

언론의 경쟁적 취재 · 보도와 권익 침해

이 민 응

한양대 신문방송학과 교수

I. 머리말

언론의 취재 · 보도 경쟁과 개인의 권익 침해라는 주제는 크게 3 가지 측면에서 접근할 수 있다. 첫째, 시장에서의 자유로운 경쟁은 시장론자들이 주장하는 것처럼 자유로운 언론의 존재를 가능하게 하고, 자유로운 언론은 공공문제에 관한 질 높고 다양한 정보와 견해를 보다 저렴한 가격에 제공하는가. 그리고 그렇게 함으로써 시민으로 하여금 민주적이고 책임 있는 자세로 행동하도록 하는데 기여하는가를 살펴보는 것이다. 다시 말해 시장에서의 자유로운 경쟁은 자유로운 언론을 낳고 자유로운 언론은 민주주의 발전에 기여 하는가를 추적 하는 것이다.

둘째, 만약 시장에서의 경쟁이 기대와는 달리 저렴하고 다양하고 질 높은 정보와 견해를 제공하기보다는 오히려 방해하는 '시장의 실패' 현상을 초래할 경우, 그 원인은 무엇이며 구체적인 피해는 어떤 것이 있는가 특히 민주 사회의 가장 중요한 요건이라 할 수 있는 언론의 자유와 개인의 인격권 사이의 충돌 현상, 즉 언론의 보도에 의한 명예훼손, 사생활 침해, 생존권 침해 등과 관련된 피해를 살펴보는 것이다.

끝으로 정보 및 지식을 생산하고 유통하는 언론 시장이 시장으로서의 순기능을 수행하게 하는 방안은 없을 것인가. 시장의 순기능이란 다른 게 아니다. 시장에서의 자유로운 경쟁이 언론으로 하여금 그들이 생산하는 정보와 지식의 품질을 높이고, 또 제품의 다양성을 제고하며 가격을 떨어뜨리는 효과를 가져오게 하는 것이 바로 시장의 순기능이다. 말할 나위도 없지만 시장에서의 경쟁은 정글에서 짐승들이 싸우는 것처럼 제멋대로 하는 것이 아니다. 정해진 경기 규칙에 따라 공정하게 하는 것이다. 그렇다면 그러한 경기 규칙을 만들고 공정 한 경쟁이 이루어 지도록 조정 하는 책임은 누구에게 있는 것인가를 추론해 보는 것이다.

II. 시장 논리의 확대와 언론

민주 사회에서 언론은 전통적으로 특별한 임무를 수행하는 것으로 인정받아 왔다. 첫째, 자유로운 언론은 사회적, 물리적 환경에 대한 감시자, 특히 권력에 대한 감시자로서 역할 해야 한다는 것이고, 둘째, 자유로운 언론은 민주 사회의 정통성의 토대가 되는 건전한 여론을 형성하는 공론장의 역할을 해야 한다는 것이며, 셋째, 자유로운 언론은 지식과 정보로 무장되고 건전한 비판 의식을 갖춘 민주 시민을 양성하는데 이바지 해야 한다는 것이다. 1)

언론의 이러한 기본적 임무가 최근에 와서 시장 논리에 점차 함몰되어 그 의미가 약화되어 가고 있다. 언론의 행위와 관련하여 전에 없이 시장의 논리가 중요한 가치로 등장하게 된 배경은 전반적인 한국 사회의 변화와 맞물려 있는 것으로 보아야 한다. 한국 언론의 존재 조건, 즉 언론이 활동하고 있는 정치적, 경제적, 사회적 환경이 지난 10 여 년 동안 크게 변모한 것이다. 언론

환경을 변화시킨 요인을 정리하면 크게 ▲ 민주화, ▲ 세계화 및 지방화, ▲ 전문화 복합화 총체화, ▲ 매체내 매체간의 경쟁 가열 등 4 가지로 나눌 수 있다.

1. 민주화

87년 6. 10 항쟁 이후 민주화가 진행되면서 한국의 언론 자유도 점진적으로 확대되어 왔고, 김영삼 정부가 들어선 뒤 더 크게 신장한 것이 사실이다. 특히 정권 말기에 접어든 최근의 상황을 보면 한국 언론의 보도 영역은 거의 사라진 것이 아닌가 싶다. 97년 5월 5일 발표된 미국 프리덤 하우스(Freedom House)의 '1997년 언론자유보고서'는 한국의 언론 자유를 25 점으로 평가해 프랑스의 26 점, 이태리의 27 점보다 앞선 것으로 등급 지었다. 2) 금석지감이 들지 않을 수 없다. 요즘 신문을 보고 있노라면 마치 언론이 대한민국을 통치하고 있는 듯한 느낌을 받는다. 언론왕국이라는 말이 실감날 정도다. 한보사건이 터진 지난 1월부터 지금까지 우리 사회를 실질적으로 이끌어 온 것은 언론이 아니었나 싶다. 대통령의 아들 김현철 씨의 사법 처리를 기정 사실화한 것도, 대선자금 문제를 여기까지 끌고 온 것도, 도저히 격에 어울리지 않는 어중이떠중이들이 여당의 대선 예비 주자로 나서게끔 '용'이니 '이무기'니 하고 앞다투어 시리즈로 대서특필해 준 것도, 대통령의 레임 덕을 결정적으로 앞당긴 것도 모두 언론이었다.

우리 사회의 중요 영역이 모두 침체를 면치 못하고 있는데도 유독 언론만은 '치안의 부재'인 양 제 세상을 만난 듯이 길길이 뛰고 있다. 우리 사회를 구성하는 중요한 제도들이 언론의 '한방 터뜨림'에 따라 속수무책으로 당하면서 이리저리 흔들리고 있다. 책임 없는 권력, 통제되지 않는 권력이 얼마나 무서울 수 있는가를 말해 준다. 작년 어느 때쯤인가 은퇴한 한 원로 언론인은 한 잡지와와의 인터뷰에서 "무식한 기자들이 나라를 망치고 있다"고 질타한 적이 있었지만 이 말은 요즘에 와서 더 어울리는 말이 아닌가 싶다.

2. 세계화 및 지방화

안으로 지방자치제의 실시에 따른 지방화의 전개와 밖으로 WTO 체제의 출범으로 개방화(교류의 제도적, 물리적 장벽의 제거 추세) 및 세계화의 추세는 언론의 취재·보도에 영향을 미치는 또 다른 큰 변화의 요인으로 작용하고 있다. 취재영역이 엄청나게 확대된 것이다.

먼저 지방 자체제의 실시에 따라 지방 정부 및 지방 의회에서 지역 문제에 관한 실질적인 결정이 이루어짐에 따라 취재 및 보도체제를 강화할 필요가 대두되었다. 먼저 뉴스 지면과 시간이 늘어나야 했고, 다음으로 인력과 장비가 보강되어야 했다. 만만치 않게 언론사의 경영 수지를 압박했다.

개방화 및 세계화에 따른 해외 취재의 확대도 전 세계적으로 언론기업의 수지를 압박하는 요인으로 작용하고 있다. 이러한 추세는 앞으로 더 심해질 것이다. 최근에 들어와서 국내 신문사들이 앞다투어 외국의 우수한 신문사와 취재 및 기사 교류 협력을 맺고 있고, 방송사들도 각 대륙별로 영상자료 풀(pool)제를 운영하고 있으며 각 지역의 우수한 방송사와 취재 및 기사 협력 교류를 확대하고 있는 사실이 이를 잘 뒷받침하고 있다. 아무리 자금사정이 좋은 신문사나 방송사라 할지라도 단독으로 전 세계를 커버할 수는 없기 때문이다.

3. 전문화, 복합화, 총체화

전문화, 복합화, 총체화는 후기 산업사회의 모순적인 변화의 추세를 극명하게 나타낸다고 하겠다. 사회는 발전할수록 기능적으로 분화한다. 그런데 기능적 분화는 전문화를 전제로 한다. 그럼에도 불구하고 오늘날 중요한 사회 문제는 대단히 복잡한 원인들이 서로 얽혀 일어나고 있고, 또 문제의 영향도 특정의 영역에만 국한되는 것이 아니라 여러 영역으로 동시에 확산되는 양태를 보이고 있다. 전문화와는 분명히 역행하는 모순적 현상이다. 주변 환경에 관한 정보와 그 의미를 전달해야 할 책무를 지고 있는 언론은 이러한 모순적인 변화의 추세에 대비하지 않으면 안 된다.

이러한 추세에 대비하기 위해 한국의 각 신문들은 섹션제를 경쟁적으로 도입하고 있다. 그러나 전문화된 섹션면을 만들기 위해서는 먼저 기자들이 전문지식(specialty)을 갖추어야 하고, 다음으로는 전문지식인으로서의 직업윤리를 갖추어야 한다. 그런데 이것이 제대로 되어 있지 않다. 언론인 스스로도 인정하는 대목이다.

세계적으로 기자들은 자신들의 직업을 전문직업(professional)으로 보고 있다.³⁾ 이러한 현상은 한국에서도 마찬가지다. 한국 언론인의 96.4%가 기자직을 스스로 '전문직' 또는 '준 전문직'으로 보고 있다.⁴⁾ 그럼에도 불구하고 전문직업인으로서 갖추어야 할 의식 수준은 이에 크게 미치지 못하고 있는 것으로 나타났다. '낮은' 전문직업인 의식을 가진 언론인이 43.0%에 이르고 있다. 스스로 전문직업인으로 보고 있으면서도 역설적으로 전문직업인에게 요구되는 전문지식과 의식을 갖추는 데에는 소홀했다는 점을 보여주는 것이다.

문제는 언론의 전문직화가 기자 개개인의 노력만으로는 한계가 있다는 데 있다. 제도적으로 이를 뒷받침해야 한다. 먼저 출입처 중심 취재 체제를 문제 중심 취재체제로 바꾸어야 한다. 문제 중심 취재체제는 출입처 중심 취재체제의 문제점을 극복하는 데에만 도움이 되는 것이 아니라 기자의 전문화를 위해서도 도움이 되는 제도로 인정 받고 있다. 기자 전문직화와 관련하여 다음으로 고려해 볼 수 있는 방안은 계약제 기자 채용, 기자 안식년제 도입, 그리고 방송의 경우에 전문 분야별 CP(협)제의 도입도 고려할 만한 가치가 있다고 믿는다.

대부분의 신문사와 방송사가 90년 이후 문제중심의 '팀(team)'제를 도입하여 운영하고 있다. 그러나 팀제 성공의 관건인 기자의 전문성이 만족할 만큼 확보되지 않아 별다른 효과를 보지 못하고 있는 것으로 전해지고 있다. 대부다팀제를 운영하고 있는 조선일보의 최청림 전 편집국장의 말을 들어본다. "팀제가 활성화되려면 팀장이 우수해야 하고 기자들이 전문성과 함께 완벽한 문장력을 갖추지 않으면 안 된다. 지금은 과도기라 그 성과는 앞으로 지켜봐야 할 것이다. 미국의 GE도 팀제가 정착하는데 12년이나 걸렸다고 한다. 기자들 스스로 자기 개발을 위해 노력해야 한다. 전문기자는 박사 학위를 갖고 있는 사람을 특채하는 것보다는 취재 기자를 양성하는 방식이 바람직 하다고 생각한다. 우리도 몇 년 전에 학위 소지자를 전문기자로 채용해 왔지만 성과는 별로 없었다. 기자적 안목과 문장력, 밀착 취재를 하는 근성이 없으면 안 된다."고 말해 팀제가 정착하는데 상당한 시일이 걸릴 것임을 인정했다.⁵⁾ 그럼에도 불구하고 전문성을 갖춘 팀도 없이 섹션면을 외양만 갖춘 채 경쟁적으로 운영하고 있으니 내용이 부실해질 수밖에 없는 것이다.

4. 매체내, 매체간의 경쟁 가열

매체내, 매체간의 경쟁이 최근에 와서 가열되기 시작한 것은 민주화에 따라 신문의 카르텔 체제가 깨어진 데에도 원인이 있지만, 첨단 정보 기술의 눈부신 발전에 따른 다매체 다채널 시대의 전개와도 깊은 관련이 있다.

