

인격은 뒷전, '가차 저널리즘'이 횡행하는 시대

김 동 루*

한국개발연구원(KDI) 정책홍보실장

1. 들어가며

열린우리당 임종인(50) 의원은 8월말 YTN 등을 상대로 자신을 주인공으로 한 “돌발영상 ‘불만 엿듣기’란 제목의 방송이 초상권을 침해하고 사실을 왜곡, 명예를 훼손했다”며 2천 만 원을 배상하고 방송과 홈페이지를 통해 정정해줄 것을 청구하는 정정보도 및 손해배상 청구소송을 서울중앙지법에 제출했다. 임 의원은 “원고가 비록 국회의원이고 장소가 국회 본회의장이라고 할지라도 동료 의원들과의 사적인 대화를 몰래 촬영, 녹음하고 의도적으로 편집한 것”이라며 “피고의 행위는 원고의 초상권 및 사생활의 비밀과 자유에 관한 권리를 명백히 침해했다”고 주장했다.

이에 앞서 YTN은 지난 6월 21일 ‘뉴스Q 2부’ 돌발영상 ‘불만

엿듣기’라는 제목으로 임 의원이 국회 본회의에서 김한길 원내대표에게 “원내대표가 뭐 큰 벼슬 인줄 아나. 나한테 법안 이야기만 해봐, 죽여 버릴 테니까”라는 등 ‘막말’을 하는 장면을 자막과 함께 내보냈고 거의 모든 국내 언론들도 이 같은 내용을 보도했다.

당시 YTN 보도에 불만을 가진 임 의원은 ‘불만 엿듣기’ 영상을 삭제해 달라며 6월 27일 서울중앙지법에 영상물 게재금지 가처분 신청을 냈으나 기각됐다. 재판부는 결정문에서 “동영상 중 주된 내용은 신청인이 국회 법사위에 배정된 이후 그같이 배정된 경위 등에 대해 불만을 표현한 바 있다는 것이고 언론은 국민의 관심에 부응할 소임이 있다는 점 등을 고려할 때 이 동영상은 공공의 이익을 위해 보도한 것으로 봐야 한다”며 기각이유를 밝혔다.

이처럼 정치인의 일거수일투족은 늘 대중의 관심을 끈다. 정치인들에 대한 관심은 이제 연예인 못지않게 사람들의 입에 오르내린다. 대중의 눈길을 끌기 위한 언론의 정치, 선거보도는 이제 한술 더 떠 가차 저널리즘(gotcha journalism)¹⁾이란 새로운 보도 행태를 선보이고 있다. 가차(Gotcha)는 “I got you”의 줄임말로 굳이 우리말로 옮기자면 “딱 걸렸어” 정도가 적당한데 미디어가 특정 정치인의 실수나 해프닝을 집중적으로 보도하는 것을 말한다(Kovach & Rosenstiel, 2001, p 55). 이 경우 개인의 인격권이나 프라이버시는 종종 뒷전이 된다. 앞서 예를 든 임종인 의원의 경우가 여기에 딱 들어맞는다. 미디어의 급속한 발달은 개인의 이미지를 중시하면서 정치관련 보도를 근본적으로 변화시켜

* yule21@empal.com

1) 미국의 저명한 언어관련 웹사이트인 word spy(www.wordspy.com)는 gotcha journalism을 하나의 저널리즘 용어로 구분하고 공인 등 사회적 유명인사의 당황하는 모습이나 스캔들성 상황을 찾아다니는 저널리즘(Journalism that seeks only to catch public figures in embarrassing or scandalous situations)으로 정의하고 있다.

왔다. 대중매체를 통해 이뤄지는 이른바 미디어 정치는 정치의 중심축을 정당조직에서 정치인 개인의 역할로 이동시키는 변화를 불러 왔고 투표행위에서도 무엇보다 정치인 개인의 이미지가 중요하게 여겨지고 있다(Street, 2001; Wattenberg, 1994). 그런 면에서 이같이 정치인의 실수나 해프닝을 꼬투리 잡아 집중적으로 보도하는 가차 저널리즘적인 보도행위는 개인의 인격권 침해는 물론 정치인의 이미지에 심각한 영향을 줄 수 있다는 점에서 새로운 연구대상으로 떠오르고 있다.

