

시청자가 평가하는 방송 - 뉴스 · 시사교양



관련 기사 보기

자기반성 없이 시청자 신뢰 회복 불가능

한석현 / 서울YMCA 시청자시민운동본부 팀장

‘외면’, ‘신뢰 회복’. 현재 새로운 사장 취임 아래 변화의 기치를 내건 대한민국 공영방송의 두 축, KBS와 MBC의 가장 큰 화두는 아마도 저 두 단어라고 생각한다.

‘시청자의 외면’, ‘시청자의 신뢰 회복’. 공영방송과 어울리지 않는 이러한 단어와 표현이 이제는 너무 당연히 쓰이게 됐다. 시청자운동을 하는 필자도 일반 시청자들과 크게 다르지 않다. 몇 년간 KBS, MBC 뉴스와 시사 프로그램을 거의 보지 않게 되어버렸고, 신뢰성이 낮은 언론매체라고 생각하게 됐다. 현재 공영방송 메인뉴스의 앵커가 누군지도 잘 모른다. 기사를 통해 앵커 교체가 단행됐다는 소식 정도만 알고 있으니 일반 시청자들은 오죽 할까.

공영방송은 또다시 변화를 말한다. 정권이 교체될 때마다, 사장이 교체될 때마다 변화를 이야기한다. 그것이 권력에 맞춘 변화인지, 시청자들을 위한 변화인지 아직 명확하지 않다. 다만 이러한 변화가 언론으로서 발전하는 데 밑바탕이 되지 못해온 것은 분명해 보인다.

공영방송의 신뢰 흑역사

신뢰하는 언론사 순위에서 JTBC에 밀려난 KBS의 간판뉴스 ‘뉴스9’는 일일드라마의 시청률을 이어받아 연명한 지 오래다. MBC ‘뉴스데스크’는

시청률 3%를 넘기도 힘겨운 상황이고 수도권의 경우 1%대의 굴욕적인 시청률도 심심치 않게 나오고 있다. 변화를 위해 몸부림쳐도 이를 체감할 시청 층 자체가 아예 봉괴된 것이다. “악플보다 무풀이 더 무섭다”는 말이 단순한 우스갯소리로만은 들리지 않을 MBC의 현 상황이 매우 씁쓸하다.

탐사보도 프로그램도 예외는 아니다. 기본적인 뉴스에서 팩트에 의거한 사실 보도 기능이 정상적으로 작동하지 않다 보니 ‘추적60분’, ‘PD수첩’과 같은 KBS, MBC의 탐사보도 프로그램은 황폐해졌고, 시청자들도 다른 대안을 찾게 됐다. 경쟁자들이 알아서 뒷걸음질 쳐주는 사이 민영방송인 SBS ‘그것이 알고 싶다’가 여러 사회적 의혹에 과감히 메스를 들이대기 시작했고, 시청자들은 이제 탐사보도 프로그램으로 ‘그것이 알고 싶다’를 챙겨보게 됐다. ‘그것이 알고 싶다’가 다룬 사안의 사회적 영향력과 파급력이 이를 잘 증명해준다.

시청자들의 신뢰와 지지를 먹고살아야 할 공영 방송의 보도와 시사 부문은 그렇게 완전히 망가져 버렸다. 여기에 현재의 공영방송 구성원들이 동의하지 못한다면 앞으로도 답은 없다.

KBS는 2016년 6월 자사 뉴스 비평 프로그램인 ‘뉴스 옴부즈맨’을 폐지했다. 같은 해 4월에는



신뢰하는 언론사 순위에서 JTBC에 밀려난 KBS의 간판뉴스 ‘뉴스9’는 일일드라마의 시청률을 이어받아 연명한 지 오래다. MBC ‘뉴스데스크’는 시청률 3%를 넘기도 힘겨운 상황이고 수도권의 경우 1%대의 굴욕적인 시청률도 심심치 않게 나오고 있다.

