

시청자 의견의 내용 및 형식  
유형별 분석 연구:  
시청자평가프로그램 시청자 게시판  
분석을 중심으로

김 기 태 (Kim, Ki-tai)\*

(E-mail :kkt0007@daum.net)

논문접수일 : 2012년 9월 27일  
논문심사일 : 2012년 10월 10일  
게재확정일 : 2012년 11월 20일

\* 학위취득대학: 서강대학교  
현직: 호남대학교 신문방송학과부교수

시청자 의견의 내용 및 형식  
유형별 분석 연구:  
시청자평가프로그램 시청자 게시판  
분석을 중심으로

<국문요약>

본 논문은 시청자 의견에 대한 기존 유형 연구의 틀을 이용하여 실제로 시청자평가프로그램을 통해 제시된 시청자 의견의 '내용'과 '형식'에 대한 실증적인 분석을 시도한 연구이다. 이를 통해 우리나라 시청자 의견의 실태 및 문제점을 찾아내고 능동적이고 적극적인 시청자 의견 활성화 방안을 모색하고자 하였다. 2011년 중 총 60일 동안 KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송 3사 <시청자평가프로그램>의 인터넷 시청자 게시판에 게재된 총 268건의 시청자 의견을 분석하였다. 분석 항목 시청자 의견의 '내용'으로는 장르, 대상, 평가 방향, 대안제시 유무를, 시청자 의견의 '형식'으로는 제기 수준, 제기 방식 등이 사용되었다. 분석 결과 시청자 의견의 장르별 분포는 오락(53.3%), 교양(16.4%), 보도(14.2%) 등으로 나타났다. 시청자 의견의 대상별 분포는 프로그램 내용(53.5%), 방송 제작 및 편성(43.1%), 방송 제도 및 환경(3.5%) 등으로 분석되었다. 시청자 의견의 평가 방향별 분포는 부정적 의견(89%)이 긍정적 의견(4.6)에 비해 압도적으로 높게 나타났다(중립적 의견, 6.5%). 대안 제시 여부별 분석 결과는 제안 제시가 없는 의견이 77.9%, 대안 제시가 있는 의견이 22.1%로 나타났다. 시청자 의견 제기 수준별 분포는 의견제시형(68.4%)이 주장관철형(31.6%)보다 높게 나타났으며, 시청자 의견 제기 방식별 분석 결과는 주관적서술(85.6%)이 객관적 서술(14.4%)보다 높게 분석되었다.

본 연구를 통해 나타난 현재 우리나라 지상파 방송 시청자 의견의 내용과 형식에 대한 분석 결과 앞으로 더 심층적인 연구가 필요한 과제와 영역들이 많이 도출되었다. 특히 본 연구에서와 같은 단순한 내용 분석 연구를 넘어 시청자 의견의 내용을 보다 다양하게 해석하고 읽어내는 기호학적 분석이나 시청자 대상 심층 인터뷰 조사 연구 등으로 확장해 나가는데 좋은 기반 연구가 될 것이다. 아울러 우리나라 시청자 의견 수립 시스템의 전반적인 흐름을 모델화하는 연구에도 유용하게 활용될 수 있을 것이다. 본 연구는 기존 시청자 의견 유형화 연구를 바탕으로 이를 실제적으로 분석하여 실증적인 분포와 특성을 찾아 분석하였다는데 의의가 있다. 본 연구 결과는 추후 시청자 피드백 시스템 구축 연구를 위한 기초 자료로도 활용될 수 있을 것이다.

**[ 주 제 어 ]** 시청자 의견, 시청자 주권, 시청자 피드백, 시청자 평가 프로그램

## I. 서론: 연구의 필요성 및 연구 목적

시청자 의견에 대한 정확한 이해는 시청자를 위한 방송 프로그램을 만드는 데 필수적인 과정이다. 시청자의 만족도를 높이기 위해서는 시청자들이 제작진과 방송사를 향해 전하고자 하는 메시지를 정확하게 파악하고 이를 바탕으로 프로그램을 제작하고, 방송사를 운영해야 할 필요가 있다. 아울러 시청자 또한 정확하게 자신들의 의견을 제작진과 방송사에 전달해야 시청자들이 원하는 방송 서비스를 제공받을 수 있다. 적극적이고 능동적인 시청자들의 활발한 의견 개진이 전제되어야 비로소 시청자를 위한 방송이 구현될 수 있기 때문이다(김정기 1999). ‘통찰력 있는 비판적 안내자’(주창윤·최영목 2000)로서의 시청자 역할이 중요한 시대가 된 것이다. 이렇듯 방송사와 시청자 사이에는 시청자 의견의 전달과 수립이라는 과정을 통해 끊임없는 의견

교환이 이루어질 때 바람직한 쌍방향 커뮤니케이션이 가능해진다. 이는 곧 시청자 피드백 시스템 구축을 통한 방송사의 시청자 주권 보장 과제와도 유사한 맥락에서 논의될 수 있는 명제이다(설진아 2005).

아울러 이러한 능동적 시청자론과 시청자 운동론은 ‘깨어있는 시민’ 즉, 시민성 함양이란 주제와도 연관된다. 시청자 운동 또는 미디어 교육은 곧 시민운동의 실천적 부문운동으로 분류할 수도 있기 때문이다. 따라서 능동적이고 적극적인 시청자들이 제기하는 시청자 의견에 대한 분석을 시도한 본 논문은 곧 시민의식 또는 시민성 함양을 위한 실천적 논의 차원에서도 의의가 있는 연구라고 할 수 있을 것이다.

능동적이고 적극적인 시청자 의견에 대한 연구는 시청자 주권의 실현 차원에서 논의될 수 있는 매우 실천적 연구 주제 중 하나이다. 시청자 주권 보장의 필요성과 중요성을 강조하는 당위적 명제 중심의 논의를 보다 구체화할 수 있는 연구 영역이라고 할 수 있기 때문이다. 그런만큼 시청자 주권에 대한 보다 구체적이고 실효성있는 연구가 필요한 시점이다.

시청자의 의견이나 요구사항은 방송사를 통해 전달되는 통로와 방송사 외의 기관이나 단체를 통해 전달되는 통로로 나눌 수 있다. 방송사내의 통로로는 우선 방송사에 설치된 대 시청자 서비스부서를 비롯하여 각 프로그램 및 해당 부서, 시청자위원회, 시청자평가프로그램(일명 옴부즈만 프로그램), 시청자참여(제작) 프로그램 등을 들 수 있다. 이 외에 방송사 밖의 통로로는 방송통신위원회 시청자권익보호위원회(구 시청자불만처리위원회), 언론중재위원회 등 제도적인 통로와 시청자시민운동 단체의 모니터보고서, 성명서 등을 비롯하여 신문 잡지 등에 게재된 방송비평 및 기사 등이 있다(김기태 2008). 한편 시청자 의견이나 요구사항을 전하는 구체적인 채널로는 전화, 팩시밀리, 인터넷, 편지, 직접방문, 공식서신 및 성명서, 광고 등 다양한데 최근에는 인터넷을 이용한 의견 접수가 가장 활발하게 이루어지고 있다.

이 중 본 연구에서는 시청자 주권 보장을 위한 대표적인 제도적

장치로서의 피드백 통로인 시청자평가 프로그램 인터넷 시청자 게시판 등을 통해 제기되는 시청자 의견을 실증적으로 분석하여 능동적 시청자 의견의 내용과 형식에 대한 유형별 분포와 특성에 대한 실증적 자료를 수집 분석하고자 하였다. 즉, 본 연구는 이와 같은 시청자 의견의 내용 및 형식에 대한 실증적 자료 분석을 통해 우리나라 시청자 의견의 실태 및 문제점을 찾아내고 능동적이고 적극적인 시청자 의견 활성화 방안 모색을 위한 후속 논의의 기초자료를 제공하기 위한 목적으로 이루어졌다.

## II. 관련 이론 및 선행 연구

### 1. 관련 이론

#### 1) 능동적 수용자론

수용자 개념의 변화에 관한 논의의 역사는 길다. 1920년대 시작된 미국에서의 미디어 효과이론 연구는 곧 수용자 연구의 또 다른 반영이기 때문이다. 그러나 이런 초기 언론학 연구에서의 수용자 연구는 어디까지나 미디어 효과를 보다 정확하게 측정하고 확인하기 위한 수단으로 이루어졌을 뿐 진정한 의미에서의 수용자 중심 연구라고 하기는 어렵다. 이에 반해 본 연구에서 주목하고 관심을 가지는 수용자론은 능동적이고 적극적인 수용자 즉, 스스로의 권리를 보장받기 위해 자신들의 의견을 적극적으로 개진하고 행동하는 주체적인 수용자들 중심의 논의이다. 그동안 대부분 커뮤니케이션 또는 미디어 관련 논의나 연구가 주로 생산자 중심으로 전개되었던 것에 비해 최근에는 수용자 중심 논의가 급격히 증가하고 있다.

