

인터넷 뉴스 소비 시대의 오보 지수 개발을 위한 탐색적 연구

주영기

한림대학교 언론정보학부 교수

I. 서론

뉴스 정보가 ‘홍수’라는 단어를 떠올릴 만큼 넘쳐나고 있다. 인터넷, 스마트폰, SNS 등 뉴스 콘텐츠 전달 매체의 다양화를 통한 뉴스 복제, 재생산 및 소비 활동 증가에 따른 결과이다. 게다가, 인터넷신문사의 신규 등록이 늘면서 뉴스 콘텐츠 자체가 급속히 증가해 뉴스 정보 범람 현상이 더욱 두드러지는 상황이 이어지고 있다. 여성가족부가 지난 6월 11일 ‘인터넷신문 유헤광고 실태’를 공개하면서 발표한 바에 따르면 2012년 현재 문화부에 등록된 인터넷신문은 3,216개사에 달한다. 이는 1년 전의 2,438개사보다 778개사가 늘어난 것으로, 한 업종에서 1년새 무려 31.9%의 업체 증가가 발생했음을 의미한다.

이와 관련, 일반인의 뉴스 소비 형태도 TV, 신문의 순으로 이어지던 전통 매체 중심의 소비 패턴을 탈피했다. 인터넷 뉴스 소비가 TV방송에 이어 두 번째로 빈번한 뉴스 소비 방식으로 부상한 것이다. 한국광고주협회가 지난 2010년 발표한 ‘2009년 미디어 리서

치’에 따르면 뉴스를 보기 위해 가장 많이 이용한 매체는 TV(57.7%)였고, 인터넷이 19.8%로 두 번째인 것으로 나타났다. 전통 언론 매체인 신문은 14.8%로 3위를 차지했다.

이 같은 경향은 시간이 흐르면서 점점 강화되는 추세를 보이고 있다. 2012년 10월 서울대학교 보건대학원 연구팀이 수입식품에 대한 국민들의 위험인식을 조사하는 과정에서 국민 1,000명을 상대로 ‘평소 어떤 경로를 통해 뉴스를 접하는 지’를 물은 결과, TV를 1순위로 답한 사람이 70.2%였고 ‘인터넷 뉴스나 카페’를 1순위 뉴스 이용 경로로 응답한 사람이 24.2%로 2위를 차지했다. 종이 신문은 이전 결과와 마찬가지로 3위를 차지했는데 특이한 점은 1순위로 이용한다고 응답한 사람이 3.2%에 불과해 인터넷 이용자와 격차가 현격히 벌어지고 있다는 사실이다. 이 같은 추세는 2순위로 이용한다는 응답자까지를 감안하더라도 TV 이용자(91.1%)에 이어, 인터넷(51.3%)과 신문(25.3%) 이용자의 차이가 벌어지고 있는 것으로 나타났다(유명순 외, 2012). 이는 다시 말해 인터넷을 이용

한 뉴스 소비자의 급증을 알리는 변화이다.

이 같은 뉴스 공급 및 소비 행태의 지각변동은 새로운 뉴스 현상과 이에 따른 다양한 뉴스 효과의 사회적 출현을 암시하고 있다. 본 연구는 특히, 인터넷을 통한 뉴스 소통 증가를 통해 저널리즘의 전통적 이슈의 하나인 ‘오보’의 문제가 새로운 차원에서 대두되고 있음에 주목한다. 언론중재위원회(2011)에 따르면, 인터넷뉴스서비스와 인터넷신문 등 인터넷을 통해 유통되는 뉴스에 대한 언론중재위원회 조정 사례는 전체 조정 건수의 약 2/3를 차지하는 것으로 나타났다. 이중 네이버나 다음 등 인터넷 포털 뉴스 서비스의 경우 841건을 기록해 전년(181건)보다 무려 4.6배나 증가했다. 이같은 중재 대상 기사의 증가는 인터넷을 통해 유통되는 기사의 총체적 부실함을 시사하는 것이라 할 수 있다.

이 부실함의 내용을 좀더 구체적으로 논하기 위해, 바람직한 언론 보도가 갖추어야 할 전형을 제시한 메릴(Merrill, 1997)의 TUFF 모델을 언급해 볼 수 있다. 미국의 대표적 언론 윤리학자인 메릴에 따르면 이상적인 언론 보도는 진실함(Truthful), 불편부당함(Unbiased), 포괄적임(Full), 공정함(Fair)의 요건을 갖추어야 한다. 이상적 기사의 필수 요건이 이런 네 가지 속성을 충족해야 한다면 역으로 부실한 기사들을 판단하는 기준으로, ‘이런 요건들이 미비한 기사’라는 관점을 활용해볼 수 있다. 특히, 진실되지 못하거나, 일정 정도의 편견이 기사 작성에 작용한 뉴스 보도, 부분적인 사실에 과도한 집중을 하고 사안의 전체적인 의미와 관련 사실들을 도외시하는 기사, 어느 한편의 목소리가 불공평하게 많이 담긴 기사는 관련 당사자나 그룹의 공분을 살 수 있고 이것이 언론중재위 제소로도 이어질 수 있다.

