

라디오 프로그램 <여성시대> 분석1)

여성주의적 공간의 가능성

김은정

(이화여대 신방과 박사과정 수료)

I. 서론

라디오는 텔레비전이나 신문 등 다른 매스미디어보다 긴 역사를 가지고 있으며 그만큼 보편적이고 친근한 미디어로 우리 생활 속에 자연스럽게 녹아들어 있다. 라디오는 휴대가 간편하며 다른 매스미디어보다 주의집중이 요구되지 않는다는 특성으로 인해 가정이나 직장 등 생활이 이루어지는 공간 속에서 언제나 부담없이 '함께 하는' 동반자이다. 이러한 생활 속의 매체인 라디오는 끊임없이 청취자들에게 개인적이고 친근하게 '말을 걸어줌'으로써 전화매체와 유사하게 개인적 매체로서 수용되는 특징을 가지며, 미디어 경험 역시 사적인 경험으로 받아들여진다.

라디오에서 청취자들의 참여는 빼놓을 수 없는 부분인데, 특히 음악 방송이 주류인 FM의 경우는 모든 프로그램이 청취자들의 선곡신청과 사연을 적은 엽서와 편지로 진행되고 있다. 간접적인 사연전달과 함께 청취자 전화 등을 통해 청취자의 목소리가 보다 직접적으로 라디오에 드러나기도 한다. AM의 경우도 프로그램 유형에 따라 차이가 있긴 하

1) 이 연구는 2000년 BK21의 학술연구비에 의하여 지원되었음.

지만 퀴즈나 전화연결 등으로 청취자가 참여하는 비중이 큰 편이다. 라디오 청취자들은 프로그램을 만드는 과정에서 핵심적인 역할을 담당하고 있으며, 다른 어떤 매스미디어의 수용자보다도 적극적인 역할을 하고 있다.

다른 대중매체의 수용자와 달리 미디어텍스트 생산에 적극적으로 관여하는 라디오 청취자들의 활발한 참여는 다양한 목소리와 생생한 경험을 제공하여 프로그램의 감칠맛 나는 양념 역할을 하고 콘텐츠를 풍부하게 해준다. 라디오에서 이러한 청취자들의 참여 코너가 무엇보다 중요한 이유는, 라디오 매체와 청취자 간의 거리감을 메우고 친근한 상호공감대를 조성하게 해준다는 데 있다. 개인적인 매체로서 수용되는 라디오에서 흘러나오는 진행자와 청취자들의 친밀한 대화는 전달자/수용자 간의 간격을 없애고 프로그램과 청취자를 긴밀하게 연결하는 동시에 청취자들에게 “나(우리들)의 프로그램”이라는 의미를 공유하게 한다. 사람들이 보내오는 개인적 경험과 사연들을 함께 나눔으로써 청취자들은 서로 잘 알고 지내는 친구나 이웃의 이야기를 듣는 것처럼 특별한 정서적 공감대를 형성한다. 이렇게 상호공유되는 청취자들의 청취경험은 더 나아가 독자적인 미디어문화를 특정한 방식으로 발전시키게 된다. 청취자집단에서 형성되는 미디어 문화는 청소년이나 주부 대상 프로그램처럼 특정집단을 겨냥한 프로그램일수록, 그리고 오랫동안 장수한 프로그램일수록 보다 뚜렷하게 나타나는 것으로 보고되고 있다.

그러나 라디오연구는 ‘방송’이 곧 ‘텔레비전’으로 통하는 시대적 상황에서 학문적 관심의 외곽에 밀려나 있는 형편이다. “TV가 등장하자 라디오는 그 전성시대의 역사조차 잊은 듯 사람들의 관심 밖으로 밀려나 버렸다. 라디오에 대해서 생각하는 사람은 소수이고, 그에 대해서 언급하는 사람은 더욱 소수이다. 지난 30년간 일반 출판물에서 라디오에 대한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 우리 사회는 우리 시대의 라디오를 주목하는 데 실패한 것이다(Mills & Ponytail, 1984)”라는 언급은

라디오연구가 미디어연구의 주류에서 소외되어 온 근래의 현황을 지적하고 있다. 자칫 라디오는 첨단 멀티미디어가 지배할 영상시대에서 낙오된 쇠퇴일로의 구미디어로 치부될 수도 있을 것이다. 그러나 라디오는 그 존재를 전면적으로 드러내지는 않지만 꾸준히 독자적인 영향력을 행사해 오고 있다. '영상매체 세대'로 불리는 청소년층에게 라디오는 아직도 중요한 매체이며 주부, 공장근로자, 택시기사 등의 소수 집단에게 라디오가 미치는 일상적인 영향력은 다른 매체에 비해 결코 적지 않다. TV의 등장 이후 라디오는 보다 특성화되고 전문화된 매체로 발전되어 왔으며, 이러한 특성화는 라디오가 특정 집단에게 특별한 영향력을 행사할 수 있는 역량을 개발시켰다. 이와 같은 관점에서 라디오를 즐겨 듣는 특정한 청취자집단과 라디오 매체와의 관계에 대한 보다 심도 깊은 논의가 요구된다. 즉 라디오 텍스트 안에 청취자들이 어떻게 개입하고 있으며, 청취자들이 라디오매체와 청취자 자신들에 대해서 어떤 의미를 부여하고 공감대를 형성하는지에 대한 연구들이 필요하다.

본 연구에서는 MBC라디오의 장수 프로그램인 <여성시대>를 통해 라디오 여성프로그램이 표상하는 미디어 여성담론을 고찰해 보고자 한다. 대표적인 라디오 여성 프로그램으로 두터운 청취자군을 자랑하는 <여성시대>는 여성들의 편지를 집중적으로 소개하고 이야기하는 프로그램으로서 여성청취자들의 경험과 목소리가 주된 내용을 이루는 여성장르이다. 수용자가 메시지 제작과 의미생산에 적극 참여하는 <여성시대> 텍스트는 '위로부터' 만들어지는 여타의 방송매체 텍스트와는 달리 수용자가 텍스트의 기초를 제공한다는 점에서 매우 독특한 성격을 보여준다. 본 연구는 이러한 <여성시대>의 텍스트를 분석함으로써 라디오 여성프로그램이 만들어내는 여성담론과, 이를 통한 미디어 공동체로서의 가능성을 모색해보고자 한다.

II. 이론적 배경

맥루한의 “미디어는 메시지다”라는 유명한 정의는 매체가 그 존재 자체로 의미를 가짐을 이야기하고 있다. 매체의 고유한 특성이 증시되는 이유는 미디어기술의 특징이 일차적으로 수용자의 미디어 경험을 틀짓기 때문이다. 미디어학자들은 다양한 매체들이 가진 특성에 관해 그간의 축적된 연구결과를 통해 어느 정도 합의된 결론을 내리고 있다. 라디오 매체의 고유한 특징으로 가장 먼저 들 수 있는 것은 청각에 호소하는 매체라는 점이다. 이 청각적 특성은 텔레비전의 등장과 함께 라디오매체가 사양길에 접어들게 된 가장 큰 원인 중의 하나로 치부되기도 하지만, 최근의 특수화·전문화 시대에서 라디오매체의 장점으로 부각되기도 한다. 말하자면 라디오는 청각에 호소함으로써 무한의 상상세계를 펼쳐주며 감성을 자극한다. 따라서 라디오 매체는 문자처럼 체계적이고 논리적인 메시지보다는 감성적이고 즉각적인 효과를 기대하는 커뮤니케이션에 특히 잘 활용될 수 있다(김규, 1996).

라디오매체의 일반적 특성을 총괄적으로 정리해보면 접촉과 소비의 일상성, 시공간의 제약 탈피, 개인적인 매체, 참여적인 매체, 소수집단의 매체, 지역화, 전문화 매체, 대안적인 매체로서의 유용성(양성희, 1993; 김규, 1996) 등으로 정리될 수 있다. Snow(1983)는 라디오는 시각적 효과가 결핍되어 있으므로 텔레비전, 영화 혹은 인쇄물에 비해 잠재능력이 떨어질 것이라고 간주되고 있으나, 직접적인 시각적 자극제의 결핍으로 인해 청취자들은 오히려 아나운서에 의해 기술된 것으로 이미지를 창출해가며 상세하게 구체화시킨다고 말한다. 이러한 청취자 스스로의 이미지 창출로 인해 라디오는 텔레비전이나 인쇄물보다도 높은 기억력과 지속적인 영향력을 보인다고 그는 주장하였다.

또한 라디오는 가장 친숙한 생활매체로서 친밀성을 그 특징으로 보이고 있다. 라디오는 휴대가 간편하며 언제 어디서나 사람들의 생활주변에 존재할 수 있고, 방송을 청취하면서도 일상의 일을 할 수 있어 생

활과 분리되지 않는 특성이 있다. 신문이나 텔레비전이 효율적인 커뮤니케이션을 위해 거의 독점적으로 수용자들의 주목을 요구하는 것과 비교할 때 이러한 배경음악 혹은 배경잡담으로서의 라디오의 일상성은 친밀성의 질(quality)을 높여준다. 청취자들은 라디오를 어디든 가지고 다닐 수 있다. 라디오는 부엌, 공장의 플로어, 혼잡한 도로의 차 안, 세계의 다른 쪽, 심지어 인질을 감금한 방에서도 동반자가 되어준다. 모든 '매스' 미디어 중에서도 라디오는 수용자 구성원 각각과 개인과 개인(one-to-one)의 관계를 수립하는 데 있어 가장 큰 잠재력을 제공한다 (Wilby & Conroy, 1994).

1960년대 중반 Mendelsohn(1964)은 사람들이 긴장완화로서, 다양한 분위기 조성 및 동반자로서 라디오를 이용하고 있음을 발견하였다. 특히 많은 사람들이 외로울 때 라디오를 청취하고 있었는데, 사람들을 외부세계와 접촉하도록 해주고 세계를 청취자의 활동영역 안으로 가져다 줌으로써 라디오는 청취자의 고독감을 달래주는 동시에 자신이 여전히 현실세계의 일원이라는 것을 보장해준다. 라디오의 이러한 역할은 사람들이 정상적인 면 대 면(face-to-face) 대화에서 얻을 수 있는 것과 어느 정도 비슷한 만족을 제공한다. 또한 멘델손은 라디오가 사회적 유희로서 기여한다고 주목하면서 라디오는 서로 공유할 수 있는 공통의 경험을 통해, 사람들의 상호유대를 강화시키며 타인과 대화할 수 있는 주제를 제공한다고 주장한다.

