



오보 문제에 대한 기자 인식

심층 인터뷰를 중심으로

신혜선 서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 박사과정

이영주 서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 교수

Journalists' awareness of misinformation issues

Focused on in-depth interviews

Hye-sun Shin*

(Doctoral Student, Seoul National University of Science and Technology)

Yeong-Ju Lee**

(Professor, Seoul National University of Science and Technology)

This study examined the opinions of reporters so as to propose pre/post measures for preventing misinformation. By transforming the hierarchical model of Shoemaker and Reese into three levels, measures to prevent misinformation were derived. In-depth interviews were conducted with reporters working for daily newspapers, broadcasters, and news agencies. The results show that the reporters identified organizational issues as the key issue among the causes of misinformation. That is, the risk of misinformation increases because the press accelerates the competition for single and breaking news while operating the existing news production system as it is. As a specific measure, at the reporter level, faithful writing and re-establishing the role of journalists in the digital age were suggested. At the media level, the reporters suggested strengthening the online news consumption system, reinforcing continuous education in ethics, introducing various article formats and evaluation systems, and establishing an organization to respond to misinformation. At the level of external environment, the necessity of self-regulation to overcome partisanship and improvement of the portal news consumption environment was suggested. There were mixed arguments for and against including the press in the punitive damages claim system, but consensus was confirmed on the need to strengthen the responsibility of the press.

Keywords: misinformation, fact check, correction reporting, self-regulation, media ethics

* hsshin387@gmail.com

** roselee@seoultech.ac.kr (corresponding author)

1. 문제 제기

기자가 독자에게 전달될 때까지 그 과정에서 오류가 발생할 가능성은 늘 존재한다. 기자가 들은 정보가 허위일 수도 있고, 기사 작성과정에서 자의적 판단이 들어갈 수도 있으며, 편집 과정에서도 오류가 일어날 수 있다. 오보는 정확하지 않거나 완전하지 않는 정보에서 비롯되며(Losee, 1997; Zhou & Zhang, 2007), 현혹하려는 의도에 의해 허위 정보(disinformation)가 될 수도 있다(박아란, 2019; Ireton & Posetti, 2018).

디지털 미디어 시대에는 오보가 만들어지는 과정을 바로잡기 더 힘들다. 소셜 미디어를 통해 습득한 정보를 공유하는 일이 일상화되면서 정확하지 않는 오정보(misinformation)나 허위 정보가 빠르게 확산되고 있어서다(Karlova & Fisher, 2013). 소셜 미디어에서 공인의 발언은 인물의 무게나 관심도에 비례하여 빠르게 유포된다. 게재된 글이 사실인지 확인하지 않고 기사화하는 언론사가 늘어나고 있어 오보는 순식간에 확대 재생산된다(Silverman, 2007).

2014년 한국 사회에서 세기의 오보로 평가받는 ‘세월호 전원구조’ 보도(정민경, 2021, 01, 19) 이후에도 한국언론중재위원회(언중위)가 내리는 시정 권고는 꾸준히 증가하고 있다. 2017년 총 1,034건에서 2019년 1,288건으로 증가했고, 2020년에는 935건으로 다소 줄었다. 이중, 인터넷 신문에 대한 시정 권고는 2019년 1,101건(85.5%), 2020년 793건(84.8%)으로 가장 많았다. 인터넷 신문이 양적으로 팽창함에 따라 매체 간 경쟁이 심화되면서 오보가 증가했으며(언중위, 2019), 특히 팬데믹 상황에서조차 한국 언론은 ‘인포데믹’(infodemic) 상황의 주범을 자처했다는 평가를 받는다(양영유, 2021). 국내 언론사 30곳이 제공한 코로나19 관련 기사 137건 중 80% 이상(111건)이 사실이 아닌 것으로 드러났는데, 잘못된 의학 정보를 제공하고 위험성을 과장하는 허위정보가 많았다(성욱제·정은진, 2020). 이는 개인을 비방하거나 위협을 축소하는 미국의 오보 행태와 다른 결과이다.

오보가 증가할수록 언론 불신은 더욱 커진다. 일반인이 의도를 갖고 만든 허위 정보보다 언론사의 오보로 인한 피해 사례도 많아지고 있다(Willnat et al., 2019). 언중위를 찾는 ‘언론포해 상담 건수’는 2017년 2,965건에서 2019년 3,292건, 2020년 3,335건, 2021년 상반기 1988건으로 증가 추세다. 시민들이 언론 보도에 적극 대응한 결과로 볼 수도 있지만, 언론 스스로 오보를 줄이기 위한 실제적 노력이 절실함을 방증한다. 2019년 실시된 언론인 의식조사에 따르면 많은 현장 기자들도 오보 증가에 심각성을 공감했다. 대부분의 기자들은 오보의 원인을 기자 자신에서 찾으며, 해결 방안 역시 개인에서 출발하고자 했다. 하지만, 부실한 사실 확인은 속보 경쟁에 의해 정보의 진위를 제대로 파악할 수 없는 노동 환경에 내몰린 탓도 있었다(한국언론진흥

재단, 2019).

최근 미디어에 대한 제도적 규제를 강화하려는 움직임도 있다. 2020년 9월 28일 법무부는 집단소송제와 징벌적 손해 배상제에 언론을 포함해 전면 확대하는 법안을 입법 예고하였다. 정부의 통제 기제로 작동돼 언론 자유를 위축시키는 부정적 효과가 클 것이라는 의견이 있으나(장영수, 2020), 언론 보도의 잘못된 보도로 인해 명예를 해치거나 사생활이 침해되는 등 피해도 적지 않은 만큼(한국언론중재위원회, 2020) 언론이 더 신중해짐으로써 개선 효과가 있을 것이라는 의견도 있다(심훈·김세은, 2020).

오보의 원인과 대안을 조명하는 학문적 연구는 저널리즘 연구의 중요한 축을 형성하고 있다. 오보가 증가함에도 언론이 누리는 언론 자유에 상응할 책임감이나 윤리 의식 부재를 우려하거나(우병동, 1996; 정결진, 1997), 언론사가 저널리즘의 공적 가치를 버리고, 수익 극대화에 치중한다는 강한 비판이 제기됐다(박기순, 1993). 언론사가 생산하는 오보 원인을 파악하는 연구(김세은 외 2018; 김영욱 외, 2007; 이완수 외 2020; 임유진·김영욱, 2011)와 사후 정정보도로 언론 스스로 책임을 지고 대안을 마련해야 한다는 연구결과도 축적되었다(김세은, 2005; 김영욱·임유진, 2012). 해외에서도 소셜 미디어를 통한 오정보와 허위 정보의 유통이 심각해지는 상황에서(Allcott & Gentzkow, 2017) 기사의 정확성을 높임으로써 기자의 사회적 책임과 역할을 다해야 한다는 의견으로 수렴되고 있다(Bardoel & d'Haenes, 2004; Gil de Ziniga & Hinsley, 2013; Lewandowsky et al., 2012; Tsfati et al., 2006; Willnat et al., 2019).

이에 본 연구에서는 슈메이커와 리즈의 위계모형을 분석 틀로 삼아 현장 기자가 인식하는 오보 방지 대안을 살펴보고자 한다. 뉴스는 언론사 내외부의 다양한 요인들이 영향을 미치고(홍주현·최선영, 2017), 정치·경제·사회적 이해관계가 개입해 결정되는 역동적 상호작용의 산물이다(배정근, 2017). 위계 모형은 미디어의 내용에 영향을 미치는 요인을 기자 개인, 미디어 관행, 언론사 조직, 조직 외 차원, 그리고 이데올로기라는 5가지 차원에서 설명하는 분석 틀인데(Reese & Shoemaker, 2016; Shoemaker & Reese, 1996), 본 연구에서는 기자 개인, 미디어 관행과 조직, 그리고 조직 외 사회적 환경의 세 측면에서 대안을 모색해보고자 한다. 기성 언론이 어이없는 허위 정보를 오보로 확산하는 상황에서 이를 바로 잡는 노력은 언론의 자율적 노력에서 출발해야 한다. 오보가 빈번한 현실에 대한 현장 기자들의 인식을 바탕으로 심층 인터뷰를 통해 그들이 생각하는 대안을 찾고자 한다. 본 연구를 통해 언론사가 오보를 줄일 수 있는 환경을 조성하는데 필요한 단초를 제공하고 더 나아가 사회적 공기로서 미디어의 역할을 복원하는 데 일조하고자 한다.

2. 선행연구 검토

1) 위계모형 관점의 미디어 영향 요인

오보가 발생하는 원인을 명확하게 구분하는 일은 쉽지 않다. 기자 개인의 문제에서 비롯될 수도 있고, 언론사 조직의 내부적 문제나 관행, 그리고 조직 외부의 환경이나 사회기구 같은 다양한 요인이 얽혀 작용하기 때문이다(Reese & Shoemaker, 2016). 슈메이커와 리즈의 위계모형(hierarchy of influences)은 이처럼 뉴스의 복잡한 제작과정을 분석하는 관점을 제공하는데, 기자 개인 수준, 미디어 관행(routines), 조직 수준을 포함하여 미디어 외적 수준과 이데올로기 등 거시적인 수준까지 포괄하여 미디어의 내용이 결정되는 과정을 설명한다(Reese & Schoemaker, 2016). 이 다섯 가지 수준은 개별적으로, 또는 여러 수준이 상호 결합하여 뉴스에 영향을 준다.

기자 차원에서는 취재와 기사작성에 어떤 태도를 견지하는지, 언론사에 입사하여 어떤 교육을 받았는지 그리고 취재 분야에 대한 전문성을 가지고 있는 지 등이 기사 내용에 영향을 줄 수 있다. 패턴화된 습관을 일컫는 관행(routines)은 미디어 조직에도 깊게 구조화되어 규칙, 규범, 그리고 절차로 작동한다(Reese & Buckalew, 1995). 미디어 관행에서는 일의 수행 과정에서 받는 영향을 고려한다. 이 관행은 외부에서 정확히 파악하기 쉽지 않으며 언론인들의 근무 환경에서 오랜 기간 관찰될 수 있다(Reese & Shoemaker, 2016). 조직 차원에서는 미디어 관행이 만들어지는 구조와 기자가 다른 사람들과 맺고 있는 관계, 조직이 구성원에게 강제하고 합리화하고 추구하게 하는 조직의 목표나 정책을 고려한다. 미디어 관행과 조직 수준은 밀접하다. 더불어 언론사도 복합적인 경제적 실체에 의해 만들어진 산물이기 때문에 언론사 조직을 중심으로 할 때와 언론사가 속한 모기업을 대상으로 할 때 층위가 달라질 수 있다(Reese & Shoemaker, 2016). 또한 미디어는 정부, 광고주, PR, 정보원, 이익 집단 등 다양한 사회 제도의 영향을 받을 수 있으며 언론사도 더 큰 시스템의 이익에 종속되는 경우가 많다. 마지막으로 미디어가 사회와 맺은 구조화된 관계에서 의미 체계가 어떻게 형성되는지를 나타내는 이데올로기를 고려한다(Schudson, 1989). 기사는 언론사의 경제적 이득 및 이데올로기 관점이 반영되기도 하고, 권력 및 자본 관계의 영향을 받기도 한다(Reese & Shoemaker, 2016).

