

## 05

## 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.

## 인터뷰 기사와 진실 검증

## 삼각확인 없는 기사, 저널리즘 원칙 망각한 것



박재영

고려대 미디어학부 교수  
좋은저널리즘연구회

'취재'라는 단어를 떠올리면 당장 인터뷰가 생각난다. 뉴스가 다루는 세상만사는 결국 사람의 일이므로 기자가 취재하면서 사람을 인터뷰하는 것은 자연스럽다. 현안의 당사자는 당연히 인터뷰해야 하며 그렇지 않은 사람도 계기가 있으면 인터뷰해볼 만하다. "밤에 무슨 옷을 입고 잡니까?"라는 짓궂은 질문에 메릴린 먼로처럼 "샤넬 넘버 파이브"라고 재치있게 답하는 인터뷰가 아니어도 좋다. 인터뷰에서 나온 어떤 말도 적당히 의미를 부여하면 뉴스가 될 수 있다. 기자가 쓰면 그것이 곧 뉴스라고 하지 않았던가. 대개 기자는 기사에 인용할 코멘트를 얻기 위해 인터뷰를 하지만, 아예 인터뷰로 기사 한 편을 만들기도 한다. 이것이 '인터뷰 기사'다. 욕심을 더 내 인터뷰를 대문짝만하게 싣기도 하는데, 신문의 한 면 전체에 또는 타 지면에 이어지며 주로 일문일답 형식으로 보도하는 '전면 인터뷰 기사'가 바로 그 경우다. 특히 주

말 섹션은 1면을 전면 인터뷰 기사로 채워 독자를 유혹한다. 이런 기사를 재미있게 본다는 독자가 꽤 있다. 예전에도 신문은 대담이나 좌담 형식으로 기사를 썼으며, 방송은 진행자와 초대 인물의 일대일 문답 장면을 그대로 중계했다. 인터뷰 기사는 오래된 뉴스 양식이며 좋은 반응도 얻었다. 인터뷰 기사는 기자가 인물에게 질문을 던져 얻은 답변으로 구성된다. 인물을 알아보려고 인물 속으로 들어가는 방식이다. 이 취재 방식은 어떤 의구심도 불식 할 정도로 지극히 당연하고 옳아 보이지만, 조금만 비켜서서 바라보면 얼마나 황당한지 금세 알 수 있다. 객관성이 저널리즘의 원칙이라는 데 동의한다면, 기자는 인물을 보도할 때도 객관적이어야 한다. 여기서 "인물을 객관적으로 보도한다"라는 말은 조금 복잡하다. 많은 기자는 객관적 관찰자 입장에 서서 인물의 말을 그대로 옮기는 것이 객관적 보도라고 믿고 있을 것이다. 기자는 이렇게 하면서 자신이 금과옥조로 여기는 사실 보도에 충실했다고 주장할 것이다. 이 주장은 틀리지 않다. 인물이 어떠한 말을 했다는 자체는 명백하기 때문이다. 하지만, 인물이 했던 그 말

이 어느 정도로 진실인지, 즉 인물의 말이 실제 상황과 얼마나 부합하는지는 기자가 알 수 없다. 인물은 확신에 차서, 또 솔직하게 말하겠지만, 그것은 그의 의견일 뿐이다. 그와 다른 의견들이 언제나 있다. 매사가 그렇다. 물론 기자는 인터뷰를 하며 의표를 찌르고, 중요한 대목은 되묻고 캐물어 인물의 말을 검증하고 재검증하려 한다. 그렇더라도 결국 기자는 인물의 입에서 나오는 말로 기사를 쓸 수밖에 없다. 그것이 인터뷰 기사라는 양식이 지난 한계다. 이제, 인물의 말을 그대로 옮기는 것은 객관적 보도와 관계 없으며 오히려 위험할 수 있다는 느낌마저 듦다. 이런 아이러니에 대비해 저널리즘은 삼각확인이라는 취재 규범을 만들어 놓았다.



