

악화가 양화를 내쫓는 시사토크 프로그램



‘악화가 양화를 구축한다(Bad money drives out good)’는 말은, 액면가(face value)가 같다면 제작비용이 낮은 제품이 유통되는 현실을 일컫는다. 요즘 텔레비전의 시사토크 프로그램 현실이 바로 그러하다. 시사토크 프로그램은 사회자를 중심으로 2명 이상의 패널이 출연하여 정치·경제·사회적 이슈에 대해 이야기를 나누는 프로그램이다. 현재 각 방송사들은 <일요진단>, <사사건건(事事件件)>, <브리핑>, <블랙하우스>, <시사쇼, 이것이 정치다>, <강제들>, <보도본부 핫라인>, <신통방통>, 채널A의 <돌직구쇼>, <안형환의 시사포커스>, <토요랭킹쇼>, <썰전>, <뉴스파이터>, <판도라> 등 다양한 이름의 시사토크 프로그램을 운영하고 있다.

2011년 12월 종합편성채널(이하 중편채널) 4개사가 출범한 이래, 시사토크 프로그램들은 주로 낮 12시부터 오후 6시 등에 집중 편성되었다. 시사토크 프로그램이 인기를 끌면서 점차적으로 오전과 저녁, 심야 시간까지 편성시간을 확대해 가고 있다. 이는 스튜디오에서 사회자와 외부 패널 2-4명의 대화로 프로그램을 제작하는 저예산 프

로그램이면서도 시청률도 그다지 나쁘지 않기 때문이다.

시사토크 프로그램은 1920~1930년대 미국의 라디오에서 정치와 선거, 정책 다른 공적인 사안에 대한 토론을 주고받는 방송 프로그램으로 출발하였다. 1940년대 시작된 미국의 TV방송은 라디오의 시사토크 프로그램을 새로운 미디어인 TV에 접목시켜 영향력을 확대해 왔다. 시사토크 프로그램은 특정 이슈가 사회적 논란이 되면, 해당분야의 전문가 초빙하여, 그 이슈가 왜 중요한지, 사회적으로 어떠한 의미가 갖고 있는지 재해석해 준다. 30초의 딱딱한 포맷의 TV뉴스에서 미처 다루지 못했던 현상 너머의 배경설명을 통해 기존 TV뉴스의 보완재로서 역할을 해온 것이다.

중편채널 출범 이후 급증한 시사토크 프로그램

하지만 국내에서 시사토크 프로그램은 2011년 중편채널 출범 이후 급증하였다. TV 시청자들이 비교적 적은 낮 시간에 저비용으로 메울 수 있는 프로그램으로 선호되었기 때문이다. 저비용으로 제작된 프로그램이다 보니,

〈표 1〉 종편채널 시사토크 프로그램 출연자들의 직업별 분포

	총 출연횟수	비율(%)
언론인	439	31.16
교수	227	16.11
정치인	127	9.02
변호사	301	21.36
연구소 연구원	137	9.72
평론가	89	6.32
단체대표	18	1.28
기타	71	5.04
합계	1,409	100

※ 자료 : 민언련, 종편채널 출연자 분석 (2017. 9. 4.~10. 1)

〈표 2〉 2018년 7월 각 방송국들의 시사토크 프로그램 현황(6개사 19개 프로그램, 7.2~7.8)

방송국	프로그램명	갯수
KBS	사사건건, 저널리즘 토크쇼 J, 일요진단	3
SBS	주영진의 뉴스브리핑, 김어준의 블랙하우스	2
TV조선	시사쇼 이것이 정치다, 강적들, 보도본부 핫라인, 김광일의 신통방통	5
채널A	김진의 돌직구쇼, 안형환의 시사포커스, 토요일킹쇼, 일요매거진, 외부자들	5
jtbc	썰전	1
MBN	뉴스파이터, 판도라, 뉴스와이드	3

이슈별 전문가 섭외를 통한 심도 깊은 논의보다는 시사 평론가, 변호사, 언론인, 교수 등을 동원해서 현상의 재 해석이나 맞장구치는 동의 반복어로 시간을 채우는 현실 이다. 특히 일부 채널들의 경우에는 오전에는 A방송에, 오후에는 B방송에 출연하여 사회자와 비슷한 대화를 하 곤 한다. 더구나 역시 당일 신문의 내용을 옮겨놓는 정도 의 대화 수준에 그치는 경우도 많다.

지난해 10월 발표된 민주언론시민연합(이하 민언련)의 보고서에 따르면, 지난해 9월 4주 동안 종편채널 4사의 16개 시사토크 프로그램 출연자는 모두 207명으로 이중 언론인이 55명(26.57%), 교수 37명(17.87%), 정치인 35명 (16.91%), 변호사 26명(12.56%) 등으로 이들 4개 직업군 의 사람들은 153명으로 전체의 73.9%를 차지하고 있다. 이 기간 이현중 문화일보 논설위원은 7개 프로그램에서 55회, 이종근 데일리안 논설실장은 5개 프로그램에서 41 회에 걸쳐 종편채널에 출연하였다. 또한 노영희 변호사는 6개 프로그램에서 36회를, 양지열 변호사는 5개 프로그 램에서 29회를 출연하였다.

