

목 차

I. 서론 - 연구의 목적과 의의	511
II. 이론적 배경 - 커뮤니케이션 이론과 경찰 인터넷 방송	515
1. 커뮤니케이션 과정 이론	515
(1) 샤논과 위버의 線形모델(Shannon and Weaver's linear model of communication)	516
(2) 쉬람과 오스굿의 圓形모델(Schramm-Osgood circular model)	518
(3) 댄스의 나선형 모델(Dance's helical spiral model of communication)	519
(4) 체리와 쉬람의 '나눔의 과정' 모델	521
(5) 커뮤니케이션에 대한 기호학(Semiology)적 접근	523
(5) 커뮤니케이션 과정이론을 통해 살펴본 경찰 인터넷 방송의 의미	528
2. 매스커뮤니케이션 이론	528
(1) 매스커뮤니케이션과 매스미디어	528
(2) 라스웰 모형(Lasswell Formula)	531
(3) 쉬람 모형(Schramm's Model of Mass Communication)	534
(4) 카츠와 라자스펠트의 '매스미디어와 인적 영향력의 2단계 모델'	536
(5) 라일리과 라일리의 '매스커뮤니케이션 과정의 사회학적 모델'	538
(6) 뉴콤의 ABX 모델(Newcomb's ABX model)	540
(7) 웨슬리와 맥리안의 매스커뮤니케이션 개념 모델	541
(8) 매스미디어의 영향력에 관한 이론들	543
(9) 소비자 중심의 미디어 이론	548
(10) 매스커뮤니케이션 이론과 경찰 인터넷 방송	549
III. 인터넷 방송의 개요와 현황	551
1. 개념	551

2. 인터넷 방송의 기술적 요소	552
(1) 인터넷	552
(2) 월드와이드웹	554
(3) 스트리밍	555
(4) Buffering	556
(5) 멀티캐스트	557
(6) 푸 쉬	558
(7) VOD(Video On Demand)	559
(8) AOD (Audio On Demand)	560
(9) 인터캐스트(Intercast)	560
3. 인터넷 방송의 현황	561
(1) 방송국과 주요 시청자군	561
(2) 인터넷 방송국의 분류	562
4. 기존 매스미디어와 인터넷 방송	564
IV. 경찰 독자방송망 구축의 의의와 필요성	566
1. 경찰과 매스미디어 환경의 변화	566
(1) 경찰과 매스미디어	566
(2) 매스미디어의 의미와 개념 변화	567
(3) 미디어상의 '경찰'·'범죄' 관련 콘텐츠 증가	568
(4) 미디어산업의 e-혁명 : 디지털 방송	568
(5) 디지털 방송시대와 경찰	570
2. 대내적 커뮤니케이션 효과 증대	570
(1) 원격근무체제	570
(2) 공개행정을 통한 신뢰확보	571
(3) 원격교육을 통한 비용절감 및 효과증대	571
(4) 범죄수사에 있어서의 e-혁명	572

3. 대외적 커뮤니케이션 효과 증대	574
(1) 경찰 마케팅	574
(2) 경찰 활동에의 대중참여 확대	576
(3) 경찰입장 대변창구 확보	577
4. 대안적 매스미디어의 제공	579
V. 경찰 인터넷 방송의 현황 및 평가	583
1. 개 황	583
2. PBN의 방송 내용과 시청자 참여	585
(1) 일반인용 방송 프로그램	585
(2) 어린이/청소년용 방송 프로그램	587
(3) 경찰관 전용 방송 프로그램	588
3. 종합평가 및 문제점	589
(1) 홍보의 부족	589
(2) 인터넷의 한계, off-line 활동과의 연계부족	590
(3) 독립성의 부족, '선전도구'로 인식	592
(4) '방송'으로서의 전문성 부족	593
VI. 국내외 유사 사례 검토	594
1. 국내 사례 : (1) 국방홍보원 http://www.dapis.go.kr/	594
(1) 신문부	595
(2) 방송부	597
(3) 영화부	600
(4) 기획협력부	601
(5) 종합분석 및 평가	601
2. 국내사례 : (2) 한국소방방송 (FBN) http://119fbn.fire.go.kr	602

(1) 119 알림 마당	602
(2) 119 뉴스데스크	603
(3) 119 마을	603
(4) 119 아카데미	603
(5) 119 시네마	604
(6) 119 열린마당	604
(7) 종합 분석 및 평가	604
3. 외국의 사례 : (1) Crime Stoppers 등 범죄 및 범집행 관련 프로그램	605
(1) Crime Stoppers	605
(2) America's Most Wanted (http://www.amw.com/)	608
(3) CourtTV.com (http://www.courtstv.com)	612
4. 외국의 사례 : (2) 경찰 텔레비전 네트워크 - LETN	614
(1) 개 요	614
(2) 특 징	615
(3) 운영 시스템	615
(4) 종합 평가	617
VII. 결론 - 경찰 인터넷 방송 효과 제고 방안	618
1. 홍보기능과의 통합, 경찰홍보국으로 조직 확대	618
2. 위성, 케이블과의 연계	619
3. 모바일 시대에 맞는 콘텐츠 개발 등 적극적 마케팅	620
4. 제작진의 전문화	620
5. 실제업무와의 연관성 증대	621
6. 관련 방송·인터넷 사이트와의 제휴 및 프로그램 공유 확대	621
참 고 문 헌	623

그림 차례

<그림 1>	샤논과 위버의 선형모델	516
<그림 2>	쉬람-오스굿 원형 모델	518
<그림 3>	댄스의 나선형 모델	520
<그림 4>	커뮤니케이션의 필요조건으로서의 ‘경험의 공유’	522
<그림 5>	피어스의 의미요소 모델	524
<그림 6>	소쉬르의 의미요소 모델	525
<그림 7>	커뮤니케이션 과정에 대한 라스웰 모형	532
<그림 8>	해당 커뮤니케이션 연구분야가 포함된 라스웰 모형	532
<그림 9>	브래독이 확장시킨 라스웰 모형	533
<그림 10>	쉬람의 마스크뮤니케이션 과정 모델	535
<그림 11>	카츠와 라자스펠트의 2단계 모델(전통적 커뮤니케이션모델과의 비교)	538
<그림 12>	라일리-라일리 마스크뮤니케이션과정의 사회학적 모델	539
<그림 13>	뉴콤의 ABX 모델	540
<그림 14>	웨슬리와 맥리안의 마스크뮤니케이션 개념 모델	542
<그림 15>	소비자 중심의 미디어 연구 모델	548
<그림 16>	경찰인터넷방송국 PBN의 로고	583
<그림 17>	경찰청 홈페이지에 부착된 최우수 행정기관 홈페이지 마크	584
<그림 18>	명예경찰 PBN 로고	588
<그림 19>	국방홍보원 홈페이지 로고	594
<그림 20>	국방일보 로고	594
<그림 21>	국방저널 2001. 12월호 표지	595
<그림 22>	국방화보 소개화면	596
<그림 23>	국군방송 로고	598
<그림 24>	국군영화 로고	600
<그림 25>	한국소방방송 로고	602
<그림 26>	Crime Stoppers International 로고	606
<그림 27>	캐나다 토론토 지역 Crime Stoppers 안내문	608

<그림 28> America's Most Wanted 인터넷 방송 프로그램 로고	610
<그림 29> CourtTV.com 로고	612
<그림 30> Choices and Consequences 로고	614
<그림 31> LETN 로고	614
<그림 32> LETN 운영시스템	616

I. 서론 - 연구의 목적과 의의

본 연구는 현대사회에서 경찰이 그 고유의 기능을 제대로 수행하기 위해 반드시 필요한 국민과 사회의 지지와 신뢰를 확보하는 새로운 대안의 하나로서 '인터넷을 통한 독자 방송망 구축'을 상정하고 그 가능성과 필요성 및 실천방향을 점검해 보겠다는 목적 하에 진행되었다.

민주주의 사회에서 경찰력의 근원은 '사회적 합의(social consensus)'이며, 현대사회가 다양한 경로를 통해 생산, 유통, 소비되는 정보를 통해 이러한 사회적 합의가 도출되는 '정보의 시대(Information Age)'임을 감안할 때, 경찰이 갖추고 사용해야 할 주력무기는 더 이상 '무력'과 '권력'이 아닌 '커뮤니케이션'임을 받아들여야 할 것이다. 이러한 관점에서 경찰은 경찰교육과 훈련과정에서 화법과 대인관계 기술 등 '대인 커뮤니케이션'을 강조하는 한편, 조직 차원에서도 대내적으로는 상하간 원만한 대화분위기 조성 및 원활한 하의상달 체제를 갖추고, 대외적으로는 홍보활동 및 대중매체 활용 등 기존의 대중 커뮤니케이션을 강화하는 한편, '디지털 시대'에 걸맞는 인터넷 등 '뉴 미디어'를 활용한 커뮤니케이션에도 관심을 기울여야 할 것이다.

오늘날 커뮤니케이션이라는 말처럼 자주, 그리고 광범위하게 쓰이는 용어도 드물 것이다. 이처럼 우리 생활의 일부가 되어 있는 단어이지만 그 의미에 대해서는 다양한 시각이 존재하며 아직 널리 합의가 이루어진 우리말의 대체용어조차 발견되지 않고 있어 커뮤니케이션은 외래어임에도 불구하고 마치 우리말 속으로 편입되어 온 것 같은 느낌을 준다. 우리의 생활 속에서 커뮤니케이션은 마치 공기나 물처럼 없어서는 안 되는 존재이며 당연히 우리 곁에 있어야 하며 처음부터 있어온 듯하다. 베릴 같은 학자는 심지어 인간 생활의 70%가 커뮤니케이션으로 이루어져있다고 이야기하고 있다.¹⁾

경찰 커뮤니케이션에 대해 보다 잘 이해하기 위해 커뮤니케이션 자체의 의의에 대해 알아보면, 웹스터 영어사전에는 커뮤니케이션이란 "정보나 아이디어 등을 보내거나 받거

1) David K. Beryl, *The Process of Communications*, New York: Holt, Reinhart, Winston, 1960.

나 교화하는 것(a sending, giving, or exchanging of information, ideas, etc.)”이라고 정의되어 있다.²⁾ 한편 고든 마샬 같은 사회학자에게 있어 커뮤니케이션이란 “모든 사회적 상황에서 발견되는 ‘의미를 구축’해 가는 과정이며 그렇기 때문에 대부분의 사회 과학자들이 다각도로 관심을 갖는 대상(the process of establishing meaning, found in all social situations, and hence a very wide-ranging concern of social scientists generally)”으로 이해된다.³⁾ 커뮤니케이션학자 존 피스크는 커뮤니케이션을 “메시지를 통한 사회적 상호작용(social interaction through messages)”이라고 보고 있다.⁴⁾

매스커뮤니케이션 학자인 데니스 맥과일은 커뮤니케이션이 무엇인지에 대한 정의를 내리기가 무척 어렵다는 점을 강조하면서 어떤 존재가 다른 존재에게 메시지를 보내는 행동이 ‘커뮤니케이션’이 되기 위한 구성요소와 요건들을 제시했는데, 그중 첫 번째는 메시지를 보내는 쪽에 ‘어떠한 정보나 아이디어를 전달하겠다는 의지(intention)’가 있어야 한다는 것이고, 둘째는, 메시지를 받는 쪽에 이러한 정보나 아이디어를 필요로 하는 ‘동기(motive)’가 있어야 한다는 것이며, 셋째는 메시지의 내용을 이루는 다른 사람, 물건, 아이디어 등의 ‘대상(subject matter)’이 있어야 한다는 것이고, 넷째는 보내는 쪽과 받는 쪽 모두 ‘보내고 받는 행동(activity)’을 하여야 한다는 것이고, 다섯째는 보내고 받는 쪽에 ‘공통적인 언어(common language)’가 있어야 한다는 것이며, 여섯째는 양자간에 어느 정도의 ‘시간과 경험의 공유(sharing of time and experience)’가 있어야 한다는 것이다. 맥과일은 아울러, 이러한 커뮤니케이션이 불특정 다수를 향한 매스커뮤니케이션이 되기 위해서는 기술(technology)과 시장(market)이 추가로 필요하다고 주장했다.⁵⁾

한편, 커뮤니케이션 이론의 선구자 중 한 사람인 윌버 쉬람은 커뮤니케이션이라는 용어가 ‘공통’, ‘공유’ (common)를 뜻하는 라틴어의 ‘communis’에서 비롯되었음을 지적하면서 커뮤니케이션을 “다른 사람과 공감대를 형성하기 위한 시도로 행하는 정보, 아이디

2) The New Lexicon Webster's Dictionary of The English Language - Deluxe Encyclopedic Edition, New York, Lexicon Publications, Inc. 1992.

3) Gordon Marshall (ed.), the Concise Oxford Dictionary of Sociology, Oxford, Oxford university Press, 1994, p. 71.

4) John Fiske and John Hartley, Reading Television, London, Routledge, 1978, pp. 78-9.

5) Denis McQuail, Communication 2nd Edition, Essex, Longman Group Limited, 1984, pp. 2-3.

어 또는 태도의 공유(attempt to establish a commonness with someone else, that is to share information, an idea, or an attitude)”라고 정의하였다.⁶⁾

종합해 보면, 다른 동물과 달리 사회를 이루고 사는 인간을 인간답게 하는 가장 중요한 요소 중의 하나가 커뮤니케이션이며 이는 곧 ‘인간이 하는 모든 의미 있는 행동’이라고 정의될 수 있을 것이다. 물론, 동물들도 소리와 몸짓 등으로 짝짓기를 하기도 하고 무리를 이루어 서로를 보호하기도 한다. 하지만 인간 커뮤니케이션은 이러한 동물들의 단순한 신호교환과는 다른 고도로 복잡하고 다양한 형태와 내용과 과정과 파급효과를 가지고 있다. 다시 말해서 커뮤니케이션이 있었기에 인간사회는 어떤 다른 집단과 다른 공동체 의식과 정체성을 가지게 되었으며 그 결과 ‘인류(humankind)’라는 정신적 유대를 공유하게 되었다. 이러한 인간 커뮤니케이션은 크게 세 가지 종류로 나누어 볼 수 있는데, 첫째는 개인과 또 다른 개인 또는 소수의 개인들간에 이루어지는 대인(對人)커뮤니케이션(interpersonal communication), 둘째는 일정한 집단 내에서 이루어지는 집단커뮤니케이션(group communication), 셋째는 대규모의 불특정 다수를 상대로 행해지는 매스 커뮤니케이션(mass communication)이다.

대화나 서신·전화·연설 등을 통해 두 사람 또는 소수의 사람들간에 이루어지는 대인 커뮤니케이션(interpersonal communication)은 매스 커뮤니케이션에 비하면 양적인 영향력은 미미하지만, 전달자와 피전달자의 관계가 보다 직접적이므로 질적으로 밀도가 높다. 대인 커뮤니케이션의 주요특성으로는 커뮤니케이션 상황이 대체로 대면적이며 형식은 대체로 비형식적이고 메시지의 흐름이 양방향적이어서 피드백이 즉각적이고 극히 원활하다는 점, 대량의 정보를 다수의 수용자들에게 전달하는 속도가 매스 커뮤니케이션에 비하여 매우 느리다는 점 등을 들 수 있다. 집단 커뮤니케이션은 다시 소집단 커뮤니케이션(small group communication)과 조직 커뮤니케이션(organizational communication)으로 나눌 수 있으며 매스 커뮤니케이션은 그 사용 매체의 유형에 따라 다시 크게 두 가지, 즉 신문·잡지·서적 등의 인쇄매체에 의한 것과 라디오·텔레비전·영화·통신 등의 전파매체를 통한 것으로 나뉘며 현대 자본주의 산업사회의 특성상 매스 커뮤니케이션의 한

6) Wilbur Schramm, *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana, University of Illinois Press, 1954, p. 3.

형태인 광고·PR·선전 등 설득 커뮤니케이션(persuasive communication)의 수요와 비중이 점차 증가하고 있다.

아울러, 일반적인 커뮤니케이션 분류에는 포함되지 않지만 인간 내면에서 행해지는 커뮤니케이션 작용과 활동을 ‘인간 내적 커뮤니케이션(intra-personal communication)’이라고 하는데, 독백이나 사색, 의지의 작용으로 육체를 단련시키거나 환경에 대응해 나가는 과정 등 메시지가 개인 자신에 의해 만들어지고 이용되는 개인 수준에서 발생하는 커뮤니케이션을 뜻한다. 꿈이나 무의식의 작용, 잠재의식 등 정신분석학적 활동 역시 ‘인간 내적 커뮤니케이션’이라고 볼 수 있다.

최근에는 전자기술의 발달로 사용자의 선택에 따라 ‘인간 내적’, ‘대인적’, ‘집단적’ 및 ‘매스 커뮤니케이션’을 자유자재로 할 수 있는 인터넷 등 뉴미디어의 사용이 보편화되어 인간 커뮤니케이션은 새로운 국면으로 접어들게 되었다.

특히, 경찰활동에 있어 커뮤니케이션은 핵심적인 위치를 차지한다. 범죄자를 검거하는 업무를 예로 들어보면, 범죄사건 신고를 받는 것으로부터 시작해서 피해자와 목격자로부터 이야기를 듣고 보고서를 작성하며 용의자의 인상착의를 파악하여 이를 널리 알리고 탐문을 하고 보도자료를 작성하여 배포하고 기자회견을 하며 검거 후에는 검거보고서를 작성하고 심문을 하며 영장을 신청하고 조서를 작성하여 송치를 한 후 법정에 출두하여 진술을 하는 등 거의 모든 과정이 커뮤니케이션으로 이루어진다. 그 이전에, 수사요원을 양성하기 위한 교육과 신종범죄 및 새로운 수사기법에 대한 정보전파 역시 커뮤니케이션을 통해 이루어진다. 경찰은 또한 내부적으로도 업무의 처리와 여론의 수렴, 정책의 결정 및 계획의 수립 등을 위한 커뮤니케이션을 끊임없이 행하고 있다. 더구나 동서고금을 막론하고 경찰에게 요구되는 가장 중요한 역할 중의 하나는 경찰의 고객이자 대상인 각계각층, 각양각색의 주민들 및 기관 단체들과의 원활한 의사소통이다.

경찰 커뮤니케이션 중에서도 점차 그 중요성을 더해가고 있는 것이 경찰 조직내 구성원들간의 원활한 의사소통과 동일한 메시지를 여러 지역에 있는 다수 경찰관에게 신속하고 효과적인 전파를 하기 위한 ‘집단커뮤니케이션’과 경찰의 외부환경인 동시에 경찰 서비스의 고객인 대중과 공감대를 형성하기 위한 ‘경찰 매스 커뮤니케이션’이라고 할 수 있다.

본 연구는, 이러한 기본적 인식 하에 ‘경찰 인터넷 방송’을 새로운 대내외적 커뮤니케이션 수단으로 제시하면서 이에 대한 기본적 이해를 돕기 위해 커뮤니케이션과 매스커뮤니케이션 이론을 경찰 인터넷 방송과의 관련성을 중심으로 정리하여 이론적 틀을 마련한 후, 일반적인 인터넷 방송의 개념과 의의 및 활용 실태와 현황을 정리하여 ‘경찰 인터넷 방송 효과 제고’를 위한 참고로 삼고, 이러한 이론적 배경과 현황 검토를 통해 경찰이 독자적 인터넷 방송망을 구축하여 활용해야 할 필요성을 점검해 본 후, 현재 제한적이고 기본적인 범위 내에서 운영되고 있는 경찰인터넷 방송국 PBN의 현실에 대한 분석과 점검을 하였다. 그 후에, 국내외의 유사 기관, 단체의 뉴 미디어를 활용한 독자 방송망 구축 사례를 분석 검토하여 한국 경찰 인터넷 방송의 효과성 제고를 위한 사례로 벤치마킹을 하였으며 이러한 연구내용들을 종합하여 나름대로의 실천적인 개선방안들을 제시하였다.

연구방법으로는, 문헌조사와 사례분석을 주로 사용하였고, 필요한 경우 자료의 해석과 현황과약을 위해 제한적으로 관계전문가 면담조사를 실시하였다.

Ⅱ. 이론적 배경 - 커뮤니케이션 이론과 경찰 인터넷 방송

1. 커뮤니케이션 과정 이론

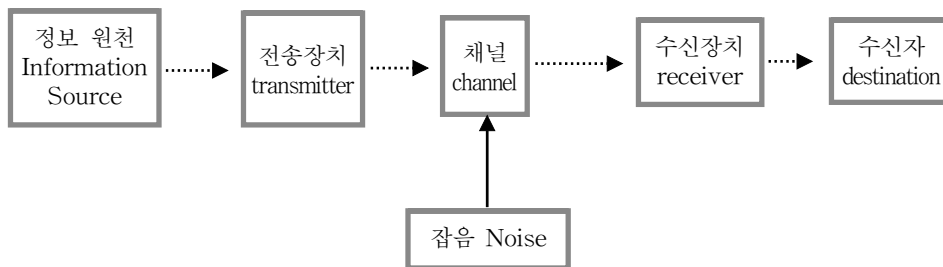
커뮤니케이션에 대한 연구는 그 초기에 커뮤니케이션이 작용하는 방법, 커뮤니케이션에 영향을 미치는 요소들, 메시지를 보내는 자와 받는 자가 다양한 경로와 매체를 어떻게 선택하는지 그리고 메시지를 보내는 자는 어떻게 부호화(encoding)하며 받는 자는 어떻게 이를 풀어 해석(decoding)하는 지 등 커뮤니케이션의 과정(process)에 초점이 맞추어졌다. 이러한 접근 방법에 있어 가장 중요한 문제는 커뮤니케이션의 ‘정확성(accuracy)’과 ‘효율성(efficiency)’이었다. 다시 말하면 이러한 초기 커뮤니케이션 과정

이론은 커뮤니케이션의 결과가 의도한 바대로 나타나지 않는다면 그 커뮤니케이션은 ‘실패(failure)’로 간주하며 커뮤니케이션 과정 중 어느 부분에서 문제가 발생했는지를 찾으려 한다. 이러한 접근방법에 있어 커뮤니케이션을 연구하는 목적은 잡음과 방해요소(noise)를 없애서 보낸 메시지와 같은 메시지를 수신하도록(fidelity)하는 것이었다. 이러한 초기 커뮤니케이션 과정이론에서는 커뮤니케이션을 메시지의 단순하고 일방적인 전달(simple transmission of messages)로 보았으나 후기 커뮤니케이션 과정이론에서는 커뮤니케이션을 ‘나눔의 과정(process of sharing)’으로 이해하고 있다.

(1) 샤논과 위버의 線形모델(Shannon and Weaver's linear model of communication)

1940년대 말, 벨 전화회사의 연구실에서 근무하던 수학자인 클로드 샤논과 워렌 위버는 통신상의 기술적 문제를 해결하기 위해 커뮤니케이션을 일방향적인 직선으로 묘사하는 모형을 만들어 내었다.⁷⁾ 그 후에 샤논과 위버는 커뮤니케이션의 개념을 그 효과에 초점을 맞추어 ‘어떤 마음 또는 체계가 다른 상대에게 영향을 미치는데 관계되는 모든 과정’이라고 확장하게 된다. 다음 그림에서 보여지듯이 샤논은 이러한 커뮤니케이션 과정에 다섯 가지 핵심 요소와 한가지 역기능 요소인 ‘잡음 또는 방해(noise)’가 있다고 주장했다.⁸⁾

<그림 1> 샤논과 위버의 선형모델⁹⁾



7) Claude E. Shannon and Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana, The University of Illinois Press, 1964, pp. 31-5.

8) Ibid. pp. 33-4.

9) Ibid. p. 7.

위 그림에서 보여지듯이, 샤논과 위버가 상정한 커뮤니케이션 과정은 첫째, 정보원천 또는 메시지 발신자(Information source, sender)가 개별 메시지 또는 연속된 메시지群을 보내면, 둘째로 전송장치(transmitter)가 이를 부호화(encoding)하고, 셋째로 부호화된 메시지는 수신자에게 이르는 적절한 경로(channel)를 따라 신호(signal)의 상태로 전송되어(transmitted or communicated), 넷째로 수신장치에 이르러 이 신호가 해독되어(decoding), 마지막으로 목적지 또는 수신자(destination)에게 도달되는 것이며 그 과정에 정확한 메시지의 전달을 방해하는 다양한 형태와 종류의 잡음(noise)이 개입되어 정보원천이 보낸 메시지와 수신자가 받는 메시지간의 차이를 발생하게 할 수 있다.

이러한 샤논과 위버의 이론에 의하면 커뮤니케이션이 실패하는(보낸 메시지와 받은 메시지간의 차이 발생) 과정에서 발생하는 공통된 이유 중 하나는, 커뮤니케이션을 하는 사람들(communicator)이 보낸 메시지와 받는 메시지는 일치하지 않을 수 있다는 사실을 인지하지 못하기 때문이다.¹⁰⁾ 다시 말해서, 적절한 전송시스템을 갖추어 놓고 기계적 수학적으로 검증된 부호화(encoding) 및 해독화(decoding) 시스템만 갖추어 놓으면 당연히 보낸 메시지와 받은 메시지가 일치하여야 한다는 생각을 가지게 되면 전송과정에서 개입할 수 있는 다양한 잡음과 방해요소(noise)에 대한 고려를 하지 못하게 되고 그 결과 noise에 의한 메시지 변형이 이루어진다는 것이다.

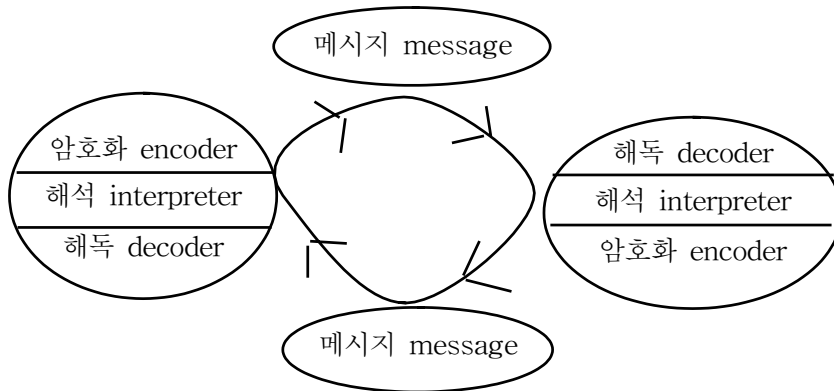
예를 들어 경찰청이 우산 빌려주기, 펑크난 타이어 갈아주기 등 대민서비스를 강화한다는 보도자료를 배포하였으나 언론지상에는 “할일 없는 경찰, 선심성 전시행정만”이라는 제하의 비난성 기사가 보도되는 상황이 발생한다면, 샤논과 위버의 선형이론은 이를 ‘커뮤니케이션 실패’로 규정하고 보도자료 작성으로부터 언론보도에 이르는 커뮤니케이션 과정의 ‘기술적 결함’ 및 메시지의 변형을 가져온 ‘방해요소(noise)’를 찾으려 할 것이다.

하지만 이러한 선형이론은 지나치게 단순하고 피드백을 무시한 일방향적인 모델로 복잡한 인간 커뮤니케이션 과정을 설명하기에는 부족하다는 비판을 받았다.

10) Ibid. pp. 3-6.

(2) 쉬람과 오스굿의 圓形모델 (Schramm-Osgood circular model)

샤논과 위버의 선형이론이 안고있던 문제점들을 해결한 새로운 모델이 후에 쉬람과 오스굿(Wilbur Schramm and C.E. Osgood)에 의해 개발되었다. 샤논과 위버가 메시지를 보내는 사람과 받는 사람을 연결하는 경로(channel)에 관심을 집중한 반면에 쉬람과 오스굿은 커뮤니케이션 과정에 참여하는 주요 주체들(main actors)의 행위에 초점을 맞추었다. 샤논과 위버의 선형이론이 커뮤니케이션 과정을 ‘한쪽 끝에서 출발해서 다른 쪽 끝에서 끝나는 것으로 오해하고 있다’라고 비판한 쉬람은 커뮤니케이션이 ‘끊임없이 원을 그리며 흐르면서 우리들의 해석과 관습과 능력 및 수용력에 의해 끊임없이 변화하는 과정’이라고 주장했다.¹¹⁾



<그림 2> 쉬람-오스굿 원형 모델¹²⁾

이 모델에서는, 커뮤니케이션 과정에 참여하는 당사자인 메시지 전송자(sender)와 수신자(receiver)가 각기 똑같은 기능(암호화-encoding, 해독-decoding 및 해석-interpretation)을 수행하는 평등한 존재로 묘사되고 있다. 쉬람은 커뮤니케이션 과정의

11) Schramm, 1954, op. cit. p. 8.

12) Pyo Changwon, The Police and Crimewatch UK: a Study of the Police use of Crime Reconstruction and Witness Appeal Programmes in Britain; Hankuk Publisher, 1998, p. 21.

모든 요소들 중에서 “환류(feedback)”를 가장 중요한 요소로 상정하고 있는데, 그는 환류 기능이 커뮤니케이션 과정상 발생하는 문제를 파악하여 이를 해결할 수 있게 해 준다고 주장한다.¹³⁾

이를 경찰 업무과정을 예로 들어 설명하면, 경찰청장이 기획부서에 경찰이미지 제고 방안을 마련하라고 지시(message)하게 되면 기획부서에서는 그 뜻을 해독하고 해석(decoding, interpretation)한 후 나름의 방안을 마련하여(encoding) 이를 경찰청장에게 보고(message)하면 청장은 나름의 해독과 해석(decoding, interpretation)을 해서 의문제기와 수정을 가할 것(feedback)이고 이러한 과정이 반복되면서 정확한 의사전달이 이루어질 것이라는 것이다.

이 모델은 개인간의 커뮤니케이션(inter-personal communication)을 설명하는데는 매우 유용하지만 환류(feedback)의 여지가 별로 없는 mass communication 현상을 설명하는 데에는 그리 적합하지 않다는 평가를 받고있다.¹⁴⁾ 또한, 일반적으로 커뮤니케이션이 이루어지는 상황은 메시지 전송자와 수신자간에 커뮤니케이션을 할 수 있는 정보 등 자원 및 힘과 시간에 있어 상당한 불균형이 존재한다는 현실을 고려할 때, 전송자와 수신자를 동등하게 상정한 쉬람-오스굿 모델은 커뮤니케이션 현상을 왜곡하고 있다는 비판을 받고 있는 것도 사실이다.

하지만, 쉬람-오스굿 모델이 처음으로 제시한 ‘해석(interpretation)’이라는 개념은 모든 종류의 커뮤니케이션 현상을 이해하는 데 없어서는 안 될 핵심적인 기능으로 이후의 커뮤니케이션 이론 발전에 새로운 토대를 구축했다는 점을 높이 평가하지 않을 수 없다.

(3) 댄스의 나선형 모델(Dance's helical spiral model of communication)

댄스는 선형이론과 원형이론 모두 커뮤니케이션 현상을 제대로 설명해주지 못하고 있다고 비판하면서 복잡한 인간 커뮤니케이션을 보다 잘 설명해 주는 대안으로서 나선형(helix) 모델을 제시했다.¹⁵⁾ 댄스가 본 인간 커뮤니케이션은 단순한 순환과정인 원형이

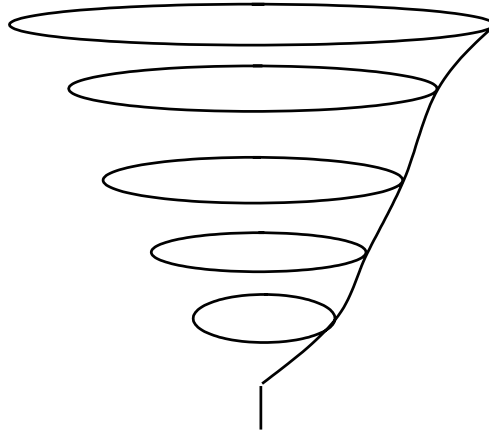
13) Schramm, 1954, op. cit., p. 9.

14) Mcquail and Windahl, op. cit. p. 20.

15) F.E.X. Dance, "toward a theory of human communication", in Frank E.X. Dance(ed.),

아닌, 이전에 행해진 커뮤니케이션에 덧붙여서 진행되는 ‘활발하고 역동적인(active and dynamic) 과정’이다.

<그림 3> 댄스의 나선형 모델¹⁶⁾



다시 경찰 업무 상황을 예로 들면, 의경이 교통법규 위반자를 단속하는 과정에서 나 이 든 운전자가 반말을 하자 교통의경은 왜 반말을 하느냐고 신경질적으로 응대하게 되고 운전자는 다시 그 태도를 문제삼아 언성을 높이며 삿대질을 하고 급기야 양자간에 멱살을 잡는 상황이 벌어져 서로 폭행과 공무집행방해 등으로 고소하고 입건하는 사태로 점차 악화되어 가는 과정이 커뮤니케이션 현상이라는 것이다. 반대로, 업무발전이라는 공통의 목표를 놓고 격의 없는 토론을 벌이는 두 경찰관의 대화가 획기적인 발전방 안의 창출이라는 결과를 도출해 내는 긍정적인 역동성도 커뮤니케이션 과정에 내재되어 있다.

Human Communication Theory-Original Essays; London; Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1967, pp. 293-4.

16) Pyo Changwon, 1998, op. cit., p. 22.

(4) 체리와 쉬람의 ‘나눔의 과정’ 모델

(Cherry & Schramm's communication model of shared experience)

후에 체리와 쉬람은 커뮤니케이션을 단순히 ‘메시지의 전달(transmission of messages)’로 보는 커뮤니케이션 과정이론들의 문제점들을 극복하기 위한 노력의 일환으로 커뮤니케이션을 ‘나눔의 과정(process of sharing)’으로 인식하여야 한다고 주장하게 된다. 체리는 커뮤니케이션이 메시지를 일방적으로 ‘보내는 것(sending)’이 아니라 ‘서로 나누는 것(sharing)’이라고 주장하면서, 그렇기 때문에 커뮤니케이션이야말로 서로 다른 인간들 사이에 ‘사회생활(social life)’을 가능하게 하는 ‘사회적 작용(social affair)’이며 ‘사회(society)’를 다른 말로 표현하면 ‘커뮤니케이션 상태에 있는 사람들(people in communication)’이라고 하였다.¹⁷⁾ 체리에 따르면 우리가 ‘문화(culture)’와 ‘문법 등 언어사용의 규칙(sharing rules of language)’, ‘관습(custom)’ 및 ‘법(laws)’ 등 사회통합성을 유지하는 기제들을 구축해 온 것도 커뮤니케이션을 통해서였다고 볼 수 있다.

