

제1장 드라마



제절 2010~2011년 상반기 드라마 동향

2010년부터 2011년 상반기까지의 한국 드라마는 여러 가지 측면에서 몇 가지 의미 있는 동향을 보여주었다. 첫째, 장르적 측면에서는 가족드라마의 견고함과 더불어 역사드라마의 분화 양상이 두드러졌다. 동시에 다양한 소재가 적극적으로 개발되면서 기존에 접하기 어려웠던 새로운 유형의 장르 드라마들이 등장하였다. 둘째, '악인(惡人)'의 성격이 입체적으로 형상화되면서 등장인물의 성격에 변화가 일어났다. 셋째, 스타 파워의 약세와 간접광고의 합법화 같은 드라마 제작 환경의 변화가 드라마의 질적인 측면에 영향을 주었다. 이상의 세 가지 동향은 2011년 이후 한국 드라마의 방향을 가늠할 수 있는 근거라는 점에서 특기할 만한데, 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 장르적 측면에서는 가족드라마의 견고함이 여전한 상황에서 역사드라마의 분화 양상이 두드러졌으며, 미니시리즈 드라마를 중심으로 새로운 유형의 장르 드라마가 등장하였다. 시청률의 측면에서 보면 여전히 일일연속극이나 주말연속극의 형태로 방영되었던 가족드라마가 강세였다. 그리고 사극이 '역사드라마'라는 대범주로 분류되던 기존의 경향에서 벗어나 액션사극·의학사극·경제사극·풍속사극·민중사극 등으로 분화하는가 하면, 시대극이 역사드라마의 큰 틀에서 시청자의 이목을 집중시키기도 했다. 한편, 미니시리즈 드라마를 중심으로 한국 드라마의 질적인 변화 양상이 나타나기도 했는데, 기존에 볼 수 없었던 새로운 유형의 액션사극을 표방하면서 영상예술로서의 드라마의 진면목을 유감없이 보여주었던 KBS2 <추노>를 선두로 MBC <즐거운 나의 집>, SBS <싸인>, KBS2 <로맨스타운>과 같은 다양한 유형의 장르 드라마들이 짜임새 있는 스토리와 뛰어난 영상미를 바탕으로 한국 드라마의 질적인 변화를 견인하였다.

둘째, 다양한 소재로 무장한 새로운 장르 드라마와 더불어 또 하나 주목할 만한 경향은 등장인물의 유형 변화이다. 천편일률적으로 주인공을 괴롭히는 역할의 악인형(惡人型) 등장인물이 주인공

으로 등장한 것이다. 등장인물의 역할(role)이 성격(character)에 근거하여 극적 상황 전개의 개연성을 획득하면서 단순히 미워하거나 중요할 수 없는 악인형 등장인물이 등장한 것은 물론, 악인을 주인공으로 내세운 드라마들이 제작되기도 하였다. 이러한 등장인물의 유형 변화는 한국 드라마가 그동안의 단선적인 태도에서 벗어나 보다 총체적인 태도로 인간과 삶을 성찰하기 시작했음을 의미한다.

셋째, 스타 파워가 예전처럼 강력하지 않았던 것과 달리 신인 배우가 특정 드라마의 성공으로 스타덤에 오르는 현상이 나타났다. 아무리 뛰어난 스타 배우라 하더라도 좋은 극본과 뛰어난 연출력이 뒷받침되지 않으면 스타 파워를 발휘하기 어려운 반면, 인지도가 낮은 신인 배우라 하더라도 연기력이 뒷받침된 상태에서 좋은 극본과 뛰어난 연출력까지 갖춰지면 스타로 발돋움할 수 있음을 보여준 경우라 할 수 있다.

그리고 2010년 1월 간접광고와 관련한 방송법 시행령 개정 이후 '제작 협찬'이란 명분으로 등장인물의 직업이나 극적 상황 연출과 관련하여 특정 상표가 합법적으로 노출되기 시작한 점도 특기할만한 사항이다. 말 그대로 '간접적인 수단을 통한 광고'만 가능했던 시기와 달리 법적으로 특정 상표를 직접 노출해도 법에 저촉되지 않기 때문에, 드라마의 극적 상황에서 제작 협찬사가 지나치게 드러나면서 드라마의 질을 떨어뜨리는 부작용이 발생하고 있다.

이상으로 장르와 등장인물의 유형, 그리고 드라마 제작 여건이라는 세 가지 측면에서 2010년부터 2011년 상반기까지 한국 드라마에 나타난 변화 양상을 개괄하였다. 이를 각 항목 별로 세분하여 정리하면 다음과 같다.

제2절 2010~2011년 상반기 드라마 특성

1. 출생의 비밀과 불륜 코드, 가족드라마 장르의 강세

드라마의 장르(genre)와 양식(format)은 아무래도 소재를 형상화하는 방식의 차이에 따라 구분되는 경우가 많다. 하지만 그 어떤 경우에도 '가족'은 중심에 자리한다. 대가족을 중심으로 자식들의 '혼사장애담(婚事障礙談)'을 주요 사건으로 다루는 일일연속극이나 주말연속극은 물론, 청춘남녀의 로맨스에 초점을 맞춘 미니시리즈 드라마의 경우에도 '가족'은 대립을 유발하고 갈등을 증폭시키는 과정에서 필수적으로 등장하기 때문이다. 한국 드라마의 대부분이 '가족드라마'로 분류되는 것도 그래서이다. 이처럼 '가족드라마'가 하나의 정형화된 장르로 견고한 틀을 유지하는 것은 '혈연' 중심의 인간관계를 중시하는 한국 사회 분위기에서 기인하는 바가 크다.

대부분의 가족드라마는 ‘출생의 비밀’이나 ‘불륜’과 같은 극적 요소를 유난스럽게 남발하면서 극적 상황을 구성한다. 고난과 시련을 극복하고 자신의 꿈을 이뤄가는 여성을 중심으로 이야기를 풀어나간 KBS1의 일일연속극 〈바람 불어 좋은 날〉은 물론 미국으로 입양된 한국인 미혼모에게서 태어난 남성이 아버지를 찾기 위해 지적 장애를 겪고 있는 어머니와 함께 한국으로 돌아와 겪는 이야기를 다룬 KBS1의 일일연속극 〈웃어라 동해야〉는 전혀 다른 이야기임에도 불구하고 출생의 비밀과 불륜을 공통점으로 한 가족드라마이다. 두 편 모두 높은 시청률을 기록했으나, 등장인물과 배경만 바뀌어 변별성을 찾기 어려운 것은 물론 개연성이 떨어지는 작위적인 구성과 틀에 박힌 장면 연출로 인해 부정적인 평가를 받기도 했다.

주말연속극 역시 상황은 별반 다르지 않았다. KBS2의 주말연속극 〈수상한 삼형제〉와 〈결혼해주세요요〉 그리고 〈사랑을 믿어요〉는 전혀 다른 등장인물과 이야기 구조에도 불구하고 불륜과 출생의 비밀을 소재로 사건을 전개함으로써 높은 시청률에도 불구하고 부정적인 평가를 받았다. 인생을 살아가면서 빼놓을 수 없는 요소들 가운데 ‘건강’과 ‘돈’ 그리고 ‘이성’을 의인화시킨 삼형제의 사연을 중심으로 이야기를 풀어나간 〈수상한 삼형제〉, 인생관이 서로 다른 네 쌍의 결혼 이야기를 통해 사랑과 결혼 그리고 이혼 문제를 다룬 〈결혼해주세요요〉, 평생을 착하게 살아온 노부부를 중심으로 사랑의 가치를 되새기며 행복한 가정의 조건을 모색한 〈사랑을 믿어요〉 등 KBS2 주말연속극은 모두 ‘사랑’을 통해 ‘가족’의 의미를 성찰하는 전형적인 가족드라마이다. 다만 출생의 비밀과 불륜 코드를 활용하면서 말초적 흥미를 자극한 점이 아쉬움으로 남는다.

MBC의 주말연속극 〈민들레 가족〉과 〈글로리아〉 그리고 〈반짝반짝 빛나는〉 역시 전혀 다른 소

그림 5-1-1 KBS1 〈웃어라 동해야〉와 KBS2 〈수상한 3형제〉



〈웃어라 동해야〉



〈수상한 3형제〉

출처: KBS 홈페이지(<http://www.kbs.co.kr>)

재임에도 불구하고 출생의 비밀이라는 코드를 공유한다는 점에서 여타의 가족드라마와 다를 바 없는 작품들이었다. 이사 승진에서 밀려난 초로의 아버지를 중심으로 전혀 다른 개성의 세 자매의 얼룩진 결혼 생활을 통해 가족의 의미를 되물었던 <민들레 가족>, 꿈조차 꿀 수 없을 만큼 어렵게 살아가던 사람들이 꿈을 이루기 위해 노력하는 이야기 속에 가족의 진정한 사랑을 담아낸 <글로리아>, 태어나자마자 뒤바뀐 운명을 되돌리는 과정에서 진정한 가족의 의미를 깨달아가는 두 여성의 삶을 대비시킨 <반짝반짝 빛나는> 등 MBC 주말연속극은 상처투성이의 가족들이 마음을 열고 서로에게 한 걸음씩 다가서는 과정을 통해 가족의 소중함을 강조한 특색이 있다. 다만 등장인물들의 굴곡 많은 사연을 형상화하는 과정에서 작위적인 구성으로 막장드라마 논란에 휘말린 것이 아쉬운 부분이다.

‘MBC 주말특별기획드라마’ 라는 타이틀을 달고 있으나 사실상 또 하나의 주말연속극이었던 <욕망의 불꽃>과 <내 마음이 들리니?> 역시 출생의 비밀과 불륜 코드로부터 자유롭지 못한 작품이었다. 지독한 가난에서 벗어나고 싶은 욕망에 사로잡혀 재벌가 며느리가 될 수 있는 실낱같은 기회를 잡기 위해 하나 뿐인 언니를 불행에 빠뜨리고 아버지를 죽음으로 몰아간 한 여성이 파멸에 이르는 과정을 통해 행복의 조건을 탐색한 <욕망의 불꽃>, 어려운 환경에서도 결코 절망하지 않고 꾀꾀하게 가족을 챙기는 여성과 후천성 청각 장애를 극복하고 삶의 의지를 되찾는 남성을 중심으로 순박한 가족의 삶을 담아낸 <내 마음이 들리니?>는 ‘돈’에 의해 훼손된 삶의 단면을 형상화하면서 진정한 행복의 의미를 되묻는 작품들이었다. 그러나 역시 등장인물들의 극악스러운 면면을 극단적으로 보여주는 과정에서 막장드라마에 논란에서 자유로울 수 없었던 한계를 남기기도 했다.

SBS의 주말연속극 <이웃집 웬수>와 <웃어요 엄마>는 ‘이혼’이라는 소재를 공유하고 있지만 분위기는 전혀 다른 가족드라마였다. 이혼한 부부가 일상적으로 흔히 부딪칠 수 있는 이혼 이후의 부자연스러운 상황과 중년의 사랑을 결합시킨 이야기를 통해 가족과 가정의 의미를 강조한 <이웃집 웬수>, 딸을 세계적인 배우로 키우기 위해 물불 가리지 않는 어머니, 전형적인 현모양처형 어머니, 사회적으로는 성공했으나 가정적으로는 상처투성이인 어머니 등 세 명의 어머니를 대비하면서 가족 간의 화해를 모색한 <웃어요 엄마> 등의 SBS 주말연속극은 자식 세대를 전면에 내세우기보다 중장년층에 초점을 맞춘 가족드라마라는 점을 특기할 만하다. ‘이혼’을 주요 소재로 취함으로써 결혼에 대한 가치관의 변화를 담아낸 점이 돋보이지만, 극단적인 상황 설정이 극적 현실성을 떨어뜨린 점이 아쉬움으로 남는다.

‘SBS 특별기획드라마’ 가운데 <인생은 아름다워>와 <신기생던>은 50회가 넘는 분량을 감안할 때 또 하나의 주말연속극이라 할 수 있다. 두 편의 드라마는 전혀 다른 지점에서 방영 당시 사회적 논란에 휘말리기도 했다. SBS 창사 20주년 기념드라마였던 제주도를 배경으로 4대가 함께 사는 공간을 배경으로 다양한 인생을 담아낸 <인생은 아름다워>는 가족드라마를 표방한 연속극에서는 보기 힘들었던 성적 소수자를 등장시키면서 동성애 담론에 대한 사회적 논쟁을 불러일으켰다. 하지만 수많은 가족드라마를 통해 오랜 세월 인생을 이야기했던 김수현 작가는 새삼스럽게 제주도에

서 ‘인생은 아름다워!’ 를 강조하면서 인생이 자연의 일부라는 깨달음을 시각적으로 보여주는 데 성공했다. 반면에 기생 요릿집을 주요 배경으로 다양한 인물들의 사연을 통해 기생과 기생문화를 새롭게 조명하겠다는 의도를 분명히 했던 <신기생던>은 출생의 비밀을 전면에 내세운 전반부의 사건 전개 과정과 달리 후반부로 가면서 극중 인물에게 귀신이 빙의되었다는 극적 상황을 반복함으로써 사회적 논란에 휘말렸다. 발표하는 작품마다 막장드라마 논란을 불러 일으켰던 임성한 작가는 <신기생던>에서도 ‘욕 하면서 보는 드라마’ 라는 평가에서 자유롭지 못했다.

출생의 비밀과 불륜 코드로 무장한 가족드라마는 어김없이 막장드라마 논란에 휘말리는 경향이 강했다. 그러나 출생의 비밀이나 불륜 코드를 차용했다는 것만으로 막장드라마라는 낙인을 찍는 것은 위험하다. 진짜 막장드라마는 인간과 삶에 대한 진정성 없이, 극단적 감정 유발을 위해 작위적으로 장면을 구성한 경우가 많기 때문이다. 함께 더불어 살아가는 사회에 필요한 최소한의 도덕적이고 윤리적인 의식을 조롱거리로 삼으며 도덕 불감증을 조장한다는 사회적 비판이 거세지면서 2010년 이후 막장드라마 경향은 많이 개선되었다. 하지만 일부 가족드라마의 경우, 여전히 자극적이고 선정적인 장면 연출로 막장드라마라는 비난을 받아 개선의 여지가 남아 있음을 확인할 수 있었다.

2. 보편적 사실과 특수성의 결합, 역사드라마 장르의 분화

‘역사적 인물이나 사건을 소재로 한 드라마’ 라는 개념에 간혀 있던 역사드라마가 2010년 이후 ‘액션·의학·경제·청춘·민중’ 이라는 특수성을 전면에 내세운 장르 드라마로 분화하기 시작했다. 친민 출신 무수리로 왕비가 된 영조의 생모 숙빈 최씨의 파란만장한 삶을 다룬 정통사극 MBC의 <동이>는 물론, 도망간 노비를 추적하는 노비사냥꾼의 이야기를 다룬 KBS2의 액션사극 <추노>, 우리나라 최초의 근대식 병원인 ‘제중원’ 을 배경으로 한 SBS의 의학사극 <제중원>, 정당하게 부를 축적하고 그것을 다시 사회에 환원하는 방식으로 노블리스 오블리제를 실천한 경주 최부자 집안의 이야기를 다룬 KBS1의 경제사극 <명가(名家)>, 조선시대 최고의 지성들이 학문을 논하는 공간인 ‘성균관’ 을 배경으로 싱그러운 청춘의 사랑이야기와 불꽃 튀는 정치 투쟁의 현실을 교차시켜 조선 시대를 현대적으로 재해석한 KBS2의 청춘사극 <성균관스캔들>, 가난하지만 선량하게 살아왔던 노비·거지·갓바치·백정·왕자재 등 봉건제 하에서 소외되었던 기층 민중의 피폐한 삶에 시선을 돌림으로써 신자유주의 광풍에 휩쓸린 대한민국의 현재를 비판하는 MBC의 민중사극 < 짝패> 등이 바로 그것이다.

<추노>는 한 때 양반이었으나 집안이 몰락한 뒤 노비였던 연인을 찾기 위해 ‘노비사냥꾼’ 이 된 사내와 무사 양성 기관인 훈련원 교관으로 최고의 검술 솜씨를 자랑하다가 정쟁(政爭)의 희생양이 되어 노비로 전락한 사내의 쫓고 쫓기는 사연을 다룬 액션사극이다. 병자호란 이후 혼란스러운 정

치 현실과 ‘죽으면 고기값도 못하는 노비’가 넘쳐나면서 백성의 고통이 극에 달하던 시대의 참상을 ‘노비시랑꾼’이라는 참신한 소재로 풀어나가는 과정이 흥미로운 드라마였다. 특히 쫓기는 노비와 쫓는 노비시랑꾼의 긴박감과 역동성을 제대로 보여준 영상미는 향후 영상예술로서 드라마의 새로운 기준을 제시했다는 점에서 높이 평가할 만하다.

〈제중원〉은 신분제가 붕괴되던 구한말을 배경으로 천민인 백정과 사대부 자제, 서양 선교사의 통역을 담당하던 역관의 딸이 서양 의술을 배우면서 진정한 의사로 성장해가는 과정을 그린 의학 사극이다. 조선 최초의 근대식 진료기관이자 교육기관이었던 ‘제중원’은 밀려드는 서양 열강의 압박과 근대화라는 시대적 과제가 응축된 공간이다. 삶과 죽음이 교차하는 병원의 긴박감과 천민과 양반, 남성과 여성이 함께 ‘의술(醫術)’을 배우는 교육의 감동이 교차하는 공간이 바로 ‘제중원’인 것이다. 따라서 〈제중원〉은 의학의 전문성과 신분제를 뛰어넘는 인간 승리의 성공담을 함께 보여준 작품이라 할 수 있다.

〈명가〉는 “부자 되세요!”라는 덕담을 아무렇지 않게 주고받는 것과 달리 ‘부(富)’의 가치가 바닥에 떨어진 현실에서 정당하게 축적한 재산을 어려운 이웃과 함께 나누며 진정한 노블리스 오블리제를 실천했던 경주 최씨 일가의 이야기를 다룬 경제사극이다. 경주 최씨의 자손이 기울어진 가문을 되살리기 위해 상업에 뛰어들어 재산을 축적하는 과정은 조선시대의 경제학을 그대로 보여주고, 말년에 자신의 재산을 사회에 환원하는 모습은 정당한 부의 행사가 어떤 것인지를 상징적으로 보여준다. 하지만 “개처럼 벌여 정승처럼 쓴다.”는 속담처럼 천박한 자본의 논리가 우선하는 현실에서 시청자에게 바람직한 경제관념을 심어주겠다는 기획의도가 다소 교조적으로 표현된 것이 아쉬움으로 남는다.

〈성균관 스캔들〉은 조선시대 최고의 지성들이 학문을 논하는 공간인 ‘성균관’을 배경으로 싱그러운 청춘의 사랑이야기와 불꽃 튀는 권력 쟁투가 벌어지는 정치 현실을 교차시켜 조선시대를 현대적으로 재해석한 청춘사극이다. 조선시대 청춘남녀의 사랑이야기 속에 봉당정치의 폐해를 결합시키는 것은 물론 백성을 위한 정치를 실천할 수 있는 방안까지 모색함으로써 팩션(faction)사극의 새로운 유형을 제시했다. ‘역사적 사실에 근거한 드라마’라는 ‘역사드라마’에 대한 시청자들의 고정관념이 남아 있는 상황에서 성균관의 일상을 현대적으로 표현한 〈성균관 스캔들〉은 향후 팩션사극의 새로운 변화 가능성을 보여준 경우라는 점에서 주목할 만하다.

