

# 〈그것이 알고 싶다〉의 수사학적 특성에 관한 연구

## Study on the Rhetorical Characteristics of Current Issue Program SBS 〈Wanting to knowing it〉

홍경수

순천향대학교 미디어콘텐츠학과

Kyung Soo Hong(hongks86@sch.ac.kr)

### 요약

SBS <그것이 알고 싶다>는 시사 고발 프로그램들이 위축되는 2010년대에 공론 장을 지키는 역할을 수행했다. 이러한 성취에는 <그것이 알고 싶다>의 수사학적 특성이 자리하고 있을 것이라는 가정을 바탕으로 분석을 실시했다. 수사학이라는 특성을 바탕으로 <그것이 알고 싶다>를 일반적인 시사고발 프로그램으로 보기보다는 ‘미스터리성 고발 다큐멘터리’로 인식할 때 프로그램의 본질에 더 다가갈 수 있다고 보았다. 프로그램의 수사학적 성격과 제목, 부제목, 대본에 나타난 수사학적 특성을 분석한 결과 프로그램의 제목에는 철저하게 시청자가 보고 싶어 하는 욕망을 충족시키려는 관점이 반영되어 있었으며, 부제목들에는 미스터리라는 단어의 활용, 지명의 빈번한 사용, 의문문 형식의 문장 등의 특성을 발견할 수 있었다. 또한 대본에서는 반전의 수사학, 심층의 수사학, 감탄의 수사학을 사용하고 있다는 것을 발견했으며, 이와 같은 수사학적 특성으로 인해 시청자의 관심을 끌어 모으며 시청자와 왕성한 상호작용을 수행할 수 있다고 결론내릴 수 있다.

■ 중심어 : | 그것이 알고 싶다 | 서사전달구조 | 수사학 | 미스터리 | 반전 | 심층 | 감탄 |

### Abstract

Reportage documentary <Wanting to know it> by SBS did a great role to keep public sphere whether other programs shrank during 2010's. I analysed with the assumption that there are some rhetorical characteristics in narrative structure of <Wanting to know it>. Looking <Wanting to know it> as 'Mysterious reportage documentary' I analysed the rhetorical characteristics of title, subtitle and script. Title has a perspective to suffice audience's desire and subtitles uses word 'mystery', names of place, interrogative sentences very often. This use helps to draw and keep audience's attention. I found reversal of fortune rhetoric, into depth rhetoric and admiration rhetoric salient. These results connect to the design thinking approach which shed light on importance of person, and we could get an implication of the successful development of television contents.

■ keyword : | Wanting to know it | Narrative Delivery Structure | Rhetoric | Reversal of Fortune | Into Depth | Admiration |

\* 본 연구는 순천향대학교 학술연구비 지원으로 수행하였음

접수일자 : 2018년 07월 19일

수정일자 : 2018년 08월 30일

심사완료일 : 2018년 09월 10일

교신저자 : 홍경수, e-mail : hongks86@sch.ac.kr

## I. 서론

SBS <그것이 알고 싶다>는 2016년 촛불 정국에서 살아있는 권력을 정조준하며 환경감시의 기능을 비교적 충실히 수행했다는 평가를 받으며 시청자의 사랑을 받아왔다. 2016년 11월 19일 방송된 <그것이 알고 싶다 - 대통령 시크릿>은 가구시청률 21.3% (AGB닐슨, 수도권 가구)을 기록했다. 이는 <그것이 알고 싶다>가 지난 1992년 3월 첫 방송된 이래, 2004년 2월 이후에 12년 만의 최고 시청률이다. 또한 당일 방송된 모든 드라마, 예능, 교양 프로그램을 통틀어 KBS2 주말연속극에 이어 종합 2위에 올랐다[1]. 텔레비전 시청률이 전체적으로 줄어드는 상황에서 시사 교양 프로그램의 시청률로 적지 않은 성취라 할 수 있다.

두 번의 보수정권이 들어선 지난 9년 여 간 KBS와 MBC의 대표 시사교발 프로그램인 <추적 60분>과 <PD수첩>이 몰락하는 동안 SBS의 <그것이 알고 싶다>는 공론 장을 지키는 첨병으로 부상했다는 평가를 받았다. 세 프로그램이 극도로 대조된 2015년 7월 첫 주의 시청률을 살펴보면, <PD수첩>이 3.8%, <추적60분>은 1.8%의 시청률을 기록한 데 비해, <그것이 알고 싶다>의 시청률은 7%를 상회했으며 7월 말에 방송된 '세 모자 성폭행 사건의 진실' 편은 10.3%의 시청률을 올리기도 했다.

방송은 내외의 압력으로부터 자유로워야 하고, 이를 위해서는 무엇보다도 권력과 자본으로부터 자유로워야 하며, 동시에 이익집단의 이해로부터 자유로워야 한다 [2]. 하지만, 공영방송이 정부를 비롯한 사회정치적 세력으로부터 완전히 독립적일 수는 없다. 실제 역사적으로 정부나 정당의 정치적 간섭으로부터 완전히 자유로운 공영방송은 없었다. 공영방송은 정부, 여당, 시장참여자, 사회단체, 시민 등 상호 갈등하는 다양한 행위자들의 간섭, 비판, 견제를 받을 수밖에 없는 운명에 처해 있다는 것이다[3]. 공영방송의 지배구조에 결정적인 영향력을 행사하는 정권의 변화는 공영방송인 KBS와 MBC에 적지 않은 영향을 행사한 것으로 추정할 수 있다.

이러한 환경에서 상대적으로 자율성을 갖게 된 민영방송 SBS는 '시사고발 프로그램'을 통해 적극적으로 사회 문제에 집중함으로써 여론을 이끌어 낸 셈이다. 하

지만 <그것이 알고 싶다>가 1992년 첫 방송을 시작한 이래로 26년 동안 지속적으로 시청자의 관심을 끌어 모으고 이를 유지한 데에는 민영방송의 존재론적 특성만으로 충분히 설명하기 어려운 것이 사실이다. 프로그램만의 독특성이 자리하고 있을 것이라는 추정을 할 수 있으며, 프로그램을 고찰해 본 결과 다른 프로그램과 달리 <그것이 알고 싶다>에 내재하는 남다른 수사학적 특성이 있다는 것을 발견할 수 있었다. 본 연구를 통해서 시사 고발 프로그램의 수사학적 고유성이 시청자와의 상호작용에 영향을 주는 의미 있는 변인이라는 것을 체계적으로 밝혀낸다면, 시사 고발 프로그램의 텍스트적 특성에 대한 분석을 통해 방송콘텐츠의 발전에 대한 함의를 얻을 수 있을 것이다.

