

01

신뢰회복을 위한 제언 : 저널리즘의 기본으로 돌아가야

이승철 前 경향신문 논설위원, (사)6·10만세운동기념사업회 상임이사



탈진실사회와 유튜브

‘신문에서 읽었어요’, ‘TV에서 봤어요’

한마디로 이 말들은 1990년대까지만 해도 절대적인 권위를 가졌다. 전통 매체인 신문과 TV가 대중으로부터 막강한 신뢰를 얻었다는 뜻이다. 지금은 어떨까. 한국일보가 8월 기획기사 ‘한달 르포’에서 소개한 김승민 씨(60·가명)의 말은 충격적이다. 그리고 상징적이다.¹⁾

“같은 쪽 사람들이니까 믿는다”

일용직 노동자인 김씨가 자신이 사는 경기도 광명시에서 유명 진보 유튜브 버 ‘서울의 소리’ 백은중 대표가 주도하는 집회에 참석하기 위해 윤석열 대통령의 사저가 있는 서울 서초구로 가는 버스 속에서 기자에게 한 말이다. 김 씨는 “제도권 언론만 접했다면 대통령 부부 비리를 지금처럼 자세히 알지 못했을 것”이라고 말했다. 기자가 유튜브 내용을 모두 믿느냐는 물음에 “사실 여부에 대해선 내가 확인할 수 없다”라면서 ‘같은 편’을 믿음의 근거로 들었다. 유튜브 방송의 위력과 함께 우리나라 기성언론이 대중으로부터 불신을 당하고 있는 모습을 적나라하게 보여 준다.

그의 말은 진실 여부를 떠나 우리 사회가 누구 편인가가 더 중요한 ‘탈진실사회(post-truth society)’로 이미 진입했음을 확인시켜 준다. ‘탈진실’이란 단어는 2016년 영국 옥스퍼드 사전이 그해의 단어로 선정해 등재하면서 정식단어로 인정받았다. 옥스퍼드 사전은 2016년 ‘탈진실’이란 단어를 ‘여론형성과정에서 객관적 사실보다 감정과 개인의 믿음이 더 영향을 미치는 상황을 가르키는 말’이라고 정의했다.

유튜브 위력은 진보를 지향하는 시사주간지 시사인의 2020년도 여론조사결과에서도 일정 부분 확인되는 바다.²⁾ 시사인은 여론조사기관인 칸타코리아에 의뢰해 유튜브가 13%로 방송과 신문을 제치고 가장 신뢰하는 언론매체 1위로 올라섰다고 발표했다. 2위는 11.4%로 포털인 네이버가 차지했다. 유튜브의 신뢰도 상승은 2019년에도 12.4%로 2위를 차지해 어느 정도 예상이 됐다. 박근혜 당시 대통령에 대한 탄핵 국면을 주도해 2017년부터 줄곧 1위를 차지해오던 JTBC는 2019년부터 하향세로 돌아서 4위로 미끄러졌다. 이러한 유튜브의 위력에 대해 이종명 강원대 미디어커뮤니케이션학

1) 이정원·조소진·심희보 (2022. 8. 26). 일용직 워며 ‘진보 유튜브’ 후원... 틈만 나면尹자택 앞 집회 참석. <한국일보>. URL: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2022080910520000291?did=NA>

2) 김동인 (2020. 10. 9). 신문 대신 유튜브 보고, ‘성향 같아서 신뢰’. <시사인>. URL: <https://sisain.co.kr/news/articleView.html?idxno=42978>

반향실 효과와 진영 싸움

과 강사는 관훈저널 2022년 봄호에서 '박근혜 전 대통령 탄핵을 둘러싼 정치지형의 격변과 보수 유튜버들의 득세, 그리고 이른바 조국 사태를 둘러싼 정치지형의 회귀와 진보 유튜버의 약진이 주요 변곡점'이라고 지적했다.

앞의 얘기를 조금 더 이어가자.

요즈음은 '신문에서 읽었다고 하면 심중팔구 '어느 신문이냐'는 질문이 뒤따른다. TV도 비슷하다. '공중파냐, 종편이냐'는 물음이 뒤를 잇는다. 불과 몇 년 전까지만 해도 진실을 알기 위해 진보지인 한·경·대(한겨레, 경향, 대한매일)³⁾, 보수지인 조·중·동(조선, 중앙, 동아) 중 하나씩 읽고 있다는 얘기가 일반적이었으나 지금은 사라졌다.

