

올바른 제목 달기와 신문 윤리

독자 눈길 끌려다 독자에게 외면당할 수도

유규하 / 한국신문윤리위원회 심의위원



보도 현장에서 나타나는 비윤리적인 행태를 바로잡자는 취지에서 시작했다. 한국신문윤리위원회가 적발해 제재한 사례들을 통해 무엇을 고치고, 어떻게 개선해야 할지 짚어볼 예정이다. 문제 사례들은 신문윤리실천요강을 위반한 전국 주요 일간지와 온라인 신문에 실린 기사들이다. 관련 규정을 위반한 광고들도 소개한다. 신문윤리위 소속 심의위원들이 번갈아 연재를 진행한다.



신문윤리강령 위반 사례 중 가장 큰 비중을 차지하는 것이 ‘표제의 원칙’ 위반이다. 지난 2015년 11월 20일 제주 서귀포에서 열린 ‘신문 제목 달기와 언론 윤리’ 세미나에서는 이 문제를 집중 토의했다.〈출처-필자 제공〉

‘火(화) 키우는 시한폭탄 33만 채’. 2015년 1월 12일자 종합지 D일보의 1면 톱기사 제목이다. 이 신문은 경기도 의정부에서 발생한 도시형 생활주택 화재로 130여 명의 사상자가 발생하자 허술한 소방안전 관리 체계의 문제점을 지적하며

이런 제목을 달았다. 33만 채는 전국에 지어진 도시형 생활주택 총량이다. 따라서 기사를 읽은 독자 입장에선 도시형 생활주택이 시한폭탄처럼 매우 위험한 주거공간인 것으로 받아들일 가능성이 높다. 해당 주택에 거주하는 주민들은

물론 이웃도 불안감을 가질 수 있다. 이런 이유로 한국신문윤리위원회(이하 ‘윤리위원회’)는 이 기사의 제목에 ‘주의’ 결정을 내렸다.

H경제의 2017년 4월 6일자 사회면 기사 제목은 “5.5일에 1번꼴 범죄… 달리는 성범죄 열차, 지하철 2호선”이다. 서울지하철 2호선에서 평균 5.5일에 1번꼴로 성추행·몰래카메라 등 성범죄가 일어났다는 기사인데, 제목이 사뭇 자극적이었다. 2호선에서 성범죄가 증가했고, 1·3·4호선의 성범죄를 합친 것보다 많다는 점을 감안하더라도 2호선을 ‘달리는 성범죄 열차’로 규정한 것은 지나친 과장이라는 점에서 역시 ‘주의’ 조치를 했다.

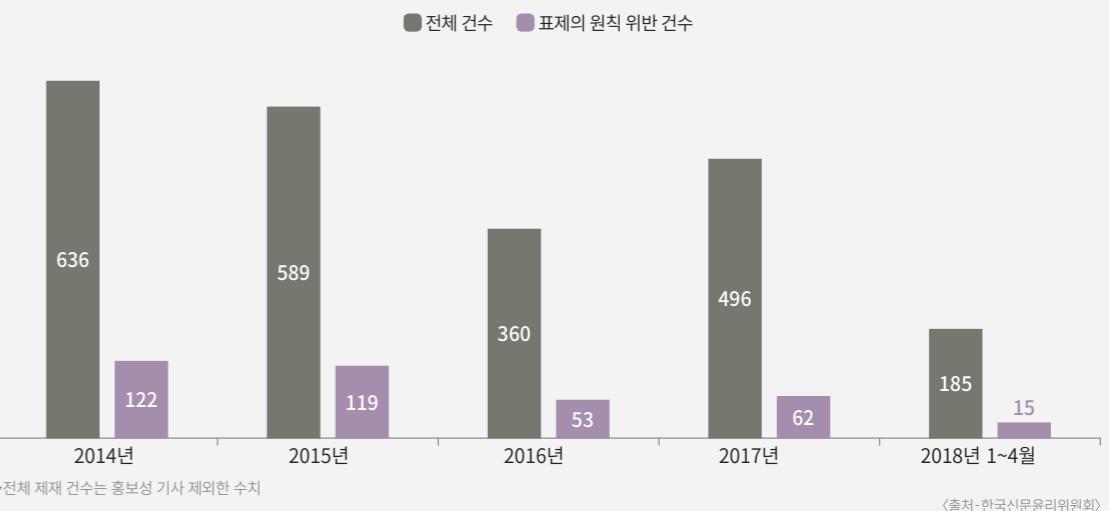
‘표제의 원칙’ 위반 가장 많아

언론사의 보도 흐름은 취재와 기사 작성 그리고 편집이다. 일련의 과정에서 독자들과의 최우선 접점은 편집, 그중에서도 제목 달기다. 독자들은 기사를 읽기 전에 제목부터 본다. 제목이 눈길을 끌어야 기사를 읽고, 그렇지 않으면 지나치기 일쑤다. 촌철살인의 제목 한 줄이 경쟁지를 압도하는 경우도 많다.

