

가차 저널리즘(gotcha journalism), 탐색적 연구

노무현정부 출범 이후 정치보도를 중심으로

김동률*

(연세대 언론연구소)

연구는 정치, 선거 저널리즘의 새로운 현상으로 주목받고 있는 가차 저널리즘의 발생 원인을 탐구, 분석하고자 했다. 가차 저널리즘(gotcha journalism)이란 정치인의 실수나 해프닝을 꼬투리삼아 집중적으로 반복, 기사화하는 보도행태를 뜻한다. 연구를 위해 서울소재 일간지 정치부기자(6명), 방송 3사 정치부기자(3명) 등 모두 9명을 분석 대상으로 골라 심층인터뷰를 통해 자료를 수집했다.

분석 결과, 가차저널리즘이 나타나는 언론외적 요인(extra-media level)으로는 뉴스 소비자 요인, 언론내적으로는 취재기자 요인(individual level), 언론사(organizational level) 요인 등 크게 세 가지 요인이 주로 작용하는 것으로 나타났다. 즉, 1) 흥미 있는 기사를 원하는 뉴스 소비자들의 요구와 한국인의 정치과잉 의식, 2) 취재기자의 특정 인물에 대한 개인적인 선호도와 기사 제작 메커니즘 등, 3) 구독/시청률, 나아가 광고 수익을 의식한 언론사의 암묵적인 지원과 특정 언론사의 특정 정치 집단에 대한 거부감 등이다.

특히 소속 언론사의 정치, 이념적 성향이 특정 정치인에 대한 가차 저널리즘적인 보도행태와 상관관계가 있는 것으로 분석됐다. 이와 함께 뉴스 소비자 중심의 편집정책(customer-driven news production)이 가차 저널리즘적인 보도행태의 생산에 일정 부분 작용하고 있는 것으로 나타났다.

주제어: 꼬투리 잡기 저널리즘, 정치인과 언론보도, 가차 저널리즘

1. 문제제기 및 연구목적

정치, 선거관련 보도의 가장 큰 특징으로 경마식 보도행태(Horse race

* yule21@empal.com

journalism)를 꼽는다. 흥미위주의 비본질적인 내용이 본질적인 내용을 앞서 가는 바람에 정작 중요한 이슈는 놓치게 된다는 비판의 목소리가 높다(권혁남, 1997). 패터슨과 매클루어의 1972년 미국 대통령 선거캠페인에서 텔레비전 뉴스보도에 관한 연구(Patterson & McClure, 1976)를 시작으로 지금까지 경마식 보도에 대한 수많은 연구들이 발표되었다. 그러나 이같이 대중의 눈길을 끌기 위한 언론의 정치, 선거보도는 이제 한술 더 떠 가차 저널리즘(gotcha journalism)¹⁾이란 새로운 보도행태를 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).

미디어의 급속한 발달은 개인의 이미지를 중시하면서 정치제도와 선거시스템까지 근본적으로 변화시켜 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). 이에 따라 정치인 개인의 이미지와 영향력을 강조하는 연구들은 일일이 거론조차 힘들 정도로 급증하고 있다(Jacobson, 1981; Kelley & Mirer, 1974; Ragsdale, 1980; 이준웅, 1999). 그런 면에서 이같이 정치인의 실수나 해프닝을 꼬투리 잡아 집중적으로 보도하는 가차 저널리즘적인 보도행위는 유명 정치인의 이미지에 심각한 영향을 줄 수 있다는 점에서 새로운 연구대상으로 주목받고 있다.

가차 저널리즘적인 보도행태는 2004년초 하워드 딘(Howard Dean) 미국 버몬트 주지사의 민주당 대통령후보의 선거 캠페인과 맞물리며 언론계의 주목을 받았다. 미 학계에는 꾸준히 소개돼 왔지만 국내에서는 극히 최근에 소개²⁾된 것으로 보인다. 2004년 초 딘 주지사가 선거유세 중 보여준 정열적

1) 미국의 저명한 언어관련 웹사이트인 word spy(www.worldspy.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.

인 제스처를 두고 대통령감이 못된다는 식으로 CNN 등 미 언론들이 대대적으로 보도했고 당시 국내방송 3사도 문제 장면을 9시뉴스 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 않는,” 심지어 “발에 맞지 않은 슬리퍼를 신은 듯한 어색한” 등등으로 표현, 딘 주지사를 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 정치보도에서 가차저널리즘적인 보도행태가 본격적으로 나타난 것은 노무현 정부 출범 이후라고 볼 수 있다. 박정희, 전두환, 노태우로 이어지는 과거 권위주의적인 정권아래에서는 유명 정치인의 말실수나 제스처를 꼬투리 잡아 집중 반복해 보도하는 것 자체가 어려웠기 때문이다. 언론사 세무조사로 인해 언론과 정권과 긴장관계가 최고조에 달한 김대중 정권아래에서도 정권 실력자들의 단순한 실수를 반복, 희화화시켜 보도하는 경우는 드물다. 실제로 최영목(2002)은 김대중 정권에 대한 언론의

2) 가차 저널리즘은 본 연구자가 2004년 3월 30일자 경향신문 칼럼을 통해 국내에 처음 소개한 것으로 알려지고 있다.

3) 2004년 1월 27일자 위스컨신주 밀워키시에서 행해진 CNN방송의 American Morning에서 발췌. 딘후보는 이날 인터뷰에서 “You played that 673 times in one week”라며 CNN을 비판했다.

태도는 감시견(watch dog)을 벗어나 일방적인 공격견(attack dog) 수준이었다고 김대중 정부와 언론간의 극도의 적대감을 정리한 바 있다.

그러나 미국 등 일부 국가에서나 등장하던 가차 저널리즘적인 보도행태가 노무현 정권 출범이후 권언유착관계가 끊어지면서 최근 들어 한국 저널리즘에도 폭넓게 등장하고 있다. 노무현 정권 출범 이후 정치인의 말꼬리나 복장 등을 문제 삼아 집중적으로 보도하는 현상, 예를 들면 정동영 당시 열린 우리당의 의장의 이른바 “노인편하 발언,” 유시민 의원의 복장문제 등이 대표적인 사례로 들 수 있겠다.

2. 이론적 논의

가차 저널리즘의 키워드인 “gotcher”의 기원은 1932년으로 거슬러 올라가며 1960년대 “gotcha”가 새로운 낱말로 사전에 수록되었고 1982년 포클랜드 전쟁 때부터 가차 저널리즘으로 불리는 저널리즘의 한 행태로 자리잡게 된다(<http://www.wordspy.com/words/gotchajournalism.asp>).⁴⁾

이후 가차 저널리즘은 정치, 선거보도의 부정적인 면을 나타내는 새로운 언론 전문어(media jargon) 역할을 한다. 스트리트(2001)는 정치인에게는 사람 됨됨이 자체가 중요한 게 아니라 매체를 통해 대중에게 비쳐지는 그 사람의 이미지가 가장 중요한 문제로 부각된다고 지적한 바 있다. 이같이 개인의 이미지에 치명적인 영향을 끼치는 가차 저널리즘을 두고 미국의 저명 정치평론가 제리 로브딜(Jerry Lobdill)은 자신의 웹(www.MikeHersh.com)에서 민주주의를 붕괴시키고 파괴시키는 암과 같은 존재라고 비판했다.