이런 관점에서 볼 때, 언론중재 대상 기사의 증가에서 짐작되는 인터넷 유통 뉴스의 부실성 증가는 TUFF의 결함을 암시하고 있고 이 TUFF의 결점들은

결국, ‘오보성’의 여부와 정도의 문제로 귀결된다고 볼 수 있다. 이런 판단의 근거는 오보의 개념 자체가 사실의 잘못된 전달을 의미하는 객관적 오보(objective error)뿐 아니라 해당 사실의 의미의 잘못된 전달을 뜻하는 주관적 오보(subjective error)까지 포함하고 있는 데에 기반한다(Nemeth & Sanders, 2001; Berry, 1967; Charnley, 1936). 다시 말해, 사실이 아닌 객관적 오보뿐 아니라 편파적이고, 부분적이며, 불공평한 주관적 오보가 오래 전부터 저널리즘의 질을 좌우하는 요소들로 인식되어왔다면, 이 객관적/주관적 오보의 판단 기준을 토대로 한 오보성의 여부와 정도는 인터넷 유통 뉴스의 질을 평가하는 포괄적인 척도의 출발점으로 활용할 수 있음을 의미한다.

본 연구는 중재 대상 인터넷 유통 기사의 증가가 암시하는 온라인 저널리즘의 질 저하가 사회 여론 형성 메커니즘에 미칠 악영향을 고려, *객/주관적 오보의 여부와 정도*를 평가할 수 있는 구체적 지수 개발을 위한 이론적 고찰과 실증적 탐색을 시도하기로 한다. 이는 정보와 의견의 투명한 사회적 소통을 방해하는 문제에 대한 진단 메커니즘의 구축, 혹은 도구의 개발 및 활용이, 보다 건강한 사회 소통 구조 모색을 위한 선결과제라는 판단에 입각한 것이다.

이를 위해 먼저, 비교적 빠른 시기인 1930년대부터 시작된 미국의 오보 연구의 결과물, 즉 오보 개념과 주요 발견들을 살펴보기로 한다. 이는 오보 연구에 반영됐던 소통 현실에 대한 문제의식과 그에 따른 실증 연구의 결과로 축적된 이론적 토대를 알아보기 위한 것이다. 이어, 오보 지수 개발을 위해 국내외 각종 기자회견에서 정확한 보도를 위해 설정, 운용하고 있는 취재 및 기사 작성상의 준칙/가이드라인 등을 점검해보고 이들 중에서 TUFF모델의 네 가지 주요원칙과 관련되는 지침들을 간추려 봄으로써 이들을 중심으로 오보지수 항목들을 구성해보기로 한다. 또한, 이런 항목들의 실제 적용 가능성 여부를 알아보기 위해, 2012

년 12월 현재 진행 중인 18대 대통령 선거 보도와 관련한 샘플 기사를 선정해, 구성된 오보 지수 평가 항목을 적용해 보기로 한다. 이같이 실제 평가를 진행해보고, 그 텍스트분석적 과정과 결과에 대한 기술을 하면서 오보 지수의 개발 및 사회적 활용 가능성에 대해 논의해보기로 한다.

II. 오보의 개념적 고찰

1. 오보 개념의 다면성

맞다, 틀리다의 개념 자체는 본질적으로 이분법적 사고에 의존하기 쉬운 것이기 때문에 ‘사실과 다른 보도’로서의 오보의 개념을 논하는 것 자체가 무의미하게 느껴질 수도 있다. 그러나 1930년대 미국 언론 오보 연구의 대표적 초기 성과물인 Charnley(1936)의 연구가 발표될 때부터 오보는 ‘기술적(mechanical)’ 혹은 ‘오타로 인한 오보(typographical errors)’, ‘사실에 기반한 오보(fact-based errors)’, ‘의미상의 오보(errors of meaning)’ 등과 같이 유형별로 나누어져 분석되었다.

여기서 기술적 오보는 사실 자체는 정확하게 알고 있었지만 이 사실을 기사화해 지면, 방송, 혹은 웹사이트를 통해 전달하는 과정에서 오타와 같은 제작상의 실수로 발생하는 것들에 해당한다. 이에 반해 사실에 기반한 오보는 이름, 직책, 나이, 주소, 시간, 장소, 날짜 등 객관적 사실을 잘못 파악함으로써 보도가 잘못 나가는 경우에 해당한다. 그리고 의미상의 오보에 대해 Charnley는 잘못된(wrong) 인상을 주거나, 잘못된 사실을 시사하거나(giving a wrong implication), 특정 측면에 대해 너무 많거나 적은 강조를 하는 경우라고 정의하고 있다.

오보를 유형별로 나누어 분석하려는 시도는 이후

연구에서도 지속적으로 발견된다. 1960년대 지방신문의 오보를 연구한 베리(Berry, 1967)는 오보를 객관적 오보(objective error)와 주관적 오보(subjective errors)로 구분하였다. 여기서 객관적인 오보는 Charnley(1936)의 사실에 기반한 오보와 기술적 오보를 합친 것으로, 오탈자, 이름, 직책, 나이, 주소, 숫자, 날짜, 장소 정보의 잘못된 인용(misquotes)을 포함한다. 이에 반해 주관적 오보는 기사의 호도하는 제목(mis-leading headlines)이나, 기사 텍스트내의 지나친 강조(over-emphasis) 혹은 충분치 못한 강조(under-emphasis)의 경우를 의미한다. 베리는 이 두 가지 종류의 기사 오보 중 전자는 돌발(breaking) 뉴스의 경우에 빈번하게 일어나고 있는 반면, 주관적 오보는 기획성(budgeted, or planned) 기사에서 더 자주 발생한다고 설명했다.