오프라인보다 온라인 독자가 더 많은 요즘 뉴스 소비 행태에서 제목의 중요성은 더욱 커진다. 무한경쟁이나 다름없는 신문업계 현실에선 ‘섹시한 제목’ ‘튀는 제목’에 대한 유혹도 커질 수밖에 없다. 이른바 낚시성 제목이 등장하는 배경도 쉽사리 짐작할 수 있다. 최근 들어 제목 달기의 자율성이 상당 부분 용인되는 점을 감안해도 과도하다 싶은 제목은 여전히 적지 않다. 이는 윤리위원회의 제재 통계만 봐도 알 수 있다. 윤리위원회의 연도별 제재 현황을 보면 광고·홍보성 기사(섹션 포함)를 제외한 순수 보도기사 중 가장 제재 빈도수가 많은 것이 ‘표제의 원칙’ 위반이다. [그림] 제목 표현이 신문 윤리에 어긋나는 기사가 매년 꾸준히 생산되고, 또 소비되고 있는 것이다.

그렇다면 ‘올바른 제목’은 대체 무엇일까. 신문윤리강령은 명쾌하면서도 함축적으로 설명하고 있다. “신문의 표제는 기사의 요약적 내용이나 핵심적 내용을 대표해야 하며 기사 내용을 과장하거나 왜곡해서는 안 된다”는 것이다. 박성희 이화여대 커뮤니케이션학부 교수는 2015년 신문윤리위 세미나에서 “뉴욕타임스는

그림 연도별 ‘표제의 원칙’ 위반 건수



선정적 표현을 자제하고 정제된 톤으로 정보의 핵심을 제목에 다는 것이 모토”라고 해외 사례를 소개하면서 “기자는 아는 것만 쓰고 편집자는 그 기사 내용에서 제목을 뽑는 것이지 편집자가 바라는 것을 제목으로 달아선 안 된다”고 설명했다. 제목이 기사 내용을 제대로 반영하지 못하거나 독자들을 오도하고 한쪽 방향으로 유도한다고 의심받을 경우 해당 기사는 객관성을 상실하게 된다. 기사의 공정성도 믿을 수 없을 뿐더러 이런 일들이 누적되면 결과적으로 신문의 신뢰성에 금이 가고, 종국에는 저널리즘의 위기로 이어질 수도 있다.

유형 1. 한쪽 주장을 사실인 양 단정

표제의 원칙을 위반한 기사는 몇 가지 유형이 있다. 여기 소개하는 사례를 보면 제목 달기의 중요성과 바람직한 제목 달기 방향을 짐작할 수 있을 것이다. 첫째, 사실 관계가 분명치 않은 일방적 주장이나 다툼의 여지가 있는 사안을 다룬 기사에 단정적인 제목을 다는 경우다. 가장 빈번한 표제의 원칙 위반 사례다. 수사 중인 사건을 다룬 기사에 많다. 때로 편집자의 의도가 개입됐다고 볼 여지도 있다. 최소한 인용부호라도 달았으면 제재를 피할 수 있었을 것이다. 물론 인용부호 사용이 바람직한 것인지 논란의 여지도 있지만 실제 신문 지면에서는 폭넓게 사용되고 있기도 하다.

H일보는 검찰의 이명박(MB) 전 대통령 수사 상황을 전하는 지난 3월 7일자 9면 기사에 “MB ‘뉴욕제과’서도 2억 원 받았다”는 제목을 붙였다. 그러나 기사 내용은 검찰이 ‘2억 원을 받았다’고 혐의 사실을 입증한 것이 아니라 정황을 포착해 수사하고 있는 단계라는 것이며, MB 측은 혐의를 부인하고 있는 상황이었다. 누가 봐도 무리한 제목이었다.

H신문은 보건복지부의 의료영리화 사업 예산 책정을 비판하는 2017년 11월 3일자 기사에 “박근혜 정부 적폐 ‘의료영리화’ 지원 여전”이라는

제목을 달았다. 기사 본문은 시민단체 참여연대의 분석을 인용한 것이었다. 따라서 참여연대의 ‘주장’으로 보는 게 마땅하지만 이 신문은 단정적인 표현으로 제목을 붙이는 바람에 ‘주의’ 처분을 받았다.

S경제지는 금리인상을 예상한 2017년 10월 20일자 기사에 “이르면 내달 금리인상·채권금리 2%대 패닉”이라는 제목을 달았다. 문제가 된 단어는 ‘패닉’이었다. 기사에서는 “채권시장이 크게 들썩였다” 정도로 완곡하게 표현했는데, 편집자는 ‘공황상태’를 뜻하는 ‘패닉’을 제목에 넣었다. 경제 기사에서 시장의 불안감을 지나치게 증폭시키는 것은 바람직한 보도 태도가 아니다.

유형 2. 노골적인 정파성 제목

둘째, 정파성이 엿보이는 제목 달기다. 보수 성향의 M일보는 2016년 7월 5일자 5면에 게재된 사법정의실현국민감시센터 개원 세미나 기사의 제목을 “좌편향 견제” 민간조직 출범, ‘직파간첩’ ‘변란선동’ 줄줄이 無罪… 재판부 정체성 의심”으로 달았다. 국민감시센터는 민주사회를 위한 변호사모임(민변)에 비판적인 보수 단체다. 기사에는 이들이 서울고법의 판결 두 건을 비판하는 내용도 포함됐다. 그러나 이제 막 출범한 신생 단체의 주장을 전달하면서 이들의 주장이 확인된 사실인 것처럼 인용부호도 없이 그대로 전하는 것은 표제의 원칙을 위반하는 것이다.