첫째, 아직까지 규모 면에서 대단하지는 않지만 새로 등장하는 뉴미디어(특히 CATV)가 기존 매체의 광고 시장을 잠식해 가고 있는데다가, 둘째, 언론 산업의 물적 토대가 되는 광고 시장의 능력을 초과하는 매체가 생겨남으로써 시장에서 살아남기 위한 경쟁을 가열시키고, 셋째, 기존 매체, 특히 신문의 독자 시장이 포화상태를 넘어 오히려 젊은 세대를 중심으로 구독 가구수가 서서히 줄어들어 따라 신문사간의 시장 쟁탈전이 실로 죽기살기로 벌어지고 있는 것이다. 새로운 시장을 개척할 수 없으니 부수 확장을 위해서는 남의 영역을 침범하지 않을 수 없다. 실로 생명을 건 쟁탈전이다. 작년 조선일보 남원당 지국에서 일어난 살인 사건이 이를 극명하게 드러내 주고있다.

시장론자들은 정치권력으로부터 구속 받지 않는 시장이 자유로운 언론과 민주주의의 요구에 가장 잘 부응할 수 있다고 주장한다. 그러나 시장의 요구는 민주주의 사회에서 언론의 역할 및 요구와 반드시 양립되지 않을 수도 있다.6) 자유로운 언론이 민주주의 사회를 지탱하는데 필수적인 역할을 한다는 것은 사실이지만, 시장은 자유언론과 민주주의를 훼손시킬 수도 있다는 것이다. 언론의 고유한 목적과 시장을 움직이는 논리 사이에는 긴장과 갈등이 있고 시장은 민주 사회에 필수적인 다양한 정보와 견해의 유통을 방해할 수도 있다.

먼저 언론은 시장에서 살아남기 위해서 언론소비자의 기호를 만족시키지 않으면 안 된다. 그래서 언론은 평균적인 대중의 정서에 영합하는 기사와 견해를 보도하지 않을 수 없다. 이로 인해시장에 의해 확대될 것으로 주장해 왔던 다양성은 오히려 훼손되는 것이다. 시장은 뉴스 편집자로 하여금 독자 및 시청자의 기존 가치와 신념에 부합하는 견해를 보도하도록 종용할 것이다. 이것이 바로 '시장의 검열'(market censorship)이다. 권력에 의한 검열만 있는 것이 아니라 시장의 눈에 보이지 않는 압력에 의해 뉴스의 취사선택과 처리 방향이 영향을 받을 수 있다.7) 실증적인 연구 결과도 많다. 즉 시장에서의 경쟁이 가열되면 오히려 매체간의 모방 기획, 모방 편집, 모방 레이아웃이 성행하여 외양과 내용 양 측면에서 다양성을 확대하기 보다는 획일화 시킨다는 것이다.8)

매체간의 경쟁이 가열될 경우 더욱 큰 문제는 저널리즘의 으뜸가는 가치이자 규범인 진실 추구가 아주 소홀하게 취급되는 것이다. 뒤에서 보다 구체적으로 살펴 보겠지만 최근 한국언론의 앞지르기 보도, 미확인 추측 보도, 예단 보도 등으로 오보가 양산되고 있는 것이 이를 잘 뒷받침하고 있다. 공공 문제에 관한 진실은 독자나 시청자가 읽기 원하고 보기 원하는 것과 반드시 일치하지 않을 수 있다. 무엇이 보도되고 어떻게 보도되는지가 독자 및 시청자의 기호에 의해 결정될 가능성이 매우 높다. 뉴스의 가치는 시장이 원하는 것이라고 판단되는 것에 의해 결정될 것이다. 이러한 시장의 논리에 의해 나타나는 현상 중의 하나는 시장의 요구에 반응하는 흥미 위주의 비정보성 기사의 양산이다. 보아도 그만 보지 않아도 그만인 흥미 위주의 읽을거리 기사가 현란한 사진 및 영상과 함께 범람하게 되는 것이다.

또 하나 염두에 두어야 할 대목은 시장의 요구에 좌우되는 이러한 보도는 비록 오보는 아니더라도 중요한 뉴스가 시장의 이해관계에 따라 누락되는 것과 뉴스가 대중의 기호에 따라

단순화 된다는 것이다. 종합적인 정보가 제공되지 못하고 부분적 진실이 보도될 경우, 이것을 오보라고 할 수는 없지만 수용자들에게 잘못된 함의를 전달함으로써 결과적으로 허위로 전환될 수 있는 것이다.

이러한 '시장의 실패'(market failure)는 정보수집에 드는 비용과 관련된 경제적 압력에 의해 강화된다. 정보의 수집에는 막대한 비용이 들고, 따라서 잠재적 정보 공급자들이 이미 만들어 놓은 정보를 받아먹지 않을 수 없게 하는 경제적 압력이 있기 때문이다. 특정한 조각에 따라 정보를 제공하는 기관들은 언론의 정보 수집 비용을 효과적으로 보조하고 있는 셈이다. 그래서 각 기관마다 홍보 요원이 늘어나고, 언론의 보도에 각 기관의 홍보성 기사가 늘어나는 것이다.

시장에서의 경쟁에 의한 다양성의 훼손과 관련하여 반론이 있을 수 있다. 먼저 다원화된 현대사회에는 다양한 기호와 취향이 존재 한다는 것이다. 맞는 말이다. 그러나 언론의 활동과 언론의 시장은 보다 큰 문화적, 정치적, 사회적 맥락 속에서 이루어지기 때문에 특정한 역사적 시기의 특정한 사회집단 사이에는 뉴스에 대한 광범위한 선호(preference)가 존재할 수 있다. 더욱이 시장의 요구에 따라 특정한 선호가 언론에 의해 더 확대될 수도 있다. 구체적 논리는 다음과 같이 두 가지로 정리 할 수 있다.9)

첫째, 시장 주도적(market-driven) 언론은 시장의 선호에 반응하지 않을 수 없고, 또 언론은 언제나 시장의 선호에 수동적으로만 반응하는 것이 아니라 어떤 선호를 의도적으로 재 생산하기도 하고 심지어 창출하기도 한다.

둘째, 현대 사회가 동질적이라고 보기는 힘들지만 그 다양성에도 한계가 있게 마련이다. 그리고 그 다양성은 언론이 활동하는 시장의 독특한 성격에 의해 한계가 지어진다. 언론은 두개의 시장에서 존재한다. 하나는 그들이 생산한 정보를 수용자에게 파는 시장이고, 다른 하나는 그 정보를 사는 수용자를 광고주에게 파는 시장이다. 그런데 구매력을 갖지 못한 수용자는 광고주의 관심을 끌지 못한다. 그래서 첫번째 시장의 요구에만 반응해서는 두번째 시장에서 실패하는 것이다. 그래서 시장의 검열은 광고주의 직 · 간접적인 압력으로부터 나온다.

자본주의는 단기적으로 기술, 자원, 상품, 서비스의 생산으로 번영할 수 있다. 그러나 장기적으로는 그러한 상품과 서비스에 대한 끊임없는 수요의 창출 없이는 이른바 과잉 생산에 의한 주기적인 경제 위기에 직면할 수밖에 없다. 따라서 대량 생산은 대량 소비를 전제로 하고, 대량 소비는 대규모의 수용자를 전제로 한다. 무엇이 대규모의 소비자 또는 수용자를 대기업에게 제공해 주는가. 바로 매스미디어가 그 역할을 담당하고 있는 것이다.10)

96 년 하반기 이후 경기 침체로 광고 물량이 격감하자 대기업의 홍보 이벤트에 관한 기사는 부적 늘어나는 반면, 대기업의 활동을 비판하는 기사는 찾아보기 어렵게 되었다. 뿐만 아니라 지난달 서울 삼성동 종합전시장에서 열린 '서울 모터쇼'에 관한 특집은 도하 각 중앙지들이 모두 별지로 인쇄하여 배포했다. 광고 수주와 관련되어 있음은 말할 나위도 없다.

그러나 앞서 지적한 첫번째 시장, 즉 수용자 시장의 압력도 앞으로 갈수록 더 커질 전망이다. 언론이 생산하는 정보의 성격이 바뀌고 있기 때문이다. 언론은 ▲ 사회적 쟁점의 의제를 설정할 뿐만 아니라, ▲ 그 쟁점에 가치와 방향도 부여한다. ▲ 다음으로 앞서 살펴본 대로 대규모 수용자를 창출하여 광고주에게 제공한다. 이것이 대량 소비를 유도한다. ▲ 또 정치 후보와 정책에 대한 수요도 창출한다. 말하자면 얼마 전까지만 해도 언론은 정치, 경제, 사회 영역의 원활한

운동을 지원하는 부수적 존재에 머물러 있었다. ▲ 그러나 최근에 와서는 언론이 생산하는 정보와 지식 그 자체가 막대한 이윤을 남기는 경제적인 실체로 그 위치가 변해 가고 있는 것이다.

그래서 전세계적으로 거대한 복합기업들이 언론 산업, 특히 영상 산업에 다투어 진입하고 있는 것이다. 오늘날 거대한 복합기업에 의해 선도 되고 그 복합기업의 중추적인 요소의 하나가 매스미디어, 즉 정보산업이다.11) 시장 주도적 언론의 행태, 다시 말해 시장의 요구에 부응하지 않을 수 없는 현실에 비추어 다매체 다채널의 존재 자체가 반드시 다양한 계층의 이해관계를 반영하는 것은 아니라는 것을 알 수 있다.

그렇다면 시장의 실패는 어떤 경우에 주로 나타나는가. 일반 제조 상품 시장과는 달리 왜 정보 및 지식 상품의 시장은 실패할 가능성이 높은가? 두 가지 이유가 지적되고 있다. 하나는 시장이 이미 담합 구조에 의해 경쟁이 제한되어 있어서 시장에 참여하는데 필요한 투자의 수준이 지나치게 높아 진입의 이득이 없거나 사실상 진입이 불가능한 경우이다. 우리의 경우 권위주의 정부 때 그랬다. 방송은 물론이고 신문, 잡지도 정부의 허가가 없이는 시장에 진입할 수 없었다. 물론 정부는 정치 논리에 의해 진입을 막았다. 다른 하나는 파괴적인 경쟁으로 시장 그 자체가 합리성을 잃고있을 경우이다.12) 경쟁의 규범도 없이 경쟁자의 영토를 빼앗기 위해 아수라처럼 싸운다. 이걸 경쟁이 아니라 전쟁인 것이다. 최근 한국 언론 시장의 상황은 두 번째 경우에 더 가깝다.

그렇다고 해서 시장에 그 물적 토대를 의존한(market based) 미디어가 언론의 전통적인 임무를 전혀 수행할 수 없다는 뜻은 결코 아니다. 시장의 성격에 따라서는 공론장의 역할을 그런 대로 견실하게 담당할 수도 있다.13) 여기서 말하는 시장의 성격이란 미디어 소유 집중의 정도, 언론사 재정에 있어서 광고의 역할과 비중 14), 수용자의 언론 상품 소비 행태, 언론에 대한 규제 등을 들 수 있다.15) 바로 이러한 시장의 성격에 따라 언론의 역할의 충실도에는 상당한 차이가 있을 수 있다. 사실 재정을 시장에 의존하지 않는 언론은 자유 민주주의 국가에서는 공영방송 밖에 없다. 신문은 모두 시장 의존적이다. 국가에 따라서는 공영방송이라 하더라도 부분적으로 광고를 허용하고 있다. 다만 앞서 지적한 것처럼 카르텔 체제나 파괴적 경쟁이 있는 사회의 언론 시장은 실패로 나타날 가능성이 많다는 것이다. 그렇다면 한국 언론 시장의 성격상 특징은 무엇이며 과당경쟁으로 인한 피해는 구체적으로 어떤 양태로 나타나고 있는가. 이것이 다음 절의 주제이다.

III. 신문 시장의 과당 경쟁 : 원인과 실태

1. 과당 경쟁의 원인

신문간의 경쟁이 전면전의 양상으로 전개되고 있다. 증면 경쟁, 판매 경쟁은 말할 것도 없고 스트레이트 뉴스의 속보 경쟁에서부터 기획 경쟁, 편집 경쟁, 캠페인 경쟁, 사설 및 칼럼 경쟁에까지 경쟁이 없는 곳이 없다. 한 동안 증면 경쟁, 판매 경쟁 등 양적 경쟁에 몰두했던 신문간의 경쟁은 96년 7월 신문보급소 판매원 살인사건을 계기로 지면 경쟁으로 방향이 전환됐다.