〈짜짜〉는 양반 계급에게 핍박받는 삶에서 벗어나고자 하는 간절한 바람이 만들어낸 민중의 영웅 ‘용마(龍馬)’ 전설을 바탕에 깔고 있는 민중사극이다. 한 날 한 시에 태어난 천민과 양반의 아들이 유모의 계략에 의해 신분이 바뀌면서 전혀 다른 성장 환경에 놓이는 극적 상황은 신분제도가 엄존했던 조선시대의 근간을 흔들면서 민중사극으로서의 지향점을 상징적으로 보여준다. 특히 ‘뒤바뀐 운명과 출생의 비밀’이라는 지극히 통속적인 극적 상황 속에 매관매직과 고위 관리의 부정부패로 억울하게 죽어가는 민중들의 혁명에 대한 뜨거운 열망을 담아낸 작가의 의식이 돋보인 작품으로 평가할 만하다. 다만, 서로 다른 처지의 주인공들을 통해 출신 성분을 중요시했던 봉건적 자아

의식과 달리 개인의 자율 의지를 강조한 근대적 자아의식이 충돌하는 모순을 극복하지 못한 것은 한계로 남는다.

그림 5-1-2 KBS2 <추노>와 SBS <제중원>



<추노>



<제중원>

출처: KBS 홈페이지(<http://www.kbs.co.kr>), SBS 홈페이지(<http://www.sbs.co.kr>)

이상에서 살펴본 것처럼 2010년 이후의 역사드라마가 '액션·의학·경제·풍속·민중' 사극으로 분화될 수 있었던 것은 일련의 의학드라마나 법정드라마 혹은 수사드라마를 통해 형성된 장르 드라마에 대한 기대치 덕분이었다. 전문직을 중심으로 한 장르 드라마가 앞으로도 강세를 보일 것으로 예측되기 때문에 역사드라마의 장르 분화 현상도 지속될 것으로 전망된다. 하지만 역사드라마의 하위 장르가 분화되는 과정에서 유의해야 할 것이 있다. 역사 속의 인물이나 사건을 통해 현재 우리가 처한 현실을 성찰하게 만드는 역사드라마의 본질을 왜곡해서는 안 된다는 것이다. 자칫 역사드라마가 민족주의나 계몽주의 담론을 교조적으로 전달하는 도구로 이용될 수 있기 때문이다.

2010년에 방영된 일련의 시대극은 역사드라마가 계몽주의 담론의 도구가 될 수 있는 징후를 보여준 경우라 할 수 있다. 1970년대 산업화 시기의 성공담을 다룬 시대극 KBS2의 <제빵왕 김탁구>와 SBS의 <자이언트>는 높은 시청률을 기록하면서 사회적으로 화제가 되었지만, 일부 권선징악의 가치관을 단선적이고 상투적으로 형상화함으로써 계몽주의 담론을 교조적으로 강조했다라는 아쉬움을 남겼다. 제빵계의 성공신화를 창조한 주인공의 긍정적이고 낙관적인 가치관을 강조한 <제빵왕 김탁구>는 선정적이고 통속적인 극적 상황을 통해 1970년대 정서를 자극하면서 높은 시청률을 기록한 시대극이었다. 하지만 출생의 비밀과 혼외정사, 그리고 숙명적 라이벌 관계와 삼각구도 등의 통속적인 요소들로 버무려진 이야기 구도 속에 권선징악의 가치관이 교조적으로 결합되었다는

비판을 받았다. 〈자이언트〉 역시 개발 광풍에 사로잡혔던 1970년대를 배경으로 한국사회의 문제적 공간인 강남지역이 ‘부’와 ‘권력’의 상징으로 자리 잡는 과정을 정치·경제·사회적인 관점에서 총체적으로 형상화하면서 높은 시청률을 기록한 시대극이다. 하지만 부정부패에 맞서는 주인공의 정의와 양심이 교조적이고, 다양한 에피소드들의 전개 방향이 충분히 예측 가능할 정도로 상투적이고 진부하게 정형화되어 있다는 한계를 극복하지 못했다.

시대극은 지나간 시절의 한 단면을 작가의 상상력을 통해 극적으로 형상화한 드라마 양식이다. 지나간 과거를 통해 현재를 진단하고 미래를 준비하는 역사성에 근거한 시대극이 시대정신을 담보하지 못한다면, 정치적 도구로 전락할 가능성이 높다. 게다가 실시간으로 상호소통이 이루어지는 21세기 디지털 시대에 계몽과 교화라는 담론은 어울리지 않는다. 경제적 양극화가 해소되기는커녕 더 악화되고 있는 2010년대 현실에서 1970년대식 희망을 교조적으로 강요하는 일련의 시대극들이 자칫 21세기형 관제드라마로 오해를 받았던 것도 그래서이다. 같은 맥락에서 한국전쟁 60주년을 맞아 야심차게 기획되었던 MBC의 〈로드 넘버 원〉이 한국 드라마 제작 현실에서 이상(理想)에 가까웠던 사전제작을 통해 완성도를 높였음에도 불구하고 지극히 저조한 시청률을 기록한 것이나, 1970년대 화제작을 리메이크한 KBS1의 〈전우〉가 예상과 달리 호평을 받지 못한 이유를 찾을 수 있다. 한 마디로, 20세기 민족상잔의 비극이었던 6·25한국전쟁을 21세기의 시대정신에 맞게 재해석하지 못한 것이 저조한 시청률의 원인이라 할 수 있다.

3. 다양한 장르의 혼합, 새로운 유형의 장르 드라마 등장

2000년대 중반 이후 나타나기 시작한 장르 드라마는 2010년 이후 다양한 요소의 장르들이 혼합되면서 새로운 유형의 드라마를 태동시켰다. 장르는 기본적으로 생산자, 텍스트, 그리고 수용자를 동시에 아우르는 문화 생산물의 법칙이다. 따라서 장르는 어떤 고정된 법칙이나 의미만을 내포한 것이 아니라 수시로 변하는 조건부적 특징을 지닌 것으로 파악해야 한다. 그만큼 장르는 유동적인 범주이며, 장르 혼합은 상호텍스트적인 성격 및 산업적이고 형식적인 발달에 의해 나타난 현상이라 할 수 있다. ‘의학·법정·경제·방송·첩보·수사·스릴러’ 등의 다양한 장르 드라마가 시청자의 호평과 함께 높은 시청률을 기록하면서 새로운 유형의 드라마에 대한 기대감이 높아진 것도 그래서이다.

2010년부터 2011년 상반기까지의 미니시리즈 드라마 가운데 장르적 정체성이 가장 분명한 것은 로맨틱코미디 드라마였다. 하지만 로맨틱코미디 장르도 과거와 달리 다른 장르와의 혼합을 통해 변주되는 경향을 보였다. 톱스타와 한물 간 연예인의 사랑을 로맨틱코미디 장르 관습에 충실하게 다룬 MBC의 〈최고의 사랑〉 정도가 예외적인 경우라 할 수 있다. 혼합 장르는 복잡한 의미체계를 가진 모순된 형식과 장르를 조합하는 한편 변형을 수반한다. 다시 말해 장르는 반복을 기반으로 하

면서 차이를 만들어내는데, 이것이 바로 수용자를 효과적으로 끌어들이는 산업적 장치가 된다. 로맨틱코미디 장르를 중심축으로 판타지 요소를 결합시킨 SBS의 〈내 여자 친구는 구미호〉와 〈시크릿 가든〉, 요리드라마의 특성을 가미시킨 MBC의 〈파스타〉, 블랙코미디의 풍자성이 혼합된 KBS2의 〈로맨스타운〉 등이 바로 이러한 장르 혼합으로 변주되면서 호평과 더불어 높은 시청률을 기록한 경우에 해당한다.

〈내 여자 친구는 구미호〉는 ‘구미호’ 전설을 차용하되 기존의 공포 분위기를 버리고 경쾌하고 발랄한 분위기의 낭만적인 ‘구미호’를 환상적으로 탄생시키면서 장르 혼합을 시도한 로맨틱코미디이다. 변신과 유혹의 환상적인 재미, 여기에 인간의 욕망을 경계하는 교훈까지 곁들인 〈내 여자 친구는 구미호〉는 우리 고전의 보편성과 현대성을 제대로 보여준 드라마로 평가할 만하다. 로맨틱코미디 공식에 판타지를 결합시킨 〈시크릿 가든〉은 남녀의 욕체가 바뀌는 상황을 통해 전복의 상상력을 보여준 드라마로 주목받았다. 특히 인어공주 모티프를 활용하여 기존의 신데렐라 유형의 로맨틱코미디에서 벗어나 환상적이면서도 지극히 현실적인 극적 세계를 만들어낸 점이 돋보였다. 이탈리아 레스토랑을 배경으로 일류 요리사를 꿈꾸는 여성의 성장기를 다룬 〈파스타〉는 ‘요리’의 전문성을 접목시켜 로맨틱코미디 장르에 변형을 가한 경우이고, ‘돈’에 휘둘리는 인간의 행태를 냉소적으로 풍자한 〈로맨스타운〉은 로맨틱코미디의 공식을 따르되 블랙코미디의 해학성을 가미하여 기존에 보기 어려운 독특한 분위기의 장르 드라마로 평가받았다.

이처럼 로맨틱코미디 드라마가 다양한 방식으로 변형되면서 강세를 보인 것과 별개로 기존에 보기 어려운 소재를 통해 완전히 새로운 유형의 장르 드라마들도 지속적으로 제작되면서 시청자의 이목을 집중시켰다. 2010년에 특히 두드러졌던 장르는 음악드라마였다. 갯잎머리에 교복치마를 옷핀으로 묶고 육탄전을 벌이며 몰려다녔을 것 같은 여고동창생들이 모여 결성한 밴드의 사연을 담아낸 SBS의 〈나는 전설이다〉, 춤과 노래 그리고 연기 등의 분야에서 최고의 1인자가 되기 위해 노력하는 10대들의 열정적인 모습을 보여준 KBS2의 〈드림하이〉는 기존 드라마에서 다루지 않았던 음악을 전면에 내세워 음악 드라마의 가능성을 모색한 작품들이었다.

장르 드라마로 가장 먼저 안착한 의학드라마에 법정드라마와 수사드라마를 혼합시킨 SBS ‘법의학수사드라마’ 〈싸인〉도 주목할 만한 요소가 많은 작품이었다. 부검의를 주인공으로 내세워 한국 과학수사의 현주소를 흥미롭게 구성함으로써 그동안 한국 드라마에서 보기 어려웠던 법의학이라는 장르를 새롭게 개척한 것은 물론, 자칫 무겁고 어두운 분위기에 함몰될 수 있는 정의와 진실 그리고 권력의 문제를 감각적으로 풀어냈기 때문이다. 하지만 법의학수사드라마로서 〈싸인〉은 부분적으로 극적 상황의 필진성(逼真性: verisimilitude)¹⁾을 담보하지 못함으로써 완성도에 균열을 일으키기도 했다. 등장인물 간의 애정 구도가 지나치게 과잉되고, 극적 긴장을 이완시키기 위한 장면들이 전체 서사의 흐름을 방해할 만큼 상투적으로 연출된 것도 아쉬운 마찬가지다.

1) 문학작품에서 텍스트에 대해 신뢰할 만 하고 개연성이 있다고 독자에게 납득시키는 정도(네이버 국어사전).

불신과 증오 그리고 탐욕과 질시로 부서진 부부의 문제를 다룬 MBC <즐거운 나의 집>, 인간의 양면성 그리고 용서와 구원에 관한 심오한 철학적 주제를 담아낸 MBC <로열 패밀리>는 '멜로드라마'에 '미스터리'와 '추리'의 요소를 혼합시켜 '미스터리 심리드라마'라는 새로운 장르를 개척한 작품들로 주목받았다. <즐거운 나의 집>은 정신과 상담을 받던 한 남자의 죽음을 두고 서로 다른 입장에서 대립하는 세 여성의 심리를 탁월하게 묘사하면서 '미스터리 멜로드라마'의 가능성을 보여주었다. 그리고 <로열 패밀리>는 경영권 승계 문제를 두고 대립하는 재벌가의 이면을 파헤친 것처럼 보이지만, 모두가 선망하는 화려한 배경 속에서 생존 경쟁을 벌이며 스스로 대상화되고 몰락되어버린 인간의 본성을 '미스터리 추리드라마'의 형태로 풀어내면서 주목을 받았다.

이밖에도 새로운 유형의 장르 드라마는 아니지만 KBS2의 공포드라마 <구미호 : 여우누이뎐>, SBS의 정치드라마 <대물>, SBS의 경제드라마 <마이더스>는 기존의 장르 관습에 충실하면서 동시대의 정서를 담아낸 작품들로 주목받았다. 특히 <구미호 : 여우누이뎐>은 그동안 공포의 대상으로만 형상화되었던 '구미호'를 모성(母性)의 관점에서 진복적으로 해석함으로써 납량특집 드라마의 새로운 전형을 제시하기도 하였다. 반면에 <대물>과 <마이더스>는 평균 이상의 시청률을 기록했으나, 정형화되어 있는 장르 관습에서 벗어나지 못함으로써 진부하고 상투적이라는 일부 부정적인 평가를 받기도 했다.

4. '성격'과 '역할'의 조화, 등장인물의 유형 변화

천편일률적으로 주인공을 괴롭히던 단순한 역할의 악인형(惡人型) 등장인물들의 내면이 총체적으로 표현되면서 주목받기 시작한 것은 2010년 이후부터였다. <구미호 : 여우누이뎐>의 '구산택(한은정 분)', <자이언트>의 '조필연(정보석 분)', <제빵왕 김탁구>의 '서인숙(전인화 분)', <육망의 불꽃>의 '윤나영(신은경 분)', <즐거운 나의 집>의 '모윤희(황신혜 분)', <로열 패밀리>의 '김인숙(염정아 분)' 등, 전형적인 '악인(惡人)'에 해당하는 등장인물의 행동에 개연성이 더해지면서 미워하거나 증오할 수 없는 상황이 벌어진 것이다. 이를 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

<구미호 : 여우누이뎐>의 '구산택'은 인간의 공포심을 자극하는 구미호이면서 동시에 하나 뿐인 딸을 절대적으로 사랑하는 전형적인 어머니이다. 반인반수의 구산택은 여우의 기운을 받기 전까지 인간세계에서 살아야 하는 딸의 간을 인간에게 빼앗긴 뒤 복수에 나서는 악인형 캐릭터이다. 모성에 강한 어머니에서 인간을 해치는 공포의 구미호로서 구산택의 복잡한 내면을 총체적으로 보여주면서 기존의 '구미호'와의 차별화에 성공한 경우라 할 수 있다.

<자이언트>의 '조필연'은 악의 근원 그 자체라 해도 지나치지 않을 인물이다. 자신의 욕망을 충족시키기 위해서라면 수단과 방법을 가리지 않고 무자비하게 자신의 힘을 과시하는 조필연은 권력과 자본으로 소외된 자들에게 공포 그 자체로 인식되고 있기 때문이다. 하지만 자신의 욕망에 근거

한 목적의식이 뚜렷한 악인이라는 점에서 조필연은 분명 기준에 볼 수 없었던 새로운 유형의 악인 캐릭터이다.

〈제빵왕 김탁구〉의 ‘서인숙’은 아들을 원하는 남편과 시어머니의 기대에 어긋나게 딸을 출산한 상황에서 아이들을 돌보던 보모가 남편의 아이를 임신한 것을 알게 되자, 자신이 옛 애인이자 현재 남편의 비서를 유혹해 임신한 아들을 지키기 위해 악행을 저지르는 인물이다. 권선징악을 강조하기 위해 설정된 악인이 아니라, 자신의 결함을 숨기고 결핍된 욕망을 충족시키는 과정에서 악의 수렁에 빠지는 인물이라는 점에서 서인숙은 전형적인 악인과 차별화된 캐릭터라 할 수 있다.

〈욕망의 불꽃〉의 ‘윤나영’은 충족될 수 없는 욕망으로 인해 파멸에 이르는 인물이다. 그녀는 자신이 처놓은 운명의 덫에 걸리는 아이러니한 운명의 주인공이라는 점에서 전형적인 악인에서 벗어나 있다. 자신의 목적을 달성하기 위해 때로는 악어의 눈물을 흘리고, 때로는 한 없이 약한 여자의 가면을 쓰고 위선적인 행동을 일삼았던 윤나영은 물질만능주의에 빠진 우리 사회의 일그러진 욕망의 초상화라는 점에서 결코 미워하거나 증오할 수 없는 악인으로 평가받았다.

〈즐거운 나의 집〉의 ‘모윤희’는 자기 본능에 충실한 여자였다. 빼앗겼다고 생각하는 사랑을 되찾기 위해 뇌쇄적인 관능미로 이미 다른 여자의 남자가 된 첫사랑을 거침없이 유혹하는 그녀의 모습은 본능에 충실한 욕망 그 자체였기 때문이다. 물론 통제할 수 없는 본능적인 욕망 때문에 다른 사람을 불행에 빠뜨리는 그녀에게서 전형적인 악인의 모습을 확인하는 것은 어렵지 않다. 하지만 모윤희는 거짓말이라도 사랑한다는 말 한 마디면 자신의 모든 것을 던질 수 있다고 생각하는, 사랑에 약한 여자의 본성을 고스란히 간직한 인물이라는 점에서 전형적인 악인의 틀에서 벗어나 있다.

〈로열 패밀리〉의 ‘김인숙’은 미천한 신분으로 재벌가의 며느리가 된 인물로 악인형으로 분류

그림 5-1-3 KBS2 〈제빵왕 김탁구〉와 MBC 〈로열패밀리〉



〈제빵왕 김탁구〉



〈로열패밀리〉

출처: KBS 홈페이지(<http://www.kbs.co.kr>), MBC 홈페이지(<http://www.imbc.co.kr>)

하기 어려운 인물이다. 하지만 그녀는 재벌가에서 자신의 존재감을 인정받지 못하면서 수동적으로 살아가는 겉모습과 달리 자신을 투명인간 취급하는 시어머니와 맞서 복수를 계획할 정도로 독한 본능의 소유자라는 점에서 새로운 유형의 악인형 인물로 분류된다. 이처럼 미천한 신분으로 재벌가에 시집가서 핍박받는 피해자의 모습과 재벌가를 상대로 자신의 탐욕을 충족시키는 괴물의 이미지가 공존한다는 점에서 김인숙은 기존의 악인과 차별화된 인물이라 할 수 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 2010년 이후의 드라마는 악인형 등장인물을 복잡한 내면 심리에 근거한 행동으로 결코 미워하거나 증오할 수 없는 연민의 대상으로 변화하면서 극적 상황의 개연성을 담보하는 성과를 거두었다. 이처럼 '성격(character)' 과 '역할(role)' 의 조화로 창조된 매력적인 악인형 등장인물의 유형 변화는 드라마가 그동안의 단선적인 태도에서 벗어나 보다 총체적인 관점에서 인간과 삶을 성찰하기 시작했음을 의미한다.

제3절 드라마 제작 환경의 변화와 향후 전망

드라마 외주제작이 일반화되면서 '스타 연기자' 는 방송국의 편성을 결정짓는 중요한 요인 가운데 하나였다. '사전 전작제' 풍토가 마련되지 않은 상황에서 스타 연기자의 캐스팅 여부가 시청률을 예측할 수 있는 요인으로 작용했던 것이다. 스타 연기자가 출연하는 드라마가 시청자의 이목을 집중시키는 것은 분명하다. 하지만 스타 캐스팅이 항상 높은 시청률을 기록하는 것은 아니다. 좋은 극본과 뛰어난 연출력이 뒷받침되지 않는다면, 스타 파워는 작동하지 않기 때문이다. 2010년부터 2011년 상반기까지 방영된 드라마들을 살펴보면 스타 파워가 과거에 비해 상당히 약해졌음을 확인할 수 있다.

