원 이상이고 1994년생이다.

각 유형에 속한 전형적인 사람들을 보면, 유형에 따라 성별, 학력, 직업, 가정의 월수입, 연령별 차이는 효과가 없는 것으로 나타났다. 따라서 이러한 인구통계학적 특성과 지역 시청자들의 주관성 구조 사이에는 크게 관련성이 없음을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 6> 유형별 P표본의 특성 및 요인 가중치

유형	ID	성별	학력	직업	월 수입	출생연도	요인 가중치
유형 1 (n=14)	2	남	대졸	전문직	200-300만원	1988	.7268
	3	여	대졸	전문직	500만원 이상	1992	.8608
	10	여	대졸	기타	300-500만원	1993	.5422
	13	남	고졸	자영업	200-300만원	1951	.7443
	14	남	대학원	기타	200-300만원	1975	.9293
	16	남	대재	학생	200만원 미만	1992	.8394
	26	남	대졸	전문직	500만원 이상	1959	.6639
	31	여	대재	학생	300-500만원	1994	.7318
	35	여	대재	학생	200만원 미만	1996	.9825
	37	남	대재	학생	200-300만원	1989	.4738
	39	남	대학원	학생	500만원 이상	1979	.4891
	40	남	대재	학생	200-300만원	1993	1.2619
	42	남	대학원	사무/기술	300-500만원	1980	1.2775
	43	남	대학원	학생	200만원 미만	1990	.5899
유형 2 (n=5)	1	여	대재	학생	300-500만원	1997	.9109
	23	남	대학원	사무/기술	500만원 이상	1961	1.8619
	24	남	대졸	자영업	500만원 이상	1970	2.2642
	25	여	대학원	전문직	500만원 이상	1970	3.2391
	33	여	대재	학생	300-500만원	1994	.7236
유형 3 (n=7)	5	남	고재	학생	500만원 이상	2002	1.2409
	6	남	대학원	기타	200만원 미만	1970	.0321
	12	남	대학원	기타	500만원 이상	1993	.7942
	17	남	대졸	기타	200-300만원	1989	.9031
	27	남	대졸	자영업	500만원 이상	1968	.7830
	36	여	대재	학생	300-500만원	1996	.6385
	38	여	대학원	학생	200-300만원	1991	.6796
유형 4 (n=9)	9	여	대졸	주부	300-500만원	1967	.8616
	11	여	대졸	기타	500만원 이상	1993	.9032
	19	남	대학원	전문직	300-500만원	1958	1.2857
	20	남	대학원	사무/기술	500만원 이상	1963	1.2694
	21	남	대학원	전문직	300-500만원	1965	.8143
	22	남	대학원	기타	300-500만원	1962	.7799
	29	여	대졸	기타	500만원 이상	1970	.5002
	41	여	대학원	사무/기술	500만원 이상	1989	1.0448
	44	여	대학원	학생	200만원 미만	1993	.5969

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

유형	ID	성별	학력	직업	월 수입	출생연도	요인 가중치
유형 5 (n=9)	4	남	대학원	전문직	200만원 미만	1957	1.0792
	7	여	대재	학생	200-300만원	1997	.8796
	8	여	대재	학생	200만원 미만	1997	.4336
	15	남	대졸	사무/기술	200-300만원	1975	1.2167
	18	남	대졸	사무/기술	300-500만원	1960	.5010
	28	남	대졸	사무/기술	500만원 이상	1965	.8363
	30	남	대졸	사무/기술	500만원 이상	1970	.5938
	32	여	대재	학생	500만원 이상	1994	1.0616
	34	여	대재	학생	200-300만원	1994	.8283

2) Q 유형별 표준점수 값 분석결과

아래 <표 7>은 지역방송의 지역성에 관한 진술문들이 각 유형에서 얻은 표준점수(Z-item)를 나타내고 있다. 표준점수 중에서 양(+)의 값을 갖는 것은 그 진술문이 응답자들로부터 긍정적인 점수를 받았다는 것을 의미하고, 반대로 음(-)의 값을 갖는 것은 부정적인 점수를 받았다는 것을 의미한다. 그리고 표준점수 값이 크면 클수록 긍정적 혹은 부정적인 특성이 더 강하다고 할 수 있다. 즉, 긍정적인 점수(+)가 높을수록 그 유형에 소속된 사람들로부터 중요하다고 인식되는 진술 항목들이고, 부정적인 점수(-)가 높을수록 그 유형에 소속된 사람들로부터 그다지 중요하지 않다고 인식되는 항목들이라고 할 수 있다. 따라서 각 유형별로 지역성에 관한 표준점수가 어떻게 형성되어 있는가를 파악함으로서 유형의 성격과 특성을 알 수 있으며, 이를 통해서 그 유형에 소속된 사람들의 주관적 특성을 밝혀낼 수가 있다.

<표 7> 유형별 표준점수 값

구 분	유형1 (n=14)	유형2 (n=5)	유형3 (n=7)	유형4 (n=9)	유형5 (n=9)
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	.7	.3	2.4	1.7	.3
2. 지역방송은 방송권역 외의 지역민에 대해서도 많이 보도해야 한다.	.2	-.0	.9	-.2	-.2
3. 지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다.	.2	-.0	.7	.9	.0
4. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다	-.7	-2.0	-.3	-.5	-1.3

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

구 분	유형1 (n=14)	유형2 (n=5)	유형3 (n=7)	유형4 (n=9)	유형5 (n=9)
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다	-1.2	-.8	-2.4	-1.8	-2.0
6. 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다	-.2	-.2	.6	1.0	.4
7. 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다.	-1.1	-1.6	-.9	-1.3	-1.6
8. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	1.0	1.3	.3	2.1	.6
9. 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다	.7	.7	1.6	1.3	.8
10. 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.	-1.1	-.3	-.2	-1.2	-1.4
11. 지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다.	.7	.4	1.3	.7	.4
12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.	-1.0	-1.5	-1.2	-1.4	-1.5
13. 지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다.	1.0	.4	1.0	.7	.4
14. 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.2	-.6	-1.3	-1.3	-1.3
15. 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.	1.0	1.3	1.2	1.0	.8
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.	-1.1	-1.2	-1.3	-1.5	-1.2
17. 지역방송은 지역공동체 내 생활정보 교류와 유통에 기여해야 한다.	.8	1.2	1.0	.2	.2
18. 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다.	-1.6	-.8	-.8	-1.5	-1.4
19. 지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다.	.4	1.1	.8	.4	.2
20. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다.	.9	1.9	1.3	.7	.9
21. 지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다.	-.2	.5	.4	.3	-.0
22. 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다.	-1.1	-.8	-1.1	-1.0	-1.4

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

구 분	유형1 (n=14)	유형2 (n=5)	유형3 (n=7)	유형4 (n=9)	유형5 (n=9)
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다	.9	1.0	-1.3	1.4	.5
24. 지역방송이 지역기관의 마케팅 창구역할을 하는 것은 본연의 임무가 아니다	.0	-.0	-.2	-.7	-.9
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	1.6	.1	.3	.4	1.2
26. 지역방송이 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장하는 것은 바람직하지 않다.	-.7	-1.4	-1.0	-1.0	-.8
27. 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다.	-.0	-.3	.3	.5	1.2
28. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다.	1.4	1.9	.7	.8	1.0
29. 지역방송은 지역의 문화자원의 국제적 홍보를 해야 한다.	-.1	.1	-.5	-.2	.6
30. 지역방송은 글로벌 문화의 지역적 수용과 적용에 기여해야 한다.	-.3	.7	.2	.4	.7
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	-1.4	.7	-1.4	-1.2	-.7
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	1.3	-.6	.5	.1	1.3
33. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다.	-1.3	-1.9	-.7	-.8	-.7
34. 지역방송은 중앙방송사의 의존도를 높여야 한다.	-2.0	-1.4	-.6	-1.2	-.4
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	-.1	1.4	1.1	.3	.9
36. 지역방송의 지역성 구현과 경영진의 노력과는 큰 상관이 없다.	-.8	-.8	-.9	-1.2	-1.1
37. 지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다.	1.2	.3	.6	.7	.3
38. 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.	1.1	-.5	-.0	.0	.0
39. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다	1.0	1.6	.3	1.0	1.8
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.	.4	.0	.5	-.0	1.8

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

구 분	유형1 (n=14)	유형2 (n=5)	유형3 (n=7)	유형4 (n=9)	유형5 (n=9)
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	1.5	.0	-1.0	1.4	1.4
42. 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다.	-1.2	-.0	-.8	-.0	.1

3) Q 유형별 상관관계 분석결과

다음은 각 유형 간 상관관계를 보여준다. 상관관계의 계수(γ)가 높을수록 관련성이 높으며, 계수가 0에 가까울수록 독립적인 관계를 나타낸다. <표 8>을 보면, 유형 1과 유형 2는 .656의 상관관계를 보이고 있으며, 유형 1과 유형 3은 .632의 상관관계를 보이고 있다. 유형 1과 유형 4는 .820의 상관관계를 보이고 있고 유형 1과 유형 5는 .772의 상관관계를 보이고 있다. 유형 2와 유형 3은 .576, 유형 2와 유형 4는 .699, 유형 2와 유형 5는 .665의 상관관계를 보이고 있다. 그리고 유형 3과 유형 4는 .703, 유형 3과 유형 5는 .621, 유형 4와 유형 5는 .800의 상관관계를 보이고 있다. 따라서 유형 1과 유형 4의 상관관계가 가장 높으며(γ=.820), 유형 2와 유형 3의 상관관계가 가장 낮은 것으로 나타나고 있다(γ=.576). 즉, 유형 1과 유형 4가 상대적으로 가장 유사한 특성을 갖고 있으며, 유형 2와 유형 3이 상대적으로 가장 다른 특성을 지니고 있음을 알 수 있다. Q 분석에는 상관관계가 높다고 해서 반드시 요인 간의 차이가 없음을 의미하지는 않는다(김홍규, 2008, p.183). 그러나 전반적으로는 유형 간 상관관계가 높게 나타나 각 유형들이 완벽하게 독립적이며 독특한 특성을 지니고 있다고 보기는 어렵다고 할 수 있다.

<표 8> 유형 간 상관관계 계수

	제1유형	제2유형	제3유형	제4유형	제5유형
제1유형	1.000	.656	.632	.820	.772
제2유형	.656	1.000	.576	.699	.665
제3유형	.632	.576	1.000	.703	.621
제4유형	.820	.699	.703	1.000	.800
제5유형	.772	.665	.621	.800	1.000

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. Q 유형별 특성 분석

지역방송의 지역성에 대한 유형별 주관적 특성을 파악하기 위해서 모두 42개의 진술문 중 강한 긍정을 보인 진술문(Z=+1 이상)과 강한 부정을 보인 항목(Z=-1 이하)을 중심으로 해석을 했다. 또한 각 유형의 특성을 보다 더 명확하게 밝히기 위해서 개별 진술문에 대한 특정 유형의 표준점수(Z값)가 다른 유형들의 표준 점수와 크게 차이가 나는 진술문들을 중심으로 해석을 했다.

1) 유형 1: 지역 차별화 지향형

유형 1에서 표준점수가 +1 이상인 진술문들을 보면, 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다(#25, Z=1.59), 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41, Z=1.52), 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다(#28, Z=1.42), 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다(#32, Z=1.33), 지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다(#37, Z=1.18), 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다(#38, Z=1.12), 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다(#15, Z=1.05), 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다(#39, Z=1.03), 지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다(#13, Z=1.01) 등이다.

반대로 유형 1에서 표준점수가 -1 이하인 진술문들을 보면, 지역방송은 중앙 방송사의 의존도를 높여야 한다(#34, Z=-2.03), 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다(#18, Z=-1.56), 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다(#31, Z=-1.39), 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다(#33, Z=-1.31), 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5, Z=-1.20), 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#14, Z=-1.19), 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다(#42, Z=-1.17), 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다(#16, Z=-1.13), 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다(#7, Z=-1.11), 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다(#22, Z=-1.10), 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다(#10, Z=-1.07), 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다(#12, Z=-1.00) 등이다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 9> 유형 1의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문

Q 진술문	표준점수
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	1.59
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	1.52
28. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다.	1.42
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	1.33
37. 지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다.	1.18
38. 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.	1.12
15. 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.	1.05
39. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다.	1.03
13. 지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다.	1.01
12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.	-1.00
10. 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.	-1.07
22. 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다.	-1.10
7. 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다.	-1.11
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.	-1.13
42. 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다.	-1.17
14. 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.19
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.20
33. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다.	-1.31
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	-1.39
18. 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다.	-1.56
34. 지역방송은 중앙 방송사의 의존도를 높여야 한다.	-2.03

한편, 유형 1에 적재된 진술문들 중에서 다른 유형의 진술문(±1 이상)들과 크게 차이나는 진술문들을 보면, 지역방송은 중앙 방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다(#38, Diff=1.248), 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다(#25, Diff=1.097), 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41, Diff=1.059), 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

(#32, Diff=1.002), 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다(#35, Diff=-1.041), 지역방송은 중앙 방송사의 의존도를 높여야 한다(#34, Diff=-1.153) 등이다. 이상 유형 1에 속한 진술문들과 유형 1이 다른 유형들과 크게 차이나는 진술문들을 종합하여, 제 1 유형의 특성을 <지역 치별화 지향형>으로 명명할 수 있겠다.

<표 10> 유형 1이 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상)

진 술 문	유형 1의 Z값	다른 유형의 Z값 평균	차이
38. 지역방송은 중앙 방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.	1.124	-.124	1.248
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	1.590	.493	1.097
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	1.520	.461	1.059
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	1.333	.330	1.002
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	-.114	.927	-1.041
34. 지역방송은 중앙 방송사의 의존도를 높여야 한다.	-2.028	-.874	-1.153

2) 유형 2: 사회/문화 지향형

유형 2에서 표준점수가 +1 이상인 진술문들을 보면, 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다(#20, Z=1.90), 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다(#28, Z=1.87), 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다(#39, Z=1.55), 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다(#35, Z=1.36), 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다(#8, Z=1.34), 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다(#15, Z=1.26), 지역방송은 지역공동체 내 생활정보 교류와 유통에 기여해야 한다(#17, Z=1.21), 지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다(#19, Z=1.07), 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23, Z=1.05) 등이다.

반대로 유형 2에서 표준점수가 -1 이하인 진술문들을 보면, 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다(#4, Z=-1.96), 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다(#33, Z=-1.90), 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다(#7, Z=-1.59), 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다(#12, Z=-1.48), 지역방송이 지역문화자원을

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

세계적 수준으로 확장하는 것은 바람직하지 않다(#26, Z=-1.39), 지역방송은 중앙방송사의 의존도를 높여야 한다(#34, Z=-1.35), 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다(#16, Z=-1.21) 등이다.

<표 11> 유형 2의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문

Q 진술문	표준점수
20. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다.	1.90
28. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다.	1.87
39. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다.	1.55
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	1.36
8. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	1.34
15. 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.	1.26
17. 지역방송은 지역공동체 내 생활정보 교류와 유통에 기여해야 한다.	1.21
19. 지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다.	1.07
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	1.05
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.	-1.21
34. 지역방송은 중앙방송사의 의존도를 높여야 한다.	-1.35
26. 지역방송이 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장하는 것은 바람직하지 않다.	-1.39
12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.	-1.48
7. 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다.	-1.59
33. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다.	-1.90
4. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.	-1.96

한편, 유형 2에 적재된 진술문들 중에서 다른 유형의 진술문들과 크게 차이나는 진술문(±1 이상)들을 보면, 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다(#31, Diff=1.811), 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5, Diff=1.073), 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다(#33, Diff=-1.031), 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다(#4, Diff=-1.251), 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다(#32, Diff=-1.376) 등이다. 이상 유형 2에 속한 진술문들과 유형 2가 다른 유형들과 크게 차이나는 진술문들을 종합하여,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 2 유형의 특성을 <사회/문화 지향형>으로 명명할 수 있겠다.

<표 12> 유형 2가 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상)

Q 진 술 문	유형 2의 Z값	다른 유형의 Z값 평균	차이
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	.662	-1.149	1.811
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-.793	-1.866	1.073
33. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다.	-1.896	-.865	-1.031
4. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.	-1.956	-.704	-1.251
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	-.570	.806	-1.376

3) 유형 3: 사회공동체 지향형

유형 3에서 표준점수가 +1 이상인 진술문들을 보면, 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다(#1, Z=2.38), 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다(#9, Z=1.60), 지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다(#11, Z=1.30), 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다(#20, Z=1.26), 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다(#15, Z=1.24), 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다(#35, Z=1.11), 지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다(#13, Z=1.04) 등이다.