4) 여기에 관한 영어 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.

가차 저널리즘은 독자나 시청자들의 흥미와 관심을 모으기 위해 집중 반복해 보도한다는 점에서 어떤 목적을 위해 특정 정치인을 공격하는 공격 저널리즘(attack journalism)과는 차이가 있다. 공격 저널리즘은 언론이 주로 자사의 정파적, 이념적인 이해관계나 숨겨진 목적을 위해 특정 정치인을 집중 공격하는 저널리즘의 한 행태로 1980년대 이후 미국 언론에 폭넓게 나타나고 있다(권혁남, 2002). 클린턴-르윈스키 스캔들에 대한 월스트리트 저널이나 워싱턴 타임스 등 미국 보수 언론의 무차별적인 보도는 공격 저널리즘의 좋은 예다(Patterson, 2000).

가차 저널리즘의 실체가 알려지지 않은 우리와는 달리 미국의 경우 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. 회의는 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 연

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

구되고 있음을 보여준다. 다음은 가차 저널리즘의 상징적인 사례인 딘 주지사 관련 보도의 관련 녹취록⁷⁾이다.

HEMMER: As you look back right now, were you too slow to respond? Should you have been ahead of that on Tuesday as opposed to waiting for Thursday or Friday?

DEAN: That was obsession by you all. You all played that 673 times in one week. It even beat out Michael Jackson, which I was surprised about.

2000년 조지 W. 부시 현 미국대통령이 공화당 후보였을 당시 나타난 언론의 보도행위들도 가차 저널리즘의 대표적인 사례들로 손꼽힌다. 1999년 11월 보스턴 WHDH-TV 기자가 파키스탄대통령의 이름을 문자 더듬거린 사실을 시작으로 부시의 지적능력을 꼬투리 잡아 미국 언론들이 집요하게 보도했다.⁸⁾ 언론은 부시가 인도총리 이름도, 체첸대통령 이름도 모른다고 약점을 몰고 늘어졌으며 ‘무식한 부시’는 유세기간 내내 방송을 타며 괴롭힘을 당했다. 실제론 멕시코, 중국, 중동을 두루 다녔는데도 미국 언론은 부시를 ‘외국 물을 못 먹은 촌놈’으로 낙인찍어 하루가 멀다 하고 흥밋거리 기사로 등장시켰다.

LA 타임스는 2003년 가을 캘리포니아 주지사 선거 닷새 전부터 할리우드 출신인 아널드 슈워제네거 공화당 주지사후보의 과거 성 추문 사건과 히틀러 찬양보도 등을 집중적으로 보도⁹⁾했다. 미디어 비평가들은 이를 두고

spokespersons.

7) 인터뷰 대본(transcript)은 2004년 1월 27일자 위스컨신주 밀워키 시에서 행해진 CNN 방송의 American Morning에서 발췌했다

8) 1999년 11월 5일 CNN의 “Bush fails reporter’s pop quiz on international leaders”를 시작으로 날날이 거론하기 힘들 정도로 수많은 미국 언론이 부시의 지적능력을 꼬투리 잡아 보도했다.

9) 주요기사 제목은 다음과 같다.

More Women Go Public Against Schwarzenegger(Oct 5, 2003)

By Gary Cohn, Carla Hall, Jack Leonard and Tracy Weber

“슈워제네거 시리즈”라고 이름 부쳤다.

LA 타임스의 비판적인 공세에 대해 슈워제네거의 대변인 랍 스투츠먼(Rob Stutzman)¹⁰⁾은 샌프란시스코 크로니클과의 인터뷰에서 LA 타임스의 슈워제네거 관련 기사는 독자들의 흥미를 노린 가차 저널리즘의 산물이라고 반박했다.¹¹⁾ (The timing of this article is ‘gotcha’ journalism, “said Rob Stutzman, a spokesman for the campaign.” If there were facts to report, why wait until five days before the election to publish it?). 이처럼 LA 타임스와 슈워제네거측이 가차 저널리즘이나, 아니냐를 놓고 논쟁을 거듭하자 전국지적인 USA Today도 같은 날 관련 기사¹²⁾를 게재했다.

LA 타임스는 2004년 7월 17일부터 일주일간 슈워제네거가 민주당 의원을 공격하기 위해 사용한 “계집애 같은 사람들(girlies men)¹³⁾” “애들처럼

Women Say Schwarzenegger Groped, Humiliated Them(Oct 4, 2003)

By Gary Cohn, Carla Hall and Robert W. Welkos

THE RECALL CAMPAIGN: 3 More Women Allege Misconduct(Oct 4, 2003)

By Tracy Weber, Sue Fox and Megan Garvey.

- 10) 2003년 선거당시는 슈워제네거 대변인(spokesman for the campaign)이었으나 선거공로로 현재는 미 캘리포니아 주지사 공보국장(the governor's communications director)이다.
- 11) 샌프란시스코 크로니클의 James Sterngold 기자가 쓴 기사로 2003년 10월 3일 게재됐다. 제목은 “L.A. Times editor defends article -Arnold Schwarzenegger article Some criticized story being published 5 days before Oct. 7 Election”
- 12) 기사제목은 “Schwarzenegger ‘deeply sorry’ Days before recall, new sex charges”로 Martin Kasindorf and John Ritter 기자가 공동으로 기사화했다. 10, 11번은 참고문헌으로 정리했지만 이해를 돕기 위해 본문에 각주로 덧붙였다.
- 13) 2004년 7월 17일 슈워제네거의 발언이후 LA 타임스는 일주일간 십여 건의 관련 기사를 집중적으로 내보냈다. 또 LA 타임스의 기사를 통해 캘리포니아 주 하원 여성의원 사라 레이어스는 “그는 사과해야 하며, 무슨 말을 하기 전에 두 번은 생각해야 한다. 나는 그의 부인 마리아가 그걸 다시 한번 일깨워 주길 바란다”고 비판했고 미 여성운동단체 ‘페미니스트 머저리티’의 엘리너 스밀회장 역시 “여성들은 강하다. 그리고 전체 인류의 절반을 모욕하는 것은 매우 기분 나쁜 일”이라며 “여성들을 욕되게 함으로써 그는 오히려 남성들을 모욕하고

는다(acting like children)”이란 표현을 트집 잡아 슈워제네거의 남성적인 면과 비교시켜 흥밋거리로 보도했다.

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.

그러나 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 벗어나겠다고 밝혔고 언론은 기회만 있으면 노무현 정권 주변인물의 시시콜콜한 문제점에도 문제 삼고 나섰다고 밝혔다. 주동황은 제48회 ‘신문의 날’을 맞아 대한언론인회가 발표한 「2003년 한국 언론자유 상황 보고서」에 노무현정부의 언론탄압 주장에 대해 과거 권위주의 정부가 행한 언론탄압이 지금은 거의 없다는 것은 거대 신문사의 사주들도 인정하고 있는 사실이라며 달라진 서로 치고 박는 새로운 언론환경을 강조했다.

