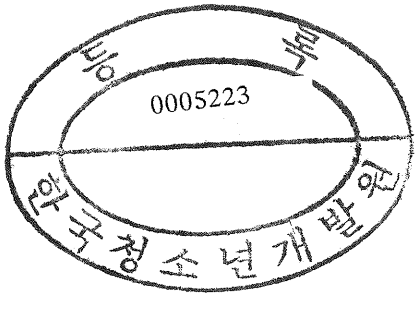
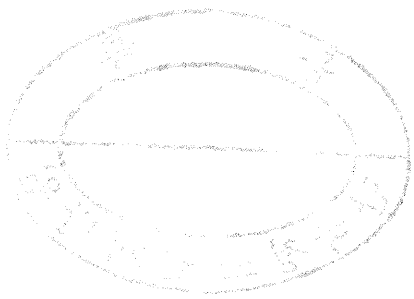
연구보고서 96-24

청소년 미디어대상 제정 운영

홍 보 부



한국청소년개발원



목 차

제1장 서 론 1

1. 사업목적 3

2. 사업내용 5

제2장 기초개념 및 선행연구 검토 9

1. 기초개념 11

2. 선행연구 검토 12

1) 청소년의 매스미디어 이용실태 12

(1) 매체별 이용 정도 12

(2) 매체별 선호도 및 만족도 17

(3) 라디오방송이나 음악과 공부 25

2) 매스미디어가 청소년에게 미치는 영향 25

(1) 대중매체의 폭력성이 청소년에게 미치는 영향 25

(2) 청소년의 사회화에 미치는 매스미디어의 영향 29

(3) 청소년의 진로선택과 매스미디어의 관계 32

제3장 미디어관련 청소년 유익환경 조성 현황 33

1. 미디어관련 시상 현황 35

1) 좋은 영상물 시상식 35

2) 간행물 윤리상 36

3) 어린이·청소년 방송상 38

4) 교육방송 우수 프로그램 시상 39

2. 건전 미디어 추천 현황 41
1) 청소년 관람 추천 41
2) 청소년 건전도서 추천 41
3) 이 달의 좋은 프로그램 41

3. 미디어별 심의 현황 44
1) 방송 44
2) 신문 46
3) 간행물 47
4) 공연 48

참고문헌 49

제 1 장 서 론

1. 사업목적

정보환경을 지배하는 '매스미디어의 편재성'으로 청소년들은 각종 미디어로부터 송출되는 메시지에 포위되어 있다. 다양한 유형의 매스미디어를 통해 전달되는 메시지는 청소년들에게 개별적, 파편적 메시지의 효과와 장기간의 누적적인 효과를 동시에 미친다. 특히 현대사회의 대표적인 매스미디어라고 할 수 있는 텔레비전은 각종 조사에서 나타난 장시간의 시청시간과 높은 시청률을 통해 알 수 있듯이 청소년들을 상대로 강력한 흡인력과 유인성을 갖고 있다. 텔레비전은 시각과 청각을 동시에 자극할 수 있다는 측면에서 다른 미디어보다 정보 전달이 훨씬 용이하며, 정보이해의 측면에서 여타 미디어보다 용이하다고 할 수 있다.

텔레비전은 청소년들에게 필요한 삶의 지식이나 새로운 정보의 제공, 사회적 관심사에 대한 토론과 감시의 장으로서의 역할 등 많은 순기능을 지닌 매체라고 할 수 있다. 반면 텔레비전은 프로그램의 내용에 따라 청소년들의 소비성향을 자극하거나 환상적 세계로의 도피, 청소년들에게 획일적인 사고방식을 강요하는 등의 역기능적 요소도 지니고 있다.

이처럼 텔레비전을 포함한 각종 매스미디어는 유형별로 다소 차이는 있지만 모두 순기능적 측면과 역기능적 측면을 함께 가지고 있다고 할 수 있다. 그리고 그 순기능과 역기능을 결정하는 것은 바로 그 매체가 전달하고자 하는 '내용'을 어떻게 구성·제작하는가에 달려 있다. 결국 매스미디어의 순기능을 조장하고 역기능을 억제한다는 것은 과연 어떻게 '좋은 내용'을 구성·제작하여 전달하게 하느냐의 문제라고 할 수 있다.

매스 미디어가 '좋은 내용'을 전달하도록 한다고 할 때 생각할 수 있는 방안은 '나쁜 내용'에 대한 규제와 '좋은 내용'에 대한 조장이라는 두 측면을 생각할 수 있다. '나쁜 내용'에 대한 규제라는 측면에서 볼 때, 이미 각종 심의장치가 운용되고 있어, 이와 관련해서 할 수 있는 새로운 논의는 과연 그 기준이 무엇이 되어야 하며 객관적으로 적용되고 있느냐의 측면이 될 것이다.

그리고 다른 한편으로, 청소년을 위한 바람직한 미디어 환경의 조성이라는 측면에서, 이러한 방법이 각종 미디어 제작자들에게 청소년을 위해 '좋은 내용'을 제작할 수 있도록 유도할 수 있는 방안이 될 수 있는가 하는 점에서는 크게 유용한 방법이 아니라는 점을 깊이 고려해야 할 것이다. 결국 적극적으로 '좋은 내용'을 조장함으로써 미디어의 내용을 구성·제작하는 이들이 스스로 청소년에게 바람직한 내용은 무엇인가를 고민하도록 하고, 그러한 과정을 통해 제작된 메시지들이 청소년들의 미디어 환경을 구성할 수 있도록 하여야 한다.

이상과 같은 맥락에서 이 사업보고서에서는 '청소년 미디어 대상'을 제정·운영할 경우 미디어 제작 관련 종사자들에게 유익한 내용물을 만들 수 있는 동기와 인센티브를 제공할 수 있겠는가 하는 새로운 포상제도 시행 및 운영의 효용성을 검증한다. 이를 위해 각종 매스미디어의 분야별 청소년 관련 내용 편성 실태를 조사·분석하고, 청소년들의 매스미디어 이용 실태와 매스미디어가 청소년에게 미치는 영향에 관한 선행연구를 분석하도록 하며, 각 미디어별 시상제도의 운영 현황을 조사하여 '청소년 미디어 대상' 제정 운영의 타당성과 제정·운영시 고려해야 할 문제 등을 제시하도록 한다.

2. 사업내용

본 사업의 수행을 위해 추진한 주요 내용은 다음과 같다.

1) 사업계획

ㅇ 매스 미디어 분야별 청소년 관련 내용 조사 분석
- 청소년관련 방송 프로그램 현황
- 주요 일간지 청소년면 개설 현황
- 청소년잡지 현황
- 청소년관람용 영화 및 비디오 현황
- 청소년대상 소설 및 만화 현황
- 청소년을 주고객으로 하는 음반 현황 등

ㅇ 청소년의 매스 미디어 이용 실태에 관한 선행연구 분석
- 매스 미디어 분야별 이용실태
- 매스 미디어 분야별 선호도 등

ㅇ 매스 미디어가 청소년에게 미치는 영향에 관한 선행연구 분석
- 매스 미디어가 청소년에게 미치는 순기능
- 매스 미디어가 청소년에게 미치는 역기능

ㅇ 매스 미디어 관련 시상현황 조사 분석
- 매스 미디어 분야별 시상현황
- 매스 미디어 분야별 우수 미디어 추천현황

ㅇ '청소년 미디어 대상' 제정·운영 방안 개발

2) 사업추진상황

ㅇ 청소년의 매스 미디어 이용 실태에 관한 선행연구 분석
- 문화방송(1991년), 한국방송개발원(1994년) 등 방송 관련기관 조사 결과 분석
- 관련 학위논문 조사결과 분석
- 관련 연구논문 조사결과 분석

ㅇ 매스 미디어가 청소년에게 미치는 영향에 관한 선행연구 분석
- 관련 이론 검토
- 관련 학위논문 조사결과 분석
- 관련 연구논문 조사결과 분석

ㅇ 매스 미디어 분야별 청소년 관련 내용 현황조사
- 청소년관련 방송프로그램 현황조사
  · TV 및 라디오 방송 : 한국방송공사, 문화방송, 서울방송, 교육방송
  · 유선방송 : 다솜방송, 두산수퍼네트, 센츄리TV, 한국기독교유선방송
- 주요 일간지 청소년면 개설현황 조사
  · 청소년관련기사를 독립적으로 싣는 면이 있는 경우 : 7개 일간지
  · 청소년관련기사를 부분적으로 싣는 면이 있는 경우 : 5개 일간지

ㅇ 매스 미디어 분야별 유해성 현황조사
- 매체별 심의기관의 심의결과를 토대로 유해성 정도 평가
- 방 송 분야(방 송 위 원 회) : 방송
- 신 문 분야(신 문 윤리위원회) : 기사, 광고
- 간행물 분야(간행물윤리위원회) : 도서, 정기간행물, 만화
- 공 연 분야(공연윤리위위원회) : 영화, 비디오, 새영상물, 무대공연, 광고

ㅇ 매스 미디어 관련 시상현황 조사

- 좋은 영상물 시상식 : 공연윤리위원회
- 간행물윤리상 : 간행물윤리위원회
- 어린이·청소년방송상 : 방송위원회
- 우수프로그램시상 : 교육방송

ㅇ 건전 미디어 추천 현황

- 청소년관람추천 : 공연윤리위원회
- 청소년 건전도서추천 : 간행물윤리위원회
- 이 달의 좋은 프로그램 : 방송위원회

제 2 장 기초개념 및 선행연구 검토

1. 기초개념

청소년 미디어대상을 제정·운영하기 위해서는 먼저 '미디어'의 개념을 분명히 할 필요가 있다. 여기에서 말하는 미디어, 즉 매체는 이 사업의 목적에 비추어 볼 때 대중 매체를 의미하는 것이다. 대중 매체는 간단히 대량의 의사 소통 또는 의사 전달 수단이라고 말할 수 있다. 매체는 무엇인가를 결과하거나 전달하는 수단이다. 물리적으로는 열이나 전동의 전도체와 같이 힘이나 효과를 전달하는 수단으로 간주되는 물체를 지칭한다. 사회적으로는 목소리, 제스처, 봉화, 대자보, 신문, 전화, 텔레비전 등과 같이 커뮤니게이션의 회로, 즉 의사 소통의 수단을 지칭한다. 의사 소통 수단으로서 매체는 자신의 메시지를 남에게 전달하기도 하고 남의 메시지를 자신에게 가져오기도 한다. 말하자면 매체는 의사 소통에 참여한 사람들에게 메시지를 매개하는 수단인 것이다. 따라서 의사 소통은 송신자와 수용자라는 의사 소통 참여자들과 그들이 주고 받는 어떤 메기지 외에도 그 메시지를 운반할 어떤 회로, 즉 매체를 필요로 한다(강상현, 채백, 1993:28-29).

오늘날 대중 매체는 크게 인쇄매체와 전자매체로 나눌 수 있다. 인쇄매체로는 서적, 잡지, 신문이 있고, 전자매체로는 음반, 영화, 라디오, 테레비전, 각종 뉴 미디어가 있다. 라디오와 텔레비전을 하나로 묶어서 특별히 방송매체라고 부르기도 하고, 음반과 라디오는 따로 음성매체라고 부르기도 한다. 그리고 보도를 주로 하는 신문, 시사잡지, 방송의 보도 프로그램을 특별히 보도매체 또는 언론이라고 말하기도 한다(강상현, 채백, 1993:30).

