

碩士學位 論文

방송진행자가 시청자의 방송시청행태에
미치는 영향에 관한 연구

- 대구지역 시청자의 시청행태를 중심으로 -

慶州大學校 大學院

言論廣告學科

李 道 炫

指導教授 朴 基 泰

2003年 2月

방송진행자가 시청자의 방송시청행태에

미치는 영향에 관한 연구

- 대구지역 시청자의 시청행태를 중심으로 -

慶州大學校 大學院

言論廣告學科 言論學專攻

李 道 炫

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함

指導教授 朴 基 泰

2002年 10月

李 道 炫의 碩士學位 論文을 認准함

審 查 委 員 인

審 查 委 員 인

審 查 委 員 인

慶州大學校 大學院

2002年 12月

방송진행자가 시청자의 방송시청행태에 미치는 영향에 관한 연구

- 대구지역 시청자의 시청행태를 중심으로 -

이 도 현

경주대학교 대학원 언론광고학과

(지도교수 박 기 태)

본 논문은 지역의 시청자들이 중앙방송과 비교해서 지역방송에 대한 생각이 어떤지, 또 시청하는 중요한 요인들이 무엇인지 그들의 생각을 알아내고, 중요 시청 요인 중에 진행자가 차지하는 비중을 분석하는데 그 목적이 있다.

이를 위해 본 논문은 다음과 같은 연구문제를 제기했다.

첫째, 지역방송 프로그램에 대해 인구통계학적 분류에 따른 만족도에 차이가 있는가?

둘째, 지역방송의 진행자에 대해 인구통계학적 분류에 따른 만족도에 차이가 있는가?

셋째, 중앙방송과 지역방송 프로그램의 시청이유는 무엇이며, 그 시청이유에 차이가 있는가?

넷째, 지역방송 진행자가 갖추어야 할 자질은 무엇인가?

본 논문의 제1장에서는 연구의 목적과 문제, 연구방법 등을 서론으로 기술했

다. 제2장에서는 기존 연구의 정리로 ‘텔레비전 방송진행자의 특성과 유형’, ‘진행자의 역할과 자질’, ‘프로그램 진행자와 프로그램의 조화’와 본 논문과 관련된 기존 논문의 정리를 다루었다. 제3장에서는 대구지역 시청자들을 대상으로 조사한 설문결과와 이 결과에 따른 정리와 분석을 다루었다. 제4장에서는 지금까지 연구의 결과와 후속연구를 위한 제언을 실었다.

연구문제에 따른 주요결과는 다음과 같다.

첫째, 지역방송 프로그램에 대한 인구통계학적 분류에 따른 만족도에서는 혼인관계와 월수입, 그리고 직업에 따라서 유의미한 차이가 나타났다.

둘째, 지역방송 진행자에 대한 인구통계학적 분류에 따른 만족도에서는 혼인관계에서만 유의미함을 보였는데, 전체적으로 중간자적 입장을 취하고 있으나 기혼자보다는 미혼자들이 더 불만족 성향을 갖고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 지역의 시청자들이 지역의 프로그램을 시청할 때 중앙방송보다는 ‘진행자’요인과 ‘내용’요인을 더 고려하는 것으로 나타났다.

넷째, 지역 시청자들이 바라는 진행자들의 자질을 보면 중앙방송 진행자들에게 요구되는 것과 비슷하게 언어구사력과 순발력과 재치, 신뢰감 등을 선택했다.

본 논문이 제시하는 당연한 결과이겠지만, 지역민들과 가까이 할 수 있는 지역 진행자의 양성을 위해 지역 방송사들은 노력해야겠고, 지역의 진행자들도 시청자들이 원하는 자질을 충족시키기 위해 노력해야 할 것이다.

- 목 차 -

제 1 장	서 론	1
제 1 절	문제제기 및 연구목적	1
제 2 절	연구문제	2
제 2 장	기존 연구	4
제 1 절	텔레비전 방송진행자의 특성과 유형	5
제 2 절	진행자의 역할과 자질	16
제 3 절	프로그램 진행자와 프로그램의 조화	22
제 4 절	기존 연구 결과	25
제 3 장	연구 결과의 논의	34
제 1 절	자료의 수집 및 분석방법	34
제 2 절	응답자의 인구통계학적인 특성	35
제 3 절	조사자료 분석 및 요약	39
제 4 장	결론 및 제언	62
제 1 절	결론	62
제 2 절	연구의 한계 및 후속연구를 위한 제언	65

영문초록

참고문헌

설문지

표 목 차

<표1> 응답자의 성별 분포	35
<표2> 응답자의 연령별 분포	36
<표3> 응답자의 직업별 분포	36
<표4> 응답자의 월평균 가구 소득 분포	37
<표5> 응답자의 학력별 분포	38
<표6> 응답자의 결혼 유무	38
<표7> 텔레비전 시청시간에 대한 성별과의 교차분석	39
<표8> 프로그램에 대한 평가와 성별, 혼인관계, 월수입 간의 분산분석	41
<표9> 프로그램에 대한 평가와 직업과 학력 간의 분산분석	42
<표10> 지역방송 제작 프로그램 요구에 대한 빈도분석	43
<표11> 진행자에 대한 평가와 성별, 혼인관계, 월수입 간의 분산분석	45
<표12> 진행자에 대한 평가와 직업, 학력 간의 분산분석	46
<표13> 프로그램과 진행자의 인기의 일치 정도와 성별 교차분석	47
<표14> 중앙방송에 대한 시청이유별 분포	48
<표15> 성별에 대한 중앙방송 시청 이유의 차이분석	49
<표16> 지역방송에 대한 시청이유별 분포	51
<표17> 성별에 대한 지역방송 시청 이유의 차이분석	51
<표18> 중앙방송과 지역방송의 시청 이유의 비교	52
<표19> 방송진행자의 중요한 자질	55
<표20> 진행자의 자질에 대한 독립표본 T-검정	56
<표21> 교양과 오락 프로그램에 적합한 진행자	57
<표22> 전문 진행자의 필요성과 성별간의 교차분석	58
<표23> 진행자가 고쳐야할 점과 성별간의 교차분석	60
<표24> 지역방송 진행자의 좋은 점과 성별간의 교차분석	62

제 1 장 서론

제 1 절 문제제기 및 연구목적

현대인의 삶에 있어 텔레비전이 차지하는 비중은 어느 정도일까?

대부분의 사람들이 정확한 수치는 모르더라도 상당한 부분을 차지할 것이라고 짐작은 하고 있다. 기존 연구들의 우리나라 시청자들의 일일 평균 텔레비전 시청시간이 180분 전후¹⁾인데 비해 강익희²⁾가 실시한 2002년 7월경의 텔레비전 평균 시청 시간이 296분³⁾으로 나타났다. 이것은 1993년의 164분에 비해 약 두 배 가까이 늘어난 것이다. 그리고 수용자들은 정보를 획득하는 정보원으로서도 텔레비전을 가장 많이 이용하고 있으며, 신문 ■ 라디오 ■ 잡지를 비교해도 중요성 ■ 유익성 ■ 재미성 ■ 신뢰성 ■ 영향력의 속성별 비교에도 텔레비전이 가장 높게 나타났다.⁴⁾ 그만큼 대부분의 사람들이 텔레비전과 아주 가까이 지내고 있다는 것이다.

과거 4대 매체에 더해서 요즘은 인터넷을 통한 정보 습득이나 매체 활용 빈도가 높아지고 있지만 텔레비전 프로그램을 인터넷을 통해 실시간 시청한다거나 VOD서비스로 ‘다시보기’를 이용하는 빈도를 감안하면 아직까지도 텔레비전이 중심매체라 할 수 있다.

이처럼 현대인들에게 엄청난 영향력을 발휘하고 있는 텔레비전에 대한 연구를 위해 국회도서관을 중심으로 자료를 검색한 결과 방송사의 구조적 문제, 기술적인 문제, 텔레비전과 문화의 관계성, 특히 언론과 사회의 관계성에 관한 연구가 주를 이루고 있었고, 본 연구자가 하고자 하는 ‘방송에서 시청자들과의 직접적인 연결고리인 진행자에 대한 연구’도 ‘아나운서’와 ‘뉴스 진행자’에 대한 연구가 대다수이고 전문 진행자인 ‘전문 MC(Master of Ceremonies)’에 대한 연구도 아나운서에 대해 연구를 하면서 같이 다룬 것이 대부분이었다. 지역에서 지역의

1) 2001년의 경우 평일과 주말을 합쳐서 평균 187분, [TV 시청행태 연구], 방송위원회, 2001, 46쪽.

2) 한국영상산업연구센터 책임연구원.

3) 강익희, “가정 내에서의 TV시청행태 분석”, [KBI NEWS], 한국영상산업진흥원, 2002년 11월호, 6쪽.

4) 한국 언론 연구원, [수용자 의식조사], 1998, 14-20쪽

프리랜서 방송진행자에 대한 연구는 검색되는 자료가 없었다.

“매스컴 대사전”을 보면 방송 진행자는 프로그램의 성격, 인기 등에 중요한 영향을 미치는 ‘무대위의 연출자(on-stage producer)’라고 정의하고 있다.⁵⁾ 방송 진행자는 아나운서가 갖는 중요성을 그대로 갖는다. 방송 진행자는 바른 말을 사용해야 하고, 신뢰감이 있어야 한다. 그러나 ‘시청률’의 사슬에 묶여 인기에 연연한 비전문적인 진행자들의 무책임한 언어 사용은 심각하다. 1997년 12월 한국방송개발원에서 발간한 ‘텔레비전 프로그램 진행자 분석’이라는 모니터 보고서⁶⁾에 따르면 시청률을 의식해 진행자로서의 자격이 없는 인기 연예인들을 체계적 교육 없이 진행자로 대거 기용한 것에 대한 비판과 진행자의 전문성과 어휘력 부족, 공공성의 결여 그리고 여성 진행자를 보조 역할로 고정하는 것 등을 프로그램의 문제점으로 지적한 바 있다. 이것은 지금도 개선되지 않고 있는 상황인데, 이에 비하면 지역의 진행자들이 단어의 선택에 있어서는 인기에 편승한 비전문 진행자들(일부 연예인)보다 더 바르고, 질 높은 방송을 하고 있다고 생각한다.

그래서 본 연구는 지역 시청자들의 인구통계학적 변수에 따라 지역 프로그램과 지역 진행자에 대해 만족도의 차이가 있는지 알아보고, 지역 시청자들이 방송을 선택하는 기준(채널의 선택 기준)을 중앙방송과 지역방송을 비교한 것을 토대로 진행자가 시청자들의 채널 선택에 어느 정도 영향을 미치는 정도를 알아보고자 한다.

제 2 절 연구문제

텔레비전의 한 프로그램이 방송되기까지는 규모의 차이는 있겠지만 중앙이나 지방이 거치는 단계는 비슷하다. 프로듀서의 기획과 연출, 기술 분야의 음향, 조명, 미술, 무대, 그래픽, 카메라 그리고 출연자 등 다양한 분야가 한데 어우러진다. 그리고 이들이 잘 조화가 되면 좋은 방송으로 탄생되는 것이다. 당연히 방송 전체로 보면 이 모든 분야가 중요한 역할을 담당하고 있다. 그러나 제작자의 입장이 아닌 시청자의 입장에서 보면 다른 업무 분야는 프로그램 속에 묻혀지고

5) 이기홍 ■ 김우룡 ■ 차배근, [매스컴 대사전], 한국 언론 연구원, 1993, 633-634쪽.

6) 이영수, ‘텔레비전 프로그램 장르별 진행자 특성이 진행자 및 프로그램 만족도에 미치는 영향’, 중앙대학교 신문방송대학원 석사논문(2000), 3쪽 재인용.

방송 프로그램에 나와서 시청자들에게 전달하는 사람, 즉 진행자와의 관계가 더욱 중요한 것이 된다.

‘리모콘’이라는 장치가 등장하면서 시청자들의 채널 선택은 수시로 바뀌게 된다. 프로그램이 재미가 없으면 다른 채널로 돌려 버린다. 시청자들이 채널을 바꾸게 만드는 가장 큰 요인은 무엇일까? 프로그램의 내용일까? 진행자 때문일까?

일단 본 연구는 진행자에 대한 이런 중요함을 인식하는데서 출발하고자 한다. 시청자들이 바라는 바른 진행자의 모습을 알아보고, 지역방송의 프로그램에 대한 시청자들의 만족도와 진행자에 대한 만족도를 알아보고, 지역 시청자들이 채널을 선택함에 있어 지역 전문 진행자들을 어떻게 인식하고 있는지를 알아보고자 한다.

흔히들 중앙방송과 지역방송을 비교할 때 ‘촌스럽다(세련되지 못하다)’와 ‘그렇지 않다.’로 비교한다. 그리고 세련되지 않은 방송을 만들지 말라고 지역 방송사의 게시판에 글을 올리곤 한다. 그러나 비판의 글의 대부분은 어린 청소년들이 자기들이 좋아하는 연예인들이 나오는 중앙방송 프로그램 대신에 지역에서 제작한 프로그램을 송출할 때 많이 나타난다. 그들은 중앙방송의 그 프로그램이 좋아서라기보다는 자기가 좋아하는 연예인이 나오기 때문에 시청한다고 생각한다. 그래서 기본적 인구통계학적 변수에 따라 방송 프로그램을 바라보는 기준이 다르기 때문에 어느 정도는 객관적 입장에서 지역방송 프로그램을 평가하는 층도 있다고 보고 다음과 같은 연구문제를 제기한다.

연구문제 1 : 지역의 시청자들의 인구통계학적 변수에 따른 지역방송 프로그램에 대한 만족도의 차이는 어느 정도인가?

방송 제작에 있어서 지역방송의 가장 큰 어려움 중에 하나가 ‘진행자’이다. 중앙의 연예인들을 부르자니 막대한 예산이 소요되고, 또 지명도가 있는 연예인들은 오려고 하질 않는다. 지명도가 떨어지는 연예인을 부르자니 안 부르니만 못하는 경우도 생긴다. 결국은 지역의 ‘전문 진행자’가 있어야 되는데, 사실 지역의 여건상 좋은 진행자를 소유하는 것은 상당히 어려운 일이다. 그리고 방송 진행에 있어 상당한 수준을 가진 진행자라 하더라도 시청자의 입장에서는 지역이라는 선입견 때문에 만족함을 느끼지 못한다고 생각한다. 이런 상황에서 인구통계학적 변수에 따라 프로그램에 대한 만족도와 마찬가지로 진행자에 대한 만족도도 비

슷하게 나오리라고 보고 다음과 같은 연구문제를 제기한다.

연구문제 2 : 지역의 시청자들의 인구통계학적 변수에 따른 지역방송 진행자에 대한 만족도의 차이는 어느 정도인가?

리모콘의 탄생으로 시청자의 입장에서 마음에 들지 않는 프로그램은 가차 없이 채널을 바꿔 버린다. 한 번 바꾸고 계속 시청하는 사람들이 있는가 하면, 수시로 리모콘을 이용해서 바꾸는 성향을 가진 사람도 있다. 그만큼 프로그램이 조금이라도 마음에 들지 않으면 채널을 바꾸는 것이 쉬워졌고, 채널이 다양화됨에 따라 시청자의 입장에서는 나름대로의 채널 선택 기준을 갖지 않을 수 없다. 대표적인 선택 기준으로 프로그램의 내용과 진행자, 그리고 정보 습득 등을 들 수 있다. 그래서 지역 시청자들이 중앙방송과 지역방송을 시청하는 이유에 차이가 있는지 알아보고자 다음과 같은 연구문제를 제기한다.

연구문제 3 : 지역 시청자들의 채널 선택 기준에 있어 중앙방송과 지역방송 프로그램에 어느 정도 차이가 있는가?

마지막으로 시청자들이 생각하는 진행자들의 자격 요건에 대해서 알아보고자 한다. 중앙방송 진행자들을 중심으로 조사한 자료와 비교하기 위해 일반적인 지역진행자에 대한 자격 요건과 더불어 지역 진행자들에게 특히 요구되는 요건들을 알아보고자 한다.

연구문제 4 : 시청자들이 생각하는 지역방송 진행자의 중요한 자격 요건은 무엇인가?

제 2 장 기존 연구

본 연구의 이론적 배경으로 방송진행자들의 기본적 특성과 유형을 알아보고,

진행자에 대한 기본적 개념과 자질을 정리하고 프로그램 진행자와 그 프로그램의 조화에 관한 자료들을 정리한다. 그리고 방송진행자와 방송 프로그램에 대한 시청자들의 만족도와 시청자들이 생각하고 있는 방송진행자와 프로그램에 대해 연구되었던 선행 연구 자료를 정리해서 본 연구 결과와 비교연구 하고자 한다.

제 1 절 텔레비전 방송진행자의 특성과 유형

1. 진행자의 특성

1) 진행자의 생성

JODK⁷⁾ 이후부터 민간상업 라디오 방송이 출현하기 전까지의 30여 년 동안 모든 프로그램의 진행자는 아나운서가 주로 맡아왔다. 이것은 방송조직이나 프로그램이 오늘날처럼 다양하지 않았던 이유도 있겠으나, 활자가 아닌 언어로 모든 것은 전달해야 하는 방송매체에서는 올바른 언어와 유창한 표준말을 구사해야 한다는 것이 필수 조건이었고, 그러한 점에서 이론(異論)이 있을 수 없었다.

조그마한 소리상자에서 울려나오는 맑고 믿음직한 목소리는 신비와 동경의 대상이 되기에 충분했고, 특히 휴전과 함께 모든 것이 파괴되고 폐쇄한 상황에서 정보와 교양 및 오락 등으로 위안을 제공하던 라디오는 50년대 말까지만 해도 국민들에게는 유일한 문화적 도구였다.

그러나 서머스(Summers)등의 <방송과 공중>이라는 책에서 지적한 바와 같이 성역시 되어 온 진행자로서의 아나운서의 위치가 큰 변화를 겪게 되었는데 그 원인은 다음 몇 가지로 요약할 수 있다.⁸⁾ 그 첫 번째 이유는 기술의 진보이다. 모든 방송 기자재의 눈부신 발전과 기술 발달로 성능이 우수한 수신기가 보급되어, 시청자에게 돌아가는 서비스의 확대를 위해 딱딱한 진행을 하는 아나운서보다는 부드럽고 편하게 진행하는 사람들이 필요했던 것이다.

7) 1927년 2월 16일, 우리나라의 첫 라디오 방송국인 [경성(京城)방송국] 본 방송 개시, 호출부호 JODK(870Khz), 방송편성은 한국어 3 일본어 7 비율의 교차방송, [한국방송70년사], 한국방송협회, 1997, 10쪽.

8) 이영현, '텔레비전 방송진행자에 대한 연구', 중앙대학교 신문방송대학원 석사논문(1996), 17쪽 재인용.

두 번째로는 방송 산업 구조의 변혁을 들 수 있다. 전파매체의 양적인 증가 즉, 방송국의 증가를 의미하는 것으로 종교 방송국과 교통 방송국, LBS, 30개의 케이블 방송국 등이 개국하여, 시청률 향상을 위한 편성의 다양화가 추진되었고, 특히 상업방송의 대두와 함께 이윤을 극대화하기 위해 프로그램의 경쟁이 치열해짐에 따라 인기와 말썽씨를 겸비한 진행자(Entertainer)로의 이전이 시작되었다. 방송에서 주는 메시지를 여과 없이 받아들였던 시청자가, 오늘날에는 취사선택을 할 수 있는 주체 및 소비자로서 변화하고 있으며, 또한 방송도 경제적 논리를 추구하는 하나의 상품으로 변화하고 있다. 결국, 오늘날의 방송은 모든 사람에 의해 경제 상품으로 인식되고 있다.⁹⁾

세 번째 이유는 경제적 여건의 변화 때문이다. 경제발전과 국민 일인당 소득이 1만 달러에 이르는 윤택한 생활환경으로 인해 시청자들은 보다 안락하고 풍요로운 생활을 추구하게 됨에 따라 국민들의 의식에도 변화가 온 것이다.

네 번째 이유는 시청자들의 선호의 변화를 들 수 있다. 정보, 교양, 오락 등을 바탕으로 하되 종래의 일방통행식의 메시지 전달로부터 해방되어, 선택권을 가진 시청자에게 계속 신선하고 관심을 가질 만한 것들로 그 기호를 충족시켜야 하는 필연성과, 나아가서는 정보에 적극적으로 접근하려는 수용자들의 참여 의식의 성장을 들 수 있다.

전화나 편지 정도로 방송에 참여하던 시청자들이 컴퓨터 통신 등을 이용하여 방송에 참여하고 있으며, 생방송의 프로그램에 직접 참여하는 등 그 기회가 점점 늘어가고 있다. 뿐만 아니라 인터넷을 통한 의견이 사회 여론을 형성할 정도로 시청자들의 위치가 확대되어가고 있다. 이것이 진정한 의미의 쌍방향 TV는 아니더라도 방송에 주인인 시청자의 참여 기회가 늘어간다는 것은 이런 의미에서 긍정적이라 하겠다. 앞으로 디지털 방송이 대중화가 되면 시청자의 직접적인 참여는 더욱 늘어 날 전망이다.

이상과 같은 요인들로 인해 방송진행자들은, 기존의 아나운서로부터, 각 분야별 전문가로 대치하게 되었다. 오늘날의 진행자를 세분화하면 MC, DJ, 뉴스 캐스터(newscaster), 대담자(interviewer), 내레이터(narrater), 스포츠캐스터(sports caster), 리포터(reporter), 앵커(anchor), VJ(video jockey), IJ(internet jockey) 등이다. 특히 60년대, TV시대의 개막에 이어 70년대 경제 발전과 TV 트로이카 시대(KBS, MBC, TBC-동양방송), 80년대의 컬러텔레비전 시대, 90년

9) 이영현, 앞의 논문, 18쪽.