결국 가차저널리즘적인 보도행태가 등장할 수 있는 시간적 배경은 노무현 정부 출범 이후로, 노정권이 과거정권과 같은 강압적인 언론정책을 펴기가 불가능함으로써 얻어진 필연적인 결과라 할 수 있겠다. 이와 함께 민주화 이후 분출된 한국인의 독특한 정치과잉 문화와 쉽고 재미있는 기사를 원하는 독자를 의식한 결과가 이 같은 보도행태가 등장하는 촉진제가 되었음을 부인하기 어렵다. 이는 슈메이커와 리즈(1991)가 개발한 뉴스 프로덕션에서 설명하는 외부적인 영향임(environmental factors)에 일치한다. 언론사 내부적으로도 기사제작 과정이 편하고 심한 경쟁으로 인해 타사 기자가 출고하면 따라할 수밖에 없는 제작 메커니즘(news production mechanism) 또한 이 같은 보도행태의 등장에 한몫한 것으로 분석된다.

이에 따라 한국 언론에서 가차 저널리즘적인(pseudo gotcha journalism) 보도행태를 찾아보기란 더 이상 어렵지 않다. 정치인의 말실수나 옷차림,

있다”고 공격했다고 타임스는 전했다.

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 하고 있고 또 단발성으로 그쳐 본 연구에서 탐색하고자 하는 가차 저널리즘적인 보도행태, 즉 유명 정치인의 실수나 해프닝을 집중적으로 반복, 보도하는 보도행태와는 다소 차이가 있어 이번 연구에서는 일단 제외했다. 아직 가차 저널리즘이 저널리즘의 새로운 보도행태로 학계에 정리되지 않은 점을 고려, 탐색적 성격의 이번 연구에서는 일단 연구대상과 시야를 유명 정치인의 말실수나 제스처를 꼬투리 잡아 반복 보도하는 행태로 한정해 분석했다.

국회의원 유시민의 경우는 복장문제로 언론에 덜미를 잡혀 집중 보도된 사례다. 2003년 3월 29일 국회 본회의에서는 경기도 고양시 덕양 갑 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 일어났다.¹⁴⁾

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 40일부터 5월 6일까지 단 일주일간 10개 서울 소재 일간지에 게재된 관련 기사는 모두 54건으로 집계됐다. 10개 일간지가 평균 5.4건의 관련 기사를 내보낸 셈이다. 일반적인 정치관련 발생기사에 비해 이례적으로 많은 분량이다.

정동영 열린우리당 당의장(당시)의 노인평하발언¹⁵⁾은 앞서 예로 든 유시

14) 유의원이 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 고함 이 터져 나왔고 이 중 일부는 아예 퇴장해 버린 사건이다(한국언론재단 미디어 뉴스 또는 데이터베이스 참조).

15) 인터넷 국민일보는 정의장이 2004년 3월 26일 대구 그랜드호텔에서 열린 지역 언론인 간담회 직후 인터넷 국민일보의 VJ팀(동영상팀)과 가진 인터뷰에서 “정

민의 경우와는 달리 말실수 때문에 언론의 관심을 모았다. 카인즈에 따르면 정동영의 발언은 이후 “노풍”으로 불리면서 2004년 4월 2일 처음 기사화된 이래 선거직전인 4월 14일까지 열흘 동안 271건의 관련기사가 10곳의 서울 소재 일간지에 게재됐다.

홍사덕 전 한나라당 의원의 경우도 말실수로 언론의 집중조명을 받았다. 홍사덕은 2004년 3월 17일 당대표 경선에 나서면서 “요즘 탄핵규탄 촛불 집회에 참가해 시위참가자들이 변변한 직장이 없는 실업자가 많다”는 요지의 발언을 했다가 언론의 조명을 받으면서 수많은 언론매체들이 돌아가며 기사화했다(www.kinds.or.kr).

3. 연구문제와 연구방법

1) 연구문제

가차 저널리즘적인 보도행태를 분석하고 발생원인을 탐구해 보고자 했다. 또 소속 언론사의 정치적, 이념적 성향과 어떤 상관관계가 있는 지 여부를 알아보기 위해 조선, 중앙, 동아일보로 대표되는 보수성향의 거대 일간지 조/중/동과 한/경/서로 불리는 진보성향의 마이너 신문인 한겨레, 경향, 서울신문에서 각각 1명의 기자와 인터뷰했다. 신문사와 방송사간의 차이를 알아보기 위해 KBS, MBC, SBS 등 방송 3사 기자들도 각각 1명을 골라 인터뷰했다. 부트(1989)의 지적대로 텔레비전 방송의 경우 신문과는 달리 뉴스도 중요하지만 그 못지않게 취재대상이 이른바 “그림이 되는” 경우에 지나치게 집착하는 경향이 있기 때문이다.

치에 무관심한 젊은 유권자들에게 한마디 해달라”는 요청을 받고 “최근에 변화가 왔고 촛불집회의 중심에 젊은이들이 있다. 미래는 20대, 30대들의 무대”라며 “그런 의미에서 한걸음 더 나아가 생각해보면 60대 이상 70대는 투표 안 해도 괜찮다. 집에서 쉬셔도 된다”고 말했다고 소개했다.

조선, 중앙, 동아일보를 지칭하는 ‘조/중/동’이란 말은 정연주 한겨레신문 논설위원(현 KBS 사장)이 2000년 10월24일 자신의 이름을 딴 “정연주컬럼”에서 처음 사용했으며 이후 이에 대립되는 개념으로 ‘한/경/대(서)’와 함께 한국 신문의 보수와 진보를 아우르는 새로운 저널리즘 자르곤(jargon)으로 언론계에 널리 사용되고 있다(김재홍, 1999; 윤영철, 2000; 이상기, 2002). 또 윤영철, 강형철, 이창현, 손영준은 2004년 3월 25일 인터넷 신문인 업코리아(www.upkorea.net)가 기획한 탄핵관련 특별 좌담 중간에 보수대 진보지로 조/중/동과 한/경/서간을 구별하고 대담을 진행한 바 있다. 가차 저널리즘의 발생원인과 현상을 알아보기 위해 설정한 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 한국 언론에서 가차 저널리즘적인 보도행태가 나타나고 있는 원인은 무엇인가?

연구문제 2: 가차 저널리즘적인 보도행태가 소속 언론사의 정치적, 이념적 성향과 상관관계가 있는가?

2) 연구 설계와 절차

연구문제를 탐구, 분석하기 위해 심층인터뷰 기법을 동원했다. 모두 9개 서울소재 언론사의 정치부 기자 9명을 대상으로 조사가 진행됐다. 가차 저널리즘적인 보도행태가 대부분 유명 정치인을 대상으로 이뤄지고 있는 점을 고려, 다른 부서 기자는 제외하고 정치부 기자, 그것도 통상 국회출입 기자로 불리는 정당출입 기자만을 대상으로 했다. 이는 한국 언론의 취재 시스템상, 정치부 기자라 하더라도 청와대나, 총리실, 외교통상부 등 행정 부처 출입기자와 정당출입기자는 서로간의 취재영역이 완전히 별개이기 때문이다. 과학적이고 객관적인 연구를 위해 통계를 이용한 실증조사방법이 가장 이상적인 연구설계이기는 하나 현실적으로는 쉽지 않다. 아직 가차 저널리즘이란 새로운 현상을 인지하고 있지 않은 취재기자들을 대상으로 설문지를

들이대는 것은 무리라고 판단되었다.

