

**2019년 12월**  
**MBC 시청자위원회 회의록**

(주) 문화방송

# 12월 시청자위원회 회의 개요

## 1. 회의개최

- 일 시 : 2019년 12월 20일(금), 오후 3시
- 장 소 : 상암MBC 경영센터 대회의실
- 방송사 참석자 : 10명
- 시청자위원 참석 명단 : 10명
  - 이규정 위원장 / 경기대 미디어영상학과 교수
  - 전경란 부위원장 / 동의대 디지털콘텐츠·게임애니메이션공학부 교수
  - 김수정 위원 / 민주언론시민연합 정책위원·편집위원
  - 박성현 위원 / 자유언론실천재단 기획편집위원
  - 박진수 위원 / (주)콜로세움코퍼레이션 대표이사 사단법인 점프 신사업팀장
  - 오수원 위원 / 법무법인 민 구성원변호사
  - 윤여진 위원 / (사)언론인권센터 상임이사
  - 이상길 위원 / 동아방송예술대 방송예술융합학부 교수
  - 정석희 위원 / 방송칼럼니스트
  - 홍성재 위원 / 한성대학교 창업R&D센터 교수

## 2. 의견제시, 시정요구

구분		프로그램
방송 프로그램	보도·보도제작	'출입처제도 폐지에 대한 MBC의 입장'
	교양	<공유의 집>, <비밀남독회-밝히는 작자들>, <우리지금만담>, <킬빌>
	예능·오락 스포츠	<놀면 뭐하니?>, <주×말의 영화:잠은행>, <공부가 머니?>, <전지적 참견 시점>
	기타	<우리 동네 피터팬>, <통일전망대>, iMBC홈페이지 시청자의견 게시판 관련 문의, '웨이브와 MBC온에어 플랫폼 운영에 대해', 'MBC온에어 실시간 이슈기사에 대해'

◆ 시청자위원회 의견 발표 및 본부·국장단 답변 ◆

이규정 위원장 : 안녕하십니까. 2019년 마지막 12월 시청자위원회 정기회의를 시작하겠습니다. 한 해가 금방 간 것 같습니다. 본부장님들, 국장님들 좋은 프로그램 만들기 위해 노력 많이 하셨고, 시청자위원회에서도 의견을 많이 냈고 반영해 주셔서 감사합니다. 오늘은 저희 위원님들이 100% 참석을 했습니다. 그럼 변창립 부사장님 말씀 듣고 시작하겠습니다.

변창립 부사장 : 1년 동안 좋은 의견 제시해주시고 따끔한 조언 아끼지 않으신 위원님들께 감사의 말씀드리고요, 이번 시청자위원회부터 라디오 본부장이 바뀌어 처음 참석했습니다. 간단한 인사말씀 드리고 시작하겠습니다.

안재주 라디오본부장 : 평소 시청자위원회에서 보내주시는 의견을 제작에 많이 참고해 왔습니다. 아픈 부분도 있었고 우리가 만드는 것을 위원들께서 공감해 주시는 부분도 있다고 생각해서 제작에 늘 큰 도움이 되었습니다. 잘 부탁드립니다.

이규정 위원장 : 이동희 센터장님도 처음 참석하셨죠.

이동희 D크리에이티브센터장 : D크리에이티브센터장을 맡은 이동희입니다. 회사가 디지털 콘텐츠를 강화하기 위해서 지난 10월에 조직개편을 했고요, 디지털 오리지널 콘텐츠와 TV와 트랜스되는 여러 콘텐츠를 제작하는데 기여할 생각입니다. 시청자위원회에서 SNS에 관련된 콘텐츠를 보시고 의견 주신 부분들이 2019년에 상당히 있었고, 관심 주셔서 감사하다고 생각했습니다. 앞으로 디지털 쪽으로 좋은 콘텐츠 만들어서 많은 지도 편달해주시면 좋을 것 같습니다. 잘 부탁드립니다.

이규정 위원장 : 의견 많이 내도록 노력하겠습니다. 김수정 위원님부터 시작하겠습니다.

김수정 위원 : 이번 달에 평가서에 쓴 내용은 <놀면 뭐하니?> 관련 내용입니다. 저희 아들이 초등학교 1학년인데 집에 오면 ‘사랑의 재개발’ 노래를 부르면서 놀거든요. 요즘 초등학생 사이에서도 ‘합정역 5번 출구’나 ‘사랑의 재개발’ 모르는 사람은 거의 없을 겁니다. 그만큼 파워 있게 ‘뽕포유’가 잘 나갔다는 생각이 드는데요, 사실 초반에는 유재석 씨가 김태호 PD에 의해 어쩔 수 없는 상황에 처해지는 것, 그리고 유재석 씨가 마지못해 끌려가는 것이 보여서 좀 불편한 부분도 없지 않았는데

결과적으로 보면 사실 유재석 씨뿐만 아니라 뒷받침 해주는 조연들의 역할이 이 프로그램을 잘 살려주지 않았나 생각합니다.

크리스마스 편성계획을 보니까 유산슬 특집이 잡혀 있더라고요. 그만큼 이번에 프로그램이 잘 만들어졌다는 생각이 들었습니다. ‘박토벤’이라고 불리는 박현우 작곡가님과 ‘정차르트’의 정경천 편곡자님, 이 건우 작사가님까지 프로그램의 중심을 잘 잡아서 재미를 만들어 내신 것 같습니다. 특히 이 세 분의 황금손 말고도 의상 만드는 분들이나 코러스, 댄서, 연주가 등 저희가 잘 알지 못했던 분야의 장인들이 소개되어서 감탄하고 존경심이 일었거든요. 이렇게 트로트 장르에 대해 알게되고 그 분야의 장인들을 만나서 감격스러운 부분도 있었습니다.

최근에 오디션 프로그램이 실망스런 부분이 있었는데, 그런 중에 유산슬 프로젝트가 차별성 있게 제작되었다는 생각이 들었고요, 사실 음악장르가 오랜 시간이 필요하고 기다림이 있어야 완성되는데 유재석 씨 경우는 하루아침에 스타가 된 거잖아요. 그런 것을 본인이 잘 소화하고 항상 겸손한 모습을 보여주고 계셔서, 그 부분 때문에 유산슬이란 캐릭터가 인정을 받고 받아들여지는 부분이 있는 것 같다는 생각입니다. 앞으로 유산슬 씨 음악활동을 응원하고 싶고요, 트로트뿐만 아니라 예능 장르나 우리 사회에 유산슬 씨가 어떤 영향을 끼칠지, 음악이란 게 단순히 순위에 오르는 것이 아니라 일반사람들의 살아가는 삶을 노래하는 본래의 의미가 있는데 그런 것을 전달하면서 사회에 주는 의미가 있을 것이라 생각이 들었습니다. 그런 것에 대한 기대감이 생깁니다.

이규정 위원장 : 고맙습니다. 이어서 전경란 위원님.

전경란 위원 : 안녕하세요. 전경란 입니다. 제가 TV를 보고 웃고 있으면 저희 애들이 지나가면서 ‘엄마, 그게 웃겨?’ 하면서 비웃으며 지나가는 적이 많습니다. 애들이 보면 지상파 프로그램의 매력이 많이 떨어지긴 했나보다 하는 생각을 가끔 하게 되는데요, 제가 쭉 MBC프로그램을 시간대별로 보다가 <주×말의 영화:잠은행>을 보게 됐습니다. 예전에 ‘다매체, 다채널 시대에 지상파 방송이 어떻게 살아남을 것인가’ 이런 주제들이 한창 컨퍼런스 주제로 나온 적이 있습니다. 지금 생각하면 우스워 보이지만 드라마로 승부해야 된다, 아주 고퀄리티의 콘텐츠만이 살아 남는다, 이런 이야기를 주고받은 기억이 있습니다. 그런데 사실 돌이켜 생각해보면 그 때 나왔던 해결책들이 지금 들어맞는 해결책은 아니었던 생각이 들더라고요. 그렇게 하기에는 매체 환경도 빠르게 변했고 많은 수용자들이 새로운 미디어가 제공하는 콘텐츠에 빨리 매료되고 있는 것 같습니다.

지금 콘텐츠 영역은 누가 더 새로운 아이디어로, 연출로, 많은 공감을 얻어내느냐가 관건인 치열한 경쟁의 장이 되고 있는 것 같습니다. 시청자들이 기대하는 새로운 형식과 내용, 재미의 폭은 계속 넓어지고 있는 것 같습니다. 이러한 상황에서 최근에는 1분~20분 이내의 예능이나 72초 드라마가 있는 것처럼 그런 숏폼 콘텐츠가 주목받고 있고, 국내외 여러 영상콘텐츠 플랫폼들이 숏폼 콘텐츠를 기획, 제작하고 있습니다. 이번 달에 다룬 <주×말의 영화:잠은행>도 그 하나인 것 같습니다. <주×말의 영화:잠은행>은 웹툰 작가인 두 캐릭터가 영화제작을 목표로 기획, 제작자와 투자자 섭외, 캐스팅, 제작에 참여하는 과정을 보여주고 실제 제작이 이루어진 영화를 공개하는 형식으로 이루어져 있습니다. 먼저 20분 내외라는 프로그램 길이는 이미 타 방송사에서 5분짜리를 정규 편성하는 시도가 있었던 것에 비춰보면 아주 새로운 일은 아닌 것 같습니다. 그보다 플랫폼-이용자-콘텐츠-브랜드를 연결하는 시도가 더 흥미롭지 않았나 생각했는데요, 지상파TV를 통해 제작과정과 예능 형식의 플랫폼을 보여주고 영화, 뮤직비디오를 함께 공개함으로써 예능, 영화, 뮤직비디오, OST를 연동하는 것이나 콘텐츠와 연계한 브랜드 홍보 등도 이제는 지상파 공영방송이 피할 수 없는 과제가 된 것 같습니다.

또 내용 면에서 기존의 지상파 예능 프로그램이나 이런 것을 본다면 첫 느낌이 하찮아보인다는 생각이 들었거든요. 그리고 굉장히 거친 대사, 캐릭터 때문인지 내용도 좀 캐릭터 특징에 의존하는 경우도 있고 근본 없이 PPL이 등장하기도 하고, 이제는 대세가 되어버린 유튜브식 자막처리, 이런 것들은 기존에 없던 것이 아닌가 하는 생각이 들었습니다. 그런데 TV프로그램에 나오는 사자성어의 경우 일반적인 시청자들이 어지간하면 알만한 것들이 나오는데, ‘자강두천’(11/30)이라는 처음 들어보는 사자성어가 나오더라고요. 놀라서 네이버를 찾아봤습니다. 그랬더니 더 기가 막혔던 것은 네이버가 그걸 설명해주고 있었다는 것입니다. ‘자존심 강한 두 천재’의 줄임말이라는 것, 이걸 그냥 사자성어가 아니었던 거죠. 주로 고만고만한 둘 사이에 마찰 등이 일어날 때 사용하는데 여기에서 천재는 진짜 천재를 의미하는 것이 아니라 반어법으로 쓰인 것으로, 즉 ‘자존심 강한 두 병신’이라는 의미로 쓰인다고 보면 된다는 겁니다. 사실은 나름 콘텐츠를 따라가면서 보고 있다고 생각했는데 쓰는 용어가 굉장히 달라지고, 콘텐츠 제작에 그걸 이용하고, 또 그걸 이해하고 재미있어하는 시청자들이 많아졌다는 걸 보여주는 것 같아서 내심 시대에 뒤떨어졌나 하고 반성도 했습니다.