이같은 객관/주관적 오보의 구분을 토대로 한 오보 연구는 이후 1970, 80년대에 활발한 조사 발표가 이어지다(Marshall, 1977; Ryan & Owen, 1977; Tichenor, Olien, Harrison, & Donohue, 1970; Tillinghast, 1983; Burriss, 1985) 90년대에는 소강상태를 보였고 2000년대에 들어 다시 활성화되는 추세다(Hanson & Wearden, 2004; Maier, 2002; 2005; Mensing & Oliver, 2005).

특히, 1980년대에 진행된 톨링게스트의 연구에서, 연구자는 오보를 ‘불일치’의 차원에서 바라보는데 객관적 오보의 경우 사실과의 불일치이고 주관적 오보는 뉴스 소스의 인식과 기사와의 불일치라고 해석했다. 이는 기존 연구들이 뉴스 기사의 취재원들을 대상으로 해당 기사의 정확성 여부를 묻는 방식으로 연구가 진행되었던 점이 반영된 구분이라고 할 수 있다. 2000년대 들어 재개된 오보 연구 중의 하나인 멘싱과 올리버(Mensing & Oliver, 2005)의 연구에서는 300개 지역 신문사 데스크급 기자들을 대상으로 설문 조사를 실시, “사실상의 실수(mistakes of fact)”나 “의

미상의 실수(mistakes of meaning)” 정도에 대한 에디터들의 인식을 연구하기도 하였다.

상대적으로 오랜 역사를 가진 해외의 언론 오보 연구에 비해 국내에서는 늦은 시기인 90년대에 들어 초기 오보 연구의 모습들이 등장하기 시작하는데 이 연구들 역시, 언론오보의 개념을 객관적 오보와 주관적 오보로 나누어 접근하고 있다(김창룡, 1994; 우병동, 2002; 임병국, 1990; 한정호, 1997)¹⁾.

앞에서 살펴본 국내의 오보 연구에서 알 수 있는 것은 오보는 명목적으로는 현실 혹은 실제와의 일치성 여부라는 하나의 기준에 의해 결정되는 개념이지만 현실과 일치한다는 것, 혹은 다르다는 것을 구성하는 요인들은 다양한 차원에서 존재한다는 점이다. 이런 의미에서 오보는 개념적으로 다면성을 띠다 할 수 있다. 특히, 객관적 오보와 함께 주관적 오보를 상정함은, 언론 오보가 일상에서 언론이 흔히 좁은 지면 안에 이름, 날짜, 장소 등의 오류를 수정하는 정정보도의 수준에 국한되는 것이 아니라, 그 영역이 기사의 질을 판단하는 포괄적인 범위로까지 확대될 수 있음을 암시한다. 본 연구는 이 언론 오보의 다면성, 특히 ‘주관적 오보’ 개념을 토대로 기사의 질 평가용 지표 개발이라는, 오보 연구의 새로운 접근 방식을 시도해보기로 한다.

2. TUFF 모델과 주관적 오보

지난 9월 타계한 미국의 저명한 언론 윤리학자인 메릴(Merrill, 1997)은 앞서 서론에서 언급한 것처럼 바람직한 언론 보도를 위해 진실함(Truthful), 불편부당함(Unbiased), 포괄적임(Full), 공정함(Fair)이 기사의 요건으로 갖추어져야 한다고 제시했다. TUFF 모델로 알려진 이 이상적 기사 요건은 물론, 기사의 질을

포괄적으로 평가하는 데 필요충분조건이라고 간주하기에는 부족한 면이 없지 않다.

일례로, 쏜슨(Thorson, 2003)은 신문 내용의 질을 평가하는 기준으로 뉴스의 정확성 이외에도 지역뉴스 기사 양, 배경 지식의 전달과 같은 심층 보도 여부, 탐사 보도, 이슈 중심의 보도를 들고 있다. 이런 요소들은 언론 보도의 질을 평가하는 데 있어 TUFF 이외에 다양한 차원의 기준을 고려할 수 있음을 예시하는 것이다.

그러나 주목할 만한 부분은 불편부당성, 포괄성, 공정성은 기사 질을 구성하는 요소이기도 하지만 특정한 편견에 좌우되거나, 부분적인 사실 보도에 국한하거나, 어느 한쪽에 공평하지 못한 보도를 함으로써 “지나친 강조(over-emphasis)” 혹은 “충분치 못한 강조(under-emphasis)”라는 주관적 오보(Berry, 1967)로 이어질 수도 있다. 마찬가지로 “잘못된 인상(wrong impression)”을 주거나, “잘못된 사실을 시사(giving a wrong implication)” 하거나, “특정 측면에 대해 너무 많거나 적은 강조”(Charnley, 1936)를 하게 될 수도 있다.

결국, 이를 달리 표현하면 TUFF 차원에서 질이 낮은 기사는 주관적 오보를 범하는 것이라 할 수 있고 반대로 주관적 오보는 낮은 기사의 질을 의미한다고 할 수 있다.