대중이 갈수록 편이 나누어지고 있다. 2016년 무렵부터 등장한 '반향실 효과(echo chamber effect)'란 말이 이같은 현상을 설명해준다. 반향실 효과는 밀폐된 공간에서는 소리가 반복해서 울리는 것처럼 비슷한 생각의 사람들이 모이면 그들의 신념과 믿음이 반복해서 메아리쳐 더욱 강화되는 현상을 가리킨다. 이 말은 자신의 주장에 도움이 되는 정보만 받아들인다는 '확증편향'과 유사한 의미로 사용된다. 반향실 효과는 사회적 또는 정치적인 의견이 극단화되는 현상으로 연결된다. 종교적 극단주의, 국수적 민족주의도 반향실 효과의 산물이다. 뉴스를 회피하는 현상이 입장이 다른 사람들의 의견을 기피하는 현상으로 나타날 수 있기 때문이다.

한국일보의 최근 조사는 우리 사회에서 활개를 치고 있는 반향실 효과를 잘 보여준다.⁴⁾ 한국일보는 보수 유튜브 채널인 '가로세로연구소(가세연)'와 진보 유튜브 채널인 '서울의 소리'의 보도 내용에 허위사실을 추가해 이를 인용해서 보도하는 형태로 가짜뉴스를 만들었다. 그 결과 전체 응답자의 20.1%는 '가세연을 출처로 한 가짜뉴스'를 신뢰했다. 신뢰한 사람들의 정치 성향을 분석한 결과, 보수(43.2%)가 진보(10.6%)보다 4배 정도 높았다. 보수 성향일수록 가세연을 출처로 한 가짜뉴스를 더 쉽게 믿은 것이다. 이들 응답자들은 그 이유로 '사실 자체가 믿음직스러워서'(42.0%), '제보자가 등장했기 때문'(31.9%) 등을 들었다.

3) 지금은 '한·경·오'라는 말이 자주 사용된다. '오'는 인터넷 매체인 '오마이뉴스'를 가리키는 것으로 '대한매일(서울신문)'을 대신해 들어간다.

4) 조소진·이정원·박서영 (2022. 8. 26). 진보도 보수도 '자기 진영' 유튜브 가짜뉴스에 '맹신 경향'. <한국일보> URL: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2022081723480004933?did=NA>

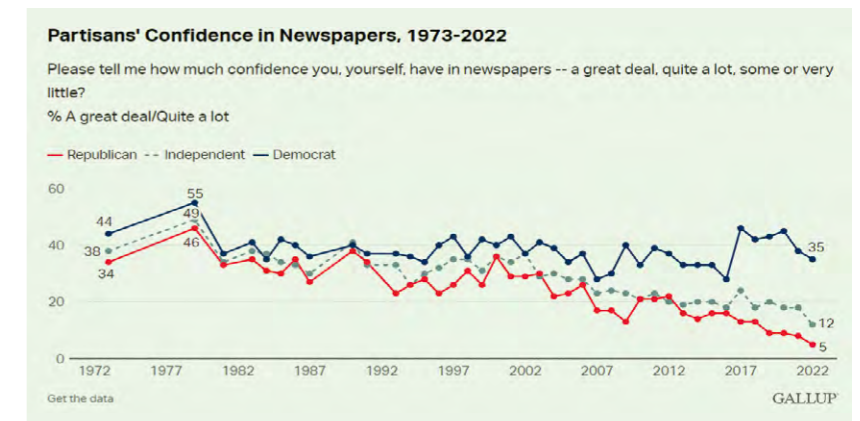
미국의 반향실 효과

'서울의 소리를 출처로 한 가짜뉴스'를 신뢰한 경우는 전체 응답자의 33.7%로 조사됐다. 정치 성향이 진보(45.2%)일수록, 보수(11.3%) 성향보다 '서울의 소리를 출처로 한 가짜뉴스'를 더 신뢰했다. 응답자들은 '제보자가 등장했기 때문에'(49.5%), '사실 자체가 믿음직스러워서'(33.9%) 신뢰했다고 답했다.

유튜브는 앞으로 정치적 갈등, 사회적 갈등, 세대간 갈등을 확대하는 플랫폼이 될 것으로 보인다. 갈등은 결국 진영 싸움으로 이어진다. 여기에는 유튜브의 알고리즘 효과가 큰 역할을 한다.

