연구보고 95-01

소출력 지역라디오방송 신설방안 연구

1995. 8

한국방송개발원

KOREAN BROADCASTING INSTITUTE

참 여 연 구 진

공동연구

김 형 도 : KBS 라디오 기술국 송출기술부장

김 응 숙 : 한국방송개발원 책임연구원

보조연구

박 상 아 : 서울대학교 신문학과 석사

머 리 말

지방자치제의 본격적인 실사가 대변하듯이 앞으로의 사회는 중앙집권적, 중앙집중적 사회구조에서 지방분권적, 지방자치적 사회구조로, 위에서 결정되어 아래로 하달되는 수직적 결정구조에서 아래에서 결정되어 위로 전달되는 민주적 구조로 전환될 것으로 전망된다.

우리사회의 지방화와 단위 자치지역 주민들의 여론을 조성해주고 참여를 유도하며 환경을 감시, 해설해 줄 수 있는 방송채널의 활성화는 상호불가분의 관계에 놓여 있다고 하겠다. 따라서 참여민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 방송국 설립 인ㆍ허가 및 주파수 사용계획의 전면적인 재조정을 통해 신문과 마찬가지로 자치단위 지역내의 지역방송국, 특히 소규모 자본으로 설립과 운영이 용이한 FM 라디오 방송국의 설립 확대가 이루어져야 할 것이다. 단위 지방자치지역마다 소규모 자본으로 지역서비스를 담당할 수 있는 소출력 FM 방송국의 설립은 용이하고 또 현실성도 지니기 때문에 청취자들이 비판적 입장에서 그들의 사회적 환경에 대해 알게 하고 아래로부터 그것을 변혁하게끔 할 수 있는 지역사회 매체로서 기능하리라 기대된다.

이러한 지역라디오방송국의 설립은 라디오방송이 변화된 사회구조 내에서 방송의 사각매체로부터 벗어나 지역사회 발전, 나아가 국가 전체의 발전을 도모하는 방송매체로 탈바꿈하는 계기가 될 것이다.

따라서 이러한 관점에 입각하여, 소출력 지역라디오방송의 성공적인 정착을 위한 좀 더 체계적이고 종합적인 연구가 필요하며, 이에 기초한 현실적인 정책방안들이 요구된다고 하겠다.

'소출력 지역라디오방송 신설방안 연구'는 이러한 현실적 필요성에 입각하여, 소출력 FM 라디오의 경영, 편성, 기술 부문에 관한 구체적인 정책방안을 제시하고자 했다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다. 특히 기존 지역라디오방송의 운영실태와 방송환경의 문제점에 대한 점검을 토대로 새로운 소출력 지역라디오방송의 설립방안을 마련하고자 노력하였으므로, 이번 연구결과가 소출력 지역라디오방송 신설과 관련된 정책수립에 널리 도움을 주리라 기대된다.

본 연구는 KBS 라디오 기술국 김형도 부장과 본원 책임연구원인 김응숙 박사가 공동으로 수행하였으며, 연구 진행과정에서 서울대학교 신문학 석사 박상아씨의 많은 도움이 있었다.

끝으로 이 연구보고서의 내용은 연구자들의 주관적인 성과물일 뿐 방송개발원의 공식적인 견해가 아님을 밝혀둔다.

1995 년 8 월

한국방송개발원

원장 엄 호 현

목 차

머리말 ····· 3

요약문 ····· 13

Ⅰ. 서론 ····· 20

1. 연구목적 및 의의 ····· 22

2. 연구방법 ····· 23

Ⅱ. 기존 지역라디오방송의 현황 및 외국 라디오방송 운영사례 ····· 23

1. 기존 지역라디오방송 운영의 현황 및 문제점 ····· 23

1) 라디오방송의 이해 ····· 23

2) 한국 라디오방송의 역사 ····· 25

3) 지역라디오방송의 현황 ····· 25

4) 지역라디오방송의 문제점 ····· 26

(1) 제도적 측면 ····· 28

(2) 경영적 측면 ····· 28

(3) 편성적 측면 ····· 29

2. 외국 라디오방송의 특성 ····· 31

1) 미국 ····· 32

2) 일본 ····· 34

3) 영국 ····· 36

4) 독일 ····· 39

5) 프랑스 ····· 39

Ⅲ. 소출력 지역라디오방송 신설의 당위성 및 원칙 ·····42
1. 지역방송의 자율성 확대 및 자치의 실현 ·····43
2. 지방화 시대의 중심매체 ·····44
3. 지역저널리즘의 확립 ·····44
4. 공익지향 방송으로서의 사회적 입지 강화 ·····45
5. 지역문화매체 ·····46
6. 지역 정치부문의 활성화 ·····46
7. 지역사회개발의 동원기능 ·····47

Ⅳ. 신설 소출력 지역라디오방송의 경영모델 ·····48
1. 신설 소출력 라디오방송의 지역선정 ·····48
1) 기존 라디오방송 권역의 현황 ·····48
2) 신설 소출력 라디오방송의 지역선정 기준 ·····53
(1) 자치단체의 자치구역(행정구역)현황 ·····53
(2) 자치구역설정의 기준 ·····53
3) 신설 소출력 지역라디오방송의 소유형태 ·····55
2. 신설 소출력 지역라디오방송의 예상 소요자산 ·····56
1) 기존 라디오방송 소유구조의 문제점 ·····58
2) 신설 소출력 지역라디오 방송의 예상 소요자산 ·····58
(1) 송신설비 ·····60
(2) 제작·송출 설비 ·····60
(3) 종합 예상 소요자산 ·····61
3. 신설 소출력 지역라디오방송의 소요인력규모 ·····63
1) 소요인력규모 설정의 원칙 ·····64
2) 소요인력규모 ·····64

4. 신설 소출력 지역라디오방송의 경영계획 ····· 65
1) 신설 소출력 지역라디오방송의 재원확보 방안 ····· 67
2) 광고분석 ····· 67
(1) 기존 지역라디오광고의 현황분석 ····· 67
(2) 신설 소출력 지역라디오방송의 광고수입 예측 ····· 70

Ⅴ. 신설 소출력 지역라디오방송의 편성모델 ····· 72
1. 기존 라디오방송의 편성현황과 문제점 ····· 72
1) 라디오방송의 편성현황 ····· 72
(1) 라디오 편성시간량과 편성비율 ····· 72
(2) 지역방송국 자체제작 프로그램의 편성현황 ····· 72
2) 라디오방송 편성의 문제 ····· 76
(1) 지역편성시간량의 부족 ····· 76
(2) 채널간 중복편성 및 다양성 부족 ····· 77
(3) 지역주민의 욕구나 의식 등에 대한 조사없는 편성 ····· 78
(4) 소수대상 프로그램의 부족 ····· 78
2. 지역수용자의 욕구 및 매체이용형태의 변화 ····· 79
3. 외국의 사례 ····· 79
1) 미국 ····· 79
2) 영국 ····· 81
3) 프랑스 ····· 82
4) 독일 ····· 82
5) 일본 ····· 83
4. 지역정체성 개발을 위한 편성전략 ····· 84

1) 지역밀착 서비스 제공 ·····84
2) 전문화 · 세분화된 편성 ·····85
3) 라디오 매체의 우위적 특성 활용 ·····85
4) 참여프로그램의 개발 ·····86
5) 지역민의 욕구를 정확하게 파악하고 반영하는 편성 ·····86
6) 경제적 방송운영 ·····87
7) 프로그램 공급원의 다양화 ·····87
8) 전문편성의 포맷라디오화 ·····87
5. 프로그램 제작, 공급 방식 ·····88

Ⅵ. 신설 소출력 지역라디오방송의 기술모델 ·····89
1. 전파의 제특성과 FM방송의 신호구성 ·····89
1) 전파의 할당과 방송이용 ·····89
(1) 전파의 할당 ·····89
(2) 전파의 방송이용 ·····90
2) 전파의 기술특성 ·····90
(1) 일반 특성 ·····90
(2) 전파의 종류별 전파방법 ·····91
3) FM방송의 신호구성(방송방식) ·····92
(1) FM방송의 표준방식 ·····92
(2) FM방식의 공통기준(Monophonic과 Stereophonic) ·····95
(3) Stereophonic만의 기준 ·····97
4) FM방송 서비스구역 ·····97
(1) 수신필요 전계강도 ·····97

(2) 방송구역의 산출 ····· 98
2. 기존 FM방송의 구성과 운용현황 ····· 101
1) 기존 FM방송의 주파수 할당과 운용 ····· 101
2) 기존 FM방송의 설치와 운영 현안 ····· 107
(1) 기존 FM방송의 설치와 방송구역상 문제 ····· 107
(2) FM방송 주파수활용 확대방안의 모색과 적용여건 ····· 109
3) FM방송의 System 구성 ····· 109
(1) 연주소의 업무화 System 구성 ····· 109
(2) 프로그램 전송용 Link설비 ····· 111
(3) FM방송 송신설비 ····· 111
3. 소출력 FM라디오방송 시설의 신설방안 ····· 113
1) FM방송주파수 할당방안의 검토와 적용의 문제 ····· 113
2) FM방송을 위한 송신소의 구성 ····· 114
(1) 송신소의 설치조건 ····· 114
(2) 방송 송신시설의 규모와 방송구역 ····· 114
(3) FM방송 제작·송출시설 규모 ····· 116
(4) FM방송의 시설투자비 종합예측 ····· 119
4. FM방송 운영을 위한 인력의 소요 ····· 119
1) 방송 실시를 위한 소요 인력의 예상 ····· 119
2) 소요 인력의 확보 방안 ····· 120
3) 인력의 교육 훈련 ····· 120

Ⅶ. 결론 ····· 121

참고문헌 ····· 131

표 목 차

<표 2- 1> 라디오방송의 현황 ……27

<표 2- 2> 매체별 인구대비 및 면적대비 가시청률 현황 ……29

<표 2- 3> 일본 민간방송의 현황 ……34

<표 2- 4> 영국방송의 체제 ……37

<표 4- 1> KBS 지역국 현황 ……48

<표 4- 2> MBC 지역국 현황 ……50

<표 4- 3> 기초지방자치단체 현황 ……54

<표 4- 4> 송신·중계시설의 단위별 투자비 예측 ……60

<표 4- 5> FM방송 제작스튜디오 장비규모 ……61

<표 4- 6> FM방송 송출장비 규모 ……62

<표 4- 7> 예상소요자산 내역 ……63

<표 4- 8> KBS 인력구조 현황 ……65

<표 4- 9> MBC 인력구조 현황 ……65

<표 4-10> SBS 인력구조 현황 ……66

<표 4-11> 신설 라디오방송 조직별 인원비율 ……66

<표 4-12> 1993년 라디오 광고비 성장률 ……68

<표 4-13> 라디오 방송국별 광고 판매액 ……68

<표 4-14> 라디오 방송광고 매출액 ……69

<표 4-15> MBC라디오 본사 및 계열사 광고판매 현황 ……70

<표 5- 1> 일일방송시간 및 주간편성비율 ……72

<표 5- 2> KBS라디오 로컬방송실시 현황 ……73

<표 5-3> MBC라디오 로컬방송실시 현황 ····· 75
<표 6-1> 전파의 구분 ····· 89
<표 6-2> 초단파주파수의 방송이용 ····· 90
<표 6-3> FM방송의 변조 Level ····· 93
<표 6-4> 주파수대별 의율 허용치 ····· 96
<표 6-5> stereophobic방송만의 기준 ····· 97
<표 6-6> 장해시 필요수신 전계강도 ····· 98
<표 6-7> FM방송 시설현황 총괄표 ····· 102
<표 6-8> FM방송실시 현황(기간국) ····· 103
<표 6-9> FM방송실시 현황(중계국) ····· 106
<표 6-10> 송신·중계시설의 단위별 투자비 예측 ····· 116
<표 6-11> FM방송 제작스튜디오 장비규모 ····· 117
<표 6-12> FM방송 송출장비 규모 ····· 118
<표 6-13> FM방송 시설투자규모 ····· 119

그 림 목 차

<그림 2- 1> 라디오 매체의 특성 ·····24

<그림 4- 1> 우리나라 지방자치단체의 종류 ·····54

<그림 6- 1> 지표파와 공간파의 전파 ·····91

<그림 6- 2> 초단파 및 극초단파의 전파 ·····92

<그림 6- 3> 마이크로파의 전파 ·····92

<그림 6- 4> stereophonic방송의 주파수배열과 편이도 ·····94

<그림 6- 5> stereophonic과 부산송파 방송의 주파수배열과 편이도 ·····95

<그림 6- 6> Pre-emphasis특성곡선 ·····96

<그림 6- 7> 전파곡선 ·····100

<그림 6- 8> 음성프로그램 제작의 기본 흐름 ·····109

<그림 6- 9> 연주소의 시스템 구성 개념도 ·····110

<그림 6-10>야외 프로그램 중계시스템 구성도 ·····111

<그림 6-11> FM방송 송신기의 계통도 ·····112

<그림 6-12> 방송 System의 개요도 ·····115

요 약 문

지방자치제의 본격적인 실시가 대변하듯이 앞으로의 사회는 중압집권적, 중앙집중적 사회구조에서 지방분권적, 지방자치적 사회구조로, 위에서 결정되어 아래로 하달되는 수직적 결정구조에서 아래에서 결정되어 위로 전달되는 민주적 구조로 전환될 것으로 전망된다. 진정한 풀뿌리 민주주의란 지역사회의 주민들이 자신들의 지역사회 관련문제에 관한 의사결정을 내릴 수 있는 정보의 공유와 이해로부터 시작되며 완성된다. 이러한 정보제공의 주요 인자로서 지역중심의 소출력 라디오야말로 텔레비전보다 적은 자본과 인력으로도 지역사회에 밀착되어 대주민 서비스를 행할 수 있고, 나아가 지역사회 개발을 도모할 수 있는 효율적인 매체라고 하겠다.

우리사회의 지방화와 단위 자치지역 주민들의 여론을 조성해주고 참여를 유도하며 환경을 감시, 해설해 줄 수 있는 방송채널의 활성화는 상호불가분의 관계에 놓여 있으며, 따라서 참여민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 방송국 설립인·허가 및 주파수 사용계획의 전면적인 재조정을 통해 신문과 마찬가지로 자치단위지역내의 지역방송국, 특히 소규모 자본으로 설립과 운영이 용이한 FM 방송국의 설립은 용이하고 또 현실성도 지니기 때문에 청취자들이 비판적 입장에서 그들의 사회적 환경에 대해 알게 하고 아래로부터 그것을 변혁하게끔 할 수 있는 지역사회 매체로서 기능하리라 기대된다.

이러한 지역라디오방송국의 설립은 라디오방송의 변화된 사회구조내에서 지역사회 발전, 나아가 국가 전체의 발전을 도모하는 방송매체로 탈바꿈하는 계기가 될 것이다.

따라서 본연구는 방송의 지방화 시대를 개막하고 모든 국민의 알권리와 정보향유의 권리를 충족시킬 수 있도록, 선진방송기반을 구축하기 위한 방안의 하나로 소출력 FM 라디오 신설에 관하여 경영부문, 편성부문, 기술부문 등 다양한 측면에 걸친 바람직한 방안을 검토하고, 이에 근거한 합리적이고 효율적인 정책방안을 제시하여 새로운 지역라디오방송이 지역사회의 균형적인 발전과 지역문화의 창달을 선도할 수 있는 지방화 시대의 주역으로 정착되기 위한 방안을 마련하는데 그 주요한 목적이 있었다.

1. 소출력 지역라디오방송 신설의 당위성 및 원칙

소출력 지역라디오방송의 신설 움직임은 전세계적 추세인 국제화와 지방화 움직임과 맞물려 지역민에 대한 악세스권의 보장과 지역사회의 발전이라는 차원에서 볼 때 시의적절한 일로 판단된다. 더구나 올해 실시된 시, 도지사를 포함한 지방자치단체장 선거를 계기로 우리나라도 본격적인 지방자치시대로 진입하면서 풀뿌리 여론을 담당할 진정한 지역매체를 필요로 하는 사회적 상황을 맞게 되었으며, 지역라디오방송의 신설은 지방화라는 과제에 맞물려 지방자치제도의 정착과 발전에 적지않은 기여를 하리라 기대되는 바이다.

참여적 민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 신문과 마찬가지로 자치단위 지역내의 지역방송국, 특히 소규모 자본으로 설립과 운영이 용이한 라디오 방송국의 설립이 확대되어야 할 것이다. 즉 다양한 지역방송이 가능하기 위해서는 소규모 FM 방송의 허가가 대폭완화되어 최소 인구 몇만 이상의 지역사회 혹은 행정적 단위 구역 등과 같은 허가기준을 설정하여 라디오방송국 설립이 허가되고 추진되어야 할 것이다.

신설되는 소출력 FM 라디오 방송은 방송의 공공성과 공익성 구현, 지역방송의 자율성 확대 및 자치의 실현, 지역주의 지향, 지역저널리즘의 확립, 신방송기술과 정보화 시대에 대한 대비 등의 역할을 수행하도록 노력을 해야 할 것이다. 또한 방송체제면에서 사회구조적 특성 변화와 조화를 모색해 나가면서 사회가 필요로 하는 사회적 욕구 충족을 극대화하여야 한다. 이를 위해서는 타매체와의 관계에서 라디오 매체의 고유한 특성 혹은 타매체와 비교한 라디오 매체의 강점을 최대한 활용하여 타매체가 수행할 수 없거나 수행하지 못하고 있는 기능, 타매체가 소홀히 하거나 부족한 기능을 최대한 강화해 나가야 할 것이다.

2. 신설 소출력 지역라디오방송의 경영모델

소출력 라디오방송의 설립의 중요한 지침으로 삼을 수 있는 것은 지방자치제도상의 자치구역 및 행정구역 구분이라고 하겠다. 1995 년 6 월 실시된 시, 도지사를 포함한 지방자치단체장 선거를 계기로 본격적인 지방자치시대로 진입하는 시점에서 소출력 지역 FM 라디오방송은 지방자치의 동반조건이 될 수 있어야 하며, 풀뿌리 여론을 담당할 진정한 지역매체로 기능할 수 있어야 한다. 따라서 새로운 지역 FM 라디오방송의 설립지역이 자치제도상의 구역과 연결된다면 보다 효율적인 방송운영이 가능하리라 기대된다.

지역밀착 매체로서의 라디오방송 신설의 목적과 원칙에 입각할 때 새로운 소출력 지역라디오방송의 전국적 동시 다수설립을 통해 가능한 방송수혜지역을 극대화시키는 것이 바람직하다고 판단된다. 그러나 처음부터 커뮤니티 라디오(community radio)의 개념에 입각하여 소규모의 지역으로 선정할 경우 방송사업의 운영이 가능한 최소한의 영업이익의 보장이라는 시장성의 문제가 우려된다.

따라서 기존 지역방송의 권역과, 지역선정의 각종 기준에 의거하여 본 연구에서는 인구 10 만~20만의 시 기준에 의한 제 1 안, 방송수혜지역의 전국화를 위한 소규모 지역안으로 인구 5 만 이하의 군 기준에 의한 제 2 안 등 두가지 지역선정 방안을 제안하고자 한다. 먼저 제 1 안은 각 지역의 인구 및 규모, 행정구역의 특성 등을 기준으로 최소한 인구 10 만 이상의 지역에 기존의 지역라디오방송과 유사한 1~3Kw의 출력을 가진 FM 라디오 방송국을 신설함으로써 지역별 정보수혜의 균등과 보완을 이루는 방안이다. 제 2 안은 인구 5 만 이하의 군 지역의 100~500W의 소출력 지역라디오방송의 다수설립을 통해 누적된 각 지역민의 문화적 욕구를 충족시키고 지역사회의 균등한 발전을 꾀한다는 의미가 있다. 이 안은 제 1 안에 따른 라디오방송사업이 일정정도 안정적인 단계에 접어든 다음, 제 2 단계로서 소규모지역으로의 확대설립을 통하여 커뮤니티 라디오를 정착시키는 방안이다.

기존 지역국의 소유구조는 현실적으로 많은 문제점들을 노정해 왔다. 따라서 신설되는 소출력 지역라디오방송의 소유구조는 지나치게 비대한 중앙국의 직접적인 통제와 간섭으로부터 자유로와야 하며, 동시에 변화하는 방송환경에도 능동적으로 대처할 수 있는 자생능력을 담보한 채 출발해야 한다. 이같은 원칙에 비추어 볼 때, 참여민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 새로운 소출력 FM 라디오방송국은 대자본에 귀속되지 않는 소규모 자본으로 설립, 운영되는 독립방송체제가 바람직하며, 변화하는 방송환경에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 민영의 형태로 출발하는 것이 합리적이라고 하겠다.

신설되는 소출력 라디오방송의 자산규모는 경영의 효율성, 방송사업에 필요한 안정적인 투자비용의 확보 등을 고려하여 17 억원~20억원 내외로 설정하였다. 예상 자산의 내역은 송신, 제작, 송출 등의 시설비 및 인건비 등으로 이루어진다.

소출력 라디오방송의 소요인력은 기존의 지역방송의 인력을 고려하되, 가능한 한 최소의 인원으로 방송을 운영한다는 원칙을 지킨다. 따라서 방송국 개국시 최초의 인력규모는 20 명~30명 내외가 적절하다고 판단되며, 이후 사업 경과에 따라 인원을 확충하는 방안을 고려할 수 있겠다.

독립민영방송으로서의 소출력 라디오방송은 방송광고를 주재원으로 하여 운영될 것으로 예측된다. 그러나 텔레비전 방송과는 달리 소출력에 따른 방송구역의 협소함으로 인한 저렴한 광고료로 방송사업 실시 초기에 그 재원을 모두 충당하기는 어려울 것으로 예상되므로, 지방자치단체나 지역단체, 시민들의 기부금과 후원 등 다양한 재원을 확보할 수 있어야 할 것이다. 따라서 지역 라디오방송의 재정보완을 위해서는 협찬광고의 활성화가 필수적이라 하겠다.

또한 방송광고공사(KOBACO)가 광고를 대행해주는 대신 방송사로부터 받고 있는 광고수수료가 현재 20%로 책정되어 있는데, 이는 소규모 지역라디오 방송사에게는 큰 부담이므로 지역만이라도 10%이하로 인하거나 폐지하는 조치가 취해져야 한다. 또한 지역라디오방송의 정착과 활성화를 위해 공익자금을 지역방송에 따라 할당해 주는 정책적 방안을 고려할 수 있겠다.

소출력 라디오방송은 지역매체로서의 특성상, 광고주로 하여금 지역적으로 다양한 광고집행을 가능하게 할 것으로 기대된다. 광고주는 상품의 마케팅 전략과 시장상황에 따라 전국광고, 광역광고의 집행을 자유자재로 할 수 있게 됨으로써 합리적이면서도 효유적인 광고매체기획을 할 수 있게 될 것이다. 따라서 소출력 라디오의 광고는 그 성격상 주로 지역내의 소규모 유통업, 요식업, 극장, 서비스업체를 광고주로 삼게 될 것으로 예상된다. 또한 매우 협소한 지역을 마케팅 대상으로 삼고 있으나 표적 지역에 소구할 수 있는 방송매체의 부족을 느껴왔던 소규모 광고주들이 광고의 표적 청중이 되는 지역주민들에게 효율적으로 도달할 수 있는 라디오광고를 이용하게 될 것이다.

3. 신설 소출력 지역라디오방송의 편성모델

소출력 지역라디오방송이 해결해야 할 당면과제를 규명하기 위해 지금까지 제기된 지역라디오방송의 문제점으로는 지역편성시간량의 부족, 채널간 중복 편성 및 다양성 부족, 지역주민의 욕구나 의식 등에 대한 조사없는 편성, 소수대상 프로그램의 부족 등이 제시되어 왔다.

지역사회 발전과 지역방송은 상호불가분의 관계를 갖는다는 점에서 지역라디오방송에서 편성하는 프로그램에는 앞에서 살펴본 지역방송의 역학이나 기능을 충실히 수행할 수 있는 내용이 담겨져 있어야 한다. 또한 다매체 시대, 고도의 경쟁시대에서 지역문화매체로서

기능을 다하기 위해서는 지역라디오방송의 편성전략은 변화되고 있는 수용자의 정보욕구를 최대한 충족시켜주는 것이 되어야 할 것이다.

소출력 라디오방송의 지역정체성 개발을 위한 편성전략은 ① 지역밀착 서비스 제공, ② 전문화·세분화된 편성, ③ 라디오 매체의 우위적 특성 활용, ④ 참여프로그램의 개발, ⑤ 지역민의 욕구를 정확하게 파악하고 반영하는 편성, ⑥ 경제적 방송운영, ⑦ 프로그램 공급원의 다양화, ⑧ 전문편성의 포맷라디오화 등이 되어야 한다.

신설되는 소출력라디오 방송사는 경영적 판단에 따라 지역네트워크를 형성할 수도 있고 FM 다중방송을 이용한 복합서비스도 추구할 수 있다. 철저한 시장조사를 통해 어떤 청취계층을 대상으로 방송할 것인지를 스스로 도출하도록 하며, 경쟁은 어디까지나 제한된 규모(소출력)의 풀뿌리 차원에서 이루어져야 한다. 예상되는 부작용도 그 지역안에서 소화하도록 제도적 장치를 마련하는 방안을 생각해야 하겠다.

프로그램의 원활한 공급을 위해 작은 규모의 라디오국은 부도업무의 pool 제도를 도입하는 방안을 고려할 수 있다. 즉 자체 보도시설을 갖추고 각 지역마다 특파원을 파견, 취재하는 공조체제를 확립한다는 것이다.

한편 권역별 공동기획, 공동제작을 통해 중앙에서 지방으로 내려가는 전국프로그램과 지역독자적인 시각으로 만든 지역프로그램과의 중간에서 권역의 문화, 권역의 정보, 권역 공통의 문제를 다룰 수 있을 것이다. 이를 통해 인력과 장비, 경비의 절감으로 얻어지는 제작의 경제성, 지역방송사간의 시각과 능력의 교류, 현장의 제작능력의 향상 등을 도모할 수 있다.

또한 라디오 뉴스 전문회사를 설립하는 방안을 고려할 수 있겠다. 라디오는 청각매체로서 토크와 음악프로그램의 편성이 특성이고, 토크 중에서도 뉴스기능이 큰 몫을 차지하지만 단위 경제규모가 작기 때문에 뉴스 취재보도에 한계가 있다. 따라서 라디오사들은 공동으로 라디오 뉴스사를 설립하여, 신문이나 TV 와는 다른 독자적 취재보도망을 갖출 필요가 있다. 소출력 라디오는 언론매체라기보다는 생활매체로서 보도는 전문 보도기관(도매상에 해당되는 전문기관이나 신디케이트)과의 계약에 의해 공급받거나 방송사들이 공동 출자해서 전문기관을 공동으로 설립하는 방안을 검토할 수 있겠다.

이외에도 로컬프로그램의 질적 향상을 도모하기 위하여 지역방송 프로그램 개발기금을 조성하여 지역방송의 우수 프로그램이나 참신한 기획, 또는 공적이 있는 방송요원에게 장려금을 지급함으로써 지역프로그램 품질향상을 위한 연구개발비로 사용토록 하는 방안을 고려할 수 있겠다.

4. 신설 소출력 지역라디오방송의 기술모델

FM 방송을 위한 주파수할당 가능여부는 FM 방송의 새로운 확장여부를 결정하는 매우 중요한 문제로 대두되는 것이라 하지 않을 수 없다. 즉, FM 방송의 신설기능 여부는 출력의 대소를 막론하고 주파수에 따린 것으로 현재 우리나라가 사용하고 있는 FM 방송 주파수는 166개국에 달하고 있으며 이들 방송 주파수는 상당히 중복사용되고 있는 실정이다.

따라서 현재와 같은 송신조건을 유지하는 한 새로운 FM 방송의 신규확장은 매우 어렵게 될 것으로 생각된다.

그 이유는 현재와 같은 조건하에 상호중복 주파수의 할당이 겹쳐져 나갈 경우 동일 또는 인접 주파수에 의한 인접방송 전파에 혼신장애를 야기시켜 방송의 청취상태를 악화시킬 뿐 아니라 주파수의 가용범위를 매우 축소시키는 결과가 되기 때문이다.

그러므로 새로운 FM 방송의 신설을 도모하기 위해서는 송신지점과 송신출력, 서비스 대상 구역의 확보에 있어 현행 관행을 바꾸어야만 그 가능성이 모색될 수 있다고 생각된다.

이를 위한 구체적 접근 방안은 ① 신설방송국의 송신위치를 저지대로 하며, ② 송신 출력도 고출력 방식에서 중·소출력으로 적용하며, ③ 방송대상 구역도 광역구성을 지양하고 지역화시켜 나가는 방향으로 전환되어야 한다는 점이다.

소출력, 저지대의 FM 방송국 신설은 Community Radio 라는 관점에서 대도시는 물론 중·소도시, 산업지역, 특수지역의 역내 방송 등에 다양하게 적용할 수 있을 것이며 방송 송신출력은 해당지역의 서비스 수용여건에 따라 3Kw~0.1Kw급 또는 그 이하 출력으로 중계방송하는 방법을 고려할 수 있겠으며 이것은 지역수용여건을 반영할 수 있도록 하는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

FM 방송은 송신시설과 제작, 송출시설로 크게 구분하며 관련시설의 용도별 투자비를 종합하면 13~14억 정도가 소요될 것으로 예상된다.

FM 방송을 위한 인력은 방송운영 즉, 프로그램의 제작과 송출, 방송시스템의 운용, 방송업무의 종합관리 등에 필요한 인력을 확보하여야 할 것이다. 기술인력은 송신시설의 운용을 유인 방식으로 할 경우에는 6~8명, 자동호로 운용시는 2명 정도를 고려하면 될 것이며, 제작시설은 스튜디오당 1 명, 중계방송 시설운용에는 시설당 2 명, 송출스튜디오 운용은 8 명(2조4교대), 시설의 보수유지 종합관리 등에 인력이 추가되면 될 것으로 생각된다.

소요 인력의 확보는 일부 경력자 확보를 중심으로 신규 사원을 확보하여 가벼운 출발이 되도록 함이 타당할 것이며 일부 경력자의 경우에는 기존 방송사로부터 정년 퇴임자들 중에

서 해당 분야에 적합한 인력을 선발, 활용함과 동시 신규사원의 교육, 훈련도 담당하도록 하는 것이 최선의 인력확보 및 활용계획이 될 수 있을 것이다.

신규 선발자에 대한 교육 훈련은 기존 방송사에 의뢰하여 위탁교육을 실시하는것이 타당할 것이며 불교방송의 개국초기 단계에 불교방송은 KBS 방송연구원에 방송운용 인력에 대한 교육을 의외하여 방송요원의 교육과 훈련을 실시한 것을 좋은 예가 될 수 있을 것이다. 또한 방송개발원에서 소수 정예인원을 훈련시키는 방안도 고려해 볼 수 있겠다.

Ⅰ. 서 론

1. 연구목적 및 의의

라디오 방송매체는 영화매체가 그랬던 것처럼 텔레비전의 등장으로 인하여 수용자와 수용시간의 대다수를 빼앗겼을 뿐만 아니라 기능과 역할의 많은 부분을 넘겨 주었고 광고시장마저 점유당해 오랫동안 생존권을 위협받아 왔다. 특히 최근 들어 CATV, 위성, 비디오, 컴퓨터와 방송과의 결합, 문자방송과 같은 인쇄매체와 방송매체의 융합 등 다양한 뉴미디어의 도입과 함께 이들과 기존 미디어와의 상호작용 속에서 전혀 새로운 미디어 환경이 연출되고 있으며, 이같은 새로운 미디어 환경은 매체간의 경계를 모호하게 함으로써 방송의 개념설정을 어렵게 할뿐만 아니라 라디오 방송매체의 위상정립과 관련하여 매우 불확실한 상황을 노정시키고 있다. 그리고 이같은 미디어 환경은 다매체 시대, 다채널 시대, 고도의 경쟁시대로 특성화되고 있어 텔레비전 시대에 라디오가 적응·생존해왔던 것보다 훨씬 더 어려운 생존환경을 만들어내고 있는 것이다.

그런 가운데에서도 라디오는 몇몇 사람들이 염려했던 것처럼 경쟁에 패퇴하여 사멸되기보다는 변화되고 있는 새로운 환경에 적응하려는 노력을 통해 보완매체로서 존속되어 왔다. 라디오가 살아 있음을 더욱 실감하는 것이 최근 라디오방송이 그 활로를 모색하고자 하는 일련의 시도들을 통해서이다.

1990 년대 이후부터 우리나라 방송계 전반에 불어닥친 변화의 바람은 소외되었던 라디오방송에 대해서도 예외는 아니었다. 우선, 1990 년 방송법 개정에 의해 민영방송이 허용되었으며 이에 따라 평화방송, 불교방송, 교통방송 등 라디오 방송사의 수가 증가하였다. 또한 새로운 커뮤니케이션 기술들이 소개되면서 우리나라의 방송환경도 이러한 신기술들을 수용하고 실용화하기 시작하였으며, 방송외적인 정치경제적 제 요인들이 성숙해감에 따라 고음질의 음성방송을 수용할 수 있는 청취자층이 자리잡게 되었다. 이와 함께 라디오방송에 종사하고 있는 전문방송인들과 연구자들 간에 라디오방송 활로를 모색하고자 하는 진지한 논의가 전개되고 있다. 변화된 사회구조와 방송환경속에서 라디오 황금기에 재도래를 예측가능하게 만드는 논의가 바로 소출력 지역라디오방송의 신설에 관한 움직임이라 하겠다.

지방자치제의 본격적인 실시가 대변하듯이 앞으로의 사회는 중앙집권적·중앙집중적 사회구조에서 지방분권적·지방자치적 사회구조로, 위에서 결정되어 아래로 하달되는 수직적 결정구조에서 아래에서 결정되어 위로 전달되는 민주적 구조로 전환될 것으로 전망된다. 진정한 풀뿌리 민주주의란 지역사회의 주민들이 자신들이 속한 지역사회에 관해 스스로 의사결정을 내릴 수 있도록 정보를 공유하고 이해하는 것으로부터 시작되며 완성된다. 이러한 정보제공의 주요인자로서 지역중심의 소출력 라디오야말로 텔레비전보다 적은 자본과 인력으로도 지역사회에 밀착되어 대주민 서비스를 행할 수 있고, 나아가 지역사회 개발을 도모할 수 있는 효율적인 매체라고 하겠다.

이처럼 우리사회의 지방자치화는 단위 자치지역 주민들의 여론을 조성해주고 참여를 유도하며 환경을 감시, 해설해 줄 수 있는 방송채널의 활성화와 상호불가분의 관계에 놓여 있다. 따라서 참여민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 방송국 설립 인·허가 및 주파수 사용계획의 전면적인 재조정을 통해 신문과 마찬가지로 자치단위지역내의 지역방송국, 특히 소규모 자본으로 설립과 운영이 용이한 FM 라디오 방송국의 설립 확대가 이루어져야 할 것이다. 단위 지방자치지역마다 소규모 자본으로 지역서비스를 담당할 수 있는 소출력 FM 방송국의 설립은 용이하고 또 현실성도 지니기 때문에 청취자들로 하여금 그들의 사회적 환경에 대해 정확히 인식하고 변혁하는 것을 도울 수 있는 지역사회 매체로서 기능하리라 기대된다.

이러한 지역라디오방송국의 설립은 라디오방송이 변화된 사회구조 내에서 지역사회 발전, 나아가 국가 전체의 발전을 도모하는 방송매체로 탈바꿈하는 계기가 될 것이다. 더구나 현재와 같은 매체혼란의 시기에 어느 특정 매체에 연연하기보다는 다양한 매체가 보완적 관계로 새로운 질서를 모색하는 정책적 자세가 필요하며, 궁극적으로는 수용자에게 유익하고 폭넓은 정보를 더 간편하게 제공하는 커뮤니케이션 체계를 형성하는 것이 정보복지 차원에서의 과제라고 하겠다. 그렇기 때문에 새로운 정보환경 하에서 라디오의 적절한 변신은 라디오 자체에 국한된 것이 아니라 전체 매체의 새로운 구도 하에서 총체적으로 파악되고 추진되어야 한다.

따라서 본 연구는 방송의 지방화 시대를 개막하고 모든 국민의 알권리와 정보향유의 권리를 충족시킬 수 있는 선진방송기반을 구축하기 위한 방안의 하나로 소출력 FM 라디오 신설을 제안하며, 이에 관하여 경영부문, 편성부문, 기술부문에 걸친 제반여건들을 검토·모색하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구는 새로운 소출력 지역라디오방송의 도입이라는 방송환경의 구조적 변화상황에 직면하여 민간지역라디오방송의 바람직한 경영, 편성, 기술모델을 검토하고, 이에 근거한 합리적이고 효율적인 정책방안을 제시하여 새로운 지역라디오방송이 지역사회의 균형적인 발전과 지역문화의 창달을 선도할 수 있는 지방화 시대의 주역으로 정착되기 위한 방안을 마련하는데 그 주요한 목적이 있다.

