

## 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

### 전 경 란 위 원

#### ◆ 연예인 관련 보도 및 <섹션TV 연예통신> 982~985회(10/24~11/14)

미디어와 채널이 늘어나고, 여기에 소셜 네트워크 서비스와 1인 미디어까지 가세하면서 연예 정보와 관련 뉴스가 넘쳐난다. 조회 수를 높이기 위한 자극적이고 선정적인 제목, 보도 윤리를 아랑곳하지 않는 기사 내용은 연예 뉴스라고 다르지 않다. 근거 없는 뉴스, 허위 정보는 물론이고 온갖 편견과 혐오적인 표현을 담은 악성 댓글 문제는 그 도를 넘고 있다. 특히 연예인 최진리 씨의 죽음을 계기로 악성 댓글 문제를 더 이상 방치해서는 안된다는 사회적 공감대가 형성되고 있다.

이와 관련하여 모 신문사는 “악플과 중계식 보도 ‘가학의 악순환’”이라는 기사를 통해 악성 댓글뿐만 아니라 악성 댓글을 유도하는 언론의 무책임하고 비윤리적인 보도 행태를 반성한 바 있다. 또한 민주언론시민연합에서는 아래 표의 내용과 같이 최진리 씨 관련 언론보도에 대한 모니터링 보고서를 발표하고, 미디어, 언론인, 언론소비자 공동의 반성과 성찰을 제안하였다.

	상대적으로 보도량이 많은 매체	상대적으로 보도량이 적은 매체
종합일간지 지면 및 온라인 뉴스	국민일보 27건 서울신문, 세계일보 72건 한국일보 86건	한겨레* 2건 문화일보* 3건 경향신문* 8건 동아일보 10건 조선일보, 중앙일보 11건
경제지 지면 및 온라인 뉴스	머니투데이 40건 서울경제 83건 한국경제 144건 매일경제 149건	아시아경제 22건 헤럴드경제 24건 아주경제 31건
방송사 TV 및 온라인뉴스	YTN 32건 MBN 74건	KBS, SBS, 채널A, 연합뉴스TV 0건 MBC, TV조선 1건 JTBC 5건
연예-스포츠 매체 뉴스	스포츠조선 174건 일간스포츠 192건 엑스포츠투스 203건 마이데일리 224건 헤럴드POP 240건 OSEN 241건 뉴스엔 254건	스포츠월드 35건 enews24 64건 스포츠경향 84건 텐아시아 91건 스포티비뉴스, 스포츠서울 94건 스포츠동아 117건 MK스포츠 121건 TV리포트 124건 스타뉴스 148건
통신사 및 유사 언론 보도량	위키트리 56건 뉴스1 100건	연합뉴스 6건 뉴스시스 11건 인사이트 24건

민주언론시민연합의 모니터링 보고서 내용에 따르면 MBC의 경우 최진리 씨를 이 슈거리로 소비하는 경향이 적은 것으로 나타났다. 일간지마저도 선정적인 보도, 연예인에 대한 언어폭력, ‘저질 중의 저질, 악질 중의 악질 보도’로 평가될 정도로 한심한 기사를 생산하는 와중에 MBC가 나름의 원칙을 지킨 점은 긍정적으로 평가할 수 있다.

또한 <섹션TV 연예통신> 982회(10/24일자 방송분)의 경우 최진리 씨의 자살 뉴스를 전하며 도를 넘어선 악성 댓글의 문제를 언급하였다. 많은 미디어가 최진리 씨의 생전에 고인의 일거수일투족을 기사화함으로써 악성 댓글을 의식적, 무의식적으로 유도해왔다는 모니터링 분석결과를 고려할 때, <섹션TV 연예통신>에서 악성 댓글의 문제만 비판할 뿐 사망 원인을 악성 댓글 탓으로 돌리는 무책임한 저널리즘의 문제를 지적하는데 까지 이르지 못한 점은 아쉽다. 이제 지상파방송의 연예정보 프로그램은 어지러울 정도로 난무하는 인터넷 연예뉴스의 수준이나 허위 여부에 대한 준거가 되는 상황이 되었기 때문이다. 어쩌면 지상파방송의 연예정보 프로그램은 단순히 소식을 전달하는 수준을 넘어 한 단계 올라선 혹은 차원이 다른 연예정보와 대중문화 소식을 다루어야 하는 새로운 책무가 생긴 것인지도 모르겠다. 그런 의미에서 30년 넘게 방송되어 온 KBS2의 <연예가중계>가 잠정 중지가 결정되어 새로운 방향성을 모색할 것이라는 소식은 시사하는 바가 있다.

<섹션TV 연예통신>의 내용에 대해 언급하자면, 983회(10/31일자 방송분)의 ‘뜨거운 사람들’ 코너에서는 그 즈음 인터넷 상에서 논란이 되고 있던 하나경 씨의 데이트 폭력 논란을 시작 뉴스로 다루었다. 관련 이슈를 다루는 방식이 선정적인 면도 있었지만, 당사자인 하나경 씨를 소개하면서 ‘파당녀’로 호명한 것은 바람직하지 못하다고 본다. 984회(11/7일자 방송분)에서도 임세령 씨가 ‘완판녀’, ‘한정판녀’로 언급되는 등 이런 식의 여성에 대한 호명은 단순히 특정 대상을 지칭하는 것을 넘어 여성을 둘러싼 또 다른 의미를 만들어낼 수 있다는 점에서 주의가 필요하다고 본다. 어떤 명칭에 의미가 부여되는 것은 단순히 관련된 단어가 나열됨으로써가 아니라 일종의 정치적, 사회적, 문화적 권력과 이데올로기가 작용하는 역동적인 과정이기 때문이다.

또 다른 코너인 ‘영화B평 <영화를 누리자>’의 경우, <조커>, <82년생 김지영>, <터미네이터: 다크 페이트> 등 최근 상영 중인 영화에 대한 대중문화 전문가들의 대화를 통해 정보를 얻고 영화에 대한 이해를 높일 수 있는 기회가 되었다. 983회에서는 <82년생 김지영>을 다루면서 어떤 점에서 사회적 이슈가 되고 있는지, 그 영화가 지닌 의의는 무엇인지를 찬찬히 짚어주었다. 논란이 되는 자극적인 소식이나 흥미 위주의 연예정보도 재미있겠지만 대중문화에 대한 이해를 더해줄 수 있는 내용도 시청자들에게 의미가 있다고 본다.