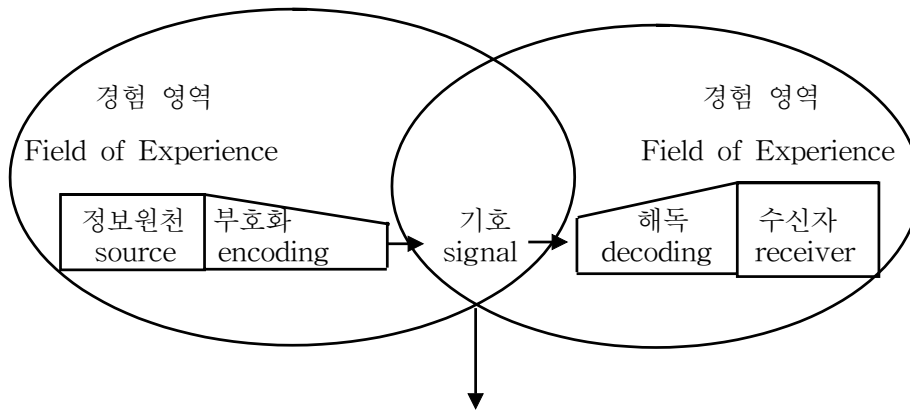
쉬람 역시 인간 커뮤니케이션에 있어 ‘나눔(sharing)’의 중요성을 강조했는데, 그에 따르면, 메시지를 보내는 사람과 받는 사람 사이에 ‘공감대가 형성(in tune)’되어 있지 않으면 성공적인 커뮤니케이션을 할 수 없다.¹⁸⁾

이 모델에 따르면, 커뮤니케이션이 가능하기 위해서는 커뮤니케이션에 참여하는 사람들 간에 어느 정도의 ‘경험의 공유(shared experience, 공감대)’가 있어야 하며 이러한 공감대가 클수록 커뮤니케이션이 용이해진다. 만약에 두 사람의 경험에 있어 상호 중첩(overlap)되는 부분이 전혀 없다면, 커뮤니케이션은 불가능하다.

17) Colin Cherry, *On Human Communication - the Third Edition*; London; The MIT Press, 1978, pp. 3-9, 30.

18) Schramm, 1954, op. cit. pp. 5-6.

<그림 4> 커뮤니케이션의 필요조건으로서의 '경험의 공유'¹⁹⁾



경험의 공유(shared field of experience),
 어느 정도의 공감대(some commonness)
 = 커뮤니케이션을 가능하게 하는 필요조건

경찰의 이미지 제고 노력을 다시 예로 들면, 경찰이 업무처리 경험이나 수집한 정보를 통해 파악한 사회와 대중의 요구사항은 보다 강력한 법집행과 기초질서 위반사범 단속이고 언론이 자체 여론조사와 취재활동을 통해 파악한 경찰에 대한 대중과 사회의 요구사항이 범죄예방과 주민불편 해소 등 전혀 다른 상황이라면 양자간에는 커뮤니케이션이 원활하게 이루어질 수 없을 것이고 경찰의 보도자료가 언론에 그 의미 그대로 보도될 가능성은 매우 적다.

이러한 이론적 보충에도 불구하고 여전히 커뮤니케이션과정이론은 커뮤니케이션 과정 중에 어떻게 '의미(meaning)'가 생성되고 조성되어(generated and constructed)가는 지에 대해서는 설명해 주지 못하고 있다.

19) Pyo Changwon, 1998, op. cit. p. 23.

(5) 커뮤니케이션에 대한 기호학(Semiology)적 접근

1) 기호학과 커뮤니케이션

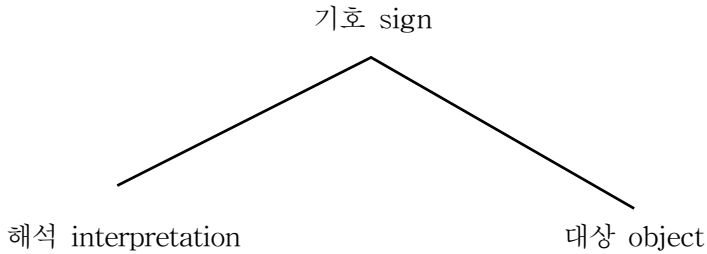
기호학은 기호(sign)에 대한 연구이며 커뮤니케이션에 대해 '의미'의 생성과 조성이라는 관점에서 들여다본다.²⁰⁾ 기호학적 관점에서 들여다보는 커뮤니케이션 이론은 새로운 개념들을 제시해 주고 있는데, 커뮤니케이션 과정이론에서 메시지의 '수신자(receiver)'라고 규정하였던 커뮤니케이션 참여자에 대해 기호학에서는 '독자(reader)'라는 보다 능동적이고 주체적인 이름을 부여하며 '메시지'에 대해서는 분석과 해석 대상으로서의 기능을 강조한 '텍스트(text)'라는 명칭을 부여하였다. 기호학은 커뮤니케이션 과정에서 '독자'와 '텍스트'간 상호작용이 발생하고 이러한 상호작용을 통해 '의미'가 생성되고 조성된다고 설명한다. 독자는 텍스트를 해석하면서 자신의 경험과 태도 및 감정 등을 가미함으로써 텍스트에 '의미'를 부여하게 되는데, 다른 문화 또는 다른 사회적 경험을 가진 독자들은 똑같은 텍스트로부터 서로 다른 의미를 발견하게 된다. 기호학에서는 이러한 차이를 결코 '커뮤니케이션의 실패'로 규정하지 않는다.

2) 피어스의 의미요소 모델(Peirce's elements of meaning model)

커뮤니케이션에 대한 기호학적 접근방법을 이해하는 데에는 피어스(Peirce)의 모델이 유용한데, 이 모델에서 피어스는 '의미(meaning)'란 기호(sign), 해석(interpretation) 및 대상물(object)간의 활발한 상호작용의 결과물이라고 주장한다.²¹⁾

20) John Fiske, Introduction to Communication Studies; London; Methuen & Co. Ltd, 1982, p.49 참조.

21) Charles Sanders Peirce, "Logic as Semiotic: The theory of signs", in Justus Buchler (ed. & select), Philosophical Writings of Peirce; New York; 1955, pp. 99-100.

<그림 5> 피어스의 의미요소 모델²²⁾

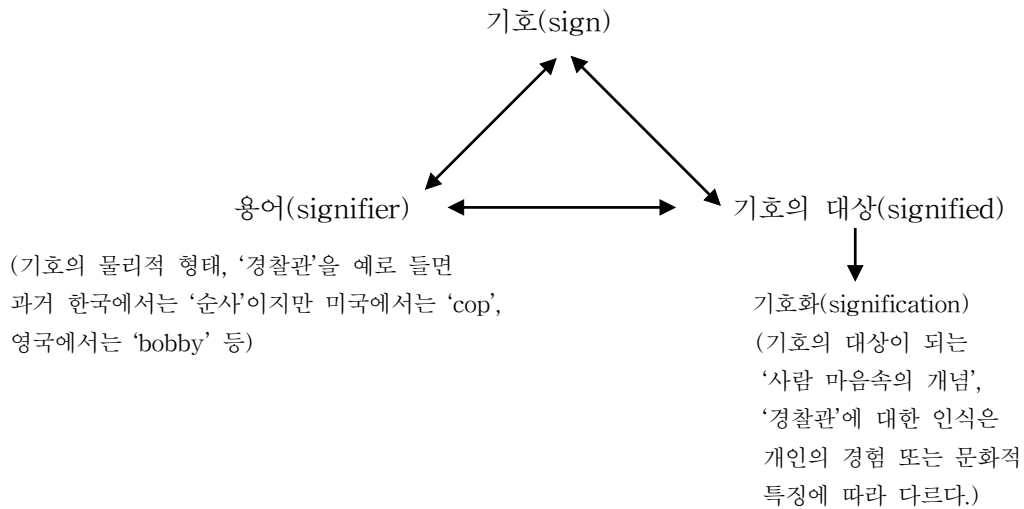
시위현장에서의 경찰을 예로 들어 설명하면, 과거 경찰을 비하하는 의미로 사용된 ‘짹새’라는 용어는 기호(sign)이고, ‘로마병정같은 복장을 하고 무력으로 시위를 진압하는 사람’은 대상(object)이며, 사람들이 ‘진압경찰하면 떠오르고 느껴지는 이미지’는 해석(interpretation)이라고 할 수 있다. 그렇다면, 우리 사회에서 시위상황에서의 ‘경찰’이라는 존재의 의미는, 기동대 등 진압경찰의 모습과 활동 및 이에 대해 시민들이 느끼고 인식한 결과와 이에 따라 진압경찰이라는 용어에 부여되는 낱안스간의 계속되는 상호작용의 결과라고 할 수 있을 것이다. 이에 대해 진압복을 입은 기동대 대신 립스틱을 바른 여경들(대상 object의 변화)을 시위 전면에 내세우고 친근한 포돌이, 포순이 캐릭터를 동원함으로써 시위현장에 대응하는 경찰에 대한 시민의 인식을 변화(해석, interpretation의 변화)시켜 언론이 “립스틱라인”, “포돌이”라는 신조어를 만들어 내도록 하여 경찰 이미지의 제고(기호, sign의 변화) 효과를 거둔 것은 커뮤니케이션을 통한 의미의 생산 및 변화의 대표적인 사례라고 할 수 있다.

3) 소쉬르의 의미요소 모델

스위스의 언어학자 소쉬르는 이를 한 단계 더 발전시켰다.²³⁾

22) Pyo Changwon, 1998, op. cit., p. 25.

23) F. de Saussure, Course in General Linguistics; London; Fontana, 1974 참조.

<그림 6> 소쉬르의 의미요소 모델²⁴⁾

소쉬르에 의하면 가변적이고 조작성이 큰 기호의 본질이 인간 언어의 핵심이다. 다시 말하면, 기호화의 대상(signified)과 명칭으로 부과되는 용어(signifier)사이에는 아무런 상관성이 없으며, 단지, 양자의 관계는 관습과 규칙 등 한 문화 사회내 구성원들 간의 약속에 의해 정해진다는 것이다. 다시 말해서, 과거 우리 사회에서 사용되었던 일제 식민 경찰의 잔재인 ‘순사’라는 용어(signifier)는 단지 ‘ㅅ’, ‘ㅌ’, ‘ㄴ’, ‘ㅈ’, ‘ㅊ’라는 음절의 집합이며 한국어를 사용하지 않는 사람에게는 아무런 의미가 없다. 이 용어를 ‘제복을 입은 국가권력의 대리자로 권위적이고 위압적인 태도로 시민들의 생활을 감시하고 단속하는 사람(signified)’과 연결시킨 것은 과거 한국의 역사적 경험, 문화, 관습, 언어적 습관 및 사회적 합의라는 것이다.

4) 바르드의 俗說이론 (Barthes' Mythologies)²⁵⁾²⁶⁾

24) Pyo Changwon, 1998, op. cit., p. 26.

25) 바르드(Roland Barthes): 1915-1980. 프랑스의 저명한 철학자이며 언어학자. 기호학의 발전에 큰 공헌. 자세한 설명은 N. Abercrombie, et al., The Penguin Dictionary of Sociology Second Edition; London; Penguin Books Ltd., 1984, p.28 참조.

26) 바르드의 myth는 사전적으로는 ‘신화’라고 해석되지만 그 의미는 오히려 “속설”, “미신” 혹은 “사

프랑스의 철학자 바르트는 커뮤니케이션 의미론을 더욱 발전시켰는데, 바르트 이론의 핵심은 ‘명시적 의미화(denotation)’와 ‘묵시적 의미화(connotation)’라는 이중적 기호화 체계이다.²⁷⁾ 여기에서 ‘명시적 의미화’란 사전에서의 정의 같은 표면적인 의미를 말하며 ‘묵시적 의미화’란 기호 사용자의 느낌이나 감정, 혹은 문화적 가치 등이 개입될 때 발생하는 상호작용의 결과이다. 예를 들면, ‘경찰’의 명시적 의미화는 ‘제복을 입고 법적 권위를 바탕으로 질서를 유지하고 범죄를 예방하거나 진압하는 사람이나 기능’을 의미하는 사전적 정의일 것이다. 그러나, 일제 식민통치의 경험이 있는 한국인에게 ‘경찰’이란 재판도 없이 무고한 민간인의 생명까지도 앗아갈 수 있는 무소불위한 거대한 권력의 상징이며 잔인한 압제자라는 묵시적 의미화가 이루어져 있는 반면에, 최근의 젊은 고학력층에게는 ‘경찰’이 법을 준수해야하며 국민에게 봉사하는 공복으로 길을 모를 때 물어 보거나 심야 한적한 오솔길에서 타고 가던 차의 타이어에 펑크가 나면 불리 도움을 청할 수 있는 존재로 묵시적 의미화가 이루어져 있을 것이다. 같은 시대라 할지라도 일제치하 친일 지주의 가족으로 식민경찰과 가까운 사이에 있었던 사람들이나 현대의 젊은이 중에도 폭력시위 현장에서 경찰과 무력적인 충돌을 경험한 대학생들이나 노조원, 구조조정 실직자들에게는 경찰이라는 용어가 동시대 다른 사람들과는 전혀 다른 뜻으로 받아들여졌을 것이다.

바르트에 의하면, 대개 묵시적 의미화는 주관적인 사고작용단계에서 작용하기 때문에 사람들이 이를 잘 의식하지 않고 있으며 그렇기 때문에 자주 묵시적 의미화의 결과로 부여된 ‘가치(values)’가 마치 명시적 의미화에 해당하는 ‘사실(facts)’인 것처럼 받아들여진다는 것이다. 다시 말하면, ‘경찰 = 압제자, 탄압자, 과잉폭력’은 특수한 경험을 한 사람들의 주관적 사고작용 속에서 이루어진 묵시적 의미화의 결과인데 사람들 중에는 마치 이것이 ‘경찰’이라는 용어의 본래 의미인 것으로 잘못 이해하는 경우가 발생할 수 있다는 것이다. 바르트는 기호학적 분석(semiotic analysis)이 이러한 잘못된 의미화(misreading)를 방지할 수 있다고 주장한다.

회적 통념”에 더 가깝다. 여기에서는 편의상 ‘신화’라는 용어를 계속 사용하되 그 의미는 “속설”, “미신” 혹은 “사회적 통념”으로 사용하고자 한다.

27) Roland Barthes, *Mythologies* (selected and Translated from the French by Annette Lavers); London, Vintage, 1993, pp. 109-117.

바르드의 ‘俗說 이론’ 역시 의미를 분석하는 데 도움이 된다. 바르드에 의하면, 俗說(myth)이란, “한 문화가 어떠한 것을 생각하거나 개념화하거나 이해하는 방법(a culture’s way of thinking about, conceptualizing or understanding something,)”이며 언제 어디서나 통용되는 俗說, 또는 한 문화 내에서 영원히 적용되는 俗說이란 없다.²⁸⁾ 피스크는 바르드의 ‘俗說’을 “한 문화가 현실이나 본질의 어떤 측면을 설명하거나 이해하기 위해서 사용하는 이야기(a story by which a culture explains or understands some aspect of reality or nature)”라고 풀어 설명한다.²⁹⁾

바르드는 俗說이 변화무쌍하다는 점을 강조한다. 俗說은 항상 변화하며 때로는 문화의 요구와 가치가 변화함에 따라 매우 급격하게 변하기도 한다. 예를 들면, 1997년 한국에서 평화적 정권교체가 이루어지기 전까지는 ‘집단시위’란 의례 화염병과 최루탄, 투석전과 쇠파이프가 난무하는 현장이라는 것이 집단시위 현상을 이해하는 俗說이었는데, 새 정부의 민주성 강조와 이에 발맞춘 경찰의 ‘무최루탄 원칙’, ‘여경 Police Line 배치’ 등의 정책은 경찰과 시위대가 나란히 도보를 행진하는 모습으로 집단시위를 이해하는 俗說을 급격히 바꾸어 버리게 되었다. ‘북한’을 인식하는 俗說 역시 ‘적’에서 ‘평화 구축의 동반자’로 혼란스러울 정도로 빠르게 변화했다. 아울러, 미국이나 프랑스 같은 나라에서는 경찰관이 노조를 결성하고 정부와 임금협상을 하거나 경찰관련 사안에 대해 논평이나 성명서를 발표하는 것이 당연한 일이라고 보는 것이 俗說이지만 같은 시각 한국에서는 경찰관 몇이 집단으로 의사표명을 하게되면 ‘항명’ 내지 ‘복무규율 위반’의 징계사유가 되는 것이 사안을 보는 속설이다.

한 문화 안에는 ‘지배적 俗說(dominant myths)’이 있고 동시에 ‘대항 속설(counter myths)’이 있다. 예를 들어 한국 경찰이 새로 만들어 널리 알리고 사용하고 있는 ‘포돌이’라는 캐릭터에 대해 ‘지배적 속설’은 ‘아주 친근하며 신선한 이미지로 주민에게 가까이 다가서는 새로운 경찰의 모습’으로 이해하는 반면에, 사회일각에서는 ‘유치한 장난 같다, 근엄하고 권위가 있어야 할 경찰에 웬 만화냐’라고 보는 대항 俗說과 ‘경찰의 권위주의와 폭력성을 호도하기 위한 술책이다’라는 또 다른 대항 俗說이 있을 수 있다.

28) Ibid., pp. 90-95.

29) Fiske, 1982, op. cit., p. 93.

커뮤니케이션에 대한 기호학적 접근론자들은, 언어나 속설들에 대해 깊고 체계적인 분석을 하게되면 어느 정도까지 저자(author)의 명시적 의도(overt intentions)나 독자의 해석(interpretation of readers)으로부터 자유로운 ‘숨겨진 의미(hidden meaning)’를 드러내 줄 수 있다고 주장하고 있다.

(5) 커뮤니케이션 과정이론을 통해 살펴본 경찰 인터넷 방송의 의미

앞서 살펴보았듯이 커뮤니케이션이란, 의미(meaning)를 만들어 내는 과정이며 상호간의 공감대를 구축하고 부정적 태도나 이질감을 줄여나가는 과정이라고 볼 수 있다. 오늘의 한국 경찰에 있어 창출해 내어야 할 가장 중요한 의미는 ‘경찰에 대한 국민의 지지가 필요하며 이제 우리 경찰은 신뢰할 만하다’일 것이다. 이러한 의미가 사회적 속설이 되도록 하기 위해서는 적극적이고 조직적이며 활발한 커뮤니케이션을 통해 경찰과 국민 일반 사이의 공감대를 증진하고 이질감을 해소해 나가는 노력이 무엇보다 필요하며 사이버 공간이라는 새로운 커뮤니케이션의 장을 이용한 인터넷 방송은 그 수단으로서 매우 큰 역할을 할 것으로 기대된다.

2. 매스커뮤니케이션 이론

(1) 매스커뮤니케이션과 매스미디어

전통적으로, 매스미디어를 이해함에 있어서는 두 가지 극단적인 입장이 대립되어 왔는데, 하나는 ‘대중조작론적 관점(Mass Manipulative Model)’이고 다른 하나는 ‘상업적 자유방임주의 관점(Commercial Laissez-Faire Model)’이다.³⁰⁾

‘대중조작론적 관점’은 일반대중을 수동적인 수신자로 보고 미디어가 쉽게 대중의 인

30) 이에 대한 더 자세한 설명은, S. Cohen and J. Young (eds.), *The Manufacture of News: social problems, deviance and the mass media*, London, Constable, 1973, p. 10, 참조.

식과 사고를 조작한다고 생각한다. 좌파적인 대중조작론이 ‘막강한 영향력을 가진 미디어가 지배계층의 이익을 위해서 사람들의 인식을 조작한다’고 보는 반면에, 우파적인 대중조작론은 ‘막강한 영향력을 가진 미디어가 대중의 문화적 수준을 낮추고 무엇이든 잘 받아들이도록 만드는 방향으로 그 영향력을 사용한다’라고 주장한다. 한편, ‘중도적인 대중조작론(a centrist version)’은 미디어를 단순히 ‘다양화된 사회 내에서 일체성과 통합성(unity and cohesion)을 향상시키는 역할’로 인식한다.

‘상업적 자유방임주의 관점’은 다분히 ‘대중조작론’에 대한 반발로 대두되었으며 대부분의 언론인에 의해 신봉되고 있는데, 정보의 방대함과 견해의 다양함이 조작의 가능성을 최소화시키고 있으며, 미디어에서 무엇을 전달할지를 선택하고 이를 어떻게 표현할지를 결정하는 것은 ‘대중이 원하는 것이 무엇이냐’에 대한 저널리스트들의 생각이 ‘대중을 조작하려는 모종의 음모’가 아니라고 본다. 이러한 시각에서 바라볼 때 대중은, 미디어 상품을 능동적으로 선택하며 그 내용을 자신의 시각에서 해석하여 받아들이는 ‘소비자(consumer)’이다. 이러한 관점에서 보는 미디어의 영향력은, 단지 사람들이 이미 가지고 있는 견해를 확인하고 강화시켜(reinforce) 일정한 태도를 취하도록 하는 것에 불과하다. 그러므로, 생각이나 행동의 변화는 미디어의 영향력으로 발생하기보다는 직접적인 경험이나 대인접촉을 통해서 일어난다고 본다.

한편, 맥콰일 등 현대 매스커뮤니케이션 학자들은 미디어와 매스커뮤니케이션을 바라보는 다양한 시각과 접근방법들을 두 가지 대칭되는 패러다임 - ‘지배적 패러다임(dominant paradigm)’과 ‘대안적 패러다임(alternative paradigm)’ - 으로 분류하고 있다.³¹⁾

‘지배적 패러다임’은 ‘자유주의와 다원주의적 사회관(a liberal-pluralist ideal of society)’과 기능주의적 관점(a functionalist perspective)을 지향하며 미디어의 영향력에 대해서는 기본적으로 ‘선형적인 침투형 모형(a linear transmission model)’에 기반을 두고 있으나 대중의 사회관계를 중시하고 계량적 조사(설문, 사회심리학적 실험, 통

31) Denis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, third Edition, London, SAGE, 1994, pp. 41-49, 참조.

계 분석 등) 결과를 바탕으로 수정을 가한 ‘개량된(modified)’ ‘강력한 미디어론’을 수용한다. 이러한 지배적 패러다임은 ‘정상적으로 기능하는 좋은 사회(normally functioning good society)’가 있다고 상정하는데, 이러한 좋은 사회는 ‘민주적’이고, ‘자유주의적’이며, ‘다양성이 존중되면서도 질서있는’ 모습을 갖추고 있어야 한다. 그러므로, 지배적 패러다임에서는 미디어의 잠재적 또는 실제적 공헌이나 폐해를 이러한 ‘서구사회(Western Society)’의 시각으로 재단한다.

반면에, ‘대안적 패러다임’은 현대사회에서 보편화되어 있는 ‘자유주의적이고 자본주의적인 질서(liberal-capitalist order)’가 정당하거나 불가피하거나 최선이라고 인정하지 않으며, 미디어에 숨겨진 다원주의 이데올로기와 보수주의적 기능주의를 배격하고, 미디어 기술과 콘텐츠가 결정적 힘을 가지고 있다고 보지 않으며, 문화론적 접근방법이나 정치경제학적 이론을 선호하고, 문화적이고 질적인(qualitative) 연구방법론을 선호하며, 사회적 불평등과 사회 내 저항세력에 대해 폭넓은 관심을 나타낸다.³²⁾

미디어를 바라보는 이러한 양극단의 패러다임간의 근본적 차이는 너무 뿌리 깊어서 하나의 통합된 ‘커뮤니케이션學’을 형성하는 것이 불가능해 보인다. 하지만, 작금의 탈냉전 시대에는 전반적으로 정치적 이념의 영향력이 약화되었으며 과거의 ‘비판정신(critical spirit)’은 다양한 방향으로 해체되어 녹아들었다. 이러한 시대적 특성은 ‘포스트 모던’한 사고방식의 부상을 불러왔고 여러 곳에서 ‘자유시장론적 철학’이 다시 대두하게 하였다.

다시 말해서, 현대 매스커뮤니케이션 관련 연구와 논평의 대부분이 매스커뮤니케이션의 과정과 영향력에 초점이 맞추어져 있는 것이 시대의 흐름이라는 것이다.

경찰이 인식하는 매스미디어도 예외는 아니다. 우리 나라 뿐만 아니라 대부분의 사회에서 대부분의 경찰관들은 매스미디어가 경찰의 현실을 왜곡하여 나쁜 면만 부각시키고

32) 골딩과 머독에 따르면, 문화론적 접근법과 정치경제학은 모두 ‘네오 막시즘’적 사회관의 범주 내에 속하며, 권력의 형성과 그 행사에 주안점을 두고 있다. 하지만, 양자 간에는 오랜 기간 형성되어 온 차이점이 존재하는데, 비판적 정치경제학이 사회과학적 학문영역 내에서 형성되어 주로 경제학, 정치학 또는 사회학을 공부한 학자들에 의해 발전되어온 반면, 문화론 내의 학문분야와 연구성과물들은 대부분 인문학의 범주 내에 머물고 있고 주로 어문학이나 역사학을 전공한 학자들에 의해 발전되어 왔다. Golding and Murdock, 1991, op. cit., pp. 15-30, 참조.

좋은 면은 축소시킨다는 인식을 가지고 있는 것으로 파악되고 있으나, 그 이유에 대해서는 매스미디어가 의도적으로 대중의 인식을 조작하고 있다는 견해와 오직 시청자나 독자가 원하는 것만 쫓기 때문이라는 견해가 갈리고 있다.³³⁾ 어떤 시각을 가지고 있든간에, 각국의 경찰은 매스미디어가 대중의 인식 형성에 막대한 영향력을 가지고 있다고 믿으며 그런 매스미디어가 경찰을 보다 긍정적인 방향으로 비추어주도록 유도하기 위한 노력을 경주하는 한편, 경찰의 시각에서 경찰을 위해 경찰에 유리한 방향으로 보도 등 각종 콘텐츠를 제공하는 경찰 자체의 매체를 갖고자하는 바램을 가지고 있다고 보여진다. 특히, 종래에는 매스미디어를 운영하기 위해서 다수의 전문인력과 거액의 복잡한 장비, 대규모 공간 등 천문학적인 비용이 들었으나 최근 커뮤니케이션 관련 기술이 고도로 발달하였고 인터넷 등 사이버 공간을 통해 정보를 주고받는 소위 ‘네티즌’의 수가 급격히 증가하는 추세에 있어 누구나 최소의 비용으로 절대 다수에게 원하는 메시지를 전달할 수 있는 환경이 조성됨으로써 경찰의 ‘자체 대중매체 보유 및 운영’ 가능성은 더욱 현실화되었다.

(2) 라스웰 모형(Lasswell Formula)

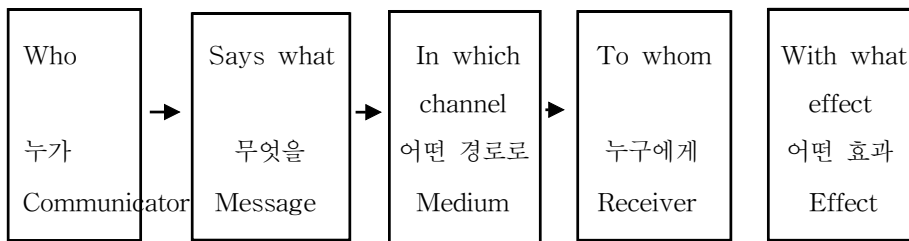
전통적인 매스커뮤니케이션 연구는 메시지 송신자(communicator)가 수신자(receiver)에게 보내는 메시지의 ‘전송(transmission)’과, 하나의 ‘자극(a stimulus)’으로 작용하는 이 메시지에 대해 수신자가 어떻게 ‘반응(response)’하느냐에 초점이 맞추어져 있었다.³⁴⁾ 특히, 미국의 정치학자 라스웰(Harold D. Lasswell)이 제시한 모델이 이러한 전통적 매스커뮤니케이션 과정이론을 이해하는 첫 걸음이 될 수 있는데, 이 모델은 특히 정치적 커뮤니케이션과 선전(propaganda)을 이해하는 데 유용하다. 라스웰은 “커뮤니케이션 행위를 설명하는 편리한 방법은 ‘누가’, ‘무엇을’, ‘어떤 채널을 사용해서’, ‘누구를 향해’, ‘어

33) Changwon Pyo, *The Police and Crimewatch UK: a Study of the Police use of Crime Reconstruction and Witness Appeal Programmes in Britain*, Hankuk Publisher, 1998, pp. 88-91, 참조.

34) J.W.Riley, JR. and M.W. Riley, "Mass Communication and the Social System", in R.K. Merton et al. (eds.), *Sociology Today*, New York, Basic Books Inc., 1959, pp. 538-9.

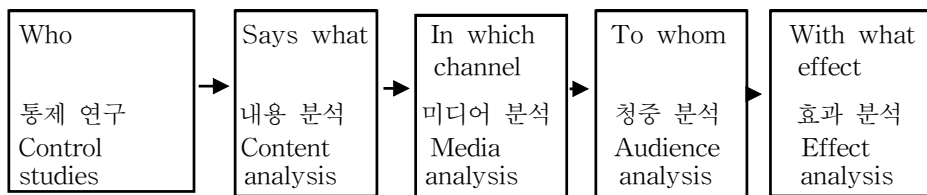
면 효과를 가지고' 이야기했느냐 라는 질문에 답하는 것이다"라고 주장하면서 다음의 모형을 제시했다.³⁵⁾

<그림 7> 커뮤니케이션 과정에 대한 라스웰 모형



라스웰은 이 모형의 각 문항에 해당하는 분석유형을 포함시킴으로써 커뮤니케이션 연구의 세부분야를 제시했다.

<그림 8> 해당 커뮤니케이션 연구분야가 포함된 라스웰 모형



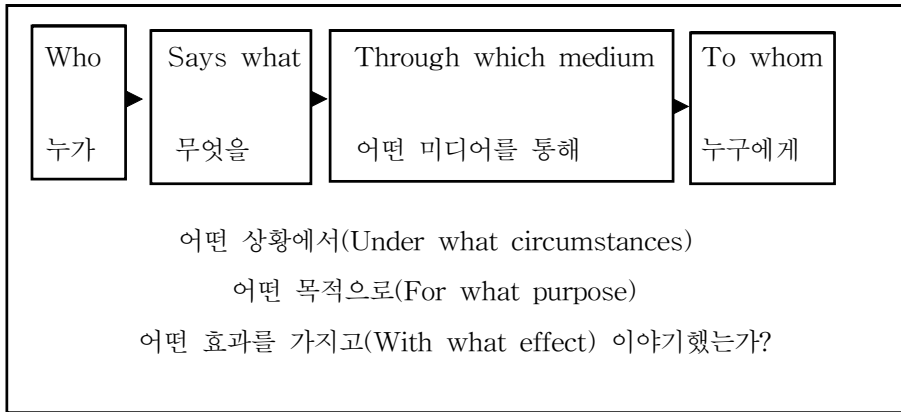
이러한 커뮤니케이션 연구분야의 분류에 대해 브래독(Braddock) 같은 학자들은 상호 연결되어 있어 반드시 함께 종합적으로 고찰되어야 하는 매스 미디어 현상에 대해 세부적인 연구영역으로 나누어 구분하는 것은 옳지 않다고 비판했지만, 라스웰의 이러한 분류는 다양한 분야와 방법에 이르는 매스 미디어 연구를 촉발시킨 계기가 되었다.

브래독은 후에 '메시지가 보내진 상황' 및 '그 목적'이라는 두 가지 항목을 추가시켜

35) Harold D. Lasswell, "the Structure and Function of Communication in Society", in Lyman Bryson (ed.), The Communication of Ideas, New York, Institute for Religious and social Studies, 1948, pp. 37-8.

라스웰 모형을 발전시켰다.³⁶⁾

<그림 9> 브래독이 확장시킨 라스웰 모형³⁷⁾



브래독의 확장에도 불구하고, 라스웰 모형은 여전히 복잡한 매스 커뮤니케이션 과정을 제대로 설명하기에는 지나치게 단순하다. 특히, 대중매체의 가장 중요한 문제중의 하나가 제한된 환류기능임을 감안한다 하더라도, 라스웰 모형은 환류(feedback)를 아예 무시했다는 비판이 제기되었다. 하지만, 이러한 비판들에도 불구하고 라스웰 모형이 매스 커뮤니케이션 과정을 이해하는 유용하고 편리하며 종합적인 기반을 제공해 주고 있다는 사실을 결코 간과해서는 안될 것이다.

이러한 라스웰과 브래독의 선형적 매스미디어 과정이론이 경찰 인터넷 방송망 구축에 시사하는 바는, 경찰이 인터넷을 이용한 대중상대 방송을 하려 한다면 방송망 구축과 운영의 상황과 여건, 목적, 내용, 방식, 대상, 기대효과 등에 대해 철저히 분석을 한 후에 시도하여야 한다는 것이다.

36) R. Braddock, "An Extension of the Lasswell Formula", in *Journal of Communication*, Vol. 8, 1958, pp. 88-93.

37) McQuail and Windahl, 1993, op. cit. p. 14.

(3) 쉬람 모형(Schramm's Model of Mass Communication)

초기 매스커뮤니케이션 이론 모형들이 안고있던 문제들 중의 일부를 해결한 것이 쉬람의 모형이다.