이러한 서술목적에 따라, 본 연구보고서는 다음과 같은 순서로 구성되어 있다. 먼저 제2장에서는 기존 라디오방송의 현황과 문제점, 그리고 외국 라디오 방송의 운영사례를 검토하며, 제3장에서는 소출력 라디오방송 신설의 당위성 및 설립원칙을 살펴보겠다. 이 연구의 사실상 본론이라고 할 수 있는 제4장에서는 바람직한 경영모델을 구체적인 제안과 함께 논의할 것이다. 또한 제 5 장에서는 프로그램 편성방안, 제 6 장에서는 소출력 라디오방송의 기술적인 문제가 정책적 제언과 함께 제기될 것이다.

Ⅱ. 기존 지역라디오방송의 현황 및 외국 라디오방송 운영사례

1. 기존 지역라디오방송 운영의 현황 및 문제점

1) 라디오방송의 이해

라디오는 1920 년대 전파를 발사하기 시작한 이래 라디오는 방송계의 선두주자로 50 년대까지 그 독점적인 지위를 누려왔다. 그러나 50 년대 말부터 텔레비전이 보편화되면서 라디오는 자신의 많은 영역을 텔레비전에 넘겨 주어야만 하였다. 그런 가운데에서도 라디오는 속보성이나 휴대의 간편성 등 자신의 특성을 살려 새로운 환경에 적응하여 왔고 텔레비전과의 보완 매체로서 나름대로 고유한 위상을 확보하였다.

따라서 라디오 매체의 본래의 특성을 살려가는 길만이 라디오의 활로가 될 것이라는 점에서 라디오의 매체적 특성을 살펴보고자 한다. 라디오는 영상정보의 전달이 불가능하고 전달되는 정보의 양이 상대적으로 적은 것이 사실이지만 소리의 매체로서 다른 매체가 갖고 있지 못한 여러 가지 장점을 가지고 있다. 라디오의 일반적인 특성 혹은 장점으로는 직접성, 기동성, 속보성, 단순성, 경제성(운영), 일회성, 선택성, 묘사성, 개인성(친밀성), 간편성, 정보가공의 저렴성, 겸용성, 배경성(비몰입성), 상상성, 음악성 등을 들 수 있다. 반면에 단점으로는 일회성, 비기록성, 정보제한성, 음질낙후성, 일방성 등이 지적된다. 이러한 특성을 SWOT(Strenght, Weakness, Opportunity, Threat)의 범주에 따라 분류하면 다음과 같다.[1)]

---

1) 방송위원회(1994), "국제화/뉴미디어시대의 라디오방송의 전략." 『94 방송편성·정책연구위원회 종합보고서』, pp. 137-183.

[그림 2 1] 라디오 매체의 특성

기동성 속보성 배경성 상상성 경제성 Strength	음질 낙후성 일회성, 비기록성 정보제한성 일방성 Weakness
Opportunity 지역화 청취자의 세분화 기능의 복잡화 이동인구증가	Threat 경쟁사업자의 증가 경쟁매체 출현 영상정보의 보편화 해외사업자 진출

라디오의 장점(Strength)으로는 첫째로 휴대가 간편한 개인매체라는 점이다. 라디오는 수용상황이 개인매체적 특성을 지니는 동시에 라디오를 청취하면서 다른 행동을 할 수 있는 부대행동률이 크다는 장점을 갖는다.

또한 속보성과 현장성이 뛰어나 별다른 기술적 어려움 없이 발생하는 상황에 대한 즉각적인 재현이나 전달이 가능하다. 취재와 제작이 간편하여 속보성 뉴스와 음악이 서비스의 주종을 이루게 하며, 취재, 제작장비가 소형화, 간편화, 고도화되어 있어 송수신 방식이 비교적 용이하고 따라서 청취자의 프로그램 참여가능성과 범위가 클 수 있다.

또한 경제성으로 인해 다른 매체, 특히 텔레비전에 비해 방송국 설립에 필요한 기자재의 비용과 운영비가 적게 들기 때문에 비교적 소규모 자본으로 라디오방송국의 설립과 운영이 가능하다는 장점이 있다. 한편, 청취자 입장에서도 비용이 싸게 드는 이점이 있다. 기술혁신으로 라디오 수신기는 누구라도 쉽게 구입할 수 있게 되어 개개인의 소유물이 되었으며 언제 어디서나 휴대가 매우 간편한 장점을 갖고 있다. 그 외에도 라디오는 커버리지상의 광역성과 협역성을 동시에 확보가능하다는 장점이 있다.

한편, 이동인구의 증가로 라디오의 속보성, 간편성, 이동성의 요구되는 현대 사회에서 통신기능까지 보완된다면 라디오는 새로운 산업영역으로 부각될 전망이다. 다만 이러한 변신이 가능하기 위해서는 라디오 사업자의 적극적인 경영혁신과 기술수용 자세가 필요하며, 이를 뒷받침할 제도적인 규제완화 조치가 뒤따라야 할 것이다.

또한 지역화 추세는 라디오매체가 지역커뮤니티의 민주적인 매체로서 자리 매김될 가능성을 증가시킨다. 지역마다 고유한 전통과 특수한 사회적 문제점을 안고 있는 실정에서 그 지역사회에서 호흡하고 그 사회를 가장 잘 꿰뚫어 볼 수 있는 로컬 미디어가 지역문제를 논

쟁적 관점에서 분석하여 해결책을 강구하며 지역문화의 계발에 힘쓴다는 것은 방송에 부여된 일차적인 소명일 것이며, 지역라디오야말로 이러한 역할을 수행하기에 가장 적합한 민주적 매체라고 하겠다.

이상에서 살펴본 바와 같이 뉴미디어 시대의 라디오의 발전전략으로는 그 고유한 매체 특성을 살리는 것이 필수적이라고 하겠다. 즉시성, 현장성, 기동성과 같은 신속성을 살려서 TV 와는 달리 정시뉴스와 수시뉴스를 편성하여 청취자의 정보욕구를 충족시킨다든지, 정보성을 살려 라디오에 적합한 독특한 정보를 차별화하는 전략이 강구되어야 한다. 또한 ARS(Audio Response System)나 VMS(Voice Mailing System), ACS(Auto Calling System)같은 시스템의 도입으로 일방성을 극복하고 참여성을 살리며, 고정적인 측을 과감히 탈피하는 실험정신을 발휘하며, 편성의 신축성을 이용할 수도 있겠다.

2) 한국 라디오방송의 역사

한국에서 최초의 라디오 정규방송이 시작된 것은 1927 년 2 월 16 일, JODK 라는 호출 부호를 지닌 경성 방송국이 1Kw 출력으로 전파를 발사한 것으로부터 비롯된다.

정부수립 후 라디오는 국가의 공보기관으로서, 그리고 6·25 를 통하여는 선전 매체로서의 중요성을 발휘하였다. 이후 정부는 라디오를 정부의 홍보 매체로 더욱 확고히 운영하려는 입장을 굳히게 되었다.

이렇듯이 정부의 홍보기관인 국영 방송 단일 체제에서 벗어나 청취자에게 조금이나마 선택을 폭을 넓혀 주게 된 것은 1954 년 특정종교의 선교목적을 지닌 기독교방송의 개국과 1956 년 극동방송이 설립이 그 계기가 되었다고 하겠다.

1954 년 4 월에는 우리나라 최초의 민간 상업 라디오인 부산 문화방송이 설립되었다. 부산에 첫 민간 상업방송이 설립된 데에는 일본의 라디오 전파침해에 대한 대응책이라는 점과 지역 기업의 적극적 노력이 맞물려 가능했다는 점을 들 수 있겠다.

1961 년 5·16 군사혁명 이후에 한국 방송은 상업방송이 주도하는 듯한 느낌을 줄 정도로 상업방송의 확산이 이루어졌다. 1961 년에 MBC 문화방송이, 1963 년에는 동아방송이, 그리고 1964 년에는 라디오 서울(이후 동양방송)이 개국함으로써 우리나라에서 본격적인 라디오 매체의 경쟁 시대가 개막되었다고 하겠다.

한편, 편성면에서는 모든 방송국이 거의 비슷한 종합 편성을 하여 대중지향적 내용을 담고 있었다. 그 중에서도 가장 인기를 끈 것은 연속극이어서 연속극의 편성·제작 경쟁이

치열하였다. 한국의 상업방송은 미국의 그것을 모방하여 출발하였지만 미국의 상업방송보다 오히려 더 상업적이어서 방송편성은 최대공약수의 대중문화 내용으로 채워지게 되었다. 이러한 라디오 채널의 증가로 1960 년대 말에 이르러 라디오는 황금기를 맞이하게 된다.

1970 년대에 들어서면서부터는 1960 년대 초에 출현한 TV 의 보편화와 함께 라디오의 위상이 위축되기 시작하였다. 특히 1980 년 언론기본법에 의한 방송사 통폐합이 이루어지면서 민간 라디오 채널이 줄어들게 되고 라디오의 역할은 급격히 축소되었다.

이러한 상황이 10 여년 동안 이어지다가 80 년대 후만 SBS 의 개국을 필두로 일부 종교방송이 설립되면서 다시 라디오의 다원화 시대가 이루어지기 시작하였다.

한편, 우리나라에서 FM 의 출현은 1966 년 동양 FM 부터 시작해서 네트워크 방송인 KBS-FM 과 MBC-FM 이 잇따라 개국하였고 교육방송과 교통방송, 그리고 종교방송들이 모두 FM 으로 송출되고 있다.

TV 출현 이후 라디오 편성은 드라마나 버라이어티 쇼 등의 프로그램은 줄어들었지만 여전히 종합편성의 틀을 벗어나지 못하고 있다. 1970 년대부터는 시간대별로 청취층을 특화시켜 주부, 청소년, 어린이, 노인 대상 프로그램을 편성하고 있지만, 일부 종교 프로그램을 제외하고는 채널간의 차별성을 찾기가 어렵다. 외국의 방송과는 달리 각 지역에 밀착된 미니 방송국이나 전문화된 포맷 라디오가 아니라 AM 과 비슷한 종합 편성의 성격을 띠고 있다.

한편, 방송국의 분포나 출력 등을 감안할 때 방송은 거의 독과점적 형태로 유지되고 있으며, 수용자를 향해 치열한 편성 경쟁을 벌여야 할 필요를 크게 느끼지도 못하고 있는 상황이라 하겠다.

3) 지역라디오방송의 현황

현재 우리나리의 라디오는 3 개국 전국 네트워크(KBS, MBC, CBS)와 7 개의 독립방송으로 구성되어 있다. 먼저 네트워크를 보면 KBS 의 경우 KBS-AM1 22 개국, KBS-AM2 8 개국, 사회교육 2 개국, 국제방송 2 개국이 있다. 그리고 FM 은 1FM 16 개국, 2FM 1 개국이 있다. 현편, MBC 는 AM20 개국, FM20 개국으로 네트워크를 이루고 있다. 이외에도 KBS-AM1 과 MBC AM 은 표준 FM(KBS 10 개국, MBC 8 개국)으로도 송신을 하고 있다. 종교재단인 CBS 는 서울을 비롯해서 전국에 6 개국이 있고 곧 춘천에 연구소를 설립해 7 개소가 된다.

독립 AM 방송국으로는 수도권에 서울방송과 극동방송이 있고, 제주에 대외방송인 아세아방송이 있다. 그리고 FM 은 서울에 평화방송, 불교방송, 교통방송, 교육방송, 대전에 대전

극동방송이 위치하고 있다.

<표 2 - 1> 라디오방송의 현황

(단위 : Kw)

매 체 별		출 력
K B S	1R(AM)	100~250
	2R(AM)	10~50
	1FM	3~5
	2FM	3~5
	표준FM	1~5
M B C	R(AM)	10~20
	음악FM	3~5
	표준FM	1~3
교 육 방 송	R(AM)	3~5
S B S	R(AM)	50
C B S	중앙	50
극 동 방 송	중앙(AM)	100
	대전(FM)	3
아세아 방송	R(FM)	250
평 화 방 송	R(FM)	5
불 교 방 송	R(FM)	5
교 통 방 송	R(FM)	5

* 자료 : 『World Radio TV Handbook』, 1993, Vol. 47, Billiard Books에서 재구성.

앞의 <표 2- 1>과 같이, 방송숙의 가청범위를 가늠하는 각 방송국의 출력을 살펴보면, 네트워크의 경우는 KBS 1 라디오 본사 500Ww 를 위시해서 MBC 와 CBS 의 본사, 그리고 SBS 모두 50Kw 의 비교적 강한 전파를 발신하고 있다.[2] 해외방송을 지향하는 아세아방송(250Kw)과 극동방송(100Kw)의 출력도 다른 방송에 비해 강하다. 또한 FM 방송인 평화, 불교, 교통방송이 5Kw, 대전 극동방송이 3Kw 로 FM 으로서는 비교적 강한 출력을 갖고 있다.[3]

2) 미국은 국내 최대출력을 50Kw로 제한하고 있다.
3) 미국의 경우 지역 FM은 1Kw 이하가 대부분이다.

4) 지역라디오방송의 문제점

라디오는 소규모의 자본으로 다양한 정보와 오락을 국민으로 제공할 수 잇는 매체임에도 불구하고 그 역할과 기능을 제대로 실현하지 못하고 있다. 이러한 라디오방송의 문제점들은 여러가지 관점에서 많은 연구자들이 지적하여 왔는데 그러한 문제점들을 정리하여 제시하면 다음과 같다.

(1) 제도적 측면

지역라디오방송의 개선이나 활성화를 위해서는 우선 그 상부구조로 작용하고 있는 법적, 제도적 개선의 필요성이 먼저 논의되어야 한다. 현행 방송관련법에서 지역방송에 관한 사항들을 살펴보면 다음과 같은 문제점들이 나타난다.

우선, 현행 방송법에 따르면 전파의 특성(AM, FM)에 따라 방송내용을 구분하여 무선국 허가를 내며, 허가도 제한적으로 이루어지고 있다. 일반적으로 AM 라디오는 뉴스, 생활정보, 오락, 스포츠 등으로 구성된 종합매체로 허가를 받고, FM 은 음질의 특성을 최대한 활용한 순수 음악매체로 허가된다. 그러나 이러한 AM 과 FM 의 전파특성에 따른 방송내용 분류는 적절치 못하며, FM 에도 보도방송의 허용 등 효율적인 방안이 재검토되어야 할 것이다.

구조적 측면에서는 대부분의 라디오가 3 개 네트워크에 소속되어 있으며, 따라서 그 속성상 운영과 편성이 중앙집중적일 수 밖에 없다. 이러한 중앙통제식 방송구조로는 방송의 공공성 실현을 위한 지역성 제고는 차지하고라도 고도의 경쟁시대에 하나의 기업으로서 살아남기 조차 어려운 상황이다.

독립방송사 역시 1 개소를 제외하고(대전 극동방송) 모두 수도권에 집중되어 있으며, 순수 민간방송인 SBS 를 제외하고는 모두 종교재단(극동, 불교, 평화)이 운영하거나 정부산하기관(교통방송)으로 되어 있다. 이러한 현상은 독립된 지역방송의 부재를 단적으로 보여주며, FM 의 특성인 소규모 지역 밀착 편성을 살릴 수 없도록 제한하는 구조적 요인이 되고 있다.

한편, 각 방송사의 출력이 비교적 강하기 때문에 가청지역이 넓고, 이러한 경향은 특정지역을 향한 대상편성을 어렵게 만들고 있다. 그럼에도 불구하고 라디오의 중앙집중은 <표 2- 2>에서 보듯이 지역에 따라 난청지역이 상당수 있는 현상을 초래하였다. 특히 수도권을 제외한 지역에는 민간 라디오의 혜택을 거의 받지 못하고 있어 정보의 불균형을 심화시키고 있다.

<표 2 2> 매체별 인구대비 및 면적대비 가시청률 현황

(단위: %)

매 체 별		인구대비 가시청률	면적대비 가시청률
K B S	1R(AM)	97.8	83.0
	2R(AM)	76.0	49.2
	1FM	94.8	83.0
	2FM	33.7	6.5
	표준FM	91.2	74.8
M B C	R(AM)	87.2	71.4
	음악FM	93.9	86.4
	표준FM	79.8	64.9
교 육 방 송	R(FM)	97.5	87.4
서 울 방 송	R(FM)	99.4	89.2
기독교 방송	중앙	60.0	서울 100.0 경기 70.0 충남 20.0
	부산	60.0	부산 100.0 경남 15.0
	대구	60.0	대구 100.0 경북 20.0
	광주	60.0	전남 25.0 전북 5.0
	이리	60.0	충남 10.0 전남 30.0
	청주(FM)	60.0	대전 35.0 충북 25.0 충남 20.0
극 동 방 송	중앙	58.0	서울 100.0 경기 70.0 충남 40.0
	대전	55.0	대전 100.0 충남 50.0 충북 40.0
아세아 방송	R(FM)	56.0	전남 70.0 경남 40.0 부산 100.0
평 화 방 송	R(FM)	61.5	64.0
불 교 방 송	R(FM)	42.2	10.2
교 통 방 송	R(FM)	서울 69.5 경기 61.7	서울 99.6 경기 62.0 인천 100.0 충청 7.0

* 자료 : 방송위원회 『'94 연차보고서』, pp. 148-149.

* KBS 2FM, 서울방송, 평화방송, 불교방송은 수도권지역 대상 비율임.

또한 방송사 조직구조상의 TV에의 종속성으로 인해 방송의 경영자나 제작자 그리고 수용자마저도 TV중심적인 발상에서 벗어나지 못하고 있으며 라디오는 항상 TV의 종속적인 개념으로 인식되고 있는 실정이다. 그래서 일부 방송선진국에서는 라디오의 발전을 위해서는 TV의 종속적인 개념에서 탈피해 라디오의 제도적, 조직적 독립이 필요하다고 주장하고 그 방안을 강구하고 있는 상황이다.[4)]

(2) 경영적 측면

라디오방송의 경우는 지역방송 일반이 갖는 경영구조상의 문제점이 더해서 라디오방송의 종속성이라는 이중적인 문제점을 노정하고 있다.

현재 KBS의 지방국은 직할국 체제로 관리되고 있으며, MBC는 중앙국과 지방계열사로 네트워크를 구성하는 체제를 채택하고 있다. MBC의 경우 KBS의 직할국 체제보다는 어느 정도의 자율성을 가지고 있으나 여전히 서울 본사가 대주주로서 경영권과 인사권을 행사함으로써 계열사의 주요업무를 관장하고 있다.

조직의 합리성과 경영의 효율성이라는 측면에서 이들 '직할국 체제'와 '계열사 체제'는 각각 장점과 단점을 가지고 있다. '직할국 체제'는 흔히 중앙집권적 관리가 가능한 방식으로 전국적인 통일성과 재정상의 안정유지가 가능하고 효율적인 인력관리 및 재원배분을 할 수 있는 장점이 있다. 그러나 이 체제는 본사의 재정적 부담이 크고 지역방송으로서 독립성과 차별성을 갖기 어렵다는 단점이 있다.

'계열사 체제'의 경우, 사무처리 방식의 표준화가 가능하고 조직의 대외업무를 일원화함으로써 효율성을 증대시킬 수 있고 중앙의 방송자원의 활용이 가능하다는 장점이 있다. 그러나 본사위주의 의사결정과 본사 - 계열사 간의 업무, 임금, 재정 격차에 따른 위화감이 발생할 수 있고 지역프로그램 편성에 있어서 자율성의 부족으로 지역방송인의 프로그램 제작의욕이 상실될 가능성이 높다.[5)]

KBS의 경우는 직할국 체제이기 때문에 모든 지역방송국은 본사의 사장 직제하에 있는 하부조직으로 구성되어 있으며, 지역국의 인사, 재무는 물론 방송에 있어서도 극히 제한된 재량권만이 허용되고 있어서 이것이 지역국 직원들의 사기저하에 직접적인 원인이 되고 있는 실정이다.

---

4) 프랑스의 라디오 기술위원회, 영국의 라디오 기구, 캐나다의 라디오 부흥 10개년 계획 등.

5) 김재범 (1994), "지역방송 경영의 현황과 전망", 『방송문화』, p.11.

MBC의 경우도 서울MBC와 각 지역MBC는 형식상 독립법인체이지만 서울 본사가 평균적으로 계열사 주식의 73% 정도를 소유하고 있기 때문에 실질적으로는 서울 MBC 의 자회사라고 할 수 있다. 또한 대주주로써 서울 MBC의 통제가 지나쳐 책임경영이 이루어지지 못하고 있다. 계열사 업무관리 지침 등을 통해 임금통제, 신입사원 채용 등 인력수급의 통제, 장비구입의 통제 등 경영·인사상의 지나친 간여로 인해 지방사가 최소한의 자율성마저 확보하지 못하고 있는 실정이다.

이처럼 방송운영에 있어서 가장 기본이 되는 인사, 재원, 편성의 대부분의 권한이 중앙에 예속되어 있기 때문에 지역방송이 독자성을 갖는다는 것 자체가 구조적으로 제한되어 있으며, 지역방송이 안고 있는 모든 문제의 근원은 바로 소유구조에 있어서의 중앙종속으로부터 비롯된다고 할 수 있다.

이러한 지역방송 일반의 문제점에 더해서 라디오방송의 상황은 한층 열악하다고 하겠다.

기독교방송을 포함한 일부 종교방송을 제외하고는 라디오방송 모두가 텔레비전과 함께 운영되고 있으므로 상대적으로 라디오는 경영이나 편성 면에서 비중이 낮아지게 되고, 따라서 라디오는 텔레비전의 부수적인 매체로 다루어 질 수 밖에 없다.

일례로 라디오방송은 TV 와 뉴스를 공동으로 취재하고 TV 방송을 단순 중계하는 경우도 있으며, TV 위주로 예산 및 인원을 배정하고 편성하는 방송사의 관행으로 인해 그 기능과 역할이 위축되어 있다. 즉 정보, 교양, 오락 등 모든 부문에서 TV 와의 특성 구분 또는 합리적 연결이 부족하다. 이러한 TV와의 매체 차별성 부족은 특히 경영상 TV에 종속된 상태라는 문제점에서 비롯된다고 하겠다.

(3) 편성적 측면

편성적 측면에서 살펴본 라디오방송의 문제점은 우선 각 지역방송국의 로컬프로그램 편성비율이 전반적으로 낮다는 점이다. KBS는 MBC에 비해 로컬프로그램 편성비율이 더욱 낮으며, 같은 방송사라도 AM은 음악을 위주로 편성하는 FM 보다 로컬프로그램 편성비율도 낮다. 지역방송국은 네트워크와는 달리 특정지역의 주민을 그 수용자로 하기 때문에 지역주민의 관심과 이해에 관계되는 내용을 다루는 프로그램을 상당량 편성하여야 한다. 지역주민의 욕구와 관련된 것을 정확히 알아내고자 실시하는 조사를 소위 확증조사(Ascertainment)라 한다. 그러나 대부분의 지역방송국들은 예산상의 어려움 또는 인식의 부족으로 인하여 이러한 확증조사를 소홀히 하는 경향이 있다. 이러한 현상은 프로그램 편성면에서 지역방송국이

중앙의 방송국에 지나치게 의존적임을 보여주는 것이며 결과적으로 지역사회나 지역주민의 관심사나 욕구 등에 관계있는 내용보다는 서울 또는 전국을 대상으로 하는 내용이 주류를 이루게 됨을 알 수 있다.

이는 라디오 산업구조 자체가 지역정보의 빈곤을 초래하고 서울중심의 정보 불균형을 이루도록 형성되어 있다는 점에서도 그 원인을 발견할 수 있다. 라디오의 운영주체는 모두 공공기관이거나 종교재단이며 순수 민간라디오는 SBS 뿐이다. 자연히 구조적으로 청취자의 관심을 끌기 위한 편성경쟁이나 이로 인한 경영압박을 별로 느끼지 않아도 현상유지가 되도록 라디오 산업이 형성되어 있다고 하겠다. 결국 다양한 지역방송이 가능하기 위해서는 소규모 FM 방송의 허가가 대폭 완화되어 스스로의 편성방향을 시장원리로 의해 개척하도록 유도하여야 할 것이다.

또한 매체간에 편성의 차별화가 이루어지지 않았다는 점을 문제점으로 들 수 있겠다. 즉 동일한 성격의 종합채널이 과다하며, 같은 시간대 동종 유사 프로그램이 지나치게 많다는 점, 그리고 청취자의 세분화가 부족하다는 점에서 편성전략의 부재를 문제점으로 들 수 있겠다. 라디오방송의 분포는 종교방송에서는 단지 기독교냐 불교냐 하는 식으로 종교의 차이로 분할되어 있을 뿐이며, 오락 프로그램에서는 팝송과 고전음악으로 갈라질 뿐, 기타 뉴스와 교양, 생활정보, 오락프로그램에서의 분화가 극히 미약한 형편이다.

또한 편성·제작을 책임지는 인력구조의 문제에 있어서도 전체 인력에서 부족할 뿐만 아니라 방송 현업 인력에 있어서는 중앙에 비해 더욱 부족하기 때문에 1인 4 ~ 5역의 과중한 업무를 맡고 있으며, 현재의 인력으로는 지역 자체 제작 프로그램을 늘려야 소화시킬 수도 없는 형편이다.

요컨데, 제작에서는 로칼프로그램의 절대시간 부족, 편성에서는 다양성의 결여라는 문제점을 각 지역라디오방송국들이 지니고 있다. 그러나 현재의 인력, 예산, 시설 및 장비로는 그나마 배정된 프로그램을 소화하기도 급급한 실정에 불과하다. 따라서 이 문제의 해결없이는 제작과 편성에서 대두된 문제점을 해결하기는 요원하다고 하겠다.

2. 외국 라디오방송의 특성

지역라디오는 소출력방송으로 제한된 지역에서만 가청할 수 있는 소매점식 방송으로서 외국에서는 주로 FM 에 의한 소규모 방송이 주종을 이루고 있다. 본 장에서는 미국, 일본, 영국, 독일, 프랑스 등 외국의 사례를 통해 지역라디오방송의 현황 및, 구조, 운영에 있어서의 내용과 특징을 살펴보고자 한다.

1) 미 국

미국은 라디오방송이 최초로 전파를 발사한 나라로서 상업적 시장논리로 방송을 발전시켜 왔으며 상업방송 위주의 공민영 방송체제를 이루고 있다. 상업방송 중에는 전국적인 네트워크를 운영하고 있는 ABC, CBS 가 가장 강력하며 이들은 전국적인 TV 와 라디오 네트워크를 운영하고 있다. 이들 3 대 네트워크는 전국의 대도시에 직영 TV 국, AM · FM 라디오국을 설치함과 동시에 TV · 라디오국과 가맹계약을 체결하여 네트워크 프로그램을 공급하고 있다.

미국의 라디오 방송국들은 모두가 정부가 아닌 개인사업체가 소유하며 교육 FM 라디오 방송국과 텔레비전 방송국의 상당수는 세금의 지원을 받는 대학이 소유하기도 한다.

대부분의 라디오나 텔레비전 방송은 지역적으로 운영되고 있으며, 각 주는 스스로 무슨 프로그램을 제작하고 어떤 프로그램을 방송할 것인지를 결정한다.

상업 라디오방송을 보면 AM 4,966 국, 상업 FM 4,251 국(1990 년 5 월 현재)으로 주민들의 일상생활에 밀착하여 많은 청취자들에게 그들이 원하는 것들을 제공하고 있다.[6] AM 주파수는 535KHz ~ 1,605KHz이고 FM 주파수는 88MHz ~ 108MHz이다. 그리고 청취자의 70%를 FM 방송이, 30%를 AM 방송이 차지하고 있으며, 대부분 24 시간 방송을 실시하는데 약 200 개의 AM 국에서는 혼선을 방지하기 위하여 일출시에서 일몰시까지만 방송을 하고 있다.[7]

전국대상 라디오방송 네트워크는 24 개사로 라디오국 9,000 개 중 AM 과 FM 을 합한 약 8,000 국이 상위 15 개 네트워크에 가맹되어 있다. TV 의 경우처럼 가맹국은 자국의 시간을 제공하는 댓가로 네트워크로부터 보상금을 받는다.

---

6) 최양수 (1994.6), "미국FM방송", 『FM 매거진』, pp. 24-25.

7) 한국방송개발원 (1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오 대응 라디오의 르네쌍스를 위하여』, pp. 72-74.

미국의 지역사회라디오는 상업방송의 수행치 못하는 사회적 기능을 수행키 위한 목적으로 ① 방송송신의 비상업적 지위, ② 프로그램에의 지역사회를 참여시키는 공인된 프로그램 편성정책, ③ 제도적 절차와 시행의 민주적 운영을 특징으로 하며 10 여명의 직원과 수십 명에서 수백 명의 지역사회 자원봉사자의 노력으로 프로그램 서비스 부분을 담당하고 있다.

전체적으로 미국의 라디오방송은 방대한 청취자층을 세분하여 독자적인 청취층을 확보하고 있다. 그리고 미국의 라디오방송은 네트워크 라디오방송의 황금기라 할 수 있다. 1994년에는 전년도에 비해 미국의 전국·로켈 네트워크 광고로부터 거둬들인 전국 라디오방송사의 총수입이 11.3%나 급증하여 뉴미디어의 홍수속에서도 청취자수의 꾸준한 증가, 옥외에서도 쉽게 즐길 수 있는 유일한 전자 미디어라는 위치, 그리고 방송사별로 차별화되어 있는 청취층 등이 라디오 방송의 성장을 견인하였음을 보여주었다.[8)]

2) 일 본

1994 년 4 월 1 일 현재 일본 민간방송의 현황은 <표 2-3 >에서와 같이[9)] 라디오방송국은 중파 47 개사로 이중 단영사는 12 개사이고 나머지 36 개사는 텔레비전 방송과의 겸영사로 되어 있으며, 이외에도 단파 1 개사와 FM 44 개사 등이 있다.

<표 2 - 3> 일본 민간방송의 현황

지 상 계		
음성방송	92사	중파 47사 단파 1사 FM 44사
TV방송	120사	
문자방송	24사	
위 성 계		
음성방송	5사 (BS 1사, CS 4사)	
TV방송	11사 (BS 1사, CS 10사)	

8) 세계방송정보 (1995. 4. 10), "작년 미국 라디오 광고수입 크게 늘었다." , pp. 9-10.
9) 한국방송개발원 (1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오 대응 라디오 르네쌍스를 위하여』, pp.

일본의 현행 방송법, 전파법, 혹은 이에 기초한 방송보급 기본계획, 방송용 주파수 사용계획, 방송국 개설의 근본적 기준 등을 종합하면 지상계의 민방 위상은 다음과 같은 사항에 요구되고 있음을 알 수 있다.[10)]

① 민방은 NHK 같이 단일 기업체에 의하여 전국 규모로 방송하는 일은 없다.

② 민방은 존립기반을 지역에 밀착시킨다.

③ 민방의 존립기반은 원칙적으로 현단위로 한다.

④ 매스미디어의 집중소유(지배)를 배제하기 위해

· 원칙적으로 (중앙)방송국을 2 국 이상 소유(지배)할 수 없다.

· 원칙적으로 라디오, 텔레비전, 신문의 3 사업을 겸업할 수 없다.

⑤ 텔레비전 방송에서는 전국 각지 수신자의 수신 기회평등을 실현하기 위해 주파수 사정, 방송사업의 존립기반이 되는 경제력, 방송수요 등을 고려하여 방송국을 배치한다.

일본은 위성을 통한 전국 단위, 동경의 중앙국, 그리고 각 현의 지역프로그램 제휴국, 그리고 중소도시에서의 독립국, 각 마을에서의 소출력 FM 등의 체계속에 방송이 구조화되어 있다.

일본에 라디오와 텔레비전 방송국들은 세계 2 차대전 후 개국되어 오늘날에는 건의 모든 도 · 부 · 현의 민영방송국들이 지역미디어로서의 기능을 수행하고 있다. NHK 지방국이나 민방의 로컬국들을 많은 양의 프로그램을 키국으로부터 받아 중계하고 있기 때문에 자국제작 프로그램은 그렇게 많지 않다. NHK 의 지방국은 '직할국체제'로 영국의 BBC 나 우리나라의 KBS 형태를 띄며 상업방송의 경우는 미국과 흡사한 형태를 갖추고 있다.

그러나 '독립 U 국'이라 불리는 지역민방국들은 비교적 독자적으로 프로그램을 제작하여 지역민들에게 지역사회와 밀착된 로컬방송을 서비스하고 있다. 또한 라디오는 로컬미디어화의 경향을 띠고 있으며, 지역밀착에 치우쳐 다루어지는 정보나 화제가 이웃단위로 협소해짐으로써 청취자의 전화나 FAX 에 크게 의존하는 와이드 프로그램은 그 규모가 다소 축소되어가고 있는 실정이다.

이처럼 일본의 방송구조는 NHK 의 위성, NHK 의 지상파, 민간방송 5 국, 그리고 민영독립국 11 개국으로 이루어져 있고, 그 이외에도 지역커뮤니티 방송으로 출력 1Kw 의 소규모의 마을 FM 방송이 지난 1992 년 7 월 북해도 하꼬다데시에서 출발하여 1 년 반 사이에 9 개국이 생겨났으며 앞으로도 상당히 늘어날 추세에 있다.

75-78.

10) 『新放送總鑑』, pp. 10-11. 이창근 · 김광수 역(1994), 『일본의 방송제도』, 한울아카데미, p.

참고로 일본 토치끼 지구 최초의 민방 FM 인 'FM 토치끼'가 1994 년 4 월 1 일 개국하였는데, Radio Berry 라는 닉네임을 갖고 있다. 프로그램은 자사 편성 25%, JFN 과 TOKYO-FM 네트워크에서 75%를 충당하며, 뉴스는 요미우리, 朝日, 産經, 日經 등 여러 신문으로부터 공급받는다. 규모를 살펴보면 스튜디오 2 개, 상근직원은 25 명 정도이다.

일본의 경우 방송은 원칙적으로 국민 모두가 그 혜택을 향유할 수 있도록 국가가 배려하는 특징을 갖고 있는데 FM 의 경우는 민영방송이 다양한 정보와 음악을 제공하고 있다고 말할 수 있다.

일본은 인구나 경제력에 비해 국토가 크지는 않으나 섬나라라는 지역적 특성때문에 방송이 전국에 골고루 미치기 위한 지역방송 정책이 중시되고 있다. 특히 지역방송이 각기의 지역문화를 지켜나가는데 일익을 담당하고 있다고 말할 수 있다.

일례로 동경 근처의 FM 국은 '84 년 이전에는 NHK 2 국 외에는 3 개국 밖에 없었으나, '90 년에 이르러 6 개국으로 늘어나 다양한 FM 이 가능하게 되었다. 이러한 양상으로 종래의 'FM = 고급음악'에서 환경개념이 추가되어 사운드 인테리어라든가 록계 음악, 지역의 음악집단이 집결하는 이벤트 현상이 나타나 음악문화가 중앙에서만 이루어진다는 고정관념을 깨게 되었다. 그리고 사이다마 FM 은 종래의 "more music, less talk"에서 "more fun, better music & better talk"로 음악만의 방송에서 탈피하여 음성매체로서의 FM 국을 겨냥하고 있기도 하다.[11)]

이렇게 일본은 한 지역에 위성을 통한 국제뉴스, 중앙방송의 전국뉴스, 지역지상파방송의 내 지역 뉴스, 독립국의 내 도시 뉴스, 케이블 TV 에 의한 내구뉴스, 소출력 FM 방송의 내 마을 뉴스가 전해질 수 있도록 계열화되어 있다.

이러한 방송구조의 유용성은 지역자치의 단위로서 시가 가장 중심적인 단위가 된다고 할 때, 이러한 시 단위방송의 필요성에 부합하는 체계라는 점에서 찾을 수 있겠다.

3) 영 국

영국의 방송은 이른바 공영체제로 운영되는 BBC(British Broadcasting Corporation)와 공영체제에 상업적 논리를 결부시킨 ITC(Independent Television Commission)가 쌍두마차로 지역언론을 이끌어 나간다.

118에서 재인용.

11) 한국방송개발원(1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오 대응 - 라디오의 르네쌍스를 위하여』,

실제적인 지역방송의 주도역할을 하고 있는 ITC 는 영국의 방송역사상 독점을 누려 온 BBC 에 이어 설립된 ITA 와 1972 년 상업 로컬라디오방송이 생겨나면서, 양자가 합쳐져서 생긴 IBA 의 후신이다. 1990 년 방송법의 시행으로 ITC 가 케이블을 포함한 TV 부문을, RA(Radion Authority)가 라디오 부문을 관리하게 되었다. ITC, RA 는 방송사업자의 면허를 교부하는 것을 임무로 하며, 특히 면허 검토에 있어서는 광범위한 시청과 질높은 프로그램, 서비스공급자의 경쟁 확보에 초점을 두고 있다.

