

방송기획과정 분석을 통한 방송콘텐츠 창작자의 정보활동모형 개발에 관한 연구*

A Study on the Development of the Broadcast Content Creators' Information Behavior Model through Analysis of the Planning Process

이 정 연(Jung-Yeoun Lee)**

목 차

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. 서론 | 4. 방송콘텐츠 창작자의 정보활동 모형 |
| 2. 방송기획과 정보이용 | 5. 결론 |
| 3. 방송콘텐츠 창작자의 정보활동 분석 | |

초 록

본 연구는 인지적, 정서적, 환경적 측면을 포함한 통합적 관점에서 방송콘텐츠 창작자들이 방송기획과정에서 정보를 이용하는 과정을 분석하여 정보활동모형을 개발하였다. 방송콘텐츠 창작자들은 공통된 인지적 프로세스 단계를 통해 정보의 교환과 통합을 이루며, 대중과의 정서적 공감을 위하여 최근의 뉴스와 인간 및 일상생활전반에 대한 정보를 끊임없이 탐색한다. 또한 정보의 시대성과 시의성, 방송사회내의 규범과 문화적 맥락도 중요한 정보원이며 정보에 대한 판단은 주관적이며 경험적으로 이루어지고 있음을 밝혀내었다.

ABSTRACT

This study is aimed at developing a broadcast content creators' information behavior model through analysis of the process of information use including an integrated perspective such as cognitive, emotional and environmental aspects. Broadcast content creators have a common cognitive process and pools of information exchange and integration. In order to have emotional empathy with the general public they search and use the news and human and everyday life information seeking (ELIS). The most important thing is the context of social norms and culture in the broadcasting community and information about judgment is subjective and empirical.

키워드: 방송창작자 정보활동모형, 방송콘텐츠 창작자, 방송기획, 정보이용, 정보이용모형
Broadcasting Content Creators' Information Behavior Model, Broadcasting Content Creator, Broadcasting Planning Process, Information Behavior, Human Information Behavior

* 본 논문은 2008년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국학술진흥재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (KRF-2008-358-H00001).

** 경기대학교 인문과학연구소 연구교수(jyonlee@gmail.com)
논문접수일자: 2009년 11월 16일 최초심사일자: 2009년 11월 30일 게재확정일자: 2009년 12월 10일
한국문헌정보학회지, 43(4): 59-81, 2009. [DOI:10.4275/KSLIS.2009.43.4.059]

1. 서론

1.1 연구의 목적과 연구방법

콘텐츠는 인간의 창의성을 바탕으로 감성과 예술성 등의 문화적 요소와 결합하여 미디어를 통해 서비스로 전달됨으로서 경제적 가치뿐만 아니라 사회문화적인 의미, 정체성, 가치를 창출한다. 문화가 국가경쟁력의 척도가 되고 있는 현 상황에서 방송매체를 통하여 정보메시지를 기획, 제작, 패키징하여 이용자(대중)에게 전달하는 과정을 거치는 방송콘텐츠 산업은 관심이 높아지고 있다. 특히 방송콘텐츠의 핵심은 콘텐츠의 내용인데 창작자들의 아이디어를 통해 콘텐츠 소재를 발굴하고 기획과정을 통해서 제작된다. 이러한 창작과정에는 방송콘텐츠 창작자들이 정보를 수집하고 분석하며 이용하는 반복적인 과정을 거치게 되는데 본 연구는 이들이 정보를 이용하여 방송을 기획하는 과정을 분석하고자 하였다.

정보이용자에 대한 연구는 꾸준히 진행되어 연구대상이 직업별, 개인의 상황, 동기, 사회적 역할 그리고 인구학적 집단에 따라 다양하게 다루어지고 있다. 그러나 Martyn(1974)에 따르면 정보학자들은 과학자들이 아이디어를 담고 있는 자료와 서비스를 이용하는 것에 관하여 연구하였으며, 아이디어를 이용하는 방법에 대해서 연구하는 것은 아니라고 하였다. Wilson(1999)도 이용자연구가 도서관 이용에 관한 것이지 정보이용에 관한 것이 아니라고 지적한다. 이러한 지적과 함께 연구의 초점이 공식채널이나 업무 지향적 요구를 넘어서 확대되기 시작하였고, 구조화된 정보시스템에서 정보의 창조

자와 이용자로서 사람을 강조하는 방향으로 변화되기 시작하였다. 또한 이용자 중심의 접근방법도 정보가 문제해결의 불확실성을 감소시키는 이성적, 인지적 현상의 주체나 정적인 현상으로서 뿐만 아니라 인지적 정서적 요소를 통합한 개인적 상황적 환경을 구성하는 것으로서 개념화되고 있다. Taylor(1991), Dervin(1983)은 정보요구를 발생시키는 요인으로 개인적, 상황적, 내면적, 외면적 환경과 불확실성, 불안 등과 같은 감정적 요인을 들고 있다.

따라서 본 연구는 방송콘텐츠 창작자들이 새로운 정보를 받아들이고 해석하는 창작과정 내에서 정보를 이용하는 과정을 통해 방송창업무를 수행하는 과정을 분석해 보고자 하였다. 그리고 정보처리의 인지적 측면 뿐만 아니라 인지적 활동이 일어나게 하는 정서적 측면 그리고 환경적 측면 등 통합적인 관점에서 정보이용과정을 살펴보고자 하였다. 이를 통해서 방송콘텐츠 창작자들의 정보활동을 모형화하고자 하였다.

본 연구에서 수행한 연구방법은 첫째, 문헌 연구를 통해 방송제작의 기획과정과 방송콘텐츠 창작자의 범위를 조사하였으며, 정보이용의 개념을 명시하였다. 둘째, 인지적, 정서적, 환경적 측면에서 반구조화된 질의서를 바탕으로 방송콘텐츠 창작자들의 방송기획과정에서 정보를 찾고 결정하는 과정을 심층면담 기법을 통해 데이터를 수집하였다. 셋째, 수집된 데이터의 분석은 인터뷰 내용 전문을 녹취문으로 변형하고 이를 질적연구 분석프로그램인 QSR의 Nvivo8을 활용하여 정보이용과정과 요소를 범주화시키는 과정을 반복하면서 방송콘텐츠 창작자들의 정보활동 개념 요소를 추출하였다.

넷째, 방송창작자의 정보활동의 구성 요소를 밝혀내어 방송창작자의 정보활동모형을 제시하고자 하였다.

1.2 선행연구

정보요구와 이용에 관한 연구들은 정보가 객관적이며 문헌이나 시스템 내에 있으며, 그 정보를 어떻게 입수하느냐가 핵심이 되었다. 그러나 정보는 주관적인 것이며, 이용자의 마음 속에 존재하고 있고 이용자에 의해 의미가 창출될 때에만 유용한 것으로 된다는 이용자 중심적인 방향으로 이동하고 있다(Choo 1998). 따라서 최근에 정보이용에 관련된 연구는 정보행위가 어떤 맥락에서 발생하느냐가 강조되고 있다. 맥락이란 연구자들이 이해하고 설명하고자 하는 어떤 것들에 대한 일종의 배경이라고 특성을 표현하고 있다. 즉 하나의 현상이 우리에게 어떤 대상으로 형성되는 지점으로서 개인의 정보추구 행위에 영향을 미치는 것으로 여겨지는 어떤 요인들이나 변수들을 의미한다. 사회경제적 조건, 업무역할, 작업, 문제 상황, 자체적 구조와 문화를 지닌 공동체와 조직 등을 말하고 있다. 이용자 중심의 연구는 보다 전문화되는 추세를 보이고 있으며, 직업별, 역할별 또는 인구학적 집단에 더 많은 관심을 두는 경향을 보이고 있다(Case 2002).

문화예술분야 전문가들의 정보이용행위에 관련된 연구는 다른 직업군에 비하여 미흡한 실정인데 그 이유로는 창작자들은 영감으로부터 창조하는 개인이라는 개념이 널리 인식되어 왔기 때문이다. 그러나 Cobbedick(1996)은 예술가들의 정보요구와 이용에 대하여 연구하였

는데 그들은 특정한 시각적 정보에 대한 요구를 가지는 것으로 나타났다. 인쇄자료와 독서를 통해서 예술가는 무관한 주제정보를 이용하며, 동료 예술가들이 매우 중요한 정보원으로 역할을 한다고 하였다. 또한 Visick(2006)은 예술가들이 개인소장 자료를 선호하며, 예술과 관련되지 않은 모든 분야의 다양한 자원을 이용하고 있음을 밝혀냈다. Hemming(2008)은 순수시각예술인들은 창작활동의 중요한 정보원을 자연환경, 일, 관계, 호기심, 주의력이라고 하였으며, 이 과정에서 창작력이 생겨난다고 하였다. 이정연(2008)은 영화창작자들을 대상으로 정보이용과정을 살펴보았는데 영화인들 작은 사회의 정보환경의 채널을 통해서 정보를 교환, 수집, 분석하며, 영화창작의 정보추구 목적과 일상생활 정보추구 목적이 구분할 수 없을 정도로 밀접하게 연결되어 있다고 하였다. 이와 같이 문화예술 분야의 창작자들의 정보이용은 일상생활전반에 걸쳐 이루어지고 있으며, 다양한 정보원이 이용되고 그들만의 커뮤니케이션을 통해서 정보의 소통이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