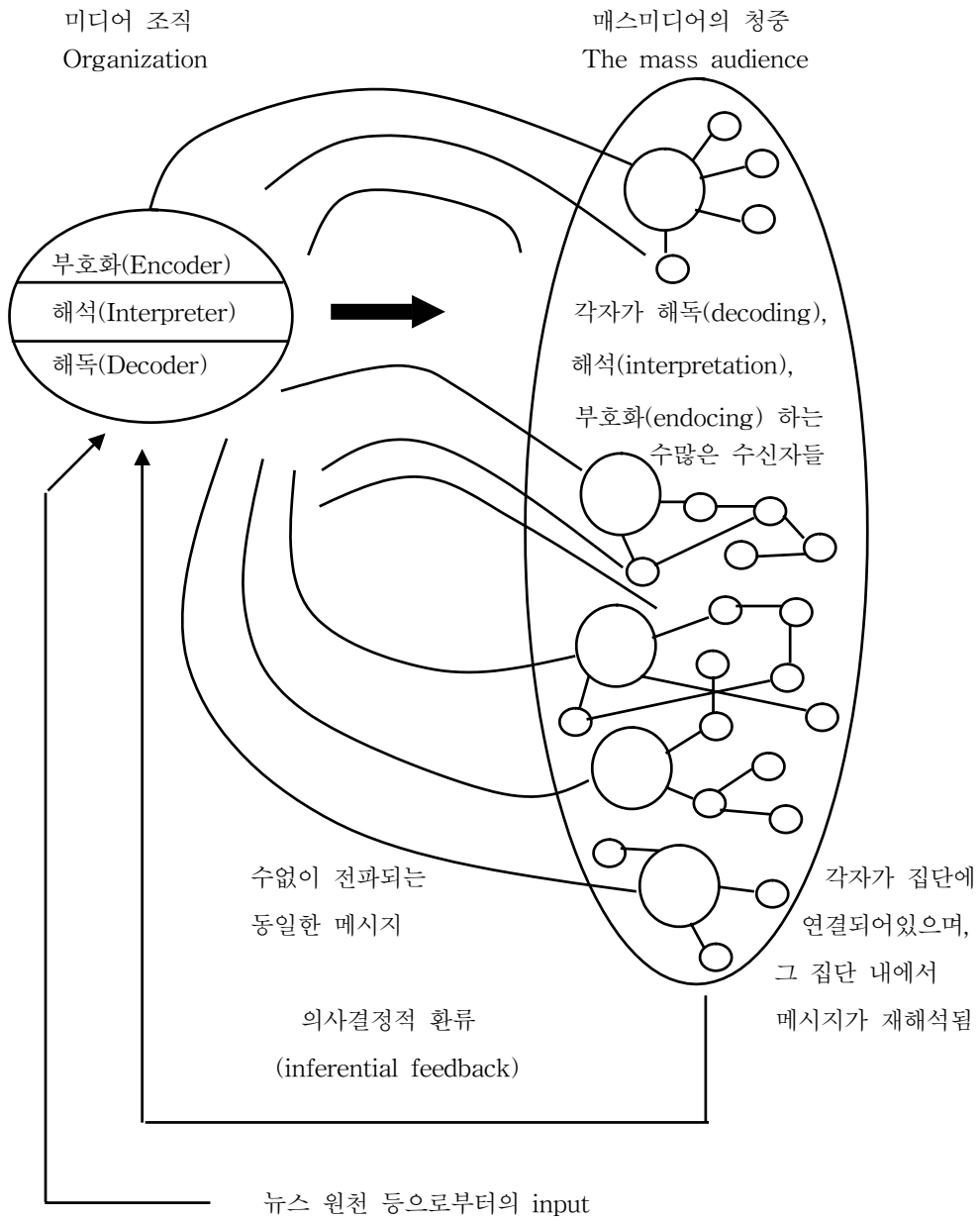
쉬람은 그의 매스커뮤니케이션 과정 모델에서 커뮤니케이션 조직 또는 그 조직 구성원이, 비록 복잡한 기술과 다양한 채널을 통해 동시에 수많은 메시지를 부호화하여 전파할 수 있기 때문에 일반 개인에 비해 엄청나게 많은 메시지를 보내고 그에 비해 아주 적은 양을 받고 있지만, 커뮤니케이션에 참여하는 일반 개인과 똑같은 작용 -부호화(encode), 해석(interpret) 및 부호풀이(decode)- 을 하는 것으로 가정하고 있다. 이 모델의 유용한 특징은, 매스커뮤니케이션의 목적지인 청중(audience)들이 매스커뮤니케이션 과정에 의해 보내온 메시지를 자기 스스로의 방식으로 해석하고 부호화하여 다시 다른 사람들 또는 집단에 전파한다는 점을 강조하고 있다는 점이다. 청중은 분명히 개인들이다. 하지만 그 개인들은 가족, 친구, 직장 등 하나 이상의 집단에 연결되어 있다.

그렇기 때문에 쉬람은 매스커뮤니케이션의 효과가 가장 크게 나타나는 것은, 직접 개인이 매스커뮤니케이션에 노출될 때가 아니라 매스커뮤니케이션에 의해 전달된 사상과 정보가 개인들에 의해 소집단내에서 전파될 때라고 주장한다. 그러므로, 개인에 대한 매스미디어의 영향력이라는 것은 실제로는 소집단 내의 커뮤니케이션 작용에 의해 침투되고 반사되는 일종의 '간접적 영향력'이라고 말할 수 있다.

또한 쉬람은 청중이 매스커뮤니케이션 조직에게 보내는 환류(feedback)작용의 성격은 일종의 '의사결정 표현(inferential expression)'이라고 주장하였다. 쉬람이 말하는 '의사결정적 환류(inferential feedback)'란 청중이 미디어 메시지에 대한 반응으로 '구독, 시청 또는 청취를 중단하든지 프로그램에 광고되는 상품을 구매하지 않든지' 등의 의사결정을 하여 이를 실행함으로써 자신의 평가를 반영하고자 하는 것이다.³⁸⁾

38) Schramm, 1954, op. cit. 18-9.

<그림 10> 쉬람의 매스커뮤니케이션 과정 모델³⁹⁾



39) Ibid. p. 21.

매스미디어에 대한 환류가 이런 특성을 가지고 있기 때문에, 대표적인 환류 측정 방식인 ‘시청률(구독률) 조사(audience research)’ 역시 일정 시간에 어떤 부류의, 얼마나 많은 사람이 보거나 듣거나 읽고 있는 지만을 파악할 수 있다는 한계를 드러낼 수밖에 없다. 즉, 미디어 조직 또는 회사는 오직 청중의 평균과 그 계층만을 보게되고, 따라서, 평균 이하에 해당하는 많은 청중을 잃지 않으려고 제작의 수준을 예상 청중의 평균보다 약간 낮은 정도에서 맞추게 된다.

이러한 한계가 미디어 조직으로 하여금 ‘실험’을 꺼리게 만든다. 그래서 한번 성공적인 틀이나 형식을 발견하게 되면, 줄곧 그 방식을 유지해 나가고, 변화를 준다해도 지엽적인 부분만을 바꿀 뿐이지 결코 근본적인 변화를 시도하지 못한다. 어떤 한 미디어 조직이 어떤 프로그램으로 큰 성공을 거두게 되면 곧 다른 미디어 조직들이 이를 베끼게 되는데, 이는 독창성이 부족해서라기보다는 청중들의 반응을 파악할 수 있는 거의 유일한 방법이기 때문이다.

이러한 한계로 인해 매스미디어의 경찰관련 보도 등 콘텐츠는 매우 고정적인 형태와 방식을 띠게 되며 사용되는 표현이나 용어도 반복되는 경향이 있다. 그렇기 때문에 때로 경찰이 대대적인 개혁을 감행한다든지, 장기적인 노력과 환경의 변화 등으로 인해 경찰관들의 행태나 관행이 변화되었음에도 불구하고 매스미디어의 보도태도가 크게 달라지지 않을 때 경찰관들은 매스미디어가 원래부터 경찰에 대해 비뚤어진 시각을 가지고 있다고 오해하게 되는 경향이 있다. 하지만, 최근에는 인터넷 등 양방향 커뮤니케이션 수단이 발달하고 그 사용자도 증가하여 매스미디어에 대한 대중의 환류가 ‘의사결정적 환류’ 방식에만 머무르지 않고 매우 직접적이며 적극적인 환류의 형태로 변화해 나아가고 있어 매스미디어의 태도도 이에 따라 큰 변화를 보이고 있다.

(4) 카츠와 라자스펠트의 ‘매스미디어와 인적 영향력의 2단계 모델’

쉬람이 제시한, 집단에 연결되어 있고 매스미디어에 직접 영향받기보다는 소속 집단 내에서의 커뮤니케이션에 의해 더 영향받는 청중의 개념은 카츠와 라자스펠트에 의해 한층 더 깊이 논의되고 발전되었다.⁴⁰⁾ 일차집단(Primary Group) 개념을 재검토한 카츠와 라자스펠트는 ‘인간 네트워크(interpersonal networks)’를 통한 정보의 흐름을 살펴

볼 때, 미디어로부터 직접 대중에게로 정보가 전달되기보다는, 미디어로부터 일차집단 내의 ‘여론 주도자들(opinion leaders)’에게로 전달되고 이들에 의해 다시 다른 사람들에게로 전파되는 것이라고 추정했다.⁴¹⁾⁴²⁾⁴³⁾ 다시 말하면, 청중들은 매스미디어 상에서 전파된 메시지를 해석하고 이해함에 있어 주위 사람들과의 관계와 접촉을 통해 영향을 받고, 그러한 해석과 이해의 결과를 바탕으로 어떻게 행동할 지를 결정한다고 볼 수 있다. 이러한 추정은 ‘1940년 미국 대통령 선거과정에서의 유권자 연구’ 결과에 바탕을 두고 있는데, 이 연구에서 종래 매스미디어의 영향력을 직접적인 ‘자극-반응(stimulus-response)’ 형태로 이해했던 것은 지나치게 과장된 것이라는 게 입증되었다.⁴⁴⁾⁴⁵⁾

카츠의 주장에 의하면, 일차집단 내에서의 인간 관계는 커뮤니케이션 네트워크로서의 기능만 하는 것이 아니라 그 집단의 사고방식이나 행동양식을 따르라는 압력의 근원이 되며 이에 부합할 경우 사회적 지지의 원천 역할을 한다. 그렇기 때문에, 이러한 일차집단 내 인간관계는 청중들의 의사결정에 상당한 영향력을 행사하게 된다.⁴⁶⁾

40) Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Glencoe, The Free Press of Glencoe, 1955.

41) “일차집단(Primary Group)”은 초기 사회학자 중 한 사람인 쿨리(C.H. Cooley)에 의해 소개되고 이름 붙여진 개념인데, 가족이나 친구집단 처럼 ‘끈끈한 인간적 유대’를 가진 집단을 일컫는다. Charles Horton Cooley, *Social Organization*, New York, Charles Scribners and Sons, 1909, pp. 23-31 참조.

42) 라자스펠트는 ‘1940년 대통령 선거에서의 유권자에 대한 연구’에서 “여론주도자(opinion leader)”들을 “주위사람으로부터 정치적 견해에 대한 조언을 요청 받거나 자기의 정치적 소신을 주위 다른 사람에게 전파시키려 하는 사람”으로 볼 때, 이들이 결코 집단 내에서 더 교육수준이 높거나 높은 사회적 지위에 있는 사람일 필요는 없다는 결론을 도출했다. Lazarsfeld and Menzel, 1963, op. cit.

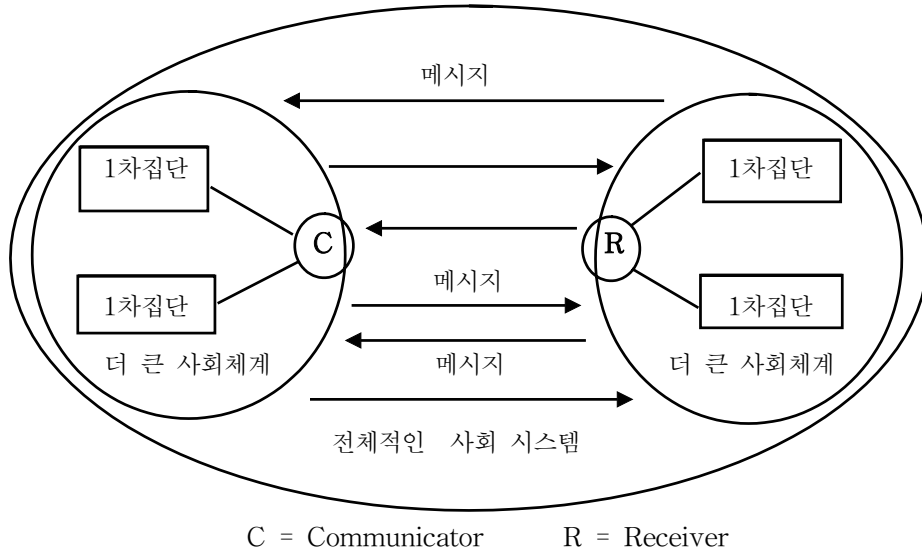
43) Shearon A. Lowery and Melvin L. De Fleur, *Milestones in Mass Communication Research - Media Effects - Second Edition*, London, Longman, 1988, pp. 163-185, 참조.

44) 라자스펠트와 베렐슨 및 고우드에 의해 행해진 이 연구는 매스미디어의 영향력에 대한 연구경향에 있어 하나의 전환점이 되었다고 평가받고 있다. Paul F. Lazarsfeld, Benard Berelson and Hazel Gaudet, *the People’s Choice*, New York, Columbia University Press, 1948, 참조.

45) Paul F. Lazarsfeld and Herbert Menzel, “Mass Media and Personal Influence”, in W. Shramm(ed.), *The Science of Human Communication*, New York, Basic Books, 1963, pp. 95-113, 참조.

46) Elihu Katz, “the Two-Step Flow of Communication”, in Wilber Schramm (ed.), *Mass Communications 2nd Edition*, Urbana, University of Illinois Press, 1972, pp. 346-365.

<그림 12> 라일리-라일리 매스커뮤니케이션과정의 사회학적 모델⁴⁹⁾



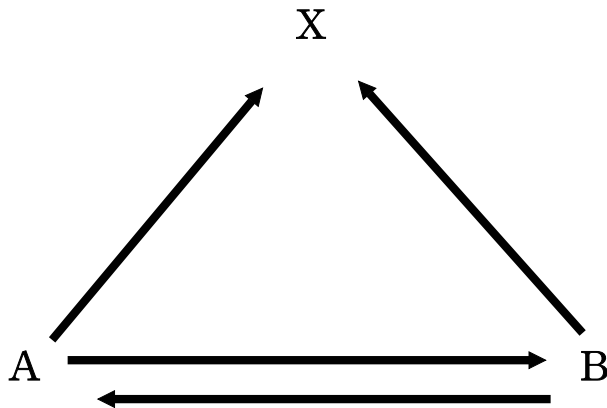
이 모델은 분명히 매스커뮤니케이션 개념을 기존의 사회학 이론에 접목시키는 데 도움이 되었고 양 학문분야에 큰 시사점을 던져주었다.

카츠와 라자스펠트 및 라일리 모델이 경찰 인터넷 방송에 시사하는 점은, 매스미디어의 영향력이 기존 사회관계를 통해서 작용하는 간접적이고 부가적인 성질의 것인 만큼 원하는 것을 방송한다는 그 자체만으로 경찰에 대한 국민의 인식을 바꿀 수 있다거나 단시일 내에 일반 매스미디어에 대항하는 강력한 ‘경찰의 소리’를 가질 수 있을 것이라는 기대는 매우 허망할 수 있다는 것이다. 경찰 자체 인터넷 방송망 구축을 실행에 옮긴다면, 전체적인 내용과 방식은 일반의 인식과 취향에 맞도록 편성되어야 하며 일반인이 정기적으로 관심 있게 접속하는 새로운 매체로 자리잡아 경찰이 바라는 메시지 전달 창구로서의 역할을 수행할 수 있기까지는 상당한 시일이 요할 것이라는 것을 인식하여야 할 것이다.

49) Ibid. p. 577.

(6) 뉴콤의 ABX 모델(Newcomb's ABX model)

1953년에 뉴콤이 제시한 ABX모델은 어떻게 커뮤니케이션을 통해 사회적 합의(social consensus)가 형성되는 지를 이해하는 데 실마리를 제공해 주고 있다.⁵⁰⁾ 이 모델은 두 사람간 커뮤니케이션적 관계의 역동성을 매우 단순화시켜서 보여주고 있지만 태도 변화, 여론 형성 및 선전(propaganda)에 대한 폭넓은 논의와 이론들을 함축적으로 담고있다고 평가되고 있다.⁵¹⁾ 아래 그림에서 보여주듯이, 이 모델은 삼각형의 형태를 취하며 각 꼭지점은 각각 두 명의 개인 A 및 B와 그들의 환경 내에 있는 대상물인 X를 나타내고 있다.

<그림 13> 뉴콤의 ABX 모델⁵²⁾

뉴콤은 '균형을 향한 긴장(strain to symmetry)'이라는 개념을 제시했는데, 커뮤니케이션과정에서 참여하게 되면 균형을 향한 긴장이 발생하고 그 결과로 의견을 같이하는 영역이 점점 넓어진다고 주장하였다. 다시 말하면, 커뮤니케이션이 둘 또는 그 이상의 개인들로 하여금 서로와 외부 환경 내에 있는 대상물을 향해 동질적인 방향성

50) Theodore M. Newcomb, "The Study of Consensus", in Merton et al., *Sociology today*, 1959, op. cit. pp. 277-292.

51) McQuail and Windahl, 1993, op. cit. p. 27.

52) Ibid. p. 577.

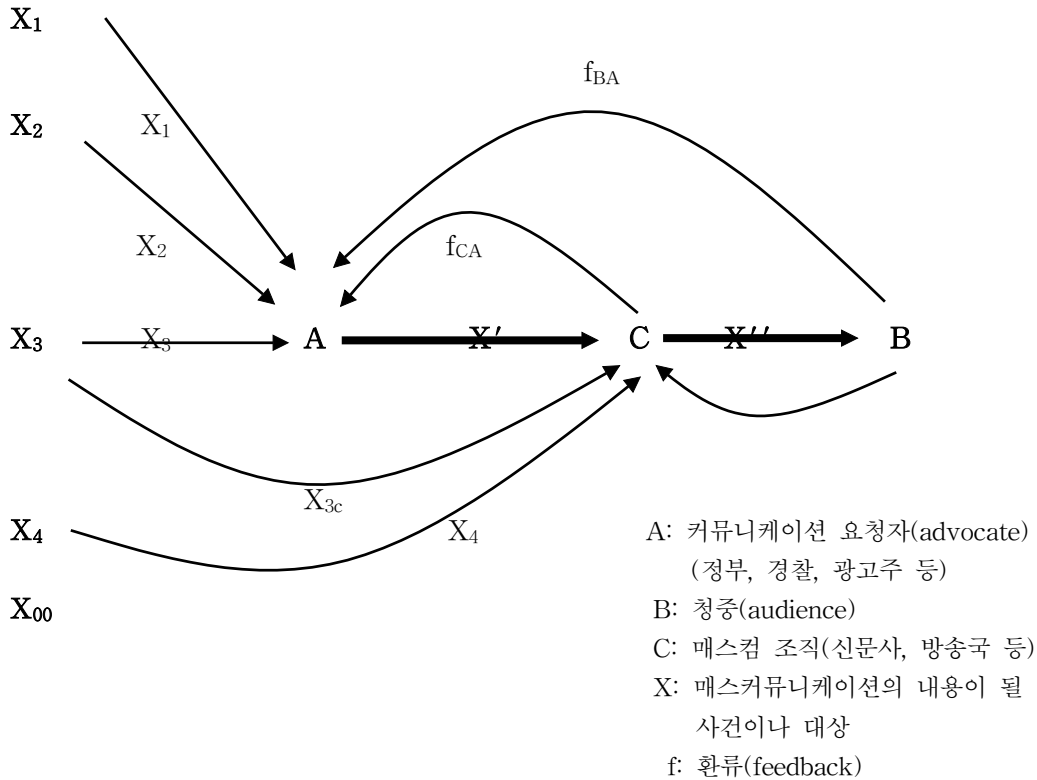
(simultaneous orientations)을 유지할 수 있도록 하는 본질적인 기능을 수행한다는 것이다. 그러므로, 커뮤니케이션은 일종의 ‘긴장에 대한 학습된 반응(a learned response to strain)’이기 때문에 불확실(uncertainty)하거나 불안정(disequilibrium)한 상황에서 더욱 활발히 일어나게 된다.

2001년 한국경제의 구조조정 과정에서 발생했던 부평 대우자동차노조와 경찰간에 발생했던 폭력사태를 둘러싼 양측의 상반된 견해가 서로 다른 편집을 거친 현장비디오 화면과 함께 인터넷 등을 통해 경쟁적으로 공개되었던 당시 인터넷상의 경찰청 홈페이지와 민주노총 홈페이지는 수많은 네티즌들의 접속으로 서버가 마비될 정도였으며 양측은 대중과 서로를 향한 커뮤니케이션을 끊임없이 전개하여 결과적으로 부상자 처리와 향후 준법 비폭력 활동 등 대체적인 공감대를 형성한 것이 그 대표적 사례라고 할 수 있다. 뉴콤의 이론에 따르자면, 경찰에서 자체 인터넷 방송망을 구축하여 대중과 사회 각 집단과의 커뮤니케이션을 지속적으로 전개한다면 결과적으로 경찰활동이나 기타 치안쟁점에 대한 경찰과 사회간의 공감대가 더욱 확대되어 경찰에 대한 사회의 지지와 신뢰도가 향상되는 한편, 소비자인 국민의 요구에 부응하는 경찰서비스가 제공되는 바람직한 결과를 기대할 수 있을 것이다.

(7) 웨슬리와 맥리안의 매스커뮤니케이션 개념 모델

웨슬리와 맥리안(Westley and MacLean)은 화이트의 게이트키퍼 개념과 뉴콤의 아이디어인 태도변화, 여론형성 및 선전(propaganda) 개념을 발전시키고 확장한 새 모델을 제시했다. 이들은 매스커뮤니케이션의 보다 복잡한 특성을 설명하기 위해 새로이 커뮤니케이션 ‘요청자(advocate)’라는 역할을 소개했는데, 이 advocate는 어떤 사안에 대하여 대중에게 어떤 이야기를 하고자 하는 개인이나 조직을 의미하며 ‘매스컴 기관(communicator)’ 및 ‘청중(audience)’과 함께 매스커뮤니케이션 상황에서 특정한 목적을 가지고 활동하는 존재이다.

<그림 14> 웨슬리와 맥리안의 매스커뮤니케이션 개념 모델⁵³⁾



이 모델은 언론사(C)가 어떻게 커뮤니케이션 요청자(A)가 언론사에 보낸 메시지들(X')과 언론사 스스로 찾아낸 사건이나 대상들(X_{3c} , X_4 ...) 중에서 선별하여 청중(B)에게 전달하는 메시지(X'')를 만들어 내는 지를 잘 보여준다. 이 모델에서 보듯이, 환류(feedback)는 청중(B)으로부터 요청자(A) 및 청중(B)으로부터 언론사(C)에게 뿐만 아니라 언론사(C)로부터 요청자(A)에게 행해지기도 한다(f_{CA}).

분명히, 실제 매스커뮤니케이션 상황에서는 수많은 언론사(Cs)들이 엄청나게 많은 요청자(As)들로부터 메시지를 받아 다수의 청중(Bs)들에게 전달해 주며, 청중들은 동시에

53) B.H. Westley and M. MacLean, "A conceptual model for mass communication research" in *Journalism Quarterly*, Vol. 34. pp. 31-8.

여러 언론사(Cs)들로부터 메시지를 받는다. 전 과정을 걸쳐 ‘취사선택(selection 다른 말로 하면, 게이트키퍼)’이 이루어짐은 물론이다.

예를 들면, 경찰개혁의 성과에 대한 보도를 요청하는 경찰은 언론사에 보도요청을 하는 수많은 기관 및 개인들(As) 중 하나이며, 언론사들은 수많은 보도자료와 기자들이 취재한 기사거리들 중에서 그날 보도할 기사들을 선별한다. 이렇게 선택된 기사의 제목과 내용은 언론사별로 차이가 날 것이며 대중들은 여러 매체 중에서 몇 개의 매체를 골라 메시지를 전달받는다.

(8) 매스미디어의 영향력에 관한 이론들

매스커뮤니케이션 과정이론에서도 일부 논의되었지만, 메시지가 만들어지고, 전파되고, 이해되는 과정에는 수많은 변수들이 개입된다. 특히, 메시지를 부호화하고 다시 해석하는 과정에서 사회적 및 문화적 요소들을 통한 중재(mediation)가 수없이 행해진다. 이러한 외부적 요소들의 영향은 매우 복잡하고 그 실체를 파악해 내기 어렵기 때문에 미디어의 영향력 자체를 파악하고 측정하는 것은 거의 불가능해 보인다. 그럼에도 불구하고, 그 동안 청중에 대한 미디어의 영향을 둘러싼 다양한 가정과 이론들을 입증하거나 논박하기 위한 수많은 연구들이 행해져왔다.

언론의 영향력에 대한 관심과 우려는 이미 19세기말에서 20세기초에 이르는 시기에 막스 베버, 윌터 린만 또는 존 듀이 같은 사회 이론가들에게서 표명되었는데, 당시에는 실증적 조사는 행해지지 않았으며 이들은 대체로 언론을 ‘사회의 개혁자’로 보았다.⁵⁴⁾

이후 1930년대부터 시작된 미디어의 영향력에 대한 실증연구들은 주로 폭력과 정치(선거)에 집중되었다. 그 동안 미디어가 청중에 영향을 끼친다는 믿음이 확산되어 왔지만 실증조사를 통해 입증된 것은 거의 없었다. 오히려, 수많은 실증조사들의 결과는 “청중에 대한 매스커뮤니케이션의 직접적인 효과는 아예 존재하지 않거나, 매우 미미하든지, 그렇지 않으면 현재의 기술수준으로는 측정할 수 없다”라는 결론을 도출하였다.⁵⁵⁾

54) Jack M. McLeod, Gerald M. Kosicki and Zhongdang Pan, "On Understanding and Misunderstanding Media Effects" in Lowery And De Fluer, 1988, op. cit., pp.193-4.

55) McQuail, 1984, op. cit., pp.193-4.

미디어의 영향력에 대해 아주 잘 알려진 초기의 속설 중 하나는, 매스미디어가 직접적이고 즉각적인 ‘자극-반응’식 효과를 가지고 있다고 믿는 소위 ‘주사바늘 효과(hypodermic effect)’이론인데, 오늘날 이러한 이론은 지나친 단순성으로 인해 무시되고 있다.⁵⁶⁾ 미디어가 즉각적이고 직접적인 효과를 가지고 있다는 실례로 자주 거론되었던 대표적인 사례가 1938년 미국에서 있었던 ‘화성으로부터의 침공(Invasion from Mars)’ 사건인데, 당시 라디오 드라마 방영도중 화성인의 침공 상황 나레이션을 듣던 수 천명의 청취자가 실제상황으로 착각하고 두려움에 휩싸여 거리로 뛰쳐나왔던 이 사건은 그러나, 당시 세계대전을 앞두고 있던 사회적 분위기 등 수많은 다른 상황적 요인들의 영향이 더 큰 원인이었던 것으로 분석되고 있다.⁵⁷⁾

미디어의 영향력에 대한 또 다른 잘 알려진 대중적인 믿음은 청중들이 미디어의 영향으로 특정한 메시지에 면역이 된다(예를 들어 폭력물을 많이 보게 되면 폭력에 대해 무더지게 된다)고 믿는 소위 ‘마비 내지 둔감화 효과(numbing or desensitization effect)’인데, 이 또한 입증되지는 않았다. 다른 이들은 오히려 미디어를 통한 가상의 폭력 또는 공격을 경험함으로써 이러한 충동을 해소시켜 실제 생활에서는 폭력과 공격을 사용하지 않게 되는 ‘치료 또는 정화 효과(therapeutic or catharsis effect)’가 있다고 반박한다.⁵⁸⁾⁵⁹⁾

라자르펠트와 머튼은 미디어의 주된 영향력은 청중들이 이미 가지고 있는 기존의 사회적 및 정치적 가치와 구조를 강화하고 뒷받침 하는 것이라고 주장했는데, 그 이유는 매스미디어의 속성 자체가 청중들을 보수적이고, 변화를 불러일으키기 보다는 이에 반대하며, 현 질서를 유지하도록 이끌고 있기 때문이다.⁶⁰⁾ 이 이론에서는 똑같은 미디어의

56) 쉬람은 매스미디어의 극도로 강력한 대중조작 효과를 신봉하는 이러한 믿음을 “1984 이론”이라고 칭했다. Schramm (ed.), *Mass Communication 2nd edition*, Urbana, University of Illinois Press, 1972, pp. 465-7 참조.

57) H. Cantril, H. Gaudet and H. Hertzog, *The Invasion from Mars*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

58) M.L. De Fleur and S. Ball-Rokeach, *Theories of Mass Communication Fourth Edition*, London, Longman, 1982, p. 248.

59) Ibid. pp. 201-2.

60) 쉬람은 이러한 주장을 “1984 이론”에 대칭되는 “현질서 이론(status quo theory)”이라고 명명했다. P. Lazarsfeld and R.K. Merton, “*Mass Communication, Popular Taste and Organized*

내용이 어떻게 다양한 청중들의 각기 다른 관점과 가치와 믿음들을 강화시키는 지에 대해 설명하기 위해 ‘선택적 인식(selective perception)’, ‘선택적 노출(selective exposure)’ 및 ‘선택적 회상(selective recall)’ 같은 개념들이 사용되었다.⁶¹⁾ 아울러, 미디어가 사회에서 허용되고 기대되는 행동에 대한 인식을 확산시키는 등 ‘사회화의 기제(agent of socialization)’로 작용하고 있다는 믿음도 널리 퍼져있다.⁶²⁾

앞서 매스커뮤니케이션 과정이론 부분에서도 언급했지만, 1940년 미국 대통령 선거에서의 유권자에 대한 과학적 조사는 미디어에서 보여준 내용에 대해 생각하고 이에 대해 다른 사람과 견해를 나누는 청중의 보다 ‘적극적인 역할(active role)’을 제시했다. 후에, 이러한 발견은 미디어의 영향력은 청중이 그 내용을 어떻게 활용하는지에 달려 있으며, 이는 다시 그 당시 청중의 상황과 요구에 따라 달라진다는 이론으로 이어지게 된다.

현재 미디어의 영향력과 관련하여 가장 널리 받아들여지는 접근방법이 ‘장기적인 효과(long term effects)’ 측면에서 바라보는 것인데, 이는 미디어의 효과는 사회와 문화 속으로 점차 녹아 들어가서 장기간에 걸쳐 축적된다고 보는 시각이다. 맥과일은 ‘발전이라는 맥락 속으로의 포함’, ‘지식 전파’, ‘뉴스 생산’, ‘의제 설정(agenda setting)’, ‘지식격차의 축소’, ‘사회화’, ‘사실의 규정 및 형성’, ‘여론적 환경의 조성’, ‘문명화’, ‘사회통제 및 사회적 인식의 형성’, ‘선택적인 관심과 무시를 통한 사회적 합의의 유지’ 및 ‘사회통합성의 형성’ 등의 역할을 통해 매스미디어가 ‘장기적이고 간접적인 변화’를 촉진시킨다고 주장한다.⁶³⁾ 이러한 ‘장기적인 효과’ 접근방법은 행동의 변화 못지 않게 ‘태도의 변화’에 대해 관심을 갖는데 이는 지식과 의견의 변화를 가져오는 ‘인지과정(cognitive process)’을 중심으로 전개된다.⁶⁴⁾

이러한 매스미디어의 영향력에 대한 보다 조심스럽고 은근한 접근방법은 매우 설득력이 있는 한편, 미디어의 영향력에 대한 계량화를 더욱 어렵게 만들고 이에 대한 조사연

Social Action”, in *Ibid.*, pp. 465-7, 492-512 참조.

61) J.T. Klapper, *The Effects of Mass Communication*, New York, the Free Press, 1960, pp. 18-26.

62) McQuail, 1994, *op. cit.*, pp. 360-1.

63) *Ibid.* pp. 352-73.

64) J. Watson and A. Hill, *A Dictionary of Communication and Media Studies*, London, Edward Arnold, 1984, pp. 40-64.

구에 보다 오랜 기간이 필요하도록 만들었다.

미디어의 효과를 측정하기가 어렵다는 문제는 또한, 실험 및 조사연구의 상황과 가설, 대상들이 현실과 완전히 부합하기 어렵다는 데에서도 기인한다. 예를 들어, 어린이들이 수년 전에 보았던 미디어 프로그램의 영향을 받아 폭력적인 성향이 길러졌다는 것을 입증하기 위해 어린이들로 하여금 그 프로그램의 내용을 기억하는 지 알아보는 방법은 매우 비현실적이다.⁶⁵⁾ 필립스 같은 학자들은 수 차례에 걸친 실험 끝에 미디어상의 폭력에 과도하게 노출되는 것은 폭력적인 행동을 촉발시키는 ‘방아쇠 효과(triggering effect)’를 일으킨다고 주장했지만, 법정을 비롯한 현실세계에서는 아직 미디어 상의 폭력이 사람들의 행동에 영향을 미친다는 것을 받아들이기에는 이를 측정하고 입증하는 방법에 문제가 많다는 것이 지배적인 입장이다.⁶⁶⁾ 예를 들어 1979년 미국 마이애미에서 있었던 악명 높은 살인사건의 변호인이 폭력적인 텔레비전 프로그램을 장기간 지나치게 많이 보아 온 피고인의 범행은 미디어의 영향 때문이기 때문에 그 책임을 경감해 주어야 한다고 변호한 데 대해 배심원단은 ‘텔레비전을 시청한 것이 살인의 변명은 될 수 없다’라며 이유 없다고 기각하고 일급살인의 유죄평결을 내렸다.⁶⁷⁾

실증조사에 의해 입증된 미디어 효과의 예로는, 블럼리와 맥콰일의 선거 유권자에 대한 연구가 있는데, 일부 유권자들은 미디어의 영향을 받아 투표를 며칠 앞두고 지지대상을 바꾸었다.⁶⁸⁾ 로저스와 슈메이커의 연구에서도 미디어상의 선거운동 내용이 주변 사

65) William Belson, *Television Violence and the Adolescent Boy*, Hampshire, Saxon House, 1978, pp. 308-39 참조.

66) 이러한 필립스의 실험들과 연구들로는, D.P. Phillips, "Suicide, Motor Vehicle Fatalities and the Mass Media: Evidence Toward a Theory of Suggestion", in *American Journal of Sociology*, Vol. 84, No. 5, 1979, pp. 1150-73;

- "Airplane Accidents, Murder, and the Mass Media: Towards a Rtheory of Imitation and Suggestion", in *Social Forces*, Vol. 58, No. 4, 1980, pp. 1001-23;

- "The Impact of Fictional Television Stories on U.S. Adult Fatalities: New Evidence on the Mass Media on Violence", in *American Journal of Sociology*, Vol. 87, No. 6, 1982, pp. 1340-59;

- "The Impact of Mass Media Violence on U.S. Homicides", in *American Sociological Review*, Vol. 48, No. 4, 1983, pp. 560-8 등이 있다.

67) 이 사건의 자세한 내용과 또 다른 미디어 상의 폭력과 관계된 형사사건에 대한 내용은 Lowery and DeFleur, 1988, po. cit. p. 353 참조.

람이나 집단의 견해와 일치할 경우 일부 유권자가 지지대상을 변경한 것으로 나타났다.⁶⁹⁾

폭력에 대한 미디어의 영향력과 관련하여 과학적 실증증거에 의해 뒷받침되는 효과로 유일한 것은 ‘모방(imitation)’으로, 반두라와 버코비츠 등 여러 학자들이 일련의 실험을 통해 청중들이 미디어상에서 보여준 ‘정당화된’ 폭력을 모방함으로써 자신들이 저지르는 폭력행동에 대한 심리적 저항감을 억누른다는 것을 입증하였다.⁷⁰⁾

한편, 싱어는 미디어가 소요의 조짐과 예상 장소를 언급하는 것만으로도 실제 소요사태의 발발에 기여한다는 증거를 제시했고, 할로란은 미디어상의 폭력이 현실상의 범죄와 폭력에 직접적으로 연결되지는 않지만, 일부의 사람들에게는 매우 해롭고 부정적인 영향을 줄 수 있다고 주장했다.⁷¹⁾⁷²⁾

68) J.G. Blumler and D. McQuail, *Television in Politics: Its Uses and Influence*, London, Faber & Faber Limited, 1968, pp. 157-67.

69) E.M. Rogers and F.F. Shoemaker, *Communication of Innovations : a cross-cultural approach* 2nd Edition, New York, Free Press, 1971.

