

02 2019
VOL.224

언론 사람



04 인터뷰 人+人
방송기자연합회
안형준 회장

06 아침을 여는 사람
한국 최초의 여성 변호사
이태영 선생님

10 NEWMEDIA OF THE WORLD
왜 우리는 유튜브에 열광할까?

14 이달의 시
바다의 철학, 수평선의 미학

낙선재의 까치

낙선재(樂善齋)!

19세기 중반 조선 제24대 왕 현종(재위 : 1834 ~ 1848) 이 후궁인 경빈 김 씨와 대왕대비 순원왕후를 위해 창덕궁 동남쪽에 사대부 집 양식으로 지은 건물이다. 기와 장식과 가옥 구조가 소박하기 이를 데 없어 궁궐이지만 궁궐 같지 않다. 그 흔한 단청도 보이지 않는다. 이곳이 특별히 다른 궁에 비해 알려진 것은 슬픈 조선 말기의 역사와 궐을 같이하기 때문. 마지막 황비 순정효황후, 황태자비 이방자 여사, 고종 황제의 외동딸 덕혜옹주 등 황실의 마지막 여인들이 쓸쓸히 여생을 보낸 곳이다. 고즈넉하지만, 아픈 역사의 흔적이 여기저기 배어있다. 그 옛날 구중궁궐의 여인은 처소에서 동서남북으로 하늘을 마음껏 나는 새들을 바라보며 무슨 생각을 했을까?

글·사진 이훈구 동아일보 사진부 기자 ufo@donga.com



CONTENTS

02 2019
VOL.224

발행인 이석형 편집인 권오근 발행일 2019년 2월 1일 등록 2016년 9월 23일 서울중,라
00646 발행처 언론중재위원회 T 02-397-3114 F 02-397-3069 서울 중구 세종대로 124
프레스센터빌딩 15층 구독신청 홍보팀 T 02-397-3082-4 편집·디자인 (주)코비즈
T 02-2272-1400 표지 일러스트 Husjak, <Abstract background>

※ 본지는 「방송통신위원회 방송통신발전기금」을 지원받아 제작한 것입니다.
※ 저작권법에 따라 본지 기사의 무단 복제와 전재 및 상업적 이용을 금합니다.
※ 본지에 실린 내용은 언론중재위원회의 입장과 다를 수 있습니다.



02 CLOSE UP
낙선재의 까치

04 인터뷰 人+人
방송기자연합회 안형준 회장

06 아침을 여는 사람
한국 최초의 여성 변호사 이태영 선생님

08 세상사는 法
통합방송법에 대한 단상

10 NEWMEDIA OF THE WORLD
왜 우리는 유튜브에 열광할까?

12 트렌드, 트렌드, 트렌드!
2019년 밀레니얼 트렌드 예측
'팔로인'

14 이달의 시
바다의 철학, 수평선의 미학

16 내 마음의 활동사진
중력을 이긴 여자들
-영화 <히든 피겨스>

18 NEWS
위원회 뉴스
위원회 통계뉴스

언론중재위원회는 이런 일을 하고 있습니다



상담

잘못된 언론보도로 인해 피해를 입은 경우, 조정·중재 신청과 법적 절차를 포함한 종합적 피해구제 방안을 무료로 안내하고 있습니다.



조정중재

언론보도로 인한 피해자가 조정·반론·추후보도 또는 손해배상을 청구할 경우 조정·중재를 통해 분쟁이 원만히 해결될 수 있도록 도와드립니다.



시정권고

언론보도로 인한 개인적·사회적·국가적 법익 침해사항을 심의하여 필요한 경우 언론사에 시정을 권고합니다.



선거기사심의

공직선거법에 따라 선거가 실시될 때마다 선거기사심의위원회를 설치하여 선거기사의 공정성 여부를 심의합니다.



교육

언론피해구제 및 예방교육을 실시하고, 분쟁해결 전문연수 과정과 청소년 언론중재스쿨을 운영하고 있습니다.

저널리즘의 새로운 미래를 준비해야 합니다

방송기자연합회 안형준 회장

신문, 방송과 같은 레거시 미디어는 영향력을 잃고 있는 반면, OTT나 SNS 등 디지털 미디어의 영역은 급속하게 확장되고 있다. 새로운 미디어의 등장은 표현의 자유를 확장하는 순기능이 있지만, 가짜 뉴스나 혐오 표현의 유포 등 새로운 사회적 문제를 야기하기도 한다. 교육과 연구 등 다양한 활동을 통해 기자 역량을 높여 정확한 보도의 가치를 높이고 있는 안형준 회장을 만나 미디어 환경 변화에 따른 언론의 역할에 대해 들어보았다.

진행 홍보팀 남승균 팀장 사진 및 정리 홍보팀 윤은자 에디터



Q 2018년부터 방송기자연합회(이하 '연합회')를 이끌고 계시는데요, 어느덧 취임 1주년을 맞으셨습니다. 연합회에 대한 소개와 앞으로의 계획에 대해 한 말씀 부탁드립니다.

A 연합회는 방송 분야의 특수성을 고려해 방송 기자들을 중심으로 지난 2008년 설립되었습니다. 지금은 전국 59개 방송사 기자 2,800여 명이 참여하고 있죠. 매년 엄정한 심사를 거쳐 방송기자대상을 시상하고 있는데, 지난 1월 29일 뉴스, 기획보도, 경제보도, 뉴미디어, 영상취재, 지역뉴스, 지역기획 보도 7개 분야 9개 보도에 대해 상을 했습니다. 기자 교육에도 역점을 두고 있는데요. 언론법제뿐만 아니라 데이터마이닝, 드론 저널리즘 등 새로운 시대에 맞는 교육도 실시하고 있습니다. 또 세계적 미디어 발전의 흐름에 발 맞추고자 매년 방송기자를 선발하여 해외연수의 기회도 제공하고 있고, 이를 연구 보고서 형태로 만들어 공유하고 있습니다. 올해부터 독일 베를린 자유대학과 협약을 통해 '유럽 저널리즘 펠로우십(EJF)' 과정에 우리 기자도 참여할 수 있게 된 것도 큰 소득입니다. 베를린은 통일 독일의 역사를 간직한 곳입니다. 우리 언론인들이 독일 통일의 노하우를 현지에서 보다 생생하게 체험하고, 다가올 통일 시대에 기여할 수 있도록 하는 것이 저의 바람입니다.

Q 오랜 기간 방송기자로 재직하시면서 가장 기억에 남는 기사가 있으시다면?

A 2007년 4개월 동안 휴대폰 요금 인하에 대해 40번의 리포트를 한 적이 있는데요. 당시 이탈리아, 독일, 프랑스 등 OECD 국가들과 통신요금을 비교해보니 우리나라 요금이 더 비싸더군요. 유럽에서는 무한 문자 상품도 많았

데, 우리나라에서는 문자메시지를 보낼 때에도 요금을 내야했죠. 취재 결과, 외국에서처럼 다양한 패키지 상품으로 가격 경쟁을 통해 통신요금을 낮출 수 있다고 생각했습니다. 결국 보도 이후 SK텔레콤을 필두로 국내 통신사에서 통신요금을 인하하기 시작했습니다. 단독으로 무료 문자서비스가 출시될 거라고 보도하기도 했는데요. 그때 처음 소개한 것이 바로 카카오톡이었죠.

Q 작년 집필하신 소설(딥뉴스)이 화제가 되기도 했는데요. 작품 을 통해 가장 전하고 싶었던 메시지는 어떤 것이었습니까?

A 2010년 개편에서 MBC '뉴스 후'가 폐지됐고, 결국 2015년에 보도국 밖으로 쫓겨났습니다. 그 과정에서 기자로서 모멸감을 느꼈는데, 후배 PD의 권유로 그러한 경험을 토대로 소설을 쓰게 되었어요. 제가 소설을 통해 말하고 싶었던 것은 우리나라의 공영방송 지배구조를 개선해야 한다는 것입니다. ZDF 등 독일 공영방송 이사회는 50~100명 가량의 구성원이 참여하는데, 우리나라와 달리 정당 추천인사는 한 명씩만 들어가고 기자, 노조, 학자, 시민단체 등 다양한 구성원이 참여합니다. 이런 방식을 통해 국민들이 원하는 공영방송 사장을 뽑는 겁니다. 공영방송의 주인은 국민이라는 메시지를 전달하고 싶었습니다.