제가 처음인 것처럼 많은 시청자에게 낯설어 보일 수도 있다고 생각했습니다. 물론 프로그램의 모든 면을 다 좋다고 볼 수는 없겠지만 캐릭터도 흥미로웠고 끌고 가는 내용이 재미있었습니다. 나름대로 숏폼 콘

텐츠의 가능성을 보여주는 구성과 형식이 아니었나 생각합니다. 자료를 찾다 보니까 영국의 BBC나 프랑스의 TF1도 방송국으로서의 정체성보다는 콘텐츠를 생산하는 스튜디오로서의 정체성을 강화하고 있다는 기사를 본 적이 있는데, 어쩌면 그런 매체 환경에 변화하려고 하는 MBC의 모습이 아닐까 생각해서 재미있게 봤습니다. 이상입니다.

이규정 위원장 : 이어서 정석희 위원님.

정석희 위원 : 안녕하세요. 먼저 말씀드리고 싶은 것이 강다솜 아나운서가 지난번에 뉴스를 진행하면서 소녀상을 앞에 놓고 희망나비 팔찌를 착용해서 온라인, 오프라인 모두 칭찬을 받았거든요. 요즘 뉴스가 상승세인데 큰 보탬이 된 것 같아서 시청자위원회에서도 칭찬 해드려야 할 것 같습니다.

그리고 어제 <밝히는 작자들> 프로그램이 방송 됐는데요, 새로운 시도로 감동도 있고 생각할 거리도 주었습니다. 그런데 시청률이 1.5% 밖에 안 나와서 정규편성이 될지.... 그런데 새로운 시도라서 보기 좋았습니다.

그리고 <장애인식개선 프로젝트-우리 동네 피터팬>은 밀알복지재단과 MBC가 협약을 맺어 지난해 9월부터 제작 방송되고 있죠. 제목이 왜 <우리 동네 피터팬>인가 하면 피터팬처럼 순수하지만 자신만의 세상에 갇힌 장애인들을 밀착 팔로우하는 방송이기 때문입니다. 갈등이나 사연보다 관찰카메라 형식으로 장애인의 하루를 담고 있어요. 저도 손녀가 생긴 다음에 유아차를 밀기 시작하면서 정말 장애인들이 힘들겠구나 하고 피부로 느낍니다. 지하철에서 엘리베이터를 타기 위해서는 먼 길을 돌아가야 하더라고요, 우리가 보기엔 세련되게 꾸며진 길이 오히려 불편할 수 있다는 걸 깨달았거든요. 그런데 유아차를 밀고 가다가 계단에서 유아차를 들고 내려가려고 하면 그걸 도와줘야 하는 일로 인지하는 분들이 없어요. 이 인식 개선 프로그램이 굉장히 중요한 거예요. 장애인이 있으면 우리가 도와줘야겠구나, 물론 장애인이 도움을 바라지는 않죠. 어딜 가다가 장애인이 '우리 좀 도와 주세요' 하는 경험을 해본 적이 없잖아요. 그래서 이 프로그램이 정말 중요하다는 생각이 듭니다. 최근에 출연한 김남제님은 장애인 댄스 스포츠 선수입니다. 이 분은 57세라는 나이가 믿어지지 않는 건장한 체격을 갖고 있었는데요, 장애인 댄스 스포츠는 장애인과 비장애인이 어우러져 하는 종목이어서 특히 이 프로그램과 맞는 주제라고 생각합니다. 시청하다 보면 비장애인은 물론이고 장애인끼리도 다른 장애에 대해서는 불편함을 인지하지 못하거든요, 그래서 이 프로그램이 중요하다는 거죠.

얼마 전 평론가 모임에서 얘기했더니 이 프로그램을 아예 모르는 분도

있었고, 왜 제목이 <우리 동네 피터팬>이나 묻는 분도 계셨습니다. 좀 더 홍보가 되어야겠다고 생각합니다. 현재 57회가 방송되었는데 김남제 님 편이 13번째 주인공이에요. 한 달 동안 한 분이 나오고 계신 거예요. <사람이 좋다>처럼 한 편으로 제작이 되거나 <인간극장>처럼 한 주 동안 짧게 이어가면 좋을 분량을 한 달로 풀어내고, 함축되지 않으니까 몰입을 방해한다는 생각이 들었습니다.

해당 홈페이지를 보면 출연자에 대한 안내며 내용에 대한 자세한 설명도 없습니다. 그리고 김남제 님 편은 래퍼 키썸이 내레이션을 맡고 있는데 어디에도 소개되지 않았거든요. 지난번에 그룹 B1A4 출신 배우 진영이 내레이션을 맡을 때는 화제가 되기도 했습니다. 뭔가 주의를 끌고 주목을 할 만한 그런 연구가 필요하지 않나 생각합니다.

이규정 위원장 : 고맙습니다. 박진수 위원님.

박진수 위원 : <공부가 머니?> 라는 프로그램이 사실 자녀를 둔 많은 부모님과 학생들에게 예민한 주제를 가지고 있는데요, 그래서 긴장을 하고 볼 수밖에 없습니다. 혹여나 시청자들의 관심이나 트렌트 혹은 학생들의 어떤 것을 건드릴 가능성이 높다고 생각합니다.

그 중에 이병훈 교육연구소장님의 일부 코멘트들이 공부하는 학습방법에 대한 남녀의 구분을 두거나, 혹은 최근에 젊은 부모들은 성역할에 대한 구분을 덜 하게 하고 반드시 정해진 학습단계별로 학습수준을 높여 나가야 한다고 생각하고 과거의 교육제도에서 사용한 방식들에 대한 거부감이 있는데, 이런 부분에 대해서 해주시는 코멘트들이 논쟁을 불러일으킬 수 있지 않나 생각했습니다. 그래서 지상파에서 대담하게 예능의 성격을 가지고 출발한 것은 좋았는데, 이 안에서 다뤄지는 이야기들이 불필요한 논쟁으로 연결될까봐 우려되는 부분이 있습니다. 중립적이고 미래지향적으로 되었으면 좋겠다는 생각입니다.

<전지적 참견 시점> 잘 보고 있습니다. 놀랍게도 새로운 게스트를 모실 때마다 시청자에게 흥미 있고 재미있는, 공감하고 감동할 수 있는 게스트를 잘 섭외한다고 생각합니다. 그런데 테이 씨가 청소기를 사용하거나, 홍현희 씨가 차량에서 휴대용 믹서를 활용해서 음료를 마시는 장면이 억지스런 PPL이지 않았나 싶습니다. 물론 광고를 대놓고 하는 것에 대한 거부감은 많이 줄어들었지만 오히려 자연스러운 척 하는 게 어색하게 느껴지는 것 같습니다. 트렌드를 참고하시면 좋겠습니다.

<공유의 집>을 시청하게 되었는데요, 사실 밀레니얼과 Z세대들의 트렌드 및 일상이 어떻게 바뀌는지에 대해 늘 말씀드려왔고, 특히 일상에선 깊숙이 들어와 있던 '공유'라는 라이프 스타일을 예능에서 적절하게 바꿔서 잘 기획, 시도한 것이라고 봅니다. 이제 시작했기 때문에 두고 봐

야겠지만 충분히 흥미로운 소재를 잘 풀어낼 수 있을 거라 생각합니다. 다만, 아쉬웠던 부분은 공유의 라이프 스타일과 거리가 있어 보이는 수년 전 <무한도전>의 케미를 그대로 사용한다든지, 혹은 삼성 가로TV가 나와서 놀라는 장면은 굳이 공유와 콘셉트와 어울리지 않는다는 생각을 했습니다. <밝히는 작자들>의 경우 늘 자막으로 처리된 시각화된 시청 태도에서 귀를 열어 낭독하고 낭송하는 것을 오랜만에 들어보는 재미가 있었습니다. 지상파에서 케이블 채널에서조차 보기 힘들었던 새로운 콘셉트를 시도한 것은 박수를 쳐드리고 싶는데 경영에 부담을 많이 느끼셔서 광고를 지나치게 신는다든지 억지스런 부분들은 잘 고려하면서 만드셨으면 합니다.

그리고 참고자료는 대학내일20대연구소에서 매달 1534세대가 어떻게 모바일 콘텐츠를 이용하는가에 대해서 트래킹을 하고 있습니다. 다양한 숫자들이 있는데 주목하셨으면 하는 부분은 모바일로 동영상을 시청하는 플랫폼이 뭐냐고 물었을 때, 사실 지상파 방송영상을 많이 보고 있긴 하지만 거리가 멀어지고 있다는 생각을 했습니다. iMBC도 개편을 했지만 시청자들이 많이 이용하고 있는 플랫폼에 어떻게 하면 진입할 수 있을지, D크리에이티브센터장님께서 잘 만들어 주실 것이라 생각합니다. 올해도 고생 많으셨고 내년에도 이런 플랫폼에서 더 많은 MBC 프로그램을 볼 수 있으면 좋겠습니다. 이상입니다.

이규정 위원장 : 박진수 위원님이 밀레니얼 세대들이 볼 수 있는 프로그램에 대한 의견을 계속 주셨고요, 오늘도 다양한 의견 감사합니다. 권석 본부장님 말씀 듣겠습니다.

권석 예능본부장 : <놀면 뭐하니?>에 대해 말씀해 주셨는데요, 같은 맥락이라 생각합니다. 올해 MBC 예능이 <구해줘! 홈즈>가 나와서 숨통이 트였지만 후속타가 없어 힘들었는데, <놀면 뭐하니?>가 나와서 한숨 돌리며 효자 프로그램이 되었습니다. 너무 다행이라고 생각합니다. <놀면 뭐하니?>가 유산슬까지 진행되면서 타이밍이 잘 맞은 것 같기도 한데, 연출진의 답변을 보면 의도된 것이었다고 합니다. (웃음) 처음에 릴레이카메라로 시작했거든요, 고전을 했지만 릴레이카메라가 전달하는 네트워크의 힘, 연결의 힘으로 한 번 방점을 찍었습니다. 유산슬도 네트워크로 힘을 뺏어 나가는 것입니다. 마이너와 메이저의 네트워크와 언더와 오버, 조연과 주연의 연결의 힘이 발현되고 거기에 더 시청자들이 응원하는 것이 아닌가 생각합니다.

이름도 낯선 세 분들, 편곡자 정차르트(정경천), 박토벤(박현우), 이건우 작사가, 이 분들은 이번에 2019방송연예대상에서 공헌상을 받게 됩니다. 네트워크의 힘과 유재석이라는 인물이 시너지를 발휘하면서 잘 된



것 같습니다. <놀면 뭐하니?>가 이번 주 일요일에 콘서트를 하고, 트로트 이후는 무엇일까 고민하며 계속 연구하고 있습니다.

<공부가 머니?>에 출연하신 분들은 필드에서 잔뼈가 굵으신 전문가분들입니다. 그래서 논란이 생기더라도 뜬구름 잡는 이야기를 하지 말고 구체적이고 현실적인 이야기를 해서 도움을 주자는 것이 기본적인 스탠스였기 때문에 중간에 노이즈도 생기고 부작용도 있는 것 같습니다. 말씀하신 것도 사실은 현실에서 생기는 문제거든요. 딸하고 너무 다른 아들의 교육법에 대해서, 저도 남자아이들을 키우는데 굉장히 많이 공감할 수 있습니다. 현실적인 이야기를 하자, 이번 회 차도 사실은 의뢰인의 사연을 받아서 시작한 거고 그분들에게 실질적인 도움이 되는 솔루션을 제공하려는 겁니다.

