

한국 언론의 익명취재원 사용관행: 독자 신뢰보다 취재원 프라이버시?

이재경 이화여대 커뮤니케이션·미디어학부 교수

2017년은 미투(me too) 운동이 시작된 해였다. 미투의 거센 물결은 2017년 10월 5일 뉴욕타임스가 영화제작자 하비 와인스타인(Harvey Weinstein)의 성폭력 사례들을 보도하며 시작됐다. 뉴욕에서 시작된 이 물결은 태평양을 건너, 지난해에는 서울까지 밀려와 한국사회를 흔들었다. 현직 도지사가 낙마했고, 검찰간부도 과거 잘못을 책임져야 했다. 뉴욕키(the New Yorker) 잡지와 와인스타인 기사를 공동 보도해 세계적 반향을 불러일으키며 풀리처상까지 가져간 딘 베케이(Dean Baquet) 뉴욕타임스 편집인이 당시 상황을 설명하는 얘기를 유튜브를 통해 들을 기회가 있었다. 이 신문의 회사 변호사인 데이비드 매크로(David McCraw)가 쓴 책을 소개하는 2019년 4월 2일 타임스 토크(Times Talk) 대담에서였다.

와인스타인 기사의 실명 취재원 확보 노력

베케이 편집인은 이 보도가 성공한 결정적 요인은 유명 여배우인 취재원을 실명으로 실을 수 있었기 때문이라고 말했다. 이 배우는 애슐리 주드(Ashley Judd)였다. 베케이는 이 배우를 설득하기 전에 자신은 담당 기자들에게 기사를 빨리 출고하자고 주장했다고 한다. 그가 보기에 보도에 필요한 내용이 모두 확보됐었다는 것이다. 그러나 담당기자들은 안 된다고 저항하며, 모두가 알아볼 만

한 유명한 배우가 실명 보도에 동의해 줄 때까지 기다리기를 고집했었다. 그렇게 며칠 기다리는데, 하루는 담당기자가 눈물을 흘리며 편집인실로 들어와 애슐리 유드가 동의해 이제 기사를 낼 수 있다고 말했다는 상황을 설명했다. 결과는 엄청난 사회적, 세계적 반향이었다. 물꼬가 터지자, 다른 유명 여배우들도 실명 보도를 받아들였다. 베케이 편집인은 한 명의 실명 취재원이 기사 가치를 얼마나 올리는지 실감했다고 고백했다. 자신의 판단이 틀렸다면 취재기자들의 고집을 칭찬하기도 했다.

이러한 베케이 편집인 얘기를 들으며, 어쩔 수 없이 우리 언론의 현실을 생각했다. 우리 신문에서도 이처럼 취재원 한 사람을 실명으로 신기 위해 기자들이 눈물겨운 노력을 하고 있을까? 한국 편집국장 가운데도 현장 기자가 기다리기를 요구하면, 거의 완성된 기사를 출고하지 않고 며칠씩 기다려주는 사람이 있을까? 물론 한국 기자들도 기사의 품질을 높이기 위해 최선을 다한다. 최대한 좋은 취재원을 확보하려고 가능한 방법을 모두 동원한다. 에디터들 역시 수준 높은 뉴스를 제작하기 위해 가능한 자원을 모두 활용한다. 그러나 독자가, 시청자가 마주하는 한국 기사들의 모습은 최고수준의 품질과는 거리가 먼 게 부인하기 어려운 현실이다. 특히 취재의 투명성 문제는 심각한 수준이다.

A씨가 너무 많은 한국 기사들

주요 매체가 생산한 기사를 읽으며 특히 올 들어 “A씨”라는 표현이 부쩍 많이 보이는 느낌을 받았다. 취재원을 A씨로 표현하는 방식은 “김모씨”, “청와대관계자”, “학계의 한 인사”, “문화계 관계자” 등 과거의 익명 취재원 표현방식과는 확연히 다른 익명성으로 다가왔다. 거의 완전한 익명화가 아닌가 생각됐다.

한국 언론의 신뢰도 저하가 심각하게 걱정됐다. 가뜰이나 독자의 이탈 속도가 가파른 데다, 가짜 뉴스가 넘쳐나는 환경에서 실존 여부를 전혀 짐작도 할 수 없는 취재원 밝히기 방식은 상황을 급격히 악화시킬 것이 분명해 보였다.

