

<결표지>

방송통신정책연구

09-진흥-다-9

방송 소외계층 매체 이용행태 조사
(Studies on the media usage behaviour of minority in Broadcasting)

2009. 12. 31.

연구 기관 : 한국전파진흥협회 ↙



<뒷면>

09
|
진 흥
|
다
|
9

방 송
소 외
계 층

매 체
이 용
행 태
조 사
사

2
0
0
9
·
1
2
·
3
1

1. 본 연구보고서는 방송통신위원회의 출연금 등으로 수행한 방송통신정책연구용역사업의 연구결과입니다.
2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회 방송통신정책연구용역사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

<내 표지>

방송통신정책연구

09-진흥-다-9

방송 소외계층 매체 이용행태 조사
(Studies on the media usage behaviour of minority in Broadcasting)

2009. 12. 31.

연구 기관 : 한국전파진흥협회

총괄책임자 : 안임준(한국전파진흥협회)

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『방송 소외계층 매체이용행태 조사』의 연구결과보고서로 제출합니다.

2009. 12.

연구 기관 : 한국전파진흥협회

총괄 책임자 : 안임준(한국전파진흥협회)

참여 연구원 : 김형준(한국전파진흥협회)

김도영(한국전파진흥협회)

송정식(한국전파진흥협회)

요 약 문

1. 제목

방송 소외계층 매체이용행태 조사

2. 연구의 목적 및 중요성

방송서비스는 전국민을 대상으로 하는 사회적 기간망으로서, 영리를 추구함과 동시에 공익적 서비스 구현을 한 축으로 한다.

방송의 보편적 서비스는 소수계층, 경제적 빈곤층, 장애인, 노인 등 사회적 취약계층이 사회의 구성원으로서 누려야할 최소한의 매체접근과 이용 기회를 제도적으로 보장해줌으로써 정보격차를 줄이는 것을 목적으로 한다.

최근 방송환경의 변화는 방송소외계층에 대한 새로운 정의가 필요하게 되었고, 지원 정책 역시 정교할 필요성이 대두 되었다.

그러나 지금까지 방송에 있어서 소외계층에 대한 논의는 방송의 공익적 역할에 관한 당위성이나 필요성에만 초점을 맞추고 있을 뿐 구체적이고 실제적인 정책수립과 실천의 차원으로까지 확대되지는 못하였다. 따라서 그러한 당위성이나 필요성이 실제 방송내용이나 편성의 변화로 이어지지 못하였고 오히려 최근에는 방송의 시장성과 경쟁원리에 의해 더욱 위축되는 경향마저 보이고 있다.

본 연구는 이와 같은 문제를 중심으로 방송소외계층의 변화양상을 정의하고 이들의 매체이용행태를 조사함으로써 방송소외계층 지원을 위한 정책적 시사점을 얻도록 하는데 목적이 있다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 방송소외계층의 매체이용행태와 관련하여 아래와 같은 구성과 범위를 가지고 연구되었다.

① 방송 소외계층 지원의 구체화를 위한 방송소외계층의 정의 및 분류기준, 지원 정책 등의 문헌연구

② 방송환경의 변화 추이에 따른 방송 소외계층 분석

인터넷 기반의 매체의 등장, 이동형 매체의 활성화, 양방향 및 타겟형 서비스의 출현 등 매체 및 서비스 이용 행태의 변화전망에 따른 향후 소외계층의 변화추이를 분석

③ 방송소외계층 매체이용행태 조사

방송 소외계층의 방송이용 행태 관련 이용동기, 이용시간대, 이용분야, 세부적인 이용 대상층 조사를 통하여 방송 소외계층의 매체 이용관련 특성을 도출하고, 장애인, 노령층, 기타 소외계층 등 기존의 대상별 방송 소외계층 구분의 적합성 검토를 포함한 새로운 분류기준 제시 및 분류대상별 정책배려가 요망되는 대상 도출을 위한 세분화 기준 마련을 마련한다.

세분화 기준에 따른 방송 소외계층 정책지원을 위한 핵심계층 및 디지털화에 따른 소외 우려 계층(예시) 등 계층내 소외정도 기준에 따른 세분화 된 대상을 선정한다. 세분화 대상별 특성 및 방송환경의 변화 등에 따른 향후 매체이용 행태 등과 관련된 전망을 실시한다.

④ 소외계층 세분화에 따른 정책적 제언

방송 소외계층 세분화를 통한 계층별, 계층내 세분화된 소외계층 집단의 방송 이용 행태 관련 시사점을 도출하고, 세분화된 방송 소외계층의 소외정도에 따른 주요 정책적 지원 대상 우선순위 선정과 선정대상별 소외계층 지원 관련 정책적 제언 및 기존 소외계층 지원정책과 차별화된 정책적 제언을 통한 향후 방송소외 계층에 대한 중장기 정책 방향을 제시한다.

4. 연구내용 및 결과

가. 매체보유현황

TV는 모든 계층에서 100%에 가까운 보유를 하고 있었다. 이는 일반인과 거의 비슷한 수치이다. 다만 디지털 TV의 보급률은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 그 외 라디오, DMB단말기, 컴퓨터 보유비율은 일반인에 비해 낮은 것으로 보인다.

나. 매체이용빈도 및 이용시간

대부분의 계층에서 TV의 매체 이용빈도와 사용시간이 가장 높은 것으로 나타났다. 그러나 기타 매체들은 이용빈도와 시간이 낮은 것으로 나타났다. 유료방송 가입형태를 보면 유선방송의 가입은 높으나 타 유료방송인 위성방송, IPTV, 위성DMB등의 가입율은 낮은 것으로 나타났다. 향후 가입의사도 낮은 것으로 나타났으며 그 이유는 경제적인 이유가 가장 컸다.

다. 텔레비전/라디오 시청 시간대

조사결과 대부분의 장애인들은 저녁과 밤시간대 보는 비율이 가장 많았다. 그럼에도 불구하고 지상파방송에 대해 낮 시간대에 방송에 장애인 시청접근권

의 확대를 위한 정책은 실효성이 없을 것으로 분석되었다.

라디오 청취는 거의 이루어지지 않고 있으나 주로 아침과 낮 시간대에 이용을 많이 하고 있었다.

마. 주요 시청프로그램

주시청 프로그램은 뉴스와 드라마를 많이 보고 있었다. 이렇게 장애인 및 난청노인들이 즐겨 시청하는 장르를 이야기함에 있어 고려해야할 점은 지금까지의 장애인을 위한 화면해설방송 서비스, 수화방송 서비스, 자막방송 서비스는 주로 뉴스와 드라마에 초점을 맞추어져 왔기 때문에 이들은 이들 장르를 가장 많이 볼 수밖에 없었다는 점이다. 즉 뉴스와 드라마이외에 다른 장르에 대해서는 장애인들이 시청할 수 있는 서비스가 제공되지 않았기 때문에 그동안 장애인들과 난청노인은 뉴스와 드라마만을 즐겨 시청할 수 밖에 없었다는 것이다. 따라서 이는 장애인 및 난청노인들의 장르선호와는 좀 다른 측면이 있음을 염두에 두어야 한다.

편성증가 희망 프로그램을 살펴보면, 다큐멘터리, 영화, 드라마 등의 프로그램이 증가했으면 하는 의견이 많았다. 방송의 다양성 확보 차원에서도 이들 프로그램의 접근성을 높이기 위한 다양한 정책이 필요하다.

바. 지원정책

시각장애인은 정부 지원정책 중 방송 프로그램의 다양화를 가장 많이 원하고 있었다. 청각장애인은 장애인용 방송 수신기 지원 확대를 가장 많이 원하였다. 난청노인은 방송 프로그램 다양화와 장비성능의 개선이었다.

사. 디지털방송 관련

조사결과 대부분의 계층에서 디지털 전환 인식도가 낮았다. 보통 30~50%대의 사람들만이 인식하고 있었다. 이의 적극적인 홍보가 필요하다.

선호하는 지원 형태로는 유료방송의 할인과 셋톱박스과 안테나 지원 희망 등이 많았다.

아. 전문가 의견

전문가들은 우선 지원 방송소외계층은 저소득층(기초생활 수급권자), 장애인, 노인, 차상위 계층을 꼽고 있었다. 전문가들은 방송소외계층으로 디지털전환시 취약계층 지원대상으로 디지털전환특별법에 명시된 기초생활수급권자를 가장 지원이 필요한 소외계층으로 보고 있다. 이와 함께 디지털전환시 취약계

층 지원대상으로 거론되고 있는 경제적 취약계층인 차상위계층을 많이 선택했으며, 기술적 취약계층으로 볼 수 있는 장애인과 노인을 많이 선택했다. 방송 소외계층을 위한 지원 정책 수립시 해당 계층에 대한 좀 더 세밀한 이해가 필요할 것이다.

정부의 지원정책, 사회적 지원 등 사회 전반적인 소외계층에 대한 지원이 지속된다고 가정하였을 때 기술의 발전에 따른 방송매체의 도입은 소외현상에 어떤 변화를 가져올 것인지 물어본 결과, 디지털TV의 전환은 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라고 보고 있었으며, 케이블TV는 별반 변화가 없을 것이며, IPTV는 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대되며, DMB 방송은 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라는 응답이 많았다. 인터넷TV는 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라는 응답이 가장 많았다.

소외계층을 위한 지원정책을 얼마나 강화해야 하는지 물어본 결과는 다음과 같다. 디지털 전환을 위한 수신기기의 보급 지원 및 강화가 매우 필요하다는 의견이 가장 많았으며, 장애인용 방송수신기의 보급 확대가 이루어져야 한다는 의견도 매우 높았다. 방송용 장비의 성능을 개선해야 한다는 의견도 높았다.

전문가들은 2012년 지상파 디지털전환에 대한 지원 정책의 필요성을 시급하게 생각하고 있으며, 장애인에 대한 지원도 중요하게 생각하고 있다.

전문가들은 방송소외계층과 관련된 정책적 제언으로 하드웨어 지원과 더불어 맞춤형 콘텐츠 제작 및 보급이 필요하다고 답했다.

장애인 단체에 근무하는 전문가는 방송소외계층을 위한 방송 프로그램의 다양화가 보다 적극적으로 추진되어야 하며 디지털 방송이나 IP-TV 등이 대중화되기에 앞서 장애인들의 권리구현이 반드시 우선되어야 한다고 답했다.

5. 정책적 활용내용

방송 소외계층 세분화를 통한 계층별, 계층내 세분화된 소외계층 집단의 방송 이용 행태 관련 시사점을 도출하고, 세분화된 방송 소외계층의 소외정도에 따른 주요 정책적 지원 대상 우선순위 선정과 선정대상별 소외계층 지원 관련 정책적 제언 및 기존 소외계층 지원정책과 차별화된 정책적 제언을 통한 향후 방송소외계층에 대한 중장기 정책 방향을 제시함

6. 기대효과

방송 소외계층에 대한 효율적인 지원이 가능

SUMMARY

1. Title

A Study on the media usage behaviour of minority audience in broadcasting

2. Objective and Importance of Research

o Objective of Research

- This study aims to research the media usage of minority audience, and proposes a classification standard of minority audience to make concrete policy measures.

o Necessities of Research

- Digitisation of broadcasting is under way and the Korean government aims at the analogue switch-off by 2012. The media usage of minority audience has been changed. The underserved audience is different from the general audience in terms of media usage behaviour, motives and the degree of satisfaction. Thus, the media usage of minority audience should be explored.
- Standards to classify minority audience should be set, and the classification of minority audience should be needed as a policy material.

3. Contents and Scope of the Research

This study covers the following area:

- o Foreign cases of media usage trends of minority audience, such as the cases of the US, UK and Japan
- o An analysis of minority audience
 - An analysis of the changing trend of minority audience caused by the emergence of the Internet-based media, mobile media and the interactive service.
 - An analysis of the policy measures which reflects media change, behaviour change and socio-economic change

- o Investigation measures for broadcasting use should be developed to aid minority group in Broadcasting.
 - the measures which reflects the change of media usage behaviour caused by convergence of broadcasting and telecommunications

- o Making classification standards and specification for minority audience which reflects the characteristics of media use motives, hours and area

- o Policy proposals following the classification of minority audience

- o This study adopted surveys using structured questionnaires. The opinions of professionals in the broadcasting and social policy, and the media usage behaviours of minority audience are separately investigated. Specifically, a quota sampling of 300 minority audience in Seoul was used for the research. The media usage behaviours of deaf and blind people, and the old people who are difficult to listen were explored.

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 문제의 제기 및 연구목적	1
제 2 절 연구 이슈 및 내용	2
제 2 장 방송소외계층과 매체이용행태	4
제 1 절 방송소외계층의 정의 및 분류	4
1. 방송소외계층의 정의를 위한 유사개념 조사	4
2. 방송소외계층의 정의	9
3. 방송소외계층의 분류	11
제 2 절 방송환경의 변화와 방송소외계층	14
1. 기술환경의 변화와 방송소외계층	14
2. 방송 다기능화에 따른 방송소외계층의 영향	20
제 3 절 방송소외계층 현황과 매체이용행태	21
1. 장애인	22
2. 저소득층	24
3. 체류 외국인	24
4. 방송 소외계층의 매체이용행태	25
제 4 절 방송소외계층 지원정책	30
1. 우리나라의 방송소외계층 지원정책	30
2. 미국의 방송소외계층 지원정책	32
3. 영국의 방송소외계층 지원정책	34
4. 일본의 방송소외계층 지원정책	36
제 3 장 조사설계	41
제 1 절 설문대상	41
제 2 절 설문지 구성	42
제 4 장 조사설계 및 결과분석	43
제 1 절 전문가용 분석	43
1. 표본의 특성	43

2. 방송소외계층 우선지원 대상	43
3. 방송매체별 소외현상의 변화	44
4. 소외계층 지원 정책	45
5. 방송소외계층 지원 예산의 확보	45
6. 디지털TV전환 관련	45
7. 정책적 제언	46
제 2 절 방송소외계층 조사결과 분석	47
1. 표본의 특성	47
2. 매체 보유현황 및 이용실태	49
3. 방송매체 접근 실태 및 정책	70
4. 디지털 방송에 대한 인식	75
제 5 장 요약 및 결론	80
제 1 절 전문가 의견	80
제 2 절 방송 소외계층의 매체이용행태	81
부 록 : 설문지	84

표 목 차

<표 2-1> 방송통신위원회의 방송소외계층 분류	13
<표 2-2> 우리나라의 디지털 TV 보급현황	16
<표 2-3> 우리나라의 디지털 TV 보급률 추이 및 전망	17
<표 2-4> 국내 DTV 보급률 및 확산 애로요인	17
<표 2-5> 가입자의 디지털 전환 계획	18
<표 2-6> 유형별 장애인 현황	22
<표 2-7> 시각·청각 장애인 등급별 현황	23
<표 2-8> 시청각장애 등급기준	23
<표 2-9> 장애인들의 문화 및 여가활동 방법	26
<표 2-10> 장애인의 미디어 이용 현황	27
<표 2-11> 장애인의 지상파 텔레비전 시청시간대 이용현황	28
<표 2-12> 시청장르 및 장애인방송이 확대되었으면 하는 장르(중복응답)	28
<표 2-13> 저소득층의 매체접근 실태	29
<표 2-14> NHK수신료의 면제기준	37
<표 3-1> 설문 샘플 수	41
<표 4-1> 조사대상자의 인구통계학적 특성	48
<표 4-2> 매체보유율	50
<표 4-3> 매체보급대수	51
<표 4-4> 매체별 이용빈도	54
<표 4-5> 매체별 1일 사용시간	56
<표 4-6> 유료방송 가입율	57
<표 4-7> 유료방송 가입의사	58
<표 4-8> 유료방송 미가입 이유	60
<표 4-9> 텔레비전 시청 시간대	63
<표 4-10> 라디오 청취 시간대	66
<표 4-11> 주시청 프로그램	67
<표 4-12> 프로그램 만족도	68
<표 4-13> 편성증가 희망 프로그램	70
<표 4-14> 방송매체 접근 이용환경	72
<표 4-15> 지원정책별 필요성 인식도	74
<표 4-17> 디지털 전환시기	76
<표 4-18> 셋탑박스 구매 의향	77
<표 4-19> 선호하는 지원기기 및 서비스	78

그림 목 차

<그림 2-1> 반다이크의 디지털 기술접근에 대한 인과관계 모형	6
<그림 2-1> 방송서비스 취약계층의 설정	12
<그림 2-2> 방송 서비스 및 기술 발전 방향	15
<그림 2-3> 국내 체류 외국인 증감 현황	25
<그림 2-4> 영국의 소외계층 정의	35
<그림 3-1> 방송소외계층 대상용 연구모형	42
<그림 3-2> 방송소외계층 전문가용 연구모형	42
<그림 4-1> 디지털 TV 보급률 예측	50

제 1 장 서 론

제 1 절 문제의 제기 및 연구목적

방송서비스는 전국민을 대상으로 하는 사회적 기간망으로서, 영리를 추구함과 동시에 공익적 서비스 구현을 한 축으로 한다. 방송에 공익적 요인이 강제된 이유는 보편적 서비스 제공, 다양성의 유지, 소수계층에 대한 배려라는 사회적 가치를 구현하는 사회적 매개체이기 때문이다.

방송의 보편적 서비스는 소수계층, 경제적 빈곤층, 장애인, 노인 등 사회적 취약계층이 사회의 구성원으로서 누려야할 최소한의 매체접근과 이용 기회를 제도적으로 보장해줌으로써 정보격차를 줄이는 것을 목적으로 한다. 최근 방송 매체의 이용과 접근의 불편성이 없도록 하기 위한 사회적 관심도는 더욱 커지고 있다.

방송소외계층이 방송매체에 대한 접근 및 이용을 지원하는 것은 취약계층의 커뮤니케이션의 원활한 소통을 이루는 사회적 순기능을 하고 있으며, 최소한의 지원으로도 사회적 통합을 이룰 수 있다는 큰 장점이 있다. 이와 같은 필요성을 인식하고 정부에서도 각종 지원 프로그램을 운영하고 있으나 선진국의 사례와 비교해 볼 때 아직까지는 그 질과 양에서 부족한 것이 사실이다.

방송소외계층에 대한 지원이 지상파 TV중심으로 진행되어 왔다. 지상파 TV가 시청료를 제외하고는 무료로 가까운 서비스가 이루어지고 있었기 때문에 정부의 입장에서는 난시청 지역의 해소, 장애인들을 위한 장애인 전용 장비의 지원, 방송 콘텐츠의 지원 등의 중심으로 지원정책을 마련하는 것이었으나 최근 유료방송의 보편화로 인해 방송소외계층의 지원에 대한 다양한 고민이 정책마련에 반영되어야 할 필요성을 느끼게 되었다.

특히 최근 방송환경의 변화는 방송소외계층에 대한 새로운 정의가 필요하게 되었고, 지원 정책 역시 정교할 필요성이 대두 되었다. 예를 들어 2012년까지 예정된 지상파 아날로그 방송의 디지털 전환을 앞두고 경제적 어려움이 있는 계층

의 경우 최소한의 방송매체 접근조차 할 수 없을 수도 있다는 우려를 낳고 있다.

또한 DMB방송의 실시, IPTV 등 방통 융합 신기술로 생겨나는 새로운 방송환경하에 기존의 소외계층의 소외의 정도가 더욱 확대될 수 있다는 우려를 낳고 있다.

그러나 지금까지 방송에 있어서 소외계층에 대한 논의는 방송의 공익적 역할에 관한 당위성이나 필요성에만 초점을 맞추고 있을 뿐 구체적이고 실제적인 정책수립과 실천의 차원으로까지 확대되지는 못하였다. 따라서 그러한 당위성이나 필요성이 실제 방송내용이나 편성의 변화로 이어지지 못하였고 오히려 최근에는 방송의 시장성과 경쟁원리에 의해 더욱 위축되는 경향마저 보이고 있다.

본 연구는 이와 같은 문제를 중심으로 방송소외계층의 변화양상을 정의하고 이들의 매체이용행태를 조사함으로써 방송소외계층 지원을 위한 정책적 시사점을 얻도록 하는데 목적이 있다.

제 2 절 연구 이슈 및 내용

본 연구는 방송소외계층의 매체이용행태와 관련하여 아래와 같은 이슈와 내용을 중심으로 한다.

① 방송 소외계층 지원의 구체화를 위한 방송이용 관련 조사 항목의 도출 및 조사
방송 소외계층 관련 해외 조사연구 사례 조사 (미국, 영국 등 주로 유럽, 일본 등의 방송 소외계층을 포함한 매체별 이용 및 소비 행태 조사항목 및 조사결과보고서 분석)와 방송·통신 융합, 디지털화에 따른 방송환경의 변화와 다양한 매체 이용행태의 변화에 기반한 소외계층의 세분화를 위한 조사항목 도출 및 소외계층의 매체 이용행태 관련 조사를 실시한다.

② 방송환경의 변화 추이에 따른 방송 소외계층 분석

인터넷 기반의 매체의 등장, 이동형 매체의 활성화, 양방향 및 타겟형 서비스의 출현 등 매체 및 서비스 이용 행태의 변화전망에 따른 향후 소외계층의 변화추이를 분석하고 디지털 전환에 따른 기존 방송 소외계층의 확산여부 및 소외정도에 대

한 검토를 실시한다. 기타 방송환경의 변화에 따른 미래 방송 소외계층 지원 정책 수립 시 고려되어야 할 매체환경 변화에 따른 변인을 분석한다.

③ 소외계층의 세분화를 위한 기준 마련 및 세분화

방송 소외계층의 방송이용 행태 관련 이용동기, 이용시간대, 이용분야, 세부적인 이용 대상층 조사를 통하여 방송 소외계층의 매체 이용관련 특성을 도출하고, 장애인, 노령층, 기타 소외계층 등 기존의 대상별 방송 소외계층 구분의 적합성 검토를 포함한 새로운 분류기준 제시 및 분류대상별 정책배려가 요망되는 대상 도출을 위한 세분화 기준 마련을 마련한다.

세분화 기준에 따른 방송 소외계층 정책지원을 위한 핵심계층 및 디지털화에 따른 소외 우려 계층(예시) 등 계층내 소외정도 기준에 따른 세부화 된 대상을 선정한다. 세분화 대상별 특성 및 방송환경의 변화 등에 따른 향후 매체이용 행태 등과 관련된 전망을 실시한다.

④ 소외계층 세분화에 따른 정책적 제언

방송 소외계층 세분화를 통한 계층별, 계층내 세분화된 소외계층 집단의 방송 이용 행태 관련 시사점을 도출하고, 세분화된 방송 소외계층의 소외정도에 따른 주요 정책적 지원 대상 우선순위 선정과 선정대상별 소외계층 지원 관련 정책적 제언 및 기존 소외계층 지원정책과 차별화된 정책적 제언을 통한 향후 방송소외 계층에 대한 중장기 정책 방향을 제시한다.

제 2 장 방송소외계층과 매체이용행태

제 1 절 방송소외계층의 정의 및 분류

1. 방송소외계층의 정의를 위한 유사개념 조사

가. 방송과 디지털 격차

아날로그 시스템하의 전통적인 방송미디어, 즉 TV에는 누구나 쉽게 접근할 수 있었기 때문에 아날로그시대의 텔레비전에는 디지털 디바이드라는 개념이 적용될 수 없었다. 그러나 방송이 디지털 환경으로 바뀌면서 사정은 달라졌다. 방송통신융합과 디지털 테크놀러지의 발달은 방송미디어분야에서 디지털 디바이드를 새롭게 발생시키고 있다.

디지털 디바이드 현상은 특정 디지털미디어에서 사용자 집단의 크기나 심도에 의해 결정적으로 결정되는 것으로, 사회의 여러 부분에서 사용되는 디지털 미디어도 디지털 디바이드의 주체가 될 수 있다고 강조된다(Wikipedia, 2008). 인터넷의 기반을 넘어선 보다 다양한 정보통신기술에 대한 효과적인 접근과 사용의 문제로 디지털 디바이드가 확산되고 있는 것이다. 예를 들어 IPTV, MMS, DMB, PDA, Mobilephone에 대한 접근과 이용은 컴퓨터의 접근과 인터넷 검색보다 다양한 차원을 요구할 수 있다.

방송과 디지털 디바이드의 상관관계에 대한 연구는 매우 드물다. 수용자 복지와 접근권, 보편적서비스와의 관계를 분석한 몇 편의 논문들(김영덕, 2002;곽정호, 2005; 유선영, 2006; 윤석민, 1999; 정용준,2006)이 있을 뿐이다. 김영덕(2002)은 그동안 정보통신이나 행정의 영역에서 집중연구되어 왔던 디지털 디바이드의 문제를 방송의 영역에서 선구적으로 연구했다. 그는 디지털 디바이드의 개념이 인터넷 기반의 정보통신영역을 넘어서 디지털방송과 방송통

신의 융합환경 아래의 방송영역에서 충분히 적용할 수 있는 개념이라고 내다 봤다. 이전부터 존재해 왔던 방송소의 계층에 대해 디지털전환의 시대에는 더욱 정책적인 배려와 접근이 요청된다는 것이다.