반대로 유형 3에서 표준점수가 -1 이하인 진술문들을 보면, 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5, Z=-2.44), 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다(#31, Z=-1.39), 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#14, Z=-1.31), 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다(#16, Z=-1.29), 지역방송은 지역자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23, Z=-1.26), 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다(#12, Z=-1.19), 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다(#22, Z=-1.10), 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41, Z=-1.01) 등이다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 13> 유형 3의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문

Q 진술문	표준점수
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	2.38
9. 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다.	1.60
11. 지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다.	1.30
20. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다.	1.26
15. 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.	1.24
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	1.11
13. 지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다.	1.04
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	-1.01
22. 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다.	-1.10
12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.	-1.19
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	-1.26
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.	-1.29
14. 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.31
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	-1.39
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-2.44

<표 14> 유형 3이 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상)

진 술 문	유형 3의 Z값	다른 유형의 Z값 평균	차이
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	2.383	.763	1.621
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	-1.013	1.095	-2.108
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	-1.264	.958	-2.222

한편, 유형 3에 적재된 진술문들 중에서 다른 유형의 진술문들과 크게 차이나는 진술문(±1 이상)들을 보면, 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다(#1, Diff=1.621), 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41, Diff=-2.108), 지역방송은 지역 자

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23, Diff=-2.222) 등이다. 이상 유형 3에 속한 진술문들과 유형 3이 다른 유형들과 크게 차이나는 진술문들을 종합하여, 제 3 유형의 특성을 <사회공동체 지향형>으로 명명할 수 있겠다.

4) 유형 4: 사회비판/감시 지향형

유형 4에서 표준점수가 +1 이상인 진술문들을 보면, 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다(#8, Z=2.09), 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다(#1, Z=1.68), 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41, Z=1.43), 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23, Z=1.38), 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다(#9., Z=1.25), 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다(#6, Z=1.01) 등이다.

반대로 유형 4에서 표준점수가 -1 이하인 진술문들을 보면, 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5, Z=-1.80), 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다(#16, Z=-1.48), 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다(#18, Z=-1.47), 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다(#12, Z=-1.37), 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다(#7, Z=-1.30), 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#14, Z=-1.26), 지역방송의 지역성 구현과 경영진의 노력과는 큰 상관이 없다(#36, Z=-1.22), 지역방송이 지역 고유의 유무 형 자산의 콘텐츠 화에 노력하는 것은 바람직하지 않다(#10, Z=-1.21), 지역방송은 중앙방송사의 의존도를 높여야 한다(#34, Z=-1.19), 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다(#31, Z=-1.15), 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다(#22, Z=-1.00) 등이다.

한편, 유형 4에 적재된 진술문들 중에서 다른 유형의 진술문들과 크게 차이나는 진술문(±1 이상)들을 보면, 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다(#8, Diff=1.283), 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23, Diff=1.082) 등이다. 이상 유형 4에 속한 진술문들과 유형 4가 다른 유형들과 크게 차이나는 진술문들을 종합하여, 제 4유형의 특성을 <사회비판/감시 지향형>으로 명명할 수 있겠다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 15> 유형 4의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문

Q 진술문	표준점수
8. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	2.09
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	1.68
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	1.43
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	1.38
9. 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다.	1.25
6. 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다.	1.01
22. 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다.	-1.00
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	-1.15
34. 지역방송은 중앙방송사의 의존도를 높여야 한다.	-1.19
10. 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.	-1.21
36. 지역방송의 지역성 구현과 경영진의 노력과는 큰 상관이 없다.	-1.22
14. 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.26
7. 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다.	-1.30
12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.	-1.37
18. 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다.	-1.47
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.	-1.48
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.80

<표 16> 유형 4가 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상)

진 술 문	유형 4의 Z값	다른 유형의 Z값 평균	차이
8. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	2.092	.808	1.283
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	1.379	.297	1.082

5) 유형 5: 다문화/소수자 지향형

유형 5에서 표준점수가 +1 이상인 진술문들을 보면, 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다(#39, Z=1.81), 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다(#40,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Z=1.77), 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41, Z=1.43), 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다(#32, Z=1.30), 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다(#25, Z=1.21), 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다(#27, Z=1.16), 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다(#28, Z=1.00) 등이다.

<표 17> 유형 5의 표준점수 ±1.00 이상인 진술문

Q 진술문	표준점수
39. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다.	1.81
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.	1.77
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	1.43
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	1.30
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	1.21
27. 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다.	1.16
28. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다.	1.00
36. 지역방송의 지역성 구현과 경영진의 노력과는 큰 상관이 없다.	-1.09
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.	-1.25
14. 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.30
4. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.	-1.31
22. 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다.	-1.35
10. 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.	-1.36
18. 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다.	-1.38
12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.	-1.54
7. 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다.	-1.56
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-2.03

반대로 유형 5에서 표준점수가 -1 이하인 진술문들을 보면, 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5, Z=-2.03), 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다(#7, Z=-1.56), 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다(#12, Z=-1.54), 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다(#18, Z=-1.38), 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다(#10, Z=-1.36), 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다(#22, Z=-1.35), 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다(#4, Z=-1.31), 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#14,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Z=-1.30), 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다(#16, Z=-1.25), 지역방송의 지역성 구현과 경영진의 노력과는 큰 상관이 없다(#36, Z=-1.09) 등이다.

한편, 유형 5에 적재된 진술문들 중에서 다른 유형의 진술문들과 크게 차이나는 진술문들을 보면, 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다(#40, Diff=1.554), 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다(#27, Diff=1.063) 등이다. 이상 유형 5에 속한 진술문들과 유형 5가 다른 유형들과 크게 차이나는 진술문들을 종합하여, 제 5 유형의 특성을 <다문화/소수자 지향형>으로 명명할 수 있겠다.

<표18> 유형 5가 다른 유형들과 크게 차이 나는 진술문(± 1 이상)

진 술 문	유형 5의 Z값	다른 유형의 Z값 평균	차이
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.	1.774	.220	1.554
27. 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다.	1.157	.094	1.063

3. Q 유형 간 차이점

Q 분석에서 Quanl 프로그램은 추출한 요인들에 대한 서열 표(array)도 보여주지만, 각 유형 간 차이를 표준편차로 보여준다(김흥규, 2008, p.190). 본 연구에서는 유형 간 표준점수의 차이가 ±1 이상인 진술문들을 중심으로 차이점을 살펴보고자 한다.

1) 유형 1과 유형 2의 차이점

유형 1과 유형 2 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 9개인 것으로 나타났다. 좀 더 자세히 살펴보면, 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다(#32)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.333), 유형 2는 약한 부정을 보였고(Z=-.570), 그 차이는 1.903로 나타났다. 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다(#38)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.124), 유형 2는 약한 부정을 보였고(Z=-.536), 그 차이는 1.659로 나타났다. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41)는 진술문의 경우 유형

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.520), 유형 2는 중립적인 태도를 보였고(Z=.000), 그 차이는 1.520로 나타났다. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다(#25)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.590), 유형 2는 약한 동의를 보였고(Z=.128), 그 차이는 1.462로 나타났다. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다(#)4는 진술문의 경우 유형 1은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.729), 유형 2는 강한 부정을 보였고(Z=-1.956), 그 차이는 1.227로 나타났다.

지역방송은 글로벌 문화의 지역적 수용과 적용에 기여해야 한다(#30)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.312), 유형 2는 약한 동의를 보였고(Z=.708), 그 차이는 -1.020로 나타났다. 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다(#42)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.172), 유형 2는 약한 부정을 보였고(Z=-.099), 그 차이는 -1.073로 나타났다. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다(#35)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.114), 유형 2는 강한 동의를 보였고(Z=1.362), 그 차이는 -1.476로 나타났다. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다(#31)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.386), 유형 2는 약한 동의를 보였고(Z=.662), 그 차이는 -2.049로 나타났다.

<표 19> 유형 1과 유형 2의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 1	유형 2	차이
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	1.333	-.570	1.903
38. 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.	1.124	-.536	1.659
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	1.520	.000	1.520
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	1.590	.128	1.462
4. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.	-.729	-1.956	1.227
30. 지역방송은 글로벌 문화의 지역적 수용과 적용에 기여해야 한다.	-.312	.708	-1.020
42. 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다.	-1.172	-.099	-1.073
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	-.114	1.362	-1.476
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	-1.386	.662	-2.049

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2) 유형 1과 유형 3의 차이점

다음은 유형 1과 유형 3의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 1과 유형 3 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 8개인 것으로 나타났다. 좀 더 자세히 살펴보면, 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.520), 유형 3은 강한 부정을 보였고(Z=-1.013), 그 차이는 2.533로 나타났다. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 동의를 보인 반면(Z=.914), 유형 3은 강한 부정을 보였고(Z=-1.264), 그 차이는 2.178로 나타났다. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다(#25)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.590), 유형 3은 약한 동의를 보였고(Z= .270), 그 차이는 1.320로 나타났다. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 부정을 보였지만(Z=-1.195), 유형 3은 더 강한 부정을 보였고(Z=-2.441), 그 차이는 1.245로 나타났다. 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다(#38.)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.124), 유형 3은 약한 부정을 보였고(Z=-.088), 그 차이는 1.212로 나타났다.

<표 20> 유형 1과 유형 3의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 1	유형 3	차이
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	1.520	-1.013	2.533
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	.914	-1.264	2.178
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	1.590	.270	1.320
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.195	-2.441	1.245
38. 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.	1.124	-.088	1.212
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	-.114	1.114	-1.228
34. 지역방송은 중앙방송사의 의존도를 높여야 한다.	-2.028	-.588	-1.439
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	.718	2.383	-1.665

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다(#35)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.114), 유형 3은 강한 동의를 보였고(Z=1.114), 그 차이는 -1.228로 나타났다. 지역방송은 중앙방송사의 의존도를 높여야 한다(#34)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 부정을 보인 반면(Z=-2.028), 유형 3은 약한 부정을 보였고(Z=-.588), 그 차이는 -1.439로 나타났다. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다(#1)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 동의를 보인 반면(Z=.718), 유형 3은 강한 동의를 보였고(Z=2.383), 그 차이는 -1.665로 나타났다.

3) 유형 1과 유형 4의 차이점

다음은 유형 1과 유형 4의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 1과 유형 4 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 6개인 것으로 나타났다. 좀 더 자세히 살펴보면, 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다(#25)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.590), 유형 4는 약한 동의를 보였고(Z=.366), 그 차이는 1.224로 나타났다. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다(#32)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.333), 유형 4는 약한 동의를 보였고(Z=.111), 그 차이는 1.221로 나타났다. 지역방송은 중앙 방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다(#38)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.124), 유형 4는 약한 동의를 보였고(Z=.099), 그 차이는 1.024로 나타났다.

<표 21> 유형 1과 유형 4의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 1	유형 4	차이
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	1.590	.366	1.224
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	1.333	.111	1.221
38. 지역방송은 중앙 방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.	1.124	.099	1.024
42. 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다.	-1.172	-.093	-1.079
8. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	.995	2.092	-1.097
6. 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다.	-.207	1.015	-1.222

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다(#42)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.172), 유형 4는 약한 부정을 보였고(Z=-.093), 그 차이는 -1.079로 나타났다. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다(#8)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 동의를 보인 반면(Z=.995), 유형 4는 강한 동의를 보였고(Z=2.092), 그 차이는 -1.097로 나타났다. 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다(#6)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.207), 유형 4는 강한 동의를 보였고(Z=1.015), 그 차이는 -1.222로 나타났다.

4) 유형 1과 유형 5의 차이점

다음은 유형 1과 유형 5의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 1과 유형 5 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 8개인 것으로 나타났다. 각 진술문별로 좀 더 자세히 살펴보면, 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다(#38.)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 동의를 보인 반면(Z=1.124), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.029), 그 차이는 1.095로 나타났다. 지역방송이 지역기관의 마케팅 창구역할을 하는 것은 본연의 임무가 아니다(#24)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 동의를 보인 반면(Z=.098), 유형 5는 약한 부정을 보였고(Z=-.913), 그 차이는 1.011로 나타났다.

지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다(#35)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.114), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.888), 그 차이는 -1.002로 나타났다. 지역방송은 글로벌 문화의 지역적 수용과 적용에 기여해야 한다(#30)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.312), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.731), 그 차이는 -1.043로 나타났다. 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다(#27)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.025), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.157), 그 차이는 -1.182로 나타났다. 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다(#42)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.172), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z.143=), 그 차이는 -1.315로 나타났다. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다(#40.)는 진술문의 경우 유형 1은 약한 동의를 보인 반면(Z=.423), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z= 1.774), 그 차이는 -1.351로 나타났다. 지역방송은 중앙 방송사의 의존도를 높여야 한다(#34.)는 진술문의 경우 유형 1은 강한 부정을 보인 반면(Z=-2.028), 유형 5는 약한 부정을 보였고(Z=-.362), 그 차이는 -1.665로 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 22> 유형 1과 유형 5의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 1	유형 5	차이
38. 지역방송은 중앙방송과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.	1.124	.029	1.095
24. 지역방송이 지역기관의 마케팅 창구역할을 하는 것은 본연의 임무가 아니다.	.098	-.913	1.011
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	-.114	.888	-1.002
30. 지역방송은 글로벌 문화의 지역적 수용과 적용에 기여해야 한다.	-.312	.731	-1.043
27. 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다.	-.025	1.157	-1.182
42. 지역방송은 지역을 뛰어넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다.	-1.172	.143	-1.315
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.	.423	1.774	-1.351
34. 지역방송은 중앙 방송사의 의존도를 높여야 한다.	-2.028	-.362	-1.665

5) 유형 2와 유형 3의 차이점

다음은 유형 2와 유형 3의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 2와 유형 3 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 11개인 것으로 나타났다. 각 진술문별로 좀 더 자세히 살펴보면, 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.047), 유형 3은 강한 부정을 보였고(Z=-1.264), 그 차이는 2.311로 나타났다. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다(#31)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 동의를 보인 반면(Z=.662), 유형 3은 강한 부정을 보였고(Z=-1.389), 그 차이는 2.051로 나타났다. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 부정을 보인 반면(Z=-.793), 유형 3은 강한 부정을 보였고(Z=-2.441), 그 차이는 1.648로 나타났다. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다(#28)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.871), 유형 3은 약한 동의를 보였고(Z=.658), 그 차이는 1.213로 나타났다. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다(#)39는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.550), 유형 3은 약한 동의를 보였고(Z=.340), 그 차이는 1.210로 나타났다. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다(#8)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.344), 유형 3은 약한 동의를 보였고(Z= .308), 그 차이는 1.035로 나타났다. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

을 더 많이 강화해야 한다(#41)는 진술문의 경우 유형 2는 중립적인 태도를 보인 반면(Z= .000), 유형 3은 강한 부정을 보였고(Z=-1.013), 그 차이는 1.013로 나타났다.

지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다(#32)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 부정을 보인 반면(Z=-.570), 유형 3은 약한 동의를 보였고(Z=.479), 그 차이는 -1.049로 나타났다. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다(#33)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.896), 유형 3은 약한 부정을 보였고(Z=-.701), 그 차이는 -1.195로 나타났다. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다(#4)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.956), 유형 3은 약한 부정을 보였고(Z=-.300), 그 차이는 -1.655로 나타났다. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다(#1)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 동의를 보인 반면(Z=.339), 유형 3은 강한 동의를 보였고(Z=2.383), 그 차이는 -2.044로 나타났다.

<표 23> 유형 2와 유형 3의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 2	유형 3	차이
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	1.047	-1.264	2.311
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	.662	-1.389	2.051
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-.793	-2.441	1.648
28. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다.	1.871	.658	1.213
39. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다.	1.550	.340	1.210
8. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	1.344	.308	1.035
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	.000	-1.013	1.013
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	-.570	.479	-1.049
33. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다.	-1.896	-.701	-1.195
4. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.	-1.956	-.300	-1.655
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	.339	2.383	-2.044

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

6) 유형 2와 유형 4의 차이점

다음은 유형 2와 유형 4의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 2와 유형 4 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 10개인 것으로 나타났다. 각 진술문별로 좀 더 자세히 살펴보면, 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다(#31)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 동의를 보인 반면(Z=.662), 유형 4는 약한 부정을 보였고(Z=-1.152), 그 차이는 1.814로 나타났다. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다(#20)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.896), 유형 4는 약한 동의를 보였고(Z=.728), 그 차이는 1.168로 나타났다. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다(#28)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.871), 유형 4는 약한 동의를 보였고(Z=.821), 그 차이는 1.050로 나타났다. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다(#35)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.362), 유형 4는 약한 동의를 보였고(Z=.345), 그 차이는 1.017로 나타났다. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 부정을 보인 반면(Z= -.793), 유형 4는 강한 부정을 보였고(Z=-1.800), 그 차이는 1.007로 나타났다.

