

특별 대담–언론 신뢰와 저널리즘의 복원을 말하다

저널리즘 바로 세우기– 민주주의와 공동체 지키는 길

정리 김수지／기자



월간 『신문과방송』은 언론의 신뢰와 저널리즘 복원 방안을 논하는 특별 대담을 마련했다. 사진 왼쪽부터 김정훈 동아일보 편집국장, 성한용 한겨레 선임기자, 이재경 이화여대 교수. ©한국언론진흥재단

2018년 1월 미국 퓨리서치센터가 38개국 시민을 대상으로 언론 신뢰도를 조사한 결과, 우리 국민이 언론에 갖는 신뢰도가 세계 최하위 수준인 것으로 나타났다. 언론 신뢰가 날로 추락하는 지금, 월간 『신문과방송』은 이재경 이화여대 교수, 성한용 한겨레 선임기자, 김정훈 동아일보 편집국장을 초청해 언론 신뢰와 저널리즘 복원 방안을 논의하는 특별 대담을 3월 12일 프레스센터에서 개최했다. 이 교수는 사회 겸 토론을 맡아 대담을 진행했다.

추락하는 언론 신뢰와 ‘대체 진실’

이재경 4월 7일이 신문의 날이다. 독립신문 창간일을 기념해 만들어졌는데, 올해가

독립신문 창간 122주년이다. 언론의 역사도 100년이 훌쩍 넘었고, 그사이 굴곡도 많았다. 언론은 민주적 문화를 위해 핵심 역할을 담당하지만, 상대적으로 우리나라 언론은 외국 유수 매체만큼 발전을 이루지 못하고 있는 것 같다. 이에 대해 이야기 나누려 한다. 먼저 언론 신뢰에 대한 논의로 시작해보자. 우리나라 언론 신뢰에 심각한 문제가 있고, 이것이 신문 독자, 방송 시청자의 반응으로 나타나고 있다는 느낌이 들 것이다. 이 현상을 어떻게 보고 있는지

자유롭게 말씀해주시면 좋겠다.

성한용 예전엔 신문사가 팩트의 척도였다. 1985년에 기자 일을 시작했는데, 당시 신문사에서 당직을 하다 보면 ‘몇 년 전 무슨 사건의 범인이 누구였는데, 그게 맞느냐?’라는 식의 질문을 전화로 받곤 했다. 일반 시민들이 술집에서 논쟁하다가 사실을 확인하기 위해 신문사로 전화한 것이다. 학생들도 토론하다가 ‘이거 신문에 난 내용이야’ 하면 믿어줬다.

이젠 ‘신문을 왜 보느냐’는 반응이다. 인터넷으로 기사를 봤다고 하면 어느 신문사에서 쓴 기사인지 묻는다. 젊은 사람이나 진보 측은 조선, 중앙, 동아에 난 기사라고 하면 잘 믿지 않는다. 반대로 연세 많은 분이나 보수 측은 한겨레, 경향, 오마이뉴스에서 쓴 기사라고 하면 ‘순 거짓말이네’ 한다. 방송 불신도 더 심해졌다. 과거엔 언론이 객관적이고 공정하다는 측면에서 신뢰받았는데, 지금은 그렇지 않다. 기자를 ‘기레기(기자와 쓰레기의 합성어)’라고 표현할 정도다.

이런 현상 때문에 언론이 망가졌고, 언론이 망가지면서 정치권력과 자본권력 감시도 확실히 소홀해졌다. 삼성 등 자본이 언론에 ‘슈퍼 갑’이 됐다. 언론사는 광고에 종속된 비참한 을로 전락했다. 저널리즘이 붕괴하면서 사람들이 가짜 뉴스와 음모론을 믿게 된 것도 문제다. ‘문재인 대통령이 당선도 되기 전, 북한에 전기를 공급했다’ ‘세월호가 미국 잠수함과 부딪쳐서 침몰했다’ 같은 잘못된 정보를 믿는 사람이 많아졌다. 이러한 ‘대체 진실’이 성행하는 건 언론 신뢰 붕괴와 무관하지 않다.

