

융합미디어 환경에 따른 문화다양성 범주 설정 및 분석 프레임 연구*

안호림** · 박태순***

이 연구는 디지털 융합 미디어 발전에 따라 변화하는 문화 환경을 조망함으로써 문화다양성을 개념을 재정립하고 분석 프레임을 제시하는 것이 목적이다. 지금까지의 많은 연구들은 미디어다양성과 문화다양성이 매우 혼란스럽게 사용하고 있으며, 이로 인하여 문화다양성에 대한 개념이 제대로 정립되지 못하고 있는 실정이다. 커뮤니케이션학 분야에서는 미디어다양성에 대한 분석이 경제적 계량과 콘텐츠의 수량 측정을 크게 벗어나지 못함으로써 콘텐츠의 실질적인 내용인 문화의 다양성을 측정하는 데는 한계가 있다. 따라서 이 연구는 문화다양성 분석을 위해서 디지털 융합 미디어 이용 문화를 메타문화로 정의하였다. 그리고 이 메타문화에 기반하여 나타나는 문화다양성을 미디어 활동의 다원성, 문화적 표현의 다양성, 문화 확산의 다양성 그리고 문화적 인지의 다양성으로 분류하여 분석하였다. 네 가지 범주가 각각 포함하고 있는 측정변인들은 디지털 융합 미디어 환경에서 문화다양성의 양태들을 밝혀낼 수 있는 요인들이다. 이 요인들에 대한 분석은 문화다양성을 보호하기 위한 정책 방향을 수립하기 위한 기준들이다. 문화다양성 정책의 궁극적인 목적은 메타문화 환경에서 문화공유지를 구축하는 것이다.

주제어: 디지털 융합 미디어, 문화다양성, 문화적 표현의 다양성, 문화 확산의 다양성, 문화적 인지의 다양성, 문화공유지, 미디어다양성, 메타문화, 미디어 활동의 다원성

1. 문제제기 : 문화다양성 논의에 대한 재검토의 필요성

유네스코는 2001년 10월 개최된 31차 총회에서 문화다양성 선언의 필요성에 합의하고, 2005년 33차 총회에서 ‘문화적 표현의 다양성 보호와 증진에 관한 협약’을 채택하였다. 이 협약은 세계의 다양한 문화의 보호와 육성을 목표로 삼고 있다. 이 협약이 제시하는 문화다양성은 민주주의의 필수요소로 인종 및 이민 문제, 사회변화, 문화의 민주주의와 상업화 등과 같은 정책적 요소들과 밀접한 관련이 있다. 따라서 이 협약은 문화다양성을 국가 정책의 한 영역으로 고려하는 계기가 되었다는 점에 의미가 있다.

미디어 영역에서도 다양한 문화적 표현의 보장은 기본적인 평가원칙으로 활용되어 왔다(Levin & Litman, 1971). 미디어에 의해서 혹은 미디어 안에서의 다양성에 관한 논의는 어떻게 다양성을 정의하고, 어떻게 그 구성요인을 분류하는가에 대한 차이에 따라 매우 다양하면서도 혼란스럽게 진행되어 왔다. 우리의 경우, 문화다양성에 대한 정책적 고민은 국·내외적으로 불안정한 환경속에서 출발하였다. 이상길(2007)은 디지털 기술의 발전과 다양화에도 불구하고 신자유주의와 스크린쿼터제에 대한 미국의 압박 등에 따른 사회적 논란 가운데 문화다양성 확보를 위한 연구자들의 논의가 활발하게 진행되었으며, 방송에 있어서 문화적 다양성을 위한 질적 기준을 마련하고자 노력하였음을 상기시키

* 이 논문은 2010년도 정보통신정책연구원의 ‘디지털 컨버전스 기반 미래연구: 미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망’ 연구 프로젝트를 논문으로 발전시킨 것임.

** 인천대학교 교양학부 교수 (horimahn@incheon.ac.kr)

*** 미디어로드 연구소장 (parktaesoun@hanmail.net), 교신저자

고 있다. 그럼에도 미디어다양성과 문화다양성에 대한 명료한 개념적 정립이 이루어지지 않고 있는 상태이다. 남시호(2010)는 다양성 개념의 혼란스러움에 대하여, 단지 무엇이 많은 상태(multiplicity), 차이가 존재하는 상태(variety)가 다양성의 질적인 내용을 자동적으로 보장하지 않는다는 점을 지적하였다. 그는 차이(difference 혹은 heterogeneity), 그 자체를 어떤 목적으로 간주하는 순간, 뭐든지 다 괜찮은 ‘절대적 문화 상대주의(absolute relativism)’의 오류에 범할 수 있으며, 누구를 위한, 무엇을 위한, 어떤 형태의 다양성을 옹호할 것인가 하는 고민이 필요하다는 문제의식을 제시하였다. 이러한 고민은 정책 방향을 정립하는데 있어서 우선적으로 제시되어야 할 논제들을 마련해주고 있다.

본 연구는 디지털 융합 환경 변화에 따른 문화다양성에 대한 재조명, 문화다양성의 정책적 필연성, 그리고 보다 명료한 범주설정이 필요하다는 인식에서 출발하였다. 디지털 융합 미디어가 다양한 문화 양식과 활동이 공존할 수 있는 공간을 마련해 주고, 소비자가 아닌 시민으로써 누구나 문화를 향유할 수 있는 기회를 주는 문화 공유지로서의 역할을 재정립할 필요성이 있다는 것이다. 오늘날 디지털 융합 미디어들은 시청자들을 프로그램이나 광고를 소비하는 소비 주체로 생각하는 경제 환원주의를 넘어 시민권을 위한 자원 제공이라는 공공서비스 프로젝트(Murdock, 2011)를 강화하는 장치로써 문화다양성을 위한 역할이 강조될 필요가 있다. 머독은 디지털 융합 미디어를 통한 디지털 공유지가 새로운 문화 공간을 구축하고 있음을 지적하면서, 디지털 공유지들이 사업적인 분배나 교환을 확장하는 시스템이 아니라 전문 조직과 사회운동, 기성 문화 및 신규 문화, 전문가와 현장의 경험들이 만나고 협력하는 새로운 공간으로서, 차이를 인정하고 존중하며, 우리의 공동의 미래를 정의하고 조직하기 위한 합당한 조건에 관해 토론하는 확장된 포럼으로서 작동해야함을 강조하였다.

이에 본 연구의 목적은 미디어다양성 논의 속에 묻혀있던 문화다양성 개념을 정립하고, 정책적 실천 프레임을 제시함으로써 문화 공유지의 구축 방향을 모색하는 것이다. 이를 위해 첫째로, 문화다양성과 관련한 기존의 이론적 논의들을 재검토 하고, 이에 기초하여 새로운 현상을 분석하기 위한 문화다양성 범주의 재정립과 정책적 분석 프레임 작업을 진행하였다. 둘째로, 미디어 및 문화 영역에서 활동하고 있는 10명의 전문가들의 심층인터뷰를 통해 현재 미디어 환경에서 제시될 수 있는 문화다양성의 새로운 영역과 가치들을 조명하였다. 일련의 과정을 통해 본 연구는 문화다양성을 측정하고 발전시키기 위한 정책 방향들을 제공할 수 있을 것이다.

2. 이론적 논의

1) 미디어다양성에서 문화다양성 논의로의 재해석

레비스트로스(Lévi-Strauss, 1976)에 따르면, 문화는 표현 가치가 발현되는 영역으로써 복잡하고 급격한 이데올로기 변화과정에서 본질적이고 필수적인 논쟁점이다. 그의 시각에 기초하면, 문화는 단일하게 존재하기 불가능하며, 민주적 정서, 문화의 주류적 경향과 이탈적 저항들이 복합적으로 작용하면서 다양한 문화적 실체들에 의해 인지된다. 유네스코는 문화를 한 사회와 집단의 성격을 나타내는 정신적, 물질적, 지적 그리고 감성적 특성의 총체이며, 예술이나 문화의 형식을 포함한 생활양식과 인간의 기본권, 가치, 전통, 신앙 등을 포함하는 포괄적 개념으로 정의한다(유네스코한국위원회, 2005).

원회, 2008). 실상, 문화는 공동체의 정체성 표현인 동시에 공동체가 존재하기 위한 조건이자 통합을 위한 필수적 환경으로써 중요한 정책 대상이다. 문화는 시민사회의 민주적 정체성을 드러내는 상징체라 할 수 있다. 홍성민(2000)에 따르면, 표면에 드러나지 않으면서 사회의 지배 질서가 작동하는 기제가 ‘문화적 매개체’들이다. 문화적 매개체들은 상징화되어 있으며, 피지배자들의 심리적 동의를 얻는데 유효하다. 전규찬(2004)은 하나의 문화만이 존재한다는 것은 잠재적 문화들을 억압하는 상황이며, 중심권력만이 작동하는 반문화적 상태에 불과하다는 점을 강조하고 있다. 그러므로 한 사회에서 다양한 문화 혹은 문화적 매개체들이 공존한다는 것은 다양한 권력들이 민주적으로 작동하고 있음을 가시적으로 보여주는 것이라 할 수 있다. 이러한 점에서 문화다양성은 현대 시민민주주의 사회를 구성하는 중요한 부분임을 추론할 수 있다.

디지털 융합 미디어는 시민들의 민주적 문화 향유를 위한 가장 효과적인 수단이 되었다. 머독이 제시한 문화공유지적 관점에서 볼 때, 문화 민주주의를 위한 미디어 활동의 궁극적 지향점은 가능한 많은 시민들이 다양한 문화들을 공정하게 접근하고 향유할 수 있도록 하는데 있다. 한편, 동일한 문제의식 속에서 2005년 체결된 유네스코의 문화다양성 협약은 미디어가 문화다양성의 강화를 위한 책무를 다해야 한다는 내용을 제시하였다.¹⁾ 사실, 미디어 영역에서 다양성은 전통적으로 정책의 중요한 한 영역으로 다루어져 왔으며, 규제정책의 궁극적인 목표로 여겨졌다(Levin, 1971; Owen, 1977). 이는 표현의 자유와 자유로운 사상의 공론장을 위한 미디어 역할에 대한 정책적 기대에서 비롯되었다. 이러한 헌법적 가치의 실현을 위해 미디어 다양성이 중요한 정책 기준이 되었다. 그러나 미디어다양성은 여전히 그 개념과 범위가 명료하게 정립되지 못하고 구성요소에 따라서, 그리고 정책적 목표에 따라서 다양하게 논의되어 왔다. 특히, 미디어와 문화의 필연적 상호관계에도 불구하고, 미디어와 문화 간의 실제적 구분과 역할을 규명하는 연구 결과가 매우 부족한 상황이다. 지금까지 대부분의 연구들은 미디어다양성과 문화다양성이 혼용되거나 문화다양성이 미디어다양성의 하위요소로 취급되치환되어 논의되어 왔음을 볼 수 있다.

미디어다양성에 대한 많은 논의들이 미디어 활동에 있어서 문화적 요소들에 대한 구체적 논의는 생략하고 단지 단일한 고유 명사로써의 ‘문화’를 명시하면서 미디어다양성 분석을 위한 하나의 하위요소로 취급해왔다. 또한 대부분의 연구들에서는 미디어를 ‘통해(through)’ 혹은 미디어에 ‘의한(by)’ 다양성 차원에서 경제 혹은 기술적 분석들과 미디어 안(in)에서의 다양성 차원에서 프로그램 및 콘텐츠 분석들이 혼재하여 제시되었고, 그 속에서 문화다양성은 독립적인 연구대상이 되지 못했다. 한편, 프랑스의 미디어와 다양성 위원회(la Commission Médias et Diversité)의 보고서²⁾가 미디어 ‘속(dans)’에서의 다양성, 콘텐츠 ‘속(dans)’에서의 다양성이라는 개념을 제시함으로써 문화다양성을 미디어다양성과 구별하고, 또한 문화다양성의 층위를 미디어 안에서의 콘텐츠 다양성과 콘텐츠 안에서의 다양성으

1) UNESCO(2005). Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. article 6. http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=31038&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html 이 협약이 제시한 미디어의 책무는 현대 사회에서 미디어가 문화영역에 얼마나 큰 영향을 미치는지를 명시적으로 보여주는 것으로, 문화다양성 보호를 위한 국가 정책 속에 미디어가 중요하게 자리 잡고 있음을 국제적 협약 차원에서 확인하는 것이라는 점에서 의미가 있다.