Turow(1974)는 라디오 토크쇼에 참여하는 사람들이 주로 사회적으로 고립되어 있는 하류계층 사람들이며, 이들이 토크프로그램에 참여하는 것은 외로움을 해소하기 위한 대화를 위한 것이라고 밝힌 바 있다. 이와 비슷하게 Bierig and Dimmick(1979)의 연구결과 역시 심야 라디오 토크쇼 참여자들은 다른 청취자에게 영향을 주기 위해서가 아닌 개인적인 접촉이나 의사소통을 하기 위해 전화를 걸고 있다는 결론을 내리고 있다. 이처럼 라디오 토크쇼가 갖는 라디오 매체의 특성과 토크쇼의 친근한 대화형태의 결합은 고립된 개인이나 집단의 대인커뮤니케이

선 및 상호작용의 결핍을 메꾸어주는 데 기여하고 있음을 보여준다.

이러한 수용자와 친근한 상호유대를 형성할 수 있는 라디오의 역할은 나아가 라디오 공동체와 라디오 문화를 창출해 낼 수 있는 기반이 되고 있다. 이와 같은 라디오 매체가 창출하는 라디오문화에 대해서는 일반적으로 청소년과 라디오 음악방송의 관계에 초점이 맞추어져 왔다. 라디오문화연구의 주류는 라디오 수용의 일상성과 친밀성, 개인성 등의 특성이 음악이라는 정서적인 어필과 어떻게 결합되어 청소년문화의 한 부분을 이루고 있는가에 대한 연구로²⁾ 라디오와 하위문화와의 강한 관계를 강조하고 있다. 그러나 청소년층의 하위문화에만 편중되어 온 연구의 관심은 보다 다양한 수용자 집단의 문화적 경험 속으로 확장되어야 할 필요가 있다.

라디오 수용의 편재성에도 불구하고 다각적인 연구는 아직까지 매우 미비한 형편이다. 특히 여성과 관련한 미디어 연구들은 대부분 텔레비전과 광고에 초점을 맞추어 연구되어 왔기 때문에 여성과 라디오의 관계에 대해서는 상대적으로 논의가 적게 이루어지고 있다. 여성이 참여하는 토크 프로그램에 대한 연구들도 라디오보다는 텔레비전 연구에 편중되어 있다. 특히 국내에서는 여성과 라디오에 대한 연구는 거의 이루어지지 않고 있는 형편이다.

라디오와 여성의 삶에 대한 연구 중 가장 대표적인 것은 흡슨(1980)의 연구이다. 흡슨은 라디오와 주부와의 관계에 주목하면서 여성들이 삶의 고독감에서 비롯되는 긴장감을 절충하고, 삶을 유지해 나가는 중

2) 국내에서 라디오의 수용에 관한 연구주제는 대부분 청소년집단에 초점이 맞추어져 있으며, 석사학위논문은 주제 역시 청소년의 라디오이용에 집중되어 왔다. 이러한 논문으로는 송은주(1999) 『청소년의 일상과 라디오 음악 프로그램의 의미—청소년의 정서적 공감대와 또래문화의 정체성』, 김수원(1997) 『심야 라디오 음악 방송이 청소년 정서에 미치는 영향에 관한 조사연구』, 이영경(1990) 『청소년의 라디오 심야 음악 프로그램 이용과 충족에 관한 연구』, 김용관(1989). 『청소년의 FM 방송 청취 행태에 관한 연구』, 김승월(1988) 『청소년의 대중가요 청취에 관한 연구』, 박옥규(1985) 『청소년의 라디오 청취요인에 관한 연구』 등이 있다.

요한 수단으로서 라디오를 이용하고 있음을 고찰하였다. 흡슨은 라디오가 주부들의 삶 속에서 “일상생활의 배경”으로 편재하며, 라디오의 정기적인 청취는 가사경험의 ‘비구조성(structurelessness)’을 구조화하는 시간 경계선(time boundary)을 제공해주고 있음을 밝혀내었다. 진행자들의 수다와 이야기는 주부들의 벗이 되어 외로움을 완화시킬 뿐 아니라 그 내용에 있어서는 전통적인 여성역할인 주부와 어머니 역할을 수행하는 여성들을 지속적으로 찬양함으로써 노동의 성별분업을 고취시키고 여성을 가정이라는 ‘올바른’ 장소로 위치시키는 이데올로기적인 기능을 수행하고 있었다. 외로움을 달래주는 라디오의 친근함은 이러한 이데올로기가 효과적으로 작용하도록 봉사한다.

흡슨은 라디오가 많은 다른 여성들도 동일한 처지임을 알려줌으로써 다른 개개인의 고립된 여성들을 이어주고 있는 것을 또다른 라디오의 이데올로기적인 역할로 지적하고 있다. 전화연결(phone-in) 등 여성들의 참여 프로그램은 ‘외부’ 세계와의 접촉을 제공할 뿐 아니라 동일한 상황에 수천 명의 다른 여성이 있다는 공감적인 위치를 확인시킴으로써 사적인 고독을 ‘집합적인 고독’으로서 정당화시킨다고 비판된다. 라디오 여성프로그램에서 강조되는 어머니와 주부로서의 여성상은 여성의 영역을 가정에 귀속시킴으로써 공적인 담론을 여성에게 어울리지 않는 것으로 배제시킨다. 이는 라디오뿐만 아니라 미디어 전반에서 표상되는 우리사회의 가부장적 합의이기도 하다.

Nightingale(1990)은 전반적인 미디어의 소위 ‘여성장르’ 전반에서 강한 이데올로기적인 함의가 내재되어 있음을 지적했다. 그에 따르면 여성은 ‘가족’과 ‘감정’의 굴레에 매몰되어 있는데, 특히 ‘가정적’ 콘텍스트는 여성을 한정짓고 규정하고 있다. 가정에 대한 여성들의 이러한 종속적인 위치는 여성들의 당위적인 위치로서 예찬되고 여성들이 자발적으로 선택된 역할로 그려진다. 또한 여성들은 독립적 주체로서가 아니라 사랑과 남편, 아버지, 아이들을 통해서 합의되는 존재로 나타난다. 나이팅게일은 미디어의 내용에 여성의 이해와 관심사를 반영한 경

우에도 그것이 가정적인 것에 머무름으로써 소재에 있어 남녀간의 동등성을 획득하기보다는 역으로 여성의 가정에서의 종속을 영속화시킬 수 있는 가능성이 크다는 것을 지적하고 있다.

양성희(1993)는 개인을 무력화시키고 탈정치화시키는 라디오의 이데올로기적인 기능을 지적하였는데, 그에 따르면 라디오에서 제공되는 음악은 위안적인 기능과 현실도피적인 오락적인 기능을 수행한다. 라디오에서 음악은 안식과 카타르시스를 제공하고 사회적 긴장을 해결시킴으로써 현실의 모순에 대한 ‘가장된 화해’를 지향한다. 그는 또한 주부대상 라디오 프로그램의 일상성의 이데올로기와 탈정치화 기능을 지적하였는데, 그러한 프로그램이 표방하는 “일상이 문득문득 주는 기쁨,” “잇고 살지만 소중한 소시민적 행복,” “세상은 아직 살만하며 세상에는 나보다 불행한 사람들이 훨씬 많다” 혹은 “세상의 모순이나 고통도 견딜만한 것이다”와 같은 심리적인 위안을 비판하였다. 그는 주부대상 프로그램에서 지배적으로 나타나는 서사를 “돌발적인 사건들이 그 일탈의 위기를 극복하고 원래 상태를 회복하는 일상의 힘, 치유력에 대한 찬사”로 규정하면서 이러한 서사가 여성의 경험을 통합하여 변화의 가능성을 봉쇄하며 대안적 관점을 박탈한다고 보았다.

그러나 여성들을 위한 미디어공간이 존재하고 그를 통해 여성들이 자신들의 이야기를 공개적으로 토로한다는 점에서 여성의 공론장으로서의 긍정적 가능성 또한 부정할 수 없다는 주장 역시 꾸준히 제기되어왔다. 즉 사적인 영역에 침윤되어 공적인 영역에서 배제되어온 여성들이 적극적으로 미디어에 참여함으로써 미디어의 메시지를 생산하는 주체로 힘을 획득하고 나아가 여성의 관점과 목소리를 함께 나눌 수 있는 대안적인 공론장을 만들어낼 수 있다는 지적이다(Landers, 1992; Eley, 1992). 이러한 연구들은 주로 라디오보다는 텔레비전 여성 토크쇼를 대상으로 이루어졌다. 여성 대상 토크쇼인 <Phil Donahue>의 여성 출연자들을 연구한 Priest and Dominick(1994)은 대부분의 여성출연자들은 중하류계층의 여성, 일탈적인 행위를 한 사람들, 사회적으로 고립

되어 있는 사람들로서, 이들의 출연동기에서 정치적인 저항성을 발견할 수 있다고 주장하였다. 즉 여성출연자들은 자신들의 일탈적 경험과 행동을 자신의 입장에서 논점화, 공론화시킴으로써 기존의 사회질서와 헤게모니에 도전하고자 한다는 것이다.

여성의 미디어 공간과 대안적 공간으로서의 가능성에 대해서 급진주의적인 페미니스트들은 여성만의 커뮤니케이션 채널, 독립된 여성제작자, 여성 교수, 여성 수용자 집단으로 이루어진 ‘여성만의 공간’ 즉 ‘여성공동체’의 창출을 통해서 가부장적인 기존의 지배질서에 대항하는 여성의 해방적 가능성을 모색할 수 있다고 보았다(Zoonen, 1991). 그러나 이 입장은 그들이 제시하는 대로 진정한 여성 공동체와 여성미디어를 창출하기 위해서는 가부장제적인 현 사회질서와 기존의 미디어 제도의 틀을 완전히 벗어나 독립적인 공간을 마련해야 한다는 데서 현실적 대안이 되지 못하고 있다. 즉 기존의 미디어가 여성주의적인 메시지를 전달하거나 여성주의적인 무기로 이용될 가능성을 인정하지 않으므로써 실제 현실의 미디어에 적용되지 못하는 한계점을 가지고 있다.

