

언론도 제자리를 찾자

김해도

언론중재위원회 부위원장

80년대 초 집에서 뻘히 건너다 보이는 빌딩신축공사장에 “물건 제자리 놓기”라는 색다른 플래카드가 걸린 것을 보고 다소 희한해 했던 적이 있다. 인부들이 얼마나 정신이 없기에 저렇게까지 해야하는가 한심해 하면서, 아무리 그렇다 하더라도 그 많은 구호 가운데 하필 저런 사소한 문구를 내걸어야 할 만큼 한가한 가 싶었다.

그러나 10여 년이 훨씬 지난 지금 돌이켜보면 그 문구는 사소한 것이 아니었으며 오늘에 와서 그 의미가 절실하다는 것을 깨닫는다. 지금 우리가 겪고 있는 국난은 그 원인을 따져보면 제자리 놓기가 제대로 돼 있지 않았기 때문에 초래된 것이다. 정치하는 사람이 정치를 전념하고 기업인이 상도를 지키며, 근로자가 생산라인을 지켰다면, 오늘의 이 위기는 오지 않았을 것이다. 창구를 통해 오가야 할 돈이 은행장실에서 오가고, 공복이 자신의 사복을 채우며 육법전서 속의 법이 권력과 금력 앞에 춤추는 일도 있었다. 권력과 금력이 야합, 서로 상대방의 영역을 넘보고 그 언저리에는 각계각층이 서성거렸다. 제자리를 지키는 사람은 바보였다. 나라가 성할 리 없다. 늦었지만 지금이라도 모두 제자리로 돌아가야 한다. 뭉기적거리고 있을 틈이 없다. 시간을 끝수룩 진구렁에 깊이 빠져들 뿐인데 모두들 아직도 제자리로 돌아가길 망설인다.

눈 부릅뜬 언론이 보이지 않는다. 무섭게 질타하고 열렬히 박수치며 이 사회를 이끌어야 할 언론이 지금이야말로 필요한데 보이지 않는다. 언론도 제자리를 지키지 못했던 것이다.

그리고 보니 무엇보다 제자리를 찾아야 할 분야는 언론이다. 언론만이라도 제자리를 지키고 있었다면 오늘 같은 난국은 겪지 않았을 것이다. 그러나 때는 이미 늦어 국가적 재난의 소용돌이에서 언론기관들도 몸부림치고 있다. 펜을 놓는 언론인이 최소화 되기를 바라지만 살아남더라도 제로베이스에서 새출발하지 않으면 언론의 미래도 비관적이다.

먼저 구조면에서부터 언론기관은 모습을 바꿔야 한다. 경·언 분리가 이번 기회에 이뤄져야 한다.

경영과 편집(편성)이 투명해져야 한다. 중앙 언론사의 경우 몇몇 재벌기업이 신문경영에서 뒤늦게나마 손을 뗀 것을 다행이다. 그러나 아무런 후속대책도 마련해주지 않고 훌훌 손을 털고 떠난 모 재벌의 행태는 그 기업의 실체를 보여주는 것 같아 씁쓸하다. 재벌이 언론에서 떠나 주는 것만으로 고마운 일이라서 더 이상 추궁치 않는 것인지, 자사이기주의 발상에서 보도를 읽는 것인지 판단이 서지 않지만 이 역시 언론매체들이 제자리를 찾지 않고 있다는 것을 보여 준다.

아직도 이 핑계, 저 핑계로 언론에서 손떼기를 주저하고 있는 재벌도 이 기회에 깨끗이 물러났으면 좋겠다. 그 길만이 기업도 살고 언론도 산다는 것을 알아야 할 것이다. 힘센 언론사주, 경영인도 제자리를 찾아 경영에만 전념해 줬으면 한다.

구조조정 못지않게 중요한 것이 보도의 제자리 찾기다. 독자(시청자)들을 거슬리게 하고 있는 언론매체의 잘못된 보도행태를 필자 나름대로 분석해보면 크게 세 갈래로 분류된다. 소나기성 보도, 권선징악성 보도, 해바라기성 보도다. 이들 보도행태는 모두 과열된 부수(시청률)경쟁과 영향력경쟁 때문에 생긴 병폐다.

