

권 보장, 방송 프로그램의 다양성 유지, 새로운 텔레비전 환경에서 공익의무에 관한 새로운 접근 등을 권하고 했다.¹⁴⁾

이와 같은 선진국의 연구들은 디지털 환경하에서 방송의 공공성은 유지되어야 한다는 것이며, 특히 수용자들이 공익적 서비스를 받을 수 있는 조치가 있어야 한다는 것을 확실하게 밝히고 있다. 미국의회는 정보고속도로 정책 입안과정에서 공공의 이해와 소비자 주권 보호문제를 주제로 시민운동단체, 소비자 단체들의 의견을 공식적인 청문회를 통해 들었다고 한다. 바로 이러한 활동이 앞으로 수용자 단체들이 추진해야 할 정책과제 활동인 것이다.

IV. 통합방송법과 시청자권리

시청자 주권이라는 용어가 널리 사용되고 있으나 법리적인 근거에 따라 사용하는 것은 아니다. 시청자 주권의 법적 근거에 대해서는 여전히 논란이 있을 수 있으나 대체로 이 권리는 방송의 공공성 개념에 근거한다는 데 일치된 의견을 보인다.

기존의 학설들은 방송과 시청자와의 관계에 있어서 계약관계의 부재와 시청자가 불특정 다수라는 점때문에 시청자의 법적 지위를 부정하고 있다. 그러나 근래에 와서 시청자의 권리는 전파공유의 이념과 공공신탁론을 통하여 헌법상 보장되는 기본권으로 구성할 수 있다는 주장도 있다(김종서, 1999). 즉 시청자의 공유재산인 전파의 독점적 사용권은 궁극적으로 국민(시청자)의 위임을 받은 국가권력의 허가를 받아서만 부여된다는 점에서 시청자는 방송의 존립 근거이자 그 실현대상이라는 것이며, 그러한 관계는 국가권력과 국민과의 관계와 흡사하다는 것이다. 시청자를 전파소유자로 보면 시청자 주권주의가 성립된다는 것이다

새로운 방송법과 그 시행령에 있어서 가장 중요한 변화는 시청자 권리 및 참여 보장을 위한 구체적이고 명시적 조항들이 포함되었다는 점이라고 할 수 있다.¹⁵⁾ 이는 국가가 시민사회의 요구를 인정한 것으로 1990년대 활발하게 전개된 시청자 주권운동의 결과라고 평가된다. 개정 전 방송법에도 시청자 위원회 등 시청자 관련 조항이 있었지만 구체적 조항이 뒷받침되지 않았기 때문에 실효성이 없었다. 더욱이 시청자 액세스 관련 규정은 아예 없었고 미디어 교육이나 시청자의 반론권에 대한 보장도 미흡했다.

통합방송법은 시청자위원회의 권한을 강화하였다. 시청자위원회의 방송편성에 대한 의견제시와 시정요구 등 시청자위원회에 실질적 권한을 부여한 것이다. 시청자 참여의 구체적 방안으로서 이 법은 액세스 프로그램의 편성을 의무화하고 시청자

14) Advisory Committee on Public Interest Obligations of Digital Television Broadcasters, "Charting the Digital Broadcasting Future," Final Report, December 18, 1998, Washington D.C. 참조. 대통령에 의해 설치된 위원회로 부통령에게 제출하여 일명 고어 보고서라 부름.

15) 새로운 방송법에서는 다음과 같은 시청자 권리 보장을 위한 조항들이 명문화되었다. 사업자 재허가와 시청자 위원회 평가의 연계(제17조 3항), KBS 시청자 제작 프로그램 편성의무화(제69조 6항), 뉴미디어 방송에 액세스 프로그램 편성의무화(제70조 7항), 시청자위원회 권한 강화(제88조), 시청자 평가프로그램 편성의무화(제89조) 등이 그것이다.

평가프로그램 등을 도입하도록 하였다. 또한 시청자 반론보도청구권을 강화하여 실질적으로 보장하였다. 재허가와 시청자위원회의 연계, 시청자 제작 프로그램 지원 및 미디어 교육/시청자 단체의 활동 지원을 방송발전기금 용도에 포함한 점, KBS에 시청자 참여 프로그램 편성 의무화(월 100분 이상) 및 지역채널에 시청자 액세스 프로그램 편성 의무화, 시청자 평가원에 의한 평가 프로그램 편성 의무화 등 시청자 권리 보장에 있어서 중요한 사항들이 대체로 다 포함되어 있다.

문제는 통합방송법이 미디어 융합의 문제를 다루고 있지 않다는 점이다. 어렵게 준비하고 통과된 이 법이 급변하는 미디어 환경의 변화를 수용하고 있지 못하다는 것은 안타까운 일이다. 이와 관련하여 현행 방송위원회가 미디어 융합 규제체제로 기능할 수 있는가 하는 의문도 있다. 융합미디어의 행정적 관할권이 방송위원회, 문화관광부, 정보통신부로 중복되는 등 복잡한 관료주의적 딜레마가 존재하고 있다. 다른 국가들에서는 이미 방송과 통신의 정책, 규제 기능이 통합되는 추세이므로 우리 나라에도 방송통신위원회의 설립이 필요하다고 본다.

이러한 정책과 행정의 난맥상에 대한 시민사회의 인식이 필요하며 급변하는 미디어 환경을 철저하게 감시할 필요가 있다.

V. 결론

수용자라는 용어는 전통적 커뮤니케이션 모델에 적용되는 용어로 사실상 디지털 커뮤니케이션 모델에는 맞지 않는 말이다. 디지털 미디어의 수용자는 정보 소비자이면서, 정보 생산자, 정보 배포자 등 다양한 역할을 하게 된다. 그러나 아직 학계에서도 디지털 시대의 정보이용자를 지칭하는 명확한 개념이 없으므로 수용자 개념을 그대로 사용하였다. 최근에 broadcasting(광역 송출, 즉 지상파 방송을 지칭)에 대비되는 broadcatching이라는 말이 나왔다. 이것은 미래의 수용자를 표현하는 개념으로 방대한 정보의 바다에서 필요한 정보를 낚아내는 의미를 담고 있다. broadcasting이 즉 정보 배포자 관점에서 나온 개념인 데 비해 broadcatching은 수용자의 관점에서 나온 개념이다.

그렇다면 지상파 방송의 힘에 의해 형성되었던 거대한 대중은 해체되는 것인가? 결국 기술결정론자들의 예측대로 새로운 미디어 환경에서 사람들은 개인화, 분열화되는 것인가.

아주 가볍게 습관적으로 텔레비전을 이용해 왔던 수용자의 변함 없는 심리와 규모의 경제와 같은 매체 시장경제의 저력이 기술의 압력에 효과적으로 맞서 결국 지금과 같은 대중 수용자는 쉽게 사라져 버리지 않을 것이라고 보는 견해가 설득력 있게 제시되고 있다(Neumann,1992). 물론 과학기술의 힘은 거셀 것이나 오랫동안 형성된 사람들의 대중매체 이용 습관과 그저 가볍게 즐기고자 하는 욕구와 같은 수용자 심리의 확고부동함, 그리고 자본주의 경제에서의 규모의 경제가 행사하는 강