MBC <선덕여왕>의 '비담' 역으로 스타덤에 오른 김남길의 오연수와 호흡을 맞춘 SBS <나쁜 남자>, KBS2 <꽃보다 남자>의 '구준표' 역으로 스타덤에 오른 이민호가 '손예진' 과 호흡을 맞춘 MBC <개인의 취향>, 한류 스타로 급부상한 소지섭이 김하늘과 함께 출연한 MBC <로드 넘버 원>, 차세대 한류 스타로 주목 받고 있는 김현중이 출연한 MBC <장난스런 키스>, KBS2 <추노>의 성공으로 스타급 작가와 연출자가 된 천성일과 광정환은 물론 월드스타로 각광 받는 정지훈이 이나영과 함께 출연한 KBS2 <도망자 PLAN B>, 자타가 공인하는 한류 스타 송승헌이 연기 변신을 시도한 김태희와 호흡을 맞춘 MBC <마이 프린세스> 등이 작품의 완성도 여부와 별개로 저조한 시청률을 기록한 것은 스타 파워에 대한 새로운 인식이 필요함을 알려주는 징후라 할 수 있다.

반면에 <제빵왕 김탁구>나 <성균관 스캔들>은 스타급 배우 대신 신인 배우를 전면에 내세우되 연기력이 검증된 중견 배우들이 뒷받침하는 방식으로 배우를 캐스팅하여 결과적으로 신인 배우를

스타덤에 올린 경우라 할 수 있다. <제빵왕 김탁구>의 경우, 신인 배우 윤시윤과 주원이 이끌어가는 드라마의 핵심 사건에 전광렬·전인화·정성모·전미선 등의 연기와 배우들을 배치함으로써 신인 배우의 한계를 극복하면서 높은 시청률을 기록했다. <성균관 스캔들> 역시 신인 배우라 할 수 있는 유아인과 박유천 그리고 송중기와 박민영을 주인공으로 내세우되, 그들이 이끌어가는 사건의 주변부에 이재용·안내상·김하균·조성하·김미경 등의 연기와 중견 배우들을 포진시킴으로써 드라마의 완성도를 올리면서 호평을 받았다. 두 작품에 출연한 신인 배우들이 드라마의 성공으로 모두 스타덤에 오르기도 했다.

한편, 2010년 1월 이후 변화한 드라마 제작 환경 변화 가운데 특기할 만한 사항은 간접광고의 허용이다. 법으로 금지되었던 간접광고의 허용이 문제가 되는 것은 세트를 포함하여 드라마 제작에 필요한 소품은 물론 등장인물들의 직업이나 그들의 거주지와 일상생활까지 모두 간접광고 영업의 대상이 되면서 드라마의 완성도에 영향력을 행사하고 있기 때문이다. 간접광고의 허용 이후 광고 효과를 극대화하기 위한 제작 협찬사의 요구가 점점 더 노골적으로 변하면서 드라마가 내용적인 측면에서조차 자본에 예속되는 상황에 벌어졌다. 그 결과 제작 협찬사의 제품을 중심으로 주인공의 직업과 주요 배경이 결정되면서 극적 개연성을 상실한 드라마들이 속출하였고, 마침내 영상에 솔로서 드라마의 정체성에 심각한 균열이 발생한 것이다.

물론 일상생활과 밀접한 영상예술이 드라마인 만큼, 일상생활에서 사용하는 제품들이 드라마에 등장하는 것은 자연스런 현상이라 할 수 있다. 하지만 광고를 목적으로 극적 상황과 상관없이 특정 상표를 노골적으로 드러내거나 강조할 경우, 오히려 그 제품에 대한 거부감이 형성될 수 있다는 점을 유념해야 한다. 따라서 간접광고 합법화와 관련한 드라마 제작 여건 변화와 드라마의 질적 완성도의 상관성을 면밀하게 따져 보아야 한다. 동시에 제작 협찬을 통해 제품이나 협찬사의 이미지 광고라는 목적 달성은 물론, 그토록 간절히 원하는 시청률을 높일 수 있는 것은 극적 개연성에 근거한 상황 설정과 그 속에서 개성을 발휘하는 등장인물에게 달려 있음을 유념해야 한다. 결과적으로 드라마 제작 환경이 안과 밖으로 급변하는 현실일수록 “등장인물의 행위를 통해 사건을 전개하는 극 예술”이라는 드라마의 본질을 잊지 말아야 할 것이다.

제 2 장 예능/오락

제1절 2010~2011년 상반기 예능/오락 동향

2010년부터 2011년 상반기에는 버라이어티(variety) 예능/오락 프로그램의 전성기가 이어졌다. 과거엔 예능/오락 프로그램이 가요나 드라마에 비해 그리 주목받는 장르가 아니었다. 연말 시상식 때 가장 주목받는 건 대체로 가요대상이었고 그 다음이 연기대상이었다. 코미디 프로그램도 당대 인기의 중심에 있었다. 그런데 2000년대에 접어들면서 상황이 변하기 시작했다. 버라이어티 프로그램이 연예계의 중심에 섰다. 인터넷에서 가장 화제가 되는 부문이 바로 버라이어티 예능/오락 프로그램이다. 주말이 끝나면 가장 '핫' 한 주말 예능/오락 프로그램에 대한 기사들이 포털 메인페이지를 장식하고, 그 기사들마다 네티즌이 댓글전쟁을 벌인다. 네티즌은 '무도빠', '1박빠', '유빠', '강빠' 등으로 스스로의 정체성을 규정하고 격렬히 논쟁에 임했다. 연말이 되면 예능/오락 프로그램의 왕중왕을 가리는 연예대상이 초미의 관심사가 된다.

그리하여 2000년대는 '국민예능'의 시대가 되었다. 국민적 사랑을 받는 '국민 예능/오락 프로그램'이 나타나고, 그런 프로그램들의 MC는 소위 '국민 MC'가 되었다. 유재석과 강호동 두 국민 MC의 이름을 따 '유강천하'라는 말까지 나왔고, 이런 분위기는 2011년 상반기까지 그대로 이어졌다. 그에 비해 다른 부문들은 상대적으로 그 위상이 하락했다. 예능/오락 프로그램은 다른 부문들을 하위 장르로 거느리는 장르중의 장르, 즉 '최종장르'가 되었다. 버라이어티 예능/오락 프로그램에 출연하지 않는 가수나 코미디언의 지위는 극적으로 추락했다.

가수들은 최근 신한류 열풍이 불면서 위상이 조금 달라지긴 했지만 여전히 예능/오락 프로그램에 종속된 상태다. 한국 최고의 가수들조차 버라이어티 예능/오락 프로그램인 MBC <나는 가수다>를 통해서야 겨우 국민들에게 발견될 수 있었다. 아이돌 가수들은 일종의 예능 인재풀 역할을 하고 있다. 예능/오락 프로그램에 나와 개인기를 선보이고, 온갖 미션에 도전하고 때로는 아이돌 육상경

기에 출연해 달리기 경주까지 해야 대중의 사랑을 받는다.

KBS2 <1박2일>에서 강호동과 이수근을 제외한 김C, 은지원, MC몽, 이승기, 김종민 등 다섯 명이 가수였다. KBS2 <청춘불패>, SBS <영웅호걸>, SBS <패밀리가 떴다>의 주요 멤버들도 모두 가수들이었다. 이들은 야외에서 잠을 자고, 힘든 농사일을 하는 등 예능적 재미를 위해 생고생을 했다. MBC <우리 결혼했어요>는 프로그램 이름을 '가수 결혼했어요'라고 바꿔도 될 만큼 가수들 천지였다. 솔비, 앤디, 알렉스, 크라운제이, 서인영, 손담비, 환희, 화요비, 황보, 김현중, 조권, 가인, 유이, 김용준, 닉쿤, 빅토리아, 김원준, 은정 등이 알콩달콩 결혼생활을 연기했다. SBS <스타킹>에선 수많은 가수들이 MC 강호동의 지휘 아래 온갖 리액션을 선보이고, SBS <강심장>에선 한류 스타 슈퍼주니어가 코믹쇼를 담당했다. 자존심 세기로 유명한 과거의 락커들도 MBC <라디오스타>에 나와 우스꽝스런 모습을 보여주곤서야 다시 떴다. 김태원은 예능이 아니고선 살 길이 없다며 누구보다도 열정적인 예능인이 됐다. 그 외에도 수많은 중견가수들이 예능프로그램에 출연해 '항복' 선언을 했다. 이렇다 보니 신인가수들 역시 음악적 역량보다 예능감을 더 중시하는 시대가 되었다. 걸그룹(girl group)인 티아라의 데뷔무대는 음악프로그램이 아닌 <라디오스타>였고, 거기에서 선보인 것은 노래가 아닌 개인기였다.

상황이 이렇다 보니 코미디언들은 버라이어티 예능/오락 프로그램이라는 '1부 리그'에 진입하기 위해 줄을 서있는 '2등 시민' 같은 위상이다. 유일하게 인기를 얻고 있는 코미디 프로그램인 KBS2 <개그콘서트>에서 고참급인 코미디언이라 할지라도 버라이어티 예능에 나오면 위축되는 모습을 보인다. 언론매체도 예능에 안착해야만 '스타'로 인정해주는 상황이 됐다.

지금처럼 이렇게 버라이어티 예능/오락 프로그램이 군림하던 시대는 없었다. 이런 예능/오락 프로그램의 전성기는 리얼 버라이어티(real variety) 열풍과 함께 찾아왔는데, 2010년에도 그런 분위기가 그대로 이어졌다. 2010년 벽두는 MBC <무한도전>, <1박2일>, <패밀리가 떴다>의 리얼 버라이어티 3파전이 장식했다. 그밖에 리얼 버라이어티 프로그램으로 <우리 결혼했어요>, <청춘불패>, KBS2 <남자의 자격>, KBS2 <천하무적 야구단> 등이 인기를 끌었고, 2010년 중반엔 <영웅호걸>까지 가세해 가히 리얼 버라이어티 춘추전국시대였다. 2011년 상반기엔 한때 인기를 끌다 사라졌던 짝짓기 버라이어티까지 리얼리티의 형식으로 다시 태어나 화제가 됐다.

리얼 버라이어티 프로그램은 주로 야외에서 만들어진다. 야외가 아닌 스튜디오에서 펼쳐지는 버라이어티를 주도한 건 집단 토크쇼, 혹은 독설, 막말, 폭로 토크쇼였다. <강심장>, MBC <세바퀴>, SBS <자기야>, SBS <붕어빵>, <라디오스타>, MBC <무릎팍도사> 등이 그 흐름을 주도했다.

그러나 이 견고한 흐름은 2011년 상반기에 깨진다. 이미 2010년에 그 조짐이 나타났었는데, 바로 엠넷(Mnet)의 <슈퍼스타K>다. 2010년에 방송된 엠넷의 <슈퍼스타K> 시즌 2는 범국민적 화제를 낳았다. 이는 케이블TV의 새로운 기획이 안일함에 빠진 기존 지상파 방송사들을 위협할 수 있다는 신호이기도 했다. 2011년에는 종편이 허가되며 지상파 예능PD들이 대거 종편으로 자리를 옮김에 따라 케이블까지 가세한 예능계의 지각변동을 예고하고 있다.

2010년 <슈퍼스타K> 시즌 2의 엄청난 성공은 2011년에 '서바이벌(survival) + 오디션(audition)' 프로그램 열풍을 만들어낸다. MBC <위대한 탄생>, SBS <기적의 오디션>, KBS2 <TOP밴드>, MBC <신입사원>, <나는 가수다>, MBC <집드림>, SBS <키스 앤 크라이>, tvN <코리아 갓 탤런트>, MBC <댄싱 위드 더 스타> 등이 줄을 이었다. 이제 예능/오락 프로그램 트렌드는 리얼 버라이어티와 서바이벌 오디션 포맷이 독주하는 가운데 집단 독설, 막말, 폭로 토크쇼가 공존하는 것으로 재편됐다.

지금까지 논의한 2010년에서 2011년 상반기까지의 예능/오락 프로그램 트렌드를 한 마디로 정리하면, '리얼 버라이어티 천하와 집단 토크쇼 전성기로 시작해 서바이벌 오디션 폭풍으로 마감했다' 라고 할 수 있겠다. 물론 예능의 전성기라는 점에서는 변함이 없다. 그러나 예능이 주는 자극적인 재미가 모든 것을 삼켜버리는 시대다.

제2절 2010~2011년 상반기 예능/오락 특성

1. 자극성

현재의 예능/오락 프로그램들은 점점 자극성이 강해지는 쪽으로 변해가는 특징을 보이고 있다. 일단 리얼 버라이어티 프로그램들이 자극성 강화를 선도했다. 한 겨울에 야외에서 지는 것쯤은 아무것도 아닌 일이 됐다. 심지어 알래스카까지 가서 영하 20도의 날씨에 야외취침을 하기까지 한다.

2008년 겨울 <1박2일> 멤버가 옷을 벗었을 때 가학성 논란이 있었다. 처음에 <1박2일>에서 장난스럽게 겨울 입수를 선보였을 때도 가학성 논란이 뜨거웠었다. 어떻게 사람을 한 겨울에 옷을 벗게 하며, 찬 물에 빠뜨릴 수 있느냐는 질타였다. 그땐 게임하던 끝에 잠깐 물에 들어갔던 것이고, 물에 들어간 사람도 평소에 운동을 많이 하는 건강한 성인남성이었다. 그런데도 시청자는 그런 설정을 보고 깜짝 놀랐었다. 하지만 2010년을 넘어서면서 아무도 그런 정도로는 놀라지 않는다. 이젠 한 겨울에 얼음을 깨고 계곡물에 들어가는 것이 아무렇지도 않다. <남자의 자격>은 시작하자마자 병약한 이윤석이 찬 계곡물에 들어갔다. 2011년 <1박2일> 여배우 특집에선 여성들까지 입수를 하기에 이른다. 최지우가 찬물에 놀라 정신을 못 차릴 정도로 충격을 받자, 시청자는 박장대소했다. 가학성 논란은 전혀 일어나지 않았다.

야외취침 자체도 처음엔 놀라운 일이었지만 이젠 아무도 그런 것을 기억하지 않는다. 아주 빠른 시간 동안 시청자는 놀라울 만큼 무감각해졌다. 예능이 점점 자극적이 되는 동안 시청자가 무감각해진 것이고, 그것이 더욱 강한 자극성의 조건이 되고 있다.

또한, 리얼 버라이어티 프로그램에선 상대의 치부를 들춰내거나, 그전까지 연예인들이 가장 감

추려 했던 모습들의 공개가 일상적으로 이뤄진다. 헤어진 여자친구를 자막처리까지 하며 거론하거나, 씻지 않은 모습 등을 보여준다. 처음엔 남성들만 이런 모습을 보여줬었지만 곧 여성들까지 가세했다.

리얼버라이어티는 레슬링처럼 정말 위험한 것에 도전하는 스토리를 보여주고 그에 따른 강렬한 감동을 만들어내기도 한다. 이제 웬만큼 힘들거나 위험하지 않으면 시청자들이 반응하지 않는다. 아니면 아주 인간적인 스토리로 감동을 준다. 어떤 식으로든 강한 자극을 주는 것이다.

한편, 토크쇼는 양과 질로 자극을 준다. 먼저 양적인 자극은 집단토크쇼의 몰량공세를 말한다. 수많은 사람들이 나와 저마다 가장 '젠' 이야기를 들려주거나 혹은 쇼를 보여준다. 2011년 상반기에는 그런 양적인 공세가 너무 부담스럽다며 KBS2 <승승장구> 같은 차분한 토크쇼가 호평받기도 했지만 대세를 뒤집지는 못했다. 질적인 자극은 폭로, 막말, 독설이 난무하는 것을 뜻한다. 과거엔 출연자를 배려하며 출연자의 이미지 관리를 우선적으로 생각했었지만 이젠 그렇지 않다. <무릎팍도사>는 출연자의 치부를 찌르는 질문으로 인기를 얻었다. 출연자의 치부를 찌르지 않으면 '연예인 홍보 방송'이라는 질타를 받는다. 과거의 토크쇼는 출연자의 인생사를 조용히 이야기하는 분위기였지만 <무릎팍도사>는 원색의 의상을 입고 소리를 지른다. 건방진도사는 출연자의 경력을 소개하면서 상대가 가장 깔끄러워할 만한 대목을 특히 강조한다. 심지어 아이돌 스타들의 경우도 1990년대까지만 하더라도 사생활을 감추고 이미지 관리를 철저히 했었다. 그러나 이제 토크쇼에선 그렇게 짐작은 모습을 찾아볼 수 없다. 과거 같으면 상상도 할 수 없었던 사생활 토크가 난무한다. 과거엔 숨졌던 성형수술 고백도 줄을 잇는다.

<라디오스타>는 출연자에게 완전히 불친절한 토크쇼로 인기를 얻었다. 인터넷에서 독설과 막말로 유명했던 김구라가 <라디오스타>를 상징한다. 여기서 보통은 쉬쉬하던 이야기들이 거침없이 터져 나온다. 이제 웬만한 강도로는 시청자를 자극할 수 없다.

박명수가 처음에 호통을 치며 독설을 선보였을 때 시청자는 전혀 받아들이지 못했었다. 그러다 2000년대 <무한도전>에 이르러 호통-독설은 익숙한 예능 코드가 됐다. 그렇다 하더라도 여전히 호통-독설을 불편해하는 사람들이 있었지만, 2010년을 지나면서 이젠 아무도 그것을 문제 삼지 않게 됐다. 호통을 치고 막말과 반말을 하면 박장대소할 뿐이다.

그림 5-2-1 MBC <라디오스타>와 <무한도전>



<라디오스타>



<무한도전>

출처: MBC 홈페이지(<http://www.imbc.com/>)

서바이벌 오디션은 자극성 강화의 정점이었다. 여기서 출연자들은 인생을 건 승부를 벌인다. 한번의 승부로 탈락자가 가려진다. 탈락한 사람들은 눈물을 흘리며 사라져간다. 검투사들의 경기와 같은 구조다. 만들어진 쇼가 아닌 진짜 '리얼' 이기 때문에 자극성이 다른 것에 비할 바가 아니다.

2011년 상반기에 방송된 MBC의 <나는 가수다>는 한국 최고의 가수들이 벌벌 떨 정도로 긴장도가 높았다. 여기선 이미 기성 가수로 성공한 사람들을 새삼 탈락시킨다는 설정까지 등장했고, 대중은 그런 극단적인 설정에 열광했다. 반면에 그런 정도의 자극을 주지 못하는 일반 음악프로그램들은 점점 사람들에게 잊혀져갔다.

2. 왜 자극성과 리얼리티인가?

2000년대 이후 민생 경기침체가 만성화됐다. 양극화, 청년실업, 비정규직 같은 단어들이 일상용어가 됐는데, 이 용어들은 1990년대까지만 해도 한국인이 몰랐던 단어들이다. 이 기간 동안 우리나라의 자살률이 세계 최고 수준으로 치솟았다. 사회가 너무나 황폐해졌던 것이다. 동시에 입시경쟁의 압력도 사상 최고 수준으로 치솟았다. 과거엔 고등학교 2학년 이후에야 실질적인 입시의 압력을 받았었지만 이젠 초등학교 때부터 경쟁이 본격적으로 시작된다. 인성교육도 제대로 안 되고, 인간관계의 풍부함도 제대로 배울 여유가 없다. 오로지 경쟁뿐이다. 당연히 학생 때부터 정신적으로 황폐해진다. 더불어 왕따라든가 학교폭력 문제가 심각해졌다.