2) Spitz M. B., Médias et Diversité, Rapport de la Commission Médias et Diversité, 227, mai, 2010. 이 보고서는 대통령에 의해 임명된 미디어와 다양성 위원회가 2009-2010년 동안의 활동결과에 대한 내용을 정리하고 있다. 이 위원회는 다양성에 대한 정의(definition), 언론인 교육, 미디어기업의 경영상태, 정보 및 프로그램 생산 등 4개의 분야에 대한 분석, 그리고 향후의 정책 방향 등을 통해 미디어와 다양성에 종합적인 보고서를 제출하였다.

로 구별하고 있는 점은 우리에게 의미있는 시사점을 준다.

지금까지 미디어다양성에 대한 논의들 속에서 문화다양성이 어떻게 다루어져 왔는지를 살피는 작업은 문화다양성에 독립적 가치를 부여하고 미디어 정책의 주요한 테제로 설정하기 위해 전제되어야 할 작업이다. 즉, 기존의 미디어다양성 논의들을 미디어를 ‘통한(through, 혹은 의한(by))’ 다양성과 미디어 ‘안(in)’에서의 다양성 차원에서 재분석함으로써 문화다양성의 실천 영역을 모색할 필요가 있다.

먼저, 미디어를 통한(through, 혹은 의한) 다양성에 대한 연구들은 송신자가 다양한지, 채널이 다양한지, 노출이 다양한지 등에 초점이 맞춰져있음을 볼 수 있다. 글래스(Glasser, 1984)는 미디어다양성 분석에서 미디어를 통해 진행되는 동일 유형의 문화적 생산물의 변화 가능성을 정의하는 ‘다변성(variety)’과 문화 유형 및 활동 간 차별성을 나타내주는 ‘다양성(diversity)’을 구분해야 한다고 강조하였다. 이는 미디어다양성이 반드시 다양한 문화로 나타나지 않을 수 있음을 추정할 수 있는 근거를 제시하는 것이다. 한편, 미디어가 ‘제공’하는 다양성과 수용자가 실제 ‘이용’하는 다양성에 상당한 차이가 있다는 점에 감안하여, 수용자 중심의 다양성 개념을 제안한 나폴리(Napoli, 1997)의 주장은 이를 확장하고 있다. 나폴리가 제시한 공급원의 다양성이나 노출의 다양성은 미디어를 통한 다양한 문화적 현상이나 활동들을 기능적으로 명확하게 획정하고 계량화하는데 기여할 수 있는 방법론을 제시하고 있다(Napoli, 2001). 또한, 공시적 다양성 혹은 채널간의 수평적 다양성(Levin & Litman, 1971) 분석은 채널의 숫자가 많아지면 콘텐츠도 다양해진다는 점을 증명하면서 미디어다양성과 문화다양성의 정적 관계를 설명하였다. 유승관(2002) 역시 미디어의 복수주의(pluralism)와 다원주의가 전제되어야만 문화 다양성을 실현할 수 있다는 점을 강조함으로써 미디어다양성이 문화다양성의 전제조건이라는 점을 환기시켰다. 유의선(2009)은 나폴리의 미디어다양성 전략이 세부적 정책적 규제수단을 포함하고 있음에도 실효성 있는 정책적 목표 실현 수단이 되기 위해서는 목적의 정당성과 수단의 최소성, 목적과 수단의 합리적 인과성이 포함돼야 함을 강조하였다. 특히 그는 다양성 확보가 정당한 합목적성을 가지고 있어야 함을 주장하였다. 이러한 시각에서 보면, 문화다양성은 미디어다양성을 위한 규제의 정당한 합목적성의 기준이 될 수 있다. 피스크(Fiske, 1987)의 경우, 텔레비전은 의미를 생산하는 일종의 문화 텍스트로 봄으로써 미디어 자체를 문화와 동일시하는 시각을 보여주고 있다. 전규찬(2004)³⁾ 역시 텔레비전과 문화, 의미 그리고 다양성의 구분을 부정함으로써 미디어다양성과 문화다양성을 일치시키는 관점에서 문화다양성을 접근하고 있다. 결국, 하드웨어적 차원의 미디어를 통한 다양성은 문화다양성과 일정 간격이 있으며, 문화다양성을 풍부하게 할 수도 있고, 또한 위축시킬 수도 있음을 기존의 논의들을 통해서 볼 수 있다. 따라서 미디어 안에서의 다양성 분석이 동반되어야만 문화다양성을 확장할 수 있게 된다.

미디어 ‘안(in)’에서의 다양성 논의는 콘텐츠의 다양성, 장르의 다양성, 프로그램의 다양성처럼 채널 내에서의 다양성을 분석함으로써 미디어가 다양한 문화요소들을 반영해야함을 강조하고 있다. 맥퀘일(McQuail, 1992)은 미디어가 문화적 차이점을 반영할 뿐만 아니라 각각의 집단들이 자신들의 문화정체성을 보존하고 표출하기 위해 문화 주제들의 역할을 보장해야 하며, 채널을 통해서 충분한

3) 전규찬에 따르면, 문화는 의미이고, 의미란 본질적으로 다양한 것으로, 다양한 소리를 텍스트로 재현하며, 또한 최대한 많은 의미를 담론으로 매개하는 상호 텍스트성을 가지고 있는 표의체계와 실천을 수행하는 텔레비전은 그 자체가 문화로써 존재한다는 점을 강조한다.

콘텐츠를 제공하여 수용자 선택의 폭을 확대시킬 필요가 있음을 강조하였다. 한편, 블룸러(Blumler, 1991)는 미디어의 다양성을 내용의 다양성(의견의 다양성, 집단의 다양성, 쟁점의 다양성, 가치의 다양성), 프로그램의 다양성, 편성의 다양성, 양식의 다양성, 자원의 공정한 분배, 수용자의 다양성, 질적 다양성으로 제시하였다. 이러한 시각은 문화적 행위를 미디어다양성을 구성하는 한 요소로 보고 있음을 보여준다.

김응숙(2007)은 글로벌 미디어 사회에서 미디어를 통한 문화의 수렴과 다양성이 매스미디어의 성과와 정책결정의 목표를 평가하는 근본적인 원칙으로 다루어졌음을 상기시키면서 방송의 다양성을 소유권의 다양성, 편성의 다양성, 내용의 다양성, 참여의 다양성, 서비스의 다양성으로 관찰하였다. 이와같이 총체적인 다양성 평가 항목들은 실증적 관찰을 통해서 형식적 다양성을 종합적으로 파악할 수 있는 반면 문화의 질적 다양성이 어떻게 담보되고 있는지를 분석하는 데는 한계를 보일 수밖에 없다. 이에 반해 남시호(2010)는 미디어다양성 개념을 정치, 경제, 사회, 문화적 차원에서 매우 광범위한 시각으로 제시하고 있다. 그는 미디어다양성이 신자유주의의 시장논리에 사로잡혀 탈정치화 하는 정책담론으로의 변질 가능성을 제시하면서 칼피넨(Karppinen, 2006)이 강조한 다양성의 정치학에 주목할 필요가 있음을 강조하였다. 남시호의 이러한 주장은 미디어다양성이 단순히 계량적 측정 영역으로 회귀함으로써 문화적 실천의 의미를 넘어 자유 시장만을 옹호하는 정책적 근거가 될 수 있음을 경고하는 것으로 볼 수 있다. 다양성의 정치학은 미디어다양성이 미디어 이용자들을 ‘소비주체’만으로 호명하는 시장주의적 전략과 이를 소비자 복지와 사회발전으로 포장하는 신자유주의를 극복하고 문화다양성에 대한 보다 명확한 질적 규명과 이에 기반 한 공공 정책방향이 정립될 필요가 있음을 알려주고 있다.

한편, 성욱제(2012)의 국내 미디어다양성 연구에 대한 메타 분석을 보면, 프로그램 단위에서 접근한 연구(57%), 채널단위에서의 다양성 연구(36%), 플랫폼 차원에서의 다양성 연구(5%)가 이루어져왔으며, 대부분 공급의 관점에서 다양성을 접근하고 있다. 측정기준으로는 장르, 정보원 및 취재원, 제작주체 등을 기준으로 한 형식적 측면에서 접근하는 연구와 관점이나 프레임, 주제나 토픽, 이슈 등을 기준으로 한 내용적 측면의 연구가 진행되어왔다. 그러나 이들 대부분의 연구에서는 문화다양성을 측정하고, 문화 공론장으로서 미디어의 역할을 위한 정책적 방향을 심층적으로 논의하지 못했다.

미디어다양성 논의 속에서 전개된 문화다양성에 대한 선행연구들에서는 각각의 개념이 통용될 수 있는 독립적 실체로서의 문화다양성 개념이 정립되지 못하고, 연구자의 관점에 따라 범주화되고, 분석되어왔다. 그 결과로 문화를 위한 미디어의 역할은 당위적으로 강조되었고, 미디어다양성이 문화를 위해 지향해야 할 정책적 가치에 대한 숙의(deliberation)는 충분히 이루어지지 않았음을 볼 수 있다.

머독(Murdock, 2011)은 미디어들이 다양한 이해집단과 공동체를 연결하는 디지털 링크를 발전시키고 모든 시민들이 정보와 문화적 콘텐츠에 쉽게 접근하고, 이용할 수 있는 문화적 디지털 공유지를 구축하기 위한 시민사회의 노력과 정책의 필요성을 주장하였다. 머독의 주장은 국내 미디어 현실에도 의미있는 시사점을 던져준다. 오늘날의 방송채널에 대해 당위론적인 공적 기능의 강화와 의무 부가에 많은 한계를 보이고 있다. 공유지로서 그리고 공공장으로써 방송 영역들은 점점 더 사유지화 되고 있으며, 상업적 경쟁에 의해 점령되고 있다. 이러한 상황에서 방송 정책은 방송의 문화적 역할을 보호하기 위한 노력에 집중할 필요가 있다. 이 노력은 무엇보다 방송을 통해서 그리고 방송 안에서 문화다양성을 보호하고 활성화시킬 수 있는 문화공유지의 안정적 확보가 핵심이다. 디지털 멀티미디어

어 융합 환경에서 문화다양성은 미디어다양성의 한 측정 변인이 아니라 독립적인 방송의 가치로, 그리고 정책 방향의 지표로 인식하고 연구 대상으로 삼을 필요가 있다. 오늘날 디지털 융합 미디어를 이용하는 자체가 새로운 문화로써 현대인의 생활에 깊이 침투하고 있다. 개인 모바일 폰과 같은 스마트 미디어와 인터넷을 이용하는 기술 문화(technological culture)는 개인의 일상적 문화생활 뿐만 아니라 사회 공동체의 커뮤니케이션 행위와 문화 활동에 중대한 영향을 미치고 있음을 쉽게 목격할 수 있다.

이러한 미디어 환경을 고려할 때, 문화다양성을 중심으로 한 미디어 연구는 정책이 추구해야 할 공적 가치와 목적 지향적 실천 방향을 보다 명확히 정립할 수 있는 기회가 될 것이다. 다노(Dagnaud)⁴⁾는 디지털 미디어 환경 속에서 문화의 이중교배(métissage)와 세계성(cosmopolitanisme)이 강화되고 있으며, 무엇보다 문화적 요소들의 정체성과 다양성에 가치를 부여하는 담론들이 그 시대의 정서를 전달하는 중요한 역할을 하고 있음을 강조하였다. 그는 ‘다중미디어 사회(la société plurimédiate)’의 출현이 모든 문화적 양상들을 영상 공간으로 이끌어가고 있음을 직시하였다. 그러므로 현대 사회에서 디지털 융합 미디어가 이끌어갈 문화의 다양성은 중요한 정책 의제가 될 수 밖에 없다. 톰슨(Thompson, 1995; 임종수 재인용)은 미디어가 점점 더 일상생활, 사회 그리고 문화 전반에 관계하면서 다양한 사회적 장들을 고유한 방식으로 변화시키고 광범위하게 사회 및 문화적 삶을 매개하는 ‘사회의 미디어화’ 현상을 소개하였다. 사회의 미디어화는 미디어가 사회의 구성 요소들이나 형식들을 변형(transformation)시키는 현상으로 미디어와 결합된 문화들이 이전과는 다른 양식들로 표출되고 소비되는 것을 의미한다.