Q 미디어 환경이 급격히 변하면서 OTT 등 새로운 미디어가 등장하고, 이로 인해 방송을 비롯한 기존의 미디어에 대한 위기로 이 대두되고 있는데요. 방송이 우리 사회의 공익으로서 역할을 지속하기 위해 무엇이 필요하다고 생각하십니까?

A 과거에는 주로 지상파 저녁 뉴스에 특종들이 나왔죠. 하지만 지금은 사건이 발생하면 실시간으로 모바일을 통해 뉴스를 접할 수 있습니다. 이런 환경에서 낮에 이미 봤던 기사와 비슷한 내용을 저녁 뉴스에서 또 보도하는 것은 의미가 없습니다. 이제 방송은 논점이 엇갈리는 부분을 비교·분석해 설명하고, 왜곡된 사실 관계가 있다면 이를 바로잡는 데 시간을 할애해야 하지 않나 싶습니다.

또 대부분의 언론사가 유튜브 채널을 개설하는 등 OTT의 사회적 영향력은 점점 더 커지고 있습니다만, 잘못된 내용이 전파되거나 정치적·상업적으로 이용되는 경우가 발생하는 등 부작용에 대한 우려가 있는 것도 사실입니다. 이런 부분에 대해서는 기존의 법과 시스템을 최대한 활용해 부작용을 줄여야겠지만, 기존의 것으로 안 되는 부분이 있다면 새로운 환경에 맞게끔 새로운 제도를 만들 필요도 있다고 봅니다.

Q 말씀하신 대로 유튜브 등을 통해 가짜 뉴스라고 불리는 허위 정보가 유통되어 사회적 손실을 유발하는 경우가 늘고 있습니다. 이에 대해 연합회는 어떤 해결책을 갖고 계십니까?

A 어려운 문제죠. 먼저 정확한 보도를 위한 언론의 노력이 선행되어야 할 것입니다. 연합회에서도 기자들의 팩트체크 역량을 높이기 위해 다양한 교육 과정과 연구 활동을 병행하고 있습니다. 국내 언론사의 팩트체크 사례는 물론, 2016년 미국 대선 당시의 팩트체크 사례와 프랑스 크로스체크 등 해외 팩트체크 기구 탐방 등 다양하고 입체적인 교육과 연구를 통해 언론 현장에서도 좋은 반응을 얻고 있습니다.

시민 사회의 역량 강화를 위한 미디어 리터러시도 중요합니다. 연합회는 지난해 11월 올바른 뉴스의 가치를 판별할 수 있는 시민 역량을 높이기 위해 '팩트체크 공모전'을 개최했는데요. 많은 학생과 시민들의 호응 속에 가짜 뉴스의 위험성을 주제로 한 콘텐츠 부문과 정치인 발언이나 뉴스 내용을 검증하는 팩트체크 부문에서 20여 편의 수준 높은 작품이 수상작으로 선정됐습니다. 가짜 뉴스 문제의 해결을 위해 연합회도 많은 노력을 기울이고 있지만, 언론계뿐만 아니라 사회 전반에 걸친 다각적인 협력이 필요하다고 생각합니다.

Q 작년부터 미투운동이 우리 사회의 화두가 되고 있습니다. 방송이 미투를 사회적으로 공론화시키는 데 결정적인 기여를 한 것은 분명하지만, 이 과정에서 인터뷰라는 방식을 통해 개인에게 너무 큰 부담을 전가시키는 것은 아닌가 하는 비판이 제기되기도 했습니다. 최근 체육계 관련 미투가 발생했지만 여전히 인터뷰가 선호되고 있는데, 이에 대해서는 어떤 대안(해결책)이 있을까요?

A 좋은 지적입니다. 스웨덴처럼 미투 신고를 받는 기관이 안정적으로 운영되어 익명으로 피해자의 신고를 접수하고 보도자료가 배포되면 언론사들도 특종 형식으로 보도하지 않을 겁니다.

몇몇 사례에서 보드시피 우리는 실명을 밝히지 않으면 미디어가 관심을 보이지 않는 경우가 많습니다. 미투의 본질을 살리고 2차 피해를 예방하기 위해서는 익명으로 보도하는 것이 더 낫다고 봅니다. 미투는 주로 여성 피해자에 의한 신고가 많지만, 실제로는 남성 피해자도 있거든요. 스웨덴은 남성을 위한 피해자 지원센터도 있습니다. 미투는 성별이 문제가 아니라 우월적 지위를 이용한 폭력적 위계 구조를 해체하는 데 초점을 맞춰야 하지 않을까 싶습니다.

Q 언론인에게 언론중재위원회는 어떤 의미입니까?

A 좋은 기억만 있었던 것은 아닌데요(웃음). 이제는 안정적인 제도로 자리 잡았다고 생각합니다. 사실 데스크 초년병 시절에는 언론중재위원회에 나오는 것이 불편했어요. 그러나 심리 때 피해 입은 분들 이야기를 들으면 정보도를 하거나 손해배상을 할 필요가 있다는 생각이 들 때도 많았습니다.

지금과 같은 미디어 환경 속에서 개인이나 자영업자들처럼 언론의 공격적인 면을 처음 경험한 분들에게 큰 도움이 되는 제도라고 봅니다. 개인적으로는 많은 분이 언론중재위원회를 활용했으면 좋겠고, 기자들도 언론중재위원회에서 분쟁을 해결하는 것을 좀 더 자연스럽게 느끼면 좋겠습니다.

Q 설날을 맞아 언론인을 꿈꾸는 많은 청년들을 비롯해 독자들에게 한 말씀 부탁드립니다.

A 1974년에 동아일보 자유언론수호투쟁위원회(동아투위)가 생겼는데, 투위에 참여하신 언론계 선배들은 1975년부터 한겨레신문이 창간될 때까지 13년간 해직 상태에서 고통을 받았죠.

그러나 그분들은 해직이 되고 고문을 당하는 상황에서도 언론활동을 통해 한국 민주주의의 뿌리가 되어 주셨습니다. 2017년 가을 KBS와 연합해 파업 집회를 할 때 동아투위의 김종철 선배님(당시 자유언론실천재단 이사장)께서 2012년 MBC 파업이 동아투위의 정통성을 있고 있다고 말씀을 하신 바 있습니다.

공영방송의 정상화를 위해 6개월간 파업을 하면서 8개월 동안 급여가 나오지 않아 생계를 위협받는 힘든 상황 속에서 우리 언론계를 지탱해오신 선배님들의 말씀은 정신적으로 큰 버팀목이 되었습니다. 미래의 언론인을 꿈꾸는 우리 청년들도 동아투위 선배들의 기자 정신을 새기고 언론이 민주주의 사회의 대들보라는 사실을 늘 간직했으면 좋겠습니다.

영원한 정의의 표상

한국 최초의 여성 변호사 이태영 선생님

글 조현옥(한국여성변호사회 회장) 사진제공 한국가정법률상담소



1984.2 테레사 수녀와 함께

나는 중학교 시절 월간 잡지에 실린 이태영 선생님에 관한 글을 읽고 장차 여성 법조인이 되겠다는 꿈을 가졌다. 시간이 흘러 서울대 법과대학에 입학한 후 여의도에 위치한 가정법률상담소를 찾아가 선생님을 직접 뵙고 인사를 드린 후 자주 상담소에 가서 신문 기사 정리 등 자질구레한 일을 도와드렸다. 3학년 '법사상사' 과목 수강 때는 존경하는 법률가에 관한 리포트를 제출하라는 과제가 있었는데, 이태영 선생님께서로부터 걸어오신 삶의 여정을 직접 듣고 정리하여 리포트로 제출한 일도 있었다. 사법시험에 합격 후에는 직접 법률상담 봉사를 하면서 고통

받는 여성들과 함께하시는 선생님의 모습을 좀 더 가까이서 볼 수 있었다. 내가 결혼할 때, 선생님은 '사랑은 오래 참고, 사랑은 온유하며~'로 시작되는 고린도전서 13장 성경 말씀을 붓글씨로 쓴 액자를 결혼 선물로 주시기도 하셨다. 지금 이 시간, 선생님이 참 그립다.