따라서 아쉬운 점이 있긴 하지만 임의 추출한 9개 언론사의 정치부 중견 기자를 대상으로 심층 인터뷰 기법을 사용했다. 심층인터뷰 기법은 어떤 현상을 초기에 소개하고 탐색하는 이번 연구의 성격상 적절한 리서치 디자인으로, 통계로 기반으로 한 양적 연구방법의 적절한 대안이 되고 있다(Vidich & Lyman, 1994). 실제로 심층 인터뷰 기법은 한정된 시간에 대상자들의 경험을 토대로 어떤 새로운 가설이나 현상을 끄집어낼 때 실질적인 데이터를 수집할 수 있다는 점에서 탐색적인 성격의 연구에 적합한 방법으로 인정돼 왔다(Patton, 1990). 따라서 본 연구와 같은 탐색연구에서 유효할 수 있겠다.

연구표본은 나름대로 의미가 있다. 김대중 정부 이래 다양한 저널과 논문에서 조선, 중앙, 동아일보를 보수지로, 한겨레, 경향, 서울신문의 경우 진보지로 인식되고 있는 현실에(김재홍, 1999; 윤영철, 2000; 이상기, 2002) 해당 언론사 기자들의 보도행태가 언론사의 이념적 성향이 영향을 미칠지 모른다는 인식에서 분류됐다. 따라서 분석결과에 따라 이른바 보수지와 진보지간의 차이성을 엿볼 수 있어 흥미로울 수 있겠다. 또 같은 사안을 두고도 시각적 이미지를 중요시하는 방송사와 뉴스자체에 비중을 두는 신문사간, 즉 뉴스제작 메커니즘에 따라 달리 나타날지 모르는 방송, 신문사간 차이도 주목하고자 했다(이효성, 2002). 특히 방송 보도는 이미 정치학자들(Dover, 1994; Kerbel, 1994)이 지적했듯이 정치인의 개인적 이미지를 부각시킨다는 데 적극적이라는 사실에 유의할 필요가 있기 때문이다.

대부분의 인터뷰는 2004년 8, 9월 두 달 동안 광화문과 청와대, 여의도 국회주변에서 이뤄졌다. 일부는 유선으로 인터뷰했다. 보그단(Bogdan)과 비클린(Biklen, 1992)이 정리한 인터뷰 가이드라인에 의거해 따라 부담 없는 질문을 시작으로 분위기를 풀어가며 점차 민감한 질문을 던졌다. 인터뷰 내용은 주로 1차로 카세트에 녹음했으며 이후 녹취록을 작성했다. 노트도 준비됐으며 이는 인터뷰 대상자들의 흥분된 표정이나 감정을 기록하는데 사용됐다. 인터뷰 종료직전 대상자들의 휴대폰과 이메일 주소를 파악해 자료 분

석시 발생할 추가질문에 대비했다. 인터뷰에 응한 대상자는 <표 1>과 같으며 신뢰도를 높이기 위해 인터뷰 대상자의 허락아래 실명으로 처리했다.

<표 1> 인터뷰 대상자

이름	소속사	현부서, 직급/전부서	성별	나이	주요 출입처 경력
신효섭	조선일보	정치부 차장	남	40	민자, 평민, 한나라, 민주, 국민회의 등 출입
이정민	중앙일보	여론부 차장/정치부	여	37	한나라, 민주당 등 출입
최영훈	동아일보	정치부 차장	남	45	한나라, 민주당 출입
정재권	한겨레신문	정치부 기자	남	41	한나라당 출입
권석천	경향신문	경제부 차장/정치부	남	38	신한국, 한나라당 출입
박대출	서울신문	정치부 차장	남	44	민정, 민자, 한나라, 민주당 출입
윤준호	KBS	국제부 차장/정치부	남	45	평민, 국민회의, 민주당 출입
황외진	MBC	정치부 차장	남	41	국민회의, 민주, 열린우리당 출입
신경열	SBS	정치부 부장	남	45	한나라, 민주, 열린우리당, 청와대 출입

연구문제 1, 2를 위해 모두 5개의 하위질문을 통해 한국 언론에 나타난 가차 저널리즘적인 보도행태의 원인을 파악하고자 했다. 5개의 질문은 10년 이상 국회반장, 즉 정당출입기자 팀장을 역임한 구본영 현 서울신문 정치부장(46) 등을 사전 인터뷰(pilot interview)했다. 이를 근거로 모두 10개의 질문 중 불필요하다고 판단된 5개를 정리하고 남은 5개로 확정된 뒤 분석과정에서 5개의 질문을 다시 3개로 분류해 정리했다. 또 가차 저널리즘에 대한 이해를 돕고자 국내외 언론에 보도된 문제의 하워드 딘 주지사의 격정적인 연설장면을 관련사진으로 보여주며 이해를 돕게 했다. <표 1>에 제시된 바와 같이 인터뷰에 응한 일간지 기자는 모두 실명으로 처리하고 답변은 프라이버시 등을 고려해 모두 익명 처리했으며 무순으로 정리했다.

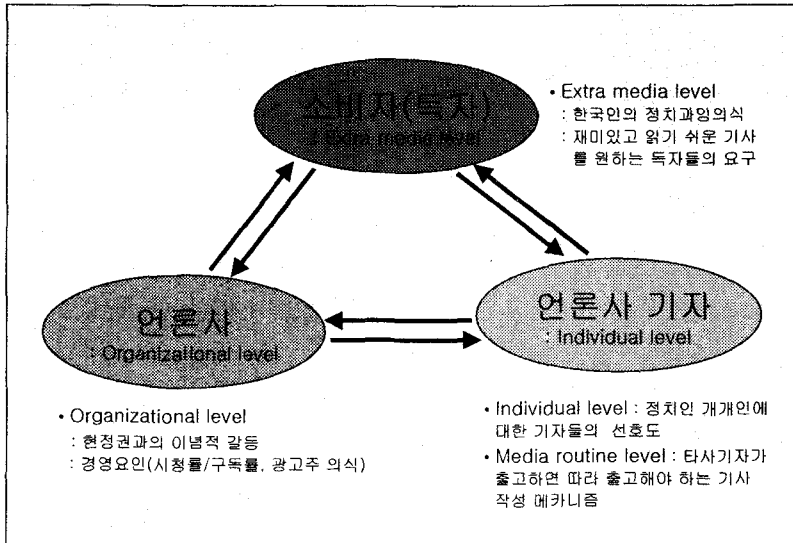
1. 가차 저널리즘의 등장원인은 ?
2. 취재기자 레벨에서 가차 저널리즘적인 보도와 상관관계가 있나?
3. 소속 언론사와 가차 저널리즘 등장과 상관관계가 있나?