미국의 여론조사기관 갤럽이 2022년 7월 발표한 미 언론에 대한 신뢰도 조사에서 공화당 지지층은 올해 5%, 민주당 지지층은 35%가 신문을 '매우' 혹은 '상당히 신뢰'한다고 밝혔다. 무당층은 12%가 신뢰를 보였다. TV 뉴스 역시 공화당 지지층의 6%만이 신뢰했고, 민주당과 무당층은 각각 20%와 8%가 신뢰한다고 답했다. 갤럽의 연례 조사를 보면 공화당 지지층은 하향 추세이며 민주당 지지층은 상대적으로 견조하다.⁵⁾

<그림 1> 갤럽 미 정당별 신문 신뢰도 추이



구체적인 사안에 대해서도 미국 민주당원과 공화당원은 당파에 따라 다른 입장을 밝혔다. 미국 공영방송인 NPR/PBS가 여론조사기관인 매리스트에

5) Mgan Brenan (2022. 7. 18). Media Confidence Ratings at Record Lows. <Gallup>. URL: <https://news.gallup.com/poll/394817/media-confidence-ratings-record-lows.aspx>

의뢰한 결과에 따르면 2021년 1월 6일 이른바 ‘의회 난입사건’과 관련해 다수인 57%가 도널드 트럼프 전 대통령이 비난받아야 한다고 답했다. 민주당원은 92%, 무당파는 57%였으나 공화당원들은 18%밖에 되지 않았다.⁶⁾ ‘의회 난입사건은 소요이며 민주주의에 대한 위협이냐’ 라는 질문에는 민주당원 86%, 공화당원 12%, 무당파 52%가 그렇다고 답했다. 또 ‘집회가 집회와 표현의 자유를 명시한 수정헌법 제1조에 따라 보호받아야 하는 정치적 항의였냐’는 질문에는 민주당원 5%, 공화당원 40%, 무당파 14%가 긍정했다.

이 조사에서 관심을 끄는 것은 미 하원의 의회 난입사건 청문회에 대해 민주당원들은 80%, 공화당원들은 과반에 못 미치는 44%, 무당파는 55%가 관심을 두고 지켜보겠다고 말했다는 사실이다. 전체적으로는 58%였다. 한마디로 자기 편에 불리한 사안에 대해서는 눈을 감겠다는 것으로 볼 수 밖에 없다. 상대방에 대해서는 적대적이고 자기편에 대해서는 관대한 일종의 반향실 효과가 아닐까 싶다. PBS는 미 하원 청문회가 시작된 7월 21일 조사결과를 보도했다.

1인 매체인 유튜브가 저널리즘에 포함되는지 의견이 분분하지만 일단 논의를 접어두자. 우리가 주목해야 하는 것은 ‘기레기’라는 말이 2014년 세월호 사고에서 등장해 지금도 언론을 깎아내리는 대표적 용어로 유행하고 있다는 사실이다. 기레기는 ‘기자’와 ‘쓰레기’의 합성어다.

1980년대 초 수습기자일 때 선배들로부터 ‘기자(記者)’란 ‘자의 혼이 ‘놈’이라는 점을 들어 ‘글 쓰는 사람’이 아니라 ‘글 쓰는 놈’이라는 말을 귀가 닳도록 들었다. 일반적인 삶을 포기하고 기사를 발굴하라는 얘기였을 터다. 24시간 취재와 기사작성에 매달려야 하는 삶이 몹시 고달팠다는 기억이 난다. 그래도 선배들은 경찰 간부 등 취재원들을 만날 때 신문사를 대표해 나온 사람이라는 점을 잊지 말라며 기자로서 명예 지키기를 강조했다. 기자들은 권위주의 정권 하에서 기사를 제대로 쓰지 못했지만, 직업에 대한 긍지는 대단했다.

당시 ‘기레기’라는 말이 나오지 않은 것을 보면 일반인들도 일정 부분 언론의 한계를 인정하고 언론을 신뢰했다고 생각한다.

6) Domenico Montanaro (2022, 7, 21). A majority thinks Trump is to blame for Jan. 6 but won't face charges, poll finds. (npr). URL: <https://www.npr.org/2022/07/21/1112546450/a-majority-thinks-trump-is-to-blame-for-jan-6-but-wont-face-charges-poll-finds>

한국언론진흥재단 조사

한국언론진흥재단의 ‘2021 언론수용자 조사’에 따르면 언론매체 전체의 신뢰도는 5점 척도 기준으로 3.24로 보통 정도다.⁷⁾ 그런데 내용을 들여다 보면 ‘매우’ 4.2%, ‘약간’ 신뢰한다 37.6%로 41.8%에 불과하다. 절반 이상의 사람이 언론을 신뢰하지 않거나 보통이라고 생각하는 것이다. 언론으로서 낙제점수다. 이 수치는 위기상황은 아니지만 신뢰 회복을 위해 언론의 자성과 개선 노력이 필요하다는 것을 여실히 보여준다.

매체별로는 신문의 신뢰도가 3.37, TV가 3.74, 라디오 3.27, 잡지 2.74, 포털 3.50, SNS 2.88, 유튜브 2.63 등으로 TV와 신문은 상대적으로 높았다. 그중에서도 TV에 대한 신뢰도는 높은 수준이었다. 일반인들에게 활자보다는 영상매체가 효과적이며 결과적으로 신뢰를 더 주기 때문이다.