가차 저널리즘적인 보도행태는 2004년 초 하워드 딘(Howard Dean) 미국 버몬트 주지사의 민주당 대통령 후보의 선거 캠페인과 맞물리며 언론계의 주목을 받았다. 미 학계에는 꾸준히 소개돼 왔지만 국내에서는 최근에 소개²⁾된 것으로 보인다. 2004년 초 딘 주지사가 선거 유세 중 보여준 정열적인 제스처를 두고 대통령감이 못 된다는 식으로 CNN 등 미 언론들이 대대적으로 보도했고 당시 국내 방송 3사도 문제 장면을 9시 뉴스 시간대를 할애해 비중 있게 전했다.

문제는 이 같은 언론의 보도태도가 마치 잘 익은 체리만 골라내듯(cherry-picking), 자신들의, 나아가 시청자나 독자들의 구미에 맞는 것만 골라, 집중적으로 보도한다는 데 있다. 딘 주지사가 실수하자 “딱 걸렸다”는 듯이 딘을 일컬어 “말실수가 잦은”, “쉽게 흥분하는”, “신뢰가 가지 않는다”, 심지어 “발에 맞지 않은 슬

**정치인의 실수나 해프닝을
꼬투리 잡아 반복·보도하는
가차저널리즘적인 보도행위는
심각한 인격권 침해 일으켜**

리퍼를 신은 듯이 어색한” 등등으로 표현, 딘 주지사를 일방적으로 묘사했다.

수치로 보면 딘 주지사의 격정적인 연설장면은 CNN에서 발생 일주일 동안 무려 673회³⁾나 방영되었고 딘 주지사는 그 같은 방영회수가 비슷한 시기, 미성년자 성추행으로 관심을 모은 마이클

잭슨을 능가하는 기록이라고 비난했다. 딘 후보는 자신은 다른 후보와 구별되는 선거 전략의 하나로 격정적인 제스처를 사용했지만 언론의 대대적인 보도로 인해 “실수가 잦은”, “즉흥적인 딘”으로 유권자에게 각인됐다는 것이다. 그는 언론이 자신의 제스처를 마치 연예인들의 쇼처럼 포장해 내보냈다고 비난했다.

시간적으로 보면 한국 언론에 가차 저널리즘적인 보도행태가 본격적으로 나타난 것은 노무현 정부 출범 이후라고 볼 수 있다. 박정희, 전두환으로 이어지는 과거 억압적이고 권위주의적인 정권 아래에서는 유명 정치인의 말실수나 제스처를 꼬투리 잡아 집중 반복해 보도하는 것 자체가 불가능하거나 어려웠기 때문이다. 언론사 세무조사로 인해 언론과 정권의 긴장관계가 최고조에 달한 김대중 정권 아래에서도 정권 실력자들의 단순한 실수를 반복, 희화화시켜 보도하는 경우는 드물다. 실제로 최영목(2002)은 김대중 정권에 대한 언론의 태도는 감시견(watch dog)을 벗어나 일방적인 공격견(attack dog) 수준이었다고 김대중 정부와 언론간의 극도의

2) 가차 저널리즘은 본 연구자가 2004년 3월 30일자 경향신문 칼럼을 통해 국내에 처음 소개했다.
3) 2004년 1월 27일자 위스콘신 주 밀워키 시에서 행해진 CNN 방송의 American Morning 에서 발췌. 딘 후보는 이날 인터뷰에서 “You played that 673 times in one week”라며 CNN 을 비판했다.

적대감을 정리한 바 있다. 그러나 미국 등 일부 국가에서나 등장하던 가차 저널리즘적인 보도행태가 노무현 정권 출범이후 권언 유착 관계가 끊어지면서 최근 들어 한국 저널리즘에도 폭넓게 등장하고 있다. 노무현 정권 출범 이후 정치인의 말꼬리나 복장 등을 문제 삼아 집중적으로 보도하는 현상, 예를 들면 이해찬 총리의 31절 골프 파문, 정동영 당시 열린우리당 의장의 이른바 '노인편하 발언', 유시민 의원의 복장문제 등등을 대표적인 사례로 들 수 있겠다.