경쟁 관계에 있던 신문보급소 판매원이 칼을 휘둘러 상대 신문 보급소 판매원을 살인까지 하는 살벌한 과당 경쟁은 어디로부터 유래한 것일까. 당시의 여러 평가들은 한국 신문 판매시장의 구조적 문제점이 끓아터진 것으로 진단했다. 그렇다면 한국 신문 시장은 구조적으로 어떻게

짜여져 있는지 궁금하지 않을 수 없다. 이러한 진단은 한국 신문시장의 구조적 성격이 바로 살벌한 과당 경쟁을 유도하고 있다는 의미다. 정리하면 다음과 같다.

첫째, 한마디로 신문이 너무 많다. 서울에서 발행되는 전국 종합일간지만도 무려 10 개나 된다. 필자가 아는 한 전세계적으로 한 도시에서 성격이 비슷한 종합일간지가 10 개나 발행되는 곳은 아무데도 없다. 이러니 자연 밥그릇 쟁탈전이 벌어지지 않을 수 없다. 상대를 죽이지 않으면 살수가 없는데 싸움이 없을 수 없고, 그 싸움이 살벌해 지지 않을 수 없다.

둘째, 한국의 언론사주는 반드시 돈벌이를 목적으로 신문을 발행하는 것이 아니다. 16) 시장의 논리와는 너무도 거리가 있다. 돈벌이보다는 본업으로 운영하고 있는 기업의 이익을 지키기 위해 신문을 공격 및 방어의 수단으로 운영한다. 뿐만 아니라 그러한 이익을 보전해 주는 구조를 유지하고 새로 이끌어 내기 위해 유리한 정보와 견해를 확대 보도하는 반면에 불리한 정보와 견해를 묵살, 축소, 심지어 비난하는, 다시 말해 이데올로기적 도구로서도 활용한다. 그러니 수백억 원에서 1 천억 원에 이르는 적자를 감수하면서까지 신문을 운영하는 재벌 기업이 있는 것이다. 시장 논리로는 도저히 설명할 수 없는 한국의 특수한 현상이다. 이러한 상태가 얼마나 지속될지 두고 볼 일이다.

셋째, 한국의 신문들은 시장에서 제대로 된 경쟁의 경험이 거의 없었다. 3 공화국으로 부터 5 공화국까지 약 30 년 동안 한국의 신문은 권위주의적 정권의 종용을 받아들여 신문값과 면수의 단합 구조(카르텔) 속에 안주해 있었다. 새로운 경쟁자의 시장 진입은 권력이 막아 주었고, 과점 체제를 유지한 신문들은 권력으로부터 금융 지원 등 여러 가지 특혜를 받으면서 그 반대급부로 권력을 비판하는 기사와 논평을 자제해 왔다. 그러다가 갑자기 민주화의 물결에 휩쓸려 난생 처음으로 시장에서 경쟁을 하게 되니 경쟁의 규범을 제대로 알리가 만무하다. 무슨 짓을 해서라도 이기기만 하면 된다는 식으로 경쟁 아닌 경쟁을 벌여 온 것도 한국 언론 특유의 파괴적 경쟁을 가져온 원인으로 지적할 수 있다. 말하자면 지금까지 미루어져 왔던 경쟁을 한꺼번에 치르다 보니 경쟁에 따른 혼란이 더 크게 된 것이다.17)

넷째, 한국의 신문들은 매우 모순적인 편집 방침을 고수하고 있다. 우수한 신문들이 모두 고급지와 함께 대중지를 지향하고 있다. 실증적으로도 확인된 사실이다.18) 그러다 보니 신문의 편집방향이나 논조에서 거의 차이를 찾아볼 수 없다. 제호만 가리면 어떤 신문이 어떤 신문인지 모르겠다는 말이 나올 만큼 신문의 외양과 논조가 비슷하다.19) 그러니 비슷한 독자층을 상대로 이진투구를 하지 않을 수 없다. 내용의 차별화 노력이 전혀 없는 것은 아니지만 우선적으로 판매부수 확장을 통해 양적으로 최고의 신문이 되려고 몸부림을 친다. 세계의 우수한 '질 좋은 신문'(quality paper)들은 판매부수에 있어서는 대중지에 비해 훨씬 미치지 못한다. 그럼에도 불구하고 광고 단가는 그 신문을 읽는 독자층의 사회적 신분과 구매력을 고려하여 대중지보다 훨씬 더 높게 책정된다.20)

다섯째, 한국 신문의 소유주 성격은 재벌과 족벌로 양분할 수 있다. 지방지의 경우 비록 재벌은 아니라 하더라도 해당 지역에서는 우수한 기업을 운영하고 있는 유지들이 많다. 물론 지방지 가운데서도 재벌급 대기업이 직접 운영하고 있는 신문사도 있다. 96 년 살인 사건으로까지 이어졌던 경쟁은 한국의 대표적인 재벌 언론과 대표적인 족벌 언론간의 자존심이 걸린 한판 싸움이었다. 막강한 경제력을 바탕으로 여론에 대한 영향력 까지 장악하려 했던 재벌언론과

여론을 움직이는 막강한 정치력을 바탕으로 장차 다른 산업 영역의 경제적 이익까지 도모하겠다는 언론 재벌간의 체면이 걸린 선두쟁탈전이라고 볼 수 있다.

여섯째, 한국 언론의 소유주, 경영인, 언론인의 언론 역할에 대한 투철한 사명감과 그것을 실천하는데 필요한 전문성과 직업윤리가 제대로 갖추어져 있다고 보기 힘들다. 앞서 살펴본 대로 기자들의 의식 조사 결과, 일선 기자들은 언론직이 전문직이라고 대부분 인식 하고 있으면서도 전문직에 상응한 전문성과 직업윤리를 갖추는 데에는 소홀했다는 것을 알 수 있었지만, 소유주의 직업의식은 기자들에 비해서도 훨씬 떨어질 것이다. 재벌 기업의 총수와 지방의 유력 기업 사주, 주로건설회사 사장들에게 언론의 사명감을 요구한다는 자체 가 무리 일지도 모른다. 그러나 신문은 사기업인 동시에 사회적 공기이다. 언론기관은 단순히 돈벌이 수단이나 영향력 행사의 수단으로 보아서는 안 된다. 사주들이 그런 의식을 가지고있는 한 경영인이나 기자들이 아무리 노력해도 한계가 있게 마련이다.

일곱째, 언론 자유의 명분을 내세운 정부의 무위무책도 지적해야 한다. 공정한 경쟁의 규칙을 마련하여 집행하는 것은 정부의 책임이다. 현행정기 간행물 등록에 관한 법률 가운데 언론사 소유 지분 제한 규정의 미비점 때문에 중앙일보, 문화일보, 경향신문의 경우 그룹 총수와 계열기업 등의 지분이 70~99%에 이르고 있고, 족벌 신문이라 불리는 조선일보, 동아일보, 한국일보의 경우 사주와 그 일가의 지분이 76~99%에 달하고있다.²¹⁾

재벌 총수나 특정 족벌의 여론 지배력을 인정하는 법규정이라 하지 않을 수 없다. 언론기업의 공개와 소유 지분을 둘러싼 내적 견제 관계의 확립을 위해서도 법규정을 고쳐 소유 집중을 완화하지 않으면 안 된다. 사실 96년 정기국회에서 이 문제에 관한 논의가 있었으나 법 개정을 주창하고 발의 했던 신한국당의 모 의원은 무슨 까닭인지 알 수 없으나 자신의 주장을 슬그머니 철회하고 말았다.

2. 과당 경쟁의 실태

신문사간의 경쟁은 크게 양적 경쟁과 지면 경쟁으로 나눌 수 있는데, 양적 경쟁은 증면 경쟁과 판매 경쟁으로, 지면 경쟁은 외양 경쟁과 내용 경쟁으로 다시 나눌 수 있다. 경쟁의 진행 상황은 적어도 지금까지는 대체로 증면 경쟁→판매 경쟁→외양 경쟁→내용 경쟁으로 이어지고 있다. 그러나 외양 경쟁이 진행된다고 해서 판매 경쟁이 전혀 없다는 말은 아니고, 마찬가지로 내용 경쟁이 진행된다고 해서 외양을 꾸미려는 경쟁이 중단되었다는 뜻은 아니다. 경쟁은 여러 분야에서 동시에 중층적으로 진행되지만 주력 경쟁 분야가 그렇다는 것이다.

돌이켜 보면 신문 경쟁은 증면 경쟁으로부터 시작됐다. 3 공화국부터 5 공화국까지는 신문 카르텔(지면수와 신문 가격의 단합)이 존재하고 있어 사실상 경쟁은 없다시피 했다. 1988년 4월 그 해 8월에 열리는 서울 올림픽을 계기로 기사가 폭주할 것에 대비하여 그때까지 12면으로 고정되어 있던 면수를 16면으로 늘렸다. 이 때까지만 해도 증면은 신문사간의 단합에 의한 결과였다.

그러던 것이 90년에 들어서면서 신문 지면과 가격에 대한 카르텔이 깨어지면서 본격적인 증면 경쟁이 시작됐다. 이때는 두 조간신문이 사단을 일으켰다. 조선일보가 앞장을 섰고 한국일보가 반격하고 다른 신문들이 따라가는 형국이었다. 이렇게 해서 한국의 신문들은 24면 체제로,

93년에는 32면 체제로 지면을 늘려 갔고, 94년에는 중앙일보가 증면 경쟁의 선봉장으로 나서 드디어 48면을 발행하기에 이르렀다. 따지고 보면 88년 봄까지 12면을 발행하다가 불과 6년 만에 지면이 4배로 늘어나게 된 것이다. 또 하나 웃지 못할 일은 새해인 95년 1월 1일자 신문을 누가 더 두텁게 제작하느냐로 서로 비밀리에 눈치까지 보다가 결국 조선, 동아, 중앙이 각기 80면 짜리 목직인 신문을 제작했고 사세가 가장 떨어졌던 한국일보는 이를 은폐라도 하려는 듯 무려 96면 짜리 신문을 제작하는 허세를 부리기도 했다.

이처럼 갑자기 지면이 늘어나게 되자 기자들의 노동 조건을 말할 수 없이 열악해졌고, 이런 와중에 D 일보의 모 차장은 과로와 스트레스로 입이 돌아가 입원 치료를 받아야 하는 일도 벌어졌다. 당시 자료에 따르면, 87년 '6.29' 직전 문공부에 등록된 일간지는 30개에 불과했던 것이 95년 3월말에는 68개로 2배 이상 늘어났다. 방송도 서울방송, 불교방송, 평화방송, 교통방송이 신설되었고 29개 CATV 프로그램 공급자와 54개 지역 CATV 운영자가 선정되어 이미 방송을 시작했으며, 95년 5월 14일을 기해 4개 지역민방도 출범했다.22) 그러나 언론 종사 인구는 96년 3월말 현재 4만 2천 839명으로, 87년 말의 2만 385명에 비해 겨우 2배(110.1%)가 늘어났을 뿐이었다.

어떻든 각종 매체가 짧은 시간 안에 갑자기 늘어남에 따라 매체내의 경쟁은 말할 것도 없고 한정된 참고 물량을 둘러싸고 매체간의 경쟁도 치열하게 벌어졌다. 주돈식(1991)이 매우 적절하게 지적했지만 같은 인쇄매체끼리의 경쟁도 문제려니와 더욱 치열한 경쟁을 치러야 할 상대는 전파매체와의 경쟁이라고 인정했다. 매체내이든 매체간이든 경쟁은 독자 또는 시청자의 확보 경쟁으로 귀착된다. 즉 신문은 판매 경쟁에, 방송은 시청률 경쟁에 얽매이지 않을 수 없다.