2. 방송기획과 정보이용

2.1 방송기획과정

방송프로그램의 제작은 사전제작단계, 준비 및 연습단계, 제작단계, 사후제작단계를 거친다. 사전제작단계는 기획단계로서 아이디어를 조직화하여 프로그램 주제에 대한 개념 형성과 아이디어를 조직화한다. 방송프로그램의 기획

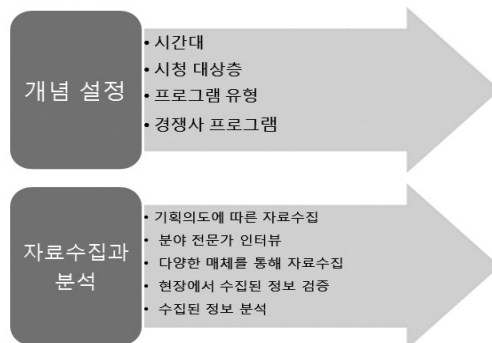
은 아이디어를 바탕으로 소재와 주제를 정하고 프로그램의 대상층과 적절한 방송형식 및 방송 시간과 같은 요소들을 정한다. 이 과정에서 수집된 자료와 정보를 체계적으로 정리하면서 프로그램의 기본 골격을 결정한다. 아이디어의 발상을 구체화시키기 위해서는 자료의 수집, 논리적, 체계적인 내용의 전개, 쉽고 설득력 있는 전달방법의 결정이 요구된다. 이를 위하여 많은 자료조사와 충분한 데이터가 필요하며 수집된 정보나 자료를 정리, 분석하는 능력도 필요하다. 즉 기획을 구체화하는 기획의 입안단계에서 기획서를 작성하기까지는 기본 개념 설정과 구체적인 자료 확보 및 분석에 의존한다. <그림 1>에 나타난 바와 같이 기획을 구체화하는 과정은 기본 개념 설정과 자료수집과 분석 단계로 나눌 수 있다(설진아 2007).

첫째, 프로그램의 기본 개념 설정은 주제설정을 의미하는데 방송사의 편성지침에 의해서 이루어지지만 방송송출사의 성격이나 시간대의 특성 또는 시기적인 필요성에 의해 결정된다. 이를 위해서 시청자들의 생활 시간대에 적합한 프로그램을 편성하며, 시청자 대상이 어떤 계층이나에 따라서 내용 구성과 전달 방식이 다르다.

또한 교양시사물이나 드라마 등 방송장르에 따라 제작기법이 결정되고 이에 적합한 기본 개념을 설정한다. 동일 시간대의 타 방송송출사의 방송프로그램의 내용 분석과 시청자의 피드백을 수집하여 분석하여 기획에 반영한다. 둘째, 자료수집과 분석에 있어서 해당 주제와 기획의도에 맞도록 인터넷, 신문, 명부, 각종 기록물 등 일반적인 매체뿐만 아니라 관련 전문가 주변 사람에 대하여 취재하여 자료를 수집한다. 또한 연출자와 작가가 내용을 검증하고 자료를 검토 분석하여 프로그램 구성에 반영한다.

2.2 방송기획제작자 구성

방송프로그램 기획은 연출자를 중심으로 프로그램 주제에 대한 개념형성과 아이디어를 조직화하고 제작방법을 결정한다. 특히 방송 기획제작팀은 제작자, 연출자(조연출), 작가를 중심으로 이루어지며, 이들은 브레인스토밍과 같은 아이디어 회의를 통해 창조적인 발상을 수집하고 제작과정을 조직화한다. <표 1>은 방송제작팀 기획단계의 작업 상황을 나타낸 것이다.



<그림 1> 프로그램 기획 과정

〈표 1〉 방송제작팀의 사전제작 작업 상황

제작팀	사전제작 및 기획
제작자(CP)	프로그램 개념 개발, 프로그램 예산 기획, 연출자와 작가선정, 제작방식 승인, 기획관리 및 협조
연출자(PD)	기획단계에서 작가와 구성안 및 대본 협의, 제작방식 결정, 카메라 수 등 장비 결정, 출연진 결정
조연출(AD)	기획단계 참여, 제작 접근방식에 아이디어 및 의견 제시
작가	기획단계 참여, 제작자, 연출자와 프로그램 구성 및 형식 개발, 구성안 작성, 대본 작성

* 출처: 설진아, 2007, p.40에서 재구성.

2.3 정보이용과 관련된 이론

방송콘텐츠 창작자들은 아이디어를 추출하고 프로그램의 컨셉을 설정하며 주제에 맞는 정보를 탐색하는 과정을 거치는 정보활동¹⁾을 반복한다. 정보활동은 다양한 분야에서 다각적인 방법으로 연구되고 있는데 방송창작자들의 정보활동을 분석하기에 앞서 지금까지 논의되어 온 정보활동과 관련된 이론을 살펴보고 방송창작자의 정보활동 분석에 적합한 방법론을 제시해 보고자 한다.

정보요구, 정보탐색, 정보이용연구는 개념적인 모호성에도 불구하고 일반적인 단계별 특성을 제시한다. 정보요구는 일반적으로 업무를 수행하면서 불확실성을 의식하는 데에서 시작되며, 정보탐색은 최소노력의 원칙, 의미형성, 의사결정을 통해 이루어진다. Wilson(2000)은 정보이용행위를 '정보처리과정과 이용(informa-

tion processing and use)'이라는 개념에서 '정보처리'는 이용자의 지식, 신념, 가치 등의 개념에 정보를 통합하는 것을 말하는 반면, '이용'은 이용자 지식의 상태, 행위, 가치관, 신념의 변화를 말하였다.

지금까지의 정보이용에 관한 연구는 현상학적인 접근으로 일반적인 수준에서 제시되고 정보과정의 단계인 정보원과 채널 및 선택에 중점을 두었으며 정보이용과정의 속성에 대해서는 거의 연구가 이루어지지 않고 있었다. Dervin(1983)과 Case(2002)에 따르면 정보행위와 관련된 경험적인 연구에 의하면 많은 사람들이 공식정보원은 드물게 이용하며, 주변 환경 요소들이나 지인 등의 비공식 정보원에 의지하는 것으로 나타났으며 정보의 양이 중요한 것이 아니고 때로는 정보의 무시나 회피 등의 행동을 취하기도 한다고 하였다. 최근에 와서는 특정 분야의 사람들이 특정 종류의 정보를 이용

1) 정보활동은 정보요구, 정보추구, 정보행위, 정보이용 등을 포함하는데 본 연구에서는 다음과 같이 정의하고자 한다. '정보요구(information needs)'는 목표를 달성하기 위하여 현재의 지식이 부적합하다는 것의 인식이며 '정보추구(information seeking)'는 현 지식에서의 요구나 격차에 대한 반응으로 정보를 입수하려는 의식적인 노력이다. '정보행위(information behavior)'는 정보추구는 물론 비의도적이고 수동적인 정보행위를 포함하며, 적극적인 회피 등의 목적적 행위를 포함하는 것이다. '정보이용(information use)'은 수집된 정보를 통해 기존의 지식과 행위의 변화를 의미한다. 또한 '정보활동(human information behavior)'은 정보이용을 포함하여 인간정보행위 전반에 걸쳐 이루어지고 있는 모든 과정을 포괄하는 것이다.

하는가에 대한 일반적 규칙을 발견하고자 하는 연구와 같은 정보의 절대성보다는 상대성의 중요성과 맥락 및 그 의미에 그 중요성을 더하고 있다. 특히 정보를 생성하고 인식하거나 추구, 무시 등과 시간과 공간 그리고 상황의 측면에 대하여 연구하려고 노력하고 있다. 대부분의 정보요구는 급히 발생하여 충족되거나 사라질 수 있으며 '질문'의 속성은 탐색과정의 여러 시점에서 변화할 수 있다. 또한 정보추구는 직선적이지 않고 일반적으로 완전하지도 않고 매우 반복적으로 이루어진다(Case 2002).

이러한 상황과 더불어 정보이용과정과 맥락에 대한 연구, 그리고 사회환경적 관점에서 연구가 대두되고 있다. 첫째, 정보이용과정을 구성주의적 관점과 인간정보과정(Human Information Process: HIP)의 관점을 비교 분석한 연구가 있다(Savolainen 2009). 지금까지 많이 언급되고 있는 구성주의적 관점은 인지주의적 요소를 중심으로 한 의미형성으로서 정보를 이용하고 해석하며, 지식격차연결 용어로 정보이용을 개념화하고, 정보탐색단계별 모형과 정보의 추가와 통합을 통해서 정보를 이용한다는 전략을 제시하고 있다. HIP 접근은 정보이용을 의사결정과 선택의 요소로서 개념화한다. 정보이용은 정보 단서의 해석과 판단으로 이루어지고 정보이용

과정은 시간과 동기가 중요하며, 정보의 가치 추가 및 관점에 의한 배제 등의 정보이용전략이 있다고 하였다(표 2 참조). 이들의 공통점은 인간의 마음과 인식 내에 일어나는 과정으로서 정보이용에 접근하고 있으며, 정보이용과 처리는 사물의 질적인 해석과 비교 및 관계의 해석적 활동을 가정하고 있다.