본 연구에서는 프로그램의 제목, 소재목, 대본의 수사학적 특성을 분석하여 프로그램의 본질적인 성격을 고찰하고자 한다. 위와 같은 분석을 바탕으로 텍스트의 수사학적 특성이 시청자와의 상호작용에 미치는 영향의 함의를 분석하고자 하며, 본 연구에서 상정한 연구 문제는 다음과 같다.

**연구문제 1:** <그것이 알고 싶다>의 제목과 부제목의 수사학적 특성은 무엇인가?

**연구문제 2:** <그것이 알고 싶다>의 대본에 두드러진 수사학적 특성은 무엇인가?

연구문제를 다시 풀면 다음과 같다. 프로그램의 핵심 개념이 제목이나 부제 즉 언어로 표상된다고 하는 구조주의적 입장에서 프로그램의 수사학적 특성을 고찰하는 것이다. <그것이 알고 싶다>가 보인 괄목할 만한 성취의 원인이 텍스트 안에 내재한다고 보고, 제목과 부제목 및 대본의 수사학적 특성을 고찰하면 시청자의 관심을 유지한 프로그램의 경쟁력에 대한 함의를 얻을 수 있을 것이다.

## II. 이론적 배경

지금까지 이뤄진 시사고발 프로그램에 관한 연구는 크게 내용에 관한 연구와 프로그램을 만드는 생산자 연

구를 중심으로 이뤄졌다. 더불어 연구의 상당수가 <추적 60분>, <PD수첩>, <그것이 알고 싶다> 세 프로그램들을 비교하는 것도 특징이라 할 수 있다. 임수환은 톨민의 논증이론을 바탕으로 <추적 60분>, <미스터리 다큐멘터리 그것이 알고 싶다>, <PD 수첩>의 윤락을 소재로 한 방송분의 분석을 통해 한국의 시사다큐멘터리들이 그 특성을 어떻게 살리고 있는가를 탐색했다. 그는 한국의 시사다큐멘터리들이 가치 주장보다는 사실 주장과 정책 주장을 주로 제시하고 있으며, 자신의 주장에 수용자들의 자발 동의를 이끌어내는 과정에 여러 가지 오류가 나타나고 있다고 밝혔다[4]. 박소혜는 1987년 1월 복과 공작원이 자신의 남편을 납북하려다 미수에 그쳤다는 이른바 ‘수지 김’ 사건을 보도한 당시 신문보도와 2000년 2월 SBS<그것이 알고 싶다>의 ‘살인 미스터리 - 누가 수지 김을 죽였나’를 비교분석해 각 언론사의 보도가 탐사보도로서 갖는 특징을 설명하고 있다. 연구자는 이 과정을 통해 탐사보도의 바람직한 모델을 제시했는데 ‘문제의식→ 심층취재→ 결론도출→ 사후추리’가 그것이다[5].

백선기와 민병현은 <추적 60분>, <PD수첩>, <그것이 알고 싶다>를 연구대상으로 삼아 프로그램의 내용상 특성인 주제영역을 분석하고, 현실재구성의 관점에서 시사다큐멘터리의 제작형식인 영상구성요소가 어떤 사실을 정확하게 전달하는가 하는 내용의 문제, 영상표현방식(화면의 크기, 카메라의 움직임), 편집기법(장면 전개, 몽타주편집, 스피드편집)을 분석한 결과 시사다큐의 특성상 사실적 전달을 위한 안정된 슷 구사를 자주 사용한 것으로 파악했다[6]. 손병우는 <그것이 알고 싶다>가 일정한 서사적 규칙을 가지고 텍스트를 만들고 있다고 분석했다. 그는 ‘범인은 늘 현장에 나타난다고 합니다’(규칙), ‘그런데 어느 날 낮선 사 내가 현장에 나타났습니다’(결과), ‘경찰은 그를 용의자로 보고 뒤를 밝기 시작했습니다’(사례)라는 식의 ‘규칙-결과-사례’라는 추리 플롯으로 구성됐다고 분석했다. 그는 이러한 진행과 구성 덕분에 시청자는 <그것이 알고 싶다>를 보면서 미스터리 해결에 나도 참여하고 싶다는 느낌을 가지게 된다면 프로그램의 작동원리와 인기비결을 진단했다[7].

<그것이 알고 싶다>에 대한 생산자 연구로는 이기형과 황경아(2016)의 연구가 돋보인다. 이들은 방송 저널리즘의 환경변화와 외부로부터의 압박에 의해 다수의 시사프로그램들이 억압받는 상황에서, <그것이 알고 싶다>가 활약을 거둔 원인을 ‘부조리하고 공분을 불러 일으키는 사안들에 집중하는 전문적인 초점과 생산의 특화된 관행을 강구했기’ 때문이라고 파악했다[8]. 이들의 연구가 독특한 것은 내용분석과 생산자연구를 종합적으로 수행하며 <그것이 알고 싶다>의 콘텐츠 특성에 접근하고자 하는 시도 때문이었다. 이들은 제작진이 수용자들의 촉각과 반응이 어디에 위치하고 있는지를 면밀하게 탐색하면서, 동시에 장기간에 걸쳐 인지도가 이미 확립된 프로그램의 강점과 체화된 방향성을 적극적으로 활용했다고 보았다.

살펴본 것처럼 <그것이 알고 싶다>에 대한 연구는 주로 소재나 서사 등 내용적 측면에 초점을 맞춰왔다는 것을 확인할 수 있다. 본 연구는 <그것이 알고 싶다>에 아직 시도되지 않은 텍스트에 드러난 수사학적 특성에 대해 초점을 맞추어 내용분석을 시도하고자 한다.