진보 성향 K신문 2016년 12월 16일자 9면 기사는 “노동5법·양대지침 강행… 알고 보니 ‘재벌 뇌물 대가’ 노동개악”이라는 제목을 달았다. 기사는 박근혜 정부의 노동 정책이 당초의 친노동자에서 친재벌로 변화하는 과정을 추적하고 있다. 그 과정에서 재계의 부정청탁과 뇌물이 작용했을 것이라는 의혹을 제기했다. 하지만 의혹의 근거는 기사에 명확하게 드러나지 않았다. 그럼에도 제목은 이를 당연시하며 단정적으로 표현해

“
무한경쟁이나 다름없는 신문업계 현실에선
‘섹시한 제목’ ‘튀는 제목’에 대한
유혹도 커질 수밖에 없다.
한국신문윤리위원회의
연도별 제재 현황을 보면
순수 보도기사 중 가장 제재 빈도수가
많은 것이 ‘표제의 원칙’ 위반이다.
”

윤리위원회로부터 제재를 받았다.

지방지에도 비슷한 사례가 있다. 경남지역 K일보는 2017년 8월 8일자 3면에 “원전 포기 땐 전기요금 폭탄? 알고 보면 거짓” 제목의 기사를 게재했다. 당시 탈원전과 이에 따른 전기요금 인상 가능성성이 이슈였는데, 한쪽 주장에 손을 들어주는 형식의 전형적인 의견성 제목이었다. 이 신문 역시 제재를 받았다.

신문이 보수지, 진보지로 뚜렷이 나뉘었다는 건 새삼스런 일도 아니다. 최근 신문들이 정치권보다 더 적극적이라는 지적도 있고, 시대를 적극 반영한 결과라는 시각도 있다. 어쨌거나 신문 제목 달기에도 그런 흐름이 적지 않게 보인다. 위의 사례들 역시 매체의 정치적 성향이 반영된 결과로 볼 수 있다. 그렇다고 정파성 자체를 시비하기는 어렵다. 의도와 주장이 앞서다 보면 팩트가 뒷받침되지 않은 제목이 돌출될 수 있다는 게 문제다.

유형 3. 잘못된 사실 관계

셋째, 단순한 과장이거나 기사 본문에 없는

제목을 다는 경우다. A경제지는 2017년 6월 8일자 1면 톱기사 제목을 “코미 폭로… 코마 트럼프”로 달았다. ‘코마’라는 단어에는 작은 글씨로 ‘COMA·혼수상태’라는 설명까지 붙였다. 도널드 트럼프 미국 대통령이 대선 당시 러시아 측과 내통했다는 의혹과 관련해 제임스 코미 전 연방수사국(FBI) 국장에게 압력을 행사하고 충성 서약을 요구했다는 내용인데, 정작 기사에는 ‘코마’ 관련 내용이 일절 없었다. 아마도 편집자가 트럼프 대통령이 위기에 몰릴 것으로 판단하고 운율 효과까지 노려 제목을 뽑은 것 같은데, 읽기엔 재미있을지 몰라도 사실 관계가 잘못됐다. 트럼프 대통령에 대한 예의도 아니다. 이 밖에 통신사 뉴스를 전재하면서 자체 편집 방향 등에 맞추는 과정에서 새로 붙인 제목이 기사 내용과 달라지는 경우도 종종 있다. 이런 일이 반복되면 결국 신문의 신뢰성에 금이 갈 수밖에 없다.

온라인 신문이라고 해서 예외는 아니다. 온라인 신문은 제목의 비중이 더욱 크다. 클릭 수에 목을 매다시피 하는 경영 환경 탓인지, 제목의 자극성이 자못 심각하다. 특히 연예인이나 스포츠스타 관련 기사에서 두드러진다. “‘과거에 성폭행…’ 정○○, 숨겨왔던 과거 고백” “김○○, 곽○○ 열애… 이렇게 솔직…” “‘김○○ 이혼 이유는 K양 때문?’ 미용실 난투극까지” “걸그룹, 임신 증상… 충격 실태 드러나 ‘파장’” 식이다(온라인 신문들은 실명을 사용했지만 여기서는 ○○으로 표기한다). 아래도 되나 싶을 정도로 선정적인 제목들이지만 막상 기사를 열어보면 엉뚱한 내용이 들어 있기 일쑤다. 과거 기사를 짜깁기한 뒤 제목만 그럴듯하게 붙여 올려놓기도 한다. 스타들의 실명을 그대로 사용해 명예훼손 여지가 있는 제목도 다수다. 모두 윤리위원회로부터 주의 또는 경고를 받았다. 온라인 신문 기사와 신문 윤리의 여러 문제에 대해서는 다음 기회에 따로 설명할 예정이다. ♣