그동안 뉴스를 비롯하여 남녀 진행자가 함께 방송하는 프로그램의 경우 전문성을 지닌 원숙한 남성과 아름다운 젊은 여성의 조합이 일반적이었고, 이에 대한 비판이 이어졌다. 그러한 비판의 성과든 언론사와 사회의 인식이 바뀐 덕이든 그 조합에

변화가 생기기 시작한 것이 사실이다. <섹션TV 연예통신>의 여성 진행자의 경우 어눌한 말솜씨는 물론 발성이나 발음이 훌륭하다고 평가하기 어렵다. 그렇다고 진행 역량을 갖추고 있는가 역시 의문이 들 정도로 프로그램 내에서 그 역할을 찾아보기 힘들다. 프로그램의 꽃 이상의 역할을 하는 여성 진행자를 기대해본다.

진지한 뉴스, 정치, 경제, 사회 분야의 시사적인 뉴스, 지식 위주의 정보만 의미 있거나 유용한 것은 아니다. 인간적인 흥미를 만족시켜주는 뉴스, 삶의 재미를 더해주는 정보, 대중문화에 대한 이해를 높여주는 가벼운 지식 역시 중요하고 필요하다. <섹션TV 연예통신>이 그러한 의미를 지닌 프로그램이 되길 바란다.

## 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

정 석 희 위원

### ◆ 정규편성 된 예능 프로그램들

#### - 시청자의 의견 수용으로 좋은 결과를

파일럿 방영 당시 엄청난 관심과 비난과 지적을 동시에 받았던 <공부가 머니?>가 정규 편성 이후 달라진 모습을 보이고 있어 반갑다. 특히 2회는 출연자 김정화·유은성 부부의 자녀 교육에 대한 확고한 신념과 철학이 돋보였다. 노는 것도 공부라고 여기는 유은성 씨와 소소한 의견 대립이 있긴 했지만 김정화 씨가 실천하고 있는 아이와의 놀이를 통한 학습 효과는 사교육만이 정답이라 여기는 학부모들에게 여러모로 귀감이 되지 싶다. 그러나 사교육 컨설턴트는 파일럿 때와 다름없이 ‘줄넘기도 미리 배워야 하느냐’ 놀라는 김정화·유은성 부부에게 줄넘기 수행평가가 중등 교육 단계에서는 수상으로 이어질 터, 따라서 특목고 입시를 고려하는 학부모들은 줄넘기조차 선행학습을 시키지 않을 수 없다는 의견을 내놓아 불안감을 조성했다. 일부 사례의 일반화라고 보지만 방송이 대중에게 미치는 파장을 고려할 때 좀 더 조심했으면 한다.

<편애중계>의 경우 1회는 파일럿과 다름없는 전개였다. 그러나 2회에는 일반인과의 소통을 확장시켜 시청자와의 교감에 성공했다. 하지만 굳이 심사위원으로 연예인들을 참여시킬 이유가 있는지, 이 점 의문이다. <공부가 머니?>와 <편애중계>가 시청자의 의견을 수용해 좋은 결과를 얻은 반면 <언니네 쌀롱>은 한 치의 변화도 느껴지지 않아 실망스러웠다. 파일럿은 인기 아이돌을 인턴으로 기용해 화제가 되기라도 했지, 인턴이 배제된 정규 방송은 화제 요소는 물론 흥밋거리도 없었고 딱히 유익하다 할 팁도 얻을 수 없었다. 사장 한예술의 불분명한 역할도, 재미를 주고자 기용된 조세호·홍현희 두 개그맨으로 인해 연출된 산만한 분위기도 여전했다. 무엇보다 이전에도 앞으로도 기회가 많을 연예인들을 굳이 변신시켜 줄 필요가 있는 건지 스스로 반문해봤으면 한다. 1,2회 출연자와 같은 연예인들보다는 사연이 있는 시청자에게 기회를 주는 편이 어떨까? MBC 홈페이지에서 <언니네 쌀롱>·<편애중계>·<공부가 머니?>, 클립보고 댓글 달기 이벤트가 진행되고 있으나 시청자의 참여가 매우 저조하다. 안하느니만 못한 이벤트지 싶은데 시청자의 적극적인 관심 유도를 위한 연구가 필요하다.

# 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

이 상 길 위원

## ◆ <편애중계>(1,2회)

편애중계는 TV에서 관찰 예능이 대세로 자리 잡은 시대에 다른 예능 프로그램과 차원이 다른 신선한 재미를 주는 프로그램으로 자리매김할 가능성이 크다고 생각한다. 왜냐하면 다른 프로그램과 달리 관찰 대상의 종류가 다양할 것으로 예상되며, 시청자에게 다음 회의 내용은 무엇일지 기대하게 만드는 프로그램이 될 것이기 때문이다.

이미 1회 차의 '지인3인방 소개팅 대작전'에서도 시청자들의 인기가 높았는데 2회 차 '꿀찌고사 1, 행복한 꿀찌들의 대결'에서도 높은 시청률을 보이며 시청자들의 웃음을 자아내는 등, 기대 이상으로 재미를 유발하였다. 특히 일반인들이 꿀찌들이나 하위권에 있는 사람들에 대해 갖는 편견이 많다고 할 수 있는데 관찰 대상 학생의 부모도 아들이 이렇게 모든 노래를 잘 알고 있는지 몰랐던 재질이 있어 시청자들을 깜짝 놀라게 한 것이다.

일반적으로 예능 프로그램을 처음 방영할 때는 프로그램이 약간 불안하게 진행되는 면이 없지 않는데 편애중계는 MC들의 콤피가 안정되고 신뢰감을 주고 있으며 1,2회 모두 캐스터 및 해설자로서의 역할을 충실히 잘 했다고 생각한다. 사회자들이 프로그램을 진행하는 사람들보다 너무 지나치게 나대면 프로그램의 균형성이 깨져 시청자들이 지루해 하는 면이 생겨나는데 편애중계는 1조에 2명씩 총 3조의 캐스터와 해설자들이 이미 갖추고 있는 역량을 바탕으로 프로그램을 잘 소화하고 있다. 더구나 김제동과 함께 야구측 해설을 맡은 김병헌의 경우 신인으로서 순수함과 신선미를 더해줌으로써 새로운 스포츠 예능인을 발굴했다는 느낌마저 갖게 하였다.