소외되고 억압받는 여성들을 위하여

선생님은 우리나라 최초의 여성변호사로, 소외되고 억압받는 여성들과 함께하며, 여성의 지위 향상을 위한 법적, 제도적 장애를 제거하는 등 온 생애를 통하여 위대한 법률가의 모범을 보여 주셨다. 부친이 일찍 돌아가신 후 홀어머니 밑에서 성장하였지만 깊은 기독교 신앙을 가지신 어머니의 영향으로 광동소학교, 송덕학교를 거쳐 정의여자고등학교를 졸업하기까지 기독교 신앙이 삶 전체에 깊이 뿌리내리게 되었다. 이화여전 가사과를 수석으로 졸업하신 선생님은 유학의 꿈을 잠시 미루고 평양여자고등성경학교 교사로 부임하여 일하던 중, 미국에서 박사학위를 받고 귀국하여 평양 변두리에서 목사로서 신앙전도와 독립운동을 하고 있던 정일형 박사를 만나 결혼에 이르렀다. 이태영 선생님과 정일형 박사는 부부이자 동지로서 신앙과 민족에 대한 사명감이 일치하여 서로 존중하고 서로 돕는 동반자이었다. 결혼 후 첫째 아이의 죽음, 감리교 신학교 교수로 취임한 남편의 구속 등 수많은 시련이 계속 밀려왔지만, 선생님은 이에 굴하지 않고 여학교 교사로 근무하시면서 남편 옥바라지와 자녀들 양육 및 시어머니 봉양 등을 다 감당하셨다.

선생님은 해방 이듬해인 1946년 세 아이를 둔 엄마로서 서울대학교 법과대학에 입학하셨다. 시어머니를 모시고, 세 자녀를 키우면서, 정계에 발을 디딘 부군의 뒷바라지까지 하면서 법학 공부를 하는 것은 육체적으로나 시간적으로 정말 쉽지 않았을 것이다. 선생님은 법과대학을 졸업한 후 사법시험을 준비하면서 6·25 전쟁으로 부산까지 피난 가는 상황에서도 시험공부를 쉬지 않았으며, 가족들과 따로 방을 얻어 사법 시험 공부에 몰두한 결과 드디어 1952년 사법시험에 합격하셨다.

그런데 선생님이 시보를 마친 후, 여자를 법관으로 임용하는 것은 시

기상조라는 편견과 남편이 야당의원이라는 이유까지 겹쳐 선생님의 판사임관이 거부되었다. 이러한 경험은 여성의 지위에 대한 사회적 편견이 얼마나 심한지를 몸소 체험하는 계기가 되었으며, 자연스레 여성의 지위 향상을 위한 사회운동으로 연결되었다.

선생님은 1956년에 가정법률상담소의 전신인 여성법률상담소를 설립하여, 소외되고 억압받는 여성들을 돕기 위한 법률상담을 시작하셨다. 선생님은 울며 호소하는 수많은 여성들의 상담 과정에서 '이혼당하는 아내가 주장할 수 있는 권리는 무엇인가', '이혼 후 자녀 양육은 누가 맡아야 하는가' 등 실제적인 물음을 통해 가족법 개정의 필요성을 느끼셨다. 선생님은 호주상속, 부부재산제, 친권, 양자제도, 재산상속 등 다양한 분야에서 남녀평등 실현을 위한 가족법 개정을 주장하셨고, 여성단체들도 선생님의 가족법 개정운동에 적극 호응한 결과 마침내 가족법 일부 개정이 이루어졌으며, 여성들이 소원하던 가정법원도 우여곡절 끝에 설치되었다.

우리가 기억해야 할 여성 법조인

선생님은 1968년에는 이화여대 법정대학장으로 취임하여 법정대학과 상담소를 자매결연 형태로 연결하여 4학년 학생들이 상담소에서 상담실습을 체험하게 함으로써 고시합격 외에 법률상담, 법률실습 등 법률임상교육의 새로운 바람을 일으키셨다. 선생님은 법정대학장을 마치고 다시 상담소로 돌아온 후 전국 대도시에 상담소 지부를 세우고, 미국, 캐나다 등에 해외지부도 두어 여성들의 아픔을 치유하였으며, 법률문화 개선을 위하여 목요일법률강좌, 시어머니학교, 며느리학교를 열어 의식을 계몽하는 한편 무료결혼식을 올려주시기도 하였다.

선생님의 이러한 활동이 세계평화와 남녀평등 사회로 가는 인권옹호 활동임을 인정받아 선생님은 1971년에 유고슬라비아에서 제1회 '법



법복 입은 이태영 선생님

을 통한 세계평화상'을, 1975년에는 막사이사이상을 받으셨으며, 그 외에도 수많은 상을 수상하셨다.

선생님은 여성이 아내, 어머니이기 이전에 인간으로서 남성과 동등한 대우를 받아야 하며, 이러한 권리를 위하여 <인형의 집> 주인공 노라처럼 집을 뛰쳐나갈 것이 아니라 집주인으로서, 직업인으로서, 사회 구성원으로서

역할을 바르게 수행하고 이를 위한 내실을 갖추어야 한다고 강조하였다. 선생님은 뜻을 성취하기 위해 가정과 사회활동 중 하나를 양자택 일하기보다는 두 가지 모두 훌륭히 잘 해내셨다. 사회적인 활동을 왕성히 하면서도 자녀를 모두 훌륭한 사회인으로 성장시켰고, 부부가 인격적으로 서로 존중하고 서로를 응원하며 섬기는 진정한 동반자로서의 모습을 보여주셨다. 결혼 후 10년간 부군의 옥바라지를 해야 했지만, 선생님은 아내로서 당연히 해야 할 도리를 했을 뿐이라 하셨고, 부군 정일형 박사 역시 아내이자 세 자녀의 어머니이며, 동시에 시어머니를 모시는 며느리인 선생님을 서울대학교 법과대학에 입학하여 공부하게 하고 대학원을 마친 후 방을 따로 얻어 고시공부에만 전념할 수 있도록 도우셨다. 실로 지극히 아름다운 부부의 모습이며, 서로의 인격을 존중하는 향기가 난다. 여성이 인간으로서 당연히 존중되어야 하고, 여성의 인권신장, 남녀평등도 중요한 가치이지만, 그것을 이유로 여성이 남성을 지배해야 한다거나 여성의 특성까지도 핑계쳐야 하는 것은 아니라는 선생님의 말씀에 후배 여성들이 귀 기울여야 할 것이다. 자신의 인생에 충실하면서 남편에게는 진정한 동반자로, 자녀에게는 진정한 응원자로 걸어가신 선생님은 여성이기 이전에 한 인간으로서 훌륭한 본보기이다.

'가난한 자, 억울한 자, 불행한 자, 약자를 위해 도와줄 일을 위임받은 이 종들을 하늘로부터 굽어 살피소서'라는 글귀로 끝나는 가정법률상담소 기도문은 법률가 이전에 한 인간으로서 다른 사람의 아픔과 고통에 공감하는 따뜻한 마음이 잘 배어 있으며, 법률가 특히 변호사들이 어떤 자세로 자신의 업무를 대하여야 할지 깊은 울림을 준다.

선생님은 법학도로서, 여성의 인권신장을 위해 평생 헌신한 변호사로서 그리고 경건한 신앙인이며 훌륭한 가정을 이끌고, 자녀교육의 모범으로서 본받고 싶은 진정 멋진 분이시다.



1975.8.31 이태영 박사님 막사이사이상 수상

새로운 시대, 새로운 방송통신 플랫폼

어린 시절, 우리 가족은 저녁 9시가 되면 어김없이 뉴스를 봤다. 그래서 나는 옆 방송사에서 인기리에 방영하던 <순풍산부인과>와 같은 시트콤을 한 번도 보질 못했다. 나는 그게 늘 불만이였다. 하지만 지금 생각해 보면 가족이 거실에 웅기종기 앉아 텔레비전을 보며 담소를 나눴던 그때가 참 따뜻했다는 생각이 든다.