**기자의 임무는 사실 전달이 아니라 진실 검증이다. 사실과 진실은 별개다.**  
**그래서 인물의 말을 검증 없이 그대로 옮기는 것은 저널리즘 원칙에 어긋난다.**  
**사실의 차원을 넘어 진실의 차원으로 들어오면,**  
**인터뷰 기사로는 인물을**  
**객관적으로 보도할 수 없다.**

## 서구에는 없는 인터뷰 기사

기자는 취재원의 말을 곧이곧대로 믿으면 안 되기 때문에 취재원이 한 말의 진위를 또 다른 취재원에게서 검증해야 한다. 인터뷰 기사가 이 규범을 지켰다면, 기사에 주제 인물 외에 제2, 제3의 인물이 취재원으로 등장했을 것이다. 하지만 그런 기사는 거의 없었다. 또 다른 인물이 꼭 등장하지는 않더라도, 기자가 그들과 접촉해 얻은 정보를 기사에 녹여 넣었다고 할 수 있는 경우도 거의 없었다. 특히, 주제 인물의 의견과 또 다른 인물의 의견을 함께 제시했던 인터뷰 기사는 정말 없었다. 기자는 인터뷰 기사를 쓰면서 좀처럼 인물의 말을 삼각확인하려 하지 않는다.

인터뷰 기사를 통해 기자는 인물이 어떠한 말을 했다는 사실 전달에는 성공할 수 있으나, 그 말의 진실 검증은 도저히 할 수 없다. 기자의 임무는 사실 전달이 아니라 진실 검증이다. 사실과 진실은 별개다. 그래서 인물의 말을 검증 없이 그대로 옮기는 것은 저널리즘 원칙에 어긋난다. 사실의 차원을 넘어 진실의 차원으로 들어오면, 인터뷰 기사로는 인물을 객관적으로 보도할 수 없다.

이런 이유인지 몰라도 서구 언론에는 인터뷰 기사가 없다. 눈을 씻고 찾아봐도 종이신문에는 없으며 신문사 웹과 앱에서도 찾기가 쉽지 않다. 그나마 요즘 아주 간혹 일문일답 형식으로 쓴 기사가 보이는데, 자사의 어느 기사보다 현저하게 짧고 조약해 온라인, 모바일용 '땡땡' 기사임을 단번에 알 수 있다. 인터뷰 기사라는 용어도 없다. 취재원의 말을 잘 정리하기만 한 글을 기사로 쳐주지 않으니 당연한 일이다. 사정이 이 정도면, 인터뷰 기사를 한국 언론의 작품이라고 해도 되지 않을까? 인터뷰 기사는 지금도 신문에 만연하다.

올해 3월 종합일간지 10개의 전체 지면에서 인터뷰 기사 328개가 발견됐다. 그 가운데 약 절반이 전면 인터뷰 기사였다. 평균적으로, 종합일간지는 하루에 인터뷰 기사 1.3개를 보도했으며 전면 인터뷰 기사는 5일에 3개꼴로 보도했다. 이 빈도는 예전보다 높은 것 같다(정밀 조사를 할 수 없어 여러 종합일간지의 과거 지면을 두루 훑어보고 그렇게 판단했다). 특히, 전면 인터뷰 기사가 현저하게 증가했는데, 신문 광고가 호황이고 발행 부수도 최다였던 1990년대보다도 더 많은 것 같다. 전면 인터뷰 기사가 증가한 배경을 어떻게 설명할 수 있을까?