물론 그동안의 미디어 관련 연구에 있어서 수용자 중심 연구가 전혀 없었던 것은 아니지만 이들 연구나 관심의 대상이 주로 수용자를 보다 효과적으로 공략하기 위한 전략 차원에서 이루어졌다는 점에서

차이가 있다. 이에 반해 수용자를 선택성과 적극성에 입각한 이성적 존재로 파악하고 수용자의 능동성을 중심으로 논의를 전개하는 연구 경향을 능동적 수용자론(Active Audience)이라고 분류할 수 있다(이강수 1989). 능동적 수용자론에 의하면 수용자는 스스로 주체적인 입장에서 매체와 그 속에 담긴 내용을 자신의 욕구와 필요에 의해 주관적이고 자주적으로 선택한다고 보는 입장이다. 한편, 능동적 수용자 개념은 다분히 도덕적, 이데올로기적 의미를 내포하고 있는데 이러한 능동적 수용자론은 언론학에 있어서 인간주의적 접근의 시도를 위한 발판으로 보는 경향도 있다(안정임 2007).

따라서 수용자가 능동적인가 아니면 수동적인가의 여부를 규명하는 이론적 논쟁이 중요한 게 아니라 도구로서의 미디어에 대해 인간은 당연히 능동적인 수용자가 되어야 하고 그러기 위해 개인 및 집단 차원에서 실행에 옮겨야 할 실천과제들이 보다 강조되는게 중요하다는 입장이다. 본 연구의 분석 대상인 시청자평가프로그램 인터넷 게시판에 나타난 시청자 의견은 바로 이러한 능동적 시청자론의 이론적 바탕으로부터 도출된 분석 대상이라고 할 수 있을 것이다.

#### 2) 인터넷과 새로운 수용자론

신기술 커뮤니케이션 테크놀로지의 급속한 발전 추세에 따라 수용자 개념의 변화도 함께 나타났다. 기존 수용자 연구에서 사용하던 수동성과 능동성 개념은 참여성이라는 개념으로 대체되었다. 다음과 같은 디지털 뉴미디어 시대 새로운 수용자의 특성(안정임 2007)은 본 연구에서 주목하고 인터넷 게시판에 자신의 의견을 제시하는 시청자들을 이해하는데 매우 중요한 시사점을 제공한다.

첫째, 뉴미디어 시대, 새로운 수용자는 메시지의 이용자인 동시에 생산자이다. 전통적 수용자 연구에서의 능동성은 주어진 미디어 환경 내에서의 능동성이었지만, 뉴미디어의 이용자가 갖는 능동성은 정보를 이용함과 동시에 정보를 제공하는 차원으로 까지 발전한다. 타인

에 의해 제공되는 메시지를 단순히 소비하는 존재가 아니라 자신의 메시지를 창출하고 그 메시지의 소비자를 적극적으로 찾아 나서는 정보의 생산자인 동시에 소비자인 것이다.

둘째, 새로운 수용자들은 보다 많은 정보를 요구함은 물론 동시에 다양한 정보에 접하기를 원한다. 특히 수용자 개개인의 취향과 욕구에 맞는 정보 수용에 보다 적극적이다. 이러한 새로운 수용자 의식의 변화추세는 곧 쌍방향 커뮤니케이션 매체의 출현이라는 기술발전과 그 궤를 같이 하면서 나타나고 있다

셋째, 새로운 수용자들은 갈수록 실용적이거나 오락적인 정보에 더 적극적이다. 과학, 의학의 발달을 비롯한 기술적 진전은 인간의 수명을 연장하여 고령화 사회를 도래시키고 각종 자동화 추세는 노동개념의 변화와 여가에 대한 기존 인식을 근본적으로 뒤바꿔 놓고 있기 때문이다.

넷째, 새로운 수용자들은 미디어를 단순히 메시지를 주고 받는 도구로 한정하지 않고 자신의 욕구와 의도대로 메시지 즉, 정보를 가공, 편집하고 선별, 창조하는 방식으로 자유롭게 이용하고 있다. 아울러 과거와는 비교할 수 없을 만큼 뉴미디어 이용자들은 참여적이어서 자신의 필요에 따라 다양한 콘텐츠에 마음껏 접촉할 수 있게 되었다.

이상과 같은 새로운 수용자론의 특성을 바탕으로 본 연구의 목적인 능동적 시청자 의견 분석을 위한 시청자평가프로그램 인터넷 시청자 게시판 분석의 근거를 마련하였다.

### 3) 시청자 의견에 관한 연구

시청자 의견은 그동안 시청자 의견의 개념 및 범주, 내용과 종류, 제기 방식과 성격 등으로 유형화하여 분류하였다(김기태 2005). 위 연구에서 제시된 시청자 의견 분류표를 바탕으로 본 연구에서는 구체적인 시청자 의견 분석 방법과 분석 기준을 설정하는데 이론적, 방법론적 근거로 활용하였다.

<표1> 시청자 의견 분류표

범주	분류기준	분류내용
누가	시청자 유형	수동적(소극적) 시청자/ 능동적(적극적) 시청자
	시청자 성격	개인시청자/ 이익집단/ 공공집단
무엇에 대해	대상 범주	방송 내용(CONTENT)/ 방송구조(STRUCTURE)
	대상 장르	보도/ 교양/ 오락/ 기타
어떤 방식으로	제기 수준	의견 사항/ 요구 사항
	제기 성격	칭찬과 격려/ 불만과 고충/ 대안과 제언
	제기 방식	객관적 논의/ 주관적 주장
어디를 통해	제기 장르	방송사내/ 방송사외
	수령 통로	인터넷/ 전화/ FAX/ 편지/ 방문/ 기타

출처 : “시청자 의견 수립 및 반영 체계 연구” (김기태 2005, 34)

즉, 시청자 의견과 요구는 누가, 무엇에 대해, 어떤 방식으로, 어떤 통로를 통해 제기하느냐의 여부에 따라 다양한 개념 및 범주화가 가능하다. 이는 곧 어떤 의견과 요구를 보다 적극적으로 수용할 것인가의 당위와 우선순위를 정하는데도 필수적으로 요구되는 과정이다. 우선 대부분 시청자 의견과 요구는 구체적인 방송 프로그램 즉, 내용(content)에 관한 것들이다. 주로 시청자들은 방송 프로그램을 통해 방송과 만나기 때문에 당연한 결과라 할 수 있겠다. 이에 비해 방송 또는 사회 환경 즉 방송을 둘러싸고 있는 제반 구조적 문제(structure)들도 시청자 피드백의 대상이 될 수 있다. 즉, 개별 프로그램에 대한 시청자들의 다양한 의견 또는 요구사항이 전자에 해당된다면 방송 제작 시스템이나 방송운영 또는 방송 관련 법제도에 관한 의견이나 요구는 구조적 문제에 포함된다. 따라서 의견을 수용하고 요구를 받아들이기 위해서는 제기된 문제들이 프로그램에 관한 것인가

아니면 구조적인 차원에서 변화를 원하는 내용인가에 대한 논의가 필요하다. 한편, 방송 프로그램 중에서도 어떤 장르 또는 프로그램 종류에 대해 시청자들의 의견과 요구가 주로 제시되는가의 여부도 중요하다. 이 경우 다양한 분류 방식이 사용될 수 있겠으나 전통적으로 사용되고 있는 분류방식인 보도, 교양, 오락 그리고 기타 장르 또는 프로그램 등으로 나누고 있다. 왜냐하면 장르별 특성에 따라 시청자 의견 및 요구에 대한 수용방안이 다르게 마련되어야 할 것이기 때문이다.

다음으로는 어떤 방식과 성격으로 시청자들의 피드백이 제기되는가의 문제이다. 먼저 제기 수준으로 분류해 보면 비교적 단순한 <의견>과 적극적인 <요구>로 나누어 볼 수 있다. 물론 개념적으로는 적극적인 의견이나 소극적인 요구도 있을 수 있겠으나 논의의 편의상 여기서 시청자 <의견>은 비교적 시청자의 주관적인 느낌이나 가벼운 조언에 해당되는 수준을 가리키는 반면, 시청자 <요구>는 보다 구체적이고 신속한 방송사의 반응을 촉구하는 적극적인 주문을 말한다. 따라서 방송사가 시청자의 의견과 요구에 대해 효율적으로 수용하기 위한 방안을 마련하기 위해서는 시청자들의 주문에 대한 보다 체계적인 분류와 정확한 파악이 선행되어야 한다.

시청자 의견과 요구사항도 성격에 따라 칭찬과 격려, 불만과 고충, 대안과 제시 등으로 나누어 볼 수 있다. 이 중 마지막 대안과 제시는 앞의 두 가지의 성격과 함께 제시될 수 있는 내용이기 때문에 사실상 시청자 의견이나 요구는 <칭찬과 격려>와 <불만과 고충>으로 나누어진다. 즉 방송의 긍정적인 측면을 강조하는 내용과 부정적인 부분을 지적하는 내용으로 구분 할 수 있는데 이에 따라 방송의 대응 방식은 상대적으로 달라질 수밖에 없다.

아울러 의견이나 요구사항을 제기하는 방식에 있어서도 객관적인 논리를 바탕으로 한 경우와 주관적인 자신의 주장을 토대로 한 경우로 나누어 볼 수 있다. 즉, 과학적이고 합리적인 논리를 통해 방송사에 의견이나 요구사항을 전달하는 수준 높은 주문과 개인적인 느낌과 일방적인 자기 주관에 기초한 막무가내식 주장을 쏟아내는 곤혹스런

시청자 의견이나 주장이 있을 수 있다.