<표 24> 유형 2와 유형 4의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 2	유형 4	차이
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	.662	-1.152	1.814
20. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다.	1.896	.728	1.168
28. 지역방송은 지역뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다.	1.871	.821	1.050
35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	1.362	.345	1.017
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-.793	-1.800	1.007
33. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다.	-1.896	-.792	-1.104
6. 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다.	-.237	1.015	-1.251
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	.339	1.680	-1.340
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	.000	1.431	-1.431
4. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.	-1.956	-.478	-1.478

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다(#33)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.896), 유형 4는 약한 부정을 보였고(Z=-.792), 그 차이는 -1.104로 나타났다. 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다(#6)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 부정을 보인 반면(Z=-.237), 유형 4는 강한 동의를 보였고(Z=1.015), 그 차이는 -1.251로 나타났다. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다(#1)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 동의를 보인 반면(Z=.339), 유형 4는 강한 동의를 보였고(Z=1.680), 그 차이는 -1.340로 나타났다. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41)는 진술문의 경우 유형 2는 중립적인 태도를 보인 반면(Z=.000), 유형 4는 강한 동의를 보였고(Z=1.431), 그 차이는 -1.431로 나타났다. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다(#4)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.956), 유형 4는 약한 부정을 보였고(Z= -.478), 그 차이는 -1.478로 나타났다.

7) 유형 2와 유형 5의 차이점

다음은 유형 2와 유형 5의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 2와 유형 5 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 11개인 것으로 나타났다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다(#31)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 동의를 보인 반면(Z=.662), 유형 5는 약한 부정을 보였고(Z=-.669), 그 차이는 1.332로 나타났다. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#5)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 부정을 보인 반면(Z=-.793), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=2.030), 그 차이는 1.237로 나타났다.

지역방송이 지역 고유의 유무 형 자산의 콘텐츠 화에 노력하는 것은 바람직하지 않다(#10.)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 부정을 보인 반면(Z=-.275), 유형 5는 강한 부정을 보였고(Z=-1.356), 그 차이는 1.081로 나타났다. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다(#20)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.896), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.855), 그 차이는 1.041로 나타났다. 지역방송은 지역공동체 내 생활정보 교류와 유통에 기여해야 한다 (#17)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.207), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.188), 그 차이는 1.019로 나타났다.

지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다(#25)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 동의를 보인 반면(Z=.128), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.207), 그 차이는 -1.079로 나타났다. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다 (#33)는 진술문의 경우 유형 2는 강한 부정을 보인 반면

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

(Z=-1.896), 유형 5는 약한 부정을 보였고(Z=-.651), 그 차이는 -1.246로 나타났다. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41)는 진술문의 경우 유형 2는 중립적인 태도를 보인 반면(Z=.000), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.427), 그 차이는 -1.427로 나타났다.

지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다(#27)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 부정을 보인 반면(Z=-.348), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.157), 그 차이는 -1.505로 나타났다. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다(#40)는 진술문의 경우 유형 2는 중립적인 태도를 보인 반면(Z=.000), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.774), 그 차이는 -1.774로 나타났다. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다(#32)는 진술문의 경우 유형 2는 약한 부정을 보인 반면(Z=-.570), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.301), 그 차이는 -1.871로 나타났다

<표 25> 유형 2와 유형 5의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 2	유형 5	차이
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	.662	-.669	1.332
5. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-.793	2.030	1.237
10. 지역방송이 지역 고유의 유무 형 자산의 콘텐츠 화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.	-.275	-1.356	1.081
20. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다.	1.896	.855	1.041
17. 지역방송은 지역공동체 내 생활정보 교류와 유통에 기여해야 한다.	1.207	.188	1.019
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	.128	1.207	-1.079
33. 지역방송에 대한 정부의 지원은 바람직한 제도가 아니다.	-1.896	-.651	-1.246
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	.000	1.427	-1.427
27. 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다.	-.348	1.157	-1.505
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.	.000	1.774	-1.774
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	-.570	1.301	-1.871

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

8) 유형 3과 유형 4의 차이점

다음은 유형 3과 유형 4의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 3과 유형 4 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 5개인 것으로 나타났다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 지역방송은 방송권역 외의 지역민에 대해서도 많이 보도해야 한다(#2)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 동의를 보인 반면(Z=.914), 유형 4는 약한 부정을 보였고(Z=-.217), 그 차이는 1.131로 나타났다. 지역방송이 지역 고유의 유무 형 자산의 콘텐츠 화에 노력하는 것은 바람직하지 않다(#10)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.152), 유형 4는 강한 부정을 보였고(Z=-1.209), 그 차이는 1.057로 나타났다. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다(#8)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 동의를 보인 반면(Z=.308), 유형 4는 강한 동의를 보였고(Z=2.092), 그 차이는 -1.783로 나타났다. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41)는 진술문의 경우 유형 3은 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.013), 유형 4는 강한 동의를 보였고(Z=1.431), 그 차이는 -2.444로 나타났다. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23)는 진술문의 경우 유형 3은 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.264), 유형 4는 강한 동의를 보였고(Z=1.379), 그 차이는 -2.643로 나타났다.

<표 26> 유형 3과 유형 4의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 3	유형 4	차이
2. 지역방송은 방송권역 외의 지역민에 대해서도 많이 보도해야 한다.	.914	-.217	1.131
10. 지역방송이 지역 고유의 유무 형 자산의 콘텐츠 화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.	-.152	-1.209	1.057
8. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	.308	2.092	-1.783
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	-1.013	1.431	-2.444
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	-1.264	1.379	-2.643

9) 유형 3과 유형 5의 차이점

다음은 유형 3과 유형 5의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 3과 유형 5 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 9개인 것으로 나타났다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 지역방송은 방송

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다(#1)는 진술문의 경우 유형 3은 강한 동의를 보인 반면(Z=2.383), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.313), 그 차이는 2.070로 나타났다. 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다(#10)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.152), 유형 5는 강한 부정을 보였고(Z=-1.356), 그 차이는 1.204로 나타났다. 지역방송은 방송권역 외의 지역민에 대해서도 많이 보도해야 한다(#2)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 동의를 보인 반면(Z=.914), 유형 5는 약한 부정을 보였고(Z=-.198), 그 차이는 1.112로 나타났다. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다(#4)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.300), 유형 5는 강한 부정을 보였고(Z=-1.311), 그 차이는 1.010로 나타났다.

<표 27> 유형 3과 유형 5의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 3	유형 5	차이
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	2.383	.313	2.070
10. 지역방송이 지역 고유의 유무 형 자산의 콘텐츠 화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.	-.152	-1.356	1.204
2. 지역방송은 방송권역 외의 지역민에 대해서도 많이 보도해야 한다.	.914	-.198	1.112
4. 지역방송은 방송권역 내 지역문화 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.	-.300	-1.311	1.010
29. 지역방송은 지역의 문화자원의 국제적 홍보를 해야 한다.	-.501	.582	-1.083
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.	.542	1.774	-1.232
39. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다.	.340	1.813	-1.473
23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	-1.264	.491	-1.754
41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	-1.013	1.427	-2.440

지역방송은 지역의 문화자원의 국제적 홍보를 해야 한다(#29)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 부정을 보인 반면(Z=-.501), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.582), 그 차이는 -1.083로 나타났다. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다(#40)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 동의를 보인 반면(Z=.542), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.774), 그 차이는 -1.232로 나타났다. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다(#39)는 진술문의 경우 유형 3은 약한 동의를 보인 반면(Z=.340), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.813), 그 차이는 -1.473로 나타났다. 지역방송은 지역 자치단

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다(#23)는 진술문의 경우 유형 3은 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.264), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.491), 그 차이는 -1.754로 나타났다. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다(#41)는 진술문의 경우 유형 3은 강한 부정을 보인 반면(Z=-1.013), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=1.427), 그 차이는 -2.440로 나타났다.

10) 유형 4와 유형 5의 차이점

다음은 유형 4와 유형 5의 차이를 살펴보도록 한다. 유형 4와 유형 5 사이에서 표준점수가 ±1 이상의 차이가 나는 진술문은 모두 4개인 것으로 나타났다. 그중에서 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다(#8)는 진술문의 경우 유형 4는 강한 동의를 보인 반면(Z=2.092), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.586), 그 차이는 1.505로 나타났다. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다(#1)는 진술문도 유형 4는 강한 동의를 보인 반면(Z=1.680), 유형 5는 약한 동의를 보였고(Z=.313), 그 차이는 1.367로 나타났다. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다(#32)는 진술문의 경우는 유형 4가 약한 동의를 보인 반면(Z=.111), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.301), 그 차이는 -1.190로 나타났다. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다(#40)는 진술문의 경우는 유형 4가 약한 부정을 보인 반면(Z=-.084), 유형 5는 강한 동의를 보였고(Z=1.774), 그 차이는 -1.858로 나타났다.

<표 28> 유형 4와 유형 5의 차이(± 1 이상)

진 술 문	유형 4	유형 5	차이
8. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	2.092	.586	1.505
1. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	1.680	.313	1.367
32. 지역방송은 전국에서 유능한 인재를 많이 채용해야 한다.	.111	1.301	-1.190
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.	-.084	1.774	-1.858

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

4. Q 유형 간 공통점

Q 유형 간 공통점은 유형과 상관없이 모든 응답자들(P-sample)이 공통적으로 합의하고 있는 진술문들을 제시한 것이다. 각 요인별 특성을 해석하기보다는 유형들의 공통점을 찾아내어 유형 간의 특성을 찾아내는데 이용한다(김흥규, 2008, p.190). 본 연구에서 Q 분석결과 모든 유형 간 공통적인 진술문은 모두 16개로 나타났다. 그러나 Z값 ±1을 기준으로 했을 경우 8개의 진술문이 모든 유형 간에 공통적인 특성으로 나타났다(<표 33> 참조). 구체적으로 살펴보면, 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다(#15, Z=1.06), 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다(#9, Z=1.00)는 유형에 상관없이 모든 응답자들이 공통적으로 동의하는 진술문들이다. 반면에, 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다(#22, Z=-1.07), 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다(#14, Z=-1.14), 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다(#18, Z=-1.20), 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다(#16, Z=-1.27), 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다(#7, Z=-1.29), 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다(#12, Z=-1.32) 등은 유형에 상관없이 모든 응답자들이 공통적으로 부정하는 진술문들이다.

<표 29> 모든 유형 간 공통적인 진술문(± 1 이상)

진 술 문	평균 Z값
15. 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.	1.06
9. 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다.	1.00
22. 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다.	-1.07
14. 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	-1.14
18. 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다.	-1.20
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.	-1.27
7. 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다.	-1.29
12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.	-1.32

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 2 절 지역방송의 지역성에 관한 상호지향성 분석결과

1. 응답자의 인구통계학적 특성

1) 지역 시청자의 인구통계학적 특성

먼저 설문 응답자들 중 지역 시청자들의 인구통계학적 특성을 살펴보기로 한다. 전체 응답자 중 지역 시청자는 모두 120명이다. 이들의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 남성이 67명(55.8%), 여성이 53명(44.2%)으로 남성이 여성보다 약간 많은 편이다. 연령대별로 살펴보면, 20대가 22명(18.3%), 30대가 29명(24.2%), 40대가 26명(21.7%), 50대 이상이 43명(35.8%)으로 대체적으로 골고루 분포되어 있다.

거주 지역별로 살펴보면, 호남지역이 41명(34.2%), 영남지역이 43명(35.8%), 충청지역이 18명(15.0%), 강원/제주 지역이 18명(15.0%)이다. 본 연구는 지역방송 시청자들을 대상으로 한 연구이기 때문에 수도권(서울과 경기지역)의 시청자들은 조사에서 제외했다. 학력별로 살펴보면, 고졸 이하가 24명(20.0%), 대학 재학 및 졸업이 82명(68.3%), 대학원 재학 이상이 14명(11.7%)으로 대학 재학 및 졸업생의 비율이 매우 높게 나타났다.

직업별로 살펴보면, 사무/기술직이 52명(43.3%), 전문직이 9명(7.5%), 자영업(개인사업)이 14명(11.7%), 농/임/수산업이 2명(1.7%0, 학생이 13명(10.8%), 주부가 12명(10.0%), 기타가 18명(15.0%) 등으로 나타나 사무/기술직의 비율이 다른 직업들에 비해 높은 것을 알 수 있다. 가정의 월수입을 보면 300만원 미만이 38명(31.7%), 300-500만원이 49명(40.8%), 500-700만원이 18명(15.8%), 700만원 이상이 14명(11.7%)인 것으로 나타났다.

<표 30> 지역 시청자의 인구통계학적 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
성 별	남성	67	55.8
	여성	53	44.2
연 령	20대	22	18.3
	30대	29	24.2
	40대	26	21.7
	50대 이상	43	35.8

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

구 분		빈도(명)	비율(%)
거주 지역	호남지역	41	34.2
	영남지역	43	35.8
	충청지역	18	15.0
	강원/제주	18	15.0
학 력	고졸 이하	24	20.0
	대학 재학 및 졸업	82	68.3
	대학원 재학 이상	14	11.7
직 업	사무/기술직	52	43.3
	전문직	9	7.5
	자영업(개인사업)	14	11.7
	농/임/수산업	2	1.7
	학생	13	10.8
	주부	12	10.0
	기타	18	15.0
가정 월수입	300만원 미만	38	31.7
	300-500만원	49	40.8
	500-700만원	18	15.8
	700만원 이상	14	11.7

2) 지역 방송인의 인구통계학적 특성

다음은 지역 방송인의 인구통계학적 특성을 살펴본다. 먼저 성별로 살펴보면, 남성이 105명(8705%), 여성이 15명(12.5%)으로 남성 응답자의 비율이 월등이 높다. 연령별로 살펴보면, 20대가 11명(9.2%), 30대가 21명(17.4%), 40대가 53명(44.2%), 50대가 35명(29.2%) 등으로 40대의 비중이 높은 것으로 나타났다. 응답자의 거주 지역을 보면, 호남이 43(35.8%0, 영남이 34(28.3%), 충청이 23(19.2%), 강원/제주가 20명(16.7%) 등으로 나타났다.

지역 방송인 응답자의 학력을 살펴보면, 고졸 이하가 1명(0.8%), 대학 재학 및 졸업이 96명(80.0%), 대학원 재학 이상이 23명(19.2%)인 것으로 나타났다. 직군을 살펴보면, PD가 22명(18.3%), 기자가 37명(30.8%), 아나운서가 11명(9.2%), 기술직이 19명(15.8%), 경영/관리가 9명(7.5%), 광고/사업이 13명(10.8%), 기타가 9명(7.5%) 등으로 나타났다. 이들의 소속사를 보면, 지역 MBC가 66명(55.0%), 지역민방이 54명(45.0%)인 것으로 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 31> 지역 방송인의 인구통계학적 특성

구 분		빈도(명)	비율(%)
성 별	남성	105	87.5
	여성	15	12.5
연 령	20대	11	9.2
	30대	21	17.4
	40대	53	44.2
	50대 이상	35	29.2
거주 지역	호남지역	43	35.8
	영남지역	34	28.3
	충청지역	23	19.2
	강원/제주	20	16.7
학 력	고졸 이하	1	0.8
	대학 재학 및 졸업	96	80.0
	대학원 재학 이상	23	19.2
직 군	PD	22	18.3
	기자	37	30.8
	아나운서	11	9.2
	기술직	19	15.8
	경영/관리	9	7.5
	광고/사업	13	10.8
	기타	9	7.5
소속사	지역 MBC	66	55.0
	지역민방	54	45.0

2. 설문항목

본 연구에서는 지역방송의 지역성에 대해 지역 시청자들과 지역 방송인의 인식차이 및 상호이해도를 파악하기 위해 상호지향성 분석을 실시했다. 앞에서 설명한 것처럼, 지역성에 대한 상호지향성 설문은 Q 진술문 중 모든 유형이 공통적으로 동의한 진술문을 갖고 작성했다. Q 분석을 위한 진술문은 모두 42개였다. 그러나 그 중 모든 유형에서 공통적으로 동의한 진술문은 모두 16개이다. 이중 Z값이 ±1

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이상인 진술문이 8개이고, ±1 이하인 진술문이 8개이다. 본 연구에서는 Z값의 크기에 상관없이 모든 유형이 공통적으로 동의한 16개 진술문을 상호지향성 설문에 맞게 수정했다. 수정된 16개의 설문항목은 다음과 같다.

① 지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다(#3).
② 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다(#7).
③ 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다(#9).
④ 지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다(#11).
⑤ 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다(#12).
⑥ 지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다(#13).
⑦ 지역방송은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다(#14).
⑧ 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다(#15).
⑨ 지역방송은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다(#16).
⑩ 지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다(#18).
⑪ 지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다(#19).
⑫ 지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다(#21).
⑬ 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다(#22).
⑭ 지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다(#26).
⑮ 지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다(#36).
⑯ 지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다(#37).

