

절주 문화 확산을 위한  
미디어 음주 장면 사례집



보건복지부



한국건강증진개발원

# CONTENTS

I. 들어가며	3
II. 미디어 음주 장면과 음주 폐해	4
III. 음주장면 모니터링 방법 및 사례	8
1 모니터링 및 사례 선정 방법	8
2 음주 장면 사례	9
1) 미성년자 음주 및 술자리 통식	9
2) 음주운전	19
3) 음주 후 폭력 및 자살 묘사	22
4) 음주가 건강에 좋다고 오도	28
5) 해로운 음주행동 묘사	33
6) 음주 강요 및 잘못된 음주 문화 묘사	43
IV. 마치며	49

## I. 들어가며

국민적 공분을 일으킨 故윤창호 음주운전 사고로 인해 2019년부터 음주운전 단속 기준이 강화되었습니다. 그 결과 음주운전 빈도가 전년 대비 감소한 것으로 나타났으며<sup>1)</sup> 사회적으로도 경각심을 갖는 분위기가 조성되기도 하였습니다. 그러나 동시에 여전히 주취상태 범죄에 대해서는 심신미약 감형이 적용되기도 하는 등 아직까지 우리 사회는 음주에 대해 관대한 태도를 가지고 있기도 합니다. 그렇지만 음주로 인한 피해를 개인만의 문제가 아닌 우리 사회가 함께 개선해야 하는 문제로 인식하는 변화가 느리지만 천천히 일어나고 있습니다.

2017년 「절주문화 확산을 위한 미디어 음주 장면 가이드라인」 개발 이후 음주를 미화하는 프로그램 방송 제재도 강화되고, 청소년과 성인 음주를 부추기는 미디어의 영향력에 대한 공감대가 형성되었습니다. 실제 음주에 대해 강화된 사회 인식 변화를 반영하여 방송통신심의위원회에서도 미디어 음주 장면 가이드라인을 참고로 「방송심의에 관한 규정」을 개정하기도 하였습니다. 그러나 여전히 일부 프로그램을 중심으로 음주 장면이 증가하고, 청소년 음주, 음주운전, 잘못된 음주 문화 등이 방영되고 있습니다.

미디어가 현대인에 미치는 영향력은 절대적입니다. 특히 청소년은 성인에 비해 사회경험은 부족하지만, 호기심이 많기 때문에 미디어로부터 강한 영향을 받아<sup>2)</sup> 쉽게 모방을 합니다<sup>3)</sup>. 근본적으로 지나친 음주로 인한 피해를 줄이고 청소년 보호를 위해 극 중 맥락이나 프로그램 구성에서 반드시 필요한 장면이 아니라면 음주 장면은 넣지 말아야 하며, 꼭 필요한 경우에는 그 영향력을 고려하여 신중하게 묘사되어야 합니다.

본 사례집에서는 청소년 보호 및 국민의 건강을 위해 미디어 속에서 노출되었을 때 우려가 되는 음주 장면을 맥락과 함께 보여드리겠습니다.

1) 한국교통안전공단. (2019). 2019년 교통문화지수 실태조사  
 2) 김재숙, & 이미숙. (2001). TV 미디어가 청소년의 신체이미지에 미치는 영향. 한국외국어학회지, 25(5), 957-968.  
 3) 정슬기 등. (2007). 중고생 청소년의 알코올 남용의 심각성 정도에 영향을 미치는 요인비교. 정신보건과 사회사업, 26, 144-167.

## II. 미디어 음주 장면과 음주 폐해

▶ 음주로 인한 건강과 사회 안전 문제의 심각성

우리나라에서 음주로 인하여 매일 13.5명이 사망하고 있습니다. 음주로 인한 사망은 한창 왕성하게 활동할 나이인 30대부터 급증하여 50대에 인구 10만 명당 22.2명으로 가장 많습니다<sup>4)</sup>. 음주로 인한 사회경제적 손실은 9조 45백억 원으로 흡연이나 비만보다 더 많으며 매년 급격하게 증가하는 추세입니다<sup>5)</sup>.

살인과 강도 등 강력 흉악 범죄의 약 30%가 주취상태에서 발생하고 있으며<sup>6)</sup>, 각종 교통사고로 인한 사상자 중 10.2%는 음주운전으로 인해 발생하고 있습니다<sup>7)</sup>. 세계보건기구(WHO)는 많은 양의 술을 한꺼번에 마시는 폭음이나 자주 폭음을 하는 음주습관 등의 패턴이 개인의 건강과 사회 안전에 심각한 위협이 된다고 보고하고 있습니다<sup>8)</sup>.

▶ **폭음 등 성인의 위험한 음주 행동은 계속 높게 유지**

우리나라 성인의 위험한 음주 행동은 높게 유지되는 가운데 여성의 음주율은 지속적으로 증가하고 있습니다. 2018년 국민건강통계에 따르면 성인 10명 중 1명 이상은 주 2회 이상 고위험 음주를 하는 것으로 나타났습니다<sup>9)</sup>. 대학생은 더욱 심각하여 5명 중 1명이 주 2회 이상 폭음을 하고 1회 음주량이 10잔 이상인 경우가 38.4%나 됩니다<sup>10)</sup>.

4) 통계청. (2019). 2018년 사망원인통계.

5) 이선미 등. (2015). 주요 건강위험요인의 사회경제적 영향과 규제정책의 효과 평가. 국민건강보험공단 건강보험정책연구원.

6) 대검찰청. (2019). 2019 범죄분석.

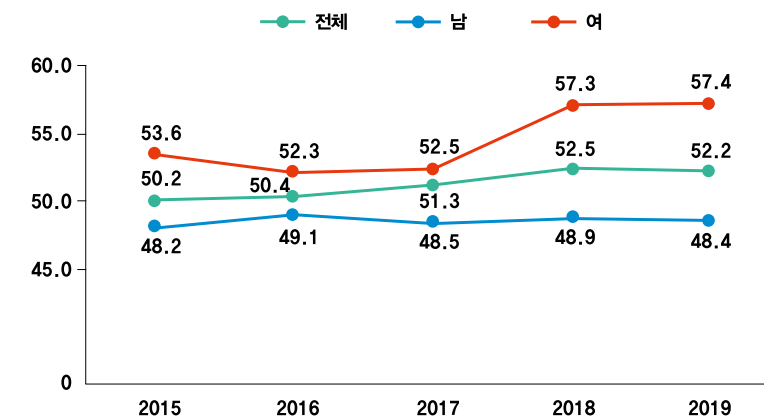
7) 도로교통공단. (2019). 교통사고 통계분석.

8) WHO. (2018). Global Status Report on Alcohol and Health.

### ▶ 청소년 현재 음주자 중 위험 음주 매년 증가

우리나라의 음주 경험이 있는 청소년 2명 중 1명 이상은 한 번에 많은 양의 술을 마시는 위험 음주를 하는 것으로 나타났습니다. 특히 음주하는 여학생의 위험 음주 비율이 2015년 대비 3.8% 증가하였고, 남학생 보다 높습니다<sup>11)</sup>.