2. 선행연구 검토

1) 청소년의 매스미디어 이용실태

(1) 매체별 이용 정도

가. TV 시청 정도

대부분의 나라에서 사람들은 일주일에 평균 10~25시간 정도 텔레비전을 본다. 미국, 일본, 영국의 시청 시간은 이보다 더 길어서 25~30시간 정도이다(Barwise & Ehrenberg, 1988:34). 우리나라 사람들의 경우도 다른 나라와 큰 차이없이 일주일에 22~23시간 정도 텔레비전을 시청하고 있다. 10대 청소년의 경우는 일주일에 21시간 정도로 전체 국민 평균보다 1~2시간 정도 적다(한국방송개발원, 1994: 43-44). 이하에서는 우리나라 청소년의 방송매체 수용실태를 알아보기 위하여 90년대에 이루어진 선행연구의 통계자료를 중심으로 텔레비전 시청실태를 알아보았다. 내용은 연도순으로 기술하고자 한다.

먼저 1991년에 문화방송에서 전국의 13~18세 청소년 1,500명을 대상으로 텔레비전 시청시간을 조사(문화방송, 1991:93)한 바에 따르면, 주말이나 공휴일에는 '전혀 보지 않는다' 1.9%, '30분 정도' 3.1%, '1시간 정도' 8.3%, '2시간 정도' 21.0%, '3시간 정도' 33.0%, '4시간 이상' 32.8%로 나타나, 거의 대다수 청소년(86.8%)이 2시간 이상 TV를 시청하고 있으며, 평일에는 '전혀 보지 않는다' 16.8%, '30분 정도' 22.6%, '1시간 정도' 25.4%, '2시간 정도' 20.3%, '3시간 정도' 9.7%, '4시간 이상' 5.2%로 나타나, 10명 중 7명의 청소년(68.3%)이 30분~2시간 정도 TV를 시청하고 있어, 주말이나 공휴일의 TV시청량이 평일 시청량보다 훨씬 길다는 것을 알 수 있다.

또한 같은 해에 전라남도에 위치한 중학교와 고등학교 재학생 616명을 대

상으로 농촌지역 청소년의 텔레비전 시청실태를 조사한 장세진의 연구(장세진, 1991:293-299)에 따르면, 이들 청소년의 하루 평균 텔레비전 시청시간은 '1~2시간'이 중학생은 49.2%, 고등학생은 45.7%로 가장 많았고, '3시간 이상'도 중학생이 23.9%, 고등학생이 22.9%로 농촌지역 청소년의 많은 수가 하루 1시간 이상 텔레비전을 보고 있음을 알 수 있다. 텔레비전을 보는 날은 '거의 매일'이 중학생은 60.5%, 고등학생은 52.1%으로 절반 이상을 차지하고 있고, '주말과 휴일'에만 보는 청소년은 중학생이 30.6%, 고등학생은 39.7%이다. 이들 청소년이 텔레비전을 보는 이유는 중학생의 경우 '재미있어서(67.8%)', '지식정보를 얻기 위해서(16.3%)', '심심해서(7.6%)' 등이고, 고등학생의 경우도 이와 비슷하게 '재미있어서(54.6%)', '지식정보를 얻기 위해서(19.0%)', '심심해서(18.1%)' 등으로 나타났으며, '학교공부에 도움이 된다(중학생 1.3%, 고등학생 3.8%)'는 응답은 매우 적었다.

역시 같은 해에 서울 강남지역 모 고등학교 학생 209명을 대상으로 조사한 김정혜의 연구(김정혜, 1991:63-67)에 따르면, 전체 응답자의 일주일 평균 텔레비전 시청시간은 2시간~4시간이 36.4%를 차지하였고, 그 다음으로 6시간 이상 시청한다는 경우는 24.9%였으며, 이들은 일주일 평균 4시간 46분 동안 텔레비전을 보고 있는 것으로 나타났다.

이 조사는 우리나라 청소년의 일본 위성방송 시청실태를 조사할 목적으로 이루어진 것인데, 응답자 중 일본 방송 시청경험이 있는 청소년의 경우 일주일 평균 일본 방송 시청시간은 2시간~4시간이 32.6%로 가장 많았다. 이들의 일주일 평균 일본방송 시청시간은 3시간 50분이다. 이들이 일본방송을 시청하는 이유에 관해서는 5점척도로 조사하였는데, '그래픽 등 화면구성이 뛰어나서'가 4.1로 가장 높은 점수를 나타냈고, '프로그램 구성이 다양해서'가 4.0, '국제적 감각이어서'가 3.9, '종일방송이므로 원하는 시간에 볼 수 있어서'가 3.6 등의 순으로 이들 청소년이 일본방송을 시청하는 동기는 주로 프로그램의 다양성이나 기술적인 우수함에 있음을 알 수 있다.

1992년도에는 한국청소년연구원에서 전국의 중·고·대학생 및 근로청소년 4,000명을 대상으로 '청소년 생활실태 및 의식조사'(도종수 외, 1992:43)를 실

시하였는데, 이 조사에서 나타난 청소년의 텔레비전 시청시간은 일일 평균 2.4시간인데, 중학생의 경우 2.9시간으로 가장 많고, 근로청소년은 2.0~2.2시간, 고등학생 및 대학생은 1.8~2.3시간으로 나타났다. 평일의 시청시간은 1.6시간, 토요일은 3.8시간, 공휴일은 4.7시간이다. 이러한 시간은 평일의 경우 청소년의 전체 여가시간 중 73%이고, 토요일은 83%, 일요일은 75%로써 청소년들은 대부분의 여가시간을 텔레비전 시청에 할애하고 있는 것이다.

1993년도에는 서울, 부산, 광주의 초·중·고생 900명을 대상으로 어린이·청소년의 텔레비전 시청행태를 조사(안정임 외, 1993: 208 -217)하였는데, 이 조사에서 어린이·청소년들은 평일의 경우 하루 평균 1~2시간 정도 텔레비전을 시청하는 편인데 어린이가 청소년보다 시청량이 많았고, 주말에는 평균 3시간 정도 시청하나 청소년의 시청량이 어린이보다 많았다.

이들의 텔레비전 시청 시간대는 평일의 경우 어린이는 오후 5~7시의 어린이 대상 시간대에 이어 오후 7~9시로 이어지는 청소년 대상 시간대에도 많이 시청하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 청소년은 청소년 대상 시간대보다는 오후 10~11시의 성인 대상 시간대에 가장 많이 시청하고 있다. 이러한 양상은 고등학생에게서 두드러지게 나타났다. 초등학교 6학년 어린이의 경우 6~9시까지의 시청률이 40% 내외의 수준이고 중학생도 7~9시에 40% 내외의 시청률을 보여주고 있어 청소년 대상 프로그램의 주요 시청자는 초등학교 6학년~중학생층임을 알 수 있게 해준다. 토요일에는 전체적으로 오후 6~9시의 시간대에 시청률이 높았고, 일요일은 오전 8~9시와 오후 6~9시 사이에 주로 텔레비전을 보고 있는데, 특히 청소년은 일요일 오후 6~9시 사이에 50~60%의 높은 시청률을 보여주었다.

이들 어린이·청소년이 텔레비전을 시청하는 가장 큰 이유는 다른 조사들과 마찬가지로 재미있기 때문으로 응답하였고, 좋아하는 연예인을 보는 것도 주요 동기로 밝혀졌다. 이러한 경향은 고등학생에게서 가장 두드러졌다. 한편 초등학생의 경우 같이 놀 친구가 없거나 이야기할 사람이 없어서 텔레비전을 보는 비율이 30%나 되었다.

같은 해에 서울 강북지역 중학생 110명을 대상으로 조사한 김학천의 연구

(김학천, 1993:191)에서는 일일 텔레비전 시청량은 2~3시간이 가장 많아 23.6%를 차지했고, 평균 시청시간은 2~4시간 정도였다. 이들은 텔레비전의 역할에 대해 오락적 기능을 40.0%로써 가장 비중있게 생각하고 있고, 그 다음으로는 정보전달 19.1%, 교양문화 17.2% 등이었으며, 교육적 기능에는 3.6%만이 응답했다.

1994년도에 한국방송개발원에서는 전국의 13세이상 국민 1,200명을 대상으로 텔레비전 시청실태를 조사(한국방송개발원, 1994: 43-44)하였는데, 우리 국민의 일일 평균 텔레비전 시청시간은 평일의 경우 167.5분, 토요일에는 233.9분, 일요일 등 공휴일에는 269.2분 정도이고, 그 중 10대 청소년의 경우는 평일이 147.4분, 토요일에는 247.9분, 일요일 등 공휴일에는 292.9분으로 나타났다. 청소년의 경우 밤늦게까지 학교나 학원에 있는 경우가 많은 평일에는 시청시간이 적은 반면 주말이나 공휴일에는 국민 평균 시청시간보다 많았다.

마지막으로 1995년도에 진해시 초·중·고등학생 800명을 대상으로 조사한 박세권의 연구(박세권, 1995:33)에 따르면, 이들이 텔레비전를 시청하는 이유는 재미있고 흥미가 있어서가 48.9%로 가장 많이 차지했고, 머리를 식히고 피로를 풀기 위해서가 21.2%, 그냥 심심해서가 17.6%를 차지하고 있으며, 교양과 정보를 얻기 위해 텔레비전를 보는 청소년은 9.3%로 가장 적었다.

이상 청소년의 텔레비전 시청실태를 종합해 보면 다음과 같다. 청소년들은 평일의 경우 1~3시간 정도, 주말에는 3~5시간 정도 텔레비전을 시청하고 있다. 주요 시청 시간대는 평일에는 초등학교 고학년의 경우 오후 5~9시 사이, 중학생은 오후 7~9시 사이, 고등학생은 오후 10~11시 사이 정도이고, 토요일에는 전체적으로 오후 6~9시 사이, 일요일에는 오전 8~9시 사이와 오후 6~9시 사이에 주로 텔레비전을 보고 있다. 청소년들이 텔레비전을 보는 가장 큰 이유는 재미있기 때문이라고 하며, 텔레비전의 역할에 대해서도 오락적 기능을 가장 중시하고 있다.

나. 라디오 청취 정도

청소년의 라디오 청취실태를 살펴보면, 먼저 1986년에 서울시내 남녀 중고등학생 각 한 개 학급씩을 표집하여 조사한 최종옥의 연구(최종옥, 1986:124-125)에서는 일일 청취시간이 평일의 경우 남녀중학생과 남자 고등학생은 1~2시간이 가장 많았고(여중 59%, 남중 49%, 남고 43%), 여자고등학생의 경우 3~6시간이 55%로 가장 많았다. 주로 청취하는 시간대는 고등학생의 경우 밤 10시 이후인 심야시간대의 청취률이 높았고(여고 70%, 남고 71%), 중학생은 상대적으로 낮았다(여중 47%, 남중 31%).

