



한국 음악 방송 프로그램의 현실

KBS  THE 시즌즈 사례를 중심으로

박석형

KBS 예능센터 책임프로듀서
KBS Entertainment Dept. CP

01 한국 음악 방송의 몇 가지 예

뮤직뱅크
Music Bank
(KBS)



나는 가수다
I'm a Singer
(MBC)



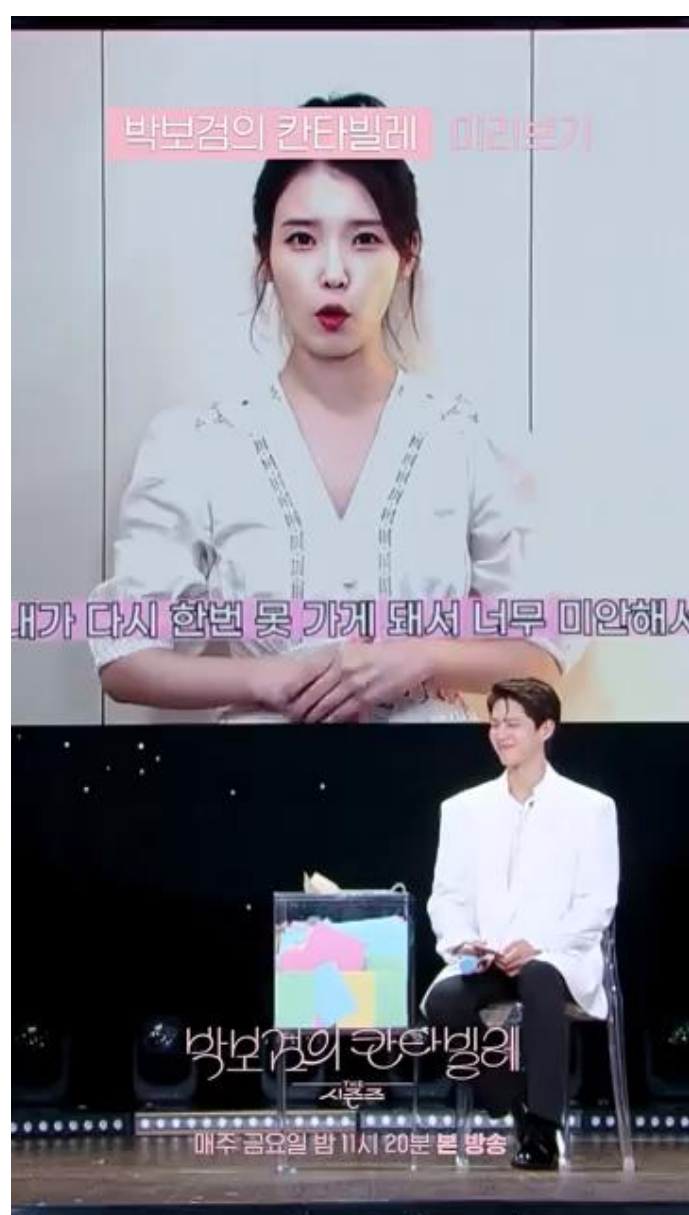
쇼 미 더 머니
Show me the Money
(M.net)



보이즈 플래닛
Boys Planet
(M.net)



더 시즌즈
The Seasons
(KBS)



02 ● KBS 음악 토크 프로그램 계보 (1992 – 2022)