프로그램이 인기 있는 장수 프로그램으로 운영되기 위해서 다음과 같은 면을 고려하면 좋을 것으로 생각한다.

우선 관찰 대상이 사회적으로 소외되었거나 수준이 열세한 사람들을 선택하여 프로그램을 진행할 경우가 있을 때는 프로그램이 진행되는 동안 이 대상들의 자존심을 존중하고 약자로서의 차별을 드러내지 않도록 주의하는 것이 좋다고 생각한다. 예를 들면, 1회 차에서 소개팅하는 지인들 중 한명이 너무 산만하고 격이 낮은 질문 등으로 시청자들에게 처음 보는 그 분에 대한 인상이 나빠지는 경우가 있었다. 자칫 잘못하면 자존심에 상처를 줄 개연성마저 있을 수 있으므로 주의해야 한다. 2회 차에서도 아이들이 쉬운 문제를 틀리는 동안 뒤에 앉아 계신 부모님들의 표정을 보면 자기 자녀들이 쉬운 문제를 맞추지 못할 때마다 부끄러움과 속상함이 실제 노

출되는 장면이 있었다. 이러한 것들만 주의하면서 프로그램을 제작, 방영하면 훌륭한 예능 프로그램으로의 발전이 기대된다.

## 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

박진수 위원

### ◆ <전지적 참견 시점>(10/12)

테이 편에서 매니저와 대화를 끝내고 출발하는 과정에서 우유와 시리얼이 담긴 그릇을 옆질러 청소를 하는 장면이 나오는데, 둘 사이의 대화에 몰입하고 있다가 어색하게 옆지른 우유를 청소기로 열심히 청소하며 청소기에 감탄하는 모습이 참으로 어색하였다. 억지스럽고 억지스럽지 않은 PPL의 경계를 명확히 구분 짓기 정말 어렵겠지만, 최대한 어색하지 않고 시청자의 집중을 흐트러트리지 않는 범위 내를 지키는 것은 방송사에서 반드시 지켜야 할 중요한 가이드라인이라고 본다. 이후, '테이 전참시 청소기'라는 키워드가 자연스럽게 잡히기도 하였는데, 결국 이러한 PPL을 통한 매출을 확보해 주는 주체는 시청자임을 잊지 않았으면 한다.

### ◆ <문화사색>(10/13)

일요일 아침 일찍 TV를 켜더니, 해당 시간대 좀처럼 보지 못했던 <문화사색> 프로그램이 한참 방영 중이었다. 금요일 심야시간대 방영할 때에는 물리적으로 시청이 어려웠지만, 일요일 아침 문화 관련 소식을 다채롭게 소개해주고, 전문가들의 새로운 견해와 최신 트렌드를 분석해주는 콘텐츠를 아주 즐겁게 시청하면서, 방송 시간대가 바뀌어서 참으로 다행이라고 생각했다. 하지만, 방송을 마무리하면서 이제 폐지가 된다고 하는 소식을 접하였다. 2005년부터 지속되어 온 프로그램을 폐지한 배경과 후속 대응 방안에 대해 여쭙고 싶다. 프로그램의 폐지 보다 변화하는 콘텐츠 트렌드에 맞게 프로그램의 진행 방식이나 구성 등을 대폭 수정하는 형태로, 주말 여가시간을 좀 더 다채롭고 여유 있게 보내고 싶은 많은 시청자분들에게 유익한 정보도 제공하고 관심 있는 문화예술의 영역을 쉽고 재미있게 들여다보는 프로그램이 될 수 있지 않을까 한다.

## ◆ <PD수첩>[10/29]

방송금지가처분신청의 위기를 이겨내고 지난 1부에 이어, 검사 집단과 금융계와의 결탁 고리를 낱알이 파헤친 <PD수첩> 팀에게 응원을 드리고 싶다. 일반인들이 쉽게 이해하기 힘든 복잡한 구조의 금융사기 구조를 사건의 발생 흐름에 따라 잘 설명하고 문제의 핵심에 다가가며, 방대한 취재 분량을 여실히 보여주었다. 해당 사건에 대해 프로그램을 통해 이해하기 시작하면서, 문제가 된 봐주기 수사 의혹의 중심에 서 있는 수 명의 검사들이 어떻게 검찰이라는 조직 안에서 팀을 옮기고 승진을 하면서 어떤 사건들을 처리해 왔는지, 그리고 이러한 조직적인 은폐나 봐주기가 다른 케이스에서는 어떻게 일어나고 있는지가 궁금해졌다. <PD수첩>이 지속해서 밝혀내어서, 문제가 된 일부가 아닌 다른 많은 검사들이 검찰이란 집단 스스로부터 자성과 변화를 이끌어 낼 수 있게 되기를 희망한다.

## ◆ [의견제언]

### -이제 선택이 아닌 필수 콘텐츠가 되어버린 먹방, MBC는 어떻게 접근하고 있나요?

대학내일20대연구소에서 매년 1934세대에게 가장 인기 있는 브랜드를 조사하고 발표하고 있는데, 조사 대상 분야부터 이들에게 직접 물어서 정하는 방식으로 올해에는 처음으로 먹방 관련 TV프로그램이 포함되었다. 모바일로 손쉽게 다양한 영상 콘텐츠를 소비하는 이들 세대에게 먹방은 이제 선택이 아닌 필수가 되었다는 의미이지 않나 싶다. 그 결과를 아래를 통해 살펴보면, 공중파는 백종원 씨가 SBS를 먹여살린 것을 제외하고 참패의 성적을 보이고 있다. 배송과 온라인 커머스, 그리고 식품영양학적 기술의 진보로 인해 먹거리를 소비하고 생산하는 방식에 있어 빠르고 방대한 변화가 일어나고 있으며, 먹방은 누구나 손쉽게 검색하고 경험하며 즐길 수 있는 콘텐츠 아이템으로서도 매력적이다. 과거 일부의 자극적인 요소의 경쟁구도를 깨고, 먹거리와 관련된 다양한 스토리를 자연스럽게 익숙하면서도 새로운 감동과 재미를 만들어내는 많은 먹방들이 치열하게 경쟁을 하고 있지만, MBC에서는 어떤 대안을 준비하고 있는지 궁금하다. <구해줘! 홈즈>나 공부가 뭐니 와 같이 새로운 분야에서의 새로운 시도를 잘 했던 것처럼, 이제 메가트렌드 먹방도 MBC가 새로운 접근을 해 보면 좋을 것 같아 의견을 보낸다.