진부한 표현이지만, 세상이 변하는 속도는 정말 놀랍다. 텔레비전 앞으로 웅기종기 모이던 시대도 저물고 있다. 요즘 세대는 PC나 핸드폰으로 자기가 보고 싶은 프로를 시청하는 경우가 많기 때문이다. 이를 OTT라고 한다. OTT란 Over The Top의 약자로, 여기서 Top은 텔레비전 셋톱박스를 의미한다. OTT란 셋톱박스를 넘어서는 서비스, 즉 셋톱박스 없이 인터넷망으로 보고 싶은 방송을 보는 온라인동영상 서비스를 일컫는다. 대표적인 OTT 사업자에는 티빙, 쿡, 넷플릭스, 유튜브 등이 있다. 지금까지 OTT 사업자는 방송사업자가 아니라, 전기통신사업법상 '부가통신사업자', 전기통신망법상 '정보통신서비스제공자'에 해당되었다.

그런데 얼마 전 통합방송법(방송법 전부 개정안) 초안이 발표되어 이슈가 되었다. 법안 초안의 골자 중에 하나가 이러한 OTT 사업자를 부가 유료방송사업자, 즉 방송사업자로 보는 내용이었다.

그렇다면 궁금해진다. 방송과 통신은 어떻게 다른 것이기에, OTT 사업자를 방송사업자로 넣으려는 시도가 화제가 된 걸까. 쉽게 설명하면, 방송은 언론이고, 통신은 전달 수단이다. 옛날에는 방송과 통신의 구분이 명확했다. 방송은 허가를 받아야만 할 수 있었고, 시청자들은 제한된 채널에서만 선택권이 있었다. 이런 상황에서는 방송의 영향력이 막강할 수밖에 없기 때문에 방송은 공정하고 건전해야 하는 사회적 책무를 가졌다. 하지만 통신은 어떤가. 가령 전화라는 통신수단을 이용하면서 우리는 사회적 책임을 전혀 생각하지 않아도 된다. 사적인 대화에서 우리는 불공정하고 불건전한 자유가 있다.

그런데 누구나 자신이 만든 동영상을 플랫폼에 올리고 많은 사람과 이를 공유할 수 있는 시대가 되면서 통신과 방송의 경계가 모호해졌다. 통신의 형태이긴 하지만, 그 파급력은 방송과 맞먹게 된 것이다. 최근 어떤 조사에서 젊은 층이 가장 많은 시간을 소비하는 휴대폰 앱은 유튜브라는 결과가 있기도 했다. 유튜브에는 기존 방송보다 자유롭고 창의적인 콘텐츠도 많지만, 한편으로는 혐오 표현과 가짜 뉴스의 온상이라는 어두운 그늘이 동시에 존재한다.

표현의 자유 속 사회적 책임을 묻다

사실 이러한 상황을 때문에 방송법 개정 논의는 이전부터 있었고, OTT 사업자도 방송사업자로 편입될 것이라는 예측도 많았다. 그런 가운데 지난 1월

통합방송법에 대한 단상

글 김주연(김주연 법률사무소 변호사)



14일 더불어민주당 김성수 의원이 통합방송법을 대표 발의했고, 16일에는 국회 언론공정성실현모임이 이에 대한 세미나를 개최했다. 개정안에 따르면, 티빙, 쿡, 넷플릭스 등은 부가 유료방송사업자지만, 유튜브, 아프리카TV 등은 부가 유료방송사업자는 아니라고 되어 있다. 그 이유는, '부가 유료방송사업자'가 '방송을 수신하여 중계 송신하거나 인터넷 등 정보통신망에서 방송프로그램을 시청자에게 판매, 제공할 목적으로 승인을 받은 자'라고 되어 있기 때문이다. 티빙, 쿡, 넷플릭스는 월정액으로 운영되는 반면, 유튜브나 아프리카TV는 기본적으로 무료로 운영되는 서비스라는 게 직접적인 근거이다. 하지만 유튜브도 '유튜브 레드'라고 하는 유료 서비스가 있고, 아프리카TV도 '별풍선'이라고 하는 수익모델이 있으므로 유료·무료로 단순하게 구획되는 문제는 아니라는 비판도 제기된다.

아마도 티빙, 쿡, 넷플릭스는 주로 TV 방송프로그램 등이 제공되는 서비스인 반면, 유튜브나 아프리카TV는 인터넷 개인방송의 비중이 높기 때문에 이들에게 표현의 자유를 더 보장해야 하는 근본적인 이유가 깔려 있을 거라는 생각이 든다. 통합방송법에서는 '인터넷방송콘텐츠제공사업자'를 '부가 유료방송사업자에게 방송프로그램을 공급, 판매할 목적으로 등록 또는 승인을 받은 자'라고 정의하고 있고 이들에게 신고의무를 부과하고 있는데, 만약 유튜브를 부가 유료방송사업자라고 보게 되면 여기에 콘텐츠를 제공하는 1인 크

리에이터에게 신고의무가 부과되어 버리기 때문이다. 이런 이유로 방송통합법이 유튜브와 같은 거대 공룡은 빼버리고, 티빙, 쿡과 같은 국내 기업을 주로 규제하게 될 것이라는 비판도 만만찮다.

그렇다면 유튜브와 같은 플랫폼은 표현의 자유라는 명목 아래 사회적 책임에서 마냥 자유로워야 할까. 그렇지 않은 것이다. 최근에 문제가 된 '엘사 게이트(아이들에게 인기 있는 디즈니 캐릭터들의 소아성에 동영상, 납치 동영상 등이 유튜브에 게시된 사건)'를 보면 알 수 있다. 그래서 요즘 디지털 플랫폼 사업체에서는 '모더레이션 업무', 즉 사업체에서 스스로 문제가 되는 콘텐츠를 삭제, 차단하거나 해당 이용자 계정을 정지, 삭제하는 업무가 매우 중요해지고 있다. 불쾌하고 유해한 콘텐츠를 배제시켜 이용자들에게 쾌적한 환경을 제공해주어야 할 필요 때문이다. 이를 위해 이용자 신고 시스템(Flagging System), 특정 유형 콘텐츠를 자동 삭제하는 AI 개발, 모니터링 인력 증원 등의 노력이 행해지고 있다. 그러나 이에 대해 사업자의 사적 검열이라는 비판도 제기되고 있으며, 이러한 자율규제가 제대로 작동되는지 시민 사회에서도 관심 있게 지켜봐야 할 것이다.



왜 우리는 유튜브에 열광할까?

글 배기형(KBS 월드사업부 PD)



우리는 '갯튜브'의 시대에 산다

무언가를 검색할 때 네이버를 찾으면 당신은 '아재'다. 요즘 애들은 유튜브로 검색하고 유튜브로 배운다. 동영상으로 새로운 정보를 얻는 트렌드는 젊은 세대의 보편적인 현상이다. 심심할 땐 유튜브에 접속하여 재미있는 클립을

찾아본다. 음악을 듣고 싶을 때도 유튜브의 동영상에 함께한다. 네이버 지식 검색의 '설명'보다 유튜브의 '보여주는' 서비스가 압승을 거둔 것이다. 젊은 세대에게 '만나면 좋은 친구'는 이제 TV가 아니라 유튜브다. 내가 좋아하는 스타들과 공감하고 친구들과 함께 소통하는 놀이터다. 그래서 놀 때, 공부할 때 또 숙제할 때에도 유튜브 앱은 늘 켜져 있다. '기승전 유튜브' 시대다.

전 세계 인터넷 이용자의 95%가 유튜브를 사용하고, 매일 10억 명의 이용자가 10억 시간 분량의 동영상을 유튜브에 올린다. 유튜브에서 활동하는 1인 미디어 크리에이터들의 인기가 연예인을 능가하면서 유튜브 크리에이터로 나선 연예인들도 엄청나게 많아졌다. 방탄소년단은 뮤직비디오뿐만 아니라 그들의 소소한 일상을 유튜브에 올린다. 방탄소년단의 세계적 열풍이 유튜브에서의 팬덤으로 발화됐다는 것은 이제 상식이다. 10대, 20대뿐만 아니라 이제 '아재'들도 유튜브에 몰려들기 시작했다. 유시민의 '알릴레오'와 홍준표의 '홍카콜라'가 벌써 수십만의 구독자를 모으고, 수많은 정치

인이 유튜브를 통해 지지자들을 모으고 유권자들과 소통하려고 한다. 앱 분석업체 와이즈앱에 따르면 유튜브는 미국뿐만 아니라 한국에서도 가장 오랜 시간 사용하는 앱이 됐다. 유튜브가 국민 포털 네이버와 국민 메신저 카카오톡을 누른 것이다. 오죽하면 '갯튜브'라고 하겠는가.