전면 인터뷰 기사는 경제성 추구의 산물일 수 있다. 이 경제성은 신문기사 생산비용 절감과 신문사 광고 수입 확대 측면을 아우른다. 우선, 신문기사 생산비용의 절감은 증면과 연관된다. 예를 들어, 조선일보는 하루 12면을 발행하다가 1988년 올림픽을 맞아 16면으로 늘었으며 1997년에는 하루 평균 43.4면을, 2003년에는 60.7면을 발행했다. 요즘은 그보다 줄었다지만, 그래도 금요일은 60면 정도를 유지한다. 지면이 이렇게 많으니 기자도 많아야 한다. 과거 데이타이긴 하지만, 1981~2003년 조선일보 지면은 3.8배 늘었지만 기자는 1.5배 증가했다. 기자 수가 지면 양에 태부족이다. 더구나, 1990년대 중반 이후 주말은 물론이고 주중에도 별지 섹션이 확대되어 각 섹션의 1면을 프린트페이지답게 꾸며야 하는 내용적 부담까지 안았다. 그 시기에 가로쓰기가 도입됐고 활자가 커져 기사가 적어지고 짧아졌다지만, 그것으로는 도저히 지면의 양적, 질적 부담을 덜 수 없다. 지면을 큼지막하게 잡아먹어 주는, 그러면서도 그럴싸해 보이게 해주는 묘수가 절실했을 수 있다. 전면 인터뷰 기사가 거기에 꼭 들어맞는다.

금상첨화로, 전면 인터뷰 기사는 생산비용이 거의 들

“  
인물을 객관적으로 보도한다는 말은 이런 뜻일 것이다.  
인물의 말을 객관적으로 옮기는 것이 아니라  
인물에게 객관적으로 접근하는 것,  
인물을 삼각 사각으로 확인하는 것,  
즉 인물의 객관화!”

지 않는다. 대체로 전면 인터뷰 기사는 골치 아프지 않은 사안을 말랑말랑하게 다루므로 해당 인물은 기분 좋게 인터뷰를 수락한다. 갈등 사안의 관련자도 어쨌든 자기 입장이 보도될 기회이므로 인터뷰를 끝내 사양하지는 않는다. 즉 전면 인터뷰 기사는 인물이 섭외되기만 하면 적어도 신문 한 면을 단번에 해결해주는 효자 아이템이다. 레이아웃이 시원시원하니 편집 기자도 좋아한다. 누가 이것을 마다하겠는가?

그러나 무엇이든지 과다하면 의혹이 일어난다. 예를 들어, 신문은 경제섹션을 별지로 발행하면서 종종 1면에 기업 CEO의 전면 인터뷰 기사를 실었다. CEO가 자사의 성공신화를 자랑하거나 글로벌 시장전략을 설명하는 식이다. 대학 총장도 단골손님처럼 등장해 새로운 교육방침을 소개하거나 희망찬 미래비전을 제시했다. 뜬금없기는 둘 다 마찬가지다. 이렇게 별다른 계기도 내용도 없는 인터뷰 기사가 크고 화려하게 보도되면, 당장 독자는 ‘거래’를 의심한다. 큼지막한 얼굴 사진과 함께 전면을 털어서 보도해주는 대가로 광고를 지원받는 것 아닌가 하는 의심 말이다. 인터뷰 기사는 위험천만하다. 이런 비판적 담론이 저널리즘의 원조인 미국에 없었을 리 없다.

## 인물 밖에서 보는 인물

언론학자 다니엘 부어스틴(Daniel Boorstin)은 인터뷰를 ‘의사(疑似) 사건(pseudo-event)’이라고 했다. 정말 뉴스라 할 수 있는지 의심이 가는 사건이라는 뜻이다. 의사 사건은 수요자(기자)와 공급자(인물)의 이해관계가 맞아떨어져서 합작되는데, 수요자는 손쉽게 기사를 만들고 공급자는 공짜로 홍보하는 이득을 보게 된다. 한국 신문의 인터뷰 기사, 특히 전면 인터뷰 기사의 속성을 부어스틴이 무려 50여 년 전에 간파했다니 놀라울 따름이다.