### 3) 먹방 관련 TV프로그램

\* 먹방 관련 TV프로그램이란 진행자나 출연자가 음식을 먹는 장면이 포함된 프로그램이며 내용 전체가 음식과 먹방에 관련된 프로그램 뿐만 아니라 작은 크기의 한 부분으로도 음식과 먹방을 보여주는 프로그램을 포함합니다.

- 먹방 관련 TV프로그램의 1934세대 톱브랜드는 tvN 강식당(46.0점)이며, 2위 코미디tv 맛있는 녀석들(44.0점), 3위 SBS 백종원의 골목식당(40.4점)과 함께 Top-tier를 형성하고 있음.
- 코미디tv 맛있는 녀석들의 브랜드 인지도가 가장 높았으나, tvN 강식당이 브랜드 충성도에서 큰 점수를 획득하며 1위를 차지함.
- tvN 강식당은 여성(54.9점)과 만 19~24세(52.6점)에서, 코미디tv 맛있는 녀석들은 연령이 높을수록, SBS 백종원의 골목식당은 연령이 낮을수록 점수가 높음.

MZ-BPI 종합 점수 **46.0 44.0 40.4 23.4 21.5 19.2 17.9 17.5 15.8 14.3**

[Base: 전체, n=1,000, 단위: 점]  
\*11위 이하 생략

■ 브랜드 이미지  
■ 브랜드 충성도  
■ 브랜드 인지도



MZ-BPI 종합 점수		[tvN] 강식당	[코미디tv] 맛있는 녀석들	[SBS] 백종원의 골목식당	[JTBC] 냉장고를 부탁해	[tvN] 현지에서 먹힐까?	[tvN] 수미네 반찬	[SBS] 백종원의 3대 천왕	[tvN] 전내투어	[JTBC] 한끼줍쇼	[tvN] 놀라운 토요일
성별	남성 (523)	38.0	40.7	42.9	24.0	18.8	15.6	20.7	15.6	16.9	10.9
	여성 (477)	54.9	47.6	37.8	22.8	24.5	23.1	14.8	19.5	14.7	18.0
연령	만19~24세 (376)	52.6	38.8	42.1	23.6	19.8	15.7	20.8	16.6	17.6	15.7
	만25~29세 (326)	41.1	46.6	40.3	23.2	21.1	20.1	17.3	17.5	13.4	11.9
	만30~34세 (298)	43.2	47.7	38.5	23.5	24.1	22.6	14.9	18.6	16.4	14.9
경제 활동	경제활동자 (501)	42.0	46.7	39.1	22.5	22.4	20.5	15.7	18.8	14.3	13.5
	비경제활동자 (499)	50.1	41.4	41.8	24.4	20.6	17.8	20.1	16.2	17.3	15.1

\*2019년 7월 23일~7월 30일 조사시점 기준.

# 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

홍성재 위원

## ◆ <같이 편딩>

### - 시즌1 전체 리뷰

클라우드 편딩을 통한 새로운 개념의 예능, <같이 편딩>이 13화를 끝으로 시즌 1을 종료하였다. 이에 <같이 편딩>에 대한 전체적인 의견을 담고 싶다. 우선 <같이 편딩>이 실제 아이템 창출을 하는 동시에 예능의 재미도 추구해야하는 만큼 어렵고 힘든 과정을 겪었을 것으로 보인다. 이에 제작진의 높은 실험정신과 새로운 형식의 예능이라는 모험을 추구한 부분을 매우 높이 평가한다.

\*각 프로젝트 별로 주제와 주요가치, 모금액을 중심으로 평가를 해보고자 한다.

주제	주요가치	모금액	평가
태극기합	국기	21억 3천만 원	-화제성과 더불어 출연자의 열정이 돋보임 -최종 제품 자체가 충분히 매력적인지는 의문
오디오북	위로	2억 3천 4백만 원	-출연진과 매칭이 훌륭함 -제조가 아닌 온라인 콘텐츠로 전달하여 무한 확산이 가능
소모임	소통	62만 원	-흥미는 있지만 온라인으로 빠르게 확산할 수 있는 형식은 아님
같이 사과	농가 돕기	9천 9백 8십만 원	-생각보다 저조함 -의미와 시의성은 적절
바다 같이	환경보호	1억 6백 4십만 원	-문제해결 방식이 상당히 두루뭉술함 -생각보다 많은 반응 -소셜벤처와 결합은 긍정적
총계		25억 7천8십만 원	

총체적으로 <같이 펀딩>이 남긴 의미는 긍정적이라고 본다. 클라우드 펀딩이라는 장르를 예능으로 풀어낸 점과 더불어 사회적 가치를 시청자와 함께 추구한 가장 좋은 방송의 사례인 것으로 생각한다. 그럼에도 아쉬운 점이 있어 몇 가지 이야기하고 싶다.

1. 원래 클라우드 펀딩은 성공보다 실패가 많다. <같이 펀딩>의 태극기함 프로젝트와 같은 경우는 실제 클라우드 펀딩 플랫폼에서도 거의 볼 수 없는 거대한 규모이다. 노홍철의 소모임과 같은 반응이 오히려 지극히 정상이다. 65만원 또한 출연자의 자금이 들어간 것으로 보이지만 이 또한 50% 이상의 실제 펀딩이 이러한 결과를 얻는 것이다. 방송에서도 실패한 프로젝트를 무던하게 다뤄줄 필요가 있을 것이다. 이것이 클라우드 펀딩의 현실이기 때문이다.