다중미디어 사회 혹은 사회의 미디어화는 미디어가 개인 및 한 사회의 존재 양식과 행위에 중대한 영향을 미치는 새로운 문화로 자리매김하고 있음을 보여준다. 이 새로운 문화는 다른 문화들의 존재 조건과 가치 생산에 대해 결정적이고 지배적인 위치를 차지하게 되었다. 이에 본 연구는 이러한 현상들을 ‘메타문화(Meta culture)’로 정의하고자 한다. 메타 문화는 디지털 융합 미디어가 인간 사유에 중대한 영향을 미치고, 특정한 방식으로 사회적 실체들과 문화들에게 질서를 부여하는 무의식적 기초이자 지식체계인 에피스테메(épistémè)⁵⁾로 자리잡게 되었음을 의미한다. 오늘날, 미디어는 전통적으로 인간과 사물 사이에 있으면서 양자의 중재자로서 위치해 있었던 테크네(technê, 1995)를 넘어서 다양한 문화적 요소들을 흡수하고 스스로 하나의 새로운 문화로 디지털 정보 사회의 에피스테메가 되었다.⁶⁾ 이 메타문화는 사회의 다양한 문화적 실체들을 포함하고 활동하는 기술적 환경을 만들

4) 다노(Dagnaud)는 프랑스 국정 기획 총국(Commissariat général du Plan) 보고서 ‘미디어, 문화다양성의 증진(Médias : Promouvoir la diversité culturelle)’의 서문에서 디지털 미디어와 네트워크의 발전에 의한 문화적 움직임이 프랑스 문화의 미약한 기반을 무너뜨리고 문화적 요소들의 다양성을 위한 문화투쟁이 격화되고 있다고 주장하였다.

5) Foucault(1966). Les mots et les choses : une archéologie des sciences humaines, Gallimard. 푸코는 현대사회의 에피스테메를 표상하는 3개의 분야로 수학분야, 물리학 분야 그리고 철학적 사유 분야가 있음을 제시하였다. 수학과 물리학 분야는 명백하고 입증된 가설 설정과 귀납적 체계로 지식의 질서를 구축하고 있으며, 반면에 철학 분야는 언어, 삶 그리고 부의 생산과 분배 등과 관련한 분야로써 공통적 지적 설계를 진행한다라는 점을 제시하였다. 이에 필자는 디지털 컨버전스 미디어 사회에서 미디어-커뮤니케이션(mediated communication)이 인간의 지식체계와 인식들을 구축하는데 중대한 영향을 미친다는 점을 현대의 디지털 미디어 문화를 에피스테메로 제시하고자 한다.

6) Caune(1995). Culture et communication : Convergence théoriques et lieux de médiation, PUG. 위키피디아 프랑스, <http://fr.wikipedia.org/wiki/Techn%C3%A8> 고대 그리스 철학에서는 문화는 믿음, 예식, 규범, 가치, 행위 모형들을 재조직하는 실체로 정의되어 왔으며, 따라서 물질을 생산하거나 제작하는 영역인 테크네(technê)와 대립되었다. 문화는 인간 간의 상호작용의 산물로 개개인이 타자와의 관계 속에서 형성되는 의미의 세계, 즉 프락시스(praxis)에

뿐만 아니라 현대사회의 인식에 결정적인 역할을 감당하고 있다. 즉, 누구나 쉽게 디지털 미디어를 활용할 수 있는 기술적 장치들과 단말기가 마련되어 있고, 콘텐츠 제작에 참여하며, 시·공간을 초월한 네트워크와 미디어 이용하고, 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 프로슈머적 역할을 수행하면서 구축되는 메타문화는 다양한 문화들이 사회적으로 의미있게 존재할 수 있도록 한다. 이는 사회의 지식 생산 및 재생산의 토대가 되었다.

메타문화는 다양한 문화적 콘텐츠들의 생산, 교환 및 소비 여건을 지배함으로써 문화다양성의 필수적 환경이 되었다. 그러므로 문화다양성의 실체를 밝혀내고, 이를 발전시키기 위한 정책적 방향을 수립하기 위해서는 무엇보다 메타문화 환경과 연계하여 발전하는 문화의 양태들을 분석할 필요가 있다. 그리고 이 작업을 통해 문화다양성의 정책적 프레임을 구축하는 작업이 수행되어야 할 것이다.

2) 메타 문화 환경에서 문화다양성의 조건들

스마트 TV, DMB, 휴대형 음복합기, 인터넷, 다중 플랫폼, SNS 등으로 개인 생활 전반에서 그리고 사회전반의 작동메커니즘 속에서 구현되는 메타문화는 새로운 문화다양성의 가능 조건들을 만들어냄으로써 디지털 문화 공유지를 더욱 풍부하게 만드는 기제가 된다. 메타 문화와 함께 확장되는 문화 다양성은 문화 자원의 다원화, 자유로운 표현 환경 그리고 공동체 내의 다양성과 차이를 보호하는 제도들을 조망함으로써 정책적 의제로 제시된다. 그러므로 문화다양성의 정책적 모색은 무엇보다 디지털 문화 공유지를 안정적으로 구축하기 위한 문화다양성의 조건들에 대한 숙의가 필요하다.

본 연구는 미디어다양성 개념에서 혼란스럽게 진행되어 왔던 논의들을 메타문화 환경에서의 미디어를 통한 다양성과 미디어 안에서 작동하는 문화적 요소를 구분하여 문화다양성 개념을 재정립하고, 그에 따른 프레임을 구축하고자 한다. 이에따라 선행 연구들에 대한 분석을 통해서 미디어를 통한(혹은 ‘의한’) 다양성으로 ‘미디어 활동의 다원성’과 ‘문화 확산의 다양성’을 그리고 미디어 안에서의 다양성에는 ‘문화적 표현의 다양성’과 ‘문화적 인지의 다양성’이라는 프레임 속에 문화다양성의 조건들을 제시하고자 하였다. 본 연구가 제시하는 이 네 가지 분석 프레임은 블룸러(Blumler, 1991)가 제안한 의견의 다양성, 집단의 다양성, 쟁점의 다양성, 가치의 다양성, 편성의 다양성, 양식의 다양성, 자원의 공정한 분배, 수용자의 다양성, 질적 다양성이라는 분석 기준, 그리고 맥퀘일(McQuail, 1992)이 제시한 송신자의 다양성, 채널의 다양성, 송·수신한 내용의 다양성, 그리고 수신자의 다양성, 또한 나폴리(Napoli, 2001)의 공급원 다양성, 내용 다양성, 노출 다양성 등과 같이 선행 연구자들의 논제들을 기반으로 문화다양성의 조건들을 새롭게 재구성하는 차원이다.

첫째, 미디어를 통해(through) 실행되는 미디어 활동의 다원성과 문화 확산의 다양성은 메타문화의 물질적 영역으로 미디어, 플랫폼, 네트워크와 같은 객체들(objects)과 관련이 있다. 먼저, 미디어 활동의 다원성의 여건들을 살펴볼 수 있다. 디지털 미디어 융합이 촉진되고, 미디어 산업 및 시장 간의 경계가 모호해짐에 따라 미디어 기업 간 합종연행이 진행되었다. 이러한 미디어의 통합과 독점은 방송영상 콘텐츠의 표준화 및 집중화를 야기하고, 소비자에게 균일화된 문화를 강요할 위험성을 내포하게

속한다. 아리스토텔레스에 따르면 프락시스는 테크네와 대립된다. 그러나 오늘날 디지털 융합 미디어는 문화를 생산하는 기술적 도구를 넘어서 사회를 미디어화 하는 동시에 스스로 문화화 되고 있다. 미디어는 문화의 문화, 즉 메타문화화 됨으로써 정보사회의 에피스테메로 자리잡고 있다.

되었다. 이러한 여건에서 미디어 활동의 다원성은 다양한 미디어 활동 및 문화 주체들에게 문화적 콘텐츠의 생산 기회를 주고, 다양한 생각과 의견이 교류할 수 있는 미디어 환경을 만드는데 기여한다. 서로 다른 전통과 독창성을 가진 공동체나 지역적 환경을 반영하는 것, 서로 다른 시장구조와 서로 다른 수준에서 서비스 규제와 시장을 인정하는 것, 그리고 사회, 경제, 문화 및 지리적 환경에 따른 다양한 소비자 및 이용자들의 취향과 필요성을 충족시킬 수 있는 점, 마지막으로 다양한 차원에서 보편적 서비스가 실현됨으로써 서비스 이익이 실현될 수 있다는 점에서 미디어 다원성은 문화다양성을 실현하는 전제 조건의 의미가 있다. 미디어 다원성은 소수의 목소리, 소수 공동체들의 문화를 재현하는 소수채널이나 지역의 문화적 특성을 반영하는 지역 미디어의 활성화가 핵심요소라 할 수 있다. 그러나 현실에 있어서 단순한 방송 채널의 증가가 오히려 연예, 스포츠 등 연성뉴스가 급증한 반면 정보의 질을 떨어뜨리는 부정적인 결과를 야기하기도 한다(Noam, 2009). 실제로 1995년 케이블 방송이 시작된 이후, 지상파 방송의 다양성이 줄어들었거나 특정 장르의 편중현상들을 밝혀낸 연구결과들이 제시되었다(이은미, 2001 ; 황상재 · 정주영, 2005 ; 임성원 · 구세희 · 연보영, 2007). 또한 정부가 콘텐츠 공급자의 다원성을 위해 추진한 외주정책이 다양성 확보에 효율적이지 못했다는 결과도 제시되었다(박소라 · 양현모, 2006). 이러한 결과는 공급원의 다원성만으로는 문화의 다양성을 보장하기 어렵다는 사례를 보여준다.

한편, 미디어 활동의 다원성을 파악할 수 있는 기제들을 보면, 먼저, 허핀달-허시먼 지수(HHI) 측정을 통해서 시장 내에서 특정 주체가 갖는 집중도와 경쟁도를 파악함으로써 특정 미디어 기업의 시장 지배와 경제적 집중 현상이 미디어 활동의 다원성을 어떻게 위협할 수 있는지를 파악할 수 있다. 또한 니폴리(2001)가 제안했던 다양성 가운데 콘텐츠 및 채널 소유권의 다양성, 인력의 다양성을 주요 내용으로 하고 있는 ‘공급원의 다양성’, 그리고 양승관(2003)이 제시했던 프로그램 제작 참여 인력의 다양성도 미디어 활동의 다원성의 조건들이다. 유의선(2009)은 소유주가 겸영, 합병 등을 통해 단수화되면 미디어가 갖는 관점의 다양성도 줄어든다는 미디어 결합가설(Ho & Quinn, 2009)과 독점체제가 오히려 상품의 다양성을 증진시킨다는 전통적 프로그램 선택모델(Steiner, 1957)을 소개하면서 소유구조를 둘러싼 다양성 연구의 상충적 경향들을 소개하였다. 이러한 분석의 차이는 미디어를 통한 다양성이 미디어 안에서의 다양성으로 전이되지 않을 수 있다는 점을 보여준다.

미디어를 통한 문화 다양성의 두 번째 조건인 ‘문화 확산의 다양성’은 수용자의 접근성이 핵심이다. 맥퀘일(McQuail, 1992)이 강조한 콘텐츠 수신자의 다양성은 수용자의 미디어 노출 정도를 파악함으로써 문화 확산 상황을 분석할 수 있다. 따라서 다양한 채널들의 편재를 통해 수용자들이 다양한 프로그램 접근 정도를 파악할 수 있는 수평적 다양성(Entman & Wildman, 1992; Napoli, 1997)을 포함하고 있다. 한편, 정영호(2013)가 분석한 채널레퍼토리(channel repertoires)는 ‘개인이나 세대가 규칙적으로 시청하는 채널목록(Heeter, 1985)’을 분석함으로써 수용자의 시청 소비 행태가 특정 채널 위주로 일어나는 연구 결과를 제시하였다. 따라서 채널레퍼토리는 미디어를 통해 실행하는 문화 확산의 다양성 노력에 또 다른 저항 요소가 있음을 보여준다.