하지만, 위계모형은 각 차원의 경계가 명확하지 않고 상호 영향을 주고받으며, 특정 수준이 거시적인 수준에 종속된다는 비판을 받는다(Keith, 2011). 뉴스에 영향을 미치는 매커니즘은 매우 동적이고 상황에 따라 달라질 수 있으며(Hackett & Uzelman, 2003) 테러나 전쟁 같은 위기 상황에서는 정적 특성을 지니고 있는 위계모형이 적용되기 어렵다(Renolds &

Barnett, 2003). 기성 언론의 관행이 바뀌고, 1인 미디어가 많아지는 등 언론사가 새로운 환경에 대응하면서 수정된 위계모형을 바탕으로 연구가 수행되고 있다(김영옥 외, 2007; 배정근, 2017; 홍주현·최선영, 2017; Keith, 2011). 본 연구에서도 위계모형을 활용하되, 기자 개인, 관행과 조직 요인, 그리고 조직 외의 차원의 수정 모델을 토대로 오보를 방지하는 대안을 모색해 보고자 한다.

2) 오보의 개념

오보는 정확하지 않고, 확실하지 않으며, 모호하다(Karlova & Lee, 2011). 오보는 초기 전과 당시에는 진위를 확인할 수 없더라도 일정 시간이 지나 거짓임이 드러날 때 오보로 간주된다(황현정 외, 2020, 10쪽). 오보는 실수의 결과이기도, 의도한 결과이기도 하다. 오보의 속성에는 은폐(concealment), 양의성(兩義性, ambivalence), 왜곡(distortion), 허위(falsification)가 포함된다(Zhour & Zhang, 2007).

오보는 허위 정보(disinformation)와 구분할 필요가 있다. 허위 정보는 '특정인이나 집단이 의도적으로 해를 끼칠 목적으로 생산·게시·유포한 가짜 정보, 사실과 가짜가 혼합된 정보'를 말한다(Karlova & Lee, 2011; Karlova & Fisher, 2013). 의도가 있는 만큼 허위정보는 사회 혼란을 부추기는, 민주주의 근간을 흔드는 위험 요소이며(강주현, 2019), 사회 전체에 확증편향을 확산시킨다(정연우, 2020).

오보는 잘못된 부분, 고의성, 그리고, 얼마나 심각한 피해를 불러일으켰는지에 따라 유형을 구분한다(임양준, 2007, 208쪽). 숫자, 이름, 날짜 등 사실의 기술이 잘못된 경우는 객관적 오보로 분류한다. 허위 및 날조, 과장, 불공정, 해석상의 착오 등에 근거한 오보는 주관적 오보로 분류한다(Singletary & Carrage, 1980). 맥락이나 관점을 담은 해석, 즉 주관적 오보 논란이 많다(임양준, 2007). 주관적 오보는 가짜뉴스로 간주되기도 하는데, "내용만 아니라 형식까지도 기만적"이라는 점에서 오보와 가짜뉴스는 다르다(황용석·권오성, 2017, 66쪽).

어떤 맥락이든 오보는 언론 신뢰를 약화시키고, 민주주의와 지식체계에 부정적 영향을 미친다. 오보에 노출된 수용자는 잘못된 신념을 갖게 되고, 자신과 사회 전체에 해가 되는 결정을 내릴 수 있다. 잘못된 정보에 의한 의사결정은 공동체 전체에 악영향을 미친다(Kuklinski et al., 2000). 더욱이 잘못된 정보는 사실보다 더 빨리, 더 많은 사람에게 도달하는 경향이 있다(Bebbington et al, 2017 ; Vosoughi et al, 2018). 오보로 인한 폐해는 한 사회의 전체 지식체계에 걸쳐 나타날 수 있으며(Lewandowsky et al, 2017), 저널리즘에 대한 신뢰를 감소하는 결과를 초래한다. 또한 진실로 받아들여진 오보는 이후 수용자의 추론 과정이나 태도에 지

속적으로 영향을 미친다(황현정 외, 2020). 오보를 접한 수용자가 잘못된 추론을 하지 않도록 하기 위해서는 공신력 높은 정보원을 통해 대안정보를 제공, 수용자의 회의주의 성향을 활성화해야 한다. 오보를 접한 수용자의 태도를 정정하는 것은 그만큼 어렵다는 의미다.

3) 오보 원인에 대한 고찰

(1) 기자 개인적 차원

① 부실한 사실 확인

모든 오보의 출발이자 가장 큰 원인은 사실 확인을 제대로 하지 않은 데 있다(한국언론진흥재단, 2019). 취재원으로부터 불확실한 정보를 수집하거나, 취재원이 제공하는 정보를 불완전하게 해석하는 과정에서 오류가 일어날 수 있다(김영옥 외, 2007). 최근 언론사가 빠른 정보를 원하는 독자들의 습성을 중요하게 고려하면서(Zuniga & Hinsaley, 2013) 속보를 우선하게 됐는데, 이 과정에서 오보가 증가하고 있다.

균형과 공정을 앞세워 나열식 보도를 하는 과정에서(홍원식, 2018) 주관적 오보 논란이 일 수 있다. '기사의 객관성'은 기자 자신의 주관성을 감추는 전략이 되기도 한다(이나연, 2018). 그 간 한국 언론은 뉴스를 상품화하면서 취재원의 발언을 인용하는 방식으로 객관주의 관점을 사용해 왔는데(홍원식, 2018), 기자가 특정한 목적으로 이 방식을 빈번히 활용한다는 비판을 받고 있다.

사실 확인 못지않게 취재 및 기사 작성 과정의 절차적 정당성도 중요하다. 정보를 취득하기 위해 취재원의 인권을 침해하거나 비도덕적인 방법을 취하는 등 취재 절차를 준수하지 않는 것은 타당하지 않다(김세은, 2006). 국내 언론은 취재 과정을 공개하지 않거나 기관을 사람인 듯 묘사하는 의인화를 남발하며, 부정적 발언을 익명 정보원을 통해 인용한다는 비판을 받는다(정은령, 2019).

② 사회 책무를 담보한 기자 위상 하락

기자는 믿을 수 있는 정보를 제공하는 사람으로 정의된다(Hayes et al., 2007). 기자들은 자유와 자율성을 갖고 그 역할을 수행하는 대신 공정성 기준을 지켜야 하고 사회의 여러 모습을 동등하게 대변해야 한다(Reese, 2001). 전문직으로서 기자는 특정 분야의 전문가라기보다는 각 분야의 전문가 의견을 종합적으로 듣고 판단해 쉽고 정확하게 전달하는 의미에서 인정받아왔다(권태호, 2019). 사익보다는 공익을 우선하는 사회적 책임감과 이를 통한 대중의 신뢰를 받아왔다

(이건혁 외, 2020; 허만섭·박재영, 2019). 일반 수용자들은 기자들이 사회적 질서와 기준을 준수하고, 사회에 이익이 되는 역할과 윤리적 행동을 할 것으로 기대한다(Reese, 2001). 기자에 대한 수용자들의 신뢰는 이런 상호작용 속에 얽혀있는 정보를 규칙적으로 제공함으로써 얻을 수 있다(Hayes et al., 2007; Merrill, 1987).

기자의 위상 하락이 오보에 영향을 미칠 수 있다는 가정은 기자 역할이 흔들리는 데서 기인한다. 언론사가 “수익 창출에 급급한 나머지 언론의 공적 기능을 소홀히 하면서”(허만섭·박재영, 2019, 275쪽), 기자들에게 많은 기사를 쓰도록 요구한다. 이미지 작업이나 사진 촬영 등 ‘멀티플레이어형’ 노동도 요구받고 있다. 기자가 언론 전문직에서 임금 노동자의 신분으로 옮겨가고 있다는 분석(박진우·송현주, 2012, 53쪽)은 이러한 맥락과 상통한다.

(2) 미디어 관행 및 조직 차원

① 부실한 게이트키퍼

게이트키퍼는 정보를 취사선택하는 과정에서 관련 정보를 기록하고, 중요도를 결정하고, 타당성을 검토하는 행위(Reese, 2008; 이완수 외, 2020)로 기자의 기사작성과 업무 수행에 영향을 준다(Shoemaker & Reese, 1991). 정치적 입장을 기반으로 한 프레임 경쟁 구도에서는 게이트키퍼가 뉴스 선택에 큰 영향을 미친다. 기사작성 과정에서 기자들이 인식하는 독립성과 자율성에 영향을 줄 수 있으며, 기사 내용에 부정적으로 개입할 여지가 있다(강주현, 2019; 홍주현·최선영, 2018).

그럼에도 게이트키퍼는 오보를 막는 장치가 될 수 있다. 기사 표출 권한을 가진 데스크가 기자와 적극적으로 소통하면서 기사의 논리적 맥락이나 허점 그리고 취재원이 제공한 정보의 사실 여부를 확인하는 과정이다(김동완·김지연, 2017; 이완수 외, 2020). 하지만 취재원에 대한 재확인 부족, 기사 검토 과정에서 기자와 논의 부족, 낙종을 막으려는 압력 등 게이트키퍼가 제대로 작동하지 않는 요인은 많다(홍유진, 2007). 속보 경쟁과 주 52시간제의 도입 이후 언론사들의 게이트키퍼는 부실해지고 있다(이완수 외, 2020). 게이트키퍼가 편집권을 침해하는 측면도 있지만 오보를 막을 수 있는 장치라는 점에서 디지털 환경에 적합한 게이트키퍼 시스템을 고민할 필요가 있다.

② 지속적인 윤리 교육의 부재

언론윤리는 언론인과 언론사가 사회적 공동선을 추구하기 위해 지켜야 하는 규범이다. 놀랍게도

상당수 기사는 윤리적인 취재와 보도가 무엇인지 몰라 실천하지 못한다(김세은 외, 2018). 많은 언론사가 윤리 강령을 갖추고 있지만 유명무실하며, 심지어 사내 윤리 강령을 모르는 기자도 많다(김세은 외, 2018). 기성 언론은 공채로 입사한 기자와 수습 기간 없이 바로 투입되는 온라인 뉴스 전담 기자의 교육 과정을 차별화한다. 닷컴 전문 미디어 소속 기자나 시민기자, 자유기고가 역시 뉴스 의제를 선별하고 내용을 다루는데 전통 언론사 소속의 기자와 차이가 있다(홍주현·최선영, 2017).

이에 오보를 방지하기 위해 기자의 윤리의식을 고취하기 위한 교육 강화나 조직 차원의 기구 설립 등이 제안되었다. 윤리의식이 취재와 기사작성에 반영될 수 있도록 업무 조건에 맞게 교육을 시키고(김세은 외, 2018) 디지털 환경에 맞는 언론윤리 강령의 필요성도 제기됐다(김균·이정훈, 2014). 디지털 환경에서 이용자와 상호작용 과정에서 발생하는 윤리적 이슈나 프라이버시 침해 및 인권 보호 문제를 담아야 한다는 견해다.

③ 오보 발생 이후 미진한 사후처리

오보가 발생했을 때는 바로잡는 것이 언론의 정도며, 윤리적 태도다(윤석민, 2020). 다수 언론사는 정정 보도를 하기보다 '언론중재법'에 근거해 피해자가 요청할 때 대응한다. 적극적인 사과나 유감 표시가 이루어지는 경우는 매우 드물다. 한국 언론은 반론권은 수용하지만, 정정 보도 행위는 '심각한 공신력의 실추'로 생각한다(임양준, 2007; 정은령, 2019). 오보 발생원인, 정정 보도 게재 사유, 그리고 사과를 밝히는 비율이 10% 미만에 그친다(윤지희·이건호, 2011).