결국 여성의 공간을 기존의 미디어질서 속에서 창출해 낸다는 가능성은, 급진주의적 페미니스트들의 주장과 같이 완전히 독립적이고 자율적인 공간이 아닌 이상 필연적으로 절충적인 가능성으로 나타날 수밖에 없게 된다. 즉 제도적인 방송미디어가 필연적으로 가질 수 밖에 없는 자본주의적 상업성과, 전국적으로 가정의 청취자들에게 제공되는 미디어로서 현 사회의 상식과 가치에 부합하는 ‘보편적’ 규범이 고려될 수밖에 없다는 지적이 많은 학자들에게서 공통적으로 나타나고 있다(Mclaughlin, 1993; Elliot, 1986; Peck, 1995). 이들은 여성의 토크쇼가 소수집단이나 피지배계층을 공적인 미디어 공간으로 참여시킨다는 점에서 의의를 갖지만 여성이 참여하는 방식과 다루어지는 방식을 자세히 살펴보면 많은 한계가 나타남을 지적하였다. 즉 여성의 문제는 개인적인 잡담의 수준에서 논의가 발전되지 못하고 소재에 있어서도 흥미로운 일탈적 소재 위주로 다루어진다. 즉 적합한 메시지를 다루려

는 미디어의 게이트키퍼 과정이 일차적으로 여성들의 이야기 소재를 걸러내고, 논의의 수준을 개인적인 수준으로 낮추며 시청률을 의식하여 재미있고 흥미로운 소재를 선별함으로써 진지한 성찰을 제한한다는 것이다.

유세경(1996, 1997)의 연구결과도 유사한 결론을 내리고 있는데, 그는 여성시청자들이 참여한 토크프로그램이 여성들의 문제를 토론을 통해 공론화시키기 보다는 이들의 문제나 의견, 고민을 듣고 이를 치유하는 데 중점을 두고 있다고 지적하였다. 여성을 대상으로 한 토크프로그램은 여성이 출연하고 여성을 대상으로 하기 때문에 마치 여성을 위해 존재하는 프로그램처럼 느껴지지만, 실제로 토크의 내용을 살펴보면 가부장제가 요구하는 여성 기능, 가족 내의 인간관계 관리, 가정의 내조, 가족의 감정 관리를 주내용으로 하고 있어 여성 자신의 자기계발이나 경제적 능력 확보, 사회 참여 등과는 거리가 멀었다. 또한 남성출연자는 자신의 이야기를 직접적으로 하는 데 비해 대부분의 여성출연자는 자신의 이야기보다 남편, 시부모, 가족들의 감정과 경험, 의견을 이야기함으로써 토크의 실질적 주체에서 여성소외가 일어나고 있음을 밝혔다. 이런 연구결과는 토크프로그램이 여성을 출연시키기는 하지만 사적이고 파편화된 개인적 이야기를 이끌어 낼 뿐 여성의 삶에 대한 심층적인 성찰과 집합적이고 공적인 논의로 심화·확대되지 못한다는 비판과 부합하는 것이라고 할 수 있다.

이와 같은 논의를 바탕으로 하여, 우리나라의 대표적인 라디오 여성 프로그램인 <여성시대>가 어떠한 가능성과 한계를 함께 안고 있는지를 페미니즘적인 관점에서 분석해보도록 하겠다.

III. 연구대상과 방법

본 연구는 아침 9시부터 11시까지 방송되는 MBC라디오의 <여성시

대>를 대상으로 하였다. <여성시대>는 오랫동안 장수해온 MBC라디오의 간판 프로그램으로서 대중적으로 널리 알려져 있고 특히 주부들에게 많은 인기를 끌고 있다. 라디오 청취 행태 조사보고서에 따르면, <여성시대>는 전체 라디오 프로그램을 통틀어 두번째로 인기있는 프로그램이며, 이 프로그램이 방송되는 9-11시 시간대에서는 청취율과 점유율이 가장 높은 프로그램으로 나타나고 있다(겔럽, 1997, 1999).

이 프로그램은 여성의 고민과 즐거움, 기쁨과 슬픔 등 여성의 삶에서 베어나오는 '감동적'인 이야기로 많은 대중적 인기를 끌고 있으며 고정청취자층을 두텁게 형성하고 있다. <여성시대>는 청취자들이 보내온 편지를 중점적으로 소개하는 일종의 편지쇼로서, <여성시대> 텍스트의 가장 중심된 의미를 구성하는 것은 청취자들의 편지이다. <여성시대>에서 방송되는 청취자 편지는 수용자와 미디어가 만나는 접점으로서 매우 특별한 의미를 갖는다. 제작자의 의도에 의해 일방적으로 구성되는 여타의 방송 메시지와는 달리, 일차적으로 청취자들에 의해 메시지가 구성되며, 이차적으로 방송제작진에 의해 프로그램의 성격에 적당한 내용들이 추려지고 선택된다. 따라서 <여성시대>의 편지쇼는 수용자들의 참여와 제작진의 게이트키퍼가 중첩된 산물이라고 할 수 있다. 따라서 편지의 분석은 수용자들의 경험과 사연을 담고 있는 동시에 제작진들의 고려와 필요를 반영하고 있는 이중적인 차원을 갖는다.

본 연구에서는 <여성시대> 라디오 텍스트를 중심으로 분석하였으며 부가적으로 PD와 구성작가에 대한 전화인터뷰를 실시하였고 <여성시대>에 관한 기사와 보고서 등의 2차 자료를 활용하였다. <여성시대> 프로그램의 분석기간은 2000년 9월 18일부터 24일의 일주일간이었다. 분석의 단계는 먼저 <여성시대> 프로그램의 전체 틀과 제작과정을 살펴본 후, 편지와 멘트 속에서 나타나는 여성주체의 위치를 확인하고, 소개된 편지의 소재, 서사, 주제 등으로 <여성시대>의 선호하는 가치를 살펴본 뒤, <여성시대>에 여성청취자들의 참여가 어떻게 일어나고 있는지를 살펴보고, 마지막으로 라디오의 여성공동체적 가능

성을 살펴보았다.

IV. <여성시대> 편지 분석

1. 프로그램에 대한 소개

1) 청취자 특성과 시청률

<여성시대>는 MBC AM/FM에서 오전 9시-11시 사이에 청취자 사연 읽기, 전화 연결, 음악과 토크 등으로 진행되는 주부대상 라디오쇼로 10년 이상 장수해오고 있는 인기 프로그램이다. <여성시대>의 전신은 <여성살롱>으로, 이름에서도 알 수 있듯이 여성대상의 프로그램을 줄곧 표방하여 왔다. 오전 9시에서 11시까지 방송되는 프로그램의 스케줄은 아이들의 등교와 남편의 출근 후 주부가 혼자 남게 되는 시간에 맞추어져 있다. 즉 일반적인 여성청취자의 일상생활의 스케줄에 따라 방송시간이 재단되어 있다고 할 수 있다. 전업주부가 아닌 경우, <여성시대>를 듣는 여성들은 근무시간에 일을 하면서 라디오를 들을 수 있는 영세자영업, 경리직, 미싱, 기능사 등의 직업에 종사하는 사람이 많았다(《월간 여성시대》 자료집, 1993).

1997년 하반기 라디오 청취 행태 조사보고서에 나타난 바에 따르면, <여성시대>는 시간대별 점유율에서 오전 9시(54.2%), 10시(49.2%), 11시(47.9%)로 전체 라디오 채널 중 점유율 1위를 차지하고 있다. 또한 <여성시대>는 청취자들이 가장 즐겨듣는 프로그램 전체 2위이기도 하다.³⁾ 시간대와 관련하여 특기할 만한 것은 <여성시대>가 출근시 가장 즐겨듣는 라디오 프로그램 전체 1위로 나타나고 있다는 점인데 프

3) <여성시대>의 인기는 일시적인 것이 아니고 지난 몇 년 동안 계속 1위-2위를 고수해왔다는 것이 제작진들의 설명이다. 또한 <여성시대>가 여성프로그램을 표방하고 있고 대부분의 편지 사연은 여성 투고자에 의한 것이지만 남성들도 이 프로그램을 즐겨 듣고 있는 것으로 나타나고 있었다.

로그그램 시작시간이 출근시간의 막바지인 9시임을 감안할 때 <여성시대>가 누리는 높은 인기를 추측해 볼 수 있다.

<여성시대>의 주된 청취층은 40대 이상의 중년층과 중졸 이하의 비교적 저학력층, 가구소득 월 150만 원 이하의 중하층계급이었다.⁴⁾ 남성청취자들에게도 높은 인기가 있다는 조사결과는 <여성시대> 프로그램이 여성들만이 즐기고 소비하는 특수한 여성프로그램이 아니라 남성들에게도 받아들일 수 있고 공감과 지지가 가능한 보편적 재미를 획득하고 있음을 말해준다. 또한 청취자들의 계급적 특성이 분명하게 나타나고 있는데,⁵⁾ 이들을 직업적으로 분류해 보았을 때 기사(34.7%), 주부(31.6%), 기능직(27.1%), 자영업(24.9%) 등으로 나타나 근무시간대에 라디오를 청취하면서 일할 수 있는 직업적 특성이 나타나고 있었다. <여성시대>의 선호이유로는 재미있다는 응답(73.7%)과 진행자의 뛰어난 솜씨(64.7%)가 지적되었고, 청취자들은 프로그램이 제공하는 재미의 요소로 이야기/사연소개(58.5%)를 들고 있었다.

이외에도 <여성시대>에서 자체 조사한 “여성시대 평균주부”의 앙케이트 조사결과⁶⁾는 <여성시대> 청취주부의 표준적 모습을 평균연령 35세, 중졸 이상의 학력, 자녀수 3명, 월 총수입 50-100만 원, 방 칸수 2칸, 자가용 없음, 직업에 있어서는 전업주부(43.4%)보다 부업 등 직장이 있는 경우(56.6%)가 높았고, 직업이 있는 경우 자영업, 회사원, 경리직, 미싱사, 기능직, 남편의 직업은 수출업체 종사, 상업, 운전기사, 정비업 등으로 제시하고 있다.