대의 다채널 시대(케이블, 위성방송)를 거치면서 빈번한 해외교류와 분야별 전문 인력의 확충, 그리고 교육과 기술투자 등으로 독자적인 방송기반이 마련되었고, 그 결과 프로그램의 양적인 팽창과 더불어 다양한 제작상의 기법 개발을 통한 질적인 수준 향상도 부인할 수 없다. 그리고 프로그램도 생명주기가 있으며, 우리나라의 경우 초창기에는 드라마가 주류를 이루었고 한 때에는 외화가 인기품목이었는데 하면, 스포츠 프로그램이 왕좌를 차지했고, 또 퀴즈 및 코미디 프로그램이 최고의 시청률을 자랑하기도 했다. 뿐만 아니라 해외 취재 다큐멘터리가 경쟁되다가 어느새 대하드라마의 제작에 총력전을 펴기도 하는 것이다. 다만 옛날과 비교하자면 그 주기가 점점 자주, 혹은 변화무쌍하게 움직이고 있다는 것을 알 수 있다.

오락 프로그램을 진행하는 진행자들도 단순히 문만 열고 닫는, 또한 출연자들에게 대본에 있는 그대로 질문만 하는 역할이 아니라 프로그램 안에 같이 융해되어 시청자로 하여금 프로그램 속에서 프로그램과 방송의 참 맛을 느끼게 하는 전달자로서, 넓고 얇게가 아닌 좁고 깊은 것을 찾는 시청자의 욕구를 충족시켜야 할 책임과 의무를 느끼게 된 것이다.

방송국을 영어로 표현하면 ‘broadcasting system’이었으나 이제는 그 개념조차도 소수개인의 시청자를 위한 ‘narrowcasting system’으로 변화되어야 한다고 생각한다. 이러한 이유로, 프로그램 최일선에서 진행자를 담당하던 아나운서의 자리에 기자, 프로듀서, 탤런트, 영화배우, 가수, 개그맨 등과 요즘에는 교수, 소설가, 주부, 학생, 어린이 등에 이르기까지 시대변화에 맞추기 위해 새로운 진행자들이 폭넓게 활동하고 있다.

여러 분야에 종사하는 진행자들의 등장과 탄생은 시청자들의 다양한 욕구를 충족시킨 것은 사실이나, 방송의 질적인 측면이나 언어오염 등 또 다른 문제점들을 대두시킨 것도 사실이다.

2) 방송진행자의 특성

TV방송은 그 속에서 일하는 모든 분야의 협업으로 이루어진다. 즉 방송은 기획하는 사람과 제작자 ■ 인테리어 ■ 카메라 ■ 미술 ■ 조명 등 모든 사람이 제 역할을 충실히 수행해야 방송이 되는 것이다. 그러나 드라마를 제외한 모든

프로그램에서 시청자는 사회자 혹은 아나운서 또는 프로그램 진행자를 통하여 방송과 만난다. 이에 따라 수용자가 방송을 접하게 되는 최우선의 접촉자로서 진행자의 비중과 역할의 막중함을 재론할 여지가 없다.

일반 방청객을 제외하고는 프로그램에 출연하는 TV출연자는 두 분류로 나누는데 하나는 비드라마 프로그램에 출연하는 출연자이고 나머지는 드라마 프로그램에 출연하는 출연자이다. TV방송의 출연자와 탤런트는 크게 특성의 차이가 있는데, 출연자는 자기 자신의 개성으로 시청자를 대하지만 탤런트는 드라마 속의 다른 인물을 묘사하기 때문에 자기의 개성이 드라마 속의 역할에 따라 바뀌는 내적 변화를 필요로 한다. 탤런트는 자기의 개성과 드라마 내의 역할인 타인의 개성을 융화해야 하는 것이 요구되나, 진행자는 있는 그대로 자기의 개성을 표현하는 것이 필요하다. 또한 시청자는 심리적으로 탤런트에게 그 자신의 개성보다는 연기과정에서 생성되고 만들어진 인간을 요구하지만, 진행자에게는 가공되지 않은 진행자 자신의 개성을 요구한다. 따라서 TV진행자는 방송 가시청 지역에 수백만의 시청자가 있다는 전제하에서 자연스럽게 친밀하게 대화하듯이 하는 것이 좋은 방송을 하는 방법이 될 것이다.¹⁰⁾

3) 방송진행자의 유형

80년대 이전까지 우리나라에는 아나운서를 제외한 진행자(master of ceremony)나 캐스터(caster)는 거의 존재하지 않았다. 이것은 초기의 방송이 아나운서를 중심으로 발전되어 왔으며 그 후에도 제작 ■ 편성 부분의 기능을 오랫동안 견제해 온 결과이다. 따라서 비드라마 프로그램(non-dramatic program)의 이행 ■ 수행자는 아나운서 일변도의 정갈하고 맑은 음성이라는 규칙에 얽매인 기계적이고 비개성적인 말(announcing)로 시종일관하여 왔던 것이다.¹¹⁾

이러한 방향은 전반적인 것으로, 비드라마 프로그램의 다양성과 개성을 빼앗

10) 손용, 최창섭 공저, [방송제작론], 서울 : 법문사, 1995, 46 - 47쪽

11) 이영현, [텔레비전 방송진행자에 관한 연구], 중앙대 신문방송대학원 석사논문, 1996, 21 - 22 쪽. 이 부분의 글은 손용, “연기자와 연출론 - 성공적인 아나운서, 프로듀서, MC의 몇 가지 전제”, [신문논평], 사단법인 한국신문연구소, 1974. ; 이계진, “MC ■ 인터뷰론 ■ DJ론”, KBS 아나운서실 한국어연구회편 [아나운서 방송교본], 한국방송공사, 1990. ; 임백천, [아름다움을 만드는 남자], 서울 : 신구미디어, 1983 등을 참고로 하고 진행자 임성훈 씨 등의 인터뷰와 이영현의 견해를 적은 것을 재인용.

아가는 치명적인 결점을 만들었다. 비드라마 프로그램의 비개성화되고 단조로운 성향이 가져온 시청률의 저하는 상대적으로 드라마 프로그램에 편향된 시청률을 의식하여 저질 프로그램의 양산이라는 결과를 초래하고 있는 실정이다. 그나마 우리나라의 몇몇 방송프로그램의 경우, 다양하고 개성 있는 진행자(performer)를 개발하여 비드라마 프로그램의 성공으로, 저질스럽고 비교육적이라는 고정관념을 탈피하여 방송미디어의 새로운 차원을 개척하였다. 실제로 이러한 진행자들은 TV의 경우에 있어서 가장 높은 시청률과 질 높은 방송 내용으로 성공을 거두고 있다.¹²⁾

흔히 우리나라에서는 재정적인 능력과 전문적인 인적자원의 부족을 얘기하지만 비드라마 프로그램의 재정 지출은 드라마 프로그램에 비하여 상당히 규모가 적고, 배우(actor)를 육성하는데 필요한 막대한 시간과 재정지출이 없으며, 문호만 개방하면 진행자는 각계각층에서 다양하고 폭넓게 스카우트 할 수 있다. 이렇게 다양하고 개성 있는 진행자는 아나운서, 대담자, 호스트(host), DJ(disk jockey), MC(master of ceremony), VJ(video jockey), 모더레이터(moderator), 캐스터(caster) 등으로 분류할 수 있다. 이 6가지의 한계를 명확히 구분 지어서 설명하기는 어려운 일이다. 대부분의 경우 책임과 역할이 중복되기 때문이다.

진행자에 대해 확실히 정의 내릴 수 있는 사람은 드물 것이다. 이에 대하여 이계진은 ‘사회자란 신호등, 즉 고장이 난 서울 광화문 네거리에서 교통정리를 하고 있는 교통경찰관 혹은 월드컵 축구 결승전을 심판하는 주심’이라고 진행자에 대해 비유적인 정의를 내리고 있고¹³⁾, 임백천은 방송진행자는 주어진 대본에 따라 프로그램을 진행하되, 임기응변과 순발력을 그 자격의 으뜸으로 치는 ‘대사 연기자’라고 말하고 있다¹⁴⁾. 사실 정확하게 무엇이 진행자이고, 진행자가 갖추어야 할 조건이 무엇이라고 말할 수는 없지만, 아래와 같이 진행자의 종류와 진행자가 갖추어야 할 간단한 요건을 정리해 볼 수 있다,

12) MBC “생방송 퀴즈가 좋다.”의 진행자 임성훈씨, KBS “가족 오락관”의 허참씨 등.

13) 이계진, “MC ■ 인터뷰 ■ DJ론”, KBS아나운서실 한국어연구회편, [아나운서 방송교본 III], 한국방송공사, 1990

14) 임백천, [아름다움을 만드는 남자], 서울 : 신구미디어, 1983

가. 아나운서(announcer)

우리나라에서는 아나운서가 카메라와 마이크 앞 등 방송전면에서 활약을 하지만 미국의 경우를 보면 스태프 아나운서는 방송의 뒷면에 위치하고 off camera 상태인 특별 아나운서실 속에서 말(announcing)을 한다. 이런 아나운서들은 스테이션 브레이크(station break) ■ 토막광고(sort commercial) ■ 공익광고(public service announcement) ■ 내레이션(narration) 등을 맡는데 이들이 전면으로 나서지 않는 이유는 두 가지가 있다. 하나는 재정적인 면이다. 상업 방송으로 부서간의 경쟁이 치열한 미국에서 고정적인 스태프 아나운서를 확보하는 것은 상당한 재정적 위험을 방송국에 안겨주기 때문이다. 스태프 아나운서가 소수일 때에 다량의 방송시간을 어떻게 소화하느냐가 문제로 나타나는데 그것은 재능이 있는 진행자를 수시로 활용할 수 있기 때문에 쉽게 해결되는 것이다. 다른 또 하나의 이유는 비개성적인 문제이다. 비개성적인 스태프 아나운서는 판에 박힌 듯한 말로 다양하고 흥미 있는 변화를 기대하는 시청자를 실망시키기 때문이다. 현대사회의 변화속도는 시간의 흐름에 따라 점차 가속화되어, 수용능력의 확장 과 개발 없이는 시대에 낙후되며 변화속도와의 숨 막히는 승부의 연속이다. 따라서 시청자는 신속성의 문제에 관심을 기울이며, 방송매체는 자체의 강점인 신속성으로 다른 매체를 압도하며 시청자를 사로잡는 것이다. 그러나 신속성은 필연적으로 정확하고 폭 넓은 이해를 필요로 하며, 진행자의 정확한 이해가 시청자에게 확실하게 전달될 수 있을 때, 진정한 의미에 개성 있는 진행자인 것이다.¹⁵⁾

우리나라의 방송계도 아나운서 시스템을 탈피하는 작업이 이러한 까닭에서 필요하다. 이러한 개혁은 당연히 제작 ■ 연출부서의 주도하에 이루어져야 하며, 연기자 캐스팅에서 방송에 이르는 과정 또한 연출부서의 조정 하에서 이루어져야 한다. 제작자는 안이한 방법으로 아나운서를 프로그램에 전담시킬 것이 아니라 다양한 출연자를 개발해서 활용하도록 노력을 해야 할 것이다. 현재 각 방송사에서 엔터테이너적 기질을 가진 아나운서를 다양한 프로그램에 출연시켜 전문 진행자의 길을 가도록 하고 있다. 이는 방송국의 경제적인 측면이나, 수준 있고 재미있는 프로그램을 원하는 시청자들을 위해서 바람직한 방향이다.

또 다른 면을 보면, 예전에 방송국 아나운서로 직장을 갖고 있던 사람들이 더

15) 이영현, 앞의 논문, 24쪽.

좋은 대우와 자기 발전을 위해 프리랜서 진행자의 길을 가고 있다. 예를 들어, SBS의 유정현, KBS의 김동건, 이계진, 최선규, 이숙영, MBC의 한선교 등을 들 수 있다.

나. 대담자(interviewer) - 토크 쇼(talk show) 사회자

대담자는 각양각색의 수많은 사람을 만나고 그들의 감추어진 이야기들을 시청자들에게 전달하여야 한다. 따라서 인터뷰를 하기 전에 초청자의 개인 환경, 취미, 좋아하는 것과 싫어하는 것, 에피소드 등을 자세히 알아두어야 한다. 그러므로 대담자는 항상 많은 정보와 자료를 가지고 연구하여야 하며 좋은 쇼를 만들기 위한 사전 준비에 관심을 기울여야 한다.

또한 대담자는 반드시 자신이 쇼의 주인이 아니라는 것을 명심해야 하며, 쇼는 초청자에게 중점을 두어야 한다. 우리나라에서는 아나운서가 대담자로 나와 초청자는 배제하고, 자신의 말과 행동에 도취되어 주객이 전도되는 실수를 저지르는 나쁜 관습에 젖어 있는 것을 보게 된다. 아나운서뿐만 아니라 오락적인 토크 쇼를 진행하는 개그맨(대표적으로 ‘서세원 쇼’의 진행자인 서세원씨-최악의 프로그램으로 여러 번 선정)이나 시사적인 토크 쇼를 진행하는 학자, 배우, 예술인(‘조영남이 만난 사람들’을 진행하는 조영남씨는 흔히들 부담을 가질 만한 대상들과도 편안하게 대화를 만들어내고 있다.) 등도 마찬가지인 경우가 많다.

우리는 TV화면을 통해 초청자가 말을 하고 있는 동안, 대본을 보는 진행자를 볼 수 있다. 물론 많은 양의 대본을 외우는 것은 쉽지가 않다. 외국의 경우는 우리나라의 뉴스 프로그램에서만 사용하고 있는 프롬프터(prompter)를 사용하여 이러한 문제점을 해결하고 있다. 그러나 토크 쇼의 진행자는 출연자가 말하는 모든 말을 이해한다는 듯한 모습으로 경청 할 필요가 있다. 출연자가 말하는 동안 대본을 본다가 아니라 다른 것에 관심을 가진다면 출연자는 말할 의욕을 잃게 되기 때문이다. 이렇게 초청자를 쇼의 주인공으로 만들고 초청자 속에 몰입하게 될 때에 초청자는 스스로 자기를 밝히고 주인공의 자세로 시청자와 대하게 되는 것이다. 인터뷰를 통해서 초청자가 말을 한다면 그 쇼는 실패작이 되는 것이다. 이런 관점에서 제작 ■ 연출자 자신이 자기 쇼의 대담자를 담당하는 것이 가장 효과적인 방법이 될 것이다. 그러므로 좋은 프로그램을 만들기 위해 진행자와 연출자는

사전 모임을 반드시 가져야 하며, 이 모임에서 상호간의 의견을 수렴하고, 보완해야 한다. 대담자에게 요구되어지는 최우선 자질은 무엇보다도 적응성과 사실성이라는 두 가지 조건이다.¹⁶⁾

다. 진행자(host)

특정 프로그램의 경우, 진행을 방송 전문가가 아닌 사회의 유명인사가 맡는 경우도 있는데, 일반적으로 영화배우 ■ 인기 텔런트 ■ 인기 가수 등이 담당한다. 호스트(host)는 특수한 프로그램을 제외하고는 일반적으로 특정 프로그램의 사회를 담당 하는데 ‘미스코리아 선발대회’, ‘방송 대상’ 시상식과 같은 특별 프로그램 등이 대표적인 예이다.

특별 프로그램에 유명인을 호스트로 출연시키는 것은 평소에 동경하던 유명인을 출연시켜, 우아하면서도 부드러운 무드(mood)를 조성하기 위해서이다. 그러므로 호스트는 특별히 전문적인 사회자 역할에 주력할 필요 없이 프로그램의 전체적인 분위기를 살리는 것으로 충분하다. 따라서 제작자는 이러한 호스트의 역할을 파악하고 호스트의 선정에서는 시청자들이 가장 동경하는 인물이 누구인가에 초점을 두고 선택하는 것이 중요하다. 특히 인기가 있는 유명인 이라도 호스트로 자주 출연하는 사람은 피하는 것이 좋다. 시청자는 진행자에게 전문적인 사회자로서의 역량을 기대하는 것이 아니라 비전문적인데서 오는 신선한 느낌에 호감을 느끼기 때문이다.

실 예로 우리나라에서 매년 열리는 연말의 시상식 등 각종의 시상식에서 전문 진행자나 아나운서보다는 연예인이나 영화배우들이 사회를 보는데, 이것도 같은 맥락이라 할 수 있다. 96년 아카데미상 수상식(academy award)에서도 ‘우피 골드버그(Whoopi goldberg)’가 사회를 보았는데, 원숙하고 매끄러운 진행은 아니었지만 그 분위기에 맞는 부드러운 진행을 하였다. 그리고 2002년 광주국제영화제의 여자 진행자는 ‘김정은’씨였고 2002년 부산국제영화제의 남자 진행자는 ‘안성기’씨였는데, 둘 다 영화배우로서 시청자들에게 호감을 줄 수 있는 진행자였다.

제작 및 연출자도 이러한 시청자의 심리적 욕구를 충족시키기 위해, 작위적인

16) 손용, 최창섭 공저, 앞의 책, 47쪽

연출은 피해야 하며 부드러운 분위기 조성에 주력을 해야 한다.

라. MC(master of ceremonies)

사부(師父)를 영어로 하면 master가 되고, master를 우리말로 옮기면 제사장 또는 제관이라는 단어가 된다. 그래서 MC 즉, 진행자는 프로그램을 주관하는 ‘대장’으로 이해해도 틀리는 말은 아니겠지만, 우리말로 ‘사회자’가 제일 타당할 것이다.¹⁷⁾

사회자는 프로그램의 간판이며, 주인공이다. 진행자는 주로 버라이어티 프로그램(variety program)의 사회자로 활약하면서, 몇 개의 단위로 분리되어 있는 프로그램을 연결하고, 때로는 그 프로그램의 연기자로서 활동하는 경우도 있다. ‘버라이어티 쇼’의 성패는 진행자의 다양한 개성으로 결정되는데 그 이유로 시청자들은 쇼의 내용보다는 진행자의 개성을 흥미롭게 지켜보고 있기 때문이다. 즉, 사회자는 프로그램의 진행에 절대적인 역할을 담당하면서 프로그램의 주인공으로 누구도 흉내 낼 수 없는 독특한 개성을 나타내야만 하는 것이다. 특히 시청자들은 사회자의 개성을 흥미 있게 주시하므로 많은 버라이어티 프로그램의 제목을 사회자의 이름으로 내세우는 것이 보통이다.¹⁸⁾ 예를 들면, ‘자니 윤 쇼’, ‘주병진 나이트 쇼’, ‘이홍렬의 해피 통신’, ‘유재석 ■ 이휘재의 이유 있는 밤’ 등이 진행자의 이름을 빌어서 나타낸 프로그램이다. 이런 이유에서 사회자는 누구보다도 프로그램의 내용을 정확히 파악하고, 전체 프로그램의 연속성과 각 부분마다 변화하는 리듬을 터득해야 할 뿐만 아니라, 특히 자기의 연기를 이해하고 분석함으로써 어떻게 하면 자신의 개성을 살릴 수 있는 가를 정확히 알아야 한다. 제작자는 진행자의 선정에 이와 같은 여러 조건을 기준으로 삼아야 한다. 특히 버라이어티 프로그램은 진행자의 개성에 따라 시청자가 좌우되므로 제작자는 독창적인 개성을 가진 진행자 개발에 노력을 기울여야 하며, 진행자의 선정에 있어서는 유명인에게 기준을 두는 타성에서 벗어나 과감하게 무명의 신인이라도 재능이 있다면 선택할 수 있는 결단력을 발휘해야 한다.

17) 한신평, [한국방송 진행자의 현황과 과제], 고위과정 연구논문, 연세대학교 언론홍보대학원, 1994, 173쪽

18) 손용, 최창섭 공저, 앞의 책, 50쪽

마. 모더레이터(moderator)

모더레이터는 좌담이나 토론회 프로그램을 진행하는 사람을 일컫는 말이다. 그 역할은 프로그램에 출연한 패널(panel)들을 시청자에게 소개하고, 토론하는 의제에 대한 초점을 잡아주며 결론을 시청자에게 알기 쉽게 전달하는 것이다. 따라서 주제의 전반적인 상황과 그 해결 방안에 대해 충분히 이해하고 있는 전문가들이 담당하고 있는 것이 보통이지만, 문제는 이들이 쇼의 진행에 서툴다는 데 있다. - ('100분토론'의 손석희 아나운서는 매끄러운 진행이라는 평가를 받고 있다.) 특히 좌담회나 토론회는 쟁점을 선명하게 부각시키기 위하여 찬반의 의견을 평등하게 밝히도록 양쪽에 균등한 시간 배정을 하여야 하며, 끝날 때에는 토론을 종합적으로 요약하며 기술적인 문제도 해결해야 한다. 또한 찬반의 견해 차이가 심해서 감정적인 충돌이 일어나지 않도록 제지하고, 주제에서 벗어나는 견해를 과감하게 끊을 수 있는 능력이 필요하다. 더구나 전문적인 주제로 토론이 지나치게 전문화되어 갈 때 그 내용을 알기 쉽게 정리해서 시청자들에게 전달할 수 있어야 한다. 그리고 프로그램 끝에는 토론의 결론을 요약해서 알려주는 능력이 필요하다. 그러므로 단순히 전문가라는 이유만으로 조정자의 역할을 하기에는 어렵다는 결론이 나오는 것이다. 대개의 경우, 조정자를 언론인 중에서 선택하는 것이 이러한 이유 때문이다. 또한 조정자는 시청자에게 충분하고도 정확한 이해를 전달하기 위해 주제에 대한 강론과 해설을 할 수 있도록 하는 사전 준비도 해야 할 것이다.