언론사의 오보에 대한 사후처리가 미흡한 이유는 사후 책임을 엄격히 묻지 않기 때문이다. 오보 발생 이후 언론이 적극적으로 시정조치를 내림으로써 책무성을 다해야 한다. ▶눈에 띄는 정정 코너 운영 ▶편집장에서 편지와 공개 포럼 ▶즉각적인 피드백을 위한 온라인 게시판 온라인 포털 운영 ▶정확성과 공정성에 대한 설문 조사 등이다(Bardoel & d'Haenens, 2004). 윤리 위원회 같은 별도 기구가 필요하며, 인사위원회에서 언론 윤리를 다뤄야 한다는 의견도 나왔다(김세은, 2005). 적극적인 사과나 유감 표시, 오류기사 게시 시점부터 정정기사 보도된 시점까지 시간을 단축하려는 노력 등도 제기됐다(임양준, 2007).

(3) 조직 외 사회 환경 차원

① 언론 조직의 정파성

한국 언론의 이념대립이나 정파성 우려는 어제오늘 일이 아니다. 언론의 정파성 강화는 언론의

공정성을 의심받게 했고 언론 전체의 위기로 이어졌으며(남재일, 2020) 특정 정당 지지로 변질 되기도 한다(조박·최낙진, 2018).

개별 미디어의 정파성은 사실과 해석을 구분하지 않으며 소통이 불가능한 사회를 부추긴다(임유진·김영욱, 2011). 이에 오보가 정파적 편향성의 결과물이라는 주장도 제기된다(이정훈·이상기, 2016). 자본과 타협하거나 정권의 눈치를 보는 언론사의 현실, 반대로 무조건 비판에만 앞장서는 경향도 오보 원인으로 지목받고 있다(임양준, 2007). 사실을 해석하는 틀인 프레임도 다양한 관점의 해석을 제공하는 측면도 있으나, 언론사가 프레임 국면을 주도할 수도 있다. 갈등 사안을 다루는 언론이 그 본질을 왜곡함으로써 사실 전달이나 갈등 조정에 실패한 사례를 제시하면서 “현실을 재구성하는 언론의 규범적 역할”에 편향성이 개입한 결과라고 비판했다(이상률·이준용, 2014, 3쪽).

② 포털과 소셜 미디어에 의존한 뉴스 유통

디지털 미디어 시대에 마감이 없는 뉴스 유통 환경은 언론사의 뉴스 제작 과정을 근본적으로 바꾸어 놓았다. 포털 중심으로 뉴스가 소비되면서 기성 언론은 클릭 가능성이 큰 기사를 빼껴 쓰면서 어뷰징, 단독, 속보 경쟁을 시작했다(박영흠, 2018), 온라인 뉴스팀을 만들거나 닷컴 관계사를 만들면서 어뷰징에 경쟁적으로 나섰다(이정환, 2020, 19쪽). 정파성이 심할수록 높은 호응을 받는 미디어 소비환경과 맞물려 정파성이 강화되고 있다(안민호, 2020, 69쪽).

이용자 간 사회적 관계 맺기를 통한 평판, 추천, 공유 등의 성격이 강한 소셜 미디어를 통해 뉴스 이용이 급격히 증가하자(윤여광, 2017) 기존 언론도 유튜브를 자사 뉴스를 유통시키는 채널이나 1차 정보 소스로 활용한다(디지털뉴스리포트, 2019). 문제는 유튜브가 허위정보, 가짜 뉴스 진원지 노릇을 한다는 점이다(양선희, 2020). 기성 언론이 유튜브에서 제기된 이슈를 제대로 확인하지 않은 채 보도하면서 디지털 플랫폼은 허위 정보가 유통되는 공간으로 변모되고 있다(Chen et al., 2015). 언론사의 어뷰징 실태와 문제가 지적되고 있지만(조영신 외, 2015), 실제 언론사(주)에 대한 비판과 이에 대한 개선을 요구하는 주장은 많지 않다.

③ 자율·타율 규제의 도입

최근 집단소송제와 징벌적 손해배상제에 언론을 포함해 전면 확대하는 법안이 통과되었다. 이 법안은 실제로 본 손해 이상의 배상책임을 부과하는 내용을 포함하고 있다.³⁾ 이 제도는 언론자유

3) 오보에 대한 언론사의 고의·중과실이 인정될 시 언론사도 ‘반사회적 위법행위를 저지른 악의적 위법행위자’로서 손해

를 위축시킬 수 있다는 의견(김상유, 2021; 장영수, 2020)과 실질적 피해 구제 방법과 언론에 경종을 울리는 효과가 있다는 의견이(심훈·김세은, 2020; 이정구, 2020) 대립되고 있다. 언론 자유를 위축할 우려가 큰 제도에 동조하는 이유는 언론 불신이 그 같은 힘으로 작동하고 있기 때문이다(심훈·김세은, 2020). 자율규제 방안으로 언론의 자율규제 기관 필요성도 대안으로 제시되었는데(문재완, 2006; 손태규, 2013), 언론인 단체가 윤리 규범을 적용해 자격심사를 하게 되면 국가 권력에서 야기되는 표현의 자유 침해 논란에서 자유로울 수 있다(장철준, 2015).

3. 연구방법

1) 연구문제

오보는 조직과 미디어 경쟁 환경, 사회체계가 총체적으로 작동하여 만들어진 결과물로, 기지는 오보의 책임에서 자유로울 수 없다. 본 연구에서는 개인, 조직과 미디어 관행, 그리고 조직 외 사회 환경 세 측면에서 슈메이커와 리즈가 제안한 위계모형을 토대로 오보 방지 대안에 대한 현장 기자들의 인식을 살폈다. 먼저 기사작성의 일차적 책임이 있는 기자 차원에서 오보를 줄일 수 있는 대안을 알아봤다.

연구문제 1. 기자들은 오보를 줄이기 위해 기자 개인 차원에서 어떠한 사전 대응 및 사후대처가 필요하다고 인식하는가?

기사는 ‘데스크-편집국장-사주’로 이어지는 조직 내부의 권력층의 영향을 받으며 만들어진 다. 기사가 작성되는 방식이나 편집되는 과정을 포함한 조직 내 관행은 기사의 내용에 큰 영향을 미친다. 언론사가 기자들에게 요구하는 속보와 단독 경쟁 역시 언론사의 사익이 기자 작성 과정에 개입함으로써 발생한 결과이다. 이에 미디어 관행과 조직 차원에서 오보를 줄이기 위한 대안을 알아보았다.

연구문제 2. 기자들은 오보를 줄이기 위해 관행과 조직 차원에서 어떤 사전 대응 및 사후대처가 필요하다고 인식하는가?

의 5배를 넘지 않는 범위에서 배상 책임을 져야 한다(이정구, 2020)

조직 외의 미디어 환경이나 사회 체계도 언론 보도에 큰 영향을 미친다. 포털 중심으로 뉴스 유통 구조가 고착화된 이래 비디오 공유 플랫폼을 통해 공인의 발언과 허위정보가 무분별하게 확산되고 있다. 이에 오보를 줄이기 위해 조직 외적 환경이 어떻게 변화해야 하는지 살펴보았다.

연구문제 3. 기자들은 오보를 줄이기 위해 국내 미디어 환경이 어떤 방향으로 바뀌어야 한다고 인식하는가?

2) 연구방법

이상 제시된 연구문제를 해결하기 위해 현직 언론인 15명을 대상으로 심층 인터뷰를 실시하였다. 인터뷰 대상자는 눈덩이 표집방법을 사용하였고, 기자의 연차와 매체의 성격을 고려해 선정했다. 5년 차 미만 4명, 5~10년 미만 3명, 10~15년 미만 3명, 15~20년 미만 2명, 20년 이상으로 보직 데스크와 데스크링과 인터넷 표출 권한을 가진 부장급 기자 3명을 선정했다. 매체별로는 뉴스통신 1명, 방송사 3명, 종합일간지 3명, 종합일간 자매주간지 1명, 인터넷 매체의 다수를 접하는 종합경제지 5명과 인터넷 전문지(종합일간지 닷컴 자회사-인터넷 경제지) 2명을 포함했다. 성별로는 남성 기자 8명, 여성 기자 7명이다. 일대일 인터뷰와 화상 인터뷰를 병행했으며, 평균 2시간 정도 소요되었다. 인터뷰는 2020년 12월부터 2021년 1월 사이, 약 두 달간에 걸쳐 진행했다.

Table 1. Interviewee Characteristics

Division	Experience	Gender	Organization
A	22	m	General Daily Newspaper
B	23	m	Internet economic newspaper
C	15	m	Comprehensive Economic Daily
D	11	w	Comprehensive Economic Daily
E	10	m	Comprehensive Economic Daily
F	7	w	Comprehensive Economic Daily
G	1.7	w	Internet newspapers of general daily newspapers
H	0.7	w	Comprehensive Economic Daily
I	21	m	Broadcaster
J	3	m	News agency
K	5	m	Broadcaster
L	18	m	Broadcaster
M	4	w	General Daily Newspaper
N	11	w	General Daily Newspaper
O	7	w	Weekly Newspaper

인터뷰 대상자에게 선행 연구를 통해 도출한 오보 원인과 함께 대안을 묻는 서면 질의서를 사전에 제공했다. 인터뷰 종료 후에도 필요할 경우 추가 답변을 받아 보완하였다. 인터뷰 항목은 한국언론진흥재단이 수행한 2019년도 기자 인식 조사와 오보와 관련한 선행 연구를 토대로 도출했다. 기자 차원에서는 ①충실한 기사작성 노력 ②전문직으로서 기자 위상 제고에 대한 대안을 물었다. 언론사 조직 차원에서는 ①온라인 뉴스 소비 시스템 ②지속적인 윤리의식 교육 ③다양한 기사 형식과 평가 체제 도입 ④오보 대응 조직 설치 등 네 항목의 개선 방안을 물었다. 조직 외 환경 차원에서는 ①정파성 극복을 위한 자율규제 방안 ②포털 뉴스 소비 환경의 개선 방향을 물었고, 징벌적 손해배상 청구 대상에 언론을 포함하는 데 대한 의견도 확인했다.

4. 연구결과

1) 기자 차원의 오보 방지를 위한 방안

기자들은 오보 방지를 위해 ‘사실 확인을 충실히 하는 태도’와 ‘타인의 명예를 존중하는 엄격함’이 필요하다고 보았으며, ‘디지털 미디어 시대의 기자 역할에 대한 고민’ 등 기본에 충실해야 함을 강조했다. 그러면서도 언론사 조직의 뒷받침이 안 될 경우 해결할 수 없다는 인식이 컸다.

(1) 충실한 기사작성 노력

한국언론진흥재단(2019)의 조사에서 나타난 바와 같이 기자들은 오보의 원인을 기자의 태도에 서 찾으며 책임을 통감했다. 기자 스스로 자신이 쓰는 기사에 책임지는 자세가 중요하다고 보았으며, 무한 경쟁 환경 탓만 한다면 개선될 여지가 없음을 인정했다. 낮은 연차의 기자들은 많은 온라인 기사를 작성해야 하는 조직의 지시를 거부할 수 없어 위축돼 있었고, 연차가 높은 기자는 보도 가치를 고민하고 후속 취재가 필요한 지 스스로 판단해야 한다고 보았다.