## 2. 선행 연구

김정기(2001)는 KBS-1TV <환경스페셜> 인터넷 게시판에 올려진 시청자 의견을 분석하였다. 분석은 시청자들의 참여 유형별 현황과 특성을 밝히는데 초점을 맞추었는데 분석결과 개인적 참여, 프로그램에 대한 공동체적 참여, 제작 관련 방송사 정책수립 과정에의 참여 그리고 프로그램 제작 방향에 대한 참여 등 4개의 시청자 참여 유형이 추출되었다. 또한 인터넷 게시판 분석 결과 시청자는 기존 시청자 유형인 적극적인 시청자, 지각하는 수용자, 저항하는 수용자, 비판적인 수용자(김정기 1999) 등의 모습을 보여주는 것으로 확인되었다. 한편, 시청자들은 게시판을 통해 부정적 비난 일변도인 전문가 비평의 일반적 관행과는 다르게 비판적 의견과 동시에 긍정적인 옹호에도 적극적인 모습을 보여 주는 것으로 분석되었다. 이상과 같은 연구 결과를 통해서 그동안 별다른 관심을 보이지 않고 연구의 대상으로 채택되지도 못했던 시청자 의견에 대한 보다 적극적인 연구의 필요성을 찾아 낼 수 있을 것이다.

한희정(2002)은 인터넷의 등장으로 방송사와 시청자간 쌍방향적 상호작용이 활발해지고 있다는 사실에 주목하여, 인기 드라마 시청자 게시판 분석을 통해 시청자 의견의 해독을 시도하였다. 분석 결과 인터넷 게시판을 통한 시청자 의견의 대부분은 드라마를 둘러싼 매우 세부적이면서도 구체적인 문제들에 대한 주관적 의견 제시에 관심을 보일 뿐 저항적, 비판적 해독은 거의 하지 못하는 것으로 분석되었다. 아울러 특정 프로그램 대상 시청자 의견이 아닌 방송사 전반에 대한 능동적이고 적극적인 시청자 의견 분석이 연구 목적인 본 연구와는 다소 상반된 연구라고 할 수 있을 것이다.

조의진(2005)은 인터넷을 이용한 시청자와 제작진 간 상호작용성에 대한 연구를 통해 시청자의 변화 양상에 대해 분석하였다. 연구 결

과 홈페이지에 개진된 시청자 의견은 제작진들에게 단순한 참고 자료 이상의 의미를 가지고 있는 것으로 나타났다. 따라서 더 정교하고 과학적인 분석들과 연구 방법을 개발하여 보다 정확한 시청자 의견을 분석할 필요가 있다는 점을 일깨워 주는 연구 결과라고 할 수 있을 것이다.

한편, 방송 매체 수용자로서의 시청자 의견 연구는 신문 매체의 독자 연구 결과를 통해서도 많은 유용한 시사점을 얻을 수 있다. 물론 기본 매체적 속성 상 방송과 신문은 많은 차이점이 있지만 대중매체 수용자라는 점에서는 상당부분 공통성도 지니고 있기 때문이다. 이중 대표적인 연구 주제가 바로 독자 투고 연구인데, 주로 독자 투고의 내용, 독자투고자의 특성 등을 중심으로 연구가 이루어졌다는 점에서 시청자 의견 분석을 위한 본 논문의 연구 성격 상 독자 투고의 내용 연구는 유용한 선행 연구라고 할 수 있을 것이다(조아라·이건호 2011; 우병동·임양준 2006). 분석 기간 동안 투고자 중 전문가나 사회단체 소속 독자들이 늘어나고 특정 기사에 대한 반응을 명기함으로써 사용자 피드백 기능을 확실히 한 내용의 투고들이 증가하고 있었다. 이런 점에서 본 연구의 기본 바탕이 되는 시청자 피드백 시스템 차원의 분석을 위해서도 유용성을 제공하는 연구라고 할 수 있겠다.

### III. 연구 문제 및 연구 방법

#### 1. 연구 문제

시청자들이 자신들의 의견을 방송사에 전달하는 통로는 다양하다. 직접 해당 프로그램 제작진을 방문하여 의견을 전하는 방법에서부터 전화, e-mail, FAX, 인터넷 등 각종 매체를 통한 전달 그리고 방송통신심의위원회, 방송통신위원회 불만처리위원회 등 관련 공적 기구를 통한 의견 전달 등 다양하다. 이 중 본 논문은 방송사에 전달되어오는 다양한 시청자 의견의 종류 및 유형을 실증적으로 분석하기 위한 연

구이다. 특정 방송사 또는 방송 프로그램에 대한 시청자 반응으로서의 시청자 의견 연구는 시청자에 대한 보다 정확한 이해를 위해 매우 중요한 연구 대상이 아닐 수 없다.

그런데도 그동안 시청자 의견에 관한 연구는 주로 능동적 시청자론이나 시청자 주권론 등 방송사의 피드백 시스템 강화라는 차원에서 당위론적이고 규범론적으로 이루어져 왔다. 물론 방송사에 대한 시청자들의 적극적인 의사 표시 자체가 곧 방송사와 시청자 사이의 소통을 원활하게 만드는 기본 전제라는 점에서 그동안의 연구 성과는 상당한 의미를 지닌다. 그러나 보다 다양한 시청자 연구 또는 시청자 의견 연구를 위해서는 실증적인 조사 분석 연구 결과의 축적이 필요하다. 아울러 시청자 의견에 대한 정확한 파악과 분석은 시청자와 방송사 간 소통(communication)의 중요성이 갈수록 강조되고 있는 현실에서 매우 의미있는 자료를 제공할 수 있다.

본 연구는 능동적이고 적극적인 시청자들의 의견이 활발하게 제시될수록 시청자 주권을 보장하는 시청자 피드백 시스템이 제대로 가동될 것이란 전제하에서 시청자 의견의 유형을 나누고 이에 따른 구체적인 시청자 의견을 유형별로 내용 분석하였다. 즉, 어떤 유형의 시청자 의견이 시청자평가프로그램 게시판을 통해 방송사로 주로 제시되는지를 경험적으로 분석함으로써 바람직한 시청자 의견 내용과 제시 방식에 대한 논의의 바탕으로 삼고자 하였다. 앞에서 살펴본 바와 같이 그동안 연구된 관련 선행 연구 결과들을 종합하여 다음과 같은 연구문제를 추출하였다.

**<연구문제 1>. 시청자 의견의 내용(장르, 대상, 평가 방향, 대안제시 여부)은 어떠한가?**

- ① 제기되는 시청자 의견의 장르별 분포와 특성은 어떠한가?
- ② 제기되는 시청자 의견의 대상은 어떠한가?
- ③ 제기되는 시청자 의견 중 긍정적인 내용과 부정적인 내용의 비율은 어떠한가?

④ 대안을 제시한 시청자 의견은 어느 정도인가?

**<연구문제 2>. 시청자 의견의 형식(제기 수준, 제기 방식)은 어떠한가?**

- ① 시청자 의견 중 단순 ‘의견제시형’과 ‘주장관철형’의 비율은 어느 정도인가?
- ② 제기 방식에 있어서 객관적 서술과 주관적 서술의 비율은 어느 정도인가?

**2. 연구방법**

**1) 분석 대상 및 분석 절차**

본 연구는 방송사로 전달되는 다양한 시청자 의견 제시 통로 중 1990년 방송법 제정시 시청자 주권 보장을 위한 제도적 장치의 하나로 법정 프로그램이 된 시청자평가프로그램을 통한 의견 제시 내용을 분석 대상으로 삼았다. 시청자평가프로그램은 1993년 방송3사가 시청자 주권 보장을 위한 의지의 표현으로 옴부즈만 프로그램을 신설하여 자율적으로 방송해 오다가 2000년 <방송법>(이른바 통합방송법) 제정시 부터 의무편성 조항에 의거해 제작하는 법정 프로그램이 되었다. 현재는 KBS의 <TV비평 시청자 데스크>, MBC의 <TV속의 TV>, SBS의 <열린TV 시청자 세상> 등의 이름으로 방송되고 있다. KBS, MBC, SBS 등 3개 지상파 방송사의 시청자평가프로그램 시청자 게시판에 남긴 시청자 의견을 내용 분석하였으며, 분석 시기는 임의로 선택한 2011년 3월, 6월, 9월, 12월, 4개월 동안 매월 전반기 즉, 1일부터 15일 까지 총 60일 동안 제시된 시청자 의견이었다.

**2) 분석 기준 및 주요 변수의 측정**

분석은 연구 문제를 중심으로 다음과 같은 총 6개의 시청자 의견 유형별 분석 항목을 설정하고 각 항목마다 세부 분석 기준을 작성하

여 내용 분석하였다.

