

# 06

## 버려야 할 관행, 지켜야 할 원칙

뉴스 기사는 저널리즘의 현실을 스스로 말한다. 시민의 신뢰가 추락하는데도 기사의 품질이 제자리걸음하는 이면에는 잘못된 취재 보도 관행이 공고히 자리 잡고 있다. 시급히 바뀌어야 할 대표적 관행을 짚어보고 올바른 보도 원칙을 제시한다. 이 기획은 저널리즘 품질 향상을 고민하는 '좋은저널리즘연구회' 회원들이 돌아가며 집필한다.

### 제목 인용부호 사용의 현주소

## 관행적 따옴표 사용 뒤에 숨은 언론의 책임 회피와 선정주의



이재경

이화여대 커뮤니케이션·미디어학부 교수  
좋은저널리즘연구회

59.1% 대 2.8%. 이 수치는 한국의 10대 일간지와 뉴욕타임스가 기사 제목에 따옴표를 사용하는 비율을 비교한 것으로 2016년 기사자료를 통해 좋은저널리즘연구회가 분석한 내용이다. 영국의 더타임스로 비교대상을 바꾸면, 59.1% 대 0%가 된다. 이는 한국 신문 기사 열 개 가운데 여섯 개에서 따옴표 달린 제목을 볼 수 있는 데 비해, 더타임스는 제목에서 따옴표를 발견할 수 없다는 뜻이다. 한국 신문 가운데 2016년을 분석 대상으로 한 표집 자료에서 제목에 홑따옴표를 포함해 따옴표를 가장 많이 사용한 것으로 조사된 신문은 중앙일보(68.3%)였다. 서울신문(67.6%), 문화일보(66.7%), 한국일보(65.3%), 조선일보(63.9%) 등이 그 뒤를 이었다. 경향신문(44.3%), 국민일보(47.2%)는 제목에 따옴표를 사용하는 빈도가 상대적으로 낮은 것으로 조사됐다. 그러나 이 숫자

도 전체 기사의 절반에 가깝다. 우리 신문은 상대적으로 따옴표를 적게 사용하는 회사에서도 기사 두 개 가운데 하나 정도 비율로 제목에 따옴표를 사용한다는 뜻이다.

퀄리티 저널리즘(quality journalism)을 구별하는 요소 가운데 하나가 제목에 사용되는 따옴표의 비율이다. 뉴욕타임스는 편집지침에 제목에 따옴표를 사용하면 안 된다는 내용을 포함하고 있다. 좋은저널리즘연구회의 이번 분석 조사 대상이었던 뉴욕타임스의 72개 기사 가운데 두 개에서만 따옴표가 나타난 것은 이러한 지침이 실천되고 있음을 잘 드러낸다. 영국의 더타임스는 54개 기사에서 한 건의 따옴표도 찾을 수 없을 만큼 이 원칙을 철저하게 지키고 있는 셈이다.

[표 1] 해외 신문 제목의 직접인용구 유무 비율 (%)

	직접인용구 있음	직접인용구 없음
뉴욕타임스	2.8	97.2
더타임스	0.0	100.0
아사히신문	13.9	86.1
국내일간지	59.1	40.9

〈출처 - 《기사의 품질》(2018, 146쪽)〉

[표 2] 한국 신문 제목의 직접인용구 유무비율 (%)

〈출처 - 《기사의 품질》(2018, 148쪽)〉

	직접인용구 있음	직접인용구 없음
경향신문	44.3	55.7
국민일보	47.2	52.8
동아일보	53.5	46.5
문화일보	66.7	33.3
서울신문	67.6	32.4
세계일보	52.8	47.2
조선일보	63.9	36.1
중앙일보	68.3	31.7
한겨레	63.4	36.6
한국일보	65.3	34.7
전체	59.1	40.9

### 2009년 간이조사도 같은 결과

2009년 11월, 국민일보에 칼럼을 쓰기 위해 훨씬 제한적인 신문을 대상으로 같은 비교를 해본 적이 있다. 우리 신문 가운데 조선일보, 동아일보, 중앙일보와 국민일보에서 기사를 10개씩 표집하고, 미국의 뉴욕타임스, 워싱턴포스트, 로스앤젤레스타임스에서도 기사를 10개씩 선택했다. 당시의 분석 결과는 2016년 조사와 거의 차이가 없었다. 미국 신문에서는 세 신문 모두에서 따옴표 달린 기사를 하나도 찾지 못했다. 그러나 한국 신문은 조선일보(5개), 동아일보(8개), 중앙일보(6개), 국민일보(5개) 등에서 모두 다섯 개 이상 따옴표 사용이 확인됐다. 온라인 판과 모바일 쪽으로 가면 제목 따옴표 사용이 더 많이 발견된

다. 독자의 시선을 붙잡으려는 시각적 자극을 강화하기 위한 조치로 읽힌다. 그러나 해외 유력지들은 온라인이나 모바일에서도 따옴표를 철저히 제한하는 원칙을 관철하고 있다.