4. 연구 결과

가차 저널리즘적인 보도행태가 나타나고 있는 원인, 언론사와 상관관계 등에 대해 인터뷰 대상자 개인, 소속 언론사에 따라 상당한 차이를 보였다. 또 그룹 1(조선, 중앙, 동아일보 기자), 그룹 2(한겨레, 경향, 서울신문 기자), 그리고 그룹 3(KBS, MBC, SBS 등 방송사 기자) 등 3개의 그룹에서 뚜렷한 차이를 보였다. 분석결과를 종합, 정리하면 아래 <그림 1>에서 보듯이, 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 흥미 있는 기사를 기대하는 뉴스소비자들의 요구를 들 수 있고, 둘째, 취재기자 요인으로는 (1) 기자 개개인의 특정 인물에 대한 선호도, (2) 또 타사 기자가 출고하면 따라할 수밖에 없는 기사사회의 메커니즘을, 셋째, 언론사 요인으로 (1) 구독률(시청률), 광고수익 등 경영여건을 의식한

<그림 1> 가차 저널리즘 연구 모형



언론사의 암묵적인 지원과, (2) 특정 언론사의 특정 정치그룹과의 이념적 갈등 등으로 분석됐다. 이는 슈메이커와 리스(Shoemaker & Reese, 1991)가 분류한 다섯 가지 뉴스제작 모델(Shoemaker and Reese's model of news production)과 상당 부분일치하고 있다. 또 여러 요인 중 경영에 의한 요인만 끄집어 본다면 맥마너스(1994)의 유명한 상업언론 모델(McManus' Model of Commercial News Production)이 한국 언론에도 나타나고 있음을 보여주고 있다.

1) 뉴스 소비자 요인

모든 인터뷰 대상자들이 재미있고 읽히기(보기) 때문이라는, 즉 뉴스 소비자 요인을 중요한 원인으로 들었다. 또 한국인의 정치 과잉의식도 상당 부분 작용하는 것으로 분석됐다. 슈메이커(Shoemaker, 1991)가 분류한 뉴스 제작 메커니즘상 이른바 언론의 환경적 요인(environmental factor)에 해당되는 부분이다.

<표 2> 조사결과 - 뉴스 소비자 요인

이름	소속사	주요 내용
1그룹	조선일보	1. 정치인의 해프닝은 댓글이 달리는 등 즉각 반응이 온다. 모두가 궁금해 하고 재미있어 한다. 심지어 보도하지 않으면 항의 전화까지 쇄도한다.
	중앙일보	
	동아일보	
2그룹	한겨레신문	2. 정치인이 연예인처럼 관심을 끄는 나라가 한국이다. 3. 지지하는 인물과 싫어하는 인물에 따라 요구사항이 많다.
	경향신문	
	서울신문	
3그룹	KBS	1. TV 화면에 딱 떨어지는 장면이기 때문에 시청자들이 좋아한다. ex) 캐주얼 차림의 국회 선서, 집권당 2인자의 경로당에서의 꿇어앉은 모습 2. 모두가 정치인의 일거수일투족에 대해 알고 싶어 안달이다.
	MBC	
	SBS	

그룹 3의 방송사 분석 대상자들은 TV 화면에 딱 떨어지는 장면이기 때문

에 가차 저널리즘적인 보도를 시청자들이 보고 즐거워한다고 말했다. 검고 짙은 양복일색인 국회본회의장에 캐주얼 차림으로 선서하러 등장한다던지, 집권당의 2인자적인 당의장이 경로당에 납죽 엎드려 큰절하는 모습, 군중 앞에 사자후를 토하는 홍사덕의 모습 등등은 시청자들이 환영하는 뉴스라는 게 그룹 3에 속하는 인터뷰 대상자들의 일치된 견해다.

활자매체 인터뷰 대상자 역시 워히니까 기사화하는데 주저하지 않았다고 말했다. 특히 90년대 후반 이후 정치면 가십이 사라진 이후 이같이 고소하고 잔 재미있는 신변잡기식 기사에 대한 독자들의 요구를 딱히 소화할 대안이 없었고 결국 이를 의식한 보도행태라는 점을 인정했다.

둘째, 아래 표에서 보듯이 한국인의 정치에 대한 지나친 관심에 대한 반응이라는 데는 분석대상자 모두가 동의했다.

<표 3> 조사결과 - 한국인의 정치인에 대한 과도한 관심

이름	소속사	주요 내용
1,2,3그룹	조중동	1. 사실상 전 국민이 정치인처럼 살고 있는 정치과잉의 나라
	한경서	2. 전 국민이 위해서 기사화됨: 돌발영상의 인기(3그룹)
	방송 3사	3. 한국인의 정서: 정치화제에 참여하고 싶어 함

기자(3그룹): 미국의 경우와는 달리 온 국민이 정치인처럼 살고 있는 정치 과잉의 나라다. 정치혐오, 정치불신이 문제라지만 오히려 한국만큼 정치인들이 주요 화젯거리로 등장하는 나라가 지구상에 있다. 택시기사, 부동산업자도 10년 넘게 정치부 기자로만 일해 온 나보다도 더 정치인에 대해 잘 안다. 모두가 전문가다. 그래서 정치인의 일거수일투족이 매일 기사화된다. 독자가 위해서(what people want to know) 기사화된다. 정치화제에 끼기 좋아하는 사람이 한국 사람이다.

2) 취재기자 요인(individual level)

기자 개개인의 특정 인물에 대한 선호도, 또 타사 기자가 출고하면 따라

할 수밖에 없는 기사사회의 메커니즘도 상당 부분 작용하는 것으로 분석됐다.

<표 4> 조사결과 - 인물개인에 대한 혐오(예, 유시민)

이름	소속사	주요 내용
1그룹	조선일보	1. 유시민이 가지는 상징성 : 정치계에서 권위파괴 또는 우상 파괴 주의자로 통합 2. 유시민은 어떤 의도를 갖고 스스로 연출하는 경향이 있음 3. 유시민은 노대통령의 화신이라는 생각을 가지고 있음.
	중앙일보	
	동아일보	
2그룹	한겨레신문	1. 취재기자들에게 욕설도 마구 퍼붓고 공사석에서 언론에 대해 폄하하는 버릇, 따라서 기자들이 걸리기만 하면 그냥 두지 않겠다고 생각함. 2. 호감이 안가는 인물의 전형이라고 생각함.
	경향신문	
	서울신문	
3그룹	KBS	1. 유시민에 대한 악감정은 취재기자 대부분 갖고 있음.
	MBC	
	SBS	

<표 4>에서 보듯이 3개 그룹에 묶인 모든 인터뷰 대상자들은 예외 없이 유시민에게 나타나는 가차저널리즘은 인물에 대한 인간적인 혐오감이 크다고 답했다.

기자(2그룹): 유시민의 경우 재선의원이지만 사실상 3, 4선 정도로 대접 받고 있으며 기자들이 상당히 신경 쓴다. 꼬투리 잡기식으로(유시민을) 몰아 부치는 경향이 있지만 이는 유시민의 자업자득이다. (유시민의 경우) 취재기자들에게 욕설도 마구 퍼붓고 공사석에서 언론인, 언론자체에 대해 폄하하는 아주 특이한 버릇을 갖고 있다. 따라서 대부분의 기자들이 걸리기만 하면 (gotcha) 그냥 두지 않겠다는 생각을 가지고 있다.