노영심의 작은음악회



1992~1994년

이문세쇼



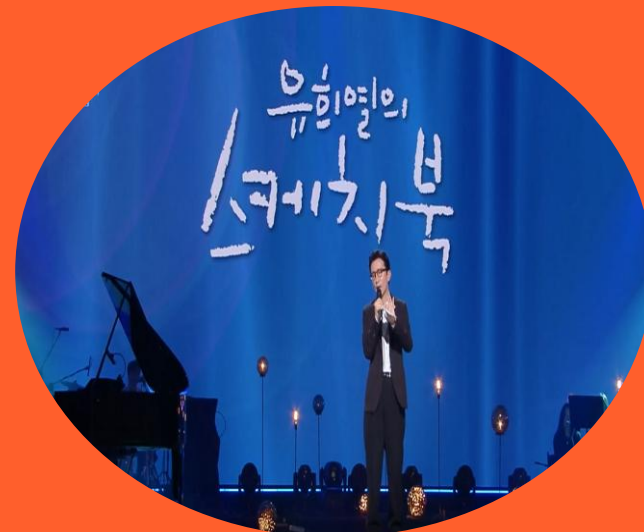
1995~1996년

이소라의 프로포즈



1996~2002년

유희열의 스케치북



2009~2022년

이하나의 페퍼민트



2008~2009년

윤도현의 러브레터



2002~2008년

03 ● 위기의 음악 방송

외적 변화

- 다양해진 플랫폼
- 음악 콘텐츠 상향 평준화
- 아이돌, 트로트 양분
- 팬덤 중심 음악 소비

+

내적 위기

- 프로그램의 노후화
- 낮은 화제성
- 광고 수입 감소
- 젊은 시청층의 유입 저조

=

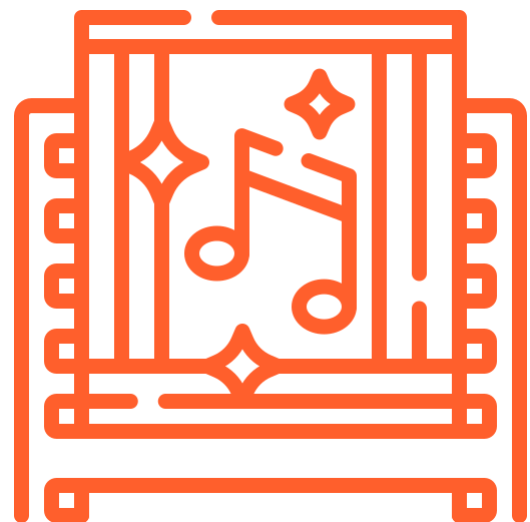
경쟁력

약화

04 ● 돌파구를 찾아라



정통성 위에
새로움을
입히자



다양한 음악장르
누구나
접할 수 있게!

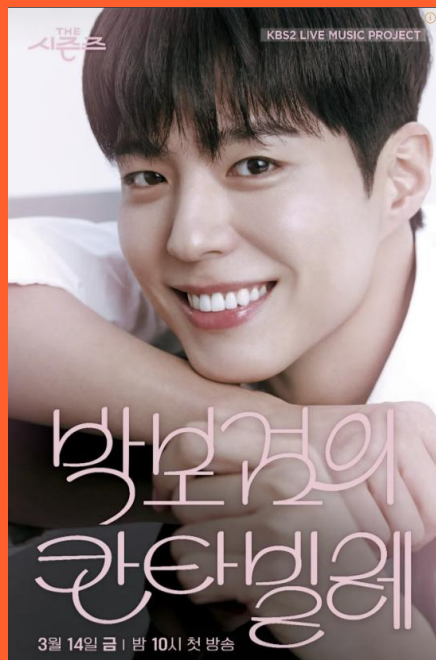
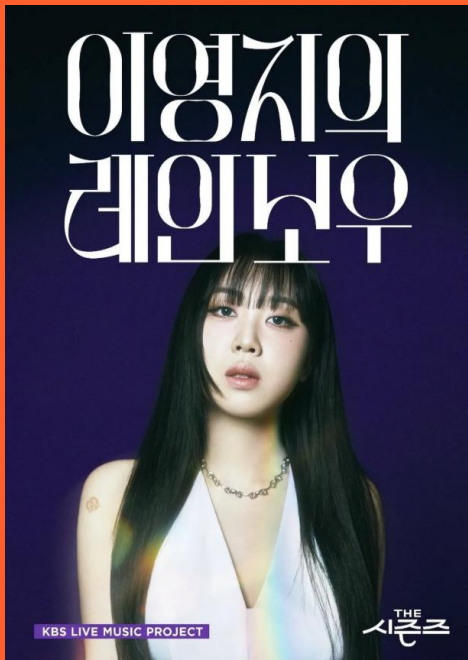
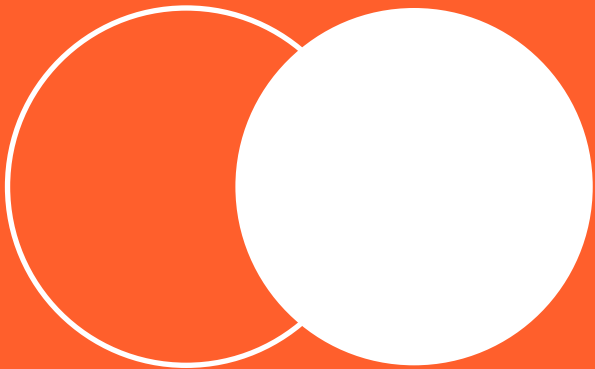
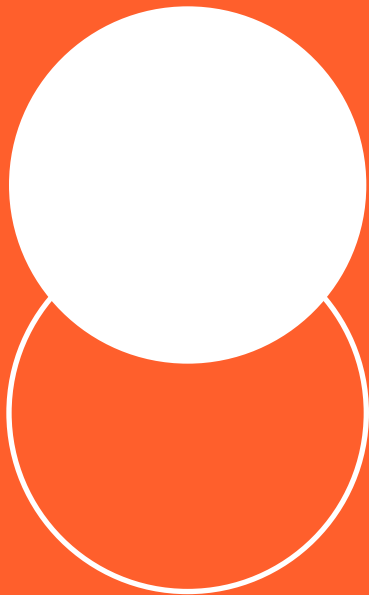
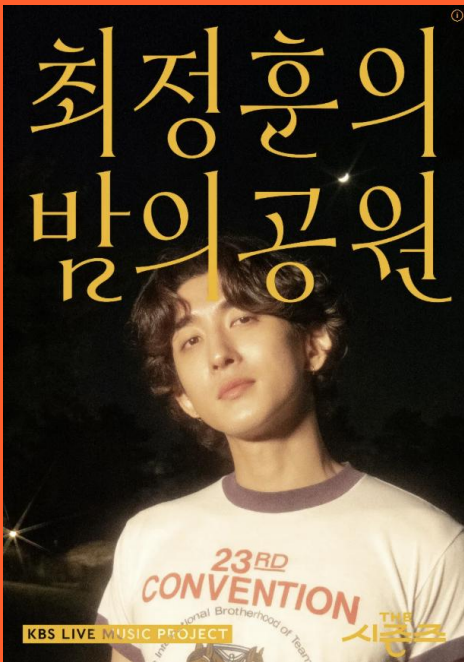