증면 경쟁에 이은 판매 경쟁은 살벌하기 짝이 없었다. 당시 신문의 판매 전쟁을 취재했던 한겨레 신문의 손석춘 기자는 한 기고문에서, "한 재벌 신문사 지국장 회의 자료에는 '신문지국은 전쟁, 전쟁터에서 2등은 패자'라는 살벌한 구호가 나오고, 대부분의 신문사 판매국 상황판에도 '우리의 목표는 2위가 아닌 1위'라든가 '정상을 지키자' 따위의 전투적인 구호가 대문짝만 하게 컬러글자로 붙어 있다"고 적었다. 23) 참으로 살벌한 풍경이 아닐 수 없다. 어떻게 보면 남원당 지국 신문판매원 살인 사건은 이런 살벌한 판매 환경의 예비된 결과였는지도 모른다.

판매 경쟁의 과열은 구독료를 할인해 주는 덤핑 판매, 일정 기간 무료 제공, 구독 권유 과정에서 판촉물을 제공하는 경쟁으로 번졌다. 판촉물에는 위성방송 수신 안테나 등 30~40만원 호가하는 고가물에서부터 상품권, 구두 티켓, 진공청소기, 휴대용 가스레인지 등 만만치 않은 가격대의 물품과 CD, 재털이 등 저가물에 이르기까지 그 가격이나 품목이 실로 다양했다고 한다. 뿐만 아니라 조직 폭력배까지 동원하여 이삿짐을 서로 날라주겠다고 추태를 부리고 각목으로 치고 받는 싸움판이 벌어지기도 했다. 특히 신도시 아파트지역에서는 조직 폭력배들이 신문 판촉을 자청해 나서서 다른 신문사 판촉원이 근처에 얼씬도 못하게 공포 분위기를 만들고 전입주 가구들이 특정 신문을 구독하게 반 강제로 권유하고는 신문 1부당 수만 원의 확장 대가를 신문지국에 요구하기도 했다는 것이다.24)

정글이 따로 있는 게 아니었다. 오늘날 한국 사회에서 언론의 위세를 생각해 보자. 사설이나 칼럼을 통해 남을 비판하고 꾸짖기를 좋아하는 언론인들의 점잖은(?) 모습에서는 도저히 상상할 수 없는 세계다. 살인 사건이 터지기까지 판매부문의 실상은 대부분 베일에 가리어져 있었고 신문사들도 철저히 비밀을 지키고 있었다. 지성인의 영역인 편집의 세계와는 전혀 다른 야만의

세계가 존재 했던 것이다. 어쨌든 살인 사건을 계기로 신문협회는 언론인 스스로도 그 실현 가능성을 냉소적으로 보는 허술하기 짝이 없는 '신문 판매 자율 규정'이라는 것을 만들고 겉으로나마 자숙하는 모습을 보였다. 이 과정에서 공정거래위원회의 중용도 있었지만, 경쟁은 양적 경쟁에서 질적 경쟁으로 전환해야 한다는 사회적 압력이 거세게 일어났던 것도 사실이다. 원하던 원치 않든 지면 경쟁으로 눈을 돌리지 않을 수 없었던 것이다.

지면 경쟁은 외양 가꾸기 경쟁과 내용 경쟁으로 나타났다. 외양 가꾸기 경쟁은 활자 키우기, 색션화, 컬러화, 시각화 편집 등을 통해 신문의 물골을 서로 아주 유사하게 만들고 있다. 내용 경쟁은 취재 및 보도와 관련된 거의 모든 분야에 걸쳐 진행되고 있다.

내용 경쟁이 가져온 긍정적인 발전이 부분적으로 없었던 것은 아니다. 예컨대 문제 중심으로 취재 · 보도체제를 전환하고 기자들의 전문성 제고를 위해 나름대로 노력하고 있는 점, 전반적인 민주화와 더불어 정책 결정 과정의 투명성 확대에 부분적으로 기여한 점, 주요 공공 문제에 관한 공론의 활성화에 부분적으로 기여한 점, 색션면의 신설 또는 확대로 수용자의 분화된 정보 욕구 충족시키기 위해 부분적으로 노력한 점 등을 꼽을 수 있다.

그러나 내용 경쟁도 역시 과당 경쟁으로 이어져 부정적인 영향이 더 많은 것으로 판단된다. 앞지르기 보도, 추측 보도, 예단 보도, 형식적 객관주의 보도, 선정주의 보도가 성행하여 오보가 양산되는 한편 시장의 요구에 부응하는 흥미 위주의 읽을거리 기사가 범람하게 되었다. 이로 인해 나타나는 폐해는 언론에 의한 인권 침해와 언론의 전통적인 공적 임무가 소홀해 지는 것이다. 저널리즘 위기의 증후가 나타나고 있는 것이다.

IV. 과당 경쟁의 폐해

신문의 내용 경쟁은 속보성 특종 경쟁, 독자 영합적 읽을거리 경쟁, 기획 경쟁, 편집 경쟁, 사설 및 칼럼 경쟁, 심지어 캠페인 경쟁에 이르기까지 아주 다양한 국면에 걸쳐서 진행되고 있다. 이 가운데 특히 속보성 특종 경쟁과 독자 영합적 읽을거리 경쟁 그리고 캠페인 경쟁이 많은 문제점을 남고 있다. 구체적인 보도 행태와 폐해를 살펴보면 1) 속보성 특종 경쟁은 앞지르기 보도, 추측보도, 예단 보도를 성행케 하여 오보가 양산될 뿐만 아니라 왜곡 · 과장 보도로까지 이어져 인권침해, 불신평조 조장 등 여러 가지 폐해를 낳고있다.2) 독자 영합적 읽을거리 경쟁은 선정주의 보도로 이어졌고 선정주의 보도 행태는 흥미위주의 읽을거리 기사를 양산케 하여 시민의 탈정치화, 이기적 사사화를 촉진하는 것은 물론 언론의 전반적인 질을 떨어뜨리고 있다(쓰레기 저널리즘 논쟁), 그리고 3) 캠페인 경쟁은 공기를 사물화하여 언론사의 사적 이해관계의 방어 및 공격의 도구로 전략시키는 폐단을 남고 있다.

1. 속보성 특종 경쟁과 그 폐해

언론이 생산하는 뉴스는 시간에 따라 선도와 가치가 급격하게 떨어지는(perishable) 물건이다. 뉴스는 일단 독자나 시청자에게 전달되면 그 상품가치의 많은 부분이 소멸된다. 따라서 뉴스의 생산과 전파는 시의성을 매우 중요시한다.25) 뉴스는 또 매 생산주기마다 새로운 제품을 생산한다. 생산주기마다 완전히 새로운 제품을 생산하는 조직은 뉴스조직 이외에는 찾아보기 힘들다. 그래서

신문은 생산주기에 따라 1 일 결산체제다. 뉴스라는 생산품의 이러한 성격으로 인해 뉴스조직은 마감시간의 압력을 엄청나게 받는다.

다른 일이 없다 하더라도 바로 이 마감시간의 압력 때문에 뉴스 보도에서 오보가 나올 개연성은 언제나 존재한다. 그런데 여기에 속보성 특종경쟁이 추가되면 오보의 가능성은 훨씬 높아진다. 속보성 특종 경쟁에 함몰되면 나타나는 현상이 앞지르기 보도와 추측 보도, 예란 보도이다. 경쟁사에서 언제 기사가 터져 나올지 모르는 낙종의 두려움 때문에 부족한 정보 또는 확인되지 않은 정보를 비방으로 기사를 쓸 수 밖에 없고 이 과정에서 부족한 정보와 미확인 정보를 추측과 예단(rush to judgement)으로 메우게 된다. 그리고 속보성 특종에 연연하고 있는 동안 노련한 뉴스원에 의한 언론 농락행위(media freak)도 빈발한다. 언론사의 특종 경쟁을 역이용하여 자신이나 자신이 소속한 조직에 유리한 정보를 교묘하게 누설하는 행위에 농락 당하는 것이다.

2. 앞지르기 보도와 그 폐해

앞지르기 보도는 현재 진행 중인 사건이나 예정된 이벤트에 관한 기사에서 주로 발생하고 시한부 보도 중지(embargo)가 된 이벤트를 미리 기사로 작성 하여 넘기는 관행에서도 발생 한다.

최근에 앞지르기 보도로 오보가 줄줄이 양산된 사례는 황장엽 사건 보도다. 특히 황장엽 비서가 북경을 떠나 일정 기간 머물게 될 제 3 국에 관한 보도에서 한번쯤 오보를 하지 않은 신문과 방송이 없었다. 프랑스니 싱가포르니 하고 떠나기 며칠 전부터 전날까지 오보가 이어졌다. 심지어 떠나지도 않았는데 이미 떠났다는 보도까지 있었다. 행선지가 필리핀이라는 바른 보도는 당일에 가서야 겨우 나왔다.

북한과의 미묘한 외교문제가 걸려있어 취재의 어려움이 이만저만하지 않았다는 것을 이해하지 못하는 바 아니다. 다만 필자가 지적하고자 하는 것은 기사 작성상의 면밀성이다. 확인되지 않은 정보를 토대로 기사를 작성하는 방법이 있지 않은가. 단정적으로 기사를 쓸 것이 아니라 몇 가지 가능성을 열어 두고 기사를 작성하거나 조건절, 제한절, 양보절을 달고 기사를 작성할 수도 있는데 굳이 정확한 정보를 확인한 듯 단정적으로 기사를 작성 하는데 문제가 있는 것이다.

특히 진행되고 있는 사건의 경우 마감 시간의 압박 속에서 취재를 하고 그 때까지 취재된 내용을 바탕으로 기사를 작성할 수 밖에 없는 상황에서는 필요한 모든 정보를 확인하기 가 어려울 때가 많다. 이럴 경우에는 기사를 정직하게 쓰라는 것이다. 확인하지 못한 정보는 그대로 쓰고 확인한 정보는 그것대로 쓰면 되는 것이다. 확인하지 못한 정보를 마치 확인한 정보인 것처럼 기사를 작성하는 데 문제가 있다. 이것은 사실 언론인의 정직성과도 관련이 있다. 기자의 으뜸가는 임무가 진실 추구다. 진실 추구의 첫 단계가 사실 보도다. 여기서 말하는 사실이 무엇이나. 그것은 검증 가능한 또는 확인할 수 있는 사실(verifiable fact)을 말한다. 따라서 확인 된 것은 확인된 대로, 확인되지 못한 것은 또 확인되지 못한 대로 정직하게 쓰면 되는 것이다. 진실 추구에 대한 투철한 사명감 진실에 대한 복무감(commitment)을 되새길 필요가 있다.

앞지르기 보도와 관련하여 또 하나 지적해야 할 사항은 인사에 관한 예상 보도다. 요즘 인론의 인사 보도, 특히 개각이나 당직 재편에 관한 보도는 공식 발표가 예정된 당일 아침까지도 지상 발령을 계속하고 있다. 용감하다고 할까, 무모하다고 할까. 불과 몇 시간 후면 오보로 드러날지도 모르는데도 그렇게 한다. 물론 정확한 인사 정보를 유권적인 뉴스원으로부터 입수했다면 당일

아니라 발표 시점 직전까지도 예상 보도를 단정적으로 할 수 있다. 그러나 잘 알다시피 김영삼 대통령의 인사 스타일은 '깜짝 인사'로 유명하다. 그래서 그런지 김영삼 정권이 들어선 이후 언론의 인사 예상 기사는 오보가 유독 많았다. 그냥 오보가 아니다. 신문의 얼굴이라 할 수 있는 1 면 머리기사로 보도한 인사 예상 기사가 오보로 드러난 경우도 한 두 번이 아니었다. 한국 언론의 수치다.

필자가 일선 기사로 일하던 시절에는 인사 발표 전 날까지는 인사에 관한 예상 기사를 부지런히 쓰다가도 막상 발표 당일이 되면 인사 발령 서류를 직접 보지 않은 한 대체로 보도를 삼가는 관행이 있었다 26). 잘못되면 불과 몇 시 간 후에 오보로 곤욕을 치를지도 모르기 때문이다. 또 몇 시간 뒤에 발표가 있는데 그 때까지도 구차스럽게 '...로 알려졌다'며 얼버무릴 수도 없기 때문이다. 사실과 진실에의 복무감을 강화할 필요가 있다.