사회인이 된 이후에 느끼는 경쟁의 압력도 상당하다. 이 역시 1990년대까지는 없었던 현상이다. 정리해고와 성과주의의 압박이 사회인의 어깨를 짓누른다. 젊었을 땐 취업과 결혼 문제 때문에 시달리고, 나이가 들면 사교육비와 집값 때문에 쫓기며, 더 나이가 들면 정리될 불안에 떨어야 한다.

이렇게 황폐해진 사람들의 이목을 사로잡으려면 강한 자극이 필요하다. 점잖고 그윽한 것으로는 쫓기듯 사는 사람들을 사로잡을 수 없다. 보다 강하게, 보다 빠르게 몰아쳐야 하는 것이다. 2011년에 <1박2일>에 특별출연한 김정태가 천천히 말하는 동료를 타박하며 '예능에선 그렇게 느리게 해선 안 되고 스타카토(staccato)식으로 탁탁 쳐줘야 한다' 고 하자 시청자는 열광적으로 반응했다.

정신적으로만 황폐해진 것이 아니라 서민의 주머니 사정도 극히 안 좋아졌다. 양극화로 문화활동에 돈을 쓸 만큼 여유 있는 사람이 줄어들었다. 따라서 다양한 문화 영역이 살아날 수 없다. 문화적으로 돈을 쓸 수 없으니 TV를 통해 그 욕구를 풀게 되고, TV 앞에 앉자 가장 자극적인 버라이어티 예능/오락 프로그램과 막장드라마가 눈에 들어왔다. 그래서 예능 최전성기와 함께 막장드라마의 전성기도 함께 전개된 것이다.

한편 리얼 버라이어티와 오디션, 막말 토크쇼 등의 자극성을 리얼리티 강화의 차원으로도 볼 수 있다. 사람들은 점점 더 리얼한 것, 솔직한 것을 원하고 있다. 과거 권위주의 시대에 대중은 겉으로 드러난 것을 믿을 수 없었다. 그래서 당시에 유행했던 것이 루머(rumor)들이었다. 대중은 공적으로

드러난 정보보다 차라리 루머를 더 믿었다. TV 속에 등장하는 사람들은 모두 점잖았지만 그 이면엔 우리와 같은 속물근성이 있을 거라고 생각했다. 그러나 민주화가 된 이후에 TV의 표현은 한결 자유로워지기 시작했다. 대중은 그것을 TV가 보다 '리얼' 해져가는 것이라고 여겼다. 2000년대에 이르러 인터넷 시대가 열리자 이제 리얼하지 않은 공적 표현은 살아남기 어렵게 됐다. 과거와 같은 가식이 통하지 않게 된 것이다. 국민은 솔직한 것, 투명한 것을 원했다. 그래서 1990년대 이후에 TV 속의 표현은 경향적으로 리얼해져갔다.

1990년대만 하더라도 젊은 연예인의 이성관계가 TV에서 표현되는 것은 상상할 수도 없었는데, 2000년대 초에 MBC <강호동의 천생연분>에서 연예인들이 대거 짝짓기에 나섰다. 그러자 대중은 열광했다. 그런데 그것이 쇼라는 것이 알려지자 인기가 사라졌다. 집단 토크쇼는 그때보다 더 솔직해졌고, 리얼버라이어티에선 연예인의 실제 애인의 실명이 등장한다.

진실성을 의심받으면 위기가 발생한다. SBS <패밀리가 떴다>는 당대에 가장 인기 있는 리얼 버라이어티 프로그램이었지만 조작 논란으로 침몰했다. 2010년부터 2011년 상반기 동안에도 조작 논란은 항상 가장 뜨거운 이슈였다. <1박2일> 같은 리얼 버라이어티 프로그램에서도 그렇고, 집단토크쇼에서도 토크 사연의 진실성이 수시로 문제가 됐다. 오디션에서도 제작진이 과도하게 스토리를 만들어간다는 의혹이 제기된다. 2011년 상반기 마지막엔 리얼리티 짝짓기 버라이어티인 SBS < 짝>의 상황이 리얼이 아닌 설정이라는 의혹이 제기돼 논란이 됐다.

이렇게 요즘 대중은 점점 더 투명한 리얼리티를 원하는데, 그것은 과거에 우리가 마음속에 담아두고 차마 말하지 못했던 이야기들을 표현하는 것을 의미한다. 바로 이 지점에서 독설, 막말, 폭로의 전성시대가 열린 것이다. 이것은 자극성과도 관련이 있는 동시에 보다 투명하고 솔직한 사회를 원하는 시민들의 바람과도 관련이 있다.

3. 오디션 프로그램이 준 희망

민생불안은 오디션(audition) 프로그램의 열풍과도 직접적인 관련이 있다. <슈퍼스타K> 시즌 2는 '허각 신드롬'을 낳았다. 바로 거기에서 2011년 상반기 오디션 열풍이 만들어진 것이고, '백청강 신드롬'이나 '김태원 신드롬' 등이 차례로 등장했다. 허각이나 백청강은 모두 사회적 약자처럼 보였다. 김태원은 그런 약자를 따뜻하게 보살피고 이끌어주는 멘토(mentor)처럼 보였다. 이런 모습들이 민생불안에 시달리던 사람들에게 희망을 줬다.

2000년대로 접어들어 이후 미래에 지금보다 더 나아질 것이라는, 혹은 자식이 자신보다 더 높은 사회계층으로 올라갈 것이라고 믿는 사람들이 줄어들고 있다. 실제로 양극화로 인해 중간층이 붕괴되면서 '괜찮은' 삶을 사는 사람들이 점점 줄어들고 있는데, 중산층 이상의 영역에 속하기 위해선 막대한 사교육비와 등록금을 부담해야 하기 때문에 가족의 밝은 미래를 자신할 수 없는 상황이

다. 자기 자신의 미래는 고질적인 청년실업의 문제, 노후문제, 취약한 복지구조 탓에 더 불안하다. 이때 오디션 프로그램이 계층상승의 희망을 준 것이다. 인생역전의 대명사인 로또와 마찬가지로. 주류 시스템에서 배제 당했던 허각이 일약 스타가 되는 것을 보며, 또 완전한 비주류인 조선족 백청장이 성공하는 것을 보며 사람들은 열광했다.

게다가 지금 한국은 연예인지망생 공화국이라는 말까지 나오는 상황이다. 1980년대엔 나중에 커서 연예인이 되겠다는 학생이 거의 없었다. 지금은 대다수 학생이 연예인을 꿈꾼다. 이럴 때 오디션 프로그램은 연예인으로 성공할 수 있다는 희망을 줬다. 대중의 열광에 불을 지른 것이다.

또한, 불안에 지친 사람들은 아무 생각 없이 볼 수 있는 쇼를 원했는데 오디션이나 서바이벌 프로그램이 이점을 충족시켜줬다고 볼 수 있다. 바로 노래와 춤의 효과 때문이다. 노래나 춤이 없었던 <신입사원>은 실패했는데, 오히려 <신입사원>은 정규직으로 입사하기 위해 얼마나 치열한 과정을 거쳐야 하는지만 상기시켜줬을 뿐이다. 시청자는 그런 식의 비참한 현실은 원하지 않는다. 시청자가 원하는 리얼 버라이어티 프로그램은 우울하고 답답한 현실을 잊기 위한 방편의 측면도 있었기 때문에 지나치게 리얼한 오디션 프로그램은 외면했다. 대신 희망과 노래와 춤의 '판타지성 리얼'이 열광적인 반응을 얻었다.

오디션 프로그램은 투명함과 공정함의 환상도 줬다. 대중은 우리 사회가 공정하지도, 투명하지도 않다고 생각한다. '그들만의 리그' 속에서 온갖 특혜를 통해 독점적인 과실 분배가 이루어지고, 오로지 실력만 가진 서민의 자식은 그 리그에 진입할 수 없다고 여긴다. 오디션 프로그램의 도전자들은 모든 대중이 지켜보는 가운데 투명하게 실력을 선보이고 불특정 다수의 관심을 받았다. 부정과 부패가 끼어들 여지는 없었다. 이 점에서 대중은 열광했다.

그림 5-2-2 Mnet <슈퍼스타 K>와 MBC <나는 가수다>



<슈퍼스타 K>



<나는 가수다>

출처: 엠넷(Mnet) 홈페이지(<http://www.mnet.com/>), MBC 홈페이지(<http://www.imbc.com/>)

2011년에 <나는 가수다>가 경연이 진행되는 과정에서 사전에 공지한 규칙을 깨뜨리고 재도전을 결정했을 때 엄청난 반발이 있었다. 공정함의 환상을 깬기 때문이었다. 그 후 옥주현이 등장하면서 규칙에 변동이 있었을 때도 반발이 나타났다. 그것도 공정함과 투명함의 환상이 깨졌기 때문이었다.

불안에 빠진 대중은 자신을 이끌어줄 믿을만한 사람을 찾았다. 오디션은 그런 멘토의 상도 제시했다. 바로 <위대한 탄생> 멘토시스템에서 등장한 김태원이 좋은 예다. 김태원은 2011년 상반기에 가장 인기를 끈 연예인 중 한 명이 됐다.

정리하면, 민생불안에 빠진 대중의 희망, 공정사회, 멘토를 향한 열망이 오디션 열풍의 토대였다. 그러나 범람하는 서바이벌 경쟁 형식의 프로그램들이 우리 사회 경쟁문화를 부추겨 민생불안을 더욱 심화시킬 수 있다는 문제가 남았다.

4. 인간미와 감동

앞에서 지적했듯이 현재 대중들은 우리 사회가 황폐한 사회라고 여긴다. 그래서 사람들은 뜨거운 예능을 원했다. 뜨거운 인간미, 뜨거운 우애, 뜨거운 정, 뜨거운 휴먼드라마를 원했던 것이다.

리얼 버라이어티가 그런 대중의 욕구를 채워줬다. 리얼 버라이어티는 그야말로 뜨거움 그 자체라고 할 수 있다. 여기엔 일단 멤버들 사이의 뜨거운 우애가 등장한다. <무한도전>과 <1박2일>은 형제애를 표방하고, <패밀리가 떴다>는 제목에서부터 가족을 내세웠다.

<무한도전> 레슬링편이 끝난 후 정형돈은 피를 나눈 친형제 같은 우애를 동료들에게 느꼈다고 했다. <무한도전>은 중요한 도전이 끝난 후엔 언제나 멤버들이 모여 눈물바다를 이룬다. 그때마다

그림 5-2-3 KBS2 <해피선데이> 두 코너 <1박 2일>과 <남자의 자격>



출처: KBS 홈페이지(<http://www.kbs.co.kr/>)

시청자도 뜨거운 감동을 받는다. <1박2일>은 만행을 중심으로 이루어진 진짜 형제들을 연상케 했다. 멤버들은 때로는 티격태격하기도 하지만 근본적으로는 서로를 언제나 염려하고 배려하는 모습을 보여줬다. 심지어 스태프들과도 한 가족이라는 느낌을 만들어냈다. <패밀리가 떴다>는 작위성 논란 이후 우애에 대한 판타지가 깨져서 몰락했고, 2010년에 방송된 시즌 2는 우애 판타지를 아예 주지 못해서 실패했다.

<남자의 자격>은 2010년 중반 경에 합창단 특집을 통해 가장 ‘핫’한 예능프로그램으로 떠올랐는데 여기에도 우애가 작용했다. 처음엔 서로 어색하기만 했던 사람들이 연습을 통해 마침내 하나가 되고 뜨거운 눈물을 흘리는 모습이 대중에게 감동을 준 것이다. 여기에서 멘토로 등장한 박칼린에 대한 열풍이 나타나기도 했다. 유재석과 강호동이 국민MC가 된 것에도 이런 인간미나 우애가 영향을 미쳤다. 재담을 잘 하는 다른 MC들은 상대적으로 그런 느낌을 주지 못했다. 이경규가 <남자의 자격>에서 인간미와 우애의 느낌을 주는 데에 성공해서 ‘유강천하’를 비집고 2010년에 연예대상까지 받았지만, 그 외엔 아무도 유재석과 강호동에 비견되는 인간미를 보여주지 못했다.

예능에서 ‘아저씨’들의 전성기가 전개된 것에도 이런 것이 영향을 미쳤다. 리얼 버라이어티가 워낙 고생스럽다보니 여성들이 접근하기 힘든 이유도 있었지만, 시청자들이 상대적으로 여성보다 아저씨들에게 인간적인 느낌을 더 많이 받은 것이 아저씨 전성시대를 낳은 것으로 볼 수 있다. <무한도전>, <1박2일>, <남자의 자격> 등 주요 리얼 버라이어티가 모두 형제애를 표방했다.

오디션 프로그램 역시 뜨거운 휴먼드라마를 보여줘서 시청자의 감동을 자아냈다. 휴먼드라마를 만들려고 작정이라도 한 듯 대부분의 오디션 프로그램들이 참가자의 사생활을 들려주고 가족을 등장시켰다. 2011년 상반기 <나는 가수다>의 임재범 열풍도 그의 휴먼드라마가 원인이었다.

리얼 버라이어티는 또 ‘평균이하 못난이들’의 이야기로 인간미를 느끼게 한다. 인기 있는 리얼 버라이어티의 ‘형제’들은 절대로 잘난 척을 하지 않는다.

사회적 약자나 시청자들, 보통사람에 배려도 인간적인 ‘정’을 느끼게 했다. <1박2일>은 언제나 한적한 시골의 할아버지, 할머니들을 찾았다. <무한도전>은 추격전 속에서도 사회적 약자들을 생각하게 하는 메시지를 담았다. 시청자는 이렇게 따뜻한 이야기를 사랑했다.

제3절 예능/오락 프로그램 전성시대의 문제

지금까지 설명한 것처럼 2010년부터 2011년 상반기까지의 기간 동안에 예능/오락 프로그램의 전성기가 이어졌다. 재미있는 예능/오락 프로그램들이 사람들을 웃기고 울렸다. 그럼 그것으로 된 것일까? 그렇지 않다. 예능/오락 프로그램 전성기엔 그림자가 있다.

버라이어티 예능/오락 프로그램은 기본적으로 응용부문이라고 할 수 있다. 코미디, 드라마, 음악 등의 기초부문이 잘 되면, 거기에서 만들어진 스타와 창조성이 버라이어티도 발전시킨다. 지금처럼 버라이어티 예능/오락 부분이 너무 비대해지면서 다른 부문을 하위 장르화 하는 것은 문제가 있다. 본말이 전도된 것이고 꼬리가 몸통을 흔드는 것과 같다.

또한, 버라이어티 예능/오락 프로그램은 주로 순발력에 의해 만들어진다. 미리 짠 대본이 아닌 리얼리티나 현장성이 강조되는데, 리얼한 상황 속에서 만들어지는 재미는 순발력에 의존할 수밖에 없다. 그리고 이미 형성된 캐릭터 관계나 상황 속에서 나타나는 우연적 요소가 많이 개입한다. 똑 같이 웃음을 목표로 하는 예능/오락 프로그램의 일종이지만 코미디는 다르다. 코미디 장르는 철저히 사전에 기획된 창조물이다. 순발력보다 창조적 기획력이 훨씬 강조된다. 코미디언들은 매주 아이디어를 짜내는 산고를 치른다. 예능/오락 프로그램의 전성기는 우리사회가 창조적 기획보다 순발력을 더 우위에 두고 있다는 의미가 된다. 아무리 좋은 기획을 창조해내는 코미디언이고, 좋은 음악을 만들어내는 뮤지션이라 할지라도 예능/오락 프로그램에서 순발력을 보여주지 못하면 조롱당하는 현실이다. 이렇게 창조성을 박대하는 분위기는 대중문화발전에 이롭지 못하다. 꼭 예능/오락 프로그램에 나와 예능감을 보여주지 않더라도, 각자의 전문분야에서 창조성이나 장인정신을 보여준다면 충분히 존중받고 경제적 보상도 받을 수 있는 구조가 되어야 한다. 그래야 각각의 전문분야들이 풍성하게 발전할 것이다.

예능이 만들어내는 웃음엔 사회를 담아내기 힘들다는 한계도 있다. 2010년부터 2011년 상반기까지의 기간 동안 MBC와 SBS의 간판 코미디 프로그램들이 사라졌다. KBS의 <개그콘서트>만 살아남았다. 오직 <개그콘서트>만 예능의 자극적인 재미에 대항할 수 있는 코미디의 차별성을 만들어냈기 때문이었다. 그것이 바로 사회를 담은 풍자와 공감이다. <개그콘서트>는 당대 사회를 사는 사람

그림 5-2-4 KBS2 <개그콘서트>



출처: KBS 홈페이지(<http://www.kbs.co.kr/>)

들이 모두 공감할 수 있는 소재를 지속적으로 찾아냈다. 사회 부조리를 풍자하기도 했다. 다른 방송사의 코미디 프로그램들은 단지 우스꽝스러운 상황만을 만들려했다. 그런 것으로 예능에 대적할 수 없었고, 그래서 <개그콘서트>만 살아남은 것이다.

풍자를 하고 공감을 이끌어내기 위해선 당대 사회를 분석한 다음 그것을 촌철살인으로 표현해야 한다. 이런 것은 순발력으로 할 수 없다. 사전에 기획하는 코미디의 영역이다. 잘된 풍자는 보는 사람을 통쾌하게 하는 힘이 있다. 코미디가 발전하면 이런 웃음이 만들어질 수 있다. 코미디는 사회뿐만 아니라 인간의 깊은 심리까지도 담아낼 수 있는데, 그런 것은 대단히 수준 높은 웃음을 만들어낸다.

그런 웃음을 향유하기 위해선 버라이어티 예능/오락 프로그램만 편애해 코미디 프로그램들이 폐지되도록 방치할 것이 아니라, 코미디언들을 보다 격려해줄 필요가 있다. 제2, 제3의 <개그콘서트>가 나오도록 해야 한다.

또 버라이어티 예능/오락 프로그램은 사람을 수동적으로 만든다는 문제도 있다. 황폐해지고 지친 사람들이 버라이어티 예능/오락 프로그램을 즐겨 보는 것은, 이런 프로그램이 시청자에게 아무 것도 요구하지 않기 때문이다. 코미디만 하더라도 코너가 시작될 때 어느 정도의 집중이 필요하다. 심도 깊게 만든 드라마나 음악도 그렇다. 반면에 버라이어티 예능/오락 프로그램은 아무 생각 없이 편하게 볼 수 있다.

이런 특징이 지친 사람에게 휴식과 즐거움을 준다는 장점도 있지만, 시청자를 수동적으로 길들인다는 문제도 있다. 편하게 볼 수 있는 버라이어티 예능/오락 프로그램과 막장드라마만 범람한다면 시청자가 무엇인가 능동적으로 집중하고 깊이 생각하는 힘이 점점 떨어질 수 있다. 그러므로 작금의 예능/오락 프로그램 최전성기를 바람직하다고만은 할 수 없다.

정리하면, 앞에서 설명한 여러 가지 이유들로 예능의 자극성이나 리얼함 등은 계속 강화될 것으로 보인다. 또 희망을 원하는 사람들로 인해 오디션 열풍도 당분간 계속될 것으로 보인다. 이것이 도를 넘은 자극성이나, 리얼함을 빙자한 사생활 침해로 발전돼선 안 될 것이다. 오디션이 희망이나 휴먼드라마를 극대화하기 위해 작위적 설정을 할 가능성이 있는 것도 우려된다. 2011년 <코리아 갓 탤런트>에선 한 도전자가 제작진의 편집에 의해 희생자가 될 뻔 하기도 했다. 제작진의 설정이 불필요한 오해를 초래할 수 있다. 아무리 재미를 위해 프로그램을 만들더라도 진실성과 '인간에 대한 존중'을 잃으면 안 된다.