4) 연령별로는 40대 이상(55.4%), 30대(31.4%), 20대 이하(9.7%) 순이었고, 직업별로는 기사(34.7%), 주부(31.6%), 기능직(27.1%), 자영업(24.9%) 순이었다. 학력별로는 중졸 이하(36.5%), 고졸(23.2%), 대졸 이상(13.6%), 소득별로는 150만 원 이하(39.4%), 150-200만 원(19.7%), 200-300만 원(16.7%), 300만 원 이상(11.7%)으로 나타나고 있었다.

5) 제작진들은 투고자들 역시 대부분 중하계층의 사람들이라고 밝히고 있다.

6) <여성시대>는 자체적으로 “여성시대 평균주부”를 알아보기 위해 설문조사를 실시했는데, <여성시대>에 도착한 총 5천6백37통의 설문지 중 편의상 1천 통을 무작위 추출하여 분석하는 방식을 취하였다.

조사된 내용의 결과들을 종합해보면, 라디오 전체 프로그램 중에서도 <여성시대>는 남/녀 모두에게 매우 높은 인기를 끌고 있는 대중적인 프로그램이고, <여성시대>의 주된 시청자층은 중졸/중하계층의 기능직, 운전기사, 자영업자와 주부이며 <여성시대>에서 소개되는 편지가 청취자들을 끌어들이는 중요한 재미의 요소로 역할하고 있음을 알 수 있다.

2) 시간대와 포맷

<여성시대>는 월요일부터 일요일까지 두 시간 동안 매일 진행되며, 진행자는 가수 양희은과 MC 김승현이 담당하고 있다. 목요일은 특별히 <남성시대>라는 타이틀로 진행되어 남성들의 사연과 전화를 중심으로 진행된다. 휴일 없이 매일 고정적인 시간에 방송되고 아침 9시부터 11시라는 주부들의 한가한 시간대에 편성됨으로써 <여성시대>의 스케줄은 청취자들의 일상생활 속으로 쉽게 스며들 수 있는 성격을 가지고 있다.

두 시간 프로그램인 <여성시대>는 광고시간에 따라 4부로 나뉘어져 30분씩 진행되며, 1부-4부의 구성은 한두 통의 편지소개와 음악으로 구성되어 있다. 요일에 따라 금요일에는 <집중소개> 코너가, 토요일에는 <N여성시대> 코너가 고정적으로 마련되어 있다. 일요일에는 여성시대에 처음 쓴 편지를 소개하는 <신고합니다>, <못다한 사연>, 한 주간의 재미있는 사연을 다시 정리한 <다시 듣는 여성시대>, 그리고 <못다한 사연>, <여성시대 방송 그 후>코너 등이 마련되어 있다.

시청자 참여형태는 가장 기본적으로는 편지의 간접적 사연소개이다. 대개 편지를 읽고 난 뒤 진행자들의 코멘트가 이어지고, 경우에 따라서는 청취자들의 의견을 연결하여 듣기도 한다. 3부에서는 <내일이면 늦으리> 코너가 있는데, 청취자가 쓴 편지를 직접 육성으로 읽게 하고 편지의 상대와 통화를 연결하여 대화를 나누게 해준다.

특기할 만한 것은 <집중소개> 코너인데 이 곳에서는 사회단체나

전문가, 정치가 등을 초청하여 우리 사회의 문제점과 현안들에 대한 이야기를 들어보는 시간을 갖고 있다. 이러한 코너는 참여연대의 소액 주주 운동이나 교육개혁문제 등 주부들에게 공적인 사안에 대한 교육적인 효과를 크게 보여주고 있다.)

편지가 소개된 사람들을 위한 상품들은 세탁기나 냉장고 등 가정에 서 필요한 가전제품이나 상품권 등 각종 소비재들로 이루어져 있다. 이는 두 가지 함의를 갖는데 첫째는 가정적 존재로서의 여성을 상품의 성격 속에서 내재화하고 있다는 점이며 둘째는 그리 윤택하지 않은 청취자층에게 실제적으로 도움이 될 수 있는 상품들로 구성되어 있다는 점이다. 실제로 담당 PD는 인터뷰에서 청취자들의 투고에 대해 “전부 상품을 노리고 보내는 편지들”이라고 일축하고 있었는데, 이에 전적으로 동의하지 않더라도 이러한 제작진의 견해에서 청취자들의 상품에 대한 높은 기대와 관심을 읽을 수 있다.

3) 기타 이벤트

<여성시대>는 매일 방송되는 정규 프로그램 외에도 청취자와 함께 하는 다양한 이벤트를 개최함으로써 방송의 한계를 벗어나 여성들의 생활 속에 직접 들어가 삶의 경험을 함께 나누는 장을 마련해 놓고 있다. 이러한 각종 이벤트들은 제작진과 진행자가 청취자들을 직접 만나고 ‘함께 하면서’ 그들의 소망과 바램을 담아내는 행사로서 <여성시대>가 사회적으로 확대된 형태라고 말할 수 있다. 이러한 각종 이벤트와 행사는 여성들에게 <여성시대>가 자신들의 목소리를 반영할 뿐 아니라 여성들을 위하고 여성들의 삶을 함께 나누는 ‘우리의 방송’이라는 강한 애착감을 강화하는 데 기여하고 있다. <여성시대>가 표방하는 ‘작지만 소중한 행복’, ‘일상 속의 행복’ 등 감동적인 일상사를 강조하는

7) 실제로 1999년 12월 27일에는 김대중 대통령이 녹화출연하기도 했고, 올해 1월 12일에는 민주당 한화갑 최고위원과 한나라당 박근혜 부총재가 출연해 안기부 비자금 수사에 관한 설전을 벌여 화제가 되기도 했다.

특징을 부각시키고 있는 대표적인 이벤트로는 ‘미·고·사’ 행사와 ‘신춘 편지쇼’, 그리고 ‘주부나들이’, <월간 여성시대> 발간 등이 있다.⁸⁾ 지난 연말에는 ‘여시동창회’라는 여성시대 청취자 초청콘서트도 개최했다.

2. 프로그램 제작과정

<여성시대>의 제작진은 PD와 AD는 남성이고, 두 명의 30대 기혼의 여성구성작가로 이루어져 있다. 하루 40통에서 200통까지 오는 편지를 먼저 구성작가들이 “방송할 만한” 편지와 그렇지 못한 편지를 대충 분류하며, 담당 PD는 대략 20통 내외로 추려진 편지 중에서 다시 실제 방송될 8편 정도를 골라낸다.

방송작가와의 인터뷰에서 나타난 방송될 편지를 선정하는 기준은 먼저 “소재가 반복적이거나 진부하지 않아야 한다는 것, 가식적이지 않고 솔직한 진실이 담긴 것, 에피소드 내에 내용이 명백하게 나타나는 것”인데, “1순위는 소재의 시의성이고, 그 다음에는 삶의 진실이 얼마

8) <미·고·사>: ‘미안해, 고마워, 사랑해’의 약자로 사실혼으로 결혼식을 치르지 못한 부부 100쌍을 선정하여 드레스와 피로연, 신혼여행의 일체를 지원해주는 일종의 축제이다. 여성 시대의 이벤트 중 가장 큰 비중을 담고 있다.

<신춘편지쇼>: 주제를 정해놓고(97년의 주제는 ‘만남’과 ‘누나’) 접수된 편지를 심사·수상하는 수상식과 인기가수의 음악회를 같이 하는 행사이다. 이는 편지로 구성되는 <여성시대>의 특성이 강조된 행사라고 할 수 있다. 문학비평가와 소설가 등의 심사위원에 의해 가장 감동적이면서 삶의 진실이 담긴 편지를 엄선하여 소개하는 행사이다.

<주부나들이>: 200-400명 정도의 주부를 초청하여 스태프와 더불어 1박 2일 정도로 MT를 떠나는 행사이다. 가정이라는 범주에 얽매어 가족과 함께가 아니면 자유롭게 여행하지 못하는 대부분의 주부들을 위해 가정에서 해방된 휴가를 제공한다는 의미를 갖는다.

<월간 여성시대> 발간: 전 달에 방송된 편지 중 ‘잘된 것’ 12-13편을 모아 무료로 <월간 여성시대>라는 책자를 발간, 기업은행에 10만부를 비치해 배부하고 있다. <여성시대> 방송을 청취하지 않는 사람들에게도 <여성시대>의 내용과 메시지를 뚜렷하게 전달하게 해주는 역할을 담당하고 있다.

나 진솔하게 반영되어 있는가이다”(이은솔 구성작가) 또한 “주제가 좋고 재미있는 글, 조리있게 잘 쓴 글, 자기주장이 있는 글”을 선정하지만 “청취자가 듣기에 너무 적나라한 것, 혹은 현실이지만 너무 리얼해서 듣기에 괴로운 것들은 피한다”(박금선 구성작가)고 선정기준을 밝히고 있다. 특히 구구절절 기구한 인생역정을 써놓은 편지가 많이 오는 편인데 방송프로그램의 성격상 “키로 듣는 것이므로” 주목할 만한 특별한 에피소드가 없고 흥미가 없으면 선정하지 않는다고 말하였다.

PD는 편지를 선택하는 기준에 대해 “매일 똑같은 내용과 주제를 방송할 수 없고, 재미있는 것만 추구할 수도 없으므로 다양한 주제를 방송하되 가능한 한 중복되지 않도록 한다”고 밝히고 있다. PD의 설명에 따르면 보내오는 편지의 소재는 남녀별로 차이를 보이는데, 여자의 경우 짝막한 가족일상사나 고생스런 가족사의 기록, 뉴스나 라디오, 여성 시대를 듣고 느낀 사회적 경험, 가족이나 친구에게 보내는 편지 등이 주종을 이루고 남성의 경우는 가족이나 친구에게 보내는 편지, 사회문제에 대한 관심, 민원성 질문/상담 등으로 여성은 인간관계에, 남성은 사회관계에 더 많은 관심을 보인다고 분석하였다.

진솔한 내용의 편지를 선정하고, 편지를 첨삭하는 등의 가필을 하지 않음으로써 삶의 진실을 포장하지 않겠다는 제작진의 태도는 <여성시대>가 삶의 사실적인 리얼리티를 추구하고 있다는 것을 말해준다. 그러나 제작진들이 청취자편지들을 분류하는 과정에서 나타나는 게이트키피ng은, 프로그램이 내재하고 있는 가치에 부합되는 것만이 선별적으로 방송하고 있다는 것을 알려준다.