3. 추측 및 예단 보도와 그 폐해

추측 및 예단 보도도 앞지르기 보도와 유사하게 기사를 작성할 만큼 확인된 정보가 부족하거나, 심증은 가는데 확인이 불가능한 경우, 그리고 특정 집단이나 문제에 대해 고정관념을 갖고 기사를 작성 할 때 주로 발생한다. 그러나 인권침해와 관련해서는 앞지르기 보도에 의 한 오보보다는 추측 및 예단 보도에 의한 오보가 더 문제가 된다.

최근에 있었던 대표적인 사례의 하나가 한국과학기술원 전기전자공학과 박진석 교수의 죽음에 관한 언론 보도이다. 박교수의 죽음에 관한 보도의 문제점은 언론 비평지인 '바른 언론'이 잘 정리하고 있어 이를 요약하여 옮긴다.27) "수재 학생 가르치기 벅차 / 과기원 교수 자살," "수재 학생 가르칠 실력 없다 / 과기원 교수 자살". 97 년 3 월 10 일자 주요 일간지들은 위와 같은 제목을 달고 박교수의 죽음을 보도했다. 보도 내용은 미국에서 귀국해 이번 학기부터 강의를 맡기로 했던 박교수가 강의 부담을 이기지 못하고 자살했다는 내용이었다. 우리 나라 최고의 영재 집단이라고 일컬어지는 대학의 교수가 실력을 비관해 자살했다니 뉴스 가치가 있는 사건이었음에 틀림없다. 그러나 문제는 언론의 선정주의와 예단에 의한 죽은 사람의 명예 실추이다.

여기서 가족을 분노케 한 것은, 비록 인용 부호를 쓰기는 했지만, 제목에서 느껴지는 것처럼 박교수가 마치 실력이 없어서 자살한 것처럼 보도가 됐다는 점이다. 부친(65)은 "박교수가 실력이 없어 죽었다는 보도는 어처구니없는 일이었다" 면서 박교수가 경기고를 나와 미국 UCLA 에서 박사 학위를 받은 후 그동안 미 항공우주국(NASA)산하 연구기관인 JPL 과 INITL 에서 일했던 경력을 설명했다.

박교수가 소속해 있던 전기전자공학과 경종민 학과장(45)도 "그는 굉장히 우수한 사람으로 그의 실력을 재론한다는 자체가 우스운 일"이라고 잘라 말했다. 이 대학 권태완 공보실장(51)도 초임으로 부임하는 젊은 교수가 부교수로 발령 받는다는 것은 우리 대학에서 아주 드문 일"이라는 말로 실력 시비를 일축했다.

그렇다면 기사를 쓴 기자들은 무엇을 근거로 이 같은 작문을 쓸 수 있었던 것인가. 사건을 담당했던 대전 북부경찰서 오민준 형사과장(58)은 "사건에 대해 브리핑한 바도 없고, 그것은 우리의 관례도 아니며, 특정 기자와 특정 사실에 대해 말할 바도 없다"고 말하고 있고 사건

현장에 출동했던 이내전 형사반장(49)도 "그런 이야기를 한 적도 없고 그 사건과 관련해 기자들을 만만 적도 없다"고 말하고 있다.

결국 기사 내용의 출처는 관행상 경찰 조서에서 찾을 수 밖에 없는데, 조서 내용 중 부인 송모(33, 교수)의 진술에는 그런 해석을 가능케 하는 구절이 있다. "...남보다 못하다는 자각심에 고민하다 순간적으로 잘못 생각하고 자살한 것 같습니다. "앞부분을 거두절미 하고 읽으면 '실력이 없어 자살한 것 같은' 느낌을 받을 수는 있다. 그러나 송씨는 그 앞부분에서 "...그러고 주위에서 볼 때는 개인적으로 능력이 있는 사람으로 평가 받고 있으나 본인 자신만이 남보다 못하다는..." 이라고 진술하고 있다.

이 문맥이 어떻게 "수재인 학생들에 의해 실력이 부족하다"는 말로 바뀔 수 있으며 더구나 "실력이 없는 교수였다"고 비약할 수 있겠는가... 해석의 성격이 강한 선정적 인용이 죽은 자의 명예를 실추시켰다는 점은 분명하다. 박교수의 부친 박명준 씨는 후속 취재를 통해 "과기원 천재교수 안타까운 자살" 이란 제목의 기사를 게재해준 '동아일보'를 제외하고 이들 기사를 게재한 중앙지와 충청지역 일부 일간지를 언론중재위원회에 중재신청했다. 중앙지들은 중재를 받아들여 가족의 주장을 빌리는 형식으로 죽은 박교수의 명예를 회복시켜 주는 반론보도를 지난 4 월 7 일에서 9 일에 걸쳐 각각 게재했다. 주요 신문에 게재된 이 반론 보도의 대부분이 눈에 띄지 않게 편집 됐음은 물론이다.

'바른 언론'이 보도한 이러한 문제 제기는 몇 가지 측면에서 중요한 의미를 내포하고 있다. 우리가 흔히 말하는 진실(truth)은 크게 객관적 사실(hard fact), 즉 앞서 지적한 검증 가능한 또는 확인 가능한 사실(verifiable fact)과 그러한 사실을 사회적 맥락 속에서 분석하고 해석하는 사회적 사실(social fact)로 구성된다. 뉴스의 요소 가운데 누가, 언제, 어디서, 무엇을, 어떻게 하는 것은 모두 객관적 사실에 속하고, 원인 및 영향 같은 것은 사회적 사실에 속한다. 객관적 사실은 정확하고 구체적으로 기술되어야 하며, 사회적 사실, 즉 분석 및 해석은 그러한 사실의 바탕 위에서 그리고 당시의 역사적 사회적 문화적 존재 조건들을 고려한 사회적 맥락 속에서 추구된다.

박교수의 죽음에 관한 보도 가운데 문제가 되었던 '실력 시비'는 사실에 관한 문제가 아니라 평가 및 해석에 관한 문제였다. 평가 및 해석도 엄격한 사실의 토대 위에서 이루어져야 한다. 이 대목에서 문제의 보도들은 모두 사실을 바탕으로 그와 같은 판단을 한 것이 아니 라 흥미성을 고려하여 판단한 느낌이 든다. 즉 재미있는 기사 한건 만들어 보자는 욕심이 발동하여 인용문을 거두절미한 것이 아닌가 싶다.

특정한 사실의 원인, 책임의 소재, 영향, 그리고 그 영향의 의미에 대해서는 다르게 해석할 수 있다. 그러나 취재가 충실하다면 다소 해석상의 차이를 가져올 여지는 있지만 터무니 없는 해석의 여지는 없는 것이다. 물론 세상의 많은 일들 가운데는 객관적 사실만으로 처리 하기에는 초라하고 부적절하기까지 한 일들이 있다. 그러나 그러한 일들조차도 언론 탐사의 대상이 될 수 있다는 것과, 더욱 중요한 것이지만 객관적이며 실체적 진실이 있다는 가정 아래 끈질긴 취재 노력을 다하는 기자의 근성과 패기가 필요하다는 말이다.

사실이 말하게 하자. 사실만으로는 도저히 전모를 전달하기에 부족하다고 판단하는 경우에 해석을 시도해야 한다. 이런 점에서 한국 언론은 사실 보도에 더 충실해야 한다. 해석은 그 다음의 일이다. 그리고 설득력 있는 평가와 해석은 또 다른 명목과 능력을 요구한다.

4. 형식적 객관 보도와 그 폐해

형식적 객관주의란 보도 내용의 진실성이나 타당성을 검증하기 보다는 뉴스원을 인용함으로써 형식만 객관성을 유지하는 보도를 일컫는다. 예컨대 선거과정에서 A 당의 X 대변인이 자당의 불리함을 만회 하려는 의도에서 경쟁하는 상대당 대통령후보가 사이비 종교단체로부터 거액의 선거자금을 받았다고 주장하는 성명을 발표했다고 가정하자. 이 경우에 언론이 X 대변인이 주장하는 논거인 사실을 확인해보지도 않고 성명 그 자체만을 X 대변인의 이름을 인용하여 보도했을 때 우리는 이를 객관보도라고 할 수 있겠는가.

이런 류의 보도는 지금 이 순간에도 다반사로 밀어지고 있다. 선거 때마다 되풀이되는 김대중 씨의 용공 시비도 바로 언론의 형식적 객관주의보도 행태를 역이용한 여당의 선거 전략에 언론이 놀아난 결과이다. 야당이라고 해서 이런 전략을 이용하지 않는 것이 아니다. 한보사건의 수사과정에서도 야당은 무수하게 확인되지 않은 풍설을 바탕으로 이른바 한보 의혹을 거의 매일 이다시피 성명을 통해 발표했고, 한국 언론은 충실하게 뉴스원을 인용하면서 보도했다. 외국 우수한 신문의 성명 보도를 참고해 볼 필요가 있다. 성명을 우리처럼 그대로 보도하는 경우는 거의 없다. 공신력 있는 기관이나 신망 있는 인사가 성명을 내거나 발언을 하면 이를 보도하되 반드시 확인되지 않은 사실에 대해서는 질문을 하여 확인을 하거나, 확인을 해주지 않을 경우에는 성명의 특정대목은 확인되지 않은 사실임을 밝히고, 심할 경우에는 성명 발표자의 정직성에 의문을 표시하는 단서를 꼭 붙이고 있다.

인권 침해와 관련하여 형식적 객관주의 보도의 대표적인 사례는 아직도 우리의 뇌리에 생생한 서해 페리호 백운두 선장에 관한 한국 언론의 둔갑 보도일 것이다. 당시 페리호의 백운두 선장은 두 번 죽었다. 한번은 선원 수칙을 헌신짝처럼 팽개친 '비열한'으로 죽었고, 또 한번은 살신성인의 장렬한 최후를 마친 '영웅'으로 죽었다. 한국 언론이 같은 죽음을 두고 나흘만에 둔갑시킨 보도내용 이었다.

저널리즘에서 정확성은 여자의 정조와 같다. 폴리처의 말이다. 뉴스 보도에서 정확성은 그 만큼 중요하다. 그래서 세계적으로 명망이 높은 '질 좋은 신문(quality paper)'들은 결코 속보성 특종 경쟁을 하지 않는다. 그것보다는 정확성, 완전성, 철저성, 종합성을 강조한다. 우리가 잘 알고있는 뉴욕 타임즈, 워싱턴 포스트, 더 타임즈, 르몽드와 같은 신문의 편집방침이 그렇다. 28) 그리고 이들 신문들의 윤리 강령은 정확하지 못한 보도에 대해서는 어떠한 변명도 용납되지 않는다고 오보에 대해서는 대단히 엄격하게 내부 단속을 하고 있다.

앞서도 약간 언급했지만 한국 언론은 오보에 대해 지나치게 둔감한 것이 아닌가 싶다. 기사를 쓰다 보면 있을 수도 있다고 생각한다. 그러니 어처구니없는 오보를 하고서도 구실이 많다. 먼저 한국 언론의 기산이 앞서야 한다. 오보는 독자를 속이는 행위라는 철저한 인식이 필요하다. 그리고 오보를 했을 경우에는 잘못을 즉각적으로 그리고 솔직하게 인정하고 사과해야 한다. 이것이 오히려 독자의 신뢰를 높여 준다는 실증적 연구결과도 곰곰이 새겨 보아야 한다. 그러나 이것만으로는 부족하다. 오보에 대한 뉴스원의 관용적인 자세도 고쳐져야 한다. 보다 적극적으로 오보에 대처해야 한다. 언론중재위원회에 중재 신청하는 것은 말할 것도 없고, 필요하다면 명예훼손으로 고소도 해야 한다. 선진 외국에서는 명예훼손 소송에서 패소한 신문사가 수백만 달러에 이르는 벌금을 물지 못해 문을 닫는 경우도 드물지 않다.

다음으로 각 언론사 및 언론단체의 특종상 제도가 오히려 오보를 부채질하는 기제로 작용하고있는 것은 아닌지 반성해 볼 필요가 있다. 현실을 소극적으로 반영하는 단발성 특종 기사보다는 현실에의 적극적인 개입을 통해 사회변혁에 능동적으로 기여하는 문제성 있는 기사에 특종상을 주는 방안도 고려해 볼 수 있다. 다시 말해 특종성의 특종 기사에 이은 문제 제기, 원인 진단, 해결 방안이 이르기까지 책임 있는 보도가 이루어졌을 때 비로소 특종상을 수여하는 방안이다.