뉴미디어에 최적화된 플랫폼, 유튜브

필자는 이러한 유튜브 열풍의 까닭을 미디어 세상의 패러다임 변화에서 읽는다. 콘텐츠도 급변하는 미디어 환경 변화에 맞추어 변모해야 살아남는다. 뉴미디어 시대, 콘텐츠의 핵심 키워드는 바로 '글로벌(Global)', '모바일(Mobile)', '소셜(Social)'이다. 유튜브는 이러한 키워드에 가장 최적화된 플랫폼이다. 이제 전 세계적으로 콘텐츠에 대한 이해와 요구가 동질화되어 가고 있다. 유튜브에는 국경이 없다. 보편적인 설득의 장치를 가진 콘텐츠는 유튜브를 통해 글로벌하게 유통된다. 케이팝의 경쟁력은 유튜브를 통한 글로벌 포지셔닝에서 비롯되지 않았던가.

또한, 유튜브는 모바일에 매우 친화적이다. 모바일은 개인화 서비스에 가장 가깝고 밀도 있는 단말이다. 유튜브는 스트리밍 방식으로 '언제 어디서나' 이용할 수 있는 편리성을 통해 모바일에 최적화된 플랫폼이다. 유튜브에서는 '스낵컬처' 혹은 쇼트 클립과 같은 부담 없는 형식의 콘텐츠가 선호된다. 디지털 기술의 발달로 그동안 콘텐츠의 단순 소비자로 간주되던 개인들이 이제 적극적으로 콘텐츠를 제작하고 공유하는 생산자와 유통자로 변모했다. 모어 모바일(More Mobile)에서 유래되어 '모모세대'로 불리는 1990년 후반 이후 출생한 미래 세대는 모바일 환경에서 유튜브를 통해



YouTube

콘텐츠의 창조자와 유통자 역할을 기꺼이 감당한다. 유튜브의 소셜적 특성은 구독과 공유를 통한 참여에서 발현된다. 콘텐츠에 대한 공감도가 높아지면 이 '재미'를 친구들과 함께 즐기고자 하는 욕망이 생긴다.

그래서 소셜 미디어인 유튜브를 통해 콘텐츠를 공유한다. 사람들은 먹방, 쿡방을 보면서 함께 먹는 듯한 유대감을 느끼고 정서적 허기를 달랜다. 소셜 콘텐츠의 특징점은 같은 취향의 사람끼리 공감하고 공유하는 것이다. 유튜브 콘텐츠는 이용자들의 취향 소비(Taste Consumption)에 맞추어 이용자들의 높은 몰입도와 충성도를 기대할 수 있다. 4차 산업혁명을 특징 짓는 초연결 사회에서는 같은 감성과 취향을 지닌 사람들끼리 연대가 수월해진다. 페이스북이나 밴드와 같은 소셜 미디어를 떠올리면 쉽게 이해가 된다. 소셜 미디어는 특정 취향을 함께하는 사람들, 특정 정보를 공유하는 사람들 혹은 특정한 감수성을 가진 사람들을 한데 묶어줌으로써 연결에 공헌한다. 이들은 플랫폼에서의 연대를 통해서 콘텐츠에 대한 공감을 표하고 또 콘텐츠를 공유한다. TV 뉴스보다 이들 친구들이 제공하는 소셜 미디어의 정보를 더 신뢰하고, 레거시 미디어보다 1인 방송을 훨씬 더 즐겨본다. 대형 스타보다 유튜브의 크리에이터가 이들에게 더 영향력이 있게 된 것도 바로 이러한 이유 때문이다. 고품질의 콘텐츠보다 내 취향의 콘텐츠가 보다 매력적인 것이다. 나의 취향과 감성이 콘텐츠에서 성취될 때 비로소 소비자는 행복을 느낀다.

유튜브 혁명, 디지털 스토어의 진화

개인화된 소비자에 대한 고객 맞춤 서비스(Customization)는 미래 콘텐츠

비즈니스의 핵심이다. 유튜브 열풍을 지켜보면서 우리는 미래의 콘텐츠 서비스는 그동안 전통적 TV가 제공하던 일방향성에서 탈피하여 시청자가 원하는 프로그램만 선별적으로 제공하는 알라카르테(A-La-Carte) 형태의 서비스로 진화하는 것을 읽을 수 있다. 유튜브에서 소비자의 고유한 권리는 클라우드에 존재하는 프로그램에 대한 접근과 선택권이다. 레거시 미디어의 콘텐츠 서비스가 그동안 패키지(Packager)였다면, 유튜브는 디지털 스토어(Store)로 진화한 것이다. 이제 소비자는 단순한 이용자가 아니다. 콘텐츠에 대한 주도권이 소비자에게 있기 때문이다. 디지털 세대는 수동적인 소비자가기를 거부한다.

따라서 원하지 않는 콘텐츠는 그냥 넘겨 버리고 자기 취향의 콘텐츠만을 선택적으로 소비한다. 디지털 세대는 유튜브와 같은 소셜 미디어에서 자신이 좋아하는 콘텐츠를 '구독'하는 형태로 소비한다. 즉 내가 좋아하는 크리에이터의 새로운 콘텐츠가 업로드될 때마다 이용자들은 알림을 받고, 그 콘텐츠를 찾아서 시청한다. 구독(Subscription)은 콘텐츠 취향 소비의 적극적인 발현이다. 온 디맨드(On Demand) 서비스는 콘텐츠 소비자들의 취향을 존중하는 장치다. 바야흐로 '편성'보다 '검색'이 중요한 시대가 되었다. 콘텐츠라는 재화와 서비스를 소비하는 방식이 혁명적으로 바뀐 뉴미디어 세상이 된 것이다.



2019년 밀레니얼 트렌드 예측 ‘팔로인’

글 박진수(대학내일20대연구소 수석연구원)



밀레니얼 세대와 Z 세대들이 스스로 주도하고 확산시키고 있는, 향후 사회 전반에 영향을 미치는 주류 트렌드로 진화를 이어갈 2019년의 트렌드는 무엇일까? 이러한 트렌드를 예측해내기 위해서는 인류 역사상 가장 왕성한 호기심과 탐색 및 소비능력을 갖춘 밀레니얼 세대와 Z 세대에 소비와 콘텐츠, 관계, 사회 인식, 가치관 등 다양한 라이프스타일 측면에서 어떤 마이크로 트렌드들이 인기를 얻고 있는지를 살펴보는 것이 가장 합리적이고 정확한 것이다. 그중에서도 미디어를 통해 공급되는 엄청난 분량의 콘텐츠를 속에서 밀레니얼 세대는 과연 어떤 패턴으로 선택과 집중을 하고 있는지를부터 살펴볼도록 하자.

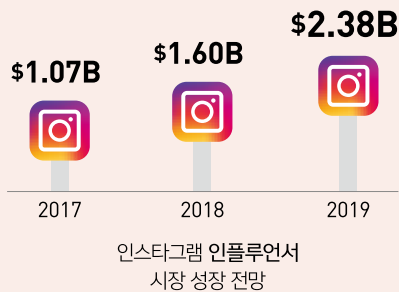
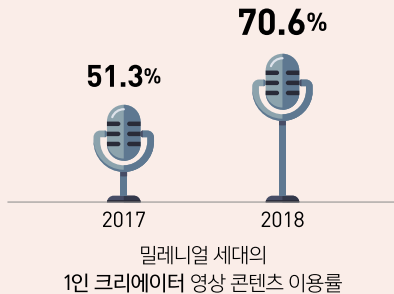
밀레니얼 세대의 경우, 하루에 스마트폰을 보는 횟수가 100회에 가까우며, 평균 2시간 반 이상으로 보내고 있다는 2018년 통계가 있다. 스마트폰과 SNS, 동영상상을 가장 편하게 여기는 모바일 네이티브로서, 어떤 주제와 분야를 막론하고 알고자 하는 정보를 빠르고 정확히 찾아내는 밀레니얼 세대들은 이제 포털보다는 한 분야에서 많은 경험을 축적해놓은 사람을 통해 원하는 것들을 얻고 있다. 이렇게 신뢰할 수 있고 공감할 수 있는 사람을 중심으로 콘텐츠를 찾고 소비하는 이들을 ‘팔로인’이라는 트렌드 키워드로 설명할 수 있겠다.