김정훈 언론 신뢰와 관련해 주목할 조사가 하나 있다. 미국의 퓨리서치센터가 발행한 〈뉴스미디어는 대중이 원하는 공정한 보도를 하는가〉¹ 보고서다. 한국, 미국 등 38개국 시민을 대상으로 조사했다. 조사 기간이 2017년 2월 16일부터 5월 8일인데, 우리나라에선 탄핵 국면 한가운데에 있을 때 조사가 진행됐다. “언론이 정치 보도를 공정하게 하고 있는가”란 질문에 한국 시민의 27%가 ‘그렇다’라고 답했다. 이는 38개국 중 끝에서 두 번째 순위다. 그리스가 가장 낮고, 한국 스페인 이탈리아 레바논 칠레 아르헨티나 콜롬비아 순으로 올라간다. 낮은 순위 국가들은 유럽 남부에서 정치적 갈등이 심한 국가 또는 남미 국가다. 여기에 우리나라가 끼어 있다. 정치 갈등이 극대화됐을 때 언론 불신 현상이 나타나는 게 아닌가 싶다. 정치 갈등이 커지면 국민의 정치적 의사도 함께 뚜렷해지기 때문이다. ‘언론이 과연 내 생각을 얼마나 충족시키는지’가 중요하게 된다. 성 기자께서 말씀하신 ‘진보는 보수 언론을 믿지 않고, 보수는 진보 언론을 믿지 않는다’는 맥락과 비슷하다.

또 퓨리서치센터 조사에서 한국이 온라인 뉴스 소비량이 가장 많은 것으로 조사됐다. 탄자니아, 필리핀, 베트남, 세네갈 등은 온라인 뉴스 소비량이 적었는데, 이들은 “언론이 정치 보도를 공정하게 하고 있는가”란 질문에서 가장 높은 긍정 응답률을 보인 국가다. 많은 정보를 접할 수 있는 환경이 오히려 낮은 평가에 영향을 준 것이 아닌가 싶다.

다만 위 요인을 고려하더라도, 우리나라 언론에 대한 공정성 평가 결과는 처참한 수준이다. 언론 불신이 근본적으로 어디서 초래된 것인지 깊게 들여다봐야 하는 이유다.



“언론이 신뢰를 잃은 원인 중 첫 번째는 ‘정파주의’다. 언론이 좌우로 나뉘니 독자가 완전히 분화됐다. ‘내가 보는 신문만 보고, 믿고 싶은 것만 믿는다’는 태도도 심하게 뿌리내렸다. 내 생각과 다른 언론은 믿지 않게 된 것이다.”

”

이재경 이화여대 커뮤니케이션학부 교수. 1982년 문화방송에 입사, 사회부와 경제부에서 기자로 활동했다. 1995년부터 이화여대 교수로 재직 중이다. 저서로 『기사 작성의 기초』 『한국저널리즘 관행 연구』 등이 있으며, 『저널리즘의 기본원칙』을 우리말로 옮겼다.
© 한국언론진흥재단

정파주의와 디지털에 무너진 한국 언론

이재경 그렇다면 언론이 신뢰를 잃은 근본적인 원인은 무엇일까.

성한용 역사적으로 성찰할 필요가 있다. 박정희 정부에서 유혁인과 같은 유능한 언론인이 정무수석으로 유신독재 정권에 참여한 흑역사가 있다. 조선일보 편집국장 최병렬 씨와 KBS 보도본부장 강용식 씨가 전두환 정권의 뒷배를 얻고 정치를 시작하기도 했다. 이러한 권언(權言)유착이 언론 불신의 바탕이 됐을 것이라 생각한다. 민주화 이후에는 정치권력이 빠진 자리에 재벌이 들어섰다. 재벌이 광고와 협찬으로 언론의 논조를 길들이고, 언론사도 광고인지 기사인지 모를 글을 내놓는다. 언론사에서 인사를 하면 경제부장 출신을 광고국장으로 보낸다. 편집국장과 광고국장을 왔다갔다 하는 이도 있다. 아주 굴욕적인 모습인데, 이는 현재진행형이다.