당시 '백선장 생존설 오보'에 대해서 도하 각 언론은 이례적으로 사과보도를 했다. 사과 보도를 보면 오보가 나올 수밖에 없었던 한국 언론의 문제점을 나름대로 지적하면서 반성했다. 예컨대 속보성 특종 경쟁, 측정주의, '떼거리 저널리즘'의 병폐 등 모두 올바른 지적이라고 생각한다. 진실보 한 언론의 자세로 평가 받을 만하다. 그러나 대부분의 언론사가 오보의 근원으로 검찰의 잘못된 수사를 들고 있는 것에는 동의할 수 없다.

시간상으로도 어느 신문의 생존설 보도가 오히려 경찰의 수사지시 보다 앞섰기 때문에 검찰의 잘못된 수사를 탓하는 것은 납득하기 어렵다. 그보다 더 큰 문제는 한국 언론의 형식적 객관주의 보도 관행이었다. 바로 이러한 잘못된 관행이 다른 신문들로 하여금 잘못된 기사를 큰 부담 없이 떼거리로 따라 가게 만들었다.

예컨대 '백선장 생존설'에서 보듯이 대부분의 언론이 검찰의 수사를 인용하여 보도함으로써 형식적인 객관성을 유지하려고 했지 경찰 수사 내용의 타당성에 대해서는 객관적인 검토를 소홀히한 것이다. 다시 말해 객관적인 사실을 보도 했다가보다 경찰을 인용함으로써 보도 형식만 객관화 시킨 것이다. 더욱 좋지 않은 관행은 이러한 형식적 객관화가 그들의 보도 내용이 허위로 판명되고 난 뒤에는 오보의 책임을 회피하기 위한 구실로 이용되기까지 한 것이다.

객관 보도의 요체는 보도 내용의 진실성과 타당성에 있는 것이지 보도형식의 객관화에 있지않다는 것을 다시 한번 유념할 필요가 있다. 한국언론이 형식적 객관주의를 탈피하지 않는 한 뉴스원에게 농락당하는 오보는 언제라도 나올 수 있다

5. 선정주의 보도와 그 폐해

인격권과 관련된 선정적인 보도의 문제점은 특히 형사 사건에 관한 보도에서 두드러진다. 명예훼손은 말할 것도 없고 사생활침해, 심지어 신용 침해까지 발생한다. 뿐만 아니라 선정적 범죄보도는 국민의 가치 규범과 행동 양식에도 심대한 해악을 끼치고 있다.

저널리즘의 요체가 진실의 추구에 있고 그 진실을 바탕으로 해석하고 평가하고 논평 해야 한다는 것을 인정한다. 그리고 범죄보도도 국민의 알권리에 속하며, 특히 범죄란 기본적으로 인간에 관한 것으로서 사람들의 감성이나 흥미를 자극할 만한 요소를 많이 지니고 있을 뿐더러 범인을 추적하고 체포하고 증명해 가는 과정이 인간의 추리 심리를 자극하여 호기심을 유발하기 때문에 범죄사건을 선정적으로 보도하려는 유혹에 사로잡힐 가능성이 많다는 것도 인정한다.

그러나 범죄는 분명히 반사회적 행위이다. 따라서 국민의 알 권리와 관련된 범죄보도의 사회적 역할은 그러한 호기심의 단순한 충족에 있는 것이 아니다. 범죄보도는 첫째, 범죄에 관한 정보를 시민에게 전달함으로써 범죄 예방이나 억제에 기여할 수 있는 시민의 행동을 유발하고, 둘째, 시민에게 범죄로부터 자위에 도움이 되는 정보를 제공하며, 셋째, 경찰이나 검찰의 수사활동을

알림으로써 그들에 대한 신뢰를 갖게 하는 한편 그들에 대한 시민의 감시를 가능하게 하고, 넷째, 범죄를 남게 하는 사회문제 들에 대한 논의의 기회를 주고 그에 대한 해결을 촉구하며, 다섯째, 언론이 범죄자의 오욕된 이름을 널리 세상에 전파함으로써 범죄를 예방하는 효과를 거둘 수 있도록 하는 것으로 지적되고 있다.²⁹⁾

선정적 범죄 보도의 폐해를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 관찰 학습에 의한 모방범죄를 유발한다는 것이다. 범죄보도에서 가장 조심해야 하는 대목은 범죄의 수법과 범행에 사용된 도구의 조작법, 입수 경로 등을 구체적으로 보도하여 유사한 범죄를 본뜨게 하는 것이다. 인간은 어떤 문제에 대한 인식, 가치, 태도, 행동양식을 처음부터 가지고 태어나지는 않는다. 직접경험을 통해서도 물론이고 간접경험, 다시 말해 다른 사람의 행동을 관찰함으로써 그것을 본뜨는 것이다.

미디어, 특히 현장을 생생한 영상으로 보여주는 TV 범죄보도의 영향으로 첫손 꼽히는 것이 관찰 학습이다. 비록 관찰을 통해 학습된 내용이 즉각적인 행위로 나타나지 않는다고 하더라도 외부적 보강(노리는 사회적 가치 획득의 가능성과 처벌 면제의 가능성에 대한 관찰단계), 대리적 보강(다른 사람의 유사한 행위의 결과에 대한 관찰단계), 자기 보강(자기만족과 확신단계) 등의 과정을 거쳐 동기와 상황이 부여될 때 행동화하는 것이다.³⁰⁾ 실제로 우리 나라에서 발생하고 있는 청소년 범죄의 상당수가 TV 수사극, 또는 다큐멘터리('그것이 알고 싶다' 등)를 보고 흉내낸 것이라는 충격적인 보고서가 발표되기도 했다.³¹⁾

둘째, 범죄 피의자의 인터뷰 내용, 특히 사실관계 확인과는 상관없는 범죄의 동기와 피의자의 주의, 주장을 여과 없이 보도함으로써 범죄를 미화 또는 정당화한다는 것이다. 문제는 범죄 피의자와의 인터뷰가 피의자들에게 그들의 범죄행위를 변명할 수 있는 기회를 제공해 주고, 인터뷰내용과 관련하여 그들의 범죄가 사회구조의 모순으로부터 비롯된 것이며 피의자들이 그러한 모순의 희생자로 오해되고 또 그러한 모순에 도전한 순교자로 영웅시 되는 등 사회 정의를 심각하게 왜곡할 위험마저 있는 것이다.

셋째, 흉악범죄의 내용과 현장을 되풀이 방영함으로써 범죄에 대한 억제력을 감퇴시켜 범죄에 대한 죄의식을 약화시킨다는 것이다. 미디어의 영향은 즉각적으로 나타나는 경우도 있지만 누적적으로 나타날 수도 있다는 것을 인식해야 한다. 사람들은 흉악한 폭력적 범죄 장면에 자주 노출되면 그러한 범죄에 대한 심리적 억제력이 감퇴(disinhibition)하여 '있을 수 있는 일'쯤으로 생각한다. 다시 말해 범죄 불감증을 조장할 수 있다. 특히 감수성이 예민한 청소년의 경우에는 폭력적 충동을 점화(Priming effect)³²⁾ 시킬 수도 있다는 것이다.

넷째, '지존과' 사건이나 '막가파' 사건에서 보는 것처럼 '부자'들에 대한 피의자들의 빗나간 적개심을 반복해서 보도함으로써 사회문제에 대한 불법적인 해결방식을 부추길 우려가 있다는 것, 다시 말해 범죄적 해결방식의 효율성에 대한 매력을 조장한다는 것이다.

이른바 상대적 박탈감(relative privation)이 높은 사회일수록 사회의 기강은 무너지고 규범은 무시된다. 뿐만 아니라 이러한 사회일수록 다른 형태의 사회를 꿈꾸는 혁파의 분위기가 일어난다.³³⁾ 이렇게 보면 시대 착오적인 '주사파',저돌적인 '세금 착복' 사건, 인간이기를 거부한 '지존과'의 엽기적 살인 행각, 소영웅주의에 사로잡힌 '온보현의 택시 살인'사건, '막가파' 사건도 따지고 보면 어느 날 갑자기 하늘에서 떨어진 것은 아니라고 하겠다.

그러나 문제는 이러한 사회병리를 불법적으로, 그것도 반인륜적 살인행각을 통해 해결하는 것을 결코 정당화할 수는 없는 것이다. 그럼에도 불구하고 지난번 '지존과'에 대한 언론 보도 과정에서

그 실체도 확실하게 검증되지 않은 '야타족'과 청탁을 불문한 '모든 부'에 대한 피의자들의 빗나간 적개심을 지나치게 강조해서 보도함으로써 결과적으로 앞서 지적한 범죄동기를 정당화해 주는 효과 이외에도 해결방법의 효율성에 대한 환상을 심어줄 우려도 있는 것이다. 뿐만 아니라 폭력적 수단이 잘못 미화될 경우, 우리가 보편적으로 믿고 따르는 사회정의에 대한 조롱행위를 수용하는 결과를 초래하여 앞서 지적한 규범 해체 현상을 가속화 시킬 수도 있는 것이다.

다섯째, 피해자의 신원을 구체적으로 밝히고 사진까지 공개함으로써 피해자의 인권을 침해한다는 것이다. 인권문제와 관련하여 범죄보도에서 지금까지 주로 문제가 되어 온 것은 범죄피의자의 인권문제였다. 피의자의 무죄추정 법리를 무시한 범인 반정, 추측보도에 의한 언론재판, 범죄와 직접 관련이 없는 개인 및 단체의 인권침해 및 사생활 정보의 노출, 미성년 피의자의 주소, 이름, 사진을 공개하는 것 등이 이 범주에 속한다.

그러나 지난번 '지존과', '온보현', '막가파' 사건 보도에서는 피의자의 인권이 아니라 피해자의 인권이 무시된 사례가 여러 건 목격되었다. '지존파'와 '온보현'에게 봉욕을 당하고 살해된 피해 여인들의 주소와 사진은 물론이고, '지존과'의 살인연습의 대상이 되었던 여인의 신원파악을 빙자한 주소와 사진은 말할 것도 없고 가족과의 인터뷰까지 보도하는 기민성(?)을 보였다. 이들이 주로 힘없는 백성들이기에 그렇게 함부로 보도했는가. 피해자의 인권을 무시하는 것은 피해자를 두 번 죽이는 결과를 초래한다. 만약 이들이 권력층의 자제였더라도 그렇게 함부로 보도했을 것인가. 우리는 가끔 당연히 이름을 밝혀야 할 범죄 피의자인데도 S대 모 교수(성희롱 사건)니, 모 재벌의 아들 L 모씨(프라이드로 그랜저를 가로막았다고 폭력을 행사한 오렌지족 사건)니 하면서 인권을 과잉 보호해주는 보도를 실제로 목격했기 때문이다. 상식적인 얘기지만 인권에는 상하귀천이 없다. 모든 사람에게 동일한 경기규칙을 적용해야 한다.

여섯째, 범죄 신고자 보호 의무를 소홀히 한다는 것도 지적하지 않을 수 없다. 이것은 인격권뿐만 아니라 생존권하고도 관련이 있다. 큰 사건이 터질 때마다 시민들의 고발 및 신고정신이 강조된다. 그 만큼 범죄의 확대를 막고 사건을 초기에 해결하기 위해서는 시민들의 자발적인 신고가 중요하기 때문이다. 얼마 전 어느 신문의 여론조사에 따르면 시민들이 신고를 꺼리는 가장 큰 이유는 '경찰이 때도 없이 오라 가라 하는 것이 귀찮다는 것'과 '신변의 위협'으로 나타났다.

예컨대 2년 전 '지존과' 사건 때 지존과의 소굴을 탈출하여 신고한 이모 양을 경찰이 철저히 신변을 보호하고 있다고 보도하면서도 경찰청장이 이양을 표창하는 장면은 비록 뒷모습을 화면에 담았으나 아슬아슬할 정도로 옆 모습이 드러나고 있어 알 만한 사람이면 식별이 가능하겠다는 불안감이 들었다. 표창장 수여 장면을 언론에 공개한 것도 낮 간지러운 일이지만, TV도 이를 보도하는 과정에서 좀 더 신중하게 처리했어야 했다.