또 하나 여기서 눈여겨 볼만한 점은 TUFF에서 T를 제외하고 나머지 세 요소가 주관적 오보와 관련이 있다고 할 때 그 오보는 단순히 오보다, 아니다의 이분법적 카테고리 구분할 수 있기보다 편파적이고 부분적이며 불공평함의 조합에 따라 다양한 정도의 오보 스펙트럼이 형성될 수 있다는 것이다.

1) 최창섭(1985)의 연구에서 교황 요한바오로 1983년 당시 언론의 보도 사례에 대한 연구가 있었으나 이는 국내 언론의 직접적인 취재 보도를 대상으로 한 것이 아니고 로이터통신의 오보를 국내에서 받아 쓴 것을 다룬 연구이다.

1. 오보 지수를 위한 주요 항목들-TUFF

지속적으로 반복 적용이 가능한 평가항목을 개발하기 위해 고려해볼 수 있는 대안은 누구나 활용 가능한 내용분석의 코딩 항목 개발이다. 해당 기사의 보도 대상과 관계된 인물로 하여금 해당 기사의 객관적·주관적 오보 여부와 정도를 평가토록 하는 것이 아니라, 설정된 기준으로만 기사 내용을 코딩함으로써 그 결과에 따라 오보의 정도를 파악할 수 있는 그런 분석 기준 리스트를 구성해보는 것이다.

본 연구는 여기서 주관적 오보의 정도를 가늠하는 주요 영역은 메릴(1997)이 제시한 TUFF 모델의 네 가지 항목들을 기준으로 삼기로 한다. 사실성, 불편부당성, 포괄성, 공정성이 훼손된 기사는 다음과 같은 측면에서 객관적, 주관적 오보를 양산하는 것이라 할 수 있다. 우선 사실성이 부족한 기사는 객관적 오보로 이어짐은 주지의 사실이다. 일정한 편견이 기사 내용에 반영된 경우에는 중립적인 시각에서 해당 사안의 전모를 다루지 못하기 때문에 주관적 오보를 범하게 된다. 전체성이 상실된 기사는 해당 사안을 전후 맥락 속에서 적절하게 이해할 수 있도록 돕는 것이 아니라 그 사안의 부분적인 측면에만 관심을 집중시킴으로써 역시 주관적 오보를 만들어내게 된다고 할 수 있다. 공정성이 결여된 기사는 특정 그룹이나 입장에 불공평하게 많은 지면, 방송시간 등을 배정하고 기타 그룹이나 입장 등에는 상대적으로 적은 관심을 기울임으로써 주관적 오보를 낳아 경쟁하는 사상, 입장, 정책, 인물 등이 그 내용적 우월성이 아니라 미디어의 불공평한 보도로 불균형적으로 형성된 여론의 희생양이 될 수 있다.

여기서 한 가지 부연할 사항은 사실성을 지칭하는 T와 관련된 것이다. 사실성의 경우, 본 연구에서 1차적으로 한 기사에 담긴 정보들이 사실이나, 아니냐를 확인가능한 것이 아니다. 그럼에도 불구하고 이 항목을

분석 대상으로 유지하기로 한다. 이는 기사의 사실성, 혹은 진실성은 시간, 장소, 날짜, 인원수, 금액 등의 수치로 제시되는 1차적인 팩트의 사실 여부 만으로만 결정되는 것이 아니라 하나의 대표사실, 혹은 명제가 얼마나 충분한 증거 팩트들에 의해 뒷받침이 되는가 하는 것도 또 다른 차원의 사실성을 구성하기 때문이다. 예를 들어, ‘하반기 경제가 악화되었다’고 하는 대표 사실이 전달된 기사에서 얼마나 많은 증거 팩트들이 제공되는가의 양적인 측면은 경제 전문가가 아니더라도 분석이 가능하다고 할 수 있다.

2. 뉴스 정확성을 위한 가이드라인들

다음으로 고려할 사안은 개별 기사의 주관적 오보 정도를 코딩하는 과정에서 충분한 코더 간 신뢰도를 확보할 수 있도록 사실성, 불편부당성, 포괄성, 공정성을 대변하는 명료한 세부 코딩 항목을 설정하는 것이다. 본 연구에서는 현장에서 기자들이 취재 활동의 가이드라인으로 활용하는 지침들이 그 취재 활동의 결과물로서의 기사의 오보성을 측정하는 데에도 역시 유용한 기준이 될 수 있다는 판단 아래, 미국 기자들이 취재 활동에 이용하도록 마련된 다수의 정확성 점검 리스트(accuracy check list)들을 살펴보고 이중 TUFF 개념에 적용할 수 있는 지침들을 중심으로 코딩 항목들을 구성하는 전략을 시도했다.

가. 새너제이 머큐리 뉴스의 정확성 점검 리스트

이 과정에서 주요 정확성 점검 리스트로 적용 대상으로 선정된 것은 우선 미국 서부 캘리포니아의 새너제이에서 발행되는 ‘새너제이 머큐리’가 미국에디터 협회(American Society of News Editors, ASNE)의 ‘저널리즘 신뢰도 프로젝트(Journalism Credibility Project)’의 일환으로 지난 1999년 작성한 정확성 점검

리스트이다. 이 리스트는 그 해부터 다음해까지 8개월 간 일선 기자들을 상대로 활용케 해 이 리스트를 취재 활동에 사용하지 않은 그룹보다 오보율이 10%가량 떨어지는 것이 확인되었다.