기자들은 1인 미디어 채널과 공인의 소셜 미디어에서 나온 발언을 확산하는 경쟁을 중단해야 한다고 봤다. 또한 ‘보도 가치가 있는가’에 대한 판단을 다수 대중이 관심을 두는 것과 동일시 하는 태도에 문제를 제기했다. 언론은 소셜 미디어에서 나온 발언에 대한 보도 가치의 유무를 우선 판단해야 하며, 그 발언에 대해 진위 파악은 물론 반대의견까지 반영할 필요가 있다고 보았다.

“소셜 미디어에 대한 팩트 체크도 무조건 해야 한다고 생각하고, 반대 견해를 가진 사람들의 주장까지 담아야.”(F)

“(소셜 미디어의 발언을 보도함으로써) 내가 이 갈등을 확대재생산 하는 거라면, 우리 사회에 무슨 도움이 되느냐 생각을 해야 합니다. 안 쓰는 게 더 중요한 시대다, 그렇게 생각하고요(하략).”(I)

전통 미디어 환경에서는 고급 정보원에게 들은 이야기라 할지라도 제 3자 이야기를 ‘전달’받았을 경우 사실 여부를 다시 확인하는 절차를 중시했다. 정보원이 아닌 소셜 미디어에서 나온 정보를 그대로 보도하는 행위에 대해 기자들은 사실 확인의 절차를 엄격히 적용해야 한다고 보았다.

“~알려졌다, ~전해졌다, 이런 얘기를 못 쓰게 해야 해요. 직접 취재해 ~말했다, ~밝혔다, ~들었다, 로. 이 원칙을 지켜야 하는 거죠.”(A)

(2) 디지털 시대의 기자 역할 재정립

기자들은 전문직으로서 기자의 역할을 제대로 수행하기 위해서 특정 분야에 대한 전문성을 갖는 것뿐만 아니라 사회적 맥락을 파악하고 복잡한 사회를 쉽게 설명할 수 있는 눈과 태도가 중요하다고 보았다. 전문직으로서 기자 위상을 논의하고 공감대를 형성하는 논의 과정이나 교육이 필요하다는 의견이다.

“코로나의 문제만 해도 감염의 문제이기도 하고 역학의 문제이기도 하고 일자리 문제이기도 해요. 이런 복잡한 상황에서 전문가와 전문가를 연결해주는 코디네이터 역할이 더 중요해진 시대가 아닌가. 전문성 있는 연구 결과물들을 폭넓게 취재해서 대중이 쉽게 이해할 수 있는 보도물로 만들어내는 거. 기자가 코디네이터로서 잘 할 수 있게 교육해야 합니다.”(I)

“누구나 전문적인 지식에 접근할 수 있는 환경에서 기자에게 특정 분야에 대한 전문성은 ‘일반 독자들의 수준을 크게 상회하는 미디어 리터러시’와 ‘설득력’으로 재 정의돼야 한다. 가령 제약 산업 출입기자의 전문성은 제약 관련 정보와 그 업계에서 일어나는 일들을 사회적 맥락에서 해석하고, 이를 쉽고 흥미로운 말로 설명해 일반 독자들을 이해시키고 설득하는 능력이다.”(G)

2) 언론사 차원의 오보 방지를 위한 방안

기자들은 미디어 관행이나 조직의 영향으로 인해 오보가 발생한다고 보았다. ‘온라인 매체에 맞는 시스템 정립’, ‘기자를 대상으로 한 지속적인 언론윤리교육’, ‘다양한 기사 형식 도입과 평가 체

제 마련, 그리고 ‘오보 대응조직 설치 및 자-타율 규제 도입’ 등 조직 차원에서 개선되어야 할 점을 지적했다. 특히 온라인 뉴스팀에 훈련받지 않은 단기 인턴을 투입하는 관행을 문제로 지적하면서 조직 내 차별적 노동 조건을 전제로 한 ‘온라인 기사 떠맡기기’를 개선해야 한다고 주장하였다.

(1) 온라인 뉴스 소비에 맞는 시스템 정립

심층 인터뷰에서 기자들은 언론사가 실시간 속보 및 단독 등 온라인 대응을 중시하면서도, 정작 온라인 기사는 ‘가볍게 처리’하고 있다고 보았다. 속보 경쟁에 내몰려 10분에 한 개씩 기사를 쓰는 기자도 있었는데, 사실상 취재를 하지 않은 채 기사를 작성하고 있음을 알 수 있다. 선행 연구에서도 온라인 뉴스 전담팀에도 훈련된 기자를 투입해 기사의 완결성을 높이고, 충실한 편집 과정을 거쳐 완성도 높은 기사를 제공할 때 잦은 오보를 막을 수 있다고 보았다(이진우, 2015).

“온라인 전담 기자는 들어와서 바로 일을 하는 경우라. 훈련이 안 돼 있고, 누구의 연락처도 없으니 팩트 체크를 하는 데 걸림돌이 된다(중략). 훈련받은 기자들을 배치해 온라인 기사를 쓰도록 해야 한다고 생각합니다.”(M)

“오전 시간 중에 제일 많이 썼을 때가 9시부터 11시까지 12개 정도를 썼던, 거의 10분에 한 개씩 계속 출고를 했죠. 취재를 할 수 없는 상황입니다. 기사의 질을 고려하면 취재시간을 쪼아하는데.”(H)

온라인 기사 역시 충분한 역량을 갖춘 데스크가 엄격히 데스크킹을 해야 오보를 줄일 수 있다고 인식했다. 일부 ‘온라인’ 기사는 데스크킹 없이 기자가 표출하는 일도 벌어지고 있었다.

“데스크랑 부장의 역량이 정말 중요한 거 같아요. 마지막으로 걸러지는 거, 점찍고 송고를 누르는 건 데스크잖아요. 갈등을 유발할 수 있는 거에 대해서 스펙트럼을 잘 알고 있는 사람이 데스크가 됐을 때 잘 걸러지는 것 같아요.(중략) 쓸지 말지 판단에 대한 지시자의 역량이 무엇보다 중요합니다.”(K)

“데스크들이 너무 힘들다고 온라인 뉴스는 기자가 바로 표출하도록 했어요. 기사 표출 후에도 몇 번을 수정했는데, 오보가 날까봐 걱정되고. 데스크 인력을 충원해 (온라인 기사도) 꼼꼼하게 데

스킹 해야 합니다.”(G)

온라인 기사를 많이 작성해야 하는 기자의 업무 가중은 오보 위험성을 높인다. 기자들은 회사의 온라인 대응 강화나 디지털 미디어 전략으로 인해 기자의 업무가 추가되고 있다고 호소하며, 인력 충원 및 기자의 전문성 강화 등 시스템 개선이 필요하다고 밝혔다.

“언론사가 디지털로 뭔가를 시도한다는 건 현장 기자들한테 그만큼 과부하가 걸린다는 뜻이거든요. 디지털로 뭔가 시도할 때마다 젊은 기자한테 아이디어 내라. 신문 만드는 시스템을 바꿔야 합니다.”(O)

“언론사라는 시스템에서 문제점을 해결할 수 있는 과정을 보강해야 해요.(중략) 속보가 중요하면 인력을 충원하고, 데스크 인력을 늘리는 등 취재 시스템도 따라가야 합니다.”(A)

(2) 지속적인 윤리의식 교육

기자들은 취재원의 명예를 엄중하게 고려하거나, 자본과 결탁하지 않으려고 노력하는 자세 등 다양한 윤리의식과 관련된 문제를 제기했다. 우선 정확한 기사를 위한 기자의 노력을 중요하게 봤다. 해당 분야의 맥락을 파악하고 있어야 본인이 들은 정보의 오류를 감지할 수 있기 때문이다.

“기자라는 직업의 윤리를 따르기 위해서라도 최소한 공부를 해야 하는 거 같아요. 데스크을 거치지만 기본적으로 1차 판단, 답변을 들었을 때 뭘 쓸지(기자가) 판단해야 하니까.”(O)

“(인사발령 받고) 다음 날부터 바로 기사를 쓰기 시작해야 되니까 몇 개월 치 기사를 다 읽어보고, 최소한 정도의 정보는 얻어놓고, 사람들을 만나기 전에 공부를 하고 만나야죠.”(D)

그러나 기자의 윤리 교육은 개인의 문제로만 볼 수 없다. 출입처가 자주 바뀌는 언론사의 관행이 지속되고 입사 이후 윤리 교육이 이루어지는 경우가 거의 없어 기자 스스로 판단하거나 사안별 조언을 구하는 상황이었다. 명예훼손이나 사생활 침해 논쟁에 휘말릴 수 있고, 그런 위험에도 기사화해야 하는지를 분별하기 위해서는 사례 분석과 연차별로 정기교육을 받을 수 있는 자리가 필요하다는 의견이다.

“기자들은 다른 출입분야, 다른 언론사 기자들과 주기적으로 교류할 수 있는 토론의 장이 필요합니다. 사회와 동떨어지지 않는 사고방식을 유지하기 위한 교육의 기회도 가져야 합니다. 언론진흥재단, 기자협회, 인터넷신문협회 등의 개별 언론사를 넘는 조직을 활용해 프로그램을 마련, 활성화해야 합니다.”(G)

온라인 뉴스를 전담하는 부서의 인턴들은 최소한의 윤리 교육도 받지 않은 채 현실에 투입되는 심각한 현실이어서 이에 대한 개선도 필요하다.

“인턴 시절 배치를 받자마자 기사를 작성했어요. ‘하우 투(How To)’ 정도의 (기사작성에 관한) 피드백이지 윤리 교육은 없었습니다.”(O)

“수습 교육을 강화하고, 정기적인 재교육이 필요합니다. 언론사가 취재원 명예훼손이나 인격권 침해 가능성을 낮추려는 적극적인 노력이 필요해요.”(E)

(3) 다양한 기사 형식 도입과 평가 체제 마련

최근 지나치게 남발되는 단독은 클릭 경쟁의 결과다. 기자들은 단독이 남발되지 않기 위해서는 언론사 차원에서 다양한 형식의 기사로 기자를 평가하고, 기자들이 과도한 업무에서 벗어나 완성도 높은 기사를 쓸 수 있도록 해야 한다는 의견을 제시했다.

“특종이 무의미한 ‘단독’ 기사로 풀이되는데, 다양성을 인정하는 언론 환경이 조성된다면 해결될 수 있다고 봐요. 기획, 분석, 칼럼 등 다양한 기준으로 기자의 역량을 평가해야.”(E)

“(기획팀 3년 차인데) 타사보다 기획 기사를 많이 내보내는 편이어서. 그런 걸로 차별화해서 신뢰를 되찾아야 한다는 목소리가 사내에서도 많이 나와요.”(M)

온라인 매체지만 원칙을 지켜 성공한 사례도 있다. 인터넷 경제지인 B사는 1일 기사를 한 건도 쓰지 않는 경우도 허용했다. 질로 승부하는 원칙을 차별성으로 내건 이 매체는 출발 8년 만에 포털의 CP사가 됐다.

“(B사는 기존 매체들이) 온라인에서 뉴스를 보내는, 서비스하는 방식과 달리 했습니다. 속보가

아닌 완성된, 검증된, 절제된. 8년을 버틴 끝에 매스 시장에서 정확히 똑같은 위치(포털 CP 제후)에 왔죠. 굉장히 의미 있습니다. ‘우리 내용으로 버텨보자’는 게 된 거잖아요.”(A)

(4) 오보 대응조직 설치 및 자타율 규제 도입

기자들은 오보 판단 과정부터 언론사 외부 여론 수렴까지 포함한 의사결정이 필요하다고 인식했으며, 이를 위해 독립 기구가 필요하다고 보았다.