<공부가 머니?>가 인포테인먼트(infotainment)라고 할 수 있는데 정보를 제공하면서 한편으로 웃음과 재미를 주려다 보니 어려운 점이 있습니다. 제작진은 솔루션을 제시하는 특정한 전문가의 의견을 한 쪽에서 일방적으로 전달하지 않으려고 노력하고 있습니다. 전문가의 의견도 다양한 시각과 생각을 노출시켜서 선택은 시청자의 몫으로 돌리려는 방향으로 제작하려 합니다.

<전지적 참견 시점> ‘홍현희 편’의 차량용 휴대용 믹서는 PPL이 아니었습니다. 홍현희 씨 차안에서의 일상인데 아무래도 연예인들이 차에서 시간을 많이 보내고, 보통 일반인에게 없는 여러 가지 새로운 전자기기들을 사용하니까 많이 노출됩니다. 재미있어서 영상에 담다 보니 PPL 처럼 보였지만, 사실은 아니었습니다. PPL을 자연스럽게 영상에 담는 것이 참 큰일입니다. 사실 제가 입사할 때만 해도 PPL은 신경을 안 쓴 부분이에요. PPL을 안 해도 충분히 제작할 수 있었거든요. 그런데 방송국 사정이 어려워지니까 PPL은 필수적인 요소가 됐습니다. 최근 제작단가의 증가와 간접광고 수요증대로, 안정적인 프로그램 운영을 위한 PPL의 활용이 불가피한 상황입니다. 공영방송이지만 안 할 수 없습니다. 향후 PPL을 할 때 많은 논의를 거쳐 세심하게 제작하고 시청자가 거부감 들지 않게 연구하겠습니다.

이규정 위원장 : 다음은 이동희 센터장님

이동희 D크리에이티브센터장 : <주X말의 영화:잠은행> 관련해서 의견 주셔서 감사합니다. 디지털 오리지널을 표방한 콘텐츠의 제작과정과 배경을 설명드리면, 앞으로 MBC가 디지털 쪽으로 어떤 지향을 갖고 있는지 아실 수 있을 것 같습니다. 또한 위원님께서 지적하신 부분들을 이어서 보충설명 하겠습니다.

<주X말의 영화> 시즌1을 기획할 때는, <마이 리틀 텔레비전> 시즌2

가 막 시작할 때여서 <마이 리틀 텔레비전> 시즌2를 위한 프로모션용 콘텐츠로 기획을 했습니다. TV로는 <마이 리틀 텔레비전>이 나가고, 유튜브로 <마이 리틀 텔레비전> 리뷰하고, 커뮤니티 기능을 활성화해서, 시청자와 소통을 강화해보자는 취지로 기획됐습니다. 당시 저희 제작팀은 TV용 콘텐츠와 디지털콘텐츠가 유기적으로 결합시키는 프로모션 측면에서 봤을 때는 성공적이었다고 생각했습니다. 시즌1이 끝나고 시즌2를 다시 해보자 했고, 시즌1의 리뷰 콘텐츠를 넘어서서 디지털 오리지널콘텐츠로 경쟁력을 좀 더 테스트해보자는 차원에서 시즌2가 기획되었습니다.

주호민, 이말년 작가님이 독자적 크리에이터로서 자신들의 콘텐츠를 갖고 있는 분들이기 때문에, 그 자산들을 활용하는 형태로 기획하게 되었습니다. 영화를 제작하는 미션형 프로젝트로 <주X말의 영화:잠은 행>편의 컨셉이 결정할 때 호스트인 두 분의 크리에이터로서의 자산과 캐릭터를 활용하는 형태로 진행하게 되었고요, 이 과정을 통해서 예능과 웹 무비를 실제로 제작해서 TV와 디지털 쪽을 크로스해서 온 에어, 프로모션하고 블랜딩을 해보는 과정을 거친 것 입니다. 제작과정에서는 MBC에서는 프로듀싱을 했고요, 외부에 있는 '딩고프리스트아일' 제작사와 영화는 '돌고래유괴단' 이라는 외부영화제작사와 콜라보하는 형태로 진행했습니다. 콘텐츠 런칭할 때는 저희 채널 유튜브 엔터테인먼트 600만 구독자 채널과 딩고가 10대, 20대 영타겟으로 갖고 있는 채널을 활용했습니다. 두 채널을 크로스하는 전략을 선택해서, 딩고쪽에서 먼저 선공개 하고, 저희쪽에서 홀드백을 두고 업로드 해본다든가, 영화는 저희가 선공개 하고 딩고에서 나중에 공개하는 방식으로 했습니다. 그래서 채널전략과 채널구독자의 성격을 확인하면서 자체적으로 유튜브의 채널운영전략을 강화하는 형태로 진행을 했습니다. 결과적으로 이 프로젝트를 통해 디지털을 운영하는데 있어서 많은 내용적 성과를 자산으로 챙길 수 있었던 귀한 기획이었습니다.

말씀하신 것처럼 내용구성에서 PPL이나 혹은 디지털에서는 괜찮은 자막이나 편집 톤이 TV로 갔을 땐, TV를 시청하는 분들에게는 낯설게 느껴지는 경우들이 있는 것 같습니다. 앞으로는 TV콘텐츠로 전환할 때, 심의기준은 맞추되 시청자이 보기에 편안함을 추구하는 방향으로 섬세하게 편집해야 할 것으로 생각합니다.

향후 디지털콘텐츠 기획과 관련해서 제작경쟁력을 강화하고 콘텐츠 기획을 어떻게 가져갈지에 대해 설명 드리겠습니다. 2018년에 저희 회사는 <14F> 채널을 개설, 디지털 뉴스정보 콘텐츠를 유튜브와 페이스북을 통해 서비스했습니다. 올해는 <주X말의 영화>를 통해서 '웹 예능, 웹무비', 편성 쪽에서 <연예미수> 라는 웹 드라마를 기획하는 등 장르적으로 점점 확장해나가고 있습니다. D크리에이티브센터가 생

기면서 유튜브, 페이스북, 인스타그램, 틱톡과 같은 동영상 숏폼플랫폼에 좀 더 맞는 포맷의 콘텐츠를 더 많이 기획할 예정입니다.

내년 1월 정도에 유튜브 베이스로 신규 오리지널 채널들을 추가로 개설하고 그에 맞는 콘텐츠를 여러 편 준비하고 있습니다. 앞으로 디지털 콘텐츠를 브랜딩 하면서 구독자, 영 타겟 시청자층에게 좀 더 적극적으로 콘텐츠를 전달할 예정입니다. 디지털도 결국 콘텐츠의 형식과 내용적인 완성도가 있어야 성공할 것 같습니다. 지난 1-2년 사이에 누적된 제작역량을 발판으로 오리지널 콘텐츠의 제작 완성도를 끌어올려 좋은 콘텐츠를 보여주기 위해 노력하겠습니다.

이규정 위원장 : 감사합니다. 윤국장님.

윤미현 시청자심의국장 : <장애인식개선 프로젝트, 우리 동네 피터팬>은 사회공헌실에서 프로듀싱하고, 제작은 자회사 '나눔'에서 하고 있습니다. <우리 동네피터팬>팀에서 답변을 보내와서 소개해드리겠습니다.

<우리 동네 피터팬>은 장애인식을 개선하기 위해 기획된 프로그램입니다. 기존의 장애인 관련 프로그램들이 장애인을 수동적으로 묘사하고 도움이 필요한 존재로 그려 왔는데, <우리 동네 피터팬>은 이러한 방식을 탈피해서 장애인들이 건강하고 당당한 모습으로 자신의 삶을 주체적으로 살아가는 모습을 보여주고자 노력해왔습니다. 기존의 장애인 방송과는 차별화된 구성과 내용에 대해 시청자들이 공감해 주셔서 제작진들은 늘 감사하고 있습니다. 정석희 위원님께서 <우리 동네 피터팬>이 꼭 필요한 프로그램이며 프로그램의 인지도를 높이면 좋겠다고 긍정적으로 평가해 주셔서 감사합니다.

제작진은 장애인인식개선에 기여하겠다는 기획취지에 부합하고자 특히 주인공 섭외에 신경 쓰고 있습니다. 장애인과 비장애인이 함께 호흡하는 댄스스포츠 선수 김남제 씨도 기획취지에 적합한 주인공으로 섭외했습니다만, 안타깝게도 본 방송의 마지막 주인공이 되었습니다. 작년 9월부터 15개월 동안 방송된 <우리 동네 피터팬>은 12월로 막을 내리게 되었습니다. <우리 동네 피터팬>이 그동안 소외계층의 목소리를 대변하고 공영방송의 역할을 잘 수행했다고 자부합니다. 이번 시즌을 마무리하지만 정석희 위원님의 의견을 잘 받아들여서 다음 시즌 프로그램 제작에 반영할 수 있도록 노력하겠습니다.

이규정 위원장 : 편성, 보도, 보도제작, 시사교양 분과 의견을 들겠습니다. 이번에 새로운 프로그램이 시도된 것에 대해 위원님들이 의견을 많이 내셨더라고요, 먼저 오수원 위원님.

오수원 위원 : <공유의 집>에 대한 의견을 드리고자 합니다. 네 분 위원께서 의견을 주셨는데요, 공통된 부분이 상당히 있는 것 같습니다.

우선 10년 동안 방송에 출연하지 않았던 김준수 씨를 섭외한 제작진의 노고를 칭찬해 드리고 싶습니다. 김준수 씨의 팬들은 물론 그동안 그의 근황에 대하여 궁금해 하던 시청자에게 좋은 선물을 준 것 같습니다. 또한 요즘 트렌드인 공유경제를 화두 삼아 방송내용을 정한 것도 좋았습니다. 특히 진행 중에 출연자들로 하여금 중고 직거래 체험을 하게하고, 물품공유센터를 방문해서 물품을 빌려오게 하는 장면을 넣은 것은 공유경제의 개념을 시청자들에게 말이나 글이 아닌 실제 상황으로 보여 준 것으로써 매우 바람직하다고 생각합니다.

다만 한 가지 아쉬웠던 점이 있었는데요, 이 프로그램은 그 취지와 같이 모든 것이 입주민들의 공동소유가 되는 공유라이프를 체험하는 것이 아니라, 혼자 살던 연예인들이 같이 생활하는 공동생활라이프를 체험하는 것으로 느껴졌습니다. 당초의 프로그램 취지에 맞게 물품이 1인 소유가 아닌 공유일 때 어떤 장단점이 있는지 또는 어떤 예기치 못한 상황이 있을 수 있는지에 대하여 여러 가지 설정을 해서 프로그램을 제작했다면 더 좋았을 것이라는 아쉬움이 있습니다.

또한 연예인들이 각자 소유의 물건들을 공유의 집이라는 공간에 옮겨 놓았을 뿐, 이 물건들의 공유라는 상황설정을 통한 아무런 에피소드가 없습니다. 그럴 거면 물건들을 왜 옮겨 놓았는지 모르겠습니다. 정규방송으로 편성한다면 제목부터 고민해야 할 것으로 보이고, 만일 정규방송에서도 현재의 프로그램 취지와 제목을 유지한다면 그 내용도 '공유'라는 제목에 맞추어 변경되어야 할 것으로 생각합니다.