<표 2 - 4> 영국방송의 체제

<table>
<tr><td rowspan="2">BBC TV</td><td colspan="2">BBC 1</td></tr>
<tr><td colspan="2">BBC 2</td></tr>
<tr><td rowspan="8">BBC 라디오</td><td rowspan="5">네트워크 라디오</td><td>Radio 1: 록, 팝, 뮤직</td></tr>
<tr><td>Radio 2: 경음악, 오락</td></tr>
<tr><td>Radio 3: 고전음악</td></tr>
<tr><td>Radio 4: 종합편성</td></tr>
<tr><td>Radio 5: 스포츠, 교육</td></tr>
<tr><td colspan="2">지방라디오 37개국</td></tr>
<tr><td colspan="2">국제방송(BBC Service) 36개 언어</td></tr>
<tr><td rowspan="8">ITC</td><td colspan="2">채널 3</td></tr>
<tr><td colspan="2">채널 4</td></tr>
<tr><td colspan="2">채널 5</td></tr>
<tr><td colspan="2">국내위성 서비스</td></tr>
<tr><td colspan="2">비국내위성 서비스</td></tr>
<tr><td colspan="2">케이블 TV</td></tr>
<tr><td colspan="2">기타특수 TV서비스**</td></tr>
<tr><td rowspan="3">RA</td><td colspan="2">전국 네트 라디오</td></tr>
<tr><td colspan="2">로컬 라디오</td></tr>
<tr><td colspan="2">기타 특수 라디오 서비스**</td></tr>
</table>

* BBC 지방라디오는 잉글랜드 지방만을 지원하고, 스코틀랜드, 웨일즈, 북아일랜드 지방은 Radio 4의 전파를 이용해 지역방송을 하고 있다.

** 특수 서비스란 데이터 송출, 자막방송과 같이 전파 대역의 여분을 이용하는 부가 서비스를 말한다.

---

pp. 75-78.

『1990 년대에 BBC 라디오 정책』이라는 보고서에서 BBC 라디오 관리국장 R.Francis 는 라디오의 기본 채널이 현재의 AM 에서 VHF 로 대체될 것이라고 밝히면서 1990 년대의 라디오 5 개 채널의 특성을 다음과 같이 밝힌 바 있다.[12)]

◇ 라디오 1 : 팝음악과 록음악 네트워크로 젊은 층의 청취자를 위한 뉴스와 이야기를 곁들이는 방송이다.

◇ 라디오 2 : 오락 네트워크로 대화요소와 음악을 곁들이고 음악은 중간음악을 기본으로 한다.

◇ 라디오 3 : 음악과 예술 네트워크로서 클래식 음악과 드라마, 시, 대담 등을 엮는다.

◇ 라디오 4 : 전국적인 스피치 네트워크로서 뉴스와 시사문제에 관한 권위 있는 정보를 내보낸다.

◇ 라디오 5 : 지역 라디오 체제로서 기본적으로 지방에 맡는 프로그램과 뉴스, 정보 등을 방송한다.

이와 같이 BBC 가 1990 년대 라디오방송의 방향을 채널별로, 전문화, 특수화 하려는 경향은 TV 시대에 있어서 라디오의 활로를 단일편성 형식으로 설정한 미국 라디오의 경험을 그대로 수용하려는 정책적인 결단이라고 볼 수 있다.[13)]

또한 지방 상업 라디오는 70 개국으로 지역의 취향을 반영한 높은 수준의 프로그램을 방송하도록 요구되고 있다. 방송국들은 각기 그들의 방송시간대를 판매하며, 대부분이 DJ 가 진행하는 대중음악을 방송한다.[14)]

한편, 최근 새로운 10 개년 계획에 따라 최소한 20 개 이상의 BBC 지역라디오 방송국의 통폐합될 계획이다. 이러한 정책은 지방국들을 통합함으로써 시청률(주로 아침시간대)을 높이기 위한 방안으로 취해진 것으로 BBC 가 로컬라디오 체제를 깨버리고 권역별(sub-regional) 서비스로 돌아섰다는 것을 의미하며, 이제 더욱 넓어진 구역단위로 지역성이 추구되지 않으면 안된다는 예측을 할 수 있다.[15)]

현대 영국에는 약 150 개의 독립라디오방송사가 존재한다. 상업라디오는 BBC1 이 히트 음악 위주에서 탈피하는 편성정책을 세움에 따라 BBC1 으로부터 채 2 년이 안되는 기간에 3 백만 이상의 청취자를 뺏는 등 큰 성과를 올리고 있다.[16)]

---

12) 한국언론연구원(1983. 2), 『신문과 방송』, p. 109.
13) 한국방송학회 편 (1990), 『방송편성론』, 나남, p. 187.
14) 김규 (1993), 『비교방송론II』, 나남, p. 51.
15) 세계방송정보 (1995. 3. 25), "영국BBC 로컬라디오 방송국 20개 통합", p. 14.
16) 세계방송정보 (1994. 8. 10), "英라디오, BBC주도시대 종언 - 다극화시대 전개", p. 16.

4) 독 일

현재 독일방송은 공영방송과 민간상업방송의 이원적 체제로 이루어져 있는데, 라디오의 경우 각주 방송법에 근거하여 ARD 소속의 주 공영라디오와 민간 상업라디오가 설립되어 있다. 각 주의 공영라디오가 가진 중요한 특징은 채널의 지방화와 전문화라 할 수 있다. 공영라디오는 FM 방송을 통해 여러 장르의 프로그램들을 독립적으로 내보내기도 하지만 AM 라디오 프로그램을 보다 좋은 음질로 송출하기 위해 동시에 FM 라디오로 송출하기도 한다.[17)]

독일 공영라디오의 특징은 각 주의 방송사가 4 ~ 5개의 FM 라디오방송망을 가지고 있다는 것이다. 이 채널들은 각각의 특성을 가지고 있는데 일반적으로 주의제 라디오 FM 은 불특정다수 대상의 종합편성, 제 2 채널은 지식층 대상의 교양 토크 채널, 제 3 채널은 유행음악 및 교통정보 전문채널, 제 4 채널은 클래식음악 전문채널, 제 5 채널은 시사정보 전문채널로 구분되어진다. 그러나 이는 주별로 약간씩의 편차를 보이고 있다.

민간 상업라디오의 경우는 모두 FM 으로 방송되고 있다. 전국대상의 민간 상업라디오국은 없으며 주별로 방송이 이루어지고 있다. 독일의 16 개 주는 각각 다른 방송법으로 가지고 있기 때문에 민간 상업 FM 라디오는 주별로 허가가 난다. 일반적으로 각 주는 한 두개의 주 전역 대상의 민간 FM 라디오를 가지고 있거나 여러 개의 소지역 위주의 FM 라디오가 산재해 있다.[18)]

이 민간상업 FM 라디오는 방송사마다 큰 차이를 보이고 있는데 젊은층을 대상으로 디스크 쟈키가 이끄는 팝음악 쇼가 주류인 FM 방송, 방송시간의 3 의 1 정도를 종교에 대한 인터뷰로 채우는 FM 방송, 짧은 뉴스와 인터뷰로 구성되는 FM 등 단순편성을 한 전문국들로 다양하게 이루어져 있다.

5) 프랑스

현재 프랑스는 전국적으로 1,700 여개의 민간상업라디오국이 있고 수도인 파리에도 무려 100 여개의 민간상업라디오국이 0.5MHz 간격으로 존재하고 있다.[19)] 프랑스의 상업방송을 보면 유럽 No 1, 라디오 · 텔레 뤽상브르, 라디오 몬테카르로, Sub Radio, Fun Radio, Kiss

---

17) 김광호 (1994. 8), "독일FM방송", 『FM매거진』, pp. 26-27.
18) 세계방송정보 (1994. 10. 10), "유럽의 공영방송시스템, 독일편", pp. 64-65.
19) 한국방송개발원 (1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오 대응 라디오의 르네쌍스를 위하여』, p. 2.

FM, NRJ, Pacifice FM, RFM, Skyrock 을 통해 라디오방송이 실시되고 있다.[20] 이들 프랑스의 민간성업 라디오방송은 공영방송인 라디오프랑스(RF)의 6 개국과 차별화되어 대부분 음악방송전문국으로 특성화되어 있다.

프랑스 FM의 특징으로는 먼저 라디오가 각 지역의 분권화, 지방화 추세를 대표하고 있다는 점을 들 수 있다.[21] 중앙집권적인 방송의 운영방식을 유지하던 프랑스는 1981 년 사회당 정부가 집권한 후 모와노(Moinot)보고서를 중심으로 하여 시청각 매체에 대한 개혁을 하기 시작하였다. 이 보고서의 기본 원칙은 다음의 3 가지이다.

① 권력으로부터의 독립
② 시청각 공공기관의 구조 강화
③ 지방분권화 정책 수립

이 중 지방분권화 정책을 통해 구체적으로 각 지역은 커뮤니케이션 지역위원회를 구성하며 22 개 지역은 각기 라디오 방송국을 설립하여 이들 지역방송국들간의 상호연관을 맺는다. 현대 프랑스 라디오의 지방화 추세는 꾸준히 지속되어 안정단계에 들어섰는데, 이를 위해 FM 방송이 커다란 기여를 했다고 할 수 있다.

프랑스 FM 방송의 현황을 보면 국내 공영 라디오 조직으로서 정부 전액출자로 설립된 회사인 라디오 프랑스가 라디오방송의 전반적인 지침을 설정하여 프로그램을 편성한다. 이외에도 핀프 라디오(FIP)가 매일 14 ~ 18시간 동안 전국의 4 개 도시에서 음악, 뉴스, 지역정보 위주로 방송을 하고 있다. 1980 년에 시작된 지역 공영방송 역시 하루 16 ~ 18시간 동안 뉴스, 교통정보, 일기예보 등과 지역에 관한 안건을 주로 방송한다. 지방의회 위원, 그 지역 출신의 국회의원, 종교집단 대표 등 각 집단의 대표들이 모여 자유롭게 지역문화와 그 개선방안 등을 논하는 시간을 많이 할당하고 있다.

민영 FM 방송국의 경우는 사회당 정부가 1981 년 집권한 후 라디오 민영방송국은 광고수입으로 운영되지 않는 비영리 단체가 FM 으로 송신거리 30㎞ 이네에서 발송하고 있다는 1982 년의 방송법에 의해 시작되었다. 이에 따라 공인된 지방 민영방송국은 1988 년에 1,500 개에 달하였으며 이들 방송국은 파리 한 지역에만 약 100 개가 존재하는 등 조그만 도시에도 다

---

20) 한국방송개발원 (1994. 11) 위의 책, p. 74.

21) 김광호 (1994. 10), "프랑스의 FM방송", 『FM매거진』, pp. 28-29.

수가 운영되고 있다. 이들 중 몇 개는 정치적으로 영향력있는 사람들에 의해 운영되며 이들은 프랜차이즈를 공유하기도 한다. 프로그램 내용은 대중음악이 주종을 이루며 프랑스 음악만을 취급하는 전문적인 방송도 있다. 방송시간은 일정치 않지만 대개 하루 10 ~ 12 시간 정도이며 24 시간 방송하는 곳도 여러 곳이 된다.

이와 같이 프랑스 FM 라디오방송은 공영과 민영, 전국과 지방, 종합편성과 전문편성이 적절하게 조화를 이루어 나가고 있다. 또한 다른 유럽국가들과 같이 뉴미디어 시대에 걸맞게 FM 문자다중방송 등을 적극 활용하고 있다.

Ⅲ. 소출력 지역라디오방송 신설의 당위성 및 원칙

소출력 지역라디오방송의 신설 움직임은 전세계적 추세인 국제화와 지방화 움직임과 맞물려 지역민에 대한 악세스권의 보장과 지역사회의 발전이라는 차원에서 볼 때 시의적절한 일로 판단된다. 더구나 올해 실시된 시, 도지사를 포함한 지방자치단체장 선거를 계기로 우리나라도 본격적인 지방자치시대로 진입하면서 풀뿌리 여론을 담당할 진정한 지역매체를 필요로 하는 사회적 상황을 맞게 되었으며, 지역라디오방송의 신설은 지방화라는 과제와 맞물려 지방자치제도의 정착과 발전에 적지않은 기여를 하리라 기대되는 바이다.

지방화란 지금까지 중앙집중화되어 있는 정치, 경제, 문화, 교육에 이르기까지 제반사회의 발전을 균형있게 지방분산화하여 서울중심의 집중체제를 탈피하는 것을 의미한다. 이는 한국사회에서 근대화 이후 등한시되었던 지역사회의 고유성을 재발견하고 전수하며 상대적인 재창조를 시도한다는 것, 즉 근대화 이후 이완된 지역사회의 동질의식을 구축한다는 것이다.

이러한 지방화를 대표하는 정치적, 행정적, 문화적, 경제적 변화라고 할 수 있는 지방자치제의 기본정신은 지역주민의 의사가 반영되는 주민자치의 실현이며, 이를 위해서 지방자치단체의 장을 직접 투표로서 선출하고 지역의회를 주민자치로서 구성하는 것이다. 따라서 지방자치제를 민주주의의 뿌리라고 하는 것은 곧 일반 지역주민의 정치참여를 최대한 확대시킨다는 의미에서인 것이다.

이러한 지방자치제가 제대로 성공하기 위해서는 정치제도뿐만 아니라 재정자립도, 지역내의 사회문화적 자치능력, 지역언론의 활성화가 전제되어야 한다. 이 가운데 사회문화적 자치와 지역언론 활성화는 상호 밀접한 관계를 갖고 있다. 자치지역내에서 무슨 일들이 일어나고 있는가를 지역주민들이 인지하고, 문제점들을 함께 논의하면서 해결할 수 있는 언론마당이 존재해야 정치적 지방자치도 함께 가능해지기 때문이다. 따라서 지방화 시대에 합당한 서비스를 제공하기 위해서는 각 단위 자치지역 주민들의 여론을 조성해주고 참여를 유도하며 환경을 감시, 해설해줄 수 있는 언론의 활성화가 필수적이라고 하겠다.

이러한 민주주의의 정착을 위해 지역언론은 지역사회의 문제점을 제시하고 해결하는 공기로서, 또한 지역 문화예술의 창달자로서의 역할을 수행해야 하는 적극적 의무를 지니고 있다. 따라서 언론의 공공성과 책임을 거론함에 있어 지역성(localism)이 핵심적인 개념으로 등장하게 되며, 지역성은 지역언론의 반석이 되어야 한다. 현재 지역마다 고유한 전통과 특유한 사회적 문제점을 안고 있는 실정에서, 그 지역사회에서 호흡하고 그 사회를 가장 잘

꿰뚫어 볼 수 있는 '로컬미디어'(local media)가 지역문제를 논쟁적 관점에서 분석하여 해결책을 구하며 지역문화의 개발에 힘쓰는 것이야 말로 지방자치제시대 언론에 부여된 일차적 소명인 것이다.[22)]

참여적 민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 신문과 마찬가지로 자치단위 지역내의 지역방송국, 특히 소규모 자본으로 설립과 운영이 용이한 라디오 방송국의 설립이 확대되어야 할 것이다. 즉 다양한 지역방송이 가능하기 위해서는 소규모 FM 방송의 허가가 대폭완화되어 최소 인구 몇만 이상의 지역사회 혹은 행정적 단위구역 등과 같은 허가기준을 설정하여 라디오방송국 설립이 허가되고 추진되어야 할 것이다.

신설되는 소출력 FM 라디오 방송은 방송의 공공성과 공익성 구현, 지역방송의 자율성 확대 및 자치의 실현, 지역주의 지향, 지역저널리즘의 확립, 신방송기술과 정보화 시대에 대한 대비 등의 역할을 수행하도록 노력을 해야 할 것이다. 또한 방송체제면에서 사회구조적 특성 변화와 조화를 모색해 나가면서 사회가 필요로 하는 사회적 욕구 충족을 극대화하여야 한다. 이를 위해서는 타매체와의 관계에서 라디오 매체의 고유한 특성 혹은 타매체와 비교한 라디오 매체의 강점을 최대한 활용하여 타매체가 수행할 수 없거나 수행하지 못하고 있는 기능, 타매체가 소홀히 하거나 부족한 기능을 최대한 강화해 나가야 할 것이다.

신설되는 소출력 FM 라디오방송이 수행해야 할 당위적 역할과 기능을 제시해 보면 다음과 같다.

1. 지역방송의 자율성 확대 및 자치의 실현

지역라디오방송이 지향해야 할 방향은 방송의 자율성을 높이고 궁극적으로는 지역방송의 자치를 실현하는데 두어야 한다. 그동안 우리 나라의 중앙집권적인 제반 사회구조는 방송의 중앙집중화를 초래해 왔다. 그러나 진정한 의미의 지방분권화가 이루어지기 위해서는 중앙의 권력과 자본의 논리나 중앙의 문화를 지역사회에 일방적으로 강제하는 장치로부터 벗어나 지역방송의 자치가 실현되어야 한다. 지방자치시대로 들어섰음에도 불구하고 여전히 중앙의 시각과 논리로 지역방송의 법제가 이루어지거나 운영된다면 진정한 민주주의 사회의 구현은 불가능하다.

---

22) 한국방송개발원 (1993), 『민간지역방송 신설방안에 관한 연구』, pp. 2-3.

방송환경의 세계화와 지방화가 동시에 진행되는 이 시점에서 지역방송의 자치실현은 지역발전은 물론 국가발전을 위해서도 반드시 이루어져야 하며, 방송의 지방화는 권위주의적인 중앙중심의 방송에서 탈피하여 방송문화의 재분배, 방송문호의 지역적인 균형을 이루어내는 것이어야 한다.

풀뿌리여론을 담아내는 지역방송의 자율성 및 자치의 보장과 이에 따른 지역방송의 독자적인 인사, 재정, 편성 등의 독립과 자율은 곧 민주주의의 실현을 담보하는 첩경이 될 것이다.

2. 지방화 시대의 중심매체

새로운 지방자치 시대를 맞아 지역방송은 중앙집권적, 획일적이었던 우리 사회의 정치행정체제를 지방분권화하고 지역특성에 맞게 다양화시킴으로써 지역발전을 도모하여야 한다. 여기서 구심체적 역할을 담당하여 의견을 수집하고 또한 다양한 의견들을 통합조정함으로써 지역사회의 주민들과 단체의 정치적 의사표시의 장으로서 기능하며, 지역의 자치능력을 배양하는 기능을 수행해야 할 것이다.

지역방송은 지방자치단체장 선거를 시작으로 실시되는 지방자치제의 민주적 실현을 위해 주민들의 자발적 참여유도, 지방의회에 대한 행정감시, 환경의 감시자로서의 역할을 적극적으로 수행하여야 할 것이다. 이러한 지역감시 기능을 통해 지역행정에 대한 압력단체로서의 효과를 가져오도록 하여야 한다.

더불어 지역민들에게 지역사회의 의미를 일깨워주고 지역적 연대감과 공동체 의식을 함양시키고, 지역계발 의욕을 고취시킴으로써 지역사회의 목표 실현을 위한 노력과 참여를 이끌어내며, 지역의 정치, 경제, 사회, 문화 등 모든 영역에서 구심체의 역할을 수행하여 지역발전은 물론 지역의 세계화 채널로서의 영향력을 발휘하고 지역주민의 정보복지를 실현하는 매체가 되어야 한다.

3. 저널리즘의 확립

지역라디오방송은 지역여론과 정서가 적극적으로 표출될 수 있도록 지역저널리즘을 확립하여야 한다. 이를 구체적으로 실천하기 위해 우선 광범위하고 다양한 지역정보를 개발하여

지역민에게 제공하여야 한다. 지역의 문제를 발굴하고 추적하여 지역민들에게 가장 절실한 문제가 무엇인가를 알려주며, 이에 따른 여론을 환기시키고 나아가 일상 생활정보에서부터 지역행정활동의 운영과정에 이르기까지 지역민들에게 필요한 정보를 제공해야 한다. 즉 다양한 정보를 수집하여 그것을 그 지역주민에게 중요한 순서대로 한정된 공간 또는 시간의 한계내에서 전달해야 한다는 것이다.

그리고 지역이 직면하고 있는 다양한 문제점들에 대한 민주적인 해결책을 모색하기 위한 토론의 장을 마련하고 바람직한 지역여론을 형성하는데 기여하여야 한다. 즉 지역사회에 대한 지역주민들의 관심과 참여를 자극하고 고무시키기 위해서 지역방송이 지역사회의 중요한 의제를 계속적으로 발굴하고 이를 공론화하며 지역문화를 의미있게 공유하는 핵심적인 주민 참여공간으로서 기능하여야 한다.

또한 정보화시대의 핵심매체로서 기능해야 한다. 이는 방송이 지역정보의 원활한 소통을 담당하고 지역소식과 지역활동을 소개하는 지역정보원이 되어야 한다는 것이다. 지역간 균등하고 적극적인 정보의 접근이 보장되고 이를 통해 지역간 교류가 활발해진다면 이는 정치, 경제, 사회, 문화면에서 지역간 균형있는 발전을 도모하는 기반이 될 것이다.

4. 공익지향 방송으로서의 사회적 입지 강화

지역라디오방송은 '공공성'을 전제로 사회적 공익과 기업적 사익을 효율적으로 배합하는 편성과 방송운용을 이루어야 할 것이다. 민간상업방송으로서 상업적 이윤추구를 위해 시청률 극대화에만 연연하는 것이 아니라 프로그램의 질개혁, 전문성, 사회적 유의미성, 다양한 이해집단에 대한 봉사 등의 중요성을 지속적으로 강조하여야 한다.

일례로 사회집단간의 접합기능을 수행하는 매개자, 촉진자로서 정보전달을 통하여 이해관계가 다른 집단들끼리의 논의의 마당을 마련하고 상호간의 유대가 성립되게끔 하여야 한다. 주요 정당이나 지배적인 주류의 견해에 의지하기 보다는 사회의 주변적인 부분들과 보다 작은 목소리에 관심을 보이고 그에 가까이 다가가야 하며, 사회내의 다원적 집단간의 상호이해를 고취시키며 다양한 시각들에 개방적인 태도를 취함으로써 사회통합에도 기여해야 할 것이다.

또한 지역사회내의 부정부패나 비리들에 주목하여 이에 대한 개선에 힘쓰는 감시기능도 수행할 수 있어야 한다. 범죄, 부정, 과소비 등의 부정적 환경과 수질, 공기, 토양오염 등

의 지역환경 파괴에 대한 감시와 함께 그의 회복을 위한 노력을 기울이는 등의 환경감시기능을 수행하여야 한다.

5. 지역문화매체

지역라디오방송은 지역시민의 문화복지를 보장하고 신장할 의무를 지닌다. 지역활동과 지역생활정보의 소개, 지역의 고민과 불편 및 후진성 지적, 지역의 특색소개, 지역출신의 명사소개, 지역 문화재 · 역사 소개, 지역주민의 연대성 제안, 지역의 자랑거리 · 독자적 문화창출 등 지역문화를 계발하고 이를 전국적으로 혹은 세계적으로 확대하는 역할을 수행하여야 한다.

또한 지역내의 여러 하부적 독특한 문화들을 상호교류시키고 지역내에서 하나의 통일되고 보편적인 문화적 현상을 나타낼 수 있도록 이들을 서로 연계시켜야 할 것이다. 더불어 과거문화들을 전수시켜줌으로써 미래의 발전을 위한 디딤돌이 되게 하는 지역문화의 발굴 전수기능을 담당해야 한다. 이러한 기능은 반드시 과거 문화만을 전수하는 것이 아니라 사회집단별로 다를 수 있는 현대의 문화들도 상호연결이 이루어져 이해의 폭이 넓어지게끔 하는 것까지 포함하는 것이 되어야 한다.

더불어 세계적인 국제화, 개방화 물결 속에서 지역방송은 더욱 지역주의를 지향하도록 해야 할 것이다. 즉 지역방송은 각 지역문화를 발굴, 제작하여 가장 지역적이고 한국적인 프로그램으로 세계적인 경쟁력을 키워나가야 할 것이다.

6. 지역 정치부문의 활성화

지역라디오방송은 풀뿌리 여론을 수렴하는 지방자치제도를 정착시킴과 함께 민주화의 선봉이 되어야 한다. 지방자치제의 본격적인 실시로 지역주민들이 이제는 군이나 시를 근간으로 하는 '구의회 의원'과 '시의회 의원'들을 직접 선출하고 이들이 지역사회의 제반 정치문제들을 풀어나갈 수 있기 때문에, 지역의 정치부문은 이제 지역민들의 주요 관심거리로 등장하고 있다. 따라서 신설 지역라디오방송은 지방자치제의 필요성, 지방자치시대에 있어 지역민이 수행해야할 역할과 기능, 책임과 의무, 갖추어야 할 올바른 가치관과 태도 등이

무엇인지에 대한 자세한 정보와 해설을 제공할 수 있어야 한다. 나아가 지역 정치인들의 활동과 정치수행과정을 지역민들에게 전달하여 그들이 제대로 정치활동을 하고 있는지 감시하게 하고, 그들의 정치활동들이 주는 영향이나 결과들에 주목하게 만들어야 한다. 또한 지역회의와 지역정부의 움직임을 충실하게 보도함으로써 지역문제에 대한 관심을 환기시키고, 이를 해결하기 위해서 지역민들의 적극적인 참여를 권장, 유도해낼 수 있는 능동적이고 적극적인 프로그램 서비스를 양적 질적으로 충분히 제공하여야 한다.

지역방송매체의 정치부문에 대한 주목은 지역민들의 정치의식을 함양시킴과 동시에 그들의 정치적 욕구를 상승시키게 되고 이러한 지역민들의 정치적 욕구가 지역사회의 정치인들에게 반영되게 된다면 결과적으로 지역사회의 정치부문을 활성화시키는 효과를 가져올 수 있을 것이다.

7. 지역사회개발의 동원기능

신설 소출력라디오방송은 지역사회 개발에 지역민의 참여와 추진을 동원하는 역할을 통하여 지역사회 공동의 목표를 성취하도록 촉구하는 기능을 담당하여야 한다.

지역주민들에게 지역사회가 차지하는 의미를 일깨워줌으로써 지역적 연대감과 공동체의식을 함양시키며, 지역사회 건설의 토대를 마련함으로써 지역 사회개발의 모태가 되어 지역사회를 발전시키는 견인차 역할을 수행하여야 한다.

Ⅳ. 신설 소출력 지역라디오방송의 경영모델

1. 신설 소출력 라디오방송의 지역선정

1) 기존 라디오방송 권역의 현황

KBS 의 경우 지역방송망은 1 개의 방송본부(부산)와 8 개의 방송총국(대구, 광주, 대전, 청주, 춘천, 전주, 창원, 제주) 그리고 16 개의 방송국(울산, 진주, 안동, 포항, 목포, 여수, 순천, 군산, 남원, 강릉, 원주, 영월, 태백, 속초, 공주, 충주)으로 구성되어 있다. 부산방송본부에 울산방송국이, 창원방송총국에 진주방송국이, 대구방송총국에 안동방송국과 포항방송국이, 광주방송총국에 목포, 여수, 순천방송국이, 전주방송총국에 군산, 남원방송국이, 대전방송총국에 공주방송국이, 청주방송총국에 충주방송국이, 춘천방송총국에 강릉, 원주, 영월, 태백, 속초방송국이 각각 속해 있다.

MBC 는 19 개의 계열사로 구성되어 있는데, 구체적으로 KBS 와 MBC 모두 합쳐 이들을 소재 도별로 분류해 보면, 경남 8 개 방송국, 경북 6 개, 전남 6 개, 전북 3 개, 강원이 10 개, 충북 4 개, 충남 3 개, 제주 2 개 방송국이 각각 소재하는 것으로 나타났다. <표 4 - 1 > 과 <표 4 - 2 >는 KBS 와 MBC 의 각 지역라디오방송국의 현황과 방송전파권역을 살펴본 것이다.

〈표 4－1〉 KBS 지역국 현황

방송국명	매체구분	방송커버구역
부산방송본부	1R 2R FM	1R: 부산시 경상남도 2R: 부산시 김해군 일부 창원시 일부 거제군일부 1FM: 부산시 진해시 김해군 창원시 거제군
대구방송총국	1R 2R FM	1R: 대구직할시 김천 경주 구미 영천 경산 상주 점촌 안동 포항 영주시 경산 고령 군위 금릉 달성 문경 상주 선산 영천 청도 칠곡 경주 성주 의성 안동 청송 영양 예천 영풍 봉화군 일원 2R: 대구직할시 포항 경주 경산시 영덕 영일 경산 울진군 일원 FM: 대구직할시 영천 구미 안동 영주 포항 경산시 의성 안동군 일원
광주방송총국	1R 2R FM	1R: 광주 목포 정주 나주시 화순 영암 신안 무안 나주 함평 영광 장성 담양 순창 부안 고창 장흥 보성 구례 곡성군 일원, 진도 해남 강진 고흥 승주 남원 완주 정읍 김제 익산 옥구 서천 예산 임실군 일부 2R: 광주 나주시 장성 담양 영광 함평 나주군 일원, 영암 화순 곡성 무안 고창 순창 정읍군 일부, 표준FM: 광주 목포 나주시 장성 담양 영광 함평 무안 영암 나주 보성군 일원, 고창정읍 순창 화순 곡성 승주 고흥 장흥 강진 해남 진도 신안군 일부
대전방송총국	1R FM	1R: 대전시 연기 홍성 예산 대덕 당진 서산 보령 금산군 일원, 논산군 공주군 충북 일부
전주방송총국	1R FM	전북 전지역, 충남 일부지역
창원방송총국	2R FM	창원시 마산시 진해시 충무시 장승포시 창원군 함안군 거제군 고성군 통영군 의령군 합천군 창녕군 김해군 밀양군
춘천방송총국	1R FM	강원도 전지역, 서울 경기 충청 경북 일부
청주방송총국	1R FM	1R: 충청북도 일원 FM: 청주 충주 음성 천안 중원 청원 이천 송탄 안성 용인 일원
제주방송총국	1R FM	제주도내 전역
강릉방송국	1R FM	1R: 강릉시 일원 및 동해시 삼척시 속초지 고성군 양양군 명주군 삼척군 정선군 평창군 일부 FM: 강릉시 일원 및 동해시 삼척시 양양군 삼척군 명주군 일부
울산방송국	1R FM	울산시 울산군 일원, 경주시 양산군 경주군 부산시 일부

방송국	매체구분	방송커버구역
진주방송국	1R FM	1R: 진주시 삼천포시 사천군 진양군산청군 거창군 하동군 함양군 남해군 전역
목포방송국	1R FM	1R: 목포시 영암군 무안군 완도군 진도군 해남군 강진군 신안군 2R: 복포시 영암군 무안군 완도군 진도군 해남군 강진군 신안군
여수방송국	1R	1R: 여수 순천 여천 승주 광양 고흥 일원, 구례 보성 장흥 완도군 삼천포시 남해 하동 사천군 일원, 진양 통영 충무시 일부 FM: 여수 여천 순천 승주 고흥 남해 하동 사천군 일원, 진주 삼천포시 및 구례 보성군 일부
안동방송국	1R	안동시 영주시 일원, 안동군 예천군 의성군 영풍군 봉화군 청송군 영양군 영덕군 일부
원주방송국	1R	1R: 원주시 원주군 횡성군 일원 FM: 원주시 원주군 일부, 횡성군 영월군 제천시 원주시 원주군 홍천군 평창군 영월군 인제군 제원군 중원군 여주군 이천시 일부
충주방송국	1R FM	충북 북부지역 2개시 4개군
포항방송국	1R	포항시 영일군 영덕군 울진군 울릉군과 등해안 일대
영월방송국	1R	영월군 평창군 정선군 제천시 제천군 영주군 단양군 일부
태백방송국	1R	1R: 태백시, 삼척군 도계읍 하장면, 원덕군 가곡면, 영월군 상동읍, 경북 봉화군 일부
속초방송국	2R	속초시 고성군 양양군 영북해안 및 인제군 명주군 일부
남원방송국	1R	남원시 남원군 임실군 순창군 장수군 곡성군 담양군 구례군
공주방송국	1R	공주시·군 전역, 부여군 논산군 서천군 청양군
순천방송국	2R	2R: 순천시 동광양시 여수시 여천시 승주군 광양군 고흥군 여천군 일원, 곡성군 구례군 보성군 남해군 하동군 일부 1R: 고흥군 장흥군 일원, 보성군 여천군 일부
군산방송국	2R	2R: 전북 전주 군산 이리 정주 김제 정읍 옥구 익산 부안 완주 임실 고창, 충남 서천 부여 일원

* 자료: 『'94 한국신문방송연감』에서 재구성.

〈표 4-2〉 MBC 지역국 현황

방송국명	매체구분	방송커버구역
부산문화방송	AM FM	AM: 부산시 김해시 일원, 진해시 장승포시 울산시 양상군 거제군 울산군 창원군 김해군 밀양군 일부 FM: 부산시 김해시 진해시 창원시 장승포시 마산시 김해군 거제군 일원, 충무시 밀양시 울산군 양상군 밀양군 창원군 고성군 통원군 일부
대구문화방송	AM FM	
광주문화방송	AM FM	전남일원, 전북 일부
대전문화방송	AM FM	AM: 대전시 대덕 논산일원, 부여 공주 연기 천원 영동 옥천 익산 완주 청주 일부 FM: 대전시 대덕 금산 논산 공주 연기군 일원, 천안시 무주 진안 완주 익산 부여 청양 청주 아산 천원 청원 보은 옥천 영동군 일부
전주문화방송	AM FM	AM: 전주 군산 이리 김제 정주시 부안 김제 옥구 익산 서천군 일원, 정읍 보령 부여 논산 진안 장수 고창 완주 임실 순창 영광군 일보 FM: 전주 이리 군산 정주 김제시 완주 익산 옥구 김제 부안 논산군 일원, 대전시 서천 부여 청양 금산 진안 임실 정읍 고창 공주군 일부
마산문화방송	AM FM	AM: 8개시 11개군 FM: 마산시 창원시 진해시 김해시 의창군 일원, 부산시 충무시 장승포시 밀양시 거제군 통영군 밀양군 창녕군 의령군 고성군 양산군 김해군 함안군 일부
춘천문화방송	AM FM	춘천시 춘천군 홍천군 철원군 화천군 인제군 양구군 일원, 가평군 일부
청주문화방송	AM FM	AM: 청주시 진천군 음성군 괴산군 옥천군 청원군 보은군 천원군 대전시 천안시 연기군 공주군 일부 FM: 청주시 청원군 음성군 괴산군 보은군 대덕군 공주군 연기군 천원군 일부
제주문화방송	AM FM	AM: 제주시 완도군 진도군 일원, 남제주군 북제주군 통영 고흥 여천 강진 해남 신안 장흥군 서귀포시 일부 FM: 제주시 일원, 북제주군 남제주군 서귀포시 완도 진도 해남 여수 고흥 일원

방송국명	매체구분	방송커버구역
울산문화방송	AM FM	AM: 울산시 일원, 경주시 양산군 경주군 울주군 부산시 일부 FM: 울산시 일원, 경주시 울산군 양상군 경주군 일부
강릉문화방송	AM FM	AM: 강릉시 명주군 일원, 동해시 양양군 속초시 고성군 평창군 일부 FM: 강릉시 명주군 일원, 동해시 양양군 속초시 고성군 평창군 일부
진주문화방송	AM FM	AM: 진주시 삼천포시 진양군 사천군 일원, 남해군 고성군 함안군 의령군 산청군 하동군 일부 FM: 진주시 진양군 사천군 일원, 삼천포시 남해군 의령군 고성군 산청군 하동군 함안군 합천군 일부
목포문화방송	AM FM	AM: 목포시 무안군 진도군 신안군 일원, 나주시 영암군 강진군 해남군 함평군 영광군 완도군 나주군 일부 FM: 목포시 무안군 진도군 신안군 해남군 일원, 강진군 영암군 함평군 영광군 나주군 나주시 일부
여수문화방송	AM FM	AM: 여수시 여천시 여천군 고흥군 충무시 삼천포시 남해군 통영군 일원, 순천시 진주시 강진군 장흥군 보성군 승주군 하동군 고성군 거제군 완도군 광양군 진도군 일부 FM: 여수시 순천시 여천군 일원, 고흥군 광양군 승주군 보성군 남해군 하동군 일부
안동문화방송	AM FM	AM: 안동시 안동 영풍 청송 예천 의성 영양군 FM: 안동 영주 상주 점촌시, 안동 영풍 봉화 예천 문경 상주 의성 청송 영양 군위군
원주문화방송	AM FM	AM: 원주 횡성 제원 중원군 FM: 원주 횡성 제원 이천 여주 양평
충주문화방송	AM FM	AM: 충주시 중원군 일원, 제천시 괴산군 음성군 제원군 단양군 여주군 이천군 정선군 문경군 일부 FM: 충주시 중원군 음성군 일원, 제천시 청주시 제원군 단양군 진천군 청원군 괴산군 이천군 용인군 안성군 여주군 원성군 일부
삼척문화방송	AM FM	AM: 삼척시 동해시 태백시 전역, 삼척군 영월군 정선군 일부 FM: 삼척시 동해시 태백시 전역, 삼척군 영월군 정선군 일부
포항문화방송	AM FM	AM: 포항 경주 영일군 일원, 경주군 영천군 영덕군 청도군 울주군 일부 FM: 포항시 일원, 영천군 영일군 경주군 영덕군 일부

* 자료: 『'94 한국신문방송연감』에서 재구성.