이재경 언론인이 자신의 권한을 이익을 위해 사유화한 측면도 있다. 개인의 문제일 수

있지만, 언론의 전통이 약하기 때문일 수도 있다. 기자는 50세가 넘으면 먹고살 것에 대해 걱정한다. 이 때문에 누군가는 기자 출신이 국회의원 또는 장관이 되는 일종의 ‘엽관제(spoils system)’가 작동하는 것을 보면서, ‘내게 저런 기회가 오게 하려면 어떻게 해야 하지?’라고 생각할 수 있다. 신문사 위상된 특파원이 선거철이 되니 일을 던지고 공천 신청을 하거나, 다른 언론사 간부가 똑같이 언론사를 나가서 공천 신청을 했다가 실패하고 다시 돌아온 경우도 있다. 언론인에게 이러한 전문적이지 못한 인식이 자리 잡은 건 큰 문제다.

김정훈 뉴스 소비자, 공급자, 그리고 공급자였다가 소비자가 된 사람, 이렇게 주변에 있는 세 집단에게 언론에 대한 생각을 물었다. 뉴스 소비자는 ‘뉴스 내용이 모두 똑같다’ ‘인터넷 때문에 신속한 보도는 기성 언론에 기대하지 않는다, 경쟁적으로 베껴 쓰기 기사를 내놓는다’ ‘정치 기사는 진영 논리에 빠져 있다’ 같은 의견을 내놨다.

뉴스 공급자인 현직 기자에게 물었다.

사람은 늘지 않는데 기자가 할 일은 정말 많아졌다고 한다. 인터넷 매체가 늘어나면서 특종이 쏟아지는데, 일일이 대처하기 힘들다 했다. 예전엔 신문에서 맛집 탐방 기사를 냈는데, 요새는 그런 정보가 스마트폰을 켜면 넘친다고 했다. 그래서 다른 의제를 찾아 정보를 제공해야 하는데, 그게 잘 되지 않는 것 같다고 안타까워했다.

공급자와 소비자 양쪽을 경험한 사람의 의견도 물었다. 언론사에 있다가 대기업 홍보실에 가거나, 공무원이 된 이들이다. 이들은 ‘언론사가 기관이나 취재원이 내놓는 발표에 묶여 있다’ ‘기사의 전문성이 떨어지고 심층 기사가 너무 없다’고 했다. 요약하면 인터넷 정보도 많아지고 그만큼 경쟁도 심해지는데, 인터넷을 압도할 만한 신문으로서의 한 방이 없다는 말이다. 독자는 전통 언론이 제공할 수 있는 고품질의 신뢰할 만한 뉴스를 원하는데, 언론은 그것을 보여주지 못하고 있는 것 같다.

이재경 언론이 신뢰를 잃은 원인은 크게 두 가지인 것 같다. 첫 번째는 ‘정파주의’다. 1980년대 언론 통폐합 이후 암흑의 시기가 있었고, 이후 민주화가 되면서 언론의 정파성이 강해졌다. 언론이 좌우로 나뉘니 독자가 완전히 분화됐다. ‘내가 보는 신문만 보고, 믿고 싶은 것만 믿는다’는 태도도 심하게 뿌리내렸다. 내 생각과 다른 언론은 믿지 않게 된 것이다.