최영목(2001)과 송종길(2003)은 좀 더 구체적으로 장애인의 방송 접근권에 관한 보장 연구를 통해 미국 등의 사례와 비교분석한 바 있다. 인간이 누려야 할 기본적인 권리에 장애인은 당연히 포함되어야 한다는 헌법의 정신아래 정보접근권이란 관점에서 장애인에 대한 적극적인 정책시행을 촉구하고 있다. 그러나 이들의 연구는 방송과 시청자 사이의 디지털 디바이드의 문제를 포괄적으로 다루지 못하고 장애인의 방송 디지털 디바이드, 장애인의 방송접근권 문제를 다룬 한계를 갖는다.

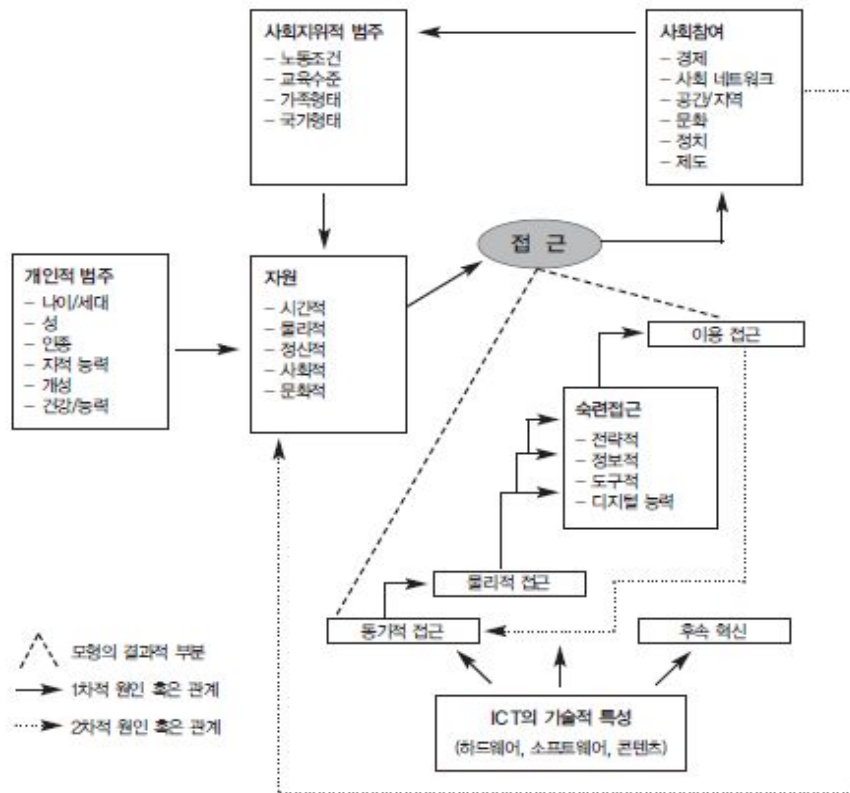
정부는 법과 제도적인 장치는 물론 방송위원회를 통해 그동안 간헐적으로 방송소의 계층의 방송접근보장을 위한 지원사업으로 자막방송과 수신기보급개발에 힘을 쏟아 왔다. 본격적인 방송통신 융합시대를 맞아 디지털방송의 디지털 디바이드를 해소하기 위해 정보격차해소모델이 제시됐다. 박은희(2007)는 기존의 정보격차개념이 방송통신 융합환경에서 디지털격차로 확대되어야 하며 ‘보편적 서비스’와 ‘저렴한 서비스’, ‘다양한 서비스’, ‘유용한 서비스’가 디지털 격차를 해소하기 위한 정책유형이 될 수 있을 것이라고 설명하고 있다.

반다이크는 디지털 격차가 단순히 기술적 차원의 문제가 아니라 사회, 정치적 차원의 문제이며 특히 개인의 특성이나 범주적 차이가 사람들 사이에 연결되고 관계 맺고 상호작용하여 나타나는 사회적 결과가 중요함을 지적한다. 위의 그림에서 보는 디지털 기술접근의 인과관계 모형은 디지털 격차를 발생시키는 다양한 변인들 간의 관계를 도식으로 나타낸 것이다.

이를 자세히 살펴보면 개인적 범주의 조건인 나이, 성, 인종, 지적능력, 개성 등에서 나타나는 개인간 불평등과 사회지위적 범주에 포함되는 노동조건(고용주-노동자, 취업-실업 등), 교육수준, 가족형태, 국가형태(선진국-후진국, 도시-시골 등) 등의 차이가 자원의 불평등을 만들어냄을 보여준다. 여기서 의미하는 자원의 불평등이란 시간적 자원(생활의 다양한 활동에 소비하는

시간량), 물질적 자원(소득 등의 경제적 자산), 정신적 자원(지식이나 사회적 능력), 사회적 자원(사회적 네트워크 수준과 관계), 문화적 자원 등의 차이를 말한다.

<그림 2-1> 반다이크의 디지털 기술접근에 대한 인과관계 모형



접근 유형은 네 가지로 구별하는데 디지털 기술의 사용에 대한 동기적 접근, 컴퓨터와 인터넷의 보유와 콘텐츠에 대한 물리적 접근, 전략적, 정보적, 도구적 차원의 디지털 능력 소유 정도를 포함한 숙련(skill) 접근, 자신이 원하는 목적 수행을 위해 디지털 기술을 적절히 이용하는지의 여부와 이용시간 등을 의미하는 이용 접근을 포함한다.

이 중 특별히 주목할 것은 숙련 접근의 차이를 규정하는 디지털 능력

(digital skills)이다. 반다이크는 디지털 능력을 단순히 컴퓨터와 네트워크를 조작할 수 있는 기술적 능력뿐만 아니라, 많은 디지털 정보 속에서 유용한 정보를 탐색하고 선택하고 적용시키는 능력, 그리고 이러한 정보를 개인의 사회적 지위를 향상시키는 데 사용할 수 있는 전략적 능력 등을 포함하는 것으로 정의하고 있다.

기존의 통신패러다임으로는 디지털방송의 디지털 디바이드를 설명할 수 없다면 유선영(2006)은 미디어의 수용과 생산이 초래하는 문화적 차원의 변화들에 주목해야 할 것이라고 주장한다. 인터넷에의 접근으로 파악한 1차 디지털 디바이드에 이어 신기술 이용의 구체적 방법과 내용의 차이인 2차 디바이드가 더 근본적인 문제(Korupp&Szydlik, 2005; Selwyn, 2004; Hargittai, 2002)이며 2차 수준의 디바이드는 세대 별, 연령 별 격차가 가장 크다는 사실도 연구자들에 의해 지적되고 있다. 최근의 여러 연구들은 연령에 따른 격차가 성별, 지역별, 소득별 격차보다 크다는 것을 보여주며 매체이용환경과 역량이 떨어지는 노령층의 정보복지에 주목하고 있다(Loges & Jung, 2001).

나. 보편적 서비스

보편적 서비스(universal service)란 한 국가의 국민들이 인간다운 생활을 영위하기 위하여 요구되는 필수적인 공공재화의 최소한의 이용권을 보장하는 것을 의미한다. 보편적 서비스의 도입은 정치학적으로는 자유민주주의의 기본 원칙을 준수한다는 근거를 가지고 있는데, 이는 사회 계층간 및 지리적인 형평성과 비차별성·기회균등 원칙에 입각하여 최소한의 사회보장을 통한 자유민주주의의 지속에 기여한다는 것이다.

방송의 보편적 서비스 개념은 두 가지 측면으로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 통신의 보편적 서비스와 거의 동일한 개념으로, 모든 사람들이 방송서비스에 접근할 수 있도록 보장하는 것이다. 즉, 방송사들의 전송전파가 전국의 모든 지역에 도달하도록 하고, 지리적으로는 난시청지역을 제거하는 일이 그것

이다. 특히 TV 수상기를 보유하는 모든 국민에게서 준조세 성격의 수신료를 징수하고 있는 공영방송사의 경우에는 이러한 의무가 확실하게 전제되어 있다. 둘째는 방송에 있어서 독특한 의무로써, 방송내용이 전국민을 대상으로 보편적이어야 한다는 것이다. 이는 전국뉴스의 제공, 시사프로그램, 전국민의 관심사인 스포츠경기 등에 대하여 모든 사람들이 접근 할 수 있어야 한다는 의미이다. 또 특정계층의 취향만을 만족시키는 프로그램을 지양하고 방송에서 소외되는 계층이 없도록 다양한 프로그램을 전송해야 한다(최양수, 2001, pp.51~52).

전술한 방송에서의 보편적 서비스의 개념을 살펴보면, 그 전달내용의 사회적 영향력으로 인해 통신에 비하여 내용적 측면에 대한 규제가 강하다고 볼 수 있다. 이는 방송에서의 보편적 서비스는 커뮤니케이션의 수단으로써 방송서비스의 접근가능성을 보장하는 것과 동시에 방송의 편성내용에서의 보편성을 동시에 고려하고 있는 것이다. 이러한 맥락에서 현행 방송법에서도 방송에서의 보편적 서비스는 공영방송인 지상파방송사업자(KBS1, EBS)에게 무료로 지상파방송을 제공함과 동시에 방송편성에서의 보편성을 유지하도록 규정하고, 준조세의 성격을 지니는 수신료를 징수하여 재원을 충당하도록 하고 있다. 즉, 방송에서의 보편적 서비스는 명시적으로 보편적 서비스제도를 도입하여 비용보전제도를 운영하는 것이 아니라, 방송자원의 공공성을 바탕으로 방송사업자에게 보편적 접근성과 유사한 의무를 부여한 후에, 내용적으로는 통신에서의 보편적 서비스기금과 유사한 성격의 별도 재원을 조달하는 형태로 시행되고 있는 것이다. 하지만 최근 들어 방송이 디지털화하고, 통신과 방송이 융합되면서 방송사의 역할이 제작, 서비스 제공, 전송 등 가치사슬의 각 기능별로 분리되는 경향을 보이며, 또한 유료서비스가 방송시장에서 확산되면서, 방송에 있어서 기존의 보편적 서비스제도가 현실을 따라가지 못하는 현상이 나타나고 있는 실정이다(류춘열·배진한, 2000). 이는 방송의 영역이 통신과 융합됨에 따라 채널의 용량이 확대되고 양방향성이 증대되어 장애인·노인 등의 소외계층을 위한 방송서비스의 기술적인 지원은 가능해졌지만, 이러한 방송서비

스들이 경쟁을 기반으로 유료 서비스로 제공됨에 따라 통신부문과 유사하게 '소외계층의 최소한의 방송이용권'을 보장하는 방향으로 보편적 서비스제도의 마련 및 변화가 필요하게 되었다는 것을 의미한다.

2. 방송소외계층의 정의

방송소외계층의 대상이 누구인지에 대한 확고한 정의는 없는 상태이다. 따라서 방송소외계층을 정의할 때 가장 먼저 접근을 해야 되는 개념은 '소외(alienation)'이다.

시맨(Seeman, 1959)은 사회심리적 입장에서 소외(alienation, estrangement)를 연구한 대표적 학자이다. 시맨(Seeman)은 개인의 기대감(expectancies)과 가치(values)를 기준으로 소외를 무력감(powerlessness), 무의미성(meaninglessness), 무규범성(normlessness), 가치상의 고립(value isolation), 자기 소외(self-estrangement), 사회적 고립(social isolation)의 6가지 개념으로 정의를 내렸다.

시맨의 6가지 소외현상은 사회심리학적 입장에서 제시된 것으로 방송수용자의 속성 및 그간에 연구된 방송 소외계층의 분류를 조사해 보면 다음과 같다.

안정임(2004)은 소외계층은 마이너리티(minority)를 의미하는데 여기에는 수적 소수라는 개념만을 가지고 설명하는 것은 무리가 있다고 주장한다. 수적 소수라는 개념외에 방송 수용자의 권리로부터 소외시키는 불공평한 차별성이 존재하는 계층을 방송소외계층이라고 보는 것이 타당하다고 말한다.

이경자(1994)는 방송에 있어서 '소수'라는 개념에는 두 가지 의미가 있다고 지적한다. 다수 또는 대중의 대비 개념으로서의 소수라는 양적인 의미와 사회적 '주류'의 대비 개념으로서의 소수라는 질적인 의미가 포함된다는 것이다. 그는 방송 계층을 양적 기준과 질적 기준을 바탕으로 4가지 유형으로 분류하였다. 혜택받은 사회적 소수.(privileged minority), 혜택받지 못한 소수

(underprivileged minority), 혜택받은 엘리트 소수(privileged minority), 사회적 다수(privileged mass)가 그것이다.

안정임(2004)에 의하면 이경자(1994)의 분류는 소수계층의 유형들을 나름대로 체계적인 방법을 통해 조망하고 있다는 점에서 의미가 있으나 질적 기준의 모호성이나 ‘혜택받은 혜택받지 못한’이라는 기준이 무엇으로부터의 어떤 혜택인가라는 점이 분명치 못한 한계가 있다고 말한다. 방송의 소수계층이 어떤 권리나 혜택으로부터 소외되었는가에 대한 설명이 부족하다는 것이다.

안정임(2004)은 방송 수용자의 속성 및 기존의 연구를 고려하여 4가지의 방송 소외계층의 유형으로 재정리하였다. 즉 일반적으로 방송 소외계층으로 논의되는 여성, 노인, 장애인, 소수인종 등의 구체적 집단과 시맨의 소외 유형의 특성에 따라 재분류를 해본 것이다. 각 유형은 서로 중복되거나 연관성을 지니고 있기 때문에 상호배타적이지는 않으나 주된 초점이 어디에 있느냐에 따라 차별성을 지닌다. 4가지 방송 소외계층의 유형은 다음과 같다.

① 권력상의 소외계층

이것은 시맨의 소외양상 중 ‘무력감’에 기초한 것으로 자신에 대한 스스로의 통제력, 또는 사회에 대한 영향력을 갖추지 못한 계층을 지칭한다. 숫자상의 크기에 관계없이 방송에 대한 접근권이나 프로그램의 선택권 등에서 소외되어 있는 계층이며 대표적으로 여성과 어린이/청소년, 소수인종 등을 포함시킬 수 있다.

② 관계상의 소외계층

이것은 ‘사회적 고립’으로 분류된 소외양상에 기초한 것으로 사회 주류와의 상호작용에 있어서 고립되어 있거나 거리감을 갖고 있는 집단을 지칭한다. 여기에는 노인층, 장애인, 지역민, 그리고 외국노동자 등이 포함될 수 있다. 또한 조기 정년, 명예퇴직, 계약제 등으로 인해 사회적 주류에서 벗어남으로써 노년층으로 취급받고 있는 중장년층도 여기에 속한다. 이들은 경우에 따라서는 경제력이나 구매력을 갖추고 있기도 하나 사회적으로 고립되어 있다는 특성 때문에 방송에서 소외되고 있는 유형이다.

③ 문화상의 소외계층

이 유형은 '가치상의 고립' 개념과 유사한 것으로 최근 새롭게 인식되고 있는 취향 문화적 집단을 지칭한다. 이들은 다수취향 위주의 방송 프로그램에서 소외된 계층으로 소위 고급문화와 정보를 요구하는 지식인 엘리트층이나 다양한 종류의 문화 예술적 취향을 지닌 집단 및 하위문화집단 등을 포함한다. 미디어 환경이나 사회문화적 변화로 인해 세분화된 취향집단들은 계속 생겨날 전망이다. 이들이 방송을 통해 자신의 욕구를 충족시키지 못할 경우 문화적 소외 계층으로 분류될 수 있다.

④ 도덕/규범상의 소외계층

이것은 '무규범성'과 비교적 유사한 개념의 소외계층으로 여기에는 '가치상의 고립' 개념도 일부 포함된다. 주로 사회전반적인 도덕관념이나 규범과는 다른 가치를 지닌 집단을 의미하는데 대표적으로 현재 새롭게 등장하고 있는 호모섹슈얼, 즉 동성애자나 에이즈환자 집단 등이 해당될 것이다. 이들은 프로그램의 선택권 측면보다는 자신의 의견이나 태도를 방송을 통해 표현할 수 있는 참여와 표현의 소외를 경험하는 집단이라 할 수 있다.

3. 방송소외계층의 분류

가. 국내 연구동향

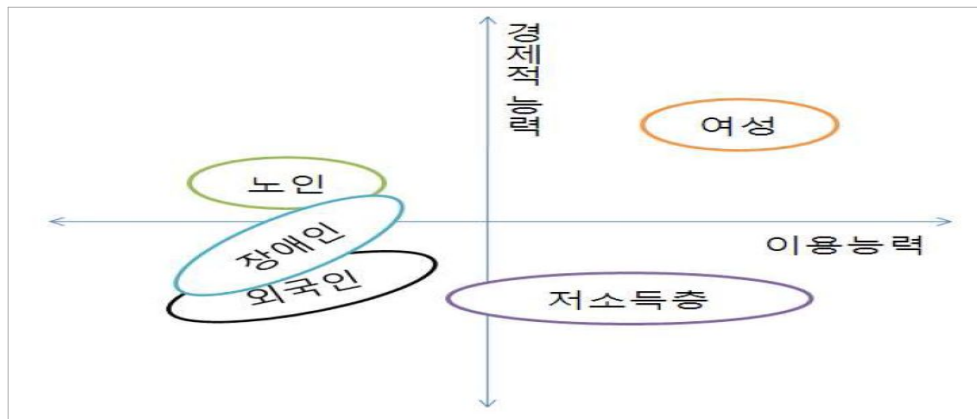
김영덕(2002)은 정보통신이나 행정의 영역에서 연구되어왔던 디지털디바이드의 문제를 방송의 영역에서 선구적으로 연구했다. 그는 디지털디바이드의 개념이 인터넷기반의 정보통신영역을 넘어서 디지털방송과 방송통신의 융합환경 아래의 방송영역에서 충분히 적용할 수 있는 개념이라고 봤다. 그는 장애인과 외국인 등을 방송소외계층의 영역에 두고 연구를 하였다.

송종길(2008)은 이용능력과 경제적 능력의 두 축을 기준으로 방송서비스 취약계층을 설정하였다. 그는 방송서비스를 자유롭게 이용할 만한 능력을 가

지고 있지 못한 계층(예 : 장애인) 또는 방송 서비스의 주요 대상이 되지 못하는 계층(예 : 노인, 어린이)과 동시에 방송서비스를 가입하고, 그에 대한 대가를 지불할 경제적인 능력이 부족한 계층을 방송취약계층이라고 추가하였다.

그는 아래의 그림과 같이 방송취약계층을 5가지 계층으로 구분하였다. 종전의 방송소외계층으로 분류되는 노약자 계층, 신체적 장애를 가지고 있어 방송 서비스를 원활이 이용할 수 없는 장애인 계층, 그리고 언어적, 문화적 장벽에 의해 일시적으로 형성되는 외국인 집단이 그것이다.

<그림 2-1> 방송서비스 취약계층의 설정



자료 : 송종길(2008)

방송통신위원회는 방송 접근에 장애 또는 불편이 있거나 시민으로서 요구되는 적절한 방송이용에 어려움이 예상되는 계층으로 정의하고 있다.

안정임(2004)은 방송소외계층을 시민의 소외양상을 기초로 하여 권력상의 소외, 관계상의 소외, 문화상의 소외, 도덕규범상의 소외로 분류하였다. 권력상의 소외에는 여성과 어린이/청소년, 소수인종을, 관계상의 소외계층에는 노인층, 장애인, 지역민, 외국노동자, 조기 정년, 명예퇴직, 계약제 등으로 인해 사회적 주류에서 벗어난 중장년층, 문화상의 소외계층에는 취향집단을, 도덕/규범상의 소외계층에는 호모섹슈얼, 에이즈환자 집단 등을 소외계층으로 들었다.

방송위원회(2005)는 소외계층을 지상파방송과 유료방송으로 나누어 지적하고 있다. 지상파방송의 소외계층은 난시청 지역 주민들과 장애인으로 지상파 방송의 접근성 측면에서 물리적 접근 가능성만을 놓고 보자면, 소득, 학력, 연령, 성별은 큰 문제가 되지 않는다는 것이다. 방송서비스의 유료화는 소득을 소외계층을 결정짓는 중요한 요인으로 보고 저소득층을 포함하고 있다. 인터넷의 경우는 학력, 연령, 소득, 장애유무, 지역에 따른 정보격차로 인해 소외계층에 차이가 있는 것으로 나타나고 있으며 그 중에서도 특히 학력, 연령, 소득이 격차를 불러일으키는 가장 큰 요인으로 보고 있다. 위와 같은 요인은 컴퓨터 기반 방송매체 이용시에도 유사한 패턴이 발생할 것으로 짐작된다.

방송통신위원회(2009)는 ‘방송 소외계층 지원 종합계획(안)’에서 방송 소외계층을 ‘방송 접근에 장애 또는 불편이 있거나 시민으로서 요구되는 적절한 방송이용에 어려움이 예상되는 계층’으로 정의하고 정책적 지원의 대상을 아래의 표와 같이 크게 두 계층으로 분류하였다.

<표 2-1> 방송통신위원회의 방송소외계층 분류

지원 프로그램	대상
방송수신기 보급 등 방송접근 편의제공	시청각 장애인(1~6급), 65세 이상 노령층 중 난청노인
방송프로그램 및 미디어 교육 대상	청소년, 노령층, 다문화가정, 새터민

자료 : 방송통신위원회(2009)

나. 해외의 방송소외계층 분류 및 지원정책

미국연방통신위원회(FCC)는 2007년도 고령층, 장애인, 저소득층, 농어촌주민, 소수민족, 비영어권자에 대한 관심이 필요하다고 말하고 있다. 특히 디지털전환과 관련하여 디지털TV전환 홍보교육 사이트(www.dtv.gov)를 운영하며, 워크숍을 통해 고령자, 소수민족·비영어 사용자, 장애인, 저소득층, 농어촌 주민

에 집중 교육을 실시하고 있다.

영국은 지상파 방송의 경우 목표도움계획 그룹을 75세 이상의 노인, 중증 장애인, 시각장애인을 포함하고 있으며, DTV전환과 관련한 특별한 도움이 필요한 그룹으로 수당을 받지 않는 장애인, 전맹이 아닌 시각 장애인, 저소득 가구 등으로 확대하고 있다.

프랑스는 DTV전환과 관련하여 법에서 정한 어려운 가정을 소외계층으로 분류하고 있으며 노인, 장애인은 DTV전환에 있어서 소외계층이라고 보고 있지 않다.

일본의 NHKSMS 지상파 방송 시청료 감면세대를 고령자, 중병자, 장애인, 모자가정, 기타 세대를 수신료 면제 세대로 규정하고 있으며, DTV전환과 관련하여 생활보호 대상자를 지원 대상으로 삼고 있으며 디지털방송음영지역 거주자 지원 방안을 추가로 마련중에 있다.

핀란드는 DTV전환과 관련하여 친척이나 친구의 도움없이 혼자 사는 노인을 소외계층으로 한정하고 있다.

제 2 절 방송환경의 변화와 방송소외계층

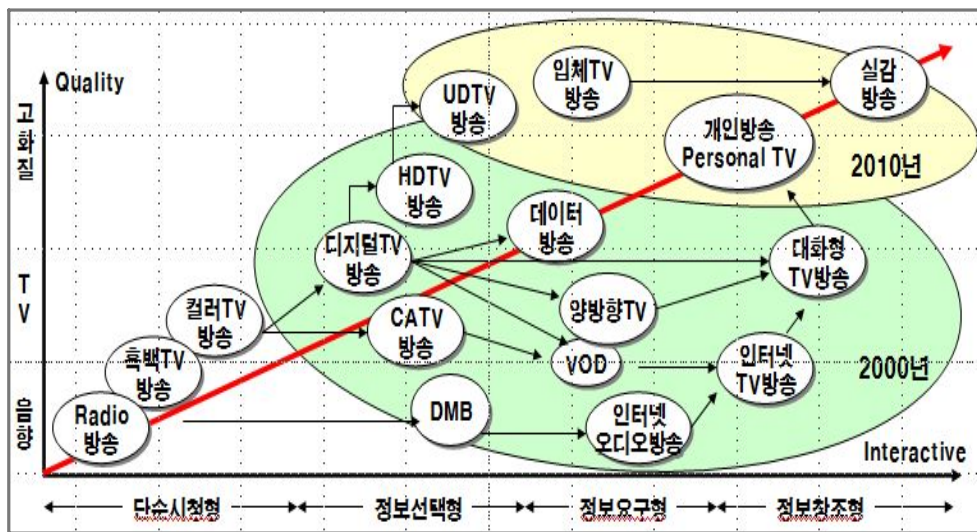
1. 기술환경의 변화와 방송소외계층

1990년대 말 이후 방송 매체환경은 이전과는 판이하게 다른 수준의 급격한 변화를 겪게 된다. 그 변화의 중심에 컴퓨터 매개 커뮤니케이션의 등장과 방송·통신의 융합이 있다. 여기서 융합의 두 주체인 방송과 통신은 커뮤니케이션 테크놀로지의 활용 측면에서 각기 매우 상이한 역사적 배경을 갖고 출발되었다. 전자가 한 사회의 공적 커뮤니케이션 매체로 시작되었다면, 후자는 철저하게 사적인 차원의 사회적 커뮤니케이션 채널로 시작되었다. 현재 새로운 매체환경 변화를 주도하는 테크놀로지, 혹은 사회적 매체의 예로는 위성 DMB,

지상파 DMB, IPTV, WiBro 등이 있다.