이들이 라디오를 듣는 이유는 '하루의 피로를 회복시켜 주며 기분 전환이 된다'거나, '스트레스 해소와 머리를 식혀주며 마음에 안정을 준다', '좋아하는 음악을 들으면서 공부하면 능률이 오르고 독서나 집안일도 할 수 있다', '음악이 좋고 재미있으며 좋은 말도 듣고 생각을 정리해 준다' 등이다.

또한 1991년도에 문화방송에서 전국의 13~18세 청소년 1,500명을 대상으로 실시한 조사(문화방송, 1991:95)에서는 청소년들의 주말이나 공휴일 라디오 청취량은 '전혀 듣지 않는다'가 28.9%, '30분 정도' 17.1%, '1시간 정도' 18.7%, '2시간 정도' 18.2%, '3시간 정도' 9.5%, '4시간 이상' 7.6%로 나타나, 1시간 이상 듣는 청소년이 54.0%이며, 평일 라디오 청취량은 '전혀 듣지 않는다' 38.7%, '30분 정도' 21.3%, '1시간 정도' 16.6%, '2시간 정도' 13.3%, '3시간 정도' 5.7%, '4시간 이상' 4.2%로 나타나, 1시간 이상 청취하는 청소년이 39.8%로 주말이나 공휴일의 라디오 청취율이 평일의 청취량보다 길었다.

1992년도에는 한국청소년연구원에서는 전국의 중·고·대학생 및 근로청소년 4,000명을 대상으로 '청소년 생활실태 및 의식조사'(도종수 외, 1992:43-44)를 실시하였다. 이 조사에서 나타난 청소년의 라디오 청취시간은 평균 1시간인데, 근로청소년은 1.1~1.6시간으로 가장 많고, 대학생은 0.9~1.3시간, 중학생은 0.6~0.9시간, 고등학생은 전혀 듣지 않거나 1.3시간이다. 평일과 토요일은 1시간, 공휴일은 1.2시간으로 라디오 청취시간은 텔레비전과 달리 평일이나 휴일의 차이가 거의 없었다.

그 후 1993년도에 서울, 부산, 광주의 초·중·고생 900명을 대상으로 조사(안정임 외, 1993:208-217)한 바에 따르면, 조사 대상 어린이·청소년들은 전체적으로 라디오를 가끔 듣는 편이며 청소년이 어린이보다 더 자주 듣고 있다. 그러나 초등학교 6학년 어린이들은 3학년보다 더 자주 듣고 있고 구체적인 선호 프로그램도 중고생과 일치하고 있어 어린이·청소년의 라디오 청취성향은 초등학교 6학년을 시작으로 중학생때 형성됨을 알 수 있다.

이 조사에서 나타난 청소년의 라디오 청취동기는 음악을 듣거나 기분전환, 휴식을 취하기 위한 것이었고, 공부나 숙제를 할 때 지루함을 덜어주는 것도 비교적 중요한 청취동기로 평가되었다. 또 좋아하는 연예인에 관한 이야기를 듣는 것도 주요 동기요인이었다.

이상 청소년의 라디오 청취실태를 종합해 보면 다음과 같다. 청소년들은 평일과 주말에 큰 차이없이 일일 평균 1시간 정도 라디오를 듣고 있는데, 주로 듣는 시간은 10시 이후 심야시간대이다. 청소년들이 라디오를 듣는 이유는 음악을 들으며 휴식을 취하거나 공부의 지루함을 덜기 위한 것이라고 할 수 있다.

다. 비디오 시청 정도

문화방송(1991:101)의 조사에 따르면 청소년들의 비디오 시청정도는 '거의 매일' 2.1%, '일주일에 3~4번' 4.9%, '일주일에 1~2번' 14.8%, '한달에 1~2번' 41.7%, '보지 않았다' 36.5%로 나타나, '한달에 1번 이상' 비디오를 보는 청소년이 63.5%이며, '일주일에 1번 이상' 보는 청소년은 21.8%여서 비디오는 청소년에게 매우 친숙한 매체인 것으로 드러났다.

또한 한국방송개발원(1994:46-49)의 조사에 따르면 비디오를 보유하고 있는 국민(76.2%) 10명 중 약 7명(69.0%)은 한달 평균 최소한 1편 이상의 비디오 프로그램을 빌려보고 있는데, '1~2편'을 빌려보는 사람은 26.3%, '3~5편'은 25.4%, '6~10편'은 12.5%, '11편 이상'은 4.9%이다. 그 중 10대 청소년의 경우는 한달에 1편 이상을 빌려보는 경우가 평균보다 많았고(87.7%), '1~2

편'은 34.4%, '3~5편'은 35.0%, '6~10편'은 13.5%, '11편 이상'은 4.9%이다. 이러한 결과에 따르면 위의 91년도 조사에 비해 비디오 프로그램을 대여해 보는 청소년의 수가 상당히 늘었음을 알 수 있다.

라. 잡지, 도서, 음반 구매 정도

한국방송개발원(1994:49-54)의 조사에 따르면 우리 국민들은 6개월동안 평균 잡지는 1.8권, 도서는 4.1권, 음반은 3개를 구입하고 있다. 그 중 10대 청소년의 경우 잡지는 1.9권, 도서는 5.1권, 음반은 4.5개를 구입하고 있어 국민 평균에 비해 청소년의 문화 관련 매체의 이용 정도가 높은 것으로 나타났다.

마. 공연예술 관람 정도

한국방송개발원(1994:52-54)의 조사에 따르면 우리 국민들은 6개월동안 영화는 1.6편, 연극은 0.1편을 보았다. 그 중 10대 청소년의 경우 영화는 2.2편, 연극은 0.1편을 관람하여 영화의 경우 평균보다 관람횟수가 많았다.

(2) 매체별 선호도 및 만족도

가. TV 프로그램

청소년의 텔레비전 방송 프로그램에 대한 선호도나 만족도는 다음과 같다. 먼저 1990년도에 한국방송공사에서 실시한 '전국 TV시청행태 및 의견조사'(이창현, 1993:44-45, 재인용)에 따르면, 우리 국민이 가장 많이 시청하는 텔레비전 프로그램 유형은 드라마(55.2%)이고, 그 다음은 보도프로그램(54.8%)이며, 다음은 코미디(20.5%), 쇼(20.0%), 영화(15.0%), 스포츠(12.3) 등의 순으로 나타났다. 이 조사의 응답 대상 중 10대 청소년의 선호도는 드라마, 코미디, 쇼 프로그램 등의 순으로 보도프로그램을 제외하고는 전체적인 경향과

거의 일치하고 있다.

또한 문화방송에서 1991년도에 전국의 13~18세 청소년 1,500명을 대상으로 청소년이 즐겨 본 텔레비전 프로그램을 조사(문화방송, 1991:97)한 바에 따르면, '일요일 일요일 밤에(코미디 쇼)'가 39.2%로 가장 높은 비율을 차지했고, 그 다음으로 '우리들의 천국(청소년 드라마)' 27.6%, '까치며느리(드라마)' 15.2%, '맥랑시대(청소년드라마)' 11.1%, '유머1번지(코미디)' 10.6% 등의 순으로 코미디와 드라마가 주종을 이루고 있다.

같은 해 농촌지역 청소년 616명의 텔레비전 시청실태를 조사한 장세진의 연구(장세진, 1991:293-299)에서도 청소년이 좋아하는 텔레비전 프로그램 유형은 중학생의 경우 코미디(32.6%), 영화(25.2%), 만화영화(11.0%), 스포츠(10.6%), 드라마(9.0%) 등의 순이다. 그러나 고등학생의 경우는 영화(41.0%), 드라마(19.7%), 코미디(12.4%), 쇼(8.3%), 스포츠(8.3%) 등의 순이다. 농촌지역 청소년들이 고정적으로 보는 구체적인 프로그램은 중학생의 경우 '서울뚝배기(드라마)'가 48.5%로 가장 많고, 그 다음으로는 '청춘행진곡(드라마)'이 7.3%, '사랑이 꽃피는 나무(청소년 드라마)'가 5.6%이며, 고등학생의 경우는 '서울뚝배기'가 43.3%로 가장 많고, 그 다음으로는 '일요일 일요일 밤에(코미디 쇼)'가 7.6%, '사랑이 꽃피는 나무(청소년 드라마)'가 6.7% 등이다. 이러한 결과는 앞의 문화방송의 조사와는 상당한 차이가 있으나 즐겨보고 있는 장르가 드라마와 코미디라는 점에서는 일관된 점이 있다.

또한 이 연구에서는 실제 즐겨보는 프로그램과는 별도로 유익하다고 생각하는 프로그램도 조사하였는데, 중학생의 경우 '중학생퀴즈(퀴즈)'가 23.6%, '사랑이 꽃피는 나무(청소년 드라마)'가 17.3%, '우리들의 천국(청소년 드라마)'가 10.6%, '교육방송' 5.6%, '서울뚝배기(드라마)' 4.7%이고, 고등학생의 경우 '사랑이 꽃피는 나무(청소년 드라마)'가 21.6%, '우리들의 천국(청소년 드라마)'가 17.1%, '퀴즈아카데미(퀴즈)' 7.9%, '중학생퀴즈(퀴즈)' 4.4%, '장학퀴즈(퀴즈)' 4.1% 등이다. 이들 조사대상 청소년들은 주로 성인용 드라마나 코미디를 고정적으로 시청하고 있지만, 유익하다고 생각하는 프로그램으로는 청소년을 위해 제작되는 드라마나 퀴즈 프로그램을 들고 있다. 이것은 청소

년들이 어떠한 프로그램이 청소년에게 유익한지는 알고 있으나 실제 프로그램을 시청할 때는 유익성보다는 재미가 우선되고 있음을 알 수 있다. 이러한 점은 이들 청소년이 특정 프로그램을 고정적으로 보는 이유에 대한 응답을 볼 때 분명해지는데, 중고생 모두 '재미있어서(중학생 66.4%, 고등학생 51.4%)'가 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 또한 특정 프로그램이 유익하다고 생각하는 이유로는 중고생 모두 '지식에 도움이 되어서(중학생 43.9%, 고등학생47.9%)'를 가장 많이 들고 있다.

역시 같은 해에 서울 강남지역 고등학생 209명을 대상으로 조사한 김정혜의 연구(김정혜, 1991:69--75)에 따르면, 이들 청소년이 즐겨 보는 텔레비전 프로그램 유형은 음악 및 쇼프로그램(21.1%), 드라마(19.1%), 코미디(18.4%), 영화(17.7%) 등의 순이다.

1993년도에 서울, 부산, 광주의 초중고생 900명을 대상으로 어린이·청소년의 텔레비전 시청행태를 조사(안정임 외, 1993: 208- 217)한 바에 따르면, 이들이 많이 보는 프로그램 장르는 코미디였고, 영화, 드라마, 만화도 상당히 즐겨 시청하는 편이었으며, 퀴즈·게임, 쇼, 스포츠 등을 많이 시청하고 있으나, 뉴스나 다큐멘터리 등의 교양성 높은 프로그램은 상대적으로 적게 보는 것으로 나타났다. 이와 같은 프로그램 선호도와 텔레비전에 대한 평가는 서로 의미있게 관련되어 있는데, 코미디, 드라마, 쇼 등 오락 프로그램과 스포츠를 많이 보는 어린이·청소년들은 텔레비전의 필요성을 낮게 평가하고 있으며, 교양 프로그램을 많이 보는 경우는 더 많이 만족하고 있는 것으로 나타났다.