총 10개 항목으로 구성된 이 리스트에는 그러나 '기사에 거론된 이름, 직책, 장소를 두 번 확인했는가'와 같이 본 연구에서는 활용이 불가능한 항목들도 포함되어 있다. 이처럼 현장 기자들만이 확인할 수 있는 항목들을 제외하고 본 연구에서 이용 가능한 항목들을 간추려 보면 다음과 같다:

- ▷리드문장은 충분히 지원되는가? (Is the lead sufficiently supported?)
- ▷스토리는 공평한가? (Is the story fair?)
- ▷모든 이해관계 그룹들이 기사 속에 등장하고 그들의 목소리가 기사에 반영될 기회가 주어졌는가? (Were all the stakeholders identified, called and given a chance to talk?)
- ▷이 기사로 인해 신경을 거슬리게 되고 화를 낼 그룹이 누구인가? 왜? 그렇게 되어도 문제는 없는가? (Who will be annoyed/angry with this story tomorrow? Why? Are we OK with that?)
- ▷기사가 어느 한 쪽만 편을 드는 것은 아닌가? (Did we pick sides?)
- ▷(기사 속에서) 우리가 바라는 결과에 대한 가치 판단을 하지는 않았는가? (Did we make value judgments about outcomes we want?)
- ▷누군가 이 기사를 보고 정도 이상으로 좋아하게 되지는 않을 것인가? (Will some people like this story more than they should?)
- ▷기사에서 누락된 것은 무엇인가?(What's missing from the story?)
- ▷기사 스토리를 완전히 이해하기 위해 배경 정보가

요구되는 것은 아닌가? (Is the background material required to understand the story complete?)

나. 전문기자협회(Society of Professional Journalists)의 정확성 점검 리스트

- ▷모든 정보들이 출처(인물 혹은 근거 자료)가 제시되었는가? (Have you attributed or documented all facts?)
- ▷인용구는 적절한 맥락 하에 공평하게 제시되는가? (Are the quotes in your story presented fairly, in context?)
- ▷익명의 취재원을 사용하는가? 왜 사용하는가? 그런 익명의 소스를 사용하는 것의 정당성을 대중에 설득할 수 있는가? (Are you quoting anonymous sources? Why are you using those. Are you prepared to defend publicly the use of those sources?)
- ▷익명의 취재원이 제공한 자료나 사진을 사용하는가, 왜?(Are you using any material documents or pictures provided by anonymous sources? Why?)
- ▷사람, 소수그룹, 인종, 문화, 국가, 사업가·베트남인·치어리더와 같은 특정 사회 집단을 스테레오타입이 개입된 수식어를 사용해 묘사하는가? 그런 묘사는 주어진 맥락에서 정확하고 의미가 있는가? (Have you described persons, minority groups, races, cultures, nations, or segments of society—e.g. business people, Viet Nam veterans, cheerleaders — using stereotypical adjectives? Are such descriptions accurate and meaningful in the context presented?)

- ▷자료의 타당성에 대해 어느 정도 자신하는가?
이 자료를 사용하는 것의 정당성에 대해 대중
에 뉘뉘뉘하게 설명할 수 있는가? (What is your
level of confidence about the validity of
this material? Are you prepared to defend
publicly the use of that material?)
- ▷제목은 기사 내용을 적절히 반영하는가? (Do
your headlines (or broadcast promos or
teases) accurately present the facts and
context of the story to which they are
referring?)

3. 지수 항목 개발

위에서 간추린 정확성 점검 리스트 항목은 그대로
코딩 과정에 적용하기 어려운 경우도 있다. 예를 들
어, ‘자료의 타당성에 대해 어느 정도 자신하는가? 이
자료를 사용하는 것의 정당성에 대해 대중에 뉘뉘
하게 설명할 수 있는가?’하는 질문은 기사의 오보성 평
가 작업에 참여한 코더가 그대로 사용하기에는 적절
치 못한 것이다. 이 점검 항목의 요지는 자료의 타당성
을 다룬 것이므로 ‘자료의 타당성’이라는 항목으로 조
정하는 것이 필요하다. 실제 유목 분석 과정에서는 출
처가 안 밝혀진 경우, 밝혀졌는데 상식적으로 해당 맥

락에서 적절해 보이지 않는 경우, 언급된 출처가 적절
함에 의문이 생기지 않는 경우 등으로 나누어 분류가
가능할 것이다.

또한, ‘스토리는 공평한가’와 같은 항목은 원 영역인
‘공평성’에서 한걸음 더 구체화된 내용이 없다고 할 수
있다. 이런 경우는 점검 항목 리스트에서 제외되었다.
위에서 소개된 두 가지 종류의 정확성 점검 리스트는
이와 같은 방식으로 조정 과정을 거쳐 TUFF의 네 가
지 영역 중 관련되는 그룹에 배치되었다.

제목의 적합성과 익명 취재원의 사용, 자료의 타당
성의 경우, 부적절한 제목, 익명 취재원, 부적절한 자
료의 사용이 기사의 사실성을 해칠 수도 있고 기사의
선입견을 반영하거나, 혹은 부분에만 치우친 보도의
성격을 반영할 수도 있으므로 기타 항목으로 둔다. 각
영역은 두 가지 점검 항목으로 구성되며 세 가지 기타
항목은 기사별로 관련 되는 영역에 포함시킨다.