[그림 1] 청소년 현재 음주자의 위험 음주율(%)



주) 현재 음주자 중에서 최근 30일 동안 1회 평균 음주량이 중등도 이상(남자: 소주5잔 이상, 여자: 소주 3잔 이상)인 사람의 비율

출처: 질병관리본부 등. (2019). 청소년건강행태조사.

또한, 10~19세 청소년 중 알코올 중독으로 치료받은 환자 수는 2014년 대비 380명이나 증가한 1,968명으로 나타났습니다<sup>12)</sup>. 술을 마셔서 안 되는 청소년 중 폭음을 하는 비율과 알코올 중독으로 고통 받고 있는 비율이 점점 증가하고 있습니다.

9) 질병관리본부. (2019). 2018 국민건강통계

10) 박은철 등. (2018). 우리나라 대학생의 음주행태 심층조사. 질병관리본부 학술연구결과보고서.

11) 질병관리본부 등, (2019), 청소년건강행태조사.

12) 허민숙. (2018). 청소년 음주 규제의 문제점 및 개선방향. NARS 현안분석 vol. 33. 국회입법조사처.

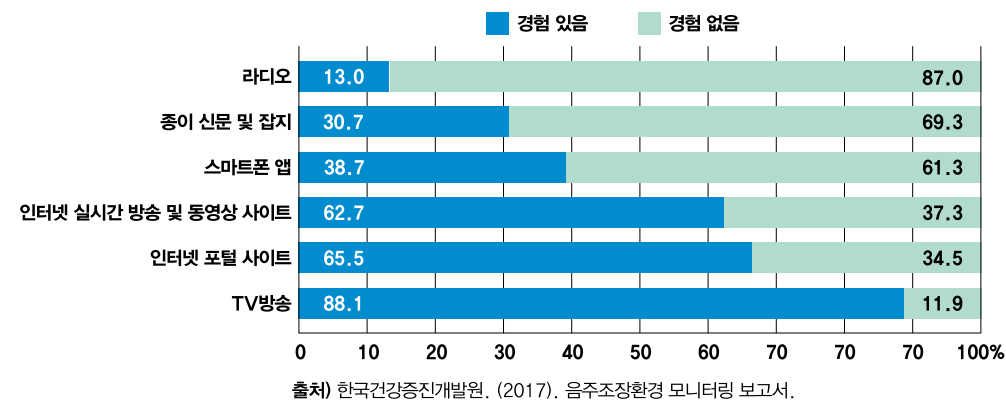
## ▶ 미디어 음주 장면과 청소년, 성인 음주의 연관성

청소년 음주를 촉발하는 데는 청소년 본인의 호기심과 술 마시는 또래 친구도 영향을 미치는 것으로 알려져 있지만, 음주를 긍정적으로 묘사하는 미디어의 영향력도 확인되었습니다. 실제로 성인의 절반 이상은 미디어 속에서 음주 장면이 실제보다 긍정적으로 묘사된다고 인식하고 있었습니다<sup>13)</sup>. 미디어는 음주를 매력적이거나 긍정적으로 묘사하는 반면 부정적인 측면은 드물게 묘사하여 시청자로 하여금 음주에 대한 긍정적인 태도를 갖게 하며 이는 음주량이 증가하도록 영향을 미칠 수 있습니다<sup>14)</sup>.

청소년 역시 미디어를 통해 음주 장면을 자주 접할수록 음주에 대해서 기분 전환과 스트레스 해소에 좋다는 등 긍정적인 태도를 갖게 되고 음주를 할 가능성이 올라갈 수 있습니다<sup>15)</sup>. 성인에 비해 사회적 경험은 부족하지만 호기심이 높은 청소년은 미디어의 영향을 더 강하게 받는 편<sup>16)</sup>이라 음주 장면으로 인한 영향력도 더 주의할 필요가 있습니다.

현재 주류광고는 청소년 보호시간 송출 금지 등의 방식으로 제한되고 있지만, 청소년의 88.1%가 TV를 통해 주류광고 및 음주 장면을 시청한 적이 있다고 응답하였습니다<sup>17)</sup>. 또한 60% 이상의 청소년들이 주로 이용하는 인터넷 실시간 방송 및 동영상 사이트를 통해 주류광고 및 음주 장면을 접했다고 응답하였으며 스마트폰 앱을 통해 접한 비율도 40%에 근접하고 있습니다. 청소년이 즐겨 사용하는 스마트미디어를 통한 음주 장면에 대한 규제가 미흡한 상황에서 앞으로 청소년들이 미디어 음주 장면에 점점 더 많이 노출될 것으로 보입니다.

[그림 2] 청소년의 매체별 음주 장면 및 주류광고 노출 정도(%)



13) 한국건강증진개발원. (2019). 음주폐해예방 캠페인 · 모니터링분야 보고서.

14) Robinson, T. N., Chen, H. L., & Killen, J. D. (1998). Television and music video exposure and risk of adolescent alcohol use. *Pediatrics*, 102(5), e54-e54

15) 이재경 등. (2012). TV 드라마와 영화의 음주실태 분석: 청소년 음주 영향을 중심으로. *한국알코올과학회지*, 10(2), 1-20.

16) 김재숙, & 이미숙. (2001). TV 미디어가 청소년의 신체이미지에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 25(5), 957~968

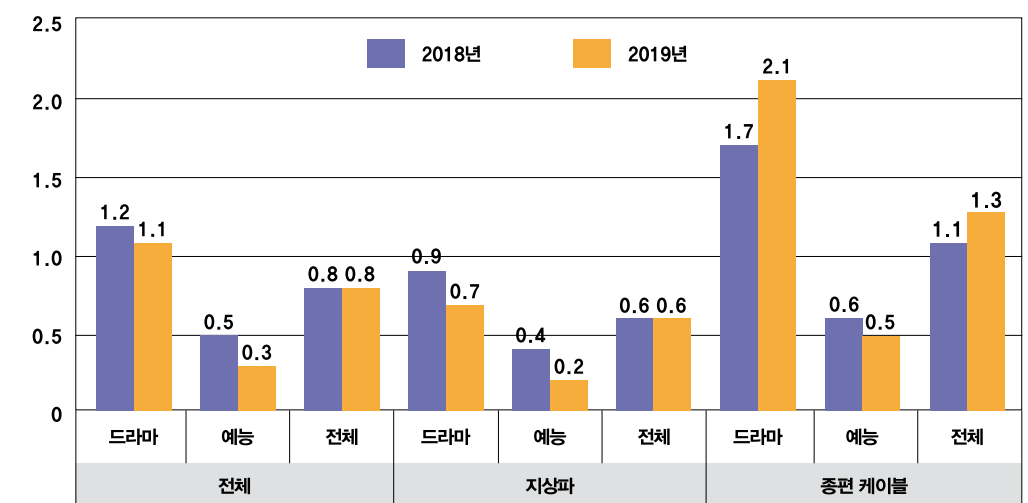
17) 한국건강증진개발원. (2019). 음주폐해예방 교육분야 보고서.