소나기성 보도는 말 그대로 독자(시청자)의 구미에 맞다 싶은 보도대상이 있으면 집중적으로 보도한다. 그러다 일단 흥미를 잃었다 싶으면 가차없이 끊는다. “성혜림 망명설”에서 비롯된 망명, 탈출, 기아 등 일련의 북한관계 보도가 그 좋은 예다. L.A. 다저스의 박찬호 관련보도는 소나기식이라기 보다는 스콜식이다. 거의 매일 시시콜콜한 보도, 심지어 “모처럼 늦잠 잤다”는 것까지 보도했다. 소나기성 보도의 문제는 흥미위주의 단발성, 과열경쟁에 의한 속보성, 독자(시청자)에 대한 영합성 등으로 사실을 왜곡하거나, 편향적인 경우가 많다. 권선징악성 보도는 부수, 시청률과 영향력을 모두 겨냥한 것으로 음과 양, 명과 암이 극단적인 게 특징이다. 미담보도는 독자의 가슴을 적셔야 하기 때문에 나쁜 면은 모두 당의정을 입힌다. 흉악범을 다룰 때는 좋은 학벌, 단란했던 가정도 모두 부정적으로 부각된다. 우울한 독자(시청자)에게 희망을 주기 위해 밑바닥 기기는 마찬가지인데 거두절미하고 “한국의 국제신용등급이 3 단계 올랐다”고 보도하는 것도 권선징악성 보도 범주에 속한다. “금 팔아 나라살리기”로 표현해도 될 것을 구태여 “금 모으기”로 고집, 헌납한 사람과 판 사람이 구별 안되게 표현하는 태도도 권선징악성이다. 소비니즘이 극에 달해 엉뚱한 보도도 나온다. “금 모으기” 보도에서 특정지역 주민을 지칭해서 “부자들이 금을 더 안 내놓는다”고 나무란 것(?)이 그 좋은 예. 명예훼손과 불공정성을 양산한다.

해바라기성 보도는 언론의 정도를 해치는 대표적인 보도형태이다. 얼마 전 사석에서 어느 중소기업인이 불쑥 내뱉은 말이 있다. “우리 나라 언론은 머리 좋은 대통령을 만나면 머리 좋아지고, 머리 나쁜 대통령을 만나면 머리 나빠지는 것 같다” 오늘의 언론을 조선시대 기별 수준으로 본 이 정도의 편은 그래도 나은 편이다. 권과 손 잡은 수준까지 가면 어떻게 될까. 이번 대선기간 중에도 아슬아슬한 곡예를 한 언론기관이 더러 있었다. 해바라기성 보도의 경우 사주나 경영진의 이해관계에 따른 편집권(편성권) 관여와 이에 편승한 자사이기주의 등이 끼어들기 때문에 소나기성, 권선징악성 보도행태에 비해 악성이다. 그런데도 우리 언론은 여전히 해바라기성 보도에 집착하고 있는 것 같다. 경제 문제가 시급한데도 새정부 입각 물망인사들의 명단과 “빅 4” 동정이 매일 주요기사로 지면(화면)을 장식한다. 국민을 싫든 좋든 정치지향으로 이끈다. 그것도 정책이나 이념보다 가십과 흥미위주다.

결론적으로 말해 한국언론은 언(言)이 시들고 논(論)에 방향감이 없다. 첫째, 취재단계에서 천착성, 전문성이 요망되고 둘째, 보도단계에서는 객관성, 책임성이 강화되어야 한다. 마지막, 논평에서는 창의력, 통찰력이 보다 뚜렷해야 하겠다.

끝으로 언론매체가 제자리를 찾기 위해서는 “언론자유”에 대한 발상의 전환이 필요하다. 언론자유는 이제 언론매체만의 것이 아니다. 국민의 것이다. 언론매체가 탄압받을 때 국민이 힘을 실어준 것은 그들이 매체에 위임한 “알 권리와 표현의 자유”를 지키기 위해서였다. 지금은 달라졌다. 혹시라도 언론의 자유를 빌미삼아 국민의 알 권리와 표현의 자유를 침해하는 모순을 범하지 않도록 해야 할 것이다.