2) 신설 소출력 라디오방송의 지역선정 기준

지역라디오방송은 방송의 지역성이 사회적 유사성, 공통된 사회적 관념이나 전통, 공통된 관습으로 이루어진다는 점을 명심하고 방송의 정체성을 바르게 수립하도록 노력하여야 할 것이다. 또한 지역방송의 기능이 문화와 지역민들의 삶의 실체를 반영함으로써 그것을 보조하는 것이라 할 때, 지역방송은 민족의 뿌리가 뻗어내릴 수 있도록 하여 민족의식이 살아있게끔 해주는 것이 되어야 한다. 더구나 지역방송은 다가오는 지방분권화시대를 맞이하여 그 지역을 규정하고 조직화하는 적극적인 요소로 기능할 수 있어야 할 것이다.

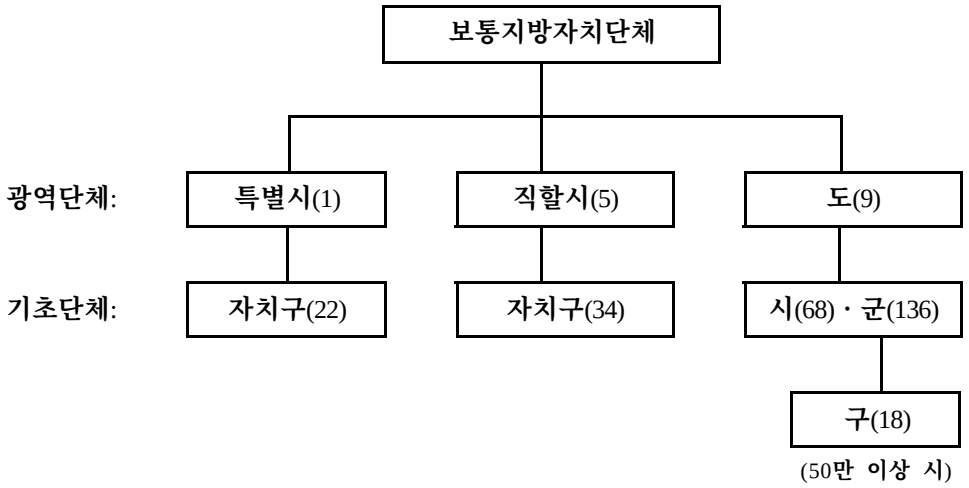
소출력 라디오방송의 설립과 중요한 지침으로 삼을 수 있는 것은 지방자치제도상의 자치구역 및 행정구역 구분이라고 하겠다. 1995 년 6 월 실시된 시, 도지사를 포함한 지방자치단체장 선거를 계기로 본격적인 지방자치시대로 진입하는 시점에서 소출력 지역 FM 라디오 방송은 지방자치의 동반조건이 될 수 있어야 하며, 풀뿌리 여론을 담당할 진정한 지역매체로 기능할 수 있어야 한다. 따라서 새로운 지역 FM 라디오방송의 설립지역이 자치제도상의 구역과 연결된다면, 보다 효율적인 방송운영이 가능하리라 기대된다. 이러한 점에서 현행 지방자치단체의 자치구역(행정구역)의 현황 및 자치구역 설정의 기준을 살펴보기로 하겠다.

(1) 자치단체의 자치구역(행정구역) 현황

현대 두 개의 층을 이루고 있는 우리나라 자치단체의 총 수는 275 개이다. 기초자치단체라 부르는 제 1 차적 자치단체가 260 개이고, 광역자치단체로 부르는 제 2 차적 자치단체가 15 개이다. 광역자치단체는 1 특별시, 5 직할시, 9 도가 있으며, 기초자치단체는 시 68 개, 군 136 개, 그리고 자치구 56 개이다. 시 · 군 통합이 이루어지는 경우 군의수는 상당수 줄어들게 되겠는데 1994 년 5 월말 정부는 33 개 지역을 통합대상으로 확정한 바 있다.

이들 자치단체 아래의 하급행정기관으로는 인구 50 만 이상의 시에 두는 구가 1993 년 9 월 현재 18 개 있고, 읍 · 면 · 동이 모두 3,680 개이다.

[그림 4 1] 우리나라 지방자치단체의 종류



<표 4 3> 기초지방자치단체 현황 ('94년 4월 현재)

시도별 / 구분	총계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
계	260	22	12	7	6	4	5	36	22	13	20	19	27	34	29	4
시	68							19	7	3	5	6	6	10	10	2
군*	136							17	15	10	15	13	21	24	19	2
구	56	22	12	7	6	4	5									

* 자료: 내무부 지방행정과(1994)

* 시·군통합 대상지역으로 33개 지역확정(1994. 5. 31)

우리나라 지방자치단체의 종류는 위의 [그림 4 - 1]과 같으며, 통합이전의 광역자치단체별 현황은 <표 4 - 3>과 같다.

이 중 특별시와 직할시, 그리고 자치구는 도시성이 가장 높은 지역을 근거로 하는 만큼 인구와 산업의 밀집도가 대단히 높다. 서울특별시의 경우 1993 년 현재 전 국토면적 99,391 ㎢의 0.6%인 605 ㎢의 면적에 인구는 전체 인구 4,507 만명의 24.2%인 1,092 만명이 된다. 부산직할시는 면적 531 ㎢에 인구는 386 만명, 대구는 456 ㎢에 인구는 231 만명, 인천에 339 ㎢에 214 만명, 광주가 500 ㎢에 125 만명, 그리고 대전이 537 ㎢에 119 만명이다.

도의 경우 9 개 중 인구로 보아 가장 규모가 큰 것은 역시 경기도이다. 경기도는 전국토 면적의 약 11%인 10,780 ㎢의 면적에 인구는 701 만명이다. 그 다음이 경남과 경북 순이고 제일 작은 것은 1,826㎢의 면적에 51만명의 인구를 지닌 제주도이다.

한편 기초자치단체인 시는 인구규모에 있어 시 성립의 요건인 5만에도 채 미치지 못하는 나주시와 같은 경우가 있는가 하면 70 만에서 80 만에 이르는 수원과 부천같은 곳도 있다. 서로간에 편차가 심해 평균의 의미가 없겠으나 우리나라의 1993 년말 현재 지방자치단체별 평균인구규모는 특별시 10,925 천명, 직할시 2,065 천명, 도 2,511 천명이고, 기초지방자치단체로서는 시 174 천명, 군 79 천명, 자치구 379 천명에 달하고 있어 인구기준으로 볼 때는 그 규모가 지나치게 크다고 할 수 있다.[23)]

(2) 자치구역설정의 기준

지방자치단체의 적정규모(optimum size of local unit)의 기준에 관한 논의는 나라에 따라서 다르나, 적정구역설정의 기준으로서 고려되는 요소는 자연발생적인 공동사회, 행정량, 재정적 자주성, 주민의 편의성, 주민의 지방행정에의 참여와 통제의 정도 등이 거론된다.

훼슬러(James Fesler)는 행정구역 조정에 있어 고려해야 할 기준으로 ① 자연적·지리적 조건 및 교통 통신의 발달 수준, ② 행정의 능률성을 고양할 수 있는지의 여부, ③ 필요한 재원의 자주적 조달능력, 그리고 ④ 주민의 참여와 주민통제를 활성화시킬 수 있는지의 여부 등을 든다.[24)] 즉 자연조건 및 교통과 통신의 발달을 고려하되, 자주적 재원을 가지고 주어진 행정기능을 가장 능률적으로 수행할 수 있을 뿐만 아니라 주민의 참여를 고양할 수 있는 규모여야 한다는 것이다. 너무 작아 필요한 재원을 조달할 수 없다거나 주어진 행정 기능을 경제적으로 처리할 수 없어서도 안되고, 그렇다고 너무 커서 주민의 참여가 어려워지는 것도 곤란하다는 것이다.

---

23) 외국의 경우 인구를 기준으로 지방자치단체의 규모를 보면, 기초지방자치단체는 최저인구 수준을 3,000명 이상으로 하는 경우(노르웨이, 네덜란드, 벨기에), 8,000~10,000명 이상으로 하는 경우(스웨덴, 핀란드, 독일, 일본, 파키스탄), 30,000명 이상으로 하는 경우(독일 일부지역의 gemeinde, 영국의 district) 등으로 대별하여 볼 수 있다.

24) James W. Fesler (1964), Area and Administration, Alabama : Univ. of Alabama Press, pp. 49-153.

밀스포우(Arthur Millspaugh)도 거의 유사한 기준을 제시한다.[25] 그에 따르면 ①경제적·평화적 공동체로서의 성격, ②행정의 경제성과 능률성, ③자주적 재원조달 능력, ④주민의 접근용이성 등이 행정구역설정의 주요기준이 된다.

이들 외에도 리프만(Victor Lipman)이나 몇몇 일본학자들의 입장이 소개되기도 하는데, 결국 ①교통 통신의 발달을 고려하여야 하며, ②경제 및 생활공동체와 일치하고, ③행정의 능률성과, ④재원조달 능력을 고양하고, ⑤주민참여를 활성화시킬 수 있는 규모여야 한다는 것으로 요약할 수 있겠다.

3) 신설 소출력 지역라디오방송의 설립지역 선정

이 절에서는 앞에서 언급한 지역선정 기준에 근거하여 지역라디오방송의 설립예상지역을 검토하고자 한다.

올해 출범한 지역민영방송이나 CATV의 설립지역을 살펴보면 주로 인구밀집지역으로서 채산성이 높은 도시지역에 집중되어 있다. 따라서 채산성이 거의 없는 읍면단위 지역이나 농촌지역은 뉴미디어의 혜택을 받지 못하는 소외지역으로 전락하여 현재보다도 더한 정보격차 내지 문화격차를 유발할 가능성이 우려되고 있다. 이렇게 지역방송이 지역매체의 핵으로 기능하기 위한 지역적 배분이 합리적으로 이루어지지 못하고 있는 상황이기 때문에 지역주체의 편중 문제를 해결하는 방향으로 신설 지역라디오방송의 설립지역 선정기준이 마련되어야 할 것이다.

또한 지역크기 배분에 의한 양적 분할 뿐만이 아닌 실제 수용자인 인구비례에 의한 배분이 이루어져야 할 것이다. 지금까지는 국민에게 최소한의 정보전달이라는 기본체계에 의해 구성된 라디오방송은 대략 1964년 원주송신소 설치로 일단 전국적 정비가 끝나게 되었는데 그 때 이후로 우리의 방송정책은 더 이상의 진전이 이루어지지 않았다고 할 수 있다. 이제는 그러한 지역적 배분에서 인구의 배분에 의한 방송국 설립이 필요한 때라고 하겠다.[26]

한편 기술적 측면에서 볼 때, 새로운 FM방송의 신설을 도모하기 위해서는 송신지점과 송신출력, 서비스 대상구역의 확보에 있어 현행 관행을 바꾸어야만 그 가능성이 모색될 수 있다고 생각된다. 이를 위한 구체적 접근 방안은 ①신설방송국의 송신위치를 저지대로 하며,

---

25) Arthur C. Millspaugh (1936), Local Democracy and Crime Control, Washington D.C. : Brooking Inc., p. 78.

26) 한국방송개발원 (1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오의 대응　라디오의 르네쌍스를 위하여』, p.5.

②송신 출력도 고출력 방식에서 중·소출력으로 적용하며, ③방송대상 구역도 광역구성을 지양하고 지역화시켜 나가는 방향으로 전환되어야 한다는 점이다. 소출력, 저지대의 FM 방송국 신설은 커뮤니티 라디오라는 관점에서 대도시는 물론 중·소도시, 산업지역, 특수지역의 역내 방송 등에 다양하게 적용할 수 있을 것이며 방송 송신출력은 해당지역의 서비스 수용여건에 따라 3Kw - 0.1Kw급 또는 그 이하 출력으로 중계방송하는 방법을 고려할 수 있겠으며 이것은 지역수용여건을 반영할 수 있도록 하는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

지역밀착 매체로서의 라디오방송 신설의 목적과 원칙에 입각할 때, 새로운 소출력 지역라디오방송은 전국적으로 동시에 다수설립함으로써 가능한 방송 수혜지역을 극대화시키는 것이 바람직하다고 판단된다. 그러나 처음부터 커뮤니티 라디오(community radio)의 개념에 입각하여 소규모의 지역으로 선정할 경우 방송사업의 운영이 가능한 최소한의 영업이익의 보장이라는 시장성의 문제가 우려된다.

이러한 제반 여건들을 감안한다면, 우선 최초 설립시에는 기존의 지역라디오방송과 유사한 1 ~ 3Kw의 출력을 가진 라디오방송을 인구 10만 ~ 20만의 시를 기준으로 허가하는 방안[27], 그리고 점진적으로 지역규모를 축소해나가 궁극적으로는 100 ~500W의 소출력을 가진 커뮤니티 라디오를 군 기준으로 허가, 정착시키는 방안 등 2가지 방안을 고려할 수 있겠다.

본 연구에서는 앞에서 제시한 기존 지역방송의 권역과, 지역선정의 각종 기준에 의거하여 **인구 10만 ~20만의 시 기준에 의한 제1안**, 방송수혜지역의 전국화를 위한 소규모 지역안으로 **인구 5만 이하의 군 기준에 의한 제2안**을 제안하고자 한다.

⊙ 제 1안 : 인구 10만 ~ 20만의 시 기준, 1 ~ 3Kw출력

각 지역의 인구 및 규모, 행정구역의 특성 등을 기준으로 최소한 인구 10만 이상의 지역에 기존의 지역라디오방송과 유사한 1 ~3Kw의 출력을 가진 FM 라디오 방송국을 신설함으로

---

27) 신설 소출력라디오방송의 운영모델로는지난 '93년 8월2일부터 11월 7일까지 엑스포 기간 동안 운영된 EXPO-FM이 좋은 사례라고 하겠다. 이 방송의 편성목적은 엑스포 개최기간 중 국내외 관람객에게 엑스포를 홍보하고 교통 숙박 등 각종 정보를 제공하여 관람객의 편의를 제공하며, 엑스포의 전시관, 각종 행사 및 참가국 소개 등을 통해 엑스포의 참모습을 홍보함과 동시에 국제화에 이바지하는 것이었다. 대전, 천안, 연기, 공주, 금산, 영동, 보은, 청원군 일부 등 대전을 중심으로 한 반경 50km 지역을 가청구역으로 한 주파수 90.5MHz, 1Kw의 출력으로, 송신소는 식장산에, 연주소는 박람회장 내 프레스센터에 설치한 후 하루 15시간씩 방송을 실시하였다. 상주인원은 PD 2명, MC 5명, 작가 5명, 엔지니어 2명, 리포터 5명이었으며, 방송용 전화 4회선과 업무용 차량 1대, 무선전화기 40대가 제공되었다.

써 지역별 정보수혜의 균등과 보완을 이루는 방향으로 신설 소출력 지역라디오방송 설립예상 지역을 설정하여 보았다.

이 안은 최초 설립시의 시장성의 문제를 고려하여 설정한 방안으로 커뮤니티 라디오 개념의 소규모 지역안으로 나아가기 위한 전초단계라 하겠다.

여기서 인구 10 만 ~ 20만 이라는 기준은 지방자치제도상에 있어서 기초단체를 이루는 자치구역인 시의 평균치에 해당함으로서, 이 안을 따르면 전국적으로 약 68 개 정도의 시지역에 라디오방송의 신설 허가를 제안하는 것이다.[28)]

⊙ 제 2 안 : 인구 5 만 이하의 군 지역, 100 ~ 500W출력

이 방안은 새로운 지역라디오방송의 전국적인 다수설립을 통해 누적된 각지역민의 문화적 욕구를 충족시키고 지역사회의 균등한 발전을 꾀한다는 의미가 있다.

제 1 안에 따른 라디오방송사업이 일정정도 안정적인 단계에 접어든 다음, 제 2 단계로서 소규모지역으로의 확대설립을 통하여 커뮤니티 라디오를 정착시키는 방안이다.

여기서 인구 5 만이라는 기준은 지방자치제도상에 있어서 기초단체를 이루는 자치구역인 군의 평균치에 해당함으로서, 이 안을 따르면 전국적으로 약 130 개 정도의 군지역에 라디오방송의 신설을 제안하게 된다.

2. 신설 소출력 지역라디오방송의 소유형태

1) 기존 라디오방송 소유구조의 문제점

현재 KBS 의 지방국은 직할국 체제로 관리되고 있으며, MBC 는 중앙국과 지방계열사로 네트워크를 구성하는 체제를 채택하고 있다. 지방 MBC 의 경우 직할국보다는 어느 정도의

---

28) 정보통신부는 '95년 1월 5일 기존의 방송 송신 중계소를 폐쇄하고 지역별로 VHF와 UHF채널을 구분하여 재배치하는 '전국 방송채널 재배치 계획'을 확정, 발표한 바 있다. 이 계획에 따르면 KBS를 포함한 전국의 모든 방송시설은 올해부터 '99년까지 장소를 이전하거나 채널변경, 출력조정작업을 거쳐 각 도단위 지역방송용으로 사용할 수 있는 TV 및 FM채널을 추가로 확보하게 된다. 재배치계획이 완료되면 전국적으로 TV방송 71채널, FM 방송 67채널이 추가로 확보되어 지역별로 1~3개씩의 지역TV/FM 민방 허가가 가능하게 된다.

자율성을 가지고 있으나 서울본사가 대주주로서 경영권과 인사권을 행사함으로써 계열사의 주요업무를 관장하고 있다.

KBS의 경우는 직할국 체제이기 때문에 모든 지역방송국은 본사의 사장 직제하에 있는 하부조직으로 구성되어 있으며, 지역국의 인사, 재무는 물론 방송에 있어서도 극히 제한된 재량권만이 허용되고 있어서 이것이 지역국 직원들의 사기저하에 직접적인 원인이 되고 있는 실정이다.

MBC의 경우도 서울MBC와 각 지역MBC는 형식상 독립법인체이지만 서울 본사가 평균적으로 계열사 주식의 73% 정도를 소유하고 있기 때문에 실질적으로는 서울 MBC 가 자회사라고 할 수 있다. 또한 대주주로써 서울 MBC의 통제가 지나쳐 책임경영이 이루어지지 못하고 있다. 계열사 업무관리 지침 등을 통해 임금통제, 신입사원 채용 등 인력수급의 통제, 장비구입의 통제 등 경영·인사상의 지나친 간여로 인해 지방사가 최소한의 자율성마저 확보하지 못하고 있는 실정이다.

이처럼 방송운영에 있어서 가장 기본이 되는 인사, 재원, 편성의 대부분의 권한이 중앙에 예속되어 있기 때문에 지역방송이 독자성을 갖는다는 것 자체가 어렵도록 되어 있어, 지역방송이 안고 있는 모든 문제의 근원은 바로 소유구조에 있어서의 중앙종속으로부터 비롯된다고 할 수 있다.

이러한 지역방송 일반의 문제점에 더해서 라디오방송의 상황은 한층 열악하다고 하겠다. 기독교방송을 포함한 일부 종교방송을 제외하고는 라디오방송 모두가 텔레비전과 함께 운영되고 있으므로 상대적으로 라디오는 경영이나 편성 면에서 비중이 낮아지게 된다. 따라서 라디오는 텔레비전의 부수적인 매체로 다루어질 수 밖에 없다.

이상과 같은 기존 지역국의 소유구조는 현실적으로 많은 문제점들을 노정하여 왔다. 지역방송의 개선방안으로 항상 논의되던 경영, 인사, 편성, 제작의 자율성은 몇십년이 지나도록 하자들, 현업종사자 사이에서 똑같이 되풀이되고 있다.[29] 따라서 신설되는 소출력 지역라디오방송의 소유구조는 이같은 문제를 근본적으로 해결할 수 있는 방안이 모색되어야 한다. 즉 새로운 라디오방송은 지나치게 비대한 중앙국의 직접적인 통제와 간섭으로부터 자유로와야 하며, 동시에 변화하는 방송환경에도 능동적으로 대처할 수 있는 자생능력을 담보한 채 출발해야 하는 것이다. 이같은 원칙에 비추어 볼 때, 참여민주주의를 바탕으로 한 진정

---

29) 변동현 외 (1993), 『국내 지역방송 프로그램 및 시청자 의식조사 연구』, 한국방송개발원, 전국지방문화방송노동조합협의회(1993), "제2차 지방 MBC 위상정립 공동대책위원회 1차 보고서" 등 참조.

한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 새로운 소출력 FM 라디오방송국은 대자본에 귀속되지 않는 소규모 자본으로 설립, 운영되는 독립방송체제가 바람직하며, 변화하는 방송환경에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 민영의 형태로 출발하는 것이 합리적이라고 하겠다.

2) 신설 소출력 지역라디오방송의 예상 소요자산

FM 방송의 예상 소요자산을 크게 송신시설과 제작·송출시설로 구분하여 관련시설의 용도별 투자비 및 종합적인 예상 소요자산 규모를 산출하여 보았다.

(1) 송신설비

송신 설비에 대한 시설규모와 투자비는 다양한 형태로 이루어질 수 있겠으나 여기서는 기본적인 시설개념을 중심으로 투자규모를 예시하여 보았다.

<표 4 4> 송신·중계시설의 단위별 투자비 예측

(단위: 천)

구 분	규 격	수량	추정예산(천원)	비 고
FM방송 송·중계기	3KW	2	104,000	2대중 1대는 예비기임. 설치비 40%
	1KW	2	74,000	
	0.5KW	2	60,000	
	0.1KW	2	50,000	
송신안테나	CP-Ring	1	13,000	설치비 120%
철 탑	45m 자립식	1	129,000	설치비 75%
UHF ST-Link	H/S	1	74,000	
FM 변조감시기		1	6,000	
자동화설비		1식	140,000	설치비 50%
부대장치		1식	50,000	

위와 같은 장비가를 중심으로 1Kw 규모를 산출하면 약 4 억 7 천만원이 소요되며 이 장비의 설치비는 공상의 난이도에 따라 최고 120%에서 최저 40%까지 분포될 수 있으며, 투자비에 추가되어야 할 부문은 변화 요인이 큰 건물, 즉 장비설치 공간확보비와 전원설비 등이며

운영비 성격으로는 송신기 기본유지비, 기기부품비, 전력료, 회선운영비, 무선국관리비 등을 고려하여야 한다.

(2) 제작·송출 설비

FM 방송 제작시설은 프로그램의 녹음제작과 생방송 실시 기능까지를 담당할 수 있도록 기능의 다양성을 고려 하는 것이 방송운영 환경의 변화에 용이하게 대처할 수 있는 방안이 될 수 있다고 생각된다.

따라서 이와 같은 사항을 감안하여 제작 스튜디오에 관한 기본 규모를 <표 4 - 5 >에 제시하여 보았다.

<표 4 5 > FM방송 제작스튜디오 장비규모

(단위 : 천원)

장 비 명	단 가	수 량	총 액	비 고
audio mixer(24ch)	30,492	1	30,492	
Mic	3,766/240	5	18,830	
Cdp	3,544/2641	2	7,108	
audio tape record	6,974	3	20,922	
turn table	600	2	1,200	
tel hybrid	2,745	2	5,490	
monitor amp	937	2	1,874	
Speaker	1,893(2ea)	4	3,786	
phase monitpr	2,678	1	2,678	
matrix	27,500	1	27,500	
intercom	50,000	1	50,000	
audio analyzer	3,265	1	3,265	
tally box	600	1	600	
audio path panel	180	5	900	
ada	1,900	2	3,800	
중계차	60,000	1	60,000	
계			238,445	

앞 표의 장비는 1개의 제작 스튜디오에 필요한 주요장비를 제시한 것이며 제작 스튜디오의 수는 1일 총방송 시간과 제작시간을 기준으로 검토하여 결정하여야 할 사항이다.

한편 송출시설은 생방송 실시 기능까지를 겸하여야 하므로 제작스튜디오 장비의 포함외에 송신소까지 방송 프로그램을 전송하고 monitoring 하기 위한 장비가 추가되어야 하며 그 내역을 < 표 4 - 6 >에 제시하였다.

<표 4 6> FM방송 송출장비 규모

(단위 : 천원)

장 비 명	단 가	수 량	총 액	비 고
audio mixer(24ch)	30,492	1	30,492	
mic	3,766/240	5	18,830	
cdp	3,544/2641	2	7,108	
audio tape record	6,974	3	20,922	
turn table	600	2	1,200	
tel hybrid	2,745	2	5,490	
monitor amp	937	2	1,874	
speaker	1,893(2ea)	4	3,786	
phase monitpr	2,678	1	2,678	
matrix	27,500	1	27,500	
intercom	50,000	1	50,000	
audio analyzer	3,265	1	3,265	
tally box	600	1	600	
audio path panel	180	5	900	
ada	1,900	2	3,800	
stereo generator	12,560	2	25,120	
st-link tx/rx	9,520	2	19,040	
demod		1	11,600	
계		38	234,205	

송출시설은 방송송출의 최종단 시설로서 용도면에서 생방송 진행과 야외방송의 입출력등 모든업무를 종합하는 기능상 중요시설로서 그 기능을 체계화시킬 경우 조정중심의 별도 주조정실을 두어야 하지만 복합채널이 아닌 단일채널의 경우 그 시스템을 단순화시키는 방향에서 고려함이 타당할 것이다.

(3) 종합 예상 소요시간

신설되는 라디오방송의 자산규모는 경영의 효율성, 방송사업에 필요한 안정적인 투자비용의 확보 등을 고려하여 17 억원 ~ 20억원 내외로 설정하였다.

예상 자산의 내역은 <표 4 - 7 >에서 제시된 바와 같이 송신, 제작 · 송출 등의 시설비 및 인건비 등으로 이루어진다.

<표 4 7> 예상소요자산 내역

(단위 : 천원)

구 분		용 度	시설수	소 요 예 산	비 고
	0.5Kw	방송송신	1식	456,000	
	1 Kw	방송송신	1식	470,000	
	3 Kw	방송송신	1식	500,000	
제작 스튜디오		녹음제작	3실	535,335	
중 계 차		중계방송	1대	60,000	
송출 스튜디오		방송송출	1실	234,205	
소계	0.5Kw			1,285,540	
	1 Kw			1,299,540	
	3 Kw			1,329,540	
인 건 비				400,000~600,000	20인×20,000 30인×20,000
합 계				1,700,000~2,000,000	

이 밖에도 장비를 설치할 공간측면의 투자가 추가 되어야 하며 대체로 송신 시설의 설치공간을 30 - 50 평으로, 제작 스튜디오는 조정실과 방송실을 포함하여 25 - 30 평, 송출 스튜디오는 30 - 35 평으로 수용될 수 있을 것이나 이들 공간은 새로운 투자 또는 기존건물의

임대활용 등 여러가지 유형이 있을 수 있으므로 기본적인 소요면적만을 제시하였으며 이 외에도 사무 및 관리, 편의공간 등을 고려하여야 한다.

3. 신설 소출력 지역라디오방송의 소요인력규모

1) 소요인력규모 설정의 원칙

우리나라 방송사 조직은 최선의 방송제작과 효율적인 조직관리라는 궁극적인 목표달성과는 거리가 있는 둔감하고 비대한 모습을 지니고 있다. 특히 라디오방송의 경우 매체의 특성을 고려할 때 분화되고 독립화된 조직을 유지하여야 함에도 불구하고 텔레비전 위주의 조직을 형성, 발전시켜옴으로써 종속적인 위치에 놓이게 되었다.

기존의 지역방송인 KBS와 MBC의 경우, 부산, 대구 등의 대도시 방송국은 RV와 라디오를 합하여 200명을 넘는 방송인력을, 그리고 도청소재지의 방송국도 거의 150명을 넘는 인력으로 운영되고 있다. 그러나 신설 소출력 지역라디오방송사는 최소의 인력으로 운영하지 않고서는 경쟁에서 생존할 수 없기 때문에 이런 기존의 인력체계를 수용할 수는 없다. 특히 이들 기존 지역방송은 부장급 이상의 간부사원의 비율이 지나치게 높아 인력의 효율성 면에서 큰 짐이 되고 있는 것이 사실이다. 따라서 신설 방송사는 불요불급한 조직과 인력수요를 억제하고 방송제작인력을 중심으로 하는 인력관리의 효율성을 높이는 방안이 고려되어야 한다. 1인 다수, 소수정예, 직종통합 등으로 인원부족을 해소하고 속보성, 지역성, 현장성을 살릴 수 있는 기동취재체제로 이루어진 인력구조를 형성하는 방안을 고려하여야 한다.

이를 위해서 신설 라디오방송에서는 4 ~ 5명 정도의 단위별 기능조직인 '팀제'를 도입하는 방안을 고려할 수 있겠다. 부장, 차장, PD등 수직적으로 연결되는 관료조직을 탈피하여 프로그램의 특성이 같은 몇 개의 프로그램을 놓고 이를 담당하는 PD들을 1개팀으로 하여 그 중 1명이 팀장이 되어 조직을 이끌어 나가는 '팀제' 방식을 도입한다면, 적은 인원의 기획집단과 프로그램의 제작집단으로 분화된 제작중심의 조직을 만들고 조직을 간편화하는 하나의 방안이 될 수 있다.[30]

---

30) 한국방송개발원 (1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오의 대응 라디오의 르네쌍스를 위하여』, p32-33.

2) 소요인력규모

<표 4 8> KBS 인력구조 현황

(1994. 7 현재)

부 서 명		종사자수
라디오본부	라디오제작 1 국	65
	라디오제작 2 국	48
	라디오기술국	100
	사회교육방송국	45
	국제방송국	54
	라디오 제작 관리부	13
	라디오편성	22
합 계		347

* 자료 : 한국방송개발원(1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오의 대응 - 라디오의 르네쌍스를 위하여』, p34.

현재 라디오 방송인력 총종사자는 중앙의 경우 약 1,249 명이며, 라디오 방송사별로 KBS 347 명, MBC 60 명, SBS 40 명, CBS 279 명, PBC 140 명, BBS 134 명, TBS 158 명인 것으로 집계되고 있다. 라디오 방송사 직종별 비율을 보면 가장 인원이 많은 부서는 제작, 편성부문이며 다음은 총무업무 부문, 기술부문의 순이다.

<표 4 9> MBC 인력구조 현황

(1994. 7 현재)

부 서 명		종사자수
라디오본부	라디오편성기획부	19
	제 작 1 부	12
	제 작 2 부	9
	FM 1 부	7
	FM 2 부	13
합 계		347

* 자료 : 한국방송발원(1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오의 대응 - 라디오의 르네쌍스를 위하여』, p35.

<표 4 10> SBS 인력구조 현황

(1994. 7 현재)

부 서 명		종사자수
라디오본부	제 작 1 부	10
	제 작 2 부	10
	라 디 오 기 술 부	20
합 계		40

* 자료 : 한국방송원(1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오의 대응 - 라디오의 르네쌍스를 위하여』, p35.

지역방송의 소요인력은 기존의 지역방송의 인력을 고려하되, 가능한 한 최소의 인원으로 방송을 운영한다는 원칙을 지킨다. 따라서 본 연구에서는 방송국 개국시 최초의 인력규모는 20 명~30명 내외가 적절하다고 판단되며, 이후 사업경과에 따라 인원을 확충하는 방안을 고려할 수 있겠다. 물론 적정규모의 자체제작률을 확보한다는 지역민영방송 설립의 의의를 살리려면 신설방송국으로서 과다한 업무량이 예측되지만, 현재 SBS 가 기존 방송사인 MBC 의 3 분의 2, KBS 의 8 분의 1 의 인력으로 운영되고 있다는 점을 고려할 필요가 있다. 더구나 SBS 의 경우 40 명의 인원으로 50Kw 라는 대출력 방송을 실시하고 있는 반면, 신설되는 소출력 라디오는 1~3Kw의 소출력으로 운영되리라는 점을 감안할 때, 소수정예로 구성된 인력으로 방송국을 운영하는 것이 불가피하다고 판단된다. 더군다나 전체 운영경비를 효율적으로 운용하려면 인건비를 줄이는 방법 외에는 뚜렷한 대안이 없는 것도 현실적 상황이다.

<표 4 - 11 >에 제시된 각 조직별 인원비율을 MBC, KBS 와 SBS 의 인원비율을 고려하여 설정된 것이다.

<표 4 11> 신설 라디오방송 조직별 인원비율

부 서 명	종 사 자 수
라 디 오 국	15 ~ 20
기 술 국	15 ~ 17
합 계	30 ~ 35

방송제작 분야의 경우는 앞에서 지적한대로 여러가지 요인이 있으므로 기존의 방송사가 운용하고 있는 인력 확보의 예를 참고로 제시하기로 하며 그 대상으로 KBS 의 1, 2FM 방송에 직접제작에 투입하고 있는 인력을 보면 1FM 은 1 일 22 시간 방송에 부장을 포함하여 12 명,

2FM 은 24 시간 종일 방송에 모두 20 명으로 구성되어 방송을 제작하고 있다. 이 밖에도 방송자료의 확보 및 관리, 취재 등의 분야가 있으나 기존 조직과 공통적으로 활용되므로 분리하여 산출하기는 어렵다.

이에 반해 기술인력은 송신시설의 운용을 유인 방식으로 할 경우에는 6 - 8 명, 자동화로 운용시는 2 명 정도를 고려하면 될 것이며, 제작시설은 스튜디오당 1 명, 중계방송 시설운용에는 시설당 2 명, 송출스튜디오 운용은 8 명(2 조 4 교대), 시설의 보수 · 유지 · 종합관리 등에 인력이 추가되면 될 것으로 판단된다.

4. 신설 소출력 지역라디오방송의 경영계획

1) 신설 소출력 지역라디오방송의 재원확보 방안

독립민영방송으로서의 신설 라디오 방송은 방송광고를 주재원으로 하여 운영될 것으로 예측된다. 그러나 텔레비전 방송과는 달리 소출력에 따른 방송구역의 협소함으로 인한 저렴한 광고료로 방송사업 실시 초기에 그 재원을 모두 충당하기는 어려울 것으로 예상되므로, 지방자치단체나 지역단체, 시민들의 기부금과 후원 등 다양한 재원을 확보할 수 있어야 할 것이다. 따라서 지역라디오방송의 재정보완을 위해서는 협찬광고의 활성화가 필수적이라 하겠다.

또한 방송광고공사(KOBACO)가 광고를 대행해주는 대신 방송사로부터 받고 있는 광고수수료가 현재 20%로 책정되어 있는데, 이는 소규모 지역라디오 방송사에게는 큰 부담이므로 지역만이라도 10% 이하로 인하하거나 폐지하는 조치가 취해져야 할 것이다.

또한 지역라디오방송의 정착과 활성화를 위해 공익자금을 지역방송에 따로 할당해 주는 정책적 방안을 고려할 수도 있겠다.

2) 광고분석

(1) 기존 지역라디오광고의 현황분석

우리나라 라디오의 광고비와 성장률 추이는 다음의 <표 4-12>, <표 4-13>, <표 4-14>와 같다.

<표 4 12> 1993년 라디오 광고비 성장률

(단위 : 백만원, %)

1993		1992		1991	
광고비	성장률	광고비	성장률	광고비	성장률
137,226	5.8	129,655	7.3	120,878	26.8

* 자료 : 제일기획, 『광고연감 '94』, p. 257.