그러면, 이제 무엇을 어떻게 해야 하는가? 어떻게 인물을 객관적으로 보도할 수 있는가? 아래 기사는 이 질문의 답을 구하는 데 힌트가 될 수 있다.

1968년 MBC PD가 점심 먹고 자리에 털썩 앉았다. 오전에 라디오 드라마 공모 예심을 했는데 본심에 넘길 작품이 없었다. 맥 빠져서 낙선작 더미를 헤집다 한 작품에 끌렸다. “중간부터 확 끌렸어요. 극본을 처음 쓰는 지 작법은 영 엉성한데 대사가 신선했어요. 혼한 피류 이 지천으로 널렸는데 흰 옥양목이 한 필 펠릭이는 것 같았어요.” PD는 그 자리에서 “한번 만나자”는 봉함엽서를 썼다. 그걸 받은 25세 응모자가 김수현(70)이다. 본명 김순옥. 고려대 졸업 후 잡지사 다니다 판문 상태였다. 김순옥은 “내가 정말 쓰고 싶은 건 소설”이라고 했다. PD가 “무슨 소리냐, 당신은 꼭 드라마 써야 한다”고 했다. 이후 45년간 김수현은 제일 비싸고 제일 바쁜 ‘특A급 혼역’ 자리를 한 번도 내준 적 없다. 올 3월 종편 드라마를 마치고 10월에 방영될 SBS 주말극을 쓰는 중이다. 김수현에게 “극본 쓰라”고 권한 PD가 김포천(79) 국악진흥회 이사장이다. 김수현이 왜 통렬하는지 물었다. “얼음 속에 봄볕이 든 사람입니다.” <하략>

2013년 7월 12일 조선일보 김수혜 기자는 위 기사를 쓰면서 편집자 주에 “당사자에게 성공 요령을 묻는 대신 수십 년 지켜온 지기들을 찾아가 ‘그 사람이 남들과 어떻게 다르냐고 물었다’라고 적었다. 실제로, 8명이 기사에 실명으로 등장해 김수현을 이야기했다. 기사에 이들의 에피소드와 의견을 싣다 보니 정작 김수현이 들어갈 자리는 거의 없었다. 김수혜 기자는 이 기사를 쓰면서 굳이 김수현을 만나거나 그에게 전화할 필요가 없었다.

김수혜 기자는 인물을 알아보려고 인물 속으로 들어가지 않았다. 오히려 인물 밖으로 빠져나왔다. 더 정확하게 말하면, 인물의 밖에서 인물을 죄어갔다. 인터뷰 기사의 취재 방식과 정반대다. 인물을 객관적으로 보도한다는 말은 이런 뜻일 것이다. 인물의 말을 객관적으로 옮기는 것이 아니라 인물에게 객관적으로 접근하는 것, 인물을 삼각 사각으로 확인하는 것, 즉 인물의 객관화!

인물의 객관화가 인물 취재의 기본이어야 하는 이유를 한국 기자들은 이미 경험했다. ‘어금니 아빠’ 이영학의 실체가 드러났을 때, 이영학 미담 기사를 썼던 기자들은 그의 사악함에 분노하는 것 이상으로 별다른 의심 없이 그를 믿어버렸던 자기 자신의 순진함을 자책했다. 하지만 이 보도사고는 기자의 미성숙이나 경험 부족이 아니라 저널리즘의 기본에 대한 무지와 규범의 부재에서 터졌다. 인물의 객관화와 삼각확인을 지킨다면 일어날 수 없는 일이기 때문이다. 이영학 사례는 “너무 좋아 보이는 것은 실제로는 그렇지 않을 수 있다(Too good to be true)”라는 저널리즘의 금언을 환기한다. “너무 나빠 보이는 것 역시 실제로는 그렇지 않을 수 있다(Too bad to be true)”.