3. 상호지향성 분석결과

1) 객관적 일치도 분석결과

16개의 지역성에 관한 진술문 중 지역 시청자와 지역 방송인 간의 인식 차이가 있는 것은 모두 7개 항목으로 나타났고, 나머지 9개 항목은 통계적 수준에서 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 통계적으로 유의미한 차이가 있는 항목들을 살펴보면, '지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

야 한다’는 지역 시청자의 인식(M=4.15, SD=.795)보다 지역 방송인의 인식(M=4.41, SD=.704)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=-2.664, p<.01). ‘지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다’도 지역 시청자의 인식(M=3.75, SD=.998)보다 지역 방송인의 인식(M=4.48, SD=.710)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=-6.560, p<.001). ‘지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다’도 지역 시청자의 인식(M=3.81, SD=.938)보다 지역 방송인의 인식(M=4.09, SD=.810)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=-2.506, p<.05).

‘지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다’도 지역 시청자의 인식(M=3.87, SD=.819)보다 지역 방송인의 인식(M=4.13, SD=.826)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=-2.433, p<.05). ‘지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다’도 지역 시청자의 인식(M=3.54, SD=.897)보다 지역 방송인의 인식(M=3.88, SD=.862)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=-3.009, p<.005). ‘지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다’도 지역 시청자의 인식(M=4.09, SD=.810)보다 지역 방송인의 인식(M=4.38, SD=.723)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=-2.860, p<.01). ‘지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다’도 지역 시청자의 인식(M=3.81, SD=.833)보다 지역 방송인의 인식(M=4.18, SD=.729)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=-3.627, p<.001).

결국, 지역 시청자와 지역 방송인 간의 인식차이가 나타나는 지역성 항목들을 보면 모두가 지역 시청자보다는 지역 방송인들이 더 중요성을 높게 인식하고 있는 것으로 나타나고 있다. 객관적 일치도에서 차이가 나타난다는 것은 곧 시청자와 방송인 간의 지역성에 대한 관점의 차이가 존재한다는 것을 의미한다고 하겠다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<표 32> 지역 시청자와 지역 방송인의 객관적 일치도

항 목	응답자 구분	평균	표준편차	t값
지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다	지역 시청자 인식	4.15	.795	-2.664***
	지역 방송인 인식	4.41	.704	
지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다	지역 시청자 인식	3.75	.998	-6.560*
	지역 방송인 인식	4.48	.710	
지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다	지역 시청자 인식	4.27	.807	-1.129
	지역 방송인 인식	4.38	.674	
지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다	지역 시청자 인식	4.23	.761	.930
	지역 방송인 인식	4.13	.766	
지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다	지역 시청자 인식	3.81	.938	-2.506****
	지역 방송인 인식	4.09	.810	
지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다	지역 시청자 인식	4.01	.716	-.805
	지역 방송인 인식	4.09	.879	
지역방송은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다	지역 시청자 인식	3.83	.837	-1.366
	지역 방송인 인식	3.98	.864	
지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다	지역 시청자 인식	4.08	.816	-1.616
	지역 방송인 인식	4.24	.698	
지역방송은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다	지역 시청자 인식	3.36	.838	-1.500
	지역 방송인 인식	3.54	1.044	
지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다	지역 시청자 인식	3.87	.819	-2.433****
	지역 방송인 인식	4.13	.826	
지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다	지역 시청자 인식	3.81	.802	-1.830
	지역 방송인 인식	4.00	.820	
지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다	지역 시청자 인식	3.66	.921	-1.209
	지역 방송인 인식	3.80	.894	
지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다	지역 시청자 인식	3.78	.750	-1.553
	지역 방송인 인식	3.93	.827	
지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다	지역 시청자 인식	3.54	.897	-3.009**
	지역 방송인 인식	3.88	.862	
지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다	지역 시청자 인식	4.09	.810	-2.860***
	지역 방송인 인식	4.38	.723	
지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다	지역 시청자 인식	3.81	.833	-3.627*
	지역 방송인 인식	4.18	.729	

지역 시청자 N=120, 지역 방송인 N=120, *p<.001, **p<.005, ***p<.01, ****p<.05

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2) 주관적 일치도 분석결과

주관적 일치도는 상대방의 생각이 내 생각과 얼마나 비슷할 것이라고 인식하는가를 추정하는 것이다. 즉, 지역방송의 지역성에 대해서 자신의 생각과 자신이 추정하는 상대방의 인식이 얼마나 일치하는가를 파악하는 것이다. 두 집단 간을 비교할 때 주관적 일치도는 2개로 구분되는데, 본 연구에서는 시청자 자신의 인식과 시청자가 추정하는 방송인의 인식을 <주관적 일치도 1>이라고 하고, 방송인 자신의 인식과 방송인이 추정하는 시청자의 인식을 <주관적 일치도 2>라 한다. 주관적 일치도는 자신이 상대방을 얼마나 잘 이해하고 있는지를 설명하는 지표가 된다.

먼저, 시청자 자신의 인식과 시청자가 추정하는 방송인의 인식이 얼마나 일치하는지를 살펴본 <주관적 일치도 1>을 보면, 모두 16개 항목 중 12개 항목은 주관적 일치도가 높은 반면, 나머지 4개 항목은 주관적 일치도가 낮다고 볼 수 있다. 주관적 일치도가 낮은 항목 즉, 시청자의 인식과 시청자가 추정하는 방송인의 인식이 차이가 나는 항목을 보면, '지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다'는 시청자의 인식(M=4.27, SD=.807)이 시청자가 추정하는 방송인 인식(M=3.91, SD=.810)보다 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=4.524, p<.001). '지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다'도 시청자의 인식(M=4.23, SD=.761)이 시청자가 추정하는 방송인 인식(M=3.97, SD=.788)보다 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=3.389, p<.005).

'지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다'도 시청자의 인식(M=4.08, SD=.816)이 시청자가 추정하는 방송인 인식(M=3.88, SD=.762)보다 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=2.598, p<.05). 반대로 '지역방송은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다'는 시청자의 인식(M=3.36, SD=.838)보다 시청자가 추정하는 방송인 인식(M=3.62, SD=.900)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준인 것으로 나타났다(t=-3.272, p<.05).

그러나 나머지 12개 항목은 시청자의 인식과 시청자가 추정하는 방송인의 인식이 일치하는 것으로 나타났다. 즉, 시청자들은 12개 항목에 대해서는 지역방송의 지역성에 대한 자신들의 인식과 방송인들의 인식이 거의 비슷할 것이라고 추정하고 있는 것이다. 그러나 앞의 객관적 일치도에서 살펴본 것처럼, 16개 항목 중 실제로 시청자와 방송인의 인식이 일치하는 항목은 9개이다. 결국, 시청자들은 실제로 '시청자-방송인' 간의 인식 일치(9개 항목)보다 더 낙

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

관적으로 자신들의 생각과 방송인의 생각이 비슷할 것이라고 잘못 추정하고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 33> 지역 시청자와 지역 방송인의 주관적 일치도 1

항 목	응답자 구분	평균	표준편차	t값
지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다	시청자 인식	4.15	.795	1.662
	방송인에 대한 시청자 추정	4.03	.709	
지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다	시청자 인식	3.75	.998	-.286
	방송인에 대한 시청자 추정	3.78	.864	
지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다	시청자 인식	4.27	.807	4.524*
	방송인에 대한 시청자 추정	3.91	.810	
지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다	시청자 인식	4.23	.761	3.389**
	방송인에 대한 시청자 추정	3.97	.788	
지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다	시청자 인식	3.81	.938	1.468
	방송인에 대한 시청자 추정	3.68	.790	
지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다	시청자 인식	4.01	.716	1.365
	방송인에 대한 시청자 추정	3.89	.754	
지역방송은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다	시청자 인식	3.83	.837	.179
	방송인에 대한 시청자 추정	3.81	.863	
지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다	시청자 인식	4.08	.816	2.598****
	방송인에 대한 시청자 추정	3.88	.762	
지역방송은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다	시청자 인식	3.36	.838	-3.272**
	방송인에 대한 시청자 추정	3.62	.900	
지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다	시청자 인식	3.87	.819	1.740
	방송인에 대한 시청자 추정	3.73	.877	
지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다	시청자 인식	3.81	.802	.645
	방송인에 대한 시청자 추정	3.76	.756	
지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다	시청자 인식	3.66	.921	.528
	방송인에 대한 시청자 추정	3.62	.881	
지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다	시청자 인식	3.78	.750	1.240
	방송인에 대한 시청자 추정	3.68	.820	
지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다	시청자 인식	3.54	.897	1.248
	방송인에 대한 시청자 추정	3.43	.968	
지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다	시청자 인식	4.09	.810	.235
	방송인에 대한 시청자 추정	4.08	.852	
지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다	시청자 인식	3.81	.833	-1.533
	방송인에 대한 시청자 추정	3.91	.767	

지역 시청자 N=120, 지역 방송인 N=120, *p<.001, **p<.005, ***p<.01, ****p<.05

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다음은 방송인 자신의 인식과 방송인이 추정하는 시청자의 인식이 얼마나 일치하는지를 살펴본 <주관적 일치도 2>을 보면, 모두 16개 항목 중 5개 항목만 주관적 일치도가 높고 나머지 11개는 주관적 일치도가 낮은 것으로 나타나고 있다. 주관적 일치도가 낮은 항목, 즉 방송인의 인식과 방송인이 추정하는 시청자의 인식에서 차이가 나는 항목들을 보면, '지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다' 는 방송인의 인식(M=4.41, SD=.704)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=4.11, SD=.742)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=4.028, p<.001). '지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다' 는 방송인의 인식(M=4.48, SD=.710)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=4.17, SD=.737)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=5.841, p<.001).

'지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다' 는 방송인의 인식(M=4.37, SD=.674)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=4.25, SD=.664)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.089, p<.05). '지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다' 는 방송인의 인식(M=4.09, SD=.810)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=3.90, SD=.760)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.617, p<.05). '지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다' 는 방송인의 인식(M=4.24, SD=.698)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=4.07, SD=.790)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.369, p<.05).

'지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다' 는 방송인의 인식(M=4.12, SD=.826)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=3.85, SD=.866)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=3.355, p<.005). '지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다' 는 방송인의 인식(M=4.00, SD=.820)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=3.79, SD=.890)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.898, p<.005). '지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다' 는 방송인의 인식(M=3.93, SD=.827)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=3.76, SD=.799)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.213, p<.05).

'지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다' 는 방송인의 인식(M=3.88, SD=.862)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=3.49, SD=.879)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=4.917, p<.001). '지역방송의 지역성을 위해서는 경영

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

진의 노력이 중요하다'는 방송인의 인식(M=4.37, SD=.722)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=4.06, SD=.901)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=3.199, p<.005). '지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다'는 방송인의 인식(M=4.17, SD=.729)이 방송인이 추정하는 시청자의 인식(M=3.81, SD=.928)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=4.475, p<.001).

나머지 5개 항목은 방송인의 인식과 방송인이 추정하는 시청자 인식이 비슷한 것으로 나타났다. 즉, 방송인들은 5개 항목에 대해서는 지역방송의 지역성에 대한 자신들의 인식과 시청자들의 인식이 거의 비슷할 것이라고 추정하고 있는 것이다. 그러나 앞의 객관적 일치도에서 살펴본 것처럼, 16개 항목 중 실제로 시청자와 방송인의 인식이 일치하는 항목은 9개이다. 결국, 방송인들은 실제로 '시청자-방송인' 간의 인식일치(9개 항목)보다 더 비관적으로 자신들의 생각과 시청자의 생각이 다를 것이라고 잘못 추정하고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 34> 지역 시청자와 지역 방송인의 주관적 일치도 2

항 목	응답자 구분	평균	표준편차	t값
지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다	방송인 인식	4.41	.704	4.028*
	시청자에 대한 방송인 추정	4.11	.742	
지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다	방송인 인식	4.48	.710	5.841*
	시청자에 대한 방송인 추정	4.17	.737	
지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다	방송인 인식	4.37	.674	2.089****
	시청자에 대한 방송인 추정	4.25	.664	
지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다	방송인 인식	4.13	.766	.956
	시청자에 대한 방송인 추정	4.07	.753	
지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다	방송인 인식	4.09	.810	2.617****
	시청자에 대한 방송인 추정	3.90	.760	
지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다	방송인 인식	4.09	.879	.107
	시청자에 대한 방송인 추정	4.08	.784	
지역방송은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다	방송인 인식	3.97	.864	1.106
	시청자에 대한 방송인 추정	3.87	.856	
지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다	방송인 인식	4.24	.698	2.369****
	시청자에 대한 방송인 추정	4.07	.790	
지역방송은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다	방송인 인식	3.54	1.044	-.257
	시청자에 대한 방송인 추정	3.57	.923	
지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다	방송인 인식	4.12	.826	3.355**
	시청자에 대한 방송인 추정	3.85	.866	

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다	방송인 인식	4.00	.820	2.898**
	시청자에 대한 방송인 추정	3.79	.890	
지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다	방송인 인식	3.80	.894	-.391
	시청자에 대한 방송인 추정	3.83	.843	
지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다	방송인 인식	3.93	.827	2.213****
	시청자에 대한 방송인 추정	3.76	.799	
지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다	방송인 인식	3.88	.862	4.917*
	시청자에 대한 방송인 추정	3.49	.879	
지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다	방송인 인식	4.37	.722	3.199**
	시청자에 대한 방송인 추정	4.06	.901	
지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다	방송인 인식	4.17	.729	4.475*
	시청자에 대한 방송인 추정	3.81	.928	

지역 시청자 N=120, 지역 방송인 N=120, *p<.001, **p<.005, ***p<.01, ****p<.05

3) 정확도 분석결과

정확도는 실제로 자신이 상대방의 생각을 얼마나 정확하게 알고 있는가를 측정하는 지표이다. 정확도가 높다는 것은 실제 상대방의 생각을 잘 읽어냈다는 것을 의미하고, 정확도가 낮다는 것은 상대방의 생각을 잘 읽어내지 못했다는 것을 의미한다. 우리가 커뮤니케이션을 할 때 상대방의 생각을 잘 읽어내는 것이 매우 중요하다. 상대방의 생각을 잘 읽어내면 거기에 맞는 커뮤니케이션 메시지를 만들어 낼 수 있기 때문이다. 따라서 실제로 상호지향성 모델에서는 다른 변인들보다도 정확도 변인이 커뮤니케이션 효과를 가장 잘 나타내는 이상적인 기준이라고 할 수 있다(McLeod & Chaffee, 1973).

정확도도 주관적 일치도와 마찬가지로 두 집단을 비교하게 되면 <정확도 1>과 <정확도 2> 등 2개 변인으로 나누어진다. 본 연구에서 <정확도 1>은 지역성에 대한 시청자의 인식과 방송인이 추정하는 시청자의 인식을 의미하고, <정확도 2>는 지역성에 대한 방송인의 인식과 시청자가 추정하는 방송인의 인식을 의미한다.

먼저 지역성에 대한 시청자의 인식과 방송인이 추정하는 시청자의 인식을 비교하는 <정확도 1>을 보면, 16개 항목 중 일치하지 않는 항목이 1개이고, 나머지 15개 항목은 일치하는 것으로 나타났다. 일치하지 않는 항목은 '지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다'로 시청자 인식(M=3.75, SD=.998)보다 방송인이 추정하는 시청자 인식(M=4.17, SD=.737)이 더 높았으며, 이는 통계적으로 유의미한 수준의 차이인 것으로 나타났다(t=-3.679, p<.001).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

결국, 방송인들은 대체적으로 지역성에 대한 지역 시청자들의 생각을 잘 읽어내고 있다고 할 수 있다.