특정 출연자의 과다 출연은 지난 7월에도 계속 목격 되었다. 지난 7월 2일부터 8일까지 6일 동안 MBC-TV 를 제외한 6개 방송국의 19개 시사토크 프로그램에 최병 목 TV조선 해설위원은 총 10회 출연하였으며, 김병민 경

희대 객원교수는 8회, 최진봉 성공회대 교수는 7회, 김태 현 변호사는 7회, 송국진 영남일보 서울취재본부장은 6 회 출연하였다. 특정 채널이 TV프로그램에 출연을 많이 한 것은 전혀 문제가 될 수 없다. 다만 이들 채널들이 TV 에 나와서 다루는 주제가 자신의 전공이나 전문성을 지 닌 부분보다는 너무 일반적인 것에 몰려 있다는 것이다.

실제 7월 5일 TV조선의 ‘김광일의 신통방통’에는 최병 목(TV조선 해설위원), 최진봉(성공회대 교수), 양은경(조 선일보 법조기자)가 출현하여, 외할아버지가 차량 뒷좌석 에 손자를 놓고 내리면서 발생한 사망 사건과 광주에서 발생한 119 구급차 추돌 사고, 중학생 5명이 헬멧 쓰고 옷통을 벗은 채 오토바이 3대를 절도한 사건, 2018 미스 코리아 선발과정에서의 수영복 심사 등에 대해서 대화를 나눴다. 하지만 뉴스쇼에서 다룬 내용에서는 전문성이 있기 보다는 일반적인 상식적 소개에 그쳤다.

7일 채널A의 ‘토요일킹쇼’에서는 김광삼 변호사, 이호 선 숭실사이버대 교수, 최영일 시사평론가 등이 출연하여 강진 여고생 시신에서 수면유도제 검출되었다는 사실 등 을 다뤘다. 그 과정에서 김광삼 변호사는 “추측건대...여 고생에게 수면유도제가 담긴 음료를 건넸을 가능성이 높 다”고 말했으며, 최영일 시사평론가는 “김씨의 집에서 발 견한 이발기에서 여고생의 DNA가 나와서 이 이발기로

〈표 3〉 7월 첫주 시사토크 프로그램 5회 이상 출연자(2018. 7. 2. ~ 7. 8)

출연자	직업	출연 프로그램	출연 횟수
최병목	TV조선해설위원	시사쇼 이것이 정치다, 신통방통	10
김병민	경희대 객원교수	사사건건, 김진의 돌직구쇼	8
최진봉	성공회대 교수	사사건건, 시사쇼 이것이 정치다, 신통방통, 토요일킹쇼	7
김태현	변호사	주영진의 뉴스브리핑, 김어준의 블랙하우스	7
송국건	영남일보 서울취재본부장	시사쇼 이것이 정치다, 신통방통	6
김미선	TV조선 정치부 기자	시사쇼 이것이 정치다	6
김민웅	경희대 교수	김진의 돌직구쇼	5
윤춘호	SBS 논설실장	주영진의 뉴스브리핑	5
이승원	전 내일신문기자	김진의 돌직구쇼	5

여고생의 머리를 자른 것이 거의 명확하게 보인다“라고 추정을 덧붙였다. 사실에 바탕을 두지 않은 추정과 추측으로 해당 사건을 설명한 것이다.

뉴스쇼로 불리는, 시사토크 프로그램은 기존의 딱딱한 뉴스보도를 조금 더 자세한 설명을 통해 시청자들의 이해를 돕기 위해 제작되어야 한다. 여기에는 참여 패널의 전문성이 필수적이다. 하지만 실상은 흥미로운, 자극적인 소재를 통해 독자들의 말초신경과 상상력을 자극하는 내용들이 많이 편성되어 있다. 더구나 해당 이슈에 대한 전문성을 갖춘 패널들을 섭외하지 못하고, 기존 신문에 보도된 내용을 재정리하는 수준의 설명으로는 ‘전과 낭비’라는 지적이 나올 수밖에 없다.

패널 전문성, 공정성, 객관성 없는 시사토크 프로그램 하향평준화 초래

그렇기에 현재의 시사토크 프로그램들이 민주주의에 필요한 논의를 진척시키는 것이 아니라, 방송을 사적 대화의 수준으로 끌어내리거나, 정치를 오락화하고 있으며, 저널리즘의 연성화를 초래하고 있다는 지적이다. 지난해 상반기 방송통신심의위원회 민원의 다수가 이들 시사토크 프로그램에 대한 민원이었다. 특히 민원의 거의 80%가 이들 프로그램들이 공정성(30.4%)과 객관성(49.2%)을 훼손하였다는 지적은 현재 시사토크 프로그램의 문제점을 잘 보여주고 있다.



TV방송은 출발부터 한정된 주파수를 사용하는데다 그 사회적 영향력이 크기 때문에 공익성이 강조되어왔다. 국민들은 TV방송이 공익의 차원에서 진실을 전달할 것이라는 믿음을 갖고 TV방송을 시청하고 있다. 비록 방송 기술의 발달에 따른 케이블TV와 IPTV 등의 등장으로 채널이 다양해졌지만 방송의 신뢰와 영향력은 줄어들지 않고 있다. 최근 들어, 전통적인 뉴스시청은 줄어드는 반면에 시사토크 프로그램의 인기는 높아지는 상황이다. 이에 따라 각 방송국에서는 시사토크 프로그램의 편성 비중을 높이고 있다. 하지만 패널의 전문성과 내용의 공정성과 객관성을 확보하지 않은 채, 시사토크 프로그램의 양적 확대만을 추구하는 것은 프로그램의 하향평준화를 초래하게 된다. 아직 늦지 않았다. 지금이라도 공정성과 객관성을 갖춘 시사토크 프로그램으로 방송의 신뢰성을 회복하길 바란다. K A A