<표 4 3> 라디오 방송국별 광고 판매액

(단위 : 백만원, %)

매 체	1993			1992			1991		
	광고비	성장률	구성비	광고비	성장률	구성비	광고비	성장률	구성비
KBS 2R 라디오서울	23,937 -	4.0 -	2.3 -	22.926 -	3.9 -	2.4 -	22,076 1,151	24.3 -79.7	2.9 0.2
MBC AM FM	49,847 25,700	8.1 8.1	4.8 2.5	46,130 23,766	5.8 15.8	4.8 2.5	46,613 20,529	14.0 22.9	5.7 2.7
SBS AM	9,535	1.9	0.9	9,355	22.4	1.0	7,643	-	1.0
CBS AM	16,718	4.2	1.6	16050	6.4	1.7	15,090	32.5	2.0
PBC FM	5,749	0.4	0.6	5726	6.7	0.6	5,364	98.4	0.7
BBC FM	5,754	0.9	0.6	5701	5.3	0.6	5,412	90.5	0.7
총계	137,226	5.8		129,655	7.3		120,878	26.8	

* 자료 : 제일기획, 『광고연감 '94』, p. 258에서 재구성.

'93 년 라디오 총광고비는 약 1,372 억원으로 '92 년보다 5.8%가 성장하였다. 이는 '92 년 성장률 7.3%보다 1.4% 감소한 것이며 TV 가 7.3% 성장한 것에 비하면 1.5%가 낮은 것이다. 이것은 재원증대 요인이 없었고 '93 년 하반기부터 종교방송과 TV 의 연계판매 방침이 해지되어 종교방송의 광고판매율이 떨어졌기 때문인 것으로 분석된다.[31)]

1993 년도 한국방송광고공사 연지에 의하면(한국방송광고공사, 1994) 총 방송광고 매출액의 8.8%만이 광고공사의 지사 및 방송사들의 지방사를 통해 판매되고 있는 것으로 나타나 지역 방송광고 시장이 취약함을 드러내고 있다.

31) 제일기획, 『광고연감 '94』, p. 151.

<표 4 14> 라디오 방송광고 매출액

(단위 : 백만원, %)

구 분		매 출 액			
		본사	지사	지방사	계
KBS 2R		21,578(90.5)	2,259(9.5)		23,837
MBC	AM	37,327(74.9)	10,310(20.7)	2,210(4.4)	49,847
	FM	21,576(84.0)	3,346(13.0)	778(3.0)	25,700
	소계	58,903(78.0)	13,656(18.1)	2,988(4.0)	75,547
SBS AM		9,479(99.4)	56(0.6)		9,535
CBS		14,125(84.5)	2,593(15.5)		16,718
BBC		5,754(100)			5,754
PBC		5,741(99.9)	8(0.1)		5,7449
FEBC		86(100)			86
KTE		330(100)			330
총 계		115,666(84.3)	18,572(13.5)	2988(2.2)	137,226

*자료 : 『'94 한국방송광고공사연지』, 한국방송광고공사, P.67.

라디오의 경우 위의 <표 4-14>에서 보는 바와 같이 총매출액의 15.7 %가 한국방송광고공사 지사 및 지방사에서 신탁이 이루어지고 있어 텔레비전보다는 지역 광고신탁액의 점유율이 높게 나타나고 있다. 방송국별로는 KBS 2R 의 경우 전체 매출액의 9.52%가 지사를 통해 소화되고 있는데 반해, MBC 의 경우는 전체 매출액의 22%정도가 지사에서 이루어지고 있다. 이처럼 라디오가 텔레비전에 비해 지역광고 점유율이 큰 것은 라디오 매체가 지역적 특성이 강하기 때문이라고 하겠다.

한편 실제 지역에서 방송된 지역광고의 점유율은 이와는 다른 양상을 보이고 있다. MBC 라디오의 경우 다음의 <표 4 - 15>에서 보는 바와 같이 지역방송국을 통해 집행된 광고매출액이 전체의 61.7%로서 서울 지역에서 집행된 광고매출액 38.3%보다 훨씬 높게 나타났다.

<표 4 15> MBC라디오 본사 및 계열사 광고판매 현황

계 열 寫	매 출 액	점 유 율
서 울	28,912	38.3
부 산	6,947	9.2
대 구	4,818	6.4
광 주	3,186	4.2
대 전	3,046	4.0
마 산	2,074	2.7
전 주	2,620	3.5
제 주	1,826	2.4
울 산	2,329	3.1
포 항	2,163	2.9
춘 천	1,803	2.4
청 주	1,900	2.5
진 주	1,881	2.5
안 동	1,703	2.3
여 수	2,000	2.6
강 릉	1,768	2.3
목 포	1,750	2.3
삼 척	1,501	2.0
원 주	1,743	2.3
충 주	1,579	2.1
계 열	46,637	61.7
전 국	75,549	100.0

* 자료 : 방송위원회 (1994. 11), 『지역방송 발전방안 연구서』, p. 195.

광고공사 지사와 방송국 지방사를 통한 신탁액 점유율이 실제 지역방송국에서 방송된 지역광고의 매출액 점유율보다 낮은 점에서 볼 때, 지역광고의 상당부문이 해당지역 외의 광고주(전국 및 서울 광고주)에 의해 충당되고 있음을 알 수 있다.[32)]

(2) 신설 소출력 지역라디오방송의 광고수입 예측

소출력 라디오방송은 지역매체로서의 특성상, 광고주로 하여금 지역적으로 다양한 광고집행을 가능하게 할 것으로 기대된다. 광고주는 상품의 마케팅 전략과 시장상황에 따라 전국광고, 광역광고, 지역광고의 집행을 자유자재로 할 수 있게 됨으로써 합리적이면서도 효율적인 광고 매체기획을 할 수 있게 될 것이다. 또한 새로운 매체의 등장은 방송매체 광고

32) 이혜갑 (1995. 2), "매체환경 변화와 지역 방송광고시장", 『언론과 정보 창간호』, 부산대 언론정보연구소, p.123.

주의 폭을 넓힐 것으로 예상된다. 특히 소출력 라디오는 국지적 광고가 가능하므로 소규모 광고주들의 방송매체를 통한 광고 접근을 용이하게 한다.[33)]

따라서 소출력 라디오의 광고는 그 성격상 주로 지역내의 소규모 유통업, 요식업, 극장, 서비스업체를 광고주로 삼게 될 것으로 예상된다. 또한 매우 협소한 지역을 마케팅 대상으로 삼고 있으나 표적 지역에 소구할 수 있는 방송매체의 부족을 느껴왔던 소규모 광고주들이 광고의 표적 청중이 되는 지역주민들에게 효율적으로 도달할 수 있는 라디오광고를 이용하게 될 것이다.

33) 이혜갑 (1995. 2), 앞의 글, p. 110.

Ⅴ. 신설 소출력 지역라디오방송의 편성모델

1. 기존 라디오방송의 편성현황과 문제점

1) 라디오방송의 편성현황

(1) 라디오 편성시간량과 편성비율

우리 나라 라디오방송의 방송시간은 1 일 최소 1,320 분에서 최고 1,440 분에 이른다. 각 방송사의 1994 년 7 월 말 현재 일일방송시간 및 주간편성비율은 다음의 <표 5 - 1>과 같다.

<표 5 1> 일일방송시간 및 주간편성비율

('94. 7. 31)

매 체 별		방송시간(분)/일		주간편성비율(%)			
		평 일	주 말	보 도	교 양	오 락	기 타
KBS	AM(1R)	1,440	1,440	36.2	43.7	20.1	-
	AM(2R)	1,320	1,320	14.0	47.2	38.8	-
	1FM	1,320	1,320	국악 15.9%, 서양 84.1% 가요 43.2%, 패스 56.8%			-
	1FM	1,320	1,320				-
MBC	AM	1325	1,325	16.6	50.7	32.7	-
	FM	1,325	1,325	-	54.1	45.9	-

* 자료 : 방송위원회 『'94 연차보고서』, p.142.

이 표에서 제시된 바와 같이 각 방송사들의 프로그램들 중 가장 많은 양을 차지하는 것은 교양 및 오락 프로그램이다.

(2) 지역방송국 자체제작 프로그램의 편성현황

KBS 1R 는 총방송시간이 10,080 분, 2R 와 FM 은 9,240 분이었다. 이러한 전체 방송시간을 기준으로 하여 각 지방사의 자체제작 편성시간량 및 편성비율을 살펴보면 <표 5 -2>와 같다.

<표 5 - 2> KBS라디오 로컬방송실시 현황('94.7.31.현재)

(단위 : 분, %)

방 송 국 명	매체구분	주간방송시간		로컬방송비율
		총방송시간	로컬방송시간	
부산방송본부	1R 2R FM	10,080 9,240 9,240	1381 902 1620	13.7 9.8 17.5
대구방송총국	1R 2R FM	10080 9240 9240	1502 618 1200	17.9 6.7 13.0
광주방송총국	1R 2R FM	10080 9240 9240	1387 902 1200	13.8 9.8 13.0
대전방송총국	1R FM	10080 9240	1351 840	13.4 9.1
전주방송총국	1R FM	10080 9240	1386 1080	13.8 11.7
창원방송총국	1R 2R FM	10080 9240 9240	105 1204 2400	1.0 13.0 26.0
춘천방송총국	1R FM	10080 9240	1,351 780	13.4 8.4
청주방송총국	1R FM	10080 9240	1,201 1,680	11.9 18.2
제주방송총국	1R FM	10080 9240	1,346 1,560	13.3 16.9
울산방송국	1R FM	10080 9240	1,316 1,620	13.1 17.5
강릉방송국	1R FM	10080 9240	1,351 840	13.4 9.1
진주방송국	1R FM	10080 9240	1,381 720	13.7 7.8
목포방송국	1R FM	10080 9240	1,351 840	13.4 9.1
여수방송국	1R	10,080	1,241	12.3
안동방송국	1R	10,080	1,427	14.2
원주방송국	1R FM	10,080 9,240	1316 840	13.1 9.1

(단위 : 분, %)

방 송 국 명	매체구분	주간방송시간		로컬방송비율
		총방송시간	로컬방송시간	
충주방송국	1R FM	10,080 9,240	1126 780	11.1 8.4
포항방송국	1R	10,080	1375	13.6
영월방송국	1R	10,080	1316	13.1
태백방송국	1R	10,080	1316	13.1
속초방송국	2R	9,240	1220	13.2
남원방송국	1R	10,080	1532	15.2
공주방송국	1R	10,080	1256	12.5
순천방송국	2R	9,240	1240	13.4
군산방송국	2R	9,240	1514	16.4

<표 5 - 3> MBC라디오 로컬방송실시 현황('94.7.31.현재)

(단위 : %)

계 열 사 명	매 체 구 분	로 컬 방 송 비 율
부 산 문 화 방 송	AM	30.0
	FM	45.0
대 구 문 화 방 송	AM	30.0
	FM	36.6
광 주 문 화 방 송	AM	22.9
	FM	33.3
대 전 문 화 방 송	AM	28.0
	FM	42.9
전 주 문 화 방 송	AM	26.1
	FM	33.3
마 산 문 화 방 송	AM	23.7
	FM	25.0
춘 천 문 화 방 송	AM	21.5
	FM	27.2
청 주 문 화 방 송	AM	28.6
	FM	24.1
제 주 문 화 방 송	AM	20.4
	FM	33.5
울 산 문 화 방 송	AM	22.0
	FM	33.3
강 릉 문 화 방 송	AM	21.3
	FM	23.8
진 주 문 화 방 송	AM	22.6
	FM	23.8
목 포 문 화 방 송	AM	24.0
	FM	15.0
여 수 문 화 방 송	AM	25.5
	FM	33.6
안 동 문 화 방 송	AM	27.8
	FM	25.0
원 주 문 화 방 송	AM	22.0
	FM	19.0
충 주 문 화 방 송	AM	20.1
	FM	18.3
삼 척 문 화 방 송	AM	21.2
	FM	28.6
포 항 문 화 방 송	AM	23.0
	FM	25.0
평 균	AM	24.3
	FM	28.8

* 자료 : 방송위원회 『'94 연차 보고서』, p. 145.

전체적으로 MBC AM 은 평균 24.3%. FM 은 28.8% 의 자체제작 편성률을 보여 MBC 라디오가 KBS 보다 지역방송 자체프로그램을 더 많이 편성하고 있는 것으로 나타났다.

KBS FM 의 경우 창원방송총국이 26.0%로 로컬방송비율이 가장 높았으며 진주방송국이 7.8%로 가장 낮은 편성비율을 보였다. MBC FM 의 경우 부산문화방송이 45%로 가장 높은 자체제작 편성비율을 보였으며 목포문화방송이 15.0%로 가장 낮은 편성률을 보였다.

지역주민이 지역방송 프로그램을 시청할 수 있는 기회라는 관점에서 살펴보면 대체로 부산, 대구, 광주, 대전 등 대도시 지역주민들이 지역방송 프로그램을 가장 많이 접할 기회를 가지며, 강릉, 진주, 목포, 원주, 충주 등의 주민은 지역방송 프로그램을 접할 기회가 상대적으로 적은 것을 알 수 있다.

2) 라디오방송 편성의 문제

(1) 지역편성시간량의 부족

지역라디오방송국에서 자체제작 편성하는 프로그램의 편성시간량은 FM 의 경우 KBS 는 전체방송시간 중에서 8.4~26%정도, MBC 는 15~45%를 차지하는 선에 머무르고 있다. KBS 는 MBC 에 비해 로컬프로그램 편성비율이 더 낮으며, 같은 방송사라도 AM 은 음악을 위주로 편성하는 FM 보다 로컬프로그램 편성비율이 더욱 낮다.

이러한 현상은 프로그램 편성면에서 지역방송국이 중앙의 방송국에 지나치게 의존적이고 종속적임을 보여주는 것이며 결과적으로 지역사회나 지역주민의 관심사나 욕구 등에 관계있는 내용보다는 서울 또는 전국을 대상으로 하는 내용이 주류를 이루고 있음을 알 수 있다.

이러한 지역정보 부재 현상은 지방의 경우 뿐만 아니라 수도권의 경우에도 마찬가지이다. 단지 중앙에 인접하고 있다는 이유만으로 자기 지역 방송뉴스의 부재지역으로 전락되어 있다. 일례로 인천, 수원, 성남, 의정부, 부천, 안양, 안산시는 각기 1% 이하의 자기 지역뉴스를 들을 수 있지만, 그것도 시민생활과 관계없는 교통사고, 범죄, 화재 등 흥미 위주의 비우호적이고 부정적인 뉴스가 대부분이다.[34] 이처럼 수도권의 인천, 수원, 의정부, 부천 등의 도시는 인구 210 만에서 70 만 내외에 이르러 지역 라디오매체가 있어야 할 경제, 인구규모적 측면의 당위성을 갖고 있음에도 불구하고 이 지역을 대변할 라디오 매체 하나 없는

---

34) 한국방송개발원 (1994. 11),『방송환경 변화와 라디오 대응 라디오의 르네쌍스를 위하여』, p.18.

것이 우리의 방송 현실이라고 하겠다.[35]

(2) 채널간 중복편성 및 다양성 부족

또한 채널간에도 편성의 차별화가 이루어지지 않았다는 동질화 현상을 문제점으로 들 수 있겠다. 즉 동일한 성격의 종합채널이 과다하며, 같은 시간대 동종 유사 프로그램이 지나치게 많다는 점, 그리고 청취자의 세분화가 부족하는 점에서 편성전략의 부재를 문제점으로 들 수 있겠다. 모두 같은 시간대에 같은 유형의 프로그램이 중복되고 있는 현상은 방송의 특성화 및 수용자의 선택권을 저해하는 중요한 원인이 되고 있다.

일례로 종합구성 위주의 편성이 과다하다는 점을 들 수 있겠다. 이러한 종합구성 위주의 편성은 상대적으로 많은 인원, 많은 비용을 들이면서 결과적으로 적은 효과를 얻는다는 점을 인식하여야 한다. 현재 라디오방송사는 중앙국에 방송사별로 KBS 347 명, MBC 60 명, SBS 40 명의 인원이 종사하고 있고, 지역국에서는 40~50명의 수준을 유지하고 있다. 많은 인원으로 종합구성의 포맷을 취하는 것과 단일포맷 편성으로 방송사를 나누는 경우를 비교해 보면, 기존의 종합편성을 해 온 한 개의 방송사를 단일포맷 편성으로 분할하는 경우 셋으로까지 분할이 가능하다는 결론이 나온다. 따라서 하나의 전문국은 그 나름대로의 정보와 운영상의 효율성을 갖추기 때문에 지금의 운영과 같은 비효율성 보다는 더 나은 효율성을 갖추게 될 것이다.[36]

또한 라디오의 속보성을 살릴 수 있는 주요 프로그램인 뉴스가 TV에 종속화된 현상을 문제점으로 들 수 있다. 라디오의 TV 뉴스 동시중계는 라디오의 속보성을 스스로 포기하는 것이라 하겠다. 텔레비전 준비로 9 시 뉴스에서 방송되는 것이 3 분의 2 이상은 이미 1~2시간 이전에 준비가 왼료된 것들이다. 이 점은 다시 말해서 라디오방송이 음성매체라는 특성을 스스로 포기함으로써 영상에의 종속화를 야기하고 있다고도 하겠다.[37]

이와 함께 라디오 방송의 분포를 살펴보면 종교방송에서는 단지 기독교냐 불교냐 하는 식으로 종교의 차이로 분할되어 있을 뿐이며, 오락 프로그램에서는 팝송과 고전음악으로 갈라질 뿐, 기타 뉴스와 교양, 생활정보, 오락프로그램에서의 분화가 극히 미약한 형편이다.

---

35) 한국방송개발원 (1994. 11), 앞의 책, p. 29.
36) 한국방송개발원 (1994. 11), 앞의 책, p. 5.
37) 한국방송개발원 (1994. 11), 앞의 책, p. 10.

(3) 지역주민의 욕구나 의식 등에 대한 조사없는 편성

지역방송국은 네트워크와는 달리 특정지역의 주민을 그 수용자로 하기 때문에 지역주민의 관심과 이해에 관계되는 내용을 다루는 프로그램을 상당량 편성해야 한다. 지역주민의 욕구와 관련된 것을 정확히 알아내고자 실시하는 조사를 소위 확증조사(Ascertainment)라 한다. 그러나 대부분의 지역방송국에서 예산상의 어려움 또는 인식의 부족으로 인하여 이러한 확증조사를 소홀히 하는 경향이 있다. 이러한 현상은 프로그램 편성면에서 지역방송국이 중앙의 방송국에 지나치게 의존적임을 보여주는 것이며 결과적으로 지역사회나 지역주민의 관심사나 욕구 등에 관계있는 내용보다는 서울 또는 전국을 대상으로 하는 내용이 주류를 이루게 됨을 알 수 있다.

이는 라디오 산업구조 자체가 구조적으로 지역정보의 빈곤을 초래하고 서울 중심의 정보 불균형을 이루도록 형성되어 있다는 점에서도 그 원인을 발견할 수 있다. 라디오의 운영주체는 모두 공공기관이거나 종교재단이며 순수 민간 라디오는 SBS 뿐이다. 자연히 구조적으로 청취자의 관심을 끌기 위한 편성경쟁이나 이로 인한 경영압박을 별로 느끼지 않아도 현상유지가 되도록 라디오 산업이 형성되어 있다. 따라서 다양한 지역방송이 가능하기 위해서는 소규모 FM 방송의 허가가 대폭 완화되어 스스로 편성방향을 시장원리에 의해 개척하도록 하여야 할 것이다.

(4) 소수대상 프로그램의 부족

청취율에 대한 지나친 의식으로 대중의 기호에 맞추려는 최대공약수적 프로그램이 주로 편성되고 있으며 청취율을 높일 수 없는 청취자는 편성표에서 제외되고 있다. 즉 어린이, 노인, 장애인, 농어촌 국민들을 위한 프로그램은 거의 찾아보기가 힘든 실정이며 있다 하더라도 몇편의 교양 프로그램들과 함께 구색을 맞추기 위해 이른 새벽이나 밤중 등 주변시청시간대(fringe time)에 방송되고 있는 실정이다.

2. 지역수용자의 욕구 및 매체이용형태의 변화

CATV 를 비롯한 뉴미디어의 등장을 통해서도 알 수 있듯이 우리의 방송환경은 크게 변화하고 있다. 계속되는 방송기술의 혁신이 방송의 모습을 바꾸어 가고 있으며 방송에 대한 개념 자체부터 달라지게 하고 있다. 방송의 수용자도 이제 단순한 수동적 존재가 아니라 메시지 교환에 적극적으로 참여하는 능동적인 이용자로 변하고 있다.

여가시간의 증대, 여가비용의 지출능력의 증대 등으로 인해 수용자 생활패턴상의 변화가 일어나고 있으며, 정보욕구가 개별화, 다양화됨에 따라 수용자의 미디어 이용형태도 개별적 능동형으로 변모하여 퍼스널 정보를 중시하는 경향이 증대하고 있다. 또한 참여적 민주주의의 확산과 지역사회문제에 대한 자기결정성의 중요성에 대한 인식제고로 지역사회의 참가욕구가 증대되는 동시에 지역정보나 지역미디어에 대한 악세스 욕구도 증대되고 있다. 따라서 지역수용자가 기존의 공중파방송에 대해 요구하는 서비스의 내용 또한 보도프로그램과 같은 정보중심 서비스로 변화할 것으로 예상된다. 이와 더불어 쌍방향 커뮤니케이션이 가능케됨으로써 수용자가 송신자의 기능을 담당하는 비율도 점차 증대하고 있는 실정이다.

따라서 신설되는 소출력 FM 라디오방송은 이처럼 변화하는 지역수용자의 욕구 및 매체이용형태의 변화를 반영하는 프로그램을 편성함으로써 지역수용자의 방송주권자로서의 높아진 권리의식과 변화된 욕구를 담아낼 새로운 지역 밀착 방송으로 자리매김되어야 할 것이다.

3. 외국의 사례

1) 미국

50,60 년대 미국의 라디오방송 편성전략을 보면 다음과 같다.[38)]

① 현실에 맞추어 표적청취자층을 세분화한다.

② 지역적 관심사에 밀착한다.

③ 소광고주 또는 지역광고주를 위해 토막시간편성(블럭편성)을 한다.

④ 드라마 및 쇼 등 오락프로그램을 포기하고, 정보와 음악을 강조한다.

⑤ 기동성, 간편성, 계속성, 즉시성 등 라디오방송의 특성을 강화한다.

---

38) 한국방송개발원 91994. 11), 앞의 책, pp. 72-74.

1970 년대 이후 미국 라디오는 방송형식과 내용에 변화를 가져옴으로써 TV 의 등장으로 위협받던 위기를 극복하고 개인 매체로서의 새로운 위상 정립에 성공하게 된다. 이 시기의 라디오방송은 특정 계층을 공략하기 위한 대상방송을 강화하고, 드라마나 쇼 등 오락성 프로그램은 텔레비전에게 넘겨주게 된다. 이에 따라 주로 음악이나 뉴스를 포함한 정보, 토크 등의 프로그램을 중심으로 전문화하게 된다.

한편 FM 방송의 출현은 특정 청취자를 대상으로 한 라디오 편성의 특화를 가속화하였다. 소위 '포맷 라디오'로 불리우는 이런 현상은 처음 미국의 컨트리 웨스턴 음악 전문국에서 시작되어 1960 년대를 지나 1970 년대에 들어서면서 완전한 포맷방송이 이루어지게 되었다. 라디오 청취자는 자기가 원하는 종류의 프로그램만 편성하여 방송하는 단일 포맷방송국의 고정 청취자가 되었으며 FM 라디오는 각 지역에 밀착된 지역매체로서의 자리를 잡게 되었다.

이에 따라 미국의 라디오방송은 1 개국 1 개 프로그램의 단순편성인 포맷국으로 발전하게 된다. 대부분의 상업라디오방송 프로그램 편성은 종합편성을 기본으로 하는 TV 와 달리 청취대상을 남녀 각각 18~34세, 35~65세, 25~45세 층으로 구분해 연령층에 따라 선호하는 내용으로 편성하고 있다. 대부분의 라디오방송은 컨츄리, 성인유행곡, 재즈, 종교, 뉴스, 토크쇼 등이 주류를 이룬 분야별로 본 미국의 전문화된 라디오방송 단순포맷편성을 보면 다음과 같다.

① MOR 전문 방송국
② 토크 전문 방송국
③ 뉴스 전문 방송국
④ 음악 전문 방송국
- 클래식/ 가벼운 음악/ 컨츄리, 웨스턴/ top 40/ 흘러간 노래/ 록
⑤ 소수민족 취향 전문 방송국
⑥ 종교 방송국

또한 미국의 음악방송은 철저하게 전문화되어 있다. 대부분 음악전문국이지만 각 방송마다 음악의 분야가 세분화되어 있다. 장르별로 컨트리, 클래식, 아름다운 음악, 소수민족 취향, 흘러간 옛노래, 그리고 록 등으로 구분되는데 지역에 따라 다소 차이가 있으나 대개의 FM 라디오방송사들은 이렇게 다양한 장르의 음악들을 전문편성으로 내보내고 있다. 이밖에도 힛트음악 전문국, 록음악 전문국, 흘러간 힛트곡 전문국, 클래식 전문국, 재즈 전문국,

Easy Listening 전문국 등으로 특성화되어 있다. 미국 라디오방송은 음악외에도 뉴스전문 채널, 24 시간 이야기쇼를 진행하는 채널 등 다양한 채널이 존재한다.

그리고 미국의 음악전문국에서 제공되는 날씨, 교통, 뉴스 등의 정보는 거의 지역화되어 있다. 극도의 경쟁체제에서 미국 라디오방송의 생존을 위한 편성전략은 바로 전문화와 지역화로 요약할 수 있겠다.

이렇듯 미국 라디오는 TV 의 출현에 대응하여 방송내용과 형식을 계층 대상방송, 보도전문, 음악전문, 소수민족 방송, 종교방송 등으로 세분화, 전문화, 다양화, 지역화함으로써 텔레비전과 공존하는 미디어로 꾸준한 성장을 지속하여 왔다.

2) 영국

1967 년부터 BBC 라디오는 대대적으로 체제를 개편하여, 자신의 역할을 '서비스 기능'으로 전환하고자 하였다. 종래 홈 서비스, 가벼운 취향의 프로그램, 제 3 프로그램으로 3 원화되어 있던 체제를 4 개의 라디오 채널로 확대 개편하여, 텔레비전에 대한 대응 및 세분화된 청취자의 취향을 반영하였다. Radio 1 은 청소년층을 겨냥해 대중음악을 중심으로 뉴스, 시사물 등을 방송하고, Radio 2 는 대중음악을 주로 하면서 가벼운 오락, 스포츠 등을 방송하도록 하였다. 또 제 3 프로그램을 계승한 Radio 3 은 낮에는 고전음악 등을, 밤에는 수준이 높은 드라마, 토론, 담화 프로그램 등 지식층 대상의 프로그램을 방송하며, Radio 4 는 다양한 프로그램을 섞어 방송하는 스피치 위주의 라디오로 뉴스, 담화, 토론, 정보, 드라마와 의회 심의 등을 방송하도록 하였다.[39)]

또한 지방 라디오에 대한 수요가 증대할 것에 대비하여, BBC 는 1967 년부터 8 개의 지방 라디오 방송국을 개설하기 시작하여 '79 년까지 모두 20 개의 방송국을 설립하였다. 그리고 자체제작 비율을 높임으로써 지역 매체로서의 역할을 담당하고자 하였다.

한편 영국 정부는 1972 년부터 1TA(IBA 로 개명)에 상업 라디오 방송을 허가해주도록 결정하였고 이에 따라 1973 년 런던에서 2 개 방송국이 처음으로 개국하였으며, 1980 년까지 19 개 방송국이 설립되었다. '90 년 방송법에 따라 신설된 RA(Radio Authority)는 상업 라디오의 면허부여 업무 및 규제감독 업무를 담당하고 있다.

---

39) 이러한 4원 체제는 80년대 말까지 유지되어 왔는데, '90년 8월부터는 청소년층을 겨냥해 스포츠와 교육 프로그램을 위주로 하는 AM라디오, Radio 5가 새로이 개설되어 모두 5개 채널로 늘어났다.

이렇게 영국의 라디오는 BBC의 독점체계를 벗어나 다원화되는 경향을 보여 왔다. 그리고 대상에 따른 프로그램의 세분화, 지역화로 라디오는 TV 의 보완매체로서 자신의 위상을 조정하였다.

그러나 최근의 방송환경의 변화는 지금까지 지켜온 영국방송의 기본 철학에 수정을 요구하고 있다. 즉 BBC 는 '공공서비스'를 위한 공영방송으로서의 종래 모습을 고수하지만, 민간부분과 뉴미디어 영역에서는 시장경쟁체제를 도입하는 정책을 택하고 있다.

3) 프랑스

프랑스의 공영 라디오방송인 라디오프랑스(RF)는 3 개의 주요 전국적 서비스와 3 개의 특수방송 그리고 13 개의 지역방송 및 35 개의 지방 라디오 방송국을 두고 있다. 3 개의 전국적 서비스는 'France Inter,' 'France Musique,' 그리고 'France Culture'이다.[40)]

첫째, 'France Inter'는 하루 24 시간 방송되는 서비스로서, 매시간마다 방송되는 뉴스와 몇회의 인터뷰 쇼, 그리고 대부분의 프로그램을 채우는 음악방송과 가볍고 명랑한 내용을 다루는 토크쇼로 이루어진다.

둘째로 ' 'France Musique' 역시 하루 24 시간 방송되는데 5~10분 정도의 뉴스와 클래식이 주종을 이루는 음악방송으로 채워진다.

셋째, 'France Culture'는 오전 7 시에서 자정까지 방송되는데 뉴스방송 7 회, 일일 라디오 연속극, 그리고 서적, 예술, 과학에 관한 토론으로 구성된다. 이 방송은 배타적으로 프랑스 문화를 고집하는 방송으로서, 프랑스 서적에 대한 논평, 프랑스 음악가의 음악연주 등을 다룬다.

4) 독일

1950 년대 후반 텔레비전의 출범으로 독일 라디오는 많은 수용자를 빼앗기게 되었고 재정적인 어려움도 겪게 되었다. 또한 40 년대, 50 년대 라디오의 지배적인 프로그램이었던 퀴즈 쇼와 인기 높은 연속극 등 오락물도 쇠퇴하였다. 그러나 이러한 프로그램이 완전히 사라진 것은 아니었으며, 현재도 공영방송국들은 교육적·정치적 프로그램과 함께 라디오극을 방송하고 있다. 그외에도 세계언론의 정황, 뉴스, 기후, 교통, 스포츠 보도 등이 있다.

---

40) 김규 (1993), 『비교방송론II』, 나남, pp. 76-77.

음악 프로그램이 특히 많은 비중을 차지하는데, 방송시간의 거의 60%가 음악 프로그램이다. 음악 프로그램은 가벼운 클래식이 대부분인데, 자국의 음악 이외에도 유럽과 북아메리카의 음악이 많으며, 때로 라틴 아메리카의 음악이 방송되기도 한다.[41)]

DLF 를 제외한 모든 공영 라디오방송국은 두개의 방송 서비스를 제공하는데 제 1, 제 2 방송의 성격은 매우 유사하다. 또한 방송국들간의 공동 프로그램도 약간 있다. 제 3 방송은 분할된 수용자 집단을 대상으로 전문화되어 있으며, 실험적인 음악이나 라디오극, 특별한 주제에 대한 토론 등을 방송한다.

한편 민영방송국은 방송국간에 차이를 보이고 있다. 라인강 유역의 팔라티네이트(Palatinate)주민을 위한 'Radio 4'는 서로 다른 4 개의 방송으로 이루어지는데, 디스크쟈키가 이끄는 팝음악 쇼가 대부분이다. LR(Linksrheinische Rundfunkuniion)과 Radio 85 는 방송시간의 4 분의 1 내지 3 분의 1 을 종교에 대한 인터뷰 프로그램으로 채우고 있다. 반면 Radio Schleswig-Holstein 방송은 대중음악은 거의 없고 짧은 뉴스방송과 인터뷰로 구성된다.

독일에서 라디오는 대중적인 매체로서 지난 몇년 동안 그 청취율이 꾸준히 증가해 왔으며 더욱이 청취 시간량은 나이와 성에 상관없이 고르게 나타나고 있다.

독일 공영라디오에서 나타나는 가장 큰 변화는 '지방화'로 요약될 수 있겠다. 이전에도 주요 방송센터는 지국을 두고 있었지만 지역을 위한 프로그램을 제작, 전달하는데는 많은 제한점이 있었다. 그러나 1975 년 초부터 지국에 약간의 방송시간을 할당하기 시작하였다. 지국에서 제작되는 대부분의 프로그램은 뉴스와 인터뷰인데 특히 지역인물을 다루며 방언이 사용되기도 하였다.

5) 일본

일본에는 1994 년 현재 민간 라디오방송국으로 중파 47 개사가 있는데 이 중 단영사는 12 개사이고 나머지 36 개사는 텔레비전 방송과의 겸영사로 되어 있다. 이외에도 단파 1 개사와 FM44 개사 등이 있다.

NHK 는 2 개의 AM 라디오와 1 개의 FM 라디오서비스를 가지고 있는데, 제 1 라디오는 오전 5 시에서 밤 12 시까지 방송되며 뉴스와 일본 및 서구의 대중음악, 토크쇼 등의 오락, 교양물로 채워진다. 제 2 라디오는 오전 5 시 30 분에서 밤 12 시까지 방송되며 가정의 일반 청취자에게 교육 및 학습 프로그램을 제공한다. 제 2 라디오는 정규 프로그램을 통해 영어, 불어,

---

41) 김규 (1993), 『비교방송론 II』, 나남, pp. 132-133.

스페인어, 중국어, 독어 등의 문법과 회화에 대한 언어 교육을 실시한다.

NHK 의 FM 라디오는 오전 6 시에서 밤 12 시까지 방송되는데, 고음질의 음악을 스테레오 방식으로 방송하고 있으며 서구의 고전음악 및 일본 전통음악이 대부분이다. 실제로 NHK 는 120 명으로 구성된 오케스트라를 운영하며, 동경에 있는 방송센터에 4 천석의 연주실을 마련하고 있다.

한편 민간 라디오는 뉴스, 일기예보, 스포츠, 퀴즈 쇼 등의 대표적인 4 개 프로그램과 각종 음악을 방송하고 있다.

4. 지역정체성 개발을 위한 편성전략

지역사회 발전과 지역방송이 상호불가분의 관계를 갖는다는 점을 상기할 때 지역라디오 방송에서 편성하는 프로그램에는 앞에서 살펴본 지역방송의 역할이나 기능을 충실히 수행할 수 있는 내용이 담겨져 있어야 한다. 또한 다매체시대, 고도의 경쟁시대에서 지역문화매체로서 기능을 다하기 위해서는 지역라디오방송의 편성전략은 변화되고 있는 수용자의 정보욕구를 최대한 충족시켜주는 것이 되어야 한다.

1) 지역밀착 서비스 제공

지역라디오방송의 편성은 그 지방 또는 구역에 밀착된 생활정보, 또는 그 고장 주민의 특성에 맞는 특화된 프로그램으로 구성되어야 한다. 지역민들이 지역방송에 친근감을 느끼는 이유은 방송내용의 지방성과 지역주민의 참여가능성, 방송에 참여하는 인사와의 친근성 등이다. 소규모 FM 방송은 이러한 특성을 잘 활용하여 지역밀착 정보를 제공함으로써 지역의 활성화 및 진흥에 이바지하여야 한다.

그리고 지역민의 취향과 욕구에 부응하고 청취자의 다양한 의견을 최대한으로 수렴할 수 있는 프로그램을 개발하기 위한 방안이고 청취자가 관심을 갖는 지역사의 소개도 생각해 볼 수 있다. 가능한 소재로는 지역과 전국의 생활정보, 지역의 고민·불편·후진성을 지적하는 프로그램, 지역의 특색·지역출신의 명사소개, 문화재·예능·역사의 발굴소개 프로그램이 있을 수 있다. 또한 지역문제 해결을 위한 제안을 할 수 있고, 주민의 연대성을 촉진하며 독자성을 살린 지역문화 창출방안을 제시할 수 있는 프로그램을 개발해야 한다.

또한 정보제공기능을 강화하는 방안으로 단순한 행사안내나 사건중심의 정보제공에서 벗어나 다양한 생활정보를 기획하고 발굴하는 편성작업을 이룸으로써 지역단위의 청취자 흡인을 위한 강력한 시청동기를 부여하여야 한다. 일례로 타운정보, 생활정보, 행정 서비스 정보, 시내 각종시설 등의 이용안내, 행사중계, 도로교통정보, 주차장정보, 각종 종합관광 레저정보 등을 제공할 수 있겠다.

2) 전문화·세분화된 편성

청취자의 형태변화에 따라 과학적이고 체계적인 시장분석을 통해서 청취자의 생활패턴과 청취동기, 이들이 원하는 프로그램 유형을 찾아내고 이를 바탕으로 청취자와 좀더 밀접한 프로그램 편성, 포맷 및 스타일을 개발하는 편성전략이 필요하다.