유네스코(UNESCO, 2001)는 문화 다양성이 단순한 경제 성장의 개념으로 이해되어서는 안되며 지적, 감성적, 도덕적 그리고 정신적 만족을 성취하는 수단으로써 사회발전의 한 뿌리로 이해해야 함을 강조하고 있다. 문화 확산의 다양성은 경제적 가치에 의해 선별된 소수의 문화 형식 혹은 문화 콘텐츠만이 특정지역, 국가적 차원 혹은 국제적 차원에서 확산되는 경향에 대응하는 다양성 보호를

위한 조치이다. 따라서 미디어 활동의 다원성과 연속해서 다양한 형식의 문화, 문화 인류학적 차원 및 시민사회 차원에서 의미와 가치 있는 문화 콘텐츠들이 보다 잘 확산되고, 많은 시민들이 접근할 수 있도록 하는 디지털 멀티미디어 채널들과 네트워크의 조건들이다. 심슨의 다양성 지수(Simpson's Diversity Index)⁷⁾는 이와 같은 문화 확산의 다양성을 측정할 수 있는 방법론으로 활용되었다.

둘째, 메타문화의 실천 영역으로, 미디어 안(in)에서의 다양성 조건인 ‘문화적 표현의 다양성’과 ‘문화적 인지의 다양성’은 무엇보다 미디어와 문화의 주체들(subjects) 및 내용과 관련이 있다. 먼저, 문화적 표현의 다양성은 프로그램의 다양성과 방송내용과 관련된다. 문화 주체들이 미디어 안에서 재현하는 예술작품이나 문화들은 스스로의 설명력을 가지고 있고 각자 자신의 가치를 차별적으로 제시할 수 있는 상징적 작품들이다(Bourdieu, 1969). 그러므로 문화 및 예술 콘텐츠가 표출하는 다양한 표현들은 무엇보다도 문화다양성을 실현하는 상징적 활동이라 할 수 있다. 이 상징적 활동은 다양한 사회적 존재들, 그리고 다원적이며 역동적인 문화적 정체성을 가진 개인 및 집단들의 상호작용을 활성화시키고 문화적 표현들을 풍요롭게 만든다. 현대사회에서 미디어의 메타문화적 기능은 정치, 경제, 교육, 문화 및 사회적 활동 뿐 만 아니라 문화와 예술을 표현하는 무수한 상징적 작품들을 재연하고 가치에 결정적인 역할을 한다. 이러한 점에서 머독(Murdock, 2011)이 강조했던 디지털 융합 미디어 환경에서의 문화공유지(Cultural Commons)의 회복은 중대한 의미를 가진다. 미디어는 다양한 문화 행위자들에게 시민사회를 향해 자신들을 표현하고, 상호 접근할 수 있는 기회, 그리고 서로 다른 집단들이 문화 교류를 통해 발전할 수 있는 기회들을 조건 없이 제공한다. 오늘날 디지털 융합 기술의 발전으로 공공미디어는 축소되고, 희소성, 공공재적 특성으로 규정되어 공유지로서 당연시 되었던 전파는 민간에게 분할되어 사적 미디어와 상업방송이 부흥하고 있다. 사유화와 상업화에 따라 경제적, 상업적 논리에 기준하여 미디어가 재현하고자 하는 문화들을 선별함으로써 이에 선택받지 못한 문화들은 대중적 접근성이 약화되고 그로 인하여 문화 활동이 위축된다. 이러한 미디어의 지배성에 대하여 라모네(Ramonet, 1999.)는 폭력적 군주로 묘사하기도 하였다. 문화적 표현의 다양성은 언어적 표현의 다양성, 표현 장르의 다양성, 인종, 성별, 연령별 등 표현 주체의 다양성 등 다양한 조건들을 통해서 현실화된다.

문화 표현의 다양성은 ‘미디어가 사회의 다양한 문화적 실재들을 얼마나 다각적으로 재현하는냐’(McQuail, 1992; Kubey, Shiffler, Weerakkody & Ukeiley, 1995)를 측정할 수 있는 기준이며, 니폴리가 제시한 시청률 조사를 위한 프로그램 분류방식과 내용의 다양성, 즉 콘텐츠 및 프로그램 및 내용을 측정하는 수직적 다양성 분석을 통해서 측정할 수 있다(2001).

한편, 미디어 안(in)에서의 두 번째 다양성 조건은 문화 주체들의 문화적 인지의 다양성으로, 다양한 문화 수용에 따른 문화 인식은 다양성의 중요한 관찰 요소이다. 문화적 인지의 다양성은 피스크(Fiske, 1987)가 제기한 것처럼, 수용자들이 텔레비전 텍스트를 소비하면서 생성하는 다양한 의미들이 사회 공동체 내에서 어떻게 흘렀는지를 분석하는 것, 그리고 웹스터(Webster, 2007)가 제시한 노출의 다양성 측정(Measuring diversity of exposure)가운데, 시청자 중심의 측정(viewer-centric measures) 방식과 같이 문화 주체들의 심리적 차원에서 문화적 인지 상태를 측정하는 영역이다. 김은미 등(2012)은 방송 콘텐츠가 미술, 음악, 오락, 영화, 스포츠 등 고급취향의 문화에서 대중취향의 문화까지 다양한 내용을

7) 심슨(Simpson, 1949)의 ‘다양성 측정(Measurement of diversity. Nature, 163, 688)’ 논문에서 처음 소개되어 생물의 다양성을 측정하는 도구로 활용되어 왔다. http://en.wikipedia.org/wiki/Simpson_diversity_index#Simpson_index

포함하고 있으며, 방송 콘텐츠가 가지고 있는 매개성과 다차원성을 고려할 때 이것의 소비를 단순화하는 것은 현대사회에서 텔레비전 시청의 의미를 지나치게 축소하는 결과를 가져오게 되고 그 결과로 텔레비전의 문화 소비 행위를 올바르게 파악하지 못할 수 있다는 점을 강조하였다. 특히, 피터슨과 심커스(Peterson & Simkus, 1992)에 의해 제기된 옴니보어(omnivore)론⁸⁾의 소개를 통해서 문화 소비의 계급성 보다는 문화적 취향의 폭(breach)이 문화 다양성을 실제적으로 파악할 수 있는 조건들이 될 수 있음을 제시하였다. 옴니보어론의 시각에서 보여지는 미디어 안에서의 문화 소비의 복잡성은 문화 소비 주체들의 문화 인지에 대한 측정이 문화 다양성의 실체를 규명할 수 있는 조건들임을 보여주고 있다. 그럼에도 정영호(2013)의 지적처럼 지금까지의 미디어다양성에 대한 정책이나 연구에서 수용자의 매체 이용 특성이 간과되는 경우가 많다. 그에 따르면, 다채널 상황에서도 수용자들은 매우 한정된 채널을 정해놓고 취향에 맞지 않는 채널을 무시하고 프로그램 가이드를 이용하는 등 미디어·채널·프로그램 레퍼토리를 구성하여 경제적이고 제한적으로 콘텐츠를 수용한다는 점에서 미디어다양성 확보에 어려움이 있음을 강조하였다. 정영호가 소개한 비비(Beebe, 1977)의 경제학적 프로그램 선택모델은 프로그램 공급 상태와 수용자의 프로그램 선호 편포성에 대한 분석을 통해서 문화적 인지의 다양성을 검증할 수 있는 방법을 제공하고 있다. 즉, 경제학적 프로그램 선택 모델은 미디어를 통한 다양성 정도에 따라 미디어 안에서의 다양성 정도, 즉 내용의 다양성 정도와 시청자 인지의 다양성 실체를 파악할 수 있는 요소들을 제공한다.

미디어 안에서의 문화 다양성에 대한 관찰 요소들은 무엇보다 제도적으로 분류한 문화적 요소들, 즉 방송 프로그램이나 콘텐츠를 구성하고, 분류하는 기준들이다. 따라서 문화적 표현의 다양성과 문화적 인지의 다양성은 방송통신심의위원회의 장르 구분법에 기초하여 뉴스/시사보도, 코미디/개그 시트콤, 퀴즈/두뇌게임, 자연/역사/다큐멘터리, 스포츠, 예술/문화/교육, 영화, 연예/오락/쇼, 드라마, 토론/대담, 요리/인테리어/여행정보 등 11개의 문화적 요소들을 대상으로 관찰하는 것이 바람직하다.

지금까지 선행적 논의들에서 볼 수 있듯이 방송 프로그램의 다양성 혹은 문화적 콘텐츠의 다양성에 대한 접근은 대중적 시청 실태에 대한 몇몇의 평가 지표로 규정하기에는 매우 복잡적이고, 이런 조건들이 상호 배타적인 모습으로 나타나고 있다. 그러므로 메타문화 환경에서 문화 공론장의 활성화를 위한 정책적 목표를 명확히 설정하고 이를 위한 목표 지향적 지표들을 다차원적으로 설계함으로써 그 다양성의 실체를 밝혀내는 프레임의 구축하는 작업이 필요하다. 실상, 디지털 융합 미디어는 인간의 보편적 정신활동을 부각시키는 중요한 기제가 되고 있다(Sfez, 1992).

위에 제시한 두 가지 차원의 네 가지 문화다양성 영역들은 특정 미디어 기업이나, 방송사가 기업경영 차원에서의 실시하는 다양성 측정지수라기 보다는 전사회적 차원에서 문화다양성을 실제적으로 측정하고, 정책적 방향을 수립하는데 있어서 고려해야할 사항들이다. 문화다양성의 실천 영역들은 미디어를 통해 전이되는 한 사회의 문화 정체성을 파악하고 도식화하는데 필수적인 장들이라 할 수 있다.

8) 김은미는 터슨과 심커스의 음악취향에 대한 조사(2009)에서 미국에서 '고급 음악 장르'를 좋아하는 문화 소비자들 이 '고급 음악 장르' 이외의 장르에 대해서도 개방적인 태도를 가지고 있으며, 문화적 높낮이의 차이가 아닌 문화적 취향의 폭(breach)이 중요하며, 상층 계급일수록 폭넓은 문화적 취향을 가지며, 이는 고상한 배척자(highbrow snob)로부터 포괄적 감상자(omnivore)로의 역사적 전환이라는 주장을 소개한다. 이는 우리사회에서도 나타나는 현상으로 볼 수 있는데, 사회 지도층 인사들이 사이의 강남스타일을 따라하고, 클래식과 대중음악의 만남이 미디어 공간에서 수시로 이루어지고 있음을 목격할 수 있다.

3. 전문가 FGI에서 나타나는 문화 다양성의 조건

1) 연구문제

지금까지 미디어 다양성 및 문화다양성과 관련한 선행연구에서 여러 학자들의 논의를 통해서 융합미디어 환경에서 문화다양성을 구현하기 위한 조건들을 살펴보았다. 이제 본 연구는 미디어 및 문화영역에서 활동 중인 연구 참여자들이 제시한 의견들을 통해서 우리사회 현실에 적절한 문화다양성 실천 방향에 대하여 조사하고자 하였다. 이에 본 연구는 다음의 세 가지 연구문제를 중심으로 전문가 의견을 조사하여 분석하였다.

- 연구문제 1) 문화다양성에 영향을 미치는 디지털 융합 미디어 환경 변화는 어떻게 정의할 수 있는가?
- 연구문제 2) 디지털 융합 환경 변화에 따라 문화다양성이 지향해야 하는 구성범주는 무엇인가?
- 연구문제 3) 문화다양성의 측정을 위한 지수 프레임은 어떠한가?

각각의 연구주제는 앞서 살펴본 이론적 논의 통해 도출한 연구 내용을 전문가들의 의견을 통해 객관적으로 정의하고 다양성 측정을 위한 실질적인 조건들을 도출하였다. 이러한 연구 과정은 보다 현실성 있는 문화다양성 보호를 위한 정책에 있어 보다 객관적인 기준들을 밝혀낼 수 있을 것이다.