서비스 및 기술환경의 변화(특히 제공 서비스의 변화)는 소의계층 분류 기준 및 정책적 지원 범위를 결정하는 중요한 변인이다. 기존의 방송 서비스는 단순 음향 및 One-way 방식의 단순 시청형 서비스가 주를 이룸. 현재 서비스되고 있는 컬러TV를 단순시청형 서비스로 분류할 수 있다. 기존방송 서비스에 디지털화 및 압축 전송기술, 양방향성 응용서비스 기술, 멀티미디어 스트리밍 기술 등이 결합하는 형태로 기술 발전이 이루어졌으며 이에 따라 DTV, DMB, IPTV 서비스로 구현되고 있다. DTV, DMB, IPTV 서비스에 더불어 3D A/V 방송, 개인방송 등으로 발전중이다.

<그림 2-2> 방송 서비스 및 기술 발전 방향



디지털 격차(Digital divide)에 의한 소의 계층이 확대되고 있다. 기존방송 서비스하에서 소의계층이 저소득층, 난시청 지역, 고령자, 장애인 등이었다면 새로운 방송 환경하에서는 기술 및 서비스 이용에 무지한 새로운 하위 집단이 편입되고 있다.

사회·심리적 환경 변화도 소의계층의 분류 기준 및 정책적 지원 범위를 결

정할 때 고려해야 할 중요한 변인중의 하나로 대두되고 있다. 기존방송 서비스하에서 소외계층에 디지털 기술에 대한 관심이 부족한 하위집단에 의해 새로운 소외계층이 생겨나고 있다. 인터넷이나 디지털미디어에 대해 불필요하다거나 불편하다는 인식을 갖고 자발적으로 디지털 소외계층에 편입되는 하위집단이 생겨나고 있다. 개인형 방송, UCC 등의 서비스로 진화할수록 사회·심리적인 요인에 의해 소외계층으로 편입되는 계층이 확대될 것으로 전망된다. 미디어를 접근할 충분한 능력이 뭍에도 불구하고 이용을 꺼리는 회피자가 늘어나고 있다. 영국의 경우 디지털 전환에 거부감을 느끼며 TV없이 지내겠다는 계층이 2%가량 점유하고 있는 것으로 조사된다.

가. 디지털 TV

2008년 3월 제정된 “지상파 텔레비전방송의 디지털 전환과 디지털방송의 활성화에 관한 특별법”에 따르면 우리나라 디지털 방송의 도입 완료시한은 2012년이다. 디지털 방송의 도입을 완료하기 위해서 무엇보다 필요한 것은 디지털 TV의 보급이다.

우리나라의 DTV 보급은 2001년부터 본격적으로 진행되었으며, 최근 3년 평균 35.7%의 성장률을 보이며 꾸준히 성장해 왔다.

<표 2-2> 우리나라의 디지털 TV 보급현황

(단위 : 만대)

구분	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년 (10월까지)
연별 판매대수	28.2	61.0	60.0	60.2	86.1	127.9	147.9
판매량 누계	47	108	168	228.2	314.3	442.2	590.1

자료 : 한국전파진흥협회

Informa(2007)의 집계에 의하면 우리나라의 DTV 보급률은 2007년 말 현

재 21%에 달하고 2012년까지는 약 77%로 늘어날 것으로 전망하였다. 이는 아날로그 TV 방송 종료 시점이 2012년으로 동일한 영국(2007년, 83%)이나, 일본(2007년, 34%)과 비교하였을 때, 다소 느리게 진행되는 추이를 나타내고 있다.

<표 2-3> 우리나라의 디지털 TV 보급률 추이 및 전망

(단위 : %)

년도	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2009	2010	2011
한국	0	0	4	7	10	12	16	21	30	45	58	69	77

자료 : Informa, 2007

DTV 보급률 저하의 원인에 대한 연구결과에 따르면 DTV 가격이 수용의 가장 큰 저해 요소임을 알 수 있다. 이러한 상황에서 경제적으로 우세한 지위를 가지고 이미 DTV를 구입하여 시청하고 있는 가구와 그렇지 않은 가구간의 이용행태 및 활용능력의 차이는 점차 증가할 것으로 판단되며, 이를 해소하기 위한 적절한 정책적 판단이 요구된다.

<표 2-4> 국내 DTV 보급률 및 확산 애로요인

디지털 TV 구입하지 않는 이유	디지털 TV 활성화의 중요요소
<ol style="list-style-type: none"> 1. 가격이 너무 비싸서 2. 기존 TV로도 불편함이 없어서 3. 서비스 상용화 되려면 아직 멀어서 4. DTV의 가격이 더 내릴 것 같아서 5. 경기가 불황이라 소비를 억제하느라 6. 디지털 방송시간이 부족해서 7. 케이블방송의 디지털화가 아직 미흡 8. 셋톱박스로 디지털 방송을 시청예정 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 디지털 TV 가격인하 2. 디지털 TV 전용 프로그램/콘텐츠의 획지적 증대 3. 디지털 TV 수신 가능 지역 확대 4. 디지털 TV 구매에 대한 보조금 지급 5. 아날로그 방송 조기 중단 및 디지털 방송 전면실시 6. 정부의 대국민 디지털 TV 홍보

자료 : 김형준, 연권흠, 2005

나. 케이블 TV

케이블 TV의 디지털 전환을 서두르고 있는 상황으로 이들은 디지털 케이블의 보급을 통해 케이블 가입가구를 현재의 1,400만에서 2010년에는 1,620만으로 늘리고 이 가운데 표준형과 고급형 가입자를 1,140만을 확보한다는 전략이다.

<표 2-5> 가입자의 디지털 전환 계획

(단위 : 만대)

구분		2006	2007	2008	2009	2010	계
가입자수	전체가입자수	1,420	1,500	1,560	1,590	1,620	1,620
	디지털 가입자수	40 (누계)	310	505	855	1,310	1,620
디지털 STB 보급수	고급형(HD)	-	70	100	100	60	330
	표준형(HD)	40	155	250	210	155	810
	보급형(SD)	-	85	155	145	95	480

자료 : 김도연, 송종길, 오세성. 2008

케이블 TV협회는 지역사업자(SO)의 디지털케이블 방송서비스를 통합하여, 'DV'라는 명칭으로 광고 및 홍보를 시행하고 있으며, 이를 통해 디지털 방송전환에 따른 경쟁력 확보와 SO의 ARPU(가입자당 매출) 향상을 통한 경영호전을 꾀하고 있는 상황이다.

약정 계약을 하지 않는다고 가정했을 때 디지털 케이블로 가입을 전환하기 위해서는 가장 저렴한 서비스라 하더라도 10,000원 이상의 추가 비용을 매달 지불해야만 한다. 또 대부분의 가정에서 이용하고 있는 아날로그 케이블 묶음 채널 상품은 45개 내외의 채널을 제공하는 7,000원 가량의 상품이나, 60개 내외의 채널을 제공하는 9,000원 가량의 상품이기에 때문에 가구에서 부담해야 하는 디지털 전환 가입비용은 현재 비용의 거의 두 배 가까이 된다. 여기에

가입을 위해 추가로 지불해야 하는 셋탑박스 보증금(약 50,000원)등을 고려한다면, 시청자가 디지털 케이블을 이용하기 위해 지불해야 하는 비용은 현재의 아날로그 케이블 시청 환경에 비교했을 때 상대적으로 높은 수준이라 할 수 있다.

다. IP TV

인터넷 멀티미디어 방송(IPTV)의 경우에도 다음의 <표>에서 보는 바와 같이 최소 35,000원에서 최대 40,000원까지의 비용이 소요되고 있다. 물론 이러한 가격은 본서비스 실시예 상당부분 조정될 것으로 보이지만, 시청자에게는 상당한 부담이 될 것으로 보인다.

<표 2-6> IPTV 이용요금

(단위 : 원)

서비스상품	LG파워콤		하나로텔레콤		KT	
	개별 이용	번들 이용	개별 이용	번들 이용	개별 이용	번들 이용
초고속인터넷	28,000	25,200	29,700	26,730	30,600	29,070
TV	10,000	9,000	11,000	9,900	8,000	6,800
총계	38,000	34,200	40,700	36,630	38,600	35,870

결국 디지털 방송은 시청자에게 디지털 전환이라는 경제적인 부담을 주는 구조이고, 그에 따라 경제적 능력이 취약한 그룹의 디지털 방송전환은 상대적으로 늦을 수 밖에 없다. 물론 :지상파 텔레비전방송의 디지털 전환과 디지털 방송의 활성화에 관한 특별법“ 제 10조에서 저소득층에 대한 지원을 명문화하고 있지만, 지원 대상 및 체계의 확립이 이루어지기까지 상당한 시간이 소요될 것으로 보인다. 이러한 상황에서 당분간 방송 서비스 취약계층의 디지털 방송 수용은 당분간 어려울 것으로 예상되며 그에 따라 디지털 방송서비스 취약계층과 선도 집단간의 차이는 더욱 심화될 것으로 보인다.

2. 방송 다기능화에 따른 방송소외계층의 영향

디지털 방송서비스는 아날로그 방송 서비스에 비해 보다 다양하고, 새로운 서비스를 제공하기는 하지만, 실제로 늘어난 방송 채널과 서비스의 증가가 시청자에게 긍정적으로 작용할 지는 미지수이다. 급격한 정보의 증가가 이용자의 정보 활용력을 증가시키기보다 오히려 감소시킨다는 미디어 수용자의 평형 모델(equilibrium model)을 상기할 필요가 있다(전석호, 1993). 즉 전체 미디어 노출량이 증가함에 따라 각 미디어에 집중도(attentiveness)가 저하되는 동시에 새로운 미디어의 노출에 대한 심리적 저항감(resistance)은 증가한다는 것이다.

따라서 경제적 원인으로 인해 디지털 방송 수용에 대한 격차 심화뿐 아니라 디지털 방송서비스를 수용하였다 하더라도 배가된 채널의 수와 다양한 서비스를 능동적으로 사용하기 위해서는 무엇보다 이용자가 손쉽게 활용할 수 있는 인터페이스의 구성이 필수적인 사항이다. 미디어 인터페이스는 다양한 기능을 보다 체계적이고 용이하게 이용할 수 있도록 구성하여 미디어의 활용성을 높여줄 수 있을 뿐만 아니라 이용자의 미디어 친숙도를 증가시켜준다.

지상파방송의 다기능화는 MMS(Multi-Mode-Service)로 대변되는데, MMS는 지금까지 국내 지상파 디지털 전송방식인 ATSC방식에서는 1개 지상파 TV 주파수 대역(6MHz) 당 1개의 HD(고화질)급 채널을 방송하는 것이 원칙인 것으로 인식되어 왔다. 그러나 최근 디지털 영상압축 기술의 발달로 6MHz 대역에 1개 HD채널을 넣고도 여분의 공간을 확보할 수 있게 되었다. 이에 따라 남은 대역폭을 이용해 SD(표준화질)급 TV채널, 라디오채널, 데이터방송 채널을 추가로 편성할 수 있게 되었다. 다시 말해 방송사별로 기존 1개 TV채널 외에 또 다른 1개 TV채널과 라디오 채널 등을 추가로 방송하는 것이 가능해 졌다. 따라서 기존에 부족했던 주파수를 보다 다양하게 사용할 수 있게 되어, 영상 서비스뿐만 아니라 다양한 데이터 정보서비스 및 T-commerce등의 서비스를 제공할 수 있을 것이다.

지상파의 MMS 형태는 아직 논의 단계여서 명확하게 평가하기는 어렵지만 대부분의 논의가 DTV에서 제공되는 채널의 성격과 관련된 논의에 집중되어 있고, 다양한 서비스 제공에 따른 보다 편리한 인터페이스 설계 및 활용성 확보 방안에 대한 논의는 사업자의 차별화 지점으로 남겨 두는 형편이다. 따라서 디지털 기기의 활용능력이 떨어지는 취약그룹의 경우 디지털 매체의 활용에 있어 다른 그룹에 비해 활용능력이 현저히 저하될 것으로 예상된다.

이러한 취약그룹의 활용성을 고려하지 않는 인터페이스는 현재 서비스 중인 디지털 케이블에서도 동일하게 나타난다. 디지털 케이블 서비스는 TV 수상을 통해 다양한 정보검색, 선호채널 설정, 인터넷 검색, 홈쇼핑 및 T-Commerce, SMS 서비스 등의 다양한 서비스를 제공하고 있지만 디지털 취약그룹을 위한 배려지점은 어디에서도 찾아보기 어렵다. 예를 들어 노령시청자를 위한 돋보기 기능이나, 시청각 장애인을 위한 메뉴 음성기능 등은 찾아보기 어려운 실정이다.

뿐만 아니라 TV활용의 기본적인 도구인 RCDs(Remote Control Devices)의 경우에도 작은 크기에 다양한 기능을 집적해야 하는 문제로 인하여, 방송 취약그룹이 이를 적절히 활용하기 매우 어려운 구조이다. 특히 지상파 방송을 시청하는데 필요한 DTV용 RCDs와 디지털 케이블 STB용 RCDs 간의 상호연계성 및 이용의 편리성이 보장되고 있지 않고 있어, 다양한 방송 서비스를 이용하기 위해 여러 개의 RCDs를 한꺼번에 이용해야 하는 상황에 직면해 있다.

따라서 방송서비스 취약그룹을 위한 적절한 메뉴구성 및 서비스방식에 대한 통합적인 모델을 제시하기는 어렵겠지만 적어도 취약그룹을 고려한 텔레비전 서비스의 구성과 기기 이용을 위한 사용자 인터페이스의 기본적인 논의를 위한 연구와 조사가 함께 이루어져야 할 것이다.

제 3 절 방송소외계층 현황과 매체이용행태

1. 장애인

보건복지부의 2008년 장애인 실태조사에 따르면 장애를 시각, 청각 장애를 비롯하여 15개의 유형으로 분류하고 있다. 정부는 장애인의 수 및 장애인의 복지욕구 등에 대한 정확한 실태를 파악하여 장애인 복지 정책 입안의 기초 자료로 활용하는 한편, 장애인복지서비스를 제공하는 대상을 구체화하기 위한 자료로 1988년부터 장애인 등록 제도를 전국적으로 실시하고 있는데, 2008년 등록자료에 의하면 우리나라 등록 장애인 인구는 총 2,246,965명에 달하고 있으며, 시각 장애인은 228,126명, 청각 장애인은 223,102명으로 나타났다.

<표 2-7> 유형별 장애인 현황

(단위 : 명)

유형	남	여	Total
시각	139,144	88,982	228,126
청각	125,070	98,032	223,102
간	5,288	1,680	6,968
간질	5,116	4,050	9,166
뇌병변	134,927	97,462	232,389
신장	28,488	21,986	50,474
심장	9,087	5,645	14,732
안면	1,367	970	2,337
언어	11,263	4,195	15,458
자폐성	10,854	2,100	12,954
장루	7,302	4,438	11,740
정신	46,655	39,969	86,624
지적	89,477	57,421	146,898
지체	719,878	471,135	1,191,013
호흡기	11,641	3,343	14,984
Total	1,345,557	901,408	2,246,965

자료 : 보건복지부, 2009.3

시청각 장애인을 급수별로 분류해보면 아래 표와 같다. 시각장애인은 6급이 가장 많으며, 1급이 그 다음을 차지하고 있다. 청각장애인은 5급이 가장

많으며, 1급이 가장 적은 것으로 나타났다.

<표 2-8> 시각·청각 장애인 등급별 현황

(단위 : 명)

유형	1급	2급	3급	4급	5급	6급	Total
시각	32,221	8,491	13,112	11,615	19,163	143,524	228,126
청각	6,007	47,182	41,251	44,942	48,488	35,232	223,102
Total	38,228	55,673	54,363	56,557	67,651	178,756	451,228

자료 : 보건복지부, 2009.3

참고로 시청각 장애인의 장애등급 판정기준은 아래와 같다.

<표 2-9> 시청각장애 등급기준

유형	장애등급	장 애 정 도
시각	1급1호	- 좋은 눈의 시력이 0.02이하인 사람
	2급1호	- 좋은 눈의 시력이 0.04이하인 사람
	3급1호	- 좋은 눈의 시력이 0.08이하인 사람
	3급2호	- 두 눈의 시야가 각각 주시점에서 5도 이하로 남은 사람
	4급1호	- 좋은 눈의 시력이 0.1이하인 사람
	4급2호	- 두 눈의 시야가 각각 주시점에서 10도 이하로 남은 사람
	5급1호	- 좋은 눈의 시력이 0.2이하인 사람
	5급2호	- 두 눈에 의한 시야의 2분의1 이상을 잃은 사람
	6급	- 나쁜 눈의 시력이 0.02이하인 사람
청각	2급	- 두 귀의 청력 손실이 각각 90데시벨 이상인 사람
	3급	- 두 귀의 청력손실이 각각 80데시벨 이상인 사람
	4급1호	- 두 귀의 청력손실이 각각 70데시벨 이상인 사람
	4급2호	- 두 귀에 들리는 보통 말소리의 최대의 명료도가 50 퍼센트 이하인 사람
	5급	- 두 귀의 청력손실이 각각 60데시벨 이상인 사람
	6급	- 한 귀의 청력손실이 80데시벨 이상, 다른 귀의 청력 손실이 40 데시벨 이상인 사람

자료 : 보건복지부, 장애등급 판정기준, 2003.7

2. 저소득층

2008년 12월 기준으로 국민기초생활보장수급자는 약153만명(85만4천가구)으로 전인구대비 국민기초생활수급자의 비율인 수급률은 3.1%이다. 수급자를 종류별로 보면, 일반수급자가 대부분(94.4%)이며, 시설수급자는 5.6%를 차지하고 있다.

<표 2-10> 수급자와 구성비율

단위 : 명, %

	계	일반수급자	시설수급자	가구수
수급자수	1,529,939	1,444,010	85,929	854,205가구
구성비	100.0	94.4	5.6	

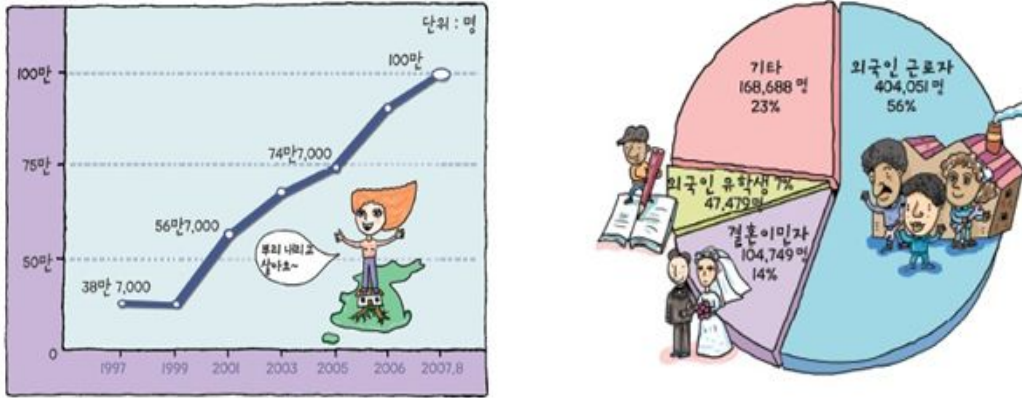
3. 체류 외국인

최근 급격히 늘고 있는 외국인의 현황을 보면, 법무부의 조사에 따르면 국내에 3개월 이상 체류하고 있는 외국인의 수는 2007년 현재 약 100만명에 이르고 있다. 이를 유형별로 보면 외국인 근로자가 약 40만명으로 전체의 56%를 차지하고 있으며, 결혼이민자가 10만여명으로 전체의 14%를 차지하고 있다. 이제 우리 사회도 국제화가 진전이 되어 이들을 사회의 일원으로 인식하고 지원하는 방안에 대해 고민을 해야할 시기가 도래하고 있음을 알 수 있다.

이러한 외국인의 지속적인 증가추세에도 불구하고 이들을 위한 방송서비스는 거의 없는 실정이다. 외국인을 방송소재로 이용하는 프로그램은 다수 존재하지만 실제로 외국인들을 위한 다언어 서비스는 논의조차 되고 있지 않다. 다만 국제방송교류재단에서 운영하고 있는 '아리랑 TV'와 '이주노동자방송(MVIN)', 등이 있으나 이들에 대한 접근권은 보장되지 않고 있다.

<그림 2-3> 국내 체류 외국인 증감 현황

단위 : 명, %



자료 : 법무부, 2008

4. 방송 소외계층의 매체이용행태

가. 장애인의 방송매체이용행태

장애인들의 여가생활을 조사한 한국보건사회연구원의 「2008 장애인실태조사」에 따르면 장애인들은 'TV시청 및 비디오시청'(36.1%)이 가장 높게 나타났다으며 '휴식'(19.8%)이 다음을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 장애유형별로 살펴 보면, 'TV시청 및 비디오시청', 그리고 '휴식' 두 가지 모두에서 거의 대부분의 장애유형이 골고루 높게 답하고 있음을 알 수 있다.

이를 통해 볼 때 장애인들의 TV시청 등이 얼마나 중요한 부분을 차지하고 있는지를 알 수 있다. 장애인들은 신체의 불편함에서도 기인하지만 경제적인 부담으로 인해서도 집안활동이 위주가 되는 방송매체 시청과 휴식을 취하고 있는 것으로 생각된다.

<표 2-11> 장애인들의 문화 및 여가활동 방법

(단위 : %, 명)

주된 이유	지체 장애	뇌병변 장애	시각 장애	청각 장애	언어 장애	지적 장애	자폐성 장애	정신 장애	신장 장애	심장 장애	호흡기 장애	간 장애	안면 장애	장루·요루 장애	간질 장애	전체
TV시청 및 비디오 시청	35.6	44.5	29.9	35.0	36.2	40.4	26.8	39.0	30.9	34.0	45.9	21.9	32.1	36.7	35.2	36.1
여행	2.0	0.6	1.2	2.4	0.8	1.7	6.0	1.0	1.5	0.7	0.3	1.2	1.8	2.4	0.4	1.7
문화예술 관람	1.1	0.1	0.0	0.0	0.5	1.3	1.8	0.7	0.0	0.5	0.4	1.2	0.9	0.0	0.8	0.7
스포츠 관람	0.0	0.5	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0
스포츠 활동	3.0	2.4	7.4	4.0	3.7	3.8	10.3	1.8	4.2	2.8	0.4	6.8	3.3	7.5	1.1	3.6
컴퓨터 게임, 인터넷 검색 등	3.9	1.1	2.9	2.0	14.8	11.0	21.4	1.5	4.0	6.7	2.5	6.3	9.9	2.2	4.5	3.9
창작적 취미	2.0	1.8	1.4	2.8	2.0	2.1	3.5	6.6	2.9	2.7	3.6	2.8	2.5	2.7	3.6	2.2
자기계발	0.2	0.2	0.6	0.5	0.3	0.3	1.3	0.5	0.2	0.3	0.0	0.5	0.0	0.3	0.6	0.3
봉사활동	0.4	0.0	0.7	0.5	0.0	0.0	0.0	1.7	0.3	0.7	0.2	0.0	1.3	0.2	0.0	0.4
종교활동	11.6	10.8	13.3	12.3	9.0	15.8	10.1	10.7	10.0	10.4	6.0	11.7	13.2	10.2	30.7	12.0
가사	9.1	2.9	8.9	10.9	4.2	1.6	0.3	6.8	6.0	4.3	3.9	3.2	9.1	6.9	5.1	7.8
휴식	18.6	24.8	22.7	18.6	19.9	13.7	12.0	22.6	29.2	25.1	25.5	35.9	17.6	18.5	12.4	19.8
사회관련일	8.6	5.0	6.3	6.7	4.3	2.7	1.7	1.4	4.2	5.7	7.2	3.0	5.4	7.1	3.2	6.9
기타	3.9	5.3	4.6	4.3	3.9	5.7	4.8	5.5	6.3	6.0	4.0	5.4	1.7	5.3	2.4	4.4
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
전국 추정수	1,132,116	219,156	220,061	207,383	15,103	140,079	12,329	84,780	48,284	14,606	14,393	6,514	2,185	11,356	8,881	213,226

시청각 장애인의 TV시청행태를 조사한 마동훈(2007)의 연구에 의하면 시각장애인(94.0%) 및 청각 장애인(94.1%) 모두 지상파 텔레비전을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 지상파 텔레비전 다음으로 많이 이용하는 매체는 인터넷으로 시각장애인은 70%가 인터넷을 이용한다고 응답했고, 청각장애인은 68.6%가 이용한다고 응답했다. 세 번째로 많이 이용하는 미디어는 케이블로 나왔는데, 시각장애인은 59.3%, 청각장애인은 64%가 케이블/유선방송을 이용한다고 응답해 시각장애인보다는 청각장애인이 케이블/유선방송을 다소 많이 이용하고 있음을 알 수 있었다. 이는 케이블방송에는 시각장애인이 시청할 수 있는 화면해설 방송 서비스가 제공되지 않는데 반해 자막방송은 프로그램의 특성에 따라 있는 경우가 있어 상대적으로 시각장애인보다는 청각장애인의 접근성이 좋기 때문으로 볼 수 있다. 이외에 시각장애인은 라디오를 많이 이용(58.7%)하는 것으로 나왔고, 청각장애인은 신문을 많이 이용(54.1%)하는 것으로 드러났다. 그러나 시각장애인 또는 청각장애인 모두 위성방송이나 이

동멀티미디어 방송인 DMB 이용율은 15%미만으로 낮게 나왔다.