IV. 샘플 기사를 이용한 코딩 사례

본 연구에서는 메릴(1997)의 TUFF 모델에서 제시
하는 이상적 기사 요건과 주관적 오보의 내용적 유사
성에 착안해 오보 지수 측정 도구를 개발했고 그 과정
에서 취재기자들의 정확성 점검 리스트가 활용되었

〈표 1〉 오보지수 측정 도구 (=TUFF 영역별 오보 점검 항목 리스트)

영역	오보 점검 항목
사실성	▷리드문장에 대한 팩트 지원의 충분함 ▷정보 출처(인물 혹은 근거 자료)의 제시
불편부당성	▷가치판단 여부 ▷스테레오타입형 수식어 사용
포괄성	▷기사에서 누락된 것 ▷배경정보의 필요성
공평성	▷모든 이해 그룹의 등장 및 목소리의 공평한 반영 ▷이 기사로 호불호의 감정을 가질 그룹은 누구이며 그런 감정도발에도 불구하고 이 기사는 정당한가
기타	▷제목의 적합성 ▷익명 취재원(혹은 그가 제공한 자료)의 사용 ▷자료의 타당성

다. 이 측정 도구를 활용해 실제 기사를 대상으로 오보 지수 측정 작업을 실시해 보았다.

안철수, 갑자기 태도 돌변한 이유 알고 봤더니...

文-安, '지분권·후계권' 놓고 밀약했다?

文측, 사실상 권력 나눠먹기 시인 "거국내각 공동정부"

여의도가 뒤숭숭하다.

느닷없이 발표된 안철수 전 대선후보의 '적극지원 결정' 때문이다. '문재인-안철수' 두 인사는 6일 갑작스럽게 이뤄진 회동에서 '대선 후 긴밀 협의'를 약속했다. 순식간에 벌어진 일이었다. 불과 몇 시간 전까지만 해도 안철수 전 후보 캠프 내부에선 갈등, 분열이 그 어느 때보다 심화되고 있었다.

그러던 중 급보가 날아들었다. 아무 조건 없이 문재인 후보를 지원하겠다는 내용이었다. 이에 정치권에서는 '문재인-안철수' 두 인사가 향후 권력을 나누는 공동정부 구성방안에 대해 교감한 것이 아니냐는 해석을 내놔다. 일각에선 '이면합의설'도 제기됐다.

1. 안철수를 19대 대통령으로 밀어 준다. 2. 총리직을 비롯한 정부 주요 요직 인사에 대해 협의한다. 3. 이해찬 대표를 포함한 친노 세력은 퇴진한다. 4. 문재인 후보는 의원직을 사퇴하고 대선 패배시 정계를 은퇴한다.

안철수 전 후보가 진흥당 단일화 과정에서 "영혼은 팔지 않았다", "이념적 차이를 느꼈다"고 불만을 토로했다가 손바닥 뒤집듯 마음을 돌린 상황을 곱씹게 하는 대목이다.

'권력 나눠먹기' 밀약설을 놓고 정치권이 들쭉이자 다음날인 7일 새누리당은 "심히 거북하고 민망한 내용들까지 나돌고 있다"며 쓴소리를 던졌다.

박선규 중앙선대위 대변인의 브리핑 내용이다. "문재인-안철수 두 분의 모습을 보며 걱정되는 것이 많다. 벌써부터 함께 한 세력들 간의 지분 얘기와 자리 얘기가 흘러나온다."

"어제 저녁부터는 두 사람 사이에 밀약설까지 나돌고 있다. 그 내용들을 보면 문재인 후보 의원직 사퇴, 패배시 정계은퇴, 이해찬 대표 배제, 총리를 포함한 인사권 보장 등이다."

"듣기 거북하고 심히 민망한 내용들이다. 사실이 아니기를 바라지만 많은 국민은 이미 당연히 그랬을 것이라 읽어내고 있다." "이것이야말로 구태 아닌가? 본인들이 뭐라 설명하든 박근혜 후보를 이겨보겠다는 목적 하나로 명분도 약속도 다 팽개치고 이익만을 좇는 구시대정치의 전형이 아닐 수 없다."

'권력 나눠먹기' 밀약설이 SNS를 통해 확산되자 문재인 후보 측은 공동정부를 구성하겠다고 밝혔다. 사실상 권력 분점을 시인한 셈이다. 문재인 후보 측 우상호 공보단장은 '거국내각' 구상과 관련해 영등포 당사에서 브리핑을 갖고 다음과 같이 말했다. "거국내각은 문재인 후보 진영뿐만 아니라 국민연대와 안철수 전 후보 진영, 합리적 보수까지를 포괄하는 국민통합형 정부 구상이다. 문재인 후보를 지지하면 통합형 거국내각이 구성된다는 점에서 국민들의 선택이 보다 분명해졌다." 결국 정부 주요 요직을 진영별로 나누겠다는 내용이었다.

새누리당은 "그러면 그렇지"란 반응을 보였다. 이정현 공보단장은 이날 기자들과 만난 자리에서 "거국내각 구성은 전형적인 '권력 나눠먹기'이자 '자리 나눠먹기'라고 일침을 놔다.