2) 연구방법

본 조사의 목적은 미디어융합 환경에서 문화다양성의 개념이 새롭게 포괄해야 하는 문화적 가치들을 도출하는데 있다. 이러한 목적을 달성하기 위해 미디어 및 문화 현장에서 다양하게 종사하는 전문가와 학자 10인이 참여하여 반개방형 인터뷰를 진행하였다. 10인의 전문가들에 대한 FGI는 2010년 7월 한 달 동안 이론분야, 문화 활동 주체 및 교육자, 비평가 등 다양한 분야의 전문가를 대상으로 진행하였다. 본 연구는 반개방형 인터뷰를 진행하기 위해서 ① 융합 미디어와 문화다양성의 관계에 대한 의견, ② 융합 미디어 환경 문화다양성 개념의 구성 요인, ③ 융합미디어와 문화다양성관계의 지향해야 할 문화적 가치, ④ 융합미디어 환경아래서 문화다양성 측정 요소들에 대한 의견 등 네 가지 주제에 대하여 9개의 세부 항목⁹⁾을 구분하여 활용하였고, 수집한 응답에 대한 추가적인 설명이 필요할 경우 전화나 이메일을 통해서 보완하였다. 이를 통해 이 연구는 디지털 융합 환경에서 문화다양성의 구성 범주, 가치 그리고 측정 요소들에 대한 견해들을 체계화하였다.

9) 2010년도 정보통신정책연구원의 ‘디지털 컨버전스 기반 미래연구: 미디어 융합 환경에서 문화다양성의 의미 변화와 전망’ 연구 프로젝트에서는 12개 세부항목을 측정했으나, 본 연구에서는 연구주제와 관련된 9개 항목만 채택하여 분석하였음.

주제	세부 항목
융합 미디어와 문화다양성의 관계	① 융합미디어가 새로운 문화적 기능을 수행하는지 ② 미디어다양성의 재개념화의 필요성 및 지향 가치
융합 미디어 환경에서 문화다양성 구성요인	③ 문화다양성 개념에 대한 견해 ④ 문화다양성의 촉진 혹은 저해 요인
융합 미디어와 문화다양성관계의 지향가치	⑤ 미디어(다양성)과 문화다양성과의 관계 ⑥ 융합미디어 환경에서 문화다양성의 새로운 요인 및 조건 ⑦ 융합미디어 환경에서 문화다양성 확보의 핵심 지점이나 요소
융합 미디어 환경에서 문화다양성 측정 방향 및 정책	⑧ 융합미디어 환경에서 문화다양성 지수 측정 범주에 들어갈 내용 ⑨ 미디어다양성을 포함한 문화다양성 활성화를 위한 정책 방향

인터뷰에 참여한 사람들의 일반적인 일반적 특성 및 활동 분야는 다음과 같다.

<표 1> 인터뷰 참여자의 일반적 특성

사례	성별	경력	활동 분야
1	남	28년	미디어 운동, 독립영화 관련 교육, 네트워킹
2	남	10년	문화현실, 정책, 문화운동
3	여	5년	여성주의 미디어 활동
4	여	7년	인권활동가, 인권영화제 기획
5	남	3년	문화산업 관련 연구직
6	남	12년	대중문화 교육
7	남	10년	언론·미디어 연구 분야
8	남	20년	교육 및 학술연구
9	여	4년	미디어 콘텐츠 및 수용자 연구
10	남	10년	방송 문화연구 및 방송 콘텐츠 비평

3) FGI 결과 전문가들의 문화 다양성 인식

(1) 메타문화로서의 미디어

전문가들의 의견을 종합해본 결과, 디지털 융합 미디어 환경에서 미디어는 전통적인 역할을 넘어서 문화를 향유하는 또 다른 문화가 되었으며, 문화다양성을 정의함에 있어서 중대한 배경이 되었다. 이러한 견해는 본 연구가 제시하고자 하는 메타문화 개념에 상당히 일치하고 있음을 확인할 수 있다.

무엇보다 전문가들은 디지털 융합 미디어 환경 변화의 특징을 미디어 문화의 발전과 다양한 문화 활동에 대한 기술적 지배성으로 보는 경향을 보였다.

<표 2> 메타문화로서의 미디어

미디어 특성	문화적 내용	대표적 기술적 기제
쌍방향성, 상호작용, 일상성, 탈시·공간성	· 참여·개방·공유의 문화 · 아래로부터 소통의 문화 · 창의적 소비문화 · 자기표현 및 타자와 연대 문화	Wibro체계, 스마트 폰 등모바일 미디어

- 전문가 1 - “미디어의 쌍방향성, 일상성이 강화되면서 참여적 문화, 아래로부터의 소통의 문화가 확장되고 있다. --- 그 문화적 기능은 상업화와 민주화라는 양 측면을 동시에 드러내며 진행되는 것이 현재 미디어 문화의 특성이라고 생각한다.”
- 전문가 2 - “고도의 네트워크를 가능하도록 만든 디지털 미디어 기술혁신이 수용자간 정보적 소통을 긴밀하게 형성시키고 집단지성을 불릴만한 앎의 주체로서 미디어 수용자를 이성의 주체로 변화시키고 있다.”
- 전문가 5 - “기존의 문화향유지에 머물렀던 대중이나 수용자들이 다양한 콘텐츠를 창의적으로 소비할 뿐 아니라 적극적으로 생산할 수 있게 되었고 --. 문화 생산자와 수용자가 극명하게 나뉘었던 과거와는 달리 형식에 얽매이지 않는 다양한 문화적 생산이 가능하게 되었고, 이는 확일적이고 무기력한 대중에서 능동적이고 현명한 다중의 등장에 대한 가능성을 열어주고 있다.”
- 전문가 7 - “문화적인 차원에서 지식과 담론의 민주적인 생산과 매개 및 수용을 일정 부분 촉진시켰으며, 특정 문화적인 이슈와 트렌드들이 보다 탄력적이고 빠른 속도로 전파, (재)전유, (재)생산 그리고 수용될 수 있는 환경을 형성했다.”
- 전문가 10 - “문화는 자기표현과 타자와의 연대라고 정의하고 싶다. 그래서 융합시대에서 미디어는 주체의 자기표현을 보다 쉽게 할 수 있도록 도왔고, 더불어 표현을 담는 매체의 힘까지도 증가시켰다. 자기표현은 매체의 힘에 의해 사회화 될 수 있는 개연성이 높아졌고, 이는 나아가 타자와의 연대 가능성 또한 늘렸다.”

이처럼 전문가들은 디지털 융합 미디어, 특히 모바일 미디어와 기술의 발전에 기반하여 일상생활과 문화활동에 대한 미디어 문화의 지배성과 영향력을 중시하는 것으로 나타났다. 그들에 따르면, 이 미디어 문화는 ① 기술적 기제, ② 기술적 기제가 구현하는 미디어의 특성, ③ 기술적 기제와 미디어 특성에 의해서 만들어지는 문화적 내용의 3가지 차원을 통해 그 실체를 파악할 수 있다.

먼저, 기술적 기제의 경우, 이전의 세대와 차별적이고 가장 두드러진 대표적인 기제로써 와이브로 체계나 스마트 폰 등의 모바일 기술이 있다. 이 기술들의 상용화로 인해서 개인들의 소통과 네트워크가 활성화(전문가 8)되었으며, 새로운 특성을 가진 미디어를 구현할 수 있게 되었다. 즉, 새로운 미디어 특성이란, 과거의 일방적 미디어 수용을 넘어서 쌍방향 소통이 가능하며, 더 나아가 실시간 상호작용할 수 있게 되었다는 점과 이러한 능력이 일상적으로 보편화되었으며, 누구나 시·공간을 초월하여 미디어를 활용할 수 있게 되었다는 점에서 찾을 수 있다. 이러한 미디어 활용성은 새로운 문화의 출현을 가능하게 하였다. 즉 참여·개방·공유의 문화, 아래로부터 소통의 문화, 창의적 소비문화, 자기표현 및 타자와 연대 문화들이 디지털 융합 미디어를 통해(through) 부상하였다. 이는 새로운

형태의 문화 주체, 즉 문화 ‘생비자(prosumer)’에 의한 문화향유를 가능하게 하였다. 결국, 문화 생비자들은 참여·개방·공유의 문화, 아래로부터 소통의 문화, 창의적 소비문화 그리고 자기표현 및 타자와의 연대 문화를 생산하고 소비한다.

전문가들은 디지털 융합 미디어 환경에서 부상하고 있는 메타문화의 공통적 특성을 무엇보다 ‘능동성’으로 설명하고 있다. 이 능동성은 미디어에 의해 운영되는 사회의 문화 양식들의 다양성을 구성할 수 있는 중요한 요인임을 파악할 수 있다. 왜냐하면 디지털 미디어를 사용하고 구성하는 사람들의 가치가 다양하게 투영될 수 있기 때문이다. 예를 들어, 현재 디지털이나 네트워크 기반의 융합미디어들은 사회문화 운동의 중요한 소통의 장이자 전략으로 활용되고 재생산되며(전문가 3), 표현의 자유를 실현할 수 있는 공간과 기술이 확장되고 문화의 경계와 범위가 넓어짐으로써 사람들이 적극적인 참여의 기회를 준다(전문가 4). 또한 사회의 배제된 공간까지 다양한 정보를 접근하게 만들어 주고 정보 왜곡의 가능성을 감소시킨다(전문가 6).

그러나 이러한 능동적 변화를 매개하는 기술과 미디어들이 시장의 거래에 기초하여 촉발되고 있으며 전통적인 공공 미디어 정책이 한계가 드러나는 상황에 놓이게 되었다(전문가 1). 따라서 현실에 있어서 그 문화적 기능은 상업화와 공공이익을 위한 역할이라는 다소 상충적인 이중성을 내포하고 있다. 그러므로 이러한 이중성을 드러내며 진행되는 것이 현재 메타문화의 특성이라 볼 수 있다.

(2) 메타문화와 문화다양성

한편, 메타문화의 출현에 따라서 문화다양성이 어떻게 범주화될 수 있는지를 전문가들의 의식을 통해서 살펴볼 수 있다. 새로운 문화다양성의 범주는 메타문화의 문화 환경, 그리고 긍정적 혹은 부정적 영향에 대한 전문가들의 의견 속에서 드러난다.

메타문화의 문화 환경	문화다양성의 정적 재정립	문화 다양성에 대한 부적 영향
<ul style="list-style-type: none"> · 문화 생산 시스템의 재구성 · 문화생태계의 다양성 · 다양한 층위와 소비자의 공존 	<ul style="list-style-type: none"> · 사회문화적 공공성을 담지한 질적 다양성 · 대중 일반으로부터 출발하는 민주성과 기회의 공정성을 담은 다양성 · 인권을 담지한 다양성 	<ul style="list-style-type: none"> · 문화 다양성의 몰이해와 독점 · 자본의 논리 및 사회적 특성에 따른 특정 문화물의 과도한 지배력 · 소수 주류미디어에 의한 편파된 미디어 구조

- 전문가 9 - “디지털 융합 미디어에 의한 미디어 문화는 플랫폼 중심의 문화 콘텐츠 소비 구조를 콘텐츠의 생산, 유통, 소비 시스템 등, 콘텐츠 중심의 소비 구조로 변화시켰다.”
- 전문가 1 - “이러한 변화는 문화생태계의 조화로운 발전과 소통의 확장에 대한 인식을 제고하고 있으며, 따라서 문화 콘텐츠 생산 시스템 전반을 재구성하는 시기가 전제되는 다양성 개념을 정의할 수 있다.”
- 전문가 7 - “문화다양성은 다양한 계층과 스펙트럼을 배경으로 하는 문화들, 예컨대 지배문화와 상업적 대중문화, 하위문화, 소수문화, 디문화, 코즈모폴리턴리즘, 잡종문화, 전통문화 등과 이들 문화를 향유하고, 생산/전유하는 집단들이 일정하게 공존하고 서로의 존재와 자신들이 선호하는 콘텐츠를 인정 할 수 있는 상황을 뜻한다.”

위의 전문가들의 견해에서 나타나고 있는 메타문화는 콘텐츠 중심의 문화 생산 시스템을 재구성하

고, 이에 기반하여 새로운 문화 생태환경을 구축한다. 새로운 문화 생태계는 다른 유형의 문화 인자들이 출현할 가능성 및 이를 실현하는 시스템과 연관된 사회적 가치(전문가 6)가 내재되어 있어야 한다. 그러므로 문화는 단순한 소비재 상품을 넘어 삶의 결과물들로 사회구성원, 계층, 국가 공동체적 정서가 혼종 되어 드러나는 것(전문가 9)으로, 모든 사회구성원 혹은 개개인들이 문화의 생비자로서 공존할 수 있는 가능성을 만들어 놓았다.