참고적으로 말씀드리자면, 본 방송은 애초에 '공유'라는 개념을 통해 발생하는 여러 에피소드를 보여주기 위해 제작된 것이지만, 의도치 않게 혼자 살던 연예인들이 함께 식사를 준비하고 공동생활을 하는 모습과 프로그램 도입부에 보여준 자신의 집에서 혼자 생활하는 모습을 대비시킴으로써 공동생활의 긍정적인 부분을 부각시켜 줬다고 생각합니다. 요즘 결혼시기가 늦춰지고 이혼율 증가와 함께 1인 가구 비중이 전체 가구 중 29.3%에 달해 580만 가구가 넘는다고 합니다. 그로 인해 여러 사회문제가 발생하고 며칠 전에는 정부에서도 1인 가구를 위한 종합패키지정책을 마련하겠다고 발표했습니다.

<나 혼자 산다>가 싱글 라이프의 여러 긍정적인 모습을 보여주었다면, 이 프로그램에서는 싱글 라이프에서는 충족될 수 없는 공동생활의 긍정적인 모습을 보여주었다고 생각합니다. 만약 기회가 된다면 늘어나는 1인 가구에 대비해서 공동생활과 대비되는 모습에 관한 프로그램을 제작해 보시면 어떨까 생각합니다. 이상입니다.

이규정 위원장 : 감사합니다. 이어서 홍성재 위원님.

홍성재 위원 : <공유의 집> 1,2화를 통해서 새로운 프로그램을 내는 방식에 대해 이야기하겠습니다. 먼저 <공유의 집>에 관해 리뷰를 하자면, 시사교양 프로그램에서 ‘공유경제’를 어떻게 풀어낼까, 예능의 방식으로 풀어낸 것 같다’고 생각해서 흥미를 가졌습니다. 그런데 ‘왜 이 방송을 하는 것일까?’, ‘파일럿 프로그램을 통해 얻고 싶은 것은 무엇일까?’, ‘공유경제를 어떻게 정의하고, 참여자들은 어떤 공유를 실행하는 것인가?’ 이런 의문이 들었습니다.

먼저, 칭찬하고 싶은 것은 MBC가 새로운 형식으로 파일럿 프로그램을 준비하는 것은 좋은 것 같습니다. 새로운 프로그램을 많이 밀어주고, 이러한 파일럿 프로그램을 내보내는 MBC의 사내문화가 정착되어 가는 것은 좋다고 생각합니다.

아쉬운 점은 생존율이 높아 보이지 않는데요, 좀 설익은 상태로 나오는 것 같아요. 밥을 한 80% 하다가 한번 내보자 이런 느낌이 듭니다. 예를 들면 <공유의 집>의 경우 오수원 위원님 말씀처럼 <나 혼자 산다>와 비슷한데요, 조금 다른 걸로 해보자, 공유경제로 키워드를 잡자, 그래서 쓱 내보고 금방 접는 느낌으로 진행하는 것 같습니다.

왜 그럴까 생각해 봤습니다. 공유경제라고 했을 때 1화에서는 거의 언급이 없었고 ‘이게 나와야 되는 거 아닐까’ 생각했는데, 2화 시작 지점에 공유경제를 잠깐 언급해 주시더라고요. 그런데 공유경제가 응용도 많이 되는 것 같습니다. 우버 같은 기업이나 에어비앤비도 사업성을 높이니까 전문가들이 이제 공유경제에서 좀 벗어났다고 하거든요. 의견이 분분하긴 한데 공유경제가 그래도 괜찮다고 생각하는 게, 상업경제를 대척점에 두고 자원의 낭비를 방지하면서 경제적 교환보다는 사회적 교환에 더욱 중점을 둔 것이 드러나야 공유경제라 할 수 있다는 정의가 있습니다. 그런 지점에서 중고마켓에서 물건도 팔고, 따릉이와 같은 서울시의 공유자산을 활용하는 등 시청자가 익숙한 소재들을 직접 경험하는 모습은 보기 좋았고, 잘 맞았던 것 같습니다.

그리고 함께 입주한 사람들이 스스로 규칙을 만들어가는 모습도 재미 있었습니다. <공유의 집> 규칙으로, ‘모든 지출은 N 분의 1’, ‘사용한 물건은 제자리’, ‘선택할 때는 다수결’, ‘하루에 최소 30분은 대화시간 가지기’ 등을 정했는데, 자세히 보면 공유경제라기 보다는 공동생활 규칙이거든요.

결정적으로는 멤버들이 같이 살 이유가 없어 보였습니다.(웃음) 뭔가 비용을 줄이고 싶은 니즈도 없고, 박명수 씨 경우에 집 좋잖아요. 집 좋는데 더 안 좋은 데 와서 살잖아요. 시아준수는 주인공이었는데 집이 엄청 좋은 럭셔리 라이프를 살다가, 같이 산 이유가 큰 테이블에

서 라면 먹는 걸 보여주면서 모든 걸 가졌지만 때론 쓸쓸하지, 그러니까 가끔 오는 쓸쓸함 때문에 같이 산다는 거예요. 이게 너무 표면적입니다. 그러니까 같이 살 이유가 없는 사람들이 모여 사는 느낌이 전해지는 거예요, 그런 생각이 많이 들었습니다.

전체적으로 볼 때 나쁘지 않았는데 시아준수 씨가 나오면서 실제로 이 방송이 홍보가 되는 건 김준수 씨의 럭셔리한 집이었어요. 시아준수의 집, 차... 공유경제와 느낌이 좀 반대로 간 게 아닐까. 그런 점이 좀 아쉬웠습니다.

개인적으로는 <같이 편딩>이 종료했잖아요. 후속 계획이 없는 것 같아 아쉬웠는데 좀 보완하고자 합니다. 연예인들이 <같이 편딩>을 진행하니까 아무래도 시간이나 동력이 떨어져서 1화 태극기 이후부터는 급속도로 콘텐츠 질이 떨어졌는데 그것은 당연하다고 봅니다. 원래 이런 편딩을 하고 싶은 사람들이 많고, 채널도 네이버의 해피빈은 그렇게 일반 사람들이 많이 참여할 수 있는 채널 자체가 아닙니다. 해피빈 편딩은 사회적 기업들이 들어와 있어서 편딩만 하는 데도 아니고, 수익을 남기지 않기 때문에 많은 인원이 하지도 못합니다. '와디즈'나 '텀블벅' 같은 곳이 활발하면서 특히 미디어 콘텐츠여서 연예인들과 같이 하기 좋거든요. 그런데 연예인들 역할은 어시스트하기 좋은데, 직접 진행하다 보니까 동력이 낮아지는 것 같아요. 그래서 실제로 CEO들이나 스타트업들이 하는 걸 연예인들이 도와주면 큰 반응이 있을 것 같고, 정비하면 좋겠다는 생각입니다. 이상입니다.

이규정 위원장 : 네 고맙습니다. 이어서 이상길 위원님.

이상길 위원 : <우리지금만담>이라는 프로그램을 1~2회에 걸쳐 코멘트 했습니다. 1~2회를 한꺼번에 하지 않고 나눈 이유는 첫 번째 인상에 좌우되지 않고 객관적으로 보기 위해서입니다. <우리지금만담> 1회에서는 상당히 많은 비평거리가 있어서 많이 비평을 했지만, 아무래도 일주일을 더 기다려야겠다는 생각이 들더라고요. 그래서 2회를 보니까 완전히 달라졌습니다. 그래서 1회는 비평, 2회는 칭찬의 개념으로 분리해서 의견을 냈습니다.

<우리지금만담>(12/6)은 하나의 키워드를 주제로, 오프라인과 온라인에서 다양한 에피소드와 설명으로 스토리를 이어가는 전 연령을 아우르는 프로그램입니다. 오프라인에서는 최양락과 황광희가 한조를 이루고 온라인에서는 1인 미디어 방송의 형태로 이말년과 주호민이 한조를 이루어, 요즘 젊은 세대가 사용하는 키워드의 의미가 무엇인지를 유머와 에피소드를 섞어가며 시청자에게 알려줍니다.

사실 본 방송은 시사교양으로 구분되지만 예능으로 구분해도 될 만큼

재미를 느끼게 해주며 시청자의 관심을 유도했습니다. 그런데 프로그램이 재미를 주면서도 지루함이 있었습니다. 왜냐하면 진행되는 동안 하나의 키워드만을 이용하여 온·오프라인에서 진행함으로써 이를 전개하는 다양한 내용에 흥미를 느끼는 것도 있지만, 이미 키워드를 알게 된 시청자 입장에서는 오랫동안 동일한 키워드로 진행되는 느낌을 주었습니다. 따라서 다음과 같은 의견을 개진하고자 합니다.

키워드 설명의 진행이 지금보다 빠르면 좋겠습니다. 오프라인에서 최양락과 황광희 조가 하나의 키워드를 주제로 동네 분들을 대상으로 오랫동안 진행한 후에, 다시 온라인에서 오랜 시간 진행해 시청자의 관심이 줄어들 것 같은 생각입니다. 젊은 세대도 함께 보는 방송으로 자리 잡으려면 진행속도가 빨라야 할 것 같습니다. 이를 보완하기 위해서 하나의 키워드만 주제로 삼지 말고 좀 더 다양한 키워드를 설명하면 좋을 것입니다. 젊은 세대들은 그들의 일상에서 이미 자주 사용하는 키워드를 설명하는 것이기 때문에, 키워드의 의미보다는 이를 이용하여 어떤 재미를 갖고 진행되는지에 더욱 관심이 많을 것입니다. 오프라인의 최양락과 황광희의 경우 동네어른들이 키워드를 모르는 사람들로 선입관을 갖고 시작하지만 바람직한 진행방법은 아닌 것 같습니다. 또한 동네사람들과의 대화과정에서 식상한 질문과 대답, 주제와는 관계없는 유머는 시청자를 지루하게 할 가능성이 높습니다.

온라인에서 이말년과 주호민의 진행은 무난하였다고 생각합니다. 이번 프로그램의 키워드인 ‘극혐’을 설명하면서 여러 예시장면들을 통해 적절한 재미를 주었고, 관련 있는 신조어로 ‘관크’를 설명해 주는 부분은 정보를 알고 싶어 하는 시청자들에게는 좋은 진행이었다고 생각합니다. ‘관크’는 공연 중 관람을 방해하는 모든 행위를 이르는 말입니다. 좀 귀에 거슬리는 부분은 오프라인 진행 중 동네 이장의 십승지에 대한 정보를 설명하려 하는데, 황광희가 갑자기 십승지를 비속어로 잘못 오해했다며 이를 욕으로 표현해 보이는 장면이 나옵니다. 이것은 시청자의 기분을 언짢게 하며 품격을 떨어뜨리는 행위로, 표현수위를 조절하며 프로그램을 진행하는 것이 좋을 것 같습니다.