### III. 연구 방법으로서의 수사학적 텍스트분석

본 연구에서는 방송 프로그램에 나타난 수사학적 특성을 분석하는 내용 분석방법을 사용하고자 한다. 내용 분석은 사람들 간의 의사소통을 분석하는데 특별히 유용한 방법으로서, ‘누가, 무엇을, 누구에게, 무슨 이유로, 어떤 방법으로, 어떤 효과를 노리고 말하는가?’하는 문제에 대한 해답을 주는 방법으로, 방송 프로그램의 주제, 소재, 이야기 흐름 등을 분석단위로 사용한다[9].

분석의 주된 대상이라 할 수 있는 텍스트의 수사학에 대해서는 추가적인 설명이 필요하다. 일반적으로 수사학은 주어진 경우에 가능한 모든 설득 수단을 찾아내는 능력이라고 정의할 수 있다. BC 330년 수사학을 학문적으로 정리한 아리스토텔레스는 화자와 청자를 잇는 내용으로서의 메시지를 구성하는 방식을 다섯 가지로 정리했다. 창안·발견, 배열, 문체, 기억, 표출·전달이 그것이다. 수사학은 넓게는 듣는 사람을 설득하는 종합적인

학문이기는 하지만, 범위를 좁힌다면 메시지 즉 텍스트를 구성하는 방법에 대한 학문이기도 하다. 현대인은 수사학을 문체 혹은 미사여구로 생각하기 쉽지만, 실제로는 텍스트의 구성방법, 더 나아가서는 설득하는 데 사용되는 종합적인 방법을 모두 포괄하기도 한다.

모든 텍스트는 말하는 화자, 주제, 청자로 구성되며 주제는 정치적 장르, 재판적 장르, 첨언적 장르로 구분된다. 정치적 장르는 전체의 매를 결정하는 정치적 선과 악을 다루며, 재판적 장르는 법률적 선과 악과 관련되며, 첨언적 장르는 윤리적 선과 악과 연결된다. 정치적 장르는 미래에 관한 이야기이며, 재판적 장르와 첨언적 장르는 각각 과거와 현재에 대한 이야기이다[10]. 번역자에 따라 정치적 장르를 심의용 연설로 풀어내기도 한다. 심의하는 연설가는 미래사를 심의하므로 그에게는 미래가 중요하며 어떤 일을 하라고 권유하거나 하지 말라고 만류하는 내용으로 구성되어 있다는 것이다[11]. 따라서 <그것이 알고 싶다>는 재판적 장르로 보는 것이 타당하다. 왜냐하면 <그것이 알고 싶다>는 이미 일어난 사건을 추수하며, 그 사건의 숨은 맥락을 풀어내어 실제적 진실에 접근하려는 프로그램이기 때문이다. 결국 <그것이 알고 싶다>를 하나의 수사학적 구성물로 파악하고 이를 구성하는 다양한 수사학적 요소들을 면밀히 분석한다면, 일종의 설득을 수행하는 프로그램의 메커니즘을 파악할 수 있을 것이다.

분석 대상으로 2015년 7월 25일 방송된 ‘세 모자 성폭행 사건의 진실’ 1 편과 2016년 11월 19일 방송된 ‘대통령의 시크릿’편을 선택했다. 두 편의 프로그램을 분석 대상으로 삼은 이유는 이들이 각각 2015년과 2016년을 대표하는 프로그램으로 손꼽히는데다, 두 프로그램이 <그것이 알고 싶다>가 다루는 주된 소재인 엽기적 사건과 정치적 소재를 다뤘기 때문이다. 두 프로그램 모두 대중적 반향이 매우 컸는데, ‘세 모자 성폭행 사건의 진실’ 편은 수많은 네티즌들이 진실로 믿었던 내용에 대해 의심을 하면서 치열한 취재를 통해 세모자 성폭행 사건이 철저히 조작되고 거짓임을 밝혀내어 찬사를 받았으며[12], ‘대통령의 시크릿’ 편은 박근혜 정부의 몰락에 촉매로 작용했을 만큼 영향이 컸었다.

## IV. 연구결과:<그것이 알고 싶다>의 수사학적 특성

### 1. 프로그램 제목, 부제목의 수사학적 성격

프로그램의 성격을 파악하는 것으로 분석을 시작하기로 한다. 기존의 연구들은 <그것이 알고 싶다>를 다소 거칠게 시사다큐, 시사고발 프로그램으로 규정했다. 윤태진은 시사다큐멘터리로 분류했고[13], 강형철은 탐사보도 프로그램으로 보았다[14]. 김우룡은 탐사 보도를 프로그램의 기법으로 보았고[15], 김진웅은 ‘시사고발프로그램은 사회에 미치는 기능에 초점을 둔 것’이라고 말한다[16].

하지만, <그것이 알고 싶다>가 정말 시사다큐이며 시사고발 프로그램인가?라는 질문을 대입해보면 이러한 규정은 프로그램의 본질을 꿰뚫고 있다고 보기는 어렵다. <그것이 알고 싶다>를 폭넓게 시사 다큐멘터리, 시사 고발프로그램으로 인식하고 접근한다면, <추적 60분>, <PD 수첩> 등의 프로그램과 다른 정밀한 분석 결과를 얻기 어렵다. 왜냐하면 프로그램을 정확하게 분석하기 위해서는 프로그램의 고유성과 차별성 등을 심도 있게 파악하는 것이 무엇보다 우선되기 때문이다.

#### 1) <그것이 알고 싶다>는 미스터리성 고발 다큐멘터리

실제로 <그것이 알고 싶다>는 시사다큐멘터리가 아니라 말하기 어렵지만, 항상 시사만 다루는 것은 아니라는 점에서 시사다큐멘터리라는 규정은 충분한 설명이 되기 어렵다. 그렇다면 시사고발 프로그램인가? 시사를 둘러싼 다양한 사안의 문제점을 들춰내고 대중들에게 알린다는 점에서 시사 고발적 요소가 적지 않다. ‘시사’라는 영역의 소재를 둘러싼 진실을 시청자에게 ‘고발’함으로써 공분이나 각성을 불러일으킨다는 점에서 시사고발 프로그램에 가깝다고 할 수 있겠다. 하지만 <그것이 알고 싶다>가 다루는 다양한 미제 사건이나 엽기적 사건들은 시사적 소재가 아니기 때문에 시사고발이라는 정의가 여전히 험잡다.