청소년기는 뇌 발달 및 중독 회로 형성에 결정적인 시기이기 때문에 청소년기에 음주를 시작하게 되면 성인기에 음주를 시작한 경우에 비해서 음주 문제를 갖게 될 가능성과 알코올 의존으로 진행될 위험성이 커집니다<sup>18)</sup>. 미디어의 음주 장면은 성인이 술을 마시고 싶은 충동에도 영향을 미치는데 그치지 않고, 청소년들이 술에 대한 긍정적 기대를 갖고 음주를 시작하게 하는데 영향을 미친다는 점에서 지속적인 모니터링과 자정 노력이 중요합니다.

## ▶ 편당 음주 장면 방영 추이

2019년 한국건강증진개발원이 청소년들이 가장 많이 시청하는 드라마, 예능 프로그램을 대상으로 프로그램 각 회차 당 음주 장면 방영 빈도를 조사한 결과, 2019년 프로그램 한회 차 당 음주 장면이 0.8회 나왔으며 특히 드라마의 경우 1회 이상 나온 것으로 조사되었습니다. 방송사 유형별로 대비되는 추이가 나타났는데, 지상파는 전반적으로 음주 장면이 감소된 반면, 종편, 케이블 채널은 드라마 프로그램의 음주 장면이 편당 1.1회에서 1.3회로 증가하였으며, 특히 드라마의 경우 한 편당 2회 이상의 음주 장면이 나오고 있었습니다.

[그림 3] 2018년, 2019년 방송사 유형별 음주 장면 추이 비교(회)



출처) 한국건강증진개발원. (2018). 내부자료.

주: 청소년 시청률 상위 프로그램 기준

18) Hill, K. G., White, H. R., Chung, I. J., Hawkins, J. D., & Catalano, R. F. (2000). Early adult outcomes of adolescent binge drinking: person · and variable · centered analyses of binge drinking trajectories. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 24(6), 892-901.

### III. 음주장면 모니터링 방법 및 사례

#### 1 모니터링 및 사례선정 방법

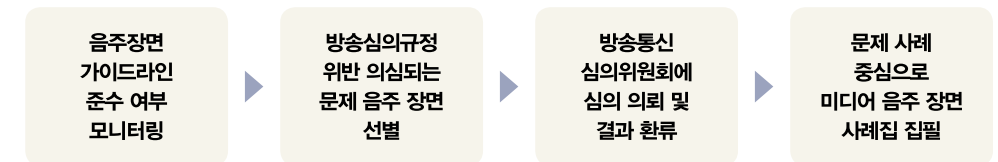
##### ▶ 모니터링 방법

구분	내용
대상	2019년 1~11월 청소년 시청률 상위 20위권 및 음주를 전면에 내세우거나 지나친 음주 장면으로 화제가 되었던 지상파, 케이블TV, 종합편성채널 등의 드라마 및 예능 프로그램의 음주 장면
방법	전문 모니터링 요원이 프로그램을 직접 시청하며 가이드라인에 따라 모니터링
수행기간	2019년 7월, 9월, 11월
내용	미성년자 음주, 음주 후 불법행동 등 가이드라인 해당 음주 장면 캡처 후 내용 기술 및 방영 비율 분석

2019년 미디어 음주 장면의 실태를 조사하고, 특히 청소년들이 많이 보는 프로그램에서 음주 장면이 얼마나 자주 그리고 어떤 형태로 나오고 있는지를 알아보기 위하여 음주 장면 모니터링을 실시하였습니다.

우선 모니터링 대상으로 청소년(15~19세) 시청률 기준 상위 20위권 드라마와 예능프로그램 및 음주 관련 프로그램을 추가 선정하여 총 96개 프로그램 2,527회를 최종적으로 선정하였습니다. 2017년 개발된 「절주 문화 확산을 위한 미디어 음주 장면 가이드라인」 10개 항목을 기준으로 전문 모니터링요원이 2019년 7월, 9월, 11월 총 3회에 걸쳐 대상 프로그램 모니터링을 수행하였습니다.

##### ▶ 음주장면 사례선정 방법



- 미디어 음주 장면 가이드라인에 따라 개발된 평가지표를 바탕으로 미디어 속 음주 장면의 가이드라인 준수 여부를 모니터링하였습니다.
- 가이드라인을 준수하지 않는 장면 중 「방송심의에 관한 규정」 위반이 의심되는 사례는 추가적으로 선별하여 방송통신심의위원회에 심의를 의뢰하였습니다.
- 방송통신심의위원회로부터 전달받은 문제 음주 장면에 대한 심의 결과를 바탕으로 사례집에 수록 하였습니다.

#### 2 음주 장면 사례

##### 1) 미성년자 음주 및 술자리 동석

2019년 방송통신심의위원회는 「방송심의에 관한 규정」을 일부 개정하였습니다. 여러 개정 내용 중 음주에 대해 강화된 사회 인식 변화를 반영하여 개정한 조항이 있었습니다. 해당 조항 개정 시 미디어 음주 장면 가이드라인이 참고 되기도 하였습니다.

개정 전	개정 후
제45조(출연) ④ 방송은 어린이와 청소년이 흡연·음주하는 장면을 묘사하여서는 아니되며, 내용전개상 불가피한 경우에도 그 표현에 신중을 기하여야 한다.	제45조(출연) ④ 방송은 어린이와 청소년이 흡연·음주 하는 장면을 묘사하여서는 아니되며, 잘못된 흡연·음주 문화를 일반적인 상황으로 인식하지 않도록 그 표현에 신중을 기하여야 한다. <개정 2019.9.23.>

그럼에도 불구하고 지상파, 케이블 방송에서 청소년이 음주행위로 오인할 수 있는 장면이 방송 되었으며, 리얼리티 예능에는 어린 아동이 음주 장면에 적극적으로 관여된 모습이 방송되었습니다.

우리나라에서는 법적으로 만 19세 이하 청소년의 음주는 금지되어 있습니다. 술로부터 절대 금주 대상인 청소년을 보호하기 위해서 청소년 음주 장면이나 술자리 동석 장면은 방송되어서는 안 되고, 이 장면들이 일반적이거나 즐거운 것으로 묘사되고 있는지 면밀히 검토되어야 할 것입니다.



## ▶ 술에 친숙한 아동의 모습

K사의 예능에서는 출연자 A와 A의 자녀(아동)가 등장하여 매실청을 담그는 과정이 송출되었습니다. A는 매실청 외에도 매실주를 만들기 위해 자녀 몰래 소주를 물통에 담아 가져왔으나 이를 발견한 자녀가 소주병을 따는 소리와 소주 냄새를 맡고는 물통에 담긴 소주를 버리는 장면이었습니다.

아직 아동인 자녀가 병 따는 소리와 냄새만으로도 소주인지를 알아차릴 정도로 술이 친근하고 익숙한 것으로 묘사되었으나 해당 방송에 대한 시청자의 반응은 재미있고 아이가 똑똑하다는 내용이 많았습니다.

비록 해당 프로그램이 출연자들의 일상의 모습을 보여주는 특성이 있지만 청소년시청보호시간대에 편성되었고 특히 어린 자녀의 모습이 주로 나오는 인기 프로그램이라는 점에서 술과 관련된 일화를 다루는 것에 주의를 기할 필요가 있습니다.