〈표 1〉 뉴스 미디어 유형별 신뢰도 추이(2010~2021)

(단위 점: 5점 척도 평균)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2021	
TV	지상파	4.04	3.83	3.76	4.13	3.90	4.15	3.85	4.07	3.80	3.49	3.74
	종합편성	-	-	3.43	3.72	3.60	3.85	3.72	4.02	3.75		
	보도전문	3.90	3.69	3.61	3.84	3.70	3.83	3.74	3.94	3.68		
신문	전국지	3.79	3.44	3.37	3.65	3.43	3.83	3.39	3.57	3.47	3.21	3.37
	경제전문지	-	-	-	3.48	3.45	3.72	3.46	3.67	3.49		
	지역일간	3.55	3.31	3.23	3.34	3.27	3.52	3.25	3.45	3.25		
	지역주간	3.36	3.23	3.13	3.21	3.19	3.47	3.22	3.50	3.24		
뉴스통신	-	-	-	3.61	3.47	3.71	3.48	3.75	3.47	-	-	
시사잡지	3.48	3.28	3.14	3.17	3.16	3.37	3.17	3.38	3.15	2.62	2.74	
라디오	3.60	3.54	3.41	3.47	3.42	3.58	3.45	3.64	3.43	3.19	3.27	
인터넷	포털	-	-	-	3.58	3.50	3.57	3.50	3.59	3.43	3.19	3.50
	언론사닷컴	3.49	3.28	3.18	3.23	3.14	3.37	3.18	3.27	3.02	2.80	3.22
	인터넷신문											
	메신저	-	-	-	-	-	-	3.14	3.03	2.99	2.66	2.94
	SNS	-	-	-	-	-	-	3.09	2.94	2.90	2.61	2.88
유튜브	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.63	
언론전반	-	-	3.26	3.40	3.28	3.51	3.36	3.62	3.58	-	3.24	

*한국언론진흥재단의 연례 언론 수용자 조사. 표본수 5,000~5,128명

7) 5점 척도란 5점을 만점으로 ∇1점: '전혀 그렇지 않다' ∇2점: '별로 그렇지 않다' ∇3점: '보통이다' ∇4점: '약간 그렇다' ∇5점: '매우 그렇다'로 산정해 평균을 낸 것이다.

전통언론의 위기인가

신문의 신뢰도는 1990년대 초반까지만 해도 미세하지만 TV 등 다른 매체에 비해 상대적으로 높았다. 1993년 조사에서는 신문에 대해 5점 척도로 3.55였다. TV와 라디오가 각각 3.52, 잡지 3.22 순이었다. 5년 후인 1998년 조사에서는 TV가 3.29로 1위로 올라선 뒤부터 계속 그 자리를 유지했다. 외환위기 이후 언론에 대한 신뢰도가 전반적으로 내리막길을 걸었다.

영국 로이터 저널리즘 연구소의 조사결과는 더 부정적이다. 로이터 저널리즘 연구소는 해마다 다수의 국가를 대상으로 '디지털 뉴스 리포트'를 발표한다. 보고서가 나올 때마다 연례행사로 국내언론은 동네북이 되고 있다.

'디지털 뉴스 리포트 2022'에 따르면 한국은 조사대상 46개국 중 자국민으로부터 받은 신뢰도는 30%로 40위이다. 한국이 조사대상에 처음 포함된 2016년에는 신뢰도가 22%로 조사대상 26개 국가 중 25위였으며 그 다음 해인 2017년부터 2020년까지는 4년 연속 꼴찌였다. 2021년 32%로 조사 대상 46개국 중 38위로 꼴찌에서 벗어났으며 올해는 신뢰도가 2%p 하락하면서 다시 순위가 두 단계 뒤로 밀렸다.

신뢰도 조사의 한계

언론 매체에 대한 신뢰도 조사가 과연 객관적으로 믿을 수 있나? 아무래도 객관성에 대해 의문을 제기할 수밖에 없다.

한국언론진흥재단이 2021년 말 발표한 '언론수용자 조사 2021'에서 유튜브의 신뢰도 조사는 5점 척도로 2.63이었다. 유튜브의 신뢰도를 1위로 꼽은 시사인 조사 결과와 상반된다. 디지털 뉴스 리포트 2022 결과도 그대로 받아들이기 힘든 부분이 있다. 1위인 핀란드(69%)를 비롯해 덴마크(58%), 노르웨이·네덜란드(56%) 등 유럽국가는 어느 정도 인정할 수 있다. 그런데 조사에 포함된 아프리카 3개국 모두가 5위 이내에 들었다. 남아프리카 공화국(61%), 나이지리아(58%), 케냐(57%)가 꼴찌인 미국(26%), 프랑스(29%), 영국(34%)보다 언론의 신뢰도가 높다고 할 것인가.