70) 반두라의 논문들로는, A Bandura,

- "What TV Violence Can Do to your Child?", in O.N. Larsen, *Violence and the Mass Media*, New York, Harper & Row, 1968, pp. 123-39;

- "Psychological Mechanisms of Aggression", in M. von Cranach, K. Foppa, W. Lepeies and D. Ploog (eds.), *Human Ethology: Claims and Limits of a New Discipline*, Cambridge, M.A., Cambridge University Press, 1979 등이 있고, 버코비츠의 글들로는, L. Berkowitz,

- *Aggression: A Social Psychological Analysis*, New York, McGraw Hill, 1962, pp. 229-55;

- "the Effects of Observing Violence", in *Scientific American*, Vol. 210, No. 2, 1964, pp. 35-41;

- "Some aspects of Observed Aggression", in *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 2, No. 3, 1965, pp. 359-69;

- "Some Determinants of Impulsive Aggression: The Role of Mediated Association with Reinforcements for Aggression", in *Psychological Review*, Vol. 81, No. 2, 1974, pp. 165-76 등이 있다.

71) B.D. Singer, "Mass Media and Communications Processes in the Detroit Riots of 1967", in *Public Opinion Quarterly*, Vol. 34, pp. 236-45.

72) J.D. Halloran, *The Effects of Mass Communication: with special reference to television*, Leicester University Press, 1971, pp. 11-39.

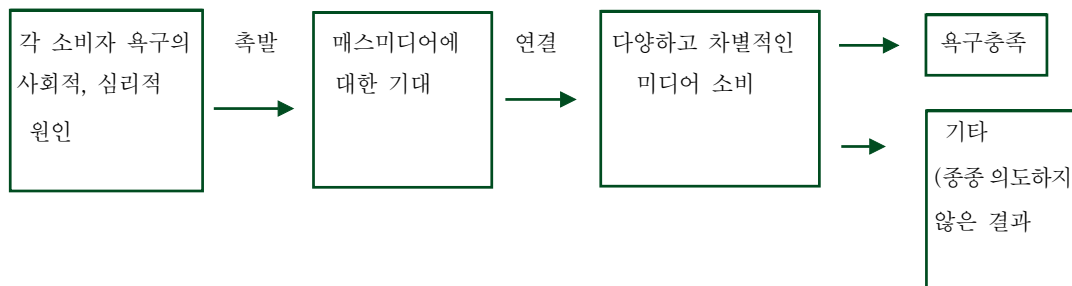
(9) 소비자 중심의 미디어 이론

종래의 매스커뮤니케이션 이론들은 소비자인 청취자나 시청자, 독자를 매우 수동적인 존재로 상정하고 있으며, 그 종류와 내용에 대해서는 상이한 입장이긴 하지만 대체로 매스미디어가 소비자들에게 상당한 영향력을 가지고 있다는 입장을 전제로 하고 있다.

이와는 정반대로, ‘소비자중심의 미디어 이론(audience centered model of mass communication)’은 시청자, 청취자, 독자 등 미디어 소비자를 수동적인 설득의 대상이 아니라 적극적으로 미디어 콘텐츠와 메시지를 해석하고 자신의 욕구해결과 만족을 위해 미디어를 선택하고 이용하는 적극적이고 능동적인 ‘커뮤니케이션 주체’로 인식한다. 이러한 새로운 이론에 의하면, 대중에 대한 미디어의 영향력을 연구하는 것은 단지 미디어에 대한 단편적인 접근에 불과하고, 더욱 중요한 것은 대중의 요구와 필요가 무엇이며 이를 미디어가 어떻게 충족시켜주고 있는 지를 연구하는 것이 더욱 중요하다.⁷³⁾

카츠와 블럼러에 따르면, 대중의 미디어 소비와 이를 통해 얻는 만족은 욕구의 사회적이고 심리학적인 근원과 관계가 있는데, 각자의 욕구가 미디어에 대한 나름의 기대를 만들어 내고 이러한 다양한 기대가 서로 다른 미디어의 선택으로 이어지며 그 결과 다른 결과(때로는 전혀 의도하지 않은)로 이어지게 된다.⁷⁴⁾

<그림 15> 소비자 중심의 미디어 연구 모델⁷⁵⁾



73) D. McQuail, "With the benefit of hindsight: reflections on uses and gratifications research", in *Critical Studies in Mass Communication*, No. 1, Vol. 2, 1984, pp. 177-93.

74) J.G. Blumler and E. Katz (eds.), *The Uses of Mass Communications*, Beverly Hills, Sage, 1974, pp. 19-32.

75) McQuail and Windahl, 1993, op. cit. p. 134.

대중이 미디어를 이용하는 이유들을 카츠와 블럼러는 다음의 5가지로 정리하여 제시하고 있다 :

- ① 생활상의 긴장을 해소하기 위해
- ② 문제해결을 위한 정보를 찾기 위해
- ③ 제한된 현실생활의 대안 혹은 보조
- ④ 자신의 가치관을 재확인하고 강화하기 위해
- ⑤ 준거집단과의 관계유지 혹은 편입

(10) 매스커뮤니케이션 이론과 경찰 인터넷 방송

매스미디어의 영향력에 대한 대중적 믿음은 학술연구의 결과와는 상관없이 증대되어 왔으며 특히, 정부나 경찰 및 기업 등 대중의 지지와 신뢰, 협조와 이해를 얻고자 하는 기관, 단체 또는 조직들의 미디어에 대한 관심은 미디어 산업체의 생존과 이익창출을 위한 자기효과선전과 더불어 증폭되어 왔다.

더구나, 2차 대전 이후 시장경제 논리에 바탕을 두고 ‘미디어 산업’으로 정착된 현대 대중매체가 ‘고객확보’라는 자체 목적 이외의 관점(국익, 공익, 평화 등)에 대해서는 우선권을 부여하지 않게 됨에 따라 국가나 정부 또는 종교 집단 등 Advocate들이 자신의 요청이 우선권을 부여받지 못하는 데 불만을 가지게 되면서 자체적으로 대중매체를 보유하는 경향이 생겨났다. 우리 나라에서도 과거 ‘대한 뉴스’가 유선방송인 K-TV로 확대 개편되었으며, 서울시 산하의 ‘교통방송국’, 국방부에서 운영하는 ‘국군의 소리’ 방송은 물론, 기독교 방송, 불교방송, 천주교에서 운영하는 평화방송 및 신문 등 종교계와 대기업에서도 자체 미디어를 구축하는 등 과거에는 기존의 매스미디어를 통해 메시지를 전달하는 데에만 힘써 왔던 Advocate들이 점차 스스로의 미디어를 보유해 나아가고 있다. 이러한 추세는 특히 인터넷이라는 가상공간이 저비용 고효율의 매스커뮤니케이션 수단으로 등장하면서 더욱 가속화되어가고 있으며 경찰에서 자체 인터넷 방송국을 구축, 운영하겠다는 취지도 이러한 맥락에서 이해될 수 있을 것이다.

다만, 실제로 경찰의 자체 방송망을 구축함에 있어서는, 위에서 살펴보았듯이, 매스미

디어의 영향력이란 간접적, 보조적이라는 한계를 가지고 있다는 것과 그러한 제한적인 영향력마저도 사회전체와의 유기적인 관계에 바탕을 둔 매우 복잡한 커뮤니케이션 과정을 거쳐 끊임없이 소비자의 기호와 요구에 맞는 내용과 방식을 개발하여 제시함으로써 일정한 규모의 고정적인 audience를 확보해야만 가능해 진다는 원칙을 분명히 인식하여야 할 것이다.

매스미디어의 소비자인 대중의 입장에서 보면, 종래의 전통적인 미디어 산업의 태도가 대중을 일방적으로 미디어 생산물을 받아들이는 소극적이고 수동적인 존재로 상정하고 있다는 불만을 제기할 수 있다. 미디어상에 폭력과 음란물이 범람하는 것도 대중이 이러한 콘텐츠를 원하고 바랄 것이라는 미디어 업체의 일방적인 예상과 시청률이나 판매율의 유지라는 경제적 관점이 주를 이루기 때문이다.⁷⁶⁾ 이러한 상황에서 인터넷이라는 새로운 통신기반을 통해 경찰 등 다양한 주체가 독자적인 대안적 미디어를 구축하여 다양한 소비자의 필요와 요구에 부응하는 정보와 메시지를 전달해 준다면 소비자의 선택의 폭이 넓어져 보다 바람직한 대중커뮤니케이션 환경이 조성될 수 있을 것이다.

76) George Gerbner, "Violence and Terror in the Mass Media", the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 1988, pp. 15-20.

Ⅲ. 인터넷 방송의 개요와 현황

1. 개념

인터넷의 보급이 급속도로 확산되면서 컴퓨터통신과 방송을 결합해 인터넷을 통해 콘텐츠를 송출하는 새로운 개념의 방송매체가 등장했는데, 이것이 바로 인터넷방송이다.⁷⁷⁾ 기존의 공중파방송과는 달리 인터넷 전용으로 콘텐츠를 제작 중계하며, 국내뿐 아니라 전세계 네티즌을 시청 가시권으로 한다는 점에서 무한한 가능성을 가지고 있는 뉴미디어로 주목받고 있다. 미국의 CNN(24시간 뉴스 전문 유선 텔레비전 방송망)이나 MSNBC는 물론, 국내의 한국방송(KBS), 문화방송(MBC), 서울방송(SBS) 등도 이미 자체 제작한 콘텐츠를 디지털 정보로 바꾸어 홈페이지에 담아 중계함으로써 인터넷방송을 실시하고 있다.

그밖에 증권전문방송, 음악전문방송, 스포츠전문방송, 댄스전문방송, 교육전문방송 등 각 분야에서 인터넷방송이 활성화되고 있다. 가상 스튜디오를 통해 웹자키나 리포터가 공연실황이나 기획물을 중계하기도 하며, 촬영카메라와 인터넷 영상프로그램, 디지털편집장치 등 첨단장치를 동원해 프로그램을 제작, 인터넷 전용 영상 디지털변환장치를 통해 전파 대신 인터넷으로 송신한다.

인터넷 전용방송이기 때문에 시청료는 물론, 전파의 국경도 없으며, 제작 및 운영비는 광고료에 의존하는 것이 보통이다.

2001년 현재 전세계 인터넷방송 솔루션은 리얼네트웍스와 마이크로소프트가 양분해 왔는데, 한국은 양 시스템을 모두 사용하고 있지만, 점차 마이크로소프트의 시스템을 채택하는 경향이 많아지고 있다.

인터넷 방송은 시간과 공간의 제약을 넘을 수 있다는 인터넷의 특성을 지닌 양방향성 인터랙티브 커뮤니케이션(Interractive Communication)이라고 말할 수 있다. 다시 말해서 인터넷 방송은 비디오+오디오+문자 등을 동영상으로 복합적으로 방송하는 21C형 칩

77) 두산대백과사전.

단멀티미디어 방송매체로 TV처럼 영상물을 시청할 수 있을 뿐 아니라 동시에 문자나 그림 등도 함께 전달되므로 보고, 듣고, 읽고 하다가 필요한 자료는 자기 컴퓨터에 다운 받거나 프린트도 할 수 있으며 필요할 경우 시청자가 방송국으로 즉석에서 반응이나 느낌이나 회신이나 소감 혹은 의견 제시 등을 할 수 있는 통합적이고도 복합적인 차세대 방송매체이다. 최근에는 이동통신(mobile communication)기술의 발달로 휴대전화(Celluar Phone, PCA)나 휴대용정보단말기(PDA)등을 통해 언제 어디서나 인터넷 방송 콘텐츠를 수신할 수 있게 되었다.

일반적으로 인터넷 방송국은 다음과 같은 특성들을 가지고 있다.

- ① 인터넷이라는 새로운 통신채널을 통해 방송을 한다.
- ② 기존 방송국과는 차별화된 다양한 콘텐츠를 제공하고 있다.
- ③ 일방적인 방송이 아닌 시청자가 참여할 수 있는 양방향 방송이다.
- ④ 시공간의 제약 없이 언제 어디서나 자유롭게 방송을 시청할 수 있다.
- ⑤ 기존 방송에 비해 제작과 송출 비용이 저렴하다

2. 인터넷 방송의 기술적 요소

(1) 인터넷

인터넷은 1960년대 냉전 당시 미국 국방성이 핵전쟁에 대비해 유사시에도 중요한 국가 정보를 전달할 수 있는 네트워크를 구축하기 위해 진행한 연구 프로젝트에서 시작되었다. 이 프로젝트는 1969년 미국 국방성 산하의 ARPA(Advanced Research Project Agency)와 RAND사가 공동으로 추진하였는데, 이들은 중요한 정보를 하나의 컴퓨터에 중앙 집중적으로 관리하지 않고 지역별로 운영되는 컴퓨터 시스템에 분산하여 관리하는 방법을 고안하게 되었다. 이러한 방법은 유사시 네트워크의 일부가 파괴되었다 하더라도 네트워크 전체는 살아있기 때문에 다른 우회로를 취하는 것이 가능하다. 또한 이들은 다

른 지점으로 정보를 보낼 경우 처음부터 경로를 설정해 두는 것이 아니라 상황에 따라서 루트가 선택될 수 있도록 설정해 두는 방법을 고안했다.

이런 연구계획에 따라 연구원들은 전화망을 이용하여 컴퓨터간 통신이 가능한 방법, 즉 하나의 회선으로 다수의 이용자가 동시에 정보에 접속할 수 있는 패킷접속기술(Packet Switching Technology)을 개발하기 시작했다. 이로써 최초의 인터넷 형태인 ARPAnet이 탄생하게 된 것이다.

ARPAnet은 당시 군사 연구를 많이 했던 UCLA, 스탠퍼드, 산 버나디노 캘리포니아, 유타 등 4개 대학을 연결하는 네트워크로 처음 운영되었다.⁷⁸⁾ 이 네트워크가 개설된 이후 컴퓨터 전문가들로 구성되었던 이용자들은 전자메일, 원격접속, 파일전송 기술, 온라인회의 기술 등 다양한 원격통신기술을 개발해 나갔는데 소수의 대학 컴퓨터를 연결하는 것으로 시작된 ARPAnet은 이후 다수의 컴퓨터를 연결하는 형태로의 변화가 요망되어 1973년에서 1974년 사이 종류가 다른 컴퓨터 네트워크간의 자료전송을 위한 규약이 만들어지게 되었다. 이것이 현재도 인터넷에서 통신 규약으로 사용되고 있는 TCP/IP(Transmission Control Protocol/Internet Protocol)이다.⁷⁹⁾

TCP란 통신제어 규약으로 네트워크상의 어느 한 지점에서 메시지를 보내고자 할 때 이 정보에다 보낸 사람과 받을 사람의 주소에 관한 정보, 전송과정에서 일어날 수 있는 에러를 알아낼 수 있는 정보 등을 패킷 방식으로 묶어 주는 역할을 한다. 그리고 IP란 인터넷 규약으로 패킷 방식으로 묶여진 정보를 보내고자 하는 상대방 네트워크 호스트로 전송하는데 관여한다. 즉 TCP/IP 규약은 정보가 전달되고 수신되는 쌍방의 컴퓨터가 가진 기술적 차이나 운영체계의 차이를 극복하여 두 기기 간의 정보의 호환성을 유지시켜 주는 역할을 한다.

또한 1970년대에 자체 지역 통신망을 구축하고 있던 여러 대학과 기업들이 상호간의 자료전송을 위해 ARPAnet에 접속할 수 있는 게이트웨이를 구축해 나가기 시작했다. 1975년 ARPAnet은 미국 국방통신국으로 이전되면서 순수 연구용인 ARPAnet과 군사용인 MILNET으로 분리되었다.

78) 김영석, 멀티미디어와 정보사회, 서울: 나남, 1997, p.213.

79) 윤준수, 인터넷과 커뮤니케이션 패러다임의 대전환, 서울: 커뮤니케이션북스, 1998, p.60.

1983년 들어 두 네트워크는 모두 TCP/IP를 규약으로 사용하도록 하였다. 이후 ARPAnet은 전자메일 등의 서비스가 가능해지면서 본래의 군사용 목적에서 벗어나 전 세계 연구자들의 정보교환 미디어로서의 위력을 발휘했고, 이 네트워크를 비로소 인터넷(Internet)으로 지칭하기 시작했다.

1986년에 미국 국립과학재단은 미국내의 슈퍼컴퓨터들을 연결하는 NSFNET(National Science Foundation Network)을 구축하기 시작했다. NSFNET은 ARPAnet와 동일한 TCP/IP 규약을 채택하여 ARPAnet은 물론 MILDEST, UUCP Network, CSNET 등 크고 작은 네트워크를 상호 연결하고, 나아가 각 기관과 단체의 근거리통신망(LAN)과도 접속되었다. 그 결과 ARPAnet은 1980년 소멸되고 NSFNET으로 대체되었다.

NSFNET의 출현과 더불어 인터넷은 획기적인 변화를 맞이하여 네트워크 용량이 급격히 증대되었고 각 지역 네트워크의 적극적인 참여가 유도되어 급속한 양적·질적 성장을 이루게 되었다. 그리하여 처음에 주로 각 대학과 연구기관에서 논문이나 데이터 교환에 필요한 전자우편과 파일전송 위주로 사용되던 인터넷의 역할이 원격접속, 파일검색, 토론참여, 실시간 원격게임, 실시간 대화 등 다양한 기능을 구비한 네트워크로 발전하게 되었다.

이러한 변화 속에서 세계 각국에서도 미국의 인터넷과 유사한 네트워크가 구성되어 상호 연결되면서 미국 지역 외의 인터넷 백본(Backbone)을 구축할 수 있게 되었다. 이로써 인터넷에서 이용 가능한 정보 역시 미국 내의 정보로만 한정되지 않고 세계적인 정보로 확장되었다. 이는 곧 정부 주도하에서 소수의 연구 목적으로만 사용되던 인터넷이 대학과 민간으로 급속히 확산되는 계기가 마련되었음을 의미한다.

(2) 월드와이드웹

인터넷 방송은 그래픽 환경을 갖춘 월드 와이드 웹의 발전과 함께 가능해졌다.⁸⁰⁾ 월

80) Lin., Carolyn A., "Exploring Personal Computer Adoption Dynamics", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Winter, 1988, p. 95.

드 와이드 웹은 스위스 제네바의 유럽 원자핵 공동연구소(CERN)에서 개발한 것으로, 이 연구소 내부의 정보를 검색하기 위해 전자적으로 축적된 방대한 정보를 컴퓨터로 검색할 수 있게 만든 하이퍼텍스트(Hypertext) 기술을 사용한 기술로 인터넷에 응용된 월드 와이드 웹 기술은 음성, 화상, 문자 등을 동시에 전송할 수 있는 서비스를 가능하게 한다. 인터넷에 응용된 월드 와이드 웹 기술은 음성, 화상, 문자 등을 동시에 전송할 수 있는 서비스를 제공했다. 월드 와이드 웹 이전에는 인터넷을 사용하기 위해서는 매우 복잡한 명령어 체계를 알아야 했고, 이용할 수 있는 서비스도 텍스트 정보를 사용하거나 파일을 다운로드 받는 정도였다. 그러나 월드 와이드 웹의 등장 이후 인터넷은 획기적인 발전을 이루어 인터넷상에서 그림 파일을 볼 수 있게 되었고 인터페이스 또한 이용자 중심으로 바뀌었다. 개인용 컴퓨터는 인터넷 특히 월드 와이드 웹 환경에서 멀티미디어 모드로 사용될 때 일종의 매스 커뮤니케이션 기능을 갖추게 된다.

(3) 스트리밍

스트리밍 기술이란 웹에서 오디오, 비디오 데이터가 실시간으로 PC로 계속하여 흘러들어오게 하는 것을 말한다. 이는 동영상 파일이 조금씩 조금씩 흘러서 연속되어 나온다는 개념으로 이해할 수 있다. 동영상 파일은 동시에 파일 전체를 보는 것이 아니라, 시간의 흐름에 따라 해당 분량만큼을 조금씩 보게 된다. 동영상 파일의 용량이 크기 때문에 한꺼번에 파일 전체를 보내주기란 불가능하고, 이를 해결하기 위해서 조금씩 파일의 일부만(실제로 영상이 플레이되는 분량만큼만) 실시간으로 전송해 주는 체제이다. 인터넷에서 동영상을 다운로드가 아닌 실시간 전송에, 실시간 구현이라는 개념을 가능하게 한 것이 바로 스트리밍 기술이다. 인터넷 방송에서 스트리밍이 필요한 이유는 오디오, 비디오 파일은 문서 파일에 비해 용량이 매우 크기 때문에 통신망으로 전체 파일을 모두 받는데 많은 시간이 소요되므로 전체 파일을 다 받을 때까지 기다리는 것이 아니라 데이터가 수신됨과 동시에 파일이 열리도록 하여 이용자가 내용을 볼 수 있게 하기 위해서이다. 곧 종전처럼 파일을 다운로드해야 하는 번거로운 절차가 필요하지 않다.

통신망에서의 음향정보는 이전까지는 파일형식으로 주로 축적해 놓은 서버 측의 정보를 전송받아 한 번에 실행시키는 AU와 WAV 형식이었다. 그러나 1995년에 들어서

TCP 혹은 UDT 프로토콜을 사용해 웹상에서 직접 들을 수 있는 리얼 오디오(Real audio) 기술이 개발되었다. 이 기술로 인해 인터넷은 하나의 커다란 라디오가 되어 기존 라디오 방송, 노래, 토크쇼, 인터뷰 및 인터넷상에서만 진행 중인 각종의 생방송을 들을 수 있게 되었다.⁸¹⁾ 뿐만 아니라 리얼 오디오 기술을 이용한 음향정보의 경우 백그라운드로 로드되고 연주되기 때문에 컴퓨터를 켜 놓은 채 다른 일을 할 수 있다.

통신망에서의 동영상은 이전에는 비디오 화면을 1분 보기 위해 비디오 파일을 30분~1시간 정도 전송 받아 실행시켜야 했다. 웹 상에서도 동영상으로 제공되는 화면은 해상도가 60×80에 1초당 1프레임 정도만을 전송할 수 있어 화면이 작고 속도가 느린 편이었다. 화질이나 영상도 비디오나 영화에 비하면 질이 많이 떨어지고 있는 형편이다. 그러나 1995년 이후 동영상 솔루션은 리얼네트워크(Realnetwork)의 리얼비디오(Realvideo), 썬텍의 스트림웍스(Streamworks) 등의 개발로 각종의 동영상 콘텐츠를, 전화선을 이용하는 경우에는 1초당 3~5프레임, 전용선을 이용하는 경우에는 1초당 24~30프레임을 받아볼 수 있게 되었다.⁸²⁾

(4) Buffering

사전적인 의미로 Buffer는 완충, 완화장치의 개념으로서 두 개의 매개 사이에서 충돌을 완화하는 역할을 한다. 컴퓨터 용어의 개념으로 이해해보면 정보가 다른 장치로 전송될 때 일시적으로 데이터를 기억하는 중간 장치로 설명되는데, 이는 동영상 파일이 사용자의 플레이어로 구현되면서 네트워크 상황에 따라 끊어짐이나 유동정보량이 줄어드는 현상이 발생할 수 있는데, 이 때 Buffering을 통해 일시적으로 데이터를 기억해내어 다음 데이터와 원활하게 연결시켜주는 역할을 하게 된다. 실제로 스트리밍이나 버퍼링은 동영상을 원활히 보기 위한 기반환경으로 작용한다.

81) 1995년 Real Player 발표와 함께 개발사인 프로그레시브 네트워크(현재는 Real Networks)는 미국 내 라디오 방송인 NPR과 ABC의 라디오 프로그램을 인터넷으로 들을 수 있도록 서비스하였다. 국내에서는 1995년말 같은 방식으로 KBS가 '가요 Top10'을 서비스하기 시작했으며 다음해인 1996년에는 거의 모든 공중파 방송과 YTN 등의 케이블TV 방송들이 비디오를 인터넷으로 서비스하기 시작하였다.

82) 영화가 초당 24프레임, 비디오가 30프레임인 것을 감안하면 화질이 뒤떨어진다고 볼 수 없다.

인터넷방송에서 방송데이터를 원활하게 시청하기 위해서는 Streaming을 통해 끊이지 않는 연속성의 데이터를 유동하고, Buffering을 통해 불안정한 네트워크 문제로 인해 데이터 유동에 있어서 발생할 끊김과 중단현상을 일시적 기억시스템을 통해 동영상의 유동을 원만하게 하고 있다.

(5) 멀티캐스트

유니캐스트(Unicast) 전송방식이 하나의 송신자가 다른 수신자에게 데이터를 전송하는 일반적인 방식의 인터넷 응용 프로그램 전송방식인데 비해 멀티캐스트 전송방식은 하나 이상의 송신자들이 특정한 하나 이상의 수신자들에게 데이터를 전송하는 방식으로 인터넷 화상회의 등의 응용분야를 말한다.⁸³⁾ 멀티캐스트의 가장 큰 특징은 송신자 입장에서 여러 수신자에게 한번에 메시지를 전송할 수 있다는 점이다. 또한 특별한 방법을 사용하지 않고서는 수신자가 누구인지를 확인할 수 없는 등 여러 면에서 방송 기술과 흡사하다.

그런데 문제는 멀티캐스트 수신자들이 전체 네트워크 상에 흩어져 있는 경우가 대부분이므로 한번 메시지를 송신한 것이 전체 네트워크에 뿌려지기 때문에 네트워크의 다른 응용 프로그램을 제대로 운영하지 못하는 문제가 발생할 수도 있다는 것이다. 그러나 멀티캐스트 전송은 그 패킷 전송방식이 일반적인 유니캐스트 전송방식과는 다르다. 즉 패킷의 송신자는 그 헤더(Header)에 수신자의 주소 대신 수신자들이 참여하고 있는 그룹 주소(Group Address)를 표시하여 패킷을 전송하게 된다. 그룹 주소는 인터넷 호스트의 실제 주소가 아니므로 멀티캐스트 패킷을 전송 받은 수신자는 자신이 패킷의 그룹에 속해 있는가를 판단해 패킷의 수용여부를 결정하게 되는 것이다.

83) 안동수, “21세기 디지털 방송 환경변화와 인터넷 방송”, 방송과 기술, 1998, 1·2월호, p. 65.

(6) 푸시

푸시 기술의 등장 역시 인터넷 방송을 확산시키고 대중화시키는데 기여했다. 푸시란 이용자가 원하는 정보를 찾아다니던 기존 인터넷의 한계를 극복하여 이용자의 컴퓨터 모니터에 원하는 정보를 직접 전송해 주는 기술을 말한다. 즉 사용자가 정보를 가지고 있는 서버에 필요한 정보를 요청하면(환경설정), 서버가 사용자 PC에 있는 푸시 프로그램에 정보(문자, 그래픽, 파일 등)를 보내주고(진행), 그리고 다시 푸시 프로그램이 사용자에게 서버로부터 받은 정보를 디스플레이 해 주는 과정(완료)으로 진행된다.

이 기술을 사용하면 정보를 취사 선택할 수 있고, 정보 창을 원하는 위치에 옮기거나 크기를 조절할 수 있다. 또한 인터넷 접속이 끊어져도 스크린 귀퉁이에 화면이 남아 있기 때문에 다른 작업을 하면서도 정보를 얻을 수 있는 장점이 있다.

푸시 기술로 인해 단순히 인터넷 정보전달방식이 바뀌어지는 것만 아니라 인터넷 방송이라는 새로운 개념을 만들어내게 된 것이다. 즉 사용자가 원하는 정보를 선택하면 그 정보가 사용자의 PC에 전송되는 것이다. 이와 같이 인터넷 방송은 사용자가 원하는 정보만을, 사용자가 원하는 형태로, 사용자가 원하는 장비로 받아볼 수 있는 양방향 방송이라는 것이다.

인터넷에서 기존의 정보검색방식은 웹사이트가 만들어져 있고 사용자들이 이곳에 들어가서 필요로 하는 정보를 찾아내는 형태였다. 이에 반해 웹방송(Web Casting)은 방송개념을 인터넷에 적용, 중앙의 컴퓨터에서 사용자의 컴퓨터로 원하는 정보를 보내준다. 사용자에게 정보를 [밀어낸다]해서 [푸시기술(Push Technology)] 이라고 한다. 기존의 정보검색과 가장 큰 차이는 사용자의 컴퓨터에 저장된 자료를 서버컴퓨터가 점검한 후 사용자가 컴퓨터에 없는 최신의 자료만을 전송하는 것이다. 최초로 푸시기술을 이용한 제품을 개발한 미국의 포인트캐스트사는 PCN(Point Cast Network)을 통하여 뉴스, 스포츠, 증권, 날씨, 광고 등을 화면보호기가 작동하면 보여주는 방식으로 정보를 전달한다.

푸시 기술이 더욱 발전할 경우 푸시 서버 내의 사용자 에이전트가 사용자의 사용추이, 접근빈도 등을 분석해서 이 정보들을 근거로 사용자에게 더 편리한 정보를 제공할 수 있을 것으로 기대되고 있다.

(7) VOD(Video On Demand)

VOD란 '실시간 주문형 동영상'이다. 이는 원하는 영상파일(영화나 공연, 현장화면, 스포츠중계 등)을 인터넷을 통해 원하는 시간에 볼 수 있는 일체의 서비스 시스템을 통칭하는 용어이다. 그 표준은 MPEG인데, MPEG에는 MPEG1, MPEG2, MPEG4의 세 가지가 있다.

인터넷 방송이 기존 방송과 다른 차별성과 특성을 갖는 가장 큰 이유 중의 하나가 바로 On Demand 서비스이다. 기존 방송이 방송국 중심의 시청자 수동성이 특징이었다면, 인터넷 방송은 네티즌 중심의 주문형, 양방향성이 특징이다. 일방적으로 뿌려지는 전파가 아니라 자신이 보고 싶은 내용을 골라서 보고 싶은 시간대에 볼 수 있다는 것이 바로 VOD의 최대 매력이다. VOD를 가능하게 하는 것은 바로 디지털이다.

0과 1로 변환되어 디지털화 된 동영상은 파일로 서버에 보관되어 있다가 사용자의 요구에 따라 실시간 스트리밍 되는 것이다. 이로써 네티즌은 언제 어디서든지 자신의 요구에 따라 프로그램을 선택하여 시청할 수 있는 것이다.

VOD는 원래 미국의 전화사업자들이 전화선을 이용한 비디오 서비스 제공을 위해 시작한 VDT(Video Dial Tone)의 일종으로 영화서비스에 국한되던 개념이었다. 이러한 On Demand의 개념은 영화에서 그치지 않고 책, 신문 등의 서비스를 비롯하여 홈쇼핑, 홈뱅킹, 정보검색, 교육정보화 등 멀티미디어 환경에서 구현할 모든 서비스를 포함하게 된다. VOD는 멀티미디어 정보를 저장하는 일종의 데이터베이스인 서버와 대량의 멀티미디어 정보를 전달할 수 있는 초고속 정보통신망, 데이터의 압축과 복원, 재생을 실시간으로 수행해주는 셋 톱 박스 등의 구성요소로 되어 있다.

VOD를 가능하게 한 가장 큰 공로는 압축기술에 있다. TV의 한 채널은 음성신호를 포함하여 6MHz의 대역을 차지하는데, 이를 디지털화 하면 45Mbps의 정보를 1.5Mbps로 압축시키는 정도까지 발전하였다. 여기다가 초고속 전송기술인 ADSL을 이용하면 기존 전화선을 통해서 멀티미디어 서비스를 할 수 있게 된다.

초고속정보통신망은 광케이블과 위성통신, 그리고 XDSL 기술로 각각 발전하고 있다. 정보통신 인프라는 기술적 발전을 거듭하여 진보하게 될 것이고, 압축기술도 마찬가지로이다. VOD는 인터넷방송의 가장 큰 생명이자, 수용자 환경에 가장 적합한 멀티미디어 서비스인 것이다.

(8) AOD (Audio On Demand)

AOD란 '실시간 주문형 오디오'이다. 이는 원하는 오디오파일(음악이나 강의, 연설, 중계 등)을 인터넷을 통해 원하는 시간에 들을 수 있는 일체의 서비스 시스템을 통칭하는 용어이다. AOD란 VOD 이후 나온 용어인데 데이터는 MPEG의 3번째 레이어 오디오 파일을 압축한 방식인 MP3 파일을 주로 사용한다. MP3파일은 오디오 원음에서 인간 가청 주파수대인 20-20000 Hz의 데이터만을 골라서 초당 44100의 샘플링으로 2개의 음원(스테레오)데이터를 모두 포함하는 압축방식이다. 실시간 주문형 오디오 서비스를 위해서는 데이터 압축만으로는 부족하다. 전송라인 또한 뒷받침되어야만 한다. 일반적으로 MPEG 파일을 실시간으로 재생하려면 100Mbps의 전송 속도를 가져야 하며 MP3 파일을 실시간으로 전송하려면 56kbps의 전송속도를 가져야 한다.

(9) 인터캐스트(Intercast)

인터캐스트는 PC를 TV겸용으로 만드는 신기술인데, PC로 TV프로그램을 보면서 관련된 인터넷 정보도 찾아 볼 수 있도록 한 것으로 인터넷(Internet)과 방송(Broadcast)의 합성어다.

이는 공중파TV신호의 VBI(Vertical Blanking Interval) 대역 10개 라인을 이용한 것으로 PC, TV수신카드, 모뎀, 인터캐스트SW를 활용해 지상파나 위성을 통해 제공되는 아날로그TV방송 및 데이터를 수신할 수 있도록 한 서비스다.

인터캐스트는 미국의 AOL, CNN, NBC, QVC, 컴캐스트, 컨티넨털 케이블비전, DBC 등 방송사와 케이블TV사, PC제조업체, PC소프트웨어 제공업체들이 '인텔인터캐스트 그룹'을 형성하여 서비스를 제공하고 있으며 인텔인터캐스트와 비슷한 개념으로 일본의 인포시티사가 개발한 '비트캐스트'도 주목의 대상이다.

비트캐스트는 지상파TV의 VBI 대역을 이용해 PC에서 TV를 수신하는 한편 인터넷사가 제공하는 정보를 저장, 검색할 수 있도록 했으며 양방향 서비스가 가능하다. 이밖에 '웨이브포시스템'도 있다.

이는 인터넷상에서 실시간으로 방송을 시청할 수 있도록 한 것으로 통신회선의 전송

능력 향상과 동영상소프트웨어의 기술개발 추세를 감안할 때 지상파나 케이블TV, 위성 방송 등과 경쟁 가능한 미디어수단으로 부상하고 있다.

인터넷캐스트는 전송대역폭이 좁아 화질과 음질이 좁다는 단점이 있으나 다양한 프로그램 공급업자와 애플리케이션 SW 등 하부구조 구성이 용이해, VOD의 위력 이상이라는 평가를 받고 있다. 인터넷캐스트는 데이터정보 및 프로그램에 대한 접근을 모뎀속도가 아닌 하드디스크의 속도로 처리하는 것이 가장 큰 장점으로 공중파를 통해 정보가 전달됨으로써 정보의 사용 및 접근비용이 없으며 모뎀이 설치됐을 경우에는 인터넷상의 관련 정보로 바로 하이퍼링크 시킬 수 있어 양방향 통신기능을 수행할 수 있다.