한편, 전문가들의 의견을 통해서 메타문화 환경에서 문화다양성에 대한 보다 발전적인 재정립의 필요성과 위험요소들을 파악할 수 있었다.

먼저, 문화다양성에 대한 새로운 개념정립 방향에 대한 의견은 다음과 같다.

- 전문가 7 - “오늘날 늘어난 플랫폼과 미디어 채널 그리고 콘텐츠의 흐름 등이 총합되어 양적인 풍요의 시대를 구가하고 있음에서 이 양적 풍요로움이 질적이며 사회문화적 공공성을 견인하고 실천하는 다양성인지를 제고할 필요가 있다.”
- 전문가 6 - “따라서 단순한 양적 차원에서의 다양성에 대한 개념을 넘어 정책적 배려를 고려한 재 개념화가 필요한데, 이를 위해서는 문화 확산에 있어서 공정함과 정의에 대한 인식이 필요하다.”
- 전문가 1 - “다양성은 ‘밑으로부터의 요구’라 할 수 있는 일반 대중의 문화 현실과 욕구로부터 제기되어야 한다.”
- 전문가 5 - “문화의 다양성은 한 사회의 성숙된 삶의 질, 민주화 정도를 보여주는 중요한 지표이다.”
- 전문가 4 - “인종, 성, 나이, 언어, 종교, 정치적 견해, 사회적 출신, 국가 등이 고려된 다양한 문화적 형식들이 기본적으로 보장되고, 이들에 대한 개방적인 평가가 가능해야한다.”
- 전문가 3 - “현재 문화다양성 지수는 재현물에 대한 평가에 중점을 두고, 성별, 지역, 세대, 계급, 인종, 민족, 정치적 지향 등에 차별이 존재하는지의 여부에 중점을 두고 있는데, 성별 뿐 아니라 성정체성, 섹슈얼리티의 범주 역시 필요하다. 또한 장애인, 이주민, 성소수자 등의 인권과 관련한 범주들도 필요하다.”

전문가들의 공통적 의견은 계량적 차원을 넘어서 사회적 의제들을 담지하는 질적 수준으로의 발전과 다차원적 문화주체들이 참여하고 이들의 삶을 반영하는 아래로 부터의 다양성을 추구해야함을 강조하고 있다. 이는 무엇보다 문화다양성 혹은 다문화 담론들이 정부나 기업 등에 의해 획일적으로 유포되는 문제점(전문가 5)을 보완할 수 있으며, 개인의 표현의 자유에 대한 체감도 및 개인들의 문화적 연대와 집단 지성에 대한 체감도(전문가 10)와 같은 문화적 인지의 다양성을 반영할 수 있다. 결국, 전문가들은 문화다양성은 배제와 차별없는 ‘기회’의 민주성과 인권이라는 가치를 중심에 두고 재정립되어야 함을 강조하였다.

다른 한편, 전문가들은 문화다양성을 위협하거나 왜곡할 수 있는 위협적 요소들에 대하여 다음과 같은 의견을 제시하였다.

- 전문가 1 - “다양성에 대한 몰이해 및 그에 기초한 정책 결정 프레임과 자원 분배의 문제가 있다. 말하자면, 필연적으로 독점을 낳고 결과적으로 공정한 분배 및 다양성 보장을 저해하는 시장중심주의와 이에 기초한 공적 영역에 대한 역할이 재배치되는 지배적 사회구조가 장애물이다.”

- 전문가 7 - “자본논리에 의한 특정한 문화물의 과도한 생산과 범람 그리고 시장과 수용자들에 대한 문화산업이나 거대기업의 장악능력, --- 국가나 지배집단의 특정한 문화에 대한 과도한 보호와 집착, --- 민족주의나 국수주의와 결합된 문화의 형성, --- 남성우위의 문화와 같은 특정한 젠더문화 등을 장애물로 꼽을 수 있다.”
- 전문가 3 - “----. 소수의 주류 미디어가 사회적 이슈와 관점, 대중적 취향을 지배하고 장악하고 있는 상황에서 문화다양성은 저해될 수밖에 없다.”

이처럼 전문가들은 문화다양성에 대한 이해부족과 시장중심주의에 따른 공적 영역의 축소, 자본 논리나 지배집단의 보호에 기인한 특정 문화물의 과도한 범람과 사회적 특성으로 인한 편향 그리고 편향적인 미디어 구조들이 문화다양성을 가로막는 장애요소로 지적하고 있다.

(3) 문화 다양성의 측정 방안 : 프레임 구축 방향

전문가들은 문화다양성을 측정하기 위한 구체적인 요인들에 대하여 다음과 같은 의견들을 제시하였다.

- 전문가 1 - “콘텐츠가 대변하는 계층 및 의제, 콘텐츠의 생산주체와 재현의 소재, 주요 수용계층 등 콘텐츠의 생산과 소비, 소통과정 전반을 아우르는 범주가 구체적으로 정리될 필요가 있다”
- 전문가 4 - “참여 또는 노출 빈도(인종, 성, 나이, 언어, 종교, 정치적 견해, 사회적 출신, 국적 등)를 기본적으로 보장한다. 융합 환경에서의 쓰임새와 쓸모 가치, 상업적 가치 등의 판단에서 개방적 평가를 할 수 있어야 한다.”
- 전문가 2 - “다양한 사회구성원의 다원화된 욕망을 포용할 수 있어야한다. 또한 현상을 양화하기 위한 척도의 역할을 넘어, 현실을 규정하는 사람이나 정책, 산업 간의 입체적 교차 분석이 가능하도록 설정되어야한다”

전문가들은 문화다양성 측정을 위한 프레임 구축방향을 사회 현실을 반영한 거시적 차원에서 제시하였다. 이들의 주장은 지금까지의 문화다양성에 대한 미시적, 산술적 측정이 놓치고 있던 본질적인 사안들을 지적하고 있다는 점에서 의미가 있다. 그밖에 접근의 다양성과 내용의 다양성을 중심으로 한 분석(전문가 9), 기존의 성별, 지역 세대 등을 반영한 재현물에 대한 평가 뿐 만 아니라 인권과 관련한 범주, 생산주체의 다양성의 포함(전문가 3) 등 콘텐츠 자체가 반영해야할 사안들을 제시하였다. 또한 국가 기구의 역할과 책임에 대한 정당성 평가와 문화다양성에 참여하거나 고민하는 사회단체의 활동에 대한 평가(전문가 10)와 새로운 미디어 컨버전스 디바이드에 대한 분석(전문가 6) 등 새로운 시각에서의 다양성 측정을 위한 프레임 구축 방향을 제시 하였다.

결국, 전문가들의 의견을 종합한 결과, 디지털 융합 환경에서는 보다 넓은 스펙트럼을 가지고 다양한 문화적 가치들을 고려해야 하며, 이들의 의견을 ‘미디어 활동의 다원성’, ‘문화적 표현의 다양성’, ‘문화 확산의 다양성’ 그리고 ‘문화적 인지의 다양성’의 차원에서 정리하여 새로운 문화다양성 프레임으로 제안할 수 있을 것이다.

<표 3> 문화다양성 구성 범주

문화다양성 인자	메타문화적 조건(미디어 환경)	측정 방향
미디어 활동의 다원성	콘텐츠 생산체계의 다각화	산업 · 양적 · 질적접근의 필요
문화적 표현의 다양성	개개인의 표현 가치 실현	
문화 확산의 다양성	정보 및 콘텐츠의 다양한 흐름 보장	
문화적 인지의 다양성	표현의 자유 체감도, 집단지성, 문화적 연대감	

본 연구가 제시하는 문화다양성 범주는 현상을 양화하기 위한 척도의 역할을 넘어, 현실을 규정하는 사람이나 정책, 산업 간의 입체적 교차분석을 가능하게 함으로써 보다 정책적 현실성을 반영한 프레임을 구축하는 기초가 될 것이다. 전문가들의 견해는 디지털 융합 미디어 기술이 만들어 내는 메타문화의 실체와 역할이 문화다양성을 이해하는 중요한 전제임을 확인하고 있다. 결론적으로, 문화다양성은 문화를 어떻게 이해할 것인지에 대한 가이드를 제시하는 것 뿐 만 아니라, 문화사이의 차이를 어떻게 보장해야 하는가에 대한 내용과 소통의 기회 제공에 대한 문제로 개념을 확장해야 할 필요가 있음을 보여주고 있다.

4. 문화다양성 실천을 위한 분석 프레임

지금까지 본 연구는 선행연구를 통해 미디어다양성에서 문화다양성으로의 개념적, 실천적 전환의 필요성을 제시했으며, 메타문화 환경에서의 문화공유지 확보를 위한 문화다양성의 실천 방향, 그리고 문화다양성 구성범주에 대한 전문가 인식을 기반으로 문화다양성의 조건들을 살펴보았다.

이를 바탕으로 본 연구는 문화 다양성을 위한 정책적 실천 방향으로써 분석 프레임을 다음과 같이 제안한다. 이 측정 프레임은 미디어를 통한 문화다양성 조건인 미디어 활동의 다원성, 문화 확산의 다양성, 그리고 미디어 안에서의 문화다양성 조건인 문화적 표현의 다양성, 문화적 인지의 다양성 등 4가지로 구축 하였다. 이 4가지 조건들은 각자 적합한 측정 지수를 세분화하여 교차분석이나 회귀분석을 통해서 문화다양성의 결정적 요인들을 찾아내어 정책적 실천 방향을 도출하는데 활용할 수 있다.

메타문화			
미디어를 통한 문화다양성			미디어안에서의 문화다양성
미디어활동의 다원성	· 공급구조 · 수용자 참여구조		· 인구사회학적차원 · 장르적 차원 · 소재별 차원
문화확산의 다양성	· 확산 방법(채널, 네트워크)		· 문화 인지 차원 · 가치평가 차원

이에 본 연구는 다음과 같이 4개 조건들에서 분석 가능한 사례들을 제시하고자 한다. 첫째, 미디어 활동의 다원성에서는 미디어의 공급구조와 이용자의 수용 및 참여구조를 분석할 수 있을 것이다.

<표 4> 미디어 활동 분석내용

		분석내용
공급 구조		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 사업 여건 : 사업진입, 교차소유 및 시청 점유율 ▶ 생산 여건 : 외주제작 비율 및 망 중립성 ▶ 인적 여건 : 제작인력의 다양성
수용자 참여 구조	시·공간	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 시·공간적 제약 없이 콘텐츠 및 프로그램이나 콘텐츠에 대한 접근 가능성 정도 ▶ 프로그램 및 콘텐츠에 대해 의견을 개진할 수 있는 시·간적 경로 확보 유무 ▶ 프로그램 및 콘텐츠 제작 참여와 평가를 위해 시청자들에게 제공되는 시·공간 정도
	기술	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 일반 시민들의 콘텐츠 및 프로그램을 제작 및 참여를 위한 기술적 지원 여부 ▶ 일반 시민들의 창작 환경을 위한 어플리케이션 제공 여부 ▶ 일반 시민들이 콘텐츠 및 프로그램과 콘텐츠를 활용할 수 있도록 소스를 제공하는 수준

먼저, 공급구조로는 미디어 기업들의 사업 여건, 콘텐츠 생산 여건 그리고 생산에 참여하는 인적 구성 등의 다양성을 고려할 수 있다. 이 요소들은 주요 생산주체들의 다양성과 개방성 수준을 관찰할 수 있는 조건들이다. 수용자 참여 측면에서는 시·공간적 콘텐츠 제작 참여 및 이용 가능성, 기술적 측면에서의 수용자 활용성 수준 등을 고려할 수 있다. 이를 통해 다각적인 콘텐츠 접근과 수용 방식을 허용하고, 생비자로서 문화 콘텐츠의 창조와 능동적 수용의 다양한 활동을 가능하게 하는 조건들을 측정한다. 각각의 미디어들이 수용자의 능동적 참여와 쌍방향 기회를 어느 정도 허락하며, 시간·공간 및 기술적 기회를 분석함으로써 다양성의 측정이 가능하다. 이는 양적인 빈도분석과 질적인 내용분석의 병행이 가능하다.