이렇게 장애인들은 인터넷이외에는 지상파텔레비전, 신문, 라디오, 케이블 등 상대적으로 전통적인 매체를 중심으로 미디어를 이용하고 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 현상은 장애인에게 있어 방송기술의 발달에 따른 융합미디어 환경은 아무런 의미를 갖지 못한다는 것을 말해준다. 즉 수용자 복지차원에서 융합 환경이 수용자 복지의 대상이 되는 장애인들에게 가져다 줄 수 있는 혜택은 아직까지는 크지 않아 보인다.

<표 2-12> 장애인의 미디어 이용 현황

(단위 : %)

이용매체	시각장애인			청각장애인		
	이용	이용 안함	사례수	이용	이용 안함	사례수
지상파 TV	94.0(141)	6.0(9)	150	94.1(128)	5.9(8)	136
케이블/유선방송	59.3(89)	40.7(61)	150	64.0(71)	33.6(36)	107
위성방송	14.7(22)	85.3(128)	150	18.2(18)	81.8(81)	99
라디오	58.7(88)	41.3(62)	150	8.4(8)	91.6(87)	95
신문 (온라인신문 제외)	26.0(39)	74.0(111)	150	54.1(53)	45.9(45)	98
DMB	15.3(23)	84.7(127)	150	23.5(23)	76.5(75)	98
인터넷	70.0(105)	30.0(45)	150	68.6(72)	31.4(33)	105

장애인들은 어떤 시간대에 지상파 텔레비전을 가장 많이 시청할까? 분석 결과 시각 및 청각장애인 모두 저녁 8시부터 밤 12시까지의 밤 시간대(시각: 84.1%, 청각: 80.4%)에 지상파 텔레비전을 가장 많이 시청하는 것으로 나타났다. 또 주 5회 이상 가장 빈번하게 이용하는 시간대도 시각장애인의 경우 밤 시간대(60.7%)로 나왔고, 청각장애인도 오후 4시부터 저녁 8시까지의 저녁시간대(53.6%)와 저녁 8시부터 밤 12시까지의 밤 시간대(51.8%)에 텔레비전을 가장 많이 시청하는 것으로 나타났다. 또 장애인들이 텔레비전을 가장 적게 이용하는 시간대는 오후 12시부터 4시까지의 낮 시간대와 밤 12시부터

새벽 2시까지의 심야시간대로 나타났다.

<표 2-13> 장애인의 지상파 텔레비전 시청시간대 이용현황

(단위: %)

이용매체	시각장애인			청각장애인		
	이용하지 않음	주 4회 이하	주 5회 이상	이용하지 않음	주 4회 이하	주 5회 이상
아침시간대	56.6(82)	11.0(16)	32.4(47)	42.4(42)	19.2(19)	38.4(38)
낮시간대	86.2(125)	11.0(16)	2.8(4)	57.6(53)	14.1(13)	28.2(26)
저녁시간대	54.5(79)	14.5(21)	31.0(45)	25.5(28)	20.9(23)	53.6(59)
밤시간대	15.9(23)	23.4(34)	60.7(88)	19.6(22)	28.6(32)	51.8(58)
심야시간대	80.7(117)	12.4(18)	6.9(10)	67.0(61)	19.8(18)	13.2(12)

* ()은 사례수임

장애인들이 즐겨 시청하는 프로그램 시각장애인, 청각장애인 모두 결과를 보이는데 가장 즐겨 시청하는 장르는 ‘뉴스’(시각: 36.3%, 청각: 29.8%)로 1위를 차지했고, 다음이 ‘드라마’(시각: 29.3%, 청각: 28.1%), ‘예능/오락’(시각: 14.0%, 청각: 16.6%)의 순으로 나타났다. 청각장애인은 ‘예능/오락’ 다음으로 ‘교양’(10.2%) 프로그램을 즐겨 시청한다고 응답했고, 시각장애인은 ‘시사’(6.7%) 프로그램을 즐겨 시청한다고 응답함으로써 다소 차이를 보였다.

이와 함께, 장기적으로 장애인 방송이 좀 더 확대되었으면 하는 장르에 대한 의견은 시각장애인, 청각장애인 모두 ‘뉴스’(시각: 17.6%, 청각: 25.0%), ‘드라마’(시각: 17.1%, 청각: 27.3%), ‘교양’(시각: 15.6%, 청각: 16.9%), ‘예능/오락’(시각: 17.9%, 청각: 16.3%) 장르의 프로그램에 장애인방송 서비스가 확대되기를 희망했다. 이들 장르는 현재도 즐겨 시청하고 있고, 앞으로도 서비스가 더 확대되었으면 하는 장르로 나타났다.

<표 2-14> 시청장르 및 장애인방송이 확대되었으면 하는 장르(중복응답)

장르	시각장애인		청각장애인	
	주 시청장르	장애인방송이 확대되었으면 하는 장르	주 시청장르	장애인방송이 확대되었으면 하는 장르
뉴스	36.3%(119)	17.6%(61)	29.8%(70)	25.0%(43)
드라마	29.3%(96)	17.1%(59)	28.1%(66)	27.3%(47)
영화	0.01%(3)	5.5%(19)	6.0%(14)	6.4%(11)
스포츠	5.2%(17)	3.2%(11)	5.1%(12)	6.4%(11)
시사	6.7%(22)	8.7%(30)	1.3%(3)	1.7(3)
교양	2.4%(8)	15.6%(54)	10.2%(24)	16.9(29)
예능/오락	14.0%(46)	17.9%(62)	16.6%(39)	16.3(28)
다큐	5.2%(17)	14.5%(50)	3.0%(7)	2.3(4)
총계	100.0%(328)	100.0%(346)	100.0(235)	100.0(172)

나. 저소득층의 방송매체 접근현황

신문발전위원회의 「소외계층의 매체 접근과 활용을 위한 실태조사 연구」에 따르면 텔레비전의 경우, 텔레비전의 경우, 전체 응답자의 87.8%가 ‘지상파 TV’를 이용하여 정보를 얻는 것으로 나타났고, 그 뒤를 이어 ‘케이블TV’ (56.6%), ‘위성TV’(2.9%) 순으로 나타났다. 라디오의 경우, 전체 응답자 가운데 55.0%가 소유하고 있는 것으로 나타났고, VTR (30.6%), 휴대폰 (87.2%), 컴퓨터 (66.2%), 인터넷 (66.2%)순으로 나타났다. 인쇄매체에 대한 접근은 상당히 열악한 상황인 것으로 보인다. 잡지의 경우, 전체 응답자의 3%만이 구독하는 것으로 나타났고, 신문은 17.4%만이 구독하는 것으로 나타났다.

<표 2-16> 저소득층의 매체접근 실태

		사례수	예	아니오	계
			%	%	계
구분	지상파TV	(240)	87.8	12.2	100.0
	케이블TV	(240)	56.6	43.4	100.0
	위성TV	(240)	2.9	97.1	100.0
	라디오 소유여부	(240)	55.0	45.0	100.0
	VTR 소유여부	(240)	30.6	69.4	100.0
	휴대폰 소유여부	(240)	87.2	12.8	100.0
	컴퓨터 소유여부	(240)	66.2	33.8	100.0
	인터넷 이용가능 여부	(240)	61.2	38.8	100.0
	잡지 구독 여부	(240)	3.0	97.0	100.0
	신문 구독 여부	(240)	17.4	82.6	100.0

자료 : 박용규, 우형진(2007)

제 4 절 방송소외계층 지원정책

1. 우리나라의 방송소외계층 지원정책

이상에서 살펴본 바와 같이 디지털 방송 장비를 구매해 사용할 수용자들에게는 비용과 접근 기술의 보유유무에 따라 기존 방송서비스에서 제기되던 다양한 프로그램의 제공과 그에 대한 접근을 중심으로 하는 시청자 복지와 같은 수동적인 개념이 아니라 디지털 방송을 접근할 수 있는 가능성과 디지털 방송 장비를 수용역량, 그리고 제공되는 다양한 서비스를 능동적으로 활용할 수 있는 활용능력이 추가되어 정보통신 분야에서 활용되어지는 디지털 디바이드라는 개념이 방송서비스에도 적용되기에 이른다. 이러한 관점에서 방송의 디지털 전환은 디지털이라는 새로운 테크놀로지의 도입은 수용자들에게 방송에의 단순한 접근(Access)이 아니라 이용성 또는 활용능력(Affordability)이라는 사회적 문제들을 야기하고 있다. 시청자가 당연히 누려야할 보편적 서비스로서의 방송의 특성이 새로운 기술로 인해 보다 포괄적인 개념인 활용능력으로 확대되고 있는 것이다.

디지털디바이드 발생의 주 장르였던 인터넷분야와 달리 방송(주로 지상파)

은 소 계층과 연령대에서 일상적 매체이기 때문에 방송에서의 디지털디바이드는 그 심도에서 전자와는 차원이 다르다. 첫째, 디지털기술의 방송도입은 방송 취약계층에게 비용 면에서 하드웨어에 대한 접근의 장벽을 만들고 있다. 즉 앞서 살펴본 것처럼 아날로그에 비해 상대적으로 고가인 디지털텔레비전 수상기는 수용자들에게 보편적서비스를 구매해야 하는 비용문제를 제기하고 있다. 이미 일부 저소득층은 구매 부담에 따른 문제가 디지털전환 정책의 가장 저항적 수용자가 되고 있는 현실이다.

둘째, 활용능력(Affordability)면에서 디지털 기기에서 제공되는 다양한 부가 서비스와 그에 따른 활용 인터페이스는 디지털디바이드가 발생하는 중요한 부분이다. 디지털전환 과정의 과도기적 상황에서 발생하는 기술적 복잡성과 불편함은 보편적서비스로서 방송을 시청하는 수용자들에게 일정수준의 활용능력을 갖추도록 요구하고 있다. 이에 따라 방송의 디지털 전환에 따라 디지털 방송 취약계층에게 디지털디바이드가 심화될 가능성이 농후하다. 이는 취약계층 이외의 일반 시청자에게도 크게 다르지 않다. 기존 아날로그수상기를 가진 시청자들은 디지털TV방송의 효과를 보지 못하고 디지털수상기를 가진 소비자들조차 여전히 존재하는 아날로그방송 서비스에 불평을 터뜨리고 있다.

이런 상황을 겪는 시청자들 대부분은 전환과정이라는 일정기간 동안의 불편만 극복하면 이후 방송시청에 별다른 어려움이 없을 것으로 전망된다. 문제는 디지털전환 완료 후에 방송수용 취약계층에서 디지털디바이드가 더욱 심화될 것이라는 점이다. 아날로그 방송이 중단되면 디지털로 전환하지 못한 일부 계층과 집단들에게는 방송의 수신기회가 아예 없어지는 상황이 발생하는 것이다. 새로운 기술에 대비하지 않고, 또 새로운 기술을 구매하지 않으면 아예 누구나 누려야 하는 보편적서비스를 박탈당하는 심각한 사회적 디바이드가 발생하는 상황이 우려된다. 보편적 서비스를 ‘모든 시민이 공동체의 일원이 되는데 있어 필수적인 권리인 동시에 표현의 자유의 기본적 요소’로 파악하고 있는 OECD(1991)의 견해는 방송에 있어서도 디지털디바이드의 해소문제가 중요함을 시사하고 있다. 보편적서비스의 개념은 경제적, 사회문화적 소외계층에 대

해 최소한의 정보접근기회가 될 수 있으며 각 계층 간의 불평등 구조를 완화시킬 수 있는 것이기도 하다. 국민들 가운데 소수라도 디지털미디어를 이용할 수 없다는 환경이 도래한다면 새로운 서비스가 그들에게는 무용지물이며, 기존의 아날로그서비스도 계속해야 한다는 이중적인 비용부담이 발생한다. 디지털디바이드는 사회통합은 물론 산업의 생산성과 효율성의 증대, 사회복지차원에서 극복되어야 할 문제이다.

이상의 논의를 정리해보면 종전의 방송의 접근권은 콘텐츠와 미디어(또는 네트워크) 접근성을 중심으로 하는 보편적 서비스의 개념이 주를 이루었다면, 디지털 방송에서의 방송 접근권은 여기에 미디어의 활용능력(Affordability)을 추가하여 이용자가 디지털 방송 미디어를 활용한 환경과 그에 따라 획득한 만족도 등을 종합적으로 관리하여야 한다. 즉, 이전의 방송서비스가 제공하던 불편부당한 보편적 서비스에서 유료방송을 중심으로 하는 디지털 방송에서는 방송서비스에 대한 시청자의 활용능력 및 활용을 통한 만족까지 포괄하는 개념으로 확장되었다는 것이다.

따라서 새로운 방송서비스를 준비함에 있어 다양하고 획기적인 서비스가 제시하는 장밋빛 미래에 도취되기 보다는 디지털 전환으로 인해 발생할 수 있는 시청자의 이용환경, 이용능력, 이용성과 등의 다양한 개념이 포함된 디지털 디바이드를 최소화하기 위한 정책적, 제도적, 산업적 고려가 반드시 필요하다는 것이다.

2. 미국의 방송소외계층 지원정책

미국의 경우 장애인을 위한 방송접근권 보장은 1990년대 이미 모든 지상파방송이 프라임 타임대 방송에는 캡션방송을 의무화하도록 하였으며, TDCA(Television Decoder Circuitry Acts)를 통해 미국에서 판매되는 13인치 이상의 모든 텔레비전 수상기는 반드시 Closed-Caption Decoder를 장착하도록 의무화하였고, 1996년에는 음성해설(Audio Description)의 도입을 촉진하는

조항을 신설하였다. 따라서 현재 미국에서는 프라임 타임대에는 상업 네트워크와 모든 지상파 네트워크에서 방송되고 있는 거의 모든 프로그램이 캡션화되어 있으며, 다만 낮시간대의 방송이나 케이블TV방송 신티케이트 방송은 캡션방송이 이루어지지 않는 상황이라고 한다(남궁협, 2005). 또한 디지털 방송 서비스에 폐쇄자막 디스플레이를 필수조건으로 하는 것을 포함하는 조항이 포함된 법안을 발표하였다. 이에 따라 아날로그 방송에서 제공되던 자막서비스를 디지털 방송에서도 서비스 받을 수 있도록 보장하였고 이 법안에 따라 2006년 1월부터 8년에 걸쳐 방송사들은 모든 프로그램에 예외 없이 자막을 서비스하여야 한다. 이러한 접근성 확보정책 뿐 아니라 FCC는 자막의 생성(encoding), 전달, 제시(display)에 관한 지침을 마련하여, 자막의 크기, 색깔, 위치등과 같은 자막의 특성을 변경시킬 수 있도록 하여 시청자의 활용가능성을 높이는 정책을 시행하였다. 또한 화면해설방송(video description)도 DTV의 부가적인 기능으로 선택적으로 서비스하도록 하고 있다(송종길, 2006).

이러한 기존의 방송접근권을 바탕으로 디지털 방송에 대한 접근권과 활용능력을 포괄하는 디지털 디바이드 해소를 위한 정책이 시행되고 있는데 2005년 디지털TV 전환 및 공공안전에 관한 법(Digital Television Transition and Public Safety Act of 2005)이 제정됨에 따라 방송의 디지털화에 따르는 재원의 확보의 법적 근거를 규정하였고, 이 법에 근거하여 디지털-아날로그 변환기 구입 프로그램을 위해 최대 15억 달러의 예산이 배정되었고, 상무부 산하 정보통신국(NTIA)에서 이를 운용, 변환기 구입을 위해 40달러의 할인 쿠폰 프로그램을 시행하였다. 뿐만 아니라 디지털 방송시청자의 활용능력 향상을 위해 FCC주관 하에 정보소외계층(고령자, 소수민족, 비영어사용자, 장애인, 저소득층, 농어촌주민)을 대상으로 하는 DTV 워크샵을 개최 지난 2007년 11월부터 시행하고 있다(정보진흥원, 2007).

한편 최근 샤펜스(Schepens)시각 연구소는 시각장애인을 위한 디지털TV 영상 개선 방법 제안하여 화제를 모으고 있다. 시각 연구소의 연구원들은 디지털 TV 속 인물 및 사물 이미지의 밝고 어두움 및 색 차이를 높이는 새로운

기술로 저시력자의 TV를 시청하는 능력을 향상시킬 수 있다는 점을 발견하였다고 한다. 연구팀은 정상 시각을 가진 이들도 명암 및 색 차이가 향상된 이미지를 선호했고 시각장애인들이 선택한 명암 및 색 차이 정도는 질환을 통해 감소된 민감도 차이에 따라 달라진다는 점을 밝혀냈다고 한다. 연구팀은 모든 디지털TV에 결합될 수 있도록 시제품 칩을 개발하기 위해 'Analog Devices Inc'사와 협력하고 있으며, 사회에서 노령화가 진행됨에 따라, 개발한 기술이 노화의 과정을 겪게될 이들에게 더 광범위하게 사용될 수 있을 것으로 예상하고 있다. 이러한 사례는 미국의 DTV보급 정책이 단순히 기기의 보급에만 국한된 것이 아니라 시청자의 활용능력 향상에 지속적인 관심을 가지고 있음을 보여주는 사례이며, 이러한 방송취약계층을 위한 서비스가 경제적으로 성과를 보여줄 수 있음을 보여주는 사례이다(정보문화진흥원, 2008).

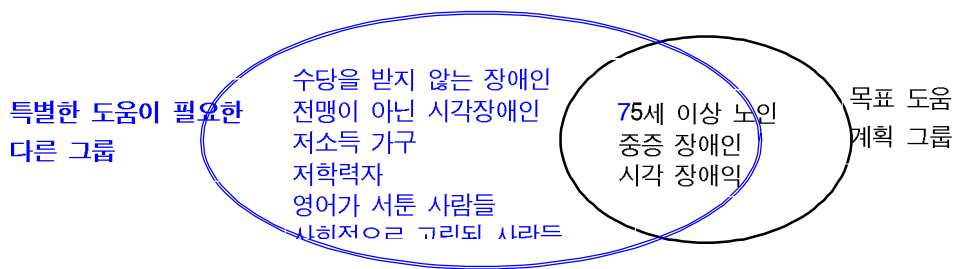
3. 영국의 방송소외계층 지원정책

디지털전환 과정에서 어떤 특정집단도 배제되거나 소외되지 말아야 한다는 것을 가장 중요한 문제로 상정하고 있는 영국의 경우 디지털방송 환경에서도 정보접근에 대한 동등한 기회와 권리가 보장되어야 한다는 보편적서비스 개념은 여전히 유효하다. 그러나 영국은 디지털방송이 새로운 기술습득과 비용 문제를 발생시키고 계층과 집단 간의 디지털디바이드 문제를 야기하여 보편적서비스 개념의 위기를 가져오고 있다는 사실을 인식하고 있다.

이에 영국정부는 디지털전환 과정에서 특히 취약하고 아예 배제될 위험이 있는 집단이 있다는 것에 주시한다. 영국 소비자 패널(DCMS, 2006)은 연구보고서에서 사회적 고립집단이 곧 디지털 전환 시의 디지털디바이드를 겪게 되는 집단이라고 보고 있다. 사회적 고립의 개념은 나이, 다양한 종류의 장애, 낮은 영어 구사능력 등으로 파악했다. 이러한 분석을 바탕으로 영국정부와 Ofcom은 '목표화된 도움 계획'(Targeted Help Scheme)을 마련해 이들을 지원하도록 하는 방안을 마련했다. 구체적 법안이 2006년 11월에 의회에 제출

되었는데, 디지털전환 이후에도 이들이 디지털전환 과정의 어려움을 극복하고 공공방송서비스를 계속 볼 수 있도록 안전망을 마련하기로 한 것이다. 여기에는 수상기의 컨버트를 무료공급하고 설치와 사용을 도울 수 있는 것을 지지하는 구체적이고 실질적인 내용이 포함되어 있다.

<그림 2-4> 영국의 소외계층 정의



‘목표화된 도움 계획집단’인 75세 이상의 노인, 장애연금수령자, 산업재해연금자, 시각장애인(부분시각장애인포함)가구들이다. 영국정부는 이들 가구인구가 6백5십 만 명이 될 것으로 추정했다. 이와 함께 구직자, 수입보조자에게는 경비를 지원해 디지털전환을 할 수 있도록 배려하고 있다. 영국정부는 이들 ‘목표화된 도움 계획’이 아날로그신호 만료 6개월 전에 시행되어야 한다고 보고 있다.

이외에도 도움을 필요로 하는 집단들이 또 있을 수 있다. Digital UK와 Ofcom(2006)은 디지털 전환에 도움을 필요로 하는 집단을 다음과 같이 분류하고 있다. 장애가 있거나 육체적으로 쇠약한 자, 정밀한 장애나 인지장애, 경미한 시각 장애인, 저소득 가구, 저학력, 모국어로 영어를 사용하지 않는 자, 사회적으로 고립된 자들로 이들은 디지털 전환을 위해 ‘특별한 도움이 필요한 다른 집단’으로 분류되었다. 이 그룹은 집중도움 계획의 대상과 일부 중복되지만 완전히 일치하지는 않는다. Digital UK는 ‘목표화된 도움 계획’으로 커버되지 않는 이들을 위한 추가적인 지원을 할 계획이다(정보문화연구원, 2007). 뿐만 아니라 시각 장애인들이 디지털방송을 보다 편리하게 이용하기 위한 기

술적 지침이 길과 페레라(Gill & Perera, 2003)에 의해 제시되기도 하였다.

디지털전환 과정에서 영국정부의 도움집단에 대한 계획에서 연령대별 기준은 매우 중요한 범주이다. 영국정부와 방송계가 가장 신경을 쓰고 있는 집단은 75세 노인들이다. 디지털 전환으로 인해 디지털 디바이드를 겪게 될 최대 집단은 이들 75세 노인들로 파악되고 있다. 문화미디어스포츠부가 ‘75세 이상 노인들과의 소통’이란 이름으로 2006년 6월에 실시된 한 조사(DCMS, 2006)는 이들이 도움 계획집단의 가장 주요한 대상이라는 것을 강조하고 있다. 2006년에 영국의 75세 이상의 노인인구는 466만 명으로 전 인구의 8%에 해당한다.

한편 소비자 전문가 그룹(DCMS, 2006)은 디지털 방송의 활용능력의 확대를 위한 실질적인 방안으로 보다 전면적인 디지털지상파방송의 실시를 촉구하고 있다. 영국전체의 보다 많은 가구가 디지털텔레비전의 플랫폼 가운데 하나를 선택하고 가능한 한 저렴한 디지털 텔레비전의 구매옵션을 가질 수 있도록 하자는 것이다. 또한 관련 장비제조업자들과 판매상들의 주의도 촉구하고 있다. 소비자들이 디지털과 아날로그 혼용의 시대에서 값비싼 수상기 구매를 하면서 실수하지 않도록 현재 판매되고 모든 장비가 디지털용이라는 것을 명확히 하는 표시를 부착할 것을 주문하고 있다. 소비자들이 아날로그에서 디지털로 이행의 혼란기에 적절한 가격에 새로운 단말기를 살 수 있도록 하며 이와 함께 복잡한 기능을 원하지 않는 사람들을 대상으로 보다 사용하기 쉬운 셋톱박스나 리모트 컨트롤을 개발하도록 장비제조업자들에게 요구하고 있다. 이는 수상기의 리모트 컨트롤은 쌍방향 서비스 등 디지털전환 이후에는 사용자들에게는 더욱 복잡하고 사용하기 어려울 것으로 예상되고 있기 때문이다. 이들은 디지털디바이드를 최소화하기 위해 텔레비전 수상기와 리모트 컨트롤에 대한 기본적인 디자인 권고와 그에 대한 효과를 제시하고 있다.

4. 일본의 방송소외계층 지원정책

일본의 방송소외계층은 규제기관 및 법률에 따라 각기 대상과 개념이 상이

하다지만, 방송소외계층은 대략 경제적 소외계층과 기술적 소외계층, 지리적 소외계층으로 구분하는 것이 일반적이다.

먼저, 경제적 소외계층은 한국의 기초생활수급자에 해당되는 생활보호대상자가 존재한다. 생활보호제도란 사회보장법의 하나인 생활보호법에 의해 최저생활비보다 수입이 적어 생활할 수 없거나 질병 등으로 일할 수 없는 사람에게 최저생활이 가능하도록 정부가 일정한 금전적 지원을 하는 제도다. 일본의 최저생활비는 지방자치단체마다 약간의 차이가 있지만, 대략 1인 세대는 평균 6~8만엔, 2인세대는 평균 9~12만엔, 3인세대는 12~15만엔 정도다.