“팩트 체크 부서라든가 팀을 만들어서 우리가 중요하게 생각하는 기사만큼은 팩트 체크를 철저히 할 수 있게. 사후로는 오보가 왜 발생했고 또 오보에 대해서 어떻게 처리해야 된다(를 논의해야 해요). 법률적으로 판단해줄 수 있는 사람도 필요하고. 독자나 교수 등 다양하게 구성해서 점검할 수 있는 위원회 같은 게 필요하다고 생각합니다.”(E)

“외부 인사로 이루어진, 오보에 대해 체크하고 그거에 대해서 자정 작용을 할 수 있도록 만들어 주는 위원회 같은 것들이 있었으면 좋겠다고 생각했어요.”(J)

기자들은 오보가 발생했을 때 현재보다 더 적극적으로 대응해야 한다고 답했다. 추락한 언론 신뢰를 끌어올리기 위해서라도 사후 조치를 강화해야 한다는 것이다. 오보를 빈번히 내는 기자에 대한 내부 징계(재교육 등), 오보의 크기만큼의 정정 보도, 온라인 기사의 오보 대응 강화, 독자의 오보 평가 참여 등을 대안으로 제시했다. 또한 오보를 낸 언론사에 대해 포털 뉴스 평가 불이익 및 정부 광고 제한 등 외부의 강제 조치 필요성이 나왔다.

“온라인에도 같은 시간에 같은 위치에 게재하는 방법은 굉장히 좋을 거 같다는 생각이 들고요. 독자들이 읽을 수 있는 위치에 정정 보도가 걸려있으면 놀러볼 거 같아요.”(F)

“형식적인 정정 보도에 그칠 게 아니라 독자들이 참여하는 조직 또는 기구에서 정기적으로 오보 현황 등을 공표하는 방식이 필요해요. 네이버, 카카오 뉴스 평가나 정부 광고 배정 등에서 불이익을 주는 방안도 강구해야(중략). 기본적인 팩트 체크를 하지 않은 오보의 경우 합당한 처벌을 해야 하고, 처벌에만 그칠 게 아니라 기자윤리 등 재교육으로 이뤄져야 해요.”(E)

3) 외부 미디어 환경 차원의 오보 방지 방안

매체 간 경쟁이 심화되는 환경에서 기자들은 이윤을 추구하는 언론사 입장을 이해하면서도 사실 확인과 보도 가치를 고려하는 일이 뒷전으로 밀려서는 안 된다고 보았다. 기자들은 언론사가 지향하는 정파성을 견제할 수 있는 자율 시스템을 마련하고, 수용자에 대한 뉴스 노출을 독점하는 포털이 '언론윤리를 염두에 둔 뉴스 유통 방식'을 도입해야 한다고 보았다. 더불어 심각해지는 오보를 방지하기 위해서 언론사를 강제할 수 있는 제도적 장치를 뒤야 한다는 의견을 제시했다.

(1) 정파성 극복을 위한 자율규제 마련

시민사회의 정파적 양극화 과정이 뉴스 미디어에 의해 매개되면서 해석을 둘러싼 주관적 오보 논란이 심각해진다(이정훈·이상기, 2016). 낮은 연차의 기자들은 선배들이 과거의 경험을 기준으로 특정 입장을 강요해서는 안 되고, 사실과 의견을 구분해 객관적으로 보도해 독자들이 판단하게 해야 한다고 보았다. 이미 보도된 기사도 조직 내 토론할 수 있어야 하며, 기사의 쓸림을 막기 위해 내부에 감시와 소통 기구를 만드는 방안을 대안으로 제시했다.

“다양한 연차/성별/집단 구성원이 모여 어떤 가치를, 왜 추구해야 하는지, 그 가치를 토대로 사안을 어떻게 판단할지 치열하게 토론해야 해요. 선배들이 모여 이야기를 나누는 자리가 공식, 비공식적으로 계속 마련돼야 하고요, 나간 기사 피드백도 주기적으로 마련돼야.”(O)

언론사는 광고수익에 영향을 주는 기업과의 관계가 중요한 상황이다. 그럼에도 기자들은 광고주로부터 독립해 기사를 작성하는 일은 편향성을 넘어 오보 방지에 중요한 조건이라고 봤다. 기사를 수정하더라도 사전에 기자의 동의를 받거나 별도 기구를 만들어 평가하는 등 수정 절차를 까다롭게 하는 절차를 도입해야 한다는 것이다.

“(기업의 압력으로 기사를 빼거나 할 때) 견제 기구로 기자 한 명을 위원장으로 지정해서 국장한테서 보고를 받으면. 어쩔 수 없어서 고치지만, 그래도 기자한테 연락하도록 하니까 약간 망설임이 있다고 봐요. 허들이 생겨서. 감시기구가 있는 게 효과가 있을 수 있겠다.”(F)

문제는 언론사가 스스로 이 같은 자율 시스템을 마련하지 않기 때문에 한국기자협회, 한국인터넷신문협회, 한국인터넷기자협회 등에서 자율적인 가이드라인을 만들어 어느 정도 노력하는지, 이를 미디어 평가에 반영해 수익에 직접 영향을 미치도록 하자는 의견이 제시됐다.

“언론사 내 기사수정준칙이 있는지, 기사수정준칙을 운영하기 위한 조직이 있는지, 그 조직이 잘 운영되는지를 살필 수 있는 가이드라인을 만들고, 이를 협회 차원에서 평가하는 겁니다. 평가 자료를 포털 제휴평가위원회 평가에 반영시키는 것도 방법입니다.”(B)

(2) 포털의 뉴스 게재 방식 변화 필요

기자들은 ‘어이없는 단독’ 기사가 남발되는 이유가 포털이 단독 기사를 상위에 배치하는 알고리즘을 적용하기 때문인 것으로 인식하였다. 속보 경쟁을 부추기고 다른 사람들이 많이 보는 기사를 우선적으로 추천하는 알고리즘을 변경해야 한다고 봤다. 나아가 포털이 CP에 제공하는 광고 수익의 배분 기준을 바꾸는 안을 제안했다. 속보, 단독, 클릭 기준의 뉴스 유통을 멈추고, 좋은 기사를 생산하는 언론사에 인센티브가 돌아가는 제도를 마련하자는 것이다.

“CP사는 자연스럽게 구독률, 클릭수를 높이기 위한 전략에 매몰되는 분위기일 수밖에 없다. 광고 수익 쉐어 기준에 언론사 전체 기사 중 비(非)어뷰징 기사 량이 얼마나 되는지 등을 평가하고, 이를 통해 취재 중심의 언론사가 생존할 수 있는 기반이 만들어져야 선순환이 이뤄질 것이다.”(B)

이용자 미디어 리터러시 교육 필요성도 포털 구조의 뉴스 소비 문제를 해결하는 하나의 방안으로 제시했다. 포털 뉴스 소비 환경에서 인공지능(AI) 추천과 큐레이션 서비스의 의미를 이용자들이 알고 대응해야 한다는 것이다.

“AI가 추천하고, 또 큐레이션 하나까. 미디어 리터러시가 진짜 중요하죠. 모든 사람에게 비판적인 시각을 키워주면 좋은데... 사회 전체가 고민해야 할 부분이에요.”(L)

(3) 징벌적 손해배상 청구제의 언론 적용

징벌적 손해배상 청구 대상에 언론을 포함하는 문제는 오보를 만든 기자와 소속 언론사에 사후 책임을 법으로 강화하는 조치다. 기자들은 언론 불신, 실효성 없는 명예훼손 제도, 정치적 성향의 양극화 등이 제도 도입에 영향을 미쳤다고 보았다. 이 제도가 도입되면 언론사를 자기 검열하게 만들며 정권에 길들이는 기제로 작동해 성숙한 민주주의 사회에 부작용을 일으킬 것이란 부정적 견해와 함께 손해배상이 기명 기사를 대상으로 이뤄지면 일선 기자들의 취재를 위축시킬 것이라는 우려도 나왔다.

“일반 기업을 대상으로 만들어진 법제 아래 언론사를 포함시키면 분명 탈이 날 수 있습니다. 정당한 비판까지 자기 검열하게 만드는 분위기가 대표적 부작용이 될 겁니다. ‘김영란법’을 만들 때 언론사의 공적 역할을 강조하더니 상법에서는 일반 기업으로 규정하는 건 모순적이라는 생각도 듭니다. 현재도 명예훼손 소송이나 언중위 등의 문제가 발생했을 때 회사가 기자를 제대로 보호해주지 않는 일이 비일비재해, 배상제도 개정은 언론 조직 전체가 아니라 기자 개인의 희생으로 끝날 수도 있다는 우려도 있습니다.”(N)

“언론의 순기능을 감안하면 진실을 추구하려는 언론사의 입장에선 상당히 위축을 줄 수밖에 없는 법률입니다. 절충안이 필요할 듯.”(B)

반대로 개인이 피해를 봤을 경우, 언론에 의한 명백한 피해를 구제할 방법이 강화돼야 한다는 인식도 있었다. 오보로 인한 폐해가 심각한 만큼 사후 책임을 강화할 필요가 있다고 여기는 것이다. 징벌적 손해배상제가 오보를 줄이기 위한 언론사의 사전 검증을 강화하는 장치로 작동할 가능성에 대한 우려다.

“언론에 의한 피해가 명백히 판명됐을 경우, 그에 상응하는 징벌적 조치가 필요합니다. 사후 책임뿐 아니라 ‘아니면 말고’ 식인 일부 언론의 행태에 제동을 거는 예방 효과가 있으며, 이를 통해 언론의 신뢰가 높아지는 데 기여할 수 있다고 보기 때문입니다.”(I)

5. 결론 및 제언

본 연구는 언론 불신의 시작점인 오보를 줄이기 위해 기자 개인, 미디어 관행 및 조직, 그리고 조직 외적 환경 수준에서 모색할 수 있는 대안을 현장 기자들의 목소리를 통해 확인하고자 했다. 디지털 미디어 시대에 접어들어 기자 업무가 전통 언론만 있었던 시대와 달라졌다는 점에서 미디어 내용에 영향을 미치는 요인 간 상호 경계는 더 모호해졌다. 이에 슈메이커와 리즈가 제안한 위계모형을 기자 개인, 관행 및 조직, 조직 외 환경의 3 층위로 변형하여 대안을 모색했다. 심층 인터뷰는 종합지, 경제지, 인터넷전문지, 방송, 뉴스통신사 등 다양한 매체 소속의 기자들을 대상으로 하였다.

주요 연구결과는 다음과 같다. 기자 차원에서는 보도 가치가 없는 정보를 쓰지 않아야 하며,

확인되지 않은 정보는 기사화하지 않아야 한다는 대안이 제시되었다. 이는 저널리즘의 기본이자 원론적인 주장으로 다수의 선행 연구(김영욱 외, 2007; 김세은, 2006)에서 도출된 결과와 크게 다르지 않다. 문제는 낮은 연차의 기자, 특히 온라인 뉴스 전담 기자들에게 결코 쉬운 일이 아니라는 점이다. 소셜 미디어의 정보를 뉴스화 하는 일이 일반화되면서 기자 개인이 기사 가치를 판단하며 의견을 개진하기란 어렵다. 더군다나 특정 분야에 대한 전문적 식견이 소셜 미디어에서 즉각 확인되는 시대다. 임금 노동자로 전락한 기자들의 위상을 회복하고, 디지털 미디어 환경에 맞는 기자 역할에 대한 논의가 요구된다는 연구결과(박진우·송현주, 2012)가 재확인되었다.