2. 구매한 고객CS를 볼 수 있는 곳이 없다. 아래 페이지는 <같이 펀딩>의 홈페이지 시청자의견 게시판이다. 각종 배송일자에 대한 시청자(구매자)의 궁금증이 많다. 해피빈의 인터페이스 또한 이러한 질문에 바로 답할 수 있는 시스템이 아니기에 시청자(구매자)들이 MBC 게시판까지 오게 된 것으로 보인다. 실제 제품을 다루는 만큼 고객CS도 중요하다고 생각한다.

번호	제목	작성자	작성일	조회
<b>공지 (편성 알림) MBC [같이펀딩] 11/10결방 안내드립니다.</b>				
377	☺ 태극기함 2차 구매자입니다. 문의사항있습니다.	강유리	2019.11.17	0
374	☺ 쟈나게잘보았어요..	고대결	2019.11.17	2
373	☺ 같이펀딩 시즌2기다랄게요!!	이슬기	2019.11.17	0
372	☺ 같이 펀딩 태극기함 구매 방법 없나요?	이숙정	2019.11.17	0
371	☺ 태극기함 스페셜에디션 관련	고정민	2019.11.17	1
370	☺ 태극기함	전준미	2019.11.17	1
369	☺ 사과 배송확인이요	최정은	2019.11.17	0
368	☺ 사과는 언제 오나요?	강병규	2019.11.17	0
367	☺ 책은 언제 올까요...??	송현주	2019.11.16	2
366	☺ 다음시즌갑시다	김병혁	2019.11.15	1
365	☺ 태극기함은 언제 배송되나요?	김희정	2019.11.14	2
364	☺ [같이펀딩] 아이디어 제안합니다.	eunbeejung	2019.11.13	4
362	☺ [같이펀딩] 아이디어제보	장수혜	2019.11.13	3
361	☺ 태극기함배송관련	임경희	2019.11.13	1
360	☺ 태극기함 배송은 언제쯤~	김은숙	2019.11.12	4

끝으로 <같이펀딩> 시즌2가 진행 될 것이라는 확신은 없지만, 그간의 실험만으로도 충분히 의미가 있었다고 생각한다. 아직도 여러 프로젝트들이 펀딩을 지속하고 있다. 끝까지 시청자이자 고객인 사람들의 응원과 지지를 잘 응대해주었으면 한다.

## 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

박 성 현 위원

### ◆ <실화탐사대> 55회(11/6), 56회(11/13)

55회에서 다룬 두 개의 실화는 우리 사회의 주의를 환기시키고 시청자의 공감대를 형성한 좋은 취재였다고 생각한다. 신생아실 간호사의 아동학대를 폭로하고 신생아의 두개골 골절 사고를 추적한 첫 번째 실화는 뉴스에서도 보도된 내용으로, 어린이집 아동학대처럼 공분을 자아내는 범죄행위이자 엄격한 처벌과 개선이 필요한 주요 이슈이다. 두 번째 실화로 소개된 어린이 실종 스토리는 끝까지 포기하지 않고 딸을 찾아다닌 부모가 44년 만에 친딸을 만나게 되는 감동과 더불어, 1970년대 실종 아동들이 고아로 둔갑되어 해외로 입양되던 ‘입양 장사’의 실태를 언급했다는 점에서 그 의의를 찾아볼 수 있다.

생모·생부와 만나는 감동 스토리에 방점이 찍히다보니 이 민감한 사회적 문제가 스치듯 잠시 언급된 것이 아쉽긴 하지만, 55회의 두 편 모두 시청자로부터 좋은 반응을 이끌어냈다. 다만, 프로그램 시작 때 메인 MC인 신동엽 씨가 ‘오늘 눈물 관리 잘 하셔야 됩니다.’라는 멘트를 한 것은 진지한 내용을 앞두고 우스개처럼 포석을 까는 것 같아 적절해 보이지 않는다. 참고로, 이 진행자가 이번 회 뿐만 아니라 이번이 ‘아이고, 참’ 식의 한탄 추임새를 너무 자주 넣는 것도 예능 프로에서 볼 수 있는 형식적인 혹은 과도한 리액션처럼 느껴져 오히려 역효과를 낼 수도 있다.

56회에서 다룬 두 번째 실화 ‘김치냉장고 화재사고’는 인명·재산피해를 낳은 화재 사고를 연속적으로 야기하고도 사과와 손해배상을 제대로 하지 않고 뻔뻔하게 대응하는 기업과 그 기업의 부실제품을 알림으로써, 그 제품의 수많은 사용자들뿐만 아니라 모든 시청자들에게 경각심을 일깨워 준 좋은 내용이었다. 이는 시청자가 자신의 생명 보호를 위해서라도 꼭 알아야 할 중요한 정보로, 공익적 차원에서도 큰 의의가 있다고 볼 수 있다. 이 사안에 대해 <실화탐사대>뿐만 아니라 뉴스 보도에서도 후속취재와 지속적인 문제제기가 있었으면 하는 바람이다.

그러나 56회의 첫 번째 실화로 다룬 사건, 1급 장애를 가진 남성과 채팅으로 만나 결혼한 여성이 필리핀으로 남편을 데려가 억대의 돈을 주면서 귀신 쫓는 목사의 치료(?)를 받게 하고 결국 그를 죽음에 이르게 했으며, 남편의 형제들과 재산 다툼을 하고 있다는 내용은 그것을 왜 다루는지가 의아했던 편이다. 우리 사회에서 흔히 볼 수 있는 부모 유산을 둘러싼 형제들 간 재산 싸움을 보이겠다는 것인지, 장애인이 사기꾼에게 속았다는 것을 보이겠다는 것인지, 부부의 사랑은 진실했는지 아내가 사이비 종교인에 넘어가 망상에 빠졌었다는 애긴지, 자극적인 소재로 시청자의

흥미를 유발하려는 것 외에는 제작 의도와 목적이 불분명해 보였다. 또한, 4:40~4:50 사이 환자의 엉덩이 욕창을 보여주기 위해 벗은 몸을 그대로 보여준 것은 고인이 된 환자의 뜻과는 상관없이 나간 장면이어서 망자에 대한 예의나 존엄성 존중과 관련해 불편함이 있었다.

마지막으로, 53회 두 번째 실화 ‘위험한 장난, 기절놀이’에서 피해자 손영서 학생을 돕겠다는 글들이 시청자게시판에 여럿 보이는데, 이에 대해 제작진의 대답이 있었는지 궁금하다.