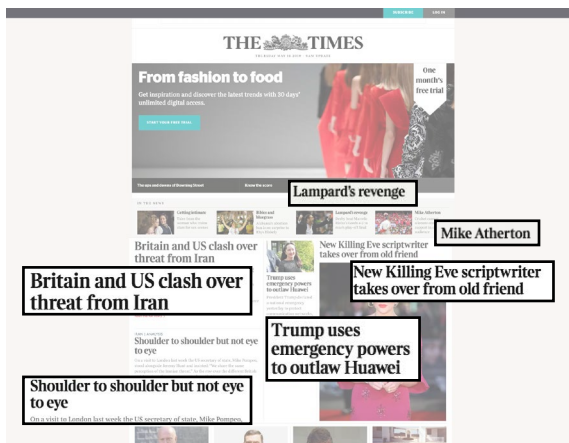
### 제목에 따옴표 사용하는 관행 선진국과 현격한 차이

제목에 따옴표를 사용하는 관행이 왜 문제가 되는가? 한국 신문은 어떻게 이러한 부정적인 관행을 만들고 유지해 왔는가? 한국 신문의 취재와 편집 관행이 만들어지는 과정에서 오랜 시간 양식의 토대를 제공했다고 받아들여지는 일본 신문에서 학습한 결과인가? 하지만 위 [표 1]에서 제시한 아사히신문의 자료를 보면, 일본 신문도 서양 권위지와 비교해 볼 때, 따옴표 달린 제목의 비율이 13.9% 밖에 안 된다. 열 개 기사 가운데 하나 남짓한 빈도로 따옴표를 사용한다는 뜻이다. 절반 이상 기사에서 따옴표를 사용하는 우리 신문의 제작 방식과는 많이 다른 현실을 확인할 수 있다. 그렇게 보면 제목에 따옴표를 과도하게 사용하는 관행은 우리가 스스로 고착시켜온 한국형 기사 포장 방식으로 볼 수밖에 없다.

“

한국 신문 기사 열 개 가운데 여섯 개에서 따옴표 달린 제목을 볼 수 있는 데 비해, 해외 유력지 기사의 제목에서는 따옴표를 발견하기 어렵다. 제목에 따옴표를 과도하게 사용하는 관행은 우리가 스스로 고착시켜온 한국형 기사 포장방식이다.

”



중앙일보 홈페이지 초기 화면과 더타임스, 뉴욕타임스 초기 화면 따옴표 사용빈도 비교 <출처: 중앙일보, 더타임스, 뉴욕타임스 홈페이지 화면 캡처>

신문은 한 나라의 사회 문화적 맥락을 폐쇄적으로 반영한다. 모국어로 같은 나라 안에서 같은 사회 구성원끼리 생산하고 소비하기 때문이다. 특별한 계기가 있기 전에는 해외 사례 벤치마킹을 시도하지 않는다. 그러면서 다른 나라 매체도 비슷한 방식으로 기사를 제작한다고 단정해 버린다. 제목에 따옴표를 사용하는 관행 역시 그렇게 인식돼왔었다. 그런 이유 때문에 국내 신문 사이에는 따옴표 사용 관행에서 현격한 차이를 발견할 수 없었다. 별거 아닌 것 같은 관행이지만, 선진국에서는 제목에 사용하는 따옴표 문제를 대단히 중요하게 고려해왔다. 신문을 제작하는 기자들이 기사를 대하고, 독자를 대하는 자세를 가늠하는 지표가 될 수 있기 때문이다. 신문의 제목은 독자가 기사를 접하는 가장 중요한 시각적 지표다. 제목 때문에 기사를 읽게 되고, 제목만 보고 기사 내용을 단정하기도 한다. 많은 독자는 제목만 읽고 떠나기도 한다. 따라서 기사 제목은 언론사의 전문성과 윤리, 철학 등이 응축된 저널리즘의 상징이기도 하다.