재미있게 쓰인 내용을 골라 방송하는 것은 오락적인 대중적 취향에 편승하여 프로그램의 시청률을 높이려는 방송국의 상업적인 이해에 의한 것이다. 또한 사회적으로 ‘안전한’ 내용만을 추려내는 선별작업과 대중적인 ‘보편성’을 강조하기 위해 심각한 갈등을 피하고 대중에게 어필하기 쉬운 종류의 감동을 지향함으로써 <여성시대>의 내용은 우리사회의 주류 가치와 지배 질서에 부합되는 메시지를 재생산하게 된

다. <여성시대>는 여성 프로그램을 표방하면서 타이틀에서도 '여성'을 호명하고 있지만, 실제로는 남성들에게도 많은 인기를 끌고 있으며 남·녀의 구분없이 모두에게 공감되는 내용으로 구성된다는 사실은 <여성시대>가 기존의 가부장적 담론에서 크게 벗어나지 않음을 시사해준다.

보편성의 추구는 또한 <여성시대>의 계급적 요소를 중화시킨다. <여성시대>의 주 청취자층은 여성과 중하계층으로, 그 성격상 가부장적 질서와 자본주의적 질서에 의해 억압되는 집단이라는 뚜렷한 성적·계급적 특성을 드러내고 있다. 그러나 이러한 특성은 보편성을 추구하는 프로그램 전략 속에 의해 중화되어 희석되어 버리고, 결과적으로 계급적인 갈등과 성차별에 따른 갈등은 보편적 경험 속으로 매몰된다. 다음은 이러한 <여성시대>의 성격을 구체적으로 분석해보도록 한다.

3. <여성시대> 편지 분석

1) 텍스트 속에서 나타나는 여성주체의 위치

(1) 소재

여성들에 의해 쓰인 편지 내용은 대부분 가족에 관한 것이었다. 편지의 소재를 나누어보면 가정의 행복과 갈등에 대한 내용이 가장 많았고 두번째로 많은 소재는 어린 시절의 추억이나 고생한 이야기 등의 인생담이었다. 그 다음으로는 친구와의 우정, 선생님에 대한 사랑, 여성시대나 다른 편지를 듣고 느낀 생각, 사회문제에 대한 관심 등이 나타나고 있었다.

목요일 <남성시대>에 소개되는 남성들의 편지는 여성들의 편지와는 달리 상대적으로 가족적 틀에서 자유로운 모습을 보인다. 남성들의 편지 소재는 가장으로서의 남성의 가정내 위신에 관한 내용과 자신의 직업/꿈에 대한 내용, 그리고 아내와 자녀에 대한 사랑, 사회문제에 대한 관심 등으로 나타나고 있었다.

가장 많이 소개된 가족 소재의 편지들은 갈등보다는 행복에 대한 내

용이 압도적으로 많았다. 많은 편지들은 부부간의 사랑, 자식에 대한 사랑, 효도, 시어머니와 며느리의 화해 등을 다룬 화목한 가정의 이야기기를 재미있고 유쾌하게 묘사하고 있었다. 개중에는 아내와의 불화나 이혼, 속썩이는 자식에 대한 불만 등 가족의 갈등에 관한 내용들도 있었지만 그 역시 현실이 불행하거나 문제가 있더라도 언제나 희망을 품고 산다는 긍정적인 태도를 보여주고 있었다. 인생담이나 우정 등에 관한 내용도 과거의 고생도 언제나 아름다운 추억으로 간직한다는 점에서 비슷한 양상을 보여준다.

다른 편지들과 좀 다른 성격을 보여주는 것이 사회문제에 대한 편지들이다. <여성시대>에서는 금요일마다 「집중소개」 코너에서 환경이나 주식 등의 사회문제를 달마다 선정하여 관계자를 초청하여 대담을 나누며, 분석기간이었던 2000년 9월의 주제는 “우리교육을 다시 생각한다”였다. 이러한 특집을 청취한 수용자들이 자신의 느낌이나 생각 등을 편지로 보내오거나, 그 당시 사회적으로 대두된 문제에 대한 의견을 투고하기도 하는데, 이는 <여성시대>의 사회참여적인 가능성을 엿보게 해준다.

(2) 가족적 인간관계 속에서 규정되는 여성성

분석대상이 된 거의 모든 편지사연은 자기 주변에서 일어나는 일상적인 이야기를 소재로 삼고 있다. 이러한 이야기들의 특징으로 먼저 대부분 인간관계에 초점을 맞추고 있다는 점을 들 수 있다. 편지의 사연은 일기나 수다의 형식으로 인간관계에서 빚어지는 많은 감정들—불평, 사랑, 슬픔, 자랑스러움, 고통, 연민 등—을 풍부하게 담고 있다. 이는 사람들에 대한 여성들의 관심을 보여주며, 공식적인 사회 경험보다는 사람들과의 관계에서 겪는 인간적인 경험의 정서적인 측면이 여성의 경험에서 중요한 부분을 형성하고 있음을 보여준다.

두번째의 특징은 가족에 관한 내용으로 일관되어 있다는 점이다. 다루어지는 내용들은 자신, 친정 어머니, 친정 아버지, 남편, 자식, 시아

버지, 시어머니 이야기 등 자신의 가족 이야기가 대부분이다. 사회적 문제를 바라보는 관점도 가족이라는 범주를 벗어나지 못한다. 여성의 편지에서 정리해고나 환경문제등에 대한 사회적 주제를 다룰 때도 남편 등 가족구성원들의 경험을 통해 접근하거나 가정의 문제와 관련지어 다루고 있다.

이처럼 여성의 자기규정은 독립적이기보다는 다른 가족 구성원들과의 관계에 의해서 함의되는 존재로 나타나고 있었다. 전업주부 뿐 아니라 직업을 가진 여성에게도 ‘가족적 인간관계’를 통해 매개되는 여성의 위치는 기본적인 여성의 역할로 부각되고 있었다. 여성들의 자기 소개는 생략되어 있거나, “전 두 아이를 둔 주부입니다. 며칠전 친정아버지 집에 가는 길이었습니다.” “○○에 사는 ○○엄마입니다. 오늘은 제 남편 자랑을 해볼까 해요”와 같은 식으로 자신의 이름을 거명하기보다는 가족과의 인간관계를 통해 소개된다.

또한 여성들의 편지 서술방식을 보면, 아내로서, 어머니로서, 며느리로서, 딸로서의 가정적 위치를 자신들이 이야기를 풀어나가는 주체의 위치로 삼고 있다. 여성의 편지사연에서 가정적인 콘텍스트는 여성의 위치를 규정하고 있었고 여성의 경험의 토대이자 세상을 바라보는 필터로 작용하고 있었다.

2) <여성시대>가 표방하는 가치—가족지상주의, 소극적 행복의 추구

여성시대 편지에서 나타난 바와 같이 여성이 내면화하고 있는 자신의 가족적 위치—아내, 어머니, 며느리, 딸—에 따라 가부장적인 덕목들이 부과되고 있음이 나타난다. 아내로서의 여성은 기본적으로 가정을 다스리는 알뜰한 가정살림꾼으로서의 역할과 남편에 대한 헌신적인 내조자의 역할이 부각되고 있었다. 이러한 기본적인 덕목과 함께, 맞벌이 시대에 부업이나 자영업 등을 통해 경제적인 능력을 가질 것이 요구되고 있었다.

자녀를 둔 어머니들의 편지에서는 모성에 대한 신화가 여성의 삶 속

에서 그대로 재생산되고 있었으며 이러한 모성책임론은 자녀교육에 대한 여성들의 책임론으로 그대로 이어지고 있었다. 직업을 다시 가지려는 주부가 자녀를 돌보는 문제로 고민하거나, 아이의 잘못을 남편보다 자신의 책임으로 돌리는 사연 등이 편지 속에 나타나고 있다.

며느리의 위치에서 쓴 편지는 대부분 고부간의 갈등과 화해를 다루고 있는데, 실제로 부모자식간인 남편의 효도보다는 시부모님에 대한 며느리의 효도와 인간관계 중재가 중심으로 다루어지고 있었다. 며느리는 딸보다도 오히려 효도 이데올로기의 압박감을 크게 느끼고 있는 것으로 드러났다. 분석대상 편지 중 고부관계에 대해 쓴 편지는 며느리로서 시부모님에게 잘해드리고 친부모님처럼 사이 좋게 지내는 내용을 담고 있었다.

딸의 경우 어머니에 대한 그리움과 사랑, 그리고 여성으로서의 어머니에 대한 이해가 나타나고 있다. <내일이면 늦으리>에서는 시집간 후 어머니의 심정을 더욱 이해하게 된 딸이 어머니에게 바치는 편지를 써서 읽기도 했다. 미혼의 딸에게서는 단지 개인적인 수준에서 티격태격하는 폼프 정도이지만, 기혼의 딸들은 결혼이 여성에게 부과하는 가부장적인 굴레를 자각하면서 어머니와 삶의 공감대를 넓혀나가는 모습을 보이고 있었다.

이처럼 가족적 인간관계에 따라 여성에게 부과되는 기대들은 가부장적인 이데올로기를 지지하고 있다. 그러나 편지와 전화, 멘트 모두에서 발견되는 명시적인 가치는 보편적인 '행복'으로 이러한 '행복'을 규정하고 가능케 하는 가부장적인 이데올로기의 기능은 이면으로 숨겨진다.

'작지만 소중한 행복', '일상 속의 행복' 등 감동적인 일상사에 대한 강조는 <여성시대>가 표방하는 가장 뚜렷한 가치 중의 하나이다. 자신의 생활이 행복하다는 강조는 모든 편지에서 반복적으로 나타나는 자기 암시인데, 이는 프로그램을 통해 방송되는 다른 사람들의 삶의 조건들과 비교·참조하면서 자기정당화가 이루어진 결과이다. 행복은 개인의 행복이기보다는 가족의 행복이 더 중요하다는 가족적 콘텍스트

내에서 제시되며, ‘불행하지 않으면 행복하다’는 매우 미시적인 수준에 머물고 있다. 이러한 행복은 적극적인 행복이라기보다는 소극적인 행복이며, 무력한 소시민이 갖는 자기 위안적인 행복감이다. 또한 가정의 행복을 위해 누구보다도 여성이 양보하고 희생해야 한다는 결론을 내리고 있다.⁹⁾

현실적 갈등에 대한 처방으로 가족 간의 사랑과 유대는 어떤 경우든 손쉬운 대안으로 남발되는 경향을 보인다. 가족 속에서, 그리고 사적인 수준에서 행복과 구원을 찾는 결론은 현실에 대한 대안적인 관점을 찾는 대신 현실을 그대로 수용하고 인정하도록 이끈다.