미디어 관행과 조직 수준에서 대안은 네 가지로 요약됐다. 우선 온라인 기사의 질적 향상을 꾀할 수 있는 환경 조성이다. 단기 인턴들로 하여금 '취재 없는 기사'를 작성하게 하는 온라인 뉴스 생산 방식을 버려야 한다고 봤다. 전통 언론사마저 의제 선정과 기사 작성에서 일반 기자와 온라인 전문 기자의 역할에 차이를 두고 있다는 연구결과(홍주현·최선영, 2017)가 본 연구에서도 확인되었으며, 심지어 온라인 기사는 데스크 확인 없이 기자가 직접 송출하는 실정이다. 두 번째는 기획 및 칼럼 등 다양한 기사를 쓰는 문화가 정착할 수 있는 평가방식 도입이다. 온라인 클릭과 단독 중심의 평가 관행을 개선하지 않으면 '게시판 베껴쓰기', '타 매체 확인 없이 받아쓰기'는 영영 사라질 수 없다. 세 번째는 윤리의식 강화를 위한 조직 차원의 교육 강화다. 이는 디지털 환경에 맞는 언론윤리가 필요하다는 선행 연구(김균·이정훈, 2014; 김세은 외, 2018; 유홍식, 2003)에서 강조된 바와 유사한 결과이다. 하지만 기자들이 인식하는 오보의 심각성이나 달라진 미디어 환경을 고려할 때 기자들의 윤리의식 강화는 실천적 윤리 형태로 근원적으로 고민돼야 한다. 네 번째로 오보를 최소화하는 팩트 체크 팀이나 오보 발생 이후 대응을 결정하는 사내 조직의 필요성과 오보의 횟수나 정도에 따라 패널티를 부여하거나, 의무 교육을 강제하는 강도 높은 제도가 마련될 필요성이 제기되었다. 기자들은 언론의 사회적 책무성을 사회 공동체의 중대 과제로 인식하고 기자협회 차원에서 함께 대안을 만들고, 시민사회가 참여하는 오보 감시기구가 필요하다고 보았다. 특히, 오보가 발생할 경우 포털 및 정부 광고에서 불이익을 줘야 한다는 방안도 제기했다. 이는 정정 코너를 운영하고 독자의 피드백을 받자는 안(Bardoel & d'Haenens, 2004)보다 강화된 것으로 언론사 조직 내에서 언론 윤리를 강화해야 한다는 기존 연구의 주장(김세은, 2005)이 여전히 유효함을 의미한다. 마지막으로 미디어 환경 변화에 따른 오보 방지를 위해 기자들은 조직 내부에 감시 기구 설립을 대안으로 제시했다. 특히, 포털 뉴스 유통 구조에서 벌어지는 소모적 경쟁을 막기 위해 포털의 광고수익 분배 기준 개선을 제기했다. 의미 없는 단독이나 어뷰징 건수를 평가에서 제외함으로써 저널리즘 정신을 훼손하지 않으려는 언론에 인센티브를 주는 등 올바른 뉴스 유통을 위한 포털의 책무성을 강조하였다. 동시에 AI 추

천 뉴스 등의 구조적 문제를 이용자가 인지할 수 있도록 이용자 미디어 리터러시 교육 강화를 제안했다. 언론사에 징벌적 손해배상제를 적용하면 자기검열 기제로 작용해 언론자유를 훼손한다는 비판 의견이 다수지만, 이 제도가 오보를 줄이는 데 실질적으로 기여할 것이라는 견해도 있었다. 이는 잘못된 언론 보도로 인한 피해 구제의 필요성을 강조하는 선행 연구 결과(심훈 김세은, 2020; 이정구, 2020)와 유사한 맥락이다.

이번 연구결과를 통해 다음 몇 가지 함의를 찾을 수 있었다. 우선 기자들은 미디어 관행과 외적 환경 모두 취재 과정과 기사작성 방식에 영향을 주고 있지만, 특히 수익을 극대화하는 언론사의 경영 방식이 오보가 발생하는 가장 큰 원인으로 인식했다. 이는 전문직으로서 기자 위상이 크게 훼손되고 있음을 의미한다. 언론사가 온라인 기사 작성을 무한대로 늘리는 이유는 영리를 추구하는 사기업 특성이 강화됐기 때문이다. 오보의 발생을 최소화하기 위해서는 취재 및 기사 작성에 관해 충분히 교육받은 기자들을 현장에 투입하는 기본을 지켜야 한다. 그러나 대부분 언론사는 공채 기자와 비정규직 인턴을 구분하고 있으며, 특히 단기 인턴은 체계적인 교육을 실시하지 않고 취재 없는 기사를 강요한다. 비용을 절감하기 위한 상업화된 언론의 민낯이다. 이런 관행이 계속된다면 전문직으로서 기자들의 사회적 책임감은 약화되고 수용자들의 기사에 대한 신뢰는 더욱 낮아지는 악순환이 거듭될 수밖에 없다.

다음으로, 비정규직 기자의 고용이 고착화된 언론 환경의 심각성이다. 같은 조직 안에 신문에 실리는 기사를 작성하는 기자와 온라인 기사를 전담하는 기자간의 위계가 불러온 구조적 문제가 심화되고 있다. 환경 감시를 통해 가치 있는 정보를 사회 구성원에게 전달해야 하는 책무를 모든 기자들이 동일하게 인식하고 실행에 옮길 수 없는 구조가 악화되고 있다. 대부분의 수용자들은 온라인으로 기사를 접한다. 하지만 정작 미디어는 신문 기사와 온라인 기사를 차별하고 기자들의 역할도 다르게 요구한다. 기자에 대한 차별적 대우가 지속된다면 언론사가 사회 구성원이 필요로 하는 양질의 정보를 제공하기 어려울 것이다.

마지막으로, 오보의 심각성이 더해지면서 기자들은 스스로 오보에 대한 강화된 사후 제재가 필요하다는 데 공감하고 있다. 오보를 감시하는 외부 기구를 설립하거나 포털 광고나 정부 광고에서 불이익을 주어야 언론사가 오보 발생을 줄이기 위한 자구 노력을 취할 것이라는 인식을 확인할 수 있었다. 경제적 불이익이 발생하거나 강제적 조치가 취해지지 않으면 언론사의 자율규제가 실현 가능하지 않다는 것이다. 이는 외부에서라도 언론 윤리를 강화할 수 있는 기구를 마련함으로써 추락한 신뢰를 회복하려는 기자들의 의지이기도 하다. 오보가 끊임없이 발생함에도 언론사가 사회적 책임을 가지고 엄격하게 자율 규제하지 않는다면 징벌적 손해배상제와 같은 제도적 규제 위협에 대한 시민사회의 공감을 끌어내기 어려울 것이다.

이번 연구는 몇 가지 한계가 있다. 우선 매체 특성에 따라 기사화되는 프로세스가 차별화된다는 전제로 기사를 선정하고자 했으나, 1인 유튜버나 속보 경쟁을 심하게 하는 인터넷 전문 매체 기자들을 포함하지 못했다. 기사 건수와 클릭률 등이 보수의 구체적 기준이 되는 인터넷 전문 매체가 다수인데, 소속 매체 기자의 노동 환경을 더 구체적으로 담지 못했다. 두 번째 기성 언론사 내 차별화된 노동 문제와 취재 원칙이 지켜지지 않은 채 만들어지는 온라인 뉴스 시스템 문제에 대한 자율 규제안을 심도 있는 대안으로 구체화하지 못했다. 기자들이 언론사에 고용된 노동자로 전락했다는 현실 인식을 토대로 상업화된 언론사의 경영 방식이나 사기업 소유 구조에서 저널리즘이 어떻게 훼손되고 있는지 후속 연구가 필요하다. 소셜 미디어나 1인 유튜브 등에서 발생한 허위정보가 기성 언론을 통해 어떻게 확산, 증폭되는지 과정 역시 후속 연구 과제로 제안한다.

References

- Agho, A. O., Mueller, C. W., & Price, J. L. (1993). Determinants of employee job satisfaction: An empirical test of a causal model. *Human Relations*, 46(8), 1007-1027.
- Bardoel, J & d'Haenens, L. (2004). Media Responsibility and Accountability : New conceptualization and practices, *Communications*, 29, 5~25.
- Bea, J. K. (2017). Factors That Affect Power Surveillance Function of the Press. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 31(3), 42-77.
- Biwoong Hwang-Hwan Young Jang (2020). A narrative study on the effects of media organizational culture characteristics and practices on reporter job performance. *Corporate Education and Human Resources Research*, 22(2), 61-88.
- Chen, X., Sin, S. G., Theng, Y. L. & Lee, C. S. (2015). Why do social media users share misinformation? In *Proceedings of the 15th ACM/IEEE-CS Joint Conference on Digital Libraries(111~114)*. Knoxville, Tennessee, USA.
- Cho, Y., Yoo, S., & Han, Y. (2015). An Exploratory Study on the Relation of the Abusing of News Articles and the Portal Sites Supply System and Suppliers Status : Focusing on Naver, *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 59(6), 314-338.
- Chong, E. R. (2019). Fact Check News and the Recovery of Credibility of South Korea's Broadcast Journalism: Focusing on the Broadcast Reporters Perceptions on Formatting and News Values of Fact Check News. *Studies of Broadcasting Culture*, 31(1), 47-101.
- Gil de Ziniga, H. & Hinsley, A. (2013). The Press vs the Public : What is Good Journalism, *Journalism Studies*, 14(6), 926-942.
- Hackett, R., & Uzelman, S., (2003). Tracing corporate influences on press content : A summary of recent NewsWatch Canada research, *Journalism Studies*, 4(3), 331-346.
- Hayes, A. S., Singer, J. B. & Ceppos, J. (2007) Shifting Roles, Enduring Values : The Credible Journalist in a Digital Age, *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 262-279.
- Heo, M. & Park, J. (2019). A crisis in journalistic professionalism in the digital age. *Journal of Communication Science*, 19(4), 254-290.
- Hong, W. (2018). Toward A Practical Understanding of Journalism Objectivity. *Communication Theories*, 14(4), 183-226.