## ◆ <MBC스페셜> 823회, 824회(10/17, 24)

### - ‘부마항쟁 40주년 특집 1979’ 2부작

광주항쟁에 비해 그동안 적은 주목을 받았던 부마항쟁을 다큐드라마 형식으로 다루면서 1979년의 부마항쟁이 어떻게 1980년 광주항쟁의 단초가 되었는지를 잘 보여준 인상적인 작품이다. 제1부 ‘나는 저항한다.’가 부산과 마산의 대학생, 시민, 중고생까지 포함하는 당시 항쟁참가자들의 목소리를 담았다면, 제2부 ‘그는 왜 쏘았는가?’에서는 김재규 중앙정보부장이 왜 박정희를 쏠 수밖에 없었는지, 부산과 마산의 시위 현장에 대해 김재규와 전두환은 어떻게 다른 판단을 내리고 대처했는지를 대조적으로 보여준다. ‘민란’화 될 시위 확산을 예감하고 더 이상의 국민 희생을 막기 위해 유신을 끝낼 ‘저격’을 실행한 김재규에 대한 재평가가 우리 사회에서 부분적으로 있어오기는 했지만, 이를 TV방송에서 전면적으로 다루었다는 것은 고무적이다. 전두환이 부산 계엄사령부에 ‘합동수사단’을 설치해 운용하고, 1·3·5공수부대의 부산시위 진압을 통해 1980년 광주의 상황을 미리 경험했다는 사실도 주목할 만하다.

<탐나는 TV>(60회, 11/9일, ‘본방외전’)에서도 언급되었지만, 1부에서 여학생들(경남대 최갑순 씨, 옥정에 씨)의 활약을 극의 중심에 두고 전개해 간 구성도 기존의 남성 중심 운동사를 벗어난 신선한 시도였다고 할 수 있다. 당시 시위 참가로 고문당하고 트라우마 속에 살아온 이들의 증언과 젊은 시절 그들의 모습을 극화한 장면들이 번갈아 나오면서 이 다큐는 생생한 역사 전달에 성공하고 있다. 이 다큐드라마 덕분에, 먼 옛날이야기나 전설처럼 들릴 당시의 역사에 대해 젊은 세대들이 <응답하라> 시리즈 ‘참혹한 버전’을 보듯이 관심을 가질 수 있지 않을까 생각한다.

한 가지 약간 아쉬운 점은, 이것이 원래 드라마가 아니라 다큐 프로그램에서 드라마 형식으로 만든 것이다 보니 제작비 여건상 재연 드라마가 흔히 가질 수 있는 장면상의 ‘소박’한 한계가 있다는 점이다. 어려우려라 생각되지만, 풍성한 화면을 위해 다큐드라마 제작 시 혹 제작비 지원이 좀 더 가능할 수 있을지 궁금하다. 또한, <MBC 스페셜> 중 호평을 받는 작품들을 재방송 편성했으면 하는 바람이다.

\* 참고: 홈페이지의 ‘다시 보기’에 827회의 날짜(11월 14일)가 826회의 날짜(11월 7일)와 동일하게 표기되어 있으니(11월 15일 현재) 수정 바랍니다.

## 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

오 수 원 위원

### ◆ <탐사기획 스트레이트>

#### - 70회[11/11]

2019년 11월 11일 방송된 <탐사기획 스트레이트> 프로그램에 대한 의견을 드리겠다. 오늘 의견은 방송된 내용 자체 보다는 <탐사기획 스트레이트> 진행과 관련된 의견을 드리고자 한다.

<탐사기획 스트레이트>는 영화배우 김의성과 기자 주진우가 공동MC를 맡고 있다. 그런데 <탐사기획 스트레이트>를 보면서 항상 가지게 되는 생각은 과연 이 프로그램의 진행에 공동MC가 필요한가, 특히 MBC 기자도 아닌 주진우가 왜 꼭 필요한가였다. <탐사기획 스트레이트> 방송을 볼 때마다 공동MC라는 김의성과 주진우는 프로그램이 진행되는 중간 중간에 자신의 정치적 편향성을 드러내는 멘트만을 하고 있을 뿐, 도무지 그들이 이 프로그램에 대하여 어떤 기여를 하고 있는지를 찾아 볼 수 없다.

<탐사기획 스트레이트>는 1회성 보도를 지양하고 각종 비리와 부패 문제를 연속 극처럼 심층 취재하여 보도하는 것을 특징으로 삼은 프로그램이다. 그렇다면 그런 특징을 살려 프로그램을 기획·제작하여 방송하면 그 자체로 훌륭한 프로그램이 될 수 있다. 그런데 많은 비용을 들여 별 역할도 하지 못하는 영화배우와 타 매체의 기자를 공동MC로 기용하는 것은 이해할 수 없는 일이다.

<탐사기획 스트레이트> 1회분 제작에 들어가는 총 비용과 그 중에서 MC들 각각에게 지급되는 비용이 얼마인지 궁금하다. 이를 밝혀주시면 감사하겠다. 특히 주진우 기자에게 지급되는 돈이 회당 600만원이라는 보도가 있는데 이 보도가 사실인지도 밝혀주기 바란다. 만약 이 보도가 사실이라면 MBC가 주진우에게 <탐사기획 스트레이트>의 공동MC를 맡고 있다는 이유로 준 돈이 약 22개월간 5억 2천만 원에 달하는 것으로 보이는데 과연 그가 이 돈을 받을만한 기여를 한 것인지 모르겠다. 모든 프로그램이 그렇지는 않겠지만 프로그램에 제작되는 비용에 비례하여 더 좋은 프로그램이 제작된다고 생각하고 있다. 저는 별 역할도 없는 공동 MC들에게 소요되는 비용을 실제 프로그램을 제작하는데 사용한다면 더 훌륭한 <탐사기획 스트레이트>가 될 것임을 확신하는 바이다.