프로그램의 본질에 접근하기 위해 프로그램 홈페이지의 구조를 확인해보았다. “토요일 밤의 진/실/찾/기. 진실의 눈으로 세상을 지켜보겠습니다”[17]. <그것이

알고 싶다>는 ‘진실을 찾는 것’을 목적으로 하며, ‘진실의 눈으로 세상을 지켜본다’는 기획의도를 가지고 있다. 두 번의 진실이 사용되었다. 첫 번째의 진실은 ‘미궁에 빠진 미스터리’를 푸는 열쇠 혹은 미스터리가 해결된 상태를 지시하는 듯하다. ‘진실의 눈으로 세상을 지켜본다’고 했을 때의 두 번째 진실은 진실에 이르는 태도와 자세 즉 방법론인 셈이다. 요컨대 앞의 진실이 취재가 도달하고자 하는 목적이라고 한다면, 뒤의 진실은 사건을 구성하는 팩트들을 다시 취재하며 재검증할 때의 진실한 자세를 의미하는 듯하다. 더불어 초창기 프로그램을 수식하는 로고라인 ‘SBS-TV 미스터리 다큐멘터리’를 살펴보자. 로고라인이란 프로그램의 핵심 개념을 풀어낸 짧은 설명문이다.

미스터리라는 사전적으로는 ‘도저히 설명하거나 이해할 수 없는 이상야릇한 일이나 사건’으로 정의되어있지만, 방송에서는 ‘미궁에 빠지거나 미제상태로 남은 불가사의한 사건이나 사건의 매듭’이란 의미로 사용된다. 로고라인으로 사용되는 단어 ‘미스터리’란 용어는 프로그램의 정체성을 가장 잘 드러내는 용어인지 모른다. 2015년 1월부터 ‘세모자 성폭행사건의 진실’ 편이 방송된 8월말까지 방송된 프로그램 제목을 살펴보자. [표 2]에서 확인할 수 있듯이, 총 30회 방송 중 ‘미스터리’란 단어가 들어간 것이 8회(26.6%)나 된다. 또한 ‘미스터리’의 의미를 ‘미궁에 빠지거나 미제상태로 남은 불가사의한 사건이나 사건의 매듭’으로 확장한다면, 프로그램 제목에 사용된 ‘진실’이나 ‘비밀’이라는 단어 역시 확장된 의미의 ‘미스터리’라고 할 수 있겠다. 30회 방송 부제 목 중 ‘진실’이라는 단어가 사용된 것이 6회이며, 1회 사용된 ‘비밀’이라는 단어까지 더하면 총 7회의 ‘진실’(23.3%)이 사용되었다. 따라서 미스터리와 진실의 사용빈도는 15회로 전체 방송 중 절반이 ‘미스터리’와 ‘진실’을 활용하고 있다는 것을 확인할 수 있다. 따라서 ‘미스터리’라는 키워드가 프로그램의 정체성을 가장 정확하게 담아낸다고 할 수 있다.

그렇다면 <그것이 알고 싶다>는 시사 고발프로그램이나 시사 다큐멘터리로 보기보다는 ‘미스터리성 고발 다큐멘터리’로 좀 더 좁혀서 인식하는 것이 프로그램 분석에 수월성을 제공할 것이다. 이처럼 프로그램의 정

표 1. 2015년 1-8월 <그것이 알고 싶다> 방송 프로그램 부제 목 중 일부.

02월 14일	부부연쇄사망 <b>미스터리</b> -그리고 사라진 정어인
02월 28일	범인이낸 수수께끼-화성여대생 사망 <b>미스터리</b>
04월 04일	우물속의 여인-빨간자동차 납치 <b>미스터리</b>
04월 11일	사라진 운전자-7시간의 <b>미스터리</b>
04월 18일	화염속의 <b>진실</b> 게임-가면 쓴 방화범은 누구인가?
05월 02일	깨어진 <b>진실</b> -홍해 살인사건 <b>미스터리</b>
05월 09일	침묵의 증언자-뺨속에 박힌 <b>진실</b>
05월 16일	사라진 반자-드들강 살인사건 <b>미스터리</b>
05월 23일	누가 도둑인가?-금동불 도난 <b>미스터리</b>

체성을 ‘미스터리성 고발 다큐멘터리’로 확인하면, 탐사 보도프로그램이나, 시사고발 다큐멘터리, 시사보도 프로그램과는 다른 관점에서 프로그램을 분석할 수 있다.

그렇다면, <그것이 알고 싶다>가 지금까지 이어오게 된 생명력의 비결은 무엇일까? 프로그램 제목은 일반적으로 프로그램의 제작 형식과 내용을 담고 있다. 경쟁 프로그램이라 할 수 있는 <추적 60분>은 프로그램의 제작형식인 ‘추적’과 방송진행시간인 ‘60분’으로 구성되어 있다. <PD 수첩>은 취재하는 제작진에게 제보한 내용이 담긴 ‘수첩’을 통해 프로그램의 성격을 비유적으로 담아냈다. 두 프로그램 제목의 공통점은 제작자의 관점이 다소 강하게 포함되었다는 것이다. 추적의 주체도 제작진이고, 수첩의 주인공 역시 제작진이다. 반면 <그것이 알고 싶다>라는 제목은 철저히 시청자의 관점을 반영했다. 프로그램의 이름은 단순하게 프로그램 내용을 담는 그릇이나 포장에 그치지 않는다. 프로그램 이름은 시청자에게 그리고 프로그램 내용 자체에도 큰 영향력을 행사한다. 심지어 프로그램을 만든 제작진에게도 프로그램의 기대수준과 방향성을 강하게 주입하는 역할을 수행한다.

<그것이 알고 싶다>는 철저히 시청자 입장에서 무엇이 알고 싶은지를 반영하기만 하면 프로그램의 목적을 손쉽게 달성하게 된다. 시청자들이 알고 싶어 하는 것은 시청자의 필요(need)라기보다는 욕망(want)에 가까운 것이 사실이다. 시청자가 알고 싶은(want) ‘그것’은 때로는 경성 뉴스이기도가도 훨씬 더 자주 연성 뉴스이기 십상이다. <그것이 알고 싶다>의 기획에 참여한 이영돈 PD는 살인과 폭력 등 극단적으로 좋지 않은 성격의 것들을 결합하면 시청률을 담보할 수 있다고 말했다.

왜냐하면 인간의 뇌의 가장 큰 목적은 생존이어서 주위의 좋지 않은 현상에 훨씬 더 신경을 쓰면서 주목하게 되어 있기 때문이라는 것이다[18].