두 번째는 ‘디지털 환경’이다. 온라인과 SNS 등이 폭발적으로 발전하면서 매체가 크게 늘었다. 경쟁사가 늘고 새로운 수익 모델도 필요한 상황이었지만 언론사는 대응할 방법을 찾지 못했다. 뉴욕타임스의 경우 과거엔 완전히 광고 위주의 수익

모델이었으나, 현재 유료 독자 중심의 수익 모델로 탈바꿈했다. ‘독자가 뉴욕타임스에 오는 이유는 뉴스의 퀄리티를 믿기 때문’이란 신념으로 양질의 뉴스를 제공한다. 한국 언론과는 대비되는 상황이다.

김정훈 디지털 환경은 오히려 또 다른 기회이기도 하다. 디지털 환경으로 독자가 뉴스를 훨씬 쉽게 접하게 됐다. 공급은 수요를 자극하기 마련인데, 실제로 전 세계적으로 뉴스 시장의 규모가 커지고 있다. 신문을 포함한 여러 경로로 동아일보를 보는 결합독자 수도 과거와 비슷하거나 오히려 더 많아졌다. 독자가 늘어난 것이다. 하지만 수익으로 연결되는 부분은 줄었다. 선진국은 뉴스 유료화로 대처하고 있는데, 한국 언론은 포털의 영향력 등 요인으로 유료화하지 못했다. 많은 독자를 확보했지만, 이 영향력을 유지하며 수익 구조를 만들고, 다시 뉴스 신뢰를 높이는 데 투자하는 선순환 구조를 만들지 못했다.

성한용 이 교수께서 말씀하신 정파주의와 디지털 환경에 관한 이야기에 매우 공감한다. 한국 언론이 어느 한쪽의 편을 들며 정치판에서 앞잡이 역할을 한 측면이 분명 있다. 조선일보와 평화민주당이 거의 전쟁을 벌였던 ‘조평생태’가 1989년에 있었고, 1992년 대선을 앞두고는 “정주영 찍으면 김대중 된다”²는 칼럼이 조선일보에 실렸다. 김대중 대통령의 정권 교체 이후에도 정파주의는 계속됐다. 김대중 정부가 신문사 세무조사를 실시하면서, 정권과 주요 신문사 간 정치적 대립이 더 심해졌다. 그러면서 언론사의 정파적 프레임이 크게 갈렸고, ‘조중동과 한경대’³란 말도 생겨났다. 노무현

정부에서는 방송 개혁을 추진했는데, 내부 갈등을 유발했다. 그 역풍으로 이명박·박근혜 정부에서 대대적으로 방송을 장악했다. 김재철 전 MBC 사장이 MBC 내부를 망가뜨렸고, 시청률도 하락했다. 그러면서 팟캐스트와 같은 대안 언론도 생겼다. 전통 미디어를 몰락시킨 원인에 정파주의가 있는 것이다.

디지털 환경과 관련해서는, 인류가 지식을 습득하는 방법이 달라진 게 아닌가 싶다. 글자를 읽어 영상을 떠올려 생각하던 인류가 이제는 직접 영상을 보고 받아들이게 됐다. 과거의 ‘읽는 인간’이 분석과 추리에 의한 연역적 사고에 익숙하다면, 새로운 인류는 직관과 비유에 의한 귀납적 사고에 익숙하다. 독자가 골치 아픈 뉴스는 읽지 않으니, 이에 언론사도 해설 기사를 줄이고 자극적인 뉴스를 제공하게 됐다. 2000년대 정보화 혁명으로 정보 유통 방식이 달라진 것도 원인이다. 검색을 통해 전문 지식을 획득할 수 있으니 전문가 집단의 권위가 무너진다. 기자의 권위가 가장 먼저 무너졌다. 국민은 기자가 의사나 변호사보다 더 전문성이 없는 집단이라고 생각한다. ‘너희가 뭔데 우리를 가르치는가, 검색하면 다 나온다’고 생각한다.