2. 이론적 논의

가차 저널리즘의 키워드인 "got-cher"의 기원은 1932년으로 거슬러 올라가며 1960년대 "gotcha"가 새로운 낱말로 사전에 수록되었고 1982년 포클랜드 전쟁 때부터 가차 저널리즘으로 불리는 저널리즘의 한 행태로 자리 잡게 된다 (<http://www.wordspy.com/words/gotchajournalism.asp>).⁴⁾ 이후 가차 저널리즘은 정치, 선거 보도의 부정적인 면을 나타내는

새로운 언론 전문어(media jargon) 역할을 한다. 이같이 개인의 이미지에 치명적인 영향을 끼치는 가차 저널리즘을 두고 미국의 저명 정치평론가 제리 랩딜(Jerry Lobdill)은 자신의 웹(www.MikeHersh.com)에서 개인의 프라이버시 침해는 물론 민주주의를 붕괴시키고 파괴시키는 암과 같은 존재⁵⁾라고 비판했다.

가차 저널리즘의 실체가 알려지지 않은 우리와는 달리 미국의 경우 일반인들을 대상으로 가차 저널리즘으로부터 살아남기 위한 다양한 학습과정까지 있다. American College of Emergency Physicians(<http://www.acep.org>)이 주최하는 2004년도 Scientific assembly에서는 "가차 저널리즘에서 살아남기(Surviving 'Gotcha' Journalism)"가 주제였다. 회의에서는 가차 저널리즘으로부터 살아남기 위해서는 "취재기자가 공격적일 때도 자신을 잘 컨트롤하며(Stay in control when reporters get aggressive), 가능한 한 재빠르고 간결하게 주요 포인트를 파악하고(Get points across as quickly

and succinctly as possible), 어렵고 민감한 질문에는 곧바로 빠져 나와야 하고(Take the sting out of tough questions), 비록 취재기자가 엉뚱한 토픽을 들고 나오더라도 동요하지 말고 당초 주제를 이야기하고(Stay on message even when reporters introduce topics out of left field), 마치 기계와 이야기하는 것처럼 냉정을 찾아야 한다(Remain engaging when you're talking to a machine)"고 충고하고 있다.⁶⁾ 미국의 경우 언론학계는 물론 의학계, 심리학계까지 폭넓게 연구되고 있음을 보여준다.

가차 저널리즘이 하나의 정치 보도행태로 오랜 동안 굳어진 미국 언론과는 달리 한국 언론에서 가차 저널리즘을 딱 부러지게 골라내기는 어렵다. 왜냐하면 아직 가차 저널리즘이란 개념이 국내 언론에 널리 소개되지 않은 새로운 현상이기 때문이다. 필자가 2004년 8월 30일 경향신문 미디어 비평란을 통해 처음 소개했으며 학계에는 2004년 한국방송학회 가을 정기학술대회에서 최초로 발표했다. 이어 이듬해인 2005년

4) 원문은 다음과 같다. The word gotcha entered the language only in the 1960s, although a British variation gotcher dates to about 1932. It's a shortened form(the Oxford English Dictionary calls it, stuffily, a "vulgar pronunciation") of the phrase "(I have) got you." It's use in gotcha journalism comes from the 1982 Falklands War.

5) 원문은 다음과 같다. Gotcha Journalism is a cancer that threatens to undermine and destroy our democratic republic today, and increasingly so in this presidential election season.

6) 원문은 다음과 같다. Get the survival skills you need to communicate effectively despite aggressive media confrontations and tactics. These professional media trainers will conduct live interviews, fast-paced role-play activities, and timed group exercises. Also included will be a discussion about guidelines for ACEP spokespersons.

언론정보학보 여름호에 필자의 관련논문이 게재되면서 이를 계기로 학계와 언론계의 관심이 계속돼 왔다.