바. 해설자(anchor, caster)

앵커와 캐스터는 모두 읽는(reading) 사람이 아니라 말하는(speaking) 사람이라는 뜻으로 뉴스 프로그램 또는 스포츠 프로그램의 진행자를 뜻한다. 캐스터라는 말은 당시(1974년에 시작된 'NHK의 뉴스센터 9시'를 말함)에는 생소한 말로, 정통 영어에는 없는 일종의 일본식 영어였다. 캐스터는 넓은 의미로 브로드캐스터(broadcaster : 방송인)의 생략형이었다. 따라서 방송국에 근무하는 모든 사람을 일컫었는데 언제부터인가 좁은 의미로 사용되어, 일본에서는 '뉴스 쇼'를 장시간 진행하는 사람으로 여기게 되었다. 앵커맨(anchorman)이란 말은 일본방송 저

널리즘의 선배 격인 미국에서 사용하는 용어로 일본식 영어인 캐스터에 해당된다. 취재를 릴레이 경주의 최종 주자에 비유, 팀 가운데 제일 뛰어난 실력을 갖는 앵커맨으로 뉴스의 승부를 결정짓는다는 의미도 되고 한편으로는 취재팀 전체를 닮처럼 단단히 고정시키는 사람이란 뜻도 된다.¹⁹⁾

해설자는 뉴스 해설자와 스포츠 해설자로 양분하는 것이 일반적인 관례이다. 뉴스 해설자는 일반적으로 오랜 보도 및 취재의 경력을 가진 언론인들이 담당하며, 그 이유는 현대 사회의 격심한 변화 속에 복잡한 사건을 이해하는데 있어서는 아나운서의 단순하고 객관적인 뉴스의 전달만으로는 충분치 못하기 때문이다. TV의 뉴스 해설자는 TV의 기계적 특성과 카메라 렌즈의 원리를 이해할 때에 비로소 효과적인 기능을 발휘할 수 있다. 따라서 제작자는 뉴스 해설자의 선정에 있어서 오랜 경력, 폭 넓은 지식, 능숙한 표현 능력, 예리한 판단력 등을 소유한 인물을 기준으로 해야 할 것이다.

이에 반해 스포츠 해설자는 스포츠 분야에 오랜 선수 생활이나 감독, 심판, 또는 기자 등의 경력을 가진 사람들이 대부분이다. 스포츠 해설자는 해당 종목의 경기 법칙과 운영에 대해 잘 알고 있을 뿐 아니라 선수 개인과 팀 전체의 장단점, 해외 정보와 전망에 대한 자료도 충분히 파악하고 있어야 된다. 대개의 경우 아나운서를 통한 중계형식이 상례인데 스포츠 프로그램은 스포츠 해설자가 주인공이고 아나운서는 프로그램의 연속성을 위한 교량 역할로 충분한 것이다. 그러나 문제는 해설자와 진행을 맞고 있는 아나운서와의 부조화에 있다. 특히 우리나라 아나운서는 그림을 그리는 듯한 실황 중계의 답습에 젖어서 라디오는 괜찮지만 TV 중계에 있어서는 시청자가 이미 이해하고 있는 장면을 뒤늦게 쫓아가는 우스꽝스러운 방식을 탈피하여야 한다. 뒤늦게 장면에 열중하고 있는 아나운서와 경기분석에 몰두하고 있는 해설자와의 엇갈린 대화는 좋은 경기를 산만하고 재미없게 만드는 요인이다. 특히 여가 선용과 병행한 스포츠 활동을 감안할 때 전문적인 스포츠 해설자를 종목별로 양성한다는 것은 스포츠 프로그램 개발의 중요한 원동력이 될 것이다. 그리고 지역방송에서는 중앙방송사보다 지명도와 언변을 갖춘 스포츠 해설자를 구하는 것이 쉽지 않은 만큼 해설자의 양성이 더없이 필요하고, 아나운서 역시 스포츠를 전담하는 아나운서가 없는 만큼 전문 스포츠 프로그램 진행자를 양성하는 등의 다양한 방법을 강구해야 할 것이다.

19) 한신평, 앞의 논문, 172쪽

사. VJ(Video Jockey) & IJ(Internet Jockey)

1995년 5월에 개국하여 이제는 100만 가구 이상이 시청하고 있는 케이블 TV방송의 개국과 함께 한국에 등장한 VJ는, 미국의 음악전문방송인 MTV의 VJ를 그 시작으로 볼 수 있다. 라디오에서 음악만을 들려주던 DJ(Disk Jockey)에서 다소 과장된 몸놀림과 현란한 의상을 기본으로 하고 무대장치보다는 크로마키를 이용한 사이버적인 그림 앞에서 뮤직 비디오를 보여 주는 미래형 진행자의 모습이라 할 수 있다.

IJ의 경우에는 케이블 TV를 통해서가 아니라 인터넷 통신망을 이용해서 그들이 직접 선곡한 음악을 들려준다거나 동호회를 중심으로 사연을 주고받는, 즉 이용자와 쌍방향 커뮤니케이션을 이끄는 주인공들이다.

이들은 신세대의 멀티태스킹(multi-tasking)²⁰⁾의 심리를 잘 이용하여 새로운 그들의 우상으로 떠오르고 있다.

제 2 절 진행자의 역할과 자질

1) 진행자의 역할과 자질

텔레비전 프로그램 제작은 연출자와 각 부문의 스태프(Staff)들이 자기의 역할을 잘 이행할 때 완성될 수 있고 송출이 된다. 그러나 이 많은 분야의 구성원 가운데 시청자가 방송에서 접하게 되는 가장 직접적인 접촉자인 진행자의 비중과 역할의 막중함은 재론의 여지가 없다.²¹⁾ 방송 진행자는 시청자와 프로그램을 이어주는 교량과 같은 존재로 프로그램을 운영하고 있다. 그만큼 역할이 중요하다는 것이다. 앞에서 잠깐 이야기 했지만 [매스컴 대사전]에서는 방송 진행자를 ‘프로그램의 성격, 인기 등에 중요한 영향을 미치는 무대 위 연출자(on-stage producer)’라고 정의하고 있고,²²⁾ 김옥경은 ‘라디오를 들으면서 진행자가 없는

20) “병행성의 의미, 두 가지 이상의 동작이 동일 시간대에 발생하는 것.”, 동아 프라임 영한사전.

21) 손용 ■ 최창섭, 앞의 책, 46쪽

22) 이기홍 ■ 김우룡 ■ 차배근, 앞의 책, 633-634쪽

방송을 하루 종일 듣기에는 큰 불편이 따른다. BGM(Background Music) 프로그램이라 할지라도 음악에 대한 소개가 필요하고 출연자가 아무리 말을 잘하고 설명을 잘한다 해도 진행자의 뒷받침과 방송 흐름의 통제가 필요한 것이다. 또한 방송은 약속이기에 매끄러운 진행과 적절한 프로그램의 분배를 위해 진행자는 필수적이다. 방송과 진행자는 불가분의 관계일 수밖에 없다.’고 진행자의 중요성에 대해 말했다.²³⁾

방송 진행자와 관련된 선행연구 중 방송 진행자의 역할에 관해서 한신평은 이렇게 정리했다. ■프로그램 내용의 전달자 역할을 한다. 진행자의 일차적 임무는 프로그램이 의도하는 내용을 정확히 전달하면서 진행을 매끄럽게 하고 적절한 시간을 분배하며 긴장감을 조절한다는 뜻이다. ■방송진행자는 프로그램의 상징적 얼굴 역할을 한다. 시청자들에게 프로그램의 성격을 가장 확실히 인지시키는데 진행자의 이름이나 분위기는 매우 중요하다. 실제로 시청자들이 그 프로그램의 제목은 몰라도 진행자가 누구인지 알고 있는 경우가 많을 정도로 진행자는 프로그램을 상징하는 이미지가 된다. ■진행자는 방송사의 대변인과 프로듀서의 대리인 역할을 한다. 진행자는 방송사가 시청자에게 전달하고자 하는 메시지를 대신해서 전하고 방송사가 원하는 방향으로 프로그램을 이끌어가며 프로듀서의 기획 의도를 살리도록 진행하는 역할을 한다는 것이다. ■진행자는 시청자의 대리인 역할을 한다. 여기서 진행자는 마이크를 잡고 있는 수용자라 할 수 있으며 그 자신이 프로그램의 일차적 수용자로서 수용자가 궁금해 하는 것을 대신 묻고 평균적인 수용자의 가치관과 사고방식을 대변해야 하며 방송의 주인인 수용자의 입장에서 프로그램을 진행해야 한다. ■진행자는 수용자의 교육자 역할을 한다. 진행자는 단순한 오락 제공이나 정보 제공을 넘어서 수용자에게 사고의 기회를 제공하여야 하며 교육자의 역할도 수행해야 한다. 따라서 방송 언어의 사용, 의상의 선택, 가치관의 표현, 사회 전반적인 방향성의 제시 등에 있어 진행자는 수용자에게 모범을 보여야 한다. 방송 매체는 그 특성상 편재성, 누적성, 배포성이 강하기 때문이다.²⁴⁾

진행자의 자질에 관해서는 김옥경의 연구²⁵⁾를 보면, ■진행자는 순발력과 방

23) 김옥경, “라디오 방송 진행자의 역할과 자질에 관한 연구”, 연세대학교 언론홍보대학원 석사논문, 1995, 17쪽.

24) 한신평, 앞의 논문, 30-31쪽.

25) 김옥경, 앞의 논문, 22-29쪽.

송 감각을 갖추어야 한다. 즉 진행자는 프로그램의 의도와 순서 숙지 및 출연자에게 올바른 방향 제시, 부드러운 분위기 연출 등을 소화할 수 있는 능력이 있어야 하며 출연자의 어떠한 발언이나 행동에도 당황하지 않고 대처할 줄 알아야 한다. ■진행자는 해박한 지식을 갖추고 있어야 한다. 프로그램에 대한 전문 지식은 물론이고 일반 상식이나 시사 문제에 대해서도 정통하여야 한다. 프로그램 안에서 누구를 만나 대화를 나누더라도 막힘없이 깊이 있는 내용을 끌어가기 위해 이 부분은 반드시 필요하다. ■진행자는 정확한 발음과 표준어 구사 능력, 매끄러운 화술, 어휘 구사력을 소유하고 있어야 한다. 이는 방송 진행자가 수용자의 교육자 역할을 담당하고 있기 때문이다. ■진행자는 프로페셔널 근성과 전문성을 겸비해야 한다. 한 프로그램을 맡으면 그 프로그램의 스케줄에 맞추어 모든 생활을 할 정도로 철저한 프로 근성이 필수 불가결하다는 것이다. 이는 곧 철저한 직업의식을 지직하는 것으로 최상의 컨디션으로 최선을 다해 프로그램을 진행하여 수용자에게 다가가려는 자세가 요구된다. ■진행자는 인간적 매력과 친근한 음성과 외모의 소유자여야 한다. 예전에는 진행자가 객관성과 중립성을 견지하는 것을 미덕으로 여겼으나 최근의 경향은 달라졌다. 재미있을 때는 수용자와 함께 크게 소리 내어 웃을 수 있고 슬플 때는 같이 손수건을 꺼낼 수 있을 정도로 인간적인 진행자가 수용자의 선호를 받는 것이다. 진행자에게 인간적 매력을 느낄 때 수용자는 그가 전하는 메시지에 관심을 기울이게 될 것이다. ■진행자는 정확한 판단과 비판 능력이 필요하다. 진행자가 자기중심적이고 편협한 사고를 갖고 있다면 곤란하다. 어떤 상황에서도 양쪽의 입장을 생각하고 제반 상황을 고려한 의견을 말해야 하므로 넓은 시야와 중립적인 자세가 필요하다. 이와 같은 요소들이 진행자가 갖추어야 할 자질이라고 하겠다. 그러나 위의 논문에서는 일반적인 개념으로서 진행자에 대한 역할과 자질에 관해 기술했기 때문에 방송 현장에 적용하기에는 약간의 현실적 한계가 있다고 본다.

또한 진행자와 관련된 선행 연구를 보면 이영현의 논문에서는 텔레비전 방송 진행자에 대한 실증적인 연구를 통해 방송진행자의 자질과 역할, 시청자들이 원하는 모습을 분석하여 방송진행자는 프로그램 구성원 중 프로듀서 다음으로 중요한 위치에 있으며 방송진행자는 프로그램 의도와 내용을 정확하게 전달할 것을 시청자들은 바라고 있다고 정리했다.

이렇게 진행자와 관련된 연구가 부족할 뿐만 아니라 개념적 나열이 대다수이다. 그래서 본 연구에서는 시청자들이 생각하는 현실적인 진행자의 자질에 대해

조사하고, 중앙방송의 진행자와 지역방송의 진행자에 대한 평가 기준이 동일한지 연구하도록 하겠다.

2) 뉴미디어(New Media) 시대의 방송환경 변화와 진행자의 역할 변화

(1) 뉴미디어의 전개

새로운 미디어 기술의 발전 형태는 매체 양식의 융합(the convergence of communication modes)과정²⁶⁾이라고 할 수 있다. 컴퓨터와 통신 기술이 융합되어 종래의 매스 미디어에 응용됨에 따라 미디어 기능상의 분류와 경계가 흐려지고 미디어 고유의 정보처리 영역이 복합, 다중화되는 경향을 나타내게 된다. 이렇게 변화하는 매체 환경은 정보 내용, 전달 방식, 정보 표현 양식의 3가지 측면에서 설명된다.²⁷⁾

첫째, 정보 내용의 변화란 미디어 편성 분류에 속하는 모든 프로그램 유형이 보다 세분화 되고 전문화 되어 가는 추세를 뜻하며, 특정 다수를 대상으로 정보 내용을 다루게 된다.

둘째, 정보 전달 방식의 변화란 기존 매체 외에 케이블, 통신위성 등 새로운 전송 방식이 활용되고 있는 변화를 말하며, 일대일 또는 상호다수 간 정보 교환이 쌍방향으로 가능하게 된다.

셋째, 정보 유형의 변화란 음성, 영상, 활자 등으로 구분되던 미디어의 형태가 점차 혼합되는 현상을 뜻한다.

이러한 변화의 근거란 뉴 미디어 시대를 미디어 기술의 조화시대, 다채널 시대, 사용자 시대, 미디어 산업의 경쟁 시대로 표현 할 수 있다.²⁸⁾ 뉴 미디어의 등장은 미디어 수용자의 정보 행위의 폭을 넓힐 것이라는 기대를 만들어내지만 뉴 미디어가 갖는 다양성의 허구들을 반드시 인식해야 한다. 예를 들어 우선 채

26) Pool, I. *Technology and Policy in the Information Age*, in D. Lerner & L.M. Nelson(eds.), *Communication Research - A Half Century Appraisal*(University of Hawaii Press, 1977), p.264

전석호, [정보사회론], 나남, 1996, 233쪽 재인용.

27) 전석호, 앞의 책, 234-235쪽.

28) 전석호, 앞의 책, 234-235쪽.

널의 다양화는 오락물을 집중을 초래하고 있고, 케이블 TV 가입자의 경우 고학력자들로 당초 정보 수혜자의 폭을 넓힌다는 취지에 어긋나며, 지역 미디어로서 케이블 TV에 대한 인식과 참여도가 지극히 낮고, 마지막으로 케이블 TV의 다양성은 기존 매체를 대체하기보다는 보완하거나 부가적인 기능에 그치고 있는 점에 비춰 볼 때 뉴 미디어 자체로서의 기대보다는 매체에 담아 낼 메시지를 선택하고 가공하는 인간 행위에 더 관심을 두어야 할 것이다.²⁹⁾

(2) 방송환경의 변화³⁰⁾

다매체 ■ 다채널에 따른 방송 환경이 급격히 변화하고 있다. 이러한 변화는 곧 시청률과 밀접한 관계를 맺게 된다. 뉴 미디어는 새로운 배급 채널이며 기존 방송망의 대체물이라고 할 수 있으나, 뉴 미디어가 다룰 프로그램이 오락 프로그램에 집중됨으로써 기존 방송의 인기 프로그램 시청률을 감소시키게 될 것이다. 특히 뉴 미디어를 선택하는 수용층은 경제적, 교육적 수준이 높은 층이 주를 이루므로, 소규모 특수층과 대규모 일반 시청자를 대상으로 한 광고 시장 변화를 일으키게 된다. 또한 기존 매체와 뉴 미디어 간에 프로그램 공급이 분할되어 프로그램 제작 산업이 활성화될 것이다.

또 하나의 예측 가능한 변화는 기존 매체의 지역 방송망에 관한 것으로, 뉴 미디어의 진입에 따른 시청자 감소는 기존 네트워크에 의한 경제를 감소시켜 지역방송의 열세를 가속화 해 지역방송의 주변적 기능(marginal function)을 고착시키며 생존력을 약화시킬 것이다.

이러한 변화는 시간이 흐름에 따라 더욱 빠르고 복잡한 양상을 보이고 있다. 그렇다면 실제 방송에 종사하고 있는 종사자는 어떠한가? 복잡하고 급속한 방송 환경 변화에 맞추어 그들도 변하고 있는가? 새로운 방송인 상이 필요할 때이다. 특히 지명도가 낮은 지역의 전문 진행자의 입장에서는 노력하고 변화하지 않으면 존재의 가치를 잃어버리는 것이다.

29) 전석호, 위의 책, 249-250쪽.

30) 이영수, 앞의 논문, 25쪽.

(3) 뉴 미디어 시대의 방송인력

뉴 미디어의 전개 과정에서 논의한 것처럼 새로운 방송 기술이 종래의 방송 구조의 큰 변화를 가져올 것이며, 곧이어 새로운 프로그램의 개발과 공급을 위해 전문 방송 인력을 창출하고 양성할 필요성을 낳고 있다. 다시 말해 방송 편성의 전문화 및 세분화를 통해 날로 늘어나는 수용자의 욕구와 필요를 충족시키고, 방송 산업의 국제화 시대에 우리 문화의 종속 현상을 방지하기 위해서 방송 전문 인력의 확보는 기본적으로 최우선적인 과제라 하겠다.³¹⁾

실제로 케이블 TV와 위성 방송의 출현은 신규업체의 설립 등에 따른 대대적 인력 이동과 함께 인력 수요를 발생시켰다. 이 가운데서도 방송진행자의 인력 수요는 예측하기가 대단히 어려워, 채널 특성에 따라 전체 인원 대 비율은 기존 TV 매체에서의 비율과도 많은 차이를 보이고 있다. 단적인 예로, 케이블 TV에서 방영하는 홈쇼핑의 수는 갈수록 증가 추세이고, 이에 따라 자연스레 쇼핑관련 진행자의 수도 늘어가고 있다.

(4) 뉴 미디어 시대 방송진행자의 역할 변화와 전문화

방송계와 관련된 직종 역시 나름대로의 전문성을 지닌 다양한 성향들의 창조적인 상호 작용을 통해서만 그 존재가치를 인정받을 수 있는 특성을 지니고 있는데 전문직을 지향하는 이유는 다음 몇 가지로 요약된다.³²⁾

첫째, 전문화는 자유를 신장하는 길이다. 둘째, 전문화는 공익성을 제고하는 길이다. 셋째, 전문화는 커뮤니케이션 능력을 향상시키는 길이다. 넷째, 전문화는 평생 직업의식을 고취하는 길이다. 그리고 마지막으로 전문화는 명예와 신뢰를 회복하는 길이다. 이러한 정의는 커뮤니케이션 전문가로서 창의성과 공익성 등을 기본으로 하는 방송진행자가 전문화를 지향해야 하는 이유를 잘 설명하고 있다. 뉴 미디어의 등장으로 전달 방법과 규모에 변화를 가져오고 채널의 개방성이 요구되면서 방송인의 수적 증가와 함께 역할의 전문화가 필연적으로 요구되고 있다. 전문인으로서 방송진행자의 전문성은 일에 긍지를 지니고 지속적인 발전을

31) 한국방송개발원, [방송정책연구 종합보고서], 1992, 59-60쪽

32) 서정우, '커뮤니케이션의 전문성', 세계 커뮤니케이션의 해 유네스코 한국위원회, 1983, 9쪽

추구하는 직업관과 관련되며, 수용자의 욕구와 필요를 읽고 이를 사회적 책임과 연결될 수 있는 의식 수준도 함께 요구되고 있다.

방송진행자의 경우 다른 방송 현업자들과 마찬가지로 다양성과 전문성을 동시에 지녀야 하는 모순적 속성을 지니는데, 즉 방송 내용과 형태의 선별에 있어서 풍부하고 우수한 주관성을 지니되, 분석과 비판에 있어서는 날카로운 객관성을 지니는 양면의 전문가의 역할이 요구되는 것이다.³³⁾

이러한 논의에도 불구하고 방송진행자가 전문화로 가는 길에는 몇 가지 문제점³⁴⁾이 있는데 첫째, 프로그램 전문 진행자의 진행 비율이 낮으므로 해서 전문 진행자로서의 위상이 뚜렷하지 않으며, 신뢰도 및 이미지 형성에 문제점을 드러내고 있다. 둘째, 방송진행자 선발 과정에서 주안점을 두는 것이 전문 방송인으로서의 지적 능력보다는 용모 위주나 인기도에 따른다는 점이다. 셋째, 방송 업무와 관련 전공자들의 이력을 수용할 제도적 장치가 없으며, 전문 방송인을 기르기 위한 산학 협동이 이루어지지 않고 있다. 넷째, 선발된 사원을 전문 방송진행자가 되도록 이끌어주는 전문 교육체계가 마련되어 있지 않다. 진행자의 양성 과정은 많은 부분 개별적인 도제 형식으로 이루어지고 있고, 재교육의 기회 또한 거의 마련되어 있지 않은 실정이다. 다섯째, 운행 업무를 위해서 또는 조직 내 균형을 위해 실시되는 잦은 순환 근무로 개인의 전문화 노력에 활력을 감소시키고 있다는 점을 들 수 있겠다. 따라서 새로운 미디어 시대에는 방송인 전문화를 위하여 방송사측에서는 끊임없는 재교육과 다양한 프로그램을 구비하여야 한다.