"안철수씨가 민주당 대선후보 지원에 나서면서 가면이 벗겨졌다." "안씨가 실패한 노무현 정권 연장에 앞서는 것은 새 정치가 아니라 현 정치고 구태 정치인이다." "지금 안철수씨의 모습은 별 수 없는 정치꾼으로 그에게 필요한 것은 권력이고 명예고 안랩 주가 원상회복이다. 국가의 미래보다 안랩 주가의 미래가 더 걱정되는 사람이다." "문재인-안철수 두 분이 만나서 한 '이면합의'가 이런 것인지 선거 전에 유권자 앞에 밝히는 게 새 정치다."

문재인 후보를 겨냥한 공세 수위도 한층 높였다. "유세는 안철수와 같이하고 토론은 이정희 뒤에 숨는 문재인 후보가 혼자 할 수 있는 게 무엇이나. 정치 마마보이가 아니냐."

"문재인 후보는 안철수-이정희가 곁에 있어 마음이 든든할지 모르겠지만 이념연합, 권력연합을 지켜보는 국민은 국정혼란과 경제위기 앞에 불안한 후보일 뿐이다."

"야권은 좌파대연합의 그랜드슬램을 달성한 것 같다. 더 좌파인 이정희, 덜 좌파인 심상정, 급진과격모험인 친노 핵심을 다 모았다." "쌀밥에 누 섞이듯, 까마귀 무리에 백로 섞이듯 이

질적인 사람 있으니 그제 안철수인데 요즘 행태 보면 겉 회고 속 검은 사람이 안철수 아닌가 싶다.”

이 기사는 2012년 12월 7일 인터넷신문인 뉴데일리에 게재된 기사다. 이 기사는 이름, 날짜 등 분명한 팩트가 틀려 눈에 띄기보다 틀릴만한 팩트 자체가 보이지 않는 것이 눈에 두드러진 기사라 할 수 있다. 확실성이 짐작되는 부분은 정치적 동기가 강하게 담긴 정당 관계자들과, 역시 정치적 입장을 강하게 드러낸 SNS의 목소리 정도이다. 이 기사의 보다 자세한 오보성 분석 결과는 다음과 같다.

V. 논의 및 결론

본 연구는 온라인 뉴스가 스마트폰·아이패드 등 신형 통신 기기를 통해 시민들에게 실시간으로 전달되는 시기가 도래하면서 기사의 질이 향상되기보다 오히려 점점 하락하는 경향이 두드러지고 있는 현실에 대한 인식에서부터 출발했다. 이 와중에 문제 현실

에 대한 실태 파악조차 시의 적절하게 이뤄지지 않고 여론은 오보성이 강한 뉴스들의 무차별적 공격에 공략당하는 사태가 시시각각으로 벌어지고 있다.

독자들의 클릭을 유인하기 위해 내용과는 전혀 무관한 ‘낚시 제목’이 인터넷으로 유통되는 기사들에 난무하는 것은 물론, 정체불명의 소스를 인용해 팩트를 가장한 미확인 사실들이 블로그 카페 SNS 등 곳곳의 채널을 통해 확대 재생산되기도 한다. 뉴스 미디어간 취재 편집 관행이 서로 닮아가는 경향이 강한 국내 언론이 이런 다매체 시대 기사 질 하락 현상을 겪으며 국내 저널리즘 전체가 같이 퇴보하는 길을 걸을 수 있다. 일선 기자들의 취재력, 데스크의 책임 있는 기사 체크 및 조정 능력, 편집기자의 제목 기능 수행 등 저널리즘 현장 전반에 걸친 기능의 쇠퇴 현상이 진행될 수도 있다는 말이다.

언론 산업이 전적으로 경제 논리에만 맡겨져 방치된다면 이 같은 변화는 심화될 수도 있을 것이라는 예상도 나오고 있다. 결국 하나의 대안으로 생각할 수 있는 것이 언론의 기능에 대한 외부의 감시 기능의 강화이다. 이는 언론중재위원회와 같은 공식 기관의 활

〈표 2〉 오보성 분석 사례

오보 점검 항목	검토 결과
▷리드문장에 대한 팩트 지원의 충분함	-리드 문장의 메시지 자체가 불분명 ('뒤송송') -핵심 팩트인 4개항의 이면합의 출처 및 근거 전무
▷정보 출처(인물 혹은 근거 자료)의 제시	-무정형 주어: '정치권' '일각' -근거 없이 전하는 '설'을 그대로 전하기: 어제부터는 '밀약설'까지...
▷가치판단 여부	-사퇴후보의 타 후보 지원에 대한 기자의 해석: '손바닥 뒤집듯 마음을 돌린 상황'
▷스테레오타입형 수식어 사용	-“겉 회고 속 검은 사람”
▷기사에서 누락된 것	-밀약설에 대한 당사자의 입장
▷배경정보의 필요성	-사퇴후보가 타 후보를 지원하는 것에 대한 보도인데 양자간의 그동안의 협상, 협력 관계에 대한 맥락 정보 누락
▷모든 이해 그룹의 등장 및 목소리의 공평한 반영	-다양한 SNS의 목소리 중 한쪽 성향의 목소리만 반영
▷이 기사로 호불호의 감정을 가질 그룹은 누구이며 그런 감정도발에도 불구하고 이 기사는 정당한가	-팩트를 전달하는 것이 아님. 정당한 알권리의 보장 기능 없음
▷제목의 적합성	-확인되지 않은 팩트를 제목으로 (文-安, '지분권'·후계권' 놓고 밀약했다?)
▷익명 취재원(혹은 그가 제공한 자료)의 사용	-무정형 주어: '정치권' '일각' -확인 안 된 이면합의 4개항
▷자료의 타당성	-타당성 부족: 확실한 팩트는 정치적 입장이 분명히 드러난 여당, SNS 목소리