## ▶ 미성년자의 술자리 동석 및 유사 음주 행위

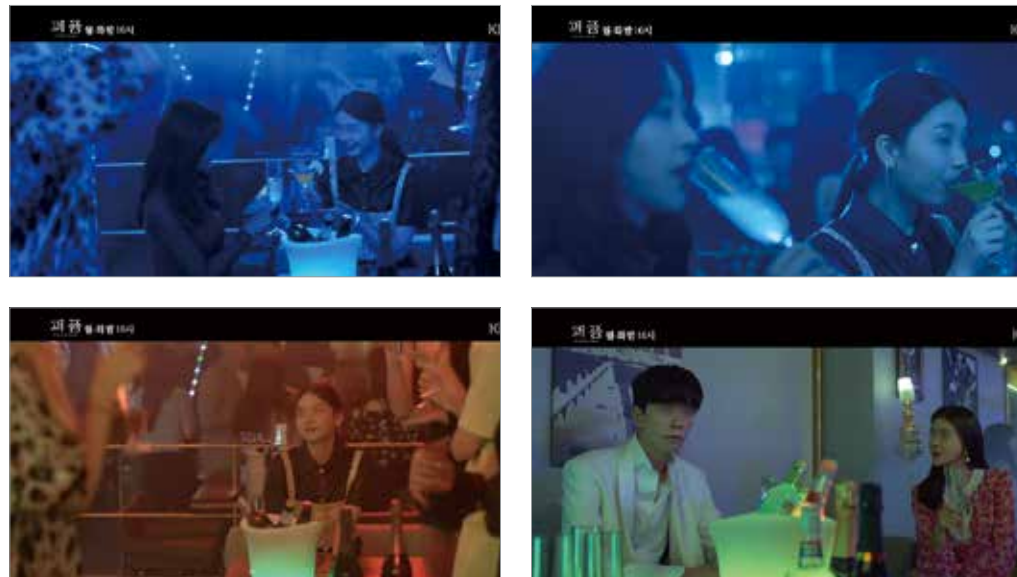
K사의 예능에서 식구들이 모두 모여 저녁 식사를 하며 막걸리를 마시는 모습이 방송되었습니다. 해당 장면은 출연자A, A의 아내, 장인, 장모, 자녀(아동)가 함께 있는 자리였습니다. 장인이 A에게 막걸리를 한 잔 권하고 A가 이를 반가워하며 받아 마시자 A의 딸도 분위기를 내려는 듯 막걸리 잔에 우유를 부어 술을 마시는 흥미를 내는 장면이었습니다.

이 장면은 어른들이 술을 마실 때 어린 자녀도 술잔에 우유를 부어 함께 잔을 부딪치고 마치 술을 마시는 것처럼 표현해 미성년자가 술자리에 동석해 음주문화를 접하는 것이 자연스러운 것으로 묘사하고 있습니다.

2018년 청소년건강행태조사 결과에 따르면 청소년 10명 중 약 4명(38.2%)은 집에서 부모 또는 친척이 음주를 권유했다고 응답하였습니다<sup>19)</sup>. 이처럼 청소년이 가정에서 술에 쉽게 노출되고 있기 때문에 미디어에서 이를 자연스럽게 비록 술은 아니더라도 동석하여 술자리에 참여하는 장면을 송출할 때에는 더욱 신중한 접근이 필요할 것입니다.

19) 질병관리본부 등, (2019), 청소년건강행태조사.





## 클럽에서 무알코올 칵테일을 마시는 미성년자

K사의 드라마에서는 극중 패션모델인 미성년자인 출연자 A가 패션쇼를 끝내고 사람들과 춤을 추고 술을 마시는 공간에 가서 무알코올 칵테일을 마시는 장면이 송출되었습니다. 하지만 다른 성인과 술을 마시는 것처럼 건배를 하고 마시는 장면이 송출되어 음주로 오인할 수 있으며 미성년자가 술집 혹은 클럽 등에 가는 행위를 일반적인 상황으로 인식할 수 있게 하여 미성년자의 음주를 조장할 수 있습니다.

또한 무알코올 칵테일이라고 직접 언급을 하며 주류가 아니라고 하지만 시중에서 판매되고 있는 무알코올 맥주가 청소년이 구매할 수 없는 성인용 음료라는 점도 충분히 고려해야 할 것입니다.

## 2) 음주운전

최근 3년 동안 매년 음주운전으로 인해 2만건의 사고가 발생하고 이로 인해 3백 명이 넘는 소중한 생명이 사망하였습니다. 미디어에서는 극소수이지만 음주운전 후 체포되는 등 음주운전에 대한 경각심을 높이는 장면도 있었지만, 음주운전을 하고도 부유한 배경을 이용하여 처벌을 받지 않는 장면도 노출되었습니다. 미디어의 빠른 파급력과 영향력을 생각할 때 음주 후 운전하는 장면에 대한 각별한 주의가 필요합니다.

[표 1] 음주운전 교통사고 발생건수, 사망자수, 부상자수

단위: 건, 명, %

연도	총 발생건수	내용	내용	음주 발생건수		음주 사망자수		음주 부상자수	
				건수	점유율	건수	점유율	건수	점유율
2015	232,035	4,621	350,400	24,399	10.5	583	12.6	42,880	12.2
2016	220,917	4,292	331,720	19,769	9.0	481	11.2	34,423	10.4
2017	216,335	4,185	322,829	19,517	9.0	439	10.5	33,364	10.3
2018	217,148	3,781	323,037	19,381	8.9	346	9.2	32,952	10.2

※ 음주 발생건수 점유율: 전체 교통사고 발생건수 중 음주사고가 차지하는 비율  
출처: 도로교통공단. (2018). 교통사고 통계분석.



### 3) 음주 후 폭력 및 자살 묘사

술을 취해 폭력 등을 행사하는 주취폭력(酒醉暴力)은 우리 사회에서 빈번히 발생하고 있습니다. 그런데 해외의 경우 술을 마시고 범죄를 저지른 것이 오히려 가중처벌대상이 되기도 하지만 우리나라의 경우 주취자가 형법에서 말하는 '심신장애로 인하여 전항의 능력이 미약한 자'로 판단하는 경우가 있어 술을 마신 후 범죄를 저질렀음에도 감형되는 경우가 있는 실정입니다. 실제 폭력 전과자의 약 50%가 주취상태였다고 주장한 것으로 나타났습니다<sup>20)</sup>.

미디어 음주 장면에서는 음주를 하며 살인에 가까운 폭력을 시도하는 장면이나 미성년자 자녀의 뺨을 때리는 장면이 등장하기도 하였습니다. 또한 음주와 자살을 연계하여 보여주는 장면 등 성인에게도 자극적으로 보일 수 있는 장면들이 청소년 시청 가능한 프로그램에서 묘사되었습니다.

청소년이 폭력 행동에 자주 노출될수록 모방 행동을 할 가능성이 커진다는 점을 고려하면, 이러한 장면들이 청소년에게 지나치게 노출되지는 않는지 다시 한 번 생각할 필요가 있습니다.