결국, 미디어 활동의 다원성은 콘텐츠의 제작, 배급, 및 인력 등에 기초하여 나폴리(2001)의 공급원의 다양성이나 허핀달 허시먼 지수(HHI)에 따른 경쟁자들에 의한 시장 분할 분석에 기반한 다양성(Hill, 2006) 뿐만 아니라 생비자적 미디어 활동의 다원성 등을 포함하여 디지털 융합 미디어 환경에 부합하도록 확장한 분석 범위이다.

둘째, 문화 확산의 다양성은 문화 콘텐츠와 프로그램들을 미디어 이용자들에게 전달하는 과정에서 다양한 플랫폼, 채널 그리고 네트워크 실태, 재시청 및 채널 접근성 등을 분석 범주로 한다. 장르별 혹은 소재별로 다양하게 구성된 콘텐츠들이 특정 채널이나 네트워크에 편중됨 없이 균형적으로 분배되는 과정을 분석함으로써 문화 확산의 인프라들이 다양하게 구축되어 있는지를 분석할 수 있을 것이다.

<표 5> 문화 확산의 다양성 분석내용

		분석 내용
확산방법		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 콘텐츠 및 프로그램이 방송되는 채널 및 장구가 다양하게 확보되었는지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램의 재시청 및 재청취가 용이하게 이뤄지는지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램을 시청하기 위한 네트워크 비용은 적합한지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램을 시청할 수 있는 네트워크가 확보되었는지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램을 시청할 수 있는 방법이 용이한지 여부

나폴리(1997)는 다양한 정보원이 제공한 정보들을 실질적으로 소비 할 수 있는 미디어 시스템과 무료 콘텐츠의 접근성을 통해 접근의 다양성 문제를 제기하였다. 문화 확산의 다양성은 나폴리가 제시한 배급원의 다양성과 노출의 다양성에 대한 문제의식을 반영하고 있다. 디지털 다중 미디어 시대라는 특성을 고려할 때, 배급자와 노출을 문화 확산의 다양성의 주요한 조건으로 포함 할 필요가 있다. 국내 연구에서 채널 증가에 따른 경쟁 현황과 프로그램의 다양성 증가 실태에 대한 연구들은(한진만, 1996 ; 최영목, 1997 ; 박소라, 2003) 문화 확산의 다양성에 대한 인식을 반영하고 있다. 그러나 문화 확산을 위한 인프라에 대한 보다 면밀한 분석에는 이르지 못하고 있다. 한편, 문화 확산의 다양성은 심슨의 다양성 지수(Simpson' Diversity Index) 측정 방법론을 응용하여 일정 지역 내 혹은 국가 범위에서 문화 확산을 다양하게 할 수 있는 채널이나 네트워크 및 콘텐츠 어플리케이션의 활용 가능 여부를 판단할 수 있는 조건들을 측정할 수 있다.

셋째, 문화적 표현의 다양성은 문화 콘텐츠나 프로그램들이 내용을 구성하는 과정에서 인구사회학적 요소들을 얼마나 다양하게 반영하고 있는지, 문화양식으로 규정되는 장르들¹⁰⁾과 소재들이 다양하고 균형 있게 제공되고 있는지 여부를 분석할 수 있다.

<표 6> 문화적 표현의 다양성 분석내용

	분석내용
인구 사회학적 차원	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 다양한 계급/계층의 문제를 다양하게 다루고 있는지 여부 ▶ 다양한 세대(어린이, 청소년, 장년, 노인), 여성의 문제를 다양하게 다루고 있는가의 수준 ▶ 지방 거주자, 지역 언어 등 지역성을 다양하게 다루고 있는지의 수준 ▶ 인종, 민족, 종교를 다양하게 조명하고 있는지 여부
장르적 표현의 다양성	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 11개의 장르가 균형있게 방영되고 있는지 여부 ▶ 11개 장르의 프로그램 편성 시간의 분배가 공평하게 이뤄지고 있는지 여부 ▶ 시민 참여 콘텐츠 및 프로그램을 제공하고 있는지 여부 ▶ 비평 콘텐츠 및 프로그램을 통해 시청자의 의견을 취합하고 반영하는지 여부
소재별 표현의 다양성 (예술, 스포츠)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 콘텐츠 및 프로그램에서 음악·문화·예술적 소재를 다양하게 다루고 있지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램에서 국내 문화유산에 대한 다양한 정보를 제공하는지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램에서 해외의 문화적 유산에 대한 다양한 정보를 제공하는지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램에서 지역의 문화에 대한 다양한 정보를 제공하는지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램은 다양한 스포츠 소재를 다루고 있는지 여부

문화적 표현의 다양성은 기존에 논의된 장르, 소재, 인구사회학적 요인들 그리고 아이디어나 시각을 반영한 콘텐츠 및 프로그램 내용의 다양성(Dominic & Mearce, 1976 ; Owen, 1977 ; Mitchell, 1978; Napoli, 2001 ; 이은미, 2001 ; 박소라, 2003)을 반영한 변인들과 채널 내 및 채널 간의 장르별 비율 분석(이준호, 1998 ; 한진만, 1992), 편성표를 기반으로 한 프로그램 다양성 분석(이은미, 2001; 임성원, 2007; 조익환·이상우, 2012) 사례들로부터 구체적인 다양성 요소들을 추출하여 변인 분석을 할 수 있을 것이다. 특히, 지상파 방송과 종합편성 채널의 편성표 분석을 통한 프로그램 다양성을 측정하고자 조익환과 이상우(2012)가 응용한 다양성 집중도 지수인 HHI(Herfindahl-Hirshman Index)를 변용할

10) 방송통신심의위원회의 장르 구분법에 따라 뉴스/사사보도, 코미디/개그시트콤, 퀴즈/두뇌게임, 자연/역사/다큐멘터리, 스포츠, 예술/문화/교육, 영화, 연예/오락/쇼, 드라마, 토론/대담, 요리/인테리어/여행정보 등 11가지 장르

수 있을 것이다.

넷째, 문화적 인지의 다양성은 미디어 이용자들이 문화 콘텐츠나 프로그램을 소비하고 향유하는 과정에서 가치와 사상, 의견, 취향 및 문화를 다양하게 인지하고 의식하는지, 미디어를 통한 문화 소비의 다양성 만족을 측정하여 문화다양성을 관측한다. 문화 콘텐츠가 시장에서 유통되고, 소비되며, 미디어 이용자들에게 얼마나 가치를 인정받고 있는가를 측정하는 것은 문화다양성의 필수적 사항이다. 따라서 얼마나 다양한 콘텐츠들이 시장에서 가치를 인정받고 소비 기회를 부여받는지, 그리고 어떤 콘텐츠가 시장에서 지배하는지를 측정하는 것이 문화다양성의 현실을 가늠하게 하는 열쇠가 된다.

<표 7> 문화적 인지 다양성 분석 내용

	분석 내용
문화인지	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 특정한 가치나 사상을 편중되게 전달하는 콘텐츠 및 프로그램이나 정보를 시청했는지 여부 ▶ 특정한 의견이나 취향을 편중되게 전달하는 콘텐츠 및 프로그램이나 정보를 시청했는지 여부 ▶ 특정한 문화를 편중되게 전달하는 콘텐츠 및 프로그램이나 정보를 시청했는지 여부 ▶ 지역의 문화나 소식을 전달하는 콘텐츠 및 프로그램을 얼마나 시청했는지 여부 ▶ 주어진 시간동안에 얼마나 다양한 콘텐츠 및 프로그램을 시청했는지 여부 ▶ 콘텐츠 및 프로그램 내용에 대하여 자유롭게 평가하고 있는지 여부
가치평가	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 이용자들이 선호하는 채널 ▶ 이용자들이 선호하는 콘텐츠 및 프로그램 ▶ 이용자들이 선호하는 뉴미디어와 네트워크

유의선(2009)이 제안한 다양성 측정 방식 가운데 성인 남·여가 뉴스정보를 주로 얻는데 선호하는 주요 매체 수에 대한 분석, 그리고 웹스터(Webster, 2007)가 제시한 가정에서 개인들의 채널과 프로그램 소비 행태를 분석하는 수직적 다양성(vertical diversity)은 이용자 측면에서 다양성의 문제를 접근했다는 점에서 문화의 인지적 다양성 분석의 한 부분으로 고려할 수 있다. 그러나 문화의 인지적 다양성은 그러한 형식적 다양성 측정 변인과 더불어 내용적 다양성을 측정할 수 있는 변인이 함께 고려될 필요가 있다. 따라서 이용자들이 선호하고 더 가치를 부여하는 매체와 채널, 프로그램에 대한 평가, 그리고 문화 인식 실태를 통해 문화적 인지의 다양성을 측정할 수 있다.

결론적으로 디지털 융합 미디어의 활용에 의해 확산되고 있는 메타문화는 문화 콘텐츠의 생산, 유통 그리고 소비 형태들에 중대한 영향을 미치고 있다. 이에 따라 문화다양성 측정을 위한 새로운 프레임이 요구되고 있다. 본 연구가 제시한 미디어 활동의 다원성, 문화적 표현의 다양성, 문화 확산의 다양성 그리고 문화적 인지의 다양성은 메타문화와 결합된 문화 콘텐츠의 다양성의 실체를 파악하고 정책 방향을 제고함에 있어 실효성 있는 분석 프레임을 제시해줄 것이다.

5. 결론 : 문화다양성의 지향 가치

본 연구에서 문화다양성을 미디어다양성과 구분하여 독립적으로 연구 대상으로 삼고자 한 목적은 개인화, 파편화, 상업화에 의해 지배되고 있는 메타문화 속에서 공공정책의 기본 방향이 ‘문화 공유지’

의 구축에 우선순위를 두어야함을 강조하기 위해서이다. 실상, 미디어 환경의 변화와 산업의 이해관계에 의해 의도적으로 확대 및 재생산되는 미디어와 문화의 다양성은 실질적인 다양성이라기보다 양적·기계적 혹은 박제화 된 다양성으로 변질될 개연성이 상존한다(전문가 5 인용). 따라서 증가한 플랫폼과 채널, 그리고 네트워크들이 집합적으로 형성하는 양적인 풍요에도 불구하고, 이 다양성이 사회·문화적으로 공공성을 견인하거나 실천할 수 있는 다양성인지에 대한 공론화가 요구된다(전문가 7 인용). 따라서 미디어 정책이 공공성과 공익 실현을 목적으로 하기 위해서는 우선 미디어가 문화 영역에서의 공공이익에 기여할 수 있도록 정책적 기조를 정립할 필요가 있다. 그 이유는 서두에서도 밝힌바와 같이 디지털 융합미디어가 우리시대의 에피스테메로써 개인의 인식 차원 뿐 만 아니라 사회문화적 활동에도 중대한 영향을 미치면서 문화의 장을 형성하기 때문이며, 디지털 융합 미디어 세계에서 문화공유지 형성은 공공이익의 핵심적 사안이 될 것이기 때문이다. 실상, 문화공유지 구축은 문화다양성의 실현과 불가분의 관계를 맺고 있다. 그리고 문화다양성을 통해서 문화공유지를 안정화 시키고 더욱 확장시킬 수 있을 것이다.

이러한 점에서 본 연구가 미디어 활동의 다원성, 문화적 표현의 다양성, 문화 확산의 다양성, 문화적 인지의 다양성을 문화다양성의 측정틀을 위한 프레임으로 제시하고 각 분석 요인들을 사례로 제안한 것은 다양성의 실체를 보다 총체적으로 파악하는데 유용할 것이다.