<표 35> 지역 시청자와 지역 방송인의 정확도 1

항 목	응답자 구분	평균	표준편차	t값
지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다	시청자 인식	4.15	.795	.419
	시청자에 대한 방송인 추정	4.11	.742	
지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다	시청자 인식	3.75	.998	-3.679*
	시청자에 대한 방송인 추정	4.17	.737	
지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다	시청자 인식	4.27	.807	.175
	시청자에 대한 방송인 추정	4.25	.664	
지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다	시청자 인식	4.23	.761	1.620
	시청자에 대한 방송인 추정	4.07	.753	
지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다	시청자 인식	3.81	.938	-.832
	시청자에 대한 방송인 추정	3.90	.760	
지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다	시청자 인식	4.01	.716	-.774
	시청자에 대한 방송인 추정	4.08	.784	
지역방송은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다	시청자 인식	3.83	.837	-.458
	시청자에 대한 방송인 추정	3.88	.856	
지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다	시청자 인식	4.08	.816	.080
	시청자에 대한 방송인 추정	4.08	.790	
지역방송은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다	시청자 인식	3.36	.838	-1.830
	시청자에 대한 방송인 추정	3.57	.923	
지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다	시청자 인식	3.87	.819	.153
	시청자에 대한 방송인 추정	3.85	.866	
지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다	시청자 인식	3.81	.802	.153
	시청자에 대한 방송인 추정	3.79	.888	
지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다	시청자 인식	3.66	.921	-1.535
	시청자에 대한 방송인 추정	3.83	.843	
지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다	시청자 인식	3.78	.750	.167
	시청자에 대한 방송인 추정	3.76	.799	
지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다	시청자 인식	3.54	.897	.436
	시청자에 대한 방송인 추정	3.49	.879	
지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다	시청자 인식	4.09	.810	.301
	시청자에 대한 방송인 추정	4.06	.901	
지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다	시청자 인식	3.81	.833	.000
	시청자에 대한 방송인 추정	3.81	.929	

지역 시청자 N=120, 지역 방송인 N=120, *p<.001, **p<.005, ***p<.01, ****p<.05

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

반면에, 지역성에 대한 방송인의 인식과 시청자가 추정하는 방송인의 인식을 비교하는 <정확도 2>을 보면, 모두 16개 항목 중 일치하는 것은 5개뿐이고 나머지 11개 항목은 불일치하는 것으로 나타났다. 시청자들은 지역성에 대한 방송인의 실제 생각을 잘 읽어내지 못하고 있다는 것을 알 수 있다. 불일치하는 항목, 즉 정확도가 낮은 항목들을 살펴보면, '지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다'는 방송인의 실제 인식(M=4.41, SD=.704)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=4.03, SD=.709)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=4.110, p<.001). 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다'는 항목도 방송인의 실제 인식(M=4.48, SD=.710)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.78, SD=.864)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=6.937, p<.001). '지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다'는 방송인의 실제 인식(M=4.38, SD=.674)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.91, SD=.810)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=4.852, p<.001).

'지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다'는 방송인의 실제 인식(M=4.09, SD=.810)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.68, SD=.790)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=4.034, p<.001). '지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다'는 방송인의 실제 인식(M=4.24, SD=.698)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.88, SD=.762)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=3.886, p<.001). '지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다'는 방송인의 실제 인식(M=4.13, SD=.826)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.73, SD=.877)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=3.563, p<.001).

'지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다'는 방송인의 실제 인식(M=4.00, SD=.820)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.76, SD=.756)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.374, p<.05). '지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다'는 방송인의 실제 인식(M=3.93, SD=.827)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.68, SD=.820)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.351, p<.05). '지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다'는 방송인의 실제 인식(M=3.88, SD=.862)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.43, SD=.968)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=3.804, p<.001).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

‘지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다’는 방송인의 실제 인식(M=4.38, SD=.723)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=4.08, SD=.852)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.942, p<.01). ‘지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다’는 방송인의 실제 인식(M=4.18, SD=.729)이 시청자가 추정하는 방송인의 인식(M=3.91, SD=.767)보다 높으며, 이는 통계적 수준에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(t=2.760, p<.01).

<표 36> 지역 시청자와 지역 방송인의 정확도 2

항 목	응답자 구분	평균	표준편차	t값
지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다	방송인 인식	4.41	.704	4.110*
	방송인에 대한 시청자 추정	4.03	.709	
지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다	방송인 인식	4.48	.710	6.937*
	방송인에 대한 시청자 추정	3.78	.864	
지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다	방송인 인식	4.38	.674	4.852*
	방송인에 대한 시청자 추정	3.91	.810	
지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다	방송인 인식	4.13	.766	1.661
	방송인에 대한 시청자 추정	3.97	.788	
지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다	방송인 인식	4.09	.810	4.034*
	방송인에 대한 시청자 추정	3.68	.790	
지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다	방송인 인식	4.09	.879	1.892
	방송인에 대한 시청자 추정	3.89	.754	
지역방송은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다	방송인 인식	3.98	.864	1.495
	방송인에 대한 시청자 추정	3.81	.863	
지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다	방송인 인식	4.24	.698	3.886*
	방송인에 대한 시청자 추정	3.88	.762	
지역방송은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다	방송인 인식	3.54	1.044	-.596
	방송인에 대한 시청자 추정	3.62	.900	
지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다	방송인 인식	4.13	.826	3.563*
	방송인에 대한 시청자 추정	3.73	.877	
지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다	방송인 인식	4.00	.820	2.374****
	방송인에 대한 시청자 추정	3.76	.756	
지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다	방송인 인식	3.80	.894	1.600
	방송인에 대한 시청자 추정	3.62	.881	
지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다	방송인 인식	3.93	.827	2.351****
	방송인에 대한 시청자 추정	3.68	.820	

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다	방송인 인식	3.88	.862	3.804*
	방송인에 대한 시청자 추정	3.43	.968	
지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다	방송인 인식	4.38	.723	2.942**
	방송인에 대한 시청자 추정	4.08	.852	
지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다	방송인 인식	4.18	.729	2.760***
	방송인에 대한 시청자 추정	3.91	.767	

지역 시청자 N=120, 지역 방송인 N=120, *p<.001, **p<.005, ***p<.01, ****p<.05

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 5 장 결론 및 논의

제 1 절 연구결과 요약

본 연구는 지역방송의 지역성 구현에 대한 시청자들의 주관적 태도유형 및 상호지향성을 파악하기 위한 것이다. 우리나라는 1990년대 지방자치제도가 실시되면서 본격적인 지역방송의 시대를 맞이하게 되었다. 지역방송의 시대를 맞이하면서 지역성 구현에 대한 다양한 논의들이 이루어져 왔다. 지역성이라는 개념은 미국의 초기 민주주의 사상가인 밀(John Stuart Mill)과 콜(G. D. H. Cole)이 중앙정부의 권한을 분산시키고, 민주주의를 증진시키기 위해 도입된 것에서 유래한다고 볼 수 있다. 즉, 지역성은 지역주민들의 정치 참여와 교육 등을 통해 민주주의 향상에 기여하기 위해 도입되었다.

우리나라 방송에서 지역주의가 본격적으로 논의되기 시작한 것은 1995년 지방자치제도가 실시되면서부터라 할 수 있다. 즉, 1995년에 1차 지역 민방들이 개국하고, 케이블 TV가 등장하면서부터 지역방송에 대한 논의가 본격화된 것이다. 지방자치제도가 실시되고 지역방송이 등장하면서 이와 관련된 연구들이 점차 늘어나고 있지만, 아직도 전체 방송 관련 연구들 중에서 양적으로 빈곤 상태를 모면하지 못하고 있는 실정이다. 이러한 문제의식에서 이 연구는 그동안 생산자 중심의 지역방송 연구를 수용자 중심으로 바꾸고자 했다. 다시 말해 지역방송의 수용자인 지역 시청자들의 관점에서 지역방송의 지역성의 이미를 되살펴보고, 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인 사이의 인식 차이를 살펴보았다. 이를 통해서 지역방송이 지향해야 할 지역성 구현의 가치 및 방향을 모색하고자 했다. 구체적으로 본 연구에서 해결하고자 하는 연구문제는 아래와 같다.

연구문제 1: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 태도유형은 어떻게 구분되는가?

연구문제 2: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 태도유형의 특성은 무엇인가?

연구문제 3: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 태도유형 간 차이점과 공통점은 무엇인가?

연구문제 4: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인 사이의 객관적 일치도는 어떻게 나타나는가?

연구문제 5: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인 사이의 주관적 일치도는 어떻게 나타나는가?

연구문제 6: 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자와 방송인 사이의 정확도는 어떻게 나타나는가?

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

연구문제 1부터 3까지를 해결하기 위해 본 연구에는 Q 방법론을 적용했다. 그리고 연구문제 4부터 6까지를 해결하기 위해서는 상호지향성 모델(co-orientation model)을 적용하여 살펴보았다.

먼저, 지역방송의 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 태도유형을 살펴보기 위해 42개의 Q 표본을 선정하고, 44명의 P 표본을 대상으로 Q 분석을 실시했다. 분석결과, 모두 5개의 유형으로 구분되었다. 제1유형에는 14명, 제2유형에는 5명, 제3유형에는 7명, 제4유형에는 9명, 제5유형에는 9명이 속해 있었으나 유형별 특성에 따른 인구통계학적 차이는 거의 없었다. 따라서 시청자들의 인구통계학적 특성과 주관성 구조 사이에는 크게 관련성이 없음을 알 수 있다. 유형 간 상관관계를 분석한 결과, 유형 1과 유형 4의 상관관계가 가장 높으며, 유형 2와 유형 3의 상관관계가 가장 낮은 것으로 나타났다.

유형별 특성을 살펴보면, 제1유형은 <지리적 차별화 지향성>으로 지역방송은 지역의 보편성을 추구하고 지역사회 고발 및 비판 프로그램을 강화해야 한다는 등 전통적인 지리적, 공간성에 기반한 지역성 추구를 강조하고 있다. 제2유형은 <사회/문화 지향형>으로 지역사회의 정체성 확립이나 지역 문화 창달 기여 등 사회 문화적 차원의 지역성을 강조하고 있다. 제3유형은 <사회공동체 지향형>으로 인근지역 간 공동번영 추구, 지역 공동체 관련 정보 전달 등 인근지역이나 지역 공통체적 관점을 강조하고 있다. 제4유형은 <사회비판/감시 지향형>으로 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경감시 기능, 지역 자치단체의 공약과 업무의 감시 등 개인과 지역의 정체성을 기반으로 지역사회의 역량을 강화하는 것을 강조하고 있다. 마지막으로 제5유형은 <다문화/소수자 지향형>으로 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 개발해야 하고, 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다는 데 공감을 갖고 있다.

다음으로 유형 간 차이를 살펴보면, 제1유형과 제2유형은 유능한 인재를 발굴하고, 소유와 경영이 분리되지 않아야 한다는 등 방송사 내부의 문제에서 큰 차이를 보이고 있다. 제1유형과 제3유형은 지역사회에 비판적인 프로그램 강화, 방송권역 내 사회적 상황과 현안 보도 등에서 큰 차이를 보이고 있다. 제1유형과 제4유형은 지역의 보편성과 특수성 반영, 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다는 진술문에서 큰 차이를 보이고 있으며, 제1유형과 제5유형은 중앙 방송과는 다르게 편성해야 하며, 중앙 방송사의 의존도를 낮추어야 한다는 점에서 큰 인식의 차이를 나타내고 있다. 제2유형과 제3유형은 지방 자치단체의 공약과 업무의 감시 기능, 지역 내 문화 창달과 발굴 등의 진술문에 큰 차이를 보이고 있으며, 제2유형과 제4유형은 소유와 경영의 분리 및 지역 내 문화 창달 기여 등의 진술문에 큰 창이를 보이고 있다. 제2유형과 제5유형은 지역민의 권익보장, 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠 제작 등의 진술문에서 큰 차이를 보이고 있다.

제3유형과 제4유형은 방송권역 외 지역민에 대해서도 많이 보도해야 하며, 지역 자치단체의 공약

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

과 업무를 감시하고 비판해야 한다는 진술문에 대해 큰 인식차이를 보이고 있으며, 제3유형과 제5유형은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램의 강화, 방송 권역 내 사회적 상황과 현안 보도 등에 대해 인식의 차이를 보이고 있다. 마지막으로 제4유형과 제5유형은 지역 언론의 환경 감시기능, 프로그램의 기획 및 구성작가 강화 등에 있어 큰 인식 차이를 드러내고 있다.

다음으로 유형과 상관없이 모든 응답자들(P-sample)이 공통적으로 합의하고 있는 진술문들은 모두 16개로 나타났다. 그러나 Z값 ±1을 기준으로 했을 경우 8개의 진술문이 모든 유형 간에 공통적인 특성으로 나타났다. 이 진술문들의 특징을 보면, 지역방송이 지역민과 소통해야하고, 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다고 보고 있다. 또한 지역방송은 인근지역의 공동 번영에도 기여해야 하며, 지역 공동체의 삶을 반영하고 소수 계층의 이해를 대변하고, 지역 콘텐츠 방영, 지역 여론 형성 기여, 사회적 연대감과 관련된 내용의 보도 등이 지역성 구현에 중요한 요소라고 보고 있다.

다음은 지역방송의 지역성에 대해 지역 시청자들과 지역 방송인들은 어떻게 인식하고 있으며, 상대방에 대한 이해도가 얼마나 높은지를 파악하기 위해 상호지향성 분석을 실시했다. 지역 시청자 120명, 지역 방송인 120명 등 모두 240명을 대상으로 설문조사를 실시했다. 설문항목은 Q 분석을 통해 모든 유형의 응답자들이 공통적으로 동의한 16개 항목을 대상으로 구성했다.

먼저 지역 시청자와 지역 방송인 간의 인식 차이를 검증할 수 있는 객관적 일치도를 살펴본 결과, 16개 항목 중 인식 차이가 있는 것은 7개 항목이고 나머지 9개 항목은 인식 차이가 없는 것으로 나타났다. 인식차이가 없는 항목들은 지역민의 이해와 관심 반영, 지역사회 관련 생활정보 전달, 지역 공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보 전달, 지역 공동체의 삶 반영, 지역사회구성원간의 소통과 활용에 기여, 지역민이 제작한 콘텐츠 방영, 지역 혁신 추체 간의 협력 도모, 지역사회 사회자본 확충 기여, 인근 지역 간 공동번영 추구 등이다. 나머지 인식 차이가 나는 항목은 모두 지역 시청자의 인식이 지역 방송인의 인식보다 높게 나타나 지역성 구현에 대한 시청자들의 욕구가 지역 방송인들의 욕구보다 훨씬 더 크다는 것을 알 수 있다.

주관적 일치도 1(시청자 인식과 방송인 인식에 대한 시청자 추정)을 살펴본 결과, 16개 항목 중 4개 항목에서만 상호간 불일치하고, 나머지 12개 항목은 일치하는 것으로 나타났다. 이는 곧 시청자들이 생각하기에 방송인들도 지역방송의 지역성에 대해 자신들과 비슷하게 인식할 것이라고 추정하고 있는 것이다. 그러나 객관적 일치도를 보면 이러한 추정은 잘못된 것이라는 사실을 알 수 있다. 왜냐하면 객관적 일치도를 통해 두 집단 간의 인식 차이가 존재한다는 것을 알 수 있었기 때문이다. 시청자들이 자신들의 인식과 방송인의 인식이 비슷할 것이라고 제대로 추정하고 있는 항목들은 지역 공동체 내 사람

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이나 사건에 관한 정보 전달, 작은 지역 공동체의 삶 반영, 지역의 혁신 주체 간 협력 도모, 지역사회의 사회자본 확충 기여, 인근 지역 간 공동번영 추구 등이다.

<표 37> 상호지향성 분석결과 요약

항 목	객관적 일치도	주관적 일치도 1	주관적 일치도 2	정확도 1	정확도 2
지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다	a>b	**a≒c**	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다	a>b	**a≒c**	b>d	a<d	b>c
지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다	**a≒b**	a>c	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다	**a≒b**	a>c	**b≒d**	**a≒d**	**b≒c**
지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다	a>b	**a≒c**	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다	**a≒b**	**a≒c**	**b≒d**	**a≒d**	**b≒c**
지역방송은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다	**a≒b**	**a≒c**	**b≒d**	**a≒d**	**b≒c**
지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다	**a≒b**	a>c	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다	**a≒b**	a<c	**b≒d**	**a≒d**	**b≒c**
지역방송은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다	a>b	**a≒c**	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다	**a≒b**	**a≒c**	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다	**a≒b**	**a≒c**	**b≒d**	**a≒d**	**b≒c**
지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다	**a≒b**	**a≒c**	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다	a>b	**a≒c**	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송의 지역성을 위해서는 경영진의 노력이 중요하다	a>b	**a≒c**	b>d	**a≒d**	b>c
지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다	a>b	**a≒c**	b>d	**a≒d**	b>c

a: 시청자 인식 b: 방송인 인식 c: 방송인에 대한 시청자 추정 d: 시청자에 대한 방송인 추정

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다음으로 주관적 일치도 2(방송인 인식과 시청자 인식에 대한 방송인 추정)를 살펴본 결과, 16개 항목 중 4개 항목에서만 일치하고 나머지 12개 항목은 불일치하는 것으로 나타났다. 특히 객관적 일치도와 비교하여 방송인들이 잘 추정한 항목은 모두 12개 항목이다. 결국, 방송인들은 시청자들보다도 상대방의 생각을 더 잘 추정하고 있다는 것을 알 수 있다.