#### 뒷배경으로 무마된 음주운전

M사 드라마는 출연자 A의 음주운전 장면으로 시작합니다. 처음 술에 만취해 눈이 풀린 상태인 A의 모습과 그런 A의 시각에서 바라보는 정면 시야가 교차되어 나오는 장면이 연출된 후 즐거운 듯 소리를 지르며 자신을 따라오는 경찰차를 따돌리려고 엑셀을 더 밟는 A의 모습이 송출되었습니다. 걸려온 전화 통화에선 "당연히 술 마셨지"라며 음주운전이 일상인 듯한 표현과 이를 당연히 받아들이는 상대방과의 대화가 이어집니다. 결국 음주운전으로 경찰에 잡히지만, 뒷배경을 통해 사건을 무마하고 출연자A가 빠져나가는 장면이 연출되었습니다.

최근 음주운전 처벌이 강화됨에 따라 술 1잔을 마신사람도 운전이 불가능한 현실과는 다른 잘못된 인식을 시청자에게 심어줄 우려가 있습니다. 또한 일상적으로 음주운전을 하는 것처럼 출연자를 묘사하는 것은 시청자로 하여금 음주운전에 관대한 인식을 가지게 하며 동시에 음주운전으로 적발되더라도 빠져나갈 수 있다는 잘못된 인식도 함께 가질 수 있습니다.

20) 대검찰청. (2018). 범죄 유형별 범죄자 중 주취자 비율





## ▶ 음주하며 살인에 가까운 폭력 시도

O사 드라마에서는 출연자 A가 출연자 B를 가둬두고 고문하는 장면이 연출되었습니다. A가 한 손에는 흥기를 들고 다른 손으로는 맥주를 병째 마시며 '좀만 기다려, 싸그리 다 떠줄테니까. 오늘은 나도 피 맛 좀 보자'며 B를 공격하자 B가 괴로워하며 몸이 묶여있음에도 반격을 하였고, 화가난 A가 병으로 B의 머리를 내리치는 살인에 가까운 폭력적인 장면이었습니다.

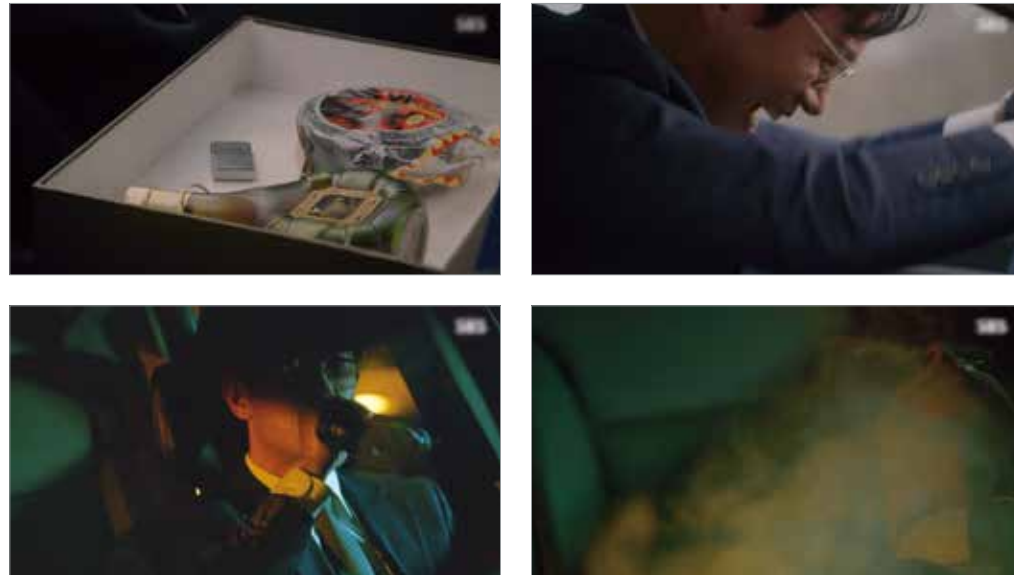
비록 본 장면이 청소년시청보호시간대가 아닌 심야 시간대에 송출되었으나 15세 이상 시청 관람가로 청소년이 시청이 가능한 등급의 드라마였습니다. 성인의 기준에서도 매우 자극적이고 잔인한 장면으로, 음주를 하거나 심지어 술병으로 폭력을 행사하는 장면이 청소년에게 미칠 수 있는 영향을 생각해볼 필요가 있습니다.



## ▶ 음주 후 미성년자에 폭력 행위

M사 드라마에서는 출연자 A의 가족과 지인의 식사 장면이 나왔습니다. 미성년자인 A와 동생의 자리엔 주스가 담긴 잔이 있었으나 A의 아버지를 비롯한 성인은 와인이 잔에 담겨있어 음주했음을 추정할 수 있었습니다. 손님이 떠난 후 A의 아버지는 소리를 지르고 A의 뺨을 내리치며 욕설을 하였고, 이에 그치지 않고 골프채로 집안에 있는 도자기를 내려쳐 파손하는 등 폭력적인 모습을 보였습니다.

부모의 폭력적인 성향을 보여주기 위해 연출한 장면일 수 있으나 음주 후 폭행을 휘두르는 대상인 아들이 미성년자였고, 이 외에도 욕설, 기물 파손 등 폭력적인 모습이 다수 연출되었습니다. 특히 해당 드라마는 학생들이 주인공이고 실제 출연진에도 아이돌 멤버가 있는 등 청소년에게 영향을 많이 줄 수 있기 때문에 신중할 필요가 있습니다.



## 자살에 도움을 주는 음주

S사 드라마에서는 대통령을 만난 후 자신의 차로 돌아온 출연자 A가 조수석에서 선물상자를 발견하는 장면이 나옵니다. 상자 속에 양주 한 병과 번개탄이 들어있는 것을 본 A가 허탈한 표정을 짓다 포효하며 핸들을 내리치는 장면이 송출되었습니다. 자신을 찾는다는 라디오를 들은 A가 라디오를 끈 뒤 술을 병째 마시며 지갑을 열어 가족사진을 본 뒤 라이터를 켜는 소리와 연기가 피어오르는 장면이 연출되어 A가 술을 마시고 자살한다는 것을 연상할 수 있습니다.

자해, 자살 손상 환자의 42.0%가 음주와 관련이 있다는 통계가 있는 만큼<sup>21)</sup> 음주와 자살은 밀접한 관련이 있습니다. 자살을 실행하는데 음주가 도움이 되는 모습 또는 관련 있는 모습을 보여주는 것은 청소년 시청자뿐만 아니라 일반 국민도 모방할 우려가 있는 위험한 장면으로 보일 수 있습니다.

21) 질병관리본부. (2016). 손상 유형 및 원인 통계: 응급실 손상환자 심층조사.

## 4) 음주가 건강에 좋다고 오도

WHO(2018)는 전 세계적으로 매년 3백만 명이 폭음 등 해로운 음주로 인해 사망하고, 20~30대 사망의 13.5%가 알코올에 기인한다고 밝혔습니다. 또한 국제암연구소는 술의 핵심성분인 알코올이 1군 발암물질로 식도, 위, 유방암 등을 일으킨다고 발표하였습니다. 일시적으로 음주를 통해 긴장이 완화되는 느낌을 가질 수 있으나, 과도한 음주는 알코올성 불안장애, 망상, 치매 등 다양한 정신, 행동 장애와 관련되어 있고 자살 위험성도 높이는 것으로 나타났습니다<sup>22)</sup>.

