

2016년 상반기 시사·보도 프로그램 방영 트렌드

지상파 3사 시사보도 프로그램 8개 모니터링 결과



광고주협회가 올해 1분기 방영된 지상파 3사의 시사·보도 프로그램(8개)을 분석한 결과, 4·13 총선, 가슴기 살균제 피해, 청년실업 문제 등 우리 사회의 현안 이슈를 주로 다루었으며, SBS '그것이 알고싶다'가 프로그램/광고 시청률 모두 가장 높은 것으로 나타났다.

SBS '그것이 알고싶다' 시청률 가장 높게 나타나

올해 1월 1일부터 5월 25일까지 방영된 프로그램의 시청률을 살펴보면 '그것이 알고싶다'가 8.9%로 1위, 뒤를 이어 KBS1 '똑똑한소비자리포트'(7.2%), MBC '시사매거진 2580'(6.6%) 순이었다.

광고시청률 역시 '그것이 알고싶다'가 4.4%로 가장 높았으며, '시사매거진2580'이 3.1%로 2위, '똑똑한소비자리포트'가 2.8%로 3위로 나타났다.

SBS의 '그것이 알고싶다'는 올해 뿐만 아니라 지난해에도 프로그램/광고 시청률 1위를 기록했다. 이는 발생한 사건을 충실히 재현하며 긴장감을 높이고, 사회자 감상중의 안정적인 진행과 더불어 사회적으로 관심이 많은 이슈에 대한 공정하고 중립적인 보도 내용으로 시청자들의 몰입도를 높인 것으로 분석된다.

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---|----------------------|----------------|
|  | 4 | 똑똑한 소비자리포트 시사기획 창 | 추적60분 취재파일K |
|  | 2 | PD수첩 | 시사매거진2580 |
|  | 2 | 그것이 알고싶다 | 뉴스토리 |

▲ 지상파 3사 프로그램 모니터링 리스트

| 순위 | 프로그램 | 방송사 | 프로그램 평균시청률(%) | 광고 평균시청률(%) |
|----|------------|-----|------------------|----------------|
| 1 | 그것이 알고싶다 | SBS | 8.9 | 4.4 |
| 2 | 똑똑한 소비자리포트 | KBS | 7.2 | 2.8 |
| 3 | 시사매거진2580 | MBC | 6.6 | 3.1 |
| 4 | PD수첩 | MBC | 4.6 | 1.9 |
| 5 | 시사기획 창 | KBS | 4.5 | 1.7 |
| 6 | 뉴스스토리 | SBS | 4.3 | 1.6 |
| 7 | 추적60분 | KBS | 3.9 | 1.7 |
| 8 | 취재파일K | KBS | 2.9 | 1.3 |

▲ 수도권/가구(프로그램), 개인(광고) 기준/ 1.1~5.22/ TNmS

기업 관련 보도, 전체의 8.2% 차지

조사 대상 8개 프로그램의 내용을 분석한 결과 1월 4일부터 5월 25일까지 총 136편이 방송되었으며, 이중 기업 보도는 12편으로 전체의 8.2%를 차지했다. 이는 작년 동기 대비 1.3% 감소한 수치이다.

기업 관련 방송이더라도 대부분의 프로그램은 팩트를 중심으로 중립적 위치에서 내용을 전달한 것으로 나타났다. 과거 재벌, 세습, 갑질 등의 주제를 다루며 기업 관련 자극적·선정적인 보도를 내보내던 모습은 찾아볼 수 없었다.

프로그램별로 살펴보면 소비자 제보 및 신고 등으로 방송을 제작하는 KBS1의 '똑똑한 소비자리포트'가 기업 제품 관련 보도를 가장 많이 하고 있었다.

주요 방송 내용은 '먼지 내뿜는 세탁기'(5.6), '기막힌 벽간소음의 실제-사생활이 없다'(4.22) 등으로 기업을 일방적으로 비판하기 보다는 소비자와 기업이 서로 win-win 할 수 있도록 제도 개선, 문제 해결 방법 등을 제시하고 있었다.

특히 5월 20일날 방송한 '대형마트 할인가는 정상가' 편에서는 대형마트 13곳을 조사해 78개 상품의 할인가가 사실은 가격이 그대로거나, 오히려 비싸졌다는 점을 지적했다. 그 과정에서 해당 업체로부터 "관련 사항을 조사한 후 시정할 부분이 있으면 시정하겠다"는 확답을 받는 등 프로그램의 기획의도와 부합하는 방송을 진행했다.

그 외에도 올해 방영된 주요 프로그램으로는 4·13총선, 가슴기 살균제 피해, 청년 실업 문제, 복핵 등 우리 사회의 사건·사고 관련 내용이 주를 이뤘다.

불확실한 조사 출처 인용은 자제해야

최근 들어 시사·보도 프로그램에서 우려되는 사항 중 하나는 일부 방송이 불확실한 조사기관에서 발표한 자료를 인용·보도하는 경향이다.

예를 들면 지난 4월 K방송에서는 '국제탐사보도언론인협회'가 발표한 '파나마 페이퍼' 자료를 인용해 기업(인)의 탈세 혐의에 대한 의혹을 제기했는데, 보도 내용의 상당수가 확인된 정확한 정보가 아니라 추측된 사실이라는 점에서 문제점을 노출했다.

실제로 S사는 탈세 의혹과 관련해 "제3의 업체를 두는 것은 해운업계의 관행"이라고 설명하며 "업계에선 통상적으로 적법하게 활용한다. 제3업체를 끼고 하는 계약을 해운업계 용어로 '국적 취득 조건부 나용선 계약'이라고 부른다"고 해명한 바 있다.

업계에 정통한 한 관계자는 "과거 몇 년간 일부 프로그램에서 소문과 부정확한 정보를 바탕으로 기업 탈세 의혹, 사외이사 연봉, 일부 기업 CEO 일가의 가족사 등 지극히 개인적인 사생활 영역까지 기업에 확인 없이 방송한 적이 한 두번이 아니다"며 "이와 같은 내용의 프로그램으로 신뢰성 하락은 물론 정확성 및 공정성 등의 문제가 제기된 바 있다"고 말했다.

한편 광고주협회 성운호 사업본부장은 "최근 들어 시사·보도 프로그램들이 흥미위주의 자극적인 내용보다는 사회적 관심사에 대해 팩트를 바탕으로 정리·심층 분석하는 추세를 보이는 것은 다행"이라며 "앞으로도 협회는 지속적인 모니터링을 통해 시사·보도 프로그램에 대한 평가를 해나갈 방침"이라고 말했다. **KA A**

김다혜 기자 dahye@kaa.or.kr