**(1) 시청자 의견의 장르별 분포(보도/교양/오락/기타)**

시청자 게시판을 통해 제시되는 시청자 의견은 주로 어떤 장르별 분포를 나타내는가를 알아보기 위한 항목이다. 기본적으로 전파(공중파)를 이용하고, 종합편성을 원칙으로 하고 있는 지상파 3사의 경우, 현재 우리나라에서는 보도, 교양, 오락 프로그램의 장르별 편성 비율을 일정 수준으로 유지하도록 법제화함으로써 장르간 균형을 이루도록 유도하고 있다. 각 장르의 구분은 <방송법> 제11조(방송분야등의 고시), <방송법 시행령> 제50조(방송프로그램의 편성등)에 명시되어 있는 내용을 참조하여 분석에 사용하였다.

**(2) 시청자 의견의 대상별 분포(프로그램 내용/제작 과정 및 편성/방송 제도 및 환경)**

시청자 의견의 대상이 주로 어떤 분포를 이루고 있는지를 분석하기 위한 항목이다. 먼저, 특정 프로그램에 관련된 내용인지를 비롯하여, 프로그램 제작·편성에 대한 의견, 그리고 방송 제도 및 환경 전반에 관련된 내용인지를 분석하였다.

**(3) 시청자 의견의 평가 방향(긍정적 의견/부정적 의견/중립적 의견)**

시청자평가프로그램의 시청자 게시판을 통해 제시되는 의견의 평가 방향에 대한 특성을 알아보기 위한 항목이다. 시청자 의견은 크게 칭찬과 격려 중심의 긍정적 의견과 불만과 고충 그리고 비판적인 내용을 담은 부정적 의견으로 나누어 질 수 있다. 따라서 분석을 통해 우리나라 공중파 TV 3사의 시청자들은 주로 어떤 내용의 시청자 의견을 주로 제시하는지를 살펴보고자 하였다. 분석 과정에서 긍정적 내용과 부정적 내용이 함께 제시된 경우, 전체 맥락에서 보다 강조하고 있는 의견의 방향을 채택하되 구분이 어려울 정도로 내용이 균등

하게 혼재되어 있는 의견의 경우에는 중립적 의견으로 처리하였다.

#### (4) 대안 제시 유무

시청자 의견이나 불만 중에 시청자 입장에서 대안을 제시한 경우가 얼마나 되는지를 살펴보고자 하였다. 기존 시청자 의견 관련 연구 결과를 보면 대안 제시는 없고 비판만 있는 경우나 비판을 위한 비판, 칭찬을 위한 칭찬 등이 많다는 지적(김기태 1999) 등이 적지 않은데 이에 대한 구체적인 실증 자료를 추출하고자 한 항목이었다.

#### (5) 시청자 의견의 제기 수준(의견 제시형/요구 관철형)

시청자 의견의 제기 수준별 특성을 알아보기 위한 항목이다. 시청자 의견에 대한 선행 연구 결과를 살펴보면 특정 프로그램이나 방송 전반에 대한 자신의 의견을 단순하게 제시하는 의견 유형과 특정한 내용의 견해를 방송사가 수용하기를 강력하게 원하는 요구형으로 나누어진다. 단순 의견 제시형에 비해 특정한 요구를 관철하고자 촉구하는 의견들이 상대적으로 보다 적극적인 시청자 의견으로 분류할 수 있을 것이다.

#### (6) 시청자 의견의 제기 방식(객관적 서술/주관적 서술)

시청자 의견의 제시 형식별 특성 중 매우 중요한 변수 중 하나가 시청자 의견의 제기 방식이다. 본 연구에서는 이를 객관적 서술과 주관적 서술로 나누어 분석하였다. 즉, 특정한 사안에 대해 의견을 제시 하면서 객관적인 근거와 논리를 바탕으로 의견 내용을 서술했는가 아니면 주관적인 서술 방식으로 표현했는가를 살펴보는 항목이다. 예를 들면, 프로그램 중 지명, 성명, 숫자 등 명백한 근거에 의거해서 의견을 제시한 경우와 자신의 주관적 느낌과 평가를 담은 의견의 경우를 나누어 분석하였다.

### 3) 코더 간 신뢰도

본 논문의 분석은 대학원 학생 1명과 본 연구자가 함께 실시하였다. 전체 코딩을 시작하기에 앞서 분석 기준 및 주요 변수의 측정 항목에 대한 협의와 논의를 거쳐 서로 이견을 줄이는 방식으로 진행하였다. 전체 분석 대상 데이터 중 약 10%의 시청자 의견을 무작위 추출하여 코딩한 코더 간 신뢰도는 코헨의 카파(Cohen's Kappa)값을 통해 검증했는데, 항목별 신뢰도 계수가 시청자 의견의 장르별 분포 0.96, 시청자 의견의 대상별 분포 0.92, 시청자 의견의 평가 방향 0.93, 대안 제시 유무 0.95, 시청자 의견의 제기 수준 0.92, 시청자 의견의 제기 방식 0.88 등으로 나타나 코딩 결과를 신뢰할 수 있는 수치로 보고 전체 코딩을 진행하였다.

## IV. 연구결과 및 논의

분석 기간인 2011년 3월, 6월, 9월, 12월의 매월 전반기 15일씩 총 60일 동안 KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송 3사의 시청자평가프로그램 시청자 게시판을 통해 제기된 시청자 의견은 총 268건이었다. 이 중 각 방송사별 시청자 의견 건수는 KBS 121건(45.1%), MBC 78건(29.1%), SBS 69건(25.7%) 순으로 나타났는데 KBS에 제기된 분석 대상 시청자 의견이 많은 이유는 다른 방송사에 비해 채널수가 더 많기 때문인 것으로 판단된다. 한편 월별 시청자 의견 건수는 3월 80건(29.9%), 6월 56건(20.9%), 9월 70건(26.1%), 12월 62건(23.1%) 등으로 집계되어 비교적 골고루 분포된 것으로 나타났다.

### 1. 시청자 의견의 '내용'에 대한 분석 결과:

#### <연구문제 1>

#### 1) 시청자 의견의 장르별 분포 및 특성

시청자 의견의 장르별 분포는 <표2>에서 알 수 있듯이 오락 프로그램에 대한 의견이 144건(53.7%)으로 전체 의견의 절반 이상을 차지

했고, 교양 44건(16.4%), 보도 38건(14.2%)의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 기존 시청자 의견 장르별 분포와 크게 다르지 않은데, 시청자들의 관심이 보도나 교양 프로그램보다는 오락 프로그램에 보다 집중하는 경향이 있다는 분석과 오락 프로그램에 대한 불만과 비판이 여전히 다른 장르에 비해 압도적으로 많다는 분석이 동시에 가능하다. 따라서 방송사로서는 오락 프로그램에 대한 불만과 비판의 내용에 대한 보다 면밀한 분석과 검토를 통해 시청자 만족도를 높이도록 노력해야 할 것이며, 동시에 오락 프로그램에 대한 긍정적 평가 의견 비율을 높이기 위한 대안 모색이 필요하다고 하겠다. 한편, 장르별 분포의 방송사별 특성을 분석한 결과 통계적인 유의성은 보이지 못했으나 오락 프로그램 관련 시청자 의견은 MBC(62.8%), KBS(54.5%), SBS(42.0%)의 순으로, 그리고 보도 프로그램 관련 의견은 SBS(17.4%), MBC(14.1%), KBS(12.4%)의 순으로 의견을 제기하는 비율 분포를 나타내었다.

<표2> 시청자 의견의 장르별 분포

	보도	교양	오락	기타	계
KBS	15(12.4)	20(16.5)	66(54.5)	20(16.2)	121(100)
MBC	11(14.1)	13(16.7)	40(62.8)	5(6.4)	78(100)
SBS	12(17.4)	11(15.9)	29(42.0)	17(24.6)	69(100)
계	38(14.2)	44(16.4)	144(53.7)	42(15.7)	268(100)

$\chi^2=11.63$ ,  $df=6$ ,  $p=0.71$

한편, 시청자 의견의 대상별 특성과 장르별 특성과의 관계를 분석한 결과는 <표3>과 같은데, 보도와 교양 프로그램 관련 시청자 의견은 방송 제작 및 편성 관련 의견에 비해 주로 프로그램 내용 관련 의견이 많은데 비해 오락 프로그램에 대한 시청자 의견은 주로 내용보다는 방송 제작 및 편성 분야에 대한 의견이 더 많은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 보도와 교양 프로그램의 경우는 개별 프로그램에

나타나는 문제점을 중심으로 시청자 의견이 집중하는 경향이 있는 반면, 오락 프로그램의 경우는 그동안 반복, 지적되어 온 오락물에 대한 개별 프로그램별 비판보다는 이미 관행이나 경향으로 굳혀진 제작 또는 편성 차원에 대한 지적이 더 많다는 분석이 가능하다. 따라서 오락 프로그램에 대한 시청자들의 불만을 줄이기 위해서는 개별 프로그램별 개선 대책보다는 제작 관행 및 편성 차원의 개선 대책을 보다 적극적으로 모색해야 할 것이다.

