기자와 피디, 또는 사실과 스토리

김지영 동국대 미디어커뮤니케이션학과 대우교수
서울제4부 중재위원, 前 경향신문 편집인

미디어전공 학생들에게 강의하는 도중, 나는 가끔 이런 질문을 던진다.

"기자와 피디의 차이점이 무엇일까요?"

기자와 피디(프로듀서)는 학생들의 전공이나 미래직업과 긴밀한 관련성이 있다. 하지만 이런 질문에 대한 정답이 교재에 나와 있지는 않다. 나는 학생들이 저마다 나름의 관점으로 뭐라고 말할지, 어떤 기발한 대답이라도 나올지 기대해 보는데, 대개는 응답이 없다.

피디, 위대한 서사의 힘으로

내 답변은 이렇다. 첫째, 기자는 사실(fact)을 추구하고, 피디는 이야기(story)를 추구한다. 둘째, 기자는 주로 혼자 일하고 피디는 팀으로 일한다.

나는 저널리즘에 대한 강의에서 그 개념을 막 설명하려는 도입부에서 이 질문을 꺼낸다. 저널리즘의 뼈대는 바로 '사실'이며, 그러한 저널리즘을 발판으로 사는 직업인이 기자라는 점은 매우 중요하기 때문이다.

피디가 직접 뛰어들어 다루는 분야에는 물론 탐사보도와 같은 저널리즘도 있다. 하지만 그 본령은 역시 이야기, 즉 서사의 세계다. 거기에는 사실과 함께 허구도 많다.

가깝게 지내는 피디 출신 친구와 대화를 나누던 중 이런 얘기를 했더니 그가 말했다.

"사실이면 다요?"

평소에도 어깃장 놓듯 하면서 정곡을 찌르는게 그의 화법이지만, 이번 경우도 맞는 말이다. 이 세상은 사실이 절대로 다가 아니다. 사실과 함께 허구가 많은 피디의 스토리 세계는 기자들처럼 '사실이냐, 아니냐'가 중요한게 아니다. 거기에는 상상과 공상, 환상 등 사실이 아닌 것 뿐 아니라 비현실도 많다. 사실과 허구, 현실과 비현실의 경계를 넘어 그 지평에 끝이 없다.

인류의 역사 자체가 그 문법을 밟아왔다. 눈에 보이지 않는 것이 보이는 것을 이끌고, 비현실이 현실을 좌우하며, 허구가 진리를 낳고, 꿈꿀 수 없는 것을 꿈꾸게 하면서 지금까지 문명의 꽃을 피워왔다. 허다한 철학과 문학·예술의 작품, 여러 종교의 경전, 신화와 전설·민담, 할머니의 무릎을 베고 듣던 옛이야기, 현대의 드라마가 모두 그러하다. 누가 단군신화와 그리스 신화, 할머니의 옛이야기, 종교 경전내용이 사실이 아니라고 배척하거나 비판하겠는가. 이야기가 중요한 것은 사실 때문이 아니라 사람들로 하여금 감동을 받게 하고 꿈을 꾸게 하는 메시지 때문이다. 그것이 이야기의 힘, 서사의 위대함인 것이다. 인류역사는 사실과 허구, 현실과 비현실이 씨줄과 날줄로 교직해온 셈이다.

"의견은 자유이나 사실은 신성하다"

저널리즘과 기자는(법·과학 등의 분야도 그렇지만) 현실의 마당에 사실의 뼈대를 세우면서 한편으론 스토리 또는 피디와 함께 밤하늘의 같은 별을 바라본다.

물론 사람들의 일상생활에 인터넷 미디어가 정착하면서 마감시간과 지면공간의 제약이 사라지자 이른바 이야기형(내러티브) 기사체도 등장했다. 전통적인 저널리즘 기사체라면 역삼각형 문장이다. 마감시간 또는 방송시간과 지면공간의 제약 속에서 어떤 상황의 발생으로 문장을 줄일지라도 뒤에서부터 잘라 버리면 메시지 전달에 차질이 없도록 중요한 사실부터 써나가는 형태이다. 시간과 공간의 제약이 사라진 인터넷 미디어가 활성화하자 역삼각형 기사체만 고집할 이유가 없어졌다.

그렇더라도 이야기형 기사체 역시 역삼각형이 아닌 기승전결형 등 다른 문장구조로 바뀐 것일 뿐 뉴스를 다루는 한, 허구가 아닌 사실을 전제로 해야 한다.

그렇다면 매체들은 '사실'을 어떻게 다루어야 할까? 최소한으로 압축해서 말하자면 두가지다. 먼저 사실을 검증해야 한다. 그리고 사실과 의견을 구분해야 한다.

'기자가 사실을 확인하지 않고 검증하지 않은 뉴스는 가짜뉴스(허위조작정보)가 되거나, 설사 허위로 조작한 정보가 아니라 할지라도 정확성과 객관성, 공정성이 현저히 떨어지는 불량뉴스가 되기 쉽다. 또는 유언비어나 뜬 소문과 다름없는 '카더라' 뉴스가 될 뿐이다.