- Hong, Y. J. (2007). *Types and Causes of the Korean Press' Incorrect Reporting*. Master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Hong, J. h. & Choi, S. Y. (2017). The Influence of the Environmental Conditions, the Political Tendency and the Degree of Freedom during Performance on the Perception of Journalists on the Quality of the Press. *Journal of The Korea Contents Association*, 17(5), 209-220.
- Hwang, Y. & Kwo, O. (2017). A Study on the Conceptualization and Regulation Measures on Fake News. *Journal of Media Law, Ethics and Policy Research*, 16(1), 53-101.
- Hwang, H. J., Kim, J. W., Le., H. E., Suh, Y. J., Ko, Y. , Yang, S. & Kim, H. S. (2020). Why do people believe misinformation and how can we combat it? : A theoretical review of the acceptance and correction of misinformation. *Journal of communication research*, 57(4), 5-54.
- Ireton, C., & Posetti. (2018). *Journalism, 'Fake News' & Disinformation*. Paris, France: UNESCO.
- Jung, G. (1997). Misinformation and media trust. *Locality & Communication*, 1, 201-229.
- Jung, Y. (2020). A Study on the Countermeasure Against the Disinformation. *Journal of The Korea Contents Association*, 20(2), 226-239.
- Jung, E. (2018). The Characteristics of Korea's Fact Check Journalism. *Journal of communication research*, 55(4), 5-53.
- Kang, J. H. (2019). The Attributes of Fake News Discourse and the Direction of Social Practice in Media Reports. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 63(6), 7-64.
- Karlova, N. A. & Lee, J. H. (2011). Notes from the underground city of disinformation: A conceptual investigation. Paper presented at the ASIST 2011.
- Karlova, N.A. & Fisher, K. E.(2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behavior, *Information Research*, 18(1), 1-17.
- Keith, S. (2011). Shifting circles: Reconceptualizing Shoemaker and Reese's theory of a hierarchy of influences on media content for a newer media era. *Web Journal of Mass Communication Research*, 29(1).
- Kim, D. & Kim, J. (2017). An Exploratory Study on Gatekeeping in the Digital Age. *Journal of Korea Culture Industry*, 17(3), 29-37.
- Kim, M. (2015). Protecting Confidential Sources and Information. *Journal of Media Law, Ethics and Policy Research*, 14(2), 125-157.
- Kim, S. E. (2005). Institutional arrangements for the implementation of social responsibility in the media. *Korean Journal of Journalism Seminar Presentation*, Seoul. 19-52.

- Kim, S. E. (2006). Democracy and Media Tryst. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(5), 55-78.
- Kim, S-E. (2017). The Sociology of Scoops in the Digital Age. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 31(4), 5-50.
- Kim, S. & Shim, H. & Park, Y. (2019). A study on how to secure the reliability of broadcasting reports through analysis of the cause of the loss of trust in the report and through responsible journalism. KCC-2018-39.
- Kim, Y. (2014). An Exploratory Study on Broadcasting Journalists' Perceptions of Professionalism. *Journal of Communication Science*, 14(2), 5-30.
- Kim, Y. W. & Lim, Y. J. (2012). News Media Apologies for False Reports with a Focus on the False "Kang Seok Joo" Report on North Korean Nuclear Weapons. *Advertising Research*, (92), 468-493.
- Kim, Y. W. & Shin, H. Ch. & Lim, Y. J. (2007). A Comparative Study on Perceptions toward false Report between Journalists and Public Relations Practitioners. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 21(3), 163-203.
- Korea Press Arbitration Commission (2020). *2020 Municipal Government Recommendation Casebook*, Seoul
- Korea Press Foundation. (2019). *2019 Korean journalists*, Seoul.
- Kwon, T. H. (2019). The era of all media... The press should become a "reliability filter" *Newspapers and Broadcasting*, 579, 32-34.
- Kuklinski, .H., Quirk, P. D., Jerit, J., Schwieder, D., & Rich, R. F. (2000) Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship, *Journal of Politics*, 62(3), 790-816.
- Lawrence, G. C. & Grey, D. L. (1969) Subjective In accuracies in Local News Reporting, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 46(4), 753-757.
- Lee, G., Won, S., Jung, J., & Ahn, Ch. (2020). Professionalism and the Impact of Digitalization on the Job Satisfaction of Journalistic Labor. *Korean Journal of Communication & Information*, 101, 341-366.
- Lee, Na Y. (2018). Scientific Objectivity, Formal Objectivity, Korean Formal Objectivity. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 62(2), 112-142.
- Lee, S. & Lee, J. (2020). Ask Back on Journalist's Dignity. *Locality & Communication*, 24(3), 124-158.
- Lee, W. S., Yang, Y. Y., & Shin, M. H. (2020). How "Reduction of Working Hours" Changed Coverage and News? *Communication Theories*, 16(3), 151-203.

- Lee, J. (2020). Journalism in an era of story exploding, conditions for trust recovery. *Korean Journal of Journalism Seminar Presentation Materials*, Seoul.
- Lee, J. K. (2003). Conditions for a Free Press in Korean Society. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 47(2), 54-77.
- Lee, J. W. (2010). Tendentiousness of Korean Journalism and the Problem of 'the Distinction Between Facts and Opinions'. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 54(2), 187-209.
- Lee, J. W. & Kim, K. (2008). Textual Properties of 'Desirable News'. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 67, 9-44.
- Lee, J. G. (2020). Concerns about the punitive damages system and the 'blockade lawsuit' of media reports. *Kwanhoon Journal*, 62(4), 27-35.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction : Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science*, in the Public Interest, 13(3), 106-131.
- Lim, J. S. (2017). Relationships of News Organizations and News Production Factors with Their Digital News Activities in Terms of Bourdieus Field Theory and Luhmanns System Theory. *Journal of Communication Science*, 17(2), 193-228.
- Lim, Y. J. (2007). A Study on the Corrections in Selected Korean and American Newspapers. *Korean Journal of Communication & Information*, 37, 204-236.
- Lim, Y. J. & Kim, Y. W. (2011). Government Public Relations Practitioners' Perceptions toward Media Relations and False Reports. *Korean Journal of Communication & Information*, 55, 119-139.
- Maier SR. (2005). Accuracy Matters: A Cross-Market Assessment of Newspaper Error and Credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 82(3), 533-551.
- Merrill, J. C. (1987). Good reporting can be a solution to ethics problems. *Journalism Educator*, 42, 27-29.
- Nam, J. I. (2010). The Process of Construction of Korean Journalism Ethics as Job Ideology. *Korean Journal of Communication & Information*, 50, 73-93.
- Nam, J. I. (2020). Possibility of demeanor with political faction. *Korean Journal of Journalism Seminar Presentation Materials*, Seoul.
- Oh, S. H., Jeong, S. H., & Park, A. R. (2017). *Current status and problems of fake news*, Seoul ; Korea Press Foundation.
- Park, K. (1993). Misleading and media responsibilities. *The Korean Journalism Review*, 11, 24-30.

- Park, A. (2019). A Critical Perspective on Regulating Fake News & Disinformation. *Journal of communication research*, 56(2), 113-155.
- Park, Y. H. (2018). The Social Shaping of Korean Digital Journalism. *Media & Society*, 26(1), 135-181.
- Park, Y. G. (2012). Gun-Ho Songs Journalistic Activity and Thought of the Press, *Korean Journal of Communication & Information*, 59, 71-91.
- Park, J. W. & Song, H. J. (2012). Changing Understanding on the Journalist Professionalism. *Korean Journal of Communication & Information*, 57, 49-68.
- Posetti, J. & Matthews, A. (2018). A Short Guide to the History of ‘Fake News’ and Disinformation. International Center for Journalist.
- Reese, S. D. (2001) Understanding the global journalist : A hierachy-of-influences approach, *Journalism Studies*, 2(2), 173-187.
- Reese, S. D., & Shoemaker, P. J. (2016) Media Sociology and the Hierarchy of Influences Model : A level – of-analysis perspective on the networked public sphere, *Mass Communication and Society*, 19(4), 389-410.
- Shim, H. & Kim, S. E. (2020). The Reflective Consensus of Liberalism and Communitarianism through the Doctrine of the Mean. *Communication Theories*, 16(2), 5-53.
- Shoemaker, P., & Reese, S. D. (1996), *Mediating the message : Theories of Influence on mass media content*, NY: Longman
- Shoemaker, Translation Choi, J. (2001). *Gatekeeping Theory*, Seoul : Communication Books.
- Singletary, M. W. & Lipsky, R. (1997). Accuracy in local TV news, *Journalism Quarterly*, 54, 362-364.
- Singletary, M. W. & Carragee, K. (1980). Subjective errors in written message. *Journalism Quarterly*, 57(3), 432-437.
- Silverman, C. (2007). *Regret the Error: How Media Mistakes Pollute the Press and Imperil Free Speech*. New York: Union Square Press
- Steensen, S. (2011). Online journalism and the promises of new technology: A critical review and look ahead. *Journalism Studies*, 12(3), 311-327.
- Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331-345.
- Yang, S. (2020). Reality and Challenges of Traditional Journalism in the Era of YouTube Journalism. *The Journal of Social Science*, 31(1), 245-262.
- Yang, Y. Y. (2021). How “Covid-19” Affected Reporters’ News Coverage?: Focusing on Reporters’

- Perception of Changes in Work Environment Before and After the Pandemic. *Journal Of The Korea Contents Association*, 21(5), 11-21.
- Yoon, J. & Lee, G. (2011). Analysis of ‘Corrections’ in Five Major Korean Newspapers. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(4), 27-53.
- Yoon, S. C. & Lee, S. K. (2018). Regulation and strengthening of punitive damages liability. *Institute of Legal Studies*, 47, 239-265.
- Yoon, Y-K. (2017). A Study on the Shifting of News Platforms from Portal Sites to Social Media. *Journal of the Korea Entertainment Industry Association*, 11(3), 1-12.
- Youk, E. H. (2020). Effects of the Ethics Attribute of False Reports and the Responsibility Attribution of Correction Reports on the Changes of the Judgment on the Victim and Media Credibility. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 112, 32-64.
- Willnat, L., Weaver, D. H. & Wilhoit, Cl. (2019) The American Journalist in the Digital Age. *Journalism Studies*, 20(3), 423-441.
- Woo, B. D. (1996). A study on the accuracy of news reporting: Focusing on the structure of misinformation occurrence. *Media and Society*, 3, 34-65.
- Zhou, L. & Zhang, D. (2007). An ontology-supported misinformation model: toward a digital misinformation library. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics--Part A: Systems and Humans*, 37(5), 804-813.

최초 투고일 2021년 04월 08일
 게재 확정일 2021년 07월 30일
 논문 수정일 2021년 08월 05일

부록 I. 참고문헌

- 강주현 (2019). 언론 보도에 나타난 가짜뉴스 담론의 속성과 사회적 실천 방향. <한국언론학보>, 63권 6호, 7-64.
- 고일석 (2021, 02, 17). [징벌적배상제①] 언론과언론단체들의 가당찮은 약자 코스프레. <THE BRIEFING>, URL : www.thebriefing.co.kr/news/newsview.php?ncode=1065582490859502
- 권태호 (2019). 만인 미디어 시대...언론은 '신뢰성 필터'가 왜야 한다. <신문과방송>, 통권 579호, 32-34.
- 김도연 (2021, 05, 21.) 소문으로 떠돌던 조선일보 온라인 대응 자회사 설립. <미디어오늘>, URL: www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=213499
- 김동원·김지연 (2017). 디지털시대의 게이트키퍼에 관한 탐색적 연구. <문화산업연구>, 17권 3호, 29-37.
- 김민정 (2015). 취재원보호법 도입의 필요성과 쟁점. <언론과법>, 14권 2호, 125-157.
- 김세은 (2005, 8월). <언론의 사회적 책임 구현을 위한 제도적 장치>. 한국언론학회 세미나, 서울.
- 김세은 (2006). 민주주의와 언론의 신뢰 : '옳은' 언론과 '좋은' 언론에 대한 이론적 모색. <한국언론학보>, 50권 5호, 55-78.
- 김세은 (2017). 디지털 시대 특종의 사회학. <한국방송학보>, 31권 4호, 5-50.
- 김세은·심훈·박영흠 (2018). <보도의 신뢰 하락 원인 분석과 책임 저널리즘을 통한 방송 보도의 신뢰성 확보 방안 연구>. 방송통신위원회, 서울.
- 김연식 (2014). 방송 저널리스트의 전문직주의 인식에 관한 탐색적 연구. <언론과학연구>, 14권 2호, 5-30.
- 김영욱·임유진 (2012). 언론의 사과 연구. <광고연구>, 통권 92호, 468-493.
- 김영욱·신호창·임유진 (2007). 정보 소스로서 홍보담당자와 언론인의 오보에 대한 인식 비교. <한국방송학보>, 21권 3호, 163-203.
- 김준일 (2021, 01, 06.). 잘못을 인정할 줄 아는 언론. <기자협회보>, URL : <https://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=48707>.
- 남재일 (2010). 직업 이데올로기로서의 한국 언론윤리의 형성과정. <한국언론정보학보>, 통권 50호 73-93.
- 남재일 (2020, 10월). <정파성과 함께 하는 정론의 가능성>. 한국언론학회 세미나 발표문.