최근 JTBC <랜선라이프>라는 프로그램을 통해 소개되는 인터넷 방송 BJ, 유튜버들은 오랜 기간 ‘덕질’을 통해 사람들이 궁금해하는 정보를 보기 쉬운 영상 콘텐츠로 가공하는, 신뢰할만한 전문가들이다. 음식, 뷰티, 게임, 스포츠 등 세상의 거의 모든 것에 대한 가장 믿음만한 정보는 이제 TV보다 이러한 마이크로 인플루언서들로부터 습득하는 것이 일상화된 것이다. 지난해 러시아 월드컵 당시 MBC 인터넷 해설위원으로 섭외된 ‘감스트’라는 유튜버는 그동안 쌓아온 축구 지식을 바탕으로 친숙한 해설을 진행해 동시 접속자 수 30만 명 이상을 기록하는 등 큰 호응을 얻었다.

일상적인 소비생활에서도 밀레니얼 세대의 팔로인 성향은 더욱 두드러지게 나타난다. 해당 분야에서 충분한 경험을 축적한 이들이 생생하게 전하는 정보는 연예인들이 등장하는 광고들보다 훨씬 신뢰할만한 콘텐츠를 제공하고 있다. 연예인들이 진정성 없이 단순히 홍보하는 제품 정보보다 인플루언서들의 다양한 경험과 스토리텔링을 바탕으로 소개되는 제품 정보를 훨씬 거부감 없이 받아들인다는 것이다.

유명 브랜드가 아니어도 개인 SNS나 블로그 마켓을 통해 아이템을 구

점점 더 막강해지는 인플루언서의 영향력



완전정보 소비자가 되고픈 밀레니얼 세대



매하는 경우도 많아지고 있다. IT 회사에 근무하는 평범한 직장인으로, 부업으로 즐겁게 만든 것만 판매한다는 인스타그램머 '츄미'는 너무 비싸다고 생각된다면 굳이 사지 않아도 괜찮다는 태도로 밀레니얼 세대의 팔로워들에게 품질에 대한 신뢰를 심어주고 있다.

여행 사진을 전문으로 하는 사진작가 이종범 씨는 자신의 촬영 노하우와 보정 기술을 담은 사진 보정 앱 'PICA'을 출시하였는데, 이 작가가 촬영하는 사진의 구도나 색감을 좋아하고 따라 하고픈 많은 밀레니얼 팔로워들에게 사랑받으며, 아이폰 유료 앱 인기 차트 상위권을 차지했다. '벳지만드는벳수' 역시 본인이 좋아하는 것을 예쁘게 디자인해서 배지로 만드는 평범한 밀레니얼 세대로서, 세종 여권 케이스를 자체 제작 후 1억 원의 펀딩을 받기도 하고, 다이노필름 앱을 출시해 자신의 취향을 좋아하는 밀레니얼 팔로워들과 함께 자신만의 마켓을 확장해나가고 있다.

지난해 대학내일20대연구소에서 조사한 결과에 따르면, 1인 크리에이터·인플루언서들의 영향력과 신뢰도는 계속해서 상승하고 있으며, 인스타그램 인플루언서 마켓의 성장 전망도 더욱 급격하게 확장될 것이라는 낙관적 견해가 지배적이다. 팔로인 트렌드는 전통적인 개념의 브랜드 이론을 뒤집었다. 광고나 브랜드보다 충분한 경험을 갖춘 일반인 전문가를 더욱 신뢰하기 때문에, 오프라인 매장이 없어도 취향 기반의 마이크로 타겟팅을 통해 해당 제품을 원하는 소비자와 직접 만날 수 있는 D2C(Direct-to-Consumer) 브랜드가 새롭게 등장한 것이다. 아마존과 같은 오픈마켓 플랫폼이 아닌 개인 블로그나 인스타그램 마켓을 통한 거래가 대표적인 예이다.

콘텐츠의 홍수 속에서 소비자라면 누구나 지향하는 완전정보 상태가 되기 위해 밀레니얼 세대는 그 어느 때보다 부단히 노력해왔다. 허위나 과장 정보로부터 해방되기 위해 공신력 있는 매체를 통해 검증된 팩트를 중심으로 정보를 선별하기 시작했던 이들은 높아진 취향에 따라 다양한 관심 분야에 대한 정보 해석능력을 키우기 위해 넓고 알게 지식을 탐하는 행태를 보이기도 하였다.

이러한 트렌드를 토대로 신뢰할만한 사람을 팔로우함으로써 보다 완전한 정보를 획득하고자 하는 것이다. 이제 단순 홍보 성격의 1차원적인 정보나 메시지로로는 더욱 진화하고 있는 밀레니얼 세대의 정보 검색 레이더에 포착되기 어렵다. 누구나 인정할만한 진정성을 갖춘 일반인 전문가들의 취향을 만족시키는 것이 밀레니얼 세대가 좋아하는 콘텐츠를 만들기 위한 전제가 되어가고 있다.

수평선 _____ 천양희

누가
바라만 보라고 바다라 했나
바라만 보다가 바보가 되어도 좋다고 했나
수평선이 있으니까 괜찮다고 했나
참으로 큰 것에는 끝이 없다고 했나
끝없는 것에는 대상도 없다고 했나

누가
모든 것 다 받아 준다고 바다라 했나
받아만 주다가 바보가 되어도 좋다고 했나
수평선이 있으니까 괜찮다고 했나
참으로 넓은 것에는 한이 없다고 했나
한없는 것에는 시공이 없다고 했나

바라만 보다가 수심 깊어지는 나여
저 바다에도 들어찰 것은 다 들어차
물방울 하나 바람 한 점 들어낼 수 없네
수평선이 기울어질 것 같아
수평선이 기울어질 것 같아

- <유심> 23호(2005. 12)에서

바다의 철학, 수평선의 미학

글 정효구(충북대학교 교수, 문학평론가)

천양희(1942~) 시인이 시를 쓴 지도 50년이 넘었습니다. 그가 <현대문학>을 통하여 시인으로 등단한 것이 1965년도의 일이니까요. 시력 50여 년! 이 ‘역사’이자 ‘흔적’으로서의 크나큰 시간은 고딕체의 느낌표를 붙여서 표현할 수밖에 없는 무겁고 긴 여정입니다. 그는 이 시간 동안 누구보다도 비장한 시인들의 자세를 견지하며, 누구보다도 철저한 시인다운 길을 걷고자 혼신의 힘을 바쳤습니다. 그리고 최근(2017년)에는 여덟 번째 시집인 <새벽에 생각하다>를 출간하고 이 시집으로 유치환 시인과 그 문학을 기리는 ‘청마문학상’을 수상하였습니다.

이러한 천양희 시인의 이 시는 수작이자 문제작입니다. 그는 이 시를 통하여 그가 고투의 긴 여정 속에서 비로소 보게 된 바다와 수평선의 비의를, 바라보는 일과 받아주는 일의 속뜻을, 무한과 무변의 놀라움을, 일체와 일심의 구경을, 모든 존재의 본래적인 완전성을 전하고 있습니다.

이 시의 소재이자 주제이며 키워드인 바다는 지구별의 가장 큰 경전이며 대설법의 장입니다. 지구의 삼분지이를 차지하는 양적 우월성에서도 그렇거니와 하나가 된 푸르름의 몸으로 영원처럼 밀물과 썰물의 운율을 창조하고 그 품 안에서 파도의 이랑을 경작해나아가는 능력은 놀랍기만 합니다. 이런 바다 앞에선 누구라도 귀를 기울이고 마음을 열어놓을 수밖에 없습니다. 그야말로 속수무책의, 무방비 상태가 되고 마는 것입니다.

이런 상태에서 우리는 치유됩니다. 그 지독했던 ‘아상(我相)’의 감옥이 무너지고 마는 것입니다. 이런 바다 이기에 사람들은 부르지 않아도 바다를 찾아가고 바다를 만나고 온 날은 숙면을 취합니다.