어린이·청소년들이 현재의 편성에서 확대되기를 요구하는 유형은 영화였고, 만화, 코미디, 퀴즈·개임, 스포츠가 늘어나길 원하는 비율도 높았다. 영화의 경우 연령이 높을수록 더 많이 보기를 원하는 경향인데, 초등학교 6학년의 확대요구 비율은 50%정도이나 중고생은 약 70% 내외의 확대요구 비율을 보여주었다. 초등학생의 경우는 코미디의 확대요구 비율이 60%로 매우 높았다.

또한 같은 해에 서울 강북지역 중학생 110명을 대상으로 조사한 김학천의 연구(김학천, 1993:191)에 따르면, 이들 청소년이 주로 시청하는 텔레비전 프

로그램 유형은 '드라마'가 27.1%로 가장 높고, 다음은' 쇼'로 24.9%, '퀴즈' 10.8%, '음악' 9.4%, '다큐멘터리와 스포츠' 각각 8.7% 등의 순으로 나타나 이 조사에서도 드라마의 시청률이 우세하게 나타났다. 구체적인 프로그램으로는 '사춘기(54.5%)', '우리들의 천국(15.5%)'과 같은 청소년 대상 드라마의 시청률이 높았다.

다음 해인 1994년에 전국의 13세 이상 국민 1,200명을 대상으로 이루어진 한국방송개발원의 조사에서는 그 해에 우리 국민이 주로 시청한 텔레비전 프로그램을 조사하였는데, 뉴스가 5점 척도 점수 4.1로서 가장 높게 나타났고, 그 외에 드라마(3.7), 스포츠 및 외국영화(3.4), 코미디(3.3), 쇼(3.1), 다큐멘타리(3.0) 등의 순이다. 그 중 10대 청소년이 시청하는 프로그램은 다소 차이가 있었는데, 외화가 4.1로 가장 높고, 쇼와 드라마가 각각 4.0, 뉴스(3.9), 코미디(3.6) 등의 순이다. 이러한 경향은 91년도 조사결과와 비교할 때, 드라마와 코미디, 쇼 등이 높은 순위를 차지하고 있는 것은 일치하나 외화와 뉴스의 시청율이 높은 것은 새로운 경향이라 할 수 있다(한국방송개발원, 1994: 69-71).

또한 이 조사에서 우리 국민의 텔레비전 방송 채널 만족도는 100점 만점 기준으로 MBC가 73.9로 가장 높고, SBS가 67.1, KBS2가 61.9, KBS2가 59.5의 순이다. 그 중 10대 청소년의 경우 만족도의 차이가 더 커서 MBC가 81.0으로 가장 높고, SBS가 73.6, KBS2가 66.6, KBS2가 55.4의 순이다(한국방송개발원, 1994: 74- 76).

그리고 우리 국민 71.8%는 TV 방송 프로그램에 대해 '문제가 있다'고 생각하여 많은 사람이 불만족하고 있음을 알 수 있다. 그러나 그 중 10대 청소년은 불만족하는 비율이 다소 떨어져 63.5%를 차지하고 있다. 이와 같이 불만족하는 이유로는 '청소년문화를 불건전하게 이끈다'가 21.8%로서 가장 많았고, 그 다음으로 '우리의 실생활과 너무 동떨어져 있다'가 15.1%, '청소년 위주 프로그램이 지나치게 많다'가 13.7%, '방송사간의 프로그램 내용에 별반 차이가 없다'가 11.3%, '흥미위주의 프로그램이 너무 많다'가 10.9% 등의 순이다. 그 중 10대 청소년의 불만 이유는 '청소년문화를 불건전하게 이끈다'가

20.9%로서 가장 많았고, 그 다음으로 '우리의 실생활과 너무 동떨어져 있다'가 14.2%, '방송사간의 프로그램 내용에 별반 차이가 없다'와 '흥미위주의 프로그램이 너무 많다'가 각각 12.7%, '청소년 위주 프로그램이 지나치게 많다'가 9.7% 등의 순이다(한국방송개발원, 1994:78-84).

또한 이 조사에서 나타난 우리 국민의 텔레비전 세부 프로그램에 대한 만족도는 뉴스가 5점 척도 점수 3.8점으로 가장 높게 나타났고, 그 외에 스포츠(3.5), 다큐멘타리 및 드라마(3.3), 외국영화(3.2), 토론좌담 및 교육 프로그램(3.1), 어린이 및 생활정보와 여성 프로그램(3.0) 등의 순이었다. 그 중 10대 청소년의 만족도는 드라마가 3.7로 가장 높고, 그 외에 뉴스 및 외국영화와 스포츠(3.6), 쇼(3.5), 코미디(3.4), 다큐멘타리(3.2), 교육(3.1), 어린이 및 생활정보와 여성 프로그램(3.0) 등의 순으로 나타났다(한국방송개발원, 1994:85-86).

마지막으로 1995년도에 진해시 초·중·고등학생 800명을 대상으로 조사한 박세권의 연구에 따르면, 청소년이 텔레비전 방송 중에서 흥미를 갖고 보는 프로그램은 영화나 드라마가 29.0%로 가장 높고, 코미디나 오락은 그 다음으로 24.2%를 차지했으며, 스포츠가 16.4%, 음악이 15.4%, 뉴스가 12.3%가 차지했다(박세권, 1995:32).

또한 이 조사에서 텔레비전의 청소년 프로그램에 대해 청소년 자신들이 느낀 점을 조사한 바에 따르면 '청소년 위주의 프로그램을 늘렸으면' 좋겠다는 의견이 40.3%로 가장 많았고, 그 다음으로는 '청소년의 진로문제를 깊이 다루었으면' 좋겠다는 견해가 21.1%, '청소년의 현장참여의 폭을 넓혔으면'이 19.3% 등이었다(박세권, 1995:48-49).

그리고 청소년의 텔레비전 코미디 및 오락 프로그램에 대한 평가는 '재미있고 유익하다'고 보는 경우가 44.3%로 가장 많아 이들 프로그램에 대한 만족도가 높게 나타났으나, '저속하고 퇴폐적'이라고 보는 경우도 12.5%로 적지 않았으며, '그저 그렇다'는 응답도 36.4%나 차지하고 있다(박세권1995:48).

이상 청소년의 텔레비전 프로그램에 대한 선호도와 만족도를 종합해 보면 다음과 같다. 청소년들은 청소년을 주요 시청 대상으로 하여 제작되는 드라

마나 퀴즈 프로그램이 자신들에게 유익하다고 생각하고 있으나, 실제 자주 보는 텔레비전 프로그램 유형은 드라마와 코미디, 쇼, 영화 등으로 그 중에서도 드라마와 코미디의 시청이 가장 두드러진다. 텔레비전 프로그램에 대한 평가는 대체로 문제가 있다고 생각하고 있는데, 가장 큰 불만 이유는 청소년 문화를 불건전하게 이끈다는 것이다. 텔레비전의 필요성에 대해서는 오락 프로그램이나 스포츠를 많이 보는 청소년이 교양 프로그램을 많이 보는 청소년에 비해 낮게 평가하고 있다. 청소년들이 텔레비전 프로그램에 대해 바라는 점은 청소년 위주 프로그램을 늘리거나 청소년의 참여 기회를 늘렸으면 하는 의견이 많았다.

나. 라디오 프로그램

먼저 1986년에 서울시내 남녀 중고등학생 각 한 개 학급씩을 표집하여 조사한 최종옥의 연구(최종옥, 1986:124-125)에 따르면, '이종환의 밤의 디스크쇼(여고 28%, 남고 37%, 여중 26%, 남중 22%)'가 가장 많은 인기를 차지하고 있으며, '김기덕의 2시의 데이트'는 남자중학생 18%, 여자중학생 24%가 즐겨 듣고 있었다.

이 연구에서는 또한 라디오 프로그램의 문제점이나 개선점을 개방형 질문으로 조사하였는데, 거론된 내용은 선전이 너무 많다, 학생을 위한 프로그램이 별로 없다, 방송국들이 같은 시간대에 같은 종류의 프로그램을 편성한다, DJ가 말이 너무 많고 어수선하다, 학생이 참여하는 프로그램이 많았으면 좋겠다 등이다.

또한 1991년도에 전국의 13~18세 청소년 1,500명을 대상으로 이루어진 문화방송의 조사(문화방송, 1991:99)에서는 청소년들이 가장 즐겨듣는 라디오 프로그램은 '별이 빛나는 밤에'가 39.4%로 가장 높은 비율을 차지했고, 그 다음으로 '우리는 하이틴' 13.4%, '신해철의 밤의 디스크쇼' 13.2%, '2시의 데이트 김기덕입니다' 11.5%, '고현정의 인기가요' 10.9% 등의 순으로 나타났다.

1993년 서울 강북지역 중학생 110명을 대상으로 조사한 김학천의 연구(김

학천, 1993:191)에 따르면, 청소년들이 즐겨듣는 라디오 프로그램은 주로 음악 프로그램이나 음악과 함께 그 날의 연예정보를 얻을 수 있는 DJ 진행방식의 프로그램들이었다. 구체적인 프로그램은 '별이 빛나는 밤에'가 압도적으로 많은 비중(45.5%)을 차지했고, 그 다음으로는 '이승연의 FM데이트', 'FM 인기가요', '신애라의 오늘같은 밤' 등의 순이다.

, 이상 라디오 프로그램에 관해 종합해 보면 다음과 같다. 청소년들이 자주 듣는 라디오 프로그램은 음악 프로그램이나 음악과 함께 그 날의 연예정보를 얻을 수 있는 DJ 진행방식의 프로그램으로 주로 밤 10시 이후에 방송되는 심야 프로그램에 대한 청취가 두드러졌다.

다. 비디오 프로그램

한국방송개발원(1994:65-67)의 조사에 따르면 우리 국민이 주로 시청하는 비디오 프로그램은 '액션'이 63.9%로서 가장 높은 선호도를 보이고 있으며, 그 뒤로 '미스테리'(10.3%), '에로'(7.9%), '코미디'(6.0%) 등의 순이다. 그 중 10대 청소년의 경우는 '액션'이 66.4%, '미스테리'가 10.5%로 비슷한 경향을 보이나 그 다음으로는 '코미디'(10.5%), '공상과학'(4.2) 등의 순으로 이어져 다소 차이를 보이고 있다(한국방송개발원, 1994 : 65-67).

라. 신문

박세권(1995:34)의 조사에 따르면 청소년이 신문에서 가장 흥미를 가지고 보는 부분은 연예정보 부분이 26.9%로 가장 많고, 그 다음이 스포츠로서 24.1%, 국제뉴스 12.8%, 소설이나 만화 8.5%, 광고 7.8%, 사회문화 7.0% 등을 차지하고 있는 반면에 가장 적은 부분은 교양학습 2.0%와 사설 3.4%이다. 또한 이 조사(1995:50-51)에서 신문기사 내용에 대한 개선점으로는 34.5%의 청소년이 '한글전용'을 지적했으며, 그 다음으로는 '연예소식을 늘렸으면'이 24.6%, '공정보도'가 22.6% 등이다.