3. 인터넷 방송의 현황

(1) 방송국과 주요 시청자군

이미 인터넷은 지상파 미디어인 라디오/TV, 위성방송, CATV에 이어 급속히 제4의 방송미디어로 확장해가고 있는데, 이는 대중의 욕구가 극도로 다원화되어 가는 현대사회에서 기존의 방송미디어들이 이러한 급변하는 환경에 제대로 적응해 가지 못하는 구조로 되어 있기 때문이기도 하다. 다양화 개별화되어 가고 있는 다원적 현대사회에서 분출하는 대중의 정보 취득 욕구를 일방적이고 획일적인 방송 콘텐츠로는 더 이상 만족시킬 수 없기 때문이다.

인터넷 방송은 1995년 이후 멀티미디어 동영상, 오디오 소스의 스트리밍(Streaming) 기술이 발전하면서 탄력적으로 발전하고 있다. 전세계적으로 수 천 개의 사이트가 존재하고 매주 9만 시간을 넘는 오디오 콘텐츠가 인터넷을 통해 전세계로 방송되고 있다. 웹을 매개로 한 라디오 방송국은 400개를 넘어섰으며 매주 24시간, 전세계로 방송하고 있다. 최근에 도입된 동영상 방송도 전세계적으로 약 1천 개 사이트가 만들어졌고 매주 1,500시간 이상의 비디오 콘텐츠를 방송하고 있다.

국내에서는, 97년 5개로 시작된 인터넷 방송이 98년 말에는 80여 개, 99년 9월 130여 개에서 고속 통신과 컴퓨터 기술의 발달 등으로 인하여 2000년에는 300여 개로 급속히

증가하는 추세이다. 이러한 인터넷 방송국 중에서 가장 많은 부분을 차지하는 것은 오락(entertainment)관련 사이트인데, 이는 인터넷 주 사용자층인 10대부터 30대까지가 가장 관심 있어 하는 콘텐츠이며 가벼운 마음으로 즐길 수 있기 때문인 것으로 분석된다.

인터넷 방송물은 공중파 방송과는 달리 언제든지 원하는 콘텐츠를만 골라 볼 수 있다는 특징에서 이용률 산정에 어려움이 있다. 공중파 방송은 정해진 시간이 아니면 그 방송을 다시 볼 수 없지만 인터넷 방송은 언제든지 볼 수 있기 때문에 이용자들은 시간에 그다지 구속을 받지 않으며 방송물을 보는 시간도 그다지 길지 않다. 연령층은 10대부터 30대가 주축을 이루고 있으며 특히 20-30대 대학생이나 직장인들이 주도 세력이 되고 있다. 이들은 학교나 회사의 고속 전용 회선을 이용하여 고품질의 콘텐츠들을 이용하고 있고, 최근에는 가정에도 케이블 모뎀이나, ADSL이 보급되면서 10대 이용자들도 서서히 증가하는 추세이다.

(2) 인터넷 방송국의 분류

1) 공중파 TV의 인터넷 방송국

국내의 대표적인 중앙 네트워크인 한국방송공사(KBS), 문화방송(MBC), 서울방송(SBS)과 몇몇 지역 민방 등이 인터넷을 통해 자체 방송 프로그램의 인터넷 방송을 실시하고 있다. 이러한 기존 공중파 방송국의 인터넷 방송은 가시청권을 한반도 내로 한정하지 않고 해외에 있는 교포나 유학생들에게까지 확장시킨다는 면에서 중요한 의미를 지니고 있다.

각 방송사가 초기에는 자체적인 기술력이나 방송 콘텐츠의 인터넷화에 대한 노하우가 극히 부족해 단순한 실시간 방송과 인기 드라마나 프로그램의 VOD(주문형 비디오) 서비스가 전부였으나, 최근 들어 기존에 편성되어 있는 방송 프로그램과는 다른 차원에서 인터넷 방송국만의 장점을 최대한 활용하는 새로운 서비스들이 급속히 접목되고 있다. 또한 케이블TV PP(프로그램 공급업자)들 가운데도 인터넷방송을 구현한 곳도 있다. 음악전문채널인 뮤직네트워크(m-net)와 현대방송(HBS), 뉴스전문채널인 연합TV뉴스(YTN) 등이 인터넷으로 자체 프로그램을 내보내고 있다.

한편, 인터넷방송이 보편적인 미디어의 서비스 분야로 정착하면서 새로운 시도도 선보이고 있는데, 97년 문화방송(MBC)이 선보인 인터캐스트(Intercast)는 기존 공중파대역의 VBI라는 잔여대역폭을 활용해 각종 문자와 화상정보를 제공하는 서비스를 개시했다. 이 서비스는 미국의 인텔사가 개발한 솔루션으로 96년 아틀란타 올림픽 방송에서 활용되는 등 기대를 모았으나 시청자들에게 컴퓨터 이외에 특별한 하드웨어를 요구해 보급이 다소 늦어지고 있다. 이렇듯 국내 공중파방송의 인터넷방송은 각자 독특한 영역을 구축해가면서 성장하고 있고, 영상압축, 스트리밍 솔루션의 기술적 성장과 함께 차츰 정착되고 있다.

2) 독립 인터넷 방송국

기존의 방송국이 인터넷방송을 하는데는 별다른 어려움이 없다. 조직이나 시스템상 동영상 콘텐츠의 제작과 운영에는 가장 원활하기 때문이다. 그러나 인터넷방송이 가능해지면서 인터넷으로만 방송을 하는 독립방송국 시대가 열리게 되었다.

국내에서는 96년 하반기 하이테크정보와 인터넷 팀이 뉴스를 시험 방송하면서 인터넷 독립방송국 시대를 열게 되었다. 그 후, 1997년 시작된 M2 (<http://www.m2station.com>)를 비롯하여, 15대 대통령 취임식을 생중계한 정보통신뉴스전문인 Ready-Q (<http://www.qnet.co.kr>), 음악전문채널인 nine4u (<http://www.nine4u.com>), C3 (<http://www.c3tv.co.kr>) 기독교 채널, 이산가족 찾기를 위한 BIZ-TV (<http://www.biz-tv.co.kr>) 등 다양한 장르의 독립 인터넷 방송 서비스가 등장하고 있다. M2의 경우, 종합정보 오락채널로서 다양한 이벤트, 이용자들이 직접 참여하는 생방송 등 인터넷의 특성을 최대한 활용하여 기존의 방송과 차별화된 서비스를 하려고 노력하고 있으며, 음악전문채널인 nine4u의 경우, 제3세계의 음악이나 희귀 음반 등의 서비스를 통해 차별화된 이미지를 부각하고 있고, 음악 인터넷 방송으로 클래식 음악만을 서비스하는 Cybermusic (<http://www.cybermusic.co.kr>)도 있다. 이들 독립방송국들은 기존 공중파가 쉽게 방송할 수 없는 콘텐츠와 인터랙티브한 인터넷의 장점을 최대한 살리는 편성체제를 기본으로 특화된 영역을 구축해가고 있다.

VOD(주문형비디오)서비스와 실시간 생방송 서비스의 경우 자체 제작된 영상물 혹은

프로모션을 위한 영상물 등이 주류를 이루고 있다.

이러한 인터넷 독립방송국들은 기존 공중파가 할 수 없는 영역이나 기존 공중파로부터 소외 내지는 배제된 계층을 흡수할 수 있다는 장점을 활용해 새로운 콘텐츠 미디어로 그 가능성을 보여주고 있다. 이는 특히, 인터넷방송을 이끌어나가는 측면이 기술적인 우위보다는 콘텐츠 기획력이 주요한 핵심이 된다는 점에 기인한다.

4. 기존 매스미디어와 인터넷 방송

앞서 살펴본 대로 커뮤니케이션의 가장 중요한 기능은 ‘의미의 형성’이며 다수를 대상으로한 일방적인 커뮤니케이션 행위인 기존의 방송이 드러낸 문제점은 매우 심각한 수준이다. 이에 반해 인터넷 문화는 그 출발점부터 기존의 매스미디어의 하나인 텔레비전 문화와는 상이한 양상을 보인다.⁸⁴⁾ 인터넷 이용자들은 자신의 PC를 이용하여 정보를 검색하고 수신할 뿐만 아니라 자신이 적극적으로 텍스트에 해당하는 메시지 생산에 참여하는 양방향적 문화실천을 수행한다는 점에서 일방적인 수용이 이루어지는 텔레비전 문화와는 상이한 특성을 보이고 있다. 인터넷 방송의 경우 기존의 텔레비전 텍스트와 유사한 동영상 텍스트를 전문적인 생산자가 아닌 조직이나 단체는 물론 개인이 생산할 수 있다는 특징을 갖고 있다. 이처럼 인터넷이라는 새로운 매체를 통해 문화생산에 참여할 수 있는 가능성이 열린 것은 매우 중요한 의미를 갖는 변화이다.

이처럼 인터넷 방송을 중심으로 하는 인터넷 문화는 매스미디어가 중심이 되는 대중 문화와는 달리 이용자들이 문화생산에 능동적으로 참여함으로써 새로운 형태의 문화생활을 가능하게 하는 새로운 문화로서의 잠재성을 내포하고 있다.

특히 한국 경찰은 그 동안 -외국의 경찰이 매스미디어와 함께 사회에서 허용되고 장려되는 행위가 무엇이며 금지되고 통제되는 행위(범죄, 일탈행위)가 무엇인지에 대한 의미를 생산하는 주체로 대중 커뮤니케이션 과정에 적극 참여해 온 것과는 달리-, 국가 권력의 도구로 독자의 영역을 구축하기보다는 통치의 주변부에 지나지 않아 왔으며 사

84) 한국방송개발원, 연구보고서 98-08 “인터넷 방송 현황 및 육성방안 연구”, 1998.

회 엘리트 계층에 포함되지 못하여 대중 커뮤니케이션을 통한 의미생산의 주체가 아닌 객체의 위치로 소외되어 왔음을 감안하면 인터넷 방송이라는 새로운 커뮤니케이션 매체의 등장은 매우 큰 의미를 가지고 있다고 할 수 있다.⁸⁵⁾

85) Katherine Beckett, "Setting the Public Agenda: 'Street Crime' and Drug Use in American Politics", in *Social Problems*, Vol. 41, No.3, August, 1994, pp. 425-47.

IV. 경찰 독자방송망 구축의 의의와 필요성

1. 경찰과 매스미디어 환경의 변화

(1) 경찰과 매스미디어

현대는 ‘미디어의 시대’라고들 한다. 독일의 석학 하버마스 등 사회철학자들은 민주사회에서 여론(public opinion)이 형성되는 場(realm)을 ‘公領域(public sphere)’이라 상정하고 이상적으로는 이러한 ‘公領域’에 이르는 통로가 특정한 조직이나 개인에게 독점되어서는 안되고 모든 시민과 단체에 보장되어야 하지만, 현실적으로는 매스미디어가 이 ‘公領域’에 이르는 중요한 통제장치 역할을 하고 있다고 주장한다.⁸⁶⁾ 이를 경찰의 입장에서 재해석해 보면, 경찰은 범죄와 형사사법 문제를 둘러싼 정통성과 권위를 인정받아 충분한 예산과 자원을 확보하기 위해 검찰, 변호사협회, 재야인권단체 등 다른 관련 단체·조직들과 경쟁하는 사회적 존재이며, 이를 위해 公領域(public sphere)에서 자신을 제대로 표현하여 유리한 여론을 형성하고 주권자인 시민들과 정책결정권자들의 관심을 확보할 필요가 있기 때문에 여론형성의 관문역할을 하는 매스미디어는 경찰에 있어 매우 필요하고 중요한 존재다. 즉, 매스미디어라는 통로를 장악하느냐 여부에 따라 그 분야에서 주도권을 장악하는 조직이 되느냐 주변으로 밀려나는 조직이 되느냐가 결정되기 때문에 경찰의 대외관계에 있어 매스미디어가 차지하는 비중도 절대적일 수밖에 없으므로 경찰과 매스미디어에 대한 이해는 올바른 경찰홍보 전략과 정책을 수립하는 기본요소라고 할 수 있다. 반면에 매스미디어 산업에 종사하는 업체들은 ‘국민의 대변자’, ‘사회의 公器’로서의 명예와 권위를 유지하는 동시에 많은 시·청취자 및 독자들을 확보하여 매출을 올려야 하는 입장에서 서 있고 경찰은 그러한 미디어산업의 생리와 원칙에서 개념

86) Jurgen Habermas, "The Public Sphere", in A. Mattelart and S. Siegelau(eds.), *Communication and Class Struggle*, Vol.1, New York, International General, 1979, pp. 198-200; P. Shlesinger, et al., "The Media Politics of Crime and Criminal Justice", in *British Journal of Sociology*, Vol.42, No.3, September 1991, pp. 397-420.

지워지는 하나의 대상일 뿐이다. 1970년대 영국경찰을 뒤흔든 런던경시청의 부패스캔들을 해결하며 500여명의 형사들을 구속, 파면, 사직시킨 개혁의 대명사이자 언론에 대한 ‘열린 정책(open policy)’를 최초로 주장하며 적극적인 대 언론정책을 펴 현대 영국경찰 지휘자의 모델로 꼽히는 로버트 마크 卿(Sir Robert Mark)은 경찰과 매스미디어의 관계를 “황홀하고 행복스럽지는 않더라도, 오래 지속되는 결혼생활(an enduring, if not ecstatically happy, marriage)”에 비유했으며, 경찰학자 Crandon은 경찰과 매스미디어가 서로를 필요로 하기 때문에 둘 사이에는 공생관계(symbiotic relationship)가 발달한다고 주장하고 있다.⁸⁷⁾ 다시 말해, 경찰은 업무수행의 어려움과 대응하는 범죄의 심각성에 대한 정보들을 널리 알리기 위해 매스미디어가 필요한 반면, 매스미디어는 시·청취자나 독자를 확보하고 흥미 거리를 제공해 주는 이야기를 확보하기 위해 경찰을 필요로 한다.

(2) 매스미디어의 의미와 개념 변화

20C초 ‘무관의 제왕’ ‘제4부’로 불리며 ‘정의로운 시민의 대변자’로 절대권력의 붕괴에 앞장섰던 언론은 현대에 와서 다양한 시·청각 매체(media)의 발달과 경쟁적 기업화로 인해 거액이 소요되는 ‘산업’으로 변모하였으며, 이러한 새로운 산업으로서의 매스미디어는 그 운영비용과 수익의 상당부분을 광고비에서 충당하고 있고 광고의 양과 단가는 해당 媒體 또는 프로그램의 인기도와 비례하므로 시청취자·독자 확보가 지상과제로 대두하게 되어 ‘시청취자·독자가 원하는 것이면 무엇이든’이라는 主義가 가장 중요한 이념 중의 하나가 되었다. 그런 가운데 언론은 ‘돈벌이가 아닌 공익사업’이라는 명분을 지키기 위해 ‘공익성’을 부각시키려는 노력을 계속 해 오고 있는데 과거에는 정부홍보 등이, 최근엔 정부부처·대기업·국회의원·자치단체장·경찰·공공기관 등의 문제점을 분석·비판하거나 추적·고발·폭로하는 것(investigative journalism)이 ‘공익성’을 확보하며 동시에 “흥미”를 유발하는 언론의 주요기능으로 부상하는, ‘폭로의 경쟁시대’를 맞고 있다고 해도 과언이 아니다. 또한, 잔혹한 범죄·대형사고·중요사건 보도는 ‘흥미’와 ‘공익

87) Garth Crandon, "The Media View of the police", in Policing, Vol.6, No.3, Autumn 1990, p. 575.

성'을 동시에 확보하기 때문에 이러한 기사거리의 무료 제공자로서의 警察에 언론이 의지하는 바 크다고 할 수 있다.

(3) 미디어상의 '경찰'·'범죄' 관련 콘텐츠 증가

영국과 미국 등지에서는 1980년대에 이르러 형성된 새로운 경찰의 적극적인 대언론 정책과 언론의 새로운 경찰·범죄 보도경향이 당시 서구를 휩쓴 '신보수주의'의 산물인 '법질서 확립 정치구호(Law and Order Politics)'와 맞물리면서 새로운 형태의 경찰-TV 프로그램이 생성되게 되는데, 영국에서는 1984년에 첫 방송을 시작한 이래 평균 천만명 내외의 시청자를 확보하고 있는 BBC 텔레비전의 'Crimewatch UK' 프로그램과 그 뒤를 쫓아 제작된 'Crimestoppers', 'Crime Monthly', 'Crime Stalker' 등 실제 발생한 범죄를 재구성하여 보여주고 목격자를 찾는 경찰의 노력에 대해 시청자의 참여를 호소하는 프로그램들이 경찰과 대중매체간 협조관계의 새장을 열었다고 평가된다. 미국에서도 Fox TV의 'America's Most Wanted', 'Manhunter' 및 'COPS' 등의 프로그램들의 FBI와 경찰 등의 적극적인 협조를 바탕으로 실제 범죄현장이나 경찰활동 장면을 보여줌으로써 높은 시청률을 기록하고 범죄예방이나 검거 효과도 거두고 있는 것으로 평가되고 있다.

하지만, 우리 나라에서는 과거 인기를 끌었던 MBC의 드라마 '수사반장' 시리즈가 모방범죄 효과 등을 우려하여 종영한 이후, Crimewatch 류의 프로그램들(MBC의 경찰청 사람들, KBS의 사건25시)이 시도되었으나 정착하지 못하고 방송시간대나 방송기법 및 내용상의 문제로 인한 사회각층의 비판과 손해배상 소송 등의 공격을 견디지 못하고 막을 내린 실정이다. 다만, iTV등 일부 지역방송의 경찰현장 중심의 다큐드라마 시리즈는 아직 방영중이다.

(4) 미디어산업의 e-혁명 : 디지털 방송

이러한 가운데 기존의 공중파 방송국들은 TV보다 인터넷에 더 친숙한 신세대들을 겨냥하고 시간에 구애 없이 언제든지 방송내용을 시청할 수 있게 한다는 취지에서 앞다투어

자체 인터넷 방송을 실시하고 있다.⁸⁸⁾ 또한, 정보통신부가 오는 2003년부터 디지털라디오방송(DAB)을 실시한다고 밝혔고 2001년 12월 KBS가 실험방송에 들어갔는데, 디지털라디오방송은 음성만 전달해주는 기존 방식과는 차원을 달리하여 고품질 음악은 물론 교통정보, 뉴스 등 다양한 정보를 문자, 그래픽, 영상 등 멀티미디어 형태로 제공한다.⁸⁹⁾ 더욱이, 이제 곧 영화에 버금가는 화질과 음향으로 100개 이상의 채널을 볼 수 있어 ‘꿈의 방송’이라 불리는 디지털방송이 시작⁹⁰⁾되게 되면, 이를 통해서 프로그램 관련 정보와 날씨 뉴스 교통 등의 생활정보는 물론 PC 등 디지털화 된 다른 통신 미디어와의 접속-연계 사용이 가능해 TV에서 인터넷 방송을 시청할 수 있게 되어 컴퓨터나 인터넷에 익숙하지 않은 일반독자들도 인터넷 방송의 시청자 층으로 끌어들이 수 있게 된다. PC온라인 이용자들은 스트리밍 미디어 소프트웨어 기술 개발로 PC상에서 방송 콘텐츠를 접하게 되는데, PC상의 인터넷 환경은 대개 업무를 보는 일터로 제한되어 있고 집에서는 주로 TV를 선호하는 경향이 있어서 TV를 단말기로 한 인터넷 접속이 요구되고 있는 것이다. 실제로 영국의 BIB(British Interactive Broadcasting)는 1998년부터 100여 개의 사이트를 TV상에 제공해 호평을 받고 있다.

디지털방송의 또 하나의 특징은 주문형비디오(VOD; Video-On-Demand) 서비스가 가능하다는 점이다. 이는 시청자가 버튼만 누르면 언제든지 다수의 프로그램 중에서 자신이 시청하고 싶은 프로그램을 처음부터 시청할 수 있도록 하는 서비스로, 비디오테이프 재생기를 이용하듯 프로그램을 앞뒤로 이동시키거나 잠시 중단시킬 수 있다는 점에서 프로그램 통제권이 프로그램 제공자가 아닌 시청자에게 주어진다. 시청자와 방송사는 마치 PC와 그 서버간의 관계와 같다. 주문형비디오 서비스는 양방향 통신을 통한 원격의료, 원격교육, 양방향 게임-화상회의, 홈쇼핑, 원격검침(방법-방제) 등으로까지 확대될 수 있다.

바야흐로 방송환경도 이제 종래의 일방적 메시지전달에 그치던 공중과 아날로그 시대

88) 세계일보, 2001-11-01, 20면.

89) 대한매일, 2001-11-01, 11면, 이러한 디지털라디오방송은 화면이 달린 라디오를 통해 서비스 받을 수 있는데 무선 인터넷 서비스를 제공하는 휴대폰이나 PDA(개인휴대단말기)를 라디오와 결합한 것으로 보면 된다.

90) 세계일보, 2001-11-06, 15면.

에서 방송소비자가 다양하고 적극적인 선택권과 feedback권을 발휘할 수 있는 인터넷 방식 디지털 중심 시대로 전환되고 있다고 할 수 있으며, 이러한 새로운 방송환경 하에서는 무엇보다도 다양한 방송콘텐츠가 요구되고 이러한 요구는 저렴한 비용으로 콘텐츠를 제작, 송출할 수 있는 인터넷 방송기술과 접목하여 경찰 등 종래에는 방송의 주체로 인식되지 않았던 기관이나 단체들도 충분히 독자적인 방송을 실시할 수 있는 여건이 조성되었다고 할 수 있다.

(5) 디지털 방송시대와 경찰

더구나 경찰은 교통정보, 범죄예방 정보, 사건사고 속보, 수배자 인적사항 및 인상착의, 미야 가출인 찾기, 분실물, 습득물, 수배장물 사진 등 다른 기능이나 기존 방송사에서 공급하지 못하는 다양한 방송콘텐츠를 보유하고 있으며 시청자들로부터의 신고, 문의, 민원청취 등 참여 및 feedback의 필요와 가능성도 매우 높아 새로운 인터넷 방식 디지털 중심의 방송환경에서 매우 적절한 공익적 방송사업자로 간주될 수 있을 것이다.

2. 대내적 커뮤니케이션 효과 증대

(1) 원격근무체제

이제 디지털시대, 인터넷 시대를 맞아 업무와 근무의 방식에도 커다란 변화의 바람이 일고있다. 이미 많은 기업체들에서는 ‘접속=출근’이라는 개념이 도입되어 사무실에 출근할 필요없이 현장과 거래처 등에서 무선통신장비를 이용해 업무를 처리하는 신개념의 ‘재택근무’가 새로운 사무실 풍속도로 자리잡아가고 있는 것이다.⁹¹⁾ ‘모바일 오피스(mobile office)’라고도 불리는 새로운 ‘재택근무’는 사무실 풍경뿐만 아니라 기존의 조직 질서와 기업 문화까지 바꿔 놓고 있다. 이러한 재택근무제는 무선 인터넷 등 발달된

91) 동아일보, 2001-08-20, 24면.

네트워크 인프라를 최대한 활용하는데 노트북과 휴대전화 등의 통신장비만 있으면 어느 곳에 있건 앉아 있는 곳이 곧 사무실이 돼 결재와 보고 등 모든 업무를 처리할 수 있기 때문이다. 기동성과 효율성 등에서 종래 사무실에 ‘붙박이’로 앉아있는 방식에 비해 업무 효율이 높을 수밖에 없다.

특히 경찰은 방법순찰, 범죄수사, 정보수집, 지역사회 문제해결 등 사무실에 앉아있기 보다는 보다 많은 경찰관이 현장에 나가 있어야 효과성이 증대되는 기능이기 때문에 인터넷 방송시스템 구축을 통해 원격지에서 공지사항이나 업무지시, 정보전달은 물론 근태 점검이나 보고, 상황과약 등을 전자적으로 처리한다면 대단한 비용절감 및 업무성과증대의 효과가 있을 것으로 보여진다.

(2) 공개행정을 통한 신뢰확보

또한, 2001년 7월4일 청와대에서 부패 없는 ‘클린 코리아’를 주제로 열린 ‘깨끗한 정부 구현을 위한 부패방지대책 보고회의’에서 제도적으로 부패방지 인프라를 구축하고 행정제도를 개혁함으로써 부패의 ‘뿌리’부터 없애겠다는 경찰청이 제시한 대책중의 하나가 사이버경찰청 운영을 활성화한다는 것이었다.⁹²⁾ 서울시에서도 민원업무처리과정을 전산화하고 공개하여 그 투명성을 국제적으로 인정⁹³⁾받은 바 있는데, 경찰 인터넷방송을 통해 경찰업무를 공개하고 전산화한다면 대내적 커뮤니케이션을 촉발시켜 업무효율이 증대함은 물론, 업무투명성 제고 및 민원서비스 수준향상을 통한 국민의 지지와 신뢰획득에 효과가 클 것으로 보여진다.

(3) 원격교육을 통한 비용절감 및 효과증대

인터넷 방송을 통해 경찰이 얻을 수 있는 대내적 커뮤니케이션 효과 중에 가장 주목할 만한 것은 아마도 교육부분일 것이다. e학습혁명 시대를 맞아 종전처럼 오프라인 학

92) 대한매일, 2001-07-05, 03면.

93) 문화일보, 2001-08-31, 29면.

교건물에서 교재를 가르치는 학습모델에 회의가 커진 것은 부인할 수 없는 현실이다. 학습장소까지 이동하는 시간과 비용의 문제는 물론이거니와 동일시간에 여러 사람이 한 장소에 모여 교육을 받게 함으로써 발생하는 업무공백과 비효율의 문제로 인해 기존의 교육방식은 교육대상자 선정에서부터 강사선정, 교육내용의 편성 및 그 효과에 있어 많은 제약과 한계를 드러내고 있는 것이 사실이다. 이미 대학과 기업 및 사교육 현장에서 학교와 교재 중심의 교육이 원격방식의 디지털 교육으로 급격하게 변화하고 있다.⁹⁴⁾ 벌써 미국에는 e학습 관련 기업들이 만든 온라인 교육 웹사이트가 줄잡아 1만여 개에 달한다고 한다. 실제로 교육 산업이 장차 최대의 부가산업으로 부상할 것이라고 예상한 민간 기업들은 학위 과정과 자격증, 교육 연수 프로그램 등의 온라인 교육 콘텐츠 개발에 적극 뛰어들고 있다. 경찰교육의 환경과 수요 역시 급격한 변화에 직면해 있으며 수시로 변하는 치안여건에 부응하는 수시 교육을 실시해야하는 상황에서 기존의 합숙식 집체교육은 한계에 직면할 수밖에 없다. 이러한 문제를 해결하기 위해 한국경찰은 각 지방경찰청 내에 지방경찰학교를 개설하여 운영하고 있으나 강사진과 교육내용 및 시설 등에 있어 상당한 어려움을 겪을 수 밖에 없다고 보여진다. 이러한 상황에서 인터넷 방송을 통한 교육콘텐츠의 제공과 수시 업데이트가 이루어진다면 경찰교육효과가 획기적으로 증대될 것이다. 다만, 실습이 필요하고 집체합숙의 방법을 통해서만 교육효과를 극대화할 수 있는 과정이나 내용에 대해서만 집체교육이 이루어진다면 집체교육의 내실화와 질적 향상이 가능해질 것이다.

(4) 범죄수사에 있어서의 e-혁명

최근 우리 사회에서는 박노항, 이근안, 신창원 등 장기간 수사망을 피해 은신 또는 도주해 온 도주범죄자들로 인해 경찰 등 수사기관의 수사능력에 대한 비판과 회의가 심각하게 제기되었다.⁹⁵⁾ 이는 물론 이들이 수사관 출신으로 수사기법에 대한 전문가이거나 남다른 체력 및 도주능력을 보유하고 있었다는 특수성과 예외성을 감안한다 하더라도

94) 문화일보, 2001-06-13, 07면.

95) 경향신문, 2001-04-26, 26면.

경찰이 느끼는 수치심이나 곤혹스러움뿐만 아니라 일반 국민 사이에서 조성된 불안감을 해소할 근본적인 조치가 필요하다는 데에 대해서는 이론의 여지가 크지 않다고 보여진다.

중요 범죄자나 탈주자 추적수사의 어려움은 비단 우리 나라의 문제만은 아니다. 미국 연방수사국 FBI의 경우 매월 30명 내외의 새로 발생한 중요 도주범죄자(fugitive)의 사진과 인적사항, 인상착의, 특징 및 주의사항 등을 게시하는 웹페이지(<http://www.fbi.gov/mostwanted/fugitive/fpphome.htm>)를 마련해 놓고 있으며 과거 전 세계의 관심 대상에 포함되었던 전문 청부살인업자 자칼(본명 카를로스)은 20여 년 동안이나 미국과 유럽 경찰 등 수사당국들의 추적을 피해 다녀 그 이야기가 영화화되기도 하였다.⁹⁶⁾ 이렇게 신원이 확인된 범죄자의 추적검거뿐만 아니라 용의자의 특정조차 어려운 미해결사건의 경우 더더욱 경찰 혼자만의 힘으로는 해결이 난망하며 교통수단의 발달로 범죄자들이 국경과 거리와 지역의 제한을 받지 않게 된 현대사회에서 더 이상 수배전단과 전화와 팩스 같은 전통적인 통신수단만으로는 문제를 해결할 수 없게 되었다.

일찍이 범죄와 치안문제에 대한 전사회적 관심이 고조되고 체계적인 범집행지원시스템이 갖추어진 미국과 유럽 등 선진국가에서는 기존의 매스미디어에서 이러한 문제를 해결하기 위해 수배자나 미해결사건 목격자 찾기 프로그램을 정기적으로 운영⁹⁷⁾하고 있고 인터넷상의 다양한 고정 사이트가 운영하고 있음에도 불구하고 경찰관들은 수배자나 미해결사건 정보가 보다 빨리, 보다 많은 사람에게, 보다 자주, 보다 자세하게 전달되지 못하고 있다는 불만을 가지고 있다. 실례로 영국경찰관들을 상대로 한 조사⁹⁸⁾에서 조사 대상자의 약 50%에 해당하는 경찰관들이 텔레비전의 범죄수배 프로그램이 더 자주 방영되어야 하며, 더 많은 사건을 다루어야 한다고 응답했는데, 특히 BBC 방송국의 Crimewatch UK 프로그램 고정출연자이기도 한 David Hatcher 경정은 “지방자치화 되어 있는 영국의 경찰제도하에서 현재의 커뮤니케이션 수단으로는 효과적인 범인 수배

96) 중앙일보, 2001-10-17, 06면.

97) 미국에는 America's Most Wanted 등, 영국에는 BBC의 Crimewatch 등, 독일에는 “Unsolved Mystery XYZ” 등이 있고 전세계 30여 개국에서 경찰과 미디어 및 지역사회간의 연대로 성립, 활동중인 Crimestoppers는 지역 신문 및 방송에 정기적으로 수배자 및 미결사건 목격자 찾기 기사 및 방송을 내보내고 있다. 이들 프로그램들에 대해서는 뒤에서 상술하기로 한다.

98) Changwon Pyo, op. cit., pp. 153-176.

는 이루어질 수 없고 TV 등 대중매체는 극히 제한적인 수의 범죄사건만 다루고 즉시성이 없으므로 경찰자체 방송망을 갖추어 범인의 컬러사진 등 수배자료를 전국 경찰에 신속히 전파해야 한다”고 주장했다.⁹⁹⁾ 이러한 주장은 유사한 자치제 경찰제도를 운영하고 있는 호주의 경찰관들 사이에서도 자주 제기되고 있다.¹⁰⁰⁾

비록 중앙집권적 국가경찰제도를 운영하고 있는 우리 나라이지만 신창원, 박노항 사건 등에서 드러났듯이 도주 수배자 추적이나 미해결사건 수사에 있어 신속하고 정확하게 동시에 많은 사람에게 필요한 정보를 전파시키는 체제에 있어 커다란 문제를 안고 있다. 더군다나 매스미디어를 비롯한 사회가 범죄와 치안문제 해결을 위한 동참의식과 자세를 가지고 있지 못한 현실에서는 더욱 그러하다.

경찰이 자체 인터넷 방송망을 갖추고 이를 통해 긴급수배 자료나 미해결사건 목격자 찾기, 미아 실종자 및 변사자 사진 및 인적사항 등의 내용을 실시간으로 전파하고 위성 방송사업자나 지역 케이블방송사업자와의 제휴를 통해 텔레비전으로도 방송할 수 있게 된다면 도주 수배자 추적 검거나 미해결사건 목격자 및 관련정보 확보, 미아 실종자 찾기 및 변사자 신원확인 등에 있어 상당한 효과를 볼 수 있을 것이다. 특히, 지역을 옮겨가며 저지르는 여행성범죄, 연쇄범죄 등에 있어서는 무엇보다 범죄수법과 용의자의 특성을 신속히 전파하여 추가범죄를 예방하는 한편 범인의 신속한 검거를 꾀해야하는데 경찰 독자방송망의 존재는 이러한 문제해결에 있어 획기적인 기여를 할 것으로 기대된다.

3. 대외적 커뮤니케이션 효과 증대

(1) 경찰 마케팅

현대 경찰경영에서 중요한 개념으로 대두되고 있는 것 중의 하나가 마케팅이다. 마케

99) 1997년 5월 Kent Constabulary 의 Hatcher 경정 사무실에서 행한 저자와의 직접 인터뷰를 통해 밝힌 개인적 견해임.

100) 2001년 9월 27일과 28일 호주 퀸즈랜드 경찰청에서 Leane Eggins 경사 및 범죄분석 요원들과 가진 면담에서 확인.

팅이라는 개념은 과거 기업과 시장에 국한된 것으로 인식되었으나 1980년대 이후 ‘사회적 마케팅(social marketing)’¹⁰¹⁾이라는 개념이 확산되면서 ‘사회적 가치나 이념, 공익적 제도나 프로그램에 대한 대상집단의 수용성 증가를 도모하여 궁극적으로 모두에게 이익이 되는 결과를 지향’하는 공공분야의 마케팅 활동이 중요시되고 있다.

공공분야, 특히 경찰에 있어 마케팅이 중요한 이유는, 과거 권위와 강제에 의해 법을 집행하던 때와 사회환경과 국민의식이 크게 변화하였으며, 본질적으로 국민의 지지와 신뢰를 바탕으로 하지 않고서는 원만한 법집행을 통한 사회안정과 평화유지라는 목표를 달성할 수 없다는 인식이 확산되었기 때문이다. 다시 말해서, 오늘날의 경찰은, 과거의 ‘폭력적’이고 ‘강압적’이고 ‘부패한’ 이미지를 벗고 친절하고 시민에게 도움이 되는 부드러운 이미지를 부각시킬 필요가 있는 한편, 여전히 법집행을 위한 규제와 통제를 효과적으로 해야하는 딜레마를 안고 있으며 이러한 딜레마를 해결해 줄 수 있는 대안적 방법이 마케팅이다.

경찰 마케팅은 크게 두 가지 부분으로 나누어 생각할 수 있는데, 하나는, 경찰조직 자체의 이미지를 진작시키는 조직 마케팅이고, 다른 하나는 음주운전 방지, 범죄 예방 등 경찰목적 달성을 위한 프로그램 마케팅이다.