<우리지금만담>은 온라인에 익숙하지 않은 사람들과 온라인에 익숙한 젊은 세대를 대상으로 좋은 주제를 선정해 시청자들이 잘 모르는 키워드의 의미를 설명해 줌으로써, 요즘 자주 사용되는 정보를 알게 하고 세대 간의 간극을 좁혀주는 좋은 프로그램으로 생각됩니다. 다만 온·오프라인 진행을 통해 특성이 다른 전 연령층을 대상으로 인기 프로그램으로 자리 잡기 위해서는 각 연령층의 관심이 무엇이며, 어떤 방법으로 진행할지를 심도 있게 생각해 보는 것이 중요합니다.

일주일 후에 또 다시 이런 우려를 예상하면서 2회를 시청했습니다. 2회 프로그램은 1회의 프로그램에서 부족하다고 생각했던 부분들이 상

당히 개선되었습니다. 1회 진행에서는 ‘극혐’이라는 주제어의 의미를 의도적으로 알리고자 어색하게 진행되는 부분이 많았는데, 2회 때는 ‘손절’이라는 주제어의 뜻을 알리는 방향이 자연스럽게 이와 관련한 에피소드와 유머에 있어서도 기대할 만한 정보나 화제를 시청자에게 자연스럽게 알려주며 진행했다고 생각합니다. 또한 초반에 해방촌에서 각본에는 없었을 것 같은 버스 안에서의 손님들과의 대화는 프로그램의 흥미를 유발하는 촉진제가 된 것 같습니다. 2회 진행은 시청자에게 알리고자 하는 주제어에만 몰두하지 않고, 주변상황에서 생각하지 못한 재미, 신선한 화제와 정보들이 많아 방송의 수준을 높이고 재미를 더해주었습니다. 계속해서 시청률이 높아지길 기대합니다.

이규정 위원장 : 감사합니다. 새로 런칭한 프로그램이어서 여러분들이 관심을 가지고 보셨는데요, 다음은 박성현 위원님.

박성현 위원 : 오늘 다루는 <우리지금만담>, <공유의 집>을 예능으로 생각하고 시청 후 홈페이지를 찾았더니 시사교양이었습니다.

많은 분들이 같이 공감하셨던 내용이어서 사실 새로운 것들만 덧붙여야 할 것 같은데요, <우리지금만담>부터 말씀드리면 2회는 보지 않고 1회만 시청했습니다. 1회를 상당히 재미있게 봤고 교양과 예능이 아주 적절하게 잘 조화를 이루었다고 생각합니다. 프로그램 소개는 이상길 위원님이 하셨으니까, 제가 중점적으로 본 부분은 시청자와의 소통, 다양한 국민들 의견을 듣고 이를 전한다는 점에서 굉장히 좋았습니다. 두 번째는 매회 다룰 키워드가 갖는 사회적 의미를 시청자들이 생각하게 합니다. 그리고 1회에서 온라인의 청년세대와 오프라인의 노년세대를 함께 포함함으로써 간접적으로 세대 간 소통효과를 기대하게 만든 것도 긍정적이었습니다. 오프라인 팀이나 온라인 팀이나, 제작진이 디테일한 부분을 생각했다고 봅니다.

가장 좋은 점수를 드린 부분은, ‘극혐’이라는 표현은 우리가 일상적으로 쓰고 있는데요, 특히 젊은 세대들에게는 입에 거의 붙어있는 표현으로 쓰이고 있습니다. 심지어 바퀴벌레도 ‘극혐’이고 모두 극혐인... ‘극혐’이라는 표현이 일상적으로 사용되고 사소한 것들도 쉽게 혐오의 대상으로 바뀌어 버리는 현 세대와, 그 속에 반영된 우리 사회의 인내심 부족이라는 부분이 드러나지 않았을까... 그것을 반추시킨 분들이 시골마을의 어르신들이었습니다. 특히 혐오의 대상을 떠올리지 못하는 시골마을의 두 어르신들이 MC의 요청에, ‘농사를 망치는 멧돼지’(노인 회장)와 매일 병원 다닐 때 타는 ‘교통비’를 싫은 대상으로 제시한 것이 대조를 이루면서 흥미와 성찰의 시간을 제공합니다.

첫 번째 노인 회장 분은 농사일을 망치니까 답답해서, 극혐의 대상을



멧돼지를 말씀하세요. 이 분들의 발언을 듣는 순간 뒤통수를 얻어맞은 기분이 들면서, 젊은 시청자들이 혹시 새롭게 느낀 부분이 있지 않을까 기대하게 됐습니다. 저도 잊고 있던 바쁘고 작은 것에서 쉽게 화를 내는 분노, 온 사회가 들끓는 분노하는 분위기, 그 안에서 여유롭게 굳이 혐오대상을 찾지 않고도 잘 살아가는 마음가짐을 새롭게 볼 수 있지 않았나 생각합니다.

또 하나는 주관적인 인상입니다만, 마을에서도 존경받고 많이 아는 어르신이었는데, 혐오대상에 대해 MC들이 물어볼 때 ‘뭐 혐오를 하느냐, 그냥 관세음보살하면서 넘겨야지’ 하고 좋은 말씀을 하셨는데요, MC들의 아재개그에는 굉장히 화를 내시는 거예요. 너무 놀라서 자막을 보니까 제작진과 MC도 놀란 것 같은데 황당했습니다. 도대체 저분이 왜 저렇게 화를 내시는지. ‘인천 앞바다’ 반대말이 뭐냐고 하니까 ‘인천 엄마다’ 였나요? 물론 웃기는 농담도 아니라고 생각합니다만 이분의 반응을 보며 느낀 것은 뭔가 언행불일치한 점이 있지 않았나, 여러 가지 생각을 할 수 있었습니다.

2회에서 온라인 ‘손절’ 사연을 모으기 위해 <굿모닝FM 장성규입니다>와 협업을 이루어낸 것을 보고 훌륭한 전략을 썼다고 생각했습니다. 2회는 이상길 위원님 말씀대로 오늘 밤에 열심히 시청하겠습니다. 더욱 기대가 되고요, 1회에서 라이브 포토는 정말 재미있었습니다. 어떻게 이렇게 신선한 아이디어를 냈는지 숨은그림찾기처럼 정지된 컷상에서 본 극혐 부분이 아니라, 그 이면의 새로운 것을 보여줬는데 상당히 재미있었고 라이브포토 아이디어를 칭찬해드리고 싶습니다.

<공유의 집>은 열심히 보았지만 지루했습니다. 물론 앞에서 말씀하셨듯이 공유경제 개념에 대해 생각해 보도록 하고, 일상생활에서 실험한 것은 고무적이었다고 봅니다. 앞에서도 말씀하신 것처럼 물품공유센터의 존재를 알려주고 중고장터에서 물건 사는 모습을 보여주는 부분들은 <공유의 집>이라는 프로그램에 적절하게 맞았다고 생각하지만 도대체 왜 이 사람들이 모였는지 의문입니다. 홈페이지를 보니까 김준수 씨의 팬들이 굉장히 많은 답을 했구나, 이 방송이 정규편성이 되면 기본적인 팬들이 있지 않을까 하는 기대가 됩니다. 그러나 그 외 다른 출연진들은 얼마만큼 다른 요소로 시청률을 잡을 수 있겠는가... 젊은 여성 출연자 찬미 씨가 어릴 때부터 환경적으로 공유경제 분위기를 경험하면서 자란 분이라 가장 돋보였습니다. <나 혼자 산다> 기존 멤버들이 연말을 비롯해서 자주 모였잖아요. 그런 부분을 비판적으로 평한 적도 있었는데 <공유의 집>에서 그것을 다시 본 느낌입니다. <나 혼자 산다> 멤버들이 1박 2일 모여서 노는 느낌, 뭐가 다른지 모르겠다는 정도의 어색함이 있었습니다. 그리고 김준수 씨의 좋은 집이 나오는 것은 왜 그렇게 길게 보여주는지... 팬들을 위해서

보여주는 것처럼 느껴졌습니다. 오히려 찬미 씨 집을 볼 때 편안했어  
요.

그리고 이 분들이 모여서 뭐하는지 잘 모르겠습니다. 공유센터에서  
빌리는 물건 중 솜사탕 기계였나요? 대여가격이 비싼데 바로 빌리죠,  
과연 공유경제 할 정도 형편인 사람들이 3만 5천 원의 물건을 빌릴  
까? 꼭 필요한 게 아니거든요. 공유경제 할 정도면 생활비가 풍족한  
부유한 사람이 아닙니다. 부유한 집에 살고 있는 사람들이 굳이 모여  
서 심심풀이 공유경험을 해보자, 이런 차원이라면 이해하는데 사실  
좀 이해가 안 되는 요소들이 있었습니다.

좋았던 점은 제작진이 예쁘게 신경을 많이 썼구나. 젊은 여성 시청자  
들이 많았던 것 같은데, 색감도 좋고 자막이 무지개처럼 예쁘고 은은  
해서 자막 보는 재미로 봤거든요. 또 자막 폰트를 계속 바꿔요. 만화  
적인 효과의 느낌도 있고, <어쩌다 발견한 하루> 여자 주인공 침대  
방을 보는 그런 분위기였습니다. 어떤 시청자들은 눈에 안 들어올 수  
도 있겠지만 특정 시청자에게는 다가갈 수 있었습니다. 이 프로그램  
이 정규방송이 된다면 연예인들의 1회적인 만남을 통한 공유생활의  
한계를 느끼지 않도록, 어떻게 공유경제실험이라는 취지에 걸맞게 내  
용적 확장을 이뤄낼 수 있을지, 단지 한 특정 연예인의 팬덤에 의존  
하는 것이 아니라 다양한 층의 시청자를 견인하기 위해 어떤 방법을  
추가할지 고민이 필요해 보입니다.

<놀면 뭐하니?>는 재미있고 보고 있습니다. 릴레이카메라와 유재석  
씨가 드림을 칠 때도 봤는데요, 유산슬 캐릭터를 만들면서 나온 ‘뽕포  
유’에서 트로트를 새롭게 구현하는 부분에서, 열심히 시청하게 되는  
강력한 동력이 무엇일까 생각해봤습니다. 놀랍게 유기적이고 전체적인  
완결구조를 보여주고 있어요. 이렇게 완결성 있는 구성이 또 있을까,  
감탄을 했고 매회 재미와 감동을 끌어내는 아이디어가 돋보였다고 생  
각합니다. 김태호 PD님이 천재라고(웃음) 생각했고 계속 잘 나가기  
를 바랍니다.

다만 18회 끝부분에서 라면가게의 유산슬 씨 모습을 이미 예고로 보  
여주어 19회에서 기대를 하게 만들었고, 20회에서 보여줄 때도 지난  
예고를 통해 이미 그가 시민들을 위해 라면을 끓일 것을 시청자들은  
알고 있기 때문에, 긴장감이 떨어졌습니다. 할머니가 전화를 받고 나  
가시고 유산슬이 이에 대해 의아해 하는 반응을 보인 것은 전혀 자연  
스럽지 않았습니다. 이것만 제외하면 굉장히 좋았다고 생각합니다.

이규정 위원장 : 여러 프로그램에 대한 의견 감사합니다. 윤여진 위원님.

윤여진 위원 : <통일전망대>는 2001년 1월 20일 첫 방송 이후 19년 동안 방송된 장

수 프로그램입니다. 이 방송을 시청하게 된 것은 최근 남북관계개선을 위해서 미디어의 역할과 관련된 이야기 중 독일, 스위스, 오스트리아가 국가 시스템이 다름에도 불구하고 함께 독일어 플랫폼을 운영한다는 이야기를 듣고, 한국 플랫폼 이런 것이 있으면 남북관계 개선에서 미디어가 훌륭한 역할을 하지 않겠나 하는 아이디어를 낸 것을 봤습니다. 이에 따라 MBC는 <통일전망대>를 어떻게 만드는지 궁금했습니다.