제 3 절 프로그램 진행자와 프로그램의 조화

앞서 방송진행자의 역할과 자질에 대한 글을 보면 진행자의 가장 기본적인 덕목 중의 하나로 ‘신뢰성’을 들 수 있다. 신뢰성(Credibility)이란 개념은 아리스토텔레스(Aristotle)를 기점으로 한 수사학(Rhetoric) 전통과 연결되는 역사적인 개념이다. 아리스토텔레스는 수사학을 체계화 하면서 초보적인 수사학적 이론화

33) 김학천, 방송 전문인 양성을 위한 교육제도 및 내용에 관한 연구, 92 방송문화진흥회 연구보고서, 1992, 5-6쪽

34) 유협, “아나운서 전문화를 위한 연구”, 연세대학교 행정대학원 석사논문, 1987, 71쪽

작업을 시도했다. 그가 구분한 설득의 3요소란 파토스(pathos), 로고스(logos), 에토스(ethos)를 말한다. 파토스란 청중의 감정을 자극하는 것으로 청중에게 특정한 인식의 틀을 갖게 한다. 로고스란 삼단논법과 같은 연설의 논리적 구성을 말한다. 에토스란 화자(話者)의 개인적인 특성을 통한 설득 방법이다. 즉 화자(話者)가 얼마나 믿을만하고 신뢰할만한가의 측면은 설득이전에 화자(話者)가 갖추어야 할 중요한 덕목이라고 할 수 있다. 그리고 아리스토텔레스가 말한 화자(話者)가 갖추어야 할 속성의 3가지는 지능(intelligence), 덕목(good moral character), 선의(good will)를 말한다. 이 3가지가 갖추어져야 화자(話者)는 청중들에게 믿을 만한 사람이라고 인정받게 된다.³⁵⁾

이런 신뢰성을 바탕으로 한 방송진행자와 관련해서 논의해야할 부분은 방송진행자의 유형과 프로그램 종류와 조화에 관한 부분이다. 방송진행자는 외모, 직업, 성별 등으로 다양하게 구분될 수 있고, 그러한 진행자가 가지는 특성이 프로그램과 얼마나 잘 어울리는가에 따라 시청자들의 인지 및 정서 그리고 시청이라는 행위적 태도변화를 가져올 수 있다. 결국 방송진행자가 프로그램과 잘 어울릴수록 프로그램에 대한 시청자들의 주목과 시청률이 높아진다고 할 수 있다.

이러한 주장은 광고 분야에서 사용되고 있는 조화가설 혹은 일치가설(match-up hypothesis)을 통해 알 수 있다. 조화가설은 광고에서 언어를 통한 정보의 전달보다 시각적인 이미지를 통한 정보의 전달이 훨씬 많은 것을 함축하고 있다고 전제한다. 시각적인 이미지를 강조하는 조화가설은 ‘유명인 조화가설(celebrity match-up theory)’과 이 가설에서 유추된 ‘아름다움 조화가설(beauty match-up theory)’을 중심으로 연구되어 왔다. 어떤 제품의 특성과 유명인에 의해 전달되는 이미지가 잘 일치된다면 유명인(celebrity endorser)의 신체적인 매력성(the physical attractiveness)은 제품과 광고에 대한 긍정적인 평가를 강화하게 된다.³⁶⁾

조화가설을 귀인이론(attribution theory)을 통해서도 설명한 연구도 있다.³⁷⁾

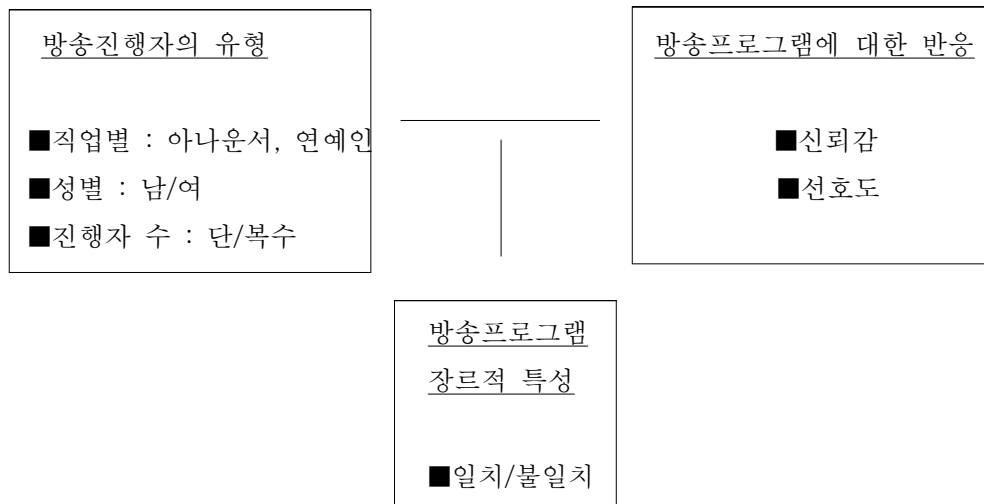
35) 김영임, [스피치 커뮤니케이션], 나남, 1998, 45쪽.

36) Kahle, Lynn R., Homer, Pamela M., "Physical attractiveness of the celebrity endorser : A social adaptation perspective", Journal of Consumer Research, March, 1985, pp.954-955.
이금희, '텔레비전 프로그램 장르에 따른 진행자 선호도에 관한 연구', 연세대학교 언론홍보대학원 석사논문(1999), 19쪽 재인용.

37) Lolkes, Valeile S., "Recent attribution research in consumer behavior : A review and new dimensions", Journal of Consumer Research, March, 1980, pp.548-565, 이금희, 앞의 논문 20쪽 재인용.

귀인이론은 일반적으로 개개인들이 관측된 행위 원인을 유추하는 과정, 즉 어떤 사건이 발생했을 때 그 사건의 원인을 내적귀인(internal attribution)과 외적귀인(external attribution)으로 구분하여 파악하는데 관심을 둔다. 밀러(Miller)는 모델의 매력성은 소비자가 내적귀인 혹은 외적귀인을 인지하는 과정을 통제한다고 말했다. 이 과정을 통해 우호적인 인물들은 매력적인 귀인에 연결되고 그렇지 못한 인물들은 매력적이지 못한 귀인으로 연결되었다.

그림 1)³⁸⁾



조화가설의 기본적인 전제는 방송진행자의 유형과 방송프로그램의 장르적인 속성에도 적용될 수 있다. 조화가설을 통해 설정한 위의 그림 1)을 보면 방송진행자의 유형을 직업별, 성별, 진행자 수로 세분화 했을 때 이것이 방송프로그램의 장르적인 특성과 일치 하는가, 그렇지 않은가에 따라 방송프로그램에 대한 신뢰감 혹은 선호도와 관련된 반응이 나올 수 있고 불신과 거리감과 같은 반응이 나올 수도 있다. 기존의 조화가설 연구가 광고나 유명인의 외모적 특성만을 고려하여 광고효과를 측정했다면 이 연구에서는 조화가설이 외모적인 특성 외에 직업, 성별과 같은 특성을 통해 유형화 했을 때의 특성도 새로운 독립 변인으로 간

38) 이금희, 앞의 논문, 22쪽.

주할 수 있다고 주장한다. 또한 제품의 이미지와의 일치 및 불일치에 관해서도 방송프로그램 장르도 하나의 생산물이니 만큼 조화가설의 전제에 적용이 가능하다고 하겠다.

제 4 절 기존 연구 결과

먼저 이금희의 연구를 보면 방송진행자의 역할과 자질을 논의하면서 신뢰성 개념과 조화가설을 통해 프로그램 진행자에 대한 접근을 시도하고 있다. 방송진행자의 신뢰도 개념을 정보원의 신뢰성 개념에서 유추한 것으로 이를 통해 방송진행자들을 다양한 신뢰도 차원에서 분석하고 있다. 광고 분야에서 연구되고 있는 조화가설은 ‘어떤 제품의 특성과 광고 모델에 의해 전달되는 이미지가 잘 일치된다면 소비자들은 제품과 광고에 대한 긍정적인 평가를 강화하게 된다.’는 전제를 가지고 있다. 이 가설을 통해 방송 진행자가 프로그램과 잘 어울릴수록 시청자들의 주목이 높아지고 시청률 또한 높아진다고 가정할 수 있다.

분석결과 응답자들은 교양과 오락으로 구분되어지는 프로그램 장르의 특성을 감안하여 진행자 유형을 적절히 선택하였으며 진행자 수나 성별구성비의 조합에 있어서 여러 다양한 양식을 보여 주어 기존 방송의 틀에 얽매이지 않는 자유롭고 다이내믹한 사고(思考)를 하고 있음을 알 수 있었다.

첫째, 응답자들은 교양 프로그램과 오락 프로그램에 따라 프로그램의 성격과 분위기에 맞는 적절한 진행자가 따로 있다고 생각하고 있는 것으로 나타났다. 교양 프로그램에는 차분한 진행과 고급스러운 분위기, 사전 지식과 구술 능력, 그리고 프로그램의 성격에 맞는 지적인 이미지의 아나운서가 가장 잘 조화를 이룰 것이라고 생각하여 남녀 구분 없이 아나운서를 선호하였다. 교양 프로그램과 아나운서의 진행은 마치 공식처럼 시청자들에게 인지되어 있는 것으로 보인다. 반면에 교양 프로그램에서 연예인은 전혀 고려의 대상이 되지 못하는 것으로 나타났다. 그리고 진행자를 평가하는 차원을 진실성, 믿음성, 매력성, 전문성의 4가지를 구분하였을 때 교양 프로그램에서는 인구통계학적인 변인에 따라 진행자의 평가 유형에 차이가 있었다. 연령층이 높을수록 전문성과 믿음성을 강조하였고 20대 이하에서는 매력성을 높이 평가하는 것으로 나타났다. 학력별로도 고졸, 대

졸 및 학생들은 전문성을 강조한 반면, 중졸 이하는 믿음성과 매력성을 보다 더 중시했다. 직업별로 보면 전업주부와 대학생은 전문성을, 고등학생은 매력성이 중요하다고 생각하였다.³⁹⁾ 이 결과를 보면 교양 프로그램에 있어서 고학력을 가지고 있고 나름대로의 사회적 가치관이 정립된 사람들은 진행자의 전문성을 강조한다는 것을 알 수 있다.

교양과 오락이 혼합된 프로그램의 경우 응답자들은 차분하면서도 전문적인 진행 능력과 원활하고 부드러운 분위기를 복돋울 줄 아는 능력, 시청자들의 흥미를 유발시킬 수 있도록 재미와 감동을 줄 수 있는 진행자가 가장 잘 어울릴 것이라고 판단하고 있었다. 이 부분에서도 남녀 구분 없이 아나운서가 진행자로 가장 어울린다는 응답이 많았다. 교양 ■ 오락 프로그램에서는 인구통계학적인 요소 중 연령별 차이를 제외하고는 성별, 학력별, 직업에 따라 차이가 없었다. 나이가 많은 사람들일수록 전문성을 강조하였지만 20세 이하의 응답자들은 진실성과 매력성을 중요하게 여기고 있었다. 성별, 학력별, 직업별 변인에 따라서는 응답자들이 비슷한 패턴으로 평가하는 것으로 나타났다. 역시 여기에서도 남자 아나운서와 여자 아나운서라는 선택이 있었는데 이는 ‘교양’이라는 단어에서 가져오는 고학력, 방송인으로서의 질적인 면이 ‘아나운서’라는 직군과 어울린다는 선입견이 많이 좌우했다고 본다. 전문 진행자(전문 MC)와 아나운서가 학력이나 지식수준이 차이가 없어도 그 이름에서 가지는 선입견이라는 것은 무시 못 할 요인이다.

오락 프로그램에 대해서는 톡톡 튀는 분위기와 끼를 발휘할 수 있는 능력, 청소년의 심리적인 상태를 폭넓게 이해해 줄 수 있는 능력을 가진 청소년의 기호에 맞는 진행자가 적절하다고 평가하는 것으로 나타났다. 응답자들은 진행자를 평가하는데 진실성이 가장 중요한 차원이라고 답변했다. 이러한 현상은 오락 프로그램의 성격을 그대로 반영하고 있는 것으로 유머 감각이 있고 다양한 연령층과 잘 동화될 수 있으며 부드러운 분위기를 가지고 있는 진행자를 선호하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 진행자의 유형으로는 프로그램 장르와 무관하게 2명이 가장 적당한 것으로 분석되었고 그 가운데 교양 프로그램과 교양과 오락이 혼합된 프로그램에서는 남녀 아나운서가 1명씩 쌍을 이루어 진행할 때 가장 잘 어울릴 것으로 평가하는 것으로 나타났다.⁴⁰⁾ 진행자가 3명 이상이 되면 프로그램의 특성상 혼란

39) 이금희, 앞의 논문, 46-47쪽.

40) 이금희, 앞의 논문, 75쪽.

스럽고 정보가 산만해 진다는 것이다. 방송 프로그램의 진행자가 점차 집단화되고 있는 최근의 현상을 염두에 둘 때 이러한 답변은 시사하는 바가 크다고 하겠다.

오락 프로그램의 경우도 2명이 진행하는 것이 가장 바람직하며 남녀 연예인 1인씩으로 이루어진 커플이 가장 좋다는 응답이 많았다. 하지만 다른 장르에 비해 진행자의 수도 늘리고 성별 구성비를 다양하게 조합할 필요가 있다는 반응들도 나타났다.

셋째, 진행자에 대한 시청자들의 이미지가 매우 개방되고 자유로워졌다. 방송 프로그램의 장르가 다양화되면서 장르의 명백한 구분이 모호해지는 프로그램이 많이 등장하고 있는데 응답자들은 교양 ■ 오락 프로그램 같은 ‘탈 장르 프로그램’의 경우 진행자의 전문성이 다소 희석되더라도 프로그램의 특성을 살리기 위해서는 진행 양식에 많은 변화를 시도하는 것이 바람직하다고 생각하고 있었다. 또한 응답자들은 남자 연예인과 어울려서 퀴즈 프로그램을 진행하는 여자 아나운서, 여자 연예인과 함께 토크쇼를 진행하는 남자 아나운서에 대해서도 그리 낮설게 느끼지 않고 있었다. 오히려 편안한 진행에 재미와 흥미를 배가한다는 측면에서 반갑게 받아들이는 사람들도 많았다. 그러나 본 연구자는 지역방송에서 전문 진행자로서 활동을 하면서 느낀 점은 아직까지 ‘아나운서’와 ‘전문MC’에 대한 인식의 차이와 업무 영역의 차이에 있어 중앙방송사도 어느 정도 남아있지만 지역방송사는 특히 더 폐쇄적인 사고를 한다는 것이다. 중앙방송을 보게 되면 ‘이윤철 아나운서’가 쇼 프로그램의 게스트로 출연도 하고 지금은 ‘이윤철 ■ 최유라의 지금은 라디오 시대⁴¹⁾’를 진행하고 있다. 이것을 두고 아나운서가 망가진 모습을 보임으로 해서 시청자들에게 신선함을 준다고 표현한다. ‘망가짐’이라는 표현은 방송에서 말하는 경우도 있고 방송인들이 대화를 나누면서 은연중에 나오는 이야기다. 전문 진행자인 ‘임성훈’씨는 과거 아나운서의 영역이었던 퀴즈 프로그램을 그것도 생방송으로 진행하고 있다. 그러나 이것을 두고는 ‘망가짐’이라는 표현을 쓰지 않는다. ‘망가짐’의 기준이 무엇인지는 몰라도 이것은 흔히 말하는 ‘주류’들이 만들어 놓은 말이라고 본다. 아나운서를 고급으로 인식하고 전문 진행자를 저급으로 인식하는 기본적인 풍토를 바꿔야 할 것이다.

다시 돌아와서 이금희의 연구는 방송 프로그램 설정의 기준이 중앙방송이라

41) ‘이윤철 ■ 최유라의 지금은 라디오 시대’, MBC 라디오(표준 FM) 오후 4시에서 6시 방송.
2002년 11월 가을 개편부터 ‘이종환’씨의 개인 신상 발언으로 물러나고 ‘이윤철’씨가 진행.

는 점과 시청자들의 입장도 중앙방송에 대한 것이다. 지역방송에서는 시간과 돈 등의 이유로 유명 연예인을 진행자로 섭외할 수 있는 여유가 없다. 위의 연구로는 지역의 시청자들이 지역에 거주하는 지역의 전문 진행자에 대해서도 중앙방송과 같은 조건으로, 같은 시각으로 평가를 하고 구분을 하는지 알 수가 없다. 점점 자체 제작 비율을 늘려나가야 하는 시점에서 이금희 연구를 바탕으로 지역 시청자들의 판단 기준을 밝혀 볼 필요가 있다고 본다.

방송진행자와 시청자들의 시청행태와 관련된 연구 중에 가장 근접한 연구가 있는데 먼저 이영현의 연구(1996년)를 보면 특이할 만한 것이 진행자에 대한 질문을 시청자뿐만 아니라 진행자들과 방송프로그램을 제작하고 있는 연출자에게도 했다는 것이다. 그래서 이영현의 연구를 통해서도 장르적 구분은 없지만 시청자들의 시각과 방송 담당자들의 시각을 비교할 수 있겠다.

이 연구는 진행자들의 현 위치 및 자질과 역할 그리고 시청자가 원하는 진정한 진행자 상(像)에 관한 연구로 조사결과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 진행자의 위치와 현황을 알아보기 위한 TV시청이유의 질문에서, ‘프로그램의 내용이 좋아서 시청한다.’가 가장 우선순위를 나타냈고 그 다음으로 ‘진행자가 마음에 들어서 시청한다.’라는 응답이 도출되었다. 그리고 프로그램에서 중요한 역할을 하는 사람의 우선순위는, 프로그램 전체를 통괄하는 프로듀서 다음으로 진행자가 중요하다는 응답을 했다. 이 결과를 보면 프로그램 내에서의 진행자의 역할이 매우 중요함을 알 수 있는데 진행자의 가장 중요한 역할은 ‘프로그램의 내용을 전달하는 전달자 역할’을 가장 우선순위로, 다음으로는 ‘정보의 전달자’, ‘프로그램의 상징적인 얼굴 역할’ 순서로 나타났다.⁴²⁾ 이는 진행자의 역할에 대한 이론적인 연구와도 일치한다.

이러한 역할을 가진 방송진행자가 프로그램을 진행할 때 가장 유의하는 사항으로는 ‘프로그램의 의도와 내용의 정확한 전달’이라고 응답하여, 진행자들이 자신의 역할을 정확하게 파악하고 있었다. 반면에 연출자는 진행자가 프로그램을 진행할 때 ‘원활한 진행’에 유의하기를 가장 원하고 있는 것으로 나타났다. TV방송은 일반적으로 방송 현장의 분위기가 그대로 안방으로 전달된다. 그리고 진행자는 방송을 만드는 모든 사람들을 대표해서 시청자와 만나고 있기 때문에, 모든 것을 파악하고 연출자가 원하는 방향으로 프로그램을 원활하게 전달해 주기를 연출자는 바라는 것이다.

42) 이영현, 앞의 논문, 87쪽.

셋째, 시청자와 연출자가 원하는 진행자의 요건에 대해서도 조사하고 있다. 학력이 높을 필요는 없으나, 일반적으로 높으면 좋겠다는 의견을 나타내고 있다. 이것은 학력과 더불어 진행자의 전문성과 경험, 해박한 지식이 요구된다는 것이다. 외모에 대해서는 진행자나 시청자 모두 진행자의 ‘외모가 좋아야 할 필요는 없다.’고 응답한 사람이 많은 반면, 연출자는 진행자의 외모를 중요시하는 것으로 나타났다. 인기에 관한 질문에서는 진행자가 반드시 유명 연예인이기보다는 신선하고 새로운 인물이기를 원하는 것으로 나타났으나, 인기 있는 진행자들이 더 많은 방송프로그램을 진행하고 있다는 것도 알 수 있었다. 그러므로 진행자의 인기와 프로그램의 인기는 일치한다고 생각할 수 있다. 또한 방송진행자로 적합한 사람은 ‘전문 진행자’라고 응답한 사람이 가장 많았고, 그 다음이 ‘아나운서’, ‘전문 직업인’으로 나타났으나, 나이가 어릴수록, 학력 수준이 낮을수록 ‘인기 연예인’을 선호하는 것으로 나타났다.

넷째, 현재 프로그램 진행자들의 수준이 보통이라고 대답한 사람이 전체 63.7%로 나타났는데, 이것은 모든 진행자들이 좀 더 노력하고 공부하는 자세를 가져야 한다는 것을 시사하는 것이다. 시청자와 진행자 그리고 연출자가 생각하는 ‘진행자가 반드시 갖추어야 할 자질은 무엇인가?’에 대한 질문 결과를 보면, 전체적으로 가장 많이 응답한 것이 ‘순발력’이며 그 다음이 ‘언어구사력’, ‘유머감각’, ‘전문성’, ‘해박한 지식’, ‘비판력과 판단력’, ‘좋은 목소리’, ‘직업의식’ 등으로 나타났다. 이 결과를 통해 외모보다는 방송프로그램을 진행할 수 있는 전문적인 능력을 진행자에게 요구하고 있음을 알 수 있었다. 시청자가 원하는 진행자의 자질에 대한 질문에서 ‘순발력’을 가장 높게 답하였고, 다음으로는 ‘유머감각’, ‘언어구사력’, ‘전문성’, ‘해박한 지식’, ‘좋은 목소리’, ‘인간적 매력’, ‘비판력 및 판단력’, ‘직업의식’, ‘공정성’ 등의 순서였다. 진행자와 연출자도 첫 번째 갖추어야 할 자질로 ‘순발력’과 ‘언어 구사력’을 꼽았다. 이것 역시 지역 시청자들의 기준과 비교가 될 것이다. 본 연구자는 서울 중심적 정책에서 만들어져 버린 기준과는 다른 지역민들만의 독특한 관점들이 존재한다고 보고, 지역 시청자들이 진행자의 중요한 자질로 어떤 것을 선택하는지 조사하여 서울 중심으로 조사된 결과와 어떤 차이를 보이는지 알아 볼 것이다.