사실을 검증하기 위한 1차적 조건은 기사에서 취재원(출처)을 (가능한 실명으로) 밝히는 것이

다. 이같은 '사실'과 '사실의 출처'는 저널리즘의 정확성과 객관성, 공정성을 위해 필수불가결한 장치이다. 이 점에 대해 저널리즘 지침의 원전이라 할 수 있는 신문윤리는 "기자는 취재원이나 출처를 가능한 밝혀야 한다. 다만 공익을 위해 (취재원 보호 등) 부득이 한 경우나 보도가치가 우선하는 경우 취재원이 요청하는 익명을 받아들일 수 있다"고 규정하고 있다(신문윤리실천요강 제5조 취재원의 명시와 보호 ① 취재원의 명시와 익명조건).

다음으로 '사실과 의견의 구분'을 들여다보자.

어떤 사실에 기자 자신의 의견(opinion)을 개입시켜서는 안된다. 이는 '사실기사' 뿐 아니라, 사실에 의견을 붙이는 '의견기사'(사설·칼럼 등)도 마찬가지다. 의견은 어떤 것이라도 상관없지만 기자의 의견 때문에 사실 자체를 왜곡하거나 조작해서는 안되는 것이다.

이에 대해 신문윤리강령에서는 "기자는 사실과 의견을 명확히 구분하여 보도기사를 작성해야 한다. 또한 기자는 편견이나 이기적 동기로 보도기사를 고르거나 작성해서는 안된다"고 밝히고 있다(신문윤리실천요강 제3조 보도준칙 ①보도기사의 사실과 의견 구분).

사실과 의견의 구분에 대해서는 영국 언론인 찰스 P. 스콧(1846~1932)의 말이 매우 적확하다. 그는 "의견은 자유이나, 사실은 신성하다"고 말했다.

'사실과 의견의 구분'은 현대 저널리즘의 기초인 '객관보도'의 핵심요소로서 20세기에 들어 이론이 정립된 것으로 알려져있다. 보도는 사실과 의견을 구분할 때에 비로소 정확해지고 객관적이며 공정해진다는 논리였던 것이다.

공자도 '사실검증', '사실과 의견의 구분' 강조

보도문장을 쓸 때 '사실과 의견을 구분해야 한다'는 글쓰기 법은 그러나, 이미 2,500년 전부터 있었다. 중국의 공자가 역사 기술방식으로 제시한 춘추필법(春秋筆法)이 바로 그것이다. 춘추필법은 중국의 경서(經書)인 춘추(春秋)와 같이 엄정하고 비판적인 태도로 대의명분을 밝혀 세우는 논법이다. 다시 말하면 우선 객관적인 사실을 철저하게 규명하고, 그 바탕 위에서 '선과 악'에 대한 의견을 내려 좋은 것은 높이고 나쁜 것은 낮추는, 즉 포폄을 하는 것이다.

사실의 검증, 사실과 의견의 구분이라는 현대의 저널리즘 원칙은 2,500년의 시간과 동서양의 공간을 관통하는 보편적 지침인 것이다.

이렇듯 시대를 관통하는 보편적 저널리즘 원칙은 지금 붕괴하고 있다. 저널리즘의 뼈대인 '사실'이 실종되고 있기 때문이다. 사실 실종의 원인은 위에서 언급한 것과 같이 보도 매체들이 사실을 제대로 검증하고, 사실과 의견을 구분해야 한다는 기본수칙을 지키지 않고 있는 탓이다.

한국이 유난히 그 정도가 심한 편이긴 하지만, 2000년 새 밀레니엄 이후 전 세계가 겪어오고 있는 현상이다. 그 배경에는 시대의 문명적 전환과 그 여파가 있다.

디지털 기술은 미디어 생태계를(물론, 다른 분야도 비슷하지만) 완전히 바꾸어 놓았다. 미디어의 형태와 생산, 소비, 유통 등에서 모든 경계는 무너졌다. 자본과 소수 엘리트들이 장악했던 미디어는 언제, 누구라도 소유하고 활용하는 시대로 바뀌었다. 예전에는 상상하기 어려운 수많은 매체, 다양한 매체가 활동하고 있다. 소셜미디어와 포털 사용은 이미 국민생활의 일부가 된지 오래이며 등록된 인터넷 언론매체만 지난해 말로 1만 개를 넘었다. 유튜브 등 1인 매체는 헤아릴 수 없을 정도다. 우리나라에는 하루에 6만여 개의 뉴스(추정치)가 유통되고 있다. 그런가하면 언론중재위원회에도 피신청인으로 지목되는 매체 중 인터넷 언론이 70%를 넘는다. 뉴미디어의 사용빈도나 그 영향력은 갈수록 지배적인 영향을, 아니 이미 일상생활로 정착했다.