조직 마케팅 차원에서는, 인터넷 방송을 통해 경찰의 업적과 모범사례 등을 방영하고 긍정적이고 밝은 경찰의 모습을 지속적으로 투영하는 것이 한 예가 될 것이고, 프로그램 마케팅으로는 교통사고 줄이기 차원에서의 공익광고와 사건사고 소식과 관련 정보 등을 방영하는 것 등이 있을 것이다.

어떤 형태의 마케팅이든, 마케팅의 핵심은 ‘커뮤니케이션’이다. 앞에서 커뮤니케이션 이론에 대해 자세히 알아보았지만, 어떤 목적을 달성하기 위해서든 대상자, 또는 집단과 인식의 공감대를 넓히고 공통의 방향성을 형성하고자 노력하는 커뮤니케이션이라는 수단을 통해 표적집단의 인식과 태도를 변화시켜 원하는 방향으로 행동하게 만드는 과정이 마케팅이다.¹⁰²⁾

101) S.J. Shapiro, "Canada Seeks Support for a Cause", in S.H. Fine, Social Marketing - Promoting the causes of public and nonprofit agencies, Needham Heights, M.A., Allyn and Bacon, 1990, pp. 275-288.

102) 박홍식, 반부패 마케팅의 전략과 의미, 한국부패학회 제9회 국내학술대회 논문집, 2001, 4. 28. pp. 80-3.

물론 대부분의 마케팅이 주로 기존 미디어를 통해 이루어지지만 경찰 독자적 방송망의 존재는 커다란 의의를 갖는다. 경찰의 이미지 제고와 경찰목적 달성이라는 목표에 부합하는 내용과 체제 및 방식으로 다양한 방송콘텐츠를 송출할 수 있기 때문이다. 다만, 앞서도 지적했지만 자체 방송망을 통해 만족할 만한 대외적 커뮤니케이션 효과를 거두기 위해서는 가장 먼저 ‘어떻게 많은 시청자를 확보하느냐’, ‘어떻게 시청자가 좋아하고 만족할 만한 콘텐츠를 계속 제공해 줄 수 있느냐’의 문제를 해결하여야 할 것이다.

(2) 경찰 활동에의 대중참여 확대

경찰목적 달성을 위한 가장 기본적이고도 효율적인 방안은 국가 또는 지역사회 내의 대중들을 경찰활동 과정에 적극적으로 참여시키고 조력하도록 하는 것이다. 종래의 대중과 이탈된 권위적 경찰 하에서는 국가의 대리인인 경찰이 위에 군림하고 시민대중은 범집행 기관의 감시 하에 있는 ‘잠재적 범법자적 위치’에 있었으며 이러한 상황하에서 범죄의 예방과 진압 등 경찰활동은 오직 권위를 가진 국가기관에 의해 독점적으로 진행되는 것이어야 했다. 포상과 현상금을 제시하며 ‘신고를 호소’하지만 시민대중에게 범죄해결은 일단 ‘남의 일’이다. 오랜 기간 우리 사회를 흔들었던 ‘신창원 신드롬’이나 최근의 국민의 대검찰 불신이 야기한 국가적 자원낭비는 ‘형사정의 구현과정’으로부터 소외당한 시민대중이 국가형사사범 작용에 대한 방관자적 위치를 넘어 적극적 저항과 불신세력으로까지 발전할 수 있음을 보여주는 아주 좋은 예라고 할 수 있다.

대중을 경찰활동에 참여시키는 첫 단계는 아마도 ‘범죄문제는 바로 시민 자신의 문제이며 시민 스스로가 경찰, 국가 및 지역사회와 함께 해결하여야 할 문제’라는 인식을 확산하는 것일 것이다. 아울러 각종 시민단체, 언론매체 및 지역 산업체 등과 공동으로 범죄예방 캠페인 및 범죄신고 포상제도 등을 광범위하게 실시하여 전 사회가 범죄라는 사회문제에 공동으로 대응하는 하나의 ‘네트워크’로 역할 할 수 있도록 하여야 가장 효율적으로 ‘형사정의 구현’이라는 목표를 달성할 수 있을 것이다.

경찰이 운영하는 독자적 인터넷 방송은 이러한 경찰활동에의 대중참여를 진작시키고 ‘대범죄 사회 네트워크’의 중심축 역할을 할 수 있을 것이다. 앞서도 언급하였지만 영미 등 선진사회에서 이러한 역할은 기존 미디어와 경찰의 협조체제하에 이루어진다. 현재

전 세계에 약 1,200개의 단위 프로그램이 활동중인 경찰-미디어-지역사회 연합 기구인 Crime Stoppers가 그 대표적인 형태인데, 민간주도 형식의 이 기구도 그 활동의 주축은 경찰이다.¹⁰³⁾ 우리 나라의 경우 아직 사회적 여건으로 보아 이러한 자발적인 경찰-언론-지역사회 연합형식의 치안 네트워크 형성이 어렵다고 볼 때, 경찰 인터넷 방송 등을 통한 여건조성이 필요할 것으로 보여진다.

(3) 경찰입장 대변창구 확보

경찰을 비롯한 정부 각 부처에서는 언론 등 미디어의 보도내용 중에서 정책이나 업무와 관련하여 ‘과장보도’, ‘부정확한 보도’, ‘객관적 사실의 오류’, ‘허위보도’ 등 잘못된 것이 많다고 인식하고 있다.¹⁰⁴⁾ 이에 대해 반론권을 행사하거나 정정보도 요구를 한다고 해도 이미 국민에게 전달된 이미지를 바꿀 수는 없다고 여기고 있다. 이러한 ‘통제할 수 없는 미디어’ 대신 ‘정부의 입’을 갖겠다는 시도가 과거 [대한뉴스]를 확대 발전시킨 국정방송 [K-TV]이다. 그러나 국정홍보처에서 운영하는 K-TV는 ‘정부의 입’이기 때문에 행정자치부의 외청에 지나지 않는 경찰청이 K-TV의 제한된 방영시간 중에 차지할 수 있는 비중은 미미할 수밖에 없다.

[K-TV(<http://www.allim.go.kr/public/jsp/index.jsp>) 11월19일~25일 주간편성]

시 간	프 로 그 램
08:00	스페셜토크-세상을 읽자 (291회)
08:20	서울 말 평양 말 (382회)
08:30	K-TV특강 (375회) - 테러 이후의 국제질서와 한국의 선택 -미하일 고르바초프(구 소련 대통령)-
09:20	안숙선의 소리마당 (377회) - 배우기: 판소리<심청가> -
09:50	경쟁력만이 살길 (152회)
10:00	생방송e-korea1부 (150회)

103) <http://www.c-s-i.org/>.

104) 공보처, “정책홍보와 오보대응”, 1997. 1, p. 141.

12:00	세미나중계실 (560회) - 국정운영시스템의 변화와 전망 -
14:00	생방송e-korea2부 (149회)
16:00	생방송e-korea3부 (149회)
18:00	안숙선의 소리마당 (377회) - 배우기: 판소리<심청가> -
18:30	스페셜토크-세상을 읽자 (291회)
18:50	희망을 주는 사람 (101회)
19:00	K-TV특강 (375회) - 테러 이후의 국제질서와 한국의 선택 미하일 고르바초프(구 소련 대통령) -
19:50	경쟁력만이 살길 (152회)
20:00	생방송e-korea2부 (149회)
22:00	생방송e-korea3부 (149회)
24:00	세미나중계실 (560회) - 국정운영시스템의 변화와 전망 -

더구나 2001년 4월, 부평 대우자동차 노조 시위 진압과정에서 발생한 폭력시비에 있어 노조 측이 제공한 비디오 테잎의 내용이 방송뉴스에서 그대로 방영되어 곤혹을 치렀던 경찰은 뒤늦게 경찰편집 비디오 테잎을 경찰청 홈페이지를 통해 공개하였으나 그 효과가 크지 못하였던 경험이 있는 등 경찰의 자체 미디어 보유를 통한 대변창구 확보 욕구는 매우 크다.¹⁰⁵⁾

인터넷 방송을 통해 자체 미디어를 운영할 수 있게되면 경찰은 범죄, 무질서, 경찰활동, 경찰정책 등에 대한 논리와 배경 및 내용 등을 충분하고 자세하게 홍보할 수 있게 될 것이다. 물론, 문제는 역시 얼마나 많은 대중을 고정적인 시청자로 확보할 수 있는가 일 것이다.

105) [세계일보], 2001-04-13, (사회) 뉴스 29면, “대우車 폭력진압 파문”.

4. 대안적 매스미디어의 제공

이러한 문제는 경찰이 보유하고 있는 정보나 자료가 다른 미디어에서 제공할 수 없는 차별성을 가질 때 해결될 수 있으며 단지 차별된다는 사실뿐만 아니라 그 차별되는 내용이 위에서 언급한 audience centered model에서 제기하는 대중의 필요(needs)나 요구(demands)에 얼마나 부합해야 할 것이다.

그렇게 되면, 경찰에서 운영하는 인터넷 방송은 경찰이 필요로 하는 커뮤니케이션 효과뿐만 아니라 일반 대중에게도 새로운 ‘대안적 미디어’를 제공하는 효과가 있을 것이다.

더군다나 현대 상업주의 방송이 이윤창출이나 비용절감이라는 조직목표 때문에 편중된 내용을 반복 중복 방송하는 데 따른 시청자들의 불만이 고조되고 있는 현실에서는 더욱 그러하다. 현재 한국의 TV 프로그램들은 오락의 비율이 전체의 50%에 육박하고 있으며 같은 시간에 여러 채널에서 동시에 편성되어 시청자의 소외 현상이 심각한 상황으로 평가되고 있다.¹⁰⁶⁾ 방송위원회가 발간한 『텔레비전 편성의 다양성 분석 보고서』에 따르면 96년 3월 현재 방송 3사의 오락 프로 비율은 KBS1 25.2%, KBS2 47.6%, MBC 45.8%, SBS 49.5%에 이른다. 특히 주 시청 시간대인 하오 7시~밤 10시30분의 경우 KBS1 29.3%, KBS2 78.2%, MBC 52.7%, SBS 73.5%로 그 비율은 눈에 띄게 높아진다.

경찰이 보유하고 있는 차별화 된 콘텐츠는 교통정보, 사고소식, 미아/가출인, 용의자 수배, 범죄예방 정보, 검거사례, 미담사례 등 실로 다양하다. 연예인 신변잡담위주의 오락물로 도배된 기존 미디어에 식상한 시청자들에게 하나의 대안적 미디어로서의 역할을 할 가능성이 충분히 있다고 할 수 있다. 관건은 편성방법과 기법 등 기술적 요소로 얼마나 ‘볼 만하게’ 만드느냐의 문제가 될 것이다.

현재 서울시가 운영하는 교통방송에서 홈페이지(<http://tbs.seoul.kr/>)를 통해 2000. 7. 24(월) 09:00부터 실시간 오디오 서비스를 통해 22시간 교통방송 전 프로그램을 인터넷 방송 서비스를 제공하고 있으나 경찰이 아닌 서울시 산하기관으로 운영됨으로 인해 경찰현장과의 유기적인 연결이 곤란하여 교통상황과 시위 등 교통에 영향을 주는 사안에

106) 1997-01-31, 한국일보 18면, “그 채널이 그 채널 TV가 싫다(우리 방송 건강한가:4)”.

대한 정보가 신속히 제공되지 못하여 교통정보 전문의 '대안적 미디어'로서의 역할을 제대로 해 내지 못하는 것으로 평가받고 있다. 또한, 라디오 방송으로서의 한계를 가지고 있어 비록 최근에 서울 시내 교통상황을 찍은 CCTV화면을 인터넷에 올려놓고 있지만 화면상태나 시간대 등의 문제로 실질적인 도움이 되지는 못하고 있다. 아래는 교통방송 인터넷 게시판에 올려진 정보전달 지체에 대한 청취자의 불만과 이에 대한 교통방송 관계자의 답변이다.

[교통통제정보 좀 빨리 올려주세요]

게시자 김현수

날 짜 1999-08-10

내 용

먼저 교통방송 홈페이지가 태어난 것을 축하합니다.

홈 페이지에 올라있는 교통통제 정보가 많은 도움이 됩니다.

그러나 한가지 아쉬운 점이 있다면 올라오는 시기가 조금 늦다는 것입니다. 집회에 대한 정보같은 경우 특히 그러합니다.

하루전에 올려주면 많은 도움이 될 것 같군요.^^

그럼...

[교통통제정보 이렇게 올라갑니다]

게시자 교통방송본부

날 짜 1999-08-30

내 용

-우리 교통방송에 관심을 보여줘서 고맙습니다.

-집회 및 행사소식은 관계기관으로부터 통보받아 등록하고 있습니다.

-집회 및 행사는 신고후 행사당일까지 일정의 변경이 잦은 관계로 당일 오전에 최종적으로 확정되고 있습니다.

-확정된 정보를 통보받은 즉시 우리방송에서는 당일 08:00경에 인터넷에 등록하고 있습니다.

- 집회일시의 조기 공시는 관계기관의 업무처리 형편상 어려운 문제입니다.
- 널리 이해바라며, 앞으로도 좋은 의견 바랍니다

이러한 문제를 포함하여 ‘교통안전’과 ‘교통질서’의 담당자요, 전문조직인 경찰이 아닌 지방자치단체인 서울시에서 운영하는 교통방송이 기존 미디어와의 차별성을 갖는 ‘대안’이라기보다 그저 ‘또 하나의 미디어’ 역할을 하는 것이 아니냐는 불만도 자주 제기되고 있다.

[다시 생각해보는 교통방송]

게시자 한상운

날 짜 2001-11-19

내 용

막히는 도로에 갇혀 있을 때 꼭 필요한 정보는 왜 막히는지, 일시적인 현상인지, 또는 우회도로는 있는지, 아예 멀더라도 뚫 길을 이용해야 하는지 등인데 그런 의사결정을 위해 필요한 정보는 당연히 교통방송이 제공해야 한다고 본다.

그러나 라디오를 틀면 타 방송과 전혀 다름없이 음악방송이 이루어져 주파수를 외우고 있지 않는 한 어느 것이 교통방송인지조차 알 수가 없다.

왜, 교통방송이 음악을 계속 방송해야 하는가.

아나운서가 계속 전국의 교통상황을 자세히 설명해주면 안 되는가. 음악은 라디오 채널에서 널린 게 음악인데 교통방송에서조차 음악을 들어야만 된단 말인가. 그렇다면 방송국 이름을 바꾸든가 해야할 것이 아닌가. 그리고 통신원을 이용한 교통정보 제공도 재고해야 할 것이다. 통신원들이 현장감각이 뛰어나고 빠른 정보제공이 가능한 것이 사실이지만 불분명한 발음과 청취자를 고려하지 않고 지리에 익숙한 자신들을 기준으로 방송을 하는 것을 듣다보면 얻을 것이라고는 별로 없는 경우가 많다.

아무튼 교통방송이면 교통방송다워야 한다. 어차피 정부예산으로 운영되는데 광고 등 청취율에 신경 쓸 필요는 없는 것 아닌가. 제발 쓸모 있는 방송이 되기를 바라는 마음으로 고언을 한다.

- 꼭 막힌 서해안 고속도로에서 평균시속 25km로 4시간 이상 막히면서 열받은 청취자 -

또한, 명절 등 대규모의 교통혼잡이 벌어져 시시각각 변화하는 교통상황에 대한 정보 갈증이 심한 경우에는 국가전체가 아닌 서울시와 서울시민 위주의 방송을 하는 교통방송에 대한 불만이 고조되기도 한다.

[서울위주로만 방송하지 마라]

게시자 추석인

날 짜 2001-10-02

내 용

전 대전에 사는 시민인데 항상 느끼는 거지만 서울위주의 방송만 한다는 겁니다.

물론 서울에서 빠져나가는 차가 많아서 그런 건 알지만 서울에서 빠져나가는 차만큼 서울로 올라가는 차들도 늘어간다는 사실을 잊지 않았으면 좋겠습니다.

어제는 서울에서 대전을 오는데 장장 8시간이 걸리더군요.

하지만 모든 방송들이 서울에 도착한 차들에만 신경을 쓰지 서울에서 내려가는 차에 대해서는 신경도 안 쓰더군요. 그리고 뭐? 대전에서 서울을 올라가는데 5시간이라고요?? 그 옆에 보이는 그 밀리는 하행선은 차도 아니고 머 쓰레기가 기어가더이까?

참 어처구니가 없습니다.

제가 대전으로 내려갈 때는 상행선이 밀리지도 않는데 부분 부분 밀리는 곳을 어쩔 그렇게 자세히도 짚어서 방송을 합니까? 하행선은 그렇~게 밀리는데도 방송 한줄 ..?? 하행선은 좀 밀립니다. 이정도 더이다.

서울시민만 국민이 아닙니다.

지방시민들은 국민도 아닙니까? 지방시민들도 어디가 어떻게 막히는질 알아야 잘 빠져나가고 그러는 거지요. 국도를 탈까 아님 그냥 고속도로를 타고 가야 하는지. 지방 시민들도 알권리가 있는 겁니다. 안 그렇습니까?

교통방송이면 방송답게 편파적으로 진행하지 말고 골고루 모든 상황을 자세히 알려줬음 좋겠습니다.

또한, 교통방송의 인터넷 서비스는 2001년 11월 현재 실시간 방송만을 제공하고 있어 인터넷 방송의 장점인 '시청자가 원하는 시간에 원하는 내용을' 서비스하지 못함으로 인해 많은 불만을 사고 있다.

V. 경찰 인터넷 방송의 현황 및 평가

1. 개 황

최근 들어 정부 부처들이 부처홍보를 위해 인터넷방송국을 잇따라 개국하고 있는데 이는 인터넷방송국이 동영상으로 사실을 전달하기 때문에 주로 문자에 의존하는 인터넷 홈페이지보다 홍보효과가 높다는 판단 때문으로 보인다.

이러한 정부부처 인터넷 방송국의 효시는 경찰청인데 경찰청은 2000년 10월24일 정부부처로는 처음으로 경찰청 인터넷방송국(<http://pbn.police.go.kr>)을 개국, ‘경찰은 지금’, ‘경찰뉴스’, ‘기획특집’ 등의 프로그램을 제작해 방송하고 있으며 경찰관들을 대상으로 컴퓨터와 영어, 방법, 수사 등의 교육프로그램도 방영해 좋은 반응을 얻고 있는데 하루 평균 방문자수는 3,500명 정도이다.¹⁰⁷⁾

<그림 16> 경찰인터넷방송국 PBN의 로고



이에 뒤이어 과학기술부는 2001년 4월2일 자체 인터넷 방송국인 ‘사이언스올 텔레비전(<http://www.scienceall.tv>)’을 개국, ‘사이버 과학뉴스’, ‘퀴즈 과학뉴스’, ‘호기심 싹티우기’ 등 6개 프로그램을 제작해 내보내고 있다. 과학문화재단이 운영을 맡는 이 방송국의 프로그램들은 어린이의 학습에 도움이 되는 내용이 적지 않아 매일 3,000여명의 학생과 학부모 등이 접속하고 있다.

행정자치부는 2000년 8월 20일 화재, 구조, 구급 등 생생한 소방현장 상황을 실(實)시간으로 전달하는 소방 인터넷방송국(<http://119fbn.fire.go.kr>)의 시험운영에 들어간 뒤

107) [대한매일], 2001-08-21, 28면, “정부부처 인터넷 방송국 개국 바람”.

119 뉴스데스크, 119아카데미, 119시네마 등의 프로그램을 준비하여 11월 5일 방송국을 정식으로 개국, 방송을 실시하고 있다.

그 외 교통방송이나 국군방송 등은 인터넷 사이트에서 라디오 방송 서비스만을 제공하고 있다.

이러한 정부부처 인터넷 방송 개국 붐을 주도한 것이 경찰청이며 현재까지는 그 내용면이나 기술적 측면, 서비스의 다양성 측면에서 가장 우수하다는 평¹⁰⁸⁾을 받고 있는 것이 경찰청 인터넷 방송국 PBN으로 PBN이 포함된 경찰청 홈페이지는 2001년 4월-6월 2달간 행정자치부와 중앙일보가 공동으로 실시한 행정부처 홈페이지 종합평가에서 전체 중앙행정기관 중 기획예산처에 이어 2위를 차지했다.¹⁰⁹⁾

<그림 17> 경찰청 홈페이지에 부착된 최우수 행정기관 홈페이지 마크



특히, PBN을 통한 시위현장 생중계는 평화시위 문화정착에 크게 기여하고 있는 것으로 평가받고 있는데, 2001년 5월 1일 111주년 노동절을 맞아 서울 도심 등에서 열린 대규모 집회 현장에 3명을 1개조로 56개조를 편성, 168명의 디지털 캠코더 채증 요원을 배치한 경찰청 인터넷 방송국의 생중계로 인해 조성된 전체 네티즌이라는 ‘감시의 눈’ 때문에 서울에서만 2만여 명의 노동자와 1만여 명의 경찰이 시청 앞 광장 등에서 대치했지만 폭력이 발생하지 않았다.¹¹⁰⁾

108) [동아일보], 2001-06-21, (사회) 뉴스 29면 “경찰청 홈페이지 단속조회등 서비스 일원화”; 2001년 1월에는 야후! 코리아에 의해 네티즌이 직접 뽑은 올해의 사이트 후보 20개 중 공익부문 대표로 선정되었다. 주간동아, 제266호, 2001.1.4.

109) 중앙일보, 인터넷신문, joins.com 2001. 06.19.

주문형 비디오인 VOD 방식으로 제공되는 PBN 서비스는 인터넷상에서 사이버경찰청 <http://www.police.go.kr/>의 하위디렉토리 [main_frame/pbn_main.html](http://www.police.go.kr/main_frame/pbn_main.html) 또는 <http://pbn.police.go.kr/>를 통해 Windows Media 프로그램으로 시청할 수 있도록 되어 있다.

경찰청 인터넷방송국은 2001년 10월 24일 개청한 “사이버 경찰청”의 일부로서 멀티미디어를 통한 ‘생동감 있는 경찰교육’과 ‘대 국민 홍보’라는 두 가지 주목적¹¹¹⁾을 지향하고 있어, 앞서 살펴 본 인터넷 방송의 기대효과 중 [대내적 커뮤니케이션 효과]로서는 ‘교육’, [대외적 커뮤니케이션 효과]로서는 ‘경찰 마케팅’과 ‘경찰대변 창구’로서의 효과만을 추구하고 있다. 다시 말해서 원격근무, 범죄수사, 공개행정 등의 대내적 커뮤니케이션 효과 및 경찰활동에의 대중 참여와 대중에 대한 대안적 미디어의 제공이라는 대외적 효과를 겨냥한 편성 및 방영은 이루어지고 있지 않는 것으로 파악된다.

2. PBN의 방송 내용과 시청자 참여

현 경찰 인터넷 방송인 PBN의 방송 편성 내용을 보면, 크게 일반인용과 어린이/청소년용 및 경찰관전용의 세 가지 카테고리로 나누어볼 수 있다.

(1) 일반인용 방송 프로그램

일반인용 방송프로그램은 누구나 접속하여 감상할 수 있고 게시판을 통해 참여할 수 있도록 되어 있다. 그 내용은, News Room, 경찰은 지금, 기획특집, PBN리포트, TV속의 경찰, 사이버 경찰교실, 내가 만든 PBN 등 7개 부분으로 나뉘어 있다.

1) PBN News Room

110) [대한매일], 2001-05-02, (사회) 뉴스 23면, “평화시위 이끈 ‘인터넷’”.

111) “PBN 설립과정”, PBN 홈페이지.

매 주 한번씩 경찰과 관련된 새로운 소식을 전하는 경찰자체 뉴스 프로그램으로 이곳에 마련된 '네티즌 참여게시판'에는 2001년 4.27 - 11.21 사이 7개월 간 20건의 글이 올라와 평균 50회의 조회 수를 기록하고 있다.

2) 경찰은 지금

경찰관련 행사 등을 비정기적으로 보여주는 코너로 이곳에 마련된 '네티즌 참여게시판'에는 2001년 4.27 - 11.21 사이 7개월 간 8건의 글이 올라와 평균 80회의 조회수를 기록하고 있다.

3) 기획특집

PBN이 의욕적으로 기획, 제작하는 다큐멘터리 물로 2001년 6월 20일부터 경찰업무와 경찰가족 등에 대한 다큐멘터리 시리즈물인 다큐폴리스 7편, 선진경찰 현장을 직접 찾아가 조사하고 촬영한 세계의 경찰 시리즈 10편(2001년 11월 20일 현재, 미국경찰 5편 및 영국경찰 5편) 등을 올려놓고 있다. 이곳에 마련된 '네티즌 참여게시판'에는 2001년 4.27-11.21 사이 7개월간 11건의 글이 올라와 평균 70회의 조회수를 기록하고 있다.

4) PBN리포트

경찰현장 밀착취재하고 화제의 현장을 찾아가 뒷 이야기 등을 보여주는 보도 프로그램으로, 특색 있는 파출소들을 탐방하여 취재 보도하는 [경찰 25시], 모범적인 정책을 시행하는 경찰서를 취재하는 [화제의 경찰서], 성공회대학교와 함께 제작한 [경찰인권학교], 경찰관의 지식함양 및 시대변화 적응을 위한 [지식경영], 국민들에게 경찰 정책을 설명하는 [알기 쉬운 치안정책], 언론보도 등 화제의 중심이 된 현장을 찾아가 취재하는 [화제의 현장], 교통문화 질서의식 등 국민계몽 차원의 [이래서야...], 학교폭력 등 청소년의 문제를 풀어보는 [포돌이와의 대화] 시리즈 등 총 66편(2001년 11월 20일 현재)을 편성, 방영하고 있다. 이곳에 마련된 '네티즌 참여게시판'에는 2001년 6.15 - 11.21 사이

5개월간 7건의 글이 올라와 평균 35회의 조회 수를 보이고 있다.

5) TV속의 경찰

뉴스, 다큐멘터리 시리즈 등 기존 텔레비전 방송 프로그램에 소개된 경찰의 모습을 다시 보여주는 코너로 이곳에 마련된 ‘네티즌 참여게시판’에는 2001년 8.20 - 11.21 사이 3개월간 3건의 글이 올라와 평균 50회의 조회건수를 나타내고 있다.

6) 사이버 경찰교실

성희롱예방, 어린이 성폭력 예방, 교통사고 예방, 음주운전 예방, 청소년 금연교육, 범죄예방 등의 범죄관련 공익 정보제공과 대중교육 및 계몽을 목적으로 하는 프로그램으로 이곳에 마련된 ‘네티즌 참여게시판’에는 2001년 8.4 - 11.21 사이 3개월여 간 4건의 글이 올라와 평균 10회의 조회 수를 보이고 있다.

7) 내가 만든 PBN

경찰관들이 직접 제작한 홈 비디오를 보여주는 코너로 이곳에 마련된 ‘네티즌 참여게시판’에는 2001년 4.27 - 11.21 사이 7개월간 총 21건의 글이 올라와 평균 20회의 조회 수를 나타내고 있다.

(2) 어린이/청소년용 방송 프로그램

PBN의 하위디렉토리(<http://pbn.police.go.kr/boypbn>)에 어린이를 위한 [명예경찰 PBN] 사이트를 두고 있는데, 이곳에서는 어린이 스스로 범죄나 무질서 환경파괴 현장 등을 고발하는 [명예경찰 리포트] (2001. 11.20 현재 55, 66, 시계는 아침부터 푹푹딱딱, 영호남 포돌이 포순이 합동캠프 등 총 4건만이 올라와 있다)와 PBN의 ‘사이버 경찰교실’ 내용을 연결한 [범죄 및 교통안전 교실] 등의 프로그램을 보여주고, 방송이 아닌 텍스트 콘텐츠로 명예경찰소년단에 대한 설명과 소속지부 소개 등의 내용을 담은 [명예경

찰 소년단] 코너, 어린이들이 경찰에 대한 궁금증이나 하고 싶은 말들을 올릴 수 있는 [함께 하는 참여마당] 어린이들에게 경찰과 경찰청에 대한 안내와 설명을 해 주는 [어린이 경찰청], 경찰 마스코트인 포돌이 포순이 캐릭터들을 보여주고 다운로드 받게 해주는 [우리친구 포돌이 포순이] 코너 등을 포함하고 있다.

<그림 18> 명예경찰 PBN 로고



이곳에 마련된 네티즌 참여 게시판들의 참여현황을 보면, 방송콘텐츠인 [명예경찰 PBN]의 의견나누기 게시판에는 2001. 6. 19 - 11. 20 사이 5개월간 불과 7건의 글이 올라와 평균 30회의 조회 수를 나타내고 있는 반면, 텍스트 콘텐츠인 [함께하는 참여마당]에 마련된 게시판에는 총 129건의 글이 올라와 있고, off-line 상에 조직과 활동을 가지고 있는 [명예경찰 소년단]의 '우리지부 뽑내기' 게시판에는 무려 428건의 글이 올라와 있다.

(3) 경찰관 전용 방송 프로그램

경찰관 전용 방송 프로그램으로는 [경찰교육관]이 마련되어 있어 인터넷/컴퓨터 교육, 외국어, 부패방지 특강 등 교육프로그램만 방영하고 있으며 '긴급 수배', '장물 사진', '도난차량', '미아 가출인' 등 업무 효율성 및 효과성을 높일 수 있는 방송콘텐츠는 아직 제공되지 않고 있다.

3. 종합평가 및 문제점

앞서 살펴본 대로 경찰청 인터넷 방송 PBN은 우리 나라 정부기관 중 최초이며 현재 까지 최고의 인터넷 방송임은 두말할 필요가 없음은 물론, 전 세계적으로도 경찰기관이 이러한 종합적인 방송(인터넷이든 공중파든, 위성이든 간에) 서비스를 제공해 온 사례가 없다.¹¹²⁾

(1) 홍보의 부족

하지만, 위에서 살펴 본 PBN 각 방송 프로그램에 대한 극히 저조한 시청자 참여율이나 아래에 적시한 사이버경찰청 자체 설문조사에서도 드러났듯이 아직까지는 경찰인터넷 방송이 일반대중은 물론, 네티즌이나 심지어 경찰관들 사이에서도 잘 알려져 있지 않으며 PBN의 존재를 알고 있는 네티즌이나 경찰관이라 하더라도 그리 자주 즐겨 경찰인터넷 방송에 접속하지는 않고 있다.

[설문] (2001-10-30)사이버경찰청은 인터넷방송국 PBN을 통해 다양한 볼거리를 제공하고 있습니다. 여러분은 PBN에 대해 얼마나 알고 계십니까?

잘 알고 있고, 방송시청도 자주 한다. 232 명 (22.1%)

알고 있는데 시청은 거의 안 한다. 247 명 (23.5%)

몰랐었는데 꼭 이용해보고 싶다. 418 명 (39.7%)

인터넷방송에는 관심 없다. 155 명 (14.7%)

합 계 : 1052 명 (2001.11.23 현재, 사이버경찰청)

112) 홍콩에서는 1980년대에 잠시 경찰이 기존 방송국의 시설과 심야시간대 방송시간 일부를 빌려 자체적으로 방송 프로그램을 제작, 방영한 사례가 있다고 하나 시청자의 호응이 극도로 적어 곧 폐지되었다고 한다. 2001. 8.13 대만에서 개최된 아시아 경찰학회에서 행한 홍콩 대학교(University of Hong Kong) 사회학과 추유콩(Chu Yiu Kong) 교수의 언급.

이러한 문제가 발생한 데에는 여러 가지 요인이 있을 수 있겠지만, 위 설문조사 결과에서 PBN의 존재를 알고 있다고 응답한 네티즌의 절반 가까운 수가 PBN의 방송시청을 “자주 한다”라고 응답한 점에 비추어 볼 때 그 동안 PBN의 존재와 방송내용 등에 대해 충분한 홍보가 이루어지지 않았다고 보여진다. 그러므로 보다 적극적으로 널리 홍보한다면 보다 많은 시청자 수와 적극적인 참여도를 확보할 수 있을 것으로 판단된다.

(2) 인터넷의 한계, off-line 활동과의 연계부족

2000년 이후 인터넷을 기반으로 한 사업체를 일컫는 전 세계의 닷컴(.com) 기업들이 줄줄이 파산하고 있다.¹¹³⁾ 1억 달러가 넘는 돈을 쏟아 부으며 엄청난 광고 공세를 펴 화제를 모았던 영국의 부 닷컴(Boo.com)이 2000년 5월 18일 쓰러졌고, 1주일 후에는 미국에서 디즈니의 토이즈마트(Toysmart.com), 크래프트숍(CraftShop.com), 브랜드와이즈(Brandwise.com)가 차례로 문을 닫았다. 그 이외에도 선물용품 소매상 바이올렛(Violet.com), 교육용 장난감 소매상 레드로켓(Red Rocket.com), 사이버숍(Cybershop.com) 등 파산을 눈앞에 둔 기업들이 즐비하다.

미국의 매킨지 연구소는 이러한 닷컴 위기에 대해, “온라인과 오프라인을 동시에 갖는 다채널 온라인형태의 기업만이 살아남을 수 있다”고 분석하였다.

이러한 인터넷 시장에서의 논리는 비영리 공익 인터넷 영역에도 그대로 적용된다. 비록 우리 나라가 사용인구는 세계 5위, 인터넷을 자주 이용하는 네티즌 수는 세계 4위로 나타났고¹¹⁴⁾ 경제협력개발기구(OECD) 회원국 중 초고속인터넷 보급률 1위¹¹⁵⁾를 차지하고 있는 등 인터넷 사용자 수와 빈도는 급증하고 있지만 아직까지 한국의 인터넷 사용자들은 10대와 20대 젊은 층에 집중되어 있고 그 사용 동기와 목적도 게임, 스포츠, 연예, 오락 등의 엔터테인먼트 욕구충족에 몰려있는 것으로 파악되고 있다. 또한, off-line에서 실체가 있는 대상의 인터넷 사이트, 예를 들어 연예인이나 스포츠 스타의

113) DOT21, 제2호, 2000.06.07 “미국, 닷컴사망 이제부터 시작”

114) 국민일보, 2001.10.23.

115) [한겨레], 2001-07-23, (과학·의학), 칼럼·논단 18면, [디지털칼럼], “눈부신 인터넷보급률 역기 능도 따져봐야”

사이트 혹은 기존 방송국 언론사 또는 대기업이나 기관 단체의 홈페이지들이 off-line에서의 활동이나 모임, 상품과 연관되는 서비스를 콘텐츠로 올릴 때 가장 많은 접속자와 적극적인 참여를 확보하는 것으로 나타나고 있다.