이 기간 동안에 <무한도전>이 특별히 찬사를 받은 것은 버라이어티 예능/오락 프로그램임에도 불구하고 그 안에 창조성이나 사회성, 그리고 인간에 대한 존중을 최대한 담아냈기 때문이다. 앞으로 예능은 이런 정신을 지켜나갈 필요가 있다. 그리고 리얼 버라이어티가 유행할 땐 리얼 버라이어티만, 오디션이 유행할 땐 오디션만 나오는 확실성은 지양해나가야 할 것이다.

제 3 장 교양 및 다큐멘터리

2010~2011년 상반기 방송영상콘텐츠는 예능/오락 프로그램의 강세, 특히 서바이벌 포맷이 가미된 오디션 프로그램 등 리얼리티 프로그램 열풍이 TV를 강타했다. MBC <나는 가수다>, Mnet <슈퍼스타 K>, KBS2 <남자의 자격>, MBC <무한도전> 등 예능/오락 프로그램들이 폭발적 인기 속에 '국민 프로그램'이 됐다. 재미와 감동이라는 두 마리 토끼를 잡으면서 시대를 견인한 것이다. 그에 비해 교양 및 다큐멘터리 프로그램은 상대적으로 주목도가 떨어졌다. 하지만 성과가 없는 것은 아니었다. 다큐멘터리 프로그램의 양적, 질적 성장이 두드러졌는데, 특히 국제적 소재와 주제, 규모와 완성도를 갖춘 대형 다큐멘터리들이 쏟아졌다. '명품 다큐멘터리'로 '다큐멘터리 한류'를 이끌려는 프로그램들이다. TV방영 후 극장판 상영 등 창구(window)와 수익모델을 다양화하기도 했다. 실제 TV와 극장 모두에서 흥행한 MBC <아마존의 눈물>처럼, 웰 메이드(well-made)의, 재미 있는 다큐멘터리는 시장이 외면하지 않는다는 점도 입증됐다. 다큐멘터리 장르가 가진 상업적 경쟁력이 확인된 것이다. 방송사 중에서는 최근 다큐멘터리에 대한 집중 투자로 다큐멘터리의 신흥 명가로 떠오른 EBS의 약진이 두드러졌다.

제1절 다큐멘터리의 대형화, 국제화

2010년부터 올 상반기까지 이어진 다큐멘터리 프로그램의 가장 큰 트렌드는 역시 대형화다. KBS1 <차마고도>(2007)나 <누들로드>(2008), MBC <북극의 눈물>(2008), EBS <한반도의 공룡>(2008) 등이 보여줬던 대형화 열풍이 2010년에도 계속됐다.

선두주자는 단연 MBC로, <아마존의 눈물>, <아프리카의 눈물>을 연달아 내놓으며 환경 다큐멘터리 '눈물' 시리즈를 새로운 간판 브랜드로 끌어올렸다. KBS는 <동아시아 생명 대탐사: 아무르>,

SBS는 <최후의 톤드라>를 내놓았다. 최근 몇 년간 다큐멘터리 신흥강국으로 급부상한 EBS는 2008년 <한반도의 공룡>에 이어 또 한 번 애니메이션 기술을 활용한 대작 <한반도의 매머드>를 선보였다. 세계 최초의 3D 입체영상 다큐멘터리 <신들의 왕국-양코르>는 국내 다큐멘터리 수출 최고가 기록을 세우며 EBS의 성가를 빛냈다. 이들 대형 다큐멘터리는 소재 확대, 과감한 제작비 투자, 최첨단 촬영기술 등으로 우수한 해외 다큐멘터리 못잖은 '명품 다큐멘터리'를 선보였다. TV방영 이후 극장판을 상영하고 해외 판매, 출판 등 수익다각화를 시도한 것도 공통점이다. 방송통신위원회, 전파진흥원, 콘텐츠진흥원 등 관계기관의 제작 지원도 한몫했다. 국제적 소재와 주제에, 해외 판매 및 원소스멀티유즈(one-source, multi-use)가 가능한 수익다각화 모델을 갖춘 대작 다큐멘터리가 자리잡은 것이다. 내용적으로는 극한 지역의 자연 환경 변화와 삶을 담은 환경 다큐멘터리가 주종을 이뤘다. 감성적 내레이션에 스토리성이 강한 것도 공통점이다.

제2절 최고 화제작 <아마존의 눈물>

2010년도 최고 화제작은 역시 MBC의 <아마존의 눈물>일 것이다. 한국방송 사상 최초로 최후의 원시의 땅 브라질 아마존에 들어가 그들의 태곳적 삶과 자연을 담는데 성공했다. 9개월의 사전조사와 250일의 제작기간, 제작비 15억의 블록버스터로 한국 다큐멘터리의 새 지평을 열었다는 호평과 함께 25.3%로 TV 다큐멘터리 사상 최고 시청률을 기록함으로써 대중적으로도 인정받았다. 방송 미공개분을 재편집한 극장판 상영에서도 10여만 명의 관객이 모였다. 2010년 방송통신위원회의 '올해의 프로그램'에 뽑혔고, 올 4월에는 미국 라스베이거스에서 열린 뉴욕페스티벌(New York Festival)의 '텔레비전 앤 필름(Television & Film)' 대회 중 '컬처럴 이슈(Cultural Issue)' 부문 은상을 수상하기도 했다. MBC는 이 '눈물' 시리즈의 성공에 힘입어 올 연말에는 대미를 장식하는 MBC <남극의 눈물>을 선보일 예정이다.

총 5부작 <아마존의 눈물>은 문명의 힘이 닿지 않은 브라질의 오지 아마존의 원시적 삶과 자연의 건강한 생명력을 포착한 환경 문명다큐멘터리다. 실오라기 하나 걸치지 않은 몸으로 자연을 누비고 신체훼손을 통해 성인식을 치르는 등 원시적 삶의 방식을 고수하는 조예족 등의 삶이 생생하게 담겼다. 국내에선 접근 불가능했던 아마존 취재에 성공한데다가, 씨네플렉스(Cineflex)라는 최첨단 촬영 장비를 통해 아마존의 광활한 풍광을 스펙터클하게 포착했다. 그러나 무엇보다 이 다큐멘터리의 성공 요인은, 자칫 영화 <쇼킹 아시아>처럼 원시적인 그들의 삶을 자극적 소재로 대상화하기보다, 문명이 잃어버린 원시성 자체를 탐색하려는 다원적 시각에 있었다. 물론 이는 방송 이전에, 원시남녀들이 성기를 드러내고 화면을 확보해도 그것을 더 이상 혐기적인 눈요기 거리로만 바

그림 5-3-1 MBC <아마존의 눈물>과 <아프리카의 눈물>



<아마존의 눈물>



<아프리카의 눈물>

출처: MBC 홈페이지(<http://www.imbc.com>)

라보지 않는 우리사회의 성숙해진 시선이 있었기에 가능한 것이기도 했다.

<아마존의 눈물>에 이은 <아프리카의 눈물>도 사전취재 1년, 현지촬영 300일, 총제작비 12억에 달하는 대작 다큐멘터리였다. 국내 방송으로는 최초로 아프리카 사하라사막의 유목민 풀라니족의 삶을 담았다. 독특한 미의식을 보여주는 입술 문신, 여성들을 유혹하는 남성 미인대회 게레올, 카로족의 소 뛰어넘기 성인식 등을 소개했고, 방송 후 극장판도 개봉했다.

SBS는 툰드라로 달려갔다. <최후의 툰드라>다. 지구 육지 면적의 20.0%를 차지하지만 인간의 발길을 쉽게 허락하지 않는 시베리아 툰드라 지역(야말, 한티, 타이미르, 캄차카)의 사계와 다양한 민족의 삶을 카메라에 담았다. 역시 국내 방송 최초였다. <최후의 툰드라>는 상하이TV 페스티벌에서 자연다큐멘터리 금상을 수상했다.

KBS는 제작비 9억 원, 1년 제작기간이 소요된 <동아시아 대탐사-아무르>를 선보였다. 헤이룽강으로 알려진 440Km 아무르 강의 발원(몽골)에서 오호츠크 해에 이르는 여정을 좇아 인근유역의 야생과 자연, 유목문화의 원형, 인간의 삶 등을 함께 조명했다.

그림 5-3-2 SBS <최후의 툰드라>와 KBS1 <동아시아 생명 대탐사-아무르>



<최후의 툰드라>



<아무르>

출처: SBS 홈페이지(<http://www.sbs.co.kr/>), KBS 홈페이지(<http://www.kbs.co.kr/>)

한편 〈한반도의 공룡〉으로 화제를 낳았던 EBS의 대작은 〈한반도의 매머드〉와 〈신들의 땅-앙코르〉로 이어진다. 〈한반도의 매머드〉는 EBS 공사창립 10주년을 맞아 한국콘텐츠진흥원 지원으로 제작된 것으로 신생대 한반도에 살았던 한 매머드 가족의 이야기를 컴퓨터 그래픽을 통해 영화적으로 재현한 교육용 다큐멘터리였다. 문화재청의 자문을 얻어 한반도에 살았던 매머드, 털 코뿔소, 동굴사자, 검치호랑이 등의 모습을 복원했다. 국내 다큐멘터리로서는 이례적으로 일본 NHK에 팔려 화제가 됐는데, 그 외 중국 CCTV, 폴란드, 대만, 인도네시아로 수출됐다. 〈신들의 땅-앙코르〉는 세계 8대 불가사의로 꼽히는 캄보디아 앙코르와트 건축의 비밀을 드라마틱한 구성으로 펼쳐보였다. 국내는 물론 세계 최초의 3D 입체 다큐멘터리를 표방했다. 지상 최고 신전으로 손꼽히는 앙코르와트 건축과정을 재현했고, 관련 학자들의 고증을 통해 건설 당시 구조와 색상도 복원했다. 방송통신위원회의 국제공동제작 지원 사업을 통해 캄보디아 국영방송 TVK와 공동제작 했다.

그림 5-3-3 EBS 〈한반도의 매머드〉와 〈신들의 땅-앙코르〉



〈한반도의 매머드〉



〈신들의 땅-앙코르〉

출처: EBS 홈페이지(<http://www.ebs.co.kr/>)

제3절 드라마타이즈(dramatize) 다큐멘터리: 다큐멘터리의 연성화(軟性化)

이런 대형화 다큐멘터리는 몇 가지 공통점을 가진다. 난공불락으로 여겨졌던 오지에 들어가 현지의 삶과 문화, 자연을 담은 자연 환경 문명 다큐멘터리가 주종을 이룬다. 고가의 촬영장비, 장기간의 촬영기간, 높은 제작비로 해외 우수 프로덕션의 작품 못잖은 완성도를 선보인다. 그와 함께 강한 스토리성도 공통된 특징이다. 다큐멘터리이면서도 드라마성이 강한, 감성 다큐멘터리, 연성

다큐멘터리, 일종의 휴먼드라마를 선보인 것이다.

사실 이 같은 드라마타이즈 다큐멘터리는 동물을 의인화한 〈북극의 눈물〉, 공룡을 컴퓨터그래픽으로 재현한 〈한반도의 공룡〉이후 지속되어온 경향이다. 가령, 〈북극의 눈물〉은 주인공 북극곰의 시선으로 포착된 지구환경파괴에 대한 이야기였다. 〈한반도의 공룡〉이나 〈한반도의 매머드〉 같은 경우는 아예 컴퓨터그래픽으로 창조해낸 디지털 캐릭터가 가상의 스토리를 이끌어가는 주인공이다. 〈한반도의 매머드〉는 한 매머드 가족의 일대기를 그린 애니메이션이라고 볼 수 있을 정도다. 〈신들의 땅-앙코르〉 또한 1177년 앙코르와트를 건설한 수리아바르만 2세와 앙코르 톰을 건설한 자야바르만 7세 이야기를 토대로 구성됐다. 그들의 이야기를 실감나게 전달하기 위해 캄보디아의 국민 여배우 춘 찬 라케나 등 10여명의 캄보디아 배우가 출연했다. 전투신 등을 위해 엑스트라만 1,000여명이 출연한 대하드라마로 선보였다.

다큐멘터리의 드라마성이 강해지면서, 나레이터(narrator)의 비중도 커졌다. 인기 스타들을 내레이터로 기용해 그들의 매력이나 퍼스널리티(personality), 인기에 기대는 경향이 두드러졌다. 몸값 높은 인기 스타들의 나레이터 기용은 큰 유행이었다. 김남길(〈아마존의 눈물〉), 현빈(〈아프리카의 눈물〉), 고현정(〈최후의 툰드라〉), 안성기(〈한반도의 매머드〉), 정보석(〈신들의 땅-앙코르〉) 등 톱스타들이 나레이션을 맡아 그 자체가 언론의 이슈가 됐다. 정통 다큐멘터리리스트들은 다큐멘터리의 지나친 연성화, 극화를 우려했으나, 대중과 접점을 넓히는 다큐멘터리의 한 흐름이라는 지적이 더 많았다. 이와 관련해서 한양대 신방과 이종수 교수는 MBC 〈아마존의 눈물〉과 영국 BBC2 〈아마존〉을 비교 분석한 바 있는데,¹⁾ 그 결과 두 프로그램은 유사한 소재를 다루고 있으나 접근방식에 큰 차이가 있음이 발견됐다. 즉 〈아마존의 눈물〉이 설명적 내러티브에 휴먼 드라마적 요소를 융합했다면, 〈아마존〉은 참여적 내러티브 양식에 리얼리티 TV, 즉 탐사 베리페(verite)적 서사양식을 보인다는 것이다. 시각적 스타일에서도 〈아마존의 눈물〉이 시각적 선정주의, 은유적 이미지의 사용이 많았다면, 〈아마존〉은 민속지학적(ethnography) 영상에 사실적 이미지가 많이 사용됐다. 이런 접근방식의 차이는 환경문제에 대한 인식의 차이로 이어진다고 지적했다.

제4절 TV 밖으로 나간 다큐멘터리

이처럼 거대한 제작비를 들인 대형화된 다큐멘터리들은 방송 브라운관의 좁은 틀을 벗어났다. 〈아마존의 눈물〉, 〈아프리카의 눈물〉, 〈최후의 툰드라〉가 모두 극장 개봉했다. TV외에 윈도우를

1) 이종수(2010). 자연/환경 다큐멘터리의 대중 서사전략: '아마존의 눈물'(MBC)과 '아마존'(BBC2) 비교분석. 『한국언론학보』, 제53권 3호, 374-398.

다양화해 더 많은 대중을 만나고 수익을 극대화하려는 전략이다. 국내 방송사중 최초로 극장에서 상영된 TV다큐멘터리는 MBC <북극의 눈물>이다. <아마존의 눈물> 등은 TV에서 잘려나간 원본을 살린 극장용 재편집 버전으로 관객을 유인했다. <아마존의 눈물>은 10만 관객동원에 성공해, 원소스 멀티유즈의 대표 사례로 꼽혔다.

KBS가 KBS스페셜수단의 슈바이처 故이태석 신부를 토대로 제작한 다큐멘터리영화 <울지마 톤즈>는 극장가 다큐멘터리 흥행의 핵이었다. 무려 40만 명의 관객을 동원했다. 종교 다큐멘터리로는 역대 최고 흥행이며, 10만 명만 넘어도 대박이라는 일반 다큐멘터리로서도 크게 선전한 기록이다. 故이태석 신부의 감동적 삶을 그린 <울지마 톤즈>는 큰 사회적 반향을 불러 일으켰으며 2010년 제 16회 '올해의 좋은 영상물' 다큐멘터리 부문에도 선정됐다.

한편, EBS는 아예 극장용 3D 다큐멘터리 제작에 뛰어 들었다. 내년 1월 개봉 예정인 <한반도의 공룡2>는 지상파 방송사 최초의 3D 영화 제작 시도이다. <한반도의 공룡2>는 2008년 방송돼 한국 다큐멘터리에 새로운 지평을 연 <한반도의 공룡>의 후속작인데, 당시 EBS 다큐멘터리 사상 최고 시청률을 기록했고, 단행본만도 50만부 이상 판매된 흥행작이다. <한반도의 공룡2>는 방송이 아닌 영화 상영을 1차 목표로 기획되며, 총 70억 원의 제작비가 투입된다. 8,000만 년 전 백악기 한반도를 배경으로 1편에 등장한 타르보사우루스 점박이가 티라노사우루스를 물리치고 가족을 지킨다는 내용이다. CJ엔터테인먼트가 배급을 맡으며, 전작의 이름값에 힘입어 독일, 러시아, 인도 등에 70만 달러 규모로 선 판매됐다.

EBS는 그 외에도 <마지막 상어재비>, <죽음의 사자 티베트 천장사>, <소년과 코끼리> 등 방송과 영화 상영을 동시에 목표로 하는 다큐멘터리를 다수 제작 중이다. 또 <한반도 최초의 인류>, 바벨탑과 공중정원을 다룬 <위대한 바빌론>, 콜로세움과 폼페이 등 고대 로마의 뛰어난 유적과 화려한 역사를 담아낸 <위대한 로마>는 3D로 제작 추진 중이다.

제5절 다큐멘터리의 신흥 명가, EBS의 약진

최근 국내 교양 및 다큐멘터리 프로그램의 성과는 EBS를 빼놓고 말할 수 없다. 다큐멘터리 고정 락시엔인 <다큐프라임>, 올해로 8회째를 맞은 'EBS 국제 다큐멘터리 영화제(EIDF)', 지식정보 교양 프로그램 <지식채널e> 등을 통해 국내 다큐멘터리 제작역량과 시청자의 눈높이를 한층 끌어올려 왔다. 메이저 3사와 대형 다큐멘터리 제작 경쟁을 벌이는 한편, 작은 제작규모지만 차별화된 아이디어와 시각, 연출력으로 틈새를 노리는 새로운 어법의 다큐멘터리도 속속 내놓았다. 역사, 자연, 정치사회 등 통상적인 다큐멘터리의 한계를 넘어서 인문학, 심리, 스토리텔링, 일상생활에

그림 5-3-4 EBS <다큐프라임>과 <지식채널e>



출처: EBS 홈페이지(<http://www.ebs.co.kr/>)

이르기까지 다양한 스펙트럼의 다크멘터리를 선보였다.

해외 판매도 지상과 3사를 웃돌며 크게 선전했다. 올해 EBS 수출 실적은 9월 현재 사상 최대를 기록했다. 올 1~9월 미국, 이탈리아, 일본 등 20개국에 판매한 다크멘터리 수출액이 85만 1,000달러(약 10억 원)로 지난 한 해 실적인 30만 1,000달러의 2.8배에 달하고 있다. 이는 KBS, MBC, SBS 3사의 지난해 전체 다크멘터리 수출 실적 35만 3,000달러의 2.4배에 이른다. 수출지역도 미국과 캐나다, 멕시코 등 북중미 지역(46.0%), 유럽(36.0%), 아시아(18.0%)로 다원화됐다. 한류의 주 대상이던 아시아를 넘어선 것이 눈에 띄는 부분이다. 올해 수출액이 급증한 데는 3D 다크멘터리 <신들의 땅-양코르>가 한국 다크멘터리 수출 사상 최고가(30만 달러 이상)로 미국의 다크멘터리 전문채널인 스미소니언 채널(Smithsonian Channel)에 팔린 것이 큰 몫 했다. 스미소니언 채널은 미국인 나레이터와 프리젠테가 등장하는 인터내셔널 버전을 자체 비용으로 재제작할 예정인데, EBS는 이를 미국의 지역에 판매하기 위해 무상 제공하기로 했으며, 앞으로 해외 판매는 더욱 늘어날 것으로 기대하고 있다(스미소니언 채널은 아시아에서는 NHK에 이어 두 번째로 EBS와 계약했으며 2010년에 EBS의 <바람의 흔, 참매>를 처음 구입한 바 있다). EBS 측은 이의 자연다�크멘터리 <사냥의 기술>과 <한반도의 매머드>가 유럽지역에 호평 받고, 러시아, 홍콩, 이란, 남미 등에서 프로그램 구입 문의가 이어져 올 12월까지 총 수출 실적은 지상과 방송 최초로 100만 달러를 넘어설 것이 확실시된다고 밝히고 있다.