라디오는 채널충성도가 높으므로 청취자를 일관성있게 유지하기 위해 채널을 차별화하고 특성화하며 대상프로그램을 개발하여야 한다. 이를 위해 지역, 연령, 성별, 경제수준별, 학력별, 청취형태별로 청취대상을 구분하여 세분화된 범주에 따라 전달방법과 방송형식을 개발하는 방안을 생각할 수 있다.

또한 공익성 구현을 위해 인구학적으로 노인, 어린이 프로그램, 지역적으로 지역프로그램, 사회계층적으로 하류계층 등 소수대상 프로그램을 개발함으로써 소외계층을 포함한 각 대상층별로 전문적인 내용을 방송하는 지역적인 매체로 발전해야 할 것이다. 불특정 다수의 수용자를 대상으로 하는 청취율 경쟁을 탈피하고 특정 소수집단의 계층적 관심과 필요에 알맞는 소수대상 프로그램을 폭넓게 개발하여야 한다. 현행 편성표에서 소외되고 있는 이들 집단들에 대한 제작을 활성화하고, 이러한 소수대상 프로그램들이 그들의 생활시간대에 맞는 적절한 시간에 편성되도록 하여야 한다.

3) 라디오 매체의 우위적 특성 활용

타매체가 갖고 있지 못한 라디오 매체의 고유한 특성을 최대한 살려 변화되고 있는 수용자의 정보욕구를 충족시킬 수 있는 편성전략을 수립하도록 한다.

일례로 라디오방송의 속보성과 현장성을 살려 정시뉴스와 속보뉴스를 편성제공함으로써 일상생활과 관련된 정보욕구를 충족시키는 방안을 생각해 볼 수 있다. 이같은 라디오의 고유특성은 뉴스전문 라디오국 혹은 생활정보 전문 라디오국의 출현과 성공가능성을 제고시

킨다.

또한 라디오는 다수의 수용자가 공동으로 이용하는 미디어가 아니라 각자 혼자서 이용하는 개인적 시청상황을 특성으로 하기 때문에 수용자의 취향, 연령, 학력 등에 따른 전문화, 세분화된 편성을 한다든지, 라디오 특성에 맞는 교양 프로그램을 개발하고 혁신을 이룸으로써 라디오방송의 문화적 기능을 강화시키도록 한다.

4) 참여프로그램의 개발

수용자들의 라디오방송의 청취형태는 이용자 중심으로 바뀌게 될 것이며, 참여적 민주주의의 확산과 지방자치제 실시에 따라 지역사회문제에 대한 참여욕구가 증대될 것으로 예상된다. 따라서 라디오방송은 수용자 참여폭의 확대를 위해 청취자의 오디오 투고, 전화, 현장 인터뷰, 프로그램 출연 등 직접 참여폭을 확대한 편성을 이루고, 시청자와 시청자를 연결해주고 시청자들을 토론의 광장으로 끌어들일 수 있는 중재자적 역할을 위한 프로그램을 편성함으로써 참여민주주의와 악세스권의 실현을 도모하여야 한다.

참여프로그램 제작의 일례로 스튜디오를 청취자들과 접촉이 용이한 곳에 설치하여 지역공동체와 스튜디오를 연결한다든가, 통신원제도나 리포터 제도를 실시함으로써 쌍방커뮤니케이션의 실현을 도모하는 방안 등을 생각할 수 있겠다.

5) 지역민의 욕구를 정확하게 파악하고 반영하는 편성

과학적인 시장조사, 사후조사를 통해 기존 프로그램에 대한 만족도와 방송되길 원하는 프로그램등을 조사하여 이후 편성에 반영토록 하여야 한다. 과학적인 수용자 조사를 통하여 수용자의 취향, 연령, 학력 등에 따른 전문화, 세분화된 편성을 통하여 대상방송을 강화할 수 있을 것이다.

또한 지역주민 생활시간대의 과학적인 조사와 청취형태라든지 방송에 대한 청취자 의식에 관한 조사를 실시하여 지역주민의 일상적 생활양식과 일치하는 편성전략을 수립하여야 한다. 이를 위해 편성의 과학화를 지향하여 계절편성을 지양하고 월간, 주간, 일간, 수시편성 등의 방식을 도입한다든지, 시각, 단위시간량, 주기, 회수, 개시일, 효과측정까지를 한 과정으로 보고 과학적이고 합리적으로 편성을 기획하는 방안을 생각할 수 있겠다.

6) 경제적 방송운영

제한된 방송자원 활용률의 극대화를 통해 비용을 절약해야 하는 편성을 이루어야 한다. 이를 위해서는 효율적인 인력구조를 통해 조직내 창의성을 최대한 이끌어내며 기자재를 효율적으로 사용하고 관리를 철저히 할 수 있는 체계를 수립하는 것이 관건이며, 소규모 조직이 지닐 수 있는 유연성, 기동성의 장점을 살릴 수 있는 편성전략을 확립하여야 할 것이다.

7) 프로그램 공급원의 다양화

프로그램 공급원의 다양화를 통해 지역에도 프로그램 프로덕션을 활성화하고, 대학을 비롯한 각 사회단체나 지역주민 모두가 프로그램 공급원이 될 수 있도록 고무시킨다.

8) 전문편성의 포맷라디오화

기존의 FM 은 특수매체처럼 취급하면서 시사, 보도나 기타 본격적인 토크 프로그램은 배제된 채 음악전문 채널이 되었다. 따라서 TV 에 비해 가용채널수가 많은 라디오 매체의 특성을 십분 활용하고 프로그램 내용을 다양화할 수 있도록 하기 위해서는 방송법에서 FM 방송을 특수방송으로 묶어 음악방송만을 하도록 한 조항을 폐지하여 뉴스와 오락 등 방송사의 편성전략에 따라 다양한 편성을 하도록 해야 할 것이며, 각 방송사는 경영규모를 고려할 때 다품종보다는 단일 품종의 특화된 편성 전략을 자율적으로 택하는 방법을 고려할 수 있을 것이다.

소출력 라디오방송사 신청시 CATV 의 쟝르처럼 뉴스정보, 생활정보, 오락의 의무기준과 함께 지역뉴스의 기준을 정해 허가하는 방안을 고려할 수 있겠다. 또한 일정출력 미만(예: 1Kw)의 지역방송은 그 관리나 규제를 위한 허가권과 감독권을 지방자치기관으로 이관하는 방법을 생각할 수 있겠다.

5. 프로그램 제작, 공급 방식

신설되는 소출력라디오 방송사는 경영적 판단에 따라 지역네트워크를 형성할 수도 있고 FM 다중방송을 이용한 복합서비스도 추구할 수 있다. 철저한 시장조사를 통해 어떤 청취계층을 대상으로 방송할 것인지를 스스로 도출하도록 하며, 경쟁은 어디까지나 제한된 규모(소출력)의 풀뿌리 차원에서 이루어져야 한다. 예상되는 부작용도 그 지역안에서 소화하도록 제도적 장치를 마련하는 방안을 생각해야 하겠다.

프로그램의 원활한 공급을 위해 작은 규모의 라디오국은 보도업무의 pool 제도를 도입하는 방안을 고려할 수 있다. 즉 자체 보도시설을 갖추고 각 지역마다 특파원을 파견하는 것은 상당한 인적, 물적 낭비 요인이 되므로 공동으로 특파원을 파견, 취재하는 공조체제를 확립한다는 것이다.

한편 권역별 공동기획, 공동제작을 통해 중앙에서 지방으로 내려가는 전국프로그램과 지역독자적인 시각으로 만든 지역프로그램과의 중간에서 권역의 문화, 권역의 정보, 권역공통의 문제를 다룰 수 있을 것이다. 이를 통해 인력과 장비, 경비의 절감으로 얻어지는 제작의 경제성, 지역방송사간의 시각과 능력의 교류, 현장의 제작능력의 향상 등을 도모할 수 있다.[42)]

또한 라디오 뉴스 전문회사를 설립하는 방안을 고려할 수 있겠다. 라디오는 청각매체로서 토크와 음악프로그램의 편성이 특성이고, 토크 중에서도 뉴스 기능이 큰 몫을 차지하지만 단위 경제규모가 작기 때문에 뉴스 취재보도에 한계가 있다. 따라서 라디오사들은 공동으로 라디오 뉴스사를 설립하여, 신문이나 TV 와는 다른 독자적 취재보도망을 갖출 필요가 있다. 소출력 라디오는 언론매체라기보다는 생활매체로서 보도는 전문 보도기관(도매상에 해당되는 전문기관이나 신디케이트)과의 계약에 의해 공급받거나 방송사들이 공동 출자해서 전문기관을 공동으로 설립하는 방안을 검토할 수 있겠다.

이외에도 로컬프로그램 질적 향상을 도모하기 위하여 지역방송 프로그램 개발기금을 조성하여 지역방송의 우수 프로그램이나 참신한 기획, 또는 공적이 있는 방송요원에게 장려금을 지급함으로써 지역프로그램 품질향상을 위한 연구개발비로 사용토록 하는 방안을 고려할 수 있겠다.

---

42) 지역라디오방송들간의 공동제작의 예로서 일본에서 발생한 고오베 지진을 계기로 일본 TBS와 분카방송(文化放送), 닛폰방송 등 도쿄 라디오 3사가 모색하고 있는 취재와 방송 협력의 새로운 재해방송체제를 들 수 있겠다.

Ⅵ. 신설 소출력 지역라디오방송의 기술모델

1. 전파의 제특성과 FM 방송의 신호구성

1) 전파의 할당과 방송이용

(1) 전파의 할당

<표 6 1> 전파의 구분

주파수대 약칭	주파수의 범위	파장	파장명칭	국재방송사용
VLF(Very Low Frequency)	3Khz-30Khz	10Km 이상	장 파	미 사 용
LF(Low Frequency)	30Khz-300Khz	10Km-1Km		
MF(Medium Frequency)	300Khz-3Mhz 이하	1Km-100m	중 파	방송 : 525-1605 기타 : 통신
HF(High Frequency)	3 Mhz - 30Mhz 이하	100m-1m	단 파	방송 및 통신
VHF(Very High Frequency)	30 Mhz - 300Mhz 이하	10m-1m	초 단 파	방송 및 통신
UHF(Ultra High Fequency)	300 Mhz -3Ghz 이하	100m-1m	극초단파	방송 및 통신
SHF(Super High Fequency)	3 Ghz -30Ghz 이하	10m-1m		방송중계,통신과 위성방송
EHF(Extremely High Fequency)	30 Ghz -300Ghz 이하	10mm-1mm	밀 리 파	일부이용 및 개발 대상 주파수
	300 Ghz -3000Hhz 이하 (또는 3Thz)이하	1mm-0.1mm		향후개발확장 주파수대역

소출력 FM 라디오방송의 신설 방안을 모색키 위해서는 현재 우리 나라가 사용하고 있는 전파에 대한 내용을 우선 알아볼 필요가 있겠다.

전파란 공중선(Antenna)에 고주파 전류를 흘리면 공중선 주변에 자력선 파동이 생겨 공간으로 퍼져나가는 것을 전파라 하며 고주파란 음성대역(20-20,000Hz)의 주파수를 벗어난

높은 주파수로서 방송 및 통신에 사용되고 있거나 추가확장될 주파수를 살펴보면 앞의 <표 6-1>과 같다.

(2) 전파의 방송이용

전파의 구분에서 살펴본 바와 같이 방송과 통신에 사용되고 있거나 앞으로 개발하여 확장이용될 전파의 자원은 적지 않다고 할 수 있으며 현재 방송에 이용되고 있는 주파수는 국내 및 대북방송용으로 사용하고 있는 중파 주파수와 국제방송용의 단파 주파수, 국내 FM 방송과 TV 방송용으로 초단파 및 극초단파 주파수대의 일부가 해당된다고 할 수 있다.

이들 주파수중 FM 방송에 사용되고 있는 초단파 주파수대를 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음의 <표 6-2>와 같다.

<표 6 - 2> 초단파주파수의 방송이용

용 도 / 주파수대	이 용 구 분	비 고
54 – 88 Mhz	TV방송 (Low Channel)	기타주파수대는 통신등 타목적으로 이용됨
88 – 108 Mhz	FM 방송전용밴드	
174 – 216 Mhz	TV방송 (High Channel)	

FM 방송 주파수대인 88-108Mhz 대까지는 FM 방송 전용밴드로서 주파수의 할당은 200Khz 단위로 분할하여 각 방송국에 허가하고 있어 평면적 가용 주파수는 100 개에 불과하다.

2) 전파의 기술특성

(1) 일반 특성

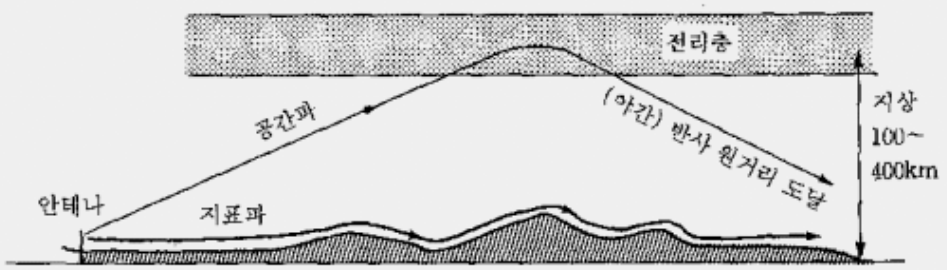
전파가 지표면 또는 공간을 따라 전파(傳播)하는데는 주파수와 이용목적을 중심으로 다른 방법이 적용되고 일반적으로 낮은 주파수대(장 · 중파)는 지표파를 위주로 장、단거리 지역을 대상으로, 단파대는 전리층 반사효과를 이용한 공간파로 원거리(국제)지역을 대상으로, 초단파대 이상의 높은 주파수는 직진성이 높아 가시거리(line of sight) 통신의 목적에 이용되는 것이 일반적인 특성이며 이에 관해 좀더 자세히 살펴보면 다음과 같다.

(2) 전파의 종류별 전파방법

가. 장·중파주파수대

안테나로부터 발사된 전파는 안테나 설계 요건에 따라 지표면 또는 공간파 중심으로 이용할 수 있으며 지표파는 평지를 따라 전파될 때보다 산악지대를 지날때 감쇄가 심하고, 공간파는 주간의 경우 전리층(지상 100m-400Km)에서 흡수 또는 반사되며 야간에는 주간보다 전리층 흡수손실이 적어 원거리까지 도달된다.

〔그림 6-1〕 지표파와 공간파의 傳播



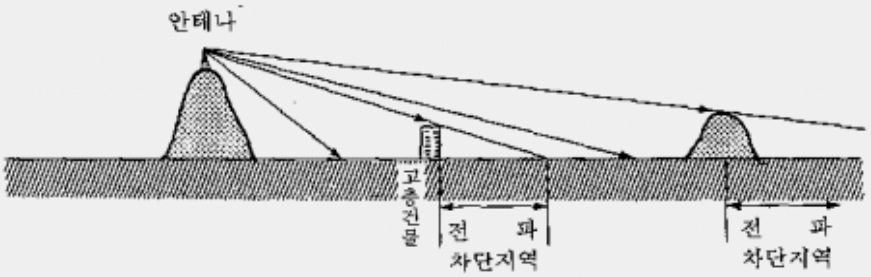
나. 단파주파수대

[그림 6-1]에서 보는 바와 같이 전파가 목적지까지 도달하는데는 지표파와 공간파를 사용하는데 단파대에서 지표파는 급속히 감쇄하여 쓸모가 없으나 공간파는 주·야간을 막론하고 전리층에서 반사하여 원거리에 도달하므로 해외방송 등 원거리대상 서비스에 이용된다.

다. 초단파및 극초단파

가시거리(line of sight)까지 도달하는 성질이 있어 산악이나 건물 등의 장애물이 있을 경우 그 후단은 전파가 통과하지 못하고 반사 현상 등을 일으켜 손실화되므로 서비스 대상 지역을 넓게 확보하고자 할 경우 송신지점을 높은 장소로 설정하여 송신장치를 설치, 운용하는 것이 일반화되어 있다.

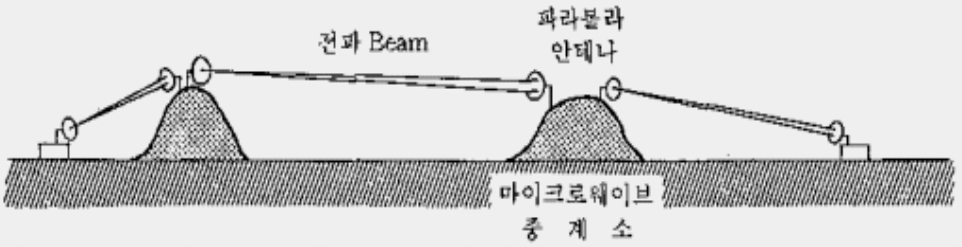
〔그림 6-2〕 초단파및 극초단파의 傳播



라. 마이크로파(SHF, EHF)

초단파, 극초단파와 마찬가지로 가시거리까지를 서비스 대상지역으로 하며 파장이 매우 짧아 전파를 집속시키는데 효과적인 안테나(접시모양의 parabola 안테나)를 이용하여 소출력(1w-200w 이내)으로 지점과 지점간(point-to-point)을 연결하는 방송프로그램의 중계나 기타 통신중계에 이용된다.

〔그림 6-3〕 마이크로파의 傳播



특히 이 주파수대는 전파의 직진성이 초단파 및 극초단파보다 훨씬 강해 공간손실과 장애물에 의한 전파의 차폐현상이 더욱 심하여 단거리 구간으로 중계망을 구성하여야 하므로 여러 단의 중계용 시설을 필요로 한다. 또한 이 주파수대는 직접위상방송(DBS)과 위성통신을 위한 주파수로 크게 활용하고 있으며 정지위성 궤도인 적도상공 35,000Km 에 위성체를 부상시켜 이 위성체가 지상으로부터 수신한 신호를 다른 주파수로 변환하여 지상으로 다시

보내는 방법이므로 전국을 동시권으로 서비스할 수 있으며 경제성과 품질 및 운용면에서 장점이 있는 유용한 매체로 부각되고 있다. 앞으로 전개될 디지탈 HDTV 는 물론 위성 디지탈 라디오 방송인 DAB, 위성을 통한 DATA 방송(Data Cast)등 광대역의 Digital 방송이 이 주파수대의 개발을 통해 확장될 것으로 보인다.

3) FM 방송의 신호구성(방송방식)

(1) FM 방송의 표준방식

가. Monophonic 방송

이 방송은 음성신호 만으로서 주반송파를 직접 주파수변조시키는 것으로 최대 주파수편이(Deviation)는 (+)75khz 이다.

음성신호의 최고변조 주파수는 15,000hz 이며 음성신호는 75 s 의 시정수를 갖는 임피던스주파수 특성회로에 의하여 Pre-emphasis 시킨다.

나. Stereophonic 방송

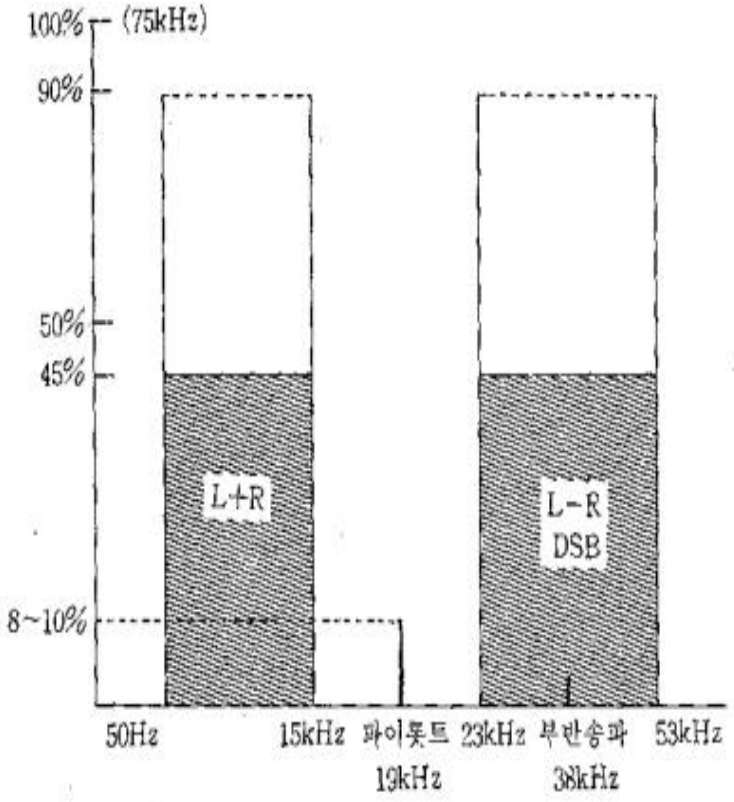
Sterophonic 방송의 표준방식은 전파관리국고시 465 호로 고시하고 있으며 이 방식은 반송파억압 AM-FM 방식으로서 주채널 신호, 부채널 신호 및 파이로트 신호로 구성되며 이들 신호의 변조 Level 은 <표 6-3>과 같다.

<표 6 - 3> FM 방송의 변조 Level

명 칭	변조신호	주채널 변조도	부채널 변조도	pilot 신호 변조도	비고
최대변조도	좌 또는 우측 신호	45%	45%	10%	
주채널의 변조도	좌, 우 동상 동 진폭신호	90%	0%	10%	
부채널최대 변조도	좌, 우 역상 동 진폭신호	0%	90%	10%	
Mono 최대 변조도	Mono 신호	100%	0%	0%	

또한 Stereophonic 방송의 주파수배열과 최대 주파수편이(deviation)를 정리하면 [그림 6-4]와 같다.

〔그림 6-4〕 stereophonic방송의 주파수배열과 편이도



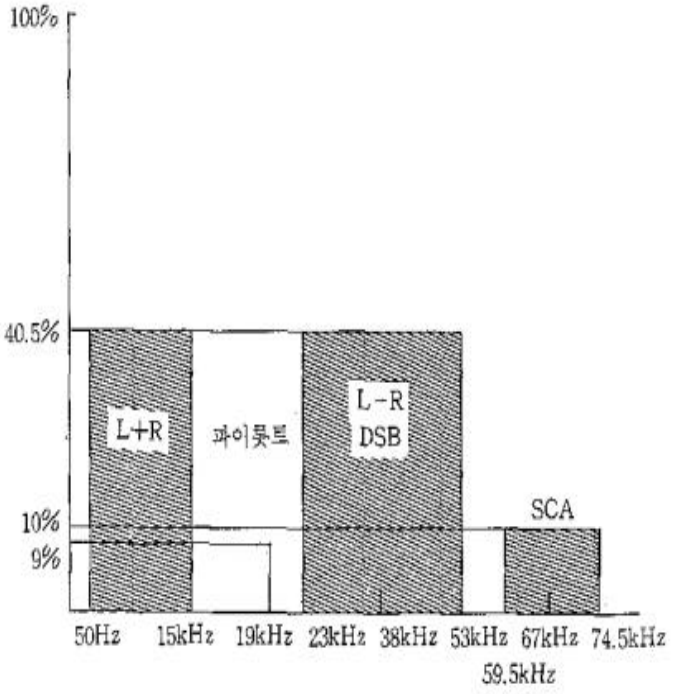
FM 방송의 주파수 변조에 의한 주파수 편이(Deviation)는 다음 공식에 의해 산출한다.

Dev = 2D + 2M

* 여기서 D 는 최대주파수편이, M 은 최고변조주파수를 말한다.

또한 보조 부반송파를 포함하는 Stereophonic 방송의 주파수배열과 주파수편이를 정리하면[그림 6-5]와 같다.

〔그림 6-5〕 stereophonic과 부반송파 방송의 주파수배열과 편이도

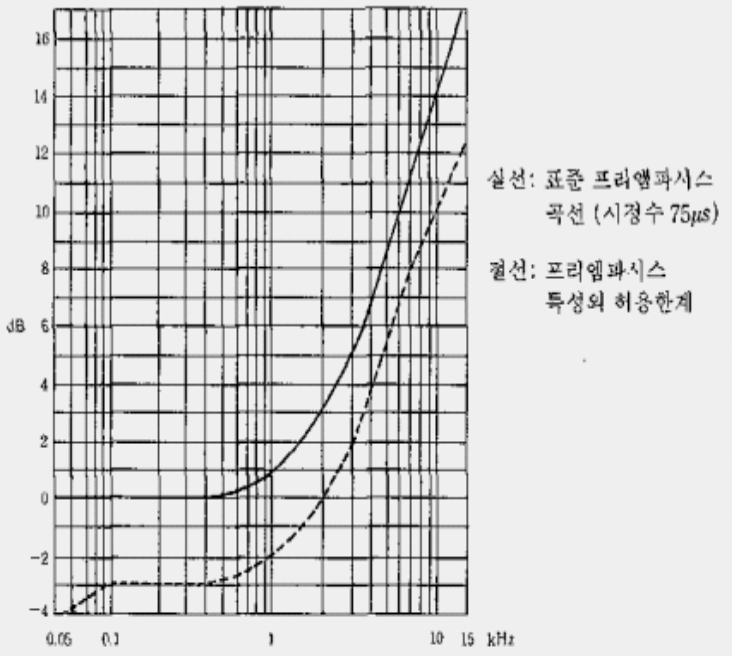


(2) FM 방송의 공통기준(Monophonic 과 Stereophonic)

가. 종합주파수특성(설비규칙제 45 조)

50hz 에서 15,000hz 까지의 변조주파수로 [그림 6-6]과 같이 시정수 75 μs의 현상적 pre-emphasis 특성곡선과 허용한계의 곡선범위내에 있어야 한다.

〔그림 6-6〕 Pre-emphasis 특성곡선



나. 종합의율(설비규칙 제46조)

+75khz 의 주파수 편이로서 시정수 75 μs의 임피던스 주파수 특성의 De-em-phasis 를 시켰을 때 의율(Distortion)은 <표 6-4>와 같다.

<표 6 4> 주파수대별 의율 허용치

주 파 수 (hz)	허 용 치
50 ~ 100 미만	3.5 % 이하
100 ~ 7,500 미만	2.5 % 이하
7,500 ~ 15,000 미만	3 % 이하

다. 신호대 잡음비(설비규칙 제47조)

변조주파수 1,000hz 로 +75khz 의 주파수 편이를 시켰을 때 60db 이상이어야 한다.

라. 잔류진폭변조잡음(설비규칙 제48조)

100%진폭변조를 한 경우에 해당하는 출력에 비교하여 -50db 이하이어야 한다.

(3) Stereophonic 만의 기준

FM 방송의 공통기준 외에 stereophonic 방송만에 관한 기준은 다음에 표시하는 <표 6-5>의 내용을 추가하여 보면 된다.

<표 6 5> stereophonic방송만의 기준

구 분		허 용 기 준	관 계 규 정	비 고
	주파수허용편차	19khz에서 ±2hz	설비규칙 제43조 1	
	위상허용차	± 3°	설비규칙 제43조 2	
	주반송파의 주파수편이	8 - 10 % 범위이내	설비규칙 제43조 3	
부반송파 잔류분에 대한 변조도		최대주파수의 1% 이하	설비규칙 제44조 4	
좌、우신호의 레벨차		좌、우입력에 동일한 신호시 100-10,000hz 까지 변조수파수로서 1.5bd이하	설비규칙 제45조 2	
좌、우분리도		주반송파에 ±75khz의 편이시 100-10,000hz 범위내 어떤 주파수에서도 30db이상	설비규칙 제50조	

4) FM 방송 서비스구역

(1) 수신필요 전계강도

가. FM 방송 서비스 구역에 관해 국제무선통신자문위원회(CCIR) 가 권고하고 있는 내용 중 장해가 없는 상태에서 수신전계는

① Monophonic 방송에서 공장잡음 등이 없는 경우 수신 가능한 전계강도는 최소 50 ㎷/m(34db)가 되어야 한다고 제시하고 있으며 이 값은 지상 10m 높이의 측정값이다.

② Stereophonic 방송에서 공장잡음 등이 없는 경우 수신가능한 전계강도는 최소 20 ㎷/m(48db)가 되어야 한다고 제시하고 있으며 이 값은 지상 10m 높이의 측정값이다.

나. 공장잡음등 장해가 있는 경우 수신가능한 전계강도는 <표 6 - 6>과 같다.

<표 6 6> 장해시 필요수신 전계강도

구 분	수신전계강도		비 고
	Monophonic	Stereophonic	
시골지역	0.25mv / m(48db)	0.5mv / m(54db)	
도시지역	1mv / m(60db)	2mv / m(66db)	
대도시 지역	3mv / m(69.5db)	5mv / m(74db)	

다. 국내전파법에 의해 고시된 VHF 및 UHF 대의 방송수신 전계강도는 다음과 같다.

저잡음구역 : 0.5mv /m(54db) 이상
중잡음구역 : 2.5mv /m(68db) 이상
고잡음구역 : 5.0mv /m(74db) 이상

(2) 방송구역의 산출

가. profile map 의 작성과 차폐손실의 산출

방송구역의 산출은 전파의 전파에 영향을 주는 지형여건을 파악하는 것이 중요하므로 1/50,000 이상의 지도로 공중선을 중심으로 한 서비스 대상지역의 방향별 profile map 을 작성하여 차폐손실을 산출하여야 하며 소출력국으로서 저지대 평면여건을 갖춘 지역은 자유공간 상태로 보아 차폐손실을 무시하는 것도 간이한 방법으로 적용될 수 있을 것이다.

나. 공중선의 높이와 공중선전력의 산출

각 profile map 에서 송신공중선 높이(공중선의 해발고에서 수신방향으로 3-15Km 거리간의 지형에 대한 평균높이를 뺀값)를 산출하고 공중선전력의 환산은 전파곡선의 복사전력 1Kw 일 때의 기준이므로 전계강도 산출시는 실효복사전력 1Kw 를 기준으로 하여야 하므로 다음과 같이 환산한다.

실효복사전력 (ERP)	환 산
1kw	0db
2kw	3db
5kw	7db
10kw	10db
0.5kw	-3db
0.25kw	-6db
0.1kw	-10db

여기서 db 는 출력(전력 또는 전압)의 비를 나타내기 위해 상용대수적 단위로 나타낸 것이다.

또 실효복사전력은 공중선에 공급된 전력과 공중선 주 방향에 따른 상대 이득을 곱하여 나타낸 값이다.

다. 실효복사전력(ERP) 산출

*** 실효복사전력 = 공중선전력(db) + 실효공중선이득(db)**

*** 실효공중선이득(db) = 공중선이득 - 급전선손실 - 기타손실**

라. 소요방송구역전계강도(Eo)와 거리산출

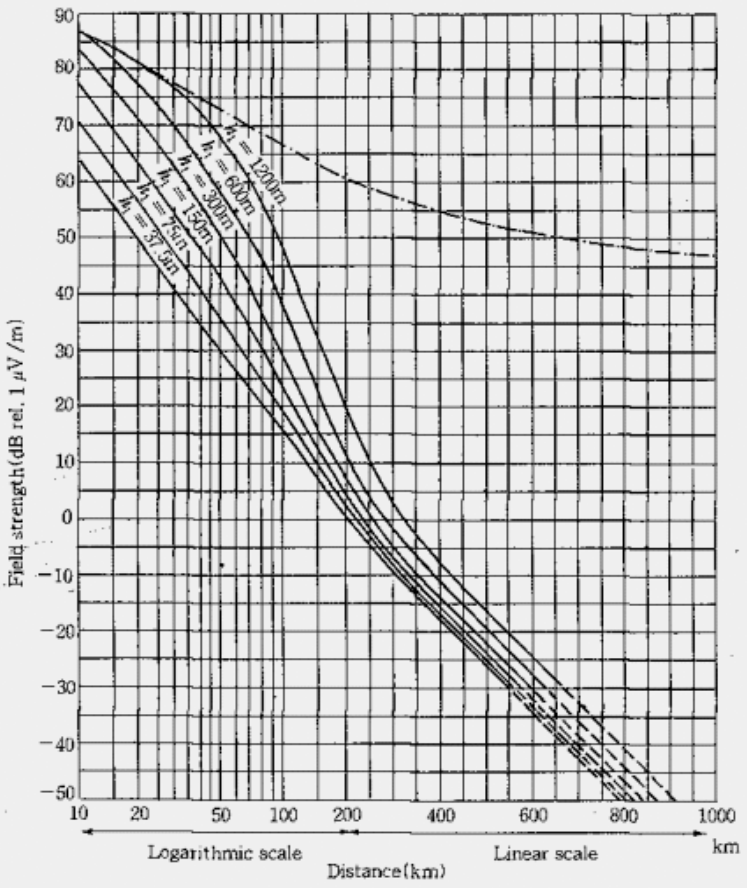
*** 소요방송구역전계강도 Eo 는**

*** Eo = 방송구역기준치 - 실효복사전력(ERP) + 차폐손실 + 기타손실**

단, 실효복사전력은 1Kw 를 기준으로 한다.

*** 방송구역거리산출은 [그림 6 - 7]의 전파곡선상에서 h1(송신공중선의 높이)에 해당하는 곡선과 소요전계강도 Eo가 교차하는 지점의 거리를 구하면 된다.**

[그림 6-7] 전파곡선



Field Strength (dB rel. 1 μV/m) for 1 kW e.r.p.
Frequency: 30-250 MHz (Bands Ⅰ, Ⅱ and Ⅲ): Land and North Sea region; 50% of the time; 50% of the locations: h_2 = 10m

—·—·—·— Free space

*** FM 방송국에 세부적인 산출방법은 『방송기술』(한국전기통신산업 연구소편)의 pp.162-175를 참조 바람**

방송구역은 위와 같은 방법으로 산출하고 있으나 특정지점에서의 수신전계강도를 계산식에 의해 간단하게 산출하는 방법을 소개하면 다음과 같다.

$$E = \frac{88*h1*h2\sqrt{GP}}{\lambda d2}$$

단, P = 송신출력 (W)

G = 송신공중선 이득(db)

H1 = 송신공중선 해발고(m)

H2 = 수신공중선 해발고(m)

λ = 수신주파수의 파장(m)

d = 송·수신지점간의 거리(m)

2. 기존 FM 방송의 구성과 운용현황

1) 기존 FM 방송의 주파수 할당과 운용

FM 방송은 앞에서 살펴본 바와 같이 88mhz - 108mhz 로 방송에 사용할 수 있는 대역은 20mhz 가 되므로 평면 plan 에 의한 주파수할당은 단위 방송국당 200khz 로 분할하므로 총 100 개의 주파수가 FM 방송에 이용될 수 있다.

그러나 현재 방송되고 있는 무선국은 100 개를 초과하여 존재하고 있어 동일주파수의 중복활용이 이루어지고 있는 것이다.

이와 같은 현상은 VHF 대 이상의 주파수는 전파의 특성에서 살펴본 것과 같이 직진성에 의해 가시거리(line of sight)통신을 기본으로 하므로 원거리 또는 근거리 지역에서도 지형적인 차폐지역일 경우 같은 주파수라 하더라도 다른 지역에서 중복으로 이용될 수 있는 것이다.

따라서 현재 우리나라에서 FM 방송에 사용하고 있는 주파수는 '95 년 5 월 현재 166 개국에 달하고 있으며 주요 방송국을 살펴보면 전국 네트워크 개념으로 운용되고 있는 KBS, EBS, MBC 를 중심으로 군 FM 과 AFKN, 종교방송(불교, 평화, 극동, 기독교)이 지역별로 허가를 받아 운용하고 있으며 FM 방송의 현용시설수를 살펴보면 <표 6-7>과 같다.

<표 6　　7> FM방송 시설현황 총괄표

시설수 / 도 별	FM 방송시설		총시설수	비고
	기간국	계 국		
서울·경기	12	3	15	기타란은 지역별 AFKN소출력 중계시설수임
강원	20	8	28	
충북	10	5	15	
충남	6	2	8	
전북	9	5	14	
전남	12	9	21	
경북	15	7	22	
부산·경남	19	3	22	
제주	8		8	
기타		13	13	
합계	111	55	166	

위 표에서 기간국으로 적용한 것은 송신출력이 1Kw 이상인 경우이며 중계기로 분류한 것은 출력이 0.5Kw 이하의 시설로 모국의 방송전파를 수신하여 중계방송하는 경우를 기준으로 작성한 것이다.