다음으로 정확도 1(시청자 인식과 시청자 인식에 대한 방송인 추정)을 살펴본 결과, 12개 항목 중에서 1개 항목(지역사회의 여론형성 기여)만 제외하고 나머지 모든 항목에서는 시청자의 생각을 정확하게 읽어내고 있음을 알 수 있었다. 반면에 정확도 2(방송인 인식과 방송인에 대한 시청자 추정)을 보면, 시청자들은 방송인들의 생각을 잘 읽어내지 못하고 있는 것으로 나타났다. 지금까지의 상호지향성 분석 결과를 요약하면 위의 <표 37>과 같다

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 2 절 연구결과에 대한 논의

지역성 구현은 지역방송의 존재이유이자 반드시 수행해야 하는 필연적인 것이다. 그럼에도 불구하고 아직까지도 지역성은 시청자나 방송인 모두에게 추상적인 구호로만 남아있는 실정이다. 많은 선행연구들이 지역성 구현의 중요성을 강조하며, 지역성과 관련된 연구들을 쏟아내고 있지만, 대부분이 규범적이고 당위론적인 결론에 치우치고 있다는 비판이 제기되고 있다. 물론 최근 들어 지역성에 관한 실증적 연구들이 하나둘씩 생산되고 있는 것은 매우 고무적인 일이라 하겠다. 특히 지역성 지수의 개발 필요성이 제기되는 등(주정민, 2004), 추상적 영역에 머물러 있던 지역성 개념을 구체화하고 계량화하려는 시도는 긍정적으로 평가할만한 하다. 특히 이론적 논의를 통해 알 수 있듯이 미디어 기술의 발전으로 인해 지역성 개념이 지리적 공간적 한계에서 벗어나 다차원적으로 재정립되고 있는 것도 진일보한 연구성과라 할 수 있을 것이다.

그럼에도 불구하고 지역의 시청자들은 아직도 지역방송과 지역성에 대한 관심이 부족한 것 같다. 본 연구를 통해 시청자들이 갖고 있는 지역성에 관한 주관적 태도 유형을 살펴본 결과 모두 5개의 유형으로 구분되었는데, 실제적으로 태도 유형을 구분되더라도 모든 시청자들이 지역방송의 지역성 구현에는 공감을 하고 있다. 그러나 지역의 시청자들은 지역방송의 역할이 중요하고, 지역성 구현을 위해서는 지역방송이 제작한 프로그램 비중이 더 커져야 한다고 하면서도 실제로는 지역 프로그램을 잘 시청하지 않는다. 실제 머리로 생각하는 것과 가슴으로 느끼는 것이 서로 다른 것이다.

이러한 논의를 바탕으로 본 연구 결과에 대한 논의와 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, Q 분석을 통해 지역 시청자들이 갖고 있는 지역성에 대한 주관적 태도 유형이 모두 5개인 것으로 나타났으며, 그 중에 제1유형인 지리적 차별화 지향성의 설명력이 가장 높은 것으로 나타났다. 최근 미디어 기술 및 사회 환경의 변화 등으로 지역성의 개념이나 구현 가치가 많이 변하고 있지만, 그래도 아직까지는 여전히 지역 시청자들은 지리적 지역성에 함몰되어 지역 중심의 프로그램 제작이나 지역 방송사의 역할 등을 강조하고 있다. 따라서 지역성의 개념이 변한다고 해도 여전히 지역 방송사들은 지리적 지역성에 입각한 프로그램을 제작할 필요가 있다. 하지만 핵심적인 정치 경제 활동이 중앙 집중화되고, 경제활동이나 여타의 생활이 수도권 지향적인 구조 하에서 지리적 지역성을 강조한 프로그램이 지역 시청자들의 관심을 끌기는 어렵다. 지역의 시청자들은 지리적 차별화를 추구하는 프로그램 제작이나 방송사의 역할을 많이 요구하고 있기는 하지만 최근의 환경 변화에 따라 지역사회의 문화와 사회 공동체도 지역성의 핵심 요소로 인식하고 있으며, 더 나아가 지역 언론의 사회비판 및 감시, 다문화와 소

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

수자를 위한 방송의 역할 등도 중요한 요인으로 지적하고 있다. 이러한 현실적인 문제와 시청자들의 이상적인 지향점의 간극을 어떻게 메꾸어나갈 것인가는 지역 방송인들이 해결해야 할 과제로 남아 있다.

둘째, 상호지향성 분석을 통해 지역성에 대한 지역 시청자들의 인식과 방송인의 인식에 큰 차이가 있음을 알 수 있었다. 이는 곧 시청자들이 방송에 요구하는 지역성과 실제 방송인이 구현하는 지역성 사이에 괴리가 있다는 것을 여실히 보여주는 것이라 할 것이다. 사실 방송은 시청자를 외면하고는 존재가치가 없다. 방송이 시청자들로부터 사랑을 받기 위해서는 무엇보다도 시청자들이 무엇을 원하고, 또 어떤 프로그램을 좋아하는지를 알아야 한다. 시청자에 대한 이해가 필요하다는 것이다. 그러나 본 연구결과만 놓고 보면, 지역 방송인들은 지역성 구현이 중요하다고 인지는 하면서도 정작 지역 시청자들이 필요로 하는 지역성이 아니라 자기들 스스로 필요하다고 판단하는 지역성이 담긴 프로그램을 제작해 방영하고 있지 않은지 되새겨 볼 필요가 있다.

셋째, 주관적 일치도와 정확도를 통해 살펴보면, 상대방에 대한 이해도는 지역 시청자들보다는 지역 방송인들이 더 높게 나타났다. 이는 당연한 결과일 것이다. 왜냐하면, 방송인들은 프로그램을 제작하면서 항상 시청자들의 생각을 고민하게 될 것이지만, 시청자들이 프로그램을 시청하면서 그 프로그램을 제작한 방송인들의 생각을 고민하지는 않을 것이기 때문이다. 따라서 이 결과를 놓고 방송인들이 우리는 시청자를 잘 이해하는데 시청자들은 우리를 잘 이해해 주지 않는다고 불평을 털어 놓아서는 안 될 것이다.

이상의 연구결과를 바탕으로 이제 지역 방송인들은 지역 시청자들이 추구하는 지역성을 제대로 이해하고 이를 충족시킬 수 있는 프로그램을 만들어야 할 것이다. 사실 방송인들은 자신들이 보도하는 뉴스나 제작한 프로그램이 지역성을 제대로 구현하고 있는지, 지역 시청자들을 만족시키고 있는지 궁금하지 않을 수 없다. 우리나라 지역방송의 구조는 중앙에 존속되어 있는 관계로 방송의 공적책임이나 자유 등에 대해서는 많은 학습이 이루어져 왔지만, 지역성 구현이나 가치에 대해서는 소홀히 해 왔던 게 사실이다.

지역 방송인들은 지역방송의 지역성에 대한 문제의식이 없이 지역 내의 사람, 사건 사고, 역사, 문화, 풍습, 전통, 자연환경, 사회적 현안, 대립과 갈등 등 방송의 소재를 늘 방송권역 내에서만 한정해 찾았고, 이것이 마치 지역성을 실현하는 것처럼 인식해 왔다. 지역성 구현이 방송권역인 지리적, 사회적 공간 내의 소재만을 충실하게 다루는 것인지, 지역의 이익만을 대변하는 것이 지역성을 잘 구현하는 것인지에 대한 진지한 고민이 부족했던 게 사실이다.

이제 지역 방송인들은 방송의 지역성에 대해 좀 더 깊은 고민을 해야 할 것이고, 이를 보도나 프

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

로그램 제작에 적극 반영할 필요가 있다. 이를 위해서는 시청자들과 적극적인 소통을 통해 시청자들이 추구하는 지역성을 정확하게 파악할 필요가 있다. 더 나아가 지역 방송인들은 변화하는 지역성 개념을 정확하게 인식하고, 전통적인 지역성 개념에만 함몰되는 오류를 범하지 말아야 할 것이다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

제 3 절 연구의 한계 및 후속연구를 위한 제언

본 연구는 급변하는 미디어 환경 속에서 지역방송의 존재이유이기도 한 지역성에 대한 지역 시청자들의 주관적 인식유형을 밝혀내고, 지역 시청자와 지역 방송인 간의 지역성에 대한 상호 이해도를 밝히고자 했다. 최근 지역방송의 지역성에 관한 연구들이 많이 늘어나고 있지만, 대부분이 규범적이고 당위론적 접근에 치우치거나 제작자나 방송사의 관점에서 이루어진 것들이 대부분이다. 본 연구는 이러한 연구의 한계를 극복하고 시청자 입장에서 지역성에 대한 주관적 태도를 밝혀보고, 시청자와 방송인(제작자) 간의 지역성에 대한 인식 차이 및 오해의 수준을 밝혀냈다는 점에서 의의가 있으며, 기존 연구들과 차별화된다고 하겠다.

그럼에도 불구하고, 본 연구는 몇 가지 한계를 갖고 있다. 본 연구가 갖고 있는 몇 가지 한계점과 후속연구를 위한 제언을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 지역방송 연구를 지상파 TV로 국한시켰다는 점이다. 앞에서도 논의했지만, 최근 미디어 기술의 발달로 인해 지역성이 지역성 개념에서 사회문화적 개념으로 바뀌고 있다. 이 같은 지역성의 개념변화는 지상파 TV 중심의 전통적인 지역방송 경계를 무너뜨리고 있다. 이미 지역방송을 지역 지상파 방송에만 국한시키는 것은 협소한 연구결과를 가져올 수 있다며, 지역 케이블이나 지역 소 출력 방송, 지역 인터넷 방송 등도 지역방송의 범위에 포함시켜야 한다는 주장도 제기되고 있다(원용진・황상현, 2011). 뿐만 아니라 지역의 지상파 TV방송이 지역성 구현을 하기 위해서는 지역 케이블 방송과 유기적으로 연계할 필요성이 있다는 주장도 있다(김재영, 2017). 결국, 오늘날 지역방송은 단순이 지상파 방송만 아니라 다른 지역 미디어들과의 복합적인 차원에서 논의될 필요가 있다. 그럼에도 불구하고 본 연구가 지상파 TV에만 집착했던 것은 다양한 미디어들을 포함시킬 경우 연구의 초점이 흐려질 우려가 있다고 판단했기 때문이다. 하지만 향후 연구에서는 다양한 지역 미디어들을 고려한 연구가 진행될 필요가 있다.

둘째, 상호지향성 연구에서 방송인 응답자들을 전국적으로 골고루 표집하지 못했다는 점이다. 시청자 집단은 전국 단위의 온라인 서베이를 통해 모집단을 대표할 만한 응답자들을 선정했다. 그러나 지역방송인의 경우는 전문가 집단으로 우편이나 이메일 등을 통해 응답자를 모집하다보니 전국 지역방송의 대표성 있는 사람들을 선정하지 못했다. 향후 연구에서는 이러한 표집의 문제점을 극복할 필요가 있다.

셋째, Q 표본을 선정하는데 있어 최근의 변화하는 지역성을 충분하게 반영하지 못했다는 점이다. 물론 본 연구에서는 선행연구 및 개방형 설문조사 등을 통해 Q 모집단을 수집하고, Q 연구의 절차에 따라 최종 Q 표본을 선정하는 과정을 거쳤다. 그렇다고 해서 Q 표본이 지역방송의 지역성에 관한 모든

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

진술문들을 대표한다고 볼 수는 없다. 왜냐하면, 지역성 개념은 고착된 것이 아니라 상황에 따라 변화하는 개념이기 때문이다. 특히 본 연구에서는 기존 연구에 의존하다보니 지리적 지역성에 함몰된 느낌도 없지 않다. 향후 연구에서는 지리적 지역성뿐만 아니라 사회문화적 지역성까지 포괄할 수 있는 Q 표본의 선정을 기대해 본다.

넷째, Q 진술문을 구성하는데 있어 응답자의 편의성을 고려하여 긍정과 부정의 진술문으로 작성했다. 그 결과 각 유형별 변량이 너무 치우쳐 설명력이 떨어지는 유형도 나타나게 되었다. 향후 연구에서는 이러한 문제점들을 보완하여 Q 진술문을 구성하는데 좀 더 세심한 노력을 할 필요가 있다.

마지막으로 본 연구를 수행하면서 가장 근본적인 문제점은 지역 시청자나 방송인 모두 지역성에 대한 인식이 부족하다는 점이다. 지역 시청자나 방송인 모두 당위론적으로 지역방송의 지역성 구현이 필요하다고 강조는 하고 있지만, 구체적으로 어떤 방식으로 구현해야하는지 실천적 차원에서는 해법을 제대로 제시하지 못하고 있다. 그러한 상황에서 지역 시청자들의 지역성에 대한 주관적 인식을 밝히고, 시청자와 방송인들을 대상으로 지역성에 대한 자신의 인식뿐만 아니라 상대방이 생각하고 있는 인식까지 설문조사를 한 연구결과가 과연 얼마나 일반화가 가능할지에 대해서는 곰곰이 생각해 볼 필요가 있다. 앞으로 이러한 한계점들을 극복하여 더 진전된 연구들이 이어지기를 기대해 본다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

참고문헌

강대인(1993). 『민간 지역방송 신설방안에 관한 연구』, 서울: 한국방송개발원.

강명현(2005). 지역방송 프로그램의 질적 평가: 지역성 지수 개발을 위한 시론적 연구,『방송연구』, 24(2), 177-202.

강명현(2013). 지역방송 프로그램의 질적 측정을 위한 척도개발 및 평가에 관한 연구,『한국방송학보』, 27(6), 7-36.

강명현・조정열(2003). 방송의 로컬리즘과 공중관계성: 문화행사를 중심으로,『홍보학연구』, 7(2), 43-67.

강명현・홍석민(2005). 로컬리즘과 지역방송: 시회적 로컬리즘의 개념화를 위한 시론적 연구, 『한국방송학보』, 19(1), 109-141.

강승묵(2007). 지역방송 프로그램의 영상 포맷과 서사 구조에 관한 연구: 지역방송 역사 다큐멘터리의 역사성과 지역성의 재현방식을 중심으로,『한국방송학보』, 21(2), 9-45.

강용배(2003). 지역사회 정체성과 사회자본 형성요인 분석: 지역사회공동체운동 사례를 중심으로,『한국정책과학학회보』, 7(2), 189-216.

국정자문위원회(2017. 07).『문제인 정부 국정운영 5개년 계획』.

김경희・윤영민(2008). 시민기자로서의 블로거의 활동 동기와 뉴스 생산 과정: 방송사 블로그 운영자를 대상으로 한 질적 연구.『미디어경제와 문화』, 6(4), 40-84.

김대호(2001). 국경을 초월한 방송시대 방송권역과 지역성,『한국언론학회 2001년 심포지엄 발제문』.

김미애(2014).『지역 시청자들의 사회적・심리적 특성과 지역방송 시청의 관계 연구: OBS를 중심으로』, 한양대 대학원 박사논문.

김민남(2003).『지역공동체와 공공저널리즘』. 서울: 커뮤니케이션북스.

김병국・김영호(1990). 지방언론 연구의 성찰, 한국언론학회(편). 『한국언론학연구 30년: 성찰과 전망』, 67-86.

김병선(2008). 프로그램 편성 비율 고시가 지역 지상파 방송 편성에 미치는 영향: 의무 외주 제작 비율 및 자체 편성 비율 고시를 중심으로,『언론과학연구』, 8(3), 117-164.

김봉철(2006). 우리나라 지역방송 광고시장의 문제점과 개선방안,『사회과학연구』, 27(1), 31-51.

김세철(1993). 지역 민영방송 설립에 대한 시론적 연구,『한국언론학보』, 30, 5-31.

김송희・유종원(2012). 지역신문의 지역성 구현 방식에 관한 질적 연구: 미국〈콜롬비아 데일리 트리뷴〉을 중심으로, 『언론과학연구』, 12(4), 107-140.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

김영수(2013). 로컬 미디어 진화에 관한 연구,『한국방송학회 2013년 가을철 정기학술대회 발제문』.

김영수・강경수 (2013). 로컬 저널리즘의 변화. 『한국방송학회 가을철정기학술대회 발제문』, 11월 9일.

김영수・강경수(2014). AHP를 이용한 지역 언론인들의 지역성 평가요인의 우선순위분석: 지역신문 기자들의 인식을 중심으로,『한국언론학보』, 58(1), 331-355.

김영수・강경수(2015). AHP기법을 활용한 지역방송의 지역성 평가요인의 상대적 중요도 분석: 부・울・경 지역 MBC와 지역민방을 중심으로,『언론학연구』, 19(1), 49-85.

김영수・임종수(2010). 지역 방송인의 신지역주의 전략 인식에 관한 연구. 『방송통신연구』, 』72, 103-129.

김영수・임종수(2013). 지역방송의 글로컬 콘텐츠 기획과 표현 전략에 관한 연구: KNN <위대한 비행>의 성과와 한계를 중심으로, 『미디어 경제와 문화』, 11(1), 47-87.

김영수・김연식 (2011). 지역신문 멀티미디어 콘텐츠 생산과 지역성 구현에 관한 연구: 부산일보 사례를 중심으로,『언론과학연구』, 11(4), 174-202.