기사를 준비하는 학생들과 이 문제를 진단해 보기로 했다. 프런티어 저널리즘 스쿨에서 공부하는 다섯 명의 학생이 분석할 자료를 수집했다. 서울에서 발행하는 5개 일간지, 2개 경제지, 지상파와 종편방송사 6곳의 메인뉴스, 그리고 연합뉴스의 기사를 1주일치씩 모았다. 선진적 사례와 비교해 보기 위해 뉴욕타임스 기사도 1주일치를 모아 살펴봤다(스토리 오브 서울(www.storyofseoul.com) 기사, “A씨를 찾아서”, 2019년 5월 27일 게재). 분석 기간은 2019년 2월 11일부터 16일까지였다.

결과는 예상대로였다. 매체별로 적지 않은 A씨 기사가 발견됐다. 가장 많은 기사를 게재한 매체는 연합뉴스였다. 엿새 동안 무려 373건의 기사에 A씨가 등장했다. 하루에 60건 꼴이다. 신문들은 이보다는 적었다. 경향신문이 상대적으로 많아 23건, 동아일보 17건, 중앙일보 13건, 조선일보는 7건, 한겨레 4건 등으로 확인됐다. 조사대상 기간 동안 방송사는 JTBC 9건, 채널A 7건, MBC 4건,

KBS와 SBS는 3건씩 A씨가 취재원으로 등장하는 기사를 보도했다. 안타까운 점은 A씨가 취재원으로 등장하는 기사를 쓰지 않은 한국 매체는 없었다는 사실이다. 비교를 위해 수집한 뉴욕타임스의 기사들에서는 A씨 류의 기사는 한 개도 찾을 수가 없었다.

언제부터 이러한 종류의 취재원을 쓰기 시작했는지를 알아 보기 위해 한국언론진흥재단의 데이터베이스인 빅카인즈를 가지고 검색을 시도했다. 한국매체에 A씨가 등장하기 시작하는 시기는 1992년쯤으로 추정된다. 그러나 1990년대에는 그 수가 아주 적었다. 눈에 드러날 정도로 빈도가 늘어난 시기는 2010년쯤부터다. 2016년 정도 되니, A씨를 취재원으로 사용한 기사 수가 260개 정도 검색됐다.

아래 사례들은 실제 기사에서 A씨 형식의 취재원이 사용된 경우들이다.

“A씨는 지난 4월 10일 인구조사를 빙자하여 방문한 중앙교육사 방문판매원의 선전에 못 이겨 ‘곰돌이 천재교육’ 등 3종의 도서를 49만 4천 원에 24개월간 할부 구매키로 하고 국민카드로 결제했다.”

“재정 상태가 나쁜데도 협회는 전임회장 A씨(2018년 초까지 재직)에게 퇴임 직후 4억여 원의 성과급을 지급했다.”

기사 내용을 검토해보면, 취재원이 익명이어야 하는 이유를 발견하기 어렵다. 이름이 알려질 경우 신변에 불이익이 가해질 일이 있어 보이지 않는다. 두 번째 기사는 심지어 취재원도 아니다. 이렇게 완벽하게 익명성을 보장해야 하는 이유를 짐작하기 어렵다. 이러한 기사를 읽으며, 독자는 의심을 지우기 어렵다. 과연 A씨는 실제로 존재하는 인물인가? 기사를 취재한 기자는 A씨라는 사람을 만나 관련 사실을 확인했을까? 혹시 취재시간이 부족해 가공의 인물을 만들어 쓰지는 않았을까? <저널리즘의 기본원칙>을 쓴 빌 코바치와 로젠스틸(Bill Kovach and Tom Rosenstiel)은 디지털 시대에 독자 신뢰를 확보하는 가장 중요한 요건은 기사의 투명성(transparency)이라고 말했다. 그들이 강조하는 투명성의 핵심은 취재원과 취재 과정을 독자가 확인할 수 있게 보여주는 일이다. 취재원의 신분을 드러내면 안 되는 경우는 왜 그래야 하는지를 독자가 이해할 수 있게 설명하라는 게 그들의 주문이다. 코바치와 로젠스틸은 저널리즘과 가짜뉴스를 가르는 핵심 기준이 투명성임을 강조한다.