이들 시설이 지역별로 배치된 내용을 구체적으로 살펴보면 다음의 표와 같으며 <표 6-8>은 기간국 중심의 시설을, <표6-9>는 중계국 중심의 시설을 정한 것이다

<표 6　　8> FM방송실시 현황(기간국)

('95. 5 현재)

도 별	무선국위치	국 별	방송채널	주파수 및 출력	
				주파수(MHz)	출력(Kw)
서울·경기 (12)	남 산	본사	KBS 1FM	93.1	10
			KBS 2FM	89.1	10
			MBC 음악	91.9	10
			AFKN FM	102.7	5
		서울	평화방송	105.3	5
			불교방송	101.9	5
			교통방송	95.1	5
	관악산	본사	KBS 표준	97.3	10
			교육 FM	104.5	5
			MBC 표준	95.9	3
	용문산	본사	KBS 표준	90.3	10
			군 FM	101.1	3
강원 (20)	화악산	춘천	KBS 표준	93.7	5
			KBS 음악	91.9	5
			군 FM	96.7	5
			교육 FM	106.5	5
	봉의산	춘천	MBC 음악	94.9	1
	백운산	원주	KBS 음악	89.5	3
			교육 FM	104.9	3
			MBC 음악	98.9	3
	태기산	원주	KBS 표준	95.5	1
	함백산	태백	KBS 표준	93.7	1
			KBS 음악	97.3	3
			교육 FM	107.1	3
			MBC 음악	89.1	3
			MBC 표준	101.5	1
	괘방산	강릉	KBS 표준	98.9	1
			KBS 음악	89.1	5
			교육 FM	104.9	3
			군 FM	92.5	3
			MBC 음악	94.3	5
	봉황산		MBC 음악	99.9	1

도 별	무선국위치	국 별	방송채널	주파수 및 출력	
				주파수(MHz)	출력(Kw)
충북 (10)	우암산	청주	KBS 음악	94.1	1
			MBC 음악	89.1	1
	식장산		KBS 음악	91.9	3
			교육 FM	102.7	3
	가엽산	충주	KBS 표준	105.3	1
			KBS 음악	101.9	3
			교육 FM	95.1	3
			MBC 음악	97.3	3
			MBC 표준	104.5	1
			기독교 FM	95.9	3
충남 (6)	계룡산	대전	KBS 표준	93.7	1
			KBS 음악	98.5	5
			교육 FM	105.7	3
	식장산		MBC 음악	97.5	5
	흑성산	대전	KBS 표준	89.9	1
	대 전		극동	93.3	3
전북 (9)	모악산	전주	KBS 표준	96.9	5
			KBS 음악	100.7	5
			교육 FM	106.9	3
			MBC 음악	99.1	5
	노고단	남원	KBS 표준	88.3	1
			KBS 음악	92.9	3
			교육 FM	107.5	3
			MBC 음악	95.1	3
			MBC 표준	101.7	3
전남 (12)	무등산	광주	KBS 표준	90.5	5
			KBS 음악	92.3	
			교육 FM	105.3	
			MBC 음악	91.5	
			MBC 표준	93.5	
	망운산	여수	KBS 표준	95.7	
			KBS 음악	94.5	
			교육 FM	106.3	
	천왕산		MBC 표준	100.7	
	구봉산		MBC 음악	98.3	
	양을산	목포	KBS 음악	98.3	
			MBC 음악	102.3	

도 별	무선국위치	국 별	방송채널	주파수 및 출력	
				주파수(MHz)	출력(Kw)
경북 (15)	우암산	청주	KBS 표준	101.3	5
			KBS 음악	89.7	5
	식장산		교육 FM	105.1	5
			MBC 음악	96.3	5
	가엽산	충주	MBC 표준	96.5	5
			AFKN	88.5	1
			KBS 표준	95.9	1
			KBS 음악	93.5	3
			교육 FM	106.7	3
			MBC 음악	97.9	3
	계룡산	대전	KBS 음악	88.1	3
			MBC 음악	91.3	3
			MBC 표준	100.1	1
			KBS 표준	92.1	1
			교육 FM	107.7	3
부산 경남 (19)	영 도	부산	KBS 음악	92.7	5
			교육 FM	107.7	3
			MBC 음악	88.9	5
			MBC 표준	96.9	3
			KBS 2R	97.1	1
			부산불교	89.9	3
	무룡산	울산	KBS 표준	90.7	1
			KBS 음악	101.9	3
			교육 FM	105.9	3
			MBC 음악	98.7	3
	불모산	창원	KBS 표준	91.7	5
			KBS 음악	93.9	1
			교육 FM	104.3	5
			MBC 음악	100.5	1
	망진산	진주	KBS 음악	89.3	1
			MBC 음악	97.7	1
	감악산	진주	KBS 음악	102.5	3
			교육 FM	104.7	3
			MBC 음악	96.5	3

도 별	무선국위치	국 별	방송채널	주파수 및 출력	
				주파수(MHz)	출력(Kw)
전북 (8)	견월악	제주	KBS 표준	99.1	1
			KBS 음악	96.3	3
			교육 FM	104.9	3
			MBC 음악	90.1	3
			KBS 음악	99.9	3
			교육 FM	107.3	3
			MBC 음악	102.9	3
			MBC 표준	97.1	1

<표 6 9> FM방송실시 현황(중간국)

도 별	무선국위치	국 별	방송채널	주파수 및 출력	
				주파수(MHz)	출력(Kw)
서울·경기 (3)	백련산	본사	교육 FM	105.9	0.1
	파 평	본사	교육 FM	107.1	0.1
	백 령		군 FM	89.5	0.5
강원 (8)	속 초		교육 FM	107.7	0.01
	양 양		교육 FM	105.9	0.1
	옥 계		교육 FM	106.5	0.01
	정 선		교육 FM	104.5	0.01
	태기산		교육 FM	107.5	0.5
	기 린		군 FM	93.3	0.02
	대암산		군 FM	101.5	0.1
	대암산		교육 FM	104.5	0.5
충북 (5)	보 은		교육 FM	107.3	0.1
	영 동		교육 FM	106.3	0.1
	단 양		교육 FM	106.3	0.1
	단 양		MBC 표준	94.1	0.5
	제 천		MBC 표준	94.1	0.5
충남 (2)	옥마산		교육 FM	104.7	0.1
	원효봉		교육 FM	106.7	0.5

도 별	무선국위치	국 별	방송채널	주파수 및 출력	
				주파수(MHz)	출력(Kw)
전북 (5)	무 주		교육 FM	104.1	0.1
	계 남		교육 FM	105.3	0.1
	삼 공		교육 FM	105.3	0.1
	고 창		교육 FM	104.9	0.1
	설 천		교육 FM	104.9	0.01
전남 (9)	무 등		교육 FM	107.7	0.01
	벌 교		교육 FM	105.9	0.1
	심 장		교육 FM	106.5	0.01
	양을산		교육 FM	104.5	0.01
	대둔산		교육 FM	107.5	0.5
	영 광		교육 FM	93.3	0.02
	도 화		교육 FM	101.5	0.1
	장 흥		교육 FM	104.5	0.5
	문 수		KBS 표준		
경북 (5)	가 은		교육 FM	106.7	0.01
	구 미		교육 FM	107.1	0.1
	경 주		교육 FM	104.3	0.1
	문 경		교육 FM	107.9	0.01
	울 릉		교육 FM	107.9	0.1
	현종산		교육 FM	104.5	0.1
	울 릉		KBS 표준	89.3	0.25
경남 (32)	망진산		교육 FM	105.5	0.5
	양 산		교육 FM	105.5	0.01
	충 무		교육 FM	105.9	0.1
AFKN (13)	군 산		AFKN	99.9	0.25
	동두천		AFKN	88.3	0.25
	봉의산		AFKN	88.5	0.1
	서 면		AFKN	88.1	0.25
	송정리		AFKN	99.1	0.05
	식장산		AFKN	96.1	0.25
	오 산		AFKN	88.5	0.05
	원 주		AFKN	88.3	0.05
	의정부		AFKN	88.5	0.1
	진 해		AFKN	99.3	0.05
	파 주		AFKN	88.5	0.05
	평 택		AFKN	88.3	0.05
	횡 성		AFKN	88.1	0.01

한편 FM 방송을 제작하여 송출하고 있는 연주소 설비 부문은 전국 FM 방송망을 갖춘 KBS와 교육방송, MBC 및 AFKN 은 네트워크를 구성, 방송을 실시하고 있으며 지역적으로 운용되고 있는 군방송, 종교방송 등 특수 FM 방송들도 자체방송 비중이 높지 않고 주 방송사의 프로그램에 의존하고 있는 편이다.

2) 기존 FM 방송의 설치와 운영 현안

(1) 기존 FM 방송의 설치와 방송구역상 문제

기존 FM 방송은 고지대(높은산의정상)에 설치하여 광역의 방송권을 구성하고 있으며 이는 전파가 원거리까지 도달한다는 점을 최대한 이용하는 기술적인 측면과 투자면에서 경제성을 동시에 추구하려는데서 나온 결과라고 할 수 있을 것이다.

이들 방송국(FM 방송의 송ㆍ중계를 위한 무선국)의 배치기준점은 서울(남산)을 중심으로 시작하여 전국에 방송시설이 각각 상이한 싯점에 단계적으로 설치, 운용되고 있는 것이다.

이 과정에서 주파수배정은 방송 주파수간 혼신이 발생되지 않도록 허가당국의 엄격한 기술검토가 전제되었음은 물론이다.

이와 같은 투자방향은 적은비용으로 짧은기간내에 넓은지역을 동시적으로 서비스해야 하는 당위적 욕구가 국가의 경제기반과 국민적 생활문화의 향상에 바탕을 두고 전개될 수 밖에 없었을 것이라는 시대성의 인정과 최근에 제기된바 있는 저지대, 저출력, 다시설이라는 전파관리적 측면의 행정관리상 문제의 제기도 기존 전파의 유한성을 해결하는데 좋은 방안은 될 수 있을 것이지만 투자의 중복성과 낭비성은 물론 새로운 매체의 개발과 실용화 등을 상정하면 현실성에 있어서는 이 또한 문제가 더 클 수 있다는 점을 제기하지 않을 수 없을 것이다.

이러한 측면에서 볼때 방송의 송ㆍ중계시설을 설치하는 장소의 선정문제는 양면성이 있지만 현실적 상황, 즉 전파의 유한성을 부분적으로라도 극복하기 위한 방안의 모색이 필요하다고 본다.

(2) FM 방송 주파수활용 확대방안의 모색과 적용여건

현 싯점에서 기존시설의 위치를 재조정한다는 것은 앞에서 검토한 바와 같이 제반문제가 따른다는 것이며 무엇보다도 기존시설의 불용화와 막대한 투자를 기존의 매체에 새로이 투자해야 하는 물리적 방법이 되므로 앞으로 발생될 새로운 방송매체에 대한 신규투자의 환경확보 측면에 연계시켜 볼 때 서로 상치 되는 문제가 있다고 생각한다.

따라서 현실적인 문제로 이를 해소하기 위한 방안은 앞으로 새로운 방송국을 확보, 운용하고자 하는 자는 저지대, 중 소출력급의 시설을 설치하여 운영하는 방식의 도입이 불가피할 것으로 생각된다.

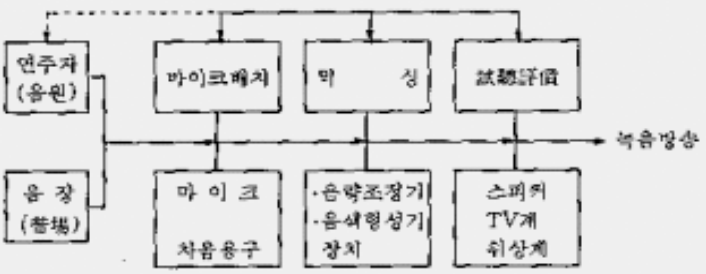
이를 실천하기 위한 방법은 향후 신설될 새로운 방송국은 주파수 할당가능성의 폭을 확장시키기 위해 FM 소출력국의 적극적인 권장과 저지대 설치를 의무화하는 것이 유일한 대안이 될 수 있다고 생각하며 이렇게 함으로써 FM 방송의 보다 많은 시설확대를 통한 다양성을 반영함과 동시 시청자 접근폭을 넓혀 나가도록 할 수 있을 것이다.

3) FM 방송의 System 구성

(1) 연주소의 업무와 System 구성

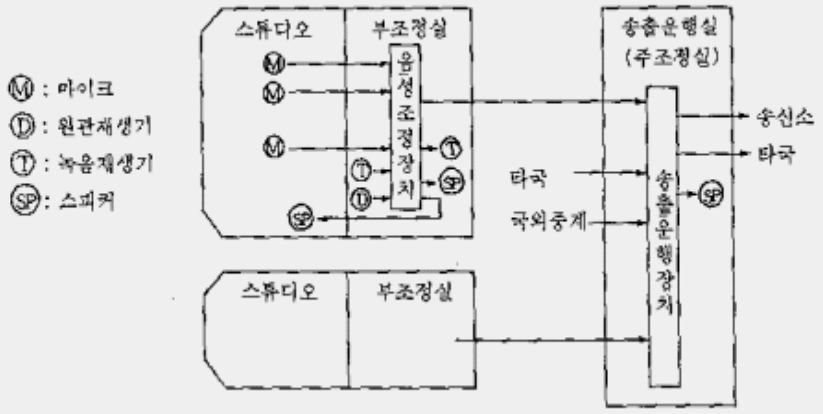
라디오 FM 프로그램은 통상 PD 와 Mixer 에 의해 제작되고 PD 는 기획과 제작의 진행을 맡고 Mixer 는 구성음의 수음, 믹싱, 음색형성 등 기술면의 업무를 담당하며 이와 같은 업무의 과정을 요약하면 [그림 6 -8]과 같다.

〔그림 6-8〕 음성프로그램 제작의 기본 흐름



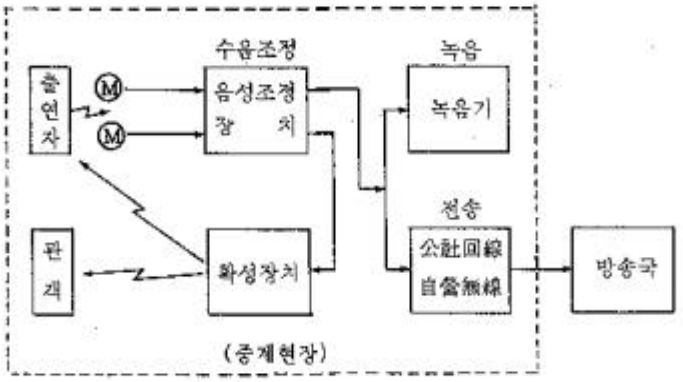
한편, System 구성면에서 연주소는 방송프로그램의 제작과 송출을 담당하는 매우 중요한 곳으로 주요시설을 녹음제작용 스튜디오, 부조정실, 주조정실 외에 출연자 대기실, 연습실 등으로 구비되며 배치에 있어서는 각각의 일을 원활하게 실시할 수 있도록 동선상의 배려가 필요하며 기본개념을 나타내면 [그림 6 -9]와 같다.

〔그림 6-9〕 연주소의 시스템 구성 개념도



또한 연주소 밖에서의 제작도 필요하므로 이 경우는 방송에 알맞는 음향조건을 얻기는 곤란하며 바람, 비, 소음 등에 대한 대책이 필요하기 때문에 상황에 따르는 제작기기의 선택이나 Mixing 의 기교가 필요하며 야외 중계의 System 구성 기본은 [그림 6 -10]과 같다.

〔그림 6－10〕 야외 프로그램 중계시스템 구성도



(2) 프로그램 전송용 Link 설비

FM 방송을 하기 위해 해당프로그램을 송신시설까지 전달하는 장치로서 이 설비는 유선방식과 무선방식에 의해 구성할 수 있다.

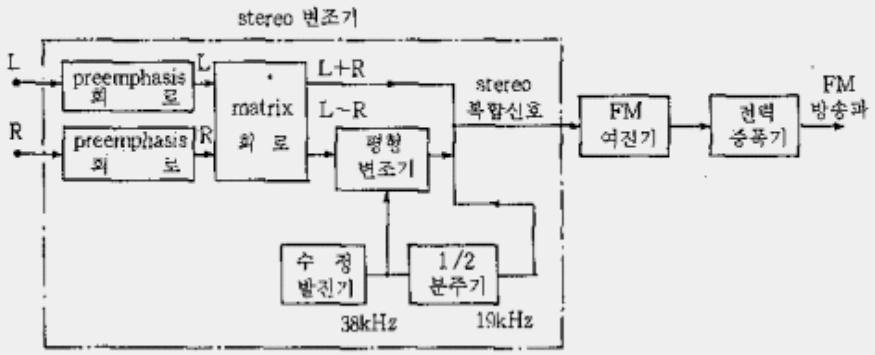
유선방식은 근거리(자체건물내)의 경우 방송사가 자체적으로 구성하여 방송신호를 송신장치에 직접 접속할 수 있으나 원거리의 경우 한국전기통신공사(KT)의 회선을 전용하여 프로그램을 전송하여야 한다. 한편 무선방식은 UHF 주파수대의 ST-Link 장비를 방송사가 도입, 설치하여 방송신호를 전송한다.

(3) FM 방송 송신설비

가. FM Stereo 방송 송신기의 구성

FM 방송은 Stereo 신호의 취급방법으로서 화차방식이라고 부르는 방식을 채용하고 있다. 이것은 좌신호를 L, 우신호를 R 로 표시했을 경우, (L+R)을 주채널, (L-R)로 부반송파를 변조하여 부채널로 하고 주와 부의 합성신호로 주반송파를 주파수 변조하는 방식이다. 이 방식에 따른 FM 방송 송신기의 구조는 [그림 6 -11]과 같다.

〔그림 6-11〕 FM방송 송신기의 계통도



그림에서와 같이 Pre-emphasis 회로를 거친 L, R 신호를 matrix 회로에 의해서 (L+R) 및 (L-R)의 신호로 변환한다. 그리고 38khz 를 (-R)신호로 반송파 억압 진폭변조 한다. 또 38khz 를 1/2 분주한 19khz 의 신호를 pilot 로 하고 있다. 이와 같은 기능을 합쳐 변조기라고 하며 이는 계통도에서 보는 바와 같이 입력회로, matrix 회로, 부반송파 발생회로 및 평형변조기에 의해 구성된다. 변조기를 거친 신호는 발진변조부, 주파수체배부, 주파수안정부로 구성되는 FM 여진기를 거쳐 고주파 전력증폭기를 통해 공중선계에 공급된다.

나. FM 방송송신공중선(Antenna)

FM 송신안테나는 TV 송신 안테나 시스템과 마찬가지로 그 기능과 성능에 많은 공통점을 가지고 있으며 서비스 대상구역에서 충분한 소요전계를 얻을 수 있도록 시스템을 구성할 필요가 있다.

FM 방송전파의 편파면은 수평편파를 원칙으로 하고 있으나 서비스하는 지역의 지형이나 대상 등에 따라 원편파나 직선편파를 사용하는 경우도 있다.

3. 소출력 FM 라디오방송 시설의 신설방안

1) FM 방송주파수 할당방안의 검토와 적용의 문제

FM 방송을 위한 주파수할당 가능여부는 FM 방송의 새로운 확장여부를 결정하는 매우 중요한 문제로 대두되는 것이라 하지 않을 수 없다.

즉, FM 방송의 신설가능 여부는 출력의 대소를 막론하고 주파수에 딸린 것으로 현재 우리나라가 사용하고 있는 FM 방송 주파수는 앞장에서 살펴본 바와 같이 166 개국에 달하고 있으며 이들 방송 주파수는 상당히 중복 사용되고 있는 실정이다.

따라서 현재와 같은 송신조건을 유지하는 한 새로운 FM 방송의 신규확장은 매우 어렵게 될 것으로 생각된다.

그 이유는 현재와 같은 조건하에 상호중복 주파수의 할당이 겹쳐져 나갈 경우 동일 또는 인접 주파수에 의한 인접방송 전파에 혼신장애를 야기시켜 방송의 청취상태를 악화 시킬 뿐 아니라 주파수의 가용범위를 매우 축소시키는 결과가 되기 때문이다.

그러므로 새로운 FM 방송의 신설을 도모하기 위해서는 송신지점과 송신출력, 서비스 대상 구역의 확보에 있어 현행 관행을 바꾸어야만 그 가능성이 모색될 수 있다고 생각된다.

그러므로 새로운 FM 방송의 신설을 도모하기 위해서는 송신지점과 송신출력, 서비스 대상 구역의 확보에 있어 현행 관행을 바꾸어야만 그 가능성이 모색될 수 있다고 생각된다.

이를 위한 구체적 접근 방안은

① 신설방송국의 송신위치를 저지대로 하며
② 송신 출력도 고출력 방식으로 중 소출력으로 적용하며
③ 방송대상 구역도 광역구성을 지양하고 지역화시켜 나가는 방향으로 전환되어 야 한다는 점이다.

위와 같은 제안의 배경은 우리나라 국토의 70%가 산악지대이므로 지형차폐의 이용이 추가 주파수 할당을 용이하게 할 뿐 아니라 저지대화에 따른 전력 손실의 예방과 상호 혼신 발생 요인을 제거하여 주파수 활용성을 확장시킬 수 있기 때문이다.

2) FM 방송을 위한 송신소의 구성

(1) 송신소의 설치조건

송신소의 설치조건중 장소조건이 가장 중요하며 여기에는 전파의 효율적 이용, 대상방송 구역상에서의 충분한 소요전계의 확보 등을 감안하여 전파의 송신위치는 장해발생요인의 최소화 특성, 즉 인공잡음의 분포상태, 도시건조물의 분포상태, 주변의 지형이 미치는 영향 등 기술적 측면의 기본조건을 우선적으로 고려하여야 하며, 그 외에 건설 및 운영비 등 경제적 조건이 부가되는것이 바람직한 방향이다.

설치장소의 선정에 있어서는 우선 서비스하려는 범위를 상정하고 그 범위내에 세대 분포 상황 등을 조사한다. 도시지역은 인공잡음이 많고, 고층건물이 많기 때문에 시골지역에 비해 높은 전계강도가 필요하다. 이와 같은 제반 요건과 다음사항을 고려하여 후보지를 선정하는 것이 바람직하다.

① 부지에 대해서는 청사, 안테나철탑, 접지 등이 합리적이고 또한 견고하게 설치할 수 있을것.
② 송신소를 둘러싼 환경, 특히 계절풍, 안개, 바닷바람, 화산, 특수 가스발생지, 벼락, 눈보라 및 인공적 대기오염 등의 영향을 극력 피할 수 있는 장소일 것.
③ 기설치, 운용중인 무선국에 방해를 주는 장소가 아닐 것. 지주, 다른 방송국, 기타의 지정지역 등 관계자의 동기가 얻어질 것.
④ 전력선의 인입이 쉽고 건설기계의 운반이 쉬울 것
⑤ 경비가 되도록 적게 먹는 장소일 것.
⑥ 건설후의 보수운용이 쉬운 장소일 것.
⑦ 방송파를 수신해서 방송을 하는 중계소는 전계의 변화, 잡음의 영향이 없이 양호한 수신이 가능할 수 있을 것.

(2) 방송 송신서설의 규모와 방송구역

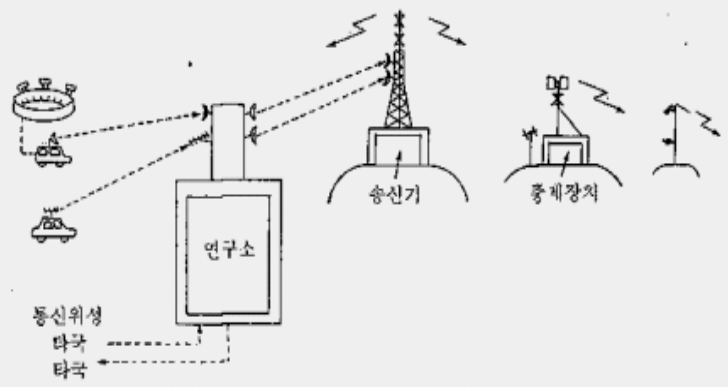
소출력, 저지대의 FM 방송국 신설은 Community Radio 라는 관점에서 대도시는 물론 중·소도시, 산업지역, 특수지역의 역내 방송 등에 다양하게 적용할 수 있을 것이며 방송 송신

출력은 해당지역의 서비스 수용여건에 따라 3kw-0.1kw 급 또는 그 이하 출력으로 중계방송하는 방법을 고려할 수 있겠으며 이것은 지역 수용여건을 반영할 수 있도록 하는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

또한 송신시설의 설치장소로는 저지대를 전제하여야만 가능성이 있으므로 이 경우 저지대라함은 그 지역에서 비교적 서비스 구역의 형성이 용이한 고층건물의 옥상이나 야산 등을 대상으로 할 수 있을 것이다.

송신 시설에 대한 시설규모와 투자비는 다양한 형태로 이루어질 수 있겠으나 여기서는 기본적인 시설개념과 투자규모를 예시하여 보고자 하며 송신시설에 관한 개념은 [그림 6 - 12]과 같다.

〔그림 6－12〕 방송 System 의 개요도



또한 다양한 형태의 송신 시설에 관한 투자비를 살펴보면 <표 6 -10 >과 같으며 이것은 기본적인 System을 중심으로 한 것이다.

<표 6 10 > 송신·중계시설의 단위별 투자비 예측

(단위 : 천원)

구 분	규격	수량	추정예산(천원)	비 고
FM방송 송·중계기	3KW	2	104,000	2대중 1대는 예비기임. 설치비 40%
	1KW	2	74,000	
	0.5KW	2	60,000	
	0.1KW	2	50,000	
송신안테나	CP-Ring	1	13,000	
철 탑	45m 자립식	1	129,000	
UHF ST-Link	H / S	1	74,000	
FM 변조감시기		1	6,000	
자동화설비		1식	140,000	
부대장치		1식	50,000	

위와 같은 장비가를 중심으로 1KW 규모를 산출하면 약 4 억 7 천만원이 소요되며 이 장비의 설치비는 공사의 난이도에 따라 최고 120%에서 최저 40%까지 분포될 수 있으며, 투자비에 추가되어야 부문은 변화 요인이 큰 건물, 즉 장비설치 공간확보비와 전원설비 등이며 운영비 성격으로는 송신기 기본유지비, 기기부품비, 전력료, 회선운영비, 무선국관리비 등을 고려하여야 한다.

(3) FM 방송 제작·송출시설 규모

FM 방송 제작시설은 프로그램의 녹음제작과 생방송 실시 기능까지를 담당할 수 있도록 기능의 다양성을 고려 하는 것이 방송운영 환경의 변화에 용이하게 대처할 수 있는 방안이 될 수 있다고 생각된다.

따라서 이와 같은 사항을 감안하여 제작 스튜디오에 관한 기본 규모를 <표 6 -11 >에 제시하여 보기로 한다.

<표 6 11> FM방송 제작스튜디오 장비규모

(단위 : 천원)

장 비 명	단 가	수 량	총 액	비 고
audio mixer(24ch)	30,492	1	30,492	
mic	3,776 / 240	5	18,830	
cdp	3,544 / 2641	2	7,108	
audio tape record	6,974	3	20,922	
turn table	600	2	1,200	
tel hybrid	2,745	2	5,490	
monitor amp	937	2	1,874	
speaker	1,893(2ea)	4	3,786	
phase monitor	2,678	1	2,678	
matrix	27,500	1	27,500	
intercom	50,000	1	50,000	
audio analyzer	3,265	1	3,265	
tally box	600	1	600	
audio path panel	180	5	900	
ada	1,900	2	3,800	
중계차	60,000	1	60,000	
계			238,445	

위표의 장비는 1 개의 제작 스튜디오에 필요한 주요장비를 제시한 것이며 제작 스튜디오의 수는 1일 총방송 시간과 제작시간을 기준으로 검토하여 결정 하여야 할 사항이다.

한편 송출시설은 생방송 실시 기능까지를 겸하여야 하므로 제작스튜디오 장비의 포함외에 송신소까지 방송 프로그램을 전송하고 mornitoring 하기 위한 장비가 추가되어야 하며 그 내역을 <표 6 -12 >에 제시하였다.

<표 6 12> FM방송 송출장비 규모

(단위 : 천원)

장 비 명	단 가	수 량	총 액	비 고
audio mixer(24ch)	30,492	1	30,492	
mic	3,776 / 240	5	18,830	
cdp	3,544 / 2641	2	7,108	
audio tape record	6,974	3	20,922	
turn table	600	2	1,200	
tel hybrid	2,745	2	5,490	
monitor amp	937	2	1,874	
speaker	1,893(2ea)	4	3,786	
phase monitor	2,678	1	2,678	
matrix	27,500	1	27,500	
intercom	50,000	1	50,000	
audio analyzer	3,265	1	3,265	
tally box	600	1	600	
audio path panel	180	5	900	
ada	1,900	2	3,800	
strereo generator	12,560	2	25,120	
se-link tx/rx	9,520	2	19,040	
demod		1	11,600	
계		38	234,205	

송출시설은 방송송출의 최종단 시설로서 용도면에서 생방송 진행과 야외방송의 입출력등 모든업무를 종합하는 기능상 중요시설로서 그 기능을 체계화 시킬 경우 조정중심의 별도 주조정실을 두어야 하지만 복합채널이 아닌 단일 채널의 경우 그 시스템을 단순화시키는 방향에서 고려함이 타당할 것이다.

(4) FM 방송의 시설투자비 종합예측

앞에서 검토된 내용을 중심으로 다시 구성하면 FM 방송은 송신시설과 제작, 송출시설로 크게 구분하며 관련시설의 용도별 투자비를 정리하면 <표 6 -13 >과 같다.

<표 6 13 > FM방송 시설투자규모

(단위 : 천원)

구 분		용 도	시설수	소요예산	비 고
	0.5KW	방송송신	1식	456,000	
	1KW	방송송신	1식	470,000	
	3KW	방송송신	1식	500,000	
제작 스튜디오		녹음제작	3실	535,335	
중 계 차		중계방송	1대	60,000	
송출 스튜디오		방송송출	1실	234,205	
합계	0.5KW			1,285,540	
	1KW			1,299,540	
	3KW			1,329,540	

이 밖에도 장비를 설치할 공간측면에 투자가 추가 되어야 하며 대체로 송신시설의 설치 공간은 30-50 평으로, 제작 스튜디오는 조정실과 방송실을 포함하여 25-30 평, 송출 스튜디오는 30-35 평으로 수용될수 있을 것이나 이들 공간은 새로운 투자 또는 기존건물의 임대활용 등 여러가지 유형이 있을 수 있으므로 기본적인 소요면적만을 제시하였으며 이 외에도 사무 및 관리, 편의공간 등을 고려하여야 한다.

4. FM 방송 운영을 위한 인력의 소요

1) 방송 실시를 위한 소요 인력의 예상

FM 방송을 위한 인력은 방송운영 즉, 프로그램의 제작과 송출, 방송시스템의 운용, 방송업무의 종합관리 등에 필요한 인력을 확보하여야 할 것이며, 여기서는 방송업무를 중심으로 살펴 보기로 한다.

방송 제작 분야는 각종정보의 soruce 를 어떻게 확보할 것인가에 따라 상당한 차이가 있을 수 있으나 기술분야는 운용시설의 구성에 따라 단위 시설당 운용요원을 산출할 수 있다.

방송제작 분야의 경우는 앞에서 지적한대로 여러가지 요인이 있으므로 기존의 방송사가 운용하고 있는 인력 확보의 예를 참고로 제시하기로 하며 그 대상으로 KBS 의 1, 2FM 방송에 직접제작에 투입되고 있는 인력을 보면 1FM 은 1 일 22 시간 방송에 부장을 포함하여 12 명, 2FM 은 24 시간 종일 방송에 모두 20 명으로 구성되어 방송을 제작하고 있다.

이 밖에도 방송자료의 확보 및 관리, 취재 등의 분야는 기존 조직과 공통적으로 활용되므로 분리하여 산출하기는 어렵다.

이에 반해 기술인력은 송신시설의 운용을 유인 방식으로 할 경우에는 6-8 명, 자동화로 운용시는 2 명 정도를 고려하면 될 것이며, 제작시설은 스튜디오당 1 명, 중계방송 시설운용에는 시설당 2 명, 송출 스튜디오 운용은 8 명(2 조 4 교대), 시설의 보수 · 유지 · 종합관리 등에 인력이 추가되면 될 것으로 생각된다.

2) 소요 인력의 확보 방안

소요 인력의 확보는 일부 경력자 확보를 중심으로 신규 사원을 확보하여 가벼운 출발이 되도록 함이 타당할것이며 일부 경력자의 경우에는 기존 방송사로부터 정년 퇴임자들 중에서 해당 분야에 적합한 인력을 선발, 활용함과 동시 신규사원의 교육, 훈련도 담당하도록 하는 것이 최선의 인력확보 및 활용계획이 될 수 있을 것이다.

3) 인력의 교육 훈련

신규 선발자에 대한 교육 훈련은 기존 방송사에 의뢰하여 위탁교육을 실시하는 것이 타당할 것이며 불교방송의 개국초기 단계에 불교방송은 KBS 방송 연구원에 방송운용 인력에 대한 교육을 의뢰하여 방송요원의 교육과 훈련을 실시한 것은 좋은 예가 될 수 있을 것이다. 또한 방송개발원에서 소수 정예인원을 훈련시키는 방안도 고려해 볼 수 있겠다.

Ⅶ. 결 론

지방자치제의 본격적인 실시가 대변하듯이 앞으로의 사회는 중앙집권적·중앙집중적 사회구조에서 지방분권적·지방자치적 사회구조로, 위에서 결정되어 아래로 하달되는 수직적 결정구조에서 아래에서 결정되어 위로 전달되는 민주적 구조로 전환될 것으로 전망된다. 진정한 풀뿌리 민주주의란 지역사회의 주민들이 자신들이 속한 지역사회에 관해 스스로 의사결정을 내릴 수 있도록 정보를 공유하고 이해하는 것으로부터 시작되며 완성된다. 이러한 정보제공의 주요인자로서 지역중심의 소출력 라디오야말로 텔레비전보다 적은 자본과 인력으로도 지역사회에 밀착되어 대주민 서비스를 행할 수 있고, 나아가 지역사회 개발을 도모할 수 있는 효율적인 매체라고 하겠다.

이처럼 우리사회의 지방자치화는 단위 자치지역 주민들의 여론을 조성해주고 참여를 유도하며 환경을 감시, 해설해 줄 수 있는 방송채널의 활성화와 상호불가분의 관계에 놓여 있다. 따라서 참여민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 방송국 설립 인·허가 및 주파수 사용계획의 전면적인 재조정을 통해 신문과 마찬가지로 자치단위지역내의 지역방송국, 특히 소규모 자본으로 설립과 운영이 용이한 FM 라디오 방송국의 설립 확대가 이루어져야 할 것이다. 단위 지방자치지역마다 소규모 자본으로 지역서비스를 담당할 수 있는 소출력 FM 방송국의 설립은 용이하고 또 현실성도 지니기 때문에 청취자들로 하여금 그들의 사회적 환경에 대해 정확히 인식하고 변혁하는 것을 도울 수 있는 지역사회 매체로서 기능하리라 기대된다.

이러한 지역라디오방송국의 설립은 라디오방송이 변화된 사회구조내에서 지역사회 발전, 나아가 국가 전체의 발전을 도모하는 방송매체로 탈바꿈하는 계기가 될 것이다. 더구나 현재와 같은 매체혼란의 시기에 어느 특정 매체에 연연하기 보다는 다양한 매체가 보완적 관계로 새로운 질서를 모색하는 정책적 자세가 필요하며, 궁극적으로는 수용자에게 유익하고 폭넓은 정보를 더 간편하게 제공하는 커뮤니케이션 체계를 형성하는 것이 정보복지 차원에서의 과제라고 하겠다. 그렇기 때문에 새로운 정보환경 하에서 라디오의 적절한 변신은 라디오 자체에 국한된 것이 아니라 전체 매체의 새로운 구도하에서 총체적으로 파악되고 추진되어야 한다.

따라서 본 연구는 방송의 지방화 시대를 개막하고 모든 국민의 알권리와 정보 향유의 권리를 충족시킬 수 있는 선진방송기반을 구축하기 위한 방안의 하나로 소출력 FM 라디오 신

설을 제안하며, 이에 관하여 경영부문, 편성부문, 기술부문에 걸친 제반여건들을 검토·모색하여, 새로운 소출력 지역라디오방송이 지역사회의 균형적인 발전과 지역문화의 창달을 선도할 수 있는 지방화 시대의 주역으로 정착되기 위한 방안을 마련하는데 그 주요한 목적이 있었다.

1. 소출력 라디오방송 신설의 당위성 및 원칙

소출력 지역라디오방송의 신설 움직임은 전세계적 추세인 국제화와 지방화 움직임과 맞물려 지역민에 대한 악세스권의 보장과 지역사회의 발전이라는 차원에서 볼 때 시의적절한 일로 판단된다. 더구나 올해 실시된 시, 도지사를 포함한 지방자치단체장 선거를 계기로 우리나라도 본격적인 지방자치시대로 진입하면서 풀뿌리 여론을 담당할 진정한 지역매체를 필요로 하는 사회적 상황을 맞게 되었으며, 지역라디오방송의 신설은 지방화라는 과제와 맞물려 지방자치제도의 정착과 발전에 적지않은 기여를 하리라고 기대되는 바이다.