각국의 정치적·사회적·경제적 환경과 문화, 그리고 조사 주체와 방법에서 차이가 나는데 각국의 여론조사 결과를 두고 순서를 매기는 것은 분명 문제가 있다. 여론조사에 의한 신뢰도 조사는 각국의 변화 추이를 파악하는 데 활용하는 정도로 여기면 어떨까 싶다. 여론조사 방식에 의한 한계를 극복하기 위해 로이터 연구소도 2018년 보고서에서 뉴스 이해를 의미하는 '뉴스 리터러시(News Literacy)' 개념을 처음 소개했다.

시청률과 신뢰도의 차이

네이버가 전하는 닐슨코리아 시청률 조사에 따르면 뉴스는 공중파 중에서는 KBS의 메인 뉴스가 10%를 위아래로 오르내리며 독보적 시청률을 자랑하고 있다. MBC와 SBS의 메인 뉴스는 2~4%에서 앞서거나 뒤서거나 한다.⁸⁾ 종편은 TV조선의 '9시 뉴스'가 가장 높다. 시청률이 4~6% 사이에서 오르내린다. MBN의 '뉴스7'이 다소 앞서며 채널 A의 '뉴스A'와 JTBC의 '뉴스룸'은 2%대 안팎에서 옆치락뒤치락한다. 보도전문 채널은 연합뉴스TV와 YTN은 1%대에 머무른다.

그런데 신뢰도는 시청률과 판이하게 차이가 난다. 한국언론진흥재단의 2021년 수용자조사에서 신뢰도는 KBS 23.0%, MBC 12.4%, YTN 11.4%, JTBC 9.1%, SBS 6.6%, TV조선 5.4%, 연합뉴스 TV 3.4% 등 순이었다. 이런 결과는 로이터 연구소 조사발표와 비슷하다. 로이터 조사를 대행하는 곳이 한국언론진흥재단이라는 점에서 이해가 된다.

왜 그럴까? 로이터 연구소 조사 결과에서 흥미로운 것은 이른바 진보성향의 방송사들의 신뢰도가 높은 반면 보수성향의 언론사들은 낮다는 사실이다. 이뿐만 아니다. 보수성향의 종편들에 대한 불신은 상대적으로 크다.

이에 따르면 YTN 51%(불신 20%)로 가장 앞서 있고 SBS 49%(22%), KBS 49%(23%), JTBC 48%(24%), 연합뉴스 TV 47%(24%), MBC 47%(26%), MBN 39%(29%), 채널A 39%(32%), TV조선 35%(41%)순이었다. 심지어 TV조선은 불신의 비율이 오히려 6%p 높다.

로이터의 디지털 뉴스 리포트의 설명에 시사점이 있다. 디지털 뉴스 리포트는 한국의 경우 뉴스 이용자 67%가 의도적으로 회피한 적이 있다면서 그 이유로 '신뢰할 수 없거나 편향성을 꼽은 사람이 42%로 가장 높게 나타났다'고 밝혔다. 극단적으로 양분된 사회가 반대 진영의 채널을 보지 않는 회피현상⁹⁾이 시청률과 신뢰도의 차이로 나타났다고 볼 수 있다. 물론 회피현상만으로 시청률과 신뢰도의 차이를 설명하는 것은 부족하다. 신뢰도와 시청률 사이의 상관관계에 관한 종합적 연구가 필요할 듯하다.

이러한 현상은 일본 신문에 대한 신뢰도 조사에서도 비슷하게 나타났다.

8) 닐슨코리아는 TV수상기 패널들을 대상으로 시청률을 조사하는 방식이어서 요즘처럼 변화한 TV 시청 환경에서는 적합하지 않다는 지적이 많다. TNMS는 실시간 본방송, 자사 채널 재방송, 계열사 PP 채널, 타사 PP 채널, VOD 등을 합계해 2017년부터 TTA(통합시청자수)를 산출하고 있다.

9) 회피현상은 대중들이 반복적인 중요뉴스 보도에 대해 실증을 느껴 언론을 기피하는 현상을 가리킨다. 그런데 이러한 회피현상이 반대성향의 언론 보도에도 나타나고 있는 것으로 보인다.



디지털 뉴스 리포트에 따르면 극우적인 산케이 신문에 대한 신뢰도가 45%로 진보지인 아사히 신문의 42%보다 다소 높았으나 불신은 14%로 아사히 신문의 23%보다 크게 낮았다. 일본 사회의 보수화 경향과 관계가 있다고 추측한다. 미국에서도 비슷한 현상이 확인된다. 권위있는 진보중도지인 뉴욕 타임스는 신뢰 41%, 불신 35%로 신뢰와 불신의 차이가 별로 없었다.