시간적으로 살펴보면 노무현 정권출범을 계기로 급속히 달라진 언론환경이 이 같은 가차 저널리즘적인 보도행태가 등장할 수 있는 토양을 마련했다고 볼 수 있겠다. 윤영철(2003)은 노무현 정부는 출발에서부터 언론과의 동반관계를 벗어났고 언론은 기회만 있으면 노무현 정권 주변 인물의 시시콜콜한 것도 문제 삼았다고 밝혔다. 주동황은 제 48회 '신문의 날'을 맞아 대한언론인회가 발표한 '2003년 한국 언론자유 상황 보고서'에서 제기한 노무현 정부의 언론탄압 주장에 대해 과거 권위주의 정부가 행한 언론탄압이 지금은 거의 없다는 것은 거대 신문사의 사주들도 인정하고 있는 사실이라며 달라진 "서로 치고 박는" 동업자관계에서 벗어난 새로운 언론환경을 강조했다. 결국 노 정권이 과거 정권과 같은 강압적인 언론정책을 펴기가 불가능함으로써 얻어진 필연적인 결과라 할 수 있겠다.

이에 따라 한국 언론에서 가차 저널리즘적인(pseudo gotcha

journalism) 보도행태를 찾아보기란 더 이상 어렵지 않다. 정치인의 말실수나 옷차림, 어색한 행동 등등을 꼬투리 잡아 반복 보도하는 행태가 최근 들어 급속히 증가하고 있기 때문이다. YTN의 <돌발 영상>같은 프로그램이 대표적인 예다. 그러나 YTN의 <돌발 영상>의 경우 정치인, 연예인, 회사원 등 전체 일반인들을 대상으로

**최근 한국 언론에서도
'가차 저널리즘'적인 보도행태가
나타나고 있어**

로 하고 있고 또 단발성으로 그쳐 가차 저널리즘적인 보도행태와는 뚜렷한 차이가 있다. 일반적으로 가차 저널리즘이란 유명 정치인의 말실수나 제스처를 꼬투리 잡아 반복 보도하는 행태를 의미하기 때문이다. 이 과정에서 개인의 인격이나 프라이버시에 대한 고려는 철저하게 무시되는 경우가 대부분이다. 예

를 들어 이해찬 전 총리가 공휴일인 3.1절에 친 골프가 과문 또는 추문으로 비화된 것은 상당부분 가차 저널리즘적인 요인에서 비롯된 것이다. 국회의원 유시민(현 보건복지부 장관)의 경우는 복장문제로 언론에 덜미를 잡혀 집중 보도된 사례다. 2003년 4월 29일 국회 본회의에서는 경기도 고양시 덕양갑 4. 24 보궐선거에서 당선된 당시 개혁국민정당 유시민 의원이 의원선서를 하는 단상에 넥타이가 없는 라운드 티셔츠에 면바지 차림으로 나섰다가 여야의원들의 반발로 선서자체가 하루 뒤로 미뤄지는 소동이 빚어졌다.⁷⁾

이 과정에서 많은 언론사가 기사, 독자투고, 외부필진 등을 동원해 유시민 복장 파동을 다뤘다. 주요 뉴스 시간대의 TV 보도는 물론이고 한국언론재단 카인즈(kinds)에 따르면 다음날인 2003년 4월 30일부터 5월 6일까지 일주일간 10개 서울 소재 일간지에 게재된 관련 기사는 모두 54건으로 집계됐다. 10개 일간지가 평균 5.4건의 관련 기사를 내보낸 셈이다. 일반적인 정치관련 발생 기사에 비해 이례적으로 많은 분량이다.

7) 유 의원이 흰색 면바지에 갈색 캐주얼화를 신고, 라운드 티셔츠에 검색 상의차림으로 웃음을 머금은 채 등장, 한나라당 홍문종, 오경훈 의원과 함께 선서하려 하자, 여야 의석 곳곳에서 "국회가 나이트클럽이냐", "이곳에 탁구치러 왔느냐"는 고함이나 웃고 이중 일부는 아예 퇴장해 버린 사건이다(한국언론재단 미디어 뉴스 또는 데이터베이스 참조).