둘째, 맥락(context)에 관한 접근이다. 정보요구는 어떤 배경이나 목적 그리고 영향에 의존하여 생겨나며 정보추구자는 자신에게서 발생한 요구와 질의의 유형을 제한하거나 지지하는 환경 속에서 존재하고 있다. 또한 자신의 성향이나 동기 요인 등 내부적 환경요인을 가지고 있다. 맥락은 정보행위연구에서 시간과 공간으로 개념화되고 있다. 이를 정보이용환경이라고도 하는데, 전통적으로 맥락을 시간과 공간의 '컨테이너'로 가정한다. 현상이 속하는 곳과 행동이 일어나는 시간의 범주에 의해 제약을 받는 것이다. 컨테이너 모형은 맥락이 정적이고 참여자의 행위가 독립적으로 개념화할 수 있는 엔터티를 묘사하고 있다. 그러나 Dervin(1997)은 이러한 개념과 제안을 비판하면서 맥락은 시간에 따라 변화하는 것이며 맥락은 거기에 그대로 있는 것이 아니라 인간의 행위와 상호작용에 의하여 구성 및 재구성된다고 하였다. 또한

〈표 2〉 정보이용과정의 구성주의적 관점과 HIP 접근

정보이용	구성주의적 관점	HIP 관점
정보이용 요소	인지주의적 요소를 형성하고 수정하는 것으로 구성하며 의미 생성과 정보의 해석	정보 단서(Information Cue)의 해석과 판단 정보의 단서는 속성과 대안의 표현
정보이용 과정	탐색, 형성, 종합, 정보과정 개방, 표현, 구체화, 종료	의사결정을 위한 가용한 시간과 관련되는 정보과정을 종결하기 위한 동기
정보이용 전략	추가적, 통합적 접근	가중치 추가, 사전적 전략, 만족, 관점에 의한 배제

* 출처: Savolainen(2009), p.202.

Savolainen(2008)은 ‘작은 사회(small society)’의 정보탐색에 있어서 공유가 이루어지는 맥락을 공간적, 사회적인 요인으로 개념화 하였는데, 물리적인 정보탐색이 이루어지는 장소인 공간 요소와 행위의 기준이 되는 사회규범과 같은 사회적 요소와 사회적 네트워크를 통하여 정보탐색이 이루어지고 있음을 밝혀내었다. 특히 업무적(직업적)환경에서는 사회적 규칙, 규범, 조직문화, 사회 네트워크가 정보탐색과 공유에 있어서 맥락을 제공해 준다고 하였다.

셋째, 사회환경적 기반의 통합적 개념 프레임워크를 들 수 있다(Nahl 2007). 이는 정서적 영역에 기반을 둔 프레임워크인데, 인지적인 지적 담론에서 정서적 상태과정을 포함한 인지적 작용 통합이론모델로 방향을 변화하는 것이다. 여기서 제시되는 환경적 구조의 프레임워크는 첫째, 그룹의 규범, 가치, 사회적 그룹 커뮤니케이션이 이루어지는 사회적 환경과 둘째, 인지, 정서, 감각 등 상호작용하는 생물학적 기관인데 이는 정보수집, 목표 확장, 평가 등을 위한 인지영역과 동기유발의 정서적 영역, 인간과 기계의 신경학적 상호 연결하는 감각 등을 말한다. 셋째, 이용자의 생물학적 능력과 공생 작용할 수 있는 인터페이스의 기술적 시스템이다. 다시 말하면 정보행위는 사회적인 커뮤니케이션 현상에 의해 영향을 받고, 개인의 생물학적 과정과 기술적 정보 디바이스와 상호작용하면서 이루어지며 정서적인 가치의 정도에 따라 받아들여지고 목표와 관여에 적용될 때만이 이용된다는 것이다.

이와 같이 정보이용연구의 단편적인 기존의 패러다임은 통합적이고 총체적인 관점으로 변화하고 있음을 알 수 있다. 특히 인간정보활동

(Human Information Behavior)은 인간과 정보를 둘러싸는 모든 과정에 중점을 두고 시간, 맥락, 사회적인 관계의 영향을 고려하고 있다(Spink 2006). 따라서 본 연구에서는 인지적, 정서적, 환경적 관점에서 방송제작자들의 방송기획과정에서 정보이용의 일상적인 과정들을 예시함으로써 그 현상을 이해하는 구조적인 틀을 제시해 보고자 한다. 이를 통해 방송콘텐츠 창작자의 종합적이고 총체적이며, 비선형적인 해석과 정보이용의 과정과 맥락 등을 고려하여 방송콘텐츠 창작자의 정보활동을 분석해 보고자 한다.

3. 방송콘텐츠 창작자의 정보활동 분석

3.1 분석 방법

방송기획과정에서 일어나는 정보이용과정을 중심으로 정보활동분석을 위하여 방송콘텐츠 창작자들을 살펴보았는데, 상세한 데이터 수집 및 분석방법은 다음과 같다. 첫째, 방송콘텐츠 창작자는 방송제작자, 방송연출자, 방송작가들을 대상으로 실시하였고 이들에 대한 일반 현황 조사로는 문답형식으로 경력, 정보기술 이용시간과 목적 그리고 정보원 채널과 정보원의 우선순위 등을 조사하였다. 둘째, 심층인터뷰 연구조사 방법으로 방송기획과정에서 정보처리과정의 인지적 관점과 인지적 처리에 미치는 감정적 영향의 정서적 관점 그리고 방송사회의 가치와 신념 등 환경적 관점에 대하여 조사하였다. 셋째, 방송제작자들이 가장 최근에 기획하였던 작

품이나 기획하고 있는 작품을 실례를 들어가면서 설명할 수 있도록 유도하여 연구의 실증성을 더하고자 하였다. 넷째, 인터뷰 내용은 음성녹음을 실시하였으며 음성자료를 전사녹취하여 데이터 분석을 실시하였다. 다섯째, 반복적인 데이터 개념 분석과정을 통해 공통된 개념을 찾아내고 이들 개념을 포함하는 문장을 범주화 하였다. 이를 위하여 QSR의 Nvivo8 프로그램을 활용하였다. 이러한 개방코딩의 수행방식에는 행간분석방법, 문장과 단락분석법, 문서자료 전체분석법이 있다. 본 연구에서는 행간분석과 문장과 단락분석법을 통해 단어, 구, 문장을 분석하면서 개념을 도출하였다. 이러한 반복적인 과정을 통해 개념을 도출하고 유사한 개념은 하나의 범주로 재조합하여 명명하였고 하위범주는 상위범주로 추상화하여 나타내었다.

3.2 일반 현황

방송콘텐츠 창작자와의 심층인터뷰는 2009년 5월 12일부터 6월 4일 동안 방송기획 및 제작자 2인, 방송연출자 3인, 방송작가 1인 등 총 6인과 개별적으로 실시하였다. 이들의 제작구분 및 주요 제작장르 및 경력, 인터뷰 소요시간은 다음과 같다(표 3 참조). 1인당 인터뷰 시간

은 평균 약 1시간 20분 정도가 소요되었으며, 이들의 평균 방송경력(평균 13년)으로 중견급에 해당하는 경력자들이었다. 이들은 시사교양, 드라마, 연예 및 오락 등 다양한 방송 장르를 제작하고 있다.

일반적인 정보기술의 이용현황을 조사한 결과 하루 평균 컴퓨터 이용시간은 6.9시간이었고 평균 인터넷 이용시간은 평균 5.5시간으로 나타났다. 컴퓨터 이용의 대부분의 시간은 인터넷 이용으로 보내고 있었으며 인터넷 이용의 목적으로는 방송제작과 관련된 정보검색이 대부분이었다. 가장 많이 이용하는 웹 정보원으로는 포털 사이트(66.7%)가 가장 순위가 높았으며 그 외에 방송사의 웹사이트(16.7%)와 개인 블로그 등을 통한 전문정보원(16.7%)을 선호하는 것으로 나타났다. <표 4>와 같이 정보이용과정에서 가장 많이 이용하는 정보원의 내용과 정보채널은 다음과 같다. 정보원 중 가장 많이 이용하는 정보내용의 세가지를 선택한 것을 분석한 결과 가장 많이 이용하는 정보 내용은 최근 사건과 뉴스(33.3%)로서 이 영역은 연구 대상자가 모두 3순위 안에 응답한 것으로 나타났다. 일상생활전반(27.3%)은 83.3%가 3순위 내에 응답하였다. 반면에 역사, 종교, 자연현상 등 기초 영역에 속하는 분야에 대한 관심은 거

<표 3> 연구대상 방송창작자 일반 현황

명칭	구분	장르	경력(년)	인터뷰 시간
A	방송연출자(독립)	시사교양	12	1시간 58분
B	방송작가	연예 및 오락	16	1시간 5분
C	방송제작자	드라마	20	55분
D	방송제작자	시사교양	13	49분
E	방송연출자(독립)	드라마	12	49분
F	방송연출자	시사교양	5	1시간 35분

〈표 4〉 방송창작자의 정보원 이용의 순위

정보원	응답수	백분응답률(%)	케이스 퍼센트(%)
최근 사건(뉴스)	6	33.3	100.0
일상생활전반	5	27.8	83.3
인물	3	16.7	50.0
음악, 미술(예술)	2	11.1	33.3
문학작품	1	5.6	16.7
기타	1	5.6	16.7
역사	0	0	0
종교	0	0	0
자연현상	0	0	0
기술응용	0	0	0
총	18	100	300

의 없는 것으로 나타났다. 이는 방송창작자들이 최신의 뉴스와 일상생활에서 일어나는 사건을 중심으로 방송소재를 삼는 것으로 파악된다.