기자(1그룹): 유시민은 정치계에서는 권위파괴, 또는 우상파괴 주의자로 통한다. 그러나 처신이 지나치게 가볍다. 민주노동당 단병호가 점퍼차림으로 나오면 거부감이 없다. 유시민은 다르다. 방송 출연할 때는 말쑥하게 잘

차려입고 잘난 척하다가 막상 국회 본회의, 그것도 난생 처음하는 의원선서에 노타이에 면바지, 캐주얼로 등장했다. 튀고 싶다는 본인의 의도가 아니고 뭔가. 던 경우와는 달리 봐야 한다. (유시민에) 열 받는 기자가 어디 나뿐이겠는가. 데스크도 그렇고, 그래서 별 제동 없이 그대로 나간다. (기사화된다 는 의미).

기자(3그룹): 유시민은 과거 공중파 방송의 사회자로서 대중성을 견지하고 있고, 이른바 노대통령의 복심으로 불린다. 그래서 언론은 그를 쟁점화한다. 실제로 국회 본회의장에는 음식물은 물론 노트북도 반입이 안 된다. 국회법이 금하고 있다. 과거 홍준표 의원이 음식물 들고 출입하려다 국회경위에게 압수당했고 최근에는 열린우리당 초선의원들이 노트북을 들고 입장하려다 강제보관당하는 사태가 빚어졌다. 그러나 언론은 이를 기사화하지 않았지만 유시민이 같은 행위를 했다면 욱덕더라도 내보낸다. 그가 원하고 내가 원하고 독자가 원하기 때문이다. 그는 늘 의도를 갖고 스스로 연출해 가는 경향이 있다.

이와 함께 기자사회의 제작 메커니즘(media routine level, news production mechanism)을 들었다. 출입처에서 한 기자가 출고하면 따라하지 않을 수밖에 없는 (물먹지 않으려면) 현실에 누구 한 명이 송고하면 <엔터키>를 치지 않을 기사는 찾기 힘들다는 것이다. 기자들은 어쩔 수 없이 다른 기자들과 늘 경쟁관계에 있고 낙중에 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 신변잡기식 기사는 즉각 재미나게 기사화할 수 있고 따로 확인절차를 거치지 않아도 되는 편리성이 있기 때문이다.

기자(1그룹): 가차 저널리즘기식 기사는 기사화하기가 쉽다. 정치인의 거대 담론이나 골치 아픈 공약보다는 말실수와 가십거리는 즉각적으로 보낼

수 있고 또 쉽게 읽힌다. 누이(뉴스 소비자) 좋고 매부(출고기자) 좋다는 말이 이럴 때 유효하다.

3) 언론사 요인

언론사 요인으로는 구독률(시청률) 등을 의식한 경영요인(organizational level)과 일부 언론사와 현 정부와의 갈등관계를 들었다. 경영요인에 대해서는 대체로 일치했지만 이념갈등(ideological level)이라는 분석에 대해서는 그룹별로 상당한 차이를 보였다

<표 5> 조사결과 - 구독(시청)률, 인터넷 매체와의 경쟁 등 경영요인

이름	소속사	주요 내용
1, 2그룹	조중동	1. 온라인 매체는 가십성을 어마어마하게 크게 다름: 수십, 수백 건의 댓글이 올라옴.
	한경서	2. 쌍방향 저널리즘: 서로 주고받고 논쟁을 벌일 수 있는 기사 선호
		3. 열독률에서 밀리고 있고 대형 광고주들이 이런 변화에 주목하고 있음.
		4. 인터넷 세대를 의식해야 하는 활자매체의 긴박감.

기자(2그룹): 인터넷 매체와의 경쟁의식도 한몫한다. 예전 같으면 정치인의 말실수나 해프닝은 간단하게 한줄 쓰고 넘어갔다. 그러나 지금은 다르다. 온라인 매체들은 이런 가십성을 어마어마하게 크게 다루고 또 거기에는 수십, 수백 건의 댓글이 달린다. 북핵 기사보다도 단병호 민노당 의원의 딸이 사법시험 1차에 합격했다는 뉴스가 더 각광받는 시대다. 많은 정치기사가 신변잡기식이다. 꼬투리 잡기에 열심인 <만지일보>라는 인터넷 매체도 있다. 가장 심각한 문제는 인터넷 매체의 열독률에 대형 광고주들이 움직인다는 것이다. 경영상으로는 긴장감이 도는 대목이 아닐 수 없다.

일부 언론사와 특정 정치권과의 이념 갈등에 대해서는 그룹마다 다소 차이를 보였다.

<표 6> 조사결과 - 정치권과의 갈등

이름	소속사	주요 내용
1그룹	조선일보	1. 정권타도는 아니더라도 최소한 정권무력화를 위해 흠집 내기식 보도를 한다.
	중앙일보	
	동아일보	
2그룹	한겨레신문	1. 친노냐 반노냐에 따라 기사가 달라지며 현 정권과 우호 적임을 부인하기 어렵다.
	경향신문	
	서울신문	
3그룹	KBS	1. 보수언론과 현정권간에 빚어지고 있는 하나의 정치 투쟁, 또는 파워게임 양상이다. ex) 유시민, 정동영에 대한 꼬투리잡기식 보도
	MBC	
	SBS	

기자(3그룹): 노정권 출범이후 조중동의 현 정권 인물에 대한 꼬투리 잡기식 보도는 정치투쟁으로 봐야 한다. 김두관 행정부장관, 이창동 문광부장관, 강금실 법무부 장관, 김희선 열린우리당 의원, 이종석 NSC 부의장 관련 보도는 일종의 정권무력화를 위한 전략이다.

기자(1그룹): 솔직히 고백하건대 현 정권을 한마디로 인정하고 싶지 않다. 정권타도는 아니더라도 최소한 정권 무력화를 위해 흠집내기식 보도행태를 한다. (나머지 그룹 1에 소속된 대상자들도 대부분 같은 의견이었다).

기자(2그룹): 보수언론의 현 정권 인사에 대한 가차 저널리즘은 하나의 정치투쟁, 또는 파워게임으로 봐야 한다. 소속 언론사가 친노(親盧)냐 반노(反盧)냐에 따라서 기사 분위기가 확연히 달라진다. 단순한 실수도 어느 쪽에서는 실수로, 또 다른 어느 쪽에서는 치밀히 계획된 의도라고 매도당하는 현실이다.

4) 기타, 기사가치의 문제(news value decision)와 한국 언론의 전통에서 비롯된 요인

위에서 정리한 3가지 대분류에서는 들지 않았지만 가차 저널리즘이 뉴스

벨류에 따른 정치기사의 생산과정이라는 점과 한국 언론의 독특한 전통에 비롯된다는 주장도 있다. 예를 들면 정동영의 이른바 노인평하발언은 선거 판의 가장 중요한 시기에 터진 하나의 정치행위로 봐야 한다는 뜻이다.

기자(2그룹): 시작은 말실수였지만 이른바 스노볼(snowball) 효과가 나타나면서 선거 판에 하나의 큰 모멘텀을 제공했다. 발언이 전체 선거판세를 바꿀 수도 있다. 정동영의 경우는 출발은 가차 저널리즘의 모습을 띠었으나 곧바로 하나의 중요한 정치행위로 발전돼 갔다.