SBS <페이스北>은 한국 방송에서 활동하고 있는 외국인 방송인들이 북한의 평양과 금강산을 관람한 여행기를 방송했습니다. 재미있었던 것이, 외국인이지만 한국말을 쓰는 사람들이 북한주민과 대화하고 여행하는 모습이 신선했고 느낌이 달랐습니다. 시청하면서 <통일전망대>에 관한 궁금증이 들었습니다. 19년 된 오래된 프로그램으로 북한과 관련된 정보를 공유하는 방송을 만들기 얼마나 어려운지에 대해 짐작할 수 있었습니다. 그래도 어떻게 하면 남북관계를 개선하는데 도움이 되는 프로그램이 될까, 이런 고민을 시작할 때가 아닌가 생각해 봅니다.

<통일전망대>(884회)에서 백두산 대학, 북한의 미세먼지, 미국발 대륙간 탄도미사일, 미사일 보도, 북한이탈주민의 김장나누기 행사 등의 소식을 전했습니다. 예상대로 조선중앙방송의 내용을 기반으로 우리가 정리해서 보여주는 수준이고, 북핵문제는 뉴스나 시사 프로그램보다 내용의 깊이가 더 있어보이진 않았습다. 그 중 가장 많은 부분을 차지한 것은 북한이탈주민의 김장김치 담그기 행사였어요. 그런데 마치 불우이웃돕기 행사처럼 보여서 정말 아쉬웠습니다. 북한이탈주민을 불우이웃처럼 보이도록 촬영하는 것은 문제라고 봅니다.

그 이후에 북한에 어떤 김치가 있는지 정보를 알려주는 내용을 소개했는데, 그런 어려움과 한계를 다 알면서도 사람냄새를 맡지 못하겠는 거예요. 보도자료를 중심으로 하고, 지금 같이 살고 있는 북한이탈주민과 관련된 내용도 보도자료 같은 정보만 줍니다. 2001년도에 비해서 북한이탈주민도 많이 살고 있고, 그들이 실시간으로 북한과 소통하며 남북관계가 핫한 이슈가 되기도 했습니다. 정치, 경제, 문화 여러 가지 이슈들도 있지만, 결국은 소통할 수 있고 서로 알 수 있는 프로그램을 어떻게 만들지 고민해야 할 시점이 아닌가, 예전을 답습하지 않고 새로운 기획과 목표가 필요할 때가 아닌가 생각했습니다.

한계가 있다는 건 잘 알아요, 지금 종편 토크 프로그램의 폐해도 분명히 있고 그 폐해가 증폭되면서 그들의 이야기를 검증하면서 나눌 수 있는 게 뭐가 있을까 하는 고민을 해봤습니다. 그것을 찾다가 <통일전망대>를 웨이브에서 봤는데, MBC온에어에서는 최근 것이 업데이트가 안 되어 있었어요. 하지만 다른 프로그램은 업데이트가 되어

있었습니다. 이제는 사람들이 웨이브를 많이 보거든요. 많은 분들이 국내 콘텐츠, 특히 지상파는 웨이브를 통해서 봐야겠다는 생각을 하는데요, 이게 좀 이중적입니다. MBC온에어 플랫폼하고 웨이브하고... 두 개가 이중적으로 운영되는 것은 어떻게 해결해야 할 문제인지 궁금했습니다. 시청자이 MBC온에어로 들어가서 보진 않을 것 같거든요.

그런 생각을 하며 MBC온에어를 보다 깜짝 놀라서 다시 한번 확인했는데요, 온에어 실시간 연예이슈에 TV조선 드라마 관련된 기사가 나왔습니다. TV조선에서 방영되는 <간택>을 홍보하는 기사가 MBC온에어 실시간 연예이슈에 있었는데요, MBC연예뉴스에서 TV조선 드라마 홍보 기사를 보는 건 아니지 않나 라는 생각이 들었습니다.

이번 시사교양 <PD수첩>에 핫한 이슈들이 많았죠. 그것에 대한 비판도 있었고 비판에 대한 해명도 있었는데 최근 '피의사실공포와 언론의 역할'이라는 주제로 토론하면서 MBC는 이 문제해결을 위해, 출입처를 폐지하는 것, 출입처와 관련된 출입처제도를 폐지하는 것에 대해 어떤 입장인지 궁금해졌습니다. 누군가 먼저 시작해야 할텐데 KBS가 시작하든 연합뉴스가 시작하든 쉬운 일이 아니라고 봅니다. MBC는 어떤 입장인지, 그런 계획을 갖고 있는지 궁금합니다.

이규정 위원장 : 네, 감사합니다. 본부장님 답변 듣겠습니다. 이근행 본부장님부터 시작하시죠.

이근행 시사교양본부장 : 프로그램별로 답변 드리겠습니다. 시사교양본부에서는 지난 12월에 <비밀남독회-밝히는 작자들>(이하 '밝히는 작자들'), <공유의 집>, <우리지금만담> 등 세 편의 파일럿을 방송했습니다. 아직 정규화된 것은 아니고 3개 다 파일럿입니다. 시사교양 프로그램이 탐사교발의 논픽션이라서 이번에 프로그램 개발은 좀 더 다양한 확장을 해보자는 방향에서 진행했는데요, 전반적인 성과나 반응은 미흡했다고 판단하고, 위원님들이 보내주신 평가와 지적들도 공유하고 있습니다. 대부분 인정하는데요, 문제점들이 사전에 점검되거나 예방되지 않고 제작되어 결국 크게 성공하지 못한 데에는 저희의 역량문제도 있습니다. 프로그램이 갖고 있는 가능성이 있으면 추가적인 개발을 해서 진행하거나, 신속하게 새로운 시도와 실험을 해보려고 생각하고 있습니다.

<우리지금만담>은 두 위원님께서 말씀해 주셨습니다. 우리사회에 극단적이고 다양한, 이해할 수 없는 비합리적인 사회현상도 많고 그런 것들을 키워드 중심으로 보겠다는 것인데요, 이상길 위원님과 박성현 위원님이 상반된 평가를 내려주셨는데 이상길 위원님 평가에 동의하

고 있습니다.

젊은 사람들에게 익숙한 ‘극혐’이 갖는 사회적인 병폐를 프로그램화해서 사회적인 건강함을 구현해보자고 했지만, ‘의도가 좋다고 해서 프로그램이 성공하는 것은 아니다’ 라는 것을 보여줬다고 생각합니다. 하나의 키워드로 프로그램을 이끌고 나가는 것도 무리였고 지루함도 있었습니다. 이 점은 시사과정에서도 지적되었고 기획단계에서도 우려가 있었습니다. 파일럿을 제작할 때 다양한 우려는 상식적인 것임에도 불구하고 새로움을 추구한다든지, 독창성에 대한 제작진의 생각이 좀 달랐던 것 같습니다. 시행착오일수도 있고요, 이런 경험을 타산지석 삼아서 다른 작업을 할 때 다양한 의견을 수용하도록 할 생각입니다. ‘온라인, 오프라인의 다양한 세대를 아우른다’고 목표를 크게 잡은 것도 실패요인 중 하나인 것 같습니다. 지적해주신 부분들은 반성하는 자료가 충분히 된다고 보고 있습니다. 다만 시사교양 프로그램이 변화하는 시대의 문제, 젊은 감수성들을 TV라는 전통매체에 적극 담아내려 했다는 점을 평가해 주셨으면 합니다.

가치 있고 의미도 있으면서, 시청률도 높고 재미있는 프로그램을 만들고자 합니다. 프로그램들 간의 장르라는 경계가 무의미하지 않습니다. 그런 의미에서 새로운 프로그램을 제작할 때는 기존 프로그램과 차별화하고, 교양적인 주제 의식을 갖더라도 예능적인 방법론을 끊임없이 시도하는데 그런 과정에서 여러 실패를 경험하는 거죠. 제작과정에서 역량의 문제나 제작환경 문제에 봉착하기도 하는데요, 이번에도 그런 문제와 제작비, 다양한 출연자를 캐스팅하는 과정, 구성적으로 만들어내는 과정에서의 한계가 있어서 차기 파일럿을 제작할 때 그런 부분을 유념하고자 합니다.

<공유의 집>에서 출연진들이 왜 모였냐고 말씀하셨잖아요. ‘공유’가 새로운 세대들에게 하나의 사회적인 의미이기도 하고 라이프 스타일의 변화에서 나타날 수 있는 유의미한 콘셉트입니다. 그런데 <우리지금만담>과 마찬가지로 그것과 프로그램을 만드는 건 또 다른 문제인 것 같아요. 교양 프로그램이 예능적인 방식으로 1박2일 사람들을 모아서 애초 추구했던 주제 의식, 재미, 다양한 만들새를 구현하는데 한계가 있는거죠. 다양한 예능인들을 불러서 교양적인 주제의 프로그램을 만들려고 하면 더 많은 시간이 필요한 것 같습니다. 또 다른 측면에서 예능은 그 순간 즐거움의 영역에 머물러도 프로그램으로서 지적을 당하지 않는데요, 교양은 왜 했는가 하는 가치의 문제, 돈과 시간의 문제가 있고 방송자원을 끌어오는데 많은 한계를 갖고 있습니다. ‘공유’라고 하는 새로운 트렌드를, 사람들이 모여 구체적인 에피소드를 통해서 구현해서 공감하게 하고 가치를 느끼게 해서 확산하는데 부족했습니다. 지적해주신 의견들에 공감합니다. 그럼에도 불구하고

<공유의 집>은 프로그램 안에 주제의식이 있어 이 부분을 개발해서 새로운 프로그램으로, 발상에서부터 만듦새를 바꿔 보면 잠재성이 더 있는 것 아닌가 하는 의견이 내부에서 많았습니다.

<밝히는 작자들>은 프로그램이 뭔지 잘 알 수 있는 방송이었고 의미도 있었다고 생각합니다. 또한 다양한 삶의 이야기들, 타 방송사에서 하지 않은 것을 시도했다는 측면에서 차별화됩니다. 그런데 안타깝게도 시청률이나 반응이 기대에 못미쳐 당황스러운데요, 오늘 시간을 변경해서 후속편을 방송하는데 역시 크게 반응이 없거나 화제가 안 될까봐 걱정입니다. 좋은 프로그램을 만든다는 강박에 갇혀서 치열한 콘텐츠 경쟁에서 벗어나 있는 것 아닌가 하는 고민과 걱정이 있지만, 그래도 교양으로 진행하고자 합니다. <밝히는 작자들>은 적당한 시간대에 방송되면 충분히 TV가 기본적으로 해야 할 역할 중 하나를 수행하는 좋은 프로그램이 될 수 있다고 생각합니다. <공유의 집>, <밝히는 작자들>은 내부평가, 유관편성 등 평가 검토를 통해서 당장의 반응이 목표 수준에 이르지 못하더라도 프로그램이 지향하는 가치나 잠재적 가능성에 대한 평가를 통해 발전시키고 정규화 할 수 있는 여지가 있으면 노력하려고 합니다. 감사합니다.

박성현 위원 : 정규편성 결정은 어떻게 되나요?