<표3> 시청자 의견의 대상에 따른 장르별 분포

	보도	교양	오락	기타	계
프로그램 내용	28(20.1)	31(22.3)	75(54.0)	5(3.6)	139(100)
제작 및 편성	10(8.9)	12(10.7)	68(60.7)	22(19.6)	112(100)
제도 및 환경	0(0.0)	1(11.1)	1(11.1)	7(77.8)	9(100)
계	38(14.6)	44(16.9)	144(55.4)	34(13.1)	260(100)

$\chi^2=57.67$ ,  $df=6$ ,  $p<0.001$

평가 방향과의 관계를 분석한 결과는 <표4>에서 알 수 있듯이 보도 프로그램 관련 시청자 의견은 부정적 의견이 차지하는 비율(15%)이나 중립적 의견이 차지하는 비율(17.6%)에 비해 칭찬이나 격려 등 긍정적 의견이 차지하는 비율(0%)이 전무한데 반해, 교양 프로그램이나 오락 프로그램의 경우는 긍정적인 의견이 차지하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 이러한 결과는 보도 프로그램에 대한 개선 과제가 다른 장르에 비해 상대적으로 훨씬 시급하고 중요하다는 점을 시사해 준다고 볼 수 있겠다. 이는 최근 한국 언론의 저널리즘 실종과 관련한 다양한 논의와도 관련이 있는 문제 제기로 보도의 공정성과 정확성을 높이기 위한 방송사의 적극적인 대책 마련이 시급하다는 점을 다시 한번 일깨워주는 결과라고 할 수 있을 것이다.

<표4> 시청자 의견의 평가 방향에 따른 장르별 분포

	보도	교양	오락	기타	계
긍정적 의견	0(0.0)	6(50.0)	5(41.7)	1(8.3)	12(100)
부정적 의견	35(15.0)	36(15.4)	135(57.7)	28(12.0)	234(100)
중립적 의견	3(17.6)	2(11.8)	4(23.5)	8(47.1)	17(100)
계	38(14.4)	44(16.7)	144(54.8)	37(14.1)	263(100)

$\chi^2=28.28$ ,  $df=6$ ,  $p,0.001$

한편, 시청자 의견의 내용은 단순 ‘의견’과 특정한 ‘주장’으로 나눌 수 있다. 즉, 프로그램에 대한 자신의 느낌 등을 제작진에게 단순하게 전달하거나 게시판을 통해 다른 사람들과 나누고자 하는 목적으로 의견을 남기는 경우와 자신의 특정한 생각을 통해 프로그램이나 제작진의 변화를 촉구하는 강력한 주장으로 구분할 수 있다. 이와 같은 시청자 의견의 제기 수준에 따른 장르별 분포는 <표5>에서 볼 수 있듯이 보도 프로그램에 관한 의견은 주장 관찰형(8.4) 의견보다는 의견 제시형(17.2%) 시청자 의견의 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 이러한 결과는 보도 프로그램에 대한 시청자 의견은 자신의 주장을 적극적으로 제시하는 유형보다는 개별 보도 내용에 대한 자신의 의견을 표시하는 형태의 시청자 의견이 더 활발하다는 점을 일깨워주는 결과이다. 즉, 보도 프로그램에 관해서 시청자 들은 해당 프로그램의 내용에 대한 찬반 의견을 비교적 단순하게 전달하는 수준에 머물 뿐 이를 개선하거나 개혁하기 위한 행동이나 실천을 촉구하는 수준의 적극성은 나타나지 않는 것으로 분석할 수 있겠다.

<표5> 시청자 의견의 제기 수준에 따른 장르별 분포

	보도	교양	오락	기타	계
의견제시형	31(17.2)	31(17.2)	100(55.6)	18(10.0)	180(100)
주장관찰형	7(8.4)	13(15.7)	44(53.0)	19(22.9)	83(100)
계	38(14.4)	44(16.7)	144(54.8)	37(14.1)	263(100)

$\chi^2=9.90$ ,  $df=3$ ,  $p,0.05$

## 2) 시청자 의견의 대상별 분포 및 특성

시청자 의견의 대상별 분포는 <표6>에서 알 수 있듯이 프로그램 내용(139건, 53.5%)에 대한 의견이 가장 많았고 방송 제작 및 편성에 관련된 의견이 112건(43.1%)이었으며 방송제도 및 환경에 대한 의견은 거의 없는 것으로 나타났다.(9건, 3.5%) 즉, 우리나라 시청자들은 직접 시청하거나 접촉하는 방송 프로그램 내용에 대한 의견을 가장 활발하게 개진하는 경향이 있고 그 다음으로 방송 제작 시스템이나 편성 문제 등에 대한 의견을 제시하는 것으로 분석되었다. 방송제도나 환경에 대한 의견은 미미한 수준에 머물러 방송 전체에 대한 안목을 가지고 근본적인 개선 또는 개혁을 위한 법제도 등에 대해서는 별다른 의견 제시가 없는 것으로 해석할 수 있을 것이다. 따라서 앞으로의 시청자 의견은 개별 프로그램이나 편성, 제작 차원의 의견 외에 한국 방송 전체의 흐름 속에서 바람직한 방향을 모색하기 위한 의견 제시가 보다 활성화 될 필요가 있다는 점을 확인할 수 있었다.

한편, 시청자 의견의 대상별 분포와 평가 방향과의 관계를 분석한 결과 프로그램 내용에 대한 시청자 의견은 긍정적 의견 비율이 83.5%로 부정적 의견 비율(54.7%) 보다 높게 나타났으며 방송 제작 및 편성에 관한 의견은 부정적 의견(41.8%)이 긍정적 의견(16.7%)에 비해 상대적으로 높은 비율을 나타내는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 프로그램 내용에 대한 문제점이나 지적 사항보다 방송 제작 및 편성에 관한 부정적 의견이 상대적으로 더 높은 비율은 차지하고 있어 우리나라 시청자들은 이미 전통으로 굳혀진 잘못된 제작 관행이나 편성 정책 등에 대한 비판에 보다 적극적임을 알 수 있다.

따라서 시청자들의 이런 지적 경향을 반영하기 위해서는 물론 개별 프로그램의 질적 수준 향상도 중요하지만 편성과 제작 등 관행이나 시스템 개선에 보다 역점을 두어야 함을 일깨워주는 결과라고 할 수 있을 것이다.

<표6> 시청자 의견의 평가 방향에 따른 대상별 분포

	프로그램 내용	방송제작 및 편성	방송제도 및 환경	계
긍정적 의견	10(83.3)	2(16.7)	1(0.0)	12(100)
부정적 의견	127(54.7)	97(41.8)	8(3.4)	232(100)
중립적 의견	2(12.5)	13(81.3)	1(6.3)	16(100)
계	139(53.5)	112(43.1)	9(3.5)	260(100)

$\chi^2=15.31, df=4, p<0.01$

시청자 의견의 대상별 분포와 제기 수준과의 관계를 분석 한 결과는 <표7>에서 알 수 있듯이 프로그램 내용에 대한 시청자 의견은 의견제시형 비율이 62.4%로 주장관찰형 의견 비율(34.1%) 보다 높게 나타났으며 방송 제작 및 편성에 관한 의견은 주장관찰형 의견(57.3%) 이 의견제시형 의견(36.5%)에 비해 상대적으로 높은 비율을 나타내는 것으로 분석되었다. 이는 곧 프로그램 내용에 대해서는 가벼운 감상평이나 견해를 인터넷 이용자와 함께 나누는 정도의 의사를 표현하는 시청자 의견이 많으나 방송 제작 및 편성 관련 의견은 이를 실제 구현하고자 하는 강력한 주장을 펴는 시청자 의견이 더 많다는 것을 의미한다. 그런만큼 방송사로서는 제작 및 편성 관련 의견에 대해서는 더욱 세심한 주의와 관심을 가지고 시청자 의견을 수집하고 이를 제작 시스템 개선에 활용할 필요가 있을 것이다.

<표7> 시청자 의견 제기 수준에 따른 대상별 분포

	프로그램 내용	방송제작 및 편성	방송제도 및 환경	계
의견제시형	111(62.4)	65(36.5)	2(1.1)	178(100)
주장관찰형	28(34.1)	47(57.3)	7(8.5)	82(100)
계	139(53.5)	112(43.1)	9(3.5)	260(100)

$\chi^2=22.91, df=2, p<0.001$

한편, 시청자 의견의 대상별 분포와 제기 방식과의 관계를 분석한 결과는 <표8>에 나타나듯이 프로그램 내용에 대한 시청자 의견은 객관적 서술 비율이 81.1%로 주관적으로 서술한 의견 비율(48.9%) 보다 매우 높게 나타났으며 방송 제작 및 편성에 관한 의견은 주관적 서술 의견(48.0%)이 객관적 서술 의견(13.5%)에 비해 압도적으로 높은 비율을 나타냈다. 그만큼 시청자들은 프로그램 내용에 대해서는 비교적 객관적인 방법으로 개선 과제를 제시하지만, 제작 및 편성 부문에 대해서는 각자 지니고 있는 생각을 주관적으로 서술하는 경향이 있기 때문에 방송사로서는 이를 수렴하고 반영하는데 그 시청자 의견의 맥락을 잘 이해하는 일이 무엇보다도 중요한 과제라고 할 수 있을 것이다.