김유화(2008). 디지털 시대 수용자가 인식하는 공영방송 정체성과 그 함의, 『주관성연구』, 16, 75-92.

김응숙(2002). 다매체・다채널 시대의 지역방송: 프로그램 수급 및 재원확보 방안을 중심으로,『언론과학연구』, 2(1), 37-91.

김재영(2017). 케이블 지역채널은 방송 지역성 강화의 대안일 수 있을까?: 지역 지상파와 케이블 지역채널 간 접목 가능성 탐색,『한국언론정보학보』, 84, 7-27.

김재영・양선희(2015). 지역방송 연구에 관한 종합적・분석적 메타분석,『언론과학연구』, 15(1), 162-194.

김재영・이승선(2016). 지역방송의 내부 식민지는 어떻게 작동하는가?: 사장선임 등 지배구조 분석과 개선방안,『한국언론정보학보』, 78, 35-78.

김재영・한상헌(2015). 지역방송발전위원회를 향한 기대와 현실: 지역방송발전지원계획에 대한 비판적 검토를 중심으로, 『언론과학연구』>, 15(3), 67-96.

김진영・이상훈・한태학(2008). 지역공영방송의 프로그램 경쟁력 제고방안: 편성패턴, 시청행태, 광고시장 현황을 중심으로,『언론과학연구』, 8(1), 81-120.

김찬석・이완수・최명일(2014). 공영방송 수신료에 대한 시청자와 KBS 직원의 상호 이해와 곡해: 상호지향성 모델을 중심으로,『방송통신연구』, 85, 68-101.

김흥규(2008).『Q 방법론: 과학철학, 이론, 분석 그리고 적용』, 서울: 커뮤니케이션북스.

김흥규・정정주(2004). 지상파방송 정책 결정에 대한 참여자들의 인식 유형 연구,『주관성연구』, 9, 4-28.

김유미(2017). 라디오 교통안전 공익광고 캠페인에 대한 제작자와 청취자간의 인식 차이 연구: 상호지향성 모델을 중심으로,『언론과학연구』, 17(2), 51-81.

마동훈(2001). 지역방송, “밖에서” 할 일과 “안에서” 할 일: 지역방송 뉴스분석을 중심으로 한 경쟁

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

력 강화방안 모색,『언론과학연구』, 1(3), 59-106.
문종대・이강형(2005). 내부 식민지로서의 지역방송 재생산에 관한 연구,『언론과학연구』, 5(2), 175-208.
박종민・신명희(2004). 다원적 무지, 침묵의 나선, 제3자 효과, 그리고 상호 지향성 모델의 개념적 비교,『한국언론학회 심포지움 및 세미나』, 1-21.
백효경・우신구(2006). 지방도시의 지역성 논의에 관한 연구,『대한건축학회지회연합회논문집』, 8(2), 1-12.
배현석(2002). 지역 TV 뉴스의 다양성에 관한 연구: 대구 지역 공중파 TV 뉴스를 중심으로,『한국언론학보』, 46(4), 141-176.
변효진・전범수(2008). 미디어 기업의 사회적 책임 활동에 대한 이용자와 조직 구성원의 인식 차이 연구 : 상호지향성 모델의 적용을 중심으로,『한국방송학보』, 22(4), 92-126.
안재현(2010). 지역방송의 지역성 개념과 지역성 구현에 대한 탐색적 연구: KBS를 중심으로,『미디어와 공연예술연구』, 6(2), 43-62.
양선희(2013). 대전・충남지역 지상파 TV뉴스의 시계열적 분석: 지역성 구현을 중심으로,『사회과학연구』, 24(4), 195-216.
원용진・황상현(2011). 지역방송 연구의 경향성에 대한 비판적 고찰: 2000년부터 2010년 발표 논문을 중심으로,『언론과학연구』, 11(2), 285-332.
윤석민・김희진・윤상길・문태준(2004). 방송에서의 이념형적 지역주의와 그 현실적 전개,『언론과 사회』, 12(2), 121-156.
윤영철(2001). 온라인 저널리즘과 뉴스 패러다임의 변화.『사이버커뮤니케이션학보』, 7, 182-213.
윤영태(2008). 독일 지역미디어의 활성화 전략: 저널리즘 경쟁을 중심으로.『언론학연구』, 12, 79-101.
윤영태(2014). 지역방송의 지역성 구현에 관한 사례 연구: 지역 정보 프로그램을 중심으로,『언론학연구』, 18(4), 163-189.
이근용(2012). 지역방송 전통문화 콘텐츠의 지역성,『한국방송학보』, 26(2), 87-121.
이근용(2014). 행위자 네트워크 이론으로 본 지역성과 지역방송의 역할.『언론학연구』, 18(1), 135-164.
이근용・김영수(2012). 『지역방송 콘텐츠 기획』. 서울: 커뮤니케이션북스.
이동근・민인철(2006). 언론의 지역성 이슈보도 분석: 근접성의 뉴스가치,『정치정보연구』, 9(1), 29-45.
이세민・김영욱(2012). 과학 커뮤니케이션 담론 변화에 따른 참여자 간 상호지향성 연구: 원자력 위험 커뮤니케이션에 대한 전문가와 일반인의 인식 비교,『한국언론학보』, 56(1), 31-57.
이영민(1999). 지역 정체성 연구와 지역신문의 활용: 지리학적 연구주제의 탐색,『한국지역지리학회지』, 5(2), 1-14.
이준호・이현정(2005). 프로그램 및 시청자 특성과 지역방송 프로그램 만족도의 관계: 부산, 울산, 경남 권역 공동제작 사례연구,『언론과학연구』, 5(3), 484-515.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이진로(2004). 지역방송의 지역성 구현과 방송법의 규제방안,『한국방송학보』, 18(3), 634-678.

이진로(2008). 지역방송 정책의 평가와 과제,『언론과학연구』, 8(4), 68-113.

임영호(2002). 공간 이론을 통해 본 한국 방송학의 정체성 문제: 지역방송 관련 연구를 중심으로,『한국방송학보』, 16(2), 275-303.

임영호(2008). 지역 언론학의 학문적 정체성: 쟁점과 진단,『언론과학연구』, 8(4), 5-36.

임종수・김영수(2013). 지역방송 글로컬 콘텐츠 기획과 표현전략에 관한 연구-KNN의 성과와 한계를 중심으로. 『미디어경제와 문화』, 11(1), 47-87.

임종수・이원(2010). 드라마 테마파크, 문화 콘텐츠와 지역의 만남: 프랑스 '퓌뒤푸' 사례를 중심으로,『방송문화연구』, 22(1), 147-172.

장병희・남상현(2012). 소셜 미디어의 발전과 네트워크 저널리즘 전망; 소셜 미디어의 저널리즘 기능에 대한 수용자의 평가를 중심으로,『언론과학연구』, 12(4), 457-496.

장우진(2011). 지역성에 기반한 도시재생과 사회적 기업 연계의 기대 효과,『한국지적정보학회지』, 13(1), 129-146.

장호순 (2015). '종속'과 '배제' : 한국 지역방송의 내부 식민지 구조에 대한 탐색적 연구,『언론과학연구』, 15(2), 375-411.

전환성(2001). 방송환경 변화에 따른 지역방송의 대응전략 및 정책방향,『방송연구』, 20(1), 95-127.

정상윤(2003). 다매체 시대, 지역방송의 현실과 발전방안.『다매체시대 지역방송 발전방안 세미나 발제문』, 서울: 한국언론재단.

정상윤(2009). 지역방송정책 평가연구: 2000년 이후의 로컬리즘 정책을 중심으로,『언론과학연구』, 9(2), 498-530.

정용준(2007). 방송정책의 지역주의에 대한 국가 간 비교 분석: 영국, 미국, 캐나다, 호주, 한국방송의 지역주의 정책을 중심으로,『언론과학연구』, 7(4), 143-176.

정준희(2004). '수용자 프로그램 감상지수'(AI), 시청률 편향성 보완. 『해외방송정보』, 5월호, 14-27.

조성호・송민정(2000). 시청자와 제작자의 지역성 인식차이와 지역 프로그램 편성,『사회과학』, 12, 285-330.

조욱희・권상희(2012). PD 저널리즘의 특성에 관한연구: PD, 기자, 수용자의 상호지향성 인식측정 중심으로,『한국방송학보』, 26(3), 650-693.

조항제 (2006). 지역방송의 지역성 변화: 개념적 접근.『한국언론정보학보』, 43, 275-305.

주정민(2004a). 지역방송의 지역성 지수 개발 필요성과 방향,『한국방송학회 봄철 학술대회 논문집』, 347-356.

주정민(2004b) 지역방송의 지역성 지수에 관한 연구,『한국방송학회 가을철 학술대회 논문집』, 331-348.

주정민・박복길(2007). 지역방송 뉴스 특성, 구성방식과 지역성 구현과의 관계 연구,『한국언론학보』,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

51(1), 304-327.

주정민・배윤정(2009). 지역 지상파 DMB 콘텐츠의 지역성에 관한 연구.『방송과 커뮤니케이션』, 10(2), 161-198.

진상현(2006). Q 방법론: 주관적 의식에 관한 연구로의 초대,『국토』, 302, 123-131.

최영재(2007). 지역방송 채널 브랜드와 뉴스편성 전략: 채널 브랜드 자산의 구성과 효과, 전략을 중심으로, 『방송과 커뮤니케이션』, 8(1), 163-186.

최용준(2014). 지역방송 뉴스 시청행태 및 만족도 연구: 전주지역 지상파 3사 메인 뉴스를 대상으로,『사회과학연구』, 38(1), 75-101.

최현주・이강형(2008). 지역 언론학 연구의 동향과 특성: 1960년~2008년까지의 연구논문을 중심으로, 『언론과학연구』, 8(4), 37-67.

탁진영・서예란(2011). 지역성 구현을 통한 지역 프로그램의 개선방안에 관한 탐색적 연구: 지역민과 제작자의 인식차이를 중심으로,『언론과학연구』, 11(4), 527-556.

하종원(2012). 방송 프로그램의 심의기준에 대한 이해관련자들의 인식유형 연구: Q방법론적 접근, 『언론과학연구』, 12(1), 155-198.

한선・이오현(2012). 지역방송의 지역성 개념과 지역성 구현의 문제,『한국방송학보』, 26(5), 271-306.

한진만(2006). 지역방송의 편성과 지역성: 춘천 지역방송을 중심으로,『사회과학연구』, 45, 1-29.

현승훈(2011). TV방송 다큐멘터리 선호도에 대한 수용자의 주관성 연구,『한국콘텐츠학회논문지』, 11(10), 128-136.

Atwater, T. (1984). Product Differentiation in Local TV News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 61(4), 757-762.

Baines, D. (2012). Hyper-local news: A glue to hold rural communities together? *Local Economy*, 27(2), 152-166.

Bollier, D. (2005). The end of localism in broadcasting. Available: http://onthecommons.org/node/504.

Brown, S. R. (1980). *Political Subjectivity: Applications of Q methodology in political science*, New Haven and London: Yale University Press.

Calhoun, C. J. (1980). Community: Toward a variable conceptualization for comparative research. *Social Theory*, 5(1), 105-129.

Carter, R. F. (1965). Communication and affective relations, *Journalism Quarterly*, 42, 203-212.

Chaffee, S. H., & McLeod, J. M. (1968). Sensitization in panel design: A coorientational experiment. *Journalism Quarterly*, 45, 661-669.

Cole, H., & Murck, P.(2007). The myth of the localism mandate: A historical survey of how the FCC's actions belie the existence of a governmental obligation to provide local programming. J*ournal*

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

of Communication Law and Policy, 15, 339-371.

Collins, T. A. (1980). Local service concept in broadcasting: An evaluation and recommendation for change. *Iowa Law Review,* 65(2), 553-635.

Cowling, P. (2005). An earthty enigma: the role of localism in the political, cultural and economic dimensions of media ownership regulation. *Hastings Communications and Entertainment Law Journal*, 27, 257-358.

Dillman, D. A. (1985). The social impacts of information technologies in rural North America. *Rural Sociology,* 50(1), 1-26.

Dunbar-Hester. C. (2013). What' s Local? Localism as a Discursive Boundary Object in Low-Power Radio Policy making. Communication, *Culture & Critique*, 6, 502-524.

Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity.* Cambridge: Polity Press.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*, New York: Wiley.

Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of behavioral research* (3rd ed.). Fort Worth, TX: Holt Rinehart & Winston.

McLeod, J. M., & Chaffee, S. H. (1973). Interpersonal approaches to communication research. *American Behavioral Scientist*, 16, 467-501.

McQuail, D. (2000). *McQuail's mass communication theory*(4th ed.), London: Sage.

Moores, S. (2004). The doubling of place: Electronic media, time-space arrangements and social relationships, In N. Couldry, & A. McCarthy (Eds.). *Media Space: Place, scale and culture in a media age,* 21-36, London: Routledge.

Napoli, P. M. (2000). The localism Principle under stress. *Info*, 2(6), 573-582.

Napoli, P. M. (2001a). *Foundations of Communications Policy: Principles and Process in the Regulation of Electronic Media.* New Jersey: Hampton Press.

Napoli, P. M.(2001b). The localism principle in communications policy making and policy analysis: Ambiguity, inconsistency, and empirical neglect. *Policy Studies Journal,* 29(3), 372-387.

Newcomb, T. M. (1953). *An approach to study of communicative acts*, *Psychological Review*, 60(6), 393-404.

Newton, G. D. (2004). Localism in radio: U.S. regulatory approach. *Museum of Broadcasting Communications Encyclopedia of Radio*, 1, 869-872.

Padley, M. (2013). Delivering Localism: The Critical Role of Trust and Collaboration, *Social Policy and Society,* 12(3), 343-354.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Radcliffe, D. (2012). *Here and now: UK hyperlocal media today*. London, UK: Nesta.

Rothenbuhler, E. W., Mullen, L. J., DeLaurell, R., & Ryu, C. R. (1996). Communication, community attachment, and involvement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73, 445-466.

Scriven, M. & Roberts, E. (2001) Local Specificity and Regional Unity Under Siege: Territorial Identity and the Television News of Aquitaine. *Media Culture Society*. 23(5), 587-605.

Stamm, K. R., Emig, A. G., & Hesse, M. B. (1997). The contribution of local media to community involvement. *Journalism & Mass Communication Quarterly,* 74, 97-107.

Stavitsky, G. A. (1994). The changing conception of localism in U. S. public radio. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38(1), 19-34

Stephenson, W. (1953). *The Study of Behavior*. Chicago: The University of Chicago Press.

Viswanath, K., Finnegan, J. R., Jr., Rooney, B., & Potter, J. (1990). Community ties in a rural Midwest community and use of newspapers and cable television. *Journalism Quarterly*, 67, 899-911.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

부록 1: 지역방송의 지역성 Q 표본 추출을 위한 전문가 예비조사 설문지

통계법 제32조 및 제33조에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.	CODE			ID				

지역방송의 지역성에 대한 전문가 예비조사

안녕하십니까?

본 연구는 지역방송의 '지역성'을 알알보기 위한 예비 조사입니다. 지역방송의 지역성에 대한 평소 생각이나 느낌을 자유롭게 기술해주시기 바랍니다. 답변 내용은 연구의 목적에만 사용되고, 응답자의 개인적 정보는 철저하게 보장됩니다. 좋은 연구결과를 위해서 성실하게 답변해 주시면 감사하겠습니다.

조선대학교 대학원 박사과정 최 영 준
지도교수 김 봉 철

1. 귀하가 생각하는 '지역성'은 무엇이라고 생각하십니까?

2. 귀하가 생각하기에 지역방송에서 지향해야 할 '지역성'은 무엇이라고 생각하십니까?

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3. 지역방송에서 '지역성'을 적절히 담아내기 위하여 해야 할 일들은 무엇이라고 생각하십니까?

4. 지역방송의 지역성을 나타낼 수 있는 주요 키워드는 어떤 것들이 있다고 생각하십니까?

※ 다음은 귀하의 개인사항에 대한 내용입니다.