마. 잡지

박세권(1995:35)의 조사에 따르면 청소년이 주로 보는 잡지의 종류는 만화잡지가 30.2%로 가장 많고, 그 다음이 청소년잡지로서 23.7%이며, 스포츠잡지가 15.3%, 학습용잡지가 12.5% 등이며, 진학정보잡지가 5.0%로 가장 적었다.

(3) 라디오방송이나 음악과 공부

문화방송(1991:102-103)의 조사에 따르면 청소년들이 공부할 때 라디오방송이나 음악을 듣는 정도는 '자주 듣는다' 25.9%, '약간 듣는 편이다' 33.2%, '별로 듣지 않는 편이다' 18.6%, '전혀 듣지 않는다' 22.3%로 나타나, 10명 중 6명의 청소년(59.1%)은 공부할 때 음악을 자주 듣거나 약간 듣는 편임을 알 수 있다. 이와 같이 청소년들이 공부할 때 라디오방송이나 음악을 듣는 가장 큰 이유는 '기분이 좋아진다' 24.7%, '졸음을 피할 수 있다' 16.3%, '음악 자체가 좋아서' 14.8%, '다른 생각이 들지 않는다' 13.7%, '공부가 더 잘된다' 11.5%, '습관적으로' 10.1%, '외로움을 잊을 수 있다' 7.1% 등으로 지적하여, 공부할 때 음악을 듣는 이유는 다양한 것으로 나타났다.

2) 매스미디어가 청소년에게 미치는 영향

(1) 대중매체의 폭력성이 청소년에게 미치는 영향

가. 폭력적 대중매체 접촉정도

① 대중매체 전체

서울시내 고등학생 400명과 소년원생 200명을 대상으로 대중매체가 청소년

의 일탈행위에 미치는 영향에 관해 조사한 박천일(1986:56)의 연구에 따르면 TV, 신문, 영화, 비디오, 주간지, 잡지, 만화 등 7가지 대중매체의 폭력적인 장면에 대한 청소년의 접촉정도를 7점척도(전혀보지 않았다 1 - 매우 많이 보았다(1주일에 3-4회) 7)로 알아본 결과 구타, 살인, 절도, 유괴 등 폭력성 요인에 대한 노출도는 3.68, 키스, 애무, 성관계, 매춘 등 성적 요인에 대한 노출도는 3.77로 보통(1개월에 1-2회)보다 약간 낮게 나타났다.

② 전파매체와 인쇄매체의 차이

박천일(1986:57)의 조사에 따르면 TV, 영화, 비디오와 같은 전파매체의 폭력성 요인 노출도는 4.23, 성적 요인 노출도는 4.19이나, 신문, 주간지, 잡지, 단화와 같은 인쇄매체의 폭력성 요인 노출도는 3.33, 성적 요인 노출도는 3.46으로 인쇄매체보다는 전파매체에서 폭력적인 장면을 접촉하는 기회가 많은 것을 알 수 있다.

③ 청소년집단별 차이

박천일(1986:58)의 조사에 따르면 주간 고등학생과 야간 고등학생, 소년원생 간에 폭력적 대중매체에 대한 접촉정도가 차이를 보였는데, 폭력성 요인의 경우 주간고등학생은 3.169, 야간고등학생은 3.830, 소년원생은 3.901이고, 성적 요인의 경우 주간고등학생은 3.120, 야간고등학생은 4.059, 소년원생은 4.012로 야간고등학생과 소년원생 간에는 큰 차이가 없으나 이들과 주간 고등학생 간에는 큰 차이를 보였다. 야간고등학생이 일탈행동의 결과 소년원에 들어오게 된 소년원생과 대중매체 폭력성에 대한 노출도가 비슷하게 나타난 것은 이들이 장차 일탈행동을 할 가능성이 주간고등학생보다 상대적으로 높다는 것을 시사해 주고 있다.

나. 폭력적 대중매체 접촉정도와 비행의 관계

① 폭력적 대중매체 접촉과 일탈 성향 및 행동의 차이

박천일(1986:61)의 조사에 따르면 대중매체의 폭력적인 장면에 대한 청소년의 접촉정도의 차이에 따른 일탈성향 및 일탈행동의 차이를 T-Test를 통해 알아본 결과, 인생을 무력감이나 열등감을 가지고 있는 잠재적 일탈성향에 있어 폭력장면을 적게 시청한 輕시청자군은 3.449이나 重시청자군은 3.980으로 폭력장면을 많이 시청한 집단의 잠재적 일탈성향의 수치가 높게 나타났다. 또한 사람을 때리고 싶은 충동이나 마약을 복용하고 싶은 충동 등 현재적 일탈성향에 있어서도 폭력장면을 적게 시청한 輕시청자군은 3.696이나 重시청자군은 4.990으로 폭력장면을 많이 시청한 집단의 현재적 일탈성향의 수치가 높게 나타났다. 그리고 물건파괴, 정도 등 실제로 비행을 저지른 경험에 있어서도 폭력장면을 적게 시청한 輕시청자군은 3.010이나 重시청자군은 4.478로 폭력장면을 많이 시청한 집단의 일탈행위의 수치가 높게 나타났다. 이러한 결과는 대중매체를 통한 폭력장면의 접촉정도에 따라 일탈성향이나 일탈행동의 정도에 차이가 있음을 보여 준다.

② 폭력적 대중매체 접촉과 일탈 성향 및 행동의 상관관계

박천일(1986:62-68)의 조사에 따르면 대중매체의 폭력적인 장면에 대한 청소년의 접촉정도의 차이에 따른 일탈성향 및 일탈행동의 상관관계를 알아본 결과, 대중매체의 폭력성 요인 노출도(.306), 성적 요인 노출도(.279)와 잠재적 일탈성향은 높은 상관관계를 나타냈으며($p<.001$), 상관정도의 상대적 크기는 전파매체의 폭력성 요인 노출도(.329)>전파매체의 성적 요인 노출도(.306)>인쇄매체의 폭력성 요인 노출도(.258)>인쇄매체의 성적 요인 노출도(.238)의 순으로 나타났다.

또한 대중매체의 폭력성 요인 노출도(.582), 성적 요인 노출도(.601)와 현재적 일탈성향도 높은 상관관계를 나타냈으며($p<.001$), 상관정도의 상대적 크기는 전파매체의 성적 요인 노출도(.600)>전파매체의 폭력성 요인 노출도(.576)>인쇄매체의 성적 요인 노출도(.556)>인쇄매체의 폭력적 요인 노출도(.531)의 순으로 나타났다.

그리고 대중매체의 폭력성 요인 노출도(.556), 성적 요인 노출도(.577)와 일

탈행동도 높은 상관관계를 나타냈는데($p<.001$), 상관정도의 상대적 크기는 전파매체의 성적 요인 노출도(.553)>인쇄매체의 성적 요인 노출도(.549)>전파매체의 폭력성 요인 노출도(.532>인쇄매체의 폭력성 요인 노출도(.521)의 순으로 나타났다.

③ 폭력적 대중매체 접촉의 일탈 성향 및 행동에 대한 영향

박천일(1986:69-71)의 조사에 따르면 대중매체의 폭력적인 장면에 대한 청소년의 접촉정도가 청소년의 일탈성향 및 일탈행동에 미치는 영향을 통로분석을 통해 알아본 결과, 첫째 대중매체의 폭력성 요인 및 성적 요인 노출도를 독립변인으로, 잠재적 일탈성향을 종속변인으로 하고 다변인 회귀분석 방법으로 변인간의 인과관계를 분석한 결과 2개의 독립변인은 잠재적 일탈성향을 약 10%정도 설명할 수 있는 것으로 미약하게 나타났다. 다변인 회귀분석에서 잠재적 일탈성향은 대중매체의 폭력성 요인 노출도에 의해서는 어느 정도 영향을 받고 있으나(Beta=.235), 대중매체의 성적 요인 노출도에는 거의 영향을 받지 않는 것으로 나타났다(Beta=.086).

둘째 대중매체의 폭력성 요인 및 성적 요인 노출도, 잠재적 일탈성향을 독립변인으로, 현재적 일탈성향을 종속변인으로 하고 다변인 회귀분석 방법으로 변인간의 인과관계를 분석한 결과 3개의 독립변인은 현재적 일탈성향을 46% 설명할 수 있는 것으로 나타났다. 현재적 일탈성향은 대중매체의 성적 요인 노출도에 의해 가장 큰 영향을 받고(Beta=.351), 그 다음으로 잠재적 일탈성향(Beta=.316), 대중매체의 폭력성 요인 노출도(Beta=.198)의 순으로 나타났다.

세째 대중매체의 폭력성 요인 및 성적 요인 노출도, 잠재적 및 현재적 일탈성향을 독립변인으로, 일탈행위를 종속변인으로 하고 다변인 회귀분석 방법으로 변인간의 인과관계를 분석한 결과 4개의 독립변인은 일탈행위를 상당히 높게(R=.689) 설명하는 것으로 나타났다. 특히 현재적 일탈성향은 일탈행위에 가장 큰 영향(Beta=.757)을 미치고 있었다. 그러나 나머지 3개의 변인은 미약한 것으로 나타났다. 하지만 대중매체의 성적요인 노출도는 일탈행위

에 대해 현재적 일탈성향을 통한 간접적 영향력이 매우 높은 것으로 나타났으며(Effect Coefficients=.368), 폭력성 요인 노출도도 잠재적, 현재적 일탈성향을 통한 간접적 영향력이 상당히 높은 것으로 나타났다(Effect Coefficients = .255). 통로분석 결과 대중매체의 폭력성, 성적 요인 노출도는 일탈행위의 행동적 효과 보다는 잠재적, 현재적 일탈성향 등의 정서적 효과가 큰 것으로 나타났다. 그러나 대중매체 폭력성, 성적 요인 노출도가 청소년 일탈행위에 대한 직접적인 영향은 약했으나, 잠재적, 현재적 일탈성향을 통한 간접적인 영향력은 상당히 높은 것으로 나타났다.

(2) 청소년의 사회화에 미치는 매스미디어의 영향

가. 긍정적인 기능

① 진로결정

진해시 초·중·고등학생 800명을 대상으로 대중매체가 청소년의 사회화에 미치는 영향에 관해 조사한 박세권(1995:36의 연구에 따르면 진학이나 직업선택 등의 진로를 결정하는데 도움을 주는 매체로 책과 잡지가 24.5%로 가장 많았고, 가족이 22.3%, TV가 17.9%, 친구가 13.3% 등으로 라디오나 비디오, 신문 등의 매체로 부터는 별로 도움을 받지 못하고 있음을 알 수 있다.

② 정치문제나 여론에 관한 정보획득

박세권(1995:37)의 조사에 따르면 청소년이 국내외 정치문제나 여론형성에 대한 정보를 가장 많이 얻는 매체는 TV가 59.3%로 가장 많고, 그 다음으로는 신문이 23.6%이며, 다른 매체는 거의 영향을 미치지 못하고 있는 것으로 나타나 있다.