그 외 케이블, 외주제작사, 독립PD들도 약진했다. 아리랑TV의 8.15 특집 <고백>은 완성도와 예술성 면에서 올해 나온 다크멘터리 중 최고 중 하나였다. 대형화 다크멘터리들이 소재만 다를 뿐 획일화된 양식을 선보였다면, 오히려 다크멘터리의 새로운 형식미학과 다크멘터리 정신에 충실한 수작이었다. 일제시대 가해자 일본인들의 생생한 육성 고백을, 일체의 내레이션 없이 인터뷰로만 담은 인터뷰 다크멘터리다. 그 내용도 충격적이지만 빼어난 카메라워크와 연출력이 돋보였다. tvN의 6.25특집 다크멘터리 <625인의 6.25>도 인상적인 인터뷰 다크멘터리였는데, 한국전쟁 참전 용사와 실향민, UN참전군인 등 625인이 생생하게 자신이 겪은 전쟁을 회고했다.

제6절 다큐멘터리의 탈정치화

한국전쟁 발발 60주년인 2010년 지상파 방송사들은 관련 특집을 선보였으나, 새로운 정치적 역사적 해석을 하거나 논쟁을 불러일으킨 작품은 드물었다. KBS의 10부작 〈한국전쟁〉은 1990년 폭발적 화제를 모은 다큐멘터리 〈한국전쟁〉 이후 20년간 발굴된 새로운 자료와 연구를 보강해 만들었으나, 전작에서 한 발자국도 더 나가지 못했다. 오히려 아리랑TV의 〈고백〉, tvN의 〈625인의 6.25〉가 눈에 띄었다. 국제화·대형화 다큐멘터리 제작 붐 속에서, 정통적인 현실고발이나 비판, 다큐멘터리의 역사성, 정치성은 퇴색됐다는 지적도 나왔다. 2009년 MBC 〈PD수첩〉 광우병 편이 큰 사회적 파장을 불러일으킨 것의 역작용인 듯, 교양 및 다큐멘터리 프로에서 정치적 사회적 이슈들은 위축됐다.

제7절 새로운 가능성, 강연 프로그램

올해 선보인 다큐멘터리 교양물 중 새로운 형식은 단연 강연 콘텐츠일 것이다. 미국의 비영리재단으로 정기적으로 기술, 오락, 디자인에 관한 강연회를 개최하는 〈TED(Technology, Entertainment, Design)〉나 국내 KTV의 〈인문학열전〉(이 중에서 대표적인 13편을 모아 ‘인문학 콘서트’란 책으로 출간됨) 등 각종 강연 프로그램의 성공이 대표적이다.

또한 EBS의 〈하버드특강-정의〉를 빼 놓을 수 없다. 100만부 이상 팔려 국내 출판계에 신드롬을 불러일으킨 마이클 샌델(Michael J. Sandel)교수의 ‘정의란 무엇인가(Justice)’ 하버드대 특강(PBS)을 방송한 것이 예상외의 열띤 호응을 얻은 것. 방송시간 조정, 주말 재방송, 종영 후 앙코르방송 등 편성이 확대됐다. 〈하버드특강-정의〉의 성공은, 인문학적 TV콘텐츠에 대한 대중의 수요를 입증한 대표 사례다. EBS는 이어 〈TED〉중 수작을 선별한 〈글로벌 특강-TED〉를 방송해 주목받았다. 〈한국판 TED〉라 부를 수 있는 CBS 〈세상을 바꾸는 시간, 15분〉은 단연 화제의 프로그램. 시청자들에게 일명 ‘세·바·시’로 불리며 큰 사랑을 받았다. 15분짜리 초미니 강연 프로그램으로, 6명의 연사가 릴레이 강연을 선보였다. 명지대 김정운 교수가 진행한 tvN의 김정운의 〈시사콘서트-열광〉도 강연 콘서트 형식의 새로운 시사 풍자 프로그램으로 눈길을 끌었다.

제8절 결론과 제언

2010~2011 상반기 교양 및 다큐멘터리 프로그램의 큰 흐름은 국제화·대형화이다. 한국 땅을 벗어나 소재를 찾았고, 판매망 역시 전 세계를 대상으로 했다. 보편적으로 다큐멘터리 시장에서 가장 어필할 수 있는 오지의 삶, 고대 문명과 자연 등이 소재로 채택됐다. '다큐멘터리 한류'를 이끌 수 있는 '명품 다큐멘터리' 제작의 전략적 토대다. 그러나 이런 국제화·대형화의 흐름 속에 지금 이 땅의 현실을 치열하게 고민하는 다큐멘터리 정신은 다소 위축됐다는 지적이다. 다큐멘터리 장르에 대한 제작지원 속에 대형화·국제화로 세계 시장을 공략하는 한편, 현실의 정치와 사회에 대해 거침없이 발언하는 다큐멘터리 정신도 함께 추구되어야 한다는 목소리가 높다. 물론 국제화·대형화 다큐멘터리에 대한 지속적인 제작지원은 여전히 중요한 이슈다. 그러나 이른바 '명품 다큐멘터리'들로 다큐멘터리의 국제 표준에 이른 만큼, 이제는 새로운 영상미학과 실험정신으로 무장한 독창적인 다큐멘터리에 대한 기대도 커지고 있다. 특히 대형화·국제화 다큐멘터리들이 몰량 공세에 드라마틱한 스토리텔링 등 제작어법이 패턴화되고 있어, 규모는 작아도 독창적인 어법의 다큐멘터리들로 균형 감각을 갖출 필요가 있다는 것이다.

제 4 장 뉴스 및 시사

방송기관이 언론기관으로서 수행하는 기능은 간략하게 우리가 살아가는 세상에 어떤 일이 일어나고 그러한 일에 어떤 의미를 부여할 수 있으며 그 일에 대해 어떻게 대응할 수 있을지 방향을 제시하는 것으로 요약할 수 있다. 이러한 기능을 언론학자들은 흔히 사회감시(surveillance) 기능과 상관관계 조정(correlation) 기능이라고 불러왔고 주로 뉴스, 시사보도 프로그램, 그리고 시사토론 프로그램에서 이러한 역할을 수행해 오고 있다. 방송콘텐츠의 다른 분야와 비교해 볼 때 이 분야는 시청률이 높은 편이 아니다. 그러나 방송콘텐츠 전체에 대한 신뢰도와 해당 방송사의 이미지에 미치는 영향이라는 측면에서는 대단히 중요한 장르라고 할 수 있다. 따라서 이 장르에서의 언론사들 간의 경쟁 양식과 콘텐츠 변화 양상은 시청률 외에도 정치사회적 상황, 방송사의 프로그램 제작 관행, 언론기관으로서 방송사의 역할에 대한 사내 원칙과 합의 등의 다양한 요소에 영향을 받는다. 따라서 시대의 흐름에 따라 방송사별로 공통적으로 보이는 변화의 양상도 있지만 방송사별로 독창성을 드러내는 차이점도 발견된다. 이러한 공통점과 차이점을 중심으로 2010~2011년 상반기까지의 국내 방송사의 뉴스 및 시사 프로그램의 트렌드에 대해 정리해 보겠다. 케이블방송 역시 방송콘텐츠를 제공하는데는 하지만 이를 분석에 포함시킬 경우 분석 자료 대상의 지나치게 방대해져 오히려 산만한 느낌을 줄 수 있다는 점을 고려하여 주로 지상파방송을 위주로 분석하고 필요에 따라 케이블방송 프로그램에 대해서도 논의하도록 하겠다.

제절 뉴스 및 시사 프로그램 일반현황

1. 뉴스 프로그램

현재 공개된 각 방송사의 홈페이지를 통해 수집한 정보를 바탕으로 공중과 4개 채널에서 현재 방송되고 있는 뉴스 프로그램은 <표 5-1-1>과 같이 정리할 수 있다. KBS1 TV의 뉴스 프로그램이 수와 방송 시간 면에서 다른 채널보다 눈에 띄게 많은 것을 알 수 있다. 그리고 평균적으로 평일보다 토요일이, 토요일보다는 일요일의 방송 시간이 줄어드는 경향이 있었다.

표 5-4-1 2011년 현재 방송 중인 뉴스 프로그램

구분	평일		토요일		일요일	
	프로그램수(방송시간)	방송시간	프로그램수(방송시간)	방송시간	프로그램수(방송시간)	방송시간
KBS1	10개(10분-60분)	310분	7개(10분-50분)	140분	7개(5분-40분)	95분
KBS2	5개(5분-60분)	95분	1개(5분)	5분	2개(5분-40분)	45분
MBC	7개(10분-60분)	210분	5개(10분-50분)	130분	3개(10분-20분)	40분
SBS	7개(10분-60분)	220분	4개(10분-40분)	75분	5개(10분-40분)	80분

최근 연구에 따르면, 뉴스의 주제를 과거와 비교해 볼 때 여전히 정치/사회 뉴스의 비율이 가장 높지만 그 비율은 점점 낮아지고 있다. 전체적으로 정치, 사건사고, 사회 갈등과 같은 전통적 뉴스 주제의 비율은 감소하고 건강, 교육, 과학을 다룬 뉴스의 비중은 늘고 있는 추세다. 이것은 전통적 구분에 따르면 경성(硬性)뉴스의 비중이 줄어들고 연성(軟性)뉴스의 비중이 증가하는 추세라고 이야기 할 수 있다. 이미 2009년에 전체 뉴스 중 연성뉴스가 차지하는 비중이 50%를 넘었고 그 비중이 지속적으로 높아지고 있는 추세에 있다.¹⁾

뉴스 주제별 취재원 분포를 보면 취재원 편중 현상이 나타났다. 정치/사회 뉴스 취재원의 절반이 정부/행정기관이며, 일반인 취재원의 약 60%가 연성 뉴스에 편중되었다. 법조/검찰 뉴스에서는 익명/불분명 취재원 건수 및 비중이 높은 반면, 검찰이 실명으로 직접 등장한 경우는 매우 드물었다.²⁾

한 개의 방송사만 취재한 경우인 단독뉴스의 비중은 약 30-40% 정도며 미세하게나마 KBS가 다른 두 방송국에 비해 비중이 높았다. 단독뉴스의 주제를 보면, KBS와 MBC는 정치/사회 뉴스의 비중이, SBS는 문화/예술/스포츠 뉴스의 비중이 높았다.³⁾

1) 정수영·구지혜(2010). 국내 지상파방송뉴스 포맷 연구: KBS, MBC, SBS 저녁 메인 뉴스를 중심으로. 『한국방송학보』, 제24권 5호, 415-457.

2) ibid.

3) ibid.

2. 시사 프로그램

현재 공개된 각 방송사의 편성표를 직접 분석한 결과, 3개 지상파 방송국의 가장 대표적인 시사 보도 프로그램과 시사토론 프로그램은 <표 5-1-2>과 같이 정리할 수 있었다. 또한 인터넷을 통해 해당 프로그램 홈페이지에 접속하여 지난 일 년 간 방송된 프로그램의 내용을 분석해 봤는데, 주제의 차원에서는 채널별로 큰 차이가 없었다. 주제는 정치, 경제, 종교, 국방, 지역개발, 노사관계, 재해, 생활, 교육 등 거의 모든 영역에 걸쳐 있었는데 정치인과 정치적 갈등에 관한 뉴스는 10% 미만으로 의외로 적은 비중이었다. 반면에 일상생활 관련 시사보도 프로그램의 비중은 20% 정도로 가장 높았다. 특히 2011년 봄개편 때 폐지된 SBS의 <뉴스추적>의 경우 생활 친화적인 주제가 다른 채널에 비해 더 많았다. 예를 들어 “내 아들을 돌려주세요 - 죽음 부른 전 · 의경 폭력”(2011년 2월 16일 방영), “말기 암도 고칩니다 - 두 번 우는 암 환자들”(2011년 2월 9일 방영), “현대판 화타, 구당 김남수 미스터리”(2010년 11월 3일 방영) 편 등이 그러했다. 또한 특정 사회집단 혹은 기관을 비난 혹은 질타하는 내용이 많았다. 이런 고발내용은 특히 다른 해에 비해 원자력 발전소와 전세난, 그리고 성폭력에 관한 내용이 많았다.

표 5-4-2

2011년 현재 방송 중인 시사보도 및 시사토론 프로그램

KBS1	KBS2	MBC	SBS
생방송 심야토론 시사기획 KBS10 특파원 현장보고 취재파일4321	다큐 시대 대국민 토크쇼 안녕하세요 추적 60분	100분토론 MBC프라임 PD수첩 시사매거진2580	SBS 시사토론 기자가 만나는 세상 현장21

TV 시사토론 프로그램은 TV가 민주주의의 핵심인 건전한 여론 형성에 이바지할 수 있다고 하는 믿음을 토론토론이라는 형식을 통해 구현하고자 하는 사회, 경제, 정치적 이슈에 대한 공적 대화다.⁴⁾ 시사토론 프로그램의 경우 KBS2를 제외한 3개 채널에서 방송 중에 있다. KBS1는 <생방송 심야토론>, MBC는 <100분토론>, 그리고 SBS는 <SBS 시사토론>을 100분에 걸쳐 방영 중이다. 시사토론 프로그램의 주제 분포는 다른 시사보도 프로그램과 많이 차이를 보였다. 전체적으로 정책적 이슈와 정치 관련 이슈가 많았다. 이외에 등록금, 구제역, 연평도 사건, 사법 개혁 등이 토론의 주제로 다뤄졌다. MBC와 KBS에 견주어 볼 때, <SBS 시사토론>은 다양성과 갈등성이 농후한 시민적 삶과 맞닿아 있는 토론 주제의 비중이 높다. 이는 상대적으로 다른 시사보도 및 토론 프로그램에 비해 이 프로그램이 시민적 기대를 더 많이 반영한 것으로 분석된다. 그러나 이러한 결과가 민주적 시민활동의 강화를 목적으로 한 것인지 시청률 상승을 노린 선택인지는 불분명하다.

4) 김동윤(2011). 환경감시의 상관조정 역할에 충실해야- TV 시사토론 프로그램 진단. 『신문과방송』, 3월호, 40-44.

제2절 2010~2011년 상반기 뉴스 및 시사 프로그램 주요 이슈

1. 신설/폐지 프로그램

SBS는 2011년 3월 21일 봄 개편을 단행하면서 <긴급출동 SO624>와 15년간 방송 된 <뉴스추적>을 폐지했다. 이번 폐지 결정은 전반적으로 낮은 시청률에 기인한 것이라는 분석이 많았다. SBS의 개편안에 대해 시사고발, 심층탐사 기능의 약화로 이어질 수 있다는 우려가 제기되기도 했다. 보도 편성위에서 SBS 노조 공정방송위원회는 “시의성을 강조한 매거진 성격의 새 프로그램은 ‘의제설정 (agenda setting)’ 기능보다는 이슈 따라가기에 그칠 우려가 있고, 데일리 뉴스의 균형 감각을 동일하게 적용할 경우 자칫 고발기능의 약화로 이어질 수 있다고 우려했다.

6년 여간 제작된 <긴급출동 SO624>는 자극적인 소재라는 지적에도 불구하고 가지지 못해 혹은 몸이 불편해 고통 받는 사람들의 안타까운 사연을 소개하고 이들을 돕기 위해 힘쓰는 과정을 통해 많은 시청자들의 호응을 얻었다는 평을 받았다.

<뉴스추적>의 뒤를 이어받은 프로그램은 <현장21>이다. <현장21>은 <뉴스추적>의 맥을 이어 탐사전문 기자들이 참여한다. 앵커는 SBS최장수 메인뉴스 앵커로 활약했던 한수진 기자가 맡았다. SBS는 “한 주제를 천착한 뉴스추적의 정신을 살리되 현장성을 강화하고 내용도 다양화해 급변하는 시대상애 조용하겠다”며 제작입장을 밝혔다.

MBC는 2010년 가을 개편 때 <후플러스>, <W>와 같은 시사보도 프로그램을 폐지하고, <여배우의 집사>, <위대한 탄생>등의 예능 프로그램을 배치했다. 또한 시사보도 프로그램의 PD들을 회사 규정 위반을 이유로 징계하고 PD수첩의 ‘대강’ 편을 불방시켰으며, 제작진 11명중 6명을 타부서로 전출시켰다. 이러한 개편과 인사는 시사보도 프로그램의 심층, 고발 기능이 약화와 함께 시사분야의 제작 역량을 약화시킬 것이라는 우려를 낳고 있다. 이에 대해 MBC는 주말 <뉴스테스크>를 통해 심층, 고발 관련 뉴스를 집중적으로 배치하겠다는 새로운 전략을 발표했다.

2. MBC 주말 뉴스의 변신

한때 시청률 1위를 고수하던 MBC 뉴스 프로그램은 1994년 KBS1의 광고 금지 조치 이후 KBS에 그 자리를 내 준 이후 역전의 기회를 갖지 못했다. 정규 뉴스 프로그램을 앞두고 광고가 방송될 경우 사람들은 광고 아닌 다른 프로그램을 방송하는 채널을 찾게 재핑(japping)을 하게 되었다. 공교롭게도 MBC가 광고를 방영하던 이 시간에 KBS는 일일 연속극을 방송했다. 시청자들은 일일 연속극을 보다가 이 프로그램이 끝나면 광고에 시간을 빼앗기지 않고 바로 뉴스를 볼 수 있는 KBS 9시

뉴스를 선호하게 된 것이다. 뉴스의 내용보다는 광고를 보면서 기다리기를 더 싫어한 시청자들의 태도가 KBS 뉴스에게는 기회가 된 것이다.

MBC 정규 뉴스 프로그램은 최근 SBS 뉴스보다 낮은 시청률을 지속적으로 기록하자 특단의 대책으로 주말 뉴스의 진행자, 방송시간, 방송 포맷을 획기적으로 바꿨다. 그러나 이러한 변화 시도가 시청률 증진에 긍정적인 영향을 미쳤다고 보기는 어렵다는 평이다. 오히려 MBC가 주말 <뉴스데스크>를 오후 9시에서 1시간 이른 8시로 방송시간을 변경함에 따라서 KBS의 <9시 뉴스>가 독주체제가 구축되었고 이는 자연스럽게 시청률 상승으로 이어져 MBC 입장에서는 달갑지 않은 결과를 가져왔다.