## 2) 부제목에 나타난 선정적 경향

1994-2002년까지의 프로그램 주제를 분석한 결과, <그것이 알고 싶다>가 가장 많이 취제한 주제는 범죄/재판(23.4%)이었다. 그 다음이 복식(13.7%), 건강(10.2%), 인간적 관심사(9.6%)였으며, <추적 60분>, <PD수첩> 등 세 프로그램의 경성뉴스 평균비율이 21.6%인데 비해, <그것이 알고 싶다>의 경성뉴스 비율은 10.2%에 불과했다[19]는 조사결과도 본능을 이용한 프로그램 기획으로 설명할 수 있다.

2015년 1월부터 8월말까지 방송된 프로그램 제목을 분석하면 위의 조사 결과가 더욱 설득력을 더한다. 총 30회 방송 중 '미스터리'와 '진실' '비밀'이란 단어가 들어간 것이 총 15회(50%), 고유지명이 들어간 것이 6회(20%, 중복집계), 의문문으로 끝나는 문장이 총 7회(23%)로 대부분의 부제목이 이 세 가지의 범주에 속한다고 볼 수 있겠다. '미스터리'와 지명의 빈번한 사용과 의문문의 남발은 프로그램이 갖고 있는 선정적인 성격과 연관된다 하겠다.

이와 같은 부제목의 활용이 시청자의 관심을 끌어나고 유지하기 위한 방편이라는 점에서 전략적으로 사용되고 있다고 이해할 수 있지만, 빈번하게 사용되는 지명의 사용은 재고할 여지가 있는 것이 사실이다. [표 1]에서 볼 수 있듯이 2015년 1~8월 사이에 방송된 프로그램 부제목에서 만월산, 화성, 흥해, 드들강, 목포, 약촌 오거리 등의 지명을 발견할 수 있다. 화성의 경우 연속 살인사건으로 대중들의 기억에 우범지대로 인식되어 있었으나 이제 겨우 이러한 인식이 떨어져 가고 있으며, 목포는 영화 '목포는 항구다' 등을 통해서 조폭의 도시라는 미묘한 인식이 저변에 깔려있는 것이 현실이다. 그런 점에서 화성과 목포라는 지명은 시청자의 무의식을 건드린 매우 선정적인 제목이라 할 수 있다. 게다가 지명 사용에서 어떤 일관성도 발견되지 않는다. 어떤 부제의 경우 도시의 이름을 앞세웠고, 어떤 부제는 도시의 세부지명(흥해, 드들강)을 사용했다.

표 2. <그것이 알고 싶다>의 부제목 유형분류(2015년 1월~8월)

소재	미스터리 진실, 비밀	의문문	고유 지명	기타
횟수	15회 (50%)	7회(23%)	6회(20%)	3회

더불어 여성이라는 키워드가 제목으로 사용된 것 역시 6회(중복집계)나 된다. 관행적으로 사용해왔기 때문에 문제의식을 느끼지 못했을 터이지만, 방송법 제 5조 1-2항에 적시된 것처럼 '방송은 인간의 존엄과 가치 및 민주적 기본질서를 존중하여야 하며, 방송은 국민의 화합과 조화로운 국가의 발전 및 민주적 여론형성에 이바지하여야 하며 지역 간·세대 간·계층 간·성별간의 갈등을 조장하여서는 아니 된다'. 지명이나 여성을 강조하는 작명법은 다수자가 소수자를 보는 관점 즉, 마이너리티의 강조라는 점에서 폭력성을 띤다 하겠다. <그것이 알고 싶다>가 미스터리나 지명과 여성을 강조하는 부 제목을 사용한 것은 시청자를 끌어들이고 관심을 유지하기 위해서라고 볼 수 있다. 다만, 그 효과가 항상 공익적이라고 볼 수 없다는 점에서 부제목의 사용에 대한 환기가 필요하다 하겠다.

## 2. 대본의 수사학적 특성

<그것이 알고 싶다>와 여타 시사고발 프로그램의 가장 큰 차이점은 프로그램의 구성방식에 있다고 하겠다. <그것이 알고 싶다>는 스토리텔링에 특화된 프로그램 구성을 보인다. 우선, 스토리는 등장인물과 사건 배경 등으로 구성되는 서사의 주된 줄기다. 서사가 스토리와 담론으로 구성되어 있다고 할 때, 스토리는 등장인물과 사건, 배경 등으로 구성된다. 일반적으로 '스토리성이 풍부하다'고 하는 것은 수용자를 놀라게 할 만큼 기대를 넘어서는 반전이 많다는 의미로 해석할 수도 있다. 스토리는 일반적으로 '원투쓰리의 법칙'으로 설명된다. 한두 가지만으로는 사람을 놀라게 할 수 없기 때문에 사람들의 예상을 넘어서는 무언가 즉 '쓰리'가 있어야 사람을 놀라게 할 수 있다는 것이다. 그런 점에서 2015년 7월 말에서 8월초에 걸쳐 2회로 방송된 995회, 996회

‘세 모자 성폭행 사건의 진실’과 2016년 11월에 방송된 ‘대통령의 시크릿’ 편은 스토리성이 매우 풍부하다.

### 1) 반전의 수사학

‘세모자 성폭행 사건의 진실’ 대본을 보면 <그것이 알고 싶다>가 자주 사용하는 서사전달구조를 확인할 수 있다. 우선 가장 먼저 눈에 띄는 것이 ‘하지만’, ‘그런데’, ‘그런데 말입니다’ 등의 접속사 및 접속절로 이야기의 흐름을 새로운 방향으로 꺾는다.

“그런데 말입니다. 앞서 보신 충청도의 한 시골마을에서 우리 제작진이 보는 앞에서 벌어진 일련의 일들.”

“제작진에게 다가오는 오토바이 한 대. 그런데 늦은 밤 피자배달 오토바이를 타고”  
(‘세모자 성폭행 사건의 진실’ 편)

이와 같은 서사의 방향을 트는 반전의 수사학은 매우 빈번하게 사용된다. 995회 대본 중에서 ‘그런데’는 총 16회, ‘하지만’은 13회, ‘그런데 말입니다’는 1회 사용되었다. 종합하면 반전의 수사학이 총 30회나 사용되었다.