다섯째, 현 진행자들이 고쳐야 할 점으로 ‘신중하지 못한 태도’가 전체 응답 중 가장 많은 답으로 나타났으며, 시청자들도 동일한 응답을 했다. 진행자와 연출자들은 ‘수준 이하의 언어사용’을 선택했다. 앞서서도 언급했듯이 현 진행자들

은 시청자에 의해 보통이라는 판정을 받았는데 이것은 진행자의 능력이 아직까지는 충분치 못함을 의미한다. 또한 대중에게는 자신의 말 한마디가 커다란 영향을 줄 수 있으므로 공인으로서의 역할도 중요시 할 필요가 있다. 그리고 지적된 대본 위주의 진행과 학구적 자세의 부족 또한 진행자 스스로 공부하고 노력해야 한다.

언어 사용에 대한 질문에서는 진행자들의 언어 사용은 방송프로그램에 중요한 작용을 하며, 현 방송프로그램을 진행하고 있는 진행자들의 언어사용 수준은 소수만이 올바른 언어를 구사하고 있다고 응답했다.

이상의 결과를 종합하면 시청자와 진행자, 그리고 연출자의 입장에 따라서 다른 의견도 있지만 진행자에 대한 공통적으로 나오는 의견은 공인의 입장에서 바른 언어와 바른 행동을 해야 하고, 다양한 지식과 풍부한 유머 감각으로 방송프로그램에 젖어 들어야 된다는 것이다. 그러나 이 연구 역시 중앙방송의 진행자들이 중심이 된 연구이다. 말 그대로 어느 정도 스타성을 갖고 있는 진행자들이 주 대상이라는 것이다. 그래서 본 연구에서는 이러한 중앙방송 진행자들에 대한 결과를 바탕으로 앞으로 연구하게 될 지역방송의 진행자들에 대한 결과를 비교해 보고자 한다.

이영수의 ‘TV프로그램 장르별 진행자 특성이 진행자 및 프로그램 만족도에 미치는 영향(2000년)’이라는 연구를 보면 방송 프로그램 장르를 ‘토론’, ‘뉴스’, ‘토크쇼’로 나누어 세 장르별 진행자에 대해 조사를 했다. 본인이 조사하고자 하는 교양과 오락 프로그램과는 상이하지만 방송진행자에 대한 조사 결과에 대한 비교로 정리하고자 한다.

이영수의 연구는 대학생층을 대상으로 한 실증연구를 통해, 그들이 생각하는 텔레비전 방송진행자들에 대한 문제점, 각 장르에 따른 진행자의 이상형, 그리고 대학생층의 진행자 선호요인과 그에 따른 만족도, 그리고 진행자의 만족도 결정요인을 알아보았다. 뉴스와 토론 그리고 토크쇼에 대한 만족도 조사에서는 토크쇼가 가장 높은 점수를 받았다. 토크쇼와 뉴스프로그램은 응답자들이 ‘만족하다’의 응답에 가까운 평가를 내린 반면, 토론 프로그램에는 ‘불만족하다’에 가까운 응답을 하였다. 대학생층이라는 특징 때문에 뉴스나 토론에 더 만족도를 보일 것으로 생각했으나, 오히려 토크쇼에 대한 만족도가 상대적으로 가장 높은 값을 얻는 것으로 보였다. 이는 대학생층이라는 지적 능력을 가졌기 때문에 뉴스나 토론 프로그램에 대해서는 높은 기대감으로 만족감이 떨어지고 오히려 쉽게 접근할

수 있는 토크쇼에는 더 큰 만족도를 보이는 것으로 설명될 수 있다. 한편 각각의 프로그램 진행자에 대한 만족도 조사에서는 앞선 프로그램에 대한 만족도 조사와는 상이한 결과를 가져왔는데, 응답자들은 뉴스진행자에 대한 만족도를 가장 높게 응답했으며 이어 토크쇼 진행자 그리고 토론 진행자에 대한 만족도는 상대적으로 가장 적었다. 이러한 결과는 각 프로그램의 만족도에 대한 진행자의 역할을 보여주는데, 뉴스의 경우는 프로그램 자체에 대한 만족도가 진행자에 대한 만족도보다 떨어지는, 즉 뉴스진행자에 대해서는 만족하지만 다른 요인에 있어 만족도가 떨어지는 것을 보여준다. 반면에 토크쇼진행자의 경우는 토크쇼 프로그램에 대한 만족도보다 토크쇼 진행자에 대한 만족도가 크긴 하지만 앞선 뉴스 프로그램보다 상대적으로 떨어지는 것으로 보인다. 토론진행자의 경우도 앞선 두 프로그램의 진행자처럼 프로그램 만족도보다 높게 나타나, 뉴스, 토론, 그리고 토크쇼 모두 프로그램에 대한 만족도보다 진행자의 만족도가 더 큰 것으로 나타났다. 문제는 조사 대상이 대학생에게 국한되어 있다는 점이다. 본 연구자는 조사 대상을 대학생과 주부, 그리고 직장인 까지 다양하게 가져갈 생각인데 이영수의 연구 자료와 직접적인 비교는 어려울 것 같다. 그러나 앞서 이야기 한 것처럼 참고 자료로서는 충분한 가치가 있다고 본다.

대학생층을 상대로 한 진행자 전반에 관한 질문의 결과는 다음과 같다. 먼저 ‘진행자에 따라 프로그램을 선택한다.’의 질문과 ‘연예인의 진행은 지양되어야 하는가?’라는 질문에 대해서는 ‘보통’이라는 응답을 보였다. 이는 본 설문지의 응답자는 진행자 요인뿐만 아니라 다른 요인에 의해서도 프로그램을 선택하고, 연예인의 진행에 별 거부감을 갖지 않는다는 것을 보여준다. 한편 ‘진행자의 복수 프로그램 진행’에 대해서도 크게 반대하지 않는 결과를 보여주었다.

현재 텔레비전 방송을 진행하는 ‘진행자 자질’에 대한 질문에 있어서는 보통 이상의 긍정적인 응답을 보였고, ‘진행자의 언어사용 적절성’에 대한 질문에 있어서는 가장 낮은 점수를 보였는데, 이는 언어사용에 대한 중요성을 다시 한번 제기하는 것이고, 또한 이러한 문제점을 끊임없이 제시함에도 이를 시정하지 않는 방송사측의 안일한 대응에 일침을 놓는 것이기도 하다. 한 예로 ‘너무’라는 수식어는 부정적인 의미로 사용되는 말이다. 그러나 지금 텔레비전뿐만 아니라 라디오에 출연하는 많은 진행자나 심지어 아나운서까지 “너무 좋아요” 등의 잘못된 언어를 사용하고 있다. 심지어 ‘줄라맨’이라는 캐릭터가 인기를 끌고 있다. 어떤 방송에서는 “줄라맨 ~” 흉내를 내기도 한다. 이 ‘줄라’라는 말은 비속어인 ‘쫓나

게'가 '존나게 - 존나 - 졸라'로 변화되어 생겨난 말이다. 그 의미도 비속어에서 '아주', '많이'의 의미로 왜곡되어졌다. 이런 비속어를 그 뿌리도 모른 채 방송에서 사용되고 상품화 된다는 것은 수치가 아닐 수 없다.

다시 이영수의 연구결과를 보면 '전문 진행자의 필요성에 대한 인식'에는 거의 전적인 지지를 보였다. 전문 진행자의 필요성은 아나운서 육성이라는 방송사의 끊임없는 노력을 수반하는 것이다. 이는 또한 앞서 제기한 언어사용의 문제점을 비롯하여, 전문성 부족 등의 문제점을 해결할 수 있는 방안이 된다. 그리고 진행자 인기와 프로그램 인기간의 상관관계는 다소 높게 인식하는 것으로 나타났다. 즉 인기 있는 진행자가 맡은 프로그램은 역시 인기를 얻는다는 것을 보여주는 것이다. 이는 방송사측이 인기도에 편승하여 진행자를 선정하는 것이 높은 시청률을 확보할 수 있음을 증명하는 것이다.

'프로그램을 선택 할 때 어떠한 이유로 하게 되는가'에 대한 조사에서, 뉴스 프로그램은 내용, 전체적 구성, 제작/연출자, 기자, 진행자의 순이었고, 토론 프로그램에 대해서는 진행자, 내용, 게스트, 제작/연출자, 전체적 구성의 순이었다. 토크쇼에서는 제작/연출자, 전체적 구성, 게스트, 진행자, 내용의 순으로 나타나 각 장르별 선택 동기가 차이가 나는 것으로 나타났다.

장르별로 진행자가 갖추어야 할 덕목의 차이점에 대한 분석에서 뉴스진행자는 공정성, 언어구사력/목소리/발음, 솔직함/신뢰감, 전문성, 해박한 지식, 신선함/참신함, 경력, 순발력/임기응변 등이 높은 값을 얻었고, 토론진행자에서는 해박한 지식, 공정성, 전문성, 솔직함/신뢰감, 언어구사력/목소리/발음, 순발력과 임기응변, 그리고 경력 등이 높은 점수를 얻었다. 토크쇼 진행자가 가져야 할 자질은 앞선 두 장르와는 전혀 다른 결과를 보이는데, 이는 장르 특성상 앞의 두 프로그램보다 상대적으로 가벼운 주제를 담는 오락성을 내포하고 있기 때문으로 분석된다. 토크쇼진행자에게 중요하게 생각되는 자질로는 유머감각/재치, 순발력/임기응변, 신선함/참신함, 친밀감/편안함, 원만한 대인관계가 높은 값을 얻었다.

프로그램 만족도와 프로그램 진행자에 대한 만족도의 상관관계는 뉴스에서는 진행자 만족도와 뉴스 만족도가 약한 상관관계를 보였는데, 이는 뉴스의 선택에 있어서는 진행자 요인보다는 내용이나 구성 등이 더 높기 때문으로 보이고, 토론 진행자와 토론 만족도의 상관관계는 높은 상관관계를 보이는데, 이는 진행자에 만족할수록 토론 프로그램도 역시 만족함을 보여주는 것이다. 토론 프로그램의 특성상 진행자의 역할이 중요하기 때문에 이러한 결과가 나온 것으로 설명할 수

있다. 한편, 토크쇼 진행자와 토크쇼의 만족도 상관관계는 강한 상관성을 보였다. 즉 토크쇼의 진행자의 만족도가 토크쇼에 대한 만족도와 매우 높은 관계를 갖는다는 것이다. 이는 토크쇼에서 진행자가 얼마나 중요한 역할을 하는가를 보여주는 것이라 할 수 있다.

각 프로그램의 진행자가 프로그램의 만족도에 얼마만큼의 영향을 미치는가에 대한 조사에서는, 뉴스의 경우 뉴스 진행자에 의한 만족도가 6.4%만큼만 설명할 수 있는 것으로 나타났다. 이는 앞선 설명에서와 같이 진행자 요인이 별반 큰 영향을 보이지 않는다는 것을 증명한다. 토론 진행자가 토론 프로그램에 얼마만큼의 만족도를 보이는가에 대한 결과에서는 약 28.2%를 설명하였다. 이 결과는 뉴스의 경우보다 높은 설명치지만 진행자라는 요인 외에 다른 주요 요인이 있음을 짐작하게 한다. 토크쇼 진행자가 토크쇼의 만족도에 미치는 영향력은 매우 높았다. 그 설명치는 69%나 되었는데 이는 토크쇼 진행자라는 단일 요인으로도 토크쇼에 대해 매우 높은 만족도를 보이고 있음을 증명하는 것이다. 앞선 분석에서도 설명했지만, 토크쇼에서의 진행자는 토크쇼에 가장 큰 영향력을 미치는 주요인인 것이다.

뉴스와 토론 그리고 토크쇼 진행자의 만족도를 결정하는 요인을 조사하고 그러한 요인이 어느 정도의 영향력을 보이는가를 살펴본 결과 뉴스에 미치는 영향력 분석은 불가능했다. 그 이유는 오차들의 분산들이 모두 일정해야 한다는 전제조건을 충족시키지 못했기 때문이다. 토론 진행자의 경우는 10개 항목의 요인분석 결과로 나온 4개의 범주, 즉 친밀감, 원만한 진행, 객관성, 지적 능력 중에서 원만한 진행 요인이 단지 4.5%라는 극히 일부분의 설명치만 갖는 것으로 나타났다. 이는 토론 진행자에 대한 만족도를 설명할 수 있는 요인이 다른 것에 있음을 보여주는 것이다. 토크쇼 진행자의 경우는 총 14개 항목에서 5개의 요인, 즉 친밀감, 신뢰성, 전문성, 외모 그리고 경력으로 나타났다. 이중 토크쇼 진행자의 만족도에 영향을 미치는 요인으로는 전문성과 외모의 요인이 나타났는데 총 11.4%의 설명력을 갖는다. 이는 토크쇼 진행자에게 있어 전문성과 외모가 만족도를 갖게 하는 주요인임을 보여주는 것이다.

역시 이영수의 논문도 중앙방송의 프로그램과 진행자가 조사대상이었다. 토론과 뉴스 그리고 토크쇼로 장르를 구분한 것은 보도와 교양 그리고 오락의 장르별로 대표적인 프로그램을 뽑았다 하겠다. 그러나 본 연구에서는 지역방송의 프로그램을 주 조사대상으로 하고자 한다. 아직까지 현 방송체계에서 보도는 아나

운서와 기자의 고유영역이라 할 만큼 일반 전문 진행자들이 할 수 없는 영역이다. 그래서 전문 진행자가 할 수 있는 영역인 교양과 오락으로 한정 짓고자 한다.

제 3 장 연구 결과의 논의

제 1 절 자료의 수집 및 분석방법

본 연구는 이론적 문헌 연구와 설문을 통한 실증적 연구를 병행하였다. 설문조사는 영남대학교 경영학부 학생과 계명대학교 광고홍보학과 학생, 그리고 주부, 직장인 등 400명을 대상으로 실시하였다.

조사기간은 2002년 10월 7일에서 11일까지 5일간이었다. 지역과 중앙방송의 비교 문항과 관련해서 어느 정도 객관적 판단을 할 수 있다고 생각하는 대학생들을 주 대상으로 삼았고 텔레비전 채널 선택과 주 시청권을 이루는 주부를 그 다음으로 하고 나머지는 직장인들을 대상으로 삼았다.

설문지는 연구자가 직접 배부하면서 설문항목에 대한 설명을 통해 응답자들이 잘못 이해할 가능성을 줄이고자 하였다. 특히 ‘진행자’의 의미를 아나운서가 아닌 지역에서 프리랜서로 활동하는 리포터 및 MC를 포함한 진행자임을 주지시키고 설문조사를 실시했다.

설문의 구성은 첫째, 지역프로그램에 대한 만족도에 관한 질문으로 5점 척도를 사용 하였다. 둘째, 지역 진행자에 대한 만족도에 관한 질문으로 역시 5점 척도를 사용했다. 더불어 지역방송에 있어 지역 진행자의 역할과 진행자의 인기와 프로그램의 인기가 연관이 있는지 알아보았다. 셋째, 중앙방송과 지역방송 간의 시청 이유(채널선택 이유)에 대한 질문으로 ‘■ 내용이 재미있어서, ■ 진행자가 마음에 들어서, ■ 정보 습득을 위해서, ■ 습관적으로 시청한다.’로 구분해서 5점 척도로 알아보았다.

마지막으로 지역 진행자들에 대한 자질과 좋은 점과 나쁜 점에 대해 역시 5점 척도로 알아보았고, 전체 질문 중 5점 척도로 구성된 질문에 대한 답변의 신뢰도는 $\alpha = .8250$ 으로 나타났다.

이상의 설문들은 SPSS 한글판(ver10.0)을 사용하여 통계처리 하였다. 질문 유형에 따라서 분산분석, 교차분석, T-test등을 사용하였고, 설문조사 분석결과는 3장의 3절에서 다루었고, 이 밖에 본 논문의 구성을 소개하면 총 4장으로 구성되었다.

제1장에서는 이 연구를 하게 된 배경이라 할 수 있는 문제제기 부분과 이 연구를 통해 밝히고자 하는 연구문제들이 논의되었다. 제2장에서는 본 논문의 이론적 배경이 논의되었고, 제3장에서는 기존 연구를 토대로 한 본 논문의 방법론과 분석과정 및 결과에 대해 서술하였다. 총 400부의 설문 자료를 근거로 하여 조사대상의 인구통계학적인 속성을 밝히고, 지역방송 프로그램에 만족에 대해 차이가 있는지, 진행자에 대해서도 차이가 있는지 논의 했고, 중앙방송과 지역방송에 대한 지역 시청자들의 시청이유에 대해서도 논의했다. 그리고 지역 시청자들이 생각하는 지역 진행자들의 자질을 분석해서 중앙방송 진행자들에게 요구되는 자질과 비교 논의했다. 제4장은 결론 부분으로 종합적인 결론과 내용을 간략히 요약했으며, 후속연구를 위한 제언을 적어보았다.

제 2 절 응답자의 인구통계학적인 특성

진행자가 방송 시청행태에 미치는 영향을 조사하기 위한 본 연구의 응답자들의 인구통계학적인 특성 중, 성별 분포는 아래의 <표1>과 같은데 조사 대상의 성별 분포를 보면 여자 응답자가 224명(56.0%), 남자 응답자가 176명(44.0%)으로 여자 응답자가 남자 응답자보다 48명 정도 더 많았다.

<표1> 응답자의 성별 분포

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
여자	224	56.0	56.0
남자	176	44.0	44.0
합계	400	100.0	100.0

아래의 <표2>는 응답자의 연령별 분포를 나타내는데 조사 대상들이 기입한 나이를 30대를 기준으로 나누었다. 29세까지는 30대 미만으로 30세부터는 30대 이상으로 분류했다. 결과를 보면 30대 미만이 260명(65.0%), 30대 이상이 140명(35.0%)으로 나타났다.

<표2> 응답자의 연령별 분포

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
30대미만	260	65.0	65.0
30대이상	140	35.0	35.0
합계	400	100.0	100.0

아래의 <표3>은 조사 대상자들의 직업분포를 나타낸 것이다. 결과를 보면 대학생이 186명(46.5%)으로 가장 많았고, 전문직 76명(19.0%), 전업주부 68명(17.2%), 사무직 23명(5.8%), 자영업 6명(1.5%) 순이었고, 기타 직업으로 아직까지 직업이 없는 사람과 현장 생산직 등이 있었는데 41명(10.4%)으로 나타났다.

<표3> 응답자의 직업별 분포

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전업주부	68	17.0	17.2
사무직	23	5.8	5.8
전문직	76	19.0	19.0
자영업	6	1.5	1.5
대학생	186	46.5	46.5
기타	41	10.3	10.4
합계	400	100.0	100.0

아래의 <표4>는 응답자의 월평균 소득 분포를 보여 준다. 전업 주부와 대학생의 영향으로 100만원 미만이 245명(61.3%)으로 가장 많았고, 100만원 이상이 78명(19.5%), 200만원 이상과 300만원 이상은 각각 39명(9.8%), 38명(10.3%)으로 비슷하게 나타났다. 100만원 미만이 많은 수치를 보이는 것은 아무래도 학생의 빈도가 높기 때문일 것이다. 조사 당시에 수입이 없는 학생들은 100만원 미만으로 기재하도록 했기 때문이다. 그리고 주부의 경우 약간의 일을 하고 있는 소수의 사람을 제외하고는 100만원 미만으로 기입 되어 있다.

<표4> 응답자의 월평균 가구 소득 분포

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
100만원 미만	245	61.3	61.3
100만원 이상	78	19.5	19.5
200만원 이상	39	9.8	9.8
300만원 이상	38	9.5	10.3
합계	400	100.0	100.0

다음 장의 <표5>는 학력에 관한 응답인데 결과를 보면 고졸이 208명(52.0%)으로 가장 많았고, 대졸 이상이 179명(44.8%)으로 전체 조사 대상 400명 중 고졸 이상이 90% 이상으로 나타났다. 기타에는 여성대학, 또는 평생교육원에 재학 중이라는 답이 있었는데 이는 대부분 주부층에서 나타나는 결과였다. 대학 재학생인 경우 고졸로 기입을 했으나 전문대를 졸업하고 편입한 학생의 경우 대졸로 기입되어 있다.

<표5> 응답자의 학력별 분포

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
고졸	208	52.0	52.0
대졸이상 (전문대포함)	179	44.8	44.8
기타	13	3.3	3.3
합계	400	100.0	100.0

마지막으로 응답자들의 혼인 여부에 대한 질문인데 다음 장의 <표6>을 보면 미혼자가 262명(65.5%), 기혼자가 138명(34.5%)으로 나타났다. 이것 역시 주 대상들이 대학생이기 때문에 미혼자의 분포가 많이 나타났다.

<표6> 응답자의 결혼 유무

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
기혼	138	34.5	34.5
미혼	262	65.5	65.5
합계	400	100.0	100.0

다음 장의 <표7>은 하루 평균 텔레비전 시청시간에 대한 성별과의 교차분석표인데, 2시간에서 4시간 정도 시청하는 사람들이 151명(여자 95명, 남자 56명)으로 가장 많았고 1시간에서 2시간이 141명(여자 70명, 남자 71명)으로 나타났다. 1시간 미만이 56명(여자 27명, 남자 29명), 4시간에서 6시간 사이가 14명(여자 22명, 남자 12명)으로 나타났고, 6시간 이상은 14명으로 나타났다. 기타 의견에는 ‘텔레비전을 거의 보지 않는다.’가 4명 정도 나타났다. 특히 여성들이 남성들보다 텔레비전 하루 평균 시청 시간이 많은 것으로 나타났다.

<표7> 텔레비전 시청시간에 대한 성별과의 교차분석

	여자	남자	합계	χ^2	df	유의도
1시간미만	27	29	56	7.730	5	0.172
1-2시간	70	71	141			
2-4시간	95	56	151			
4-6시간	22	12	34			
6시간이상	8	6	14			
기타	2	2	4			
합계	224	176	400			

($p < 0.05$)

제 3 절 조사자료 분석 및 요약

1. 연구문제 1의 검증 결과

연구문제 1은 “인구통계학적 차이에 따른 지역방송 제작 프로그램에 대한 만족도에 차이가 있는가?”에 대한 것이다. 기존 연구를 보면 중앙방송의 경우 각 장르마다 만족도의 차이가 나타는 것으로 조사됐는데 지역방송의 경우는 자체 제작물이 미비하여 특별한 장르 구분 없이, 일단은 보도 프로그램을 제외하고 아나운서가 아닌 프리랜서 진행자가 진행하는 프로그램에 대해 질문했다.