등을 강화하는 전통적인 방식에 입각할 수도 있지만 달라진 매체 환경 속에서 이를 반영하려는 시도가 필요해 보인다. 달리 말해, 시민들의 뉴스를 비롯한 언론 생산물에 대한 감수성을 강화함으로써 ‘뉴스 리터러시’를 전 사회적으로 고양시키는 방향의 각종 프로그램을 생각해 볼 수 있다. 본 연구에서 주관적 오보를 중심으로 한 오보성 평가 도구의 개발을 시도하는 것도 이런 차원에서 학계 뿐 아니라 시민단체 등 일반 사회에서도 활용이 되는 것을 고려한 것이다. 기자들이 취재 및 기사 작성시 활용하는 정확성 점검 리스트 중 이를테면 “기사 리드가 팩트들에 의해 충분히 지원이 되는가”와 같은 질문들이 공식적인 조사에 활용될 뿐만 아니라 일반인의 뉴스 소비 과정에도 활용되는 사회적 변화가 바로 뉴스 리터러시의 향상이라고 할 수 있다.

이런 장기적인 변화를 향한 한 움직임으로서 본 연구는 먼저, 우리보다 반세기 먼저 오보 연구를 시작한 미국의 연구 결과물, 즉 오보 개념과 주요 발견들을 살펴보고 이어, 오보 지수 개발을 위해 해외 기자들이 사용 중인 정확성 점검 리스트와 언론 윤리학자의 이상적인 기사 요건 모델(TUFF)을 활용해 국내 언론 보도의 오보성 지수 측정 도구의 기초적 틀을 구성하고 실제 기사 평가에 적용해 보았다. 결론적으로, 온라인을 통한 뉴스 소비가 급증한 현실에서 오보는 단순한 ‘사실 오류’라는 카테고리적 개념을 넘어서 기사의 질을 가늠하는 연속적인 척도로 개념 전환이 필요하며 이와 일상의 뉴스 소비 과정에 뉴스 상품의 오보성을 수시로 점검하는 메커니즘과 문화의 활성화가 필요하다는 인식의 확산을 기대해본다. 이런 변화와 함께 본 연구에서의 오보성 측정 지수는 후속 연구와 함께 보다 정교하게 발전해갈 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김창룡 (1994). 보도의 진실, 진실의 오보. 서울: 나남출판.
- 우병동 (2002). 뉴스 보도의 정확성 연구. 언론과 사회, 11, 34-65.
- 유명순, 주영기, 손희정, 홍경진 (2012). 건강정보 문해력 측정을 통한 효과적인 리스크 커뮤니케이션 전략마련 연구. 2012년 식품의약품안전청 프로젝트.
- 임병국 (1990). 한국 일간신문의 오보와 그 구제에 관한 연구. 커뮤니케이션연구, 7, 41-64.
- 최창섭 (1985). 교황 방한 취재보도에 따른 로이터 통신의 오보사례분석. 신문학보, 19(5), 75-86.
- 한정호 (1997). 기사 오보의 구조와 그 개선 방안. 한양대학교 언론문화연구소 삼성언론재단.
- Berry, Jr., F. C. (1967). A study of accuracy in local news stories of three dailies. *Journalism Quarterly*, 44, 482-490.
- Burriss, L. L. (1985). Accuracy of news magazines as perceived by news sources. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 62(4), 824-827.
- Charnley, M. V. (1936). Preliminary notes on a study of newspaper accuracy. *Journalism Quarterly*, 13, 397-398.
- Hanson, G., & Wearden, S. T. (2004). Measuring newscast accuracy: Applying a newspaper model to television. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(3), 546-558.
- Maier, S. (2002). Getting it right? Not in 59 percent of stories. *Newspaper Research*

- Journal*, 23, 10–24.
- Maier, S. R. (2005). Accuracy matters: A cross-market assessment of newspaper error and credibility. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(3), 533–551.
 - Marshall, H. (1977). Newspaper accuracy in Tucson. *Journalism Quarterly*, 54, 165–168.
 - Mensing, D., & Oliver, M. (2005). Editors at small newspapers say error problems serious. *Newspaper Research Journal*, 26, 6–21.
 - Merrill, J. C. (1997). *Journalism Ethics: Philosophical Foundations for News Media*. New York, St Martin's Press.
 - Nemeth, N., & Sanders, C. (2001). Meaningful discussion of performance missing. *Newspaper Research Journal*, 22, 54–57.
 - Ryan, M., & Owen, D. (1977). An accuracy survey of metropolitan newspaper coverage of social issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 54(1), 27–32.
 - Thorson, E. (2003). What 35 years of academic research tells us. Poynteronline.com
 - http://www.poynter.org/content/content_print.asp?id=29033&custom=03. Accessed December 2012.
 - Tichenor, P. J., Olien, C., N., Harrison, A., & Donohue, G. (1970). Mass communication systems and communication accuracy in science news reporting. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 47(4), 673–683.
 - Tillinghast, W. A. (1983). Source control and evaluation of newspaper. *Newspaper Research Journal*, 5, 13–24.