미디어 속 음주 장면은 술이 체력을 향상시키는 약주라거나 불면증과 혈액순환에 도움이 되는 등 건강에 긍정적으로 묘사하고 있습니다. 이는 청소년들을 포함한 시청자들에게 알코올의 건강효과에 대한 오해를 유도하여 위험한 표현이 될 수 있습니다.

하루 반잔 정도의 음주가 가족력 등 심혈관질환 위험성을 가진 노년기 성인에게 도움이 될 수 있다는 부분 외에, 술의 신체적 유익은 검증된 바가 없습니다. 오히려 술은 장기간의 연구를 통해 암 등 200여 가지의 질병과 부상의 원인이 됩니다<sup>23) 24)</sup>. 미디어를 통해 술을 자주, 많이 마시는 음주형태는 신체 및 정신 건강상 이득보다 손실이 압도적으로 크다는 사실이 알려져야 합니다.

22) WHO. (2018). Global Status Report on Alcohol and Health.

23) Meister, K. A., Whelan, E. M., & Kava, R. (2000). The health effects of moderate alcohol intake in humans: an epidemiologic review. Critical reviews in clinical laboratory sciences, 37(3), 261-296.

24) WHO. (2018). Alcohol Fact Sheets. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>



## 술을 약이라 표현하는 장면

S사의 드라마에서는 출연자 A와 B가 함께 술을 나눠 마시며 복분자로 빛은 술을 약이라 표현하는 장면이 송출되었습니다.

짧게 지나가는 장면이었으나 술을 질병 치료에 도움이 되는 '약'이라 표현하여 술이 건강에 좋은 것으로 시청자들이 오해할 수 있을만한 표현을 사용한 것이 반드시 필요한 장면이었는지 고민해볼 필요가 있습니다.



## 술이 체력을 향상시킨다고 표현

J사 예능 프로그램에서 출연자 A가 이모가 직접 담근 매실주를 선보이며 대결구도인 본 프로그램의 승리자에게 이를 선물하겠다고 합니다. 이어서 이 매실주를 술이라기보다는 '약주'라 언급하자 '힘이 솟는 약주'라는 자막이 등장하였습니다.

출연자의 대사와 자막을 통해 매실주가 약이며 체력을 향상시킨다는 긍정적인 표현을 하여 가정 내에서 쉽게 접할 수 있는 담금주에 대한 호기심을 불러일으킬 우려가 있습니다.





## 음주가 불면증과 혈액순환에 도움이 된다는 장면

M사 예능 프로그램에서 출연자 A가 칵테일을 제조해서 마시는 장면이 송출되었습니다. A가 오이칵테일을 제조하는 방법이 자세히 묘사되었고, ‘오이칵테일은 감칠맛이 싹 돌면서 맛있다. 혈액순환이 잘되면서 잠이 잘 오는 것 같아 가끔씩 마시고 잔다’는 대사와 동시에 출연자 B의 ‘빨대로 먹는 것을 보니 껌이다. 빨대로 먹어야 더 빨리 취한다’는 대사도 함께 등장하였습니다.

해당 프로그램의 본방송 일시는 평일 저녁 11시로 청소년시청 보호 시간대에 해당하진 않습니다. 그러나 청소년 시청률 1위 예능 프로그램이며 본방송 이후 다음날부터 청소년보호시간대에도 여러 채널에서 재방송이 나오는 점 등 그 파급력을 고려하였을 때 표현에 신중할 필요가 있습니다.

## 5) 해로운 음주행동 묘사

해로운 음주는 전 세계 인류의 건강에 미치는 가장 중요한 위험 요인 중 하나이며 모성 및 아동 보건, 감염성 또는 비감염성 질환과 정신 건강, 손상 및 중독 등 다양한 영역에 직간접적인 영향을 미칩니다<sup>25)</sup>. 또한 건강상의 문제뿐만 아니라 개인, 그리고 전체 사회에 사회·경제적으로 큰 손실을 끼치고 있습니다. WHO는 해로운 음주 감소를 위하여 “해로운 음주 감소를 위한 세계 전략(Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol)” 및 “음주폐해예방 및 감소를 위한 실행전략(SAFER)” 등을 통해 국제사회에서 지켜야 할 가이드라인을 제공하고 있습니다.

그러나 여전히 술을 자주, 많이 마시는 해로운 음주가 빈번히 일어나고 있으며 미디어에서도 이를 재미나게 묘사하고 있습니다. 특히 청소년이 즐겨 시청하는 개그 프로그램에서 폭음 또는 폭탄주를 제조하는 모습을 하나의 개그 소재로 삼고 있었습니다. 또한 폭탄주를 연달아 마시며 음주 대결 하는 모습 등이 연출되어 방송통신심의위원회에서도 이를 심각하게 받아들이고 법정제재를 의결하기도 하였습니다.

현재 우리나라 전체 청소년의 7.8%, 현재 음주를 하고 있다고 응답한 청소년의 경우 무려 52.2%, 즉 2명 중 1명은 1회 음주 시 중등도 이상<sup>26)</sup>의 위험한 음주를 하고 있습니다<sup>27)</sup>. 미디어에서 해로운 음주를 자연스럽게 재미있게 묘사하는 것은 모방심리가 강한 청소년에게 부정적인 영향을 줄 수 있어 그 영향력을 고려하였을 때 방송 제작 시 청소년 보호를 위한 신중한 고민이 우선시 되어야 합니다.

25) WHO. (2018). WHO Alcohol Fact Sheets.

26) 남자 소주 5잔 이상, 여자 3잔 이상

27) 질병관리본부 등. (2019). 청소년건강행태조사.



▶  
**폭탄주를  
연달아 마시며  
음주 대결**

T사 드라마에서는 출연자 A와 B가 음주 대결을 하는 모습이 송출되었습니다. 출연자들은 주량을 과시하며 서로를 도발하였고, 결국 음주 대결을 하게 됩니다. A가 폭탄주 5잔을 연속으로 마신 후 “카 이 맛이야”라며 감탄사를 내뱉자 관중들이 환호했고 이에 B는 머리에 쓰고 있던 큰 고깔에 폭탄주를 만들어 마시는 모습을 보여줬습니다. A와 B는 연달아 폭탄주를 더 빨리, 많이 마시며 대결하였고 결국 A는 정신을 잃고 쓰러져 다음 날 숙취에 괴로워하는 모습이 연출되었습니다.

출연자들이 음주 대결을 하며 폭탄주를 연속으로 마시거나 큰 용기에 담아 폭음하는 모습이 묘사되었습니다. 이는 해롭고 부적절한 음주문화이며 시청자에게도 올바른지 않은 인식을 조장할 수 있습니다. 특히 ‘지나친 음주는 당신의 건강을 해칠 수 있습니다.’라는 자막을 삽입한 것은 본 장면이 음주 미화, 조장 면에서 문제가 될 수 있음을 역으로 보여줍니다.