생활보호제도에 의거해 일본정부는 생활보호대상자의 NHK 수신료를 면제해준다. NHK의 수신료 면제는 일본총무대신이 승인한 NHK방송수신료면제기준에 따라 면제된다. 이러한 NHK의 수신료 면제는 소득수준과 장애등급 등을 기준으로 전액면제와 반액면제로 구분된다. 따라서 장애등급이 높아도 소득이 일정 수준 이상의 세대는 NHK수신료가 면제되지 않는다.

<표 2-17> NHK수신료의 면제기준

구분	대상	내용
전액 면제	공적부조수급자	생활보호법에 따라 공적부조를 받는 자
	신체장애자	신체장애자수첩을 갖고 있는 사람이 세대원이면서 세대구성원 전원이 주민세비과세 대상인 경우
	지적장애자	지적장애인으로 판정된 사람이 세대원이면서 세대구성원 전원이 주민세비과세 대상인 경우
	정신장애자	정신장애자보건복지수첩을 갖고 있는 사람이 세대원이면서 세대구성원 전원이 주민세비과세 대상인 경우
	재해대상자	재해구조법의 대상지역에서 재해로 인해 반파, 반소, 누상침수 이상의 피해를 입은 세대로 최대 2개월까지 면제
반액 면제	시각·청각장애자	시각 또는 청각장애로 신체장애자 수첩을 갖고 있는 사람이 세대주인 경우
	중급의 신체장애자	신체장애자 수첩을 갖고 있으며 장애등급이 중급(1급, 2급)의 사람이 세대주인 경우
	중급의 지적장애자	중급의 지적장애자로 판정된 사람이 세대주인 경우
	중급의 정신장애자	중급의 정신장애자로 판정된 사람이 세대주인 경우
	중급이 상이용사	상이용사수첩을 갖고 있으며 장애정도가 특급에서 1급인 사람이 세대주인 경우

한편, 기술적 소외계층은 장애인과 고령자가 포함된다. 일본은 장애자기본법에 기초해 2002년 12월에 장애자기본계획의 기본방침을 책정했다. 장애자기본계획에 포함된 기본방침은 “일본이 지향하는 사회는 장애의 유무에 관계 없이, 국민이라면 누구나 상호 인격과 개성을 존중하며 공생하는 사회로 공생 사회에서 장애인은 사회의 대등한 구성원으로서 인권이 존중되며, 자기선택과 자기결정 하에서 사회 모든 분야의 활동에 참가, 참여함과 동시에 사회의 일원으로서 책임을 분담한다” 라는 것을 핵심내용으로 한다. 따라서 일본은 인권존중의 이념에 기초해 방송법, 장애자기본법, 장애자권리조약 등에 방송에 관한 바이어프리 및 접근권 확보의 책임을 행정기관과 민간조직에 부과한다. 특히, 방송은 시청각장애자를 중심으로 장애자의 관심이 높고, 장애자의 자기표현, 생활의 질적 향상, 사회참여 등에 기여한 영향이 크다는 점에서 법제도의 위상 검토를 포함하여 민관이 협동하여 장애인 지원을 추진한다.

끝으로 지리적 소외계층은 산간벽지나 도서지역과 같은 자연적 난시청지역 거주자나 고층빌딩 등으로 인위적 난시청이 발생하는 지역의 거주자가 해당된다. 이들의 경우, 방송의 보편적 서비스 차원에서 난시청해소를 위해 정부차원의 지원이 필요하다. 실제로 산간벽지나 도서지역과 같은 자연적 난시청지역의 해소 목적으로 일본은 케이블TV와 위성방송을 도입했다. 또한, IPTV를 활용하여 도심지역의 인위적 난시청해소에도 나서고 있다. 일본총무성은 난시청해소를 위해 공청망시설의 유지·보수에 필요한 비용을 일정비율 정부가 보조하는 제도를 운영중이다.

방송소외계층에 대한 담당기관은 기본적으로 방송규제기관인 일본총무성이다. 하지만, 장애인이나 저소득층 등에 관한 담당기관이 후생노동성이라는 점에서 데이터의 접근이라는 측면에서 일본총무성이 독자적으로 방송소외계층에 대한 사업을 전개하기에는 한계가 있다. 따라서 방송소외계층에 대한 사업은 관련부처와 자연스럽게 연계하여 사업을 전개하는 것이 일반적이다.

먼저, 신체장애자의 이용 증진을 도모하기 위한 통신·방송신체장애자 이용원활화사업의 추진에 관한 법률은 사회경제의 정보화로 신체장애자의 전기통

신 이용기회의 확보 필요성에 따라 신체장애자가 건강한 사람과 동일하게 통신·방송서비스를 이용할 수 있도록 통신·방송신체장애자이용원활화 사업을 추진함으로써 신체장애자의 이용 증진을 도모하고 균형 있는 정보화의 발전에 기여하는 것이 목적이다. 동법 제2조 4항 및 제4조는 독립행정법인 정보통신연구기구가 자막방송·화면해설방송 제작의 업무를 실시하는 사업 등에 관한 지원을 실시하도록 규정되어 있다. 이에 따라 일본총무성은 시청각장애인 등이 방송을 통해 정보를 취득하여 사회참여를 하는 데 필요한 자막방송, 수화방송, 화면해설방송의 보급방안을 강구하고 방송사들의 자율적 도입을 촉진하고 있다. 시청각장애인의 방송접근권 확보를 위해 자막방송 및 화면해설방송 제작비 지원, 시청각장애인 대상 프로그램의 방송 의무화, 자막방송보급 목표의 책정과 추진 상황 공표가 추진하고 있다. 정보접근기회의 균등화 실현을 위해 자막방송, 수화방송, 화면해설방송을 제작하는 사업자에게 제작비의 최대 1/2를 일본총무성 산하의 독립행정법인인 정보통신연구기구가 지원한다. 지원금은 위성방송수신대책기금의 운영수익금과 일반회계예산을 재원으로 한다. 시청각장애인 대상 프로그램의 방송 의무화는 방송법의 제3조 2에 방송사업자는 시청각장애인을 위해 음성과 음향, 문자와 도형을 통해 방송내용을 설명하도록 했다. 자막방송보급행정지침의 책정은 방송사업자의 자막방송 충실화의 방안으로 방송사업자에 대해 오전 7시부터 밤12시까지 자막방송이 가능한 모든 방송프로그램에 대해 자막방송을 실시하도록 하고 있다. 방송사들의 자막방송 실시비율은 매년 실태조사를 통해 공개된다.

방송소외계층의 지원방법은 정부의 예산을 지원하는 직접지원방식과 각종 정책 지원 등의 간접지원방식으로 나뉜다. 정부가 직접적으로 예산을 지원하는 직접지원은 시청각장애인의 자막방송과 화면해설방송을 위한 제작비 지원이 대표적으로 2004년 7.6억 엔을 정점으로 2005년부터 매년 약 4억엔 정도가 지원되고 있다.

한편, 디지털 전환과 관련해서는 디지털 전환을 위해 기존의 아날로그 주파수를 재배치하는 사업을 일본총무성이 지원했다. 또한, 디지털 전환에 소요되

는 각종 연구 및 조사, 디지털 전환 홍보, 수신환경실태조사 등에 관한 사업도 예산편성을 통해 지원한다. 난시청해소를 위해 공청시설의 설치에 소요되는 경비에 대해서는 일본총무성은 일정한 비율하에서 직접 비용 지원을 실시하고 있다.

디지털전환과 관련해 저소득층의 디지털전환지원은 일본총무성이 현물지원 방식으로 디지털튜너를 지원하는 방식으로 추진되고 있다. 또한, 저소득층뿐만 아니라 일반 시청자들의 디지털전환 지원을 위해서는 디지털TV의 구입자들에게 소비전력이 우수한 상품에 부여하는 에코포인트 제도를 활용하여 구매금액의 5%를 에코포인트로 적립해주고 이에 다시 추가적립으로 5%와 기존의 아날로그TV 폐기처리비용 3%를 더해 총 13%를 지급하는 디지털TV구입지원사업이 2009년부터 실시 예정이다. 지급된 포인트로는 포인트에 상응하는 물품과 교환이 가능하도록 할 방침이다.

방송소외계층에 대한 간접지원은 미디어리터러시를 통한 미디어교육사업이 대표적이다. 미디어리터러시를 위해 각종 미디어교육교재를 제작하는 교재제작비를 일본총무성이 지원하는 방식이다.

제 3 장 조사설계

제 1 절 설문대상

본 연구는 방송소외계층의 매체이용행태와 방송매체의 접근에 장애를 주는 요인이 무엇인지를 파악하고 정책적 제안을 하는 것이다.

연구의 목적을 달성하기 위해 설문지는 크게 두 대상을 중심으로 설계되었다. 하나는 방송소외계층의 매체이용행태 등을 조사하기 위한 방송소외계층용과 또 다른 하나는 방송소외계층의 분류와 환경변화에 따른 향후 변화방향, 정책적인 부분을 담은 전문가용이다.

방송소외계층으로는 시청각 장애인, 65세 이상의 난청노인으로 일반적인 TV시청이 어려운 장애정도가 높은 집단으로 한정지어 설문조사를 하였다.

조사지역은 시간과 비용을 고려하여 서울지역의 거주자로 한정하였으며 성별, 연령별, 지역별로 다단계 층화 확률 비례 할당하였다. 조사방법은 구조화된 설문지를 이용하여 일대일 개별면접 조사(Face to Face Interview)를 실시하였다. 샘플의 수는 각 집단별 100명으로 한정하였다.

시각장애인이 경우는 노원시 시각장애인복지관 미디어접근센터 황덕경 센터장의 도움으로 장애인 복지관을 이용하는 대상자로 진행을 하였으며, 청각장애인의 경우는 복지사 및 봉사활동요원과 함께 동행하여 개별방문 면접조사를 진행이 되었다. 또한 난청노인의 경우에는 한국노인종합복지관의 협조를 통해 진행되었다.

<표 3-1> 설문 샘플 수

(단위 : 명)

대상	시각장애인	청각장애인	난청노인
설문지수	100	100	100

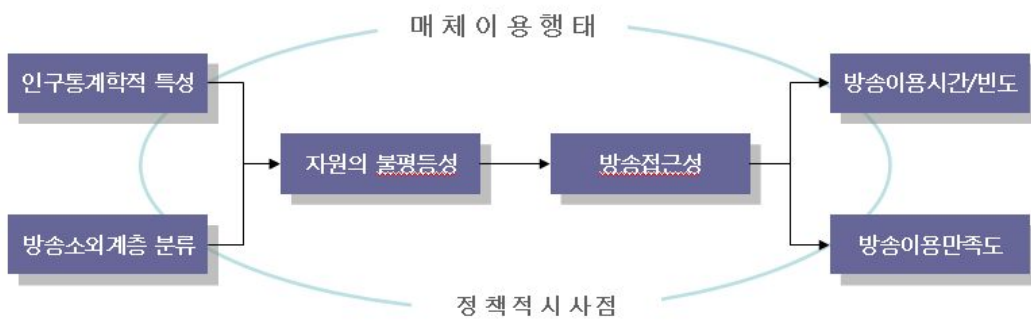
전문가용은 방송소외계층과 관련한 전문적인 지식이 있는 대상으로 교수,

연구원 등 관련 전문직 종사자를 대상으로 하는 것으로 총 37명을 대상으로 조사하였다.

제 2 절 설문지 구성

본 연구는 방송소외계층의 매체이용행태를 파악하는데 그 목적이 있다. 설문을 위한 연구 모형은 다음과 같다.

<그림 3-1> 방송소외계층 대상용 연구모형



방송전문가용 설문은 아래와 같이 구성되었다.

<그림 3-2> 방송소외계층 전문가용 연구모형



제 4 장 조사설계 및 결과분석

제 1 절 전문가용 분석

1. 표본의 특성

설문에 응답한 전문가들의 특성을 보면 다음과 같다. 성별 분포는 남성이 26명으로 전체의 70.3%를 차지하고 있었으며, 여성은 11명으로 29.7%를 차지하고 있었다.

나이는 20대가 6명으로 16.2%, 30대가 19명 51.4%, 40대가 8명 21.6%, 50대가 2명 5.4%, 60대 이상이 2명 5.4%를 차지하고 있었다.

학력은 대졸이 13명 35.1%, 석사가 15명 40.5%, 박사가 9명 24.3%이었다.

직장은 대학이 5명 13.5%, 연구소가 3명 8.1%, 공공기관이 12명 32.4%, 방송사가 8명 21.6%, 기타 기관(장애인 단체, 노인복지 단체 및 일반 기관 등)이 9명 24.3%를 차지하고 있었다.

2. 방송소외계층 우선지원 대상

① 노인 ② 장애인 ③ 여성 ④ 저소득층(기초생활 수급권자) ⑤ 저소득층(차상위 계층) ⑥ 어린이, ⑦ 조손 가정 (부모님과 떨어져 할아버지 할머니와 사는 가정) ⑧ 탈북자 ⑨ 외국인 ⑩ 다문화 가정 ⑪ 농어촌지역 주민, ⑫ 난시청 지역 주민 ⑬ 자발적 소외계층(개인적 성향으로 방송매체를 사용 안하는 사람) 중에서 우선적으로 지원되어야 할 계층을 누구인지 4가지를 우선 순위대로 지정하도록 한 결과 1순위는 저소득층(기초생활 수급권자)이 24명으로 가장 많았으며, 난시청지역주민이 4명, 노인과 장애인이 3명씩 지정하였다. 2

순위로 가장 많이 지정한 것은 저소득층 중 차상위 계층자를 가장 많은 15명이 지정하였다. 3순위로 가장 많이 지정한 것은 장애인이었다. 4순위는 노인, 농어촌지역주민 등 다양한 계층을 지정하고 있었다.

우선순위별로 지정한 계층을 종합하여 보면 기초생활수급권자가 35건으로 가장 많았으며, 장애인이 30건으로 2위를, 노인이 25건으로 3위를, 차상위 계층이 19건으로 4위를 차지하고 있었다. 이를 통해 볼 때 전문가들은 방송소외 계층으로 우선 지원대상을 어떤 계층으로 생각하고 있는지를 알 수 있었다.

전문가들은 방송소외계층으로 디지털전환시 취약계층 지원대상으로 디지털 전환특별법에 명시된 기초생활수급권자를 가장 지원이 필요한 소외계층으로 보고 있다. 이와 함께 디지털전환시 취약계층 지원대상으로 거론되고 있는 경제적 취약계층인 차상위계층을 많이 선택했으며, 기술적 취약계층으로 볼 수 있는 장애인과 노인을 많이 선택했다.

3. 방송매체별 소외현상의 변화

정부의 지원정책, 사회적 지원 등 사회 전반적인 소외계층에 대한 지원이 지속된다고 가정하였을 때 기술의 발전에 따른 방송매체의 도입은 소외현상에 어떤 변화를 가져올 것인지 물어본 결과는 다음과 같다.

디지털TV의 전환은 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라는 응답이 가장 많았다.

케이블TV는 별반 변화가 없을 것이라는 응답이 가장 많았다.

IPTV는 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라는 응답이 가장 많았다.

DMB방송은 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라는 응답이 가장 많았으나, 별반 변화가 없을 것이라는 응답도 많았다.

인터넷TV는 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라는 응답이 가장 많았다.

전문가들은 현재 진행되고 있는 디지털전환이나 유료 매체 도입 등에 대해 소외계층들에게 부정적 영향을 미칠 것으로 내다보고 있다. DMB방송은 보급이 많이 되어 상대적으로 덜 부정적인 평가를 받고 있다.

4. 소외계층 지원 정책

소외계층을 위한 지원정책을 얼마나 강화해야 하는지 물어본 결과는 다음과 같다. 디지털 전환을 위한 수신기기의 보급 지원 및 강화가 매우 필요하다는 의견이 가장 많았으며, 장애인용 방송수신기의 보급 확대가 이루어져야 한다는 의견도 매우 높았다. 방송용 장비의 성능을 개선해야 한다는 의견도 높았다.

전문가들은 2012년 지상파 디지털전환에 대한 지원 정책의 필요성을 시급하게 생각하고 있으며, 장애인에 대한 지원도 중요하게 생각하고 있다.

5. 방송소외계층 지원 예산의 확보

지원 예산의 확보는 방송 수신료중 일부를 지원기금으로 적립하여야 한다는 의견이 가장 많았으며, 중앙정부예산으로 편성해야한다는 의견이 그 뒤를 차지하고 있었다. 가장 많은 의견은 이 둘의 방식을 혼합해야 한다는 의견이 많았다.

이는 전문가들이 공영방송의 역할로 방송소외계층 지원을 보고 있다는 것이다. 최근에 공영방송 수신료 인상 논의가 있는 데 공영방송의 책무로서 방송소외계층 지원이 포함되어야 한다고 볼 수 있다. 방송사에 근무하는 전문가는 “수신료 인상시 공영방송에게 소외계층에 대한 구체적인 서비스 확대 목표, 과제를 부여할 것”을 제언하고 있다 (40대 남성).

6. 디지털TV전환 관련

디지털TV방송이 활성화 되기 위해서 가장 중요한 것이 무엇인지 물어본 결과 1순위로 가장 많이 지적한 것은 디지털 TV의 가격인하를 들고 있었으며, 2순위로는 디지털방송수신이 가능한 셋탑박스 구매 보조금 지급이 가장 많았다. 이는 다른 설문조사들의 결과들과도 유사한 결과이다. 방송통신위원회 (2009a)의 디지털전환 인지도 및 보급률 조사에서도 디지털방송 수신기 미구입 이유로 18.2%가 전환비용과 관련하여 응답했다.

방송소외계층의 DTV전환을 위해 가장 좋은 방식이 무엇인지 물어본 결과 현물지원이라는 응답이 가장 많았으며, 현물과 쿠폰 중 선택하여 지원받는 방안을 선택하는 안이 그 다음으로 많았다. 방송통신위원회 (2009b)의 취약계층 TV 시청행태조사에서도 기초생활수급자와 차상위계층의 55.4%가 현물지원을 선호했으며, 14.8%가 현물과 쿠폰 중 선택하여 지원받기를 희망한 결과와 유사하다.

7. 정책적 제언

전문가들은 방송소외계층과 관련된 정책적 제언으로 하드웨어 지원과 더불어 맞춤형 콘텐츠 제작 및 보급이 필요하다고 답했다.

장애인 단체에 근무하는 전문가는 방송소외계층을 위한 방송 프로그램의 다양화가 보다 적극적으로 추진되어야 하며 디지털 방송이나 IP-TV 등이 대중화되기에 앞서 장애인들의 권리구현이 반드시 우선되어야 한다고 답했다.

예를 들자면 지상파 TV에서 시각장애인을 위한 화면해설방송의 경우 현재 전체 방송 대비 5% 남짓에 지나지 않으며 제아무리 거창한 IP-TV의 다기능이 구현된다 하더라도 시각장애인이나 손가락 절단 장애인의 경우 리모컨을 켜는 행위 외에는 아무것도 할 수 없는 절망적 환경에 대하여 고심해야 할 것이다 (40대 여성)

노인복지단체에 근무하는 전문가 (60대 남성)는 방송소외계층을 위한 지원

사업은 연중계획을 수립하여 항상 신청을 받도록 하되 심사를 철저히 함이 효과적이라고 제언했다. 이유로 일정 기간을 설정하여 실행하다면 실무자나 수요자가 시간에 구애받지 않고 성실하게 소외계층을 위한 사업을 할 수 있다고 제언했다.

디지털전환의 홍보나 예산 등과 관련된 정책적 제언들도 많이 나왔다.

“DTV 전환을 위한 보조금 지원 및 관련 홍보 정책 노력이 가장 시급하고 중요함” (20대 여성)

“디지털 전환이 시급하며 이를 위한 예산 마련 방안 필요” (30대 남성)

“디지털전환 홍보를 강화하고, 디지털 방송 전환으로 문화적 소외계층으로 되지 않도록 세밀한 근접 지원 필요” (30대 남성)

디지털전환 취약계층에 대한 지원 등과 관련 범위를 빨리 결정할 것을 촉구하고 있다. 전문가 (30대 여성)은 “방송을 주로 시청하는 계층에 직접적인 지원이 되어야 한다”며, “정부의 정책 반영이 너무 늦다. 아직도 소외계층의 범위도 정하지 못 했다. 적시에 지원하려면, 보다 적극적인 태도가 필요”하다고 답했다.

제 2 절 방송소외계층 조사결과 분석

1. 표본의 특성

본 연구는 방송소외계층의 방송매체이용행태를 조사하여 방송소외계층의 매체이용행태를 파악하는데 있다. 이를 위해 시각장애인, 청각장애인, 난청노인을 중심으로 100명을 대상으로 1:1 면접조사를 실시했다.

장애인을 대상으로 조사를 실시하다보니 설문조사의 어려움으로 인해 엄밀한 샘플조사가 어려웠다. 따라서 지역적으로 서울지역으로 한정을 하였으며, 할당표집을 하였다.

본 연구 표본의 일반적인 특성을 분석하기 위하여 장애유형별로 인구통계

학적 특성인 성별, 연령, 학력, 결혼여부, 직업, 월평균 소득, 소득계층 등에 대한 빈도분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다.

본 조사 표본의 특성을 살펴보면, 아래와 같다.

<표 4-1> 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상	시각장애인		청각장애인		난청노인		
	사례수	%	사례수	%	사례수	%	
성 별	남자	65	65	38	38	46	46
	여자	35	35	62	62	54	54
연 령	10대	0	0	2	2	0	0
	20대	14	14	3	3	0	0
	30대	35	35	12	12	0	0
	40대	29	29	40	40	0	0
	50대	19	19	33	33	1	1
	60대	3	3	8	8	13	13
	70대 이상	0	0	2	2	86	86
학 령	중졸이하	1	1	57	57	78	78
	고졸	39	39	41	41	17	17
	대졸	50	50	2	2	4	4
	대학원이상	10	10	0	0	0	0
결 혼	무응답	0	0	0	0	1	1
	미혼	55	55	12	12	1	1
	기혼	45	45	88	88	99	99
직 업	전문경영인	3	3	0	0	0	0
	사무직	38	38	4	4	0	0
	자영업자	10	10	9	9	1	1
	서비스직	13	13	1	1	1	1
	생산직	3	3	11	11	0	0
	농/축/수산업	1	1	6	6	0	0
	학생	11	11	3	3	0	0
	주부	7	7	40	40	7	7
	무직/기타	14	14	26	26	91	91
월평균 소득	50만원이하	2	2	8	8	50	50
	50~100만원 이하	28	28	33	33	35	35
	100~200만원 이하	25	25	30	30	6	6
	200만원 초과	45	45	29	29	9	9
소 득 계 층	저소득층	5	5	66	66	78	78
	일반층	95	95	34	34	22	22
합 계	-	100	100.0	100	100.0	100	100.0

2. 매체 보유현황 및 이용실태

가. 매체보유현황

1) 매체보유율

장애유형별로 매체 보유 현황을 살펴보면, 시각장애인 95%, 청각장애인 및 난청노인 100%로 TV를 가장 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다. 소득별로 보면, 저소득층이 100%, 일반층이 96.7%인 것으로 나타났다. 이 중 일반TV의 비율은 시각장애인 73%, 청각장애인 80%, 난청노인 90%, 로 디지털TV보유비율(시각장애인 27%, 청각장애인 20%, 난청노인 10%)보다 압도적으로 많음을 알 수 있다. 소득별 일반 TV의 비율을 보면, 저소득층 86.6%, 일반층 75.5%로 디지털TV보유비율(저소득층 19.5%, 일반층 32.5%)보다 많음을 알 수 있다.

다음으로 라디오를 살펴보면, 시각장애인 61%, 청각장애인은 11%, 난청노인은 48%가 보유하고 있다고 응답했다. 소득별로 보면, 저소득층 30.9%, 일반층이 49%가 보유하고 있음을 알 수 있다.

세번째로 DMB단말기 보유비율은 시각장애인 8%, 청각장애인 8%, 난청노인 3%로 나타났으며, 소득별로 보면 저소득층이 5.4%, 일반층이 7.3%로 나타났다.