지방화란 지금까지 중앙집중화되어 있는 정치, 경제, 문화, 교육에 이르기까지 제반사회의 발전을 균형있게 지방분산화하여 서울중심의 집중체제를 탈피하는 것을 의미한다. 이는 한국사회에서 근대화 이후 등한시되었던 지역사회의 고유성을 재발견하고 전수하며 상대적인 재창조를 시도한다는 것, 즉 근대화 이후 이완된 지역사회의 동질의식을 구축한다는 것이다.

이러한 지방화를 대표하는 정치적, 행정적, 문화적, 경제적 변화라고 할 수 있는 지방자치제의 기본정신은 지역주민의 의사가 반영되는 주민자치의 실현이며, 이를 위해서 지방자치단체의 장을 직접 투표로서 선출하고 지역의회를 주민자치로서 구성하는 것이다. 따라서 지방자치제를 민주주의의 뿌리라고 하는 것은 곧 일반 지역주민의 정치참여를 최대한 확대시킨다는 의미에서인 것이다.

이러한 지방자치제가 제대로 성공하기 위해서는 정치제도뿐만 아니라 재정자립도, 지역내의 사회문화적 자치능력, 지역언론의 활성화가 전제되어야 한다. 이 가운데 사회문화적 자치와 지역언론 활성화는 상호 밀접한 관계를 갖고 있다. 자치지역내에서 무슨 일들이 일어나고 있는가를 지역주민들이 인지하고, 문제점들을 함께 논의하면서 해결할 수 있는 언론마당이 존재해야 정치적 지방자치도 함께 가능해지기 때문이다. 따라서 지방화 시대에 합당한 서비스를 제공하기 위해서는 각 단위 자치지역 주민들의 여론을 조성해주고 참여를 유도

하며 환경을 감시, 해설해줄 수 있는 언론의 활성화가 필수적이라고 하겠다.

이러한 민주주의의 정착을 위해 지역언론은 지역사회의 문제점을 제시하고 해결하는 공기로서, 또한 지역 문화예술의 창달자로서의 역할을 수행해야 하는 적극적 의무를 지니고 있다. 따라서 언론의 공공성과 책임을 거론함에 있어 지역성(Localism)이 핵심적인 개념으로 등장하게 되며, 지역성은 지역언론의 반석이 되어야 한다. 현재 지역마다 고유한 전통과 특유한 사회적 문제점을 안고 있는 실정에서, 그 지역사회에서 호흡하고 그 사회를 가장 잘 꿰뚫어 볼 수 있는 '로컬 미디어'(local media)가 지역문제를 논쟁적 관점에서 분석하여 해결책을 구하며 지역문화의 개발에 힘쓰는 것이야 말로 지방자치제 시대 언론에 부여된 일차적 소명인 것이다.

참여적 민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 신문과 마찬가지로 자치단위 지역내의 지역방송국, 특히 소규모 자본으로 설립과 운영이 용이한 라디오 방송국의 설립이 확대되어야 할 것이다. 즉 다양한 지역방송이 가능하기 위해서는 소규모 FM 방송의 허가가 대폭완화되어 최소 인구 몇만 이상의 지역사회 혹은 행정적 단위구역 등과 같은 허가기준을 설정하여 라디오방송국 설립이 허가되고 추진되어야 할 것이다.

신설되는 소출력 FM 라디오 방송은 방송의 공공성과 공익성 구현, 지역방송의 자율성 확대 및 자치의 실현, 지역주의 지향, 지역저널리즘의 확립, 신방송기술과 정보화 시대에 대한 대비 등의 역할을 수행하도록 노력을 해야 할 것이다. 또한 방송체제면에서 사회구조적 특성 변화와 조화를 모색해 나가면서 사회가 필요로 하는 사회적 욕구 충족을 극대화하여야 한다. 이를 위해서는 타매체와의 관계에서 라디오 매체의 고유한 특성 혹은 타매체와 비교한 라디오 매체의 강점을 최대한 활용하여 타매체가 수행할 수 없거나 수행하지 못하고 있는 기능, 타매체가 소홀히 하거나 부족한 기능을 최대한 강화해 나가야 할 것이다.

2. 신설 소출력 지역라디오방송의 경영모델

소출력 라디오방송의 설립의 중요한 지침으로 삼을 수 있는 것은 지방자치제도상의 자치구역 및 행정구역 구분이라고 하겠다. 1995년 6월 실시된 시, 도지사를 포함한 지방자치단체장 선거를 계기로 본격적인 지방자치시대로 진입하는 시점에서 소출력 지역 FM 라디오 방송은 지방자치의 동반조건이 될 수 있어야 하며, 풀뿌리 여론을 담당할 진정한 지역매체로 기능할 수 있어야 한다. 따라서 새로운 지역 FM 라디오방송의 설립지역이 자치제도상의 구

역과 연결된다면 보다 효율적인 방송운영이 가능하리라 기대된다.

올해 출범한 지역민영방송이나 CATV 의 설립지역을 살펴보면 주로 인구밀집 지역으로서 채산성이 높은 도시지역에 집중되어 있다. 따라서 채산성이 거의 없는 읍면단위 지역이나 농촌지역은 뉴미디어의 혜택을 받지 못하는 소외지역으로 전락하여 현재보다도 더한 정보격차 내지 문화격차를 유발할 가능성이 우려되고 있다. 이렇게 지역방송이 지역매체의 핵으로 기능하기 위한 지역적 배분이 합리적으로 이루어지지 못하고 있는 상황이기 때문에 지역주체의 편중 문제를 해결하는 방향으로 신설 지역라디오방송의 설립지역 선정기준에 마련되어야 할 것이다. 또한 지역크기 배분에 의한 양적 분할 뿐만이 아닌 실제 수용자인 인구비례에 의한 배분이 이루어져야 할 것이다.

지역밀착 매체로서의 라디오방송 신설의 목적과 원칙에 입각할 때, 새로운 소출력 지역라디오방송은 전국적으로 동시에 다수설립함으로써 가능한 방송수혜지역을 극대화시키는 것이 바람직하다고 판단된다. 그러나 처음부터 커뮤니티 라디오(community radio)의 개념에 입각하여 소규모의 지역으로 선정할 경우 방송사업의 운영이 가능한 최소한의 영업이익의 보장이라는 시장성의 문제가 우려된다.

따라서 기존 지역방송의 권역과, 지역선정의 각종 기준에 의거하여 본 연구에서는 인구 10 만~20만의 시 기준에 의한 제 1 안, 방송수혜지역의 전국화를 위한 소규모 지역안으로 인구 5 만 이하의 군 기준에 의한 제 2 안 등 두가지 지역선정 방안을 제안하고자 한다. 먼저 제 1 안은 각 지역의 인구 및 규모, 행정구역의 특성 등을 기준으로 최소한 인구 10 만 이상의 지역에 기존의 지역라디오방송과 유사한 1~3Kw의 출력을 가진 FM 라디오 방송국을 신설함으로써 지역별 정보수혜의 균등과 보완을 이루는 방안이다. 이 안은 방송국 최초 설립시의 시장성의 문제를 고려하여 설정한 방안으로 커뮤니티 라디오 개념의 소규모 지역안으로 나아가기 위한 전초단계라 하겠다. 여기서 인구 10 만~20만이라는 기준은 지방자치제도상에 있어서 기초단체를 이루는 자치구역인 시의 평균치에 해당함으로서, 이 안을 따르면 전국적으로 약 68 개 정도의 시지역에 라디오방송의 신설 허가를 제안하는 것이다. 제 2 안은 인구 5 만 이하의 군지역에 100~500W의 소출력 지역라디오방송의 다수설립을 통해 누적된 각 지역민의 문화적 욕구를 충족시키고 지역사회의 균등한 발전을 꾀한다는 의미가 있다. 이 안은 제 1 안에 따른 라디오방송사업이 일정정도 안정적인 단계에 접어든 다음, 제 2 단계로서 소규모지역으로의 확대설립을 통하여 커뮤니티 라디오를 정착시키는 방안이다. 여기서 인구 5 만이라는 기준은 지방자치제도상에 있어서 기초단체를 이루는 자치구역인 군의 평균치에 해당함으로서, 이 안을 따르면 전국적으로 약 130 개 정도의 군지역에 라디오방송

의 신설을 제안하게 된다.

기존 지역국의 소유구조는 현실적으로 많은 문제점들을 노정해 왔다. 따라서 신설되는 소출력 지역라디오방송의 소유구조는 지나치게 비대한 중앙국의 직접적인 통제와 간섭으로부터 자유로와야 하며, 동시에 변화하는 방송환경에도 능동적으로 대처할 수 있는 자생능력을 담보한 채 출발해야 한다. 이같은 원칙에 비추어 볼 때, 참여민주주의를 바탕으로 한 진정한 의미의 지방자치제를 실현코자 한다면 새로운 소출력 FM 라디오방송국은 대자본에 귀속되지 않은 소규모 자본으로 설립, 운영되는 독립방송체제가 바람직하며, 변화하는 방송환경에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 민영의 형태로 출발하는 것이 합리적이라고 하겠다.

신설되는 소출력 라디오방송의 자산규모는 경영의 효율성, 방송사업에 필요한 안정적인 투자비용의 확보 등을 고려하여 17 억원~20억원 내외로 설정하였다. 예상 자산의 내역은 송신, 제작, 송출 등의 시설비 및 인건비 등으로 이루어진다.

소출력 라디오방송의 소요인력은 기존의 지역방송의 인력을 고려하되, 가능한한 최소의 인원으로 방송을 운영한다는 원칙을 지킨다. 따라서 방송국 개국시 최초의 인력규모는 20명~30명 내외가 적절하다고 판단되며, 이후 사업경과에 따라 인원을 확충하는 방안을 고려할 수 있겠다. 물론 적정규모의 자체제작률을 확보한다는 지역민영방송 설립의 의의를 살리려면 신설방송국으로서 과다한 업무량이 예측되지만, 현재 SBS 가 기존방송사의 3 분의 2 내지는 8 분의 1 의 인력으로 운영되고 있다는 점을 고려할 필요가 있다. 더구나 SBS 의 경우 40 명의 인원으로 50Kw 라는 대출력 방송을 실시하고 있는 반면, 신설되는 소출력 라디오는 1~3Kw의 소출력으로 운영되리라는 점을 감안할 때 소수정예로 구성된 인력으로 방송국을 운영하는 것이 불가피하다고 판단된다. 더군다나 전체 운영경비를 효율적으로 운용하려면 인건비를 줄이는 방법 외에는 뚜렷한 대안이 없는 것도 현실적 상황이다.

독립민영방송으로서의 소출력 라디오방송은 방송광고를 주재원으로 하여 운영될 것으로 예측된다. 그러나 텔레비전 방송과는 달리 소출력에 따른 방송구역의 협소함으로 인한 저렴한 광고료로 방송사업 실시 초기에 그 재원을 모두 충당하기는 어려울 것으로 예상되므로, 지방자치단체나 지역단체, 시민들의 기부금과 후원 등 다양한 재원을 확보할 수 있어야 할 것이다. 따라서 지역라디오방송의 재정보완을 위해서는 협찬광고의 활성화가 필수적이라 하겠다.

또는 방송광고공사(KOBACO)가 광고를 대행해주는 대신 방송사로부터 받고 있는 광고수수료가 현재 20%로 책정되어 있는데, 이는 소규모 지역라디오방송사에게는 큰 부담이므로 지역만이라도 10%이하로 인하하거나 폐지하는 조치가 취해져야 한다. 또한 지역라디오방송의

정착과 활성화를 위해 공익자금을 지역방송에 따로 할당해 주는 정책적 방안을 고려할 수 있겠다.

소출력 라디오방송은 지역매체로서의 특성상, 광고주로 하여금 지역적으로 다양한 광고 집행을 가능하게 할 것으로 기대된다. 광고주는 상품의 마케팅 전략과 시장상황에 따라 전국광고, 광역광고, 지역광고의 집행을 자유자재로 할 수 있게 됨으로써 합리적이면서도 효율적인 광고 매체기획을 할 수 있게 될 것이다. 또한 새로운 매체의 등장은 방송매체 광고주의 폭을 넓힐 것으로 예상된다. 특히 소출력 라디오는 국지적 광고가 가능하므로 소규모 광고주들의 방송매체를 통한 광고 접근을 용이하게 한다.

따라서 소출력 라디오의 광고는 그 성격상 주로 지역내의 소규모 유통업, 요식업, 극장, 서비스업체를 광고주로 삼게 될 것으로 예상된다. 또한 매우 협소한 지역을 마케팅 대상으로 삼고 있으나 표적 지역에 소구할 수 있는 방송매체의 부족을 느껴왔던 소규모 광고주들이 광고의 표적 청중이 되는 지역주민들에게 효율적으로 도달할 수 있는 라디오광고를 이용하게 할 것이다.

3. 신설 소출력 지역라디오방송의 편성모델

소출력 지역라디오방송이 해결해야 할 당면과제를 규명하기 위해 지금까지 제기된 지역라디오방송의 문제점으로는 지역편성시간량의 부족, 채널간 중복편성 및 다양성 부족, 지역주민의 욕구나 의식 등에 대한 조사없는 편성, 소수대상 프로그램의 부족 등이 제시되어 왔다.

지역사회 발전과 지역방송이 상호불가분의 관계를 갖는다는 점을 상기할 때 지역라디오방송에서 편성하는 프로그램에는 앞에서 살펴본 지역방송의 역할이나 기능을 충실히 수행할 수 있는 내용이 담겨져 있어야 한다. 또한 다매체 시대, 고도의 경쟁시대에서 지역문화매체로서 기능을 다하기 위해서는 지역라디오방송의 편성전략은 변화되고 있는 수용자의 정보욕구를 최대한 충족시켜주는 것이 되어야 한다.

소출력 라디오방송의 지역정체성 개발을 위한 편성전략은 ①지역밀착 서비스 제공,②세분화된 편성, ③라디오 매체의 우위적 특성 활용, ④참여프로그램의 개발, ⑤지역민의 욕구를 정확하게 파악하고 반영하는 편성, ⑥경제적 방송운영, ⑦프로그램 공급원의 다양화, ⑧전문편성의 포맷라디오화 등이 되어야 한다.

첫째, 그 지방 또는 구역에 밀착된 생활정보, 또는 그 고장 주민의 특성에 맞는 특화된 프로그램을 제공함으로써 지역의 활성화 및 진흥에 이바지하여야 한다. 그리고 지역민의 취향과 욕구에 부응하고 청취자의 다양한 의견을 최대한으로 수렴할 수 있는 프로그램을 개발하기 위한 방안으로 청취자가 관심을 갖는 지역사의 소개도 생각해 볼 수 있다. 또한 정보제공기능을 강화하는 방안으로 단순한 행사안내나 사건중심의 정보제공에서 벗어나 다양한 생활정보를 기획하고 발굴하는 편성작업을 이룸으로써 지역단위의 청취자 흡인을 위한 강력한 시청동기를 부여하여야 한다. 일례로 타운정보, 생활정보, 행정 서비스정보, 시내 각종시설 등의 이용안내, 행사중계, 도로교통정보, 주차장정보, 각종 종합관광 레저정보 등을 제공할 수 있겠다.

둘째, 라디오는 채널충성도가 높으므로 청취자를 일관성있게 유지하기 위해 채널을 차별화하고 특성화하며 대상프로그램을 개발하여야 한다. 이를 위해 지역, 연령, 성별, 경제수준별, 학력별, 청취형태별로 청취대상을 구분하여 세분화된 범주에 따라 전달방법과 방송형식을 개발하는 방안을 생각할 수 있다. 또한 공익성 구현을 위해 인구학적으로 노인, 어린이 프로그램을 개발함으로써 소외계층을 포함한 각 대상층별로 전문적인 내용을 방송하는 지역적인 매체로 발전해야 할 것이다.

셋째, 타매체가 갖고 있지 못한 라디오 매체의 고유한 특성을 최대한 살려 변화되고 있는 수용자의 정보욕구를 충족시킬 수 있는 편성전략을 수립하도록 한다. 일례로 라디오방송의 속보성과 현장성을 살려 정시뉴스와 속보뉴스를 편성제공함으로써 일상생활과 관련된 정보욕구를 충족시키는 방안을 생가가해 볼 수 있다. 이같은 라디오의 고유특성은 뉴스전문 라디오국 혹은 생활정보 전문 라디오국의 출현과 성공가능성을 제고시킨다. 또한 라디오는 다수의 수용자가 공동으로 이용하는 미디어가 아니라 각자 혼자서 이용하는 개인적 시청상황을 특성으로 하기 때문에 수용자의 취향, 연령, 학력 등에 따른 전문화, 세분화된 편성을 한다든지, 라디오 특성에 맞는 교양 프로그램을 개발하고 혁신을 이룸으로써 라디오방송의 문화적 기능을 강화시키도록 한다.

넷째, 수용자 참여폭의 확대를 위해 청취자의 오디오 투고, 전화, 현장, 인터뷰, 프로그램 출연 등 직접 참여폭을 확대한 편성을 이루고, 시청자와 시청자를 연결해주고 시청자들을 토론의 광장으로 끌어들일 수 있는 중재자적 역할을 위한 프로그램을 편성함으로써 참여민주주의와 악세스권의 실현을 도모하여야 한다.

다섯째, 과학적인 시장조사, 사후조사를 통해 기존 프로그램에 대한 만족도와 방송되길 원하는 프로그램 등을 조사하여 이후 편성에 반영토록 하여야 한다. 과학적인 수용자 조사

를 통하여 대상방송을 강화할 수 있을 것이다. 또한 지역주민 생활시간대의 과학적인 조사와 청취형태라든지 방송에 대한 청취자 의식에 관한 조사를 실시하여 지역주민의 일상적 생활양식과 일치하는 편성전략을 수립하여야 한다.

여섯째, 제한된 방송자원 활용률의 극대화를 통해 비용을 절약해야 하는 편성을 이루어야 한다. 이를 위해서는 효율적인 인력구조를 통해 조직내 창의성을 최대한 이끌어내며 기자재를 효율적으로 사용하고 관리를 철저히 할 수 있는 체계를 수립하는 것이 관건이며, 소규모 조직이 지닐 수 있는 유연성, 기동성의 장점을 살릴 수 있는 편성전략을 확립하여야 할 것이다.

일곱째, 프로그램 공급원의 다양화를 통해 지역에도 프로그램 프로덕션을 활성화하고, 대학을 비롯한 각 사회단체나 지역주민 모두가 프로그램 공급원이 될 수 있도록 고무시킨다.

마지막으로 가용채널수가 많은 라디오 매체의 특성을 십분 활용하고 프로그램 내용을 다양화할 수 있도록 하기 위해서는 방송법에서 FM 방송을 특수방송으로 묶어 음악방송만을 하도록 한 조항을 폐지하여 뉴스와 오락 등 방송사의 편성전략에 따라 다양한 편성을 하도록 해야 할 것이며, 각 방송사는 경영규모를 고려할때 다품종 보다는 단일 품종의 특화된 편성전략을 자율적으로 택하는 방법을 고려할 수 있을 것이다.

신설되는 소출력라디오 방송사는 경영적 판단에 따라 지역네트워크를 형성할 수도 있고 FM 다중방송을 이용한 복합서비스도 추구할 수 있다. 철저한 시장조사를 통해 어떤 청취계층을 대상으로 방송할 것인지를 스스로 도출하도록 하며, 경쟁은 어디까지나 제한된 규모(소출력)의 풀뿌리 차원에서 이루어져야 한다. 예상되는 부작용도 그 지역안에서 소화되도록 제도적 장치를 마련하는 방안을 생각해야 하겠다.

프로그램의 원활한 공급을 위해 작은 규모의 라디오국은 보도업무의 pool 제도를 도입하는 방안을 고려할 수 있다. 즉 자체 보도시설을 갖추고 각 지역마다 특파원을 파견하는 것은 상당한 인적, 물적 낭비 요인이 되므로 공동으로 특파원을 파견, 취재하는 공조체제를 확립한다는 것이다.

한편 권역별 공동 기획, 공동제작을 통해 중앙에서 지방으로 내려가는 전국프로그램과 지역독자적인 시각으로 만든 지역프로그램과의 중간에서 권역의 문화, 권역의 정보, 권역공통의 문제를 다룰 수 있을 것이다. 이를 통해 인력과 장비, 경비의 절감으로 얻어지는 제작의 경제성, 지역방송사간의 시각과 능력의 교류, 현장의 제작능력의 향상 등을 도모할 수 있다.

또한 라디오 뉴스 전문회사를 설립하는 방안을 고려할 수 있겠다. 라디오는 청각매체로

서 토크와 음악프로그램의 편성이 특성이고, 토크 중에서도 뉴스 기능이 큰 몫을 차지하지만 단위 경제규모가 작기 때문에 뉴스 취재보도에 한계가 있다. 따라서 라디오사들은 공동으로 라디오 뉴스사를 설립하여, 신문이나 TV 와는 다른 독자적 취재보도망을 갖출 필요가 있다. 소출력 라디오는 언론매체라기보다는 생활매체로서 보도는 전문 보도기관(도매상에 해당되는 전문기관이나 신디케이트)과의 계약에 의해 공급받거나 방송사들이 공동 출자해서 전문기관을 공동으로 설립하는 방안을 검토할 수 있겠다.

이외에도 로컬프로그램의 질적 향상을 도모하기 위하여 지역방송 프로그램 개발기금을 조성하여 지역방송의 우수 프로그램이나 참신한 기획, 또는 공적이 있는 방송요원에게 장려금을 지급함으로써 지역프로그램 품질향상을 위한 연구개발비로 사용토록 하는 방안을 고려할 수 있겠다.

4. 신설 소출력 지역라디오방송의 기술모델

FM 방송을 위한 주파수할당 가능여부는 FM 방송의 새로운 확장여부를 결정하는 매우 중요한 문제로 대두되는 것이라 하지 않을 수 없다. 즉, FM 방송의 신설가능 여부는 출력의 대소를 막론하고 주파수에 딸린 것으로 현재 우리 나라가 사용하고 있는 FM 방송 주파수는 166 개국에 달하고 있으며 이들 방송 주파수는 상당히 중복사용되고 있는 실정이다.

따라서 현재와 같은 송신조건을 유지하는 한 새로운 FM 방송의 신규확장은 매우 어렵게 될 것으로 생각된다.

그 이유는 현재와 같은 조건하에 상호중복 주파수의 할당이 겹쳐져 나갈 경우 동일 또는 인접 주파수에 의한 인접방송 전파에 혼신장애를 야기시켜 방송의 청취상태를 악화시킬 뿐 아니라 주파수의 가용범위를 매우 축소시키는 결과가 되기 때문이다.

그러므로 새로운 FM 방송의 신설을 도모하기 위해서는 송신지점과 송신출력, 서비스 대상 구역의 확보에 있어 현행 관행을 바꾸어야만 그 가능성이 모색될 수 있다고 생각된다.

이를 위한 구체적 접근 방안은 ① 신설방송국의 송신위치를 저지대로 하며, ② 송신 출력도 고출력 방식으로 중 소출력으로 적용하며, ③ 방송대상 구역도 광역 구성을 지양하고 지역화시켜 나가는 방향으로 전환되어야 한다는 점이다.

소출력, 저지대의 FM 방송국 신설은 Community Radio 라는 관점에서 대도시는 물론 중 소도시, 산업지역, 특수지역의 역내 방송 등에 다양하게 적용할 수 있을 것이며 방송 소신출

력은 해당지역의 서비스 수용여건에 따라 3Kw-0. 1Kw 급 또는 그 이하 출력으로 중계방송하는 방법을 고려할 수 있겠으며 이것은 지역수용여건을 반영할 수 있도록 하는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

FM 방송은 송신시설과 제작, 송출시설로 크게 구분하며 관련시설의 용도별 투자비를 종합하면 13~14억 정도가 소요될 것으로 예상된다.

FM 방송을 위한 인력은 방송운영 즉, 프로그램의 제작과 송출, 방송시스템의 운용, 방송업무의 종합관리 등에 필요한 인력을 확보하여야 할 것이다. 방송제작 분야의 경우는 여러가지 요인이 있으므로 기존의 방송사가 운용하고 있는 인력확보의 예를 참고로 제시하기로 하며 그 대상으로 KBS 의 1, 2FM 방송에 직접제작에 투입되고 있는 인력을 보면 1FM 은 1 일 22 시간 방송에 부장을 포함하여 12 명, 2FM 은 24 시간 종일 방송에 모두 20 명으로 구성되어 방송을 제작하고 있다. 기술인력은 송신시설의 운용을 유인 방식으로 할 경우에는 6~8 명, 자동화로 운용시는 2 명 정도를 고려하면 될 것이며, 제작시설은 스튜디오당 1 명, 중계방송 시설운용에는 시설당 2 명, 송출스튜디오 운용은 8 명(2 조 4 교대), 시설의 보수 유지 종합관리 등에 인력이 추가되면 될 것으로 생각된다.

소요 인력의 확보는 일부 경력자 확보를 중심으로 신규 사원을 확보하여 가벼운 출발이 되도록 함이 타당할 것이며 일부 경력자의 경우에는 기존 방송사로부터 정년 퇴임자들 중에서 해당 분야에 적합한 인력을 선발, 활용함과 동시 신규사원의 교육, 훈련도 담당하도록 하는 것이 최선의 인력확보 및 활용계획이 될 수 있을 것이다.

신규 선발자에 대한 교육 훈련은 기존 방송사에 의뢰하여 위탁교육을 실시하는 것이 타당할 것이며 불교방송의 개국초기 단계에 불교방송은 KBS 방송 연수원에 방송운용 인력에 대한 교육을 의뢰하여 방송요원과 교육과 훈련을 실시한 것은 좋은 예가 될 수 있을 것이다. 또한 방송개발원에서 소수 정예인원을 훈련시키는 방안도 고려해 볼 수 있겠다.

참 고 문 헌

1) 국내문헌

강대인 (1985), “지방방송에 관한 일연구”, 『사회과학논총』, 제3집.

강대인 (1987), “한국 지방방송에 대한 사적 고찰”, 『언론연구』, 계명대학교 지방언론연구소

강대인 (1993), “청취패턴의 변화와 채널경쟁에 따른 라디오 편성연구”,『방송문화연구 ‘93』, pp. 91-111.

강상현 (1994, 여름호), “방송환경의 변화와 지역방송의 과제 지역방송의 다중적 위기와 그 해소책을 중심으로”, 『방송연구』, pp. 12-38.

공영방송 발전 연구위원회 (1994.3), 『공영방송 발전방안 연구보고서』.

김광옥 (1994), “미디어환경 변화와 라디오방송의 대응”, 『다매체 다채널 시대의 라디오 방송』, 한국방송개발원, pp. 7-20.

김광호 (1994. 8), “독일FM방송”, 『FM매거진』, pp. 26-27.

김광호 (1994.10), “프랑스FM방송”, 『FM매거진』, pp. 28-29.

김동규 (1994. 여름호), “지역방송의 활성화를 위한 산업적 분석”, 『방송연구』. pp. 39-2.

김민환 (1988, 여름), “지방자치와 언론”, 『신문연구』.

김민환, 변동현 (1983), “지역발전과 방송”, 『언론문화연구』, 1집.

김명국 (1990), “지방자치와 언론”, 『지방자치와 언론』, 한국언론연구원.

김영석 (1993), “지역방송의 소유와 경영”, 『문민시대의 지역방송』, 한국방송학회 학술세미나.

김우룡 (1986), “지방방송의 활성화를 위한 제도적 개선방안”, 『방송위원회 종합보고서』.

김 현 (1986), “한국 라디오방송의 활성화 방안 연구 KBS 라디오 정책제안을 중심으로”, ‘92년도 한국언론학회 봄철 정기 학술발표회 발표논문.

문화방송 (1991), 『1991년 TV시청형태조사』, 한국갤럽조사연구소.

박기성 (1990/91), “지방화시대의 지역방송”, 『언론연구』 제3집, pp. 77-92.

박정규, 전환성 (1990), “지방자치와 지방언론”, 『지방자치와 언론』, 한국언론연구원.

방송위원회 (1986), “지역사회 발전과 지방방송의 역할”, 『제7회 방송세미나 종합보고서』.

방송위원회 (1989), 『전환기 한국방송의 과제』, ’89 방송위원회 세미나 종합보고서.

방송위원회 (1991), 『’91 방송 편성·정책 연구위원회 종합보고서 방송환경 변화와 편성의 특성화 방안연구.

방송위원회 (1994), “국제화/뉴미디어시대의 라디오방송의 전략”, 『’94방송편성·정책연구위원회 종합보고서』, pp. 137-183.

방송위원회 (1994. 11), 『지역방송 발전방안 연구보고서』.

배 준 (1993), “뉴미디어 시대의 라디오 대응 방안”, 『방송연구논문집』, 제5집, pp. 67-96.

변동현 (1991), “문민시대의 지역방송과 지역문화”, 『방송문화』, 문화방송.

변동현 (1993), “문민시대의 지역방송과 지역문화”, 『문민시대의 지역방송』, 한국방송학회 세미나, pp. 31-45.

서규석 외 (1989), 『전환기 한국방송의 과제』, ‘89방송위원회 세미나 종합보고서, pp. 101-124.

안수근 (1988), “지방자치제하의 Local방송 운용에 관한 연구”, 『언론연구논집』, 제7집, pp. 51-75.

안수근 (1990), “지역방송의 환경변화와 자립방안”, 『지방자치와 언론』, 한국언론연구원.

안수근 (1991), “방송환경의 변화와 지역방송의 자립방안”, 『방송문화』, 문화방송.

안홍엽 (1992), “지방방송의 편성전략과 제작방향”, 『방송연구논문집4』, 문화방송.

유성화 (1994. 12), “라디오방송의 전문화 시급”, 『방송문화』, pp. 24-27.

유재천 (1994. 여름호), “방송의 국제화와 지방화”, 『방송연구』, pp. 2-11.

이혜갑 (1995. 2), “매체환경 변화와 지역 방송광고시장”, 『언론과 정보 창간호』, 부산대 언론정보연구소, pp. 109-138.

장낙인 (1992), “지방TV방송의 활성화 방안”, 『방송문화연구』, 한국방송공사.

장동범 (1993), “지역방송의 중앙방송 종속과 구조적 모순”, 『방송구조 개편과 지역방송 발전을 위한 대토론회』, 발표논문집.

장영수 (1994), “라디오방송의 문제점과 개선방안”, 『다매체 다채널 시대의 라디오방송』, 한국방송개발원, pp. 25-44.

전환성 (1988), “지역방송의 역할”, 『한국방송연구』, 한국방송공사

전환성 (1991, 겨울호), “다매체시대의 라디오 지방방송 특성화를 중심으로”, 『방송연구』, pp. 112-135.

전환성 (1992), “지역방송과 지역문화”, 『언론연구』 제4집, pp. 39-72.

최양수 (1994. 6), “미국FM방송”, 『FM매거진』, pp. 24-25.

한국방송개발원 (1993), 『민간지역방송 신설방안에 관한 연구』.

한국방송개발원 (1994), 『2000년 방송환경과 과제』.

한국방송개발원 (1994. 11), 『방송환경 변화와 라디오의 대응 라디오 르네쌍스를 위하여』.

한진만 (1990), “지방방송의 문제와 대책”, 『신문과 방송』, 232호.

한진만 (1994), “지역방송의 장기발전 방안에 관한 연구”, 『언론문화』, 제2집.

홍기선 (1993), "한국방송 이제는 달라져야 한다", 한국방송학회 정기포럼, 한국방송확회.

2) 외국문헌

Aiken, E. G. & Affe, R. B, (1993), "Independent Station Programming", S. T. Eastman, (Ed.), Broadcast/Cable Programming, Wadsworth Inc.

Barbook, R. (1985), "Community Radio in Britain", Radical Science Journal, Vol. 16., pp. 71-72.

Barlow, W. (1988, spring), "Community Radio in the U.S : the Struggle for a Democratic Medium", Media, Culture and Society, : "미국의 지역사회 라디오 - 민주적 매체를 위한 노력", 『방송연구』, 1989 여름호, pp. 204-220.

Beaud, P. (1980), Community Media ? Local Radio Television and Audio-Visual Animation Experiments in Europe, Council of Europe.

Berrigan. F. (ed.) (1977), Access : Some Western Models of Community Media, Paris : UNESCO.

Browne, D. (1989), Comparing Broadcast Systems, Ames : Iowa State Univ.

Browne, D. R. (1984), "Alternatives for Local and Regional Radio : Three Nordic Solutions", Journal of Communication, 34(2), pp. 36-55.

Entman, R. M. & Wildman, S. S. (1992), "Reconciling Economic and Non-Economic Prespective on Media Policy : Transcending the 'Marketplace of Ideas' ", Journal of Communication, 42(1).

Fesler, J. W. (1964), Area and Administration, Alabama : Univ. of Alabama Press.

Foster, E. S. (1982), Understanding Broadcasting ,2 nd ed., Addision-Wesley Publishing Company.

Head, S. W. (1985), World Broadcasting Systems : A Comparative analysis, Belment, Cal : Wadsworth.

Head, S. W. (1990), Broadcasting in America(6 th ed.), Houghton Mifflin Co., Boston.

Higgins, C. S. & Moss, P. D. (1982), Sounds Real : Radio in Everyday Life, St Lucia : University of Queensland Press.

Hochheimer, J. (1988), " Community Radio in the United States : Whom Does It Serve? ", RTV Theory and Practice, Special Issue 3, pp. 160-184.

Howell, W. J. (1986), World Broadcasting in the Age of the Satelite, Norwood, N. J : Ablex Publishing Corporation.

Husseini, S. (1994), " The Broken Promise of Public Radio ",The Humanist, pp. 26-29.

Lewis, P. & Booth, J. (1990), The Invisible Medium : Public, Commercial and Communaty Radio, Howard University Press.

Lewis, P. M. (1976), Community Control of Local Radio, Strasboutg : Council of Europe.

McCain, T. A. & Lowe, G. F. (1990), " Localism in Western European Radio Broadcasting Untagling the Wireless ", Journal of Communication, 40(1).

McNamara, K. J. (1992, winter), " Reaching Captive Minds with Radio ", U. S. Broadcasting, pp. 23-40.

McNulty, J. (1979), Other Voices in Broadcasting : the Evolution of New Forms of Local Programming in Canada, Telecommunications Research Group, Simon Fraser University.

Midgley, J. (1986), Community Participation, Social Development, and the State, New York : Methuen.

Millspaugh , A. C. (1936), Local Democracy and Crime Control, Washington D. C. : Brookings Inc.

National Federation Community Broadcasters (1982), We Make Community Radio : Community Radio in the United States, Washington DC. NFCB pamphlet.

Palmer, R. (1947), School Broadcasting in Britain : London : British Broadcasting Corporation.

Patridge, S. (1982), Not the BBC/IBA : The Case for Community Radio, London : Comedia.

Prato, L. (1994, June), " A Major Expansion of Radio News ", American Journalism, Vol. 16, p. 48.

Rosen, P. T. (1988), International Handbook of Broadcasting Systems, Greemwood Press.

Stavistsky, A. G. (1994), " The Change Conception of Localism in U. S. Public Radio ", Journal of Broadcasting & Electronic Media, Vol. 38, pp. 19-33.

3) 자료

내무부 (1994), 『한국도시연감』.

문화방송 (1994), 『문화방송연지』.

문화방송, 『세계방송정보』.

방송위원회 (1994), 『연차보고서』.

방송위원회, 『방송과 시청자』.

일본방송협회편 (KBS 방송연수원 번역), 『방송기술시스템』.

일본방송협회편 (KBS 방송연수원 번역), 『방송송신기술』.

일본방송협회편 (KBS 방송연수원 번역), 『송신기』.

전파관리국편, 『전파관계고시집』.

제일기획 (1994), 『광고연감』.

한국방송공사 (1994), 『KBS 연지』.

한국방송공사 (1994), 『중기종합경영구상』.

한국방송공사 (1994), 『경영평가보고서』.

한국방송공사 (1994), 『해외방송정보』.

한국언론연구원 (1994), 『한국신문방송연감』.

한국전기통신산업연구소편, 『방송기술』.

연구보고 95-01
소출력 지역라디오방송 신설방안 연구

1995年 8月 31日 印刷
1995年 8月 31日 發行
發 行 人 엄 호 현
發 行 處 韓國放送開發院
서울特別市 瑞草區 瑞草洞 700番地
電話 : 5803-800 FAX : 521-6680
主管部署 : 放送政策研究室

이 책은 방송진흥원을 위한 공익자금을 사용하여 펴낸 책입니다.
본원의 허가없이 무단복제나 전재를 금합니다.