3. 가차 저널리즘이 나타나는 환경

필자의 연구에 따르면 가차 저널리즘적인 보도행태가 나타나고 있는 원인, 언론사와 상관관계 등은 현 상황에서는 소속 언론사에 따라 상당한 차이를 보였다. 이른바 '조중동'으로 지칭되는 조선, 중앙, 동아일보 기자들과 '한경서'로 불리는 한겨레, 경향, 서울신문 기자 그리고 KBS, MBC, SBS 등 방송사 기자 등 3개의 그룹에서 뚜렷한 차이를 보였다. 정리해 보면 가차 저널리즘이 발생하는 원인은 뉴스 소비자 요인, 출고기자 요인, 소속 언론사 요인 등 크게 3가지로 대별되며 세부적으로는 다음 여섯 가지 정도로 구분할 수 있다.

첫째, 뉴스 소비자 요인으로는 (1) 한국인의 정치에 대한 과도한 관심과, (2) 재미있고 흥미있는 기사를 기대하는 뉴스 소비자들의 욕구를 들 수 있고, 둘째, 취재기자 요인으로는 (1) 기자 개인의 특정 인물에 대한 선호도, (2) 또 타사 기자가 출고하면 따라할 수밖에 없는 기자 사회의 메커니즘을, 셋째, 언론사 요인으로 (1) 구독률(시청률), 광고수익 등 경영여건을 의식한 언론사의 암묵적인 지원과, (2) 특정 언론사의 특정 정치그룹과의 이념적 갈등 등으로 분석됐다. 이는 슈메

이커와 리스(Shoemaker & Reese, 1991)가 분류한 다섯 가지 뉴스 제작 모델(Shoemaker and Reese's model of news production)과 상당 부분 일치하고 있다. 또 여러 요인 중 경영에 의한 요인만 끄집어내어 본다면 맥마너스(1994)의 유명한 상업언론 모델(McManus' Model of Commercial News Production)이 한국 언론에도 나타나고 있음을 알 수 있다.

(1) 뉴스 소비자 요인

많은 한국의 취재기자들은 재미있고 읽히기(보기) 때문이라는, 즉 뉴스 소비자 요인을 중요한 원인으로 들었다. 또 한국인의 정치 과잉의식도 상당 부분 작용하는 것으로 분석됐다. 신문기자의 경우 대개 1. 정치인의 해프닝은 모두가 궁금해 하고 재미있어 하고 심지어 보도하지 않으면 항의 전화까지 쇄도한다. 2. 정치인이 연예인처럼 관심을 끄는 나라가 한국이다. 3. 지지하는 인물과 싫어하는 인물에 따라 반응이 명확하게 달라진다 등등을 가차 저널리즘이 나타나는 원인으로 꼽았다. 그러나 방송의 경우 신문과는 달리 'TV 화면에 딱 떨어지는 장면이기 때문에 시청자들이 좋아한다', 즉 예를 들면 캐주얼 차림의 국회 선서, 집권당 2인자의 경로당에서의 뿔어났은 모습 등을

주요 원인으로 들었다. 대부분의 기자들은 역시 읽히니까 인격권을 침해하거나 프라이버시가 다소 걸리더라도 기사화하는데 주저하지 않았다고 주장했다. 특히 90년대 후반 이후 정치면 가십이 사라지자 이같이 고소하고 '자잘한' 재미가 있는 신변잡기식 기사에 대한 독자들의 요구를 딱히 소화할 대안이 없었고 결국 이를 의식한 보도행태라는 점을 기자들은 인정했다.

(2) 취재기자 요인 (individual level)

기자 개인의 특정 인물에 대한 선호도, 또 타사 기자가 출고하면 따라할 수밖에 없는 기자 사회의 메커니즘도 상당 부분 작용하는 것으로 분석됐다. 대부분의 기자들은 예외 없이 유시민에게 나타나는 가차 저널리즘은 인물에 대한 인간적인 혐오감이 크다고 진술했다. 이와 함께 기자 사회의 제작 메커니즘(media routine level, news production mechanism)을 들었다. 출입처에서 한 기자가 기사를 출고하면 따라하지 않을 수밖에 없는(물먹지 않으려면) 현실에 누구 한명이 송고하면 <엔터키>를 치지 않을 기자는 찾기 힘들다는 것이다. 기자들은 어쩔 수 없이 다른 기자들과 늘 경쟁관계에 있고 낙중

에 대한 공포에 시달리고 있는 현실을 봐야 한다는 것이 분석 대상자들의 고백이다. 이른바 패거리 저널리즘(Pack Journalism)이 한국에도 유효함을 보여주는 분석이 되겠다. 또 기사화하기가 쉽다는 점도 어느 정도 작용한 것으로 나타났다. 정치인의 프라이버시를 노리는 신변잡기식 기사는 즉각 재미나게 기사화할 수 있고 따로 확인절차를 거치지 않아도 되는 편리성이 있기 때문이다.