이 시의 제목은 ‘수평선’입니다. 이 지구에서 가장 놀라운 선은 수평선과 지평선일 것입니다. 땅의 식구인 바다가 천상의 존재인 하늘과 하나가 되는 선, 또한 땅의 몸인 대지가 천상의 세계인 하늘과 하나 되는 선이 바로 수평선이고 지평선이기 때문입니다. 사람들은 이 선 앞에서 ‘하나’가 주는 감격과 짐작조차 할 수 없는 가시적인 세계 너머의 무궁함을 직면하며 막막함이자 먹먹함 속에서 ‘방하착(放下着)’ 하듯 마음을 내려놓습니다. 이런 수평선과 지평선으로 인하여 지구별은 순간적으로나마 얼마나 고요해지고 평화로워지는지요.

천양희 시인은 이 시의 바다 앞에서 인간적 한계를 무수히 부습니다. 소유하지는 말고 바라만 보라는 바다의 소리를 듣는 일, 바라만 보다가 바보가 되어도 좋지 않겠느냐는 자발적인 자아 소멸의 길을 가는 일, 끝을 사유할 수 없게 만드는 광대함의 위력을 절감하는 일, 그 광대함의 세계가 발산하는 무대상(無對象)의 경지를 보는 일, 어떤 것도 다 받아주는 무조건적인 포용의 세계를 만나는 일, 그런 대포용의 힘으로 자발적인 바보가 되는 일, 무한의 길이 있을 뿐 시간과 공간이란 말을 아예 없애보는 일, 그런 일들이 위 시에서 벌어지고 있는 것입니다.

인간적인 한계를 부수고 나면 인간의 영역은 부순 만큼 크고 넓고 깊은 세계로 확장되는 것이지요. 그야말로 다시 태어나는 것이지요. 그리하여 위 시의 마지막 연에서처럼 세상을 있는 그대로 온전하게 바라보고 수평선이 아무렇게나 그려진 기하학적 선이 아니라 우주적 실재로서의 생명선임을 보게 되는 것이지요. ‘수평선이 기울어질 것 같아 / 수평선이 기울어질 것 같아’ 생심(生心)을 내지 않는 무심(無心)의 자리에 서서 일체를 만나게 되는 것이지요.

중력을 이긴 여자들 영화 <히든 피겨스>

글 윤성은(영화평론가)



아프리카계 미국인 여성을 다룬 실화

<히든 피겨스(2016, 데오도로 멜피)>는 1960년대 초반, 나사(NASA, 미항공우주국)에서 일했던 아프리카계 미국인 여성들의 실화를 바탕으로 한 영화다. 당시 '흑인'이자 '여성'이었던 이들에 대한 차별은 지금으로서는 상상하기 어려울 정도로 노골적이었다. 유색인종은 화장실도, 식수대도, 전용 의자도, 심지어 커피포트까지 따로 써야 했고, 백인들과는 일하는 건물이 분리되어 있어 불편이 이만저만이 아니었다. 똑같이 세금을 내는데도 열악한 유색인종 도서관만 이용해야 했던 사람들에게는 세상만사가 '공평'이나

'평등'이라는 단어와 거리가 먼 시절이었다.

반면에 기술은 빠른 속도로 진보하고 있었다. 러시아와 미국은 달에 먼저 깃발을 꽂기 위해 피 달리는 우주개발 경쟁 중이었고, 나사는 미국의 자존심이자 희망으로 세간의 뜨거운 관심을 받았다. 캐서린 존슨(타라지 P. 헨슨), 도로시 본(옥타비아 스펜서) 그리고 메리 잭슨(자넬 모네) 등은 바로 그런 시기에 나사에서 일했던 사람들이다. 그 자체만으로도 뛰어난 재능을 인정받은 셈이지만 직장에서도 이들의 미래는 불안하기만 했다. 도로시는 주임의 역할을 1년 동안이나 하고 있는데도 승진을 못하고 있고, 메리는 백인 학교에서

수업을 들어야만 엔지니어가 될 수 있는 난관에 부딪힌다. 캐서린은 천재적인 전산원인데도 남다른 처우와 편견 때문에 자신의 능력을 발휘하지 못하고 있다. 세 사람은 때로 좌절하고 분노하기도 하지만 각자 뛰어난 기지와 재능을 발휘해 자신의 삶은 물론이요, 목적 같았던 나사를 변화시켜 나간다.

세상의 편견에 맞선 흑인 여성들

<히든 피겨스>는 먼저 미항공우주국이라는 최첨단 기술 및 수재들의 집약지를 배경으로 당시 미국 사회에 만연했던 차별의 문제를 끌어내 대비시킨 후, 캐서린에게 백인 남성들과 동등한 권리를 부여하는 과정과 고난도의 프로젝트를 이행하는 과정을 병치시킨다. 우주 임무 그룹의 전산 책임자인 알 해리슨(케빈 코스트너)이 점차 도로시를 신뢰하게 되면서 나사는 미국 최초의 유인위성, ‘프렌드십 7호’ 발사 성공에 한 걸음 다가가게 된다. 러시아와의 경쟁에서 승리하는 것이 서사의 지향점이라는 점은 아쉽지만, 그것을 일반적인 공익으로 치환한다면 평등한 기회와 인권이 없는 사회에서는 어떤 발전이나 목표 달성도 기대하기 어렵다는 따뜻한 메시지가 선명하다. 자칫 고리타분하게 느껴질 수 있는 주제를 재치 있는 대사와 가벼운 로맨스를 섞어 흥미롭게 풀어낸 것도 이 영화의 미덕이다.

알이 화장실에 붙어 있는 ‘유색인종 전용’이라는 팻말을 손수 떼어내는 모습 등 인상적인 장면이 많은 영화지만, 미국 최초의 여성 항공 엔지니어로 성장해가는 메리의 이야기는 특히나 계속 곱씹게 된다. 머큐리호 시뮬레이션 문제를 점검하던 메리에게 그녀의 재능을 알아본 상사는 엔지니어가 되라고 제안한다.

“질린스키씨, 전 흑인 여성이에요. 불가능한 일을 꿈꾸긴 싫어요.”

메리의 대답에 백인 남성은 이렇게 응수한다.

“난 폴란드 유대인이고 부모를 수용소에서 잃었지. 그런데 지금은 우주선 아래 서 있어. 우주로 비행사를 쏘아 올릴 우주선. 우린 살아있는 불가능 그 자체야.”

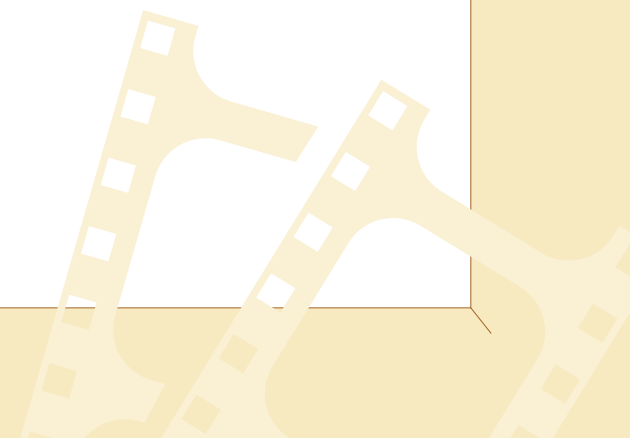
유전자와 불행을 이겨내고 나사의 관리자가 된 질린스키의 말은 메리에게 좋은 자극제가 된다. 햄프턴 고교 수강 청원을 내고 법정에 선 메리는 ‘최초’의 중요성을 강조하며 판사를 설득한다. 나사 최

초의 여성 엔지니어가 되기 위해서, 피부색을 바꿀 수는 없으므로 자신은 최초로 백인 학교의 수업을 들어야만 한다고. 그것을 허가하는 버지니아주 최초의 판사가 되어달라고. 판사에게 메리의 말은 당장 우주선을 쏘아 올리겠다는 것처럼 허황되게 들렸을지 모르지만, 그는 청원을 들어준다. 여기서 <히든 피겨스>가 역으로 백인과 남성에 대한 편견을 깔고 있는 것이 아닌가 의심의 눈길을 보내는 사람이 있다면 분명히 해야겠다. 이 영화에서 ‘최초’가 된 사람은 주인공들뿐만이 아니라는 것을. 전례 없이 메리에게 백인 학교의 강의를 듣도록 허가한 판사, 처음으로 도로시를 회의장으로 불러들이고 그녀에게 분필을 넘기며 프레젠테이션을 맡긴 사람은 백인 남성이었다.