정보원의 채널로는 인터넷, 동료, 방송매체 순이었다. 신문 매체는 주요 정보채널로 선정되지 않은 것으로 보아 영상매체 제작에서는 영상매체를 도구로 하는 정보채널이 우선적으로 선정되는 것으로 나타났다(표 5 참조).

정서적 영역에 대한 조사는 Nahl(2004)의 정서측정 설문영역을 근거로 측정항목을 10점 만점 척도로 구성하였다. 정보획득에 대한 동

기와 불안 요소에 대하여 조사한 결과 업무에 대한 동기는 평균 10점으로 매우 높음을 알 수 있다. 정보의 불확실성은 검색의 초조한 정도와 걱정 정도를 의미하는데 이 측정에서 평균 7.7로 비교적 높은 편이었다. 정보검색에 있어서 시간적인 압박은 검색의 예상되는 시간 대비 실제 검색에 있어서 사용된 시간이다. 시간 압박은 평균 -3으로 정보검색에 있어서 시간압박을 그다지 받지 않는 것으로 보인다. 이는 자기효능감과 관련이 있을 것으로 예측된다. 자기효능감은 자신감을 의미하는데 업무에서의

〈표 5〉 방송창작자의 정보채널 우선 순위

정보채널	응답수	백분응답률(%)	케이스 퍼센트(%)
인터넷	6	33.3	100
동료(staff)	5	27.8	83.3
방송	3	16.7	50.0
책	1	5.6	16.7
해당분야 전문가	1	5.6	16.7
일상생활전반	1	5.6	16.7
기타	1	5.6	16.7
신문	0	0	0
총	18	100	300

성공할 확신, 정보활동에 관련된 업무를 잘할 것이라는 믿음, 정보탐색에 있어서 행운이 있을 것이라는 믿음이다. 자기효능감은 평균 8점으로 비교적 높은 점수를 보였다. 낙천성은 성공할 때까지 정보탐색과 정보이용을 계속할 동기와 컴퓨터와 검색엔진이 정보검색에 도움을 주고 있는지, 찾고자 하는 정보가 있을 것이라는 믿음이 있는지에 대한 것이었다. 낙천성의 평균 점수는 9점으로 높은 편이었다.

3.3 방송콘텐츠 창작자의 정보활동과정

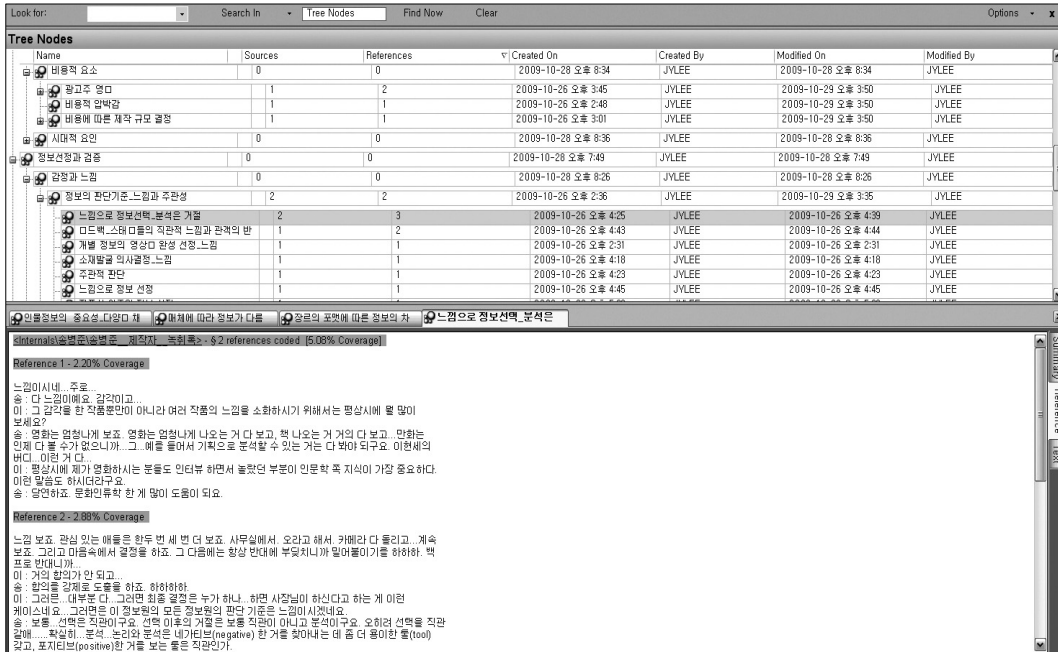
방송콘텐츠 창작자의 정보활동 과정을 조사하기 위한 내용은 <표 6>과 같이 인터뷰 내용은 인지적 관점, 정서적 관점과 환경적 관점에서 이루어졌다. 첫째, 인지적 관점으로는 아이디어의 발상과 기획 단계에서 어떤 단계에 정보를 찾게 되고 무슨 정보를 찾게 되는지, 그리고 각 단계별로 찾는 정보가 다른지, 정보원의 결정 판단 기준은 무엇인지를 질의하였다. 둘째, 정서적 관점으로는 인지적 처리에 영향을 미치는 감정적 기능으로서 정보획득의 동기와 정보획득의 불안 요소에 대하여 조사하였다. 셋째, 환경적 관점에서는 방송커뮤니티내의 가치와 신념이 방송기획과 제작에 영향을 미치는 정도에 대하여 인터뷰를 실시하였다.

인터뷰 전사 녹취문을 대상으로 QSR의 Nvivo8 프로그램을 활용하여 분석한 결과 최초 개방형 코딩에서 105개의 개념 범주가 나타났는데 Nvivo8의 분석과정은 다음과 같다(그림 2 참조).

이러한 반복적인 분석 과정을 통해 나타난 방송제작자들의 방송 프로그램 기획과정에서의 정보활동과정은 선형적 과정을 나타내지는 않지만 <표 7>과 같이 범주화 되었다. 첫째, 방송소재 아이디어를 위한 정보수집으로서 협업, 소재발굴매체, 소재의 내용을 포함한다. 둘째, 정보탐색과정을 통해 구체적인 정보를 검색하게 된다. 정보탐색과정에 주로 이용되는 정보원의 종류와 인물정보의 취재 그리고 방송매체별로 주요 정보탐색의 차이, 정보의 영상화 등이 포함된다. 셋째, 수집된 정보의 분석과정을 통해 프로그램 내용을 구성하는 과정에 영향을 미치는 요소로는 시대적 요소, 시간적 요소, 비용적 요소, 송출매체, 피드백이다. 넷째, 선정된 내용 정보에 대한 정보의 신뢰성 검증 과정이 이루어진다. 이 경우에 주로 감정과 느낌으로 정보를 선정하고 신뢰성 확보를 위하여 전문가에게 의뢰하거나 직접 취재로 검증한다. 다섯째, 방송기획에 대한 중요성과 정서적인 의지의 필요성이 나타났으며, 영화매체와의 차이점에 대하여도 언급되었다.