<표8> 시청자 의견 제기 방식에 따른 대상별 분포

	프로그램 내용	방송제작 및 편성	방송제도 및 환경	계
객관적 서술	30(81.1)	5(13.5)	2(5.4)	37(100)
주관적 서술	109(48.9)	107(48.0)	7(3.1)	223(100)
계	139(53.5)	112(43.1)	9(3.5)	260(100)

$\chi^2=15.38, df=2, p<0.001$

### 3) 시청자 의견의 평가 방향별 분포 및 특성

시청자 평가 프로그램의 시청자 게시판을 통해 제시되는 의견의 평가 방향에 대한 분석 결과는 <표9>에서 알 수 있듯이 전반적으로 부정적 의견이 분석 대상 의견의 89%(234건)로 긍정적 의견 비율 4.6%(12건)에 비해 압도적으로 많은 것으로 나타났다. 즉, 현재 우리나라 지상파 방송에 대한 시청자 의견은 대부분 문제점을 지적하거나 비판하는 부정적 의견이 칭찬이나 격려와 같은 긍정적 내용에 비해 훨씬 높은 것으로 나타나 기존 시청자 의견 제시 경향과 크게 다르지 않은 것으로 분석되었다(김기태 1999). 이에 대한 방송사별 특성을 살펴본 결과 SBS에 대한 비판적 의견 비율이 상대적으로 타방송사에

비해 낮은데 이는 중립적 의견 비율이 다른 방송사에 비해 높기 때문인 것으로 나타나 결과적으로 시청자 의견의 평가 방향은 방송사에 따라 별다른 차이가 없이 대부분 부정적 의견이 주를 이루는 것으로 평가할 수 있겠다. 이러한 분석 결과는 방송사들이 긍정적 시청자 의견 비중을 높이는데 더 노력해야 한다는 점과 시청자들로서는 방송 발전을 위해 칭찬이나 격려도 매우 좋은 자극이 된다는 점에 주목하여 보다 활발한 긍정적 시청자 의견 제시 활동도 동시에 필요하다는 점을 일깨워주는 결과라고 할 수 있겠다.

<표9> 시청자 의견의 평가 방향별 분포

	긍정적 의견	부정적 의견	중립적 의견	계
KBS	7(5.8)	111(91.7)	3(2.5)	121(100)
MBC	3(3.8)	71(91.0)	4(5.1)	78(100)
SBS	2(3.1)	52(81.3)	10(15.6)	64(100)
계	12(4.6)	234(89.0)	17(6.5)	263(100)

$\chi^2=12.84, df=4, p,0.05$

#### 4) 시청자 의견의 대안 제시 여부별 분포 및 특성

시청자 의견에 대한 논의 가운데 대안 없는 비판이 문제라는 시각이 있다. 이를 확인하기 위해 시청자 의견 안에 얼마나 많은 대안 제시가 이루어지고 있는지를 살펴본 결과 전체 분석 대상 시청자 의견 중 77.9%(208건)이 대안 제시없이 비판을 하거나 의견을 제시하고 있는 것으로 나타나 대안제시가 담긴 의견 비율 22.1%(59건)에 비해 훨씬 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 그러나 이러한 분석 결과는 그동안 지적되어온 대안 제시없이 비판을 위한 비판으로 제작진들에게 납득할 만한 시청자 의견이 적었다는 비판을 감안할 때 매우 의미있는 대안 제시 의견 비율이라고 평가할 수 있겠다. 즉, 분석 대상 시청자 의견 중에는 대안 제시가 불가능하거나 필요없는 단순한 의견 제시 만으로도 충분한 대안적 의미가 있는 경우가 적지 않

았기 때문에 전체의 22.1%를 차지하는 대안제시 의견 비율은 상당한 의미를 지니는 결과라고 분석할 수 있을 것이다. 이를 방송사별로 구분하여 분석한 결과 <표10>에서 알 수 있듯이 통계적 유의성은 적으나 다른 방송사에 비해 KBS의 경우는 대안제시가 포함된 시청자 의견이 확연하게 많은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

<표10> 시청자 의견의 대안 제시 여부별 분포

	대안제시 있음	대안제시 없음	계
KBS	34(28.3)	86(71.7)	120(100)
MBC	12(15.4)	66(84.6)	78(100)
SBS	13(18.8)	56(81.2)	69(100)
계	59(22.1)	208(77.9)	267(100)

$\chi^2=5.18, df=2, p=0.075$

한편, 시청자 의견의 장르에 따른 대안 제시 여부를 살펴본 결과 <표11>에서 알 수 있듯이 교양(18.2%)이나 오락(16.1%) 프로그램에 관한 시청자 의견에 비해 보도 프로그램(31.6%)에 대한 시청자 의견의 경우 대안 제시가 포함된 의견 비율이 훨씬 높은 것으로 나타났다. 교양이나 오락 프로그램에 대한 시청자 의견보다 보도 프로그램에 관한 시청자 의견의 대안제시 비율이 높다는 위와 같은 분석 결과는 결국 우리나라 시청자들은 보도 프로그램에 대한 비판은 상대적으로 상당한 근거와 대안을 바탕으로 이루어지고 있다는 점을 확인시켜주는 결과라고 할 수 있을 것이다. 따라서 교양이나 오락 프로그램 대상 시청자 의견의 대안 제시 비율을 높이기 위한 시청자들의 노력과 이를 위한 방송사들의 시청자 서비스나 시청자교육(미디어교육)의 체계적 시행이 필요한 과제라고 할 수 있을 것이다.

<표11> 시청자 의견의 장르에 따른 대안제시 여부

	대안제시 있음	대안제시 없음	계
보도	12(31.6)	26(68.4)	38(100)
교양	8(18.2)	36(81.8)	44(100)
오락	23(16.1)	120(83.9)	143(100)
기타	16(38.1)	26(61.9)	42(100)
계	59(22.1)	208(77.9)	267(100)

$\chi^2=11.63, df=3, p<0.01$

또한 시청자 의견의 제기 방식에 따른 대안 제시 여부를 살펴본 결과는 <표12>에서 알 수 있듯이 대안 제시가 포함되어있는 의견의 경우 객관적으로 서술한 시청자 의견 비율이 52.6%로 주관적으로 서술한 시청자 의견 17.4%에 비해 훨씬 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 대안제시가 포함된 시청자 의견이 대안제시가 없는 의견에 비해 객관적으로 서술하는 비율이 높다는 이와 같은 분석 결과는 결국 시청자들에게 객관적 서술 비율을 높이는 노력이 필요하다는 점을 확인시켜주는 결과라고 할 수 있겠다. 주관적으로 서술한 시청자 의견에 비해 객관적으로 서술한 시청자 의견이 대안제시 뿐 아니라 제작진이나 인터넷 게시판 이용자들의 공감대를 이끌어 내는데 보다 유리한 조건을 가지게 될 것이기 때문이다.

<표12> 시청자 의견의 제기 방식에 따른 대안 제시 여부

	대안제시 있음	대안제시 없음	계
객관적 서술	20(52.6)	18(47.4)	38(100)
주관적 서술	39(17.4)	185(82.6)	224(100)
계	59(22.5)	203(77.5)	262(100)

$\chi^2=23.10, df=1, p,0.001$

## 2. 시청자 의견의 ‘형식’에 대한 분석 결과:

### <연구문제 2>

시청자 의견의 형식 즉, 제기 수준별, 제기 방식별 분포 및 특성에 대한 분석 결과는 다음과 같다.

### 1) 시청자 의견의 제기 수준별 분포 및 특성

분석 대상 시청자 의견 중 약 68.4%(180건)는 단순 의견 제시형으로 나타나 자신의 주장을 관철시킬 목적으로 강력하게 의사를 표현한 의견 비율(3.16%, 83건)에 비해 매우 높은 것으로 분석되었다. <표13>에서 알 수 있듯이 이러한 분석 결과는 우리나라 시청자들은 시청자 평가 프로그램 게시판에 의견을 올릴 때 특정 프로그램이나 방송사의 편성 정책 등에 대해 나름대로 평가하고 느끼는 점을 하나의 ‘의견’ 형식으로 표현하는 경향이 강하다는 것을 나타낸다. 이에 비해 특정한 견해를 관철시키려는 ‘주장’의 형식을 빌린 시청자 의견은 상대적으로 낮은 것으로 나타나 우리나라 시청자들의 소극적인 특성을 나타내고 있는 것으로 해석할 수 있다. 따라서 시청자 주권 보장을 위해서는 당사자인 시청자 스스로의 노력이 가장 중요하다는 지적(김기태 2008)을 감안할 때 사안에 따라서는 자신의 의견을 강력하게 관철시키려는 시청자들의 노력과 활동이 필요하다는 점을 다시 한번 확인시켜주는 분석 결과라고 할 수 있을 것이다. 한편, 이에 대한 방송사별 특성을 살펴본 결과 통계적 유의성은 없으나 주장 관철형의 경우는 KBS가 다른 방송사에 비해 높고(37.2%), 의견 제시형 비율은 SBS가 상대적으로 높은 것(78.1%)으로 나타났다.