- 박기순 (1993). 오보와 언론의 책임, <저널리즘 비평>, 통권 11호 24-30.
- 박서연 (2021, 07, 22). 치열한 논쟁에 긴장폭발한 조선일보조국삼화'오보' 토론회. <미디어오늘>, URL : www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=214566
- 박아란 (2019). 가짜뉴스와 온라인 허위정보(disinformation) 규제에 대한 비판적 검토. <언론정보 연구>, 56권 2호, 113-155.
- 박영흠 (2018). 한국 디지털 저널리즘의 사회적 형성, <언론과 사회>, 26권 1호, 135-181.
- 박용규 (2012). 송건호의 언론활동과 언론사상, <한국언론정보학보>, 57호, 71-91.
- 박진우 (2015). 한국 언론의 전문직주의와 전문직 프로젝트의 특수성 : 언론-정치 병행관계의 한국적 맥락, <한국언론정보학보>, 12권, 177-196.
- 박진우·송현주 (2012). 저널리스트 전문직에 대한 인식의 변화: 전문직 노동과 직업 전망에 대한 위기의식, <한국언론정보학보>, 통권 57호, 49-68.
- 박혜연·김유승 (2021, 04, 18) 고개드는 언론개혁 ...與“중단 없이 추진”野“공청회 먼저”. <뉴스1>, URL : www.news1.kr/articles/?4278104
- 배정근 (2017). 언론의 권력 감시 기능 발현에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, <한국방송학보>, 31권 3호, 42-77.
- 성옥제·정은진 (2020) 코로나19와 허위 정보 : 유형 분석과 대응방안, KISDI 프리미어리포트.
- 심훈·김세은 (2020). '중용'을 통한 자유주의와 공동체주의 언론의 반성적 절충, <커뮤니케이션 이론>, 16권 2호, 5-53.
- 양선희 (2020). 유튜브 저널리즘의 시대, 전통적 저널리즘의 대응현황과 과제, <사회과학연구>, 31권 1호, 245-262.
- 양영유 (2021). 코로나 19는 기자들의 취재관행에 어떤 영향을 주었나?: 팬데믹 전후의 근무형태 변화에 대한 기자 인식을 중심으로, <한국콘텐츠학회논문지>, 21권 5호, 11-21
- 오세훈·정세훈·박아란 (2017). 가짜뉴스 현황과 문제점, 연구서 2017-60, 서울: 한국언론진흥재단.
- 우병동 (1996). 뉴스 보도의 정확성 연구 : 오보 발생의 구조를 중심으로, <언론과 사회>, 3권, 34-65.
- 육은희 (2020). 오보 속 사건의 윤리성과 정정보도의 책임 귀인이 인물과 매체에 대한 평가 변화에 미치는 영향, <방송통신연구>, 112호, 32-64.
- 윤석찬·이수정 (2018). 징벌적 손해배상책임의 규제와 강화, <영남법학>, 47권, 239-265.
- 윤여광 (2017). 포털 사이트에서 소셜 미디어로 뉴스 플랫폼 이동에 관한 연구. <한국엔터테인먼트산업학회논문지>, 11권 3호, 1-12.

- 윤지희·이건호 (2011). 한국 5개 종합일간지 오보 정정의 특성에 대한 고찰, <한국언론학보>, 55권 4호, 27-53.
- 이건혁·원숙경·정준희·안차수 (2020). 디지털 충격과 전문직주의가 언론노동의 직무 만족에 미치는 영향 연구, <한국언론정보학보>, 101호, 341-366.
- 이나연 (2018). 과학적 객관주의, 형식적 객관주의, 한국형 형식적 객관주의, <한국언론학보>, 62권 2호, 112-142.
- 이상률·이준웅 (2014). 프레임 경쟁에 따른 언론의 보도 전략. <한국언론학보>, 58권 3호, 378-407.
- 이유미 (2021, 02, 10). "징벌적 손해배상 언론 적용...찬성 61.8% 반대 29.4%". <연합뉴스>, URL : www.yna.co.kr/view/AKR20210210027900001
- 이완수·양영유·신명환 (2020). 근로시간 단축이 취재와 뉴스를 어떻게 바꿔 놓았는가?: 주52시간제 도입에 따른 취재관행과 뉴스생산에 대한 기자인식을 중심으로, <커뮤니케이션이론>, 16권 3호, 151-203.
- 이정구 (2020). 징벌적 손해배상제, 언론 보도 '붕쇄소송화' 우려. <관훈저널>, 62권 4호, 27-35.
- 이정환 (2020). <이야기가 폭발하는 시대, 저널리즘 신뢰 회복의 조건>. 한국언론학회 세미나 발표문.
- 이준웅 (2010). 한국 언론의 경향성과 이른바 사실과 의견의 분리 문제, <한국언론학보>, 54권 2호, 187-209.
- 이준웅·김경모 (2008). 바람직한 뉴스의 구성조건. <방송통신연구>, 67호, 9-44.
- 이진오 (2015, 10, 21). "취피리 급여에 허드렛일만 하고 버려지는 언론사 인턴". <한국기자협회>, URL: www.journalist.or.kr/news/article.html?no=37626
- 임양준 (2007). 한국과 미국 일간신문의 정정보도 기사 비교연구, <한국언론정보학보>, 37호, 204-236.
- 임유진·김영옥 (2011). 정부 홍보담당자들의 언론 관계와 오보에 대한 인식 조사. <한국언론정보학보>, 55호, 119-139.
- 임종섭 (2017). 언론사 및 뉴스 생산 요인에 관한 인식이 디지털 뉴스 활동에 미치는 관계성 : 부르디외의 장 이론과 루만의 체계이론을 중심으로, <언론과학연구>, 17권 2호, 193-228.
- 정결진 (1997). 오보와 언론의 신뢰. <지역과 커뮤니케이션>, 1호, 201-229.
- 정민경 (2021, 01, 19). 세월호 '전원구조 오보' KBS·MBC·MBN 책임자 '무혐의'. <미디어오늘>. URL : www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxn0=211536.
- 정연우 (2020). 허위정보(disinformation)에 대한 대응 탐색. <한국콘텐츠학회논문지>, 20권 2호,

226-239.

정은령 (2018). 한국 팩트체크 저널리즘의 특징 : 팩트체크 언론인들의 사실 인식과 사실 검증과정 탐색을 중심으로, <언론정보연구>, 55권 4호, 5-53.

조영신·유수정·한영주 (2015). 포털 기사 공급 형태 및 매체 지위와 어뷰징과의 관계에 대한 탐색적 연구, <한국언론학보>, 59권 6호, 314-338.

한국언론중재위원회 (2020). <2020 시정권고사례집>. 서울 : 한국언론중재위원회.

한국언론진흥재단 (2019). <2019 한국의 언론인>. 서울 : 한국언론진흥재단.

허만섭·박재영 (2019). 디지털시대 언론 전문직주의의 위기와 변화, <언론과학연구>, 19권 4호, 254-290.

황비웅·장환영 (2020). 언론사 조직 문화의 특성과 관행이 기자 직무수행에 미치는 영향에 대한 내러티브 연구, <기업교육과 인재연구>, 22권 2호, 61-88.

황용석·권오성 (2017). 가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구, <언론과법>, 16권 1호, 53-101.

황현정·김장원·이효은·서유지·고예나·양소은·김현석 (2020). 오정보, 왜 믿는가? 어떻게 정정할 것인가 : 오정보와 그 정정에 대한 이론적 검토, <언론정보연구>, 57권 4호, 5~54.

홍석우 (2021, 7, 25). 취재 없는 게시판받아쓰기. <KBS>, URL : vod.kbs.co.kr/index.html?source=episode&sname=vod&stype=vod&program_code=T2021-0107&program_id=PS-2021119951-01-000§ion_code=05&broadcast_complete_yn=&local_station_code=00

홍원식 (2018). 언론 객관성의 실천적 이해를 위한 사례 연구, <커뮤니케이션 이론>, 14권 4호, 183-226.

홍유진 (2007). <한국 신문의 오보 유형과 발생원인>. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.

홍주현·최선영 (2017). 뉴스생산 환경 및 조직과 기자의 정치적 성향, 업무 수행 자유도가 언론의 전문성, 공정성 인식에 미치는 영향 연구. <한국콘텐츠학회논문지>, 17권 5호, 209-220.

홍주현·설진아·이종임 (2021). 유튜브 채널에서 코로나 19 중국관련 허위정보 확산에 관한 연구 : 확산 주체와 정보유형 분석을 중심으로, <한국콘텐츠학회논문지>, 21권 2호, 652-661.

오보 문제에 대한 기자 인식 심층 인터뷰를 중심으로

신혜선

(서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 박사과정)

이영주

(서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 교수)

본 연구는 슈메이크와 리즈의 위계모형을 토대로 기자들이 생각하는 오보 방지를 위한 사전, 사후 대안을 도출하고자 일간 신문사, 방송사, 뉴스통신사에 근무하는 현장 기자를 대상으로 심층 인터뷰를 수행했다. 연구결과, 기자들은 조직 요인이 오보 발생에 가장 큰 영향을 미친다고 보았다. 온라인 뉴스가 주로 소비되는 환경인데도 오프라인 중심의 뉴스 제작 시스템을 그대로 운영하며, 단독, 속도 경쟁을 가속하기 때문에 오보 위험성이 커진다는 것이다. 세부 대안으로 기자 차원에서는 충실한 기사 작성 노력과 디지털 시대의 기자 역할 재정립 등을 제시했다. 미디어 관행과 언론사 차원에서는 온라인 뉴스소비 시스템 강화, 지속적인 윤리 교육 강화, 다양한 기사 형식과 평가 체제 도입, 그리고 오보 대응 조직 설치 등을 대안으로 제시했다. 조직 외적 환경에서는 정파성 극복을 위한 자율규제 마련과 포털 뉴스 소비 환경 개선 필요성을 제시했다. 징벌적 손해배상청구제에 언론사를 포함하는 것은 찬반이 엇갈렸으나, 언론사의 책임을 강화할 필요성에 공감대를 확인했다. 오보는 언론불신의 시작이다. 언론사가 오보의 심각성을 깨닫고, 디지털 미디어 시대에 맞는 조직 운영과 기자들의 윤리의식 복원에 나서야 추락한 언론 위상을 회복할 수 있을 것이다.

핵심어 : 오보, 팩트 체크, 정정 보도, 자율규제, 언론 윤리