다음 장의 <표8>과 <표9>는 지역방송 프로그램에 대한 평가와 성별, 혼인관계, 월수입, 직업, 학력간의 분산분석을 실시한 표인데, 혼인관계와 월수입 그리고 직업간의 결과에서 유의미함을 나타냈다.

먼저 <표8>의 성별과의 관계를 보면 여자평균이 3.27, 남자평균이 3.41로 전

반적으로 불만족 성향으로 나타났다. 혼인관계에서는 기혼 평균이 3.14, 미혼 평균이 3.43으로 결혼 한 사람들보다 미혼자들이 상당히 불만족 성향인 것으로 나타났다. 월수입에서는 100만원 미만이 3.39, 100만원 이상이 3.40, 200만원 이상이 3.15, 300만원 이상이 3.00으로 소득이 적을수록 불만족 성향이 강한 것으로 나타났다. <표9>의 직업과의 관계에서는 대학생이 3.45, 사무직의 평균이 3.43, 전문직의 평균이 3.29, 전업주부가 3.06, 기타가 3.26으로 나타났다. 다른 직업보다 대학생과 사무직에서 불만족 성향이 더 강한 것으로 나타났는데, 월수입에서 100만원 미만의 대다수를 차지하는 대학생층이 역시 불만족 성향이 강한 것으로 정리된다. 이는 다른 사람들보다 대학생층이 자기 주장이 강하고 자기의 의견을 솔직하게 잘 표현하기 때문으로 분석된다. 학력에서는 고졸 이상의 평균이 3.39, 대졸 이상의 평균이 3.28로 전반적으로 불만족 성향을 나타냈다.

인구 통계학적 분류에 따라 지역방송 프로그램에 대한 만족도를 분석한 결과 전체적으로 불만족한 것으로 나타났다. 특히, 대학생 집단과 미혼 집단, 월수입이 100만원을 전후하는 집단이 상당히 불만족으로 나타났다. 해서 연구문제 1인 “인구통계학적 차이에 따른 지역방송 제작 프로그램에 대한 만족도에 차이가 있는가?”는 혼인관계와 직업, 그리고 월수입에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표8> 프로그램에 대한 평가와 성별, 혼인관계, 월수입 간의 분산분석

변수		사례수	평균	표준편차	t값/F비
성별	여자	224	3.27	.70	3.281 N.S
	남자	176	3.41	.86	
	합계	400	3.33	.78	
결혼유무	기혼	138	3.14	.64	13.331 ***
	미혼	262	3.43	.82	
	합계	400	3.33	.78	
월수입	100만원 미만	245	3.39	.81	3.679 *
	100만원 이상	78	3.40	.71	
	200만원 이상	39	3.15	.71	
	300만원 이상	38	3.00	.70	
	합계	400	3.33	.78	

*p < 0 .05 ***p = 0.000 N.S = not significant

<표9> 프로그램에 대한 평가와 직업과 학력 간의 분산분석

변수		사례수	평균	표준편차	t값/F비
직업	전업주부	68	3.06	.49	3.571 **
	사무직	23	3.43	.73	
	전문직	76	3.29	.65	
	대학생	186	3.45	.83	
	기타	47	3.26	1.01	
	합계	400	3.33	.78	
학력	고졸	208	3.39	.77	2.283 N.S
	대졸이상 (전문대포함)	179	3.28	.77	
	기타	13	3.00	.82	
	합계	400	3.33	.78	

** $p < 0.01$ N.S = not significant

그렇다면 지역의 시청자들은 지역방송의 자체 제작 프로그램이 더 늘어나는 것에 대해 어떻게 생각할 것인가? 지역방송이 지역성 구현에 어느 정도 영향을 미친다고 생각하는지 알아본 결과가 다음 장의 <표10>이다.

다음 장의 <표10>에서 보는 것처럼 ‘그렇다’가 전체 400명 중 231명(여자 127명, 남자 104명, 합계 57.5%), ‘잘 모르겠다’가 115명(여자 71명, 남자 44명, 합계 28.8%), ‘그렇지 않다’가 54명(여자 26명, 남자 28명, 합계 13.5%)으로 57.5%의 대상들이 ‘그렇다’라는 긍정적인 대답을 했다.

<표10> 지역방송 제작 프로그램 요구에 대한 빈도분석 - 빈도(백분율)

	여자	남자	합계	χ^2_2	df	유의도
그렇다	127 (31.8)	104 (26.0)	231 (57.8)	2.986	2	0.243 N.S
잘 모르겠다	71 (17.8)	44 (11.0)	115 (28.8)			
그렇지 않다	26 (6.5)	28 (7.0)	54 (13.5)			
합계	224 (56.0)	176 (44.0)	400 (100.0)			

N.S = not significant

여기서 우리는 지역의 시청자들도 궁극적으로는 지역방송이 지역성을 구현하는데 힘이 되기 위해서는 지역방송 자체프로그램이 늘어나야 된다고 생각한다는 것을 알 수 있다. 제작자의 입장에서는 방송사의 경영상의 상황과 지역방송사의 존재의 이유 사이에서 고민을 할 수밖에 없는 상황인데, 가장 좋은 것은 시청자들도 원하고 지역방송사도 운영상의 도움을 받을 수 있는 방법을 찾아내야 한다는 것이다. 원론적으로 다가가면 방송사는 광고료가 주 수입원이다. 광고는 시청자들이 많이 보는 프로그램에 집중된다. 시청자들이 많이 본다는 것은 재미가 있거나 유익하거나 그들에게 어떤 동기부여를 해주는 프로그램이다. 다시 말해서 시청자들이 보고 싶어 하는 프로그램을 제작해야 시청률도 올라가고 거기에 따라 광고료 수입도 올라간다는 계산이다. 이것은 누구나 알고 있는 사실이다. 그러나 시청률만 따라가다 보면 방송 프로그램의 질적인 면이 무시되는 경향이 있다. 모든 방송 제작자들의 고민거리 중의 하나이다. 또 지역방송사는 중앙방송과는 달리 자체 제작 프로그램이 많지 않다는 것이다. 한 예로 오락 프로그램은 제작의 주된 의도가 즐거움이다.

웃음과 재미를 느끼게 해주는 것이 오락 프로그램의 의무이다. 그런데 지역 방송사에서 오락 프로그램을 준비할 때 담당 프로듀서는 주변의 간부들에게 ‘너무 노는 분위기다’, ‘교양적인 냄새가 나지 않는다.’ 등의 압력을 받는다. 오락 프로그램으로 출발해서 결국은 ‘종합선물세트’가 되어 버리는 것이 지역방송사의 제작 분위기다.

지역방송사의 제작 프로그램에 대한 만족도가 불만족 성향을 보이는 것을 단순한 지역에 대한 선입견으로만 돌리지 말고 넓게 볼 수 있는 눈을 가졌으면 하는 바람이다.

2. 연구문제 2의 검증 결과

두 번째 연구문제는 “지역의 시청자들의 인구통계학적 변수에 따라 지역방송 진행자에 대한 만족도에서는 차이가 있는가?”이다.

다음 장의 <표11>과 <표12> 진행자에 대한 평가와 성별, 혼인관계, 월수입, 직업, 학력간의 분산분석을 한 결과인데, 프로그램에 대한 평가와는 달리 혼인관계에서만 유의미함을 보였다. 먼저 <표11>의 성별에서는 여자의 평균이 3.04, 남자의 평균이 3.11로 약간 불만족 성향으로 나타났고, 혼인관계에서는 기혼 집단이 2.97, 미혼 집단이 3.12로 결혼을 한 사람들보다 하지 않은 사람들이 더 불만족인 것으로 나타났다. 월수입에서는 100만원 미만 평균이 3.09, 100만원 이상 평균이 3.08, 200만원 이상이 2.97, 300만원 이상이 3.00으로 약간의 불만족 성향으로 나타났다. <표12>의 직업구분에서는 전업주부 평균이 2.90, 사무직이 3.00, 전문직이 3.01, 대학생 평균이 3.13, 기타가 3.19로 나타나 역시 약간 불만족 성향을 보였다. 학력에서는 고졸 평균이 3.10, 대졸 이상이 3.03, 기타 3.15로 나타났다.

연구문제 2인 “지역의 시청자들의 인구통계학적 변수에 따라 지역방송 진행자에 대한 만족도에서는 차이가 있는가?”는 혼인관계에서만 유의미한 차이를 보이는 것으로 분석됐다.

<표11> 진행자에 대한 평가와 성별, 혼인관계, 월수입 간의 분산분석

변수		사례수	평균	표준편차	t값/F비
성별	여자	224	3.04	.66	1.244 N.S
	남자	176	3.11	.74	
	합계	400	3.07	.69	
결혼유무	기혼	138	2.97	.60	4.325 *
	미혼	262	3.12	.73	
	합계	400	3.07	.69	
월수입	100만원 미만	245	3.09	.77	0.473 N.S
	100만원 이상	78	3.08	.62	
	200만원 이상	39	2.97	.54	
	300만원 이상	38	3.00	.46	
	합계	400	3.07	.69	

* $p < 0.05$ N.S = not significant

<표12> 진행자에 대한 평가와 직업, 학력 간의 분산분석

변수		사례수	평균	표준편차	t값/F비
직업	전업주부	68	2.90	.55	2.024 N.S
	사무직	23	3.00	.43	
	전문직	76	3.01	.53	
	대학생	186	3.13	.78	
	기타	47	3.19	.82	
	합계	400	3.07	.69	
학력	고졸	208	3.10	.73	0.489 N.S
	대졸이상 (전문대포함)	179	3.03	.64	
	기타	13	3.15	.90	
	합계	400	3.07	.69	

N.S = not significant

전반적으로 지역의 프로그램에 대한 평가는 불만족 성향이 강하고, 지역의 진행자에 대한 평가는 불만족 성향이 약간은 있지만 만족과 불만족의 중간자적 입장을 취하고 있다. 이것이 의미하는 바는 무엇일까? 진행자에 대한 만족 성향이 다소 나타나는 이유에 대해서는 연구문제 3의 시청이유와 연구문제 4의 진행자와 관련된 결과를 바탕으로 다루도록 하겠다.

다음 장의 <표13>은 프로그램과 진행자의 인기의 일치 정도와 성별 교차분석에 대한 결과 인데 유의확률이 .473($p < 0.05$)으로 프로그램과 진행자의 인기의 일치정도와 남녀간의 비교에서는 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

프로그램의 인기 정도와 진행자의 인기에 대한 일치정도에 대한 분포를 보면 ‘그렇다’가 272명(여자 153명, 남자 119명, 합계 68.5%)으로 절반 이상을 차지했고, ‘매우 그렇다’도 40명(여자 27명, 남자 13명, 합계 10.1%)으로

나타났다. ‘모르겠다’가 28명(여자 17명, 남자 11명, 합계 7.1%), 프로그램과 진행자의 인기도는 ‘상관없다’가 51명(여자 24명, 남자 27명, 합계 12.8%), ‘전혀 상관없다’가 3명(여자 2명, 남자 1명, 합계 0.8%)으로 나타났다. 대략 응답자 중 80% 가까이가 프로그램의 인기와 진행자의 인기가 일치하는 쪽으로 답을 한 것인데, 이를 통해, 본 연구자는 지역의 시청자들이 지역의 프로그램을 시청하는데 있어 진행자에 대한 상당한 의미를 둔다고 보고, 연구문제 3에서 지역의 시청자들이 지역방송을 시청하는 이유를 분석해서 진행자 요인이 어떤 위치를 점하는지 알아보고자 한다.

그리고 인기가 있는 프로그램에 적합한 시청자들이 원하는 인기가 있는 진행자의 자질에 대해서는 연구문제 4에서 정리할 것이다.

<표13> 프로그램과 진행자의 인기의 일치 정도와 성별 교차분석 - 빈도(백분율)

인기의 일치정도	여자	남자	전체	χ^2	df	유의도
무응답	1 (0.3)	2 (0.5)	3 (0.8)	4.80	5	.473
매우 그렇다	27 (6.8)	13 (3.3)	40 (10.1)			
그렇다	153 (38.5)	119 (30.0)	272 (68.5)			
모르겠다	17 (4.3)	11 (2.8)	28 (7.1)			
상관없다	24 (6.0)	27 (6.8)	51 (12.8)			
전혀 상관없다	2 (0.5)	1 (0.3)	3 (0.8)			
전체	224 (56.4)	173 (43.6)	397 (100.0)			

3. 연구문제 3의 검증 결과

연구문제 3은 지역 시청자들의 채널 선택 기준에 있어 중앙방송과 지역방송 프로그램에 차이가 있는가에 대한 것이다. 본 논문에서 연구자가 가장 중요한 논제로 삼고 있는 것이 지역의 시청자들이 채널을 선택함에 있어, 즉 시청을 함에 있어 가장 중요한 선택 요인이 무엇이며 진행자 요인은 어떤 위치를 점하고 있는가이다. 다시 말해 진행자요인이 지역 시청자들의 시청행태에 얼마만큼의 영향을 미치는가를 알고자 하는 것이다. 그리고 지역의 시청자들이 중앙방송과 지역방송의 시청이유에 어떤 차이가 있는지 알고자 하는 것이다. 이러한 의문점들을 알아내기 위해 중앙방송과 지역방송의 시청이유에 대한 자료를 T-test로 분석했다. 그 결과가 아래의 <표14>와 다음 장의 <표15>이다.

<표14> 중앙방송에 대한 시청이유별 분포 - 빈도(백분율)

	내용이 재미있어서	진행자가 좋아서	정보획득	습관적
무응답	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	1 (0.3)
매우 그렇다	81 (20.3)	16 (4.0)	41 (10.3)	29 (7.3)
약간 그렇다	223 (55.8)	152 (38.0)	143 (35.8)	151 (37.8)
보통이다	78 (19.5)	147 (36.8)	163 (40.8)	103 (25.8)
아닌 편이다	10 (2.5)	72 (18.0)	46 (11.5)	104 (26.0)
전혀 아니다	7 (1.8)	12 (3.0)	6 (1.5)	12 (3.0)
합계	400 (100.0)	400 (100.0)	400 (100.0)	400 (100.0)

먼저 중앙방송을 시청하는 이유에 대한 분포인 위의 <표14>를 보면 ‘내용이 재미있어서’에서 ‘약간 그렇다’가 223명(55.8%), ‘매우 그렇다’가 81명(20.3%), ‘보통이다’가 78명(19.5%), ‘아닌 편이다’가 10명(2.5%)으로 나타나 약 76%가

내용이 재미있어서 시청하는 것으로 나타났고, 진행자 요인은 ‘약간 그렇다’가 152명(38.0%), ‘보통이다’가 147명(36.8%), ‘아닌 편이다’가 72명(18.0%)으로 나타났다. ‘정보 획득’의 이유는 ‘보통이다’가 163명(40.8%), ‘약간 그렇다’가 143명(35.8%), ‘아닌 편이다’가 46명(11.5%), ‘매우 그렇다’가 41명(10.3%)으로 큰 차이는 아니지만 정보획득의 이유도 높은 분포를 보인다. ‘습관적으로 시청한다.’는 ‘약간 그렇다’가 151명(37.8%), ‘아닌 편이다’가 104명(26.0%), ‘보통이다’가 103명(25.8%)으로 뚜렷하게 한쪽으로 치우치지는 않지만 시청 행태에 영향을 준다고 볼 수 있다. 전체적으로 봤을 때 지역의 시청자들이 중앙방송을 시청하는 이유로 가장 많이 선택한 것이 ‘내용이 재미있어서’이다.

이것은 중앙방송의 대부분의 교양과 오락 프로그램이 어느 정도 인기가 비슷한 연예인들을 진행자로 활용하고 있기 때문에 자기가 정말 좋아하는 진행자가 아니라면 프로그램의 내용에 따라 채널을 선택하기 때문이다.

그리고 습관적 요인이 어느 정도 영향을 미친다는 것은 텔레비전을 보는 것 자체가 관여수준이 낮기 때문으로 분석된다. 관여도가 높다면 여러 가지 요인들을 고려할 텐데 관여도가 낮기 때문에 습관적 성향이 두드러진다는 것이다.

<표15> 성별에 대한 중앙방송 시청 이유의 차이분석

	성별	평균	표준편차	t값/F비	유의도
프로그램 내용이 재미있어서	여(224)	2.06	.72	7.732	.007 **
	남(173)	2.14	.91		
진행자가 마음에 들어서	여(224)	2.70	.86	.033	.856
	남(173)	2.88	.94		
습득할 정보가 많아서	여(224)	2.45	.85	.030	.863
	남(173)	2.74	.91		
습관적으로	여(224)	2.79	1.02	.056	.814
	남(173)	2.81	1.00		

** p < 0.01

위의 <표15>는 지역의 시청자들이 중앙방송 프로그램을 시청하는 이유에 대한 자료와 성별 간 독립표본 T-검정을 통해 도출해 낸 집단 통계량인데 ‘프로그램의 내용이 재미있어서’가 유의도 = .007로 남녀간에 상당히 유의미한 차이가 있음을 나타냈다. 다른 요인들과 남녀간에는 특별히 유의미함을 나타내지는 않았으나, 여자보다는 남자들이 평균적으로 정보의 습득(여자 평균 2.45, 남자 평균 2.74)에 더 많은 의미를 두는 것으로 나타났다.

다음은 지역의 시청자들이 지역방송을 시청하는 이유에 대한 결과이다. 지역 방송을 시청하는 이유에 대한 분포인 다음 장의 <표16>을 보면 ‘내용이 재미있어서’에서 ‘보통이다’가 187명(46.8%), ‘약간 그렇다’가 121명(30.3%), ‘아닌 편이다’가 61명(15.3%), ‘매우 그렇다’가 16명(4.0%), ‘전혀 아니다’가 12명(3.0%)으로 나타났고, 진행자 요인은 ‘보통이다’가 169명(42.3%), ‘아닌 편이다’가 127명(31.8%), ‘약간 그렇다’가 60명(15.0%)으로 나타났다. ‘정보 획득’의 이유는 ‘보통이다’가 160명(40.0%), ‘약간 그렇다’가 142명(35.5%), ‘아닌 편이다’가 56명(14.0%), ‘매우 그렇다’가 30명(7.5%)으로 정보획득의 이유가 시청 이유의 긍정적인 측면에서 높은 분포를 보인다. ‘습관적으로 시청한다’는 ‘아닌 편이다’가 133명(33.3%), ‘보통이다’가 129명(32.3%), ‘약간 그렇다’가 102명(25.5%)으로 나타났다. 전체적으로 봤을 때 지역의 시청자들이 지역방송을 시청하는 이유로 가장 많이 선택한 것이 ‘지역의 정보가 많아서’와 ‘내용이 재미있어서’이다. 특히 ‘정보적’요인은 중앙방송을 시청하는 이유와 아주 비슷한 성향을 보였다. 이것은 역시 시청자들이 텔레비전을 단순한 여가 활용의 수단을 떠나서 정보를 획득할 수 있는 정보매체의 수단으로 많이 활용하고 있다는 것을 보여준다. 특히 지역방송의 프로그램들이 교양 프로그램에 집중되어 있다보니 정보와 내용적인 면이 가장 많이 고려되는 것으로 파악된다.

<표16> 지역방송에 대한 시청이유별 분포 - 빈도(백분율)

	내용이 재미있어서	지역정보가 많아서	습관적	진행자가 좋아서
무응답	3 (0.8)	3 (0.8)	3 (0.8)	3 (0.8)
매우 그렇다	16 (4.0)	30 (7.5)	10 (2.5)	4 (1.0)
약간 그렇다	121 (30.3)	142 (35.5)	102 (25.5)	60 (15.0)
보통이다	187 (46.8)	160 (40.0)	129 (32.3)	169 (42.3)
아닌 편이다	61 (15.3)	56 (14.0)	133 (33.3)	127 (31.8)
전혀 아니다	12 (3.0)	9 (2.3)	23 (5.8)	37 (9.3)
합계	400 (100.0)	400 (100.0)	400 (100.0)	400 (100.0)

아래의 <표17>은 지역의 시청자들이 지역방송 프로그램을 시청하는 이유에 대한 자료를 성별과 독립표본 T-검정을 통해 도출해 낸 집단 통계량인데 남녀간의 차이에 따라 유의미한 결과가 없음을 보여준다.

<표17> 성별에 대한 지역방송 시청 이유의 차이분석

	성별	평균	표준편차	t	유의도
내용이 재미있어서	여(224)	2.77	.82	.103	.749 N.S
	남(173)	2.87	.94		
지역정보가 많아서	여(224)	2.61	.84	2.008	.157 N.S
	남(173)	2.72	1.01		
습관적으로	여(224)	3.14	.94	.108	.743 N.S
	남(173)	3.10	1.03		
진행자가 마음에 들어서	여(224)	3.31	.90	.119	.730 N.S
	남(173)	3.32	.95		

중앙방송과 지역방송의 결과를 비교하기 위해서 T-test를 통해 나온 결과를 보면 아래의 <표18>과 같은데 대응 표본간의 평균을 보면 ‘프로그램의 내용’적인 면(유의도=.000)과 ‘진행자가 좋아서’라는 요인(유의도=.000)에서 상당히 유의미함을 나타내는데, 내용적인 면에서 중앙방송의 평균이 2.09, 지역방송의 평균이 2.81로 나왔고, 진행자 요인에서 중앙방송의 평균이 2.77, 지역방송의 평균이 3.31로 나타났다. 여기에서 우리는 지역의 시청자들이 중앙방송과의 시청 이유를 비교했을 때 지역방송의 채널을 선택할 때 다른 요인들보다는 진행자와 프로그램의 내용을 더 염두에 둔다는 것을 알 수 있다. 그리고 습관적인 면에서 중앙방송의 평균이 2.79, 지역방송의 평균이 3.12로 다른 요인들 보다 다소 높게 나타나는 것은 역시 텔레비전의 채널 선택 자체가 다른 일상의 선택보다 관여수준이 낮기 때문으로 분석된다.