<표 6> 방송제작자들의 인지적, 정서적, 환경적 영역별 정보활동 분석

영역	인지	정서	환경
내용	기획단계의 단계별 정보	정보획득 동기	방송커뮤니티 환경의 영향
	정보의 종류		
	단계별 종류의 차이	정보획득 불안	
	정보원의 판단 기준		
정보의 성공과 실패의 기준			



<그림 2> QSR를 활용한 방송창작자 정보활동 분석과정

<표 7> 방송창작자 방송기획과정 인터뷰 분석을 통해 나타난 정보활동

대분류	중분류	내용
소재발굴을 위한 정보수집	협업	방송커뮤니티 작은사회의 공통 커뮤니케이션 소규모 팀(작가, 연출, 제작자)내의 정보교류 팀 구성원의 선호도로 소재 결정
	소재발굴 매체	다양한 매체 활용
	소재 내용	일상생활의 아이디어(경험)
		인물에 대한 관찰력
		제작과정의 피드백
	정보탐색과정	지속적인 정보탐색
정보의 영상화		느낌으로 정보의 영상 탐색
정보원의 종류		정보원 이용 과정
		1차 정보원의 중요성
인물정보의 중요성		캐릭터를 위한 인물/전문가 취재
		내용에 적절한 인물 섭외
방송매체별 차이	방송장르별 중요 정보원의 차이	
	장르의 포맷에 따른 정보의 차이	

대분류	중분류	내용
정보 내용	시대적 요소	현재 시대의 트렌드 반영
	시간적 요소	방송시간대
		방송주기
		시간적 압박감
	비용적 요소	광고주 영향
		비용적 압박감
		제작비에 따른 팀의 규모와 소재 결정
	송출매체	개별 송출 방송국의 문화 영향
		방송 송출사의 필터링
	피드백	시청률
		제작진 피드백
		시청자 의견
		피드백의 내용 반영
정보선택과 검증	통합구성성	제작자는 전체를 총괄
		구성 통합성에 맞게 정보 선정
	감정과 느낌	정보의 판단기준 - 느낌과 주관성
		대중성
		방송경험
	정보결정	의사결정 - 조직의 결정권자
		윤리적인 정보선택
	검증과 신뢰	소재의 신뢰성 증명(직접 취재로 검증)
		전문가 검증
		제작사의 신뢰도 검증
기획의 완성	열정과 의지	성공의 의지
		성공의 의지로 작품 완성
	성공과 실패	성공과 실패는 원하는 일을 할 때는 없다
	기획의 시대	방송기획 프로세스
		기획의 중요성
영화와 방송의 차이	영화와 방송의 차이(시간적 요인)	
	영화와 방송의 차이(소재의 차이: 대중성)	

3.3.1 소재발굴을 위한 정보수집

방송프로그램 소재발굴을 위한 아이디어 발굴은 방송창작자 개인 단독으로 결정되는 것이 아니라 제작자, 연출자, 작가의 협업으로 이루어진다. 작가의 아이디어가 초기에 개진되지만 제작을 위한 소규모 팀의 커뮤니케이션을 통해 소재와 구성에 대한 개략적인 내용이 결정되며, 이들은 인지와 감정의 합일성을 중요한 협력의

요소로 인식한다. 방송연출자 A는 방송은 세부 팀의 정보와 감정의 공유라고 하였으며, 방송작가인 B는 동료들과의 소재 개발에 협력에 협의한 후에 주변 경험에서 얻은 소재를 기반으로 팀을 만들고 주기적으로 정보를 수집하고 분석하고 개발해 나가는 과정을 보여주고 있다.

방송은 코드가 맞는 사람들끼리 하는 겁니다.

본부장님이랑 되게 잘 아는 작가. 그 분하고 잘 맞게 잘 했어요. 저하고 지금까지 계속 오랫동안 일 해 온 작가가 있어요. 제가 프로젝트를 하면 그 작가한테 연락을 해요. 왜냐면 눈빛만 봐도 아니까. 내 말을 이해를 하니까. 길게 설명하지 않아도 아니까. 그러나 그림 자료를 보고 서로 관점이 다르면 같이 일을 하지 않습니다. 생각의 공유가 비슷해야 해요. 물론 거기서 서로의 다른 생각들이 있지만 계속 맞추어가는 작업들을 하지요(방송연출자 A).

이전에 알고 지내던 제작사 PD가 만나자고 제의하고 재미있는 소재가 없는지를 물었습니다. PD가 꼭 본인이랑 일해야 한다고 다짐하였습니다. 저는 제 주변의 경험에서 소재를 잡아서 제시하였고 둘이서 두 세번 먼저 회의하고 개발하기로 했지요. 그 후에 서브작가 두명을 구했고 어느 정도 디벨롭이 된 후에 중간 작가와 막내작가를 또 합류시켜서 완벽한 팀을 만들었습니다. 그 다음부터는 정확하게 어떻게 촬영을 진행할지에 관한 구체적인 기획을 만들었습니다. 그때부터는 이 팀은 매일 만났습니다(방송작가 B).

방송소재 내용은 일상생활에서 주로 경험하는 것들과 방송 내용을 전달 받는 수신자들의 관심사에 대하여 새로운 시각으로 항상 접하려고 하고 있다. 즉 대중과 인물에 대한 끊임없는 관찰이 무엇보다도 중요한 소재가 된다.

방송이라는게 기본적으로 이야기인 거 같아요. 시사교양 프로그램도 그렇고 예능도 그렇고 드라마도 그렇고 내가 어떤 얘기를 기본적으로 영상시키는 하지만 사람들한테 이야기를 하는 것. 내가 어떤 걸 전달하는 것이죠. 어쨌든 사람에게

일어나고, 사람과 관련된 이야기를 무엇을 어떻게 전달하는가. 이런 고민은 공통된 거 같아요 (방송연출자 F).

특히 일상생활의 경험에서 출발하여 주변 인물에 대한 관찰로 이루어진다. 방송제작자 D는 주변 인물들을 관찰하면서 약간의 수정을 거쳐 캐릭터를 만들어 이를 가상의 등장인물로 설정한다.

등장 캐릭터 설정은 정보나 취재를 통해서보다는 아는 사람을 모델로 쓰거나 혹은 상상력을 개발하지만 주로 본인이 경험했던 것과 지나면서 보았던 것을 기초로 합니다(방송제작자 D).

소재 발굴을 위한 정보매체는 인터넷 정보, 뉴스, 해당 프로그램의 시청자 게시판, 만화, 소설, 다양하게 활용되고 있음을 알 수 있다. 또한 방송기획자들은 끊임없이 내외부의 정보매체를 통해서 정보를 수집한다. 방송제작자 C의 경우에는 기획팀을 별도로 구성하여 다양한 매체의 소재 정보를 발굴하도록 하고 있었다. 관련정보를 일차적으로 웹에서 검색을 하고 중요한 정보는 도서관이나 서점에서 책을 탐색한다고 하였다.

제가 제작하는 프로그램의 시청자 게시판과 제보 게시판, 시민단체 웹사이트, 소비자시민 신문 등을 주로 보고 포털사이트, 뉴스, 사회면 뉴스, 먹거리, 건강 등 사회면을 주로 봅니다(방송연출자 F).

만화, 소설 다 봅니다. 원작은 기획팀에서 검토를 하고, 저는 기획팀에서 듣기도 하고 외부에

서 얻기도 합니다. 그 소스는 굉장히 다양합니다. 예를 들어 '궁'의 경우에 차를 타고 이동 중에 기획팀 직원으로부터 전화로 간단히 들은 내용입니다. 그런데 줄거리 한마디에 흠했습니다. 그 자리에서 출판사에 연락하였습니다(방송제작자 C).

저희 드라마는 군인이 모델이었고, 군인과의 인터뷰, 군인 부인들과의 인터뷰, 계급사회, 여자들의 정치성 등이 키워드로 인터넷에서 일차적 검색을 하고 중요한 정보는 도서관이나 서점에서 책을 봅니다(방송연출자 E).

3.3.2 정보탐색과정

정보탐색은 소재 결정 후에 구체적인 세부 정보를 검색하는 단계를 말한다. 이 단계에서는 연출자, 제작자, 작가 등 세부 영역별로 분업화 하여 정보를 검색하고 팀 구성원들이 지속적으로 회의를 하며, 재탐색을 반복하여 지속적으로 전문적인 정보를 탐색한다. 정보탐색과정에 있어 시작과 끝이 명확하지 않지만, Dervin(1983)의 의미형성이론에서 밝혀진 바와 같이 문제의 격차를 느끼면 정보를 탐색하고 해결하며 의미를 형성해가는 단계를 거친다. 여기서 의미를 형성해 가는 과정은 제작 팀내에 분업화 되어 있지만, 지속적인 협업을 통해 정보활동이 이루어진다는 특징을 가지고 있다.

작품마다 다르지만 '꽃보다 남자' 같은 경우 원작이 탄탄하고 어차피 고칠것이 별로 없어요. 따라서 스토리 구성은 별도로 하지 않고 원작에 충실하는 것 자체가 제작 의도였고 로컬라이즈하는 정도지. 따라서 그 부분은 기획팀과 작가가 어느 에피소드를 발췌하고 어디서부터 어디까

지 한 부로 끊을지를 맡았고, 저는 다른 쪽을 캐스팅 하는 부분을 맡았습니다. 특히 스타일링, 배경 장소, 그림이 보여질 장면 선정 등 이것이다 기획의 일부거든요. 이렇게 분업하여 일을 정하고 다시 만나 회의 합니다(방송제작자 C).

작가들이 우리나라 포탈 사이트에서 '일짱'이란 검색어로 검색된 카페, 블로그 등을 모두 검색하고 이들을 만나서 검증하기 위하여 폐쇄적인 카페에 가입을 하고 기다렸다가 회원가입이 되면 쪽지를 남겼습니다. 우리 방송의 취지를 설명하고 방송할 뜻이 있으면 연락을 달라고 하고 이들을 만나고 연락하고 또 만나고 차 마시고 그 후에 연출자와 메인작가가 다양한 테스트를 거쳐서 10명을 선정하였습니다(방송작가 B).