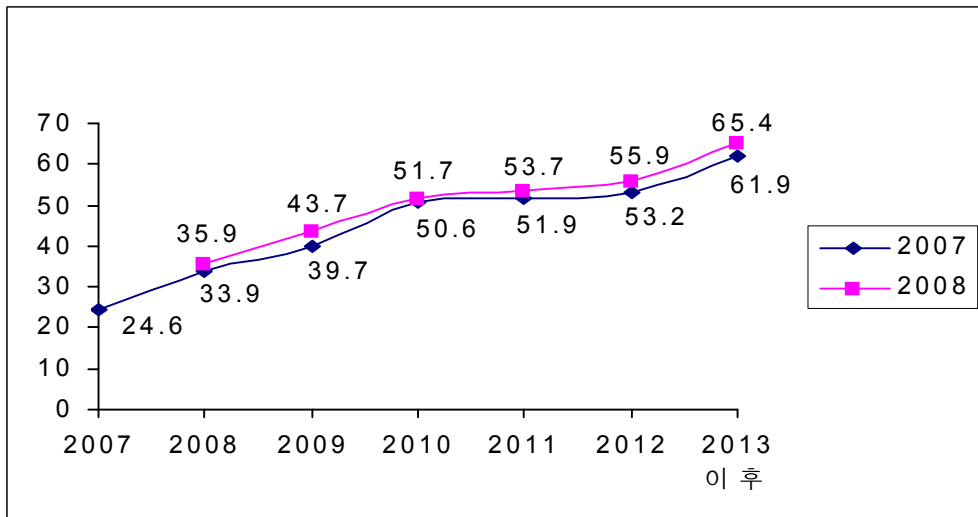
마지막으로 컴퓨터 보유비율은 시각장애인은 83%, 청각장애인은 50%, 난청노인은 40%가 보유하고 있다고 응답하였다. 소득별로 보면 저소득층이 43%, 일반층이 72.2% 보유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-2> 매체보유율

(단위 : %)

		시각장애인(100)	청각장애인(100)	난청노인(100)	소득별	
					저소득층(149)	일반층(151)
TV	전 체	95.0	100.0	100.0	100.0	96.7
	일반TV	73.0	80.0	90.0	86.6	75.5
	디지털TV	27.0	25.0	26.0	19.5	32.5
라디오		61.0	11.0	48.0	30.9	49
DMB 단말기		8.0	8.0	3.0	5.4	7.3
컴퓨터		83.0	50.0	40.0	43.0	72.2

<그림 4-1> 디지털 TV 보급률 예측



자료 : 방송통신위원회, 2008년 TV 시청행태 조사

한편 2008년 방송통신위원회의 TV 시청행태 조사에 따르면, 디지털 TV 보급률의 예측 조사 결과를 알 수 있는데, 2009년에는 보급률이 약 43.7%를 나타내고 있다. 이는 장애인 및 난청노인들의 20% 중반대와 비교하여 거의 두 배 차이의 수준을 보이고 있다. 자칫 디지털 방송 전환 전부터 방송 소외 계층을 만들어 가고 있는 것은 아닌가 우려되는 사항이다.

2) 매체보유대수

장애유형별로 매체 대수 현황을 살펴보면, 시각장애인 1.19대, 청각장애인 1.07대, 난청노인 1.41대로 TV를 가장 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다. 소득별로 보면, 저소득층이 1.21, 일반층이 1.24대인 것으로 나타났다. 이 중 일반TV는 시각장애인 0.85대, 청각장애인 0.82대, 난청노인 1.10대로 디지털 TV(시각장애인 0.28대, 청각장애인 0.25대, 난청노인 0.31대)보다 많음을 알 수 있다. 소득별 일반 TV의 보유대수를 보면, 저소득층 0.99대, 일반층 0.85대로 디지털TV(저소득층 0.21대, 일반층 0.34대)보다 많음을 알 수 있다.

다음으로 라디오를 살펴보면, 시각장애인은 0.89대, 청각장애인은 0.11대, 난청노인은 0.54대 보유하고 있다고 응답했다. 소득별로 보면, 저소득층 0.37대, 일반층이 0.66대 보유하고 있음을 알 수 있다.

세번째로 DMB단말기 보유대수는 시각장애인 0.08대, 청각장애인 0.08대, 난청노인 0.03대로 나타났으며, 소득별로 보면 저소득층이 0.05대, 일반층이 0.07대로 나타났다.

마지막으로 컴퓨터 보유대수는 시각장애인은 1.13대, 청각장애인은 0.52대, 난청노인은 0.40대 보유하고 있다고 응답하였다. 소득별로 보면 저소득층이 0.46대, 일반층이 0.91대 보유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-3> 매체보급대수

(단위 : 대)

		시각장애인(100)	청각장애인(100)	난청노인(100)	소득별	
					저소득층(149)	일반층(151)
TV	전 체	1.19	1.07	1.41	1.21	1.24
	일반TV	0.85	0.82	1.10	0.99	0.85
	디지털TV	0.28	0.25	0.31	0.21	0.34
라디오		0.89	0.11	0.54	0.37	0.66
DMB 단말기		0.08	0.08	0.03	0.05	0.07
컴퓨터		1.13	0.52	0.40	0.46	0.91

매체 보유 현황 및 보유 대수를 통해 알 수 있는 전체적인 특성은, 장애인 및 난청노인들은 일반TV와 같은 상대적으로 전통적인 매체를 중심으로 미디어를 이용하고 있음을 확인할 수 있었다. 시각장애인의 경우에만 라디오와 컴퓨터의 보유 비중이 상대적으로 높았을 뿐 청각장애인과 난청노인은 보유비중이 상대적으로 낮다는 것을 알 수 있다. 이러한 현상은 장애인에게 있어 방송 기술의 발달에 따른 융합미디어 환경은 아무런 의미를 갖지 못한다는 것을 말해준다. 즉 수용자 복지차원에서 융합 환경이 수용자 복지의 대상이 되는 장애인들에게 가져다 줄 수 있는 혜택은 아직까지는 크지 않아 보이며, 융합시대 지상파를 중심으로 한 장애인방송 확대야 말로 수용자복지 실현의 첫걸음이라고 할 수 있다.

나. 매체이용빈도 및 이용시간

1) 매체이용빈도

매체별 이용 빈도 중 TV 이용빈도를 보면, 시각장애인은 매일본다 47%, 거의 매일본다 20%, 1주일에 3~4일 15%, 1일에 1~2일 8%, 전혀안봄/이용안함 7%라고 응답했다. 청각장애인은 매일본다 59%, 거의 매일본다 32%, 1주일에 3~4일 6%, 1주일에 1~2일 3%라고 응답했으며 난청노인은 매일본다 93%, 거의 매일 6%, 1주일에 3~4일 1%로 응답했다. 소득별로 보면 저소득층은 매일본다 78.5%, 거의 매일본다 18.1%, 1주일에 3~4일 2%, 1주일에 1~2일 0.7%, 한달에 1~2일 0.7%로 답변했으며, 일반층은 매일본다 54.3%, 거의매일 20.5%, 1주일에 3~4일 12.6%, 1주일에 1~2일 6.6%, 한달에 1~2일 1.3%, 전혀안봄/이용안함 4.6%로 응답했다.

다음으로 라디오 이용빈도를 살펴보면, 시각장애인은 매일 18%, 거의 매일 11%, 1주일에 3~4일 14%, 1주일에 1~2일 12%, 한달에 1~2일 1%, 2~3달에 1~2일 이하 2%, 이용안함이 42%를 차지했다. 청각장애인은 전혀 이용하지 않는 것으로 응답했으며, 난청노인은 매일 5%, 거의 매일 6%, 1주일에 3~4일 1%, 1주일에 1~2일 6%, 한달에 1~2일 2%, 2~3달에 1~2일 이하

1%, 이용안함이 79%라고 응답했다. 소득별로 보면 저소득층은 매일 4%, 거의 매일 3.4%, 1주일에 1~2일 3.4%, 한달에 1~2일 1.3%, 2~3달에 1~2일 이하 0.7%, 이용안함이 87.2%로 나타났다. 일반층은 매일 11.3%, 거의 매일 7.9%, 1주일에 3~4일 9.9%, 1주일에 1~2일 8.6%, 한달에 1~2일 0.7%, 2~3달에 1~2일 이하 1.3%, 이용안함이 60.3%로 나타났다.

세 번째로 지상파DMB를 살펴보면, 시각장애인은 매일 1%, 전혀안봄/이용안함이 99%였으며 청각장애인은 거의 매일 1%, 1주일에 3~4일 1%, 1주일에 1~2일 1%, 한달에 1~2일 1%, 전혀안봄/이용안함이 96%로 나타났으며, 난청노인은 1주일에 1~2일 1%, 전혀안봄/이용안함이 99%로 나타났다. 소득별로 보면, 저소득층은 매일 0.7%, 거의 매일 0.7%, 1주일에 1~2일 1.3%, 전혀안봄/이용안함이 97.3%였으며, 일반층은 1주일에 3~4일 0.7%, 한달에 1~2일 0.7%, 전혀안봄/이용안함이 98%라고 응답했다.

위성DMB의 경우, 시각장애인은 매일보다 1%, 전혀안봄/이용안함 99%로 응답했으며, 청각장애인과 난청노인은 이용하지 않는 것으로 나타났다. 소득별로 보면, 저소득층은 매일보다 0.7%, 전혀안봄/이용안함이 99.3%였으며, 일반층은 시청하지 않는 것으로 나타났다.

마지막으로 인터넷 이용 빈도를 살펴보면, 시각장애인은 매일 44%, 거의 매일 23%, 1주일에 3~4일 5%, 1주일에 1~2일 6%, 한달에 1~2일 3%, 이용안함이 19%였으며, 청각장애인은 매일 6%, 거의 매일 12%, 1주일에 3~4일 9%, 1주일에 1~2일 7%, 한달에 1~2일 3%, 이용안함이 63%라고 응답했다. 난청노인은 매일 6%, 거의 매일 1%, 1주일에 1~2일 2%, 한달에 1~2일 1%, 이용안함이 90%라고 응답했다. 소득별로 보면, 저소득층은 매일 8.1%, 거의 매일 4.7%, 1주일에 3~4일 3.4%, 1주일에 1~2일 5.4%, 한달에 1~2일 3.4%, 이용안함이 75.2%였으며, 일반층은 매일 29.1%, 거의 매일 19.2%, 1주일에 3~4일 6%, 1주일에 1~2일 4.6%, 한달에 1~2일 1.3%, 이용안함이 39.7%로 나타났다.

<표 4-4> 매체별 이용빈도

(단위 : %)

		시각장애인	청각장애인	난청노인	소득별	
					저소득층(149)	일반층(151)
TV	매 일	47.0	59.0	93.0	78.5	54.3
	거의 매일	20.0	32.0	6.0	18.1	20.5
	1주일에 3~4일	15.0	6.0	1.0	2.0	12.6
	1주일에 1~2일	8.0	3.0	0.0	0.7	6.6
	한달에 1~2일	3.0	0.0	0.0	0.7	1.3
	2~3달에 1~2일 이하	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전혀안봄/이용안함	7.0	0.0	0.0	0.0	4.6
합 계	100	100	100	100	100	
라디오	매 일	18.0	0.0	5.0	4.0	11.3
	거의 매일	11.0	0.0	6.0	3.4	7.9
	1주일에 3~4일	14.0	0.0	1.0	0.0	9.9
	1주일에 1~2일	12.0	0.0	6.0	3.4	8.6
	한달에 1~2일	1.0	0.0	2.0	1.3	0.7
	2~3달에 1~2일 이하	2.0	0.0	1.0	0.7	1.3
	전혀안봄/이용안함	42.0	100	79.0	87.2	60.3
합 계	100	100	100	100	100	
지상파 DMB	매 일	1.0	0.0	0.0	0.7	0.0
	거의 매일	0.0	1.0	0.0	0.7	0.0
	1주일에 3~4일	0.0	1.0	0.0	0.0	0.7
	1주일에 1~2일	0.0	1.0	1.0	1.3	0.0
	한달에 1~2일	0.0	1.0	0.0	0.0	0.7
	2~3달에 1~2일 이하	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전혀안봄/이용안함	99.0	96.0	99.0	97.3	98.0
합 계	100	100	100	100	100	
위성 DMB	매 일	1.0	0.0	0.0	0.7	0.0
	거의 매일	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1주일에 3~4일	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1주일에 1~2일	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	한달에 1~2일	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	2~3달에 1~2일 이하	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전혀안봄/이용안함	99.0	100	100	99.3	100.0
합 계	100	100	100	100	100	
인터넷	매 일	44.0	6.0	6.0	8.1	29.1
	거의 매일	23.0	12.0	1.0	4.7	19.2
	1주일에 3~4일	5.0	9.0	0.0	3.4	6.0
	1주일에 1~2일	6.0	7.0	2.0	5.4	4.6
	한달에 1~2일	3.0	3.0	1.0	3.4	1.3
	2~3달에 1~2일 이하	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	전혀안봄/이용안함	19.0	63.0	90.0	75.2	39.7
합 계	100	100	100	100	100	

매체별 이용빈도의 특성을 살펴보면, 청각장애인, 난청노인 모두 거의 매일

시청 이상의 답변이 90%이상으로 높게 나왔으며 시각장애인은 67%로 나타났다. 그러나 라디오 청취에 있어서는 시각장애인이 58%이상 청취한다고 답변하여, 청각장애인의 듣지않음과 난청노인의 21%보다 상대적으로 높은 편이었다. 이러한 결과의 원인은 장애의 특성 때문인 것으로 보여진다. 그 밖에 지상파 및 위성 DMB의 시청율은 매우 저조한 것으로 나타났으며, 인터넷 이용의 경우에서도 시각장애인의 거의 매일 이상의 답변만 67%로 나왔을 뿐, 청각장애인 18%, 난청노인 7%로 이용 빈도가 매우 저조한 것으로 나타났다.

2) 하루 사용시간

매체별 사용시간 중 하루 평균 TV시청시간을 살펴보면, 시각장애인은 평일 140.1분, 주말 192.8분이었으며, 청각장애인은 평일 150.5분, 주말 180.4분으로 나타났으며, 난청노인은 평일 325.2분, 주말 349.8분으로 응답했다. 소득별로 보면 저소득층은 평일 249.9분, 주말 266.8분으로 응답했으며, 일반층은 평일 167.7분, 주말 207.0분으로 응답했다.

다음으로 라디오 청취시간을 살펴보면, 시각장애인은 평일 73분, 주말 68.7분으로 답변했으며, 청각장애인은 36.2분, 주말 34.1분으로 응답했고, 난청노인은 평일 25.4분, 주말 19.7분으로 응답했다. 소득별로 보면 저소득층은 평일 16.2분, 주말 13.0분으로 답변했고, 일반층은 평일 49.1분, 주말 45.7분으로 응답했다.

지상파DMB를 살펴보면, 시각장애인은 평일과 주말 모두 0.6분으로 답변했으며, 청각장애인은 평일 1.5분, 주말 1.2분으로 응답했고, 난청노인은 평일 1.8분, 주말 0.3분으로 응답했다. 소득별로 보면 저소득층은 평일 2.6분, 주말 1.1분으로 답변했고, 일반층은 평일 0.6분, 주말 0.7분으로 답변했다.

위성DMB의 경우에는, 시각장애인은 평일과 주말 모두 0.3분으로 답변했으며 청각장애인은 평일과 주말 모두 0.15분으로 응답했고, 난청노인은 이용하지 않는 것으로 답변했다. 소득별로 보면 저소득층은 평일과 주말 모두 0.2분으로 응답했고 일반층은 이용하지 않는 것으로 나타났다.

마지막으로 인터넷의 사용시간을 살펴보면, 시각장애인은 평일 167.5분, 주말 170.0분으로 응답했고, 청각장애인은 평일 103.1분, 주말 104.7분, 난청노인은 평일 7.9, 주말 7.8분으로 답변했다. 소득별로 보면 저소득층은 평일 21.8분, 주말 22.6분으로 응답했고, 일반층은 평일 119.9분, 주말 121.5분으로 응답했다.

<표 4-5> 매체별 1일 사용시간

(단위 : 분)

		시각장애인	청각장애인	난청노인	소득별	
					저소득층	일반층
TV	평일 사용시간	140.1	150.5	325.2	249.9	167.7
	주말 사용시간	192.8	180.4	349.8	266.8	207.0
라디오	평일 사용시간	73	36.2	25.4	16.2	49.1
	주말 사용시간	68.7	34.1	19.7	13.0	45.7
지상파 DMB	평일 사용시간	0.6	1.5	1.8	2.6	0.6
	주말 사용시간	0.6	1.2	0.3	1.1	0.7
위성 DMB	평일 사용시간	0.3	0.15	0.0	0.2	0.0
	주말 사용시간	0.3	0.15	0.0	0.2	0.0
인터넷	평일 사용시간	167.5	103.1	7.9	21.8	119.9
	주말 사용시간	170.0	104.7	7.8	22.6	121.5

매체별 하루 사용 시간에 대한 특징적인 점은 난청노인의 TV 시청 시간이 월등히 높다는 것이다. 일반 장애인보다 두 배 이상의 시청시간을 나타내었다. 하지만 장애인들의 인터넷 사용시간에 비해 난청노인의 인터넷 사용은 매우 저조함을 알 수 있었다. 이와 같은 결과는 세대별, 교육수준별 격차의 결과로 해석된다.

다. 유료방송 이용

1) 유료방송 가입율

유료방송 가입율을 살펴보면, 시각장애인은 유선방송 59.0%, 위성방송 6.0%, IPTV 3.0%, 위성 DMB 2.0%로 응답했으며, 청각장애인은 유선방송 74.0%, 위성방송 2.0%, IPTV 2.0%, 위성 DMB 1.0%로 답변했고, 난청노인

은 유선방송 83.0%, 위성방송 4.0%, IPTV 2.0%, 위성 DMB 2.0%로 답변했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 유선방송 38.3%, 위성방송 1.7%, IPTV 1.0%, 위성 DMB 0.3%로 응답했고, 일반층은 유선방송 33.7%, 위성방송 2.3%, IPTV 1.7%, 위성 DMB 0.6%로 응답했다.

<표 4-6> 유료방송 가입율

(단위 : %)

	시각장애인	청각장애인	난청노인	소득별	
				저소득층	일반층
유선방송	59.0	74.0	83.0	38.3	33.7
위성방송	6.0	2.0	4.0	1.7	2.3
IPTV	3.0	2.0	3.0	1.0	1.7
위성 DMB	2.0	1.0	2.0	0.3	0.6

유료방송의 가입율을 보면 시각장애인, 청각장애인, 난청노인 모두 유선방송에 상대적으로 많이 가입하고 있었으며 위성방송, IPTV, 위성 DMB 가입율은 현저히 떨어짐을 알 수 있다. 이는 소득별 비교에서도 비슷한 결과를 보여주고 있다.

2) 유료방송 가입의사 등

유료방송 가입의사 중 유선방송을 살펴보면, 시각장애인은 있음 4.9%, 없음 95.1%였으며, 청각장애인은 있음 19.2%, 없음 80.8%, 난청노인은 있음 5.9%, 없음 94.1%로 나타났다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 있음 14.7%, 없음 85.3%, 일반층은 있음 6.0%, 없음 94.0%로 답변했다.

위성방송을 살펴보면, 시각장애인은 있음 1.1%, 없음 98.9%로 답변했고, 청각장애인 및 난청노인은 가입할 의사가 없는 것으로 나타났다. 소득별로 살펴보면 저소득층은 가입의사가 없었으며, 일반층은 있음 0.7%, 없음 99.3%로 나타났다.

IPTV의 경우에는, 시각장애인은 있음 4.1%, 없음 95.9%로 답변했고, 청각장애인은 있음 12.2%, 없음 87.8%로 응답했으며, 난청노인은 가입의사가 없는 것으로 나타났다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 있음 6.2%, 없음 93.8%로 응답했고, 일반층은 있음 4.8%, 없음 95.2%로 응답했다.

마지막으로 위성 DMB를 살펴보면, 시각장애인은 있음 1.0%, 없음 99.0%로 응답했고, 청각장애인과 난청노인은 가입의사가 없음으로 나타났다. 소득별로 살펴보면 저소득층은 가입의사가 없음으로 나타났고, 일반층은 있음 0.7%, 없음 99.3%로 나타났다.

<표 4-7> 유료방송 가입의사

(단위 : %)

		시각장애인	청각장애인	난청노인	소득별	
					저소득층	일반층
유선방송	있음	4.9	19.2	5.9	14.7	6.0
	없음	95.1	80.8	94.1	85.3	94.0
	합계	100(n=41)	100(n=26)	100(n=17)	100(n=34)	100(n=50)
위성방송	있음	1.1	0.0	0.0	0.0	0.7
	없음	98.9	100.0	100.0	100.0	99.3
	합계	100(94)	100(98)	100(96)	100(n=144)	100(n=144)
IPTV	있음	4.1	12.2	0.0	6.2	4.8
	없음	95.9	87.8	100.0	93.8	95.2
	합계	100(n=97)	100(n=98)	100(n=97)	100(n=146)	100(n=146)
위성 DMB	있음	1.0	0.0	0.0	0.0	0.7
	없음	99.0	100.0	100.0	100.0	99.3
	합계	100(n=98)	100(n=99)	100(n=100)	100(n=148)	100(n=149)

유료방송 가입의사를 묻는 질문에서는 시각장애인, 청각장애인, 난청노인 모두 가입의사가 거의 없음에 가까운 결과를 보여주었다. 유선방송의 경우 기존 가입자들은 가입할 필요가 없으며, 현재 가입하지 않은 경우에도 큰 불편을 느끼지 못함을 의미하는 것이다. 그렇기에 위성방송, IPTV, 위성 DMB의 가입의사의 경우 더욱 저조한 가입의사를 보이고 있는 것이다.

3) 유료방송 미가입 이유

유료방송의 미가입 이유 중 유선방송을 살펴보면, 시각장애인은 비싼 가입비 12.8%, 지상파로 충분 53.8%, 시간이 없음 15.4%, 프로그램 부족 17.9%로 답변했으며, 청각장애인은 비싼 가입비 23.8%, 지상파로 충분 61.9%, 프로그램 부족 9.5%, 가입방법 모름 4.8%로 답변했고, 난청노인은 비싼 가입비 18.8%, 지상파로 충분 43.8%, 프로그램 부족 12.5%, 가입방법 모름 25.0%로 답변했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 비싼 가입비 24.1%, 지상파로 충분 58.6%, 자녀교육상 10.3%, 가입방법 모름 10.3%로 응답했으며, 일반층은 비싼 가입비 12.8%, 지상파로 충분 51.1%, 시간이 없음 12.8%, 프로그램 부족 19.1%, 자녀교육상 4.3%, 가입방법 모름 4.3%로 나타났다.

유성방송을 살펴보면, 시각장애인은 비싼 가입비 16.1%, 지상파로 충분 37.6%, 시간이 없음 18.3%, 프로그램 부족 16.1%, 자녀교육상 3.2%, 가입방법 모름 8.6%로 나타났으며, 청각장애인은 비싼 가입비 48.0%, 지상파로 충분 28.6%, 시간이 없음 1.0%, 프로그램 부족 11.2%, 자녀교육상 3.1%, 가입방법 모름 8.2%로 응답했으며, 난청노인은 비싼 가입비 16.7%, 지상파로 충분 32.3%, 시간이 없음 3.1%, 프로그램 부족 3.1%, 가입방법 모름 44.8%로 답변했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 비싼 가입비 33.3%, 지상파로 충분 29.9%, 시간이 없음 1.4%, 프로그램 부족 6.3%, 자녀교육상 2.1%, 가입방법 모름 27.1%로 응답했고, 일반층은 비싼 가입비 21.0%, 지상파로 충분 35.7%, 시간이 없음 13.3%, 프로그램 부족 14.0%, 자녀교육상 2.1%, 가입방법 모름 14.0%로 답변했다.

IPTV를 살펴보면, 시각장애인은 비싼 가입비 17.2%, 지상파로 충분 31.2%, 시간이 없음 19.4%, 프로그램 부족 16.1%, 자녀교육상 2.2%, 가입방법 모름 14.0%로 응답했고, 청각장애인은 비싼 가입비 41.9%, 지상파로 충분 32.6%, 프로그램 부족 11.6%, 자녀교육상 5.8%, 가입방법 모름 8.1%로 답변했고, 난청노인은 비싼 가입비 13.4%, 지상파로 충분 32.0%, 시간이 없음 3.1%, 프로그램 부족 3.1%, 가입방법 모름 48.5%로 답변했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 비싼 가입비 24.8%, 지상파로 충분 32.1%, 시간이 없음

1.5%, 프로그램 부족 6.6%, 자녀교육상 3.6%, 가입방법 모름 31.4%였으며, 일반층은 비싼 가입비 22.3%, 지상파로 충분 31.7%, 시간이 없음 13.7%, 자녀교육상 1.4%, 가입방법 모름 17.3%로 답변했다.

마지막으로 위성 DMB를 살펴보면, 시각장애인은 비싼 가입비 17.5%, 지상파로 충분 36.1%, 시간이 없음 13.4%, 프로그램 부족 16.5%, 자녀교육상 2.1%, 가입방법 모름 14.4%로 응답했으며, 청각장애인은 비싼 가입비 39.4%, 지상파로 충분 23.2%, 프로그램 부족 14.1%, 자녀교육상 2.0%, 가입방법 모름 21.2%로 답변했고, 난청노인은 비싼 가입비 4.0%, 지상파로 충분 36.0%, 시간이 없음 2.0%, 가입방법 모름 58.0%로 답변했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 비싼 가입비 20.3%, 지상파로 충분 31.8%, 시간이 없음 1.4%, 프로그램 부족 6.1%, 자녀교육상 1.4%, 가입방법 모름 39.2%로 응답했으며, 일반층은 비싼 가입비 20.3%, 지상파로 충분 31.8%, 시간이 없음 8.8%, 프로그램 부족 14.2%, 자녀교육상 1.4%, 가입방법 모름 23.6%로 답변했다.