미디어 혁명은 축복, 저널리즘 붕괴는 혹독한 대가

인류 역사에서 문자 발명이나 구텐베르그의 활자 및 인쇄기 발명에 버금가는 문명의 대전환, 인류는 그 축제를 구가하고 있다. 혹자는 오늘날의 세상을 두가지로 압축해 설명하라면 경제와 미디어라고 말하기도 한다.

말하자면 혁명이다. 하지만, 혁명은 언제나 진실을 희생공양의 번제물로 요구하는 듯하다. 사실(fact)과 저널리즘이 그것이다.

수많은 미디어들이 쏟아내는 보도에는 팩트 자체를 조작한 가짜뉴스(허위조작정보)는 물론, 가짜뉴스가 아니라 하더라도 정확성과 객관성, 공정성이 없어 신뢰할 수 없는 불량뉴스들이 차고도

넘친다. 오늘날 불량뉴스는 하루동안 유통되는 뉴스량의 절반을 거뜬하게 넘지 않을까. 뉴스 소비자들은 음식으로 치면 마치 상한 음식과 같은 뉴스를 상시적으로 섭취하고 있는 것이다.

옥스퍼드 사전이 '탈진실 시대(post-truth era)'를 명명한 것이 2016년. 당시 '가짜뉴스'가 보여준 파급력은 전 세계를 놀라게 했다. 페이스북에 가장 많이 공유된 기사 5개 중 4개가 가짜뉴스였다. '프란치스코 교황이 트럼프를 지지한다'(1위)거나 '힐러리가 테러단체 이슬람국가(IS)에 무기를 팔았다'(3위) 등은 삽시간에 전 세계로 퍼졌다. 페이스북 이용자들은 자극적인 내용을 접하자마자 '공유(share)' 버튼을 눌렀다. 당시 미국 대선기간 중 가짜뉴스가 유튜브, 페이스 북 등 인터넷에 공유된 수는 870만 건으로 주요언론사 뉴스의 인터넷 공유수인 730만 건을 앞섰다. 가짜가 진짜를 이긴 것이다. 뉴스가 사실을 담보하기 어려운 세상이 됐다 해서 세계가 충격에 빠졌다.

하지만 불과 6년이 지난 지금의 현실을 보면, 당시는 그나마 '순수의 시대'가 아니었나 싶을 정도다. 사람들은 '사실의 검증'이나 '사실과 의견의 구분'을 주장하는 일 자체를 말 그대로 복고풍으로 인식하기도 한다.

디지털 미디어는 우리편 편향과 수익성 편향, 이 두가지 때문에 악마적 갈등과 대립을 부추킨다. 이들 미디어는 그 특성상 사용자들이 개인의 취향과 신념에 따라 선택하기 좋도록 제작된다. 일반 콘텐츠는 물론이지만 뉴스조차도 기본 수칙인 사실의 검증과, 사실과 의견의 구분을 그다지 개의치 않는다. 대신 진영 논리를 내세우고 상대를 공격하는 데에는 적격이다. 우리편은 '선'이고 반대쪽은 '악'이므로 '악'에 대해서는 거침없이 마녀사냥을 한다. 증오와 혐오, 그리고 차별과 편견.

상대방 악마화의 도구로도

세상의 민주주의를 망치고 평화를 깨트리는 데에 적격이다. 새천년에 들어 나타난 전 지구적 재앙 세가지를 든다면 기후위기, 코로나, 그리고 뉴스의 탈진실이라고 할만 하다. 지난해 유시민 전 노무현 재단 이사장은 자신의 예전 유튜브 발언에 대해 사과문을 발표했는데, 이 사과문은 사건의 성격과 상관없이 디지털 미디어의 속성을 매우 잘 표현한 것이었다.

"대립하는 상대방을 악마화했고… 과도한 정서적 적대감에 사로잡혔고 논리적 확증편향에 빠졌습니다. 제 자신의 생각과 감정에 대해 비판적 거리를 유지하지 못했습니다. 단편적인 정보와 불투명한 상황을 오직 한 방향으로만 해석해, 입증 가능성을 신중하게 검토하지 않고 충분한 사실의 근거를 갖추지 못한 의혹을 제기했습니다 …"

제20대 대통령의 선거에서 주요 정당들이 주로 미디어를 통해 보여준 운동과정은 과거 어느때보다 수준이 낮았다는 국민적 지탄이 비등하다. 그 이유는 위의 유 전 이사장 사과문을 그대로 적용하면 잘 드러날 듯 하다.

디지털 미디어가 뉴스에서도 탈진실화하는 또하나의 이유는 수익 편향성이다. 미디어는 디지털

경제의 주요 모델이라고들 한다. 그럴 정도로 뉴스마저도 존재 가치를 수익성에 두고 사용자들의 시선을 붙잡기 위한 선정적이고 자극적인 내용과 편집에 우선 비중을 두고 있는 것이다.

앞으로도 학생들에게 "기자는 사실을 추구하고, 피디는 스토리를 추구한다"는 질문을 던지는게 좋을지?