신뢰도 하락의 원인

문제는 한국 대중이 신문과 TV 등 전통언론의 기자들에 대해 기레기라고 부를 정도로 신뢰를 잃어버렸다는 사실이다.

왜 전통 언론들이 대중의 신뢰를 잃어버렸을까?

그 원인으로 미디어 생태계를 완전히 바꾼 정보기술의 발전, 사회·정치적 환경과 같은 외부문제, 그리고 기성언론의 내부 문제를 꼽을 수 있을 듯하다. 이 중 외부 문제는 쉽게 해결할 수 없는 문제다. 따라서 일단 우리가 신뢰회복을 위해 다룰 수 있고, 다루어야 할 것은 언론의 내부문제다.

사실과 의견의 분리

언론이 지켜야 할 최고의 가치는 객관성이다. 우리 언론은 1961년 제정한 '신문윤리 실천요강' 제3조(보도준칙)제1항에서 '기자는 사실과 의견을 명확히 구분하여 보도기사를 작성해야 한다. 또한 기자는 편견이나 이기적 동기로 보도기사를 고르거나 작성해서는 안된다.' 라고 규정했다.

객관성 문제는 사건과 의견의 분리라는 기사작성의 기본원칙으로 연결된다.

잠시 사건과 의견의 분리가 기사작성의 원칙이 되어가는 과정을 짚어보자.

근대 신문은 사실 정론지(政論紙)에서 출발했다. 1830년 대량 인쇄기가 미국으로 도입되기 전 미국에서는 소수의 정치인이나 지식인이 돈을 모아 자신들의 견해와 입장을 적극적으로 표현하기 위해 신문을 발행했다. 1830년 대량 인쇄가 가능한 인쇄기가 도입되자 발행부수가 급격하게 늘어났으며 신문사들이 난립했다. 신문사들은 1센트에 신문을 팔았다. 신문사들은 경쟁과정에서 사실에 중점을 두고 보도하기 시작했다.

오늘날 절대적 권위를 자랑하는 뉴욕 타임스는 휘그당 당원으로 뉴욕주 의회 의원이었던 헨리 레이몬드와 은행가인 조지 존스가 1851년 창간했다. 레이몬드는 처음으로 사실과 의견 분리를 내세웠던 뉴욕 트리뷴의 기자였다. 오늘날과 같은 뉴욕 타임스의 권위는 1896년 신문사를 인수한 아돌프 시몬 슈츠버거가 고급지를 표방하면서 불편부당과 정확성, 품위, 청렴, 신뢰, 정직을 내걸면서 시작됐다.

뉴욕 타임스는 인수 이듬해인 1897년 초부터 지금까지 1면 제호 옆에 '가치 있는 기사는 모두 보도한다(All the news that's fit to print)'라는 문장을 싣고 있다. 이 짧은 구절은 오늘날 뉴욕 타임스를 상징하는 얼굴이 됐다. 뉴욕 타임스는 스캔들을 작게 보도하거나 아예 보도하지 않았다. 당시 뉴욕 타임스를 읽는 장면은 '품위 인증도장(a stamp of respectability)'이었다고 한다. 뉴욕 타임스는 슈츠 가문의 자손들이 이 정신을 물려받아 경영하고 있다.

사실과 의견의 분리 원칙은 우리 언론이 뻔히 알면서도 실천하지 못하고 있다. 이나연 성신여대 교수는 국내언론들이 사실과 의견을 분리하지 못한 몇 가지 관행을 소개했다.¹⁰⁾

이 교수는 첫째 사실에 대한 해석을 핑계로 한 의견 남발을 꼽았다. 예로 인용문 뒤 서술에 '~주장했다', '~요구했다', '~강조했다', '~머뭇거렸다', '~암시했다', '~선언했다' 등을 들었다. 이들 서술어는 '말했다', '덧붙였다'라는 중립표현으로 충분하다. 둘째 무주체 피동형 문장들이다. 예로 '~알려졌다', '~전망된다', '~전해졌다'는 표현이 있다. 셋째 주관을 객관화하기 위해 익명의 취재원을 동원하고 있다. 소식통, 관계자, 당국자, ~측, 심지어 A,

10) 이나연 (2021). '기사에는 사실만을 담자: 사실과 의견의 분리' <버릴 관행, 지킬 원칙>. 서울: 이화여자대학교 출판문화원, pp.143~149.

독립성과 공영방송

B, C라고 쓰는 경우가 많다. 뉴욕 타임스는 제이슨 블레이어 사진 이후 익명의 취재원이라고 할지라도 최소한 직속 부장에게는 실명을 밝히도록 의무화했다.