<표18> 중앙방송과 지역방송의 시청 이유의 비교

		사례수	평균	표준편차	t값/F비	유의도
프로그램의 내용이 좋아서	중앙방송	400	2.09	.81	-13.838	.000 ***
	지역방송	400	2.81	.88		
진행자가 좋아서	중앙방송	400	2.77	.90	-9.890	.000 ***
	지역방송	400	3.31	.92		
정보의 습득	중앙방송	400	2.58	.89	-1.571	.117
	지역방송	400	2.66	.92		
습관적	중앙방송	400	2.79	1.01	-5.990	.000 ***
	지역방송	400	3.12	.99		

*** p = 0.000

본 논문의 가장 큰 논제가 지역의 시청자들에게 진행자라는 요인이 어떤 영향을 미치느냐 인데 여기서 우리는 지역의 시청자들이 지역방송만을 두고 선택할 때는 진행자에 대해 약간의 의미를 두기는 하지만 지역의 정보와 내용적인 면에 더 치중을 한다고 볼 수 있고, 지역방송과 중앙방송을 같이 두고 선택할 때는 지역방송 선택 요인으로 중앙방송보다 진행자와 내용적인 면을 더 염두에 둔다는 것을 알 수 있다. 특히 진행자 요인에서 중앙방송과는 많은 차이가 있음을 알 수 있었다. 이것은 지역방송에 출연하는 진행자들이 대부분 중앙방송과는 달리 시청자들과 좀 더 가까이 만날 수 있는 이웃이라는 개념이 강하기 때문이라고 분석된다. 나와 가까운 존재이기 때문에 지역방송을 시청함에 있어 진행자에 대해 더 많은 관심을 가진다는 것이다. 이것은 본 논문을 정리함에 있어 상당히 중요한 결과인 것이다.

그렇다면 지역의 시청자들이 생각하는 지역의 진행자들의 고쳐야 할 점은 무엇이고 좋은 점은 무엇인지, 또 지역의 진행자들이 우선적으로 갖추어야 할 자질은 무엇인지는 연구문제 4를 통해 정리하고자 한다.

4. 연구문제 4의 검증 결과

네 번째 연구문제는 ‘시청자들이 생각하는 지역방송 진행자의 중요한 자격 요건은 무엇인가?’이다. 다음 장의 <표19>는 방송 진행자의 중요한 자질에 대한 단순 빈도표인데 먼저 ‘좋은 외모’는 중요하다가 164명(41%), 보통이다가 145명(36.3%), 매우 중요하다가 45명(11.3%)으로 나타났고, ‘좋은 목소리’는 중요하다가 168명(42%), 매우 중요하다가 125명(31.3%), 보통이다가 58명(14.5%), ‘분명한 발음’에 있어서는 매우 중요하다가 235명(58.8), 중요하다가 89명(22.3%)으로 80%가 넘는 시청자들이 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. ‘언어 구사력’은 매우 중요하다가 250명(62.5%), 중요하다가 85명(21.3%)으로 이것 역시 약 83%의 시청자들이 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. ‘신뢰감’은 매우 중요하다가 187명(46.8%), 중요하다가 128명(30.8%), 보통이다가 43명(10.8%), ‘냉철함’은 보통이다가 156명(39%), 중요하다가 107명(26.8%), 매우 중요하다가 70명(17.5%), ‘자신감’은 매우 중요하다가 160명(40%), 중요하다가 144명(36%), 보통이다가 52명(13.0%)으로 나타났고, ‘직업정신’은 매우 중요하다가 182명

(45.5%), 중요하다가 115명(28.8%),보통이다가 60명(15.0%), ‘학력’은 보통이다가 187명(46.8%), 중요하다가 69명(17.3%), 중요하지 않다가 68명 17.0%), 거의 중요하지 않다가 51명(12.8%)으로 전반적으로 중요하지 않은 것으로 나타났고, ‘방송경력’은 보통이다가 174명(43.5%), 중요하다가 104명(26.0%), 중요하지 않다가 42명(10.5%), 매우 중요하다가 41명(10.3%)으로 이것 역시 극단적인 분포를 보였고, ‘인간미’는 중요하다가 157명(39.3%), 매우 중요하다가 104명(26%), 보통이다가 79명(19.8%), ‘겸손함’은 중요하다가 147명(36.8%), 매우 중요하다가 107명(26.8%), 보통이다가 97명(24.3%), ‘순발력과 재치’는 매우 중요하다가 243명(60.8%), 중요하다가 96명(24.0%)으로 상당히 중요한 요인으로 나타났다. 마지막으로 ‘유머감각’도 중요하다와 매우 중요하다가 각각 153명(38.3%)과 140명(35%)으로 나타났다.

여기서 중앙방송을 중심으로 조사한 시청자들이 생각하는 진행자의 자질에 대해 앞에서 정리한 기존 연구의 결과와 비교를 하면 분명한 발음, 언어 구사력, 순발력과 재치, 직업 정신을 중요하게 여기는 것은 중앙방송과 지역방송이 비슷한 분포를 보이고, 또한 학력과 방송경력에 대해서는 중앙방송이나 지역방송이나 둘 다 시청자들이 의외로 너그러운 면을 보이고 있다. 전문화 시대로 변해가면서 학력과 배경보다는 실질적인 실력에 대한 평가를 중시하는 분위기 때문으로 분석된다.

<표19> 방송진행자의 중요한 자질 - 빈도(백분율)

	거의 중요하지 않다	중요하지 않다	보통이다	중요하다	매우 중요하다	무응답	합계
좋은 외모	11 (2.8)	33 (8.3)	145 (36.3)	164 (41.0)	45 (11.3)	2 (0.5)	400 (100.0)
좋은 목소리	15 (3.8)	32 (8.0)	58 (14.5)	168 (42.0)	125 (31.3)	2 (0.5)	
분명한 발음	23 (5.8)	23 (5.8)	30 (7.5)	89 (22.3)	235 (58.8)	·	
언어구사력	28 (7.0)	13 (3.3)	23 (5.8)	85 (21.3)	250 (62.5)	1 (0.3)	
신뢰감	28 (7.0)	19 (4.8)	43 (10.8)	123 (30.8)	187 (46.8)	·	
냉철함	15 (3.8)	47 (11.8)	156 (39.0)	107 (26.8)	70 (17.5)	5 (1.3)	
자신감	19 (4.8)	21 (5.3)	52 (13.0)	144 (36.0)	160 (40.0)	4 (1.0)	
직업정신	19 (4.8)	21 (5.3)	60 (15.0)	115 (28.8)	182 (45.5)	3 (0.8)	
학력	51 (12.8)	68 (17.0)	187 (46.8)	69 (17.3)	22 (5.5)	3 (0.8)	
방송경력	36 (9.0)	42 (10.5)	174 (43.5)	104 (26.0)	41 (10.3)	3 (0.8)	
인간미	20 (5.0)	36 (9.0)	79 (19.8)	157 (39.3)	104 (26.0)	4 (1.0)	
겸손함	18 (4.5)	29 (7.3)	97 (24.3)	147 (36.8)	107 (26.8)	2 (0.5)	
순발력/재치	24 (6.0)	13 (3.3)	21 (5.3)	96 (24.0)	243 (60.8)	3 (0.8)	
유머감각	20 (5.0)	21 (5.3)	65 (16.3)	153 (38.3)	140 (35.0)	1 (0.3)	

<표20> 진행자의 자질에 대한 독립표본 T-검정

	성별	평균	표준편차	t	유의도
좋은 외모	여(224)	3.45	.94	.010	.919
	남(173)	3.53	.92		
좋은 목소리	여(224)	3.88	1.17	6.135	.014 [*]
	남(173)	3.85	.97		
분명한 발음	여(224)	4.33	1.18	.971	.325
	남(173)	4.07	1.14		
언어구사력	여(224)	4.37	1.20	.295	.587
	남(173)	4.17	1.17		
신뢰감	여(224)	4.22	1.19	.631	.427
	남(173)	3.85	1.14		
냉철함	여(224)	3.53	1.12	4.031	.045 [*]
	남(173)	3.20	1.04		
자신감	여(224)	4.08	1.20	1.134	.288
	남(173)	3.84	1.08		
직업정신	여(224)	4.12	1.21	1.500	.221
	남(173)	3.91	1.10		
학력	여(224)	3.01	1.03	5.967	.015 [*]
	남(173)	2.62	1.05		
방송경력	여(224)	3.25	1.04	.784	.376
	남(173)	3.04	1.15		
인간미	여(224)	3.72	1.19	.777	.379
	남(173)	3.66	1.11		
겸손함	여(224)	3.81	1.14	.222	.638
	남(173)	3.61	1.05		
순발력/재치	여(224)	4.36	1.21	1.302	.255
	남(173)	4.17	1.12		
유머감각	여(224)	3.98	1.12	.093	.761
	남(173)	3.84	1.07		

* $p < 0.05$

앞장의 <표20>은 진행자의 자질에 대한 독립표본 T-검정 결과인데 $p < 0.05$ 수준에서 좋은 목소리, 냉철함, 학력에 있어 남녀간에 상당히 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

‘좋은 목소리’의 유의도가 .014, ‘학력’은 .015로 남녀간에 상당히 유의미함을 나타냈고, ‘냉철함’도 유의도가 .045로 어느 정도 유의미한 것으로 나타났다.

전체적인 평균을 보면 남녀 모두 ‘순발력/재치’와 ‘분명한 발음’ 그리고 ‘언어구사력’을 상당히 중요한 자질로 선택했고, ‘좋은 목소리’와 ‘인간미’, ‘좋은 외모’ 그리고 ‘유머감각’은 남녀간에 비슷한 성향을 보였다. 남녀간의 비교에서는 여성들이 남성보다 ‘신뢰감’, ‘냉철함’을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

아래의 <표21>은 교양과 오락프로그램의 진행자 에 대한 시청자들의 의견인데 먼저 교양 프로그램의 진행자로는 ‘전문 MC’가 256명(64%)으로 압도적으로 많았고, ‘아나운서’가 95명(23.8%), ‘연예인’이 46명(11.5%)으로 나타났다.

오락 프로그램의 경우도 ‘전문MC’가 139명(34.8%), ‘연예인’이 234명(58.5%)으로 전문 진행자가 연예인 다음으로 많았다. 지역방송의 여건상 인기 연예인들이 주기적으로 내려오지 못하기 때문에 지역의 전문 진행자가 그만큼 필요성을 갖는 것이다.

<표21> 교양과 오락 프로그램에 적합한 진행자

구분	빈도 (백분율)	
	교양 프로그램	오락 프로그램
무응답	3 (0.8)	4 (1.0)
아나운서	95 (23.8)	23 (5.8)
전문MC	256 (64.0)	139 (34.8)
연예인	46 (11.5)	234 (58.5)
합계	400 (100.0)	

다음 장의 <표22>는 지역 시청자들에게 지역방송사에서 활동할 전문

진행자의 필요성에 대한 질문한 결과와 성별 간 교차분석을 한 결과인데 전체적으로 전문 진행자의 필요성과 성별 간에는 유의미한 차이를 발견할 수 없었고 전반적인 분포를 보면 ‘전문 진행자의 욕성이 바람직하다’가 210명 (여자 118명, 남자 92명, 합계51.6%)으로 절반 이상의 시청자들이 전문 진행자의 욕성의 필요성을 느끼고 있는 것으로 나타났고, ‘꼭 전문 진행자가 아니라도 상관없다’는 99명 (여자 57명, 남자 42명, 합계 24.9%)으로 나타났다. ‘반드시 전문 진행자나 아나운서가 진행해야 한다’는 44명(여자 20명, 남자 24명, 합계 11.0%)로 나타났고, ‘전문 진행자의 필요성을 느끼지 못한다’는 10명(여자 4명, 남자 6명, 합계 2.5%)로 나타났다. 한 가지 참고할 만한 것은 ‘기존 진행자에게 전문화 교육이 필요하다’가 37명(여자 25명, 남자 12명, 합계 9.3%)으로 나타난 것인데 비율을 떠나서 기존의 지역방송 진행자들도 부단한 자기 발전을 해야 한다는 것을 알리는 경고로 받아들여야 할 것이다.

<표22> 전문 진행자의 필요성과 성별간의 교차분석 - 빈도(백분율)

	여자	남자	전체	χ^2	df	유의도
반드시 전문 진행자나 아나운서가 진행해야 한다	20 (5.0)	24 (6.0)	44 (11.0)	5.137	4	.265
전문 진행자의 욕성이 바람직하다	118 (29.5)	92 (23.0)	210 (52.5)			
전문 진행자가 아니라도 상관없다	57 (14.3)	42 (10.5)	99 (24.8)			
전문 진행자의 필요성을 느끼지 못한다	4 (1.0)	6 (1.5)	10 (2.5)			
기존 진행자에게 전문화교육이 필요하다	25 (6.3)	12 (3.0)	37 (9.3)			
전체	224 (56.0)	176 (44.0)	400 (100.0)			

(p < 0.05)

다음 장의 <표23>은 지역 시청자들이 생각하는 지역의 진행자들이 고쳐야 할 점들이다.

유의도 = 0.01($p < 0.05$)로 전체적으로 남녀간에 유의미함을 나타내고 있다. 가장 많은 빈도를 보이는 것이 ‘수준이하의 언어사용’으로 124명(여자 77명, 남자 47명, 합계 31.0%)으로 나타났고, ‘신중하지 못한 태도’는 66명(여자 46명, 남자 20명, 합계 16.5%), ‘학구적 자세 부족’은 53명(여자 29명, 남자 24명, 합계 13.3%), ‘편협한 생각’은 48명(여자 20명, 남자 28명, 합계 12.0%)으로 나타났다. 그리고 ‘대본 위주의 진행’은 46명(여자 19명, 남자 27명, 합계 11.5%), ‘공인정신 결여’는 33명(여자 19명, 남자 14명, 합계 8.3%), ‘자만심’은 27명(여자 13명, 남자 17명, 합계 6.8%)으로 나타났고, 마지막으로 ‘프로그램에 대한 애정 결핍’이 여자에게서만 1명(0.3%)으로 나타났다. 기타에는 의상과 분장에 관련된 의견들이 있었다.

남녀간의 비교에서는 여성들이 ‘언어 사용 문제’와 ‘신중성’을 남성들보다 더 중요시 여기는 것으로 나타났고, 남성들은 ‘편협한 생각’과 ‘대본 위주의 진행’을 여성들보다 더 중요시 여기는 것으로 나타났다. 요즘은 서울에서 기본적으로 방송 아카데미를 수료하고 오는 진행자들이 많이 늘어난 상황인데 기존에 지역에서 활동하던 진행자들은 전문적인 방송 언어 교육을 받지 않은 경우가 많다. 활동 이후에도 개인적인 노력 없이 자기의 기본 색깔로 유지해오는 진행자가 많은 이유로 ‘수준 이하의 언어사용’이 가장 많은 지적을 받은 것으로 분석된다. 그에 따라 ‘학구적 자세 부족’도 세 번째의 자리를 차지하고 있다. 또 하나 지역방송 진행자의 문제 중에 ‘대본 위주의 진행’을 들 수 있는데 이것은 진행자의 문제도 있지만 지역방송사의 제작 상의 문제도 된다. 지역방송의 경우 경력이 풍부한 진행자가 많지 않다보니 애드리브를 엉뚱하게 해서 방송 사고가 나느니 그냥 대본대로 하라는 주문을 하게 된다. 또는 방송프로그램의 구조 상 이야기를 나눌 시간이 없는 경우도 있다. 그러다보면 진행자와 리포터는 제목만 소개하다가 한 프로그램을 끝내는 경우도 있다. 우선적으로 진행자들의 자기 노력이 기본 전제가 되어야 하고 방송사도 방송프로그램을 제작할 때 그 진행자와 리포터의 대화를 좀 더 살릴 필요가 있다고 본다. 지나친 걱정으로 하지 않는 것보다 앞으로의 방송 제작 환경을 위해서 조금씩 도전을 할 필요가 있다고 생각한다. 특히 진행자

의 인기와 밀접한 관계를 갖고 있는 오락 프로그램 같은 경우는 진행자에게 코너를 소개하는 정도만의 역할이 아닌 진행자 스스로가 꾸려갈 수 있는 기회를 주어야 한다고 생각한다. 단 프로그램 진행에 불필요한 말은 당연히 진행자 스스로의 노력으로 자제해야 할 것이다.

위의 내용들을 보면 지역의 시청자들은 지역의 진행자에게도 중앙의 진행자와 같은 수준을 요구하고 있다. 특히 지역이라는 제한된 조건 때문에 지역의 진행자들은 몇 배의 노력을 해야만 시청자들에게 기억될 수 있는 것이다. 언어사용에 있어서 아나운서 못지않은 수준을 갖고 현장 분위기를 잘 파악 할 수 있는 순발력을 갖출 수 있도록 노력해야 할 것이다.

<표23> 진행자가 고쳐야할 점과 성별간의 교차분석

** $p \leq 0.01$

다음 장의 <표24>는 지역 시청자들이 생각하는 지역 진행자들의 좋은 점에 대한 의견이다. 전체적인 결과를 보면, ‘지역 사람이라 친근하다’가 252명(여자 133명, 남자 119, 합계 63.0%)으로 압도적인 지지를 보이고 있고, ‘바른 언어 사용’이 71명(여자 44명, 남자 27명, 합계 17.8%), ‘지역의 의견을 많이 대변한다’가 56명(여자 37명, 남자 19명, 합계 14.0%), ‘자연스럽게 진행한다’가 18명(여자 9명, 남자 9명, 합계 4.5%)으로 나타났고, 마지막으로 ‘프로그램에 애정을 갖고 진행한다’가 3명(여자 1명, 남자 2명, 합계 0.8%)으로 나타났다.

여기서 본 논문에서 찾고자 하는 또 하나의 중요한 결과를 알 수 있다. 지역의 시청자들이 지역의 진행자라서 좋은 점 중에 가장 높은 빈도(63.0%)를 보이는 것이 ‘지역 사람이라 친근하다’라는 것이다.

앞의 결과를 보면 중앙방송과 지역방송을 대응 비교했을 때 중앙방송보다 지역방송을 시청하는 이유 중에 가장 두드러지는 것이 ‘진행자 요인’이었다. 다시 말해 진행자가 지역 사람이라서 시청을 하게 된다는 것인데 이것을 뒷받침 해줄 수 있는 결과가 지역의 시청자들이 지역의 진행자를 좋아하는 이유가 지역사람이라는 점 때문이라는 것이다. 지역 사람이라서 친근하고 그 지역을 잘 알고 있기 때문에 지역의 문화와 생활을 잘 이해하고 지역민들이 바라는 것들을 잘 대변할 수 있고, 그래서 중앙방송보다는 지역방송을 시청할 때 ‘진행자 요인’에 더 많은 비중을 둔다는 것으로 해석된다.

	여자	남자	합계	χ^2	df	유의도
수준이하의 언어사용	77 (19.3)	47 (11.8)	124 (31.0)	19.005	8	0.01 **
신중하지 못한 태도	46 (11.5)	20 (5.0)	66 (16.5)			
학구적 자세 부족	29 (7.3)	24 (6.0)	53 (13.3)			
편협한 생각	20 (5.0)	28 (7.0)	48 (12.0)			
자만심	13 (3.3)	14 (3.5)	27 (6.8)			
공인정신 결여	19 (4.8)	14 (3.5)	33 (8.3)			
대본위주의 진행	19 (4.8)	27 (6.8)	46 (11.5)			
프로그램에 대한 애정결핍	1 (0.3)		1 (0.3)			
기타		2 (0.5)	2 (0.5)			
합계	224 (56.0)	176 (44.0)	400 (100.0)			

두 번째로 높은 빈도가 ‘바른 언어를 사용’한다는 것인데 이상하게도 지역의 진행자가 고쳐야 할 점 중에 가장 높은 빈도를 차지한 것이 ‘수준이하의 언어 사용’이었다. 이것은 전반적으로 지역 진행자의 언어 사용 형태가 아주 깔끔한 표준어가 아니고 지역 출신이다 보니 사투리가 묻어 나오는 현상과 앞서서도 이야기 했듯이 전문적인 방송언어 교육을 받지 않은 것이 고쳐야 할 점 1위를 차지한 이유로 분석되고, 좋은 점으로 많지는 않지만 바른 언어사용이 17.8%를 차지하고 있는 것은 중앙방송의 오락프로그램에서 많은 연예인들이 무분별하게 쏟아내는 말보다는 지역의 진행자들이 대본에 충실해서 하는 말들이 바르게

보일 수도 있다고 분석된다.

<표24> 지역방송 진행자의 좋은 점과 성별간의 교차분석

	여자	남자	합계	χ^2	df	유의도
바른 언어 사용	44 (11.0)	27 (6.8)	71 (17.8)	5.283	4	.293
지역 사람이라 친근하다	133 (33.3)	119 (29.8)	252 (63.0)			
지역의견을 많이 대변한다	37 (9.3)	19 (4.8)	56 (14.0)			
대본에 얽매이지 않고 자연스럽게 진행한다	9 (2.3)	9 (2.3)	18 (4.5)			
프로그램에 애정을 갖고 진행한다	1 (0.3)	2 (0.5)	3 (0.8)			
합계	224 (56.0)	176 (44.0)	400 (100.0)			

($p < 0.05$)

제 4 장 결론 및 제언

제 1 절 결론

조사 결과를 바탕으로 다시 정리를 하면 첫째, 지역방송 프로그램과 인구통계학적 구분에서는 혼인관계와 월수입, 그리고 직업 집단에서 유의미한 차이를 나타냈다. 그리고 지역방송 프로그램에 대한 지역 시청자들의 전반적인 만족도는 불만족에 가깝게 나타났다. 지역의 자체 제작 프로그램이 많아지면 지역성 구현에 도움이 된다고 생각은 하고 있지만 현재 만들어지고 있는 프로그램에 대해서는 만족하지 못한다는 것이다.