또한 <여성시대> 편지에는 안정된 가정에 대한 보수적 믿음이 강하게 나타난다. 많은 편지가 화목한 가족의 행복에 관한 내용이지만

9) 다음의 편지 내용들은 이러한 가치를 명백하게 보여준다.

“그래, 다시 한번 도전해 보는 거야. 나를 보고도 힘을 얻는다는 사람이 있으니 이 어찌 행복한 삶이 아닐 수 있겠는가? 하지만 번덕이 죽 꿇듯해서 언제 또 심통을 부릴진 모르지만 설사 그럴 일이 있다 해도 지금의 삶에 충실하리라. 나를 사랑하는 남편과 세 아이들을 위해 이 삶의 터전이다 기꺼이 젊음을 바치리라. 농산물 수입과 가뭄으로 인해 힘들어하는 우리 농민들에게 여성시대의 따뜻한 위로와 끊임없는 사랑을 부탁드리며 두서 없는 글을 마치려다.”

“두 분께서 읽어주시는 편지 사연을 듣다보면, 나보다 더 어려운 이웃들도 행복한 마음으로 열심히 산다는 것도 알게 되고, 또 건강하다는 것 하나만으로도 큰 부자라는 평범한 진리도 새삼 깨닫게 되거든요”

“열심히 살았으니 창피하다거나 부끄러움 같은 것은 없어요 그리고 현실에 만족하고 살기에 너무나 행복합니다. 아이 셋 모두 건강하게 잘 키우고 정말 법 없이도 살아갈 수 있는 남편, 장인 장모 멀리 계시지만 안부 전화 잘하고 아내라하면 껌뻑 넘어가는 그런 사람입니다. 용돈을 아껴쓰며 가정형편에 따라 생활해주는 남편 이기에 너무나 행복합니다. 집, 차 있으면 좋겠죠 하지만 욕심을 버리고 살렵니다. 더 이상 무슨 욕심을 부리겠습니까?”

“(…) 이제는 단골 고객도 생기고 아이들도 커서 엄마아빠를 대문에서 기다려주고, 남편과 단 둘이 있을 때 “여보, 오늘 수고 많았어” 하면서 거친 손으로 따뜻하게 내 손을 잡아주는 남편. 김승현 손숙 씨, 저보다 ‘행복’한 사람이 또 있을까요? 더도 덜도 말고 지금 이 행복이 계속되기를 바라면서, 이제 장사 준비해야 겠기에 이만 글을 줄입니다.”

갈등에 대해 쓴 내용도 결말에는 가족의 화목을 되찾거나 가족의 재결합을 낙관적으로 희망하는 내용으로 되어 있다. 많은 내용은 이혼에 대한 두려움과 가정에 대한 최우선적인 고려를 보여준다. 아들을 원하는 남편 때문에 가출한 주부가 “그래, 사는 게 이런 것이지 별 것이냐. 내가 이제 이혼이란 꼬리표를 달고 금의환향할 일 없지”라고 자신을 설득하거나 남편과 싸운 뒤 “세상에 완벽한 사람이 있나, 내가 너무 욕심을 부렸다. 가끔씩 내 속을 뒤집는 잔소리 빼면 그리 나쁜 사람은 아닌데 (...) 아이들은 키만 컸지 아직 어린아이들이잖아 (...)”라는 식으로 개인보다 가정의 평화가 더 중요하다는 인식이 강하게 나타난다. 자신이 처한 현상질서(status quo)에 대한 긍정, 그리고 그러한 질서가 파괴된 뒤에도 언젠가는 원상복구될 것으로 믿는 심리는 제작자들이 선호하는 ‘안전한 내용’이 무엇인지를 뚜렷하게 반영하고 있다. 여성시대에는 여성의 문제를 다룸에 있어 현상유지적인 보수성을 강하게 드러내고 있다.

3) <여성시대>의 가능성

(1) 청취자들의 몰입과 참여

<여성시대>는 남편과 아이들로부터 벗어난 여성들의 독립된 시간에 자신만의 즐거움을 선사하고 있었다. 대개 여성들은 집안 일을 하거나 부업을 하면서 라디오를 듣는 경우가 많이 나타나고 있었다. <여성시대>는 두터운 고정청취자층을 자랑하고 있는데, 많은 여성수용자들의 편지는 여성시대에 대한 각별한 애정을 표현하고 있었다. 여성, 실제로는 아줌마를 대상으로 한 라디오 프로그램으로서는 <여성시대>가 유일하므로 여성들은 특별히 친근감을 가지고 프로그램을 청취하고 있었다.¹⁰⁾

10) 다음의 글은 여성청취자들이 보내온 편지글의 일부로, 여성들이 자신의 일상적인 삶 속에서 <여성시대>를 어떻게 친근하게 느끼며 울고 웃는지를 말하고 있다.
“매일같이 이 시간이 되면 ‘라라랄라...’ 로고송의 음악에 젖어 <여성시대>의 삶

<여성시대> 프로그램이 삶의 리얼리티와 보편적인 감동을 추구한다는 것은 앞서 제작과정 소개에서 밝힌 바 있다. 이러한 사실주의와 정서주의는 <여성시대>가 생산해내는 감동의 구조를 구성한다. 연속극 <Dallas>를 연구하면서 Ang(1982)은 드라마가 주는 즐거움의 주요 원천은 감정적 리얼리즘(emotional realism)이며, 여성수용자들이 실생활에서 체험하는 ‘정서구조(structure of feeling)’를 연속극 속에서 확인하면서 이러한 감정적 리얼리즘을 경험한다고 밝힌 바 있다. 박명진(1992)은 실제로 사람들의 생활주변에서 발견되는 인물유형이나 일상적 상황과의 유사성 등의 경험적 리얼리즘(empirical realism)과 등장인물들이 특정한 상황에서 보이는 반응, 행동, 감정적 대응방식 등에서 느끼는 현실감인 감정적 혹은 심리적 리얼리즘(emotional-psychological realism)이 강한 몰입과 동일시를 이끌어내어 드라마의 즐거움을 이룬다고 하였다. 이와 같이 <여성시대> 역시 일반적인 평범한 여성들의 진솔한 삶의 모습을 서투른 말투며 사투리까지 가감 없이 담아냄으로써 현실을 ‘있는 그대로’ 반영하고 있다고 청취자들에게 신뢰하게 하는 사실주의와, 웃음과 눈물이라는 여성적인 감정을 표출시키고 보편적 감동을 추구하는 정서주의로써 공감대를 획득하고 있다고 보여진다. 특히 <여성시대>에서는 무겁고 심각한 내용이 배제된 따뜻한 이야기를 주로 소개하고 사랑과 행복, 화목 등 대중적으로 어필할 수 있는 감정을 이용함으로써 정서적인 공감대를 확대시키고 있다.

의 현장으로 향하곤 한답니다. 청소나 빨래를 하다가도 라디오를 더 크게 틀어놓고 듣노라면 때로는 웃음을 자아내게 하여 생활의 활력소가 되기도 했고 내 사정과 흡사하여 그 자리에 주저앉아 멍하니 났을 땀을 뺀 한동안 콧등의 짜아한 경련과 함께 눈시울을 적셔야 했답니다.”

“일하는 우리들의 화제거리가 되고, 토론의 화제거리가 되고 편지사연의 주인공이 되어서 울기도 하고 웃기도 하고 화도 내고 욕도 하게 하는 <여성시대>.”

“울면서 웃으면서 때로는 고개를 끄덕이면서 언제나 공감이 가는 방송, 나의 친구 <여성시대>.”

(2) 경험의 나눔터: 여성의 공론장으로서의 가능성

여성들이 <여성시대>에 대해 느끼는 이러한 친근한 애정은 여성대상 프로그램이라는 형식보다도 그 내용을 구성하는 다른 여성들의 사연에서 비롯된다. <여성시대>는 여성들이 보내온 사연을 총정리 해주는 일종의 여성의 인생코너이기도 하다. 많은 편지와 진행자들의 멘트에서 나타나는 '여시 동창'이라는 표현은 여성시대 청취자들을 '여성시대 학교 동창'으로 부름으로써 상상적인 공동체의식을 강화하고 있다. 많은 여성들은 <여성시대>를 자신들의 경험과 감정을 나누면서 감정적인 교류를 공유하는 여성학교로 간주하고 있음을 알 수 있다.¹¹⁾ <여성시대>를 통한 여성들의 교류와 공감은 활발하게 일어나고 있는데 즉각적으로 전화의견을 보내거나 자신이 이전에 들은 편지사연에 대한 편지쓰기, 그리고 방송시간 외에도 <여성시대>가 마련한 인터넷 게시판이나 《월간 여성시대》를 통해 방송된 사연에 대한 감상과 비평을 적어내고 있으며, 더 나아가 <여성시대>에서 주최하는 각종 오프라인 이벤트와 행사에 참여하여 직접적으로 교류하기도 한다.

이렇게 <여성시대>가 여성들에게 어필하는 것은 자신의 이야기를 공개적으로 밝히는 경험과 많은 여성들과 감정과 경험을 나눌 수 있는 기회를 <여성시대>가 제공하고 있기 때문으로 보인다. 실제로 한 사연을 읽은 뒤 다른 여성들이 자신의 상황을 대조하거나 비슷한 경험이

11) “아! 세상에 이런 학교도 있구나. 그동안 나는 어째서 그걸 까맣게 모르고 살아 왔던가’ 무척 후회스러웠습니다. 반은 하나뿐인데 학생 수는 어찌면 그렇게도 많은지 전국적으로 헤아리기도 어렵고 (...) 매일매일 <여성시대> 출석부에 도장 찍는 것을 크나큰 위안으로 알고 지내고 있습니다. 눈만 뜨면 아홉시를 기다리고 열한시가 되면 또다시 내일 아침 아홉시를 기다리면서 이제는 누가 떠밀어내도 안 나가고 계속 학생으로 남을 겁니다. 입학은 있으나 졸업은 없는 평생 교육기관인 여성시대 학교를 나는 평생토록 다닐 겁니다.”

