

막장 드라마 만연에 대한 우려

‘올바른 선택’ 보단 ‘쉬운 선택’에 대해 커지는 우려

김봉현 | 동국대학교 광고홍보학과 교수
bkim3@dongguk.edu

종합편성채널의 개국을 앞두고 방송 프로그램 질적 저하에 대한 우려

종합편성채널의 개국을 앞두고 불만찬 프로그램 선택의 폭이 더욱 넓어질 것이라는 시청자들의 기대와 함께 과도한 시청률 경쟁으로 인한 프로그램의 질적 저하를 우려하는 목소리 또한 크다. 내년도 광고시장의 규모가 불보듯 뻔한데다 경기둔화가 지속될 것이라는 전망으로 광고 수입에 의존하는 방송사들이 그만큼 나누어 가질 몫이 줄어들어 치열한 광고유치전과 함께 시청률 경쟁 또한 치열할 것이라 예견되고 있기 때문이다.

최근 시청률 경쟁으로 인한 ‘막장’ 바이러스가 거의 모든 프로그램 장르에까지 번지면서 이에 대한 우려가 갈수록 커지고 있는 상황 속에서도 전체 시청률 순위에서 이들 프로그램들의 위력은 매우 크다. 욕하면서도 본다는 이들 ‘막장적’ 프로그램의 높은 시청률만큼이나 후속하는 광고를 시청하는 ‘광고시청률’ 또한 성별에 관계없이 전 연령층에 걸쳐 매우 높은 상관관계가 존재하고 있음을 필자의 연구에서도 밝혀진 바 있다. 전통적으로 광고주는 “어디에 광고를 해야할지”를 고민할 때 가장 중요한 잣대로 시청률에 전적으로 의존하고 있는 현실 속에서 결국 높은 시청률은 곧바로 높은 광고 수익으로 연결될 수밖에 없는 구조다.

이 같은 구조 속에서 과거 일부 케이블 채널이 단기간에 성과를 거두기 위해 선정적인 드라마를 경쟁적으로 만들었던 적이 있다. 종합편성채널 역시 단기간에 자리매김 하기 위해 시청률 경쟁에 나설 경우, 지상파나 기존의 케이블PP들 역시 시청률 경쟁 대열에서 낙오란 있을 수 없을 것이며, 이로 인한 시청률의 무한경쟁은 선정성 경쟁과 함께 ‘막장적’ 프로그램이 범람할 것이라는 우려가 큰 게 현실이다.

매년 증가하는 제재 건수

방송통신심의위원회는 지난해 초 비정상적인 가족관계를 그리는 소위 막장드라마와 저속한 표현이나 막말 등으로 억지웃음을 이끌어내는 예능 프로그램을 집중심의하겠다고 밝힌 바 있다. 아울러 프로그램에 대한 모니터링 결과를 분석해 해당 방송을 제작한 언론사와 사업자에 통보하고 업계의 자율개선도 유도할 계획이라고 밝힌 바