둘째, 지역방송 진행자에 대한 인구통계학적 분류에 따른 만족도에서는 혼인관계에서만 유의미한 결과를 나타냈다. 그리고 지역방송 프로그램보다는 덜하지만 전반적으로 불만족 성향을 나타냈다. 대부분의 시청자들이 전문 진행자의 육성이 필요하다고 느끼고 있고, 프로그램의 인기와 진행자의 인기는 어느 정도 일치하는 것으로 조사됐다. 지역방송의 제작 프로그램 중 교양 프로그램과 오락 프로그램의 진행자로 전문MC를 찾는 사람이 많은 상황에서 본 연구자는 전문 진행자들의 스스로의 노력과 지역방송사의 지원책들이 필요하다고 본다.

셋째, 지역 시청자들이 바라는 진행자의 자질로 언어구사력과 분명한 발음 그리고 순발력과 재치를 꼽았다. 이것은 이금희의 논문에서 조사된 중앙방송의 진행자에게 요구되는 자질과 비슷한 분포를 보인다. 언어를 구사하는 능력과 발음의 문제, 순발력은 방송사에서 어떻게 해줄 수가 없는 문제다. 어디까지나 진행자들이 스스로 노력해서 개선해나가야 할 과제이다.

지역의 시청자들이 지역방송만을 두고 생각한 지역방송을 시청하는 이유로는 프로그램의 내용이나 정보획득을 들 수 있고, 중앙방송과 지역방송을 대응시켰을 때는 진행자의 요인이 가장 높은 수치를 보이고 있는데 이는 중앙방송은 그 특성상 연예인이나 진행자들이 여러 방송사를 중복 출연할 수 있는데 반해, 지역은 시장이 좁은 관계로 한 방송사에 출연을 하면 매체 수단이 같은 다른 방송사에는 출연을 하지 않는 것이 관례이고 방송사 자체가 인정하지 않으려 한다. 방송 출연을 할 수 있는 기회가 적을뿐더러 진행자의 수도 많지 않은 것이 현실이다. 그러다보니 조금이라도 지명도가 있는 진행자가 있다면 지역방송의 자체 제작 프로그램의 경우 그 진행자의 비중이 당연히 높아질 수밖에 없다. 통계 수치에도 나와 있지만 지역방송의 전문 진행자들이 지역의 시청자들이 채널을 선택하는데 상당한 영향력을 끼친다는 결론을 내릴 수 있는 것이다. 이것은 본 논문이 찾아 낸 결론이다. 지역의 진행자가 좋은 점의 가장 높은 빈도를 보이는 것이 지역사람이라 친근해서이다. 지금 당장은 만족도가 떨어지지만 시청자들은 그들

이 원하는 자질을 갖춘 지역의 전문 진행자를 원한다는 것이다. 그리고 그런 진행자들의 육성을 지지하고 있다.

시청 이유 중 습관적 성향이 높은 수치를 보이는 것은 역시 일상생활의 다른 행동들 중 텔레비전의 채널 선택이 관여수준이 낮은 행동이기 때문으로 해석된다.

시청자들이 원하는 프로그램은 전하고자 하는 내용이 재미있게 전달될 수 있고, 지역에서 얻고자 하는 정보가 있고, 지역의 시청자들이 편안하게 느낄 수 있는 지역의 진행자가 진행하는 프로그램이 될 것이다. 당연히 지역의 시청자들이 원하는 프로그램을 만들어 낼 때 채널의 선택이 이루어지는 것이다. 물론 교양과 오락 프로그램의 내용상 차이에 따라 약간의 변화는 있겠지만 궁극적으로 지역의 방송사들이 고려해야 할 사항들이고 지역의 진행자들이 알아야 할 결과인 것이다.

중앙방송의 경우 자기 방송사에만 출연을 약속한 스타 진행자들을 육성하고 있다. 본인의 노력과 능력과 함께 방송사에서 얼마나 전폭적인 지원을 하느냐에 따라 스타성을 제대로 발휘하느냐 못하느냐가 달려있다. 현재 지역의 민영방송사에서는 직접 제작한 프로그램을 전국의 민영방송사로 송출하고 있다. 민영공동제작이라는 이름으로 전국으로 송출되면 각 민영방송사의 입장에서는 시간 절약과 인력 확보, 자금 확보 등의 여러 가지 이점이 생긴다. 현재 TBC대구방송에서는 ‘퀴즈 타임머신’이라는 프로그램을 제작해서 전국 각 민영방송사에 송출하고 있다. 전국 송출이라는 이유 때문에 남자 진행자는 개그맨 ‘이윤석’씨가 맡고 있다. 아무래도 그 지역의 진행자보다는 얼굴이 더 알려져 있고, 지역의 진행자보다 중앙방송의 연예인이 진행을 하게 되면 기본적으로 광고가 늘어난다는 것도 그 이유라 할 수 있겠다. 지역의 진행자로서 안타까운 것은 이런 기회로 지역의 진행자도 스타성을 가질 수 있음에도 불구하고 그 기회조차 갖지 못한다는 것이다. 어쨌든 지역방송사도 단기간의 예산 절감 등의 이유로 지역 진행자들이 더 성장할 수 있는 기회를 물어두지 말고 지역의 시청자들에게 어필할 수 있는 지역의 스타 진행자를 육성하고 지원하는 것이 바람직하다고 본다.

결론을 내리면 지역의 시청자들이 지역방송사의 프로그램 간에 채널 선택에 있어 영향을 받는 요인들은 ‘프로그램의 내용적인 면’, ‘지역 정보의 획득’이 가장 중요한 요인으로 들 수 있겠고, 중앙방송과 지역방송을 대응시켰을 때는 중앙방송보다 지역방송의 시청 이유로 ‘진행자’가 가장 중요한 요인으로 나타났다.

또, 지역의 시청자들은 지역 진행자가 지역 사람이라 친근해서 좋아 한다고 이야기 한다. 즉, 지역방송의 바람직한 프로그램 형태는 지역의 이야기를 담고 지역의 사람들이 출연을 하고 지역 진행자가 진행을 하는 것으로 분석된다. 물론 프로그램의 의도에 따라 약간의 차이는 있겠지만 이것이야말로 진정한 지역방송으로 나아가야 할 길이라고 본다.

대표적인 프로그램으로 TBC대구방송에 제작하는 아침 교양 프로그램을 들 수 있는데 지역에 국한되는 것을 탈피하기 위해 요즘은 각 지역의 민영방송과 한 코너씩 교류하고 있지만 지역의 모습을 가장 많이 담고 있는 지역의 한 프로그램이라 할 수 있다. 그리고 본 논문의 결론과 잘 부합되었던 프로그램으로 역시 대구방송의 “가슴을 열어라 튼튼!”이라는 지역 유일의 청소년 관련 프로그램이 있었는데 2002년 가을 개편에서 2년 6개월간의 긴 여정을 마치고 막을 내렸다. 이 프로그램은 순수 지역 진행자와 지역의 스태프와 지역 출신의 제작진들이 만들었던 프로그램인데, 아쉬운 것은 고등학교의 분위기가 대학입시의 전쟁과 같은 상황이라 적극적인 참여가 없었던 것이 아쉬운 점이라 하겠다. 특히 학부모들의 보이지 않는 간섭이 안타까움으로 남는다.

어쨌든 지역의 시청자들에게 지역의 진행자가 주는 의미는 결코 간과할 수 없는 것임을 알 수 있었고, 지역의 진행자들은 본 논문에서 밝혀진 지역 시청자들이 원하는 자질과 지역의 시청자들이 고쳐야 할 점으로 지적한 것을 인지하고 많은 노력을 해야 한다는 것을 강조하면서 본 논문을 정리하고자 한다.

제 2 절 연구의 한계 및 후속연구를 위한 제언

본 논문을 준비하면서 지역방송사에서는 가을 개편이 이루어졌다. 프로그램은 바뀌었어도 계속 방송에서 볼 수 있는 진행자가 있는가 하면 보이지 않는 진행자도 있다. 이유를 떠나서 본 연구자는 후자에 속하게 되었다. 물론 다른 방송사에서 라디오를 진행하고 있지만 아쉬운 것은 사실이다. 해서 본 논문을 위해 방송사의 선배들에게 자문을 구하기가 쉽지 않았다. 괜히 이 논문을 쓰는 것이 항변의 뜻으로 비취질까 걱정이 되었기 때문이다. 원래 방송이라는 것이 설 때도 있고, 다음에 다른 프로그램을 맡을 수도 있는 것이다. 이것을 이해하면서도 참

으로 이상한 것은 말고 있는 방송프로그램이 없을 때 그 방송사에 들르면 분위기가 그 전과는 너무나 다르다는 것이다. 이런 핑계로 현장의 상황을 생생하게 많이 전하지 못하는 것이 아쉬움으로 남는다.

본 논문을 진행하면서 느낀 가장 큰 벽은 시청자들의 선입견이다. 지역방송은 어딘가 모르게 부족하고 마음에 들지 않고 세련되지 못하다(촌스럽다)는 생각이 지배하기 때문에 설문 조사에서도 상당한 어려움을 겪었다.

그리고 모든 조사가 그렇겠지만 지역의 좀 더 다양한 대상들을 상대로 조사를 했더라면 하는 아쉬움이 남는다.

마지막으로 또 하나의 벽은 나 스스로의 벽이었다. 아무래도 프리랜서 진행자로 활동하고 있기 때문에 본인의 입장에서 주관적인 판단이 객관적인 시청자들의 판단을 잘못 이해하고 정리했을 수도 있다는 것이다. 그러나 나름대로 최선을 다 했음을 밝힌다.

The study on influence from TV program MC to the attitude of viewers

- centered on the viewing attitude of Dae-gu people -

Lee, Do-Hyun

Department of Journalism and Advertising
The Graduate School, Kyungju University

(Supervised by Professor Park, ki-tae)

<Abstract>

I have written this thesis to know what the local viewer think about local broadcast, compared with central channels, and to see what is the primary factor to watch it, and to analyze how much difference the 'TV MC' make on people's choice of channel.

For this, my thesis raised a few questions like below.

First, is there any difference on satisfactory degree in accordance with the population statistical classification about local broadcasting program?

Second, is there any difference on satisfactory degree in accordance with the population statistical classification about local 'TV MC'.

Third, what is the reason on any preference between local and central broadcasting.

Fourth, what is the necessary quality for the local 'TV MC' to get.

This thesis in chapter1 has an introduction for the goal and problem to the study, how it is carried out. Chapter 2 dealt with 'the character and pattern of TV MC' and 'their role and quality' as the summary of existing thesis which is relevant to my study. Chapter 3 dealt with the answer to the questionnaire by Dae-Gu citizens and its summary as well as its analysis. Chapter 4 included my proposal for the following study and outcome of up to now research the main result on problem to the research goes below.

First, according to a marriage or single and a monthly income and a job, satisfaction about the local broadcasting program on the field of statistics of population showed some difference.

Second, satisfaction about the local 'TV MC' showed some difference that is only depended on a marriage or single , that is generally a neutral tendency, however, a unmarried group had more unsatisfied tendency than a married one.

Third, When 'TV viewers' watch local broadcasting program. 'TV viewers' considerate 'TV MC' and contents in comparison with the central broadcasting program.

Fourth, The local viewers demand about the qualification of local broadcasting 'TV MC' is similar to the qualification of central broadcasting 'TV MC' such as good command of language, humor and truthfulness.

However the final result proposed in this paper is to be right, the local broadcasting station make an effort to promote local broadcasting 'TV MC' close to local people. Also the local broadcasting 'TV MC' need to make an effort for satisfying the several demands of 'TV

viewers'.

- 참고 문헌 -

- 단행본

- 김영임, [스피치 커뮤니케이션], 나남, 1998.
손용, 최창섭 공저, [방송제작론], 법문사, 1995.
이계진, “MC ■ 인터뷰 ■ DJ론”, KBS아나운서실 한국어연구회편, [아나운서 방송교본 II], 한국방송공사, 1990.
이기홍, 김우룡, 차배근, [매스컴 대사전], 한국 언론 연구원, 1993.
이정춘, [매스미디어 효과 이론] 서울 : 나남, 1994.
임백천, [아름다움을 만드는 남자], 신구미디어, 1983.
전석호, [정보사회론], 나남, 1996.

- 논문

- 김옥경, “라디오 방송 진행자의 역할과 자질에 관한 연구”,
연세대학교 언론홍보대학원 석사논문, 1995.
유협, “아나운서 전문화를 위한 연구”, 연세대학교 행정대학원 석사논문, 1987.
이금희, “텔레비전 프로그램 장르에 따른 진행자 선호도에 관한 연구”,
연세대학교 언론홍보대학원 석사논문, 1999.
이영수, “텔레비전 프로그램 장르별 진행자 특성이 진행자 및 프로그램 만족도에 미치는 영향”, 중앙대학교 신문방송대학원 석사논문, 2000.
이영현, “텔레비전 방송진행자에 관한 연구”, 중앙대학교 신문방송대학원 석사논문,
1996.
한신평, “한국방송 진행자의 현황과 과제”, 고위과정 연구논문,
연세대학교 언론홍보대학원, 1994.

- 간행물, 기타

[KBI NEWS 11월호], 한국영상산업진흥원, 2002.

[2001 TV 시청행태 연구], 방송위원회, 2001 . 11 .

김학천, ‘방송 전문인 양성을 위한 교육제도 및 내용에 관한 연구’,

92 방송문화진흥회 연구보고서, 1992.

서정우, ‘커뮤니케이션의 전문성’, 세계 커뮤니케이션의 해 유네스코 한국위원회, 1983.

한국 언론 연구원, ‘수용자 의식조사’, 1998.

한국방송개발원, ‘1992 방송정책연구 종합보고서’, 1992.

한국방송협회, ‘한국방송70년사’, 1997

설 문 지

안녕하십니까?

저는 경주대학교 일반대학원 언론광고학과의 학생입니다.

본 설문조사는 지역 텔레비전 진행자에 대한 지역 시청자들의 의식을 조사하는데 목적을 두고 있습니다. 지역 시청자들의 선호도에 대한 연구를 통해 지역 방송의 질적 성장과 방송 문화 발달을 도모하고, 시청자들의 의견을 방송에 반영하여 지역 시청자를 위한 방송으로의 전환을 모색할 수도 있을 것입니다.

선생님의 응답은 학술적인 연구 자료로만 사용되며 다른 목적으로는 절대 사용되지 않을 것입니다. 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내어 본 설문에 응해주시면 감사하겠습니다. 자세히 읽어보시고 솔직한 응답을 부탁드립니다.

감사합니다.

1. 지역 민영방송의 자체 제작 프로그램이 많을수록 지역성 구현에 도움이 된다고 생각하십니까?
1) 그렇다 () 2) 잘 모르겠다 () 3) 그렇지 않다 ()
2. 귀하는 지역방송이 제작하는 프로그램에 대해 어느 정도로 평가하십니까?
1) 매우 만족 () 2) 만족 () 3) 보통 ()
4) 불만족 () 5) 매우 불만족 ()
3. 진행자의 인기와 프로그램의 인기가 일치한다고 생각하십니까?
1) 매우 그렇다. () 2) 그렇다 ()
3) 모르겠다 () 4) 상관없다 ()
5) 전혀 상관없다 ()
4. 귀하는 지역방송의 진행자에 대해 어느 정도로 평가하십니까?
1) 매우 만족 () 2) 만족 () 3) 보통 ()
4) 불만족 () 5) 매우 불만족 ()

다음은 귀하의 채널선택 기준에 대한 질문입니다.

5. 귀하는 중앙방송 프로그램 가운데 어떤 방송 프로그램을 즐겨보십니까?
1) KBS 1 () 2) KBS 2 () 3) MBC () 4) SBS ()
6. 귀하가 중앙방송 프로그램을 시청하시는 이유에 대한 질문입니다.
각 항목마다 평가를 해주십시오.
- 1) 프로그램 내용이 재미있어서 시청한다.
매우 그렇다 약간 그렇다 보통이다 아닌 편이다 전혀 아니다
() () () () ()
- 2) 진행자가 마음에 들어서 시청한다.
매우 그렇다 약간 그렇다 보통이다 아닌 편이다 전혀 아니다
() () () () ()

3) 습득할 정보가 많아서 시청한다.

매우 그렇다	약간 그렇다	보통이다	아닌 편이다	전혀 아니다
()	()	()	()	()

4) 습관적으로 시청한다.

매우 그렇다	약간 그렇다	보통이다	아닌 편이다	전혀 아니다
()	()	()	()	()

7. 귀하는 중앙방송이 아닌 지역방송의 TV방송 중 어느 방송 프로그램을 즐겨보십니까?

1) 지역 KBS () 2) 지역 MBC () 3) TBC 대구방송 ()

8. 귀하가 해당 지역 방송사의 프로그램을 즐겨보는 이유에 대한 질문입니다.

각 항목마다 평가를 해주십시오.

1) 내용이 재미있어서 시청한다.

매우 그렇다	약간 그렇다	보통이다	아닌 편이다	전혀 아니다
()	()	()	()	()

2) 지역정보가 많으므로 시청한다.

매우 그렇다	약간 그렇다	보통이다	아닌 편이다	전혀 아니다
()	()	()	()	()

3) 습관적으로 시청한다.

매우 그렇다	약간 그렇다	보통이다	아닌 편이다	전혀 아니다
()	()	()	()	()

4) 진행자가 마음에 들어서 시청한다.

매우 그렇다	약간 그렇다	보통이다	아닌 편이다	전혀 아니다
()	()	()	()	()

다음은 진행자의 자격요건에 관한 질문입니다.

9. 아래는 일반적으로 텔레비전 프로그램 진행자가 갖추어야 할 자질을 열거한 것입니다. 방송 진행자에게 아래 각 항목은 어느 정도 중요하다고 생각하십니까? 귀하가 중요하다고 생각하는 정도에 따라 해당란에 ■로 표시해 주십시오.

	거의 중요하지 않다		보통이다		매우 중요하다
	1	2	3	4	5
좋은 외모	()	()	()	()	()
좋은 목소리	()	()	()	()	()
분명한 발음	()	()	()	()	()
언어구사력	()	()	()	()	()
신뢰감	()	()	()	()	()
냉철함	()	()	()	()	()
자신감	()	()	()	()	()
직업정신	()	()	()	()	()
학력	()	()	()	()	()
방송경력	()	()	()	()	()
인간미	()	()	()	()	()
겸손함	()	()	()	()	()
순발력/재치	()	()	()	()	()
유머감각	()	()	()	()	()

10. 지역 방송의 진행자에 대한 귀하의 생각 중에서 가장 먼저 고쳐야 할 점에 ■를 해주십시오.

- 1) 수준 이하의 언어사용 ()
- 2) 신중하지 못한 태도 ()
- 3) 학구적 자세 부족 ()
- 4) 편협한 생각 ()
- 5) 자만심 ()
- 6) 공인 정신 결여 ()
- 7) 대본 위주의 진행 ()
- 8) 프로그램에 대한 애정 결핍 ()
- 9) 기타 ()

11. 지역 방송의 진행자에 대한 귀하의 느낌 중 좋은 점에 ■를 해주세요.

- 1) 바른 언어를 사용한다. ()
- 2) 지역 사람이라서 친근감이 있다. ()
- 3) 지역의 의견을 많이 대변한다. ()
- 4) 외모가 마음에 든다. ()
- 5) 대본에 얽매이지 않고 자연스럽게 진행한다. ()
- 6) 프로그램에 애정을 갖고 진행을 한다. ()

12. 지역민들이 참여하는 교양프로그램의 진행자로 적합하다고 생각되는 사람을 선택하세요. (적합한 순서대로 번호를 기입해 주세요. 1-3번)

아나운서 () 전문 MC () 연예인 ()

13. 지역민들이 참여하는 오락프로그램의 진행자로 적합하다고 생각되는 사람을 선택하세요. (적합한 순서대로 번호를 기입해 주세요. 1-3번)

아나운서 () 전문 MC () 연예인 ()

14. 귀하는 전문 진행자의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까?
해당 번호에 ■를 해주십시오.

- 1) 반드시 전문 진행자나 아나운서가 진행하여야 한다. ()
- 2) 전문 진행자의 욕성이 바람직하다. ()
- 3) 꼭 전문 진행자가 아니라도 상관없다. ()
- 4) 전문 진행자의 필요성을 느끼지 못한다. ()
- 5) 기존 진행자에게 전문화 교육이 필요하다. ()

15. 귀하는 하루 평균 TV를 어느 정도 시청하십니까?

- 1) 1시간 미만 () 2) 1 - 2 시간 ()
- 3) 2 - 4 시간 () 4) 4 - 6 시간 ()
- 5) 6 시간 이상 () 6) 기타 (시간)

다음은 선생님의 신상에 관한 질문입니다.

1. 귀하의 연령은 얼마입니까? 만 ()세
2. 귀하의 성별은 무엇입니까? 여 () 남 ()
3. 귀하의 혼인 관계는? 기혼 () 미혼 ()
4. 귀하의 직업은 무엇입니까?
 - 1) 전업주부 () 2) 생산직 ()
 - 3) 사무관리직 () 4) 전문직 ()
 - 5) 자영업 () 6) 고등학생 ()
 - 7) 대학생 () 8) 무직 ()
 - 9) 기타 ()
5. 귀하의 학력은 무엇입니까?
 - 1) 중졸 () 2) 고졸 ()
 - 3) 대졸이상-전문대 포함 () 4) 기타 ()
6. 귀하의 월수입은 어느 정도입니까?
 - 1) 100만원 미만 ()
 - 2) 100만원 이상 ()
 - 3) 200만원 이상 ()
 - 4) 300만원 이상 ()

지금까지 설문에 임해주셔서 대단히 감사합니다.