기자(1그룹): 정동영의 경우는 그가 유력한 차기 대권주자라는 점에 주목하고 싶다. 비록 노인평하 발언 자체는 말실수 인지 모르지만 그가 지닌 정치적인 위상을 고려할 때 기사화할 필요가 있었다. 첫 보도 이후 나타난 수많은 기사는 그런 과정에서 봐야 한다. 정동영의 경우는 언론사마다 정치적인 계산을 끝내고 내보냈을 것이다. MBC는 물론 호의적이고(정동영의장이 MBC 출신이어서), 모든 언론사가 나름대로 주판알을 튕긴 뒤, 호의적으로 또는 다소 악의적으로 출고되었다.

<표 7> 조사결과 - 정치기사의 생산과정, 기사가치 문제(예, 정동영 관련)

이름	소속사	주요 내용
1.그룹	조선일보	1. 선거에서 가장 중요한 시기에 발생: 정치행위로 볼 수 있음, 전체 선거판세가 바뀔 수 있음 2. 선거판에 하나의 큰 모멘텀 제공
	중앙일보	
	동아일보	
2.그룹	한겨레신문	1. 정권 무력화 작용: 친노나 반노나에 따른 기사분위기의 변화
	경향신문	
	서울신문	
3.그룹	KBS	1. 유력한 차기 대권 주자: 말실수라 해도 어떤 방법으로도 기사화할 필요 있음 2. 정치적 위상: 가십성 기사로 처리하기에는 허전함 3. 언론사마다 정치적인 계산 후 보도
	MBC	
	SBS	

한국 언론만의 독특한 전통과 보편적인 목표도 중요한 요인으로 나타났다.

기자(1그룹): 속내를 들여다보면 민주화가 이뤄지면서 이제는 한국 언론이 추구해 오던 보편적인 목표나 전통이 사라졌다. 과당 경쟁으로 기자라는 동업자 의식도 사라졌고, 또 예전에는 민주주의를 지킨다는 식의 암묵적 목표가 있었지만 지금은 추구해야 할 것이 무엇인지 명확하지가 않다. 전통적으로 한국 언론의 정치면은 큰 흐름을 짚어나가는 보도보다는 정치인 개개인을 다루는데 치우치고 있다. 이 같은 보도행태는 정치권이 먼저 만들면 언론은 어쩔 수 없이 주워 담는 식으로 발전돼 왔다. 서로 주고받고 하다보니 욱먹게 되고 결국은 이처럼 학문적인 연구대상으로 까지 온 것이다.

<표 8>

이름	소속사	주요 내용
전체그룹	조중동	1. 민주화 이후 한국 언론이 추구해 오던 전통이나 보편적 목표 실종 2. 정치면은 큰 흐름을 짚어나가기 보다는 정치인 개인을 다루는데 치우침 3. 가차 저널리즘 비판받아 마땅하나 자업자득의 결과.
	한경서	
	방송 3사	

5. 결론, 함의, 연구의 한계

가차 저널리즘의 발생원인, 언론사와의 상관관계 등을 알아보기 위해 KBS, MBC, SBS 등 방송 3사, 조선, 중앙, 동아일보와 한겨레, 경향, 서울신문 등 서울소재 6개 일간지 정치부 기자를 해당 매체의 성격(김재홍, 1999; 윤형철, 2000; 이상기, 2002)에 따라 모두 3개의 그룹으로 분류해 살펴보았다. 분석 결과, 가차저널리즘이 나타나는 원인은 크게 언론 외적으로는 (extra-media level) 뉴스 소비자 요인, 내적으로는 취재기자 요인(individual level), 언론사 요인(organizational level) 등 모두 3가지 요인이 주로 작용하는 것으로 나타났다. 즉, 1) 흥미 있는 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 등이다.

첫째, 대부분의 조사 대상자들은 가차 저널리즘의 원인에 대해 흥미 있는 기사를 원하는 뉴스 소비자들의 요구와 한국인이 갖는 독특한 정치과잉 성향, 즉 언론외적(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. 여기에도 열독률이 높던 가십면이 90년대 후반 한국 언론에서 사라진 것도 크게 작용한 것으로 드러났다. 또 최근 들어 이념 간, 세대간의 갈등이 나타나면서 특정 인물에 대한 이분법적인(dichotomous) 편 가르기 분위기가 팽배해 있어 가차 저널리즘이 먹혀 들어간다는 지적이다. 이는 독자나 시청자들이 정치선거에서 보다 흥미거리 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. 많은 인터뷰 대상자들은 유시민의 경우 “손 볼 필요가 있는” 인물로, 특정 인물에 대한 가차 저널리즘적인 보도가 자신들의 의지가 반영되었음을 부인하지 않았다. 또 취재 기자로서는 가차 저널리즘적인 보도가 물리적으로 처리하기가 쉽고 경쟁사의 기자가 출고하면 물먹지 않기 위해 따라 할 수 밖에 없는 한국 언론의 제작 메커니즘과 집단적인 사고방식, 즉 패거리 저널리즘(pack journalism) 상당히 반영된 것으로 분석됐다(권혁남, 1997).

마지막으로 소속 언론사의 암묵적인 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 광고수주를 경쟁해야 하는 언론사의 고민이 숨겨있다는

분석이다.

또 그룹 1에 소속된 언론의 경우 노무현정부와의 갈등으로 인해 흠집내 기식의 가치 저널리즘이 그룹 2,3에 비해 상대적으로 많이 생산되는 것으로 분석됐다. 구체적으로 살펴보면 그룹 1에 소속된 보수성향의 언론사의 인터뷰 대상자들은 대부분 노무현정부에 대해 비판적인 모습을 보였다. 그룹 2에 분류된 진보성향으로 일컬어지는 언론사의 인터뷰 대상자들은 소속 언론사의 논조가 현 정부에 호의적임을 부인하지 않았다. 이는 과거와는 달리 한국 언론에서 보수지와 진보지의 색깔이 뚜렷함을(김재홍, 1999)을 보여준다고 할 수 있겠다.

그러나 많은 분석 대상자들은 가치 저널리즘적 생산원인이 독자(시청자)가 원하고 언론사가 원해서 나타나는 복합적인 현상이라고 주장했다. 뉴스 소비자가 재미있는 기사를 원하기 때문에 열독률이나 시청률, 나아가 광고시장 등을 고려한 나머지 이 같은 보도가 양산된다는 핑크(Fink, 1988, 1995)의 지적이나 시장논리에 의한 적자생존의 시대를 맞아 결국은 소비자를 의식한 편집정책(market-driven news production)이 나타날 수밖에 없다는 맥마너스(McManus, 1994), 언더우드(Underwood, 1993), 간즈(Gans, 1979)의 진단과 일정 부분 일치함을 보여준다.

이와 함께 그룹 3에 분류된 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 떨어진다는 점을 원인으로 들었다. 이는 부트(1989)의 지적처럼 텔레비전 보도의 경우 취재대상이 이른바 “그림이 되는” 경우에 지나치게 집착하거나, 조직이나 집단보다는 정치인 개인의 시각적 이미지에 초점을 맞추고 있다는 래니(1985)의 분석과 상당 부분 일치하고 있다.