사실과 의견 분리라는 원칙의 실종은 지금 우리 사회에서 벌어지는 진영 싸움을 언론이 부채질한다는 느낌마저 든다. 현재 언론은 의견을 뒷받침하기 위해 익명의 취재원을 동원하거나 추측성 기사를 쓴다고 비판하면 지나칠까.

사실과 의견의 분리는 필연적으로 정파성 문제로 연결된다. 공영방송 문제도 결국 정파성 극복문제로 연결된다. KBS, MBC, EBS 등 공영방송과 실질적으로 정부의 관리하에 있는 YTN을 포함해 집권 여당이 절대적으로 지배하는 구조다.

방송계의 최고 권력기구인 방송통신위원회 상임위원 5명은 대통령이 지명하는 위원장 포함 2명, 여당이 지명하는 1명, 야당이 지명하는 2명으로 사실상 친정부적인 구조다. KBS 이사회는 여당 쪽 7명, 야당 쪽 4명 등 11명, MBC와 EBS는 대통령 3명, 여당 3명, 야당 3명 등 9명이다.

여당 우위의 배분구조는 2000년 여야 합의로 만들어졌다. 그런데 언제부터인가 정당들이 임원 후보자들을 개별면접까지 한다고 한다. 당에 대한 충성도를 확인하는 과정이다. KBS 이사들은 방송법에 따라 방송통신위원회의 추천으로 대통령이, MBC와 EBS는 방송통신위원회가 임명토록 되어 있다.

사장은 최고 권력자인 대통령의 선택이다. 정권이 바뀔 때마다 한바탕 방송계가 몸살을 앓는 이유다. 방송법 개정을 두고 국회에서 논의가 한창 벌어지지만, 국회는 정치적 득실만 따질 뿐 진정으로 방송의 독립성에 대한 고민을 하지 않고 있다.

혹자는 영국 BBC트러스트(이사회)처럼 구성하면 된다고 하지만 영국의 경우 존 리스라는 방송사업자가 1927년부터 정치인들에게 대항해 독립을 지켜낸 결과다. 독일 ZDF처럼 이사의 숫자를 많이 늘리는 것은 우리처럼 사회가 극명하게 두 개의 진영으로 나누어져 있고 중간 세력이 없는 상태에서 국민적 동의를 얻기 힘들다. 언론계가 제대로 잡아야 할 문제다.

단순한 말의 전달자

이재경 이화여대 교수는 “한국 언론의 심각한 병증 가운데 하나가 ‘He said, she said 저널리즘’이라고 지적했다. 즉, 우리 언론이 취재원 특히 정치인의 말을 그대로 중계방송할 뿐이지 그 말에 담긴 진실을 전달하지 못한다는 얘기다.”¹¹⁾ 이러한 보도 관행은 저급하고 선정적이며 갈등조장적이다. 정파적 구도를 강화할 뿐 건강한 여론지형 형성에는 도움이 안 된다.

1990년대 초 정치부 말진 기자 시절 정치인들의 말을 들으면 하나같이 큰 기사다. 그런데 선배나 데스크에 보고하면 시큰둥하게 반응했다. 시간이 흐르다 보니 정치인들은 하나같이 신문에 자기 이름을 내기 위해 자기 생각을 과장해서 얘기한다는 것을 알게 됐다. 정치인들은 자신의 부고기사만 아니면 좋아한다는 말을 들은 것도 이때다. 당시 신문에 가십난이 있어서 신인 정치인들이 가십난에 실리려고 부단히 노력했다. ‘He said, she said 저널리즘’의 사례다.

이러한 경향은 최근 들어 더욱 심해졌다. 정치인들은 더욱 자극적인 말로 의혹을 제기하거나 자신의 주장을 펴면 언론은 이를 퍼나르기 바쁘다. 정치인의 페이스북과 같은 개인 SNS가 선전 도구가 된 지 오래다. 정치인의 말을 그대로 옮기는 관행은 가십 기사로 흐를 수밖에 없다.

인사청문회를 해도 신변잡기 털기 이상 나오는 것이 없다. 인선 과정에서 사전에 철저하게 걸러져야 할 것들이 청문회 과정에서 불거져 나온다. 국회 의원들은 언론에서 실어주니 고만고만한 흠집을 챙기느라 분주하다. 의원들의 헛발질로 정치판은 코미디판이 되고 언론은 클릭수와 시청률을 올리기 위해 그대로 전달한다. 달을 가리키는 손가락만 보는 꼴이다.