## 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

김수정 위원

### ◆ 혐오표현 쓰는 정치인 발언 문제지만, 언론의 책임도 작지 않아

10월 28일 <뉴스데스크> “5·18 비하는 혐오 표현”...인권위 ‘가이드라인’ 등의 보도에서 국가인권위원회가 ‘혐오 표현 리포트’를 발간했다고 전했다. “오죽했으면 국가인권위원회가 나서서 이렇게 가이드라인을 만들었을까 싶다. 그런데 모범을 보여야 할 정치인들이 오히려 공공연하게 혐오 발언을 하면서 차별을 조장하고 있다. (중략) 총선이 6개월 앞으로 다가온 가운데, 정치권 스스로 혐오 표현을 줄이려는 노력이 필요해 보입니다”라고 리포트했다.

혐오 표현의 확산과 유통에서 정치인의 문제가 가장 심각하다 하겠지만, 이에 못지않게 언론의 책임을 묻는 목소리도 있다. 정치인들의 혐오 발언이 화제성과 영향력이 있다고 해서 보도해 주거나, 혐오 표현을 포함하고 있음에도 민감하게 판단하지 못하는 경우들이 그것이다. 혐오를 조장하는 발언이 나오거나 부적절한 고정관념이나 편견을 조장하는 발언에 적극적으로 대처할 수 있었으면 한다. 내부적으로 가이드라인을 개발하고 교육을 지속적으로 해나가는 적극적인 대처를 세우길 바란다.

### ◆ 양현석 전 YG대표 수사 상황, 이렇게 관심 쏟을 일인가?

11월 6일, 7일, 9일, 10일, 11일, 10월 16일, 28일, 31일까지 모두 양현석 전 YG 엔터테인먼트 대표와 관련해서 <뉴스데스크> 보도가 있었다. 10월에는 경찰 수사가 거의 마무리되어 가고 있다는 내용이 주이고, 11월 초에는 경찰 조사에 양 전 대표가 출석을 했느니 마느니, 이제 조사를 마치고 경찰서에서 나왔다는 내용이다.

<뉴스데스크>에서 이만큼 아젠다를 유지(키퍼, keeping)할 만큼의 보도 가치가 있는 이슈인가? 의아하다. 경찰 조사를 받는다는 예고 보도, 조사를 받으러 들어갔다는 보도, 14시간 넘게 조사를 받고 나왔다는 세밀한 과정의 보도가 저녁 종합 뉴스에서 꼭 다뤄야 할 사회적 의제인가? 개인적으로 해당 뉴스에서 피로감을 느끼는 이유는 양 전 대표와 관련한 보도의 대부분이 수사 상황을 스케치하는 내용이고, 카메라는 계속 양현석 대표의 출석 모습을 추적해서 비춘 비슷한 모습이 반복되기 때문인 것도 같다. 유명 기획사의 대표여서 보도 가치가 크다고 판단한 것 같지만 이 정도로 관심을 모아야 할 것인가에 대해서는 의문이다.

## ◆ <100분토론>(10/22)

### - [20주년 특집] '공정과 개혁을 말하다'

10월 22일 <100분토론> 20주년 특집에서 홍준표 자유한국당 전 대표와 유시민 노무현 재단 이사장이 토론을 벌였다. 조국 전 장관을 둘러싼 여론 분열과 언론의 문제, 검찰 개혁, 입시 등 10여 가지 주제를 놓고 두 사람의 의견이 극명하게 갈렸다. 홍 전 대표의 날카로운 비유와 나름의 위트, 유 이사장의 존중과 신중을 담은 대꾸가 토론을 재미있게 했다. 2시간 토론 후에 유튜브로 남은 이야기를 이어가야 할 정도로 이야기는 끝을 내기 아쉬웠다.

시민 패널의 질문에서 진정성이 느껴졌다. 출연자들이 답변한 내용에 대해 추가 의견을 이야기하거나 답변의 내용이 질문의 요지에 적합한지 안 한지 의견을 이야기하는 등 시민 패널이 출연자들과 직접 대화하고 소통하는 모습이 보기 좋았다. 이런 자리에서 직접 정치인과 대화한다는 자체부터 특별 방송의 의미가 더해졌다고 생각했다.

출연자들 서로가 서로의 입장을 이해한다고 말하거나, 자신이 방금 한 말을 바로 사과하기도 했고, 어떤 경우에는 서로의 입장 차이를 개의치 않는다는 의견을 바로 이야기할 수 있을 정도로 시간적 여유를 가지고 진행했던 상황이 몰입감을 더했다. 물론 유튜브로 이어서 토론을 진행할 수 있다는 여지를 미리 가지고 있었기 때문에 이와 같은 진행이 가능했을 것이라 짐작해 본다.

비교가 맞지 않을 수 있겠지만 질문자로 참석한 '방토왕(방송국 구석 토론왕)' 청년 패널의 역할과 질문에는 아쉬움이 남았다. 두 출연자의 토론을 잘 이해하고 입장 차이를 정돈하면서 이야기를 꺼내는 차분함과 노련미가 적어 보였다. 정치 신인답게 패기도 있고 기성 정치에 대한 불만과 불신을 표현했다. 하지만 긴장한 듯 빠른 말투로 이야기하고 본인이 준비한 토크 주제에서 벗어나지 못한 채 준비한 말을 해야 하는 역할로 이 자리에 출연했구나 싶어 주어진 역할 자체가 제한적이라는 느낌을 주었다.

정치 이슈와 관련해서 토론은 입장의 차이뿐만 아니라 근거와 논리, 감정적 차이까지 보여준다. 미디어는 서로 다른 정치 견해를 가진 사람들을 출연시켜 서로의 입장을 확인할 수 있게 하지만, 어떤 점에서는 맞춰갈 수 있는 부분이 무엇인지 스스로 찾아가게 하는 통로의 역할을 할 수 있다. 이번 기획은 시의에 잘 맞았다.



## 2019년 11월 MBC 시청자위원 의견서

윤 여 진 위원

### ◆ <MBC다큐프라임>

#### - ‘혁신로드 1, 2부’ 352,353회(10/27, 11/3)

<MBC다큐프라임>은 현시점에서 우리 사회의 화제가 되고 있는 여러 사회적, 문화적 주제를 다양한 형식으로 재미있고 유익하게 시청자들에게 전달한다고 프로그램 소개하고 있다. 방송시간은 매주 일요일 오전 7시10분이며 2019년에 총 14편을 방송했다. 그동안 방송된 내용을 보면 ‘달콤한 선물, 꿀벌에 반하다’ ‘콜라겐을 채워라, 건강수명의 거울 피부’ 등 주로 환경과 건강을 중심으로 다큐가 만들어졌다.