이근행 시사교양본부장 : 오늘까지 방송하고 나서 최종 평가들은 다음 주 즈음 진행될 것 같습니다.

이규정 위원장 : 이근행 본부장님이 고민이 많으신 것 같습니다. 다음 박성제 보도국장님.

박성제 보도국장 : 정석희 위원님께서 강다솜 앵커가 소녀상을 놓고 방송한 것에 대해 칭찬해주셔서 감사합니다. 평소 본인이 책상에 올려놓고 있던 것이라고 합니다. PD나 제작진과 논의가 없었지만 마지막에 진행PD와 상의해서 진행했다고 하는데 좋은 반응을 얻어서 기분이 좋습니다.

윤여진 위원님께서 <통일전망대> 프로그램에 대해 여러 지적을 해주셨습니다. <통일전망대> 측 답변을 받았는데요, 먼저 남북한 정부의 공식적인 정보 외에 북한사람들의 생생한 삶의 모습을 보여주기 바란다는 말씀에 깊이 공감하고 있습니다. <통일전망대>는 ‘북한은 지금’, ‘북한이 궁금해’ 등의 코너에서 북한의 최신 정보를 다루고 있습니다. 앞으로 관련 정보를 좀 더 다양하고 생생하게, 현장감 있게 전달하도록 노력하겠습니다. 위원님께서 예로 드신 SBS <페이스北>은 말씀하신대로 국내에서 활동하는 외국인들이 북한의 평양과 금강산을 관광

한 여행기를 소개해서 남북한 거리를 좁히고 북한에 대한 시청자들의 궁금증을 해소하는데 기여한 것 같습니다. <통일전망대>도 ‘북한은 지금’ 코너를 통해 국내에 거주하는 네덜란드 청년의 북한여행기를 1월 2주에 걸쳐 방송한 바 있습니다. 중국 단둥을 거쳐 신의주로 들어가 평양과 개성, 사리원, 판문점을 여행하는 5박 6일간의 여행일정을 생생하게 담았고, 그 과정에서 만난 주민들과의 자연스러운 대화도 소개한 바 있습니다. <통일전망대>는 앞으로도 좀 더 다양한 방식을 통해 북한의 실상을 취재해서 전달하도록 노력하겠습니다.

‘생생 통일 현장’ 코너에서 다룬 김장김치 담그기가 홍보처럼 보였고 북한이탈주민을 불우이웃처럼 보인 것은 좋지 않다고 평가해 주신 것에 대해 말씀드립니다. <통일전망대>는 북한이탈주민들이 국내에 잘 정착해서 평범한 우리 이웃으로 살아가도록 지원하고, 사회편견과 오해를 불식하는데 이바지할 수 있는 아이템을 발굴하고자 합니다. 위 원님께서 주신 평가를 겸허히 수용하고 앞으로 제작과정에 반영할 수 있도록 노력하겠습니다.

‘전망대 포커스’ 코너의 북핵문제는 뉴스나 시사 프로그램을 통해서도 알 수 있는 내용이었고 깊이 있게 다루어지지 않았다는 말씀에 대해서는, 앞으로 심층분석을 통해 중복을 최대한 피하도록 하겠다는 말씀을 드립니다. 최근 연말을 앞두고 북핵 관련 속보가 계속 나오면서 매일 보도되는 데일리 뉴스와 다소 겹치는 내용들이 있을 수 있습니다. 좀 더 심도 있는 분석을 담아내도록 노력하겠습니다.

참고로 ‘전망대 포커스’는 그동안의 중국 내 탈북여성 인권유린 실태(5/25), 탈북 모자의 비극(8/17), 북한의 세계문화유산(7/13) 같은 차별화된 주제를 심층적으로 다룬 적이 있습니다. ‘북한은 지금’에서는 데일리 뉴스에서는 공개된 적 없는 유진벨 재단의 최근 북한영상을 통해 북한의 심각한 다제내성 결핵 실태(10/25)도 보도한 바 있습니다. 향후에도 정확한 북한관련 정보전달과 한반도 평화에 기여하는 내용을 프로그램에 반영해 나가도록 하겠습니다.

그리고 추가로 질문해주신 ‘출입처 폐지’에 관한 입장은 최근에 여러 차례 받는 질문이기 때문에 다시 한 번 말씀드리겠습니다. KBS와 일부 언론들이 출입처 폐지에 대해 논의를 진행 중인 것으로 알고 있습니다. 그런데 저는 조금 입장이 다릅니다. 이 사안은 국장이나 간부들이 결심을 하고 진행해나가야 하는 문제로, 해당기자들과 논의해서 하는 것입니다. 출입처 폐지라는 이슈가 떠오른 이유는, 최근 조국 및 여러 가지 검찰수사 관련 보도에서 법조출입기자들의 무분별한 받아쓰기가 문제가 되면서 지적되었습니다. 언론학자들이나 언론개혁문제에 관심이 많은 분들이 지적하셨고 큰 이슈가 된 면이 있습니다.

MBC에서도 다양한 논의를 진행하고 있는데요, MBC가 최근에 상대적

으로 좋은 평가를 받는 이유는 출입처 받아쓰기를 하지 않았기 때문  
입니다. 따라서 출입처를 폐지하지 않고서도 출입처 받아쓰기를 하지  
않겠다는 굳은 결심이 있고 다양한 법조기사를 쓰겠다는 기자들의 노  
력이 있으면, 출입처에 나가느냐 안 나가느냐 이런 것은 중요한 문제  
가 아니라고 생각합니다. 특히 이렇게 벽이 높고 한 번 들어가면 이  
너서클 형태로 운영되어서 전달되는 정보에 대해 무비판적으로 기사  
를 쓸 수밖에 없는 출입처가 몇 군데 있습니다. 검찰, 청와대, 외교  
부, 국정원, 국방부 이런 곳인데요, 보도 자료나 취재원에게 주는 팩  
트 검증이 쉽지 않습니다. 그런데 비판적인 시각을 갖고 출입처에서  
나오는 정보를 몇 번씩 확인하고 반론을 찾아낼 것인가는 기자의 역  
량과 자세의 문제이지, 출입처에서 나와 버린다면 오히려 기자가 핵  
심정보에 소외되면서 부작용이 더 크지 않을까 하는 우려가 있습니  
다.

대신에 출입처의 벽을 좀 허물어서 검찰기자가 검찰에만 나가지 말고  
법원이나 법조관련 변호사단체 등을 폭넓게 취재해서 어떤 사안에 대  
해 검찰의 시각만 대변하지 않으면서 다양한 시각과 반론을 갖는 방  
식으로 노력하는 것이 오히려 출입처의 굴레에서 해방되는 것이 아닌  
가 생각합니다. 후배들과 그러한 방향으로 논의하고 있지만, KBS가  
어떻게 변화하는지도 예의주시하고 있어서 그 부분은 유연하게 대처  
하겠습니다.

이규정 위원장 : 네, 윤미현 국장님. 조치사항 말씀해주시죠.

윤미현 시청자심의국장 : 박성현 위원님께서 <우리지금만담>과 <공유의 집> 관련 의  
견을 주셨습니다. 홈페이지 시청자의견을 보다가 다음 것을 보려면  
되돌아가야 하는 불편함이 있다고 말씀하셨는데요, iMBC가 신규 홈페  
이지를 제작하면서 놓친 부분이라고 합니다. 지금 이 문제는 수정되  
었습니다. 홈페이지 문제는 박성현 위원님께서 여러 차례 지적해주신  
부분인데요, iMBC에서 “다음 개편 때는 이 문제를 놓치지 않도록 하  
겠다”고 답변 보내왔습니다.

윤여진 위원님께서 다시보기 관련, 웨이브 플랫폼이 생기면서 MBC온  
에어 다시보기가 올라올 때 영상이 늦게 올라오는 것이 아니냐는 말  
씀을 하셨습니다. iMBC의 답변에 따르면 홈페이지 다시보기 업로드는  
평균 15분~30분 정도 소요되고 웨이브와 상관없이 올라오고 있다고  
합니다. 윤여진 위원님이 언급하신 <통일전망대> 12월 14일 방송분도  
다시보기로 등록되어 있다고 합니다.

과거에는 방송 후 업로드까지 1~2시간이 소요됐지만 지속적으로 업로  
드 시간을 단축시키고 있습니다. 과거에는 테이프를 방송했기 때문에



방송이 끝나고 나면 그때부터 파일로 컨버팅을 시작했고 2시간 정도 소요되었다고 합니다. 지금은 테이프리스 시스템이 구축되어 방송이 끝나면 바로 업로드가 가능해졌습니다. 다만 tvN이나 jtbc 경우는 방송 2시간 전에 프로그램 파일이 미리 입고되기 때문에 업로드도 방송이 끝나자마자 바로 되는데, MBC는 드라마가 입고 시간이 그렇게 안되고 있습니다. MBC는 방송 종료 후부터 작업을 시작하기 때문에 타사보다는 업로드가 늦게 되는 면이 있다고 합니다. 앞으로 편성에서 입고시간을 당길 예정이고, jtbc나 tvN처럼 빠르게 업로드 될 예정이라고 합니다.

윤여진 위원님께서 왜 MBC홈페이지에 TV조선 드라마 기사를 실어서 홍보하느냐고 지적해 주셨습니다. iMBC 홈페이지 '실시간 연예이슈'의 타사홍보는 문제가 있다고 말씀하셨습니다. iMBC 연예뉴스는 MBC프로그램뿐만 아니라 연예계 전반에 대해 취재하여 기사를 작성하고 있다고 합니다. 작성된 기사는 포털과 MBC홈페이지에 함께 송고되고 있습니다. 포털에서는 MBC프로그램뿐만 아니라 일반 연예뉴스를 모두 보여주고 있습니다만, MBC홈페이지에서는 정책적으로 타방송사 기사를 노출하고 있지 않다고 합니다. 이번에 타사 기사가 iMBC 홈페이지에 노출된 것은 운영상의 오류 때문이라고 합니다. MBC홈페이지에서는 외부업체에서 개발한 위젯을 사용해서 기사를 노출하고 있는데요, 최근 위젯 업데이트를 하면서 설정 값 하나가 빠져서 이 오류로 인해 타사 기사가 노출되었다고 합니다. 이 오류는 지금 수정되었습니다. 현재 iMBC홈페이지에서 타사 홍보성 기사는 보이지 않습니다. 앞으로도 이러한 사태가 발생하지 않도록 철저히 관리하겠다고 iMBC에서 답변 보내왔습니다.

다음은 <복면가왕>에 대해 말씀드리겠습니다. <복면가왕>이 전 세계에 방송되고 있는데 그 인기가 어느 정도인지 궁금하다는 시청자위원님들이 많았습니다. 콘텐츠사업국에 문의해서 받은 수출현황 정보입니다.

<복면가왕>은 현재 40여 개국에 포맷이 수출되었습니다. 방송되었거나 방송 일정이 확실히 결정된 나라는 12개 국가이고 미국, 독일, 영국, 호주, 멕시코, 네덜란드, 불가리아, 중국, 태국, 인도네시아, 베트남입니다. 그 중에서 영국은 내년 1월에 방송될 예정이라고 합니다. 아직 방송 일정이 확정되지는 않았지만 제작을 확정된 나라는 스페인, 그리스, 폴란드, 핀란드, 크로아티아, 체코 등 약10개국입니다.