(3) 언론사 요인

언론사 요인으로는 구독률(시청률)등을 의식한 경영요인(organizational level)과 일부 언론사와 현 정부와의 갈등 관계를 들었다. 경영요인에 대해서는 대체로 일치했지만 이념갈등(ideological level)이라는 분석에 대해서는 언론사별로 상당한 차이를 보였다. 노 정권 출범 이후 '조중동'의 현 정권 인물에 대한 꼬투리 잡기식 보도는 정치투쟁으로 봐야 한다는 주장도 등장한다. 김두관 행자부 장관, 이창동 문광부 장관, 강금실 법무부 장관, 김희선 열린우리당 의원, 이종석 NSC 부의장과 관련한 가차 저널리즘적인 보도는 일종의 정권 무력화를 위한 보수 언론들의 전략이라는 것이 일부 기자들의 주장이다.

4. 맺는말

노무현 정부 출범이후 한국 언론에 나타난 가차 저널리즘의 발생원인, 언론사와의 상관관계 등을 알아봤다. 가차 저널리즘이 나타나는 원인은 크게 언론 외적으로는 (extra-media level) 뉴스 소비자 요인, 내적으로는 취재기자 요인(individual level), 언론사 요

**가차저널리즘이 나타나는
원인으로는 뉴스소비자 요인,
취재기자 요인, 언론사 요인 등을
꼽을 수 있어**

인(organizational level) 등 모두 3가지 요인이 주로 작용하는 것으로 나타났다. 즉, 1) 흥미있는 기사를 원하는 뉴스 소비자들의 요구와 한국인의 정치과잉 의식, 2) 취재기자의 특정 인물에 대한 개인적인 선호도와 기사 제작의 편의성 등 3) 구독률(시청률), 나아가 광고수익을 의식한 언론사의 암묵적인 지원과 특정 언론사의 특정 정치 집단에 대한 이념적 거부감 등이 가차 저널리즘이 등장하는 원인이

라 하겠다.

이를 구체적으로 분석해보면 첫째, 대부분의 한국 기자들은 가차 저널리즘의 원인에 대해 흥미있는 기사를 원하는 뉴스 소비자들의 요구와 한국인이 갖는 독특한 정치과잉 성향, 즉 언론 외적(extra-media)요인인 뉴스 소비자에게 이유를 돌렸다. 정치인의 일거수일투족이 재미난 화젯거리로, 마치 일상 생활사처럼 여겨지고 있는 현실에 이 같은 정치인들의 말실수나 갖가지 해프닝을 기사화하는 것은 당연한 보도행태라고 주장했다. 여기에다 열독률이 높던 가십면이 90년대 후반 한국 언론에서 사라진 것도 크게 작용한 것으로 드러났다. 또 최근 들어 이념 간, 세대 간의 갈등이 나타나면서 특정 인물에 대한 이분법적인(dichotomous) 편 가르기 분위기가 팽배해 있어 가차 저널리즘이 먹혀 들어간다는 지적이다. 이는 독자나 시청자들이 정치선거에서 보다 흥밋거리 위주의 기사를 원하고 있다(Raymond, 1987)는 연구와 일치하는 모습을 보이고 있다.

둘째, 취재기자의 특정 인물에 대한 선호도(individual level)도 어느 정도 작용하는 것으로 드러났다. 기자들은 유시민의 경우 “손볼 필요가 있는” 인물로, 특정 인물에 대한 가차 저널리즘적인 보

도에 자신들의 의지가 반영되었음을 부인하지 않았다. 또 취재기자로서는 가차 저널리즘적인 보도가 물리적으로 처리하기가 쉽고 경쟁사의 기사가 출고하면 물먹지 않기 위해 따라 할 수밖에 없는 한국 언론의 제작 메커니즘과 집단적인 사고방식, 즉 패거리 저널리즘(pack journalism) 등이 상당히 반영된 것으로 분석됐다(권혁남, 1997). 이 경우 특정인의 인격권이나 프라이버시는 끼어들 여지가 아예 없거나 뒷전으로 밀려났다.