이 같은 한국 인터넷 사용자들의 특징은 정부부처 홈페이지 이용률 저하로 이어지게 되는데, 국제적인 조사전문기관인 테일러넬슨 소프레스가 국내 성인 1000명을 포함, 전세계 27개국 2만9077명을 대상으로 지난 7월부터 두 달 동안 실시한 '2001년 정부 온라인 이용실태조사'에서 우리 나라 인터넷 이용자의 '정부 웹사이트 이용자 비율'은 17%로 조사대상 27개국의 평균인 26%에 미치지 못했으며, 전체 순위에서도 14위에 그친 것으로 나타났다.¹¹⁶⁾

경찰청 인터넷 방송국 PBN의 방송콘텐츠 역시 신세대 네티즌들을 끌어들이 수 있는 엔터테인먼트적 요소가 극히 부족하면서 off-line 경찰업무와의 유용한 연계가 부족한 것으로 보여진다. 인터넷 이용률이 가장 높고 인터넷 문화에 익숙한 어린이들을 위해 개설된 [명예경찰 PBN] 게시판에 올려진 한 어린이의 글은 off-line에서의 부실이 on-line 방송의 부실로 이어질 수 있음을 강력히 시사해 주고 있다 :

“벌써 포돌이 된지가 1년이 지났습니다...
 저는 전남지부에 속해있는 완도 소속 포돌이 입니다
 지금 1년 동안 저희는 아무 것도 안 했습니다
 단지 활동 있었다면 교내 봉사 활동이라든가...
 아님 교통지도 같은 겁니다... 하지만...
 경찰서에 가서 행사를 치뤘다면...
 신입생 포돌이 보는 거... 그리고 뺏지 받는 거...
 선서하는 거... 조금 더 폭넓고... 진짜 경찰분들과
 가까워지는 행사를 만들었으면 합니다...
 말로만 포돌이 포순이가 아니라... 행동하는 포돌이
 포순이가 더욱 아름답지 않을까 생각합니다...
 좀더 구체적이고 사실적인 활동을 경찰분들께서
 만들어 주셨으면 합니다.”
 (명예경찰 PBN 함께하는 참여마당, 어떤 어린이 명예 포돌이)

116) [조선일보], 2001-11-12, (과학·의학) 통계 53면.

무엇보다도, 인터넷 이용 인구집단 및 동기와 목적의 편중성 및 정보격차(digital divide)의 문제라는 한계를 극복하기 위해서는 위성방송이나 공중파, 케이블 TV 등과의 연계가 절실히 필요할 것이다.

(3) 독립성의 부족, '선전도구'로 인식

Reiner는 “독립적이고 중립적이며 공익을 위하여 감시하는 존재로서의 비판적 언론의 존재는 경찰을 비롯한 국가기관들을 궁극적으로 정당화시켜주는 역할을 수행한다”고 주장했다. 아울러 “만일 언론이 단순한 선전도구(mere propaganda factories)로 비추어 진다면 이러한 ‘정당화 과정(process of legitimation)’이 결코 효과적으로 이루어질 수 없다”고 말했다.¹¹⁷⁾ 다시 말해서, 아무리 정부나 경찰, 혹은 기업이 운영하는 방송이라 하더라도 일반적으로 자신들에게 유리한 방향으로만 해석하고 좋은 것만을 골라 선전하는 도구로 사용하려 한다면 그 방송은 소속원 일부와 방송을 연구하는 사람만 시청하는 기형적 방송, 효과 없는 선전공세가 될 것이라는 이야기이다.

이런 점에서 아래의 언론기사가 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

[한국일보], 2001-07-20, (사회) 기획, 연재 25면, 42판 3754자.

이슈와 현장 / 경찰 개혁

‘경찰홍보’ 파상 공세 배경 싸고 설왕설래

... 경찰청장의 ‘홍보활동 강화’가 여론의 도마 위에 오르고 있다.

경찰 내부에조차 “개혁 전파가 아닌 인기와 입신영달을 위한 것”이란 비판까지 나오고 있는 상황이다... 또 경찰청 홈페이지의 목 좋은 곳에는 ‘청장 훈시’, ‘청장 당부말씀’, ‘청장 특강 1, 2’가 동영상으로 올라와 있다. 때문에 경찰청이 만든 인터넷방송국(PBN)이 “개인 방송국이나”라는 비아냥도 무성하다.

117) Robert Reiner, *The Politics of the Police*, Harvester Wheatsheaf, London, 1992.

(4) ‘방송’으로서의 전문성 부족

영국에서는 1962년 왕립조사단의 권고 이후 영국(England and Wales)전역의 43개 경찰청에 언론홍보실(press offices)이 갖춰지게 되었는데, 이후 전직 언론인 등 언론 전문가들이 이끄는 43개의 지방경찰청 언론홍보실에서 각 언론사에 입맛에 맞는 기사거리를 공급해 주게 됨으로써 언론 -특히 지방언론- 의 대 경찰 의존도를 향상시켜 결국 언론의 경찰관련 보도의 경향이 부정적(negative, unsupportive)인 방향에서 긍정적(positive, supportive)인 방향으로 바뀌는 효과를 거두었다.¹¹⁸⁾ 물론 영국경찰에서는 자체 방송(인터넷이든 공중파든)을 실시하고 있지는 않지만 언론과 방송 전문가들이 각 매체별 특성과 구미에 맞는 내용과 형식으로 자료를 제공함으로써 결과적으로 경찰관련 기사, 보도물 및 기타 미디어 콘텐츠의 양이 증가하고 많은 audience를 확보하게 되어 결과적으로 범죄 및 치안관련 논의의 주도권을 경찰이 쥐게 되었다.

이에 비해 우리 경찰 인터넷 방송국 PBN의 기술과 내용, 형식, 장비, 시설 등은 ‘방송’으로서의 전문성이 떨어진다. ‘방송’ 보다는 ‘경찰’의 색채가 더 강한 프로그램 콘텐츠이다 보니 보다 폭넓은 시청자와 적극적인 참여를 이끌어내지 못하고 있다.



118) Changwon Pyo, op. cit.

VI. 국내외 유사 사례 검토

1. 국내 사례 : (1) 국방홍보원 <http://www.dapis.go.kr/>

국방홍보원은 국방정책 및 군 활동상을 홍보하고 정보를 제공하기 위한 다양한 미디어를 종합관리, 운영하는 국방홍보 통합기구로 기존의 전우신문과 국군방송, 군 영화제작소를 통합해 1981년 11월2일부터 ‘국군홍보관리소’란 명칭으로 운영해 오다가 2000년 8월 28일 ‘국방홍보원’으로 기관명칭을 바꿔 신문, 방송, 영화 3대 매체를 통합 운영하는 국내 유일의 미디어 기관으로 새롭게 출범하였다.

국방홍보원이 대외적으로 내건 운영목적은 “군이 국민과 함께 호흡할 수 있도록 민/군(民/軍)간의 가교 역할에 최선을 다해 군의 정책과 활동을 국민들에게 알리는 한편 국민이 군에 대해 진정 무엇을 바라는지 정확히 파악해 국방정책에 적극 반영하기 위함”이다.¹¹⁹⁾

<그림 19> 국방홍보원 홈페이지 로고



이러한 목적을 달성하기 위해 국방홍보원은 국방일보, 국군방송, 국군영화와 기타 국방저널, 국방화보 등 국방과 관련된 홍보업무를 수행하며 국방홍보원의 인터넷 홈페이지에는 이러한 다양한 매체의 콘텐츠들이 공개되고 있다. On-line과 Off-line 홍보기능이 통합되어있는 국방홍보원은 크게 신문부, 방송부, 영화부, 기획협력부로 나뉘어 있다.

119) <http://www.dapis.go.kr/> 국방홍보원장 인사말에서.

(1) 신문부

신문부에서는 일간지인 국방일보와 월간지인 국방저널 및 연보인 국방화보를 발행하고 있다. [국방일보]는 주로 정부시책, 국방정책 및 진중소식 등을 보도하여 장병계도 및 대 국민 홍보 효과를 거양하고자 하는 국방대변지이다. 일일 12만5천부를 발행하여 군부대와 주요 기관에 배포하고 있다. [국방저널]은 군사전문지식 및 교양물 제공을 통해 장교의 자질을 향상시키고 주요 국방정책에 대한 대 국민 홍보를 통해 군에 대한 올바른 이해를 증진하고자 하는 전문잡지로 매월 2만 2천부를 발행, 영관급 이상에게 배포하고 있다. [국방화보]는 국군의 위용, 병영생활 등 국방관련 활약상을 화보로 제작하여 연간 3만 부를 발행, 군부대와 주요기관에 배포함으로써 대 국민 홍보 효과를 높이고, 민·군간 안보공감대를 형성하며 올바른 국가관 확립에 기여함은 물론, 군사외교 활동을 통한 해외 홍보자료로도 활용하고 있다.

<그림 20> 국방일보 로고



<그림 21> 국방저널 2001. 12월호 표지



1992. 02. 17 명예기자 신설운영 각 군 정훈 장교 등 선발 임명(27명)
1997. 01. 01 국방일보 세로쓰기 → 가로쓰기
국방일보 제호변경 : 國防日報 → 국방일보
1998. 04. 01 군홍보물 부수조정(국방일보 140,000부 → 115,000부)
(국방저널 40,000부 → 21,000부) (국방화보 44,000부 → 30,000부)
2000. 01. 01 책임운영기관으로의 변경
2000. 03. 13 국방일보 증간(115,000부 → 120,000부)
2000. 06. 01 국방일보 추가 배포(예비역장성 2,858부 → 4,388부)
2000. 08. 28 국군홍보관리소 → 국방홍보원(대통령령 제16958호) 변경
2000. 09. 06 국방일보 증면(일일 8면 → 주2회 12면)
2001. 01. 01 국방일보 증간(120,000부 → 125,000부)
2001. 03. 01 국방저널 1,000부 증간(21,000부 → 22,000부)

(2) 방송부

방송부에서는 AM과 FM 라디오 방송을 실시하는 데 AM 라디오 방송은 장병 등 군 내부를 위한 방송이라기보다는 대 국민 국방홍보 및 대군신뢰 증진을 주목적으로 하는 홍보방송이다. 자체 전파대역을 가지고 있지는 않고, 낮에는 사회교육방송, 저녁에는 KBS 제1라디오의 전파대역을 빌려 방송하고 있다.

이에 반해 FM방송은 장병들의 정서함양 및 정보욕구 충족을 주목적으로 하고 있으며 매일 06:00~22:05 (16시간 05분) 동안 방송하고 있다.

또한, 국방홍보원 방송부에서는 장병 사기진작 및 건전한 병영문화 창달 지원을 위해 전, 후방 각급 부대를 대상으로 주1회 위문공연을 실시하고 있으며, 장병 정서함양 및 교양교육을 위한 명상용 카세트 테이프와 각급 부대별로 활용도가 높은 선호곡 및 군가를 테이프로 제작, 배포하고 있다.

참고로, 국방홍보원 방송부의 발전과정을 살펴보면 아래와 같다.

1954. 09. 01 국방부 정훈국 군방송실로 창설

- 1965. 12. 01 월남에서 한국군 방송 실시
- 1977. 11. 03 병영내 교육방송 일환으로 진중방송 실시
- 1978. 01. 01 국군방송 FM정규 방송 실시
- 1980. 05. 12 장병위문 ‘중앙문선단’ 창단 공연 시작
- 1994. 11. 01 스튜디오 및 구조정실 방송장비 현대화
- 1999. 04. 05 국군방송시간 확장 (1일 16시간 55분)
- 2000. 03. 02 컴퓨터 자동화 시스템 운영으로 국군방송 직접 송출
- 2000. 08. 28 국군홍보관리소 → 국방홍보원(대통령령 제16958호) 변경

<그림 23> 국군방송 로고



국방홍보원의 방송은 경찰 인터넷 방송과 달리 동영상 텔레비전 방송이 아닌 라디오 방송에 국한되어 있으나 인터넷만이 아닌 라디오 전파를 통해 병영은 물론 일반 대중에게 널리 청취되며 매일 16시간 이상의 정규방송을 실시하고 있다는 장점을 가지고 있다.

또한, 이렇게 off-line 상의 방송망을 기반으로 한 주문형 오디오(AOD) 방식으로 지난 방송을 들을 수 있도록 서비스하는 인터넷 국군방송은 고정 청취자 층을 확보하고 있으며 상대적으로 활발한 참여(인터넷 국군방송의 게시판에는 2001. 2.8 - 11.20 사이 9개월 여 동안 375 건의 글이 올라와 있다)를 이끌어 내고 있다.

다음은 국군방송의 편성표이다.

[국군방송] http://dapis.go.kr/icast/web_cast/cast_main.htm

A. M 오 전

- 06:00 굿모닝 국군방송 1부
- 07:00 KBS아침종합뉴스
- 07:15 군사소식(AM)

- 07:20 굿모닝 국군방송 2부
 08:00 안녕하십니까! 전정환입니다.
 09:00 KBS아침뉴스
 09:05 DAPIS 게시판
 09:55 5분 실화극
 10:00 주고싶은 마음 듣고싶은 얘기
 10:40 산하의 숨결
 11:00 그때 그 시절

P. M 오 후

- 12:00 KBS 정오뉴스
 12:20 군사소식(PM)
 12:25 배한성과 송도순의 진중 휴게실
 12:55 5분 실화극(재)
 13:00 G.O.P 이상무
 14:00 KBS 뉴스 중계탑
 14:20 우리들의 이야기
 15:00 팝 퍼레이드
 16:00 국방소식 종합
 16:10 밀레니엄 코리아
 17:00 KBS 저녁뉴스
 17:10 국민과 함께 국군과 함께 1,2부
 18:00 노래 실은 희망엽서
 19:00 KBS 저녁뉴스
 19:20 다함께 군가를
 19:40 내 고향 지금은
 20:00 장병문예
 20:20 우리들의 이야기(재)
 21:00 오늘 그리고 내일
 22:00 마음의 양식

(3) 영화부

국방홍보원 영화부에서는 국방정책, 장병 활동상 및 군 역사자료 등을 보도프로그램으로 제작한 [국방뉴스]와 사명감이 투철한 군인정신 및 자주국방의 호국의지 함양, 병영생활 등을 소재로 한 군 휴먼다큐멘터리 [우리의 국군], 각급 부대의 역사, 임무, 특성 등을 소개한 영화(20분) 및 장병교육용 전투드라마 및 병영생활관련 휴먼드라마를 제작해 공중파 TV (CA-TV)에 방영하는 등 대 국민 홍보에 활용하고 있다. 인터넷 중심이 아닌 off-line 중심이라는 것만 제외하고는 경찰 인터넷 방송 PBN의 방송프로그램과 매우 유사한 목적, 내용 및 제작의도를 가지고 있다고 할 수 있다.

<그림 24> 국군영화 로고



다음은 국방홍보원 영화부의 연혁이다.

1950. 07. 04	국방부 촬영대로 발족
1950. 08. 10	정훈군촬영대로 정식 발족
1953. 08. 05	국방부 정훈국 영화과로 개칭
1955. 02. 17	국방부 정훈국 국군영화촬영소로 개칭(대통령령 제 999호)
1963. 12. 16	국방부 군영화제작소로 승격(각령 제1773호)
1979. 07. 02	국군홍보관리소 잠정통합(국방부 훈령 제 254호)
1981. 11. 02	국군홍보관리소 창설(대통령령 제 10532호)
2000. 08. 28	국방홍보원으로 기관명칭 변경(대통령령 제 16958호)

(4) 기획협력부

국방홍보원 기획협력부는 홍보업무의 종합적인 기획과 조정 및 전체적인 사업운영계획을 수립하고 운영하는 “군 홍보업무의 사령탑” 역할을 하고 있다. 구체적인 업무는 다음과 같다 :

홍보계획 수립 및 홍보실적의 종합분석, 조직 및 정원관리, 예산편성 및 중기계획 수립
홍보자료 수집 제공 및 홍보기법 개발, 민간기관 등 대외협력, 연간 교육기본계획 수립
민간 언론매체, 영상매체의 선진제작 기법 등 연구, 교육자료 수집 및 교육 실시
국방 홍보 매체 활용 광고 또는 협찬 업무, 국방 홍보 매체 판매업무 및 부대 수익사업

(5) 종합분석 및 평가

국방홍보원은 그 역사, 예산, 기구 및 인력 면에서 경찰 인터넷 방송이나 공보기능과는 비교가 되지 않는다. 또한, 사회와 격리되어 병영생활을 하는 수십만의 장병 및 가족과 제대군인이라는 특수한 고객층이 형성되어 있으며 분단국가의 현실 상 중시되는 국방홍보의 중요성 역시 특수하다고 할 수 있다.

하지만, 경찰 인터넷 방송 발전방안 탐구의 측면에서는, 그 규모에 있어서의 본질적 차이는 극복할 수 없을 지라도 off-line 상의 전반적 홍보기능(신문, 잡지, 화보집, 라디오 방송, 각종 영상물 및 공연과 카세트 테잎 제작 배포) 및 on-line 홍보기능(웹사이트 및 인터넷 방송)이 종합적으로 조율되어 시너지 홍보의 효과를 창출하는 시스템은 충분히 참고할 만하다고 할 수 있다.

다만, 국방홍보원은 기존의 전통적인 미디어에 대한 의존도가 지나쳐 새로운 커뮤니케이션 장인 사이버 공간에서의 활동은 아직 미약하다는 점과 지나치게 대 국민 홍보위주의 운영으로 인해 인터넷 시스템 활용의 가장 중요한 기능인 업무 진산화 및 공개화를 통한 효율성과 투명성 향상 목적으로는 활용되지 못하고 있는 점 등은 문제점으로 지적되어야 할 것이다.

2. 국내사례 : (2) 한국소방방송 (FBN) <http://119fbn.fire.go.kr>

『한국소방방송』은 국민들에게 소방안전에 관한 정보와 화재 및 구조·구급 등 소방현장의 소식들을 실시간으로 제공함으로써 홍보와 교육마당으로서의 기능을 수행하고 소방행정에 관한 국민들의 의견을 수렴한다는 목적 하에 행정자치부 소방국에 의해 구축, 2001년 11월부터 방송을 시작한 인터넷 방송국이다.

<그림 25> 한국소방방송 로고



한국소방방송에서 제공하는 프로그램들은 소방관련 행사 및 공지사항을 전하는 [119 알림마당], 소방관련 뉴스를 보도하는 [119뉴스데스크], 마을과 마을, 사람과 사람 등 소방관들의 활동상을 전하고 커뮤니티로서의 일체감을 북돋우기 위한 [119마을], 소방강좌 등 교육 프로그램인 [119아카데미], 소방이나 화재를 주제로 한 영화들을 보여주는 [119 시네마], 시청소감, 질의응답, 시청자제보 등 독자들의 참여를 유도하는 [119열린마당] 등 6개의 정보마당으로 이루어져 있다.

한국소방방송은 아직 역사가 일천하고 그 틀과 방식에 있어 다분히 경찰 인터넷 방송 PBN을 닮아있지만 화재와 응급구조 현장에서 직접 촬영한 차별화된 콘텐츠를 보유하고 있어 시간이 지남에 따라 그 인지도와 시청률이 올라갈 것으로 예상된다.

(1) 119 알림 마당

소방국장 및 각계인사의 동영상 “인사말”과 각종 행사 등을 안내하는 “공지사항” 및 “신규채용” 계획 소식 등으로 이루어진 [119 알림 마당]에 올라와 있는 글들은 평균 조

회 수 300, 최고 조회 수 1132 건을 기록하는 등 소방직종 종사자나 소방에 관심이 있는 일반인들에게 유익한 정보를 제공하고 있는 것으로 평가된다.

(2) 119 뉴스데스크

“출동 14.5초”, “그때 그 사고”, “유형별 사건 사고” 등 119 구조대와 소방대의 활약을 담은 영상자료를 VOD 방식으로 보여주고 있는 [119 뉴스데스크]는 경찰청 인터넷 방송 PBN의 “PBN 뉴스룸”과 “PBN 리포트”를 많이 닮아 있다.

(3) 119 마을

전국의 소방관서와 유관기관 및 단체 등의 홈페이지 디렉토리로 이루어진 “마을과 마을” 및 모범 소방대원의 활약을 취재한 “사람과 사람” 코너로 이루어진 [119 마을]은 소방직 커뮤니티 사이트를 지향하는 의도를 가진 것으로 보이나 “마을과 마을”은 관련 홈페이지의 나열과 링크로만 구성된 단순 디렉토리 페이지이고 “사람과 사람”에는 아직 KBS에서 제작한 모범 소방관 소개 동영상 1개만이 올려져 있을 뿐으로 아직은 제작의도에 부응하지 못하고 있다.

(4) 119 아카데미

각종 소방 관련 상징물, 소방복, 소방 캐릭터 및 소방가 등을 소개하는 “소방상징”, 화재 및 소방 안전관련 상식 동영상을 VOD 방식으로 보여주는 “소방상식”, 소방관들을 위한 교육 영상자료를 VOD 방식 동영상으로 보여주는 “소방강좌” 및 소방의 역사를 역시 동영상으로 보여주는 “소방박물관”으로 이루어진 [119 아카데미]는 경찰 인터넷 방송 PBN의 [사이버 경찰교실] 과 유사하나 아직은 콘텐츠의 양이 매우 적은 초보단계의 교육 사이트라고 할 수 있다.

(5) 119 시네마

소방홍보 비디오 및 소방관련 영화를 소개하는 “소방영화관”과 소방관의 애환을 담은 다큐멘터리를 소개하는 “소방다큐관” 및 어린이를 위한 교육비디오를 보여주는 “소방어린이관”으로 이루어진 [119 시네마]는 경찰 인터넷 방송 PBN의 [TV속의 경찰]과 [명예경찰 PBN]을 합쳐놓은 듯한 포맷을 보이고 있으나 “소방영화관”에는 아직 두 개의 소방홍보 비디오와 두 개의 소방 주제 상업 영화의 홍보용 클립(각 2분 여)만 올려져 있고 “소방다큐관”에는 제3TV에서 제작·방영한 5부작 다큐멘터리 비디오영상만 제공되고 있는 등 역시 아직 자리를 잡지 못한 인상이다.

(6) 119 열린마당

“시청소감”, “질의응답” 및 “시청자제보” 코너로 이루어진 [119 열린마당]은 시청자의 범위와 분포 및 참여 정도 등을 알 수 있는 자유 게시판인데, “시청소감”에 2001년 8월 18일부터 12월 4일까지 60건의 글이 올라와 평균 50회의 조회 수를 보이는 등 아직까지는 그 참여의 범위와 정도가 미약하다.

(7) 종합 분석 및 평가

소방 인터넷 방송국 119 FBN은 off-line 상에서 큰 호응을 얻고 있는 119 구조대의 대민봉사와 소방대의 희생 및 활약을 on-line 상으로 체계적으로 연계시킨다면 대내외적으로 큰 효과를 거둘 수 있는 여건을 갖추고 있다고 보여진다. 하지만 아직까지는 그 역사가 일천하고 전반적인 내용과 형식이 경찰청 인터넷 방송국 PBN의 틀을 벗어나지 못하고 있어 경찰 인터넷 방송국 PBN의 발전방안 모색을 위해 참고할 만한 여지는 그리 크지 않은 것으로 평가된다.

3. 외국의 사례 : (1) Crime Stoppers 등 범죄 및 범집행 관련 프로그램

우리나라를 제외한 외국에서는 아직 경찰 등 범집행 기관에서 우리와 같은 종합적인 인터넷 방송국을 운영하는 사례를 발견할 수 없다. 이는 크게 세 가지 이유에 근거한다고 보여진다. 첫째는, 미국, 영국, 캐나다, 호주 등 대표적인 경찰선진국들은 지방분권화되어 있어 어떠한 개별 경찰관서(미국에서 가장 큰 뉴욕시경이나 시카고, 로스앤젤레스시경 혹은 영국에서 가장 큰 런던경시청 등)도 독자적인 인터넷 방송국을 구축할만한 규모를 갖추지 못했다는 점이다. 둘째는, 이들 나라에서는 사회적으로 경찰의 중요성을 깊이 인식하고 있으며 그렇기 때문에 기존 미디어들이 경찰을 존중하고 경찰에 적극적으로 협조하며 경찰이 제공하는 방송 콘텐츠들을 자주 비중 있게 다루어 주기 때문에 굳이 독자적인 방송망이 필요하지 않다는 점이다. 셋째는, 우리나라가 세계 경찰 중에서 가장 규모가 크고 우수한 인력과 장비를 갖춘 사이버범죄 대처조직인 [사이버테러대응센터]를 보유하고 있는 등 사이버 공간 및 인터넷과 관련된 사항에 있어서 만큼은 세계에서 가장 앞서나가고 있다는 점이다.

이는 각 국 경찰의 웹사이트들이 주로 홍보기능에 의해 유지되고 있다는 점과 독자적인 콘텐츠를 갖추기보다는 off-line 상 경찰업무 및 홍보의 연장선상에서 보조적으로 운영되고 있는 것을 보아도 잘 알 수 있다.

다만, 차별적인 콘텐츠 구성과 off-line과의 유기적인 연결 및 공중파, 위성, 케이블 텔레비전 등 여타 방송채널과의 연계 등 앞서 지적한 우리 경찰 인터넷 방송 PBN의 개선책 모색에 있어 나름의 벤치마킹 사례가 될 수 있는 Crime Stoppers 등 범죄퇴치 프로그램들에 대해서 알아보도록 하겠다.

(1) Crime Stoppers

‘Crime Stoppers’는 1976년 미국 뉴멕시코에서 범인이 그 지역 내 거주자라고 여겨지는 잔혹한 강도살인 사건을 해결하려는 한 경찰관에 의해 시작되었는데, 경찰관에게

정보를 제공하기를 꺼리는 지역 사람으로부터 사건관련 정보를 얻기 위해서 익명으로 누구나 전화를 걸어 제보를 할 수 있는 직통전화를 개설한 것이 그 시초다.¹²⁰⁾ 그 경찰관은 지역 상인들을 설득하여 현상금을 제공하도록 하였고 지역 텔레비전으로 하여금 그 사건을 재구성하여(re-enactment) 방영하고 직통전화에 대한 자세한 설명을 덧붙여 주도록 하였다. 그 후 그 익명의 직통전화를 통해 그 사건에 대한 중요한 정보는 물론 이거니와 다른 범죄들에 대한 제보도 쏟아져 들어와서 그 사건을 포함한 7건의 강도사건이 해결되었다. 그 성공담은 널리 전파되어 전국적으로 경찰과 지역 미디어 및 지역사회가 힘을 합쳐 범죄를 예방하고 퇴치하는 독립된 민관합동단체인 ‘Crime Stoppers Program’의 구축으로 이어졌고 2001년 현재 미국과 캐나다, 호주 및 영국 등 전 세계 30여 개국에 1,000개가 넘는 ‘Crime Stoppers’ 단위조직이 설립되어 활동하기에 이르렀다.¹²¹⁾

<그림 26> Crime Stoppers International 로고



<http://www.c-s-i.org>

120) 더 자세한 사항은 Crimestoppers Board Members' Handbook, 1995 참조.

121) 미국을 중심으로 한 국제 Crime Stoppers 연합(Crime Stoppers International) 소속 국가들은 Crime Stoppers 라고 표기하지만 영국에서는 독자적으로 Crimestoppers라고 붙여서 칭하고 있다.

각국의 Crimestoppers는 그 사업의 성패가 대중매체의 협조여하에 달려 있다는 인식 하에 텔레비전과 라디오, 지역신문 및 인터넷의 종합적인 효과를 지향하고 있다. 미국에서는 공중파와 위성, 케이블 및 인터넷으로 미 전역은 물론 전 세계 여러 나라에 방영되고 있는 Fox TV의 [America's Most Wanted] 프로그램이 Crime Stoppers와 협력관계를 맺고 각급 경찰이 수배 중인 중요 범죄자 및 미해결 사건의 목격자와 증인들을 찾고 있고, 영국에서는 각 지방경찰청과 민영방송 ITV의 각 독립지역 방송국 또는 유선방송 사업자나 지역 신문의 협조 하에, 1988년 1월이래 지역별로 별도의 'Crimestoppers' 프로그램이 방영되거나 지역뉴스시간에 'Crimestoppers'코너가 마련되어 수배 범죄자나 미해결사건 목격자 찾기가 방송된다.¹²²⁾

특히, Crime Stoppers 인터넷 사이트들은 한국 경찰의 인터넷 방송과 같은 VOD 서비스를 제공하지는 않지만 경찰이 찾고 있는 중요 범죄 수배자 및 미해결 사건 정보는 물론, 자체적인 범죄예방 메시지와 사건해결 사례 및 청소년 Crime Stoppers 코너 등의 내용으로 구성되어 있으며, 특히, 다른 지역 Crime Stoppers 사이트들 및 해당 지역 경찰관서 인터넷 사이트와 상호 연결되어 범죄 문제에 대처하는 '전사회적 네트워크'의 중심역할을 하고 있다는 점은 주목할 만하다.

표 : Crime Stoppers의 실적 (2001년 11월 30일 현재)

- 전 세계 1132개 Crime Stoppers 프로그램에 의해 해결된 범죄와 회수된 금품

(출처 : <http://www.c-s-i.org>)

해결된 사건 수	815,959
체포된 범죄자 수	302,921
지급된 포상금	\$ 53,548,013
회수된 금품	\$ 1,242,632,560
압수된 마약류	\$ 3,717,622,629

122) Changwon Pyo, op. cit.

<그림 27> 캐나다 토론토 지역 Crime Stoppers 안내문

(2) America's Most Wanted (<http://www.amw.com/>)

1988년 2월 7일 방송을 시작한 Fox 텔레비전의 America's Most Wanted 는 첫 방송 후 4일 만인 2일 11일 시청자의 제보를 통해 FBI의 '10대 수배자(FBI Top 10 List)' 중 한 명인 데이빗 로버츠를 검거하는 획기적인 성과를 올린 이후 2001년 12월 8일 현재 총 688명의 중요 수배자들의 검거에 직접적인 기여를 하였으며 수많은 미해결 사건의 해결에 공을 세웠다. Nelson은 이런 류의 경찰-대중매체 협력의 근원을, 1950년대 미국 언론이 당시 FBI국장이던 에드가 후버의 허락을 얻어 FBI에서 찾고있는 가장 흉악한 범죄자의 이름과 인상착의를 담은 '현상수배자 명단(Most Wanted Fugitives List)'을 보도한 데에서 찾고 있다.¹²³⁾

특히 최근에는 인터넷을 통해 중요수배자의 사진 및 인적사항, 범죄사실 등의 자료와 범죄관련성이 의심되는 미아 및 실종인들에 대한 자료를 게시하고 텔레비전에 방영된 내용 중 선별하여 VOD 방식 동영상으로 보여주고 있는 등 전 세계를 겨냥한 인터넷 방송국을 표방하고 있다.

America's Most Wanted 유형의 프로그램들은 '실제 발생한 범죄의 드라마화', '범죄 해결과정에서의 시청자의 직접 참여'와 '경찰의 시청자를 향한 도움 호소'라는 독특한 요소들을 담고있다. Rath는 이러한 프로그램의 원형인 독일 ZDF 방송의 'Unsolved Mystery X,Y,Z...'에 대해 "라디오라는 소리전달 체계를 '모든 사람이 참여하는 커뮤니"

123) Scott A. Nelson, Crime-Time Television, FBI Law Enforcement Bulletin, August 1989, p. 2.

케이션 도구로 사용하는' Brecht의 '라디오 이론'을 교묘하게 왜곡시켜 원용한 것이며, 다큐멘터리와 허구와 생생한 액션을 혼합한 이러한 구성(format)은 텔레비전의 재미와 '본부에 정보와 의견을 전달하는' 시청자의 적극적인 참여욕구를 결합시켰다"고 평가했다.¹²⁴⁾ 이러한 독일 프로그램의 구성(format)은 그 후에 제작된 모든 유사 프로그램의 '전형'으로 평가되어진다. 예를 들어 영국에서는, 매달 BBC 방송국에서 제작 방영하는 Crimewatch UK 프로그램에서 선별된 범죄사건들이 '재구성(reconstruction)', '컴퓨터 합성사진(photofits)' 및 '진행중인 강도장면 등을 담은 감시카메라 필름(security videos)' 등 각종 텔레비전 기술과 함께 화면에 보여지고 시청자들은 정보와 의견을 제공함으로써 경찰에 협조한다.¹²⁵⁾

America's Most Wanted 프로그램의 책임 프로듀서인 Michael Linder는 프로그램의 제작에 있어 경찰과 매체간의 상호신뢰가 가장 중요한 요소라고 주장했다 :

법집행 기관과 언론사이에 새로운 관계가 형성되고 있습니다. 과거에는, 양자가 자주 서로 반대편에 서 있었지만, America's Most Wanted 프로그램에서는 서로가 더 커다란 목표를 달성하기 위해 서로의 역량을 합치는 새로운 모습을 만들어 나가고 있습니다.¹²⁶⁾

이러한 전례 없는 대중매체와 경찰간의 결합의 이유에 대해 Schlesinger와 Tumber는 경찰의 문제를 파고드는 전통적인 시사 프로그램들과는 달리, 이들 프로그램들은 의심할 여지없이 경찰의 '범죄와의 전쟁'을 지지하기 때문이라고 주장하고 있다. 이 프로그램은 경찰의 효과성이나 경찰이 사용한 수단의 정당성에 대한 곤란한 질문들을 결코 제기하지 않는다(비록 그런 문제가 세간의 관심을 끌고 있는 상황이라 하더라도).¹²⁷⁾ 증가

124) Rath가 '교묘한 왜곡'이라 규정한 것은 이러한 프로그램이 'TV와 시청자로 하여금 경찰의 일원 이요 범질서회복에 앞장서는 법의 눈 역할을 하게 하기 때문이다.' 더 자세한 사항은 C-D Rath, "The Invisible Network: Television as an Institution in Everyday Life", in P. Drummond and P. Paterson (eds.), *Television in Transition*, London, BFI Publishing, 1985, pp. 199-204 참조.

125) Shlesinger and Tumber, *Reporting Crime: The media politics of criminal justice*, Oxford, Clarendon Press, 1994, p. 22.

126) Scott A. Nelson, 1989, 전계서, p. 4.

127) Schlesinger and Tumber, 1993, 전계서, p. 22.

하는 범죄 문제에 대한 사회의 관심이 집중된 시점에서 경찰이 이 프로그램을 통해 얻을 수 있는 중요한 소득은 ‘경찰이 범죄문제 해결을 위해 열심히 노력하고 있다’는 이미지를 퍼뜨리는 것이다. America’s Most Wanted 프로그램은 경찰에 대해 한결같이 긍정적이고 동조적인 관점으로 비추기 때문에 경찰에게 매우 유익한 홍보효과를 제공하고 있다.

America’s Most Wanted 프로그램 성공의 이면에는 이 프로그램의 진행자인 John Walsh 본인이 1981년에 연쇄살인범에게 6살 난 아들을 희생당한 범죄피해자라는 점이 크게 작용하고 있다. 범죄나 방송과는 거리가 먼 호텔경영자였던 John Walsh는 자신의 아들이 납치된 후 아들을 찾기 위해 노력하는 과정에서 미아나 학대받는 아동들을 위한 보호와 지원제도가 미약함을 발견하게 되고 아들이 끝내 살해된 채 발견되자 그 슬픔을 다른 범죄피해자 돕기와 범죄퇴치라는 긍정적인 노력으로 승화시키기에 이르러 2개의 미아관련 법안의 입법을 이끌어내어 세간의 주목을 받은 후 범죄퇴치와 예방을 위해 전 사회가 협력하자는 메시지를 담은 새로운 방송프로그램인 America’s Most Wanted를 진행하게 되었고 이러한 개인적 경험과 공익적 이미지는 FBI를 비롯한 미국 전역의 경찰 등 법집행 기관들로부터의 적극적인 협조를 얻게 된다.¹²⁸⁾

<그림 28> America’s Most Wanted 인터넷 방송 프로그램 로고



128) <http://www.amw.com/>.