전문성을 방해하는 요인들

이재경 기자의 전문성이 가장 취약하다는 건 굉장히 안타까운 부분이다. 한국언론진흥재단이 기자 교육 사업을 추진하지만, 언론사는 기자에게 교육을 위해 많은 시간을 빼주지는 못한다. 대학과 언론이 함께 노력해 기자를 전문화할 수 있는 제도도 필요하지만, 잘 진행되지 않는 것 같다. 해외 연수도 공부하는 건지 쉬다 오는 건지 모호하다.

과거엔 존경할 만한 언론인이 많았지만, 지금은 ‘기자 너희가 뭔데’란 인식이 일반화된 것 같아 안타깝다. 기자의 인적 역량을 끌어올릴 수 있도록 사회가 같이 고민해야 할 것 같다. 혹시 언론사 내부에도 이와 관련해 고민하는 내용이 있나?

김정훈 언론사에서 전문성을 키우기 어려운 이유는 크게 두 가지다. 첫 번째는 피라미드식 서열 구조다. 기자가 오랫동안 현장에서 취재하며 전문성을 쌓으면 좋겠지만, 평기를 풀면 현장 팀장이 되고, 그 다음 차장·데스크·부장·부국장, 결국 국장이 되는 서열 구조가 있다. 20년 동안 취재한 기자보다는 30년 동안 취재한 기자가 훨씬 낫다. 하고 싶은 일에 훨씬 깊이 파고들 수 있는 장점도 있다. 개인적으로 청와대에서 대변인이 나와 브리핑을 할 때, 기자의 모습을 보고 답답했다. 청와대는 부장급이나 외국 이야기하는데 언론사는 주니어 기자가 나와 받아쓰기만 하는 것 같았기 때문이다. 미국 백악관의 경우 정반대다. 기자들이 40, 50년씩 출입하기 때문에 대변인이 절절맨다. 한 분야에서 오래도록 관록을 쌓은 기자가 언론계를 이끄는 구조가 우리 언론에도 필요하지 않을까.



“인터넷을 압도할 만한 신문으로서의 한 방이 없다. 독자는 전통신문이 제공할 수 있는 고품질의 신뢰할 만한 뉴스를 원하는데 언론은 그것을 보여주지 못하고 있는 것 같다.”

”

김정훈 동아일보 편집국장. 1991년 동아일보에 입사해 채널A 사회부장, 보도본부 부본부장, 동아일보 사회부장 등을 맡았다. 2016년부터 지금까지 동아일보 편집국장을 맡고 있다.
©한국언론진흥재단

데 두려움이 있는 것 아닌가 싶다.

성한용 현실적으로 쉽지는 않다. 제가 정치부장 보직 이후 선임기자를 4년 하고, 편집국장 보직 이후 또 선임기자를 7년 했다. 부장 직급 이후 11년 동안 현장 기자로 활동한 것이다. 보직에 있다가 현장으로 돌아가면 ‘저 사람 물먹고 현장으로 왔구나’ 하는 인식이 있다. 간부직을 맡지 않고 현장에서만 관록을 쌓아 인정받는 모델이 가능하면 좋겠지만, 한국 문화에서는 힘들다. 개인의 용기가 필요한 부분이다.

언론사 내부 시스템의 문제도 있다. 편집국이나 보도국 각 부에 선임기자를 배치해야 하는데 부장이 선임기자보다 후배일 경우 선임기자가 오는 것을 싫어한다. 후배 부장이 선배 선임기자에게 일을 시키지 않고 ‘왕따’시키는 경우도 많다. 여러 언론사에서 10년간 선임기자 제도를 도입했으나 실패한 이유가 여기 있다. 개인의 용기도 중요하지만, 회사 차원에서 선임기자를 어떻게 관리하는지가 훨씬 중요하다.

성한용 저널리즘 복원과 이 문제는 깊은 관련이 있다. 부장까지 했는데 이후 역할이 마땅치 않고 정년도 못 지키는 환경에서, 기자 개인이 저널리즘을 지키기 위해 얼마나 노력할 수 있을까.