마지막으로 소속 언론사의 압력적인 지원(organizational level)이 일정부분 작용하는 것으로 드러났다. 동종업체 또는 인터넷 매체 등 이종업체와의 심각한 경쟁에 처한 한국 언론사들이 열독률(시청률), 나아가 광고수익을 의식해 흥미위주의 기사를 거부감 없이 내보내고 있는 것으로 분석됐다. 이는 곧 가십거리성 기사를 대서특필하며 강력한 시장 경쟁자로 떠오르고 있는 인터넷 매체와 광고 수주를 경쟁해야 하는 언론사의 고민이 숨겨있다는 분석이다. 또 보수 언론의 경우 노무현 정부와의 갈등으로 인해 흠집내기식의 가차 저널리즘이 진보성격의 언론사에 비해 상대적으로 많이 생산되는 것으로 나타났다. 보수성향의 언론사의 취재기자들은 대부분 노무현 정부에 대해 비판

적인 모습을 보였고 이와는 반대로 진보성향으로 일컬어지는 언론사의 인터뷰 대상자들은 소속 언론사의 논조가 현 정부에 호의적임을 부인하지 않았다.

이와 함께 방송사 기자들은 인쇄매체와는 달리 그림이 되는 상황을 강조했다. 검은 정장 속에 단연 두드러지는 유시민의 캐주얼한 옷차림, 경로당에 엮드린 정동영의 큰절, 전당대회에서 열변을 토하는 홍사덕 등등은 뉴스가치를 떠나 TV 화면에 딱 맞아 떨어진다라는 점을 원인으로 들었다. 이는 부트(1989)의 지적처럼 텔레비전 보도의 경우 취재대상이 이른바 “그림이 되는” 경우 지나치게 집착하거나, 조직이나 집단보다는 정치인 개인의 시각적 이미지에 초점을 맞추고 있다는 래니(1985)의 분석과 상당 부분 일치하고 있다.

이 글은 정치 저널리즘의 새로운 현상으로 주목받고 있는 가차 저널리즘을 살펴봤다. 이효성(2002)의 지적처럼, 한국의 경우 언론과 적대적인 정치인의 생명은 오래가지 못하고 언론의 호의를 받는 정치인은 그만큼 유리한 위치에 서게 되는 현실에서, 정치인의 이미지에 심각한 영향을 미치는 가차 저널리즘에 대한 조사는 꾸준히 연구될 필요가 있다. 특히 결과 만능주의 빠진 한국 언론의 최근 환경에는 취재대상

자의 인격권이나 프라이버시는 아예 없는 것처럼 보인다. 따라서 가차 저널리즘이 초래할 수 있는 부정적인 결과에 관한 연구는 여러모로 시급하다 하겠다. □

참고문헌

강준만(1995). TV와 이미지 정치. 공간 미디어
 권장원(2004). 한국 언론사의 관계 권력 구조에 대한 연구. 『한국언론학보』, 48권 2호, 164-188
 권혁남(1997). 한국 언론과 선거보도: 정치커뮤니케이션의 현실논리. pp. 109-114 나남.
 (2002). 미디어선거의 이론과 실제. p.117. 커뮤니케이션 북스.
 김동률(2004.3.30). 꼬투리 잡기 저널리즘. 『경향신문』 14 면.
 반 현(2004). 선거후보자의 이미지 특성에 관한 연구: 2차 의제설정 이론을 중심으로. 『한국언론학보』, 48권 4호, 175~197.
 유선영(1999). 한국 언론의 정치, 선거보도: 대중주의적 보도 개선방안. 한국언론재단.
 윤영철(2000). 권력이동과 신문의 대북정책보도. 『언론과 사회』, 봄, 통권 27호 48-81.
 윤영철(2003). 노무현 정부 언론 1년 “타협해야” 『관훈토론』 겨울호.
 이민웅(1996). 한국 TV 저널리즘의 이해. 나남
 이준웅(1999). 후보 이미지의 정치적 영향력에 대한 사회인지론적 설명. 『한국언론학보』 43권 2호, 243~284.
 최민재(2004). 미디어선거와 이미지정치: 17대 국회의원 선거보도를 중심으로. 한국언론재단 연구서 2004-03
 최영목(2002) 언론개혁과 민주주의, 전망과 과제, pp.5~6.