지금까지 국내에서 사용되고 있는 문화 콘텐츠 및 프로그램에 대한 평가는 구 방송위원회의 수용자 반응조사(Appreciation Index: AI), KBS의 공공성지수(Public Service Index), EBS의 콘텐츠 및 프로그램 평가지수(EBS Program Evaluation Index: EPEI), MBC의 질적 지수(Quality Index: QI), SBS의 시청자 만족지수(Audience Satisfaction Index) 등이 있다. 이 측정방안들은 방송사들의 콘텐츠 및 프로그램 품질을 고려하여 각 사의 경영방침에 기초하여 진행되고 있는 방법들이다. 이러한 콘텐츠 및 프로그램 평가지수들은 수용자가 단순히 자사의 콘텐츠 및 프로그램을 시청했는가에 대한 여부를 넘어서 어떻게 콘텐츠 및 프로그램을 평가하는가에 대해 관심을 두는지를 측정하고자 하였다. 하지만 현실적으로 콘텐츠 및 프로그램 평가 지수들은 자사 홍보용이나 정책 권고에 의해 진행되어 왔다는 현실임을 감안 할 때, 이제는 보다 통합적이고 미디어 환경에 부합하는 국가 정책적 프레임 속에서 문화다양성에 대한 관찰을 고려할 필요가 있다. 각 방송사의 각론적 측정 프레임과 단순한 양적, 계량적 다양성 측정 수준을 넘어서 문화다양성을 위해 국가정책이 지향하고자 하는 가치가 포함된 분석기준이 필요하다. 따라서 본 연구에서 제시한 4가지 문화다양성 범주는 문화다양성 정책이 다음과 같은 가치체계를 지향해야 할 필요가 있음을 강조하는 의미가 있다.

<표 8> 문화다양성의 가치체계

요소	내용	방향
다양한 미디어 활동	미디어 시장의 민주화	문화 공유지 구축
민주적 소통의 확장	다양한 행위자들의 참여 보장	
사회·문화적 가치포함	문화간 균형있는 발전과 민주적 수용	

문화다양성이 고려해야할 요소들로는 ‘다양한 미디어 활동 환경’, ‘민주적 소통의 확장’, 그리고 ‘사회·문화적 가치’들이 있다. 이 각 요소들은 민주적인 미디어 시장을 구축하고, 다양한 문화 행위자

들, 주체들의 참여가 보장되고, 우리사회에 현존하는 문화들이 균형있게 발전하면서 동시에 민주적으로 수용할 수 있는 환경을 만들어 갈 것이다. 그리고 이 요소들 통해서 문화공유지를 구축하는 것이 정책의 최종 목표가 되어야 할 필요가 있다.

문화다양성이라는 현안에 대한 정책은 자칫 각 문화 주체들의 창작 활동과 자유로운 문화 및 작품들을 표준화하고 획일화시키며, 수직적으로 가치화시키는 관료주의적 감독체제의 위험성을 내포하고 있다. 문화다양성 분석 프레임 역시 각 창작품과 문화 활동, 미디어를 통한 문화 콘텐츠의 확산을 특정한 기준으로 평가함으로써 다양한 활동을 서열화 시키고, 가치의 경중을 따지고, 이를 기준으로 하여 국가 경쟁력을 위한 산업 증진이라는 이름으로 문화 활동과 미디어 활동에 대하여 선별적으로 지원하는 지극히 관료주의적 정책이라는 함정을 만들 위험성을 가지고 있다. 그럼에도 본 연구는 현재의 시장 중심, 경제적 가치 중심의 편중되어 있는 미디어의 문화 생산 체계를 보완하고, 디지털 멀티미디어가 시민사회를 위한 균형 있는 문화 활동의 장으로 정립되기 위한 기초로써 문화다양성 프레임의 필요성을 제시하고자 하였다.

본 논문은 문화다양성의 정책적 가치를 모색하고자 하였음에도 불구하고, 많은 부분을 간과하였음을 다시금 발견하게 된다. 다문화의 문제, 우리사회의 문화적 층위에 대한 심층적 분석, 해외 사례를 통해 문화다양성의 실태를 보다 폭넓게 탐색하지 못함에 따른 논리적 불안정성이 여전히 남아있다. 특히 본 논문이 제시한 메타 문화에 대한 보다 정제되고, 견고한 이론화 작업에 후속 연구 속에서 이루어져야 할 것이다.

Ⅰ 참고문헌

- 김은미, 이혜미, 오수연(2012). 문화소비 행위로서 텔레비전을 본다는 것에 관하여 옴니 보어론과 방송 콘텐츠 소비의 다양성, 『한국방송학보』 26권 3호, 135~175.
- 김응숙(2007). 글로벌 미디어 환경과 글로벌리즘 콘텐츠, 『한국방송공학회논문지』 12권 5호, 480~490.
- 남시호(2010). 미디어다양성의 문화정치학 : 축정의 자유시장, 그 울타리를 넘어서, 『한국언론정보학보』, 통권51호, 136~155.
- 박남기(2004). 지상파 네트워크, 외주제작 의존도 크게 줄어. 『해외방송정보』, 17~22.
- 박소라 (2003). 경쟁 도입이 텔레비전 프로그램 장르 다양성에 미치는 영향에 대한 연구. 『한국언론학보』, 47권 5호, 222~250.
- 박소라·양현모(2006). 외주정책이 제작시장과 외주제작 공급 및 프로그램 다양성에 미친 영향에 관한 연구. 『한국방송학보』, 20권 1호, 50~95.
- 유네스코한국위원회 (2008). 『유네스코와 문화다양성』. 서울: 집문당.
- 유승관(2002). 탈규제와 문화적 다양성 : 미국 지상파방송과 케이블의 소유인종 소유구조를 중심으로, 『방송연구』, 257~284.
- 유의선 (2009). 미디어다양성: 정책합의와 접근 방법. 『방송통신연구』, 69권, 42~68.
- 이상길, 안지현(2007). 다문화주의와 미디어/문화연구 : 국내 연구동향의 검토와 새로운 전망의 모색, 『한국언론학보』, 51권 5호, 53~83.
- 이은미(2001). 1990년대 텔레비전 방송의 다양성 분석 연구: 지상파방송의 프라임 타임대 프로그램 다양성 변동을 중심으로. 『한국언론학보』, 46권 1호, 388~412.

- 임종수(2012). 미디어화 : 일상의 미디어에서 미디어의 일상으로, 『디지털, 테크놀로지, 문화』. 한울.
- 임성원 · 구세희 · 연보영(2007). 지상파방송의 장르다양성에 관한 연구: 시간대별 프로그램 편성과 노출을 중심으로. 『언론과학연구』, 7권 2호, 402~440.
- 전규찬(2004). 텔레비전과 문화다양성, 질적평가의 연관성, 『방송연구』 2004년 겨울호, 7~31.
- 정영호(2013). 미디어 다양성의 동태적 모델을 이용한 다양성 정책의 효과 검증 및 예측, 『한국언론학보』, 57권 1호, 216~244.
- 정준희(2009). 영국의 의견 다윈성 정책과 미디어 집중 규제 사례, 한국언론재단 편, 『세계의 언론법 제 미디어 집중도 조사』, 60~129.
- 조익환, 이상우(2012). 경쟁 환경에 따른 신규 미디어와 기존 미디어의 프로그램 다양성 연구 : 기존 지상파 방송과 신규 종합편성 채널의 다양성 비교, 『한국방송학보』, 26권 6호, 177~212.
- 최영목 (2010). 『한국방송정책론-역사와 전망』 서울: 논형.
- 홍성민(2000). 문화와 아비투스 : 부르디외와 유럽정치사상, 나남.
- 황성연 (2005). 텔레비전 콘텐츠 및 프로그램의 구조적 요인과 질 평가가 시청선택에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 정용준(2009), 미디어 공공성과 다양성의 주요쟁점 : 신방 경영과 공영방송 민영화를 중심으로, 한국 방송학회 봄철학술대회 발표문.
- 황상재 · 정영주(2005). 방송채널사용사업자 등록제 이후 케이블 방송의 다양성 변화에 관한 연구. 『방송학보』, 19권 2호, 200~239.
- Blumler, J. G. (1991). In pursuit of programme range and quality. *Studies of Broadcasting*, 27(March), 191~206.
- Bourdieu P. et Darbel A. (1969). L'amour de l'art : les musées d'art européens et leur public, Les Editions de Minuit.
- Bourdieu P.(1980). Le sens pratiques, Les editions de munuit.
- Caune, J.(1995), Culture et communication : Convergence théoriques et lieux de médiation, PUG.
- Dagnaud M. Bonnet M, Depondt S.(2000). Médias : Promouvoir la diversité culturelle, Commissariat général du Plan.
- Entman, R & Wildman, S.(1992). Reconciling economic and non-economic perspectives on media policy : Transcending the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication*, 42(1), 5~19.
- Foucault M.(1966). Les mots et les choses : une archéologie des sciences humaines, Gallimard.
- Fiske, J.(1987). Television Culture, London & New York, Methuen.
- Glasser, T. (1984). Competition and diversity among radio formats: Legal and structural issues. *Journal of Broadcasting*, 28(2), 127~142.
- Kubey R., Shiffler M., Weerakkody N, & Ukeiley S.(1995). Demographie diversity on cable: Have the new cable channels made a difference in the representation of gender race, and age?. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39(4), 60~79.
- Hill B. C.(2006). Measuring Media Market Diversity : Concentration, Importance, and Pluralism Federal. *Communications Law Journal*, Vol. 58, 169~194.
- Levin, H. & Litman, B.(1971). Socioeconomic Aspects of Program Diversity. *Studies of Broadcasting*, 6, 1~21.
- Lévi-Strauss (1976). Race et histoire, Paris: Abe books.
- McLuhan M. & Nevitt B.(1972). Take today : the executive as dropout, Ontario : Longma Canada.
- McQuail, D.(1988). Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage.

- McQuail, D.(1992), *Media performance : Mass communication and the public interest*, Thousand, CA:Sage.
- Murdock G.(2011). *Media, Culture and Economy : Critical Interrogations*, 임동욱 외 번역(2011), 『디지털 시대와 미디어 공공성 : 미디어 문화, 경제』. 나남.
- Napoli, P.M.(1997). Rethinking program diversity assessment : An audience-centered approach. *Journal of Media Economics*, 10(4), 59~74.
- Napoli, P.M.(2001). *Foundations of Communication Policy: Principles and process in the regulation of electronic media*. Cresskill, NJ; Hampton Press.
- Noam, E.(2009). *Media ownership and concentration in America*, New York: Exford University Press.
- Owen, B.(1977). Regulating diversity : The case of radio formats. *Journal of Broadcasting*, 21(3), 305~331.
- Sfez L.(1992). *Critique de la communication*, Paris, Edition du Seoul.
- Spitz M. B.(2010), *Médias et Diversité*, Rapport de la Commission Médias et Diversité, 227~242.
- Steiner, P.(1952). Programming Patterns and Preferences, and the Workability of competition in Radio Broadcasting. *Quarterly Journal of Economics*, 66(2), 194~223.
- Tzvetan Todorov (1995). *The morals of history*. MN: The University of Minnesota Press.
- Webster, J. G.(2007). *Diversity of exposure. Media diversity and localism: Meaning and metrics*. London: Lawrence Erlbaum Associates, 302~325.
- Yazid Sabeg, M.(2010). *Médias et Diversité*, Rapport de la Commission Médias et Diversité.

(투고일자: 2013. 6. 1, 수정일자: 2013. 7. 15, 게재확정일자: 2013. 7. 17)

ABSTRACT

A Study on Redefinition of Cultural Diversity and Analyzing Frame based on Media Convergence Environment

Ho-Rim Ahn* · Tae-Soun Park**

This work is for redefining of cultural diversity and suggesting measurement frame by casting light on changing cultural environment according to evolution of digital convergence media. So far, most of studies tend to confuse at using media diversity and cultural diversity and resultingly the concept of cultural diversity is not founded right yet. In communications field, there is a limit to measure cultural diversity which is substantive content because analysis of media diversity is mainly focused on financial measuring and quantitation. Therefore we define digital convergence media culture as metaculture here for analysis of cultural diversity. Additionally, we catagorize and analysis cultural diversity based on this metaculture into pluralism of media activity, diversity of cultural expression, diversity of cultural diffusion and diversity of cultural cognition. These measuration variables of the four categories are factors which can lighten aspects of cultural diversity in digital convergence media environment. Analysis of these factors of the four catagories will suggest a criterion to establish policies to protect cultural diversity. The policy of cultural diversity is to construct a cultural commune in envirnment of meta culture.

Keywords: cultural commune, cultural diversity, digital convergence media, diversity of cultural expression, Meta medias

* Assistant Professor, School of Liberal Arts, Incheon University

** Research Director, Media Road