<표 4-8> 유료방송 미가입 이유

(단위 : %)

		시각장애인	청각장애인	난청노인	소득별	
					저소득층	일반층
유선 방송	비싼 가입비	12.8	23.8	18.8	24.1	12.8
	지상파로 충분	53.8	61.9	43.8	58.6	51.1
	시간이 없음	15.4	0.0	0.0	0.0	12.8
	프로그램 부족	17.9	9.5	12.5	6.9	19.1
	자녀교육상	0.0	0.0	0.0	10.3	4.3
	가입방법 모름	0.0	4.8	25.0	10.3	4.3
	합계	100(n=39)	100(n=21)	100(n=16)	100(n=29)	100(n=47)
위성 방송	비싼 가입비	16.1	48.0	16.7	33.3	21.0
	지상파로 충분	37.6	28.6	32.3	29.9	35.7
	시간이 없음	18.3	1.0	3.1	1.4	13.3
	프로그램 부족	16.1	11.2	3.1	6.3	14.0
	자녀교육상	3.2	3.1	0.0	2.1	2.1
	가입방법 모름	8.6	8.2	44.8	27.1	14.0
	합계	100(n=93)	100(n=98)	100(n=96)	100(n=144)	100(n=143)
IPTV	비싼 가입비	17.2	41.9	13.4	24.8	22.3
	지상파로 충분	31.2	32.6	32.0	32.1	31.7
	시간이 없음	19.4	0.0	3.1	1.5	13.7

	프로그램 부족	16.1	11.6	3.1	6.6	13.7
	자녀교육상	2.2	5.8	0.0	3.6	1.4
	가입방법 모름	14.0	8.1	48.5	31.4	17.3
	합계	100(n=93)	100(n=86)	100(n=97)	100(n=137)	100(n=139)
위성 DMB	비싼 가입비	17.5	39.4	4.0	20.3	20.3
	지상파로 충분	36.1	23.2	36.0	31.8	31.8
	시간이 없음	13.4	0.0	2.0	1.4	8.8
	프로그램 부족	16.5	14.1	0.0	6.1	14.2
	자녀교육상	2.1	2.0	0.0	1.4	1.4
	가입방법 모름	14.4	21.2	58.0	39.2	23.6
	합계	100(n=97)	100(n=99)	100(n=100)	100(n=148)	100(n=148)

유료방송 미가입 이유에 대한 답변을 살펴보면, 시각장애인, 청각장애인, 난청노인 모두 매체별 미가입 이유가 동일한 결과를 보여주었다. 가장 많은 답변이 지상파로 충분이었고, 그 뒤를 따르는 이유는 비싼 가입비, 그리고 프로그램 부족의 순으로 나타났다.

라. 텔레비전/라디오 시청 시간대

1) 텔레비전 시청시간대

텔레비전 시청시간대를 살펴보면, 아침시간대(06~12시)에는 시각장애인은 주 1~2회 3.0%, 주 3~4회 8.0%, 주 5~6회 4.0%, 매일 11.0%, 보지 않음 74.0%로 답변했고, 청각장애인은 주 1~2회 2.0%, 주 3~4회 6.0%, 주 5~6회 18.0%, 매일 16.0%, 보지 않음 58.0%로 응답했으며, 난청노인은 주 1~2회 2.0%, 주 3~4회 1.0%, 주 5~6회 4.0%, 매일 37.0%, 보지 않음 56.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 2.7%, 주 3~4회 4.0%, 주 5~6회 10.7%, 매일 29.5%, 보지 않음 53.0%로 답변했으며, 일반층은 주 1~2회 2.0%, 주 3~4회 6.0%, 주 5~6회 6.6%, 매일 13.2%, 보지 않음 72.2%로 답변했다.

낮시간대(12~16시)를 살펴보면, 시각장애인은 주 1~2회 1.0%, 주 5~6회 2.0%, 매일 4.0%, 보지 않음 93.0%로 응답했으며, 청각장애인은 주 1~2회 5.0%, 주 3~4회 3.0%, 주 5~6회 10.0%, 매일 4.0%, 보지 않음 78.0%로 응답했고, 난청노인은 주 1~2회 1.0%, 주 3~4회 5.0%, 주 5~6회 2.0%, 매일

45.0%, 보지 않음 47.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 4.0%, 주 3~4회 4.7%, 주 5~6회 5.4%, 매일 28.9%, 보지 않음 57.0%로 답변했고, 일반층은 주 1~2회 0.7%, 주 3~4회 0.7%, 주 5~6회 4.0%, 매일 6.6%, 보지 않음 88.1%로 답변했다.

저녁시간대(16~20시)를 살펴보면, 시각장애인은 주 1~2회 4.0%, 주 3~4회 10.0%, 주 5~6회 7.0%, 매일 17.0%, 보지 않음 62.0%로 응답했고, 청각장애인은 주 1~2회 2.0%, 주 3~4회 11.0%, 주 5~6회 14.0%, 매일 27.0%, 보지 않음 46.0%로 응답했고, 난청노인은 주 1~2회 2.0%, 주 3~4회 1.0%, 주 5~6회 6.0%, 매일 63.0%, 보지 않음 28.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 2.7%, 주 3~4회 7.4%, 주 5~6회 10.1%, 매일 47.0%, 보지 않음 32.9%로 응답했고, 일반층은 주 1~2회 2.6%, 주 3~4회 7.3%, 주 5~6회 7.9%, 매일 24.5%, 보지 않음 57.6%로 응답했다.

밤시간대(20~24시)를 살펴보면, 시각장애인은 주 1~2회 8.0%, 주 3~4회 13.0%, 주 5~6회 13.0%, 매일 29.0%, 보지 않음 37.0%로 응답했고, 청각장애인은 주 1~2회 2.0%, 주 3~4회 8.0%, 주 5~6회 27.0%, 매일 32.0%, 보지 않음 31.0%로 응답했고, 난청노인은 주 1~2회 5.0%, 주 3~4회 5.0%, 주 5~6회 2.0%, 매일 28.0%, 보지 않음 60.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 3.4%, 주 3~4회 6.0%, 주 5~6회 14.8%, 매일 33.6%, 보지 않음 42.3%로 응답했고, 일반층은 주 1~2회 6.6%, 주 3~4회 11.3%, 주 5~6회 13.2%, 매일 25.8%, 보지 않음 43.0%로 응답했다.

심야시간대(24~02시)를 살펴보면, 시각장애인은 주 1~2회 3.0%, 주 5~6회 2.0%, 매일 4.0%, 보지 않음 91.0%로 응답했고, 청각장애인은 주 1~2회 3.0%, 주 3~4회 3.0%, 매일 3.0%, 보지 않음 91.0%로 응답했고, 난청노인은 주 1~2회 1.0%, 매일 2.0%, 보지 않음 97.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 1.3%, 주 3~4회 2.0%, 매일 4.0%, 보지 않음 92.6%로 응답했고, 일반층은 주 1~2회 3.3%, 주 5~6회 1.3%, 매일 2.0%, 보지 않음 93.4%로 응답했다.

<표 4-9> 텔레비전 시청 시간대

(단위 : %)

		시각장애인	청각장애인	난청노인	소득별	
					저소득층	일반층
아침 시간대 (06~12:00)	주 1~2회	3.0	2.0	2.0	2.7	2.0
	주 3~4회	8.0	6.0	1.0	4.0	6.0
	주 5~6회	4.0	18.0	4.0	10.7	6.6
	매일	11.0	16.0	37.0	29.5	13.2
	보지 않음	74.0	58.0	56.0	53.0	72.2
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)
낮시간대 (12~16:00)	주 1~2회	1.0	5.0	1.0	4.0	0.7
	주 3~4회	0.0	3.0	5.0	4.7	0.7
	주 5~6회	2.0	10.0	2.0	5.4	4.0
	매일	4.0	4.0	45.0	28.9	6.6
	보지 않음	93.0	78.0	47.0	57.0	88.1
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)
저녁 시간대 (16~1:00)	주 1~2회	4.0	2.0	2.0	2.7	2.6
	주 3~4회	10.0	11.0	1.0	7.4	7.3
	주 5~6회	7.0	14.0	6.0	10.1	7.9
	매일	17.0	27.0	63.0	47.0	24.5
	보지 않음	62.0	46.0	28.0	32.9	57.6
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)
밤시간대 (20~24:00)	주 1~2회	8.0	2.0	5.0	3.4	6.6
	주 3~4회	13.0	8.0	5.0	6.0	11.3
	주 5~6회	13.0	27.0	2.0	14.8	13.2
	매일	29.0	32.0	28.0	33.6	25.8
	보지 않음	37.0	31.0	60.0	42.3	43.0
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)
심야 시간대 (24~02:00)	주 1~2회	3.0	3.0	1.0	1.3	3.3
	주 3~4회	0.0	3.0	0.0	2.0	0.0
	주 5~6회	2.0	0.0	0.0	0.0	1.3
	매일	4.0	3.0	2.0	4.0	2.0
	보지 않음	91.0	91.0	97.0	92.6	93.4
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)

2005년 12월 방송위원회는 지상파방송에 대해 낮 시간대에 방송을 허용하면서, 그 조건의 하나로 장애인 시청접근권의 확대를 하나의 조건으로 내놓았다. 그 결과 현재 지상파에서 낮 시간대에 방영하는 거의 대부분의 프로그램들은 장애인들이 시청할 수 있도록 자막방송, 화면해설방송을 하고 있다. 그러나 정작 장애인들은 낮 시간대에는 텔레비전을 시청하지 않는 것으로 나와 정책과 현실의 불일치를 확인할 수 있었다. 이러한 사실은 비단 장애인대상 설문조사에서만 특징적인 현상은 아니다. 장애인대상 심층인터뷰(방송위원회, 2007) 결과에서도 조사에 응한 많은 장애인들은 장애인이 시청할 수 있는 화면해설방송이나 수화방송, 자막방송 서비스가 있는 프로그램들은 대부분 장애인들이 시청할 수 없는 낮시간이나 심야시간대에 주로 편성되어 있다는 불만을 토론했다. 이러한 점을 종합해 볼 때, 장애인 시청시간대 분석결과는 장애인대상 프로그램 확대실시가 장애인들이 즐겨 시청하는 시간대에 초점을 맞춰 확대되어야 한다는 것을 말해준다. 또 방송사에서 다소 어려움이 있다 해도 저녁시간대와 밤 시간대에 장애인이 시청할 수 있는 프로그램을 확대 편성해야 할 것이다.

2) 라디오 청취시간대

라디오 청취시간대를 살펴보면, 아침시간대(06~12시)에는 시각장애인은 주 1~2회 2.0%, 주 3~4회 4.0%, 주 5~6회 4.0%, 매일 10.0%, 듣지 않음 80.0%로 답변했고, 청각장애인은 듣지 않는 것으로 답변했으며, 난청노인은 주 1~2회 1.0%, 매일 3.0%, 듣지 않음 96.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 1.3%, 매일 2.0%, 듣지 않음 96.6%로 답변했으며, 일반층은 주 1~2회 0.7%, 주 3~4회 2.6%, 주 5~6회 2.6%, 매일 6.6%, 듣지 않음 87.4%로 답변했다.

낮시간대(12~16시)를 살펴보면, 시각장애인은 주 1~2회 7.0%, 주 3~4회 7.0%, 주5~6회 2.0%, 매일 5.0%, 듣지 않음 79.0%로 응답했으며, 청각장애인은 듣지않는 것으로 응답했고, 난청노인은 주 1~2회 2.0%, 매일 6.0%, 듣

지 않음 92.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 0.7%, 매일 3.4%, 듣지 않음 96.0%로 답변했고, 일반층은 주 1~2회 5.3%, 주 3~4회 4.6%, 주 5~6회 1.3%, 매일 4.0%, 듣지 않음 84.8%로 답변했다.

저녁시간대(16~20시)를 살펴보면, 시각장애인은 주 1~2회 2.0%, 주 3~4회 3.0%, 주 5~6회 5.0%, 매일 5.0%, 듣지 않음 85.0%로 응답했고, 청각장애인은 듣지 않는 것으로 응답했으며, 난청노인은 주 1~2회 2.0%, 주 5~6회 1.0%, 듣지 않음 97.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 1.3%, 매일 1.3%, 듣지 않음 97.3%로 응답했고, 일반층은 주 1~2회 1.3%, 주 3~4회 2.0%, 주 5~6회 4.0%, 매일 2.0%, 듣지 않음 90.7%로 응답했다.

밤시간대(20~24시)를 살펴보면, 시각장애인은 주 1~2회 5.0%, 주 3~4회 2.0%, 주 5~6회 2.0%, 매일 5.0%, 듣지 않음 86.0%로 응답했고, 청각장애인은 듣지 않는 것으로 응답했으며, 난청노인은 주 3~4회 1.0%, 주 5~6회 1.0%, 매일 2.0%, 듣지 않음 96.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 3~4회 0.7%, 주 5~6회 0.7%, 매일 1.3%, 듣지 않음 97.3%로 응답했고, 일반층은 주 1~2회 3.3%, 주 3~4회 1.3%, 주 5~6회 1.3%, 매일 3.3%, 듣지 않음 90.7%로 응답했다.

심야시간대(24~02시)를 살펴보면, 시각장애인은 주 1~2회 6.0%, 주 3~4회 1.0%, 매일 5.0%, 듣지 않음 88.0%로 응답했고, 청각장애인은 듣지 않는 것으로 응답했으며, 난청노인은 주 1~2회 3.0%, 듣지 않음 97.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 주 1~2회 2.7%, 매일 1.3%, 듣지 않음 96.0%로 응답했고, 일반층은 주 1~2회 3.3%, 주 3~4회 0.7%, 매일 2.0%, 듣지 않음 94.0%로 응답했다.

<표 4-10> 라디오 청취 시간대

단위 : %

		시각장애인	청각장애인	난청노인	소득별	
					저소득층	일반층
아침시간대 (06~12:00)	주 1~2회	2.0	0.0	1.0	1.3	0.7
	주 3~4회	4.0	0.0	0.0	0.0	2.6
	주 5~6회	4.0	0.0	0.0	0.0	2.6
	매일	10.0	0.0	3.0	2.0	6.6
	듣지 않음	80.0	100.0	96.0	96.6	87.4
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)
낮시간대 (12~16:00)	주 1~2회	7.0	0.0	2.0	0.7	5.3
	주 3~4회	7.0	0.0	0.0	0.0	4.6
	주 5~6회	2.0	0.0	0.0	0.0	1.3
	매일	5.0	0.0	6.0	3.4	4.0
	듣지 않음	79.0	100.0	92.0	96.0	84.8
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)
저녁시간대 (16~1:00)	주 1~2회	2.0	0.0	2.0	1.3	1.3
	주 3~4회	3.0	0.0	0.0	0.0	2.0
	주 5~6회	5.0	0.0	1.0	0.0	4.0
	매일	5.0	0.0	0.0	1.3	2.0
	듣지 않음	85.0	100.0	97.0	97.3	90.7
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)
밤시간대 (20~24:00)	주 1~2회	5.0	0.0	0.0	0.0	3.3
	주 3~4회	2.0	0.0	1.0	0.7	1.3
	주 5~6회	2.0	0.0	1.0	0.7	1.3
	매일	5.0	0.0	2.0	1.3	3.3
	듣지 않음	86.0	100.0	96.0	97.3	90.7
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)
삼야시간대 (24~02:00)	주 1~2회	6.0	0.0	3.0	2.7	3.3
	주 3~4회	1.0	0.0	0.0	0.0	0.7
	주 5~6회	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	매일	5.0	0.0	0.0	1.3	2.0
	듣지 않음	88.0	100.0	97.0	96.0	94.0
	합 계	100(n=100)	100(n=100)	100(n=100)	100(n=149)	100(n=151)

시각장애인, 청각장애인, 난청노인들의 각 시간대별 응답의 특징은 듣지 않음이 80% 이상을 차지한다는 것이다.

이와 같은 결과는 사실상 장애인 및 난청노인은 라디오 청취를 잘 하지 않는다는 말과도 일맥상통한다.

마. 주요 시청프로그램

1) 주시청프로그램

주시청 프로그램을 살펴보면, 시각장애인은 뉴스(81), 드라마(68), 오락프로그램(34), 다큐멘터리 등(29), 시사보도(27), 영화(22), 스포츠(15), 코미디(13), 토론(5), 애니메이션(1) 순으로 응답했으며, 청각장애인은 뉴스(72), 드라마(67), 오락프로그램(44), 다큐멘터리 등(37), 시사보도(21), 영화(19), 스포츠(17), 코미디(16), 애니메이션(3), 토론(0)의 순으로 응답했고, 난청노인은 뉴스(88), 드라마(71), 다큐멘터리 등(48), 오락프로그램(37), 스포츠(19), 시사보도(17), 코미디(5), 토론(4), 영화(2), 애니메이션(0)으로 답변했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 뉴스(117), 드라마(108), 오락프로그램(68), 다큐멘터리 등(60), 스포츠(25), 시사보도(22), 코미디(15), 영화(14), 토론(4), 애니메이션(3) 순으로 응답했고, 일반층은 뉴스(124), 드라마(98), 다큐멘터리 등(54), 오락프로그램(47), 시사보도(43), 영화(29), 스포츠(26), 코미디(19), 토론(5), 애니메이션(1) 순으로 응답했다.

<표 4-11> 주시청 프로그램

	시각장애인		청각장애인		난청노인		소득별			
							저소득층		일반층	
	빈도수	순위	빈도수	순위	빈도수	순위	빈도수	순위	빈도수	순위
뉴스	81	1	72	1	88	1	117	1	124	1
시사보도	27	5	21	5	17	6	22	6	43	5
다큐멘터리 등	29	4	37	4	48	3	60	4	54	3
토론	5	9	0	10	4	8	4	9	5	9
애니메이션	1	10	3	9	0	10	3	10	1	10
드라마	68	2	67	2	71	2	108	2	98	2
오락프로그램	34	3	44	3	37	4	68	3	47	4
영화	22	6	19	6	2	9	14	8	29	6
코미디	13	8	16	8	5	7	15	7	19	8
스포츠	15	7	17	7	19	5	25	5	26	7
합계	295	-	296	-	291	-	-	-	-	-

분석결과, 시각장애인, 청각장애인, 난청노인 모두 그 추세에서는 차이를 보이지 않았다. 가장 즐겨 시청하는 장르는 ‘뉴스’로 1위를 차지했고, 다음이 ‘드라마’, ‘예능/오락’의 순으로 나타났다. 이렇게 장애인 및 난청노인들이 즐겨 시청하는 장르를 이야기함에 있어 고려해야할 점은 지금까지의 장애인을 위한

화면해설방송 서비스, 수화방송 서비스, 자막방송 서비스는 주로 뉴스와 드라마에 초점을 맞추어져 왔기 때문에 이들은 이들 장르를 가장 많이 볼 수밖에 없었다는 점이다. 즉 뉴스와 드라마 이외에 다른 장르에 대해서는 장애인들이 시청할 수 있는 서비스가 제공되지 않았기 때문에 그동안 장애인들과 난청노인은 뉴스와 드라마만을 즐겨 시청할 수 밖에 없었다는 것이다. 따라서 이는 장애인 및 난청노인들의 장르선호와는 좀 다른 측면이 있음을 염두에 두어야 한다.

2) 프로그램 만족도

프로그램 만족도를 살펴보면, 시각장애인은 뉴스 3.30, 시사보도 3.37, 다큐멘터리 등 3.14, 토론 3.00, 애니메이션 4.00, 드라마 3.49, 오락프로그램 3.24, 영화 3.18, 코미디 3.15, 스포츠 3.47로 응답했고, 청각장애인은 뉴스 3.18, 시사보도 3.19, 다큐멘터리 등 3.16, 애니메이션 3.00, 드라마 3.36, 오락프로그램 3.30, 영화 2.84, 코미디 3.19, 스포츠 3.47로 응답했으며, 난청노인은 뉴스 3.47, 시사보도 3.24, 다큐멘터리 등 3.60, 토론 2.00, 드라마 3.59, 오락프로그램 3.46, 영화 4.00, 코미디 3.60, 스포츠 3.32로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 뉴스 3.39, 시사보도 3.19, 다큐멘터리 등 3.43, 토론 3.25, 애니메이션 3.00, 드라마 3.50, 오락프로그램 3.40, 영화 3.00, 코미디 3.27, 스포츠 3.44로 응답했고, 일반층은 뉴스 3.40, 시사보도 3.33, 다큐멘터리 등 3.24, 토론 2.00, 애니메이션 4.00, 드라마 3.46, 오락프로그램 3.23, 영화 3.10, 코미디 3.21, 스포츠 3.38로 응답했다.

<표 4-12> 프로그램 만족도

단위 : 점, (빈도)

	시각장애인	청각장애인	난청노인	소득별	
				저소득층	일반층
뉴스	3.30(81)	3.18(72)	3.47(88)	3.39(117)	3.40(124)
시사보도	3.37(27)	3.19(21)	3.24(17)	3.19(22)	3.33(43)
다큐멘터리 등	3.14(29)	3.16(37)	3.60(48)	3.43(60)	3.24(54)

토론	3.00(5)	0.00(0)	2.00(4)	3.25(4)	2.00(5)
애니메이션	4.00(1)	3.00(3)	0.00(0)	3.00(3)	4.00(1)
드라마	3.49(68)	3.36(67)	3.59(71)	3.50(108)	3.46(98)
오락프로그램	3.24(34)	3.30(44)	3.46(37)	3.40(68)	3.23(47)
영화	3.18(22)	2.84(19)	4.00(2)	3.00(14)	3.10(29)
코미디	3.15(13)	3.19(16)	3.60(5)	3.27(15)	3.21(19)
스포츠	3.47(15)	3.47(17)	3.32(19)	3.44(25)	3.38(26)

시각장애인, 청각장애인, 난청노인 모두 프로그램 만족도 면에서는 보통보다 약간 높은 평가를 내렸다. 현행 프로그램들에 대해서 크게 만족하거나, 불만족스럽지 않다는 결론이다.

3) 편성증가 희망 프로그램

편성증가 희망 프로그램을 살펴보면, 시각장애인은 다큐멘터리 등(42), 영화(36), 드라마(26), 시사보도(25), 뉴스(19), 스포츠(16), 오락프로그램(12), 애니메이션(10), 코미디(9), 국민적 공감대가 있는 행사 위주(8), 토론(5) 순으로 응답했고, 청각장애인은 드라마(37), 뉴스(30), 다큐멘터리 등(25), 영화(21), 오락프로그램(19), 스포츠(16), 국민적 공감대가 있는 행사 위주(7), 시사보도(7), 코미디(3), 애니메이션(2), 토론(1) 순으로 응답했으며, 난청노인은 다큐멘터리 등(48), 드라마(47), 뉴스(37), 오락프로그램(27), 스포츠(13), 시사보도(12), 국민적 공감대가 있는 행사 위주(5), 코미디(4), 토론(2), 영화(0), 애니메이션(0) 순으로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 드라마(68), 뉴스(53), 다큐멘터리 등(49), 오락프로그램(31), 스포츠(20), 시사보도(15), 영화(13), 코미디(5), 토론(4), 국민적 공감대가 있는 행사 위주(3), 애니메이션(2) 순으로 응답했고, 일반층은 다큐멘터리 등(66), 영화(44), 드라마(42), 뉴스(33), 시사보도(29), 오락프로그램(27), 스포츠(25), 국민적 공감대가 있는 행사 위주(17), 코미디(11), 애니메이션(10), 토론(4)의 순으로 응답했다.

<표 4-13> 편성증가 희망 프로그램

	시각장애인		청각장애인		난청노인		소득별			
							저소득층		일반층	
	빈도수	순위	빈도수	순위	빈도수	순위	빈도수	순위	빈도수	순위
뉴스	19	5	30	2	37	3	53	2	33	4
시사보도	25	4	7	7	12	6	15	6	29	5
다큐멘터리 등	42	1	25	3	48	1	49	3	66	1
토론	5	11	1	11	2	9	4	9	4	11
애니메이션	10	8	2	10	0	10	2	11	10	10
드라마	26	3	37	1	47	2	68	1	42	3
오락프로그램	12	7	19	5	27	4	31	4	27	6
영화	36	2	21	4	0	10	13	7	44	2
코미디	9	9	3	9	4	8	5	8	11	9
스포츠	16	6	16	6	13	5	20	5	25	7
국민적 공감대가 있는 행사 위주	8	10	7	7	5	7	3	10	17	8
합계	208	-	168	-	195	-	263	-	308	-

편성 증가 희망 프로그램을 물어본 결과에서는 즐겨 시청하는 장르와는 다소 차이를 보였다. 시각장애인, 난청노인 모두 '다큐멘터리 등'을 꼽았으며, 청각장애인은 '드라마'를 선택하였다. 그 다음으로 시각장애인의 경우 '영화'와 '드라마' 순으로 응답하였고, 청각장애인은 '뉴스', '다큐멘터리' 순이었으며, 난청노인의 경우는 '드라마', '뉴스' 순이었다. 결국 상위 세 개의 프로그램에 속하는 것은 시각장애인의 '영화'를 제외하고는 '다큐멘터리', '뉴스', '드라마'라는 것을 알 수 있다. 이들 장르는 현재도 즐겨 시청하고 있고, 앞으로도 서비스가 더 확대되었으면 하는 장르로 나타났다. 시각장애인과 청각장애인, 난청노인들의 희망사항이 조금의 차이를 보이고 있기는 하나 다큐멘터리, 드라마, 뉴스에 대한 장애인의 시청접근권을 확대해 나가는 방향으로 방송정책이 수립되어야 방송소외 계층의 확산을 막을 수 있는 길일 것이다.