America's Most Wanted 프로그램의 성과를 간략히 정리해 보면 다음과 같다:

- ① 1988. 2. 7 첫 방송, 방송 4일 만인 2.11. FBI 10대 수배자인 데이빗 로버츠 검거
- ② 1988. 5. 29 FBI 국장 William Sessions 직접 출연, 3명의 새로운 중요수배자 명단 발표. 이후 24시간만에 이들 중 1명 시청자 제보로 검거.
- ③ 1989. 5. 7 20년 가까이 도망 다니던 다중살인범 존 에밀 리스트 시청자 제보로 검거.
- ④ 1990. 4. 25 진행자 John Walsh, 부시 대통령으로부터 범죄퇴치에 기여한 공로로 표창 수여
- ⑤ 1990. 5. 10 처음으로 시청자 제보로 유괴된 어린이 찾고 유괴범 검거.
- ⑥ 1991. 10. 5 진행자 John Walsh, FBI가 민간인에게 수여하는 최고의 상인 "루이스 피터스 기념상" 수상.
- ⑦ 1993. 4. 14 20년 간 숨어 지내던 좌경 테러리스트 윌리엄 그레이엄에 대한 특집 방송 직후 시청자 제보로 검거.
- ⑧ 1996. 2. 3 400번째 검거 달성 - 강도살인범 예히아 바다위.
- ⑨ 1996. 9.21 Fox 방송사, America's Most Wanted 종영 결정.
- ⑩ 1996. 11. 9 프로그램 종영이후 쏟아진 각지의 경찰관, 주지사 및 시청자들의 요청으로 America's Most Wanted 방송 재개.
- ⑪ 1997. 7. 7 경찰의 오랜 수배를 받던 어린이 성추행범 소아과의사 케네스 드쿠나 시청자 제보로 검거.
- ⑫ 1998. 1. 28 500번째 검거 달성 - 살인범 에이미 드찬트.

America's Most Wanted는 공중과 텔레비전 방송을 중심으로 하며 인터넷 방송은 부산물에 불과하지만 점차 인터넷 사용자 수가 증가하고 있으며 방송이 1회성인데 반해 시간과 공간의 제약을 받지 않는다는 인터넷의 장점으로 인해 앞으로 범인 검거와 범죄 예방, 미아 찾기 및 경찰 등 법집행 기능의 홍보효과 등에 있어서의 인터넷의 비중이 높아갈 것으로 보인다.

한국 경찰 인터넷 방송이 참고할 만한 점은, America's Most Wanted는 무엇보다도

“범죄의 퇴치와 범인 검거를 위해 경찰과 사회가 하나가 된다”라는 분명하고 호소력 있는 메시지와 “프로그램(또는 사이트)을 보고 전화(또는 메일)를 통해 시청자가 직접 범인을 잡을 수 있다”는 느낌을 가질 수 있도록 on-line과 off-line 간의 연계가 확실하고 유기적이라는 점이다. 무조건 백화점식으로 다양한 프로그램을 나열하는 것보다는 분명한 주제 하에 콘텐츠를 단순화하되 수시로 업데이트하는 것이 경찰 인터넷 방송의 성공요인이 될 수 있다는 것이다.

(3) CourtTV.com (<http://www.courtstv.com>)

1991년에 방송을 시작한 ‘범죄와 형사사법’ 주제 전문 케이블 방송인 Court TV는 범죄와 형사사법문제에 대한 정보와 교육, 그리고 오락거리를 제공해 준다는 목표 하에 주간에는 형사법정의 재판실황을 중계하면서 해설과 안내 서비스를 제공하고 야간에는 다양한 범죄와 경찰관련 다큐멘터리 및 드라마 등을 방영한다. Court TV의 인터넷 방송인 CourtTV.com에서는 VOD 방식으로 일부 프로그램을 보여준다.

법정소송을 통해 대법원으로부터 재판과정 중계권을 허가 받은 Court TV는 중요재판 현장을 중계방송 하면서 변호사와 형사사법 전문가를 통해 재판의 의의와 과정, 내용 등을 설명해주고 최근의 범죄 및 형사사법 관련 쟁점들에 대한 해설을 제공한다.

<그림 29> CourtTV.com 로고



Court TV의 중요 저녁 프로그램은 다음과 같다.

The System : 1시간 짜리 다큐멘터리로 범죄 및 형사사법과 관련된 이면의 이야기, 감동적인 사례 등을 다룬다.

COPS : 경찰현장을 여과 없이 생생히 보여주는 다큐멘터리로 4번이나 에미상 후보로 올랐다.

- Hollywood & Crime : 유명연예인들과 관련된 범죄 및 법정소송에 대한 다큐멘터리.
- Homicide : 살인사건을 주제로 한 NBC TV의 유명 드라마로 케이블 TV중에서
는 Court TV가 독점으로 방영한다.
- Inside CellBlock F : 실제 보안관이 진행하는 다큐멘터리로 경찰서 유치장내의
상황을 보여주며 오늘의 범죄현황을 설명.
- MugShots : 악명높은 범죄자나 유명한 피해자들의 일대기를 보여주는 다큐멘터리.
- Crier Live : 전직 판사인 Crier가 진행하는 1시간 짜리 다큐멘터리로 시사적인
범죄 및 형사사법 이슈에 대해 자세한 해설을 제공.
- Forensic Files : 경찰 과학수사 혹은 감식반이 어떻게 사건을 해결했는 지를 보
여주는 다큐멘터리.
- NYPD Blue : 뉴욕시경 형사계를 주인공으로 한 경찰 드라마. 에미상 수상.
- Profiler : FBI 강력범죄수사대의 범죄심리전문가를 주인공으로 한 범죄 드라마.

위와 같은 케이블 방송의 인터넷 상 방영 이외에도 인터넷 방송국 CourtTV.com은 최신 범죄 및 형사사법 관련 소식을 전하는 [Top News], 화제의 재판과 관련된 자세한 이야기를 전해주는 [Trials], 역사적 인물들과 유명인들의 범죄와 소송관련 이야기를 다루는 [People], 시청자들이 직접 시청소감과 주제별 토론을 전개하는 [Chat] 및 [Message Boards], 법률상식과 자문을 제공하는 [Legal Help], FBI, DEA, ATF 등 연방법집행 기관과 각 주 경찰에서 제공하는 중요 수배자 사진과 인적사항을 올려놓는 [Most Wanted] 등 다양한 on-line 콘텐츠를 제공하고 있다.

※ 청소년 폭력예방 교육방송 - Choices And Consequences

Court TV는 전국중학교연합회 및 케이블교육방송 'Cable in the Classroom'과 공동으로 어린 청소년을 위한 폭력예방 공익 교육프로그램인 [Choice and Consequences]를 제작, 방영하고 있다. 이 프로그램은 어린이에서 청소년으로 넘어가는 시기이며 일생에 걸쳐 큰 영향을 미칠 결정을 내릴 수 있는 10세에서 15세까지의 아이들이 부딪히는 문제들에 대한 설명과 해결책을 제시해 주고자 한다.

<그림 30> Choices and Consequences 로고



특히, Choices and Consequences는 인터넷 방송의 특성을 잘 살려 학생과 학부모 및 교사의 활발한 참여를 유도하는 인터랙티브 교육사이트로 운영되고 있다.

4. 외국의 사례 : (2) 경찰 텔레비전 네트워크 - LETN

(1) 개 요

LETN(Law Enforcement Television Network)은 인터넷과 위성 및 케이블 텔레비전 등 종합적인 커뮤니케이션 시스템을 통한 경찰학 이론 및 실무 원격교육 시스템이다. 사실 미국에서 이러한 위성방송과 텔레커뮤니케이션을 통한 교육시스템의 이용은 1960년대에 시작되었으며 집체교육에 비해 비용이 엄청나게 절감되기 때문에 사기업 부문에서는 일찍부터 앞다투어 이러한 원격교육을 실시하기 시작했다.

<그림 31> LETN 로고



<http://www.letn.pwpl.com/html/index.htm>

LETN은 사기업체가 운영하는 교육프로그램으로 매월 이용료를 내고 헌법이론으로부터 마약식별기법에 이르기까지 경찰과 관련된 거의 모든 과목을 수강할 수 있는데, 연방 수사국 FBI와 캔사스 시경에서는 이 LETN 네트워크를 통한 연례 화상교육을 6년 째 실시해오고 있다.¹²⁹⁾ 또한, 인터넷과 연결된 폐쇄적 위성방송망이라는 장점으로 인해 실시간 원격화상회의도 가능하기 때문에 법집행의 현장과 멀리 떨어진 지휘부가 LETN망을 이용해 화상회의를 갖는 경우도 증가하고 있다.

(2) 특 징

LETN은 1989년에 방송을 시작했는데 현재는 2천 곳이 넘는 경찰관서에서 15만명 이상의 경찰관들이 매일 LETN에 접속해서 교육을 받고있다.¹³⁰⁾ 디지털화 된 LETN 교육프로그램은 수강자가 원하는 프로그램을 마음대로 골라서 수강할 수 있다는 장점과 함께 시간에 구애받지 않고 거리에 상관없이 미국 전역에서 수많은 경찰관들이 수강하기 때문에 각 과목별 미국 최고의 강사들을 섭외할 수 있는 한편 자체 교육프로그램의 질을 향상시키기에도 유리하다.

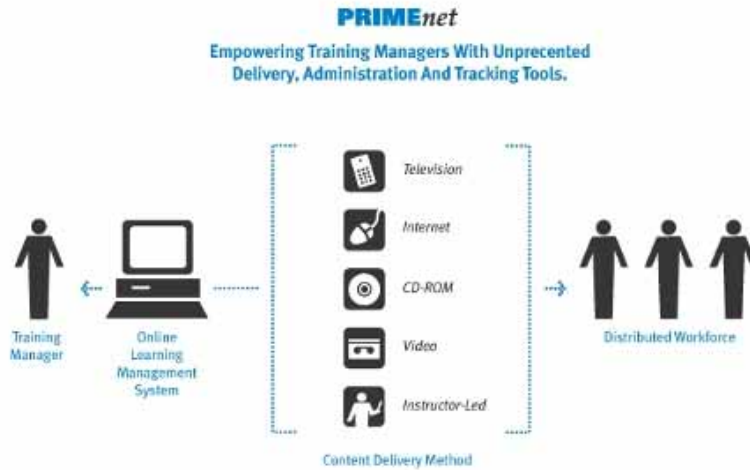
(3) 운영 시스템

LETN의 운영시스템을 살펴보면, 아래 그림에서와 같이 강사가 컴퓨터의 지원을 받아(computer-aided instruction) multi-media 방식으로 강의를 하면, 그 내용이 디지털화하여 위성 텔레비전, 인터넷 방송, CD-ROM, 비디오 혹은 (실제 행동시범이나 교정이 필요한 실무 기법 과목일 경우는) 현지 강사를 통해 수강자에게 전달되고 수강자는 각 접속 매체의 특성에 맞는 방식으로 질문이나 이해여부, 수강여부 등의 Feedback을 하도록 되어 있다.

129) J. J. McGivney, "Multimedia Educational Systems" in FBI Law Enforcement Bulletin, Vol. 62, No. 2, February 1993, pp. 6-9.

130) <http://www.letn.com>.

<그림 32> LETN 운영시스템



LETN은 미국 내 많은 경찰기관들과 계약 내지 협력관계를 유지하고 있기 때문에 교육 수요 파악으로부터 교과편성, 강의 요목 및 내용은 물론 방법에 이르기까지 실수요자인 경찰기관들과 협의, 조율함은 물론, 해당분야 전문가, 교육학 전문가, 강의기법 전문가 및 텔레비전 PD들로부터 각 해당분야에 대한 자문을 받아 프로그램을 제작한다.

LETN 시스템을 이용한 경찰관 교육은 수강자의 편의에 따라 위성방송(24시간 주5일 방송되며 수강자가 원하는 시간에 원하는 과목을 선택하여 수강), 인터넷을 통한 강의 비디오 내려 받기(모든 강의내용들이 녹화된 비디오 서고에서 원하는 과목들을 골라 대여 받아 수강) 및 STTAR 방식 컴퓨터 교육(Standardized Testing, Training and Recordkeeping의 약칭으로, 표준화된 시험과 교육 및 수강 성적 기록을 통해 교육이수를 증명하는 방식) 중에서 선택하여 행해진다.

(4) 종합 평가

LETN은 경찰 인터넷 방송과는 여러 측면에서 다르다. 첫째, 운영주체가 민간기업이다. 둘째, 경찰홍보나 업무전산화가 아닌 ‘교육’ 및 ‘화상회의’ 만을 목적으로 한다. 셋째, 인터넷상에서 무료로 대중들에게 공개되지 않고 수강료를 낸 경찰관이나 경찰기관에만 제공된다.

하지만, 첫째, 컴퓨터를 이용한 영상제작물이 인터넷만이 아닌 위성방송 네트워크 등을 통해 보다 넓은 지역, 보다 많은 시청자에게 전달된다는 점. 둘째, 최고의 전문가들의 노력과 협력에 의해 프로그램의 내용이나 전달기법이 예술의 경지(state-of-the-art)에 이르러 수많은 경찰관들이 유료로 수강할 정도로 양질의 콘텐츠가 제공된다는 것. 셋째, 안정적이고 신뢰성 높은 위성방송망을 통한 화상회의 서비스가 제공되어 지리적 격차를 뛰어넘는 현장 지휘와 원격회의가 이루어진다는 점 등 우리 경찰 인터넷 방송의 문제점을 해결함에 있어 좋은 사례가 되고 있다.

VII. 결론 - 경찰 인터넷 방송 효과 제고 방안

위에서 살펴보았듯이, 현대사회에 있어 커뮤니케이션의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않는다. 특히 경찰이라는 조직은 그 업무의 특성상 매스커뮤니케이션 채널이 중요하다. 그러나, 우리 사회의 여건 상 외국에서와 같은 기존 미디어의 관심과 인식을 기대할 수 없으며, 우리 홍보기능의 현실에서도 기존 미디어를 충분히 활용할 수 있는 역량이 마련되어 있지 않다. 아울러, 급변하는 사회환경 하에서 경찰업무의 전산화와 공개화, 효율화 및 첨단화를 이루어 내어야만 할 시기가 도래하였다. 이러한 가운데 사이버 공간을 통한 커뮤니케이션의 혁명이라 할 수 있는 인터넷 기술이 발달하여 종전에는 생각하지도 못했던 저 비용 대중 방송이 가능해 진 것이다.

이러한 점들을 종합해 보면 인터넷을 통한 경찰 독자 방송망 구축의 필요성과 가능성은 자명해진다. 아울러, 경찰청에서는 이미 우리 나라 정부기관은 물론 세계 경찰기관 중에서 처음으로 자체 인터넷 방송국(PBN)을 설립, 다양한 콘텐츠를 방송해 오고 있다.

하지만, 현재의 경찰 인터넷 방송은 명실상부한 '독자 방송망'이라고 하기에는 그 조직의 위상, 인터넷의 한계, 인지도 부족, 전문성 부족, off-line 경찰업무와의 연계 부족 등의 문제점을 안고 있다.

이러한 문제점들을 해결하여 인터넷을 통한 경찰 독자 방송망 구축이라는 목적을 달성할 수 있도록 하기 위해 관련 이론과 네티즌의 반응 및 국내외 유사사례의 검토를 통해 다음과 같은 개선방안을 도출하였다.

1. 홍보기능과의 통합, 경찰홍보국으로 조직 확대

현재 경찰 인터넷 방송은 신문, 잡지, 방송, 영화 등 기존 미디어 관련 업무 및 경찰 홍보 전반을 담당하는 공보기능과 분리되어 운영되고 있다. 이러한 조직구조는 앞서 국방홍보원의 사례에서 볼 수 있는 것과 같은 종합적으로 조율된 홍보 시너지 효과를 나타낼 수 없을 뿐만 아니라 각 지방경찰청 마다 설치되어 있는 공보기능의 전국망을 활

용하지 못한다는 면에서도 문제가 있다.

특히, 신문은 경우회(경우신문), 경찰전문잡지는 경찰대학(경찰대학 논문집 및 경찰학 연구) 및 치안연구소(치안정책연구, 치안논총), 화보집은 공보실, 교통정보 라디오 방송은 서울시 산하의 교통방송, 수시로 제작되는 비디오 자료는 해당 각 기능, 기타 경찰홍보 다큐멘터리나 범죄예방교육 영상자료 등은 인터넷 방송국(PBN) 등으로 산재되어 혼란스럽기까지 하다. 경찰 기마대, 악대, 교향악단, 의장대 등의 위문이나 봉사 공연에 있어서도 기획이나 전체적 조정 없이 그때 그때의 요청에 의해 이루어짐으로 인해 그 활동상황이 보도되는 등의 홍보효과는 크지 않으면서 비용은 증가하고 있는 문제점을 안고 있다. 신문, 방송, 영화 등 기존의 미디어들도 경찰의 협조나 정보가 필요할 경우 일원화된 one-stop-service창구를 가지고 있지 못하다 보니 경찰관련 미디어 콘텐츠의 양이 줄어들고 제작방향에 있어서도 경찰에 덜 우호적인 경우도 많이 발생하고 있다. 세계최초, 한국 정부기관 최초이자 최고의 경찰 인터넷 방송국이 상대적으로 언론보도가 적게 되어 인지도가 낮은 것도 이와 무관하지 않을 것이다.

이렇게 홍보관련 각 업무가 산발적으로 흩어져 있다보니, 각 기능이 제각각 인원 장비 물자 및 예산부족에 허덕이고 있고 출판 및 저작권 관련 업무 처리나 협찬, 협조, 연계 등 대외협력 역량도 분산되어 제 힘을 발휘하지 못하고 있다.

이러한 문제점을 해결하기 위해서는 기존의 공보 및 인터넷 방송은 물론 홍보관련 각 기능을 한데 모아 종합적인 홍보조직을 새로 구축할 필요가 있다.

2. 위성, 케이블과의 연계

앞서 살펴본 미국의 원격 경찰교육 네트워크인 LETN의 경우에서 보듯이 네티즌뿐만 아니라 보다 다양하고 많은 사람에게 경찰 인터넷 방송 내용을 전달하기 위해서는 곧 방송을 시작할 위성 디지털 TV 방송인 [SKY LIFE]나 기존의 케이블 TV 네트워크를 통해 엄선한 경찰 인터넷 방송 콘텐츠를 전파할 필요가 있다.

아울러, 중요 용의자 수배나 긴급 상황 파악, 원격지에서의 화상회의 등 업무전산화 및 첨단화 달성을 위해서는 위성이나 케이블 방송 대역의 일부를 할애 받아 ID와 비밀

번호, 또는 지문이나 홍채 등의 인증을 거친 사람만 접속이 가능한 폐쇄적인 방송형태가 이루어져야 할 것이다.

3. 모바일 시대에 맞는 콘텐츠 개발 등 적극적 마케팅

바야흐로 세계는 모바일 혁명의 시대로 접어들고 있다.¹³¹⁾ 전 세계적으로 보면, 97년 2억1천만 명이던 이동전화 이용자수는 매년 40~50%씩 성장, 현재 7억6천만 명에 달하고 있다. 2005년엔 18억7천만 명에 이를 전망이다.

이런 가운데 휴대폰의 기능이 지능화되고, 콘텐츠도 다양해지면서 메시지 전송, 게임 등에 그치던 휴대폰 무선 인터넷도 위치정보 서비스, 전자상거래 등으로 확산되고 있다. 음성 위주의 1세대(1G)에서 음성과 데이터서비스를 결합한 2세대(2G)로 발전하더니, 화상통신은 물론 세계 어느 곳에서도 자기 휴대폰으로 인터넷에 접속하고 통화할 수 있는 3세대(3G)서비스가 개막되고 있다.

사람들이 점차 바빠지고 인터넷 상에 명멸하는 웹사이트의 숫자도 기하급수적으로 늘어가는 현실에서 기존의 PC 위주의 인터넷 콘텐츠로는 다수 대중의 관심을 끌 수 없다. 교통정보, 사건 사고, 시위예정 지역, 자진신고기간 또는 집중단속 기간 등의 내용 등 모바일 인터넷의 수요와 특성에 걸 맞는 콘텐츠를 개발하고 네티즌이 찾아올 때까지 기다리는 것이 아니라 시시각각 변하는 내용들을 고객의 단말기(PC, PDA 및 휴대폰 등)로 찾아가 띄워주는 푸쉬(PUSH) 서비스 등 보다 적극적인 마케팅을 통한 시청자 확보 노력을 경주해야 할 것이다.

4. 제작진의 전문화

지금까지 경찰청 인터넷 방송이 그 어느 공공기관 사이트보다 더 수준 높고 알찬 프

131) [중앙일보], 2001-11-20, (특집) 기획·연재 49면, “모바일 세상”/“손안의 인터넷”시대가 다가온다.

로그램들을 만들어 왔다는 것은 결코 부인할 수 없을 것이다. 하지만, 위에서 살펴보았듯이, 기대했던 만큼의 시청자 수와 참여정도를 이끌어 내기 위해서는 보다 전문적인 제작자와 기획자, 감독, 작가, 촬영감독 등이 필요하다.

영국경찰이 전직 언론인들을 대거 고용하여 경찰의 대언론 우위를 이끌어 내었듯이 우리 경찰도 인터넷 방송의 수준 향상을 위해 전문가들을 영입하거나 기존 담당자에게 보다 전문적인 교육훈련 기회를 제공하여 제작진의 전문화를 이루어야 할 것이다.

5. 실제업무와의 연관성 증대

앞서도 언급하였지만, 세계적인 인터넷 기업들의 몰락은 많은 부분 off-line 기반의 취약성이나 그 중요성의 무시에서 비롯되었다고도 할 수 있다. 실제 시청자들이 경찰민원업무를 인터넷 방송을 보면서 처리할 수 있고, 인터넷 방송에서 보여지는 수배자나 미해결사건에 대한 정보를 가지고 있을 때 바로 신고나 상담이 이루어지고, 현실상의 경찰업무를 인터넷 방송에서 대체할 수 있는 등(유치인 화상면회 등) 실제 경찰업무와의 연관성이 증가되어야 할 것이다.

아울러, 경찰관 전용 프로그램의 경우 경찰관의 업무수행이나 승진을 위해 꼭 필요한 내용들을 방송하거나, 기본교육을 집체 형태가 아닌 인터넷 방송을 통해 실시하거나, 여가, 가정생활 등에 있어 진정으로 필요하고 도움이 되는 내용들로 프로그램을 꾸미는 등 실제 경찰업무와의 연계성을 증대하여야 할 것이다.

6. 관련 방송·인터넷 사이트와의 제휴 및 프로그램 공유 확대

비록 경찰이 사건사고 및 범죄관련 정보 등 독특한 콘텐츠를 가지고 있다 하더라도 고정적으로 수많은 시청자를 확보하기에 충분한 정보와 교육, 오락거리를 시청자 구미에 맞게 전달하기에는 기술과 전문성, 장비, 인력 및 예산 측면에서 한계가 있을 수 밖에 없다. 또한, 일정규모 이상의 고정적인 시청자 층을 확보하지 못하는 한 국민세금을 바

탕으로 한 예산으로 독자적인 인터넷 기반의 방송국을 운영할 논리와 근거를 마련할 수 없다. 이러한 문제는 결국 일정부분 목표를 공유하고 있으며 서로에게서 보완점을 찾을 수 있는 상대방과의 제휴와 협력을 통해 해결되어야 할 것으로 보이는데 위의 미국의 예에서 보았던 것처럼 범죄나 경찰을 소재로 한 드라마나 다큐멘터리 제작 의도가 있는 공중파, 위성 혹은 케이블 방송 또는 인터넷 방송국들이 가장 가능성 있는 상대방이 될 것이다.

다만, 이러한 제휴나 협력에는 전통적인 민관 구분의 문화와 보안문제 등의 걸림돌이 있기 때문에 보다 심도 깊은 연구와 논의가 전제되어야 할 것이다.

인터넷을 통한 경찰 독자 방송망 구축 방안에 대한 일반적이고 기초적인 이론적 탐구는 어느 정도 되었지만 시간적 한계 등으로 인해 경찰인터넷 방송과 위성 또는 케이블 방송과의 연결 방안 및 구체적인 조직개편 방안, 프로그램 내용 발전방안, 경찰관과 일반 네티즌의 만족도 조사 등 보다 기술적이고 구체적인 부분에 대해서는 추가연구가 필요할 것이라는 제안을 하며 마치고자 한다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- 공보처, “정책홍보와 오보대응”, 1997. 1.
김영석, 멀티미디어와 정보사회, 서울: 나남, 1997.
두산대백과사전.
박홍식, 반부패 마케팅의 전략과 의미, 한국부패학회 제9회 국내학술대회 논문집, 2001.4.28.
안동수, “21세기 디지털 방송 환경변화와 인터넷 방송”, 방송과 기술, 1998, 1·2월호.
윤준수, 인터넷과 커뮤니케이션 패러다임의 대전환, 서울: 커뮤니케이션북스, 1998.
한국방송개발원, 연구보고서 98-08 “인터넷 방송 현황 및 육성방안 연구”, 1998.

[국내 언론보도]

- 경향신문, 2001-04-26, 26면.
국민일보, 2001.10.23.
대한매일, 2001-07-05, 03면.
대한매일, 2001-11-01, 11면.
대한매일, 2001-05-02, (사회) 뉴스 23면, “평화시위 이끈 ‘인터넷’”.
대한매일, 2001-08-21, 28면, “정부부처 인터넷 방송국 개국 바람”.
동아일보, 2001-08-20, 24면.
문화일보, 2001-06-13, 07면.
문화일보, 2001-08-31, 29면.
세계일보, 2001-11-01, 20면.
세계일보, 2001-11-06, 15면.
조선일보, 2001-11-12, (과학·의학) 통계 53면.
주간동아, 제266호, 2001.1.4.

중앙일보, 2001-04-13, (사회) 뉴스 29면, “대우車 폭력진압 과문”.

중앙일보, 2001-10-17, 06면.

중앙일보, 2001-11-20, (특집) 기획·연재 49면, “모바일 세상/‘손안의 인터넷’시대가 다가온다.

한겨레, 2001-07-23, (과학·의학) 칼럼·논단 18면, [디지털칼럼], “눈부신 인터넷 보급률 역기능도 따져봐야”.

한국일보, 1997-01-31, 18면, “그 채널이 그 채널 TV가 싫다(우리 방송 건강한가:4)”

DOT21, 제2호, 2000.06.07, “미국, 닷컴사망 이제부터 시작”

[해외 문헌]

Abercrombie, N. et al., *The Penguin Dictionary of Sciology Second Edition*, London, Penguin Books Ltd., 1984.

Bandura, A. “*The Impact of Mass Media Violence on U.S. Homicides*”, in American Sociological Review, Vol. 48, No. 4, 1983.

Bandura, A. “*What TV Violence Can Do to your Child?*”, in Larsen, O. N. Violence and the Mass Media, New York, Harper & Row, 1968.

Bandura, A. “*Some aspects of Observed Aggression*”, in Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 2, No. 3, 1965.

Bandura, A. “*Some Determinants of Impulsive Aggression: The Role of Mediated Association with Reinforcements for Aggression*”, in Psychological Review, Vol. 81, No. 2, 1974.

Bandura, A. “*the Effects of Observing Vilenice*”, in Scientific American, Vol. 210, No. 2, 1964.

Bandura, A. “*The Impact of Fictional Television Stories on U.S. Adult Fatalities: New Evidence on the Mass Media on Violence*”, in American Journal of Sociology, Vol. 87, No. 6, 1982.

Bandura, A. *Aggression: A Social Psychological Analysis*, New York, McGraw Hill, 1962.

- Bandura, A. "Airplane Accidents, Murder, and the Mass Media: Towards a Rtheory of Imitation and Suggestion", in *Social Forces*, Vol. 58, No. 4, 1980.
- Barthes, Roland *Mythologies (selected and Translated from the French by Annette Lavers)*, London, Vintsge, 1993.
- Beckett, Katherine, "Setting the Public Agenda: 'Street Crime' and Drug Use in American Politics", in *Social Problems*, Vol. 41, No.3, August, 1994.
- Belson William, *Television Violence and the Adolescent Boy*, Hampshire, Saxon House, 1978.
- Berkowitz, L., Carolyn A. Lin., "Exploring Personal Computer Adoption Dynamics", in *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Winter, 1988.
- Beryl David K., *The Process of Communications*, New York, Holt, Reinhart, Winston, 1960.
- Blumler J.G. and Katz E. (eds.), *The Uses of Mass Communications*, Beverly Hills, Sage, 1974.
- Blumler J.G. and McQuail, D. *Television in Politics: Its Uses and Influence*, London, Faber & Faber Limited, 1968.
- Braddock, R. "An Extension of the Lasswell Formula", in *Journal of Communication*, Vol. 8, 1958.
- Bryson, Lyman (ed.), *The Communication of Ideas*, New York, Institute for Religious and social Studies, 1948.
- Buchler Justus (ed. & select), *Philosophical Writings of Peirce*, New York, 1955.
- Cherry, Colin, *On Human Communication - the Third Edition*, London, The MIT Press, 1978.
- Cohen, S. and Young, J. (eds.), *The Manufacture of News: social problems, deviance and the mass media*, London, Constable, 1973.
- Cooley Charles Horton, *Social Organization*, New York, Charles Scribners and Sons, 1909.
- Cranach, M. von Foppa, K. Lepeies W. and Ploog D. (eds.), *Human Ethology: Claims and Limits of a New Discipline*, Cambridge, M.A., Cambridge University Press, 1979.

- Crandon, Garth, *"The Media View of the police"*, in Policing, Vol.6, No.3, Autumn 1990.
- Crimestoppers Board Members' Handbook, 1995.
- Dance, F.E.X.(ed.), *Human Communication Theory-Original Essays*, London; Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1967.
- Fiske John, *Introduction to Communication Studies*, London, Methuen & Co. Ltd, 1982.
- Fiske John and Hartley John, *Reading Television*, London, Routledge, 1978.
- Fleur M.L. De and Ball-Rokeach, S. *Theories of Mass Communication Fourth Edition*, London, Longman, 1982.
- Gerbner, George, *Violence and Terror in the Mass Media*, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 1988, pp. 15-20.
- H. Cantril, H. Gaudet and H. Hertzog, *The Invasion from Mars*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- Halloran J.D., *The Effects of Mass Communication: with special reference to television*, Leicester University Press, 1971.
- Katz Elihu and Lazarsfeld Paul F. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Glencoe, The Free Press of Glenco, 1955.
- Klapper, J.T. *The Effects of Mass Communication*, New York, the Free Press, 1960.
- Lazarsfeld, Paul F., *Benard Berelson and Hazel Gaudet, the People's Choice*, New York, Columbia University Press, 1948.
- Marshall, Gordon (ed.), *the Concise Oxford Dictionary of Sociology*, Oxford, Oxford university Press, 1994.
- Mattelart A. and Siegelau, S.(eds.), *Communication and Class Struggle*, Vol.1, New York, International General, 1979.
- McGivney, J. J. *"Multimedia Educational Systems"* in FBI Law Enforcement Bulletin, Vol. 62, February 1993.

- McQuail, D. "With the benefit of hindsight: reflections on uses and gratifications research", in Critical Studies in Mass Communication, No. 1, Vol. 2, 1984.
- McQuail, Denis *Communication 2nd Edition*, Essex, Longman Group Limited, 1984.
- McQuail, Denis *Mass Communication Theory: An Introduction, third Edition*, London, SAGE, 1994.
- Merton R.K. et al. (eds.), *Sociology Today*, New York, Basic Books Inc., 1959.
- Nelson, Scott A., "Crime-Time Television", in FBI Law Enforcement Bulletin, August 1989.
- Paul F. Lazarsfeld and Herbert Menzel, "Mass Media and Personal Influence", in W. Schramm (ed.), The Science of Human Communication, New York, Basic Books, 1963.
- Phillips D.P., "Suicide, Motor Vehicle Fatalities and the Mass Media: Evidence Toward a Theory of Suggestion", in American Journal of Sociology, Vol. 84, No. 5, 1979.
- Pyo, Chang-won, *The Police and Crimewatch UK: a Study of the Police use of Crime Reconstruction and Witness Appeal Programmes in Britain*, Seoul, Hankuk Publisher, 1998.
- Rath, C-D, "The Invisible Network: Television as an Institution in Everyday Life", in P. Drummond and P. Paterson (eds.), Television in Transition, London, BFI Publishing, 1985.
- Reiner, Robert *The Politics of the Police*, Harvester Wheatsheaf, London, 1992.
- Rogers E.M. and Shoemaker F.F. *Communication of Innovations : a cross-cultural approach 2nd Edition*, New York, Free Press, 1971.
- Saussure, F. de *Course in General Linguistics*, London, Fontana, 1974.
- Schlesinger, Philip and Tumber, Howard, *Reporting Crime: The media politics of criminal justice*, Oxford, Clarendon Press, 1994.
- Schramm, Wilbur (ed.), *Mass Communications 2nd Edition*, Urbana, University of Illinois Press, 1972.
- Schramm, Wilbur *The Process and Effects of Mass Communication*, Urbana, University of Illinois Press, 1954.

Shannon, Claude, E. and Weaver. Warren, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana, The University of Illinois Press, 1964.

Shapiro, S.J. "Canada Seeks Support for a Cause", in S.H. Fine, Social Marketing - Promoting the causes of public and nonprofit agencies, Needham Heights, M.A., Allyn and Bacon, 1990.

Shearon A. Lowery and Fleur Melvin L. De, *Milestones in Mass Communication Research - Media Effects - Second Edition*, London, Longman, 1988.

Shlesinger, P. et al., "The Media Politics of Crime and Criminal Justice", in British Journal of Sociology, Vol.42, No.3, September 1991.

Singer, B.D. "Mass Media and Communications Processes in the Detroit Riots of 1967", in Public Opinion Quarterly, Vol. 34.

The New Lexicon Webster's Dictionary of The English Language - Deluxe Encyclopedic Edition, New York, Lexicon Publications, Inc. 1992.

Watson J. and Hill A., *A Dictionary of Communication and Media Studies*, London, Edward Arnold, 1984.

Westley B.H. and MacLean, M. "A conceptual model for mass communication research" in Journalism Quarterly, Vol. 34.

[웹사이트]

<http://www.amw.com/>

<http://www.c-s-i.org/>

<http://www.courttv.com>

<http://www.dapis.go.kr/>

<http://119fbn.fire.go.kr>

<http://www.letn.com>

<http://pbn.police.go.kr/>