“방송을 들은 저는 얼마 되지 않았지만 우리 주위 여러 이웃들의 다양한 얘기를 들으며 사람 사는 모습은 다 비슷하구나 하는 가슴 따뜻한 동지애를 느끼고, 때론 마음 아픈 사연을 듣고 제 자신이 부끄러워져 반성하기도 하며 사랑의 전달자로서 수고하시는 두 분께 감사드립니다.”

있었다는 보충적인 사연을 보내는 등으로 서로의 여성으로서의 삶과 갈등, 문제들에 공감하는 모습이 나타난다.

이러한 감동과 공감의 교류는 여성들의 '정서적인 연대'가 이루어지고 있음을 보여준다. 여성들은 다른 여성이 써보낸 곤란과 갈등에 대해서 자신의 경험을 토대로 '열린 전화'나 편지로 조언하기도 하며, 경험을 상호참조하기도 하고 감정적인 지원을 받기도 하면서 서로를 격려하고 있었다.

여성들의 삶과 체험을 나누는 것이 여성들이 처한 현실에 대한 인식과 그에 대한 집단적인 힘으로 발전될 수도 있다. 남편의 폭력에 시달려 온 딸 때문에 편지를 쓴 어머니(2000. 9. 22)에게 청취자들이 전화하여 '헤어지는 편이 좋다'고 조언한 것 등이나 남편이 전업주부인 자신의 명함을 파 준 것을 기뻐하면서 "대한민국 여성 여러분, 아이들 남편들 뒷바라지도 잘 하면서 우리들의 권리를 찾으십시오. 우리의 이름을 되찾으십시오"라고 써보낸 편지 등은 여성들이 <여성시대>라는 장을 통해 문제를 상담하고 격려하면서 개선해나갈 수 있음을 보여준다. 이러한 것은 개인의 문제를 사회적인 문제로 이슈화할 수 있는 가능성을 보여준다.

그러나 아직도 많은 여성의 문제들은 구조적인 모순으로 다루어지기 보다 개인과 가족의 차원에서 취급되고 있다. 설거지 해주는 남편의 다독임에 과로한 가사일의 불만을 잊고 눈물짓는 부인이나, 정부의 과다한 오렌지 수입으로 농사의 보람이 없어진 주부에게 남편이 옷을 사주며 위로해준 이야기 등은 구원은 언제나 우리 주위에, 개인적으로 찾아내는 것으로 제시된다.

그러나 그럼에도 불구하고, <여성시대>가 갖는 역량은 여성의 경험이 공적인 영역에 제시되고 나누어져 커다란 힘으로 결집될 수 있다는 데에 있다. <여성시대>에 제기된 문제가 폭넓은 공감대를 형성하여 여성들의 사회적인 실천을 이끌어낼 수 있는 장으로서의 가능성을 충분히 가지고 있기 때문이다. 실제로 <여성시대>에서 노인복지시설의

후라이팬이 부족하다는 사연이 소개된 적이 있는데 그 후 그 복지시설에 많은 도움이 되었다는 실화도 있었고(《월간 여성시대》) <여성시대> 특집대담으로 이슈화된 환경문제, 비정규직 노동자 문제 등에 대해서는 여성들이 같이 분개하면서 함께 운동에 참여하기도 했다. 1999년 초 IMF 당시의 거제도 일가족에 관한 편지 사연 에피소드¹²⁾ 2000년 상반기에 <여성시대>를 통해 참여연대의 소액주주운동 모집 성공사례¹³⁾ 등에서도 미디어 여성공동체로서의 잠재된 힘과 가능성을 엿볼 수가 있다. 물론 이와 같은 예들은 항상 일어나는 것은 아니지만, <여성시대>가 여성공동체나 여성연대를 형성하여 사회적 실천을 이끌어낼 수 있는 잠재력이 충분함을 보여준다. 물론 비조직적이고 가상적인 여성 미디어수용자 집단이 공동체로서 결집될 수 있다는 것은 하나의 잠재적인 가능성이며, 현실적으로 제도적인 방송미디어의 프로그램이 가진 한계는 여전히 존재한다. 그러나 그럼에도 불구하고 대중문화에서 탈피하여 독자적으로 여성만의 대안적 미디어를 수립하는 것 외에도, 제도권의 방송미디어를 통해서도 부분적이거나 이러한 역량이 실현될 수 있다는 점은 여성주의적인 측면에서 기존의 미디어를 활용할 수 있는 가능성을 제공해준다. 결론적으로, 제도권의 미디어 속에서 방송되는 <여성시대>는 대안적인 여성공간이라고 말할 수는 없으나 라디오 프로그램을 통해 여성의 실제적인 사회적 실천을 결집시켜 이

12) <여성시대> 프로그램에 대한 청취자들의 지지와 성원은 실제로 여러 에피소드를 낳기도 했다. 1999년 초 IMF 한파가 기승을 부리던 때, 한 청취자가 이를 전 거제도 방파제 앞에서 찌그러진 자기용에 탄 일가족을 봤는데 불길해 보인다는 편지를 보냈다. 그 사연이 방송되자마자 경찰관이 차적 조회를 해봤다, 보험사 직원이 보험조회를 해봤다고 연락해오는 등 1시간 안에 수십 통의 전화가 왔다. 현장에는 소방차 경찰차 주민들이 몰려들었고, 방송이 끝날 무렵 한 거제도 주민이 “별일 없더라”고 전화해와 ‘행복한 소동’으로 끝나기도 했다(안찬수, 2000).

13) 2000년 상반기에 참여연대에서 <집중소개> 코너에서 소액주주 운동의 필요성을 설명하고 <여성시대> 청취자들에게 소액주주 모집을 호소했을 때 소액주주 운동에 동참하겠다는 청취자들의 전화가 참여연대 사무실에 쇄도하여 <여성시대>의 막대한 영향력이 널리 알려지기도 했다.

끌어 낼 수 있다는 희망적인 가능성을 엿보게 한다.

V. 결 론

대표적인 라디오 여성토크쇼인 <여성시대>는 10년이 넘는 세월동안 높은 인기를 누리면서 여성들의 한숨과 하소연, 좌절과 행복, 자살한 기쁨 등을 표출하고 공유하는 사회적 장으로서 역할해 왔다. <여성시대>의 여성청취자들은 대부분 저학력, 저소득층으로서, 자본주의의 경제억압과 가장장적인 여성억압이 중첩되어 나타나는 특성을 보인다. 이러한 청취자들에게 <여성시대>는 방송 외에도 여성들의 소망과 바람을 담아낼 수 있는 다양한 프로그램과 이벤트를 마련해 놓고 있으며 청취자들의 삶이 담긴 편지를 방송하여 다양한 삶의 모습과 행복, 감동을 나누는 공간이 되어 왔다.

이러한 <여성시대>에 투고되는 편지는 하루 50통에서 200통에 이르며, <여성시대>는 수많은 편지 중 특히 프로그램의 성격에 부합되는 몇 편만을 선별하는 게이트키퍼링으로 특정한 내용을 선별적으로 걸러내고 있었다. <여성시대> 프로그램은 여성청취자들의 편지와 제작진의 선별작업에 의해 구성되므로, 미디어 텍스트의 차원과 수용자의 차원이 중첩되어 있다는 특성을 보여준다. 본 연구에서는 이러한 특성을 가진 <여성시대> 편지와 전화, 멘트를 텍스트 분석함으로써 <여성시대> 프로그램이 표방하는 미디어 여성담론을 고찰해보고자 하였다.

텍스트분석 결과 여성들은 가족이라는 콘텍스트 속에서 다른 가족구성원과의 인간관계에 의해 그들의 정체성을 부여받고 있었다. 즉 여성의 자기규정은 아내와 어머니, 며느리, 딸과 같은 가족적 지위로 나타나고 있었다. 여성이 자리매김 되는 각각의 위치에서 사회적으로 부여되는 특정한 역할과 규범이 내재화될 것이 요청되는데, 아내의 경우 현모양처의 정서적 보조자와 역척스러운 살림꾼의 역할이 요청되며 어

머니의 경우는 본질적인 모성의 발휘와 자녀양육에의 전적인 책임이 요구되고 있었다. 며느리의 경우는 시대의 인간관계의 조정자로서 인종과 효도의 의무가 나타나고 있었고, 딸의 경우는 결혼과 효도가 사회적으로 요청되고 있었다. 이러한 결과는 자본주의와 가부장제, 그리고 가족주의가 어떻게 상호 결합되어 여성을 호명하는가를 이해하게 해준다. 그러나 <여성시대>가 표방하는 보편적인 '가정의 행복'과 그것을 담아내는 도구인 사실주의와 정서주의는 이러한 이데올로기들의 작용을 이면으로 감추고 있었다.

방송된 편지사연들에 따르면, <여성시대>는 여성이 자신의 사적인 경험을 표현하는 공적인 장소이자, 다른 모든 여성청취자들과 공감하는 상상적 공동체의 동질감, 그리고 여성의 경험과 감정을 함께 나누고 교류하는 정서적인 학교 등으로 나타나고 있었다. 즉 여성들에게 있어 <여성시대>는 속 시원히 말할 수 없는 자신의 억압적인 현실을 토로하게 해주고 현실의 아픔을 진행자 혹은 다른 여성청취자들과 공감하며 달래주는 위안적인 프로그램이자, 경험을 상호참조하면서 개인의 체험을 사회적으로 확장할 수 있는 사회적 장이기도 했다. 여성들은 자신의 사연을 직접 밝히거나, 소개되는 다른 여성들의 사연들을 통해 다른 여성의 삶의 체험과 인식을 나누고 공감하면서 자신의 현실과 다른 여성의 현실을 결부시키고 있었다.