6. 독자 영합적 읽을거리 경쟁과 그 폐해

독자 영합적 기사는 크게 두 가지 종류로 나눌 수 있다. 하나는 인간의 호기심을 자극하는 문자 그대로 가벼운 읽을거리 기사(human interest story)와 다른 하나는 공공 문제에 관한 정보를 다루고 있으면서도 논의 수준과 범위를 축소함으로써 합의된 목적을 향한 다양한 수단을 놓고 벌이는 진정한 선택의 문제에서 국민투표식의 받아들이느냐 마느냐의 기술적 인 양자택일 문제로

격하시키는 기사, 다시 말해 흥미 위주로 공공 문제를 다루는 기사를 말한다. 필자는 이를 독자 영합적 기사라고 부른다. 이런 기사의 유형에는 독자가 골치 아프게 생각할 만한 문제는 아예 취급하지 않거나 취급한다 해도 가볍게 보도하던가 본질 문제를 감추고 흥미 위주로 보도하는 기사들이 포함된다.

가벼운 읽을거리 기사는 시민으로서 독자의 의무 및 권리 행사에 필요한 공공 문제에 관한 정보, 지식, 교양을 다루는 기사가 아닌, 또 생활인으로서 독자의 각종 생활 영역에 필요한 실용 정보가 아닌 인간의 흥미를 자아내는 기사로 이런 기사들은 대체로 열독율이 높다. 이런 기사가 전혀 필요 없다는 말은 아니다. 휴식과 정서적 이완을 가져 다중으로써 새로운 활력을 재충전할 기회를 제공하기도 한다 이것은 적당하게 제공될 경우의 순기능을 말한다.

문제는 지나칠 경우 그 역기능이 순기능 못지 않게 폐해가 크다는 데 있다. 더구나 공공 문제를 다루면서도 흥미 위주로 처리하는 독자 영합적기사는 그 폐해가 더 크다. 위에서 지적한 두 종류의 독자 영합적 기사의 폐해를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 민주 사회의 책임 있는 시민으로서 독자의 공공 문제에 관한 관심을 축소시킨다. 즉 시민을 탈 정치화 시킨다. 그럼으로써 시민은 비참여적이고 피동적이며 공공 의식 및 사회 의식이 부족한 대중(mass)으로 전락된다.

둘째, 시민을 사사화 한다. 사사화는 두 가지 의미를 지니고 있다. 하나는 이기적 사사화(selfseeking privatism)로 가족 지향적이며 개인 지향적인 성향을 말한다. 예컨대 요즘 젊은이들은 언론인으로서의 사명감보다는 가족의 생계수단으로서 기자직을 선택하고 수행하는, 다시 말해 월급쟁이화 하는 경향이 있다는 것이다. 34) 이럴 경우 기자직에 필요한 고발정신, 문제의식, 비판의식이 약화된다. 공공 영역과 관련이 깊은 직업에 모두 이런 현상이 나타나고 있는지도 모른다. 다른 하나의 사사화는 자기보존적 사사화(self-maintaining privatism)로 생각과 행동이 자신의 존재론적 안전만을 따져서 움직이는 성향을 말한다. 자기 보존적 사사화가 만연하면 공동체의식이 결정적으로 훼손되고 따라서 공공의 이익과 관련된 문제에 전혀 참여하려 하지 않는다 요즘 젊은이들의 투표율이 낮은 것도 자기보존적 사사화와 관련이 크다. 그리고 사회 정의에 대한 무관심을 조장하여 불의를 보고도 나서려 하지 않는다. 사사화가 언론의 보도의 결과라고 말하기는 어려우나 상호 작용적 관계에 있는 것만은 분명 하다.

셋째, 근로의욕을 상실케 하고 사회적 위화감을 조성할 수도 있다. 요즘 주요 일간지와 TV 방송들이 앞을 다투어 보도하는 해외 유명 관광지의 소개기사는 경제적 사정이 어려운 근로 계층의 위화감을 조성하여 반감을 살지도 모른다. 국가 경제적으로도 외화 낭비를 조장할 수도 있고 부자와 빈자 사이의 불신을 조장하여 노·사 갈등에도 간접적으로 나쁜 영향을 미칠 수 있다.

7. 캠페인 경쟁의 폐해

캠페인 경쟁은 공기를 사물화 하여 언론사의 사적 이해관계를 방어하고 공격하는 도구로 전략시키는 폐단을 낳고 있다. 여기서 말하는 캠페인 기사는 이른바 '사고'를 통해 전개되는 특정 언론사의 행사 캠페인은 물론이고, 특정 문제의 심층 진단과 해결 방안의 모색을 위해 시리즈로 탐사 보도하는 캠페인 기사까지 포함한다. 예컨대 환경보존의 중요성과 그 실천 방안에 관한 각

언론의 캠페인이나 얼마 전 SBS 에서 벌인 '음주문화 이대로 괜찮은가'와 같은 캠페인 기사가 포함된다. 물론 이런 종류의 캠페인 기사는 긍정적 역할을 하는 기사이다.

캠페인 기사의 폐해를 말하면서 이른바 작년의 '신문 전쟁' 당시 주요 일간지들간의 '상대 죽이기' 캠페인 기사를 거론하지 않을 수 없다. 신문전쟁으로 언론중재위원회에 언론사의 중재 신청이 급증하여 예년에 4~5 건에서 무려 41 건으로 늘어났다.³⁵⁾ 상대 죽이기에 몰두하여 얼마나 많은 엉터리 기사들이 상대 공격용으로 보도됐는지 알 수 있다. 당시 한 미디어 학자는 한 기고문에서 이렇게 한탄했다. "신문판매원 살인사건으로 촉발된 신문사간의 진흙탕 싸움을 지켜 본 독자들이라면 한국 언론의 수준에 대해 결코 높은 점수를 주지 않을 것이다. 뿐만 아니라 독자들은 신문이 언론의 정도(정도)를 벗어나 사실을 왜곡하여 강변하고, 심지어 사실이 아닌 정보까지 끌어다가 상대를 공격하는 데 지면을 아낌없이 할애하는 것을 보면서 깊은 모멸감과 불신감에 젖어있을 것이다."³⁶⁾

인간은 누구나 스스로 자신을 평가하는 것만큼 남들도 그렇게 평가해 주기를 기대한다고 한다. 그리고 만약 남들이 자신을 제대로 평가해 주지않으면 그런 사람들에게 위해를 가함으로써 다른 사람들로부터 더 높은 평가를 받으려 한다는 것이다 야만적 상대에서 생존과 위신을 위해 야수처럼 싸우던 '최초의 인간'들이 그랬다는 것이다. 흡스가 한 말이다. 참으로 미안한 얘기지만, '신문 전쟁'과정에서 독자를 의식하지 않고 '상대 죽이기'에 몰두했던 한국 신문의 오연함을 보면서 흡스의 얘기가 문득 떠오르는 것은 어찌된 일인가.

언론은 또 이데올로기적 도구로도 이용될 수 있다. 빈부 격차의 문제, 경제력 집중 문제, 노사분쟁, 남북 문제 등의 보도에서 언론은 위기감을 조성하거나 안정에 대한 희구 논리를 유포하는 내용을 빈번히 보도함으로써 ³⁷⁾ 이데올로기적 역할을 한다는 것이다. 다시 말해 이러한 문제들의 보도에서는 이데올로기적 편향이 비교적 뚜렷하게 나타난다는 것이다.

이데올로기는 관념적으로 존재하는 것이 아니라 물질적으로 존재한다. 구체적인 역사와 사회의 물질적 조건 속에서 형성되고, 그러한 조건 속에서 영향을 발휘한다. 또 언론과 같은 이데올로기적 기구는 법률과 공권력 등 억압적 기구의 1 차적 작용 아래 2 차적으로 작용한다는 것이다. 따라서 미디어의 영향력은 기껏해야 물질적으로 마련된 토대 위에서, 그리고 그 토대를 뒷받침해주는 제도적 장치 속에서 작용한다는 것이다.³⁸⁾ 그러므로 미디어의 이데올로기적 영향이 지배구조에의 종속으로 이끌고 이것이 자본주의 사회를 재생산 한다는 이론적 주장은 근거가 약하다는 것이다.

그럼에도 불구하고 이데올로기는 물질적인 조건이 갖추어지고 제도적 장치와 억압적 기구의 지원이 있을 경우에는 무시하지 못할 영향력을 발휘하는 것도 사실이다. 그래서 언론의 이데올로기적 편향을 소홀히 할 수 없는 것이다.

V. 언론 자유의 토대와 한계

자유롭고 활기 찬 언론은 민주사회를 지탱하는데 있어서 필수적인 존재라는 명제에 대해서는 이론의 여지가 없다. 그러나 이 명제가 정당화되려면 언론도 위에서 지적한 언론 본연의 임무에 충실해야 한다. 그렇게 하려면 언론은 무엇보다도 그들의 감시 및 비판의 대상이 되는 정치권력, 경제세력, 기타 이익집단으로부터 구조적으로 자유로워야 한다. 그렇지 않으면 어떻게 언론이 그러한 세력의 핵심 이익과 관련된 문제를 제대로 감시하고 비판할 수 있겠는가. 따라서

공공문제에 관한 사회적 영향력이 매우 큰 신문과 방송은 권력, 자본, 기타 이익집단으로부터 독립성을 확보하여 언론의 본령에서 질적인 경쟁을 벌여야 한다.

문제는 이를 어떻게 달성하느냐 하는 것이다. 앞에서 지적했다시피 시장에서의 경쟁은 정해진 경기규칙에 따라 공정하게 해야 한다. 그러한 경기규칙을 마련하고 고르게 적용하는 일은 바로 정부의 고유한 임무이다. 정부는 언론 자율의 구실을 내세워 고유한 임무를 외면해서는 안 된다. 권한을 가진 기관이 그 권한을 오·남용하는 것도 문제가 되지만 마땅히 해야 할 일을 하지 않고 무위무책으로 방관하는 것도 때에 따라서는 더 큰 문제가 될 수 있다. 무위 그 자체는 전청보다 더 나쁠 수 있는 또 다른 형태의 행위가 되기 때문이다.

필자는 시장의 능력과 강점을 무시하고 모독하려는 것이 아니라 시장의 한계를 인정하자는 것이다. 그렇게 보면 이슈는 시장의 실패가 아니라 시장의 한계이다. 시장은 분명히 저렴하고 다양하며 질 좋은 제조 상품과 서비스를 생산하고 제공하는 데에는 효과적인 제도가 될 수 있다. 그러나 시장은 다양하고 질 높은 정보와 지식을 유통시키고 활기 찬 토론을 지속적으로 생산하는 데에는 효율적이지 못할 수도 있다.

이에 국가는 민주주의의 필수불가결한 조건들을 보전하기 위해서 규제를 통해 시장의 한계를 보완해야 한다는 것이다. 여기서 규제라 함은 시장의 자유를 억제하는 것이 아니라 시장이 시장으로서 능력을 온전히 발휘할 수 있도록 보완해(supplement) 주는 것이라고 해석해야 한다. 이것은 정부가 선하기 때문에 이 임무를 정부에 맡기는 것이 아니라 정부를 구속하는 원리와 미디어 시장을 제약하는 원리가 다르기 때문이다.³⁹⁾ 바로 이러한 논리 위에서 심지어 미국에서는 '의회는 언론의 자유를 제약하는 어떠한 법률도 제정할 수 없다'는 수정 헌법 1 조를 다시 개정해야 한다는 논의가 조심스럽게 나오고 있다.⁴⁰⁾

이런 점에서 앞서 언급한 '정기간행물의 등록에 관한 법률' 3 조의 언론사 소유 집중과 교차 소유 지분에 관련된 조항을 크게 완화하는 방향으로 고쳐야 한다. 그리고 '독점 규제 와 공정 거래에 관한 법률' 2 조 7 항도 고쳐야 한다. 즉 "시장지배적사업자라 함은 동종 또는 유사한 상품이나 용역의 공급에 있어서 시장점유율이 다음 각목의 1 에 해당하는 경우로서 대통령령이 정하는 요건에 해당하는 사업자를 말한다. 다만, 금융업 또는 보험업을 영위하는 회사를 제외한다. 가. 1. 사업자의 시장점유율이 100 분의 50 이상, 나. 3. 이하의 사업자의 시장점유율의 합계가 100 분의 75 이상. 다만, 이 경우에 시장점유율이 100 분의 10 미만인 자를 제외한다."는 규정은 오늘날과 같은 다매체 다채널 시대에는 전혀 맞지 않은 규정이다. 다채널 다매체 시대에 미디어 시장을 50% 이상 지배하는 사업자가 나오기는 전혀 불가능하다. 따라서 시장 지배적 사업자의 시장 점유율을 영국이나 독일처럼 30% 미만으로 낮추어야 하고 동시에 3 인 미만의 사업자 시장 점유율도 같은 논리에 따라 50% 미만으로 낮추는 것이 합리적이라고 생각한다.