3. 방송매체 접근 실태 및 정책

가. 방송매체 접근 환경

방송매체 접근 환경을 살펴보면, 시각장애인은 시간이 없다 3.12, 시간대가 맞지 않는다 3.15, 시청료 부담 2.52, 가계에 부담 3.55, 방송내용을 공유할 주변 사람이 많다 3.09, 관계기관의 도움이 있다 2.76, 프로그램 다양성 부족 3.65, 자막, 해설방송 부족 4.26, 아이들 교육에 걱정 3.19, TV 또는 리모컨 작동 방법의 어려움 2.84, 방송 이해 어려움 2.83, 채널 선택권이 없다 2.50으로 응답했고, 청각장애인은 시간이 없다 3.13, 시간대가 맞지 않는다 3.14, 시청료 부담 2.99, 가계에 부담 3.83, 방송내용을 공유할 주변 사람이 많다 2.59, 관계기관의 도움이 있다 2.57, 프로그램 다양성 부족 3.27, 자막, 해설방송 부족 4.47, 아이들 교육에 걱정 3.74, TV 또는 리모컨 작동 방법의 어려움 3.03, 방송 이해 어려움 3.67, 채널 선택권이 없다 2.29로 응답했으며, 난청노인은 시간이 없다 1.65, 시간대가 맞지 않는다 1.70, 시청료 부담 3.01, 가계에 부담 3.75, 방송내용을 공유할 주변 사람이 많다 2.77, 관계기관의 도움이 있다 3.00, 프로그램 다양성 부족 2.91, 자막, 해설방송 부족 2.86, 아이들 교육에 걱정 2.97, TV 또는 리모컨 작동 방법의 어려움 2.57, 방송 이해 어려움 2.35, 채널 선택권이 없다 1.89로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 시간이 없다 2.32, 시간대가 맞지 않는다 2.39, 시청료 부담 3.12, 가계에 부담 3.98, 방송내용을 공유할 주변 사람이 많다 2.72, 관계기관의 도움이 있다 2.91, 프로그램 다양성 부족 3.13, 자막, 해설방송 부족 3.72, 아이들 교육에 걱정 3.30, TV 또는 리모컨 작동 방법의 어려움 2.90, 방송 이해 어려움 3.00, 채널 선택권이 없다 2.18로 응답했고, 일반층은 시간이 없다 2.95, 시간대가 맞지 않는다 2.93, 시청료 부담 2.56, 가계에 부담 3.44, 방송내용을 공유할 주변 사람이 많다 2.91, 관계기관의 도움이 있다 2.65, 프로그램 다양성 부족 3.42, 자막, 해설방송 부족 4.00, 아이들 교육에 걱정 3.30, TV 또는 리모컨 작동 방법의 어려움 2.73, 방송 이해 어려움 2.90, 채널 선택권이 없다 2.27로 응답했다.

<표 4-14> 방송매체 접근 이용환경

	시각장애인 (n=100)	청각장애인 (n=100)	난청노인 (n=100)	소득별	
				저소득층 (n=149)	일반층 (n=151)
시간이 없다	3.12	3.13	1.65	2.32	2.95
시간대가 맞지 않는다	3.15	3.14	1.70	2.39	2.93
시청료 부담	2.52	2.99	3.01	3.12	2.56
가계에 부담	3.55	3.83	3.75	3.98	3.44
방송내용을 공유할 주변 사람이 많다	3.09	2.59	2.77	2.72	2.91
관계기관의 도움이 있다	2.76	2.57	3.00	2.91	2.65
프로그램 다양성 부족	3.65	3.27	2.91	3.13	3.42
자막, 해설방송 부족	4.26	4.47	2.86	3.72	4.00
아이들 교육에 걱정	3.19	3.74	2.97	3.30	3.30
TV 또는 리모컨 작동 방법의 어려움	2.84	3.03	2.57	2.90	2.73
방송 이해 어려움	2.83	3.67	2.35	3.00	2.90
채널 선택권이 없다	2.50	2.29	1.89	2.18	2.27

방송 매체 접근 환경에서는 장애인과 난청노인 간에 다소 차이를 보이고 있다. 장애인의 경우 자막, 해설방송 부족을 1순위로 꼽은 반면, 난청노인은 가계에 부담을 꼽고 있다. 장애인들은 2순위 답변으로, 가계에 부담을 꼽고 있다. 이는 장애인 및 난청노인에게 방송 매체 접근 장벽으로 가계 부담은 적지 않은 요인으로 해석된다. 장애인들은 시간이 없다 또는 시간대가 맞지 않는다는 아이들 교육에 걱정인 부분을 차 순위로 응답한 반면, 난청노인들은 이 부분은 큰 문제가 되지 않는 것으로 답변하여, 연령층의 차이에 의한, 즉 세대간 생활패턴의 특성임을 알 수 있게 해 준다. 또한 전반적인 답변에 있어서 소득 수준별로는 큰 차이를 보이지 않고 있다. 그러므로 향후 방송 매체 환경에 소외계층을 유입하는 제 1순위 전략으로는 경제적인 부분의 지원을 고려해 볼 필요성이 있겠다.

나. 지원정책

지원정책에 대한 답변을 살펴보면, 시각장애인은 장애인용 방송수신기 보급 확대 4.55, 방송소외계층을 위한 방송 프로그램 다양화 4.73, 방송소외계층을 위한 전문 방송국 강화 4.55, 디지털전화 지원을 위한 수신기기의 보급 지원 및 홍보 4.66, 장비 성능 개선 4.67, 방송소외계층을 위한 새로운 방송장비에 대한 체험행사 4.32, 방송을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 교육 강화 4.09, 방송 안내를 돕기 위한 잡지 및 홍보물의 발간 4.10, 방송소외계층이 방송시청을 직접적 도와 주는 도우미 파견 3.54로 응답했고, 청각장애인은 장애인용 방송수신기 보급 확대 4.40, 방송소외계층을 위한 방송 프로그램 다양화 4.36, 방송소외계층을 위한 전문 방송국 강화 4.25, 디지털전화 지원을 위한 수신기기의 보급 지원 및 홍보 4.14, 장비 성능 개선 3.96, 방송소외계층을 위한 새로운 방송장비에 대한 체험행사 3.49, 방송을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 교육 강화 3.49, 방송 안내를 돕기 위한 잡지 및 홍보물의 발간 3.39, 방송소외계층이 방송시청을 직접적 도와 주는 도우미 파견 3.41로 응답했으며, 난청 노인은 장애인용 방송수신기 보급 확대 3.06, 방송소외계층을 위한 방송 프로그램 다양화 3.20, 방송소외계층을 위한 전문 방송국 강화 3.12, 디지털전화 지원을 위한 수신기기의 보급 지원 및 홍보 3.20, 장비 성능 개선 3.24, 방송소외계층을 위한 새로운 방송장비에 대한 체험행사 3.21, 방송을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 교육 강화 3.08, 방송 안내를 돕기 위한 잡지 및 홍보물의 발간 2.91, 방송소외계층이 방송시청을 직접적 도와 주는 도우미 파견 3.08로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 장애인용 방송수신기 보급 확대 3.76, 방송소외계층을 위한 방송 프로그램 다양화 3.81, 방송소외계층을 위한 전문 방송국 강화 3.74, 디지털전화 지원을 위한 수신기기의 보급 지원 및 홍보 3.74, 장비 성능 개선 3.66, 방송소외계층을 위한 새로운 방송장비에 대한 체험행사 3.50, 방송을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 교육 강화 3.35, 방송 안내를 돕기 위한 잡지 및 홍보물의 발간 3.15, 방송소외계층이 방송시청을 직접적 도와 주는 도우미 파견 3.15로 응답했으며, 일반층은 장애인용 방송수

신기 보급 확대 4.25, 방송소외계층을 위한 방송 프로그램 다양화 4.38, 방송소외계층을 위한 전문 방송국 강화 4.20, 디지털전환 지원을 위한 수신기기의 보급 지원 및 홍보 4.26, 장비 성능 개선 4.25, 방송소외계층을 위한 새로운 방송장비에 대한 체험행사 3.84, 방송을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 교육 강화 3.75, 방송 안내를 돕기 위한 잡지 및 홍보물의 발간 3.78, 방송소외계층이 방송시청을 직접적 도와 주는 도우미 파견 3.53으로 응답했다.

<표 4-15> 지원정책별 필요성 인식도

	시각장애인 (n=100)	청각장애인 (n=100)	난청노인 (n=100)	소득별	
				저소득층 (n=149)	일반층 (n=151)
장애인용 방송수신기 보급 확대	4.55	4.40	3.06	3.76	4.25
방송소외계층을 위한 방송 프로그램 다양화	4.73	4.36	3.20	3.81	4.38
방송소외계층을 위한 전문 방송국 강화	4.55	4.25	3.12	3.74	4.20
디지털전환 지원을 위한 수신기기의 보급 지원 및 홍보	4.66	4.14	3.20	3.74	4.26
장비 성능 개선	4.67	3.96	3.24	3.66	4.25
방송소외계층을 위한 새로운 방송장비에 대한 체험행사	4.32	3.49	3.21	3.50	3.84
방송을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 교육 강화	4.09	3.49	3.08	3.35	3.75
방송 안내를 돕기 위한 잡지 및 홍보물의 발간	4.10	3.39	2.91	3.15	3.78
방송소외계층이 방송시청을 직접적 도와 주는 도우미 파견	3.54	3.41	3.08	3.15	3.53

방송 소외계층의 지원을 위한 정책에 대한 답변의 특성을 살펴보면, 시각장애인 방송소외계층을 위한 방송 프로그램 다양화를 1순위로 꼽은 반면, 청각장애인은 장애인용 방송수신기 보급 확대를 꼽았으며, 난청노인은 장비 성능의 개선이라 답변했다. 2순위의 답변을 보면, 시각장애인은 장비성능 개선을,

청각장애인은 방송소외계층을 위한 방송 프로그램 다양화라고 답했고, 난청노인은 방송 프로그램 다양화라고 응답했다. 전체적으로 보자면, 1,2순위 모두 프로그램 및 장비의 개선, 다양화에 대한 답변으로 접근 환경의 개선을 요구한 것으로 정리된다. 이는 방송 매체 접근 환경의 답변과 연계가 된다. 상위 답변에서 장애인들은 자막, 해설방송 부족을 이유로 들었고, 정책적으로 그것이 개선되었음을 요구하는 것이다. 이번 질문에 대한 상위 답변으로 장애인용 방송수신기 보급 확대, 디지털전환 지원을 위한 수신기기의 보급 지원 및 홍보, 장비 성능 개선 등이 있는데, 이것은 경제적인 지원 정책을 수립 할 때 참고할 만한 부분이라 할 수 있겠다. 금전적으로 직접적인 지원 이전에 장애인용 수신기의 원활한 보급 및 장비의 개선 등에 투자를 한다면 소외계층의 자연스런 유입이 기대된다 할 수 있겠다.

4. 디지털 방송에 대한 인식

1) 디지털 전환 인식도

디지털 전환 인식도를 살펴보면, 시각장애인은 알고 있음 55.0%, 모름 45.0%, 청각장애인은 알고 있음 42.0%, 모름 58.0%, 난청노인은 알고 있음 37.0%, 모름 63.0%로 답변했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 알고 있음 35.6%, 모름 64.4%로 응답했고, 일반층은 알고 있음 53.6%, 모름 46.4%로 답변했다.

<표 4-16> 디지털 전환 인식도

단위 : %

	시각장애인 (n=100)	청각장애인 (n=100)	난청노인 (n=100)	소득별	
				저소득층 (n=149)	일반층 (n=151)
알고 있음	55.0	42.0	37.0	35.6	53.6
모름	45.0	58.0	63.0	64.4	46.4
합계	100	100	100	100	100

디지털 전환에 대해 난청노인들의 인식이 부족하다는 것을 알 수 있다. 또한 저소득층의 인식도 부족하다. 노인층과 저소득층의 관심을 유발 할 수 있는 적극적인 홍보 전략이 필요하다 할 수 있겠다.

2) 디지털전환 시기

디지털전환 시기에 대한 답변을 살펴보면, 시각장애인은 2009년 말 1.8%, 2010년 말 9.1%, 2011년 말 9.1%, 2012년 말 32.7%, 2013년 말 3.6%, 정확한 시점은 모른다 43.6%로 답변했고, 청각장애인은 2009년 말 14.3%, 2010년 말 42.9%, 2011년 말 2.4%, 2012년 말 7.1%, 정확한 시점은 모른다 33.3%로 응답했으며, 난청노인은 2010년 말 21.6%, 2011년 말 2.7%, 2012년 말 8.1%, 정확한 시점은 모른다 67.6%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 2009년 말 3.8%, 2010년 말 32.1%, 2011년 말 3.8%, 2012년 말 13.2%, 정확한 시점은 모른다 47.2%로 응답했고, 일반층은 2009년 말 6.2%, 2010년 말 17.3%, 2011년 말 6.2%, 2012년 말 21.0%, 2013년 말 2.5%, 정확한 시점은 모른다 46.9%로 응답했다.

<표 4-17> 디지털 전환시기

단위 : %

	시각장애인 (n=55)	청각장애인 (n=42)	난청노인 (n=37)	소득별	
				저소득층(n=53)	일반층(n=81)
2009년 말	1.8	14.3	0.0	3.8	6.2
2010년 말	9.1	42.9	21.6	32.1	17.3
2011년 말	9.1	2.4	2.7	3.8	6.2
2012년 말	32.7	7.1	8.1	13.2	21.0
2013년 말	3.6	0.0	0.0	0.0	2.5
2014년 이후	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
정확한 시점은 모른다	43.6	33.3	67.6	47.2	46.9
합 계	100	100	100	100	100

디지털 전환 인식도 조사에서 상대적으로 시각장애인이 ‘알고 있다 (55.0%)’는 답변을 많이 하였다. 전환 시점에 대한 응답 역시도 시각장애인이 가장 많이 알고 있는 것으로 조사되었다. 그러나 여전히 30%대의 저조한 정답율이므로 적극적인 홍보와 지원정책을 마련해야 할 것으로 보인다.

3) 셋탑박스 구매 의향

셋탑박스 구매 의향을 살펴보면, 시각장애인은 전혀 의향 없음 10.0%, 의향 없는 편임 24.0%, 보통/반반 38.0%, 의향있는 편임 25.0%, 매우 높음 3.0%로 응답했고, 청각장애인은 전혀 의향 없음 5.0%, 의향 없는 편임 19.0%, 보통/반반 50.0%, 의향있는 편임 23.0%, 매우 높음 3.0%로 응답했으며, 난청노인은 전혀 의향 없음 46.0%, 의향 없는 편임 17.0%, 보통/반반 32.0%, 의향있는 편임 4.0%, 매우 높음 1.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 전혀 의향 없음 26.8%, 의향 없는 편임 18.8%, 보통/반반 40.9%, 의향있는 편임 12.1%, 매우 높음 1.3%로 응답했고, 일반층은 전혀 의향 없음 13.9%, 의향 없는 편임 21.2%, 보통/반반 39.1%, 의향있는 편임 22.5%, 매우 높음 3.3%로 응답했다.

<표 4-18> 셋탑박스 구매 의향

단위 : %

	시각장애인 (n=100)	청각장애인 (n=100)	난청노인 (n=100)	소득별	
				저소득층(n=149)	일반층(n=151)
전혀 의향 없음	10.0	5.0	46.0	26.8	13.9
의향 없는 편임	24.0	19.0	17.0	18.8	21.2
보통/반반	38.0	50.0	32.0	40.9	39.1
의향있는 편임	25.0	23.0	4.0	12.1	22.5
매우 높음	3.0	3.0	1.0	1.3	3.3
합 계	100	100	100	100	100

셋탑박스 구매 의향에서는 청각장애인이 가장 적극적인 것으로 조사됐다. 반면에 난청노인은 전혀 의향 없음에 46.0%나 답변을 했다. 낮은 디지털 전

환 인식도가 빛은 결과라 할 수 있다. 또한 난청노인들은 새로운 기기의 조작에 대해 거부반응도 느끼고 있으므로 지원 인력의 편성도 고려해야 할 사항으로 보여진다.

4) 선호하는 지원 기기 및 서비스

선호하는 지원 기기 및 서비스를 살펴보면, 시각장애인은 셋톱박스과 안테나 지원 희망 27.0%, 기기 구입시 해당되는 비용만큼 할인 받기를 희망 32.0%, 유료방송 할인 받기를 희망 34.0%, 지원 신청 않겠다 7.0%로 응답했고, 청각장애인은 셋톱박스과 안테나 지원 희망 33.0%, 기기 구입시 해당되는 비용만큼 할인 받기를 희망 34.0%, 유료방송 할인 받기를 희망 26.0%, 지원 신청 않겠다 7.0%로 응답했으며, 난청노인은 셋톱박스과 안테나 지원 희망 69.0%, 기기 구입시 해당되는 비용만큼 할인 받기를 희망 4.0%, 유료방송 할인 받기를 희망 2.0%, 지원 신청 않겠다 25.0%로 응답했다. 소득별로 살펴보면, 저소득층은 셋톱박스과 안테나 지원 희망 49.7%, 기기 구입시 해당되는 비용만큼 할인 받기를 희망 18.1%, 유료방송 할인 받기를 희망 16.1%, 지원 신청 않겠다 16.1%로 응답했고, 일반층은 셋톱박스과 안테나 지원 희망 36.4%, 기기 구입시 해당되는 비용만큼 할인 받기를 희망 23.2%, 유료방송 할인 받기를 희망 30.5%, 지원 신청 않겠다 9.9%로 응답했다.

<표 4-19> 선호하는 지원기기 및 서비스

(단위 : %)

	시각장애인 (n=100)	청각장애인 (n=100)	난청노인 (n=100)	소득별	
				저소득층 (n=149)	일반층 (n=151)
셋톱박스과 안테나 지원 희망	27.0	33.0	69.0	49.7	36.4
기기 구입시 해당되는 비용만큼 할인 받기 희망	32.0	34.0	4.0	18.1	23.2
유료방송 할인 받기 희망	34.0	26.0	2.0	16.1	30.5
지원 신청 않겠다	7.0	7.0	25.0	16.1	9.9
합 계	100	100	100	100	100

시각장애인 및 청각장애인은 기기 구입시 해당되는 비용만큼 할인 받기 희망, 유료방송 할인 받기 희망을 1,2 순위로 뽑은 반면 난청노인은 단연 셋톱 박스와 안테나 지원 희망을 뽑았다. 반면 지원 신청 않겠다는 의견도 25.0%나 되어 2순위에 선정되었다. 장애인들은 장기적인 안목에서 기기 구입시 할인 또는 유료방송의 할인을 선택했으나, 난청노인은 기기 자체가 무상으로 제공되기를 요구하는 것으로 보인다. 초기 장비 구입 자체가 큰 부담이라는 인식을 반영한 것으로 보인다.

제 5 장 요약 및 결론

제 1 절 전문가 의견

가. 방송 소외계층의 지정

전문가들은 우선 지원 방송소외계층은 저소득층(기초생활 수급권자), 장애인, 노인, 차상위 계층을 꼽고 있었다.

전문가들은 방송소외계층으로 디지털전환시 취약계층 지원대상으로 디지털 전환특별법에 명시된 기초생활수급권자를 가장 지원이 필요한 소외계층으로 보고 있다. 이와 함께 디지털전환시 취약계층 지원대상으로 거론되고 있는 경제적 취약계층인 차상위계층을 많이 선택했으며, 기술적 취약계층으로 볼 수 있는 장애인과 노인을 많이 선택했다. 방송 소외계층을 위한 지원 정책 수립 시 해당 계층에 대한 좀 더 세밀한 이해가 필요할 것이다.

나. 방송매체별 소외현상의 변화

정부의 지원정책, 사회적 지원 등 사회 전반적인 소외계층에 대한 지원이 지속된다고 가정하였을 때 기술의 발전에 따른 방송매체의 도입은 소외현상에 어떤 변화를 가져올 것인지 물어본 결과, 디지털TV의 전환은 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라고 보고 있었으며, 케이블TV는 별반 변화가 없을 것이며, IPTV는 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대되며, DMB 방송은 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라는 응답이 많았다. 인터넷TV는 소외계층의 확대 및 소외의 정도가 증대될 것이라는 응답이 가장 많았다.

다. 소외계층 지원 정책

소외계층을 위한 지원정책을 얼마나 강화해야 하는지 물어본 결과는 다음

과 같다. 디지털 전환을 위한 수신기기의 보급 지원 및 강화가 매우 필요하다는 의견이 가장 많았으며, 장애인용 방송수신기의 보급 확대가 이루어져야 한다는 의견도 매우 높았다. 방송용 장비의 성능을 개선해야 한다는 의견도 높았다.

전문가들은 2012년 지상파 디지털전환에 대한 지원 정책의 필요성을 시급하게 생각하고 있으며, 장애인에 대한 지원도 중요하게 생각하고 있다.

라. 방송소외계층 지원 예산의 확보

지원 예산의 확보는 방송 수신료중 일부를 지원기금으로 적립하여야 한다는 의견이 가장 많았으며, 중앙정부예산으로 편성해야한다는 의견이 그 뒤를 차지하고 있었다. 가장 많은 의견은 이 둘의 방식을 혼합해야 한다는 의견이 많았다.

마. 디지털TV전환 관련

디지털TV방송이 활성화 되기 위해서 디지털 TV의 가격인하와 디지털방송 수신이 가능한 셋탑박스 구매 보조금 지급을 해야 한다는 의견이 많았다.

바. 정책적 제언

전문가들은 방송소외계층과 관련된 정책적 제언으로 하드웨어 지원과 더불어 맞춤형 콘텐츠 제작 및 보급이 필요하다고 답했다.

장애인 단체에 근무하는 전문가는 방송소외계층을 위한 방송 프로그램의 다양화가 보다 적극적으로 추진되어야 하며 디지털 방송이나 IP-TV 등이 대중화되기에 앞서 장애인들의 권리구현이 반드시 우선되어야 한다고 답했다.

제 2 절 방송 소외계층의 매체이용행태

가. 매체보유현황

TV는 모든 계층에서 100%에 가까운 보유를 하고 있었다. 이는 일반인과 거의 비슷한 수치이다. 다만 디지털 TV의 보급률은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 그 외 라디오, DMB단말기, 컴퓨터 보유비율은 일반인에 비해 낮은 것으로 보인다.

나. 매체이용빈도 및 이용시간

대부분의 계층에서 TV의 매체 이용빈도와 사용시간이 가장 높은 것으로 나타났다. 그러나 기타 매체들은 이용빈도와 시간이 낮은 것으로 나타났다. 유료방송 가입형태를 보면 유선방송의 가입은 높으나 타 유료방송인 위성방송, IPTV, 위성DMB등의 가입율은 낮은 것으로 나타났다. 향후 가입의사도 낮은 것으로 나타났으며 그 이유는 경제적인 이유가 가장 컸다.

다. 텔레비전/라디오 시청 시간대

조사결과 대부분의 장애인들은 저녁과 밤시간대 보는 비율이 가장 많았다. 그럼에도 불구하고 지상파방송에 대해 낮 시간대에 방송에 장애인 시청접근권의 확대를 위한 정책은 실효성이 없을 것으로 분석되었다.

라디오 청취는 거의 이루어지지 않고 있으나 주로 아침과 낮 시간대에 이용을 많이 하고 있었다.

마. 주요 시청프로그램

주시청 프로그램은 뉴스와 드라마를 많이 보고 있었다. 이렇게 장애인 및 난청노인들이 즐겨 시청하는 장르를 이야기함에 있어 고려해야할 점은 지금까지의 장애인을 위한 화면해설방송 서비스, 수화방송 서비스, 자막방송 서비스는 주로 뉴스와 드라마에 초점을 맞추어져 왔기 때문에 이들은 이들 장르를 가장 많이 볼 수밖에 없었다는 점이다. 즉 뉴스와 드라마이외에 다른 장르에 대해서는 장애인들이 시청할 수 있는 서비스가 제공되지 않았기 때문에 그동안 장애인들과 난청노인은 뉴스와 드라마만을 즐겨 시청할 수 밖에 없었다는

것이다. 따라서 이는 장애인 및 난청노인들의 장르선호와는 좀 다른 측면이 있음을 염두에 두어야 한다.

편성증가 희망 프로그램을 살펴보면, 다큐멘터리, 영화, 드라마 등의 프로그램이 증가했으면 하는 의견이 많았다. 방송의 다양성 확보 차원에서도 이들 프로그램의 접근성을 높이기 위한 다양한 정책이 필요하다.

바. 지원정책

시각장애인은 정부 지원정책 중 방송 프로그램의 다양화를 가장 많이 원하고 있었다. 청각장애인은 장애인용 방송 수신기 지원 확대를 가장 많이 원하였다. 난청노인은 방송 프로그램 다양화와 장비성능의 개선이었다.

사. 디지털방송 관련

조사결과 대부분의 계층에서 디지털 전환 인식도가 낮았다. 보통 30~50%대의 사람들만이 인식하고 있었다. 이의 적극적인 홍보가 필요하다.

선호하는 지원 형태로는 유료방송의 할인과 셋톱박스과 안테나 지원 희망 등이 많았다.