방송기획에 있어서 가장 기본적인 소스는 뉴스 기사 등 인터넷이나 신문을 통해 생산되는 자료인 1차 정보원이다. 반면 방송정보는 1차 정보원을 영상화시키는 작업이므로 이를 위해서 1차 정보원을 영상화할 수 있는 가능성을 염두 하면서 정보를 탐색한다. 예를 들어 첫째, 환경문제를 소재로 하여 '탄소제로마을'을 소개하고자 할 경우에 외국의 사례를 인터넷을 통하여 기사나 뉴스를 탐색하고, 중복 기획 방지를 위하여 우리나라 타 방송국에서 반영된 경우가 있는지를 국내의 방송국 사이트를 검색한다. 추출된 영상화된 정보들 중에서 카메라 화면에 담아 최적의 영상화를 나타낼 수 있는 도시와 마을이 중요한 정보원으로 선정된다. 둘째, 식품의 원산지를 속이는 업주를 고발하는 프로그램인 경우 제보를 중심으로 사건을 취재하는 경우에 원산지 표기 방법에 대한 법률정보는 인터넷을 통해서 찾고 이것을 영상화 하는데

있어서 법률정보 화면을 영상화 할 것이지 혹은 사회자를 통해서 육성으로 전달할 것이지를 결정한다.

방송장르(매체)별로 다소 차이가 나타나는데 영상방송은 영상화로 표현하는 정보를 주로 탐색한다면, 음성방송(라디오)인 경우에는 1차 소재를 토대로 대사로 표현되어야 하기 때문에 구어체로 느낌을 전달할 수 있는 대본을 만드는 작업이 중요하다. 이 경우에 그 캐릭터와 상황과 시대에 맞도록 항상 뉴스와 캐릭터 인물에 대한 끊임없는 관찰을 한다. 드라마 장르의 경우에 주변에서 탐색되는 여러 인물을 믹스하여 새로운 정보를 생성하고, 실제로 그 역을 영상화시킬 수 있는 배우를 탐색하여 캐스팅하고 배우가 가상인물을 잘 표현할 수 있는 대사를 만들어낸다. 연예오락프로그램인 경우에는 스토리보드를 만들어 내는 것 보다는 배우들의 역할과 컨셉이 중요하므로 다양한 분야의 연예인의 현재 근황과 그들의 개인적인 네트워크 정보가 중요한 정보가 된다. 따라서 인물에 대한 정보를 끊임없이 탐색하는 것은 방송콘텐츠 창작자들의 중요한 정보활동 업무임을 알 수 있다.

3.3.3 정보수집 내용 요소

방송기획과정에서 프로그램 내용은 시대적 요소, 시간적 요소, 비용적 요소와 방송송출기관과 피드백 등이 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 첫째, 방송콘텐츠는 타 문화콘텐츠와는 달리 현재 우리가 살고 있는 사회의 단면을 즉시 반영하는 현재 동시대의 트렌드를 반영하는 특성을 가진다. 둘째, 이용 대상자도 영화처럼 계층이 결정되어 있는 것이 아니라 누구나 접

근이 가능한 정보이기 때문에 방송시간대별로 시청자층이 결정된다. 따라서 방송시간대에 따라 프로그램의 내용이 결정된다고 할 수 있다. 이러한 시간적 요소로는 방송시간대, 프로그램의 방송 주기 그리고 제작기간에 따른 시간적인 압박감이 영향을 받는다. 셋째, 방송제작 비용은 광고에 의존하므로 광고주가 중요한 정보원이며, 또한 제작비에 따라 팀의 규모와 소재가 결정되는데 큰 요소가 된다. 넷째, 최근에는 방송제작과 송출사가 분리되는 추세인데 방송제작사에 송출사의 방송문화에 따라서 동일한 소재라도 전개되는 방송 구성에 영향을 받는다. 따라서 제작사는 송출사의 방향과 의견을 중요한 정보로 인식하여 방송내용에 반영하고 있다. 다섯째, 방송정보의 이용자인 시청자들의 의견과 시청률 그리고 제작진들의 피드백이 기획과정의 정보내용 구성에 영향을 미친다.

3.3.4 정보선택과 검증

수집된 정보는 검증과정을 거치면서 신뢰성 있는 정보가 선택된다. 특히 방송매체는 대중을 대상으로 정보를 전달하는 기능을 가지고 있으므로 소재를 영상화 하고 가공함에 있어서 기본정보에 대한 철저한 검증이 요구된다. 제보자의 정보나 인터넷의 기사와 내용 등의 검증을 위하여 현장을 직접 취재하거나 전문가의 자문을 구하여 정보의 진실성을 판단한다. 또한 송출사에서는 제작사의 신뢰성 검증을 위하여 제작 내용을 캐스팅된 배우를 통해서 검증하기도 한다.

제보자의 신뢰성에 대하여 늘 고민하고 계속 의심을 하면서 확인을 합니다. 예를 들면, 잠복을

하여 이 공장에서 원산지 둔갑이 이뤄지고 있는지 그 앞에서 하루 정도를 어떤 차가 들어오고 어떤 차가 나가고 무슨 움직임이 있나 보고, 그 사람들 퇴근 하면 그 주변에 그 사람들이 내놓은 쓰레기를 보기도 하고, 소비자로 가장해서 안으로 들어가 보기도 하고 이런 식으로 확인 작업 거쳐서 확실하다고 했을 때 그 쪽으로 들어가기도 하고, 그런 단계들을 내부 제보자나 직접적으로 알고 있는 업자인 경우에는 그런 단계들이 확 줄어들어 명확한 정보로 시작을 할 수 있는데, PD입장에서는 제한된 시간과 제한된 비용 안에서 방송을 해야 되니까 냉정하게 판단을 합니다 (방송연출자 F).

정보를 선정하고 결정하는 과정에서 윤리적으로 고려해야 하는 경우가 나타나며, 최종적인 정보선택은 팀내의 가장 최고의 의사결정권자에게 달려있다.

내부 제보자의 경우는 그 사람이 말하는 것들을 취재를 하다보면 이 사람을 확실히 보호해 줘야 하는데 깊이 있는 기획을 위해서는 본의 아니게 정보원에게 부담을 줄 수 있게 됩니다. 신선한 주제의 접근은 이러한 내부 제보자의 정보가 꽤 중요하므로 어디까지 밝힐 것인가 하는 윤리적인 문제가 늘 고려의 대상입니다(방송연출자 F).

방송기획과 제작에 있어 정보선택의 기준점은 작품의 전체적인 구성이다. 즉 통합적 관점에서 각 요소들이 조화를 이루는가가 중요한 판단요소가 된다. 이 경우에 제작자는 전체를 총괄하는 책임자로서 역할을 하게 된다. 또한

정보선정과 검증에 있어서 가장 중요한 요소는 창작자의 주관적인 감정과 직관이다. 이러한 느낌은 그동안의 방송경험이며, 콘텐츠창작들 간의 공통된 감정교류로 판단하는데 이 때 가장 중요한 관점은 대중성에 근거한다.

3.3.5 기획의 완성

기획과정은 소재를 확정하고 구성안에 맞추어 정보를 수집한 후에 기획안을 작성함으로써 최종적으로 완성된다. 그러나 방송송출사에서 기획서를 검증하는 과정에 기획서의 채택이 결정되므로 기획안이 제작으로 이어지지 않을 수도 있다. 또한 우리나라의 경우에는 기획과 제작을 공동으로 하기 때문에 기획 자체로 종료되지 않고 제작 과정에서 기획을 수정하는 경우도 있다. 최근에는 방송송출사의 다양화로 인하여 보다 창조적이고 고급화된 기획이 요구되고 있으므로 전문적인 정보활동을 통한 기획 단계가 보다 필요한 실정이다.

4. 방송콘텐츠 창작자의 정보활동 모형

4.1 방송콘텐츠 창작자의 집단적 인지활동

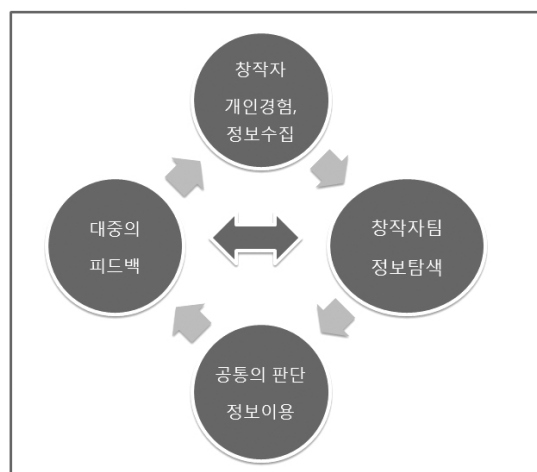
방송제작자들은 창작자 개인별 일상생활 경험을 바탕으로 방송커뮤니티의 작은사회 맥락 내에서 그들만의 채널을 통해 창작 소재 정보를 탐색하고 세부적인 단계별 정보검색을 수행한다. 특히 방송콘텐츠 창작자(방송제작자, 방송연출자, 방송작가) 전문가 집단내의 정보교환을 통한 정보활동을 통해 방송기획과정을 수

행하며 이들 소규모 집단의 지식상태, 가치관, 신념의 총체적인 변화를 통해 창작활동이 이루어지는 것으로 나타났다. 대부분의 정보이용이론은 주로 개인단위의 정보이용을 수행하면서 나타나는 인지적인 변화를 다루었지만, 본 연구는 개인 단위의 경험으로 시작된 정보의 인지활동이 방송사회내의 작은 커뮤니티 내에서 통용되는 집단적 정보 수집과 정보의 해석을 통해 창작활동이 이루어지는 것을 밝혀낼 수 있었다. 특히 방송은 영화와 달리 실시간으로 대중들에게 영향을 받는 매체이므로 현 시점에서 유행이 되는 소재를 중심으로 창작활동이 이루어지고 있으며, 대중의 피드백이 정보활동의 매우 중요한 요소로 작용하고 있다.