신뢰를 되찾는 방법

이재경 다시 언론의 신뢰 하락 문제로 돌아가보자. 2017년 박근혜 전 대통령의 탄핵 국면을



“

언론 신뢰 회복과 관련해 간과해선 안 될 점이 있다.
언론의 경쟁 상대가 인터넷과 모바일은 아니란 것이다.
오히려 경쟁 상대로 SNS, 넷플릭스 등을 설정하는 게 낫다.
영화 한 편보다 뉴스를 보는 게 유익하다는 생각이 들도록
언론사가 노력해야 한다.

”

성한용 한겨레 선임기자. 1985년 서울신문에서 기자생활을 시작해 1988년 한겨레 창간과 함께 자리를 옮겼다. 사회부장과 정치부장, 편집국장을 거쳤다. 선임기자로 취재 현장에 복귀해 활발히 활동하고 있다. ©한국언론진흥재단

만들어내는 데 결정적 역할을 한 게 바로 언론이다. 세계적으로 언론이 제대로 역할을 수행해 대통령까지 물러나게 한 경우가 많지 않다. 그럼에도 언론에 대한 신뢰가 회복되지 않는 구조가 걱정된다. 이 문제를 극복하기 위해 언론사에서 어떤 노력을 하고 있는지, 그리고 어떤 노력을 해야 하는지 말씀 부탁드린다.

김정훈 동아일보에서는 ‘융합 취재’에 중점을 두고 있다. 디자인, 그래픽 등 시각적 요소와 동영상 취재 등을 결합하는 것이다. 이를 통해 기사의 질을 높였다. 동아일보는 지면에 일러스트와 인포그래픽을 많이 쓴다. ‘취재한 내용을 어떻게 다르게 표현할 것인지’에 대한 고민이 담겨 있다. 디자이너에 대한 치우도 신경 쓴다. 언론사 대부분은 디자이너를 아웃소싱한다. 월급도 적고 자회사처럼 운영한다. 하지만 동아일보의 경우 편집국 내에 뉴스디자인팀이 있다. 연봉도 높고 안정적이라 직원들이 일을 더 잘한다. 또 기사의 양을 신경 쓰지 않기로 했다. 속보가 뜨면 뒤따라 속보를 내곤 했는데, 이제는 하지 않는다. 다른 곳에서도 똑같이

낼 정보고, 수익과 연결되는 건 아니란 판단에서다. 대신 오후 밤제 내용 중 독자 반응을 살펴 공감을 얻을 몇 가지만 선별해 공들여 기사를 만들었다. 그랬더니 효과가 있었다. 포털에서 기사를 맨 앞에 게재했고, 더 많은 사람이 기사를 봤다. 다음 고민은 ‘이 독자를 어떻게 우리 신문으로 유입시키느냐’다. 변화를 위해 차근차근 노력하고 있다.

성한용 언론 신뢰 회복과 관련해 간과해선 안 될 점이 있다. 언론의 경쟁 상대가 인터넷과 모바일, 디지털은 아니란 것이다. 오히려 경쟁 상대로 SNS, 넷플릭스 등 기업을 설정하는 게 낫다. 영화 한 편보다 뉴스를 보는 게 유익하다는 생각이 들도록 언론사가 노력해야 한다. 인터넷, 모바일, 디지털은 언론사가 포기해야 할 것이 아니라, 오히려 활용해야 할 것이다.

다만 이를 활용하면서, 브랜드 관리는 해야 한다. ‘한겨레, 동아일보에서 만든 뉴스’라면 사람들이 믿고 소비할 수 있도록 끊임없이 노력해야 한다. 디지털 미디어와 물량 경쟁을 해선 안 된다. 하지만 현실은

기자들이 인터넷 기사를 쓰느라 취재를 못 한다. 심지어 온라인 기사 상당수는 데스크를 거치지 않는다. 이렇게 생산한 것이 과연 뉴스라고 할 수 있을까?