③ 인격 및 교양 형성

박세권(1995:38)의 조사에 따르면 인격형성과 교양을 쌓는데 가장 도움을

주는 매체는 책과 잡지가 44.9%로 가장 높고, 그 밖에 TV가 11.9%, 신문이 11.2%, 친구가 11.3% 등이며, 나머지는 별로 영향을 미치지 않는다고 응답했다.

④ 구매정보 획득

박세권(1995:39)의 조사에 따르면 생활필수품 구입에 대한 정보를 가장 많이 얻는 매체는 TV가 32.4%, 친구가 32.0%로 가장 많은 비중을 차지하고 있고, 그 다음으로는 책과 잡지가 12.4%였으며, 나머지 매체는 별로 도움이 되지 않는 것으로 나타났다.

⑤ 환경관련 캠페인 등의 정보획득

박세권(1995:40)의 조사에 따르면 자연보호나 환경문제 등의 캠페인에 관한 정보를 가장 많이 얻는 매체는 TV로 70.4%를 차지하고 있고, 다음은 신문으로 11.2%이며, 나머지 매체는 거의 없는 것으로 나타났다.

나. 부정적인 기능

① 선정적 및 퇴폐적 느낌 전달

박세권(1995:41)의 조사에 따르면 대중매체 중 선정적이고 퇴폐적인 느낌을 주는 것으로는 비디오가 45.7%로 가장 많은 지적을 받았고, 그 다음으로 책과 잡지가 21.1%, TV가 20.1% 순이다.

② 비속어 전달

박세권(1995:43)의 조사에 따르면 현재 유행하고 있는 비속어를 알게 되는 경우는 친구를 통해서가 40.4%로 가장 많았고, 대중매체로는 TV가 37.1%, 비디오가 10.8%를 차지했으며, 나머지 매체는 거의 없는 것으로 나타났다.

③ 잔인한 표현

박세권(1995:44)의 조사에 따르면 폭력이나 살상 장면 같은 잔인한 표현을 가장 많이 하는 매체는 비디오가 60.5%로 가장 높은 비중을 차지하고 있고, TV가 27.6%이며, 다른 매체는 별로 그렇지 않은 것으로 나타났다.

④ 흡연, 음주 충동 유발

박세권(1995:45)의 조사에 따르면 청소년에게 흡연이나 음주의 충동을 느끼게 하는 매체로는 TV가 34.8%로서 가장 높았고, 비디오가 22.0%, 친구가 19.7%를 차지했으며, 다른 매체는 거의 영향이 없었다.

⑤ 과소비 조장

박세권(1995:47)의 조사에 따르면 과소비나 사치를 가장 많이 조장하는 매체는 TV가 60.0%로 가장 많은 청소년이 응답했고, 책과 잡지가 17.2%였으며, 나머지는 별로 그렇지 않은 것으로 나타났다.

다. 성적인 기능

① 여성의 용모나 남성의 신체에 대한 충동욕구

박세권(1995:41)의 조사에 따르면 청소년에게 여성의 아름다운 용모나 남성의 건강한 신체에 대한 충동 욕구를 느끼게 하는 매체로는 TV가 32.4%로서 가장 많은 비중을 차지했고, 비디오는 31.7%이며, 책과 잡지는 23.5%였고, 나머지 매체는 별로 영향이 없는 것으로 나타났다.

② 성에 관한 정보획득

박세권(1995:46)의 조사에 따르면 청소년이 성에 관한 정보와 지식을 가장 많이 얻는 매체는 책과 잡지로서 30.9%를 차지했고, 그 다음은 친구가 26.5%, 비디오가 17.75, TV는 13.3%이며, 나머지 매체는 별로 도움이 되지 않는 것으로 나타났다.

(3) 청소년의 진로선택과 매스미디어의 관계

가. 진로에 관한 정보원

서울·경기 지역 인문계 고등학생 384명을 대상으로 대중매체가 청소년의 진로선택에 미치는 영향에 관해 조사한 오인영(1995:34-35)의 연구에 따르면 청소년이 진로를 선택할 때 정보를 얻는 곳으로는 교사가 42.2%로서 가장 높은 순위를 차지했고, 그 다음으로는 친구나 선배가 33.3%, 대중매체가 17.7%, 부모나 형제가 6.8%로서 대중매체의 진로선택에 관한 정보원으로서의 역할이 크지 않음을 알 수 있다.

나. 진로에 관한 정보제공 매체

오인영(1995:35-36)의 조사에 따르면 대중매체 중에서 청소년이 진로나 직업에 관한 정보를 가장 많이 얻는 것은 신문(44.2%)이었고, 그 다음은 잡지(38.2%), TV(14.9%), 라디오(2.6%)의 순이었다. 그러나 평소에 신문이나 잡지를 자주 접하는 학생들은 신문에서 정보를 얻는다는 경우가 63.9%로 나타나고, TV를 자주 접하는 학생은 41.8%, 라디오를 접하는 학생은 26.2%로 나타나 매우 큰 차이를 보였다($p<.001$). 또한 남학생들은 신문과 잡지에서 정보를 얻는 경우가 55.5%이고, 여학생은 33.5%로 여학생보다 남학생이 신문과 잡지에서 정보를 얻는 경우가 많은 것으로 나타났다. 이러한 결과에서 주목할 점은 청소년이 평소 자주 접하는 대중매체에 관해서는 TV(61.3%), 신문이나 잡지(21.7%), 라디오(17.0%)의 순으로 응답하였으나, 진로에 관한 정보를 얻는데 있어서는 신문이라고 응답하였으며 TV라고 응답한 청소년은 소수에 불과했다는 것이다.

제 3 장 미디어관련 청소년 유익환경 조성 현황

1. 미디어관련 시상 현황

1) 좋은 영상물 시상식

(1) 주최 : 공연윤리위원회

(2) 시상 분야 및 갯수

- ㅇ 시상 분야 : 영화, 비디오, 새영상물
- ㅇ 시상 갯수 : 각 분야별 1개 (동점일 경우는 편성된 예산비에 따라 결정되는데 예산이 넉넉할 경우에는 공동수상으로 하고 그렇지 못할 경우에는 재심사를 거쳐 결정)

(3) 심사절차

- ㅇ 심사위원 선정 : 자체 심의위원들로 구성
- ㅇ 심사위원에게 시상식 1~2달전 정해진 기간내의 작품 중에서 좋은 작품을 선정하도록 의뢰
- ㅇ 심사위원은 선정한 작품의 작품명, 이름, 추천이유를 기재해 제출
- ㅇ 심의위원들이 선정한 작품가운데 가장 많이 중복된 순서로 작품을 뽑아서 3배수로 하여 각 분야별로 나눈 후 전체토론을 통해 최종작품 선정
- ㅇ 심사위원으로 위촉되는 공연윤리위원회 심의위원 명단

(4) 심사기준

- ㅇ 우선 청소년 관람가의 등급일 것
- ㅇ 청소년에게 유익하고 건전한 내용일 것

(5) 상금 등 시상

ㅇ 상금이나 상품을 주지는 않고 금메달(1냥)과 상패(크리스탈), 꽃다발이 시상됨

ㅇ 개인에게 시상되는 것이 아니므로 상품을 주지 않음

(6) 95년도 시상 일자 및 장소

ㅇ 일자 : 12월 23일(제1회)

ㅇ 장소 : 공연윤리위원회 건물내에 있는 시사실

(7) 95년도 수상 작품

ㅇ 영화부문 : 영원한제국(박종원 감독)

ㅇ 비디오부문 : 국토문화순례(동성프로덕션)

ㅇ 새영상물부문 : 광개토대왕(동서산업개발)

ㅇ 선정사유 : 심사표에 선정사유란이 있었으나 심사위원들이 기재하지 않았음

ㅇ 자체 심의위원들로 구성되어 있어 이미 내용을 알고있기 때문에 특별히 작품설명을 하거나 선정된 작품을 관람하지는 않음

2) 간행물윤리상

(1) 주최 : 한국간행물윤리위원회

(2) 시상 분야 및 갯수

ㅇ 시상 분야

- 공로 : 간행물 분야에 공로가 있는 사람이나 단체
- 저작 : 간행물의 저자
- 출판 : 출판사

ㅇ 시상 갯수 : 각 분야별 1명이나 1개 단체

(3) 심사절차

ㅇ 심사위원 선정(9인 이내)

- 한국간행물윤리위원회의 13개 단체중 한국출판문화협회, 한국잡지협회, 한국전문신문협회의 단체장이 각각 1명씩
- 나머지는 한국간행물윤리위원회 위원장이 추천(주로 자체 윤리위원 중에서 추천)

ㅇ 후보자를 추천받음(추천안내서 : 별첨)

ㅇ 심사위원은 제출된 공적서를 보고 진위여부를 파악하여 내용을 평가한 후, 전체 심사위원들이 의견을 모아 결정

ㅇ 심사위원으로 위촉되는 한국간행물윤리위원회 윤리위원 명단

(4) 심사기준

ㅇ 간행물에 관해 공적이 있는 사람이나 단체가 우선이 되는데, 공적의 기준은 여러가지가 될 수 있으나 그 기준의 하나로 청소년에게 유익한 간행물을 저술하거나 출판하는 것도 포함됨

(5) 상금 등 시상

ㅇ 상금 : 각 분야별 200만원

ㅇ 상패 수여

(6) 95년도 시상 일자 및 장소

ㅇ 일자 : 11월 10일(제6회)

ㅇ 장소 : 국민서관 6층 강당

(7) 95년도 수상 작품

ㅇ 공로 : 종로서적 대표(장하린 회장)

ㅇ 저작 : 숨은 진실과 문학 등의 저자(김병익 문학평론가)

ㅇ 출판 : 한국의 역사 등 출판 금성출판사 편집이사(신강남 이사)

3) 어린이 · 청소년 방송상

(1) 주최 : 방송위원회

(2) 시상 분야 및 갯수

- ㅇ 시상 분야 : 어린이 · 청소년 대상 방송 프로그램
- ㅇ 시상 갯수 : 2편

(3) 심사절차

- ㅇ 심사위원 선정 : 방송위원회 산하의 어린이 · 청소년방송특별위원회 구성
- ㅇ 어린이 · 청소년방송특별위원회 : 어린이 · 청소년 방송정책 및 편성에 관한 자문을 위해 구성

(4) 심사기준

- ㅇ 어린이와 청소년에게 유익한 프로그램
- ㅇ 어린이 · 청소년 방송의 제작 편성을 고무할 수 있는 프로그램

(5) 상금 등 시상 : 편당 1,000,000원

(6) 95년도 시상 일자 및 장소

- ㅇ 일자 : 12월 21일(제1회)
- ㅇ 장소 : 프레스센터 국제회의장

(7) 95년도 수상 작품

- ㅇ TV여행 먼나라 이웃나라(KBS 2TV, 월-금 17:00~17:30)
  - 내용 : 세계 각국의 역사, 문화, 전통, 지리정보, 생활양식의 특징, 관광 정보 등을 소개하는 프로그램