이와 같이 본 연구의 대상이 되었던 방송창작자들의 정보이용과정을 인지적 관점에서 살펴본 결과 방송기획단계에서 검색하고자 하는 정보의 프로세스와 정보의 내용은 다음과 같다. 첫째, 방송콘텐츠 창작자 개인별로 일상생활의 정보를 통해 소재발굴을 위한 정보수집이 이루어

어지고 있으며, 소재 결정 후에 각 세부분야별로 정보탐색 과정을 거치는 개인별 인지적 프로세스 단계를 반복하여 수행함을 알 수 있었다. 둘째, 방송창작은 개인 단위의 인지적 프로세스가 모여 방송창작자 소그룹 내의 공통된 인지적 프로세스 단계를 통해 정보교환과 통합이 반복하면서 나타남을 알 수 있다. 셋째, 정보탐색 결과에 대해서 공통의 판단으로 의사결정이 이루어진다. 넷째, 정보의 탐색과 형성과정에 대중의 피드백이 추가됨에 따라 방송의 작은사회의 정보뿐 아니라 외부의 피드백 정보에 따른 정보의 투입에 대한 판단의 시급성이 나타남을 보여주고 있다(그림 3 참조).

따라서 본 연구에서는 방송콘텐츠 창작자의 정보이용을 정보탐색과정에 중심을 두는 구성주의적 관점에 더하여 대중성이라는 정보전략에 중점을 두어 정보 이용을 보는 관점으로 해석하고자 한다. 즉 정보의 이용은 방송콘텐츠 창작집단(팀)의 지식상태, 행위, 가치관, 신념의 변화를 의미한다고 볼 수 있다.



<그림 3> 방송콘텐츠 창작자팀 공통의 인지활동

4.2 정서적인 요소의 반영

지금까지 정보활동에 있어서 사회·환경적 인지와 정서간의 관계에 대하여 자세히 밝혀지는 않았으나 Norman(1981)이 12가지 인지적 요소 중에서 한 가지를 정서적으로 보았고 이어 인지학자들도 감정(emotion)이 인지활동에 있어서 가장 큰 부분이라고 하였다. 인지작용은 의도와 감정에 의해 지배받고 유도된다고 하였다. 최근 Nahl(2007)은 정서적 영역에 기반을 둔 정보시스템 프레임워크를 제시하였다.

창작활동은 무의식과 의식의 교차되는 시점에서 창조적인 준비와 배양 그리고 전략적 연결로 인하여 구성되는 과정으로 볼 때 감정에 대한 정서적인 요소는 매우 중요하다고 볼 수 있다. 특히 방송창작자들은 개인의 감정과 판단 그리고 방송창작자들간의 정서적인 교류에 따른 정보의 선택은 매우 중요한 요소이다. 다시 말하면 방송창작자 개인의 경험에서 방송 작은 사회(small society) 정보의 집단적 공유와 정보의 판단에 의해 이루어지고 있음을 알 수 있다. 한편 일반 대중을 대상으로 정보의 내용을 구성해야 하므로 대중과의 감정의 일치성을 최우선의 요소로 제시한다. 이러한 활동은 대중과의 감정 일치에 앞서 창작자들 내부의 감정의 일치가 우선시 되어야 한다. 또한 앞서 살펴본 바와 같이 방송 소재 정보의 선정과 탐색된 정보의 검증에 있어서 정보의 판단 기준은 느낌과 주관성, 대중성 그리고 방송경험이라고 하였다. 이는 방송창작과정에서 정보처리의 인지적 과정이 중요하지만 그 이전에 정서적 영역의 요소가 창작 단계에 있어서는 매우 중요한 요소라고 볼 수 있다. 특히 대중의 다양한 계층에 따른 감정

의 합일점을 이끌어 내는 것이 필요한데 이를 위해서 방송콘텐츠 창작자들은 인물과 세상에 대한 폭넓은 관심과 정보탐색이 일상적으로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

4.3 환경적인 맥락

환경적 맥락은 방송콘텐츠 창작자가 방송기획 중 정보이용에 있어서 영향 받는 요소를 말한다. 첫째, 방송사회 내에서 통용되는 사회규범, 조직문화 등이 정보탐색과 공유에 있어서 영향을 받는다. 둘째, 현재 시대를 반영하는 소재를 중심으로 내용을 구성해야 하므로 이러한 정보를 반영해야 하는 시대적 요인을 들 수 있다. 셋째, 방송의 시청자 층을 결정하는 방송시간대와 방송주기, 그리고 총 제작시간과 한정된 기획시간 등의 시간적 요인을 고려해야 한다. 특히 방송은 시간적 압박으로 정보이용과 정보 선택에 가속이 붙는 경향이 있다. 넷째, 정보이용을 위한 탐색된 정보의 선택적 중의가 필요하며, 다양한 종류의 결정 전략에 의한 신속한 의사결정이나 판단이 요구된다. 다섯째, 송출 방송사의 조직 문화의 영향을 많이 받게 되는데 방송 기획 과정에서 송출사의 문화가 반영이 되지 않으면 제작단계로 진입할 수 없기 때문에 기획 단계에서 방송송출사의 환경적인 영향이 중요한 정보 요소로 꼽힌다. 여섯째, 대중의 반응에 대한 시청률 정보이다. 이는 내용에도 영향을 미치지 않지만 비용적 측면과 연결됨으로써 기획의 규모와 내용 그리고 방송의 유지 등에 대한 기본적인 틀을 제공하게 된다. 이와 같이 방송창작에 있어서 창작자들은 다양한 환경적 요소에 영향을 받으며 방송창작의 기본

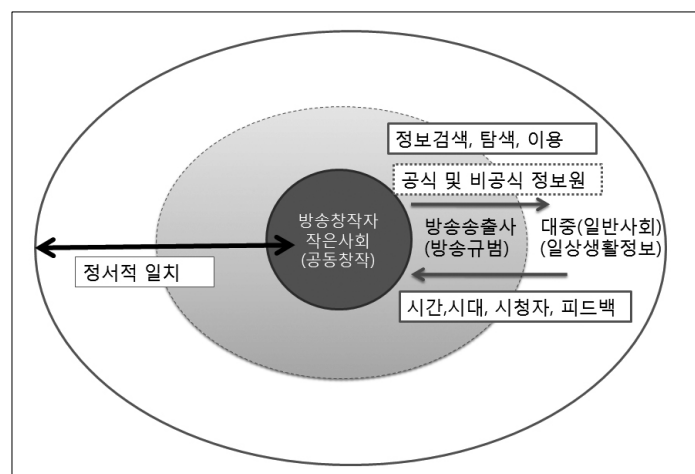
적인 내용을 구성하게 된다. 따라서 많은 시간을 외부 정보 특히 실시간 뉴스나 최근의 트렌드를 지속적으로 탐색하는데 투자하고 있으며, 시간적 압박 내에서 빠른 의사결정과 판단으로 정보를 이용한다. 또한 송출방송사의 문화에 맞게 각색하여 창작자 개인의 내면화된 지식을 상호간에 공유하는 단계를 거쳐서 방송을 기획하게 된다.

4.4 통합적 관점의 방송창작자 정보활동모형

방송콘텐츠 창작자는 방송기획이라는 전략적 상황에서 정보를 이용하고 있음을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이용자 행위가 주축이 되는 환경적 구조 프레임워크에 기초하여 규범, 가치, 사회적 그룹 커뮤니케이션의 사회적 환경과 정서적, 인지적 활동이 작용하는 통합적 관점의 정보활동모형을 제시해보고자 한다.