연구는 정치 저널리즘의 새로운 현상으로 주목받고 있는 가치 저널리즘을 살펴봤지만 대부분의 탐색 연구가 갖는 한계를 드러내고 있다. 우선 가치 저널리즘에 대한 최초의 연구이다 보니 선행연구가 없어 문헌연구는 물론

연구설계에서부터 난항을 겪었다. 따라서 막상 새로운 정치 저널리즘 현상을 국내에 소개하고 발생 원인을 탐색하는 목적으로 연구를 진행하긴 했지만 어려운 점이 한두 가지가 아니었다. 또 여러 조사연구에서 보듯이 중앙지 기자들은 상류층과 마찬가지로 접근자체가 어려운 대상이다(한국갤럽의 어제와 오늘, 2004). 따라서 접근성이 어려운 유력 언론사 기자들을 조사 대상으로 하다 보니 상당한 물리적인 노력과 인내가 필요했다.

인터뷰 대상으로 고른 정치부 중견기자들을 섭외하는 과정이 쉽지 않았다. 특히 최소한 5년 이상 정당출입 경험이 있는 기자만을 골라 섭외하기가 힘들었다. 또 인터뷰를 허락했다가도 막상 연구목적을 털어놓자 논란이 생길 것을 걱정해 당초의 수락의사를 번복, 사양하는 바람에 어려움을 겪었다. 또 지방지를 제외하고 인터뷰 대상자를 서울 소재 언론사 소속으로 한정함에 따라 오는 신뢰도 및 타당도에서 어느 정도 문제점을 지니고 있다. 이는 새로운 이론을 소개하는 연구의 성격상 한정적인 대상에 의존할 수밖에 없다는 점이 있기는 하나 여전히 문제점으로 남는다. 후속 연구에서는 전체 언론사를 망라해 분석대상을 넓힐 필요가 있다. 분석대상이 확대되면 본 연구가 탐색적인 연구에 그친데 비해 신문사간, 또는 방송사간, 또는 신문, 방송사간 중앙지, 지방지간 등을 비교 분석이 가능하겠다.

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. 그러나 이번 연구는 가차 저널리즘의 소개와 함께 발생원인에 대해 심층 인터뷰기법을 이용한 해석적인 분석에 그치고 있어, 통계를 이용한 실증적인 후속 연구가 필요할 것으로 보인다. 특히 가차 저널리즘이 초래할 수 있는 부정적인 결과, 가령, 언론보도의 객관성이나 공정성 등에 관한 연구는 여러모로 시급하다 하겠다. 준비중인 다음 연구는 여기에 주목하겠다.

◆ 참고문헌

- 강준만 (1995). 『TV와 이미지 정치』. 공간미디어.
- 권장원 (2004). 한국 언론사의 관계 권력구조에 대한 연구. 『한국언론학보』, 48권 2호, 164~188.
- 권혁남 (1997). 『한국 언론과 선거보도: 정치커뮤니케이션의 현실논리』. 109~114, 나남.
- _____ (2002). 『미디어선거의 이론과 실제』, 117쪽. 커뮤니케이션 북스.
- 김동률 (2004. 3. 30). 꼬투리 잡기 저널리즘. 『경향신문』 14면.
- 김재홍 (1999). 김대중 정부의 통일안보정책과 언론의 논조. 언론의 역할과 남북한 관계의 새로운 패러다임 모색 세미나 발제논문. 한국언론재단, 한국국제정치학회 공동주최(8월 27일, 프레스센터).
- 박동숙 (2001). 취재원과 기자의 역학관계에 대한 질적 연구: 출입처 제도의 문제점을 중심으로. 『한국언론학술논총』, 229~282.
- 박동숙·조연화·홍주현 (2001). 공적 업무수행을 위한 사적 친분 고리: 출입처에서의 취재원과 기자의 상호작용에 대한 질적 탐구. 『한국언론학보』, 45권 특별호, 367~396.
- 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.
- _____ (2003). 노무현 정부 언론 1년 “타협해야” 『관훈토론』 겨울호.
- 윤영철·강형철·이창현·손영준 (2004. 3. 25). 쟁점토론; 탄핵방송 편파 시비, 어떻게 볼 것인가. 업코리아(www.upkorea.net).
- 이민웅 (1996). 『한국 TV 저널리즘의 이해』. 나남.
- 이상기 (2002). 조/중/동과 한경대; 편집이념으로 구분짓는 것은 잘못. 『저널리즘비평』 33호. 한국언론학회, 68~71.
- 이준웅 (1999). 후보 이미지의 정치적 영향력에 대한 사회인지론적 설명. 『한국언론학보』 43권 2호, 243~284.
- 이효성 (1989). 『정치언론』. 이론과 실천.

- _____ (2002). 『언론과 민주정치』. 커뮤니케이션 북스.
- 최민재 (2004). 미디어선거와 이미지정치: 17대 국회의원 선거보도를 중심으로. 한국언론재단 연구서 2004-03.
- 최영목 (2002). 『언론개혁과 민주주의, 전망과 과제』, 5~6쪽.
- 『한국갤럽의 어제와 오늘』 (2004). 한국갤럽.
- 한국신문의 조폭적 행태 (2000. 10. 24). 정연주. 한겨레신문 정연주 컬럼.
- 한국언론재단 뉴스검색 kinds (www.kinds.or.kr).
- 한국언론재단 (2004). 『언론경영 실태분석』, 연구총서 2004-04.
- _____ (2003). 『한국의 언론인』.
- _____ (2003). 『한국신문방송연감』.
- 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: 1960~1992*, Westport, CT: Praeger.
- Fink, Conrad (1988). *Strategic newspaper management*. Carbondale, IL: Southern Illinois University Press.
- _____ (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 Politics 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 presentation 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.
- _____ (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.

(최초 투고 2004. 12. 1, 최종원고 제출일 2005. 4. 4)

An Exploratory Study on Gotcha Journalism

Dong-Yule Kim

(Mass Communication Research Center, Yonsei University)

The study attempts to introduce 'Gotcha Journalism' to the Korea journalism, research and analyze it. Gotcha journalism is the journalistic reporting attitude that the journalists repeatedly and intensively reports public figures, especially politicians' mistakes or happening. 'Gotcha' is abbreviation of "I got you", frequently used in the English and American culture. In order to get the goal of this study, several journalists who are currently working for Chosun, Joongang, Dong-a, Hangyore, Kyunghyang and Seoul, national covering daily newspapers. In addition, the reporters who work for KBS, MBC, and SBS were interviewed. All journalists who have been worked more than 5 years at the politic department were selected as interviewees. Thus, Intensive interviews are prime source of this study.

Based the result of the research, gotcha journalism is externally derived from obsessive interest of Korean people to politics. Internally, it is easy to report happening or mistakes rather than big argument or ideological agenda of the politicians as news for journalists and to catch readers. In addition, the competition with advertising income accelerates this situation. And gotcha journalistic reporting behavior or attitude highly relates to political propensity of the newspapers or broadcastings. Especially some of the newspapers take gotcha journalism as a political struggling tool. It is appeared that another major cause for gotcha journalistic reporting behavior is customer-driven news production.

Keywords: gotcha journalism, public figure and press, attack journalism