- 평가 : 세계 각국의 다양한 역사, 문화와 생활양식 등에 대한 어린이의 이해를 도울 뿐 아니라 세계에 대한 넓은 안목을 갖도록 하는 데 기여한 점이 높이 평가됨

ㅇ 선생님 질문있어요(EBS TV, 토 18:00~19:05)

- 내용 : 초등학교 3~6학년 어린이를 대상으로 전화, FAX, PC통신, 편지,엽서 등을 통해 교과와 특별활동 등에 관한 질문사항을 접수, 이를 전문가가 설명해줌으로써 어린이의 학습능력을 높여주는 생방송 프로그램
- 평가 : 어린이들로부터 접수된 질문 내용에 관련된 일선 교사가 출연하여 그 내용을 질문한 어린이와의 연결을 통해 설명해줌으로써 지루하게 느껴질 수 있는 내용을 흥미롭게 제공, 어린이의 적극적인 관심과 참여를 유발하고 학습동기를 부여해주고 있는 점이 높이 평가됨

4) 교육방송 우수 프로그램 시상

(1) 주최 : 교육방송

(2) 시상 분야 및 갯수

ㅇ 시상 분야 : 교육방송 TV 및 라디오 프로그램

- 우수작품상 : TV 및 라디오의 학교교육부문/ 사회교육 부문
- 부 문 상 : TV제작기술부문/ 영상부문/ 촬영부문/
  미술부문/ 음악효과부문/ 제작지원부문/
  출연부문/ 작가부문

ㅇ 시상 갯수 : 각 분야별 1개

(3) 심사기준

ㅇ 교육방송 프로그램에서 추구하는 목적에 충실할 것

ㅇ 학교교육 및 사회교육적으로 유용성이 있을 것 등

(4) 시상시기

ㅇ 분기별 시상(1년에 4회)

ㅇ 96년 4/4분기 시상일자 : 12월 9일

(5) 96년 4/4분기 수상 프로그램

ㅇ 우수작품상 : TV 학교교육 - 컴퓨터는 내 친구, 음악이 있는 컴퓨터
TV 사회교육 - 하나뿐인 지구, 어부의 비가
라디오 학교교육 - 고교영어듣기
라디오 사회교육 - 우리가락 노랫가락

ㅇ 부 문 상 : TV제작기술부문 - 인터넷 정보사냥, 딩동댕 유치원
영상부문 - 아름다운 세상 커다란 꿈
촬영부문 - 아름다운 세상 커다란 꿈
미술부문 - 선생님 질문있어요
음악효과부문 - 육아일기
제작지원부문 - 초·중·대 수능교재 기획, M/W담당
출연부문 - 딩동댕 유치원, 토익강좌
작가부문 - 생방송 교육정보센터

(6) 참고사항

교육방송에서는 이와 같이 분기별로 우수 프로그램을 선정해 시상하는 외에도 매월 1개씩의 우수작품상을 선정하고 있다.

2. 건전 미디어 추천 현황

1) 청소년관람추천

(1) **주최** : 공연윤리위원회

(2) **내용** : 매달 청소년에게 유익한 공연물을 선정

2) 청소년 건전도서추천

(1) **주최** : 간행물윤리위원회

(2) **내용** : 매달 청소년에게 유익한 간행물을 선정

3) 이 달의 좋은 프로그램

(1) **주최** : 공연윤리위원회

(2) **심사위원회 운영**

- 위원구성 : 7인(방송위원회 위원 2인 포함)
- 추천기관 : 방송사, 사무처, 보도교양·연예오락심의위원회, 시청자·유관단체, 심사위원(심사위원이 추천하면 사무처 추천으로 상정함)
- 추천대상 부문 : 중앙사/지방사의 TV 프로그램, 라디오 프로그램 (보도/교양/연예오락)

ㅇ 심사단위

- 정규 편성물
  - · 연속 드라마 : 종료 후, 또는 3개월 방송분
  - · 시추에이션 드라 /단막 드라마/기타 정규편성물 : 1회 방송분/1개월 방송분/심사월 전월까지의 전체 방송내용 중 택일
- 특집물 : 시리즈물 전체
- 심의제재 프로그램 : 경미한 제재(주의)를 받은 이후의 방송분은 심사에 포함함

ㅇ 연간 수상편수 : 24편 이내

ㅇ 시상금 : 편당 1,000,000원

ㅇ 시상식 : 방송위원회 전체회의(매월 넷째주 금요일 임시회의)

(3) 선정기준

ㅇ 시청자의 알 권리를 충족시킨 작품

ㅇ 시청자의 건전한 가치관 정립에 기여한 작품

ㅇ 아동 및 청소년의 선도에 기여한 작품

ㅇ 국민의 교양과 정서함양에 기여한 작품

ㅇ 내용이 유익하며 문학적, 예술적 가치가 풍부한 작품

ㅇ 건전하고 명랑한 내용으로 시청자에게 즐거움을 제공한 작품

ㅇ 공공질서와 도덕 및 사회윤리 신장에 기여한 작품

ㅇ 민족문화의 보존, 발굴과 창조적 개발에 기여한 작품

ㅇ 국제화, 개방화 시대의 조류에 맞춰 국가 경쟁력 향상에 기여한 작품

ㅇ 기타 방송의 품격 향상에 기여한 작품

(4) 내용심사 참고사항

ㅇ 전체구성(형식적 측면)

- 기승전결의 체계성
- 본 내용과 에필로그의 연계성

ㅇ 완성도(내용적 측면)

- 주제의 일관성
- 분명한 메시지
- 감동적인가

ㅇ 공적 기여도

- 여론 환기 여부
- 주제의식(환경보호, 휴머니즘 고취, 사회비리 고발 등)

ㅇ 독창성

- 기획의 참신성
- 제작 기법 및 내용 전개의 독창성

ㅇ 제작 충실도

- 제작자의 성실한 노력이 엿보이는가
- 근거제시를 위한 노력
- 자료화면의 과다 여부

ㅇ 영상표현

- 영상언어적 표현(말보다 화면으로 입증)
- 내레이션과 화면의 일치
- 독창적인 화면이 있는가

3. 미디어별 심의 현황

1) 방송

, 방송매체는 다른 어떤 매체보다도 청소년이 가장 많이 접촉하는 매체로써 방송의 막강한 영향력은 새삼 강조할 필요가 없을 것이다. 그리하여 방송 프로그램에 대해서는 자율적이든 타율적이든 어떠한 규제조치가 필요하다.

이에 방송위원회에서는 방송심의위원회를 두어 텔레비전과 라디오에서 방송되는 프로그램의 내용을 심의하여 규제하고 있다. 방송심의의 대상은 텔레비전 부문, 라디오 부문, 텔레비전 영화 부문, 방송광고 부문의 4개 분야로 나뉘는데, 이 중 텔레비전과 라디오의 일반 프로그램들은 사후심의이고, 텔레비전 영화와 텔레비전 및 라디오의 광고는 사전심의 대상이다.

이러한 방송심의를 통해 제재를 받은 프로그램들의 제재사유는 인권침해나 간접광고, 방송의 공정성 등 여러가지 사유가 있으나, 무엇보다도 가장 중요한 심의기준의 하나는 '청소년의 건전한 정서함양'이다. 청소년의 건전한 정서함양을 위해 규제되는 내용들은 미성년 피의자 인적 공개, 선정적·외설적 내용, 무분별한 애정관계, 가정생활 순결성 저해, 건전한 생활기풍 저해, 위법행위 조장, 약물남용 등 범죄모방 동기, 폭력 과다 묘사, 청소년 방청객 괴성, 어린이에 부적합한 배역, 불건전 비속어, 바른 언어생활, 청소년 보호취지 저해, 지나친 흥미위주 등이다(유종원, 1993:226).

따라서 방송심의를 통해 규제를 받은 프로그램의 경우 청소년의 건전한 정서함양에 저해가 되는 경우가 많을 것이므로 이하에서는 방송위원회의 95년도 방송심의 결과를 분석해 봄으로써 우리나라 방송 프로그램의 청소년에 대한 유해성 정도를 가늠해보고자 한다. 방송위원회의 심의결과는 방송위원회보(제81호)의 '95년 방송심의 의결현황'을 참고하였다.

95년도에 방송된 각 방송국의 프로그램에 대한 사후 심의 결과를 살펴보면 <표 1>과 같다. 전체 방송프로그램을 대상으로 한 사후 심의중에서 제재를 받

은 프로그램은 총 623건으로 제재의 종류는 '주의'가 364건으로 가장 많았고, '경고'가 216건, '관계자경고'가 24건, '법정제재'가 19건의 순이었다. 방송사별로는 KBS 200건, MBC 196건, SBS 103건 등이었고, 매체별로는 텔레비전이 400건, 라디오가 223건이었다.

제재 사유별로는 개인 및 단체의 인권이나 권익, 명예훼손 등 '인권'관련 사유가 224회로 가장 많고, '간접광고' 137회, '방송의 공정성 및 객관성 저해' 44회, '방송의 정확성 저해' 35회, '폭력의 과다묘사·미화' 20회, '선정·퇴폐·외설적 표현' 20회 등이었다.

<표 1> 95년도 방송프로그램 사후 심의결과 (단위 : 건)

구분 \ 결과		규 제 구 분				
		법정제재	경 고	관계자경고	주 의	소 계
텔레비전	EBS	·	2	·	1	3
	KBS	3	49	8	73	133
	MBC	4	71	9	67	151
	SBS	7	32	6	35	80
	기타	·	7	·	26	33
라디오	KBS	1	15	1	50	67
	MBC	1	14	·	30	45
	SBS	·	5	·	18	23
	기타	1	22	1	64	88
합 계		19	216	24	364	623

* 자료 : 방송위원회보 제81호(1996년 1월)

또한 95년도에 방송된 방송 영화 및 광고에 대한 사전 심의 결과를 살펴보면 <표 2>와 같다. 영화부문은 총 4,051편을 심의하여 그 중 81.8%를 '방송가'로, 16.4%를 '조건부방송가'로, 1.8%를 '방송불가'로 결의하였다. '방송불가' 조치된 72편의 영화를 방송사별로 보면, MBC가 32편, KBS가 19편, SBS가 17편 등이었다.

제재 사유별로는 '폭력'이 27건으로 가장 많고, '청소년 품성저해' 및 '일본색'이 각각 14편, '비윤리 및 반사회적'인 내용이 13편의 순이었다.

광고부문은 총 44,4544건 심의해 이 중 99.4%를 '방송가'('조건부방송가'포함)

로, 0.6%를 '방송불가'로 결의했다. '방송불가' 사유로는 '허위나 기만적인 내용 및 표현'이 109회, '시청자의 정서저해 및 방송광고의 품위손상'이 84회, '법규위반 및 위법행위 조장' 65회, '바른 언어생활 저해' 51회, '어린이나 청소년의 정서저해'가 42회 등이었다.