‘세모자 성폭행 사건’ 1편은 구성상 다섯 부분으로 되어 있다. 1. 세상을 충격에 빠트린 세모자 2. 허목사 부자의 정체는? 3. 허목사 세모자 누가 진실을 말하나? 4. 누가 그들을 폭로자로 만드나? 5. 무숙인의 정체. 각각의 VCR이 끝나고 진행자의 스튜디오멘트가 이어지는 구성이다. 체보에서부터 진실에 이르기까지의 과정이 꼬리에 꼬리를 물고 이어진다. 흡사 탐정의 취재 과정에 참여하여 함께 문제를 푸는 것과 같은 느낌을 제공한다. ‘그런데 말입니다’와 같은 반전의 수사학을 통해 지금까지의 이야기 전개를 새로 뒤엎거나 원점에서 다시 출발하게 하는 등 다양한 굴곡을 입혀 넣었다. 아마도 전체 프로그램 취재를 마친 뒤 하나의 실마리로 프로그램을 시작하고 암시를 얻고 다시 새로운 줄기를 잡아가보니 예상외의 결과가 기다리고 있고, 더 파헤치다 보니 사건은 미궁으로 빠지고, 다시 원점으로 돌아오고, 취재하는 동안 뭔가 석연찮은 점을 발견하여 다시 깊이 파들어 가보니 전혀 예상하지 못한 결과가 기다리고 있다는 구성(세모자 사건의 경우)이 <그것이 알고 싶다>

식 구성인 듯하다. 반면 일반적인 시사고발프로그램의 경우, 스토리의 기본 틀이 ‘대주제 1-중주제 1- 소주제 1- 소주제 2- 소주제 3- 중주제 2-소주제4-소주제 5- 대주제 2- 중주제 3- 소주제 6- 소주제 7’이라는 구조를 이루는 경향이 있다[20].

‘대통령의 시크릿’ 편에서도 반전은 두드러진 수사학으로 사용되고 있다. ‘하지만’은 총 19회나 사용되었으며, ‘그런데’는 16회 사용되어 반전의 수사학은 총 35회나 사용되었다.

“조사가 시작되리라고 믿었습니다. 그런데 ...표적은 비선실세가 아닌 문건을 유출한 사람으로 바뀌었고”(‘대통령의 시크릿’ 편)

대본에서 사용된 ‘하지만’과 ‘그런데’ 혹은 ‘그런데 말입니다’는 모두다 반전의 의미를 가지면서도 다소 다른 뉘앙스를 가지고 있는 것으로 보인다. ‘하지만’이 역접의 의미가 강한 데 비해, ‘그런데’는 이야기의 흐름이 갑작스레 바뀌는 반전의 효과를 유발한다. ‘그런데 말입니다’는 ‘그런데’보다 더 큰 흐름의 전환을 의미한다 하겠다.

이러한 점을 종합해보면, <그것이 알고 싶다>의 가장 대표적인 서사전달 구조는 ‘반전의 수사학’이라 할 수 있겠다. 반전이란 어떤 일이 한 상태로부터 그 반대 상태로 급격히 변화하는 것을 말하는 것으로 아리스토텔레스의 『시학』에서 ‘운명의 급전’이란 뜻으로 사용된 용어이다. 사건을 예상 밖의 방향으로 급전시킴으로써 독자에게 강한 충격과 함께 주제를 효과적으로 전달하는 방법이다. 아리스토텔레스는 무지의 상태에서 깨달음의 상태에 이르게 하는 ‘발견(discovery)’의 탁월한 방법으로 반전을 꼽았다. 인물의 운명이 행복의 상태로 진행되는 것처럼 보이다가 갑자기 불행 쪽으로 방향을 바꾸거나, 불행을 향하여 진행되는 것처럼 보이다가 갑자기 행복 쪽으로 완전히 역전되는 구성 방식을 통해 주제가 효과적으로 전달될 수 있다는 것이다[21].

반전은 시청자들이 예상하는 이야기의 흐름을 뛰어넘어 다른 방향으로 바뀌는 구조를 말하는 것으로, 반전에 반전을 거듭한 이야기구조로 인해서 시청자들은 프로그램에 몰입되며 관심을 유지하게 되는 것이다. 배우 김상중이 독특한 억양으로 말하는 ‘그런데 말입니다’

라는 멘트는 프로그램의 상징이 될 만큼 시청자의 뇌리에 깊숙이 자리하게 되었다.

## 2) 심층의 수사학

<그것이 알고 싶다>서사 전달 구조의 두 번째 특징은 심층의 수사학이다. 심층의 수사학은 이야기의 흐름이 표층에서 더 깊숙하게 파고 들어가는 양상을 말한다. 일반적인 탐사보도 프로그램에 요구되는 덕성은 뉴스 등에서 밝혀내지 못하는 사건의 구조적 문제 등에 대한 광범위하고도 깊이 있는 취재로 문제의 입체적 구조를 드러내는 것이다. 이러한 탐사보도적 특성은 공공저널리즘의 성격과 닮아있다. 단순히 일어난 사건 사고를 달하는 스트레이트 기사와 달리 보다 심층으로 사회 이슈 등을 취재 보도하여 문제의 본질을 파헤치고 미약하나마 새로운 안을 제시하고자 하는 탐사보도는 객관보도의 원칙에 이의를 제기하지 않지만, 더 깊이 있는 분석으로 대안까지 제시하는 보도방식이다[22]. 이러한 점에서 심층의 수사학은 탐사보도와 공공저널리즘에 꼭 필수적인 덕목이며, <그것이 알고 싶다>에서 심층의 수사학이 돋보이는 것은 프로그램의 지향성을 가늠할 수 있기 때문이다. 심층의 수사학은 물론 앞서 언급한 반전의 수사학과도 밀접한 연관이 있다. 반전을 이룬 서사구조는 거기에서 멈추지 않는다. 대신 한 번 더 깊숙이 들어가는 심층화의 단계를 거치며 반전의 영향을 심화시키는 역할을 수행한다.