방송통신심의위원회에서도 해당 프로그램의 드라마라는 장르적 특성을 감안한다고 할지라도, 청소년시청보호시간대에 음주 장면을 장시간 반복적으로 방송하였고, 특히 해당 방송사가 자체심의 지적사항을 반영하지 않았기 때문에 법정제재(주의)를 의결하였습니다.



▶  
**맥주 2만cc를  
통째로  
폭음하는 장면**

T사 예능 프로그램의 한 코너에서 출연자들이 음식과 함께 맥주를 주문할지 이야기하는 과정에서 출연자 A가 본인은 맥주를 끊었다며 거절하였습니다. 그러나 A는 막상 주문한 맥주 20,000cc가 나오자 목이 막힌다며 통째로 집어 들어 마셨고 놀라워하는 친구들에게 ‘목이 막혀 마셨다, 친구가 목 막혀 죽으면 좋겠냐’며 발끈하며 이후에도 한 번 더 맥주를 통째로 마시는 장면이 연출되었습니다.

해당 프로그램은 대표적인 공개 코미디 프로그램으로 청소년시청 시간대에 방영되며 인기 예능인이 다수 등장하고 있습니다. 맥주 20,000cc를 마시는 장면은 부인할 수 없는 과음 및 폭음 장면일 것입니다.

본 장면은 방송통신심의위원회로부터 연출상 폭음을 조장하기 위한 의도보다는 말과 행동이 일치하지 않는 모습을 통해 웃음을 주고자 폭음 장면을 사용한 것으로 제재하기엔 어려우나 향후 제작이 참고하도록 전달하겠다는 답변을 받았습니다.





▶  
**해로운 음주를  
강요하는  
동료들**

S사 드라마에서 출연자 A가 동료들과 회식자리에서 음주하는 모습이 송출되었습니다. 장면 초반 폭탄주를 만들었다는 대사에 동료들이 함께 박수를 치고 웃는 등 음주를 즐겁고 기분 좋은 경험으로 묘사되는 장면이 방송되었습니다. 음주를 하지 않는 A가 술을 권유받고 거절하자 다른 동료들이 마시고 안 죽는다며 여러번 권하였고 이를 지켜본 출연자 B가 대신 술을 원샷하고 마셔주는 장면이 묘사되었습니다.

청소년 시청등급 프로그램에서 폭탄주를 만드는 장면이 즐겁게 묘사되었으며, 특히 술을 마시지 못하는 사람에게 억지로 술을 권하며 음주에 대한 자기 결정권을 무시하는 모습은 극 전개상 반드시 필요하더라도 신중히 고민할 필요가 있습니다.

본 장면은 방송통신심의위원회로부터 표현의 수위 및 기존 유사사례와의 형평성 등을 고려하였을 때 심의규정을 적용하여 제재하기는 어려울 수 있지만, 음주를 다룸에 있어 그 표현에 보다 신중해야 한다는 의견을 방송사에 전달하여 향후 제작에 유의하도록 당부하겠다는 답변을 받았습니다.



▶  
**폭탄주 제조를  
개그 소재로  
사용**

T사 예능 프로그램의 한 퀴즈 코너에서 폭탄주 제조 미션이 등장해 출연자 A가 본인 대신 폭탄주를 만들 방청객을 찾았습니다. 한 방청객이 자원하였고 어느 신체부위든 상관없이 내리쳐서 폭탄주를 만들면 된다는 안내에 이마로 책상을 내리쳐 폭탄주를 만드는 장면이 송출되었습니다.

해당 장면은 직접 음주를 하는 장면은 아니었지만 폭탄주를 제조하는 모습을 여과 없이 보여주고 폭탄주 제조가 하나의 볼거리가 된 것처럼 무대와 객석에서 환호하는 모습을 보여 과음, 폭음 등 잘못된 음주문화를 보여주고 있습니다. 특히 청소년시청보호시간대에 편성되어 시청하는 청소년으로 하여금 폭탄주 제조가 재밌고 모방하고 싶은 모습으로 전달될 수 있습니다.

본 장면은 방송통신심의위원회로부터 직접 음주하는 장면이 없었고, 방청객의 즉흥적인 참여를 유도하는 개그의 소재로 부분적으로 사용된 점, 지속시간 등을 고려하여 제재조치가 나오진 않았으나 해당 방송사에 향후 음주문화를 웃음 소재로 사용하는 내용을 청소년시청보호시간대에 방송하는 것을 지양하도록 의견을 전달하겠다는 답변을 받았습니다.

## 6) 음주 강요 및 잘못된 음주 문화 묘사

알코올의 특징은 사람마다 알코올 분해 능력이 달라서 몸에 얼마나 독성 물질이 오랫동안 머무르는지가 달라진다는 점입니다. 이러한 분해 능력의 개인적 차이는 모임에서 여러 사람이 함께 술을 마실 때 같은 술의 양과 속도로 마셔야 한다고 상대방에게 강요할 수 없는 근본적인 이유가 됩니다. 아직까지 우리나라 직장인 회식문화나 학교 선후배 모임 혹은 개인적 친목 자리에서 술자리의 분위기를 맞추기 위해서 못 마시는 술을 억지로 많이 마셔야 하는 경우가 있습니다.

미디어에서 술을 강요하는 장면이 자주 나오진 않지만 아직까지 인간관계에서 위계적인 모습이나 잘못된 권력을 묘사할 때 연출하기도 합니다. 또한 술을 잘 마시는 것이 미덕이고 능력으로 치부하여 주량이 센 것을 자랑스러워하거나 반대로 주량이 약한 것을 놀리는 상황이 문제의식 없이 다루어지고 있습니다.

술자리 배려 문화 정착을 위해 미디어는 술을 본인이 마시고 싶은 만큼만 천천히 마시는 분위기, 술을 잘 마시지 못하는 것이 문제되지 않는 상황, 술 이외의 음료를 마시면서 즐겁게 동참하는 장면 등을 권장해야 할 것입니다.



### 부탁을 들어주는 대가로 음주 강요

J사의 정치드라마에서는 극중 보좌관을 맡고 있는 출연진 A와 A가 모시는 국회의원인 B가 술을 마시는 장면이 나왔습니다. A가 B의 비밀을 지켜주는 조건으로 보궐선거 공천권을 요구하는 장면이었습니다. B가 A의 제안을 듣고 빈 잔을 건네며 독한 양주를 흘려넘칠 때까지 따라주고 마시라 하자 A는 이에 복종하듯 괴로워하면서도 한 잔을 다 마십니다.

직접적으로 강요를 하지 않았을지 몰라도 극중 두 인물간의 관계가 명확한 상하관계에 놓여있으며 특히 B가 A의 요구를 들어주는 상황에서 독주를 권하는 것은 A로서는 괴로워하면서도 거절하기 어려운 상황이었습니다.

또한 음주가 관계를 더욱 돈독하게 해주며 둘 사이의 거리를 성사시키는 하나의 관문으로 묘사된 점이 잘못된 음주문화를 보여주는 단면으로 보입니다.