라디오 프로그램은 다른 매체보다 청취자들의 공적 참여가 활발하며, <여성시대>에는 특히 여성수용자들의 경험을 소재로 이야기가 전개됨으로써 메시지 생산자의 주체적 위치를 차지하는 대표적인 여성장르의 프로그램이라 할 수 있다. 따라서 미디어가 남성 위주의 참여와 시각에서 벗어나 여성 중심의 시각에서 메시지를 생산해낼 수 있는 가능성을 크게 가지고 있을 것으로 기대되었다. 그러나 여성들의 참여와 여성들의 경험의 나눔은 실제적으로 미디어의 상업적인 가치와 보수적인 이데올로기에 의해 선별적으로 채택되어 여성들의 심층적인 현실인식이나 대안적인 목소리는 크게 부각되지 못하고 있었다. 주부들의 사

적인 담론들을 공적인 영역으로 끄집어낸다는 점이 여성주의적인 공간으로서 기능할 수 있는 가능성을 가지고는 있었지만, 그것이 집단적인 경험으로 의식화되고 확장되기보다는 사적인 문제로 다루어지고 가부장제가 요구하는 여성상에서 벗어나지 못하는 모습을 보여주어 대안적인 여성공론장이라고 말하기에는 많은 한계가 나타나고 있다. 그러나 라디오라는 공공매체에 적극적으로 참여하고 서로의 의견과 경험을 나누는 여성공동체로서 앞으로 많은 가능성을 내포하고 있다고 보인다.

이와 같은 분석결과는 프로그램을 청취하는 청취자들을 직접 연구한 것이 아니라 실제로 방송국에 의해 선택되어 방송된 편지내용에 의해 나타난 것이므로 청취자들의 실제 해독과 경험을 폭넓게 접목시켜 설명하는 데 한계점을 가진다. 이 논문은 방송된 <여성시대>의 라디오 텍스트만을 연구대상으로 초점을 맞추었기 때문에 제작과정의 게이트키퍼과정이나 실제 여성수용자들의 수용과정에 대해서는 분석하지 못하였다. 결론에서 제시한 여성공동체의 가능성을 진단하는 데 있어서는 앞으로 보다 사회적인 콘텍스트에서 실제로 <여성시대>의 여성 청취자들이 어떠한 사회적인 실천을 이끌어냈으며, 그들의 <여성시대>에 대한 의미화가 어떻게 일어나고 있는가를 연구하여 접목시킬 때 보다 실제적인 설명력을 가질 수 있을 것이다.

◎ 참고문헌

- 강준만(1998), 『이종환·최유라의 <지금은 라디오 시대>—라디오는 살아있다』, 《인물과 사상》, 개마고원.
- 갤럽(1997), 『라디오청취 행태 조사보고서』, 갤럽연구소
- 김규(1996), 『방송미디어』, 나남.
- 김명혜, 정기현, 유세경 편(1999), 『대중매체와 성의 정치학』, 나남출판사
- 김선남(1997), 『매스미디어와 여성』, 범우사.

- 김은정(1998), 「페미니즘 관점에서 본 라디오 토크쇼」, 《저널리즘 연구》 제15호.
- 김훈순, 박정순 편(1997), 『대중매체와 성의 상징질서』, 나남.
- 박명진(1992), 「TV드라마가 생산하는 ‘즐거움’의 다원적 기능에 관한 연구」, 『'92 방송문화진흥회 연구보고서』.
- 안찬수(2000), 「아줌마의 힘을 보여주는 라디오 <여성시대>」, 《MBC 가이드》 10월호.
- 양성희(1993), 「라디오」, 『대중매체의 이해와 활용』, 강상현, 채백 편, 한나래.
- 여성시대(2000), 《월간 여성시대》, MBC.
- 원용진, 한은경, 강준만 편(1993), 『대중매체와 페미니즘』, 한나래.
- 원용진(1996), 『대중문화의 패러다임』, 한나래.
- 유동주(1999), 「라디오 오락 프로그램의 수용자 참여연구」, 《성공회대학논총》 제13호.
- 유세경(1996), 「대체공적 영역으로서 시청자참여 토크프로그램 분석」, 《한국언론학보》 겨울호 제39호.
- _____(1997), 「텔레비전 시청자 참여 토크 프로그램의 가부장적 구성전략」, 《한국방송학보》 가을호 통권 9호.
- 이득재(1994), 「라디오, 이대로 들을 것인가」, 『문화분석의 몇 가지 길들』문화과학사.
- 정희경(1997), 「영국의 토크 프로그램」, 《방송개발》 6월호 5권 1호.
- 주창윤(1997), 「텔레비전 드라마의 ‘경험적 수용미학’을 위하여-수용연구에 대한 비판과 대안」, 《언론과 사회》 여름호 통권 16호.
- 최선정(1996), 「토크 프로그램의 ‘공적 영역’으로서의 성격에 관한 연구-KBS1TV <아침마당>을 중심으로」, 《방송연구》 여름호 통권 42호.
- 최영묵(1997), 「토크 프로그램의 종류와 사회적 기능」, 《방송개발》 6월호 5권 1호.

Ang, I.(1985), *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*,

London:Methuen.

- Bierig, Jeffrey and John Dimmick(1979), "The Late Night Radio Talk Show as Interpersonal Communication," *Journalism Quarterly*, Vol.56
- Curran, Gurevitch 편(1993), 『현대사회와 언론』, 김지운 역, 나남.
- Eley, G.(1992), "Nations Publics and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century," in Calhoun(ed.), *Habermas and the Public Sphere*(Cambridge, MA: MIT Press)
- Elliot, P.(1986), "Intellectuals, the Information Society and the Disappearance of the Public Sphere," In R. Collins, J. Curran, N. Garnham, P. Scannell, P. Schesinger and C. Sparks(eds.), *Media, Culture and Society: A Critical Reader*(London:Sage)
- Eichler, M.(1993), 「사회과학과 페미니즘」, 『대중매체와 페미니즘』, 원용진, 한은경, 강준만 편역, 한나래.
- Hall, S.(1979), "Culture, the Media, and the Ideological Effect," In *Mass Communication and Society*(eds. by J. Curran, M. Gurevitch and J. Woollacott) Sage.
- Hobson, D.(1980), *Housewives and the Mass Media*, In *Culture, Media, Language*(eds. by S. Hall, D. Hobson, A. Lowe and P. Willis), London :Hutchinson.
- _____ (1982), *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*, Methuen.
- Landers, J.(1992), "Jurgen Habermas, the Structural Transformation of the Public Sphere: A Feminist Inquiry," *Praxis International* 12(1),
- McLaughlin, L.(1993), "Feminism, the Public Sphere, Media and Democracy, In R. Collins," J. Curran, N. Garnham, P. Scannell, P. Schesinger and C. Sparks(eds.), *Media, Culture and Society: A Critical Reader*(London:Sage)
- Mendelsohn, H.(1964), *Listenig to Radio*, In *People, Society and Mass Communications*(eds. by L. A. Dexter, D. M. White) NY: The Free Press.

- Millett, K.(1970), *Sexual Politics*. Garden City, N.Y.:Doubleday.
- Mills, J., Ponytail, P.(1984), 『TV시대의 라디오』, 임선희 역, 한국방송사업단.
- Nightingale, V.(1990), *Women as Audiences, In Television and Women's Culture: The Politics of the Popular*(eds. by M. E. Brown) Sage, 1990.
- Peck, J.(1995), "TV Talk Shows as Therapeutic Discourse: The Ideological Labor of the Televised Talking Cure," *Communication Theory* 2
- Priest, P.J. & J. R. Dominick(1994), "Pulp Pulpits: Self disclosure on Donahue," *Journal of Communication*.
- Snow, R. P.(1983), *Creating Media Culture*, Sage.
- Steeves, L.(1993), 페미니즘 이론과 매체연구, 『대중매체와 페미니즘』, (원용진, 한은경, 강준만 편), 한나래.
- Turow, Jeseeph, "Talk show radio as interpersonal communication," *Journal of Broadcasting*(spring 1974),
- Wilby, P and Conroy, A.(1994), *The Radio Handbook*, Routledge.
- van Zoonen, L.(1991), 미디어에 대한 페미니스트들의 전망들, 『현대사회와 언론』.(쿠란, 구레비치 편, 김지운 역, 1993), 나남.
- _____ (1994), *Feminist Media Studies*, Sage.

■ Abstract

Text Analysis of <Yeosung Sidae>: Possibilities of Feminist Sphere in Radio

The purpose of this study is to investigate women's radio talk program and evaluate its possibilities and limitation from the point of feminist perspective. The theoretical framework is based on feminist studies and text analysis of talk show. Existing studies regarding talk show are mainly focused on television. But radio talk show is one of general entertainment and it's influences on minorities are still significant.

<Yeosung Sidae> is the most representative women's radio talk program in Korea. It has been broadcasted over 10 years and very popular among Korean housewives. The audience of this program call themselves schoolfellow, and call the program 'school of women'. The media text of <Yeosung Sidae> is mainly consisted of letters from women audiences, and they are selected by producers. So the text is made by both audiences and producers. The unique combination of this process produces complicated discourses which contain women's experiences in letters and station's considerations through gatekeeping.

The problems investigated in this study are as follows:

First, What discourses are produced in this program?

Second, Alternative possibilities can be seen in this program in feminist perspectives?

Text analysis of 1week(2000.9.18-9.24) and interview with producers are accomplished to this purposes. In the text analysis, subject matters, inscribed women's position, values of the letters are revealed. Most of the subject matters are family affairs. Some are socially oriented but family and home are the predominant category of women's letters. And the position of women subject is defined in the domestic network. They are nameless but the mother, wife, daughter, daughter-in-law of other people. In value, family-oriented value and small happiness in everyday life are generally appeared. But these values are essentially coincide with the values of status quo. The answers of the conflict are not public but individualized. And acceptance the status quo is presented as the wisest decision.

But <Yeosung Sidae> has many implications in relation to women's sharing of their experience, and construction of imagined community in media. Women continuously interact each other revealing and discussing their experiences and sometimes their social practices are stirred through this media sphere. So we see the 'emotional union' among women are formed through radio.

The limitation of this program is very apparent: it's patriarchic values, acceptance of status quo, and individualization of the women's problems. But in the same time we can read coexisting it's latent possibilities: the possibilities of women's public sphere. But it is completely alternative women's sphere in feminist perspectives. It renders women opportunities to participate public media and share with other women, and collaborate with their problem.