MBC는 40년 만에 주말 뉴스데스크를 8시로 옮기면서 개성 있는 진행으로 인지도가 높은 최일구 앵커를 내세웠다. 최일구 앵커는 직접 갯벌에 나가 어민 생활을 체험하고, 시장에서 마이크를 시민들에게 넘기는 등 과격적인 앵커의 모습을 보였다. 이러한 변화에 대해 뉴스의 연성화를 우려하는 목소리가 터져 나왔다. 이에 대해 MBC는 “진행의 연성화는 있더라도, 보도의 연성화는 없다”고 반박했다. 사실 CNN은 앵커들이 대화를 주고받으며 자연스럽게 진행되는 등 해외의 언론들도 다양한 방식으로 뉴스를 부드럽게 보도 하려고 노력을 훨씬 전부터 시행하고 있다. 이런 점을 고려하면, 뉴스의 연성화는 시대적 필요에 의한 자연스러운 현상이다. 또한 경성뉴스가 곧 민주언론의 지표라는 신화라든가 경성뉴스가 선이며 연성뉴스는 악이라는 이분법은 버려야 할 것이다. 범죄 사건에 관한 보도를 전형으로 하는 경성뉴스가 자극적이고, 갈등 중심적인 사건만을 다루거나, 배경 설명 대신 시각중심적인 내용만을 다룬다면 연성뉴스와 다를 바 없기 때문이다. 그러나 MBC의 주말 뉴스의 이번 변화가 단순히 진행 방법의 연성화만을 의미한다고 믿는 사람은 많지 않다. 무엇보다도 이번 변화가 시청률이라는 상업적 가치를 추구하는 과정에서 취해진 조치라는 점에서 프로그램 전체의 연성화에 대한 우려는 타당하다고 볼 수 있다. 미디어 시장의 상업적 경쟁은 흔히 오락성과 선정성의 추구를 불러일으키고, 이는 미디어 상품의 질을 떨어뜨리게 된다.

MBC는 주말 <뉴스데스크>의 개편을 통해 심층 고발 관련 뉴스를 집중 배치하겠다고 하며 10년 차 안팎의 중년기자를 배치했다. 그리고 실제 ‘내성천 영주댐 건설’, ‘민간인 불법사찰 증거인멸’ 같은 보도 등에서 기존뉴스와 다른 심층성을 보였다. 그러나 그러한 시도는 초기에 반짝했을 뿐이다. 근래에는 심층기획성 보도 기사를 점점 더 찾아보기 어려워지고 있다. 오히려 CCTV등을 사용한 흥미위주의 아이템 발굴이 늘어났다. 이에 대해서는 방송사 내부에서도 비난이 거세다. SBS도 동조합 공영방송위원장 최선호 씨에 따르면, 2010년만 해도 시각적 효과가 강했던 사건기사가 6~7번째 꼭지에 등장했으나 최근에는 3번째 정도에서부터 등장하고 있는 실정이다. 이렇게 뉴스의 오락성을 강화하고 있음에도 불구하고 개편 이후 시청률은 크게 높아지지는 않았다. 개편 첫 주에는 동시간대 SBS뉴스프로그램인 <8뉴스>와 대등한 경쟁을 벌인 것을 시작으로 시청률이 상승하여 한때 12.2%로 지상파 메인뉴스 중 가장 높은 시청률을 기록하기도 했다. 그러나 개편 두 달 만에 시청률이 6% 초반대로 다시 지상파방송 3사의 메인 뉴스 중 가장 낮은 수치를 기록하고 있다.

3. 뉴스 형식과 내용의 오락성 추구 경향

방송은 영상, 음성이 어우러지면 분위기와 현장감을 전달할 수 있고 이런 전달 요소의 차이에 따라 시청자가 느끼는 재미가 달라진다는 점에서 근본적으로 오락성을 지닌다고 할 수 있다. 따라서 오락성을 추구하는 것은 어떤 면에서 당연하며 시청자의 요구를 수용하는 측면이 있다. 뉴스의 영역도 예외는 아니다. 그러나 이러한 시도가 심층성의 하락을 통해 언론기관으로서의 방송사의 사회적 역할의 방기로 이어져서는 안 될 것이다. 그럼에도 불구하고 지난 1년간 방송뉴스의 지나친 오락성에 대한 지적이 끊이지 않았다. 이러한 오락성의 추구는 주로 인위적 실험과 자극적 화면으로 구현되었고 이는 많은 시청자들의 우려와 분노를 일으켰다.

대표적으로, 2011년 05월 31일 MBC 뉴스는 한 남성이 옆에 있는 다른 남성을 향해 각목을 내리치더니 쓰러진 남자를 발로 걷어차는 살인 사건 장면을 보도했다. 일부는 모자이크 처리되었지만 특정대목에서는 화면이 그대로 나갔다. 이후에 홈페이지에서 해당 영상이 삭제되었으나 이미 인터넷을 통해 널리 유포된 뒤였다. 이 외에도 MBC는 한 시민이 버스와 가로등 사이에 끼여 사망하는 장면을 그대로 내보내기도 하고 주민센터에 침입한 한 남성이 쇠파대기로 여성을 폭행하고 가슴을 발로 차는 장면을 그대로 방송했다.

한편 SBS도 선정적인 장면을 방송해서 여러 차례 논란을 일으켰다. 예를 들어, 여중생이 닫히는 승강기 문에 무심코 발을 넣었다가 그대로 승강기가 올라가는 바람에 큰 부상을 입을 뻔한 영상을 두 번 반복해 방영하기도 했고, 한 주민이 경비원을 바닥에 내동댕이치는 장면, 그리고 CCTV에 녹화된 청소년들의 '찍치기' 범행 장면을 그대로 방영하기도 했다.

이러한 선정적 화면의 방영의 원인은 시청률 경쟁과 특종에 대한 압박에서 찾을 수 있다. 특히 MBC가 주말 뉴스 프로그램의 시간을 8시로 옮기면서 경쟁관계에 놓이게 된 SBS와 MBC 양사가 특종을 많이 보도해야 한다는 압박을 느꼈을 수 있다. 이 경쟁에서 이기기 위해 양사는 뉴스의 심층성을 통해 경쟁하기 보다는 상대적으로 쉽게 얻을 수 있는 자료인 CCTV등을 이용한 자극적인 영상을 통해 시청자들의 오락적 욕구를 자극하는 방향으로 보도하는 경향이 나타난 것이라고 분석된다.

제3절 2012년 이후 전망

1. 방송 제작환경 변화의 영향

지상파방송의 뉴스 제작환경 변화는 크게 인터넷 등 새로운 형태의 매체의 등장과 신규 유료방

송뉴스 제작 사업자 등장이라고 하는 두 가지 변화로 요약해 볼 수 있다. 우선 인터넷 등 경쟁 매체와의 관계를 생각해 보면, 방송뉴스는 속보성에 있어 더 이상 인터넷과 경쟁할 수 없게 되었다. 그리고 심층성과 전문성에 있어서는 신문이나 전문 잡지를 따라잡지 못하고 있다.

빠른 정보를 취득하고 이용자들에게 전파하는 측면에서 모바일 시대의 방송뉴스는 절대적으로 불리하다. 정해진 시간에 준비된 내용이 나오는 방송뉴스는 모바일 디바이스가 갖는 정보 흐름의 속도를 따라갈 수 없기 때문이다. 낮 시간에 거의 실시간으로 인터넷을 통해 속보를 전달받는 상황에서 저녁에 특별히 텔레비전을 보아야할 이유와 매력이 적어졌다. 굳이 뉴스를 보지 않더라도 모바일 디바이스 이용자 하나하나가 바로 기자가 되고 이용자들이 세상 돌아가는 것을 가장 빠르고 더 잘 파악할 수 있는 시대가 되었다.

최근의 언론진흥재단 조사에 따르면, 지상파방송은 여전히 매체 만족도, 신뢰도, 영향력, 선호도, 시청 충실도, 시청 일관성의 기준에서 타 매체보다 앞선다. 그러나 인터넷 포털, SNS 등 새로운 매체의 거센 도전에 직면하여 선두의 지위가 크게 위협 받고 있다.⁵⁾ 가까운 시간 안에 위의 몇 가지 척도에서는 선두 자리를 다른 매체에 내줄 것이라는 것이 전문가들의 일치된 예상이다. 이것은 속보성과 보존성에 있어 새로운 매체에 비해 뒤지며 시청 환경이 보다 제한적이기 때문이다. 즉 시청자들이 원하는 시간에 원하는 내용을 선택하고 순서를 정해서 볼 수 있지 않기 때문이다. 거꾸로 이야기 하면 새로 도전하는 매체는 이런 시청자의 통제영역 확대를 가능하게 했다는 점에서 방송 매체를 압도하고 있다.

한편, 지난 10년간 위성방송과 DMB 그리고 IPTV 등 새로운 플랫폼과 신규 사업자가 연이어 등장했다. 국내 방송 시장은 이미 광고 재원의 한계에 다다랐고, 저가형 위주의 유료방송 시장 개선이 절실히 요구되었다. 여기에 2010년 12월 31일에는 5개의 종합편성방송 사업자와 보도전문방송 사업자가 선정되었다. 종합편성방송에는 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 그리고 매일경제가 각각 대주주인 4개 사업자가, 보도전문에는 연합뉴스가 대주주인 1개 사업자가 선정됐다. 신규 사업자의 등장에 따라 앞으로 방송사간의 경쟁은 더욱 가열될 것으로 예상된다. 이러한 치열한 경쟁에서 뉴스 및 시사보도/시사토론 장르도 예외는 아니다. 기존의 지상파방송사의 입장에서 좁은 국내 시장에서 한정된 방송 자원 문제, 방송콘텐츠의 고비용 저효율 생산구조, 글로벌 시장에서 문화적 할인 적용, 아시아 시장에서 방송콘텐츠 시장 개방에 대한 반대 여론이 확산되는 상황에서 새로운 약재가 하나 더 생긴 셈이다.⁶⁾

신규 사업자들은 유료방송 시장에서 또 다른 종편 사업자보다 상대적인 우위를 확보하기 위해 과감한 투자도 일정 기간 동안 마다하지 않을 것이다. 이에 대응해 지상파방송 사업자는 콘텐츠 제작 절대 강자로서 우월적 지위를 지키기 위해 양질의 콘텐츠 제공으로 승부를 펼칠 것으로 예상된다. 방송콘텐츠는 경쟁을 통해 양적 성장과 질적 향상이라는 긍정적인 결과를 가져올 수 있다.

5) 정재민(2011). 가장 관심있는 뉴스는 날씨. 국민의 뉴스 소비 2010: 뉴스 미디어 소비지형의 변화. 『신문과방송』, 3월호, 64-69.

6) 윤석년(2011). 콘텐츠 산업 글로벌 경쟁력 제고. 치열한 생존경쟁은 불가피 - 미디어 시장 및 산업 지형 변화. 『신문과방송』, 2월호, 6-9.

이에 따라 콘텐츠 사업의 글로벌 경쟁력이 제고되고, 시청자는 이들의 경쟁 덕분에 그리 큰 비용을 들이지 않고서도 다양한 콘텐츠를 이용할 수 있게 된다. 그러나 만약 종편 사업자가 몇 년간 지속적으로 콘텐츠 제작에 투자를 하였음에도 불구하고 국내의 방송시장에서 제작비 조달이 여의치 않을 경우 선순환 제작 구조 형성에 차질을 빚을 수 있다.

커뮤니케이션 학자 앳워터(Atwater)에 따르면 사업체의 규모가 클수록 독자적 뉴스의 비중이 늘어나는데, 이는 시청자 입장에서는 보다 다양한 뉴스를 접할 기회가 늘어남을 의미한다. 그러나 이번에 선정된 종합편성방송 사업자들이 기존 공중파 방송에 비해 규모가 작고 신문사를 기반으로 하고 있다는 점을 고려해 보면 뉴스 주제의 다양성에 기반을 둔 경쟁 보다는 뉴스의 전달방식과 뉴스의 구성, 즉 스토리텔링(storytelling) 방식의 차이를 통한 경쟁이 예상된다. 즉 주제의 다양성 보다는 새로운 전달 기술의 도입과 화면 구성의 차이, 뉴스 전달방식의 차이, 그리고 시청자 참여수준의 차이 등을 통해 경쟁력을 확보할 것으로 예상된다.

2. 시청자 동향

한국언론진흥재단에서 발표한 「2010 국민의 뉴스소비」를 보면,⁷⁾ 우리 국민이 정기적으로 뉴스를 이용하는 매체로는 여전히 지상파방송이 압도적이다. ‘거의 매일 정기적으로’ 이용하는 뉴스는 지상파방송 뉴스 80.9%, 인터넷 포털 뉴스 38%, 전국일간신문 32.5%, 케이블뉴스 채널 30.9%, 라디오 뉴스 10.7% 순으로 나타났다. 2006년 조사와 비교할 때, 전반적으로 뉴스 이용시간의 총량은 111분에서 92.8분으로 줄어들었다. 그리고 국민들이 가장 관심을 가지고 있는 뉴스 분야는 날씨였다.

뉴스는 여자보다는 남자가, 연령대에서는 40대가, 교육수준에 따라서는 학력이 높을수록 더 많이 이용하고 있는 것으로 나타났다. 20대의 1일 총 뉴스 이용시간은 69분으로 다른 연령대에 비해 뉴스 이용 시간이 현격하게 적었다. 남자는 하루 110분을, 여자는 76분 정도를 뉴스를 이용하는 데 할애하는 남녀 간에는 35분 이상의 차이가 났다.

지상파방송은 정확성, 공정성, 영향력, 신뢰도 등 뉴스의 가치를 묻는 12개 기준에서 모두 1위의 자리를 지켰다. 그러나 다양성, 흥미성, 신속성, 정보성, 이용편의성 등 5개의 항목에서는 인터넷이 지상파방송 뉴스마저 제쳤다. 매체별로 가장 높은 평가를 받은 속성은 지상파는 영향력이었고 일간신문은 심층성, 포털 뉴스는 정보성과 편의성이다.

인터넷은 뉴스 이용에서 20대가 선택하는 첫 번째 뉴스미디어가 되었다. 20대 10명 중 7명은 TV보다 인터넷을 미래의 뉴스 소비매체로 꼽았다. 미국에서는 2010년에 20대의 뉴스의 소비 경로가

7) 한국언론진흥재단(2010). 「국민의 뉴스소비」. 한국언론진흥재단 연구서 2010-03.

인터넷을 통해 65% TV를 통해 52% 순으로 역전되었다. 이를 고려하면 23년 내 국내에서도 인터넷이 첫 번째 뉴스미디어가 되는 날이 도래할 것으로 예상된다.

2011년에 뉴스미디어와 관련해서 주목되는 현상은 스마트 미디어 이용의 증가다. 스마트 미디어 원년인 2010년에 이미 뉴스 소비가 스마트폰이나 태블릿PC와 같은 모바일 기기로 이동하기 시작했다.⁸⁾ 뉴스를 보기 위한 다양한 앱(App)들이 출시된 것은 말할 것도 없고, 다국적 미디어 그룹 소유주인 루퍼트 머독(Rupert Murdoch)은 아이패드 전용 뉴스매체인 더 데일리(The Daily)를 출범한다고 발표했다.

시장조사업체 Nielsen이 발표한 2010년 1/4분기 플랫폼별 TV 시청형태 조사보고서인 'Three Screen Report'에 따르면 이러한 젊은 시청자들의 모바일 플랫폼 선호 현상은 점차 명확히 지는 추세다. 이 보고서에 따르면, 10-30대 젊은 층의 시청자들은 동영상 시청 시 주로 모바일 플랫폼을 이용하는 것으로 나타났으며, 연령이 높을수록 TV를 이용하는 비율이 상대적으로 높았다.

3. 방송뉴스 변화의 방향

방송뉴스는 인터넷의 거센 도전에 대응하여 다양한 새로운 시도를 이미 시작했고 이러한 경향은 강화될 것이다. 새로운 시도는 뉴스 내용의 변화를 배제하지는 않지만 그 보다는 뉴스의 포맷과 전달 방식의 변화에 초점을 맞출 것으로 예상된다.

1) 증강현실(AR: Augmented Reality) 기술 활용

증강현실은 눈에 보이는 실제 모습을 다양한 정보를 겹쳐 보여 주는 기술을 말한다. 이는 실제 모습 위에 다양한 디지털 정보를 덧붙여 활용함으로써 사물을 인식하는 수준을 보는 것 이상으로 확장할 수 있다는 개념에 기초한다. 영화 속에서 공중전을 하는 전투기 조종사가 공격용 시각 보조 장치를 착용한 상태와 비슷하다. 비슷한 모습이 이미 1980년대 초에 개봉된 영화 '터미네이터'에서도 묘사되었다. 영화 속의 터미네이터는 자신의 시야에 들어오는 사물과 관련된 다양한 네트워크상의 데이터를 자유자재로 검색해 현실과 대상을 인식하고 이해할 수 있었다. 이제 우리 모두가 터미네이터의 눈을 가지게 되는 세상이 열리고 있다고 볼 수 있다.

증강현실 기술은 현장 뉴스 리포트 방식의 변화를 가져올 것으로 예상된다. 인터넷 그리고 SNS와 차별되는 영상, 보다 현장감 있는 영상, 보다 세세한 정보가 담긴 영상을 추구하는 시청자들의 요구에 호응할 수 있는 방식이며, 이는 영상 뉴스를 제공하는 매체가 타 매체에 상대적 우위를 점할

8) 심재용(2011). 소셜미디어, 뉴스 소비문화를 바꾸다: 뉴스 소비자의 소셜미디어 이용 현황. 『신문과방송』, 4월호, 24-27.

수 있는 분야이기 때문이다. 게다가 이번에 새로 선정된 종합편성채널과 보도전문채널이 모두 신문사(혹은 통신사)를 모기업으로 하고 있다는 점에서 폭넓은 정보력과 방대한 데이터베이스를 활용할 수 있는 증강현실 기술의 실제 보도 프로그램의 적용은 쉽게 예상되는 바다.⁹⁾ 실제로, 보도종합채널로 선정된 연합뉴스는 이미 2011년 7월 국내 언론사로는 처음으로 증강현실 기술을 이용한 뉴스 서비스를 시작했다.

한편, 뉴스 제작 분야뿐만 아니라 뉴스 소비 분야에서도 증강현실 기술이 적용 될 것으로 예상된다. 이는 스마트폰을 소지한 수용자가 특정 건물이나 시설에 스마트폰 카메라 화면을 옮기면 그에 대한 관련 뉴스 아이콘이 화면에 뜨는 형식을 취할 것이다. 예를 들어, 스마트폰 카메라 앵글에 남대문을 포착하면 남대문과 관련된 뉴스의 최신 뉴스뿐만 아니라 과거 뉴스까지 아이콘 형태로 화면에 나타난다. 이 기술을 이용하면 어린 학생들도 국보 1호인 남대문의 현재의 모습이 왜 과거의 모습과 다른지를 알 수 있게 될 것이다.

2) 시청자 참여 강화

스마트폰과 같은 다양한 디지털 기기의 등장으로 시청 패턴이 급변하고 현실에서 '회소성', '공공성', '보편적 시청권' 과 같은 전통적인 패러다임만 가지고는 지상파방송의 뉴스가 현재 시청자들에게 어필할 수는 없다. 이미 오래전부터 지상파 방송사들은 여러 장르에서 시청자 참여 확대를 통해 기존의 수용자를 유지하려는 시도를 진행해 오고 있다. 최근에는 오락 프로그램에서 가시적인 성과가 나타나고 있는데, 뉴스 프로그램도 예외는 아니다. 이미 오래전부터 시청자들이 보낸 정보와 동영상 등을 뉴스에 활용해 오고 있다. 예를 들면, 2008년 11월 26일 인도의 뭍바이에서 약 200명이 사망한 테러가 발생했을 때, 많은 시민들이 개인적으로 이 사건을 취재한 내용을 자신의 블로그를 활용하여 보도했었다. 이때 방송사들은 기자의 직접 취재 내용보다 테러 사건을 더욱 생생하게 체험한 시민들에게서 받은 제보 내용을 바탕으로 뉴스를 구성했다. 이는 속보성이 중요한 뉴스 아이템의 경우 기존의 방송사가 인터넷과 같은 뉴미디어와의 경쟁에서 밀릴 수밖에 없음을 잘 보여준 사례다. 생존을 위해서 기존 방송사들은 개인 미디어를 포용할 수밖에 없었다. 즉, 수용자에게 뉴스의 생산과 배급에의 참여를 허용한 것이다. 그런데 앞으로는 이러한 참여의 폭이 더욱 넓어지고 방식은 보다 구체적으로 다양해 질 전망이다. 즉, 인터넷 콘텐츠를 단지 TV를 통해 소개하는 방식의 시청자 참여와는 다른 형태의 참여가 이뤄질 것이다.