<표13> 시청자 의견의 제기 수준별 분포

	의견 제시형	주장 관철형	계
KBS	76(62.8)	45(37.2)	121(100)
MBC	54(69.2)	24(30.8)	78(100)
SBS	50(78.1)	14(21.9)	64(100)
계	180(68.4)	83(31.6)	263(100)

$\chi^2=4.58, df=2, p=0.101$

**2) 시청자 의견의 제기 방식별 분포 및 특성**

시청자 의견의 제기 방식별 분포는 <표14>에서 알 수 있듯이 주관적 서술(85.6%, 225건)이 객관적 서술(14.4%, 38건)에 비해 훨씬 높은 것으로 나타났다. 즉, 우리나라 시청자들은 시청자평가프로그램 인터넷 시청자 게시판에 의견을 올릴 때 객관적인 서술보다는 주관적인 서술 방식을 선호하고 있는 것으로 나타나 프로그램 내용이나 제작 및 편성에 변화를 이끌어 내는데 상대적으로 불리한 영향력을 행사하는 것으로 해석할 수 있겠다. 물론 주관적인 서술의 의견이라도 근거와 논리가 있는 시청자 의견의 경우는 설득력이 있겠지만, 인터넷 게시판의 지면 특성을 감안할 때 가능하면 객관적인 서술 방식으로 의견을 올리는 것이 바람직하다고 할 것이다. 다만, 프로그램의 종류나 시청자 의견의 대상에 따라 서술 방식은 유연하게 선택되어야 할 것이다. 이를 방송사별로 살펴본 결과 역시 통계적 유의성은 없으나 객관적인 서술 방식의 경우 KBS가 가장 높은 비율을 기록하였다.

<표14> 시청자 의견의 제기 방식별 분포

	객관적 서술	주관적 서술	계
KBS	24(19.8)	97(80.2)	121(100)
MBC	7(9.0)	71(91.0)	78(100)
SBS	7(10.9)	57(89.1)	64(100)
계	38(14.4)	225(85.6)	263(100)

$\chi^2=5.37, df=2, p=0.068$

그 외에 제작진이나 방송사 측의 답변 여부 유무를 측정하기 위한 항목으로 일단 시청자 게시판에 올려진 시청자 의견에 대해 얼마나 많은 답변이 이루어졌는지를 살펴보았으나 실제로 인터넷 게시판을 통해서 제작진의 답변이 게재된 경우는 분석 기간 사례 중 한건도 발견되지 않아서 분석 항목에서 제외하였다. 이는 시청자평가프로그램의 경우 게시판을 통해서가 아니라 프로그램 자체가 시청자 의견을

소개하고 답변하는 프로그램이기 때문으로 판단되었다. 또한 시청자 의견 중에 욕설이나 반말 등을 사용한 경우가 얼마나 되는지를 살펴 보았으나 이 항목 역시 전체 분석 대상 의견 중 단 2건만이 발견되어 분석 항목에서 제외하였다. 즉, 지상파 방송3사 시청자평가프로그램 인터넷 시청자 게시판에는 욕설이나 반말을 사용한 시청자 의견이 거의 없는 것으로 나타나 과거(김기태 1999)에 비해 크게 향상된 시청자 의견 제기 문화의 일면을 확인 할 수 있었다.

**V. 결론: 요약 및 제언**

**1. 연구 결과 요약**

**1) 시청자 의견의 ‘내용’에 대한 분석 결과 요약: <연구문제 1>**

먼저 시청자 의견의 장르별 분포는 오락 프로그램에 대한 의견이 144건(53.7%)으로 전체 의견의 절반 이상을 차지했고, 교양 44건(16.4%), 보도 38건(14.2%)의 순으로 나타났다. 이러한 결과는 기존 시청자 의견 장르별 분포와 크게 다르지 않은데, 시청자들의 관심이 보도나 교양 프로그램보다는 오락 프로그램에 보다 집중하는 경향이 있다는 분석과 오락 프로그램에 대한 불만과 비판이 여전히 다른 장르에 비해 압도적으로 많다는 분석이 동시에 가능할 것이다. 한편, 평가 방향과의 관계를 분석한 결과는 보도 프로그램 관련 시청자 의견은 부정적 의견이 차지하는 비율(15%)이나 중립적 의견이 차지하는 비율(17.6%)에 비해 칭찬이나 격려 등 긍정적 의견이 차지하는 비율(0%)이 전무한데 반해, 교양 프로그램이나 오락 프로그램의 경우는 긍정적인 의견이 차지하는 비율이 상대적으로 높게 나타났다. 이러한 결과는 보도 프로그램에 대한 개선 과제가 다른 장르에 비해 상대적으로 훨씬 시급하고 중요하다는 점을 시사해 준다고 볼 수 있겠다.

시청자 의견의 대상별 분포는 프로그램 내용(139건, 53.5%)에 대한

의견이 가장 많았고 방송 제작 및 편성에 관련된 의견이 112건 (43.1%)이었으며 방송제도 및 환경에 대한 의견은 거의 없는 것으로 나타났다.(9건, 3.5%) 즉, 우리나라 시청자들은 직접 시청하거나 접촉하는 방송 프로그램 내용에 대한 의견을 가장 활발하게 개진하는 경향이 있고 그 다음으로 방송 제작 시스템이나 편성 문제 등에 대한 의견을 제시하는 것으로 분석되었다.

시청자 의견의 평가 방향에 대한 분석 결과는 전반적으로 부정적 의견이 분석 대상 의견의 89%(234건)로 긍정적 의견 비율 4.6%(12건)에 비해 압도적으로 많은 것으로 나타났다. 즉, 현재 우리나라 지상파 방송에 대한 시청자 의견은 대부분 문제점을 지적하거나 비판하는 부정적 의견이 칭찬이나 격려와 같은 긍정적 내용에 비해 훨씬 높은 것으로 나타나 기존 시청자 의견 제시 경향과 크게 다르지 않은 것으로 분석되었다.

한편, 전체 분석 대상 시청자 의견 중 77.9%(208건)이 대안 제시없이 비판을 하거나 의견을 제시하고 있는 것으로 나타나 대안제시가 담긴 의견 비율 22.1%(59건)에 비해 훨씬 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 그러나 이러한 분석 결과는 그동안 지적되어온 대안 제시없이 비판을 위한 비판으로 제작진들에게 납득할 만한 시청자 의견이 적었다는 비판을 감안할 때 매우 의미있는 대안 제시 의견 비율이라고 평가할 수 있겠다.

## 2) 시청자 의견의 '형식'에 대한 분석 결과 요약: <연구문제 2>

분석 대상 시청자 의견 중 약 68.4%(180건)는 단순 의견 제시형으로 나타나 자신의 주장을 관철시킬 목적으로 강력하게 의사를 표현한 의견 비율(3.16%, 83건)에 비해 매우 높은 것으로 분석되었다. 이러한 분석 결과는 우리나라 시청자들은 시청자 평가 프로그램 게시판에 의견을 올릴 때 특정 프로그램이나 방송사의 편성 정책 등에 대해 나름대로 평가하고 느끼는 점을 하나의 '의견' 형식으로 표현하는 경향이 강하다는 것을 나타낸다. 이에 비해 특정한 견해를 관철시키려는 '주

장'의 형식을 빌린 시청자 의견은 상대적으로 낮은 것으로 나타나 우리나라 시청자들의 소극적인 특성을 나타내고 있는 것으로 해석할 수 있다.

시청자 의견의 제시 방식별 분포는 주관적 서술(85.6%, 225건)이 객관적 서술(14.4%, 38건)에 비해 훨씬 높은 것으로 나타났다. 즉, 우리나라 시청자들은 시청자평가프로그램 인터넷 시청자 게시판에 의견을 올릴 때 객관적인 서술보다는 주관적인 서술 방식을 선호하고 있는 것으로 나타나 프로그램 내용이나 제작 및 편성에 변화를 이끌어 내는데 상대적으로 불리한 영향력을 행사하는 것으로 해석할 수 있겠다.

## 2. 제언

본 연구를 통해 나타난 시청자 의견의 특성을 토대로 방송사와 시청자가 함께 노력해야 할 바람직한 시청자 의견 제시를 위한 대안 모색 차원에서 다음과 같은 사항들을 제언하였다.

첫째, 시청자 의견의 장르별 분포를 감안 할 때 오락 프로그램에 대한 불만과 비판의 내용을 보다 세분화하여 이에 대한 시청자 만족도를 높이도록 노력해야 할 것이다. 단순한 재미와 흥미로만 시청자를 유혹하는 프로그램으로는 능동적이고 적극적인 시청자들의 지속적인 지지를 받기 어려울 것이기 때문이다.

둘째, 오락 프로그램에 대한 시청자들의 불만을 줄이기 위해서는 개별 프로그램별 개선 대책 외에 방송사의 제작 관행 및 편성 차원의 근본적이고 제도적인 개선 대책을 보다 적극적으로 모색해야 할 것이다.

셋째, 최근 제기되고 있는 한국 언론의 저널리즘 위기와 관련한 논의가 방송 저널리즘에도 동일하게 적용된다는 점에서 보도의 공정성과 정확성을 높이기 위한 방송사의 적극적인 대책 마련이 시급하다.

넷째, 본 논문을 통해 나타난 시청자들의 행태를 보면, 보도 프로그램에 대한 시청자 의견이 주로 특정 보도 프로그램의 내용에 대한

찬반 의견을 비교적 단순하게 전달하는 수준에 머물 뿐 이를 개선하거나 개혁하기 위한 행동이나 실천을 촉구하는 수준의 적극성은 나타나지 않는 것으로 나타났다. 따라서 바람직한 보도 프로그램 제작을 위한 적극적인 의견 제시와 실천이 필요하다고 하겠다.