## 인터뷰 없이 쓴 최고의 인물 기사

김수혜 기자는 위와 같은 기사를 딱 세 번 쓰고 말았다. 끊길 뻔했던 명맥은 한국일보 최윤필 기자가 2014년 4월 12일 ‘가만한 당신’ 시리즈를 시작하면서 이어졌다. ‘가만한 당신’은 장문의 외국인 부음기사다. 망자를 쓰므로 기자가 인물을 인터뷰하고 싶어도 할 수 없다. 인터뷰 기사라는 양식을 취할 수 없는 ‘좋은’ 예건이다. 이제 지인을 취재해야 하는데 외국인이다 보니 그것도 사실상 불가능하다. 이런 상황에서 기자가 선택할 수 있는 취재방식은 무엇일까?

최윤필 기자는 책, 신문기사, 방송 클립, 판결문, 회의록, 서신과 이메일, 웹사이트와 블로그 등에서 인물의 말과 글, 지인의 언급, 대중의 평가 등 온갖 기록을 찾아냈다. 그리고 그 조각들을 이어붙이고 상충하는 부분을 정제하며 퍼즐을 맞춰나갔다. 자료를 대조하는 과정에서 자연스럽게 삼각확인이 이루어졌다. 이쯤 되면 취재가 아니라 ‘리서치(research)’다. 욕심 많은 기자는 김수혜 방식과 최윤필 방식을 혼합하고 싶을 것이다. 서구의 기자들은 이미 그렇게 해서 ‘프로파일(profile)’이라는 인물 기사 장르를 정립했다. 대표적인 예가 1966년 게이 텔리즈(Gay

Talese)가 에스콰이어(Esquire)에 썼던 ‘프랭크 시나트라가 감기 걸렸다(Frank Sinatra has a cold)’이다. 텔리즈는 시나트라가 인터뷰를 거절하자 그의 스태프 75명을 만났으며 그를 두 번 가까이서 관찰했다. 그의 자료를 수집하는 것은 일의 기본이었다. 그렇게 ‘시나트라 퍼즐’을 맞춰 1만 5,000단어짜리 기사를 썼다. 200자 원고지 250매 분량이다. 프로파일의 진수가 됐고, 저널리즘 글쓰기의 분수령이 됐으며, 2003년 에스콰이어 70주년 기념호에서 역대 최고로 평가된 기사다. 텔리즈는 인물을 인터뷰하지 못했기 때문에 최고의 인물 기사를 쓸 수 있었다.

인터뷰 기사는 인물을 알아보려고 인물 속으로 들어가지만, 프로파일은 인물 밖으로 나와 인물을 조명한다. 인터뷰 기사는 자서전이고 프로파일은 평전이다. 어느 쪽이 인물의 객관화와 진실 검증에 더 가까운지는 자명하다. 글 읽는 재미도 마찬가지다.

그간에 인터뷰 기사는 주로 독자가 가볍게 소비할 수 있는 인물을 다루었으므로 기자는 그의 말을 옮겨 적는데 별다른 고민이나 걱정이 없었다. 실제로도 큰 문제가 발생하지 않았다. 하지만 이런 경험을 반복하다 보면 진실 검증과 삼각확인의 경각심이 마비되어 정치적으로 논란이 될 만한 인물의 말도 그대로 옮기게 된다. 인물의 말이 아무리 참이라 하더라도 인터뷰 기사라는 양식으로 전달되는 한, 검증되지 않은 개인적 의견이라는 논란을 피할 수 없다. 최근에 그런 인터뷰 기사가 몇 개 있었다. 김수혜 기자와 최윤필 기자는 그래서 더욱 돋보인다.

대학생들에게 이런 내용을 설명하고 프로파일링해보고 싶은 인물이 있느냐고 물었다. 수많은 학생이 너무 많은 인물을 거명해 도저히 모두 적을 수 없었다. 대다수가 국내 유명 인사였다. 그 면면을 다룬 프로파일 기사는 상상만 해도 흥미롭다. ■