〈출처-JTBC ‘뉴스룸’, KBS ‘뉴스9’, MBC ‘뉴스데스크’ 방송 캡처〉

전체 미디어를 비평하는 ‘미디어 인사이드’를 선택과 집중을 위해 유사한 프로그램을 통합하고 조정하는 차원이라는 시청자들이 실로 납득하기 어려운 이유를 들어 전격 폐지했던 전력이 있다. KBS에서 방영되던 매체 비평 프로그램 ‘TV비평 시청자데스크’, ‘미디어 인사이드’, ‘뉴스 옴부즈맨’ 세 개 중 두 개가 불과 두 달 사이에 폐지되고 만 것이다. KBS 스스로가 밝혀온 기획 의도와 프로그램의 성격을 보면 ‘뉴스 옴부즈맨’은 보도 분석을 독립적으로 수행할 수 있는 전문가들의 참여를 통해 KBS 뉴스의 투명성과 공정성을 높이기 위한 프로그램이었다. ‘미디어 인사이드’는 저널리즘 원칙에 입각해 미디어 업계의 문제점과 잘못된 취재 관행 등 KBS를 포함한 전 언론매체의 활동을 감시·비판하는 프로그램이며, 방송법에 따라 의무 편성해야 하는 ‘TV비평 시청자데스크’는 옴부즈맨 프로그램 기능에 충실하고 시청자 참여 확대에 그 초점이 맞춰져 있어 전혀 다른 기획 의도와 성격을 가진 프로그램이라 할 수 있다. 오랜 기간 시청자·언론 단체는 KBS 뉴스에 문제를 제기하고, 방송법에 따라 의무 편성되고

있는 옴부즈맨 프로그램 ‘TV비평 시청자데스크’에서라도 지속적으로 KBS 뉴스의 문제점을 다뤄줄 것을 촉구했다. 이에 대해 KBS는 ‘TV비평 시청자데스크’에서 현실적으로 매주 뉴스 보도 관련 내용을 다루기는 어렵다는 이유를 들어 자사 보도 비판에 몸을 사리다, 끊임없는 시청자들의 불만과 요구에 결국 ‘뉴스 옴부즈맨’을 신설했다. KBS는 2011년 가을 개편 때 ‘뉴스 옴부즈맨’을 신설하고 “한국 방송 사상 처음으로 자사 뉴스를 전문적으로 비평한다”며 영국 BBC, 일본 NHK, 호주 ABC에도 뉴스 옴부즈맨 프로그램이 있는 만큼 KBS도 공영방송의 신뢰성을 강화하기 위해 이를 도입했다고 강조했다. “공영방송 KBS라 할 수 있는 일”이라며 자화자찬했던 것이 아직도 생생하다.

비록 KBS ‘뉴스 옴부즈맨’에 대해 제대로 된 비평을 하지 않는 면피용 프로그램이라는 지적도 있는 등 미흡한 면도 있었지만, 그나마 한 달에 한번이라도 KBS의 자사 뉴스를 비평하는 프로그램을 편성한다는 것은 의미 있는 일이었다. 하지만 공영방송 KBS는 시청자들의 눈치를 보지 않는

방송, 돈이 되는 콘텐츠만 담아내는 방송이 되길 선택했다. ‘정치적인 고려’라는 불순한 의도를 가지고 비평 프로그램들을 차례로 폐지했다. 이는 시청자에 대한 횡포로 보였다. 제대로 기능하지 못하는 KBS 뉴스와 시사보도 프로그램 그리고 KBS가 공영방송으로서 사회적 감시와 비판 기능을 모두 멈춰버렸던 일련의 사건들. 시청자들이 KBS에 대한 신뢰를 거둬들일 수밖에 없었던 한 단상과도 같은 일이었다.

시청자에 대한 예의 부족

현재 KBS가 폐지한 ‘미디어 인사이드’는 ‘저널리즘 토크쇼 J’로 새롭게 돌아온 모양새다. ‘저널리즘 토크쇼 J’는 ‘기레기 저널리즘이 판치는 시대, 길을 찾다!’라는 기획 의도부터 이전과는 사뭇 다른 표현으로 무장하고 있다. 또한 한국 언론이 ‘기레기’ 소리를 들으며 쓰레기 취급받는 것은 권력과 자본을 감시하는 미디어 본연의 역할을 다하지 못했기 때문이라며, ‘저널리즘 토크쇼 J’는 기자들의 취재와 전문가 패널의 신랄한 토크를 통해 사회 부조리와 그 안에 깔려 있는 한국 저널리즘의 문제를 조목조목 파헤치겠다고 선언하고 있다. 그동안 미디어 비평에서 손을 놓았던 KBS이기에 기대와 함께 우려가 큰 것도 사실이다. 그러나 현재까지는 스스로 알아서 먼저 매를 맞기는 싫었던 모양이다. ‘저널리즘 토크쇼 J’ 비평의

칼날은 주로 보수 언론을 향해 있다. 하지만 공영 방송의 이러한 프로그램에 시청자들이 우선적으로 기대하는 것은 자기비판이다. 정권과 사장이 바뀌고, 변화를 위해 노력했다고 해서 KBS 뉴스와 시사 프로그램이 시청자들의 신뢰를 단기간에 회복한 것도 아니며, 시청자들의 기대에 부응할 만한 수준으로 올라선 것도 아니다. 자신이 먼저 맞아야 할 회초리가 밖으로만 향하고 있다면 시청자들의 관심은 금방 식어버릴 것이다. 자사 뉴스의 문제점 비판과 개선이라는 ‘뉴스 음부즈맨’ 역할이 덧씌워지지 않은 점은 매우 아쉽다. 형식적으로 기존의 KBS 시사 프로그램과는 차별화가 되지만, 이미 종편에서 인기를 끌고 있는 다수의 전문가 패널이 등장하는 시사 토크쇼 형식을 차용한 정도에 그친다. 온전한 프로그램의 질과 비평의 깊이가 향후 프로그램의 성패를 좌우할 것으로 보인다.