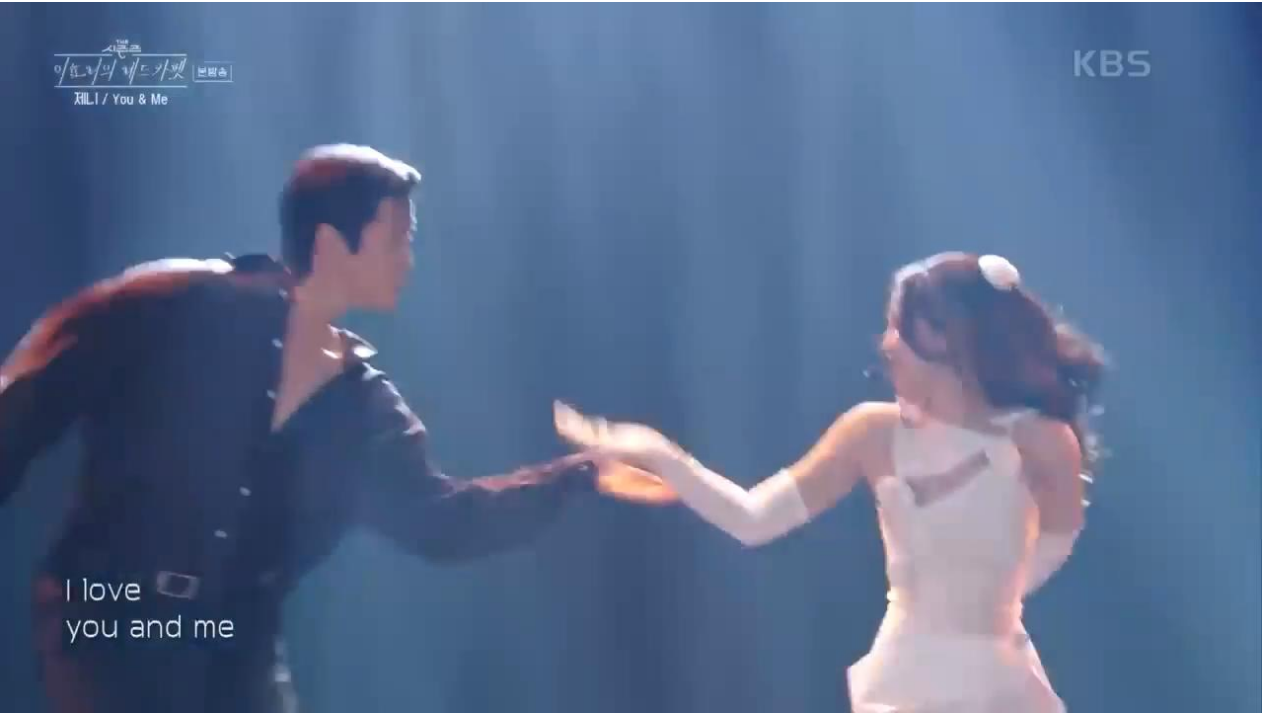
다양한 음악장르
누구나
접할 수 있게!



대중들에게
신인 뮤지션을
알리는 창구

05 ● 어느덧 8번째 시즌, 8명의 MC







05

THE 시크즈

신인 발굴 프로젝트

“대중적으로 알려지지 않은 뮤지션 소개 코너 지속 개발”

꿀빠는 소리



RE:WAKE

타라웃



내일 같아서 그래



별 헤는 밤

그럼에도,
불투명한
미래

"구조적 문제와 플랫폼 생태계 변화 직면"

한계 요인

- 편성 제약
- 제작비 부담
- TV 시청층 변화
 - 젊은 세대의 이탈

역할 변화

발굴의 장
↓
아카이브의 장

생존 전략

OTT·SNS 시대 속
음악 방송의
생존 전략 모색

감사합니다