### 따옴표 달린 제목의 세 가지 문제

선진 언론계에서 고려하는 따옴표 달린 제목의 문제는 크게 세 가지다. 첫번째 문제는 제목에 달린 따옴표가 독자로 하여금 기사에 의구심을 갖게 한다는 점이다. 제목의 일부분 내용에 따옴표를 치게 되면 독자는 그러한 시각적 신호를 접하며, 따옴표 안의 내용은 기자가 판단을 유보한 내용이라고 읽게 된다. 다시 말하면 독자는 기자가 제목으로 전하기는 하지만, 따옴표 안의 내용이 의미하는 바를 철저히 확인하지 못했다고 이해한다는 뜻이다. 런던의 킹스 칼리지에서 정치학을 강의하는 에이드리언 블라우(Adrian Blau) 교수는 자신의 블로그에서 BBC 홈페이지

“

선진국에서는 제목에 사용하는 따옴표 문제를 대단히 중요하게 고려해왔다. 신문을 제작하는 기자들이 기사를 대하고, 독자를 대하는 자세를 가늠하는 지표가 될 수 있기 때문이다. 신문의 제목은 독자가 기사를 접하는 가장 중요한 시각적 지표다. 제목 때문에 기사를 읽게 되고, 제목만 보고 기사 내용을 단정하기도 한다. 많은 독자는 제목만 읽고 떠나기도 한다. 따라서 기사 제목은 언론사의 전문성과 윤리, 철학 등이 응축된 저널리즘의 상징이기도 하다.

”

이지에 나타나는 따옴표 달린 제목의 문제를 지적하며, 특히 이 부분을 강조했다. 두 번째 문제는 따옴표 뒤에 가려진 취재기자와 언론사의 책임회피 행위이다. 기자는 자신이 전하는 기사에 담긴 내용이 진실임을 취재를 통해 입증해야하는 기본적인 책임이 있는 사람이다. 그러나 많은 한국 기자는 따옴표 뒤에 숨어 그러한 의무를 수행하지 않는다. 기자의 임무는 ‘누가 어떠한 말을 했는지’만 전달하는 선에서 그쳐도 된다는 직업관이 이러한 관행에 녹아있다는 뜻으로 볼 수도 있다. 따옴표로 전하는 말이 진실을 담고 있지 않았다면 거기에 대해서는 기자나 언론사가 책임지지 않겠다는 선언, 즉 따옴표의 지극히 부정적인 기능 역시 내포하고 있는 것이다. 가뜰스나 낮은 언론 신뢰도를 더 깎아 먹는 기사 제

작관행이다.

세 번째 문제는 독자의 시선을 끌려는 선정주의 욕구다. 제목에 따옴표를 달면 독자는 아무 것도 없는 제목에 비해 시각적 자극을 강하게 느끼게 된다. 무언가 특별한 내용이 있는 것 같은 착각을 할 수도 있다. 블라우 교수는 이러한 장치를 통해 기자는 자신의 주관적 관점을 독자에게 강요할 수 있다고 주장한다. 또 의미 없는 강조의 효과를 만들기도 한다. 모든 한국 신문이 퀄리티 저널리즘을 할 수 있다고 생각하지 않는다. 그러나 신문의 역사가 140년에 다다른 나라에서 적어도 두, 세 개 신문은 어디 내놓아도 부끄럽지 않은 수준의 저널리즘을 지향해야 한다고 생각한다. 자유롭고 책임 있는 언론은 검증을 포기하겠다는 따옴표 뒤에서는 만들어 질 수가 없다. 대단히 사소해 보이지만 기사 제목에서 따옴표를 없애는 노력은 한국 저널리즘의 수준을 크게 선진화 할 수 있는 의미 있는 변화의 출발점이다. 📌

#### 참고문헌

김경모 등, 《기사의 품질: 한국 일간지와 해외 유력지 비교연구》, 서울: 이화여자대학교 출판문화원, 2018.  
서울: 이화여자대학교 출판문화원.

킹스 칼리지 블라우 교수 블로그 : <https://adrianblau.wordpress.com/2014/03/24/the-curse-of-quotation-marks-on-the-bbc-website/#more-1251>