저널리즘 회복을 위한 두 가지 방법이 있다. 첫 번째는 언론사에서 저널리즘의 기본 규칙을 프로그램화해 훈련하는 것이다. 예를 들어, 오·탈자에 민감해져야 한다. 오·탈자 하나만 있어도 기사의 신뢰가 무너진다. 미국 저널리즘 스쿨에 가서 알게 된 것인데, 그곳에선 기사에서 사람 이름이 틀리면 곧장 퇴교시킨다. 한국은 어떠한가.

물량 공세로 기사를 쏟아내다 보니 오·탈자는 물론 팩트와 나이, 사람 이름이 수없이 틀린다. 저널리즘 회복은 이러한 기본을 지키는 데서 시작해야 한다.

두 번째로, 기자의 태도를 바꿔야 한다. 앞서 이야기한 정파주의와도 관련이 있는데, 일부 잘못 경도된 기자는 처음부터 방향성을 갖고 기사를 쓴다. 전통 매체에서 훈련된 기자가 후배들이 그러지 못하도록 훈련해야 한다. 선임기자가 현장 기자를 하는 형태가 답은 아니고, 데스크가 아주 강해져 게이트키플 기능이 강화돼야 한다.

이재경 저널리즘 회복을 위한 노력이 언론사 뿐만은 아닌 것 같다. 사회적 차원에서 함께 노력해야 하는 부분이 있는가.

성한용 공동체를 인체에 비유하면, 언론과 저널리즘은 ‘피’다. 그런데 지금 공동체가 패혈증에 걸려 죽어가고 있다. 굉장히 위험한 상황이다. 이 위기 상황을 언론뿐만 아니라 공동체 전체가 인식해야 한다. 저널리즘을 바로 세우는 것이 민주주의와 공동체를 지키는 것이라고 생각해야 한다.

인류의 연역적 사고가 퇴화하지 않도록 보존할 필요도 있다고 본다. 문자가 사라지고 영상만 남는 세상은 매우 위험하다. 독서와 논술로 읽기, 쓰기를 하는 문화가 함께 커나가야 한다. 대한민국 국민을 ‘신문 읽는 국민’으로 만들기 위해 신문구독료 세액 공제를 하는 것도 한 방법이다. 언론만의 힘으로는 어렵고 공동체 전체와 시민의 변화가 필요하다. 국민 공감대가 절실하다.

김정훈 앞서 본 퓨리서치센터의 조사에서는 언론 신뢰도가 낮게 나왔는데, 한국언론진흥재단이 2017년 내놓은 〈언론수용자 의식조사〉에서는 기성 언론의 신뢰도가 약간 높아졌다. 반면 메시징 서비스와 SNS에 대한 신뢰도는 하락했다. 탄핵 국면과 조기 대선을 거치며 언론이 가짜 뉴스에 대한 팩트체크에 신경을 많이 썼다. 그러면서 국민에게 ‘SNS에 거짓이 많이 섞여 있구나’란 인식이 생긴 것 같다. 탄핵 국면에서 언론이 수행한 역할을 보듯, 언론은 한 사회를 지탱하는 핵심적인 자산이다. 언론이 신뢰 하락을 자초한 면도 있지만, 그럼에도 국민이 언론을 다시 봐줬으면 한다. 정부와 학계에서도 언론의 중요성을 호소해줬으면 한다. 언론사가 시장에서 생존하기 위한 고민을 하고 있는데, 국민이 언론을 지켜줘야 한다는 인식이 확산됐으면 좋겠다. ■

1 퓨리서치센터, Publics Globally Want Unbiased News, Coverage, but Are Divided on Whether Their News Media Deliver, 2018.1.

2 류근일(1992.11.28.), “정주영 변수”, 조선일보,

3 조선일보, 중앙일보, 동아일보와 한겨레, 경향신문, 대한매일(‘서울신문’의 옛 제호).