말을 그대로 보도한다고 해서 언론의 임무를 다하는 것이 아니다. 언론은 말을 전달하지 말고 진실을 찾으려는 검증 과정을 거친 뒤 보도해야 한다. 빌 코바치와 톰 로젠스털은 자신들의 저서 ‘저널리즘의 기본원칙’에서 기자는 진실확인자(authenticator)이며 의미부여자(sense maker)여야 한다고 말했다.¹²⁾

11) 이재경 (2021). ‘He said, she said 저널리즘의 문제’ 〈버릴 관행, 지킬 원칙〉. 서울: 이화여자대학교 출판문화원. pp.79~84.

12) 이재경 (2021). 위와 같은 책, pp.84.



취재 인력

낮은 신뢰도의 원인으로 절대적인 취재 인력부족을 꼽을 수 있다. 종합지나 공중파 방송의 편집국, 보도국 인원 규모도 200~300명 수준이다. 연합뉴스와 KBS는 지역취재 인력까지 합하면 500명 정도다. 그런데 이들 인원이 모두 취재하고 기사를 작성하는 사람이 아니다. 이른바 '빨간 펜'을 든 간부이거나 편집 교열 등 인원이 포함되어 있다. 연합뉴스와 KBS를 제외하면 취재인력은 100명이 채 안 된다. 영국 BBC는 취재 편집 인력이 7,000여 명, 뉴욕 타임스는 1,300명, 일본 아사히 신문과 요미우리 신문은 취재 인력이 2,000명에 달한다.

외근 기자들은 매일 몇 건씩 기사를 써야 하지만 외국은 일주일에 한 건을 못 쓸까 봐 고민을 하는 것을 자주 보았다. 인력이 풍부해야 호흡이 긴 기사를 쓸 수 있다. 기자들이 취재원 앞에서 노트북을 켜고 자판을 두드리는 모습은 참담하다. 인력 부족은 게이트키퍼 기능 약화로 이어진다.

고급지의 등장을 기다리며

과학과 기술의 발달에 따라 뉴스의 전달수단이 변화했고, 미디어 생태계도 끊임없이 변화해 왔다. 종이의 등장에 따라 종이 신문이 나왔으며, 인쇄기 등장에 따라 신문이 대중화됐다. 송수신 수단이 개발되면서 라디오가 등장했으며 TV의 등장에 따라 화상 시대가 열렸다. 인터넷의 등장은 천지가 개벽하는 변화를 불러왔다. 인터넷을 거쳐 2000년대 초 등장한 스마트폰은 인간의 소통, 나아가 생활을 뿌리째 바꿔버렸다.

신뢰도 문제는 미디어 생태계 변화에 적응하지 못한 언론에 책임이 상당 부분 있다. 저널리즘의 기본원칙을 잊어버렸기 때문이다. 시대를 관통해서 흐르는 원칙은 객관적이고 투명한 진실을 정확하게 그리고 신속하게 대중에게 전달하는 것이다. 우리 언론이 이러한 원칙을 재확인하고 원칙으로 돌아가야 한다.

언론은 기자들만의 전유물이 아니다. 여기에 수용자인 독자, 시청자가 있으며 이를 지켜보는 언론학계가 있다. 이들은 유기적인 관계 속에서 길을 모색해야 한다.

우리나라에서는 몇몇 언론학자들이 2018년 '좋은 저널리즘(quality journalism)을 위한 연구회'를 만들어 방안을 모색해왔다. 연구회는 한국 신문의 수준을 평가하기 위해 미국의 PEJ¹³⁾ 지수를 포함해 22개 항목을 만들어 수치화했다.

그 결과 국내신문의 성적표는 비교 대상인 뉴욕 타임스, BBC 등 외국 고급지나 방송들에 비해 가장 낮았다고 배정근 숙명여대 교수는 밝혔다.¹⁴⁾ 한마디로 흥미성 대중지만 있을 뿐 고급지는 없으며 방송뉴스도 수준 미달이다. 언론은 큰일이 있을 때마다 언론단체 또는 언론사 자체적으로 윤리 강령, 취재준칙 등을 내놓았다. 그러나 시간이 흐르면 이를 망각했다.

신뢰 회복엔 시간이 걸린다. 몸에 밴 관행을 깨려면 언론인의 의식이 바뀌어야 하는 만큼 시간이 필요하다. 인내심과 부단한 노력이 필수적이다. 언론인들이 계속 '기레기'라는 말을 들을 수 없지 않은가. 🙏

13) 언론의 신뢰회복을 위해 미 메릴랜드 대학 저널리즘 스쿨이 산출하는 지수. PEJ는 '우수 저널리즘을 위한 프로젝트(The Project for Excellence in Journalism)'의 약자다.

14) 배정근 (2018). '한국신문 기사의 현실과 미래' (기사의 품질). 서울: 이화여자대학교출판문화원. pp.165~173.