10월 27일과 11월 3일 2부로 만든 ‘혁신로드’ 프로그램은 위기를 기회로 만든 유럽의 핀란드, 프랑스의 사례를 구체적으로 보여주며 산업과 정부 그리고 대학이 서로 융합하여 혁신을 통한 변화가 어떤 모습이 되는가를 잘 보여주었다.

1부에는 휴대폰업체 노키아로 전 세계 매출 1위를 달리다가 스마트폰 등장으로 시대의 변화를 읽지 못해 위기를 맞이한 핀란드의 사례를 보여주었다. 핀란드는 현재 세계 최대의 스타트업 축제와 악천후에도 주행이 가능한 자율주행차의 상용화를 앞두고 있었다. “대학을 졸업한 20-30대들이 예전에는 대기업에 들어가기만을 원하지만 이제는 모두 창업자가 되기를 원한다” 경제연구소장의 인터뷰는 우리에게 시사하는 바가 크다. 핀란드의 변방에 위치한 알토대학이 주도하는 스타트업을 중심으로 한 경제의 변화는 경영학과 공과대학 그리고 산업디자인학과와의 융합을 통해 실체대학에서의 학업이 새로운 창업으로 발전하고 있었으며, 세계시장에서 쓰일 있는 상품을 만들어내고 있었다. 영상문화 콘텐츠를 통한 게임 산업, AI시스템을 통한 온라인 쇼핑물, 응용기술혁신을 통한 로봇의 이용 등 4차 산업혁명이 이렇게 현실화되고 있다는 것을 확인하는 시간이었다. 제조업의 자동화는 노동력 중심의 기존의 산업시스템을 기술로 대체하는 것이고 경쟁력을 높이기 위한 변화일 것이다. 아마 핀란드도 여러 가지 사회적 제도적 변화를 필요로 했을 것으로 보인다. 핀란드의 혁신을 살펴보기 위해 노규성 한국생산성본부 회장과 함께 취재한 것도 의미 있어 보였다. 핀란드의 도서관도 책을 읽는 곳이 아니라 현재 사용하고 있는 미디어 매체로 창조 할 수 있는 곳, 기술과 사람이 공존하는 곳으로 바뀌고 있었다. 또한 지역에 있는 지역민이 제대로 치료를 받을 수 있는 의료산업의 변화에 대해서도 자세히 보여주었다.

혁신이 가져다주는 세상의 변화를 눈으로 확인하며, 우리의 미래를 그려보고, 우리

사회가 안고 있는 여러 가지 문제에 대해서도 함께 생각할 수 있었다. 우리의 혁신은 어디에서 진행되고 있으며, 어디서 막혀 있는 것일까. 그리고 새로운 산업시스템이 기존의 시스템을 대체하기 위해서 넘어야 할 문제를 핀란드는 어떻게 국민들이 동의하고 설득하며 넘어설 수 있었을까. 조금 아쉽다면 이 부분에 대해 미디어가 깊이 있게 취재하고 보여주고 이끌어주는 역할도 필요하지 않나 생각이 들었다. 생산성본부장 뿐 아니라 정부관계자와 노동계인사도 함께 머리를 맞댈 수 있는 자리가 필요해 보였다. 2부는 지역균형발전의 사례로 프랑스 메즈라는 도시가 혁신의 중심이 된 사례를 소개했다. 교육과 산업 그리고 휴식을 함께 할 수 있는 매력 있는 지역도시가 새롭게 만들어지고 있는 사례를 보여주었다. 특히 생활의 변화에서도 쓰레기분리수거이후 지하 자동화 시스템으로 쓰레기가 처리되는 것은 한 단계 진화된 쓰레기문제를 보여준 것이었다.

<MBC다큐프라임>이 매주 해외취재를 통해 새로운 프로그램을 깊이 있게 만들기 어려울 것이다. 시청시간대도 일요일 아침 가볍게 볼 수 있는 내용이 오히려 시청률도 나오고 있었다. 그러나 이번 '혁신로드'의 내용을 다른 시사프로그램과 연계하고 우리의 문제로 재조명할 수 있는 프로그램이 필요하다는 생각이 들었다. 4차 산업혁명은 기존의 질서에서 만들어지기 어렵다. 정부가 방향을 가지고 복지를 확대하면서 새로운 산업으로 전환될 수 있는 안전망과 실질적인 창업의 시스템을 만들어줘야 할 것이다. 또한 기술과 산업의 발전으로 사람의 고유한 권리마저 시장에 내어주어서는 안될 것이다. 우리의 미래를 어떻게 만들어 나아가야 할지 방향을 제시할 미디어의 역할이 크다.

## ◆ <MBC뉴스데스크>

- 11월 16일 [단독] "의원님들 오기 힘드실까봐"...'황제' 독감 예방 접종
- 11월 15일 [단독] '현장'과 너무 달랐던 진술...진범 몰아가려 급조?
- 11월 15일 [단독] 치매·조현병 진료 받은 의사만 110명..."관리 안 해"
- 11월 13일 [단독] 오디션의 '대부'...CJ ENM 신형관 부사장 압수수색
- 11월 13일 [단독] 유류품 나오자 개인 사물함 '뽕뽕'...뭘 숨기려고?
- 11월 12일 [단독] "초등생 시신 나와" 주민들 '수군'...경찰이 덮었나
- 11월 12일 [단독] 꿈쩍 않는 '23미터' 쓰레기 산...이대로 해 넘기나

최근 <MBC뉴스데스크>의 단독 기사가 돋보인다. 특히 이춘재 사건 당시 경찰의 문제를 단독으로 집중보도한 것은 시간이 많이 지났다 하더라도 경찰의 책임에 대해 제대로 묻고 피해자에 대한 사과와 재발방지책이 나와야 할 것이다.

<MBC뉴스데스크>가 시민들의 신뢰를 얻고 있는 과정에서 권력기관에 대한 감시와 사회적 적폐에 대해 지속적인 취재와 감시가 필요하다.