〈그림 4〉에 나타난 바와 같이 이 모형은 인간과 정보를 둘러싸는 모든 과정에 중점을 두

고 시간, 문맥, 사회적인 관계의 영향을 고려하면서 종합적이며, 총체적이고 비선형적인 정보활동모형으로 해석할 수 있다. 첫째, 방송창작자 개인의 인지적 활동이 소규모 작은사회의 팀으로 확산되어 공통된 인지적 프로세스 단계를 통해 정보의 교환과 통합 그리고 의사결정이 이루어진다. 둘째, 방송콘텐츠 창작자는 시간과 공간의 맥락의 범주에 따른 정보활동을 한다. 시간대별 시청자 층과 동시대적 정보의 탐색과 반영이 중요하다. 셋째, 대중들을 대상으로 정보를 전달하는 것이므로 인간의 일상생활의 정보와 뉴스가 주요 정보원이 되는데 이는 다른 문화콘텐츠 분야에 비하여 방송창작에 있어서는 정보의 시의성이 매우 중요함을 나타낸다. 넷째, 주로 이용하는 정보원은 외부의 공식적 및 비공식적 정보원을 활용하고 있으며, 수집된 정보는 전문가에게 검증받는 절차를 거친다. 다섯째, 방송송출사는 대중과의 커뮤니케이션 채널과 필터링 역할을 하므로 방송기획시에 방송송출사의 규범과 문화적 맥락을 중요한



〈그림 4〉 통합적 관점의 방송창작자 정보활동모형

정보원으로 반영한다. 여섯째, 방송콘텐츠 창작자는 대중과의 정서적 공감과 표현을 위하여 다양한 감정의 합일점을 이루기 위하여 노력하는데 인간에 대한 지속적인 관심과 이들을 위한 정보가 끊임없이 이루어진다. 이러한 정서적 공감 정보에 대한 판단은 주관적이고 경험적으로 이루어진다.

5. 결 론

본 연구는 방송콘텐츠 창작자들의 정보이용을 인간행위의 상호작용인 인지, 정서, 환경적 관점에서 살펴보았다. 이 연구는 정보자원의 이용이나 도서관이용을 벗어나 방송콘텐츠 창작인 기획과정에서 인식되는 과정으로서 정보이용에 접근하고자 하였다. 첫째, 방송콘텐츠 창작자들은 개인 단위의 인지적 프로세스가 소그룹 내에 합류되어 공통의 인지적 프로세스를 통해 정보교환과 통합이 반복적으로 이루어지며 합일된 인지과정과 감정의 공유를 통해 정보를 수집하고 결정하는 것으로 나타났다. 둘째, 소재발굴과 정보탐색을 위한 정보매체는 웹 정보, 뉴스, 시청자 게시판, 만화, 소설 등 다양하게 활용되고 있다. 공식적 정보원 외에 방송계 내외부 사람으로부터 얻는 비공식정보원도 중요한 정보원이며 특히 수집된 정보의 검증 위해서 전문가로부터 확인받는 과정을 거

친다. 셋째, 정서적 영역은 정보활동의 인지적 영역과 더불어 매우 중요한 요소임이 밝혀졌다. 특히 창작활동은 무의식과 의식의 교차 시점에서 창조되는 과정으로서 감정에 대한 정서적 요소는 매우 중요한데 대중의 다양한 계층에 따른 감정의 일치를 이끌어내는 것이 필요하기 때문이다. 이를 위해서 인물과 세상에 대한 지속적인 정보탐색이 이루어지고 있으며, 정보선정의 기준은 주관적이고 경험적으로 이루어짐을 밝혀내었다. 넷째, 방송콘텐츠 창작은 대중과의 정보의 커뮤니케이션을 위해 방송송출사가 채널입과 동시에 필터링 역할을 하므로 방송사회의 규범과 가치가 영향을 미친다. 또한 시간적, 시대적 맥락이 정보이용의 요소임을 밝혀내었다.

이와 같이 본 연구는 방송콘텐츠 창작자 환경의 정보이용과정의 분석을 통해 정보활동모형을 제시해 보았는데 정보요구, 정보검색, 정보탐색, 정보이용을 단편적으로 해석할 것이 아니라 환경적 프레임워크에 기초하여 사회적 맥락과 정서적, 인지적 활동이 이루어지는 통합적인 관점으로 정보활동을 분석해야 한다는 것을 실증적으로 증명해 보았다는데 의의가 있다. 향후 후속연구로 문화콘텐츠 영역의 다른 분야 창작자를 대상으로 정보활동을 분석하고 추후 문화콘텐츠 영역의 정보활동이론을 마련할 수 있는 지속적인 연구가 이루어지길 제언한다.

참 고 문 헌

- [1] 김영천, 김진희. 질적연구방법론: Software and Qualitative Analysis. 2005. 서울: 아카데미프레스.
- [2] 설진아. 2007. 『방송기획제작의 기초』. 개정판. 서울: 커뮤니케이션북스.
- [3] 이정연. 2008. 영화창작자의 정보활동모형 설계에 관한 질적 연구. 『한국문헌정보학회지』, 42(4): 417-439.
- [4] ASIST. 2005. *Theories of Information Behavior*. Karen E. Fisher, Sanda Erdelez and Lynne Mckechinie.(Eds), ASIST Monograph Series. Information Today.
- [5] Back, Jonathan and Charles Oppenheim. "A Model of cognitive load for IR: implications for user relevance feedback interaction." *Information Research*, January. 6(2). [online]. [cited 2009.3.10]. <<http://InformationR.net/ir/6-2/ws2.html>>.
- [6] Bilal, Dania. "Children's use of the Yahoo!igans! web search engine: I. cognitive, physical and affective behaviors on fact-based search tasks." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 51(7): 646-665.
- [7] Case, Donald. 2002. 『정보추구행태론』. 사공북회, 윤정옥 공역. 서울: 한국도서관협회.
- [8] Choo, C. 1998. *The knowing organization: How organizations use information to construct meaning, create knowledge, and make decisions*. New York: Oxford University Press.
- [9] Cobbedick, S. 1996. "The Information seeking behavior of artists: Exploratory interviews." *Library Quarterly*, 66: 343-372.
- [10] Dervin, B. 1983. "Information as a user construct: The relevance of perceived information needs to synthesis and interpretation." In: S. A. Ward, and L. J. Reed(Eds.), *Knowledge structure and use: Implications for synthesis and interpretation*: 153-184. Philadelphia: Temple University Press.
- [11] Dervin, B. 1997. "Given an context by any other name: Methodological tools for taming the unruly beast." In P. Vakkari, R. Savolaine, and B. Dervin (Eds.), *Information seeking in context: Proceedings of a meeting in Finland*. London: Taylor Graham.
- [12] Hemming, W. S. 2008. "The information seeking behavior of visual artists: a literature review." *Journal of Documentation*, 64(3): 343-362.
- [13] Martyn, J. 1974. "Information needs and uses." In M. Williams(Ed). *Annual Review of Information Science and Technology*, 9: 3-23. Washington, DC: American Society for Information Science.

- [14] Nahl, Diane. 1996. "Affective and cognitive searching behavior of novice end-users of a full-text database." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 47(4): 276-286.
- [15] Nahl, Diane. 2004. "Measuring the affective information environment of web searchers." *Proceedings of the 67th ASIS&T Annual Meeting*, 41: 191-197.
- [16] Nahl, Diane. 2006. "Affective and cognitive information behavior: Interaction effects in internet use." *Proceedings of the 68th ASIS&T Annual Meeting*, 42: 181-195.
- [17] Nahl, Diane. 2007. "Social-biological information technology: An integrated conceptual framework." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13): 2021-2046.
- [18] Norman, D. A. 1981. "Twelve issues for cognitive science." In D. A. Norman (Ed.), *Perspectives on cognitive science*, 265-295. Hillsdale, NJ: Erlbaum/Basic Books.
- [19] QSR Nvivo8. [online]. [cited 2009.5.30].
<http://www.qsrinternational.com/products_nvivo.aspx>.
- [20] Savolainen, Reijo. 2009. Small world and information grounds as context of information seeking and sharing. *Library and Information Science Research*, 31: 38-45.
- [21] Savolainen, Reijo. 2008. "Information use and information processing: Comparison of conceptualizations." *Journal of Documentation*, 65(2): 187-207.
- [22] Savolainen, Reijo. 2006. "Information use and Gap-Bridging: The viewpoint of sensemaking methodology." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(8): 1116-1145.
- [23] Spink, A. and Charles Cole. 2006. "Human Information Behavior: Integrating diverse approaches and Information use." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(1): 25-35.
- [24] Taylor, R. S. 1991. "Information use environments." In B. Dervin & M. Voigt(Eds.). *Progress in communication sciences(vol 10)*. Norwood, NJ: Ablex.
- [25] Visick, R., Jody H., and Carolyn B. 2006. "Seeking information during the creative process: a pilot study of artists." [online]. [cited 2009.10.1].
<<http://staff.washington.edu/jath/portfolio/570final.pdf>>.
- [26] Wilson, T.D. 1999. "Models in information behavior research." *Journal of Documentation*, 55(3): 249-270.
- [27] Wilson, T.D. 2000. "Human information behavior." *Informing Science*, 3(2): 49-55.

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- [1] Young-Cheon Kim, Jin-Hee Kim. *Jiljeokyeongubangbeopron: Software and Qualitative Analysis*. 2005. Seoul: Academy press.
- [2] Jinah Seol. 2007. *Bangsonggihoikjekui Gicho*. Rev. Seoul: Communication books.
- [3] Jungyeoun Lee. 2008. "A Qualitative Study of Film Creators' Information Behavior Model." *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 42(4): 417-439.
- [7] Case, Donald. 2002. *Looking for information: a survey of research on information seeking, needs and behavior*, translated by Bok Hee Sakong, Cheong-Ok Yoon. Seoul: Korean Library Association.