▶  
**폭탄주 30잔을  
마신다고  
주량 과시**

J사의 예능 프로그램에서는 출연자 A의 냉장고를 소개하는 장면이 방송되었습니다. A의 냉장고에는 먹다 남은 와인과 맥주, 소주 등 여러 술병이 있어 이를 본 타 출연자들이 놀라워하였습니다. 이어서 A는 평소 '와인을 하루 한 병은 마신다', '폭탄주 30잔을 마신다' 등의 주량을 과시하거나 '특정 주류는 도수가 높을수록 맛있다', '유일하게 만들 수 있는 음식은 술로 만든 뽕소다', '밥보다 와인을 더 좋아한다' 등 술과 관련된 이야기가 연이어 나왔습니다.

프로그램은 출연진의 냉장고를 소개하며 일상의 모습도 같이 재미있게 보여줍니다. 성인인 출연자의 일상에 음주가 잘못된 것은 아니지만 관련 대화가 지나치게 많이 나왔으며, 특히 폭탄주를 30잔 마셔도 약간 알뜰뜰한 상태라는 것에 놀라워하며 '음주의 전당 당당히 1위'라며 위험 음주, 폭음을 하고 주량이 센 것을 경이롭게 묘사하고 있습니다.

본 회차에서는 '지나친 음주는 건강에 해롭습니다'라는 자막이 여러 번 등장하며 분위기를 환기시키고 있으나 청소년도 시청 가능한 등급의 프로그램임을 고려하였을 때 더욱 신중한 접근이 필요할 것입니다.



▶  
**술을 잘 못  
마시는 동료들  
놀리는 장면**

S사 예능 프로그램에서 음주관련 대사가 송출되었습니다. 출연진 A가 과거 이별 후 3일 동안 집에서 술만 먹었다고 이야기하자 출연진 B가 몇 병까지 먹어봤는지를 묻자 A가 주량이 약한 것을 알고 있는 출연진 C가 3일 동안 한 병 반 먹었다고 장난으로 대신 대답하는 장면이었습니다. 그 후 출연진들은 A의 주량이 약한 것으로 놀리듯 장난치는 장면이 이어졌습니다.

해당 장면은 직접적인 음주가 있었던 장면은 아니지만 청소년 인기 프로그램으로서 청소년에 미치는 영향을 고려하였을 때 술을 잘 못 마시는 것이 놀림 당할 만한 문제인 것처럼 잘못된 인식을 심어줄 수 있어 표현 시 주의할 필요가 있을 것입니다.



## 식사하며 음주하지 않는 모습을 이상하게 묘사

M사 예능 프로그램에서 운동선수인 출연진 A의 일상을 소개하며 고기집에서 저녁식사를 마치고 집으로 들어가는 장면이 방송되었습니다. 해당 장면을 보고 스튜디오에서 출연진 B가 동료들과 음주를 하지 않고 집으로 가는 것이 출연진 C와 D에게는 이해가 안 될 것 이라 말하자 C와 D는 있을 수 없는 일이다, 고기집에서 나와서 스스로 운전하고 가는 것(술을 마시지 않는 것) 자체가 이해가 되지 않는다고 하였습니다.

해당 장면은 직접적인 음주가 있었거나 음주를 강요한 장면은 아니나 마치 음주를 하지 않는 것이 이상하고 자연스럽지 못한 것으로 묘사하고 있습니다. 우리 사회에서 음주가 금지되어 있는 것은 아니지만 어느 상황에서나 당연한 것으로 묘사하거나 또는 그렇지 않은 것을 이상하게 묘사하는 것이 자라나는 청소년에게 어떤 영향을 미칠 수 있을지 신중히 고민해보아야 합니다.

## IV. 마치며

『절주문화 확산을 위한 미디어 음주 장면 가이드라인』이 발표(2017년)된 후 1년이 지났습니다. 음주운전과 주취폭력에 의한 사상 등 가슴 아픈 뉴스를 접하면서 사회적으로 무분별한 음주에 대해 자성의 목소리가 높아지는 가운데 미디어의 역할은 매우 중요합니다. 일부에서는 미디어 음주 장면과 음주문제와의 상관관계에 대한 의문을 제기하고 사후 처벌강화를 주장하지만, 우리의 음주에 대한 인식과 문화가 바뀌지 않는 한 제도 개선과 처벌 강화는 효과를 거두기 어렵습니다.

미디어에 등장하는 음주 장면은 간접경험을 통해 음주에 대한 우리의 기대, 생각, 감정, 행동에 영향을 미치고 음주 문화의 변화를 촉진할 수 있는 중요한 역할을 합니다. 음주 장면 모니터링 결과, 지상파를 중심으로 음주 장면이 소폭 감소되는 양상을 보였고, 주취 성폭력과 음주운전 부분에서 음주의 사회적 문제를 부각시키려는 시도는 긍정적인 현상이라 볼 수 있습니다.

앞으로 청소년 음주, 음주운전, 주취 성폭력, 술의 효과에 대한 오해, 음주강요, 주류 간접광고 등 국민의 건강과 청소년 보호에 우려가 되는 음주 장면들이 점차 감소되어 미디어가 우리 사회의 절주문화 조성에 기여하길 기대합니다.



## 미디어 음주 장면 가이드라인

1. 음주 장면을 최소화해야 하며, 반드시 필요한 장면이 아니라면 넣지 말아야 합니다.
2. 음주를 긍정적으로 묘사하는 것은 피해야 합니다.
3. 음주와 연관된 불법 행동이나 공공질서를 해치는 행위를 자연스러운 것으로 묘사해서는 안 됩니다.
4. 음주와 연계된 폭력·자살 등의 위험 행동을 묘사하는 것은 삼가야 합니다.
5. 청소년이 음주하는 장면은 묘사해서는 안 되며, 어른들의 음주 장면에 청소년이 함께 있는 장면을 묘사하는 것도 매우 신중히 해야 합니다.
6. 연예인 등 유명인의 음주 장면은 그 영향력을 고려하여 신중하게 묘사해야 합니다.
7. 폭음·만취 등 해로운 음주 행동을 묘사하는 것은 삼가야 합니다.
8. 음주 장면이 주류 제품을 광고하는 수단이 되어서는 안 됩니다.
9. 음주에 대한 자기 결정권을 무시하는 장면은 피해야 합니다.
10. 잘못된 음주문화를 일반적인 상황으로 묘사해서는 안 됩니다.



절 주 문 화 확 산 을 위 한

## 미디어 음주 장면 사례집

발간종류	연구보고서
관리번호	사업-02-2019-022-10
등록일	2019년 12월
발행일	2020년 6월
발행처	한국건강증진개발원
발행인	조인성 (한국건강증진개발원장)
집필진	김동영, 이루니, 박여진, 김현정, 오유미
주소	서울특별시 중구 퇴계로 173 남산스퀘어빌딩 24층
전화번호	02-3781-3500
홈페이지	<a href="http://www.khealth.or.kr">www.khealth.or.kr</a> <a href="http://www.khealth.or.kr/alcoholstop">www.khealth.or.kr/alcoholstop</a>
인쇄처	승일미디어그룹주식회사

본 책자는 보건복지부 음주폐해예방사업을 통해 제작되었으며,  
사전 승인 없이 무단 전재하여 사용할 수 없습니다.