뉴욕타임스의 익명취재 기준

뉴욕타임스는 <윤리적 저널리즘>(Ethical Journalism)이라는 자사의 윤리규정집에 “익명성과 그 장치들(Anonymity and Its Devices)”이라는 항목을 제시한다. 이 규정은 첫 줄에 “익명취재원은 뉴스가치가 있는 정보를 다른 방법으로는 게재할 수 없는 경우에 한해 제한적으로 허용된다”고 강조한다. 평상적으로 사용하는 기사쓰기 방식은 아니라는 의미다. 뉴욕타임스는 또 기자는 익명 취재원을 사용해야 하는 경우 취재원에게 그러한 내용을 약속하기 전, 또는 취재를 시작하기 전에 담당

에디터와 이 문제를 반드시 협의해야 한다고 규정한다. 기자가 데스크 이해 없이 자의적으로 익명취재원을 사용하면 안 된다는 뜻이다. 또 에디터는 익명취재원에 관한 한 취재원에 관한 정보를 기자와 상세히 공유해야 한다는 의미이기도 하다.

익명의 취재원을 써야 하는 경우, 뉴욕타임스 윤리규정은 기자는 독자에게 해당 취재원은 어떠한 위치에 있는 사람인지, 그리고 그러한 사람이 어떠한 배경에서 뉴욕타임스 기자에게 기사에 게재하는 정보를 제공하기로 합의했는지를 최대한 자세하게 설명해야 한다고 요구한다. “취재원이 요구해서 익명으로 보도한다”는 방식의 상투적 표현은 사용하면 안 된다는 내용도 규정에 포함돼 있다. 또 한 명의 취재원을 여러 명으로 포장하는 행위도 뉴욕타임스 기자는 하면 안 된다고 분명히 경계한다.

뉴욕타임스 규정에는 한 가지 더 우리 기자들이 학습해야 할 내용이 있다. 익명의 취재원을 사용해서는 누군가를 공격하거나 비판하는 내용을 기사에 쓰지 못한다는 내용이다. 실제로 이 내용을 좋은 저널리즘연구회가 분석해 보니 한국의 10대 일간지 기사들 가운데는 기사 세 건에 한 차례 빈도로 부정적 직접인용구를 익명으로 사용하는 실태가 확인됐다(김경모 등, 2018, 141쪽). 그러나 뉴욕타임스의 경우는 조사한 72건의 기사 가운데 그러한 사례를 하나도 찾을 수가 없었다. 청와대 인사는 물론, 여당, 야당 정치인 할 것 없이 자신은 드러내지 않으면서 정적을 공격하는 행위에 일상적으로 언론이 이용당하는 한국의 현실을 다시 생각하게 하는 뉴욕타임스의 윤리 규정이다.

이번 학기에 학생들에게 보도자료 기사쓰기를 가르치다 경찰서 보도자료에서 피의자에 대한 표현으로 A씨, B씨란 표현이 일상적으로 사용되는 사실을 발견했다. 그리고 나서 불안해졌다. 일선 경찰들이 보도 자료에 사용하는 표현을 경찰취재 기자들이 기사에 그대로 옮겨 쓴 결과가 기사에 등장하는 A씨들은 아닐까? 그렇지는 않으리라 믿고 싶다.

A씨가 취재원으로 등장하는 기사가 사라지기를 희망한다. 익명취재원 기사가 모두 잘못됐다는 주장은 아니다. 단지 기자들이, 언론사들이 기사를 취재하고 완성하는 과정에 독자에 대한 예의, 관심을 구조화하기를 바랄 뿐이다. 기자들이 어려운 환경에서 일하고 있다는 사실을 잘 안다. 그래서 더 윤리적이기를 바란다. 그래야 독자의 신뢰가 다시 만들어지고, 저널리즘에 대한 존경이 가능해지기 때문이다. 그리고 이러한 바탕에서 기자일이 전문직으로 존중될 수 있기 때문이다. 🇰🇷

참고문헌

- 1) 김경모 외 4인. (2018). <기사의 품질>. 서울: 이화여자대학교 출판문화원.
- 2) Bill Kovach and Tom Rosenstiel. (2014). The Elements of Journalism (3rd ed.) 이재경 (역) (2014). <저널리즘의 기본 원칙>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 3) 스토리오브서울 미디어취재팀 (2019, 5, 27). A씨를 찾아서. <스토리오브서울>. URL: <http://www.storyofseoul.com/news/articleView.html?idxno=3333>