최초가 될 가능성은 열려 있다

어쩌면 세 명의 주인공들은 수많은 흑인 여성 중에서 역사상 최초로 똑똑한 이들은 아니었을지 모른다. 처음으로 편견을 버리고 기회를 준 사람들을 만났기 때문에 그들은 역량을 발휘할 수 있었던 것이다. 이렇듯 영화는 캐릭터를 여성과 남성, 흑인과 백인의 단순 대립 구도로 배치하지 않고 다양한 인물군을 통해 누구라도 차별이나 편견의 관습과 무관할 수 없고, 반대로 누구라도 그것을 깨는 최초가 될 수 있다고 말한다.

주지하다시피, 21세기 한국 사회에도 법이 해결해주지 못하는 고질적인 불평등과 편견의 문제가 자리 잡고 있다. 완전한 평등이라는 것이 어떻게 가능하겠느냐고 묻는다면, 그런 세상을 바라는 것조차 촌스러운 일이라 말하고 싶다면, 주위를 둘러보시라. 불과 50년 전만 해도 기술적으로 불가능하다고 여겨졌던 많은 것들이 가능해지지 않았는가. 물론 더 나은 세상을 만드는 것은 기술개발과는 비교할 수 없을 만큼 어려운 것이 사실이다. 그러나 <히든 피겨스>의 교훈처럼, ‘최초’가 될 가능성은 누구에게나 열려 있다.



위원회 뉴스

조정청구건수 전년대비 10% 이상 증가

2018년 한 해 위원회(이석형 위원장)에 접수된 조정사건은 3,562건으로 나타났다. 이는 전년 대비 10.3% 늘어난 수치이다. 청구권별로는 정정보도청구가 1,781건으로 전체의 절반을 차지했고 손해배상청구 1,075건(30.2%), 반론보도청구 419건(11.8%), 추후보도청구 287건(8.1%)의 순으로 나타났다. 계류 중인 사건의 결과를 포함한 최종적인 통계는 2월 말 집계될 예정이다.

시정권고 결정건수 역대 최다

위원회(이석형 위원장)는 2018년 한 해 동안 전년보다 23.3% 증가한 1,275건의 보도에 대해 시정을 권고했다. 침해유형별로는 자살 방법 공개 등 '자살 관련 보도'에 대한 시정권고가 287건(22.5%)으로 가장 많았고, 이어 '성폭력 피해자 피해상태 등 묘사 보도' 285건(22.4%), '사생활 침해 보도' 230건(18%) 순이었다. '성폭력 피해자 피해상태 등 묘사 보도'는 전년도 27건에서 약 10.6배 증가한 것으로 나타났다.

2019년 제1차 대학생 연수 실시

위원회(이석형 위원장)는 1월 24일 2019년도 제1차 대학생 연수를 실시했다. 언론자유와 인격권 보호에 대한 법적 소양 함양과 언론인의 자세 및 현장 취재 노하우를 전달하기 위해 실시된 연수에는 성균관대학교 학보사, 영자신문사, 방송사 기자 24명이 참석했다. 이날 연수에는 MBN 배준우 기자가 '선배 언론인이 알려주는 언론 현장과 취재 방법'을 주제로 강연을 진행하여 큰 호응을 얻었다.

지역사무소 이전

위원회(이석형 위원장)는 언론피해 상담과 분쟁 조정시 민원인의 편의를 증진하고 피해교육 수요 증가에 대비하기 위해 대구·대전사무소를 이전했다.

•대구사무소 : 대구 동구 동대구로 489(신천동) 대구무역회관 1402호

Tel. 053 763-0020~1

•대전사무소 : 대전 유성구 엑스포로 161(도룡동) 대전 MBC 8층

Tel. 042 525-0778~9

<알기 쉬운 선거기사 가이드북> 발간



위원회(이석형 위원장)는 1월 31일 선거기사심의제도와 절차에 관한 언론인들의 이해를 돕기 위해 <알기 쉬운 선거기사 가이드북>을 발간했다. 가이드북은 불공정한 선거기사 사례를 중심으로 기사 작성 시 유의할 점 등을 Q&A 형식으로 담았다. 이와 함께 선거기사심의의 구성 및 운영, 의결 절차 등을 알기 쉽게 정리해 소개했다. 한편, 위원회는 2월 2일부터 5월 3일까지 4월 3일 실시되는 2019 재보궐선거 선거기사심의위원회를 설치·운영한다.

인포그래픽으로 보는 조정대상 매체 10년 전 그리고 현재

언론중재위원회의 조정대상 매체는 10년 전의 과거와 10년 후의 현재 어떻게 달라졌을까?

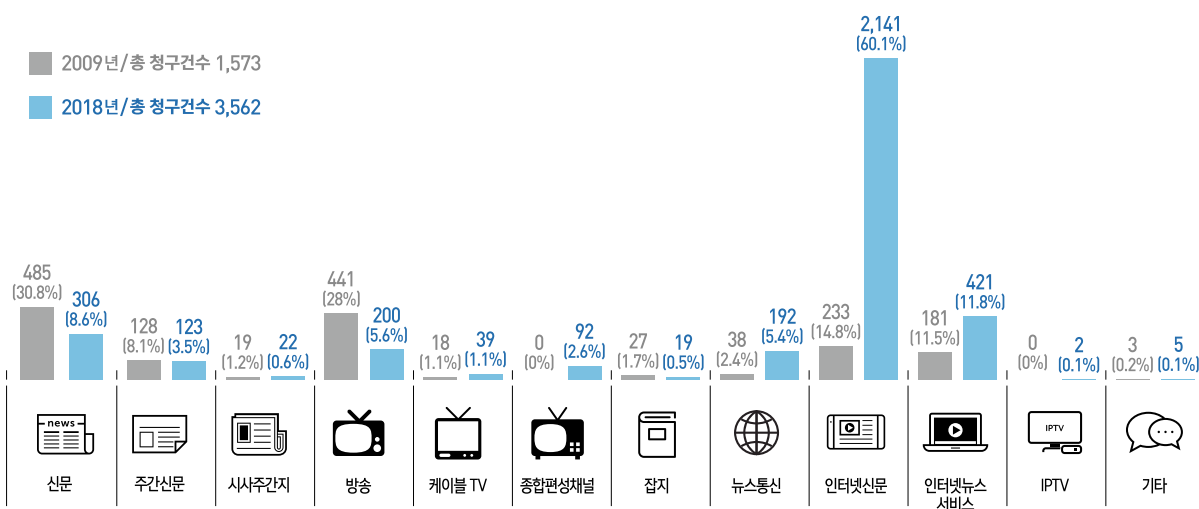
인포그래픽으로 한눈에 만나보는 조정매체 10년 전과 10년 후의 변화.

10년 전의 내 모습이 어땠는지 기억이 나시나요? 10년 후에는 어떤 모습일까요?

스마트폰이 보급된 게 바로 10년 전인 2009년이었습니다만, 지금은 스마트폰 없는 세상을 상상조차 하기 힘들지요.

지난 10년 동안, 언론조정대상 매체도 급변하는 언론환경에 따라 변화해 왔습니다.

2009년도에는 신문 및 지상파 방송을 대상으로 한 사건이 절반 이상인 58.9%로 다수를 차지했습니다.



반면 2018년도 통계를 살펴보면, 놀랍게도 인터넷신문이 전체(3,562건)의 60.1%를 차지하게 됩니다.

인터넷신문과 인터넷뉴스 서비스를 합치면 무려 71.9%에 달합니다.

종합편성채널이나 IPTV처럼 종전에 없었던 새로운 유형의 매체도 눈에 띕니다.

새로운 뉴스 플랫폼이 속속 등장하고 일명 '가짜뉴스'가 쉽게 유통, 소비되는 요즘, 위원회는 새로운

매체유형으로 인한 피해의 양상과 구제방안을 검토 중입니다.

앞으로 10년 후에는 어떤 매체에 대한 조정이 가능해질지 눈여겨 봐주시기 바랍니다.

항상 듣고 있을게요, 당신의 목소리를 당신 곁에 언제나 언론중재위원회

언론중재위원회는 잘못된 언론보도로 인한 피해를
정정보도, 반론보도, 추후보도, 손해배상을 통해 회복할 수 있도록 도와드립니다.
신문, 방송, 인터넷신문은 물론 포털뉴스까지 언론분쟁을 비용 없이 신속·간편하게 해결할 수 있습니다.