, <표 2> 95년도 방송영화 · 광고 사전 심의결과 (단위 : 건)

결과 / 분야	심의 건수	규제구분		
		방송가	조건부방송가	방송불가
영화	4,050	3,313(81.8%)	666(16.4%)	72(1.8%)
광고	44,454	44,196(99.4%)		258(0.6%)

* 자료 : 방송위원회보 제81호(1996년 1월)

2) 신문

95년도에 신문에 게재된 광고에 대한 사후 심의 결과를 살펴보면 <표 3>과 같다. 전체 신문광고를 대상으로 한 사후 심의중에서 제재를 받은 광고는 총 114건으로 제재의 종류는 '주의'가 69건이고, '비공개경고'가 45건, '공개경고'는 없었다. 제재사유별로는 '과장광고'가 47건으로 가장 많았고, '법규위반'이 37건, '미풍양속저해' 및 '기사혼돈'이 각각 12건, '책임소재불명' 5건, '미신광고' 1건 등의 순이다.

<표 3> 95년도 신문광고 사후 심의결과 (단위 : 건)

결과 / 분야	주의	비공개경고	공개경고	합계
광고	69	45		114

* 자료제공 : 신문윤리위원회

3) 간행물

95년도에 발행된 도서, 정기간행물, 판매용만화책 등 간행물에 대한 사후 심의결과를 살펴보면 <표 4>과 같다. 주의, 경고, 제재건의, 고발, 게재중지 등의 규제를 받은 비율은 도서 18.2%, 정기간행물 1.9%, 만화 15.0%로 적지 않은 단행본 도서나 만화에서 문제점이 지적되었고, 이러한 간행물들의 청소년에 대한 유해성 역시 우려되는 것이라 하겠다.

<표 4> 95년도 간행물 사후 심의결과 (단위 : %, 건)

결과 / 분야	심의건수	통과	규제구분					
			주의	경고	제재건의	고발	게재중지	소계
도 서	1,086	81.8(888)	4.1(44)	7.2(78)	6.5(71)	0.5(5)	·	18.2(198)
정기간행물	26,723	98.1(26,216)	0.7(186)	0.9(238)	0.3(74)	·	0.03(9)	1.9(507)
만 화	1,064	85.0(904)	4.8(51)	8.1(86)	2.2(23)	·	·	15.0(160)
합 계	28,873	97.0(28,008)	1.0(281)	1.4(402)	0.6(168)	0.02(5)	0.03(9)	3.0(865)

* 자료제공 : 공연윤리위원회

<표 5> 95년도 간행물 사전 심의결과 (단위 : %, 건)

결과 / 분야	심의건수	통 과	규제구분					
			수정통과	재심	전면개작	반려	폐기	소계
만 화	5,815	72.0 (4,187)	25.8 (1,510)	1.6 (93)	0.3 (17)	0.3 (17)		28.0 (1,628)

* 자료제공 : 공연윤리위원회

또한 95년도에 발행된 대여용만화책에 대한 사전 심의결과를 살펴보면 <표 5>와 같다. 대여용 만화의 경우는 아동·청소년을 대상으로 하기 때문에 심의가 사전에 이루어지고 규제가 비교적 엄격하기 때문에 수정통과, 재심, 전면개작, 반려 등의 규제를 받은 만화가 전체의 28.0%나 차지하고 있다. 따라서 대략 10권중 3권의 만화책은 청소년에 대한 유해성이 우려되어 사전에 규제를 받고 있음을 알 수 있다.

4) 공연

95년도의 영화, 비디오, 새영상물, 음반, 무대공연, 광고 등 공연물에 대한 사전 심의결과를 살펴보면 <표 6>와 같다. 수정, 반려 등의 규제를 받은 비율은 영화 25.5%, 비디오 21.4%, 새영상물 9.1%, 음반 0.9%, 광고 13.2%로 적지 않은 영화나 비디오에서 문제점이 지적되었고, 이러한 영상물들의 청소년에 대한 유해성 역시 우려되는 것이라 하겠다.

<표 6> 95년도 공연물 사전 심의결과 (단위 : %, 건)

결과 / 분야	심의건수	무수정	규 제 구 분		
			수 정	반 려	소 계
영 화	874	74.5(651)	21.6(189)	3.9(34)	25.5(223)
비 디 오	4,855	78.6(3,816)	18.1(881)	3.3(158)	21.4(1,039)
새 영 상	1,850	90.9(1,681)	4.5(84)	4.6(85)	9.1(169)
음 반	102,065	99.1(101,190)	0.3(357)	0.5(518)	0.9(875)
무대공연	2,422	100.0(2,422)	·	·	·
광 고	19,014	86.8(16,508)	11.0(2,092)	2.2(414)	13.2(2,506)
합 계	131,080	96.3(126,268)	2.7(3,603)	0.9(1,209)	3.7(4,812)

* 자료제공 : 공연윤리위원회

이상 대중매체에 대한 심의 결과를 종합해 보면, 영화와 비디오, 만화, 방송 프로그램 등은 다른 매체에 비해 많은 규제를 받고 있어 청소년에 대한 유해성 드 그만큼 클 수 있는 매체임을 알 수 있다. 영화, 비디오, 음반, 방송용 광고나 대여용 만화책 등에 대해서는 사전에 심의가 이루어지기 때문에 청소년에 대한 유해성 여부가 미리 판단되어 사전에 통제가 이루어지고 있어 크게 우려되는 바는 아니나, 방송 프로그램이나 신문, 일반 간행물 등은 사후심의이기 때문에 방송사나 신문사, 출판사가 청소년에 대한 유해성 여부를 스스로 심의하는 자정 노력이 요망되고 있다.

참 고 문 헌

강상현, 채백. 1993. 대중 매체의 이해와 활용. 한나래.

강준만. 1993. TV의 반역. 장백.

고정곤. 1994. "아동의 TV 시청지도." 새교육 제476호.

김경란. 1988. "TV시청 동기 분석을 통한 이용과 충족에 관한 연구." 중앙대학교 신문방송대학원 석사학위논문.

김경숙. 1990. "청소년 방송 프로그램의 교육적 의미에 관한 연구 - TV 드라마를 중심으로." 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

김광호. 1995. "어린이 청소년 프로그램의 현황과 문제점." 방송문화 제166호.

김규. 1987. 텔리비전 환경론. 도서출판 나남.

김우룡, 정인숙. 1995. 현대매스미디어의 이해. 도서출판 나남.

김재은. 1995. "방송과 어린이 · 청소년의 문화환경." 어린이 · 청소년 방송, 이대로 좋은가. 방송위원회.

김종서. 1993. "시청자의 방송통제에 관한 연구." 서울대학교 대학원 박사학위논문.

김지운. 1990. 매스미디어 정치경제학. 도서출판 나남.

김학천. 1993. "청소년의 영상매체 수용실태와 활용방안." 청소년과 방송. 한국언론연구원.

김학천. 1995. "어린이 청소년 프로그램의 기능과 변화." 방송문화 제166호.

나혜경. 1995. "어린이 프로그램이 담아야 할 내용." 방송문화 제166호.

도종수 외 4인. 1992. 청소년 생활실태 및 의식조사 연구. 한국청소년연구원.

문화방송. 1991. '91 MBC 청소년백서. 문화방송.

박세권. 1995. "청소년의 사회화에 미치는 대중매체의 영향에 관한 조사 연구." 경북대학교 교육대학원 석사학위논문.

박천일. 1986. "청소년 일탈행위에 미치는 대중매체 효과 연구-대중매체의 폭력 노출과 성적묘사가 청소년 일탈성향에 미치는 영향을 중심으로." 고려대학교 대학원 석사학위논문.

방송위원회. 1995. 텔레비전과 어린이에 대한 세계회의. 방송위원회.

변영애. 1993. 매스컴을 알아야 세상이 보인다. 도서출판 들불.

안정임, 송현경, 전경란. 1993. "어린이·청소년 방송환경 및 정책에 관한 연구." 방송연구 제37호.

양병재. 1992. "시청자의 방송 참여도 제고방안에 관한 연구." 청주대학교 대학원 석사학위논문.

오인영. 1995. "청소년의 직업선택과 대중매체와의 관계." 건국대학교 대학원 석사학위논문.

유일상. 1995. 매스미디어와 열린 세상. 경인문화사.

유종원. 1993. "어린이·청소년관련 방송심의 사례연구." 청소년과 방송. 한국언론연구원.

유지현. 1994. "뉴미디어 시대의 방송 시청자의 기호변화에 관한 연구." 연세대학교 행정대학원 석사학위논문.

유태영. 1994. 교육방송론. 형설출판사.

윤병일. 1988. "라디오 심야프로그램의 분석적 고찰." 방송연구 제24호.

윤진. 1991. "대중매체의 폭력성이 청소년에게 미치는 영향." 한국형사정책연구원.

이강수. 1987. 매스커뮤니케이션 사회학. 도서출판 나남.

이정춘. 1986. 매스미디어 효과이론. 도서출판 나남.

이창현. 1993. "경쟁시대의 효과적인 TV 편성전략에 관한 연구." 경상대학교 경영행정대학원 석사학위논문.

장세진. 1991. "농촌지역 청소년의 텔레비전 시청실태 연구." 방송연구 제33호.

전병재. 1986. "청소년을 위한 방송프로그램의 과제." 과학교육 제264호, 제265호.

정원식. 1986. "방송을 통한 청소년교육의 기본방향." 과학교육 제261호.

차경수. 1988. "청소년문제와 방송." 방송연구 제24호

최정호. 1982. 언론문화와 대중문화. 민음사.

최종욱. 1986. "청소년층의 라디오매체 접촉경향과 프로그램의 개선방향."

방송연구 제16호.

최현·이용교·이춘화·백옥현. 1991. 청소년을 위한 대중매체 연구. 한국청소년연구원.

한국방송개발원. 1994. 텔레비젼 수용행태와 미래 한국방송에 대한 시청자 의식조사. 한국방송개발원.

한국언론연구원. 1993. 청소년과 방송. 한국언론연구원

兒島和人. 1993. マス・コミュニケーション受容理論の展開. 東京: 東京大學出版會.

鈴木みどり. 1992. テレビ・ 誰のためのメディアか. 東京: 學藝書林.

Barwise, Patrick and Andrew Ehrenberg. 1988. *Television and Its Audience*. London: Sage Publications, 한균태 역. 1994. 텔레비전과 수용자. 한울아카데미.

Clifford, Brian R., Barrie Gunter and Jill McAleer. 1995. *Television and Children*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates Publications.

Esslin, Martin. 黑川欣映 譯. 1986. テレビ時代, 東京: 國文社.

Fiske, John and John Hartley. 1978. *Reading Television*, 이익성 · 이은호 역. 1994. TV 읽기. 현대미학사.

MacLean, Roderick. 1968. *Television in Education*. London: Methuen.

연구보고서 96-24

청소년 미디어대상 제정 운영

인 쇄 1996년 12월 20일
발 행 1996년 12월 26일
발행인 한국청소년개발원원장
발행처 한국청소년개발원
서울특별시 서초구 양재동 60번지
137-130
등 록 1993. 10. 23 제 21-500호
인쇄처 문 영 사
전화 739-2172

사전 승인없이 보고서 내용의 무단전제, 복제를 금함
구독문의:(02) 578-7924(자료실)

ISBN 89-7816-144-8