새로운 참여 형태는 이미 여러 시도를 하고 있는 다른 나라의 사례를 통해 예상해 볼 수 있다. 미국 CBS의 경우 특정 이슈를 정한 뒤 이와 관련한 동영상을 유튜브에서 공모해 선정된 15초짜리 동영상을 CBS-TV <15seconds>라는 프로그램에서 방송했다. FOX 뉴스의 경우, 뉴스 방송시간에 한

9) 김태현(2011), 폰카메라 대면 뉴스 좌르르, 스마트폰 시대 '뉴스의 진화' - 연합뉴스, 증강현실(AR) 뉴스 국내 첫 서비스, 『신문과방송』, 9호, 68-71.

가지 이슈에 대해 시청자들의 의견을 이메일 등을 통해 실시간으로 받아 앵커가 이를 논박하는 형식으로 진행하고 있다. 앞으로는 이렇게 여러 시청자들의 개별적인 작품을 모아 하나의 프로그램으로 꾸미거나, 실시간으로 시청자와 대화하는 내용을 프로그램화하는 형태의 시청자 참여 프로그램의 출현이 예상된다.

3) SNS 활용 증대

Pew Research Center의 보고서에 따르면, 2010년 현재 약 26%의 미국인들이 휴대전화를 통해 뉴스를 본다.¹⁰⁾ 국내에서도 이 비율이 점점 높아지고 있는데, 이러한 경향이 가속화 된 것은 스마트폰과 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)의 등장 이후다. 소셜미디어의 이용이 늘어나면서 종이신문 이용(구독, 열독)과 TV 뉴스 시청이 크게 줄었다. 이용자들은 소셜미디어를 통해 필요한 정보를 특정 분야의 전문가와 직접 커뮤니케이션을 통해 얻을 수 있고, 최신 정보를 신속하게 접할 수 있게 되었으며, 여론 형성이 가능하다고 인식하게 되었다. 게다가 이용자들은 소셜미디어를 통해 얻은 정보에 대해 매스 미디어를 통해 전달받은 정보보다 높은 신뢰도를 나타냈다. 높은 신뢰도는 이용자 스스로가 정보를 생산하고 전달해본 경험을 통해서 또는 자신이 믿을 만하다고 생각하는 정보를 전달한 경험을 통해 축적된 확신에 근거한다. 소셜미디어 이용자들은 과거처럼 대중매체를 통해 일반적으로 정보를 전달받는 존재가 아니라 어떠한 정보를 습득하고 회피할 것인지를 스스로 결정하면서 뉴스를 소비하는 소위 '게이트키퍼(gatekeeper)적 수용자'가 되었다.

각종 정보매체의 범람은 수용자에게는 감당할 수 없는 정보의 유입이라는 문제를 낳는데, 이들에게는 누군가 이러한 정보 중에서 가치 있는 정보를 걸러내는 과정이 필요하다. 이러한 과정이 기존의 매스 미디어가 담당했던 게이트키퍼링이었다. 이제 많은 수용자들이 이러한 정보 과잉을 소셜 네트워크를 통한 필터링(filtering) 기능으로 해결하고 있다. 매스 미디어의 게이트키퍼링 과정이 전문가에 의한 필터링 과정이었다면 SNS는 '친구' 혹은 일반인에 의한 과정이다. 이를 크라우드 소싱(crowd sourcing)이라고 한다. 이는 결국 전통적인 언론이 사회적 영향력을 잃어 가고 있음을 시사한다.

그러므로 소셜미디어 환경에서 지상파 뉴스가 그 영향력과 지위를 유지하기 위해서는 소셜미디어와의 전략적 제휴 내지는 협업을 모색해야 한다. 소셜미디어와의 협업을 위해 방송뉴스는 소셜미디어를 지상파 뉴스의 전달 수단, 수용자 요구 사항을 전달받는 경로 그리고 뉴스 취재원으로 활용해야 한다. 이를 위해서는 방송뉴스는 우선 고유의 SNS 계정을 가져야 한다. Twitter의 경우, 2010년 현재 지상파 각 방송국은 복수의 계정을 운영 중이다. 이 중 가장 대표적인 것을 보자면, MBC(@withMBC)가 가장 활발하게 Twitter를 운영 중인데 팔로워의 수, 팔로우하는 대상의 수, 그리

10) 심재용(2011). 소셜미디어, 뉴스 소비문화를 바꾸다: 뉴스 소비자의 소셜미디어 이용 현황. 『신문과방송』, 4월호, 24-27.

고 이들과 피드백을 주고받는 누적 트윗의 수에서 모두 SBS(@SBSnow)나 KBS(@KBS story)를 압도하고 있다.¹¹⁾

언론사들의 SNS 활용은 처음에는 뉴스 전파의 통로를 이용하는 형태로 구현되었다. 예를 들어, Washington Post 홈페이지에 접속하고 자신의 Facebook 이용자 정보를 입력하면 자신의 친구들이 어떤 기사를 좋아했고 어떤 기사를 추천했는지 보여 주는 박스가 우측 상단에 제시된다. 이런 방식으로 SNS를 기사와 결합하여 다른 기사로의 트래픽을 유도했다.

다음으로 언론사들은 SNS를 활용하여 수용자들이 요구하는 맞춤형 뉴스를 파악했다. 인터넷이 도래한 이후로 뉴스의 양 자체는 부족하지 않게 되었다. 문제는 '어떻게 개인들의 흥미를 유발할 수 있는 콘텐츠를 찾느냐'다. 기사들은 목표로 하는 수용자 집단과 일치하는 사람들을 SNS에 이미 구축돼 있는 커뮤니티를 통해 찾아낸다. 그리고 이 네트워크에서 유통되는 정보를 분석함으로써 수용자들의 기호를 파악하고 장차 보다 맞춤형 기사를 제공하는 자료로 활용하기 시작했다. 일례로 미디어 소비자 SNS를 통하여 뉴스 공급을 크라우드소싱으로 해결하듯이 취재 기사도 크라우드소싱 기법을 활용하여 뉴스를 작성한다. 가령 특정 주제에 관하여 취재를 하고자 할 경우 관련된 내용으로 어떤 것이 좋은지를 트위터의 팔로워(follower)들에게 묻는 방식을 그 예로 들 수 있다. Guardian지의 기술분야 전문기자인 제미마 키스(Jemima Kiss)는 이러한 방식의 취재를 '브레인 트러스트(brains trust)'라고 부른다.¹²⁾

SNS를 이용하여 취재하고 요구되는 뉴스를 찾아내는 방법은 독자들의 수동적인 뉴스 소비행태를 부추긴다는 지적도 있다. 이 지적은 소위 인포테인먼트(infortainment)라고 불리는 뉴스와 오락의 경계선이 분명하지 않은 뉴스 장르의 부각과 경성 뉴스에 대한 독자들의 기피 내지 외면을 더욱 부추길 것이라는 우려를 담고 있다. 이와 관련해서 2009년 9월에 발표된 Washington Post의 소셜미디어 정책(social media policy)의 내용에 주목할 필요가 있다. 내용의 핵심은 비록 SNS가 개인적 행위지만 "Washington Post의 기사는 '항상' Washington Post 기자로 인식된다는 점을 잊지 말라"로 권고하고 있다는 점이다. 따라서 보도를 위해 SNS를 이용할 경우에도 정확성과 공정성을 확보해야 하며 원칙과 사실, 객관성에 대한 저널리즘의 원칙을 SNS에도 적용해야 한다고 적고 있다. SNS 활용이 점점 더 강화되면서 우리나라의 언론사들도 이와 유사한 정책의 필요성을 느끼게 될 것이라 예상된다.

4) 뉴스 포맷의 변화

국내 방송뉴스의 전형적인 포맷은 앵커의 짧은 소개에 이어 기자의 리포트로 이어지는 직접 리포트 형식으로 전체 보도의 약 67%를 차지한다.¹²⁾ 이러한 포맷은 방송뉴스가 속보성에서 우위를 보

11) 황유선(2011). 언론사의 신(新)소통 전략 "트위터를 접수하라." 「신문과 방송」, 4월호, 8-12.

12) 반현(2010). 지상파방송의 메인 뉴스 포맷, 어떻게 해야 하나? 「여의도저널」, 통권 제20호 (여름호), 116-131.

일 때 유리했다. 즉 짧은 시간에 다양한 소식을 현장감 있게 소개할 필요가 있을 때 유용한 포맷이었다. 그러나 이제 속보성에서는 도저히 인터넷 기반 매체를 따라갈 수 없는 환경이 도래했다. 따라서 방송뉴스의 포맷 변화가 절실히 필요한 시점이다. 전문가들이 지적하고 있는 국내 방송뉴스 포맷의 문제점은 크게 한 프로그램에 너무 많은 뉴스 꼭지 수, 짧은 리포트 길이와 앵커 멘트, 방송 시간의 높은 중복률, 그리고 녹화된 뉴스가 많다는 것이다.¹³⁾

한 프로그램에 꼭지 수가 너무 많으면 주어진 시간에 많은 정보를 급하게 처리할 수밖에 없다. 따라서 뉴스의 내용을 알기 쉽게 차분히 설명하기보다는 단순명료하게 정리할 수 있는 ‘전문용어’를 많이 사용하여 이해하기 힘든 뉴스로 만들게 된다. 또한 이해를 돕기 위해 국내 방송뉴스는 자막, 그래픽, 사진 등 시각적 장치에 대해 크게 의존하지만, 반면에 뉴스 속 인용 대상자의 범위는 단조롭게 구성하고 있다.¹⁴⁾ 이러한 포맷에 대해 방송사들은 이를 주어진 시간 안에 더 많은 소식을 전해 ‘국민들의 알권리’를 보장하려는 의도라지만 실상 국민들은 어려운 내용을 제대로 소화하지 못하기 때문에 실제로 알게 되는 소식과 정보는 기대에 크게 못 미친다. 결국 한 사건을 깊이 있게 이해하기 보다는 영상 위주로 피상적으로만 사건의 존재를 인식하도록 길들여지게 되는 것이다.

그리고 주어진 시간의 부족은 자연스럽게 기자의 리포트 시간과 앵커 멘트 길이를 줄였다. 2010년 현재 국내 방송사의 메인 뉴스의 경우 한 회당 평균 약 30건의 아이টে임을 보도하고 각 아이টে임은 평균 약 90초간 방송된다.¹⁵⁾ 반면, 영국의 BBC와 미국 NBC의 경우 평균 10건의 아이টে임을 평균 건당 2분에 걸쳐 비교적 상세하게 보도한다. 또한 앵커의 멘트 시간은 BBC의 절반인 12-14초에 불과하다.¹⁶⁾ 짧은 방송뉴스 포맷은 사건의 원인에 대한 분석 등 심층적인 정보 전달에 있어서 미흡한 측면이 많다. 또한 시청자의 이해도 낮다. 뉴스의 심층성이 부족하다 보니 연쇄적으로 신뢰성에도 영향을 주게 되었다.

그리고 지상파 방송사 간 뉴스의 차별성이 없다는 지적이 많은데 이는 방송사 간 중복되는 뉴스가 많기 때문이다. 비록 KBS가 독자 뉴스의 비중이 다소 높다는 최근 연구 결과가 있기는 하지만 평균적으로 약 60%의 뉴스는 방송사별로 대동소이하다.¹⁷⁾ 게다가 이런 중복 뉴스는 주로 녹화된 내용을 반복하는 형태를 띤다. 이런 형식은 뉴스의 생동감과 정보성을 떨어뜨리는 원인이다.

미래의 뉴스 포맷으로 많은 전문가들이 추천하는 방식은 토크쇼 형태다. 지금까지 스튜디오에 남녀 진행자가 앉아서 게스트 없이 뉴스의 헤드라인을 소개하고 각 꼭지마다 리포터를 화면으로 연결하는 형식을 타파하고 직접 취재한 리포터를 스튜디오에 불러 대화를 나누는 형식의 뉴스 형식이 늘어날 전망이다. 이렇게 되면 토크쇼를 진행하는 진행자의 역할이 중요해지기 때문에 사람들은 특정 방송국의 뉴스를 찾기 보다는 특정 진행자의 뉴스를 찾아 소비하는 현상이 나타날 것이

13) Ibid.

14) Ibid.

15) Ibid.

16) Ibid.

17) 정수영·구지혜(2010). 국내 지상파방송뉴스 포맷 연구: KBS, MBC, SBS 저녁 메인 뉴스를 중심으로. 『한국방송학회』, 제24권 5호, 415-457.

다. 이는 지금의 미국 지상과 뉴스의 소비 패턴과 비슷하다.

한 걸음 더 나아가서 미국식 고정 앵커 시스템을 버리고 영국식 ‘프리젠테이션(presenter)’ 개념을 도입한 뉴스도 등장할 가능성이 있다. 즉 각 보도 주제별 전문성을 가진 담당 기자가 뉴스를 진행하는 방식을 도입한 프로그램을 보게 될 가능성이 있다. 예를 들면, 경제기자가 스튜디오에 직접 출연해 경제뉴스를 소개하고, 문화면 기사를 다룰 때는 문화부 기자가 출현하는 방식, 즉 리포터가 진행하고 앵커가 전체적인 진행만을 담당하는 형식의 뉴스 프로그램도 가까운 장래에 등장할 것으로 예상된다.

5) 독창성과 심층성 강화

매체 환경의 변화에 따라 그간 방송뉴스가 담당해 왔던 단신뉴스는 인터넷이나 기타 뉴미디어가 그 자리를 채우고 있다. 따라서 앞으로 한국 지상파방송의 메인 뉴스는 시대의 흐름과 미래방향 설정을 위한 중요한 의제를 설정하는 심층 뉴스를 제작함으로써 독자적인 영역을 확보해 갈 것으로 보인다. 또한 뉴스 화면의 구성에 있어 기술적 우위를 바탕으로 새로운 기술을 접속시키는 시도를 계속해 나갈 것으로 보인다.

뉴스의 심층성이 가장 뚜렷한 형식이 탐사보도다. 지난 2004년부터 수년간 우리나라에서는 탐사보도가 붐을 일으켰다. 당시 언론사들은 탐사보도팀을 경쟁적으로 신설해 탐사보도라는 문패를 단 기사를 1면 톱으로 내세우거나 메인 뉴스의 주요한 꼭지로 다뤘다.¹⁸⁾ 하지만 최근에는 오히려 이런 탐사보도를 접하는 일이 흔치가 않다. 요즘은 심층 또는 기획 기사는 전체 기사의 15% 정도를 차지하는데 그치고 있다. 탐사보도팀을 해체하는가 하면 탐사보도 프로그램마저 폐지 또는 없앨 움직임이 잇따르고 있다. 지난 2005년 신설돼 탐사보도로 성가를 높였던 KBS 탐사보도팀은 지난해 9월 조직개편으로 사실상 해체되면서 팀원수도 3분의 1로 축소됐다.¹⁹⁾ 게다가 주요 탐사보도 프로그램은 폐지됐다. 이는 취재비용에 비해 시청률 혹은 구독률이 낮았기 때문이다. 그러나 시청자들의 냉담한 반응은 탐사보도 혹은 심층뉴스에 대한 관심이 낮기 때문이 아니라 그러한 이름을 단 기사들의 품질이 기대에 못 미쳤기 때문일 수 있다.

일반적인 지식들은 이미 인터넷 검색 등을 통해 스스로 구할 수 있기 때문에 시청자들은 인터넷을 통해 접근할 수 없는 좀 더 전문적인 지식을 필요로 한다. 이제 탐사뉴스는 다른 곳에서 검색할 수 없는 그리고 전문적이고 구체적이면서도 ‘가치’를 포함하는 정보와 답문을 제공할 수 있어야 한다. 이를 위해서는 취재 기자뿐만 아니라 조사기자의 조직이 신설 혹은 확장되어야 한다. Washington Post는 ‘리서치 에디터(research editor)’와 ‘데이터베이스 에디터(database editor)’가 각각 따로 있다. 탐사 보도를 제대로 하기 위한 핵심적인 취재기법이 바로 CAR(Computer Assisted

18) 박현수(2009). 탐사보도의 퇴조와 조사기사. 『신문과 방송』, 11월호, 140-141.

19) 반현(2010). 지상파방송의 메인 뉴스 포맷, 어떻게 해야 하나? 『여의도저널』, 통권 제20호 (여름호), 116-131.

Reporting, 컴퓨터활용취재)인데, 우리나라 언론의 경영진이나 편집간부들은 CAR는 물론이고, 조사기자의 중요성조차 제대로 이해하지 못하고 있다.²⁰⁾ 인터넷이 있고, 취재기자가 직접 정보검색을 하고 있는데 굳이 조사기자가 예전처럼 많이 필요하냐는 것이다. 하지만 취재기자가 아이템 발굴에서부터 데이터 수집과 각종 SW를 활용해 데이터를 분석하고 현장취재에서 기사작성까지 하기에는 무리가 따른다. 시청자들이 원하는 품질 수준을 담보할 수 있는 탐사보도 뉴스는 제대로 된 조사를 바탕으로 한다. 아마도 종합편성채널과 보도전문채널의 등장으로 인해 더 가열된 경쟁 상황은 이러한 고품질의 탐사보도 뉴스의 생산의 동력이 될 수 있을 것이다.

그리고 좀 더 획기적인 방안으로는 현재와 같이 뉴스 프로그램의 중간에 한 꼭지 정도의 심층보도나 기획보도를 끼워 넣는 식의 소극적 편집 방식을 넘어서는 심층보도 전담 뉴스 프로그램의 탄생도 조심스럽게 기대해 본다. 이런 프로그램에서는 전체 뉴스 포맷을 몇 개의 주요 이슈와 사건을 중심으로 보도국 기자들이 단락별로 배경과 맥락적 요소 등을 포함하는 ‘다원취재 방식’으로 재구성하는 방식을 도입할 것이다.

한편, 뉴스 화면의 기술적 향상과 관련해서는 풀 HD 영상과 3D 그래픽 기술의 도입을 점차 볼 수 있다. 이런 기술은 보다 깨끗하고 선명한 영상을 제공하여 현장감을 향상시킬 뿐만 아니라 보다 다양한 형식의 그래픽과 애니메이션을 가능하게 할 것이다. 사실 이미 외국에서는 몇 차례 시행된 적이 있다. 2010년 아이슬란드 화산 폭발로 인한 화산재 확산이 가져온 유럽 지역 비행 전면 금지에 대한 뉴스 보도에서 미국, 영국의 메인 뉴스는 유럽지역 지도를 오버랩해 화산재가 이동하는 모습을 동영상 그래프로 제작하여 보여 주었다. 그리고 항공기가 못 뜨는 이유를 실제 항공기와 유사한 3D 그래픽으로 제작하여 엔진 내부에서 화산재가 어떤 문제를 일으키는가를 생생하게 보여 주기도 했다. 한편, Discovery 채널은 에베레스트 등정 뉴스를 보도하면서 시청자들이 직접 에베레스트 산을 정복했다는 체험을 할 수 있도록 셰르파 캠(Sherpa Cam)을 사용하여 현장을 생중계하기도 했다. 이와 같은 뉴스에 심층성을 더하고 기술적 시험을 가하는 보다 생동감 있는 뉴스가 2012년부터 본격화 될 전망이다.

20) 박현수(2009). 탐사보도의 퇴조와 조사기사. 『신문과방송』, 11월호, 140-141.