MBC는 새로운 탐사보도물로 ‘탐사기획 스트레이트’를 선보였다. 1회성 보도를 지양하고 각종 비리와 부패 문제를 끈질기게 추적해 파헤치는 ‘신개념 추적 보도물’로, 단일 사안에 대해 한 번 보도하고 끝내는 것이 아니라 연속극처럼 심층 취재·보도를 이어가 ‘끝날 때까지 끝난 게 아니다’라는 태도로 비리와 부정부패를 끝까지 추적한다고 소개하고 있다. ‘삼성-언론 유착문자’, ‘의혹의 하베스트 인수’, ‘세월호 사건 재구성’, ‘기무사 계엄 문건’,

‘저널리즘 토크쇼 J’ 비평의 칼날은 주로 보수 언론을 향해 있다. 하지만 공영방송의 이러한 프로그램에 시청자들이 우선 기대하는 건 자기비판이다. 자신이 먼저 맞아야 할 회초리가 밖으로만 향하고 있다면 시청자들의 관심은 금방 식어버릴 것이다.



‘저널리즘 토크쇼 J’는 ‘기레기 저널리즘이 판치는 시대, 길을 찾다!’라는 기획 의도부터 이전과는 사뭇 다른 표현으로 무장하고 있다.

(출처-KBS ‘저널리즘 토크쇼 J’ 방송 캡처)



MBC ‘탐사기획 스트레이트’는 1회성 보도를 지양하고, 각종 비리와 부패 문제를 끈질기게 추적해 파헤치는, 연속극처럼 심층 취재·보도를 이어가는 탐사보도 프로그램. (출처-MBC ‘탐사기획 스트레이트’ 방송 캡처)

반성 먼저, 시청률 나중에

시청자들은 이미 JTBC의 ‘뉴스룸’을 보는 것이 익숙해졌다. 그리고 부족한 부분은 인터넷매체, 팟캐스트 등을 적극 활용해 뉴스와 시사의 갈증을 풀고 있다. 시사보도 부문에서도 민영방송이 공영방송을 압도해버린 지 오래다.

그동안 보도하지 않은 내용, 왜곡한 사안 그리고 다루지 않은 주제를 새롭게 다루고 변화하겠다고 선언하면 시청자들이 공영방송을 다시 봐줄 것이란 기대감 때문에 KBS와 MBC는 자신들의 상한 몸을 회복하는 것에 소홀했다. 그리고 조급했다. 이미 여러 부문에서 다른 매체와 채널에 뒤처지는 상황에서 제작 역량을 회복하고 취재력을 끌어올리기 위한 노력보다 단독, 특종을 하나라도 더 내놓고 그동안 다루지 않았던 내용을 파격적으로 선보이며 시청자들의 눈길을 끌기 위한 부분에만 집중했다. 장기적으로 공영방송이 언론으로서 가져야 할 책무와 역할, 그리고 뉴스와 시사보도 부문에서 여타 방송사들이 참고할 수 있는 정도의 방송을 만들기 위한 비전을 제시하는 것도 그동안의 잘못을 먼저 반성한 후에 나와야 순서가 아닐까? 그리고 앞으로 어떤 외부의 간섭에도 구애받지 않고 공영방송의 지배구조와 시스템을 개선하고 완성해나갈 수 있도록 뉴스와 시사보도에서 공론화의 장을 만들고 치열하게 고민해야 하는 것이 아닐까?

KBS와 MBC가 ‘시청률만 회복되면 시청자들의 신뢰도 회복되는 것’으로 착각하지 않았으면 한다. 오랜 기간 시청자들의 바람을 외면한 공영방송이 단기간에 신뢰를 회복하기 어렵다. 시청자들을 다시 돌아오게 만들고 신뢰를 회복하기 위해선 긴 호흡이 필요하다. 시청자들이 자신들을 외면하고 있다고만 생각하지 말고, 아직도 기다려주고 있다고 여기길 바란다. 먼 길을 돌아왔지만 아직도 갈 길은 멀다. 하지만 이제는 시청자들과 그 길을 같이 갈 수 있는 또 한 번의 기회를 얻은 셈이다. ^;