1. 귀하의 성별은 ? ① 남성(　　) ② 여성(　　)
2. 귀하의 연령은 ? (　　년생)
3. 귀하의 직무는 ? ① PD (　　) ② 기자 (　　) ③ 아나운서 (　　)
   ④ 작가 (　　) ⑤ 기술직 (　　) ⑥ 경영관리 (　　)
   ⑦기타 (　　)
4. 귀하의 방송국 근무경력은 ? (　　)년
5. 귀하가 근무하는 방송사는? MBC, KBS의 경우 소재지를 명기해 주세요. 예: 광주 MBC
   (　　)

감사합니다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

부록 2: Q 진술문 카드

01. 지역방송은 방송권역 내 사회적 상황과 현안을 많이 보도해야 한다.	02. 지역방송은 방송권역 외의 지역민에 대해서도 많이 보도해야 한다.	03. 지역방송은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다.
04. 지역방송은 방송권역 내 지역문화- 창달과 발굴에 관심을 기울일 필요가 없다.	05. 지역민의 권익을 보장하고 대변하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	06. 지역방송은 출입처나 행정기관에서 일어난 사건들을 보도해야 한다.
07. 지역방송은 지역사회의 여론형성에 기여하는 것은 바람직하지 않다.	08. 지역방송은 지역사회에 대한 심층적 접근과 환경 감시 기능을 해야 한다.	09. 지역방송은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다.
10. 지역방송이 지역 고유의 유무형 자산의 콘텐츠화에 노력하는 것은 바람직하지 않다.	11. 지역방송은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다.	12. 지역방송은 사회적 연대감과 관련된 보도를 할 필요가 없다.
13. 지역방송은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다.	14. 작은 지역 공동체의 삶을 반영하는 것은 지역방송의 역할이 아니다.	15. 지역방송은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.
16. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 지역방송이 방영하는 것은 바람직하지 않다.	17. 지역방송은 지역공동체 내 생활정보 교류와 유통에 기여해야 한다.	18. 지역방송이 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영할 필요는 없다.
19. 지역방송은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다.	20. 지역방송은 지역사회 정체성 확립에 기여해야 한다.	21. 지역방송은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

22. 지역방송은 인근지역 간 공동번영을 추구하지 않아도 된다.	23. 지역방송은 지역 자치단체의 공약과 업무를 감시하고 비판해야 한다.	24. 지역방송이 지역기관의 마케팅 창구역할을 하는 것은 본연의 임무가 아니다.
25. 지역방송은 지역의 보편성과 특수성을 반영해야 한다.	26. 지역방송이 지역 문화자원을 세계적 수준으로 확장하는 것은 바람직하지 않다.	27. 지역방송은 다문화적 사회를 반영하는 콘텐츠를 제작해야 한다.
28. 지역방송은 지역 관련 뉴스 프로그램을 더 확대해야 한다.	29. 지역방송은 지역의 문화자원의 국제적 홍보를 해야 한다.	30. 지역방송은 글로벌 문화의 지역적 수용과 적용에 기여해야 한다.
31. 지역방송은 소유와 경영이 분리되지 않아야 바람직하다.	32. 지역방송은 지역의 인재를 많이 채용해야 한다.	33. 지역방송에 대한 정부의 제도적 지원은 별로 바람직하지 않다.
34. 지역방송은 중앙 방송사의 의존도를 높여야 한다.	35. 지역방송은 지역사회의 경제발전에 기여해야 한다.	36. 지역방송의 지역성 구현과 경영진의 노력과는 큰 상관이 없다.
37. 지역방송은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다.	38. 지역방송은 중앙의 방송사들과는 다르게 편성의 차별화를 기해야 한다.	39. 지역방송은 지역의 시청자들에 대한 지속적인 관심과 연구를 해야 한다.
40. 지역방송은 프로그램 기획 및 구성작가를 강화해야 한다.	41. 지역방송은 지역사회의 고발 및 비판 프로그램을 더 많이 강화해야 한다.	42. 지역방송은 지역을 뛰어 넘어 세계적인 사건에도 관심을 가져야 한다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

부록 3: Q 설문지

통계법 제32조 및 제33조에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.	CODE			ID				

Q 설 문 지

안녕하십니까?

본 설문은 지역방송의 지역성에 관한 의견을 묻는 내용으로 연구자의 박사학위 논문을 작성하기 위한 목적을 갖고 있습니다. 귀하는 모두 36개의 카드 형태로 된 진술문을 보시고 다음의 분류 요령에 의해 이 카드들을 분류하여 주시면 됩니다. 이 설문의 내용은 그 비밀이 철저히 보장될 것이며, 연구목적 이외에는 절대로 사용되지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘신 중에서 잠시 시간을 내어 설문에 협조해 주신데 대해 다시 한번 감사드립니다.

2017년 09월

조선대학교 대학원 신문방송학과 박사과정

최 영 준 드림

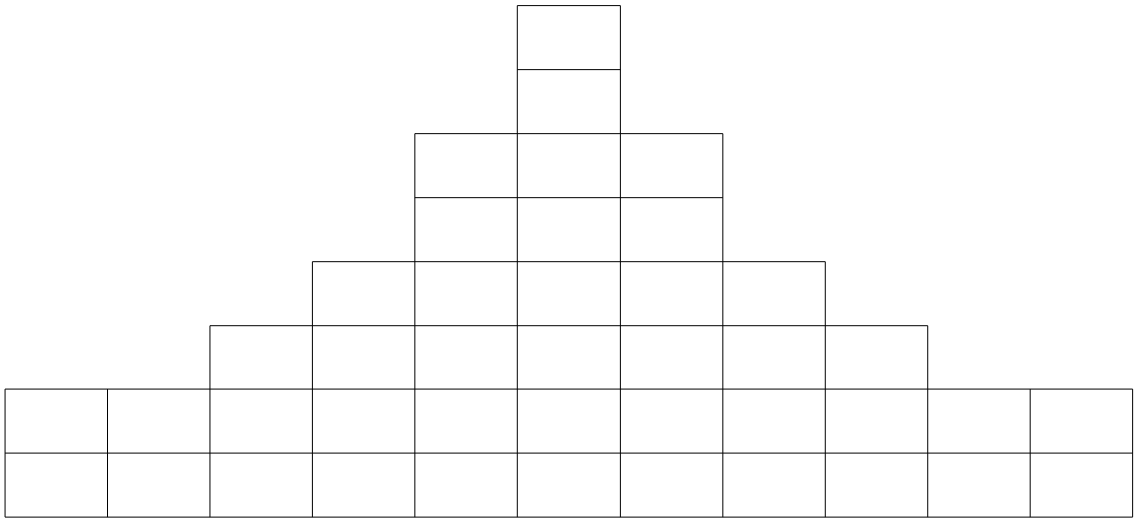
카드 분류 요령

1. 먼저 카드가 모두 42장인가를 확인하여 주십시오. 확인이 끝나면 ① 동의하는 내용, ② 중립적인 내용, ③ 동의하지 않는 내용 등 3종류로 분류하여주십시오.
3. 3가지로 분류가 되었으면 먼저 가장 동의하는 것부터 오른쪽에서부터 +5, +4, +3…의 순으로 배열하여 주십시오. 다음은 동의하지 않는 내용을 위와 같은 방법으로 왼쪽에서부터 -5, -4, -3… 의 순으로 배열하여 주십시오. 그 다음에는 잘 모르거나 보통이라고 생각한 내용을 중간에 배열하여 주십시오.
6. 분류표는 좌우방향만 의미가 있을 뿐 상하(上下)는 아무런 의미가 없습니다.
7. 1개의 칸에는 반드시 1개의 카드만 배열하시기 바랍니다. 따라서 빈 칸을 남겨서도 안 되고 한 칸에 중복 배열해서도 안 됩니다.
8. 분류가 다 끝나시면 카드 위쪽의 번호를 분류표에 기입하여 주십시오.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Q 분류표



(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
전혀 동의하지 않는다					잘 모르겠다 그저 그렇다					매우 동의한다

1. 귀하의 성별은? □남 □여
2. 귀하의 학력은?
   □고등학교 졸업 이하 □대학교 졸업 이하 □대학원 이상
3. 귀하의 직업은?
   □사무/기술직 □전문직 □자영업(개인사업) □농/임/수산업 □학생 □주부 □기타
4. 귀하 가정의 월 총수입은?
   □200만원 미만 □200만원 이상~300만원 미만
   □300만원 이상~500만원 미만 □500만원 이상
5. 귀하의 출생연도는? 19 □ 년

협조해 주셔서 감사합니다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

부록 4: 상호지향성 설문지(시청자용)

통계법 제32조 및 제33조에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.	CODE			ID				

지역방송의 지역성에 대한 설문조사[시청자용]

안녕하십니까?

본 설문은 지역방송의 지역성에 관한 의견을 묻는 내용으로 연구자의 박사학위 논문을 작성하기 위한 목적을 갖고 있습니다. 본 설문에 대한 답변은 맞거나 틀리는 것이 없습니다. 평소 귀하께서 지역방송의 지역성에 대해 갖고 있던 느낌이나 생각을 솔직히 답변해 주시면 됩니다. 귀하께서 말씀해주시는 설문지의 내용은 그 비밀이 철저히 보장될 것이며, 연구목적 이외에는 절대로 사용되지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘신 중에서 잠시 시간을 내어 설문에 협조해 주신데 대해 다시 한번 감사드립니다.

2017년 09월

조선대학교 대학원 신문방송학과

박사과정

최영준 드림

귀하는 지역방송이 지역성을 구현하기 위해서 어떻게 해야 된다고 생각하십니까? 아래 질문을 읽으시고 동의하시는 부분에 체크해 주시기 바랍니다.

내가 생각하기에 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 …	전혀 그렇지 않다		보통이다		매우 그렇다
01. 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다.	①	②	③	④	⑤
02. 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다.	①	②	③	④	⑤
03. 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다.	①	②	③	④	⑤
04. 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다.	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

내가 생각하기에 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 …	전혀 그렇지 않다		보통 이다	매우 그렇다	
05. 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다	①	②	③	④	⑤
06. 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다.	①	②	③	④	⑤
07. 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다.	①	②	③	④	⑤
08. 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.	①	②	③	④	⑤
09. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다.	①	②	③	④	⑤
10. 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다.	①	②	③	④	⑤
11. 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다.	①	②	③	④	⑤
12. 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다.	①	②	③	④	⑤
13. 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다.	①	②	③	④	⑤
14. 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다.	①	②	③	④	⑤
15. 지역방송 경영진의 노력이 필요하다.	①	②	③	④	⑤
16. 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다.	①	②	③	④	⑤

다음은 지역 방송사에 근무하는 사람들이 지역 방송이 지역성을 구현하기 위해서 어떻게 해야 된다고 할 것이라고 생각하십니까? 즉, 귀하의 입장이 아닌 귀하가 생각하는 지역 방송인의 입장에서 답해 주시기 바랍니다.

내가 생각하기에 지역방송에 근무하는 사람들은 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 …	전혀 그렇지 않다		보통 이다	매우 그렇다	
17. 지역 방송인들은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
18. 지역 방송인들은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
19. 지역 방송인들은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
20. 지역 방송인들은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
21. 지역 방송인들은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
22. 지역 방송인들은 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
23. 지역 방송인들은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

내가 생각하기에 지역방송에 근무하는 사람들은 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 …	전혀 그렇지 않다		보통 이다	매우 그렇다	
24. 지역 방송인들은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
25. 지역 방송인들은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
26. 지역 방송인들은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
27. 지역 방송인들은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
28. 지역 방송인들은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
29. 지역 방송인들은 인근지역 간 공동 번영을 추구해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
30. 지역 방송인들은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
31. 지역 방송인들은 지역 방송 경영진의 노력이 필요하다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
32. 지역 방송인들은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤

아래는 응답자의 인구통계학적 특성과 관련된 질문입니다. 빠짐없이 기록해 주시기 바랍니다.

85. 귀하의 성별은? ① □남 ② □여

86. 귀하의 학력은?
① □고졸 이하 ② □대학 재학 및 졸업 ③ □대학원 재학 및 졸업

87. 귀하의 직업은?
① □사무/기술직 ② □전문직 ③ □자영업(개인사업) ④ □농/임/수산업
⑤ □학생 ⑥ □주부 ⑦ □기타

88. 귀하 가정의 월 총수입은?

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

① □300만원 미만 ② □300만원 이상~500만원 미만
③ □500만원 이상~700만원 미만 ④ □700만원 이상

89. 귀하의 출생연도는? 19 □ 년

※ 끝까지 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

부록 5: 상호지향성 설문지(지역방송 직원용)

통계법 제32조 및 제33조에 의거 본 조사에서 개인의 비밀에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.	CODE			ID				

지역방송의 지역성에 대한 설문조사[방송사 직원용]

안녕하십니까?

본 설문은 지역방송의 지역성에 관한 의견을 묻는 내용으로 연구자의 박사학위 논문을 작성하기 위한 목적을 갖고 있습니다. 본 설문에 대한 답변은 맞거나 틀리는 것이 없습니다. 평소 귀하께서 지역방송의 지역성에 대해 갖고 있던 느낌이나 생각을 솔직히 답변해 주시면 됩니다. 귀하께서 말씀해 주시는 설문지의 내용은 그 비밀이 철저히 보장될 것이며, 연구목적 이외에는 절대로 사용되지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘신 중에서 잠시 시간을 내어 설문에 협조해 주신데 대해 다시 한번 감사드립니다.

2017년 09월

조선대학교 대학원 신문방송학과 박사과정

최영준 드림

귀하는 지역방송 종사자로서 지역방송이 지역성을 구현하기 위해서 어떻게 해야 된다고 생각하십니까? 아래 질문을 읽으시고 동의하시는 부분에 체크해 주시기 바랍니다.

지역 방송인으로서 내가 생각하기에 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 …	전혀 그렇지 않다		보통 이다	매우 그렇다	
01. 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다.	①	②	③	④	⑤
02. 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다.	①	②	③	④	⑤
03. 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다.	①	②	③	④	⑤
04. 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다.	①	②	③	④	⑤
05. 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역 방송인으로서 내가 생각하기에 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 …	전혀 그렇지 않다		보통 이다	매우 그렇다	
06. 지역공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다.	①	②	③	④	⑤
07. 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다.	①	②	③	④	⑤
08. 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다.	①	②	③	④	⑤
09. 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다.	①	②	③	④	⑤
10. 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다.	①	②	③	④	⑤
11. 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다.	①	②	③	④	⑤
12. 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다.	①	②	③	④	⑤
13. 인근지역 간 공동번영을 추구해야 한다.	①	②	③	④	⑤
14. 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다.	①	②	③	④	⑤
15. 지역방송 경영진의 노력이 필요하다.	①	②	③	④	⑤
16. 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다.	①	②	③	④	⑤

다음은 지역 시청자들이 지역 방송이 지역성을 구현하기 위해서 어떻게 해야 된다고 할 것이라고 생각하십니까? 즉, 귀하의 입장이 아닌 귀하가 생각하는 지역 시청자의 입장에서 답해 주시기 바랍니다.

지역 방송 시청자들은 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 …	전혀 그렇지 않다		보통 이다	매우 그렇다	
17. 지역방송 시청자들은 방송권역 내 생활정보를 많이 전달해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
18. 지역방송 시청자들은 지역사회의 여론형성에 기여해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
19. 지역방송 시청자들은 지역민의 이해와 관심을 반영해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
20. 지역방송 시청자들은 지역사회 관련 생활정보를 전달해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
21. 지역 방송인들은 사회적 연대감과 관련된 보도를 해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
22. 지역방송 시청자들은 지역 공동체 내 사람이나 사건에 관한 정보를 전달해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
23. 지역방송 시청자들은 작은 지역 공동체의 삶을 반영해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

지역 방송 시청자들은 지역방송이 지역성 구현을 위해서는 …	전혀 그렇지 않다		보통 이다	매우 그렇다	
24. 지역방송 시청자들은 지역사회 구성원 간의 소통과 활용에 기여해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
25. 지역방송 시청자들은 지역민이 직접 제작한 콘텐츠를 많이 방영해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
26. 지역방송 시청자들은 다양한 계층과 소수자의 이해를 반영해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
27. 지역방송 시청자들은 지역의 혁신 주체간의 협력을 이끌어내야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
28. 지역방송 시청자들은 지역사회의 사회자본 확충에 기여해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
29. 지역방송 시청자들은 인근지역 간 공동 번영을 추구해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
30. 지역방송 시청자들은 지역문화자원을 세계적 수준으로 확장해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
31. 지역방송 시청자들은 지역 방송 경영진의 노력이 필요하다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤
32. 지역방송 시청자들은 지역 토착 프로그램을 더 많이 개발해야 한다고 생각할 것이다.	①	②	③	④	⑤

아래는 응답자의 인구통계학적 특성과 관련된 질문입니다. 빠짐없이 기록해 주시기 바랍니다.

85. 귀하의 성별은? ① □남 ② □여

86. 귀하의 학력은?
① □고졸 이하 ② □대학 재학 및 졸업 ③ □대학원 재학 및 졸업

87. 귀하의 직군은?
① □PD ② □기자 ③ □아나운서 ④ □기술
⑤ □경영/관리직 ⑥ □ 광고/사업 ⑦ □기타

88. 귀하의 소속사는

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

① □지역 KBS ② □ 지역MBC ③ □지역민방

89. 귀하의 출생연도는? 19 [ ] 년

※ 끝까지 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

Collection @ chosun