- Adams, V.(1986). The media and Falklands campaign. London: Macmillan.
- Bogdan, Robert C., & Biklen, Sari Knopp(1992). Qualitative research for education: An introduction to theory and methods. Boston: Allyn and Bacon.
- Boot, William(1989). Campaign '88: TV overdoses on the inside dope. *Columbia Journalism Review*(January/February), pp.23-29.
- Dover, E.(1994). Presidential elections in the television age: 1960-992. Westport, CT: Praeger.
- Fink, Conrad(1988). Strategic newspaper management. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.
- Fink, Conrad(1995). Media ethics. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Gans, Herbert J.(1979). Deciding what's news: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time. New York: Pantheon Books.
- Jacobson, Gary(1981). Incumbent's advantages in the 1978 U.S. congressional elections. *Legislative Studies Quarterly*, 6(May), 183~200.
- Kelley, Stanley, Jr., & Mirer, Thad W.(1974). The simple act of voting. *American Political Science Review*, 68 (June), 572~600
- Kerbel, M.(1994). Edited for television: CNN, ABC and 1992 Presidential campaign, Boulder, CO: Westview Press.
- Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom(2001). The element of journalism: what news people should know and the public should expect. New York: Three river press.
- "L.A. Times editor defends article - Arnold Schwarzenegger article Some criticized story being published 5 days before Oct. 7 Election"(2003, October 3) by James Sterngold, *San Francisco Chronicle*.
- McManus, John(1994). Market-driven journalism: Let the citizen beware? Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- McNair, Brian(2003). An introduction to political communication. New York: Routledge.
- Patterson, Thomas E.(2000). "The United States: news in a free market society", in R. Gunther & Mughan (eds.), *Democracy and the Media*. pp.241-265. Cambridge: Cambridge University Press.
- Patterson, Thomas E. & Robert D. McClure(1976). *The Unseeing Eye: The Myth of Television Power in National Elections*. New York: G.P. Putnam.
- Patton, Michael Quinn(1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.). Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Ragsdale, Lyn(1980). The fiction of congressional elections as presidential events. *American Political Quarterly*, 8 (October), 375~398
- Raymond, P. B.(1987). "Shaping in the News: An Analysis of House Candidates' Campaign Communication." In J. P. Vermeer, ed., *Campaign in the News: Mass Media and Congressional Elections* pp. 13-29. NY: Greenwood Press.
- Ranny, A.(1985). *Channels of power: Impact of television on American politics*, New York: Basic Books.
- Rosenberg, Shawn., Bohan, Lisa, McCafferty, Patrick, and Harris, Kevin(1986). *The image and the vote: The effect of candidate pre-sentation on voter preference*. *American Journal of political science*, vol. 30, issue 1, pp 108-127
- "Schwarzenegger 'deeply sorry' Days before recall, new sex charges"(2003, October 3) by Martin Kasindorf and John Ritter, USA Today.
- Shoemaker, Pamela J., & Reese, Stephen D.(1991). *Mediating the message: Theories of influence on mass media content*. New York: Longman.
- Street John(2001). *Mass media, politics and democracy*, p. 189. New York, NY: Palgrave.
- Vidich, Arthur J., & Lyman, Stanford M.(1994). *Qualitative methods: Their history in sociology and anthropology*. *Handbook of qualitative research* (pp. 23-59). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Underwood, Doug(1992). The newspapers: identity crisis. *Columbia Journalism Review* (March/April) p.26.
- Underwood, Doug(1993). *When MBAs rule the newsroom*. New York: Columbia University Press.
- Wattenberg, Martin P.(1994). *The decline of American political parties, 1952~1992*. Cambridge: Harvard University Press.