“*게다가* 이 씨는 자신 역시 깊게 관련돼있는 이 엄청난 비밀을 폭로하는 이유는...” (‘세모자 성폭행 사건의 진실’ 편)

“비밀리에 감찰을 했다는 것이었습니다. *그리고* 4일 후 문건의 일부가 공개됩니다.” (‘대통령의 시크릿’ 편)

대본에서 알 수 있듯이 자주 사용된 ‘게다가’, ‘심지어’, ‘그리고’, ‘특히’, ‘결국’ ‘또다시’는 이야기의 심화를 보여주는 접속사들이다. ‘게다가’ 1회, ‘심지어’ 2회, ‘그리고’ 7회, ‘특히’ 2회, ‘결국’ 3회, ‘또다시’ 1회로 총 16회 사용되었다. ‘대통령의 시크릿’ 편에서도 ‘그리고’는 10

회, ‘결국’은 4회로 총 14회 사용되었다. 이른바 ‘심화’를 의미하는 접속사들의 총 사용빈도에는 큰 차이가 없지만 사용되는 어휘의 차이는 엇보인다. 엽기적 사건이라 할 수 있는 ‘세 모자 사건의 진실’이 ‘게다가’ ‘심지어’ ‘특히’ ‘또다시’ 등 다양한 표현들을 사용하여 ‘심화’를 펼쳐놓았다면, 정치적 사건이라 할 수 있는 ‘대통령의 시크릿’ 편은 ‘그리고’, ‘결국’으로 다소 단조롭게 표현했다고 볼 수 있다.

반전의 수사학과 심층의 수사학은 프로그램 제작의 과정이 기존의 시사 고발 프로그램과는 다르다는 것을 암시한다. 대부분의 시사 고발 프로그램은 제작진이 문제를 풀어나가는 순서로 서사가 진행된다. 하지만 <그것이 알고 싶다>는 취재를 어느 정도 마치고 취재과정을 새롭게 재구성한다는 것을 알 수 있다. 재구성의 과정에서 이야기의 구조를 조정하는 역할을 수행하는 것이 반전의 수사학과 심층의 수사학인 것이다. 이것은 <그것이 알고 싶다>가 재매개하고자 하는 대상이 ‘추리소설’이나 ‘추리영화’라는 것을 고려할 때 더욱 쉽게 이해된다.

## 3) 감탄의 수사학

세 번째로 <그것이 알고 싶다> 방송 대본에서 자주 발견할 수 있었던 단어들은 ‘과연’, ‘정말’, ‘도무지’, ‘신기하게도’, ‘대체’, ‘실로’와 같은 부사들이었다. 이 단어들은 시청자들의 감정에 호소하는 이른바 감탄사의 기능을 수행하는 것으로 보인다. <그것이 알고 싶다>에서 빈번하게 사용되는 감탄사들은 호기심이나 의외, 놀람 등을 불러일으키며 시청자의 관심을 끌어내고 유지하는 역할을 맡는 것으로 보인다.

“무속인 김 씨와 이 씨는 *대체* 어떤 관계일까?” (‘세모자 성폭행 사건의 진실’ 편)

“대통령이 아무 지지도 없었다는 건 *도무지* 납득할 수가 없습니다.” (‘대통령의 시크릿’ 편)

‘세모자 성폭행 사건의 진실’ 편에서 감탄사가 사용된 빈도를 살펴보면 ‘대체’ 5회, ‘과연’ 4회, ‘정말’ 4회, ‘도무



지' 2회, '실로' 1회, '신기하게도' 1회로, 총 17회의 빈도를 보였다. '대통령의 시크릿' 편은 다소 다른 양상을 보였지만 다양한 감탄사가 사용된 것은 크게 다르지 않았다. '도대체' 2회, '대체' 1회, '과연' 2회, '정말' 1회, '도무지' 1회로 총 7회 사용되었다. 두 대본에서 감탄사의 빈도가 다른 것은 앞서 살펴본 것처럼 프로그램 소재와 사회적 영향력의 차이에 따른 것인지 추가적인 분석이 요구된다 하겠다. 위와 같은 감탄을 담은 단어들은 시청자의 감정을 끊임없이 동기화(synchronize)시킨다. 감탄의 수사학은 많은 경우 의문문과 연결되어 호기심을 강조한다. 감탄의 수사학은 인간적 흥미를 불러일으키는 미스터리성 소재에서 더욱더 진가를 발휘한다. 시청자들의 이성적 각성보다 감성적 공분과 짜패를 이루기 쉽다는 것이다. <그것이 알고 싶다>가 시청자에게 미치는 영향 중 하나가 사회적 공분을 불러일으키는 것이라고 할 때, 감탄의 수사학은 사회적 공분을 증폭하는 역할을 수행한다 하겠다.

## V. 결론 및 함의

<그것이 알고 싶다>가 시청자의 높은 반응을 끌어낸 주요 변인으로 텍스트의 수사학적 특성을 추출해낸 연구 결과는 두 가지 측면에서 의미를 찾을 수 있다. 우선 영상텍스트에서 언어가 갖고 있는 중요성에도 불구하고 언론학 연구에서 그동안 상대적으로 소홀하게 다뤄온 연구 경향에 대한 성찰이다. 시각적 자극이 중요해지고 있는 디지털 사회에 접어들었지만, 언어는 여전히 영상을 구성하는 중요한 요소이며, 영상의 방향과 한계를 결정하는 지배력을 가지고 있는 것이 사실이다.

그것은 언어가 갖고 있는 다음과 같은 특성 때문이다. 언어는 소리, 상징, 단어 표현에 기반을 둔 문화적 체계이며 의미 체계를 공유하는 사람들과 소통하고 내적 경험을 조직하기 위해 설계된 것이다. 언어는 의식을 구체화하는 데 중요한 영향을 미치는데, 벤저민 리 워프의 언어학 가설에 따르면, 우리가 보는 것은 우리가 이름붙일 수 있는 것으로 한정되며, 이 이름들은 문화적인 방식으로 제한된다는 것이다[23]. 따라서 영상 텍

트를 분석할 때 언어적 특성, 수사학적 특성에 집중한다면, 영상 텍스트의 본질에 더 쉽게 접근할 수 있다는 것을 뜻한다. 물론 언론학 연구의 중요한 방법론 중 하나가 담론분석이나 비판적 담론분석이지만, 한국에서의 언론학 연구가 상대적으로 소홀하게 여겨온 부분이라는 것을 상기할 필요가 있겠다.