다섯째, 개별 프로그램에 비해 방송제도나 환경에 대한 의견은 미미한 수준에 머물러 방송 전체에 대한 안목을 가진 근본적인 법제도 개선 방안 등에 대해서는 별다른 의견 제시가 없는 것으로 나타났다. 따라서 앞으로의 시청자 의견은 개별 프로그램이나 편성, 제작 차원의 의견 외에 한국 방송 전체의 흐름 속에서 바람직한 방향을 모색하기 위한 종합적인 의견 제시가 필요할 것이다.

여섯째, 칭찬이나 격려도 좋은 시청자 의견이라는 사실에 주목하여 문제점을 지적하고 비판하는 의견 못지않게 긍정적인 시청자 의견도 활발하게 개진할 필요가 있을 것이다. 물론 근거없는 칭찬을 위한 칭찬은 오히려 역효과가 난다는 점에 유의하여 책임있는 긍정적 의견 제시가 필요하다.

일곱째, 대안없는 비판이나 지적은 제작진들로 하여금 시청자 의견에 대한 불신을 가중시키는 원인이 될 것이다. 따라서 가능한한 대안을 포함하는 시청자 의견 제시를 위해 노력해야 할 것이다.

여덟째, 좋은 시청자가 좋은 방송을 만들 듯이 좋은 시청자를 만들기 위한 노력이 필요하다. 방송사 스스로 시청자평가프로그램 또는 관련 부서 등을 통한 다양한 시청자 서비스와 시청자 대상 미디어교육이 실시될 필요가 있다. 욕설이나 반말을 사용하는 시청자 의견이나 개인적인 취향에 근거한 프로그램 비판은 방송사나 제작진의 변화를 이끌어 낼 수 없을 것이기 때문이다.

아홉째, 시청자 주권 보장을 위해서는 당사자인 시청자 스스로의 노력이 가장 중요하다. 이는 결코 타인이나 제도적 장치가 제공해 줄 수 없는 스스로의 몫이다. 그런만큼 시청자들의 자각과 의지를 통해 능동적이고 적극적인 시청자가 되기 위한 노력을 멈추지 말아야 할 것이다.

마지막으로 방송사로서는 시청자 의견에 보다 성실하게 귀를 기울이는 자세가 필요하다. 아무리 사소하고 불편한 의견이라도 제작에 도움이 될 수 있다는 생각으로 시청자 의견 수렴 및 반영에 힘써야 할 것이다.

### 3. 본 연구의 의의 및 제한점

본 연구는 앞서도 언급한 바와 같이 기존 시청자 의견의 유형화 연구를 바탕으로 이를 실제적으로 분석하여 실증적인 분포와 특성을 찾아 분석하였다는데 의의가 있다. 즉, 단순한 시청자 의견 유형 모델 구축이라는 시안적 연구의 수준을 수량화를 통해 확장함으로써 시청자 의견 연구의 지평을 실질적으로 확대한 연구라고 할 수 있겠다. 즉, 시청자 의견과 관련한 추후 연구에 좋은 기초 자료를 제공하였다고 보기 때문이다. 아울러 본 연구 결과는 단순한 시청자 의견 연구를 넘어 시청자 피드백 시스템 연구로 나아가는 기반 연구로도 활용될 것이다. 시청자 피드백 연구는 방송사와 시청자와의 쌍방향 커뮤니케이션을 지향하는 매우 중요한 연구 주제이다.

특히 지상파 방송 매체 대상 시청자 피드백 연구는 갈수록 그 중요성이 커지고 있는 시청자 주권 개념 또는 연구와도 깊은 관련이 있다. 본 연구를 통해 나타난 현재 우리나라 지상파 방송 시청자 의견의 내용과 형식에 대한 분석 결과 앞으로 더 심층적인 연구가 필요한 과제와 영역들이 많이 도출되었다. 특히 본 연구에서와 같은 단순한 내용 분석 연구를 넘어 시청자 의견의 내용을 보다 다양하게 해석하고 읽어내는 기호학적 분석이나 시청자 대상 심층 인터뷰 조사 연구 등으로 확장해 나가는데 좋은 기반 연구가 될 것이다. 아울러 우리나라 시청자 의견 수렴 시스템의 전반적인 흐름을 모델화하는 연구에도 유용하게 활용될 수 있을 것이다.

다만, 본 연구는 내용 분석을 통해 수치로 확인된 결과 이상의 시청자 의견 의미 분석을 덧붙이지 못한 아쉬움이 있다. 따라서 추후 연

구를 통해서 인터넷 게시판에 제기된 시청자 의견에 대한 기호학적 분석 등 심층적인 분석 방법이 활용될 수 있을 것이다.

아울러 본 연구의 분석 대상인 2011년 한 해 총 60일의 시청자 의견 건수를 추후 연구에서는 보다 확대할 필요가 있겠다. 단순한 건수의 확대 뿐 아니라 시기별 변화나 특정 사건을 전후한 추이 분석 등을 통해 보완되어야 할 것이다.

## < 참고문헌 >

- 김기태, 1999, 『텔레비전 어떻게 볼 것인가?』, 서울: 한나래.
- \_\_\_\_\_, 2005, “시청자 의견 수렴 및 반영 체계 연구”, 한국방송학회 봄철 정기학술대회 발표논문.
- \_\_\_\_\_, 2008, “공영방송과 시청자와의 소통 방안”, 한국방송학회 가을철 정기학술대회 발표논문.
- 김정기, 1999, “수용자의 반란에 대한 인식: 이용과 충족 연구의 관점”, 김정기·박정숙 외, 『메스 미디어와 수용자』, 서울: 커뮤니케이션북스, pp. 51-82.
- \_\_\_\_\_, 2001, “방송 환경프로그램에 대한 시청자 의견 및 평가: KBS1의 환경스페셜 시청자 게시판을 대상으로”, 한국방송학회 가을철 정기학술대회 발표논문.
- 설진아, 2005, “지상파 TV방송사의 대시청자 인터넷 서비스 및 피드백 연구”, 한국언론학회가을철 정기학술대회 발표논문.
- 안정임, 2007, “미디어와 수용자”, 『미디어의 이해』, pp. 66~87.
- 우병동·임양준, 2006, “중앙일간지와 지방일간지의 독자투고 비교 연구: 조선일보, 한겨레, 광주일보, 무등일보를 중심으로”, 『한국언론학보』, 50권 4호, pp. 153-174.
- 이강수, 1989, “능동적 미디어수용자론의 새로운 시각”, 『현대사회와 커뮤니케이션이론』, p. 13~39, 서울: 한길사.
- 조아라·이건호, 2011, “한국 중앙일간지의 독자투고 특성 연구: 1997년 ~2009년 조선일보, 동아일보, 한겨레를 중심으로”, 『한국언론정보학보』, 55호, pp. 140-162.
- 조의진, 2005, “방송제작진의 시청자 의견 수용행태에 대한 연구”, 『한국언론학보』, 49권 1호, pp. 57-80.
- 주창윤·최영목, 2001, 『텔레비전 화면계기』, 서울: 한울 아카데미.
- 한희정, 2002, “인터넷 게시판 수용자의 드라마 해독 연구: 멜로드라마 <피아노>의 사례 분석”, 『한국방송학보』, 통권 16-2, pp. 368-398.

# Analysis of 'Contents' and 'Forms' in TV Audience Opinions

Kim, Ki-tai  
(Honam University)

## Abstract

This study used an empirical approach to analyze the “contents” and “forms” of TV audience opinions, incorporating the existing methods of the audience opinion analysis. The underlying motivation of the study was not only to observe the status quo and problems of audience opinions in Korea, but also to search for ways in which audience opinions can be actively presented and be heard.

A total of 268 cases of TV audience opinions, which were found on Internet bulletin boards of ombudsman programs from three channels, KBS, MBS, and SBS, were collected during a span of 60 days in 2011 and then analyzed. For the analysis criteria, “contents” of audience opinions included genre, targets of opinion, evaluation directions and suggestion of alternatives; “forms” included suggestion levels and suggestion methods.

The results indicated that the genre distribution of audience opinions was: entertainment (53%), instructional programs (16.4%) and news programs (14.2%). The targets of the audience opinions consisted of: program substance (53.5%), production and programming (43.1%)

and broadcast systems and environments (3.5%). Evaluation directions were highly unbalanced between negative opinions (89%) and positive opinions (4.6%), with some neutral opinions (6.5%). The distribution according to the suggestions of the alternatives was: opinions that do not suggest alternatives (77.9%) and opinions that suggest alternatives (22.1%). As for the forms of audience opinions, suggestion levels were split between opinions with moderate suggestions (68.4%) and opinions with strong arguments (31.6%). Finally, in the case of suggestion methods, subjective suggestions (85.6%) were more abundant than objective suggestions (14.4%).

The analyses of the contents and forms of Korean audience opinions done in this study revealed various problems and tasks that required further investigation. This study will also serve as preliminary research for studies on audience feedback systems.

**Keywords :** TV Audience Opinion, Audience Rights, Active Audience, Audience Feedback System, TV Ombudsman Program