이제는 독자들도 신문을 가려서 구독하는 분별력을 갖춰야 한다. 이삿짐을 옮겨준다고 해서 더 비싼 경품을 끼워준다고 해서 공짜 신문을 더 오래 넣어준다고 해서 구독할 것이 아니라, 어느 신문의 보도가 사실에 더 충실한지, 어느 신문의 해설과 사실과 칼럼이 세상을 이해하는데 더 도움이 되는지를 가려서 봐야 한다. 신문사의 구조적조건이 보도 내용에 미치는 영향도 큰 것은 눈여겨보는 것이 좋다. 그래서 심지어 지금 보고 있는 신문을 바꿀 수도 있다. 좋은 신문은 독자와 신문사가 함께 만들어 가는 것이다.

사실 억압과 통제로부터 자유를 쟁취하기도 쉬운 일은 아니지만 자유에 걸맞는 책임과 윤리를 갖추기도 쉬운 일은 아니다. 그러나 언론의 자율 규제가 실패하여 언론의 비윤리성에 대한 사회적비판이 고조된다면 타율에 의한 규제 요구가 대두된다는 것도 염두에 두어야 한다.

시장을 보완하는 노력과 함께 언론인의 직업윤리가 강화될 필요가 있다. 이와 관련해서 의미있는 일화를 하나 소개한다. 규모는 작지만 질 좋은 신문으로 명망이 높았던 '프로비던스 저널'이라는 미국의 조그만 지방지에서 미 행정부의 월남정책을 반대하는 사실과 칼럼을 활기차게 집필했던 제임스 브라운은 행정부의 월남정책에 동정적 이 있던 사주가 칼럼집필을 중단시키자 회사를 그만두고 뉴욕 타임스의 논설위원으로 옮겨 가게 된다. 뉴욕 타임스 논설위원으로 있을 당시 브라운은 한 미디어 교수와 인터뷰를 가졌는데, "당신은 뉴욕 타임스에서 글을 쓰면서도 어떤 제약(restrictions)을 느끼느냐"는 질문에 브라운은 한동안 생각하다가 "뉴욕 타임스에 있는 우리들은 깊은 책임 의식을 가지고 사물을 사려 깊게 관찰하고 비약된 결론을 내리지 않도록 노력한다. 우리가 쓴 것은 엄청난 영향력을 발휘한다"면서 "뉴욕 타임스의 영향력과 그에 따르는 책임감, 그것 이 바로 제약으로 작용한다"고 답변했다. 41)

언론이 사회의 부정과 비리를 감지하고 비판하려면 언론 스스로도 정직하고 성실하여 자신의 잘못도 고쳐 나가야 한다. 언론의 윤리성이 강조되는 이유가 여기에 있다. 특히 지금 우리는 오랜 세월을 걸쳐 구조화된 부정과 비리를 청산하고 사회정의, 합리성, 효율성에 기초한 새 한국을 건설하지 않으면 안 된다. 그 감시역을 맡은 언론의 윤리가 확립되지 않고서 어떻게 깨끗한 정치와 경제와 사회를 말할 수 있겠는가. 지금 한국 언론에게 가장 필요한 것은 그들의 영향력, 다시 말해권력에 상응하는 책임의식을 갖추는 것이 아닌가 싶다.

주

- 1) McNair, B. (1994), News and Journalism the UK., London : Routledge.
- 2) 문화일보, 1997년 5월 7일자 7면.
- 3) Weaver, D., & Wilhoit G. (1986), The American Journalist. A Portrait of US News People and Their Work. Bloomington : Indiana Univ.Press.
- 4) 강상현, 서경우(1990), 『취재보도시스템 -신문』. 한국언론연구원.
- 5) 이민웅(1995), 『한국 TV 저널리즘의 이해』. 서울 : 나
- 6) O'Neill, J. (1992), "Journalism in The Market Place" in Belsey, A. & Chadwick, R. (Eds.), Ethical Issues in Journalism and the Media. London : Routledge, pp.15-32.
- 7) Jansen, S. C. (1988), Censorship : The Knot that Binds Power and Knowledge. Oxford. 주동황, 정용준, 최영목(공역), 『언론과 민주주의』 서울 : 나남, 1995에서 재인용
- 8) Weaver D. H. & Mullins, L. E. (1975), "Content and Format Characteristics of Competing Daily Newspapers." JQ. 52. pp.257-264 : 오택섭(1983), "방송의 편성, 운용과 경쟁의 윤리", 『방송연구』 1983년 여름. 127-133쪽, 유재천. 이민웅(1994), 『정부와 언론』서울 : 나남.
- 9) O'Neill(1992), 앞의 논문.
- 10) Smyth, D. (1981), Dependency Road : Communication, Capitalism, Consciousness, and Canada. Norwood, NJ. : Ablex.

11) AT&T와 Time Warner의 제휴, Time Warner의 TBS 인수, GE의 NBC 인수, Micro Soft와 Dream Works의 제휴, Westing House의 CBS 인수, 일본 좌칠총와 주우의 PerfecTV 출자, 송하전기의 DirecTV 출자 등 최근 초국가적 복합기업출의 언론산업 진출이 러시를 이루고 있다. 우리가 잘 아는 미국의 New York Times만 해도 미국 내에 32개의 신문과 17개의 잡지, 6개의 TV 방송국, 1개의 라디오 방송국을 소유하고 있는데, New York Times는 그 유명한 Morgan 신용회사(미국 4대 은행의 최대 주주이자 초국가적 기업의 주식을 소유하면서 경영에 참여하고 있다), IBM, Ford 자동차, 맥도널 더그러스 항공, 매릴린치(미국 최대의 증권회사) 등과 겸임 중역제(interlocking directorate)를 채택하고 있다.

12) Keane, J. (1991), *The Media and Democracy*. 주동황, 정용준, 최영묵(공역) 『인론과 민주주의』 서울 : 나남, 1995.

13) Keane, J. (1995), "Structural Transformations of the Public Sphere. "The Communication Review Vol. 1(1), pp.1-22.

14) 미국의 1730개 도시 가운데서 복교의 일간지가 발간되고 있는 곳은 20개도 채 되지 않는다. 거의 대부분의 지역에서 도산 또는 거대한 신문체인에 흡수·통합됨으로써 「1 도시 1 신문」독점체제가 구축되었다.

여기서 우리가 주목해야 할 사실은 '1 도시 1 신문' 독점체제의 구축과정에서 광고주의 역할이다. 자연스럽게 그런 결과가 나온 것이 아니다. 광고주들의 '광고 몰아주기'의 의도적인 결과인 것이다. 신문산업의 역사를 보면, 신문기업의 수입원이 지대 보다는 광고에 더 의존하게 된 이후부터 신문의 편집정책은 독자의 욕구와 이익 보다는 대광고주의 친의와 이익 쪽으로 기울어지기 시작했다는 점도 간과해서는 안 된다. 그렇다면 대광고주는 누구인가 말할 것도 없이 세계적인 초국가적 기업들이다.

15) Garnhant N. (1995), "Comments on John Keane's" Structural Transformations of the Public Sphere. " Communication Review Vol. 1(1), pp.23-25.

16) 기자협회보 1996년 4월 17일자 1면 보도에 따르면, 한화그룹의 '경향신문'의 96년도 적자 규모는 무려 796억 원에 이르고 있다. 경향신문의 회계연도가 4월부터 익년 3월 말까지 임을 고려하면 이 숫자는 훨씬 더 늘어날 수 있다. 순복음교회의 '국민일보'가 316억 원 적자, 현대그룹의 '문화일보'가 319억 원 적자, 한국일보가 75억 적자를 기록했고 지방지는 '부산일보'를 제외하고는 모두 작게는 2억 원(제주일보)에서부터 많게는 109억 원(영남일보)에 이르기 까지 적자를 기록했다.

17) 이호성(1996), 『한국 언론의 좌표』 서울 : 커뮤니케이션 북스.

18) 이민웅(1995), "편집국장들의 세계", 『월간조선』 1995년 5월호, 454-473쪽.

19) 손석춘(1996), "판매는 전쟁, '2등은 패자'", 『신문과 방송』 1996년 10월호, 6-9쪽.

20) 주동황(1996), "장기 고정 독자 관리가 더 중요", 『신문과 방송』 1996년 10월호, 10-13쪽.

21) 김종서(1996), "신문 규제 입법 현황과 대안" 저널리즘 1996년 가을 겨울호, 36-46쪽.

22) 언론연구원(1995), 『한국신문방송연감』23)손석춘(1996), 앞의 글.24) 이호성(1996), 앞의 책.

25) Lavine, J. & Wackman, D. (1988), *Managing Media Organizations : Effective Leadership of The Media*, New York : Longman.

26) 필자는 IS년 동안 문화방송과 경향신문에서 방송기자와 신문기자로 일했다.

- 27) '바른언론' 97년 4월 26일자 1면.
- 28) Merrill, J. & Fisher, H. (1979), *The World Great Dailies*. New York : Hasting House, Publishers.
- 29) 평원순(1989), 『현대 신문방송 보도론』 서울 : 범우사.
- 30) Bandura, A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action : A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ. : Prentice-Hall.
- 31) 안상수(1994), *건강한 사회와 방송*, 1994년 12월 7일 방송위원회 주관으로 서울교육회관에서 발표한 세미나 자료 ; 안 변호사는 자신이 언론을 맡은 사건의 피의자 진술을 생생 하게 소개하면서 "TV 가 범죄 유발범이 될 수 있다는 사실을 다시 한번 확인하면서 TV 의 폐해를 절감하지 않을 수 없었다"고 채란했다.
- 32) Simon H. A. (1979), *Model of Thouht*, New Haven : Yale Univ., : Iyenger, S. & Kinder, D. (1987) *News That Matters*, Chicago : The Univ. of Chicago Press, pp.63-64 에서 재인용.
- 33) Davies, J. (1962), "Toward a Theory of Revolution, " *American Sociological Review* vol. 27, pp.5-19.
- 34) 이민웅(1996), 앞의 책. 35) 언론중재위 원회 (1997), 『연차보고서』 1996.
- 36) 이민웅(1996), "신문 전쟁, 언론의 존엄성에 큰 상처" 『시민과 변호사』 1996년 10월호.
- 37) 강명구(1994), 『한국 저널리즘 이론』 서울 나남.
- 38) Lodziak, C. (1986) , *The Power of Television : A Critical Appraisal*, London : Frances Pinter.
- 39) Fiss. O. (1995), "Why the State?" in Lichtenberg, J, (Ed.) *Democracy and the Media*. London : Cambridge Univ. Press, pp.136-154.
- 40) Lichtenberg, J. (1995), "Foundation and Limits of Freedom of the Press" in Lichtenberg, J. (Ed.) *Democracy and the Media*. London : Cambridge Univ. Press, PP.136-154.
- 41) Aronson, J (1972), *The Press and the Cold War*. New York : Monthly Review Press.

□ 서울대학교 중문학과 졸, 미국 오리곤대 저널리즘 석사, 박사

□ MBC 정치부 차장 역임

□ 저술 *현대자본주의와 정도사회(역)*, *취재 · 보도시스템-방송(저)*, *정부와 언론(공저)*, *한국 TV 저널리즘의 이해(저)*