두 번째의 함의로는 <그것이 알고 싶다>가 시청자를 바라보는 관점에서 여타 프로그램들과는 차별성을 띤다는 점이다. 여타의 시사 프로그램들이 프로그램이 시청자의 필요(need)에 충실한 다소 계몽적인 방식이라면, <그것이 알고 싶다>는 시청자의 욕구(want)에 더 충실한 현실적인 방식이라 할 수 있겠다. 이러한 접근법으로 인해 제작자와 시청자와는 더 용이하게 상호작용을 하게 된다.

<그것이 알고 싶다>의 수사학적 특성이 시청자와의 왕성한 상호작용에 미치는 영향이 갖는 함의를 고려할 때, 영상 텍스트의 수사학적 분석이라는 접근법의 효용은 더욱 확증된다 하겠다. 물론 상업방송이라는 조직 안에서 고발성 다큐멘터리를 만드는 일이 존재론적 모순의 길을 밟아야 하는지 짐작하기 어렵지 않다. 자본의 압력, 정치적 압력 등으로 프로그램의 방송이 어려워졌던 적도 적지 않았다는 것을 시청자들은 직감하고 있다. 모순적인 상황 속에서 자기정련의 길을 걸어왔기 때문에 <그것이 알고 싶다>의 생명력이 그만큼 강한 것일 것이라 유추할 수 있겠다. 이는 <그것이 알고 싶다>가 그동안 형성해온 프로그램적 정체성과도 밀접하게 관련 있다. 사명감으로 지나치게 무장한 대신, 시청자에 눈높이를 충실히 따르며 시청자의 관심을 사고 공분을 불러일으키운 방식은 기존의 시사 고발 프로그램과는 결을 달리한다. 이 미묘한 텍스트적 차이를 본 연구에서는 텍스트의 수사학적 특성이라는 독특한 방식으로 추출해내고자 했다.

## 참 고 문 헌

- [1] 김수경, '그것이 알고 싶다', 2004년 이후 역대 최고시청률! '춧불민심'의 저력, 텐아시아, 2016년 11

월 21일자.

[2] 최영목, 박승대, “방송의 정치적 독립성 확보를 위한 미디어 정책 방향 연구,” 한국언론정보학보, 통권 제46호, pp.591-697, 2009.

[3] 이준웅, “공적인 것, 정치적인 것, 그리고 불편한 것: 공영방송의 위기론 고찰,” 한국방송학보, 제23권, 제2호, pp.485-525, 2009.

[4] 임수환, *시사 다큐멘터리의 설득적 특성에 관한 연구: 틀민의 논증이론을 중심으로*, 성균관대학교, 석사학위논문, 1998.

[5] 박소혜, *탐사보도의 바람직한 모델 연구: “수지갑 사건”에 대한 보도를 중심으로*, 서강대학교, 석사학위논문, 2003.

[6] 백선기, 민병현, “TV 시사다큐멘터리 영상구성방식과 사실성 구현에 관한 연구- KBS, MBC, SBS를 중심으로,” 한국언론학보, 제53권, 제3호, pp.78-120, 2009.

[7] 손병우, <그것이 알고 싶다> 1000회 방송 기념 한국방송학회세미나 토론문, 2015.

[8] 이기형, 황경아, “SBS <그것이 알고 싶다>의 역할과 성취 그리고 명과 암을 맥락화하기: 텍스트 분석과 미디어 생산자연구를 통해서 조명하기,” 한국언론정보학보, 통권75권, 제1호, pp.83-144, 2016.

[9] E. Babby, *The Practice of Social Research*, 2002, 고성호 외 역, 사회조사방법론, 도서출판 그린, 2002.

[10] J. Guerrero and M. Tejera, *Historia Breve de la Retorica*, 2000, 강필운 역, 수사학의 역사, 문학과 지성사, 2001.

[11] Aristoteles, *Techne Rhetorike*, 천병희 역, 수사학, 도서출판 숲, 2017.

[12] 배국남, *그것이 알고 싶다-세모자 성폭행사건* 왜 시청률 1위·찬사붓물 이룰까? 비즈엔터, 2015년 8월 3일자.

[13] 윤태진, <그것이 알고 싶다> 속의 한국사회: 12년 현대사의 영상기록, *그것이 알고 싶다 500회 편람*, 커뮤니케이션북스, 2004.

[14] 강형철, “탐사보도 프로그램의 내용 다양성에 관

한 연구: 한국 주요 탐사보도 프로그램 내용분석,” 한국방송학보, 제21권, 제1호, pp.7-46, 2007.

[15] 김우룡, *시사고발프로그램이 중요한 까닭은 무엇인가? MBC PD수첩팀(편), PD수첩과 프로듀서 저널리즘*, 나남출판, 2000.

[16] 김진웅, *시사고발 프로그램의 발달과정, MBC PD수첩팀(편), PD수첩과 프로듀서 저널리즘*, 나남출판, 2000.

[17] SBS <그것이 알고 싶다> 홈페이지, <http://programs.sbs.co.kr/culture/unansweredquestions>

[18] 이영돈, *이영돈 PD의 TV프로그램 기획제작론*, 커뮤니케이션북스, 2010.

[19] 강형철, “탐사보도 프로그램의 내용 다양성에 관한 연구: 한국 주요 탐사보도 프로그램 내용분석,” 한국방송학보, 제21권, 제1호, pp.7-46, 2007.

[20] 이영돈, *이영돈 PD의 TV프로그램 기획제작론*, 커뮤니케이션북스, 2010.

[21] 한국문학평론가협회, *문학비평용어 사전*, 국학자료원, 2006.

[22] 김민하, “한국 언론의 탐사보도와 시민공동체 형성의 전망,” 한국언론학보, 제52권, 제4호, pp.105-128, 2008.

[23] J. Liedtka and T. Ogilvie, *Designing for Growth*, 2011, 김형숙·봉현철 역, *디자인생김 경쟁을 바꾸다*, 초록비책공방, 2016.

저 자 소 개

홍 경 수(Kyung Soo Hong)

종신회원



- 1990년 2월 : 고려대 신방과
- 2000년 2월 : 서울대 언론정보학과 석사
- 2012년 2월 : 서울대 언론정보학과 박사
- 2010년 3월 ~ 현재 : 순천향대

미디어콘텐츠학과 부교수

<관심분야> : 방송 생산자연구, 텍스트분석, 담론분석