미국은 시즌1이 방송되었고, 9월부터 시즌2가 방송되고 있습니다. 그리고 내년 2월 2일부터는 시즌3가 방송될 예정이라고 합니다. 미국에서는 FOX사가 <복면가왕>을 만들고 있는데요, 시즌1은 약10개의 에피소드가 방송되었습니다. 첫 방송의 1849시청률, 우리로 말하면

2040시청률이 3%였습니다. 저희도 2049시청률이 3%가 넘으면 잘나왔다고 하지 않습니까? 동시간대시청률을 비교해보면 FOX사의 시청률이 어느 정도인지 가늠할 수 있을 것 같습니다. FOX의 1849시청률이 3%였는데 동시간대 방송된 CBS프로그램은 1849시청률이 0.8%, FOX가 3.7배의 시청률을 올린 것입니다. NBC, ABC는 0.6%였는데요, FOX가 약 5배의 시청률을 올린 것입니다. 그리고 시즌1의 마지막 에피소드는 1849시청률이 3.6%로 최고의 시청률을 기록했고, 시청자수는 약1,100만 명이었다고 합니다. 놀라운 수치입니다.

독일의 경우를 말씀드리겠습니다. 독일은 에피소드 6개가 방송되었는데요, 최종회 시청점유율이 38.5%였다고 합니다. 프로지벤(Pro Sieben)채널 방송 이래로 예능 역사상 최고의 시청률이었다고 합니다. 독일도 시즌2를 확정 지었습니다.

다음은 프랑스입니다. 프랑스도 역시 시청률이 압도적입니다. 프랑스판 첫 회 시청점유율이 32.5%였습니다. 2위는 시청점유율이 12.2%였습니다. 2위와의 격차가 약 3배였다고 합니다.

<복면가왕>이 왜 이렇게 세계적으로 인기를 끌고 있는가 분석한 글이 있는데요, 첫 번째, 복면속의 인물이 누구인가에 대한 궁금증으로 추리를 하는 재미가 있고, 또 하나는 폭력성이나 선정성이 없는 건강한 콘텐츠로 온가족이 함께 볼 수 있기 때문에 세계적으로 인기를 얻고 있다고 합니다. 세계방송시장에서 MBC가 과거에 <대장금>을 만든 회사로 알려졌다면, 지금은 <복면가왕>, The Masked Singer를 만든 회사로 알려져 있다고 합니다. 2020년에는 <복면가왕>이 어떤 진기록을 기록할지 기대됩니다.

다음으로 시청자민원을 알려드리겠습니다. 11월달에는 주요 시청자민원이 5개가 들어왔습니다. 뉴스는 민원인이 원하는 대로 기사삭제를 하거나 수정했습니다. <전지적 참견 시점>도 본인을 노출하지 말아달라는 요청이 있어 민원부분을 편집해서 방송했습니다. 다만 <실화탐사대>는 출연자가 자신의 의도와 다르게 방송되었다며 이의를 제기했는데, 출연자와 제작진 사이에 의견차이가 커서 민원을 해결하지 못하였습니다. 민원인은 이 사안을 다시 시청자주권위원회에 접수하였고, 다음 달에 시청자주권위원회가 개최될 예정입니다.

김수정 위원 : 민원들을 보면 해당 기사에 문제가 있다고 전달이 되면 즉시 삭제하고 계신 거네요?

윤미현 시청자심의국장 : 그렇죠. 그런데 삭제할 것인지 그대로 둘 것인지 그 판단은 시청자부가 하는 것이 아니라, 제작진이나 보도국의 담당데스크가 합니다. 개인이 초상권 문제를 제기하는 경우에는 데스크나 제작진이

판단하여 삭제조치를 하게 됩니다. 하지만 민원인이 이의를 제기해도 뉴스 벨류가 있고 공적인 사안이라고 데스크가 판단을 하면 삭제하지 않고 뉴스를 그대로 둡니다.

박성현 위원 : <킬빌>은 누가 답변을 해주시나요?

윤미현 시청자심의국장 : <킬빌> 답변 드리겠습니다. <킬빌>은 원래 에피소드가 10개인데 최종회가 방송되지 않았습니다. 제작한 회사에서 여러 문제가 있어서 최종회 제작이 안 되었기 때문에 프로그램이 종영되지 않았습니다. 그래서 <킬빌>은 여전히 방영페이지에 있는 것 같습니다. 마지막 회를 할 것인가는 시사교양 본부장님이 대답해 주셔야 할 것 같습니다.

이근형 시사교양본부장 : 외주제작사에서 MBC에 편성을 요청해서 MBC는 방영을 한 것인데 계약상 미국에서 마지막 빌보드 오디션까지 해서 DJ칼리드라는 프로듀서가 음원도 주기로 했는데 계약이 이행이 안 되었습니다. 사실 프로그램이 후반부터 문제가 생겨 지금도 홀드되어 있고 법적인 조치까지 진행되고 있습니다. 한 회 정도 남았는데요, 제대로 될지는 판단을 못하고 법적인 조치에 들어갔습니다.

김수정 위원 : <탐나는 TV>를 다시보기에서 무료로 볼 수 있게 할 수 있을지 검토를 부탁드립니다. 말씀 드리고요, <공부가 머니?>도 최근에 국내산 인공지능 한돌과 이세돌의 바둑대전 이슈가 있었던 만큼 미래교육법에 대한 것을 다루는 프로그램을 기획해보는 것이 어떨까 제안 드립니다. 달라지는 교육법이라고 할까요, 단순히 대학입학문제가 아니라 실제로 달라지는 미래사회에 필요한 인물로 어떻게 교육을 할 것인가에 대한 고민도 있어서 그런 부분을 부탁드립니다.

박성현 위원 : 홍성재 위원님 발표하실 때 <공유의 집> 규칙 적어주신 부분 있지 않습니까. 그 중 1번이 '모든 지출은 N분의 1로 한다', 이게 그 때 공유 물건을 손상시켰을 때만 적용되는 규칙이었던 것으로 기억하는데 제가 잘못 기억하고 있나요? 생활 속 모든 지출에서가 아니라... 그 다음에 보다 보니까 이런 지출이 회의를 통해 정해지는 것도 흥미로웠다 하면서, 모든 지출은 공평하게 나눈다는 것도 변화가 필요해 보였다고 했는데 제 기억으로는 물건을 같이 쓰다가 손상되면 똑같이 지불한다 라고 기억하는데...

홍성재 위원 : '모든 지출은 N분의 1로 한다'는 출연진들이 게시판에 적어놓은 거예요

요. ‘파손 시에 한다’, 이런 것들을 포함하는 것인지는 알아서 결정할 것인데 프로그램에서는 손상될 때의 맥락으로 나왔고 적혀 있는 것은 ‘모든 지출은 N분의 1로 한다’ 였어요.

이규정 위원장 : 박준우 국장님, 이번에 <탐사기획 스트레이트> 진행자도 바뀌고 <100분토론>도 화제가 되곤 했는데 정리 좀 해주시죠.

박준우 보도제작국장 : 네. 좋은 의견 많이 주셔서 감사하고요, 내년에도 최선의 노력을 하겠습니다.

이규정 위원장 : 이선태 실장님, 새로운 파일럿도 있고 내년에 새로운 계획이 있으면 말씀해 주시죠.

이선태 편성실장 : 좋은 프로그램이고 아니고를 떠나서 경쟁력상으로는 정규화 하는데 고민이 되는 상황입니다. 내년에도 광고상황 등이 더 나빠질 것으로 예상되기 때문에 자구책을 강구하고 있습니다. 오늘 올해의 마지막 회의인데 위원님들이나 여기 계신 모든 분들 내년에 좋은 일들이 많았으면 좋겠습니다.

이규정 위원장 : 그럼 변창립 부사장님 말씀 듣고 끝내겠습니다.

변창립 부사장 : 오늘 다들 받으신 주간편성표 목요일 낮12시를 보면 <우리 동네 피터팬>(최종)이 있습니다. 이 주간편성표가 50여장이 쌓이면 한 해가 가는데요, 그 사이에 수많은 프로그램들이 탄생하고 사라지고 합니다. 지금 또 시사교양 쪽에서는 새로운 프로그램 탄생을 위해 애쓰고 있는데 프로그램 하나가 사라지면 거기에 대한 여러 가지 소회가 남습니다.

정석희 위원님께서 마지막 하는 프로그램에 대한 여러 가지 평가를 내려 주셔서 특히 사회공헌실에서 많이 도움이 되었다고 생각합니다. MBC가 갖고 있는 사회공헌 프로그램 시스템에 대해 간단히 말씀드리겠습니다. <우리 동네 피터팬>은 밀알복지재단과 함께 협력해서 15개월 동안 방송을 했는데 아쉽게도 밀알복지재단의 사정과 우리 사회의 경기하강 국면이 맞물려서 이번에 막을 내리게 되었습니다. MBC라디오에서는 초록우산어린이재단과 함께 선생님에게 감사의 편지 쓰기 활동을 쭉 해왔는데 올해로 4년째를 맞았습니다. 주로 손편지인데 매년 참가하는 청소년들의 숫자가 15만 명으로 계속 늘고 있습니다. 그런데 역시 초록우산어린이재단의 여러 가지 어려운 상황으로 이번에 4회로 막을 내리게 되었습니다. MBC가 사회공헌을 해야 하는 언론사

로서 또 기업으로서의 책무가 있는데, 다른 일반 기업들은 성금으로 그런 것들을 표현합니다만 저희는 프로그램으로도 같이 도움을 드리려고 애를 쓰고 있습니다. 그 중 하나가 이런 사회공헌 프로그램을 통해서 사회복지재단과 함께 협업하는 것이 될 것 같고요, 또 다른 하나는 프로그램을 통해서 얻어지는 부가수익을 사회에 환원하는 제도입니다. <무한도전> 장학금은 벌써 수십억 누적되어 제작진의 뜻에 따라 청소년들의 장학금으로 지급을 했습니다.

<지금은 라디오 시대> 프로그램은 어려운 이웃들의 사정을 전해서 거기에서 10억 대 이상의 기금을 모아 청소년을 돕는 프로그램에 쓰고 있습니다.

그리고 유산슬 음원 말씀을 많이 해주셨는데요, ‘합정역 5번 출구’도 음원 수익이 생기면 사회공헌실을 통해 기부할 예정입니다. <놀면 뭐하니?>의 유프래쉬의 경우, 출시된 지 두 세 달 밖에 되지 않았는데 2억 원의 음원 수익이 모였습니다. 그래서 어려운 청소년들이 갖고 있는 음악적인 재능을 지원하는데 도움을 주고자 준비하고 있습니다. 이런 것을 보면서 MBC가 성금으로도 기여할 수 있지만, 역시 콘텐츠 기업이기 때문에 가장 잘 할 수 있는 콘텐츠로 우리 사회 아픔과 어두운 곳에 힘을 보태는 일을 해 나가고자 합니다. 많은 도움을 주셨던 제작진 여러분의 노고에 감사드리고요, 한 해 동안 좋은 의견 주신 시청자위원 여러분께도 감사의 말씀드립니다.

이규정 위원장 : 고맙습니다. 콘텐츠 경쟁력 강화를 위해서 모든 분들이 애를 많이 쓰셨는데요, 위원님들도 조금이나마 도움이 되었다는 자부심을 가지고 있습니다. 올 한 해 행복하게 마무리하시기를 기대합니다.